

## **Systematic Review of the Dimensions of Public-Private Partnership Studies in Tourism**

Mohammad Reza Farzin<sup>1</sup>, Ali Asghar Shalbfafian<sup>2\*</sup>, Seyed Mojtaba Mahmoudzadeh<sup>3</sup>, Akbar Pourfaraj<sup>4</sup>, Neda Zarandian<sup>5</sup>.

- 1- Associate Professor of Economics, Allameh Tabatabai University, Tehran, Iran
- 2- Assistant Professor of Business Management, Semnan University, Semnan, Iran
- 3- Assistant Professor of Business Management, Allameh Tabatabai University, Tehran, Iran
- 4- Associate Professor of Archeology, Allameh Tabatabai University, Tehran, Iran
- 5- PhD student in Tourism, Allameh Tabatabai University, Tehran, Iran

**Received: 26 April 2021**

**Accepted: 21 January 2021**

### **Extended Abstract**

#### **Introduction**

The formation of participation in tourism is inevitable both under the influence of external factors and due to the internal nature of this industry. Extremely changing conditions resulting from technological change and increasing advances in knowledge have created a competitive atmosphere for the industry in which individual firms have no place. Hence, the partnership between tourism companies has become obvious. In addition, the fragmentation and small scale of industry actors has intensified the need to enter into partnerships. But there are different types of participation which public-private participation is one of the most prominent. Therefore, several studies have been conducted in this regard, the aggregation and selection of which in the form of a systematic review study could lead to the expansion of knowledge in this area and receive some operational points. The goal pursued in this study.

#### **Methodology**

The present study is a descriptive-fundamental study that has used systematic review to survey previous studies. In order to pursue this important, five key steps were considered such as determining the search strategy and the criteria for selecting articles, reviewing the search output, extracting the data and evaluating the quality. In the search strategy determination step, the searched keywords, searched databases and search time were explained. In the search criteria step, the authors have set the boundaries for articles to enter the systematic review process. In the search output step, the screening method and selection of articles from the 233 found sources, were determined. In the data extraction step, 40 selected articles were analyzed based on the indicators of research situation, scope of participation, type of research based on purpose, data collection method, collection tools, time, research community and sampling method. In addition, the factors affecting public-private participation in tourism were also examined from the perspective of these studies. Quality Assessment, as a final step, shows how resources are assessed based on the Critical Appraisal Skills Programme (CASP).

#### **Results and discussion**

Most of the studies in terms of research location are related to Italy (13%). The field related to the restoration, protection and exploitation of heritage and historical monuments (30%) has a special place in relation to the field of public-private partnerships in tourism and has been the

---

\* Corresponding Author (Email: [ashalbfafian@semnan.ac.ir](mailto:ashalbfafian@semnan.ac.ir))

Copyright © 2021 Journal of Urban Tourism. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution- noncommercial 4.0 International License which permits copy and redistribute the material just in noncommercial usages provided the original work is properly cited.

focus of many studies in this field. Descriptive research (92.5%) with the method of collecting qualitative data (60%), using secondary data / documents (50%) and case studies (80%) have received more attention. Stakeholders (37.5%) constitute the dominant statistical population of these research papers. This seems obvious, given that research papers have examined the experiences of public-private partnerships on a case-by-case basis. Because researchers have sought to survey the people involved - especially the public and private sides - who have been involved in these experiences in some way. Targeted / available sampling (75%) has a special place. Regarding the factors affecting participation, most of the frequency is related to the target factor of participation (82.5%).

### **Conclusion**

In addition to the structural aspects that were considered in the review of selected articles, the identification of the effective factors on public-private partnerships in tourism was another aspect that researchers have addressed. In this regard, several factors such as the content of the partnership, stakeholders, objectives of the partnership, duties of the partnership sides, interests of the partnership parties, technological-information factors, socio-cultural factors, legal factors, financial-economic factors, geographical-environmental factors and political-governmental factors, were identified as the effective factors on public-private participation. Content of participation is a factor that must be considered during the public-private partnership process. Stakeholders (35%) refer to natural and legal persons who are somehow involved in the process of public-private participation in tourism or are affected by this phenomenon. Goals (82.5%) are considered as the motivation for the formation of partnership between the public-private sector. Information-technological factors emphasize technological advances and the awareness of such partnerships. Socio-cultural factors focus on the acceptance of public-private partnerships in tourism by the host community. Legal factors highlight the effective legal frameworks in this area. Financial-economic factors consider the economic situation of countries as an effective factor in public-private participation in tourism. Environmental-geographical factors are important from the perspective of the seasonality of the tourism industry, and political-governmental factors consider the aspect of government support for public-private partnerships in the tourism industry. Among them, the purpose of participation - as a motivation for the formation of partnership between the public-private sector in tourism - has had the most repetition in selected studies. Stakeholders were identified as the second most effective and repetitive factor in multiple sources.

**Keywords:** Tourism, Public-Private Partnership, Systematic Review, Effective Factors.

## مرور نظام‌مند ابعاد مطالعات مشارکت عمومی - خصوصی در گردشگری

محمد رضا فرزین - دانشیار اقتصاد، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران  
علی اصغر شالبافیان<sup>۱</sup> - استادیار مدیریت بازرگانی، دانشگاه سمنان، سمنان، ایران  
سید مجتبی محمودزاده - استادیار مدیریت بازرگانی، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران  
اکبر پورفرج - دانشیار باستان‌شناسی، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران  
ندا زرندیان - دانشجوی دکتری گردشگری، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۲/۰۶

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۱۱/۰۲

### چکیده

پدیده مشارکت عمومی- خصوصی در صنایع مختلف به دلیل عدم توانایی بخش دولتی در تأمین نیازهای عمومی و دسترسی محدود آن به منابع مختلف، موضوعی قابل‌بحث در صنایع متفاوت به شمار می‌رود. اما در برخی از صنایع خدماتی از جمله گردشگری، این موضوع به مراتب از جایگاه ویژه‌تری برخوردار می‌باشد. چرا که لازمه موفقیت صنعت گردشگری- با ماهیت ازهم‌گسسته و تعدد ذینفعان از هر دو بخش دولتی و خصوصی- شکل‌گیری مشارکت‌هایی از این دست می‌باشد. بدین‌جهت، مطالعات متعددی در زمینه مشارکت عمومی- خصوصی انجام شده است. با این وجود، هنوز خلأ پژوهشی که با شیوه‌ای نظام‌مند مطالعات پیشین را مرور کرده و به احصاء ابعاد مختلف این مطالعات به خصوص در زمینه عوامل مؤثر بر مشارکت عمومی- خصوصی پردازد، احساس می‌شود. از این‌جهت، مطالعه حاضر، این مهم را در کانون هدف اصلی پژوهش، قرار داد. پس از انتخاب مقالات بر اساس سازوکاری دقیق و از پیش تعیین شده، ۴۰ مقاله منتخب بر اساس شاخص‌های موقعیت پژوهش، حیطه مشارکت، نوع تحقیق بر اساس هدف، شیوه گردآوری داده، ابزار گردآوری، زمان، جامعه تحقیق و روش نمونه‌گیری و عوامل مؤثر بر مشارکت عمومی- خصوصی در گردشگری، مورد غربال‌گری قرار گرفتند. خروجی پژوهش، ما را در شناخت الگوی پژوهشی رایج در مطالعات مشارکت عمومی- خصوصی در گردشگری یاری می‌رساند. الگویی که از یک سو می‌تواند مبنایی برای انجام این‌گونه مطالعات در داخل کشور قرار گیرد و از سوی دیگر، با تغییر در الگوی مزبور، به خلاقیت‌های پژوهشی در این زمینه منجر گردد. در زمینه عملیاتی نیز، توجه به ابعاد شناسایی شده مرتبط با مشارکت عمومی- خصوصی در گردشگری- از سوی هر دو گروه فعالین بخش عمومی و بخش خصوصی- می‌تواند موفقیت هرچه بیشتر این‌گونه مشارکت‌ها در صنعت گردشگری کشور را تضمین نماید.

واژگان کلیدی: گردشگری، مشارکت عمومی- خصوصی، مرور نظام‌مند، عوامل مؤثر.

## مقدمه

تحولات بیرونی و ماهیت درونی از جمله عواملی است که سازمان‌های فعال در گردشگری را ناگزیر از ورود به حوزه مشارکت می‌سازد. تغییرات تکنولوژیکی، رشد فزاینده دانش، تغییر سلیقه مشتریان و غیره، همگی از جمله تحولات محیطی است که صنایع مختلف را تحت تأثیر قرار می‌دهند. در این میان، صنعت گردشگری نیز مستثنی نبوده و مقصدها و سازمان‌های گردشگری قادر نیستند تا خود را از فشارها و تحولات محیط بیرونی مصون نگه دارند (ابراهیمی و سخندان، ۱۳۹۶: ۳۱). از این رو، چنان چه ویت و موتینهو (۱۹۹۵) اشاره می‌کنند مشارکت، کلید اصلی حیات سازمان‌های کوچک فعال در گردشگری است. چرا که سازمان‌های فعال در گردشگری، بدون بهره‌مندی از منابع و حمایت یکدیگر در قالب اشکال مختلف همکاری قادر به ادامه حیات در دنیای به سرعت در حال تغییر و پیچیده تجارت جهانی نخواهند بود. گردشگری تجارتي پیچیده و متشکل از سازمان‌ها مختلف بوده و از ماهیتی از هم گسیخته برخوردار است (عزیزپور و فتحی‌زاده، ۱۳۹۶: ۴۸؛ Gursoy, 2015: 6). که آن را به بستری مناسب برای همکاری تبدیل می‌کند. بنابراین، از هر دو جنبه پاسخ‌گویی به تحولات بیرونی و ویژگی‌های درونی، صنایع فعال در گردشگری به سمت مشارکت هرچه بیشتر، در حال پیشروی می‌باشد. به عقیده آستین (۲۰۱۰) این مشارکت‌ها در صنعت گردشگری را می‌توان در چهار دسته مشارکت بین بخش خصوصی و دولتی، مشارکت میان بخش‌های مشابه صنعت (نظیر هتل‌های زنجیره‌ای)، مشارکت بین بخش‌های مختلف صنعت (ادغام عمودی) و همکاری بین صنایع مختلف در گردشگری، جای داد. در این میان، یکی از موضوعات مورد توجه در سال‌های اخیر مشارکت از نوع مشارکت عمومی - خصوصی در گردشگری بوده است. از این جهت، مطالعات متعددی در زمینه مشارکت عمومی - خصوصی در گردشگری انجام شده است اما به نظر کمتر به انجام مرور سیستماتیک در این خصوص توجه شده است. در ادامه به برخی از این مطالعات به‌عنوان شاهد مثال اشاره خواهد شد. اِکپنیانگ و ام‌ام (۲۰۱۵) در پژوهشی تحت عنوان "مشارکت عمومی - خصوصی و توسعه گردشگری در منطقه دلتای نیجریه"، به مجموعه‌ای از عوامل مؤثر بر مشارکت در نیجریه می‌پردازند. این عوامل شامل عوامل مرتبط با بازارهای مالی، عوامل مرتبط با دولت و سیاست‌های حاکم، عوامل فساد، عوامل اقتصادی و اجتماعی و عوامل محیطی می‌باشند. فرانکو و استواو (۲۰۱۰) در پژوهشی تحت عنوان "نقش مشارکت‌های عمومی خصوصی در توسعه محلی: بک مدل مفهومی پیشنهادی"، به ترکیب جنبه‌های مختلف و عناصر دخیل در مشارکت عمومی - خصوصی بر اساس مبانی نظری موجود پرداخته‌اند. بر این اساس، منابع و جاذبه‌های موجود، ذینفعان دخیل، هدف از مشارکت و عوامل مؤثر بر موفقیت مشارکت، از جمله ابعاد مؤثر بر مشارکت عمومی - خصوصی به شمار می‌روند. میستیلیس و دنیل (۲۰۱۴) در اثر خود به صورت خاص بر چالش‌هایی که مشارکت عمومی - خصوصی در زمینه سیستم‌های بازاریابی مقاصد گردشگری می‌توانند با آن‌ها مواجه گردند تأکید می‌کنند. بر اساس نتایج، ساختار سازمانی شامل ساختار درونی مناسب و مدیریت مناسب؛ مرحله درگیر سازی بخش خصوصی در سیستم بازاریابی مقصد، پاسخگویی به تغییرات بازار، زنجیره ارزش شامل اطلاعات، موقعیت و استانداردها و همچنین سوق دادن منافع از سوی دولت به سمت بخش‌های خصوصی کوچک، از جمله موارد مؤثر بر مشارکت عمومی - خصوصی در سیستم‌های بازاریابی مقصد به شمار می‌روند. سای و همکاران (۲۰۱۵) در تحقیقی تحت عنوان "چالش‌های مؤثر بر ایجاد و پایداری مشارکت‌های عمومی - خصوصی در گردشگری زیمبابوه"، به دنبال شناسایی چالش‌ها در زمینه مشارکت عمومی - خصوصی در گردشگری بودند، بدین منظور، در ابتدا ۸ دسته چالش شامل نبود اعتماد، نبود مشوق، ریسک عدم اطمینان، کمبود چارچوب قانونی مشارکت/حمایت، عدم اقدام شریک خصوصی بالقوه، عدم حمایت و اقدام دولت، عدم تمایل برای حمایت از بخش خصوصی در هر کجا که لازم است و

1 Witt &amp; Mountinho

2 Austin

3 Ekpenyon &amp; Mmom

4 Franco &amp; Estevão

5 Mistilis &amp; Daniele

6 Sai

همچنین تمایل به مشارکت از ادبیات موجود استخراج شد. ویلسون و همکاران (۲۰۰۹) در پژوهش خود تحت عنوان "از مستأجران تا شرکا: کاوش مشارکت عمومی - خصوصی گردشگری در پارک‌های و خدمات حیات‌وحش والز جنوبی جدید" گرچه به نقد و بررسی مشارکت عمومی - خصوصی در قیاس با اجاره و در یک محدوده خاص پرداخته‌اند اما بخشی از نتایج کار خود را به عوامل مؤثر بر موفقیت مشارکت عمومی - خصوصی در گردشگری معطوف کرده‌اند. بر این اساس، ویژگی‌های شریک خصوصی، مهارت‌ها و توانایی آن‌ها و علاوه بر این، تعهد بلندمدت ایشان می‌تواند عوامل مؤثر بر موفقیت مشارکت عمومی - خصوصی در گردشگری به شمار رود. کامفمن و اگلیت (۲۰۱۶) در پژوهش خود تحت عنوان همکاری بخش خصوصی و دولتی در گردشگری "در پی بررسی موضوع مشارکت در سه نوع گردشگری روستایی، دوچرخه و سلامت بودند. در این میان، اگرچه موضوعی مورد بررسی محققان یادشده، در سطح بالاتری قرار دارد اما نتایج اثر ایشان به برخی از عوامل مؤثر بر مشارکت عمومی - خصوصی نظیر نیاز به وجود هدف و منافع مشترک، درک صحیح از مشارکت و همچنین تبادل اطلاعات - به‌عنوان عوامل موفقیت - اشاره داشته است. پریک (۲۰۰۹) در اثر خود تحت عنوان "معیارهای راه‌اندازی مشارکت عمومی خصوصی در گردشگری کرواسی و انتخاب مدل مشارکت عمومی - خصوصی بهینه" در پی آن است که شاخص‌هایی را از منظر بخش خصوصی و بخش دولتی برای انتخاب مدل مناسب مشارکت برگزیند. در نتایج، اشاره می‌شود که برای بخش دولتی تأمین رفاه عمومی و برای بخش دولتی منافع در جایگاه ویژه‌ای قرار دارد. سوامیترو و ادنیانا (۲۰۱۶) در پژوهشی تحت عنوان "عوامل شکست مشارکت عمومی - خصوصی در توسعه فرودگاه گردشگری تاهامپو در بالی" به بررسی علل دوشکست در مشارکت عمومی - خصوصی در رابطه با فرودگاه بالی می‌پردازند. بر اساس نتایج این تحقیق عوامل مرتبط با تهیه - شامل عدم علاقه بخش خصوصی به مشارکت و عدم وضوح در خصوص مالکیت زمین، عوامل مرتبط با جنبه‌های قانونی، عوامل مرتبط با جنبه کنسرسیوم - عدم آگاهی از اشکال مختلف مشارکت عمومی - خصوصی و تنها تأکید بر مدل BOT و عوامل مرتبط با جنبه‌های اجتماعی و فرهنگی بر این شکست تأثیرگذار بوده‌اند. همزه و همکارانش (۲۰۱۴) در پژوهشی که در رابطه با مشارکت عمومی - خصوصی در فرودگاه اندونزی انجام داده‌اند. مجموعه‌ای از مشکلات، ریسک‌ها و عوامل موفقیت را شناسایی کردند. مشکلات شامل تجربه ناکافی در مشارکت عمومی - خصوصی، آگاهی در زمینه کنترل و مدیریت، کمبود چارچوب‌های قانونی، ارتباط بین سازمان‌های مسئول، هزینه‌های اضافی می‌باشند. ریسک‌های عمومی شامل ریسک‌های سیاسی، مالی، ساختاری، اجرایی، بازار، ریسک محیطی و غیره را شامل می‌گردند. عوامل موفقیت مواردی نظیر حمایت مدیریت ارشد، اعتماد دوطرفه، هماهنگی کافی، ارتباط مؤثر، تعهد طولانی‌مدت، بهبود مستمر، منابع کافی، تجربه مشارکت و غیره را در برمی‌گرفتند. در مجموع به نظر می‌رسد، انجام مرور مطالعات پیشین به‌صورت سیستماتیک در زمینه مشارکت عمومی - خصوصی در گردشگری، کمتر مورد توجه بوده است. بدین‌جهت، انجام یک مرور نظام‌مند در این حوزه می‌تواند ابعاد تحقیقات انجام‌شده در خصوص مشارکت عمومی - خصوصی در سرتاسر جهان را روشن کرده و الگوی رایج مطالعاتی در این زمینه را استخراج نماید. اهمیت نیل به این الگو از دو منظر برای مطالعات پژوهشی در داخل کشور و در حوزه مدنظر، قابل‌بحث است. نخست، می‌توان از الگوی یادشده برای انجام مطالعات در داخل کشور بهره‌برد و دوم، می‌توان با تغییر در برخی از ابعاد آن به خلاقیت‌های پژوهشی در این حوزه دست‌یافت. علاوه بر این، از منظر عملیاتی، با شناسایی ابعاد مرتبط با مشارکت عمومی - خصوصی - که در پژوهش‌های پیشین به آن‌ها پرداخته‌شده است - می‌توان جنبه‌هایی را که باید بیشتر از سوی مشارکت‌کنندگان در این زمینه در نظر داشت، شناسایی نمود. توجه به این مهم، در راستای موفقیت بیشتر مشارکت‌های عمومی - خصوصی در گردشگری کشور، کمک‌کننده خواهد بود.

1 Wilson

2 Kaufman &amp; Eglite

3 Perić

4 Soemitro &amp; Adnyana

5 Hamzah

## مبانی نظری

ریشه مشارکت عمومی - خصوصی در گردشگری را در نظریه ذینفعان<sup>۱</sup> می‌توان جست‌وجو کرد. نظریه‌ای که در ابتدا در سطحی کلان مطرح و در ادامه به صنایع مختلفی از جمله گردشگری نیز کشیده شد. محققان سعی داشته‌اند تا به دسته‌بندی ذینفعان گردشگری، پردازند. به‌عنوان مثال در یکی از این مطالعات با تأکید بر اینکه دولت محلی به همراه سایر سازمان‌های دولتی تأثیر مستقیمی بر تخصیص منابع در گردشگری دارند، انجمن‌ها، بخش‌های کسب‌وکاری را نظیر مانند اتاق بازرگانی، دفتر کنوانسیون و بازدیدکنندگان و مقامات منطقه‌ای گردشگری. سازمان‌های مقیم (گروه‌های جامعه)، سازمان‌های اجتماعی (به‌عنوان مثال، هیئت‌مدیره مدرسه، بیمارستان‌ها) و گروه‌های علاقه ویژه به‌عنوان ذینفعان این صنعت برشمرده شده‌اند (Bramwell & Sharman, 1999: 198). برخی دیگر از محققان فهرستی از ذینفعان گردشگری شامل گردشگران، زنجیره کسب‌وکارهای ملی، رقبای دولت و کارکنانش را در نظر می‌گیرند (Sautter & Leisen, 1999: 4). رابسون (۱۹۹۶)، دو گروه از ذینفعان در بازاریابی گردشگری را شناسایی می‌کنند؛ اول، ذینفعان تورگردان شامل کارکنان، گروه‌های فشار، هیئت‌های محلی، هتل‌داران، مصرف‌کنندگان نهایی، آژانس‌های مسافرتی، سازمان‌های محلی گردشگری، سازمان‌های دولت محلی، مؤسسات رسانه‌ای، عرضه‌کنندگان حمل‌ونقل و جاذبه‌های ملی و محلی؛ دوم، بازاریابان گردشگری دولت محلی که گروه‌هایی را از ارگان‌های حرفه‌ای تا خدمات هنری محلی در برمی‌گیرد از جمله مدیران اجرایی، میران ارشد، کارگران محلی، کمیته‌ها، شوراییاران، کمیته‌ها، بازدیدکنندگان غیر مقیم، کسب‌وکارهای محلی، کارکنان، مراکز اطلاع‌رسانی گردشگران، هیئت‌ها و دولت مرکزی ملی (کمیته بازرسی و ارگان‌های قانون‌گذار). جمال و گتز<sup>۳</sup> (۱۹۹۵) دو گروه از ذینفعان را شناسایی می‌کنند؛ ذینفعان مشروع<sup>۴</sup> که حق و ظرفیت مداخله در روند را دارا می‌باشند، ذینفعان مرتبط<sup>۵</sup> که تحت تأثیر سایر ذینفعان قرار می‌گیرند و حق دخالت برای تعدیل اثرات را دارند اما باید برای مداخله مهارت و منافع کافی را داشته باشند. در هر روی نظریه ذینفعان، ابزاری معمول در برنامه‌ریزی گردشگری است که برای بهبود همکاری میان بخش‌های اساسی درگیر در فرآیند برنامه‌ریزی به کار گرفته می‌شود (Franco & Estevo, 2009: 605). در این میان، با توجه به آنچه پیش‌تر ارائه شد، شاید بتوان گروه‌های عمده‌ای از این شرکا را در دو بخش عمومی و خصوصی، جای داد. اما آنچه در این بین حائز اهمیت است، مشارکت میان بخش‌های مختلف است چنان‌چه به عقیده بوهالیست<sup>۶</sup> (۲۰۰۰) مشارکت بین بخش خصوصی و دولتی نقش اساسی در ارائه محصولات با کیفیت در یک مقصد دارد. از این منظر، با توجه به اینکه از یک‌سو، 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 را می‌توان یک موضوع حائز اهمیت برشمرد.

1 Stakeholder Theory

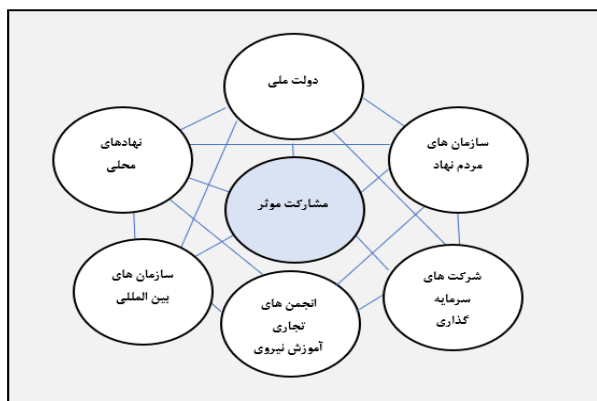
2 Robson

3 Jamal & Getz

4 legitimate stakeholders

5 Relevant stakeholders

6 Buhalllis



شکل شماره ۱. ذینفعان دخیل در مشارکت عمومی - خصوصی موفقیت‌آمیز، منبع: [Kim et al, 2005:2]

### روش پژوهش

پژوهش حاضر نوعی مطالعه توصیفی - کاربردی است که از مرور نظام‌مند، به منظور بررسی مطالعات پیشین بهره گرفته است. مرور نظام‌مند، عبارت است از مروری جامع بر متونی که یک سؤال روشن پژوهشی را مورد توجه قرار می‌دهند. در این نوع مرور، یک روش سیستماتیک و شفاف برای شناسایی، انتخاب و ارزشیابی نقادانه همه مطالعات مرتبط و همچنین جمع‌آوری و تحلیل داده‌های حاصل از مطالعات موجود مورد استفاده قرار می‌گیرد (Shannon, 2002:4). از جهت و با توجه به ویژگی‌های برجسته این شیوه از مرور مطالعات پیشین، روش مرور نظام‌مند در پژوهش حاضر و با پیگیری ۵ گام کلیدی، مورد استفاده قرار گرفت:

- ۱) راهبرد جستجو: در تعیین راهبرد پژوهش حاضر از روش پریزما استفاده شده است. بدین منظور جست‌وجوی اولیه در چهار پایگاه داده Science Direct، Scopus، SAGE و Wiley Online Librally در طی بهمن‌ماه ۱۳۹۸ تا پایان اردیبهشت ۱۳۹۹، صورت گرفت. جهت تکمیل کار محققین به دو موتور جست‌وجوی گول اسکالر و گوگل نیز مراجعه داشته‌اند. جست‌وجو در منابع بر اساس کلید واژگان از پیش تعیین شده، انجام شد.
- ۲) معیارهای انتخاب مقالات: با توجه به هدف از پژوهش، تعریف برخی از معیارها جهت بررسی مقالات به دست آمده و حذف موارد غیر مرتبط، الزامی به نظر می‌رسید. معیارهای مزبور در ارتباط با حیطه موضوعی مقالات، نوع مطالعات و روش مطالعات تعریف گردیدند.

جدول شماره ۱. معیارهای داخل و خارج شدن مقالات در روند مرور نظام‌مند

معیار	معیار پذیرش	معیار عدم پذیرش
حیطه موضوعی	مطالعات مرتبط با عوامل محیط کلان مؤثر بر مشارکت عمومی - خصوصی	مطالعات مشارکت عمومی - خصوصی خارج از حوزه گردشگری
	مطالعات مرتبط با انگیزه‌ها/ اهداف	مطالعات مرتبط با اثرات ناشی از به کارگیری مشارکت عمومی - خصوصی
	مطالعات مرتبط با اشکال مشارکت عمومی - خصوصی	
	مطالعات مرتبط با منافع هر بخش	
	مطالعات مرتبط با وظایف هر بخش	
	مطالعات مرتبط با مراحل شکل‌گیری مشارکت	
	مطالعات مرتبط با ذینفعان مشارکت عمومی - خصوصی	
نوع مطالعه	مقاله‌های چاپ شده در مجلات معتبر، مقالات همایشی	گزارش‌ها، اسناد، اخبار، پایان‌نامه‌ها، مطالب سایت‌ها، کتاب‌ها
روش مطالعه	روش‌های کیفی، کمی و آمیخته	روش‌های تحقیق آزمایشی
زبان تحقیقات	انگلیسی	زبان‌های دیگر

۳) خروجی جست‌وجو: در مجموع از چهار پایگاه داده مورد بررسی ۲۳۳ منبع، استخراج شد. جست‌وجوهای بیشتر در دو

موتور جست‌وجوهای گوگل اسکالر و گول، ۲۸ مورد دیگر به فرآیند تحقیق اضافه نمود. از مجموع ۲۶۱ منبع به‌دست‌آمده، ۴ مورد فصل کتاب بوده که با توجه به معیارهای تحقیق از فرآیند پژوهش، حذف گردیدند. علاوه بر این، ۱۴ مورد از مقالات تکراری بوده که باید از میان منابع موردبررسی، کنار گذاشته می‌شدند. علت تکرار مقالات، به دلیل تکرار این اسناد در پایگاه‌های اطلاعاتی متفاوت بود. با حذف تکرارها، در مجموع ۲۴۴ مقاله به‌منظور انجام بررسی‌های بیشتر، حاصل آمد. ۲۴۴ مقاله مورد اشاره بر اساس مرتبط بودن عنوان، چکیده و محتوا با هدف تحقیق و به ترتیب، مورد ارزیابی قرار گرفتند. در این میان، در مرحله ارزیابی محتوای مقالات، علاوه بر توجه به مرتبط بودن با موضوع پژوهش، کیفیت مقالات بر اساس ابزار برنامه مهارت‌های ارزیابی حیاتی نیز - که در ادامه بدان خواهیم پرداخت نیز موردبررسی قرار گرفت. در نهایت، ۴۰ مقاله از نظر محققین دارای قابلیت بررسی در این پژوهش، تشخیص داده شدند.

جدول شماره ۲. مقالات منتخب

سال	نویسنده	کد مقاله	سال	نویسنده	کد مقاله
2015	Dubini et al.	۲۱	2001	Al-Hathloul & Mughal	۱
2012	Jacky & Chung	۲۲	2015	Arbulú et al.	۲
2013	Cheung & Chan	۲۳	2014	Carbonara et al	۳
2012	Cheung & Chan	۲۴	2017	Chaperon	۴
2015	Absalyamov	۲۵	2017	Cruz & Sarmiento	۵
2012	Wong et al	۲۶	2011	Di Vaio et al	۶
2008	Weierma et al	۲۷	2018	Frost & Laing	۷
2012	Teker & Tek	۲۸	2011	Heeley	۸
2009	Haq et al	۲۹	2004	Lawther	۹
2006	Françoise & Emmanuelle	۳۰	2003	Majumdar & Ochieng	۱۰
2014	Darcy & Wearing	۳۱	2017	Sai et al	۱۱
2009	Wilson et al	۳۲	2007	Su et al	۱۲
2016	Soemitrio et al	۳۳	2017	Zaitseva et al	۱۳
2009	Perić	۳۴	2017	Proença & Revez	۱۴
2017	Nguyen et al	۳۵	2019	Boniotti	۱۵
2014	Mistilis & Daniele	۳۶	2015	Zhao	۱۶
2016	Kaufmane & Eglite	۳۷	2016	Ventura et al	۱۷
2014	Hamzah et al	۳۸	2017	Aggarwal & Suklabaidy	۱۸
2010	Franco & Estevão	۳۹	2017	Jelincic et al	۱۹
2015	Ekpenyong & Mmom	۴۰	2014	Kamarudin et al	۲۰

(۴) استخراج داده‌ها: اطلاعات مقالات نهایی موردبررسی، در یک جدول استاندارد از پیش تعیین‌شده، درج گردید. جدول استاندارد مزبور اطلاعاتی از جمله کد مقاله، عنوان، سال، نام نویسنده/ نویسندگان، فصلنامه منتشرکننده، موقعیت پژوهش، حیطه مورد مشارکت، نوع تحقیق بر اساس هدف (اکتشافی/ توصیفی/ تبیینی)، نوع تحقیق بر اساس شیوه گردآوری داده (کمی/ کیفی/ ترکیبی)، ابزار گردآوری داده (مشاهده/ مصاحبه/ پرسشنامه/ جست‌وجو در اسناد)، نوع تحقیق بر اساس زمان (مقطعی/ طولی/ موردی)، جامعه تحقیق، روش نمونه‌گیری و عوامل مؤثر بر مشارکت شناسایی‌شده در هر تحقیق را شامل می‌شد. به‌منظور تحلیل نتایج حاصل از مرور سیستماتیک، هر ستون به‌صورت جداگانه تبیین خواهد گردید.

(۵) ارزیابی کیفیت: همان‌گونه که پیش‌تر اشاره شد، در مرحله انتخاب مقالات بر اساس محتوا، علاوه بر توجه به مرتبط

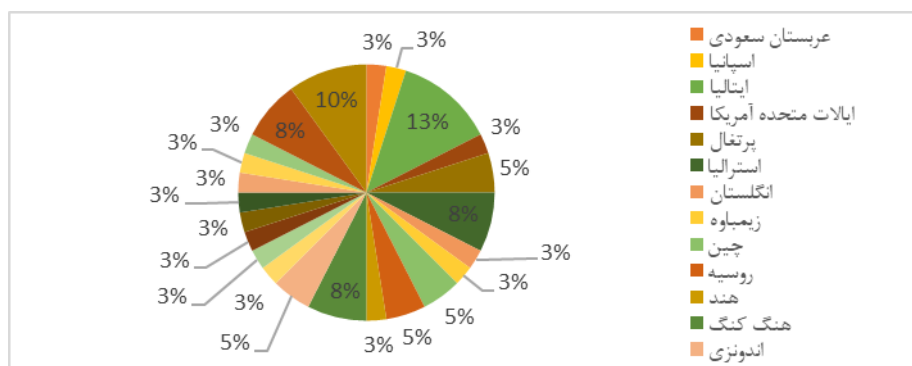


بودن متن مقاله با هدف پژوهش حاضر، از ابزار مهارت‌های ارزیابی حیاتی، به‌منظور بررسی کیفیت مقالات - و اجازه ورود به مقالات تنها دارای حداقل کیفیت موردپذیرش به فرآیند تحقیق - استفاده شد. این ابزار، از ده شاخص تشکیل شده است که باید به هر شاخص از ۱ (پایین‌ترین کیفیت در شاخص مدنظر) تا ۵ (بالاترین کیفیت در شاخص مدنظر)، امتیاز داد. حداکثر امتیاز برای هر مقاله - که نشان از برخورداری از بالاترین میزان کیفیت دارد - برابر با ۵۰ می‌باشد. حداقل امتیاز برای ورود مقالات به فرآیند تحلیل، برابر با ۳۰ می‌باشد. شاخص‌های ارزیابی در ارتباط با مشخص بودن هدف تحقیق، داشتن منطق روشی، طرح تحقیق مناسب، روش نمونه‌گیری مناسب، روش جمع‌آوری داده‌های مناسب، انعکاس‌پذیری، رعایت ملاحظات اخلاقی، دقت تجزیه‌وتحلیل داده‌ها، بیان واضح یافته‌ها و ارزش تحقیق، بوده است.

## بحث و یافته‌ها

با تحلیل هر یک از ستون‌های جدول استاندارد شماره ۴، می‌توان مجموعه از شاخص‌های موردبررسی در مقالات منتخب را تبیین نمود:

موقعیت پژوهش‌ها؛ یکی از موارد بررسی شده در ارتباط با مقالات منتخب، محل انجام پژوهش بوده است. بیشترین میزان مطالعات موردبررسی در کشور ایتالیا (۱۳ درصد)، انجام شده است. پس‌از آن، مطالعات در کشورهای استرالیا (۸ درصد) و هنگ‌کنگ (۸ درصد)، متمرکز می‌باشند. در این میان، برخی پژوهش‌ها معطوف به کشور خاصی نمی‌باشند و به‌صورت کلی به موضوع مشارکت عمومی - خصوصی در صنعت گردشگری پرداخته‌اند. این در حالی است که برخی از مطالعات به‌صورت هم‌زمان مطالعه در چند موقعیت متفاوت را در نظر گرفته‌اند. به‌عنوان مثال جلینسیک<sup>۱</sup> و همکارانش (۲۰۱۷)، به‌صورت هم‌زمان پروژه‌هایی از مشارکت عمومی - خصوصی در کرواسی، لهستان، اسلواکی و اسلوانی را بررسی کرده‌اند.

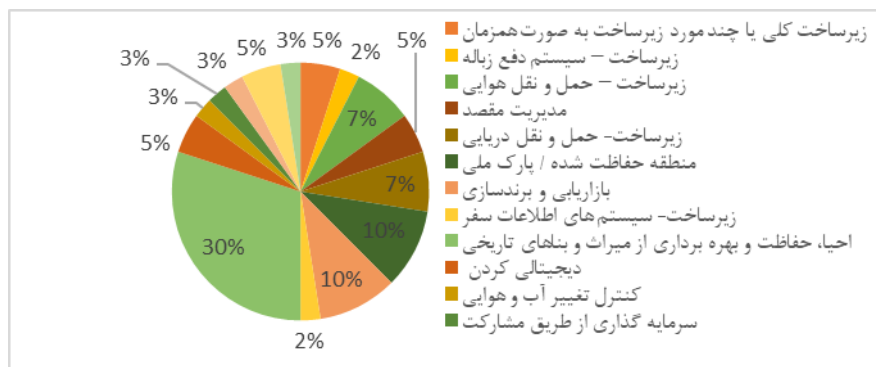


شکل شماره ۲. موقعیت انجام پژوهش‌ها

حیطه مورد مشارکت؛ بر اساس این شاخص، حیطه مشارکت بین دو بخش دولتی و خصوصی در گردشگری که مدنظر مطالعه موردبررسی بوده است، مشخص می‌گردد. باید توجه داشت که ممکن است دو حیطه به‌صورت هم‌زمان برای مشارکت مطرح شده باشد. به‌عنوان مثال ژائو<sup>۲</sup> (۲۰۱۵) در مطالعه خود به‌صورت هم‌زمان دو موضوع برند سازی و حفاظت از میراث را به‌عنوان محوریت مشارکت بین بخش دولتی و خصوصی، در نظر گرفته است. از این جهت، برخی از حیطه‌ها در مطالعات مختلف تکرار شده است. در این میان، بیشترین محوریت مورد مطالعه در خصوص احیا، حفاظت و بهره‌برداری از میراث و بناهای تاریخی (۳۰ درصد) بوده است. پس‌از آن مشارکت عمومی - خصوصی در زمینه بازاریابی و برند سازی، مشارکت در مناطق حفاظت‌شده/ پارک ملی و همچنین مباحث کلی در مشارکت عمومی - خصوصی در گردشگری (هر کدام ۷ درصد)، مورد توجه مطالعات واقع شده است.

۱. Jelincic

۲. Zhao



شکل شماره ۳. حیطه مشارکت مطالعات

نوع تحقیق بر اساس هدف (اکتشافی/ توصیفی/ تبیینی)؛ بر اساس بررسی های انجام شده، بخش عمده ای از مقالات مورد بررسی از نظر هدف، از نوع پژوهش های توصیفی می باشند (۹۲/۵ درصد) و تنها ۳ مورد از پژوهش های بررسی شده، از جمله مقالات تبیینی به شمار می روند.

نوع تحقیق بر اساس شیوه گردآوری داده (کمی/ کیفی/ ترکیبی)؛ بیشتر پژوهش های منتخب از نوع پژوهش های کیفی (۶۰ درصد) می باشد. پس از آن پژوهش های ترکیبی (۱۲/۵ درصد)، بیشترین تعداد از مقالات منتخب را شامل می گردند. در این میان، برخی مطالعات (۷ مورد)، بر اساس شیوه گردآوری داده نامشخص بوده اند.

ابزار گردآوری داده (مشاهده/ مصاحبه/ پرسشنامه/ جست و جو در اسناد)؛ در برخی از پژوهش های مورد بررسی به صورت هم زمان از چند ابزار گردآوری داده، استفاده شده بود. در این میان، بیشتر پژوهش ها، استفاده از داده های ثانویه/ اسناد (۵۰ درصد) را به صورت بخش اصلی یا مکمل فرآیند گردآوری داده، مورد توجه قرار داده اند. پس از آن، ابزار مصاحبه (۳۲/۵ درصد) به عنوان دومین ابزار پر کاربرد در مطالعات مورد بررسی، مطرح می باشد.

نوع تحقیق بر اساس زمان (مقطعی/ طولی/ موردی)؛ یکی از موارد دیگری که در بررسی مطالعات مورد توجه قرار گرفت، زمان انجام پژوهش ها بود. بیشتر مطالعات به صورت موردی انجام شده بودند (۸۰ درصد). این امر بدیهی است؛ چرا که تمرکز پژوهش های مورد بررسی غالباً پروژه محور بوده و تجربه مشارکت عمومی - خصوصی در موردی خاص در گردشگری را مدنظر داشته اند. البته برخی از این پژوهش ها ممکن است در طولی از زمان انجام شده باشند. بدین جهت، بین دو شاخص مطالعه موردی و طولی بودن، هم پوشانی و تکرار وجود دارد. تنها یک مطالعه به صورت مقطعی انجام شده است. در این میان، بخشی از مطالعات (۲۰ درصد)، به صراحت در خصوص مدت زمان انجام مطالعه، اشاره ای نداشته اند.

جامعه آماری تحقیق؛ از آنجایی که ممکن است در یک تحقیق از منابع داده ای متفاوت استفاده گردد، در یک پژوهش بعضاً به چندین جامعه تحقیق اشاره شده است. در این میان، اسناد/ داده های ثانویه (۵۰ درصد) به عنوان جامعه آماری بیشترین میزان اشاره را داشته اند. پس از آن، ذینفعان طرح های مشارکت عمومی - خصوصی در گردشگری (۳۷/۵ درصد) که غالباً مشارکت کنندگان بخش های عمومی و خصوصی را در برمی گرفتند، بالاترین جوامع آماری مورد توجه می باشند. در این میان، ۸ مطالعه به صورت مشخص به جامعه آماری، اشاره ای نداشته اند.

روش نمونه گیری؛ بیشترین شیوه نمونه گیری در مطالعات بررسی شده، نمونه گیری هدفمند - در دسترس بوده است. در این میان، یک مورد از مطالعات از نمونه گیری تصادفی استفاده کرده است و یک مورد تمامی جامعه آماری - با توجه به محدود بودن آن - را مورد بررسی قرار داده است. ۸ مورد از مطالعات به شیوه نمونه گیری خود، اشاره ای نداشته اند.

عوامل مؤثر بر مشارکت عمومی - خصوصی در گردشگری؛ عوامل متعددی به عنوان عوامل مؤثر بر مشارکت عمومی - خصوصی در گردشگری توسط ۴۰ منبع بررسی شده، اشاره شده است. این عوامل را می توان در ۱۱ گروه عوامل مرتبط با محتوی مشارکت، ذینفعان، اهداف مشارکت، وظایف طرفین مشارکت، منافع طرفین مشارکت، عوامل تکنولوژیکی - اطلاعاتی، عوامل اجتماعی - فرهنگی، عوامل قانونی - حقوقی، عوامل مالی - اقتصادی، عوامل جغرافیایی - محیطی و عوامل سیاسی - دولتی جای داد.

مقصود از محتوی مشارکت، عواملی است که در طی فرآیند مشارکت عمومی - خصوصی در گردشگری نظیر شکل مشارکت و محتوی قرار داد باید مدنظر قرار گیرد. در این میان، ۴۵ درصد از مطالعات به این دسته از عوامل اشاره داشته‌اند.

ذینفعان (۳۵ درصد)، اشاره به اشخاص حقیقی و حقوقی دارد که به‌نوعی در فرآیند مشارکت عمومی - خصوصی در گردشگری درگیر شده و یا تحت تأثیر این پدیده قرار می‌گیرند؛ این اشخاص می‌توانند مواردی همچون متولیان قانون‌گذاری، بخش غیردولتی، بخش دولتی، سازمان‌های دولتی محلی، کسب‌وکارهای گردشگری، دانشگاه‌ها، جامعه محلی و گردشگران را در برگیرند.

اهداف (۸۲/۵ درصد) به‌عنوان انگیزه شکل‌گیری مشارکت بین بخش دولتی - خصوصی در گردشگری، بیشترین تکرار در مطالعات منتخب را داشته است. وظایف و منافع هر یک از دو بخش عمومی و خصوصی (به ترتیب ۳۲/۵ درصد و ۲۵ درصد) نیز از جمله عوامل مؤثر بر مشارکت در بخش گردشگری است که توسط مطالعات منتخب مورد اشاره قرار گرفته است.

اما ابعاد کلان‌تر نیز در این خصوص نیز مدنظر قرار گرفته است. به‌عنوان مثال عوامل اطلاعاتی - تکنولوژیکی (۵ درصد) در این رابطه قابل‌طرح است. این عامل به پیشرفت‌های تکنولوژی به‌عنوان متغیری محرک در شکل‌گیری مشارکت‌ها در گردشگری و لزوم آگاهی از جایگاه مشارکت‌های عمومی - خصوصی در گردشگری به‌عنوان عاملی مؤثر، اشاره دارد. عوامل اجتماعی-فرهنگی (۷/۵ درصد) از دیگر عوامل محیط کلان بر شکل‌گیری مشارکت‌های عمومی - خصوصی در گردشگری است. این عامل به از آن جهت حائز اهمیت است که می‌تواند محرک سوق دادن مردم محلی به‌عنوان یکی از ذینفعان به سمت این دسته از مشارکت‌ها - یا حتی‌الامکان پذیرش آن‌ها - گردد.

عوامل قانونی - حقوقی (۲۲/۵ درصد) نیز از جمله عوامل دیگر مورد اشاره توسط مطالعات است که باید مدنظر قرار گیرد. این عوامل از یک سو، در ارتباط با چارچوب حقوقی مختص مشارکت میان بخش عمومی و بخش خصوصی مورد توجه است و از سوی دیگر، در ارتباط با قوانین حاکم بر صنایع مختلف از جمله صنعت گردشگری در هر کشور می‌باشد.

عوامل مالی - اقتصادی (۲۷/۵ درصد)، به مفهوم وضعیت اقتصادی حاکم بر یک کشور و همچنین وضعیت توسعه‌یافتگی بازار آن، از جمله عوامل دیگری است که بر مشارکت عمومی - خصوصی در گردشگری، مؤثر تشخیص داده شده است.

عوامل محیطی - جغرافیایی (۱۷/۵ درصد) به مواردی از جمله موقعیت جغرافیایی پروژه مشارکت مورد پیگیری و عوامل کلان‌تری همچون تغییرات آب و هوایی و فصلی بودن گردشگری اشاره دارد.

عوامل سیاسی - دولتی (۲۰ درصد) به جایگاه حائز اهمیت دولت به‌عنوان حامی بخش خصوصی و تأثیر سیاست‌های اتخاذ شده از سمت وی بر شکل‌گیری مشارکت‌های عمومی - خصوصی، تأکید دارد. در این میان، ممکن است چند عامل به‌صورت هم‌زمان در یک مطالعه، شناسایی شده باشد.

جدول شماره ۳. مطالعات بر اساس شاخص‌ها و زیر شاخص‌های تحلیل

شاخص	زیر شاخص	تعداد	درصد
نوع تحقیق بر اساس هدف	توصیفی	۳۷	۹۲/۵
	تبیینی	۳	۷/۵
	اکتشافی	۰	۰
نوع تحقیق بر اساس شیوه گردآوری داده	اشاره نشده	۷	۱۷/۵
	کمی	۴	۱۰
	کیفی	۲۴	۶۰
	ترکیبی	۵	۱۲/۵
نوع تحقیق بر اساس ابزار گردآوری داده	اشاره نشده	۸	۲۰
	مصاحبه	۱۳	۳۲/۵
	پرسشنامه	۳	۷/۵
	مشاهده / مشاهده مشارکتی	۴	۱۰

شاخص	زیر شاخص	تعداد	درصد
نوع تحقیق بر اساس زمان	جست‌وجو در اسناد/ داده ثانویه	۲۰	۵۰
	اشاره نشده	۸	۲۰
	موردی	۳۲	۸۰
	طولی	۳	۷/۵
	مقطعی	۱	۲/۵
جامعه تحقیق	اشاره نشده	۸	۲۰
	اسناد/داده‌های ثانویه	۲۰	۵۰
	ذینفعان طرح	۱۵	۳۷/۵
	خبرگان گردشگری	۲	۵
	گردشگران	۱	۲/۵
روش نمونه‌گیری	اشاره نشده	۸	۲۰
	هدفمند	۳۰	۷۵
	تمامی جامعه آماری	۱	۲/۵
	تصادفی	۱	۲/۵
	محتوای مشارکت	۱۸	۴۵
عوامل مؤثر	ذینفعان	۱۴	۳۵
	اهداف مشارکت	۳۳	۸۲/۵
	وظایف بخش دولتی/ خصوصی	۱۳	۳۲/۵
	منافع بخش دولتی/خصوص	۱۰	۲۵
	عوامل تکنولوژیکی - اطلاعاتی	۲	۵
	عوامل اجتماعی - فرهنگی	۳	۷/۵
	عوامل قانونی - حقوقی	۹	۲۲/۵
	عوامل مالی - اقتصادی	۱۱	۲۷/۵
	عوامل جغرافیایی - محیطی	۷	۱۷/۵
	عوامل سیاسی - دولتی	۸	۲۰

### نتیجه‌گیری

مطالعات متعددی در زمینه مشارکت عمومی - خصوصی در گردشگری انجام شده است اما مواردی که در آنها با استفاده از چارچوبی نظام‌مند مطالعات پیشین مورد بررسی قرار گیرد نیز، محدود به نظر می‌رسد. از این منظر، پژوهش حاضر تلاشی در راستای انجام مرور سیستماتیک در خصوص مطالعاتی بود که به نوعی - به صورت مستقیم یا غیرمستقیم - به عوامل مؤثر در مشارکت عمومی - خصوصی در گردشگری، توجه داشته‌اند. یافته‌های حاصل از پژوهش حاضر، هم از منظر مطالعات بین‌المللی در زمینه مشارکت عمومی - خصوصی در گردشگری حائز اهمیت است و هم از منظر کمک به پژوهشگران و فعالان این حوزه در داخل کشور. در سطح جهانی، این مطالعه با انجام مروری نظام‌مند به جریان شناسی این دسته از مطالعات پرداخته است. به عبارتی دیگر، می‌توان تحلیل‌هایی را پیرامون جهت‌گیری‌های انجام‌شده در مطالعاتی از این دست مورد تأمل قرار داد. به عنوان مثال، اینکه در کدام کشورها - کشورهای ایتالیا (۱۳ درصد)، استرالیا (۸ درصد) و هنگ کنگ (۸ درصد) - و پیرامون کدام موضوعات - احیا، حفاظت و بهره‌برداری از میراث و بناهای تاریخی (۳۰ درصد) - مطالعات مرور سیستماتیک انجام شده است. اما دستاوردهای مطالعه موجود برای داخل کشور را می‌توان بر اساس دو گروه مخاطب پژوهشگران این حوزه و فعالین آن، مورد بازخوانی قرار داد. خروجی پژوهش می‌تواند الگویی مطالعاتی برای پژوهشگران در داخل کشور برای بررسی موضوع مشارکت عمومی - خصوصی در گردشگری فراهم آورد. پژوهشگران داخل کشور از یک سو، با تبعیت از الگوی موجود می‌توانند به انجام مطالعاتی مختص جمهوری اسلامی ایران، بپردازند و از سوی دیگر، می‌توانند با تغییر در جنبه‌های پژوهشی آن، دست به خلاقیت‌هایی در این زمینه بزنند. به عنوان مثال، پژوهشگر با نگاهی اجمالی در خصوص اینکه بیشتر پژوهش‌ها در این زمینه از نوع پژوهش‌های توصیفی (۹۲/۵ درصد)، با شیوه گردآوری داده کیفی (۶۰ درصد)، با استفاده از داده‌های ثانویه/ اسناد (۵۰ درصد)، به صورت

مطالعات موردی (۸۰ درصد)، با جامعه آماری ذینفعان (۳۷/۵ درصد) و با به‌کارگیری نمونه‌گیری هدفمند (۷۵ درصد)، بوده‌اند؛ می‌تواند الگوی اولیه برای مطالعه خود طراحی نماید که چه روش‌ها و ابزارها را به کار گرفته و با چه رویکرد مطالعاتی به بستر پژوهش ورود پیدا کند. علاوه بر این، پژوهشگران داخلی می‌توانند با خلق سازوکارهای جدید، خلاقیت پژوهشی خود در زمینه بررسی موضوعات مشارکت عمومی - خصوصی در گردشگری را افزایش دهند. به‌عنوان مثال، استفاده از روش‌های کمی، توجه به طراحی مدل - به‌جای انجام مطالعات مورد محور - یا استفاده از داده‌های میدانی - به‌جای توجه صرف به داده‌های ثانویه و اسناد - می‌تواند خلاقیت‌هایی باشد که پژوهشگران کشور به آن توجه داشته و از این طریق پژوهش‌هایی نوین را رقم بزنند. در سطح عملیاتی نیز، خروجی‌های این مطالعه می‌تواند به هر دو گروه سیاست‌گذاران بخش عمومی و فعالین بخش خصوصی کشور در زمینه مشارکت‌های عمومی - خصوصی در گردشگری، کمک نماید. پاسخ به این پرسش که چه جنبه‌هایی باید از سوی هر دو گروه یادشده مدنظر قرار گیرد، خروجی اصلی به‌دست‌آمده در این زمینه به شمار می‌رود. مرور نظام‌مند مطالعات پیشین توجه به عواملی نظیر محتوی مشارکت، ذینفعان، اهداف مشارکت، وظایف طرفین مشارکت، منافع طرفین مشارکت، عوامل تکنولوژیکی - اطلاعاتی، عوامل اجتماعی - فرهنگی، عوامل قانونی - حقوقی، عوامل مالی - اقتصادی، عوامل جغرافیایی - محیطی و عوامل سیاسی - دولتی را در مشارکت‌های عمومی - خصوصی در گردشگری، حائز اهمیت برمی‌شمرد. اما تکرار و برجسته‌سازی مواردی همچون اهداف مشارکت (۸۲/۵ درصد)، وظایف بخش دولتی / خصوصی (۳۲/۵ درصد) و عوامل مالی - اقتصادی (۲۷/۵ درصد)، نشانگر لزوم توجه هر چه بیشتر مشارکت‌کنندگان - اعم از عمومی و خصوصی - به این موضوعات در شراکت‌های گردشگری کشور، می‌باشد. اینکه طرفین مشارکت برای چه دست به مشارکت می‌زنند، موضوع قابل‌تأملی است که می‌توان با توجه به شرایط خاص کشور آن را در قالب تحقیقات بعدی موردبررسی قرار داد. ادراک صحیح از انگیزش طرفین مشارکت‌های عمومی - خصوصی در گردشگری کشور می‌تواند موفقیت بیشتر آن را تضمین نماید. علاوه بر این، وضوح و تبیین وظایف طرفین قراردادهای مشارکتی از این دست نیز عامل دیگری است که با توجه به رهنمود مطالعات پیشین بر سرانجام مشارکت‌ها مؤثر می‌باشد. توجه به جنبه‌های مالی - اقتصادی به‌صورت پررنگ در مطالعات گذشته به ما یادآور خواهد شد که انتفاع مالی - بالأخص برای بخش خصوصی - در این گونه از مشارکت‌ها از جایگاه ویژه‌ای برخوردار است. فلذا، بسترسازی صحیح در کشور به لحاظ مالی - اقتصادی از سوی بخش عمومی در کشور می‌تواند مشوقی برای ورود بخش خصوصی به این گونه از مشارکت‌ها در صنعت گردشگری، به شمار رود. اما در انتها، علاوه بر موارد تأکید شده پیشین، می‌توان پیشنهادی کلی و اما کلیدی به پژوهشگران حوزه گردشگری را مطرح نمود. پژوهش‌های مرور سیستماتیک از آن دسته از مطالعات می‌باشند که می‌توانند هم‌زمان چراغ راهی را برای هر دو عرصه مطالعه و اجرا در حوزه‌های مختلف صنعت گردشگری فراهم آورند. از این منظر، لزوم توجه به این سازوکار مطالعه در زمینه‌های مختلف و متنوع دیگر گردشگری، پیشنهاد می‌گردد.

## تقدیر و تشکر

بنا به اظهار نویسنده مسئول، این مقاله حامی مالی نداشته است.

## منابع

- ابراهیمی، مهدی و سخندان، الناز (۱۳۹۶) ارزیابی عملکرد مدیریت دانش سازمان‌های مؤثر در فرآیند مدیریت بحران مقصدهای گردشگری (مطالعه موردی: شهر اردبیل)، فصلنامه گردشگری شهری، دوره ۴، شماره ۱، صص. ۴۰-۲۹.
- عزیزیور، فرهاد و فتحی‌زاده، فرح (۱۳۹۶) موانع و چالش‌های تحقق مدیریت یکپارچه گردشگری در کلان‌شهر مشهد، فصلنامه گردشگری شهری، دوره ۴، شماره ۲، صص. ۶۰-۴۷.
- Absalyamov, Timur. (2015) Tatarstan Model of Public-Private Partnership in the Field of Cultural Heritage Preservation, *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, Vol.188, pp.214-217.
- Aggarwal, Monika. & Suklabaidya, Paramita. (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*, Vol.10, No.2, pp.79-87.
- 5) Al-Hathloul, Saleh. & Aslam Mughal, Muhammad. (2001) Makkah: Developing the center of islam district, *Urban Design International*, Vol. 6, No.1, pp.43-61.
  - 6) Arbulu, Italo. & Lozan, Javier. & Rey- Maqueiera, Javier. (2016) The challenges of municipal solid waste management systems provided by public-private partnerships in mature tourist destinations: The case of Mallorca, *Waste Management*, Vol.51, pp.252- 258
  - 7) Austin, James. (2010) *The collaboration challenge: How nonprofits and businesses succeed through strategic alliances*, edition 1, Wiley San Francisco.
  - 8) Azizpour, Farhad, & Fathizadeh, Farah. (2017) Barriers and challenges to realizing integrated, management of tourism in Mashhad metropolis, Vol.4, No.2, pp.47-60. (In Persian)
  - 9) 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.
  - 10) Bramwell, Sharman. (1999) *Approches to Sustainable Tourism Planning and Community Participation: the Case of the Hope Valley*, Conference of Canadian Association of Radiologists Journal,, *Tourisma and Sustanable community developmet report*, European Association for Tourism and Leisure Education, pp.17-35.
  - 11) Buhalis, Dimitrios. (2000) Marketing the competitive destination of the future, *Tourism Management*, Vol.21, No.1, pp.97-116.
  - 12) Carbonara, Nunzia. & Costantino, Nicola, & Pellegrino, Roberta. (2014) Concession period for PPPs: A win-win model for a fair risk sharing, *International Journal of Project Management* ,Vol. 32, No.7, pp.1223 – 1232.
  - 13) Chaperon, Samantha. (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*, Vol.7 , No.1, pp.23-41.
  - 14) Cheung, Esther. & Chan, A.P. Chan. (2013) Revitalising Historic Buildings through Partnership Scheme: innovative form of social public-private partnership, *Journal of Urban Planning and Development*, Vol.140, No.1, pp.4-13.
  - 15) -Chung, Jacky.K.H. (2012) Adaptive Reuse of Historic Buildings through PPP A Case Study of Old Tai-O Police Station in HK. The 2nd International Conference on Management, Bali, pp.148- 151.
  - 16) Cruz, Carlos Oliveria. & Sarmento, Joaquim. (2017) Airport privatization with public finances under stress: An analysis of government and investor's motivations, *Journal of Air Transport Management*, Vol.62, pp.197-203.
  - 17) Di Vaio, Assunta. & Medda, Francesca. & Trujillo, Lourdes. (2011) An analysis of the efficiency of italian cruise terminals, *International Journal of Transport Economics*, Vol.38, No.1, pp.29-46.
  - 18) Dubini, Paola. & Leone, Leone. & Forti, Laura. (2012) Role Distribution in Public-Private Partnerships, *International Studies of Management & Organization*, Vol.42, No.2, pp.57-75.
  - 19) Ebrahimi, Mehdi, & Sokhandan, Elnaz. (2017) Knowledge Management Performance Appraisal In Organizations With Effect On Crisis Management Process In Tourism Destinations (Case Study: Ardabil City), Vol.4, No.1, pp.29-40. (In Persian)
  - 20) Ekpenyong, Out. & Mmom, Prince, C. (2015) Public-Private Partnership and Tourism Development in the Niger Delta Region, *Journal of Environment and Earth Science*, Vol.5, No.2, pp. 80-86.
  - 21) Franco, Mario, & Estevao, Cristina Maria Santos. (2010). The role of tourism public-private partnerships in regional development: a conceptual model proposal, *Cadernos Ebape*, Vol.8, No.4, pp.600-612.
  - 22) Freeman, B. (1984) *Development: Case Study Report on the Annapurna and Gorkha Regions of Nepal Kathmandu: International Centre for Integrated Mountain Development*, Centre for Environment studies, sterling publications.
  - 23) Frost, Warwick. & Laing, Jennifer. (2018) Public-private partnerships for nature-based tourist attractions: the failure of Seal Rocks, *Journal of Sustainable Tourism*, Vol.27, No.7, pp.942-956.
  - 24) Gusory, Dogan. & Saayman, Melville. & Sotiriadis, Marios. (2015) *Collaboration in Tourism Business and Destination: A Hand Book*, edition 1, Emerald Group Publishing.
  - 25) Hamzah, Suharman. & Adisasmita, Sakti, A. & Harianto, Tri. & Pallu, M, Saleh. (2014) Private involvement in sustainable management of Indonesian port: Need and strategy with PPP scheme, *Procedia Environmental Sciences*, Vol.20, pp.187-196.
  - 26) Haq, Farooq. & Medhekar, Anita. & Bretherton, Phillip.W. (2009) Public and Private Partnership Approach for Applying The Tourism Marketing Mix Spirtual Tourism, *Intellect base International Consortium (IIC) Conference Committee*, Vol.8, pp.62-76.
  - 27) Heeley, John. (2011) Public: private partnership and best practice in urban destination marketing. *Tourism and Hospitality Research*, Vol.11, No.3, pp.224-229.
  - 28) Jamal, Tazim. B. & Getz, Donald. (1995) *Collaboration Theory and Community Tourism Planning*,

- Annals of Tourism Research, Vol.22, No.1, pp.186- 204.
- 29) Jelincic, Daniela. & Angelina, Tisma. & Sanja, Senkic, Matea. & Doding, Domagoj. (2017) Public-Private Partnership in Cultural Heritage Sector, *Transylvanian Review of Administrative Sciences*, pp.74- 89.
  - 30) Kamarudin, M.k. & Yaha, Ziyad. & Harun, Rosta. & Jaapar, Aini. (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.
  - 31) Kaufmane, Dace. & Eglite, Aija. (2016) Private and Public Sector Cooperation in Tourism. International Conference of Economic Science for Rural Development, Jelgava, 21-22 April 2016, pp. 93-100.
  - 32) Kim, Dae-Kwan. & Kim, Chulwon. & Lee, Tae-Hee. (2005) Public and private partnership for facilitating tourism investment in the Apec Region, *Asia-Pacific Economic Cooperation Korea*.
  - 33) Lawther, Wendell. C. (2005) Public-private partnerships in transportation policy: the case of advanced traveler information systems. *International Journal of Public Administration*, Vol.9, No. 2, pp.120-131.
  - 34) Majumdar, Arnab. & Ochieng, Washington Yotto. (2004) From 'our air is not for sale' to 'airtrack': The part privatization of the uk's airspace, *Transport Reviews*, Vol.24, pp.135-176.
  - 35) Mistilis, Nina. & Daniele, Roberto. (2004) Challenges for Competitive Strategy in Public and Private Sector Partnerships in Electronic National Tourist Destination Marketing Systems, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, Vol.17, No.4, pp.63-73.
  - 36) Nguyen, David, N. & Imamura, Funihiko. & Iuchi, Kanako. (2017) Public-private collaboration for disaster risk management: A case study of hotels in Matsushima, Japan, *Tourism Management*, Vol. 61, pp.129-140.
  - 37) Peric, Marko. (2009) Criteria for Setting up the Public- Private Partnership in Croatian Tourism and Selection of Optimal Public- Private Partnership Model, *Poslovna Izvrnost*, Vol.3, No.2, pp.111-125.
  - 38) Proenca, Nuno. & Revez, Maria. Joao. (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*, Vol.25, pp.57-65.
  - 39) Robson, Singh. (1996) *The Kulu Valley: Impact of Tourism Development in the Mountain Area*. New Delhi: Himalayan Books, Jai publishers. Vol.4, pp.228-312.
  - 40) Sai, Judias, Muzondo, Noel. & Marunda, Edmond. (2015) Challenges affecting establishment and sustainability of tourism public private partnerships in Zimbabwe. *Asian Social Science*, Vol.11 , No.23, pp.35-50.
  - 41) Sautter, Elise. Truly. & Leisen, Birgit. (1999) Managing Stakeholders A Tourism Planning Model, *Annals of Tourism Research*, Vol.26, No.2, pp.312- 328.
  - 42) Shannon, Pubmed. (2002) Critical appraisal of systematic reviews, *Canadian Association of Radiologists Journal*, Vol.53, No.4, pp.195-7.
  - 43) Soemitro, Ria, A. A. & Adnyanna, Ida. Bagus, Putu. (2016) Failure Factors of Public-Private Partnership at Tourism Port Development of Tanahampo in Bali, *Journal of Sustainable Development*, Vol.9, No.4, pp.279-286.
  - 44) soenDarcy, Simon & Wearing, Stephen. (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*, Vol.4, No.3, pp.181-199.
  - 45) Su, Dan. & Wall, Geoffrey. & Eagles, Paul. F.J. (2007) Emerging governance approaches for tourism in the protected areas of China, *Environmental Management*, Vol.39, pp.749-759.
  - 46) Teker, Suat. & Teker, Dilek. (2012) Tourism Projects Financing: A Public-Private-Partnership Model, *Business Management Dynamics*, Vol.2, No.5, pp.5-11.
  - 47) Ventura, Claudia. & Cassalia, Giuseppina. & Spina, Lucia, Della. (2016) New Models of Public-private in Cultural Heritage Sector: Sponsorships between Models and Traps. 2<sup>nd</sup> International symposium "New Metropolitan Perspective". Reggio Calabria, Italy.
  - 48) Weiermair, Klaus. & Peters, Mike. & Frehse, J. (2008) Success Factors for Public Private Partnership: Cases in Alpine Tourism Development, *Journal of Services Research*, No.1, pp.7-21.
  - 49) Wilson, Erica. & Nielsen, Noah. & Buultjens, Jeremy. (2009) From lessees to partners: exploring tourism public-private partnerships within the New South Wales national parks and wildlife service, *Journal of Sustainable Tourism*, Vol.17, No.2, pp.269-285.
  - 50) Witt, Stephen, F. & Mountinho, Luiz. (1995) *Tourism marketing and management handbook*, edition 2, Prentice Hall International New York.
  - 51) Wong, Emma, P, Y. & Lacy, Terry, De. & Jiang, Min. (2012). *Climate change adaptation in tourism*

- in the South Pacific-Potential contribution of public-private partnerships, *Tourism Management Perspectives*, Vol.4, pp.136-144.
- 52) Zaitseva, Natalia. & Alexandrovna, Larionova, Anna. & Anatolyevna, Semenova, Lyudmila. & Valerievna, Jidkov, Aleksy. Sergeevich. & Dashkova, Elena, Valeriyevna. (2017) Realization of projects of public-private partnership in tourism and services in the Russian Federation, *Espacios*, Vol. 38, pp.25-34.
- 53) Zhao Yawei. (2015) China's leading historical and cultural city: Branding Dali City through public-private partnerships in Bai architecture revitalization, *Cities*, Vol.49, pp.106-112.