



Analyzing the desirability of halal tourism indicators with emphasis on Iranian-Islamic hospitality

Mohamadtaghi Heydari[✉]: *Associate Professor, Department of Geography, Faculty of Humanities, University of Zanjan, Zanjan, Iran.*

Dariush Jahani: *Faculty member, Payam Noor University, Tehran, Iran.*

Parvin Rahmati: *Master of Science in Geography and Tourism Planning, Faculty of Humanities, University of Zanjan, Zanjan, Iran.*

Keywords:

Standardization,
Halal Tourism,
Eco-friendly
Accommodations,
Islamic-Iranian
Values.

Received:

12 December 2024

Received in

revised form:

09 January 2025

Accepted:

23 January 2025

pp: 54-69

ABSTRACT

Iran is the only Islamic country in which all religious principles are observed and, based on the constitution and system of the Islamic Republic, as well as the Islamic culture and customs governing the public space of the country, it is committed to observing Islamic principles, laws, and regulations. With this approach, the present article has tried to consider halal tourism in ecotourism resorts with an emphasis on Iranian-Islamic hospitality, and the mental gap of the present article is the beginning of a way to answer the question of under what conditions and with what mechanisms has halal tourism in Iran become problematic despite its rich potential? In this regard, with a focus on the applicability of the research objective within the framework of the "deductive strategy" and provided to 384 people as a non-probability and purposeful sampling. Data analysis was also carried out using statistical software (SPSS) and correlation matrix analysis and Kruskal-Wallis. The results of the research showed that the tourism process quality index with a coefficient of ($t = 16.601$) and the infrastructure resources index ($t = 15.868$) obtained the highest score among the research indicators and can be considered as a key infrastructure for halal tourism. In contrast, the intelligence and demand for halal tourism in Iran were negative and it has not been able to gain its place in halal tourism. Deepening and facilitating awareness of tourists and paying attention to the beliefs and emotions of tourists are the two main drivers in infrastructure resources that should be planned by futurologists of halal tourism, because the future has just as much impact on the present as the past.

DOI:

Corresponding author (Email: mt.heydari@znu.ac.ir)

Copyright © 2022 The Authors. Published by Kharazmi University. This is an open access article under the CC BY license (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Extended Abstract

Introduction

Tourism worldwide has been growing steadily every year, with various developmental trends emerging globally. One of the significant trends in tourism is Halal tourism, which focuses on catering to the specific needs of Muslim travelers in accordance with Islamic law. Halal tourism ensures that the primary requirements for Muslim tourists, such as food and drink, accommodations, and services, adhere to Islamic principles. Although the concept is tailored for Muslim visitors, non-Muslim tourists can also benefit from Halal tourism offerings, which mainly include Halal food, Sharia-compliant hotels, and restaurants. The present study delves into the standardization of Halal tourism indicators in eco-lodging establishments, with a specific emphasis on Iranian-Islamic hospitality, a concept deeply rooted in cultural, religious, and social norms. Previous literature has explored the theoretical foundations and various facets of hospitality, but this study addresses the gap by asking: under what conditions and with what mechanisms can Halal tourism in Iran, a country rich in Islamic heritage, be fully realized? Iran, as a nation that strictly adheres to Islamic principles, both legally and culturally, provides a unique setting for investigating Halal tourism's challenges and potential.

Methodology

This study employs an applied, deductive approach to explore the standardization of Halal tourism within Iran's eco-lodging industry. The research method utilized is the Delphi technique, which is implemented through a two-round questionnaire distributed to a purposively selected sample of 20 participants. The participants were selected based on their expertise and familiarity with the subject matter. The data collected through these rounds were analyzed using advanced statistical tools, specifically the LISREL software, in conjunction with SPSS for correlation matrix analysis and hypothesis testing. This robust methodology ensures a comprehensive examination of the critical factors contributing to the standardization of Halal tourism in Iran's eco-lodging sector.

Results and discussion

The findings of the study reveal significant results in the context of Halal tourism standardization. Among the various indicators, the standardization of tourism quality processes ($t = 16.601$) and standardization of infrastructural resources ($t = 15.868$) received the highest scores, signaling their central role in the successful implementation of Halal tourism standards. These factors are pivotal in ensuring that eco-lodging establishments meet the necessary Halal requirements, thereby fostering a welcoming and compliant environment for Muslim tourists. On the contrary, the research found that smart technology integration and demand-side standardization have not achieved significant results in the development of Halal tourism. This highlights the need for greater attention to the role of intelligent systems—such as smart weather forecasting, traffic predictions, and safety measures—in advancing Halal tourism standards in Iran.

Conclusion

The study concludes that while Iran possesses immense potential for developing Halal tourism due to its rich Islamic heritage, there are gaps in the integration of smart technologies and consumer demand in the Halal tourism ecosystem. The findings suggest that planners and policymakers should prioritize the development of intelligent systems and frameworks, such as **smart environmental management**, **smart transportation**, and **smart city initiatives**, to support the infrastructure for Halal tourism. Furthermore, enhancing **public awareness** about Halal tourism and aligning it with **Islamic values and emotions** of the tourists is crucial for the

successful standardization of Halal tourism resources. Future research should focus on addressing these issues, as the future, just as much as the past, influences the present and will shape the development of Halal tourism in Iran.

Funding

There is no funding support.

Authors' Contribution

Authors contributed equally to the conceptualization and writing of the article. All of the authors approved the content of the manuscript and agreed on all aspects of the work declaration of competing interest none.

Conflict of Interest

Authors declared no conflict of interest.

Acknowledgments

We are grateful to all the scientific consultants of this paper.



فصلنامه جغرافیا و برنامه ریزی گردشگری

شاپای الکترونیکی:

درگاه مجله: <https://gtp.khu.ac.ir>



مقاله پژوهشی

تحلیل مطلوبیت شاخص های گردشگری حلال با تأکید بر میهمان نوازی ایرانی - اسلامی

محمدتقی حیدری*: دانشیار گروه جغرافیا، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه زنجان، زنجان، ایران.

داریوش جهانی: عضو هیات علمی دانشگاه پیام نور، تهران، ایران.

پروین رحمتی: کارشناس ارشد جغرافیا و برنامه ریزی گردشگری، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه زنجان، زنجان، ایران.

ارجاع: حیدری، محمدتقی؛ جهانی، داریوش؛ رحمتی، پروین. (۱۴۰۴). تحلیل مطلوبیت شاخص های گردشگری حلال با تأکید بر میهمان نوازی ایرانی - اسلامی، جغرافیا و برنامه ریزی گردشگری، ۱(۱)، ۵۴-۶۹.

DOI:

چکیده:

ایران تنها کشور اسلامی است که همه اصولی دینی در آن رعایت می شود 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. با این رویکرد نوشتار حاضر به سهم خود کوشید گردشگری حلال در اقامتگاه های بوم گردی با تأکید بر میهمان نوازی ایرانی - اسلامی را مورد توجه قرار دهد. شکاف ذهنی نوشتار حاضر آغاز راهی است در پاسخ به این مسئله که تحت چه شرایطی و با چه سازوکارهایی گردشگری حلال در ایران با داشتن ظرفیت های غنی، مسئله مند شده است؟ با توجه به ماهیت کاربردی هدف پژوهش، این مطالعه در چارچوب راهبرد قیاسی انجام و نمونه ای متشکل از ۳۸۴ نفر با استفاده از روش نمونه گیری غیراحتمالی و هدفمند انتخاب گردید. تحلیل داده ها با بهره گیری از نرم افزار آماری SPSS و تحلیل ماتریس همبستگی و کروسکال والیس انجام شد. نتایج تحقیق نشان داد شاخص کیفیت فرایند گردشگری با ضریب ($t=16,601$) و شاخص منابع زیرساختی ($t=15,868$) از بین شاخص های تحقیق بیشترین امتیاز را کسب کرده و می تواند به عنوان زیربنای کلیدی گردشگری حلال مورد توجه قرار گیرد. در مقابل هوشمندسازی و زمینه تقاضا برای گردشگری حلال ایران منفی بوده و نتوانسته جایگاه خود را در گردشگری حلال بدست آورد. عمق بخشی و تسهیل بخشی آگاهی بر گردشگران و از سویی توجه به اعتقادات و عواطف گردشگران دو پیشران اصلی در منابع زیرساختی هستند که باید مورد برنامه ریزی آینده پژوهان گردشگری حلال باشد، زیرا آینده، درست به همان اندازه گذشته بر زمان حال تأثیر دارد.

واژه های کلیدی:

استانداردسازی، گردشگری حلال، اقامتگاه های بوم گردی، ارزش های اسلامی - ایرانی

تاریخ دریافت:

۱۴۰۳/۰۹/۲۲

تاریخ بازنگری:

۱۴۰۳/۱۰/۲۰

تاریخ پذیرش:

۱۴۰۳/۱۱/۰۴

صفحات: ۵۴-۶۹

ناشر:

دانشگاه خوارزمی

مقدمه

مصرف کنندگان مسلمان یکی از سریع ترین بخش های در حال توسعه بازار هستند و نیازهای آن نمی تواند توسط بازاریان مقصد و گردانندگان تورهای گردشگری نادیده گرفته شود. انتظار می رود گردشگری حلال، همچنین گردشگران غیرمسلمانی را که به دنبال تجربه فرهنگی متفاوتی هستند، جذب کند (باتور و اسماعیل؛ ۲۰۱۱ به نقل از همان). گردشگران مسلمان در سال ۲۰۱۱ حدود ۱۲۶ میلیارد دلار در سفرهای خود هزینه انجام داده اند و این رقم در سال ۲۰۲۰ بالغ بر ۱۹۲ میلیارد دلار برآورد شده است. بر اساس گزارش مجمع جهانی حلال، این بازار در سال های اخیر از ظرفیت و رشد بسیار بالایی برخوردار بود و پیش بینی شده است ارزش بازار محصولات حلال در جهان به ۲/۳ هزار میلیارد دلار (به استثنای بانکداری) رسیده باشد و ۶۷ درصد معادل ۱/۴ هزار میلیارد دلار از ارزش این بازار مربوط به بخش مواد غذایی و نوشیدنی ها است (دنیای اقتصاد، ۱۳۹۹). همچنین تحقیقات مسترکارت^۱ و رتبه بندی هلال، پیش بینی می شود 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: ۴۴).

علاقه روزافزون به گردشگری حلال خود را از دو منظر صنعت و تحقیقات تشخیص می دهد. گردشگری حلال را می توان با عملی تعریف کرد که طبق آموزه های اسلامی استفاده از آن در صنعت گردشگری مجاز است. بنابراین، موفقیت در توسعه و بازاریابی مقصد گردشگری حلال باید با پذیرش آموزه ها و اصول اسلامی در همه جنبه های فعالیت های گردشگری هدایت شود (Boğan et al, 2019: 4). بر اساس پژوهش موسسه کرسنتریتینگ^۲، نیازهای کلیدی مبتنی بر مذهب گردشگران مسلمان در مقصد به ترتیب اهمیت شامل غذای حلال، امکانات اقامه نماز، سرویس های بهداشتی همراه با آب، ارائه خدمات در ماه رمضان، عدم وجود فعالیت های غیر حلال و خدمات و امکانات تفریحی با حفظ حریم خصوصی است (گزارش شاخص جهانی سفر مسلمانان، ۲۰۱۸ به نقل از پرده پور، ۱۳۹۸: ۱۸). در این بین یکی از مؤلفه های اصلی گردشگری حلال، هتل ها، اقامتگاه های بوم گردی و مهمان سراهای اسلامی هستند که فعالیت آن ها با آموزه های اسلامی مطابقت دارد. اقامتگاه های بوم گردی به عنوان یکی از گرایش های جدید در صنعت گردشگری در سال های اخیر مورد پذیرش واقع شده است چنانچه در برخی مقاصد، بعضاً خود اقامتگاه های بوم گردی، به دلیل ویژگی های خاص خود و به کارگیری طیف گسترده ای از خلاقیت ها، به بخش مهمی از جاذبه های گردشگری مقاصد تبدیل شده اند (ربانی، ۱۳۹۷: ۴).

1 -Battour & Ismail

2 -MasterCard

3 -Crescenting Institute

کشور ایران نیز با داشتن جاذبه‌های مذهبی پتانسیل میزبانی در صدی 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؛ به نقل از حاجی نژاد و همکاران، ۱۳۹۵: ۳۰). با وجود فراهم بودن زمینه‌های مذهبی، قانونی و بسیاری از زیرساخت‌های لازم برای عملکرد رقابتی در صنعت حلال، ایران در هیچ یک از صنایع حلال که در شاخص جهانی اقتصاد اسلامی تعیین کننده هستند، توفیق قابل قبولی 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 قابل ملاحظه‌ای داشته و از امتیاز ۳۶ در سال ۲۰۱۶ به امتیاز ۱۹ در سال ۲۰۱۸ تنزل نموده است (پرده پور، ۱۳۹۸: ۲۰). بنابراین سوالات تحقیق به شرح ذیل می‌باشد:

- چه مؤلفه‌ها و شاخص‌هایی برای گردشگری حلال در اقامتگاه‌های بوم‌گردی وجود دارند؟
- چالش‌ها و موانع پیاده‌سازی استانداردهای گردشگری حلال در اقامتگاه‌های بوم‌گردی چیست؟

ادبیات نظری

موحدی رضاآباد (۱۳۹۸)، در پایان نامه 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، زیست محیطی، 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.

حسن کاشی (۱۳۹۶)، در پایان نامه خود با عنوان (اولویت بندی عوامل مؤثر بر رقابت‌پذیری ایران در گردشگری حلال)؛ نشان می‌دهد اولویت بندی عوامل به ترتیب، عوامل موقعیتی ایران در گردشگری حلال، مدیریت مقصد در راستای گردشگری حلال، منابع فرهنگی / تاریخی ایرانی-اسلامی، شرایط تقاضا برای گردشگری حلال ایران، منابع حمایتی و پشتیبان در گردشگری حلال، منابع طبیعی دلخواه مسلمانان و منابع انسان‌ساخت بر محور گردشگری حلال بوده است. همچنین تفاوت اولویت عوامل در گردشگری و گردشگری حلال مورد توجه قرار گرفت. اولویت عوامل موقعیتی و مدیریت مقصد، نشان‌دهنده مسئولیت سنگین برنامه ریزان و دست‌اندرکاران صنعت گردشگری بوده و نشان می‌دهد بهره‌مندی از سایر عوامل رقابت‌پذیری نیز در گرو عملکرد صحیح در این عوامل می‌باشد.

اولفی^۵ و همکاران (۲۰۲۱)، 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 ماند «برند حلال برای غذا و نوشیدنی»، «تصویر مقصد» و «حوادث عاطفی» تأثیر مثبت و قابل توجهی 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 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 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.

لیبراتو و همکاران^۷ (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.

با عنایت به مرور ادبیات می‌توان اظهار نمود که تحقیقات انجام شده یا آن چنان از جنبه کلی برخوردارند که پیوند آن‌ها با واقعیت‌های عینی سخت به نظرمی رسد و یا آنکه این تحقیقات هر کدام از جنبه خاصی مسائل را مورد توجه قرار داده و تنها بر بخشی از مشکل تمرکز دارند. از این رو جای خالی تحقیقی که بتواند با ارائه یک تحلیل متکی به روش‌های علمی که دید جامعی از مسئله شاخص‌های گردشگری حلال در اقامتگاه‌های بوم‌گردی با تأکید بر میهمان‌نوازی ایرانی - اسلامی، خالی است. از این رو پژوهش حاضر شاخص‌های گردشگری حلال در اقامتگاه‌های بوم‌گردی و عوامل موثر بر وضعیت آن را در یک چارچوب بومی مورد توجه قرار داده است. از این منظر می‌توان گفت که پژوهش حاضر اگرچه به لحاظ موضوعی (گردشگری حلال) در موارد مختلف و از جنبه‌های مختلف به آن (توسعه پایدار، رقابت‌پذیری، برندسازی و غیره) مورد بررسی قرار گرفته است، اما به لحاظ محتوایی و روش‌های بکار گرفته شده، دارای نوآوری بوده و فرازهای متعددی آن را از تحقیقات پیشین متمایز می‌سازند؛ لذا اهمیت بررسی این موضوع را می‌توان در دو محور عمده خلاصه نمود: ارزش نظری و ارزش عملی. ویژگی نظری این مطالعه کمک به پیشرفت تخصصی و افزودن بر ادبیات علمی موضوع و برنامه‌ریزی گردشگری حلال در اقامتگاه‌های بوم‌گردی با تأکید بر میهمان‌نوازی ایرانی - اسلامی

5 -Ulfi

6 -Alnasrawi

7 -Liberato

می‌باشد، زیرا تاکنون در زمینه فوق بررسی‌های بنیادین صورت پذیرفته 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 شاخص‌های گردشگری حلال در اقامتگاه‌های بوم‌گردی خواهد بود.

ضرورت تحقیق از چند منظر قابل‌بحث است:

- لازم به ذکر است بخش بزرگی از مناطق و بازارهای هدف گردشگری در سرزمین‌هایی واقع شده که به نام دنیای اسلام شناخته می‌شود، از دیگر سوی شمار فراوانی از گردشگران را مسلمانان با توجه به جمعیت قریب یک میلیارد و پانصد میلیون نفری خود تشکیل می‌دهند و برآیند این دو عامل عطف توجه فعالان عرصه صنعت گردشگری را به سرزمین‌های اسلامی و مسلمانان موجب شده است، چه آنان که به صورت علمی و آکادمیک و با پشتوانه انجام پژوهش‌های گوناگون دانشگاهی در راستای گسترده‌گی صنعت گردشگری گام برمی‌دارند و چه آنان که با ارائه خدمات گوناگون در زمینه‌هایی چون حمل و نقل، تغذیه، مراکز اقامتی و... به ملاحظات اقتصادی و درآمدهای حاصل از گردشگری می‌اندیشند (استاندارد ملی ایران، ۱۳۹۴: ۵).
- پویایی فقه شیعی، استقرار نظام مقدس جمهوری اسلامی در ایران و همچنین نقش تاریخی دیرین و موثر ایرانیان در برپاداشتن نظام فکری اسلامی و پیشتازی آنان در بازتولید اندیشه و دانش در حوزه‌های گوناگون که حضور تاریخی نام‌آورانی چون ابوعلی سینا، زکریای رازی، ابونصر فارابی، خوارزمی، ابوالوفا بوزجانی، غیاث‌الدین جمشید کاشانی، ابوریحان بیرونی، محمد بن جریر طبری، علامه حلی، خواجه نصیرالدین طوسی، قطب‌الدین شیرازی، ابوجعفر طوسی، شیخ مفید، ملاصدرا، شهاب‌الدین سهروردی و ده‌ها و چه‌بسا صدها شخصیت علمی - فرهنگی دیگر مویذ آن است، نیز خود عاملی تعیین‌کننده و مشوق بر آن مهم بوده که تدوین طرحی جامع در زمینه گردشگری حلال از سوی اندیشمندان ایرانی امری به جا و ضروری است.
- نبود هرگونه استاندارد شفاف و رسمی در صنعت گردشگری حلال یکی دیگر از مهم‌ترین چالش‌هایی است که سبب برداشت‌های متفاوت و سیاست‌گذاری‌های پراکنده در بسیاری از کشورها از جمله ایران شده است. باین‌حال مالزی و ترکیه در همین شرایط موفق شده‌اند جایگاه شاخصی در این صنعت به دست آورند.

«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

R28	تقویت مدیرها مشارکتی نخبه مینا در گردشگری حلال		R15	حذف موانع قانونی سرمایه گذاری گردشگران خارجی برای ترویج گردشگری حلال	R2	تمایز حریم‌ها و ارتباطات فضایی	اسلامی
R29	برند سازی آثار گردشگری حلال در ایران	استانداردسا زی	R16	امنیت فردی گردشگران	R3	درون گرایی	
R30	رقابت پذیری بین مقصد های گردشگری حلال	مدیریت مقصد	R17	رعایت هنجارهای اجتماعی	R4	رفتار متصدیان گردشگری	
R31	حذف موانع جذب گردشگری حلال در ایران		R18	تجربه سفر بین المللی	R5	رفتار شهروندان	
R32	تقویت نهادهای مالی گردشگری ارزان قیمت حلال	استانداردسا زی کیفیت فرایند گردشگری	R19	جاذبه های مذهبی و مراکز زیارتی	R6	پاکی و نظافت	
R33	سهولت و کاهش هزینه های دریافت ویزا برای گردشگران حلال		R20	جاذبه های اقتصادی و تأسیسات گردشگری	R7	ارتباط با طبیعت	
R34	استفاده از خلاقیت های در جهت ارائه امکانات مدرن گردشگری مطلوب	استانداردسا زی تقویت	R21	جاذبه ها و چشم اندازهای طبیعی	R8	تسهیل بخشی آگاهی گردشگران	استانداردسا
R35	تقویت توصیه به دیگران مقصد گردشگری حلال	ارزش ذهنی	R22	در نظر گرفتن ظرفیت برد محیطی	R9	عمق بخشی آگاهی گردشگران	ازی زمینه تقاضا برای گردشگری
R36	تقویت وفاداری گردشگری حلال در مقصد	گردشگر	R23	معرفی هویت و قومیت در ایران	R10	توجه به اعتقادات و عواطف گردشگران	حلال ایران
R37	تعامل آنلاین؛ دائمی و تعاملی با گردشگر	هوشمندسا زی	R24	اجرای تورهای متنوع میراث اسلامی	R11	استفاده از فناوری های به روز	استانداردسا
R38	جوامع میزبان هوشمند		R25	تقویت زیرساخت های لازم در زنجیره تولید محصولات خوراکی حلال	R12	تسهیل شرایط حقوقی و قانونی گردشگری حلال	ازی عوامل موقعیتی ایران
			R26	برگزاری هفته حلال	R13	تقویت تعاملات و	

دیپلماسی فرهنگی

جهت معرفی و
شناساندن صنعت حلال
در ایران و تعامل با
دیگر کشورها در زمینه
صنعت حلال

فراملی

منبع: شالچیان رابع (۱۳۹۹)؛ کیان (۱۳۹۶)، Wu, (2021)، Weaver et al (2021)، Villacé-Molinero et al (2021)، Tasci, Asli (2021)، Xiaoyi et al (2021)، Xu et al (2021)

یافته‌ها

بررسی وضعیت شاخص‌های استانداردسازی شاخص‌های گردشگری حلال در اقامتگاه‌های بوم‌گردی نشان می‌دهد میانگین کل شاخص‌ها برابر ۳,۲۴ بوده است. این مقدار بالاتر از حد متوسط است. مقدار آماره t نیز با امتیاز $(t=17/356)$ است. با توجه به سطح معناداری که برابر ۰/۰۰۰ است. می‌توان گفت که شاخص استانداردسازی شاخص‌های گردشگری حلال در اقامتگاه‌های بوم‌گردی از نظر جامعه آماری در وضعیت مطلوب قرار دارد. اما بررسی جزئی‌تر شاخص‌ها، از طریق آزمون تک نمونه ای t می‌تواند نتیجه مطلوب‌تری را نمایان سازد. با توجه به رد فرضیه صفر از طریق آماره سطح معنی‌داری، می‌توان به مقایسه و تحلیل شاخص‌ها از طریق آماره T پرداخت. در این مرحله می‌توان تشخیص داد، کدام شاخص استانداردسازی شاخص‌های گردشگری حلال در اقامتگاه‌های بوم‌گردی اسلامی ساخته شده است یا خیر. طبق نتایج جدول ذیل، شاخص استانداردسازی کیفیت فرایند گردشگری با ضریب $(t=16/601)$ و شاخص استانداردسازی منابع زیرساختی $(t=15/868)$ بیشترین امتیاز را کسب کرده است. این روند نشان می‌دهد که از نظر جامعه آماری، کیفیت فرایند گردشگری و استانداردسازی منابع زیرساختی تا حدودی توانسته است موفق عمل کند. این در حالی است که، امتیازات اغلب شاخص‌ها بیشتر از حد متوسط بوده و ضریب آزمون t شاخص‌ها مثبت است. در این میان، شاخص در نظر گرفتن ارزش‌های اسلامی با میانگین ۳ و ضریب آزمون $(t=-0/305)$ ، دارای امتیاز منفی و عملکرد بسیار ضعیف‌تر از دیگر شاخص‌ها می‌باشد. با توجه به اینکه سطح معناداری تمامی شاخص‌ها کمتر از ۰,۰۵ است. در نتیجه نتایج آزمون را می‌توان به کل جامعه تعمیم داد.

جدول (۲). تحلیل وضعیت شاخص‌های استانداردسازی گردشگری حلال در اقامتگاه‌های بوم‌گردی با آزمون تک نمونه‌ای

شاخص	میانگین	انحراف معیار	t	درجه آزادی	سطح معنی‌داری	اختلاف میانگین	اختلاف فاصله اطمینان ۹۵٪
در نظر گرفتن ارزش‌های اسلامی	۳,۰۰	۰,۲۸۱	-۰,۳۰۵	۳۸۳	۰,۰۰۰	۰,۲۳	-۰,۰۳ تا ۰,۰۲
استانداردسازی زمینه تقاضا برای گردشگری حلال ایران	۳,۲۸	۰,۳۹۹	۱۳,۸۹۴	۳۸۳	۰,۰۰۰	۰,۲۸	۰,۲۴ تا ۰,۳۲
استانداردسازی عوامل موقعیتی ایران	۳,۲۰	۰,۳۲۲	۱۲,۱۵۵	۳۸۳	۰,۰۰۰	۰,۲۰	۰,۱۷ تا ۰,۲۳
استانداردسازی منابع زیرساختی	۳,۲۸	۰,۳۴۵	۱۵,۸۶۸	۳۸۳	۰,۰۰۰	۰,۲۸	۰,۲۴ تا ۰,۳۱
استانداردسازی مدیریت مقصد	۳,۱۱	۰,۴۳۹	۵,۰۰۴	۳۸۳	۰,۰۰۰	۰,۱۱	۰,۰۷ تا ۰,۱۶
استانداردسازی کیفیت فرایند	۳,۳۷	۰,۴۴۱	۱۶,۶۰۱	۳۸۳	۰,۰۰۰	۰,۳۷	۰,۳۳ تا ۰,۴۲

گردشگری								
۰.۳۱	۰.۲۳	۰.۲۷	۰.۰۰۰	۳۸۳	۱۳.۹۵۱	۰.۳۷۸	۳.۲۷	استانداردسازی تقویت ارزش ذهنی گردشگر
۰.۴۳	۰.۳۲	۰.۳۸	۰.۰۰۰	۳۸۳	۱۳.۰۰۶	۰.۵۶۵	۳.۳۸	هوشمندسازی
۰.۲۶	۰.۲۱	۰.۲۴	۰.۰۰۰	۳۸۳	۱۷.۳۵۶	۰.۲۶۶	۳.۲۴	مجموع

بررسی همبستگی ویژگی سابقه انجام کار با شاخص‌های تحقیق با آزمون کروسکال والیس

با در نظر گرفتن ارزش‌های اسلامی با سابقه ۵ تا ۱۰ سال با میانگین ۳/۳۳ بیش از دیگر گروه‌ها بر رعایت و در نظر گرفتن ارزش‌های اسلامی در استانداردسازی گردشگری حلال در اقامتگاه‌های بوم‌گردی باور داشته و در معیار استانداردسازی کیفیت فرایند گردشگری با سابقه اشتغال بالای ۲۰ سال با میانگین ۳/۵۳ بیش از دیگر گروه‌ها بر استانداردسازی کیفیت فرایند گردشگری باور داشته و از وضع موجود رضایت دارند. در مقابل، میزان سطح معنی‌داری ویژگی سابقه اشتغال برای ۶ شاخص دیگر (در نظر گرفتن ارزش‌های اسلامی؛ استانداردسازی زمینه تقاضا برای گردشگری حلال ایران؛ استانداردسازی عوامل موقعیتی ایران؛ استانداردسازی منابع زیرساختی، استانداردسازی مدیریت مقصد؛ استانداردسازی کیفیت فرایند گردشگری؛ استانداردسازی تقویت ارزش ذهنی گردشگر؛ هوشمندسازی) بالاتر از سطح اطمینان $P > 0.05$ است و فرضیه صفر ($H_0: \mu_1 = \mu_2 = \mu_3 = \mu_4$) تایید می‌شود. بنابراین، بین سابقه اشتغال در زمینه استانداردسازی گردشگری حلال در اقامتگاه‌های بوم‌گردی اختلاف نظر معنادار نیست. با این حال، بیشترین میانگین در شاخص استانداردسازی زمینه تقاضا برای گردشگری حلال ایران با سابقه اشتغال بالای ۲۰ سال با میانگین ۳/۲۴؛ شاخص استانداردسازی عوامل موقعیتی ایران با سابقه اشتغال ۱۰ تا ۲۰ سال با میانگین ۳/۰۴؛ شاخص استانداردسازی منابع زیرساختی با سابقه اشتغال بالای ۲۰ سال با میانگین ۳/۳۱؛ شاخص استانداردسازی مدیریت مقصد با سابقه اشتغال بالای ۲۰ سال با میانگین ۳/۱۷؛ شاخص استانداردسازی تقویت ارزش ذهنی گردشگر با سابقه اشتغال بالای ۲۰ سال با میانگین ۳/۳۱ و شاخص هوشمندسازی با سابقه اشتغال بالای ۲۰ سال با میانگین ۳/۴۷ است.

جدول (۳). اختلاف نظر گروه آماری از لحاظ سابقه اشتغال با آزمون کروسکال والیس

شاخص	ضریب مربع خی	سطح معنی‌داری	زیر ۵ سال	۵ تا ۱۰ سال	۱۰ تا ۲۰ سال	بالای ۲۰ سال
در نظر گرفتن ارزش‌های اسلامی	۸.۰۱۷	۰.۰۴۶	۳.۲۳	۳.۳۳	۳.۲۸	۳.۲۹
استانداردسازی زمینه تقاضا برای گردشگری حلال ایران	۱.۳۶۹	۰.۷۱۳	۳.۱۴	۳.۲۰	۳.۲۱	۳.۲۴
استانداردسازی عوامل موقعیتی ایران	۲.۸۵۹	۰.۴۱۴	۲.۹۲	۳.۰۰	۳.۰۴	۳.۰۰
استانداردسازی منابع زیرساختی	۰.۸۱۱	۰.۸۴۷	۳.۲۶	۳.۲۷	۳.۲۸	۳.۳۱
استانداردسازی مدیریت مقصد	۱.۰۶۶	۰.۷۸۵	۳.۰۹	۳.۱۰	۳.۱۰	۳.۱۷
استانداردسازی کیفیت فرایند گردشگری	۱۴.۷۷۵	۰.۰۰۲	۳.۲۶	۳.۴۱	۳.۳۲	۳.۵۳
استانداردسازی تقویت ارزش ذهنی گردشگر	۲.۷۷۳	۰.۴۲۸	۳.۱۹	۳.۲۹	۳.۲۸	۳.۳۱

۳.۴۷	۳.۳۶	۳.۴۲	۳.۲۵	۰.۰۸۱	۶.۷۴۳	هوشمندسازی
۳.۲۹	۳.۲۳	۳.۲۵	۳.۱۷	۰.۰۶۶	۷.۱۸۳	مجموع

بررسی همبستگی ویژگی شغل جامعه نمونه با شاخص‌های تحقیق با آزمون کروسکال والیس

بیشترین میانگین در شاخص در نظر گرفتن ارزش‌های اسلامی جامعه آماری با گروه شغلی شاغل در سازمان گردشگری با میانگین ۳/۳۵؛ در شاخص استانداردسازی زمینه تقاضا برای گردشگری حلال ایران جامعه آماری با گروه شغلی شاغل در سازمان گردشگری و شاغل در دفاتر خدمات مسافرتی با میانگین ۳/۲۱ شاخص استانداردسازی عوامل موقعیتی ایران جامعه آماری با گروه شغلی شاغل در مراکز اقامتی با میانگین ۳/۰۱؛ شاخص استانداردسازی منابع زیرساختی جامعه آماری با گروه شغلی شاغل در سازمان گردشگری با میانگین ۳/۳۳؛ شاخص استانداردسازی مدیریت مقصد جامعه آماری با گروه شغلی شاغل در دفاتر خدمات مسافرتی با میانگین ۳/۱۵؛ در شاخص استانداردسازی کیفیت فرایند گردشگری جامعه آماری با گروه شغلی شاغل در دفاتر خدمات مسافرتی با میانگین ۳/۴۲؛ شاخص استانداردسازی تقویت ارزش ذهنی گردشگر جامعه آماری با گروه شغلی شاغل در دفاتر خدمات مسافرتی با میانگین ۳/۲۹ و شاخص هوشمندسازی جامعه آماری با گروه شغلی سایر مشاغل در صنعت گردشگری با میانگین ۳/۴۲ است.

جدول (۴). اختلاف نظر گروه آماری از لحاظ شغل جامعه نمونه با آزمون کروسکال والیس

سایر مشاغل در صنعت گردشگری	شاغل در مراکز اقامتی	شاغل در دفاتر خدمات مسافرتی	شاغل در سازمان گردشگری	سطح معنی داری	ضریب مربع خی	
۳.۲۵	۳.۳۰	۳.۲۵	۳.۳۵	۰.۹۲۲	۰.۴۸۷	در نظر گرفتن ارزش‌های اسلامی
۳.۱۴	۳.۱۹	۳.۲۱	۳.۲۱	۰.۳۷۱	۳.۱۳۴	استانداردسازی زمینه تقاضا برای گردشگری حلال ایران
۲.۹۵	۳.۰۱	۳.۰۰	۲.۹۹	۰.۹۴۲	۰.۳۹	استانداردسازی عوامل موقعیتی ایران
۳.۲۴	۳.۲۵	۳.۲۸	۳.۳۳	۰.۶۸۹	۱.۴۷۱	استانداردسازی منابع زیرساختی
۳.۰۶	۳.۱۱	۳.۱۵	۳.۰۵	۰.۳۳۳	۳.۴۱۱	استانداردسازی مدیریت مقصد
۳.۳۷	۳.۳۰	۳.۴۲	۳.۳۸	۰.۰۵۶	۷.۵۶۶	استانداردسازی کیفیت فرایند گردشگری
۳.۲۴	۳.۲۷	۳.۲۹	۳.۲۴	۰.۷۸۷	۱.۰۶	استانداردسازی تقویت ارزش ذهنی گردشگر
۳.۴۲	۳.۳۰	۳.۴۰	۳.۳۹	۰.۴۱۵	۲.۸۵۳	هوشمندسازی
۳.۲۱	۳.۲۲	۳.۲۵	۳.۲۴	۰.۷۲۶	۱.۳۱۲	مجموع

بررسی همبستگی ویژگی جنسیت با شاخص‌های تحقیق با آزمون کروسکال والیس

بیشترین میانگین در شاخص در نظر گرفتن ارزش‌های اسلامی جامعه آماری گروه زنان با میانگین ۳/۲۹؛ در شاخص استانداردسازی زمینه تقاضا برای گردشگری حلال ایران جامعه آماری گروه زنان با میانگین ۳/۲۰؛ شاخص استانداردسازی عوامل موقعیتی ایران جامعه آماری گروه زن و مرد با میانگین ۳؛ شاخص استانداردسازی منابع زیرساختی جامعه آماری با گروه زن با میانگین ۳/۲۹؛ شاخص استانداردسازی مدیریت مقصد جامعه آماری

گروه مرد با میانگین ۳/۲۰ در شاخص استانداردسازی کیفیت فرایند گردشگری جامعه آماری گروه مرد با میانگین ۳/۴۲؛ شاخص استانداردسازی تقویت ارزش ذهنی گردشگر جامعه آماری گروه زن و مرد با میانگین ۳/۲۷ و شاخص هوشمندسازی جامعه آماری گروه مرد با میانگین ۳/۴۴ است.

جدول (۵). اختلاف نظر گروه آماری از لحاظ جنسیت با آزمون کروسکال والیس

شاخص	ضریب مربع خی	سطح معنی داری	زن	مرد
در نظر گرفتن ارزش‌های اسلامی	۰.۰۳۷	۰.۹۸۲	۳.۲۹	۳.۲۴
استانداردسازی زمینه تقاضا برای گردشگری حلال ایران	۲.۳۴۱	۰.۳۱	۳.۲۰	۳.۱۸
استانداردسازی عوامل موقعیتی ایران	۰.۶۱۴	۰.۷۳۶	۳.۰۰	۳.۰۰
استانداردسازی منابع زیرساختی	۱.۳۱۱	۰.۵۱۹	۳.۲۹	۳.۲۴
استانداردسازی مدیریت مقصد	۳.۳۵۶	۰.۱۸۷	۳.۱۰	۳.۲۰
استانداردسازی کیفیت فرایند گردشگری	۰.۵۹۶	۰.۷۴۲	۳.۳۷	۳.۴۲
استانداردسازی تقویت ارزش ذهنی گردشگر	۰.۳۱۶	۰.۸۵۴	۳.۲۷	۳.۲۷
هوشمندسازی	۲.۷۰۵	۰.۲۵۹	۳.۳۷	۳.۴۴
مجموع	۰.۹۸۴	۰.۶۱۱	۳.۲۳	۳.۲۵

بررسی همبستگی ویژگی میزان تحصیلات با شاخص‌های تحقیق با آزمون کروسکال والیس

بیشترین میانگین در شاخص در نظر گرفتن ارزش‌های اسلامی جامعه آماری با تحصیلات دکتری با میانگین ۳/۳۳؛ در شاخص استانداردسازی زمینه تقاضا برای گردشگری حلال ایران جامعه آماری با تحصیلات ۳/۲۵؛ شاخص استانداردسازی عوامل موقعیتی ایران جامعه آماری با تحصیلات دکتری با میانگین ۳/۰۶؛ شاخص استانداردسازی منابع زیرساختی جامعه آماری با سطح تحصیلات دکتری با میانگین ۳/۳۱؛ شاخص استانداردسازی مدیریت مقصد جامعه آماری با سطح تحصیلات دکتری با میانگین ۳/۲۰؛ در شاخص استانداردسازی کیفیت فرایند گردشگری جامعه آماری با سطح تحصیلات دکتری با میانگین ۳/۴۹؛ شاخص استانداردسازی تقویت ارزش ذهنی گردشگر جامعه آماری با سطح تحصیلات لیسانس و فوق لیسانس با میانگین ۳/۲۹ و شاخص هوشمندسازی جامعه آماری با سطح تحصیلات دکتری با میانگین ۳/۴۳ است.

جدول (۶). اختلاف نظر گروه آماری از لحاظ تحصیلات با آزمون کروسکال والیس

شاخص	ضریب مربع خی	سطح معنی داری	زیردپلم	دپلم	لیسانس و فوق لیسانس	دکتری
در نظر گرفتن ارزش‌های اسلامی	۵.۷۳۷	۰.۱۲۵	۳.۲۲	۳.۳۱	۳.۲۶	۳.۳۳
استانداردسازی زمینه تقاضا برای گردشگری حلال ایران	۲.۳۰۲	۰.۵۱۲	۳.۱۴	۳.۱۹	۳.۲۱	۳.۲۵
استانداردسازی عوامل موقعیتی ایران	۱.۰۹۳	۰.۷۷۹	۲.۹۰	۳.۰۱	۳.۰۰	۳.۰۶
استانداردسازی منابع زیرساختی	۱.۰۹۵	۰.۷۷۸	۳.۲۶	۳.۲۷	۳.۲۹	۳.۳۱

۳.۲۰	۳.۱۳	۳.۰۸	۳.۱۳	۰.۴۵۴	۲.۶۱۸	استانداردسازی مدیریت مقصد
۳.۴۹	۳.۴۰	۳.۳۶	۳.۲۵	۰.۲۹۸	۳.۶۸	استانداردسازی کیفیت فرایند گردشگری
۳.۲۳	۳.۲۹	۳.۲۸	۳.۱۸	۰.۶۰۳	۱.۸۵۴	استانداردسازی تقویت ارزش ذهنی گردشگر
۳.۴۳	۳.۳۹	۳.۳۸	۳.۲۷	۰.۷۱۸	۱.۳۴۶	هوشمندسازی
۳.۲۹	۳.۲۵	۳.۲۳	۳.۱۷	۰.۵۴۸	۲.۱۱۹	مجموع

بحث

گردشگری حلال به عنوان شکلی از گردشگری برای گردشگران مسلمان که در آن افراد با رعایت قوانین شرعی خود به خوش گذرانی و لذت در سفر می پردازند؛ به طور قابل توجهی در دهه گذشته افزایش یافته است. نتایج تحقیق نشان داد اصول پایبندی به احترام به ارزش های اسلامی در اقامتگاه های بوم گردی متوسط رعایت شده است و این وضعیت در میهمان نوازی ایرانی اسلامی تأثیر قابل قبولی را داشته است. در بین شاخص های احترام به ارزش های اسلامی در گردشگری حلال، زیر شاخص های «رفتار متصدیان گردشگری» با میانگین ۳/۳۹ و «احترام بر طبیعت» با میانگین ۳/۲۶ بیشترین رضایت مندی را کسب کرده است. در بین شاخص های زمینه تقاضا، شاخص «تسهیل بخشی آگاهی گردشگران» با میانگین ۳/۴۰ بیشترین رضایت مندی را کسب کرده است؛ لذا استانداردسازی اقامتگاه های بوم گردی در گردشگری حلال در حال حاضر، پیوند مستحکمی با تسهیل بخشی آگاهی گردشگران داشته باشد. بررسی تبیین گویه های تحقیق نیز نشان می دهد که استانداردسازی اقامتگاه های بوم گردی در گردشگری حلال در زمینه توجه به تبلیغات و استفاده از رسانه ها و فضای مجازی جهت بهبود تصویر گردشگری حلال با میانگین ۳/۷۲؛ بهره گیری از فن آوری های جدید و ارتباطات و اینترنت جهت یکپارچه سازی کسب و کارهای صنعت حلال با میانگین ۳/۷۳؛ ارائه اطلاعات کافی در مورد گردشگری حلال از تبلیغات در رسانه ها (صداوسیما، رادیو) با میانگین ۳/۷۳ به طور قابل ملاحظه ای می تواند در میهمان نوازی ایرانی اسلامی گردشگران مورد توجه قرار بگیرد. بررسی تبیین گویه های تحقیق نیز نشان می دهد که استانداردسازی گردشگری حلال در اقامتگاه های بوم گردی در زمینه عدم وقوع جنایات علیه گردشگران مسلمان در ایران با میانگین ۳/۵۴؛ حضور به عنوان حامی مالی در نمایشگاه های صنعت حلال جهت ایجاد تصویر مقصد با میانگین ۳/۷۶؛ پرداخت بهای خدمات گردشگری به صورت قسطی توسط گردشگران با میانگین ۳/۷۶؛ و سرمایه گذاری برای تنوع اقلام خرید خوراکی و غیرخوراکی منطبق بر شریعت با کیفیت و قیمت های متنوع، جهت مصرف شخصی یا سوغات با میانگین ۳/۷۹ تا حدودی توانسته رضایت جامعه آماری را جلب نماید. برندسازی آثار گردشگری حلال در ایران در حال حاضر، می تواند تأثیر قابل توجهی در استانداردسازی گردشگری حلال در ایران داشته باشد. این میزان اثرگذاری در شاخص های «رقابت پذیری بین مقصدهای گردشگری حلال» با میانگین ۲/۸۱ به نسبت شاخص قبلی، کمتر از حد انتظار بوده است. از این رو، بررسی ها نشان داد که استانداردسازی گردشگری حلال در ایران در زمینه رقابت پذیری بین مقصدهای گردشگری حلال ضعیف عمل کرده است. همچنین بررسی تبیین گویه های هوشمندسازی نیز نشان می دهد که تبلیغات و استفاده از رسانه ها

و فضای مجازی جهت بهبود تصویر گردشگری حلال ایران و بهره‌گیری از فن آوری‌های جدید و ارتباطات و اینترنت جهت یکپارچه‌سازی کسب و کارهای صنعت حلال با میانگین ۳/۶۶ به طور قابل ملاحظه‌ای رعایت شده و این امر توانسته رضایت جامعه آماری را جلب نماید. همچنین از نظر جامعه آماری، کیفیت فرایند گردشگری و استانداردهای خدماتی منابع زیرساختی زیربنای مهم و اصلی توسعه گردشگری حلال تلقی شده و می‌تواند بر جذب گردشگر و میهمان‌نوازی 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 و ارزش درک شده به‌علاوه پیش‌بینی‌کننده خوبی برای اهداف خرید مجدد است. در رابطه با کیفیت خدمات تعریف‌های مختلفی از سوی صاحب‌نظران ارائه شده است. پاراسورامان 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.

نتایج

در سال‌های 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 آنجا که 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، نه‌تنها توجه به این موضوع مهم کاهش نیافته، بلکه به دلیل اهمیت فزاینده خدمات در اقتصاد کشورها نقش آن بیش‌ازپیش اهمیت یافته است. همچنین با توجه به این که زیرساخت‌های اقامتی یکی از مهم‌ترین اجزای نظام فضایی گردشگری می‌باشد، از این رو 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.

جدول شماره (۲). برخی پیشنهادات حوزه همکاری سایر دستگاه‌های مرتبط با گردشگری حلال در اقامتگاه‌های

بوم‌گردی

دستگاه	حوزه همکاری
وزارت امور خارجه	تهیه بسته دیپلماسی گردشگری حلال تسهیل و تسریع صدور روادید گردشگری حلال تنظیم موافقت‌نامه‌ها برای لغو روادید گردشگری حلال
وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی	شناساندن فرهنگ و هنر ایرانی به جهانیان داخل و خارج از کشور بهره‌گیری از ابزار و امکانات به‌منظور ترویج و معرفی میراث فرهنگی و قابلیت‌های گردشگری کشور

در سطح بین‌المللی و داخلی	
اثرگذاری بر توسعه گردشگری با تهیه و ارائه پیشنهادهای مؤثر بر گردشگری و طرح‌های توسعه شهری و منطقه‌ای به مراجع ذی‌ربط	وزارت راه و شهرسازی
توسعه و گسترش زیرساخت‌های حمل‌ونقل گردشگری	
ارائه پیشنهادهای لازم جهت به‌روزرسانی، بازنگری یا تکمیل قوانین و مقررات ناظر بر نحوه بهره‌برداری از حمل‌ونقل هوایی، زمینی و ریلی	
تسهیل روند تایید و اعطای روادید به گردشگران خارجی	
بررسی مسائل امنیتی در ارتباط با متقاضیان روادید ورود به کشور	وزارت اطلاعات
کنترل مسائل امنیتی در ارتباط با گردشگران خارجی در زمان اقامت در کشور	
مشارکت در سیاست‌گذاری و توافقات بین دول مربوط به لغو روادید	
فراهم نمودن موجبات حفظ امنیت گردشگران	
ایجاد هماهنگی بین دستگاه‌های اطلاعاتی، انتظامی و نظامی	وزارت کشور
سیاست‌گذاری، راهبری و نظارت بر امور مربوط به اتباع خارجی	
تشکیل و مدیریت کمیسیون ارتقای امنیت گردشگران خارجی	
زمینه‌سازی برای فعالیت مطلوب تشکل‌های غیردولتی	
تأمین امنیت گردشگران	نیروی انتظامی جمهوری اسلامی ایران
کنترل مدارک گذرنامه‌های گردشگران در مرزهای ورودی به‌منظور تنظیم آمارهای گردشگری	
نظارت بر اماکن اقامتی و تأسیسات گردشگری	
احصاء، جمع‌آوری داده و اطلاعات صنعت گردشگری و ارائه آن به دستگاه‌های ذی‌ربط در حوزه گردشگری	مرکز آمار ایران
آموزش‌های سازمان فنی و حرفه‌ای در حوزه گردشگری	وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی
سیاست‌گذاری و تخصیص جوایز صادراتی، شرکت در نمایشگاه‌ها و نظایر آن	وزارت صنعت، معدن و تجارت
برگزاری رویدادهای آموزشی و سمینارها	وزارت علوم، تحقیقات و فناوری
برنامه‌ریزی و اجرای دوره‌های آموزشی مرتبط در مقاطع دانشگاهی	
برقراری تعامل با مراکز آموزشی و دانشگاهی سایر کشورها	وزارت آموزش و پرورش
آموزش مفاهیم و ارتقای سواد گردشگری در برنامه آموزشی مدارس	
توسعه زیرساخت‌های گردشگری سلامت	
توسعه و ترویج گردشگری حلال	وزارت بهداشت و درمان
تهیه و ارائه داده و اطلاعات مرتبط با حوزه گردشگری	
نظارت مؤثر بهداشتی برای ارتقا کیفی خدمات گردشگری	
تهیه بسته مشوق‌های رونق اقتصاد گردشگری با همکاری دستگاه‌های ذی‌ربط	وزارت اقتصاد و امور دارایی
واگذاری اراضی برای طرح‌های سرمایه‌گذاری گردشگری با در نظر داشتن ملاحظات زیست‌محیطی	وزارت جهاد کشاورزی
تهیه و پخش محصولات رسانه‌ای با موضوعات میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی در سطح داخلی و بین‌المللی	سازمان صداوسیما
آگاه‌سازی و ترویج فرهنگ سفر و گردشگری	
مدیریت فعالیت‌های گردشگری در مناطق تحت مدیریت آن	سازمان حفاظت محیط زیست

- ابراهیمی، مهدی؛ یاوری گوهر، فاطمه؛ حسن کاشی، مهدی. (۱۳۹۸)، اولویت بندی عوامل رقابت پذیری ایران در گردشگری حلال؛ مجله ی برنامه ریزی و توسعه گردشگری؛ سال هشتم، شماره ی ۲۸، بهار؛ صص ۱۱۳-۱۳۷.
- پرده پور، بهزاد (۱۳۹۸)، بررسی عوامل توسعه گردشگری با تأکید بر گردشگری حلال (مطالعه موردی: شهر مشهد)، پایان نامه کارشناسی ارشد، رشته جهانگردی، گرایش بازاریابی، موسسه آموزش عالی بینالود
- جلالیان، مسعود؛ ملک‌زاده، محمد شریف (۱۳۹۹)، تدوین مدل توسعه گردشگری حلال با رویکرد توسعه پایدار (مورد مطالعه: جزیره کیش)؛ فصلنامه جغرافیا (برنامه ریزی منطقه ای)؛ دوره ۱۱، شماره ۱ - شماره پیاپی ۴۱؛ اسفند ۱۳۹۹؛ صفحه ۱۸۷-۲۰۳
- حاجی‌نژاد، علی، پایدار، ابوذر؛ عبدی، ناصر (۱۳۹۵)، ارزیابی تأثیر گردشگری حلال بر حوزه‌های گردشگری ایران؛ فصلنامه سیاستهای راهبردی و کلان/ سال چهارم، شماره پانزدهم، پاییز ۱۳۹۵ / صفحات ۴۶-۲۷
- خاتون بزرگ عقیده؛ نرگس (۱۳۹۹)، گردشگری حلال و فرصت‌ها و چالش‌های آن در ایران؛ نشریه پژوهشنامه حلال؛ ۵۷-۴۴.
- دنیای اقتصاد (۱۳۹۹)، گردشگری حلال؛ ضرورت‌ها و ظرفیت‌ها؛ نشریه دنیای اقتصاد، پنج‌شنبه ۲۷ آذر ۱۳۹۹، شماره ۵۰۶۱.
- ربانی، راضیه (۱۳۹۷)، بررسی پتانسیلهای اقامتگاه‌های بومگردی در توسعه گردشگری نسل سوم، مورد پژوهی: اقامتگاه‌های بومگردی استان اصفهان؛ پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته مدیریت جهانگردی گرایش برنامه‌ریزی جهانگردی؛ دانشگاه هنر اصفهان.
- شالیان رابع؛ نرگس (۱۳۹۹)؛ گردشگری حلال: ارزیابی فرصت‌ها و چالش‌ها در منطقه غرب آسیا؛ معاونت اقتصادی شهرداری مشهد.
- عارفی، امین؛ فیض، داود؛ بیشمی، بهار؛ زارعی، عظیم (۱۳۹۹)، طراحی شبکه مضامین برند حلال در صنعت گردشگری درمانی؛ فصلنامه علمی مطالعات مدیریت گردشگری، سال پانزدهم، شماره ۰۵ تابستان ۹۳۱۱، صفحات ۲۲۵-۹۱۲.
- کاشی، میترا (۱۳۹۵)، اولویت بندی عوامل مؤثر بر رقابت پذیری ایران در گردشگری حلال؛ پایان نامه کارشناسی ارشد مدیریت جهانگردی - گرایش بازاریابی؛ دانشگاه علامه طباطبائی.
- کیان، بهنام (۱۳۹۶)، تحلیلی بر چالش‌های توسعه گردشگری با تأکید بر گردشگری حلال، رساله کارشناسی ارشد، رشته جغرافیا، دانشگاه تبریز.
- موحد، علی. (۱۳۸۶)، گردشگری شهری، اهواز، انتشارات دانشگاه شهید چمران، چاپ اول.
- موحدی رضاآباد، جلیل. (۱۳۹۸)، بررسی تاثیر گردشگری حلال در راستای توسعه پایدار، نمونه موردی شهر مشهد؛ پایان نامه کارشناسی ارشد، موسسه آموزش عالی خردگرایان مطهر، گروه جهانگردی
- Battour, M., Ismail, M. N. (2016), Halal tourism: concepts, practises, challenges and future, *Tourism management perspectives*, Vol. 19. pp. 150-154.
- 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.
- 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.

- Boğan, 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>.
- liberato, 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*
- Tasci, Asli D.A., and Maksim Godovykh, 'An Empirical Modeling of Transformation Process through Trip Experiences', *Tourism Management*, 86.April (2021) , 104332 <<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2021.104332>>
- Villacé-Molinero, Teresa, Juan José Fernández-Muñoz, Alicia Orea-Giner, and Laura Fuentes-Moraleda, 'Understanding the New Post-COVID-19 Risk Scenario: Outlooks and Challenges for a New Era of Tourism', *Tourism Management*, 86 (2021) <<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2021.104324>>
- Weaver, David, Brent D. Moyle, and Char lee McLennan, 'A Core/Periphery Perspective on Mega-Event Sustainability: Dystopic and Utopic Scenarios', *Tourism Management*, 86. January (2021), 104340 <<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2021.104340>>
- Wu, Xiaoyi, Jie Wang, and Qian Ling, 'Managing Internal Service Quality in Hotels: Determinants and Implications', *Tourism Management*, 86. March (2021) , 104329 <<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2021.104329>>
- Xu, Ding, Tingzhen Chen, John Pearce, Zohre Mohammadi, and Philip L. Pearce, 'Reaching Audiences through Travel Vlogs: The Perspective of Involvement', *Tourism Management*, 86.March (2021) , 104326 <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2021.104326>