

تأثیر طراحی فروشگاه بر وفاداری مصرف کنندگان (مورد مطالعه: فروشگاه‌های زنجیره‌ای شهر

ساری)

جمشید سالار^۱، فرشته رسائی خورشیدی^۲

۱- استادیار گروه مدیریت، دانشگاه پیام نور

۲- دانشجوی کارشناسی ارشد موسسه آموزش عالی غیرانتفاعی راهیان نوین دانش ساری

چکیده

یکی از عوامل بسیار مهم در وفاداری مصرف کنندگان به یک فروشگاه، چگونگی طراحی آن است. در این تحقیق سعی شده تا با لحاظ نمودن جنبه‌های مدیریتی به شناسایی عوامل و متغیرهای موثر طراحی فروشگاه در وفاداری مصرف کنندگان پردازیم. تحقیق حاضر از نظر هدف، کاربردی و از حیث روش تحقیق، توصیفی-پیمایشی می باشد. جامعه آماری شامل کلیه خریداران فروشگاههای زنجیره ای در سطح شهر ساری می باشند که به دلیل نامحدود بودن جامعه آماری از روش نمونه گیری غیر احتمالی در دسترس (ساده) با فرمول کوکران و به تعداد ۳۸۴ نفر تعیین گردید. داده ها از طریق نرم افزارهای SPSS و LISREL مورد تحلیل قرار گرفت. برای تحلیل داده ها از تحلیل عاملی تأییدی استفاده شد. تمام فرضیات تحقیق بجز فرضیه دوم اثبات گردیدند. آشنا بودن مصرف کننده با طراحی جدید فروشگاه و جدید بودن طراحی فروشگاه بر درک پیچیدگی طراحی نزد مصرف کننده تأثیر دارد. همچنین طراحی ساده تر فروشگاه بر خوشایندی و درک قیمت پایین نزد مصرف کنندگان موثر بوده و باعث وفاداری مشتریان به فروشگاه می گردد. نتایج پژوهش نشان می دهد که طراحی فروشگاه بر وفاداری مصرف کنندگان در سطح شهر ساری تأثیر دارد. بدین جهت پیشنهاداتی برای تأثیر بیشتر طراحی بصورت کاربردی ارائه شد.

واژگان کلیدی: طراحی فروشگاه، وفاداری مصرف کنندگان، فروشگاه زنجیره ای، شهر ساری