

بررسی عوامل تاثیرگذار محیطی بر رفتار فردی در فروشگاه های بزرگ

نمونه موردی: فروشگاه هایپر استار ارم

علی عاملی^۱، غلامرضا داوودی پور^۲

۱- دانشجوی مقطع کارشناسی ارشد رشته مهندسی معماری، گروه معماری، واحد پردیس، دانشگاه آزاد اسلامی، پردیس، ایران
aliamei@pardisiau.ac.ir

۲- استادیار گروه زبان و ادبیات فارسی، واحد تهران غرب، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

davoodipour@e_wtiau.com

چکیده

امروزه یکی از اساسی ترین چالش های روانشناختی، رفتار های سوء اجتماعی می باشند. با بررسی و تحلیل این رفتارها و دلایل ظهور و بروز آن ها، می توان این نوع رفتار های اجتماعی را تا حد مطلوبی برطرف کرد. در این مقاله تلاش شده است، تا بر اساس نظریه های معماری و با نگاهی علمی و دقیق، نقاط قوت و ضعف محیط فروشگاه های بزرگ، با نمونه موردی "هایپر استار ارم" بررسی و تجزیه و تحلیل شوند. بدین منظور از طریق پرسشنامه، افراد جامعه، یعنی همان مخاطبان اصلی این قبیل مکان ها، مورد مطالعه و نظر سنجی قرار گرفتند. از تجزیه و تحلیل فرم های نظر سنجی و مطالعات به دست آمده، محاسن و معایب و یا به عبارت دیگر نقاط قوت و ضعف فروشگاه هایپر استار و مکان های مشابه آن، نمایان شد، که این پژوهش به اندازه توان خود، آن ها را مورد نقادی قرار داده است.

واژه های کلیدی: محیط، فضا، کالبد، مکان، رفتار، فروشگاه