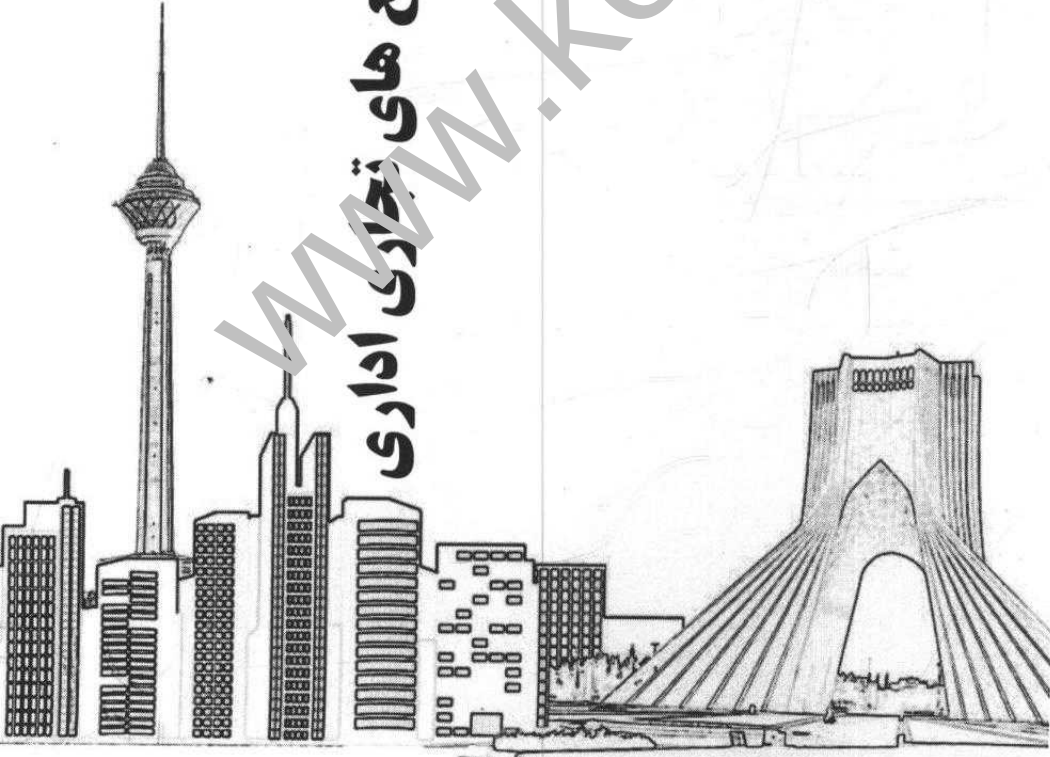


بررسی عوامل موثر در

مدیریت و بهره برداری مجتمع های تجاری اداری



www.ketab.ir

سرشناسه	: قائممقامی، سیدمحمود، ۱۳۶۱-
عنوان و نام پدیدآور	: بررسی عوامل موثر در مدیریت و بهره‌برداری مجتمع‌های تجاری اداری/ مولف سیدمحمود قائممقامی.
مشخصات نشر	: تهران: شرکت چیستا رایانه پارس، ۱۳۹۸.
مشخصات ظاهری	: ۱۳۴ ص.: جدول، نمودار.
شابک	: ۳۰۰۰۰۰ ریال 978-600-6172-45-3 :
وضعیت فهرست نویسی	: فیبا
یادداشت	: کتابنامه: ص. ۶۱ - ۶۶.
موضوع	: مراکز خرید -- ایران -- مدیریت -- نمونه پژوهی
موضوع	: Shopping centers -- Management -- Iran -- Case studies :
موضوع	: موفقیت در کسب و کار -- ایران -- نمونه پژوهی
موضوع	: Success in business -- Iran -- Case studies :
رده بندی کنگره	: HF۵۴۳۰
رده بندی دیویی	: ۵۵۳۳۰۹۵۵/۷۱
شماره کتابشناختی	: ۵۸۲۸۷۱۸



بررسی عوامل مؤثر در مدیریت و بهره‌برداری مجتمع‌های تجاری اداری

مؤلف سید محمود فاسم مقامی

صفحه‌آرایی و طراحی جلد: مهدی مرادی

چاپ و صحافی: ایران کهن

چاپ: اول

شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه

بهاء: ۲۰۰۰۰۰ ریال

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۶۱۷۲-۴۵-۳

مشخصات نشر: چیستا رایانه پارس

تهران - خیابان سید جمال‌الدین اسدآبادی - شماره ۲۸۳ طبقه ۴ واحد ۸

تلفن: ۰۲۱۸۸۶۰۶۷۳۷ - نمابر: ۰۲۱۸۸۶۰۶۷۳۸

نشانی وبگاه: CHISTARAYANEH.CO

فهرست

فصل اول: مقدمه

۱-۱ تاریخچه بازار ۸

۱-۲ سیر تحول بازار ۸

۱-۳ بازار در شهرهای دوران اسلامی ۹

۱-۳-۱ ساخت و بافت شهر در دوره صفوی (قرن ۱۱ تا قرن ۱۳) ۱۰

۱-۳-۲ ساخت و سازمان شهر و تحول آن در دولت قاجار سال ۱۱۶۵ ه.ش ۱۱

۱-۳-۳ ساخت و سازمان شهر و تحول آن در دوره پهلوی ۱۳

۱-۴ محدوده مورد مطالعه (تهران) ۱۴

۱-۵ اهمیت و ضرورت تحقیق ۱۸

۱-۶ بیان مساله ۱۹

۱-۷ سوالات تحقیق ۲۱

فصل دوم: پیشینه تحقیق ۲۲

۲-۱-۱ پیشینه داخلی ۲۳

۲-۱-۲ پیشینه خارجی ۲۵

۲-۲ مبانی نظری تحقیق ۲۸

۲-۲-۱ مفهوم شناسی بازار ۲۸

۲-۲-۲ انواع بازار از نظر وسعت و حوزه نفوذ ۳۲

۲-۲-۲-۱ بازار های بین المللی ۳۲

۲-۲-۲-۲ بازار های ملی ۳۲

۲-۲-۲-۳ بازارهای شهری ۳۲

- ۳۳..... ۲-۲-۴ مراکز خرید فرا منطقه ای
- ۳۳..... ۲-۲-۵ مراکز خرید منطقه ای
- ۳۴..... ۲-۲-۶ مراکز خرید ناحیه ای
- ۳۵..... ۲-۲-۷ مراکز خرید محله ای
- ۳۵..... ۲-۳ کارکردهای چهارگانه بازار
- ۳۶..... ۲-۳-۱ کارکرد اقتصادی
- ۳۷..... ۲-۳-۲ کارکرد اجتماعی- فرهنگی
- ۳۸..... ۲-۳-۳ کارکرد سیاسی
- ۳۹..... ۲-۳-۴ کارکرد دینی و مذهبی
- ۴۱..... ۲-۴ عوامل مؤثر در شکل گیری بازارهای ایران
- ۴۴..... ۲-۴-۵ سیر تکوین و تحول مراکز خرید در جهان
- ۴۷..... ۲-۴-۶ تفاوت مفهوم بازار، پاساژ و مراکز خرید
- ۲-۴-۷ بررسی خصوصیات ویژه مجموعه های تجاری گذشته از نظر اقتصادی و اجتماعی
- ۴۸.....
- ۵۲..... ۲-۴-۸ موفقیت مجتمع های تجاری
- ۵۳..... ۲-۴-۸-۱ مکان یابی و دسترسی
- ۵۳..... ۲-۴-۸-۲ تامین سرمایه
- ۵۴..... ۲-۴-۸-۳ معماری
- ۵۴..... ۲-۴-۸-۴ برندسازی
- ۵۵..... ۲-۴-۸-۵ اعتبار سازندگان
- ۵۷..... فصل سوم: روش تحقیق

۳-۱ روش تحقیق.....	۵۸
۳-۱-۱ براساس هدف.....	۵۸
۳-۱-۲ بر حسب نحوه گردآوری داده ها (روش).....	۶۰
۳-۲ مقیاس سنجش متغیرهای تحقیق.....	۶۱
۳-۲-۱ مقیاس لیکرت.....	۶۲
۳-۴ روایی و پایایی پرسشنامه ها.....	۶۳
۳-۴-۱ روایی.....	۶۳
۳-۲-۲ پایایی.....	۶۵
۳-۵ تعیین جامعه هدف از نظر آماری.....	۶۶
۳-۶ انتخاب نمونه آماری.....	۶۷
۳-۷ تفسیر آمار.....	۶۹
۳-۷-۱ توصیف داده های جمعیت شناختی.....	۶۹
۳-۷-۱-۱ بررسی وضعیت پاسخ دهندگان از لحاظ جنسیت.....	۶۹
۳-۷-۱-۲ بررسی وضعیت پاسخ دهندگان از لحاظ تحصیلات.....	۷۱
۳-۷-۱-۳ بررسی وضعیت پاسخ دهندگان از لحاظ سن.....	۷۲
۳-۷-۱-۴ آمار توصیفی متغیرهای تحقیق.....	۷۳
۳-۷-۲ آمار استنباطی.....	۷۵
۳-۷-۲-۱ مراحل عمومی آزمون فرض آماری.....	۷۵
۳-۷-۳ بررسی فرضیات تحقیق.....	۷۷
۳-۷-۳-۱ فرضیه اول: آیا موقعیت و دسترسی بر موفقیت مجتمع تجاری تأثیر دارد؟.....	۷۹

۳-۷-۳-۲	فرضیه دوم: طراحی و معماری بر موفقیت مجتمع تجاری تأثیر دارد...	۸۰
۳-۷-۳-۳	فرضیه سوم: تأمین سرمایه بر موفقیت مجتمع تجاری تأثیر دارد.....	۸۲
۳-۷-۳-۴	فرضیه چهارم: برندسازی بر موفقیت مجتمع تجاری تأثیر دارد.....	۸۵
۳-۷-۳-۵	فرضیه پنجم: اعتبار سازندگان بر موفقیت مجتمع تجاری تأثیر دارد...	۸۷
۹۰	فصل چهارم: نتیجه گیری	
۹۱	۴-۱ خلاصه موضوع و روش تحقیق	
۹۱	۴-۲ نحوه شکل گیری سوالات و فرضیات	
۹۱	۴-۳ یافته ها و روش تحقیق	
۹۲	۴-۳-۱ خلاصه ای از نتایج توصیفی	
۹۳	۴-۳-۲ خلاصه ای از نتایج استنباطی	
۹۸	فصل پنجم: توصیه کاربردی برای صاحب صنایع	
۹۹	۵-۱ پیشنهادات تحقیق	
۱۰۳	فصل ششم: محدودیت های تحقیق	
۱۰۴	۶-۱ محدودیت های تحقیق	
۱۰۷	فصل هفتم: توصیه برای تحقیقات آتی	
۱۰۸	۷-۱ توصیه برای سایر محققان	
۱۱۰	فصل هشتم: منابع و مآخذ	
۱۱۱	۸-۱ منابع فارسی	
۱۲۰	۸-۱-۱ منابع لاتین	

هدف از پژوهش بررسی عوامل موثر در مدیریت و بهره برداری مجتمع های تجاری، اداری، بود. پژوهش حاضر از حیث هدف کاربردی و از نظر شیوه گردآوری اطلاعات از نوع توصیفی - پیمایشی است. برای جمع آوری اطلاعات مربوط از روش کتابخانه ای - میدانی و از پرسشنامه استفاده و به منظور تعیین پایایی پرسشنامه از روش آلفای کرونباخ نیز استفاده شد. نتایج آزمون نشان داد ابزار تحقیق از هماهنگی درونی برخوردار است. جامعه آماری مدیران و کارشناسان حوزه های ساخت، واگذاری، بهره برداری و کارگزاران فروش املاک تجاری بود. در این پژوهش ۳۸۶ نفر به روش نمونه گیری تصادفی و با استفاده از فرمول کوکران انتخاب شدند. برای تجزیه و تحلیل اطلاعات از روش آمار توصیفی و آمار استنباطی (از آزمون وجمله ای (نسبت)) مورد استفاده قرار گرفت. نتایج تحقیق نشان که متغیرهای موقعیت و دسترسی، طراحی و معماری، تامین سرمایه، برندسازی و اعتبار سازندگان بر موفقیت مجتمع های تجاری اداری تاثیر مثبت و مستقیمی دارند.