

[بررسی رابطه بین گردش گری و توسعه اقتصادی]

(مطالعه موردی: ریاست اطلاعات و فرهنگ ولایت هرات)

نگارنده: علی احمد امیری^۱

چکیده

گردش گری، امروزه به عنوان یکی از مؤلفه های مهم اقتصادی و اجتماعی است؛ چنان که آن را صنعت نامیده اند؛ کشورهای توسعه یافته از این صنعت سود فراوان برده اند. در کشورهای در حال توسعه، چون افغانستان، نه تنها یک ابزار مهم بوده؛ بل که به عنوان عاملی در جهت رسیدن به توسعه اقتصادی و افزایش سطح رفاه و کیفیت زنده گی، می تواند ایفای نقش نماید. پیاده سازی این مهم در هر کشوری از کشورها، زیرساخت های خاص خود را تقاضا می کند. بناءً محقق در این تحقیق در پی شناخت مسائل مهم گردش گری و توسعه اقتصادی به منظور رسیدن به توسعه اقتصادی برآمده است، تا که باشد گامی هرچند کوچک، اما مستحکم برای استقرار آن برداشته شود. بناءً پژوهش حاضر تحت نام بررسی رابطه بین گردش گری و توسعه اقتصادی در ریاست اطلاعات و فرهنگ ولایت هرات می باشد، که گردش گری به عنوان متغیر مستقل و توسعه اقتصادی به عنوان متغیر تابع می باشد. هدف اصلی مورد بررسی در این پژوهش، بررسی رابطه بین گردش گری و توسعه اقتصادی در ریاست اطلاعات و فرهنگ ولایت هرات است؛ سؤال اصلی این تحقیق این می باشد که: آیا بین گردش گری و توسعه اقتصادی رابطه معناداری وجود دارد؟ چنان به نظر می رسد که: بین گردش گری و توسعه اقتصادی رابطه معنادار (مثبت) مستقیم و قوی وجود دارد؛ زیرا با افزایش گردش گری توسعه اقتصادی نیز افزایش می یابد. داده ها بعد از جمع آوری از طریق برنامه SPSS مورد آزمون قرار گرفته است. جامعه آماری این تحقیق ۹۰ نفر از کارمندان ریاست اطلاعات و فرهنگ ولایت هرات بودند، که به روش سرشماری برای شان پرسش نامه توزیع گردید و مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. روش پژوهش در این تحقیق از نوع روش هم بستگی بوده. بناءً نتایج آزمون پیرسون حاکی آن بود که بین گردش گری و ابعاد آن (گردش گری قومی، گردش گری دینی، گردش گری هنری، گردش گری تاریخی) با توسعه اقتصادی رابطه مثبت و معنادار و قوی وجود دارد.

واژه کان کلیدی: گردش گری، توسعه اقتصادی، گردش گری دینی، گردش گری

هنری، گردش گری تاریخی، گردش گری قومی و افغانستان.

مقدمه

آثار تاریخی، یکی از مهم‌ترین و باارزش‌ترین آثار در سطح ملی و بین‌المللی می‌باشد، که امروزه مورد بازدید اکثریت گردش‌گران قرار گرفته است. آثار تاریخی را می‌توان به‌عنوان یکی از اقتصادی‌ترین آثار جهانی در چرخه ملی کشورها دانست؛ هم‌چنان یکی از اقتصادی‌ترین فعالیت‌ها در سطح ملی و بین‌المللی گردش‌گری است؛ که گردش‌گران مختلفی جهت دیدوبازدید آثار تاریخی گوناگون به مناطق مختلف و کشورهای مختلف سفر نموده و از آن‌ها دیدار به عمل می‌آورند، که این خود باعث افزایش درآمد، اشتغال‌زایی و کاهش بیکاری در سطح مناطق و کشورها می‌گردد؛ علاوه بر آن، گردش‌گری دارای مزایای ارتباطی، سیاسی و فرهنگی در بین مناطق و کشورها می‌باشد. اغلب کشورهای جهان، که دارای میراث فرهنگی غنی و نیز مناطق خاص طبیعی و آثار تاریخی فراوانی هستند از این فعالیت (گردش‌گری) به‌منزله ابزار راه‌بردی در توسعه اقتصادی استفاده می‌نمایند (یزدی‌سقای؛ ۱۳۸۵: ۳).

صنعت گردش‌گری به‌عنوان متنوع‌ترین و بزرگ‌ترین صنایع در جهان، مهم‌ترین درآمد و ایجاد فرصت‌های شغلی برای بسیاری از کشورهای دنیا است. گردش‌گری به علت اهمیتی که از نظر اقتصادی، اجتماعی دارد روزبه‌روز بیش‌تر موردتوجه قرار گرفته و دولت‌ها به آن اهمیت می‌دهند و امروزه یکی از پایه‌های اصلی و استوار اقتصاد جهان و ازجمله صنایع مهم با رشد سریع در توسعه اقتصادی جهان است، که با ایجاد بالاترین میزان ارزش افزوده به‌صورت مستقیم و نامستقیم می‌تواند سایر فعالیت‌های اقتصادی و فرهنگی را تحت تأثیر قرار دهد. هم‌چنان در تقسیم‌بندی جهانی پس از نفت و موتورسازی، صنعت گردش‌گری در رده سوم قرار می‌گیرد (همان؛ ۴).

در ارتباط به پیشینه بحث ما (بررسی رابطه بین گردش‌گری و توسعه اقتصادی: ولایت هرات) باید متذکر شد که پایان‌نامه‌یی تحت عنوان «نقش سکتور خصوصی در توسعه اقتصادی»، که عبدالاحمد به سال ۱۳۹۲ در دانش‌گاه هرات دفاع نموده است. در این پایان‌نامه توسعه اقتصادی را مورد بحث خویش قرار داده است؛ طوری که صنعت یکی از مؤلفه‌های اساسی توسعه اقتصادی شمرده می‌شود و صنعتی‌شدن راهی برای رسیدن به توسعه اقتصادی است. صنعتی‌شدن باعث ایجاد اشتغال و رفاه عامه را به همراه دارد و سکتورهای صنعتی طی چند سال در ولایت هرات رشد نموده و تولیدات صنعتی افزایش یافته است (۱۰۶). اثر دیگری که از بُعد بازاریابی بر توسعه صنعت گردش‌گری نگریسته، پایان‌نامه‌یی در مقطع فوق‌لیسانس تحت عنوان: «بررسی نقش بازاریابی بر توسعه گردش‌گری» می‌باشد، که شیمیا مردان در سال ۱۳۸۹ در دانش‌گاه آزاد اسلامی مشهد دفاع نموده است. در این پایان‌نامه سخن بر محور توسعه گردش‌گری داشته، که به‌صورت خلاصه چنین

نتیجه گرفته است، یکی از راه‌های جذب گردش‌گری خارجی معرفی جاذبه‌های گردش‌گری کشور مان در رسانه‌های معتبر بین‌المللی است و در سال بودجه به مبلغ ۸۰ میلیارد دالر را می‌طلبد، تبلیغات و هم‌چنان بازاریابی می‌تواند چهره واقعی کشور مان را به جهانیان بشناساند؛ ولی متأسفانه تا به حال بودجه‌ی کافی برای آن در نظر گرفته نشده است (۱۱۹).

مقاله تحت عنوان «چالش‌های صنعت گردشگری در افغانستان»، در سلسله هفتم، شماره سوم در زمستان ۱۳۹۷ توسط حامد امیری در مجله غالب به چاپ رسیده است. یافته‌های این تحقیق نشان می‌دهد؛ با وجود که ریاست گردشگری در زیرمجموعه وزارت اطلاعات و فرهنگ وجود دارد؛ ولی کار درخور توجهی در راستای رشد این صنعت درآمزا نکرده است؛ از سوی دیگر، از جمله مهم‌ترین چالش‌ها در این صنعت، مسئله امنیت است که از این بابت افغانستان از جمل [کشورهای فقیر به حساب می‌آید] (۱۰۹).

هدف این تحقیق آن بوده است تا به این پرسش پاسخ درخور بیابد که: آیا بین گردش‌گری و توسعه اقتصادی رابطه وجود دارد (مطالعه موردی ولایت هرات)؟ و نیز پرسش‌های فرعی‌ی هم‌چون آیا بین گردش‌گری دینی، هنری، تاریخی و قومی با توسعه اقتصادی رابطه وجود دارد؟ باتوجه به موارد یادشده، این تحقیق میدانی و کتابخانه‌ی سعی دارد داده‌های کمی را با شیوه تحلیل هم‌بستگی پیرامون رابطه بین گردش‌گری و توسعه اقتصادی در ولایت هرات تقدیم خواننده نماید.

یافته‌های نگارنده بیان‌گر این است که: بین گردش‌گری، انواع گردش‌گری و توسعه اقتصادی رابطه قوی وجود دارد؛ طوری که با افزایش روند گردش‌گری تاریخی، دینی، هنری و قومی می‌تواند جامعه را به نحو مطلوبی به توسعه برساند.

روش کار در این تحقیق، از لحاظ هدف کاربردی است؛ نظر به ماهیت تحقیق روش هم‌بستگی و هم‌خوانی می‌باشد. تحقیق حاضر در صدد است تا رابطه بین گردش‌گری و توسعه اقتصادی در ریاست اطلاعات و فرهنگ ولایت هرات مورد سنجش قرار دهد. در این تحقیق از منابع دست‌اول و دست‌دوم استفاده شده است. منابع دست‌اول عبارت از پرسش‌نامه‌هایی است که به کارمندان توزیع گردیده است. منابع دست‌دوم کتاب‌ها، مقالات و هم‌چنین سایر مستندات معتبر علمی دیگر است، که در این تحقیق از آن‌ها در قسمت مبانی نظری استفاده به عمل آمده است. جهت گردآوری اطلاعات و داده‌ها و هم‌چنین پاسخ به پرسش‌های تحقیق از ابزار پرسش‌نامه، که نوع پرسش‌نامه در این تحقیق پرسش‌نامه بسته (پرسش‌نامه با توجه به طیف لیکرت مشخص شده است، که هیچ پاسخی در اختیار پاسخ‌دهندگان وجود ندارد)، می‌باشد. پرسش‌نامه مذکور دارای دو بخش می‌باشد، که در

بخش نخست مشخصات کلی پرسش‌شونده‌گان و در بخش دوم، پرسش‌ها مبتنی بر مؤلفه‌های تحقیق است، که در این بخش پرسش‌های تحقیق بر اساس چهار مؤلفه متغیر مستقل (گردش‌گری دینی، گردش‌گری هنری، گردش‌گری تاریخی و گردش‌گری قومی) ترتیب یافته است.

گردش‌گری

گردش‌گری، پدیده قرن بیستم است و نمی‌توان آن را نادیده گرفت؛ بل که باید به‌عنوان پدیده‌یی که وجود دارد (خوب یا بد) به آن نگریست. همه‌ساله میلیون‌ها نفر به سفر می‌روند و کسی نمی‌تواند آن‌ها را از سفر بازدارد، آن‌ها خواهند آمد، پس بگذارید این حرکت به‌عنوان منبعی برای توسعه استفاده شود (نیوسام و هم‌کاران؛ ۱۳۹۴: ۵).

رشد روزافزون و شتابنده صنعت گردش‌گری، موجب شده که بسیاری از صاحب‌نظران، قرن بیستم را قرن گردش‌گری بنامند. به نظر متولیان امور گردش‌گری، در پایان قرن بیستم و آغاز قرن بیست‌ویکم انقلابی در گردش‌گری رخ می‌دهد، انقلابی که امواج آن در اکثر نقاط جهان اثرگذار خواهد بود.

اهمیت گردش‌گری به‌عنوان پدیده‌یی نوین، از ابعاد مختلف اقتصادی، سیاسی، اجتماعی-فرهنگی و زیست‌محیطی قابل بحث و بررسی است. با توجه به اوضاع کنونی صنعت گردش‌گری، امروزه ادعای آنتونیو ساویگناک، دبیر کل سازمان جهانی گردش‌گری در سال ۱۹۸۹، مبنی بر این که گردش‌گری در پایان قرن بیستم به صنعت شماره یک جهان تبدیل خواهد شد تا حد زیادی به اثبات رسیده (همان‌جا).

در پاسخ به این سؤال که آیا می‌توان گردش‌گری را صنعت به حساب آورد یا خیر؟ تاکنون اظهارنظرهای متعددی شده است. جفرسون ولیکوریش، گردش‌گری را حرکت مردم و فشار تقاضا برای خدمات گردش‌گری توصیف کرده است؛ نه صنعت. اسمیت استدلال می‌کند که به‌تر است گردش‌گری را مجموعه‌یی از چندین صنعت مرتبط در نظر بگیریم (به نقل از: کاظمی؛ ۱۳۸۵: ۴۰).

مورفی نیز معتقد است که گردش‌گری صنعت نیست؛ زیرا محصول مشخصی ندارد. به نظر وی صنایع مشخصی هم‌چون حمل‌ونقل، اسکان، سرگرمی و تفریح منحصرأ متعلق به گردش‌گری نیستند؛ زیرا این صنایع محصولات خود را به سکنه محلی و غیر گردش‌گران نیز عرضه می‌کنند (همان‌جا).

تفاوت اساسی دیگر بین گردش‌گری و سایر صنایع در این است، که گردش‌گران برای دریافت محصول باید سفر کنند؛ درحالی که محصولات دیگر از محل تولید به محل مصرف ارسال می‌شود.

جاذبه‌های گردش گری

برای جلب گردش گران از کشورها و مناطق مختلف و بانگیزه‌های متفاوت، وجود منابع و جاذبه‌هایی در مقصد ضروری است. به صرف سرمایه‌گذاری در صنعت گردش گری و فراهم آوردن انواع تسهیلات حمل و نقل و اسکان و سایر خدمات، بدون وجود جاذبه‌های مناسب، نمی‌توان به توسعه این صنعت امیدوار بود؛ به همین دلیل جاذبه‌ها و منابع گردش گری را از جمله ارکان اصلی این صنعت می‌دانند. به اعتقاد مک کامل، جاذبه گردش گری عبارت است از: یک رابطه تجربی بین گردش گر یا جهان گرد، محل بازدید و جزوه راه‌نما، که اطلاعاتی مختصر در مورد آن محل ارائه می‌کند. ترکیب این سه عنصر با یکدیگر، جاذبه گردش گری را شکل می‌دهد. تاکنون طبقه‌بندی‌های مختلفی از جاذبه‌های گردش گری ارائه شده است، (کاظمی؛ ۱۳۸۵: ۸۴). جاذبه‌های گردش گری متنوع بوده، که هر کدام به نحوی می‌تواند باعث سود و منفعت گردد. جاذبه‌های گردش گری را به صورت کلی می‌توان به انواع ذیل دسته‌بندی نمود:

- جاذبه‌های دولتی؛
- جاذبه‌های سازمان‌های غیرانتفاعی؛
- جاذبه‌های بخش خصوصی؛
- جاذبه‌های طبیعی؛
- جاذبه‌های غیرطبیعی.

آثار گردش گری

هم‌زمان با رشد گردش گری داخلی و بین‌المللی، بر مطالعات مربوط به آثار گردش گری افزوده شده و محققان باتوجه به علایق و زمینه‌های تخصصی خود، به بررسی ابعاد و پیامدهای مختلف این پدیده پرداخته‌اند؛ هرچند جذابیت‌های اقتصادی گردش گری موجب شده است که بیش‌تر مطالعات اولیه در این خصوص، محدود به تجزیه و تحلیل‌های اقتصادی - مالی و منافع اشتغال‌زایی این صنعت باشد (ماتی‌سون؛ ۱۹۸۲: ۱۳۳).

آثار گردش گری به انواع زیر تقسیم گردیده است:

- آثار اقتصادی توسعه گردش گری؛
- آثار اجتماعی - فرهنگی گردش گری.

توسعه

توسعه، مفهوم عامی است، که می‌تواند در کلیه جنبه‌های مختلف زندگی انسان مصداق داشته باشد؛ به عبارت دیگر، می‌توان از توسعه به طور عام صحبت کرد، که در برگیرنده توسعه فرهنگی، توسعه اجتماعی، توسعه سیاسی، توسعه اداری، توسعه اقتصادی و... است. اگر چه توسعه یک پدیده عینی اقتصادی است؛ ولی بر خلاف رشد اقتصادی، امری پیچیده و چندبعدی است و به سادگی نمی‌توان با شاخص‌های کمی؛ مانند عاید سالانه، ازدیاد پس‌انداز، سرمایه‌گذاری و انتقال تکنولوژی پیشرفته از جوامع صنعتی پیشرفته به کشورهای عقب‌مانده یا توسعه‌نیافته اندازه‌گیری کرد؛ چرا که علاوه بر بهبود وضع اقتصادی و ازدیاد ثروت ملی، باید تغییرات اساسی کیفی در ساختار، اجتماعی، اقتصادی، سیاسی، فرهنگی، تکنولوژیکی و... نیز پدید آید (نخعی آغیمونی؛ ۱۳۸۲: ۲۹).

توسعه اقتصادی

توسعه اقتصادی، عبارت از رشد مداوم اقتصادی یک جامعه و بهبود وضعیت رفاهی افراد جامعه است، که در برگیرنده دگرگونی و تحول در تمام بخش‌های اقتصادی می‌باشد؛ به عبارت دیگر، توسعه اقتصادی نه تنها به معنای افزایش تولید و عاید ملی در درازمدت است؛ بل که تغییراتی را در ساختار تولید، تکنولوژی تولید، طرز تفکر اجتماعی و فرهنگی جامعه نیز در بر می‌گیرد؛ لذا گفته می‌توانیم که توسعه اقتصادی در برگیرنده موارد بیش از رشد اقتصادی است؛ بدین ترتیب توسعه اقتصادی غیر از تغییرات کمی، شامل دگرگونی‌های کیفی و ساختاری نیز می‌گردد (تودارو؛ ۱۳۹۱: ۴۵).

استراتژی‌های مختلف توسعه اقتصادی

در طول چند دهه اخیر، کشورهای مختلف جهان، متناسب با شرایط، فرصت‌ها، ساختار حکومتی و فرهنگ اجتماعی خود استراتژی‌های توسعه اقتصادی مختلفی را در پیش گرفتند. این استراتژی‌ها به طور کامل قابل تفکیک نیستند؛ بل که طیفی را تشکیل می‌دهند که این استراتژی‌های در آن قرار می‌گیرند؛ استراتژی پولی، استراتژی اقتصاد باز، استراتژی صنعتی‌شدن، استراتژی انقلاب زراعتی، استراتژی توزیع مجدد و استراتژی سوسیالیستی توسعه.

به علاوه باید گفت که: تقریباً هیچ کشوری به طور شفاف و مشخص هیچ یک از استراتژی‌ها را در پیش نمی‌گیرد (یا حداقل اعلام نمی‌دارد)؛ بل که این تحلیل کارشناسان و مطالعه سیاست‌ها و

برنامه‌های دولت‌ها است، که مشخص می‌کند هر کشور تقریباً کدام استراتژی را انتخاب نموده است (یا به انتخاب او نزدیک است) (شالواتوره؛ ۱۳۹۲: ۵۶).

عوامل تعیین‌کننده و توسعه اقتصادی در افغانستان

دولت‌مردان کشور ما باید شش مورد زیر را که تعیین‌کننده عوامل اساسی رسیدن به توسعه است در نظر داشته باشند؛ و اگر همین عواملی که برای توسعه اقتصادی طرح شده تحقق نیابد، ما به توسعه اقتصادی حقیقی نخواهیم رسید (قره‌باغیان؛ ۱۳۸۹: ۴۵).

تمرکززدایی و مشارکت

تمرکززدایی در ابعاد مختلف برنامه‌ریزی توسعه اقتصادی در دهه‌های اخیر مورد توجه بسیاری از اقتصاددانان بوده است، واگذار کردن امور به مناطق، کاهش حجم فعالیت‌های دولتی و سپردن آن به مردم «بخش خصوصی» به منظور افزایش کارایی از طریق مشارکت مردمی در فضای رقابتی، ابعاد ویژه‌ی در مباحث توسعه اقتصادی به خود گرفته است؛ مشارکت مردم در اجرای پروژه‌های روستایی، راهی برای کاهش فقر و به‌ترین شیوه برای توسعه روستایی محسوب می‌شود و جنبه بسیار مهم دیگری که در مبحث مشارکت مورد توجه قرار گرفته است، مشارکت زنان در توسعه اقتصادی است. میزان مشارکت زنان در فعالیت‌های اقتصادی و برنامه‌ریزی‌ها و تصمیم‌گیری‌ها، شاخص مهم در توسعه اقتصادی است (قره‌باغیان؛ ۱۳۸۹: ۴۶).

سازمان ملل متحد مشارکت را چنین تعریف می‌کند: «کوشش‌های سازمان‌یافته برای افزایش کنترل بر منابع و نهادها برای گروه‌هایی که مشارکت اجتماعی و حضور در فعالیت‌های اقتصادی تاکنون از آن‌ها دریغ شده است» (قره‌باغیان؛ ۱۳۸۹: ۴۶).

اقتصاددانان مشارکت را وسیله‌ی برای افزایش نرخ رشد، کاهش بیکاری، شناخت توانایی‌ها و به‌کارگیری آن‌ها در سطحی فراگیر و توزیع به‌تر درآمدها می‌دانند؛ درحالی‌که دانش‌مندان علوم اجتماعی، خود مشارکت را هدف و یاجزئی از عوامل رسیدن به توسعه می‌دانند (همان؛ ۴۶).

ایجاد و بالنده‌گی سازمان‌ها و نهادهای اجتماعی

برای رسیدن به توسعه اقتصادی، ایجاد نهادها و سازمان‌های اجتماعی، یکی از عوامل مهم بوده که در تحقق اهداف توسعه یاری می‌رساند. این نهادها و سازمان‌های به‌وجودآمده در جامعه، برآورده‌کننده نیازها و آرزوهای گروهی از انسان‌ها می‌باشد، که رشد و درخشنده‌گی آن منجر به توسعه همان جامعه می‌شود. خصوصیات سازمان‌های اجتماعی، انعکاسی از ماهیت و چه‌گونه‌گی توسعه

اجتماعی در یک کشور است. نهادهای اجتماعی مدنی وقتی به درجه‌یی از رشد و بالندگی می‌رسند، که مشارکت مردمی را به حد گسترده به همراه داشته باشد و آرا و تمایلات آن‌ها را از این طریق به نهادهای بالاتر و سطوح تصمیم‌گیری انعکاس می‌دهند و جلوه‌های مهمی از پیشرفت و توسعه اقتصادی را به نمایش می‌گذارند؛ از سوی دیگر، این نهادها مجموعه‌یی از هنجارهای مربوط به جنبه اصلی ساختار اجتماعی، مانند ازدواج و سایر مبادلات اقتصادی است. نهادها در نظام اجتماعی از دو دیدگاه به هم مربوط می‌شوند:

نهادهای، مقرراتی را به وجود می‌آورند که الگوی عمل و سازمان را به ارزش‌های اجتماعی پیوند می‌دهد؛

نهادهای درعین وابسته‌گی تا حدی بین بخش‌هایی خاص ساختار اجتماعی فاصله ایجاد کرده؛ درعین حال به منظور اداره رفتار در یک حیطه گسترده عمل، آن حیطه را به حوزه‌های دیگر متصل می‌کنند؛ برای مثال: ازدواج درعین حال، که گروهی از مناسبت‌های اولیه را به وجود می‌آورد، بین خانواده‌های دیگر بخش‌های جامعه پیوند نیرومند برقرار می‌کند (قره‌باغیان؛ ۱۳۸۹: ۴۷).

برنامه‌ریزی دقیق کاربایی

برنامه‌ریزی صحیح جهت رشد و توسعه اقتصادی، مستلزم شناخت ویژه‌گی‌های نیروی انسانی و تأمین مشاغل مورد نیاز جامعه است. تأمین مشاغل برای کلیه افرادی که هرساله وارد بازار کار می‌شوند و توزیع صحیح آن به نیاز جامعه، باید بر پایه و اساس هر برنامه‌ریزی صورت گیرد؛ برای مثال: در تکمیل تحصیلات باید دولت جهت رسیدن به توسعه اقتصادی افراد اشتراک‌کننده در مؤسسات تحصیلات عالی را طوری تنظیم نماید، که نیاز جامعه منوط به رشته‌های تحصیلی بوده باشد؛ ازسوی دیگر، یکی از مشکلات عمده سر راه توسعه اقتصادی در کشورهای در حال توسعه، بیکار ماندن عده بزرگی از جوانان بعد از تکمیل تحصیلات ابتدایی، متوسط و حتی تحصیلات عالی می‌باشد؛ به‌خاطری که به فارغان دور متوسط و ابتدایی نه زمینه تحصیلات عالی فراهم است و نه تعلیمات حرفه‌وی و نه شغلی که بتوانند زنده‌گی روزمره را به وجه احسن بگذرانند؛ چون برنامه‌ریز کار برای نیروی کار موجود در بازار کار، دقیق نیست و در این‌جاست که تورم بیکاری به میان می‌آید و مانع پیشرفت اقتصادی می‌گردد. هم‌چنان فارغان تحصیلات عالی خلاف نیازهای اولیه و موجود تحصیل نموده‌است؛ پس در این‌جاست که اگر این کشورها بتوانند برنامه‌ریزی دقیق در مشغول ساختن نیروی کار داشته باشند و طبق عامل اول، که تذکر یافت یک مشارکت عمومی از آحاد جامعه به عمل آید جریان توسعه اقتصادی را سرعت می‌بخشد؛ بی‌برنامه‌گی جوانانی که نیروی

عظیم کار را در یک کشور تشکیل می‌دهند، در صورتی که از هم‌چو نیرو استفاده درست به عمل آید و برنامه‌های دقیق کاربایی در هر عرصه باشد؛ چون داده‌های نرخ اشتغال و ارزش رشد افزوده یا نرخ مشارکت نیروی کار و نرخ بیکاری متغیرهای کلیدی برای ارزیابی وضعیت دورنمای توسعه اقتصادی است، بهره‌وری محاسبه جهت برنامه‌ریزی دقیق برای استفاده بهینه از منابع و عوامل تولید، به‌خصوص نیروی انسانی در توسعه اقتصادی بسیار مهم است (قره‌باغیان؛ ۱۳۸۹: ۴۸).

ثبات و استقلال سیاسی

کشورهایی که در حال توسعه اقتصادی هستند، یکی از عوامل محقق شدن هدف توسعه اقتصادی، رسیدن آن‌ها به ثبات سیاسی می‌باشد، تا فرایند تدریجی متداوم توسعه را طی کنند؛ چون با فراهم نمودن امنیت داخلی کشور می‌توان ابعاد ارزشی فرهنگی را بیش‌تر کار کرد (قره‌باغیان؛ ۱۳۸۹: ۵۰-۴۹). عواملی چند را ذکر می‌نماییم که برای ثبات و استقلال سیاسی می‌توانند مفید واقع شوند:

الف) تحرک اجتماعی

داشتن آرزوی ساده برای زنده‌گی به‌تر به تنهایی کافی نیست؛ بنابراین، وقتی در زنده‌گی آرزوی ساده حاکم باشد و زنده‌گی فردی به صورت ازهم‌گسیخته‌گی اجتماعی صورت گیرد، همین است که تحرک به تنهایی به تصور نمی‌آید؛ بناءً انگیزش و تحرک در اجتماع تبلور یافته و منجر به فعالیت‌های جمعی شده، راه باز شدن به تحقق اهداف توسعه اقتصادی می‌باشد؛ ازسوی دیگر، در صورتی که افراد در جامعه، تحرک شغلی و کسب مقام را براساس تلاش و شایسته‌گی بدون هرگونه قید، مرز داشته باشد، جامعه‌یی هدفمند به‌وجود می‌آید و نوعی بلندپروازی برای بهبود فردی، استاندارد زنده‌گی، کسب آموزش و مهارت، به‌منظور دستیابی به آرزوها و تحقق توسعه اقتصادی در گروه‌های انسانی گسترش می‌یابد و در تغییر نظام اجتماعی مؤثر واقع می‌شود؛ لذا می‌توان گفت که: داشتن تحرک اجتماعی افراد در یک جامعه، به‌صورت هدفمند و به طور روزافزون توأم با فعالیت‌های اجتماعی مشترک، یکی از عامل‌های رسیدن به توسعه اقتصادی است (قره‌باغیان؛ ۱۳۸۹: ۵۱).

ب) تقویت روحیه و وحدت ملی

آماده‌گی روانی و روحیه مردم و یک پارچه‌گی آن‌ها سبب میزان شناسایی باحکومت و رهبران ملی است؛ آگاهی و آماده‌گی روانی مردم به صورت متعهد و یک پارچه می‌تواند ایجاد تفاهم میان ملت در سطوح مختلف گردد و بتواند به صورت آگاهانه از حکومت‌های حاکمه تقاضای رسیده‌گی به نیازهای شان را نماید و حکومت‌ها نیز سعی کنند تا پاسخ‌گو به نیازهای مردم باشند، که پس از رفع نیازهای اولیه، گام‌های مستحکم را به سوی پیشرفت اقتصادی کشور شان بگذارند؛ ورنه اگر وحدت ملی در میان یک جامعه نباشد، پراکنده‌گی‌های اجتماعی - فرهنگی وجود داشته باشد، تا زدودن این گونه کشمکش‌ها، فرصت برای تحقق اهداف توسعه اقتصادی کم است؛ پس باید اگر بخواهیم به توسعه اقتصادی برسیم، باید توجه بیش‌تر روی این عامل مهم نموده، افتخار ملی را حفظ و به وسیله آن در صحنه‌های بین‌المللی نفوذ نماییم؛ (قره‌باغیان؛ ۱۳۸۹: ۵۲-۵۳).

ج) نقش دولت در توسعه اقتصادی (تسهیل‌کننده یا بازدارنده؟)

از میان تمامی وظایف دولت، هیچ کدام نادرست‌تر از ترویج توسعه اقتصادی نیست. به ندرت می‌توانید یک سیاست‌مدار امریکایی را پیدا کنید که تصور آن چنان باشد، که دولت وظیفه دارد کار، تجارت، درآمد و سود ایجاد کند. این اشتباه در کشورهای توسعه‌یافته و صنعتی غربی بسیار متداول است؛ اما ثابت شده است که در کشورهای جهان سوم فراگیرتر است و حتی می‌تواند زیان‌آورتر باشد (خطیب؛ ۱۳۸۹: ۶۷).

برای دهه‌های متوالی، اقتصاددانان توسعه و مسؤولان کمک‌های خارجی طوری عمل می‌کردند که انگار رشد و توسعه از دولت سرچشمه می‌گیرد. درواقع، برخی باور داشتند که ترویج توسعه یکی از مهم‌ترین نقش‌های دولت در جامعه است؛ از این‌رو، کشورهای فقیر برنامه‌های اقتصادی دولتی زیادی را متحمل می‌شدند و کشورهای ثروتمند، برنامه‌های کمکی خارجی ارائه می‌کردند (همان‌جا)؛ اما افسوس که نتیجه آن شکستی تأسف‌برانگیز بود؛ بسیاری از کشورهای در حال توسعه روزبه‌روز فقیرتر شدند. رشد اقتصادی تنها زمانی ایجاد می‌شود که دولت‌ها دریابند، که نقش اصلی آن‌ها کنار رفتن از سر راه و متوقف کردن دخالت‌های شان در توسعه است که بدون دخالت آن‌ها به صورت طبیعی ایجاد خواهد شد.

تحلیل فرضیه‌ها

تحلیل فرضیه اصلی (گردش‌گری)

بین گردش‌گری و توسعه اقتصادی رابطه مثبتی وجود دارد.

توسعه اقتصادی	گردش گری
ضریب همبستگی پیرسون = 0.677^{**}	
سطح معناداری = 0.000	
تعداد نمونه = 90	

باتوجه به جدول فوق، میزان همبستگی گردش گری و توسعه اقتصادی به اندازه (0.677) ، بیان گر رابطه‌ی نسبتاً قوی مثبت می‌باشد، که با 0.99 درصد اطمینان می‌توان استدلال کرد، که فرضیه اصلی تأیید می‌گردد؛ زیرا سطح معنی داری به دست آمده در این مورد، کوچک تر از (α) ؛ یعنی $(0.01 > 0.000)$ است، که دلالت بر تأیید فرضیه اصلی تحقیق می‌نماید؛ پس نتیجه می‌شود، که بین گردش گری و توسعه اقتصادی، رابطه معنی داری وجود دارد.

تحلیل فرضیه فرعی اول (گردش گری دینی)

توسعه اقتصادی	گردش گری دینی
ضریب همبستگی پیرسون = 0.437^{**}	
سطح معناداری = 0.000	
تعداد نمونه = 90	

با توجه به جدول فوق، میزان همبستگی گردش گری دینی و توسعه اقتصادی به اندازه (0.437) ، بیان گر رابطه‌ی نسبتاً ضعیف می‌باشد، که با 0.99 درصد اطمینان می‌توان استدلال کرد، که فرضیه فرعی اول مبنی بر (بین گردش گری دینی و توسعه اقتصادی، رابطه معنی داری وجود دارد)، تأیید می‌گردد؛ زیرا سطح معنی داری به دست آمده در این مورد، کوچک تر از (α) ؛ یعنی $(0.01 > 0.000)$ است، که دلالت بر تأیید فرضیه تحقیق فوق می‌نماید؛ پس نتیجه می‌شود، که بین گردش گری و توسعه اقتصادی رابطه معنی داری وجود دارد.

تحلیل فرضیه فرعی دوم (گردش گری هنری)

توسعه اقتصادی	گردش گری هنری
ضریب همبستگی پیرسون = 0.434^{**}	
سطح معناداری = 0.000	
تعداد نمونه = 90	

باتوجه به جدول فوق، میزان همبستگی گردش گری هنری و توسعه اقتصادی به اندازه (0.434) ، بیان گر رابطه‌ی نسبتاً ضعیف می‌باشد، که با 0.99 درصد اطمینان می‌توان استدلال کرد، که فرضیه فرعی دوم مبنی بر (بین گردش گری هنری و توسعه اقتصادی رابطه معنی داری وجود دارد)، تأیید می‌گردد؛ زیرا سطح معنی داری به دست آمده در این مورد، کوچک تر از (α) ؛ یعنی $(0.01 > 0.000)$

است، که دلالت بر تأیید فرضیه تحقیق فوق می نماید؛ پس نتیجه می شود، که بین گردش گری هنری و توسعه اقتصادی، رابطه معنی داری وجود دارد.

تحلیل فرضیه فرعی سوم (گردش گری تاریخی)

گردش گری تاریخی	توسعه اقتصادی
	ضریب همبستگی پیرسون = 0.431^{**}
	سطح معنا داری = 0.000
	تعداد نمونه = 90

باتوجه به جدول فوق، میزان همبستگی گردش گری تاریخی و توسعه اقتصادی به اندازه (0.431) بیان گر رابطه ی نسبتاً ضعیف می باشد، که با 0.99 درصد اطمینان می توان استدلال کرد که: فرضیه فرعی سوم مبنی بر (بین گردش گری تاریخی و توسعه اقتصادی رابطه معنی داری وجود دارد)، تأیید می گردد؛ زیرا سطح معنی داری به دست آمده در این مورد، کوچک تر از (α) ؛ یعنی $(0.000 < 0.01)$ است، که دلالت بر تأیید فرضیه تحقیق فوق می نماید؛ پس نتیجه می شود، که بین گردش گری تاریخی و توسعه اقتصادی رابطه معنی داری وجود دارد.

تحلیل فرضیه فرعی چهارم (گردش گری قومی)

گردش گری قومی	توسعه اقتصادی
	ضریب همبستگی پیرسون = 0.514^{***}
	سطح معنا داری = 0.000
	تعداد نمونه = 90

باتوجه به جدول فوق، میزان همبستگی گردش گری قومی و توسعه اقتصادی به اندازه (0.514) ، بیان گر رابطه ی نسبتاً قوی مثبت می باشد، که با 0.99 درصد اطمینان می توان استدلال کرد، که فرضیه فرعی چهارم مبنی بر (بین گردش گری قومی و توسعه اقتصادی رابطه معنی داری وجود دارد)، تأیید می گردد؛ زیرا سطح معنی داری به دست آمده در این مورد، کوچک تر از (α) ؛ یعنی $(0.000 < 0.01)$ است، که دلالت بر تأیید فرضیه تحقیق فوق می نماید؛ پس نتیجه می شود، که بین گردش گری هنری و توسعه اقتصادی رابطه معنی داری وجود دارد.

نتیجه گیری

جامعه آماری این تحقیق، کارمندان ریاست اطلاعات و فرهنگ ولایت هرات، به تعداد (90) نفر بوده اند. ابزار تحقیق پرسش نامه بوده و برای تحلیل آماری داده ها از شاخص های آماری، فیصدی و هم چنین از آزمایش ضریب همبستگی پیرسون برای آزمون فرضیه های تحقیق استفاده شده است،

که با استفاده از نرم افزار SPSS نسخه ۱۶ تجزیه و تحلیل آماری بر روی اطلاعات انجام پذیرفت، که نظر به فرضیه اصلی تحقیق به این نتیجه می‌رسیم: میزان هم‌بستگی گردش گری و توسعه اقتصادی به اندازه (0.677^{**}) ، بیان گر رابطه‌ی نسبتاً قوی می‌باشد، که می‌توان استدلال کرد، که فرضیه اصلی تأیید می‌گردد؛ زیرا سطح معنی‌داری به دست آمده در این مورد، کوچک‌تر از (α) ؛ یعنی $(0.001 > 0.000)$ است، که دلالت بر تأیید فرضیه اصلی تحقیق می‌نماید؛ پس نتیجه می‌شود، که بین گردش گری و توسعه اقتصادی، رابطه معنی‌داری وجود دارد.

متغیر مستقل	متغیر تابع	ضریب هم‌بستگی	سطح معنا داری	حجم نمونه	فرضیه
گردش گری	توسعه اقتصادی	0.677^{**}	0.000	۹۰	گردش گری دینی
//	//	0.437^{**}	0.000	۹۰	گردش گری هنری
//	//	0.434^{**}	0.000	۹۰	گردش گری تاریخی
//	//	0.431^{**}	0.000	۹۰	گردش گری قومی
//	//	0.514^{**}	0.000	۹۰	

همان‌طوری که در جدول فوق مشاهده می‌گردد، رابطه گردش گری تاریخی با توسعه اقتصادی 0.431^{**} رابطه‌ی نسبتاً ضعیف، رابطه گردش گری هنری با توسعه اقتصادی 0.434^{**} رابطه‌ی نسبتاً ضعیف، رابطه گردش گری دینی با توسعه اقتصادی 0.437^{**} رابطه‌ی نسبتاً ضعیف؛ رابطه گردش گری قومی با توسعه اقتصادی 0.514^{**} رابطه قوی و رابطه بین گردش گری و توسعه اقتصادی 0.677^{**} رابطه معنادار، مستقیم و قوی وجود دارد؛ گردش گری قومی در ولایت هرات، بیش‌ترین اثرگذاری را بر توسعه اقتصادی دارای می‌باشد.

سرچشمه‌ها

۱. تودارو، مایکل. (۱۳۹۱). **توسعه اقتصادی در جهان سوم**. غلام علی فرجادی تهران: انتشارات کوه‌سار.
۲. خطیب، محمد علی. (۱۳۸۹). **اقتصاد توسعه**. تهران: انتشارات دانش‌گاه آزاد اسلامی.
۳. سالواتوره، دومینیک. (۱۳۹۲). **اصول علم اقتصاد**. مترجم: محمد بیگدلی ضیایی و نوروز علی مهدی پو. تهران: انتشارات کوه‌سار.
۴. سرمد، زهره، بازرگان عباس و الهه حجازی. (۱۳۸۵). **روش‌های تحقیق در علوم رفتاری**. تهران: کتاب‌دوستان.
۵. قره‌باغیان، مرتضی. (۱۳۸۹). **اقتصاد توسعه**. تهران: انتشارات نی.

۶. کاظمی، مهدی. (۱۳۸۵). **مدیریت گردش‌گری**. تهران: انتشارات و وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
۷. ماتیسون، آلن تورینگ. (۱۹۸۲). **صنعت گردش‌گری**، تهران: مترجم: مهدی رضایی، انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
۸. نیوسام، ای مور، داولینگ، دیوید، سوزان، راس کی. (۱۳۹۴). **طبیعت‌گردی**. مترجم: پورریحان طاهری. تهران: مؤسسه انتشارات دانش‌گاه تهران.
۹. متوسلی، محمود. (۱۳۸۲). **سرمایه‌گذاری در نیروی انسانی و توسعه اقتصادی**. تهران: انتشارات دانش‌گاه تهران.
۱۰. یزدی‌سقایی، پایلی‌مهدی. (۱۳۸۵). **گردش‌گری، ماهیت و مفاهیم**. تهران: انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
۱۱. احمدی، میلاد. (۱۳۹۲). **«اهمیت بخش‌بندی بازار در مدیریت ارتباطات با مشتری در توسعه صنعت گردش‌گری»**. هرات: فصل‌نامه مؤسسه تحصیلات عالی اشراق.
۱۲. نوری، عبدالاحمد. (۱۳۹۲). **«نقش سکتور خصوصی در توسعه اقتصادی»**. هرات: فصل‌نامه پوهنتون هرات دولتی.
۱۳. امیری، حامد. (زمستان ۱۳۹۷). **«چالش‌های صنعت گردش‌گری در افغانستان»**. هرات: فصل‌نامه علمی - پژوهشی پوهنتون غالب. شماره سوم. سلسله ۲۵.
-
-