

مقاله علمی پژوهشی

عنوان مقاله: ارائه مدل ارزیابی خطمشی‌های عمومی در صنعت گردشگری ایران

محمد حامد دهقان پور^۱، ابوالحسن فقیهی*^۲، مجتبی کیائی^۳

چکیده

مشخصات نویسندگان

۱. 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
۲. استاد مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت و اقتصاد، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران (نویسنده مسئول).

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

Mjtkiaei@gmail.com

هدف: طراحی مدل ارزیابی خطمشی‌های عمومی در صنعت گردشگری ایران، که در صد پرکردن بخشی از خلأ دانشی در این زمینه است.

طراحی / روش‌شناسی / رویکرد: این پژوهش از بُعد مخاطب، بنیادی و رویکرد آن ترکیبی است. در مرحله کیفی نظرات ۲۱ نفر از خبرگان اجرایی و دانشگاهی حوزه گردشگری و ارزیابی خطمشی با استفاده از ابزار مصاحبه و روش دلفی جمع‌آوری، ترکیب و همگرا شد. در مرحله کمی از ابزار پرسش‌نامه برای پاسخ به این سؤال که چه مدلی را می‌توان برای ارزیابی خطمشی‌های عمومی در گردشگری ایران ارائه داد، استفاده شد.

یافته‌های پژوهش: عناصر اساسی مدل ارائه‌شده، در ۵ بُعد، دارای ۴۴ مفهوم مرتبط با ۱۴ مقوله است. با اهمیت‌ترین مراحل تأثیرگذار، به ترتیب عبارتند از: مشروعیت‌بخشی به خطمشی، با رتبه میانگین ۳/۵۰ و اجرای خطمشی، با رتبه میانگین ۳/۳۶.

محدودیت‌ها و پیامدها: مصادف شدن زمان انجام این پژوهش با اعمال محدودیت در ارتباطات، به جهت شیوع ویروس کرونا در کشور ممکن است تأثیر منفی بر انجام مصاحبه‌ها و پرسشنامه‌ها گذاشته باشد. پیشنهاد می‌شود پژوهش‌های مشابهی در زمانی مناسب‌تر به عمل آمده و با نتایج این تحقیق مقایسه شود.

پیامدهای عملی: نتایج پژوهش در حوزه عمل می‌تواند موجب افزایش دانش کاربردی برای توسعه گردشگری و بهبود عملکرد مناطق گردشگری شده و زمینه‌ای برای جلب توجه بیشتر مدیران کشور نسبت به اهمیت ارزیابی خطمشی‌گذاری عمومی در گردشگری ایران باشد.

ابتکار یا ارزش مقاله: تعیین مقوله‌ها و مفاهیم جامع در مدل ارائه شده، تعمیم ارزیابی خطمشی گردشگری به تمام مراحل فرایند آن، رویکرد ترکیبی و استفاده از ابزارهای متعدد از نوآوری این پژوهش است.

نوع مقاله: مقاله پژوهشی

کلمات کلیدی: خطمشی عمومی، ارزیابی، فرایند خطمشی‌گذاری، روش دلفی

Research Paper

Giving the evaluation model of public policies in Iran's tourism industry

MohammadHamed dehghanpour¹, Abolhasan Faghihi*², Mojtaba Kiaei³

Authors

1. PhD student in public administration (decision-making and public policy making), Faculty of Management and Economics, Science and Research Unit, Islamic Azad University, Tehran, Iran.
Mh.dehghanpour@gmail.com

2. Professor of Public Administration, Faculty of Management and Economics, Science and Research Unit, Islamic Azad University, Tehran, Iran (corresponding author).
Faghihiabolhassan@gmail.com

3. Assistant Professor of Public Administration, Faculty of Management and Economics, Science and Research Unit, Islamic Azad University, Tehran, Iran.
Mjtkiaei@gmail.com

Abstract

Purpose: Designing a model for evaluating public policies in Iran's tourism industry, that aims to fill a part of the knowledge gap in this field.

Design/ methodology/ approach: In terms of audience, this research is basic and its approach is mixed. In the qualitative phase, the opinions of 21 executive and academic experts in the field of tourism and policy evaluation were collected, combined and converged using the interview tool and Delphi method. In the quantitative stage, a questionnaire was used to answer the question of what model can be presented to evaluate public policies in Iran's tourism.

Research Findings: The basic elements of the research model, covers 5 dimensions, 44 concepts that related to 14 categories. The most important and influential steps are: legitimizing the policy, with an average rating of 50.3, and implementing the policy, with an average rating of 36.3.

Limitations & Consequences: Coinciding with the time of conducting this research with restrictions on communication due to the spread of the corona virus in the country may have had a negative effect on conducting interviews and questionnaires. It is suggested that similar researches be conducted at a more appropriate time and compared with the results of this research.

Practical Consequences: From practical point of view, The authors hope that the findings of this research, can increase knowledge that may result in development of tourism and improve the performance of tourism stakeholders, law makers, administrators and managers who are involved in policy, administration and management of tourism industry of Iran.

Innovation or value of the Article: The model of this research, determines comprehensive categories and concepts and generalizes the evaluation of tourism policy at all stages of its process. Also, a combined approach and the use of multiple tools are the innovations of this research.

Paper Type: research article

Key words: Public policy, evaluation, policy making process, Delphi method.

مقدمه

«ارزیابی» یکی از مراحل فرایند خطمشی‌گذاری است که به منظور قضاوت در مورد تأثیر خطمشی‌ها یا برنامه‌ها صورت می‌گیرد و در طول تمام مراحل خطمشی‌گذاری ساری و جاری است. ارزیابی خطمشی‌ها، می‌تواند با ارائه بازخورد، معیار و شاخص‌های مطلوبی را برای خطمشی‌گذاری مطرح نموده و همچنین زمینه خطمشی‌گذاری مناسب با ویژگی‌هایی مانند تطابق با واقعیت، شفاف بودن، داشتن انسجام و ... را فراهم نماید.

خطمشی‌های صنعت گردشگری از نظر سیاسی، اجتماعی و اقتصادی نقش مهمی در ره‌آورد‌های توسعه کشورها دارند؛ به‌همین جهت این صنعت برای تقویت هر چه بیشتر اقتصاد، توصیه شده و همواره مورد توجه دولت‌ها قرار دارد (Popli, 2015). گردشگری این قابلیت را دارد که در نقش فعالیت اقتصادی جایگزین، با تنوع‌بخشی به اقتصاد ملی، روند توسعه را تسریع نموده و اقتصاد را از وابستگی به یک صنعت و تک‌محصول بودن برهاند (Ziaei & Ahmadi, 2012). مهم‌ترین اثرات سازنده اقتصادی گردشگری در این زمینه‌ها است: «منافع حاصل از اشتغال‌زایی، درآمدزایی و مالیات‌های اخذ شده، حفظ آثار باستانی، ابنیه تاریخی و جاذبه‌های طبیعی، توسعه صنایع دستی و فعال شدن صنایع قدیمی و فراموش شده» (Masoumi, 2009). در ایران، دولت در امور مختلف جامعه نقش پررنگی دارد و بیشتر تصمیم‌گیری‌ها در مواجهه با مسئله عمومی در سازمان‌های دولتی انجام می‌شود. عملکرد دولت نشان می‌دهد که بسیاری از خطمشی‌ها و سیاست‌های عمومی گردشگری در کشور به نتیجه مطلوب نمی‌انجامد. به‌نظر می‌رسد فرایند خطمشی‌گذاری در ایران سیاست‌زده، پرشتاب و موقتی طی شده ارزیابی یا انجام نمی‌شود یا ناقص است. با توجه به اهمیت یاد شده، تأثیرگذاری بر خطمشی گردشگری از طریق ارزیابی و ارائه بازخورد بر اساس یک مدل مطلوب ضرورتی اجتناب‌ناپذیر است که باید در این صنعت مورد توجه قرار گیرد.

از آن‌جا که داشتن مدلی مطلوب برای ارزیابی خطمشی‌های صنعت گردشگری در ایران می‌تواند بستر لازم را برای تحقق توسعه فراهم سازد و هم با کاربست نتایج ارزیابی تحت مدل جدید ضمن تأثیر بر بهبود خطمشی‌گذاری، راه‌حل مناسبی هم برای اشتغال‌زایی و خروج ایران از وابستگی به درآمد حاصل از صنعت نفت به حساب آید ضرورتی بود که ایجاب نمود تا به‌عنوان یک پژوهشگر ضمن نظر داشت به پژوهش‌های انجام‌یافته در حوزه گردشگری با بهره‌گیری از تجارب خبرگان، ارزیابان و خطمشی‌گذاران، نسبت به طراحی مدل ارزیابی خطمشی‌های عمومی گردشگری ایران اقدام نموده و با پاسخ دادن به این سؤال اصلی پژوهش: چه مدلی می‌توان برای ارزیابی خطمشی‌های عمومی در گردشگری ایران ارائه داد؟ گامی برای پر نمودن بخشی از این خلأ پژوهشی برداشت.

مفاهیم، مبانی نظری و پیشینه پژوهش

الف: خطمشی‌گذاری عمومی

خطمشی‌گذاری نقشه‌راهی برای ایجاد شرایط مطلوب، جهت‌گزینش و مشخص نمودن تصمیمات بهینه برای شرایط کنونی و آینده است. حال اگر تصمیم‌گیری در خصوص مسائل ملی و سطح کلان کشور باشد، «خطمشی‌گذاری عمومی» نامیده می‌شود. خطمشی‌گذاری عمومی مجموعه اقدامات هدف‌داری است که به‌وسیله بازیگر یا بازیگران قانونی برای برخورد با مشکل یا مسئله در سطح کشور در نظر گرفته می‌شود (Howlett & Ramesh, 2003). خطمشی‌گذاری در صنعت گردشگری، عبارت است از «آن‌چه که دولت برای انجام دادن یا انجام ندادن مسائل مرتبط با گردشگری اتخاذ می‌کند» (Hall, 1995). از نظر رچانز: «خطمشی گردشگری،

تصمیم‌هایی است که به صورت مستقیم بر توسعه بلندمدت گردشگری تأثیرگذار است و فعالیت‌های روزمره یک مقصد به واسطه آن انجام می‌گیرد» (Richins, 2000). گلندر و ریچی معتقدند که: «مجموعه قواعد، قوانین، رهنمون، دستورالعمل و اهداف توسعه یا ارتقاء و راهبردهایی که چارچوبی برای تصمیمات شخصی و جمعی به صورت مستقیم برای توسعه گردشگری در بلندمدت و فعالیت‌های روزانه در مقاصد گردشگری مهیا می‌کند سیاست‌گذاری گردشگری است» (Goeldner. & Ritchie, 2006).

در تعریف دیگر، اجل و همکاران معتقدند که سیاست‌گذاری گردشگری، «روش پیشرفت فعالیت‌ها، رهنمون‌ها، دستورات، اصول و مجموعه طرزعمل‌ها در چارچوب اخلاقی مسئله محوری است که اراده جامعه یا ملت را به بهترین نحو برای کارآمدی در برنامه‌ریزی توسعه، تولید، خدمات، بازاریابی و اهداف پایدار و رشد آینده گردشگری نشان می‌دهد» (Edgell, 2008) همچنین آورده‌اند؛ خطمشی‌گذاری یکی از ارکان اصلی توسعه گردشگری است (Rostami, 2013)؛ فعالیتی اجتماعی است و بر این نکته متمرکز است که چگونه بازیگران مختلف عرصه گردشگری مانند نهادها، سازمان‌ها، گروه‌ها و افراد با یکدیگر پیوند می‌یابند (Scott, 2011). برای اجرای خطمشی از دیدگاه ساباتیر: فرایند اجرای خطمشی نیازمند نیروی محرکه قوی و کوشش هماهنگ است که آن را می‌توان با پیروی از مدلی یکپارچه مانند: کلاسیک اداره، مدل تجزیه و تحلیل عوامل مؤثر در اجرا، الگوی بالا به پایین، الگوی پایین به بالا و الگوی ترکیبی به دست آورد (Sabatier, 1980). خطمشی گردشگری عبارت است از: «مجموعه‌ای از قواعد، مقررات، رهنمودها، اهداف پیشبردی و توسعه‌ای و استراتژی‌هایی که ارائه‌کننده‌ی چارچوبی برای اتخاذ تصمیمات فردی و گروهی است، تصمیماتی که به صورت مستقیم بر توسعه‌ی بلندمدت گردشگری تأثیرگذار بوده و فعالیت‌های روزمره‌ی یک مقصد به واسطه آن انجام می‌گیرد.» (Goeldner, 2006) به بیان دیگر خطمشی گردشگری عبارت است از آنچه حکومت‌ها می‌خواهند در رابطه با صنعت گردشگری انجام دهند یا ندهند. صنعت گردشگری از بخش‌های دولتی، خصوصی و غیرانتفاعی تشکیل شده است و شاخه‌هایی گسترده در زندگی افراد جامعه دارند (Edgell. & others, 2008) خطمشی‌گذاری در صنعت گردشگری متنوع و گسترده بوده و نشان‌دهنده حدود مداخله دولت در فرایند خطمشی‌گذاری است (Heydari Chianeh, 2013).

به طور 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.

ب: ارزیابی خطمشی‌های عمومی

برخی در تعریف ارزیابی گفته‌اند: «ارزیابی وسیله‌ای برای ایجاد درک مشترک و تقویت احساس معناداری مداخلات اجتماعی در اذهان مردم از طریق جمع‌آوری و تشریح نظام‌مند اطلاعات است» (Mark, 2000). برخی دیگر ارزیابی را فرایند جمع‌آوری نظام‌مند اطلاعات درباره مورد ارزیابی به منظور کسب شناخت، بهبود عملکرد، یادگیری، برقراری ارتباطات و برنامه‌ریزی برای آینده می‌دانند (Stufflebeam, 2001). در واقع می‌توان گفت ارزیابی شامل گستره وسیعی از مفاهیم نظیر سنجش، پایش، کنترل، نظارت و قضاوت است که «ارائه بازخورد» و «انجام تغییرات مثبت» دو هدف عمده آن به شمار می‌روند. از آنجا که غایت همه مداخلات اجتماعی، بهبود وضعیت اجتماعی است؛ ارزیابی نیز تلاش دارد تا این هدف را با ارائه بازخورد از مداخلات اجتماعی و ایجاد تغییرات مثبت در آنها تأمین کند (Shadish, 1991). بعضی در تعریف ارزیابی گفته‌اند: «ارزیابی استفاده از رویه‌های پژوهش اجتماعی برای بررسی نظام‌مند میزان اثربخشی مداخلات اجتماعی است که در قالب برنامه یا خطمشی، به منظور ارتقای شرایط موجود به کار می‌رود» (Rossi, 2003). درک ارزیابی خطمشی گردشگری از آن جهت مهم است که در جهان امروز رونق و رشد اقتصادی از طریق توسعه صنعت گردشگری بسیار حائز اهمیت است. چون موجب اشتغال‌زایی، فروش کالا و خدمات به گردشگران، رشد بخش خصوصی و توسعه زیرساخت‌ها می‌شود.

اسناد فرادستی، طرح‌ها و برنامه‌های اقتصادی، سیاسی، امنیتی، اجتماعی، بهداشتی، آموزشی و فرهنگی هر کشوری نشانگر آرمان‌ها، هدف‌ها و چشم‌انداز آینده آن به حساب می‌آید. از آن‌جا که در عصر حاضر صنعت گردشگری، اهمیت ویژه‌ای دارد، این صنعت در برنامه‌های توسعه کشورها راه یافته است. آنچه در عمل در حوزه گردشگری ایران مشاهده می‌شود این است که خیلی از خطمشی‌های عمومی گردشگری ایران که تدوین شده در مرحله اجرا با مشکل مواجه شده‌اند. برای کشف این که چرا و چگونه یک پیامد خاص حاصل شده است یا نه، مطالعه خطمشی، نگرش مهمی را برای آگاهی و درک از ارزیابی آن ایجاد می‌کند؛ از این‌رو گفته‌اند خاستگاه و پیشینه برنامه‌ریزی گردشگری را باید در بین اسناد و برنامه‌های توسعه ملی و فرادستی جست (Masoumi, 2006). قوانین فرادستی جمهوری اسلامی ایران مرتبط با موضوع شامل: قانون اساسی، سند چشم‌انداز ۲۰ ساله ایران در افق ۱۴۰۴، سند نقشه جامع علمی کشور، قانون برنامه‌های توسعه اول تا ششم و سند راهبردی توسعه گردشگری کشور که در تاریخ ۱۳۹۹/۶/۱۶ به تصویب هیأت وزیران رسید و ابلاغ گردید می‌شود. اسناد فرادستی ایران در خصوص گردشگری در جدول ذیل نشان داده شده است:

«جدول ۱: اسناد فرادستی ایران در خصوص گردشگری (نگارنده)»

اسناد بالادستی	مواد قانونی و خطمشی‌ها درباره گردشگری
قانون اساسی ایران	چیزی ذکر نشده است.
سند چشم‌انداز ایران در افق ۱۴۰۴	چیزی ذکر نشده است. ولی می‌توان به سیاست‌های مصوب جلسه مورخ ۸۳/۷/۴ شورای عالی میراث فرهنگی و گردشگری در ۷ بند، راهبردهای حوزه گردشگری در ۸ بند و همچنین اهداف کمی (به‌عنوان مثال ۲۰ میلیون گردشگر تا پایان برنامه ۵ پنج‌ساله ی هفتم) اشاره کرد.
سند نقشه جامع علمی کشور	چیزی ذکر نشده است.
برنامه اول توسعه (۱۳۶۸-۱۳۷۲)	تقویت و توسعه ایرانگردی و جهانگردی در جهت تبادل تجربه و دانش و شناساندن میراث تمدن و فرهنگ اسلامی و ایران و کمک به ارتقای سطح تفاهم و وحدت ملی و اسلامی با حمایت، تشویق و سازماندهی مشارکت‌های عمومی و جذب و هدایت سرمایه‌های غیردولتی در این زمینه (بخش خطمشی‌ها ماده ۳).
برنامه دوم توسعه (۱۳۷۴-۱۳۷۸)	چیزی ذکر نشده است.
برنامه سوم توسعه (۱۳۷۹-۱۳۸۳)	بانک‌های کشور در مبادی ورودی هوایی، دریایی، زمینی، هتل‌ها و دفاتر خدمات جهانگردی نسبت به خرید ارز گردشگرانی که به ایران آمده‌اند اقدام کنند. شعب نظام بانکی همچنین می‌توانند به گردشگرانی که قصد خروج از کشور دارند، به شرط ارائه مدارک لازم ارزهای معتبر بفروشند (ماده ۱۶۴). تأمین هزینه‌های مربوط به تقویت امر حفاظت از میراث فرهنگی (ماده ۱۶۵). به منظور حسن اجرای مرمت و احیای بافت‌ها و بناهای تاریخی فرهنگی رئیس سازمان میراث فرهنگی کشور در شورای عالی شهرسازی و معماری ایران عضویت می‌یابد. ایجاد سازوکار مدیریتی مناسب در شهرداری‌های برای حفاظت از بافت تاریخی. دولت مکلف است امکانات و شرایط لازم جهت استفاده از منابع مالی یونسکو برای توسعه امکانات و حفاظت آثار ملی و میراث فرهنگی فراهم نماید. شهرداری تهران موظف به حفظ بافت قدیمی و سنتی منطقه جماران و تبدیل آن به مجموعه‌ای فرهنگی و خدماتی برای زائران و گردشگران داخلی و خارجی است (ماده ۱۶۶).
برنامه چهارم توسعه (۱۳۸۴-۱۳۸۸)	نظارت و حمایت از مالکین و دارندگان اموال فرهنگی-تاریخی منقول مجاز، ایجاد و توسعه موزه‌های پژوهشی-تخصصی وابسته به دستگاه‌های اجرایی، ایجاد و تجهیز پایگاه‌های میراث فرهنگی در آثار تاریخی مهم کشور، ایجاد صندوق احیا و بهره‌برداری از بناها و اماکن تاریخی کشور، تکمیل نظام جامع آماری گردشگری با نظارت و هدایت مرکز آمار ایران، شناسایی و مستندسازی آثار تاریخی و فرهنگی، شناسایی و حمایت از میراث فرهنگی حوزه فرهنگی ایران در کشورهای همسایه، ایجاد مراکز حفظ و آثار فرهنگ ایلی در شهرستان‌ها و استان‌های کشور از قبیل دهکده‌های توریستی، موزه و نمایشگاه (ماده ۱۱۴).
برنامه پنجم توسعه (۱۳۹۴-۱۳۹۰)	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، حمایت از مالکین بناهای تاریخی و بیمه آثار فرهنگی و هنری و تاریخی (ماده ۱۱). شناسایی دقیق نیازها زائران در شهرهای مقدس و ساماندهی آن‌ها و تأمین زیرساخت‌های لازم، توسعه امکانات، فعالیت‌های فرهنگی و خدمات زیارتی در قطب‌های زیارتی (ماده ۱۲).	
در بندهای ۱، ۲، ۳، ۴، ۵، ۶، ۸ و ۲۱ سیاست‌های کلی برنامه ششم توسعه به‌طور غیرمستقیم و در بند ۵۰ و ۵۱ به‌طور مستقیم به توسعه صنعت ایرانگردی و صنایع دستی اشاره شده است. 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 تأمین امنیت منطقه‌ای، توسعه پایدار و معرفی هویت ما را در خود دارد.	برنامه ششم توسعه (۱۳۹۶ تا ۱۴۰۰)
در ماده ۸۲ اهداف کمی ارائه شده و ماده ۸۳ مشتمل بر ۸ بند در راستای توسعه گردشگری داخلی و جذب گردشگری خارجی و همچنین حفظ میراث فرهنگی کشور اختصاص دارد. احکام ماده (۸۳) این فصل به تفکیک ۷۰ درصد متعلق به حوزه گردشگری، ۳۰ درصد میراث فرهنگی و صفر درصد صنایع دستی است.	برنامه هفتم توسعه (۱۴۰۳ تا ۱۴۰۷)
در سند توسعه گردشگری کشور به غیر از نقش و وظیفه وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی به‌عنوان متولی اصلی صنعت گردشگری برای ۱۲ وزارتخانه و ۵ سازمان همچنین سه تولیت آستان قدس رضوی، حرم حضرت معصومه (س) و آستان شاهچراغ و معاونت توسعه روستایی و مناطق محروم کشور احکامی صادر و برای هر کدام وظایفی مشخص شده است که نهایتاً این هم‌افزایی و مشارکت جمعی سبب تحقق سند راهبردی توسعه گردشگری و توسعه این صنعت شود.	سند راهبردی توسعه گردشگری مصوب ۱۳۹۹/۶/۱۶

«

ج: گونه‌شناسی الگوهای ارزیابی خطمشی

وجود نظام جامع ارزیابی خطمشی ضرورتی اجتناب‌ناپذیر برای سازمان‌های دولتی و عمومی به‌شمار می‌رود؛ از این‌رو شناخت الگوهای تجربه شده شرط لازم برای طراحی و ارائه الگوی جدید در حوزه ارزیابی محسوب می‌شود. گوبا و لینکن (۱۹۸۹م)^۱ سیر تحول الگوهای ارزیابی را به چهار نسل تقسیم کرده‌اند:

«نسل اول ارزیابی از سال ۱۹۰۰ با تأکید بر اندازه‌گیری کمی خطمشی و تحت‌تأثیر فضای نظریه مدیریت علمی تیلور به‌وجود آمد؛ نسل دوم ارزیابی از سال ۱۹۴۲ با تمرکز بر توصیف‌گری کمی و کیفی به‌جای اندازه‌گیری آغاز شد؛ نسل سوم ارزیابی از سال ۱۹۶۷ با چرخش نگاه از توصیف‌گری تحقق اهداف به قضاوت‌گری ارزشمندی و شایستگی خطمشی شروع می‌شود؛ نسل چهارم ارزیابی از سال ۱۹۸۵ با معرفی ارزیابی ساختارگرا با ترویج مدل تعاملی ارزیاب گروه‌های ذینفع به‌جای قضاوت‌گری فردی و مبتنی بر معرفت‌شناسی پسامدرن آغاز می‌شود» (Guba & Lincoln, 1989).

گوبا و لینکلن در سال ۱۹۸۹ نتایج پژوهش‌های خود را در کتابی تحت عنوان «نسل چهارم ارزیابی» (Fourth Generation Evaluating) منتشر کردند که نتایج پژوهش‌های این دو ارزیابی بسیار حائز اهمیت و مورد توجه بوده است. طبق نظر گوبا و لینکلن بررسی صحت علمی مطالعات کیفی شامل چهار معیار: قابلیت اعتبار^۲، قابلیت ثبات^۳، انتقال‌پذیری^۴، قابلیت تأییدپذیری^۵ است. از این معیارها در اعتبارسنجی تحقیقات کیفی استفاده بسیار زیادی می‌شود. به‌همین دلیل در مطالعات داخلی، این دو پژوهشگر را بیشتر با موضوع روایی و پایایی در تحقیق کیفی می‌شناسند. معیارهای ارائه شده آنها در زمینه روایی و پایایی در روش تحقیق کیفی بر محور

^۱ Lincoln & Guba, 1989

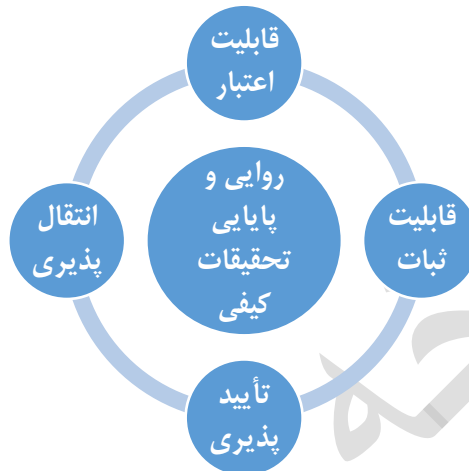
^۲ Credibility

^۳ Confirmability

^۴ Transferability

^۵ Dependability

دو نگرش بنیادی عقل‌گرایی و طبیعت‌گرایی استوار است. آن‌ها معتقد هستند مکتب طبیعت‌گرایی برای تحقیقات حوزه مدیریت و علوم اجتماعی مناسب‌تر است (Guba & Lincoln, 1982). روایی و پایایی تحقیق کیفی موضوع بااهمیتی است که لینکلن و گوبا به آن ورود کرده‌اند. مفاهیم توصیف‌کننده موثق بودن (صحت) یا دقت علمی، در مطالعات کمی و کیفی متفاوتند. طبق نظر گوبا و لینکلن بررسی صحت علمی مطالعات کیفی شامل چهار معیار یادشده است که در نمودار ذیل نشان داده شده است:



شکل ۱- معیارهای چهارگانه بررسی صحت مطالعات کیفی (نگارنده)

از نظر زمانی و مکانی، تاکنون الگوهای ارزیابی متعددی ایجاد شده و بر اساس مشابهت‌ها و تفاوت‌های آن‌ها، کوشش‌های فراوانی صورت پذیرفته است. بر اساس پژوهش واعظی و همکارانش (۱۳۹۴)، گونه‌شناسی الکین و کریسی (2012) از دیگر الگوهای ارزیابی جامع‌تر و معتبرتر است چون نظریه‌پردازان با ارائه بازخورد به ایشان، سهمی در تکمیل و بهبود طبقه‌بندی او داشته‌اند. از نظر الکین و کریسی، به‌طور کلی الگوهای ارزیابی خطامشی را با توجه به تمرکز خاص و زاویه دید نظریه‌پرداز به موضوع ارزیابی خطامشی عمومی می‌توان به سه دسته، «روش‌محور»؛ که به دنبال ارزیابی با تکنیک‌های علمی اثبات‌گرایانه برای سنجش است، «ارزش‌محور»؛ که به دنبال استفاده از روش‌های تعاملی و گفتگومانی برای ایجاد ادراک مشترک جمعی هستند، و «کاربردی»؛ که به دنبال ترکیب اقتضایی رویکردهای روش‌محور و ارزش‌محور به‌فراخور مسأله هستند، تقسیم نمود واعظی و همکارانش هجده نوع الگوهای رایج ارزیابی خطامشی را گونه‌شناسی و تبیین نموده‌اند که خلاصه آن با اندک تصرف در جدول ذیل آمده است:

«جدول ۲: گونه‌شناسی و تبیین مختصر الگوهای رایج ارزیابی خطامشی (واعظی و همکاران، ۱۳۹۴)»

دسته	الگوها	ایده و تمرکز اصلی	روش
روش‌محور	هدف‌گرا (مانند الگوی تایلر)	تعیین اهداف سپس بررسی میزان تحقق آن اهداف	مطالعات قیاسی (مقایسه با استاندارد، مقایسه با میانگین)
	حسابرسی نتایج (مانند الگوی لسینگر)	پیشگیری از اتلاف بودجه و گره‌زدن پرداخت‌ها به تأیید تحقق اهداف توسط نهاد ارزیاب مستقل، پرداخت برای نتایج خوب و تنبیه برای عملکرد نامناسب	تعیین استاندارد‌های موفقیت- شکست مدیریت نتیجه‌گرا، حسابرسی‌های رعایت رویه و عملکرد

<p>موارد موفق (مانند الگوی برینکرهوف)</p>	<p>کمک به مدیران با گردآوری اطلاعات ساده، سریع، کم‌هزینه درباره پیشرفت برنامه برای تجدیدنظر اندیشیده در خطمشی با تمرکز بر شناسایی و قیاس فعالیت‌های موفق جهت شناسایی عوامل موفقیت</p>	<p>پیمایش کل مخاطبان برای معرفی موارد موفق و ناموفق، آزمون آماری از موارد موفق و ناموفق، مصاحبه ساختاریافته با مطلعین کلیدی</p>
<p>آزمایشگاهی (مانند الگوی کمپل)</p>	<p>رصد پیامدهای خطمشی مورد نظر با تلاش جهت تعیین رابطه علی میان یک خطمشی معین و اثر آن با تعریف گروه آزمایش و کنترل</p>	<p>مقایسه گروه‌های آزمایش و کنترل پیش و پس از اجرای خطمشی، مقایسه خط روند، مقایسه مخاطبین</p>
<p>فرا تحلیل (مانند الگوی گلاس)</p>	<p>رصد پیامدها و اثرات خطمشی مورد نظر با خلاصه-سازی، تحلیل و ترکیب تحقیقات آزمایشگاهی جهت افزایش روایی و پایایی</p>	<p>آزمون‌های آماری</p>
<p>اطلاعات‌گرا (مانند الگوی دمینگ)</p>	<p>ایجاد پیامدهای بهتر با تمرکز مدیران اجرایی بر فرایندها، طراحی یک پایگاه داده برای جمع‌آوری مستمر اطلاعات فعالیت‌های خطمشی جهت پایش دقیق</p>	<p>نظام اطلاعات رایانه محور، تحلیل سیستمی، تحلیل مسیر بحرانی، سیستم بودجه‌ریزی عملیاتی، گزارش‌گیری منظم بودجه و پرسنل</p>
<p>هزینه‌مبنا (مانند الگوی لوبین)</p>	<p>قضاوت درباره بهره‌وری خطمشی با مقایسه هزینه و فایده خطمشی</p>	<p>تحلیل‌های هزینه به ورودی، هزینه به اثربخشی، هزینه به فایده، هزینه به مطلوبیت</p>
<p>نظریه‌مبنا (مانند الگوی گلار و استراوس)</p>	<p>ارزیابی خطمشی بر مبنای یک نظریه</p>	<p>شناسایی یا تدوین نظریه پایه (مدل منطقی و مدل اقدام)، روش‌های کمی و کیفی</p>
<p>موردپژوهی (مانند الگوی کمپل)</p>	<p>توصیف موثق، عمیق، گسترده و مستند خطمشی برای ذی‌نفعان</p>	<p>تحلیل محتوای مستندات و مصنوعات، مشاهده مستقل، مصاحبه، گروه کانونی، پیمایش</p>
<p>خبره‌گرا (مانند الگوی آیزنر)</p>	<p>تأکید بر توصیف و تحلیل عمیق شایستگی خطمشی از خلال نظرات منتقدان خبره جهت استفاده نظام‌مند از تجربیات گذشته و شهود خبرگان</p>	<p>پنل نقد و ارزیابی فنی- تخصصی خبرگان</p>
<p>محکمه‌ای (مانند الگوی ولف و اونز)</p>	<p>قضاوت در باره توفیق خطمشی بر مبنای نظرات و مباحثه موافقان و مخالفان ضمن کسب اطمینان از ارائه شواهد متوازن درباره نقاط قوت و ضعف خطمشی</p>	<p>انواع روش‌های کمی و کیفی، علم منطق و فنون تکلم (توسط دو گروه ارزیاب مخالف و موافق)</p>
<p>مشتری‌گرا (مانند الگوی اسکریبون)</p>	<p>تمرکز بر رفاه مصرف‌کننده خدمات خطمشی و استقرار قضاوت در باره شایستگی و ارزشمندی خطمشی بر نظر وی</p>	<p>ارزیابی فارغ از اهداف، چک‌لیست خدمات‌گیرندگان، پیمایش، آزمایش و شبه‌آزمایش</p>
<p>ذینفع‌گرا (مانند الگوی استیک)</p>	<p>تأکید بر تعامل مستمر ارزیاب با مجریان و سایر ذی‌نفعان ضمن کمک به ایشان برای انجام ارزیابی از طریق فراهم کردن اطلاعات مفید در دسترس برای پاسخ به نیازهای متنوع مجریان و سایر ذینفعان</p>	<p>اقدام‌پژوهی و سایر روش‌های کیفی نظیر مشاهده مشارکتی، گزارش‌های مخالف، داستان‌گویی، نقش‌گذاری اجتماعی، گزارش‌های روایتی</p>
<p>ساختارگرا (مانند الگوی گوبا و لینکلن)</p>	<p>قرار دادن ذی‌نفعان در مرکزیت ارزیابی ضمن انکار وجود هرگونه واقعیت و استاندارد عینی و مشخص، تأکید بر اصالت فرایندهای اجتماعی در ارزیابی</p>	<p>روش‌های تحقیق کیفی با محوریت مذاکره، هرمنوتیک، دیالکتیک</p>

تدوین نظریه پایه معطوف به زمینه شامل مدل منطقی و مدل اقدام. امکان به کارگیری روش‌های کمی و خصوصاً کیفی	آشکارسازی نظریه مستتر در هر خطمشی، ارزیابی ضمن توسعه و تکامل مفهومی خطمشی با تبیین شاخص‌ها و روابط مفروض میان عناصر برنامه با توجه به بستر خطمشی	واقع‌گرا (مانند الگوی پائسون و تایللی)
ایجاد هیأت مشورتی از نمایندگان همه افراد اعم از خطمشی‌گذاران، مجریان، کارکنان، بهره‌برداران و شهروندان علاقه‌مند به موضوع، به کارگیری روش‌های کمی و کیفی	تمرکز ارزیابی بر تصمیمات به جای اهداف جهت کمک به مجریان خطمشی با تأمین دانش و اطلاعات ارزشمند برای مجریان ضمن درگیر کردن آنها در ارزیابی جهت اتخاذ تصمیمات اندیشیده برای بهبود تصمیم‌گیری و پاسخ‌گویی	تصمیم‌گرا (مانند الگوی استافل بیم)
تشکیل گروه منتخب (کاربران و ارزیابان مشارکتی) جهت تعریف، اندازه‌گیری و قضاوت در خصوص تأثیرات خطمشی، برگزاری میزگردهای آموزشی، تسهیل گفتگوها میان گروه‌های ذی‌نفع، آموزش و هدایت‌گری گروه منتخب	کمک به ارتقاء و پیشرفت برنامه از طریق آموزش، کنترل کیفی فعالیت‌ها و تسهیل تشریک مساعی طیف وسیعی از کاربران و گروه‌های ذی‌نفع، توسعه حلقه تصمیم‌گیران خطمشی و حل مشکلات به صورت جمعی، تخصیص مجدد قدرت در لوای تولید دانش و کمک به تغییرات اجتماعی	مشارکتی (مانند الگوی کوزینز)
تحلیل ذی‌نفعان، تشکیل کمیته نمایندگان مجریان و ذی‌نفعان مؤثر خطمشی، برگزاری پنل نقد و ارزیابی فنی - تخصصی خبرگان، انواع روش‌های کمی و کیفی	ابتنای ارزیابی بر برآوردن نیاز کاربردی کارفرمای طرح ارزیابی (نیاز مجریان و ذی‌نفعان) با نگرشی عمل‌گرایانه و عدم تقید به فلسفه، متدولوژی یا هدف اجتماعی خاص، با تأکید بر سودمندی نتایج برای گروه مورد نظر	مطلوبیت‌گرا (مانند الگوی پاتون)

«

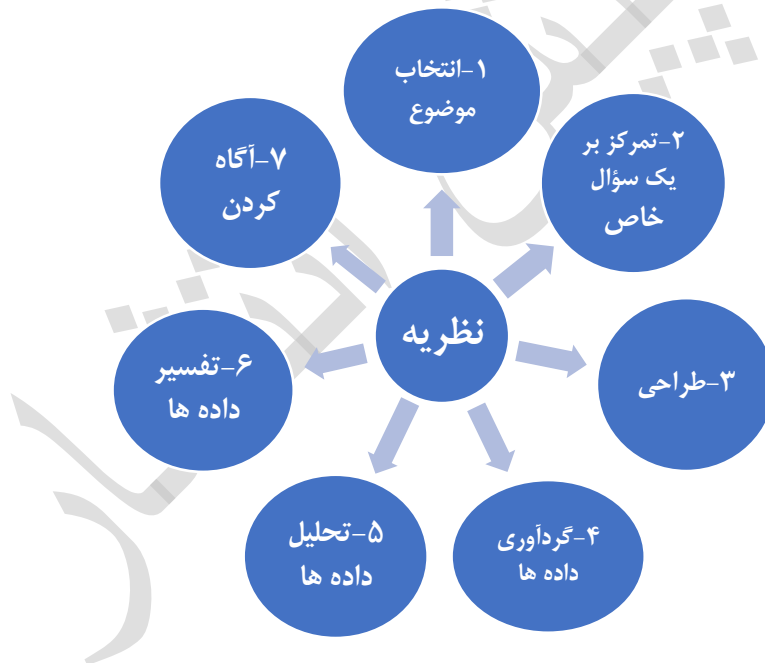
د: پیشینه پژوهش

با توجه به اینکه مهم‌ترین تألیفات و تحقیقات مرتبط با موضوع این تحقیق اعم از کتاب‌ها، پایان‌نامه‌ها و مقاله‌ها و اسناد را در بانک‌های اطلاعاتی مأخذ و منبع‌شناسی و سایت‌های معتبر اینترنتی مورد جستجو و ملاحظه قرار گرفت می‌توان گفت؛ با اینکه ارزیابی خطمشی، کارکردهای ضروری و متنوعی در عرصه حاکمیت و مدیریت دولتی دارد؛ ولی پژوهشگران در این حوزه کمتر به پژوهش پرداخته‌اند. به‌رغم رشد فزاینده تحقیقات ارزیابی از دهه ۱۹۶۰، سنت مطالعاتی توان‌مندی درباره ارزیابی خطمشی در ایران به‌طور کلی و به‌طور مشخص در حوزه گردشگری ایران شکل نگرفته است. مباحث نظری و فنی تحقیقات ارزیابی عمدتاً به یک فصل یا کمتر در میان آثار ترجمه‌ای و تألیفی محدود شده است. این مطالعات به‌طور عمده به معرفی خطمشی‌گذاری عمومی، شناسایی الگوهای رایج ارزیابی خطمشی عمومی و معرفی ویژگی‌های هریک پرداخته ولی به‌طور مشخص الگوی جامع و مناسبی برای ارزیابی خطمشی گردشگری در ایران وجود ندارد. عموم صاحب‌نظران، خطمشی‌گذاری عمومی را دارای چرخه‌ی چند مرحله‌ای دانسته و مرحله پایانی آن را ارزیابی و اصلاح خطمشی معرفی می‌کنند؛ ولی بررسی ادبیات موضوع، مفهومی فراتر را آشکار می‌سازد به‌گونه‌ای که دقیق‌تر آن است گفته شود ارزیابی خطمشی نه تنها در پایان، بلکه در تمامی مراحل خطمشی‌گذاری ساری و جاری است؛ همانند گزارش دانشگاه تگزاس (The University of Texas at Austin, 2015). در عصر حاضر به مدد فناوری اطلاعات و ارتباطات و سیستم‌های اطلاعاتی مدیریت که امکان ذخیره‌سازی سوابق خطمشی‌ها و تحلیل مکرر آن‌ها فراهم می‌باشد، شرایط لازم برای ارزیابی بهتر خطمشی‌ها حاصل گردیده و با استفاده از آن‌ها می‌توان از تکرار خطاها، ناکامی‌ها و شکست‌های ناشی از خطمشی‌های نامطلوب پیشگیری نمود. از همین رو «عصر خطمشی‌گذاری خرد مبنا» مورد توجه صاحب‌نظران قرار گرفته و می‌گویند: «می‌توان از عصر سیطره تباه

خطامشی‌هایی که منابع ملی کشور را نابود می‌کنند و کژخطامشی‌هایی که سیر مصرف منابع مذکور را به سویه‌های تامین منافع حزبی و شخصی باژگون می‌سازند، گذر کرد و به عصر طلایی مصرف معقول و خردمندانه منابع ملی برای تامین مصالح عمومی رسید(عصر خطامشی‌گذاری خردمبنا). سیستم پشتیبان خطامشی، سیستم نگهداشت تاریخ اداره دولت و حکمرانی ملی و تصویرپردازی از آینده برتر، سیستم اجتماعی است که آیندگان را از تکرار خطاها و شکست‌ها و ناکامی‌ها و نامرادی‌ها برحذر می‌دارد و به آینده‌ای بهتر و فرزانه‌تر و نیک فرجام‌تر رهنمون می‌سازد (Pourezzat, 2022). یک نکته حائز اهمیت این است که؛ اگر چه مدل‌های متعددی برای ارزیابی خطامشی‌های عمومی به‌طور کلی ارائه شده است ولی تنوع مدل‌های ارزیابی عملاً ناشی از پاسخ به تقاضاها و موقعیت‌های گوناگون برای انجام آن بوده و تنوع اسامی مدل‌ها ضرورتاً به معنای تفاوت ماهیت و محتوای آنها نیست، بلکه بیشتر ناظر به قرائت‌های متنوع از آنها است.

روش‌شناسی

روش پژوهش حاضر به لحاظ مخاطب، بنیادی^۱ است؛ چون سفارشی نیست و مخاطبین مستقیم آن جامعه علمی است که در درازمدت ممکن است از آن استفاده شود. پژوهش حاضر از نظر رویکرد، ترکیبی (کیفی و کمی) است که در مرحله کیفی از رویکرد استقرائی و در مرحله کمی از رویکرد فرضیه‌ای-قیاسی بهره گرفته شده است. هر یک از دو رویکرد کمی و کیفی دارای گام‌هایی است که در نمودارهای ذیل آمده است:



شکل ۲- گام‌های پژوهش کمی (نیومن، ۱۳۹۷: ۳۱)

^۱ . پژوهش بنیادی برای دانش و شناخت انسان شالوده‌ای فراهم می‌کند که در تبیین خطامشی 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).



شکل ۳- گام‌های پژوهش کیفی (نیومن^۱، ۱۳۹۷: ۳۲)

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 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.

^۱ . Neuman



شکل ۴: مراحل و اجرای روش دلفی در پژوهش حاضر (نگارنده)

به منظور نمونه‌گیری، از مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته استفاده شده است. نمونه‌گیری به صورت 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 پنج گزینه‌ای (از خیلی زیاد تا خیلی کم) نسبت به ضرورت و اهمیت مفاهیم و مقوله‌ها اظهار نظر کرده و در صورتی که درباره هر مفهوم و مقوله نظری خاص دارند، ذیل آن به طور مشروح بیان کنند. پس از جمع‌آوری و تحلیل نظرات دور اول، ۱۱ مفهوم و ۳ مقوله رد^۱ و ۲۷ مفهوم و ۹ مقوله مورد تأیید قرار گرفت. سپس با کنار گذاشتن مفاهیم و مقوله‌های رد 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

^۱ مقوله‌های رد شده عبارتند از: نوآوری خطمشی، مرجعیت خطمشی و تبدیل دو مقوله جداگانه کارایی و اثربخشی به یک مقوله تحت عنوان بهره‌وری. مفاهیم رد 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.

دوم ۳۸ مفهوم و ۱۲ مقوله تأیید و ۴ مفهوم و ۱ مقوله رد شد.^۱ 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:

تحلیل داده‌ها و یافته‌ها:

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. در ادامه برای پاسخ به سؤال پژوهش می‌بایست بر روی داده‌های جمع‌آوری شده از پرسش‌نامه‌های تحقیق تحلیل‌های آماری صورت گیرد، برای پاسخ به این سؤال ابتدا آمار توصیفی و سپس آمار استنباطی مطرح می‌شود.

آمار توصیفی متغیرهای جمعیت‌شناختی

متغیرهای جمعیت‌شناختی نمونه‌ای آماری خبرگان مورد مطالعه تحقیق از نقطه نظر جنسیت، سن، سطح تحصیلات، رشته تحصیلی، محل اشتغال، پست و رشته شغلی به شرح ذیل است:

جدول ۳: مشخصات خبرگان (نگارنده)

سن				شغل					جنسیت		تحصیلات		مشخصات و تعداد
>۵۰	۴۶-۵۰	۴۰-۴۵	<۴۰	کارشناس	مدرس	هیئت علمی	ناظر	مدیر	مرد	زن	دکتری	ارشد	
۲	۵	۹	۵	۵	۲	۱۱	۱	۲	۹	۱۲	۱۴	۷	تعداد

جدول ۴: توصیف آماری رشته تحصیلی پاسخگویان

درصد فراوانی	فراوانی	رشته تحصیلی
۴/۷۶	۱	ادبیات فارسی
۹/۵۲	۲	ایران‌شناسی

۱. مقوله رد شده عبارت بود از: میزان بهبود و ارتقاء حاصل از اجرای خطمشی. مفاهیم رد 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.

۲۸/۵۷	۶	باستان‌شناسی
۴/۷۶	۱	تاریخ
۴/۷۶	۱	جنگلداری
۴/۷۶	۱	زبان‌شناسی
۴/۷۶	۱	زمین‌شناسی
۱۹/۰۵	۴	مرمت و احیای بناها و بافت‌های تاریخی
۱۹/۰۵	۴	معماری
۱۰۰	۲۱	مجموع

توصیف آماری ابعاد تحقیق

توصیف آماری سازه‌های مدل به شرح جدول ذیل می‌باشد که در آن برای ابعاد شکل‌دهنده مرتبط با هر سازه مدل تحقیق، میانگین و انحراف معیار ذکر شده است.

جدول ۵: میانگین و انحراف معیار طبقه‌ها و مقوله‌های تحقیق

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

روایی سازه

همان‌طور که در جدول (۶) مشاهده می‌گردد، بار عاملی تمام گویه‌ها بیشتر از ۰/۵ می‌باشد لذا هیچ گویه‌ای حذف نشده است.

جدول ۶: نتایج بررسی روایی مقوله‌های تحقیق

KMO	مقدار تقریبی χ^2	df	معناداری آزمون بارتلت	بار عاملی مرحله اول	کد	بعد
۰/۵۱۸	۱۴۶/۱۹۲	۴۵	۰/۰۰۰	.876	a1	تشخیص مسئله عمومی در صنعت
				.822	a2	
				.967	a3	
				.887	b1	
				.906	b2	

بعد	کد	بار عاملی مرحله اول	معناداری آزمون بارتلت	df	مقدار تقریبی χ^2	KMO
	b3	.915				
	b4	.923				
	c1	.783				
	c2	.853				
	c3	.933				
در صفت گردشگری ایران تدوین خطمشی عمومی	d1	.714	./...	۳۶	۱۲۱/۹۷۵	۰/۵۶۱
	d2	.831				
	d3	.771				
	e1	.903				
	e2	.881				
	e3	.841				
	f1	.774				
	f2	.816				
گردشگری ایران خطمشی در صنعت مشروعبت بخشی به	f3	.846	./...	۱۰	۲۷/۶۷۹	۰/۵۲۱
	g1	.761				
	g2	.880				
	h1	.759				
	h2	.678				
گردشگری ایران اجرای خطمشی در صنعت	h3	.543	./...	۴۵	۹۰/۲۳۱	۰/۵۸۲
	i1	.714				
	i2	.923				
	i3	.765				
	i4	.753				
	i5	.922				
	j1	.789				
	j2	.435				
	k1	.833				
صفت گردشگری ایران ارزیابی خطمشی عمومی در	k2	.898	./...	۴۵	۱۲۹/۵۰۲	۰/۵۸۹
	k3	.755				
	l1	.814				
	l2	.723				
	l3	.750				
	m1	.922				
	m2	.727				
	m3	.755				
	m4	.808				
	n1	.789				
n2	.788					
n3	.685					

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 ۷: نتایج بررسی روایی طبقه ها تحقیق

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

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 ۸: نتایج بررسی نرمال بودن طبقه های تحقیق

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

نتایج تحلیل عاملی ابعاد ارزیابی خطمشی‌های عمومی

بررسی روایی سازه: تحلیل عاملی تأییدی برای بررسی هر یک از سازه‌های پرسشنامه

به‌طور کلی تحلیل عاملی تأییدی، یکی از روش‌هایی است که برای مطالعه ساختار داخلی یک مجموعه از نشانگرها وجود دارد. بار عاملی محاسبه‌شده در این تکنیک مانند هر گونه همبستگی دیگری تفسیر می‌شود. بر این اساس هر چه بار یک شاخص در یک عامل بیشتر باشد باید در هنگام تفسیر، وزن بیشتری به آن شاخص داد (هومن، ۱۳۸۴). در این تحقیق جهت محاسبه بار عاملی شاخص‌ها از نرم‌افزار اموس ورژن ۲۳ استفاده‌شده و نتایج حاصل به‌طور مجزا برای هر یک از ابعاد پرسشنامه ضمنی ارائه و با استفاده از تحلیل عاملی تأییدی آزمون می‌شود. در این آزمون سطح معنی‌داری ۵ درصد در نظر گرفته‌شده و بار عاملی هر متغیر در شکل استاندارد شده بیان می‌گردد. در این سطح اطمینان، برای شاخص‌هایی که T بزرگ‌تر از ۱/۹۶ داشته باشند، قابل قبول و معنی دار است.

شاخص: REMSA

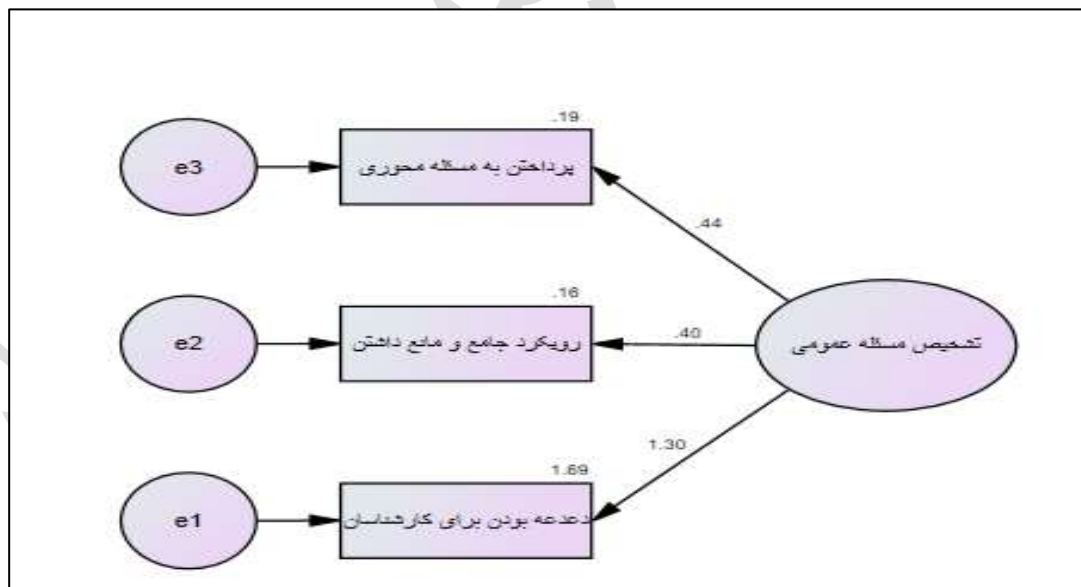
شاخص Root Mean Square Error of Approximation یا یکی از شاخص‌های اصلی نیکویی برازش در مدل‌های معادلات ساختاری است. ریشه میانگین مربعات خطاهای تخمین یا همان RMSEA در بیشتر تحلیل‌های عاملی تأییدی و مدل‌های معادلات ساختاری استفاده می‌شود. بر اساس دیدگاه مک کالوم، براون و شوگاوارا (۱۹۹۶) اگر مقدار این شاخص کوچکتر از ۰/۱ باشد برازندگی مدل بسیار عالی است. اگر بین ۰/۱ و ۰/۵ باشد برازندگی مدل خوب است و اگر بین ۰/۵ و ۰/۸ باشد برازندگی مدل متوسط است. اما بیشتر پژوهشگران از این قاعده استفاده می‌کنند که اگر شاخص RMSEA کوچکتر از ۰/۱ باشد، برازندگی مدل «خوب» است و اگر بزرگتر از این مقدار باشد مدل «ضعیف» طراحی شده است.

نتایج تحلیل تأییدی بعد تشخیص مسئله عمومی

نتایج تحلیل عاملی تأییدی بعد تشخیص مسئله عمومی در جدول زیر ارائه شده است. همانگونه که مشاهده می‌شود تمامی شاخص‌ها دارای بار عاملی «خوب» هستند. ضمناً با توجه به بالاتر بودن مقدار آماره T از مقدار ۱/۹۶ (مربوط به سطح اطمینان ۹۵ درصد)، تمامی آنها معنی‌دار هستند. در جدول (۹) به علت کوچکتر بودن مقدار RMSEA از ۰/۱ نیز می‌توان گفت که برازندگی مطلوب است.

جدول ۹: بار عاملی مقوله‌های مربوط بعد تشخیص مسئله عمومی در صنعت گردشگری ایران

ردیف	مؤلفه مربوطه	آماره T	خطای استاندارد	بار عاملی
۱	پرداختن به مسئله محوری در خطمشی صنعت گردشگری ایران	۳/۵۸۴	۰/۱۲۶	۰/۴۴
۲	رویکرد جامع و مانع داشتن خطمشی در صنعت گردشگری ایران	۴/۶۵۷	۰/۱۱۴	۰/۴۰
۳	دغدغه بودن برای کارشناسان صنعت گردشگری ایران			۱



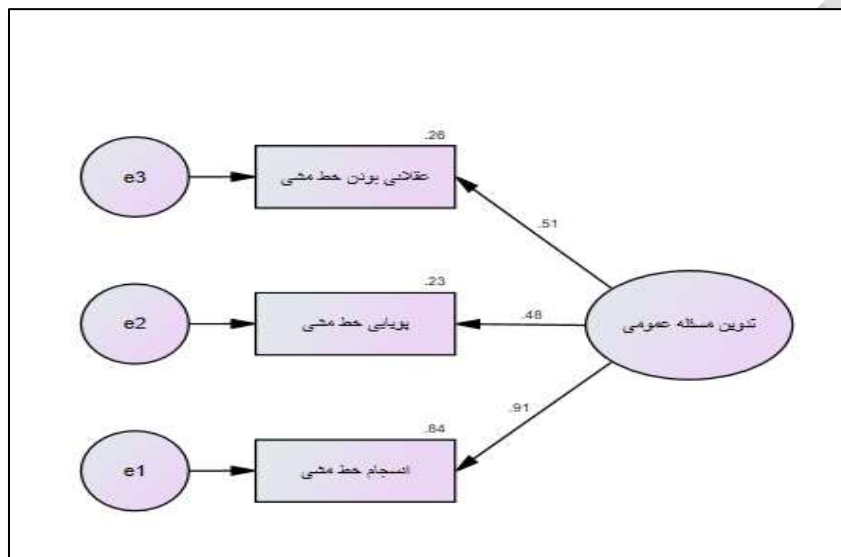
شکل ۵: نمودار بار عاملی مقوله‌های مربوط بعد تشخیص مسئله عمومی در صنعت گردشگری ایران

نتایج تحلیل تاییدی بعد تدوین خط مشی عمومی

نتایج تحلیل عامل تاییدی بعد تدوین خط مشی عمومی در جدول زیر ارائه شده است. همانگونه که مشاهده می‌شود تمامی شاخص‌ها دارای بار عاملی «خوب» هستند. ضمناً با توجه به بالاتر بودن مقدار آماره T از مقدار $1/96$ (مربوط به سطح اطمینان ۹۵ درصد)، تمامی آنها معنی‌دار هستند. در جدول (۱۰) به علت کوچکتر بودن مقدار RMSEA از $0/1$ نیز می‌توان گفت که برازندگی مطلوب است.

جدول ۱۰: بار عاملی مقوله‌های مربوط بعد تدوین خط مشی عمومی در صنعت گردشگری ایران

بار عاملی	خطای استاندارد	آماره T	مؤلفه مربوطه	ردیف
۰/۵۱	۱/۵۰۲	۱/۹۶۲	عقلانی بودن خط مشی	۱
۰/۴۸	۱/۹۱۶	۲/۰۰۹	پویایی خط مشی	۲
۱			انسجام خط مشی	۳



شکل ۶: نمودار بار عاملی مقوله‌های مربوط بعد تدوین خط‌مشی عمومی صنعت گردشگری ایران

نتایج تحلیل تاییدی بعد مشروعیت‌بخشی به خط‌مشی

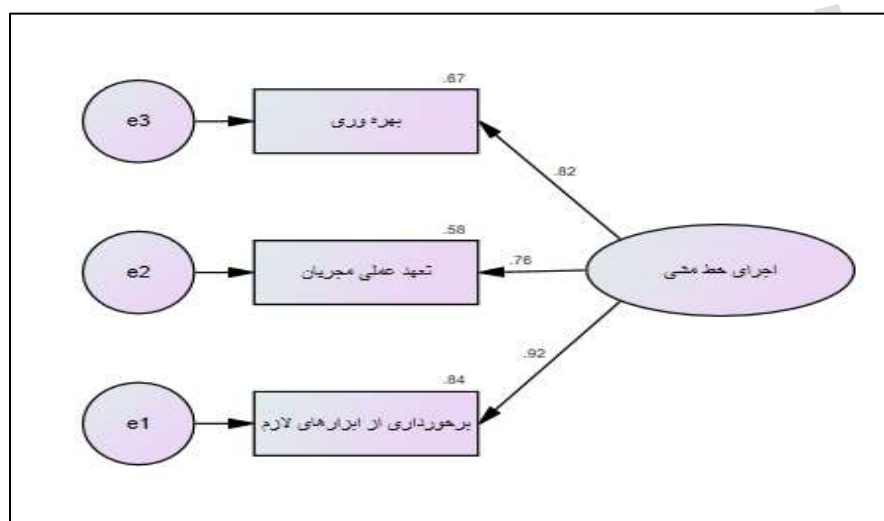
بعد مشروعیت‌بخشی به خط‌مشی عمومی در صنعت گردشگری ایران با توجه به این که دارای تنها دو مقوله قانونی بودن خط‌مشی گردشگری و پذیرش عمومی خط‌مشی گردشگری است و در تحلیل عاملی حداقل باید سه مقوله باشد لذا تحلیل عاملی در اینجا معنا نداشته و صورت نمی‌گیرد و مقوله‌های به دست آمده مورد پذیرش قرار می‌گیرد.

نتایج تحلیل تاییدی بعد اجرای خط‌مشی

نتایج تحلیل عامل تاییدی بعد اجرای خط مشی عمومی در صنعت گردشگری ایران در جدول زیر ارائه شده است. همان گونه که مشاهده می‌شود تمامی شاخص‌ها دارای بار عاملی «خوب» هستند. ضمناً با توجه به بالاتر بودن مقدار آماره T از مقدار $1/96$ (مربوط به سطح اطمینان ۹۵ درصد)، تمامی آنها معنی‌دار هستند. در جدول (۱۱) به علت کوچکتر بودن مقدار RMSEA از $0/1$ نیز می‌توان گفت که برازندگی مطلوب است.

جدول ۱۱: بار عاملی مقوله‌های مربوط بعد اجرای خطمشی عمومی در صنعت گردشگری ایران

ردیف	مؤلفه مربوطه	آماره T	خطای استاندارد	بار عاملی
۱	بهره‌وری خطمشی در صنعت گردشگری ایران	۴/۱۱۶	۰/۱۶۷	۰/۸۲
۲	تعهد عملی مجریان خطمشی در صنعت گردشگری ایران	۳/۸۵۱	۰/۲۱۹	۰/۷۶
۳	برخورداری از ابزارهای لازم خطمشی صنعت گردشگری ایران از شاخص‌های مناسب ارزیابی			۱



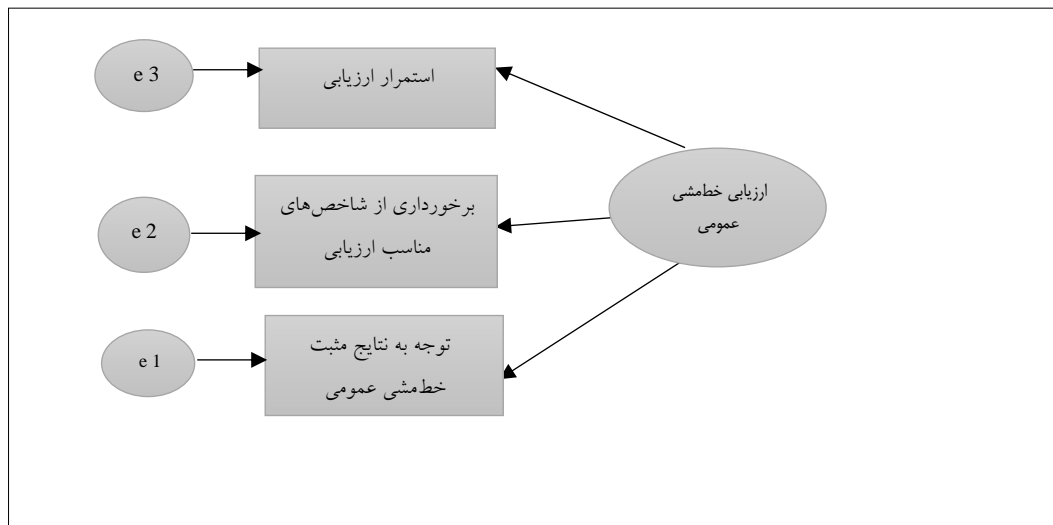
شکل (۷): نمودار بار عاملی مقوله‌های مربوط بعد اجرای خطمشی در صنعت گردشگری ایران

نتایج تحلیل تاییدی بعد ارزیابی خطمشی عمومی در صنعت گردشگری ایران

نتایج تحلیل عامل تاییدی بعد ارزیابی خط مشی عمومی در صنعت گردشگری ایران در جدول زیر ارائه شده است. همان‌گونه که مشاهده می‌شود تمامی شاخص‌ها دارای بار عاملی «خوب» هستند. ضمناً با توجه به بالاتر بودن مقدار آماره T از مقدار ۱/۹۶ (مربوط به سطح اطمینان ۹۵ درصد)، تمامی آنها معنی‌دار هستند. در جدول (۱۲) به علت کوچکتر بودن مقدار RMSEA از ۰/۱ نیز می‌توان گفت که برازندگی مطلوب است.

جدول ۱۲: بار عاملی مقوله‌های مربوط بعد ارزیابی خط مشی عمومی در صنعت گردشگری ایران

ردیف	مؤلفه مربوطه	آماره T	خطای استاندارد	بار عاملی
۱	استمرار ارزیابی خطمشی صنعت گردشگری ایران	۲/۴۵۷	۰/۵۸۸	۱/۱۲
۲	برخورداری خطمشی صنعت گردشگری ایران از شاخص‌های مناسب ارزیابی	۲/۰۹۸	۰/۱۸۸	۰/۶۸
۳	توجه به نتایج مثبت خط مشی عمومی در صنعت گردشگری ایران			۱



شکل ۸- نمودار بار عاملی مقوله‌های مربوط به‌عدارزیابی خطمشی عمومی در صنعت گردشگری ایران

نتایج رتبه‌بندی ابعاد مدل

نتایج رتبه‌بندی ابعاد مدل ارزیابی خطمشی‌های عمومی در گردشگری ایران در جدول (۱۳) نمایش داده شده است.

جدول ۱۳-: رتبه‌بندی ابعاد پژوهش بر اساس آزمون فریدمن

رتبه	رتبه میانگین	ابعاد
۵	۲/۳۸	تشخیص مسئله عمومی در صنعت گردشگری ایران
۴	۲/۷۱	تدوین خط مشی عمومی در صنعت گردشگری ایران
۱	۳/۵۰	مشروعیت بخشی به خط مشی‌های عمومی در صنعت گردشگری ایران
۲	۳/۳۶	اجرای خط مشی‌های عمومی در صنعت گردشگری ایران
۳	۳/۰۵	ارزیابی خطمشی‌های عمومی در صنعت گردشگری ایران

رتبه‌بندی بعد تشخیص مسئله عمومی

جهت رتبه‌بندی بعد تشخیص مسئله عمومی در صنعت گردشگری ایران نیز از آزمون فریدمن استفاده گردید نتایج در جدول (۱۴) قابل مشاهده است.

جدول ۱۴: رتبه‌بندی بعد تشخیص مسئله عمومی در صنعت گردشگری ایران بر اساس آزمون فریدمن

رتبه	رتبه میانگین	ابعاد
۱	۲/۳۳	پرداختن به مسئله محوری در خطمشی صنعت گردشگری ایران

۲	۲/۰۲	رویکرد جامع و مانع داشتن خطمشی در صنعت گردشگری ایران
۳	۱/۶۴	دغدغه بودن برای کارشناسان صنعت گردشگری ایران

رتبه‌بندی بعد تدوین خطمشی عمومی

جهت رتبه‌بندی بعد تدوین خطمشی‌های عمومی در صنعت گردشگری ایران نیز از آزمون فریدمن استفاده گردید نتایج در جدول (۱۵) قابل مشاهده است.

جدول ۱۵: رتبه‌بندی بعد تدوین خطمشی‌های عمومی در صنعت گردشگری ایران بر اساس آزمون فریدمن

رتبه	رتبه میانگین	ابعاد
۱	۲/۱۷	عقلانی بودن خطمشی در صنعت گردشگری ایران
۲	۲/۰۵	پویایی خطمشی در صنعت گردشگری ایران
۳	۱/۷۹	انسجام خطمشی در صنعت گردشگری ایران

رتبه‌بندی بعد مشروعیت بخشی به خطمشی

جهت رتبه‌بندی بعد مشروعیت بخشی به خطمشی‌های عمومی در صنعت گردشگری ایران نیز از آزمون فریدمن استفاده گردید نتایج در جدول (۱۶) قابل مشاهده است.

جدول ۱۶: رتبه‌بندی بعد مشروعیت بخشی به خط مشی بر اساس آزمون فریدمن

رتبه	رتبه میانگین	ابعاد
۲	۱/۴۰	قانونی بودن خطمشی‌ها در صنعت گردشگری ایران
۱	۱/۶۰	پذیرش عمومی در صنعت گردشگری ایران

رتبه‌بندی بعد اجرای خطمشی

جهت رتبه‌بندی بعد اجرای خطمشی عمومی در صنعت گردشگری ایران نیز از آزمون فریدمن استفاده گردید نتایج در جدول (۱۷) قابل مشاهده است.

جدول ۱۷: رتبه‌بندی بعد اجرای خط مشی بر اساس آزمون فریدمن

رتبه	رتبه میانگین	ابعاد
۲	۲/۲۱	بهره وری خطمشی در صنعت گردشگری ایران
۱	۲/۲۶	تعهد عملی مجریان خطمشی در صنعت گردشگری ایران
۳	۱/۵۲	برخورداري خطمشی در صنعت گردشگری ایران از ابزارهای لازم

رتبه‌بندی بعد ارزیابی خطمشی عمومی

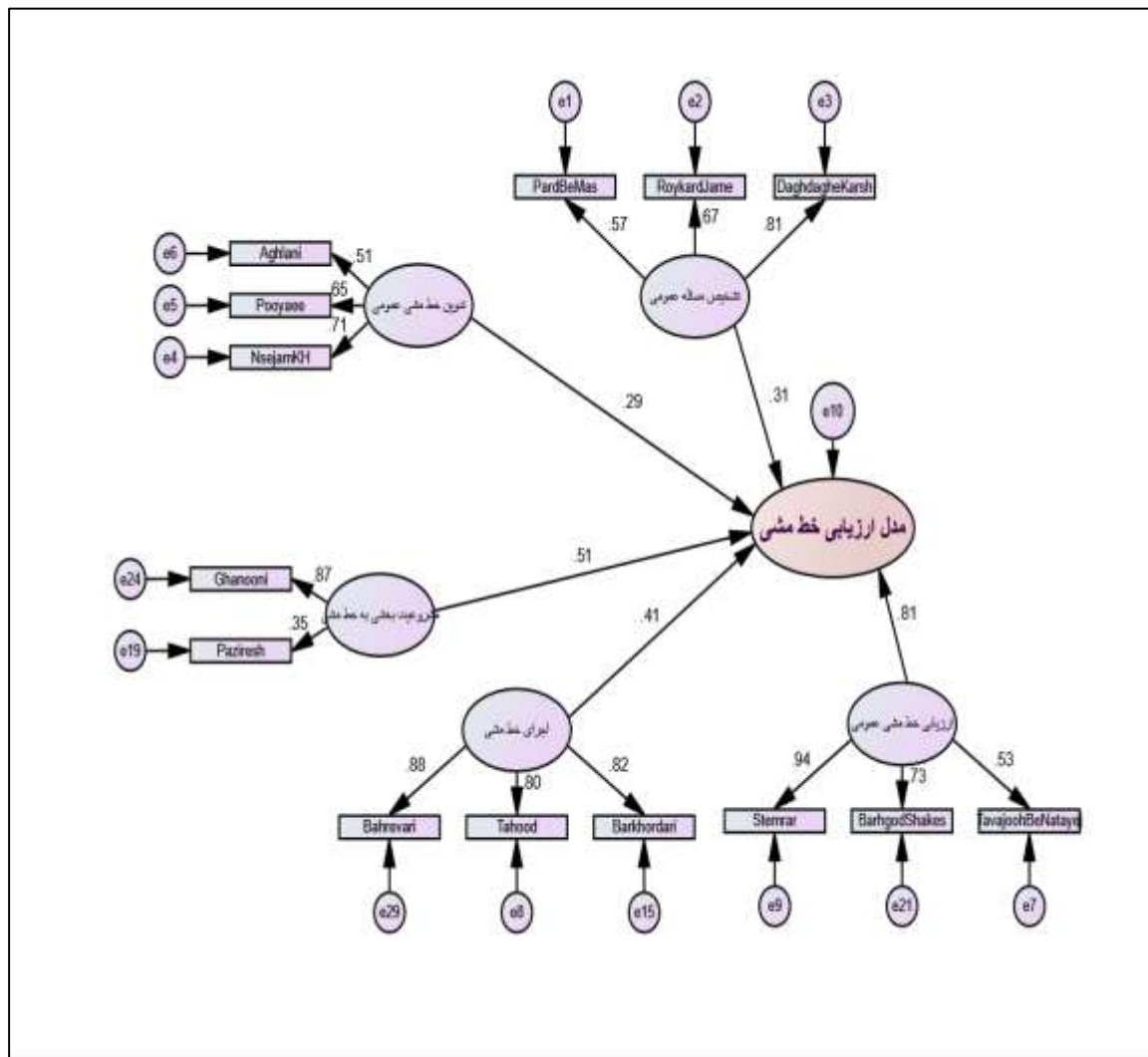
جهت رتبه‌بندی بعد ارزیابی خطمشی‌های عمومی در صنعت گردشگری ایران خطمشی عمومی نیز از آزمون فریدمن استفاده گردید نتایج در جدول (۱۸) قابل مشاهده است.

جدول ۱۸: رتبه‌بندی بعد ارزیابی خط مشی عمومی بر اساس آزمون فریدمن

رتبه	رتبه میانگین	ابعاد
------	--------------	-------

۱	۲/۱۲	استمرار ارزیابی در صنعت گردشگری ایران
۳	۱/۹۰	برخورداری خطمشی عمومی در صنعت گردشگری ایران از شاخص‌های مناسب ارزیابی
۲	۱/۹۸	توجه به نتایج مثبت خطمشی عمومی در صنعت گردشگری ایران

تحلیل عاملی تأییدی مدل پژوهش



شکل ۹: نتایج تحلیل عاملی تأییدی مدل ارزیابی خط‌مشی‌های عمومی در صنعت گردشگری ایران

در ادامه تجزیه و تحلیل داده‌ها بعد از تحلیل عاملی تأییدی و تعیین اولویت هر یک از ابعاد، مقوله‌ها و مفاهیم موجود در مدل ارزیابی خط‌مشی‌های عمومی در گردشگری ایران، تحلیل عاملی تأییدی مدل پژوهش با حضور ابعاد و مؤلفه‌های آن انجام پذیرفت. در تحلیل عاملی تأییدی با استفاده از نرم افزار آموس، ابعاد، مقوله‌ها و مفاهیم مدل ارزیابی خط‌مشی‌های عمومی در گردشگری ایران وارد تحلیل عاملی تأییدی شدند. در جدول (۱۹) نتایج تحلیل عاملی تأییدی مدل ارزیابی خط‌مشی‌های عمومی در گردشگری ایران نشان داده شده است.

جدول ۱۹ شاخص‌های نیکویی برازش مدل تحلیل عاملی تأییدی ارزیابی خطمشی‌های عمومی در صنعت گردشگری ایران

شاخص	مقدار کسب‌شده	مقدار قابل قبول	وضعیت
GFI	۰.۹۹۲	GFI>90%	قبول
AGFI	۰.۹۶۲	AGFI>90%	قبول
CFI	۰.۹۹۹	0.90<CFI<1	قبول
CMIN/df	۲.۴۱۳	مقدار کمتر از ۳	قبول
RMSEA	۰.۰۵۹	RMSEA<0.1	قبول

جدول ۲۰: نتایج مدل نهایی ارزیابی خطمشی‌های عمومی در گردشگری ایران

ردیف	ابعاد	عامل	آماره T	خطای استاندارد	بار عاملی
۱	تشخیص مسئله عمومی در صنعت گردشگری ایران	مدل ارزیابی خطمشی‌های عمومی در گردشگری ایران	۲/۱۲۴	۰.۱۳۹	۰/۳۱
۲	تدوین خطمشی عمومی در صنعت گردشگری ایران		۱/۹۹۶	۰.۱۶۶	۰/۲۹
۳	مشروعیت‌بخشی به خطمشی در صنعت گردشگری ایران		۳/۶۹۱	۰.۲۰۹	۰/۵۱
۴	اجرای خطمشی‌های عمومی در صنعت گردشگری ایران		۲/۹۸۷	۰.۱۵۶	۰/۴۱
۵	ارزیابی خطمشی‌های عمومی در صنعت گردشگری ایران				

بحث و نتیجه گیری

وجود نظام ارزیابی جامع خطمشی‌های گردشگری ضرورتی اجتناب‌ناپذیر است. طراحی مدل مناسب برای ارزیابی خطمشی‌های گردشگری ایران می‌تواند گامی اساسی برای شناسایی مشکلات، اصلاح خطمشی‌ها و در نتیجه افزایش بهره‌وری در این صنعت مهم به‌شمار آید. وجود یک مدل مناسب ارزیابی خطمشی‌های گردشگری می‌تواند با تعیین وضعیت موجود، میزان انطباق آن با وضعیت مطلوب را مورد توجه قرار دهد، عدم مطابقت‌ها را تشخیص داده تا برای آن چاره‌جویی شود؛ چون کژی‌ها و کاستی‌ها در نظام خطمشی‌گذاری عمومی گردشگری مانع تحقق نتایج مطلوب به عنوان برون‌داد یا پیامد آن خواهد بود. گام نخست برای برطرف کردن هرگونه نارسایی و کاستی در نظام خطمشی‌گذاری گردشگری تشخیص آسیب‌ها و علل و عوامل آن است. ارزیابی سازوکاری را ارائه می‌دهد که به‌وسیله آن می‌توان وضعیت عوامل تشکیل دهنده نظام خطمشی‌گذاری و عملکرد آن را مورد قضاوت قرار داد. از آنجا که پژوهش حاضر در صدد ارائه مدل برای ارزیابی خطمشی صنعت گردشگری ایران بود و تحقیقی در گذشته متناظر به این موضوع انجام نشده مقایسه نتایج تحقیق حاضر را با یافته‌های قبلی از حیث بررسی همسویی و عدم همسویی ناممکن می‌سازد. بر اساس نتایج تحقیق حاضر تعهد عملی مجریان با رتبه میانگین ۲/۲۶ و استمرار ارزیابی با رتبه میانگین ۲/۱۲ از معیارهای مهم در ارزیابی خط مشی عمومی گردشگری هستند. 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^۱.

این پژوهش با هدف ارائه مدل مناسب برای ارزیابی خطمشی‌های عمومی گردشگری در ایران انجام گرفت. روش پژوهش حاضر به‌لحاظ مخاطب، بنیادی و رویکرد آن، ترکیبی (کیفی و کمی) بود. با استفاده از ابزار مصاحبه و سنج‌های غیرمداخله‌ای عناصر اساسی مدل در ۵ بعد و ۴۴ مفهوم مرتبط با ۱۴ مقوله شناسایی شد. ۲ جهت تعیین رتبه مقوله‌ها و درجه اهمیت مفاهیم از روش کمی با ابزار پرسشنامه و از روش دلفی (در سه دور) استفاده شد. نتایج پژوهش نشان داد مهم‌ترین معیارها در ارزیابی خطمشی عمومی گردشگری در مرحله تشخیص مسئله عمومی، به‌ترتیب پرداختن به مسئله محوری با رتبه میانگین ۲/۳۳ و رویکرد جامع و مانع داشتن با رتبه میانگین ۲/۰۲ می‌باشد. در مرحله تدوین خطمشی عمومی به‌تربیب معیارهای عقلانی بودن خطمشی با رتبه میانگین ۲/۱۷ و پویایی خطمشی با رتبه میانگین ۲/۰۵ با اهمیت‌ترین معیارها هستند. در مرحله مشروعیت‌بخشی به خطمشی معیارهای با اهمیت به‌ترتیب عبارتند از پذیرش عمومی با رتبه میانگین ۱/۶۰ و قانونی بودن با رتبه میانگین ۱/۴۰. و در مرحله اجرای خطمشی، تعهد عملی مجریان با رتبه میانگین ۲/۲۶ و بهره‌وری با رتبه میانگین ۲/۲۱ و در مرحله ارزیابی خطمشی عمومی به ترتیب استمرار ارزیابی با رتبه میانگین ۲/۱۲ و توجه به نتایج مثبت خطمشی عمومی با رتبه میانگین ۱/۹۸. با اهمیت‌ترین معیارها در ارزیابی خط مشی عمومی گردشگری هستند. ۳ در یک نگاه کلی بر مبنای نتایج حاصل از آزمون الگوی کلی پژوهش

۱. مدل ارائه شده در شکل (۴-۱۱) و نتایج مدل نهایی ارائه شده در جدول ۴-۲۲ متناظر به پاسخ سؤال اصلی تحقیق است.

۲. جزئیات عناصر شناسایی شده در فصل چهارم آمده است. این نتیجه در واقع پاسخ سوال فرعی اول پژوهش محسوب می‌شود.

۳. این نتیجه در واقع پاسخ سوال فرعی دوم پژوهش محسوب می‌شود.

نتیجه گرفته می‌شود که بر اساس فرایند خطمشی‌گذاری عمومی گردشگری با اهمیت‌ترین مراحل تأثیرگذار در ارزیابی خطمشی عمومی گردشگری در ایران به ترتیب عبارتند از: مشروعیت‌بخشی به خطمشی با رتبه میانگین ۳/۵۰ و اجرای خطمشی با رتبه میانگین ۳/۳۶. همچنین شاخص‌های نیکویی برازش مدل تحلیل عاملی تأییدی ارزیابی خطمشی‌های عمومی در گردشگری ایران با آزمون‌های آماری CFI ، AGF ، GFI ، $CMIN/df$ و $RMSEA$ قابل قبول تشخیص داده شدند.

محدودیت‌ها و پیشنهاد

از آنجا که قلمرو زمانی انجام این پژوهش مصادف با اوج شیوع ویروس کرونا در کشور و اعمال محدودیت‌ها و ممنوعیت‌های قانونی در ارتباطات و تماس‌های مستقیم بود؛ هماهنگی و همکاری خبرگان و متخصصان خطمشی‌گذاری عمومی صنعت گردشگری برای انجام مصاحبه و تکمیل پرسشنامه را دشوار ساخته بود.

از محدودیت‌های این پژوهش باید گفت گردشگری براساس هدف، انواع متعددی دارد؛ مانند گردشگری فرهنگی و آموزشی، تفریحی، بازرگانی، درمانی، اجتماعی، ورزشی، مذهبی، سیاسی و ... و هر یک از انواع گردشگری علاوه بر شاخص‌های عمومی و مشترک، نیازمند معیارهای اختصاصی و جداگانه‌ای برای ارزیابی خطمشی‌های آنها می‌باشد، که خارج از اهداف این پژوهش بوده و پرداختن به آن‌ها مستلزم تحقیقات مستقل دیگری است که به محققان آتی پیشنهاد می‌شود.

- با توجه به نتیجه این پژوهش مبنی بر این که در فرایند ارزیابی خطمشی‌های عمومی در صنعت گردشگری ایران، اولین اولویت مربوط است به ارزیابی «مرحله مشروعیت‌بخشی به خطمشی» به همین جهت پیشنهاد می‌گردد سیاست‌گذاران در تنظیم و تصویب اسناد فرادستی توجه لازم برای تعیین چارچوب‌های مناسب که لازمه قانونی کردن و مشروعیت‌بخشی به خطمشی‌های عمومی گردشگری می‌باشد را بنمایند.

- نظر به این که بر اساس نتیجه این پژوهش، ارزیابی «مرحله اجرای خطمشی‌ها» در فرایند ارزیابی خطمشی‌های عمومی در صنعت گردشگری ایران اولویت دوم شناسایی شده است، پیشنهاد می‌شود سازوکار مناسب و مؤثر برای اجرای دقیق خطمشی‌های صنعت گردشگری ایران پیش‌بینی و تأمین شود.

- پیشنهاد می‌شود پس از تعیین وضع موجود خطمشی‌های عمومی گردشگری در ایران با استفاده از مدل ارائه شده در این پژوهش، فرایند موجود ارزیابی شود و در راستای ادامه پژوهش حاضر وضعیت مطلوب خطمشی‌گذاری صنعت گردشگری در ایران مدل‌سازی و آزمون گردد.

- تعیین اهمیت و اولویت‌بندی شاخص‌های شناسایی شده در این پژوهش با استفاده از تکنیک‌هایی دیگر می‌تواند مکمل پژوهش حاضر به حساب می‌آید.

1. Alkin, M. C. & Christie, C. A. (2012). "An Evaluation Theory Tree Evaluation roots ' A Wider Perspective of Theorists' Views and Influences" Thousand Oaks: SAGE pp. 11-58.
2. Edgell. D.L; Allen. M.D; Smith. G; & Swanson. G.R (2008). "Tourism Policy and Planning: Yesterday. Today and Tomorrow".p:7
3. enderson. J. (2002). "Tourism and politics in the Korean Peninsula". Tourism Studies. Vol. 13 no2. Pp 16 -27
4. Goeldner. C.R. & Ritchie. J.R. (2006). "Tourism: Principles. Practices. Philosophies" John Wiley, P414.
5. Guba, E. G. & Lincoln, Y. S. (1989). "Fourth Generation Evaluation " (1th ed.) . New Delhi: SAGE Publications pp:22-37.
6. Guba, E. G., & Lincoln, Y. S. (1982). "Epistemological and methodological bases of naturalistic inquiry", ECTJ, 30(4), 233-252.
7. Hall. C.M. (1995). "Tourism and Public Policy". Cengage Learning EMEA, 1995:8.
8. Heydari Chianeh, Reza.tab, r; Azgami, sk. Soltani, n and Motamedi Mehr,a. (2013), an analysis of tourism policy making in Iran, Journal of Tourism Planning and Development, No. 5, pp. 31-11. (in persian).
9. Howlett. M. & Ramesh. M. (2003). "Studying Public Policy: Policy Cycles and Policy Subsystems". Oxford university Press,16-27.
10. Mark, M., Henry, G. & Julnes, G. (2000) . "Evaluation: An Integrated Framework for Understanding, Guiding, and Improving Policies and Programs", (1th ed.). San Francisco: Jossey-Bass.
11. Masoumi, m, (۲۰۰۶), "The Nature of Tourism", Tehran: Peyk Kosar Publications.p:27 (in persian).
12. Masoumi, m, (2009), "history of tourism development planning in Iran", Tehran: Samira Publications., ۱۹ : ۱۳۸۰ (in persian).
13. Newman, w, (2017), "social research methods, quantitative and qualitative approaches", translated by Faqihi, a, Tehran, Termeh Publications, 4th edition, 2nd volume. (in persian).
14. Popli Yazdi,m and Soqaei,m, (2015), "Tourism (Nature and Concepts) ", Tehran: Samet Publications, ۲۷ : ۱۳۸۰(in persian).
15. Pourezzat, a, (۲۰۲۲), "Public Administration", Volume 13, Number 1:1-2, Faculty of Management, University of Tehran:1-2. (in persian).

16. Richins, H. (2000). "Influences on tourism development decision making: Coastal local government areas in Eastern Australia". *Journal of Sustainable Tourism*, 8(3), 207-231
17. Rossi, P., Lipsey, M., Freeman, H. (2003) . "Evaluation: A Systematic Approach" (7th ed.). Thousand Oaks: SAGE.
18. Rostami, h; Pourahmad, a; Hadilo, h, (2013), "Tourism and Globalization", first edition, Tehran: Jihad University Press. (in persian).
19. Sabatier, P. A. and Mazmanian, D. (1980). "A Framework for Analysis", *Policy Study Journal*, 8: 538-660.
20. Scott, N. (2011). "Tourism policy: A strategic review". The School of Tourism, the University of Queensland, Goodfellow Publishers, Australia.P23.
21. Shadish WR Jr, Cook TD et al (1991). "Foundations of program evaluation: theories of practice". Sage Publications, Inc, Newbury Park.
22. Stufflebeam, D. L. (2001). "Evaluation models" , *New Directions for Evaluation*, no 89.
23. The University of Texas at Austin (2015). The Texas Politics Project. Retrieved from <http://texaspolitics.utexas.edu/>.
24. Vaezi, r, Sharifzadeh, f, Mohammad, m, Identification and prioritization of public policy evaluation models, *Iranian Management Sciences Quarterly*, 10th year, number 40, winter (2014), pp. 1-22. (in persian).
25. Ziaei, m; Tarab Ahmadi, m, (2012), understanding the tourism industry with a systemic approach, Tehran: Social Sciences Publishing, ۱۳۹۲ : ۱۳۰ (in persian).