

بررسی و رتبه بندی معیارهای موثر در انتخاب مکان مناسب فروشگاه زنجیره ای

مهدیه نوری^۱

۱- کارشناس ارشد طراحی و برنامه ریزی شهری و منطقه ای
mahdiye_nouri_arch@yahoo.com

چکیده

سازماندهی مناسب فعالیت و انسان در پهنه سرزمین غایت اصلی تمام برنامه ریزی‌ها در سطوح مختلف است. تئوری‌های مکان‌یابی بر آن است که چگونگی ارتباط عوامل و متغیرهای موثر بر مکان‌یابی را روشن نموده و به سوال مربوط به بهترین محل استقرار فعالیت‌ها در شرایط معین پاسخ دهد. از طرفی توجه به رفاه اجتماعی شهروندان یکی از مولفه‌های موثر در تامین مشارکت عمومی و جلب رضایت جمعی است. یکی از مصادیق این موضوع را می‌توان در راه‌اندازی فروشگاه‌های زنجیره‌ای مشاهده کرد. در نتیجه مکان‌یابی این فروشگاه‌ها نیز از اهمیت قابل ملاحظه‌ای برخوردار می‌باشد. از طرفی برای انتخاب بهترین مکان باید فاکتورهای یک مکان مناسب را در اختیار داشت. در این تحقیق با توجه به مفاهیم و قوانین مطرح شده، نظریات صاحب نظران و تجربیات گوناگون فروشگاه‌های مختلف در سطح ایران و جهان به مهم‌ترین عوامل تاثیر گذار بر موقعیت مکانی قرارگیری فروشگاه‌های زنجیره‌ای که علاوه بر پی داشتن موفقیت اقتصادی برای این فروشگاه‌ها، رفاه شهروندان را نیز به دنبال خواهد داشت رسیدیم. و در انتهای پژوهش نیز با استفاده از روش AHP به رتبه بندی و امتیاز دهی این فاکتورهای اقدام شد. به این صورت که ابتدا تعداد هفت فروشگاه زنجیره‌ای (از میان فروشگاه‌های اتکا) به این منظور انتخاب شد و پانزده فاکتور از منابع مختلف جمع‌آوری گردید سپس درخت سلسله مراتبی ترسیم گردید و با استفاده از روش "فرایند تحلیل سلسله مراتبی" وزن فروشگاه‌ها و وزن هر کدام از فاکتورها در هر فروشگاه محاسبه شد آنگاه با استفاده از روش جاری در فرایند تحلیل سلسله مراتبی وزن نهایی هر کدام از فاکتورها محاسبه گردید و رتبه بندی آنها انجام شد. این اوزان قابل استفاده برای سایر پژوهشگران در تحقیقات آتی می‌باشد.

واژه‌های کلیدی: برنامه ریزی شهری، مکان‌یابی فروشگاه زنجیره‌ای، AHP، فروشگاه زنجیره‌ای اتکا

۱- مقدمه:

مراکز خرید یکی از چند نوع بنای جدیدی است که در زمان ما خلق شده است. چون مراکز خرید گروهی از سازه‌ها را ارائه می‌دهند و روح همکاری و مشارکت در آن وجود دارد، نیاز به طراحی محیطی برای این نوع بنا ضروری است. در جائیکه این نیاز کاملاً درک شود. مراکز خرید نمایانگر مشخصه‌های ارگانیک‌های شهری است که افزایش نیازها و فعالیت‌های بشری را بکار می‌گیرد. (شیخ‌الاسلامی، ۱۳۷۶، ص ۴۳) «فروشگاه‌های زنجیره‌ای فروشگاه‌هایی هستند که به صورت واحدهای فروش چندگانه و تحت مالکیت مشترک بوده و معمولاً در مورد خرید