

بررسی الگوی اجرای سیاست‌های گردشگری حلال در ایران

سیدحامد افتخار زاده^۱، علی رشیدپور^{۱*}، مهربان هادی پیکانی^۱

۱- گروه مدیریت فرهنگی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد اصفهان، خوراسگان، ایران.

اطلاعات مقاله	چکیده
دریافت مقاله: ۰۱/۵/۳ پذیرش مقاله: ۰۱/۶/۱۴	مقدمه: گردشگری حلال نوعی از گردشگری است که مطابق با موازین دینی مسلمانان گسترش می‌یابد. خط‌مشی و سیاست‌گذاری در حوزه گردشگری حلال در ایران مورد توجه قرار نگرفته و این خلاء به عینه در برنامه‌ریزی‌های حوزه گردشگری حلال ملموس است. هدف پژوهش، بررسی الگوی اجرای سیاست‌گذاری گردشگری حلال در ایران در راستای جذب گردشگر مسلمان به اندازه‌ی ظرفیت‌های خود است.
کلمات کلیدی: گردشگری حلال سیاست‌گذاری الگوی اجرا حلال ایران	روش‌ها: از روش (کیفی و کمی) در جامعه خبرگان آگاه به سیاست گردشگری حلال بر اساس نمونه ۳۰ نفری استفاده شده است. با توجه به اینکه در این پژوهش به بررسی تجربیات واقعی افراد پرداخته شد از روش پدیدارشناسی (استقرایی) در بخش کیفی استفاده گردید. پس از مصاحبه با کارشناسان این حوزه و استفاده از روش مصاحبه کلایزی مضامین اصلی و فرعی در خصوص سیاست‌گذاری‌ها گردشگری نیز احصا شد. همچنین در بخش کمی مضامین اصلی و فرعی در قالب پرسشنامه توسط ۱۳۳ نفر از اساتید و اعضای هیات علمی این حوزه مورد بازبینی قرار گرفت.
	نتایج: گردشگری حلال در ایران مبتنی بر جایز بودن خط‌مشی گردشگری حلال در ایران، تأثیر ماهیت خط‌مشی، تأثیر عوامل مربوط به مجریان، موانع بر سر اجرای الزامات، نحوه اجرا، نقش و ارتباط جامعه با موضوع طراحی الگو، اجرا و نقش عوامل تدوین و برداشت از گردشگری حلال در ایران تأیید شده است.
	نتیجه‌گیری: به لحاظ غنای فرهنگی، تاریخی و اجتماعی و نیاز بشر به گردش، تفریح و مطابق با موازین اسلامی، الگوها و سیاست‌گذاری گردشگری حلال در ایران مفید خواهد بود.



استناد (ونکوور): افتخار زاده ح، رشیدپور ع، پیکانی م ه. بررسی الگوی اجرای سیاست‌های گردشگری حلال در ایران. مجله پژوهشنامه حلال. تابستان ۱۴۰۱؛ ۵(۲): ۲۹-۴۳.

مقدمه

جهت ارائه خدمات مناسب و متناسب با آن‌ها است (۲). در جهان امروز، گردشگری یکی از راهبردها و برنامه‌های مهم برای توسعه در کشورهای مختلف است. در سال‌ها اخیر، صنعت گردشگری بیشترین درآمدزایی و اشتغال‌زایی را در میان صنایع مختلف جهان داشته و بخش بزرگی از اقتصاد جهانی را به خود اختصاص داده است. فرصت‌ها و مزیت‌های فراوان اقتصادی آن و همچنین زمینه‌سازی و تأثیرات مثبت فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و امنیتی گردشگری باعث شده تا تقریباً تمامی دولت‌ها در کشورهای مختلف به دنبال

در سال‌های اخیر توجه به سفر و گردشگری در جوامع مختلف بیش‌تر شده و در سبد نیازهای خانواده قرار گرفته است. به این ترتیب، گردشگری و جاذبه‌های گردشگری نقش بسیار اثرگذاری در مدیریت اوقات فراغت خواهد داشت. از کارکردهای جاذبه‌های گردشگری تحریک علاقه و تمایل افراد به سفر است. مردم در محل اقامت خود درباره جاذبه‌ها گردشگری مقصد آگاهی می‌یابند و تصمیم می‌گیرند به جایی بروند که جذاب‌تر است (۱). لذا از عوامل مهم رشد و توسعه این صنعت، برنامه‌ریزی بهینه امور مربوط به گردشگران در

* نویسنده مسئول: علی رشیدپور، آدرس پست الکترونیکی: Rashidpoorali@khuisf.ac.ir، شماره تماس: ۰۸۱-۵۵۱۳۹۹۹۸



فعالسازی صنعت گردشگری براساس جاذبه‌های خود باشند. به‌گونه‌ای که جهان شاهد جهانی شدن گردشگری است. ایران در منطقه خاورمیانه و جهان شرق جزو نخستین کشورهایی بود که از حدود هشتاد سال پیش به دنبال سازماندهی، بهره‌برداری و توسعه صنعت گردشگری بوده و در این راه سیاست‌گذاری، قانون‌گذاری، نهادسازی و برنامه‌ریزی کرده است (۳). آمارهای جداول سازمان جهانی گردشگری در مورد ایران که در ردیف کشورهای آسیای جنوبی جای گرفته، نشان می‌دهد که در سال ۲۰۱۰، نزدیک به ۳ میلیون نفر (۲ میلیون و ۹۳۸ هزار نفر) از دیگر کشورهای جهان وارد کشور شده‌اند که این تعداد در سال‌های ۲۰۱۴ و ۲۰۱۵ به ترتیب به ۴/۹۶۷ میلیون و ۵/۲۳۷ میلیون نفر افزایش پیدا کرده که به ترتیب رشد ۴/۲ و ۵/۴ درصدی را نسبت به سال‌های پیش از خود نشان می‌دهد. با این حال، در سال ۲۰۱۶ تعداد توریست‌های ورودی به ایران به رقم ۴/۹۴۲ میلیون کاهش پیدا کرد که نشانگر افت ۵،۶ درصدی نسبت به سال ۲۰۱۵ است (۴). از آنجایی که ایران کشوری اسلامی است، می‌تواند در جهت توسعه گردشگری حلال بسیار موفق عمل کند. اما متأسفانه کشور ما تاکنون نتوانسته است به اندازه‌ی ظرفیت‌های خود مسلمانان زیادی را به سوی خود جذب کند. حتی ایران بر طبق آمار سازمان جهانی جهانگردی در شمارده کشور اول جهان از لحاظ جذب مسلمانان نیز جایی ندارد.

گردشگری حلال در ایران

با این حال بخش گردشگری ایران سهم چندانی از این بازار ندارد، چنان که براساس اظهارات مسئولان سازمان گردشگری، درآمد ایران از گردشگری حلال در سال ۱۴۰۰، ۳/۷ میلیارد دلار بوده است که این میزان فقط سه درصد از درآمدهای بخش گردشگری حلال جهان است. بررسی گزارش‌های سالانه گردشگری حلال، ایران در بین کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی و سایر اعضا در گزارش سال ۲۰۱۳ در رتبه ۱۶ جذاب‌ترین مقاصد گردشگری حلال برای مسلمانان بوده است که در گزارش سال ۲۰۱۵ به رتبه ۱۳، در گزارش سال ۲۰۱۶ به رتبه ۱۵ و در گزارش سال ۲۰۱۷ به رتبه ۱۰ رسیده بود؛ اما گزارش اخیر «وضعیت اقتصاد

اسلامی جهان» نشان می‌دهد ایران در حال حاضر جزء لیست ۱۰ کشور برتر گردشگری حلال نیست (۵). بنابراین ایران نیز با توجه به جمعیت مسلمان بالای خود کشوری اسلامی است. از این رو می‌توان با استفاده از پتانسیل‌های موجود در این کشور اسلامی به جذب بازار بزرگ مسلمانان سرتاسر جهان پرداخت. بنا بر گزارش سازمان جهانی گردشگری ۱۲/۳ درصد از کل مبلغ هزینه شده توسط گردشگران بین‌المللی در سال‌های اخیر میلادی مربوط به گردشگران مسلمان بوده است و با توجه به رقم کل ۱۰۳۴ میلیارد دلاری درآمد صنعت گردشگری طی این سال مالی، سهم مسلمانان در تولید درآمد گردشگری حدود ۱۲۶ میلیارد دلار است. بنابراین اگر ایران بتواند تنها ۵ درصد از این درآمد را به خود اختصاص دهد، به رقم قابل توجهی دست پیدا خواهد کرد. ضعف در سیاستگذاری‌ها و عدم خطمشی ضرورت پرداختن به این مهم رو چندین برابر می‌کند که محقق با شناخت این مهم در پی یافتن راه حلی است تا بتواند این جایگاه از دست رفته را در قالب مطالعه‌ای علمی احیاء نماید، لذا هدف تحقیق پیشرو این است که الگوهای اجرایی سیاست‌های گردشگری حلال در ایران براساس مولفه‌های موجود را بررسی و تبیین کند.

ایران در زمینه‌ی برنامه‌ریزی گردشگری از سوی دولت از پیشینه‌ی قدیمی‌تری برخوردار است. مجموعه‌ای از برنامه‌های ۵ ساله فرهنگی-اجتماعی و توسعه‌ی اقتصادی از سال ۱۹۷۸ تنظیم شده‌اند که چهارمین برنامه تا سال ۲۰۰۹ ادامه داشته است. در میان اهداف اصلی، تلاش‌هایی جهت نشان دادن فرهنگ و تمدن اسلامی ایران، افزایش ارزش ورودی به کشور و توسعه‌ی اقتصاد محلی و صنعت با بهبود وضعیت تصویر کشور در جهان مشاهده می‌شود (۶). ساختارهای دولتی در ایران در طول سال‌ها دستخوش تغییراتی شده‌اند، اما مسئولیت امروز گردشگری بر عهده‌ی سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری (ICHHTO) زیر نظر دفتر رئیس جمهور است. هدف اصلی این سازمان

حوزه سودآور اقتصادی، مسائلی در سطوح سیاست‌گذاری، زیرساختی، اقتصادی و فرهنگی وجود دارد که نیاز به توجه بسیار دارد. مطالعات لطفی و همکاران (۱۳۹۰) (۱۰)، پژوهشی را با عنوان «ارزیابی تأثیر گردشگری حلال بر حوزه‌های گردشگری در ایران» انجام دادند. نتایج نشان داد که از بین متغیرها و عوامل مورد مطالعه توانمندسازی نیروی انسانی، اسکان گردشگر، سرمایه‌گذاری بخش خصوصی، ایجاد هتل‌های ویژه بانوان، برگزاری نمایشگاه‌های گردشگری، ایجاد مجتمع‌های خدمات فرهنگی-رفاهی، ترویج فرهنگ گردشگری در بین مردم، ایجاد فضای بازی بین کودکان و تقویت خدمات عمومی تأثیر بسیار زیادی در تقویت گردشگری در ایران دارد. رزالی و همکارانش (۲۰۱۱) (۱۱)، تحقیقی را با عنوان توسعه مدلی برای هتل‌های اسلامی ارائه دادند و در آن به بررسی فرصت‌ها و چالش‌های این امر پرداختند. به نظر آنان عملی کردن مفهوم هتل اسلامی دارای فرصت‌های بسیاری است. با افزایش تعداد جمعیت مسلمانان و مسافران مسلمان، این بخش از بازار به سرعت به رشد خود ادامه می‌دهد. از سویی، این فرصت‌ها شامل چالش‌های بزرگی روبه‌رو هستند. این چالش‌ها شامل درجه‌بندی هتل اسلامی و پذیرش اجرای آن در میان هتلداران و مشتریان می‌شود.

چیستی گردشگری حلال

مسلمانان در طول سفر ملزم به رعایت فرامینی مانند ممنوعیت الکل، غذای بدون الکل، ممنوعیت قمار، جدا بودن زنان از مردان، رعایت پوشش اسلامی، انجام تکالیف دینی هم‌چون نماز و روزه و غیره هستند. ممکن است بسیاری از گردشگران مسلمان به دلیل ترس از پیدا نکردن زیرساخت‌های گردشگری و اقامتگاه‌هایی که مطابق با سبک زندگی آن‌ها باشد، از سفر کردن منصرف شوند. از این‌رو توسعه‌ی محیط گردشگری متناسب با نیازهای مسلمانان چشم‌اندازهای بسیاری را تحت عنوان گردشگری حلال ارائه می‌دهد (۱۲). در حال حاضر حدود یک و نیم میلیارد مسلمان در جهان زندگی می‌کنند. همان‌طور که می‌دانیم زندگی

اطلاع‌رسانی درباره‌ی تاریخ کشور، محافظت از میراث و توسعه‌ی گردشگری است. برای گردشگرانی که به مردم ایران احترام می‌گذارند و درباره‌ی سنن و فرهنگ و تاریخ ایران اطلاع دارند، جنبه‌های فرهنگی در اولویت قرار دارد. انتصاب‌ها در بخش دولتی گردشگری در ایران از الگوی خاصی پیروی می‌کند. انتخاب مدیران رده بالا بیش‌تر توسط اصول اسلامی صورت می‌گیرد.

پیشینه تحقیق

ابراهیمی و همکاران (۱۳۹۱) (۷)، با پژوهشی تحت عنوان «ارائه برنامه استراتژیک جهت استفاده از پتانسیل‌های گردشگری حلال در ایران در هم‌گرایی کشورهای اسلامی» بر اساس مدل تحلیلی SWOT به بررسی فرصت‌ها، تهدیدها، نقاط قوت و ضعف کشور ایران در زمینه گردشگری حلال پرداخته و به این نتیجه رسیدند که ایران با داشتن ۱۲ نقطه قوت و ۱۳ نقطه ضعف در زمینه گردشگری حلال نتوانسته است جهت توسعه آن از نقاط قوت بهره گرفته و نقاط ضعف را از بین ببرد. هم‌چنین ایران نتوانسته از عواملی که فرصت یا موقعیت ایجاد می‌کند بهره‌برداری و یا از عواملی که موجب تهدید می‌شود دوری نماید. حیدری چیاپه و همکاران (۱۳۹۲) (۸)، در پژوهشی تحت عنوان عوامل مؤثر بر گردشگری حلال در ایران سیاست‌های گردشگری حلال در ایران را مورد نقد و بررسی قرار دادند. روش پژوهش تحلیل محتوا و استفاده از دیدگاه خبرگان در گام دوم بود. در ادامه با طراحی پرسشنامه دیدگاه بیش از ۴۰۰ نفر از کارشناسان حوزه گردشگری مورد تحلیل قرار گرفت. نتایج نشان داد که سیاست‌های گردشگری حلال در ایران به ندرت برخاسته از الگوهای رایج آن بوده و بیش‌تر تحت تأثیر مولفه‌ها سیاسی است. سرور و نورانی (۱۳۹۱) (۹)، در مقاله‌ای تحت عنوان «راهبردهای بازاریابی نو برندسازی گردشگری حلال در کشورهای اسلامی» راهبردهای برندسازی گردشگری را مطالعه کردند. نتایج نشان داد که ورود ایران به حوزه گردشگری حلال بسیار آسان و ممتنع است ولی در عین سادگی و وجود ظرفیت‌های بسیار بالا جهت ورود به این

گردشگری حلال به دست آمد. در خصوص سیاست‌گذاری‌ها در حوزه گردشگری به‌عنوان بهترین منبع، ابعاد و مولفه‌ها سیاست‌گذاری‌های گردشگری حلال در ایران مبتنی بر مصاحبه با ۳۰ نفر از خبرگان آگاه به سیاست گردشگری حلال به دست آمد. مصاحبه با اعضای جامعه تا جایی ادامه یافت که به اشباع نظری رسیدیم.

به منظور تجزیه و تحلیل داده‌های کیفی فرآیندهای زیر انجام شد.

۱. فرآیند غرق شدن در داده‌ها: در این فرآیند تجارب شرکت‌کنندگان از طریق مصاحبه انجام شده در مطالعه مورد تفسیر و تحلیل قرار گرفت که نهایت به فرایند اکتشاف رسید.

۲. سپس اطلاعات جمع‌آوری شده درگام اول کدگذاری و برچسب‌زنی شد و درگام دوم عملیات یادداشت برداری صورت گرفت (کلایزی).

۳. مضامین اصلی و فرعی پس از پایان روش کلایزی استخراج شد.

۴. داده‌ها در درون یک چارچوب سازگار سازماندهی شد.

۵. کاهش و جداسازی داده‌ها از طریق (مفهوم سازی) انجام شد.

۶. مرحله آخر تحلیل در بخش کیفی بازار آرایبی داده‌ها بود (جستجوی الگوها).

به منظور رتبه‌بندی مقوله‌های استخراج شده پژوهش و ابعاد استخراج شده از روش آزمون فریدمن استفاده شده که نتایج آن در ادامه مورد بررسی قرار گرفت.

یافته‌ها

از تجزیه و تحلیل اطلاعات کیفی به دست آمده در مجموع، ۱۵۴ مفهوم اولیه در قالب ۹ بعد کلی و ۴۶ مولفه‌ی متناظر با ابعاد نه‌گانه استخراج شد.

در مرحله‌ی دوم، ۴۶ مولفه‌ی متناظر با ابعاد نه‌گانه به قضاوت خبرگان گذاشته شد و در نهایت ۳۸ مولفه‌ی متناظر با ابعاد نه‌گانه از طریق اجماع خبرگان تایید شد. در مرحله‌ی بعد تناظر مفاهیم اولیه با مولفه‌های متناظر با ابعاد نه‌گانه به

مسلمانان بر اساس دستورات کتاب مقدس قرآن، سنت و حدیث جهت‌دهی می‌شود. بنابراین برای گذران زندگی خود با قوانینی متفاوت از دیگران مواجه هستند. یکی از جنبه‌های مهم زندگی افراد تفریح و سفر است. مسلمانان دنیا نیز با رعایت موازین دینی خود می‌توانند به سفر بپردازند (۱۳). گردشگری حلال نوعی از گردشگری است که مطابق با موازین دینی مسلمانان گسترش می‌یابد (۱۴). کشورهای مسلمان بسیاری نظیر مالزی، سنگاپور، ترکیه و اندونزی جهت دستیابی به بیشترین حجم گردشگر به کشور خود به توسعه غذاهای حلال و ایجاد جاذبه‌های گردشگری گسترده متناسب با جذب مسلمانان پرداخته‌اند (۱۵-۱۸).

مواد و روش‌ها

این پژوهش از نظر روش به صورت آمیخته (کیفی و کمی) انجام گردیده و به بررسی تجربیات واقعی افراد پرداخته شد. در بخش کیفی از روش پدیدارشناسی (استقرایی) استفاده گردید زیرا در تجربیات افراد جوهره‌هایی وجود دارد که قابل فهم و بررسی بودند. زمانی از پدیدارشناسی استفاده می‌شود که اطلاعات کافی در مورد مساله وجود نداشته و یا کشف معانی از داده‌ها در اشکال، احساسات، رفتارها، عقاید، آگاهی‌ها و اقدامات متفاوت مدنظر باشد، لذا برای شناخت عمیق تجربه و معانی یک مفهوم پیچیده و چند بعدی از تجربه افراد استفاده می‌نمایند. در حوزه سیاست‌گذاری برای گردشگری حلال در کشور اطلاعات کافی وجود نداشت و به‌همین دلیل امکان سیاست‌گذاری‌های مدون نیز به دست نیامده و از فرصت‌های تعریف شده در این حوزه در کشور استفاده نشده است. بنابراین در این پژوهش با استفاده از مطالعه تجارب کارشناسان حوزه گردشگری و سازمان میراث فرهنگی از طریق مصاحبه نیمه ساختار یافته (مصاحبه عمیق) و استفاده از روش مصاحبه کلایزی مضامین اصلی و فرعی در خصوص سیاست‌گذاری‌ها در حوزه گردشگری به‌عنوان بهترین منبع، ابعاد و مولفه‌های سیاست‌گذاری‌های گردشگری حلال در ایران مبتنی بر مصاحبه با ۳۰ نفر از خبرگان آگاه به سیاست

قضایوت خبرگان گذاشته شد و در نهایت ۱۲۹ مفهوم از طریق اجماع نظر خبرگان با توافق بالای ۸۰ درصد تایید گردید. یافته‌ها حاکی از دستیابی به ۹ مضمون اصلی سیاست گردشگری حلال در ایران تحت عنوان‌های: ۱- برداشت از گردشگری حلال در ایران ۲- جایز بودن خط‌مشی گردشگری حلال در ایران ۳- نحوه اجرای سیاست ۴- موانع بر سر اجرای الزامات ۵- تأثیر عوامل مربوط به مجریان در اجرای سیاست ۶- نقش عوامل تدوین خط‌مشی در طراحی الگوی اجرا ۷-

نقش و ارتباط جامعه هدف با موضوع طراحی الگوی اجرا ۸- تأثیر ماهیت خط‌مشی ۹- نقش عوامل محیطی در طراحی الگوی اجرای سیاست می‌باشد که هر یک از این مضامین، مقوله‌های فرعی مربوط به خود را بیان می‌دارد. مفاهیم دسته‌بندی شده و نتایج و میزان توافق خبرگان در خصوص تناظر گویه‌ها با مقوله‌ها و ابعاد به روش کلایزی با موضوع «طراحی الگوی اجرای سیاست‌های گردشگری حلال در ایران» در جدول (۱) ارایه شده است.

جدول ۱. توافق متخصصان در مفاهیم هم‌دسته شده با مقوله‌ها و مضامین سیاست گردشگری حلال در ایران

میزان توافق	مفاهیم هم‌دسته شده	مفهوم اصلی جایگزین شده (مقوله مشترک)	مضامین
٪۹۶	مرتبط با گردشگران اسلامی- سفر مرتبط با مسلمانان	سفر برای مسلمانان با اصول اسلامی	برداشت از گردشگری حلال در ایران
٪۸۴	مخصوص پیروان دین اسلام - رعایت موازین و اعتقادات مسلمانان		
٪۸۴	ارتباط با مذهب - روابط مشروع، خوردن و نوشیدن حلال		
٪۸۰	گردشگری مطابق احکام شریعت - خدمات و محصولات مانند هتل و رستوران، بازار و مکان‌ها مطابق شریعت		
٪۸۸	زیرشاخه گردشگری با رعایت قوانین اسلامی- رستوران با گوشت حلال، مکان عبادت در هتل و...		
٪۸۸	مقدمه و راهی برای توسعه دنیوی و اخروی حلال- توسعه تجارت، صنعت، لباس، غذا، تفریحات، سینما و موسیقی حلال		
٪۹۲	گردشگری براساس موازین اسلام - تمام خدمات و تسهیلات گردشگران برای تفریح سالم		
٪۸۰	زندگی به روش اسلامی- خوردن غذای اسلامی		
٪۹۶	نوعی از گردشگری تغذیه ای - تکیه بر اساس قوانین اسلامی مانند ذبح و عدم الکل		
٪۸۸	بر مبنای مفهوم حلال و شریعت اسلام- حلال درحوزه‌ها مالی، کشاورزی، صنعت، غذا و دارو		
٪۸۰	همانگی ایران با اصول اسلامی مردم - ایران کشور اسلامی و گردشگری حلال متناسب شرعی اسلامی	همخوانی با گردشگری حلال	
٪۸۴	همخوانی با مصادیق کشور- ارتباط و همخوانی کامل با مصادیق کشور		
٪۸۴	مقصد گردشگری شیعیان - مناسب گردشگری شیعیان ایران می‌باشد		
٪۸۴	مقصد مسلم به عنوان کشور مبتنی بر شریعت - دلگرمی مسلمانان جهان برای دیدار، نام و قوانین منطبق با اسلام	ایران کشوری اسلامی و مقصدی مرتبط	جایز بودن خط‌مشی گردشگری حلال در ایران
٪۸۴	به عنوان یکی از مقاصد گردشگری اسلامی- از مقاصد گردشگری حلال در دنیا ایران بهتر است	قابلیت‌ها معرفی صنایع مرتبط در ایران	
٪۸۰	جز اهداف قابل دسترس جامعه - با توجه به شرایط فعلی از اهداف دسترسی سیاست‌گذاری		
٪۸۸	اهمیت با معرفی صنایع دستی در ایران - قلمکاری - معرق کاری - خوش نویسی - مهارت اسلامی و...	بهترین فرصت برای توسعه روابط و معرفی ایران	
٪۸۰	در صورت عدم یکسوزنگری بله - با ایدئولوژی و برداشت یکسو نگر همخوانی با گردشگری ندارد		

در صورت رفع محدودیت‌ها گردشگران - مناسب هر سن گردشگران نیست، به رفع منع آمد و شد در شبانه گردشگران	۸۰٪		
عدم اطلاع گردشگران خارجی از ایران - عدم اطمینان از خدمات گردشگری حلال در ایران و عدم تصور موضوع	۸۸٪		
امکانات مناسب نسبت به کشورهای اطراف - تبلیغ به زبان عربی و ساخت سریال برای جذب گردشگران در ترکیه و مالزی	۸۸٪		
توسعه روابط با مسلمانان و بهترین موقعیت - روابط مشترک با مسلمانان ۶۰ کشور اسلامی و دعوت به مشاهده ایران رؤوف	۹۲٪		
توصیه بزرگان دین به سفر و رعایت اخلاقیات	۹۲٪	باید اخلاقیات ما متناسب حلال باشد - لیدر بد اخلاق، کیفیت خلاف تبلیغات، رفع تبلیغات ضد ایران	
با هدف اقتصاد مقاومتی و درآمدزایی جایگزین نفت	۸۸٪	ابزاری جهت درآمدزایی در ایران - وجود ۱/۵ میلیارد مسلمان در جهان و ۶۰ کشور اسلامی	
نیاز به بستر سازی مناسب - توجه جامعه و آگاهی سازی با بستر مناسب	۸۸٪		
با آموزش و فرهنگ سازی - نهادینه کردن در ذهن عوام و آموزش از ابتدا	۹۲٪		
آشنایی و آموزش عوامل - تمام عوامل ذینفع و ذی ربط درگیر شوند و مزایا و فواید مشخص شود	۹۲٪		
جلب اعتماد و کامل بودن دین - در اجرای سفر بهتر گردشگر و جلب اعتماد با دین اسلام	۸۸٪		با آموزش و فرهنگ سازی همراه با اطلاع رسانی
رفع بار منفی واژه حلال از ضد شادی - در دین ما شادی آور یعنی حرام و گردشگری حرام جا افتاده	۸۸٪		
همراه با آموزش باید باشد - برای مثال فقدان آشنایی رانندگان با زبان انگلیسی و سردرگمی گردشگر	۸۸٪		
بستر جمهوری اسلامی ایران - تعهدات براساس اسلام اجرای آن راحت است	۸۴٪		
نیاز به زیرساخت و تعامل - تعامل با گروههای ذینفع و آگاهی و تعامل با فرهنگ سازی	۸۸٪		
هماهنگی و الزامی نمودن مراکز و آموزش - هماهنگی وزارت خانه با مراکز طبق مصوبه و نهادینه کردن با آموزش	۸۰٪		نحوه اجرای سیاست
با رعایت هنجارهای فرهنگی جامعه محلی - اهداف گردشگری دچار تعارض نشود	۸۰٪		هماهنگی کلیه مراکز مرتبط با هدف و تقویت زیر ساخت
از طریق رسانه‌ها خاص و تقویت زیرساخت - مشکل زیرساخت حمل و نقل و هتل‌ها خصوصاً برای قشر متوسط تبلیغ لازم	۸۰٪		
بر مبنای مزیت‌ها استانی - مزیت‌ها استانی مانند گردشگری جراحی و پزشکی	۸۴٪		
تقلیل در قوانین جهت استقبال - وجود قوانین سخت گیرانه و عرف ایران مانع استقبال اجتماعی	۸۸٪		
بدون حق انتخاب امکانش نیست - در ایران حق انتخاب نداریم کار سخت است	۸۰٪		بازنگری در قوانین و تسهیل شرایط جهت درآمد زایی
توجه فراتر از گردشگران همسایه و درآمدزایی - ۹۳٪ گردشگران ایران متعلق به کشورهای همسایه که ۵۰٪ آن مال دو کشور	۸۰٪		
فعال سازی تورهای گردشگری - اجرا در تورها با رعایت قوانین و معرفی اماکن	۹۲٪		
نگاه فرهنگی به گردشگران نه مادی - میزان واقعی بودن و کار فرهنگی کردن بجای هدف مالی بودن گردشگر	۸۰٪		تطابق واژه حلال با اخلاقیات در دین
خلاقیت و برنامه اخلاقی و طراحی - راه تحقق ماندگاری و جذاب صنعت گردشگری	۸۰٪		
قوانین و افکار مذهبی - قوانین زیادی به افکار مذهبی و ایدئولوژی‌ها	۸۰٪		
قوانین و عوامل متداخل و عدم آموزش	۸۰٪		موانع بر سر
قوانین حاکمیتی، مراکز متعدد تأثیرگذار و عدم آموزش لازم	۸۰٪		قوانین دست و پا گیر با افکار مختلف متداخل
جبر مذهبی - مانع اصلی جبر مذهبی و فراوانی است	۸۰٪		الزامات
نبود ارگان نظارتی مشخص - نبود ارگان نظارتی خاص بر سوداگران صنعت حلال	۹۲٪		

بروکراسی‌ها و قوانین - بروکراسی پیچیده و مشخص نبودن ستاد اجرایی	عدم شفافیت مجری متمرکز و موازی کاری‌ها	٪۸۸
موانع نظام مدیریت گردشگری و ساختار بیرونی - محدودیت تسلط الگوی گردشگری حلال در نظام وعدم توسعه		٪۹۲
عدم شفافیت و دستورالعمل گویا - عدم تدوین دستورالعمل گویا پاسخگوی نیاز حلال		٪۹۲
ضعف در تبلیغ و فروش و نبود رقیب - معنای واقعی در صورت وجود انتخاب مقابل، بدون تبلیغ گردشگری نمی‌شود	نبود دستورالعمل گویا و تبلیغات کم با فرهنگ سازی	٪۸۸
موانع کشوری بالادستی - سطوح سیاست‌گذاری، زیرساختی، اقتصادی و فرهنگی		٪۹۲
عدم اطلاع رسانی مناسب و دولتی - حتی با تبلیغات بین سریال‌ها پرترفدار و معرفی بی‌غرض		٪۸۴
هزینه بالا و کنترل سخت‌گیر - هزینه بالای پیاده سازی طرح در ایران		٪۸۴
موانع اقتصادی خصوصاً اقامتی مشکل ساخت و نوسازی هتل‌ها و دیگر موانع		٪۸۰
محدودیت در برنامه‌ها و عدم رغبت سرمایه‌گذاری - عدم امکان تدوین و طراحی برنامه برای تفریحات مشروع	موانع اقتصادی و هزینه‌ها تغییرات و عدم رقابت	٪۸۸
اقتصادی و عدم جذابیت و بار منفی - بارمنفی عنوان جذابیت ندارد و مشکل اقتصادی دارد		٪۸۰
رفع موانع در گردشگری با کشورهای همسایه - غفلت در جذب گردشگر و استفاده از ظرفیت کشورهای همسایه		٪۸۴
نگاه امنیتی بالا - نگاه امنیتی به گردشگران از لحاظ سیاسی و حکومت	شرایط سیاسی کشور و قوانین مربوطه	٪۸۴
باز نبودن همه دروازه‌ها به روی اقشار - توانایی تابند که به کشور لیخند معروف است در تمام گردشگری و حلال		٪۸۴
با مطالعه و تجربیات دیگران - استفاده از تجربیات دیگر کشورها	نیاز آگاهی کامل به مسایل مرتبط و عقاید اسلامی	٪۸۸
عدم دید امنیتی و اشراف به قانون - نداشتن دیدگاه سیاسی و امنیتی، آشنایی به موازین و عقاید	نداشتن دید امنیتی صرف به موضوع و اشراف به قوانین	٪۸۰
رفع ایران هراسی و اجرای سریع طرح‌ها - معرفی و تبلیغ جذابیت‌ها گردشگری، نقش رویه سیاست خارجی مهم است		٪۱۰۰
اهمیت مجریان در اجرا - نهادینه شدن عوامل جریان - حتی در سطوح پایین جامعه	تأثیر عوامل مربوط به مجریان در اجرای سیاست	٪۱۰۰
استفاده از توان و نتیجه محوری - استفاده از اشخاص توانمند و نتیجه محور		٪۸۴
معرفی ظرفیت‌ها جاذبه‌ی چند فصلی - وجود جاذبه‌ها تاریخی و مذهبی، آب و هوای منحصر به فرد ایران		٪۹۶
معرفی و گسترش گردشگری مذهبی - وجود اماکن مذهبی زیاد در کشور، بهره‌برداری از ظرفیت‌ها	مطالعه تجربیات و استفاده از افراد توانمند و ظرفیت‌ها	٪۸۴
داشتن تعاملات - تعاملات خوب است ولی کافی نیست		٪۸۴
سرمایه گذاری با هدف تأثیرالگوی حلال - سرمایه گذاری بروی گونه ای از گردشگری که الگوی حلال مؤثر بر توسعه آن باشد.		٪۹۲
عدم الگو برداری با داشتن پیشینه تاریخی - تأثیر الگو برداری در گردشگری حلال از کشورهای جعلی		٪۸۰
آشنا با استانداردها جهانی - تدوین خط مشی متناسب استانداردهای روز جهانی هماهنگ با استاندارد جهانی - با استانداردهای جهانی هماهنگ بودن	نقش عوامل تدوین خط مشی در طراحی الگوی اجرا	٪۸۴
با ارزیابی استاندارد - ارزیابی شود و مطابق استاندارد جهانی	آشنا با استانداردهای مربوطه و الزامات حلال	٪۸۸
با شناخت عاملین گردشگری حلال - استقبال بیشتر قرار گرفتن و شناخت عاملین گردشگری		٪۸۴

۸۸٪	آگاه و ناظر با رعایت کلیات خطی-مشی - بازبینی شرایط گردشگری حلال تا سطح استاندارد سازی هتل‌ها	
۸۴٪	توجه به زیرساخت‌ها در تدوین - ضعف و کمبود در اسکان گردشگران، خدمات‌دهی هتل‌ها و ...	
۸۸٪	نگاه با دیدن استاندارد و مشتری مداری - صدور گواهی استاندارد محصولات و مراکز اقامتی برای رفع شک‌ها به حلال ایران	
۸۴٪	ارتباط بین سطوح جامعه و عوامل تدوین - با ظرفیت محلی ایجاد ارتباط بین عوامل تدوین و سطوح جامعه	از دل جامعه باشند و خبردار
۸۰٪	با شناسایی بازار هدف و پتانسیل‌ها - بازار هدف باید طرفدار داشته باشد با عامل اقتصادی	از مسائل مربوطه و ظرفیت‌ها
۸۸٪	آگاه و دارای تحصیلات گردشگری و استراتژیک - دارای تحصیلات استراتژیک و گردشگری	
۸۸٪	نیاز به شناخت جامعه دستورالعمل‌ها - نقش پررنگ با شناخت جامعه و دستورالعمل‌ها	نقش مهم و تعیین کننده و
۹۲٪	نقش تعیین کننده با ارزش‌ها حاکم بر جامعه خط مشی گذاری از وظایف دولت و نقش عوامل مهم است	نیاز به تجربه، تحصیلات مرتبط و شناخت از قوانین
۸۰٪	توجه به برند سازی گردشگری حلال - تبدیل به باور عمومی با بدنه‌سازی و توجه بیش از سند سازمانی و اداری بازی	
۸۴٪	با نگاه ظرفیت‌سازی - ظرفیت‌سازی محلی	با دیدگاه اقتصاد مقاومتی و
۸۴٪	تدوین بر اساس جذب گردشگر تفریحی برای حلال - بیش از نیمی از گردشگران جهان از نوع تفریحی‌اند	تحولات جدید گردشگری حلال در دنیا
۸۰٪	وسعت و تنوع جامعه هدف مهم است - حمایت از جامعه هدف و مشارکت بر اساس تنوع	
۸۴٪	تطابق با جامعه هدف باشد - از نظر نگرش، جمعیت و نیازها تطابق باشد	اهمیت به عقاید و نگرش و
۸۰٪	اجرا در راستای ایمنی فکری جامعه هدف - جامعه هدف دارای ارزش‌ها منطبق اسلامی است	وسعت جامعه هدف
۸۴٪	نیاز حمایت و مشارکت بازار هدف - سیاست مبتنی بر تنها جامعه هدف نباشد ولی حمایت گردد	
۸۸٪	اجرا بر اساس ظرافت تنوع فرهنگی، قومی و مذهبی - با توجه به تنوع قومیت‌ها و خرده فرهنگ‌ها در جامعه هدف	
۸۴٪	ارائه تفاوت‌ها در جذب جامعه هدف - معرفی فرهنگ و تفاوت‌ها باعث جذب می‌شود	نقش و اهمیت تنوع جامعه هدف و خرده فرهنگ‌ها در مشارکت
۸۴٪	عملیاتی دیدن در سطح جامعه - علاوه بر نشان‌گذاری و نماد شکلی توجه در رفتارهای فردی جمعی و سازمانی	ارتباط جامعه هدف با موضوع طراحی الگوی اجرا
۸۴٪	نگاه جذب گردشگران مذهبی به سایر شهرها - سوق از شهرهای مذهبی به دیگر شهرهای دیدنی ایران با برنامه	
۸۸٪	برپایی بازار خاص گردشگری جامعه هدف - صنایع دستی به آثار تاریخی و ... جامعه هدف خودش را دارد	توجه به آثار مرتبط جامعه هدف با گردشگری حلال
۹۲٪	رعایت ۶ متغیر برای ایجاد محیط حلال - متغیرهای پذیرایی هتلداری، جاذبه‌ها، کالا و بازار، خدمات حمل و نقل	
۸۰٪	الگوی مناسب جهت گردشگری‌ها محدود شونده - گردشگری تفریحی، ماجراجویانه و دریایی الگوی حلال نیاز دارد	
۸۴٪	با نیت، تبلیغ عظیم و معرفی به دنیا - معرفی کلید توسعه گردشگری حلال، تلاش برای بدست آوردن جایگاه گردشگری	شفافیت با جامعه هدف و اطلاع رسانی به کل گردشگران
۹۶٪	ارائه اطلاعات دقیق و صادقانه به جامعه هدف - در صورت عدم صداقت در جامعه هدف ضدیت می‌آید	

٪۹۲	ارتقا دیپلماسی فرهنگی- تنها گردشگری غالب بر موانع آب و هوایی است، توجه سُفرا به گردشگری		
٪۸۰	ماهیت با شناخت کامل می‌شود- در ایران ماهیت گردشگری حلال شناخته شود		
٪۸۰	ماهیت شفاف برای قابلیت اجرا- شفاف‌سازی از طرق مختلف به جامعه هدف و اهمیت در سیاست گذاری		
٪۸۸	شفاف و قابل اجرا باشد- تأثیر شفافیت باعث افزایش گردشگر		
٪۹۲	شفافیت خط‌مشی در گفتمان و عمل- از عوامل بسیار مهم طراحی اجرای سیاست شفافیت است	نیاز پایه گذاری اساسی در گردشگری حلال ایران همراه با شفافیت	
٪۸۴	شفافیت و نظارت مطابق سازمان جهانی- شفافیت در چارت سازمان جهانی گردشگری و نظارت ها		
٪۸۰	با پیروی از اتفاق جهانی، رعایت ضوابط- ادعای اجرا با دیدگاه جهانی و رعایت ضوابط و شفافیت		
٪۸۸	شفافیت باشد نه تظاهر- گوشت الاغ می‌دهند و می‌گویند خوک سرو نمی‌شود		
٪۸۰	تفاوت ارزش با ضد ارزش و عدم دین‌گریزی- در کشور استقبالی در صورت دین‌گریزی ندارد	تأثیر ماهیت خط‌مشی	آگاهی دادن درست جهت ماهیت خط‌مشی بدون جهت‌گیری
٪۸۴	ابهام ماهیت برای مجری حلال- عدم نتیجه مطلوب با نداشتن آگاهی از طرح و اهداف		
٪۸۸	توضیح کامل ماهیت به ذینفعان- اهداف، راه رسیدن و نیاز طرح مشخص شود		
٪۸۸	رفع ابهامات مؤثر در ماهیت - پیش برد اصول گردشگری حلال با رفع ابهامات	رفع ابهامات روش‌ها اجرا شده قبل و موانع با الگویی خاص	
٪۸۴	ابتدا معرفی الگو سپس گفتمان- ابتدا الگوها طراحی و سپس صحبت شود		
٪۸۸	در عمل گردشگری خارجی متوجه خوبی ما شوند- تأثیر درحلال با عملکرد مناسب و فرهنگ سازی		
٪۸۴	بهتر است برند ساز باشد- ماهیت مانند سایر کشورها منجر به برند مخصوص ایران باشد		
٪۸۴	عدم توجه به پتانسیل و تمرکز بر رقابت‌ها - رتبه ۹۴ ایران در بین ۱۳۴ کشور جهان و توجه به نیازهای جدید گردشگری	همراه با دیدگاه جهانی و رقابتی	
٪۸۸	لزوم استاندارد بین المللی در گردشگری حلال- عدم استاندارد شناخته شده گردشگری حلال		
٪۸۰	تطابق محیط با گردشگری- الزام تطابق محیط با نوع طرح حلال	تناسب با اصول حلال و امنیت حاکم بر کشور	
٪۸۰	عامل سیاسی نقش اصلی را دارد- اقتصاد امن با امنیت در منطقه برابر است		
٪۸۴	برنامه‌ریزی اجرای سیاست‌ها ویژه- افزایش تسهیلات، کاهش قیمت آژانس‌ها و تورها		
٪۸۰	یاری رساننده در توسعه پایدار- بر اساس تحلیل PESTEL تمام عوامل محیطی مؤثر بر توسعه	ارتباط مستقیم بر توسعه گردشگری حلال در ایران	نقش عوامل محیطی در طراحی الگوی اجرای سیاست
٪۸۰	دارای نقش تسهیل‌گر در توسعه - در پیش برد توسعه عوامل محیطی نقش بارز و تسهیل‌گر داراست		
٪۸۰	با حمایت اقتصادی و تسهیلات- نقش مثبت در حمایت عوامل مؤثر بر جذب مانند هتل		
٪۸۴	مؤثر حتی در اقتصاد- برای مثال کاهش ارزش پول ملی = افزایش گردشگر سلامت		
٪۸۰	با ثبات متغیرها و جلب اعتماد- سرمایه گذاری بدون ارتباط با طراحان خط‌مشی	تأثیر بر اقتصاد و اهمیت سرمایه‌گذاری	
٪۸۴	توسعه گردشگری مؤثر بر اقتصاد - مقابله و رفع تحریم‌ها، بهبود اشتغال، ارز آوری و ارزش افزوده		
٪۸۴	اختصاص قطب خاص در صنایع دستی- آنچه در کشورهای منطقه وجود ندارد صنایع دستی و میراث اسلامی ایران		

بهبود اثر اطلاع رسانی در	عوامل سیاسی اقتصادی اجتماعی نقش مؤثر- سیاسی در ارتباطات، اقتصادی	٪۸۰
عوامل محیطی است با	در حمایت، اجتماعی در آگاهی سازی و فنی در زیرساخت	٪۸۸
حمایت سیاسی	نیاز اطلاع رسانی و تبلیغات- مانند اماکن مرتبط با تبلیغ و اطلاع رسانی عوامل	٪۸۸
اهمیت تطابق با	عدم شناخت گردشگران خارجی غیرمسلمان- نیاز به اطلاع رسانی حتی در مورد حجاب، عدم اطلاع اروپایی ها از فرهنگ ایران	٪۸۰
استانداردهای جهانی و فرصت ها	با شناخت فرصت و تهدیدها- نیاز انعطاف پذیری در شرایط با شناخت فرصت ها	٪۸۰
	الگو برداری از رویکردهای کشور موفق- توجه به برنامه ها بازاریابی کشورها مانند مالزی در جذب	٪۸۰

رتبه بندی مقوله های پژوهش

(۲۸/۵۳)، مهمترین مقوله در خصوص سیاست گذاری گردشگری حلال در ایران است. سپس مقوله «بهبود اثر اطلاع رسانی در عوامل محیطی است با حمایت سیاسی» با میانگین رتبه (۲۷/۶۶)، در رتبه دوم اهمیت قرار دارد. مقوله «توصیه بزرگان دین به سفر و رعایت اخلاقیات» با میانگین رتبه (۲۶/۷۶)، در رتبه سوم اهمیت است. در نهایت مقوله «نوعی گردشگری تغذیه ای» با میانگین رتبه (۱۱/۵) در رتبه آخر اهمیت قرار گرفته است.

در این بخش و در تعیین رتبه ای مقوله های پژوهش در خصوص سیاست گذاری گردشگری حلال در ایران، از آزمون فریدمن استفاده شده است. نتایج مربوط به آزمون فریدمن مندرج در جدول (۲) نشان می دهد آمار فریدمن در سطح خطای ۰/۰۵ معنی دار است و لذا رتبه ای اهمیت مقوله های پژوهش یکسان و مساوی نیست. میانگین رتبه ای فریدمن نشان می دهد که مقوله «هدف اقتصاد مقاومتی و درآمدزایی جایگزین نفت» با بیشترین میانگین رتبه جدول ۲. نتایج آزمون فریدمن در رتبه بندی مقوله های پژوهش

مفهوم اصلی جایگزین شده (مقوله مشترک)	میانگین رتبه	آماره فریدمن	سطح معنی داری P
سفر برای مسلمانان با اصول اسلامی	۲۶/۰۶		
نوعی گردشگری تغذیه ای	۱۱/۵۰		
بر مبنای اصول حلال	۱۴/۴۲		
همخوانی با گردشگری حلال	۱۱/۷۰		
ایران کشوری اسلامی و مقصدی مرتبط	۱۸/۸۶		
قابلیت ها معرفی صنایع مرتبط در ایران	۲۰/۰۲		
بهبودترین فرصت برای توسعه روابط و معرفی ایران	۱۸/۹۴		
توصیه بزرگان دین به سفر و رعایت اخلاقیات	۲۶/۷۶		
هدف اقتصاد مقاومتی و درآمدزایی جایگزین نفت	۲۸/۵۳		
آموزش و فرهنگ سازی همراه با اطلاع رسانی	۱۵/۳۴		
همانگی کلیه مراکز مرتبط با هدف و تقویت زیرساخت	۱۷/۵۵	۱۰۰۰/۷۴	۰/۰۰۰۱
بازنگری در قوانین و تسهیل شرایط جهت درآمدزایی	۱۷/۰۹		
تطابق واژه حلال با اخلاقیات در دین	۲۴/۰۳		
قوانین دست و پا گیر با افکار مختلف متداخل	۲۴/۰۰		
عدم شفافیت مجری متمرکز و موازی کاری ها	۱۶/۱۶		
نبود دستورالعمل گویا و تبلیغات کم با فرهنگ سازی	۱۳/۷۰		
موانع اقتصادی و هزینه ها تغییرات و عدم رقابت	۲۲/۵۱		
شرایط سیاسی کشور و قوانین مربوطه	۲۰/۸۶		
نیاز آگاهی کامل به مسایل مرتبط و عقاید اسلامی	۲۲/۴۴		
نداشتن دید امنیتی صرف به موضوع و اشراف به قوانین	۱۵/۳۹		
مطالعه تجربیات و استفاده از افراد توانمند و ظرفیت ها	۲۳/۹۲		

۲۱/۵۶	آشنا با استانداردهای مربوطه و الزامات حلال
۲۰/۶۱	از دل جامعه باشند و خبردار از مسائل مربوطه و ظرفیت‌ها
۱۴/۸۳	نقش مهم و تعیین کننده و نیاز به تجربه، تحصیلات مرتبط و شناخت از قوانین
۱۱/۶۸	با دیدگاه اقتصاد مقاومتی و تحولات جدید گردشگری حلال در دنیا
۱۷/۰۲	اهمیت به عقاید و نگرش و وسعت جامعه هدف
۲۴/۳۲	اهمیت تنوع جامعه هدف و خرده فرهنگ‌ها در مشارکت
۱۱/۹۴	توجه به آثار مرتبط جامعه هدف با گردشگری حلال
۱۳/۸۴	شفافیت با جامعه هدف و اطلاع رسانی به کل گردشگران
۱۴/۹۱	نیاز پایه گذاری اساسی در گردشگری حلال ایران همراه با شفافیت
۱۸/۸۰	آگاهی دادن درست جهت ماهیت خط مشی بدون جهت گیری
۲۱/۱۳	رفع ابهامات روش‌ها اجرا شده قبلی و موانع با الگوی خاص
۲۲/۴۲	همراه با دیدگاه جهانی و رقابتی
۲۴/۱۰	تناسب با اصول حلال و امنیت حاکم بر کشور
۲۶/۵۷	ارتباط مستقیم بر توسعه گردشگری حلال در ایران
۲۲/۹۴	تأثیر بر اقتصاد و اهمیت سرمایه‌گذاری
۲۷/۶۶	بهترین اثر اطلاع رسانی در عوامل محیطی است با حمایت سیاسی
۱۶/۹۰	اهمیت تطابق با استانداردهای جهانی و فرصت‌ها

رتبه‌بندی ابعاد مضامین پژوهش

سپس مضمون «جایز بودن خط‌مشی گردشگری حلال در ایران» در رتبه دوم اهمیت قرار دارد. مضمون «تأثیر ماهیت خط‌مشی»، در رتبه سوم اهمیت است. مضمون «تأثیر عوامل مربوط به مجریان در اجرای سیاست»، در رتبه چهارم اهمیت است. مضمون «موانع بر سر اجرای الزامات»، در رتبه پنجم اهمیت است. مضمون «نحوه اجرای سیاست»، در رتبه ششم اهمیت است «نقش و ارتباط جامعه هدف با موضوع طراحی الگوی اجرا»، در رتبه هفتم اهمیت قرار گرفته است. مضمون «نقش عوامل تدوین خط مشی در طراحی الگوی اجرا» در رتبه هشتم اهمیت می‌باشد. مضمون «برداشت از گردشگری حلال در ایران» در رتبه نهم اهمیت قرار گرفته است.

در این بخش و در تعیین رتبه‌ی مضامین پژوهش در خصوص سیاست‌گذاری گردشگری حلال در ایران، از آزمون فریدمن استفاده گردید. نتایج مربوط به آزمون فریدمن مندرج در جدول (۳) نشان می‌دهد آماره فریدمن در سطح خطای ۰/۰۵ معنی‌دار است و لذا رتبه‌ی اهمیت مضامین پژوهش در خصوص سیاست‌گذاری گردشگری حلال در ایران یکسان و مساوی نیست. میانگین رتبه‌ی فریدمن نشان می‌دهد که مضمون «نقش عوامل محیطی در طراحی الگوی اجرای سیاست» با بیشترین میانگین رتبه، مهم‌ترین مضمون در خصوص سیاست‌گذاری گردشگری حلال در ایران است.

جدول ۳. نتایج آزمون فریدمن در رتبه‌بندی مضامین پژوهش

مضامین پژوهش	میانگین رتبه فریدمن	رتبه	آماره فریدمن	سطح معنی‌داری p
برداشت از گردشگری حلال در ایران	۳/۴۰	۹		
جایز بودن خط مشی گردشگری حلال در ایران	۵/۶۲	۲		
نحوه اجرای سیاست	۵/۰۴	۶		
موانع بر سر اجرای الزامات	۵/۱۸	۵		
تأثیر عوامل مربوط به مجریان در اجرای سیاست	۵/۳۲	۴	۱۶۴/۰۳	۰/۰۰۰۱
نقش عوامل تدوین خط مشی در طراحی الگوی اجرا	۳/۸۸	۸		
نقش و ارتباط جامعه هدف با موضوع طراحی الگوی اجرا	۴/۱۸	۷		
تأثیر ماهیت خط مشی	۵/۳۴	۳		
نقش عوامل محیطی در طراحی الگوی اجرای سیاست	۷/۰۳	۱		

نتیجه‌گیری

در این پژوهش پس از مصاحبه با خبرگان و اساتید دانشگاه آگاه به سیاست گردشگری حلال و پس از تجزیه و تحلیل اطلاعات اولیه ۹ بعد کلی در خصوص اجرای سیاست گردشگری حلال در ایران برجسته شد. با قضاوت خبرگان در نهایت ۳۸ مولفه‌ی متناظر با ابعاد نه‌گانه از طریق اجماع تایید شد. در تناظر مفاهیم اولیه با مولفه‌های متناظر با ابعاد نه‌گانه با قضاوت خبرگان، ۱۲۹ مفهوم از طریق اجماع نظر خبرگان با توافق بالای ۸۰ درصد تایید گردید.

یافته‌ها حاکی از دست‌یابی به ۹ مضمون اصلی سیاست گردشگری حلال در ایران تحت عنوان‌های: ۱- برداشت از گردشگری حلال در ایران ۲- جایز بودن خطمشی گردشگری حلال در ایران ۳- نحوه اجرای سیاست ۴- موانع بر سر اجرای الزامات ۵- تأثیر عوامل مربوط به مجریان در اجرای سیاست ۶- نقش عوامل تدوین خط مشی در طراحی الگوی اجرا ۷- نقش و ارتباط جامعه هدف با موضوع طراحی الگوی اجرا ۸- تأثیر ماهیت خط مشی ۹- نقش عوامل محیطی در طراحی الگوی اجرای سیاست می‌باشد که هر یک از این مضامین، مقوله‌های فرعی مربوط به خود را بیان می‌دارد.

در این پژوهش مفاد و محتوای مرتبط با صنعت گردشگری در سیاست‌گذاری‌ها، اسناد و قوانین فرادستی ایران بررسی، ارزیابی و تحلیل شده است و ضمن تبیین وضعیت صنعت گردشگری در دیدگاه‌های کلان کشور، کاستی‌های مبنایی گردشگری در نظام سیاست‌گذاری ایران و موانع اساسی توسعه صنعت گردشگری ایران کنکاش شده است. باید اذعان کرد که یکی از مهم‌ترین سیاست‌گذاری‌ها در کشورها، اسناد و قوانین فرادستی است که به‌عنوان برنامه‌های بلندمدت و میان‌مدت توسعه شناخت می‌شوند. اسناد فرادستی و طرح‌ها و برنامه‌های میان و بلندمدت در هر کشور بیانگر خواسته، آرزو، اهداف، دورنما و چشم‌انداز آتی آن کشور از سوی حکومت است که در دوره زمانی معین و بر مبنای مجموعه اقداماتی منظم و سلسله‌مراتبی برای رسیدن به اهدافی مشخص، تدوین شده است. این‌گونه

برنامه‌ها و اسناد در هر کشور دارای بخش‌های مختلف اقتصادی، سیاسی، امنیتی، اجتماعی، بهداشتی، آموزشی و فرهنگی است که با توسعه فزاینده و اهمیت صنعت گردشگری در جهان، این بخش نیز وارد برنامه‌های توسعه کشورها شده است. در این راستا، گردشگری حلال مفهومی نسبتاً نوپاست و لذا دست‌یابی به اطلاعات موردنظر در تمام بخش‌های عرضه‌ی گردشگری کار دشواری است.

باید توجه داشت که مسلمانان در طول سفر ملزم به رعایت فرامینی مانند ممنوعیت الکل، غذای بدون الکل، ممنوعیت قمار، جدا بودن زنان از مردان، رعایت پوشش اسلامی، انجام تکالیف دینی همچون نماز و روزه و غیره هستند. ممکن است بسیاری از گردشگران مسلمان به دلیل ترس از پیدا نکردن زیرساخت‌های گردشگری و اقامتگاه‌هایی که مطابق با سبک زندگی آن‌ها باشد، از سفر کردن منصرف شوند. از این‌رو توسعه‌ی محیط گردشگری متناسب با نیازهای مسلمانان چشم‌اندازهای بسیاری را تحت عنوان گردشگری حلال ارائه می‌دهد. در خصوص گردشگری حلال در ایران می‌توان گفت، دولت دارای نقشی مهم و انکارنشده در توسعه‌ی صنعت گردشگری و خطمشی‌گذاری در آن است. دولت زیرساخت‌ها و خدمات گوناگونی را در این بخش بر عهده دارد. خطمشی‌گذاری از یک دیدگاه معادل با تصمیم‌گیری است، زیرا هنگامی که خطمشی تعیین می‌شود تصمیمی اتخاذ شده است، با این تفاوت که خطمشی نسبت به تصمیمات ثانویه، بالاتر و اساسی‌تر است. ویژگی‌های اصلی خط مشی شامل انسجام، یکپارچگی، تمرکز، انعطاف‌پذیری، ریسک‌پذیری، پویایی، پاسخ‌گویی و عمل‌پذیری است.

صنعت گردشگری همانند هر سیستم دیگری از اجزایی تشکیل شده است که برای تحقق هدفی معین با یکدیگر در ارتباط و کنش متقابل هستند. در این صنعت، دروندادهایی به سیستم وارد می‌شوند و در فرایند تبدیل قرار می‌گیرند و پس از انجام عملیاتی مشخص، به‌عنوان برونداد یا خروجی از سیستم خارج می‌شوند. مطلوب یا نامطلوب بودن دروندادها و فرآیندها، بر خروجی‌ها تأثیر گذاشته و کارمدی یا

ساخت‌های اقتصادی گردشگری، تامین منابع انسانی کارآمد و توانمند در گردشگری حلال، ورود بیشتر فن‌آوری و نظام اطلاع‌رسانی روزآمد و منسجم، آموزش گردشگری حلال در بخش آموزش و پرورش و نظام دانشگاهی، تقویت جایگاه مطالعات و پژوهش‌ها در گردشگری حلال، از جمله موضوعاتی است که جهت عملیاتی نمودن سیاست‌های گردشگری حلال در ایران باید مورد توجه متولیان اجرایی و دستگاه‌های ذی‌ربط قرار گیرد.

تشکر و قدردانی

از همه کسانی که در مسیر سیر پژوهش (اعم از اساتید گرانقدر و دانشجویان عزیز) ما را یاری نمودند، شایسته است در کمال ادب و احترام و از صمیم قلب از زحمات یکایک این عزیزان نهایت تقدیر و تشکر را داشته باشیم.

تضاد منافع

نتایج حاصل از این مطالعه با منافع نویسندگان و محققان در تعارض نیست.

References

The Holy Quran

- Ghaderi E, Motahar SM. An Investigation into Tourists' Motivating Factors for Selecting a Destination: A Comparison between Inbound and Outbound Destinations (The Case of the City of Tehran). *Journal of Urban Economics and Management*. 2013;1(2):15-29. Doi: [10.1001.1.23452870.1392.1.2.2.0](https://doi.org/10.1001.1.23452870.1392.1.2.2.0)
- Ghafari M, Ranjbarian B, Emami A. Identification and Analysis of Foreign Tourists Motivations for Travelling to Isfahan. *Journal of Urban-Regional Studies and Research*. 2013;5(17):21-36.
- Mosavigilani R, Asadi H, Sajjadi N. Segmentation of Iran Sport Tourism Market for Foreign Tourists and a Model of Target Market. *Journal of Sport Management*. 2012;4(12):37-59. Doi: [10.22059/JSM.2012.28601](https://doi.org/10.22059/JSM.2012.28601)
- Mirzaei R, Nasiri H, Mira SA. From European Tourists Motivation to Destination Choice (Iran as a Case). *Journal of Business Management*. 2015;7(4):921-40. Doi: [10.22059/JIBM.2015.57098](https://doi.org/10.22059/JIBM.2015.57098).
- Ghazalsafrou H, Kalate Sifari M, Gurbanzadeh Zafarani S Q, Chorli A. Investigating the challenges of attracting sports tourists in the local and traditional games festival of Golestan province (case study: horse riding and wrestling competitions of Goresheh). *Sports Management and Movement Behavior Research Journal*, 2014; 11(22): 211-218. Doi: [10.22080/jsmb.2015.1005](https://doi.org/10.22080/jsmb.2015.1005)
- Pouri Z, Ahmadian M, Ghanbarzadeh Darban H. Evaluating and Analyzing the Livability Indices in Mashhad from the Views of Tourists and Pilgrims (Case Study: Samen District, Mashhad). *Geography and Urban Space Development*. 2020;6(2):49-69. Doi: [10.22067/GUSD.V6I2.75541](https://doi.org/10.22067/GUSD.V6I2.75541)
- Ebrahimi M, Yavarigohar F, Hasankashi M. Prioritizing Iran's Competitiveness Factors in Halal Tourism. *Journal of Tourism Planning and Development*. 2019;8(28):113-37
- Heidari Chianeh R, Rezatab SK, Soltani N, Motamedimehr A. An Analysis of Tourism Policy Making in Iran. *Journal of Tourism Planning and Development*. 2013;2(5):11-32.

ناکارآمدی سیستم را تعیین می‌کند. می‌توان گفت گردشگری به‌عنوان یک سیستم از ۵ جزء (یک گردشگر، یک منطقه گردشگری، یک منطقه ترانزیت، یک مقصد و صنعت گردشگری و مسافرت)، تبادل انرژی (حرکت گردشگری، تبادل اطلاعات و کالاها و...) و تعامل با سایر سیستم‌ها (اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی، سیاسی، فیزیکی و...) تشکیل شده است.

پیشنهادات و راهکارها

لزوم همه‌جانبه‌نگری در پرداختن به موضوع گردشگری، رفع خلاء رویکرد و نگاه سیستمی در سیاست‌گذاری‌های گردشگری در کشور، تمرکز در مراکز تصمیم‌گیری و سیاست‌گذاری در این خصوص، بررسی و شناخت تأثیر ساختارهای ناپایدار و غیر کارآمد، تحلیل الگوها و روش‌هایی که تاکنون در سیاست‌های گردشگری حلال در کشور مورد ارزشیابی قرار نگرفته‌اند، بررسی تأثیر شاخص‌های سیاسی در بخش روابط بین‌الملل، بررسی تأثیر عوامل و جریان‌های سیاسی داخلی، حذف تصدی‌گری دولت در بخش‌های عمده گردشگری حلال، بسترسازی مناسب در راستای زیر

9. Sarvari R, Nourani S. Marketing Strategies and Brandism of Halal Tourism in Islamic Countries. Scientific-Research Quarterly of Geographical Data (SEPEHR). 2012;21(81):86-90.
10. Heydar L, Mohsen Khameh Ch. The role of security in the development of Zabul tourism. National Conference of Border Cities and Security, Challenges and Approaches 2013. coi: NCBCS01_090
11. Razalli MR, Abdullah S, Hassan MG. Developing a model for Islamic hotels: Evaluating opportunities and challenges. 2012.
12. Kalesar MI. Developing Arab-Islamic tourism in the Middle East: An economic benefit or a cultural seclusion. International Politics. 2010;3(5):105-36.
13. Zamani-Farahani H, Henderson JC. Islamic tourism and managing tourism development in Islamic societies: the cases of Iran and Saudi Arabia. International journal of tourism research. 2010;12(1):79-89. Doi: [10.1002/jtr.741](https://doi.org/10.1002/jtr.741)
14. Henderson JC. Islamic tourism reviewed. Tourism Recreation Research. 2009;34(2):207-211. Doi: [10.1080/02508281.2009.11081594](https://doi.org/10.1080/02508281.2009.11081594)
15. Alimovich FE, Habibuloevna KS, Bahodirovna DN. Central features of halal tourism and halal food. Academy. 2020(3 (54)):43-5.
16. Henderson JC. Halal food, certification and halal tourism: Insights from Malaysia and Singapore. Tourism Management Perspectives. 2016;19:160-4. Doi: [10.1016/J.TMP.2015.12.006](https://doi.org/10.1016/J.TMP.2015.12.006)
17. Boğan E. Halal tourism: The practices of halal hotels in Alanya, Turkey. Journal of Tourism and Gastronomy Studies. 2020;8(1):29-42. Doi: [10.21325/jotags.2020.534](https://doi.org/10.21325/jotags.2020.534)
18. Winarti O. Halal Tourism in Indonesia: Does it attract only Muslim Tourists? Jurnal Studi Komunikasi. 2017;1(3):232-9. Doi: [10.25139/jsk.v1i3.139](https://doi.org/10.25139/jsk.v1i3.139)
19. Mohaghegh Sabzvari M B Ibn M M. Kefayat al-Ahkam. Researched by Morteza Vaezi Araki. Qom: Islamic Publications Office affiliated with the Society of Teachers of the Seminary of Qom; 2017. [In Arabic]
20. Allama Hali H Ibn Y. Tazkerat al-Fiqh. Tehran; 2009. [In Arabic]
21. Ansari M Ibn M A. Al-Taqiya. Qom: Fars Hassoun Press; 1992. [In Arabic]
22. Shahid Aval M Ibn M. Qawaed va Fawaed. Qom: Abdul Hadi Hakim; 2020. [In Arabic]
23. Sheikh Mufid M. The Articles. Qom: Al-Muttamar Al-Alami for the life of Sheikh Al-Mufid; 1993. [In Arabic]

Examining and explaining the implementation of halal tourism policies in Iran

Hamed Eftekharzadeh¹, Ali Rashidpoor^{1*}, Mehraban Hadi Paykani¹

1- Department of Cultural Management, Islamic Azad University, Isfahan, Khorasgan, Iran.

2- ARTICLE INFO

ABSTRACT

Received: 25 July 2022

Acceptance: 5 September 2022

Keywords:

Halal Tourism
Policy Making
Implementation Model
Halal
Iran

Introduction: Halal tourism is a type of tourism that expands according to the religious standards of Muslims. But this policy regarding halal tourism in our country, Iran, has not been given as much attention as it should, and this gap is tangible in the planning on halal tourism. The research aims to investigate the implementation model of halal tourism policies in Iran to attract Muslim tourists to the extent of their capacities.

Methods: The method (qualitative and quantitative) has been used among the community of experts who are aware of the halal tourism policy based on a sample size of 30 people. Since the real experiences of people were examined in this research, the phenomenological (inductive) method was used in the qualitative part. After interviewing the experts in this field and using Claysey's interview method, the main and secondary themes regarding tourism policies were also counted. Also, in the quantitative section, the main and secondary themes were reviewed in the form of a questionnaire by 133 professors and faculty members in this field.

Results: Halal tourism in Iran is based on the permissibility of the policy of halal tourism in Iran, the effect of the nature of the policy, the effect of the factors related to the implementers, the obstacles to the implementation of the requirements, the method of implementation, the role and relationship of the society with the issue of model design, implementation and the role of the factors of compilation and taking from Halal tourism has been approved in Iran.

Conclusion: In terms of cultural, historical, and social richness and the human need for travel, recreation, and in accordance with Islamic standards, the patterns and policies of halal tourism in Iran will be useful.



Use your device to scan and read the article online



Citation (Vancouver): Eftekharzadeh H, Rashidpoor A, Paykani MH . Examining and explaining the implementation of halal tourism policies in Iran. Journal of Halal Research. Summer 2022; 5(2): 29-43. [In Persian] <https://doi.org/10.30502/H.2022.350769.1108>

