

فهرست مندرجات

صفحه

عناوين

الف

مخففات

ج

پيام رئيس جمهورى اسلامى افغانستان

ه

پيام وزير اطلاعات و فرهنگ ج.ا.ا.

كاربرد و ضرورت پاليسى

۱ تحليل اوضاع :

۱- مرورى بر وضعيت ملي توريزم

۲- وضعيت داخلى (وزارت اطلاعات و فرهنگ)

۲- ديدگاه، اهداف و مقاصد:

۱- ديدگاه

۲- ماموريت

۳- اهداف اصلى و فرعى

۳- نگاه اجمالى به جاىگاه و نقش دولت در توريزم :

۱- تحليل عمومى

۲- راهبرد عمومى

۴- چارچوب پالیسی

بخش دولتی:

۵- بخش امنیتی:

- ۱- نگاه اجمالی
 - ۲- نقاط قوت و ضعف
 - ۳- فرصت و تهدید
 - ۴- راهبرد
 - ۵- نتایج
-

۶- بخش فرهنگی:

- ۱- نگاه اجمالی
 - ۲- نقاط قوت و ضعف
 - ۳- فرصت و تهدید
 - ۴- راهبرد
 - ۵- نتایج
-

۷- بخش اقتصادی:

- ۱- نگاه اجمالی
 - ۲- نقاط قوت و ضعف
 - ۳- فرصت و تهدید
 - ۴- راهبرد
 - ۵- نتایج
-

۸- بخش محیط زیست:

- ۱- نگاه اجمالی
- ۲- نقاط قوت و ضعف
- ۳- فرصت و تهدید

۴- راهبرد

۵- نتایج

۹- حمل و نقل هوای و زمینی:

۱- نگاه اجمالی

۲- نقاط قوت و ضعف

۳- فرصت و تهدید

۴- راهبرد

۵- نتایج

۱۰- فن آوری اطلاعات:

۱- نگاه اجمالی

۲- نقاط قوت و ضعف

۳- فرصت و تهدید

۴- راهبرد

۵- نتایج

بخش غیر دولتی:

۱۱- شرکت های سیاحتی:

۱- نگاه اجمالی

۲- نقاط قوت و ضعف

۳- فرصت و تهدید

۴- راهبرد

۵- نتایج

۱۲- تاسیسات بود و باش سیاحین:

۱- نگاه اجمالی

۲- نقاط قوت وضعف

۳- فرصت و تهدید

۴- راهبرد

۵- نتایج

۱۳- مکانیزم و تطبیق پالیسی:

۱- مکانیزم هماهنگی در سطح ملی

۲- مکانیزم هماهنگی در سطح محلی

۳- بررسی و بازنگری پالیسی ملی توریزم.

مقدمه :

امروزه توریسم به عنوان یکی از مهمترین صنایع توسعه پایدار، فرصت بزرگ فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی برای کلان شهرها و مادر شهرهای جهانی از جمله کلان شهرهای افغانستان به شمار می آید. این صنعت در ساختارهای فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی در جامعه حال حاضر در تمام شهرهای دنیا به خصوص افغانستان بسیار با اهمیت است، براساس چنین ویژگی، امروزه گسترش فضاهای باز جمعی و ایجاد مراکز فراغتی و تفریحی مدرن یکی از اهداف مهم برنامه ریزان مدیریت کلان شهرهای جامعه در حوزه توریسم می باشد.

بر این اساس وزارت اطلاعات و فرهنگ دولت جمهوری اسلامی افغانستان با توجه و در نظر داشت قانون اساسی، قانون گرخدوی، استراتژی انکشاف ملی برای افغانستان، مقرر گرخدوی و اهداف انکشافی توسعه پایدار (ASDGs) و سایر قوانین ذیدخل در امور توریسم و سیستم بازار آزاد تصمیم مبنی بر طرح و تدوین پالیسی ملی توریسم را گرفته تا با شد که از این طریق عواید سرشاری بدست آوریم. اولیت های این پالیسی بیشتر بر نیازمندی های اقتصادی، اشتغال زایی، ترویج و معرفی صنایع دستی و فرهنگی در سطح ملی و محلی متمرکز است. پالیسی ملی توریسم بر اساس اصول و ارزش های اسلامی، اخلاقی اجتماعی، همبستگی ملی و انکشاف ملی استوار است. انکشاف، تغییر و تحول مثبت در زندگی مردم منجر به پیشرفت و انکشاف افغانستان می شود. از آنجا که صنعت توریسم به ارائه خدمات متکی است میتواند موجب افزایش اشتغال و حرفه های جدید و درآمد شوند. پالیسی ملی توریسم سازگار با واقعیت ازدیاد سیاحان افغانستان است و در این سند تلاش صورت گرفته است تا از ورود سیاحان خارجی برای توسعه و انکشاف پایدار در افغانستان استفاده اعظمی صورت گیرد.

میزان توسعه اقتصادی یک کشور وابسته به رشد توریسم بوده و توریسم منجر به توسعه، انکشاف و رشد زمینه های تجارت جهانی میگردد. از این جهت ما لازم میدانیم که از این رشد اقتصادی (توریسم) به نفع افغانستان استفاده کنیم تا مردم ما از آن منفعت حاصل کنند، زیرا فقر و گرسنگی بخش عظیمی از جمعیت کشور ما را فلج کرده است. با در نظر داشت اولویت های ملی دولت جمهوری اسلامی افغانستان و اهداف انکشافی توسعه پایدار (ASDGs) که موضوعات چون پایان دادن به فقر، پایان دادن به گرسنگی، زنده گی سالم و ارتقا رفاه، آموزش با کیفیت، برابری جنسیتی، دسترسی به آب آشامیدنی سالم، دسترسی به انرژی پاک و مقرون به

صرفه، رشد اقتصادی پایدار و شغل شایسته، ارتقای زیرساخت های تاب آور و صنعتی فراگیر، کاهش نابرابری، شهر ها و جوامع پایدار، الگوی تولید و مصرف پایدار، اقدامات جهت مبارزه با تغییرات اقلیم، استفاده پایدار از آب و دریا ها، ارتقای اکوسیستم و جلوگیری از بین رفتن تنوع زیستی، جامعه پایدار و صلح آمیز، احیای مشارکت جهانی را تعقیب و انکشاف میدهد و در کنار این ها کمک به تعهدات دیگر مبنی بر صلح و امنیت و ایجاد افغانستان مرفه، با ثبات و مترقی است با توجه و در نظر داشت همه اینها سیاحت باید به حیث محرک دهه تحول شناسایی گردد. از جانب دیگر مؤسسات غیر دولتی اهداف انکشاف ملی را از طریق سرمایه گذاری استراتژیک بالای توریسم متمرکز سازد. پالیسی ملی توریسم نقش سازنده مؤسسات غیر دولتی، به خصوص مؤسسات خدماتی توریستی را در امور توسعه و انکشاف زندگی سیاحان برجسته می نماید. پالیسی ملی توریسم در واقع رهنمود توانمندسازی سیاحت است تا از این طریق، مردم دولت و مؤسسات غیر دولتی بتوانند به مشکلات موجوده مانند فقر، بیکاری، بی عدالتی اجتماعی و نا امنی رسیدگی کنند. اهداف این پالیسی زمانی برآورده شده می تواند که مقامات عالی رتبه دولتی و شخصیت های حقیقی و حکمی کشور توسعه و انکشاف توریسم را منحصیث یکی از اولویت های کاری دولت و مؤسسات اجتماعی خود بپندارند و برای تطبیق این پالیسی، استراتژی های تطبیقی آن را برنامه ریزی کنند.

تلاش ها در این راستا باید میان ادارات ذیصلاح و ذیعلاقه، دولت و مؤسسات غیر دولتی، در سطح تصمیم گیری هماهنگ گردند. توریسم در برنامه های انکشاف و توسعه ملی افغانستان و اهداف انکشافی توسعه پایدار مانند برنامه های دارای اولویت ملی، دوباره مدنظر گرفته شود و از آن حمایت همه جانبه صورت گیرد. پالیسی ملی توریسم به محرومیت های اقتصادی و اجتماعی سیاحت با برنامه ریزی های دقیق رسیدگی خواهد کرد. نایل شدن به اهداف مندرج در این پالیسی، تلاش مشترک میان سکتوری و فرا سکتوری، اعم از ادارات دولتی و سکتور خصوصی، بسیار مهم است. بدین منظور برای عرضه خدمات در ایجاد راستای انکشاف و توسعه پایدار سیاحین لازم است تا هماهنگی لازم در سطح برنامه ها و تصمیم گیری ها، چه در سکتور عامه و خصوصی ایجاد گردد و طرز العمل های بررسی و ارزیابی تطبیق برنامه های مرتبط به پالیسی ملی توریسم تهیه گردد.

دیدگاه :

همان‌گونه که بر همگان معلوم است کشور افغانستان یکی از نادرترین کشورهای جهان از لحاظ منابع توریستی مخصوصاً ایکو توریزم میباشد که دید وزارت اطلاعات و فرهنگ نیز مبنی بر این منابع بوده که هدف از تدوین پالیسی ملی توریزم رشد و انکشاف پایدار توریزم بر مبنای بازار صنعت توریزم که با شرایط عینی کشور سازگار و منتج به ارتقا و رشد صنعت توریزم و رشد عواید ملی و ایجاد اشتغال در کشور گردد میباشد.

ماموریت :

ماموریت وزارت اطلاعات و فرهنگ در بخش توریزم برای ترویج صنعت توریزم به شکل متدوام و پایدار به عنوان ابزاری برای رشد اقتصاد، ایجاد فرصت‌های اشتغال‌زایی، ارائه خدمات اجتماعی و تبادل فرهنگی از طریق ترویج و گسترش فرهنگ صنعت توریزم در افغانستان که دارای میراث‌های فرهنگی و منابع غنی و ساحات طبیعی و داشتن زیربناها و یکی از نادرترین کشورهای ایکو توریزم در سطح جهان میباشد. وزارت اطلاعات و فرهنگ توریزم را یکی از اهداف اصلی و استراتژیک دانسته که هدف اصلی آن جلب و جذب سیاحین و به بازار کشاندن فرهنگ‌های مختلف و منحصر به فرد به منظور تنوع و تبادل فرهنگی میان کشورهای منطقه جهت توسعه و انکشاف صنعت توریزم در کشور میباشد.

اهداف :

۱- اهداف کلیدی و استراتژیک :

- ۱,۱ قرار دادن و حمایت کردن توریزم بحیث یک اولویت ملی در دولت.
- ۲,۱ قرار دادن و حمایت از رقابت در افغانستان به مقصد توریزم.

۲- اهداف فرعی :

۱,۲ بالا بردن عواید ملی، اشتغال زایی منطقه ای / محلی و توسعه اقتصادی.

۲,۲ بهبود و توسعه دادن تولیدات توریستی مطابق نیازمندی‌های بازار.

۳,۲ تدوین و بازنگری اسناد تقنینی در زمینه توریسم.

۴,۲ ایجاد زیربناها با معیارهای جهانی.

۵,۲ ایجاد برنامه‌ها و پلان بازار یابی مؤثر و پایدار.

۶,۲ زیر ساخت های معیاری

✓ ایجاد دوران توریسم جامع مبتنی بر چرخه اقتصادی.

✓ برجسته سازی جاذبه های توریستی.

مفاهیم، کاربرد و ضرورت پالیسی:

پالیسی گذاری از یک دیدگاه معادل تصمیم گیری است یعنی میتوان آن را نوعی تصمیم گیری دانست زیرا هنگام که پالیسی تعیین می شود در همان جایگاه تصمیمی اتخاذ می شود با این تفاوت که پالیسی نسبت به تصمیمات موردی و ثانویه بالاتر و اساسی تر است.

بنابراین پالیسی ترسیم می شود و سپس تصمیمات با رعایت موازین پیش بینی شده در پالیسی اتخاذ میگردد. دولت، حکومت و یا هم جامعه برای تداوم حیات باید از موقعیت های عبور کند و از موقعیت موجود به موقعیت مطلوب برسد پس پالیسی عمومی و ملی قاعده و اصول کلی و لازم برای اقدامات و حرکت ها برنامه ای مطلوب است.

یکی از سوال های اساسی که همیشه مطرح است این است که قاعده کلی پالیسی از کجا سرچشمه می گیرد در پاسخ می توان گفت پالیسی آینه اندیشه و گرایشها است، اعضای یک مجموعه ای از اجتماع (گروه

سازمان و یا اداره) می باشد. یعنی مجموع اندیشه ی گروه سازمان و یا اداره تبدیل به جریان فکری میشود که این جریان برای خود یک پالیسی تعیین می کند.

اداره و یا سازمان بر اساس درک کافی از مصالح عمومی خطوط کلی و قواعد اصلی تصمیمات را ترسیم میکند از این جا است که همسوی اداره و یا سازمان با مخاطبان اصلی پالیسی مطرح می شود و از طرف دیگر ضرورت است که میان مردم و اداره فصولی مشترک وجود داشته باشد تا ضرورت و لزوم حمایت از یک دیگر را ترک کند.

پالیسی اندیشه را در تصمیم گیری راهنمای می کند پالیسی مشخص کننده محدوده ای است که تصمیم های آتی باید در داخل آن اتخاذ گردد.

پالیسی یک برنامه عمومی است که به منزله راهنمای عملی ، مد نظر مسئولین درجه اول یک اداره قرار می گیرد. بدین معنی که مسئولین بلند پایه نقش برجسته در تعیین پالیسی ملی و سرا سری اداره و دولت دارند. نحوه اجرای برنامه برای مسئولین یک سازمان به وسیله پالیسی تعیین می شود و همین طور وسیله موثری برای کنترل کار و اجرا ی آن به شمار می آید .

با توجه به تعاریف بالا دولت، از بدو تا سپس تا اکنون، به منظور رفع مشکلات و نیاز مندی های اتباع افغانستان قوانین ، مقررات ، مصوبات و پالیسی ها را ، در چارچوب قانون اساسی افغانستان، طرح ، تدوین و توشیح نموده است. در جریان یک دهه گذشته سکتورهای خصوصی خدمات توریستی از قوانین و پالیسی های ملی دولت جمهوری اسلامی افغانستان در سکتور های فرهنگ و بازاری مستفید شده اند، ولی سه دهه نا بسامانی های داخلی سیاحین داخلی و خارجی را از نعمت سیاحت شان به این کشور بازداشته و نیز شیرازه دولت ملی را که توان عرضه خدمات سیاحان را داشته باشد ، از هم پاشید. علاوه بر آن برنامه های خورد و ریزی که از جانب نهاد های دولتی و غیر دولتی راه اندازی گردیده است و یا در شرف تطبیق ، به هیچ وجه نمیتواند ، در دراز مدت، پاسخ گوی نیاز مندی های روز افزون توریزم باشد. بنا براین معینیت توریزم به عنوان مسئول درجه اول بخش توریزم در بدنه وزارت اطلاعات و فرهنگ نخستین پالیسی ملی توریزم افغانستان را تدوین نمود تا اطمینان حاصل کند که از سرمایه گزاری که بالای توریزم صورت میگیرد از آن به طور منصفانه بهره میبرد و باعث رشد و انکشاف صنعت توریزم در کشور می گردد.

هدف از طرح و تدوین پالیسی ملی توریسم رسیدگی سیستماتیک و همه شمول ادارات ذریبط دولتی و نهاد های غیر دولتی به مشکلات سیاحین بوده طرح و ترتیب برنامه های کوتاه مدت، میان مدت و دراز مدت به منظور رشد و توسعه توانای های آنها در عرصه های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی کشور است. پالیسی ملی توریسم طوری طرح گردیده است که تا کید بر بر جسته سازی جاذبه های توریستی، تنوع فرهنگی و تبادل اسعار خارجی، رشد و اشتغال زایی و در حرکت آوردن چرخه اقتصادی بر مبنای فعالیت های توریستی در کشور که منجر به تغییر و تحول پایدار در وضعیت زنده گی مردم، در عرصه مختلف از یک سطح به سطح دیگر گردیده و منتج به کاهش فقر و بیکاری در کشور خواهد شد.

تحلیل وضعیت:

۱. وضعیت ملی توریسم:

جاذبه های توریستی در اکثر از کشور ها که شامل میراث های فرهنگی، جاذبه های طبیعی، جاذبه های مذهبی، جاذبه های ورزشی و غیره می باشد، که افغانستان نیز به عنوان کشوری دارای تمدن کهن و جاذبه های بی نظیر گردشگری بوده و در سال ۱۳۴۳ عضویت سازمان گردشگری را کسب نموده که قبل تر از آن در سال ۱۳۲۷ افغانستان اداره توریسم را تاسیس کرده بود این کشور به علت بر خورداری از جاذبه های گردشگری طبیعی و گوناگون محل حضور گردشگران شده و یک سال پس از عضویت افغانستان در سازمان جهانی توریسم نخستین گروه از جهان گردان به افغانستان سفر کردند. که سفر پر ماجرای مارکو پولو سیاح با شهامت و جسور و نیز یکی از آن نمونه ها است. اما جنگ های چند دهه گذشته صنعت توریسم را در افغانستان تحت تاثیر قرار داده و گردشگری رونق گذشته اش را از دست داده است.

بر اساس آمار تائید نا شده افغانستان دارای ۱۴۰۰ منطقه گردشگری و صد ها بنای تاریخی یکی از نادر ترین کشور ها در بخش اکو توریسم است. اما این صنعت ارزشمند در افغانستان به علت جنگ و نا امنی رونق خود را از دست داده است. این در حالی است که در دهه ۷۰ میلادی بیش از ۹۰ هزار گردشگر از سراسر جهان با هدف مشاهده، زیبای های منحصر به فرد افغانستان در این کشور سفر کردند.

کشور افغانستان با مکانها و جاذبه های تاریخی خود دارای قدمتی شش هزار ساله است اما پائین بودن امنیت، برنامه های موثر و نبود یک پالیسی ملی و همه جانبه در این بخش از سوی دولت و حکومت از مهم ترین دلیل رکود صنعت گردشگری در افغانستان به حساب می آید.

با توجه به این ویژگی های توریستی که همه آن مورد علاقه سیاحین و توریزم است و ظرفیت تبدیل شدن به مقصد توریستی تنها نه در سطح منطقه، بلکه در سطح جهان را دارا می باشد متأسفانه اکثریت این جاذبه ها در ولایات کشور قرار دارند. که با توجه با شرایط فعلی امنیتی که نقش کلیدی در انکشاف صنعت توریزم را دارند، فعالیت های موثری کمتر صورت گرفته است. با توجه به این مسئله تنها بخش توریزم وزارت اطلاعات و فرهنگ نمی تواند باعث توسعه و انکشاف توریزم گردد بسیاری از ولایت ها همانند ولایت (کابل، بامیان، جلال آباد، مزار شریف، هرات، پروان، بدخشان، کاپیسا و پنجشیر) در حال حاضر شاهد سیر سفر های انفرادی و گروهی سیاحین داخلی و خارجی در فصل های مختلف سال هستیم، بخصوص سیاحت داخلی که تعداد کثیری از هموطنان ما در اوقات رخصتی آخر هفته به تفریح و سیاحت می پردازند.

۲. وضعیت داخلی توریزم (وزارت اطلاعات و فرهنگ):

وزارت اطلاعات و فرهنگ در صدد ایجاد تغییرات بنیادی در امور توریزم میباشد که به اساس آن فعالیت های سیاحتی را در سطح کشور مطابق به معیار های بین المللی و نیاز مندی سیاحین داخلی و خارجی تنظیم و انکشاف میدهد. و از مزایایی اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی آن به نفع دولت و مردم استفاده می نماید و فرهنگ سیرو سیاحت را در سطح کشور ترویج میدهد.

وزارت اطلاعات و فرهنگ تعمیر انستیتوت توریزم را اعمار نموده است که برای فعال سازی این انستیتوت فعالیت های را از جمله تدوین نصاب درسی در حال انجام دادن هست. همچنان برای جلب و جذب سیاحین فعالیت های نشراتی و تبلیغاتی انجام گردیده که میتوان از فعالیت دو وب سایت توریستی: چندین شماره مجله گرحندوی، کته لوگ، بروشور، پستکارت های مختلف النوع، آلبوم و پوستر های ویژه و ساخت یک فلم کو تاه از ساحات و مکان های توریستی نام برد.

وزارت اطلاعات و فرهنگ و معینیت گرحندوی افغانستان از سال ۱۳۸۱ تا به حال مطابق و با در نظر داشت قانون اساسی افغانستان، قانون گرحندوی و مقرر گرحندوی و سایر قوانین ذیدخل در امور توریسم سیستم بازار آزاد را در بخش سیاحت ترویج ساخته که موقف حمایتی سکتور خصوصی را به منظور ارائه خدمات توریستی و ایجاد تسهیلات لازم برای سیاحین در کشور اختیار نموده است.

وزارت اطلاعات و فرهنگ برای ارائه خدمات توریستی در بخش های مختلف بیش از (.....) جواز نامه فعالیت برای شرکت های خصوصی توریستی و به تعداد (.....) جواز فعالیت برای تاسیسات بود و باش سیاحین توزیع و صادر نموده است. که فعالیت های سکتور خصوصی در بخش های مختلف نیاز مندی های سیاحین را رونق بخشیده و زمینه اشتغال زایی را برای مردم در نقاط مختلف کشور مساعد ساخته است.

نگاه اجمالی به جایگاه و نقش دولت در توریسم:

همانطور که میدانیم توریسم بر پایه جاذبه ها، تاسیسات بود باش و خدمات محصولات توریسم استوار است. بدینملاحظ مکان های توریستی و جاذبه های خلق شده توریستی که یگانه مؤلفه در آمد زایی و جلب جذب توریست های داخلی، ملی و خارجی دارند و باید در راستای رشد این صنعت و در کنار قرار دادن دیگر جاذبه های توریستی که وجود دارند باید تلاش چشم گیری صورت گیرد و بناً آغاز فعالیت هر کاری باید مسؤلیت و صلاحیت واضح و مشخص در نظر گرفته شوند که فعلاً چنین مسئله در بعضی موارد توریستی که کاملاً مربوط توریسم و شاخص های اصلی و مؤلفه های رشد توریسم به شمار می آید در چوکات وزارت اطلاعات و فرهنگ نبوده و بیشتر آن تحت اثر سایر ادارات می باشد. که میتوان در این مورد اشاره داشت مانند باغ وحش به عنوان جاذبه که در قبال خود دارای تنوع حیات وحش دارند و پذیرای بیشترین توریست های داخلی بوده و همچنان قصر پغمان که جاذبه خلق شده از لحاظ تویستی بوده و از اهمیت بالای برخوردار است و برای گذراندن اوقات فراغت که امروزه بحث مهم به حساب می آید و همچنین مسئله های بیشتر نیز وجود دارند که واضح و آشکار فهمیده و دانسته می شوند توریسم زمانی رشد میکند که تمام شاخص ها و مؤلفه هایش با هم منسجم گردد که این مسئله توأم با همکاری در بخش صلاحیت های اجرای دولت و واگذار

نمودن این نوع از جاذبه ها جهت استفاده و مدیریت توریستی در بخش توریسم وزارت اطلاعات و فرهنگ که نتیجه آن رشد صنعت توریسم در افغانستان است.

راہبرد عمومی :

- ✓ ایجاد کمیته عالی توریسم در جنب کمیته های دیگر حکومت .
- ✓ تخصیص بودجه خاص برای تطبیق و توسعه انکشاف توریسم.
- ✓ بازننگری ساختار تشکیلاتی اداره توریسم جهت مسلکی سازی آن .
- ✓ بر گزاری نمایشگاهها و همایشهای اختصاصی در سطح بین المللی جهت شناساندن ظرفیتهای گردشگری افغانستان و شرکت فعال در نمایشگاههای ملی و بین المللی در خارج از کشور.
- ✓ انتشار دایمی کتابها، مقالات، کاتالوگها، عکسها و تهیه نقشه های توریستی از جاذبه های گردشگری افغانستان .
- ✓ اعمار ساختمان اداری مشخص با نمای توریستی برای توحید اداره توریسم دولتی با ظرفیت جذب نمایندگی انجمن های صنایع دستی و اتحادیه های شرکتهای سیاحتی و هوتلداری با معیار توریستی.
- ✓ واگذاری مسؤلیت و دادن صلاحیت به مقصد استفاده توریستی به منظور رشد صنعت توریسم مبتنی بر جاذبه های خلق شده مانند قصر پغمان و طبیعی مانند دره آجر بامیان و پارک های ملی و بین المللی در افغانستان .

نتایج :

- ✓ گرفتن سهم مناسب از بازار گردشگری بین المللی .
- ✓ معرفی تاریخ و تمدن افغانستان به جهانیان و ایجاد تفاهم بین ملتها .
- ✓ کمک به تقویت روابط بخش توریسم با سایر سازمانها و نهاد های توریستی ملی و بین المللی .

بخش امنیت:

در سال های اخیر توریسم از اهمیت فوق العاده ای برخوردار است تا حدی که به این مسئله به چشم صنعت نگریسته میشود. موفقیت و رشد پایدار توریسم در گرو عمل کرد مناسب عرصه توریسم عناصر و عوامل متعددی است که روی هم رفته اسباب و لوازم توریسم را تشکیل میدهد، که یکی از مهم ترین عوامل امنیت توریسم و مقصد های توریسم است .

در همین راستا تدوین چارچوب استاندارد و راهکار های اجرایی برای توسعه توریسم در سطح کشور با در نظر داشت ویژگیهای زیست محیطی، فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی جهت نیل به اهداف توسعه پایدار در بخش توریسم و با توجه به ارتباط تنگاتنگ مقوله احساس امنیت و آرامش و ارتقای صنعت توریسم و امنیت توریسم اعم از داخلی و خارجی را حتی در مناطق دور افتاده باید تضمین نمود.

مفهوم امنیت در توریسم:

مفهوم امنیت همچون بسیاری مفاهیم دیگر در طول تاریخ تغییر یافته و روند رو به رشد داشته است. امروز کار شناسان فن علم و مؤلفه های امنیت را در تمام ابعاد سیاسی، اقتصادی و اجتماعی پیگیری می کند و حتی بیش از آنها می بینیم که عباراتی همچون امنیت در رسانه ها امنیت در فضای مجازی امنیت در توریسم به وجود آمده است. نباید فراموش کرد که تا امنیت برقرار نباشد سفری شکل نخواهد گرفت و سخن گفتن از تریسم بیهوده خواهد بود هرگاه در سطح یک کشور بستر مناسبی از دید امنیتی فراهم نشود افراد علاقه سفر به آن کشور را پیدا نخواهد نمود. اما اگر توریسم نسبت به مقصدی احساس نا امنی داشته باشد هرگز به آنجا سفر نخواهد نمود بنا بر این امنیت و توریسم نسبت مستقیم با هم دارد در واقع همانگونه که یکی از عوامل مهم توسعه توریسم در یک مقصد موجب به وجود آمدن امنیت می شود.

بناً میخواهیم در این رابطه به نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید های که در این مورد وجود دارد اشاره گردیده و مطابق آن تصمیم اتخاذ گردد.

نقاط قوت و ضعف:

نقاط قوت:	نقاط ضعف:
<ul style="list-style-type: none"> ✓ حضور قطعه پولیس ۰۱۲ در تمام مکانهای تاریخی و فرهنگی. ✓ رضایت سیاحین از تامین امنیت توسط قطعه خاص پولیس ۰۱۲ در ساحات تاریخی و باستانی. ✓ مهمان نوازی مردم افغانستان. ✓ وجود امنیت نسبی و کسب کار در تمام نقاط کشور. ✓ کم بودن دزدی و کلاه برداری. ✓ بالا بودن ارزش پول افغانی در میان پول کشورهای همسایه. ✓ پائین بودن هزینه ها قیمت کالا ها و خدمات. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ کشور افغانستان هنوز دچار برخی چالشهای امنیتی است . ✓ مسئولیت پذیری کمتر ارگانهای امنیتی در قبال تویستها (داخلی و خارجی) ✓ برخی اتفاقات پیش آمده از قبیل آدم ربایی توسط افراد مسلح غیر مسئول. ✓ معرفی افراد و اشخاص با لباس غیر نظامی و شخصی به عنوان پولیس. ✓ برخی موارد دیگر همانند انتحار و انفجار در مکانها و هتل ها مهم و پر ازدحام. ✓ پائین بودن کیفیت سیستم حمل و نقل از دید امنیتی. ✓ توجه نا کافی به توریزم در بر نامه های توسعه ای و انکشافی حکومت.

فرصتها و تهدیدها:

فرصتها:	تهدیدها:
<ul style="list-style-type: none"> ✓ داشتن یک نظام قوی متشکل از اردو، پولیس و امنیت ملی ✓ موجودیت قوای آیساف در مرکز و بسیاری از ساحات و ولایات نا امن. ✓ موقعیت ژئو پولیتیکی کشور افغانستان ✓ دارا بودن چندین مرز زمینی با کشورهای همسایه. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ تبلیغات منفی کشورهای همسایه نسبت به افغانستان . ✓ تبلیغات منفی امنیتی در سطح بین المللی علیه افغانستان. ✓ مداخله و جنگ استخباراتی سایر کشورها در افغانستان.

<ul style="list-style-type: none"> ✓ امنیت بیشتر برخی از کشور های همسایه و خارجی برای سیاحین. ✓ فعالیت طالبان و القاعده در بعضی ولایات. ✓ شکل گیری تضویر منفی از افغانستان در رسانه های خارجی و داخلی. ✓ فعالیت کمرنگ برخی نمایندگی های دولت افغانستان در خارج از کشور در راستای معرفی داشته های افغانستان . 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ پیدا کردن راه حل جهت تا مین امنیت راهای مواصلاتی به ساحات توریستی .
--	---

راهبرد امنیتی:

- ✓ آموزش و تقویت قطعه پولیس ۰۱۲ امنیتی
- ✓ تشکیل یک شبکه امنیتی خاص برای حفظ مراقبت از ساحات توریستی و تا مین امنیت توریست ها .
- ✓ بهره وری از فن آوری های نوین در حفاظت از آثار تاریخی، فرهنگی و طبیعی.
- ✓ توجه به ادراک روانی توریزم و مهمان نوازی افغانی از سیاحین.

نتایج:

- ✓ حذف نگاه امنیتی در بر خورد با گردشگری.
- ✓ ایجاد احساس امنیت برای توریزم در ساحات توریستی
- ✓ حصول اطمینان از حفظ و نگهداری درست از آبدات تاریخی، فرهنگی و توریستی کشور.
- ✓ علاقه بیشتر گردشگران جهت باز دید از ساحات توریستی با اطمینان از تامین امنیت شان در آن ساحات.

بخش فرهنگی:

افغانستان به سبب موقعیت جغرافیایی، تاریخ بیش از پنج هزار سال تمدن و نیز تنوع فرهنگی در جغرافیای خود، یکی از غنی ترین کشور در حوزه میراث های فرهنگی هر کشور از اساسی ترین ارکان تحکیم هویت و ایجاد خلاقیت های مادی و معنوی ملی یک کشور است. که این میراث دارای دو بعد است.

۱. میراث های فرهنگی معنوی:

میراث فرهنگی معنوی گنجینه زنده بشری به شمار می رود و باز تاب مجموعه ای از فزاینده های ذهنی است که در یک جامعه در دوره های گوناگون تاریخی شکل میگیرد و با اصولی ثابت و قابل شناخت به خلاقیت های مادی منجر شده هنجارها و قانون مندی های این مجموعه به گونه ای نا خود آگاه و سنتی از نسل به نسل دیگر منتقل و آموخته شده و معیارهای ارزشی آنها همیشه مورد احترام مردم قرار میگیرد. که این میراث ها شامل: زبانها، معماری سنتی، طب سنتی، باور ها، اعتقادات، عنعنات، رسوم، فولکلور ها مانند: قصه ها، موسیقی ها نمایش نامه های سنتی، اشکال گوناگون بازی های سنتی، و نمود های مادی صنایع دستی (طرح ها، نقاشی ها، کندن کاریها، مجسمه سازی ها، موزائیک و کاشی ها، صنایع چوبی، جواهر سازی، پوشاک های عنعنوی) می شود. که خوش بختانه افغانستان دارای جاذبه های فرهنگی مختلف النوع است که استفاده و معرفی آن باعث گسترش فعالیت های سیاحتی و جلب و جذب سیاحین داخلی و خارجی می گردد.

۲ - میراث های فرهنگی مادی:

میراث های فرهنگی مادی شامل آثار می شود که قابل دیدن و لمس کردن باشد مانند: آبدات تاریخی ، آثار ملموس در موزیم ها که ارزش آنها کم و بیش در هر دوره تاریخی مورد تاکید قرار گرفتند، تخریب آن محسوس. قابل دیدن بوده و اهمیت باز سازی، حفاظت و نگهداری آن آشکارا می باشد.

بنا می‌خواهیم در این رابطه به نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید های که وجود دارد اشاره گردیده و مطابق به آن تصمیم اتخاذ گردد.

نقاط قوت و ضعف :

نقاط قوت	نقاط ضعف
<ul style="list-style-type: none"> ✓ دارا بودن جاذبه های توریزم. ✓ منابع فرهنگی: (اماکن تاریخی و باستانی اماکن مذهبی و زیارتگا های مقدس) ✓ آداب و رسوم محلی: (موسیقی و رقص بازیهای محلی پوشش مردم محل به عنوان یک جاذبه) ✓ منابع طبیعی: منابع آبی، جنگلها و پوششهای گیاهی، چشمه های آب گرم، معادن ، غار های طبیعی کوه ها و بیابانها. ✓ جاذبه های ویژه : (موزیم ملی، طبیعی و هنری، دامنه فعالیت های تفریحی همانند اسکی بازی در بامیان و میله عنعنوی. ✓ وجود حس مهمان نوازی مردم منطقه با شهرت و آوازه بین المللی. ✓ حفظ صنایع دستی و آداب و رسوم محلی. ✓ توسعه ایکو توریزم و ژئوتوریزم با توجه به پتانسیل های موجود. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ تقاضای کمتر توریزم خارجی جهت باز دید از افغانستان. ✓ کمبود رهنمای های مسلکی و آموزش دیده ✓ کمبود رشته توریزم در مؤسسیسات تحصیلات عالی کشور در کنار رشته های علوم اجتماعی و اقتصاد. ✓ پائین بودن کیفیت خدمات رفاهی و توریستی. ✓ پائین بودن کیفیت خدمات صحی. ✓ پائین و محدود بودن ارایه خدمات بانکی به توریزم خارجی. ✓ تغییر ارزش های اجتماعی توسط توریزم که منجر به نارضایتی در سطح ملی میگردد. ✓ سرخورده شدن جامعه میزبان از کالا و شیوه های زنده گی به وسیله دیدار کننده گان. ✓ نحوه مهاجرت از مناطق روستای به شهر ها. ✓ عدم درک درست و همگرای دوفرهنگ که باعث تداخل فرهنگی می گردد. ✓ فرایند فرهنگ پذیری کاهش تنوع فرهنگ ها در جامعه های میزبان.

✓ سوی تفاهم های نادرست در بین افراد و اقشار مختلف.	✓ معرفی تاریخ منطقه (از جمله آثار های قابل مشاهده)
--	--

فرصت ها و تهدید ها :

تهدید ها	فرصت ها
✓ به روز نبودن کار شناسان مرتبط به امور توریسم فرهنگی.	✓ روند رو به رشد سرمایه گذاری در بخش توریسم.
✓ بوروکراسی و کاغذ پرانی زیاد اداری.	✓ انگیزه توریسم برای سفر به مکانهای تاریخی و باستانی.
✓ آسیب رسانی به فرهنگ بومی و محلی.	✓ تجدید حیات نواحی فقیر با غیر صنعتی.
✓ نبود مدیریت یک پارچه و عدم هماهنگی میان ادارات مختلف در تصمیم گیری و اجرای برنامه های مرتبط با بخش توریسم.	✓ نوزایی (دوباره تجدید) هنر ها و فنون محلی و فعالیت های فرهنگی و سنتی.
✓ تخریب تدریجی بناهای تاریخی.	✓ بهبود زنده گی اجتماعی و فرهنگی.
✓ عدم هماهنگی کامل میان بخش های دولتی و سکتور های خصوصی که در بخش توریسم فعالیت دارد.	✓ مبادله فرهنگی بین مردم محل و سیاحین.
✓ عدم هماهنگی و ضعف تعاملات بین سازمانهای ذیربط توریسم.	✓ ایجاد فضای درک همه جانبه (تنوع فرهنگی).
✓ دخالت اداری و عملیاتی برخی ادارات در زمینه خدمات توریسم.	✓ فرهنگ بومی و کشاندن آنها به بازار توریسم.
✓ ضعف مدیریت درست و منسجم در قسمت پایاداری و رشد فرهنگ های بومی.	✓ تشویق مردم محل بخاطر ایجاد جشنواره های فرهنگی.
	✓ مردم محلی توانمندی مالی دیدارکننده گان را دیده و سودای داشتن آنها را به سر میبرند که میتواند نوع از تلاش باشد.

<p>✓ کم رنگ شدن فعالیت های روستای در مناطق توریست پذیر.</p> <p>✓ عدم درک درست از توریست های خارجی در مناطق سنتی بدون درک و مدیریت و آگاهی به سنن مختلف و آداب های دوطرف.</p> <p>✓ رو آوردن مردم از مناطق های روستای به شهرها.</p> <p>✓ نداشتن رهنما های مسلکی در قسمت آداب و رسوم عادت مردم محل.</p>	<p>✓ دیدن و تجربه کردن فرهنگ حقیقی و تظاهر آن از حیث موسیقی، رقص و صنایع دستی.</p>
--	--

راهبرد فرهنگی:

اصلاح قانون و مقررات توریسم و ایجاد تعدیلات مطابق به شرایط فعلی.

تدوین میگانیزم و استراتیژی مشخص با در نظر داشت فرهنگ اصیل اسلامی و ناب کشور ما برای جذب، تشویق و حمایت سرمایه گذاران در عرصه سیاحت.

احیاء و ارتقاء جاذبه های متنوع توریسم کشور در زمینه های مذهبی، فرهنگی، تاریخی، طبیعی، ورزشی، پزشکی و افزایش ظرفیتهای توریسم در نقاط پر جاذبه کشور.

شناسایی قابلیتها و جاذبه های گردشگری و شناسایی آثار و اماکن تاریخی و مذهبی.

بر نامه ریزی مطابق به مقررات اسلامی در تفکر دینی اسلامی برای جهانگردان کشور های اسلامی.

تدوین راهکار برای حفظ، احیاء و استفاده از ظرفیت های فرهنگی و توریستی در ولایات امن.

مکان یابی جاذبه های جدید و معرفی آنها از طریق رسانه های صوتی و تصویری به جهانیان.

فعال سازی وب سایت انتر نیتی توریزم برای معرفی جاذبه های فرهنگی (فرهنگ های بومی) طبیعی و تاریخی افغانستان.

فعال سازی انستیتیوت گرحدوی جهت آموزش شرکتهای توریستی و مردمان محل در بخشهای مختلف توریزم.

شناسایی نیاز های آموزشی بخش توریزم جهت ارائه دوره های آموزشی کوتاه مدت و بلند مدت برای مدیران و کارکنان این بخش ها به داخل و خارج از کشور.

ارایه اطلاعات دقیق و به روز در داخل و خارج کشور، منظور از دسترس بودن اطلاعات تنها از نظر فیزیکی نیست بلکه راحت ترین و ارزان ترین مکان ها برای آنها معرفی داشته و در اختیار آنها قرار داد.

نتایج :

- ✓ معرفی تاریخ و تمدن افغانستان به جهانیان و ایجاد تفاهم بین ملتها.
- ✓ بهره برداری مناسب از بنا ها و بافت های تاریخی و فرهنگی در شهر ها و روستا ها.
- ✓ مطرح شدن کشور افغان ستان به عنوان یک کشور دارای فرهنگ غنی و جاذبه های توریزم طبیعی در دنیا.
- ✓ به سازی بیشتر زیر ساخت ها، ایجاد خدمات و تجهیزات بیشتر و ساماندهی بهتر بافتهای تاریخی و ایجاد امنیت بالاتر آنها.
- ✓ همگانی کردن حفاظت، تعمیر، احیا، و معرفی آثار تاریخی و فرهنگی.
- ✓ افزایش ارزش اقتصادی آثار ثبت شده در فهرست آثار ملی و جهانی.
- ✓ فرصت کار برای جوانان و نوجوانان تحصیل کرده.
- ✓ افزایش درآمد و عواید ملی.
- ✓ بهبود کیفیت زندگی و بهبود کیفیت خدمات.
- ✓ افزایش امکانات تفریحی و سرگرمی.

- ✓ تقویت ارزشها و عنعنات محلی در سطح کشور.
- ✓ افزایش منابع جامعه میزبان و مشارکت آنها.
- ✓ افزایش فرصتهای جدید اجتماعی و اقتصادی.

بخش اقتصاد:

توریزم که به عنوان یکی از مهمترین راه های توسعه و رشد اقتصادی در جهان به شمار می رود، در افغانستان به دلایل فراوان هنوز جایگاه واقعی خود را پیدا نکرد است. افغانستان علی رغم شرایط جغرافیایی و تاریخی مناسب و برخوردار از معماری اصیل افغانی، خانه های تاریخی، مساجد، بازار، تپه های باستانی، صنایع دستی، آئین ها و مراسم خاص مانند: تجلیل از میله عنعنوی نوروز در ولایت بلخ و میله گلغندی در ولایت پروان، میله گل کچالو در بامیان، میله گل بادام در دایکندی، میله گل نارنج در ننگرهار و گل سیب در لوگر و میدان وردک و بسیاری جاذبه های تاریخی، فرهنگی و طبیعی دیگر، نتوانسته است هماهنگ با این قابلیت های بسیار بالا، صنعت توریسم خود را متحول سازد. وزارت اطلاعات و فرهنگ با توجه به اهمیت قضیه و مزایای اقتصادی این صنعت که فرصت های زیادی را به وجود آورده و باعث رشد توریسم در کشور میگردد، و رشد توریسم گزینه های مهم به توسعه پایدار و یکی از راه های رسیدن به اهداف توسعه انکشاف پایدار به عنوان فعل کمکی به اقتصاد ملی و محلی و حتی منطقه ای میگردد راهکار های خاص را در قالب پالیسی ملی گرحندوی ارایه داشته است.

تشویق و معرفی صنایع دستی به عنوان یکی از ابزار های جذب توریسم:

صنایع دستی بیانگر صنعت و هنر نیاکان و نشان دهنده ی ذوق و هنر مردم یک کشور است. این هنر اصیل رمز ماندگاری و حیات فرهنگی و اقتصادی کشور در روند جهانی شدن در گرو نگاه کیفی به صنایع دستی است، از بعد فرهنگی و توریسم نیز صنایع دستی بخشی از صنعت توریسم است، که در همه مناطق افغانستان وجود دارد در گستره جهانی شدن صنایع دستی میتواند با ایجاد رابط پویا و خلاق بین طبیعت، انسان

دانش و فرهنگ یک منطقه با گردشگران جریان جدیدی را در آینده برای ارتقا توریسم و توسعه پایدار اقتصادی و جهت نیل به اهداف انکشافی توسعه پایدار و حفظ و اشاعه ارزش های فرهنگی ایجاد کند، کشور افغانستان با دارا بودن پیشینه کهن و نقش فرهنگی، توریسم در کشور و دارا بودن صنایع دستی سنتی خاص این کشور علاوه بر توسعه اقتصادی پایدار در این کشور به صورت مستقیم بر ارتقا و رشد مبادلات فرهنگی، توریسم و توسعه مشاغل مرتبط و ایجاد اشتغال پایدار اثر گذار است. زیرا در عمل و تجربه نشان میدهد که هنر صناعی یکی از عوامل بسیار موثر در رشد توریسم میباشد.

اشتغال زایی در صنعت توریسم:

اقتصاد دانان از صنعت توریسم به عنوان یک صنعت مولد سرمایه و اشتغال زا نام میبرند و توجه خاصی به این صنعت دارند لذا معتقدند توسعه صحیح توریسم به لحاظ اقتصادی موجب افزایش آسعار خارجی می شود. صاحب نظران علم اقتصاد معتقدند اگر کشوری بتواند از پتانسیل های موجود در بخش توریسم استفاده کرده و چرخهای این صنعت را در کشورش به حرکت در آورد شاهد شکوفائی شگرفی در سطح اقتصاد و ایجاد اشتغال در سطح کشور مخصوصا در میان مردم کمتر تحصیل یافته و غیر متخصص میگردد.

بنا می‌خواهیم در این رابط به نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید های که وجود دارد اشاره گردیده و مطابق به آن تصمیم اتخاذ گردد.

نقاط قوت و ضعف:

نقاط قوت:	نقاط ضعف:
<ul style="list-style-type: none"> ✓ شهرت بالا و نیک صنایع دستی کشور افغانستان 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ قرار نگرستن گردشگری به عنوان یک اولویت ملی و توسعه ای اقتصادی. ✓ کمبود کارمندان مسلکی و متخصص در بخش توریسم.

<ul style="list-style-type: none"> ✓ ضعف و کمبود مراکز اطلاع رسانی، تفریحی و امدادی. ✓ اطلاع رسانی بسیار ضعیف از قابلیت ها و جاذبه های تاریخی و طبیعی توریسم برای جذب توریسم و تبلیغات ناچیز در این بخش. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ دخالت های مستقیم فعالیت های توریسم در فعالیت های اقتصادی در سیستم های اقتصادی.
--	--

فرصتها و تهدیدها:

فرصتها:	تهدیدها:
<ul style="list-style-type: none"> ✓ تنوع ویژگیهای طبیعی. ✓ ایجاد اشتغال و افزایش در آمد سرانه عواید ملی. ✓ جذب سرمایه گذاران بیشتر. ✓ ایجاد زیر ساختها و تسهیلات عمومی. ✓ ایجاد امکانات خدماتی، رفاهی و بهداشتی. ✓ امکان اشتغال زایی بیشتر برای مردم. ✓ ایجاد بازارها و بازار چه ها که باعث در آمد زایی برای مردم میگردد. ✓ معرفی کشور به عنوان یک مقصد توریسم و تجاری. ✓ معرفی توانمندی های بالقوه کشور برای سرمایه گذاری و فعالیت های تجاری. ✓ ایجاد مشاغل جدید مرتبط با توریسم. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ افزایش هزینه های زندگی بر مردم محل. ✓ عدم وجود مدیریت قدرت مند و نظارت بر خدمات توریسم. ✓ نداشتن ریشه توریسم در مؤسسات تحصیلات عالی کشور در کنار رشته های علوم اجتماعی به استثنای بامیان. ✓ موقعیت نامطلوب در محیط خارجی و بخش خارجی (چانه زنی) ✓ تغییرات تکنالوژی و مواردی دیگر بصورت ناگهانی. ✓ ناهماهنگی در بخشهای مختلف توریستی. ✓ تعامل نامکارآمد و ضعف هماهنگی افغانستان با سازمانهای بین المللی توریسم.

راهبر اقتصادی:

- ✓ اصلاح قانون و مقررات توریسم و ایجاد تعدیلات مطابق به شرایط فعلی.
- ✓ توجه به توریسم داخلی و ایجاد فرهنگ تور های داخلی سازماندهی شده در جامعه.
- ✓ تامین و آموزش نیروهای انسانی کار آمد و متخصص در بخش دولتی و خصوصی.
- ✓ تدوین مکانیزم و استیراتیژی مشخص برای جذب، تشویق و حمایت سرمایه گذاران در عرصه سیاحت.
- ✓ ایجاد نمایشگاه های دائمی صنایع دستی در کابل و ایجاد بازارچه های صنایع دستی در مناطق توریستیک کشور.
- ✓ تشویق و معرفی سکتور خصوصی توریستی متشبین صنایع دستی برای اشتراک در نمایشگاه های منطقه ای و بین المللی.
- ✓ سهم سازی سرمایه گذاران و اخذ نظریات آنها در مورد توسعه و انکشاف توریسم.

نتایج:

- ✓ ورود اسعار خارجی به کشور.
- ✓ پویایی بازار غیر مرکزی (بازار چه های سیار در مناطق توریستیک)
- ✓ فعال شدن میدان های هوای و سیستم های حمل و نقل.
- ✓ افزایش سرمایه گذاری.
- ✓ افزایش تولیدات محلی و بومی و صنعتی (صنایع دستی و محصولات فرهنگی)
- ✓ افزایش سرمایه گذاری بخش خصوصی (تاسیسات بود باش و هتل داری)
- ✓ تشویق، ترغیب و رشد صنایع دستی در کشور.
- ✓ ایجاد اشتغال، افزایش و در آمد سرانه عواید ملی.
- ✓ افزایش عرضه نیروی کار.
- ✓ کمک به افزایش در آمدی اسعار خارجی و عواید ملی.

- ✓ افزایش معیارهای زندگی.
- ✓ افزایش هزینه و در آمد و کاهش فقر.

بخش محیط زیست:

عوامل و شرایط محیط طبیعی سهم بر جسته ای را در توسعه توریسم در جهانگردی ایفا می نماید این عوامل که در شکل گیری و توسعه جهانگردی نقش اساسی را بر عهده دارد عبارت است: از آب و هوای مطلوب، مجسمه های بودای و استوتپه های بودائیان، مناطق کوهستانی، غارهای طبیعی، تنوع نا همراپها و نواحی بیلاقی، دریاچه و چشمه های آب گرم چشمه آبهای معدنی، مناطق بیابانی و نواحی جنگلی و پارک های حفاظت شده، حیات وحش کوه های بلند و غیره.... که هر یک از عوامل یاد شده از جمله عوامل هستند که در توسعه توریسم نقش به سزای را دارد که استفاده مطلوب، منطقی و بهینه از جاذبه های مذکور علاوه بر جذب جهانگردی باعث رشد اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشور های میزبان منجر میگردد. که کشور افغانستان تمام موضوعات را دارا بوده و ظرفیت بالقوه و موجود خوبی را در بخش ایکو توریسم دارد که تبلیغات و معرفی اینها باعث توسعه، رشد و انکشاف توریسم در کشور خواهد گردید.

محیط زراعتی:

- ✚ چشم انداز های زراعتی.
- ✚ جنگلات.
- ✚ مزرعه ها و فارم های ماهی و دیگر.

محیط انسان ساخت.

- ✚ ساختمان ها و بناها.
- ✚ روستاها و چشم انداز های روستای و شهری.

✚ زیر ساخت های حمل و نقل مانند جاده ها و فرود گاه ها .

✚ آثار های باستانی (بودای بامیان، منار جام غور و)

منابع طبیعی:

✚ آب.

✚ هوا.

✚ اقلیم.

محیط طبیعی:

✚ مناطق کوهستانی.

✚ دریاها.

✚ رود خانه ها و دریاچه ها.

✚ غار ها.

✚ سواحل.

✚ جنگل های طبیعی.

✚ حیات وحش:

✚ گیاهان.

✚ پرندگان.

✚ حشرات.

✚ ماهی ها.

✚ حیوانات.

اینها نوع از فرصتهای است که در قسمت توریسم و رشد این صنعت بر پایه اقتصاد محلی و ملی در کشور کمک می نماید.

بنأ میخوایم در این رابطه به نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید های که در این مورد وجود دارد اشاره گردیده و مطابق آن تصمیم اتخاذ گردد.

نقاط قوت و ضعف:

نقاط قوت :	نقاط ضعف:
<ul style="list-style-type: none"> ✓ وجود انواع جاذبه ها و چشم انداز های طبیعی منحصر به فرد. ✓ وجود جاذبه های ایکو توریزم. ✓ موجودیت انواع مختلف گیاهی و جانوری. ✓ ارتقاء زیر ساخت ها به دلیل وجود تقاضا از سوی توریزم. ✓ بر نامه های پاک سازی به منظور حفظ جذابیت محل برای سیاحین. ✓ احیاء و یا مدرنیزه کردن محیط های انسان ساخت. ✓ داشتن چشمه های آب گرم. ✓ موجودیت بعضی از حیوانات نادر در ولایات افغانستان. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ ضعف اطلاع رسانی در باره جاذبه های طبیعی در صنعت گردشگری از طریق رسانه های جمعی. ✓ شکار حیوانات در ولایات. ✓ آلودگی محیط زیستی. ✓ تخریب آثار های باستانی در جریان سال های جنگ. ✓ تخریب آثار باستانی توسط طالبان مانند بودای بامیان. ✓ کمبود راهنما های مسلکی. ✓ استفاده نادرست از منابع طبیعی . ✓ قاچاق و شکار پرندگان و حیوانات نایاب.

فرصتها و تهدیدها:

فرصتها:	تهدیدها:
<ul style="list-style-type: none"> ✓ زمینه ایجاد و احداث تاسیسات جدید و زیر ساخت ها. ✓ حمایت دولت در توسعه و تسهیلات جدید بهداشتی و آموزشی برای بالا رفتن کیفیت زندگی. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ ایجاد آلودگی زیست محیطی. ✓ عدم مدیریت در جاذبه های توریستی. ✓ نداشتن برنامه ریزی دقیق در قبال توریزم. ✓ نداشتن نگرش نو به توریزم مخصوصا از دید اقتصادی.

<ul style="list-style-type: none"> ✓ عدم درک درست از صنعت توریسم در مکانهای توریستی. ✓ از بین رفتن جاذبه های طبیعی توریستی. ✓ در نظر گرفتن توریسم بدون در نظر داشت محیط زیست. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ محافظت از میراث های باستانی. ✓ استفاده مجدد از جاذبه های متروکه.
--	---

راهبرد محیط زیستی:

- ✓ گسترش تبلیغات و اطلاع رسانی از قابلیت های منطقه برای جذب توریسم.
- ✓ تقویت برنامه در تقابل با توریسم برای جلوگیری از آلودگی ها.
- ✓ همکاری های دو جانبه وزارت اطلاعات و فرهنگ و اداره ملی حفاظت از محیط زیست.
- ✓ معرفی و تبلیغ از جاذبه های طبیعی و تاریخی افغانستان برای توسعه ایکو توریسم و ژئو توریسم با توجه به ظرفیت های موجود. ایجاد باور و عزم ملی در ارکان تصمیم گیری نظام برای توسعه توریسم و انتقال آن به جامعه و فعالان صنعت توریسم.
- ✓ افزایش استفاده از نیرو های متخصص در جهت شناخت مناطق و جذب اطلاع رسانی عمومی و آموزش برای جذب توریسم داخلی و خارجی.
- ✓ تلاش و حمایت دولت برای توسعه ای کمی و کیفی زیر ساخت های مناطق توریستیک.
- ✓ احداث تا سیسات جدید ایجاد زیر ساخت ها و توسعه تسهیلات جدید.
- ✓ احداث تا سیسات بهداشتی و آموزشی برای بالا رفتن کیفیت زندگی.

نتایج:

- ✓ افزایش فضای سبز تجهیز شده شهری.
- ✓ کاهش گونه های مختلف گیاهی، و تقویت تنوع حیاتی.

- ✓ افزایش میزان دسترسی به امکانات و تسهیلات محیط زیستی.
- ✓ محافظت از میراث های فرهنگی و باستانی.
- ✓ تقویت اقتصاد ملی از طریق تور های داخلی در مناطق تفریحی.
- ✓ تقویت ایکو توریزم.

بخش حمل و نقل:

حمل و نقل هوای و زمینی:

حمل و نقل در بخش دولتی و خصوصی تاثیر عمده بر رشد و هدایت این صنعت داشته است و فراهم بودن امکانات حمل و نقل مناسب، مطمئن، راحت، سریع و ارزان که پیش شرط توسعه توریزم جمعی است.

چون توریزم در تقسیمات خود دارایی دو عامل است (هزینه و زمان) که به همین دلیل در پنجاه سال گذشته سفر ها رونق بیشتری یافته است که فرصت های منحصر به فرد را به اختیار توریست ها قرار می دهند. بنا بر این میتوان گفت که عامل اصلی پیشرفت و فراگیر شدن گردشگری، صنعت حمل و نقل بوده است. لذا توجه به نقش حمل نقل در صنعت گردشگری مهمترین گام در جهت بر نامه ریزی به منظور توسعه گردشگری در کشور ها است.

به همین دلیل در پنجاه سال گذشته سفر های هوای رونق بیشتری یافته است چرا که در سفر های طولانی استفاده از طیاره از نظر زمان و همچنین هزینه به صرفه تر است. به این ترتیب توسعه حمل و نقل هوای به گسترش توریزم جمعی در قرن بیستم کمک شایانی کرده است.

بناً میخواهیم در این رابطه به نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید های که در این مورد وجود دارد اشاره گردیده و مطابق آن تصمیم اتخاذ گردد.

نقاط قوت و ضعف:

نقاط قوت:	نقاط ضعف:
<ul style="list-style-type: none"> ✓ زمان بر نبودن سفر. ✓ فعال بودن فرود گاه ها و سیستم های حمل و نقل. ✓ داشتن چندین پرواز مستقیم در هفته به کشورهای همسایه. ✓ کمک به مسئله اشتغال زایی در محلات گوناگون. ✓ ارتباط مستقیم با تکت فروشی ها. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ نبودن پارکنک های مصئون و امن در ساحات توریزم. ✓ فقدان علائیم و تابلوهای معرفی و راهنمای مسافران با طرف جاذبه های توریزم. ✓ نا مناسب بودن راه های دسترسی به جاذبه های توریزم به ویژه جاذبه های طبیعی و بکر. ✓ ازدحام ترافیکی بین شهری ✓ عدم رعایت قانون ترافیکی توسط دریوران ✓ فرسوده و استندرد نبودن وسایل حمل و نقل

فرصت ها و تهدید ها :

فرصتها :	تهدید ها :
<p>داشتن قانون ترافیکی مدرن و امروزی بر خور داری از میدان های هوای در چندین ولایت . پرواز های منظم و متداوم با اکثر از کشور های منطقه با شرایط اقلیمی مناسب.</p>	<p>ضعف زیر ساختهای حمل نقل (هوای و زمینی) تصور وجود نا امنی در کشور. عدم تابلو های راهنمای ترافیکی در سرک ها از دحام ترافیکی در سرک ها عدم رعایت قانون ترافیکی توسط دریوران و ترافیک های موظف. فرسوده و استندرد نبودن وسایل ترانسپورتی آلودگی محیط زیستی</p>

راهبرد حمل و نقل:

- ✓ توسعه و احداث خدمات شهری نظیر تانک تیل ورکشاپ موتر و تابلوهای رهنمای توریزم .
- ✓ ارتقای سطح بهداشت و ایجاد دستشوی های بهداشتی در قسمت های مختلف از ساحات توریستی .
- ✓ ایجاد نمایندگی های ترانسپورتی در میادین های هوای و بندر های مهم زمینی کشور از طریق تصدی افغانتور
- ✓ تهیه وسایط ترانسپورتی مدرن برای ارایه خدمات توریستی برای سیاحین در میدان هوای و سیر سفر با مدیریت تصدی افغانتور
- ✓ ایجاد تاکسی متر مجهز باسیستم GPS در میدان های هوای با گرداندگی تصدی افغانتور.
- ✓ بهبود ایمنی در خطوط هوای و زمینی برای افزایش سفر توریزم
- ✓ گسترش فعالیت های بازرگانی و بازار یابی در حمل و نقل زمینی

نتایج:

- ✓ سیستم حمل و نقل مهمانان به فرود گاه با مسافرتهاى داخل شهر.
- ✓ کاهش هزینه ها، اقتصادی نمودن فعالیت ها، افزایش بهره وری، توسعه کیفی منابع انسانی و ارتقاء کیفیت خدمات در بخش حمل و نقل.
- ✓ ارتقاء سطح ایمنی و برقراری تسهیلات امداد رسانی در شاخه های مختلف حمل و نقل.
- ✓ گسترش مطالعات و تحقیقات علمی و کار بردی در فعالیت های مختلف حمل و نقل جاده ای بمنظور بهبود نظام . مدیریت ، بر نامه ریزی اجرا و نظارت و تخصیص بهینه منابع و نقش آن در توسعه و انکشاف توریزم.

بخش فن آوری و اطلاعات:

فن آوری تکنالوژی و معلوماتی:

طی ده سال گذشته فن آوری و اطلاعات تاثیری مستقیم بر تمام جنبه های زندگی بشری داشته و نشان دهنده آن است که مقصدها و سازمان های که بتواند خود را با این شرایط وفق دهند قادر خواهند بود تمام مزیت های مرتبط به آن را به دست آورند.

در حال حاضر آنچه که بیشتر به چشم می خورد این است که همراهی و هم سو بودن با فن آوری اطلاعات در صنعت توریزم ضروری و لازم الاجرا است امروز می توان به وضوح مشاهده کرد برخی فعالان اصلی صنعت گردشگری به طور واقعی پیشرفت کرده و اطلاعات و خدمات اینترنتی گسترده ای را از طریق شبکه های اینترنتی خود به اقصی نقاط جهان مخابره می کنند. از اینرو با تغییر بسیاری از خدمات محدود خود به خدمات نامحدود اینترنتی علاوه بر حفظ مشتریان، هزینه های اجرایی خود را نیز کاهش داده و به افزایش محصولات پرداخته اند. فن آوری اطلاعات و ارتباطات، در همه رشته های علمی جای خود را باز کرده است. در پزشکی، صنایع گوناگون، علوم انسانی و حتی علوم، ICT یک محور غیر قابل اجتناب است. خوشبختانه، ارزش و اهمیتی که فن آوری اطلاعات و ارتباطات روز برای توسعه زیر ساخت های گردشگری در دنیا ایجاد کرده است بسیار جالب و قابل تامل است. وقتی یک گردشگر بتواند اطلاعات توریزم مربوط به بناهای تاریخی یک کشور را در پهنه جهانی در اینترنت ملاحظه کند و در باره آنها اطلاعات صوتی و تصویری و متنی خوبی به دست آورد، مشتاق می شود، وقتی این فرد مشتاق گردید. از طریق کانال های مربوطه، علاقه مند می شود به کشور سفر نماید بنا بر این رشد و توسعه فن آوری در بخش توریزم یک امر ضروری و لازمی می باشد.

بنامیخواهیم در این رابطه به نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید های که در این مورد وجود دارد اشاره گردیده و مطابق آن تصمیم اتخاذ گردد.

نقاط قوت و نقاط ضعف :

نقاط قوت:	نقاط ضعف:
<ul style="list-style-type: none"> ✓ علاقه مندی مردمان محل در راستای استفاده از تکنالوژی. ✓ علاقه مندی دولت و حکومت در راستای تجهیز و عیار نمودن بخش توریسم با علم تکنالوژی و روز. ✓ دسترسی جوانان و تحصیل یافته گان بسیاری از ولایات به انترنت. ✓ مدیریت داده ها به اندازه زیاد و با حجم زیاد. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ نبودن امکانات و تجهیزات . ✓ ندا شتن افراد متخصص در این زمینه و بکار گیری از فن آوری اطلاعات. ✓ نبود ابزار های الکترونیکی و استفاده از آن . ✓ نبود پلان برای به کار گیری از این فن آوری اطلاعات در بر نامه های توریستی با هدف انکشاف صنعت توریسم . ✓ در نظر نگرفتن استفاده از بر نامه های انتر نتی در ساحات توریستی و مقاصد سیاحتی.

فرصت ها و تهدید ها:

فرصت ها:	تهدید ها :
<ul style="list-style-type: none"> ✓ امروزه مصرف کنندگان به صورت روز افزونی از سایت های انترنتی برای بر نامه ریزی ، جستجو، و خرید محصولات توریسم استفاده می کند. ✓ برای نمایش داده ها از فن آوری اطلاعات استفاده می شود که در بر گیرنده آخرین پیشرفت ها را در مورد محصولات و امکان دسترسی همزمان به تعدادی زیاد از مشتریان است. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ کمبود سیستم های انترنتی قوی در نقاط مختلف کشور. ✓ عدم بلدیت افراد شاغل در صنعت توریسم با علم تکنالوژی و معلوماتی. ✓ بلند بودن قیمت انترنت در سطح کشور. ✓ تبلیغات منفی در استفاده جوانان از انترنت در میان مردم و توده. ✓ عدم علاقه مندی بسیاری از کار مندان در مجهز شدن ادارات با سیستم انترنتی .

	<p>✓ استفاده از بر نامه های انترنتی در بخش توریزم</p> <p>✓ مدیریت خوب با برنامه ریزی درست با بکار گیری از انترنت به صورت اتوماتیک.</p> <p>✓ بهبود و اصلاح اثرات توریزم از طریق ایجاد تعادل میان نیاز های مردم محل و نظارت از گردشگران.</p>
--	--

راهبردها:

- ✓ در اولویت قرار دادن فن آوری اطلاعات در بخش توریزم به منظور رشد آن در ادارات کاری بخش
توریزم.
- ✓ آماده سازی و بکار گیری از فن آوری اطلاعات در ساحات توریستی و بخش های ارایه کننده خدمات
توریستی.
- ✓ اختصاص بودجه بدین منظور که باعث انکشاف توریزم می شود.
- ✓ گرد آوری و توزیع اطلاعات در خصوص گردشگری مطابق با شرایط و خواسته های مشتریان.
- ✓ انجام فعالیت های ترویجی به مقصد ارتباط و جهت متقاعد کردن گردشگران .
- ✓ ایجاد بنگاه اطلاعاتی به منظور دسترسی سریع گردشگران به ساحات توریستی کشور و علاقه مندی آنان
جهت باز دید از آن ساحات.
- ✓ استخدام افراد مسلکی و آماده سازی امکانات و بکار بردن آن در توسعه و انکشاف صنعت توریزم.
- ✓ تشویق افراد محل به منظور استفاده از این امکانات جهت توسعه و شناخت مکانهای توریستی .
- ✓ فراهم نمودن بر قراری ارتباطات از طریق انترنت با گردشگران جهت تشویق، جذب و پاسخ دهی به
بعضی از سوالات آنها.

نتایج:

- ✓ ایجاد سهولت برای گردشگران.
- ✓ ایجاد سیستم ضبط و نگهداری اطلاعات بدون استفاده از کاغذ.
- ✓ استفاده گردشگران به شکل آسان و با زمان کم از سیستم کمپیوتری.
- ✓ ثبت سیاحین به صورت درست و شفاف و به اسرع وقت.
- ✓ جلوگیری از بروکراسی در ادارات توریستی ، انجام کار به صورت درست در اسرع وقت.
- ✓ برقراری روابط دایمی و همیشگی میان مسئولین توریسم و گردشگران داخلی و خارجی .
- ✓ برقراری روابط دایمی و همیشگی میان مسئولین توریسم و سازمانهای ملی و بین المللی توریسم و همچنان گردشگران داخلی و خارجی.
- ✓ انتقال و دریافت معلومات داده ها به صورت درست در همه مکانهای سیاحتی و توریستی با استفاده از فن آوری و تکنالوژی معلوماتی اطلاعات.
- ✓ رشد و تجهیز توریسم مطابق به نیاز و تکنالوژی عصر حاضر با در نظر داشت تمام جنبه های آن.
- ✓ دست رسی آسان به معلومات و اطلاعات ساحات توریستی .
- ✓ همیشه فعال بودن بخش کاری توریسم در نقاط و مکانهای مختلف و آماده ارایه دهنده معلومات به توریست های کشور.
- ✓ تبلیغات و آگاهی دهی از طریق آسان عمومی با مصارف کم و ناچیز با ساحات گسترده.

بخش خصوصی!

نقش و جایگاهی بخش خصوصی در کنار دولت مخصوصاً در بخش توریسم:

شرکت های سیاحتی :

امروزه شرکتهای سیاحتی یکی از بخش های مهم فعالیت های توریسم در کشور دانسته شده است که در کل باید یاد آور شویم که همین شرکتها یک رکن اساسی کاری و ارایه دهنده خدمات و تسهیلات توریسم در کشور بوده و به عنوان یک فرصت برای رشد و توسعه توریسم به شمار آمده و یک رکن اصلی و اساسی جهت توسعه و انکشاف صنعت توریسم به حساب می آید که بیشترین فعالیت و نقش را دربخش های ذیل دارد:

تنظیم تور های داخلی .

تشکیل شبکه های تبادل فرهنگی (توریسم فرهنگی)

بر جسته سازی جاذبه های توریستی.

تشویق مردم محلی و افراد مشغول در مکانهای توریستی.

رای زنی در باره توریسم.

جذب توریست های داخلی و خارجی .

توسعه اقتصادی و اجتماعی.

نقل و انتقال توریست ها در مکانهای توریستی .

بناً میخواهیم در این رابطه به نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید های که در این مورد وجود دارد

اشاره گردیده و مطابق آن تصمیم اتخاذ گردد.

نقاط قوت و ضعف:

نقاط ضعف:	نقاط قوت:
<ul style="list-style-type: none"> ✓ کمبود و ضعف ارایه خدمات در اقامت گاه های بین راه های مواصلاتی به ساحات توریستیک. ✓ به روز نشدن بسیاری از هتل ها به دلیل ظرفیت خالی و ضعف مدیریت . ✓ کمبود نیروی انسانی متخصص، ماهر و آموزش دیده، در سطح بازار توریزم مخصوصا در اکثر از شرکتهای توریستی و سیاحتی. ✓ نداشتن مدیریت درست در فعالیت های توریزم. ✓ فعالیت محدود شرکتهای سیاحتی و زیارتی (تنها فعالیت در قسمت عتبات و عالیات و حج عمره) ✓ نداشتن تعریف درست از دور نمای توسعه و انکشاف در صنعت توریزم. ✓ نداشتن افراد و پرسونل مسلکی و متخصص و کارا در بخش توریزم. ✓ بد بین ساختن مردم از صنعت توریزم با عدم مدیریت. ✓ ارایه نکردن خدمات و تسهیلات توریستی در اسرع وقت در مکان های توریستی. ✓ نداشتن یک اساس نامه و تعهد نامه اساسی برای رشد توریزم. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ سکتور خصوصی در بر گیرنده فعالیت های مهم توریزم می باشد. ✓ رونق گیری تاسیسات بود باش و رشد مؤلفه های اشتغال زایی و اقتصادی توریزم . ✓ دخیل بودن طیف های مختلف جامعه در موضوع. ✓ علاقه مندی برای باز دید از مکانهای مذهبی و توریستی. ✓ تشویق اقشار مختلف مردم به سیر و سیاحت به نحوه و انگیزه های مختلف. ✓ تبادل فرهنگ های مختلف بین توریست ها و جامعه میزبان. ✓ داشتن توان بر نامه ریزی در زمینه تسهیلات خدماتی .

فرصت های و تهدید ها :

تهدید ها :	فرصت ها:
<p>✓ نا مناسب و ناکافی بودن مراکز اقامتی (تاسیسات بود باش) در اکثر از محل های توریستیک.</p> <p>✓ عدم داشتن بر نامه ریزی تورهای تور های سیاحتی و خارجی و داخلی.</p> <p>✓ عدم بر نامه ریزی و نظارت از اخذ ویزاهای خارج از کشور از طریق منطقی و کانال های قانونی.</p> <p>✓ عدم میکانیزم مشخص بر کنترل و گزارش فروش روزانه تور ها در زمان های مختلف.</p> <p>✓ عدم آگاهی های دقیق و اطلاع رسانی درست از جاذبه و قانون های مسافرتی که در بر گیرنده مؤلفه های توریزم است.</p> <p>✓ نگماریدن رهنماهای مسلکی که دارای تجربه کافی برای همراهی تور ها با هماهنگی ریاست گرحدوی.</p> <p>✓ ازجام فعالیت های یک جاذبه توسط شرکتهای سیاحتی.</p>	<p>✓ زمینه تقویت و ارایه تسهیلات برای شرکتهای سیاحتی و زیارتی.</p> <p>✓ کمک به بخش در آمد دولت (تکس مالیه دهی)</p> <p>✓ یک فعالیت کاملا اقتصادی است .</p> <p>✓ موجودیت بیشتر از ؟؟؟؟؟؟ شرکتهای توریستی و سیاحتی.</p> <p>✓ وجود اتحادیه های صنفی و دفاتر شرکتهای سیاحتی و زیارتی .</p> <p>✓ ارایه نقش مثبت و قابل توجهی شرکتهای سیاحتی و زیارتی در رشد، توسعه و انکشاف صنعت توریزم.</p> <p>✓ نقش موثر ریاست گرحدوی و تصدی افغانطور بر نظارت از کار کرد شرکتهای توریستی.</p>

راهبرد های شرکتهای سیاحتی:

- ✓ تدوین معیار های خدمات توریستی.
- ✓ طراحی تورهای ترکیبی با استفاده از ظرفیت بناهای متعدد و آئین ها و مراسم های مذهبی، فرهنگی، جاذبه های تفریحی و طبیعی در شهر و روستاها.
- ✓ تنظیم تور های داخلی و خارجی و تقویت صلح در بین اقشار و طیف های مختلف جامعه.
- ✓ تدوین طرزالعمل چگونگی فعالیت و اجراءات سکتور خصوصی.
- ✓ ارایه آموزشهای لازم به شرکتهای که در بخش توریزم فعالیت دارند.
- ✓ بر جسته سازی نقش شرکتهای سیاحتی و توریستی (سکتور خصوصی) در توسعه توریزم.
- ✓ هماهنگ سازی شرکتهای توریستی، رسانه های صوتی و تصویری در زمینه تبلیغ و اطلاع رسانی.
- ✓ حفظ و نظارت در بر نامه ریزی و اجرای پروژه های توریزم و در نظر گرفتن خدمات و تسهیلات توریستی.
- ✓ بر جسته سازی نقش مسئولان و نهاد های مختلف توریزم برای نظارت بر خدمات رسانی به موقع به توریزم.
- ✓ بر گذاری تور های داخلی و خارجی.

نتایج:

- ✓ ارایه تمام امکانات خدمات پذیرایی، رفاهی و بهداشتی و توسعه تسهیلات عمومی به منظور توسعه توریزم.
- ✓ ارایه تمام تسهیلات منظم برای سیاحین داخلی و خارجی .
- ✓ سهم فعال در رشد صنعت توریزم و اقتصاد ملی کشور.
- ✓ کسب رضایت تورهای اعزامی و ارایه خدمات بهتر.
- ✓ دسترسی تمام به مکانهای توریستی و رفاهی.

تاسیسات بود باش سیاحین:

توریزم تلفیقی از فعالیت ها، خدمات و زیر ساخت های مختلف است که از مهم ترین آنها مراکز اقامتی و تاسیسات بود باش است. اهمیت تاسیسات بود باش و جایگاهی ویژه آن در صنعت توریزم و نقش آن در جذب گردشگر بر همگان روشن است امروز دیگر تاسیسات بود باش (ایجاد هتل و رستوران) یک فعالیت تجاری نیست بلکه یک فعالیت اقتصادی فرهنگی و یک صنعت است. بنا بر این جامعه هتل داران و صاحبان تاسیسات بود باش کشور به عنوان نماینده بخش خصوصی جایگاه مهم و نقش حیاتی در این صنعت دارند. صنعت توریزم علاوه بر در آمد زایی بالا از توانایی اشتغال آفرینی خوبی هم برخوردار است. نتایج مطالعات انجام شده نشان داده اند توسعه این صنعت نقش موثری در کاهش بیکاری و همچنین بهبود توزیع در آمد و افزایش در آمد های دولت از طریق مالیات های غیر مستقیم دارد.

بدین ملحوظ نباید فراموش کنیم که در صنعت توریزم یکی از عوامل موثر و تاثیر گذار و پایه اصلی صنعت، موضوع اقامت است، زیرا مسافر بالاترین زمان را در واحد اقامتی (تاسیسات بود باش) می گذراند و همین موضوع باعث شده که تاسیسات بود باش به عنوان رکن اساسی در صنعت توریزم به شمار آید و به دنبال آن میزان رضایت مندی و نوع خدمات که تاسیسات بود باش می تواند به گردشگر و مسافر داشته باشد انگیزه سفر را افزایش و کاهش دهد. بنا بر این اقامتگاه ها عامل بسیار مهم برای توسعه صنعت توریزم هستند. بنا بر این باید تلاش نمود تا سرویس ها و خدمات هتل باید بالاتر از توقع ذهن گردشگر باشد، یعنی امکاناتی که مورد نیاز اقشار مختلف جامعه است باید از سطح توقع مشتریان گردشگر باشد، یعنی امکاناتی که مورد نیاز اقشار مختلف جامعه است باید از سطح توقع مشتریان واحد خدماتی مشتریان بالاتر باشد. همچنین میزان و نحوه گرم سرد کردن محل اقامتی، میزان بهداشت و ایمنی و امنیت از موارد مهمی ه شمار میرود که به طور حتم باید رعایت شود تا شاهد احساس شغف و شادی در گردشگر و مسافر باشیم. در واحد های اقامتی زیر ساخت ها بسیار با اهمیت است، موقعیت مکانی ساختمان به جهت آلودگی های زیست محیطی که در پیرامون شهر ها و کوچه های بزرگ وجود دارد باید مد نظر قرار گرفته شود زیرا آرامشی که باید در واحد اقامتی و هتل باشد برای گردشگر بسیار مهم است.

بنام می‌خواهیم در این رابطه به نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید های که در این مورد وجود دارد اشاره گردیده و مطابق آن تصمیم اتخاذ گردد.

نقاط قوت و ضعف:

نقاط قوت:	نقاط ضعف:
<ul style="list-style-type: none"> ✓ علاقه مندی بخش خصوصی به سرمایه گذاری سرمایه داران در ایجاد تاسیسات بود باش در مناطق توریزم. ✓ توجه بیشتر دولت به برنامه ریزی و سرمایه گذاری در صنعت توریزم به عنوان صنعت پاک. ✓ موجودیت بعضی هتل های نسبتا معیاری در بعضی ولایات و مرکز کابل . ✓ علاقه مندی طیف های مختلف مردم محلی و منطقه ای به شغل هتل داری. ✓ موجودیت مکان های برای گذرانندن اوقات فراغت. ✓ ایجاد و رونق زیبای مناطق و محلات توریست پذیر (بالخصوص شهر ها) ✓ زمینه خوب و محل مناسب برای استراحت و برگزاری سیمینار ها و برنامه های آموزشی و غیره. ✓ مکان مناسب برای نمایش تابلو ها، کار های هنری و صنعتی در محلات دید. ✓ بر خور دار بودن از مزیت رقابتی 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ نبود طرز العمل و لوایح در مورد معیار های خدمات سیاحتی. ✓ نبود نقشه های توریستی از مکان های تفریحی، تاریخی، فرهنگی و توریستی. ✓ عدم آرا یه خدمات معیاری توریستی در بخش هتل داری، ترانسپورتی و رهنمای سیاحتی. ✓ ضعف مراکز تاسیسات بود باش (هوتلها و مسافرخانه) ✓ آزار و اذیت توریست ها از عدم مدیریت درست در بخش های مختلف تاسیسات بود باش. ✓ عدم تطبیق معیار های تعیین شده در خدمات تاسیسات بود باش. ✓ نداشتن افراد مسلکی. ✓ نظارت نداشتن کلی و عدم مسئولیت پذیری مسئولیت پذیری مسئولین تاسیسات بود باش. ✓ تطبیق نشدم استندرد های و خدمات توریستی معیاری.

فرصت ها و تهدید ها:

فرصت ها:	تهدیدها:
<ul style="list-style-type: none"> ✓ علاقه مندی مسافران به مسافرت مجدد در افغانستان ✓ کسب در آمد از طریق ارایه امکانات رفاهی و اقامتگاهی. ✓ موقعیت ژئوپولیتیکی کشور افغانستان. ✓ علاقه مندی سرمایه گذاری تجاران افغانی در بخش هتل داری. ✓ گذراندن بیشتر اوقات فراغت جوانان و نو جوانان در هتل ها و رستوران ها. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ کمبود هوتلها با کیفیت عالی . ✓ زور گوی مالکین تاسیسات بود باش و مساعد نبودن زمینه ارزیابی از تاسیسات بود باش. ✓ فراز نشیب در قیمت های تاسیسات بود و باش. ✓ نداشتن آمار کلی از تاسیسات بود باش در ادارات ذیربط. ✓ نداشتن طرزالعمل عام در قبال فعالیت های تاسیسات بود باش. ✓ نداشتن سیستم هتل داری منظم و معیاری. ✓ نداشتن توجه خاص و همچنان نداشتن هدف رشد غذا های محلی و اصیل.

راهبرد تاسیسات بود باش سیاحین.

- ✓ استاندارد سازی تاسیسات اقامتی و تفریحی در حد کشور های پیشرفته و بهبود کیفیت ارایه خدمات توریزم و سیستم صحیح نظارتی فعال.
- ✓ گسترش سرمایه گذاری داخلی و خارجی و حمایت از آنان از طریق اعطای قرضه و تسهیلات.
- ✓ ایجاد تسهیلات در توزیع جواز فعالیت در بخشهای تاسیسات بود باش.

نتایج:

- ✓ رشد تاسیسات بود باش که باعث رونق گرفتن توریسم در کشور میگردد.
- ✓ به دست آوردن رضایت گردشگران و تبلیغات مثبت آنان در داخل و خارج از افغانستان.
- ✓ ایجاد شغل های جدید برای افراد کم تر تحصیل یافته.
- ✓ فروش محصولات و لبنیات تولیدی مردم محل در هتل ها و رستوران ها.
- ✓ گذراندن اوقات فراغت مردم محل، در مکانهای توریستی و استفاده از غذا های محلی.
- ✓ احیای مجدد غذاهای ملی و محلی جهت استفاده توریست ها در رستوران ها.
- ✓ کمک به مالیات و اشتغال زایی در کشور.

چهار چوب تطبیق پالیسی ،

الف ادارات تطبیق کنندده :

پالیسی ملی توریسم به اساس نیاز مندی های اجتماعی و اقتصادی افغانستان تدوین شده، این پالیسی در واقع پیشنهاد ادارات اجرائیوی دولت و ادارات غیر دولتی به منظور رفع نیاز مندی های اقتصادی و اجتماعی کوتاه مدت، میان مدت و بلند مدت بخش توریسم است. ادارات دولتی که در تدوین و تطبیق پالیسی ملی گرحندوی نقش دارد عبارتند از :

معینیت توریسم وزارت اطلاعات و فرهنگ، وزارت مالیه، وزارت عدلیه، وزارت کار و امور اجتماعی، شهدا و معلولین، وزارت ترانسپورت و هوان نوردی، ریاست عمومی ترتبیت بدنی، سپورت و کمیته ملی المپیک، وزارت امور خارجه، وزارت حج و اوقاف، وزارت امور داخله وسایر ادارات دولتی و همچنان ادارات غیر دولتی نقش خود را در سطح ملی و محلی در تطبیق این پالیسی ایفا می نماید.

ب- تطبیق پالیسی در سطح محلی:

در سطح ولایات ریاست های اطلاعات و فرهنگ و آمریت های تنظیم امور توریسم در هماهنگی نزدیک با والیان، ریاست های ذیربط دولتی، ادارات غیر دولتی مسئولیت تطبیق پالیسی ملی توریسم و هماهنگی تطبیق بر نامه ها برای سیاحان را به عهده دارند. بر نامه های انکشافی توریسم، اعم از اقتصادی و اجتماعی توسط ادارات ذیربط دولتی و غیر دولتی تطبیق میگردد.

نظارت و ارزیابی از تطبیق پالیسی:

وزارت اطلاعات و فرهنگ مسئولیت نظارت کلی از تطبیق پالیسی ملی توریسم را به عهده دارد. معینیت توریسم وزارت اطلاعات و فرهنگ از روند تطبیق این پالیسی به مجالس شورای وزیران گزارش ارایه نموده. و حمایت سیاسی دولت را برای تطبیق آن جلب می کند. معینیت گرحندوی وزارت اطلاعات و فرهنگ از تطبیق پالیسی ملی توریسم در سطح ملی و محلی نظارت میکند. نظارت از پالیسی ملی توریسم مسئولیت مستقیم معینیت توریسم وزارت اطلاعات و فرهنگ می باشد. این معینیت از طریق ریاست های مربوطه بر نامه ها و انکشاف پالیسی مسئولیت ریاست های مربوطه و نظارت از جریان تطبیق بر نامه ها به اساس ساحات این پالیسی و رسیدگی به مشکلات و چالش های فرا راه تطبیق پالیسی را دارد. این ریاست پیشنهاد های لازم را به اداره مربوط جهت اجرای بهتر بر نامه های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی تطبیق برای سیاحان ارایه می کند.

۱. میکانیزم هماهنگی در سطح ملی:

وزارت اطلاعات و فرهنگ مجالس ربعواری را به منظور پیگیری از تطبیق این پالیسی با معینیت ها و معاونیت های ادارات ذیربط دولتی، مقامات بلند رتبه ادارات غیر دولتی، نمایندگان با صلاحیت ادارات ملل متحد و کشور های تمویل کننده را به راه می اندازد.

۲. میکانیزم هماهنگی در سطح محلی:

در سطح محلی، بر نامه ها، با در نظر داشت ساحات پالیسی، توسط ریاست های ذیربط دولتی تطبیق می گردد. والیان باید ساحات پالیسی توریزم را در بر نامه های انکشافی مد نظر گرفته و ادارات غیر دولتی مانند مؤسسات اجتماعی و انکشافی، نهاد ها و سازمانهای گردشگری را تشویق و ترغیب و حمایت نموده و در استراتیژی های انکشافی خود در سطح قرا و قصبات پالیسی ملی توریزم را مد نظر گرفته و همچنین والیان باید حمایت سران قومی، ملا امامان مساجد و اشخاص با نفوذ محل را جلب نموده و میکانیزم وسیع را در ارتباط به هماهنگی میان سکتور هارا آماده سازد.

بررسی و بازنگری پالیسی ملی توریزم:

این پالیسی بعد از طی مراحل اصولی و تائید مقام ذیصلاح مرحله اول بعد از سه سال و بعد از آن هر پنج سال یک بار مورد تائید و بازنگری قرار گرفته و همچنان نظر به ضرورت و اقتضای زمان در طی مدت تعیین شده، تعدیلات لازم را با در نظر داشت نکات نظر مراجع ذیدخل تائید مقام ذیصلاح در آن وارد آورده میشود.