

راهبردسنجی موفقیت در رقابت‌های انتخاباتی با استفاده از مدل SWOT-QSPM (مورد مطالعه: انتخابات مجلس شورای اسلامی استان ایلام)

ساسان سلطانی^۱

^۱ کارشناسی ارشد کامپیوتر، گرایش نرم افزار، دانشگاه باختر ایلام (نویسنده مسئول)

چکیده

رقابت‌های انتخاباتی سنگ بنای دموکراسی است. با این حال، اندازه‌گیری میزان و شدت متغیرهای تاثیرگذار در این رقابت‌ها، یک کار چالش برانگیز است. هدف از این مقاله، که از نظر ماهیت کاربردی و از نظر روش، توصیفی-تحلیلی است، راهبردسنجی موفقیت در رقابت‌های انتخاباتی با استفاده از مدل SWOT-QSPM (انتخابات مجلس شورای اسلامی ایلام) است. فلذا با استفاده از داده‌های به دست آمده از پرسشنامه به تعیین ابعاد چهارگانه مدل SWOT پرداخته شده و راهبردهایی برای وضعیت‌های مختلف تعیین گردید و در نهایت با استفاده از ماتریس اندازه‌گیری کمی (QSPM)، مورد ارزیابی قرار گرفتند. نتایج نشان داد که در بین نقاط قوت رقابت‌های انتخاباتی بر مولفه‌های «آراء ایلی»، در بین نقاط ضعف، مولفه «تکثر کاندیداهای هم ایلی»، از بین فرصت‌های بیرونی، مولفه «ائتلاف با سایر ایلات و طوایف» و از بین تهدیدهای خارجی، مولفه «نداشتن تعامل، اجماع و ائتلاف» دارای بالاترین اهمیت می‌باشند. با توجه به نمودار ماتریس عوامل داخلی و خارجی، امتیاز نهایی عوامل داخلی ۲,۷۷ و امتیاز نهایی عوامل خارجی ۲,۸۸ تعیین گردید. اولویت‌بندی پنج استراتژی برگزیده شده نشان داد، استراتژی تاکید بر «مدیریت افکار عمومی و ایجاد موج» به دلیل وجود مزیت‌های نسبی با نمره جذابیت ۵,۰۷ و نسبت به دیگر استراتژی‌ها از اولویت بالایی برخوردار هستند، و از لحاظ استراتژی ترکیبی بالاترین امتیاز به استراتژی‌های ۲ و ۴ یعنی استراتژی‌های «مدیریت افکار عمومی و ایجاد موج به نفع خود» و «استفاده از نخبگان، اساتید، مدیران رده بالا، ریش سفیدان و متنفذین در تبلیغ و حضور در سایر مناطق غیرایلی» قرار گرفت.

واژه‌های کلیدی: رقابت‌های انتخاباتی، برنامه ریزی راهبردی، SWOT, QSPM