

استانداردسازی شاخص‌های گردشگری حلال در اقامتگاه‌های بوم‌گردی با تأکید بر مهمان‌نوازی ایرانی-اسلامی

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۲/۱۰/۰۵ تاریخ پذیرش نهایی مقاله: ۱۴۰۲/۱۲/۱۳

محمدتقی حیدری^{*۱} داریوش جهانی^۲ پروین رحمتی^۳

- ۱- دانشیار گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری دانشگاه زنجان، زنجان، ایران
- ۲- استادیار گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، پیام نور تهران، ایران
- ۳- کارشناس ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی گردشگری، دانشگاه زنجان، زنجان، ایران

چکیده

نوشتار حاضر به سهم خود کوشید استانداردسازی شاخص‌های گردشگری حلال در اقامتگاه‌های بوم‌گردی با تأکید بر مهمان‌نوازی ایرانی-اسلامی با پاسخ به این مسئله که تحت چه شرایطی و با چه سازوکارهایی گردشگری حلال در ایران با داشتن ظرفیت‌های غنی مسئله‌مند شده است؟ مورد مذاقه قرار دهد؛ زیرا ایران تنها کشور اسلامی است که همه اصولی دینی در آن رعایت می‌شود و بر اساس قانون اساسی و نظام جمهوری اسلامی و نیز فرهنگ و عرف اسلامی حاکم بر فضای عمومی کشور، متعهد به رعایت اصول، قوانین و ضوابط اسلامی است. این تحقیق از نظر نوع کاربردی و به لحاظ ماهیت روش توصیفی-تحلیلی می‌باشد. گردآوری اطلاعات به طرق کتابخانه‌ای و میدانی به صورت نمونه‌گیری هدفمند مبتنی بر روش گلوله برفی صورت گرفته است. نتایج تحقیق بر حسب ضریب نشان داد اثرگذاری هوشمندسازی با آماره ۱۰/۴۸۲ =t و استانداردسازی مدیریت مقصد با آماره ۹/۰۰۸ =t بیشتر از دیگر شاخص‌ها است. با توجه به نیاز مبرم گردشگری حلال کشور به وجود نقشه راهی به‌عنوان تعیین‌کننده خط‌مشی اصلی توسعه گردشگری، سند راهبردی توسعه گردشگری حلال کشور بر اساس اسناد بالادستی حوزه گردشگری تهیه و تدوین خواهند شد.

واژه‌های کلیدی: استانداردسازی، گردشگری حلال، اقامتگاه‌های بوم‌گردی، ارزش‌های اسلامی-ایرانی.

مقدمه

جهانگردی به‌عنوان یک پدیده باستانی که از زمان پیدایش آن برای انسان شناخته‌شده است و احتمالاً اولین سفر شناخته‌شده توسط ملکه مصر (هتشیپسوت) در سال ۱۴۹۰ قبل از میلاد به سرزمین پونت صورت گرفته است که تصور می‌شود سومالی امروزی باشد. این اولین سفر شناخته‌شده با هدف گردشگری بود. در مصر، تحت نظر فرعونیان برای شرکت در مراسم مذهبی و بازدید از معابد و همچنین امپراتوری‌های ایران، بابل، آشور، هند و امپراتوری‌های چین معمول بود (النصراوی و همکاران^۱، ۲۰۲۰). با بررسی روندهای اخیر نیز در بخش گردشگری، رشد سریع گردشگری در مناطقی مانند آسیا، آفریقا و خاورمیانه در سال‌های اخیر قابل‌مشاهده است. به عبارتی مفهوم «حلال» صرف شامل حال مسلمانان نمی‌شوند. تقاضای رو به رشدی برای محصولات حلال از سوی غیرمسلمانان و ظهور کسب‌وکارهای مرتبط با اسلام وجود دارد، نه تنها به این علت که جمعیت بزرگی از طرفداران اسلام در جهان وجود دارد، بلکه به این دلیل که سفر و گردشگری با بسیاری از خط‌مشی‌های اسلامی (خط‌مشی‌های قانونی، اقتصادی، سیاسی و اجتماعی) عجین شده است. حلال در حال تبدیل شدن به یک نشان جهانی برای اطمینان از کیفیت است و با سایر بخش‌ها اعم از تجارت مرتبط می‌باشد. اسلام در ۵۷ کشور عضو سازمان کنفرانس اسلامی رواج دارد و جامعه اسلامی در این کشورها تشکیل شده است (شالچیان رابع، ۱۳۹۹). با رشد اقتصاد اسلامی که کشورهایی در آسیا و خاورمیانه در پیش گرفته‌اند، بسیاری از کشورها چه مسلمان و چه غیر به دنبال جذب مسافران مسلمان هستند (خاتون بزرگ عقیده، ۱۳۹۹). یکی از مشکلات موجود برای مسلمانان در صنعت گردشگری به‌صورت عام همواره این بوده است که ساختار فرهنگی بسیاری از کشورها با قوانین اسلام منافات دارد و در بسیاری از مواقع با محدودیت‌هایی مواجه هستند که از آن جمله می‌توان به مواردی مانند یافتن غذای حلال، سرو گسترده نوشیدنی‌های الکلی و اختلاط زن و مرد و غیره اشاره کرد (عارفی و همکاران^۲، ۲۰۱۹). از سویی باید در نظر داشت گردشگری حلال به‌عنوان شکلی از گردشگری برای گردشگران مسلمان که در آن افراد با رعایت قوانین شرعی خود به خوش‌گذرانی و لذت در سفر می‌پردازند، به‌طور قابل‌توجهی در دهه گذشته افزایش یافته است (دومان^۳، ۲۰۱۱ به نقل از ابراهیمی و همکاران، ۱۳۹۸). مصرف‌کنندگان مسلمان یکی از سریع‌ترین بخش‌های در حال توسعه بازار هستند و نیازهای آن نمی‌تواند توسط بازاریان مقصد و گردانندگان تورهای گردشگری نادیده گرفته شود. انتظار می‌رود گردشگری حلال، همچنین گردشگران غیرمسلمانی را که به دنبال تجربه فرهنگی متفاوتی هستند، جذب کند (باتور و اسماعیل^۴، ۲۰۱۱ به نقل از همان). گردشگران مسلمان در سال ۲۰۱۱ حدود ۱۲۶ میلیارد دلار در سفرهای خود هزینه انجام داده‌اند و این رقم در سال ۲۰۲۰ بالغ بر ۱۹۲ میلیارد دلار برآورد شده است. بر اساس گزارش مجمع جهانی حلال، این بازار در سال‌های اخیر از ظرفیت و رشد بسیار بالایی برخوردار بود و پیش‌بینی شده است ارزش بازار محصولات

1 - Alnasrawi

2 - Arefi

3 - Duman

4 - Battour & Ismail

حلال در جهان به ۲/۳ هزار میلیارد دلار (به‌استثنای بانکداری) رسیده باشد و ۶۷ درصد معادل ۱/۴ هزار میلیارد دلار از ارزش این بازار مربوط به بخش مواد غذایی و نوشیدنی‌ها است (دنیای اقتصاد، ۱۳۹۹). همچنین تحقیقات مستر کارت و رتبه‌بندی هلال، پیش‌بینی می‌شود بیش از ۲۳۰ میلیون گردشگر مسلمان، سفر خود را تا سال ۲۰۲۶ در داخل و خارج از کشورشان آغاز کنند؛ در آن زمان مسافران مسلمان ۳۰۰ میلیارد دلار به اقتصاد جهانی تزریق خواهند نمود (خاتون بزرگ عقیده، ۱۳۹۹).

علاقه روزافزون به گردشگری حلال خود را از دو منظر صنعت و تحقیقات تشخیص می‌دهد. گردشگری حلال را می‌توان با هر شی و عملی تعریف کرد که طبق آموزه‌های اسلامی استفاده از آن در صنعت گردشگری مجاز است؛ بنابراین، موفقیت در توسعه و بازاریابی مقصد گردشگری حلال باید با پذیرش آموزه‌ها و اصول اسلامی در همه جنبه‌های فعالیت‌های گردشگری هدایت شود (باتور و همکاران^۱، ۲۰۱۶). بر اساس پژوهش موسسه کرسنتریتینگ، نیازهای کلیدی مبتنی بر مذهب گردشگران مسلمان در مقصد به ترتیب اهمیت شامل غذای حلال، امکانات اقامه نماز، سرویس‌های بهداشتی همراه با آب، ارائه خدمات در ماه رمضان، عدم وجود فعالیت‌های غیر حلال و خدمات و امکانات تفریحی با حفظ حریم خصوصی است (گزارش شاخص جهانی سفر مسلمانان، ۲۰۱۸ به نقل از پرده پور، ۱۳۹۸). در این بین یکی از مؤلفه‌های اصلی گردشگری حلال، هتل‌ها، اقامتگاه‌های بوم‌گردی و مهمانسراهای اسلامی هستند که فعالیت آن‌ها با آموزه‌های اسلامی مطابقت دارد. اقامتگاه‌های بوم‌گردی به‌عنوان یکی از گرایش‌های جدید در صنعت گردشگری در مهر و موم‌های اخیر مورد پذیرش واقع شده است چنانچه در برخی مقاصد، بعضاً خود اقامتگاه‌های بوم‌گردی، به دلیل ویژگی‌های خاص خود و به‌کارگیری طیف گسترده‌ای از خلاقیت‌ها، به بخش مهمی از جاذبه‌های گردشگری مقاصد تبدیل شده‌اند (ربانی، ۱۳۹۷).

کشور ایران نیز با داشتن جاذبه‌های مذهبی پتانسیل میزبانی درصدی از این مقدار را داراست. همچنین به‌عنوان کشوری مسلمان، دارای امکانات و زیرساخت‌های لازم برای جذب گردشگران حلال در حوزه‌های مختلف گردشگری است. در این رابطه اسکات و جعفری نیز در کتاب خود ایران را از معدود کشورهایی می‌دانند که از قوانین و ارزش‌های شرعی در رونق صنعت گردشگری برخوردار است (اسکات و جعفری، ۲۰۱۰^۲ به نقل از حاجی نژاد و همکاران، ۱۳۹۵). با وجود فراهم بودن زمینه‌های مذهبی، قانونی و بسیاری از زیرساخت‌های لازم برای عملکرد رقابتی در صنعت حلال، ایران در هیچ‌یک از صنایع حلال که در شاخص جهانی اقتصاد اسلامی تعیین‌کننده هستند، توفیق قابل‌قبولی نداشته است و در رتبه سیزدهم قرار دارد. بالاترین امتیاز ایران، مربوط به غذای حلال و امور مالی اسلامی است، ولی در این شاخص‌ها نیز فاصله زیادی با رقبایش در رتبه اول و دوم قرار دارد. همچنین ایران در شاخص سفر حلال قابل‌ملاحظه‌ای داشته و از امتیاز ۳۶ در سال ۲۰۱۶ به امتیاز ۱۹ در سال ۲۰۱۸ تنزل نموده است (پرده پور، ۱۳۹۸)؛ بنابراین شکاف ذهنی این نوشتار بر این

^۱ - Batour

^۲ - Scott & Jafari0

امر استوار است که به استانداردهای شاخص‌های گردشگری حلال در اقامتگاه‌های بوم‌گردی با تأکید بر مهمان‌نوازی ایرانی - اسلامی در استان زنجان با توجه به حاکمیت الگوی گردشگری حلال بر صنعت گردشگری ایران بپردازد.

پیشینه پژوهش

عارفی و همکاران (۱۳۹۹)، در مقاله خود با عنوان (طراحی شبکه مضامین برند حلال در صنعت گردشگری درمانی)، بیان می‌دارد که مزایای منطقی هتل بیمارستان با برند حلال به‌عنوان مضامین پایه و ۹۳ ویژگی ملموس به‌عنوان مضامین سازمان دهنده شامل، قیمت پایین، منابع انسانی پزشکان، پرستاران و کارکنان مجرب، بادانش و مسلمان، بهره‌گیری از اقدامات درمانی مناسب، آموزش درمانی پیشگیرانه، امکانات تفریحی و برنامه‌های جانبی حلال، پذیرش و پذیرایی، ICT از خانواده، تمهیدات انجام عبادت، تغذیه سالم و حلال، رابطه گرم و صمیمانه، نظام پذیرش منسجم، درمان موفق با استفاده از روش‌های درمانی متنوع، استاندارد طراحی و ساخت و تأمین مالی حلال و سه دسته مضامین فراگیر شامل اقدامات مربوط به هتلینگ، اقدامات مربوط به خدمات بیمارستانی و اقدامات مشترک و مزایای احساسی شناسایی گردیده است. اطلاعات به‌دست‌آمده در این پژوهش می‌تواند راهگشای مناسبی برای ایجاد تصویر مناسب گردشگری درمانی کشور ایران باشد.

بزرگ عقیده (۱۳۹۹)، در مقاله خود با عنوان گردشگری حلال و «فرصت‌ها و چالش‌های آن در ایران، به بررسی عوامل مؤثر در گردشگری حلال و همچنین رتبه ایران در جهان با توجه به «گزارش سالانه شاخص سفر جهانی مسلمانان در سال ۲۰۱۹» پرداخته است و از آنجاکه گردشگری حلال به سریع‌ترین رشد نوع گردشگری در صنعت سفر جهانی رسیده است، نیاز به مطالعه و مقایسه با سایر کشورهای مسلمان در این نوع گردشگری و شناخت فرصت‌ها و معرفی چالش‌ها را دارد تا با اهتمام دولت هرچه سریع‌تر چالش‌ها تبدیل به فرصت شده و ایران در رتبه بالاتری در گردشگری حلال قرار بگیرد.

موحدی رضاآباد (۱۳۹۸)، در پایان‌نامه خود با عنوان (بررسی تأثیر گردشگری حلال در راستای توسعه پایدار نمونه موردی شهر مشهد)؛ نشان می‌دهد بین گردشگری حلال و مؤلفه‌های توسعه پایدار رابطه معناداری وجود دارد. گردشگری حلال می‌تواند دستاوردهای فرهنگی، زیست‌محیطی، اجتماعی و اقتصادی مثبتی را برای شهر مشهد به همراه داشته باشد؛ و گردشگری حلال در بین شاخص‌ها بیشترین تأثیر بر توسعه شاخص اقتصادی پایدار شهر مشهد دارد.

اولفای^۱ و همکاران (۲۰۲۰)؛ در مقاله خود با عنوان (قصد رفتاری گردشگران برای بازدید از مقصد گردشگری حلال: یک مطالعه تجربی در مورد گردشگران مسلمان در مالزی)، نشان می‌دهد که بر خصوصیات مانند «برند حلال برای غذا و نوشیدنی»، «تصویر مقصد» و «حوادث عاطفی» تأثیر مثبت و قابل‌توجهی بر رضایت گردشگر از هدف رفتاری برای تعیین مقصد دارد. اهمیت کلیدی این مطالعه نشان می‌دهد که تعداد زیادی از مسافران مسلمان می‌توانند فرهنگ‌های اسلامی را تجربه کنند

^۱ - Ulfy

در حالی که محصولات و خدمات گردشگری حلال را در بازدید از مقاصد قابل دسترسی مسلمانان در نظر می‌گیرند. این تحقیق بینش‌هایی در مورد اهداف رفتاری گردشگران مسلمان است که مالزی را به عنوان مقصد گردشگری انتخاب می‌کنند.

النصراوی^۱ و همکاران (۲۰۲۰)، در مقاله خود با عنوان (آینده گردشگری حلال؛ چالش‌ها و راهکارها)، سعی دارد توضیحی جامع درباره جهانگردی اسلامی و چشم‌انداز آینده آن و همچنین تحولات فعلی بازارهای گردشگری حلال در سطح بین‌المللی ارائه دهد.

لیبرتو^۲ و همکران (۲۰۲۰)، در مقاله خود با عنوان (روندهای جهانی و اخیر در گردشگری حلال)، بیان می‌دارند که سازگاری با بازار حلال برای مقاصد گردشگری یک چالش ثابت است، رقابت آن‌ها را تقویت می‌کند و برند و تصویر مقصد را توسعه می‌دهد. مقصد باید پیشنهاد خود را آماده کند، با در نظر گرفتن ویژگی‌های هر یک از این نقاط، اطمینان از عملکرد خوب از نظر رضایت و قصد رفتاری، برای توصیه و بازگشت به مقصد. این مقاله قصد دارد با توجه به چندین جای ظهور و ارائه فرصت‌های مربوط به مدیریت مقصد گردشگری، یک تشخیص در مورد گردشگری حلال را از منظر جهانی ارائه دهد.

بوگان و سیرسیک^۳ (۲۰۲۰)، در پژوهشی با عنوان (توریسم حلال: مفاهیم و چالش‌های عملیاتی)، به ارزیابی انتقادی ادبیات در این زمینه می‌پردازد. نویسندگان پیشنهاد می‌کنند هتل‌هایی که خدمات خوب و خوبی در صنعت گردشگری حلال ارائه می‌دهند را «هتل‌های حلال» و گردشگران را «جهانگردان مسلمان» بنامند. یکی از مهم‌ترین چالش‌های عملی در گردشگری حلال، نداشتن استانداردهای حلال به‌ویژه برای هتل‌ها است. از آنجاکه نحوه درک و انطباق مسلمانان از زندگی خود با اسلام کاملاً متفاوت است، این بدان معناست که این بازار یکنواخت نیست، نویسندگان پیشنهاد می‌کنند که هتل‌های حلال باید از طریق مدارک مختلف در کشورهای مختلف مقیاس بندی شوند. شرکت‌های هتلداری باید گواهینامه‌های حلال داشته باشند که اطمینان مشتریان را فراهم کند. برای شرکت‌های هتلداری بسیار مهم است که میهمانان هدف خود را قبل از ورود به هتل از محل هتل مطلع کنند. دلیل این امر این است که هتل‌های حلال و سایر هتل‌ها معمولاً در مقصد استراحتگاه، به‌ویژه در ترکیه واقع شده‌اند. این مقاله یکی از مقالات برجسته‌ای است که باعث تفکیک گردشگری اسلامی و مفاهیم گردشگری حلال می‌شود.

با عنایت به مروری بر نتایج ادبیات می‌توان اظهار نمود در سابقه پژوهش‌های انجام‌گرفته در حوزه استانداردسازی شاخص‌های گردشگری حلال در اقامتگاه‌های بوم‌گردی نمایان است، تاکنون اقدام درخور توجهی در خصوص شاخص سازی این مفهوم صورت نگرفته است و غیر از مقاله النصراوی و همکاران (۲۰۲۰) که با انتقادات قابل تأملی در حوزه نگرش‌ها و شاخص‌ها مواجه شده است، مابقی پژوهش‌ها در حد تبیین ساختار نظری و تشریح حوزه‌ها باقی مانده‌اند. از این رو جای خالی تحقیقی که بتواند با ارائه یک تحلیل متکی به روش‌های علمی که دید جامعی از مسئله

¹ - Alnasrawi

² - Liberato

³ - Boogan & Sarisiik

استانداردسازی شاخص‌های گردشگری حلال در اقامتگاه‌های بوم‌گردی با تأکید بر مهمان‌نوازی ایرانی-اسلامی، خالی است. لذا اهمیت بررسی این موضوع را می‌توان در کمک به پیشرفت تخصصی و افزودن بر ادبیات علمی موضوع و برنامه‌ریزی گردشگری حلال در اقامتگاه‌های بوم‌گردی با تأکید بر مهمان‌نوازی ایرانی-اسلامی مطرح کرد، زیرا تاکنون در زمینه فوق بررسی‌های بنیادین صورت نپذیرفته است و به تبع آن در کشور ما نیز این موضوع تاکنون چندان مورد بررسی و توجه پژوهشگران و برنامه‌ریزان قرار نداشته است. ارزش عملی پژوهش نیز به نوبه خود در تغییر، بهبود و اصلاح روش‌ها و الگوهای مواجهه با استانداردهای شاخص‌های گردشگری حلال در اقامتگاه‌های بوم‌گردی خواهد بود.

مبانی نظری

حلال به معنای مجاز و روا از نظر شریعت و رضایت الهی است و فقط محدود به خوراک و کسب‌وکار نیست بلکه همه زندگی را در برمی‌گیرد و به حوزه تربیت و اخلاق، مناسبات اجتماعی و روابط خانوادگی و همسایگی و سیاسی و نظامی و دیگر زمینه‌ها نیز وارد می‌شود. گردشگری حلال شکلی از گردشگری است که در آن افراد با رعایت قوانین شرعی خود به خوش‌گذرانی و لذت در سفر می‌پردازند. در این‌گونه مقصدها اقامت، غذا، حمل‌ونقل و سایر تجهیزات و زیرساخت‌های مورد نیاز برای گردشگران مطابق دستورات دینی آن‌ها مهیا می‌شود. بدان معنی که فرد در طول مسافرت خود مسائل حلال و حرام و واجبات را رعایت می‌کند. هدف طراحی ظریف و هوشمندانه بستری است که تلنگری برای مخاطب باشد نه قرار دادن فرد در یک محیط خشک و بسته دینی و ارائه مفاهیم تحمیلی و القایی (کاشی، ۱۳۹۵). گردشگری حلال، نوعی از گردشگری مذهبی است که تمام فعالیت‌های آن از نظر قوانین شرعی مجاز شمرده می‌شود. در این باره، واتیکان در سال ۲۰۰۷ خطوط هوایمایی مخصوص به زائران خود را راه‌اندازی کرد که می‌تواند الگویی برای خطوط حلال باشد. این خطوط می‌توانند فاکتورهایی مانند ارائه غذای حلال، در نظر گرفتن وقت نماز و... را در برگیرند تا سفر را برای مسلمانان به‌ویژه هنگامی که برای زیارت و یا سایر مسائل مذهبی مسافرت می‌کنند، راحت‌تر و لذت‌بخش‌تر کند (لی^۱ و همکاران، ۲۰۲۱). حوزه‌هایی که دست‌اندرکاران گردشگری حلال با آن مرتبط می‌باشند، عبارت انداز:

- ۱- خوردنی‌ها و آشامیدنی‌ها؛
- ۲- پوشاک؛
- ۳- مواد آرایشی و بهداشتی؛
- ۴- حمل‌ونقل؛
- ۵- اماکن اقامتی و تفریحی؛
- ۶- تحکیم بنیان خانواده.

¹ - Liu

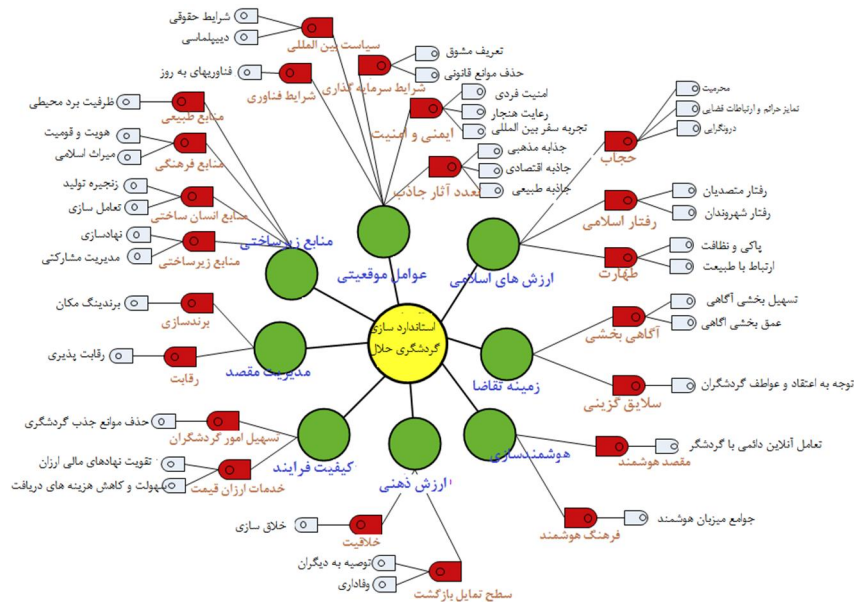
جدول (۱): وضعیت موجود گردشگری حلال ایران در سال ۲۰۱۵

| رتبه نهایی به تفکیک سال | | امتیاز نهایی به تفکیک سال (از مجموع ۱۰۰) | | امتیازات به تفکیک سال (از مجموع ۱۰۰) | | مقصد خانواده محور | فاکتورهای امتیازی |
|-------------------------|------|---|------|---|------|--|-------------------|
| ۲۰۱۶ | ۲۰۱۵ | ۲۰۱۶ | ۲۰۱۵ | ۲۰۱۵ | ۲۰۱۶ | | |
| ۱۵ | ۱۴ | ۶۳.۶ | ۶۳.۹ | ۴۲ | ۲۰۱۵ | امنیت عمومی | |
| | | | | ۴۱.۵ | ۲۰۱۶ | | |
| | | | | ۷۲ | ۲۰۱۵ | میزان گردشگر مسلمان ورودی | |
| | | | | ۷۰ | ۲۰۱۶ | | |
| | | | | ۵۲.۹ | ۲۰۱۵ | خدمات غذایی حلال | |
| | | | | ۵۱.۸ | ۲۰۱۶ | | |
| | | | | ۸۵ | ۲۰۱۵ | دسترسی به محل اقامه نماز | |
| | | | | ۸۵ | ۲۰۱۶ | | |
| | | | | ۱۰۰ | ۲۰۱۵ | خدمات فرودگاهی | |
| | | | | ۱۰۰ | ۲۰۱۶ | | |
| | | | | ۷۳.۳ | ۲۰۱۵ | خدمات اقامتی | |
| | | | | ۷۳.۳ | ۲۰۱۶ | | |
| | | | | ۴۰ | ۲۰۱۵ | سهولت ارتباطات | |
| | | | | ۳۴ | ۲۰۱۶ | | |
| | | | | ۳۸.۱ | ۲۰۱۵ | میزان آگاهی نسبت به نیاز گردشگران مسلمان | |
| | | | | ۳۸.۱ | ۲۰۱۶ | | |
| ۵۰ | ۲۰۱۵ | | | | | | |
| ۳۷.۵ | ۲۰۱۶ | | | | | | |

مأخذ: (کیان، ۱۳۹۳)

هدف از تدوین این استاندارد، تعیین الزامات و ویژگی‌های پایه برای گردشگری حلال، منطبق بر آموزه‌های شریعت مقدس اسلام و الگوهای کارکردی و فعالیتی آن در هر مرحله از روند گردشگری بر طبق تعاریف و کلیات مطرح شده در این استاندارد می‌باشد به نحوی که فرآیند و فعالیت مربوط منطبق با احکام و قوانین اسلام، منطبق با الزامات مذهب مبین فقه جعفری (علیه‌السلام) و نظریات فقهی علمای جهان اسلام باشد. این استاندارد برای موضوعات ذیل کاربرد دارد:

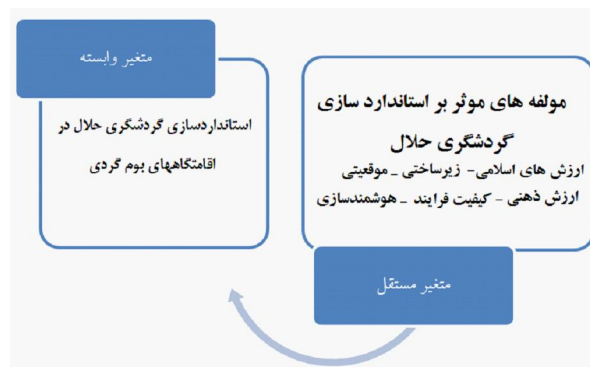
- الف - انجام هر نوع فعالیت در حوزه گردشگری منطبق با موازین شرعی اسلام به‌ویژه تشیع؛
- ب - انجام هر رفتار و کرداری در طول گردشگری منطبق با تعریف گردشگری ارائه شده در این استاندارد؛
- پ - محصولات، تولیدات، خدمات و ارائه راهکار برای گردشگری و حوزه‌های ذینفع آن (اعم از ساختارهای تسهیلات، ساختارهای انتهایی و ساختارهای شروع کننده فعالیت گردشگری حلال)؛
- ت - مکانیزم‌های موردنیاز جهت ادامه روند گردشگری حلال؛
- ث - انجام فعالیت‌های منطبق بر روند و ساختار فرد در زمان انجام فعالیت گردشگری به نحوی که بیشترین میزان تطبیق پذیری با روح و روان انسان در جهت تکامل عنصر بنیادی خانواده باشد؛
- ج - تطبیق ساختارهای امروزی گردشگری بر نص صریح حلال در گفتار شیعه؛
- چ - تطبیق گردشگری بر مفهوم بدیع گردشگری حلال مبتنی بر تکامل فردی (روح و روان) و اجتماعی (خانواده) (سازمان ملی استاندارد، ۱۳۹۴).



نمودار (۱): مدل مفهومی تحقیق (نگارندگان، ۱۴۰۲)

روش

تحقیق حاضر از نظر نوع کاربردی و به لحاظ ماهیت روش توصیفی-تحلیلی می‌باشد. گردآوری اطلاعات به طرق کتابخانه‌ای و میدانی (مصاحبه از طریق ابزار پرسشنامه ساخت‌یافته با بوم‌گردی‌های واقع در مناطق مورد مطالعه) صورت گرفته است. در تحقیق حاضر گردشگری حلال به‌عنوان متغیر مستقل؛ همچنین استانداردسازی مؤلفه‌های آن به‌عنوان متغیر وابسته در نظر گرفته شده است.



نمودار (۲): ارتباط متغیرهای تحقیق (نگارنده، ۱۴۰۲)

جامعه تحقیق در این پژوهش ذی‌نفعان اقامتگاه‌های بوم‌گردی و همچنین خبرگان امر می‌باشد که با توجه به شرایط همکاری نمونه آماری (۲۰ نفر از مالکین بوم‌گردی) به‌صورت نمونه‌گیری هدفمند مبتنی بر روش گلوله برفی انتخاب شد. پرسشنامه از آزمون آلفای کرونباخ استفاده شده است. بر اساس این روش با یک مطالعه مقدماتی روی ۱۰ مراجعه‌کننده جامعه مورد بررسی به‌صورت تصادفی و با استفاده از نرم‌افزاری آماری SPSS میزان پایایی عوامل تحلیل بررسی و ارزیابی گردید.

مقدار این آماره‌ها نشان می‌دهد که اولاً سؤالات پرسشنامه همبستگی بالایی با یکدیگر دارند و ثانیاً پرسشنامه تحقیق، از پایایی بالایی برخوردار می‌باشد. برای دستیابی به یک مدل علی مناسب، از مدل معادلات ساختاری با استفاده از آزمون حداقل مجذور مربع و نرم‌افزار SmartPLS.3 استفاده شد

جدول شماره (۲): آزمون پایایی سؤالات پرسشنامه‌های پژوهش

| میزان | شاخص‌ها |
|-------|---|
| ۰/۹۰۸ | در نظر گرفتن ارزش‌های اسلامی |
| ۰/۸۸۴ | استانداردسازی زمینه تقاضا برای گردشگری حلال ایران |
| ۰/۹۱۲ | استانداردسازی عوامل موقعیتی ایران |
| ۰/۹۰۶ | استانداردسازی منابع زیرساختی |
| ۰/۸۹۰ | استانداردسازی مدیریت مقصد |
| ۰/۹۰۱ | استانداردسازی کیفیت فرایند گردشگری |
| ۰/۹۲۶ | استانداردسازی تقویت ارزش ذهنی گردشگر |
| ۰/۸۷۹ | هوشمند سازی |

مأخذ: محاسبات نگارنده، ۱۴۰۲

جدول (۳): معرفی شاخصه‌های منتخب تحقیق در آشکارسازی استانداردسازی گردشگری حلال در

اقامتگاه‌های بوم‌گردی

| شناسه | شاخص | مفهوم | شناسه | شاخص | مفهوم | شناسه | شاخص | مفهوم |
|-------|--|-----------------------|-------|--|----------------------|-------|--------------------------------|----------------------|
| R27 | تقویت نهادهای مدیریتی گردشگری حلال | استاندارد سازی منابع | R14 | ایجاد مشوق‌های ویژه برای حضور مؤثر سرمایه‌گذار خارجی | استاندارد سازی عوامل | R1 | محرمیت | در نظر گرفتن ارزش‌ها |
| R28 | تقویت مدیریت مشارکتی نخبه مینا در گردشگری حلال | زیرساختی | R15 | حذف موانع قانونی سرمایه‌گذاری گردشگران خارجی برای ترویج گردشگری حلال | موقعیتی ایران | R2 | تمایز حریم‌ها و ارتباطات فضایی | ی اسلامی |
| R29 | برند سازی آثار گردشگری حلال در ایران | استاندارد سازی مدیریت | R16 | امنیت فردی گردشگران | | R3 | درون‌گرایی | |
| R30 | رقابت‌پذیری بین مقصدهای گردشگری حلال | مقصد | R17 | رعایت هنجارهای اجتماعی | | R4 | رفتار متصدیان گردشگری | |
| R31 | حذف موانع جذب گردشگری حلال در ایران | استاندارد سازی | R18 | تجربه سفر بین‌المللی | | R5 | رفتار شهروندان | |
| R32 | تقویت نهادهای مالی گردشگری ارزان‌قیمت حلال | کیفیت فرایند گردشگری | R19 | جاذبه‌های مذهبی و مراکز زیارتی | | R6 | پاکی و نظافت | |
| R33 | سهولت و کاهش هزینه‌های دریافت ویزا | | R20 | جاذبه‌های اقتصادی و تأسیسات | | R7 | ارتباط با طبیعت | |

| | | | | | | | | |
|-----|---|---------------------------------------|-----|---|-------------------------------|-----|---|--|
| | برای گردشگران حلال | | | گردشگری | | | | |
| R34 | استفاده از خلاقیت‌های در جهت ارائه امکانات مدرن گردشگری مطلوب | استاندارد سازی تقویت ارزش دهنی گردشگر | R21 | جاذبه‌ها و چشم‌اندازهای طبیعی | استاندارد سازی منابع زیرساختی | R8 | تسهیل بخشی آگاهی گردشگران | استاندارد سازی زمینه تقاضا برای گردشگری حلال ایران |
| R35 | تقویت توصیه به دیگران مقصد گردشگری حلال | | R22 | در نظر گرفتن ظرفیت برد محیطی | | R9 | عمق‌بخشی آگاهی گردشگران | |
| R36 | تقویت وفاداری گردشگری حلال در مقصد | | R23 | معرفی هویت و قومیت در ایران | | R10 | توجه به اعتقادات و عواطف گردشگران | |
| R37 | تعامل آنلاین؛ دائمی و تعاملی با گردشگر | هوشمند سازی | R24 | اجرای تورهای متنوع میراث اسلامی | | R11 | استفاده از فناوری‌های به‌روز | استاندارد سازی عوامل موقعیتی ایران |
| R38 | جوامع میزبان هوشمند | | R25 | تقویت زیرساخت‌های لازم در زنجیره تولید محصولات خوراکی حلال | | R12 | تسهیل شرایط حقوقی و قانونی گردشگری حلال | |
| | | | R26 | برگزاری هفته حلال جهت معرفی و شناساندن صنعت حلال در ایران و تعامل با دیگر کشورها در زمینه صنعت حلال | | R13 | تقویت تعاملات و دیپلماسی فرهنگی فراملی | |

مأخذ: مطالعات کتابخانه‌ای؛ ۱۴۰۲

یافته‌ها

برای برآورد اعتبار متمایز (واگرا) مدل، از روش ماتریس استفاده شد. طبق این معیار جذر شاخص AVE، یک متغیر پنهان باید بیشتر از همبستگی آن متغیر پنهان با متغیرهای پنهان دیگر باشد، این امر نشانگر آن است که همبستگی آن متغیر پنهان، با مشاهده پذیرهای خود بیشتر از همبستگی‌اش با متغیرهای دیگر است. همان‌گونه که در جدول شماره پنج مشاهده می‌شود، بر اساس نتایج ماتریس الگوی استانداردسازی گردشگری حلال در اقامتگاه‌های بوم‌گردی، مقادیر جذر AVE، برای تمامی متغیرهای پنهان (ابعاد) که در خانه‌های موجود در قطر اصلی ماتریس قرار دارند، از مقدار همبستگی میان آن‌ها که در خانه‌های زیرین و راست قطر اصلی قرار گرفته‌اند، بیشتر می‌باشد؛ بنابراین می‌توان اذعان نمود که متغیرهای مکنون در مدل حاضر، تعامل بیشتری با مشاهده پذیرهای خود دارند تا با سازه‌های دیگر، به عبارتی، اعتبار واگرای مدل در حد مناسبی بوده و مورد تأیید می‌باشد.

جدول (۴): ماتریس سنجش روایی اعتبار متمایز (واگرا)

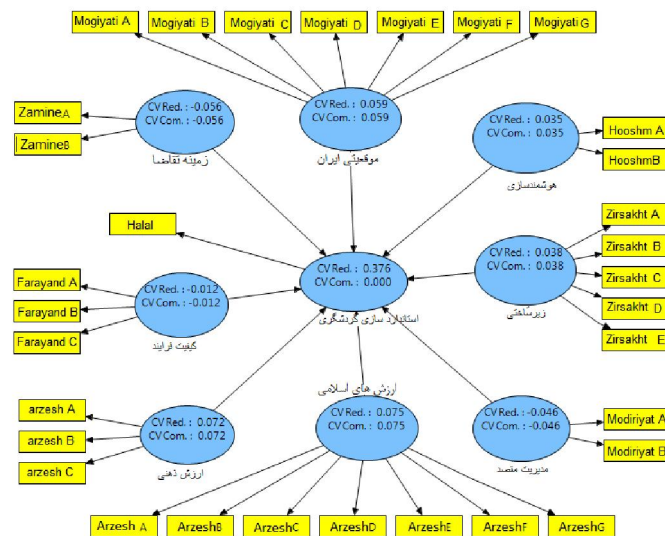
| استانداردسازی عوامل موقعیتی ایران | هوشمند سازی | استانداردسازی منابع زیرساختی | استانداردسازی زمینه تقاضا برای گردشگری حلال ایران | استانداردسازی مدیریت مقصد | استانداردسازی کیفیت فرایند گردشگری | استانداردسازی تقویت ارزش ذهنی گردشگر | در نظر گرفتن ارزش‌های اسلامی | گردشگری حلال | |
|-----------------------------------|-------------|------------------------------|---|---------------------------|------------------------------------|--------------------------------------|------------------------------|--------------|---|
| | | | | | | | | ۱ | گردشگری حلال |
| | | | | | | | ۱ | ۰/۷۱۹ | در نظر گرفتن ارزش‌های اسلامی |
| | | | | | | ۱ | ۰/۵۳۳ | ۰/۶۷۲ | استانداردسازی تقویت ارزش ذهنی گردشگر |
| | | | | | ۱ | ۰/۴۰۴ | ۰/۳۰۸ | ۰/۶۳۷ | استانداردسازی کیفیت فرایند گردشگری |
| | | | | ۱ | ۰/۲۳۶ | ۰/۲۲۷ | ۰/۳۰۸ | ۰/۵۲۹ | استانداردسازی مدیریت مقصد |
| | | | ۱ | ۰/۲۳۷ | ۰/۲۵۴ | ۰/۱۸۳ | ۰/۵۰۴ | ۰/۵۹۳ | استانداردسازی زمینه تقاضا برای گردشگری حلال ایران |
| | | ۱ | ۰/۲۱۵ | ۰/۲۶۳ | ۰/۳۴۲ | ۰/۳۲۱ | ۰/۳۳۳ | ۰/۵۷۸ | استانداردسازی منابع زیرساختی |
| | ۱ | ۰/۲۵۴ | ۰/۳۲۶ | ۰/۱۹۱ | ۰/۳۱۶ | ۰/۳۹۹ | ۰/۴۱۸ | ۰/۶۸۹ | هوشمند سازی |
| ۱ | ۰/۳۶۹ | ۰/۴۴۰ | ۰/۳۹۲ | ۰/۲۶۰ | ۰/۴۳۶ | ۰/۴۰۹ | ۰/۴۸۰ | ۰/۷۰۵ | استانداردسازی عوامل موقعیتی ایران |

مأخذ: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۲

بعد از تدوین شاخص‌ها نهایی به‌منظور دستیابی به استانداردسازی شاخص‌های گردشگری حلال در اقامتگاه‌های بوم‌گردی با تأکید بر مهمان‌نوازی ایرانی-اسلامی، از مدل معادلات ساختاری استفاده شده است. با توجه به اینکه، روش آماری PLS به‌پیش فرض نرمال بودن حساس نمی‌باشد. امکان بررسی هم‌زمان نظریه و سنجه‌ها را فراهم می‌سازد. از این‌رو، به علت غیرنرمال بودن توزیع نمونه‌های پژوهش، از آزمون PLS برای تبیین روابط بین مؤلفه‌های مؤثر بر استانداردسازی شاخص‌های گردشگری حلال در اقامتگاه‌های بوم‌گردی استفاده شده است. در این مدل، آماره‌های Red-CV، بیانگر اعتبار یا افزونگی (Redundancy-CV) است که کیفیت مدل ساختاری را نشان می‌دهد و آماره‌های Com-CV بیانگر اعتبار اشتراکی یا روایی متقاطع (Communality-CV) است. در این آزمون، اعداد مثبت نشانگر کیفیت مناسب مدل در تبیین روابط و اعداد منفی نیز بیانگر

یک طرفه بودن روابط علی بین شاخص‌های مؤثر بر استانداردسازی شاخص‌های گردشگری حلال در اقامتگاه‌های بوم‌گردی با تأکید بر مهمان‌نوازی ایرانی - اسلامی می‌باشند. با توجه به خروجی مدل در شکل ۳؛ میزان افزونگی و اعتبار اشتراکی بین متغیرها در شاخص‌های استانداردسازی کیفیت فرایند گردشگری و هوشمند سازی و استانداردسازی زمینه تقاضا برای گردشگری حلال ایران منفی است. این رویه نشان می‌دهد که ارتباط شاخص‌های مذکور در استانداردسازی گردشگری حلال، یک ارتباط یک طرفه است؛ و بیشتر این شاخص‌ها در استانداردسازی تأثیرگذار بوده است؛ و الگوی استانداردسازی تأثیر کمی بر معیارهای فوق داشته است. در مقابل، میزان افزونگی و اعتبار اشتراکی بین متغیرهای دیگر مثبت است. لذا کیفیت تبیین مدل در این شاخص‌ها مطلوب است؛ و می‌توان گفت که متغیرهای پنهان و آشکار، تأثیرات متقابل و مؤثری بر یکدیگر دارند و با تبیین و تحلیل روابط این مؤلفه‌های می‌توان به یک تحلیل مفهومی از الگوی استانداردسازی گردشگری حلال دست یافت.

نمودار (۳): مدل بررسی کیفیت روابط علی بین متغیرها

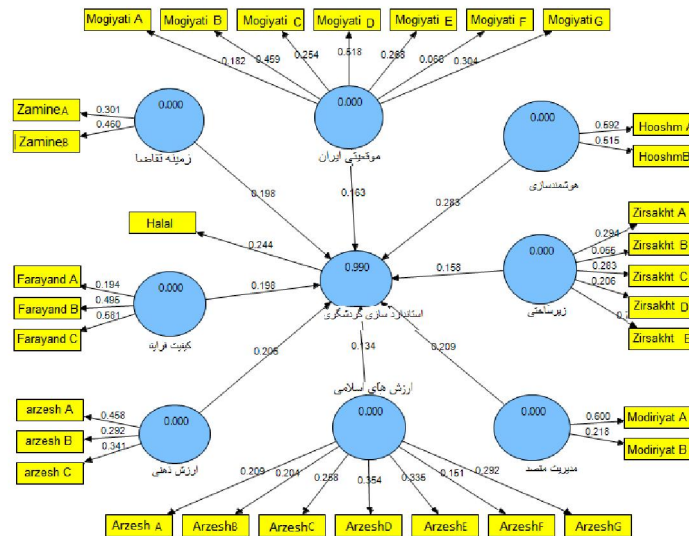


مأخذ: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۲

با توجه بر ابعاد و شاخصه‌های هشت‌گانه پژوهش و عوامل مؤثر بر آن، با استفاده از نرم‌افزار Smart PLS، اقدام به تعیین میزان تبیین و پیش‌پراکنندگی استانداردسازی گردشگری حلال در اقامتگاه‌های بوم‌گردی تحت تأثیر روابط علی بین مؤلفه‌های هشت‌گانه شده است. در این تحقیق «استانداردسازی شاخص‌های گردشگری حلال در اقامتگاه‌های بوم‌گردی با تأکید بر مهمان‌نوازی ایرانی - اسلامی» متغیر وابسته و اثرات معیارهای هشت‌گانه به‌عنوان متغیر مستقل در نظر گرفته می‌شود. وجود مدل‌های پیچیده چند متغیره در مطالعات فضایی که شامل تجزیه و تحلیل هم‌زمان k متغیر مستقل و n متغیر وابسته است، موجب می‌گردد تا نیاز به هم‌زمانی تحلیل عاملی تأییدی با تحلیل مسیر برآورد شده و از سوی دیگر، کاربرد مدل معادلات ساختاری موجب حفظ یکپارچگی مدل تحقیق می‌گردد. همچنین برای بررسی معنی‌دار بودن رابطه میان ابعاد مختلف با متغیرهای

هشت‌گانه از یک‌سو و از سوی دیگر، رابطه بین سازه‌های مربوط به هریک از ابعاد هشت‌گانه با خود بعد موردنظر استفاده گردید (شکل چهار و جدول شش).

بر مبنای یافته‌های ادبیات نظری، سازه‌های مؤثر بر «استانداردسازی شاخص‌های گردشگری حلال در اقامتگاه‌های بوم‌گردی با تأکید بر مهمان‌نوازی ایرانی - اسلامی» شامل معیارهای شش‌گانه می‌باشد، با توجه به محاسبات صورت گرفته، نتایج تحلیل مسیر نشان می‌دهد که تمامی روابط معنی‌دار هستند. در این رابطه، بیشترین تأثیر مربوط به سازه هوشمندسازی با ضریب تأثیر ۰/۲۸۳ و سطح معنی‌داری ۰/۰۰۰ و سازه استانداردسازی مدیریت مقصد با ضریب ۰/۲۰۹ و سطح معنی‌داری ۰/۰۰۰ است. در نتیجه برای دستیابی به یک مکانسیم منسجم در «استانداردسازی شاخص‌های گردشگری حلال در اقامتگاه‌های بوم‌گردی با تأکید بر مهمان‌نوازی ایرانی - اسلامی»، نیازمند تقویت زیرساخت‌های هوشمندسازی و استانداردسازی مدیریت مقصد هستیم. در نهایت میزان ضریب واریانس ۰/۹۹۰ است. این عامل نشان می‌دهد که مدل مذکور به‌خوبی روابط علی بین سازه‌های متغیر و پنهان را نشان داده است (شکل ۴).



نمودار (۴) - روابط علی بین متغیرهای پنهان و آشکار در مدل معادلات ساختاری با Smart PLS

مأخذ: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۲

علاوه بر این، یافته‌های تحلیل مسیر در قالب آماره‌های جدول شش به‌منظور تکمیل یافته‌ها شکل فوق نشان می‌دهد که طبق محاسبات آماری برای تمامی سازه‌ها در حد متوسط است. در نتیجه، روابط بین سازه‌های مؤثر بر «استانداردسازی شاخص‌های گردشگری حلال در اقامتگاه‌های بوم‌گردی با تأکید بر مهمان‌نوازی ایرانی - اسلامی»، در حد قابل‌قبولی قرار دارند. در این میان، ضریب اثرگذاری هوشمندسازی با آماره $t = ۱۰/۴۸۲$ و استانداردسازی مدیریت مقصد با آماره $t = ۹/۰۰۸$ بیشتر از دیگر شاخص‌ها است.

جدول (۵): بارهای عاملی و ضرایب مسیر تأثیر کلی سازه‌های تحقیق با مدل معادلات ساختاری

| T Statistics (O/STERR) | Standard Error (STERR) | Standard Deviation (STDEV) | Sample Mean (M) | Original Sample (O) | |
|------------------------|------------------------|----------------------------|-----------------|---------------------|---|
| ۵/۲۰۹ | ۰/۰۲۶ | ۰/۰۲۶ | ۰/۱۳۴ | ۰/۱۳۴ | در نظر گرفتن ارزش‌های اسلامی -> استانداردسازی شاخص‌های گردشگری حلال در اقامتگاه‌های بوم‌گردی |
| ۸/۹۹۷ | ۰/۰۲۲ | ۰/۰۲۲ | ۰/۱۹۴ | ۰/۱۹۸ | استانداردسازی زمینه تقاضا برای گردشگری حلال ایران -> استانداردسازی شاخص‌های گردشگری حلال در اقامتگاه‌های بوم‌گردی |
| ۸/۳۸۸ | ۰/۰۱۹ | ۰/۰۱۹ | ۰/۱۶۴ | ۰/۱۶۳ | استانداردسازی عوامل موقعیتی ایران -> استانداردسازی شاخص‌های گردشگری حلال در اقامتگاه‌های بوم‌گردی |
| ۷-۷۹۲ | ۰/۰۲۰ | ۰/۰۲۰ | ۰/۱۵۶ | ۰/۱۵۸ | استانداردسازی منابع زیرساختی -> استانداردسازی شاخص‌های گردشگری حلال در اقامتگاه‌های بوم‌گردی |
| ۹/۰۰۸ | ۰/۰۲۳ | ۰/۰۲۳ | ۰/۲۰۳ | ۰/۲۰۹ | استانداردسازی مدیریت مقصد -> استانداردسازی شاخص‌های گردشگری حلال در اقامتگاه‌های بوم‌گردی |
| ۸/۹۷۲ | ۰/۰۲۲ | ۰/۰۲۲ | ۰/۱۹۸ | ۰/۱۹۸ | استانداردسازی کیفیت فرایند گردشگری -> استانداردسازی شاخص‌های گردشگری حلال در اقامتگاه‌های بوم‌گردی |
| ۸/۱۰۱ | ۰/۰۲۵ | ۰/۰۲۵ | ۰/۲۰۰ | ۰/۲۰۶ | استانداردسازی تقویت ارزش ذهنی گردشگر -> استانداردسازی شاخص‌های گردشگری حلال در اقامتگاه‌های بوم‌گردی |
| ۱۰/۴۸۲ | ۰/۰۲۷ | ۰/۰۲۷ | ۰/۲۷۷ | ۰/۲۸۳ | هوشمند سازی -> استانداردسازی شاخص‌های گردشگری حلال در اقامتگاه‌های بوم‌گردی |

مأخذ: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۲

بحث و نتیجه‌گیری

تحقیق حاضر کوشید استانداردسازی شاخص‌های گردشگری حلال در اقامتگاه‌های بوم‌گردی با تأکید بر مهمان‌نوازی ایرانی - اسلامی را مورد مذاقه قرار دهد، بررسی‌ها نشان داد که استانداردسازی گردشگری حلال در ایران در زمینه رقابت‌پذیری بین مقصدهای گردشگری حلال ضعیف عمل کرده است. همچنین بررسی تبیین گویه‌های هوشمند سازی نیز نشان می‌دهد که تبلیغات و استفاده از رسانه‌ها و فضای مجازی جهت بهبود تصویر گردشگری حلال ایران و بهره‌گیری از فن‌آوری‌های جدید و ارتباطات و اینترنت جهت یکپارچه‌سازی کسب‌وکارهای صنعت حلال با میانگین ۳,۶۶ به‌طور قابل‌ملاحظه‌ای رعایت شده و این امر توانسته رضایت جامعه آماری را جلب نماید. همچنین از نظر جامعه آماری، کیفیت فرایند گردشگری و استانداردسازی منابع زیرساختی زیربنای مهم و اصلی توسعه گردشگری حلال تلقی شده و می‌تواند بر جذب گردشگر و مهمان‌نوازی ایرانی اسلامی تأثیرگذار باشد. این یافته بر تحقیقات ابراهیمی و همکاران (۱۳۹۸)، عارفی و همکاران (۱۳۹۷)، پرده پور (۱۳۹۸)، حسن کاشی (۱۳۹۵) و جلالیان و همکاران (۱۳۹۹) منطبق هست، این تحقیقات نیز کیفیت خدمات را، به‌عنوان یکی از زمینه‌های حیاتی رضایت ارزش‌درک‌شده به‌علاوه پیش‌بینی‌کننده خوبی برای اهداف خرید مجدد است. در رابطه با کیفیت خدمات تعریف‌های مختلفی از سوی صاحب‌نظران ارائه شده است. پراسورامان و همکاران، کیفیت خدمات را به‌وسیله تفاوت بین انتظارات مشتری از عملکرد ارائه‌کننده خدمت و ارزیابی آن‌ها از خدماتی که آن‌ها درک کرده‌اند، تعریف کرده‌اند. در مهر و موم‌های اخیر، توجه به نیازهای گردشگران و پاسخگویی به خواسته‌های آنان، در بخش خدمات، یکی از

اصلی‌ترین و ضروری‌ترین وظایف و یا اهداف هر مقصد گردشگری شده است. از آنجاکه بیش از نیمی از تولید ناخالص اغلب کشورهای جهان از بخش خدمات حاصل می‌شود و به دلیل ویژگی‌های خاص این بخش نظیر ارتباط مستقیم با گردشگران، لذا توجه به بخش خدمات اهمیت بسیاری دارد. علیرغم گذشت زمان طولانی از طرح موضوع کیفیت خدمات و شیوه‌های سنجش و ارزیابی آن، نه تنها توجه به این موضوع مهم کاهش نیافته، بلکه به دلیل اهمیت فزاینده خدمات در اقتصاد کشورها نقش آن بیش از پیش اهمیت یافته است (غفاری و همکاران، ۱۳۹۱). همچنین با توجه به این‌که زیرساخت‌های اقامتی یکی از مهم‌ترین اجزای نظام فضایی گردشگری می‌باشد، از این‌رو کمیّت و کیفیت این زیرساخت‌ها در افزایش فعالیت‌های گردشگری حلال به‌ویژه در جذب گردشگر مؤثر است. به عبارتی تسهیلات و تجهیزات گردشگری عامل جذب گردشگر به شهر نیست اما به‌عنوان یکی از زیرساخت‌های مهم گردشگری مطرح می‌شود و نقش مهمی در افزایش ماندگاری و رضایت گردشگران دارد. امروزه این زیرساخت‌ها نقش ممتازی در گردشگری دنیا ایفا می‌کند. مهم‌ترین این تسهیلات، مراکز اقامتی- پذیرایی، حمل‌ونقل و وسایل ارتباطی، تبلیغات و فرهنگ می‌باشد که به همراه جاذبه‌ها می‌توانند باعث رونق گردشگری منطقه شوند. با توجه به نیاز مبرم گردشگری حلال کشور به وجود نقشه راهی به‌عنوان تعیین‌کننده خط‌مشی اصلی توسعه گردشگری، سند راهبردی توسعه گردشگری حلال کشور بر اساس اسناد بالادستی حوزه گردشگری تهیه و تدوین خواهند شد. برخی پیشنهادات منتج از یافته تحقیق به شرح ذیل می‌باشد:

- ایجاد یک کمیته تخصصی زیر نظر وزارتخانه گردشگری در کشور باهدف استقرار اصول گردشگری حلال و به‌کارگیری آن در صنعت گردشگری
- آماده کردن یک پروژه آزمایشی و یک طرح اقدام برای خطوط هوایی، آژانس‌های مسافرتی و هتل‌ها درباره نحوه به‌کارگیری اصول و استانداردهای گردشگری حلال
- استقرار یک واحد متخصص در امر نوسازی و تجدیدقوای نهادهای متعدد در عرصه گردشگری و اعطای گواهینامه به نهادها و موسسه‌ی که گردشگری حلال را به بهترین نحو به مرحله اجرا درآورده باشد.
- برگزاری جلسات و دوره‌های آموزشی با موضوع گردشگری حلال و نحوه به‌کارگیری اصول و استانداردهای مرتبط با آن.
- تصمیمات پیشنهادشده حاوی عنوان (گردشگری حلال) درون مقررات نظارتی داخلی بر دانشکده و مؤسسات گردشگری و هتلداری در کشور ایران
- برگزاری همایش و نمایشگاه‌های تخصصی در سطح بین‌المللی جهت شناساندن ظرفیت گردشگری حلال
- ایجاد ارزش‌افزوده جدید برای تولیدات غذایی حلال
- ارتقا سیستم بانکی (امکان استفاده از کارت‌های اعتباری رایج در ایران)
- بدیهی است سند مذکور به دلیل ماهیت فرابخشی گردشگری می‌بایست با همکاری نهادهای مختلف اجرا و پیاده‌سازی شود، بر همین اساس تمامی ارگان‌ها و نهادهای دولتی ذی‌ربط در سطوح ملی، استانی، شهرستانی و محلی و بخش خصوصی مربوطه ملزم به همکاری و هماهنگی برنامه‌های کاری خود را با رویکردهای سند راهبردی توسعه گردشگری کشور بوده و ضروری است از تخصیص بودجه برای پیاده‌سازی برنامه‌ها اطمینان حاصل نمایند.

منابع و مأخذ:

- ۱- ابراهیمی، مهدی؛ یآوری گوهر، فاطمه حسن کاشی، مهدی (۱۳۹۸)، اولویت‌بندی عوامل رقابت‌پذیری ایران در گردشگری حلال؛ مجله‌ی برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری؛ ۸(۲۸)؛ صص ۱۱۳-۱۳۷.
- ۲- استاندارد ملی ایران (۱۳۹۴)، گردشگری حلال (الزامات)، سازمان ملی استاندارد ایران.
- ۳- پرده پور، بهزاد (۱۳۹۸)، بررسی عوامل توسعه گردشگری با تأکید بر گردشگری حلال (مطالعه موردی: شهر مشهد)، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، رشته جهانگردی، گرایش بازاریابی، موسسه آموزش عالی بینالود.
- ۴- جلالیان، مسعود؛ ملک‌زاده، محمد شریف (۱۳۹۹)، تدوین مدل توسعه گردشگری حلال با رویکرد توسعه پایدار (مورد مطالعه: جزیره کیش)؛ فصلنامه جغرافیا (برنامه‌ریزی منطقه‌ای)؛ ۱۱(۱)۱۱، صص ۱۸۷-۲۰۳.
- ۵- حاجی نژاد، علی، پایدار، ابوزر؛ عبدی، ناصر (۱۳۹۵)، ارزیابی تأثیر گردشگری حلال بر حوزه‌های گردشگری ایران؛ فصلنامه سیاست‌های راهبردی و کلان / ۴(۱۵)، ۴۶-۲۷.
- ۶- حسن کاشی، میترا (۱۳۹۵)، اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر رقابت‌پذیری ایران در گردشگری حلال؛ پایان‌نامه کارشناسی ارشد مدیریت جهانگردی - گرایش بازاریابی؛ دانشگاه علامه طباطبائی.
- ۷- خاتون بزرگ عقیده؛ نرگس (۱۳۹۹)، گردشگری حلال و فرصت‌ها و چالش‌های آن در ایران؛ نشریه پژوهشنامه حلال؛ ۵۷-۴۴.
- ۸- داوری، علی؛ رضازاده؛ آرش (۱۳۹۲)، مدل‌سازی معادلات ساختاری با نرم‌افزار PLS؛ انتشارات جهاد دانشگاهی.
- ۹- دنیای اقتصاد (۱۳۹۹)، گردشگری حلال؛ ضرورت‌ها و ظرفیت‌ها؛ نشریه دنیای اقتصاد، پنجشنبه ۲۷ آذر ۱۳۹۹، شماره ۵۰۶۱.
- ۱۰- ربانی، راضیه (۱۳۹۷)، بررسی پتانسیل‌های اقامتگاه‌های بوم‌گردی در توسعه گردشگری نسل سوم، مورد پژوهی: اقامتگاه‌های برمگردی استان اصفهان؛ پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته مدیریت جهانگردی گرایش برنامه‌ریزی جهانگردی؛ دانشگاه هنر اصفهان.
- ۱۱- سازمان ملی استاندارد (۱۳۹۴)، گردشگری حلال - الزامات؛ سازمان ملی استاندارد ایران.
- ۱۲- شالچیان رابع؛ نرگس (۱۳۹۹)؛ گردشگری حلال: ارزیابی فرصت‌ها و چالش‌ها در منطقه غرب آسیا؛ معاونت اقتصادی شهرداری مشهد.
- ۱۳- عارفی، امین؛ فیض، داود؛ بیشمی، بهار؛ زارعی، عظیم (۱۳۹۹)، طراحی شبکه مضامین برند حلال در صنعت گردشگری درمانی؛ فصلنامه علمی مطالعات مدیریت گردشگری، ۱۵(۵)، صص ۲۲۵-۹۱۲.
- ۱۴- غفاری، فرهاد؛ جعفری، پژمان و امیرمدحی، اشکان (۱۳۹۱)، مطالعه رابطه کیفیت خدمات و رضایت مشتری در صنعت بانکداری؛ فصلنامه علوم مدیریت ایران؛ ۶(۲۴)، صص ۴۲-۶۶.
- ۱۵- کیان، بهنام (۱۳۹۶)، تحلیلی بر چالش‌های توسعه گردشگری با تأکید بر گردشگری حلال، رساله کارشناسی ارشد، رشته جغرافیا، دانشگاه تبریز.

- ۱۶- محسنین، شهریار، اسفندیانی، محمدرحیم (۱۳۹۲)، معادلات ساختاری مبتنی بر رویکرد حداقل مربعات جزئی به کمک نرم‌افزار Smart-PLS: آموزشی و کاربردی؛ موسسه کتاب مهربان نشر.
- ۱۷- موحدی رضاآباد، جلیل (۱۳۹۸)، بررسی تأثیر گردشگری حلال در راستای توسعه پایدارنمونه موردی شهر مشهد، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، موسسه غیرانتفاعی خردگرایان مطهر.

- 18-Alnasrawi, sultan Jasem; Ali.Hussein (2020).The future of Halaal tourism: Challenges and Opportunities. African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure. Volume 9(2) - (2020) ISSN: 2223-814X
- 19-Arefi, Amin; Faiz, Daoud; Bishmi, Bahar; Zarei, Azim (2019). designing a network of halal brand themes in the medical tourism industry; Scientific Quarterly Journal of Tourism Management Studies. 15th year. number 05 summer 9311, pages 912-225. . [In Persian].
- 20-Battour, M. Ismail, M. N. (2016). Halal tourism: concepts, practises, challenges and future. Tourism management perspectives, Vol. 19. pp. 150-154
- 21-Boogan, E. and Sarıışık, M. (2019). "Halal tourism: conceptual and practical challenges". Journal of Islamic Marketing, Vol. 10 No. 1, pp. 87-96. <https://doi.org/10.1108/JIMA-06-2017-0066>.
- 22-Davari, Ali; Rezazadeh; Arash (2012). structural equation modeling with Pls software; Academic Jihad Publications
- 23-Ebrahimi, Mehdi; Yaori Gohar, Fatemeh Hassan Kashi, Mehdi (2018). Prioritization of Iran's Competitiveness Factors in Halal Tourism; Tourism planning and development magazine; Year 8. Number 28. Spring; pp. 113-137. [In Persian].
- 24-Jalalian, Massoud; Malekzadeh, Mohammad Sharif (2019). compilation of halal tourism development model with sustainable development approach (case study: Kish Island); Geography Quarterly (Regional Planning); 11(3). Number 1 - Serial Number 41; March 2019; Page 187-203. [In Persian].
- 25-Hajinejad, Ali, Paydar, Abuzar; Abdi, Nasser (2016). evaluation of the impact of halal tourism on Iran's tourism areas; Quarterly magazine of strategic and macro policies / fourth year. fifteenth issue. autumn 2015 / pages 27-46. [In Persian].
- 26-Hasan Kashi, Mitra (2015). prioritization of factors affecting Iran's competitiveness in halal tourism; Master's thesis in tourism management - marketing orientation; Allameh Tabatabaei University. [In Persian].

- 27-Ghaffari. Farhad; Jafari. Pejman and Amirmadhi. Ashkan (2012). study of the relationship between service quality and customer satisfaction in the banking industry; Iranian Management Sciences Quarterly; 6(24). pp. 42-66. [In Persian].
- 28-Kashi. Mitra (2015). prioritizing factors affecting Iran's competitiveness in halal tourism; Master's thesis in tourism management - marketing orientation; Allameh Tabatabai University.[In Persian].
- 29-Kian. Behnam (2016). an analysis of tourism development challenges with an emphasis on halal tourism. master's thesis. geography. Tabriz University . [In Persian].
- 30-Liu. liberato; Shan. Na Wang. Baojun Gao. and Michael Gallivan. 'To Be Similar or to Be Different? The Effect of Hotel Managers' Rote Response on Subsequent Reviews'. Tourism Management. 86.September 2020 (2021). 104346 <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2021.104346>.
- 31-Mohsenin. Shahryar. Esfanidani. Mohammad Rahim (2012). Structural equations based on partial least squares approach using Smart-PLS software: educational and practical; Mehraban Publishing Institute. [In Persian].
- 32-Mojdi Rezaabad. Jalil (2018). Investigating the impact of halal tourism in the direction of sustainable development. a case study of Mashhad city. Master's thesis. Motahar Non-Profit Institute of Rationalists. [In Persian].
- 33-National Standard of Iran (2014). Halal tourism (requirements). National Standard Organization of Iran. [In Persian].
- 34-
- 35-Pardahpour. Behzad (2018). Investigating tourism development factors with an emphasis on halal tourism (case study: Mashhad city). master's thesis. field of tourism. marketing orientation. Binaloud Institute of Higher Education. [In Persian].
- 36-Pedro;Liberato. Dália; Miguel Barbosa de Sousa. Bruno(2020). Global and Recent Trends in Halal Tourism. Education Excellence and Innovation Management: A 2025 Vision to Sustain Economic Development during Global Challenges.
- 37-Rabbani. Razieh (2017). investigation of the potentials of tour accommodations in the development of third generation tourism. case study: tour accommodations of Isfahan province; Master's thesis in the field of

- tourism management, tourism planning; Isfahan university of art. . [In Persian].
- 38-Rahmati. Parveen (1401). standardization of halal tourism indicators in ecotourism resorts with an emphasis on Iranian-Islamic hospitality, master's thesis. Faculty of Humanities. Department of Geography; University of Zanjan. . [In Persian].
- 39-Shalchian Rabi; Nargis (2019); Halal tourism: assessment of opportunities and challenges in the West Asian region; Economic Deputy of Mashhad Municipality . [In Persian].
- 40-the great woman of faith; Narges (2019). Halal tourism and its opportunities and challenges in Iran; Halal Research Journal; 44-57. . [In Persian].
- 41-Ulfiy.Mohammad Arije; Haque. Ahasanul; Wasiul Karim.md(2021)T ourists Behavioral Intention to Visit Halal Tourism Destination: An Empirical Study on Muslim Tourists in Malaysia. International Fellowship Journal of Interdisciplinary Research. Volume 1. Issue 1. 2021. 1-18.World Economy (2019). Halal Tourism; needs and capacities; Duniya Ekhtaz magazine. Thursday, December 27, 2019, number 5061. . [In Persian].

