

نظام مراکز شهری

ناحیه مرکزی شهر

به ناحیه مرکزی شهر، ناحیه کسب‌وکار مرکزی گفته می‌شود. ناحیه مرکزی معمولاً قلب شهر را تشکیل می‌دهد. نخستین هسته اغلب شهرها و بازار اصلی شهر بتدریج تبدیل به مرکز تجاری و کسب‌وکار مرکزی می‌گردد. در این ناحیه است، که فعالیت‌های تجاری و اجتماعی تمرکز می‌یابند و خطوط حمل‌ونقل از هر جانب شهر به آنجا منتهی می‌شوند. در مرکز شهر، بازارها، فروشگاه‌ها، دفاترهای کار، باشگاه‌ها، بانک‌ها، هتل‌ها، تماشاخانه‌ها، موزه‌ها و دفاترهای اصلی قرار می‌گیرند و تأسیسات عمده‌فروش، این ناحیه را احاطه می‌کنند.

بازارها

در اغلب شهرهای ایران هسته مرکزی، از آغاز پدید آمدن شهر به صورت بازارها وجود داشته‌اند. بازارها کانون شهر و مرکز مبادله کار و تجمع فعالیت‌های مذهبی، فرهنگی و اجتماعی بوده‌اند. در آغاز، بازارها محل عرضه کالاهای کشاورزی و تولیدات دست ساخت بودند. پس از پیشرفت صنعت و تکنولوژی و همین‌طور پیشرفت در حمل‌ونقل و سیستم پولی، دادوستد گسترش یافت و بازارهای دائمی در شهرها رونق گرفتند و محله‌های پیرامون خود به‌ویژه خیابان‌ها و مسیرهای آمدورفت اطراف آن‌ها تحت پوشش فعالیت‌های تجاری و خدماتی درآمد.

هسته مرکزی شهر ممکن است مرکب از مغازه‌های خرده‌فروشی و عمده‌فروشی تمرکز یافته در بازار باشد و یا پیرامون بندر یا ایستگاه راه‌آهن (معمولاً در شهرهای اروپایی) قرار گرفته باشند. فعالیت‌های تجاری و خدماتی معمولاً نزدیک یکدیگر تأسیس می‌شوند تا از مشتریان بالقوه منتفع گردند. وجود مغازه‌های مشابه در یک مکان، امکان مقایسه فوری اجناس و قیمت‌ها را برای مشتریان فراهم می‌کند و مردم رغبت بیشتری به خرید در این نواحی دارند؛ تا در جایی که مغازه‌ها پراکنده‌اند. بدین ترتیب راسته‌های تخصصی در بازارها و امروزه در مسیر خیابان‌های نزدیک بازارها در مرکز شهرها شکل می‌گیرند. مؤسسات مالی و دفاترهای کار نیز گرایش به هم‌جواری با یکدیگر دارند تا ارتباط بین آن‌ها براحتی صورت گیرد.

تراکم در مرکز شهر

به ناحیه مرکز شهر از نظر هم‌گرایی راه‌ها و سیستم حمل‌ونقل، نقطه همبستگی می‌گویند. این راه‌ها یا خیابان‌ها در ناحیه مرکزی شهر به محورهای تجاری - خدماتی تبدیل می‌شوند و بالاترین حجم آمدورفت و فعالیت را در خود جای می‌دهند. چنان‌که گفته شد، تجمع فعالیت‌ها و مؤسسات تجاری و خدماتی در یک محدوده معین، کشش و جذب رفت‌وآمد را شدت می‌بخشد، به طوری که هر قدر از مرکز اصلی شهر فاصله گرفته شود، از تراکم آن کاسته می‌شود. در این ناحیه با گسترش میزان فعالیت‌های اداری، خدماتی و تجاری، تراکم آمدورفت نیز فزونی می‌گیرد و تراکم ساختمانی رو به افزایش می‌گذارد. در اغلب

شهرهای جهان به علت گرانی زمین و کمبود جا برای فعالیت، در ناحیه مرکزی شهر، ساختمان‌های مرتفع ساخته می‌شود و یکی از نشانه‌های مرکز شهر در شهرهای بزرگ جهان، مانند نیویورک و شیکاگو تجمع آسمان‌خراش‌ها و ساختمان‌های مرتفع است. تراکم فعالیت و کسب‌وکار در شهرهای بزرگ ایران، در بافت قدیم شهر و پیرامون بازارها سبب شده که فضای کسب‌وکار و اشغال فضاهای مسکونی کوچک‌تر شوند. از این رو، مغازه‌های عمده‌فروشی و خرده‌فروشی و مراکز تولید و توزیع کالا در امتداد معابر (کوچه‌های قدیمی) و در جوار بازار گسترش یافته‌اند و خانه‌های قدیمی محله بازار، به انبار کالا و کارگاه‌های تولیدی تبدیل شده‌اند. این روند، هویت نخستین آن‌ها را رو به زوال و تباهی گذاشته است.

الگوی توسعه مرکز شهر

تعیین الگو برای مکان‌گیری مراکز تجاری - خدماتی تابع عامل دسترسی است. در شهرهای ایران، بازارها در امتداد محور اصلی شبکه دسترسی تشکیل شده‌اند و مرکز محله‌ها در امتداد گذرهای اصلی محله بنیاد گرفته‌اند. اندازه و وسعت هر یک از بازارها و بازارچه‌ها با میزان جمعیتی که به صورت پیاده به آن‌ها دسترسی می‌یافتند، متناسب بود. بازارها همچون مراکز پیاده‌ها قلمداد می‌شوند که دسترسی به آن‌ها از اقصی نقاط شهر امکان‌پذیر بود.

پدید آمدن اتومبیل در قرن کنونی، موجب دگرگونی در سیستم دسترسی و راه‌های شهری شد. این تحول در طول چندین دهه، ابتدا به آهستگی و سپس به شتاب سیستم حمل‌ونقل و دسترسی را دگرگون کرد و یکباره انقلابی در شهرنشینی و شهرسازی به وجود آورد.

با پیدایش اتومبیل، امتداد خیابان‌های اصلی و محور استقرار ایستگاه‌ها، مکان‌هایی مناسب برای استقرار مغازه‌ها و دفترهای تجاری - خدماتی قلمداد گردید و قیمت زمین در بر خیابان‌ها فزونی یافت؛ زیرا ارزش زمین به میزان تردد و سهولت دسترسی خیابان‌های شهر بستگی دارد. توسعه نواری مراکز خرید و خدمات در امتداد خیابان‌ها، تقریباً شبیه الگوی بازار شکل گرفت و مانند همان الگو محل تقاطع‌ها و میدان‌ها شبیه محل چهارسوق‌های بازار که محل انشعاب شاخه و راسته‌های بازار بودند، از ارزش و اهمیت بیشتری بهره‌مند شدند.

محل تلاقی راه‌ها چه به صورت سواره و چه به صورت پیاده، امکان بهترین دسترسی را فراهم می‌کنند. گسترش الگوی توسعه مراکز تجاری، در امتداد راه‌ها یا خیابان‌های اصلی شهر، منطقه‌ای وسیع از شهرهای بزرگ را فراگرفته و ساختار پیچیده‌ای را پدید آورده است.

