



Research Article

Analysis of strategies for increasing women's participation in the economy of villages in the nomadic area of Shaft County

Roohangiz Asayeshalab ¹, Nasrullah Molaei Hashjin ^{*2} Mohammad Baset Qureshi ³ & Mohammad Reza Afshari Azad ⁴

¹. Ph.D in Geography and Rural Planning, Rasht Branch, Islamic Azad University, Rasht, Iran.

². Professor, Department of Geography, Rasht Branch, Islamic Azad University, Rasht, Iran.

³. Assistant Professor, Department of Geography, Rasht Branch, Islamic Azad University, Rasht, Iran.

⁴. Assistant Professor, Department of Geography, Rasht Branch, Islamic Azad University, Rasht, Iran.

* Corresponding Author, nmolaeih@iaurasht.ac.ir

Receive Date: 19 November 2025

Accept Date: 01 January 2026

ABSTRACT

Introduction: One way to access human resources is to study the economic activities of rural women in various fields. Considering that rural women are engaged in productive activities both at home and outside the home and create an economic surplus, it is appropriate to accurately determine their share in the household economy.

The purpose of the research: The purpose of this research is to present strategies and determine strategic priorities for increasing women's participation in the rural economy of Shaft County using a combined SWOT and QSPM model.

Methodology: The research method was descriptive-survey and the statistical population of the study was 66 members of the village councils and people living in different villages of this city. The validity of the questions was confirmed by experts and its reliability was found to be good and excellent using the Cronbach's alpha test.

Geographical area of research: The villages located in the nomadic area of Shaft County, with an economy based on agriculture and horticulture, animal husbandry and animal husbandry, beekeeping, forest exploitation and related industries are located in the southwest of Guilan province.

Results and discussion: Statistical analysis of the data indicates the adequacy of the sample data and the existence of a relationship between the variables. Using this combined model, without the need to examine all the cells of the SWOT matrix, a statistical relationship was extracted between internal and external factors. Finally, five strategies were extracted: "Necessary training to strengthen the spirit of self-confidence and Also, acquiring the necessary skills in the field of productive activities, "emphasis on rural tourism (agrotourism, ecotourism) and the significant role and participation of rural women in increasing household income and creating jobs", supporting women in the form of organizations, unions and funds through Increasing the level of literacy, education, and necessary training was considered one of the priorities of this research to increase women's participation in the rural economy of Shaft County.

Conclusion: According to the results of the analysis on the questions of strengths, weaknesses, opportunities and threats, 3, 1, 2 and 1 components were extracted, respectively, which led to the identification of a total of 7 components. Thus, 3 components of the strengths of the SWOT model accounted for about 943.66% of the data variance, 1 component of weaknesses accounted for 154.59% of the data variance, 2 components of opportunities accounted for 281.62% of the data variance, and The threat points component alone explained about 70.537 percent of the data variance. In this regard, the strategies extracted from the SWOT model also consider 8 main priorities in increasing women's participation in the rural economy of Shaft County. The selected strategies are of an aggressive type, including: The strategy of "necessary training to strengthen self-confidence and acquire the necessary skills in the field of productive activities", "emphasis on rural tourism in increasing household income and job creation", "supporting women in the form of organizations, unions and charitable funds", "increasing women's awareness", and "creating the necessary infrastructure, technologies and facilities".

KEYWORDS: Strategic planning, women's participation, SWOT model, analysis, Shaft County.

تحلیل راهبردهای افزایش مشارکت زنان در اقتصاد روستاهای قلمرو کوچ نشینان شهرستان شفت

روح‌انگیز آسایش طلب^۱، نصرالله مولائی‌هشجین^{۲*}، محمدباسط قریشی^۳، محمدرضا افشاری‌آزاد^۴

۱. دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، واحد رشت، دانشگاه آزاد اسلامی، رشت، ایران.

۲. استاد گروه جغرافیا، واحد رشت، دانشگاه آزاد اسلامی، رشت، ایران.

۳. استادیار گروه جغرافیا، واحد رشت، دانشگاه آزاد اسلامی، رشت، ایران.

۴. استادیار گروه جغرافیا، واحد رشت، دانشگاه آزاد اسلامی، رشت، ایران.

* نویسنده مسئول، Email: nmolaeih@iaurasht.ac.ir

تاریخ دریافت: ۲۸ آبان ۱۴۰۴

تاریخ پذیرش: ۱۱ دی ۱۴۰۴

چکیده

مقدمه: یکی از راه‌های دستیابی به منابع نیروی انسانی، مطالعه فعالیت‌های اقتصادی زنان روستایی در عرصه‌های گوناگون است. با توجه به اینکه زنان روستایی هم در خانه و هم در خارج خانه به فعالیت‌های تولیدی مشغول هستند و ایجاد مازاد اقتصادی می‌کنند، شایسته است که سهم آنان به طور دقیق در اقتصاد خانوار تعیین گردد.

هدف: هدف این پژوهش ارائه راهبردها و تعیین اولویت‌های استراتژیک افزایش مشارکت زنان در اقتصاد روستایی شهرستان شفت با استفاده از مدل ترکیبی QSPM، SWOT است.

روش‌شناسی: روش پژوهش توصیفی-پیمایشی و جامعه آماری پژوهش نیز ۶۶ نفر از اعضای دهیاری‌ها و افراد ساکن در روستاهای مختلف این شهرستان بودند. روایی سوالات توسط افراد متخصص مورد تایید و پایایی آن با استفاده از آزمون آلفای کرونباخ در حد خوب و عالی بدست آمد.

قلمرو جغرافیایی: روستاهای واقع در قلمرو عشایری شهرستان شفت، با اقتصادی مبتنی بر کشاورزی و باغداری، دامداری و دامپروری، زنبورداری، بهره‌برداری از جنگل و صنایع وابسته در جنوب غربی استان گیلان واقع شده‌اند.

یافته‌ها و بحث: تجزیه و تحلیل آماری داده‌ها نشان‌دهنده کفایت داده‌های نمونه و وجود رابطه بین متغیرها است. با استفاده از این مدل ترکیبی بدون نیاز به بررسی تمام خانه‌های ماتریس SWOT و برقراری رابطه آماری بین عوامل داخلی و خارجی استخراج شد. در نهایت پنج راهبرد "آموزش‌های لازم جهت تقویت روحیه خودباوری و همچنین کسب مهارت‌های لازم در زمینه فعالیت‌های تولیدی"، "تاکید بر امر گردشگری روستایی (اگروتوریسم، اکوتوریسم) و نقش و مشارکت بارز زنان روستایی در افزایش درآمد خانوارها و اشتغالزایی"، "حمایت از زنان در قالب تشکلهای و اتحادیه‌ها و صندوق از طریق افزایش سطح سواد، تحصیل و آموزش‌های لازم" از اولویت‌های این پژوهش جهت افزایش مشارکت زنان در اقتصاد روستاهای شهرستان شفت در نظر گرفته شد.

نتیجه‌گیری: با توجه به نتایج تحلیل بر روی سوالات نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید به ترتیب منجر به استخراج ۳، ۱ و ۲ مولفه شد که در مجموع ۷ مولفه شناسایی شد. بدین ترتیب ۳ مولفه نقاط قوت مدل SWOT در حدود ۶۶/۹۴۳ درصد واریانس داده‌ها، ۱ مولفه نقاط ضعف ۵۹/۱۵۴ درصد واریانس داده‌ها، ۲ مولفه نقاط فرصت ۶۲/۲۸۱ درصد واریانس داده‌ها و تنها مولفه نقاط تهدید در حدود ۷۰/۵۳۷ درصد واریانس داده‌ها را تبیین کردند. در همین راستا راهبردهای استخراج شده از مدل SWOT نیز ۸ اولویت اصلی را در افزایش مشارکت زنان در اقتصاد روستایی شهرستان شفت مد نظر قرار می‌دهد. استراتژی‌های انتخاب شده از نوع تهاجمی هستند که شامل: راهبرد "آموزش‌های لازم جهت تقویت روحیه خودباوری و کسب مهارت‌های لازم در زمینه فعالیت‌های تولیدی"، "تاکید بر امر گردشگری روستایی در افزایش درآمد خانوارها و اشتغالزایی"، "حمایت از زنان در قالب تشکلهای و اتحادیه‌ها و صندوق های قرض الحسنه"، "افزایش سطح آگاهی زنان" و "ایجاد زیرساخت‌ها، فناوری‌ها و امکانات لازم" می‌باشد.

کلیدواژه‌ها: برنامه‌ریزی راهبردی، مشارکت زنان، مدل SWOT، تحلیل، شهرستان شفت.

مقدمه

به کارگیری توانایی‌ها و استعدادهای زنان به قصد بهره‌گیری حداکثر از نیروی انسانی جوامع، مستلزم شناخت دقیق و علمی فعالیت‌های آن‌ها است. از آنجا که در جوامع در حال انتقال، نیمی از جمعیت در روستاها به سر می‌برند و نیمی از جمعیت روستایی زنان هستند، یکی از راه‌های دستیابی به این منابع نیروی انسانی، مطالعه فعالیت‌های اقتصادی زنان روستایی در عرصه‌های گوناگون است. با توجه به اینکه زنان روستایی هم در خانه و هم در خارج خانه به فعالیت‌های تولیدی مشغول هستند و ایجاد مازاد اقتصادی می‌کنند، شایسته است که سهم آنان به طور دقیق در اقتصاد خانوار تعیین گردد. به نظر می‌رسد که مطالعه فعالیت‌های زنان روستایی می‌تواند تصویری جامع از سهم زنان را در فعالیت‌های اقتصادی نمایان سازد (Lahsaeizadeh et al, 2004). دو سوم از کل کار انجام شده در جهان توسط زنان انجام می‌شود که بیشتر این کار را زنان روستایی انجام می‌دهند. در نتیجه این نشان‌دهنده اهمیت نقش زنان روستایی در تولید و اقتصاد است (قنبری و همکاران، ۱۳۹۵: ۶۲). در ایران نیز نقش زنان روستایی در فعالیت‌های اقتصادی نادیده گرفته شده است زیرا که در اقتصاد روستاهای آن، زنان روستایی علاوه بر نقش‌های کلیدی که در چارچوب اقتصاد خانواده عهده‌دار هستند، آنها بعنوان عناصری نامرئی و نامشخص، بخش عظیمی از نیروی انسانی شاغل در اقتصاد را تشکیل می‌دهند (امینی و احمدی، ۱۳۸۸: ۸).

تحقیقات نشان داده است که بایستی مسأله زنان با دقت بیشتری مورد توجه قرار گیرد. در نبود معیار دقیقی از درگیری و دخالت زنان در برنامه‌ها و رعایت عدالت در مورد آن‌ها ضروری است که پتانسیل مشارکت زنان در توسعه اقتصادی درک شود. (Amini & Taheri, 2017). بررسی‌ها نشان می‌دهد که درآمد حاصل از کار پنهان زنان روستایی در بخش‌های کشاورزی و دامداری در حدود ۷۴۰۵۰۰ تومان در طی یک ماه است. در نتیجه کار پنهان زنان روستایی قلب اقتصاد خانواده بوده و فرهنگ‌سازی‌های لازم در زمینه ارزشمند نمایاندن این خدمات که در حجم تولید ملی انکارناپذیر است صورت می‌گیرد و دولت با حمایت از طرح‌های کوچک زود بازده تولیدی و ارائه تسهیلات مالی، زمینه استفاده از این نیروی عظیم انسانی را فراهم می‌کند (Mirlofti et al, 2013). در سال‌های اخیر با توجه به جایگاه زنان در فرآیند توسعه روستایی کشور، ارتقای نقش و جایگاه آنان در توسعه اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی کشور، از جمله اهداف و سیاست‌های کلی است. همچنین رفع موانع قانونی، نهادی و اجتماعی و کاستن نابرابری‌ها و تبعیض‌هایی نسبی به منظور مشارکت بیشتر زنان در فعالیت‌های اقتصادی، سیاسی و اداری کشور مورد توجه قرار گرفته است. در این پژوهش برای اولین بار اقدام به مطالعه تطبیقی راهکارهای افزایش میزان مشارکت زنان در اقتصاد روستایی، روستاهای شهرستان شفت با استفاده از تحلیل عاملی اکتشافی و مدل SWOT شده است، تا از این طریق راهبردها و اولویت‌های مشترک جهت حضور بیشتر زنان روستایی ارائه گردد. در ادامه به مواردی از پیشینه موضوع مورد بررسی اشاره می‌شود:

موحدی و همکاران (۲۰۱۷) عوامل موثر بر توسعه و تقویت بنگاه‌های اقتصادی زنان روستایی در ایران را بررسی و نشان دادند، حمایت حقوقی و مالی، حمایت خانواده، پشتیبانی مدیریتی و آموزش و پشتیبانی فرهنگی از جمله مواردی هستند که برای توسعه و تقویت شرکت‌های زنان روستایی ضروری است. علاوه بر این، استراتژی‌های زیر یعنی فرهنگ‌سازی، برنامه‌های توانمندسازی زنان، تداوم اجرای برنامه‌های مشاوره و آموزش و تشویق بنگاه‌های اقتصادی زنان لازم هستند. همچنین نتایج تحلیل عاملی نشان داد که عوامل اقتصادی، فرهنگی-اجتماعی و آموزشی می‌توانند تقریباً ۶۰ درصد از عوامل موثر در توسعه و تقویت مشاغل زنان روستایی را تبیین نمایند (Movahedi et al, 2017). یولیاتی و ایسکاسکار^۱ (۲۰۱۶) استراتژی افزایش مشارکت زنان کشاورز در برنامه ذخیره و انبار مواد غذایی روستاهای واقع در شرق جاوا را با مدل تحلیلی - توصیفی SWOT بررسی و نشان دادند بهترین استراتژی مدل SWOT نیز استراتژی رقابتی با پیگیری استاندارد کردن دستمزد بین کارگران زنان و مردان روستایی است، همچنین برای توسعه فعالیت‌های زنان کشاورز در ارتباط با امنیت غذایی (محصولات غذایی)، ارائه آموزش منظم به

^۱ Yuliati and Iskaskar

زنان در راستای فعالیتهای مرتبط با امنیت غذایی، جامعه‌پذیری و آگاهی جنسیتی جامعه و رهبران مذهبی، شکل دادن و توانمندسازی گروه‌های کشاورز زن و همچنین ایجاد و تقویت شبکه‌ها بین گروه‌های کشاورز زن است (Yuliati & Iskaskar, 2016). کولکچی^۱ و همکاران (۲۰۱۲) با بررسی نقش زنان در گردشگری روستایی گازیلر^۲ شهرستان ارزروم^۳ ترکیه نشان دادند توسعه فعالیتهای گردشگری روستایی، با وجود قابلیت‌های مهم گردشگری مانند کوه، فلات و میراث فرهنگی می‌تواند به حل چالش‌های اقتصادی-اجتماعی با مشارکت زنان کمک کند (Külekçi et al, 2012). تروونگ^۴ و همکاران (۲۰۲۰) عوامل موثر بر نقش زنان در توسعه اقتصادی خانوارهای روستایی ناحیه تریو سون^۵ استان تان هوای ویتنام را ناشی از سطح تحصیلات، بهداشت، سیاست‌های اجتماعی، دسترسی به اطلاعات و نابرابری جنسیتی و غیرو می‌دانند که بر نقش زنان در توسعه اقتصادی خانوارهای روستایی تاثیر دارند. بویژه عدم دسترسی به اطلاعات، عامل مهمی است که باعث می‌شود زنان از دانش کافی در جهت تولید برخوردار نباشند. عدم دسترسی زنان به اطلاعات و دانش تولید، تا حدی ناشی از کنترل بیش از حد مردان بر منابع است که مانع از دستیابی بسیاری از زنان به منابع اطلاعاتی از قبیل جلسات آموزشی، تبلیغی و یادگیری می‌شود (Truong et al, 2020). جیوتی^۶ و همکاران (۲۰۱۱) عوامل موثر بر جهت‌گیری و رضایت زنان کارآفرین در مناطق روستایی هند را بررسی و برای رفع مشکل کارآفرینی، راهکارهای زیر را ارائه کردند: ۱) بانک‌ها و موسسات مالی باید با حمایت و ایجاد انگیزه جهت راه اندازی واحدها قدم بردارند، ۲) حکومت باید نیروی برق واحدها را با قیمت پایین تامین کند، ۳) آموزش‌های لازم در ارتباط با کارآفرینی زنان در راستای برنامه توسعه ارائه شود، ۴) آژانس‌های توسعه کارآفرینی باید در مورد طرح‌های مختلف وام که هر از چندگاهی توسط دولت راه‌اندازی می‌شود، در بین آنها آگاهی ایجاد کنند و ۵) برای کارآفرینان زن باید برنامه‌های آموزشی ویژه جهت ارائه افکار و طرح‌های ابتکاری خود تدوین گردد (Jyoti et al, 2011). راد^۷ و همکاران (۲۰۱۲) با بررسی مشارکت زنان روستایی در توسعه پایدار نشان دادند که جمعیت جوان تحصیلات بهتری دارند و بیشتر زنان تمایل دارند دخترانشان تحصیلات و مشاغل بهتری کسب کنند. همچنین به جای سن، تحصیلات به عنوان عامل مهمی در مشارکت زنان روستایی در فرایندهای تصمیم‌گیری روستایی است (Rad et al, 2012). آکرله و آیهونسو^۸ (۲۰۱۱) نشان دادند که خانواده زنان در موفقیت و اداره شغل تجاری از طریق حمایت و پشتیبانی از آنها نقش داشته و برخی از فاکتورهای اقتصادی-اجتماعی به عنوان مانعی برای رشد زنان کارآفرین عمل می‌کنند. البته زنان در صورت عدم نگرانی از نگرش‌های جامعه، موفق‌تر عمل می‌کنند (Akerele and Aihonsu, 2011).

روش‌شناسی

در این پژوهش، جمع‌آوری اطلاعات به دو روش اسنادی و میدانی انجام شده و از حیث هدف کاربردی و از نظر نحوه گردآوری داده‌ها، توصیفی از نوع پیمایشی است. از آنجایی که این تحقیق کاربردی است و نیاز به داده‌هایی مناسب و مستند دارد، لذا تعداد ۶۶ پرسشنامه بین دهیاران روستاهای منتخب پخش گردید که حجم نمونه این پژوهش را تشکیل می‌دهند. همچنین روایی پرسشنامه تدوین شده در ۴۰ گویه با استفاده از آزمون آلفای کرونباخ

^۱ Külekçi

^۲ Gaziler

^۳ Erzurum

^۴ Truong

^۵ Trieu Son

^۶ Thanh Hoa

^۷ Jyoti

^۸ Rad

^۹ Akerele and Aihonsu

تعیین شد. این ضریب برای سنجش میزان تک بعدی بودن نگرش‌ها، قضاوت‌ها و سایر مقولاتی که اندازه‌گیری آنها آسان نیست به کار می‌رود.

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left(1 - \frac{\sum_{i=1}^K \sigma_i^2}{\sigma^2} \right) \quad (1)$$

در این رابطه K تعداد گویه‌ها، σ_i^2 واریانس نمرات مربوط به گویه شماره i ام و σ^2 نیز واریانس جمع نمره‌های هر پاسخگو است. در جدول ۱ ضریب آلفای کرونباخ و پایایی درونی آن آورده شده است. (Gheyasvand, 2013).

جدول ۱. ضریب آلفای کرونباخ و پایایی درونی آن

ردیف	۱	۲	۳	۴	۵	۶	آزمون کرونباخ
ضریب آلفای کرونباخ	$\alpha \geq 0.9$	$0.9 > \alpha \geq 0.8$	$0.8 > \alpha \geq 0.7$	$0.7 > \alpha \geq 0.6$	$0.6 > \alpha \geq 0.5$	$\alpha > 0.5$	۰/۹۳۷
پایایی درونی	عالی	خوب	قابل قبول	مورد سوال	ضعیف	غیر قابل قبول	عالی

نتایج بدست آمده از محاسبه آزمون آلفای کرونباخ بر روی گویه‌های مختلف نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید در جدول ۲ و مقایسه آنها با مقادیر آلفای جدول ۱ نشان می‌دهد که مقدار ضریب آلفای کرونباخ گویه‌های نقاط قوت و تهدید در حد "مناسب" و مقدار همین ضریب برای گویه‌های نقاط ضعف و فرصت در حد "عالی" هستند.

جدول ۲. ضریب آلفای کرونباخ برای عوامل داخلی (قوت‌ها و ضعف‌ها) و عوامل خارجی (فرصت‌ها و تهدیدها)

عوامل	قوت‌ها	ضعف‌ها	فرصت‌ها	تهدیدها
تعداد سوالات	۱۲	۹	۱۵	۴
آلفای کرونباخ	۰/۸۹۲	۰/۹۱۲	۰/۹۳۹	۰/۸۵۵

برای تعیین استراتژی‌های اخذ شده جهت افزایش مشارکت زنان در اقتصاد روستاهای شهرستان شفت از مدل SWOT استفاده شد. تکنیک یا ماتریس SWOT، که گاهی TOWS نیز نامیده می‌شود، ابزاری برای شناخت تهدیدها و فرصت‌های موجود در محیط خارجی یک سیستم و بازشناسی ضعف‌ها و قوت‌های داخلی آن به منظور سنجش وضعیت و تدوین راهبرد برای هدایت و کنترل آن سیستم است (Karimi & Mahboobfar, 1391). از دیدگاه این مدل، یک استراتژی مناسب، قوت‌ها و فرصت‌ها را به حداکثر و ضعف‌ها و تهدیدها را به حداقل ممکن می‌رساند. برای این منظور، نقاط قوت و ضعف و فرصت‌ها و تهدیدها در چهار حالت کلی SO، WO، ST و WT پیوند داده می‌شوند و گزینه‌های استراتژی از بین آنها انتخاب می‌شوند (Harrison & Karun, 2003). قبل از هر چیز یک سیستم باید محیط بیرونی خود را بررسی و پویش کند تا بتواند فرصت‌ها و تهدیدهای بالقوه را کشف کند، همچنین باید محیط داخلی را نیز کاوش کند تا بتواند به نقاط قوت و ضعف خود پی ببرد. ماتریس SWOT امکان تدوین چهار انتخاب یا راهبرد متفاوت را فراهم می‌آورد. البته در جریان عمل، برخی از راهبردها با یکدیگر همپوشانی داشته، یا به طور همزمان هماهنگ با یکدیگر به اجرا در می‌آیند. در واقع، برحسب وضعیت سیستم، چهار دسته راهبرد را که از نظر درجه کنشگری متفاوت هستند، می‌توان تدوین کرد (جدول ۳).

جدول ۳- ماتریس SWOT

عوامل بیرونی	عوامل درونی	فهرست قوت‌ها (S)	فهرست ضعف‌ها (W)
فهرست فرصت‌ها (O)	ناحیه ۱ (SO): استراتژی‌های تهاجمی	ناحیه ۳ (WO): استراتژی‌های محافظه کارانه	
فهرست تهدیدها (T)	ناحیه ۲ (ST): استراتژی‌های رقابتی	ناحیه ۴ (WT): استراتژی‌های تدافعی	

۱- **راهبرد دفاعی:** هدف کلی راهبرد دفاعی یا حداقل-حداقل، که می‌توان آن را «راهبرد بقا» نیز نامید، کاهش ضعف‌های سیستم برای کاستن و خنثی‌سازی تهدیدها است.

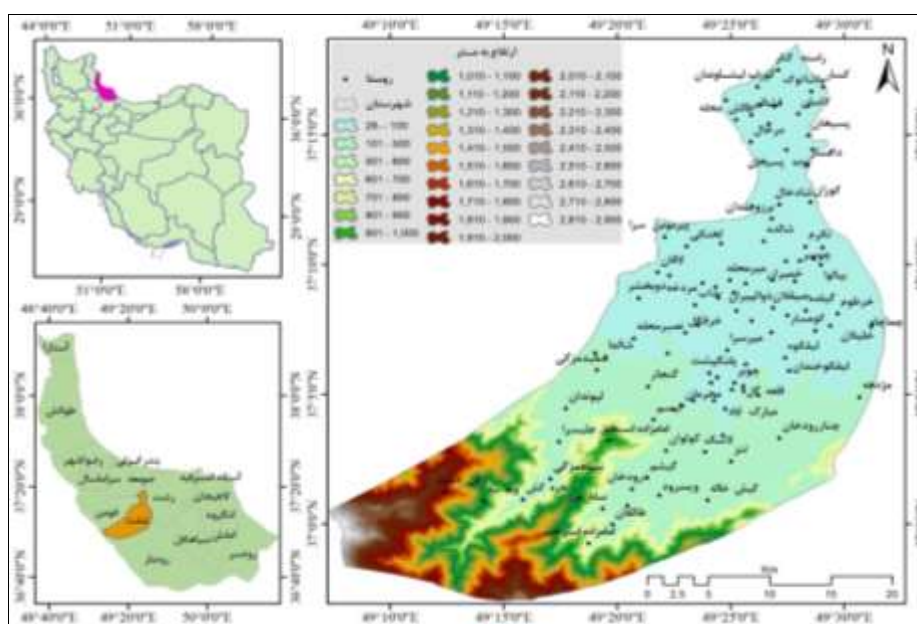
۲- **راهبرد انطباقی:** راهبرد انطباقی یا راهبرد حداقل-حداکثر، تلاش دارد با کاستن ضعف‌ها، حداکثر استفاده را از فرصت‌های موجود ببرد.

۳- **راهبرد اقتضایی (حداکثر-حداقل):** این راهبرد بر پایه بهره‌گرفتن از قوت‌های سیستم برای مقابله با تهدیدات تدوین می‌شود و هدف آن به حداکثر رساندن نقاط قوت و به حداقل رساندن تهدیدات است.

۴- **راهبرد تهاجمی (حداکثر-حداکثر):** تمام سیستم‌ها خواهان وضعیتی هستند که قادر باشند همزمان قوت و فرصت‌های خود را به حداکثر برسانند. برخلاف راهبرد دفاعی که یک راه‌حل واکنشی است، راهبرد تهاجمی یک راه حل کنشگر است. در همین راستا از ماتریس برنامه‌ریزی استراتژیک کمی (QSPM) برای مشخص کردن جذابیت بین استراتژی‌هایی که در مرحله تصمیم‌گیری بکار می‌رود، استفاده شده است. این تکنیک مشخص می‌کند که کدام یک از گزینه‌های استراتژیک انتخاب شده، امکانپذیر است و در واقع اولویت‌بندی این استراتژی‌ها را مشخص می‌کند (Zarabi & Mahboubfar, 2014). همچنین از تحلیل عاملی اکتشافی جهت شناسایی مولفه‌های نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید استفاده شد. سه گام اصلی در تحلیل عاملی وجود دارد: (۱) محاسبه‌ی ماتریس همبستگی تمام متغیرها، (۲) استخراج عامل‌های اولیه، که برای انجام این کار، محقق باید دو تصمیم بگیرد: الف) روش استخراج، ب) تعداد عامل‌های مستخرج. دو روش مولفه‌های اصلی و عامل‌یابی برای استخراج مولفه‌ها وجود دارد. برای تعیین تعداد عامل‌هایی که باید استخراج شوند، از دو معیار ساده مقادیر ویژه و نمودار سنگریزه استفاده می‌شود. تنها عامل‌هایی با مقادیر ویژه ۱ یا بزرگتر از ۱ برای معناداری بررسی می‌شوند، و تمامی عامل‌ها با مقادیر ویژه‌ی کوچکتر از ۱ نادیده گرفته می‌شوند. (۳) دَوَران (چرخش) عامل‌های مستخرج، نیز تفسیر عامل‌هایی که در مرحله‌ی استخراج آغازین تولید می‌شوند، معمولاً مشکل است. چون در این مرحله، امکان این‌که متغیرها با عامل‌هایی که قبلاً استخراج شده‌اند، همبستگی بالایی داشته باشد، نادیده گرفته می‌شود. به‌وسیله‌ی دوران، متغیرهایی که روی یک عامل در نظر گرفته شده‌اند، دیگر روی عامل دیگر به‌کار نرفته و مشکل برطرف می‌گردد. دو نوع دوران متعامد و اریب وجود دارد، که در دوران متعامد (Orthogonal) عامل‌ها ناهمبسته و در دوران اریب (Oblique) عامل‌ها همبسته در نظر گرفته می‌شوند (نایی، ۱۳۹۲).

قلمرو جغرافیایی پژوهش

شهرستان شفت با مساحت ۶۸۱ کیلومتر مربع شامل دو شهر شفت و احمد سرگوراب، دو بخش مرکزی و احمد سرگوراب، چهار دهستان ملاسرا، جیرده، نصیرمحل و چوبر است. ساکنان این شهرستان ۸۷ درصد در روستا زندگی می‌کنند، قومیت و زبان رسمی مردم و مناطق کوهستانی شفت، تالشی و در قسمت‌های جلگه‌ای گیلکی است. این شهرستان از نظر اقتصادی به کشاورزی، دامپروری و یا صنایع وابسته به این دو متکی است. (مرکز آمار ایران، ۱۳۹۵:۱۵)



شکل ۱. نقشه موقعیت جغرافیایی محدوده مورد مطالعه و پراکنش روستاهای نمونه

برنج از محصولات مهم کشاورزی منطقه است همچنین باغداری، پرورش دام و طیور، زنبورداری، شیلات، پرورش آبزیان و کرم ابریشم از دیگر فعالیت‌های جاری این شهرستان است. از نظر ناهمواری‌ها، از سه قسمت کوهستانی کوهپایه‌ای و جلگه‌ای تشکیل شده است که مساحت این بخش‌ها نسبتاً برابر هم هستند (شکل ۱).

یافته‌ها و بحث

در راستای انجام تحلیل عاملی اکتشافی بر روی سوالات نقاط قوت مدل SWOT، ضریب کفایت نمونه برابر ۰/۸۴۱ بدست آمد که بیانگر کافی بودن حجم نمونه جهت تحلیل عاملی است. این مهم نیز برای سایر سوالات، یعنی سوالات مربوط به نقاط ضعف، فرصت و تهدید به ترتیب برابر با ۰/۸۳۷، ۰/۸۷۱ و ۰/۷۸۰ محاسبه شد. در مجموع نتایج آزمون KMO نشان‌دهنده کفایت نمونه برای تحلیل عاملی در حد عالی است، و می‌توان برای تحلیل عاملی از این نمونه‌ها استفاده کرد. همچنین آزمون بارتلت برای نشان دادن تعمیم‌پذیری نتایج نمونه احتمالی به کل جامعه انجام شده است. در این آزمون فرض H_0 بر ناهمبسته بودن متغیرها در سطح $\alpha = 0.05$ دلالت دارد. بنابراین اگر مقدار P value محاسبه شده کوچکتر از سطح معنی‌داری تعریف شده ($\alpha = 0.05$) باشد، فرض صفر رد و فرض خلاف آن مبنی بر وجود همبستگی بین متغیرها پذیرفته می‌شود. نتایج آزمون بارتلت بر روی سوالات مربوط به نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید نشان می‌دهد که در هر چهار مورد مقدار P value محاسبه شده کوچکتر از سطح معنی‌داری $\alpha = 0.05$ است. بنابراین فرض خلاف صفر مبنی بر وجود همبستگی بین متغیرها یا سوالات تایید می‌گردد (جدول ۴).

جدول ۴. نتایج آزمون بارتلت و KMO بر روی گویه‌های مربوط به نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید

سوالات	کفایت نمونه (KMO)	آزمون کرویت بارتلت (Bartlett's Test of Sphericity)	درجه آزادی (Degrees of freedom)	سطح معنی‌داری (sig)
نقاط قوت	۰/۸۴۱	۳۷۴/۱۷۵	۶۶	۰/۰۰۰
نقاط ضعف	۰/۸۳۷	۳۷۰/۸۸۱	۳۶	۰/۰۰۰
نقاط فرصت	۰/۸۷۱	۶۶۷/۸۳۷	۱۰۵	۰/۰۰۰
نقاط تهدید	۰/۷۸۰	۱۲۶/۲۳۶	۶	۰/۰۰۰

تحلیل عاملی گویه‌های مختلف (۱۲ گویه) نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید مدل SWOT در محیط نرم‌افزار SPSS به روش تحلیل مولفه‌های مبنا و چرخش به روش واریماکس نتایج زیر را بدست می‌دهد:

در جدول ۵ تعداد عامل‌ها، مقدار ویژه، مجموع مربع بارهای مستخرج و مجموع مربع بارهای دوران یافته آورده شده است. در این جدول برای ۱۲ گویه نقاط قوت، سه مولفه شناسایی شده است. مقدار ویژه مولفه‌های اول تا سوم به ترتیب برابر با ۵/۵۸۷، ۱/۳۹۱ و ۱/۰۵۶ بدست آمد. درصد واریانس تبیین شده هر عامل در حالت غیردورانی برابر با ۴۶/۵۵۴، ۱۱/۵۹۱ و ۸/۷۹۸ برای مولفه اول، دوم و سوم محاسبه شد. بعد از دوران محورها، میزان واریانس تبیین شده توسط هر مولفه تعدیل یافته و سهم واریانس مولفه دوم و سوم افزایش می‌یابد. بنابراین سهم واریانس تبیین شده توسط هر مولفه بعد از دوران محورها برابر با ۳۱/۰۵، ۲۲/۳۳ و ۱۳/۵۶۴ بدست آمد. همانگونه که مشاهده می‌شود سهم واریانس کل در حالت دورانی و غیردورانی هیچ تغییری نکرده و مقدار آن برابر با ۶۶/۹۴۳ است. در نهایت باید گفت سه مولفه اول، دوم و سوم، در مجموع ۶۶/۹۴۳ درصد واریانس کل داده‌ها را تبیین کرده و واریانس باقیمانده توسط مولفه‌های دیگر قابل تبیین است که از اهمیت چندانی برخوردار نیستند.

تحلیل عاملی گویه‌های مربوط به نقاط ضعف مدل SWOT با ماتریسی به ابعاد 66×9 سطر و ستون نشان داد یک مولفه با مقدار ویژه اولیه ۵/۳۲۴ در حدود ۵۹/۱۵۴ درصد واریانس داده‌ها را تبیین می‌کند. همانگونه که مشاهده می‌شود در مواقعی که یک مولفه قادر به تبیین واریانس باشد و با چرخش دورانی (به روش واریماکس) و تکرار آن، هیچ تغییری در تعداد مولفه‌ها ایجاد نشود نتایج آن با حالت غیردورانی آن تفاوت نداشته و همان حالت غیردورانی بعنوان مولفه اصلی تبیین کننده واریانس داده‌ها انتخاب می‌شود (جدول ۵).

جدول ۵. تعداد عامل‌ها، مقدار ویژه، درصد واریانس تبیین شده توسط هر عامل برای نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید

مولفه‌ها	نقاط قوت								
	مجموع مربع بارهای دوران یافته			مجموع مربع بارهای مستخرج			مقادیر ویژه اولیه		
	درصد تجمعی	درصد واریانس	کل	درصد تجمعی	درصد واریانس	کل	درصد تجمعی	درصد واریانس	کل
اول	۳۱/۰۵	۳۱/۰۵	۳/۷۲۶	۴۶/۵۵۴	۴۶/۵۵۴	۵/۵۸۷	۴۶/۵۵۴	۴۶/۵۵۴	۵/۵۸۷
دوم	۵۳/۳۸	۲۲/۳۳	۲/۶۸	۵۸/۱۴۵	۱۱/۵۹۱	۱/۳۹۱	۵۸/۱۴۵	۱۱/۵۹۱	۱/۳۹۱
سوم	۶۶/۹۴۳	۱۳/۵۶۴	۱/۶۲۸	۶۶/۹۴۳	۸/۷۹۸	۱/۰۵۶	۶۶/۹۴۳	۸/۷۹۸	۱/۰۵۶
مولفه‌ها	نقاط ضعف								
	مجموع مربع بارهای دوران یافته			مجموع مربع بارهای مستخرج			مقادیر ویژه اولیه		
	درصد تجمعی	درصد واریانس	کل	درصد تجمعی	درصد واریانس	کل	درصد تجمعی	درصد واریانس	کل
اول	-	-	-	۵۹/۱۵۴	۵۹/۱۵۴	۵/۳۲۴	۵۹/۱۵۴	۵۹/۱۵۴	۵/۳۲۴
مولفه‌ها	نقاط فرصت								
	مجموع مربع بارهای دوران یافته			مجموع مربع بارهای مستخرج			مقادیر ویژه اولیه		
	درصد تجمعی	درصد واریانس	کل	درصد تجمعی	درصد واریانس	کل	درصد تجمعی	درصد واریانس	کل
اول	۳۲/۳۱۶	۳۲/۳۱۶	۴/۸۴۷	۵۴/۴۸۵	۵۴/۴۸۵	۸/۱۷۳	۵۴/۴۸۵	۵۴/۴۸۵	۸/۱۷۳
دوم	۶۲/۲۸۱	۲۹/۹۶۴	۴/۴۹۵	۶۲/۲۸۱	۷/۷۹۵	۱/۱۶۹	۶۲/۲۸۱	۷/۷۹۵	۱/۱۶۹
مولفه‌ها	نقاط تهدید								
	مجموع مربع بارهای دوران یافته			مجموع مربع بارهای مستخرج			مقادیر ویژه اولیه		
	درصد تجمعی	درصد واریانس	کل	درصد تجمعی	درصد واریانس	کل	درصد تجمعی	درصد واریانس	کل
اول	-	-	-	۷۰/۵۳۷	۷۰/۵۳۷	۲/۸۲۱	۷۰/۵۳۷	۷۰/۵۳۷	۲/۸۲۱

تحلیل عاملی ۱۵ گویه نقاط فرصت مدل SWOT، با ماتریسی به ابعاد 66×15 سطر و ستون نشان داد که دو مولفه در مجموع ۶۸/۲۸۱ درصد واریانس داده‌ها را تبیین می‌کنند. مقدار ویژه اولیه مولفه اول و دوم به ترتیب برابر با

۸/۱۷۳ و ۱/۱۶۹ درصد بدست آمد که مولفه اول ۵۴/۴۸۵ درصد واریانس داده‌ها و مولفه دوم ۷/۷۹۵ درصد واریانس داده‌ها را تبیین کرده‌اند. اما بعد چرخش محورها، مقدار ویژه مولفه اول و دوم به ۴/۸۴۷ و ۴/۴۹۵ تغییر کرده است. در نتیجه از مقدار ویژه اولیه مولفه اول در حالت غیردورانی کاسته شده و به مقدار ویژه مولفه دوم در حالت دورانی افزوده می‌شود. در نتیجه واریانس تبیین شده توسط مولفه اول و دوم در حالت دورانی به ۳۲/۳۱۶ و ۶۲/۲۸۱ تغییر می‌یابد و واریانس کل تبیین شده توسط این دو برابر با ۶۲/۲۸۱ خواهد شد (جدول ۵).

در نهایت تحلیل عاملی اکتشافی نقاط تهدید مدل SWOT با ماتریسی به ابعاد 65×4 سطر و ستون نشان‌دهنده آنست که یک مولفه با مقدار ویژه ۲/۸۲۱ و واریانس ۷۰/۵۳۷ درصد تبیین‌کننده گویه‌ها است. بنابراین یک مولفه قادر است ۷۰/۵۳۷ درصد واریانس داده‌ها را تبیین و واریانس باقیمانده (100 - 70.537) توسط عوامل دیگر که تاثیرشان محدود است تبیین می‌شود (جدول ۵).

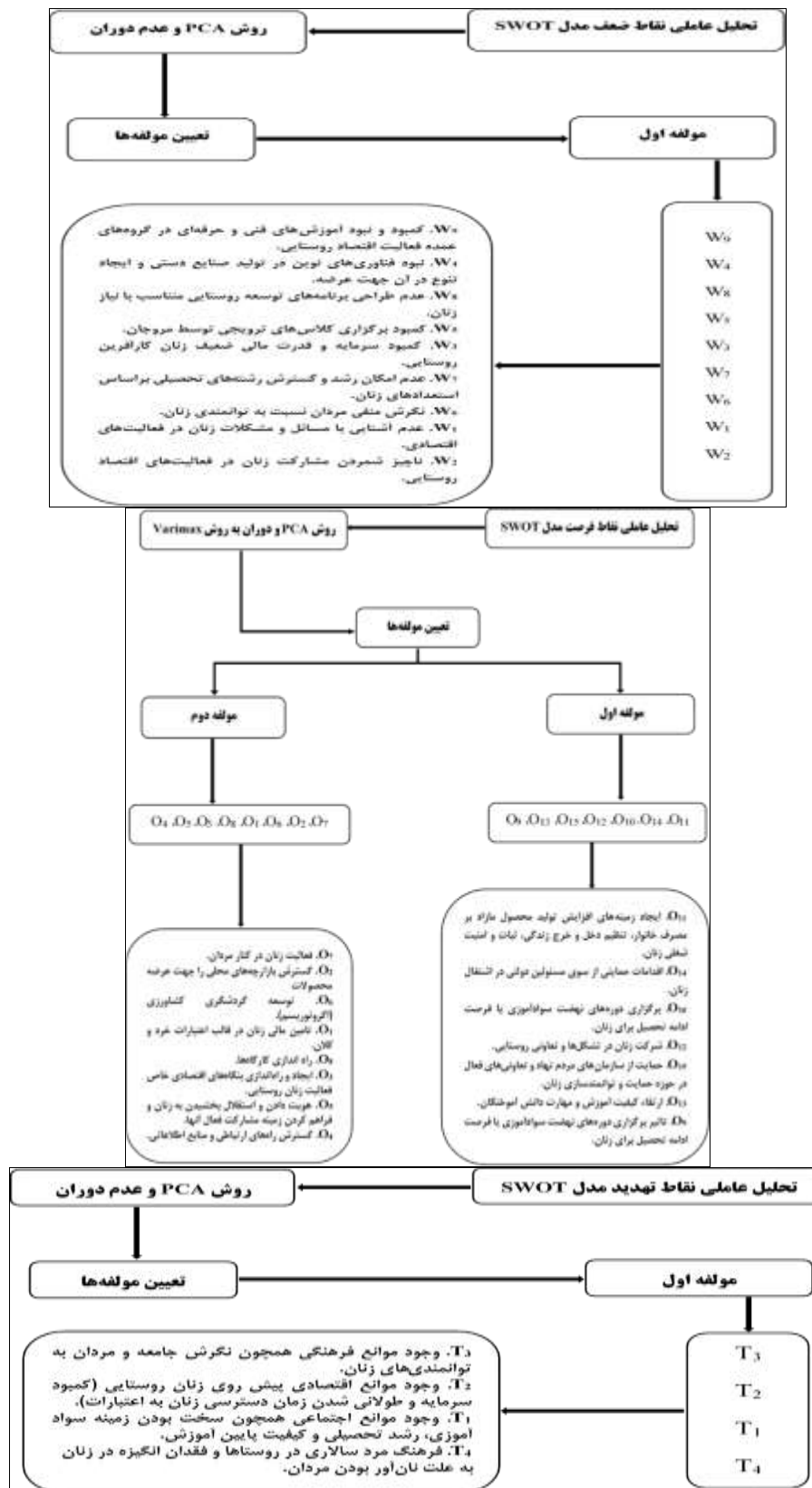
در همین راستا، ماتریس بارعاملی گویه‌های مربوط مولفه‌های مختلف نقاط فرصت در حالت دورانی نشان داد، مولفه اول گویه‌های S1, S2, S3, S4, S5, S6, S7, S8, S9, S10, S11, S12 را در بر می‌گیرد که به ترتیب نزولی دارای بار عاملی ۰/۷۹۸، ۰/۷۴۴، ۰/۷۰۸، ۰/۶۸۲، ۰/۶۸۲، ۰/۶۲۴، ۰/۵۵۱، ۰/۵۰۹ هستند. همینطور مولفه دوم شامل گویه‌های S1, S2, S3, S4, S5, S6, S7, S8, S9, S10, S11, S12 بوده و به ترتیب دارای بار عاملی ۰/۸۵۸، ۰/۷۴۴، ۰/۶۵۰ و ۰/۶۵۰ هستند. همینطور مولفه سوم در برگرنده گویه S7 با بار عاملی ۰/۸۳۸ مشخص می‌شوند. بار عاملی در واقع همان همبستگی آن متغیر با مولفه مورد نظر است، برای انتخاب مولفه برای هر گویه، از بار عاملی استفاده می‌شود بطوریکه بارعاملی بالاتر نشان‌دهنده تبیین آن گویه توسط مولفه مورد نظر است. در مجموع از ۱۲ سوال مربوط به نقاط قوت، ۸ سوال با عامل اول، ۳ سوال با عامل دوم و ۱ سوال با عامل سوم رابطه خوبی دارند. اولین مولفه نقاط قوت مدل SWOT، گویه مربوط به "بستر فرهنگی مناسب جهت اشتغال زنان" است. البته گویه‌های دیگر همچون "افزایش تقاضای محصولات کشاورزی ارگانیک توسط شهرها"، "سیاست‌های جهانی در رابطه با اهمیت کار زنان"، "نگرش مثبت بانک‌ها و نهادهای مالی با کسب و کار زنان"، "وجود زنان بعنوان نیروی انسانی"، "تجلیل زنان بعنوان مدیران و محافظان منابع طبیعی و محیط زیست"، "استفاده از زنان در توسعه پایدار" و "تامین امنیت غذایی و تولید محصولات مازاد بر نیاز خانوار توسط زنان"، جزء مولفه اول محسوب می‌شوند زیرا ضریب بارعاملی گویه‌های فوق با مولفه اول بزرگتر از دو مولفه دیگر است. مولفه دوم نیز گویه "وجود فعالیت‌های مختلف کشاورزی" است که فعالیت زنان در این بخش تاثیر بسزایی در تولید و فروش محصولات به گردشگران یا شهرهای مجاور دارد. دو گویه "انگیزه زنان در توسعه، تکامل خانواده و حفظ محیط زیست" و "توسعه گردشگری در مناطق کوهستانی-جلگه‌ای جهت اشتغال زنان در بوم‌گردی" نیز با این مولفه قرابت بیشتری دارند. و در نهایت مولفه سوم با گویه "جاذبه‌های گردشگری، افزایش گردشگران و فروش صنایع دستی" مشخص می‌شود. بنابراین سه مقوله ایجاد شرایط فرهنگی مناسب برای اشتغال زنان، وجود فعالیت‌های مختلف کشاورزی و فروش آن به گردشگران از جمله زمینه‌های اشتغال زنان و اولویت‌های تعیین شده برای مشارکت زنان در توسعه اقتصاد روستایی است که باید در روستاهای شهرستان شفت لحاظ گردد (شکل ۲).

همچنین ماتریس بار عاملی ۹ گویه نقاط ضعف نشان می‌دهد که گویه W9 با بار عاملی ۰/۸۳۱ بعنوان اولین اولویت انتخاب شده است که در تحلیل‌های علوم انسانی و اجتماعی، اولین بار عاملی مولفه‌ها که بعنوان نماینده و اولویت مد نظر پرسش شوندگان است باید بیشتر توجه شود. سایر گویه‌ها یعنی W1, W2, W3, W4, W5, W6, W7, W8, W9 به ترتیب با ضرب بار عاملی ۰/۷۹۹، ۰/۷۹۸، ۰/۷۸۸، ۰/۷۶۱، ۰/۷۵۶، ۰/۷۴۷، ۰/۷۳۱ و ۰/۷۰۳ در اولویت‌های بعدی قرار می‌گیرند. در این مولفه، اختلاف بین حداکثر و حداقل بار عاملی ۰/۱۲۸ و میانگین بارعاملی تمامی گویه‌ها ۰/۷۶۸ محاسبه شد. با توجه به اختلاف کم مقادیر حداقل و حداکثر پر واضح است تفاوت بین فراوانی پاسخ‌دهندگان به گویه‌ها آنقدر زیاد نیست که مولفه دیگری به مولفه اول اضافه شود و این نشان از حداکثر انسجام درون‌گروهی داده‌ها است. بنابراین تنها مولفه نقاط ضعف مدل SWOT، گویه مربوط به "کمبود و نبود آموزش‌های فنی و حرفه‌ای در گروه‌های عمده فعالیت اقتصاد روستایی" است. البته سایر گویه‌ها از قبیل "نبود فناوری‌های نوین در تولید صنایع

دستی و ایجاد تنوع در آن جهت عرضه"، "عدم طراحی برنامه‌های توسعه روستایی متناسب با نیاز زنان"، "کمبود برگزاری کلاس‌های ترویجی توسط مروجان"، "کمبود سرمایه و قدرت مالی ضعیف زنان کارآفرین روستایی"، "عدم امکان رشد و گسترش رشته‌های تحصیلی براساس استعدادهاى زنان"، "نگرش منفی مردان نسبت به توانمندی زنان" عدم آشنایی با مسائل و مشکلات زنان در فعالیتهای اقتصادی" و "ناچیز شمردن مشارکت زنان در فعالیتهای اقتصاد روستایی" جزء مولفه اول هستند. بنابراین می‌توان گفت "عدم وجود امکانات" و همچنین "تغییر رویکرد فرهنگی" از جمله نقاط ضعف مشارکت زنان در توسعه اقتصاد روستایی محسوب می‌شود (شکل ۲).

بارعاملی گویه‌های مختلف نقاط فرصت مدل SWOT بیانگر آن است که گویه O11 با بار عاملی ۰/۸۲۶ بعنوان مهمترین گویه مولفه اول و گویه O7 با بارعاملی ۰/۸۲۶ بعنوان مهمترین گویه مولفه دوم محسوب می‌شوند. سایر گویه‌های واقع در مولفه اول یعنی O14, O10, O12, O15, O13 و O9 به ترتیب دارای بارعاملی ۰/۷۹۹, ۰/۷۵۳, ۰/۷۳۰, ۰/۷۲۵, ۰/۷۰۰, ۰/۶۶۳ هستند. دامنه تغییرات بارعاملی حداکثر و حداقل گویه‌های مولفه اول برابر با ۰/۱۴۴ و میانگین آنها برابر با ۰/۷۳۹ بدست آمد. در همین راستا سایر گویه‌های واقع در مولفه دوم یعنی O2, O6, O1, O8, O3, O5 و O4 به ترتیب دارای بارعاملی ۰/۷۷۴, ۰/۶۸۹, ۰/۶۸۶, ۰/۶۸۴, ۰/۶۳۵, ۰/۵۴۵ و ۰/۵۳۷ هستند. دامنه تغییرات بارعاملی حداکثر و حداقل گویه‌های واقع در مولفه دوم برابر با ۰/۲۸۹ و میانگین آنها برابر با ۰/۶۷۲ بدست آمد. بنابراین بالا بودن میانگین مولفه اول نسبت به مولفه دوم نشان‌دهنده آن است که کسینوس زاویه بین محور مولفه اول با گویه‌های واقع در این مولفه نزدیکتر است و این مولفه معرف تک‌تک گویه‌ها بوده و قادر است بجای گویه‌ها قرار گرفته و ارزیابی درستی از آن به نمایش بگذارد. این موضوع در مورد مولفه دوم هم مصداق دارد ولی شدت آن در مولفه دوم کمتر از مولفه اول است. این موضوع از میانگین گویه‌های دو مولفه مستفاد شده است.





شکل ۲. دیاگرام متغیرهای معرف هر مولفه در تحلیل عاملی نقاط قوت، ضعف، فرصت و ضعف

بنابراین مولفه اول با گویه "ایجاد زمینه‌های افزایش تولید محصول مازاد بر مصرف" و مولفه دوم با گویه "فعالیت زنان در کنار مردان" بعنوان مهمترین گویه‌ها یا مولفه مشارکت زنان روستایی در اقتصاد روستایی در نظر گرفته می‌شوند.

اما سایر گویه‌های واقع در مولفه اول همچون "اقدامات حمایتی از سوی مسئولین دولتی در اشتغال زنان"، "برگزاری دوره‌های نهضت سوادآموزی یا فرصت ادامه تحصیل برای زنان"، "شرکت زنان در تشکلهای و تعاونی روستایی"، "حمایت از سازمان‌های مردم‌نهاد و تعاونی‌های فعال در حوزه حمایت و توانمندسازی زنان"، "ارتقاء کیفیت آموزش و مهارت دانش آموختگان" و "تاثیر برگزاری دوره‌های نهضت سوادآموزی یا فرصت ادامه تحصیل برای زنان" نیز در درجه اهمیت بعدی مولفه اول قرار می‌گیرند. همچنین برای مولفه دوم، گویه‌های "فعالیت زنان در کنار مردان"، "گسترش بازارچه‌های محلی را جهت عرضه محصولات"، "توسعه گردشگری کشاورزی (اگروتوریسم)"، "تامین مالی زنان در قالب اعتبارات خرد و کلان"، "راه اندازی کارگاه‌ها"، "ایجاد و راه‌اندازی بنگاه‌های اقتصادی خاص فعالیت زنان روستایی"، "هویت دادن و استقلال بخشیدن به زنان و فراهم کردن زمینه مشارکت فعال آنها" و "گسترش راه‌های ارتباطی و منابع اطلاعاتی" بعنوان اولویت‌های بعدی مولفه دوم در نظر گرفته شدند (شکل ۲).

در نهایت ماتریس بارعاملی نقاط تهدید نشان داد که گویه سوم (T3) با بار عاملی ۰/۹۱۱، مهمترین گویه نقاط تهدید محسوب می‌شود. سایر گویه‌ها یعنی T2، T1 و T4 بترتیب اهمیت دارای ضریب ۰/۸۵۴، ۰/۸۳۵ و ۰/۷۵۲ بودند. دامنه تغییرات بالاترین مقدار بار عاملی و کمترین مقدار بار عاملی یعنی ۰/۹۱۱ و ۰/۷۵۲ برابر با ۰/۱۵۹ و میانگین بار عاملی گویه‌های این مولفه برابر با ۰/۸۳۸ محاسبه شد. با توجه به تعداد کم گویه‌ها، میانگین بار عاملی گویه‌ها می‌تواند معرف بارعاملی تک تک گویه‌ها باشد. بنابراین مولفه اول با گویه "وجود موانع فرهنگی همچون نگرش جامعه و مردان به توانمندی‌های زنان" مهمترین تهدید پیش‌روی مشارکت زنان در اقتصاد روستایی است. سایر گویه‌ها به ترتیب اولویت شامل "وجود موانع اقتصادی پیش‌روی زنان روستایی (کمبود سرمایه و طولانی شدن زمان دسترسی زنان به اعتبارات)"، "وجود موانع اجتماعی همچون سخت بودن زمینه سوادآموزی، رشد تحصیلی و کیفیت پایین آموزش" و "فرهنگ مرد سالاری در روستاها و فقدان انگیزه در زنان به علت نان‌آور بودن مردان" هستند. در نتیجه برای مشارکت بیشتر زنان باید موانع فرهنگی پیش‌روی آنها برداشته شده و با آشنایی خانوارهای روستایی بخصوص مردان در راستای مشارکت زنان، گام‌های موثری برداشته شود (شکل ۲).

در نهایت با تلخیص گویه‌های متعلق به هر مولفه، مولفه‌های نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید مدل SWOT در جدول ۶ نامگذاری شده‌اند. همانگونه که مشاهده می‌شود مولفه اول نقاط قوت به بستر فرهنگی فعالیت زنان روستایی و تامین اقتصادی آنها اختصاص یافته است زیرا پذیرش جامعه مردان از حضور دوشا دوش زنان در امور اقتصادی روستا از نکات اصلی و مهم این مولفه است که این کار نیامند ایجاد بستر مناسب فرهنگی از طریق آموزش مشترک مردان و زنان است. علاوه بر این تامین نیازهای مالی و حمایت آنها توسط بانک‌ها نیز می‌تواند توان اقتصادی زنان را در راستای تولیدات

روستایی افزایش دهد. اگر برنامه‌ریزی‌ها درست و اصولی انجام گیرد و از مشارکت زنان در حفظ منابع طبیعی و محیط زیست روستاها کمک گرفته شود نتایج قابل قبولی در جهت توسعه پایدار روستایی بدست خواهد آمد. از جمله نکات مثبت مشارکت زنان روستایی نیز اشتغال آنها در بخش‌های مختلف اعم از کشاورزی و صنایع دستی است که در مولفه دوم نقاط قوت مدل SWOT ظهور و بروز یافته است. زیرا استفاده از این قابلیت در راستای توسعه گردشگری باعث رونق اقتصاد روستاها و فروش محصولات تولیدی به مناطق مجاور از جمله شهرها خواهد شد، بدین ترتیب با ایجاد اشتغال، موانع لازم جهت جلوگیری از مهاجرت روستائیان به شهرهای اطراف ایجاد خواهد شد. در نهایت مولفه سوم نقاط قوت مدل SWOT به مقوله گردشگری اختصاص یافته است. گردشگری روستایی در راستای قابلیت‌های موجود گردشگری روستاها باید برنامه‌ریزی و تبلیغ شود. با توجه به توزیع روستاها در سه منطقه جلگه‌ای، کوهپایه‌ای و کوهستانی، پتانسیل‌های مختلف طبیعی و انسانی در نواحی فوق قابل عرضه است که در جذب، اقامت موقت و دائمی آنها موثر واقع می‌افتد. در جدول ۶ نام تنها عامل نقاط ضعف مدل SWOT آورده شده است. بنظر می‌رسد نبود آموزش مناسب و امکانات فنی لازم برای تولید محصولات صنایع دستی و عدم تمکن مالی جهت خرید این ابزارها جهت تولید انبوه می‌تواند برای مشارکت زنان روستایی مشکل آفرین باشد. همچنین بی‌اهمیت جلوه دادن مشارکت زنان در اثر

ضعف فرهنگی حاکم بر روستاها از گذشته از جمله ضعف‌های مهم محسوب می‌شود. نتایج نامگذاری عامل‌های نقاط فرصت مدل SWOT در این جدول آورده شده است. اولین عامل که فرصت محسوب می‌شود تولید مازدای است که در اثر تولید انبوه محصولات کشاورزی و صنایع دستی ایجاد می‌شود و فروش این محصولات به بازارهای شهرهای اطراف و گردشگران می‌تواند در افزایش درآمد روستائیان تاثیر بگذارد.

جدول ۶. عوامل قوت راهکارهای افزایش میزان مشارکت زنان در اقتصاد روستایی به منظور تحلیل عاملی اکتشافی و گویه‌های آن

نقاط	رتبه عامل	نام عامل	درصد واریانس تراکمی	گویه‌ها
	۱	بستر فرهنگی مناسب، تامین مالی و نقش مشارکت زنان در توسعه پایدار.	۳۱/۰۵	S1, S11, S9, S12, S10, S6, S5, S8
قوت	۲	اشتغال زنان در بخش کشاورزی و صنایع مربوط به آن در راستای توسعه گردشگری و حفظ محیط زیست روستاها.	۵۳/۳۸	S4, S2, S3
	۳	جاذبه‌های گردشگری و فروش صنایع دستی.	۶۶/۹۴۳	S7
ضعف	۱	نبود آموزش و امکانات فنی جهت افزایش تولید صنایع دستی و عدم تامین مالی، ضعف فرهنگی و ناچیر انگاشتن مشارکت زنان.	۵۹/۱۵۴	W5, W8, W4, W9, W1, W6, W7, W3, W2
	۱	تولید مازاد، حمایت دولت از زنان و ایجاد تشکلهای و تعاونی‌ها و افزایش سطح سوادآموزی.	۳۲/۳۱۶	O12, O10, O14, O11, O9, O13, O15
فرصت	۲	اشتغال در کنار مردان، توسعه اکروتوریسم، ایجاد بازارچه‌های محلی و بنگاه‌های اقتصادی و کارگاه‌ها، تامین مالی.	۶۲/۲۸۱	O8, O1, O6, O2, O7, O4, O5, O3
تهدید	۱	موانع فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی	۷۰/۵۳۷	T4, T1, T2, T3

همچنین ایجاد تعاونی و مشارکت زنان در این نوع تشکلهای باعث اتحاد و انسجام زنان روستایی در جهت توسعه خدمات روستایی است. البته برای رسیدن به این اهداف ارتقاء سطح دانش عمومی و تخصصی در زمین تولید و بازاریابی جهت فروش تولیدات لازم و ضروری است.

در نهایت تنها مولفه نقاط تهدید را می‌توان به سه حوزه فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی نسبت داد. از جمله موانع مهم فرهنگی که با مشارکت زنان در توسعه اقتصاد روستایی بوجود می‌آید نگرش منفی مردان از قابلیت‌ها و توانایی‌های زنان در اداره برخی از فعالیت‌های روستایی است. همچنین عدم همکاری بانک‌ها و موسسات با کمک مالی به زنان نیز بسیار مهم است. عدم آگاهی و دانش کافی از مشارکت، بطوریکه سایر تکالیفی که در زندگی روزمره بر دوش زنان گذاشته شده دچار اختلال نشود از نکات مهمی است که در ادامه چنین فعالیت‌هایی ممکن است توسط مردان خود با محدودیت مواجه شوند. البته همه نکات گفته شده با مشارکت خانوارها در جلسات آموزشی که توسط متخصصین امر برگزار می‌شود قابل رفع است (جدول ۶).

همانگونه که قبلاً گفته شد یکی از روش‌های اصلی برای دستیابی به برنامه‌ریزی پایدار و تدوین راهبردهای مناسب نیز استفاده از مدل راهبردی SWOT جهت شناسایی و تبیین نقاط قوت و ضعف درونی (داخلی) با فرصت‌ها و تهدیدات بیرونی (خارجی) و همچنین ماتریس مفهومی QSPM است. این ماتریس یکی از ابزارهای مهم برنامه‌ریزی استراتژیک است که از این طریق می‌توان تحلیل نظام‌یافته‌ای برای شناسایی این عوامل ایجاد و استراتژیی که بهترین تطابق را بین آنها ایجاد کند ارائه کرد. در بررسی‌های اولیه مشخص شد که از ۴۰ نقطه تعیین شده برای عوامل داخلی و خارجی، تعداد ۱۲ نقطه قوت در مقابل ۹ نقطه ضعف و تعداد ۱۵ نقطه فرصت در مقابل ۴ نقطه تهدید وجود دارد. بنابراین ۲۷ نقطه قوت و فرصت به عنوان مزیت و تعداد ۱۳ نقطه ضعف و تهدید به عنوان محدودیت و تنگنا پیش‌روی مشارکت زنان در اقتصاد روستایی شهرستان شفت در نظر گرفته شد. برای ارزیابی عوامل داخلی مدل SWOT ابتدا

ضریب اهمیت هر سوال باید مشخص شود در این پژوهش از بارعاملی اختصاص یافته به هر گویه برای محاسبه ضریب اهمیت استفاده شده است. مقدار ضریب اهمیت بگونه‌ای است که مجموع ضرایب اهمیت گویه‌ها باید یک باشد. سپس برای تعیین رتبه هر گویه از میانگین پاسخ‌های مربوط به گزینه‌های هر سوال (یعنی خیلی زیاد، زیاد، متوسط، کم و خیلی کم) استفاده شد که به ترتیب رتبه ۱، ۲، ۳، ۴ و ۵ را دارا بودند. همچنین اکثر پاسخ سوالات گزینه خیلی زیاد (۱)، زیاد (۲) و متوسط (۳) بود در نتیجه میانگین بین ۱/۵ تا ۲/۵ تغییر می‌کند. با توجه به نتیجه ماتریس عوامل داخلی کاملاً مشخص است که نقاط قوت بر ضعف‌های مشارکت زنان در اقتصاد روستایی شهرستان شفت برتری دارد زیرا $(2.511 > 2.5)$ است. همچنین بررسی ماتریس عوامل خارجی نیز نشان از غلبه فرصت‌های پیش‌رو بر تهدیدهای مشارکت زنان در اقتصاد روستایی شهرستان شفت دارد زیرا مقدار محاسبه شده بزرگتر از مقدار مبنای ۲/۵ است $(3.127 > 2.5)$. بدین ترتیب، با توجه به وضعیت نقاط مدل SWOT و برتری نقاط قوت و فرصت بر نقاط ضعف و تهدید، می‌توان گفت آسیب‌پذیری روستاها بالا نیست و با اتخاذ استراتژی و برنامه‌ریزی مناسب در جهت رفع ضعف‌ها و تهدیدهای موجود و تقویت قوت‌ها و فرصت‌ها، روستاهای مورد مطالعه را می‌توان به وضعیت مورد نظر هدایت کرد. بنابراین با بررسی ۴ رکن مدل SWOT موقعیت روستاهای شهرستان شفت در وضعیت SO یعنی برتری قوت‌ها و فرصت‌ها قرار می‌گیرد. بنابراین برای مشارکت زنان در اقتصاد روستایی شهرستان شفت لازم است از راهبرد تهاجمی و استراتژی بازنگری (SO) استفاده کرد. در شکل ۳ استراتژی‌های مدل SWOT و موقعیت مشارکت زنان در اقتصاد روستاهای شهرستان شفت نشان داده شده است.

جدول ۷. ماتریس مدل SWOT و راهبردهای افزایش مشارکت زنان در اقتصاد روستایی شهرستان شفت

فرصت‌ها (Opportunities)	تهدیدها (Threats)
<p>عوامل خارجی</p> <p>←</p> <p>01. تامین مالی زنان در قالب اعتبارات برای مشاغل خانگی، احداث کارگاه‌های صنایع کوچک تبدیلی و تکمیلی، صنایع دستی، اقامتگاه‌های بوم‌گردی و ...</p> <p>02. گسترش بازارچه‌های محلی جهت عرضه محصولات زراعی، باغی، دامی و صنایع تبدیلی و دستی.</p> <p>03. ایجاد و راه اندازی بنگاه‌های اقتصادی خاص فعالیت زنان روستایی.</p> <p>04. گسترش راه‌های ارتباطی و منابع اطلاعاتی (رادیو، تلویزیون، مروجان، همسایگان، مرکز ترویج و خدمات کشاورزی، نشریه‌های محلی، تعاونی تولید، کلاس‌های ترویجی آموزشی و اینترنت).</p> <p>05. هویت دادن و استقلال بخشیدن به زنان و فراهم کردن زمینه مشارکت فعال آنها در امور اقتصادی - اجتماعی - فرهنگی و سیاسی.</p> <p>06. توسعه گردشگری کشاورزی (اگروتوریسم) در شهرستان و نیازسنجی آن.</p> <p>07. فعالیت در کنار مردان که موجب افزایش مسئولیت‌پذیری، اعتماد به نفس و خودتکایی زنان.</p> <p>08. راه اندازی کارگاه‌های خیاطی، سفالگری، حصیر بافی، بافندگی، صنایع تبدیلی همچون: ولید ترشی، مربا، منجمد کردن و بسته‌بندی سبزیجات و حبوبات، تولید خشکبار و ...</p> <p>09. تاثیر برگزاری دوره‌های نهضت سوادآموزی یا فرصت ادامه تحصیل بر مهارت آموزی و افزایش انگیزه زنان جهت مشارکت در اقتصاد روستایی.</p> <p>010. برگزاری دوره‌های نهضت سوادآموزی یا فرصت ادامه تحصیل، فرصتی برای افزایش انگیزه زنان جهت مشارکت در اقتصاد روستایی.</p> <p>011. ایجاد زمینه‌های افزایش تولید محصول مازاد بر مصرف خانوار، تنظیم دخل و خرج زندگی، ثبات و امنیت شغلی زنان بعنوان انگیزه‌ای جهت افزایش مشارکت آنان در اقتصاد روستایی.</p> <p>012. شرکت زنان در تشکلهای و تعاونی روستایی جهت افزایش مشارکت آنان در اقتصاد روستایی.</p> <p>013. ارتقاء کیفیت آموزش و مهارت دانش آموختگان در جهت افزایش مشارکت آنان در اقتصاد روستایی.</p> <p>014. اقدامات حمایتی مسئولین دولتی در اشتغال زنان به منظور افزایش مشارکت آنان در اقتصاد روستایی.</p>	<p>→</p> <p>عوامل داخلی</p> <p>01. وجود موانع فرهنگی (نگرش جامعه و مردان به توانمندی‌های زنان روستایی و عدم استفاده از قدرت و همه توانایی آنها) در افزایش مشارکت زنان در اقتصاد روستایی.</p> <p>02. وجود موانع اقتصادی (کمبود سرمایه و طولانی شدن زمان دسترسی زنان به اعتبارات) در افزایش مشارکت زنان در اقتصاد روستایی.</p> <p>03. وجود موانع اجتماعی (سخت بودن زمینه سواد آموزی، رشد تحصیلی و کیفیت پایین آموزش‌های نهضت سوادآموزی و دوره‌های ترویجی) در افزایش مشارکت زنان در اقتصاد روستایی.</p> <p>04. فرهنگ مرد سالاری در روستاها و فقدان انگیزه در زنان به علت نان‌آور بودن مردان، تهدیدی مقابل افزایش مشارکت زنان در اقتصاد روستایی.</p>

	<p>015. حمایت از سازمان‌های مردم نهاد و تعاونی‌های فعال در حوزه حمایت و توانمندسازی زنان جهت افزایش مشارکت آنان در اقتصاد روستا.</p>	
<p>نقاط قوت (Strength)</p> <p>S1. وجود زنان و مشارکت آنان بعنوان بخش اعظمی از نیروی انسانی.</p> <p>S2. انگیزه زنان در توسعه و تکامل خود، خانواده و حفظ محیط زیست از طریق افزایش مشارکت.</p> <p>S3. وجود فعالیت‌های زراعی، باغی، دامی و لبنی و... در افزایش مشارکت زنان.</p> <p>S4. توسعه گردشگری طبیعی و مذهبی در جلگه و کوهستان و فعالیت زنان در اقامتگاه‌های بوم‌گردی.</p> <p>S5. توجه برنامه‌ریزان توسعه به استفاده از مشارکت زنان روستایی در رسیدن به توسعه پایدار شهرستان.</p> <p>S6. حمایت زنان جهت تولید محصولات سالم مازاد و عرضه به بازارهای اطراف (امنیت غذایی شهرستان).</p> <p>S7. تاثیر جاذبه‌های گردشگری، افزایش گردشگران و افزایش فروش صنایع دستی روستایی شهرستان.</p> <p>S8. تجلیل از زنان روستایی بعنوان اولین مدیران منابع طبیعی و نگهبانان طبیعی محیط در شهرستان.</p> <p>S9. سیاست‌های جهانی (دستور کار ۲۱ اجلاس ریو) در قانون‌گذاری توسعه روستایی به اهمیت کار زنان.</p> <p>S10. وجود بستر فرهنگی مناسب جهت پذیرش اشتغال زنان روستایی شهرستان.</p> <p>S11. نگرش مثبت بانک‌ها و نهادهای مالی به کسب و کارهای زنان روستایی.</p> <p>S12. افزایش تقاضای محصولات کشاورزی طبیعی و ارگانیک از طرف مصرف کنندگان شهری.</p>	<p>استراتژی‌های رقابتی - تهاجمی (SO):</p> <p>۱. تاکید بر مشارکت زنان در کنار مردان و اشتغال این قشر از نیروی کار روستا در بخش‌های مختلف تولیدی و خدماتی (S107 S12 O14 S12 O14).</p> <p>۲. توسعه بوم‌گردی و گردشگری روستایی و استفاده از قابلیت زنان در عرصه صنایع دستی و محصولات تبدیلی جهت عرضه به گردشگران و مناطق شهری پیرامونی (S303 S406 S608).</p> <p>۳. تامین مالی و اعطای اعتبار جهت ایجاد کارگاه‌های کوچک در راستای تولید مازاد و اشتغال و همچنین پرداخت تسهیلات بانکی مدت دار با بهره بسیار کم (S601S706S1108).</p> <p>۴. تاکید بر توسعه پایدار روستایی در راستای سیاست‌های جهانی حمایت از زنان و تجلیل از آنان جهت حفظ و حراست از منابع طبیعی و محیط زیست روستایی و همچنین حمایت مسئولین و نهادهای دولتی از زنان به منظور مشارکت و نقش پررنگ آنها در توسعه اقتصاد روستایی (S805S9014S1014).</p> <p>۵. استراتژی حمایت از مشارکت زنان با ایجاد سازمان‌های مردمی، تعاونی‌ها و غیرو و همچنین بالا بردن سطح آگاهی خانوارها و آموزشهای مفید به آنها جهت استقبال از این فرصت در راستای افزایش سطح درآمد خانوارها و رفاه اجتماعی روستائیان (S6012S1015).</p> <p>۶. استراتژی حذف موانع فرهنگی موجود و ایجاد شرایط مناسب برای ادامه تحصیل زنان و تغییر نگرش مردان و زنان نسبت به مشارکت زنان در فعالیتهای اقتصادی و همچنین بکارگیری و اشتغال زنان در امور محوری روستاها (S1005S1109).</p>	<p>استراتژی‌های تنوع بخشی (ST):</p> <p>۱. از بین بردن موانع فرهنگی پیشروی زنان اعم مردان و سازمان‌ها، نهادهای دولتی و بانک‌ها در راستای مشارکت آنها در توسعه اقتصاد روستایی (S1T1 S10T4).</p> <p>۲. تقویت ارتباط روستا با مناطق شهری اطراف از طریق شبکه‌های ارتباطی و استفاده از رسانه‌های نوظهور جهت ارائه و فروش کالاهای تولیدی کشاورزی و صنایع دستی و آموزش از طریق اینترنت و شبکه‌های اجتماعی (S6T3 S7S12).</p> <p>۳. سالم‌سازی محیط زیست روستایی و حفظ و ممانعت از تخریب منابع طبیعی و حفظ چشم-انداز طبیعی جهت توسعه بوم‌گردی و گردشگری (S4S8).</p> <p>۴. اعطای وام‌های کم بازده و تسهیلات بانکی طولانی مدت و برداشتن موانع اداری به منظور سرعت بخشی به مشارکت زنان در توسعه اقتصادی روستاها (S11T2).</p>
<p>نقاط ضعف (Weakness)</p> <p>W1. عدم آشنایی با مسائل و مشکلات زنان در فعالیتهای اقتصادی روستاهای شهرستان.</p> <p>W2. ناچیز شمردن مشارکت زنان در فعالیتهای اقتصاد روستایی.</p> <p>W3. کمبود سرمایه و قدرت مالی ضعیف زنان کارآفرین روستایی در شهرستان.</p> <p>W4. نبود فناوری‌های نوین در تولید صنایع دستی و ایجاد تنوع در آن جهت عرضه و صادرات.</p> <p>W5. کمبود برگزاری کلاس‌های ترویجی توسط مروجان.</p> <p>W6. نگرش منفی مردان نسبت به توانمندی زنان.</p> <p>W7. عدم امکان رشد و گسترش رشته‌های تحصیلی براساس</p>	<p>استراتژی‌های بازنگری (WO):</p> <p>۱. همکاری بانک‌ها و موسسات و نهادهای مالی در تخصیص منابع مالی جهت اشتغال و مشارکت زنان در فعالیتهای تولیدی و خدماتی روستاها (W3).</p> <p>۲. آموزش و تشویق خانوارها با برگزاری کلاس‌های مشترک در راستای تحقق مشارکت زنان در عرصه‌های مختلف اقتصادی و خدماتی (تولیدات کشاورزی، دامی، صنایع دستی و غیره...) (W9).</p> <p>۳. برگزاری گارگاه‌های آموزشی جهت آشنایی با جنبه‌های مختلف مشارکت زنان در بخش بوم‌گردی و گردشگری و اشتغال و فعالیت زنان در این بخش خدماتی (W5W5).</p> <p>۴. بازنگری در شیوه‌های سنتی تولید و فروش و استفاده از حوزه فناوری‌های نوین در تولید محصولات کشاورزی و صنایع دستی و</p>	<p>استراتژی‌های تدافعی (WT):</p> <p>۱. زمینه‌سازی و تشویق خانوارها به مشارکت زنان در امور اقتصادی روستا (T1W2W6).</p> <p>۲. دادن آموزش‌های لازم به زنان در جهت برقراری ارتباط با گردشگران و احداث اقامت‌های بوم‌گردی و عرضه تولیدات محلی در این اماکن (T3W7W9).</p> <p>۳. ساخت یا تعمیر شبکه راه‌ها و تسهیل ارتباط بین روستا و مناطق شهری اطراف (W8).</p> <p>۴. استفاده از مروجان و برگزاری کلاسهای ترویجی در زمینه کشاورزی و صنایع دستی و نقش مشارکت آنها در تامین مایحتاج خانوارهای</p>

استعدادهای زنان در شهرستان. W8. عدم طراحی برنامه‌های توسعه روستایی متناسب با نیاز زنان در شهرستان. W9. کمبود و نبود آموزش‌های فنی و حرفه‌ای در گروه‌های عمده فعالیت اقتصاد روستایی شهرستان.	همچنین استفاده از اینترنت و امکانات آن جهت عرضه تولیدات (W4). ۵. بازرگانی در طرح‌های توسعه روستایی و پررنگ کردن نقش و مشارکت زنان در توسعه اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و اوقات فراغت (W1W2W9). ۶. استفاده از افراد با تجربه متخصص جهت آشنایی زنان با مشکلات و چگونگی برخورد با آنها از طریق مشاوره و برگزاری کلاس‌های آموزشی.	روستایی (W5T3). ۵. نظارت سازمان‌های متولی و حمایت مستر از زنان در توسعه اقتصادی روستاها به منظور تحقق اهداف مشارکت (افزایش درآمد خانوارها، اشتغال جوانان و کاهش مهاجرت از روستا) (W1W8T1).
---	--	---

-ایجاد زیرساخت‌ها و امکانات لازم جهت عرضه تولیدات و همچنین روش‌های نوین بازاریابی جهت عرضه و فروش محصولات.

از بین بردن موانع فرهنگی و اجتماعی پیش‌روی زنان جهت مشارکت آنان در توسعه اقتصاد روستایی.

-بالا بردن سطح سواد زنان از طریق رسانه‌های دولتی و اجتماعی و برگزاری کلاس‌های توجیهی به منظور بکارگیری زنان بعنوان مدیران محیط زیست و محافظان منابع طبیعی روستا.

-افزایش و تاکید بر حضور موثر زنان روستایی و مشارکت آنان در امر گردشگری، اکروتوریسم و اکوتوریسم (بوم-گردی) به منظور افزایش اشتغال و درآمدزایی خانوارها.

در ادامه مدل SWOT، برای اولویت‌بندی استراتژی‌های انتخاب شده در مرحله قبل، از ماتریس برنامه‌ریزی کمی QSPM استفاده می‌شود. تصمیم‌گیری درباره استراتژی‌های قابل قبول در برنامه‌ریزی‌ها با استفاده از تجزیه و تحلیل علمی و قضاوت شهودی صورت می‌گیرد. در این مرحله در ارتباط با استراتژی قابل قبول، تصمیم‌گیری می‌شود. جذابیت هر استراتژی با استفاده از ماتریس برنامه‌ریزی کمی مشخص شده و استراتژی‌های دارای جذابیت بالا به عنوان استراتژی‌های مورد تاکید و اولویت‌دار در برنامه‌ریزی‌ها تعیین می‌گردد. برای تعیین جدول برنامه‌ریزی کمی استراتژیک در برنامه‌ریزی‌ها، مراحل زیر طی می‌شود:

-ابتدا عوامل داخلی و خارجی و امتیاز وزنی هر یک از آنها به جدول برنامه‌ریزی استراتژیک منتقل شده، سپس کلیه استراتژی‌های قابل قبول پیشنهاد شده در ردیف بالای ماتریس برنامه‌ریزی استراتژیک فهرست می‌شوند.

-برای تعیین جذابیت هر استراتژی در یک مجموعه از استراتژی‌ها، بنا به اهمیت آن در تدوین هر استراتژی، امتیازی از ۱ تا ۴ داده می‌شود.

-برای بدست آوردن جمع امتیاز جذابیت، وزن‌های مرحله اول را در امتیاز جذابیت مرحله دوم ضرب می‌کنیم، به این ترتیب، مجموع امتیاز جذابیت هر یک از عوامل هر استراتژی به دست می‌آید. جمع امتیازهای جذابیت نشان‌دهنده جذابیت هر یک از عوامل در یک مجموعه از استراتژی‌ها است.

-از جمع امتیاز جذابیت هر ستون جدول برنامه‌ریزی کمی استراتژیک، امتیاز جذابیت نهایی هر یک از استراتژی‌ها به دست می‌آید که بیانگر استراتژی‌هایی است که از جذابیت بیشتری برخوردار هستند (جدول ۷ و ۸).

امتیاز جذابیت بیشتر نشان‌دهنده مطلوبیت بودن آن استراتژی نسبت به سایر استراتژی‌ها است. در نتیجه بهترین استراتژی را اولویت‌بندی می‌کند. در جدول ۹، استراتژی‌های انتخاب شده براساس ماتریس SWOT و نتایج جدول QSPM و با توجه به نمره جذابیت و اولویت هر یک از آنها آورده شده است. بنابراین نتایج کمی جدول QSPM نشان می‌دهد که اولین و مهمترین اولویت مشارکت زنان در توسعه اقتصادی روستاهای شهرستان شفت، "برگزاری دوره‌های آموزشی جهت

جدول ۸. ماتریس برنامه‌ریزی کمی در برنامه‌ریزی استراتژیک

اول	دوم	سوم	چهارم	پنجم	ششم	هفتم	هشتم	استراتژی‌ها		
								اول	دوم	سوم
۴	۴	۴	۴	۳/۵	۴	۴	۴	۰/۱۷۶	۰/۱۷۶	۰/۱۷۶
۳/۷۵	۲	۳/۵	۳	۰/۱۴۷	۳/۵	۳	۰/۱۴۷	۰/۱۴۷	۰/۱۴۷	۰/۱۴۷
۰/۰۴۴	۴	۰/۱۷۶	۴	۰/۱۷۶	۴	۰/۱۷۶	۴	۰/۱۷۶	۰/۱۷۶	۰/۱۷۶
۰/۰۴۹	۲	۰/۰۹۸	۳	۰/۱۴۷	۳/۵	۳	۰/۱۴۷	۰/۱۴۷	۰/۱۴۷	۰/۱۴۷
۰/۰۵۶	۳	۰/۱۶۸	۲	۰/۱۱۲	۲	۰/۱۱۲	۲	۰/۱۱۲	۰/۱۱۲	۰/۱۱۲

۰/۱۶۸	۴	۰/۱۲۶	۳	۰/۰۶۳	۱/۵	۰/۱۴۷	۳/۵	۰/۰۴۲	۱	۰/۱۲۶	۳	۰/۱۲۶	۳	۰/۰۸۴	۲	۰/۰۴۲	S ₄
۰/۱۰۸	۳	۰/۱۰۸	۳	۰/۰۷۲	۲	۰/۱۰۸	۳	۰/۰۹	۲/۵	۰/۱۲۶	۳/۵	۰/۰۵۴	۱/۵	۰/۱۰۸	۳	۰/۰۳۶	S ₅
۰/۰۹۹	۳	۰/۰۶۶	۲	۰/۰۶۶	۲	۰/۰۹۹	۳	۰/۰۶۶	۲	۰/۱۱۶	۳/۵	۰/۰۸۳	۲/۵	۰/۱۱۶	۳/۵	۰/۰۳۳	S ₆
۰/۰۲۲	۴	۰/۱۱	۲	۰/۱۲۸	۲/۵	۰/۱۶۵	۳	۰/۱۱	۲	۰/۱۶۵	۳	۰/۱۱	۲	۰/۱۱	۲	۰/۰۵۵	S ₇
۰/۱۲۳	۳	۰/۱۶۴	۴	۰/۰۸۲	۲	۰/۰۶۲	۱/۵	۰/۰۶۲	۱/۵	۰/۱۲۳	۳	۰/۰۶۲	۱/۵	۰/۱۴۴	۳/۵	۰/۰۴۱	S ₈
۰/۰۹۲	۲	۰/۱۱۵	۲/۵	۰/۱۶۱	۳/۵	۰/۰۶۹	۱/۵	۰/۱۲۸	۳	۰/۰۹۲	۲	۰/۱۱۵	۲/۵	۰/۱۸۴	۴	۰/۰۴۶	S ₉
۰/۱۳	۲/۵	۰/۱۵۶	۳	۰/۲۰۸	۴	۰/۱۰۴	۲	۰/۰۷۸	۱/۵	۰/۱۰۴	۲	۰/۱۰۴	۲	۰/۱۵۶	۳	۰/۰۵۲	S ₁₀
۰/۰۸۸	۲	۰/۰۸۸	۲	۰/۰۶۶	۱/۵	۰/۰۸۸	۲	۰/۱۳۲	۳	۰/۰۸۸	۲	۰/۱۵۴	۳/۵	۰/۰۶۶	۱/۵	۰/۰۴۴	S ₁₁
۰/۰۹۸	۲	۰/۰۷۴	۱/۵	۰/۰۹۸	۲	۰/۱۴۷	۳	۰/۰۷۴	۱/۵	۰/۰۴۹	۱	۰/۰۷۴	۱/۵	۰/۰۹۸	۲	۰/۰۴۹	S ₁₂
۰/۱۴۴	۳	۰/۰۹۶	۲	۰/۱۶۸	۳/۵	۰/۱۲	۲/۵	۰/۱۲	۲/۵	۰/۱۲	۲/۵	۰/۰۷۲	۱/۵	۰/۱۲	۲/۵	۰/۰۴۸	W ₁
۰/۱۳۸	۳	۰/۰۹۲	۲	۰/۱۲۸	۳	۰/۰۹۲	۲	۰/۱۶۱	۳/۵	۰/۱۱۵	۲/۵	۰/۰۹۲	۲	۰/۱۳۸	۳	۰/۰۴۶	W ₂
۰/۱۵	۳	۰/۰۷۵	۱/۵	۰/۰۲۵	۱/۵	۰/۱۲۵	۲/۵	۰/۱۵	۳	۰/۱۵	۳	۰/۱۷۵	۳/۵	۰/۱	۲	۰/۰۵	W ₃
۰/۱۳	۲/۵	۰/۰۵۲	۱	۰/۰۷۸	۱/۵	۰/۱۸۲	۳/۵	۰/۱۳	۲/۵	۰/۱۳	۲/۵	۰/۱۸۲	۳/۵	۰/۰۷۸	۱/۵	۰/۰۵۲	W ₄
۰/۱۲۸	۲/۵	۰/۱۵۳	۳	۰/۱۰۲	۲	۰/۱۰۲	۲	۰/۱۲۸	۲/۵	۰/۱۷۹	۳/۵	۰/۱۰۲	۲	۰/۰۷۷	۱/۵	۰/۰۵۱	W ₅
۰/۰۷۴	۱/۵	۰/۱۴۷	۳	۰/۱۹۶	۴	۰/۰۷۴	۱/۵	۰/۱۳۳	۲/۵	۰/۱۳۳	۲/۵	۰/۱۲۳	۲/۵	۰/۱۴۷	۳	۰/۰۴۹	W ₆
۰/۰۹۸	۲	۰/۱۴۷	۳	۰/۱۲۳	۲/۵	۰/۰۷۴	۱/۵	۰/۱۴۷	۳	۰/۱۴۷	۳	۰/۰۷۴	۱/۵	۰/۱۲۳	۲/۵	۰/۰۴۹	W ₇
۰/۱۰۴	۲	۰/۱۰۴	۲	۰/۱۳	۲/۵	۰/۱۰۴	۲	۰/۱۵۶	۳	۰/۱۵۶	۳	۰/۱۵۶	۳	۰/۱۰۴	۲	۰/۰۵۲	W ₈
۰/۱۳۵	۲/۵	۰/۱۸۹	۳/۵	۰/۱۰۸	۲	۰/۰۸۱	۱/۵	۰/۱۳۵	۲/۵	۰/۱۶۲	۳	۰/۱۰۸	۲	۰/۱۰۸	۲	۰/۰۵۴	W ₉

نقاط ضعف (W)

ادامه جدول ۸

عوامل داخلی و خارجی	کد گروه	ضرب اهمیت	استراتژی‌ها																								
			اول			دوم			سوم			چهارم			پنجم			ششم			هفتم			هشتم			
			امتیاز = ۱۰۰	جمع	امتیاز = ۱۰۰	جمع	امتیاز = ۱۰۰	جمع	امتیاز = ۱۰۰	جمع	امتیاز = ۱۰۰	جمع	امتیاز = ۱۰۰	جمع	امتیاز = ۱۰۰	جمع	امتیاز = ۱۰۰	جمع	امتیاز = ۱۰۰	جمع	امتیاز = ۱۰۰	جمع	امتیاز = ۱۰۰	جمع	امتیاز = ۱۰۰	جمع	
نقاط فرسوت (O)	O ₁	۰/۰۴۹	۲	۰/۰۹۸	۳/۵	۰/۱۷۲	۲	۰/۰۹۸	۲	۰/۱۴۷	۳	۰/۰۷۴	۱/۵	۰/۱۱۲	۲	۰/۱۶۸	۳	۰/۱۱۲	۲	۰/۱۲۳	۲/۵	۰/۰۹۸	۲	۰/۱۲۳	۲/۵	۰/۰۹۸	۲
	O ₂	۰/۰۵۶	۱/۵	۰/۰۸۴	۲/۵	۰/۱۴	۱/۵	۰/۰۸۴	۱/۵	۰/۱۱۲	۲	۰/۱۶۸	۳	۰/۱۱۲	۲	۰/۱۶۸	۳	۰/۱۱۲	۲	۰/۱۶۸	۳	۰/۱۶۸	۳	۰/۱۶۸	۳	۰/۱۶۸	۳
	O ₃	۰/۰۴۶	۲	۰/۰۹۲	۳	۰/۱۳۸	۳	۰/۱۳۸	۳	۰/۱۱۵	۲/۵	۰/۰۹۲	۲	۰/۱۱۵	۲/۵	۰/۰۹۲	۲	۰/۱۱۵	۲/۵	۰/۰۹۲	۲	۰/۰۹۲	۲	۰/۰۹۲	۲	۰/۰۹۲	۲
	O ₄	۰/۰۳۹	۲	۰/۰۷۸	۱/۵	۰/۰۵۹	۱/۵	۰/۰۷۸	۲	۰/۰۷۸	۲	۰/۰۷۸	۲	۰/۰۷۸	۲	۰/۰۷۸	۲	۰/۰۷۸	۲	۰/۰۷۸	۲	۰/۰۷۸	۲	۰/۰۷۸	۲	۰/۰۷۸	۲
	O ₅	۰/۰۳۹	۳/۵	۰/۱۳۷	۳	۰/۱۱۷	۳	۰/۰۹۸	۲/۵	۰/۱۱۷	۳	۰/۰۹۸	۲/۵	۰/۱۱۷	۳	۰/۰۹۸	۲/۵	۰/۱۱۷	۳	۰/۰۹۸	۲/۵	۰/۰۹۸	۲/۵	۰/۰۹۸	۲/۵	۰/۰۹۸	۲/۵
	O ₆	۰/۰۴۹	۲	۰/۰۹۸	۲/۵	۰/۱۲۳	۲/۵	۰/۱۲۳	۲/۵	۰/۰۹۸	۲	۰/۱۴۷	۳	۰/۰۹۸	۲	۰/۱۶۸	۳	۰/۱۱۲	۲	۰/۱۶۸	۳	۰/۱۶۸	۳	۰/۱۶۸	۳	۰/۱۶۸	۳
	O ₇	۰/۰۵۹	۳	۰/۱۷۷	۳	۰/۱۴۸	۲/۵	۰/۱۴۸	۲	۰/۰۸۹	۱/۵	۰/۰۸۹	۱/۵	۰/۰۸۹	۱/۵	۰/۰۸۹	۱/۵	۰/۰۸۹	۱/۵	۰/۰۸۹	۱/۵	۰/۰۸۹	۱/۵	۰/۰۸۹	۱/۵	۰/۰۸۹	۱/۵
	O ₈	۰/۰۴۹	۱/۵	۰/۰۷۴	۳/۵	۰/۱۷۲	۳	۰/۱۴۷	۳	۰/۰۹۸	۲	۰/۱۴۷	۳	۰/۰۹۸	۲	۰/۱۴۷	۳	۰/۰۹۸	۲	۰/۱۴۷	۳	۰/۰۹۸	۲	۰/۰۹۸	۲	۰/۰۹۸	۲
	O ₉	۰/۰۴۸	۲	۰/۰۹۶	۱/۵	۰/۰۷۲	۱/۵	۰/۱۶۸	۳/۵	۰/۱۶۸	۳/۵	۰/۰۷۲	۱/۵	۰/۰۷۲	۱/۵	۰/۰۷۲	۱/۵	۰/۰۷۲	۱/۵	۰/۰۷۲	۱/۵	۰/۰۷۲	۱/۵	۰/۰۷۲	۱/۵	۰/۰۷۲	۱/۵
	O ₁₀	۰/۰۵۴	۲	۰/۱۰۸	۱/۵	۰/۰۸۱	۱	۰/۱۶۲	۳	۰/۰۵۴	۱	۰/۱۶۲	۳	۰/۰۵۴	۱	۰/۱۶۲	۳	۰/۰۵۴	۱	۰/۱۶۲	۳	۰/۰۵۴	۱	۰/۱۶۲	۳	۰/۰۵۴	۱
	O ₁₁	۰/۰۵۸	۲/۵	۰/۱۴۵	۲	۰/۱۱۶	۲	۰/۱۱۶	۲	۰/۱۱۶	۲	۰/۱۱۶	۲	۰/۱۱۶	۲	۰/۱۱۶	۲	۰/۱۱۶	۲	۰/۱۱۶	۲	۰/۱۱۶	۲	۰/۱۱۶	۲	۰/۱۱۶	۲
	O ₁₂	۰/۰۵۲	۲/۵	۰/۱۳	۲	۰/۱۰۴	۲	۰/۱۳	۲/۵	۰/۱۳	۲/۵	۰/۱۳	۲/۵	۰/۱۳	۲/۵	۰/۱۳	۲/۵	۰/۱۳	۲/۵	۰/۱۳	۲/۵	۰/۱۳	۲/۵	۰/۱۳	۲/۵	۰/۱۳	۲/۵
	O ₁₃	۰/۰۵	۲/۵	۰/۱۲۵	۲	۰/۱	۲	۰/۱۲۵	۳/۵	۰/۱۲۵	۲/۵	۰/۱۲۵	۲/۵	۰/۱۲۵	۲/۵	۰/۱۲۵	۲/۵	۰/۱۲۵	۲/۵	۰/۱۲۵	۲/۵	۰/۱۲۵	۲/۵	۰/۱۲۵	۲/۵	۰/۱۲۵	۲/۵
	O ₁₄	۰/۰۵۷	۳/۵	۰/۲	۳/۵	۰/۱۷۱	۳	۰/۱۴۳	۲/۵	۰/۱۴۳	۲	۰/۱۷۱	۳	۰/۱۴۳	۲/۵	۰/۱۷۱	۳	۰/۱۴۳	۲/۵	۰/۱۷۱	۳	۰/۱۴۳	۲/۵	۰/۱۴۳	۲/۵	۰/۱۴۳	۲/۵
	O ₁₅	۰/۰۵۲	۲	۰/۱۰۴	۲	۰/۱۳	۲/۵	۰/۱۰۴	۲	۰/۲۰۸	۴	۰/۱۰۴	۲	۰/۲۰۸	۴	۰/۱۰۴	۲	۰/۲۰۸	۴	۰/۱۰۴	۲	۰/۲۰۸	۴	۰/۱۰۴	۲	۰/۲۰۸	۴
نقاط پدید (T)	T ₁	۰/۰۶	۲	۰/۱۲	۱/۵	۰/۰۹	۱/۵	۰/۱۸	۳	۰/۱۲	۲	۰/۰۶	۱	۰/۱۲	۲	۰/۰۶	۱	۰/۱۲	۲	۰/۰۶	۱	۰/۰۶	۱	۰/۰۶	۱	۰/۰۶	۱
	T ₂	۰/۰۶۱	۱/۵	۰/۰۹۲	۴	۰/۲۴۴	۴	۰/۱۲۲	۲	۰/۱۸۳	۳	۰/۰۹۲	۱/۵	۰/۱۲۲	۲	۰/۰۹۲	۱/۵	۰/۱۲۲	۲	۰/۰۹۲	۱/۵	۰/۱۲۲	۲	۰/۰۹۲	۱/۵	۰/۰۹۲	۱/۵
	T ₃	۰/۰۶۵	۳	۰/۱۹۵	۱/۵	۰/۰۹۸	۳	۰/۱۹۵	۳	۰/۱۳۰	۲	۰/۰۹۸	۱/۵	۰/۱۳۰	۲	۰/۰۹۸	۱/۵	۰/۱۳۰	۲	۰/۰۹۸	۱/۵	۰/۱۳۰	۲	۰/۰۹۸	۱/۵	۰/۱۳۰	۲
	T ₄	۰/۰۵۴	۱/۵	۰/۰۸۱	۱	۰/۰۵۴	۱	۰/۰۸۱	۱/۵	۰/۱۰۸	۲	۰/۰۸۱	۱/۵	۰/۱۰۸	۲	۰/۰۸۱	۱/۵	۰/۱۰۸	۲	۰/۰۸۱	۱/۵	۰/۱۰۸	۲	۰/۰۸۱	۱/۵	۰/۱۰۸	۲
جمع امتیازها			۶/۸۱۳		۶/۸۱۳		۶/۸۱۳		۵/۱۹		۶/۸۱۳		۶/۸۱۳		۶/۸۱۳		۶/۸۱۳		۶/۸۱۳		۵/۱۹		۶/۸۱۳		۶/۸۱۳		

نقاط قوت (O)

نقاط تهدید (T)

کسب مهارت و تقویت روحیه خودباوری زنان برای راه اندازی کسب و کارهای تولیدی و خدماتی در روستاها" است. بدین ترتیب اولویت دوم و سوم تا هشتم در این جدول آمده است. بنابراین با آموزش روش‌های نوین کسب و کار و همسویی آن در ارتباط با امر گردشگری می‌تواند باعث افزایش اشتغال و جلوگیری از مهاجرت به سمت شهرها باشد.

جدول ۹. اولویت‌بندی استراتژی‌های انتخاب شده

ردیف	کد استراتژی	استراتژی انتخاب شده	نمره جذابیت
۱	SO ₁	تعمین و برگزاری دوره‌های آموزشی جهت کسب مهارت و تقویت روحیه خودباوری زنان برای راه اندازی کسب و کارهای تولیدی و خدماتی در روستاها.	۵/۱۹
۲	SO ₂	افزایش و تاکید بر حضور موثر زنان روستایی و مشارکت آنان در امر گردشگری، اکوتوریسم و اکوتوریسم (بوم‌گردی) به منظور افزایش اشتغال و درآمدزایی خانوارها.	۵/۰۸۶
۳	SO ₃	از بین بردن موانع فرهنگی و اجتماعی پیش روی زنان جهت مشارکت آنان در توسعه اقتصاد روستایی.	۵/۰۴۵

۴/۸۲۶	حمایت از زنان در قالب تشکلهای، اتحادیه و تعاونیهای تولیدی و همچنین صندوقهای قرض الحسنه به منظور بالا بردن توان مالی آنها.	SO ₄	۴
۴/۸۲۲	افزایش توجه به مشارکت زنان در برنامههای توسعه روستایی در سطوح بالای تصمیم‌گیری.	SO ₅	۵
۴/۷۳	بالا بردن سطح سواد زنان از طریق رسانه‌های دولتی و اجتماعی و برگزاری کلاسهای توجیهی به منظور بکارگیری زنان بعنوان مدیران محیط زیست و محافظان منابع طبیعی روستا.	SO ₆	۶
۴/۶۸۱	افزایش دسترسی زنان روستایی به منابع مالی و اعتباری دولتی و برداشتن موانع اخذ اعتبار جهت ایجاد کارگاههای کوچک تولیدی و اشتغال زنان در روستا.	SO ₇	۷
۴/۴۸۹	ایجاد زیرساختها و امکانات لازم جهت عرضه تولیدات و همچنین روشهای نوین بازاریابی جهت عرضه و فروش محصولات.	SO ₈	۸

همچنین با بر طرف کردن نگرش مدیران و مردان در راستای اشتغال زنان در کنار آنها می‌تواند باعث افزایش درآمد خانوارها گردد. این امر مستلزم برگزاری کلاسهای آموزشی و مشاوره جهت همکاری زنان در توسعه اقتصاد روستایی است. البته تامین نیاز مالی زنان و برداشتن موانع اخذ اعتبار و تسهیل و تسريع مراحل اداری و پرداخت آن بعد از مرحله سوددهی می‌تواند در توسعه این رویکرد (مشارکت زنان) بیشتر موثر واقع گردد. در این راستا شرایط سخت-افزاری (زیرساختها) و نرم‌افزاری (روشهای نوین آموزشی و ارتباط با دنیای پیرامون روستا) مناسب و حمایت و نظارت و رصد دائمی عملکرد زنان شاغل و ارائه راهکارهای مفید جهت مواجه با مشکلات رودرو می‌تواند در موفقیت آنان موثر واقع گردد.

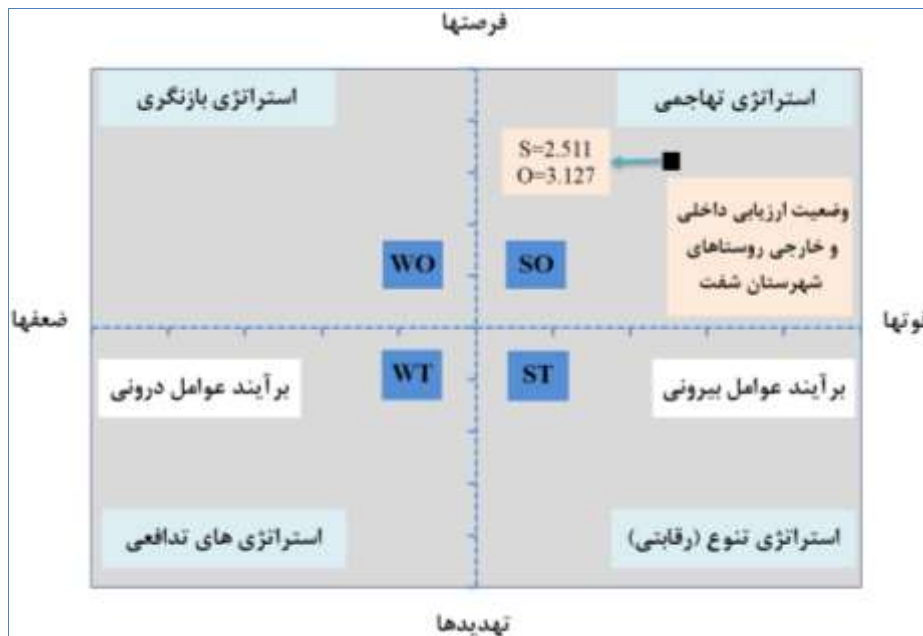
با توجه به نتایج تحلیل عاملی اکتشافی بر روی سوالات نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید به ترتیب منجر به استخراج ۳، ۱، ۲ و ۱ مولفه شد که در مجموع ۷ مولفه شناسایی شد. بدین ترتیب ۳ مولفه نقاط قوت مدل SWOT در حدود ۶۶/۹۴۳ درصد واریانس داده‌ها، ۱ مولفه نقاط ضعف ۵۹/۱۵۴ درصد واریانس داده‌ها، ۲ مولفه نقاط فرصت ۶۲/۲۸۱ درصد واریانس داده‌ها و تنها مولفه نقاط تهدید در حدود ۷۰/۵۳۷ درصد واریانس داده‌ها را تبیین کردند. در همین راستا راهبردهای استخراج شده از مدل SWOT نیز ۸ اولویت اصلی را در افزایش مشارکت زنان در اقتصاد روستایی شهرستان شفت مد نظر قرار می‌دهد. استراتژیهای انتخاب شده از نوع تهاجمی هستند زیرا ماتریس موقعیت مدل SWOT با مقدار X یا O برابر با ۲/۵۱۱ و مقدار Y یا S برابر با ۳/۱۲۷ نیز بزرگتر از عدد مبنای ۲/۵ بوده و در موقعیت SO یا استراتژی تهاجمی قرار می‌گیرد. در جدول ۴ استراتژیهای انتخاب شده از طریق مدل SWOT و QSPM برای مشارکت زنان در توسعه اقتصاد روستایی شهرستان شفت آورده شده است. همچنین در همین جدول، برای هر کدام از نقاط، قوت، ضعف، فرصت و ضعف مدل SWOT نیز مولفه‌های اصلی به همراه سایر گویه‌های واقع در هر مولفه قید شده است. با مقایسه استراتژیهای بدست آمده از مدل SWOT و تحلیل عاملی اکتشافی می‌توان راهبردهای مشترک این دو مدل را برای افزایش میزان مشارکت زنان در اقتصاد روستاهای شهرستان شفت ارائه کرد.

جدول ۱۰. استراتژی و مولفه‌های بدست آمده از دو روش SWOT و تحلیل عاملی اکتشافی

ردیف	استراتژی انتخاب شده	ردیف	مولفه	نتایج تحلیل عاملی
۱	تعیین و برگزاری دوره‌های آموزشی جهت کسب مهارت و تقویت روحیه خودیابری زنان برای راه اندازی کسب و کارهای تولیدی و خدماتی در روستاها.	اول	فرصت‌ها	بستر فرهنگی مناسب جهت اشتغال زنان، افزایش تقاضای محصولات کشاورزی ارگانیک توسط شهرها، سیاستهای جهانی در رابطه با اهمیت کار زنان، نگرش مثبت بانکها و نهادهای مالی با کسب و کار زنان، وجود زنان بعنوان نیروی انسانی، تجلیل زنان بعنوان مدیران و محافظان منابع طبیعی و محیط زیست، استفاده از زنان در توسعه پایدار، تامین امنیت غذایی و تولید محصولات مازاد بر نیاز خانوار توسط زنان.
۲	افزایش و تاکید بر حضور موثر زنان روستایی و مشارکت آنان در امر گردشگری، اکروتوریسم و اکوتوریسم (بومگردی) به منظور افزایش اشتغال و درآمدزایی خانوارها.	دوم		وجود فعالیتهای مختلف کشاورزی، انگیزه زنان در توسعه، تکامل خانواده و حفظ محیط زیست، توسعه گردشگری در مناطق کوهستانی-جلگه‌ای جهت اشتغال زنان در بومگردی.
۳	از بین بردن موانع فرهنگی و اجتماعی پیش روی زنان جهت مشارکت آنان در توسعه اقتصاد روستایی.	سوم		جاذبه‌های گردشگری، افزایش گردشگران و فروش صنایع دستی.

۴	اول	موانع فعالیت	حمایت از زنان در قالب تشکلهای اتحادیه و تعاونی‌های تولیدی و همچنین صندوق‌های قرض الحسنه به منظور بالا بردن توان مالی آنها.
			افزایش توجه به مشارکت زنان در برنامه‌های توسعه روستایی در سطوح بالای تصمیم‌گیری.
			بالا بردن سطح سواد زنان از طریق رسانه‌های دولتی و اجتماعی و برگزاری کلاس‌های توجیهی به منظور بکارگیری زنان بعنوان مدیران محیط زیست و محافظان منابع طبیعی روستا.
			افزایش دسترسی زنان روستایی به منابع مالی و اعتباری دولتی و برداشتن موانع اخذ اعتبار جهت ایجاد کارگاه‌های کوچک تولیدی و اشتغال زنان در روستا.
۵	اول	موانع اشتغال	ایجاد زیرساخت‌ها و امکانات لازم جهت عرضه تولیدات و همچنین روش‌های نوین بازاریابی جهت عرضه و فروش محصولات.
			ایجاد زیرساخت‌ها و امکانات لازم جهت عرضه تولیدات و همچنین روش‌های نوین بازاریابی جهت عرضه و فروش محصولات.
۶	دوم	موانع اشتغال	ایجاد زیرساخت‌ها و امکانات لازم جهت عرضه تولیدات و همچنین روش‌های نوین بازاریابی جهت عرضه و فروش محصولات.
			ایجاد زیرساخت‌ها و امکانات لازم جهت عرضه تولیدات و همچنین روش‌های نوین بازاریابی جهت عرضه و فروش محصولات.
۷	اول	موانع اشتغال	ایجاد زیرساخت‌ها و امکانات لازم جهت عرضه تولیدات و همچنین روش‌های نوین بازاریابی جهت عرضه و فروش محصولات.
			ایجاد زیرساخت‌ها و امکانات لازم جهت عرضه تولیدات و همچنین روش‌های نوین بازاریابی جهت عرضه و فروش محصولات.
۸	اول	موانع اشتغال	ایجاد زیرساخت‌ها و امکانات لازم جهت عرضه تولیدات و همچنین روش‌های نوین بازاریابی جهت عرضه و فروش محصولات.
			ایجاد زیرساخت‌ها و امکانات لازم جهت عرضه تولیدات و همچنین روش‌های نوین بازاریابی جهت عرضه و فروش محصولات.

- آموزش‌های لازم جهت تقویت روحیه خودباوری و همچنین کسب مهارت‌های لازم در زمینه فعالیت‌های تولیدی اعم از کشاورزی، صنایع دستی و گردشگری و تغییر نگرش بانک‌ها و موسسات جهت حمایت مالی از زنان و تجلیل از آنان بعنوان نیروی انسانی فعال در پاسداشت منابع طبیعی و محیط زیست.
- تاکید بر امر گردشگری روستایی (اگروتوریسم، اکوتوریسم) و نقش و مشارکت بارز زنان روستایی در افزایش درآمد خانوارها و اشتغالزایی و همچنین توسعه صنعت گردشگری در مناطق جلگه‌ای، کوهپایه‌ای و کوهستانی با توجه به پتانسیل‌های مناطق.
- حمایت از زنان در قالب تشکلهای اتحادیه‌ها و صندوق‌های قرض الحسنه جهت افزایش توان مالی آنها و آموزش و بکارگیری فناوری‌های نوین در امر تولید، بسته‌بندی و عرضه محصولات کشاورزی و صنایع دستی به بازارهای شهرهای اطراف.
- افزایش سطح آگاهی زنان از طریق رسانه‌های دولتی و راهاندازی کارگاه‌ها و بنگاه‌های اقتصادی خاص زنان روستایی در راستای افزایش مشارکت آنها در اقتصاد روستایی.
- ایجاد زیرساخت‌ها، فن‌آوری‌ها و امکانات لازم جهت تبلیغ، عرضه و بازاریابی محصولات تولیدی و برداشتن موانع رشد زنان از لحاظ اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی از طریق افزایش سطح سواد، تحصیل و آموزش‌های لازم.
- پنج راهبرد مشترک بالا نتیجه تلفیق توأم راهبردهای مدل SWOT و مولفه‌های تعیین شده از طریق تحلیل عاملی اکتشافی است که می‌توان از استراتژی‌های فوق جهت افزایش مشارکت زنان در اقتصاد روستایی این شهرستان استفاده کرد. در نهایت باید گفت، در این تحقیق، دو مدل کیفی و کمی فوق نیز نتایج یکسان با اشتراک بالا تولید کرده‌اند.



شکل ۳. ماتریس موقعیت مدل SWOT و اقدام استراتژیک در روستاهای شهرستان شفت

با توجه به نتایج بدست آمده از تحلیل SWOT، برای حضور و مشارکت زنان در اقتصاد روستایی شهرستان شفت، راهبردهای زیر پیشنهاد می‌شود (جدول ۷). با توجه به مطالب فوق و ماتریس عوامل داخلی و خارجی و همچنین ماتریس ارزیابی موقعیت مشارکت زنان در توسعه اقتصادی روستاهای شفت، استراتژیهای تهاجمی (SO) زیر ارائه می‌گردد.

-افزایش توجه به مشارکت زنان در برنامه‌های توسعه روستایی در سطوح بالای تصمیم‌گیری.
-افزایش دسترسی زنان روستایی به منابع مالی و اعتباری دولتی و برداشتن موانع اخذ اعتبار جهت ایجاد کارگاه‌های کوچک تولیدی و اشتغال زنان در روستا.
-تعیین و برگزاری دوره‌های آموزشی جهت کسب مهارت و تقویت روحیه خودباوری زنان برای راه‌اندازی کسب و کارهای تولیدی و خدماتی در روستاها.
-حمایت از زنان در قالب تشکلهای، اتحادیه و تعاونی‌های تولیدی و همچنین صندوق‌های قرض‌الحسنه به منظور بالا بردن توان مالی آنها.

نتیجه‌گیری

زنان به عنوان یکی از گروه‌های تاثیرگذار، نقش مهمی در جوامع روستایی بر عهده دارند از این رو افزایش مهارت‌های زنان روستایی می‌تواند تاثیر زیادی در ارتقاء وضعیت اقتصادی و اجتماعی خانواده‌های روستایی و در نتیجه زندگی روستاییان داشته باشد (یاری و همکاران، ۱۳۹۳: ۱۱۸). نقش زنان در توسعه اگر بیشتر از مردان نباشد، کمتر از آنان نیست، زیرا از طریق انجام بخشی از کارهای مربوط به تولید محصولات کشاورزی و همچنین صنایع دستی نه تنها نوعی صرفه جویی در هزینه‌های خانواده را موجب می‌شوند، بطور غیر مستقیم نقش موثر و مثبتی بر درآمد خانوار روستایی نیز دارند.

مطالعه حاضر به بررسی و نقش میزان مشارکت زنان روستایی در اقتصاد روستاهای شهرستان شفت پرداخته است. بررسی‌ها نشان می‌دهد که تاکنون مواهب و دستاوردهای توسعه در جامعه روستایی، بیشتر نصیب مردان شده و زنان بیش از مردان از پیامدهای منفی تغییرات ناشی از توسعه آسیب و زیان دیده‌اند. در این پژوهش از مدل SWOT و QSPM و همچنین تحلیل عاملی اکتشافی استفاده شد. در ابتدا با استفاده از روش تحلیل عاملی به روش مولفه‌های

مبنا و چرخش به روش واریماکس، ۷ مولفه اصلی برای نقاط، قوت، ضعف، فرصت و تهدید شناسایی شد که ۳ مولفه از آن نقاط قوت، ۱ مولفه از آن نقاط ضعف، ۲ مولفه از آن نقاط فرصت و ۱ مولفه نیز از آن نقاط تهدید بوده است. همینطور با استفاده از مدل SWOT در ابتدا ۸ استراتژی تهاجمی (SO) شناسایی و سپس با استفاده ماتریس جذابیت یا مدل QSPM اولویت‌بندی استراتژی‌ها مشخص گردید. بطوریکه استراتژی "تعیین و برگزاری دوره‌های آموزشی جهت کسب مهارت و تقویت روحیه خودباوری زنان برای راه اندازی کسب و کارهای تولیدی و خدماتی در روستاها" بعنوان اولویت اول، استراتژی "افزایش و تاکید بر حضور موثر زنان روستایی و مشارکت آنان در امر گردشگری، اگروتوریسم و اکوتوریسم (بوم‌گردی) به منظور افزایش اشتغال و درآمدزایی خانوارها" بعنوان اولویت دوم، استراتژی "از بین بردن موانع فرهنگی و اجتماعی پیش روی زنان جهت مشارکت آنان در توسعه اقتصاد روستایی" بعنوان اولویت سوم، استراتژی "حمایت از زنان در قالب تشکلهای، اتحادیه و تعاونی‌های تولیدی و همچنین صندوق‌های قرض‌الحسنه به منظور بالا بردن توان مالی آنها" بعنوان اولویت چهارم، استراتژی "افزایش توجه به مشارکت زنان در برنامه‌های توسعه روستایی در سطوح بالای تصمیم‌گیری" بعنوان اولویت پنجم، استراتژی "بالا بردن سطح سواد زنان از طریق رسانه‌های دولتی و اجتماعی و برگزاری کلاس‌های توجیهی به منظور بکارگیری زنان بعنوان مدیران محیط زیست و محافظان منابع طبیعی روستا" بعنوان اولویت ششم، استراتژی "افزایش دسترسی زنان روستایی به منابع مالی و اعتباری دولتی و برداشتن موانع اخذ اعتبار جهت ایجاد کارگاه‌های کوچک تولیدی و اشتغال زنان در روستا" بعنوان اولویت هفتم و استراتژی "ایجاد زیرساخت‌ها و امکانات لازم جهت عرضه تولیدات و همچنین روش‌های نوین بازاریابی جهت عرضه و فروش محصولات" بعنوان اولویت هشتم انتخاب شدند. همچنین مقایسه تطبیقی استراتژی‌های مدل SWOT و تحلیل عاملی اکتشافی منجر به نتایجی شد که از درون آن ۵ استراتژی مشترک و توانمند این دو مدل استخراج گردید.

سپاسگزاری

مقاله حاضر مستخرج از رساله دکتری رشته جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی بوده که در گروه جغرافیای دانشگاه آزاد اسلامی واحد رشت از آن دفاع شده است.

منابع

- لهسایی زاده، عبدالعلی؛ جهانگیری، جهانگیر؛ خواجه نوری، بیژن. (۱۳۸۴). بررسی مشارکت اقتصادی زنان روستایی (مطالعه موردی استان فارس)، *مجله جامعه‌شناسی/ایران*. ۶ (۳)، ۱۲۴-۱۴۵.
- قنبری، یوسف؛ برقی، حمید؛ و قطبی نژاد، نفیسه. (۱۳۹۵). بررسی نقش فعالیت‌های کشاورزی زنان روستایی در توانمندسازی اقتصاد خانوار (مطالعه موردی: بخش برزک شهرستان کاشان). *نشریه علمی-ترویجی توسعه راهبرد*. ۴۸، ۶۲-۷۶.
- امینی، مظفر؛ و احمدی شاپور آبادی، محمد علی. (۱۳۸۸). خوداتکایی اقتصاد زنان روستایی و تبیین عوامل اقتصادی مؤثر بر آن (مطالعه موردی در دو منطقه جلگه‌ای و کویری مرکز استان اصفهان). *فصلنامه پژوهش زنان*. ۴، ۷-۲۹.
- منصور آبادی، افسانه؛ و کرمی، عزت الله. (۱۳۸۵). پیامدهای توسعه بر وضعیت اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی زنان روستایی، *مطالعه موردی استان فارس*. *مجله علوم اجتماعی و انسانی دانشگاه شیراز*. ۲۴ (۲)، ۱۲۸-۱۵۷.
- امینی، عباس؛ و طاهری، علی حسین. (۱۳۹۵). تحلیلی بر نقش‌پذیری زنان روستایی در فعالیتهای اقتصادی و عوامل مؤثر بر آن: مورد مطالعه مناطق روستایی بخش سیمکان در شهرستان جهرم. *نشریه علمی علوم ترویج و آموزش کشاورزی/ایران*. ۱۲ (۲)، ۳۷-۵۱.
- قنبری، یوسف؛ برقی، حمید؛ و قطبی نژاد، نفیسه. (۱۳۹۵). بررسی نقش فعالیت‌های کشاورزی زنان روستایی در توانمندسازی اقتصاد خانوار (مطالعه موردی: بخش برزک شهرستان کاشان). *نشریه علمی-ترویجی توسعه راهبرد*. ۴۸، ۶۲-۷۶.
- یاسوری، مجید؛ قرشی، محمد باسط؛ و وطن خواه، ژیلدا. (۱۳۹۴). تحلیل موانع و راهکارهای توسعه کارآفرینی زنان روستایی دهستان گوراب پس فومن. *پژوهش‌های جغرافیایی*. ۶ (۲)، ۳۲۳-۳۴۲.

یاری، علیرضا، چکشی، بهاره، فخر، فرشته، ۱۳۹۳، نقش مشارکت زنان در راستای تحقق اهداف توسعه روستایی در منطقه اجرایی پروژه بین المللی ترسیب کربن منطقه حسین آباد غیناب استان خراسان جنوبی، همایش ملی زن و توسعه روستایی دانشگاه مشهد.

کاظمی، رحیم، یعقوبی، جعفر؛ و نعیمی، امیر. (۱۳۹۷). تحلیل تاثیر سرمایه اجتماعی بر روی توانمندسازی روان شناختی زنان روستایی شهرستان سلماس. علوم ترویج و آموزش کشاورزی ایران. ۱۴ (۲)، ۱۴۳-۱۵۹.

مشیری، سیدرحیم؛ مهدوی، مسعود؛ و علیایی، محمدصادق. (۱۳۸۸). بررسی نقش سواد و نیروی کار زنان در درآمد خانوار روستایی مطالعه‌ی موردی: زنان روستایی دیواندره استان کردستان. فصلنامه جغرافیا و توسعه. ۷ (۱۴)، ۶۹-۸۲.

میرلطفی، محمودرضا؛ بندانی، میثم؛ و شهرکی، سعیده، محمودرضا. (۱۳۹۲). بررسی نقش کار پنهان زنان در سطح رفاه خانوار روستایی (مطالعه موردی: زنان روستایی شهرستان هامون). مجله علمی-پژوهشی برنامه‌ریزی فضایی (جغرافیا). ۳ (۳)، ۴۹-۶۸.

موحدی، رضا؛ و سلیمانیان بروجنی، جلیله. (۱۳۹۵). بررسی شیوه‌های آموزشی مؤثر در توسعه کارآفرینی زنان روستایی. راهبردهای کارآفرینی در کشاورزی. ۳ (۶)، ۲۴-۳۳.

غیاثوند، احمد. (۱۳۹۲). کاربرد آمار و نرم افزار SPSS در تحلیل داده‌ها. انتشارات تیسرا. چاپ اول. ص ۲۶۱.

کریمی، جعفر؛ و محبوب‌فر، محمدرضا. (۱۳۹۱). تکنیک‌ها و مدل‌های برنامه‌ریزی توریسم، انتشارات ارکان دانش، چاپ اول، اصفهان.

هریسون، جفری؛ و کارون، سنت جان. (۱۳۸۲). مدیریت استراتژیک. ترجمه: بهروز قاسمی. انتشارات هیأت. چاپ اول. تهران.

ضرابی، اصغر؛ و محبوب‌فر، محمدرضا. (۱۳۹۲). کاربرد مدل SWOT-QSPM در تدوین استراتژی توسعه گردشگری شهر کاشان. مجله علمی-پژوهشی برنامه‌ریزی فضایی (جغرافیا). ۳ (۴)، ۳۷-۵۸.

نایی. هوشنگ. (۱۳۹۲). آمار پیشرفته کاربردی همراه با Spss. انتشارات دانشگاه تهران. چاپ دوم. ۲۳۰-۲۶۱.

- Movahedi. R., Samian. M., Yaghoubi Farani. A & Mirzaei. K. Factors Affecting the Development and Strengthening of Rural Women Enterprises in Iran. International Journal of Agricultural Management and Development (IJAMAD). 7 (2), 155-164.
- Külekçi. E. A., Sezen. I., & Bulut. Y. (2012). The role of women in rural tourism, the sample of Gaziler Village (Bardiz), Erzurum, Turkey. *Journal of Food, Agriculture & Environment*, 10 (2), 1314-1319.
- Yuliati. Y., & Iskaskar. R. (2016). The strategy to increase women farmer's participation in the program of village food barn in east Java. *International journal of environmental & science education*. 11 (12), 5728-5735.
- Truong. D. V., Giao. N., & Thuy Ly. L. T. (2020). Factors affecting the role of women in the economic development of rural household families in Vietnam: A case study in Trieu Son district Thanh Hoa province. *Accounting*, 6, 267-272.
- Jyoti. J., Sharma. J., & Kumari. A. (Factors affecting orientation and Satisfication of women entrepreneurs in rural India. *Annals of innovation & Entrepreneurship*. 2, 1-13.
- Rad. S., Ates. H. C., Delioğlan. S., Polatöz. S., & Özçömlekçi. G. (2012). Participation of Rural Women in Sustainable Development-Demographical and Socio-Economic Determinants. *Sustainable Development*. 20, 71-84.
- Akerele E. O., & Aihonsu J.O.Y. (2011). Determinants of women's participation in entrepreneurship development in yewa north local government area, ogun- state, Nigeria. *Nigerian Journal of Agricultural Economics (NJAE)*. 2 (1), 68-78.