

## تحلیل اثرات اقتصادی گردشگری ورودی به شهرستان نور با استفاده از مدل گردش پولی

محمد حسین ایمانی خوشخو<sup>۱</sup>، ولی الله علی زاده<sup>۲\*</sup>، احمد رضا سلیمانی<sup>۳</sup>

تاریخ دریافت: ۹۵/۰۷/۲۰، تاریخ پذیرش: ۹۵/۱۰/۱۵

### چکیده

امروزه نمی توان نقش و اثرات صنعت گردشگری در جوامع بشری را نادیده گرفت. در برخی جوامع اثرات مثبت گردشگری چشم گیرتر و در برخی دیگر، اثرات منفی نمود بیشتری دارند. استان مازندران علاوه بر دارا بودن رتبه نخست در جذب گردشگران ورودی در کشور، وضعیت شایسته ای از لحاظ برخورداری از مواهب صنعت گردشگری ندارد. این امر می تواند دلایل مختلفی داشته باشد؛ شاید بتوان یکی از این دلایل را عدم آشنایی مدیران و برنامه ریزان و حتی ساکنین مناطق گردشگری به مباحث اثرات اقتصادی و اجتماعی گردشگری در استان مازندران و عدم اطلاع و دانش کافی عموم مردم و سرمایه گذاران بالقوه از مواهب این صنعت برای استان مازندران دانست. آشنایی با یک برآورد اقتصادی از اثرات فعالیت های گردشگری در شهرستان نور می تواند بر اهمیت این صنعت در توسعه شهرستان تاکید نماید.

در این مطالعه سعی شده است با استفاده از روش مطالعه کتابخانه ای و میدانی، در ابتدا یک تحلیل ساختار شناسی از وضعیت گردشگری در شهرستان نور در استان مازندران انجام گیرد. در مرحله بعد، با تحلیل طرف عرضه و تقاضای گردشگری در این شهرستان و با استفاده از مدل گردش پولی، اثرات اقتصادی این صنعت بر جامعه میزبان تحلیل می شود.

**کلید واژگان:** گردشگری، شهرستان نور، مدل گردش پولی، اثرات اقتصادی

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
پرتال جامع علوم انسانی

۱ دانشیار اقتصاد گردشگری و عضو هیات علمی دانشگاه علم و فرهنگ: تهران، بزرگراه اشرفی اصفهانی، روبروی تیراژه، خ بهار دانشگاه علم و فرهنگ. آدرس پست الکترونیکی: imanikhoshkhoo@usc.ac.ir

۲\* نویسنده مسئول و دانشجوی دکتری پژوهش محور اقتصاد گردشگری، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات اجتماعی جهاد دانشگاهی. آدرس پست اینترنتی: (Alizadehamoli@Gmail.Com). مقاله حاضر حاصل یک کار پژوهشی است.

۳ دانشجوی کارشناسی ارشد اقتصاد، دانشگاه مفید قم.

گردشگری به اشکال مختلفی در طول تاریخ وجود داشته اما شکل نوین و امروزی گردشگری از سال ۱۹۶۰ آغاز می‌شود (پاپلی یزدی، ۱۳۸۹) و از دهه ۱۹۹۰ روند رشد آن با شتابی بی‌سابقه نسبت به قبل سیر صعودی داشته و بر اهمیت آن در سراسر جهان افزوده شده تا جایی که امروزه اثرات و دستاوردهای اقتصادی گردشگری بر کسی پوشیده نمی‌باشد.

بر اساس گزارش سازمان بین‌المللی گردشگری<sup>۱</sup>، در طی شش دهه اخیر گردشگری دارای رشد پیوسته‌ای بوده و امروزه یکی از بزرگ‌ترین بخش‌های اقتصادی و دارای بیش‌ترین نرخ رشد در بین سایر بخش‌های اقتصادی است. بر اساس برآورد انجمن جهانی سفر و گردشگری<sup>۲</sup>، در سال ۲۰۱۳ فعالیت‌های گردشگری ۹.۳ درصد از تولید ناخالص داخلی جهان، معادل ۶.۶ هزار میلیارد دلار و بیش از ۲۶۱ میلیون شغل، یعنی یک از یازده نفر شاغل را در بر گرفته است (ایمانی خوشخو و علی زاده، ۱۳۹۴). همچنین با رشد کنونی ۴.۴ درصدی تا سال ۲۰۲۳ درآمد گردشگری در جهان به ده و نیم هزار میلیارد دلار خواهد رسید و تقریباً تعداد ۳۳۷ میلیون شغل ایجاد خواهد کرد؛ بنابراین، برای کشورهایی مانند ایران که به طور متوسط ۵۶ درصد از بودجه دولتی آن به فروش نفت خام وابسته است (پيله فروش، ۱۳۹۱)، صنعت گردشگری می‌تواند جایگزین مناسبی برای آن باشد.

گردشگری به عنوان یک صنعت بالادستی، به صورت زنجیروار با بسیاری از فعالیت‌های اقتصادی ارتباط داشته و به بیان هیرشمن<sup>۳</sup> دارای پیوندهای پیشین<sup>۴</sup> و پسین<sup>۵</sup> با بسیاری فعالیت‌های اقتصادی می‌باشد و رونق آن، از لحاظ افزایش درآمدها و اشتغال در اقتصاد کشور میزبان، تأثیر به‌سزایی دارد. توسعه

صنایع اینچنینی با جایگزین کردن منابع درآمدی ارزی، اقتصاد کشور را از حالت تک محصولی خارج می‌کند و می‌تواند سهم مهمی در رسیدن به اقتصاد مقاومتی و ثبات اقتصادی بیشتر داشته باشد (ضرغام بروجنی و خسروانی دهکردی، ۱۳۹۱).

صنعت گردشگری به عنوان یک صنعت پاک (سبز) در بسیاری از کشورهای جهان، نقش و سهم قابل‌توجهی در تولید و اشتغال‌زایی دارد و یک منبع بسیار با ارزش درآمدزایی محسوب می‌گردد؛ ولی در کشور ما جایگاه واقعی خود را به خوبی پیدا نکرده است. از جمله عوامل عدم توسعه‌یافتگی مناسب صنعت گردشگری در ایران را می‌توان ذهنیت ناصحیح عمومی از گردشگری، عدم احساس نیاز مدیران به درآمدهای جانشین نفت در بودجه دولتی و نداشتن نگاه اقتصاد محور به این صنعت دانست (ایمانی خوشخو و علی زاده، ۱۳۹۴). از این میان استان مازندران ضمن داشتن ظرفیت‌های بالایی برای توسعه صنعت گردشگری، حقیقتاً مغفول واقع شده است. استان مازندران علاوه بر دارا بودن رتبه نخست در جذب گردشگران ورودی در کشور، در وضعیت شایسته‌ای از لحاظ برخورداری از مواهب صنعت گردشگری قرار ندارد (مرکز آمار ایران، ۱۳۹۰). این امر می‌تواند دلایل مختلفی داشته باشد که شاید بتوان یکی از این دلایل را عدم آشنایی مدیران و برنامه‌ریزان مربوطه به مباحث اثرات اقتصادی و اجتماعی گردشگری در استان مازندران و عدم اطلاع و دانش کافی عمومی و سرمایه‌گذاران بالقوه از مواهب این صنعت برای استان مازندران دانست.

مازندران با داشتن ۴.۳۱ درصد از جمعیت کشور، ۴.۱۶ درصد از تولید ناخالص کشور را تولید می‌کند و تولید سرانه در این استان از تولید سرانه کشوری حدود ۶ درصد کمتر بوده و در رتبه ۱۶ ام قرار داشته است (مازند طرح، ۱۳۹۰)؛ بنابراین در یک کلام می‌توان گفت مازندران یک موتور متحرک برای توسعه اقتصادی کشور نبوده است. به نظر می‌رسد بایستی با توجه به مزیت‌ها و فرصت‌های موجود در مازندران و اقلیم منحصر به فرد آن در منطقه بایستی عزم جدی-

<sup>1</sup> UNWTO

<sup>2</sup> WTTC

<sup>3</sup> Hirschman

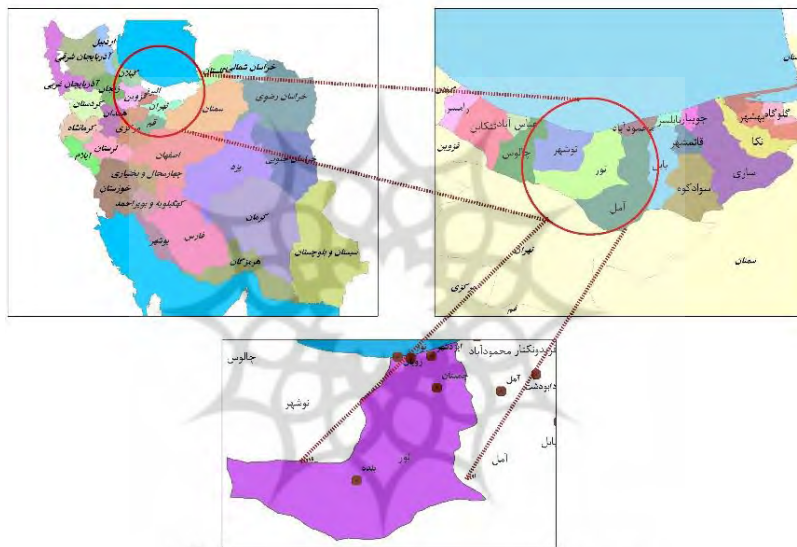
<sup>4</sup> Backward Linkage

<sup>5</sup> Forward Linkage

گردد. امید است چنین مطالعه‌ای، هر چند اندک، موجب شناخت بیشتر اهمیت گردشگری و آثار آن بر زیست بوم مردمان این شهرستان گردد. بنابراین، سوال اصلی این پژوهش این است که ساختار طرف عرضه و تقاضای گردشگری در شهرستان نور چگونه است؛ چگونه می‌توان اثرات اقتصادی گردشگری در شهرستان نور را برآورد نمود؛ و تاثیر فعالیت‌های گردشگری بر فروش، درآمد، اشتغال بخش‌های مختلف اقتصادی و همچنین بر درآمدهای مالیاتی در شهرستان نور چقدر است؟

تری در هر یک از شهرستان‌ها برای جذب و هدایت منابع پولی و پس‌انداز جامعه به سمت سرمایه‌گذاری-های برنامه‌ریزی شده در این صنعت گردد. این کار مستلزم مطالعات جامع اثرات اقتصادی-اجتماعی و زیست محیطی در هر یک از شهرستان‌های این استان دارد.

در این مطالعه سعی شده است در ابتدا یک تحلیل طرف عرضه و طرف تقاضا از وضعیت گردشگری در شهرستان نور در استان مازندران انجام گیرد. در مرحله بعد، با استفاده از مدل گردش پولی، اثرات اقتصادی این صنعت بر جامعه میزبان تحلیل



تصویر ۱- موقعیت جغرافیایی شهرستان نور  
منبع: نگارندگان

شهرنشین طبرستان بوده که به گواهی تاریخ، رستم‌دار نام داشته‌است. تمیشه<sup>۱</sup> نام پایتخت بخش ساحلی حکومت رویان بوده که بنای کنونی شهر نور بر آن قرار دارد. نام دیگر قدیمی آن که حتی ساکنان کنونی آن نیز گهگاه به جای نور به کار می‌برند، سولده<sup>۲</sup> است. نام کنونی نور از رودخانه نور گرفته شده که از کوه‌های البرز سرچشمه می‌گیرد (مازند طرح، ۱۳۹۰). این شهرستان دارای سه بخش مرکزی، چمستان و بلده و پنج شهر به نام‌های نور، رویان، ایزدشهر،

## ۱-۲ گردشگری در شهرستان نور

شهرستان نور از مناطق گردشگری پذیر استان مازندران با مساحتی معادل ۲۶۷۵ کیلومتر مربع، ۱۱.۳ درصد از مساحت استان را در بر می‌گیرد و سومین شهرستان استان مازندران از لحاظ وسعت است که از شمال به دریای مازندران، از جنوب به رشته کوه البرز و تهران، از شرق به شهرستان محمودآباد و از غرب به شهرستان نوشهر منتهی می‌شود (تصویر- ۱). این شهرستان با جمعیتی حدود ۱۰۹ هزار نفر در غرب استان واقع شده‌است (مرکز آمار ایران، ۱۳۹۴). نور یکی از قدیمی‌ترین نواحی

<sup>1</sup> Tamishe

<sup>2</sup> Soldeh

جدول (۱). جاذبه‌های گردشگری شهرستان نور

پارک جنگلی نور، اسکله سنگی شهر نور، پل خشتی، سواحل زیبای نور، رویان و ایزدشهر، روستای وازتنگه، پارک جنگلی کشپل، آب گرم لایوچ، مجتمع تفریحی سد آلیمالات، شهر قدیمی نازل، پارک جنگلی رویان، آبشار آب پری، قله سوردار، آبشار حرام او، روستای کالج، قله سیاه سنگ، خانه خان بابا خان، آبشارسواسره، آتشکده‌های کمرو و روستاهای ییلاقی و کوهستانی مانند روستاهای ییلاقی گزناسرا، نوجمه و کنگرچال	جاذبه‌های تفریحی
بقعه جمشید کیا سلطان، بقعه آقا شاه بالو زاهد، امامزاده رضا و سقانفار کچلده، امامزاده سید حسین سازیک، امامزاده ذکریای لایوچ، امامزاده نورالدین ناپلار، فیل سنگی لایوچ، امامزاده محمد بن بکر روستای کلا، آب انبار صیدکلا، امامزاده احمد و مختار کالج، امامزاده قاسم پمیط	جاذبه‌های تاریخی و زیارتی
قلعه پولاد بلده نور، خانه نیما یوشیج	موزه‌ها

منبع: اداره میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری شهرستان نور

تأسیسات و تجهیزات موجود در هتل‌ها و تفریحگاه‌ها؛ این منابع، شامل فضای ساخته شده در مقصدها و زیرساخت‌های عمومی و گردشگری آن‌ها نیز می‌شود. بنابراین، برای بررسی سمت عرضه محصولات گردشگری باید وضعیت سه نهاد فوق را بررسی نمود (جدول ۲). جهت بررسی طرف عرضه گردشگری در شهرستان نور می‌توان ابعاد مربوط به سایت‌های تفریحی و سرگرمی و مذهبی، بهداشت، حمل و نقل، امنیت و اقامت را بررسی نمود (ایمانی خوشخو و علی زاده، ۱۳۹۴). برای بررسی جایگاه موجود شهرستان نسبت به دیگر شهرستان‌های استان مازندران، شاخص درصدی هر یک از مولفه‌های عرضه گردشگری نسبت به کل استان محاسبه گردیده است (شاخص‌های برنامه‌ای اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی مازندران، ۱۳۹۱).

چمستان و بلده و نه دهستان و ۲۲۴ آبادی<sup>۱</sup> می‌باشد (مرکز آمار ایران، ۱۳۹۴). از ویژگی‌های منحصر به فرد این شهرستان، قرار گرفتن بین کوه و دریا است. از یک طرف می‌توان از جاذبه‌های ساحلی این شهرستان دیدن کرد و از طرف دیگر می‌توان در مناطق ییلاقی کوهستانی اقامت گزید که برای رسیدن به آن بایستی از مناظر بسیار زیبای جنگلی و کوهستانی عبور کرد. ارتفاعات کوهستانی و ییلاقی این شهرستان مناظر زیبایی مشرف به نیمه غربی استان دارند. همچنین واقع شدن در نزدیکی کلانشهر تهران و نزدیکی به تأسیسات رفاهی و شهری، موجب ازدیاد گردشگران ورودی به این شهرستان شده است. در جدول (۱) تعدادی از جاذبه‌های گردشگری این شهرستان ذکر شده است.

همانند همه کالاها و خدمات، تولید و عرضه محصولات گردشگری مبتنی بر نهاده‌ها و عوامل تولید است؛ این نهاده‌ها سه شکل اساسی به خود می‌گیرند: منابع طبیعی یا مواد خام عرضه شده توسط طبیعت؛ منابع انسانی که شامل نیروی کار و کارآفرینی است؛ منابع انسان‌ساخت که غالباً سرمایه‌نامه می‌شود و شامل پدیده‌هایی می‌شود که به ایجاد محصولات بعدی کمک می‌کنند؛ مانند سازه‌های فیزیکی،

<sup>۱</sup> البته ۴۲ آبادی خالی از سکنه هستند.

**جدول (۲). وضعیت عرضه گردشگری شهستان نور در مقایسه با استان مازندران**

نسبت	شهرستان نور	استان مازندران	ابعاد عرضه گردشگری
۰.۰۴۹	۵۵	۱۱۲۶	سایت های گردشگری (تفریحی، سرگرمی و ورزشی)
۰.۰۴۸	۲۵	۵۱۹	
۰.۲۱۱	۱۰۰۰	۴۷۳۰	
۰.۰۴۹	۸۱	۱۶۶۶	
۰.۱۱	۷۵۵	۶۶۶۳	
۰.۱۵	۹	۶۰	
۰.۰۶۳	۳۷	۵۹۲	
۰.۰۵۷	۲۸۲	۴۹۸۵	
۰.۰۲۲	۴۷	۲۱۰۴	
۰.۰۶۵	۱۸۰۴۹۷	۲۷۶۳۶۰۶	
۰.۱۳۵	۲۲۹۲۲۹	۱۶۹۳۰۵۳	بهداشت
۰.۰۵	۱۶	۲۹۵	
۰.۰۳	۱۳۵	۵۱۶۷	
۰.۰۳	۱	۳۵	
۰.۰۳	۳۷	۱۰۹۶	
۰.۰۴۶	۳۵۹۰۶	۷۸۱۰۲۲	حمل و نقل
۰.۰۶۷	۶۷۶	۱۰۱۱۲	
۰.۰۸۸	۲۰۶	۲۳۳۰	
۰.۰۳۵	۱۰۰۶۰۰	۲۸۷۸۰۰۰	امنیت
۰.۰۴۲	۶	۱۴۴	
۰.۰۷۵	۵	۶۷	
۰.۰۵۰	۹۴۹۰	۱۹۰۶۷۱	
۰.۰۳۴	۴۱۵	۱۲۲۷۹	
۰.۰۴۰	۱۰۴۴	۲۶۱۵۶	اقامت
۰.۰۲۲	۲۳.۹	۱۰۹۰	
۰.۰۳۷	۱۵۰۰	۴۰۳۹۲	
۰.۰۴۷	۶۸.۳	۱۴۴۴.۶	

منبع: (مرکز آمار ایران، ۱۳۹۱)



نمودار (۱) وضعیت مقایسه ای شاخص های

سمت عرضه نسبت به کل استان را نشان می دهد. همانطور که مشاهده می شود، شهرستان نور در بعد عرضه امکانات تفریحی مزیت نسبی دارد ولی در ابعاد بهداشت، امنیت و اقامت وضعیت مناسبی نسبت به کل استان ندارد.

**نمودار ۱: مقایسه وضعیت عرضه گردشگری با استان**

منبع: شاخص های برنامه ای اقتصادی، اجتماعی و

فرهنگی استان مازندران، ۱۳۹۱

در بخش نتایج خلاصه ای از وضعیت تقاضای گردشگری شهرستان نور ارائه خواهد شد.

## ۲-۲- مطالعات انجام شده

در این بخش ابتدا به مطالعات داخلی در این زمینه اشاره و سپس به مطالعات خارجی نزدیک به روش تحقیق مورد نظر در این تحقیق اشاره خواهد شد. در اکثر مطالعات مربوط به سنجش اثرات اقتصادی گردشگری در ایران از مدل داده ستانده<sup>۱</sup> استفاده شده است؛ بررسی اثرات اقتصادی توریسم در جمهوری اسلامی ایران با استفاده از تحلیل داده ستانده (صباغ کرمانی و امیریان، ۱۳۷۹)؛ مانند محاسبه ضرایب اشتغال زایی بخش گردشگری در اقتصاد ایران با استفاده از مدل داده ستانده (عیسی زاده و قدسی، ۱۳۹۱)؛ تاثیر بخش هتل و رستوران بر تولید اقتصاد ایران با تحلیل مبتنی بر رویکرد داده ستانده (رفیعی، ۱۳۹۱)؛ بررسی اثرات اقتصادی توسعه گردشگری بر اقتصاد استان کرمان (رحمانی، ۱۳۹۲)؛ کاربرد الگوی داده ستانده در برنامه ریزی بخش گردشگری اقتصاد ایران (خانی، ۱۳۹۳)؛ جایگاه صنعت گردشگری در دستیابی به اقتصاد مقاومتی در جمهوری اسلامی ایران با تحلیل داده ستانده (ایمانی خوشخو و علی زاده، ۱۳۹۳)؛ اثر توسعه گردشگری داخلی بر اقتصاد شهر نیشابور (بزازان و جعفری، ۱۳۹۳). همچنین مطالعات داخلی متعددی در زمینه های مختلف گردشگری در شهرستان نور انجام شده است. (رضایی و رحمانی، ۱۳۸۶) در تحقیقی با عنوان *ارایه راهکارهای مناسب برای برنامه ریزی صنعت توریسم در روستاهای ساحلی شهرستان نور* با استفاده از روش مصاحبه میدانی و روش سوات<sup>۲</sup> نقاط ضعف و قوت و فرصت و تهدید توسعه گردشگری در این شهرستان را مورد مطالعه قرار داده اند. در این تحقیق از ۲۴ روستای شهرستان مطالعه به عمل آمده است و عدم وجود سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌ها و بورس بازی زمین‌های کشاورزی و بیلاقی را از نقاط ضعف و تهدید گردشگری در منطقه ذکر کرده اند. (توکلی،

۱۳۸۹) در تحقیقی به ابعاد منفی توسعه گردشگری در شهرستان نور پرداخته است. بررسی‌های این تحقیق نشان می‌دهد که افزایش فعالیت‌های گردشگری بر قیمت زمین، افزایش آلودگی‌های زیست محیطی و نارضایتی مردم در شهرستان نور تاثیر مثبت داشته است. (متولی و شهابی، ۱۳۹۰) در تحقیق خود به نقش جاذبه های گردشگری در توسعه اقتصادی شهر نور پرداخته اند. (استاد فرج، ۱۳۹۰) در مورد نقش گردشگری در توسعه پایدار مناطق ساحلی شهرستان نور تحقیق کرده است. در این مطالعه بیان شده است که گردشگری ساحلی به تنهایی پاسخگوی نیازهای توسعه ای این شهرستان نیست و توسعه فراگیر و پایدار گردشگری تنها با تلفیق گردشگری کوهستانی با گردشگری ساحلی در این شهرستان میسر است. افزایش قیمت و تغییر کاربری بی رویه زمین ها در این مطالعه نیز دیده می‌شود. (زال نژاد، کاکوان و رستمی، ۱۳۹۲) به بررسی و ارزیابی زمینه های توسعه گردشگری شهری در شهرستان نور با بهره گیری از الگوی تحلیلی اسپرمن پرداخته اند. در این تحقیق بیان شده است که عمده گردشگران شهر نور عمدتاً به شهرهای اطراف مانند بابلسر، زیبا کنار، رامسر، تنکابن و نمک آبرود سرازیر می‌شوند و این مسئله لزوم بازنگری و ارائه سیاست‌هایی مناسب با ویژگی‌های منطقه در جهت رفع محدودیت‌ها و استفاده مناسب از مزیت‌های نسبی موجود را ایجاب می نماید. (دیوسالار، توکلی و خادمی، ۱۳۹۳) در تحقیق خود به نقش مدیریت شهری در توسعه پایدار گردشگری در نمونه مورد مطالعه شهر ساحلی نور پرداخته اند. نتایج حاصل از آزمون t تک نمونه ای نشان داده است که از نگاه پاسخگویان، وضعیت موجود شاخص‌های اقتصادی، اجتماعی فرهنگی و زیست محیطی گردشگری در شهر نور نامطلوب بوده و در راستای توسعه گردشگری پایدار نمی‌باشد. همان‌گونه که مشاهده می شود هیچ مطالعه ای در زمینه اثرات اقتصادی گردشگری در شهرستان نور به چشم نمی خورد. بنابراین این مطالعه بر آن است تا با استفاده از یک مدل اقتصاده برآوردی از اثرات

<sup>1</sup> Input-Output Model

<sup>2</sup> SWOT

امکان کاربست بیشتری در تحلیل‌های اقتصاد گردشگری خواهد داشت.

### ۳- روش‌شناسی

اثرات اقتصادی گردشگری بر مناطق میزبان جنبه‌های مثبت و منفی را در بر می‌گیرد. افزایش درآمدهای، ایجاد فرصت‌های شغلی، تحرک سرمایه‌های مالی، جلب سرمایه‌گذاری خارجی، توسعه منطقه‌ای، به کارگیری توانایی‌های محلی، تمرکز زدایی، از جنبه‌های مثبت و همچنین افزایش قیمت زمین، بیکاری‌های فصلی، توسعه نامتعادل منطقه، وابستگی به بخش‌های خدماتی و آثار و هزینه‌های خارجی تحمیل شونده به اجتماع از جنبه‌های منفی توسعه فعالیت‌های گردشگری در مناطق هستند (ضرغام، ۱۳۷۵). اثرات اقتصادی تقاضای گردشگری به سه دسته اثرات مستقیم، غیرمستقیم و اثرات القایی تقسیم می‌شوند. اثرات مستقیم و یا اثرات دست اول ناشی از تزریق پول توسط گردشگران ورودی به فروشندگان دست اول کالاها و خدمات گردشگری ایجاد می‌شود؛ ولی اثرات ثانویه ناشی از خرید مواد اولیه و نهاده‌های مورد نیاز برای تولید و فروش کالاهای دست اول ایجاد می‌شود. خرید کالاها و خدمات واسطه‌ای بین صنایع به طور زنجیرواری یک پیوند پسین و پیشین بین آن‌ها ایجاد می‌کند که با یک واحد تقاضای کالای نهایی از هر یک از این صنایع، دنباله‌ای از صنایع پشتیبان دیگر را به همراه خود فعال می‌کند. این اثرات را اثرات غیر مستقیم گردشگری گویند. دسته‌ای دیگر از اثرات تزریق پول به مقاصد گردشگری مربوط به تقاضای نیروی کاری است که درآمد خود را از این صنعت کسب می‌کنند. این افراد با خرج کردن درآمدهای خود در اقتصاد منطقه به نوعی بار دیگر چرخ اقتصاد را به حرکت در می‌آورند. جمع اثرات سه‌گانه فوق را اثر اقتصادی کل مخارج گردشگری گویند (ایمانی خوشخو و علی زاده، ۱۳۹۴). اثرات کل اقتصادی مخارج گردشگران بر روی افزایش تولید، درآمد و اشتغال یک منطقه را می‌توان به وسیله ضرایب تکاثری مربوطه بیان نمود. انواع معمول ضرایب تکاثری مورد استفاده برای این کار

اقتصادی افزایش تعداد گردشگران در این شهرستان داشته باشد.

استینز و روتز<sup>۱</sup> (۱۹۹۵) در کار مشترکی به مطالعه اثرات اقتصادی گردشگری در پارک ملی عاج ماموت، با استفاده از مدل گردش پولی<sup>۲</sup> پرداخته‌اند. در مطالعات آن‌ها نشان داده شد که با ورود تعداد ۴۳۰ هزار بازدیدکننده به این پارک در سال ۱۹۹۳، با احتساب متوسط هزینه‌های معادل ۱۲۷ دلار برای هر بازدیدکننده در داخل منطقه، تقریباً مبلغ ۵۱ میلیون دلار به این ناحیه تزریق شده است. با احتساب اینکه هفتاد و دو درصد از این مخارج توسط اقتصاد محلی به عنوان تقاضای نهایی جذب شوند (سه کشور در حاشیه پارک قرار دارند)؛ همچنین، با فرض اینکه هر یک دلار فروش مستقیم به بازدیدکنندگان، مقدار ۹۳ سنت اثر ثانویه نیز خواهد داشت. با وجود این، اثر کل مخارج بازدیدکنندگان حدوداً ۷۱ میلیون دلار خواهد بود. برحسب این ضرایب تکاثری، مخارج بازدیدکنندگان مقداری حدود ۳۶ میلیون درآمد و بیش از ۲۰۰۰ شغل برای اقتصاد منطقه به ارمغان می‌آورد. در سال‌های بعد اصلاحاتی به این مدل اضافه شد که برای سنجش اثرات اقتصادی به ویژگی‌های وسیع‌تر اقتصادی منطقه توجه می‌کند (استینز و همکاران<sup>۳</sup>، ۲۰۰۰). به خاطر سادگی و کارایی مدل گردش پولی، این روش حتی برای محاسبه اثرات اقتصادی یک رویداد گردشگری ورزشی هم به کار گرفته شد (دانیلز<sup>۴</sup>، ۲۰۰۴).

همانگونه که ذکر شد، در بیشتر مطالعات خارجی و داخلی برای سنجش اثرات اقتصادی فعالیت‌های گردشگری بر جوامع محلی از مدل داده ستانده استفاده شده است. البته در دست‌نداشتن جداول داده ستانده استانی معتبر مانع از انجام این تحلیل در سطوح منطقه‌ای در ایران می‌شود. بنابراین به کارگیری مدل‌های جانشین مانند مدل گردش پولی

<sup>1</sup> Stynes, D.J. And Rutz, E.A

<sup>2</sup> Money Generation Model

<sup>3</sup> Stynes, Propst, Chang & Sun

<sup>4</sup> Daniels

ضرایب تکاثری کینزی و ضرایب تکاثری بر پایه مدل‌های اقتصادی مانند مدل داده ستانده و مدل تعادل عمومی قابل محاسبه هستند.

از آنجایی که در ایران جداول داده ستانده منطقه‌ای وجود ندارد، نمی‌توان از ضرایب داده ستانده فوق استفاده نمود و به همین منظور بهترین راه برای برآورد اثرات اقتصادی گردشگری در چنین مناطقی استفاده از روش‌های دیگری مانند روش مدل گردش پولی است.

در این روش، همانگونه که در رابطه (۱) مشاهده می‌شود، اثرات اقتصادی گردشگری به صورت زیر اندازه‌گیری می‌شود:

$$\text{رابطه (۱)} \quad N * P * K = \text{اثرات اقتصادی}$$

در رابطه فوق  $N$  تعداد گردشگران ورودی،  $P$  میزان متوسط مخارج گردشگران و  $K$  ضریب تکاثری مناسب مدل است. فرمول فوق در سه مرحله، محاسبه متغیرهای جزئی‌تر را می‌طلبد:

الف) برآورد تغییر در تعداد و انواع گردشگران ورودی به یک منطقه، بر اثر یک رویداد یا سیاست خاص؛ چرا که، محاسبه صحیح اثرات اقتصادی گردشگری، به میزان زیادی، به دقت برآورد تعداد و انواع گردشگران ورودی به یک ناحیه بستگی دارد؛ ناگفته نماند که به نظر می‌رسد ضعف بیشتر مطالعات تجربی نیز در همین زمینه است.

ب) برآورد میانگین سطح پرداخت‌های گردشگران در ناحیه مورد نظر (به تفکیک بازارها). این کار به وسیله یک کار میدانی و یا با استفاده از نتایج تحقیقات دیگر صورت می‌گیرد. در این‌گونه آمارگیری‌ها، حتماً بایستی به پدیده فصلی بودن تقاضا توجه نمود و در فصول مختلف به جمع‌آوری اطلاعات مبادرت شود؛ همچنین، چون ساختار هزینه‌ای انواع مختلف گردشگران متفاوت است، حتماً باید برای هر یک از انواع اصلی گردشگران، حداقل بوسیله ۵۰ یا ۱۰۰ نمونه این اطلاعات را جمع‌آوری نمود. این اطلاعات بایستی با توجه به مقیم بودن و یا غیر مقیم بودن، اقامت شب داشتن یا نداشتن، نوع اسکان (متل،

کمپ، خانه‌های فصلی یا منزل دوستان و آشنایان) و نوع وسیله حمل‌ونقل (اتومبیل شخصی، هواپیما، ریلی و غیره) گردشگران جمع‌آوری گردند (ایمانی خوشخو و علی زاده، ۱۳۹۴).

ج) به‌کارگیری ضریب تکاثری مناسب برای محاسبه اثرات ثانویه است. همانگونه که ذکر شد، انواع مختلفی از ضرایب تکاثری وجود دارند که سواً از نحوه محاسبه آن‌ها همگی برای محاسبه اثرات ثانویه مخارج گردشگران به‌کار می‌روند.

این مدل، برای اولین بار برای ارزیابی اثرات اقتصادی پارک ملی «عاج ماموت»<sup>۱</sup> در دانشگاه ایالت میشیگان استفاده شد. در این روش، ابتدا تعداد گردشگران ورودی به منطقه، به تفکیک گردشگران مقیم و غیرمقیم و مخارج سرانه آن‌ها برآورد می‌شود و با استفاده از «ضریب جذب»<sup>۲</sup> و ضریب تکاثری درامدی و اشتغال‌زایی و همچنین نرخ مالیات بر درآمد و فروش اثرات درامدی، اشتغال‌زایی و اثرات درامدهای مالیاتی ورود گردشگران برآورد می‌شود. ضریب جذب، نسبتی از مخارج گردشگران است که به صورت تقاضای نهایی جذب بخش‌های تولیدی در منطقه می‌شوند. جدول (۳) روش محاسبه اثرات اقتصادی این مدل را نشان می‌دهد.

<sup>1</sup> Mammoth Cave National Park

<sup>2</sup> Capture Rate



**جدول (۳) - روش محاسبه اثرات اقتصادی گردشگری ورودی با استفاده از مدل MGM**

الف	عواید ناشی از مخارج گردشگری: ارزش فروش کالاها و خدمات خریداری شده توسط گردشگران
۱	برآورد درصد گردشگران ورودی غیر مقیم به منطقه
۲	بازدید دوره‌ای از منطقه (تعداد سفر)
۳	متوسط مخارج به ازای هر بازدید (ریال)
۴	جمع کل پرداخت‌های بازدیدکنندگان (سطر ۱ * سطر ۲ * سطر ۳)
۵	محاسبه ضریب جذب
۶	ضریب تکاثری فروش نوع دوم
۷	محاسبه اثرات مستقیم فروش (سطر ۴ * سطر ۵)
۸	محاسبه کل اثرات فروش (سطر ۴ * سطر ۵ * سطر ۶)
ب	درآمد مالیاتی ناشی از گردشگری
۱	کل فروش ناشی از فعالیت های گردشگری مربوطه (از سطر الف - ۸)
۲	نرخ مالیات کلی از فروش
۳	محاسبه مالیات ناشی از فروش گردشگری
۴	نسبت درآمد قابل اخذ مالیات به فروش (به طور متوسط ۳۰٪)
۵	نرخ مالیات کلی بر درآمد
۶	محاسبه درآمد مالیات بر درآمد (سطر ۱ * سطر ۴ * سطر ۵)
۷	محاسبه کل درآمدهای مالیاتی (سطر ۳ + سطر ۶)
ج	عواید درامدی و اشتغال گردشگری
۱	کل فروش ناشی از فعالیت های گردشگری مربوطه (از سطر الف - ۸)
۲	برآورد نسبت شغل به فروش (به طور متوسط برابر با ۳۰ شغل)
۳	برآورد نسبت درآمد به فروش (بین ۵۰ تا ۶۰ درصد)*
۴	محاسبه اثرات اشتغال کل (سطر ۱ * سطر ۲)
۵	محاسبه اثرات درامدی کل (سطر ۱ * سطر ۳) به میلیون
	* اگرچه برای صنایع کارخانه‌ای بین ۲۰ تا ۴۰ درصد می‌باشد.

منبع: ایمانی خوشخو و علی زاده (۱۳۹۴)

میزان تاثیرگذاری مخارج گردشگران فقط به تزریق اولیه و مستقیم آن‌ها محدود نمی‌شود؛ بلکه اثرات غیرمستقیم و القایی را نیز در بر می‌گیرد. ساده‌ترین روش برای محاسبه اثرات ثانویه (غیرمستقیم بعلاوه القایی) استفاده از ضرایب تکاثری مربوطه است. در مدل گردش پولی معمولاً از ضریب تکاثری فروش استفاده می‌شود. این ضریب، افزایش در میزان فروش یا دادوستد کلیه کسب و کارها، ناشی از یک واحد افزایش در تقاضای نهایی یک صنعت را نشان می‌دهد (ایمانی خوشخو و علی زاده، ۱۳۹۴).

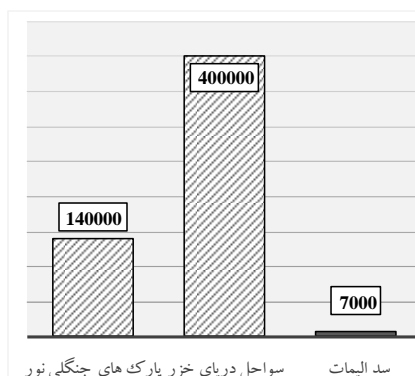
در سطرهای الف ۱ و ۲ و ۳ به ترتیب درصد گردشگران غیر بومی ورودی به منطقه، کل گردشگران منطقه و متوسط هزینه هر گردشگر برآورد می‌شوند. از ضرب سه سطر اول پرداخت‌های گردشگران ورودی برآورد خواهد شد. از آنجایی که درصدی از کل مخارج گردشگران ورودی در داخل منطقه جذب می‌شوند و مابقی آن جهت تامین مواد اولیه مورد نیاز به بیرون منطقه نشت می‌کند، نتیجه به دست آمده از سطر ۴ در ضریب جذب متناسب منطقه ضرب می‌گردد تا مقدار کل مخارج جذب شده گردشگران ورودی در منطقه به دست آید. همانگونه که پیش‌تر ذکر شد،

جدول (۴) - آمار سمت تقاضای گردشگری شهرستان نور  
در اوقات اوج تقاضا (۱۳۹۴)

نوع اقامت گردشگران	
تعداد	اول تا چهارده فروردین
۱۰۰۰	هتل
۲۰۰	هتل آپارتمان
۷۵۰۰۰	منازل استیجاری
۳۰۰	میهمانسرای ادارات، خوابگاه‌های دانشجویی و سالن‌های ورزشی
۳۰۰	چادرهای مسافرتی
۷۶۸۰۰	کل
تعداد	۱۵ شهریور تا ۳۱ شهریور
۱۷۰۰۰	هتل
۳۰۰۰	هتل آپارتمان
۴۰۰۰۰۰	منازل استیجاری
۲۰۰۰	کمپ‌های موقت
۴۰۰۰	کلاس‌های مدارس
۸۰۰۰	چادرهای مسافرتی
۴۳۴۰۰۰	کل

منبع: اداره میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری شهرستان نور  
به گزارش اداره میراث فرهنگی شهرستان نور، این آمارها غیر از گردشگرانی است که در سال‌های اخیر به صورت فزاینده‌ای ویلاها و خانه‌های دوم خریداری کرده‌اند. نتایج آمارگیری‌های میدانی هم نشان داده است که حجم بالایی از گردشگران به سواحل این شهرستان سر می‌زنند.

نمودار ۲- توزیع مکانی بازدیدکنندگان از اماکن تفریحی شهرستان نور

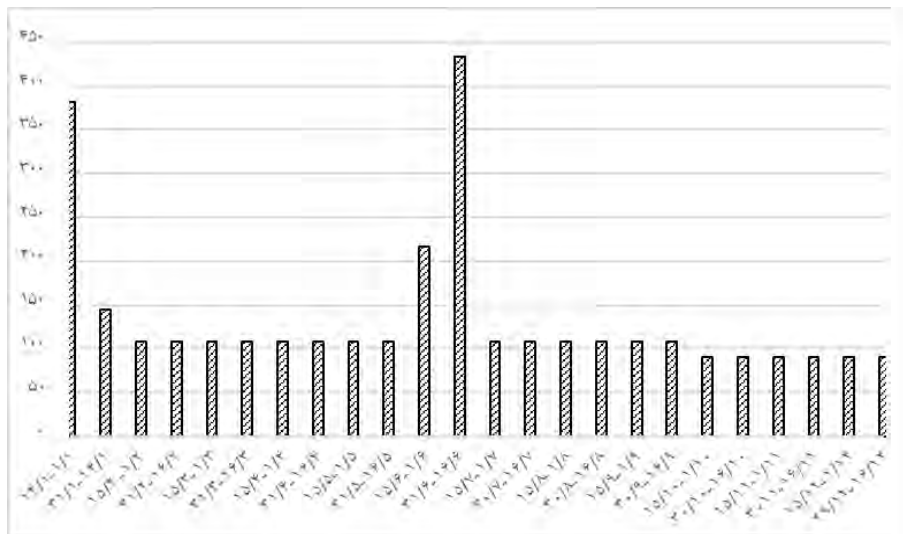


منبع: اداره میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری شهرستان نور

لازم به ذکر است که این مدل اثرات اقتصادی منفی را نشان نمی‌دهد و درجه دقت و صحت نتایج به میزان بالایی به برآوردهای ضرایب مدل بستگی دارد. برآورد ضرایب مدل در این تحقیق از طریق شاخص-های برنامه‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی مازندران (۱۳۹۰) و همچنین از طریق مصاحبه با ۳۰ نفر از برنامه ریزان و فعالان این عرصه در شهرستان نور صورت گرفته است. همچنین آمارهای میدانی به دست آمده از سه منطقه توریستی سد الیمات، خانه نیما یوشیج و شهر قدیمی ناتل و همچنین ۳ دفتر خدمات مسافرتی گردآوری شده است.

#### ۴- نتایج مدل

تقاضای گردشگری و توزیع آن در ایام مختلف سال در شهرستان نور یکسان نیست. در حالت کلی می‌توان انواع گردشگران را به دو دسته بومی و غیر بومی تقسیم بندی کرد. گردشگران بومی کسانی هستند که ساکن شهرستان نور و یا شهرستان‌های همجوار مانند آمل و محمودآباد هستند و برای گردش و تفریح روزانه (بازدیدکننده یکروزه) و یا اقامت شبانه به پهنه‌های جنگلی و یا ویلاقی سر می‌زنند. در بیشتر موارد، این افراد به خانه‌های دوم خود در ویلاوات بالادست می‌روند و در ماه‌های گرم سال در همانجا اقامت دارند. گردشگران غیر بومی، افرادی هستند که از استان‌های دیگر و یا از شهرستان‌های غیرهمجوار در استان مازندران به این شهرستان سفر می‌کنند. دوره‌های پیک تقاضای گردشگری در این شهرستان، دو دوره پانزده روزه تعطیلات نوروزی و تعطیلات تابستانه است (نمودار ۳) و قسمت اعظم تقاضای گردشگری از سواحل خزر و پارک‌های جنگلی است (نمودار ۲). در زمان اوج تقاضا بیشتر گردشگران، تقریباً ۹۳ درصد، در منازل استیجاری اقامت می‌کنند (جدول ۴).


**نمودار ۳- توزیع زمانی بازدیدکنندگان از اماکن تفریحی شهرستان نور (۱۰۰۰ نفر)**

منبع: اداره میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری شهرستان نور

همچنین ۱۵ تا ۳۰ درصد ظرفیت آن‌ها در روزهای اواسط هفته تکمیل می‌شود. قبل از محاسبه نتایج مدل نیاز است تا مقدار ضریب جذب مدل برای شهرستان برآورد گردد. همانگونه که ذکر شد، ضریب جذب، نسبتی از مخارج گردشگران است که به صورت تقاضای نهایی جذب بخش‌های تولیدی در منطقه می‌شوند. در جدول (۵) نتایج مدل با سه سناریوی جذب ۶۰ درصد، ۷۰ درصد، ۸۰ درصد محاسبه شده است.

طبق آمارهای منظم گردآوری شده توسط اداره میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری شهرستان نور، در شش ماهه نخست سال، بالای ۹۰ درصد ظرفیت هتل‌های شهرستان در روزهای پایان هفته و در تعطیلات تکمیل می‌شوند. این درصد برای روزهای اواسط هفته به ۴۰ تا ۵۰ درصد می‌رسد. در شش ماهه دوم سال، ۶۰ تا ۷۰ درصد ظرفیت هتل‌های شهرستان در روزهای پایان هفته و تعطیلات و

**جدول (۵) - روش محاسبه اثرات اقتصادی گردشگری ورودی با استفاده از مدل MGM**

الف	عوااید ناشی از مخارج گردشگری در شهرستان		
۱	برآورد درصد گردشگران ورودی غیر مقیم به شهرستان	سناریوی اول	سناریوی دوم
۲	بازدید سالانه از شهرستان (تعداد سفر)	سناریوی اول	سناریوی دوم
۳	متوسط مخارج به ازای هر بازدید (ریال)	سناریوی اول	سناریوی دوم
۴	جمع کل پرداخت‌های بازدیدکنندگان (۱*۲*۳) به میلیون ریال	سناریوی اول	سناریوی دوم
۵	محاسبه "ضریب جذب"	سناریوی اول	سناریوی دوم
۶	ضریب تکاثری فروش نوع دوم	سناریوی اول	سناریوی دوم
۷	محاسبه اثرات مستقیم فروش (۴*۵) به میلیون	سناریوی اول	سناریوی دوم
۸	محاسبه کل اثرات فروش (۴*۵*۶) به میلیون	سناریوی اول	سناریوی دوم
ب	درآمد مالیاتی ناشی از گردشگری		
۱	کل فروش ناشی از فعالیت‌های گردشگری مربوطه (از سطر الف- ۸)	سناریوی اول	سناریوی دوم
۲	نرخ مالیات کلی از فروش	سناریوی اول	سناریوی دوم
۳	محاسبه مالیات ناشی از فروش گردشگری (۱*۲) (میلیون ریال)	سناریوی اول	سناریوی دوم
۴	نسبت درآمد قابل اخذ مالیات به فروش (در دامنه ۲۰ تا ۶۰ درصد)	سناریوی اول	سناریوی دوم

و به طور متوسط (۳۰٪)			
۵	نرخ مالیات کلی بر درآمد در شهرستان	٪۱۰	٪۱۰
۶	محاسبه درآمد مالیات بر درآمد (۱*۴*۵) به میلیون	۱۰۳۹۰	۱۲۱۲۱
۷	محاسبه کل درآمدهای مالیاتی (۳+۶) به میلیون	۴۵۰۲۳	۵۲۵۲۶
ج	عواید درامدی و اشتغال گردشگری		
۱	کل فروش ناشی از فعالیت های گردشگری مربوطه (از سطر الف- ۸)	۳۴۶۳۳۲	۴۰۴۰۵۴
۲	برآورد نسبت شغل به فروش (در دامنه ۱۰ تا ۵۰ به ازای هر یک میلیون فروش و به طور متوسط برابر با ۳۰ شغل)	۳۰	۳۰
۳	برآورد نسبت درآمد به فروش (بین ۵۰ تا ۶۰ درصد)*	٪۵۵	٪۵۵
۴	محاسبه اثرات اشتغال کل (سطر ۱ تقسیم بر سطر ۲)	۱۱۵۴۴	۱۳۴۶۸
۵	محاسبه اثرات درامدی کل (سطر ۱*۳) به میلیون ریال	۱۹۰۴۸۲	۲۲۲۲۲۹
	* گرچه برای صنایع کارخانه‌ای بین ۲۰ تا ۴۰ درصد می‌باشد.		

منبع بسیار با ارزش درآمدزایی محسوب می‌شود. در این مطالعه سعی شده است با استفاده از روش مطالعه کتابخانه‌ای و میدانی، در ابتدا یک تحلیل ساختار شناسی از وضعیت گردشگری در شهرستان نور در استان مازندران انجام گیرد. در مرحله بعد، با تحلیل طرف عرضه و تقاضای گردشگری در این شهرستان و با استفاده از مدل گردش پولی، اثرات اقتصادی این صنعت بر جامعه میزبان تحلیل شود.

این تحقیق در پاسخ به سوالات مطرح شده در زمینه میزان تاثیر فعالیت‌های گردشگری بر فروش، درآمد، اشتغال بخش‌های مختلف اقتصادی و همچنین بر درآمدهای مالیاتی در شهرستان نور، نشان می‌دهد که در نرخ جذب متوسط ۷۰ درصد، اثرات کل فروش کالاها و خدمات به گردشگران در شهرستان بیش از ۴۰۰ هزار میلیون ریال خواهد بود؛ همچنین با افزایش نرخ جذب، این مقدار بیشتر خواهد شد. مجموع درآمد مالیاتی ناشی از فعالیت‌های گردشگری نیز به طور متوسط معادل ۵۲ هزار میلیون ریال و تعداد اشتغال ایجاد شده نیز دست کم ۱۳ هزار و ۴۶۸ نفر می‌باشد. درجه صحت و دقت نتایج برآورد به این روش تا حدود زیادی به دقت برآورد ضرایب ثابت مدل بستگی دارد.

در برآوردهای میدانی، نسبت گردشگران غیر بومی به کل گردشگران عدد ۰.۷ به دست آمده است. همچنین نرخ ضریب تکاثری فروش نوع دوم هم از مطالعات مشابه اقتباس شده است (صباغ کرمانی و امیریان، ۱۳۷۹). در مطالعات مشابه، برآورد نسبت شغل به فروش معمولاً عددی در دامنه ۱۰ تا ۵۰ در نظر گرفته می‌شود. در اینجا نیز مانند مطالعه استینز و روتز (۱۹۹۵) عدد ۳۰ را در نظر گرفته‌ایم. نتایج نشان می‌دهد در نرخ جذب متوسط ۰.۷ اثرات کل فروش کالاها و خدمات به گردشگران در شهرستان معادل ۴۰۴۰۵۴ میلیون ریال خواهد بود؛ همچنین با افزایش نرخ جذب، این مقدار بیشتر خواهد شد. مجموع درآمد مالیاتی ناشی از فعالیت‌های گردشگری به طور متوسط با نرخ جذب ۰.۷ معادل ۵۲۵۲۶ میلیون ریال و تعداد اشتغال ایجاد شده نیز دست کم ۱۳ هزار و ۴۶۸ نفر می‌باشد.

نکته قابل طرح در تحلیل فوق آن است که با افزایش ۱۰ درصدی ضریب جذب، مقدار اثرات اولیه و ثانویه مخارج گردشگران در کل شهرستان نور تقریباً ۱۵ درصد و درآمد مالیاتی دولت تقریباً ۱۵.۵ درصد افزایش خواهد یافت.

#### ۵- جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

صنعت گردشگری سهم قابل‌توجهی در تولید و اشتغال‌زایی اقتصادی کشورهای جهان دارد و یک

## منابع

- استاد فرج، الهام. (۱۳۹۰). نقش گردشگری در توسعه پایدار مناطق ساحلی: مطالعه موردی شهرستان نور (پایان نامه کارشناسی ارشد). دانشگاه آزاد اسلامی - دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی - دانشکده ادبیات و علوم انسانی.
- ایمانی خوشخو، محمد حسین و ولی الله علی زاده. (۱۳۹۳). جایگاه صنعت گردشگری در دستیابی به اقتصاد مقاومتی در جمهوری اسلامی ایران: یک تحلیل داده ستانده. ارائه شده در اولین همایش بین المللی علمی راهبردی توسعه گردشگری جمهوری اسلامی ایران، چالش ها و چشم اندازها، مشهد.
- ایمانی خوشخو، محمد حسین و ولی الله علی زاده. (۱۳۹۴). اقتصاد و سیاست گذاری گردشگری. (ویرایش اول، جلد ۱-۲، ج اول). تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات اجتماعی جهاد دانشگاهی.
- بزازان، فاطمه، و جعفری، فاطمه. (۱۳۹۳). اثر توسعه گردشگری بر اقتصاد شهرستان نیشابور. سیاست گذاری پیشرفت اقتصادی. شماره ۴، صفحه ۳۰-۹.
- پيله فروش، میثم. (۱۳۹۱). ردپای نفت در بودجه در سالهای ۱۳۷۹ تا ۱۳۹۱ درآمدهای نفتی چه سهمی از منابع داشتند؟. مجله تازه های اقتصاد. (شماره ۱۳۶)، ۴۸-۵۰.
- توکلی، عاطفه. (۱۳۸۹). بررسی تأثیر گردشگری بر قیمت زمین در شهرستان نور (پایان نامه کارشناسی ارشد). وزارت علوم، تحقیقات و فناوری - دانشگاه اصفهان - دانشکده ادبیات و علوم انسانی.
- خانی، زهرا. (۱۳۹۳). کاربرد الگوی داده ستانده در برنامه ریزی بخش گردشگری اقتصاد ایران (پایان نامه کارشناسی ارشد). دانشگاه آزاد اسلامی - دانشگاه آزاد اسلامی واحد یزد - دانشکده اقتصاد.
- دیوسالار، اسدالله، میثم توکلی و امیرحسین خادمی. (۱۳۹۳). نقش مدیریت شهری در توسعه پایدار گردشگری، نمونه مورد مطالعه: شهر ساحلی نور. در ششمین کنفرانس ملی برنامه ریزی و مدیریت شهریبا تاکید بر مولفه های شهر اسلامی. مشهد.
- رحمانی، مریم. (۱۳۹۲). بررسی اثرات اقتصادی توسعه ی گردشگری بر اقتصاد استان کرمان (پایان نامه کارشناسی ارشد). وزارت علوم، تحقیقات و فناوری - دانشگاه شهید باهنر کرمان - دانشکده اقتصاد.
- رضایی، پرویز و ولی اله رحمانی. (۱۳۸۶). آرایه راهکارهای مناسب برای برنامه ریزی صنعت توریسم در روستاهای ساحلی شهرستان نور. نشریه چشم انداز جغرافیایی. جلد دوم (شماره ۵).
- رفیعی، سمانه. (۱۳۹۱). تأثیر بخش هتل و رستوران بر تولید اقتصاد ایران: تحلیل مبتنی بر رویکرد داده - ستانده (پایان نامه کارشناسی ارشد). وزارت علوم، تحقیقات و فناوری - دانشگاه علامه طباطبایی - دانشکده مدیریت و حسابداری.
- زال نژاد، کاوه، رضا کاکوان و فرامرزی رستمی. (۱۳۹۲). بررسی و ارزیابی زمینه های توسعه گردشگری شهری در شهرستان نور با بهره گیری از الگوی تحلیلی اسپرمن. ارائه شده در اولین همایش ملی گردشگری، جغرافیا و محیط زیست پایدار.
- شاخص های برنامه ای اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی مازندران. (۱۳۹۱). شاخص های برنامه ای اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی مازندران ۱۳۹۰. مازندران: معاونت برنامه ریزی استانداری مازندران.
- صباغ کرمانی، مجید و سعید امیریان. (۱۳۷۹). بررسی اثرات اقتصادی توریسم در جمهوری اسلامی ایران با استفاده از تحلیل داده - ستانده. پژوهشنامه بازرگانی. جلد چهارم (شماره ۱۶)، ۵۸-۸۲.
- ضرغام، حمید. (۱۳۷۵). مدل برنامه ریزی استراتژیک جهانگردی ایران (کارشناسی ارشد). وزارت علوم، تحقیقات و فناوری - دانشگاه تهران.
- ضرغام بروجنی، حمید، و خسروانی دهکردی، افروز. (۱۳۹۱). اثرات توسعه ی گردشگری بر شاخص های صلح جهانی. فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری. (۱۹)، ۲۵-۴۷.
- عیسی زاده، سعید و سوده قدسی. (۱۳۹۱). محاسبه ضرایب اشتغال زایی بخش گردشگری در

Daniels, M. J. (2004). Beyond input-output analysis: using occupation-based modeling to estimate wages generated by a sport tourism event. *Journal of Travel Research*, 43(No 1), 75–82.

Stynes, D. J. & Rutz, E. A. (1995). Regional economic impacts of Mammoth Cave National Park. *East Lansing, MI: Department Of Park, Recreation and Tourism Resources, Michigan State University*.

Stynes, D. J., Propst, D. B., Chang, W. & Sun, Y. (2000). Estimating national park visitor spending and economic impacts: The MGM2 model. *Department Of Park, Recreation and Tourism Resources, Michigan State University*.

اقتصاد ایران: با استفاده از مدل داده ستانده. فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری (مطالعات جهانگردی). (۱۷)، ۱۵۱–۱۷۲.

مازند طرح. (۱۳۹۰). سند آمایش استان مازندران (نهایی). ساری: معاونت برنامه ریزی استانداری مازندران.

متولی، صدرالدین و صغری شهبابی. (۱۳۹۰). نقش جاذبه های گردشگری در توسعه اقتصادی شهر نور. ارائه شده در نخستین همایش ملی آرمان شهر ایران، تهران.

مرکز آمار ایران. (۱۳۹۰). نتایج آمارگیری از گردشگران ملی سال ۱۳۹۰. تهران: معاونت برنامه ریزی و نظارت راهبردی ریاست جمهوری، مرکز آمار ایران.

مرکز آمار ایران. (۱۳۹۱). سالنامه آماری مازندران. (جلد ۱-۲۲). تهران: معاونت برنامه ریزی و نظارت راهبردی ریاست جمهوری، مرکز آمار ایران.

مرکز آمار ایران. (۱۳۹۴). سالنامه آماری کشور. تهران: معاونت برنامه ریزی و نظارت راهبردی ریاست جمهوری، مرکز آمار ایران.