



انجمن علمی گردشگری ایران

## طراحی چارچوب مشارکت عمومی - خصوصی در گردشگری برمبنای فراترکیب مطالعات پیشین

ندا زرندیان<sup>۱</sup>، محمدرضا فرزین<sup>۲</sup>، علی اصغر شالبافیان<sup>۳</sup>، اکبر پورفرج<sup>۴</sup>، سیدمجیدی محمودزاده<sup>۵</sup>

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۰۴/۱۷

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۰۶/۰۹

### چکیده

مشارکت عمومی - خصوصی از دغدغه‌های ذهنی محققان در حوزه‌های مختلف از جمله صنعت گردشگری بوده است. از یک سو، محدودیت منابع، کمبود سرمایه، نبود تخصص، نبود دسترسی به نیروی انسانی و از سوی دیگر، وظیفه دولت‌ها در تأمین نیازهای عمومی سبب شده است تا دولت‌ها بخش خصوصی را شریکی قابل تأمل بدانند. آنچه مسلم است، شناخت ابعاد مختلف این شراکت میان دو بخش خصوصی و دولتی احتمال موفقیت آن‌ها در هر صنعتی از جمله گردشگری را افزایش خواهد داد. از این منظر، هدف از پژوهش حاضر طراحی چارچوبی برای مشارکت عمومی - خصوصی در گردشگری بنابر یافته‌های مطالعات پیشین است. بهترین روش برای یک پارچه‌سازی تفاسیر یافته‌های پیشین روش فراترکیب است. بنابراین از روش مزبور با پیگیری شش گام بهره‌گرفته شده است. جامعه آماری این پژوهش مطالعات انجام‌شده در زمینه مشارکت عمومی - خصوصی بوده که با جست‌وجو در برترین پایگاه‌های اطلاعاتی مرتبط، ۲۴۴ مقاله در دسترس شناسایی شده است. پس از آن، مقالات بر اساس عنوان و چکیده و محتوا غربال شده‌اند. در نهایت، متن مقاله‌های منتخب (۴۱ مقاله)، با استفاده از نسخه ۱۰ نرم‌افزار مکس کیودا (MAXQDA)، تحلیل و کدگذاری شده است. بنابر نتایج می‌توان عوامل مؤثر بر مشارکت عمومی - خصوصی در گردشگری را در قالب دو مقوله اصلی عوامل درونی و عوامل بیرونی مدنظر قرار داد. عوامل درونی با مشارکت عمومی - خصوصی ارتباط مستقیم دارند و دربردارنده مفاهیمی همچون محتوای مشارکت، ذی‌نفعان، اهداف، وظایف و منافع طرفین‌اند. عوامل بیرونی دخالت مستقیم ندارند و در کنترل این شکل از مشارکت نیستند. عوامل بیرونی عوامل فتاورانه - اطلاعاتی، اجتماعی - فرهنگی، قانونی - حقوقی، مالی - اقتصادی، محیطی و سیاسی - دولتی را دربر می‌گیرند.<sup>۶</sup>

### واژه‌های کلیدی:

مشارکت عمومی - خصوصی، گردشگری، فراترکیب

### مقدمه

سازمان جهانی جهانگردی (۲۰۱۵) گردشگری را صنعتی می‌داند که مشارکت ذی‌نفعان در آن به اشکال گوناگونی صورت می‌پذیرد. تنوع اشکال همکاری در گردشگری ناشی از اهمیت این موضوع و ماهیت صنعت مزبور است که همکاری در آن از الزامات به‌شمار می‌رود. اهمیت این موضوع از آنجا است که درصد زیادی از شرکت‌های فعال

۱. دانشجوی دکتری گردشگری، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبائی (نویسنده مسئول)؛ Nedazarandian@gmail.com

۲. دکتری اقتصاد، دانشیار دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبائی

۳. دکتری مدیریت بازرگانی، استادیار دانشکده گردشگری دانشگاه سمنان

۴. دکتری باستان‌شناسی، دانشیار دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبائی

۵. دکتری مدیریت بازرگانی، استادیار دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبائی

۶. این مقاله مستخرج از رساله دکتری نویسنده مسئول است.



چندبخشی بودن و پراکندگی جغرافیایی سازمان‌های فعال در گردشگری، آن را به بستری مساعد برای همکاری تبدیل می‌کند؛ بستری متشکل از سازمان‌ها، بخش‌ها و فعالیت‌های گوناگون (Scott et al., 2008). در این میان، اشکال همکاری و مشارکت در گردشگری را که ناشی از ویژگی‌های ذاتی آن است در چهارگروه اصلی، مطابق شکل ۱، دسته‌بندی می‌شود (Austin, 2010):

در عرصه گردشگری، مؤسسات کوچک و متوسط با توانایی‌های سازمانی و منابع محدودند که حیات این سازمان‌ها را به چالشی مهم تبدیل کرده است (Gusory et al., 2015). از این رو سازمان‌های فعال در گردشگری، بدون بهره‌مندی از منابع و حمایت یکدیگر در قالب اشکال مختلف همکاری، قادر به ادامه حیات در جهان به سرعت در حال تغییر و پیچیده تجارت جهانی نخواهند بود. علاوه بر این،



شکل ۱: اشکال همکاری در گردشگری (Austin, 2010)

و راه‌اندازی فرودگاه نیز مؤثر است؛ اما در سطحی فراتر، همکاری بین بخش‌های دولتی و خصوصی در حوزه گردشگری را، بنا به گفته سازمان جهانی جهانگردی<sup>۱</sup> (۲۰۰۱)، می‌شود در راستای چهار مقوله بهبود مدیریت مقصد، بهبود جذابیت مقصد، بهبود اثربخشی بازاریابی و بهبود بهره‌وری مقصد دانست. در صنعت گردشگری ایران نیز لزوم شکل‌گیری چنین مشارکتی مشهود است. چه این‌که کمبود منابع مالی، تخصص، مهارت و نیروی انسانی دولت در رسیدگی به حوزه‌ها و مشکلات متعدد گردشگری آشکار است. علاوه بر این، هم در بعد سیاست‌گذاری و هم در بعد عملیاتی، افزایش توجه به نقش بخش خصوصی به چشم می‌خورد؛ چنانکه در اصل ۴۴ قانون اساسی آشکارا بر دخالت دادن بخش خصوصی در صنایع تأکید شده است. در حوزه‌های خاصی از صنعت گردشگری مانند احیای

یکی از اشکال همکاری در گردشگری، مشارکت بین بخش خصوصی و دولتی است. در تعریفی عام، منظور از مشارکت عمومی - خصوصی شکلی از همکاری بین سازمان‌های دولتی با نهادهای خصوصی است که هدف از آن تضمین تأمین سرمایه، ساخت، بازسازی، مدیریت و نگهداری از دارایی‌ها یا فراهم‌سازی خدمات است (Rajko et al., 2008). این شکل از مشارکت هم در تأمین زیرساخت‌هایی نظیر پل و جاده مؤثر است و هم در زمینه تأمین دارایی‌های اجتماعی نظیر بیمارستان و زندان ایفای نقش کند (OECD, 2006). در این میان، دولت‌ها از یک سو با خواسته‌های عمومی مختلف جامعه و از سوی دیگر با محدودیت منابع و تخصص مواجه‌اند. بنابراین، به‌کارگیری ابزارهای همچون مشارکت عمومی - خصوصی خلأهای اشاره‌شده را پر می‌کند. در صنعت گردشگری نیز این سازوکار برای تأمین زیرساخت‌های گردشگری نظیر ساخت جاده



اما و رای این دیدگاه تجزیه‌محور به مفهوم مشارکت عمومی - خصوصی، تعاریف کلی متعددی از این پدیده در جهان عرضه شده است. موراویف (۲۰۱۳) بر این نظر است که هر یک از این تعاریف بر یکی از ویژگی‌های مرتبط با مشارکت عمومی - خصوصی تأکید دارند. برای مثال، سدجاری (۲۰۰۴) بر هم‌بستگی بین بخش خصوصی و دولتی به منزله ویژگی کلیدی تمرکز می‌کند. وی همکاری را نوعی پدیده فرهنگی می‌داند و از آن با عنوان «فرهنگ تعامل»<sup>۱</sup> یاد می‌کند (Sedjari, 2004:303). برینکرهاوف و برینکرهاوف (۲۰۰۴) نیز بر تقابل (دوطرفه بودن)، به منزله ویژگی اصلی مشارکت عمومی - خصوصی اشاره کرده‌اند. بووارید (۲۰۰۴) مشارکت عمومی - خصوصی را تعهدی فراتر از قرارداد تعریف می‌کند. هاک<sup>۲</sup> (۲۰۰۴) دو ویژگی اصلی تقابل و هویت سازمانی<sup>۳</sup> را برای مشارکت‌های عمومی - خصوصی متصور شده است. مقصود از هویت سازمانی این است که هر شریک (خصوصی/دولتی) هویت، باورها و ارزش‌های خود را دارد. اندرسن (۲۰۰۴) بر این نظر است که مشارکت عمومی - خصوصی فرایند مستمر تعامل و مذاکره است.

کلین و تیسمن<sup>۴</sup> (۲۰۰۳) مشارکت عمومی - خصوصی را قرارداد رسمی بین بخش خصوصی و دولتی می‌دانند که در آن مسئولیت محصول، ریسک، هزینه‌ها و منافع بین طرفین تقسیم می‌شود. برخی نیز، علاوه بر در نظرگیری شماری از ویژگی‌های اشاره شده، بر پروژه‌محور بودن مشارکت عمومی - خصوصی اشاره دارند (Renda & Schrefler, 2006).

بعضی محققان در تعریف مشارکت عمومی - خصوصی، به جای برجسته‌سازی یک ویژگی، به مجموعه‌ای از ویژگی‌ها اشاره کرده‌اند. برای مثال، مینی (۲۰۱۱) بر هفت عنصر کلیدی برای تعریف مشارکت عمومی - خصوصی تأکید قرار می‌کند: قرارداد باید وجود داشته باشد (نوشتاری یا کلامی). باید هدف مشترک یا منافع دوطرفه پیگیری شود (شامل منافع فردی طرفین) دست‌کم باید دو مؤسسه (نهاد) وجود داشته باشد که یکی خصوصی و دیگری دولتی باشد. هزینه مبادله باید در نظر گرفته شود.

بناهای تاریخی و بهره‌برداری از آن‌ها نیز می‌شود به مواردی همچون ماده ۱۱۴ قانون برنامه چهارم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی اشاره کرد. در سطح اجرایی نیز، رجوع به کتاب پروژه‌های مشارکت بین بخش خصوصی و دولتی (منتشر شده توسط پرتال مشارکت عمومی - خصوصی ذیل سازمان برنامه و بودجه در سال ۱۳۹۸) بر توجه به این موضوع صحت می‌گذارد؛ چنانکه معرفی طرح‌های سرمایه‌گذاری در بخش‌های مرتبط با گردشگری بخشی از این پروژه‌ها را شامل می‌شود (سازمان برنامه و بودجه کشور، ۱۳۹۸). اما موفقیت در این‌گونه مشارکت‌ها مسلماً بدون شناخت کافی از ابعاد مختلف آن امکان‌پذیر نخواهد بود. از این منظر، مروری بر مطالعات پیشین مرتبط با مشارکت عمومی - خصوصی در گردشگری ما را در شناسایی چارچوب حاکم بر این پدیده و نهایتاً عملکرد هر چه اثربخش‌تر یاری خواهد رساند.

## مروری بر ادبیات موضوع مشارکت عمومی - خصوصی

برای ورود به هر موضوعی یکی از ابتدایی‌ترین مواردی که باید مدنظر قرار گیرد بیان تعریفی اولیه از موضوع مورد بررسی است. از این جهت و با توجه به موضوع پیشنهادی مطالعه حاضر، در این بخش مفهوم مشارکت عمومی - خصوصی مرور خواهد شد. می‌توان مشارکت عمومی - خصوصی را عبارتی دانست که از ترکیب سه واژه تشکیل شده است که هر یک بار معنایی خاصی را دارند: مشارکت، عمومی و خصوصی. تعریف هر یک از این واژه‌ها در ادامه آمده است:

● مشارکت: در عمل از سوی دو یا تعداد بیشتری از شرکا برای انجام یک فعالیت یا رسیدن به هدفی، حقیقتی، نهادی یا تجارتي شکل می‌گیرد. در مشارکت عمومی - خصوصی، عناصر اصلی به دو بخش تعلق دارند که هدفشان تأمین منافع عمومی است.

● عمومی: احتمالاً نهادی/دارایی است که به جامعه یا اجتماع ملی/منطقه‌ای/محلّی تعلق دارد و طبق قوانین و مقررات و توسط مقامات مرکزی یا محلی اداره می‌شود.

● خصوصی: مربوط به مالکیت فردی، عمل آزادانه، اقتصاد بازار و کنترل توسط عرضه و تقاضا است (Grigorescu, 2008).

1. culture of engagement  
2. Haque  
3. organisational identity  
4. Klijn and Teisman



زمان مشخص برای قرارداد باید در نظر گرفته شود. خدمات را مبتنی بر مسئولیت بخش عمومی عرضه باید فعالیتی عمومی از سوی بخش دولتی عرضه شود.

تخصیص ریسک واضح و/یا انتقال ریسک باید صورت پذیرد (Minnie, 2011:58).

موراویف و کاکابادس (۲۰۱۲)، در بررسی دیگری، عناصر کلیدی ذیل را در تعریف مشارکت عمومی - خصوصی در نظر گرفته‌اند:

موافقت نماینده دولت و شریک خصوصی باید در قالب قرارداد قانونی الزام‌آور باشد.

قرارداد باید بلندمدت باشد.

مشارکت عمومی - خصوصی معمولاً خدمات زیرساختی را فراهم می‌کند یا ممکن است دیگر مشتریان می‌پردازد.

مشارکت عمومی - خصوصی بر اساس دارایی ساخته شده از سوی بخش خصوصی یا واگذار شده بدان از سوی بخش دولتی به ارائه خدمات به مشتریان می‌پردازد.

جدول ۱: برخی از تعاریف مشارکت عمومی - خصوصی

تعریف	سال	نویسنده/ نویسندگان
مشارکت عمومی خصوصی توافقی قراردادی بین نماینده دولت (فدرالی، ایالتی یا محلی) و سازمان بخش خصوصی است. از طریق این قرارداد، مهارت‌ها و دارایی‌های هر بخش برای ارائه خدمت یا امکانات برای عموم به اشتراک گذاشته می‌شود. علاوه بر اشتراک در منابع، هر بخش در ریسک‌ها و منافع بالقوه در ارائه خدمات و امکانات نیز شریک است.	۲۰۱۷	کمیسیون ملی مشارکت عمومی - خصوصی <sup>۱</sup>
مشارکت عمومی - خصوصی شیوه‌ای برای معرفی مدیریت بخش خصوصی در حوزه خدمات عمومی است، با پیوندهای قراردادی بلندمدت بین یک مجری خصوصی و یک نهاد دولتی.	۲۰۰۸	گریگورسکو
شکلی از همکاری بین سازمان‌های بخش دولتی و مؤسسات خصوصی که هدفش تضمین تأمین مالی، ساخت، بازسازی، مدیریت یا نگهداری دارایی‌ها یا فراهم‌سازی خدمات است.	۲۰۰۸	راجکو و همکاران
مشارکت عمومی - خصوصی اصطلاحی است که طیفی از ترتیبات مختلف موجود بین دولت و دیگر مؤسسات در بخش دولتی با اشخاص حقیقی یا حقوقی خصوصی را نشان می‌دهد.	۲۰۰۸	راجکو
مشارکت بین بخش دولتی و خصوصی با هدف طراحی، برنامه‌ریزی، سرمایه‌گذاری، ساخت و/یا اداره پروژه‌هایی است؛ که در گذشته به صورت سنتی توسط بخش عمومی انجام می‌شده است.	۲۰۰۲	وب و پوله
انعقاد موافقت‌نامه‌ای میان دولت یا نهاد دولتی از یک سو و بخش خصوصی از سوی دیگر، به منظور طراحی، ساخت، تأمین مالی و بهره‌برداری از دارایی‌ها یا خدمات عمومی با سرمایه‌گذاری و یا مدیریت بخش خصوصی، به صورتی که ریسک‌های فعالیت به طور شفاف میان بخش خصوصی و عمومی تقسیم شود و پرداخت‌های مالی به بخش خصوصی در طول زمان بهره‌برداری از پروژه از طریق عواید پروژه یا توسط بخش عمومی مصرف‌کننده خدمات پروژه انجام گیرد.	۱۳۹۶	سازمان برنامه و بودجه



محلی که گروه‌هایی را از ارگان‌های حرفه‌ای تا خدمات هنری محلی دربر می‌گیرد، از جمله مدیران اجرایی، مدیران ارشد، کارگران محلی، کمیته‌ها، شورایاران، بازدیدکنندگان غیرمقیم، کسب‌وکارهای محلی، کارکنان مراکز اطلاع‌رسانی گردشگران، هیئت‌ها و دولت مرکزی ملی (کمیته بازرسی و ارگان‌های قانونگذار). جمال و گتز (۱۹۹۵) نیز دو گروه از ذی‌نفعان را شناسایی کرده‌اند: ذی‌نفعان مشروع<sup>۳</sup> که حق و ظرفیت مداخله در روند را دارند، و ذی‌نفعان مرتبط<sup>۴</sup> که تحت تأثیر سایر ذی‌نفعان قرار می‌گیرند و حق دخالت برای تعدیل تأثیرات را دارند، اما باید مهارت و منافع کافی را برای مداخله داشته باشند. در هر روی، نظریه ذی‌نفعان ابزاری معمول در برنامه‌ریزی گردشگری است که برای بهبود همکاری میان بخش‌های اساسی درگیر در فرایند برنامه‌ریزی به‌کار گرفته می‌شود (Franco & Estevao, 2010). در این میان، شاید بتوان در دسته بندی وسیع تر، ذی‌نفعان گردشگری را در دو بخش عمومی و خصوصی جای داد. اما آنچه حائز اهمیت است، مشارکت میان بخش‌های مختلف است؛ چنان‌که ویت و موتینهو (۱۹۹۵) اشاره می‌کنند، مشارکت عامل اصلی حیات سازمان‌های کوچک فعال در گردشگری است. به‌خصوص برای موفقیت یک مقصد در عرضه محصولات باکیفیت مشارکت بین بخش خصوصی و دولتی نقشی اساسی ایفا می‌کند (Buhallis, 2000). از این منظر، با توجه به این‌که از یک سو، گردشگری از ذی‌نفعان متعدد در دو بخش عمومی و خصوصی تشکیل شده است و از سوی دیگر، مشارکت در میان این ذی‌نفعان برای موفقیت در صنعت گردشگری ضروری است، مشارکت عمومی - خصوصی در گردشگری موضوعی حائز اهمیت برشمرده می‌شود. با توجه به جایگاه مشارکت عمومی - خصوصی در گردشگری، مطالعات متعددی در این زمینه صورت گرفته است که خلاصه برخی از آن‌ها در جدول ۲ مشاهده می‌شود.

3 legitimate stakeholders  
4 Relevant stakeholders

در مجموع، می‌توان چهار رویکرد اصلی در ارائه تعریف مشارکت عمومی - خصوصی در نظر گرفت:

مشارکت عمومی - خصوصی مشارکتی قراردادی است؛ قراردادی بلندمدتی که در آن امکانات توسط بخش خصوصی فراهم می‌شود و خدمات به نمایندگی دولت با استفاده از امکانات فراهم شده عرضه می‌شود.

مشارکت عمومی - خصوصی پروژه‌ای است که در آن شرکا با یکدیگر تعامل دارند و ارتباط میان شرکا مهم‌ترین ویژگی آن است.

مشارکت عمومی - خصوصی پروژه‌ای است که به پاسخ‌گویی مشترک هر دو بخش خصوصی و دولتی درباره محصول، ریسک، هزینه‌ها و منافع نیاز دارد.

مشارکت عمومی - خصوصی مشارکتی رسمی است که در آن دولت و سرمایه‌گذاران خصوصی به‌صورت مشترک دارای مالکیت‌اند (Mouraviev, 2013).

### مشارکت عمومی - خصوصی در گردشگری

شاید بتوان ریشه مشارکت عمومی - خصوصی در گردشگری را در نظریه ذی‌نفعان<sup>۱</sup> جست‌وجو کرد. نظریه ذی‌نفعان را نخستین بار فریمن<sup>۲</sup> برای توضیح و هدایت ساختار و اداره شرکات‌ها در علم مدیریت مطرح کرد (Academy for Mountain Environics, 1995). پس از آن، این نظریه در علوم مختلف از جمله گردشگری مطرح شد. این امر موجب شد که بسیاری از مطالعات در صنعت گردشگری به شناسایی ذی‌نفعان در این حوزه بپردازند. برای مثال، رابسون (۱۹۹۶) دو گروه از ذی‌نفعان در بازاریابی گردشگری را شناسایی کرده است: اول، ذی‌نفعان تورگردان شامل کارکنان، گروه‌های فشار، هیئت‌های محلی، هتل‌داران، مصرف‌کنندگان نهایی، آژانس‌های مسافرتی، سازمان‌های محلی گردشگری، سازمان‌های دولت محلی، مؤسسات رسانه‌ای، عرضه‌کنندگان خدمات حمل‌ونقل و جاذبه‌های ملی و محلی؛ دوم، بازاریابان گردشگری دولت

1 Stakeholder Theory  
2 Freeman



جدول ۲: نمونه‌ای از مطالعات مشارکت عمومی - خصوصی در گردشگری

نام نویسنده / نویسندگان	سال	محتوا
Arbulu, Lozano, and Rey-Maqueira	۲۰۱۶	در این پژوهش به صورت توصیفی و مروری در مطالعه موردی در خصوص مالورکا، به چالش‌های مرتبط با مشارکت عمومی - خصوصی در زمینه سیستم مدیریت زباله‌های جامد شهری در این مقصد بالغ پرداخته شده است. بر این اساس، دسترسی به فناوری با توجه به محدودیت زمین در این جزیره، توجه به اعمال تعرفه‌های زیست‌محیطی، توجه به مشوق‌های لازم برای هر دو بخش دولتی و خصوصی و همچنین افزایش میزان زباله در برهه‌های خاصی از زمان با توجه به فصلی بودن گردشگری از جمله مسائلی است که به عنوان خروجی در این پژوهش مدنظر قرار می‌گیرد.
Ekpenyoung, Mmom	۲۰۱۵	در این پژوهش ابتدا به صورت مروری ارتباط میان مشارکت عمومی - خصوصی و صنعت گردشگری بررسی شده است. سپس، با توجه به مطالعات پیشین، ابعاد کلان مؤثر بر این دسته از مشارکت‌ها در منطقه دلتای نیجریه ۲ عوامل مؤثر بر پدیده نوظهور مشارکت بخش دولتی - خصوصی در این منطقه مورد توجه قرار گرفته است.
Darcy & Wearing	۲۰۰۹	در این مقاله، پژوهشگران به مطالعه موردی فعالیت یک شرکت خصوصی (The North Head Quarantine Station) در ارتباط با پارکی در سیدنی می‌پردازند و با مرور گویه‌های مسئولان این شرکت، تجربه بخش خصوصی را در مشارکت با دولت استرالیا در زمینه میراث فرهنگی در پارک‌های ملی بیان می‌کنند.
Mistilis & Daniele	۲۰۰۵	این مقاله نگاهی مروری - توصیفی به موضوعات چالش برانگیز و همچنین نقاط قوت مشارکت بخش دولتی - خصوصی در زمینه سیستم‌های بازاریابی مقصد الکترونیکی دارد. در نهایت چالش‌ها در موضوعات ساختار سازمانی، مرحله ورود به سیستم، پاسخ‌گویی به بازار، زنجیره ارزش اطلاعات، موقعیت و استانداردها و همچنین استفاده از زنجیره ارزش بازاریابی عمومی در جهت منافع کسب‌وکارهای کوچک مورد اشاره قرار می‌گیرد. نقاط قوت راهبردی مشارکت بخش دولتی - خصوصی در زمینه سیستم‌های بازاریابی مقصد الکترونیک در ارتباط با اشتراک مهارت‌ها، پایگاه داده گسترده محصولات، پاسخ‌گویی به تغییرات بازار، زنجیره ارزش ارتباطات، موقعیت و استانداردها و همچنین توزیع گسترده‌تر مورد تأکید قرار می‌گیرد.
Haq, Medhekar, and Bretherton	۲۰۰۹	در این مقاله، با تأکید بر رشد روزافزون گردشگری معنوی، به صورت توصیفی و مروری، بر نقش مؤثر شکل‌گیری مشارکت عمومی - خصوصی در بازاریابی این نوع از گردشگری تأکید شده است. از نظر این پژوهشگران، مشارکت عمومی - خصوصی به صورت چشمگیری به بهبود عناصر هشت‌گانه آمیخته بازاریابی خدمات گردشگری معنوی کمک می‌کند.
Wong, Lacy & Jiang	۲۰۱۲	در این پژوهش موضوع مشارکت بخش دولتی - خصوصی در زمینه انطباق با تغییرات آب‌وهوایی در جنوب اقیانوس آرام بررسی شده است. این مطالعه از نوع موردی است و با تمرکز بر منطقه ساموآ ۳ و با استفاده از مصاحبه عمیق با ذی‌نفعان به چگونگی بهبود انطباق با تغییرات آب‌وهوا به وسیله مشارکت در منطقه مزبور می‌پردازد.
Peric	۲۰۰۹	در این مقاله ابتدا ساختار قانونی و همچنین شاخص‌های هر یک از بخش‌های دولتی و خصوصی در ارتباط با مشارکت عمومی - خصوصی در صنعت گردشگری کشور کرواتی بررسی شده است. بر این اساس، بخش دولتی از مشارکت در این زمینه در پی تأمین رفاه اجتماعی است، در حالی که بخش خصوصی منافع خود را در میان دنبال می‌کند. از این رو بهترین شکل مشارکت برای بخش گردشگری در کشور کرواتی BOT یا همان ساخت، اداره و انتقال است.



نام نویسنده / نویسندگان	سال	محتوا
Teker & Teker	۲۰۱۲	در این مقاله بر صرفه‌جویی در هزینه‌ها و همچنین انتقال ریسک در مشارکت بین بخش‌های دولتی - خصوصی، تأکید شده است. از این منظر، ابتدا میزان ریسک و منافع در اشکال گوناگون مشارکت عمومی - خصوصی بررسی می‌شود. پس از آن، با توجه به چرخه حیات مشارکت عمومی - خصوصی در گردشگری، مدلی خاص در این زمینه و در ارتباط با صنعت گردشگری طراحی می‌شود.
Weiermair, Peters & Frehse	۲۰۰۸	در این پژوهش، با مروری بر مطالعات پیشین و همچنین تبیین شرایط دو مورد مطالعه از مشارکت‌های عمومی - دولتی در گردشگری کشور اتریش، به مجموعه‌ای از عوامل مؤثر بر موفقیت این‌گونه از مشارکت‌ها در زمینه گردشگری پرداخته شده است. بر این اساس، شرایط خارجی، رقابت بر بازار، قرارداد متعادل میان شرکا و همچنین در نظرگیری سایر ذی‌نفعان و جامعه بر موفقیت مشارکت عمومی - خصوصی در گردشگری تأثیر خواهد گذاشت.
Heeley	۲۰۱۱	این مقاله کوتاه به صورت توصیفی نگاشته شده است و نظرات نویسنده به عنوان فعال و مدرس گردشگری در زمینه نقش مشارکت بخش‌های خصوصی - دولتی در حوزه بازاریابی مقاصد شهری را نشان می‌دهد. باید اشاره داشت که تمرکز مطالب بر کشورهای اروپای شرقی است.
Gerbaux & Marcel-poil	۲۰۰۶	در این پژوهش، با توجه به تعدادی از اقامتگاه‌های کوهستانی، ۴ مشکلات مشارکت بین بخش دولتی و خصوصی در این دسته از اقامتگاه‌های ۵ گردشگری بررسی می‌شود. بر این اساس، مشروعیت سیاسی برای مقامات محلی، نبود تخصص، محدودیت دفاتر توریستی، روابط نامتقارن بین نقش آفرینان بخش خصوصی - دولتی، ظهور تقاضای شهروندان محلی برای مشارکت در بحث‌های محلی، از جمله مسائل مطرح در این زمینه است.
Wilson, Nielsen & Buultjens	۲۰۰۹	در این پژوهش کیفیت اجاره برخی از پارک‌های منطقه جنوبی والز به بخش خصوصی بررسی می‌شود. بدین منظور، مصاحبه‌های عمیقی با چهارده ذی‌نفع کلیدی صورت پذیرفت. بر اساس یافته‌ها باید به رابطه مشارکت بخش دولتی و خصوصی در این زمینه همچون رابطه‌ای بلندمدت توجه داشت، نه یک فرایند اجاره.

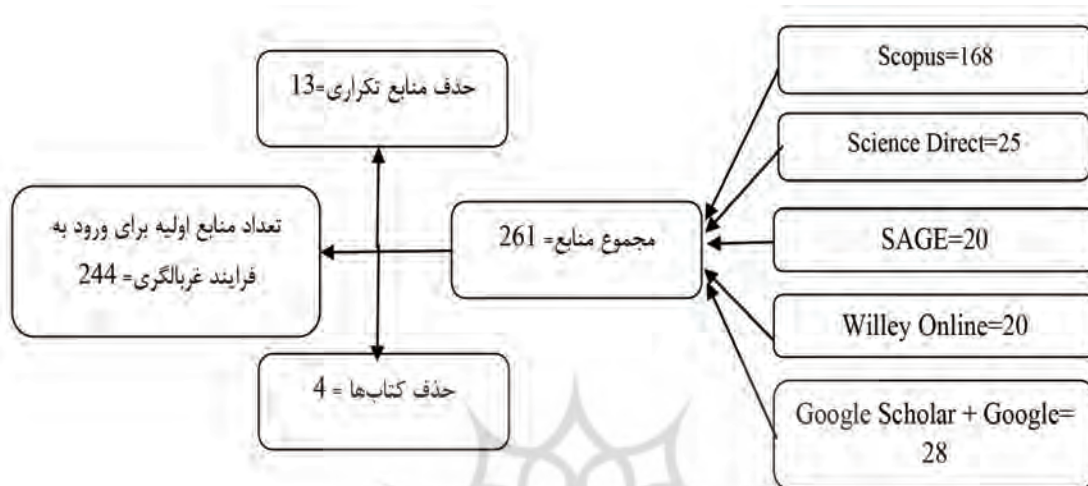
### روش‌شناسی پژوهش

این روش شش گام برداشته شد: (۱) تدوین مشکل و سؤال تحقیق، (۲) بررسی جامع ادبیات تحقیق، (۳) ارزیابی کیفیت مقالات و انتخاب مقالات مناسب، (۴) انتخاب و به‌کارگیری روش صحیح متاسنتز، (۵) ارائه یافته‌های متاسنتز و (۶) تأمل در فرایند. جامعه آماری پژوهش حاضر تمامی مقالات مرتبط با مشارکت عمومی - خصوصی در زمینه گردشگری بود. به‌منظور گردآوری مقالات مزبور به چهار پایگاه داده اسکوپوس<sup>۱</sup>، ساینس دایرکت<sup>۲</sup>، سیج<sup>۳</sup>، و ایلی<sup>۴</sup> و دو موتور جست‌وجوی گوگل و گوگل اسکالر (جست‌وجوی دوباره برای اطمینان) از ابتدای بهمن ۱۳۹۸ تا پایان اردیبهشت ۱۳۹۹ مراجعه شد. دو واژه «Tourism» و «Public-private partnership» به‌صورت هم‌زمان، در پایگاه‌های مزبور جست‌وجو شد.

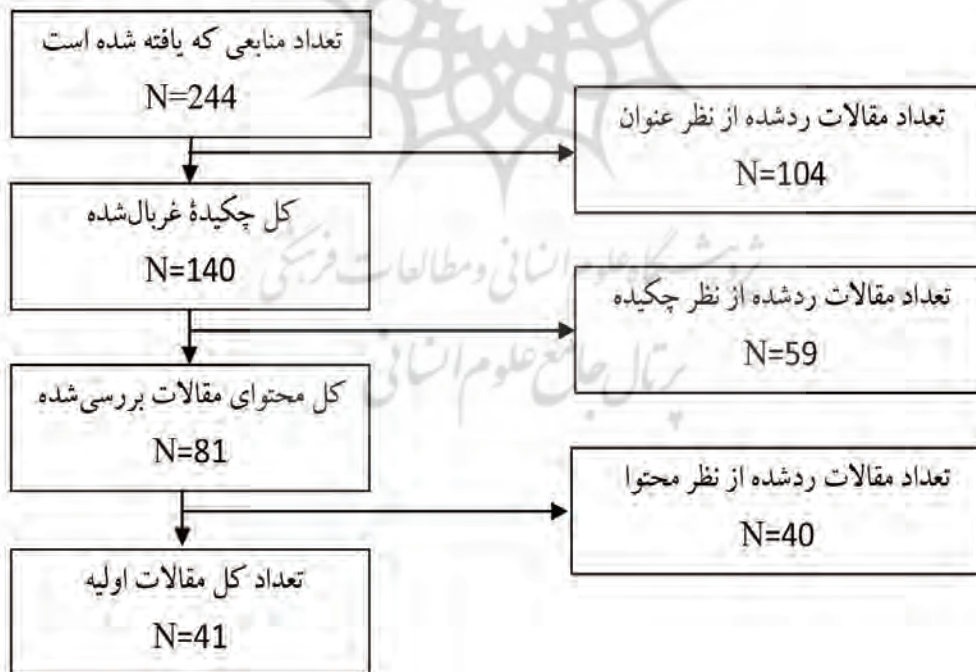
پژوهش حاضر به لحاظ هدف از نوع بنیادی، از نظر نحوه گردآوری داده‌ها از نوع توصیفی و از نظر روش‌شناسی از نوع کیفی است که با روش فراترکیب انجام شده است. روش فراترکیب روشی است که با ادغام تفسیر نتایج مطالعات پیشین نتیجه‌ای بزرگ‌تر از مجموع آنچه در این مطالعات وجود دارد به‌دست می‌دهد (Sandelowski & Barroso, 2007; Finlayson, & Dixon, 2008; Chenail, & Weiss, 2007). به عبارتی، روش فراترکیب برای یک پارچه‌سازی چندین مطالعه به‌منظور ایجاد یافته‌های جامع و تفسیری صورت می‌پذیرد (Zimmer, 2006). ۷۳۶ در پژوهش حاضر نیز، با توجه به این‌که در پی دریافت چارچوبی متشکل از ابعاد مرتبط با مشارکت عمومی - خصوصی در گردشگری هستیم، تجمیع تفاسیر به‌دست‌آمده از نتایج مطالعات پیشین به ما در این مسیر کمک خواهد کرد. به‌منظور اجرای

1. Scopus
2. Science Direct
3. SAGE
4. Wiley Online Library

جست و جویها به یافتن ۲۴۴ مقاله (با حذف تکرارها و عناوین کتابها) منتج شد. غربالگری مقالات به دست آمده بر اساس عنوان، چکیده و محتوا انجام شد. بر این اساس، از مجموع ۲۴۴ مقاله به دست آمده، ۴۱ مقاله در ارتباط مستقیم با ابعاد مختلف مرتبط با مشارکت عمومی - خصوصی در گردشگری بوده است.



شکل ۲: تعداد مقالات به دست آمده به تفکیک پایگاه داده و حذف تکرارها و عناوین کتابها



شکل ۳: فرایند غربالگری مقالات

روش کدگذاری مناسب ترین روش به شمار می رفت. کدگذاری با نرم افزار مکس کیودی ای ۱۰ و در سه سطح کد، مفهوم و مقوله انجام شد.

در این میان، متن مقالات منتخب به منزله داده های گردآوری شده به شمار می روند که باید تجزیه و تحلیل شوند. بدین منظور، استفاده از



جدول ۳: مشخصات مقالات منتخب

عنوان	سال	نویسنده/ نویسندگان	شماره مقاله
Makkah: Developing the Center of Islam District	2001	S. Al-Hathloul M. Aslam Mughal	1
The challenges of municipal solid waste management systems provided by public-private partnerships in mature tourist destinations: The case of Mallor	2015	Italo Arbulú Javier Lozano Javier Rey-Maqueira	2
Concession period for PPPs: A win-win model for a fair risk sharing	2014	Nunzia Carbonara, Nicola Costantino, Roberta Pellegrino	3
Tourism industry responses to public-private partnership arrangements for destination management organisations in small island economies: a case study of Jersey, Channel Island	2017	Samantha Chaperon	4
Airport privatization with public finances under stress: An analysis of government and investors motivations	2017	Carlos Oliveira Cruz, Joaquim Miranda Sarmiento	5
An analysis of the efficiency of italian cruise termina	2011	Assunta Di Va, Lourdes Trujil, Francesca Med	6
Public-private partnerships for nature-based tourist attractions: the failure of Seal Rocks	2018	Warwick Frost & Jennifer Laing	7
Public: private partnership and best practice in urban destination marketi	2011	John Heeley	8
PUBLIC OUTREACH FOR PUBLIC-PRIVATE PARTNERSHIPS The Case of Advanced Traveler Information Syste	2004	Wendell Lawther	9
Part Privatization of United Kingdom's Part Privatization of United Kingdom's Airspace: National Air Traffic Services' Experience One Year On	2003	Arnab Majumdar, Washington Ochieng	10
Challenges Affecting Establishment and Sustainability of Tourism Public Private Partnerships in Zimbab	2017	Judias Peter Sai, Noel Muzondo & Edmond Marunda	11
Emerging Governance Approaches for Tourism in the Protected Areas of Chi	2007	Dan Su Æ Geoffrey Wall Æ Paul F. J. Eagl	12
Realization of projects of public-private partnership in tourism and services in the Russian Federation	2017	Natalia Alexandrovna Zaitseva ; Anna Anatolyevna Larionova ; Lyudmila Valerievna Semenova;; Aleksey Sergeevich Jidkov ; Elena Valerievna Dashkova	13
Possible routes for Conservation and Restoration in the risk management of Built Heritage: public-private partnerships within R&D projec	2017	Nuno Proença, Maria João Revez	14
THE BENEFICIAL ROLE OF SURVEYS IN THE INVESTMENT ANALYSIS FOR PUBLIC BUILT CULTURAL HERITAGE CONCESSION	2019	Boniotti	15
'China's leading historical and cultural city': Branding Dali City through public-private partnerships in Bai architecture revitalizati	2015	Yawei Zhao	16
New models of Public- private Partnership in Cultural heritage sector: Sponsorship between models and traps	2016	claudia Ventura, Giuseppina Cassalia, Lucia Della Spina	17

عنوان	سال	نویسنده/ نویسندگان	شماره مقاله
Role of Public Sector and Public Private Partnership in Heritage Management: A Comparative Study of Safdarjung Tomb and Humayun To	2017	Monika Aggarwal*, Paramita Suklabaidy	18
Public-Private Partnership in Cultural Heritage Sect	2017	Daniela Angelina JELINČIĆ Sanja TIŠMA Matea SENKIĆ Domagoj DOD	19
The needs of having a paradigm shift from public sector to private sector on funding digitizing management work of historical buildings in Malays	2014	M K Kamarudin, Z Yahya, R Harun and A Jaapar	20
Role Distribution in PublicPrivate Partnerships	2015	Paola Dubini, Ludovica Leone & Laura Forti	21
Adaptive Reuse of Historic Buildings through PPP: A Case Study of Old Tai-O Police Station in	2012	Jacky K.H. CHUNG	۲۲
Revitalizing Historic Buildings through a Partnership Scheme: Innovative Form of Social Public-Private Partnership	2013	Esther Cheung <sup>1</sup> and Albert P. C. Chan <sup>2</sup>	23
Revitalising Historic Buildings through Partnership Scheme: A case study of the Mei Ho House in Hong Ko	2012	Esther Cheung Albert P.C. Chan	24
Tatarstan model of public-private partnership in the field of cultural heritage preservatio	2015	Timur Absalyamov	25
Climate change adaptation in tourism in the South Pacific — Potential contribution of public-private partnershi	2012	Emma P.Y. Wong, Terry de Lacy, Min Jiang	26
SUCCESS FACTORS FOR PUBLIC PRIVATE PARTNERSHIP:CASES IN ALPINE TOURISM DEVELOPME	2008	Klaus Weierma Mike Peters Joerg Freh	27
Tourism Projects Financing: A Public-Private-Partnership Mode	2012	Suat TEKER <sup>1</sup> & Dilek TEK	28
PUBLIC AND PRIVATE PARTNERSHIP APPROACH FOR APPLYING THE TOURISM MARKETING MIX TO SPIRITUAL TOURISM	2009	Farooq Haq <sup>1</sup> , Anita Medhekar and Phil Bretherton <sup>3</sup>	29
Governance of mountain resorts in France : the nature of the publicprivate partnersh	2006	Gerbaux Françoise, Marcelpoil Emmanuelle.	30
Public-private partnerships and contested cultural heritage tourism in national parks: a case study of the stakeholder views of the North Head Quarantine Station (Sydney, Australia)	2014	Simon Darcy & Stephen Wearing	31
The challenges of municipal solid waste management systems provided by public-private partnerships in mature tourist destinations: The case of Mallor	2016	Italo Arbulú, Javier Lozano, Javier Rey-Maqueira	32
From lessees to partners: exploring tourism public-private partnerships within the New South Wales national parks and wildlife servi	2009	Erica Wilson , Noah Nielsen & Jeremy Bultje	33
Failure Factors of Public-Private Partnership at Tourism Port Development of Tanahampo in Bali	2016	Ria Soemitro	34
CRITERIA FOR SETTING UP THE PUBLIC-PRIVATE PARTNERSHIP IN CROATIAN TOURISM AND SELECTION OF OPTIMAL PUBLIC-PRIVATE PARTNERSHIP MOD	2009	Marko Perić	35
Public-private collaboration for disaster risk management: A case study of hotels in Matsushima, Jap	2017	David N. Nguyen, Fumihiko Imamura, Kanako Iuchi	36



شماره مقاله	نویسنده/ نویسندگان	سال	عنوان
37	Nina Mistilis & Roberto Daniele	2014	Challenges for Competitive Strategy in Public and Private Sector Partnerships in Electronic National Tourist Destination Marketing System
38	Dace Kaufmane, Aija Eglite	2016	private and public sector cooperation in tourism
39	Suharman Hamzah Sakti A. Adisasmita ,* Tri Harianto , M. Saleh Pallu ,	2014	Private involvement in sustainable management of Indonesian port: Need and strategy with PPP schem
40	Mário Franco Cristina Estevão	2010	The role of tourism public-private partnerships in regional development: a conceptual model propos
41	Otu Ekpenyong Prince C. Mmom	2015	Public-Private Partnership and Tourism Development in the Niger Delta Regio

### یافته‌های پژوهش

بر اساس کدگذاری متن مقالات منتخب، مجموعه‌ای از مقوله‌ها و مفاهیم شناسایی شدند. در این میان، دو مقوله اصلی اثرگذار بر مشارکت عمومی-خصوصی در گردشگری وجود دارند: عوامل درونی و عوامل بیرونی.

### عوامل درونی

مجموعه‌ای از عواملی است که با مشارکت عمومی-خصوصی ارتباط مستقیم دارد. عوامل درونی مفاهیمی همچون محتوای مشارکت، ذی‌نفعان، اهداف، وظایف هر یک از طرفین و منافع هر یک از طرفین را شامل می‌شود.

### مفهوم محتوای مشارکت

مفهوم محتوای مشارکت به ابعادی اشاره دارد که باید در طی شکل‌گیری یک مشارکت عمومی-خصوصی در گردشگری مورد توجه قرار گیرد. اشکال مشارکت عمومی-خصوصی، ابعاد مرتبط با شرکا و ویژگی‌های توافق و قرارداد بین دو بخش خصوصی و دولتی از مواردی است که در مطالعات پیشین به آن‌ها اشاره شده است. ابعاد مرتبط با شرکا شامل مواردی همچون در نظرگیری منافع طرفین، اعتماد میان طرفین، برابری طرفین، ادراک شرکا از یکدیگر و همچنین میزان تجربه هر یک از طرفین می‌شود. اما ویژگی‌های توافق و قرارداد به مواردی همچون هدف تعریف‌شده از شرکا، وجود قرارداد رسمی، زمان قرارداد و انعطاف‌پذیری در توافق باز می‌گردد.

### ذی‌نفعان

ذی‌نفعان مفهوم دوم در ذیل عوامل درونی است. برخی از منابع، فقط به جایگاه ذی‌نفعان و اهمیت

توجه به آنان در مشارکت عمومی-خصوصی گردشگری در حالت کلی تأکید داشته‌اند. اما برخی دیگر انواع خاصی از ذی‌نفعان در مشارکت عمومی-خصوصی در گردشگری را شناسایی کرده‌اند. متولیان قانونگذاری، بخش غیردولتی، بخش دولتی، سازمان‌های دولتی محلی، کسب‌وکارهای گردشگری، دانشگاه‌ها، جامعه محلی و گردشگران از جمله ذی‌نفعان کلیدی در مشارکت عمومی-خصوصی در گردشگری‌اند.

### اهداف

اهداف، به‌منزله انگیزه ورود به این شیوه از مشارکت، یکی از مهم‌ترین مسائل مطرح در زمینه مشارکت عمومی-خصوصی به‌شمار می‌رود. از این رو، منابع متعددی به موضوع هدف از مشارکت اشاره داشته‌اند. در دسته‌بندی کلی می‌توان هدف از مشارکت عمومی-خصوصی را در ذیل کدهایی همچون اهداف پایداری و اجتماعی، اهداف راهبردی، اهداف تأمین بودجه و سرمایه، تأمین منابع انسانی، تأمین زیرساخت، تحقیق و فناوری، اهداف مرتبط با محصول و بازاریابی و فروش دسته‌بندی کرد. اهداف پایداری و اجتماعی مربوط به انگیزه‌هایی است که یا در ارتباط با توسعه پایدارند یا بهبود وضعیت جامعه میزبان را مدنظر داشته‌اند. اهداف راهبردی به منافع بلندمدت قابل احصا از طریق مشارکت عمومی-خصوصی در گردشگری توجه دارد؛ منافع عمومی همچون افزایش رقابت‌پذیری، ایجاد صرفه به مقیاس، ایجاد سینرژی و تسهیم ریسک. تأمین بودجه و سرمایه که دغدغه بسیاری از دولت‌ها در برنامه‌های توسعه‌ای گردشگری به‌شمار



از منابع به مواردی همچون تنوع بخشی یا بهبود کیفیت محصول به منزله عاملی برای شکل گیری مشارکت های عمومی - خصوصی در گردشگری نیز تأکید شده است.

#### وظایف و منافع هر یک از طرفین

وظایف هر یک از طرفین نیز از جمله بحث هایی است که در مطالعات پیشین مرتبط با مشارکت عمومی - خصوصی در گردشگری مطرح شده است. در این میان، به نظر می رسد این مطالعات وظایف سه گروه را مدنظر قرار داده اند؛ وظایف بخش غیردولتی، وظایف بخش خصوصی و وظایف بخش دولتی. این در حالی است که در ارتباط با منافع هر یک از طرفین، فقط به منافع دو گروه بخش خصوصی و بخش دولتی توجه شده است.

می رود هدف دیگر است که از طریق مشارکت عمومی - خصوصی برآورده می شود. دسترسی به نیروی انسانی کافی و متخصص در زمینه گردشگری نیز از جمله انگیزه های شکل گیری این دسته از مشارکت ها به شمار می رود. تأمین زیرساخت ها از جمله زیرساخت های قابل استفاده ای همچون جاده و همچنین زیرساخت های خاص گردشگری همچون هتل ها را می توان با اتخاذ سیاست مشارکت عمومی - خصوصی تأمین کرد. تحقیق و فناوری محرک دیگری است که در جهان مدرن امروز و با توجه به پیشروی های روزافزون در این زمینه در منابع مختلف به عنوان انگیزه برای شکل گیری مشارکت های عمومی - خصوصی در گردشگری مدنظر قرار گرفته است. در برخی

جدول ۴: مفاهیم، کدها و منابع متعلق به مقوله عوامل درونی

مقوله	مفهوم	کدها	(نمونه کد (شماره مقاله - عنوان کد
عوامل درونی	محتوای مشارکت	اشکال مشارکت موارد مرتبط با شرکا ویژگی توافق	شناخته شده ترین شکل روابط قراردادی بین بخش های خصوصی و دولتی که این اهداف را محقق می سازد مدل (BOT) (Build-Operate-Transfer) است (مقاله ۶۰- شکل مشارکت). وجود اعتماد دوطرفه عنصری کلیدی در هر شکلی از مشارکت است که فقط در طی زمان و از طریق ارتباط مداوم شکل می گیرد (مقاله ۷۴- موارد مرتبط با شرکا). تجربه شراکت از عوامل حیاتی موفقیت در پروژه های مشارکت عمومی - خصوصی به شمار می رود (مقاله ۵۶- موارد مرتبط با شرکا). یک قرارداد متعادل برای اجرا باید در نظر گرفته شود؛ همان طور که اشاره شد، معیارهای اجرا، سازوکارهای کنترل، مسئولیت ها و سناریوهای مشکلات باید در توافق رسمی مشخص شوند (مقاله ۶۸- ویژگی توافق).
	ذی نفعان	ذی نفعان متولی قانون گذاری ذی نفعان بخش غیردولتی ذی نفعان بخش دولتی سازمان های دولتی محلی کسب و کارهای گردشگری دانشگاه ها جامعه محلی گردشگران	در برخی موارد، همین طور که تجربه این مطالعه نشان می دهد، توجه به جلب حمایت از قانونگذار یا ذی نفعان دیگر است (مقاله ۳۱- متولی قانون گذاری). بخش غیردولتی نظیر سازمان های مردم نهاد و انجمن های صنعت گردشگری در سیستم مشارکت گردشگری منطقه زمگال نقش دارند (مقاله ۵۷- بخش غیردولتی). در گردشگری - از طریق مشارکت ها - دولت، مسئولان محلی و کسب و کارهای گردشگری می توانند در ایجاد چالش و حتی مهم تر در مدیریت گردشگری به شیوه ای پایدار مؤثر باشند (مقاله ۶۰- کد بخش دولتی - کسب و کارها و سازمان های دولت محلی).



مقوله	مفهوم	کدها	(نمونه کد (شماره مقاله - عنوان کد
عوامل درونی	اهداف	اهداف پایداری و اجتماعی اهداف راهبردی تأمین بودجه و سرمایه تأمین منابع انسانی تأمین زیرساخت تحقیق و فناوری در ارتباط با محصول بازاریابی و فروش	توسعه پایدار گردشگری در سطح محلی و جهانی نیازمند مشارکت و همکاری بیشتر از آن چیزی است که تاکنون انجام شده است (مقاله ۶۲-اهداف پایداری). یک مشارکت عمومی - خصوصی منجر به این می شود که سازمان به لحاظ تجاری بهتر و با متخصصان مناسب تری اداره شود (مقاله ۹-اهداف راهبردی). سازمان با مشارکت می تواند از تجارب دیگران استفاده کند و بهترین راهبردهای رایج برای توسعه و مدیریت کانال های کشتی های کروز گردشگری به کار گیرد (مقاله ۱۲-اهداف راهبردی). یکی از اهداف مشارکت عمومی - خصوصی انتخاب بخش خصوصی بود که به بازار سرمایه برای بودجه ریزی در برنامه سیستم حمل و نقل هوایی ملی دسترسی داشته باشد (مقاله ۳۵-تأمین بودجه و سرمایه). مشارکت عمومی - خصوصی این فرصت را فراهم می کرد که به جای نیروی انسانی با مهارت عمومی از متخصصان حرفه ای و با تجربه بهره مند شود (مقاله ۹-تأمین نیروی انسانی). اگر چه دولت زیمبابوه پروژه های زیرساختی را به واسطه مشارکت عمومی - خصوصی راه اندازی کرده است، این مشارکت ها به بستر خدمات نیز امکان تسری دارد (مقاله ۴۲-تأمین زیرساخت). اعضای مشارکت عمومی - خصوصی از دانشگاه مهندسی و معماری کازان، معماران و مرمتگران، استادان و فارغ التحصیلانی بودند که یک فعالیت تحقیق و توسعه گسترده را راه اندازی کردند (مقاله ۷-تحقیق و توسعه). بسیاری از دولت ها دریافته اند که مشارکت عمومی - خصوصی آن ها را قادر می سازد که به تولید محصولات بپردازند - اگر با شریک بخش خصوصی کار کنند (مقاله ۴۲-در ارتباط با محصول). مشارکت عمومی - خصوصی برای بسته بندی و برندسازی مقاصد گردشگری معنوی و تورهای مربوط به آن مثل سفرهای به مقصد مکه به کار گرفته می شود (مقاله ۶۶-بازاریابی و فروش)
وظایف هر یک از طرفین	وظایف بخش غیردولتی وظایف بخش خصوصی وظایف بخش دولتی	بخش غیردولتی نقش هماهنگی در بهبود تخصصی سازی و خلاقیت کالاها و در نتیجه توسعه شبکه ها و ایجاد همکاری میان شرکا در آن ها را برعهده دارد (مقاله ۵۷، وظایف بخش غیردولتی) بخش خصوصی منابع مالی، توانایی های فنی و کارآفرینی را برای عرضه خدمات عمومی تأمین می کند (مقاله ۶۳، وظایف بخش خصوصی). از دولت انتظار می رود در جایی که امکان انتفاع بخش خصوصی وجود دارد محیط کسب و کار را آماده سازد (مقاله ۴۲، وظایف بخش دولتی).	
منافع هر یک از طرفین	منافع بخش دولتی منافع بخش خصوصی	مشارکت عمومی - خصوصی به دولت ها اجازه می دهد تا بر شایستگی های کلیدی خود متمرکز شوند و حاکمیت خود را محدود کنند (مقاله ۷۳، منافع بخش دولتی). بخش خصوصی برای انگیزه تأمین منافع خود و بخش دولتی به دلیل بهبود رفاه اجتماعی وارد مشارکت می شوند (مقاله ۲۲، منافع بخش خصوصی، منافع بخش دولتی). مشارکت در گردشگری به عنوان یک رابطه کاری طولانی مدت به افزایش حجم کسب و کار بخش خصوصی و به کارگیری منابع دولتی آن کمک می کند (مقاله ۶۰، منافع بخش خصوصی).	









میزان مشارکت بخش خصوصی در اقتصاد کشور اشاره می‌شود. ورود گردشگران بی‌شمار به یک منطقه به توسعه زیرساخت‌های بیشتر نیاز دارد. از این رو، پرشماری گردشگران احتمال شکل‌گیری مشارکت عمومی - خصوصی در جهت تأمین زیرساخت‌های مزبور را افزایش می‌دهد. رقابت گردشگری با سایر صنایع و بر سر منابع محدود نیز محرکی برای ورود به مشارکت عمومی - خصوصی در گردشگری، برای غلبه بر محدودیت‌های مزبور، به‌شمار می‌رود. علاوه بر این، مشارکت‌های موفقیت‌آمیز سایر حوزه‌ها انگیزه‌ای برای ورود فعالان گردشگری به مشارکت‌های عمومی - خصوصی ایجاد خواهد کرد. توسعه یافتگی اقتصاد هر کشور و صنعت گردشگری، هر کدام عاملی است که مشارکت و دخالت بیشتر بخش خصوصی را می‌طلبد.

#### عوامل محیطی

عوامل محیطی مهمی که بر مشارکت عمومی - خصوصی مؤثرند شامل مواردی همچون کمبود زمین، فصلی بودن صنعت گردشگری، وسعت جغرافیایی، تغییرات آب‌وهوایی، بلایای طبیعی و تخریب محیط‌زیست است. کمبود زمین یکی از دغدغه‌های بخش خصوصی برای ورودی به مشارکت عمومی - خصوصی در حوزه گردشگری است. وسعت

جغرافیایی اندک نیز از عواملی است که، بنا به مطالعات پیشین، با توجه به کاهش دسترسی به فضا، میزان موفقیت عمومی - خصوصی در منطقه را تحت تأثیر منفی قرار می‌دهد. تغییرات آب‌وهوایی، مقابله با بلایا یا رفع آثار تخریبی واردآمده بر محیط‌زیست، هر کدام حیطة‌ای برای ورود و مشارکت بخش خصوصی در گردشگری فراهم می‌آورد.

#### عوامل سیاسی - دولتی

در خصوص عوامل سیاسی - دولتی نیز موارد متعددی قابل بحث است. ارتباط و تعامل دولت با بخش خصوصی، حمایت دولت برای سرمایه‌گذاری، امنیت سیاسی، تمایل دولت برای مشارکت، تنظیم سیاست‌ها در انطباق با نظر بخش خصوصی، دیوان‌سالاری دولتی، هماهنگی میان سطوح مختلف دولتی، ایجاد محیط پایدار برای مشارکت، وجود دیدگاه راهبردی دولت برای مشارکت، در نظرگیری چالش‌های محیطی مشارکت از سوی دولت، رژیم سیاسی حاکم، موانع تجاری موجود، سخت‌گیری قانونی، میزان مداخله دولت، میزان جریان آزاد اقتصادی، وابستگی به منافع نفتی، ضعف حاکمیت داخلی و ناتوانی دولت در تأمین بودجه، از جمله این موارد به‌شمار می‌روند.

جدول ۶: مفاهیم، کدها و منابع متعلق به مقوله عوامل بیرونی

مقوله	مفهوم	کدها و منابع مربوط	(نمونه کد (شماره مقاله - عنوان کد
عوامل فناوریانه - اطلاعاتی	پیشرفت فناوریانه ناآگاهی درباره مشارکت عمومی - خصوصی		سطوح بالاتر ریسک نه فقط در ارتباط با پیچیدگی پروژه بلکه به علت ناآگاهی و نپذیرفتن خدمات و محصولاتی است که به واسطه مشارکت عمومی - خصوصی ایجاد می شوند (مقاله ۳۱، ناآگاهی درباره مشارکت عمومی - خصوصی). تغییر در محیط کسب و کار و ظهور فناوری های پیشرفته اتخاذ راهبردی رقابتی [و استفاده از مشارکت عمومی - خصوصی] را در سیستم های مدیریت مقصد الزامی می سازد (مقاله ۵۸، پیشرفت فناوری).
			دغدغه های جامعه و گروه های حامی محیط زیست [پیش از تشکیل مشارکت عمومی - خصوصی در زمینه حفاظت از محیط زیست] نادیده گرفته می شد (مقاله ۱۹، نگرانی جامعه درباره محیط زیست)
عوامل اجتماعی - فرهنگی	نگرانی جامعه درباره محیط زیست ثبات اجتماعی برای سرمایه گذاری میزان مشارکت جامعه محلی		محققان این فرض را که هیچ چارچوب قانونی برای هدایت ایجاد مشارکت های عمومی - خصوصی در زمینه وجود ندارد بر اساس آرای افرادی از بخش خصوصی و دولتی که در پژوهش به عنوان نمونه انتخاب شده بودند رد می کنند. برعکس، به نظر می رسد زمینه ها در این خصوص از چارچوب قانونی ضروری برخوردار است (مقاله ۴۲، قوانین مرتبط با مشارکت). کارهای حفاظت و مرمت تحت قوانین سخت گیرانه ای و با حداقل تغییرات انجام شده است که این از ویژگی های سایت تاریخی مورد بررسی است (مقاله ۷۷، قوانین مرتبط با گردشگری). گردشگری از صناعی است که به شدت تحت تأثیر قوانین دولتی قرار دارد (مقاله ۶۸، قوانین مرتبط با گردشگری). چارچوب های حقوقی که مشارکت عمومی - خصوصی در گردشگری را تعریف می کنند بسیار محدود است و تجربه عملی نشان داده که مدل های مشارکت عمومی - خصوصی در این کشور بسیار اندک است (مقاله ۶۰، قوانین مرتبط با مشارکت).
عوامل قانونی - حقوقی	قوانین مرتبط با گردشگری قوانین مرتبط با مشارکت قوانین مؤثر سایر حوزه ها وضعیت مالکیت زمین		محققان این فرض را که هیچ چارچوب قانونی برای هدایت ایجاد مشارکت های عمومی - خصوصی در زمینه وجود ندارد بر اساس آرای افرادی از بخش خصوصی و دولتی که در پژوهش به عنوان نمونه انتخاب شده بودند رد می کنند. برعکس، به نظر می رسد زمینه ها در این خصوص از چارچوب قانونی ضروری برخوردار است (مقاله ۴۲، قوانین مرتبط با مشارکت). کارهای حفاظت و مرمت تحت قوانین سخت گیرانه ای و با حداقل تغییرات انجام شده است که این از ویژگی های سایت تاریخی مورد بررسی است (مقاله ۷۷، قوانین مرتبط با گردشگری). گردشگری از صناعی است که به شدت تحت تأثیر قوانین دولتی قرار دارد (مقاله ۶۸، قوانین مرتبط با گردشگری). چارچوب های حقوقی که مشارکت عمومی - خصوصی در گردشگری را تعریف می کنند بسیار محدود است و تجربه عملی نشان داده که مدل های مشارکت عمومی - خصوصی در این کشور بسیار اندک است (مقاله ۶۰، قوانین مرتبط با مشارکت).
عوامل مالی - اقتصادی	حجم گردشگران ورودی به منطقه کمبود منابع مالی وضعیت نیروی انسانی رقابت گردشگری با سایر صنایع موفقیت مشارکت عمومی - خصوصی در سایر بخش ها تمایل بازار برای سرمایه گذاری توسعه یافتگی روابط بازار رقابتی بودن بازار اطمینان و ثبات برای سرمایه گذاری درک بخش خصوصی از جایگاه گردشگری میزان توسعه یافتگی صنعت گردشگری میزان توسعه یافتگی اقتصادی میزان مشارکت بخش خصوصی در اقتصاد کشور		هنگامی که در حال تحول سریع از یک دهکده کوچک ماهیگیری به یکی از شهرهای تجاری برتر در آسیا است. با این شکوفایی اقتصادی چشمگیر، میراث در این شهر به صورت شایان توجهی نادیده گرفته شده است (مقاله ۷۱، میزان توسعه یافتگی اقتصادی). فقط یک فضای رقابتی که برای ورود تأمین کنندگان مختلف باز است به قیمت گذاری از نوع بازار منجر می شود؛ این در حالی است که در تأمین زیرساخت ها - مثلاً ساخت جاده ها - با وضعیتی انحصاری مواجهیم. در این حالت فراخوان مناقصه های بین المللی کمک کننده خواهد بود (مقاله ۶۸، رقابتی بودن بازار). رقابت هم زمان بین مقاصد گردشگری در حال افزایش است و مشارکت عمومی - خصوصی در سیستم مدیریت مقاصد را تشویق می کند؛ این امر راهبردی رقابتی برای مقاصد به شمار می رود (مقاله ۵۸، رقابتی بودن بازار). بخش مالی نچریه هنوز نسبتاً توسعه نیافته باقی مانده است. نرخ مشارکت بخش خصوصی در نچریه فقط ۱۲ درصد از تولید ناخالص داخلی است (مقاله ۵۴، میزان توسعه یافتگی اقتصادی، میزان مشارکت بخش خصوصی در اقتصاد کشور).
عوامل بیرونی			ویژگی هایی همچون فصلی بودن و کمبود زمین مشکلاتی را برای مشارکت عمومی - خصوصی در سیستم باز یافت زباله مقصد گردشگری بوجود آورده است (مقاله ۴، فصلی بودن، کمبود زمین). یکی از موانع دیگر در موفقیت به کارگیری مشارکت عمومی - خصوصی که کمتر به آن پرداخته شده است موضوع کمبود زمین در جزیره است (مقاله ۹، کمبود زمین). این پژوهش درباره چگونگی به کارگیری مشارکت عمومی - خصوصی در راستای خنثی سازی آثار ناشی از تغییرات آب و هوایی بر گردشگری منطقه است (مقاله ۶۹، تغییرات آب و هوایی). تأثیر اقتصادی فصلی بودن گردشگری در مشارکت عمومی - خصوصی در ارتباط با استفاده پهنه از ظرفیت زیرساخت ها است. فصلی بودن گردشگری موجب شده است تا در طی فرود فصل با مازاد ظرفیت و در طی فصل با کمبود ظرفیت مواجه باشیم (مقاله ۴، فصلی بودن).
عوامل محیطی	کمبود زمین فصلی بودن وسعت جغرافیایی تغییرات آب و هوایی پلایای طبیعی تخریب محیط زیست		ویژگی هایی همچون فصلی بودن و کمبود زمین مشکلاتی را برای مشارکت عمومی - خصوصی در سیستم باز یافت زباله مقصد گردشگری بوجود آورده است (مقاله ۴، فصلی بودن، کمبود زمین). یکی از موانع دیگر در موفقیت به کارگیری مشارکت عمومی - خصوصی که کمتر به آن پرداخته شده است موضوع کمبود زمین در جزیره است (مقاله ۹، کمبود زمین). این پژوهش درباره چگونگی به کارگیری مشارکت عمومی - خصوصی در راستای خنثی سازی آثار ناشی از تغییرات آب و هوایی بر گردشگری منطقه است (مقاله ۶۹، تغییرات آب و هوایی). تأثیر اقتصادی فصلی بودن گردشگری در مشارکت عمومی - خصوصی در ارتباط با استفاده پهنه از ظرفیت زیرساخت ها است. فصلی بودن گردشگری موجب شده است تا در طی فرود فصل با مازاد ظرفیت و در طی فصل با کمبود ظرفیت مواجه باشیم (مقاله ۴، فصلی بودن).
عوامل سیاسی - دولتی	ارتباط و تعامل دولت با بخش خصوصی حمایت دولت برای سرمایه گذاری امنیت سیاسی تمایل دولت برای مشارکت تنظیم سیاست ها در انطباق با نظر بخش خصوصی دیوان سالاری دولتی هماهنگی میان سطوح مختلف دولتی ایجاد محیط پایدار برای مشارکت وجود دیدگاه راهبردی دولت برای مشارکت در نظرگیری چالش های محیطی مشارکت از سوی دولت رژیم سیاسی حاکم موانع تجاری موجود سخت گیری قانونی میزان مداخله دولت میزان جریان آزاد اقتصادی وابستگی به منافع نفتی ضعف حاکمیت داخلی نا توانایی دولت در تأمین بودجه		برای موفقیت در زمینه مشارکت عمومی - خصوصی، دولت باید نیازها را در نظر بگیرد و در حالت ایدئال دیدگاه های بخش خصوصی در سیاست گذاری مشارکت عمومی - خصوصی را لحاظ کند (مقاله ۴۲، تنظیم سیاست ها در انطباق با نظر بخش خصوصی). حمله بازده سیتامبر تأثیری شایان توجه در صنعت هوایی گذاشته و این تأثیرات بر مشارکت هوایی مورد مطالعه ما در شش جنبه قابل بررسی است (مقاله ۳۵، امنیت). تعامل دولت و کسب و کارها در مشارکت عمومی - خصوصی را می توان یکی از حوزه های قابل توجه برای تشدید توسعه گردشگری در نظر گرفت (مقاله ۵۳، ارتباط و تعامل دولت با بخش خصوصی). برای موفقیت اجرای مشارکت عمومی - خصوصی به دیدگاهی راهبردی از سوی مسئولان دولتی در راستای محیط کلان پایدار و واضح وجود دارد (مقاله ۶۳، ایجاد محیط پایدار برای مشارکت). برای اطمینان از کارایی و اثربخشی مشارکت عمومی - خصوصی در گردشگری، دولت باید چالش های حیاتی موجودی را که مردم منطقه دلتای نایجر در محیطشان با آن ها مواجه اند در نظر بگیرد (مقاله ۵۴، در نظرگیری چالش های محیطی مشارکت توسط دولت).



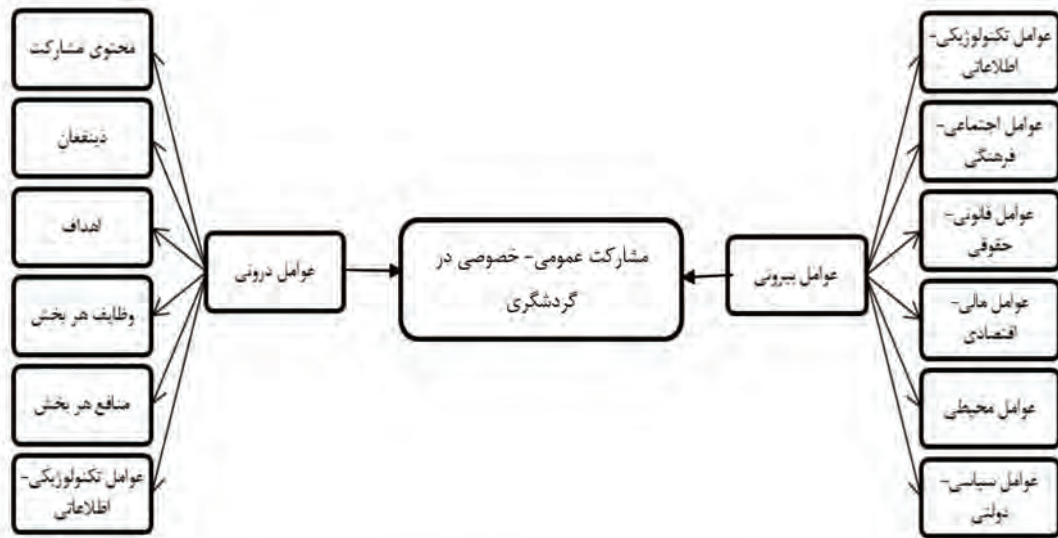
جدول ۷: تکرار کدهای عوامل بیرونی در مقالات منتخب

شماره مقاله مفهوم-کد	عوامل فناورانه - اطلاعاتی - پیشرفت فناورانه	عوامل فناورانه - اطلاعاتی - ناآگاهی درباره مشارکت عمومی - خصوصی	عوامل اجتماعی - فرهنگی - نگرانی جامعه درباره محیط زیست	عوامل اجتماعی - فرهنگی - ثبات اجتماعی برای سرمایه گذاری	عوامل اجتماعی - فرهنگی - میزان مشارکت جامعه محلی	عوامل قانونی - حقوقی -قوانین مرتبط با گردشگری	عوامل قانونی - حقوقی -قوانین مرتبط با مشارکت	عوامل قانونی - حقوقی -قوانین مؤثر سایر حوزه ها	عوامل قانونی - حقوقی -وضعیت مالکیت زمین	عوامل مالی - اقتصادی -حجم گردشگران ورودی به منطقه
۴۱										
۴۰										
۳۹										
۳۸										
۳۷	*									
۳۶										
۳۵										
۳۴										
۳۳										
۳۲										
۳۱										
۳۰										
۲۹										
۲۸										
۲۷										
۲۶										
۲۵										
۲۴										
۲۳										
۲۲										
۲۱										
۲۰										
۱۹										
۱۸										
۱۷										
۱۶										
۱۵										
۱۴										
۱۳										
۱۲										
۱۱										
۱۰										
۹										
۸										
۷										
۶										
۵										
۴										
۳										
۲										
۱										









شکل ۴: مقوله‌ها و مفاهیم شناسایی شده در ارتباط با مشارکت عمومی - خصوصی در گردشگری

### بحث و نتیجه‌گیری

تغییرات سریع و پیچیدگی‌های جهان مدرن بقای صنایع را منوط به مشارکت بخش‌های مختلف ساخته است. در این میان، در صنایعی همچون گردشگری که خود از بخش‌ها و ذی‌نفعان منفک و متعدد تشکیل شده و ارتباط میان آن‌ها از ضروریات به‌شمار می‌رود، اهمیت چنین موضوعی دوچندان خواهد بود. یکی از اشکال مشارکت، مشارکت عمومی - خصوصی است. مسلماً موفقیت در این نوع از مشارکت، همچون دیگر اشکال، ناگزیر از شناسایی ابعاد مختلف مؤثر بر آن است. از این رو هدف از پژوهش حاضر طراحی چارچوب مشارکت عمومی - خصوصی در حوزه گردشگری بوده است. بهترین روش برای تبیین ابعاد این چارچوب مرور و تجمیع تفاسیر یافته‌های مطالعات پیشین بود. بدین منظور، به فراترکیب خروجی‌های مرتبط‌ترین مطالعات مزبور پرداخته شد. اگرچه مطالعات متعددی در زمینه مشارکت عمومی - خصوصی در گردشگری در موضوعاتی نظیر چالش‌ها و ریسک‌های مشارکت عمومی - خصوصی (Arbulu et al., Lozano, & Mistilis & Daniele, 2005; Rey-Maqueira, 2016; Teker & Teker, 2012)، دیدگاه بخش خصوصی درباره مشارکت عمومی - خصوصی (Darcy & Wearing, 2009)، نقاط قوت و منافع مشارکت عمومی - خصوصی (Mistilis & Daniele, 2005; Teker & Teker, 2012) نقش مشارکت عمومی - خصوصی در بازاریابی (Mistilis &

Daniele, 2005; Heeley, 2011; Haq et al., 2009) مشارکت عمومی - خصوصی در کنترل تأثیرات آب‌وهوایی بر گردشگری (Wong et al., 2012)، نقش مشارکت در تأمین اقامتگاه‌های گردشگری (Gerbaux & Marcelpoil, 2006; Wilson et al., 2009) و عوامل قانونی مؤثر بر مشارکت عمومی - خصوصی (Peric, 2009) در گردشگری انجام شده است و حتی برخی از مطالعات به شناسایی ابعاد مؤثر بر مشارکت عمومی - خصوصی در منطقه‌ای خاص در زمینه گردشگری نیز پرداخته‌اند (Ekpenyong & Mmom, 2015; Weiermair et al., 2008)، همچنان به‌نظر می‌رسد خلأ وجود مطالعه‌ای جامع که تمامی ابعاد مرتبط با مشارکت عمومی - خصوصی در گردشگری و در سطحی کلان را بررسی کند احساس می‌شود. براساس یافته‌ها، دو مقوله اصلی شناسایی شدند: عوامل درونی و عوامل بیرونی. عوامل درونی مفاهیمی همچون محتوای مشارکت، ذی‌نفعان، اهداف، وظایف هر بخش و منافع هر بخش را دربر می‌گیرد. محتوای مشارکت به ابعادی که باید در طی شکل‌گیری مشارکت عمومی - خصوصی در گردشگری مدنظر قرار داد اشاره دارد. جایگاه و اهمیت توجه به ذی‌نفعان در مشارکت عمومی - خصوصی گردشگری و انواع خاصی از ذی‌نفعان در مشارکت عمومی - خصوصی، از جمله مواردی است که در منابع در ارتباط با ذی‌نفعان، مطرح شده است. اهداف، به‌منزله انگیزه ورود به مشارکت، یکی از مهم‌ترین



از ابعاد کلان آن احتمال موفقیت در این گونه مشارکت‌ها را کاهش خواهد داد. علاوه بر این، هر یک از ابعاد خرد و کلان شناسایی شده در این پژوهش، خود از مؤلفه‌های متعددی تشکیل شده است که می‌شود آن‌ها را به عنوان موضوعی حائز اهمیت برای انجام انواع پژوهش‌های کمی و کیفی بعدی مورد توجه قرار داد.

به عنوان بُعد کاربردی خروجی به دست آمده از این مطالعه، باید توجه داشت که بسیاری از موارد اشاره شده در متن حاضر - به عنوان دستاورد مختصر و مفید پژوهش‌های پیشین - برای نمونه‌های داخلی کشور ما در زمینه مشارکت عمومی - خصوصی نیز صادق است. برای مثال، اهمیت بحث مالکیت زمین در مشارکت‌های عمومی - خصوصی گردشگری یا حمایت و توجه بخش دولتی برای تشویق بخش خصوصی به سرمایه‌گذاری در طرح‌های گردشگری از جمله این مصادیق به‌شمار می‌روند.

#### منابع

سازمان برنامه و بودجه کشور (۱۳۹۸). پروژه‌های مشارکت بین بخش خصوصی و دولتی. قانون برنامه چهارم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران

Absalyamov, T. (2015). "Tatarstan Model of Public-Private Partnership in the Field of Cultural Heritage Preservation". *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 188, 214-217.

Academy for Mountain Environics. (1995). *Mountain Tourism for Local Community Development A Report on Case Studies in Kinnaur District H.P. and the Badrinath Tourist Zone. Nepal: International Centre for Integrated Mountain Development (ICIMOD)*.

Al-Hathloul, S., & Aslam Mughal, M. (2001). "Makkah: Developing the center of islam district". *Urban Design International*, 6, 43-61.

Andersen, O. J. (2004). "Public-private partnerships: Organizational hybrids as channels for local mobilization and participation". *Scandinavian Political Studies*, 27(1), 1-21.

Austin, J. E. (2010). *The collaboration challenge: How nonprofits and businesses succeed through*

مسائل مطرح در زمینه مشارکت عمومی - خصوصی به‌شمار می‌رود. از این رو، منابع متعددی به موضوع هدف از مشارکت اشاره داشته‌اند. وظایف در سه گروه وظایف بخش غیردولتی، وظایف بخش خصوصی و وظایف بخش دولتی، و منافع در دو گروه بخش خصوصی و بخش دولتی عوامل درونی مشارکت عمومی - خصوصی در گردشگری شناسایی شدند.

عوامل بیرونی در بردارنده عوامل فناورانه - اطلاعاتی، اجتماعی - فرهنگی، قانونی - حقوقی، مالی - اقتصادی، محیطی و سیاسی - دولتی است. پیشرفت‌های فناورانه و آگاهی از اهمیت مشارکت عمومی - خصوصی در گردشگری از موارد قابل احصا از مطالعات در ارتباط با عوامل فناورانه - اطلاعاتی بود. عوامل اجتماعی - فرهنگی سه جنبه مؤثر نگرانی جامعه درباره محیط زیست، ثبات اجتماعی برای سرمایه‌گذاری و میزان مشارکت جامعه محلی را در بر می‌گیرد. قوانین مؤثر بر تجارت، قوانین مؤثر بر گردشگری و قوانین مؤثر بر مشارکت عمومی - خصوصی همگی از ابعاد قانونی‌اند که بر مشارکت عمومی - خصوصی در گردشگری تأثیر می‌گذارند. حجم ورود گردشگران به منطقه، کمبود منابع مالی، وضعیت نیروی انسانی، رقابت گردشگری با سایر صنایع، موفقیت مشارکت عمومی - خصوصی در سایر بخش‌ها، تمایل بازار برای سرمایه‌گذاری، توسعه یافتگی روابط بازار، رقابتی بودن بازار، اطمینان و ثبات برای سرمایه‌گذاری، درک بخش خصوصی از جایگاه گردشگری، میزان توسعه یافتگی صنعت گردشگری، میزان توسعه یافتگی اقتصادی و میزان مشارکت بخش خصوصی در اقتصاد کشور همگی از عوامل مالی - اقتصادی مؤثر بر مشارکت عمومی - خصوصی در گردشگری محسوب می‌شوند. محیط و بستر شکل‌گیری این دسته از مشارکت‌ها نیز مسلماً بی‌تأثیر نخواهد بود؛ در این میان، توجه به فصلی بودن گردشگری و کمبود زمین برای فعالیت از موضوعات حائز اهمیت به‌شمار می‌رود. در نظرگیری عوامل سیاسی و جایگاه حمایتی دولت در شکل‌گیری و تداوم حیات مشارکت بخش خصوصی در فعالیت‌های گردشگری نیز از دیگر عوامل شایان توجه در این زمینه‌اند.

تقابل میان دو مقوله عوامل درونی و عوامل بیرونی نشان می‌دهد که هم‌زمان بر پدیده مشارکت عمومی - خصوصی در گردشگری و بستر مؤثر بر آن باید توجه داشت. به عبارتی، توجه صرف به ابعاد خرد مرتبط با موضوع مشارکت عمومی - خصوصی و غفلت



Historic Buildings through Partnership Scheme : innovative form of social public-private partnership". *Journal of Urban Planning and Development*, 140(1), 4013005.

Chung, J. K. H. (2012). "Adaptive Reuse of Historic Buildings through PPPA Case Study of Old Tai-O Police Station in HK". *The 2nd International Conference on Management, Economics and Social Sciences (ICMESS'2012)*.

Cruz, C., & Sarmiento, J. (2017). "Airport privatization with public finances under stress: An analysis of government and investor's motivations". *Journal of Air Transport Management*, 62, 197-203.

Darcy, S., & Wearing, S. (2009). "Public-private partnerships and contested cultural heritage tourism in national parks: a case study of the stakeholder views of the North Head Quarantine Station (Sydney, Australia)". *Journal of Heritage Tourism*, 4(3), 181-199.

Di Vaio, A., Medda, F., & Trujillo, L. (2011). "An analysis of the efficiency of italian cruise terminals". *International Journal of Transport Economics*, XXXVIII (1), 29-46.

Dubini, P, Leone, L & Forti, L. (2012). Role Distribution in Public-Private Partnerships, *International Studies of Management & Organization*, 42:2, 57-75.

Ekpenyong, O., & Mmom, P. C. (2015). "Public-Private Partnership and Tourism Development in the Niger Delta Region". *Journal of Environment and Earth Science*, 5(2), 80-86.

Finlayson, K., & Dixon, A. (2008). "Qualitative meta-synthesis: a guide for the novice". *Nurs.Res*, 15(2), 59-71.

Franco, M., & Estevao, C. (2010). "The role of tourism public-private partnerships in regional development: a conceptual model proposal". *Cadernos Ebape*, 8(4), 600-612.

Frost, W., & Laing, J. (2018). "Public-private partnerships for nature-based tourist attractions: the failure of Seal Rocks". *Journal of Sustainable Tourism*, 27(7), 942-956.

Gerbaux, F., & Marcelpoil, E. (2006). "Governance of Mountain Resorts in France: the

strategic alliances (Vol. 109). San Francisco, CA: Wiley.

Arbulu, I., Lozano, J., & Rey-Maqueira, J. (2016). "The challenges of municipal solid waste management systems provided by public-private partnerships in mature tourist destinations: The case of Mallorca". *Waste Management*, 51, 252-258.

Boniotti, C. (2019). "The Beneficial Role of Survey in the Investment Analysis for Public Cultural Heritage Concessions". *2nd International Conference of Geomatics and Restoration, Milan, Italy*.

Bovaird, T. (2004). "Public-private partnerships: From contested concepts to prevalent practice". *International Review of Administrative Sciences*, 70(2), 199-216.

Brinkerhoff, D., & Brinkerhoff, J. (2004). "Partnerships between international donors and non-governmental development organisations: Opportunities and constraints". *International Review of Administrative Sciences*, 70(2), 253-270.

Buhallis, D. (2000). "Marketing the competitive destination of the future". *Tourism Management*, 21, 97-116.

Carbonara, N., Costantino, N., & Pellegrino, R. (2014). "Concession period for PPPs: A win-win model for a fair risk sharing". *International Journal of Project Management*, 32, 1223-1232.

Chaperon, S. (2017). Tourism industry responses to public-private partnership arrangements for destination management organisations in small island economies: A case study of Jersey, Channel Islands, *International Journal of Tourism Policy*, 7 (1), 23-41.

Chenail, R. J., & Weiss, A. D. (2007). "Utilizing qualitative meta synthesis to conduct systematic reviews of primary healthcare research". *Workshop presented at the 21 st Annual Primary Care Research Methods & Statistics Conference, San Antonio, TX*.

Cheung, E, & Albert.P.C. Chan. (2012). Revitalising Historic Building through Partnership Schem: A case study of the Mei Ho House in Hong Kong. *Property Management*, 30(2), 176-189.

Cheung, E., & Chan, A. P. C. (2014). "Revitalising



- Kaufmane, D., & Eglite, A. (2016). "Private and Public Sector Cooperation in Tourism". In Economic Science for Rural Development Conference Proceedings (No. 42)., 21-22 April 2016, pp. 93-100.
- Klijn, E. H., & Teisman, G. (2003). "Institutional and strategic barriers to public-private partnerships: An analysis of Dutch cases". *Public Money & Management*, 23, 137-146.
- Lawther, W. (2005). "Public-private partnerships in transportation policy: the case of advanced traveler information systems". *International Journal of Public Administration*, 9(2), 120-131.
- Majumdar, A., & Ochieng, W. (2004). "From 'our air is not for sale' to 'airtrack': The part privatization of the uk's airspac". *Transport Reviews*, 24, 135-176.
- Minnie, J. A. (2011). *Critical Success Factor for Public- Private Partnership in South Africa*. Doctor Thesis, Stellenbosch University.
- Mistilis, N., & Daniele, R. (2005). "Challenges for Competitive Strategy in Public and Private Sector Partnerships in Electronic National Tourist Destination Marketing Systems". *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 17(4), 63-73.
- Monika, A., & Suklabaidya, P. (2017). "Role of Public Sector and Public Private Partnership in Heritage Management: A Comparative Study of Safdarjung Tomb and Humayun Tomb". *International Journal of Hospitality & Tourism Systems*, 10(2), 79.
- Mouraviev, N. (2013). *An analysis of governance policy and practice in public-private partnerships in transitional economies: A case study of Kazakhstan and Russia*. Doctoral thesis. The University of Northampton.
- Mouraviev, N., & Kakabadse, N. (2012). "Conceptualising Public-Private Partnerships: A Critical Appraisal of Approaches to Meanings and Forms". *Society and Business Review*, 7(3), 260-276.
- National Council for Public-Private Partnerships (2017). "7 keys to success". Accessed April 22, 2017, from <http://www.ncppp.org/ppp-basics/7-keys/>
- nature of the Public- Private Partnership". *Revue de géographie alpine*, 94,(1), 20-31.
- Grigorescu, A. (2008). "Model of Public-Private Partnership Project in Tourism Industry". 19th Biennial International Congress Tourism & Hospitality Industry 2008, New trends in Tourism and Hospitality Management, Faculty of Tourism and Hospitality Management Opatija, University of Rijeka, Opatija, Croatia.
- Gusory, D, Saayman, M, & Sotiriadis, M. (2015). *Collaboration in Tourism Business and Destination: A Hand Book*. Emerald Group Publishing.
- Hamzah, S., Adisasmita, S. A, Harianto, T., & Pallu, M. S. (2014). "Private involvement in sustainable management of Indonesian port: Need and strategy with PPP scheme". *Procedia Environmental Sciences*, 20, 187 – 196.
- Haque, S. M. (2004). "Governance based on partnership with NGOs: Implications for development and empowerment in rural Bangladesh". *International Review of Administrative Sciences*, 70(2), 271-290.
- Haq, F, Medhekar, A, and Bretherton, P. (2009). *Public and Private Partnership Approach for Applying the Tourism Marketing Mix to Spiritual Tourism*. Editors: King, A, Dyer, K, Radulovic, D, Murray, B, and Strouhal, J, *International Handbook of Academic Research and Teaching*.
- Heeley, J. (2011). "Public: private partnership and best practice in urban destination marketing". *Tourism and Hospitality Research*, 11(3), 224-229.
- Jamal, T. B., & Gets, D. (1995). "Collaboration Theory and Community Tourism Planning". *Annals of Tourism Reserch*, 22(1), 186-204.
- Kamarudin, M. k., Yaha, Z., Harun, R., & Jaapar, A. (2014). "The needs of having paradigm shift from public sector to private sector on funding digitizing management work of historical building in Malaysia". 8th International Symposium of the Digital Earth, Kuching, Sarawak, Malaysia, 26 August.



- practice. Aspects of tourism. Clevedon: Channel View Publications
- Sedjari, A. (2004). "Public-private partnerships as a tool for modernising public administration". *International Review of Administrative Sciences*, 70(2), 291-306
- Soemitro, R. A. A., & Adnyanna, B. P. (2016). "Failure Factors of Public-Private Partnership at Tourism Port Development of Tanahampo in Bali". *Journal of Sustainable Development*, 9(4), 279-286.
- Su, D., Wall, G., & Eagles, P. (2007). "Emerging governance approaches for tourism in the protected areas of China". *Environmental Management*, 39, 749-759.
- Teker, A., & Teker, D. (2012). "Tourism Projects Financing: A Public-Private-Partnership Model". *Business Management Dynamics*, 2(5), 5-11.
- Ventura, C., Cassalia, G., & Spina, L. D. (2016). "New Models of Public-private in Cultural Heritage Sector: Sponsorships between Models and Traps". 2nd International symposium "New Metropolitan Perspective". Reggio Calabria, Italy.
- Webb, R., & Pule, B. (2002). "Public private partnerships: An introduction. Canberra: Commonwealth of Australia". Research paper no. 1, 2002-03 -1.
- Weiermair, K., Peters, M., & Frehse, J. (2008). "Success Factors for Public Private Partnership: Cases in Alpine Tourism Development". *Journal of Services Research, Special Issue*, 7-21.
- Wilson, E., Nielsen, N., & Bultjens, J. (2009). "From lessees to partners: exploring tourism public-private partnerships within the New South Wales national parks and wildlife service". *Journal of Sustainable Tourism*, 17(2), 269-285.
- Witt, S., & Moutinho, L. (1995). *Tourism marketing and management handbook*. New York: Prentice Hall International,
- Wong, E. P. Y., Lacy, T. D., & Jiang, M. (2012). "Climate change adaptation in tourism in the South Pacific — Potential contribution of public-private partnerships". *Tourism Management Perspectives* 4, 136-144.
- Nguyen, D. N., Imamura, F., & Iuchi, K. (2017). "Public-private collaboration for disaster risk management: A case study of hotels in Matsushima, Japan". *Tourism Management*, 61, 129-140.
- OECD. (2006). *Successful partnership. A guide*. Vienna: OECD LEED Forum on Partnership and Governance.
- Peric, M. (2009). "Criteria for Setting up the Public- Private Partnership in Croatian Tourism and Selection of Optimal Public- Private Partnership Model 1". *Business Excellence*, 3(2), 111.
- Proença, N., & Revez, M. J. (2017). "Possible routes for Conservation and Restoration in the risk management of Built Heritage: Public-private partnerships within R&D projects (Project STORM)". *Conservar Património*, 25, 57-65.
- Rajko, M, Kranjovic, A, & Tomcic, Z. (2008). "Public- private partnership for the development tourism in rural areas". *International Conference of the School of Economics and Business in Sarajevo "Traditional Challenges of EU Integration and Globalisation"*.
- Rajko, M. (2008). *Javno-privatno partnerstvo u funkciji razvoja javne infrastrukture*. Master thesis, Rijeka, University of Economics
- Renda, A., & Schrefler, L. (2006). "Public-private partnerships: Models and trends in the European Union". A study requested by the European Parliament's committee on Internal Market and Consumer Protection. PE 369.859, 1-15.
- Robson (1996). 'Tourism in the Himalayas: Seizing the Opportunity' in Hemmati, M.(ed.) *Gender and Tourism: Women's Employment and Participation in Tourism*. London:. Edward Elgar Publishing, pp.57-70
- Sai, J., Muzondo, N., & Marunda, E. (2015). "Challenges affecting establishment and sustainability of tourism public private partnerships in Zimbabwe". *Asian Social Science*, 11(23), 35-50.
- Sandelowski, M., & Barroso, J. (2007). *Handbook for synthesizing qualitative research*. New York, NY: Springer.
- Scott, N., Baggio, R., & Cooper, C. (2008). *Network analysis and tourism from theory to*

and services in the Russian Federation”. *Espacios*, 38, 25-34.

Zha, Y. (2015). “China’s leading historical and cultural city’: Branding Dali City through public-private partnerships in Bai architecture revitalization”. *Cities*, 49, 106-112.

Zimmer, L. (2006). “Qualitative meta-synthesis: a question of dialoguing with texts”. *Journal of Advanced Nursing*, 53(3), 311-318.

World Tourism Organization (UNWTO) (2001). *Public - Private Sector Cooperation*.

<https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284403905>

WTO (2015). “Global Report on Public-Private Partnerships: Tourism Development”.

<https://doi.org/10.18111/9789284417438>

Zaitseva, N., Larionova, A., Semenova, L., Jidkov, A., & Dashkova, E. (2017). “Realization of projects of public-private partnership in tourism

