

واکاوی اهداف مشارکت عمومی - خصوصی در زمینه بناهای تاریخی شهری (یک مطالعه چند موردی)

ندا زرنديان،* محمدرضا فرزین** و علی اصغر شالبافیان***

نوع مقاله: پژوهشی	تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۵/۲۰	تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۹/۰۳	شماره صفحه: ۴۰۵-۴۳۴
-------------------	--------------------------	------------------------	---------------------

یکی از منابع اصلی موجود در شهرهای مختلف کشور که می‌تواند به پویایی اقتصاد شهرها کمک شایانی کند، بناهای تاریخی است. بناهایی که متولی اصلی حفاظت و بهره‌برداری از آنها، بخش عمومی است در حالی که این بخش غالباً از منابع مالی و تخصصی کافی بدین منظور برخوردار نیست. از این رو، در سال‌های اخیر مشارکت‌های عمومی - خصوصی به منظور حفظ، احیا و بهره‌برداری از بناهای تاریخی به تبع الگوهای خارج از کشور شکل گرفت؛ اما هنوز انگیزه‌ها و رویکردهای هریک از طرفین برای ورود به این گونه مشارکت‌ها مشخص نیست. این پژوهش در پی آن است تا با بررسی تجارب چهار مورد از این بناها در شهرهای مختلف کشور، هدف هریک از طرفین را مشخص کند. این موضوع می‌تواند به اتخاذ سیاست‌گذاری‌ها و رویکردهای هریک از طرف‌های عمومی - خصوصی در قراردادهای مشارکتی بعدی منجر شود. بدین منظور، با روش مطالعه موردی از بررسی اسناد، مشاهدات و انجام مصاحبه، داده‌ها گردآوری شد. در این میان، با ۲۷ نفر که به صورت هدفمند انتخاب شده بودند مصاحبه و خروجی آنها با استفاده از نرم‌افزار *Maxqda10*، مورد تحلیل قرار گرفت. همچنین برای بررسی مطالعات پیشین - به عنوان تجارب بیرونی - از مرور سیستماتیک استفاده شد. این رو ۴۰ مقاله انتخاب و متن آنها با استفاده از روش تحلیل مضمون و نرم‌افزار *Maxqda10*، تحلیل شد. نتایج نشان می‌دهد که بخش عمومی از این مشارکت‌ها در پی تأمین هزینه‌های مرمت و حفاظت، تأمین زیرساخت گردشگری، الگوسازی برای بخش خصوصی، حفظ بنا، باز زنده‌سازی بافت تاریخی، هویت بخشی، انتفاع اقتصادی و اشتغال زایی است. در حالی که بخش خصوصی پرستیژ اجتماعی، شروع سرمایه‌گذاری در گردشگری، افزایش سرمایه اجتماعی، ایجاد مقصد گردشگری، انتفاع مالی، علایق شخصی و ارائه مهمان‌نوازی ایرانی را مدنظر دارد. با توجه به تمایل بخش عمومی برای حفظ بناهای تاریخی به عنوان سرمایه ملی و تلاش بخش خصوصی برای تأمین منافع عمومی در این گونه مشارکت‌ها، دو راهکار کلیدی باید مدنظر قرار گیرد: رعایت استانداردهای حفاظتی - مرمتی از سوی بخش خصوصی و راه‌اندازی صندوق حمایتی سرمایه‌گذاری از سوی بخش عمومی.

کلیدواژه‌ها: اقتصاد شهری؛ مشارکت بخش عمومی - خصوصی؛ گردشگری؛ گردشگری و توسعه

*استادیار گروه جغرافیای انسانی و برنامه‌ریزی، دانشکده جغرافیا، دانشگاه تهران، تهران، ایران (نویسنده مسئول)؛

Email: N.zarandian@ut.ac.ir

** دکتری اقتصاد، دانشکده اقتصاد، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران؛

Email: b_farzin@yahoo.com

*** استادیار گروه مدیریت جهانگردی، دانشکده گردشگری، دانشگاه سمنان، سمنان، ایران؛

Email: ashalbafian@semnan.ac.ir

فصلنامه مجلس و راهبرد، سال سی و یکم، شماره یکصد و هجدهم، تابستان ۱۴۰۳

doi:10.22034/MR-2022.5487.5226

مقدمه

ما در دنیای پیچیده‌ای زندگی می‌کنیم که چارچوب‌های سیاسی کارایی خود را در مقابل مشکلات روزافزون از دست داده است. در این میان، مشارکت با فراهم‌سازی چارچوبی که در آن سازمان‌ها با یکدیگر کار کرده و سیاست‌های خود را برای پاسخ بهتر به نیازهای جامعه و اقتصاد تعدیل کنند، کمک‌کننده است (OECD, 2006). اما ضرورت شکل‌گیری مشارکت تنها محدود به پاسخگویی، تأمین نیازها و مسائل نوظهور در فضای اقتصادی ملی و بین‌المللی نیست بلکه بقای سازمان‌ها در گرو شکل‌گیری چنین روابطی است. به عبارتی، در دنیای رقابتی امروز، تمام سازمان‌ها برای بقا و رشد، به برقراری ارتباط با دیگر سازمان‌ها نیاز دارند (Parmigiani and Rivera-Santos, 2011). ظهور اینترنت، جهانی شدن، تغییر ماهیت خریداران و استفاده‌کنندگان محصول، تغییرات فناورانه، نوآوری در بازار، ورود و خروج شرکت‌های بزرگ، توزیع دانش در میان شرکت‌ها یا کشورهای بیشتر، تعامل فزاینده خریدار به محصولات متمایز، کاهش عدم قطعیت و ریسک کسب‌وکار، تغییر خط‌مشی دولت‌ها، نگرانی‌های اجتماعی و تغییر در نگرش‌ها و سبک زندگی (Hough, 2008) همگی از جمله تغییرات بازار هستند که می‌توانند بقای یک سازمان تنها را در معرض خطر قرار دهند. از این منظر، سازمان‌ها با اهدافی نظیر دستیابی به تکنولوژی جدید، هم‌افزایی با سایر شرکت‌ها، دسترسی به متخصصان، یکپارچه‌سازی فعالیت‌های تأمین و توسعه جغرافیایی فعالیت‌های خود دست به تعامل و ارتباط با سایر سازمان‌ها می‌زنند (Drucker, 2008). اما شکل‌گیری این‌گونه مشارکت‌ها در صناعی همچون گردشگری از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. اهمیت همکاری در گردشگری ناشی از خصایص این صنعت نظیر گسستگی عناصر گردشگری (Holloway, 1983); Pearce, 1992)، کوچک بودن سازمان‌های فعال در آن (Gusory, Saayman and

واکاوی اهداف مشارکت عمومی - خصوصی در زمینه بناهای تاریخی شهری ————— ۴۰۷

(Sotiriadis, 2015) و چتری بودن صنعت گردشگری (رنجبریان و زاهدی، ۱۳۹۱) است. می‌توان به سه شکل از مشارکت در حوزه گردشگری اشاره داشت؛ مشارکت عمومی - عمومی، مشارکت خصوصی - خصوصی و مشارکت عمومی - خصوصی (World Tourism Organization (UNWTO), 2001). منظور از مشارکت عمومی - خصوصی، یک توافق قراردادی بین نماینده دولت (فدرالی، ایالتی یا محلی) و سازمان بخش خصوصی است. با 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 (NCPPP, 2017).

مشارکت‌های عمومی - خصوصی در کشور ما در سال‌های اخیر چه در سطح کلان و چه در حوزه گردشگری در سیاستگذاری‌ها مورد توجه بوده است. همچنین در اصل چهل و چهارم قانون اساسی کشور، به صراحت بر جایگاه بخش خصوصی اشاره شده و در ماده (۱۱۴) قانون برنامه چهارم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی بر تشکیل صندوق احیا و بهره‌برداری از بناها و اماکن تاریخی - فرهنگی به‌عنوان یکی از سازوکارهای تسهیلگر در خصوص مشارکت عمومی - خصوصی در حوزه گردشگری، تأکید شده است. در این میان، موضوع قابل توجه این است که انگیزه‌های هر یک از بخش‌های عمومی و خصوصی برای ورود به این گونه مشارکت‌ها چیست؟ اهمیت پاسخ به این سؤال در حوزه گردشگری (به‌صورت خاص در این پژوهش بناهای تاریخی) بدان جهت است که شناخت اهداف موجود و اولویت‌های طرفین در مشارکت‌ها می‌تواند روشنگر رویکردهای ایشان به موضوع مشارکت عمومی - خصوصی و در نتیجه نشانگر نقاط کلیدی سیاستگذاری برای تقویت این گونه از مشارکت‌ها در کشور به‌شمار رود. علاوه بر ترسیم نحوه سیاستگذاری بخش عمومی برای تأمین منافع بخش خصوصی،

از این طریق بخش خصوصی نیز به نقاط حساسیت طرف عمومی قراردادها، پی خواهد برد. بدین منظور، در فرایند تحقیق، تجربه چهار بنای تاریخی مورد مشارکت دو بخش عمومی - خصوصی و انگیزه هریک از طرفین در این بناها مورد بررسی قرار گرفت. مضافاً، در این پژوهش به بررسی دقیق و سیستماتیک مطالعات پیشین موجود در این خصوص نیز پرداخته شده است تا تفاوت دیدگاه‌های درون و بیرون از کشور نیز احصا شود.

۱. پیشینه و مبانی نظری تحقیق

مرور مشارکت عمومی - خصوصی مفهومی با قدمت بالاست؛ هرچند دخالت دادن بخش خصوصی در ارائه خدمات و امکانات عمومی در گذشته با محدودیت‌های مداخله مالی و زمانی برای بخش خصوصی همراه بوده است (Minnie, 2011; Roumboutsos etal., 2013). به طوری که به نظر می‌رسد مشارکت عمومی - خصوصی بیشتر در قرن نوزدهم و به عنوان راهکاری برای تأمین منابع مالی پروژه‌های زیرساختی مورد استفاده بوده است (Nyagwachi, 2008). در این میان، یکی از نخستین و شناخته شده‌ترین پروژه‌ها، کانال سوئز بود که تا ملی شدن آن در دهه ۱۹۵۰ بخش خصوصی مدیریت می‌کرد (Minnie, 2011). در سال‌های اخیر نیز به نظر می‌رسد جنبشی جهانی در خصوص مشارکت عمومی - خصوصی در حال شکل‌گیری است (Grimsey and Mervyn, 2007). هدف اصلی این نوآوری در معرفی اصول عملیاتی مؤثر بخش خصوصی در اداره امور عمومی است (Hammami, Ruhashyankiko and Yehoue, 2006). این تغییر، در راستای تقلیل ناکارآمدی و هدر رفت در مخارج دولتی، همچنین رفع کمبود مهارت‌های مدیریتی و جذب سرمایه خصوصی در ارائه زیرساخت‌های عمومی، ضروری است (Tijani, 2014). توجه هرچه بیشتر به جایگاه

واکاوی اهداف مشارکت عمومی - خصوصی در زمینه بناهای تاریخی شهری ————— ۴۰۹

بخش خصوصی و توسعه مشارکتهای عمومی - خصوصی موجب انجام مطالعات گسترده در این زمینه شده است. یکی از محورهای قابل توجه، بررسی انگیزهها و اهداف شکل‌گیری این دسته از مشارکتهای بوده است. در کل می‌توان هدف از مشارکت عمومی - خصوصی را در ذیل زیر مقوله‌هایی همچون اهداف پایداری و اجتماعی، اهداف استراتژیک، اهداف تأمین بودجه و سرمایه، تأمین منابع انسانی، تأمین زیرساخت، تحقیق و تکنولوژی، اهداف مرتبط با محصول و بازاریابی و فروش دسته‌بندی کرد.

- **اهداف پایداری و اجتماعی:** مربوط به انگیزه‌هایی است که یا درباره

توسعه پایدار است یا بهبود وضعیت جامعه میزبان را مدنظر داشته‌اند (Geoffrey Delade et al., 2021; Lyudmila Vladimirovna et al., 2020; Wilson, Nielsen and Buultjens, 2009; Jelincic et al., 2017; Macdonald and Cheong, 2014; Darcy and Wearing, 2009; Peric, 2009; Kaufman and Eglite, 2016; Franco and Esteveo, 2010; Ekpenyong and Mmom, 2015).

- **اهداف استراتژیک:** به منافع بلندمدت قابل احصا از طریق مشارکت

عمومی - خصوصی در گردشگری توجه دارد؛ منافع همچون افزایش رقابت‌پذیری، ایجاد صرفه به مقیاس، ایجاد سینرژی و تسهیم ریسک (Ezzat Othman and Mahmoud, 2020; Majumdar and Ochieng, 2004; Chaperon, 2017; Di Vaio, Medda and Trujillo, 2011; Zaitseva, Larionova and Semenova, 2017; Boniotti, 2019; Zhao, 2015; Aggarwal and Suklabaidya, 2017; Cheung and Chan, 2014; Teker and Teker, 2012; Arbulu, Lozano and Rey-Maqueira, 2016; Peric,

2009; Wilson, Nielsen and Buultjens, 2009; Nguyen, Imamura and Iuchi, 2017; Mistilis and Daniele, 2004; Franco and Estevao, 2010; Ekpenyongg and Mmom, 2015).

- **تأمین بودجه و سرمایه:** دغدغه بسیاری از دولت‌ها در برنامه‌های توسعه‌ای گردشگری به‌شمار می‌رود، هدف دیگری است که با مشارکت عمومی - خصوصی، مرتفع می‌شود (Boniotti, 2021; Vaupot, 2020; Ekpenyongg and Mmom, 2015; Franco and Estevao, 2010; Aggarwal and Suklabaidya, 2017; Teker and Teker, 2012; Sai, Muzondo and Marunda, 2015; Chaperon, 2017; Majumdar and Ochieng, 2004; Nguyen, Imamura and Iuchi, 2017; Zaitseva, Larionova and Semenova, 2017; Cruz and Sarmento, 2017).

- **دسترسی به نیروی انسانی کافی و متخصص:** در زمینه گردشگری، دسترسی به نیروی انسانی کافی و متخصص از جمله انگیزه‌های شکل‌گیری این دسته از مشارکت‌ها به‌شمار می‌رود (Chaperon, 2017; Majumdar and Ochieng, 2004; Haq, Medhekar and Bretherton, 2009; Franco and Heeley, 2011; Nguyen, Imamura and Iuchi, 2017; Estevao, 2010).

- **تأمین زیرساخت‌ها:** از جمله زیرساخت‌های قابل استفاده و خاص گردشگری همچون جاده و هتل‌ها را می‌توان با اتخاذ سیاست مشارکت عمومی - خصوصی تأمین کرد (Rhama and Setiawan, 2020; Sai, Muzondo and Marunda, 2015; Cheung and Chan, 2014; Kamarudin et al., 2014; Aggarwal and Suklabaidya, 2017; Zaitseva, Larionova and Semenova, 2017; Wilson, Nielsen and Buultjens, 2009; Darcy and Wearing, 2009; Kaufmane and Eglite, 2016; Haq, Medhekar and

واکاوی اهداف مشارکت عمومی - خصوصی در زمینه بناهای تاریخی شهری ————— ۴۱۱
(Bretherton, 2009; Weiermair, Peters and Frehse, 2008).

- **تحقیق و تکنولوژی**: محرک دیگری است که در دنیای مدرن امروز و با توجه به پیشروی‌های روزافزون در این زمینه در منابع مختلف به‌عنوان انگیزه برای شکل‌گیری مشارکت‌های عمومی - خصوصی در گردشگری مورد اشاره قرار گرفته است (Ferrara et al., 2020; Nyagwachi and Smallwood, 2010; Franco and Esteveo, 2010; Kamarudin et al., 2014).

در برخی از منابع به مواردی همچون تنوع‌بخشی یا بهبود کیفیت محصول به‌عنوان عاملی برای شکل‌گیری مشارکت‌های عمومی - خصوصی در گردشگری تأکید شده است. بنابراین شکل‌گیری یک مشارکت عمومی - خصوصی می‌تواند در خصوص محصول (Sai, Muzondo and Marunda, 2015; Frost and Laing, 2018; Cruz and Sarmiento, 2017; Su, Wall and Eagles, 2007; Dubini, Leone and Forti, 2012; Kamarudin et al., 2014; Aggarwal and Suklabaidya, 2017; Cheung and Chan, 2014; Haq, Medhekar and Bretherton, 2009; Teker and Teker, 2012) یا بازاریابی و فروش یک محصول باشد (Heeley, 2011; Ventura, Cassalia and Spina, 2016; Zhao, 2015; Majumdar and Ochieng, 2004; Haq, Medhekar and Bretherton, 2009; Cheung and Chan, 2014; Franco and Esteveo, 2010; Mistilis and Daniele, 2004).

۲. روش تحقیق

این پژوهش از منظر هدف، بررسی اکتشافی، به‌شمار می‌رود و به‌لحاظ فلسفی، تفسیر‌گرایانه و رویکردی کیفی دارد. پژوهش در دو گام اصلی مورد پیگیری قرار گرفت: نخست، مطالعات خارج از کشور با مرور سیستماتیک شناسایی و تحلیل مضمون شد تا از این منظر انگیزه مشارکت‌های عمومی - خصوصی در زمینه گردشگری در جهان

مورد رصد قرار گیرد. دوم، چهار بنای تاریخی (که مورد مشارکت قرار گرفته) به عنوان نمونه داخلی از طریق مطالعه موردی بررسی شد.

مرور سیستماتیک در مرحله اول عبارت است از مروری جامع بر متونی که یک سؤال روشن پژوهشی را مورد توجه قرار می‌دهد. در این نوع مرور، یک روش نظام‌مند 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). برای اجرایی‌سازی این روش از هفت گام استفاده شد: ۱. تعیین کردن سؤال اصلی، ۲. تعیین معیارهای ورود و خروج، ۳. یافتن مطالعات، ۴. انتخاب مطالعات، ۵. ارزیابی کیفیت مطالعات، ۶. استخراج داده‌ها و ۷. تحلیل و ارائه نتایج.

جامعه مطالعاتی مورد نظر ما مقالات معتبر علمی منتشر شده به زبان لاتین بود بدین منظور، سایت‌هایی همچون اسکوپوس^۱، ساینس دابرت^۲، سیج^۳ و ویلی آنلاین لایبری^۴ با معادل لاتین مشارکت عمومی - خصوصی و گردشگری مورد جستجو قرار گرفت. در این میان، ۲۴۴ مقاله مرتبط شناسایی شدند که بعد از غربالگری براساس عنوان (حذف ۱۰۴ مقاله)، چکیده (حذف ۵۹ مقاله) و ارتباط محتوا (حذف ۴۰ مقاله)، در نهایت ۴۰ مقاله برای انجام بررسی، انتخاب شد. در این میان، به منظور تحلیل متن مقالات منتخب روش تحلیل مضمون به کار گرفته شد و برای کدگذاری محتوا مقالات از نرم‌افزار MAXQDA10، استفاده شد.

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

جدول ۱. مقالات منتخب برای تحلیل

سال	نویسنده	کد مقاله
۲۰۰۱	Al-Hathloul and Mughal	۱
۲۰۱۶	Arbulú, Lozano and Rey-Maqueira	۲
۲۰۱۴	Carbonara, Costantino and Pellegrino	۳
۲۰۱۷	Chaperon	۴
۲۰۱۷	Cruz and Sarmiento	۵
۲۰۱۱	Di Vaio, Medda and Trujil	۶
۲۰۱۸	Frost and Laing	۷
۲۰۱۱	Heeley	۸
۲۰۰۵	Lawther	۹
۲۰۰۳	Majumdar and Ochieng	۱۰
۲۰۱۷	Sai, Muzondo and Marunda	۱۱
۲۰۰۷	Su, Wall and Eagles	۱۲
۲۰۱۷	Zaitseva, Larionova and Semenova	۱۳
۲۰۱۷	Proença and Revez	۱۴
۲۰۱۹	Boniotti	۱۵
۲۰۱۵	Zhao	۱۶
۲۰۱۶	Ventura, Cassalia and Spina	۱۷
۲۰۱۷	Aggarwal and Suklabaidy	۱۸
۲۰۱۷	Jelincic etal.	۱۹
۲۰۱۴	Kamarudin etal.	۲۰
۲۰۱۲	Dubini, Leone and Forti	۲۱
۲۰۱۲	Chung	۲۲
۲۰۱۴	Cheung and Chan	۲۳
۲۰۱۲	Cheung and Chan	۲۴
۲۰۱۵	Absalyamov	۲۵
۲۰۱۲	NG, Wong and Wong	۲۶

سال	نویسنده	کد مقاله
۲۰۰۸	Weierma, Peters and Freh	۲۷
۲۰۱۲	Teker and Teker	۲۸
۲۰۰۹	Haq, Medhekar and Bretherton	۲۹
۲۰۰۶	Gerbaux and Marcelpoil	۳۰
۲۰۰۹	Darcy and Wearing	۳۱
۲۰۰۹	Wilson, Nielsen and Bultje	۳۲
۲۰۱۶	Soemit and Adnyana	۳۳
۲۰۰۹	Perić	۳۴
۲۰۱۷	Nguyen, Imamura and Iuchi	۳۵
۲۰۰۵	Mistilis and Daniele	۳۶
۲۰۱۶	Kaufmane and Eglite	۳۷
۲۰۱۴	Hamzah, Adisasmita, Harianto, Pallu	۳۸
۲۰۱۰	Franco and Estevão	۳۹
۲۰۱۵	Ekpenyongg and Mmom	۴۰

مرحله دوم؛ با توجه به هدف پژوهش، استراتژی مطالعه موردی مناسب‌ترین استراتژی به‌شمار می‌رفت؛ چراکه در مطالعه موردی گروه یا جامعه خاصی از ابعاد مختلف بررسی می‌شود (Sturman, 1997). به عبارتی، با استفاده از این روش می‌توان تجربه‌های موجود در هر پدیده را به‌صورت عمیق و همه‌جانبه به چالش کشید که در این پژوهش هدف دریافت انگیزه‌های مشارکت عمومی - خصوصی در زمینه بناهای تاریخی کشور است. پیاده‌سازی مطالعه موردی دارای چهار گام است (Crowe et al., 2011) که در ادامه نحوه پیگیری هر یک از این گام‌ها مرور خواهد شد:

۱. **مشخص کردن حوزه مطالعه:** همان‌طور که پیش‌تر اشاره شد هدف ما شناسایی اهداف مشارکت عمومی - خصوصی در زمینه بناهای تاریخی است.
۲. **انتخاب موردها:** برای انجام مطالعه چهار مورد از بناهای تاریخی انتخاب

شدند که به‌زعم متخصصان از موفقیت نسبی در زمینه مشارکت در کشور برخوردار بودند. این چهار بنا عبارت است از سرای عامری‌ها، بوتیک هتل نظامیه، کاروانسرای سعدالسلطنه و کاروانسرای ابوزیدآباد.

۳. **جمع‌آوری و تحلیل داده‌ها:** به‌منظور فهم عمیق پدیده، استفاده از ابزارهای گردآوری متفاوت برای داده‌ها رایج است. بدین جهت انجام مصاحبه، بررسی اسناد موجود، مشاهده و یادداشت‌برداری در فرایند این مطالعه مورد استفاده قرار گرفت. برای انجام مصاحبه، ۲۷ نفر از اشخاص مرتبط با پروژه از هر دو بخش عمومی و خصوصی به‌صورت هدفمند انتخاب شدند.

جدول ۲. شماره و ویژگی مصاحبه‌شوندگان

شماره مصاحبه‌شوندگان	ارتباط با موردها
۱	از جمله مسئولان شرکت عظام (بخش خصوصی مرتبط با سرای عامری‌ها)
۲	کارشناس بخش خصوصی سرای عامری‌ها
۳	کارشناس صندوق احیا مطلع از پروژه عامری‌ها
۴	مسئول سازمان نوسازی- بهسازی مرتبط با پروژه سعدالسلطنه
۵	مسئول سازمان اسبق نوسازی- بهسازی مرتبط با پروژه سعدالسلطنه- از مسئولان فعلی اداره کل میراث فرهنگی شهر قزوین
۶	مسئول صندوق احیا مطلع از پروژه سعدالسلطنه
۷	مشاور حقوقی بخش خصوصی در پروژه کاروانسرای ابوزیدآباد
۸	از مسئولان بوتیک هتل نظامیه (بخش خصوصی)
۹	کارشناس صندوق در خصوص بنای عامری‌ها
۱۰	از مسئولان سرای عامری‌ها (بخش خصوصی)
۱۱	بهره‌بردار سعدالسلطنه
۱۲	بهره‌بردار سعدالسلطنه
۱۳	از جمله مسئولان مرمت سعدالسلطنه

شماره مصاحبه‌شوندگان	ارتباط با موردها
۱۴	از مسئولان وزارت راه و شهرسازی
۱۵	کارشناس صندوق احیا و بهره‌برداری از بناهای تاریخی
۱۶	کارشناس صندوق احیا و بهره‌برداری از بناهای تاریخی
۱۷	کارشناس صندوق احیا و بهره‌برداری از بناهای تاریخی
۱۸	از مسئولان ارشد سابق سازمان اوقاف و امور خیریه کل کشور
۱۹	از مسئولان ارشد سازمان اوقاف و امور خیریه کل کشور
۲۰	از مسئولان اداره بهره‌وری سازمان اوقاف و امور خیریه کل کشور
۲۱	از مسئولان بخش اجاره سازمان اوقاف و امور خیریه کل کشور
۲۲	طرف بخش خصوصی کاروانسرای ابوزیدآباد
۲۳	از مسئولان شهرداری کاشان - فعال حوزه گردشگری شهر کاشان
۲۴	فعال حوزه میراث فرهنگی و عضو شورای شهر تهران
۲۵	فعال بخش خصوصی در زمینه بناهای تاریخی
۲۶	فعال بخش خصوصی در زمینه بناهای تاریخی
۲۷	کارشناس سازمان نوسازی و بهسازی شهر قزوین

برای تحلیل داده‌های گردآوری شده از نرم‌افزار Maxqda10 و روش تحلیل مضمون استفاده شد. مضمون یا تم، الگویی است که در داده‌ها یافت می‌شود و حداقل به توصیف و سازمان‌دهی مشاهدات و حداکثر به تفسیر جنبه‌هایی از پدیده می‌پردازد (Boyatzis, 1998).
 به عقیده براون و کلارک^۱ (۲۰۰۶) کدگذاری در تحلیل مضمون خود شامل شش مرحله است:

- **مرحله اول؛ آشنایی با داده‌ها:** شامل بازخوانی داده‌ها در جستجوی معانی و الگوها.

1. Braun and Clarke

- **مرحله دوم؛ ایجاد کدهای اولیه:** این مرحله شامل ایجاد کدهای اولیه از داده‌هاست. کدها ویژگی داده‌ها را معرفی می‌کنند که به‌نظر تحلیل‌گر جالب می‌رسد. داده‌های کدگذاری شده از تم‌ها متفاوت هستند.
- **مرحله سوم؛ جستجوی کدهای گزینشی:** این مرحله شامل دسته‌بندی کدهای مختلف در قالب کدهای گزینشی و مرتب کردن همه خلاصه داده‌های کدگذاری شده است.
- **مرحله چهارم؛ شکل‌گیری تم‌های فرعی:** مرحله چهارم زمانی شروع می‌شود که محقق مجموعه‌ای از تم‌ها را ایجاد کرده و آنها را مورد بازبینی قرار می‌دهد.
- **مرحله پنجم؛ تعریف و نام‌گذاری تم‌های اصلی:** محقق تم‌های اصلی را که برای تحلیل ارائه کرده، تعریف می‌کند و مورد بازبینی مجدد قرار می‌دهد، سپس داده‌های داخل آنها را تحلیل می‌کند.
- **مرحله ششم؛ تهیه گزارش:** در این مرحله محقق مجموعه‌ای از تم‌های اصلی کاملاً انتزاعی و منطبق با ساختارهای زمینه‌ای تحقیق را در اختیار دارد.

۳. تفسیر داده و گزارش یافته‌ها

خروجی تفسیر و گزارش داده‌ها در بخش یافته‌های تحقیق آورده شده است.

۴. یافته‌های تحقیق

یافته‌های این پژوهش در خصوص مشارکت‌های عمومی- خصوصی در زمینه گردشگری با دو نگاه، بیرونی کشورهای مختلف و نگاه درونی و خاص بناهای تاریخی برمبنای چهار تجربه در کشور است.

مرحله اول؛ با بررسی ۴۰ مقاله منتخب و کدگذاری محتوای این مقالات در نرم افزار Maxqda10، ۸ تم (مقوله) اصلی به همراه مجموعه‌ای از تم‌های فرعی (زیرمقوله‌ها) شناسایی شدند؛ اهداف پایداری و اجتماعی، اهداف استراتژیک، اهداف تأمین بودجه و سرمایه، تأمین منابع انسانی، تأمین زیرساخت، تحقیق و تکنولوژی، اهداف مرتبط با محصول و بازاریابی و فروش.

جدول ۳. تم‌های اصلی و فرعی شناسایی شده در خصوص هدف مشارکت

عمومی - خصوصی در گردشگری براساس مطالعات

تم‌های اصلی	تم‌های فرعی
اهداف پایداری و اجتماعی	<ul style="list-style-type: none"> - کمک به رفاه اقتصادی مردم - توسعه پایدار گردشگری - رشد اقتصادی پایدار - اشتغال‌زایی
اهداف استراتژیک	<ul style="list-style-type: none"> - مدیریت ریسک بلایای طبیعی - افزایش قدرت رقابت‌پذیری - ایجاد استراتژی مشترک توسعه - توسعه مشارکت عمومی - خصوصی در بخش‌های دیگر - دسترسی به تجربه شریک - دسترسی به دانش تخصصی - ایجاد صرفه به مقیاس - توزیع منافع - توزیع ریسک - کاهش ریسک - ایجاد سینرژی - مدیریت امکانات، جاذبه‌ها و پروژه‌ها
تأمین بودجه و سرمایه	<ul style="list-style-type: none"> - غلبه بر موانع سرمایه‌گذاری - بهبود بازگشت سرمایه - تأمین بودجه و سرمایه
تأمین منابع انسانی	<ul style="list-style-type: none"> - دسترسی به نیروی انسانی متخصص - افزایش بهره‌وری و خلاقیت - آموزش نیروی انسانی - ایجاد کیفیت و استانداردسازی منابع انسانی

تم‌های اصلی	تم‌های فرعی
تأمین زیرساخت	<ul style="list-style-type: none"> - توسعه زیرساخت - زیرساخت‌های گردشگری - زیرساخت‌های عمومی / روساخت - توسعه سیستم‌های ارتباطی - تضمین امنیت - زیرساخت سلامتی و بهداشت
تحقیق و تکنولوژی	<ul style="list-style-type: none"> - دسترسی به تکنولوژی - انجام تحقیق و تحلیل - به‌کارگیری حساب‌های اقماری - توسعه تکنولوژیک
مرتبط با محصول	<ul style="list-style-type: none"> - افزایش ظرفیت خدمت‌رسانی - کاهش هزینه‌های خدمت‌رسانی - ارائه خدمات / کالاها - حفاظت و احیای بناهای تاریخی - حفاظت از منابع و جاذبه‌های گردشگری - تأمین رضایت گردشگران - توسعه محصول - افزایش رقابت‌پذیری محصولات و خدمات - حمایت از مصرف‌کننده - خلاقیت در محصول - توسعه جاذبه - کیفیت محصول
بازاریابی و فروش	<ul style="list-style-type: none"> - بسته‌بندی محصول - برندسازی - توزیع محصول - قیمت‌گذاری محصول - دسترسی به بازار جدید - همکاری در برنامه‌های بازاریابی - فراهم‌سازی امکان شرکت در نمایشگاه - بازاریابی و توزیع الکترونیک - توسعه بازار - افزایش اثربخشی بازاریابی - بهبود تصویر مقصد

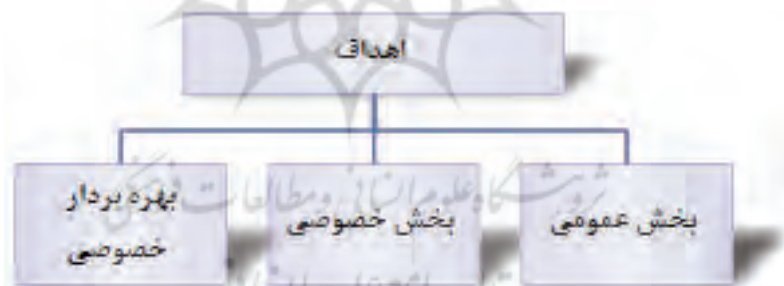
مأخذ: یافته‌های تحقیق.

نمونه‌هایی از کدهای استخراج شده در هریک از مقوله‌های کلیدی در ذیل آورده شده است:

- توسعه پایدار گردشگری در سطح محلی و جهانی نیازمند مشارکت و همکاری بیشتر از آن چیزی است که تاکنون در عمل، انجام شده است (مقاله شماره ۳۲- اهداف پایداری).
- یک مشارکت عمومی- خصوصی منجر به این می‌شود که سازمان به لحاظ تجاری بهتر و با متخصصان مناسب‌تری اداره شود (مقاله شماره ۴- اهداف استراتژیک).
- سازمان با مشارکت می‌تواند از تجارب دیگران استفاده کند و بهترین استراتژی‌های رایج برای توسعه و مدیریت کانال‌های کشتی‌های کروز گردشگری به کار گیرد (مقاله شماره ۶- اهداف استراتژیک).
- یکی از اهداف مشارکت عمومی - خصوصی، انتخاب بخش خصوصی بود که به بازار سرمایه برای بودجه‌ریزی در برنامه سیستم حمل‌ونقل هوایی ملی، دسترسی داشته باشد (مقاله شماره ۱۰- تأمین بودجه و سرمایه).
- مشارکت عمومی - خصوصی این فرصت را فراهم می‌کند که به جای نیروی انسانی با مهارت عمومی از متخصصان حرفه‌ای و باتجربه، بهره‌مند شود (مقاله شماره ۹- تأمین نیروی انسانی).
- اگرچه دولت زیمبابوه، پروژه‌های زیرساختی را با مشارکت عمومی - خصوصی راه‌اندازی کرده است اما این مشارکت‌ها به بستر خدمات نیز می‌تواند تسری یابد (مقاله شماره ۱۱- تأمین زیرساخت).
- اعضای مشارکت عمومی- خصوصی از دانشگاه مهندسی و معماری، معماران و مرمت‌گران، اساتید و فارغ‌التحصیلانی بودند که فعالیت تحقیق و توسعه

- گسترده‌ایی را راه‌اندازی کردند (مقاله شماره ۲۵- تحقیق و توسعه).
 - بسیاری از دولت‌ها دریافته‌اند که مشارکت عمومی - خصوصی آنها را قادر می‌سازد که به تولید محصولات بپردازند- اگر با شریک بخش خصوصی کار کنند (مقاله شماره ۱۱- در ارتباط با محصول).
 - مشارکت عمومی - خصوصی برای بسته‌بندی و برندینگ مقاصد گردشگری معنوی و تورهای مربوط به آن مانند سفر به مقصد مکه به کار گرفته می‌شود (مقاله شماره ۲۹- بازاریابی و فروش).
- همچنین در مرحله دوم که بررسی چهار تجربه داخلی است می‌توان اهداف مشارکت عمومی- خصوصی را در زمینه بناهای تاریخی در سه گروه بخش عمومی، خصوصی و در نهایت بهره‌برداران خصوصی، جای داد.

شکل ۱. تم‌های اصلی هدف از مشارکت



مأخذ: یافته‌های تحقیق.

بخش عمومی، اهدافی همچون تأمین هزینه‌های مرمت و حفاظت، تأمین زیرساخت گردشگری، الگوسازی برای بخش خصوصی، حفظ بنا، باز زنده‌سازی بافت تاریخی، هویت‌بخشی، انتفاع اقتصادی و اشتغال‌زایی را مدنظر داشته‌اند. اولویت اول برای مشارکت بخش عمومی در هر چهار مورد مطالعه شده، حفظ بناست. اگرچه اهداف دیگری نیز برای این بخش، تعریف شده است.

جدول ۴. اهداف بخش عمومی بناهای منتخب

مفهوم	عامری‌ها	سعدالسلطنه	ابوزیدآباد	نظامیه
تأمین هزینه‌های مرمت و حفاظت	*	*	*	*
تأمین زیرساخت گردشگری	*	*	*	*
الگوسازی برای بخش خصوصی	*	*		*
حفظ بنا	*	*	*	*
باز زنده‌سازی بافت تاریخی		*		
هویت‌بخشی	*	*	*	
انتفاع اقتصادی			*	*
اشتغال‌زایی			*	

مأخذ: همان.

- نمونه‌ای از متن تحلیل‌ها مرتبط با بخش عمومی، در ذیل آمده است:
- «اتفاقی که می‌فته یک ضرورت اقتصادی در کشور ما به این سمت رفت که بناهایی که در اختیارش هست را واگذار کنه به بخش خصوصی. ضرورتش هم از اینجا بوده که دولت از پس هزینه‌های مرمت و حفاظت بناها برنمیاد. خودش پول لازم برای سرمایه‌گذاری در گردشگری را نداره» (مصاحبه‌شونده شماره ۲، تأمین هزینه‌های مرمت و حفاظت، سرای عامری‌ها).
 - «هویت‌بخشی، حفظ نهادهای تاریخی شهر باز زنده‌سازی فضاهای موجود در بافت و از بالقوه به بالفعل تبدیل نمودن آنها به‌عنوان یک مرکز پذیرایی، سیاحتی، اقامتی، فرهنگی، اقتصادی و توریستی در چارچوب مقررات مربوطه» (متن قرارداد، هویت‌بخشی، کاروانسرای سعدالسلطنه).
 - «اولاً هدف اوقاف دنبال انتفاعش بود نفع اقتصادی ببره. ثانیاً ملک موقوفه است مالکیتش دست اوقاف باید قطعه موقوف را احیا کنه سر حال نگه داره اگر به بخش خصوصی نمی‌داد اثر به تدریج از بین می‌رفت این اثر احیا

شد نفع اقتصادی برای اوقاف داشت ماهی فلان قدر مال الاجاره می‌گرفت» (مصاحبه‌شونده شماره ۷، انتفاع اقتصادی، حفظ بنا، ابوزیدآباد).

بخش خصوصی در پروژه‌های مورد بررسی، اهدافی نظیر پرستیژ اجتماعی، شروع سرمایه‌گذاری در گردشگری، افزایش سرمایه اجتماعی، ایجاد مقصد گردشگری، انتفاع مالی، علایق شخصی و ارائه مهمان‌نوازی ایرانی را پیگیری می‌کرده‌اند.

انتفاع مالی، هدف مشترک بخش خصوصی در هر سه مورد سرای عامری‌ها، کاروانسرای ابوزیدآباد و عمارت نظامیه بوده است. این در حالی است که افزایش سرمایه اجتماعی، اولویت اول بخش خصوصی مشارکت‌کننده در بنای سعدالسلطنه بوده است.

جدول ۵. اهداف بخش خصوصی در بناهای مختلف

مفهوم	عامری‌ها	سعدالسلطنه	ابوزیدآباد	نظامیه
پرستیژ اجتماعی	*			*
شروع سرمایه‌گذاری در گردشگری	*		*	*
افزایش سرمایه اجتماعی		*		
ایجاد مقصد گردشگری		*		
انتفاع مالی	*		*	*
علایق شخصی			*	
ارائه مهمان‌نوازی ایرانی	*			*

مأخذ: همان.

نمونه‌ای از متن تحلیل‌ها مرتبط با بخش خصوصی، در ذیل آمده است:

- «یک آدم پولداری را راهنمایی کردند که بیاید آنجا سرمایه‌گذاری کند، یک پُز فرهنگی برایش ایجاد بشه» (مصاحبه‌شونده شماره ۶، پرستیژ اجتماعی، سرای عامری‌ها).

- «نکته دوم این بود که سعدالسلطنه و مرحله بعد قزوین‌ها به‌غیر قزوینی‌ها معرفی شود. قطعاً نمی‌شناختند. پس معرفی سعدالسلطنه به‌غیر قزوینی‌ها اولویت بود. چون می‌خواست تبدیل به یک مقصد گردشگری، مقصد گردشگری مسلماً برای شهروند که نیست فقط مقصد گردشگری مربوط به خارج شهر قزوین بود. اینجا هدف‌گذاری برای جمعیت تهران بود... کرج بود... بیست میلیون نفر از هشتاد میلیون نفر ایرانی در هم‌جوار شرق قزوین زندگی می‌کنند. پس روی آن حوزه تمرکز کردیم ... هزینه خیلی زیادی صورت گرفت» (مصاحبه‌شونده شماره ۴، افزایش سرمایه اجتماعی و ایجاد مقصد گردشگری، کاروانسرای سعدالسلطنه).

- «برای بخش خصوصی هم بحث مالی و هم بحث مهمان‌نوازی ایرانی مطرح بوده معنی ارائه خدمات مهمان‌نوازی در یک خانه ایرانی در سطح جهانی بدهد. پس هم بحث مالی مطرح بوده و هم بحث اعتباری یک برند مهمان‌نوازی برای خودش می‌سازد و پزیش را می‌دهد. ببینید بوتیک هتل خیلی بحث به‌روزیه یعنی برای کلاسش هم که شده خیلی از پول‌دارها این کار را می‌کنند» (مصاحبه‌شونده شماره ۸، انتفاع مالی و ارائه مهمان‌نوازی ایرانی، بوتیک هتل نظامیه).

اما مقصود از بهره‌بردار خصوصی، شخص ثالث است که بهره‌برداری از بنا را طی قراردادی با بخش خصوصی مشارکت‌کننده، برعهده می‌گیرد. از آنجا که فقط در خصوص بنای سعدالسلطنه بهره‌بردار شخص ثالث وجود داشته است امکان قیاس اهداف این گروه با گروهی مشابه در سایر موردها، وجود ندارد. هدف این ذی‌نفعان در مشارکت سعدالسلطنه با توجه به صحبت‌های مصاحبه‌شوندگان، احیای صنایع دستی، آموزش صنایع دستی، کارآفرینی، ایجاد ارتباطات انسانی، راه‌اندازی کسب‌وکار و درآمدزایی بوده است.

۵. جمع‌بندی، نتیجه‌گیری و پیشنهاد

پژوهش حاضر در پی آن بود تا هدف از مشارکت عمومی - خصوصی در زمینه بناهای تاریخی شهری را از منظر هریک از بخش عمومی یا خصوصی تعیین کند. بدین منظور چهار بنای تاریخی مورد مشارکت (سرای عامری‌ها، بوتیک هتل نظامیه، کاروانسرای سعدالسلطنه و کاروانسرای ابوزیدآباد) در راستای این مطالعه انتخاب شدند. در این میان در فرایند تحقیق، اهداف مدنظر شخص ثالث نیز به‌عنوان بهره‌بردارانی از بخش خصوصی (برای استفاده کوتاه‌مدت خود) مورد توجه قرار گرفت در حالی که این موضوع می‌تواند به پویاسازی هرچه بیشتر یکی از منابع قابل توجه توسعه اقتصاد شهرها کمک کند.

تأمین هزینه‌های مرمت و حفاظت، تأمین زیرساخت گردشگری، الگوسازی برای بخش خصوصی، حفظ بنا، باز زنده‌سازی بافت تاریخی، هویت‌بخشی، انتفاع اقتصادی و اشتغال‌زایی، از جمله اهداف بخش عمومی برای مشارکت بوده است. در این میان، تأمین هزینه‌ها، حفظ بنا و تأمین زیرساخت‌های گردشگری اولویت مشترک میان هر چهار بنای بررسی شده برای بخش عمومی است. به عبارتی برای بخش عمومی، حفظ بنا به‌عنوان میراث ملی و انتقال این میراث به صورت سالم به نسل‌های بعدی مورد توجه است. علاوه بر این، تأمین زیرساخت‌ها برای توسعه صنعت گردشگری نیز حائز اهمیت است. همچنین بخش عمومی تنها محوریت بنا را - چه از منظر حفاظتی و چه از منظر تعریف کاربری - مدنظر نداشته بلکه به جامعه‌ای که با این گونه بناها مرتبط هستند نیز اهمیت می‌دهد. به کلامی دیگر، باید توجه داشت که قالب این بناها در مناطق محروم شهری واقع شده‌اند که با پویاسازی بافت‌های تاریخی شهری از یک جهت می‌تواند به هویت‌بخشی و باز زنده‌سازی حیات اجتماعی در این مناطق کمک کند و هم برای ساکنان کمتر برخوردار این گونه محلات به اشتغال‌زایی منجر شود.

همچنین پرستیژ اجتماعی، شروع سرمایه‌گذاری در گردشگری، افزایش سرمایه اجتماعی، ایجاد مقصد گردشگری، انتفاع مالی، علایق شخصی و ارائه مهمان‌نوازی ایرانی، از جمله اهداف بخش خصوصی بوده است. در این میان، تأمین منافع مالی برای بخش خصوصی در اولویت اول بوده است. دستیابی به یک پرستیژ اجتماعی نیز یکی دیگر از منافع بخش خصوصی مشارکت‌کننده در این بناها بوده است که رنگ و روی انتفاع فردی را بیشتر نشان می‌دهد؛ اینکه مشارکت در زمینه بناهای تاریخی می‌تواند نشانگر غنای فرهنگ فردی و علامتی از توجه به سرمایه‌های ملی به‌شمار رود. توسعه شغلی نیز هدف کسب‌وکاری است که سرمایه‌گذاران در عناوینی همچون شروع سرمایه‌گذاری در گردشگری از آن یاد کرده‌اند. البته در این میان، اهداف ملی و دیگر خواهانه‌ای همچون افزایش سرمایه اجتماعی و ارائه مهمان‌نوازی ایرانی نیز مطرح شده است.

بهره‌برداران شخص ثالث که در مورد کاروانسرای سعدالسلطنه وجود داشته‌اند و غالب غرفه‌دارانی بودند که به عرضه صنایع دستی و محصولات سنتی محلی، مشغول بوده‌اند. هدف این اشخاص به‌عنوان مشارکت برای احیای صنایع دستی، آموزش صنایع دستی، کارآفرینی، ایجاد ارتباطات انسانی، راه‌اندازی کسب‌وکار و درآمدزایی بوده است. به‌عبارتی از یک سو راه‌اندازی کسب‌وکار شخصی و از سوی دیگر، توجه به صنایع دستی محلی، مورد توجه این گروه از ذی‌نفعان در مشارکت عمومی - خصوصی در زمینه بناهای تاریخی بوده است. این امر فرصتی است که از قبل آن، هم تأمین منافع فردی بهره‌برداران و هم اهداف ملی در راستای حفظ هنرهای سنتی و صنایع دستی در کشور محقق شود.

اما در قیاس خروجی مطالعه حاضر با مطالعات پیشین، به‌نظر می‌رسد اگرچه قالب مقوله‌بندی انجام شده در خروجی مطالعه چند موردی متفاوت از مقوله‌بندی

مرور سیستماتیک در زمینه اهداف مشارکت بوده است- توجه به اهداف سه بخش عمومی، خصوصی و بهره‌برداران به‌جای محورهای موضوعی- اما بسیاری از اهداف شناسایی شده در موردها دارای شباهت با مقاصد تعریف شده در پیشینه این موضوع است. مواردی همچون تأمین سرمایه، توسعه زیرساخت‌های گردشگری، حفاظت، انتفاع اقتصادی و اشتغال‌زایی از جمله مفاهیمی است که در پیشینه مطالعات نیز موجود است.

مواردی همچون الگوسازی برای بخش خصوصی، باز زنده‌سازی بافت تاریخی، هویت‌بخشی، ایجاد پرستیژ اجتماعی برای بخش خصوصی، افزایش سرمایه اجتماعی، علایق شخصی، ارائه مهمان‌نوازی ایرانی، احیای صنایع دستی، آموزش صنایع دستی و ایجاد ارتباطات انسانی به‌نظر مفاهیم جدید و قابل توجه در زمینه مشارکت در بناهای تاریخی، به‌شمار می‌رود. مفاهیمی که بعضاً خاص بناهای تاریخی بوده یا در بستر کشور ما، قابل تعریف است.

در هر روی با توجه به نتایج به‌دست آمده، بخش خصوصی بیشتر در پی تأمین منافع مادی خود بوده است بنابراین بخش عمومی در مشارکت‌های عمومی - خصوصی در زمینه بناهای تاریخی باید سیاست‌های خود را به‌گونه‌ای تنظیم کند که حداکثر اقدام‌های تضمینی برای تأمین منافع طرف بخش خصوصی، اتخاذ کند. بدین‌منظور می‌توان از ظرفیت‌های حمایتی موجود در قانون حمایت از مرمت و احیای بافت‌های تاریخی - فرهنگی بهره برد (مصوب ۱۳۹۸/۰۴/۱۲)؛ مواردی همچون قبول ارائه تسهیلات به بافت‌های تاریخی، قبول سند مالکیت بناهای تاریخی به‌عنوان وثیقه بانکی، بیمه بناهای تاریخی، بهبود کیفیت زندگی (ارائه خدمات شهری) به بناهای تاریخی واقع در بافت‌های فرسوده شهری و غیره. مواردی که به‌نظر کمتر به مرحله اجرا رسیده‌اند.

در مقابل بخش خصوصی باید در جهت رعایت استانداردها و حفظ بناها اقدام و تلاش کند تا کاربری گردشگری در بهره‌برداری از بنای واگذار شده به کار گرفته شود. در پژوهش‌های بعدی می‌توان موضوع‌های مرتبط دیگر نظیر منافع متصور و وظایف مورد انتظار از هریک از بخش‌های عمومی یا خصوصی را در این زمینه مشارکتی، مورد بررسی قرار داد. بررسی اهداف مشارکت عمومی- خصوصی بناهای تاریخی در دیگر کشورها نیز می‌تواند موضوع مورد توجهی در مطالعات تطبیقی بعدی به‌شمار رود.



منابع و مأخذ

۱. رنجبریان، بهرام و محمد زاهدی (۱۳۹۱). شناخت گردشگری، اصفهان، نشر چهارباغ.
۲. مینتربرگ، هنری، بروس آلستراند و ژوزف لمپل (۱۳۸۴). جنگل استراتژی (کارآفرینی در قالب یک مکتب)، ترجمه محمود احمدپور داریانی، تهران، جاجرمی.
3. Absalyamov, T. (2015). "Tatarstan Model of Public-private Partnership in the Field of Cultural Heritage Preservation", *Procedia - social and Behavioral Sciences*, 188 (5).
4. Aggarwal, M. and P. Suklabaidya (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 and Tourism Systems*, 10 (2).
5. Al-Hathloul, S. and M. Aslam Mughal (2001). "Makkah: Developing the Center of Islam District", *Urban Design International*, 6 (1).
6. Arbulú, I., J. Lozano and J. Rey-Maqueira (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.
7. Arbulu, L., J. Lozano and J. Rey-Maqueira (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 (5).
8. Boniotti, C. (2019). "The Beneficial Role of Survey in the Investment Analysis for Public Cultural Heritage Concession", 2nd International Conference of Geomatics and Restoration, Milan, Italy.
9. _____ (2021). "The Public-private-people Partnership (P4) for Cultural Heritage Management Purposes", *Journal of Cultural Heritage Management and Sustainable Development*, Vol. 13, No. 1.
10. Boyatzis, R.E. (1998). *Transforming Qualitative Information: Thematic Analysis and Code Development*, U.S, Sage.
11. Braun, V. and V. Clarke (2006). "Using Thematic Analysis in Psychology", *Qualitative Research in Psychology Journal*, 3 (2).
12. Carbonara, N., N. Costantinv and R. Pellegrino (2014). "Concession Period for Ppps: A Win-Win Model for a Fair Risk Sharing", *International Journal of Project Management*, 32 (7).
13. 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).
14. Cheung, E. and A.P.C. Chan (2012). “Revitalising Historic Buildings Through Partnership Scheme: A case study of the Mei Ho House in Hong Kong”, *Property Management*, 30.
 15. _____ (2014). “Revitalising Historic Buildings Through Partnership Scheme: Innovative form of Social Public-private Partnership”, *Journal of Urban Planning and Development*, 140 (001).
 16. Chung, J.K. (2012). *Adaptive Reuse of Historic Buildings Through PPP: A Case Study of Old Tai-o Police Station in HK*, Paper Presented at the 2nd Interna Onal Conference on Management, Economics and Social Sciences (ICMESS’2012), Bali, Indonesia
 17. Crowe, S., K. Cresswell, A. Robertson and G. Huby (2011). “The Case Study Approach”, *BMC Med Res Methodol*, 11 (10).
 18. Cruz, C.O. and J.M. Sarmiento (2017). “Airport Privatization with Public Finances Under Stress: An Analysis of Government and Investor’s Motivations”, *Journal of Air Transport Management*, 62 (2).
 19. Darcy, S. and S. Wearing (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”, *Journal of Heritage Tourism*, 4 (3).
 20. Di Vaio, A., F. Medda and L. Trujillo (2011). “An Analysis of the Efficiency of Italian Cruise Terminals”, *International Journal of Transport Economics*, 38 (1).
 21. Drucker, P.F. (2008). *Management*, New York, Harper Collins Publishing.
 22. Dubini, P., L. Leone and L. Forti (2012). “Role Distribu on in Public-private Partnerships: The Case of Heritage Management in Italy”, *International Studies of Management and Organization*, 42 (2).
 23. Ekpenyong, O. and P.C. Mmom (2015). “Public-private Partnership and Tourism Development in the Niger Delta Region”, *Journal of Environment and Earth Science*, 5 (2).
 24. Ezzat Othman, A.A. and N.A. Mahmoud (2020). “Private Partnerships as an Approach for Alleviating Risks Associated With Adaptive Reuse of Heritage Buildings in Egypt”, *International Journal of Construction Management*, 22 (9).
 25. Ferrara, C., R. Pierdicca, M. Paolanti, C. Aleffi, S. Tomasi, G. Paviotti, P. Passarini, C. Mignani, A. Ferrara, A. Cavicchi and E. Frontoni (2020). “The Role of Icts and

- Public-private Cooperation for Cultural Heritage Tourism”, *The Case of Smart Marca, Supplementi*, 10 (6).
26. Franco, M. and C. Esteveao (2010). “The Role of Tourism Public-private Partnerships in Regional Development: A Conceptual Model Proposal”, *Cadernos Ebape*, 8 (4).
27. Frost, W. and J. Laing (2018). “Public-private Partnerships for Nature-based Tourist Attractions: The Failure of Seal Rocks”, *Journal of Sustainable Tourism*, 27 (7).
28. Geoffrey Deladem, T., Z. Xiao, T.T. Siueia, S. Doku and I. Tettey (2021). “Developing Sustainable Tourism Through Public-private Partnership to Alleviate Poverty in Ghana”, *Tourist Studies*, 21 (2).
29. Gerbaux, F. and E. Marcelpoil (2006). “Governance of Mountain Resorts in France: The Nature of the Public-private Partnership”, *Revue de Géographie Alpine*, 94 (1).
30. Grimsey, D. and K. Mervyn (2007). *Public Private Partnerships: The Worldwide Revolution in Infrastructure Provision and Project Finance*, USA, Massachusetts.
31. Gusory, D., M. Saayman and M. Sotiriadis (2015). *Collaboration in Tourism Business and Destination*, USA: Emerald Group Publishing.
32. Hammami, M., J.F. Ruhashyankiko and E.B. Yehou (2006). *Determinants of Public Private Partnerships in Infrastructure*, Washington DC: International Monetary Fund.
33. Hamzah, S., S.A. Adisasmita, T. Harianto and M.S. Pallu (2014). “Private Involvement in Sustainable Management of Indonesian Port: Need and Strategy with PPP Scheme”, *Procedia Environmental Sciences*, 20.
34. Haq, F., A. Medhekar and P. Bretherton (2009). *Public and Private Partnership Approach for Applying the Tourism Marketing Mix to Spiritual Tourism*, Editors: A. King, K. Dyer, D. Radulovic, B. Murray and J. Strouhal, International Handbook of Academic R.
35. Heeley, J. (2011). “Public: Private Partnership and Best Practice in Urban Destination Marketing”, *Tourism and Hospitality Research*, 11 (3).
36. Holloway, J.C. (1983). *The Business of Tourism*, Prentice Hall.
37. Hough, J. (2008). *Crafting and Executing Strategy*, Berkshire, McGraw-hill Education.
38. Jelincic, D.A., A. Tisma, M. Senkic and D. Doding (2017). “Public-private Partnership in Cultural Heritage Sector”, *Transylvanian Review of Administrative Sciences*, Special Issue (December 2017).
39. Johnson, G., S. Kevan and R. Whittington (2008). *Exploring Corporate Strategy*, 8th, London, Financial Times Prentice Hall.

40. Kamarudin, M.K., Z. Yaha, R. Harun and A. Jaapar (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, Kuch.
41. Kaufmane, D. and A. Eglite (2016). *Private and Public Sector Cooperation in Touri*, International Conference Economix Science for Rural Development, Jelgava.
42. Lawther, W.C. (2005). "Public-private Partnerships in Transportation Policy: The Case of Advanced Traveler Information Systems", *International Journal of Public Administration*, 28.
43. Lyudmila Vladimirovna, S., K. Elena Alexandrovna, C. Olga Ivanova, G. Natalia Anatolyevna and V.T. Pavel (2020). "Supporting the Tourism Industry in the Context of the Coronavirus Pandemic and Economic Crisis", *Social Tourism and Public-Private Partnership Journal of Environmental Management & Tourism*, Vol.11, No. 6.
44. Macdonald, S. and C. Cheong (2014). *The Role of Public-private Partnerships and the Third Sector in Conserving Heritage Buildings, Sites, and Historic Urban Areas*, Los Angeles, The Getty Conservation Institute.
45. Majumdar, A. and W. Ochieng (2004). "From 'our air is not for sale' to 'airtrack': The Part Privazaon of the uk's Airspace", *Transport Reviews*, 24 (2).
46. Minnie, J.A. (2011). *Critical Success Factor for Public- private Partnership in South Africa*, Doctoral Thesis, Stellenbosch University.
47. Mistilis, N. and R. Daniele (2005). "Challenges for Competitive Strategy in Public and Private Sector Partnerships in Electronic National Tourist Destination Marketing Systems", *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 17 (4).
48. NCPPP (National Council for Public-private Partnerships) (2017). *7 Keys to* <http://www.ncppp.org/ppp-basics/7-keys>.
49. Ng, S.T., Y.M. Wong and J.M. Wong (2012). "Factors Influencing the Success of PPP at Feasibility Stage—A Tripartite Comparison Study in Hong Kong", *Habitat International*, 36 (4).
50. Nguyen, D., F. Imamura and K. Iuchi (2017). "Public-private Collaboration for Disaster Risk Management: A Case Study of Hotels in Matsushima, Japan", *Tourism Management*, 61 (8).
51. Nyagwachi, J. and J. Smallwood (2008). "South African Public Private Partnership (PPP) Projects", *Journal of Construction*, Vol. 1, No. 2, (Cape Town, Crown Publication Plc).
52. Nyagwachi, J.N. (2008). "South African Public Private Partnership (PPP) Projects",

Doctoral thesis, Nelson Mandela Metropolitan University.

53. OECD (2006). "Successful Partnership. A Guide. Vienna: OECD LEED Forum on Partnership and Governance".
54. Parmigiani, A. and M. Rivera-Santos (2011). "Clearing a Path through the Forest: A MetaReview of Interorganizational Relationships", *Journal of Management*, 37 (4).
55. Pearce, D. (1992). *Tourism Organisations*, UK: John Wiley and Sons.
56. Peric, M. (2009). "Criteria for Setting up the Public- private Partnership in Croatian Tourism and Selection of Optimal Public- Private Partnership Model", *Poslovna Izvrsnost*, 3 (2).
57. Proenca, N. and M.J. Revez (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).
58. Rhama, B. and F. Setiawan (2020). "Assessing Public Private Partnership in Indonesia Tourism", *Policy and Government Review*, 4 (3).
59. Roumboutsos, R., C.L. Liyanage, S. Farrell and L. Macário (2013). "Public Private Partnerships in Transport: Case Study Structure", In: A. Roumboutsos, S. Farrell C.L. Liyanage and R. Macário (ed.) *Public Private Partnerships in Transport: Trends and Theory*, COST Actio.
60. Sai, J.P., N. Muzondo and E. Marunda (2015). "Challenges Affecting Establishment and Sustainability of Tourism Public Private Partnerships in Zimbabwe", *Asian Social Science*, 11 (23).
61. Shannon, S. (2002). "Critical Appraisal of Systematic Reviews", *Oct*, 53 (4).
62. Soemitro, R.A. and I.B.P. Adnyana (2016). "Failure Factors of Public-Private Partnership at Tourism Port Development of Tanahampo in Bali", *Journal of Sustainable Development*, 9 (4).
63. Sturman, A. (1997). *Educational Research, Methodology and Measurement: An International Handboo*, New York, Pergamon.
64. Su, D., G. Wall and P.F.J. Eagles (2007). "Emerging Governance Approaches for Tourism in the Protected Areas of China", *Environmental Management*, 39 (6).
65. Teker, A. and D. Teker (2012). "Tourism Projects Financing: A Public-private-partnership Model", *Business Management Dynamics*, 2 (5).
66. Tijani, A.M. (2014). *Legal and Regulatory Framwork for Public-private Partnership in Infrustructure Development: A Case Studyof Three African Models and Core International Framworks*, Kulala Lumpur, Doctora Thesis, University of Malaya.

67. Vaupot, Z. (2020). "Foreign Direct Investments, Cultural Heritage and Public-private Partnership: A Better Approach for Investors?. ANNALES", *Series Historia et Sociologia*, 30 (2).
68. Ventura, C., G. Cassalia and L.D. Spina (2016). *New Models of Public- private in Cultural Heritage Sector: Sponsorships between Models and Traps*, 2nd International Symposium "New Metropolitan Perspective", Reggio Calabria, Italy.
69. Weiermair, K., M. Peters and J. Frehse (2008). "Success Factors for Public Private Partnership: Cases in Alpine Tourism Development", *Journal of Services Research*, Special Issue.
70. Wilson, E., N. Nielsen and J. Buultjens (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).
71. World Tourism Organization (UNWTO) (2001). "Public - private Sector Cooperation Report".
72. Zaitseva, N.A., A.A. Larionova and L. Semenova (2017). "Realization of Projects of Public-private Partnership in Tourism and Services in the Russian Federation", *Espacios*, 38 (49).
73. Zhao, Y. (2015). "China's Leading Historical and Cultural City': Branding Dali City Through Public-private Partnerships in Bai Architecture Revitalization", *Cities*, 49 (12).