

سیاست گذاری گردشگری در کشورهای (پسا) کمونیست

رسول محمد علی پور

r.map@hotmail.com

سال ۲۰۰۰ میلادی در آغاز قرن جدید، سال کلیدی برای صنعت گردشگری چین هم بجهت آموزه های پیشین و هم نگاه رو به جلو برای آینده بود. اصول و سیاست های بکار گرفته شده در این سال نقش کلیدی و راهنما را در توسعه صنعت گردشگری بازی کرد که به شرح ذیل می آید:

۱. در این سال تجارب گردشگری ۲۰ ساله اخیر بطور وظیفه شناسانه ای جمع بندی شد. در کنفرانس ملی گردشگری که آن سال در بیجینگ برگزار گردید، دپارتمان های مختلف صنعت گردشگری به جمع بندی تجاربشان پرداختند و به این امر اشاره داشتند که صنعت گردشگری چین تجاربی را اندوخته است که دلایل عمده برای این امر بودند که چرا اکنون صنعت گردشگری به دستاوردهای چشمگیری دست یافته است...

سیاست گذاری گردشگری در کشورهای (پسا) کمونیست

رسول محمد علی پور^۱

در ابتدا برای آشنایی بیشتر با اصول و کلیات کمونیسم به طور گزیده چند سوال مطرح شده بطورگزیده از کتاب اصول کمونیسم انگلس مطرح می شود:

سوال اول: کمونیسم چیست؟

کمونیسم عبارت است از علم شرایط رهایی از پلورتاریا

سوال دوم: پرولتاریا چیست؟

طبقه ای از جامعه که هزینه زندگی خود را مستقیماً از فروش نیروی کار نه از منافع یک سرمایه بدست می آورد.

سوال چهارم: پرولتاریا چگونه بوجود آمده است:

در نتیجه انقلاب صنعتی که در نیمه دوم قرن هجدهم پیدا شد و بعد از آن در سراسر جهان منتشر گردید. وضعیت کلی کارگران بکلی زیر و رو شده و دو طبقه جدید ایجاد شده است:

- طبقه سرمایه داران بزرگ که در تمام ممالک متمدن مالک کلیه وسایل حیاطی هستند و در واقع همان بورژوا هستند.
- طبقه کسانی که فاقد همه چیز هستند و مجبورند برای ادامه حیات نیروی کار خود را به بورژوازی بفروشند.

سوال یازدهم: نخستین نتایج انقلاب صنعتی و تقسیم بورژواها و پرولترها چیست:

- تخریب سیستم صنایع دستی
- بورژوازی قدرت اول شده، سیاست را در دست گرفت و سلطنت مطلقه ایجاد نمود.
- انقلاب صنعتی پرولترها را به نسبت بورژواها افزایش داد

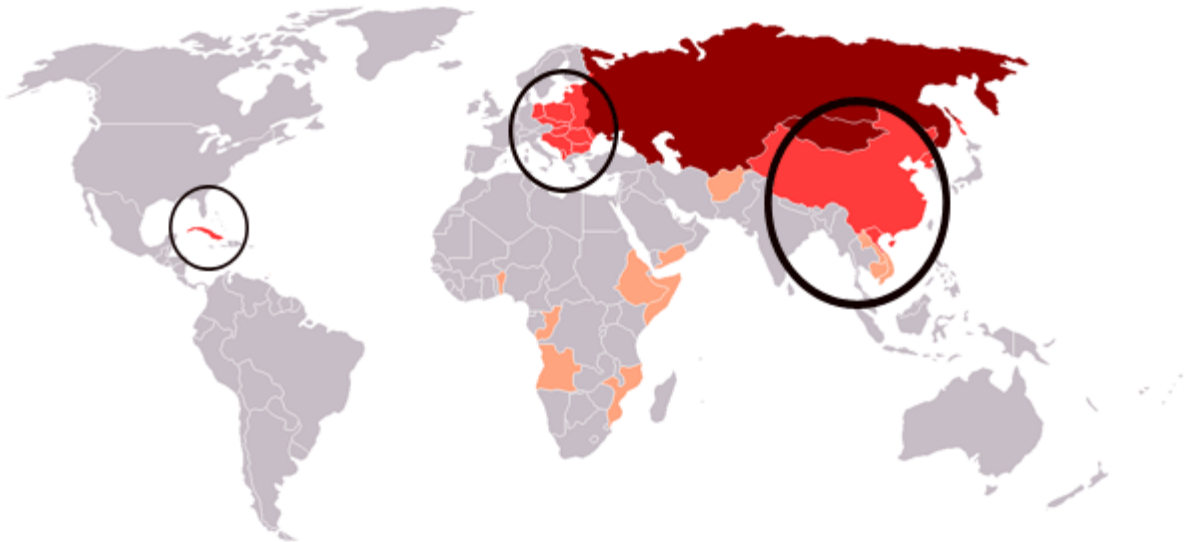
سوال هجدهم: این انقلاب چه سیر تکاملی را در پیش خواهد گرفت:

- محدود کردن مالکیت شخصی بوسیله مالیاتهای تصاعدی، مالیات های هنگفت بر ارث
- سلب تدریجی مالکیت از مالکین اراضی مزروعی، کارخانه داران...
- توقیف اموال کلیه مهاجران از مملکت
- مرتب کردن کار در مزارع و کارخانه ها در جهت پرداخت دستمزد برابر و مد نظر دولت
- تساوی عموم در مقابل اجبار به کار
- تمرکز سیستم قرضه ها و تجارت پول در دست دولت و بوسیله یک بانک ملی
- تعلیم و تربیت کلیه کودکان در مؤسسات دولتی و بخرج دولت
- ایجاد ساختمانهای بزرگ برای کارمندان
- تمرکز تمام قوای حمل و نقل در دست دولت

^۱ کارشناسی ارشد مدیریت جهانگردی، گرایش بازاریابی - دانشگاه علامه طباطبایی

سوال نوزدهم: آیا ممکن است که این انقلاب صرفاً در یک کشور رخ دهد؟

خیر - انقلاب کمونیستی تنها یک انقلاب ملی نیست و انقلابی است که در تمام کشورهای متمدن و اقلماً در انگلستان، فرانسه، آلمان و امریکا در زمان واحد روی خواهد داد.



سیاست گذاریهای گردشگری چین:

مخارج گردشگری:	۱۹۹۵	۲۰۰۰	۲۰۰۶	۲۰۰۷
چین	۳.۷	۱۳.۱	۲۴.۳	۲۹.۸

گردشگران ورودی:
چین
۵۴.۷۲۰.۰۰۰

دریافتی ها: هزار میلیون دلار	۲۰۰۰	۲۰۰۶	۲۰۰۷
چین	۱۶.۲۳۱	۳۳.۹۴۹	۳۷.۲۳۳

سال ۲۰۰۰ میلادی در آغاز قرن جدید، سال کلیدی برای صنعت گردشگری چین هم بجهت آموزه های پیشین و هم نگاه رو به جلو برای آینده بود. اصول و سیاست های بکار گرفته شده در این سال نقش کلیدی و راهنما را در توسعه صنعت گردشگری بازی کرد که به شرح ذیل می آید:

۲. در این سال تجارب گردشگری ۲۰ ساله اخیر بطور وظیفه شناسانه ای جمع بندی شد. در کنفرانس ملی گردشگری که آن سال در بیجینگ برگزار گردید، دپارتمان های مختلف صنعت گردشگری به جمع بندی تجاربشان پرداختند و به این امر اشاره داشتند که صنعت گردشگری چین تجاربی را اندوخته است که دلایل عمده برای این امر بودند که چرا اکنون صنعت گردشگری به دستاوردهای چشمگیری دست یافته است:

- لازم است تا تئوری های دیانگ زمین و افکار اقتصادی وی بعنوان راهنما در صنعت گردشگری بکار گرفته شود.
- لازم است تا مسیر گردشگری با مشخصه ها و شرایط واقعی چین و جذب تجارب بین المللی توسعه یابد.
- لازم است تا بر اصلاح و گشایش تمام جریان توسعه گردشگری پافشاری شود.
- لازم است تا بر توسعه گردشگری بعنوان صنایع اقتصادی پافشاری شود.
- لازم است تا به استراتژی توسعه گردشگری با راهنمایی دولت بعنوان عامل هدایتی پایبندی وجود داشته باشد.
- لازم است تا بر جهت توسعه گردشگری با مشخصه های تولید وسیع، بازار وسیع و گردشگری وسیع پافشاری شود.
- لازم است تا بر اصل توسعه پایدار پافشاری شود.
- لازم است تا بر اصل حکومت بر گردشگری با توجه به قانون پایبند باشیم. این تجارب گرانبها از اهمیت فراوانی بعنوان راهنمای عمل برخوردارند.

۲. صنعت گردشگری چین برنامه بلند مدت توسعه را برای ۲۰ سال اخیر پشت سر گذاشته است. براساس جهش تاریخی کشور چین از یک کشور غنی از لحاظ منابع گردشگری به کشوری مهم در ۲۰ سال اخیر آسیا، چین سعی می نماید تا در ۲۰ سال آینده خود را در دنیا مطرح نماید.

۳. کتابی با عنوان دیانگ زمین منتشر گردید. وی که طراح اصلی اصلاحات چین است در دوران حیاتش توجه ویژه ای به توسعه گردشگری نمود. این کتاب شامل سخنان اصلی وی در ارتباط با توسعه گردشگری است.

۴. دولت به شکوفایی گردشگری به عنوان نقطه رشد اقتصادی از طریق توسعه و استانداردسازی تعطیلات ادامه داد. در سال ۱۹۹۹ دولت فنون تعطیلی روزهایی را برای فستیوالها و یادبودها در سراسر کشور را مطرح ساخت که موجب ارتقاء رشد سه هفته گردشگری طلایی حول روز ملی، روز می و فستیوال بهار شد.

۵. پس از گشودن درها به دنیای خارج دستاوردهای تازه ای نسبب گردشگری چین شد. در مواجهه با موقعیت جدید چین پس از ورود به سازمان تجارت جهانی اتحادیه ملی گردشگری چین از ابزارهای سنجش فعالی برای بهبود کیفیت داخلی تجارت خود در عین تقویت رقابت پذیری در بازارهای بین المللی استفاده نمود. تلاش های فراوانی نیز برای انجام قوانین و مقررات گردشگری برای برقراری ارتباط مناسب با محیط بین الملل انجام گردید.

۶. اتحادیه ملی گردشگری چین گامی اساسی را در جهت ارتقاء گردشگری از طریق علم و فن آوری با تاکید بر ساختار پروژه های تجارت الکترونیک که با نام پروژه تور طلایی شناخته شده است برداشته. اقدامات دیگری چون تعطیلات با حقوق برای ارتقاء گردشگری داخلی صورت گرفت.

۷. اسناد مربوط به سیاست توسعه و ارتقاء گردشگری توسط چندین استان جمع آوری گردید. همچنین چندین استان اقدام به فعالیت های نوآورانه ای نمودند که موجب رونق گردشگری شد.

اجرای سیاست گردشگری کلید تمامی فرایند سیاست گذاری گردشگری می باشد. گردشگری در چین شاهد توسعه ای سریع و شکوفا از زمان اصلاحات اقتصادی سال ۱۹۷۸ بوده است. در سال ۱۹۹۸ چین دارای ۷۰۰۰ هتل و ۷۰۰۰ آژانس مسافرتی بوده و موجب اشتغال مستقیم ۲ میلیون نفر گردید. سیاست ها و قوانین اجرا شده اصلی گردشگری چین از سال ۱۹۷۸:

سال	سیاست	نواحی هدف	وضعیت اجرایی
۱۹۷۹	معرفی سرمایه گذاری خارجی	در ابتدا هتلها و در ادامه آژانسهای مسافرتی	با موفقیت انجام شد
۱۹۸۴	۵ با هم (تصمیم سیاسی گردشگری که به سازمانهای گردشگری، آژانسهای دولتی مجزا و دولتهای محلی اجازه همکاری با افراد حقیقی و با هدف سرمایه گذاری را می دهد.	سرمایه گذاری در صنعت گردشگری	با موفقیت انجام شد
۱۹۸۵	قانونگذاری موقتی برای اداره آژانسهای مسافرتی	آژانسهای مسافرتی	۱. به خوبی انجام نگردید ۲. با قانون اداره آژانسهای مسافرتی سال ۱۹۹۶ جایگزین گردید
۱۹۸۸	قانونگذاری در جهت استانداردسازی هتلهای گردشگری	هتلها	با موفقیت انجام شد
۱۹۹۲	توسعه تفرجگاه های سطح ایالتی	جاذبه های گردشگری	با موفقیت انجام شد
۱۹۹۳	متدهای موقت اداره شرکتهای مدیریت هتل	هتل	با موفقیت انجام شد
۱۹۹۵	قوانین مشروط اداره سرمایه های ضمانت کیفیت خدمت و اداره نظارت بر کیفیت	آژانسهای مسافرتی - کیفیت خدمت و رضایت مشتری	با موفقیت اجرا شد - هرچند در ابتدا با مقاومت روبرو شد
۱۹۹۶	قانون اداره تورگردانان	آژانسهای مسافرتی و تایید کنندگان کیفیت تورگردانان	انجام شد
۱۹۹۶	قانون اداره آژانسهای مسافرتی	آژانسهای مسافرتی	انجام شد

چین از سال ۱۹۴۹ با سابقه طولانی در پذیرش برنامه متمرکز مرکزی یک کشور سوسیالیست بوده است. و به این سبب تا پیش از سال ۱۹۷۸ مالکیت خصوصی تقریباً وجود نداشت. در حال حاضر چین در حال دوران گذار از برنامه ریزی توسعه به سوی اقتصاد بازاری است. بنگاههای اقتصادی گردشگری استانی تقریباً همگی توسط آژانسهای مرکزی دولتی راه اندازی و مدیریت شده اند. این شرایط تا سال ۱۹۹۹ و فرمان جداسازی آنها از دولت ادامه داشته است.

مدل اجرای سیاست گردشگری چین:

در غیاب یک کانال ارتباطی موثر میان دولت و بنگاه های اقتصادی، می توان اجرای سیاست گردشگری چین را مدلی بالا به پایین و آزمون و خطا نامید. بالا به پایین بدین معناست که تصمیمات در سطوح بالا تصویب و جهت اجرا به بنگاه ها ابلاغ گردیده و در صورت مقاومت آن را اصلاح می نماید.

تمامی بنگاه های اقتصادی گردشگری چین ثابت نموده اند که سیاست های اقتصاد محور گردشگری اجرا شده از سال ۱۹۷۸ موجب توسعه آن شده است.

سیاست گذارهای گردشگری کوبا:**گردشگران ورودی:**

کوبا	۲.۱۱۹.۰۰۰
------	-----------

دریافتی ها: هزار میلیون دلار	۲۰۰۷	۲۰۰۶	۲۰۰۵
کوبا	۲.۱۴۱	۲.۱۲۷	۱.۷۳۷

اضمحلال اتحاد جماهیر شوروی در سال ۱۹۹۱، بحرانی اساسی در گردشگری کوبا ایجاد نمود. آنها شریک اساسی تجاری کوبا بودند و صنعت شکر این کشور را برای ۳۰ سال در اختیار داشتند. چنین اتفاق بزرگی اقتصاد کوبا را در رکود کامل قرار داد و مسئولین را واداشت تا تمام تلاش خود را برای کسب راه های تازه ای برای درآمد واداشت. سیاست هایی برای خشنودسازی بازار گردشگران اروپا و کانادا صورت گرفت تا کاستی نبود درآمدی از صنعت شکر جبران شود. وزارت جدید گردشگری در سال ۱۹۹۴ تشکیل گردید و سرمایه گذاری سنگینی در این زمینه انجام شد. بین سالهای ۱۹۹۰ و ۲۰۰۰ میلادی در حدود ۳.۵ میلیارد دلار در این بخش سرمایه گذاری گردید و بیش از ۱۰ میلیون بازدید کننده وارد این کشور شدند و در نهایت در سال ۱۹۹۵ این صنعت، توانست صنعت شکر را پشت سر گذارد. امروز کوبا پذیرای گردشگرانی از کانادا، آلمان، بریتانیا، اسپانیا، ایتالیا، فرانسه و مکزیک است، بطوریکه سالیانه تعداد ۶۰۰ هزار کانادایی از این کشور بازدید می نمایند. جالب توجه است که سالیانه ۲۰ تا ۳۰ هزار امریکایی با پروازهای تورنتو، مونترال و .. از کوبا بازدید می نمایند.

کوبا در میان کشورهای حوزه کارائیب دارای بالاترین نرخ رشد گردشگر ورودی بوده و سال ۲۰۱۰ به مقصد اول تبدیل خواهد گردید و در این میان نکته جالب دست یافتن کوبا به چنین نتیجه ای بدون حضور امریکاست. در این میان کشورهای اروپایی مانند اسپانیا با حدود ۲۴٪ کل گردشگران نقش عمده ای را ایفا نموده اند.

وزارت گردشگری کوبا در تلاشی برای از انحصار درآوردن گردشگری این کشور از نوع ساحلی، ۸ منطقه جدید با سابقه معماری مستعمراتی و طبیعی را برای جذب گردشگر مهیا نموده است. در این میان ۷۰٪ کل درآمد های گردشگری در دو مقصد هاوانا و وارادرو کسب شده است. در ۶ منطقه دیگر ۷ میراث جهانی توسط یونسکو ثبت گردیده است.

کوبا اکوتوریسم خود را محدود به مناطق طبیعی ننموده است و در کنار آن بازدید از فرهنگ و سنت زندگی روستایی را نیز مورد توجه فراوان قرار داده است. ضعف عمده از لحاظ مزایای اقتصادی نشت درآمدها به دلیل واردات بالاست. این میزان در حدود ۴۰ الی ۵۰ درصد کل درآمدهای کوبا می شود.

مطالعه ای نشان میدهد:

- یک سوم مردم کوبا توسعه گردشگری را با افزایش نابسامانی های جنسی در ارتباط می دانند.
- اما در مجموع اثرات، ۸۶ درصد نظر مثبتی به این صنعت دارند.

گردشگری در کوبا واژه تازه ای نیست. همانند سایر مناطق جهان، توسعه خود را از دهه ۵۰ میلادی و در ارتباط نزدیک با فعالیتهای مافیایی آغاز نمود. در آن زمان ایالات متحده امریکا بازار اصلی بود و قمار و فاحشگی محصولات اصلی بودند. تمرکز آن زمان به هاوانا به معنای توسعه اندک محصولات گردشگری طبیعت بود. با پیروزی انقلاب تحریم اقتصادی امریکا آغاز و این بازار از صحنه گردشگری کوبا حذف گردید.

از سال ۱۹۵۹ تمرکز توسعه اقتصادی بر سایر امور مهم معطوف گشت و گردشگری عمدتاً داخلی شد و بنابراین هتلها و اتاقها قابلیت رقابت بین المللی را نداشتند. در دهه ۸۰ میلادی گردشگری بین المللی از سر گرفته شد اما تنها از سال ۱۹۹۰ به بعد بود که با پیش گرفتن رویه جدید توسعه این بخش و ایجاد معاملات مشارکتی شاهد افزایش بازدیدکنندگان ورودی بودیم. از سال ۱۹۹۶ و با ورود یک میلیون گردشگری کوبا به هدف خود یعنی تبدیل شدن به مقصدی جهانی و کرائییب تبدیل شد. در اولین سالهای صده جدید کوبا منتظر ورود هفت میلیون گردشگر و ۱۲۵.۰۰۰ اتاق است.

Mintur (ministry of tourism)

در سال ۱۹۹۴ مینتور برای اجرای عملیات راهنما و جهت دهی سیاسی، قانونگذاری و کنترلی بخش گردشگری پایه گذاری شد. مینتور اداره مسئول قانونگذاری گردشگری در کوبا است، اگرچه دیگر واحدهای کشور نیز در این امر مشارکت دارند. مینتور به تدوین سیاست گردشگری پرداخته و بر نحوه اجرای آن نظارت می نماید. اهداف استراتژیک آن در حال حاضر عبارتند از:

- طراحی و تدوین موثرتر بازاریابی محصول گردشگری
- افزایش و متنوع سازی گردشگری و بالا بردن توان رقابتی
- بازاریابی و افزایش ظرفیت اتاق ها
- افزایش کارآمدی اقتصادی سیستم گردشگری
- وارد نمودن کامپیوتر و سیستم های ارتباطی در بالاترین سطوح
- سهیم نمودن سرمایه خارجی بیشتر در بخش
- وسیع نمودن چشم انداز توسعه گردشگری تا سال ۲۰۱۰ و تنظیم ساختارهای سازمانی در جهت این توسعه

ساختار وزارت گردشگری:

برای اجرای امور، سازمان از ساختاری منعطف تشکیل گردیده است. این سازمان دارای دو سطح مدیریتی می باشد. سطح نخست شامل وزیر و معاونان کل می شود و در سطح دوم مسئولین بخشهای مختلف مانند کیفیت محصول، سرمایه گذاری، مذاکرات و ... وجود دارند. بعلاوه سازمان دارای نمایندگانی در تمامی مقاصد و تفرجگاهها می باشد. برای تضمین آموزش و بروز رسانی سطح دانش پرسنل و با نگاهی برای تضمین حرفه ای گری، کیفیت و خدمات کارآمد، کشور دارای یک سیستم ملی برای آموزش حرفه ای گردشگریست (FORMATUR) که از ۱۹ مدرسه در سراسر کشور تشکیل شده است. بعلاوه وزارت از دیگر نهادها مانند Publicitur (آژانس تبلیغات و ارتباطات) و Fintur بانک مالی بخش تشکیل شده است.

سیاست گذاریهای گردشگری بلغارستان، چک، اسلواکی و لهستان:

مخارج گردشگری:	۱۹۹۵	۲۰۰۰	۲۰۰۶	۲۰۰۷
لهستان	۵.۵	۳.۳	۷.۲	۸.۵
چک	۱.۶	۱.۳	۲.۸	۳.۶
بلغارستان	۲.	۵.	۱.۵	۱.۸

گردشگران ورودی:

لهستان	۱۴.۹۷۵.۰۰۰
چک	۶.۶۸۰.۰۰۰
بلغارستان	۵.۱۵۰.۰۰۰
اسلواکی	۱.۶۸۵.۰۰۰

دریافتی ها: هزار میلیون دلار	۲۰۰۰	۲۰۰۶	۲۰۰۷
بلغارستان	۱.۰۷۶	۲.۵۸۸	۳.۱۰۲
چک	۲.۹۷۲	۵.۵۲۰	۶.۶۱۸
لهستان	۵.۶۷۷	۷.۲۳۹	۱۰.۶۲۷
اسلواکی	۴۳۳	۱.۵۱۳	۲.۰۱۳

گردشگری در این چهار کشور روند ذیل را پشت سر گذاشته است:

۱۹۹۰ تا ۱۹۹۸:

- افزایش ثبات و امنیت در این ۴ کشور
- حذف اخذ ویزا (با توجه به قوانین اتحادیه اروپا)
- بدلیل اینکه کشورهای تازه ای بودند نوعی مد بود
- گردشگری خرید توسعه یافت.

۱۹۹۲ تا ۲۰۰۲:

- کاهش تعداد گردشگران
- اثرات اقتصادی منفی
- رکود اقتصادی
- محو اثر مد

- سیل های مخرب
 - ضعف زیرساختارها،
 - توان بالقوه بالا، اما ضعف ادراک از اهمیت آن
- ۲۰۰۳:
- افزایش گردشگران که توام با افزایش عواید مالی نبوده است. کاهش عدم توازن تجارت خارجی کشور، افزایش اشتغال و سرمایه گذاری در گردشگری
 - اقامت های طولانی تر و کاهش میزان فصلی بودن
 - توسعه خطوط هواپیمایی ارزان قیمت
 - دسترسی به سرمایه های اتحادیه های اروپا و نتیجتاً رشد زیرساختها
 - اشکال جایگزین
 - مفاهیم توسعه گردشگری، مبارزات تبلیغاتی و چارچوبهای قانونی

Structure of international tourists

Czechia	%	Hungary	%	Poland	%	Slovakia	%
Germany	25	Germany	20	Germany	38	Czechia	28
UK	10	UK	8	UK	6	Poland	13
Italy	7	Austria	7	Italy	5	Germany	13
USA	5	Italy	6	France	5	Hungary	8
Netherlands	5	USA	5	USA	5	Italy	4
Poland	5	Spain	4	Russia	5	Austria	4
Slovakia	4	Romania	3	Israel	3	France	3
France	4	Japan	3	Netherlands	3	UK	2
Spain	4	Netherlands	3	Sweden	3	USA	2
Russia	3	Poland	3	Spain	3	Netherlands	2

اگر بخواهیم تصویر این کشورها را با لغاتی بیان نماییم می توانیم بگوییم:

- مقصدی دیدنی
- مرکزیت در پراگ، بوداپست، ورشو، سایتهای تاریخی، بناهای جنگ و یهودیان در فنلاند، چشمه های آب درمانی در بلغارستان
- میراث تاریخی، معماری، موسیقی، هنر
- قیمت های مناسب، امنیت
- کیفیت پایین تر زیرساختها که در حال پیشرفت هستند
- کمبودهای سیستم حمل و نقل

پربازدیدترین شهرهای این کشورها عبارتند از:

مقصد	% از کل بازدیدها
پراگ	۲۰
بوداپست	۱۳
ورشو	۵

در تحلیل های استراتژیک مهمترین نقاط قوت و ضعف این کشورها اینگونه بیان شده اند:

نقاط قوت:

- موقعیت جغرافیایی
- رشد اقتصادی و قیمت های مناسب
- یادبودهای تاریخی، فرهنگی و فستیوالهای فرهنگی
- گردشگری، یادبودهای یونسکو، سنن موسیقی و کمونیسیم
- مناطق دست نخورده

نقاط ضعف:

- ضعف زیرساختهای کیفی و کمی
- حالت بد یادبودهای تاریخی
- سیستم های اطلاعاتی ضعیف

از طریق همکاری در جهت توسعه گردشگری اروپا ۵ عنوان کلیدی را در سیاستگذاریهای خود بکار می برند:

- اطلاعات
- آموزش
- کیفیت
- توسعه پایدار
- فعالیتهای نوین

و نهایتاً سیاست گذاریهای کلان خود را اینگونه تشریح می نمایند:

- اهداف استراتژیک
- تقویت نقش گردشگری در اقتصاد ملی
- افزایش توان رقابتی در اروپا
- افزایش مدت اقامت
- ماندگاری کیفیت محیط

منابع:

- انگلس، فردریش. اصول کمونیسم. چاپ چهارم. ترجمه هوشمند. تهران: ۱۳۳۲
- Gilmore, Angela (۲۰۰۸). *Small scale tourism development in communist cuba*: waterloo university.
- Hanqin zhang, qiu & Chong, king & Jenkins C.L (۲۰۰۲). *Tourism policy implementation in mainland china: an enterprise perspective*: Emerald
- Vagner, Jiri. *Tourism development in the visegrad four countries in the period of EU access*: Charles university in prague, faculty of science.
- Unwto world tourism barometer: Volume ۷ . No ۱. january ۲۰۰۹
- <http://www.cubatravelusa.com/>
- <http://en.wikipedia.org/wiki/Cuba>
- http://en.wikipedia.org/wiki/Tourism_in_Cuba
- <http://www.cubatravelusa.com/>