

عنوان مقاله:

تحلیل ظرفیت ها و مولفه های مکانگزینی احداث کارخانه ورشوسازی با هدف برندسازی شهر بروجرد

محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی معماری، عمران، شهرسازی، محیط زیست و افق های هنر اسلامی در بیانیه گام دوم انقلاب (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 13

نویسندگان:

مهیار حیدری - دانشجوی کارشناسی ارشد، گروه معماری، دانشکده هنر و معماری، واحد یادگار امام خمینی (ره) شهرری، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

علی اکبری - استادیار، گروه معماری، دانشکده هنر و معماری، واحد یادگار امام خمینی (ره) شهرری، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

خلاصه مقاله:

با توجه به اینکه احداث کارخانه با رویکرد برندسازی شهری میتواند به عنوان یک نشانه برای ایجاد تصویر ذهنی در ذهن افراد باشد و تصویری مثبت از هر شهر به منظور جذب گردشگران را فراهم آورد و سبب رقابت پذیری شهری و ایجاد هویت و تصویر منحصر به فرد برای شهر در کنار سایر مزایای تجاری شود و از آنجایی که شهر بروجرد دارای صنایع دستی منحصر به فرد خود است در این زمینه نیاز به ساخت کارخانه صنایع دستی ورشوسازی با رویکرد برند شهری است. حال موضوعی که مطرح میشود این است سایت بهینه برای ساخت کارخانه کجا باشد و چه شاخصه ها معیارها و زیر معیارهایی را شامل شود؟ این مقاله با هدف تحلیل ظرفیتها و مولفه های مکان گزینی مناسب برای احداث کارخانه صنایع دستی ورشوسازی با رویکرد برندسازی شهر بروجرد است. روش پژوهش با توجه به هدف آن کاربردی و به لحاظ ماهیت قیاسی - تطبیقی است و برای تحلیل دادهها از فرایند تحلیل سلسله مراتبی AHP برای رسیدن به سایت بهینه، بهره گرفته شده است که مناسب ترین سایت از میان سه گزینه مطرح شده انتخاب گردد. منابع اطلاعاتی با استفاده از روش کتابخانه ای و مطالعات میدانی به دست آمده است. و ارزیابی قیاسی سایتها از نظر معیارهای مورد نظر صورت گرفته است. نتایج حاصل از مقایسه تحلیل دادهها در نرم افزار اکسپرت چویس نشان میدهد که معیار کارایی با وزن ۰.۳۵ و پس از آن معیار آسایش با وزن ۰.۲۹۱ بیشترین تاثیر در مکان یابی سایت انتخابی جهت کارخانه ورشوسازی را داشته اند این امر نشان جهت طراحی کارخانه ورشوسازی مکانی که دارای ویژگیهای موقعیت پربازدید داشتن متناسب با رویکرد برندسازی تحت معیار کارایی و در جوار مسیر دسترسی بودن و در ارتباط بودن با صنعت و دانشگاه تحت معیار آسایش در اولویت انتخاب قرار دارد و پس از آنها در جایگاه سوم معیار سازگاری با وزن ۰.۱۳۲ قرار دارد که شامل زیر معیارهای فاصله مناسب از مناطق مسکونی و سازگاری با سایر کاربریها است. جایگاه چهارم مربوط به معیار مطلوبیت با وزن ۰/۰۹۹ است که زیر معیار آن تلاش برای حفظ عوامل طبیعی ساختمانها و راهها است. جایگاه پنجم معیار سلامتی با وزن ۰/۰۷۲ با زیر معیار اعمال ضوابط بهداشتی برای کاهش آلودگی هوا است.

کلمات کلیدی:

معماری و برندسازی، برندسازی شهری، معماری و گردشگری، معماری صنعتی، معماری بروجرد

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1612583>

