

شناسایی و تبیین عوامل موثر بر زنجیره تامین در صنعت گردشگری مذهبی ایران

جلیل توشنی^۱، پرویز سعیدی^{۲*}، مجید نصیری^۳

۱. دانشجوی دکتری کارآفرینی، واحد علی‌آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی‌آباد کتول، ایران
۲. دانشیار، گروه مدیریت و حسابداری، واحد علی‌آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی‌آباد کتول، ایران
۳. استادیار، گروه مدیریت، واحد علی‌آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی‌آباد کتول، ایران

تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۲/۰۹/۲۰

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۲/۰۶/۰۸

چکیده

گردشگری مذهبی به عنوان یکی از پررونق‌ترین و متنوع‌ترین گونه‌های گردشگری در سطح جهان است. و با توجه به موقعیت‌های فرهنگی - مذهبی قابلیت دسترسی به این گونه گردشگری در ایران، زمینه رشد و بالندگی را در بین کشورهای اسلامی و دنیا رقم می‌زند هدف پژوهش حاضر شناسایی و تبیین عوامل موثر بر زنجیره تامین در صنعت گردشگری مذهبی ایران بوده است. این پژوهش از لحاظ هدف کاربردی و از حیث روش اجرا توصیفی - پیمایشی و از نوع همبستگی می‌باشد، که به روش آمیخته اکتشافی انجام شده است. در مرحله کیفی تیم مشارکت کننده تحقیق ۳۰ نفر از خبرگان و اساتید دانشگاهی می‌باشند که به روش هدفمند و تکنیک گلوله برفی انتخاب شده‌اند. هم‌چنین در مرحله کمی جامعه آماری را کارشناسان گردشگری تشکیل می‌دهند که تعداد آنان ۲۹۴۸ نفر می‌باشد که برای تعیین حجم نمونه بر اساس جدول کرجسی و مورگان ۳۴۱ نفر به روش نمونه گیری تصادفی ساده انتخاب گردیدند. ابزار گردآوری داده‌ها عبارتند از: مصاحبه، اسناد و مدارک و پرسشنامه بوده است و برای شناسایی و رتبه بندی ابعاد و مؤلفه‌ها نیز از روش دلفی فازی استفاده گردید. هم‌چنین برای برازش الگو از روش تحلیل عاملی اکتشافی استفاده شده است. که بر اساس تجزیه و تحلیل داده‌ها، یافته‌های تحقیق نشان داد. ده بُعد اصلی: اقامتی، حمل‌ونقل، مراکز بازدید، مراکز پذیرایی، فروشگاه‌ها، زیست‌محیطی و انرژی، آژانس‌های مسافرتی و تورها، امنیت و ایمنی، مدیریتی و اقتصادی، اطلاعات و ارتباطات، به عنوان مهمترین عوامل موثر بر زنجیره تامین در صنعت گردشگری مذهبی ایران هستند.

کلید واژه‌ها: زنجیره تامین، گردشگری مذهبی، دلفی فازی، تحلیل عاملی.

مقدمه

یکی از رو به رشد ترین گونه‌های گردشگری در جهان، گردشگری مذهبی است (ایریمایس و همکاران، ۲۰۱۶). به طوری که تخمین زده می‌شود که بیش از ۲۵ درصد از فعالیت‌های سفر در دنیا، از نوع گردشگری مذهبی است (حیدری و همکاران، ۲۰۱۸). این امر سبب تخصیص بهینه منابع به برنامه‌های توسعه‌ای، کاهش بیکاری، بهبود توزیع درآمد، کاهش قیمت خدمات، افزایش ظرفیت اشتغال هتل‌ها و در نهایت، افزایش اقامت‌پذیری محصولات و خدمات گردشگری می‌شود (میچایدو و همکاران، ۲۰۱۶). از اینرو، در سال‌های اخیر گردشگری مذهبی به عنوان ابزاری توانمند در راستای معرفی و ترویج مذهب، فرهنگ و تاریخ مقصدهای گردشگری (کانتزینتونیو و داینسوپالو، ۲۰۱۷)، می‌تواند از طریق ایجاد اشتغال، کسب درآمد ارزی و غیرارزی، افزایش درآمدهای مالیاتی از محل فعالیت‌های اقتصادی مرتبط با گردشگری مذهبی سبب توسعه اقتصادی شود (رضایی و چهارراهی، ۱۳۹۸). لذا لازم است مسئولین گردشگری به دنبال راهبردهایی جدید برای بهبود وضعیت گردشگری مذهبی کشور باشند. یکی از این راهبردها، مدیریت زنجیره‌تأمین گردشگری است (مرادنژادی و همکاران، ۱۳۹۹).

به همین منظور کشورهای دارای جاذبه‌های گردشگری به لحاظ جذابیت‌های طبیعی، فرهنگی، تمدن کهن و آثار باستانی و مذهبی که در اختیار دارند استعداد و توانایی در خور توجهی در جذب گردشگران دارند که با سرمایه‌گذاری مناسب در این صنعت می‌توانند سالانه میلیاردها دلار درآمد کسب کنند، از این رو صنعت گردشگری در بسیاری از کشورهای جهان به عنوان یک منبع درآمد پایدار محسوب می‌شود که این امر علاوه بر تأثیر مثبت خود بر اقتصاد کشورها، بعنوان یک عامل مهم و مؤثر اشتغال‌زایی و رفع محرومیت به شمار رود. اهمیت این صنعت و تأثیر آن بر توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی باعث شده است تا بسیاری از مدیران و برنامه‌ریزان محلی، منطقه‌ای و ملی در اقصی نقاط دنیا برای گسترش آن برنامه‌ریزی و تلاش نمایند. کشور ایران نیز یکی از کشورهایی است که دارای جاذبه‌های متنوع گردشگری در سطح ملی و منطقه‌ای است که می‌تواند به عنوان یکی از قطب‌های گردشگری مطرح گردد. این کشور به لحاظ تعداد و تنوع آثار تاریخی، فرهنگی، مذهبی و جاذبه‌های طبیعی فراوان همچون نگینی در جهان می‌درخشد. هم‌چنین بخاطر اماکن مذهبی و قدمت و آثار بجا مانده از دوران گذشته و وجود مناظر زیبای طبیعی توانایی جذب گردشگران بسیاری را دارد. به همین منظور با توجه به موقعیت خاص فرهنگی- مذهبی کشور در میان کشورهای دیگر، گردشگری مذهبی جای رشد و توسعه بسیاری دارد. چون مراکز گردشگری مذهبی ایران فاقد ساماندهی و برنامه ریزی تخصصی بوده و این عدم برنامه ریزی صحیح و ناشناخته بودن ابعاد و مولفه‌های آن فرصت بسیار مغتنمی است که ابعاد و مولفه‌های زنجیره تامین این صنعت شناسایی و مورد اولویت بندی قرار گیرد. لذا در این پژوهش به دنبال پاسخ به این سوال: عوامل مؤثر بر زنجیره تامین در صنعت گردشگری مذهبی ایران کدامند؟

ادبیات و پیشینه تحقیق

زنجیره تامین گردشگری شامل تمام تامین کنندگان (مستقیم و غیرمستقیم) کالاها و خدماتی است که نیازهای گردشگران را تامین می‌کنند (بای و ران، ۲۰۲۲).

سینها و میتال (۲۰۲۱) در تحقیقی با عنوان شناسایی و مدل‌سازی توانمندسازهای زنجیره تامین گردشگری مذهبی در دوران پسا کووید در هندوستان، نشان دادند این توانمندسازها عبارتند از: سیستم اطلاعاتی کارآمد و یکپارچه، تدارکات و بازسازی ارتباطات، اقامت امن اسکان و شبانه روزی، عقاید و ارزش‌های زائرین، تاسیسات زیرساخت بهداشت و درمان، غذا، زائران بین المللی، ابتکارات دولت، مدیریت مقصد، خود ایمنی فردی. نتایج تحقیقات گذشته نشان می‌دهد تاکنون به زنجیره تامین گردشگری مذهبی در ایران پرداخته نشده است، لذا ضرورت انجام چنین تحقیقی احساس می‌شود.

باقری و همکاران (۱۴۰۰) در تحقیقی با عنوان فراترکیب عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری مذهبی، نشان دادند عوامل اثرگذار بر توسعه گردشگری مذهبی می‌توانند به دو بعد اصلی عوامل پیشران (با پنج مولفه اقتصادی، سیاسی/ حاکمیتی (مدیریتی)، اجتماعی فرهنگی،

پیش نیازها/ زیرساخت‌های لازم و عوامل رانشی گردشگر) و عوامل بازدارنده (با پنج مؤلفه اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، سیاسی / حاکمیتی (مدیریتی)، زیست محیطی و محقق نشدن پیش نیازها و زیرساخت‌های لازم) دسته بندی کردند. رستمی و همکاران (۱۴۰۰) یکی از ویژگی های مهم عرضه گردشگری که آن را از دیگر خدمات متمایز می کند، طریقی است که افرادی که از مقصد بازدید می کنند همزمان محصول، خدمت و یا تجربه گردشگری را مصرف می کنند. عناصر عرضه (برای مثال هتلها، رستوران ها و جاذبه ها) اغلب در یک مکان جغرافیایی ثابت هستند. به طور کلی چهار عنصر مهم زنجیره تأمین گردشگری شامل موارد زیر می باشد:

- اقامتگاه (هتل ها، تفرجگاه ها)؛

- پذیرایی (رستوران، واسطه ها، کشاورزان)

- تفریح (توراپراتورها، حمل و نقل، جوامع، مراکز ارائه خدمات تفریحی)

- صنایع دستی (تولید کننده، خرده فروش) (سوفیلد، ۲۰۱۱ و مانک اونی، ۲۰۰۸)

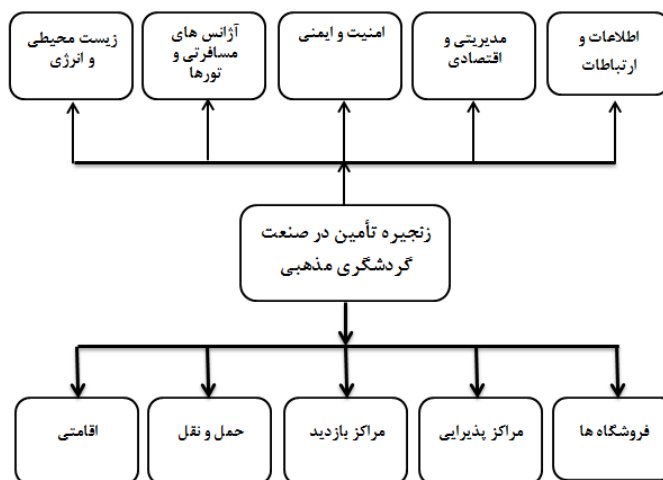
یوسفی (۱۳۹۷) تحقیقی با عنوان عملکرد خدمات گردشگری مذهبی به طور موردی در شهرستان بیرجند، انجام داده است و نتایج نشان داد کیفیت خدمات گردشگری و کسب مزیت رقابتی در وهله اول مستلزم برنامه ریزی دقیق و منسجم برای تأمین زیرساخت‌های گردشگری و سپس کالاها و خدمات با ارزش مورد نیاز گردشگران است تا رفاه گردشگران و جامعه میزبان تأمین شود، در این صورت سطح عملکرد مقصد ارتقا یافته و رضایت و وفاداری گردشگران به مقصد و کسب و کارهای ارائه دهنده خدمات بیشتر خواهد شد. بدین ترتیب شرایط توسعه گردشگری نیز در منطقه فراهم می گردد.

گردشگری مذهبی شامل دیدار از اماکن مذهبی و انجام فرایض دینی و مذهبی می شود (مبارک و زین، ۲۰۲۰). گردشگری مذهبی به سفرهایی اطلاق می شود که با انگیزه‌های مذهبی و غیره به مکان‌ها و مقاصد مذهبی انجام می شود (رومانلی و همکاران، ۲۰۲۱).

رجبی امیرآباد (۱۳۹۹) تحقیقی با عنوان نقش جاذبه‌های فرهنگی، مذهبی در توسعه گردشگری (موردپژوهی شهرستان تویسرکان) انجام داده است و نتایج نشان داد وجود مقبره یک پیامبر و یک شاعر بزرگ و همچنین دیگر جاذبه‌های تاریخی و طبیعی توان بالقوه مناسبی در توسعه صنعت گردشگری دارد که در صورت اجرای طرحی جامع و کامل و سرمایه گذاری در بخش گردشگری و برنامه ریزی‌های دقیق و حساب شده در زمینه افزایش کمی و کیفی تاسیسات و تجهیزات توریستی، شبکه راه‌ها و خطوط حمل و نقل و کلیه زیر ساخت‌هایی که بخش گردشگری از آنها متأثر می گردد می توان از این صنعت به عنوان محور توسعه اقتصادی منطقه استفاده‌های مطلوب تری به عمل آورد هم‌چنین با تأکید بر پتانسیل‌های موجود گردشگری شهرستان با برنامه ریزی و هدایت می توان صنعت گردشگری را در منطقه بهبود بخشید.

روش پژوهش

این پژوهش از لحاظ هدف کاربردی و از حیث روش اجرا توصیفی - پیمایشی و از نوع همبستگی می باشد، که به روش آمیخته اکتشافی انجام شده است. ابزار گردآوری داده‌ها عبارتند از: مصاحبه، اسناد و مدارک و پرسشنامه. در مرحله کیفی تیم مشارکت کننده تحقیق ۳۰ نفر از خبرگان و اساتید دانشگاهی می باشند که به روش هدفمند و تکنیک گلوله برفی انتخاب شده اند. هم‌چنین در مرحله کمی جامعه آماری را کارشناسان گردشگری تشکیل می دهند که تعداد آنان ۲۹۴۸ نفر می باشد که برای تعیین حجم نمونه بر اساس جدول کرجسی و مورگان ۳۴۱ نفر به روش نمونه گیری تصادفی ساده انتخاب گردیدند. برای شناسایی و رتبه بندی ابعاد و مؤلفه‌های زنجیره تأمین گردشگری مذهبی از روش دلفی فازی استفاده گردید. هم‌چنین برای برآزش الگو از روش تحلیل عاملی اکتشافی استفاده شده است. بر اساس تجزیه و تحلیل داده‌ها، یافته‌های تحقیق نشان داد ده بعد اصلی: اقامتی، حمل و نقل، مراکز بازدید، مراکز پذیرایی، فروشگاه‌ها، زیست محیطی و انرژی، آژانس‌های مسافرتی و تورها، امنیت و ایمنی، مدیریتی و اقتصادی، اطلاعات و ارتباطات، به عنوان مهمترین عوامل موثر بر زنجیره تأمین در صنعت گردشگری مذهبی ایران هستند.



با توجه به اهمیت گردشگری مذهبی در ایران و جهان و میزان اثرگذاری آن در صنعت گردشگری، تاکنون پژوهش منسجمی که بتواند تمام عوامل تاثیر گذار گردشگری را به صورت به هم پیوسته مورد بررسی و تجزیه و تحلیل قرار دهد و آنها را سازماندهی کند نداشته‌ایم.

به همین منظور در این پژوهش سعی شده جهت برنامه ریزی و پویایی گردشگری مذهبی در ایران تمام بخش‌ها و عوامل تاثیر گذار بر گردشگری را با استفاده از شبکه زنجیره تامین شناسایی و مورد بررسی و تجزیه و تحلیل قرار داده است تا با یک نگرش سیستمی و برنامه ریزی دقیق، پیوند بین اجزاء و عناصر بخش‌های عرضه و تقاضای گردشگری اعم از حمل و نقل، واحدهای اقامتی، خدمات، سازمان‌ها و ... در سطوح مختلف محلی، منطقه ایی، ملی و بین المللی نمایان و شاهد رشد و شکوفایی همه جانبه این بخش در سطح بین المللی باشیم.

یافته‌ها

در مرحله نخست پس از تکمیل پرسشنامه‌ها توسط خبرگان بر اساس روش دلفی فازی، نتایج آن مورد بررسی قرار گرفت. بدین ترتیب که مقادیر کیفی متغیرها به مقادیر کمی فازی تبدیل شده و میانگین فازی مربوط به هر معیار به طور جداگانه تعیین شد. جهت فازی کردن متغیرهای کلامی از مقادیر جدول ۱ استفاده شد:

جدول ۱- تبدیل متغیرهای کلامی به اعداد فازی مثلثی

متغیرهای کلامی	عدد فازی مثلثی
کاملا موافقم	(۰/۹، ۱، ۱)
موافقم	(۰/۷، ۰/۹، ۱)
بدون نظرم	(۰/۳، ۰/۵، ۰/۷)
مخالفم	(۰، ۰/۱، ۰/۳)
کاملا مخالفم	(۰، ۰، ۰/۱)

منبع: یافته‌های پژوهش - اعداد فازی مثلثی طیف لیکرت ۵ درجه (حبیبی و همکاران، ۱۳۹۳)

جدول ۲ - میانگین فازی نظرات خبرگان در مرحله نخست نظرسنجی و مقدار فازی زدایی شده

شماره	مولفه‌ها	میانگین فازی	میانگین فازی زدایی شده
۱	مدت اقامت	(۰/۷ ، ۰/۹۶ ، ۱)	۰/۹۱
۲	اطلاعات اقامت زائران	(۰/۳ ، ۰/۹۵ ، ۱)	۰/۸۰
۳	نحوه اسکان	(۰/۳ ، ۰/۹۱ ، ۱)	۰/۷۸
۴	میزان استفاده از هتل‌ها	(۰/۷ ، ۰/۹۵ ، ۱)	۰/۹۰
۵	تعداد تخت در دسترس	(۰/۳ ، ۰/۸۳ ، ۱)	۰/۷۴
۶	نرخ اشغال تخت	(۰/۷ ، ۰/۹۵ ، ۱)	۰/۹۰
۷	تعداد افراد شاغل در مراکز اقامتی	(۰/۱۰ ، ۰/۸۷ ، ۱)	۰/۶۹
۸	میانگین هزینه اقامت هر زائر	(۰/۳ ، ۰/۸۹ ، ۱)	۰/۷۷
۹	میزان تبلیغات	(۰/۱۰ ، ۰/۸۳ ، ۱)	۰/۶۶
۱۰	میزان امکانات مراکز اقامتی	(۰/۱۰ ، ۰/۸۴ ، ۱)	۰/۶۷
۱۱	میزان استفاده از استانداردها	(۰/۳ ، ۰/۸۶ ، ۱)	۰/۷۵
۱۲	متوسط قیمت اقامت شبانه	(۰/۳ ، ۰/۹۰ ، ۱)	۰/۷۸
۱۳	تعداد نیروی انسانی ایده آل در مراکز اقامتی	(۰/۳ ، ۰/۸۹ ، ۱)	۰/۷۷
۱۴	سهم نوع وسیله سفرهای برون شهری	(۰/۳ ، ۰/۹۲ ، ۱)	۰/۷۹
۱۵	سهم وسیله سفرهای درون شهری	(۰/۷ ، ۰/۹۵ ، ۱)	۰/۹۰
۱۶	میزان سفرهای برون شهری	(۰/۳ ، ۰/۹۳ ، ۱)	۰/۷۹
۱۷	میزان سفرهای درون شهری	(۰/۳ ، ۰/۸۸ ، ۱)	۰/۷۶
۱۸	هزینه جا به جایی مسافر	(۰/۳ ، ۰/۹۴ ، ۱)	۰/۷۹
۱۹	ارزیابی عملکرد سیستم حمل و نقل	(۰/۳ ، ۰/۹۲ ، ۱)	۰/۷۸
۲۰	میزان توسعه معابر و خطوط	(۰/۳ ، ۰/۹۴ ، ۱)	۰/۷۹
۲۱	پارکینگ‌ها	(۰/۳ ، ۰/۹۲ ، ۱)	۰/۷۸
۲۲	ایستگاه‌ها و ترمینال‌ها	(۰/۱۰ ، ۰/۸۱ ، ۱)	۰/۶۵
۲۳	سطح سرویس شبکه	(۰/۳ ، ۰/۹۲ ، ۱)	۰/۷۹
۲۴	حداکثر ظرفیت مسافر برون شهری	(۰/۱۰ ، ۰/۹۰ ، ۱)	۰/۷۰
۲۵	متوسط قیمت بلیت مسافر	(۰/۳ ، ۰/۹۲ ، ۱)	۰/۷۹
۲۶	تعداد یا نسبت مراجع	(۰/۳ ، ۰/۸۷ ، ۱)	۰/۷۶
۲۷	تعداد کل بازدید کننده	(۰/۷ ، ۰/۹۷ ، ۱)	۰/۹۰
۲۸	میانگین مدت حضور افراد	(۰/۳ ، ۰/۹۱ ، ۱)	۰/۷۸
۲۹	میانگین سنی بازدید کنندگان	(۰/۱۰ ، ۰/۸۴ ، ۱)	۰/۶۷

۰/۷۵	(۰/۳ ، ۰/۸۶ ، ۱)	انگیزه از بازدید هر مرکز	۳۰
۰/۷۸	(۰/۳ ، ۰/۹۰ ، ۱)	نحوه دسترسی برای هر مرکز	۳۱
۰/۷۷	(۰/۳ ، ۰/۸۹ ، ۱)	درصد کاربری فرهنگی مذهبی از کل شهر	۳۲
۰/۷۹	(۰/۳ ، ۰/۹۲ ، ۱)	تعداد نیروی انسانی ایده آل برای مدیریت پایدار گردشگری	۳۳
۰/۹۰	(۰/۷ ، ۰/۹۵ ، ۱)	تعداد نیروی انسانی موجود در حوزه گردشگری	۳۴
۰/۷۹	(۰/۳ ، ۰/۹۳ ، ۱)	قیمت بلیط ورودی	۳۵
۰/۷۸	(۰/۳ ، ۰/۹۱ ، ۱)	ظرفیت پذیرش فیزیکی	۳۶
۰/۷۹	(۰/۳ ، ۰/۹۲ ، ۱)	میزان ظرفیت پذیرش واقعی	۳۷
۰/۷۶	(۰/۳ ، ۰/۸۸ ، ۱)	ظرفیت پذیرش مؤثر	۳۸
۰/۹۱	(۰/۷ ، ۰/۹۶ ، ۱)	متوسط هزینه انجام شده هر زائر در مراکز	۳۹
۰/۸۰	(۰/۳ ، ۰/۹۵ ، ۱)	تعداد مراکز پذیرایی	۴۰
۰/۷۸	(۰/۳ ، ۰/۹۱ ، ۱)	متوسط هزینه کرد خرید سوغات از کل هزینه زائر	۴۱
۰/۹۰	(۰/۷ ، ۰/۹۵ ، ۱)	نسبت مراجعه به مراکز خرید	۴۲
۰/۷۴	(۰/۳ ، ۰/۸۳ ، ۱)	میزان اقلام خریداری شده	۴۳
۰/۹۰	(۰/۷ ، ۰/۹۵ ، ۱)	تعداد مراکز تبدیل ارز و صرافی	۴۴
۰/۶۹	(۰/۱۰ ، ۰/۸۷ ، ۱)	تعداد مراکز تجاری	۴۵
۰/۷۷	(۰/۳ ، ۰/۸۹ ، ۱)	میزان تبلیغات برای مراکز تجاری	۴۶
۰/۶۶	(۰/۱۰ ، ۰/۸۳ ، ۱)	تعداد فروشگاه در فرودگاه‌ها و ترمینال‌ها نسبت به مراکز	۴۷
۰/۶۷	(۰/۱۰ ، ۰/۸۴ ، ۱)	خرید و تجاری به مساحت کل شهر	۴۸
۰/۷۵	(۰/۳ ، ۰/۸۶ ، ۱)	میزان آب مصرف شده	۴۹
۰/۹۱	(۰/۷ ، ۰/۹۶ ، ۱)	میزان فاضلاب تولید شده	۵۰
۰/۸۰	(۰/۳ ، ۰/۹۵ ، ۱)	میزان فاضلاب تصفیه شده	۵۱
۰/۷۸	(۰/۳ ، ۰/۹۱ ، ۱)	سرانه مصرف انرژی	۵۲
۰/۹۰	(۰/۷ ، ۰/۹۵ ، ۱)	عوامل محدود کننده	۵۳
۰/۷۴	(۰/۳ ، ۰/۸۳ ، ۱)	آلاینده‌های هوا	۵۴
۰/۹۰	(۰/۷ ، ۰/۹۵ ، ۱)	تغییرات آب و هوایی	۵۵
۰/۶۹	(۰/۱۰ ، ۰/۸۷ ، ۱)	مدیریت زباله جامد	۵۶
۰/۷۷	(۰/۳ ، ۰/۸۹ ، ۱)	عملیات جمع فاضلاب	۵۷
۰/۶۶	(۰/۱۰ ، ۰/۸۳ ، ۱)	مدیریت آب	۵۸
۰/۶۷	(۰/۱۰ ، ۰/۸۴ ، ۱)	مدیریت مصرف انرژی	۵۹
۰/۷۵	(۰/۳ ، ۰/۸۶ ، ۱)	مدیریت گونه‌ها و چشم اندازها	۶۰

۰/۷۸	(۰/۳ ، ۰/۹۰ ، ۱)	مدیریت صوتی و روشنایی	۶۱
۰/۷۷	(۰/۳ ، ۰/۸۹ ، ۱)	میزان شکایات ثبت شده از تورها	۶۲
۰/۷۹	(۰/۳ ، ۰/۹۲ ، ۱)	هزینه بسته سفر	۶۳
۰/۹۰	(۰/۷ ، ۰/۹۵ ، ۱)	درصد نوع مدیریت سفر	۶۴
۰/۷۹	(۰/۳ ، ۰/۹۳ ، ۱)	درصد خدمات رزرو	۶۵
۰/۷۶	(۰/۳ ، ۰/۸۸ ، ۱)	میزان استفاده از خدمات تور	۶۶
۰/۷۹	(۰/۳ ، ۰/۹۴ ، ۱)	تعداد اژانس‌های مسافرتی و تورهای فعال	۶۷
۰/۷۸	(۰/۳ ، ۰/۹۲ ، ۱)	تعداد دفاتر خدمات مسافرتی خارج کشور	۶۸
۰/۷۹	(۰/۳ ، ۰/۹۴ ، ۱)	متوسط هزینه اخذ ویزا	۶۹
۰/۷۸	(۰/۳ ، ۰/۹۲ ، ۱)	متوسط زمان مورد نیاز جهت اخذ ویزا	۷۰
۰/۶۵	(۰/۰ ، ۰/۸۱ ، ۱)	میزان شکایات ثبت شده	۷۱
۰/۷۹	(۰/۳ ، ۰/۹۲ ، ۱)	میزان جرائم ثبت شده	۷۲
۰/۷۰	(۰/۰ ، ۰/۹۰ ، ۱)	میزان آتش سوزی‌های ثبت شده	۷۳
۰/۷۹	(۰/۳ ، ۰/۹۲ ، ۱)	میزان تصادفات	۷۴
۰/۷۶	(۰/۳ ، ۰/۸۷ ، ۱)	میزان استفاده از استانداردهای ایمنی	۷۵
۰/۹۰	(۰/۷ ، ۰/۹۷ ، ۱)	تعداد ایستگاه‌های آتش نشانی	۷۶
۰/۷۸	(۰/۳ ، ۰/۹۱ ، ۱)	تعداد مراکز پلیس	۷۷
۰/۶۷	(۰/۰ ، ۰/۸۴ ، ۱)	متوسط زمانی رسیدگی به شکایات	۷۸
۰/۷۵	(۰/۳ ، ۰/۸۶ ، ۱)	میزان ظرفیت گردشگری	۷۹
۰/۷۸	(۰/۳ ، ۰/۹۰ ، ۱)	کل هزینه کرد گردشگران	۸۰
۰/۷۷	(۰/۳ ، ۰/۸۹ ، ۱)	میزان پرداخت عوارض شهری و مالیات	۸۱
۰/۷۹	(۰/۳ ، ۰/۹۲ ، ۱)	میزان درآمدهای گمرکی	۸۲
۰/۹۰	(۰/۷ ، ۰/۹۵ ، ۱)	مجموع درآمدهای حاصل از اخذ ویزا	۸۳
۰/۷۹	(۰/۳ ، ۰/۹۳ ، ۱)	میزان سرمایه گذاری در حوزه گردشگری	۸۴
۰/۷۸	(۰/۳ ، ۰/۹۱ ، ۱)	ارزش افزوده ناشی از صنایع مرتبط با گردشگری	۸۵
۰/۷۹	(۰/۳ ، ۰/۹۲ ، ۱)	سهم زائرین از هزینه‌های مدیریت شهری	۸۶
۰/۷۶	(۰/۳ ، ۰/۸۸ ، ۱)	میزان اثرات اجتماعی و فرهنگی	۸۷
۰/۹۱	(۰/۷ ، ۰/۹۶ ، ۱)	تعداد بازدید از سایت‌های مرتبط با گردشگری	۸۸
۰/۸۰	(۰/۳ ، ۰/۹۵ ، ۱)	درصد منابع اطلاعات سفر	۸۹
۰/۷۸	(۰/۳ ، ۰/۹۱ ، ۱)	تعداد و تنوع مراکز اطلاع رسانی	۹۰
۰/۹۰	(۰/۷ ، ۰/۹۵ ، ۱)	میزان تسهیلات ارتباطی	۹۱

با توجه به این که اعضای گروه خبره با مولفه‌ها موافق بوده اند و میانگین قطعی معیارها همگی بالای ۴/۰ می‌باشد. در مرحله دوم نظر سنجی از خبرگان علاوه بر اطلاعات مربوط به میانگین نظرات کلیه خبرگان، نظر قبلی هر خبره نیز ثبت شد تا پس از مقایسه آنها، نظر جدید خود را در مورد مولفه‌های تأثیرگذار در زنجیره تامین در صنعت گردشگری مذهبی ثبت کنند. هم‌چنین در پرسشنامه دوم ۷ مولفه جدید تأثیر گذار در زنجیره تامین در صنعت گردشگری مذهبی از نظر خبرگان اضافه شده است. که به شرح زیر می‌باشند:

- ۱- شناسایی مکان‌های مذهبی با سند و مستندات قانونی
- ۲- معرفی مراکز مذهبی و مکان‌های مذهبی از طریق فضای مجازی
- ۳- آسیب شناسی صنعت گردشگری مذهبی بصورت تخصصی
- ۴- بکار گیری افراد متخصص و فعال در صنعت گردشگری
- ۵- حمایت سازمانها و ارگانهای دولتی
- ۶- حذف هزینه‌های گمرکی جهت استقبال از صنعت گردشگری مذهبی
- ۷- آموزش و توسعه نیروی انسانی

جدول ۳ - اختلاف میانگین فازی زدایی شده مرحله دوم و سوم

شماره	مولفه‌ها	میانگین فازی زدایی شده مرحله ۲	میانگین فازی زدایی شده مرحله ۳	اختلاف
۱	مدت اقامت	۰/۹۰	۰/۹۱	۰/۰۱
۲	اطلاعات اقامت زائران	۰/۹۱	۰/۹۱	۰/۰۰
۳	نحوه اسکان	۰/۷۹	۰/۷۸	۰/۰۱
۴	میزان استفاده از هتل‌ها	۰/۸۵	۰/۹۰	۰/۰۵
۵	تعداد تخت در دسترس	۰/۷۵	۰/۷۶	۰/۰۱
۶	نرخ اشغال تخت	۰/۹۰	۰/۸۳	۰/۰۷
۷	تعداد افراد شاغل در مراکز اقامتی	۰/۷۸	۰/۷۹	۰/۰۱
۸	میانگین هزینه اقامت هر زائر	۰/۸۹	۰/۹۰	۰/۰۱
۹	میزان تبلیغات	۰/۷۸	۰/۷۸	۰/۰۰
۱۰	میزان امکانات مراکز اقامتی	۰/۷۷	۰/۷۸	۰/۰۱
۱۱	میزان استفاده از استانداردها	۰/۷۶	۰/۷۷	۰/۰۱
۱۲	متوسط قیمت اقامت شبانه	۰/۸۶	۰/۸۹	۰/۰۳
۱۳	تعداد نیروی انسانی ایده آل در مراکز اقامتی	۰/۸۲	۰/۹۰	۰/۰۸
۱۴	سهم نوع وسیله سفرهای برون شهری	۰/۹۰	۰/۹۰	۰/۰۰
۱۵	سهم وسیله سفرهای درون شهری	۰/۹۰	۰/۹۰	۰/۰۰
۱۶	میزان سفرهای برون شهری	۰/۹۱	۰/۹۱	۰/۰۰
۱۷	میزان سفرهای درون شهری	۰/۹۰	۰/۹۰	۰/۰۰
۱۸	هزینه جا به جایی مسافر	۰/۹۰	۰/۸۹	۰/۰۱
۱۹	ارزیابی عملکرد سیستم حمل و نقل	۰/۸۹	۰/۸۹	۰/۰۰
۲۰	میزان توسعه معابر و خطوط	۰/۹۱	۰/۹۱	۰/۰۰
۲۱	پارکینگ‌ها	۰/۸۵	۰/۹۰	۰/۰۵
۲۲	ایستگاه‌ها و ترمینال‌ها	۰/۹۱	۰/۹۱	۰/۰۰
۲۳	سطح سرویس شبکه	۰/۸۹	۰/۸۹	۰/۰۰

۰/۰۱	۰/۷۶	۰/۷۵	حداکثر ظرفیت مسافر برون شهری	۲۴
۰/۰۱	۰/۸۹	۰/۹۰	متوسط قیمت بلیت مسافر	۲۵
۰/۰۱	۰/۷۷	۰/۷۶	تعداد یا نسبت مراجع	۲۶
۰/۰۲	۰/۸۰	۰/۷۸	تعداد کل بازدید کننده	۲۷
۰/۰۱	۰/۷۶	۰/۷۵	میانگین مدت حضور افراد	۲۸
۰/۰۱	۰/۷۷	۰/۷۶	میانگین سنی بازدیدکنندگان	۲۹
۰/۰۱	۰/۸۰	۰/۷۹	انگیزه از بازدید هر مرکز	۳۰
۰/۰۴	۰/۹۱	۰/۸۷	نحوه دسترسی برای هر مرکز	۳۱
۰/۰۴	۰/۸۷	۰/۹۱	درصد کاربری فرهنگی مذهبی از کل شهر	۳۲
۰/۰۵	۰/۸۴	۰/۷۹	تعداد نیروی انسانی ایده آل برای مدیریت پایدار گردشگری	۳۳
۰/۰۰	۰/۹۱	۰/۹۱	تعداد نیروی انسانی موجود در حوزه گردشگری	۳۴
۰/۰۶	۰/۸۴	۰/۹۰	قیمت بلیط ورودی	۳۵
۰/۰۵	۰/۸۶	۰/۹۱	ظرفیت پذیرش فیزیکی	۳۶
۰/۰۰	۰/۷۷	۰/۷۷	میزان ظرفیت پذیرش واقعی	۳۷
۰/۰۱	۰/۷۹	۰/۷۸	ظرفیت پذیرش مؤثر	۳۸
۰/۰۲	۰/۸۷	۰/۷۹	متوسط هزینه انجام شده هر زائر در مراکز	۳۹
۰/۰۰	۰/۷۹	۰/۷۹	تعداد مراکز پذیرایی	۴۰
۰/۰۱	۰/۸۹	۰/۹۰	متوسط هزینه کرد خرید سوغات از کل هزینه زائر	۴۱
۰/۰۱	۰/۷۸	۰/۷۷	نسبت مراجعه به مراکز خرید	۴۲
۰/۰۰	۰/۸۹	۰/۸۹	میزان اقلام خریداری شده	۴۳
۰/۰۱	۰/۷۹	۰/۷۸	تعداد مراکز تبدیل ارز و صرافی	۴۴
۰/۰۰	۰/۹۰	۰/۹۰	تعداد مراکز تجاری	۴۵
۰/۰۰	۰/۸۹	۰/۸۹	میزان تبلیغات برای مراکز تجاری	۴۶
۰/۰۹	۰/۸۰	۰/۸۹	تعداد فروشگاه در فرودگاهها و ترمینالها نسبت به مراکز	۴۷
۰/۰۰	۰/۷۸	۰/۷۸	خرید و تجاری به مساحت کل شهر	۴۸
۰/۰۰	۰/۹۰	۰/۹۰	میزان آب مصرف شده	۴۹
۰/۰۱	۰/۷۸	۰/۷۷	میزان فاضلاب تولید شده	۵۰
۰/۰۸	۰/۷۹	۰/۸۷	میزان فاضلاب تصفیه شده	۵۱
۰/۰۰	۰/۹۱	۰/۹۱	سرانه مصرف انرژی	۵۲
۰/۰۷	۰/۹۰	۰/۸۳	عوامل محدود کننده	۵۳
۰/۰۱	۰/۷۸	۰/۷۹	آلاینده‌های هوا	۵۴
۰/۰۰	۰/۹۱	۰/۹۱	تغییرات آب و هوایی	۵۵
۰/۰۰	۰/۹۱	۰/۹۱	مدیریت زباله جامد	۵۶
۰/۰۰	۰/۸۹	۰/۸۹	عملیات جمع فاضلاب	۵۷
۰/۰۱	۰/۷۹	۰/۸۰	مدیریت آب	۵۸
۰/۰۸	۰/۷۷	۰/۸۵	مدیریت مصرف انرژی	۵۹
۰/۰۲	۰/۸۹	۰/۹۱	مدیریت گونه‌ها و چشم اندازها	۶۰
۰/۰۲	۰/۹۰	۰/۸۸	مدیریت صوتی و روشنایی	۶۱
۰/۰۵	۰/۹۰	۰/۸۵	میزان شکایات ثبت شده از تورها	۶۲
۰/۰۹	۰/۹۰	۰/۸۱	هزینه بسته سفر	۶۳

۰/۰۱	۰/۹۱	۰/۹۰	درصد نوع مدیریت سفر	۶۴
۰/۰۳	۰/۹۰	۰/۸۷	درصد خدمات رزرو	۶۵
۰/۰۰	۰/۸۹	۰/۸۹	میزان استفاده از خدمات تور	۶۶
۰/۰۹	۰/۸۹	۰/۸۰	تعداد آژانس‌های مسافرتی و تورهایی فعال	۶۷
۰/۰۴	۰/۹۱	۰/۸۷	تعداد دفاتر خدمات مسافرتی خارج کشور	۶۸
۰/۰۶	۰/۹۰	۰/۸۴	متوسط هزینه اخذ ویزا	۶۹
۰/۰۵	۰/۹۱	۰/۸۶	متوسط زمان مورد نیاز جهت اخذ ویزا	۷۰
۰/۰۷	۰/۸۹	۰/۸۲	میزان شکایات ثبت شده	۷۱
۰/۰۸	۰/۷۶	۰/۸۴	میزان جرائم ثبت شده	۷۲
۰/۰۱	۰/۸۹	۰/۹۰	میزان آتش سوزی‌های ثبت شده	۷۳
۰/۰۴	۰/۷۷	۰/۸۱	میزان تصادفات	۷۴
۰/۰۵	۰/۸۰	۰/۸۵	میزان استفاده از استانداردهای ایمنی	۷۵
۰/۰۶	۰/۷۶	۰/۸۲	تعداد ایستگاه‌های آتش نشانی	۷۶
۰/۰۸	۰/۷۷	۰/۸۵	تعداد مراکز پلیس	۷۷
۰/۰۱	۰/۸۰	۰/۸۱	متوسط زمانی رسیدگی به شکایات	۷۸
۰/۰۶	۰/۹۱	۰/۸۵	میزان ظرفیت گردشگری	۷۹
۰/۰۴	۰/۸۷	۰/۹۱	کل هزینه کرد گردشگران	۸۰
۰/۰۵	۰/۸۴	۰/۸۹	میزان پرداخت عوارض شهری و مالیات	۸۱
۰/۰۶	۰/۹۱	۰/۸۵	میزان درآمدهای گمرکی	۸۲
۰/۰۴	۰/۸۴	۰/۸۸	مجموع درآمدهای حاصل از اخذ ویزا	۸۳
۰/۰۹	۰/۸۶	۰/۷۷	میزان سرمایه گذاری در حوزه گردشگری	۸۴
۰/۰۱	۰/۷۷	۰/۷۸	ارزش افزوده ناشی از صنایع مرتبط با گردشگری	۸۵
۰/۰۴	۰/۷۹	۰/۷۵	سهم زائرین از هزینه‌های مدیریت شهری	۸۶
۰/۰۸	۰/۸۷	۰/۷۹	میزان اثرات اجتماعی و فرهنگی	۸۷
۰/۰۰	۰/۷۹	۰/۷۹	تعداد بازدید از سایت‌های مرتبط با گردشگری	۸۸
۰/۰۲	۰/۸۹	۰/۸۷	درصد منابع اطلاعات سفر	۸۹
۰/۰۳	۰/۷۸	۰/۸۱	تعداد و تنوع مراکز اطلاع رسانی	۹۰
۰/۰۶	۰/۸۹	۰/۸۳	میزان تسهیلات ارتباطی	۹۱
۰/۰۲	۰/۷۹	۰/۸۱	شناسایی مکان‌های مذهبی با سند و مستندات قانونی	۹۲
۰/۰۰	۰/۹۰	۰/۹۰	معرفی مراکز مذهبی و مکان‌های مذهبی از طریق فضای مجازی	۹۳
۰/۰۲	۰/۸۹	۰/۹۱	آسیب شناسی صنعت گردشگری مذهبی بصورت تخصصی	۹۴
۰/۰۳	۰/۸۰	۰/۷۷	بکارگیری افراد متخصص و فعال در صنعت گردشگری	۹۵
۰/۰۰	۰/۷۸	۰/۷۸	حمایت سازمانها و ارگانهای دولتی	۹۶
۰/۰۱	۰/۹۰	۰/۸۹	حذف هزینه‌های گمرکی جهت استقبال از صنعت گردشگری مذهبی	۹۷
۰/۰۱	۰/۷۸	۰/۷۹	آموزش و توسعه نیروی انسانی	۹۸

منبع: یافته‌های پژوهش

با توجه به دیدگاه‌های ارائه شده در مرحله سوم و مقایسه آن با نتایج مرحله دوم، اختلاف میانگین قطعی عوامل بین دو مرحله کمتر از آستانه کم (۰/۱) می‌باشد بنابراین فرآیند نظرسنجی متوقف می‌شود. و اعضای گروه خبره با تمامی عوامل موافق بوده اند و این عوامل بر اساس تکنیک دلفی فازی مورد قبول واقع شدند.

جدول ۴ - واریانس تبیین شده

عامل ها	مقدار ویژه			مجموع مجذور بارهای عاملی (قبل از چرخش)			مجموع مجذور بارهای عاملی (بعد از چرخش)		
	جمع	نسبت از واریانس (به درصد)	درصد تجمعی	جمع	نسبت از واریانس (به درصد)	درصد تجمعی	جمع	نسبت از واریانس (به درصد)	درصد تجمعی
1	33.729	34.418	34.418	33.729	34.418	34.418	10.714	10.932	10.932
2	14.097	14.385	48.802	14.097	14.385	48.802	8.946	9.129	20.061
3	5.105	5.209	54.011	5.105	5.209	54.011	8.438	8.610	28.671
4	4.766	4.864	58.875	4.766	4.864	58.875	8.214	8.381	37.053
5	4.497	4.589	63.464	4.497	4.589	63.464	8.188	8.355	45.408
6	3.789	3.866	67.330	3.789	3.866	67.330	7.370	7.520	52.928
7	3.480	3.551	70.881	3.480	3.551	70.881	7.186	7.332	60.260
8	3.309	3.377	74.257	3.309	3.377	74.257	6.819	6.958	67.218
9	2.890	2.949	77.206	2.890	2.949	77.206	6.217	6.344	73.562
10	2.321	2.368	79.574	2.321	2.368	79.574	5.892	6.013	79.574
11	.998	2.018	81.593						
12	.992	1.931	83.524						
13	.981	1.745	85.269						
14	.966	1.639	86.908						
15	.953	1.279	88.187						
16	.927	1.150	89.337						
17	.905	.995	90.331						
18	.820	.837	91.168						
19	.765	.781	91.949						
20	.696	.710	92.659						
21	.647	.660	93.319						
22	.589	.601	93.920						
23	.535	.546	94.467						
24	.518	.529	94.995						
25	.472	.481	95.476						
26	.444	.453	95.929						
27	.435	.444	96.373						
28	.353	.360	96.733						
29	.324	.330	97.063						
30	.297	.303	97.367						
31	.278	.283	97.650						
32	.251	.256	97.906						
33	.248	.253	98.159						
34	.225	.229	98.388						
35	.196	.200	98.588						
36	.176	.179	98.767						

37	.169	.172	98.939						
38	.154	.157	99.096						
39	.140	.143	99.239						
40	.122	.125	99.364						
41	.102	.104	99.468						
42	.092	.094	99.562						
43	.077	.079	99.641						
44	.074	.076	99.717						
45	.055	.056	99.773						
46	.051	.052	99.825						
47	.047	.048	99.873						
48	.041	.042	99.915						
49	.038	.039	99.954						
50	.029	.029	99.983						
51	.016	.017	100.000						
52	.000	.000	100.000						
53	.000	.000	100.000						
54	.000	.000	100.000						
55	.000	.000	100.000						
56	.000	.000	100.000						
57	.000	.000	100.000						
58	.000	.000	100.000						
59	.000	.000	100.000						
60	.000	.000	100.000						
61	.000	.000	100.000						
62	.000	.000	100.000						
63	.000	.000	100.000						
64	.000	.000	100.000						
65	.000	.000	100.000						
66	.000	.000	100.000						
67	.000	.000	100.000						
68	.000	.000	100.000						
69	.000	.000	100.000						
70	.000	.000	100.000						
71	.000	.000	100.000						
72	.000	.000	100.000						
73	.000	.000	100.000						
74	.000	.000	100.000						
75	.000	.000	100.000						
76	.000	.000	100.000						
77	.000	.000	100.000						
78	.000	.000	100.000						
79	.000	.000	100.000						

80	.000	.000	100.000						
81	.000	.000	100.000						
82	.000	.000	100.000						
83	.000	.000	100.000						
84	.000	.000	100.000						
85	.000	.000	100.000						
86	.000	.000	100.000						
87	.000	.000	100.000						
88	.000	.000	100.000						
89	.000	.000	100.000						
90	.000	.000	100.000						
91	.000	.000	100.000						
92	.000	.000	100.000						
93	.000	.000	100.000						
94	.000	.000	100.000						
95	.000	.000	100.000						
96	.000	.000	100.000						
97	.000	.000	100.000						
98	.000	.000	100.000						
Extraction Method: Principal Component Analysis.									

منبع: یافته‌های پژوهش

جدول کل واریانس تبیین شده نشان می‌دهد که این سؤالات ۱۰ عامل را تشکیل می‌دهند و این عامل‌ها در حدود ۷۹/۵۷۴ درصد واریانس را تبیین و پوشش می‌نمایند که در واقع نشان‌دهنده‌ی روایی مناسب سؤالات می‌باشد. در ادامه ماتریس چرخش یافته‌ی عاملی آورده می‌شود. این ماتریس همبستگی گویه (سؤالات یا متغیرها) و عامل را مشخص می‌کند که براساس میزان همبستگی این ارتباط روشن خواهد شد. در این ماتریس بارهای عاملی (نمرات عاملی) هر یک از متغیرها بزرگتر از ۰/۵ می‌باشند و زیر چتر عامل مورد نظر قرار می‌گیرند که هر چقدر مقدار این ضریب بیشتر باشد عامل مربوطه نقش بیشتری در کل تغییرات (واریانس) متغیر مورد نظر دارد. جدول زیر نشان می‌دهد که چه سؤالاتی و با چه بارهای عاملی به این عامل‌ها مرتبط هستند.

رتال جامع علوم انسانی

جدول ۵ - ماتریس چرخش یافته‌ی عاملی

	Component									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
RTSC1	.476	-.353	.255	.376	-.038	.162	.059	-.020	.046	-.111
RTSC2	.592	-.398	.113	.403	-.069	.010	.165	.012	-.026	-.013
RTSC3	.494	-.341	.330	.354	.041	.161	.112	-.029	.064	.011
RTSC4	.676	-.242	.255	-.434	.334	-.068	-.167	.129	.142	.059
RTSC5	.633	-.292	.216	-.454	.298	-.090	-.154	.117	.113	.052
RTSC6	.628	-.262	.248	-.417	.354	.009	-.170	.161	.202	-.003
RTSC7	.627	-.345	-.356	-.108	-.004	.237	.130	.115	-.028	.078
RTSC8	.686	-.333	-.121	.010	.211	-.100	.222	.105	.058	-.071
RTSC9	.609	-.399	-.367	-.127	.000	.196	.137	.117	-.058	.083
RTSC10	.612	-.378	-.365	-.099	-.010	.231	.140	.106	-.048	.064
RTSC11	.752	-.279	-.177	.087	-.110	-.262	-.031	-.209	.182	-.122
RTSC12	.743	-.285	-.227	.095	-.146	-.236	-.046	-.152	.122	-.096
RTSC13	.747	-.288	-.207	.118	-.090	-.214	.004	-.230	.183	-.156
RTSC14	.242	.575	-.251	.372	.074	.080	-.331	-.129	.017	.333
RTSC15	.230	.600	-.238	.363	.131	.109	-.323	-.130	.066	.330
RTSC16	.399	.599	-.180	.232	.212	-.120	-.166	-.025	-.015	.078
RTSC17	.155	.597	-.234	.323	.227	-.146	-.217	-.064	.048	.119
RTSC18	.354	.768	.101	-.083	-.147	.113	.033	.158	.019	-.139
RTSC19	.293	.635	-.046	-.017	-.082	-.168	-.029	.116	-.171	-.361
RTSC20	.162	.571	-.169	-.051	.034	-.256	.175	-.026	.210	-.172
RTSC21	.257	.686	-.032	.023	.011	-.008	.131	.007	-.063	-.338
RTSC22	.173	.788	.037	-.155	-.219	.269	-.139	-.086	-.246	.114
RTSC23	.181	.769	.002	-.158	-.200	.330	-.085	-.165	-.191	.110
RTSC24	.146	.706	.059	-.230	-.214	.242	-.164	-.099	-.274	.096
RTSC25	.134	.459	.190	.370	.051	.127	.265	-.088	.046	.023
RTSC26	.174	-.294	.602	-.476	.307	-.052	-.115	.046	.204	.151
RTSC27	.083	-.270	.728	.136	-.136	-.118	-.012	-.239	.191	-.060
RTSC28	.161	-.165	.761	-.137	-.239	.243	-.169	.012	-.329	.066
RTSC29	.073	.136	.533	.075	-.096	-.366	.254	.249	-.110	.278
RTSC30	.085	.215	.545	.167	-.088	-.353	.170	.271	-.108	.299
RTSC31	.167	.324	.604	.104	.002	-.393	.077	.373	-.057	.193
RTSC32	.032	.130	.455	.233	-.176	.358	-.185	.383	.299	-.041
RTSC33	-.002	.113	.486	.145	-.151	.370	-.183	.390	.217	-.092
RTSC34	.088	.221	.431	.116	-.087	.262	-.076	.454	.309	-.158
RTSC35	-.078	.132	.316	.068	.484	.038	.270	-.018	-.146	.064
RTSC36	.144	.148	.490	.007	.318	.070	.066	-.110	-.009	-.159
RTSC37	-.025	.254	.353	.093	.540	.150	.154	-.112	-.247	-.095
RTSC38	-.021	.136	.423	.161	.470	.232	.043	-.182	-.231	-.076
RTSC39	.169	.246	.548	-.068	.139	-.046	-.083	-.212	.016	-.068
RTSC40	.177	.135	.027	.541	.061	-.032	-.039	-.188	.140	-.035
RTSC41	.114	.208	.090	.558	.122	.077	-.118	-.188	.055	-.068
RTSC42	.102	.136	.118	-.029	.410	.066	.185	-.239	.256	.002
RTSC43	-.002	.265	.118	-.161	.335	-.054	.219	-.311	.161	.202
RTSC44	.044	.185	.077	-.309	.478	.024	.134	-.173	.066	.092
RTSC45	.082	.234	.139	-.243	.446	.021	.093	-.246	.182	.042
RTSC46	.315	.304	.061	.067	.575	-.253	-.168	.135	-.304	-.193
RTSC47	.327	.207	.038	-.029	.620	-.155	-.151	.039	-.305	-.199
RTSC48	.186	.177	.150	-.159	.514	-.130	-.128	.070	-.322	-.154
RTSC49	.365	.152	.015	.004	.668	-.190	-.222	.042	-.277	-.145

RTSC50	.176	.159	.041	.047	-.091	.552	-.056	.165	-.095	.178
RTSC51	.165	.267	.017	.009	-.129	.549	.008	.108	-.042	.155
RTSC52	.204	-.353	.155	.376	-.038	.476	.059	-.020	.046	-.111
RTSC53	.191	-.398	.213	.103	-.069	.392	.165	.012	-.026	-.013
RTSC54	.072	-.341	.130	.354	.041	.394	.112	-.029	.064	.011
RTSC55	.221	-.242	.255	-.234	.334	.676	-.167	.129	.142	.059
RTSC56	.236	-.292	.216	-.154	.298	.633	-.154	.117	.113	.052
RTSC57	.213	-.262	.248	-.217	.354	.628	-.170	.161	.202	-.003
RTSC58	.314	-.345	-.356	-.108	-.004	.627	.430	.115	-.028	.078
RTSC59	.516	-.333	-.121	.010	.211	.686	.222	.105	.058	-.071
RTSC60	.330	-.399	-.367	-.127	.000	.609	.437	.117	-.058	.083
RTSC61	.329	-.378	-.365	-.099	-.010	.612	.440	.106	-.048	.064
RTSC62	.165	-.279	-.177	.087	-.110	.752	-.031	-.209	.182	-.122
RTSC63	.230	-.285	-.227	.095	-.146	-.236	.743	-.152	.122	-.096
RTSC64	.180	-.288	-.207	.118	-.090	-.214	.747	-.230	.183	-.156
RTSC65	.242	-.210	-.251	.372	.074	.080	.575	-.129	.017	.333
RTSC66	.230	-.155	-.238	.363	.131	.109	.600	-.130	.066	.330
RTSC67	.399	-.159	-.180	.232	.212	-.120	.599	-.025	-.015	.078
RTSC68	.155	-.239	-.234	.323	.227	-.146	.597	-.064	.048	.119
RTSC69	.354	-.092	.101	-.083	-.147	.113	.768	.158	.019	-.139
RTSC70	.293	-.251	-.046	-.017	-.082	-.168	.635	.116	-.171	-.361
RTSC71	.162	-.317	-.169	-.051	.034	-.256	.571	-.026	.210	-.172
RTSC72	.257	-.175	-.032	.023	.011	-.008	.131	.686	-.063	-.338
RTSC73	.173	-.185	.037	-.155	-.219	.269	-.139	.788	-.246	.114
RTSC74	.181	-.201	.002	-.158	-.200	.330	-.085	.769	-.191	.110
RTSC75	.146	-.225	.059	-.230	-.214	.242	-.164	.706	-.274	.096
RTSC76	.134	-.326	.190	.370	.051	.127	.265	.459	.046	.023
RTSC77	.174	-.294	.244	-.176	.307	-.052	-.115	.602	.204	.151
RTSC78	.183	-.270	-.219	.136	-.136	-.118	-.012	.728	.191	-.060
RTSC79	.161	-.165	.027	-.137	-.239	.243	-.169	.761	-.329	.066
RTSC80	.073	.336	.098	.075	-.096	-.366	.254	.249	.533	.278
RTSC81	.085	.215	.054	.167	-.088	-.353	.170	.271	.545	.299
RTSC82	.167	.324	.117	.104	.002	-.393	.077	.373	.604	.193
RTSC83	.032	.130	-.121	.233	-.176	.358	-.185	.383	.455	-.041
RTSC84	-.002	.213	-.073	.145	-.151	.370	-.183	.390	.486	-.092
RTSC85	.088	.121	-.165	.116	-.087	.262	-.076	.154	.431	-.158
RTSC86	-.078	.132	-.043	.068	.184	.038	.270	-.018	.316	.064
RTSC87	.144	.148	-.012	.007	.318	.070	.066	-.110	.490	-.159
RTSC88	-.025	.154	-.095	.093	.240	.150	.154	-.112	.553	-.095
RTSC89	-.021	.236	-.050	.161	.170	.232	.043	-.182	.423	-.076
RTSC90	.169	.146	-.002	-.068	.139	-.046	-.083	-.212	.548	-.068
RTSC91	.177	.235	.027	.012	.061	-.032	-.039	-.188	.541	-.035
RTSC92	.114	.108	.090	.008	.122	.077	-.118	-.188	.558	-.068
RTSC93	.102	.236	.118	-.029	-.120	.066	.185	-.239	.410	.002
RTSC94	-.002	.165	.118	-.161	-.353	-.054	.219	-.311	.635	.202
RTSC95	.044	.285	.077	-.309	-.250	.024	.134	-.173	.066	.478
RTSC96	.082	.134	.139	-.243	-.352	.021	.093	-.246	.182	.446
RTSC97	.315	.304	.061	.067	-.216	-.253	-.168	.135	-.304	.575
RTSC98	.327	.207	.038	-.029	-.128	-.155	-.151	.039	-.305	.620

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.^a

a. Rotation converged in 17 iterations.

جدول ۶ - عوامل موثر بر زنجیره تامین گردشگری مذهبی

عوامل موثر بر زنجیره تامین گردشگری مذهبی	ابعاد
مدت اقامت	اقامت
اطلاعات اقامت زائران	
نحوه اسکان	
میزان استفاده از هتل‌ها	
تعداد تخت در دسترس	
نرخ اشغال تخت	
تعداد افراد شاغل در مراکز اقامتی	
میانگین هزینه اقامت هر زائر	
میزان تبلیغات	
میزان امکانات مراکز اقامتی	
میزان استفاده از استانداردها	
متوسط قیمت اقامت شبانه	
تعداد نیروی انسانی ایده آل در مراکز اقامتی	
سهم نوع وسیله سفرهای برون شهری	حمل و نقل
سهم وسیله سفرهای درون شهری	
میزان سفرهای برون شهری	
میزان سفرهای درون شهری	
هزینه جا به جایی مسافر	
ارزایی عملکرد سیستم حمل و نقل	
میزان توسعه معابر و خطوط	
پارکینگ‌ها	
ایستگاه‌ها و ترمینال‌ها	
سطح سرویس شبکه	
حداکثر ظرفیت مسافر برون شهری	
متوسط قیمت بلیت مسافر	
تعداد یا نسبت مراجع	
تعداد کل بازدید کننده	
میانگین مدت حضور افراد	
میانگین سنی بازدیدکنندگان	
انگیزه از بازدید هر مرکز	
نحوه دسترسی برای هر مرکز	
درصد کاربری فرهنگی مذهبی از کل شهر	
تعداد نیروی انسانی ایده آل برای مدیریت پایدار گردشگری	
تعداد نیروی انسانی موجود در حوزه گردشگری	
قیمت بلیط ورودی	
ظرفیت پذیرش فیزیکی	
میزان ظرفیت پذیرش واقعی	
ظرفیت پذیرش مؤثر	
شناسایی مکان‌های مذهبی با سند و مستندات قانونی	

متوسط هزینه انجام شده هر زائر در مراکز پذیرایی	مراکز پذیرایی	
تعداد مراکز پذیرایی		
متوسط هزینه کرد خرید سوغات از کل هزینه زائر	فروشگاهها	
نسبت مراجعه به مراکز خرید		
میزان اقلام خریداری شده		
تعداد مراکز تبدیل ارز و صرافی		
تعداد مراکز تجاری		
میزان تبلیغات برای مراکز تجاری		
تعداد فروشگاه در فرودگاهها و ترمینالها نسبت به مراکز خرید و تجاری به مساحت کل شهر		
میزان آب مصرف شده	زیست محیطی انرژی	
میزان فاضلاب تولید شده		
میزان فاضلاب تصفیه شده		
سرانه مصرف انرژی		
عوامل محدود کننده		
آلاینده‌های هوا		
تغییرات آب و هوایی		
مدیریت زباله جامد		
عملیات جمع فاضلاب		
مدیریت آب		
مدیریت مصرف انرژی		
مدیریت گونه‌ها و چشم اندازها		
مدیریت صوتی و روشنایی		
میزان شکایات ثبت شده از تورها	آژانس‌های مسافرتی و تورها	
هزینه بسته سفر		
درصد نوع مدیریت سفر		
درصد خدمات رزرو		
میزان استفاده از خدمات تور		
تعداد آژانس‌های مسافرتی و تورهای فعال		
تعداد دفاتر خدمات مسافرتی خارج کشور		
متوسط هزینه اخذ ویزا		
متوسط زمان مورد نیاز جهت اخذ ویزا		
میزان شکایات ثبت شده		امنیت ایمنی
میزان جرائم ثبت شده		
میزان آتش سوزی‌های ثبت شده		
میزان تصادفات		
میزان استفاده از استانداردهای ایمنی		
تعداد ایستگاه‌های آتش نشانی		
تعداد مراکز پلیس		
متوسط زمانی رسیدگی به شکایات		
میزان ظرفیت گردشگری	میزان سرمایه گذاری در حوزه گردشگری	
کل هزینه کرد گردشگران		
میزان پرداخت عوارض شهری و مالیات		

ارزش افزوده ناشی از صنایع مرتبط با گردشگری سهم زائرین از هزینه‌های مدیریت شهری	میزان درآمدهای گمرکی
	مجموع درآمدهای حاصل از اخذ ویزا
	میزان اثرات اجتماعی و فرهنگی
	حذف هزینه‌های گمرکی جهت استقبال از صنعت گردشگری مذهبی
	معرفی مراکز مذهبی و مکان‌های مذهبی از طریق فضای مجازی
	آسیب شناسی صنعت گردشگری مذهبی بصورت تخصصی
	آموزش و توسعه نیروی انسانی
	بکارگیری افراد متخصص و فعال در صنعت گردشگری
	حمایت سازمانها و ارگانهای دولتی
	تعداد بازدید از سایت‌های مرتبط با گردشگری
اطلاعات و ارتباطات	درصد منابع اطلاعات سفر
	تعداد و تنوع مراکز اطلاع رسانی
	میزان تسهیلات ارتباطی

منبع: نگارندگان

در این مرحله برای شناسایی ابعاد و مولفه‌ها طی سه مرحله از روش دلفی فازی و طبق نظر خبرگان استفاده شد که بر این اساس ۱۰ بعد اصلی و ۹۸ مولفه شناسایی شد، سپس برای رتبه بندی ابعاد نیز از روش دلفی فازی استفاده شد که نتایج آن به صورت ذیل است:

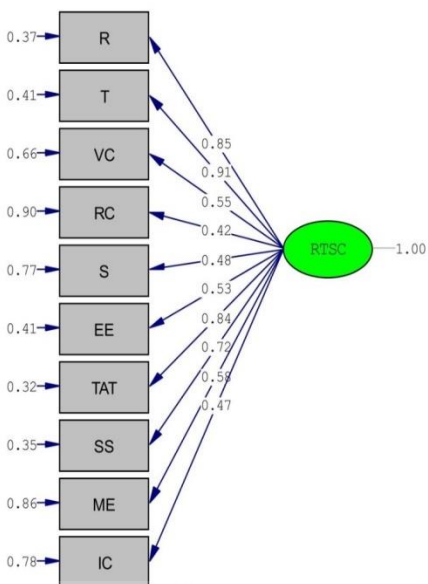
جدول ۷ - نتایج آزمون دلفی فازی و اولویت بندی عوامل موثر بر زنجیره تامین گردشگری مذهبی

ردیف	عامل مورد بررسی	حد پایین	میانگین هندسی	حد بالا	مقدار دی فازی	وزن	اولویت
۱	اقامتی	۴	۷/۹۷	۵	۶/۲۴	۰/۱۷	۱
۲	حمل و نقل	۴	۵/۳۵	۵	۴/۶۸	۰/۱۴	۲
۳	مراکز بازدید	۳	۲/۱۲	۵	۲/۵۶	۰/۰۹	۷
۴	مراکز پذیرایی	۱	۱/۷۱	۴	۲/۳۳	۰/۰۶	۹
۵	فروشگاه‌ها	۲	۲/۱۴	۵	۲/۳۷	۰/۰۷	۸
۶	زیست محیطی و انرژی	۱	۱/۶۹	۴	۲/۳۱	۰/۰۵	۱۰
۷	آژانس‌های مسافرتی و تورها	۳	۳/۵۰	۵	۳/۲۵	۰/۱۱	۴
۸	امنیت و ایمنی	۴	۴/۰۱	۵	۳/۷۶	۰/۱۲	۳
۹	مدیریتی و اقتصادی	۳	۳/۰۸	۵	۳/۰۴	۰/۱۰	۵
۱۰	اطلاعات و ارتباطات	۳	۳/۰۶	۵	۳/۰۱	۰/۰۹	۶
	مجموع مقادیر				۳۳/۵۵۰	۱	

منبع: یافته‌های پژوهش

در این مرحله برای رتبه بندی ابعاد از روش دلفی فازی و طبق نظر خبرگان استفاده شد که بر این اساس به ترتیب عوامل (اقامتی - حمل و نقل - امنیت و ایمنی - آژانس‌های مسافرتی و تورها - مدیریتی و اقتصادی - اطلاعات و ارتباطات - مراکز بازدید - فروشگاه‌ها - مراکز پذیرایی - زیست محیطی و انرژی) دارای اولویت هستند.

در این مرحله برای برآزش مدل از تحلیل عامل اکتشافی با استفاده از روش معادلات ساختاری استفاده شد که نتایج آن به صورت ذیل است:

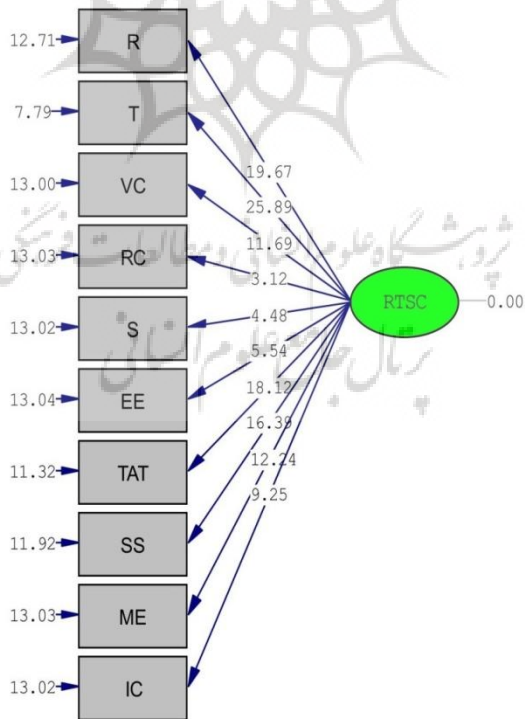


Chi-Square=91.95, df=35, P-value=0.00000, RMSEA=0.076

نمودار ۱ - نتایج تحلیل عاملی تأییدی مدل کلی پژوهش بر اساس ضرایب استاندارد شده

منبع: یافته‌های پژوهش و تحلیل عاملی تأییدی - آرش حبیبی ۱۳۹۶

نمودار ۱ بیانگر ضرایب بارهای عاملی در حالت استاندارد است که در بازه (۱،-۱) قرار دارند و نشان دهنده میزان رابطه بین متغیرها می‌باشند. مقدار ملاک برای مناسب بودن ضرایب بارهای عاملی، ۰/۳ می‌باشد. در نمودار فوق تمامی اعداد ضرایب بارهای عاملی سوالات از ۰/۳ بیشتر است که نشان از مناسب بودن این معیار دارد.



Chi-Square=91.95, df=35, P-value=0.00000, RMSEA=0.076

نمودار ۲ - نتایج تحلیل عاملی تأییدی مدل کلی پژوهش بر اساس ضرایب معناداری

همانطور که در نمودار ۲ مشاهده می‌شود، مقادیر (T-value) بزرگتر از ۱/۹۶ می‌باشند و بیانگر این است تمامی ضرایب مسیر در نمودار ۱ در سطح خطای ۰/۰۵ معنی دار می‌باشند.

جدول ۸ - نتایج حاصل از بررسی نیکویی برازش مدل ساختاری مدل کلی پژوهش

IFI	NNFI	NFI	AGFI	GFI	RMSEA	SRMR	CMIN/DF	شاخص برازندگی
>0.9	>0.9	>0.9	>0.9	>0.9	<0.08	<0.05	<3	مقادیر قابل قبول
۰/۹۵	۰/۹۲	۰/۹۳	۰/۹۴	۰/۹۱	۰/۰۷۶	۰/۰۰۰	۲/۶۳	مقادیر محاسبه شده

منبع: یافته‌های پژوهش

دو شاخص مهم برازش مدل (RMSEA) و $(CMIN/DFx^2/df)$ در جدول ۸ می‌باشد. مقدار $(CMIN/DFx^2/df)$ برابر ۲/۶۳ می‌باشد. مقدار $(CMIN/DFx^2/df)$ هر چه کوچکتر از عدد ۳ باشد مدل دارای برازش بهتری است. شاخص RMSEA میانگین مجذور خطاهای مدل است که برابر ۰/۰۷۶ برآورد شده است. این شاخص بر اساس خطاهای مدل ساخته می‌شود حد مجاز این مقدار ۰/۰۸ است یعنی مقادیر زیر ۰/۰۸ قابل قبول هستند و همین طور زیر ۰/۰۵ خیلی خوب است. سایر شاخص‌ها نیز در محدوده قابل قبولی قرار دارند لذا می‌توان گفت مدل از برازش مناسبی برخوردار می‌باشد.

بحث و نتیجه‌گیری

امروزه توجه به گردشگری به عنوان یکی از بخش‌های مهم و تأثیرگذار در اقتصاد جهان و کشورها به سرعت در حال گسترش است. صنعت گردشگری به عنوان یکی از ده صنعت برتر جهان در چرخه اقتصادی نقش به‌سزایی را ایفا می‌کند و یکی از بخش‌های مهم تولید درآمد و ارزآوری است. هم‌اکنون مقوله گردشگری و گردشگری مذهبی به شکل گسترده و فراگیر مورد توجه بوده و تقریباً پدیده‌ای نوظهور محسوب می‌شود که آغاز آن به اوایل قرن نوزدهم باز می‌گردد. محیط به شدت رقابتی این صنعت، بنگاه‌های فعال در زمینه گردشگری مذهبی را وادار می‌کند تا به دنبال روش‌های جدیدی برای بهبود مزیت‌های رقابتی خود باشند. مدیریت زنجیره تامین گردشگری، یکی از استراتژی‌هایی است که بنگاه‌های فعال در زمینه گردشگری می‌توانند برای افزایش مزیت رقابتی خود مورد استفاده قرار دهند. مدیریت زنجیره تامین، که برای بیش از دو دهه در صنایع تولیدی به کار می‌رود و جای آن در صنعت گردشگری بسیار خالی به نظر می‌رسد، می‌تواند به عنوان ابزاری برای یکپارچه سازی ماهیت این صنعت به کار رود. زنجیره تامین گردشگری شامل دامنه‌ای از فعالیت‌های مختلف، از پشتیبانی کالاها / خدمات مختلف گردشگری (هم‌چون خدمات هوایی و اقامت) گرفته تا توزیع و بازاریابی محصول نهایی مربوط به گردشگری در یک مقصد خاص را انجام می‌دهند و هم‌چنین دامنه‌ای گسترده از مشارکت کنندگان در هر دو بخش خصوصی و دولتی است.

در این پژوهش به بررسی ابعاد و مولفه‌های مدیریت زنجیره تامین در صنعت گردشگری مذهبی پرداخته شده است. پس از بررسی ادبیات مرتبط با موضوع، ابعاد و مولفه‌ها با استفاده از روش دلفی فازی شناسایی و رتبه بندی و در نهایت مدل ساختاری تفسیری مرتبط با موضوع ارائه شد. از عناصر اصلی سیستم مدیریت زنجیره تامین در صنعت گردشگری مذهبی می‌توان به مواردی همچون اقامتی، حمل و نقل، مراکز بازدید، مراکز پذیرایی، فروشگاه‌ها، زیست محیطی و انرژی، آژانس‌های مسافرتی و تورها، امنیت و ایمنی، مدیریتی و اقتصادی، اطلاعات و ارتباطات اشاره کرد که با نتایج تحقیقات توکلی (۱۳۹۸)، یوسفی (۱۳۹۷)، حجتی و شریف (۱۳۹۴)، رمضانیان و همکاران (۱۳۸۹)، بیلاب و همکاران (۲۰۱۶)، ژانک و همکاران (۲۰۱۶) همخوانی دارد.

منابع

باقری، مسلم؛ مباشری، علی اصغر؛ معاون، زهرا و شکاری، فاطمه، (۱۴۰۰). فراترکیب عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری مذهبی، ۱۶(۱): ۲۰۱-۱۶۵.

رستمی، علی؛ ایدی، محمد؛ اسلامبولچی، علیرضا و ربیعی مندجین، محمد رضا، (۱۴۰۰). مدل گردشگری مذهبی در مرز بین المللی مهران، تحلیل‌ها و راهبردها، تحقیقات مدیریت آموزشی، ۱۲(۳): ۲۰۰-۱۶۸.

رضایی، پژمان و چهارراهی، ذبیح اله، (۱۳۹۸). ارزیابی پایداری گردشگری مذهبی (مطالعه ی موردی: امام زاده حمزه علی استان چهارمحال و بختیاری)، پژوهشهای جغرافیای انسانی (پژوهش‌های جغرافیایی)، ۵۱(۳):۶۹۱-۶۷۵.

مرادنژادی، همایون؛ جمشیدی، علیرضا و مهدیزاده، حسین، (۱۳۹۹). شناسایی فرصتهای کسب و کار زنجیره ارزش رویداد پیاده روی اربعین امام حسین (ع) در استان ایلام، برنامه ریزی فضایی (جغرافیا)، ۱۰(۴):۶۵-۴۶.

یوسفی، جواد، (۱۳۹۷) تحلیل اهمیت - عملکرد خدمات گردشگری مذهبی (مورد مطالعه شهرستان بیرجند) ، برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری ، ۷(۲۴):۳۸-۵۸.

رجبی امیرآباد، ربابه، (۱۳۹۹) نقش جاذبه‌های فرهنگی ، مذهبی در توسعه گردشگری (موردپژوهی شهرستان تویسرکان)، فصلنامه فضای گردشگری، ۹(۳۴):۶۳-۷۶.

Bai, H. and Ran, W. (2022). Analysis of the Vulnerability and Resilience of the Tourism Supply Chain under the Uncertain Environment of COVID-19: Case Study Based on Lijiang, Sustainability, 14(1):1-20.

Irimias, A., Mitev, A & Michalko, G. (2016). Demographic Characteristics Influencing Religious Tourism Behaviour: Evidence form a Central-Eastern-European country, International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage, 4 (4): 19-32.

Sinha, P and Mittal, R. (2021). Identification and Modelling of Religious Tourism Supply Chain Enablers in Post-Covid Era Using ISM, ASEAN Journal on Hospitality and Tourism, 19(3):246-263.

Heidari, A., Yazdani, H. R., Saghafi, F., and Jalilvand, M. R. (2018). The perspective of religious and spiritual tourism research: A systematic mapping study, Journal of Islamic Marketing, 9(4):747-798.

Chantziantoniou, A., and Dionysopoulou, P (2017). The religious tourism in Greece: Case study of Saint John Russian in N. Evia, Journal of Tourism, Heritage & Services Marketing, 3 (2): 15-24.

Sofield, T. (2011). Tourism value chain analysis, Symposium for Developing the Southern Economic Corridor Phnom Penh, Cambodia.

Identifying and Explaining the Factors Affecting the Supply Chain in Iran's Religious Tourism Industry

Jalil Toshani¹, Parviz Saeidi^{2*}, Majid Nasiri³

1. PhD Student in Entrepreneurship, Aliabad Katoul Branch, Islamic Azad University, Aliabad Katoul, Iran
2. Associate Professor, Department of Management and Accounting, Aliabad Katul Branch, Islamic Azad University, Aliabad Katul, Iran
3. Assistant Professor, Department of Management, Aliabad Katul Branch, Islamic Azad University, Aliabad Katul, Iran

Abstract

Religious tourism is one of the most prosperous and diverse types of tourism in the world. And according to the cultural-religious situations, the accessibility of this type of tourism in Iran sets the stage for growth and development among Islamic countries and the world. This research is applied in terms of purpose and in terms of descriptive-survey execution method and correlational type, which was carried out by mixed exploratory method. In the qualitative phase, the research team consists of 30 experts and university professors who have been selected using a targeted method and snowball technique. Also, in the quantitative stage, the statistical population consists of tourism experts, whose number is 2948 people, and 341 people were selected by simple random sampling to determine the sample size based on the Karjesi and Morgan table. The tools of data collection are interviews, documents and questionnaires, and the fuzzy Delphi method was used to identify and rank the dimensions and components. Also, the exploratory factor analysis method was used to fit the model. Based on the data analysis, the research findings showed. Ten main dimensions: accommodation, transportation, visiting centers, reception centers, stores, environment and energy, travel agencies and tours, security and safety, management and economy, information and communication, are the most important factors affecting the supply chain in Iran's religious tourism industry.

Keywords: Supply Chain, Religious Tourism, Fuzzy Delphi, Factor Analysis.