

بررسی راهکارهای استراتژیک توسعه گردشگری دریایی (مطالعه موردی: سواحل جنوب)

رضا قاسمی لاقانی^۱، محمدحسین شوکت پور^۲

^۱ دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت دولتی - بودجه و مالیه عمومی دانشگاه تهران (نویسنده مسئول)
^۲ دکتری آینده پژوهی، استاد دانشگاه تهران

چکیده

صنعت گردشگری امروزه به عنوان یکی از صنایع سودآور در کانون توجه کشورهای دنیا قرار گرفته و در این میان توجه به موضوع گردشگری دریایی که به عنوان سودآورترین صنعت شناخته می شود بسیار پررنگ تر می باشد. کشورهای پیشرفته دنیا و کشورهای حاشیه خلیج همیشگی فارس نمونه هایی از کشورهای پیشرو در حوزه صنایع گردشگری دریایی می باشند. اشتغال زایی، درآمدزایی، ارزآوری، گسترش مناسبات فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی و تعمیق پیوند میان ملل و افزایش سطح رفاه اقتصادی ملت ها از جمله مزایایی است که انواع گردشگری از جمله گردشگری دریایی به دنبال خواهد داشت. کشور ما نیز با دارا بودن ۵۸۰۰ کیلومتر نوار ساحلی از پتانسیل ویژه ای در مبحث گردشگری دریایی و ساحلی برخوردار بوده و منطقه جنوب کشور که حدود ۸۴ درصد از این سواحل را به خود اختصاص داده می تواند نقش به سزایی در این رابطه داشته باشد. در این تحقیق تلاش شده ابتدا با مطالعه پیشینه پژوهش های صورت گرفته با موضوع سواحل و گردشگری دریایی (به طور ویژه در مناطق جنوب کشور)، مشکلاتی که مانع رشد و پیشرفت گردشگری دریایی بوده شناسایی و سپس راهکارهایی جهت برون رفت از این موانع ارائه گردد.

واژه های کلیدی: گردشگری، گردشگری دریایی، سواحل جنوب، راهکارهای استراتژیک

مقدمه

امروزه صنعت گردشگری به یکی از قطب های مهم درآمدزایی و ارزآوری کشورهای دنیا به ویژه دول پیشرفته و سرزمین هایی که دارای جاذبه های طبیعی می باشند تبدیل شده است. در میان انواع گردشگری ها، صنعت گردشگری دریایی علی رغم نوپا بودن تبدیل به مهم ترین صنعت دنیا شده و طی سال های اخیر رشد چشمگیری داشته است. به عنوان مثال کشور امارات از سال ۲۰۰۵ میلادی با تدوین برنامه ای دقیق در این زمینه توانسته است طی دوره ای هفت ساله در سال ۲۰۱۲ میلادی حدود ۶۰۰ هزار گردشگر دریایی را صرفاً از طریق پهلو گرفتن کروزهای مسافری پذیرایی کند یا در نمونه ای دیگر کشور عمان با حذف تشریفات دریافت روایید برای گردشگرانی که از طریق دریا وارد خاک این کشور می شوند، تسهیلاتی فراهم کرده است (اکرمی و حسینی، ۱۳۹۴). کشور ایران نیز در کنار سایر مواهب الهی و جاذبه های گردشگری طبیعی و خدادادی با دارا بودن ۵۸۰۰ کیلومتر نوار ساحلی در شمال و جنوب از پتانسیل و استعداد مناسبی جهت توسعه صنعت گردشگری دریایی برخوردار است. در این میان جنوب کشور که مقدار ۴۹۰۰ کیلومتر از سواحل را به خود اختصاص داده دارای موقعیتی ویژه در این زمینه می باشد. خرمشهر، بوشهر، بندرعباس، چابهار، قشم، خارک، کیش، هرمزو بندر مقام از جمله شهرها، جزایر و بنادر جنوب ایران می باشد که هر کدام از آنها دارای سواحلی زیبا و بکر بوده و از شرایط ویژه ای برای جذب گردشگران داخلی و خارجی برخوردار می باشند. شاید بتوان گفت از بین همه این ظرفیت های نام برده شده تنها جزیره کیش از شرایط مساعدی در زمینه جذب گردشگر برخوردار بوده که با این حال محل توسعه بسیاری نیز برای آن متصور هستیم. سایر مکان های واقع در جنوب کشور آن گونه که باید در زمینه جذب گردشگر و درآمدزایی از این منبع خدادادی چندان کامیاب نبوده و اقدام خاصی نیز برای رشد و توسعه آنها انجام نشده است. در این تحقیق تلاش شده با جمع بندی معضلات پیش روی پیشرفت سواحل جنوب کشور، راهکارهایی کاربردی و استراتژیک برای حل این مشکلات ارائه گردیده و حرکت به سمت پیشرفت را آغاز نماییم.

گردشگری دریایی و ساحلی

گردشگری دریایی خود به دو دسته ساحلی و دریایی تقسیم می گردد. منظور از گردشگری دریایی، کلیه فعالیت هایی است که توسط گردشگر با اهداف تفریحی، گردشگری و مسافرتی در محیط های مرتبط با آب شامل رودخانه ها، دریاچه ها، سدها، تالاب ها، دریا ها، سواحل و فراساحلی صورت می پذیرد. گردشگری دریایی همچنین شامل مجموعه ای از خدمات از قبیل خدمات مدیریتی، آموزش، بازاریابی، گردشگری، حمل و نقل، امور گمرکی، بیمه، تبلیغات و تسهیل در امر ورود و خروج گردشگران بوده و با هدف توسعه مبادلات بازرگانی و خدمات حوزه دریا در سطوح ملی، منطقه ای و بین المللی، توسعه صادرات، کسب درآمدهای ارزی، تبادل و انتقال دانش فنی و فناوری های پیشرفته، بسط مناسبات اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی و توسعه اشتغال صورت می پذیرد (حافظ نیا، ۱۳۸۸).

گردشگری دریایی برآمده از دریاست و شامل جاذبه های دریا در زیر آب و سطح دریا می شود. برای گردشگری روی دریا نیاز به شناور است. در گردشگری دریایی اگرچه سطح دریا ممکن است به تنهایی جاذبه ای نداشته باشد اما جاذبه های مسیر سفر تعیین کننده است. از سوی دیگر افرادی هستند که نمی خواهند یا نمی توانند با شناور، سفر دریایی داشته باشند. این افراد می توانند از گردشگری ساحلی استفاده نمایند یعنی سفرهای بسیار کوتاه با قایق های کوچک یا استفاده از جت اسکی و نیز

غواصی که باشگاه های دریایی در این زمینه خدمات ارائه می دهند. همچنین در سطح دنیا، آکواریوم های نیمه طبیعی در سواحل و کنار شهرها طراحی شده و انواع ماهی ها در آنجا نگهداری می شوند (نوروزی و همکاران، ۱۳۹۴).

گردشگری ساحلی بیشترین گردشگر را به خود جذب می کند. سفر به سواحل و استفاده از خورشید و تفریحات آبی همچون شنا در دریا، اسکی روی آب، ماهیگیری، قایق سواری، غواصی و دیگر ورزش های ساحلی از علایق اکثر گردشگران دریایی محسوب می شود (و از مهم ترین جذابیت های گردشگری دریایی هستند). این امر مستلزم مسافرت از محل اقامت و تمرکز بر روی محیط دریایی است. همچنین گردشگری دریایی یعنی گردشگری ای که از ساحل دور شود و به وسط دریا و اقیانوس منوط شود. کشتی های بزرگ اقیانوس پیما که گردشگران را پذیرا می شوند و انواع تفریحات سالم و ناسالم را برای آن ها فراهم می کنند در حال گسترش اند. کشتی تایتانیک نمونه مشهور آن است و ۴ کشتی بزرگ کوبین که سالن کنفرانس آن ۱۰۸۰ نفر گنجایش دارد نمونه دیگری است که در سال ۲۰۰۲ به آب افتاد. سایر تفریحات دریایی مانند صید، شکار و مشارکت در پژوهش ها (به عنوان گردشگر) نیز در حال گسترش است (مطیعی لنگرودی و همکاران، ۱۳۹۶).

سه عنصر مهم، دریا، نور آفتاب و سواحل شنی به عنوان مهم ترین عناصر جذب گردشگری، گردشگران را از سراسر جهان به سمت دریاهایی که در منطقه معتدل و حوزه مدیترانه قرار گرفته اند جلب نموده و کشورهایی که در حاشیه این دریاها قرار دارند بیشترین سهم گردشگری و درآمد زایی را از طریق فعالیت گردشگری دریایی بدست می آورند. در این نوع گردشگری گردشگران با فرهنگ و آداب و رسوم جزیره نشینان آشنا می شوند و با استفاده از تسهیلات، خدمات ساحلی، خرید اقلام و صنایع دستی منافع اقتصادی خوبی را نصیب جزیره نشینان می کنند. این امر باعث ترقی و آبادانی این جزایر می گردد. صنعت گردشگری دریایی یکی از انواع فعالیت هایی می باشد که در سواحل توسعه چشمگیری یافته است. (فریقی، رفعتی، پرورش، ۱۳۹۳).

با توجه به وجود مناطق گردشگری فراوان در ایران از جمله سواحل جنوبی کشور می توان با برنامه ریزی اصولی و مناسب و شناسایی فرصت ها و محدودیت ها در زمینه گردشگری نقش مؤثری در توسعه مناطق شهری و روستایی و به تبع آن توسعه اقتصاد ملی داشت (عطایی، شرف الدین، ۱۳۹۲).

پیشینه تحقیق

حفظی و همکاران (۱۳۹۳) در پژوهشی تحت عنوان "بررسی تأثیرات گردشگری در جهت توسعه پایدار شهری نمونه مورد مطالعه: جزیره قشم" اظهار داشتند وجود جاذبه های فراوان و موقعیت مکانی جزیره قشم می تواند در توسعه این شهر نقش مهمی را ایفا کند. جزیره قشم با دارا بودن آثار تاریخی، فرهنگی و طبیعی یکی از مناطق مهم گردشگری استان هرمزگان محسوب می گردد. این صنعت در جزیره قشم علی رغم جایگاه خاصی که این جزیره در زمینه ی جاذبه های تمدنی و گردشگری - تفریحی دارد، از وضعیت مناسبی برخوردار نیست، لذا در صورت اتخاذ و پیاده سازی استراتژی های بیان شده به ویژه تلاش در جهت تحقق مدیریت یکپارچه گردشگری می توان به نتایج مطلوبی دست یافت.

خادم بهمنیار و مقیمی (۱۳۹۳) در مطالعات خود تحت عنوان "تاثیر بلند سازه تجاری - تفریحی جزیره ابوموسی در توسعه و پایداری اقتصادی و زیست محیطی" اظهار داشتند که از آنجایی که مناطق آزاد تجاری و برج های تجاری نماد توسعه و قدرت

اقتصادی هرکشوری محسوب می شوند و زمینه های اعتماد سازی سرمایه گذاری برای قطب های اقتصادی و شرکت های تجاری مطرح در سطح منطقه را فراهم می آورند بنابراین توجه به ایجاد این مراکز از ضروریات توسعه اقتصادی محسوب می گردد .

یحیی پور و مرتضی پور (۱۳۹۴) در تحقیق خود با موضوع "بازاریابی اینترنتی و کاربرد آن در گردشگری دریایی" به کاربرد بازاریابی اینترنتی در گردشگری دریایی پرداختند. آنها بازاریابی اینترنتی را به عنوان ابتکاری در صنعت گردشگری دریایی معرفی نمودند.

اکرمی و حسینی (۱۳۹۴) در پژوهشان "آسیب شناسی گردشگری دریایی در ایران و راهکارهای توسعه در افق چشم انداز ۱۴۰۴" به آسیب شناسی گردشگری دریایی ایران پرداختند. آن ها در مقاله خود به این نتیجه رسیدند که شش گروه سازمان متولی و یکپارچه سازی تعاریف و استانداردها، قوانین و مقررات، زیر ساخت ها، عوامل فرهنگی، عوامل اقتصادی و ابعاد حاکمیتی بر توسعه گردشگری دریایی کشور تأثیر گذارند.

نوروزی و همکاران (۱۳۹۴) در پژوهش خودشان با عنوان "نقش گردشگری دریایی در توسعه پایدار جزایر" بیان داشتند یکی از عوامل مؤثر بر گردشگری دریایی استفاده آژانس های گردشگری از نیروی انسانی زبده و ماهر می باشد.

باقی پور و همکاران (۱۳۹۴) که در تحقیقی به توسعه گردشگری دریایی منطقه خوران قشم با استفاده از ماتریس SWOT پرداختند مهم ترین چالش های فراروی این منطقه در حوزه گردشگری دریایی را نبود برنامه ریزی و تصمیمات ناپایدار سیاسی (به ویژه داخلی) و عدم تمایل به سرمایه گذاری در این حوزه اعلام کردند.

باورصاد و ویسی زاده (۱۳۹۳) به مطالعه و بررسی گردشگری دریایی و پتانسیل های آن در ایران پرداخته و یکی از شاخص های مهم کشورمان نسبت به کشورهای اطراف را، امنیت پایدار آن دانستند که با توجه به وضعیت نابسامان سیاسی و امنیتی کشورهای اطراف می تواند گردشگران را به سمت استفاده از امکانات کشورمان ترغیب کرد.

روش تحقیق

پژوهش پیش رو از منظر هدف جزو تحقیقات کاربردی محسوب شده و تلاش نموده دانش کاربردی در زمینه برنامه ریزی و راهکارهای استراتژیک در زمینه جذب گردشگر و پیشرفت سواحل جنوب کشور را توسعه بخشد. روش تحقیق آن نیز توصیفی می باشد و داده های مورد نیاز با استفاده از مطالعات کتابخانه ای و مطالعه ی شرایط محیطی- اجتماعی سواحل جنوب ایران با هدف ارائه برنامه های راهبردی جهت توسعه گردشگری پایدار گردآوری شده است.

موانع و مشکلات پیش رو

با بررسی و مطالعه تحقیقات صورت گرفته در حوزه گردشگری دریایی و ساحلی به ویژه در مناطق جنوب کشور مسائل و موانعی در مسیر رشد و توسعه این صنعت مشاهده گردید که به برخی از مهم ترین آن ها خواهیم پرداخت.

امکانات و زیرساخت های دریایی: هتل ها، رستوران ها و اماکن اقامتی، کشتی ها و شناورهای مسافربری و برنامه زمانی منظم حرکت آن ها، خدمات سالن انتظار، بانک ها و مسائلی از این دست از جمله امکانات اولیه و مورد توجه در مباحث گردشگری به ویژه گردشگری دریایی (به دلیل اینکه معمولاً سواحل از مراکز شهر و امکانات آن فاصله دارند) می باشد. نبود یا کمبود هر کدام از این زیرساخت ها می تواند نقش تعیین کننده ای در تصمیم گردشگر برای انتخاب مکان داشته باشد.

تبلیغات و بازاریابی: امروزه نقش تبلیغات و بازاریابی در شناساندن و فروش محصولات و خدمات انکارناپذیر بوده و اهمیت این موضوع بر کسی پوشیده نیست. صنعت گردشگری نیز برای معرفی نقاط و مکان هایی که از پتانسیل جذب گردشگر برخوردار است ناگزیر به روی آوردن به تبلیغات و بازاریابی می باشد. لیکن آنگونه که از تحقیقات صورت گرفته در زمینه گردشگری دریایی و ساحلی در سواحل ایران به خصوص سواحل جنوب بر می آید، ضعف در تبلیغات ملموس و قابل توجه بوده و برنامه خاصی در این رابطه طرح ریزی نشده است.

امنیت: مسائل امنیتی در موضوع گردشگری علی الخصوص برای گردشگران بین المللی یکی از مهم ترین و تأثیرگذارترین موضوعات در تصمیم گیری به شمار می رود. تحریم ها و تبلیغات سوء و غیرواقعی کشورهای متخاصم علیه جمهوری اسلامی ایران در عرصه جهانی، می تواند گردشگران را از انتخاب کشورمان برای سفر و تفریح منصرف نموده یا لاقابل آنها را دچار تردید نماید.

نبود متولی مشخص: پر واضح است که برای رسیدن به نتیجه مطلوب در هر هدف و تصمیمی باید یک نفر، یک گروه، یا یک سازمان مسئولیت اجرای آن را بر عهده داشته باشد تا از شوری یا بی نمکی آشی که جهت نیل به آن هدف پخته می شود جلوگیری به عمل آید. دارا بودن یک متولی مشخص در امر گردشگری دریایی موضوعی بسیار حائز اهمیت بوده و یکی از دلایل اصلی عدم سرمایه گذاری بخش خصوصی در این صنعت همین موضوع می باشد. از دیگر پیامدهای نبود متولی، سردرگمی افراد و نهادهای مرتبط، افزایش و پیچیدگی بروکراسی های اداری و عدم برخورداری از پتانسیل های موجود این بخش از صنعت می باشد.

نتیجه گیری و ارائه راهکارها

با بررسی و شناخت سواحل، گردشگری دریایی و ساحلی، پتانسیل ها و موانع موجود در مسیر رشد و توسعه سواحل جنوب کشور مشخص گردید که کشور ایران با دارا بودن دریای خزر در شمال و خلیج فارس و دریای عمان در جنوب از استعداد بسیار مناسبی در زمینه جذب گردشگر به ویژه گردشگران خارجی که از منابع مهم ارزآوری در دنیای امروز محسوب شده و یکی از راه های اصلی کسب درآمد برای کشورهای پیشرفته و کشورهای حاشیه خلیج فارس می باشند برخوردار می باشد. در زمینه صنعت مزبور جنوب ایران که حدود ۸۴ درصد از سواحل کشور را به خود اختصاص داده از امتیاز ویژه ای برخوردار بوده و اهمیت دادن به صنعت گردشگری دریایی در این منطقه نه تنها موجب حل مشکلات اقتصادی و افزایش رفاه مردم و ساکنین منطقه خواهد شد بلکه می تواند افزایش رفاه اقتصادی برای همه جامعه ایران را در پی داشته باشد. اما وجود مشکلاتی که پیش تر به آن اشاره گردید موجب مغفول ماندن این صنعت پر درآمد در این منطقه گردیده است. برای حل مشکلات بیان شده، در ادامه راهکارهایی ارائه خواهد گردید که امید است به کارگیری آن بتواند موانع اشاره شده را مرتفع نماید.

- مراجع ذی ربط اداره، سازمان یا کارگروهی را به عنوان متولی و مسئول امور گردشگری دریایی انتخاب و با تفویض اختیار به آن، زمینه را برای حضور سرمایه گذاران بخش خصوصی داخلی و خارجی فراهم نمایند. این امر سرمایه گذاران و گردشگران را از سردرگمی خارج کرده و مسیر را برای آنان هموار می نماید.
- در زمینه تبلیغات و بازاریابی می توان با انجام تبلیغات محیطی در زمین های ورزشی، تبلیغات بر روی لباس تیم های ورزشی، بلبوردها، شبکه های تلویزیونید استانی، سراسری و اینترنتی، انجام تبلیغات در فضای مجازی، برگزاری مسابقات ورزشی به ویژه مسابقات ساحلی مانند فوتبال و والیبال ساحلی در قالب تورنمنت های بین المللی، برگزاری مراسم، جشن ها و اعیاد ملی و مذهبی در حاشیه سواحل (در این زمینه نقش نهاد ها و سازمان های حاکمیتی بسیار پررنگ و حائز اهمیت می باشد) و فعالیت های از این دست گام بزرگی در راستای شناساندن سواحل و طبیعت زیبای آن به مخاطبین و جلب توجه آنان جهت انتخاب سواحل مورد نظر برای مسافرت برداشت.
- انعقاد قرارداد با مدیران تورهای بین المللی و در نظر گرفتن امتیازات و تسهیلات ویژه برای آنان جهت سوق دادن گردشگران خارجی به سواحل ایران و فراهم نمودن خاطره ای به یاد ماندنی برای گردشگران که این امر علاوه بر ارزآوری، خود می تواند تبلیغات رایگان و تأثیرگذاری از زبان گردشگران خارجی برای آشنایان و هم میهنانشان در زمینه پتانسیل های گردشگری ایران و امنیت حاکم در کشور باشد. نتیجه این کار افزایش روزافزون گردشگران خارجی خواهد بود.
- انجام تبلیغات در خارج از مرزهای این سرزمین نیز به طرق و شیوه های مختلف انجام پذیر است که یکی از این شیوه ها در مورد قبلی ذکر گردید. تشکیل دفاتر و شعب گردشگری در کشورهای حاشیه خلیج فارس و سایر کشورها یکی دیگر از اقداماتی است که در این زمینه قابلیت انجام دارد.
- مشارکت دادن بخش خصوصی در بحث توسعه زیرساخت هایی نظیر هتل ها، رستوران ها، خرید کشتی های مسافری، ساخت اقامتگاه های بوم گردی و امثالهم می تواند علاوه بر فراهم ساختن شرایط سودآوری برای بخش خصوصی موجب رفع موانع زیرساختی در زمینه گردشگری دریایی نیز گردد.
- سرمایه گذاری و مشارکت بانک ها و بیمه ها و اختصاص شعب و باجه های ویژه در نزدیکی سواحل از دیگر کارهایی است که می تواند موجب تسهیل در امور گردشگر شده و رضایت او را فراهم نماید.
- در نظر گرفتن امکانات، تخفیفات و تسهیلات ویژه برای برخی از گروه های خاص جامعه مانند نو عروس و دامادها، معلولین، جانبازان، خانواده های دارای فرزند معلول، خانواده های فرهنگیان و دانشگاهیان و ... که این امر علاوه بر ایجاد خاطره ای خوش برای آنان، وفاداری مشتریان را نیز در پی خواهد داشت.

منابع

- اکرمی، حمیدرضا، حسینی اصیل سیده نرگس، "آسیب شناسی گردشگری دریایی در ایران و راهکارهای توسعه در افق چشم انداز ۱۴۰۴"، کنفرانس بین المللی توسعه با محوریت کشاورزی، محیط زیست و گردشگری، تبریز، ۱۳۹۴
- مطیعی لنگرودی، سیدحسن، فردوسی، سجاد، شاه محمدی، حمیدرضا، تابستان ۹۶، تبیین اثرات رضایتمندی گردشگران در بازاریابی گردشگران دریایی (نواحی ساحلی استان گلستان)

- حافظ نیا، محمدرضا، "مقدمه ای بر روش تحقیق در علوم انسانی"، ۱۳۸۸، چاپ شانزدهم، تهران، انتشارات سمت
- نوروژی، امیرحسین، حیدری بلوکی، سیدفاضل، نوروژی مبارکه، علی، امیری، عارف، "نقش گردشگری دریایی در توسعه پایدار جزایر- مطالعه موردی: جزیره کیش"، پنجمین کنفرانس بین المللی توسعه پایدار و عمران شهری، اصفهان، موسسه آموزش عالی دانش پژوهان، ۱۳۹۴
- فریقی، زهرا؛ رفعتی، مریم؛ پرورش، حسین، ۱۳۹۳، "برآورد ارزش اقتصادی جزایر ناز در جزیره قشم به روش هزینه سفر TCM، چهارمین همایش ملی سلامت، محیط زیست و توسعه پایدار، بندرعباس، دانشگاه آزاد اسلامی واحد بندرعباس"
- عطایی، هوشمند؛ شرف الدین، مبین، ۱۳۹۲، تفسیر سینوپتیکی گرد و غبار بی سابقه در منداط گردشگری شاما ایران در فروردین ۱۳۹۰، "اولین همایش ملی گردشگری، جغرافیا و محیط زیست پایدار، همدان، انجمن ارزیابان محیط زیست هگمتانه"
- حفظی، محمدرضا؛ شقایق دلفان آذری؛ صابر شفائی گیگلو و صالح برزگر، ۱۳۹۳، "بررسی تأثیرات گردشگری در جهت توسعه پایدار شهری نمونه مورد مطالعه: جزیره قشم"، کنفرانس ملی معماری و منظر شهری پایدار، مشهد، مؤسسه بین المللی مطالعات معماری و شهرسازی مهرآز شهر،
- خادم بهمنیار، علی و مهدی مقیمی، ۱۳۹۳، "تاثیر بلند سازه تجاری - تفریحی جزیره ابوموسی در توسعه و پایداری اقتصادی و زیست محیطی"، اولین کنفرانس سراسری توسعه محوری مهندسی عمران، معماری، برق و مکانیک ایران، گرگان، شرکت مهندسی عمران بنای تدبیر با همکاری دانشگاه گلستان، دانشگاه گلستان
- یحیی پور، یوسف، مرتضی پور، سید محمد، "بازاریابی اینترنتی و کاربرد آن در گردشگری دریایی"، کنفرانس بین المللی توسعه با محوریت کشاورزی، محیط زیست و گردشگری، تبریز، ۱۳۹۴
- باقی پور، امیررضا، باورصاد، پرویز، امرائی، بهروز، "توسعه گردشگری دریایی منطقه خوران قشم"، دومین همایش بین المللی و پنجمین همایش ملی گردشگری، جغرافیا و محیط زیست پایدار، همدان، ۱۳۹۴
- باورصاد، پرویز، ویسی زاده، مهدی، "مطالعه و بررسی گردشگری دریایی و پتانسیل های آن در ایران بر اساس مدل SWOT"، اولین همایش ملی پدافند غیرعامل در علوم دریایی، بندرعباس، وزارت کشور و اداره کل پدافند غیرعامل، ۱۳۹۳
- نساجی کامرانی، مهدی، کریمی، اوژن، محمودی میمند، محمد، درویش، حسن، "تبیین مدل عوامل مؤثر بر ارتقای برند گردشگری جمهوری اسلامی ایران"، فصلنامه علمی - پژوهشی مدیریت سازمان های دولتی، ۱۳۹۶
- عباسی زاده، محمد، نوشادی، فرزانه، "اولویت بندی عوامل مؤثر بر گردشگری دریایی بندر بوشهر با استفاده از تکنیک تاپسیس"، بیستمین همایش صنایع دریایی، تهران، ۱۳۹۷
- سفاری، رضا، "مطالعه ظرفیت ها و فرصت های گردشگری دریایی و تأثیر آن بر رشد اقتصادی بندر آبادان"، نخستین همایش ملی علوم، صنایع دریایی و توسعه پایدار سواحل مکران، چابهار، ۱۳۹۸
- دژانگاه، کاظم، سیفی مرادی، مهدی، کامیاب، مهدی، "تحلیل عوامل مؤثر بر گردشگری دریایی و ارائه برنامه عملیاتی برای توسعه آن"، بیستمین همایش صنایع دریایی، تهران، ۱۳۹۷

- حسینی کیاسری، سیده لیلا، رستمی، راحله، " مروری بر پتانسیل های خلیج فارس در مسیر توسعه گردشگری دریایی"، چهارمین کنفرانس بین المللی یافته های نوین علوم و تکنولوژی
- گل ریز، طیبه، " گردشگری دریایی و اثرات اقتصادی و اجتماعی آن"، کنفرانس ملی اکوتوریسم و مدیریت مخاطرات محیطی"، ۱۳۹۹