

عنوان مقاله:

تاثیر معیارهای مکان یابی مراکز تجاری بر رضایت کاربران (نمونه موردی: مرکز خرید پانوراما کلارآباد)

محل انتشار:

سومین همایش بین المللی افق های نوین در مهندسی عمران، معماری و شهرسازی (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

نویسندگان:

رها حسین پور - کارشناسی ارشد معماری، موسسه آموزش عالی آیندگان

نرجس فلکیان - استادیار، عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد رامسر

خلاصه مقاله:

مکان یابی مراکز تجاری بزرگ بر مبنای یک هدف اصلی شکل میگیرد که اساس آن پاسخ به نیاز مردم پیرامون آن منطقه میباشد. به همین جهت اولین نکته در این رابطه تعیین جامعه هدف میباشد که برای این منظور مسلمان می توان الگویی واحد برای اقتصاد و فرهنگهای متفاوت ارایه کرد. بنابراین مطالعه لازم و کافی در این خصوص در ارجعیت است و تعیین جامعه هدف مکان یابی مناسب برای طراحی مراکز خرید در اولویت بعدی قرار میگیرد. برای طراحی اینگونه مراکز از ابزار و پارامترهای مختلفی استفاده می-گردد. با توجه به اینکه شهر کلارآباد در سالیان گذشته از رشد بسیار بالایی در جذب توریست و افراد متمول شهرک نشین برخوردار گردیده است در طراحی مرکز خرید پانوراما که برای استقرار فروشگاههای برند طراحی شده و جامعه هدف آن نیز بیشتر خدمات دهی به این افراد میباشد این موضوع مورد بررسی قرار گرفته که مکان یابی تا چه حد مناسب و اصولی صورت گرفته و توانسته در رسیدن به اهداف سرمایه گذاران و کسب رضایت جامعه ی هدف و مردم منطقه موفق باشد. این تحقیق بر پایه تحقیقات کتابخانه ای و میدانی، روش تحلیل کمی و کیفی، با استفاده از ابزار پرسش نامه ای (بین 150 نفر بومی و غیر بومی) و نرم افزار spss (ورژن 19) انجام شده است.

کلمات کلیدی:

مکان یابی، معیارها، مرکز تجاری، پانوراما، شهرستان عباس آباد

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/772541>

