

شناسایی عناصر مرتبط با ارزیابی خطمشی‌های عمومی در صنعت

گردشگری ایران

*محمدحامد دهقان پور *ابوالحسن فقیهی ***مجتبی کیانی

* دانشجوی دکتری رشته مدیریت دولتی (تصمیم‌گیری و خطمشی‌گذاری عمومی)، دانشکده مدیریت و اقتصاد، واحد علوم و تحقیقات،

دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران mh.dehghanpour@gmail.com

*** استاد مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت و اقتصاد، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران faghihiabolhassan@gmail.com

*** استادیار مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت و اقتصاد، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران mjtkiaei@gmail.com

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۶/۱۳

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۱۱/۲۸

صص: ۶۷-۸۲

چکیده

ارزیابی خطمشی ضامن کنترل، جهت دهی و کمال‌بخشی به آنها است؛ اما در صنعت گردشگری کمتر به آن توجه شده است. پژوهش حاضر با هدف شناسایی عناصر اصلی مرتبط با ارزیابی خطمشی‌های گردشگری در ایران گامی برای پوشش نسبی این خلأ دانشی است تا پاسخ‌گوی این سؤال اصلی پژوهش باشد: عناصر اساسی برای ارزیابی خطمشی‌های عمومی گردشگری در ایران کدامند؟ روش انجام این پژوهش ترکیبی است. داده‌های تحقیق شامل اسناد، مدارک، متون مرتبط با موضوع و نتایج حاصل از مصاحبه با هفت نفر از خبرگان مرتبط و ارائه پرسشنامه به ۲۱ نفر از خبرگان حوزه گردشگری و ارزیابی خطمشی بود که به صورت روش نمونه‌گیری هدفمند انتخاب شدند. برای جمع‌آوری داده‌های کیفی از بررسی اسناد و ادبیات مرتبط، ابزار مصاحبه و روش دلفی استفاده گردید. در مرحله اولیه پژوهش، ۱۸ مقوله و ۵۹ مفهوم پایه مرتبط با موضوع شناسایی و استخراج شد. مقوله‌های شناسایی شده مرتبط با ۵ بُعد فراگیر ارزیابی خطمشی گردشگری: تشخیص مسئله عمومی، تدوین خطمشی عمومی، مشروعیت بخشی به خطمشی، اجرای خطمشی، ارزیابی خطمشی عمومی قرار گرفت. جهت اعتبار سنجی عوامل استخراج شده اقدام به ارائه آنها به ۲۱ نفر از خبرگان حوزه گردشگری طی سه راند روش دلفی گردید. در مجموع ۴۴ مفهوم پایه مرتبط با ۱۴ مقوله به شرح ذیل برای الگوی ارزیابی خطمشی‌های عمومی در گردشگری ایران شناسایی شد: پرداختن به مسئله محوری، رویکرد جامع‌و‌مانع داشتن، دغدغه بودن برای کارشناسان، عقلانی بودن خطمشی، پویایی خطمشی، انسجام خطمشی، قانونی بودن، پذیرش عمومی، بهره‌وری، تعهد عملی مجریان، برخورداری از ابزارهای لازم، استمرار ارزیابی، برخورداری از شاخص‌های مناسب ارزیابی، توجه به نتایج مثبت خطمشی عمومی.

واژه‌های کلیدی: خطمشی‌گذاری عمومی، ارزیابی خطمشی، گردشگری، روش دلفی.

نوع مقاله: علمی

نویسنده عهده‌دار مکاتبات: ابوالحسن فقیهی Faghihiabolhassan@gmail.com



۱- مقدمه

ارزیابی خطمشی‌ها، می‌تواند با فراهم نمودن شواهد مناسب و ارائه بازخورد، شاخص‌ها و معیارهای مناسبی را برای خطمشی‌گذاری آگاهانه‌تر ارائه دهد. گردشگری همچون یک صنعت راهبردی در دوران مدرن همواره یکی از حوزه‌های پردرآمد برای کشورها محسوب شده و از نظر سیاسی، اجتماعی و اقتصادی مورد توجه دولت‌ها قرار دارد. این صنعت از جمله منابع قدرت‌نرم کشورها به‌شمار می‌آید. کارشناسان و صاحب‌نظران این حوزه پیش‌بینی می‌کنند که این صنعت پس از گذر از دوران کرونا با قدرت و توان بیشتری به صحنه اقتصاد و عرصه فرهنگ در سطح جهان باز خواهد گشت. گردشگری همواره دارای دو بُعد انتقال فرهنگ و درآمدزایی است. یکی از اهداف هر گردشگر آن است که با فرهنگ، آداب و رسوم کشور مقصدش آشنا شده و از مناظر و جلوه‌های طبیعی و یا الگوهای شهرسازی آن کشور لذت ببرد؛ از همین‌رو برای کسب این آشنایی، هزینه پرداخت می‌کند؛ بنابراین می‌توان گفت یکی از اهدافی که کشورها در حوزه گردشگری به‌دنبال آن هستند درآمدزایی است. اهمیت این درآمدزایی به حدی است که در سال ۲۰۱۹ کشورهای توریزم‌پذیر توانستند ۱٫۷ تریلیون دلار از این صنعت درآمد داشته باشند [۲].

مرور پیشینه پژوهش حاکی از آن است که به‌رغم رشد فزاینده تحقیقات ارزیابی از دهه ۱۹۶۰، سنت مطالعاتی توان‌مندی درباره ارزیابی خطمشی در ایران به‌طور کلی و به‌طور مشخص برای ارائه الگوی جامع و مناسب ارزیابی خطمشی گردشگری در ایران انجام نپذیرفته است. مباحث نظری و فنی ارزیابی عمدتاً به یک فصل یا کمتر در میان آثار ترجمه‌ای و تألیفی محدود شده‌اند. این مطالعات به‌طور عمده به معرفی خطمشی‌گذاری عمومی پرداخته و ارزیابی خطمشی را به‌اختصار به‌عنوان یکی از مباحث مربوط، مورد توجه قرار داده‌اند. مسأله‌ی شناسایی اولویت‌بندی الگوهای ارزیابی خطمشی عمومی می‌تواند به ارزیابان کمک کند تا از الگوهای برتر ارزیابی خطمشی بهره بگیرند. واعظی و همکارانش (۱۳۹۴) با انجام پژوهشی در این زمینه به این نتیجه دست یافتند که چهار الگوی مطلوبیت‌گرای پاتون (۲۰۰۵)، تصمیم‌گرای استافل‌بیم (۲۰۱۴)، واقع‌گرای پاورسون و تایللی (۲۰۱۳) و مشارکتی

کوزینز (۱۹۹۶)، الگوهای برتر ارزیابی خطمشی هستند [۱۴].

مسأله‌ی تعیین اهمیت هر یک از مراحل چرخه خطمشی در کیفیت خطمشی‌های عمومی، مؤثر در ارزیابی آنها است. نتایج تحقیق دانایی‌فرد و همکارانش (۱۳۹۵) نشان داده است مهم‌ترین مراحل تأثیرگذار در کیفیت خطمشی عمومی مرحله تدوین خطمشی عمومی و مشروعیت‌بخشی به خطمشی عمومی است [۳].

[۸] در پژوهشی با عنوان: «مروری بر گردشگری و اثرات آن؛ گامی به سوی توسعه پایدار به این نتیجه دست یافتند که برای دستیابی به توسعه پایدار، برنامه‌ریزی گردشگری باید به اندازه کافی متمرکز باشد. از اینرو نیاز است تا گردشگری در ابعاد وسیع، یکپارچه و وابسته به منابع فرهنگی و طبیعی صورت گیرد و سیاست‌های جذب گردشگر از کمیت بسوی کیفیت هدایت شود.

ملتم اویگون (۲۰۲۲) در پژوهشی با عنوان: «ارزیابی سیاست‌های گردشگری سلامت ترکیه با استفاده از رویکرد تحلیل شبکه‌های اجتماعی» که با هدف بررسی روابط بین سهام‌داران در بخش گردشگری سلامت در ترکیه در چارچوب سیاست‌های گردشگری سلامت ترکیه انجام شد؛ نتیجه می‌گیرد از آنجا که ذینفعان سیاست‌های گردشگری سلامت ترکیه در ایجاد روابط مثبت با کمبودها و مسائلی مواجه بودند؛ ذینفعان دولتی به عنوان سیاستگذار باید استراتژی‌های موثری را برای بهبود همکاری ذینفعان و تشویق به فراگیری بیشتر از طریق سیاست‌های هدفمند بهتر گردشگری سلامت ایجاد کنند. در واقع می‌توان گفت نتیجه این پژوهش تأکید بر اهمیت مرحله تدوین سیاست‌ها در چرخه سیاست‌گذاری دارد. این نتیجه با نتیجه تحقیق دانایی‌فرد و همکارانش (۱۳۹۵) همراستایی دارد.

واله-کروزا و همکاران در پژوهشی با عنوان: «ارزیابی چارچوب چرخه سیاست عمومی در عصر هوش مصنوعی: از تعیین دستور کار تا ارزیابی خطمشی»، نتیجه می‌گیرند که در عصر حاضر تبدیل شدن هوش مصنوعی به یک اولویت اصلی ممکن است منجر به کاربردهای متحول‌کننده در حوزه صنعتی، برنامه‌های اجتماعی و ... شود؛ حتی بسیار فراتر از انقلاب‌های صنعتی. اتکا به هوش مصنوعی می‌تواند بر مداخله انسان تأثیر بگذارد. هوش مصنوعی در حوزه ارزیابی خطمشی‌ها با تجزیه و تحلیل



پیش‌گفت، با استفاده از روش ترکیبی (کیفی و کمی) و با هدف شناسایی عناصر مرتبط با ارزیابی خطمشی‌های عمومی در گردشگری ایران در صدد است تا بتواند برای کاستن از دغدغه‌ها و مسائل پیش‌روی صنعت گردشگری ایران، بخشی از این خلأ را پر نماید. پرسش اصلی که این پژوهش عهده‌دار پاسخ‌گویی به آن بوده عبارت است از: عناصر اساسی (ابعاد، مقوله‌ها و مفاهیم) برای ارزیابی خطمشی‌های عمومی گردشگری در ایران کدامند؟

نوآوری این پژوهش در ارائه عواملی مرتبط با یک الگوی جامع ارزیابی است که همزمان کوشیده است به اکثر عوامل موجود مطرح در ارزیابی خط مشی‌های صنعت گردشگری بپردازد و در این مورد خلاء مطالعاتی موجود را پر نماید.

۲- مفاهیم و مبانی نظری پژوهش

۲-۱- خطمشی عمومی^۱

واژه خطمشی یا policy از کلمه polis که شهری در یونان باستان بود، مشتق شده است [۲۳]. برای خطمشی عمومی، تعریف‌های متعددی شده که به چند نمونه اشاره می‌شود:

«خطمشی عمومی، فرایندی است که شامل تمام اقدامات که از زمان احساس مشکل شروع می‌شود و به ارزیابی نتایج حاصل از اجرای خطمشی ختم می‌گردد و در واقع تصمیمی است که در قبال یک مشکل عمومی اتخاذ می‌شود» [۱]. تصمیم‌گیری در سطح کلان جامعه همان خطمشی عمومی است [۴].

خطمشی‌ها، محصول محیط سیاسی، ارزش‌ها و ایدئولوژی، قدرت، اصول نهادینه‌شده و فرایندهای تصمیم‌گیری‌اند [۲۱]. فرآیند خطمشی‌گذاری فرایندی تعاملی است که فاقد نقطه شروع و پایان است [۳۲]. به‌همین جهت پیاده‌سازی خطمشی‌ها، افزایش قاعده-مهندسی‌سازی سیاست را در پی دارد [۳۰]. به‌طور کلی در یک تعریف مختار می‌توان گفت؛ خطمشی‌های عمومی اصولی هستند که به تصمیم‌ها، اقدام‌ها و فعالیت‌های سازمان‌های عمومی جهت می‌دهند و آن‌ها را در مسیر تحقق اهداف تنظیم می‌نمایند. به بیان دیگر خطمشی، تنظیم سیاست و اجرای آن است که درهم‌تنیده است و دو گام تقریباً تفکیک‌ناپذیر به حساب می‌آید.

داده‌ها و ارائه بازخورد برای اصلاح و تنظیم به صورت دوره‌ای و به‌طور خودکار شرایط را برای تصمیم‌گیری بهتر و استراتژیک فراهم می‌کند. با توجه به نتیجه این پژوهش و سرعت تحولات ناشی از فناوری اطلاعات و ارتباطات و پتانسیلی که استفاده از هوش مصنوعی دارد می‌توان در فرایند سیاست‌گذاری و ارزیابی آن‌ها بسترهای لازم را در این چشم‌انداز ایجاد نمود و حرکت کرد.

گانگمین یانگ و همکاران (۲۰۲۲) در پژوهشی با عنوان: « ساختار شبکه فضایی کارایی گردشگری و عوامل موثر آن در چین: تحلیل شبکه اجتماعی»، از طریق داده‌های پانل از ۳۰ استان در چین به این نتیجه رسیدند که سطح کارایی گردشگری در جنوب غرب چین بالا و با ثبات است. منطقه شمال غرب از سطح بازدهی گردشگری پایین اما روند رشد کندی برخوردار است. بقیه مناطق روندهای نوسانی از کارایی گردشگری را دارند. همبستگی فضایی شبکه بهره‌وری گردشگری استانی به تدریج پیچیده می‌شود. با توجه به عوامل موثر همچون تعداد ثبت اختراعات، سطح ترافیک، توسعه مالی و کنترل کلان دولت همه، تاثیرات مثبتی بر کارایی گردشگری دارند. محققان چند پیشنهاد را برای کارایی و بهبود بهره‌وری توصیه کرده‌اند: ۱- تقویت نقش هدایت دولت برای ارتقای کارایی گردشگری از طریق بهبود قوانین و مقررات حمایتی و نظارت بر ساخت‌وساز زیرساخت‌ها، توجه به تفاوت‌های منطقه‌ای بین استان‌ها و بهینه‌سازی تخصیص منابع ۲- تقویت همکاری‌های بین منطقه‌ای برای بهبود کارایی کلی گردشگری ۳- اولویت دادن به توسعه زیست‌محیطی و تقویت استفاده نوآورانه و منطقی از منابع اکوسیستم‌ها.

در جمع‌بندی می‌توان گفت نتایج برخی از پژوهش‌های پیش‌گفت در خصوص معیارها و شاخص‌های ارزیابی خطمشی عمومی در این پژوهش قابل استفاده خواهد بود ولی همان‌طور که در مرور پیشینه ملاحظه شد، به‌طور مشخص پژوهشی برای ارائه الگوی جامع و مناسب ارزیابی خطمشی گردشگری در ایران انجام نپذیرفته از همین رو ضرورت دارد عناصر اصلی (مقوله‌ها و مفاهیم) مرتبط با ارزیابی خطمشی‌های عمومی در گردشگری ایران شناسایی شود تا بر اساس آن مدلی مطلوب برای ارزیابی خطمشی‌های صنعت گردشگری در ایران طراحی گردد. پژوهش حاضر بر اساس اهمیت، ضرورت و پیشینه‌ی

1 Rblic Policy



نمودار ۱. چرخه فرایند خطمشی‌گذاری عمومی [۱]

تحقق فرایند خطمشی سالم، نیازمند افزایش پویایی و بهبود فرایند خطمشی است. فرایند خطمشی یک چرخه‌ی کامل از شناسایی مسائل عمومی و اولویت‌گذاری، تدوین خطمشی، مشروعیت‌بخشی به خطمشی، اجرای خطمشی، ارزیابی و اصلاح خطمشی را دربر می‌گیرد [۳۱]. از دیدگاه دیگر چرخه‌ی چندمرحله‌ای خطمشی‌گذاری شامل دستور کارگذاری مسئله عمومی، تنظیم و تصویب خطمشی، اجرای خطمشی و ارزیابی خطمشی است [۲۹].

در فرایند خطمشی سالم و پویا، هر مرحله از این چرخه به‌گونه‌ای عمل می‌کند که ضمن برآورده نمودن ارزش‌ها و انتظارات ذی‌نفعان، از کارآیی و اثربخشی برخوردار است. عموم مردم، احزاب و تشکل‌ها، رسانه‌ها و بخش‌های مختلف حاکمیت، ذی‌نفعان خطمشی عمومی را تشکیل می‌دهند. کارایی با اجرای به‌صرفه‌ی خطمشی برای نظام سیاسی و اثربخشی با تحقق اهداف مورد نظر از اجرای خطمشی در ارتباط است.

۳-۲- ارزیابی خطمشی

اصطلاحات مرتبط با ارزیابی خطمشی تحت عناوین ارزیابی خطمشی عمومی، مبانی فلسفی ارزیابی خطمشی عمومی، انواع ارزیابی خطمشی و مروری بر خطمشی‌گذاری گردشگری در ایران تبیین و توصیف می‌شود:

۱-۳-۲- ارزیابی خطمشی عمومی

ارزیابی را از دیدگاه اهداف، فعالیتی می‌دانند که برای تعیین درجه و اعتبار برنامه‌ها و خطمشی‌های عمومی در نائل شدن به اهداف مورد نظر انجام می‌شود.

۲-۲- چرخه خطمشی عمومی

چرخه یا فرایند خطمشی عمومی متداول‌ترین مفهوم در مطالعات خطمشی‌گذاری عمومی است که در قالب مجموعه‌ای از مراحل نشان داده می‌شود. تقریباً به تعداد نظریه‌پردازان خطمشی‌عمومی الگوی فرایند خطمشی‌گذاری عمومی وجود دارد. الگوی چرخه خطمشی‌گذاری عمومی مربوط به آندرسون دارای پنج مرحله است: تشخیص مسأله و تهیه دستورکار، تنظیم راه‌حل‌ها، پذیرش راه‌حل، اجرا و ارزیابی. استوکی و هاورز نیز از پنج مرحله نام می‌برند که طی آن، تحلیل‌گر باید اقدام به: تشخیص مسأله و اهدافی که می‌بایست تعقیب شوند، تعیین راه‌کارهای ممکن، پیش‌بینی پیامدهای هر یک از آن‌ها، ایجاد معیار برای تحقق هر یک از اهداف و انتخاب روش‌ها و اقداماتی که به سایر اقدامات ترجیح دارد بنماید [۱۷]. از دیدگاه الوانی و شریف‌زاده، فرایند خطمشی‌گذاری عمومی شامل شش مرحله است: ۱- شناخت، درک و بیان مسأله یا مشکل؛ ۲- ارجاع و طرح مسأله در سازمان‌ها و مؤسسات عمومی؛ ۳- شکل‌گیری، تهیه و تدوین خطمشی عمومی؛ ۴- قانونی کردن و مشروعیت‌بخشیدن به خطمشی عمومی؛ ۵- ابلاغ و اجرای خطمشی عمومی و ۶- ارزیابی خطمشی عمومی اجرا شده و کسب اطلاع از بازتاب آن. مراحل یادشده به‌صورت فرایندی پویا و دارای ارتباط چندسویه با هم شکل می‌گیرند. آن‌ها قائلند: «فرایند خطمشی‌گذاری عمومی با گذر از مراحل فوق به‌صورت یک پیوستار مرکب از فعالیت‌ها و عملیات لازم تحقق می‌یابد و به‌صورت جدا از هم و بدون ارتباط با یکدیگر، طی کردن این مراحل با موفقیت عملی نخواهد شد» [۱]. بعد از مرحله ارزیابی به‌عنوان یک چرخه مداوم جهت اجرای خطمشی و جواب‌گویی کامل به مسائل و مشکلات خطمشی عمومی، مسئولان و خطمشی‌گذاران عمومی بخشی از مشکل را که ممکن است حل نشده باشد، در نظر قرار داده و بررسی مسئله عمومی را در قبال این بخش در طی مراحل مذکور به‌عهده خواهند گرفت. همان‌طور که در نمودار ذیل مشاهده می‌شود ارزیابی خطمشی عمومی در تمام مراحل چرخه فرایند خطمشی‌گذاری عمومی قابلیت کاربرد دارد:

۲-۳-۲- مبانی فلسفی ارزیابی خطمشی عمومی

مبانی نظری ارزیابی همانند پژوهش می‌تواند از دیدگاه‌های فلسفی اثبات‌گرایی، پراگماتیسم، تفسیری یا انتقادی سرچشمه بگیرد. مسائل و پرسش‌های ارزیابی را نمی‌توان از طریق روش‌های ارزیابی به‌طور یکسان پاسخ داد. ماهیت سیاسی محتوای برنامه‌های ارزیابی خطمشی با پیش‌فرض‌ها و باورهای ارزیابان آمیخته است بنابراین متدولوژی‌های متفاوتی را در راستای تامین نیازهای اطلاعاتی مخاطبان مختلف می‌طلبد. جدول ذیل دسته‌بندی توصیفی چهار فلسفه عمده ارزیابی خطمشی را نشان می‌دهد:

جدول ۱. مبانی فلسفی ارزیابی خطمشی عمومی [۲۷]

نمونه پرسش ارزیابی	روش پژوهش	مخاطبان اصلی	ارزش‌های اساسی	فلسفه
آیا نتایج مطلوب حاصل شده و به پیشبرد برنامه کمک کرده است؟ سیاست راه‌حل کارآمد است؟	کمی: تجربی و شبه تجربی، تحلیل سیستمی، مدل‌سازی علی، تحلیل هزینه-منفعت	تصمیم‌گیرندگان و سیاست‌گذاران سطوح بالاتر	تئوری سیستم‌ها، کارایی، پاسخگویی دانش‌علی، تئوریک	تجربه‌گرایی
کدام بخش برنامه یا سیاست خوب اجرا شده و کدام بخش مستلزم بهبود است؟ برنامه یا سیاست چگونه اثربخش‌تر می‌شود؟ آیا به نیازهای ذی‌نفعان پاسخ می‌دهد؟	ترکیبی: پیمایش ساختارمند و غیرساختارمند، پرسشنامه، مشاهده، مصاحبه	مدیران - برنامه‌سازان، میانی، مدیران و سایر تصمیم‌گیرندگان	مشارکت مدیریت، برابری، کنترل، سودمندی	تجربه‌گرایی
برنامه یا سیاست توسط ذی‌نفعان مختلف چگونه درک می‌شود؟	کیفی: مطالعه موردی، مصاحبه، مشاهده، بررسی اسناد	مدیران برنامه، کارکنان، صاحبان منافع	کثرت‌گرایی، درک، تنوع	تجربه‌گرایی

ناچمیاس (۱۹۳۸)، ارزیابی خطمشی را بررسی عینی، منظم و تجربی آثار جاری خطمشی‌ها و برنامه‌های عمومی بر گروه‌های هدف تا آنجا که به اهداف منظور نظر مربوط می‌شود می‌داند [۱۰]. در این تعریف به‌وضوح بیان شده است که آثار یک خطمشی برای دستیابی به اهداف آن باید به شیوه‌ای عینی، منظم و تجربی مورد بررسی قرار گیرد.

هاولت و رامش (۲۰۰۳) معتقدند ارزیابی خطمشی مرحله‌ای از فرایند خطمشی‌گذاری است که در آن مشخص می‌شود یک خطمشی عمومی چگونه به اجرا درآمده است. این مرحله شامل ارزیابی ابزار مورد استفاده و اهداف مورد نظر خطمشی است [۱۲]. به عبارت دیگر یک خطمشی در عمل و اجرا از چه ابزارهایی استفاده کرده و درصدد تحقق چه اهدافی بوده است؟ [۱۰] بر اساس نظر وولمن (۲۰۰۳)، ارزیابی خطمشی عمومی، به شکل کلی به عنوان ابزاری تحلیلی و رویه‌ای تعریف شده که دو کار انجام می‌دهد؛ نخست تحقق ارزیابی به عنوان ابزاری تحلیلی که شامل بررسی یک خطمشی به منظور کسب همه اطلاعات مرتبط با ارزشیابی عملکرد آن از نظر فرایند مورد استفاده و نتایج حاصل از آن است؛ دوم ارزیابی به عنوان مرحله‌ای از چرخه خطمشی که به گزارش اطلاعات به‌دست آمده به خطمشی‌گذاران درگیر در فرایند خطمشی‌گذاری اشاره دارد [۱۶].

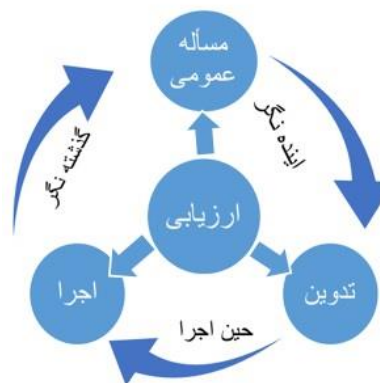
ارزیابی یکی از مهم‌ترین ابزارهای لازم برای تضمین کارایی و اثربخشی خطمشی‌های عمومی است. ارزیابی خطمشی نقشی بی‌بدیل در ارتقای پاسخ‌گویی، بهبود، یادگیری و حتی اطلاع‌رسانی دستاوردهای خطمشی‌های عمومی از سطوح کلان ملی تا سطوح خرد و بخشی را بر عهده دارد [۲۴]. ارزیابی خطمشی بر به‌کارگیری مجموعه‌ای از روش‌های پژوهش برای بررسی قاعده‌مند اثربخشی مداخلات سیاسی، اجرا و فرایندهای آن دلالت دارد که در پی تعیین مطلوبیت و ارزش آن‌ها در راستای بهبود شرایط ذی‌نفعان و گروه‌های هدف برمی‌آید. [۲۲].

به‌طور کلی در تعریف ارزیابی خطمشی عمومی آمده است که: «ارزیابی خطمشی‌های عمومی، مقایسه اهداف پیش‌بینی شده برای خطمشی و نتایج حاصل از آن است که به‌وسیله مراجع دولتی یا غیردولتی صورت می‌گیرد» [۱].

انتقادی	رهایی‌بخش	صاحبان	مشارکتی،	چگونه اهداف یا
	ی، توانمند	منافع و	مشارکت	فعالیت‌های
اجتماعی	سازی،	جوامع	سهامداران و	برنامه یا سیاست
	تغییر	آنان، سایر	ذی‌نفعان در	به ناعادلانه بودن
انتقادی	اجتماعی	گروه‌های	روش‌ها	قدرت و منابع
		فاقد قدرت	وطرح‌های	در جامعه کمک
			ساختارمند و	می‌کند؟
			غیرساختاری	
			کمی و کیفی،	
			انتقاد	
			اجتماعی	

۳-۲-۳- انواع ارزیابی خطمشی

ارزیابی خطمشی را با توجه به مرحله زمانی در چرخه خطمشی به سه دسته عمده می‌توان تقسیم کرد: ۱- ارزیابی آینده‌نگر یا پیش‌بینی: این ارزیابی در زمان تدوین خطمشی انجام می‌شود و طی آن عقلانیت و دلایل توجیهی خطمشی یا برنامه، بررسی می‌شود. در این ارزیابی، روش کار و الگوی منطقی انجام فعالیت‌های خطمشی برای حصول نتایج ترسیم شده و زمان و میزان تحقق نتایج خطمشی برآورده می‌شود [۲۶]؛ ۲- ارزیابی حین اجرا: نظارتی است که در طول اجرای یک خطمشی و به طور مستمر و مرحله‌ای انجام می‌شود تا با اعلام هشدار سریع به مجریان، اصلاحات لازم در حین اجرای خطمشی، انجام پذیرد [۳۳]؛ ۳- ارزیابی گذشته‌نگر یا «پسینی»: این ارزیابی پس از اتمام اجرای خطمشی انجام می‌شود و خروجی‌های بلافصل، پیامدها و اثرات خطمشی را بررسی می‌کند و درخصوص کارآمدی خطمشی در تحقق اهداف، قضاوت می‌کند [۳۳]. نمودار سه نوع ارزیابی نام‌برده به صورت ذیل است:



نمودار ۲. انواع ارزیابی خطمشی از نظر مرحله زمانی (نگارنده)

برخی از پژوهشگران حوزه خطمشی، از ارزیابی تکوینی^۲ و ارزیابی پایانی^۳ نام می‌برند [۱۹] که با توجه به هم‌پوشانی مفاهیم می‌توان ارزیابی تکوینی را جمع میان ارزیابی آینده‌نگر و ارزیابی حین‌اجرا پنداشت و ارزیابی پایانی را مترادف با ارزیابی گذشته‌نگر دانست. آلفین و کریستی معتقدند، به‌طور کلی الگوهای ارزیابی خطمشی را می‌توان با توجه به تمرکز خاص و زاویه دید نظریه‌پرداز به موضوع ارزیابی خطمشی عمومی، به سه دسته تقسیم کرد: نخست «روش‌محور» که به دنبال ارزیابی با تکنیک‌های علمی اثبات‌گرایانه برای سنجش است. دوم «ارزش‌محور» که به دنبال استفاده از روش‌های تعاملی و گفت‌وگویی برای ایجاد ادراک مشترک جمعی هستند. سوم «کاربردی» که به دنبال ترکیب اقتضایی رویکردهای روش‌محور و ارزش‌محور به فراخور مسئله هستند [۱۹]. در تقسیم دیگر ارزیابی‌های خطمشی را می‌توان به سه دسته کلی تقسیم کرد: «ارزیابی اداری»، «ارزیابی سیاسی» و «ارزیابی قضایی» [۱۶]. این سه نوع یاد شده از نظر شیوه و عوامل ارزیابی و آثار آن‌ها با یکدیگر تفاوت دارند. اغلب دستگاه‌های دولتی تلاش‌هایی برای سنجش اثربخشی برنامه‌هایشان می‌کنند. این بررسی‌ها یا بازنگری‌ها معمولاً به صورت یکی از اشکال ذیل صورت می‌گیرد:

۱- «دریافت گزارش مستمر»: این روش متداول‌ترین نوع بازنگری برنامه است. مدیران دولتی از مقامات اجرایی می‌خواهند که به ارائه مدرک (رسمی و غیررسمی) در خصوص اجرای برنامه‌ها، اقدام کنند. گزارشات مکتوب در دوره‌های مشخص به‌طور پیوسته توسط مجریان برنامه ارائه می‌گردد. ۲- «بازدید از محل»: در این روش مدیران دولتی یا مشاوران امین آن‌ها می‌توانند از بخش‌های مورد نظر و مختلف بازدید کنند و نتایج برنامه‌ها را از نزدیک مشاهده و ارزیابی کنند. ۳- «استفاده از معیارهای برنامه»: در این روش کارآیی و اثربخشی برنامه‌ها با معیارهایی که از قبل تعیین شده مقایسه می‌شود. این معیارها می‌توانند همانند یک میزان و ترازو موفقیت برنامه‌ها را مشخص کنند. اطلاعاتی که توسط دستگاه‌های دولتی توسعه یافته است، به طور کلی معیارهای برون‌داد خطمشی را پوشش می‌دهد. ۴- «مقایسه با استانداردهای حرفه‌ای»: در برخی

2 Formative Evaluation
3 Summative Evaluation

گردشگری متناسب با تحولات جهانی به‌عنوان یکی از اشتغال‌زاترین صنایع مورد توجه نبوده و عموماً ذیل امور مربوط به فرهنگ و تابعی از راهبردهای فرهنگی بوده است. رونق گردشگری در قالب حفظ و مرمت ابنیه تاریخی، ایجاد موزه‌های تخصصی با محوریت دفاع مقدس و نیز توسعه زیرساخت‌ها و امکانات برای زائران از جمله اقدامات مطلوب است؛ اما به‌زعم برخی صاحب‌نظران ظرفیت‌های گردشگری کشور چندان موردتوجه قرار نگرفته است [۹].

بررسی سیاست‌های گردشگری جمهوری اسلامی ایران نشان می‌دهد که در قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران به‌عنوان اساسنامه و مهم‌ترین سند زیربنایی کشور هیچ‌گونه اشاره‌ای به ساختار نهادی گردشگری و مفاهیم پیرامون آن (ایرانگردی، جهانگردی، میراث فرهنگی و نظایر آن) نکرده است.

در سند چشم‌انداز ایران در افق ۱۴۰۴ به‌عنوان مهم‌ترین سند توسعه ایران در یک دهه اخیر که سایر قوانین باید بر مبنای آن تقنین شود، نیز هیچ‌گونه اشاره‌ای به گردشگری و مفاهیم پیرامون آن نشده است. اگر چه از عبارت کلیدی سند چشم‌انداز: «ایران کشوری است توسعه‌یافته با جایگاه اول اقتصادی، علمی و فناوری در سطح منطقه با هویت اسلامی و انقلابی، الهام‌بخش در جهان اسلام و با تعامل سازنده و مؤثر در روابط بین‌الملل»، می‌توان توسعه صنعت گردشگری را به‌عنوان یکی از مهم‌ترین حوزه‌های اقتصادی و فرهنگی به حساب آورد.

در سند نقشه جامع علمی کشور اولویت‌های علم و فناوری ایران تعیین و به ترتیب در سه سطح الف و ب و ج تنظیم شده‌اند. این دسته‌بندی ناظر بر نحوه و میزان تخصیص منابع، اعم از مالی و انسانی و توجه مدیران و مسئولان است (شورای عالی انقلاب فرهنگی جمهوری اسلامی ایران، ۱۳۹۰: ۱۱). در این سند راهبردی که بسیاری از رشته‌های دانشگاهی و زمینه‌های تحقیقاتی در سه سطح اولویت‌بندی شده‌اند هیچ نامی از رشته‌های مرتبط با صنعت گردشگری یعنی مدیریت جهانگردی، جغرافیا و صنعت توریسم، اکوتوریسم، هتل‌داری، بازاریابی گردشگری و نظایر آن برده نشده است. به عبارت دیگر آموزش، تربیت، مهارت‌آموزی و متخصص‌سازی نیروی انسانی و تحقیق و پژوهش برای ارتقای حوزه گردشگری در اولویت سند نقشه جامع علمی کشور نیست. درحالی

از عرصه‌های فعالیت دولت، انجمن‌های حرفه‌ای استانداردهای مناسبی را توسعه بخشیده‌اند. این استانداردها معمولاً به‌عنوان سطح مطلوبی از برون‌داد در نظر گرفته می‌شوند. ۵- «ارزیابی شکایات مردم»: روش متداول دیگر برای ارزیابی برنامه، تجزیه و تحلیل شکایات مردم است. اما همه افراد به‌طور داوطلبانه به ارائه شکایات یا اظهارها در خصوص برنامه‌های دولتی، اقدام نمی‌کنند. بر اساس نتیجه یک پژوهش چهار الگوی مطلوبیت‌گرای پاتون (۲۰۰۵) ، تصمیم‌گرای استافل‌بیم (۲۰۱۴) ، واقع‌گرای پاورسون و تایللی (۲۰۱۳) و مشارکتی کوزینز (۱۹۹۶) الگوهای برتر ارزیابی خطمشی هستند [۱۴].

۴-۳-۲- مروری بر خطمشی‌گذاری گردشگری در ایران

صنعت گردشگری در ایران در هشتاد سال پیش با تأسیس «اداره جلب سیاحان خارجی و تبلیغات» شکل رسمی به خود گرفت. در سال‌های بعد، «قانون سازمان جلب سیاحان» و «قانون تأسیس وزارت اطلاعات و گردشگری» به تصویب رسید. در واقع تهیه و تصویب برنامه‌های فرابخشی و ملی رسمی در ایران به سال ۱۳۲۷ برمی‌گردد [۹]. در برنامه‌ی اول عمرانی و برنامه‌ی دوم عمرانی هیچ بخشی برای گردشگری در نظر گرفته نشده بود. برای اولین بار در برنامه‌ی سوم عمرانی ایران سال ۱۳۴۱ بود که به گردشگری پرداخته شد [۱۱]. یکی از مهم‌ترین اقدامات دولت در برنامه‌ریزی گردشگری، انعقاد قرارداد طرح جامع گردشگری با شرکت سوئیس «توریست کنسولت» بود. به‌جز این طرح جامع، چندین طرح دیگر نیز مطالعه گردید. محورهای اساسی این برنامه‌ها کسب وجهه بین‌المللی، ایجاد ساختار تشکیلاتی و نظام اجرایی جدید، توسعه خدمات گردشگری، شناخت و معرفی گردشگری و ... بود. آمارها نیز رشد تعداد گردشگران ورودی به کشور بین سال‌های ۱۳۳۲ تا ۱۳۵۲ را نشان می‌دهد. پس از پیروزی انقلاب اسلامی نیز با تصویب لایحه قانونی، با ادغام شرکت‌های وابسته «سازمان مراکز ایرانگردی و جهانگردی» تشکیل شد. مهم‌ترین تصمیم سیاست‌گذارانه در این حوزه، تصویب «قانون توسعه صنعت ایرانگردی و جهانگردی» در سال ۱۳۷۰ است. با ادامه توسعه ساختاری این صنعت، سرانجام در سال ۱۳۹۸ «وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع-دستی» ایجاد شد. پس از انقلاب اسلامی ایران موضوع

چهارم توسعه، ماده ۱۱۴) براساس قانون برنامه پنجم توسعه جمهوری اسلامی ایران دولت موظف است به کمک شهرداری‌ها زیرساخت‌های لازم را برای زائران شهرهای مشهد، قم و شیراز فراهم کند.

و فعالیت‌های فرهنگی و خدمات زیارتی را در قطب‌های زیارتی توسعه دهد. همچنین در این سند آمده است که سازمان میراث فرهنگی و گردشگری مجاز به ایجاد مرکزی برای نظارت بر اقامتگاه‌ها و دفاتر خدمات گردشگری، حمایت مالی از راه‌اندازی موزه‌های تخصصی دفاع مقدس و شهدا و ایجاد مراکز حفظ آثار و فرهنگ عشایری و روستایی توسط بخش غیردولتی است (قانون برنامه پنجم توسعه، ماده ۱۱ و ۱۲) در بندهای ۱۲ و ۱۹ سیاست‌های کلی برنامه ششم توسعه (۱۳۹۶ تا ۱۴۰۰) تأکید شده که توسعه گردشگری، دیپلماسی فرهنگی ایجاد کرده و موجب توسعه پیوندهای راهبردی می‌شود، همچنین تامین امنیت منطقه‌ای، توسعه پایدار و معرفی هویت ما را در خود دارد. در بندهای ۱، ۲، ۳، ۵، ۶، ۸ و ۲۱ به‌طور غیرمستقیم و در بند ۵۰ و ۵۱ به‌طور مستقیم به توسعه صنعت ایرانگردی و صنایع دستی اشاره شده است. در بند ۵۰ آمده است: «توسعه پایدار صنعت ایرانگردی به‌گونه‌ای که ایرانگردهای خارجی تا پایان برنامه ششم به حداقل پنج برابر افزایش یابد». در بند ۵۱ حمایت از صنایع دستی و صیانت از میراث فرهنگی کشور مورد تأکید قرار گرفته است.

به‌طور کلی مختصات اسناد فرادستی برنامه ششم توسعه از جمله سیاست‌های کلی برنامه ششم، سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی و سند چشم‌انداز و خطوط راهنمای این اسناد برای توسعه بخش گردشگری شامل این موارد است: ضرورت تقویت قابلیت‌های مردمی اقتصاد؛ ضرورت کاهش وابستگی به درآمدهای ناشی از صادرات نفت خام؛ ضرورت فراهم‌سازی زمینه‌های رشد و توسعه توأم با صیانت از هویت و میراث فرهنگی؛ ضرورت فراهم‌سازی زمینه‌های توسعه بومی و متکی بر مشارکت حداکثری آحاد جامعه. گردشگری فرهنگی به عنوان مدل مورد تأکید سند برنامه ششم توسعه است. طبق سیاست‌های کلی ابلاغی مقام معظم رهبری در برنامه ششم توسعه باید شاهد گسترش صنایع دستی با بهره‌گیری از صنعت گردشگری، افزایش اشتغال ناشی از گردشگری، تبدیل ایران به قطب پزشکی منطقه و جهان اسلام و به تبع آن رشد گردشگری سلامت

که در این سند تأکید شده است که ذکر نام رشته‌های علمی براساس اولویت‌های سه‌گانه، تعیین‌کننده میزان منابع و توجه مدیران و مسئولان کشور است.

برنامه‌های پنج‌ساله توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران یکی دیگر از اسناد فرادستی مهم در ایران است. تاکنون شش برنامه تصویب و اجرا شده است و اکنون با یک سال تمدید در سال پایانی برنامه پنج‌ساله ششم هستیم. برنامه‌ی اول از سال ۱۳۶۸ تا ۱۳۷۲، برنامه‌ی دوم از سال ۱۳۷۴ تا ۱۳۷۸، برنامه‌ی سوم از ۱۳۷۹ تا ۱۳۸۳، برنامه‌ی چهارم از سال ۱۳۸۴ تا ۱۳۸۸، برنامه‌ی پنجم از سال ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۴ و برنامه ششم از ۱۳۹۶ تا ۱۴۰۰ تدوین شده‌اند.

در برنامه اول توسعه در بخش خطمشی‌ها در بند سوم به تقویت و توسعه ایرانگردی و جهانگردی در جهت تبادل تجربه و دانش و شناساندن میراث تمدن و فرهنگ اسلامی و ایران اشاره شده است (بخش خطمشی‌ها، ماده ۳). در برنامه دوم هیچ اشاره مشخصی به گردشگری و مسائل پیرامون آن نشده است. در برنامه سوم، به مطالب نسبتاً مهمی درخصوص گردشگری ذکر شده است. مثلاً در ماده ۱۶۴ برنامه سوم قید شده است که در دوره اجرای این برنامه، بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران مقرراتی به منظور خرید ارز گردشگران در مبادی ورودی و فروش ارز به گردشگران برای مقاصد خارجی ایجاد کند. علاوه بر آن، در ماده ۱۶۶ بیان شده که «در شهرهای دارای بافت تاریخی ارزشمند به منظور انجام امور مربوط به حفاظت از بافت تاریخی، سازوکار مدیریتی مناسب در شهرداری‌ها ایجاد شود و شورای شهر درصدی از درآمدهای شهرداری را در اختیار مدیریت ذی‌ربط قرار دهد» (قانون برنامه سوم توسعه، ماده ۱۶۴ و ۱۶۶). در برنامه چهارم توسعه، مفاد بیشتری درخصوص میراث فرهنگی و گردشگری ذکر شده است که مهم‌ترین آن‌ها ایجاد و توسعه موزه‌های پژوهشی- تخصصی وابسته به دستگاه‌های اجرائی، ایجاد و تجهیز پایگاه‌های میراث فرهنگی در آثار تاریخی مهم کشور، ایجاد صندوق احیا و بهره‌برداری از بناها و اماکن تاریخی فرهنگی کشور، شناسایی و حمایت از میراث فرهنگی حوزه فرهنگی ایران در کشورهای همسایه و ایجاد مراکز حفظ و آثار فرهنگ ایلی در شهرستان‌ها و استان‌های کشور از قبیل دهکده‌های توریستی، موزه و نمایشگاه است (قانون برنامه

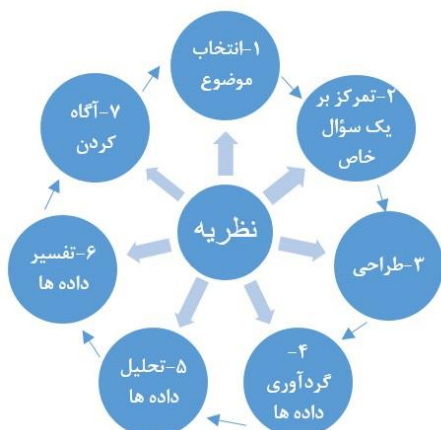
۳- عوامل اساسی مؤثر بر گردشگری

برنامه‌های توسعه و خطمشی‌گذاری‌ها در هر کشور متأثر از ماهیت حکومت و ایدئولوژی سیاسی حاکم است که بر نظام برنامه‌ریزی، اسناد فرادستی، برنامه‌های راهبردی و محتوای آن‌ها تأثیر مستقیم می‌گذارد. به عبارت دقیق‌تر، خطمشی‌گذاری‌ها و تدوین برنامه‌های راهبردی کلان در هر کشور، محصول محیط سیاسی، ارزش‌ها و ایدئولوژی حاکم، خواست قدرت و اصول نهادینه‌شده آن کشور است. بر همین اساس، گردشگری دارای ماهیت، ابعاد، ارزش‌ها و معنای خاصی است که در نظام‌ها و ایدئولوژی‌های سیاسی مختلف نگاه‌های متفاوتی به آن شده است. هدف از توسعه گردشگری برای حفاظت از مناطق طبیعی از طریق ارائه درآمد، حفاظت از محیط زیست می‌باشد [۲۵]. صنعت گردشگری در ذات خود مفهوم جریان آزاد سرمایه، اطلاعات، انسان و اندیشه را داشته و سعی دارد محدودیت‌ها و قید و بندها را کنار بزند و در حقیقت یکی از زوایای مهم جهانی شدن است. این بدان معنا است که جهانی شدن در خدمت گسترش گردشگری و گردشگری پیش‌برنده فرایندهای جهانی شدن است [۱۵]. از این‌رو، کشورهایی که دارای نظام سیاسی بسته و مبتنی بر ارزش‌های ایدئولوژیک غیرمنعطف و محلی هستند با رونق صنعت گردشگری آزاد و فراگیر بین‌المللی در چالش هستند؛ در نتیجه، رویکرد احتیاطی و حتی تهدیدآمیز بودن گردشگری بین‌المللی را درپیش می‌گیرند و معمولاً در اسناد فرادستی برنامه جدی برای توسعه این صنعت ندارند. این بدان معنا است که رونق گردشگری بین‌المللی در یک کشور بیش از آن‌که بیانگر جاذبه‌های گردشگری فراوان آن کشور باشد، نشانگر نظام سیاسی باز، در انزوا نبودن، در شبکه بودن و تعامل با نظام بین‌الملل بر مبنای منافع اقتصادی، سیاسی و فرهنگی آن کشور است که در برنامه‌ها و اسناد فرادستی آن کشور خطمشی‌گذاری، هدف‌گذاری و عملیاتی شده است. در مجموع، عوامل اساسی مؤثر بر گردشگری در هر کشور را می‌توان به دو بخش «عوامل زمینه‌ای» و «خطمشی‌گذاری گردشگری» تقسیم کرد. عوامل زمینه‌ای شامل فرهنگ، اقتصاد، امنیت، امکانات رفاهی و زیربنایی و کیفیت جاذبه‌های گردشگری است که در هر کشور برای توسعه گردشگری شرط لازم است اما کافی نیست. علاوه بر آن‌ها، اراده لازم زمامداران کشور برای توسعه گردشگری نیاز است که در

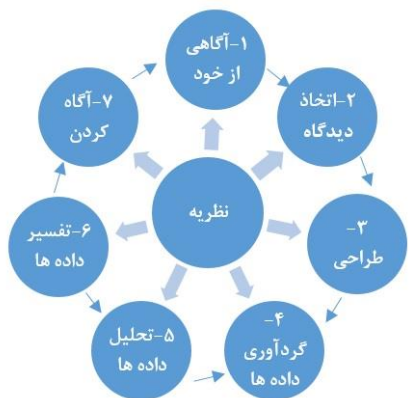
کشور، توسعه صنعت ایرانگردی با جذب پنج برابری افزایش گردشگران ورودی نسبت به زمان شروع برنامه در سال ۱۳۹۶ باشیم.

سند راهبردی توسعه گردشگری مصوب ۱۳۹۹/۶/۱۶ آخرین سندی است که تاکنون در حوزه گردشگری به تصویب رسیده است. این سند بر اساس قانون برنامه ششم توسعه کشور که وزارتخانه میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع‌دستی موظف بود تا پایان سال اول برنامه (۱۳۹۶) سند راهبردی توسعه گردشگری کشور را تهیه و جهت تصویب به هیأت وزیران ارائه کند با تأخیر چهارساله تهیه و در تاریخ ۱۳۹۹/۶/۱۶ تصویب شده است. سند مذکور با چشم‌انداز ایجاد یک چارچوب هماهنگ سیاستی برای اتخاذ رویکردی بین بخشی و یکپارچه برای دستیابی به توسعه پایدار گردشگری و با همکاری دستگاه‌های اجرایی، اساتید دانشگاهی و فعالان بخش خصوصی تهیه و تدوین شده و بر عناصر مؤثر بر بخش گردشگری مانند مدیریت گردشگری، مسائل فضای کسب‌وکار این حوزه، زیرساخت‌های گردشگری، نیروی انسانی و فرهنگ‌سازی، مشکلات مربوط به اتباع خارجی و تبلیغات و بازاریابی تمرکز دارد. در تدوین سند راهبردی توسعه گردشگری، مدل سیاستگذاری فرایندی مورد استفاده قرار گرفته است در سند توسعه گردشگری کشور به‌غیر از نقش و وظیفه وزارت میراث‌فرهنگی، گردشگری و صنایع‌دستی به‌عنوان متولی اصلی صنعت گردشگری برای ۱۲ وزارتخانه و ۵ سازمان همچنین سه تولید (تولیت آستان قدس رضوی، حرم حضرت معصومه (س) و آستان شاهچراغ) و معاونت توسعه روستایی و مناطق محروم کشور احکامی صادر و برای هرکدام وظایفی مشخص شده است که نهایتاً این هم‌افزایی و مشارکت جمعی سبب تحقق سند راهبردی توسعه گردشگری و توسعه این صنعت شود. با صدور این احکام به وزارتخانه‌های امورخارجه، فرهنگ و ارشاد اسلامی، راه و شهرسازی، اطلاعات، کشور، تعاون، کار و رفاه اجتماعی، صنعت، معدن و تجارت، علوم، تحقیقات و فناوری، آموزش و پرورش، بهداشت و درمان، اقتصاد و امور دارایی و جهاد کشاورزی همچنین نیروی انتظامی، مرکز آمار، سازمان حفاظت محیط‌زیست و سازمان صداوسیما راهبردهای کلان سند مذکور وارد فاز عملیاتی و اجرایی خواهد شد.

از دو رویکرد کمی و کیفی دارای گام‌هایی است که در نمودارهای ذیل آمده است:



نمودار ۴ - گام‌های پژوهش کمی [۱۳]



نمودار ۵. گام‌های پژوهش کیفی [۱۳]

برای جمع‌آوری داده‌ها ابتدا از طریق بررسی اسناد و مطالعات آرشیوی با دسترسی به مهم‌ترین اسناد و تألیفات و تحقیقات مرتبط با موضوع اعم از کتاب به زبان فارسی و انگلیسی، پایان‌نامه‌ها، طرح‌ها و مقاله‌های پژوهشی و سایت‌های معتبر اینترنتی که فهرست آنها در بانک‌های اطلاعاتی مأخذ و منبع‌شناسی موجود است، استفاده شد. در مرحله کیفی از ابزار مصاحبه به‌منظور کسب نظر خبرگان و متخصصان خطمشی‌گذاری عمومی گردشگری و ارزیابی آن و در مرحله کمی از ابزار پرسش‌نامه برای آزمون الگو استفاده شده است.

نمونه آماری شامل ۲۱ نفر بود. معیار انتخاب خبرگان و متخصصان، داشتن تحصیلات دانشگاهی و اعضای هیئت

اسناد و قوانین پایه و فرادستی ملی انعکاس دارد و سپس به صورت عملیاتی و جزئی‌تر در قوانین عادی، تفاهم‌نامه‌ها، آیین‌نامه‌ها و بخشنامه‌ها متبلور می‌شود. وجود خطمشی‌گذاری و اسناد فرادستی با مفاد مشخص گردشگری، بخش دیگر مؤثر بر توسعه گردشگری معنا پیدا می‌کند که آن بخش «اجرا و نظارت بر سیاست‌ها» است. در نمودار ذیل می‌توان عوامل مؤثر بر گردشگری کشور را مشاهده کرد:



نمودار ۳. عوامل مؤثر بر گردشگری در ایران (نگارنده)

۴- روش پژوهش

روش پژوهش حاضر به‌لحاظ مخاطب، بنیادی است؛ چون سفارشی نیست و مخاطبین مستقیم آن جامعه علمی است که در درازمدت ممکن است از آن استفاده شود؛ از نظر رویکرد، ترکیبی (کیفی و کمی) است که در مرحله کیفی آن از رویکرد استقرائی و در مرحله کمی آن از رویکرد فرضیه‌ای-قیاسی بهره گرفته شده است. هر یک

۴ پژوهش بنیادی برای دانش و شناخت انسان شالوده‌ای فراهم می‌کند که در تبیین خطمشی و حل مسائل اجتماعی قابل استفاده است. پژوهشگرهای بنیادی با دقت زیادی در جستجوی یافتن پاسخ به سؤال‌هایی هستند که بتواند تأثیر بلندمدتی بر تفکرات بگذارد (نیومن، ۱۳۹۷: ۵۱-۵۰).

صورتی که درباره هر مفهوم و مقوله نظری خاص دارند، ذیل آن به‌طور مشروح بیان کنند. پس از جمع‌آوری و تحلیل نظرات دور اول، ۱۱ مفهوم و ۳ مقوله ردّ و ۲۷ مفهوم و ۹ مقوله مورد تأیید قرار گرفت. سپس با کنار گذاشتن مفاهیم و مقوله‌های ردّ شده بر مبنای مفاهیم و مقوله‌های تأیید شده و نشده، پرسشنامه‌ای بسته شامل ۴۸ مفهوم و ۱۵ مقوله بازطراحی شده و به خبرگان ارائه شد. در دور دوم ۳۸ مفهوم و ۱۲ مقوله تأیید و ۴ مفهوم و ۱ مقوله ردّ شد.^۷

با توجه به احتمال تغییر در نظر خبرگان در مورد مفاهیم به اجماع نرسیده، پرسشنامه‌ها دوباره میان خبرگان توزیع شد، ضمن اینکه نتایج دوره‌های قبل نیز به آن‌ها ارائه گردید. با توزیع پرسشنامه بین اعضای خبرگان در دور سوم بر روی ۶ مفهوم و ۲ مقوله دیگر نیز توافق حاصل شد. از آنجا که در این دور، پاسخ خبرگان به اجماع رسید و خبرگان دیگر تمایلی به ایجاد تغییر و یا تعدیل در نظرات خود نداشتند، چنین تشخیص داده شد که نیازی به توزیع پرسشنامه در دور چهارم نیست. بنابر این در مجموع بر روی ۴۴ مفهوم و ۱۴ مقوله اجماع حاصل شد. در نهایت مفاهیم و مقوله‌های تأیید شده خبرگان که نشان‌دهنده عناصر اساسی ارزیابی خطمشی‌های عمومی گردشگری در ایران است تهیه و در جدول ذیل نشان داده شده است:

جدول ۲. عناصر اصلی ارزیابی خطمشی‌های گردشگری

۶ مقوله‌های ردّ شده عبارتند از: نوآوری خطمشی، مرجعیت خطمشی و تبدیل دو مقوله جداگانه کارایی و اثربخشی به یک مقوله تحت عنوان بهره‌وری. مفاهیم ردّ شده عبارتند از: محصول اشاعه خطمشی عمومی؛ محصول نسخه برداری خطمشی عمومی؛ محصول انتقال خطمشی عمومی؛ محصول تقلید خطمشی عمومی؛ ملاحظه ایدئولوژی و نگرش‌های جامعه؛ انعکاس ارزش‌های اساسی جامعه؛ ملاحظه اخلاقیات حاکم بر جامعه؛ شفافیت اهداف و چشم‌اندازهای خطمشی؛ مشارکت و پشتیبانی سیاسی خطمشی؛ عدم وارونگی خطمشی عمومی.

۷ مقوله ردّ شده عبارت بود از: میزان بهبود و ارتقاء حاصل از اجرای خطمشی. مفاهیم ردّ شده عبارتند از: رفع مسائل و معضلات جامعه هدف خطمشی عمومی؛ برنامه‌ریزی تعالی خطمشی عمومی؛ درس‌آموزی مبتنی بر خطمشی عمومی و رضایت‌مندی جامعه هدف خطمشی عمومی.

علمی آشنا با مباحث علمی خطمشی‌گذاری و ارزیابی خطمشی در حوزه گردشگری و مدیران و کارشناسان وزارت میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری بود. برای تعیین مقوله‌ها و مفاهیم ارزیابی خطمشی گردشگری از روش کیفی با ابزار مصاحبه و جهت تعیین رتبه مقوله‌ها و درجه اهمیت مفاهیم از روش کمی با ابزار پرسشنامه و از روش دلفی استفاده شد. مراحل انجام روش دلفی در این تحقیق در نمودار ذیل نشان داده شده است:



نمودار ۶. مراحل و اجرای روش دلفی در پژوهش حاضر (نگارنده)

به‌منظور نمونه‌گیری، از مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته استفاده شده است. نمونه‌گیری به‌صورت نظری انجام شد و تا رسیدن مقوله‌ها به اجماع نظری ادامه یافت. پس از تدوین الگوی مفهومی پژوهش بر مبنای مفاهیم استخراج شده از مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته، الگوی طراحی شده مورد آزمون کمی قرار گرفت. برای شناسایی اولیه مفاهیم پایه و مقوله‌های سازمان‌دهنده ارزیابی خطمشی گردشگری ابتدا با استفاده از بازنگری ادبیات پژوهش و انجام مصاحبه با ۷ نفر از خبرگان نمونه، ۵۹ مفهوم پایه در ۱۸ مقوله که از سوی نظریه‌پردازان و محققین عرصه ارزیابی خطمشی با اهمیت دانسته شدند، مورد شناسایی قرار گرفت و در قالب چیدمان اولیه گروه‌بندی شد. برای غربال ابتدایی مفاهیم شناسایی شده از تکنیک دلفی در سه دور استفاده شد. در دور اول دلفی پرسشنامه‌ای مشتمل بر ۵۹ مفهوم در ۱۸ مقوله که نشانگر مفاهیم اصلی حاصل از مصاحبه بودند طراحی شد و از ۲۱ نفر خبرگان در نمونه‌ی تحقیق خواسته شد در طیف لیکرت پنج‌گزینه‌ای (از خیلی زیاد تا خیلی کم) نسبت به ضرورت و اهمیت مفاهیم و مقوله‌ها اظهار نظر کرده و در

مفهوم‌ها	مقوله‌ها	ابعاد
درک صحیح مجریان از اهداف	تهدید عملی مجریان	ابعاد
باورمندی مجریان به درستی خطمشی و اجرای آن		
توانایی به‌کارگیری ابزارهای مناسب	برخورداوری از ابزارهای لازم	
انعطاف‌پذیری ابزارها		
مشارکت بیشینه مخاطبان		
انجام مستمر ارزیابی	استمرار ارزیابی	
بازبینی روند ارزیابی		
رفع موانع اجرای ارزیابی		
رعایت استانداردهای علمی	برخورداوری از شاخص‌های مناسب ارزیابی	
نمایش وضع واقعی موجود		
تبیین و استاندارد کردن فعالیت‌های خطمشی		
برخوردار از معیار عینی و سنجش‌پذیر	مبذرت خطمشی	
تأثیر مثبت بر ذهنیت مخاطبان		
داشتن نتایج مطلوب و ملموس		
داشتن پیامدهای امیدوارکننده		
داشتن پیامدهای امیدوارکننده		

۵- تجزیه و تحلیل داده‌ها

داده‌های حاصل از مصاحبه با خبرگان انتخابی برای نمونه مورد تحلیل قرار گرفت. در تحلیل تماتیک داده‌های حاصل از مصاحبه با خبرگان به صورت پاراگراف به پاراگراف کدگذاری شد؛ سپس مفاهیم اولیه تولید، بعد کدگذاری فرعی (کدگذاری ثانویه) انجام و در پایان کدگذاری کلی صورت پذیرفت. بعد از کدگذاری‌های انجام‌شده، به ۴۴ مفهوم و ۱۴ مقوله که در ۵ بعد طبقه‌بندی شده‌اند، رسیدیم. این ابعاد کلی از لحاظ انتزاعی بودن در سطح بالاتری نسبت به مقوله و مفاهیم مرحله قبل قرار دارند.

مفهوم‌ها	مقوله‌ها	ابعاد
منطبق با نظر کارشناسان مربوط	مخوری پراختن به مسئله	تشخیص مسئله عمومی
توجه به اولویت‌های کارشناسان مربوط		
ارتباط راه‌حل‌ها با مسئله		
توجه به پیامدهای احتمالی مسئله	و ملایع داشتن روزکرد جامع	
دور اندیشی در تبیین وضعیت ایده‌آل		
توجه به گرایش‌های طراحان مسئله		
متناسب با توانمندی‌های موجود	دغدغه بودن	
منطبق با نیازها و انتظارات جامعه		
توجه به مسائل و مشکلات عمومی		
ایجاد فرصت‌های برابر	عقلانی بودن خطمشی	تدوین خطمشی عمومی
توجه اقتصادی		
منطبق با سیاست‌ها و اسناد بالادستی		
بهره‌مندی از نظر کارشناسان	پویایی خطمشی	
سازگاری خطمشی متناسب با شرایط زمانی		
سازگاری خطمشی متناسب با شرایط مکانی		
سازگاری خطمشی متناسب با شرایط فرهنگی	انسجام خطمشی	
هم‌سو با خطمشی‌های هم‌عرض		
هم‌سو با خطمشی‌های بالادستی		
هم‌سویی میان مؤلفه‌های مختلف خطمشی	قانونی بودن	مشروعیت‌بخشی به خطمشی
سازگاری با چارچوب‌های قانونی پیشینی		
ضمانت اجرایی در مفاد قانون		
مقبولیت همگانی خطمشی	پذیرش عمومی	اجرای خطمشی
برخورداوری از پشتیبانی عمومی		
سازگاری با باورها و هنجارهای عمومی		
کسب بیشترین نتیجه با کمترین هزینه	بهره‌وری	
توجه به نتایج عینی و واقعی		
اختصاص منابع مالی لازم		
دستیابی به اهداف خطمشی		
هماهنگی و مشارکت دستگاه‌های مجری خطمشی		

۱-۵- توصیف آماری ابعاد تحقیق

میانگین و انحراف معیار ابعاد تحقیق به شرح ذیل است:
جدول ۳. میانگین و انحراف معیار طبقه‌ها و مقوله‌های

تحقیق

ردیف	ابعاد	میانگین ابعاد	انحراف معیار ابعاد
۱	تشخیص مسئله عمومی	۴/۲۱۳	۰/۵۶۷
۲	تدوین خطمشی عمومی	۴/۳۲۰	۰/۴۴۶
۳	مشروعیت‌بخشی به خطمشی	۴/۴۶۰	۰/۴۵۳
۴	اجرای خطمشی	۴/۳۹۴	۰/۴۶۶
۵	ارزیابی خطمشی عمومی	۴/۳۸۳	۰/۵۵۱

پس از جمع‌آوری داده‌ها، ضریب پایایی مقوله‌های کلی تحقیق محاسبه گردید. همان‌طور که در جدول (۷) مشاهده می‌شود، مقدار آلفای کرونباخ محاسبه شده برای تمام طبقه‌ها، بالاتر از ۰/۷ بود. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که ابزار تحقیق از پایایی مناسب برخوردار است.

جدول ۴. نتایج بررسی روایی طبقه‌ها تحقیق

ردیف	ابعاد	تعداد مؤلفه‌ها	ضریب آلفای کرونباخ
۱	تشخیص مسئله عمومی	۱۰	۰/۸۲۸
۲	تدوین خطمشی عمومی	۹	۰/۸۰۷
۳	مشروعیت‌بخشی به خطمشی	۵	۰/۷۰۷
۴	اجرای خطمشی	۱۰	۰/۸۱۵
۵	ارزیابی خطمشی عمومی	۱۰	۰/۸۵۵

۲-۵- بررسی فرض نرمال بودن داده‌ها

برای بررسی نرمالیتی داده‌ها از آزمون شاپیرو-ویلک یک بعدی استفاده می‌گردد. همان‌طور که در جدول (۸) مشاهده می‌گردد، میزان sig ابعاد بیشتر از ۰/۰۵ می‌باشد، لذا فرض نرمال بودن داده‌ها پذیرفته می‌شود.

جدول ۵. نتایج بررسی نرمال بودن طبقه‌های تحقیق

ردیف	ابعاد	sig
۱	تشخیص مسئله عمومی	۰/۲۰۰
۲	تدوین خطمشی عمومی	۰/۱۸۳
۳	مشروعیت‌بخشی به خطمشی	۰/۲۰۰
۴	اجرای خطمشی	۰/۲۰۰
۵	ارزیابی خطمشی عمومی	۰/۰۵۶

۶- نتیجه‌گیری

این پژوهش با هدف شناسایی عناصر مرتبط با ارزیابی خطمشی‌های عمومی در گردشگری ایران انجام گرفت. روش پژوهش حاضر به‌لحاظ مخاطب، بنیادی و رویکرد آن، ترکیبی (کیفی و کمی) است. با کمک خروجی‌های حاصل از مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته و پرسش‌نامه، عناصر مرتبط با ارزیابی خطمشی‌های عمومی در گردشگری ایران در ۵ بعد و ۴۴ مفهوم مرتبط با ۱۴ مقوله، به‌شرح ذیل شناسایی شد:

ابعاد عبارتند از: تشخیص مسئله عمومی، تدوین خطمشی عمومی، مشروعیت‌بخشی به خطمشی، اجرای خطمشی و ارزیابی خطمشی عمومی.

مقوله‌ها عبارتند از: پرداختن به مسئله محوری، رویکرد جامع و مانع داشتن، دغدغه بودن برای کارشناسان، عقلانی بودن خط مشی، پویایی خطمشی، انسجام خطمشی، قانونی بودن، پذیرش عمومی، بهره‌وری، تعهد عملی مجریان، برخورداری از ابزارهای لازم، استمرار ارزیابی، برخورداری از شاخص‌های مناسب ارزیابی و توجه به نتایج مثبت خطمشی عمومی.

مفاهیم عبارتند از: منطبق با نظر کارشناسان مربوط، توجه به اولویت‌های کارشناسان مربوط، ارتباط راه‌حل‌ها با مسئله، توجه به پیامدهای احتمالی مسئله، دوراندیشی در تبیین وضعیت ایده‌آل، توجه به گرایش‌های طراحان مسئله، متناسب با توانمندی‌های موجود، منطبق با نیازها و انتظارات جامعه، توجه به مسائل و مشکلات عمومی، ایجاد فرصت‌های برابر، توجیه اقتصادی، منطبق با سیاست‌ها و اسناد بالادستی، بهره‌مندی از نظر کارشناسان، سازگاری خطمشی متناسب با شرایط زمانی، سازگاری خطمشی متناسب با شرایط مکانی، سازگاری خطمشی متناسب با شرایط فرهنگی، هم‌سو با خطمشی‌های هم‌عرض، هم‌سو با خطمشی‌های بالادستی، هم‌سویی میان مؤلفه‌های مختلف خطمشی، سازگاری با چارچوب‌های قانونی پیشینی، ضمانت اجرایی در مفاد قانون، مقبولیت همگانی خطمشی، برخورداری از پشتیبانی عمومی، سازگاری با باورها و هنجارهای عمومی، کسب بیشترین نتیجه با کمترین هزینه، توجه به نتایج عینی و واقعی، اختصاص منابع مالی لازم، دستیابی به اهداف خطمشی، هماهنگی و مشارکت دستگاه‌های مجری

مقطع زمانی انجام این پژوهش مصادف با شیوع ویروس کرونا در کشور و اعمال محدودیت‌ها در ارتباطات و تماس‌های مستقیم بود؛ ثانیاً ابزارهای جمع‌آوری اطلاعات این پژوهش مصاحبه و پرسشنامه و مستلزم ارتباطات حضوری بوده است؛ ثالثاً جامعه آماری پژوهش همگی از مدیران و کارشناسان وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی انتخاب شده بودند؛ ممکن است عوامل یاد شده تأثیر مستقیم یا غیر مستقیم در امر مصاحبه‌ها گذاشته باشد. همچنین ملاحظات متأثر از وابستگی سازمانی جامعه آماری سوگیری احتمالی در پاسخگویی به سؤالات پرسشنامه را موجب شده باشد؛ پیشنهاد می‌شود پژوهش‌های مشابهی در مقطع زمانی مناسب‌تر با ترکیب جامعه آماری غیر شاغل در وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی یا مرکب از شاغلین و غیرشاغلین در وزارت یاد شده به عمل آمده و با نتایج این تحقیق مقایسه شود.

خطمشی، درک صحیح مجریان از اهداف، باورمندی مجریان به درستی خطمشی و اجرای آن، توانایی به‌کارگیری ابزارهای مناسب، انعطاف‌پذیری ابزارها، مشارکت بیشینه مخاطبان، انجام مستمر ارزیابی، بازبینی روند ارزیابی، رفع موانع اجرای ارزیابی، رعایت استانداردهای علمی، نمایش وضع واقعی موجود، تبیین و استاندارد کردن فعالیت‌های خطمشی، برخوردار از معیار عینی و سنجش‌پذیر، تأثیر مثبت بر ذهنیت مخاطبان، داشتن نتایج مطلوب و ملموس و داشتن پیامدهای امیدوارکننده.

مهمترین مزیت پژوهش حاضر در آن است که عوامل ارائه شده در این پژوهش عواملی مرتبط با یک الگوی جامع ارزیابی است که همزمان کوشیده است به اکثر عوامل موجود مطرح در ارزیابی خط مشی‌های صنعت گردشگری بپردازد و در این مورد خلاء مطالعاتی موجود را پر نماید. از محدودیت‌های این پژوهش باید گفت نظر به این که اولاً

منابع

۱. الوانی، سیدمهدی، شریف‌زاده، فتاح، ۱۳۹۴، فرایند خطمشی‌گذاری عمومی، چاپ چهاردهم، تهران، دانشگاه علامه طباطبایی.
۲. خلیلی، سعید، کد خبر: ۹۸۹۹۵۱ تاریخ انتشار: ۲۲ تیر، ۱۳۹۹ <https://www.tabnak.ir/fa/news>
۳. دانایی‌فرد، حسن، فانی، علی‌اصغر و فروزنده، لطف‌الله، زمستان ۱۳۹۵، ارائه الگوی عوامل تأثیرگذار بر ارزشیابی کیفیت خطمشی‌های عمومی ایران، فصلنامه، مدیریت نظامی، سال شانزدهم، شماره ۴، ۶۶-۴۲.
۴. رزقی رستمی، علیرضا، ۱۳۸۸، فرایند تصمیم‌گیری و تجزیه و تحلیل مشکل (الگوها و نظریه‌های تصمیم‌گیری و خطمشی‌گذاری)، تهران: یکان.
۵. سند چشم انداز ایران در افق ۱۴۰۴.
۶. سند راهبردی توسعه گردشگری مصوب ۱۶/۰۶/۱۳۹۸
۷. سند نقشه جامع علمی ایران. برنامه‌های پنج ساله توسعه اقتصادی ۱۳۶۸ تا ۱۴۰۰.
۸. شیبانی‌نیا، کفاح، عبداللهی، صدیقه و محمدزاده، مرجان، ۱۴۰۰، مروری بر گردشگری و اثرات آن؛ گامی به سوی توسعه پایدار، فصلنامه انسان و محیط زیست، شماره ۵۸، پاییز ۱۴۰۰، صص ۲۰۱-۲۱۳.
۹. طلائی، شکری، ستاری‌فرد، شهاب و صادق رحمانی، زهرا، ۱۳۹۸، بررسی و تحلیل صنعت گردشگری کشور و نقش آفرینی آن در تحقق گام دوم انقلاب و ارائه مدل برای توسعه این صنعت، مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی.
۱۰. قلی‌پور، رحمت‌الله ۱۳۹۲، تصمیم‌گیری سازمانی و خطمشی‌گذاری عمومی، چاپ چهارم، تهران، انتشارات سمت.
۱۱. معصومی، مسعود، ۱۳۸۵، ماهیت گردشگری، تهران: انتشارات پیک کوثر.
۱۲. منوریان، عیاس ۱۳۹۴، اجرا و ارزیابی خطمشی عمومی، چاپ اول، تهران: مؤسسه کتاب مهربان.
۱۳. نیومن، ویلیام لاورس، ۱۳۹۷، روش‌های پژوهش‌های اجتماعی، رویکردهای کمی و کیفی، ترجمه فقیهی، ابوالحسن، تهران، انتشارات ترمه، چاپ چهارم، جلد دوم.
۱۴. واعظی، رضا، شریف‌زاده، فتاح، محمدی محسن، شناسایی و اولویت‌بندی الگوهای ارزیابی خطمشی عمومی، فصلنامه علوم مدیریت ایران، سال دهم، شماره ۴۰، زمستان ۱۳۹۴، صص ۲۲-۱.
۱۵. ویسی، هادی، ۱۳۹۲، بررسی موانع توسعه صنعت توریسم در ایران. طرح پژوهشی. کرمان، دانشگاه پیام نور استان کرمان، صص ۲۱.



27. Greene. C. Jennifer. (1994). "Qualitative program evaluation: practice and promise", *Handbook of Qualitative Research*. Edition 2 by Norman. K. Denzine, yvonna. Lincoln.
28. Guangming Yang , Yunrui Yang, Guofang Gong, and Qingqing Gui, 2021, The Spatial Network Structure of Tourism Efficiency and Its Influencing Factors in China: A Social Network Analysis, *Government Information Quarterly*, Volume 37, Issue 4, October 2020, 101509
29. Havelt, Jason G. and Kevin A. Hassett (2018). The Effects of Taxation on Investment: New Evidence From Firm Level Panel Data, *National Tax Journal*, Vol. 45, No.3, pp: 243-51.
30. Ke, Ye. (2007). "Policy Termination: A Conceptual Framework and Application to the Local Public Hospital Context, California", A dissertation.
31. Kraft, M. E., & Furlong, S. R. (2010). *Public policy. Politics, analysis, and alternatives*. Washington, DC: CQ Press. .
32. Lindblom, Charles E. (1968). "The Policy Making process". *Policy Research*, vol 22, no 2, pp221-243.
33. Mayelez, Robert S. and Steven M. Fazzari, and Andrew P. Meyer (2020). How Responsive is Business Capital Formation to its User Cost? An Exploration with Micro Data. *Journal of Public Economics*, 74 (1):53.
34. Meltem Uygun, An evaluation of Turkey's health tourism policies using a social network analysis approach, October 2021. *International Journal of health PLANNING AND MANAGEMENT*, <https://doi.org>.
35. Valle-Cruz a David, J. Ignacio Criado b, Rodrigo Sandoval-Almazán c, Edgar A. Ruvalcaba-Gomez, 2020, Assessing the public policy-cycle framework in the age of artificial intelligence: From agenda-setting to policy evaluation, *Government Information Quarterly*, <https://doi.org/10.1016/j.giq.2020.101509>.
۱۶. هاوالت، مایکل؛ رامش، ام، ۱۳۸۰، مطالعه خطمشی عمومی، ترجمه عباس منوریان و ابراهیم گلشن، مرکز آموزش مدیریت دولتی، چاپ اول.
۱۷. هیوز، آون، مدیریت نوین دولتی، ۱۳۷۷، ترجمه مهدی الوانی و سهراب خلیلی شورینی و غلامرضا معمارزاده طهران، نشر مروارید.
18. Alkin, M. C. & Christie, C. A. (2012). An Evaluation Theory Tree. In M. Alkin (Ed.), *Evaluation roots, A Wider Perspective of Theorists' Views and Influences* (pp. 11-58). Thousand Oaks: SAGE.
19. Alkin. R. (2020). *Aggregate Investment*. In John B. Taylor and Michael Woodford, editors, *Handbook of Macroeconomics*, volume 1B, pages 813- 862.
20. Anderson, J. E. (2011). *Public Policy making: An Introduction*, Boston, MA: Cengage.
21. Barrett, S., & Fudge, C. (1981). *Examining the policy-action relationship. Policy and Action: Essays on the implementation of public policy*. London: Methuen. pp.3-34.
22. Cabinet Office, *The Magenta Book: Guidance Notes for Policy Evaluation and Analysis*, Government Chief Social Researcher's Office, Prime Minister's Strategy Unit, Cabinet Office, Admiralty Arch, The Mall, London SW1A2WH, 2003, p.3.
23. Colebatch, H. (2009). Governance as a conceptual development in the analysis of policy. *Critical Policy Studies*, 3(1) , pp, 58-67.
24. Coryn, C. & Stufflebeam, D. (2014). *Evaluation Theory, Models, and Applications*. San Francisco: Jossey-Bass. .pp:22-37.
25. Das, M. and Chatterjee, B. (2015), "Ecotourism: a panacea or a predicament?", *Tourism Management Perspectives*, no.14, pp.3-16.
26. Funel, E, and Roger, W, (2019). The Impact of Tax Incentives to Stimulate Investment in South Africa, *International Center for Public Policy Working Paper Series*, 13-06.

