

چالش‌های صنعت گردش‌گری در افغانستان

نگارنده: حامد امیری^۱

چکیده

در زمان حاضر، صنعت گردش‌گری را به نام صنعت سفید یاد می‌کنند؛ زیرا با مدیریت درست، محیط زیست انسانی را کمتر آلوده می‌سازد. زمینه‌ساز دوستی و تفاهم بین ملت‌هاست و ارمغان آور صلح و صفا برای مردم می‌باشد. هم‌چنین زیرساخت‌هایی مانند حمل‌ونقل، بودوباش یا محل اقامت، بهداشت، فرهنگ‌سازی، ظرفیت‌سازی و غیره در این صنعت بسیار مهم هستند. این صنعت، یکی از صنعت‌های دست‌نخورده در کشور افغانستان می‌باشد، که دلایل و عوامل گوناگونی می‌تواند باعث ایجاد این امر باشد. این مقاله با در نظر داشت این امر، برای پاسخی به این پرسش شکل گرفته که: صنعت گردش‌گری در افغانستان، در کجای توجه دولت و ملت قرار داشته و چه چالش‌ها، مانع رشد آن گردیده‌است؟

یافته‌های نگارنده نشان می‌دهند: با آن که ریاست گردش‌گری در زیرمجموعه وزارت اطلاعات و فرهنگ فعالیت می‌نماید؛ اما کار درخور توجهی در راستای رشد این صنعت درآمدزا نکرده است. نیز، از جمله مهم‌ترین چالش‌ها در این صنعت، مسئله امنیت است، که از این بابت، افغانستان از جمله کشورهای فقیر به حساب می‌رود؛ علاوه بر بحث امنیت، چالش‌های دیگری نیز سر راه صنعت گردش‌گری وجود دارد که با مطالعه کامل مقاله، این چالش‌ها واضح خواهد شد.

این مقاله تحلیلی، با استفاده از ابزار کتاب‌خانه‌یی، داده‌های کیفی را با سبک وسنگین کردن و با در نظر داشت اوضاع موجود این صنعت، تقدیم خواننده می‌نماید.

واژگان کلیدی: گردش‌گری، صنعت، افغانستان، چالش‌ها و مزایا.

^۱ رئیس پوهنشی اقتصاد پوهنتون غالب - هرات و دانش‌جوی مقطع دکترای مدیریت.

مقدمه

در قرن بیستم مردم دارای درآمد بیش‌تری نظر به قرون گذشته شده‌اند و این امر موجب اوقات فراغت بیش‌تری برای آن‌ها شده‌است؛ از طرفی هم افزایش درآمد موجب افزایش انگیزه سفر شده‌است. بسیاری از آگاهان این قرن را قرن توریست نام نهاده‌اند؛ به گونه‌یی که نه تنها اقشار مرفه، بلکه اقشار متوسط جامعه نیز توان سفر را پیدا نموده‌اند.

توجه به صنعت گردش‌گری بیان‌گر این واقعیت است که این امر به یک سلسله تأثیرات و تغییرات اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی و حتی محیطی در هر کشوری می‌انجامد.

یکی از صنعت‌های دست‌نخورده در افغانستان صنعت گردش‌گری می‌باشد. دلایل و عوامل عمده‌یی موجب این امر شده‌است؛ از جمله مهم‌ترین عوامل، جنگ‌های داخلی افغانستان می‌باشد. مسأله امنیت برای یک گردش‌گر به‌عنوان اولین فاکتور برای سفر تلقی می‌شود، که متأسفانه کشور ما در این رابطه جای‌گاه مناسبی در سطح جهان ندارد؛ باین‌حال، افراد زیادی وجود دارند که حاضر به سفر به این مناطق بوده که بیش‌تر به هدف تهیه خبر یا حس کنج‌کاوی و دیگر مسائل می‌باشد؛ از سوی دیگر، امنیت کشور در بعضی شهرها مشکل‌چندانی ندارد؛ چنان‌که در شهرهایی مثل هرات، مزار شریف، بامیان و ...، که قوه جذب توریست را دارا هستند، از امنیت نسبی برخوردار اند. در این مقاله بیش‌تر اشاره به ابعادی داریم که در آن مسأله امنیت زیاد مطرح بحث نیست. پرسشی که در این تحقیق مطرح است، این است که: چه چالش‌هایی بر سر راه صنعت گردش‌گری در کشورمان موجود است؟

هدف عمده این مقاله بیان چالش‌های صنعت گردش‌گری در افغانستان می‌باشد. انسان امروزه به دنبال به‌دست‌آوردن عاید حتی از طبیعت، هوای پاک، فرهنگ، سنت‌ها، اعتقادات، دین و مذهب است و تا حدود زیادی موفق بوده‌است. کشورها با استفاده از تبلیغات، جهان را تحت تأثیر داشته‌های فرهنگی، طبیعی و ...، در می‌آورند و از آن عواید حاصل می‌کنند؛ اما نقش افغانستان در این ساز و کار چه بوده‌است؟ چرا ما آن‌طور که باید نتوانسته‌ایم از این تجارت سهمی داشته باشیم؟ پاسخ به این سؤالات در محور اصلی مقاله می‌باشد.

امروزه صنعت گردش‌گری را صنعت سفید می‌نامند؛ زیرا برخلاف اغلب صنایع تولیدی، بدون آلوده‌سازی محیط زیست انسانی، زمینه‌ساز دوستی و تفاهم بین ملت‌هاست و صلح و صفا را برای مردم به ارمغان می‌آورد.

دلیل اصلی توسعه گردش‌گری غلبه بر پایین‌بودن سطح درآمد و ارائه فرصت‌های جدید شغلی و تحولات اجتماعی در جامعه است و می‌تواند امیدهایی را برای کاهش فقر، به‌خصوص

در نواحی‌بی‌که بنا به نحوی دُچار رکود اقتصادی شده‌اند فراهم آورد (پاپلی یزدی و سقای؛ ۱۳۸۶: ۸۲).

اکنون بخش صنعت گردش‌گری به‌طور مستقیم و نامستقیم بیش از ۲۰۰ میلیون فرصت شغلی تمام‌وقت، نیمه‌وقت و فصلی به‌وجود آورده‌است. در سال ۱۹۹۸ نزدیک به ۶۲۵ میلیون گردش‌گر در سراسر دنیا از کشوری به کشور دیگر سفر کرده‌اند و پیش‌بینی می‌شود در آینده مجموعه سفرها به ۱۰ برابر یا نزدیک به ۶ میلیارد سفر در سال برسد (سفری که دست‌کم یک شب طول بکشد)؛ بنابر آمار بانک جهانی در سال ۲۰۰۰ تعداد گردش‌گران در سرتاسر جهان بالغ به ۷۰۱ میلیون نفر بوده و از این جریان گردش‌گری مبلغی حدود ۴۷۵ میلیارد دالر به‌صورت مستقیم وارد چرخه اقتصادی جهان شده‌است. برخی منابع درآمد گردش‌گری را در سال‌های ۲۰۱۰ تا ۲۰۲۰ به ترتیب ۱۵۵۰ و ۲۰۰۰ میلیارد برآورد کرده‌اند (طالبیان؛ ۱۳۸۰: ۱۲۹)؛ اما متأسفانه سهم افغانستان از این مبالغ همان‌طور که گفته شد، عدد غیر قابل ذکر بوده‌است؛ شاید دلیل عمده این امر، مسأله امنیت و جنگ افغانستان بوده باشد؛ حال پرسش این‌جاست که بعد از صلح نسبی‌بی‌که در کشور حکم‌فرما شد، چرا این صنعت رشدی نداشت؟ برای پاسخ‌دهی به این سوال ابتدا عوامل مؤثر بر گردش‌گری را مطالعه نموده، بعداً چالش‌های موجود را بررسی می‌نماییم و نهایتاً جواب سؤال داده خواهد شد. داده‌های این تحقیق با استفاده از منابع کتاب‌خانه‌یی به صورت تحلیلی - توصیفی مورد نقد و ارزیابی قرار گرفته است. نهایتاً نویسنده سعی داشته تا با درنظرداشت اوضاع اجتماعی - امنیتی، دیدگاه سومی را ارائه نماید.

عوامل مؤثر بر گردش‌گری

عوامل بی‌شماری در توسعه گردش‌گری نقش دارند. ارتباط و تعامل بین آن‌ها توسعه گردش‌گری را شکل می‌دهد. سه عامل اصلی در توسعه گردش‌گری عبارت‌اند از: گردش‌گران، مردم منطقه و ویژگی‌های مقصد (الوانی و پیروز بخت؛ ۱۳۸۵: ۱۱۲). تریاب (۱۹۹۷: ۳۲) عوامل مؤثر در ساختار گردش‌گری و چرخه آن را به شرح زیر بیان می‌دارد:

۱. سرمایه و عوامل اقتصادی؛
۲. عوامل ایدئولوژیک، سیاسی و روابط بین‌المللی؛
۳. عوامل اجتماعی، فرهنگی و دینی؛
۴. زیرساخت‌های امنیتی و انتظامی؛

۵. عوامل طبیعی؛
۶. مجموعه میراث فرهنگی؛
۷. سابقه تاریخی؛
۸. زیرساخت‌های توسعه‌ی؛
۹. آموزش؛
۱۰. فناوری.

سه بُعد اصلی گردش‌گری عبارت‌انداز: سرمایه، مدیریت و فناوری و دو رکن فرعی دیگر آن عوامل طبیعی و مجموعه میراث فرهنگی است (پاپلی یزدی و سقایی؛ ۱۳۸۷: ۶۴). افغانستان از نگاه دارابودن آثار باستانی، از جمله غنی‌ترین کشورها در منطقه و خاورمیانه است. این کشور به تعداد زیادی آبدۀ تاریخی دارد که این آثار و آبدات تاریخی قدرت جذب توریست را از سایر کشورها دارا می‌باشد؛ اما متأسفانه صنعت گردش‌گری به آن میزان که بعضی از صنایع مانند صنعت ارتباطات و مخابرات، صنعت رسانه‌ی پیشرفت داشتند، رشدی نداشته‌است. عدم حفظ و نگهداری صحیح آبدات تاریخی، عدم تبلیغات و آگاهی‌عامه، نشان‌گر سوء مدیریت در این بخش بوده‌است. عدم علاقه‌مندی دولت و در اولویت‌نبودن این صنعت در برنامه‌های دولت و هم‌چنان علاقه‌نداشتن بخش خصوصی در سرمایه‌گذاری برای این صنعت نمایان‌گر ضعف مدیریت است.

مطابق با ۱۰ عامل مؤثر لیست‌شده در ساختار گردش‌گری و چرخه آن به قلم «ترایب» هفت را عامل از این ساختار تأثیرگذار افغانستان ندارد؛ به ترتیب این موارد ذکر می‌شود:

در بخش سرمایه و عوامل اقتصادی: در این بخش، چه دولت و چه تجار بخش خصوصی سرمایه‌گذاری آن‌چنانی نداشتند. شاید دلیل آن عدم آگاهی آن‌ها از میزان سود این‌گونه سرمایه‌گذاری در این بخش می‌باشد. سرمایه‌گذاری در بخش تبلیغات برای جذب توریست و فراهم‌آوری امکانات رفاهی، مانند سرمایه‌گذاری در بخش هتل، راه و ترانسپورت، از جمله این موارد می‌باشد.

در بخش روابط بین‌الملل: افغانستان متأسفانه شهرت به ناامنی دارد و از جمله کشورهای فقیر در جهان به حساب می‌رود، که روی روابط سیاسی و بین‌المللی تأثیر منفی داشته‌است، این موارد نیز بر صنعت گردش‌گری کشور آثار منفی داشته‌است؛ صنعتی که همیشه تأثیرپذیر از عواملی چون روابط سیاسی است.

در بخش عوامل اجتماعی، فرهنگی و دینی: گرچه مردم دارای سطح سواد پایین بوده؛ ولی فرهنگ مهمان‌پذیری را دارند. بسیاری از کشورها از نوع فرهنگ، دین و مذهب

خاص خود به‌عنوان یک وسیله برای جذب گردش‌گر استفاده می‌کنند. در این بخش افغانستان قوه نسبی را دارا می‌باشد. این مسأله می‌تواند به‌عنوان یک نقطه قوت به حساب آید که با مدیریت درست فواید زیادی را عاید کشورمان گرداند. در مورد زیرساخت‌های امنیتی و زیرساخت‌های توسعه‌وی، افغانستان پیشرفتی نداشته‌است. عوامل طبیعی، مجموعه میراث فرهنگی و سابقه تاریخی، از جمله نقاط مثبت برای افغانستان است، که می‌توان به‌عنوان یک مزیت نسبی روی آن حساب باز کرد.

در بخش آموزش: هیچ نهاد تحصیلی در کشور خدمات تحصیلی در حوزه گردش‌گری ارائه نمی‌دهد و بیش از یک‌صد و بیست پوهنتون و مؤسسه تحصیلات عالی در افغانستان وجود دارند، که متأسفانه هیچ‌یک رشته‌یی تحت عنوان مدیریت گردش‌گری یا آشنایی با فرهنگ توریست ندارند. خدمات فناوری مورد نیاز برای ارائه خدمت به گردش‌گران مانند گردش‌گری آنلاین یا تورهای مجازی از طرف دولت و نهادهای خصوصی ارائه نمی‌شود. فناوری از جمله اقداماتی است که پس از تکمیل شدن زیرساخت‌هایی؛ چون راه و مواصلات، خدمات بهداشتی، خدمات مسکن برای توریست‌ها در مرحله اخیر، اجرا و ارائه خواهد شد. افغانستان، کشوری است که در ابتدای راه این صنعت مشکلات فراوانی دارد و نمی‌تواند روی برنامه‌های فناوری تمرکز داشته باشد؛ گرچه با رویکرد متفاوت می‌توان این برنامه را در مراحل ابتدایی به اجرا گذاشت؛ چون مشکلات امنیتی اجازه ورود توریست را به افغانستان نمی‌دهد؛ پس تعداد زیادی از توریست‌ها به دنبال سفرهای مجازی خواهند بود.

امنیت و گردش‌گری

شاید اولین جوابی که از آگاهان و مسؤولان حیطه صنعت گردش‌گری در مقابل عدم پیشرفت این صنعت شنیده شود، مسأله امنیت و دهه‌های جنگ باشد. تا حدودی این جواب درست است؛ اما به تنهایی نمی‌توان امنیت را بهانه‌یی برای آن دانست. از زمان خروج طالبان تاکنون نزدیک به دو دهه گذشته است؛ به‌ترین زمان جذب توریست را ما با سوءمدیریت و عدم سرمایه‌گذاری از دست داده‌ایم. برای جذب توریست نیاز به زیرساخت‌هایی است و تنها طبیعت و آثار باستانی نمی‌تواند توریست را جذب کند. زیرساخت‌هایی مانند حمل‌ونقل، بودوباش یا محل اقامت، بهداشت، فرهنگ‌سازی، ظرفیت‌سازی و ...، در این صنعت بسیار مهم هستند.

بسیاری از افراد در سرتاسر جهان حاضر هستند با میزانی از ریسک امنیت خود را به خطر انداخته و به مکان‌هایی که حس کنجکاوی نظر با آن‌ها دارند، سفر کنند؛ چنان‌که در یک

نظرسنجی از گردش‌گران ورودی به ایران در سال ۱۹۹۸ مشخص شد، ۶۰ درصد گردش‌گران خارجی قبل از ورود به ایران به شدت نگران امنیت و جان خود بودند و پذیرش ریسک بسیار زیادی خود را آماده سفر به ایران کردند (ارمغان؛ ۱۳۸۶: ۲۳۸)؛ یعنی در حدود ۶۰ درصد از جهان‌گردان حاضر هستند که با به‌خط‌انداختن امنیت خود به مکان‌هایی سفر کنند که در آن‌جا امنیت کافی وجود ندارد؛ بنابراین، افغانستان باید به اندازه ۶۰ درصد توریستانی را که به یک کشور امن سفر می‌کنند باید داشته باشد.

آثار گردش‌گری

گسترش صنعت گردش‌گری را نه تنها باید موجب رونق اقتصادی، بلکه باید موجب گسترش روابط بین‌المللی، هم‌زیستی مسالمت‌آمیز، استحکام دوستی‌ها و گسترش صلح و امنیت جهانی دانست (پاپلی‌یزدی و سقایی؛ ۱۳۸۶: ۵). به‌صورت عمده، تأثیرات صنعت گردش‌گری به دو دسته تقسیم می‌شود: تأثیر بر اقتصاد کشور و تأثیرات غیر اقتصادی. در این مقاله به صورت خلاصه از این تأثیرات فقط نام برده می‌شود؛ چون این بحث خود نیاز به یک تحقیق دیگر دارد؛ اما عجلتاً باید عرض کرد: در محاسبات اقتصادی گردش‌گری، به دو ضریب اشاره می‌شود:

ضریب افزایش درآمد و ضریب افزایش اشتغال. ضریب افزایش اشتغال موجب ایجاد مشاغل جدید از طریق گردش‌گری می‌شود (پوریا؛ ۱۳۷۴: ۷۰). درمورد گردش‌گری، پنج نوع اشتغال نیروی انسانی (نیروی کار و مدیریت) قابل تفکیک است:

۱. اشتغال مربوط به زیرساخت‌ها، میدان‌های هوایی، سرک‌ها، بهداشت؛
۲. اشتغال اولیه، که عمدتاً شامل فعالیت‌هایی است که برای فراهم‌آوردن زمینه قبل از انجام سفر یا در حین مسافرت صورت می‌پذیرد (تورهای مسافرتی و غیره)؛
۳. اشتغال در تأمین نیازها (هوتل‌داری، حمل‌ونقل، رستوران‌ها و ...)
۴. اشتغال نرم‌افزاری (خدمات بیمه، بانک‌داری، انترنت و ...)
۵. اشتغال نامستقیم که بیش‌تر با فعالیت‌های تولیدی جنبی مرتبط است. تأسیسات زیربنایی و فعالیت در احداث هتل، از جمله این اشتغال‌ها است (زمانی؛ ۱۳۷۳: ۳۶).

درهم‌تنیده‌گی فعالیت‌های اقتصادی حول محور گردش‌گری با دیگر شاخص‌های اقتصادی به حدی است که به‌عنوان مثال رشد اقتصادی موجب رشد گردش‌گری و افول اقتصادی موجب افول گردش‌گری می‌گردد (پدریان؛ ۱۳۷۴: ۶۶). به ازای ورود هر گردش‌گر، هشت شغل شامل سه شغل مستقیم در هتل‌ها، آژانس‌ها و سرویس‌های

میان‌راهی و پنج شغل نامستقیم راننده‌گی، خدمات میدان هوای، صنایع دستی، پشتیبانی و خدمات بهداشتی ایجاد خواهد شد (کارگر؛ ۱۳۸۶: ۲۲۴).

آثار مثبت صنعت گردش‌گری

از بُعد اقتصادی

۱. ورود ارز به کشور؛
۲. ایجاد کار مستقیم و کاهش نرخ بیکاری؛
۳. ایجاد کار غیرمستقیم؛
۴. رونق صنایع دستی؛
۵. ثبات ارزش پولی.

از بُعد غیر اقتصادی

۱. حفاظت از جاذبه‌های تاریخی و طبیعی؛
۲. فرهنگ‌سازی برای هم‌دیگرپذیری؛
۳. زمینه‌سازی دوستی با سایر کشورها؛
۴. ساخت‌وساز در محیط و منطقه؛
۵. آشنایی با فرهنگ‌های سایر کشورها.

آثار منفی صنعت گردش‌گری

در بررسی جنبه‌های منفی گردش‌گری، عمده‌ترین تأثیرات و پیامدهای منفی آن عبارتند از:

۱. افزایش سطح قیمت کالاها و خدمات؛
۲. تغییر الگوی فرهنگ و زنده‌گی؛
۳. تخریب ساخت سنتی منطقه؛
۴. فرسایش و آلوده‌گی محیط زیست؛
۵. آسیب دیده‌گی آبادات و آثار تاریخی؛
۶. شیوع بیماری‌های واگیر.

گرچه این جنبه‌ها از جمله پیامدهای منفی در صنعت گردش‌گری شناخته می‌شود؛ ولی عمده این پیامدهای منفی را می‌توان با مدیریت درست از بین برد، یا به حداقل رساند.

چالش‌های صنعت گردش‌گری در افغانستان

نظر به مطالعات در این بخش، می‌توان گفت مهم‌ترین چالش در سر راه این صنعت مسأله امنیت می‌باشد؛ جدا از بحث امنیت کشور، چالش‌های دیگری نیز وجود دارد. ما در این جا چالش‌های صنعت گردش‌گری در افغانستان را به صورت زیر تقسیم‌بندی نموده‌ایم:

الف) چالش‌هایی که توسط دولت قابل حل بوده‌است و یا چالش‌هایی که کم‌کاری دولت را نشان می‌دهند:

۱. عدم سرمایه‌گذاری دولت در صنعت گردش‌گری؛
۲. حمایت‌نشدن بخش خصوصی توسط دولت؛
۳. عدم وجود قوانین درست برای گردش‌گری؛
۴. عدم ایجاد نهادهای تحصیلی در این بخش؛
۵. عدم سرمایه‌گذاری در بخش فرهنگ‌سازی و آگاهی عامه از گردش‌گری و اطلاعات توریستی مردم؛
۶. عدم سهولت برای سفر به افغانستان به قصد سفر توریستی مثل عدم ایجاد کنسولگری در کشورها، یا پروازهای مستقیم، یا اداراتی که افراد را برای سفر گردش‌گری متقاعد یا راهنمایی کنند؛
۷. عدم توجه به زیرساخت‌ها، مانند سرک‌ها، بهداشت، حمل‌ونقل هوایی و ...؛
۸. عدم تبلیغات جهانی از داشته‌های افغانستان که افراد را جذب خود کند.

ب) چالش‌هایی که بخش خصوصی به‌نحوی کم‌کاری نموده‌است:

۱. عدم سرمایه‌گذاری در این بخش به دلیل مفاددهی کم‌تر (البته مفاددهی این بخش از بعضی صنایع دیگر بیش‌تر می‌باشد؛ ولی تجار ما در اثر عدم آگاهی از مفاددهی به این بخش علاقه نشان نداده‌اند)؛
۲. در بخش نهادهای آموزشی نه تنها دولت، بلکه بخش خصوصی نیز فعالیتی انجام نداده‌است.

ج) چالش‌هایی که مردم در افغانستان برای توریست‌ها به‌وجود می‌آورند:

۱. فرهنگ پایین در برخورد با توریست‌ها؛
۲. عدم ارائه درست خدمات به توریست‌ها؛

۳. سواد پایین جامعه؛

۴. عدم آگاهی از زبان‌های بین‌المللی از عمده مشکلات این بخش است؛

۵. عدم مطالعه در بخش صنعت توریست.

نتیجه‌گیری

صنعت گردش‌گری در قرن اخیر از جمله صنعت‌های پُر درآمد برای بسیاری از کشورها بوده است. صنعتی که از بُعد اقتصادی در حالتی که سایر صنعت‌ها در یک کشور پاسخ‌گو نیست، می‌تواند کمک‌کننده باشد؛ اما برای ما افغان‌ها مسأله امنیت همیشه یک بهانه بزرگ بوده جهت نرسیدن به اهداف. امنیت تأثیر زیادی روی این صنعت و سایر صنایع می‌گذارد؛ ولی نه به آن صورت که پیشرفت در این صنعت به وجود نیاید. در چنین شرایطی دولت باید تجار را وادار و تشویق کند که در این بخش سرمایه‌گذاری کنند. از طریق کاهش مالیات‌ها در این بخش، ایجاد زمینه تحصیل، ترمیم آثار تاریخی، راه‌اندازی تبلیغات جهانی، ایجاد نمایندگی در کشورهای دیگر، ساخت پالیسی و قوانین برای گردش‌گران، از جمله فعالیت‌هایی است که دولت باید انجام دهد تا به نتایج قابل قبولی دست یابیم.

پیش‌نهادها

- بعد از بررسی جامع و کامل موضوع گردش‌گری در افغانستان می‌توانیم پیش‌نهادهای زیر را برای مسؤولان این حوزه ارائه کنیم:
۱. آگاهی و اطلاعات عامه مردم در مورد این صنعت، بسیار مهم بوده و دولت باید در این راستا نقش پُررنگی از طریق رسانه‌های تصویری داشته باشد؛
۲. دولت باید این صنعت را حمایت کند و برای رشد آن سهولت‌هایی را برای تجار ایجاد نماید که باعث سرمایه‌گذاری در این بخش شود؛
۳. سهولت‌هایی باید برای افراد خارجی در اخذ ویزا اتخاذ شود؛ مانند ایجاد کنسولگری در بسیاری از کشورها؛
۴. بازاریابی جهانی این صنعت به عهده دولت بوده و در این بخش در سطح جهانی افغانستان و داشته‌های آن باید معرفی شود.

سرچشمه‌ها

۱. ارمغان، س. (۱۳۸۶). **گردش‌گری و نقش آن در جغرافیا**. اسلام‌شهر: انتشارات دانشگاه آزاد اسلامی اسلام‌شهر.
۲. الوانی، س. م. (۱۳۷۲). «سازوکارهای لازم برای توسعه پایدار جهان‌گردی». خلاصه مقالات برگزیده دومین اجلاس جهان‌گردی (فرهنگ و توسعه). تهران: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
۳. پاپلی یزدی، محمدی، ح. سقایی، م. (۱۳۸۶). **گردش‌گری: ماهیت و مفاهیم**. تهران: نشر سمت.
۴. پوریا، پ. (۱۳۷۴). «مقدمه‌یی بر برنامه‌ریزی جهان‌گردی». تهران: ماه‌نامه اطلاعات سیاسی - اقتصادی. شماره ۴۵-۴۶.
۵. زمانی، الف. (۱۳۷۳). «تأثیر درآمدی و اشتغال‌زایی جهان‌گردی و ایران‌گردی». ایران: مجموعه مقالات جهان‌گردی و توسعه و مطالعات سیاحتی مرکز تحقیقات.
۶. کارگر، ب. (۱۳۸۶). **توسعه شهرنشینی و صنعت گردش‌گری در ایران**. تهران: انتشارات سازمان جغرافیایی نیروهای مسلح.
۷. میر طالبیان. م. ح. (۱۳۸۰). **تأثیر عوامل جغرافیایی منطقه‌یی در جذب توریست**. (پایان‌نامه دکتری). تهران: دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات.
۸. Perace, D. (۱۹۸۹). **Tourist Development**. London: Longman.
۹. Tribe, J. (۱۹۹۷). **Corporate Strategy for Tourism**. Thomson.