



جامعه محلی و توسعه گردشگری دریایی (نگرش جامعه میزبان نسبت به توسعه گردشگری دریایی در استان مازندران)

دکتر صادق صالحی^{۱*}

شهربانو میرزاخانی^۲

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۹/۳۰

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۶/۲۰

چکیده:

گردشگری دریایی در سال‌های اخیر یکی از شاخه‌های پرطرفدار گردشگری در سطوح بین‌المللی محسوب می‌شود که بخش زیادی از اقتصاد گردشگری را به خود اختصاص داده است. موضوع اصلی این تحقیق نگرش جامعه محلی نسبت به توسعه گردشگری دریایی در استان مازندران است. در این تحقیق، با توجه به فضای مفهومی گردشگری دریایی، نگرش جامعه میزبان از سه بعد اقتصادی، اجتماعی و محیط زیستی نسبت به توسعه گردشگری دریایی مورد توجه قرار گرفت. به لحاظ روش‌شناسی، تحقیق در زمره تحقیقات پیمایشی است که با استفاده از ابزار پرسشنامه، اقدام به جمع‌آوری داده‌ها شده است. جامعه آماری کلیه ساکنان شهرهای ساحلی استان مازندران که ۳۹۷ نفر از آنان به‌عنوان نمونه آماری تعیین و با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده مورد مطالعه قرار گرفتند. اعتبار ابزار، اعتبار صوری و پایایی نیز با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ (ظرفیت تحمل ۰/۷۵۲) مورد تأیید واقع شده است. یافته‌ها نشان داد میانگین نگرش جامعه محلی نسبت به توسعه گردشگری دریایی (از نمره ۵)، در بعد اقتصادی ۲/۶۷، در بعد اجتماعی ۲/۳۴ و نهایتاً، در بعد محیط زیستی به میزان ۲/۱۱ بوده است. نتایج حاصل از آزمون فرضیات نیز نشان داد که به طور کلی، نگرش جامعه محلی نسبت به توسعه گردشگری در حد پایین می‌باشد. با توجه به این که حمایت اجتماعی جامعه محلی از توسعه گردشگری دریایی، لازمه توسعه و موفقیت طرح‌های توسعه‌ای می‌باشد، پیشنهاد می‌شود که سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان محلی، قبل از اقدام توسعه‌ای و اجرای برنامه‌های توسعه گردشگری، نسبت به جلب توجه مردم محلی و ایجاد نگرش نسبت به توسعه گردشگری دریایی اقدام نمایند.

واژگان کلیدی: گردشگری جامعه محور، نگرش جامعه محلی، پذیرش اجتماعی، گردشگری دریایی، شهرهای ساحلی، استان مازندران

* s.salehi@umz.ac.ir

۱. دانشیار جامعه‌شناسی محیط زیست، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران.

۲. دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی اقتصادی و توسعه دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران.

۱. مقدمه

گردشگری دریایی یکی از جذاب‌ترین و پرتعدادترین شاخه‌های گردشگری است که در دهه‌های اخیر رونق بسیاری یافته و بخش قابل توجهی از اقتصاد گردشگری را به خود اختصاص داده است. در این میان کشور ایران با وجود برخورداری از مرزهای ساحلی وسیع در شمال و جنوب تاکنون نتوانسته خدمات مطلوبی را در ارتباط با گردشگری دریایی و ساحلی به گردشگران ارائه نماید (آراسته و همکاران، ۱۳۹۷) و در عین حال، توسعه آن در مناطق ساحلی از جمله در استان مازندران با چالش‌های مختلفی مواجه است. صرف‌نظر از اهمیت بین‌المللی گردشگری دریایی، از حیث داخلی نیز گردشگری دریایی اهمیت فراوانی دارد. به طوری که در سطح ملی «شورای راهبری گردشگری دریایی و آبی» تشکیل شده است و مطابق اسناد بالادستی در استان مازندران نیز، یکی از سه حوزه اصلی فعالیت مهم می‌باشد. بدین ترتیب، یکی از راه‌های کاهش وابستگی کشور به درآمدهای نفتی، توجه و توسعه صنعت گردشگری، به‌ویژه گردشگری دریایی است و در این راستا، استان مازندران به‌عنوان یکی از استان‌های حاشیه جنوبی دریای خزر، منطقه‌ای مناسب برای این منظور به شمار می‌رود.

موقعیت جغرافیایی استان مازندران به‌گونه‌ای است که از ۲۲ شهرستان این استان، ۱۵ شهرستان در خط ساحلی واقع هستند که ۳۳۸ کیلومتر از ساحل دریای خزر را در بر گرفته‌اند. در حالی که سال‌های گذشته، کمترین بهره‌برداری از گردشگری دریایی صورت می‌پذیرفت و گردشگری در این مناطق تقریباً به‌شمار در دریا خلاصه می‌شد، طی سال‌های اخیر، توسعه فعالیت‌های گردشگری به صورت جدی دنبال شد و در نهایت، اداره کل میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی استان مازندران با همکاری اعضای مدیریت یکپارچه سواحل استان، توانست از حدود ۴۰۰ کیلومتر نوار ساحلی مازندران، ۱۳۴ نقطه را برای اجرای اسکله‌های تفریحات دریایی شناسایی نماید (فرزانه، مانا، ۱۳۹۸). بررسی‌های تحقیق حاضر نشان داد که تا کنون تعداد مجوزهای صادر شده برای این‌جدا این اسکله‌ها به ۶۵ فقره رسید. ۱۵ پرونده دیگر هم در حال بررسی است که با به سرانجام رسیدن آن‌ها عملاً ۸۰ اسکله از ۱۳۴ نقطه جانمایی شده برای اجرای اسکله‌های تفریحات دریایی به سرانجام خواهند رسید (صالحی، ۱۴۰۰). اما این اقدام توسعه‌ای، همانند همه اقدامات توسعه‌ای دیگر، نیازمند پذیرش و آمادگی آن از سوی جامعه محلی است. به همین دلیل، تحقیق حاضر در صدد تعیین این امر است که تا چه اندازه مردم، به‌عنوان جامعه میزبان، از توسعه گردشگری دریایی حمایت خواهند کرد؟ به نظر می‌رسد میزان پذیرش و حمایت جامعه محلی از طرح‌های توسعه گردشگری می‌تواند نقش مؤثری در موفقیت یا عدم موفقیت طرح توسعه گردشگری دریایی داشته باشد.

۲. مبانی نظری

مفهوم گردشگری دریایی طیف کاملی از گردشگری، اوقات فراغت و فعالیت‌های تفریحی که در منطقه ساحلی و آب‌های ساحلی انجام می‌شود را در برمی‌گیرد. اساساً، گردشگری دریایی شامل سواحل، دریاها و جاذبه‌های زیر دریا است. گردشگری دریایی همچنین شامل توسعه گردشگری ساحلی (شامل اقامتگاه، رستوران، صنایع غذایی و خانه‌های دوم) و زیرساخت‌های مربوط به حمایت از توسعه سواحل در قالب مشاغل خرده فروشی، ماریناها و تأمین‌کنندگان مختلف فعالیت‌های آبی است. این موارد می‌تواند شامل قایق تفریحی، اکوتوریسم ساحلی و دریایی، سفرهای دریایی، شنا، ماهیگیری تفریحی و ماهیگیری در دریای عمیق، سفر با قایق تفریحی، گردشگری کروز، غواصی، موج سواری و ورزش‌های ماجراجویانه گردد (اردوغان^۱، ۲۰۱۶). اصطلاح "گردشگری دریایی"، به شکل خاصی از گردشگری اشاره دارد و به معنی جستجوی یک تماس مستقیم‌تر و دائمی‌تر گردشگر با اقیانوس است. این اصطلاح، هر نوع فعالیت گردشگری مربوط به دریا و سواحل را شامل می‌شود. صرف نظر از کاربرد این اصطلاح در تجهیزات تفریحی و سفرهای دریایی، شامل فعالیت‌های مختلفی مانند اسکی روی آب، موج سواری روی زمین، ماهیگیری در زیر آب، غواصی، شنا و تورهای تفریحی به پارک‌های دریایی می‌شود. به نظر هال^۲ (۲۰۰۱)، گردشگری دریایی ارتباط تنگاتنگی با گردشگری ساحلی دارد و در عین حال، شامل هر فعالیت گردشگری ناشی از دریا مانند ماهیگیری در دریا و سفرهای دریایی در اعماق دریا است. اورامس آن را به عنوان اصطلاحی تعریف می‌کند که شامل آن دسته از فعالیت‌های اوقات فراغت است که بر محیط دریایی متمرکز بوده و مصرف یا استفاده آنها نیازمند آن است که آن مصرف‌کننده یا مشتری، از محل زندگی خود مسافرت کند و دور شود " این تعریف بسیار حائز اهمیت است، زیرا جدا از ویژگی‌های اساسی که مصرف‌کننده و فعالیت‌های او را تعیین می‌کند، بر این واقعیت تأکید می‌ورزد که گردشگری دریایی شامل فعالیت‌های ساحلی مانند نمایش پستانداران دریایی (نهنگ‌ها، دلفین‌ها، مهرها)، پیاده روی در کنار دریا، استفاده از کشتی‌های تفریحی و فعالیت‌های قایقرانی تفریحی است. دریا دارای یک معیار متمایز از این شکل خاص گردشگری و هم‌زمان دارای تفاوت در رابطه با شکل غالب تعطیلات سازمان یافته یا گردشگری انبوه و همچنین سایر اشکال خاص گردشگری است. از نظر دیاکومی‌هالی^۳ (۲۰۰۷)، تعریف محدود از این اصطلاح، به جستجوی تماس مستقیم‌تر و طولانی مدت‌تر گردشگر با دریا می‌انجامد.

-
1. Erdogan
 2. Hall
 3. Diakomihali

سهم زیرساخت‌ها و ابزارهای حمل و نقل در تحقق این رابطه، سرنوشت‌ساز بوده و شامل از یک طرف بنادر، دریاها و پناهگاه‌های شناور در امتداد مسیرهای دریایی و از طرف دیگر، خودکشتی‌ها است. بخش دوم یک سیستم یکپارچه است که به طور کامل در فعالیت‌های سفر دریایی، حمل و نقل ساحلی و تفریح گنجانیده شده است. با دخالت حمل و نقل، گردشگری دریایی محتوای واقعی خود را به دست می‌آورد، زیرا گردشگر را قادر می‌سازد تا محیط زیست دریایی را به صورت واقعی تجربه کند. در صورت عدم وجود حمل و نقل، رویکرد گردشگر به ساحل از طریق سایر سیستم‌های حمل و نقل (از طریق زمینی یا هوایی) و اقامت وی در تأسیسات ساحلی (هتل‌ها و ...)، باعث می‌شود تا تعامل وی با دریا تضعیف شود و از این رو، مفهوم گردشگری دریایی تحریف می‌شود. براین اساس، لزوم تعریف و توضیح دو مفهوم ظرفیت تحمل و مدیریت یکپارچه مناطق ساحلی آشکار می‌گردد.

۳. توسعه گردشگری دریایی و جامعه محلی

در طول سه دهه گذشته، طرح‌های گردشگری اجتماع-محور از محبوبیت بالایی برخوردار گشتند. این روش نسبتاً جدید توسعه، مبتنی بر رویکرد مشارکت جویانه می‌باشند که در نتیجه شکست رویکردهای «از بالا به پایین» نسبت به حفاظت از یک طرف و توسعه از طرف دیر، ایجاد شد. اگر چه این نوع طرح‌های اجتماع-محور بر حسب روش‌ها متفاوت می‌باشند ولی تهدید مشترکی که نسبت به همه آنها وجود دارد عبارت است از پیوند میان حفاظت از محیط زیست، توسعه اجتماعی-اقتصادی به‌ویژه در مناطق تحت توسعه و پیرامون آن (گودوین^۱ و سنتیلی^۲، ۲۰۰۹: ۹).

تعاریف بسیار متفاوت و گوناگونی از گردشگری اجتماع-محور ارائه شده است. به عبارت دیگر، این مفهوم دارای تعریف متغیر می‌باشد. به‌عنوان مثال، مؤسسه کوهستان^۳، گردشگری اجتماع-محور را در یک مفهوم بسیار کلی، این طور تعریف می‌کند: این نوع گردشگری، مجموعه‌ای از فعالیت‌هاست که در جهت توسعه اقتصادی و اجتماعی و محیط زیستی حمایت می‌کند و به تشویق آنها می‌پردازد. در نمونه ای دیگر از تعریف گردشگری اجتماع-محور، مؤسسه گردشگری اجتماع-محور تایلند^۴، گردشگری اجتماع-محور را این گونه تعریف می‌کند: نوعی از گردشگری است که مساله پایداری محیط زیستی، اجتماعی و فرهنگی را مطمح نظر قرار می‌دهد. گردشگری اجتماع-محور تحت

-
1. Goodwin
 2. Santilli
 3. The Mountain Institute
 4. The Thailand Community Based Tourism Institute

مالکیت و مدیریت جامعه محلی است و هدف آن افزایش آگاهی گردشگران و نیز یادگیری در مورد زندگی اجتماع محلی است (موسسه گردشگری اجتماع محور تایلند، ۲۰۰۰). در تعریفی دیگر، بنیاد حیات وحش^۱ (۲۰۰۱)، گردشگری اجتماع-محور را نوعی از گردشگری تعریف می‌کند که جامعه محلی دارای کنترل اساسی بر فعالیت‌های داشته، در مدیریت و توسعه مشارکت دارد و بخش عمده‌ای از سود حاصل از اجرای طرح توسعه در خدمت جامعه محلی قرار می‌گیرد (سنتیلی، ۲۰۰۸: ۲).

گودوین و سنتیلی (۲۰۰۹)، مفهوم گردشگری اجتماع-محور را برای توصیف طرح‌ها و پروژه‌هایی به کار می‌برد که دارای یکی از ویژگی‌های ذیل باشند:

- منفعت رسانی به افراد یا خانوارها در جامعه محلی؛
- منافع جمعی- ایجاد دارایی‌هایی که توسط جامعه محلی به عنوان یک مجموعه مور استفاده قرار می‌گیرد؛
- ایجاد منافع برای جامعه محلی به گونه‌ای که توزیع منافع برای همه خانوارها در اجتماع محلی صورت می‌پذیرد؛
- اقدامات حفاظتی با همکاری جامعه محلی و منافع جمعی؛
- فعالیت‌های مشترک با جامعه محلی و به همراه منافع جمعی و نیز انتقال مدیریت در آینده؛
- مؤسساتی که مالکیت و مدیریت آنها با جامعه محلی است؛
- مؤسسات بخش خصوصی به همراه منافع برای جامعه محلی؛
- مؤسسات جامعه محلی در چارچوب یک همکاری گسترده‌تر؛
- توسعه بخش خصوصی در چارچوب شرکت‌های اجتماع-محور (گودوین و سنتیلی، ۲۰۰۹: ۵).

وقتی سخن از مشارکت جامعه محلی در طرح‌های توسعه گردشگری به میان می‌آید، جامعه محلی به انحاء مختلف می‌تواند در این طرح‌های توسعه مشارکت نماید. به عنوان مثال، هیتچین^۲ و هایستید^۳ (۲۰۰۵)، در تحقیق خود، انواع مشارکت جامعه محلی ذکر نمودند که عبارتند از:

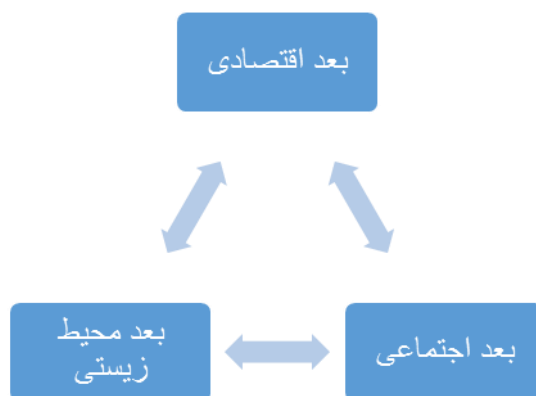
- مطالعات امکان‌سنجی؛
- شرکت در کارگاه‌ها؛
- تعیین سایت‌ها و مکان‌های گردشگری؛

1. World Wildlife Fund
 2. Hitchin
 3. Highstead

- مشارکت در همه جنبه های برنامه ریزی و توسعه اقتصادی؛
 - تامین نیروی کار برای فعالیت های ساخت و ساز؛
 - انجام کارهای داوطلبانه؛
 - مزارع مزرعه خصوصی برای تفریحات؛
 - معرفی نماینده برای مذاکره با ذی نفعان؛
 - انجام تحقیق در داخل و بیرون از جامعه محلی (۲۰۰۹: ۳۴)
- امروزه توسعه گردشگری دریایی در جهان مورد توجه فزاینده قرار دارد. طرح های توسعه گردشگری دریایی، همانند سایر انواع جدید طرح های توسعه گردشگری، بر پایه توجه به اجتماعات محلی شکل گرفته و لذا نظر جامعه محلی در مورد اقدامات توسعه از اهمیت و جایگاه مهمی برخوردار است.

مدل مفهومی

بررسی ادبیات موضوع نشان می دهد که در بحث از گردشگری جامعه محلی، نگرش جامعه محلی نسبت به سه بعد توسعه پایدار یعنی بعد اقتصادی، بعد اجتماعی و بعد محیط زیستی برجسته می باشد. بر این اساس، مدل مفهومی زیر برای نشان دادن ابعاد نگرش جامعه محلی نسبت به توسعه گردشگری (دریایی) قابل ارائه می باشد.



شکل ۱- مدل مفهومی نگرش جامعه محلی به توسعه گردشگری دریایی

بدین ترتیب، سه مفهوم اقتصادی، اجتماعی و محیط زیستی که در قالب توسعه پایدار نیز مطرح می شوند، در ارتباط با جامعه محلی و توسعه گردشگری دریایی قابل تصور می باشد.

فرضیات تحقیق

- الف. به نظر می‌رسد بین نگرش جامعه محلی و توسعه گردشگری دریایی و ساحلی در استان مازندران رابطه معناداری وجود دارد.
- ب. به نظر می‌رسد بین بعد اجتماعی نگرش جامعه محلی و توسعه گردشگری دریایی و ساحلی در استان مازندران رابطه معناداری وجود دارد.
- ج. به نظر می‌رسد بین بعد اقتصادی نگرش جامعه محلی و توسعه گردشگری دریایی و ساحلی در استان مازندران رابطه معناداری وجود دارد.
- ه. به نظر می‌رسد بین بعد محیط زیستی نگرش جامعه محلی و توسعه گردشگری دریایی و ساحلی در استان مازندران رابطه معناداری وجود دارد.
- و. به نظر می‌رسد نگرش جامعه محلی نسبت به توسعه گردشگری دریایی و ساحلی در استان مازندران بر حسب برخی متغیرهای زمینه‌ای (سن، جنسیت، تحصیلات و...) رابطه و یا تفاوت معناداری وجود دارد.

۴. پیشینه تحقیق

همان طور که پیش‌تر مطرح شد، محققان مختلف به جنبه‌های گوناگون گردشگری ساحلی و دریایی پرداختند به‌طور مثال، اندام و همکاران (۱۳۹۹) در تحقیق خود با عنوان "شناسایی و اولویت بندی انگیزه‌های مشارکت زنان در ورزش‌های تفریحی آبی" به موضوع ورزش‌های تفریحی پرداختند. توجه اصلی ورزش‌های آبی بر ارزش‌های اجتماعی همچون بهبود کیفیت زندگی، اهمیت سلامت جسمانی و روانی، ارضای نیازهای شخصی، سرگرمی و انگیزه است. تحقیق حاضر قصد داشت انگیزه‌های مشارکت زنان در ورزش‌های تفریحی آبی را شناسایی و اولویت‌بندی نماید تا از این طریق بتواند با تشویق و ترغیب زنان جامعه برای مشارکت بیشتر در این‌گونه ورزش‌ها، به سلامت جسمانی، روانی و عاطفی آنان کمک کند. جامعه آماری این تحقیق شامل کلیه زنان استان خراسان رضوی بود که در ورزش‌های تفریحی آبی مشارکت داشتند. در این تحقیق تعداد ۲۸۳ نفر از زنان استان خراسان رضوی از بین حدود ۴۰۰۰ نفر به روش خوشه‌ای تصادفی به عنوان نمونه آماری انتخاب شدند. یافته‌های پژوهش نشان داد، مهم‌ترین انگیزه‌های مشارکت زنان در ورزش‌های تفریحی آبی شامل: کسب لذت و آرامش، تناسب اندام، سلامتی و بهداشت، جنبه‌های و ... بود. در یکی دیگر از جدیدترین تحقیقات انجام شده در زمینه مدیریت توسعه گردشگری ساحلی، صمدی طاری و همکاران (۱۳۹۹)، در مطالعه خود با عنوان "مدیریت راهبردی توسعه پایدار گردشگری در مناطق ساحلی با استفاده از مدل SWOT و ماتریس QSPM (منطقه مورد مطالعه: استان مازندران)" پرداخته‌اند. این پژوهش در سه مرحله صورت پذیرفته است. یافته‌های تحقیق مذکور

نشان داد که در ماتریس ارزیابی عوامل داخلی، بیشترین امتیاز وزن دار به انجام پروژه‌های شناخت وضعیت منطقه و در ماتریس ارزیابی عوامل خارجی به مجاورت و نزدیکی به کلان شهر تهران اختصاص یافته است. بر اساس نتایج این تحقیق، ۲۵ راهبرد از تجزیه و تحلیل عوامل داخلی و خارجی مدیریت راهبردی مناطق گردشگری ساحلی استان مازندران به دست آمده است. قادری و همکاران (۱۳۹۸) در تحقیق خود تحت عنوان "ارزیابی اهمیت- عملکرد ابعاد و شاخص‌های مدیریت یکپارچه گردشگری در سواحل استان مازندران"، به مسأله مدیریت یکپارچه گردشگری پرداختند. در این تحقیق، محققان توانستند ۱۳ بعد و ۴۸ سؤال برای مدیریت یکپارچه گردشگری ساحلی تعیین کنند. در این تحقیق که اطلاعات آن از طریق چهار گروه ذی نفع مردمی، خصوصی، دولتی و عمومی تکمیل شد، تحلیل داده‌ها طی سه مرحله انجام شد و نتایج آن نشان داد که با وجود اهمیت بالای همه ابعاد و شاخص‌های بررسی شده، شکاف اهمیت-عملکرد در همه آنها دیده شده است. همچنین، دربان آراسته و همکاران (۱۳۹۷) پژوهشی را تحت عنوان "شناسایی مطلوب‌ترین نقاط جهت احداث سایت گردشگری دریایی مطالعه موردی: شهرستان تنکابن"، انجام دادند. این پژوهش به روش توصیفی-تحلیلی و با هدف شناسایی مطلوب‌ترین نقاط به منظور احداث سایت گردشگری دریایی انجام شده است. اطلاعات مورد نیاز به روش کتابخانه‌ای جمع‌آوری گردید و جهت وزن دهی به معیارهای مورد بررسی از طریق نظرخواهی از ۳۲ کارشناس و متخصص و از روش AHP استفاده شده است. پس از تعیین وزن هر یک از معیارها، لایه‌های اطلاعاتی هر یک از معیارها در محیط GIS ایجاد گردیده و در نهایت با روی هم‌گذاری لایه‌های اطلاعاتی، مناسب‌ترین مکان‌ها جهت ایجاد سایت گردشگری دریایی معرفی شده است. بر این اساس چهار محدوده در شهرستان تنکابن به منظور جانمایی سایت گردشگری دریایی نسبت به سایر نقاط، مطلوب تشخیص داده شد. در خاتمه این تحقیق، محققان نتیجه گرفتند که برنامه ریزی مناسب برای ایجاد سایت‌های گردشگری دریایی در مکان‌های پیشنهاد شده به ترتیب اولویت، توسعه پایدار گردشگری و متقابلاً توسعه اقتصادی منطقه را به همراه خواهد داشت.

بررسی ادبیات موضوع در خارج از کشور نیز نشان می‌دهد که گردشگری دریایی سابقه نسبتاً طولانی در برخی از کشورهای اروپایی داشته و به دلیل اهمیت موضوع، تحقیقات وسیع و گسترده‌ای در خصوص گردشگری دریایی در خارج از کشور انجام شده است. حتی فراتر از یک کشور خاص، بررسی‌ها و مطالعات مشترک نیز صورت گرفته که از جمله آن می‌توان به مطالعه مربوط به اتحادیه اروپا و کمیسیون‌های آن اشاره کرد. بررسی‌های کمیسیون اروپا نشان می‌دهد که امروزه حدود ۶۴ درصد اروپاییان ترجیح می‌دهند تعطیلات را در سواحل بگذرانند و مطابق آمار ارائه شده در گزارشی با عنوان "مطالعه‌ای در حمایت از اقدامات و سیاست‌های گردشگری ساحلی و دریایی در اروپا"، که از طرف مؤسسه تحقیق و مشاوره‌ی ایکوریس صورت گرفت. رشد و توسعه‌ی

زیرساخت‌ها، هتل‌ها، بندرگاه‌ها، خانه‌های دوم، تفرجگاه‌های ساحلی، فعالیت‌ها و ورزش‌های آبی مانند ماهیگیری تفریحی، قایق سواری، غواصی و...، موجب توجه بیشتر و اقامت و گذران اوقات فراغت تعداد زیادی از دیدارکنندگان در این مناطق شده است (Commission European, 2014). علاوه بر این گزارش‌ها و مطالعات کلی، تحقیقات انفرادی نیز توسط محققان و پژوهشگران صورت گرفته است. دکاسترو مافدن^۱ و همکاران (۲۰۲۱) در تحقیق خود با عنوان "قرار گرفتن در معرض آفتاب در حین ورزش‌های آبی: آیا ورزشکاران از پوست خود در برابر سرطان پوست به اندازه کافی محافظت می‌کنند؟" به موضوع ورزش‌های آبی پرداختند. قرار گرفتن در معرض آفتاب بیش از حد دلیل اصلی جلوگیری از سرطان پوست است. ورزش در فضای باز که بدون حفاظت نوری کافی انجام نشود، از اقدامات خطرناک است. این مطالعه بررسی می‌کند که آیا ورزشکاران نخبه در ورزش‌های آبی اقدامات محافظتی برای محافظت از پوست خود از طریق فعالیت‌های مختلف و یا تفاوت‌های آنها در رابطه با جنسیت، نظم و انضباط ورزشی انجام می‌دهند. این مطالعه سلامت مبتنی بر پرسشنامه سلامت است. رقبای مسابقات قهرمانی جهان یک پرسشنامه خودگردان در مورد عادت‌های محافظت در برابر آفتاب و قرار گرفتن در معرض آفتاب و همچنین آفتاب‌سوختگی در آخرین فصل ورزشی را تکمیل کردند. در کل، ۲۴۶ شرکت کننده، با دامنه سنی ۱۶-۳۰ سال، پرسشنامه را تکمیل کردند. هیچ تفاوت قابل توجهی در عادت‌های محافظت در برابر آفتاب بین ورزشکاران زن و مرد وجود ندارد. میزان آفتاب سوختگی بسیار زیاد بود (۷/۷۶ درصد). ورزشکاران نخبه در ورزش‌های آبی در معرض خطر ضایعات پوستی از قرار گرفتن بیش از حد در معرض آفتاب قرار دارند، که با اقدامات محافظت نادرست در برابر نور همراه است. کمپین‌هایی برای افزایش آگاهی و ترویج تشخیص زودهنگام سرطان پوست باید این گروه‌های خطر را هدف قرار دهد. میلتن^۲ (۲۰۲۰) در تحقیق خود با عنوان «مشکلات و چشم اندازه‌های مختلف گردشگری ورزشی» به موضوع گردشگری ورزشی پرداخت. گردشگری ورزشی بخشی از صنعت توریسم است که به سرعت در حال پیشرفت است. تأمیل نادو کشوری است که رتبه اول را در جذب گردشگران داخلی و خارجی دارد، ارتباط خوبی با سایر کشورها دارد. همچنین زیرساخت‌های لازم برای انجام انواع ورزش‌ها و بازی‌ها را دارد. چندین ورزش و بازی ملی و بین‌المللی در چنای و مناطقی از تأمیل نادو وجود دارد. علاقه‌مندان دوست دارند که در مسابقات ورزشی شرکت کنند و از تماشای ورزش لذت ببرند. بیشتر گردشگران ورزشی برای شرکت در ورزش و همچنین تماشای این ایالت، از تأمیل نادو دیدن می‌کنند. اگرچه گردشگری ورزشی در حال رشد است، اما مشکلات و چشم‌انداز کمی در تأمیل نادو وجود دارد. مشکلات عبارتند از: زبان،

1. De Castro-Maquedan

2. Milton

امکانات زیرساختی ورزشی کمتر برای برخی از بازی‌ها، امکانات کمتری برای حمایت مالی، دسترسی کم به وسایل ورزشی و زمین‌ها و پشتیبانی کمتری از دولت ایالتی و بخش‌های عمومی. این احتمال وجود دارد که مسابقات بیشتری در آینده در تامپل نادو برگزار شود زیرا در آن طرفداران ورزش، ورزشکاران، مربیان و سایر امکانات لازم وجود دارد. در این مقاله تحقیقاتی، محقق در حد توان خود سعی کرده است مشکلات موجود در تامپل نادو در جهانگردی ورزشی را بررسی کند و راه‌های چشم انداز و پیشنهادات را بررسی کند. میهمان نوازی گرم تامپل‌ها، محیط دوستانه گردشگران، نظم و قانون بی‌ادعا، اداره خوب دولت، برگزارکنندگان ورزش را قادر ساخته است تا این رویداد ورزشی را اغلب انجام دهند. اگر حامیان مالی، دولت ایالتی، بخش‌های عمومی و مردم سعی در ایجاد انگیزه و تشویق در مسابقات مختلف ورزشی و بازی‌ها تلاش داشته باشند، این ایالت به عنوان پایتخت ورزشی هند شناخته خواهد شد. در مطالعه دیگری، سیلویرا^۱ و همکاران (۲۰۲۰)، در یک تحقیق تجربی با عنوان "گردشگری دریایی در آتلانتای شمالی: توسعه قایق‌های تفریحی در جزایر آزورس ایرلند"، به مسأله گردشگری دریایی پرداختند. آزورس به عنوان یک منطقه کوچک، تنها در اواخر بیستم بود که گردشگری را به عنوان یکی از محرک‌ها و عوامل پیشران توسعه انتخاب نمود. اگر چه ویژگی اصلی این منطقه، گردشگری طبیعت است، ولی سایر انواع گردشگری نیز در این منطقه مورد توجه قرار گرفته است که یکی از آنها استفاده از قایق‌های تفریحی به عنوان نوعی از گردشگری آبی است. در این منطقه، توسعه گردشگری دریایی، تمرکز خود را بر روی گسترش و ایجاد اسکله‌های قایق‌های آبی قرار داد. به گونه‌ای که از نه جزیره موجود، هفت جزیره آن دارای حداقل یک اسکله قایق تفریحی می‌باشد. نتایج این تحقیق نشان داد که ایجاد اسکله‌های آبی باعث کاهش تعداد قایق‌های تفریحی نشد. در واقع، بر تعداد این قایق‌ها در همه اسکله‌های قایق افزوده شد. اکثر قایق‌ران‌ها اروپایی بوده و به طور متوسط چهار نفر در یک قایق، اقدام به بازدید از آزورس طی ماه‌های آوریل و اکتبر می‌نمایند.

۵. محدوده مطالعاتی

استان مازندران یکی از سه استان ساحلی شمال ایران است که در محدوده بین ۳۵ درجه و ۴۷ دقیقه تا ۳۸ درجه و ۵ دقیقه عرض شمالی و ۵۰ درجه و ۳۴ دقیقه تا ۵۶ درجه و ۱۴ دقیقه طول شرقی از نصف النهار گرینویچ واقع شده است. این استان از شرق به استان گلستان و از غرب به استان گیلان و از جنوب به سلسله جبال البرز پوشیده از درختان و درختچه‌های جنگلی خزان کننده پهن برگ هیرکانی محدود است که به شکل دیوار محکمی این منطقه را از استان‌های تهران و سمنان جدا می‌سازد (سازمان بنادر و دریانوردی، ۱۳۹۸). در استان مازندران حدود ۹۰ درصد

1. Silvira

جمعیت تا ارتفاع ۲۰۰ متر از سطح دریا زندگی می‌کنند. مساحت پوشش دهنده استان تا ارتفاع ۲۰۰ متر ۲۳/۲۹ درصد است، این ارقام نشان می‌دهد که اکثریت جمعیت استان در کمتر از ۱/۴ مساحت استان که همان مناطق ساحلی می‌باشند، ساکن هستند. بنابراین، منطقه مذکور دارای تراکم جمعیت بالایی می‌باشد (مهندسين مشاور سبز اندیش پایش، ۱۳۸۵). به‌طور کلی، جلگه مازندران دارای آب و هوای معتدل و مرطوب است که معروف به آب و هوای معتدل خزری است. در سواحل و مناطق جلگه‌ای متوسط دما به بیش از ۱۶ سانتیگراد افزایش می‌یابد. تفاوت کم میانگین سالیانه حداقل و حداکثر دما در ایستگاه‌های ساحلی و جلگه‌ای نشان از اعتدال هوا در طول سال دارد. در این استان میزان بارندگی از غرب به شرق کاهش می‌یابد و از حدود ۱۲۰۰ میلیمتر در منطقه رامسر تا کمتر از ۷۰۰ میلیمتر در شرق کاهش می‌یابد، بیشترین بارندگی در فصل پاییز و تا بیش از ۴۷ درصد بارندگی سالیانه در ایستگاه‌های ساحلی اتفاق می‌افتد. دریای مازندران در شمال استان تهران، سمنان، در جنوب و استان‌های گیلان و گلستان به ترتیب در غرب و شرق آن قرار گرفته است. مازندران به خاطر جغرافیای سراسر متنوع آن که شامل جلگه‌ها، علفزارها، بیشه‌ها و جنگل‌های هیرکانی با صدها گونه گیاهی منحصر به فرد در جهان است و آب و هوای گوناگون از سواحل شنی با پست‌ترین نقطه، تا کوهستان‌های ناهموار و برف پوشیده البرز با داشتن کوه دماوند، شناخته شده است. موقعیت جغرافیایی استان مازندران به گونه‌ای است که از ۲۲ شهرستان این استان، ۱۵ شهرستان در خط ساحلی واقع هستند که ۳۳۸ کیلومترمربع ساحل دریای خزر را در بر گرفته‌اند.



تصویر شماره ۱- نقشه استان مازندران

در حالی که سال‌های گذشته، کمترین بهره‌برداری از گردشگری دریایی صورت می‌پذیرفت و گردشگری در این مناطق تقریباً به شنا در دریا خلاصه می‌شد، طی سال‌های اخیر، توسعه

فعالیت‌های گردشگری به صورت جدی دنبال شد و در نهایتاً، با بررسی‌های کارشناسی و با حضور اعضای مدیریت یکپارچه سواحل استان، از حدود ۴۰۰ کیلومتر نوار ساحلی مازندران، ۱۳۴ نقطه برای اجرای اسکله‌های تفریحات دریایی شناسایی شده است (حسنی، ۱۴۰۰). این نقاط صرفاً بر اساس جمع بندی گروه متشکل از اعضای سازمان‌های مرتبط با فعالیت‌های دریایی در استان مازندران اعلام شده و هیچ گونه طرح توجیهی برای تعیین میزان اشتغال افراد در این سایت‌ها، میزان گردشگر، میزان درآمد زایی و ... ارایه نشده است. از جمله، هیچ گونه ای اطلاعی از میزان استقبال / عدم استقبال مردم از این طرح‌ها وجود ندارد و تحقیق حاضر نیز در صدد پاسخ به این سوال اخیر است.

۶. روش تحقیق

روش تحقیق پژوهش حاضر از نوع توصیفی - همبستگی بوده و برای جمع‌آوری داده‌ها از روش پیمایش با استفاده از ابزار پرسشنامه محقق ساخته بسته پاسخ استفاده شده است. جامعه آماری تحقیق را مجموعه ساکنان آن دسته از شهرهای ساحلی استان مازندران تشکیل دادند که برای ایجاد اسکله تفریحی هدف قرار گرفتند. اداره کل میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان مازندران، جهت توسعه گردشگری دریایی، ۱۲ شهر را مطمح نظر قرار داده تا در هر یک از این شهرهای ساحلی، ۳ تا ۲۶ نقطه به احداث اسکله اختصاص یابد. انتظار می‌رود که با احداث اسکله‌های تفریحی در سواحل شهرهای مازندران، برخی از انواع فعالیت‌های گردشگری دریایی توسعه یابد. اسامی شهرها و تعداد اسکله‌های پیش بینی شده در جدول زیر منعکس شده است.

جدول ۱- جامعه آماری تحقیق و مناطق تخصیصی اسکله دریایی

نام منطقه	تعداد اسکله پیش بینی شده	نام منطقه	تعداد اسکله پیش بینی شده
رامسر	۱۱	محمودآباد	۱۲
نوشهر	۲۱	فریدون کنار	۵
تنکابن	۷	جویبار	۷
عباس آباد	۱۱	ساری	۱۰
چالوس	۱۰	میاندرو	۷
نور	۲۶	بهشهر	۳

منبع: اداره کل میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی مازندران، ۱۳۹۹

با توجه به گستردگی محدوده مورد مطالعه و نیز تعداد نسبتاً زیاد اعضای جامعه آماری (کثرت جمعیت میزبان)، از روش نمونه گیری تصادفی ساده برای تعیین نمونه‌ها استفاده شده است. در مطالعه حاضر، جامعه آماری که همان افراد ساکن در هر یک از شهرهای ۱۲ گانه بوده‌اند، به سه گروه به صورت زیر تقسیم شده است:

الف. محدوده غرب شامل شهرهای رامسر، نوشهر، تنکابن، عباس آباد و چالوس؛

ب. محدوده مرکزی شامل شهرهای نور، محمودآباد و فریدون کنار؛

ج. محدوده شرق شامل شهرهای جویبار، ساری، میاندرود و بهشهر.

پس از تعیین تعداد نمونه، سهمیه هر شهر بر اساس نمونه گیری سهمیه ای تعیین شد. به عبارت دیگر، تعداد نمونه در هر یک شهرهای تعیین شده، به نسبت کل تعیین گردید. حجم نمونه با استفاده از فرمول منطقی کوکران ۱ (رفیع پور، ۱۳۷۵: ۳۸۳) و به شرح زیر تعیین شده است.

$$n = \frac{t^2(pq)}{d^2} \div \left(1 + \frac{1}{N} \left(\frac{t^2(pq)}{d^2} - 1 \right) \right)$$

در نمونه گیری براساس فرمول منطقی کوکران حد مطلوب اطمینان در این پژوهش ۰/۹۵ در نظر گرفته شده و در نتیجه سطح احتمال مورد نظر (d) برابر با ۰/۰۵ و اندازه متغیر در توزیع طبیعی یا ضریب اطمینان (t) برابر با ۱/۹۶ است. با جایگذاری اعداد در داخل فرمول کوکران، حجم نمونه کل تعیین و سپس، این تعداد نمونه به صورت نسبی بین دوازده شهر تقسیم شد. در جدول ذیل تعداد نمونه‌ها در هر شهر نشان داده شده است.

جدول ۲- تعداد نمونه های تحقیق بر حسب افراد ساکن در شهرهای ساحلی

شهر	فراوانی	درصد	درصد خالص	درصد تجمعی
محمود آباد	۳۵	۸/۸	۸/۸	۸/۸
نور	۳۱	۷/۸	۷/۸	۱۶/۶
چالوس	۳۴	۸/۶	۸/۶	۲۵/۲
جویبار	۳۳	۸/۳	۸/۳	۳۳/۵
بهشهر	۳۳	۸/۳	۸/۳	۴۱/۸
تنکابن	۳۳	۸/۳	۸/۳	۵۰/۱
فریدون کنار	۳۱	۷/۸	۷/۸	۵۷/۹
ساری	۳۴	۸/۶	۸/۶	۶۶/۵

1. Cochran

۷۵/۶	۹/۱	۹/۱	۳۶	میاندورود
۸۳/۴	۷/۸	۷/۸	۳۱	رامسر
۹۱/۹	۸/۶	۸/۶	۳۴	نوشهر
۱۰۰/۰	۸/۱	۸/۱	۳۲	عباس آباد
	۱۰۰/۰	۱۰۰/۰	۳۹۷	مجموع

متغیرهای اصلی تحقیق

در تحقیق حاضر دو دسته متغیرهای زمینه‌ای و متغیر وابسته مطرح‌اند که در این جا معرفی می‌شوند.

الف- متغیرهای زمینه‌ای. این متغیرها به ویژگی‌های فردی و اجتماعی پاسخگویان یا همان ویژگی‌های جمعیت شناختی پاسخگویان می‌باشند که عبارتند از: جنسیت، سن، وضعیت تأهل، وضعیت اشتغال و....

ب. نگرش جامعه محلی نسبت به توسعه گردشگری دریایی. در این تحقیق، نگرش جامعه محلی نسبت به توسعه گردشگری دریایی در سه بعد اقتصادی، اجتماعی و محیط زیستی مطرح نظر قرار گرفت. در این جا، گویه‌هایی که برای سنجش نگرش جامعه محلی نسبت به ابعاد سه گانه فوق مورد استفاده قرار گرفته است، معرفی شدند.

۱. بعد اقتصادی

جدول ۳- معرف‌های سنجش نگرش جامعه محلی نسبت به توسعه گردشگری دریایی از بعد اقتصادی

توسعه گردشگری دریایی در این شهر می تواند باعث افزایش جمعیت کارگری شود.
توسعه گردشگری دریایی می تواند برای ساکنین غیر بومی شغل ایجاد نماید.
توسعه گردشگری دریایی در این شهر ممکن است باعث شود تا میزان اجاره ها افزایش پیدا کند.
توسعه گردشگری دریایی در این شهر می تواند باعث شود تا قیمت مسکن بیشتر شود.
توسعه گردشگری دریایی در این شهر می تواند زیرساخت های این شهر نظیر جاده و ... را خراب کند.
توسعه گردشگری دریایی در این شهر ممکن است قیمت زمین را افزایش دهد.
توسعه گردشگری دریایی می تواند باعث شود تا ساخت و سازها افزایش یابد.
توسعه گردشگری دریایی می تواند باعث شود تا قیمت ها در این شهر افزایش پیدا کند.
توسعه گردشگری دریایی می تواند باعث شود تا هزینه تفریحات ساحلی(قایق سواری و ...) افزایش پیدا کند.
توسعه گردشگری دریایی می تواند باعث شود تا درآمد ماهیگیران کاهش پیدا کند.
توسعه گردشگری دریایی می تواند باعث زیاد شدن شغل واسطه گری شود.
توسعه گردشگری دریایی می تواند موجب درآمد ناعادلانه برای مردم شود.
توسعه گردشگری دریایی می تواند باعث ایجاد مشاغل کاذب برای مردم محلی شود.

برای سنجش عملیاتی متغیر فوق، در مقابل هر یک از گویه‌ها یک طیف پنج قسمتی لیکرت (اصلاً نمی‌توان تحمل کرد، نمی‌توان تحمل کرد، فرقی ندارد، تا حدودی می‌توان تحمل کرد، کاملاً قابل تحمل است) قرار داده شد تا پاسخگویان نظر خود را نسبت به آن اعلام دارند. بدین ترتیب، از بعد اقتصادی، هر پاسخگو، نمره‌ای بین ۱۳ تا ۶۵ کسب نمود و شاخص نگرش اقتصادی ایجاد شد.

۲. بعد اجتماعی

جدول ۴- معرف‌های سنجش نگرش جامعه محلی نسبت به توسعه گردشگری دریایی از بعد اجتماعی

توسعه گردشگری دریایی می‌تواند باعث کاهش میزان مشارکت ساکنین محلی در توسعه شهری شود.
توسعه گردشگری دریایی در این شهر باعث می‌شود دسترسی مردم به امکانات تفریحی کم شود.
توسعه گردشگری دریایی می‌تواند باعث شود تا فرهنگ و آداب و رسوم منطقه آسیب ببیند.
توسعه گردشگری دریایی می‌تواند باعث شود تا سبک زندگی ساکنین تغییر کند.
توسعه گردشگری دریایی می‌تواند باعث شود تا آرامش مردم را به هم بزند.
توسعه گردشگری دریایی می‌تواند باعث شود تا تراکم جمعیت گردشگران افزایش یابد.
توسعه گردشگری دریایی می‌تواند باعث شود تا استفاده از امکانات و خدمات شهری نظیر نانواپی و غیره سخت شود.
توسعه گردشگری دریایی می‌تواند باعث شود تا ظرفیت پارکینگ منطقه کاهش یابد.
توسعه گردشگری دریایی می‌تواند باعث شود تا ظرفیت ساحل جهت شنا کاهش پیدا کند.
توسعه گردشگری دریایی می‌تواند باعث شود تا فعالیت‌های تفریحی ساکنین کاهش پیدا کند.
توسعه گردشگری دریایی می‌تواند باعث شود تا درگیری و نزاع بین گردشگران و مردم محلی افزایش یابد.
توسعه گردشگری دریایی می‌تواند باعث شود تا با کمبود آب مواجه شویم.
توسعه گردشگری دریایی می‌تواند باعث شود تا افت فشار گاز به وجود بیاید.

برای سنجش عملیاتی متغیر فوق نیز، در مقابل هر یک از گویه‌ها یک طیف پنج قسمتی لیکرت (اصلاً نمی‌توان تحمل کرد، نمی‌توان تحمل کرد، فرقی ندارد، تا حدودی می‌توان تحمل کرد، کاملاً قابل تحمل است) قرار داده شد تا پاسخگویان نظر خود را نسبت به آن اعلام دارند. بدین ترتیب، از بعد اقتصادی، هر پاسخگو، نمره‌ای بین ۱۳ تا ۶۵ کسب نمود و شاخص نگرش اقتصادی ایجاد شد.

۳. بعد محیط زیستی

جدول ۵- معرف‌های سنجش نگرش جامعه محلی نسبت به توسعه گردشگری دریایی از بعد محیط زیستی

آلودگی صوتی
آلودگی در ساحل
آلودگی دریا
آلودگی هوای منطقه
تخریب چشم انداز های طبیعی
افزایش زباله ها
تغییر کاربری اراضی
ساخت و سازهای مختلف
آلودگی آب آشامیدنی
کاهش ذخایر ماهیان
کاهش فعالیت های صید و صیادی
افزایش رها شدگی نخاله های ساختمانی اطراف شهر
تخریب زیستگاههای ساحلی
کاهش کیفیت آب ساحلی
به هم خوردن ظرفیت برد زیست محیطی

برای سنجش عملیاتی متغیر فوق نیز همان سنجش دو متغیر فوق عمل شد و در مقابل هر یک از گویه‌ها یک طیف پنج قسمتی لیکرت (اصلا نمی‌توان تحمل کرد، نمی‌توان تحمل کرد، فرقی ندارد، تا حدودی می‌توان تحمل کرد، کاملاً قابل تحمل است) قرار داده شد تا پاسخگویان نظر خود را نسبت به آن اعلام دارند. بدین ترتیب، از بعد اقتصادی، هر پاسخگو، نمره ای بین ۱۵ تا ۷۵ کسب نمود و شاخص نگرش اقتصادی ایجاد شد.

همچنین در این پژوهش از اعتبار صوری در مورد ابزار اندازه‌گیری (پرسشنامه) استفاده شد بدین صورت که پرسشنامه تحقیق به وسیله نظرات گروهی مشترک متشکل از نمایندگان سازمان میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی مازندران و صاحب‌نظران (۱۰ نفر از اعضای هیات علمی رشته‌ها گردشگری) مورد ارزیابی قرار گرفت و بر اساس این ارزیابی، برخی از سؤالات حذف و برخی دیگر هم به لحاظ شکلی بر اساس نظرات داوران تغییر کردند. در نهایت، و پس از اجرای پیش‌آزمون و رفع نواقص، پرسشنامه نهایی، توسط پاسخگویان تکمیل گردید. برای سنجش میزان پایایی پرسشنامه از ضریب آلفا کرونباخ استفاده شد تا از میزان یکسان بودن برداشت پاسخگویان از

سؤالات اطمینان حاصل شود. بدین ترتیب مقادیر آلفای کرومباخ بعد اقتصادی (۰/۷۴)، بعد اجتماعی (۰/۷۷) و بعد محیط زیستی (۰/۷۵) به دست آمده است.

۷. یافته‌های توصیفی

از میان ۳۹۷ نمونه مورد بررسی، ۱۵۵ نفر (۳۹/۰ درصد) مرد و ۲۴۲ نفر (۶۱/۰ درصد) زن می‌باشند که در این میان، نیمی از پاسخگویان سطح تحصیلات خود را کارشناسی اعلام نموده‌اند. همچنین میانگین سنی پاسخگویان نیز ۳۴/۰ سال محاسبه شده است. علاوه بر این، ۲۰۸ (۵۲/۴ درصد) از پاسخگویان مجرد و ۱۸۹ نفر (۴۷/۶ درصد) متأهل می‌باشند. بیش از نیمی از پاسخگویان (۶۶/۵ درصد) وضعیت اشتغال خود را شاغل اعلام نموده‌اند که در این میان، در مجموع (۴۱/۸ درصد) از آنها شغل خود را مرتبط و کمی مرتبط با گردشگری اعلام نموده‌اند. در نهایت، (۶۱/۰ درصد) از پاسخگویان نیز طبقه اجتماعی-اقتصادی خود را متوسط اظهار نموده‌اند. همچنین میانگین متغیرهای تحقیق که از (۵) محاسبه شده‌اند، عبارتند از: بعد اقتصادی (۲/۶۷)، بعد اجتماعی (۲/۳۴) و بعد محیط زیستی (۲/۱۱) به دست آمده است.

۸. یافته‌های استنباطی

جدول ۶- نتایج آزمون تفاوت میانگین‌ها

متغیر	میانگین	انحراف معیار	تفاوت میانگین‌ها	حد پایین	حد بالا	مقدار آزمون	سطح معناداری	میانگین فرضی
اقتصادی	۲/۴۴۸	۰/۶۶۵	۰/۰۳۴۰۰	-۰/۶۱۸۰	-۰/۴۸۴۳	-۱۶/۲۰۹	۰/۰۰۰	۳
اجتماعی	۲/۴۲۰	۰/۶۸۲	۰/۰۳۵۱۶	-۰/۶۴۹۰	-۰/۵۱۰۷	-۱۶/۴۹۱	۰/۰۰۰	۳
محیط زیستی	۲/۲۹۶	۰/۹۲۲	۰/۰۴۷۵۰	-۰/۷۹۶۵	-۰/۶۰۹۷	-۱۴/۸۰۱	۰/۰۰۰	۳

آماره تی ابعاد اقتصادی، اجتماعی و محیط زیستی نشان می‌دهد که وضعیت این سازه‌ها مطلوب نمی‌باشد، در حالی که میانگین نظری و به تعبیر بهتر، میانگین فرضی برابر با ۳ بود، لکن پس از آزمون t تک نمونه‌ای نتایج به گونه ای دیگر رقم خورد. به طوریکه میانگین‌ها با توجه به نظرات ارائه شده از سوی پاسخگویان به ترتیب برابر با (۲/۴۴۸، ۲/۴۲۰ و ۲/۲۹۶) به دست آمد که از میانگین فرضی و حد میانی ۳ پایین‌تر است. از آنجایی سطح معناداری (sig) برابر با ۰/۰۰۰ و کوچکتر از ۵ صدم است، در نتیجه در سطح اطمینان ۹۵ درصد فرض صفر رد می‌شود و ادعای محقق مبنی بر تفاوت نظر پاسخگویان نسبت به توسعه گردشگری دریایی پذیرفته می‌شود. بنابراین می‌توان گفت که نگرش جامعه محلی نسبت به توسعه گردشگری دریایی در حد پایین قرار دارد.

جدول ۷- آزمون ضریب همبستگی متغیرهای تحقیق

متغیر مستقل	متغیر وابسته	نام آزمون	مقدار آزمون	سطح معناداری
سن	بعد اقتصادی	پیرسون	۰/۱۷۲	۰/۰۰۱
	بعد اجتماعی	پیرسون	۰/۵۷۰	۰/۰۰۰
	بعد محیط زیستی	پیرسون	۰/۳۴۷	۰/۰۰۰
سطح تحصیلات	بعد اقتصادی	اسپیرمن	-۰/۰۴۳	۰/۴۰۶
	بعد اجتماعی	اسپیرمن	-۰/۱۴۵	۰/۰۰۵
	بعد محیط زیستی	اسپیرمن	-۰/۲۲۸	۰/۰۰۰
طبقه اجتماعی	بعد اقتصادی	اسپیرمن	-۰/۰۳۸	۰/۴۵۳
	بعد اجتماعی	اسپیرمن	۰/۰۲۴	۰/۶۴۵
	بعد محیط زیستی	اسپیرمن	۰/۰۱۵	۰/۷۷۸

جهت آزمون بررسی رابطه بین دو متغیر سن و درآمد ماهیانه با نگرش نسبت به توسعه گردشگری دریایی، با توجه به نوع داده‌های مورد بررسی که در دو مقیاس فاصله‌ای اندازه گیری شده‌اند از آزمون ضریب همبستگی پیرسون و همچنین جهت بررسی رابطه بین دو متغیر تحصیلات و طبقه اجتماعی با نگرش نسبت به توسعه گردشگری دریایی از آزمون ضریب همبستگی اسپیرمن استفاده شد. همانطور که ملاحظه می‌گردد بین دو متغیر سن و ابعاد اقتصادی (۰/۰۰۰۱)، اجتماعی (۰/۰۰۰۰) و محیط زیستی (۰/۰۰۰۰) رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. به طوری که این رابطه در سطح ۹۵ درصد اطمینان مورد تأیید واقع می‌شود. در بخش دوم جدول، رابطه معکوس و معناداری بین تحصیلات و بعد اجتماعی و محیط زیستی با مقادیر آزمون (۰/۰۰۵ و ۰/۰۰۰) به چشم می‌خورد که نشان از این واقعیت دارد که با افزایش سطح سواد و تحصیلات افراد، نگرش مثبت افراد نسبت به ابعاد اجتماعی و محیط زیستی توسعه گردشگری دریایی کاهش می‌یابد.

جدول ۸- مقایسه میانگین‌های متغیرهای تحقیق

منبع تغییرات	مجموع مجذورات	درجه آزادی	میانگین مجذورات	مقدار آزمون	سطح معناداری
بعد اقتصادی	بین گروهی	۷/۲۱۵	۴	۱/۸۰۴	۰/۰۰۲
	درون گروهی	۱۶۱/۶۲۰	۳۷۷	۰/۴۲۹	
	کل	۱۶۸/۸۳۵	۳۸۱		
بعد اجتماعی	بین گروهی	۶/۷۴۶	۴	۱/۶۸۶	۰/۰۰۶
	درون گروهی	۱۶۸/۵۲۹	۳۷۱	۰/۴۵۴	
	کل	۱۷۵/۲۷۵	۳۷۵		

۰/۰۰۳	۴/۰۵۸	۳/۳۵۲	۴	۱۳/۴۰۷	بین گروهی	بعد محیط زیستی
		۰/۸۲۶	۳۷۱	۳۰۶/۳۹۴	درون گروهی	
			۳۷۵	۳۱۹/۸۰۱	کل	

برای بررسی ادعای وجود تفاوت میان دو یا چند جامعه (یعنی تأثیر یک متغیر مستقل گروه بندی بر یک متغیر کمی وابسته) از آزمون مقایسه میانگین چند جامعه (ANOVA) استفاده شد. همانطور که ملاحظه می‌گردد سطح معناداری آزمون برای ابعاد سه گانه نگرش نسبت به توسعه گردشگری دریایی بر حسب وضعیت اشتغال حاکی از آن است که تفاوت‌های موجود از لحاظ آماری معنادار هستند. بدین ترتیب فرض تحقیق مورد تأیید قرار می‌گیرد. به عبارت دیگر وضعیت اشتغال (شاغل، بیکار، بازنشسته، دانش آموز و دانشجو) توانست باعث ایجاد تفاوت در نگرش افراد نسبت به توسعه گردشگری دریایی در پاسخگویان گردد.

جدول ۹- نتایج آزمون تفاوت میانگین‌ها

تست برای برابری میانگین‌ها							تست لون برای برابری واریانس		
بالاترین حد	پایین ترین حد	خطای انحراف استاندارد	اختلاف میانگین‌ها	سطح معناداری (دو دامنه)	درجه آزادی	مقدار تی	سطح معناداری	مقدار اف	
۰/۳۳۳۰۲	۰/۰۶۱۹۷	۰/۰۶۸۹۳	۰/۱۹۷۵۰	۰/۰۰۴	۳۸۱	۲/۸۶۵	۰/۶۷۲	۰/۱۷۹	برابری واریانس
۰/۳۳۴۵۰	۰/۰۶۰۴۹	۰/۰۶۹۶۳	۰/۱۹۷۵۰	۰/۰۰۵	۳۰۹/۶۵۰	۲/۸۳۷			نابرابری واریانس
۰/۲۲۵۱۲	-۰/۰۵۷۹۴	۰/۰۷۱۹۸	۰/۰۸۳۵۹	۰/۲۴۶	۳۷۵	۱/۱۶۱	۰/۰۰۲	۱۰/۱۴۶	برابری واریانس
۰/۲۳۰۲۴	-۰/۰۶۳۰۶	۰/۰۷۴۵۰	۰/۰۸۳۵۹	۰/۲۶۳	۲۷۷/۶۴۸	۱/۱۲۲			نابرابری واریانس
۰/۴۳۷۱۵	۰/۰۵۳۲۰	۰/۰۹۷۶۳	۰/۲۴۵۱۷	۰/۰۱۲	۳۷۵	۲/۵۱۱	۰/۰۰۰	۲۲/۷۳۱	برابری واریانس
۰/۴۵۱۶۶	۰/۰۳۸۶۹	۰/۱۰۴۸۱	۰/۲۴۵۱۷	۰/۰۲۰	۲۳۲/۷۲۷	۲/۳۳۹			نابرابری واریانس

همانطور که ملاحظه می‌گردد جدول فوق حاوی نتایج آزمون بوده و شامل دو قسمت است: قسمت اول به تساوی واریانس دو جامعه می‌پردازد و قسمت دوم نتایج آزمون تساوی میانگین دو جامعه را برای هر دو حالت تساوی و تساوی نداشتن ارائه می‌کند. بر این اساس سطح معناداری

مربوط به آزمون لون به ترتیب برای ابعاد اقتصادی (۰/۶۷۲)، اجتماعی (۰/۰۰۲) و محیط زیستی (۰/۰۰۰) و بزرگتر از سطح معناداری ۰/۰۵ به دست آمده است، در نتیجه فرض برابری واریانس‌ها تأیید می‌گردد. بنابراین اطلاعات سطر اول را برای نتیجه‌گیری در مورد میانگین مورد بررسی قرار می‌دهیم. از آنجایی که سطح معناداری آزمون تساوی میانگین با فرض تساوی واریانس برای بعد اقتصادی (۰/۰۰۴) و بعد محیط زیستی (۰/۰۱۲) کمتر از ۰/۰۵ است، و مقدار آزمون (۲/۸۶۵) و (۲/۵۱۱) بیشتر از حد سطح زیر منحنی می‌باشد، لذا فرض صفر تأیید نمی‌گردد و ادعای عدم تساوی میانگین نگرش افراد نسبت به توسعه گردشگری دریایی در دو گروه مرد و زن مورد تأیید واقع می‌شود. بنابراین، با استنباط به مباحث پیشین می‌توان اذعان نمود که نگرش افراد نسبت به توسعه گردشگری دریایی در دو گروه مرد و زن در سطوح متفاوت و به لحاظ آماری معنادار است.

جدول ۱۰- نتایج آزمون تفاوت میانگین‌ها

تست برای برابری میانگین‌ها							تست لون برای برابری واریانس		
بالاترین حد	پایین‌ترین حد	خطای انحراف استاندارد	اختلاف میانگین‌ها	سطح معناداری (دو دامنه)	درجه آزادی	مقدار تی	سطح معناداری	مقدار اف	
-۰/۱۵۴۹۶	-۰/۴۱۶۷۳	۰/۰۶۶۵۷	-۰/۲۵۵۸۴	۰/۰۰۰	۳۸۱	-۴/۲۹۴	۰/۱۶۴	۱/۹۴۴	برابری واریانس
-۰/۱۵۳۹۷	-۰/۴۱۷۷۱	۰/۰۶۷۰۶	-۰/۲۵۵۸۴	۰/۰۰۰	۳۵۸/۲۴۶	-۴/۲۶۳			نابرابری واریانس
۰/۲۵۷۸۱	-۰/۰۱۸۵۰	۰/۰۷۰۲۶	۰/۱۱۹۶۶	۰/۰۸۹	۳۷۵	۱/۷۰۳	۰/۰۰۰	۴۲/۶۹۷	برابری واریانس
۰/۳۶۰۷۹	-۰/۰۲۱۴۸	۰/۰۷۱۷۲	۰/۱۱۹۶۶	۰/۰۹۶	۳۰۶/۴۵۸	۱/۶۶۸			نابرابری واریانس
۰/۲۴۷۱۹	-۰/۱۲۸۱۸	۰/۰۹۵۴۵	۰/۰۵۹۵۱	۰/۵۳۳	۳۷۵	۰/۶۲۳	۰/۱۸۲	۱/۷۸۳	برابری واریانس
۰/۲۴۸۴۸	-۰/۱۲۹۴۷	۰/۰۹۶۰۹	۰/۰۵۹۵۱	۰/۵۳۶	۳۵۲/۷۶۲	۰/۶۱۹			نابرابری واریانس

همانطور که ملاحظه می‌گردد جدول فوق حاوی نتایج آزمون بوده و شامل دو قسمت است: قسمت اول به تساوی واریانس دو جامعه می‌پردازد و قسمت دوم نتایج آزمون تساوی میانگین دو جامعه را برای هر دو حالت تساوی و تساوی نداشتن ارائه می‌کند. بر این اساس سطح معناداری مربوط به آزمون لون به ترتیب برای ابعاد اقتصادی (۰/۱۶۴) بزرگتر از سطح معناداری ۰/۰۵ به دست آمده است، در نتیجه فرض برابری واریانس‌ها تأیید می‌گردد. بنابراین، اطلاعات سطر اول را

برای نتیجه گیری در مورد میانگین مورد بررسی قرار می دهیم. از آنجایی که سطح معناداری آزمون تساوی میانگین با فرض تساوی واریانس برای بعد اقتصادی (۰/۰۰۰) و کمتر از ۰/۰۵ است، و مقدار آزمون (۴/۲۹۴-) بیشتر از حد سطح زیر منحنی می باشد، لذا فرض صفر تأیید نمی گردد و ادعای عدم تساوی میانگین نگرش نسبت به توسعه گردشگری دریایی در دو گروه مجرد و متأهل مورد تأیید واقع می شود. بنابراین، با استنباط به مباحث پیشین می توان اذعان نمود که نگرش مردم محلی نسبت به توسعه اقتصادی گردشگری دریایی در دو گروه مجرد و متأهل در سطوح متفاوت و به لحاظ آماری معنادار است.

۹. بحث و نتیجه گیری

گردشگری دریایی عبارت است از کلیه خدماتی که به گردشگران در دریا ارائه می شود، شامل: پذیرایی، اقامت، گشت دریایی، ورزش های آبی، غرفه پذیرایی، محصولات فرهنگی، سالن های جشن و عروسی، برگزاری همایش ها و... گردشگری دریایی می گویند (اسحاقی، ۱۳۹۹). معاونت گردشگری وزارت میراث فرهنگی در سال ۱۳۹۹ گردشگری ساحلی و دریایی را شامل کلیه فعالیت های گردشگری، تفریحی و ورزشی تعریف نموده است که در منطقه ساحلی و دریایی با بهره برداری پایدار از جاذبه های دریایی، منظر و تنوع زیستی، رعایت اصول ایمنی انجام و طیف گسترده ای از فعالیت ها مانند واحدهای اقامتی دریایی، دهکده گردشگری ساحلی، شناگاه تفریحی، مبللمان ساحلی، غواصی، موج سواری، ماهیگیری، مشاهده پستانداران، آبیان و پرندگان دریایی، کشتی تفریحی، قایقرانی، اسکی روی آب، جت اسکی سواری، پاراسیلینگ، استورکیلینگ، اسکوبا، باد موج سواری، بازدید از روستاهای ماهیگیری و فانوس های دریایی، موزه دریایی، رویدادهای دریایی، ورزش های دریایی و موارد مشابه را شامل می شود. باید توجه داشت که از نظر ادبیات مفهومی و نیز تجارب جهانی، تعریف واحد و یکسانی از مقوله گردشگری دریایی وجود ندارد و به نظر می رسد پژوهشگران و یا سیاستگذاران بر حسب رباط منطقه ای خاص خود، تعریف مورد نیاز خود از گردشگری دریایی را برگزیدند. هدف از انجام تحقیق، بررسی نگرش پذیرش جامعه میزبان (مردم محلی) نسبت به توسعه گردشگری دریایی بوده است. به عبارت دیگر، تا چه اندازه جامعه محلی، توسعه گردشگری دریایی را قابل تحمل می دانند. براساس یافته های تحقیق، نگرش جامعه میزبان نسبت به توسعه گردشگری دریایی در سه بعد اقتصادی (۲/۶۷)، اجتماعی (۲/۳۴) و محیط زیستی (۲/۱۱) گزارش شده است. علاوه بر این، نتایج حاصل از آزمون فرضیات نیز نشان داد که نگرش پاسخگویان نسبت به توسعه گردشگری دریایی در حد پایین و نامطلوبی قرار دارد. همچنین با افزایش سن پاسخگویان، نگرش مثبت نسبت به توسعه گردشگری دریایی افزایش

می‌یابد. این در حالی است که با افزایش سطح سواد و تحصیلات پاسخگویان، نگرش آنها در ابعاد اجتماعی و محیط زیستی کاهش می‌یابد. علاوه بر این، نگرش پاسخگویان نسبت به توسعه گردشگری دریایی بر حسب وضعیت اشتغال، جنسیت و تأهل متفاوت و معنادار است. به طوری که محصلین، زنان و متأهلین نگرش مثبت‌تری نسبت به توسعه گردشگری دریایی نشان داده‌اند.

در این میان توجه به این نکته بسیار حائز اهمیت است که همانند سایر حوزه‌ها، در صنعت گردشگری دریایی و ساحلی، توجه صرف اقتصادی به پتانسیل‌های گردشگری دریایی و ساحلی بسیار آسیب‌زا و در آینده نه چندان دور مشکل‌آفرین خواهد بود. فائق آمدن بر این قبیل موضوعات و جلوگیری از به وجود آمدن مسائل احتمالی از طریق شناخت دقیق وضعیت موجود برای دستیابی به وضعیت مطلوب است. بدین ترتیب، نتایج پژوهش حاضر با یافته‌های پژوهش‌های پیشین اندام و همکاران (۱۳۹۹) مطابقت دارد. در پژوهش مذکور اثرات مثبت ورزش‌های ساحلی بر سلامت روانی، جسمانی، عاطفی و اجتماعی افراد تأیید شده است. بر این اساس در مطالعه حاضر نیز بر اثرات اجتماعی توسعه گردشگری دریایی توجه نموده است. همچنین، در پژوهش صمدی طاری و همکاران (۱۳۹۹) نیز بر لزوم شناخت دقیق و کامل از وضعیت موجود تأکید شده است؛ در مطالعه حاضر نیز برای جلوگیری از آسیب‌های احتمالی توسعه گردشگری دریایی در جامعه میزبان صورت پذیرفته است. قادری و همکاران (۱۳۹۸) نیز در پژوهش خود به این نتیجه دست یافته‌اند که شکاف بین اهمیت موضوع گردشگری دریایی و عملکرد ذی‌نفعان وجود دارد. مطابق با یافته‌های مطالعه حاضر، جامعه میزبان نگاه مثبتی به توسعه گردشگری دریایی نداشته‌اند. دربان آراسته و همکاران (۱۳۹۷) نیز بر برنامه‌ریزی درست و مناسب در سایت‌های گردشگری دریایی تأکید نموده‌اند. علاوه بر این، نتایج پژوهش حاضر با نتایج پژوهش دکاسترمافدن (۲۰۲۱) همسو و منطبق می‌باشد. به طوری که در هر دو مطالعه بر جنبه‌های مثبت اجتماعی و اقتصادی گردشگری دریایی اشاره شده است. و در نهایت، در پژوهش‌های میلتنون (۲۰۲۰)، استری زاک و همکاران (۲۰۲۰)، سیلوپرا و همکاران (۲۰۲۰) نیز بر لزوم توجه و برنامه‌ریزی درست و کارشناسی شده استفاده از پتانسیل‌های حوزه صنعت گردشگری دریایی اشاره شده است.

در ارزیابی نهایی، بررسی حاضر نشان می‌دهد که با وجود سیاست‌های کلان کشور و استان مازندران بر توسعه گردشگری دریایی، جامعه محلی استقبال چندانی از این نوع طرح‌های توسعه گردشگری دریایی از خود نشان نمی‌دهد. از آنجا که موفقیت طرح‌های توسعه گردشگری از جمله گردشگری دریایی، نیازمند حمایت و استقبال جامعه محلی است، لازم است سیاستگذاران محلی نسبت به تغییر نگرش جامعه محلی در جهت حمایت از توسعه گردشگری دریایی برنامه‌ریزی و اقدامات لازم را انجام دهند.

۱۰. تقدیر و تشکر

مقاله حاضر مستخرج از یک پروژه تحقیقاتی با عنوان «بررسی چالش‌های گردشگری در استان مازندران» می‌باشد که توسط نویسنده مسئول به‌عنوان عضو هیئت علمی دانشگاه مازندران و به کارفرمایی اداره کل میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی استان مازندران انجام شده است.

منابع

- اداره کل میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری مازندران (۱۳۹۹). گزارش وضعیت احداث اسکله‌ها، ساری: معاونت گردشگری.
- اسحاقی، روح ... (۱۳۹۹). توسعه مراکز گردشگری ساحلی و دریایی: ساری، استانداری مازندران.
- اندام، رضا؛ مرتضایی، لیلا و ناظمی، مهدی (۱۳۹۹). شناسایی و اولویت بندی انگیزه‌های مشارکت زنان در ورزش‌های تفریحی آبی، پژوهش مدیریت ورزشی و رفتار حرکتی، ۳۱(۱۶): doi:10.22080/JSMB.2020.5630.1802
- پوراحمد، احمد؛ فردوسی، سجاد و شاه محمدی، حمیدرضا (۱۳۹۵). بررسی شاخص‌های گردشگری دریایی در استان‌های ساحلی ایران، فصلنامه علوم و فناوری دریایی، ۷۸: ص ۶۴-۵۵.
- حسینی اصل، سیده نرگس؛ اکرمی، حمیدرضا (۱۳۹۴). آسیب شناسی گردشگری دریایی در ایران و راهکارهای توسعه در افق چشم انداز ۱۴۰۴، کنفرانس بین‌المللی توسعه با محوریت کشاورزی، محیط زیست و گردشگری.
- زاهدی، شمس‌السادات (۱۳۸۵). مبانی توریسم و اکوتوریسم پایدار با تأکید بر محیط زیست، انتشارات دانشگاه علامه طباطبایی.
- دربان آستانه، علیرضا؛ فردوسی، سجاد و شاه محمدی، حمیدرضا (۱۳۹۷). شناسایی مطلوب‌ترین نقاط جهت احداث سایت گردشگری دریایی-مطالعه موردی: شهرستان تنکابن، اطلاعات جغرافیایی، ۲۷ (۱۰۶): ص ۲۳۹-۲۲۹.
- سازمان بنادر و دریانوردی (۱۳۹۸). اجرای موفق طرح گردشگری دریایی مازندران با تمرکز بر ایمنی گردشگران، کد خبر ۱۷۹ و ۴۶ فروردین ۱۳۹۸ <https://www.pmo.ir/fa/news>
- شیخ، آرمان؛ جعفری، علی؛ یارعلی، نبی اله و ستوده، احد (۱۳۹۲). ارزیابی ظرفیت برد گردشگری منطقه حفاظت شده قیصری در استان چهارمحال و بختیاری، بوم‌شناسی کاربردی، سال دوم، شماره پنجم، ص ۵۱-۶۳.
- صمدی طاری، زهرا؛ نوری، جعفر و رضا ارجمندی (۱۳۹۹). مدیریت راهبردی توسعه پایدار گردشگری در مناطق ساحلی با استفاده از مدل SWOT و ماتریس QSPM (منطقه مورد مطالعه: استان مازندران)، فصلنامه علوم و تکنولوژی محیط زیست، شماره ۱: ص ۲۴۵-۲۲۷.

- عباسزاده تهرانی، نادیا (۱۳۸۷). تلفیق مفاهیم ظرفیت برد در فرایند برنامه‌ریزی و مدیریت شهری مطالعه موردی: تدوین شاخص‌های فضایی تولید زباله در کلانشهر تهران، *مجله علوم محیطی*، شماره ۲: ص ۱۰۸-۱۰۴.
- قادری، اسماعیل؛ کاظمیان، غلامرضا و باقری، فاطمه (۱۳۹۸). ارزیابی اهمیت عملکرد ابعاد و شاخصهای مدیریت یکپارچه گردشگری در سواحل استان مازندران، *جغرافیا و پایداری محیطی*، ۹ (۲): ص ۶۵-۴۵. لطیفیان، احمد و مولوی، هما (۱۳۹۴). اهمیت صنعت گردشگری دریایی در توسعه شهر گیلان، اولین کنفرانس مدیریت و کارآفرینی در شرایط اقتصاد مقاومتی.
- مدنی، شیما (۱۳۹۱). برآورد سهم مشارکت دریاها و اقیانوس در اقتصاد ملی ایران، *نشریه علمی - پژوهشی اقیانوس‌شناسی*، ۱۲ (۳): ص ۸۷-۹۵.
- مدیریت یکپارچه مناطق ساحلی کشور (۱۳۹۹). <https://iranicz.m.pmo.ir/>
- مهندسين مشاور سبز اندیش پایش (۱۳۸۵). *طرح توسعه صنعت گردشگری در محدوده ساحلی دریای مازندران*.
- نهرلی، داود و رضایی، سحر (۱۳۸۱). بررسی و معرفی ظرفیت برد تفرجگاهی، *مجله محیط شناسی*، شماره ۲۹: ص ۶۸-۶۶.
- Colgan, C. S. (2003). Measurement of the ocean and coastal economy: theory and methods. National Ocean Economics Project, USA.
- Danehkar, A., (2002). Sea sensitive areas Of Iran and view of development. 5th international conference on coasts, ports and marine Structures. Ramsar. 4-17 oct, pp. 102-108.
- De Castro-Maqueda, Guillermo, Gutierrez-Manzanedo, Jose V. Lagares-Franco, Carolina and de Troya-Martin, Magdalena (2021). Sun Exposure during Water Sports: Do Elite Athletes Adequately Protect Their Skin against Skin Cancer?. *Int. J. Environ. Res. Public Health* 2021, 18, 800. <https://doi.org/10.3390/ijerph18020800>.
- Edgren, G. (1993). Expected Economic and Demographic Development in Coastal World Wide, National Institute for Coastal and Marine Management, Coastal Zone Management Centre, Noordwijk, Netherland. Pp. 367-370.
- Goodwin, Harlod; Santilli, Rosa (2009), Community-Based Tourism: success? ICRT Occasional Paper 11. Greenwich unpublished.
- Gursoy, Dogan; Jurowski, Claudia and Uysal, Muzaffer; Resident Attitudes A structural Modeling Approach; Vol 29(1): 2002
- Hitchins R and Highstead J (2005) Community Based Tourism in Namibia ComMark Trust Johannesburg.
- Kildow, J. T., & McIlgorm, A. (2010). The importance of estimating the contribution of the oceans to national economies. *Marine Policy*, Vol. 34, No. 3, pp. 367-374.
- Kog, Erdogan (2016), Turkish marine tourism: An untapped market segmentation with a promising potential: A new product and destination development opportunities, *Journal of Marine Tourism*, Issue 1, Vol.1
- Kurt, S., Karaburun, A., & Demirci, A. (2010). Coastline changes in Istanbul between 1987 and 2007. *Scientific Research and Essays*, Vol. 5, No. 19, pp. 3009-3017.

- Liu, J. C., Sheldon, P. J. & var, T; Resident perceptions of the environment impacts of tourism of tourism. *Annals of Tourism Research*. 14, 1987
- Milton, T (2020). Sports tourism in Tamil Nadu-Problems and prospects, *Malaya Journal of Matematik*, Vol. S, No. 2, 1492-1497.
- Nghi ,Tran,Thanh I.an,Nguyen, Dinh Thai , Nguyen ,Mai ,Dang , Thanh , Dinh Xuan. (2007) . Tourism carrying capacity assessment for Pong Nhake Bang and Dong Hoi , Quang Binh Province , VNU Journal of Science ,Earth Scienves ,23,pp80.
- Nouri, J., Danehkar, A., & Sharifipour, R. (2007). Ecological sensitivity of the persian gulf coastal region (Case study: Bushehr province). *Journal of Applied Sciences and Environmental Management*, Vol. 11, No. 3.
- Pak, A., & Farajzadeh, M., (2007), "Iran's Integrated Coastal Management plan: Persian Gulf, Oman Sea, and southern Caspian Sea coastlines", *Ocean & Coastal Management*, 50: 754 -773.
- Pak, A., & Farajzadeh, M., (2007), "Iran's Integrated Coastal Management plan: Persian Gulf, Oman Sea, and southern Caspian Sea coastlines", *Ocean & Coastal Management*, 50: 754 -773.
- Pak, A., & Farajzadeh, M. (2007). Iran's integrated coastal management plan: Persian Gulf, Oman Sea, and southern Caspian Sea coastlines. *Ocean & Coastal Management*, Vol. 50, No. 9, pp. 754-773.
- Santilli R (2008) Community-Based Tourism: an Assessment of the Factors for Success University of Silveria, luis; Santos, Norberto; Moreia, Claudete Oliveira; Ferreira(2020),Nautical tourism in the north Atlantic: The development of yachting in the Azores Islands, <https://www.researchgate.net/publication/336533541>.
- The Mountain Institute, (2000) **Community-Based Tourism for Conservation and Development: A Resource Kit**, The Mountain Institute: 1
- WWF International (2001) **Guidelines for community-based ecotourism development** WWF International.
- World Tourism Organization and World Travel and Tourism Council. (1992). Agenda 21 for the travel and tourism industry: Towards environmentally sustainable development. World Tourism Organization, World Travel and Tourism Council, London, UK.