



The study of factors affecting the development of marine tourism in line with the development of the Sea-based Economy

Mehdi Hesam^{1*} 

1. Associate Professor. Department of Geography and Urban Planning, Faculty of Literature and Humanities, University of Guilan, Rasht, Iran. Corresponding Author. Email: Mhesam@guilan.ac.ir

Article Info

Article type:
Research Article

Article history:
Received: 14-03-2025
Accepted: 03-08-2025

Keywords:
Sea-based Economy,
Sea Tourism,
Development.

Abstract

Today, the Sea-based economy and its related sectors such as marine tourism have attracted the attention of myriad countries in the world. Iran, as a maritime country with its special geographical situation, should move towards the Sea-based economy, and by using the potential of maritime resources, increase the share of the Sea-based economy in its economic development as well. One of the sectors of the Sea-based economy that has not developed so much in the country is the marine tourism. Considering the importance of the subject, the present study was conducted with the aim of investigating the factors affecting the development of marine tourism in line with the development of the Sea-based economy. This study is practical in terms of objective, quantitative in terms of collecting documentary and field information, and descriptive-analytical in terms of its nature. The statistical population in this study consists of 23 experts who were selected using the snowball method. The data collection tool for this study was a researcher-made questionnaire having 6 indicators and 49 items. The collected data were analyzed by using t-tests and Pearson's correlation.

The results of the study show that the factors of marine tourism infrastructure, marine tourism economy, social factors of marine tourism, environmental factors of marine tourism, marine tourist attractions, and legal factors of marine tourism have the greatest impact on the development of marine tourism in Iran, respectively. Furthermore, the high correlation of the indicators with the development of marine tourism requires greater attention to improving these indicators, especially the marine tourism infrastructure index and marine tourism economy.

Cite this article: Hesam, M. (2026). The study of factors affecting the development of marine tourism in line with the development of the Sea-based economy. *Journal of Defense Economics & Sustainable Development*, 11 (39), 59-81.

 [20.1001.130607531.1405.11.39.3.2](https://doi.org/10.1001.130607531.1405.11.39.3.2)



© The Author(s) 2026. Published by Defense Economics Scientific Association of Iran. This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0 license)



اقتصاد دفاع و توسعه پایدار

شاپا الکترونیکی: ۳۹۸۱-۰۶۱۰

شاپا چاپی: ۳۰۶۰-۷۵۳۱



بررسی عوامل موثر بر توسعه گردشگری دریایی در راستای توسعه اقتصاد دریا محور

مهدی حسام^۱

۱. دانشیار، گروه جغرافیا و برنامه ریزی شهری، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه گیلان، رشت، ایران. نویسنده مسئول.

رایانامه: Mhesam@guilan.ac.ir

چکیده

امروزه اقتصاد دریا و بخش های وابسته به آن مانند گردشگری دریایی مورد توجه بسیاری از کشورهای جهان قرار گرفته است. ایران نیز به عنوان کشوری دریایی با موقعیت جغرافیایی ویژه باید به سمت اقتصاد دریا محور حرکت نموده و با استفاده از پتانسیل های منابع دریایی، سهم اقتصاد دریا را در توسعه اقتصادی کشور بالا ببرد. یکی از بخش های اقتصاد دریا که در کشور توسعه چندانی پیدا نکرده است، گردشگری دریایی می باشد. با توجه به اهمیت این موضوع، پژوهش حاضر با هدف بررسی عوامل موثر بر توسعه گردشگری دریایی در راستای توسعه اقتصاد دریا محور انجام شده است. این پژوهش از نظر هدف کاربردی، از نظر روش جمع آوری اطلاعات اسنادی و میدانی با رویکرد کمی و از نظر ماهیت، یک تحقیق توصیفی-تحلیلی است. جامعه آماری در این تحقیق متشکل از کارشناسان خبره به تعداد ۲۳ نفر می باشد که به روش گلوله برفی انتخاب شدند. ابزار جمع آوری داده در این پژوهش پرسشنامه محقق ساخته بوده که دارای ۶ شاخص و ۴۹ گویه می باشد. داده های جمع آوری شده با استفاده از آزمونهای تی و همبستگی پیرسون مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند.

نتایج تحقیق نشان می دهد که به ترتیب عوامل زیرساخت های گردشگری دریایی، اقتصاد گردشگری دریایی، عوامل اجتماعی گردشگری دریایی، عوامل محیطی گردشگری دریایی، جاذبه های گردشگری دریایی و عوامل قانونی گردشگری دریایی بیشترین تاثیرگذاری را بر توسعه گردشگری دریایی در ایران دارند. همچنین همبستگی بالای شاخص ها با توسعه گردشگری دریایی لزوم توجه بیشتر به ارتقای این شاخص ها بخصوص شاخص زیرساخت های گردشگری دریایی و اقتصاد گردشگری دریایی را دارد.

اطلاعات مقاله

نوع مقاله:

مقاله علمی

تاریخچه مقاله:

تاریخ ارسال: ۱۴۰۳/۱۲/۲۴

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۵/۱۲

واژگان کلیدی:

اقتصاد دریا محور، گردشگری

دریایی، توسعه.

استناد به مقاله: حسام، مهدی. (۱۴۰۵). بررسی عوامل موثر بر توسعه گردشگری دریایی در راستای توسعه اقتصاد دریا محور. فصلنامه اقتصاد دفاع و توسعه پایدار،

۱۱-۵۹، (۳۹) ۲۰.1001.1.30607531.1405.11.39.3.2



۸۱-۵۹، (۳۹) ۱۱

ناشر: انجمن علمی اقتصاد دفاع ایران

© نویسندگان

۱. مقدمه

صنعت گردشگری، به عنوان یک فعالیت اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی برای توسعه کشورها اهمیت بسزایی یافته است. گردشگری، پدیده‌ای است که در صورت برنامه‌ریزی صحیح می‌تواند به افزایش تولید، ارتقای سطح زندگی، رفاه عمومی و اشتغال بسیاری از عوامل تولید از جمله کار، سرمایه و زمین منجر شود. اقتصاددانان از صنعت گردشگری به عنوان یک صنعت مولد سرمایه و اشتغال‌زا نام می‌برند و توجه خاصی به این صنعت دارند؛ از این رو، معتقدند توسعه صحیح گردشگری به لحاظ اقتصادی، موجب افزایش ارزآوری می‌شود. اگر کشوری بتواند از پتانسیلها استفاده کند و چرخه‌های این صنعت را در کشور خود به حرکت درآورد، شاهد شکوفایی شگرفی در سطح اقتصاد کشور خواهند بود (شکوری و همکاران، ۱۳۹۶). همچنین از نظر پویایی، گردشگری یکی از بخش‌هایی است که سریع‌ترین رشد را در سطح جهان دارد. با وجود بحران اقتصادی جهانی در سال ۲۰۰۹، صنعت گردشگری به سرعت بهبود یافت و از سال ۲۰۱۰ گردشگری بین‌المللی با نرخ‌های بیش از ۴ درصد رشد کرد که نشان‌دهنده وضعیت این صنعت به عنوان یک صنعت پویا و قوی است. اخیراً، در طول سال ۲۰۲۰ به بعد و پس از همه‌گیر کووید-۱۹ صنعت گردشگری نیز شروع به جهش دوباره نموده است (فرناندز ماکو، گونزالز و وایرتو^۱، ۲۰۲۴). یکی از انواع گردشگری که از گذشته همواره مورد توجه ذینفعان گردشگری بوده است، گردشگری دریایی می‌باشد. امروزه اقتصاد دریا و سواحل که مرزهای آبی کشور را تشکیل می‌دهند، از جایگاه ویژه‌ای برخوردارند؛ لذا استفاده مطلوب و مناسب از کلیه ظرفیتهای دریایی باید به عنوان یک ضرورت مورد توجه قرار گیرد (فرناندز ماکو و همکاران^۲، ۲۰۱۵). در این راستا اقتصاد دریامحور، راهبردی اساسی، توسعه‌ای و کنشگرا و درنهایت، تحول‌آفرین است. اساسی است؛ زیرا در سطح بالایی نهادها و سازمانهای زیادی را درگیر می‌کند. توسعه‌ای است؛ زیرا با موضوعات مختلف توسعه‌ای و حاکمیتی مانند جمعیت‌پذیری، ایجاد زیرساختها و ارتباطات گره خورده است و کنشگراست؛ زیرا محرک جدی به کارگیری و به کار اندازی صنایع و اشتغال در دریاها و سواحل است (استادی جعفری، ۱۴۰۰). یکی از راه‌های توسعه اقتصاد دریامحور، گردشگری است. صنعت سفر و گردشگری با درآمدی بالغ بر ۶/۵ تریلیون دلار، که بخش قابل توجهی از آن در سطح جهانی مربوط به سفر گردشگری دریایی است، اکنون بخشی کاملاً توسعه یافته و جدی در منابع درآمد مستقیم و غیرمستقیم اقتصادی کشورها است (فتیسو و مایورو^۳، ۲۰۱۷). اورامز^۴ (۲۰۰۲) گردشگری دریایی را این گونه تعریف می‌کند: «آن دسته از فعالیت‌های تفریحی که شامل سفر به دور از محل زندگی فرد می‌شود و در محیط دریایی متمرکز می‌باشد (که در آن محیط دریایی به عنوان آب‌های شور تعریف شده و متاثر از جزر و مد است)». البته گردشگری دریایی و ساحلی به عنوان دو شکل متمایز گردشگری محسوب می‌شوند، اما به دلیل نزدیکی به محیط دریایی، بسیار به هم مرتبط هستند (هاینس و همکاران^۵، ۲۰۲۴). حمل و نقل مسافری دریایی، یکی از

1 Fernández-Macho, González & Virto

2 Fernández Macho et al

3 Fetisov and Maiorov

4 Orams

5 Hynes et al

مهمترین، جذابترین و سودآورترین حوزه های درآمدزایی برای کشورها در جهان است. در بیشتر کشورهای دنیا توجه به تورهای دریایی، حمل نقل دریایی، ورزش و تفریحات آبی، غواصی و سایر سرگرمی های مرتبط با دریا در صدر برنامه های گردشگری قرار دارد (یون و همکاران^۱، ۲۰۱۴). مسافرتها دریایی ایمن ترین و مفرح ترین نوع مسافرت انتخابی برای گردشگران و مسافران در جهان است (پاپاچیورگیو^۲، ۲۰۱۶). توسعه دریا محور رویکرد نوینی است که باید جهت گیریهای کشور در هدایت سرمایه گذاریها و چشش فعالیتها، طی سالهای اخیر حول آن تمرکز یابد. در تحقق مفهوم توسعه دریا محور احداث و توسعه مراکز بازرگانی و خدماتی، گردشگری و ایجاد صنایع بزرگ در کنار بندر صادرات مجدد و نیز وجود پسرکانه های قوی در بندر جهت توسعه حمل و نقل چندوجهی از جمله مهمترین مولفه های این رویکرد به شمار میروند. از سوی دیگر ایران کشوری دریایی است که موقعیت جغرافیایی آن نیز ضرورت پرداختن به دریا را بیشتر نموده است. ایران با داشتن ۵۸۰۰ کیلومتر نوار ساحلی جنوبی و شمالی (۴۰ درصد مرزهای کشور)، کشوری دریایی محسوب می شود؛ ولی در میزان استفاده از این پتانسیل چندان موفق نبوده است. بیشترین فعالیت در عرصه سواحل کشور، مربوط به محدوده های شهری و روستایی و تأسیسات بندری و نظامی است که همه اینها حدود ۵ درصد از ظرفیت سواحل کشور را به خود اختصاص داده اند و حدود ۹۵ درصد از این ظرفیت مورد توجه قرار نگرفته است.

بدیهی است استفاده از این ظرفیت و به فعلیت درآوردن آن ضمن تغییر سیما و جهت کلی اقتصاد کشور، می تواند آن را به یک منطقه اقتصادی و گردشگری مطمئن در جهان تبدیل نموده و کارکردهای سنتی آن را که اکنون برخی از آنها به شدت ناکارآمد و غیر اثر بخش شده اند دگرگون کند. در واقع توسعه دریامحور با اصالت دادن به فضا، منظومه ای از فعالیتهای متنوع در بخشهای مختلف اقتصادی که همگی حول محور دریا سامان یافته اند را در شبکه ای از زنجیره های ارزش به هم پیوسته شکل می دهد که یکی از این بخشها گردشگری می باشد. از این رو، توسعه دریا محور باید رکن اصلی توسعه کشور قرار گیرد تا در راستای تحقق هدف اقتصاد دریایی، برون نگر و درون زاء، رقابت پذیر و جهان - محلی شده عمل نماید.

۲. مبانی نظری و پیشینه پژوهش

۲-۱. مبانی نظری پژوهش

گردشگری در چند دهه اخیر به گونه های مختلفی تعریف شده است. از میان این تعاریف شاید تعریف میل و موريسون^۳ جامعیت بیشتری داشته باشد. در این تعریف به فعالیتهای پیش و پس از مسافرت، همانند فعالیتهایی که در مقصد انجام می شود، اهمیت داده شده است: «گردشگری به مجموعه فعالیتهایی اطلاق می شود که در جریان مسافرت یک گردشگر اتفاق می افتد. به طور کلی می توان هرگونه فعالیت و فعل و انفعالی را که در جریان سفر یک سیاحتگر اتفاق می افتد گردشگری تلقی کرد» (لطفی خاچکی، ۱۳۸۷). کلمات توریست

1 Bowen et al

2 Papageorgiou

3 Mill & Morrison

و توریسم اولین بار در سال ۱۹۳۷ و به صورت رسمی توسط سازمان ملل مورد استفاده قرار گرفت. از میان کشورهای اروپایی، انگلیس اولین کشوری بود که به این صنعت روی آورد (حسینی و همکاران، ۱۳۹۲). تاکنون صاحبانظران و سازمانهای بین المللی با توجه به معیارهای مختلف، دسته بندی های متعددی از گردشگری ارائه کرده اند. گردشگری فرهنگی، گردشگری شهری، گردشگری روستایی، گردشگری ورزشی، گردشگری ماجراجویانه، گردشگری سالمندان و غیره انواعی از دسته بندی های گردشگری هستند (وحیدزادگان و زنگی آبادی، ۱۳۹۹). در این میان گردشگری دریایی از سالهای دور همواره به عنوان یکی از انواع گردشگری بسیار موردتوجه بوده و در دهه های اخیر بیشترین روند رشد را داشته که قاعدتاً نیاز به مطالعه و پژوهش بیشتر دارد (اورامز و لیوک^۱، ۲۰۱۶).

گردشگری، دارای طرف عرضه و تقاضا و محصولات مخصوص به خود با ویژگیهای متمایز از سایر فعالیتهای اقتصادی بوده و با استفاده از منابع اقتصادی دارای آثار مثبت یا منفی اجتماعی - اقتصادی در سطوح ملی یا بین المللی است (ایمانی خوشخو و علیزاده، ۱۳۹۲). گردشگری به راهبردی برای رشد و توسعه در مناطق ساحلی و دریایی با ویژگی های اقتصادی، فرهنگی و محیط زیستی منحصر به فرد تبدیل شده است. گردشگری فرصت های شغلی جدیدی را فراهم می کند و تولید ناخالص منطقه ای، درآمد نیروی کار و درآمدهای مالیاتی را افزایش می دهد (گو و همکاران^۲، ۲۰۱۷). گردشگری از مهمترین فعالیت های اقتصادی در مناطق دریایی و همچنین از بخش هایی است که سرعت بالایی در اقتصاد جهان دارد. گردشگری منبع اصلی درآمد خارجی در بیش از ۵۰ کشور جهان است (گاسینگ و همکاران^۳، ۲۰۱۸).

صنعت گردشگری برای ایجاد تعادل بین توسعه پایدار و ارتقای سطح کیفی زندگی جوامع محلی، نقش بسیار با اهمیت و قابل توجهی دارد و به طور مؤثری مشکلات جوامع فقیر و کم درآمد را مهار میکند. «اهمیت گردشگری در عصر حاضر، بیش از هر چیز دیگر، وابسته به چرخه اقتصادی آن است که قابلیت بالایی در زمینه پویایی اقتصاد محلی و بین المللی دارد» (لی و همکاران^۴، ۲۰۰۸). درآمدهای گردشگری در سفرهای خود میتواند جایگزینی برای صادرات باشد و به بهبود یافتن درآمدهای بسیاری از کشورها از طریق درآمد ارزی کمک می کند. بدین ترتیب، درآمد حاصل از گردشگری به منزله منبع درآمد قابل توجهی است که باعث افزایش اشتغال، درآمد خانوار و درآمد دولت در کشورهای جهان می شود (اوه^۵، ۲۰۰۵). از آنجایی که صنعت گردشگری در بسیاری از کشورها در حال رشد است، رابطه علی بین رشد اقتصادی و یافته های گردشگری برای سیاست گذاران دارای اهمیت است (سخنور و همکاران^۶، ۲۰۱۸). صنعت مسافرت و جهانگردی در زمان رشد خدمات جهش یافته از سال ۱۹۹۰ در سراسر جهان به طور فزاینده ای اهمیت یافته است. از سال ۱۹۹۵، سهم مستقیم

1 Orams& Lueck

2 Guo et al

3 Gössling et al

4 Lee et al

5 Oh

6 Sokhanvar et al

صنعت مسافرت و جهانگردی در تولید ناخالص داخلی جهان از ۹/۹ درصد در ۱۹۹۵ به ۱۰/۳ درصد در ۲۰۱۹ افزایش یافت. تأثیر صنعت مسافرت و گردشگری در سطح اشتغال نیز قابل مشاهده است. کل مشارکت در اشتغال جهان در سال ۲۰۱۹، ۱۰/۴ درصد بوده است. اپیدمی سارس^۱ در سال ۲۰۰۳ و بحران مالی سال ۲۰۰۸ تأثیر منفی قابل توجهی بر صنعت مسافرت و جهانگردی جهان و منطقه داشت (اسکاری و همکاران^۲، ۲۰۲۱). در این بین یکی از مقصدهای گردشگری که همواره جاذب برای بسیاری از گردشگران در طول تاریخ بوده است، دریاها و سواحل آن می باشد. مقاصد دریایی با منابع دریایی منحصر بفرد گردشگران را جذب می کند و فضای سومی را به دور از محیط معمول خود فراهم می کند (اگبرتس و هاندستد^۳، ۲۰۱۹). گردشگری دریایی به تدریج در حال تبدیل شدن به یک مقصد محبوب برای اوقات فراغت و تعطیلات می باشد (هنافیه و همکاران^۴، ۲۰۲۱). با توجه به طبیعت منحصر به فرد گردشگری دریایی، الزامات سخت گیرانه تری برای کیفیت چشم انداز تجربه مقصد وجود دارد (برنداو و همکاران^۵، ۲۰۱۹). مقاصد دریایی نیاز به حفظ اصالت طبیعی در فضا دارند و گردشگران را قادر می سازند تا احساسات و فرهنگ را با هم در محیط تجربه کنند (لاچر و همکاران^۶، ۲۰۱۳). گردشگری دریایی به طیف وسیعی از فعالیت های گردشگری از جمله اوقات فراغت، سرگرمی و ورزش اشاره دارد که مناطق دریایی به عنوان مقصد اصلی آنها هستند (هال^۷، ۲۰۰۱؛ اسپاینلی و بنوولو^۸، ۲۰۲۲). در سال های اخیر، گردشگری دریایی توجه قابل توجهی از سوی دولت ها و صنعت گردشگری را به خود جلب کرده و به صنعت مهمی تبدیل شده است که باعث رشد اقتصادی و توسعه منطقه ای می شود (لپوسا^۹، ۲۰۲۰). از این رو جذب بیشتر گردشگران به سمت مقصدهای گردشگری دریایی بسیار ضرورت دارد. عوامل بسیار زیادی در توسعه گردشگری دریایی تاثیرگذار هستند. از جذاب بودن و داشتن جاذبه های مختلف در مقصدهای دریایی تا عوامل اجتماعی، اقتصادی، زیرساختی و قانونی.

گردشگری دریایی به عنوان رویکردی سودآور در جهان محسوب می شود که کشورهای متعددی با بررسی و ارزیابی ظرفیتهای خود به دنبال استفاده از این سبک گردشگری و افزایش قدرت اقتصادی خود هستند زیرا گردشگری می تواند در مواردی منفعت اقتصادی مطلوبتری را در مقایسه با درآمد نفتی داشته باشد (محمودی و مرادی، ۱۴۰۱). اما در این میان جذب گردشگران و رضایت آنها از مقصدهای گردشگری دریایی، عاملی مهم در توسعه پایدار این نقاط محسوب می گردد.

تجربیات و خاطرات خوب بر شناخت، نگرش و رفتار گردشگران نسبت به مقاصد دریایی تأثیر می گذارد و بر توسعه و انتشار دهان به دهان گردشگری دریایی تأثیر می گذارد (گوزل و همکاران^{۱۰}، ۲۰۲۰). در عصر اقتصاد

1 SARS

2 Skare et al

3 Egberts & Hundstad

4 Hanafiah et al

5 Brand*ao et al

6 Lacher et al

7 Hall

8 Spinelli & Benevolo

9 Leposa

10 Güzel et al

تجربی، کیفیت تجربه گردشگری بسیار مهم است (اسچلسینگر و همکاران^۱، ۲۰۲۰). تجربه گردشگران در مقصد ارتباط نزدیکی با محیط فیزیکی و اجتماعی آنها دارد (وی و همکاران^۲، ۲۰۱۹). در حال حاضر، تحقیقات مربوط به گردشگری دریایی تنها تأثیر عوامل منفرد مانند منابع طبیعی، تغییرات آب و هوایی و عناصر فرهنگی را بر توسعه آن بررسی می کنند (آگاپیتو و همکاران^۳، ۲۰۱۴؛ لاچر و همکاران^۴، ۲۰۱۳؛ سیکامپ و همکاران^۵، ۲۰۱۹). با توجه به اینکه عوامل موثر بر توسعه گردشگری دریایی مفهومی کل نگر است که ابعاد فضایی، اجتماعی، اقتصادی، مدیریتی و غیره را در بر می گیرد، باید مطالعه ای جامع درباره آن انجام شود (موسبرگ^۶، ۲۰۰۷). در این باره توجه روزافزون و چشمگیر به مناطق دریایی به منظور گسترش فعالیتهای گردشگری، یک فرصت بی نظیر برای بهبود وضعیت اقتصادی جوامع بومی است. اما همواره نگرانیهایی در رابطه با نحوه مدیریت و برنامه ریزی گردشگری و پیامدهای آن وجود دارد (سجادی و همکاران، ۱۳۹۷). بنابراین باید در این رابطه به توسعه پایدار گردشگری توجه نمود که در آن توازن و تعادل، حفظ ارزشها و اهمیت اخلاقیات و مبانی اقتصاد و منافع اقتصادی مدنظر قرار گرفته شده است و تلاش بر این است که توسعه ای همه جانبه و متعادل جایگزین نگاه کاملاً اقتصادی و منفعت گرایانه شود (الوانی و پیروزبخت، ۱۳۸۵). در واقع اصول گردشگری پایدار بر حفظ و بهره بردن از سیستمهای منابع انسانی و طبیعی در طی زمان استوار است (سجادی و همکاران، ۱۳۹۷). بنابراین، موضوعی که در برنامه ریزی و مدیریت گردشگری در نواحی دریایی حائز اهمیت است، ارتقاء کیفیت گردشگری در چارچوب اهداف توسعه پایدار می باشد و در این راستا مدیریت تمامی منابع می بایست به گونه ای صورت گیرد که آثار مثبت گردشگری در منطقه باقی بماند (درویشی و همکاران، ۱۳۹۷). عوامل موثر بر گردشگری دریایی می توانند طیف وسیعی از موارد همچون اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی، زیرساختی- خدماتی، مدیریتی، و غیره باشند. هر یک از این عوامل در جذب گردشگر و توسعه گردشگری مقصدهای دریایی تأثیر زیادی دارند. در این زمینه می توان به زیرساخت های گردشگری دریایی اشاره نمود. زیرساخت های گردشگری: زیرساخت های گردشگری شامل خدمات و تسهیلاتی است که راه گردشگران را تامین می کند (یوسفی شهیر و همکاران، ۱۳۹۲). زیرساختهای خدماتی گردشگری؛ سازه ها و تسهیلاتی هستند که راحتی و آرامش را برای گردشگران در طی سفر فراهم میکنند در بسیاری از مطالعات زیر ساختهای خدماتی را عاملی اساسی و اصلی در مقصد گردشگری در نظر گرفته اند و برای ایجاد تجربه ای رضایت بخش در گردشگر ضروری دانسته اند (فرهادی یونکی و همکاران^۷، ۲۰۱۸). بنابر نظر حسن و یانکووا^۸ (۲۰۱۲)، کیفیت خدمات ارائه شده در مقصد و دسترسی به آن و همچنین نحوه مدیریت و مسائل مرتبط با آن در شکل دهی ادراکات گردشگر از مقصد مؤثر است و در بازدید مجدد گردشگر و توصیه مقصد به دیگران نیز

1 Schlesinger et al

2 Wei et al

3 Agapito et al

4 Lacher et al

5 Seekamp et al

6 Mossberg

7 Farhadi uonake et al

8 Hassan & Iankova

تأثیرگذار است. هر مقصد را میتوان با توجه به جاذبه ها (طبیعی، مصنوعی، فرهنگی)، امکانات رفاهی (اقامتگاهها، امکانات پذیرایی و غیره)، میزان دسترسی به آن امکانات زیرساختی مقصد، فعالیتهای پکیجهای در دسترس و هر نوع پکیجهای پیش بینی شده، خدمات جانبی، بانکها و بیمارستانها و.... و کیفیت ارائه خدمات ادب و تواضع در برابر، گردشگر مهمان نوازی اطمینان و کارایی افراد در ارائه خدمات به گردشگران توصیف کرد (بردا^۱، ۲۰۱۸). از جمله زیرساخت های گردشگری می توان به دسترسی اشاره نمود. دسترسی آسان به مقصدهای گردشگری دریایی از پیش نیازهای توسعه گردشگری است که به امکانات حمل و نقل و انتقال آسان در مقصد اشاره دارد. زیرساخت حمل و نقل یکی از اجزای موفقیت آمیز توسعه در نظر گرفته می شود که در ایجاد جاذبه های جدید و رشد گردشگری موثر است (هانف^۲، ۲۰۱۷). همچنین زیرساخت های گردشگری مزیتی نسبی و رقابتی برای مقاصد گردشگری قلمداد می شوند، به طوری که برنامه ریزی و توسعه گردشگری دریایی بدون خطوط حمل و نقل گردشگری دریایی، وضعیت بکارگیری شناورهای مدرن و مجهز، وضعیت دارا بودن اسکله های مدرن، وضعیت تناوب خطوط دریایی و جدول زمان بندی منظم و غیره امکانپذیر نخواهد بود.

از عوامل دیگر توسعه گردشگری دریایی می توان به جاذبه های گردشگری اشاره نمود. جاذبه های گردشگری از دیدگاه سازمان جهانی دربردارنده جاذبه های طبیعی، انسان ساخت و فرهنگی - تاریخی است. جاذبه های طبیعی ترکیبی از منابع طبیعی است که به منظور ایجاد محیط جذاب برای توسعه گردشگری استفاده می شود. در مقصدهای گردشگری دریایی می توان از جاذبه هایی مانند آب و هوا، موقعیت جغرافیایی، تماشای پرندگان، صید ماهی و غیره نام برد. جاذبه های انسان، ساخت محصولات و پدیده هایی هستند که به وسیله انسان ساخته شده اند و ارزش و جذابیت دارند. در این دسته نیز می توان قایقرانی، شنا، اسکی رو آب، برگزاری مسابقات و غیره را به عنوان جاذبه های گردشگری دریایی انسان ساخت مطرح نمود. جاذبه های فرهنگی - تاریخی نیز در بردارنده فعالیتهای و رویدادها و محصولات فرهنگی است که معرف فرهنگ مقصد است و میتوان آنها را به نمایش گذاشت. در این زمینه نیز از موسیقی های محلی، لباس محلی، صنایع دستی و تولیدات روستایی و... می توان نام برد (هانف، ۲۰۱۷).

اما در زمینه عوامل اجتماعی می توان گفت تفاوت های فرهنگی بین مناطق گردشگری و آگاهی کم میزبانان نسبت به نیازها و خواسته های گردشگران و از طرف دیگر عدم آگاهی گردشگران از فرهنگ میزبانان ضمن بروز مشکلات عدیده، مانع عمده ای در گسترش صنعت گردشگری است. در این زمینه تعاملات فرهنگی مردم و گردشگران می تواند بسیاری از مشکلات را کم نماید. اغلب در نقاط و مکانهای مختلف، ساکنان یک محل یا افراد یک جامعه به علت نا آگاهی یا دیدن برخی اعمال از گردشگران و همچنین تفاوت فرهنگی بین میزبان و گردشگران از این صنعت برداشت ناخوشایند و منفی دارند و یا کارکردن در بعضی از مشاغل مربوط به گردشگری از طرف افراد بومی مشاغل سطح پایین تلقی شده و ساکنان بومی حاضر به کار کردن در این مشاغل نیستند. نبود افراد متخصص و ماهر در گردشگری دریایی

¹ Bordea

² Haneef

مانع از راه اندازی اهداف و برنامه ها می شود. بنابراین باید از آموزش و پرورش در تربیت نیروی انسانی مورد نیاز و توسعه صنعت سود جست.

۲-۲. پیشنهاد پژوهش

تاکنون مطالعات زیادی در حوزه دریا و اقتصاد دریا محور در جهان انجام شده است. اما تعداد مطالعات انجام شده در کشور بخصوص در حوزه گردشگری دریایی چندان زیاد نیست که در ادامه به برخی از این موارد اشاره می شود.

۲-۲-۱. مطالعات خارجی

هنس و همکاران^۱ (۲۰۲۴) در مقاله ای اثرات مثبت اقتصادی گردشگری دریایی و ساحلی در ایرلند را بررسی کردند و نشان دادند که این نوع گردشگری می تواند سهم قابل توجهی در اقتصاد اقیانوسی داشته باشد. این مطالعه همچنین بر کاربرد رویکردهای جایگزین برای اندازه گیری دقیق تر ارزش ایجاد شده توسط گردشگری در مناطق دریایی و ساحلی تأکید دارد. یافته های آنها اهمیت توسعه پایدار گردشگری دریایی و بهره برداری بهینه از منابع ساحلی را برجسته می سازد و زمینه ساز تحقیقات آتی در این حوزه می شود.

فرناندز ماکو، گونزالز و وایرتو (۲۰۲۴) در مقاله ای به بررسی میزان تخصیص شدن گردشگری ساحلی و دریایی در مقاصد گردشگری اروپا با استفاده از شاخص هایی مانند عرضه و تقاضا، اشتغال، امکانات رفاهی و غیره پرداخته و به این نتیجه رسیدند که مقصدهای گردشگری اروپای شمالی دارای وضعیت مناسبتر نسبت به سایر مناطق هستند.

هو و چن^۲ (۲۰۲۴) در پژوهشی به بررسی تجربه گردشگران از گردشگری دریایی و ساحلی در ابعاد حسی، عملکردی، اجتماعی، فرهنگی، طبیعی و غیره پرداخته و به این نتیجه رسیدند که مناظر دریایی تاثیرگذارترین عنصر در تجربه گردشگران می باشد.

پاپاجیورجیو^۳ (۲۰۱۶) در مقاله خود به این نتیجه رسید که در سازماندهی و برنامه ریزی فعالیت های گردشگری دریایی، در نظر گرفتن مواردی مانند: شرایط محیطی مناسب، کیفیت دریاها و مناظر ساحلی، سازگاری با اثرات تغییرات آب و هوایی، مقررات و قوانین، امکانات و درجه ایمنی و فرهنگ عمومی دارای بیشترین اهمیت هستند.

سامبراکوس و منیاتی^۴ (۲۰۱۴) در مطالعه ای بر اهمیت ارائه خدمات متنوع و مقرون به صرفه در جذب گردشگران دریایی تأکید کردند و نشان دادند که کیفیت و تنوع خدمات نقش کلیدی در تصمیم گیری گردشگران برای انتخاب مقاصد دریایی دارد. یافته های این پژوهش، اهمیت برنامه ریزی مؤثر و ارائه بسته های خدماتی مناسب را در توسعه گردشگری دریایی برجسته می سازد.

1 Hynes, Cawley, Deely & Norton

2 Hu & Chen

3 Papageorgiou

4 Sambracos and Maniati

یزی لیویکس^۱ (۲۰۱۲) در مطالعه‌ای بر اهمیت عوامل رفاهی، سیاسی، اقتصادی و فرهنگی در افزایش تقاضای گردشگری دریایی تأکید کرد و نشان داد که موفقیت توسعه گردشگری دریایی تنها به ظرفیت‌های طبیعی محدود نمی‌شود، بلکه توجه به شرایط اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی نیز نقش تعیین‌کننده‌ای دارد. این پژوهش اهمیت رویکردی جامع در برنامه‌ریزی گردشگری دریایی را برجسته می‌سازد و زمینه‌ساز تحلیل‌های چندبعدی در این حوزه می‌شود.

۲-۲-۲. مطالعات داخلی

محمودی و مرادی (۱۴۰۱) در مقاله‌ای جهت ارائه راهبردها به منظور توسعه گردشگری ساحلی در بندرلنگه بر لزوم آموزش مدیران و کارکنان حوزه گردشگری در رابطه با نحوه بهره‌مندی از ظرفیتهای گردشگری ساحلی، برگزاری کارگاه‌های توجیهی و مشارکتی برای ذینفعان، کنشگران و کارشناسان حوزه گردشگری، تامین سرمایه‌های الزم برای تقویت زیرساخت‌ها و استفاده از بسترهای ارتباطی برای معرفی مناطق تاکید نمودند.

بنیادی، طیب‌نیا و حمیدیان پور (۱۴۰۱) در مقاله‌ای با عنوان شناسایی و تحلیل موانع توسعه گردشگری در دریای عمان (مطالعه موردی: سواحل استان سیستان و بلوچستان) به این نتیجه رسیدند که از نظر گردشگران، گردشگری در سواحل دریای عمان در وضعیت نامطلوبی قرار دارد و موانع توسعه گردشگری در سواحل دریای عمان وابسته به عواملی همچون عامل اقتصادی، تبلیغاتی، مدیریتی، اجتماعی- فرهنگی، ورزشهای ساحلی و زیرساختی - خدماتی است که تا زمانی که این مشکلات و موانع برطرف نشوند، گردشگری در این مناطق به رشد و توسعه مناسب نخواهد رسید.

شفیع‌آبادی، یوسفی و کوه‌بر (۱۴۰۰) در مقاله‌ای با عنوان بررسی و رتبه‌بندی عوامل مؤثر بر توسعه سفر و گردشگری دریایی (مورد مطالعه: پایانه خلیج فارس بندر خرمشهر) به این نتیجه رسیدند که ابعاد زیرساختی، خدماتی، اقتصادی و فرهنگی به ترتیب بیشترین تاثیر را بر توسعه گردشگری دریایی در منطقه مورد مطالعه داشته‌اند.

سبحانی، لیریایی و سیاح‌نیا (۱۴۰۰) در مقاله خود با عنوان شناسایی عوامل مؤثر در توسعه گردشگری پایدار و ارائه مدل راهبردی در مناطق ساحلی رامسر به این نتیجه رسیدند که اکثر گردشگران شاخص‌های وضعیت بهداشت محیط و خدمات و تسهیلات گردشگری را به عنوان مهمترین شاخص‌ها می‌دانند.

عناستانی و معصومی (۱۴۰۰) در مقاله‌ای با عنوان بررسی عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری دریاچه‌ای در ایران (مطالعه موردی: دریاچه‌های استان فارس) به رتبه‌بندی روستاهای حاشیه دریاچه‌های ایران پرداختند. نظرپوری، فعلی و ضیایی مهر (۱۳۹۸) در مقاله‌ای با عنوان شناسایی و تحلیل عملکرد - اهمیت عوامل مؤثر در گردشگری دریایی به این نتیجه رسیدند که پنج متغیر تسهیلات رفاهی - خدماتی، عوامل ایمنی و امنیتی، عوامل اجتماعی - فرهنگی، امکانات و جاذبه‌های گردشگری و عوامل مربوط به دسترسی و آمد و شد در توسعه گردشگری دریایی تاثیرگذار است.

¹ Kizielewicz

بیرانوندزاده و همکاران (۱۳۹۶) به بررسی عوامل موثر بر توسعه گردشگری در روستاهای ساحلی استان سیستان و بلوچستان پرداخته اند. نتایج نشان داد که روستای مورد مطالعه (تیس) با توجه به توانایی های بالقوه گردشگری که دارد، با محدودیتها و موانعی روبه رو می باشد که شناخت و رفع آنها بر توسعه گردشگری این روستا تاثیر بسزایی خواهد داشت.

۳. روش شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی، از نظر روش جمع آوری اطلاعات اسنادی و میدانی با رویکرد کمی و از نظر ماهیت، یک تحقیق توصیفی-تحلیلی است. جامعه آماری در این تحقیق متشکل از کارشناسان خبره به تعداد ۲۳ نفر می باشد که به روش گلوله برفی انتخاب شدند. ابزار کار این تحقیق پرسشنامه محقق ساخته می باشد که با استفاده از مطالعه منابع جمع آوری شده و سپس روایی آن براساس نظر خبرگان و پایایی آن از طریق روش آلفای کرونباخ با مقدار ۰/۸۴۷ تایید شد. مطابق جدول شماره (۱) پرسشنامه دارای ۶ شاخص و ۴۹ گویه بوده که براساس طیف لیکرت (خیلی کم تا خیلی زیاد) امتیاز دهی گردید. در نهایت با استفاده از آزمونهای تی و همبستگی پیرسون در نرم افزار اس پی اس اس^۱ به تجزیه و تحلیل داده ها و بررسی میزان تاثیرگذاری آنها بر توسعه گردشگری دریایی پرداخته شد.

جدول شماره (۱) شاخص ها و گویه های مورد استفاده

شاخص ها	گویه ها
جاذبه های گردشگری دریایی	وجود جاذبه های طبیعی (آب و هوا، موقعیت جغرافیایی، تماشای پرندگان، صید ماهی)، وجود جاذبه های تاریخی، وجود جاذبه های فرهنگی (موسیقی های محلی، لباس محلی، صنایع دستی و تولیدات روستایی و...)، وجود جاذبه های ورزشی (قایقرانی، شنا، اسکی رو آب، برگزاری مسابقات)، وجود غذاهای محلی و دریایی
زیرساخت های گردشگری دریایی	وضعیت امکانات اقامتی، وضعیت امکانات بهداشتی، وضعیت حمل و نقل تا نواحی ساحلی و دریایی، وضعیت اطلاع رسانی و راهنمایی (صدا و سیما، پوستر، خدمات الکترونیکی)، وضعیت امکانات تفریحی، وضعیت طراحی خطوط حمل و نقل گردشگری دریایی، وضعیت بکارگیری شناورهای مدرن و مجهز، وضعیت دارا بودن اسکله های مدرن، وضعیت تناوب خطوط دریایی و جدول زمان بندی منظم، وضعیت ایمنی دریایی، وضعیت برگزاری گشتها و تورهای دریایی، وضعیت تفکیک سواحل به مکانهای مجزا برای استراحت و آرامش و قایقرانی و شنا و آفتابگیری، وضعیت ناجیان غریق و تجهیزات آنها از قبیل جلیقه نجات، بویه و قایق موتور نجات و...
اقتصاد گردشگری دریایی	میزان سرمایه گذاری دولتی در گردشگری دریایی، میزان سرمایه گذاری بخش خصوصی در گردشگری دریایی، میزان اشتغالزایی از گردشگری دریایی، میزان درآمدزایی از گردشگری دریایی، قیمت زمین برای سرمایه گذاری، نرخ خدمات گردشگری دریایی، وضعیت بکارگیری استراتژیهای بازاریابی هدفمند، وضعیت تسهیلات بانکی برای بخش خصوصی، وضعیت قیمت نسبت به کیفیت - خدمات ارائه شده به گردشگران، وضعیت تبلیغات رسانه ای و مجازی جهت معرفی گردشگری دریایی کشور در سطح جهان

¹ SPSS

شاخص ها	گویه ها
عوامل اجتماعی گردشگری دریایی	وضعیت تعاملات فرهنگی مردم و گردشگران، وضعیت امنیت نواحی دریایی و ساحلی، میزان علاقمندی مردم محلی به گردشگران، حس همکاری مردم در توسعه گردشگری دریایی، وجود مکانهای ویژه برای استفاده از تفریحات آبی بانوان، وضعیت مشارکت مردم در توسعه گردشگری دریایی، وضعیت رعایت شدن حقوق گردشگران، نحوه برخورد مسئولین محلی و متولیان گردشگری، میزان آگاهی گردشگران از جاذبه های گردشگری دریایی
عوامل محیطی گردشگری دریایی	وضعیت آلودگی هوا در مقصدهای گردشگری دریایی، وضعیت آلودگی صوتی در مقصدهای گردشگری دریایی، وضعیت بافت طبیعی مقصدهای گردشگری دریایی، وضعیت ساخت و سازها پیرامونی مقصدهای گردشگری دریایی، میزان اثرات مخرب زیست محیطی گردشگری برای مناطق دریایی، میزان توجه مردم محلی به توسعه پایدار و حفظ محیط زیست دریایی، میزان تأثیرات اقلیم و آب و هوا بر توسعه گردشگری دریایی، وضعیت آلودگی آب دریا به دلیل عدم رعایت حریم قانونی ساختمانها با دریا و تخلیه فاضلاب به دریا
عوامل قانونی گردشگری دریایی	وضعیت برخورد با متخلفین در مناطق ممنوعه شنا، نامشخص بودن متولی اصلی سواحل دریا در قوانین به طور شفاف، وضعیت حمایت مسئولان از سرمایه گذاران و طرح های گردشگری دریایی، میزان هماهنگی بین ارگانهای تصمیم گیرنده، وضعیت رسیدگی به عبور و مرور وسایل نقلیه شخصی گردشگران در حریم سواحل

منبع: بنیادی و همکاران، ۱۴۰۱؛ غفوری و همکاران، ۱۳۹۲؛ عنایستانی و معصومی، ۱۴۰۰؛ نوبخت و همکاران، ۱۳۹۳؛

نجمی و نعمت الهی، ۱۳۹۵؛ شاطریان و همکاران، ۱۳۹۶؛ نگارنده، ۱۴۰۳

۴. تجزیه و تحلیل داده ها و یافته های پژوهش

همانطور که ذکر شد، پرسشنامه تحقیق حاضر توسط ۲۳ نفر از کارشناسان و متخصصان مربوطه تکمیل شد. در جدول شماره (۲) مشاهده می شود که ۱۵ نفر از پاسخ دهندگان زن و ۸ نفر از آنان مرد بودند. همچنین ۵ نفر از پاسخ دهندگان دارای مدرک کارشناسی، ۱۵ نفر کارشناسی ارشد و ۳ نفر نیز دکتری می باشند. درباره سن پاسخ دهندگان نیز ۳۰/۴۳ درصد بین ۲۰ تا ۲۵ سال، ۲۱/۷۴ درصد بین ۳۰ تا ۳۶ سال، ۱۳/۰۴ درصد از افراد بین ۳۱ تا ۳۵ سال، ۲۱/۷۴ درصد در سن ۳۶ تا ۴۰ سال و ۱۳/۰۴ درصد نیز بیش از ۴۰ سال سن داشتند.

جدول شماره (۲) ویژگی های توصیفی پاسخ دهندگان

مشخصات عمومی		تعداد	درصد
جنسیت	مرد	۸	۳۴/۸
	زن	۱۵	۶۵/۲
تحصیلات	کارشناسی	۵	۲۱/۷
	کارشناسی ارشد	۱۵	۶۵/۲
	دکتری	۳	۱۳
سن	۲۰ تا ۲۵ سال	۷	۳۰/۴۳
	۲۶ تا ۳۰ سال	۵	۲۱/۷۴
	۳۱ تا ۳۵ سال	۳	۱۳/۰۴

درصد	تعداد	مشخصات عمومی	
		۳۶ تا ۴۰ سال	
۲۱/۷۴	۵		
۱۳/۰۴	۳	بالاتر از ۴۰ سال	

منبع: یافته های پژوهش

نتایج میانگین شاخص ها براساس تجزیه و تحلیل داده های جمع آوری شده در جدول شماره (۳) مشاهده می شود. شاخص زیرساخت های گردشگری دریایی با میانگین ۴/۰۵ بیشترین تاثیر را بر توسعه گردشگری دریایی دارد. در حقیقت ضعف زیرساخت ها سبب شده است توسعه گردشگری دریایی با موانعی در ایران مواجه گردد. از مهمترین این امکانات، وضعیت امکانات تفریحی می باشد که با میانگین ۴/۳۴ بالاترین تاثیرگذاری را در شاخص زیرساختی کسب نموده است. وجود امکانات تفریحی به عنوان گزینه ای برای منافع اقتصادی جامعه محلی یا نهادهای دولتی از یک سو و گذران مناسب اوقات فراغت در قالب گردشگری برای گردشگران می گردد. بنابراین هر چه به این زیرساخت اضافه شود، توسعه بیشتر گردشگری دریایی را شاهد خواهیم بود. از سوی دیگر غالب گردشگران با انگیزه تفریح به دریاها و سواحل می روند که وجود امکانات تفریحی در کنار جاذبه اصلی می تواند ماندگاری آنها و در نتیجه بسط اثرات مثبت را بیشتر نماید. دومین شاخص مهم اقتصاد گردشگری دریایی می باشد. در این شاخص گویه میزان سرمایه گذاری بخش خصوصی در گردشگری دریایی با میانگین ۴/۳ مهمترین گویه می باشد. این گویه نیز بر وجود سرمایه گذاریهای گردشگری در زمینه های مختلف توسط بخش خصوصی تاکید دارد. هر چه میزان این سرمایه گذاریها بیشتر باشد، منافع بخشهای غیر دولتی بیشتر تامین شده و فشار کمتری بر منابع دولتی وارد می شود. از سوی دیگر تنوع سرمایه گذاریهای بخش خصوصی سبب ارتقای جذابیت های دریا و سواحل می گردد. در رده سوم اهمیت شاخص عوامل اجتماعی گردشگری دریایی قرار می گیرد. در این شاخص گویه وضعیت امنیت نواحی دریایی با میانگین ۴/۱۷ قرار دارد. با توجه به اینکه رکن اساسی توسعه گردشگری امنیت می باشد و بدون وجود امنیت گردشگری توسعه پیدا نخواهد کرد، می توان ذکر نمود در گردشگری دریایی نیز ارتقای امنیت در ابعاد مختلف ذهنی و عینی می تواند سبب توسعه گردشگری دریایی گردد. در مرتبه بعدی شاخص عوامل محیطی گردشگری دریایی جای می گیرد. در این شاخص، گویه وضعیت آلودگی آب دریا به دلیل عدم رعایت حریم قانونی ساختمانها با دریا و تخلیه فاضلاب به دریا با میانگین ۴/۱۳ قرار دارد. میزان تاثیرگذاری این عامل با توجه به مشکلات زیست محیطی بسیاری از نواحی شهری و روستایی واقع در سواحل استانهای شمالی و جنوبی قابل تامل است. جاذبه های گردشگری دریایی به عنوان شاخص رتبه پنجم در عوامل تاثیرگذار توسعه گردشگری دریایی قرار می گیرند. در این شاخص دو گویه وجود جاذبه های طبیعی (آب و هوا، موقعیت جغرافیایی، تماشای پرندگان، صید ماهی) و وجود جاذبه های ورزشی (قایقرانی، شنا، اسکی رو آب، برگزاری مسابقات) با میانگین ۴/۳۴ با اهمیت ترین موارد محسوب می شوند. بصورت کلی جاذبه های اصلی دریاها و سواحل محسوب می شوند و جاذبه های دیگر همانند جاذبه های طبیعی و یا ورزشی یا فرهنگی می تواند جذابیت دریاها را افزایش و به تبع آن ماندگاری گردشگران نیز بیشتر شده و این زنجیره سبب بالا رفتن منافع اقتصادی و در نتیجه توسعه اقتصاد دریا محور گردد. در رتبه آخر نیز شاخص عوامل

قانونی گردشگری دریایی با میانگین ۳/۶۵ قرار دارد. در این شاخص گویند وضعیت حمایت مسئولان از سرمایه گذاران و طرح های گردشگری دریایی با میزان تاثیرگذاری ۳/۷۳ بالاترین رتبه را دارد. در حقیقت وظیفه ذاتی نهادهای دولتی تسهیلگری و حمایت از سرمایه گذاری در حوزه اقتصاد دریا بصورت کلی و گردشگری دریایی بصورت اخص است. هر چه کمیت و کیفیت این حمایتها بیشتر باشد، توسعه گردشگری دریایی نیز بهتر اتفاق خواهد افتاد. بصورت کلی میانگین کل شاخص ها ۳/۸۶ محاسبه گردید که نشان از تاثیرگذاری شاخص های ذکر شده به میزان بیشتر از حد متوسط یعنی ۳ دارد.

جدول شماره (۳) نتایج توصیفی داده های پژوهش

شاخص	میانگین	انحراف معیار	واریانس
جاذبه های گردشگری دریایی	۳/۸	۰/۸	۰/۶۵
زیرساخت های گردشگری دریایی	۴/۰۵	۰/۶۸	۰/۴۶
اقتصاد گردشگری دریایی	۳/۹۴	۰/۵۷	۰/۳۳
عوامل اجتماعی گردشگری دریایی	۳/۸۶	۰/۶۹	۰/۴۸
عوامل محیطی گردشگری دریایی	۳/۸۵	۰/۶۳	۰/۴
عوامل قانونی گردشگری دریایی	۳/۶۵	۰/۹۸	۰/۹۶
کل	۳/۸۶	۰/۵۱	۰/۲۶

منبع: یافته های پژوهش

در ادامه جهت تبیین بهتر عوامل تاثیرگذار در توسعه گردشگری دریایی از آزمونهای استنباطی استفاده گردید. ابتدا به منظور مشخص نمودن وضعیت توزیع نرمال داده ها از آزمون کولموگروف اسمیرینوف استفاده شد (جدول شماره ۴). نتایج این آزمون نشان می دهد می توان از آزمونهای پارامتریک استفاده نمود.

جدول شماره (۴) نتایج آزمون کولموگروف اسمیرینوف

تعداد پاسخگویان		۲۳
پارامترهای نرمال	میانگین	۳/۸۶۲۶
	انحراف معیار	۰/۵۱۵۵۹
تفاوت حدود	مطلق	۰/۰۸۱
	مثبت	۰/۰۷۴
	منفی	-۰/۰۸۱
آماره های آزمون		۰/۰۸۱
مقدار معناداری		۰/۲۰۰

منبع: یافته های پژوهش

مطابق جدول شماره (۵) با ترکیب داده های تمامی شاخص های جاذبه های گردشگری دریایی، زیرساخت های گردشگری دریایی، اقتصاد گردشگری دریایی، عوامل اجتماعی گردشگری دریایی، عوامل محیطی گردشگری دریایی و عوامل قانونی گردشگری دریایی و محاسبه متوسط تاثیرگذاری و مقایسه آنها با مقدار متوسط (۳)، بیانگر این نکته می باشد که میزان تاثیرگذاری همه شاخص ها بالاتر از حد متوسط ارزیابی

می شود. شاخص کلی نیز ترکیبی از همه شاخص های این تحقیق می باشد. نتایج این آزمون نشان می دهد که معناداری در سطح ۹۵ درصد می باشد. با توجه به مقدار متوسط برآورد شده (۳) و میانگین به دست آمده از جامعه آماری (۳/۸۶) و اختلاف بین این دو، این نتیجه را نشان می دهد که شاخص کل، تاثیر بالایی شاخص های مورد بررسی را در توسعه گردشگری دریایی کشور دارد.

جدول شماره (۵) نتایج آزمون تی

	ارزش آزمون = ۳						
	تی	درجه آزادی	سطح معناداری	میانگین	اختلاف میانگین	سطح معناداری ۹۵ درصد	
						کمترین	بیشترین
جاذبه های گردشگری دریایی	۴/۷۵۵	۲۲	۰/۰۰۰	۳/۸	۰/۸۰۰۰	۰/۴۵۱۱	۱/۱۴۸۹
زیرساخت های گردشگری دریایی	۷/۴۳۴	۲۲	۰/۰۰۰	۴/۰۵	۱/۰۵۶۸۶	۰/۷۶۲۰	۱/۳۵۱۷
اقتصاد گردشگری دریایی	۷/۸۴۶	۲۲	۰/۰۰۰	۳/۹۴	۰/۹۴۳۴۸	۰/۶۹۴۱	۰/۱۹۲۹
عوامل اجتماعی گردشگری دریایی	۵/۹۹۷	۲۲	۰/۰۰۰	۳/۸۶	۰/۸۶۹۵۷	۰/۵۶۸۸	۰/۱۷۰۳
عوامل محیطی گردشگری دریایی	۶/۴۲۴	۲۲	۰/۰۰۰	۳/۸۵	۰/۸۵۳۲۶	۰/۵۷۷۸	۱/۱۲۸۷
عوامل قانونی گردشگری دریایی	۳/۱۸۵	۲۲	۰/۰۰۴	۳/۶۵	۰/۶۵۲۱۷	۰/۲۲۷۵	۱/۰۷۶۸
کل شاخص ها	۸/۰۲۳	۲۲	۰/۰۰۰	۳/۸۶	۰/۸۶۲۵۶	۰/۶۳۹۶	۱/۰۸۵۵

منبع: یافته های پژوهش

بر اساس جدول شماره (۶) به منظور تحلیل داده ها، رابطه شاخص ها با یکدیگر و همچنین شاخص ها با کل داده ها از آزمون همبستگی پیرسون^۱ جهت بررسی همبستگی بین متغیرها استفاده شده است. ضرایب

^۱ Pearson Correlation

همبستگی عوامل تاثیر گذار در گردشگری دریایی در جدول بالا آمده است. با توجه به داده های جدول، شاخص های شش گانه تاثیر گذار در گردشگری دریایی با توسعه گردشگری دریایی رابطه مستقیم و معناداری دارد. در این میان شاخص اقتصاد گردشگری دریایی بیشترین تاثیر گذاری را بر توسعه گردشگری دریایی به میزان ۰/۸۵۸ دارا می باشد. بنابراین هر چه گویه های این شاخص از قبیل میزان سرمایه گذاری دولتی در گردشگری دریایی، میزان سرمایه گذاری بخش خصوصی در گردشگری دریایی، میزان اشتغالزایی از گردشگری دریایی، میزان درآمدزایی از گردشگری دریایی، وضعیت بکارگیری استراتژیهای بازاریابی هدفمند، وضعیت تسهیلات بانکی برای بخش خصوصی، وضعیت قیمت نسبت به کیفیت - خدمات ارائه شده به گردشگران، وضعیت تبلیغات رسانه ای و مجازی جهت معرفی گردشگری دریایی کشور در سطح جهان بهتر شود می توان به توسعه بهتری در حوزه گردشگری دریایی دست یافت. میزان همبستگی دو شاخص زیر ساخت های گردشگری دریایی و جاذبه های گردشگری دریایی نیز بالا می باشد. بالا بوده این میزان یعنی ۰/۶۷۸ می تواند این نکته را تداعی نماید که زیر ساخت ها باعث تبدیل شدن منابع به جاذبه و جاذبه ها به محصول شوند که در پی آن اقتصاد دریایی رونق می گیرد. از دیگر موارد بالا بودن ضریب همبستگی می توان به همبستگی شاخص عوامل قانونی گردشگری دریایی و اقتصاد گردشگری دریایی به میزان ۰/۸۱۹ اشاره نمود. در حقیقت شاخص قانونی پستوانه فعالیت های اقتصادی هستند و می توانند زمینه رونق اقتصاد دریا را فراهم نمایند.

جدول شماره (۶) نتایج آزمون همبستگی

		جاذبه های گردشگری دریایی	زیر ساخت های گردشگری دریایی	اقتصاد گردشگری دریایی	گردشگری دریایی عوامل اجتماعی	گردشگری دریایی عوامل محیطی	گردشگری دریایی عوامل قانونی	کل شاخص ها
جاذبه های گردشگری دریایی	همبستگی پیرسون	۱	۰/۶۷۸	۰/۱۳۷	-۰/۰۲۶	۰/۲۰۸	۰/۰۷۱	۰/۴۵۰
	مقدار معناداری		۰/۰۰۰	۰/۵۳۴	۰/۹۰۵	۰/۳۴۱	۰/۷۴۷	۰/۰۳۱
	تعداد پاسخگویان	۲۳	۲۳	۲۳	۲۳	۲۳	۲۳	۲۳
زیر ساخت های گردشگری دریایی	همبستگی پیرسون	۰/۶۷۸	۱	۰/۴۶۱	۰/۲۳۱	۰/۴۵۸	۰/۳۰۵	۰/۷۲۶
	مقدار معناداری	۰/۰۰۰		۰/۰۲۷	۰/۲۸۹	۰/۰۲۸	۰/۱۵۸	۰/۰۰۰
	تعداد پاسخگویان	۲۳	۲۳	۲۳	۲۳	۲۳	۲۳	۲۳
اقتصاد گردشگری دریایی	همبستگی پیرسون	۰/۱۳۷	۰/۴۶۱	۱	۰/۶۷۲	۰/۵۹۷	۰/۸۱۹	۰/۸۵۸
	مقدار معناداری	۰/۵۳۴	۰/۰۲۷		۰/۰۰۰	۰/۰۰۳	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰
	تعداد پاسخگویان	۲۳	۲۳	۲۳	۲۳	۲۳	۲۳	۲۳
عوامل اجتماعی گردشگری دریایی	همبستگی پیرسون	-۰/۰۲۶	۰/۲۳۱	۰/۶۷۲	۱	۰/۵۳۷	۰/۵۶۹	۰/۶۸۵
	مقدار معناداری	۰/۹۰۵	۰/۲۸۹	۰/۰۰۰		۰/۰۰۸	۰/۰۰۵	۰/۰۰۰
	تعداد پاسخگویان	۲۳	۲۳	۲۳	۲۳	۲۳	۲۳	۲۳

کل شاخص ها	گردشگری دریایی عوامل قانونی	گردشگری دریایی عوامل محیطی	گردشگری دریایی عوامل اجتماعی	اقتصاد گردشگری دریایی	گردشگری دریایی زیرساخت های	گردشگری دریایی جاذبه های		
۰/۷۹۰	۰/۶۲۱	۱	۰/۵۳۷	۰/۵۹۷	۰/۴۵۸	۰/۲۰۸	همبستگی پیرسون	عوامل محیطی
۰/۰۰۰	۰/۰۰۲		۰/۰۰۸	۰/۰۰۳	۰/۰۲۸	۰/۳۴۱	مقدار معناداری	گردشگری دریایی
۲۳	۲۳	۲۳	۲۳	۲۳	۲۳	۲۳	تعداد پاسخگویان	گردشگری دریایی
۰/۷۷۵	۱	۰/۶۲۱	۰/۵۶۹	۰/۸۱۹	۰/۳۰۵	-۰/۰۷۱	همبستگی پیرسون	عوامل قانونی
۰/۰۰۰		۰/۰۰۲	۰/۰۰۵	۰/۰۰۰	۰/۱۵۸	۰/۷۴۷	مقدار معناداری	گردشگری دریایی
۲۳	۲۳	۲۳	۲۳	۲۳	۲۳	۲۳	تعداد پاسخگویان	گردشگری دریایی
۱	۰/۷۷۵	۰/۷۹۰	۰/۶۸۵	۰/۸۵۸	۰/۷۲۶	۰/۴۵۰	همبستگی پیرسون	کل شاخص ها
	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۰۳۱	مقدار معناداری	کل شاخص ها
۲۳	۲۳	۲۳	۲۳	۲۳	۲۳	۲۳	تعداد پاسخگویان	کل شاخص ها

منبع: یافته های پژوهش

۵. نتیجه گیری و پیشنهادها

۵-۱. نتیجه گیری

امروزه بیشترین توسعه گردشگری در حوزه دریا و سواحل در حال انجام است و گردشگری دریایی به عنوان یکی از مهمترین مدل های توسعه اقتصادی و ایجاد اشتغال محسوب می شود. با وجود دسترسی ایران به دریاها در جنوب و شمال کشور، اما توسعه گردشگری در این بخش کمتر مورد توجه بوده است. این موضوع دلایل زیادی دارد که می توان آن را در شش بخش جاذبه های گردشگری دریایی، زیرساخت های گردشگری دریایی، اقتصاد گردشگری دریایی، عوامل اجتماعی گردشگری دریایی، عوامل محیطی گردشگری دریایی و عوامل قانونی گردشگری دریایی تقسیم نمود. در حقیقت هر یک از این عوامل تاثیرگذار بر توسعه گردشگری دریایی می باشند که در پژوهش حاضر به بررسی آنها پرداخته شد. نتایج تحقیق نشان می دهد که عامل زیرساخت های گردشگری دریایی مهمترین شاخص تاثیرگذار بر گردشگری دریایی می باشد. در این شاخص به ترتیب مهمترین گویه ها عبارت است از وضعیت امکانات تفریحی، وضعیت ایمنی دریایی، وضعیت ناچیان غریق و تجهیزات آنها از قبیل جلیقه نجات، بویه و قایق موتوری نجات. این زیرساخت ها به عنوان یکی از مهمترین دلایل اساسی توسعه گردشگری دریایی از یک طرف و عامل مهم در سودآوری اقتصادی گردشگری از دیگر سو مطرح است. چرا که راه اندازی کسب و کارهای گردشگری وابسته به زیرساخت های آن بخصوص در مناطق خاص مانند دریاها و یا مناطق کمتر توسعه یافته می باشد. همچنین برنامه ریزی مطلوب برای ایجاد زیرساخت ها می تواند تجربیات گردشگران دریایی را تقویت نموده و به بهینه سازی بهره وری منابع منجر شود. در شاخص اقتصاد گردشگری دریایی به ترتیب مهمترین گویه ها شامل میزان سرمایه

گذاری بخش خصوصی در گردشگری دریایی، وضعیت قیمت نسبت به کیفیت - خدمات ارائه شده به گردشگران، وضعیت بکارگیری استراتژیهای بازاریابی هدفمند است. گردشگری دریایی می‌تواند با ایجاد تقاضا برای خدمات و امکانات مختلف، سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌ها، هتل‌ها، رستوران‌ها و سایر بخش‌ها را تحریک کند. همچنین گردشگری دریایی با جذب گردشگران داخلی و خارجی، تقاضا برای خدمات و امکانات مختلف را افزایش می‌دهد؛ این افزایش تقاضا، سرمایه‌گذاران بخش خصوصی را تشویق می‌کند تا در این حوزه سرمایه‌گذاری کنند. علاوه بر این با افزایش رقابت در صنعت گردشگری، بازاریابان نیاز دارند تا از ابزارهای بازاریابی خلاقانه برای جذب و حفظ گردشگران استفاده کنند. توسعه رسانه‌های اجتماعی، خدمات مبتنی بر مکان و تکنولوژی تلفن همراه، فرصت‌های جدیدی را برای بازاریابی گردشگری ایجاد کرده‌اند. در این زمینه بازاریابی گردشگری دریایی با افزایش آگاهی از برند، جذب گردشگران جدید (با شناسایی و درک نیازها و خواسته‌های گردشگران دریایی)، افزایش تعامل با مشتری (با استفاده از رسانه‌های اجتماعی و سایر ابزارهای دیجیتال)، افزایش فروش، ایجاد تجربه مثبت برای گردشگران (با ارائه اطلاعات دقیق و به‌روز، ارائه خدمات با کیفیت و ایجاد یک محیط استقبال‌کننده و غیره)، توسعه کارآفرینی (با جذب گردشگران و افزایش تقاضا برای خدمات و محصولات مرتبط با گردشگری) می‌تواند به رونق این بخش کمک نماید. در شاخص عوامل اجتماعی گردشگری دریایی وضعیت امنیت نواحی دریایی، تعاملات فرهنگی مردم محلی و گردشگران و میزان علاقمندی مردم محلی به گردشگران به ترتیب به عنوان مهمترین عوامل قرار دارند. در این زمینه گردشگری دریایی و امنیت رابطه مستقیمی با یکدیگر دارند. امنیت، به عنوان یکی از عوامل اساسی در توسعه گردشگری دریایی، در جذب گردشگران و ایجاد تجربه‌ای مثبت از سفر نقش بسزایی دارد و از سوی دیگر حضور گردشگران خود باعث امنیت می‌شود. از سوی دیگر رونق گردشگری دریایی سبب تقویت هویت محلی، افزایش درک متقابل مردم محلی و گردشگران، کاهش تعصبات و تشویق به همکاری مردم محلی شود. در شاخص جاذبه‌های گردشگری دریایی سه مورد از مهمترین گویه‌ها عبارتند از وجود جاذبه‌های طبیعی (آب و هوا، موقعیت جغرافیایی، تماشای پرندگان، صید ماهی)، وجود جاذبه‌های تاریخی و وجود جاذبه‌های فرهنگی (موسیقی‌های محلی، لباس محلی، صنایع دستی و تولیدات روستایی و ...). در شاخص عوامل محیطی گردشگری دریایی وضعیت ساخت و سازها پیرامونی مقصدهای گردشگری دریایی، آلودگی هوا در مقصدهای گردشگری دریایی و آلودگی صوتی در مقصدهای گردشگری دریایی به ترتیب اهمیت قرار دارند. در شاخص عوامل قانونی گردشگری دریایی نیز گویه‌های حمایت مسئولان از سرمایه‌گذاران و طرح‌های گردشگری دریایی، میزان هماهنگی بین ارگانهای تصمیم‌گیرنده و نامشخص بودن متولی اصلی سواحل دریا در قوانین به طور شفاف به ترتیب اهمیت قرار دارند. با توجه به اهمیت متوله اقتصاد دریا محور و توسعه دریا محور که اخیراً بیش از پیش مورد توجه قرار گرفته و در برنامه هفتم توسعه نیز به این مهم اشاره شده است که میتواند تبعات اقتصادی زیادی برای ایران داشته باشد، باید نسبت به بخشهای مختلف اقتصاد دریامحور از جمله گردشگری توجه خاص نمود.

۵-۲. پیشنهادها

- بنابر مباحث صورت گرفته پیشنهادات زیر جهت توسعه گردشگری دریایی در ایران مطرح می شوند:
- تهیه بانک اطلاعاتی از جاذبه ها، منابع و امکانات گردشگری دریایی کشور؛
 - ایجاد جاذبه ها و محصولات گردشگری انسان ساخت به منظور افزایش درآمدهای اقتصادی مناطق دریایی؛
 - تعیین بسته های حمایتی دولت جهت توسعه گردشگری دریایی برای گردشگران و سرمایه گذاران جهت توسعه اقتصادی مقصدهای دریایی؛
 - شناسایی و معرفی مشخصات طرح های سرمایه گذاری در حوزه گردشگری دریایی برای عموم سرمایه گذاران؛
 - توجه به افزایش مشارکت مردم در سرمایه گذاری جهت توسعه اقتصادی مقصدهای گردشگری دریایی.



منابع و مأخذ

منابع فارسی

- ایمانی خوشخو، محمدحسین و علیزاده، ولی الله. (۱۳۹۲). اقتصاد گردشگری (مروری بر پیشینه تحقیق در داخل و خارج از کشور). فصلنامه گردشگری، ۱(۱)، ۲۰-۱.
- بنیادی، طیب؛ طیب نیا، سیدهدادی و حمیدیان پور، محسن. (۱۴۰۱). شناسایی و تحلیل موانع توسعه گردشگری در دریای عمان (مطالعه موردی: سواحل استان سیستان و بلوچستان). فصلنامه مطالعات جغرافیایی نواحی ساحلی، ۳(۲)، ۴۷-۲۷.
- بیرانوندزاده، مریم؛ سارانی، سمانه؛ کرمی، فرزاد و خداداد، مهدی. (۱۳۹۶). عوامل موثر بر توسعه گردشگری در روستاهای سواحل استان سیستان و بلوچستان (روستای تیس، شهرستان چابهار). مجله مهندسی جغرافیای سرزمین، ۱(۲)، ۱۳۷-۱۴۷.
- حسینی، لیلا؛ حسینی، مریم و سلمانی زاده، مهسا. (۱۳۹۲). بررسی نقش صنعت گردشگری بر اقتصاد ایران. دومین همایش ملی گردشگری و طبیعت گردی ایران زمین، همدان.
- درویشی، رضا؛ رضایی، محمدرضا و شمس الدینی، علی. (۱۳۹۷). بررسی نقش گردشگری ساحلی در توسعه اقتصادی از نظر شهروندان (مطالعه موردی: بندر دیلم). فصلنامه علمی پژوهشی جغرافیا (برنامه ریزی منطقه ای)، ۸(۳۲)، ۴۱۱-۴۲۶.
- سبحانی، پروانه؛ لیریایی، لیلا و سیاح نیا، رومینا. (۱۴۰۰). شناسایی عوامل موثر در توسعه گردشگری پایدار و ارائه مدل راهبردی در مناطق ساحلی رامسر. فصلنامه علمی آموزش محیط زیست و توسعه پایدار، ۱۰(۱)، ۱۷۵-۱۹۳.
- سجادی، ژیلا؛ رضویان، محمدتقی؛ حیدری، جهانگیر و جمالی، حسین. (۱۳۹۷). نقش مدیریت در توسعه پایدار گردشگری ساحلی از دیدگاه جامعه میزبان (مطالعه موردی: شهر بوشهر). نشریه پژوهش و برنامه ریزی شهری، ۹(۳۳)، ۱-۱۶.
- شاطریان، محسن؛ غلامی، یونس و میرمحمدی، محمد. (۱۳۹۶). ارزیابی شاخص های توسعه گردشگری پایدار شهری مطالعه موردی: شهر کاشان. نشریه تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی، ۳(۱۷)، ۲۱۴-۱۹۵.
- شکوری، بهرام؛ خوشنویس یزدی، سهیلا و ناطقیان، نیلوفر. (۱۳۹۶). تأثیر توسعه گردشگری بر اقتصاد ایران. پژوهشنامه اقتصاد و کسب و کار، ۸(۱۶)، ۳۳-۵۲.
- عناستانی، علی اکبر و معصومی، مهدی. (۱۴۰۰). بررسی عوامل موثر بر توسعه گردشگری دریاچه ای در ایران (مطالعه موردی: دریاچه های استان فارس). نشریه تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی، ۲۱(۶۳)، ۱۹۳-۲۱۶.

- شفیع آبادی، شفیع آبادی، حامد؛ یوسفی، همایون و کوه بر، محمد امین. (۱۴۰۰). بررسی و رتبه بندی عوامل مؤثر بر توسعه سفر و گردشگری دریایی (مورد مطالعه: پایانه خلیج فارس بندر خرمشهر). *مجله علوم و فنون دریایی*، ۲۰(۴)، ۶۳-۷۵.
- غفوری، فرزاد؛ هنرور، افشار و نعمت پور، رفیع. (۱۳۹۲). عوامل مؤثر در توسعه گردشگری ورزشهای آبی در شهرهای ساحلی مازندران. *دوفصلنامه مدیریت و توسعه ورزش*، ۲(۲)، ۱۹-۳۰.
- محمودی، صدیقه و مرادی، عباس. (۱۴۰۱). ضرورتها و راهبردهای توسعه گردشگری ساحلی مبتنی بر مطالعات نظری. *مورد مطالعه شهرستان بندرلنگه، فصلنامه علمی تخصصی پژوهشهای گردشگری و توسعه پایدار*، ۵(۱۱)، ۲۳-۳۰.
- نجارزاده، محمد و نعمت الهی، مجید. (۱۳۹۵). بررسی عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری روستایی در راستای پایداری و توسعه جوامع محلی در مناطق نمونه گردشگری. *فصلنامه انجمن جغرافیایی ایران*، ۱۰(۴۹)، ۲۴۸-۲۲۵.
- نظریوری، فعلی و ضیایی مهر. (۱۳۹۸). شناسایی و تحلیل عملکرد - اهمیت عوامل مؤثر در گردشگری دریایی. *فصلنامه گردشگری و توسعه*، ۹(۳)، ۱۳۷-۱۵۱.
- نوبخت، فرزاد؛ اتقیاء، ناهید؛ امیری، مجتبی؛ قرهخانی، حسن و اشرفی، نگار. (۱۳۹۳). بررسی عوامل مؤثر در توسعه گردشگری ورزشی استان اردبیل و ارائه راهکارهای اجرایی. *فصلنامه علوم ورزش*، ۱۳۳-۱۰۳، ۱۳۶(۱۳).
- الوانی، سید مهدی و پیروزبخت، معصومه. (۱۳۸۵). *فرآیند مدیریت جهانگردی*. انتشارات دفتر پژوهشهای فرهنگی، تهران، چاپ اول.
- وحیدزادگان، فریبا و زنگی آبادی، علی. (۱۳۹۹). سنجش میزان شناخت تصویری گردشگران از منظر شهری به منظور تبیین برند مقصد گردشگری (موردپژوهشی: کلانشهر اصفهان). *محیط شناسی*، ۴۶(۳)، ۴۷۲-۴۵۵.
- استادی جعفری، مهدی. (۱۴۰۰). *توسعه دریامحور و اقتصاد دریا، ضرورتی بی بدیل در تحقق اقتصاد پویا و مقاومتی کشور*. گزارش مرکز پژوهشهای مجلس.
- یوسفی شهیر، هانیه؛ حسین زاده دلیر، کریم و باقری، کریم. (۱۳۹۲). ارزیابی زیرساخت های گردشگری با تاکید بر محورهای ارتباطی و توقفگاه ها از دیدگاه گردشگران (منطقه فرهنگی تاریخی تبریز). *فصلنامه فضای گردشگری*، ۳(۱۲)، ۲۵-۴۵.

منابع لاتین

- Agapito, D., Valle, P., & Mendes, J. (2014). The sensory dimension of tourist experiences: Capturing meaningful sensory-informed themes in Southwest Portugal. *Tourism Management*, 42, 224-237.

- Bowen, C., Fidgeon, P., & Page, S. J. (2014). Maritime tourism and terrorism: Customer perceptions of the potential terrorist threat to cruise shipping. *Current Issues in Tourism*, 17(7), 610–639.
- Egberts, L., & Hundstad, D. (2019). Coastal heritage in touristic regional identity narratives: A comparison between the Norwegian region Sørlandet and the Dutch Wadden Sea area. *International Journal of Heritage Studies*, 25(10), 1073–1087.
- Farhadi Uonaki, M., Shafiei, Z., & Rastghalam, M. (2018). The identification of the effective key propellants in the essence of the brand of target tourism villages. *Journal of Research and Rural Planning*, 7(2), 157–177.
- Fernández-Macho, J., González, P., & Virto, J. (2024). How specialized are coastal tourism destinations in Europe? *Journal of Destination Marketing & Management*, 31, 100856.
- Fernández-Macho, J., Murillas, A., Ansuategi, A., Escapa, M., Gallastegui, C., González, P., PELLEZO, R., & Virto, J. (2015). Measuring the maritime economy: Spain in the European Atlantic Arc. *Marine Policy*, 60, 49–61.
- Fetisov, V. A., & Maiorov, N. N. (2017). Mathematical modelling and research of passenger flows in marine passenger port. *Naše More*, 64(1), 1–6.
- Gössling, S., Hall, C. M., & Scott, D. (2018). Coastal and ocean tourism. In M. Salomon & T. Markus (Eds.), *Handbook on Marine Environment Protection* (pp. 773–790). Springer.
- Guo, Z., Robinson, D., & Hite, D. (2017). Economic impact of Mississippi and Alabama Gulf Coast tourism on the regional economy. *Ocean & Coastal Management*, 145, 52–61.
- Güzel, Ö., Sahin, I., & Ryan, C. (2020). Push-motivation-based emotional arousal: A research study in a coastal destination. *Journal of Destination Marketing & Management*, 16, 100428.
- Hall, C. M. (2001). Trends in ocean and coastal tourism: The end of the last frontier? *Ocean & Coastal Management*, 44(9–10), 601–618.
- Hanafiah, M. H., Jamaluddin, M. R., & Kunjuraman, V. (2021). Qualitative assessment of stakeholders' and visitors' perceptions towards coastal tourism development at Teluk Kemang, Port Dickson, Malaysia. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 35, 100389.
- Haneef, S. K. (2017). *A model to explore the impact of tourism infrastructure on destination image for effective tourism marketing* (Doctoral dissertation, University of Salford).
- Hassan, A., & Iankova, K. (2012). Strategies and challenges of tourist facilities management in the World Heritage Site: Case of Maritime Greenwich, London. *Tourism Analysis*, 17(6), 775–789.

- Hu, T., & Chen, H. (2024). Destination experience scape for coastal tourism: A social network analysis exploration. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 46, 100747.
- Hynes, S., Cawley, M., Deely, J., & Norton, D. (2024). Alternative approaches to measuring the value of tourism in marine and coastal areas in ocean economy accounting. *Marine Policy*, 168, 106299.
- Kizielewicz, J. (2012). Theoretical considerations on understanding of the phenomenon of maritime tourism in Poland and the world. *Zeszyty Naukowe Akademii Morskiej w Szczecinie*, 108–116.
- Lacher, R. G., Oh, C.-O., Jodice, L. W., & Norman, W. C. (2013). The role of heritage and cultural elements in coastal tourism destination preferences: A choice modeling-based analysis. *Journal of Travel Research*, 52(4), 534–546.
- Lee, J. W., & McKibbin, W. J. (2004). Globalization and disease: The case of SARS. *Asian Economic Papers*, 3(1), 113–131.
- Leposa, N. (2020). Problematic blue growth: A thematic synthesis of social sustainability problems related to growth in marine and coastal tourism. *Sustainability Science*, 15(4), 1233–1244.
- Mossberg, L. (2007). A marketing approach to the tourist experience. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 7(1), 59–74.
- Oh, C. O. (2005). The contribution of tourism development to economic growth in the Korean economy. *Tourism Management*, 26(1), 39–44.
- Orams, M. (2002). *Marine tourism: Development, impacts and management*. Routledge.
- Orams, M., & Lueck, M. (2016). Marine tourism. In *Encyclopedia of Tourism* (pp. 585–586). Springer.
- Papageorgiou, M. (2016a). Coastal and marine tourism: A challenging factor in marine spatial planning. *Ocean & Coastal Management*, 129, 44–48.
- Papageorgiou, M. (2016b). Marine spatial planning and the Greek experience. *Marine Policy*, 74, 18–24.
- Sambracos, E., & Maniati, M. (2014). Financial crisis and passenger shipping: Evidence from Greece. *SPOUDAI Journal of Economics and Business*, 64(2), 40–49.
- Schlesinger, W., Cervera-Taulet, A., & Pérez-Cabañero, C. (2020). Exploring the links between destination attributes, quality of service experience and loyalty in emerging Mediterranean destinations. *Tourism Management Perspectives*, 35, 100699.
- Seekamp, E., Jurjonas, M., & Bitsura-Meszaros, K. (2019). Influences on coastal tourism demand and substitution behaviors from climate change impacts and hazard recovery responses. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(5), 629–648.

- Škare, M., Soriano, D. R., & Porada-Rochoń, M. (2021). Impact of COVID-19 on the travel and tourism industry. *Technological Forecasting and Social Change*, 163, 120469.
- Sokhanvar, A., Çiftçioğlu, S., & Javid, E. (2018). Another look at tourism-economic development nexus. *Tourism Management Perspectives*, 26, 97-106.
- Spinelli, R., & Benevolo, C. (2022). Towards a new body of marine tourism research: A scoping literature review of nautical tourism. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 40, 100569.
- Wei, C., Zhao, W., Zhang, C., & Huang, K. (2019). Psychological factors affecting memorable tourism experiences. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 24(7), 619-632.

