

MAĞAZACILIKTA İKLİMLENDİRME VE SATIŞLARA ETKİSİ

Doç.Dr.Fatma DEMİRCİ OREL
Çukurova Üniversitesi İkt.ve İd.Bil.Fak.
fdorel@cu.edu.tr
www.fatmaorel.net

Son yıllarda tüketici davranışlarındaki en önemli gelişmelerden biri, satın alma kararında, alışveriş yerindeki koşulların, ürün veya hizmetin kendisinden daha etkili olduğunun kabul edilmesidir. Tüketiciler, alışveriş yapacakları mağazayı seçerken ortama büyük önem vermekte ve aradıkları ürünleri bulsalar dahi, ortamdaki rahatsızlık duyduklarında alışveriş yapmadan mağazadan ayrılabilirler. Büyük mağazalardaki mekan genişliği, iklimlendirme, ışıklandırma gibi unsurların tüketicilerin satın alma davranışları üzerinde etkileri vardır. Alışveriş anında tüketicilerin mağaza içerisinde rahatsızlık duyabileceği en önemli konulardan biri de iklimlendirme meselesidir.

Soğuk günlerde kazak, mont, kaban vb ürünler satın almak için alışveriş merkezlerinin yolunu tutuyoruz. Ama içerisi o kadar sıcak ki, bu ürünleri denemek neredeyse olanaksız. Gerçekten ihtiyacımız olan kıyafetin, o olup olmadığından emin olamıyoruz. Beklide daha ince bir şeyler alıp çıkıyoruz. Sonrası malum.

Ya da çok sıcak bir yaz günü. Açık semt pazarlarında satılan sebzeler, meyveler bütün tazeliğiyle bizleri bekliyor. Ama biz serin bir ortamda alışveriş yapmayı çoğu zaman bu tazeliğe ve güzelliğe tercih ediyoruz. Markete giriyoruz, içeride müşteri az ve ne yazık ki, ortam yeterince serin değil. Büyük olasılıkla mağaza yönetimi, müşteri de nasılsa az deyip, bir kısıntıya giderek tasarruf yapmaya çalışıyor. Tam tersi müşteri sayısı çok fazla, ama mağaza içi havalandırma sistemleri standart şekilde çalıştırılıyor. Bu arada müşteriler birbirlerine kötü kokmaya başlıyorlar.

Kış günü hava serin, mağaza içerisi sıcak. Çözüm, üzerimizdekileri çıkarmak mı? Yaz günü hava sıcak, mağaza içerisi de sıcak. Peki bu durumda çözüm nedir?

Elbette mağazaların büyük bir çoğunluğu son teknoloji havalandırma ve klima sistemleri ile donatılmaktadır. Ancak, mesele, bu sistemlere sahip olmak değil, mevsim koşulları ve mağaza içerisindeki müşteri sayısı dikkate alınarak iklimlendirme ayarlarını

yapmaktır. Mağaza yönetiminin görevi, iklimlendirme sistemleri ile, aynı anda havanın ısını, nemini, temizliğini ve dolaşımını kontrol ederek temiz, konforlu ve sağlıklı bir çevre sağlamak olmalıdır. Yaptığım gözlemler, bazı perakendecilerin bu konuda fazla hassas olmadıkları yönündedir.

Yer sınırı ve finansal sorunlar nedeniyle küçük ölçekli perakendeciler için bu sistemlere sahip olmak zordur. Ancak, özellikle büyük mağaza veya marketler için bu sistemler bir zorunluluk haline almıştır. Bu, sadece rekabetçi bir avantaj sağlamak adına değil, aynı zamanda, modern mağazacılığın ve insani ortamlarda alışveriş yapabilmeyi sağlamanın da bir gereğidir. Bu husus, özellikle ısı ve rutubet oranı yüksek olan bölgelerde çok önemlidir.

Havalandırma ve klima sistemleri bulduran mağazalarda dinlendirici ve rahat bir atmosfer vardır. Özellikle satışların azaldığı sıcak yaz aylarında bu durum daha da önemlidir. Bu sistemler ile, müşterilerin bu aylarda da mağazaya hem alışveriş yapmak hem de serinlemek için girmelerini sağlayarak alışveriş özendirilmiş olur.

Mağaza ortamı ve satışlar arasındaki ilişki oldukça güçlü ve sağlam bir yapıya sahiptir. Müşterilerin, alışveriş anında kendilerini rahat hissedebilecekleri bir ortamın olması halinde, mağazayı dikkatle inceleme ve uzun bir süre orada kalma isteği gibi pozitif bir tepki geliştirebileceği, aksi durumda da mağazadan ayrılma ve bir daha aynı mağazaya gitmeme gibi negatif bir tepki geliştirebileceği unutulmamalıdır. Bir alışveriş ortamındaki havalandırma koşullarının oluşturulması keyfi bir uygulama olamaz, olmamalıdır. Bu keyfilik, ne müşterilerin konforlu bir ortamda alışveriş yapmasını engelleyecek şekilde ne de gereğinden fazla enerji harcamak yönünde olmamalıdır. Özellikle küresel ısınma sorunu ile birlikte enerji kaynaklarının azalıyor ve daha da azalacak olması nedeniyle, diğer sektörlerdeki tüm işletmelerin olduğu gibi perakendeci işletmelerin de enerji kaynaklarını tasarruflu bir biçimde kullanmaları üzerinde durmaları gereken konulardan biridir. Kısaca, perakendeci işletmelerde iklimlendirme sistemlerinin çalıştırılması bu denge üzerine kurulmalıdır.