

Identifying Drivers Affecting the Future of the Marine Tourism Market (Case Study: Southern Coasts of Iran)

Sedigheh. Mozafar¹, Vahid. Makkizadeh^{2*}, Sohail. Dadkhah³

¹ Department of Management, Qeshm Branch, Islamic Azad University, Qeshm, Iran

² Department of Business and Customs Management, Faculty of Management and Accounting, Hormozgan University, Bandar Abbas, Iran

³ Department of Business Management, Faculty of Humanities, University of Science and Culture, Tehran, Iran

* Corresponding author email address: v.makizadeh@hormozgan.ac.ir

Article Info

Article type:

Original Research

How to cite this article:

Mozafar, S., Makkizadeh, V., & Dadkhah, S. (2023). Identifying Drivers Affecting the Future of the Marine Tourism Market (Case Study: Southern Coasts of Iran). *Journal of Technology in Entrepreneurship and Strategic Management*, 2(3), 100-123.



© 2023 the authors. Published by KMAN Publication Inc. (KMANPUB), Ontario, Canada. This is an open access article under the terms of the Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0) License.

ABSTRACT

The proximity of the southern provinces of the country to the Persian Gulf and the Sea of Oman, along with their extensive coastlines, indicates the significant potential of the country in marine tourism. Therefore, national and regional policy formulation should pay special attention to these southern provinces to leverage their latent potential in marine tourism and pave the way for their economic development. This study aims to identify the drivers affecting the future of the marine tourism market on the southern coasts of Iran. This research is applied in terms of its objective and descriptive-analytical in terms of data collection. It is exploratory with a quantitative-qualitative approach. Information was gathered using library research, field studies, and techniques based on environmental scanning and Delphi method. Through a review of the literature and analysis of upstream documents, initial drivers were identified and provided to experts. A total of 48 drivers were identified and finalized. Subsequently, a questionnaire in the form of a cross-impact analysis matrix based on scoring from 0 to 3 was designed to examine the influence and interdependence of these drivers. This questionnaire was then provided to experts to serve as input for the MICMAC software. Data were analyzed, and direct and indirect effects of the indices were assessed. Subsequently, ten key drivers were selected: private and public investment, marketing programs, advertising and information dissemination, infrastructure, budget and credits, inter-organizational cooperation, quality of facilities and services, establishment of social security, social platforms, beach beautification and organization, and holding festivals.

Keywords: tourism, marine tourism, development, drivers, southern coasts of Iran.

Introduction

Marine tourism, which encompasses all tourism activities related to seas and coastlines, is an emerging and significant sector within the broader tourism industry. The southern provinces of Iran, bordering the Persian Gulf and the Sea of Oman, boast extensive coastlines with considerable potential for marine tourism development (Diakomihalis, 2007). This region's unique geographical, cultural, and environmental features present opportunities for economic development through targeted tourism initiatives. Despite this potential, the marine tourism sector in southern Iran remains underdeveloped due to various challenges and a lack of strategic focus. This study aims to identify the key drivers influencing the future of the marine tourism market in the southern coasts of Iran, providing insights for policymakers and stakeholders to enhance the region's tourism potential.

Methods and Materials

This research adopts an applied, descriptive-analytical approach with an exploratory quantitative-qualitative methodology. The study employs a combination of library research, field studies, and techniques such as environmental scanning and the Delphi method to gather and analyze data. Initially, a comprehensive literature review and analysis of upstream documents were conducted to identify preliminary drivers. These drivers were then refined through consultations with experts in the field of marine tourism.

A total of 48 drivers were identified and finalized through expert feedback. Following this, a cross-impact analysis matrix questionnaire was designed, scoring the identified drivers on a scale from 0 to 3 to evaluate their influence and interdependence. This questionnaire was distributed to experts to be used as input for the MICMAC (Matrix of Cross-Impact Multiplications Applied to Classification) software. The software facilitated the analysis of direct and indirect impacts among the drivers, allowing for the identification of key drivers.

Findings

The analysis revealed that ten key drivers significantly influence the future of the marine tourism market on the southern coasts of Iran. These drivers are private and public investment, marketing programs, advertising and information dissemination, infrastructure, budget and credits, inter-organizational cooperation, quality of facilities and services, establishment of social security, social platforms, and beach beautification and organization. These factors are essential for developing and promoting marine tourism, enhancing the tourist experience, and ensuring sustainable economic growth in the region. The findings emphasize the need for a coordinated approach involving various stakeholders to fully leverage the region's tourism potential.

Discussion and Conclusion

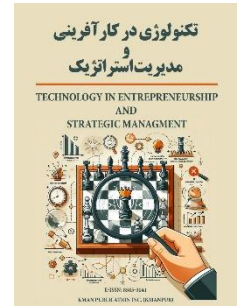
The identification of these key drivers provides a strategic framework for the development of marine tourism in southern Iran. The findings underscore the importance of comprehensive and coordinated efforts involving various stakeholders, including government agencies, private investors, and

local communities. By focusing on these critical areas, the region can leverage its inherent strengths and address existing challenges to realize its full tourism potential.

Investment in infrastructure and quality services is particularly emphasized as these factors directly influence the overall tourist experience. Effective marketing and information dissemination are also crucial for attracting tourists and building a strong tourism brand for the region. Additionally, inter-organizational cooperation is essential for ensuring that various development efforts are aligned and mutually reinforcing (Diakomihalis, 2007; Martínez Vázquez et al., 2021; Rafiee, 2015; Veicy & Mehmandoost, 2015).

The study highlights the need for targeted policies and strategic investments to foster a conducive environment for marine tourism. It also suggests that future research should explore the specific impacts of each driver in more detail, as well as investigate potential new drivers that may emerge as the tourism landscape evolves.

In conclusion, the future of the marine tourism market in southern Iran hinges on a holistic approach that integrates investment, infrastructure development, quality services, and effective marketing. By addressing these key drivers, policymakers and stakeholders can pave the way for sustainable economic development through marine tourism. This study provides a foundational framework that can guide future initiatives and contribute to the overall growth and success of the tourism industry in the region.



شناسایی پیشران‌های موثر بر آینده بازار گردشگری دریایی (مطالعه موردی: سواحل جنوب ایران)

صدیقه مظفر^۱، وحید مکی زاده^۲، سهیل دادخواه^۳

۱. گروه مدیریت، واحدقم، دانشگاه آزاد اسلامی، قشم، ایران
۲. گروه مدیریت بازرگانی و گمرک، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه هرمزگان، بندرعباس، ایران
۳. گروه مدیریت کسب و کار، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه علم و فرهنگ، تهران، ایران

*ایمیل نویسنده مسئول: v.makizadeh@hormozgan.ac.ir

چکیده

اطلاعات مقاله

نوع مقاله

پژوهشی اصیل

نحوه استناد به این مقاله:

مظفر، صدیقه، مکی زاده، وحید، و دادخواه، سهیل. (۱۴۰۲). شناسایی ابعاد و مولفه‌های مدل مدیریت عملکرد منابع انسانی با رویکرد اقتصاد مقاومتی. *تکنولوژی در کار آفرینی و مدیریت استراتژیک*، ۲(۳)، ۱۰۰-۱۲۳.



© ۱۴۰۲ تمامی حقوق انتشار این مقاله متعلق به نویسنده است. انتشار این مقاله به صورت دسترسی آزاد مطابق با گواهی (CC BY-NC 4.0) صورت گرفته است.

همجواری استان‌های جنوبی کشور با خلیج فارس و دریای عمان و برخورداری از سواحل طولانی حاکی از ظرفیت بسیار بالای کشور در امر گردشگری دریایی است. بنابراین می‌بایست در تدوین سیاست‌های ملی و منطقه‌ای، توجه ویژه‌ای را نسبت به استان‌های جنوبی داشت تا بتوان با بهره‌مندی از پتانسیل‌های بالقوه آن‌ها در زمینه گردشگری دریایی، بسترهای توسعه اقتصادی آن‌ها را فراهم نمود. این پژوهش با هدف شناسایی پیشران‌های موثر بر آینده بازار گردشگری دریایی سواحل جنوب ایران انجام شده است. این پژوهش از نظر هدف کاربردی و از لحاظ گردآوری داده‌ها توصیفی-تحلیلی، از نوع اکتشافی با رویکرد کمی-کیفی است. شیوه گردآوری اطلاعات کتابخانه‌ای، میدانی و مبتنی بر تکنیک پوشش محیطی و دلفی است. با مرور ادبیات و بررسی اسناد بالادستی پیشران‌های اولیه شناسایی شد و در اختیار خبرگان قرار گرفت. تعداد ۴۸ پیشران شناسایی و نهایی شد. در ادامه، پرسشنامه‌ای به صورت ماتریس تحلیل اثرات متقابل از پیشران‌های شناسایی شده مرحله قبل بر مبنای امتیازدهی بین ۰ تا ۳ به منظور بررسی میزان تأثیرگذاری و تأثیرپذیری پیشران‌ها بر یکدیگر طراحی گردید و در اختیار خبرگان قرار گرفت تا به‌عنوان ورودی برای نرم‌افزار میک مک استفاده شود. داده‌ها مورد تجزیه و تحلیل، و تأثیرات مستقیم و غیرمستقیم شاخص‌ها مورد ارزیابی قرار گرفت. سپس ۱۰ پیشران به عنوان پیشران‌های کلیدی انتخاب شدند: سرمایه‌گذاری بخش خصوصی و دولتی، برنامه‌های بازاریابی، تبلیغات و اطلاع رسانی، زیرساخت‌ها، بودجه و اعتبارات، همکاری‌های بین سازمانی، کیفیت تسهیلات و خدمات، برقراری امنیت اجتماعی، بسترهای اجتماعی، زیباسازی و ساماندهی سواحل و برگزاری جشنواره‌ها و ... می‌باشد.

کلیدواژگان: گردشگری، گردشگری دریایی، توسعه، پیشران، سواحل جنوب ایران.

مقدمه

امروزه صنعت گردشگری^۱ فراتر از یک صنعت، به‌مثابه پدیده پویای جهانی و اجتماعی است که پیچیدگی‌های خاص خود را دارد. مطابق نظر سازمان جهانی گردشگری^۲، گردشگری بزرگ‌ترین صنعت فعال در جهان است. گردشگری صنعتی است که اهمیت آن با فراهم‌آوردن مزیت‌های رقابتی، افزایش رشد اقتصادی و ایجاد یک تصویر مثبت از کشورها امروزه به‌طور مداوم در حال رشد است (Faeni et al., 2023; Hu, 2024; Valeryia, 2024). گردشگری یکی از منابع مهم درآمدهای ارزی هم برای جوامع پیشرفته و هم برای کشورهای در حال توسعه محسوب می‌شود، به طوری که بخش بزرگی از برنامه‌ریزی‌ها و سرمایه‌گذاری‌ها را در جهان فعلی به خود اختصاص داده است. در این میان، گردشگری دریایی^۳ به عنوان یکی از شاخص‌های پرتعداد گردشگری محسوب می‌گردد. گردشگری دریایی شامل کلیه فعالیت‌های گردشگری مربوط به دریا و سواحل می‌شود (Diakomihalis, 2007). گردشگری دریایی شامل فعالیت‌هایی است که مستلزم مسافرت از محل اقامت و تمرکز بر روی محیط دریایی است. از جمله این فعالیت‌ها می‌توان به طیف گسترده‌ای از فعالیت‌هایی مانند اسکی روی آب، موج‌سواری، ماهی‌گیری در زیر آب، غواصی، شنا و گشت‌وگذار در پارک‌های دریایی، قایق‌رانی، قایق‌های تفریحی و نیز سفرهای دریایی اشاره نمود (Rafiee, 2015). از نظر کارآیی اقتصادی، حمل‌ونقل دریایی سودآورترین بخش گردشگری دریایی است. تجربه جهانی نشان می‌دهد که توسعه حمل‌ونقل دریایی به‌واسطه درآمد حاصل از ارائه خدمات بندری و سایر خدمات گردشگری همچون گشت‌وگذار، خرید و غذا، تاثیر بسیار مثبتی در توسعه اقتصاد کشورها دارد. بر اساس نظر انجمن بین‌المللی خطوط دریایی^۴، تقاضای جهانی برای سفرهای دریایی در سال ۲۰۱۶ به ۲۴/۷ میلیون مسافر رسیده است که در سال ۱۹۹۵، ۵/۶ میلیون نفر بوده است. بین سال‌های ۲۰۰۵ تا ۲۰۱۶، میانگین رشد سالانه تقاضا برای گردشگری دریایی ۵/۲ درصد ثبت شده است که از شاخص مشابه ورود گردشگران بین‌المللی (۳/۹ درصد) بالاتر بود. همین‌طور در سال ۲۰۱۷، توزیع بازار سفرهای دریایی جهان توسط مناطق جهانگردی جهان به شرح زیر است: ۵۶ درصد شهروندان ایالات متحده، ۳۵ درصد اروپایی‌ها و ۱۹ درصد سایر کشورها. در اروپا رشد تقاضا از ۱ میلیون نفر در سال ۱۹۹۵ به ۶/۷ میلیون نفر در سال ۲۰۱۶ رسیده است. بزرگ‌ترین بازارهای اروپا، آلمان و انگلستان هستند که بیش از نیمی از مسافران اروپایی را شامل می‌شوند و همچنین ایتالیا، فرانسه و اسپانیا با بیش از ۰/۵ میلیون مسافر. کشورهای بالتیک همچون لیتوانی، لتونی و استونی نیز در سال‌های اخیر رشد قابل توجهی را نشان داده‌اند (Martínez Vázquez et al., 2021).

در کشور ایران نیز یکی از پتانسیل‌های گردشگری دریایی در جنوب کشور و در استان‌های هرمزگان، بوشهر و سیستان و بلوچستان وجود دارد. اما علی‌رغم مزیت‌ها و ظرفیت‌های دریا در این مناطق، از صنعت گردشگری استفاده بهینه نشده است. هر چند حرکت‌هایی برای توسعه صنعت گردشگری صورت گرفت، اما سهم گردشگری دریایی به دلیل بی‌توجهی مسئولان بسیار ناچیز است و وجود مشکلات بسیار زیاد در این مقوله باعث شده است تا گردشگری دریایی کمتر موردقبال قرار گیرد. این درحالی است که، امروزه شاهد توسعه روز افزون صنعت گردشگری دریایی در بسیاری از کشورها هستیم و به سادگی می‌توان پیش‌بینی کرد که در آینده دامنه‌ی این توسعه، گسترده‌تر از پیش خواهد شد.

1. Tourism

2. UNWTO

3. Maritime tourism

4. CLIA

عدم استفاده از ظرفیت‌های موجود و نیز وجود چالش‌های خاص در این حوزه، مقوله برنامه‌ریزی را با مشکل مواجه نموده و دیگر، سبک‌ها و رویکردهای سنتی پاسخگوی نیازهای این منطقه در حوزه گردشگری دریایی نمی‌باشند. از طرف دیگر نوع نگرش و پایه‌های فکری حاکم در زمان‌های مختلف به مقوله برنامه‌ریزی تغییر یافته است (Kuosa, 2011).

از این رو، می‌توان با شناخت پیشران‌ها و فضاهای مؤثر آینده، تعریفی از نقش این صنعت در فرآیند توسعه ملی و راهبری آن برای توسعه مطلوب ارائه داد. در واقع فرآیند آینده‌نگاری، ادامه‌دهنده برنامه‌های سنتی فعلی بوده که عمده تمرکز آن‌ها برگزیده بوده و با گذشته-پژوهی، به ارائه برنامه‌ها می‌پردازد و در این راه آینده‌نگاری با بررسی پیشران‌های استخراج‌شده و تأثیر آن‌ها بر یکدیگر در قالب تحلیل تأثیرات متقابل^۱، مهم‌ترین پیشران‌هایی که دارای بیشترین میزان اهمیت بوده که به‌نوعی شکل‌دهنده آینده این صنعت نیز هستند را شناسایی کرده است.

از این رو، پژوهش حاضر قصد دارد، مهم‌ترین پیشران‌ها تأثیرگذار بر آینده بازار گردشگری دریایی سواحل جنوب ایران را شناسایی و بر اساس آن‌ها، در مطالعات بعدی آینده‌های و سناریوهای مطلوب برای توسعه آینده این حوزه را انتخاب و ارائه نماید.

روش پژوهش

پژوهش حاضر با رویکرد آینده‌پژوهی، مهم‌ترین پیشران‌های مؤثر بر آینده بازار گردشگری دریایی سواحل جنوب ایران را شناسایی و میزان و چگونگی تاثیرگذاری این عوامل را بررسی می‌کند. این پژوهش از نظر هدف، کاربردی است و با توجه به مولفه‌های مورد بررسی، رویکرد حاکم بر آن توصیفی-تحلیلی است. برای شناسایی پیشران‌ها از تکنیک پویا محیطی و دلفی استفاده شده است. جامعه آماری پژوهش حاضر از متخصصین و خبرگانی که در زمینه صنعت گردشگری دریایی از دانش کافی برخوردارند تشکیل شده است. این گروه از جامعه آماری شامل خبرگان و فعالان صنعت گردشگری دریایی در بخش خصوصی و دولتی و نیز اساتید دانشگاهی خبره در این حوزه، می‌باشد. روش نمونه‌گیری به صورت هدفمند (غیراحتمالی) بوده و حجم نمونه بر اساس حد اشباع خواهد بود. گردآوری داده‌ها برای شناسایی پیشران‌های اولیه ادبیات موضوع شامل اسناد بالادستی و مطالعات صورت‌گرفته در این حوزه مانند مقالات علمی-پژوهشی و... مورد بررسی قرار گرفت. سپس پیشران‌های شناسایی شده از مرحله قبل در قالب پرسشنامه نیمه‌ساختاریافته بین خبرگان حوزه گردشگری دریایی توزیع شد و از آن‌ها خواسته شد ضمن بررسی پیشران‌های موجود، نظرات خود را بیان نمایند. پس از گردآوری پرسشنامه‌ها و نهایی شدن پیشران‌ها، پرسشنامه میک‌مک در اختیار خبرگان قرار گرفت تا در چارچوب ماتریس اثرات متقاطع به پیشران‌ها، بر مبنای تاثیرگذاری و تاثیرپذیری با اعدادی در طیف صفر تا سه امتیاز دهند. در این امتیازدهی "صفر" به منزله بدون تاثیر، "یک" تاثیر ضعیف، "دو" تاثیر متوسط و "سه" به معنای تاثیر زیاد است.

یافته‌ها

برای بررسی ویژگی‌های دموگرافیک پاسخ‌دهندگان از شاخص‌های آمار توصیفی استفاده شد. به این ترتیب که همه مصاحبه‌شوندگان مرد می‌باشند. بررسی تحصیلات مصاحبه‌شوندگان حاکی از این بود که بیشتر مصاحبه‌شوندگان، دارای تحصیلات دکترا هستند. میانگین و انحراف معیار سن مصاحبه‌شوندگان به ترتیب ۴۸/۵ و ۸/۶ سال می‌باشد.

پس از احصاء عوامل و پیشران‌های موثر بر آینده صنعت گردشگری دریایی سواحل جنوب ایران از ادبیات موضوع و مصاحبه‌های انجام‌گرفته، این پیشران‌ها با نظر خبرگان تحدید و تجمیع شد. به این ترتیب که ۴۸ پیشران کلیدی شناسایی شد.

جدول ۱

عوامل و پیشران‌های موثر بر آینده بازار گردشگری دریایی سواحل جنوب ایران

ردیف	شاخص
۱	بسترهای اجتماعی لازم
۲	همکاری‌های بین‌سازمانی
۳	پاکیزگی سواحل و دریا
۴	زیباسازی و ساماندهی سواحل
۵	زیرساخت‌ها
۶	برقراری امنیت اجتماعی
۷	برنامه‌های بازاریابی، تبلیغات و اطلاع‌رسانی
۸	سرمایه‌گذاری بخش خصوصی و دولتی
۹	مطالعه و تحقیق بازار بالقوه
۱۰	امکانات بهداشتی و درمانی
۱۱	کیفیت تسهیلات و خدمات گردشگری
۱۲	استقرار گروه‌های امداد و نجات در سواحل و دریا
۱۳	جاذبه‌های گردشگری
۱۴	شکل‌گیری تصویر و برند گردشگری دریایی منطقه
۱۵	آب و هوا و اقلیم منطقه
۱۶	ثبات اقتصادی
۱۷	آموزش، توسعه و توانمندسازی نیروی انسانی
۱۸	استفاده از مشاوران تخصصی حوزه گردشگری دریایی
۱۹	گونه‌های زیستی
۲۰	تورم
۲۱	اصلاح قوانین و مقررات
۲۲	سطح معیشت و درآمد گردشگران
۲۳	مخاطرات طبیعی
۲۴	برگزاری جشنواره‌ها، نمایشگاه‌ها و همایش‌های مرتبط با گردشگری دریایی
۲۵	نگاه ویژه سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری به موضوع گردشگری دریایی
۲۶	عوامل سیاسی و روابط بین‌المللی
۲۷	موقعیت استراتژیک منطقه
۲۸	سنت‌ها و آداب و رسوم و جذابیت‌های فرهنگی
۲۹	زمان و فصول تقاضا
۳۰	مراکز تجاری (سنتی و مدرن)
۳۱	رعایت استانداردهای زیست‌محیطی
۳۲	کاهش عوامل محدودیت‌زا
۳۳	تحریم
۳۴	پایش مداوم فعالیت‌های توسعه گردشگری در جهان
۳۵	بودجه و اعتبارات
۳۶	ایجاد رشته‌های دانشگاهی مربوط به حوزه گردشگری دریایی
۳۷	پراکندگی و همجواری جاذبه‌های گردشگری

فرهنگ سازی در رسانه‌ی ملی و کتب درسی	۳۸
تقویت اقتصاد محلی	۳۹
مطالعه و تعیین مناطق حفاظت شده در مقیاس ملی و بین‌المللی	۴۰
فعالیت سازمان‌های مردم‌نهاد	۴۱
فرصت‌های شغلی مرتبط با گردشگری دریایی	۴۲
بیکاری	۴۳
فعالیت‌ها و محصولات مکمل با جاذبه‌های گردشگری	۴۴
ایجاد موزه‌های مردم‌شناسی در بنادر و دریانوردی	۴۵
نرخ باسوادی شاغلان منطقه	۴۶
فناوری‌های آنلاین	۴۷
وجود مناطق آزاد	۴۸

پس از انتخاب پیشران‌های اولیه پژوهش تعداد ۴۸ پیشران از مجموع کل پیشران‌های شناسایی‌شده، انتخاب شد. پیشران‌های منتخب به صورت ماتریس ۴۸*۴۸ و با قالب پرسشنامه مخصوص MicMac در اختیار خبره‌ها قرار گرفت و از آن‌ها خواسته شد با توجه به راهنمای پرسشنامه به امتیازدهی این پیشران‌ها بر حسب میزان تأثیرگذاری و تأثیرپذیری با توجه به شدت اثر امتیازی از ۰ تا ۳ برای هر یک از پیشران‌ها در نظر بگیرند. در ادامه نتایج پاسخ خبره‌ها جمع‌آوری و وارد نرم‌افزار MicMac شد و مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. نتایج کلی محیط نرم‌افزار به صورت **جدول ۲** در ادامه آورده شده است. بر اساس نتایج، درجه پر شدگی ماتریس ۹۷/۹۱٪ درصد می‌باشد یعنی شاخص‌های منتخب در بیش از ۹۷ درصد موارد بر یکدیگر تأثیر داشته‌اند که نشان می‌دهد میزان تأثیر پیشران‌ها بر همدیگر زیاد و به صورت پراکنده بوده و سیستم از وضعیت ناپایداری برخوردار بوده است. از مجموعه ۲۲۵۶ رابطه قابل ارزیابی در این ماتریس، ۴۸ رابطه عدد صفر بوده است که نشان می‌دهد پیشران‌ها بر همدیگر تأثیر نداشته‌اند یا از همدیگر تأثیر نپذیرفته‌اند، ۱۱۳۱ رابطه عدد یک، ۷۵۸ رابطه عدد دو و ۳۶۷ رابطه عدد سه بوده است که نشان دهنده بالاترین شدت تأثیرگذاری و تأثیرپذیری پیشران‌ها بر همدیگر می‌باشد.

جدول ۲

نتایج کلی تحلیل ماتریس اثرات متقاطع

شاخص	اندازه	تعداد تکرار	تعداد صفرها	تعداد یک‌ها	تعداد دوها	تعداد سه‌ها	مجموع	درصد خانه‌های پر شده
مقدار	۴۸	۲	۴۸	۱۱۳۱	۷۵۸	۳۶۷	۲۲۵۶	۹۷/۹۱٪

تعداد تکرار یا چرخش در این تحلیل ۲ بار در نظر گرفته شده که مطلوبیت و بهینه‌شدگی میزان تأثیرگذاری در دور اول ۹۹٪ و تأثیرپذیری پیشران‌ها بر همدیگر ۹۶٪ بوده و در دور دوم به عدد ۱۰۰٪ مطلوبیت رسیده است که نشان از روایی بالای پرسش‌نامه و پاسخ‌های آن است.

تأثیرات مستقیم یعنی میزان تأثیری که به صورت مستقیم یک پیشران بر پیشران دیگر اعمال می‌کند یا از آن تأثیر می‌پذیرد. با توجه به نتایج کلی میزان تأثیرات مستقیم چهارگونه از پیشران‌ها در تجزیه و تحلیل محیط سیستم قابل‌شناسایی می‌باشند، شامل متغیرهای دو وجهی یا راهبردی که از تأثیرپذیری و تأثیرگذاری بالایی نسبت به سایر متغیرها برخوردارند، متغیرهای تأثیرگذار که از تأثیرگذاری بالا و تأثیرپذیری پایینی نسب به سایر متغیرها برخوردار هستند، متغیرهای مستقل که داری قابلیت تأثیرگذاری و تأثیرپذیری پایینی هستند و

متغیرهای تأثیرپذیر که قابلیت تأثیرگذاری پایین و تأثیرگذاری بالا بر سایر متغیرها را دارند. در ادامه به شرح هر کدام به صورت جداگانه پرداخته شده است.

جدول ۳

میزان تأثیرات مستقیم پیشران‌ها

ردیف	پیشران	میزان تأثیرگذاری (مجموع سطر)	میزان تأثیرپذیری (مجموع ستون)
۱	بسترهای اجتماعی لازم (فرهنگ گردشگر پذیری، مشارکت و...)	۹۴	۸۹
۲	همکاری‌های بین سازمانی	۱۰۰	۹۲
۳	پاکیزگی سواحل و دریا	۸۲	۹۱
۴	زیباسازی و ساماندهی سواحل	۹۳	۹۰
۵	زیرساخت‌ها	۱۰۳	۹۱
۶	برقراری امنیت اجتماعی	۹۵	۹۲
۷	برنامه‌های بازاریابی، تبلیغات و اطلاع رسانی	۱۰۴	۱۰۰
۸	سرمایه گذاری بخش خصوصی و دولتی	۱۰۶	۸۹
۹	مطالعه و تحقیق بازار بالقوه	۶۹	۷۳
۱۰	امکانات بهداشتی و درمانی	۸۳	۸۶
۱۱	کیفیت تسهیلات و خدمات گردشگری	۹۶	۹۳
۱۲	استقرار گروه‌های امداد و نجات در سواحل و دریا	۷۶	۸۰
۱۳	جاذبه‌های گردشگری	۸۸	۱۱۴
۱۴	شکل‌گیری تصویر و برند گردشگری دریایی منطقه	۷۷	۱۰۳
۱۵	آب و هوا و اقلیم منطقه	۷۴	۵۴
۱۶	ثبات اقتصادی	۷۴	۷۴
۱۷	آموزش، توسعه و توانمندسازی نیروی انسانی	۸۵	۷۵
۱۸	استفاده از مشاوران تخصصی حوزه گردشگری دریایی	۸۱	۷۰
۱۹	گونه‌های زیستی	۶۶	۹۴
۲۰	تورم	۵۷	۶۹
۲۱	اصلاح قوانین و مقررات	۶۵	۶۶
۲۲	سطح معیشت و درآمد گردشگران	۸۸	۱۰۲
۲۳	مخاطرات طبیعی	۶۵	۶۹
۲۴	برگزاری جشنواره‌ها، نمایشگاه‌ها و همایش‌های مرتبط با گردشگری دریایی	۹۱	۹۱
۲۵	نگاه ویژه سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری به موضوع گردشگری دریایی	۸۴	۷۷
۲۶	عوامل سیاسی و روابط بین‌المللی	۶۵	۶۲
۲۷	موقعیت استراتژیک منطقه	۷۳	۵۴
۲۸	سنت‌ها و آداب و رسوم و جذابیت‌های فرهنگی	۶۵	۷۷
۲۹	زمان و فصول تقاضا	۶۱	۶۲
۳۰	مراکز تجاری (سنتی و مدرن)	۸۴	۸۷
۳۱	رعایت استانداردهای زیست محیطی	۸۶	۷۲
۳۲	کاهش عوامل محدودیت‌زا	۵۸	۶۳
۳۳	تحریم	۶۳	۵۲
۳۴	پایش مداوم فعالیت‌های توسعه گردشگری در جهان	۶۹	۶۷
۳۵	بودجه و اعتبارات	۱۰۱	۸۹
۳۶	ایجاد رشته‌های دانشگاهی مربوط به حوزه گردشگری دریایی	۵۹	۵۴

۶۴	۶۲	پراکندگی و همجواری جاذبه‌های گردشگری	۳۷
۸۷	۷۴	فرهنگ سازی در رسانه‌ی ملی و کتب درسی	۳۸
۹۴	۸۴	تقویت اقتصاد محلی	۳۹
۶۰	۵۹	مطالعه و تعیین مناطق حفاظت شده در مقیاس ملی و بین المللی	۴۰
۶۷	۶۲	فعالیت سازمان‌های مردم نهاد	۴۱
۹۴	۷۹	فرصت‌های شغلی مرتبط با گردشگری دریایی	۴۲
۷۳	۶۸	بیکاری	۴۳
۸۲	۶۹	فعالیت‌ها و محصولات مکمل با جاذبه‌های گردشگری	۴۴
۶۸	۷۷	ایجاد موزه‌های مردم شناسی در بنادر و دریانوردی	۴۵
۶۷	۷۵	نرخ باسوادی شاغلان منطقه	۴۶
۶۳	۷۳	فناوری‌های آنلاین	۴۷
۶۶	۸۶	وجود مناطق آزاد	۴۸
۳۷۴۸	۳۷۴۸	مجموع	

پیشران‌های دووجهی بیشترین تأثیرگذاری و همین‌طور بیشترین تأثیرپذیری بر سایر پیشران‌ها را دارند و از حساسیت بالایی در سیستم برخوردار هستند که از این جهت به عنوان پیشران‌های راهبردی در سیستم از آن‌ها یاد می‌شود، زیرا هر تغییری بر روی این پیشران‌ها، بر سایر پیشران‌های داخل سیستم اثرگذار می‌باشد، به همین دلیل است که این پیشران‌ها می‌توانند تا حدودی پویایی و پایداری سیستم را تحت‌الشعاع قرار دهند. این گروه از پیشران‌ها همان‌گونه که در **جدول ۴** دیده می‌شوند شامل موارد ذیل می‌باشند:

جدول ۴

پیشران‌های قرار گرفته در ناحیه اول

ردیف	پیشران
۱	سرمایه گذاری بخش خصوصی و دولتی
۲	برنامه‌های بازاریابی، تبلیغات و اطلاع رسانی
۳	زیرساخت‌ها
۴	بودجه و اعتبارات
۵	همکاری‌های بین سازمانی
۶	کیفیت تسهیلات و خدمات گردشگری
۷	برقراری امنیت اجتماعی
۸	بسترهای اجتماعی لازم
۹	زیباسازی و ساماندهی سواحل
۱۰	برگزاری جشنواره‌ها، نمایشگاه‌ها و همایش‌های مرتبط با گردشگری دریایی
۱۱	جاذبه‌های گردشگری
۱۲	سطح معیشت و درآمد گردشگران
۱۳	مراکز تجاری (سنتی و مدرن)
۱۴	تقویت اقتصاد محلی
۱۵	امکانات بهداشتی و درمانی
۱۶	پاکیزگی سواحل و دریا

پیشران‌های تأثیرگذار بیشترین میزان تأثیرگذاری و کمترین میزان تأثیرپذیری را در سیستم دارند و در قسمت شمال غربی نمودار قرار می‌گیرند. از آنجایی که سیستم موردبررسی به عنوان یک سیستم ناپایدار شناخته شده است نمی‌توان انتظار داشت پیشران‌ها در قسمت شمال غربی نمودار و نزدیک به محور عمودی قرار گرفته باشند. زیرا قرارگیری پیشران‌ها در این محل نمایانگر سیستم پایدار می‌باشد و تنها چهار پیشران در این گروه قرار گرفته که بیشتر نزدیک به محور مختصات نمودار می‌باشند و با کوچکترین تغییر بر روی سایر پیشران‌ها امکان جابجایی هر کدام از پیشران‌ها قرار گرفته در این دسته به دسته دیگر زیاد می‌باشد. پیشران‌های این ناحیه شامل موارد ذیل در **جدول ۵** می‌باشند:

جدول ۵

پیشران‌های قرار گرفته در ناحیه دوم

ردیف	پیشران
۱	رعایت استانداردهای زیست محیطی
۲	وجود مناطق آزاد
۳	آموزش، توسعه و توانمندسازی نیروی انسانی
۴	نگاه ویژه سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری به موضوع گردشگری دریایی

پیشران‌های مستقل در قسمت جنوب غربی نمودار واقع شده‌اند و کمترین میزان تأثیرگذاری و تأثیرپذیری را در سیستم اعمال می‌کنند و به دلیل تأثیرگذاری و تأثیرپذیری پایین خود نسبت به سایر پیشران‌ها، مستقل عمل می‌کنند و تأثیر کمی بر رفتار آینده سیستم دارند. این پیشران‌ها شامل موارد ذیل می‌باشند:

جدول ۶

پیشران‌های قرار گرفته در ناحیه سوم

ردیف	پیشران
۱	استفاده از مشاوران تخصصی حوزه گردشگری دریایی
۲	ایجاد موزه‌های مردم شناسی در بنادر و دریانوردی
۳	استقرار گروه‌های امداد و نجات در سواحل و دریا
۴	نرخ باسوادگی شاغلان منطقه
۵	آب و هوا و اقلیم منطقه
۶	ثبات اقتصادی
۷	موقعیت استراتژیک منطقه
۸	فناوری‌های آنلاین
۹	مطالعه و تحقیق بازار بالقوه
۱۰	پایش مداوم فعالیت‌های توسعه گردشگری در جهان
۱۱	فعالیت‌ها و محصولات مکمل با جاذبه‌های گردشگری
۱۲	بیکاری
۱۳	اصلاح قوانین و مقررات
۱۴	مخاطرات طبیعی

عوامل سیاسی و روابط بین المللی	۱۵
سنت‌ها و آداب و رسوم و جذابیت‌های فرهنگی	۱۶
تحریم	۱۷
پراکندگی و همجواری جاذبه‌های گردشگری	۱۸
فعالیت سازمان‌های مردم نهاد	۱۹
زمان و فصول تقاضا	۲۰
ایجاد رشته‌های دانشگاهی مربوط به حوزه گردشگری دریایی	۲۱
مطالعه و تعیین مناطق حفاظت شده در مقیاس ملی و بین المللی	۲۲
کاهش عوامل محدودیت زا	۲۳
تورم	۲۴

پیشران‌های تأثیرپذیر در قسمت جنوب شرقی نمودار قرار گرفته‌اند. این گروه از پیشران‌ها کمترین میزان تأثیرگذاری را در سیستم دارند و در عین حال بیشترین میزان تأثیرپذیری از سایر پیشران‌ها به این گروه اختصاص دارد. از آنجایی که این دسته از پیشران‌ها بیشتر تأثیرپذیر می‌باشند، لذا وضعیت آن‌ها در سیستم، بیشتر در گرو تأثیرات پیشران‌های سایر گروه‌ها می‌باشد. از جمله پیشران‌هایی که در این گروه قرار گرفته‌اند همان گونه که در زیر مشاهده می‌شود، شامل موارد ذیل می‌باشند:

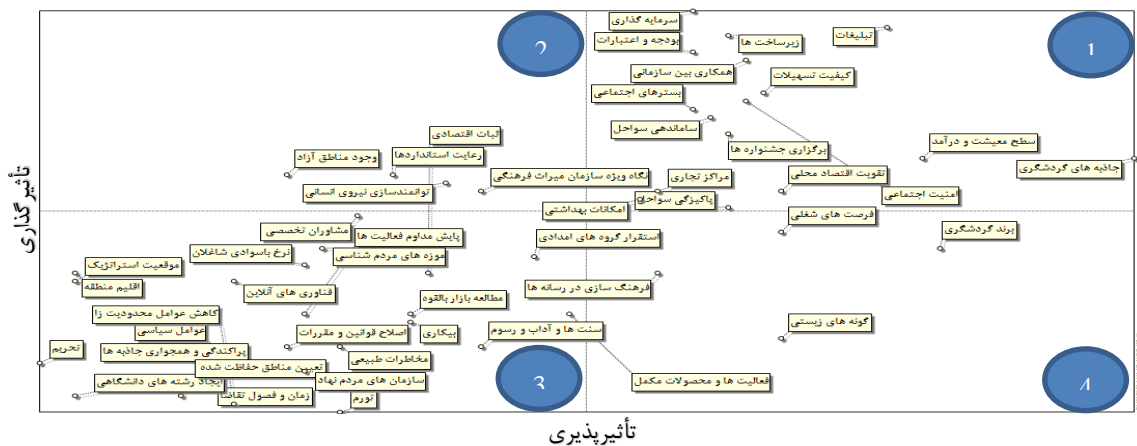
جدول ۷

پیشران‌های قرار گرفته در ناحیه چهارم

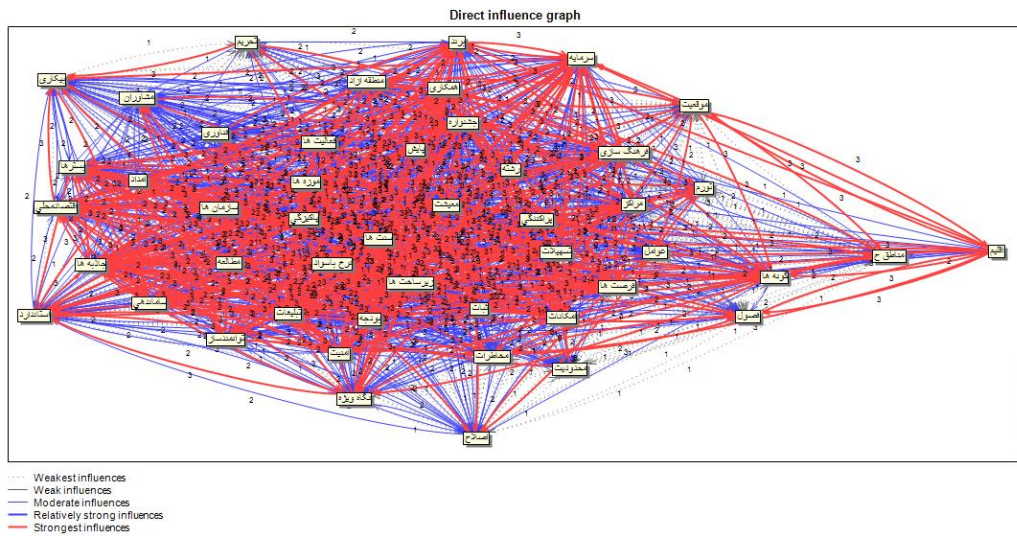
ردیف	پیشران
۱	فرصت‌های شغلی مرتبط با گردشگری دریایی
۲	شکل‌گیری تصویر و برند گردشگری دریایی منطقه
۳	فرهنگ سازی در رسانه‌ی ملی و کتب درسی
۴	گونه‌های زیستی

شکل ۱

پراکندگی شاخص‌ها بر اساس تأثیرات مستقیم



ارتباط مستقیم بین شاخص‌ها (تأثیرات کم تا زیاد شاخص‌ها بر همدیگر)



علاوه بر تأثیرگذاری و تأثیرپذیری پیشران‌ها به صورت مستقیم از همدیگر، جهت دستیابی به نتیجه‌ای روشن و گویاتر تأثیرات غیرمستقیم پیشران‌ها بر یکدیگر در این تحقیق مورد بررسی قرار گرفته است. به منظور مشخص کردن میزان تأثیرگذاری و تأثیرپذیری غیرمستقیم پیشران‌ها بر همدیگر، نرم‌افزار هر یک از روابط پیشران‌ها را به توان‌های ۲، ۳، ۴، ۵ و... می‌رساند و بدین صورت اثرات غیرمستقیم پیشران‌ها مشخص می‌شود. نتایج کلی تأثیرات غیرمستقیم پیشران‌ها به صورت جدول ۸ آورده شده است.

از آنجایی که شباهت زیادی در خروجی محاسبات سیستم به صورت مستقیم و غیرمستقیم می‌باشد، از تفکیک هر یک از دسته‌بندی‌ها و شرح آن‌ها به صورت جداگانه به منظور جلوگیری از کثرت مطالب امتناع شده و فقط شماتیک کلی آن در ادامه نمایش داده شده است.

جدول ۸

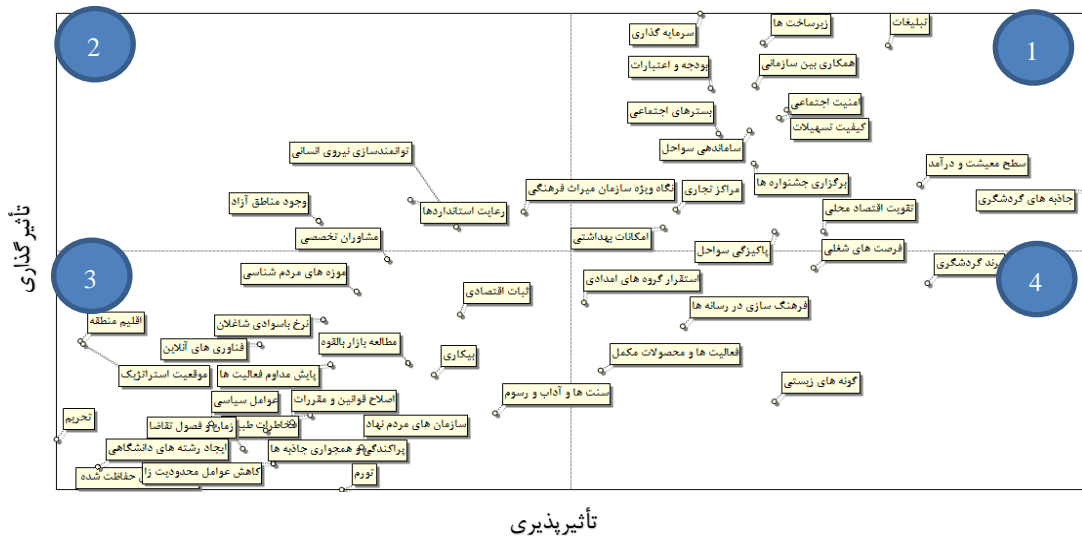
میزان تأثیرات غیرمستقیم پیشران‌ها

ردیف	پیشران	میزان تأثیرگذاری (مجموع سطر)	میزان تأثیرپذیری (مجموع ستون)
۱	بسترهای اجتماعی لازم (فرهنگ گردشگر پذیری، مشارکت و...)	۵۹۹۹۶۳	۵۷۲۹۲۷
۲	همکاری‌های بین سازمانی	۶۳۲۵۱۳	۵۸۶۴۵۱
۳	پاکیزگی سواحل و دریا	۵۳۳۸۰۲	۵۹۳۹۱۳
۴	زیباسازی و ساماندهی سواحل	۶۰۲۰۶۲	۵۸۴۵۶۴
۵	زیرساخت‌ها	۶۶۱۲۹۷	۵۸۹۵۱۱
۶	برقراری امنیت اجتماعی	۶۱۰۶۸۹	۵۹۵۶۴۹
۷	برنامه‌های بازاریابی، تبلیغات و اطلاع رسانی	۶۵۹۶۰۸	۶۳۶۵۰۹
۸	سرمایه گذاری بخش خصوصی و دولتی	۶۸۱۱۵۰	۵۶۶۰۷۴
۹	مطالعه و تحقیق بازار بالقوه	۴۴۴۹۰۴	۴۵۶۴۳۶
۱۰	امکانات بهداشتی و درمانی	۵۳۶۶۴۴	۵۵۲۰۷۹
۱۱	کیفیت تسهیلات و خدمات گردشگری	۶۱۶۰۴۵	۵۹۸۵۱۱

۵۲۲۴۶۶	۶۸۵۸۹۲	استقرار گروه‌های امداد و نجات در سواحل و دریا	۱۲
۷۱۱۱۳۸	۵۶۱۲۵۵	جاذبه‌های گردشگری	۱۳
۶۵۱۳۳۶	۴۹۸۹۰۰	شکل‌گیری تصویر و برند گردشگری دریایی منطقه	۱۴
۳۳۳۴۳۲	۴۵۹۷۵۳	آب و هوا و اقلیم منطقه	۱۵
۴۷۵۸۸۰	۴۷۷۷۳۴	ثبات اقتصادی	۱۶
۴۷۴۵۳۸	۵۳۶۹۶۵	آموزش، توسعه و توانمندسازی نیروی انسانی	۱۷
۴۴۸۶۵۴	۵۱۴۹۸۴	استفاده از مشاوران تخصصی حوزه گردشگری دریایی	۱۸
۵۹۳۸۹۷	۴۱۸۹۶۰	گونه‌های زیستی	۱۹
۴۳۱۵۰۹	۳۵۹۲۷۹	تورم	۲۰
۴۱۳۰۳۱	۴۰۴۷۲۵	اصلاح قوانین و مقررات	۲۱
۶۴۸۳۲۴	۵۶۵۵۶۸	سطح معیشت و درآمد گردشگران	۲۲
۴۱۹۶۶۲	۴۰۹۶۴۲	مخاطرات طبیعی	۲۳
۵۸۶۱۵۹	۴۷۹۸۳۱	برگزاری جشنواره‌ها، نمایشگاه‌ها و همایش‌های مرتبط با گردشگری دریایی	۲۴
۴۹۹۷۴۱	۵۴۷۲۱۷	نگاه ویژه سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری به موضوع گردشگری دریایی	۲۵
۳۸۲۶۷۵	۴۰۳۸۶۶	عوامل سیاسی و روابط بین‌المللی	۲۶
۳۳۴۴۷۱	۴۵۷۷۶۲	موقعیت استراتژیک منطقه	۲۷
۴۸۹۰۹۱	۴۱۱۰۲۰	سنت‌ها و آداب و رسوم و جذابیت‌های فرهنگی	۲۸
۳۹۴۳۷۴	۳۸۷۰۰۸	زمان و فصول تقاضا	۲۹
۵۵۶۷۹۲	۵۴۸۶۶۸	مراکز تجاری (سنتی و مدرن)	۳۰
۴۵۷۲۶۷	۵۵۵۲۸۰	رعایت استانداردهای زیست محیطی	۳۱
۴۰۵۸۶۴	۳۷۶۸۸۶	کاهش عوامل محدودیت‌زا	۳۲
۳۲۴۴۹۵	۳۹۳۳۶۱	تحریم	۳۳
۴۲۷۳۱۶	۴۴۳۹۱۵	پایش مداوم فعالیت‌های توسعه گردشگری در جهان	۳۴
۵۶۹۹۵۵	۶۳۰۶۱۰	بودجه و اعتبارات	۳۵
۳۳۹۹۸۹	۳۷۴۶۸۴	ایجاد رشته‌های دانشگاهی مربوط به حوزه گردشگری دریایی	۳۶
۴۰۲۹۷۵	۳۹۹۴۲۳	پراکندگی و همجواری جاذبه‌های گردشگری	۳۷
۵۵۹۵۲۴	۴۶۹۸۱۸	فرهنگ سازی در رسانه ملی و کتب درسی	۳۸
۶۱۲۲۴۱	۵۳۳۹۰۱	تقویت اقتصاد محلی	۳۹
۳۷۹۶۸۰	۳۸۰۹۲۹	مطالعه و تعیین مناطق حفاظت شده در مقیاس ملی و بین‌المللی	۴۰
۴۳۸۹۹۸	۳۸۷۹۳۹	فعالیت سازمان‌های مردم‌نهاد	۴۱
۶۰۸۶۱۰	۵۰۹۳۰۳	فرصت‌های شغلی مرتبط با گردشگری دریایی	۴۲
۴۶۶۰۸۱	۴۳۶۹۸۳	بیکاری	۴۳
۵۲۸۶۹۹	۴۳۹۹۲۶	فعالیت‌ها و محصولات مکمل با جاذبه‌های گردشگری	۴۴
۴۳۷۰۹۵	۴۹۳۳۰۰	ایجاد موزه‌های مردم‌شناسی در بنادر و دریانوردی	۴۵
۴۲۴۵۹۳	۴۹۴۲۰۹	نرخ باسوادی شاغلان منطقه	۴۶
۴۰۰۷۲۳	۴۵۷۶۳۷	فناوری‌های آنلاین	۴۷
۴۲۲۸۹۶	۵۴۰۹۸۵	وجود مناطق آزاد	۴۸
۳۷۸۴	۳۷۴۸	مجموع	۴۹

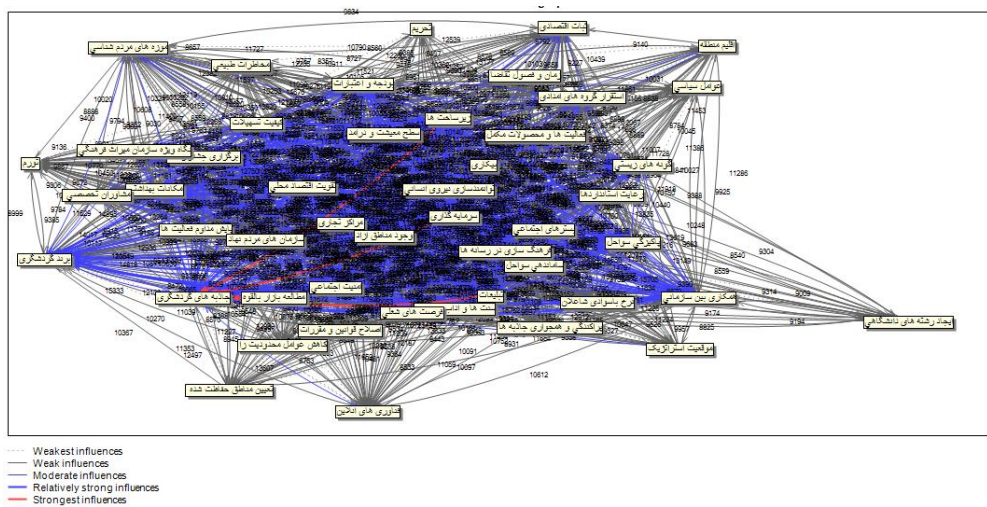
شکل ۳

پراکندگی شاخص-ها بر اساس تأثیرات غیرمستقیم



شکل ۴

ارتباط مستقیم بین شاخص-ها (تأثیرات کم تا زیاد شاخص-ها بر همدیگر)



نتایج تحلیل تأثیرات مستقیم و غیرمستقیم با توجه به جداول زیر نشان می‌دهد که تفاوت‌های چندانی در رتبه‌بندی پیشران‌ها وجود ندارد و اکثر پیشران‌ها در رتبه‌بندی تأثیرات مستقیم و غیرمستقیم از رتبه یکسان و گاهی با اختلاف یک یا دو رتبه‌ای که به‌صورت نزولی یا صعودی می‌باشد برخوردارند. پیشران‌هایی که بیشترین صعود و نزول را تجربه کرده‌اند، شامل این موارد می‌باشند: پیشران وجود مناطق آزاد در تأثیرگذاری مستقیم رتبه ۱۴ داشته است که با توجه به محاسبات سیستم در تأثیرگذاری غیرمستقیم رتبه ۱۶ رو به خود اختصاص داده است، پیشران آموزش، توسعه و توانمندسازی نیروی انسانی در تأثیرگذاری مستقیم در رتبه ۱۵ و در تأثیرگذاری غیرمستقیم در رتبه ۱۷ قرار گرفته است، پیشران مراکز تجاری (سنتی و مدرن) در تأثیرگذاری مستقیم در رتبه ۱۷ و در تأثیرگذاری غیرمستقیم با سه پله صعود در رتبه

۱۴ قرار گرفته است، از دیگر پیشران‌هایی که بیشترین جابجایی را داشته اند، پیشران گونه‌های زیستی می‌باشد که در اثرپذیری مستقیم رتبه ۷ را داشته و در اثرپذیری غیرمستقیم رتبه ۱۰ را به خود اختصاص داده است، همکاری‌های بین سازمانی (اداره کل میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری و اداره کل بنادر و دریانوردی و...) از دیگر مواردی می‌باشد که بیشترین جابجایی را داشته است و از رتبه ۹ در تأثیرپذیری مستقیم با سه پله نزول در رتبه ۱۲ اثرپذیری غیر مستقیم قرار گرفته است، پیشران مخاطرات طبیعی نیز از دیگر مواردی می‌باشد که می‌توان معرفی کرد و بیشترین جابجایی را در بین پیشران‌های اثرپذیر تجربه کرده است. سایر پیشران‌ها یا جابجایی نداشته‌اند یا جابجایی آن‌ها به مراتب کمتر از این پیشران‌ها بوده و اثر چندانی در انتخاب پیشران‌های کلیدی نهایی ندارند. پیشران‌هایی که بیشترین اثر را می‌توانند بر نتیجه تحقیق و انتخاب پیشران‌های نهایی داشته باشند، پیشران‌هایی هستند که نزدیکی آن‌ها به مرکز ثقل نمودار و محور مختصات زیاد باشد، زیرا کوچک‌ترین تغییر بر روی سایر پیشران‌ها می‌تواند این شاخص‌ها را از یک دسته به دسته دیگر جابجا کند. در این تحقیق همان‌گونه که در اشکال مشخص شده این گونه پیشران‌ها کمتر دیده می‌شود و در بررسی‌ها و مقایسه بین اثرات مستقیم و غیرمستقیم تغییر و جابجایی مؤثری که نتیجه تحقیق را تحت تأثیر قرار دهد مشاهده نگردید.

جدول ۹

تأثیرات مستقیم و غیرمستقیم پیشران‌ها بر همدیگر به تفکیک و رتبه‌بندی آن‌ها

رتبه	تأثیرات مستقیم	تأثیرات غیر مستقیم
	پیشران	پیشران
۱	سرمایه گذاری	سرمایه گذاری بخش خصوصی و دولتی
۲	برنامه‌های بازاریابی و تبلیغات	شکل‌گیری تصویر و برند گردشگری دریایی منطقه
۳	زیرساخت‌ها	برنامه‌های بازاریابی و تبلیغات
۴	بودجه و اعتبارات	همکاری‌های بین سازمانی
۵	همکاری‌های بین سازمانی	بودجه و اعتبارات
۶	کیفیت تسهیلات و خدمات	کیفیت تسهیلات و خدمات
۷	امنیت اجتماعی	برقراری امنیت اجتماعی

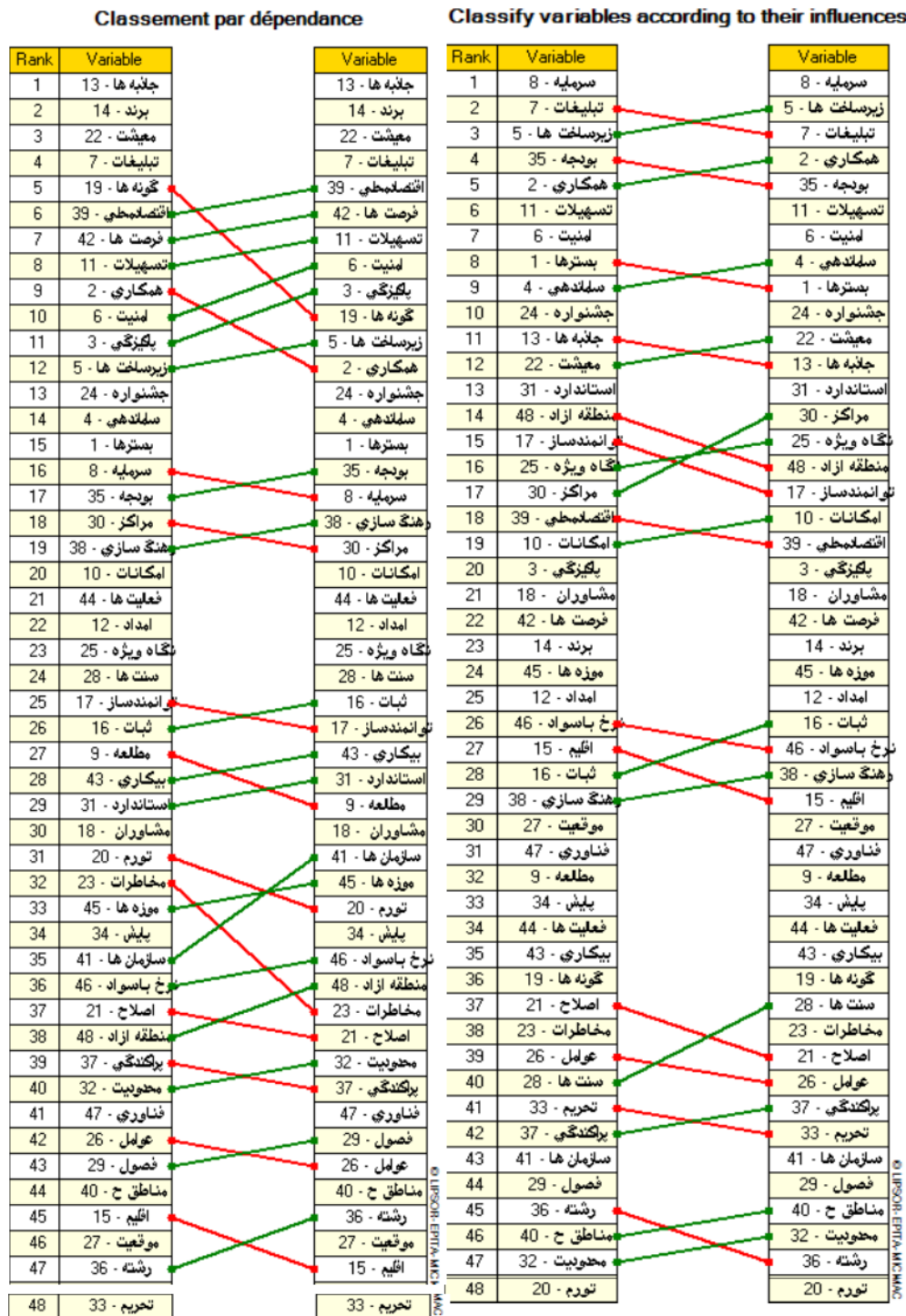
۵۹۵۶۴۹	برقراری امنیت اجتماعی	۶۰۲۰۶۲	زیباسازی و ساماندهی سواحل	۹۳	کیفیت تسهیلات و خدمات گردشگری	۹۴	بسترهای اجتماعی لازم	۸
۵۹۳۹۱۳	پاکیزگی سواحل و دریا	۵۹۹۹۶۳	بسترهای اجتماعی لازم	۹۲	همکاری‌های بین سازمانی (اداره کل میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری و اداره کل بنادر و دریانوردی و...)	۹۳	زیباسازی و ساماندهی سواحل	۹
۵۹۳۸۹۷	گونه‌های زیستی	۵۷۹۸۳۱	برگزاری جشنواره‌ها، نمایشگاه‌ها و همایش‌ها	۹۲	برقراری امنیت اجتماعی	۹۱	برگزاری جشنواره‌ها، نمایشگاه‌ها و همایش‌ها	۱۰
۵۸۹۵۱۱	زیرساخت‌ها	۵۶۵۵۶۸	سطح معیشت و درآمد گردشگران	۹۱	زیرساخت‌ها	۸۸	جاذبه‌های گردشگری	۱۱
۵۸۶۴۵۱	همکاری‌های بین سازمانی	۵۶۱۲۵۵	جاذبه‌های گردشگری	۹۱	برگزاری جشنواره‌ها، نمایشگاه‌ها و همایش‌ها	۸۸	سطح معیشت و درآمد گردشگران	۱۲
۵۸۶۱۵۹	برگزاری جشنواره‌ها، نمایشگاه‌ها و همایش‌ها	۵۵۵۲۸۰	رعایت استانداردهای زیست محیطی	۹۱	پاکیزگی سواحل و دریا	۸۶	رعایت استانداردهای زیست محیطی	۱۳
۵۸۴۵۶۴	زیباسازی و ساماندهی سواحل	۵۴۸۶۶۸	مراکز تجاری	۹۰	زیباسازی و ساماندهی سواحل	۸۶	وجود مناطق آزاد	۱۴
۵۷۲۹۲۷	بسترهای اجتماعی لازم	۵۴۷۲۱۷	نگاه ویژه سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری به موضوع گردشگری دریایی	۸۹	سرمایه گذاری بخش خصوصی و دولتی	۸۵	آموزش، توسعه و توانمندسازی نیروی انسانی	۱۵
۵۶۹۹۵۵	بودجه و اعتبارات	۵۴۰۹۸۵	وجود مناطق آزاد	۸۹	بودجه و اعتبارات	۸۴	نگاه ویژه سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری به موضوع گردشگری دریایی	۱۶
۵۶۶۰۷۴	سرمایه گذاری	۵۳۶۹۶۵	آموزش، توسعه و توانمندسازی نیروی انسانی	۸۹	بسترهای اجتماعی لازم	۸۴	مراکز تجاری	۱۷

۵۵۹۵۲۴	فرهنگ سازی	۵۳۶۶۴۴	امکانات بهداشتی و درمانی	۸۷	مراکز تجاری	۸۴	تقویت اقتصاد محلی	۱۸
۵۵۶۷۹۲	مراکز تجاری	۵۳۳۹۰۱	تقویت اقتصادی محلی	۸۷	فرهنگ سازی	۸۳	امکانات بهداشتی و درمانی	۱۹
۵۵۲۰۷۸	امکانات بهداشتی و درمانی	۵۳۳۸۰۲	پاکبیزی سواحل و دریا	۸۶	امکانات بهداشتی و درمانی	۸۲	پاکبیزی سواحل و دریا	۲۰
۵۲۸۶۹۹	فعالیت‌ها و محصولات مکمل با جاذبه‌های گردشگری	۵۱۴۹۸۴	استفاده از مشاوران تخصصی	۸۲	فعالیت‌ها و محصولات مکمل با جاذبه‌های گردشگری	۸۱	استفاده از مشاوران تخصصی	۲۱
۵۲۲۴۶۶	استقرار گروه‌های امداد و نجات در سواحل و دریا	۵۰۹۳۰۳	فرصت‌های شغلی مرتبط	۸۰	استقرار گروه‌های امداد و نجات در سواحل و دریا	۷۹	فرصت‌های شغلی مرتبط	۲۲
۴۹۹۷۴۱	نگاه ویژه سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری به موضوع گردشگری دریایی	۴۹۸۹۰۰	شکل‌گیری تصویر و برند گردشگری دریایی منطقه	۷۷	نگاه ویژه سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری به موضوع گردشگری دریایی	۷۷	شکل‌گیری تصویر و برند گردشگری دریایی منطقه	۲۳
۴۸۹۰۹۱	سنت‌ها و آداب و رسوم	۴۹۳۳۰۰	ایجاد موزه‌های مردم‌شناسی	۷۷	سنت‌ها و آداب و رسوم	۷۷	ایجاد موزه‌های مردم‌شناسی	۲۴
۴۷۵۸۸۰	ثبات اقتصادی	۴۸۵۸۹۲	استقرار گروه‌های امداد و نجات در سواحل و دریا	۷۵	آموزش، توسعه و توانمندسازی نیروی انسانی	۷۶	استقرار گروه‌های امداد و نجات در سواحل و دریا	۲۵
۴۷۴۵۳۸	آموزش، توسعه و توانمندسازی نیروی انسانی	۴۷۷۷۳۴	ثبات اقتصادی	۷۴	ثبات اقتصادی	۷۵	نرخ باسوادی شاغلان منطقه	۲۶
۴۶۶۰۸۱	بیکاری	۴۷۴۲۰۹	نرخ باسوادی شاغلان منطقه	۷۳	مطالعه و تحقیق بازار بالقوه	۷۴	آب و هوا و اقلیم منطقه	۲۷
۴۵۷۲۶۷	رعایت استانداردهای زیست محیطی	۴۶۹۸۱۸	فرهنگ سازی	۷۳	بیکاری	۷۴	ثبات اقتصادی	۲۸
۴۵۶۴۳۶	مطالعه و تحقیق بازار بالقوه	۴۵۹۷۵۳	آب و هوا و اقلیم منطقه	۷۲	رعایت استانداردهای زیست محیطی	۷۴	فرهنگ سازی	۲۹
۴۴۸۶۵۴	استفاده از مشاوران تخصصی	۴۵۷۷۶۲	موقعیت استراتژیک منطقه	۷۰	استفاده از مشاوران تخصصی	۷۳	موقعیت استراتژیک منطقه	۳۰
۴۳۸۹۹۸	فعالیت سازمان - های مردم نهاد	۴۵۷۶۳۷	فناوری‌های آنلاین	۶۹	مخاطرات طبیعی	۷۳	فناوری‌های آنلاین	۳۱
۴۳۷۰۹۵	ایجاد موزه‌های مردم‌شناسی	۴۴۴۹۰۴	مطالعه و تحقیق بازار بالقوه	۶۹	تورم	۶۹	مطالعه و تحقیق بازار بالقوه	۳۲
۴۳۱۵۰۹	تورم	۴۴۳۹۱۵	پایش مداوم فعالیت‌های	۶۸	ایجاد موزه‌های مردم‌شناسی	۶۹	پایش مداوم فعالیت‌های	۳۳

توسعه گردشگری		توسعه گردشگری	
۳۴	فعالیت‌ها و محصولات مکمل با جاذبه‌های گردشگری در جهان	۶۹	نرخ باسوادی شاغلان منطقه
۴۲۷۳۱۶	پایش مداوم فعالیت‌های توسعه گردشگری در جهان	۴۳۹۹۲۶	فعالیت‌ها و محصولات مکمل با جاذبه‌های گردشگری در جهان
۳۵	بیکاری	۶۷	پایش مداوم فعالیت‌های توسعه گردشگری در جهان
۴۲۴۵۹۳	نرخ باسوادی شاغلان منطقه	۴۳۶۹۸۳	بیکاری
۳۶	گونه‌های زیستی	۶۷	فعالیت سازمان-های مردم نهاد
۴۲۲۸۹۶	وجود مناطق آزاد	۴۱۸۹۶۰	گونه‌های زیستی
۳۷	اصلاح قوانین و مقررات	۶۶	وجود مناطق آزاد
۴۱۹۶۶۲	مخاطرات طبیعی	۴۱۱۰۲۰	سنت‌ها و آداب و رسوم
۳۸	مخاطرات طبیعی	۶۶	اصلاح قوانین و مقررات
۴۱۳۰۳۱	اصلاح قوانین و مقررات	۴۰۹۶۴۲	مخاطرات طبیعی
۳۹	عوامل سیاسی و روابط بین‌المللی	۶۴	اصلاح قوانین و مقررات
۴۰۵۸۶۴	کاهش عوامل محدودیت‌زا	۴۰۴۷۲۵	اصلاح قوانین و مقررات
۴۰	سنت‌ها و آداب و رسوم	۶۳	عوامل سیاسی و روابط بین‌المللی
۴۰۲۹۷۵	پراکندگی و همجواری جاذبه-های گردشگری	۴۰۳۸۶۶	عوامل سیاسی و روابط بین‌المللی
۴۱	تحریم	۶۳	پراکندگی و همجواری جاذبه-های گردشگری
۴۰۰۷۲۳	فناوری‌های آنلاین	۳۹۹۴۲۳	پراکندگی و همجواری جاذبه-های گردشگری
۴۲	پراکندگی و همجواری جاذبه-های گردشگری	۶۲	عوامل سیاسی و روابط بین‌المللی
۳۹۴۳۷۴	زمان و فصول تقاضا	۳۹۳۳۶۱	تحریم
۴۳	فعالیت سازمان-های مردم نهاد	۶۲	زمان و فصول تقاضا
۳۸۲۶۷۵	عوامل سیاسی و روابط بین‌المللی	۳۸۷۹۳۹	فعالیت سازمان-های مردم نهاد
۴۴	زمان و فصول تقاضا	۶۰	مطالعه و تعیین مناطق حفاظت شده
۳۷۹۶۸۰	مطالعه و تعیین مناطق حفاظت شده	۳۸۷۰۰۸	زمان و فصول تقاضا
۴۵	ایجاد رشته‌های دانشگاهی مرتبط	۵۴	مطالعه و تعیین مناطق حفاظت شده در مقیاس ملی و بین‌المللی
۳۳۹۹۸۹	ایجاد رشته‌های دانشگاهی مرتبط	۳۸۰۹۲۹	مطالعه و تعیین مناطق حفاظت شده در مقیاس ملی و بین‌المللی
۴۶	مطالعه و تعیین مناطق حفاظت شده	۵۹	موقعیت استراتژیک منطقه
۳۳۴۱۷۱	موقعیت استراتژیک منطقه	۳۷۶۸۸۶	کاهش عوامل محدودیت‌زا
۴۷	کاهش عوامل محدودیت‌زا	۵۸	ایجاد رشته‌های دانشگاهی مرتبط
۳۳۳۴۳۲	آب و هوا و اقلیم منطقه	۳۷۴۶۸۴	ایجاد رشته‌های دانشگاهی مربوط
۴۸	تورم	۵۷	تحریم
۳۲۴۴۹۵	تحریم	۳۵۹۲۷۹	تورم
۳۷۸۴	مجموع	۳۷۸۴	مجموع
۴۹	مجموع	۳۷۴۸	مجموع

شکل ۵

میزان جایجایی شاخص‌ها در تأثیرات مستقیم و غیر مستقیم



پس از انتخاب و مشخص شدن ۴۸ پیشران به عنوان پیشران‌های منتخب، سپس پرسشنامه مخصوص نرم‌افزار MicMac توسط خبرگان تکمیل و تجزیه و تحلیل‌های محیط نرم‌افزار انجام شد و تأثیرات مستقیم و غیرمستقیم پیشران‌ها مورد ارزیابی قرار گرفت و در نهایت با

توجه به رتبه‌بندی پیشران‌ها توسط نرم‌افزار، ۱۰ پیشران به عنوان پیشران‌های کلیدی مؤثر بر گردشگری دریایی جنوب ایران انتخاب شدند که همه ۱۰ پیشران در تأثیرات مستقیم و غیرمستقیم تکرار شده‌اند و شامل موارد **جدول ۱۰** می‌باشند:

جدول ۱۰

شاخص‌های کلیدی نهایی گردشگری دریایی

ردیف	شاخص‌های کلیدی مؤثر بر آینده بازار گردشگری دریایی سواحل جنوب ایران
۱	سرمایه گذاری بخش خصوصی و دولتی
۲	برنامه‌های بازاریابی، تبلیغات و اطلاع رسانی
۳	زیرساخت‌ها
۴	بودجه و اعتبارات
۵	همکاری‌های بین سازمانی
۶	کیفیت تسهیلات و خدمات گردشگری
۷	برقراری امنیت اجتماعی
۸	بسترهای اجتماعی لازم
۹	زیباسازی و ساماندهی سواحل
۱۰	برگزاری جشنواره‌ها، نمایشگاه‌ها و همایش‌های مرتبط با گردشگری دریایی

بحث و نتیجه‌گیری

مهم‌ترین هدف پژوهش حاضر، تعیین و شناسایی پیشران‌های مؤثر بر آینده صنعت گردشگری دریایی سواحل جنوب ایران و سپس تعیین اهمیت و اولویت هر یک از پیشران‌های شناسایی شده بود. برای دستیابی به این هدف، در ابتدا پس از مرور جامعی بر ادبیات تحقیق و مصاحبه با خبرگان تعداد ۴۸ پیشران به عنوان پیشران‌های کلیدی مؤثر بر صنعت گردشگری دریایی سواحل جنوب ایران انتخاب شد. در ادامه، پیشران‌های کلیدی انتخابی از مرحله قبل در قالب پرسشنامه میک‌مک در اختیار خبرگان قرار گرفت که ۱۰ پیشران که دارای بیشترین تأثیر مثبت و منفی بر وضعیت آینده صنعت گردشگری دریایی سواحل جنوب ایران بودند، انتخاب شدند. سرمایه‌گذاری بخش خصوصی و دولتی با تأثیرگذاری مستقیم (۱۰۶) و تأثیرگذاری غیرمستقیم (۶۸۱۱۵۰) دارای اولویت اول است. رقابت در گردشگری دریایی مستلزم هدایت و مدیریت سرمایه‌گذاری منابع در گردشگری متناسب با اهداف، اولویت‌ها و نظام سلسله‌مراتبی توسعه مقصدها، تسهیل فرآیندهای موجود در کسب‌وکارهای گردشگری و افزایش زمینه‌های مشارکت بخش خصوصی از طریق اعطای مشوق به سرمایه‌گذاران جهت توسعه زیرساخت‌ها و تسهیلات توین همساز با محیط‌زیست و مصالح بومی و اولویت‌دهی به سرمایه‌گذاران محلی و منطقه‌ای در طرح‌های توسعه گردشگری، نیز تدقیق، بسترسازی و آماده‌سازی فرصت‌های سرمایه‌گذاری خارجی برای مناطق دارای اولویت می‌باشد. با حمایت از فعالان و تشویق سرمایه‌گذاری می‌توان تورهای دریایی در شهرهای بندری طراحی کرد و تمامی گردشگران ایرانی و خارجی را با هزینه‌ای مناسب به بازدید از شهرهای جنوبی سوق داد و نیز اوقات فراغت گردشگران را در جنوب کشور با برنامه‌های متنوع دریایی غنی کرد و از این رو درآمد ارزی همراه با برگزاری توری شگفت‌انگیز برای کشور به ارمغان آورد. برنامه‌های بازاریابی، تبلیغات و اطلاع‌رسانی با تأثیرگذاری مستقیم (۱۰۶) و تأثیرگذاری غیرمستقیم (۶۸۱۱۵۰) دارای اولویت دوم است که از طریق بخش‌بندی بازار و به‌نگام‌سازی فهرست کشورهای بازار هدف گردشگری استان هرمزگان و نیز تهیه و اجرای برنامه‌های بازاریابی و تبلیغات گردشگری دریایی به‌منظور جذب بازار هدف در سطح ملی و منطقه‌ای با قدرت هزینه‌کرد بالا صورت می‌پذیرد. این نتایج با نتایج مطالعات پیشین (Martínez Vázquez et al., 2021; Rafiee, 2015; Veicy & Mehmandoost, 2015)

همسو می‌باشد. در جهت معرفی ظرفیت‌ها و جاذبه‌های مناطق گردشگری برای جذب گردشگر داخلی و خارجی و همچنین رشد و رونق گردشگری دریایی نیاز به آموزش و تبلیغات گسترده و بازاریابی مناسب است.

توسعه زیرساخت‌ها با تاثیرگذاری مستقیم (۱۰۳) و تاثیرگذاری غیرمستقیم (۶۵۹۶۰۸) دارای اولویت سوم می‌باشد. این مهم از طریق ایجاد زیرساخت‌های موردنیاز مناطق گردشگری از قبیل راه، خدمات رفاهی و اقامتی با استفاده از سرمایه‌گذاری بخش خصوصی، ایجاد امکان دسترسی همگان به منابع و امکانات گردشگری دریایی، تسهیل دسترسی به خدمات حمل و نقل (هوایی، ریلی، جاده‌ای و دریایی) در مقصدهای گردشگری داخلی و بازارهای هدف گردشگر، توسعه زیرساخت‌های فناوری‌نویین و اطلاعاتی در مقصدهای گردشگری دریایی و اعمال ملاحظات زیست‌محیطی در توسعه زیرساخت‌ها و امکانات گردشگری انجام می‌شود. بودجه و اعتبارات با تاثیرگذاری مستقیم (۱۰۱) و تاثیرگذاری غیرمستقیم (۶۳۲۵۱۳) دارای اولویت چهارم، همکاری‌های بین سازمانی (اداره کل میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری و اداره کل بنادر و دریانوردی و...) با تاثیرگذاری مستقیم (۱۰۰) و تاثیرگذاری غیرمستقیم (۶۳۰۶۱۰) دارای اولویت پنجم است که با نتایج پژوهش‌های پیشین همسو است (Diakomihalis, 2007; Martínez Vázquez et al., 2021). دریا و گردشگری مبتنی بر دریا و آب از ظرفیت‌های مهم گردشگری در کشور است اما متأسفانه به دلیل نبود هم‌افزایی بین دستگاه‌های مختلف هنوز نتوانسته‌ایم از این ظرفیت برای توسعه هر چه بیشتر گردشگری دریایی استفاده کنیم. درحالی‌که اگر گردشگری دریایی رونق گیرد، شاهد نفع و بهره جوامع محلی و ساکنان استان‌ها خواهیم بود که در شرایط فعلی اقتصادی به‌طور حتم توسعه و تقویت گردشگری می‌تواند به رونق اقتصادی و درآمدزایی کمک کند. از این رو، به‌منظور ایجاد هماهنگی در تنظیم پروژه‌های مربوط به توسعه منابع گردشگری بایستی هماهنگی‌های لازم بین وزارت‌خانه‌ها، سازمان‌ها، ادارات و نهادهایی که فعالیت‌هایشان به‌نحوی در جهت رشد و توسعه این صنعت موثر می‌باشد، به عمل آید.

کیفیت تسهیلات و خدمات گردشگری با تاثیرگذاری مستقیم (۹۶) و تاثیرگذاری غیرمستقیم (۶۱۶۰۴۵) دارای اولویت ششم است. توسعه تسهیلات و خدمات گردشگری از طریق بهبود کیفیت محصولات و خدمات گردشگری دریایی، استفاده از فناوری‌های نوین و در توسعه تاسیسات، خدمات، بازاریابی، مدیریت و سایر بخش‌های مرتبط با صنعت گردشگری و نیز استفاده از ظرفیت مشارکت جوامع محلی در ارائه خدمات و تسهیلات به گردشگران و در نهایت تنوع‌بخشی به خدمات و فعالیت‌های گردشگری دریایی برای علایق ویژه با بهره‌برداری از جاذبه‌های منحصر به فرد میسر می‌شود. برقراری امنیت اجتماعی با تاثیرگذاری مستقیم (۹۵) و تاثیرگذاری غیرمستقیم (۶۱۰۶۸۹) دارای اولویت هفتم است. یکی از اصول اولیه در توسعه گردشگری داشتن اعتماد، احساس امنیت و همکاری افراد جامعه با یکدیگر است و در چنین شرایطی اگر جامعه‌ای از سرمایه اجتماعی بالاتری برخوردار باشد، میزان اعتماد، رضایت و امنیت گردشگران چه داخلی و چه خارجی نیز در آن کشور بیشتر خواهد بود و مجموعه این عوامل در تمایل گردشگر به سفر مجدد بسیار تاثیرگذار می‌باشد. بسترهای اجتماعی لازم (فرهنگ گردشگری‌پذیری، مشارکت و...) با تاثیرگذاری مستقیم (۹۴) و تاثیرگذاری غیرمستقیم (۶۰۲۰۶۲) دارای اولویت هشتم می‌باشد که با نتایج مطالعات پیشین (Diakomihalis, 2007; Martínez Vázquez et al., 2021; Rafiee, 2015; Veicy & Mehmandoost, 2015) همسو می‌باشد. فرهنگ‌سازی می‌تواند نقش مهمی در توسعه گردشگری دریایی ایفا کند، چراکه فرهنگ مسافرت دریایی در ایران جز برای افراد ساحل‌نشین و بومی که در نزدیک دریاها هستند و بین جزایر تردد می‌کنند شناخته شده نیست. بالابردن سطح آگاهی و شناخت مردم از فضاها و امکانات مسافرت دریایی و عزم و حمایت دولت در رونق صنعت گردشگری کشور و اعطای تسهیلات به افراد جامعه برای استفاده از کشتی‌های مسافرتی، هتل و امکانات تفریحی دریایی گامی مهم در این زمینه تلقی می‌شود. زیباسازی و ساماندهی سواحل با تاثیرگذاری مستقیم (۹۳) و تاثیرگذاری غیرمستقیم (۵۹۹۹۶۳) دارای اولویت نهم، برگزاری جشنواره‌ها، نمایشگاه‌ها و همایش‌های مرتبط با گردشگری دریایی نیز با تاثیرگذاری مستقیم (۹۱) و تاثیرگذاری غیرمستقیم (۵۷۹۸۳۱) دارای اولویت دهم می‌باشد.

امروزه اهمیت برپایی نمایشگاه‌ها و جشنواره‌ها در توسعه اقتصاد جهانی روزبه‌روز در حال افزایش است، بطوری‌که بر اساس بررسی‌های انجام‌شده برپایی نمایشگاه‌ها هر ساله حداقل ۳۰۰ میلیارد دلار درآمد بطور مستقیم عاید اقتصاد جهانی می‌کند. برپایی نمایشگاه‌ها بویژه در سطوح منطقه‌ای و بین‌المللی از جنبه‌های مختلف موجبات پویایی اقتصاد بومی را فراهم می‌سازد که از جمله آن کمک به توسعه و رونق صنعت گردشگری و نیز حفظ و ارتقاء سطح اشتغال ملی است. برپایی یک نمایشگاه یا جشنواره بطور مستقیم تعداد زیادی گردشگر را به خود جذب می‌کند و منجر به رونق اقتصادی در منطقه می‌شود. برپایی نمایشگاه‌ها و جشنواره‌ها برای جذب گردشگر منطبق با سنت و آداب و رسوم هر استان و منطقه و دعوت از کنسول‌گری‌ها و سفارت‌خانه‌ها برای برگزاری هفته ملی کشور می‌تواند راه مناسبی برای جذب گردشگر به منطق جنوبی کشور باشد.

یکی از محدودیت‌های اصلی این پژوهش، اتکای آن به نظرات خبرگان است که می‌تواند درجه‌ای از ذهنیت را وارد کند. اگرچه روش دلفی برای چنین مطالعات اکتشافی قوی است، اما امکان بروز سوگیری در انتخاب خبرگان و دیدگاه‌های فردی آن‌ها به طور کامل حذف نمی‌شود. علاوه بر این، تمرکز جغرافیایی پژوهش بر سواحل جنوبی ایران به این معناست که نتایج ممکن است به سایر مناطق با زمینه‌های اجتماعی-اقتصادی و محیطی متفاوت قابل تعمیم نباشد. روش‌های جمع‌آوری داده‌ها که شامل مرور ادبیات و مطالعات میدانی می‌شود، ممکن است همه پیشران‌های مؤثر بر گردشگری دریایی را به طور کامل شناسایی نکرده باشد. در نهایت، استفاده از نرم‌افزار MICMAC برای تحلیل تعاملات بین پیشران‌ها، با وجود پیچیدگی، همچنان به کیفیت و جامعیت داده‌های ورودی ارائه شده توسط خبرگان محدود است.

تعارض منافع

در انجام مطالعه حاضر، هیچ‌گونه تضاد منافی وجود ندارد.

مشارکت نویسندگان

در نگارش این مقاله تمامی نویسندگان نقش یکسانی ایفا کردند.

موازن اخلاقی

در انجام این پژوهش تمامی موازن و اصول اخلاقی رعایت گردیده است.

شفافیت داده‌ها

داده‌ها و مآخذ پژوهش حاضر در صورت درخواست از نویسنده مسئول و ضمن رعایت اصول کپی رایت ارسال خواهد شد.

حامی مالی

این پژوهش حامی مالی نداشته است.

References

- Diakomihalis, M. N. (2007). The Impact of Maritime Tourism on the Greek Economy via the Tourism Satellite Account. *Tourism and Hospitality Planning & Development*, 4(3), 231-244. <https://doi.org/10.1080/14790530701783640>
- Faeni, D. P., Puspitaningtyas Faeni, R., Alden Riyadh, H., & Yuliansyah, Y. (2023). The COVID-19 pandemic impact on the global tourism industry SMEs: a human capital development perspective. *Review of International Business and Strategy*, 33(2), 317-327. <https://doi.org/10.1108/RIBS-08-2021-0116>
- Hu, T. (2024). Coupling Development of Sports Industry and Tourism Industry Based on Internet of Things. *PLoS One*, 19(4), e0299080. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0299080>
- Kuosa, T. (2011). Evolution of futures studies. *Futures*, 43(3), 327-336. <https://doi.org/10.1016/j.futures.2010.04.001>
- Martínez Vázquez, R. M., Milán García, J., & De Pablo Valenciano, J. (2021). Analysis and Trends of Global Research on Nautical, Maritime and Marine Tourism. *Journal of Marine Science and Engineering*, 9(1).
- Rafiee, M. (2015). Determining Optimal Strategy for the Development of Marine Tourism with the Use of a Consolidated Approach of SWOT- ANP (Case Study: Kish Island). *geospace*, 15(51), 19-43. <http://geographical-space.iau-ahar.ac.ir/article-1-2003-en.html>
- Valeryia, L. (2024). Mystics as a New Trend in the Belarusian Tourism Industry: Tourists' Motivation and Experience. *International Journal of Science and Research Archive*, 12(2), 882-893. <https://doi.org/10.30574/ijrsra.2024.12.1.0877>
- Veicy, H., & Mehmandoost, K. (2015). Investigation of the Obstacles of the International Tourism Development in Iran (With Emphasis on Inbound Tourism). *Geopolitics Quarterly*, 11(37), 197-194. https://journal.iag.ir/article_55839.html