

طراحی استراتژی‌هایی برای ورودی روستای تاریخی ایبانه با استفاده از روش SWOT و QSPM

سعیده ناصحی

دانشجوی دکتری برنامه ریزی محیط زیست، دانشکده محیط زیست، دانشگاه تهران، تهران، ایران

حدیث اله یاری^۱

کارشناسی ارشد مدیریت محیط زیست، دانشکده محیط زیست، دانشگاه تهران، تهران، ایران

محمد جواد امیری

استادیار برنامه ریزی و مدیریت محیط زیست، دانشکده محیط زیست، دانشگاه تهران، تهران، ایران

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۶/۰۹/۱۷ تاریخ صدور پذیرش: ۱۳۹۷/۰۱/۲۰

چکیده

ورودی هر سکونتگاهی نمادی از خود آن سکونتگاه و مردمان ساکن در آن است. به همین دلیل ورودی باید دارای ویژگی‌هایی باشد که تداوم تاریخی، فرهنگی، محیط زیستی و اجتماعی یک مکان را در ذهن افراد مختلف و بخصوص مسافران و گردشگران زنده کند چرا که به عنوان یک عامل اتصال دهنده عمل کرده و فضای درون و بیرون سکونتگاه را به هم وصل می‌کند خواه این سکونتگاه شهر و یا روستا باشد. از طرفی مکان‌های تاریخی به دلیل داشتن جاذبه‌های فراوان حجم زیادی از گردشگران را به سوی خود جذب می‌کنند و به همین منظور تعریف ورودی برای این مکان‌ها می‌تواند بسیار حائز اهمیت باشد. در این میان روستاهای تاریخی نیز از این امر نمی‌توانند مستثنی باشند. بنابراین در این تحقیق سعی شده است تا بر روی یکی از مسائل مهم شهری که امروزه تقریباً به دست فراموشی سپرده شده است یعنی تعیین راهبردهایی برای ورودی در روستای تاریخی ایبانه پرداخته شود. برای این منظور نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید بر اساس ویژگی‌های کلی روستا و تقسیم ورودی روستا به سه سکانس و هم چنین نظرات کارشناسان استخراج شد. در نهایت با استفاده از فرآیند تحلیل سلسله مراتبی (AHP) به این عوامل وزن داده شد تا در ماتریس SWOT مورد تجزیه و تحلیل قرار بگیرد سپس با استفاده از ماتریس SWOT استراتژی‌هایی استخراج شدند و برای اولویت بندی در ماتریس QSPM مورد استفاده قرار گرفتند. نتایج حاصل از این تحقیق، وضعیت ورودی روستای ایبانه را در وضعیت تهاجمی نشان داد. بنابراین در این روستا به منظور داشتن ورودی مناسب می‌توان از قوت‌ها و فرصت‌های پیش رو استفاده بهینه نمود.

واژگان کلیدی: ورودی، روستاهای تاریخی، SWOT، QSPM

مقدمه

ورودی یکی از مهم‌ترین فضاهای یک سکونتگاه است که منظر آن بیانگر ویژگی‌های کلی آن سکونتگاه می‌باشد. هرچه عرصه‌های دو طرف ورودی گسترده‌تر و سرعت حرکت در آنها بالاتر باشد، مکان ورودی شامل حوزه‌ای وسیع‌تر خواهد شد و نیازمند اتکا با اشتراکات ذهنی جمعی بزرگتر است. در قدیم مفهوم ورود به سکونتگاه، کالبدی محدود و تقریباً یکسان داشت و ورود به یک مکان بیشتر به معنای نفوذ از یک نقطه به یک زیستگاه محصور بود. اکنون تغییراتی رخ داده است که مفهوم و شکل ورود به سکونت‌گاه را تغییر داده است. (ساشور پور و همکاران، ۱۳۹۴). در گذشته ورودی یک سکونتگاه اتصال میان شهر و خارج شهر را به خوبی برقرار می‌کرد. برهم خوردن سلسله مراتب در نظام کالبدی سکونتگاه‌ها سبب شده تا ورودی آنها که یکی از حلقه‌های این سلسله مراتب است دچار ابهام و بی‌هویتی شود و در واقع جایگاه آن به عنوان عنصری مهم در تعریف یک مکان و نقطه اتصال آن به پیرامون فراموش شود (ترابی و سیما، ۱۳۹۳).

به همین دلیل ورودی هر روستا مانند ورودی شهر بایستی دارای مولفه‌هایی باشد که تداوم تاریخی آن مکان را در ذهن افراد مختلف زنده کند. در این راستا توجه به مولفه‌های کیفی و هویت بخش در ورودی روستا و طراحی هدفمند در راستای معرفی ویژگی‌ها و پتانسیل‌های جاری در روستا از اهمیت ویژه‌ای برخوردار بوده و در ارتقا قضاوت ساکنین و عبورکنندگان از ورودی نیز بسیار موثر است (ساشور پور و همکاران، ۱۳۹۴). در این راستا روستاهای تاریخی میراث ارزشمند معماری و کالبدی به جای مانده از گذشتگان ما هستند (کلانتری خلیل آباد و پور احمد، ۱۳۸۴). بنابراین روستاهای تاریخی میراث ارزشمند معماری و کالبدی به جا مانده از گذشتگان ما هستند که در طول زمان در هویت بخشی به حیات شهری همواره نقش بارزی ایفا نموده‌اند (Kim, 2016). در این راستا حفظ احیا و باز زنده سازی آنها از جمله ضرورت‌هایی است که می‌تواند حیات این مکان‌های تاریخی را حفظ کند (کلانتری خلیل آباد و پور احمد، ۱۳۸۴).

این پژوهش تلاشی است برای بازشناختن و سپس تجسم بخشیدن به مفهوم فراموش شده‌ای که دیر زمانی است در شهرها و یا روستاها پدید نیامده و دیده نشده است. بنابراین طراحی نامناسب و یا شکل‌گیری خودبخودی و بی‌برنامه فضای ورودی شهرها و روستاها، عدم سازماندهی فضایی - کالبدی نامناسب سیمای کاربری و... از علل عمده ضعف در عملکرد فضاهای ورودی به منظور پاسخگویی به نیازهای مسافران و حتی ساکنین شهرها و روستاها است. بر این اساس فضای ورودی روستای ایبانه به دلیل دارا بودن معماری بومی و بناهای تاریخی پرتنوع که آن را به یکی از مشهورترین روستاهای ایران تبدیل کرده است انتخاب شده است و سکانس بندی در ورودی با توجه به ویژگی‌های معماری و بومی طبیعت صورت گرفته است به طوری که در سکانس اول و قبل از ورودی، باید دارای ویژگی‌های طبیعی بوده این سکانس به تدریج تبدیل به سکانس دوم می‌شود که به تدریج عرصه‌های طبیعی تبدیل به عرصه‌های مصنوعی می‌شوند و به صورت پراکنده فضاهای انسان ساخت را می‌توان مشاهده کرد این سکانس نیز به تدریج تبدیل به سکانس سوم می‌شود و در سکانس سوم تمامی فضا را عرصه‌های مصنوعی و انسان ساخت در بر می‌گیرد. با توجه به ضوابط و معیارهای این تحقیق و همچنین اصول و ضوابط طراحی ورودی روستا و با هدف دستیابی به راهکارهای مناسب در طراحی ورودی این تحقیق انجام گردید.

مطالعات پیشین

زهره ترابی و یلدا سیما (۱۳۹۳)، در مقاله‌ای تحت عنوان "طراحی ورودی شهر با رویکرد هویت بخشی به فضای شهری" با استفاده از مولفه‌های کیفی و بصری با هدف هویت بخشی به فضاهای شهری به طراحی ورودی شرقی شهر زنجان پرداختند.

دکتر فریدون قریب (۱۳۸۲)، در مقاله‌ای تحت عنوان "ضوابط ساماندهی و معیارهای طراحی شهری برای مبادی ورودی شهر ها" با بررسی وضعیت موجود مبادی دو شهر با توپوگرافی متفاوت، محدودیت و امکانات بالقوه موجود را در نظر گرفته و با استفاده از عناصر مصنوع و طبیعی، ضوابط و معیارهایی را برای هویت بخشی به ورودی این فضاها تدوین نمود.

داوود مهدوی و همکاران (۱۳۹۳)، در مقاله‌ای تحت عنوان "طراحی راهبردهای توسعه پایدار گردشگری روستاهای تاریخی - فرهنگی ایران" با روش توصیفی - تحلیلی و شیوه پیمایشی و مدل تحلیلی SWOT و ماتریس ارزیابی QSPM به ارائه راهبردهای مناسب در قالب سه گروه مشارکت کننده مردم، گردشگران و مسئولان در ۷ روستای تاریخی - فرهنگی ایران پرداختند. نتایج به دست آمده نشان داد که بر اساس نظرات جامعه‌های نمونه راهبرد تدافعی، راهبرد کانونی برای توسعه گردشگری روستایی در روستاهای مورد مطالعه می باشد.

اکبر کیانی و زهرا سرگزی (۱۳۹۲)، در مقاله‌ای تحت عنوان "بررسی سیما و منظر محور ورودی زاهدان در شهر زابل از جنبه زیبایی شناسی" با استفاده از روش توصیفی - تحلیلی و مبتنی بر مطالعات کتابخانه‌ای - اسنادی و بررسی های میدانی و وضعیت کاربری ها را در قسمت ورودی زابل ناسازگار و بدون برنامه ریزی تشخیص دادند و در پایان، راهکارها و پیشنهاد هایی را برای برنامه ریزی سیما و منظر ورودی و ساماندهی مشاغل مزاحم موجود در ورودی اصلی شهر زابل ارائه دادند.

از جمله مطالعات خارجی انجام شده در زمینه محورهای ورودی راهنمای طراحی ورودی شهر دباری در سال ۲۰۰۷ است. هدف استاندارد های طراحی در امتداد این محور ورودی شامل موارد زیر می باشد. تقویت منظر ورودی خوش منظر به شهر ایجاد استانداردهای طراحی هماهنگ برای تقویت کیفیت محور، کاهش آلودگی بصری ناشی از ساختمان های نا هماهنگ، ایجاد الگوی جریان ترافیک برای بهبود امنیت عمومی، بهبود ارزش های مالی، ایجاد یک مکان فعال پایدار از نظر بصری، مالی و اقتصادی.

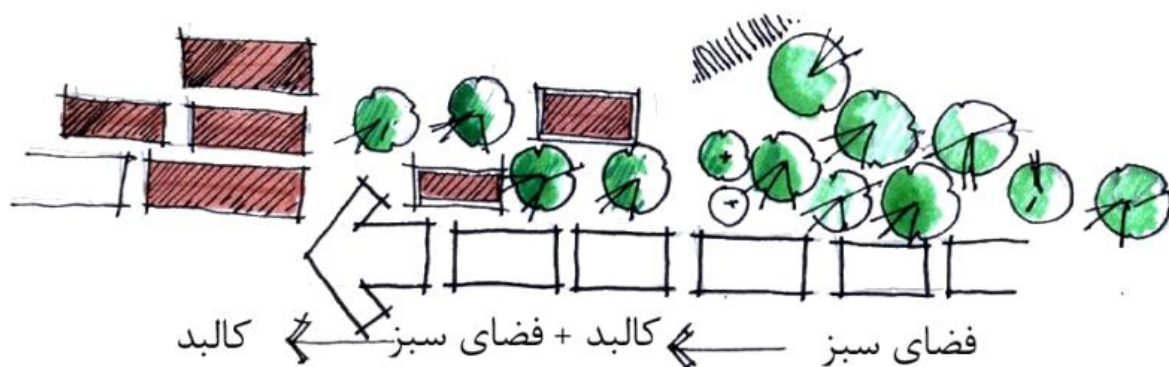
راهنمای طراحی ورودی خیابان راسین (۲۰۰۸) از دیگر مطالعات خارجی است. هدف کلی از این راهنما طراحی مجدد محیط ساخته شده محور ارتباطی خیابان راسین و بهبود خصوصیات بصری با اجتناب از یکنواختی و تکرار می باشد. این ناحیه برای ارائه گستره وسیعی از فعالیت‌های تجاری و خدماتی در شهر ماسکگو (واقع در ایالت فلوریدای آمریکا) مشخص شده است. برای تحقق این راهنما، استانداردهای طراحی در محور ورودی خیابان راسین اجرا می شود.

مبانی نظری

تعریف ورودی

ورودی مکانی است که گذار روانی از عمومی به خصوصی، از بیرون به درون در آن میسر می شود. زیرا مکانی است که اتصال دو گستره طبیعی و مصنوع، بیابان و آبادی را امکان پذیر می سازد و از طرفی چون طیف وسیع تری از

افراد را در برمی گیرد، می بایستی با توجه به عموم افراد و نه صرفا ساکنین در آن محل، طراحی گردد. ورودی یک سکونتگاه و به طور ویژه روستا نخستین فضایی است که گردشگران با آن برخورد می کنند. پس نخستین تصویر ذهنی از یک روستای تاریخی می تواند از طریق مبادی ورودی آن ایجاد شود و یک ورودی موفق ورودی است که بتواند در حین ورود، دریافتی سریع و چشم اندازی نسبتا فراگیر از یک سکونتگاه را در اختیار مخاطب (وارد شونده) قرار دهد. ورودی همچنین باید حد فاصل بستر طبیعی بیرون سکونتگاه و محیط مصنوع درون آن باشد، ضمن آنکه از مختصات نسبی هر دو محیط (بیرون و درون) بهره برده است از شخصیت و هویت مستقلی نیز برخوردار خواهد بود (ابلقی و پورجوهری، ۱۳۸۵).



شکل ۱. الگوی طراحی ورودی، منبع: مشاور فجر توسعه

توقعات موردی از ورودی روستا

مانند هر ورودی دیگر شخص انتظار دارد که در زمان ورود به روستا پذیرفته شود و احساس ناخوش آمد بودن به او دست ندهد بنابراین اولین توقعی که از ورودی روستا می رود، پذیرندگی است. به همین دلیل فضاهای طرفین ورودی از اهمیت بسیار زیادی برخوردارند. حفظ و تقویت دیدها و بخصوص دید به مناظر و نقاط شاخص طبیعی یا مصنوع محل به فرد حس ورود به آن محل خاص را می دهند. شخص علاوه بر اینکه در بدو ورود می خواهد نیازهای خود را تامین کند. نیازمند تشخیص سریع مسیرها و تصمیم گیری است. وضوح ورودی شهر به خصوص به دلیل حاکمیت سواره اهمیت زیادی دارد بنابراین خوانایی توقع دیگری است که از ورودی روستا انتظار می رود. حذف موانع دید و تنظیم سکانس بندی ها و سلسله مراتب بر این خوانایی می افزاید. از سوی دیگر افراد انتظار دارند که ورودی هر روستا معرف خصوصیات و عناصر شاخص هویتی همان روستا باشد. از اینرو تشخیص هر ورودی آن را از سایر ورودی ها متمایز می کند (پاکزاد، ۱۳۹۱).

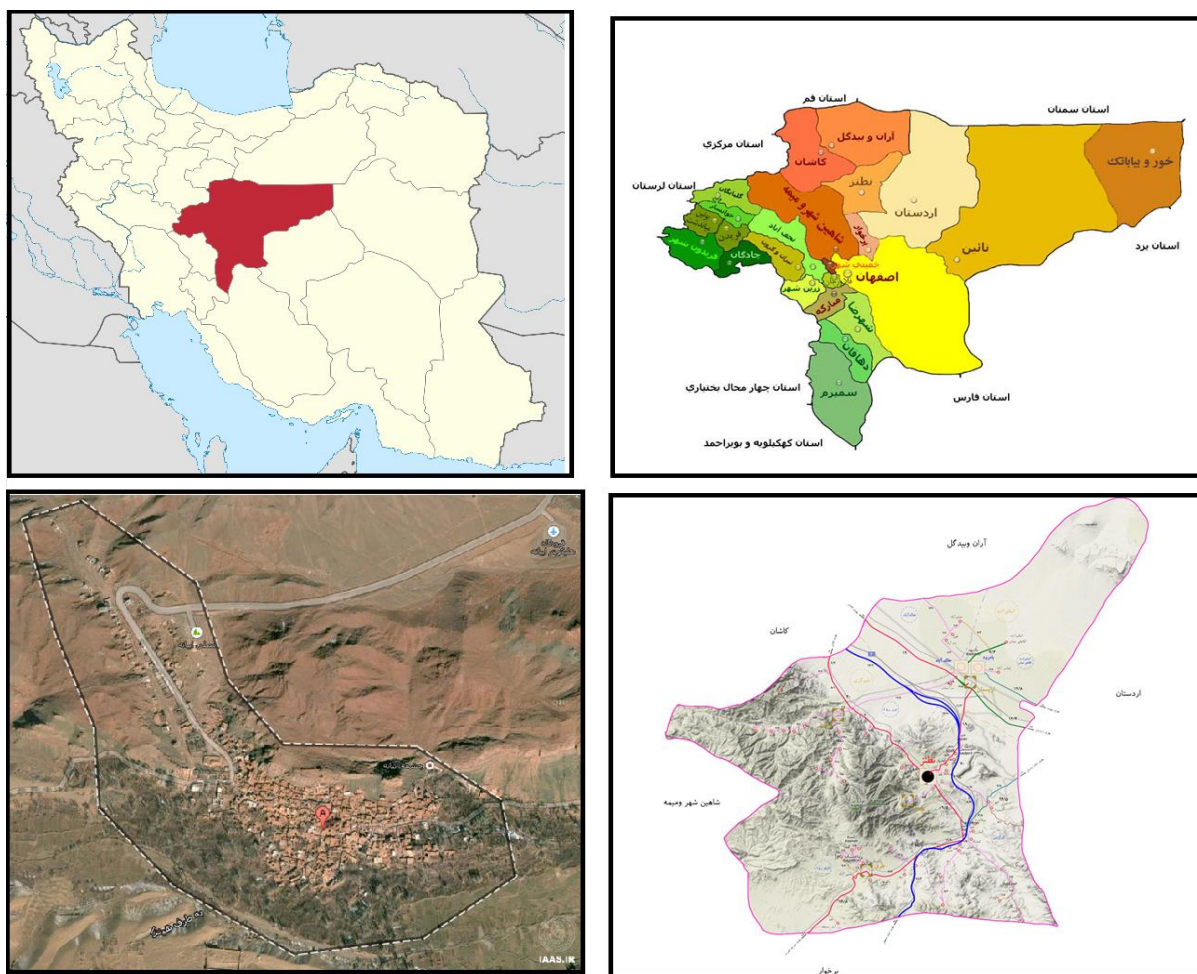
روش شناسی تحقیق

روش تحقیق در پژوهش از نوع توصیفی- تبیینی بوده است که با استفاده از روش های گرد آوری اطلاعات بصورت مطالعه اسنادی و کتابخانه‌ای دیدگاهها، نظریات و تعاریف مربوط به موضوع پژوهش بررسی شد و همچنین با استفاده از روش میدانی (پرسش نامه، مشاهده، مصاحبه و برداشت میدانی) داده‌های مورد نیاز جمع آوری شد و در نرم افزار SPSS پیاده شد سپس با توجه به آزمون آماری خی دو به تجزیه و تحلیل داده‌ها و آزمون فرضیات پرداخته شد حجم نمونه در این تحقیق حدود ۴۰ پرسشنامه بود که به صورت تصادفی در محل مورد مطالعه توزیع شد. در

نهایت قوتها، ضعفها، فرصتها و تهدیدهای ورودی برای روستای تاریخی ایبانه مورد مطالعه با تکنیک AHP و نرم افزار مربوطه آن (Expert Choice) وزن دهی شدند و در نهایت به روش SWOT و QSPM مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند.

بررسی محدوده مورد مطالعه

روستای ایبانه (استان اصفهان) در دامنه شمالی کوه کرکس در انتهای دره ای به نام برزورد واقع شده است. دسترسی به روستا از طریق جاده کاشان به نطنز پس از طی ۵۷ کیلومتر از کاشان و در محلی به نام پل هنجن و پس از طی مسیری ۲۰ کیلومتری در داخل دره میسر است. ایبانه از نظر تقسیمات کشوری یکی از روستاهای دهستان برزورد، بخش مرکزی، شهرستان نطنز، استان اصفهان است. قدمت زندگی در ایبانه، سنت و شیوه ای از سکونت را متبلور کرده که نمونه ای ناب از همزیستی انسان و دست ساخته‌هایش با محیط طبیعی و جلوه‌های متفاوت آن مثل کوه، دشت و باغ را به نمایش می‌گذارد. آنچه این همزیستی را موجب شده، ارزشهای مورد احترام و توافق اهالی ایبانه در ابعاد فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی است. نمونه ای بی بدیل که به عنوان یک اثر ملی و فرهنگی مورد شناخت و احترام در مقیاس جهانی است (شاکری زاد ایبانه و همکاران، ۱۳۸۹). موقعیت منطقه مورد مطالعه در شکل ۲ نشان داده شده است.



شکل ۲. موقعیت روستای ایبانه

تعیین محدوده طراحی

با توجه به مبانی نظری تحقیق می‌توان محدوده مورد نظر برای طراحی ورودی را به سه سکانس (محدوده) طبقه بندی کرد. که در سکانس اول و قبل از ورودی، باید دارای ویژگی های طبیعی بوده و لذا در این سکانس باید گیاهان بومی منطقه کاشته شود این سکانس به تدریج تبدیل به سکانس دوم می شود که در سکانس دوم به تدریج عرصه‌های طبیعی تبدیل به عرصه‌های مصنوعی می شوند و به صورت پراکنده فضاهای انسان ساخت را می توان مشاهده کرد این سکانس نیز به تدریج تبدیل به سکانس سوم می شود و در سکانس سوم تمامی فضا را عرصه‌های مصنوعی و انسان ساخت در بر می گیرد (شکل ۳).



شکل ۴. حوزه بندی عرصه ورودی روستای ایبانه: منبع: نگارندگان.

روش تحلیل سلسله مراتبی (AHP)

همانطور که یک عارضه در دنیای واقعی از بر هم کنش و اثر متقابل با یک سری عوامل و اجزای دیگر می باشد و بررسی همه آنها مشکل و در واقع غیر ممکن می باشد، بنابراین برای مدل سازی پدیده‌ها باید عوامل اصلی و تاثیر گذار بر پدیده‌ها شناسایی شوند. بعد از شناسایی هر یک از معیارها بر حسب اهمیت نسبی و میزان تاثیر هریک از آنها در تعیین پدیده مورد نظر باید وزن خاصی داده شود (ملماسی و همکاران، ۱۳۹۴).

بنابراین تکنیک های تحلیل چند معیاری ابزار خوبی برای بحث کردن با پدیده‌های پیچیده می باشد که به برنامه ریزی بهبود می بخشد. این روش یکی از روش های ارزیابی و وزن دهی، با استفاده از نرم افزار Expert Choice است که روش اصلی آن در سال ۱۹۷۷ توسط Saaty پیشنهاد شد و امروزه یکی از تکنیک های خوب برای وزن دهی می باشد که برای حل مسایل چند معیاری پیچیده طراحی شده است و خصوصیت اصلی آن بر اساس مقایسات دو به دو می باشد. برای محاسبه وزن فاکتورها با استفاده از AHP مقدار ویژه و بردار ویژه از ماتریس مربعی تقدم معیارها محاسبه می شود که شامل کمی کردن اطلاعات ارزش برتری یک فاکتور نسبت به فاکتور دیگری می باشد. (بخشایش و فلاح، ۱۳۹۵).

روش SWOT

ماتریس SWOT، کاربرد های زیادی در میان مدیران و برنامه ریزان استراتژیک دارد. این ابزار تحلیلی از عوامل مهم داخلی و خارجی برای ایجاد استراتژی‌هایی که ممکن است مورد توجه قرار گیرند استفاده می‌گردد. به طور کلی، این ماتریس عوامل داخلی و خارجی را با هم پیوند می‌دهد و به عنوان پایه ای برای استراتژی‌های ممکن استفاده می‌گردد. این مدل، مخفف چهار عامل تحلیل است که عبارتند از قوتها، ضعفها، فرصتها و تهدیدها. به طوری که تحلیل نقاط قوت و ضعف در محیط درون و تحلیل فرصتها و تهدیدها در محیط بیرون انجام می‌شود. کاربرد مدل SWOT، مقایسه فرصت‌ها و تهدیدات کلیدی خارجی با ضعف‌ها و قوت‌های داخلی است. این الگوها منجر به استراتژی‌هایی می‌شود که در نمودارهای ذیل نشان داده شده‌اند (نصر الهی و قهفرخی، ۱۳۹۱).

تشکیل ماتریس ارزیابی عوامل داخلی (IFE) و ماتریس ارزیابی عوامل خارجی (EFE)

پس از بررسی عوامل داخلی مهمترین عوامل فهرست می‌شوند. تعداد این عوامل باید بین ۱۰ تا ۲۰ باشد. این عوامل باید در برگیرنده مهمترین نقاط قوت و ضعف سازمان باشند. تهیه این ماتریس شامل مراحل زیر است (نصر الهی و قهفرخی، ۱۳۹۱):

- ۱- ابتدا نقاط قوت و ضعف نوشته می‌شوند.
- ۲- به این عوامل ضریب داده می‌شود. از صفر (اهمیت ندارد) تا ۱ (بسیار مهم است).
- ۳- به هریک از عامل‌ها نمره ۱ تا ۴ داده می‌شود. نمره ۱ بیانگر ضعف اساسی، نمره ۲ ضعف کم، نمره ۳ بیانگر نقطه قوت و نمره ۴ نشان‌دهنده قوت بسیار بالای عامل مورد بحث می‌باشد.
- ۴- برای تعیین نمره نهایی هر عامل، ضریب هر عامل در نمره آن ضرب می‌شود.
- ۵- مجموع نمره‌های نهایی هر عامل محاسبه و نمره نهایی سازمان مشخص می‌شوند.
- ۶- در ماتریس ارزیابی عوامل داخلی اگر نمره نهایی از ۲,۵ بیشتر باشد، به ترتیب نقاط قوت از نقاط ضعف بیشتر است و اگر جمع نمره‌های نهایی از ۲,۵ کمتر است، نقاط قوت از نقاط ضعف کمتر است. در جدول یک و دو به ترتیب، مهم‌ترین عوامل کلیدی خارجی و داخلی لیست شده است که در جدول ۱ عوامل داخلی در طراحی راهبردهایی برای ورودی روستای ابیانه مد نظر قرار گرفته و در ماتریس ارزیابی عوامل داخلی بیان گردیده است. درجه بندی قوت‌ها و ضعف‌ها به این ترتیب است: قوت قوی ۴، قوت ضعیف ۳، ضعف شدید ۱ و ضعف ضعیف ۲ می‌باشد. سپس از حاصلضرب وزن در درجه، امتیاز وزنی حاصل می‌گردد. از مجموع امتیاز وزنی، کل نمره مربوط به عوامل داخلی حاصل می‌گردد به طوری که میانگین این نمرات ۲,۵ و حداکثر میزان آن ۴ است. حال اگر این عدد بالاتر از ۲,۵ باشد یعنی در شرایط مطلوبی قرار دارد.

۷- سپس در جدول شماره (۴) یا ماتریس ارزیابی عوامل بیرونی طراحی راهبردهایی برای ورودی روستای تاریخی ابیانه مهمترین نقاط فرصت و تهدید آورده می‌شود. درجه بندی فرصت‌ها و تهدیدات به این ترتیب می‌باشد: فرصت عالی، فرصت ضعیف ۱، ۲ و ۳، همچنین تهدید خیلی جدی نمره اش ۱ و تهدید کم نمره اش ۴ است. این عوامل به صورت کمی بیان شده‌اند تا از هر گونه سوء تعبیر و قضاوت‌های شهودی پرهیز گردد. در نهایت کل وزن

مربوطه نوشته می شود. اگر این عدد بالاتر از میانگین (۲,۵) باشد، یعنی از مزایای فرصت‌های خارجی به درستی استفاده نموده و از تهدیداتی که سازمان با آن روبه رو است پرهیز می گردد. بالاترین وزنی که می توان به مجموع عوامل داده شود ۴ می باشد.

ماتریس QSPM

با این روش تحلیلی، می توان جذابیت نسبی راهبردها را مشخص کرد. این ماتریس بر اساس نتایج به دست آمده از ماتریسهای ارزیابی عوامل داخلی (IFE)، خارجی (EFE) و سوات (SOWT) تهیه می شود. امتیازهای داده شده به هر یک از عوامل ماتریس (QSPM عوامل خارجی یا داخلی) همان امتیازهای ماتریسهای EFE و IFE هستند. ضریب جذابیت هر عامل، بر اساس نقش آن در فرایند انتخاب راهبرد مورد نظر داده شده و سپس با ضرب این نمره جذابیت در امتیاز آن عامل، نمره هر عامل به دست می‌آید. در ماتریس QSPM، هیچگاه به عوامل یادشده، ضریب جذابیت یکسان در یک ردیف داده نمیشود، بلکه این مقدار باید برای هر گزینه متفاوت از دیگری باشد (David, 2009). همچنین باید در تخصیص ضرایب دقت کرد و آنها را به طور مستدل، منطقی و قابل دفاع تعیین کرد (Ghosian et al. 2015).

بحث و نتایج

با توجه به مطالب ذکر شده که بر اساس مطالعات میدانی جمع آوری شده است در زیر جدول های مربوط به عوامل اصلی داخلی و عوامل خارجی ارائه شده است که در این جدول ها نمره‌های ۱ تا ۴ بر اساس نظر ۸ کارشناس ارشد محیط زیست تدوین شده است.

جدول شماره ۱: ماتریس ارزیابی عوامل داخلی (EFE)

			عوامل اصلی داخلی	
ردیف	نقاط قوت	ضریب	نمره	نمره نهایی
۱	رفاه در کشاورزی و باغبانی و محصولات دارویی و صنعتی کشاورزی مانند درمنه، خاکشیر و کتیرا	۰,۰۱۲	۳	۰,۰۳۶
۲	معماری منحصر به فرد و برفراز دامنه رودخانه برزورد در سکناس سوم و تا حدودی سکناس دوم	۰,۰۹۵	۴	۰,۳۸
۳	وجود میزان زیاد مصالح بومی در سکناس اول و قبل از وارد شدن به روستا(مانند خاک سرخ منطقه)	۰,۰۹۵	۳	۰,۲۵۸
۴	تنوع صنایع دستی مانند قالیبافی و گیوه بافی به عنوان مشاغل پردرآمد	۰,۰۴۷	۲	۰,۰۹۴
۵	قرار گرفتن روستا در دامنه کوه و کوهستانی بودن منطقه	۰,۰۱۰۴	۴	۰,۰۴۱۶
۶	وجود جاذبه‌های تاریخی متنوع و دست نخورده در روستای ایبانه(مانند آتشکده، قلعه‌ها و زیارتگاه‌ها)	۰,۰۹۵	۴	۰,۳۸
۷	استفاده از لباس های سنتی در میان مردم روستا	۰,۰۲۵	۱	۰,۰۲۵
۸	نزدیک بودن به شهرهای تاریخی مانند کاشان و اصفهان	۰,۰۸۰	۱	۰,۰۸۰
۹	داشتن آب و هوای دلپذیر در بیشتر ماه‌های سال	۰,۰۳۵	۱	۰,۰۳۵
۱۰	اجرای مراسم های متنوع در روستا به شیوه سنتی ساکنین	۰,۰۹۵	۲	۰,۱۹
۱۱	وجود پوشش گیاهی متنوع و مترکم در فضا	۰,۰۴۲	۳	۰,۱۲۶
نقاط ضعف				
۱	عدم دسترسی مستقیم به جاده‌های حمل و نقل	۰,۰۳۰	۳	۰,۰۹
۲	توزیع نامناسب گردشگران در فصول مختلف	۰,۰۲۳	۳	۰,۰۶۹
۳	کمبود نیروی ماهر و آموزش دیده در روستا به منظور راهنمایی گردشگران	۰,۰۱۰۳	۴	۰,۰۴۱۲
۴	عدم توزیع مناسب زیرساخت‌های گردشگری (مانند جاده‌ها و فاضلاب)	۰,۰۱۰۱	۳	۰,۰۳۰۳
۵	عدم وجود امکانات کافی تفریحی و ورزشی	۰,۰۱۸	۱	۰,۰۱۸
جمع			۱	۲,۹۱۲

منبع: یافته‌های پژوهش

جدول شماره ۲: ماتریس ارزیابی عوامل خارجی (EFE)

ردیف	نقاط فرصت	ضریب	نمره	نمره نهایی	عوامل اصلی خارجی
۱	قرار دادن جایزه گیوه بافی و برگزاری مراسم مربوط به صنایع دستی به منظور جذب بیشتر گردشگران و تشویق ساکنین به مشاغل سنتی	۰.۰۳۶	۱	۰.۰۳۶	
۲	نمایش و عرضه محصولات کشاورزی و صنایع دستی و لباس های محلی مردم روستا در انتهای سکناس اول و نزدیک به سکناس دوم	۰.۰۱۳	۲	۰.۰۲۶	
۳	ایجاد محصوریت و نظم در سکناس اول ورودی به وسیله درختان و پوشش گیاهی بومی منطقه و یا درختان سازگار با اقلیم منطقه در جهت تاکید بیشتر بر سکناس پایانی و خود ورودی	۰.۰۳۱	۳	۰.۰۹۳	
۴	ایجاد فضاهای تفریحی و فراغتی برای ساکنین، مسافران و توریست‌ها با استفاده از عناصر و ویژگی های طبیعی و تاریخی مانند کاشت درختان بومی منطقه مانند زرشک در فواصل معین و یا ایجاد اراضی کشاورزی مربوط به کشت گیاهان دارویی و صنعتی مانند کنیرا در سکناس اول	۰.۰۱۸	۲	۰.۰۳۶	
۵	ارائه امکانات مناسب جهت اسکان گردشگران داخلی و خارجی روستا مانند هتل ها و یا مهمانسراهایی با معماری ویژه و متناسب با روستا در سکناس دوم و در ترکیب با فضای سبز و فضاهای ساخته شده به عنوان فضاهای نرم وسخت	۰.۰۴۳	۳	۰.۱۲۹	
۶	استفاده از سکناس دوم به عنوان نقطه اتصال دهنده سکناس اول و در جهت دید به مناظر ایجاد شده در سکناس اول و به داخل روستا و نواحی کوهستانی اطراف	۰.۱۱۹	۳	۰.۳۵۷	
۷	تاکید بر کوهستانی بودن منطقه با ایجاد کریدور دید به کوه‌های اطراف و همچنین نشانه‌های بصری مشخص روستا در سکناس اول	۰.۱۳۲	۳	۰.۳۹۶	
۸	استفاده از مصالح بومی در ساختمان های سکناس سوم ورودی به منظور افزایش خوانایی و هویت ورودی	۰.۱۱۸	۴	۰.۴۷۵	
۹	طراحی ساختمان ها در سکناس سوم به صورت سازگار با محیط کوهستانی روستا و در تعادل با محیط اطراف آن(مثلا استفاده از خاک سرخ روستا و یا استفاده از سنگ های کوهستانی در نمای ساختمانها)	۰.۱۰۷	۲	۰.۲۱۴	
۱۰	طراحی سکناس اول ورودی در نزدیک ترین مسیر به جاذبه‌های روستا(مساجد، قلعه، اشنکده‌ها...)	۰.۰۷۵	۲	۰.۱۵	
۱۱	طراحی ورودی در نزدیک ترین مسیر به شهرهای کاشان و اصفهان	۰.۰۲۵	۱	۰.۰۲۵	
۱۲	گرفتن ورودیه از گردشگران در سکناس سوم به منظور کنترل رفت و آمدها و افزایش درآمدزایی روستای تاریخی	۰.۰۰۸	۱	۰.۰۰۸	
۱۳	استفاده از نمادها و نشانه‌ها در سکناس های مختلف ورودی	۰.۰۸۶	۳	۰.۲۵۸	
نقاط تهدید					
۱	ورود گردشگران به روستا از فضاهای براهه و افزایش نا امنی	۰.۱۰۵	۳	۰.۳۱۵	
۲	ازدحام جمعیت و توسعه خدمات گردشگری بدون مجوز و امکانات دولتی مثلا در سکناس اول و در مسیر ورود به روستا	۰.۰۷۰	۲	۰.۱۴	
۳	عدم امکانات و نیروی انسانی کافی به منظور تبلیغ فضاهای توریستی	۰.۰۱۹	۱	۰.۰۱۹	
۴	اسکان گردشگران در فضاهای نامناسب مانند فضاهای نزدیک به ورودی روستا	۰.۰۰۵	۱	۰.۰۰۵	
جمع		۱		۲.۶۷۲	

همانطور که مشاهده می شود میزان نمره نهایی در ماتریس ارزیابی عوامل داخلی ۲.۹۱۲ است. این عدد نشان می دهد که قوت‌ها بر ضعف‌ها برتری دارند. در ماتریس ارزیابی عوامل خارجی این عدد برابر ۲.۶۷۲ است که نشان می دهد فرصت‌ها بر تهدیدها برتری دارند. پس این روستا از نظر نقاط مثبت در وضعیت خوبی به سر می برد. بنابراین با توجه به جدول بالا و اعداد به دست آمده می توان ماتریس SWOT را با مهم ترین استراتژی های آن به صورت زیر بیان کرد:

جدول شماره ۳: ماتریس SWOT و ارائه استراتژی های مناسب به منظور طراحی ورودی روستای ایپانه

استراتژی ها	فرصت‌ها (O)	تهدیدها (T)
	(SO)	(ST)
قوت‌ها (S)	SO1: طراحی ورودی در مسیر شهرهای تاریخی به منظور جذب گردشگران S4, S6, S8, O10, O11, O4	ST1: استفاده از افرادی آموزش دیده با لباس های سنتی روستا در سکناس های مختلف ورودی به منظور راهنمایی گردشگران و همچنین معرفی روستا S7, T3
	SO2: افزایش حس مکان با تاکید بر نشانه‌های بصری در جهت بیان کوهستانی بودن در سکناس های دوم و سوم ورودی S5, S11, O9, O7	ST2: ایجاد زیرساخت‌های گردشگری مناسب با مصالح بومی S3, S11, T4
	SO3: افزایش هویت و خوانایی ورودی روستا در سکناس سوم با تاکید بر معماری منحصر به فرد فضای روستا و مصالح بومی ساختمان ها S1, S2, S3, O2	ST3: تعبیه هتل ها و مکان های اسکان برای گردشگران با قیمت سطح بندی شده به منظور استفاده همگانی در سکناس سوم S2, T2
ضعف‌ها (W)	WO1: توسعه مسیرهای منتهی به شهرهای نزدیک برای ورود به روستا W1, O11, O10	WT1: استفاده از شاخص ها و نمادها در سکناس های مختلف ورودی W1, T1
	WO2: ایجاد امکانات تفریحی و ورزشی در فضاهای سبز موجود در سکناس اول ورودی W2, O5	WT2: تعبیه مکانهایی مانند پارکینگ برای جلوگیری از ازدحام در سکناس های مختلف ورودی W2, T2
	WO3: استفاده از تابلوهای تبلیغاتی در مسیر ورود به روستا W4, O10	WT3: استفاده از بروشورها و پوسترهای تبلیغاتی به منظور نشان دادن جاذبه‌های روستا به صورت متناسب در سکناس اول ورودی W3, T3

منبع: یافته‌های پژوهش

همانطور که مشاهده می شود این استراتژی ها در ماتریس QSPM به شرح زیر آورده شده است و در نهایت به مقایسه اعداد جذابیت کل این ماتریس پرداخته شده است:

جدول شماره ۴: ماتریس QSPM در جهت طراحی راهبرد مناسب برای ورودی های روستای ایبانه

			۰.۰	۰.۵	۰.۱۹	۰.۱۴۱				TAS				
	-	-	۱	۲	-	۳	-	-	-	AS	WT3			
										TAS	WT2			
	-	-	-	-	-	-	-	-	-	AS				
			۰.۵	۰.۲۵۸	۰.۱۰۴	۰.۰۹۴	۰.۱۹	۰.۱۹	۰.۱۹	TAS				
	-	-	-	۲	۳	۱	۲	۲	۲	AS	WT1			
			۰.۰۳۰	۰.۰۹۵	۰.۲۰۸	۰.۱۹	۰.۱۹	۰.۱۹	۰.۱۹	TAS	ST3			
	-	-	۱	-	۲	-	۲	۲	۲	AS				
					۰.۲۰۸	۰.۳۸	۰.۰۹۵			TAS				
	۴	-	-	-	۲	-	۴	۱	-	AS	ST2			
			۰.۱	۰.۱۹		۰.۰۹۴				TAS				
	-	-	-	۴	۲	-	۲	-	-	AS	ST1			
			۰.۰	۰.۰۲۵	۰.۰۹۵	۰.۰۹۴				TAS				
	-	-	۱	۱	-	۲	-	-	-	AS	WO3			
					۰.۱۰۴					TAS	WO2			
	۱	-	۲	-	۱	-	-	-	-	AS				
			۰.۱۲			۰.۰۴۷				TAS	WO1			
	-	-	۴	۳	-	۱	-	-	-	AS				
					۰.۲۵۸	۰.۲۰۸	۰.۱۹	۰.۲۵۸		TAS				
	-	-	-	-	۳	۲	-	۲	۳	AS	SO3			
					۰.۱۹	۰.۴۱۶	۰.۲۵۸	۰.۰۹۵		TAS				
	-	-	۲	-	۲	۴	-	۳	۱	AS	SO2			
			۰.۳	۰.۱۹		۰.۰۴۷				TAS	SO1			
	-	-	۴	-	۲	۱	-	-	-	AS				
	۰.۱۰۱	۰.۱۰۳	۰.۰۲۳	۰.۰۳۰	۰.۰۴۲	۰.۰۴۲	۰.۰۱۰۴	۰.۰۹۵	۰.۰۹۵	۰.۰۹۵	وزن			
فروستها	W4	W3	W2	W1	ضعف	S11	S8	S7	S6	S5	S4	S3	S2	عوامل استراتژیک

	T4	T3	T2	T1	تهیه‌ها	O11	O10	O9	O	O5	O	O2
جمع کل	۰۰۰۰۵	۰۰۰۱۹	۰۰۰۷۰	۰۰۱۰۵	۰۰۰۶۵	۰۰۰۷۵	۰۰۰۷۵	۰۰۱۰۷	۰	۰۰۰۴۳	۰	۰۰۰۱۳
۱	۱	-	-	۱	۱	۴	۴	-	-	-	-	۱
۲	-	-	۲	-	-	-	-	-	-	-	-	-
۳	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
۴	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
۵	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
۶	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
۷	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
۸	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
۹	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
۱۰	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
۱۱	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
۱۲	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
۱۳	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
۱۴	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
۱۵	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
۱۶	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
۱۷	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
۱۸	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
۱۹	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
۲۰	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
۲۱	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
۲۲	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
۲۳	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
۲۴	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
۲۵	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
۲۶	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
۲۷	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
۲۸	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
۲۹	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
۳۰	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
۳۱	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
۳۲	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
۳۳	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
۳۴	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
۳۵	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
۳۶	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
۳۷	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
۳۸	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
۳۹	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
۴۰	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
۴۱	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
۴۲	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
۴۳	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
۴۴	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
۴۵	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
۴۶	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
۴۷	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
۴۸	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
۴۹	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
۵۰	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
۵۱	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
۵۲	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
۵۳	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
۵۴	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
۵۵	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
۵۶	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
۵۷	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
۵۸	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
۵۹	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
۶۰	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
۶۱	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
۶۲	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
۶۳	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
۶۴	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
۶۵	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
۶۶	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
۶۷	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
۶۸	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
۶۹	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
۷۰	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
۷۱	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
۷۲	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
۷۳	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
۷۴	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
۷۵	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
۷۶	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
۷۷	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
۷۸	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
۷۹	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
۸۰	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
۸۱	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
۸۲	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
۸۳	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
۸۴	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
۸۵	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
۸۶	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
۸۷	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
۸۸	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
۸۹	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
۹۰	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
۹۱	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
۹۲	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
۹۳	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
۹۴	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
۹۵	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
۹۶	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
۹۷	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
۹۸	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
۹۹	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
۱۰۰	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

منبع: یافته‌های پژوهش

نتیجه

هدف از این مطالعه تجزیه و تحلیل ماتریس SWOT در ارائه راهبردهای طراحی ورودی برای روستای تاریخی ایبانه در استان اصفهان بود. بر این اساس و با توجه به مبانی نظری تحقیق حوزه مربوط به ورودی روستای ایبانه به سه سکانس فضای سبز، کالبد - فضای سبز و کالبد تقسیم شد و عوامل آن در ماتریس SWOT تجزیه و تحلیل شدند. QSPM باعث می شود که تصمیم‌گیرندگان بیشتر در ارتباط با وزن شاخص های SWOT فکر کنند و وضعیت را دقیق تر و بهتر از زمانی که ماتریس SWOT به تنهایی استفاده می شود بررسی کنند. QSPM تقریباً برای هر وضعیتی مناسب است و در مواردی میزان محدودیت‌های ماتریس SWOT را کاهش می دهد. بر اساس تجزیه و

تحلیل‌های انجام شده و ماتریس ارزیابی عوامل داخلی و خارجی برای ورودی روستای تاریخی ایبانه نمره بدست آمده برای عوامل اصلی داخلی ۲,۹۱۲ و نمره بدست آمده برای عوامل اصلی خارجی ۲,۶۷۲ می‌باشد. از این رو بر اساس اصول استراتژیک مدیریت ورودی روستای ایبانه در موقعیت تدافعی قرار دارد. زیرا بر اساس بررسی نمرات داخلی که موقعیت پژوهش را تعیین می‌کنند نمره عوامل داخلی بالاتر از ۲,۵ بود. به همین خاطر ما نتیجه گرفتیم که نقاط قوت بیشتر از نقاط ضعف است و روستای ایبانه از این نظر در وضعیت خوبی قرار دارد. اما با بررسی نمرات مربوط به عوامل اصلی خارجی متوجه شدیم که میزان آنها نیز بیشتر از ۲,۵ بوده است پس بنابراین فرصت‌ها هم بر تهدیدها غلبه داشته‌اند. از میان ۸ استراتژی مهم ارائه شده استراتژی استفاده از شاخص‌ها و نمادها در سکانس‌های مختلف ورودی با بیشترین میزان نمره جذابیت کل یعنی ۲,۰۳۲ بالاترین امتیاز را به خود اختصاص داده است. پس از آن استراتژی‌های افزایش حس مکان با تاکید بر نشانه‌های بصری در جهت بیان کوهستانی بودن در سکانس‌های دوم و سوم ورودی با میزان نمره جذابیت کل ۱,۸۳۵ و افزایش هویت و خوانایی ورودی روستا در سکانس سوم با تاکید بر معماری منحصر به فرد فضای روستا و مصالح بومی ساختمان‌ها با میزان نمره جذابیت کل ۱,۴۱۹ بیشترین مقادیر را به خود اختصاص داده‌اند. این نتایج نشان می‌دهد که به منظور طراحی یک ورودی مناسب و در انطباق با محیط روستای تاریخی ایبانه لازم است تا در تمام سکانس‌های ورودی از نشانه‌های بصری متناسب با هویت تاریخی و کوهستانی روستا استفاده شود تا میزان خوانایی و انطباق ورودی برای گردشگران و حس مکان برای ساکنین یابد و در این راستا توجه به معماری منحصر به فرد روستا در سکانس دوم و به ویژه سکانس سوم و همچنین کاشت گیاهان بومی منطقه در سکانس اول محدوده طراحی برای ورودی روستای تاریخی ایبانه از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است.

منابع

- کلانتری خلیل آباد، ح، پوراحمد، ا. (۲۰۰۵). الگوها و فنون برنامه‌ریزی مرمت بافت تاریخی شهرها. *جغرافیای سرزمین*، ۲، ۱۰۵-۱۱۶.
- قریب، د. ف.، و فریدون (۲۰۰۳). ضوابط ساماندهی و معیارهای طراحی شهری برای مبادی ورودی شهرها. *هنرهای زیبا*، ۱۵(۱۵).
- کیانی اکبر و سرگزی زهرا. بررسی سیما و منظر محور ورودی زاهدان در شهر زابل از جنبه زیبایی‌شناسی.
- ترابی زهره و سیما یلدا. طراحی ورودی شهر با رویکرد هویت بخشی به فضای شهری، نمونه موردی: ورودی شرقی شهر زنجان.
- مهدوی، داوود، رکن الدین افتخاری، سجاسی قیداری، حمدالله. (۲۰۱۶). طراحی راهبردهای توسعه پایدار گردشگری روستاهای تاریخی - فرهنگی ایران. *نشریه جغرافیا و برنامه‌ریزی*، ۲۰(۵۶)، ۲۷۵-۳۰۰.
- ابلقی، ع و پور جوهری، ا (۱۳۸۵)، مبادی ورودی شهرها، فصلنامه آبادی، ۱۶(۱۸).
- پاکزاد، جهان‌شاه. (۱۳۹۱)، راهنمای طراحی فضاهای شهری، شرکت طرح و نشر پیام سیما: وزارت مسکن و شهرسازی و معماری، تهران.
- شاگری زاد ایبانه، عباس، مسگری هوشیار، سارا و میری، حسن. (۱۳۸۹)، بازشناسی خانه در ایبانه، صص ۱۳-۲۶، ۲۹(۱۳۱).
- کشاورز بخشایش، فلاح (۲۰۱۶). پهنه بندی خطرزمین لغزش در محدوده پی و مخزن سد پلرود با روش تحلیل سلسله مراتبی (AHP).
- نشریه زمین شناسی مهندسی*، ۱۰(۲)، ۳۴۸۳-۳۵۰۰.
- ملماسی، سعید، جوزی، سید. علی، منوری، سید. مسعود، جعفریان مقدم، الهه و منوچهری، حامد. (۱۳۹۴)، تجزیه و تحلیل اثرات محیط زیستی صنایع پتروشیمی به روش تحلیل سلسله مراتبی (AHP)، فصلنامه پایداری، توسعه و محیط زیست، صص ۲۱-۳۳، ۲(۳).
- نصرالهی زهرا، و صالحی قهفرخی فخرالسادات. عوامل موثر بر مکان‌یابی شهرک‌های صنعتی با توجه به شاخص‌های توسعه پایدار و اولویت بندی آنها با استفاده از اعداد فازی مثلثی.

- David, F. R. (2009). "Computer-Assisted Strategic Planning in Small Businesses." *Systems Management* 36, 2009: 24-34.
- Ghosiyan, A., Ebadi, M., & Shojazadeh, A. (2015). The quantitative strategic planning matrix (QSPM) applied to sport in West Azerbaijan province. *International Journal of Sport Studies*, 5(1), 124-128.
- City council. (2007), "Debary Gateway Corridor Standards" , Available at: www.debary.org
- Muskego Plan Commission. (2008), "Racine Avenue Gateway Design Guide", Available at: www.ci.muskego.wi.us.