

تدوین مدل توسعه گردشگری حلال با رویکرد توسعه پایدار (مورد مطالعه: جزیره کیش)

مسعود جلالیان

دانشجوی دکتری مهارتی مدیریت گردشگری، سازمان بین‌المللی سیتی وان

محمد شریف ملک زاده^۱

رئیس هیات مدیره سی تی وان (SITI)

وحید رضا میرابی

دانشیار، دانشکده مدیریت واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۱۱/۲۳

تاریخ ارسال: ۱۳۹۹/۶/۱۰

چکیده

در قرن بیست و یکم گسترش و پیشرفت فناوری موجب خواهد شد که وقت انسان بیش از پیش آزاد و ثروتش افزون شود و زمان بیشتری را صرف اوقات فراغت خود نماید. در واقع نیمه دوم قرن بیستم را باید عصر صنعت گردشگری نام نهاد. به دلیل زیرساخت‌های تکنولوژیکی، فرهنگی، سیاسی، اجتماعی و اقتصادی ایجاد شده قرن بیست و یکم، پدیده گردشگری یک واقعیت اجتناب‌ناپذیر در رفتار و عمل انسان برای ارضای روح کنجکاوی او خواهد بود. سفر به دیگر نقاط جزو ملزومات زندگی قرن بیست و یکم شده است. در این میان گردشگری گاهی برای مسلمانان با امکانات کمتری صورت می‌گیرد و مشکلاتی در این زمینه برایشان وجود دارد. از این جهت محدودیت‌هایی به لحاظ خوراکی‌ها یا تفریحات برای گردشگران مسلمان به وجود می‌آید. اکثر گردشگران مسلمان، معمولاً پیش از رزرو هتل و بلیت هواپیما، در رابطه با مقصد و امکانات آن بررسی و مطالعه‌ای دارند. به ویژه مسلمانان که لازم است برخی حدود و آداب را رعایت کنند. "گردشگری حلال" موضوعی است که در این باره مطرح می‌شود. پژوهش حاضر با رویکرد تحقیق آمیخته انجام می‌گیرد و جامعه آماری موردنظر خبرگان فعال در عرصه گردشگری می‌باشند. تعداد نمونه آماری در مرحله کیفی جهت انجام مصاحبه ۱۲ نفر تعیین کفایت می‌گردد و در مرحله کمی ۱۰۷ نفر از فعالین و دست‌اندرکاران حوزه گردشگری کشور انتخاب می‌شوند. در بعد کیفی از رویکرد تحلیل تم و در بعد کمی بمنظور اعتبار سنجی مدل از روش دلفی و تحلیل عامل تاییدی استفاده می‌شود. در پایان پس از تعیین مقولات، طبقات کلی مدل توسعه گردشگری حلال در قالب ۳ بخش الزامات توسعه گردشگری حلال، ادراک گردشگری و توسعه پایدار مورد شناسایی قرار می‌گیرند.

کلمات کلیدی: گردشگری، گردشگری حلال، توسعه پایدار، تحلیل تم، دلفی، تحلیل عاملی

مقدمه

در میان صنایع خدماتی، صنعت گردشگری یکی از بخش‌های پیشتاز و در حال رشد در سطح بین‌المللی است و طبق پیش‌بینی‌های صورت گرفته، تقاضا برای گردشگری بین‌المللی تا سال ۲۰۲۰ به ۱,۶ میلیارد نفر در سال خواهد رسید. به همین دلیل، گردشگری به‌عنوان موضوعی مهم و اساسی در تحولات اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشورها محسوب می‌شود و با گسترش آن می‌توان مسیری را برای افزایش درآمدهای کشور و کاهش وابستگی به درآمدهای نفتی و در نتیجه فراهم نمودن مسیری مطلوب برای دستیابی به توسعه پایدار و همه‌جانبه ترسیم نمود. (بولی و همکاران، ۲۰۱۴).

توجه به صنعت گردشگری بیانگر این واقعیت است که این امر به یک سلسله تاثیرات و تغییرات اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی و حتی محیطی در هر کشوری می‌انجامد. در عصر پسامدرنیسم کره زمین از ژرفای اقیانوس‌ها گرفته تا جو و همه ویژگی‌های انسانی، فرهنگی، طبیعی، آثار هنری و غیره، فضای گردشگری را تشکیل می‌دهد. انسان، فرهنگ و طبیعت را به کالایی با ارزش قابل معامله تبدیل کرده، بطوری‌که نه تنها استفاده از این مواهب بلکه شنیدن، لمس کردن، چشیدن و بویدن آن‌ها نیز به ارز، پول و اشتغال تبدیل شده است. اهمیت گردشگری برای توسعه کشور و توسط جوامع میزبان به خوبی شناخته شده است. با این حال، هنگامی که مکان‌ها به اهداف گردشگری تبدیل می‌شوند.

کیفیت زندگی ساکنان آن‌ها تحت تاثیر گردشگری قرار می‌گیرد (وو، کیم و اویزال؛ ۲۰۱۵). برخی از محققان نظیر (گورسوی و رادرفورد، ۲۰۰۴؛ گورسوی و همکاران، ۲۰۱۰؛ استیلیدیس و تریزیدو، ۲۰۱۴) این حقیقت را مطرح کرده‌اند که رفتار ساکنان مقصد گردشگری از طریق وضعیت اقتصادی محلی تحت تاثیر قرار می‌گیرد. بدین معنا که چنانچه ساکنان محلی از ورود گردشگران منفعت مالی برده و رفاه محل سکونت خود را بالاتر از قبل بدانند در نتیجه با رفتار خود سعی بر حمایت از آنان دارند. دیگران نظیر (ووسنام، ۲۰۱۲)، از این موضوع حمایت کرده‌اند که احساسات ساکنان محله در مورد گردشگران پیش شرط رفتار توسعه گردشگری است.

مطالعات انجام شده در کشورهای در حال توسعه همچنان کم است و این امر توجه لازم برای تحقیق بیشتر در مورد این موضوع و در چنین زمینه‌ای است. با توجه به این شکاف در ادبیات گردشگری و اینکه گردشگری به عنوان یکی از ابزارهای قابل ملاحظه (اغلب تنها راهبرد) برای رشد اقتصادی و توسعه در بسیاری از کشورهای در حال توسعه دیده می‌شود (ریبیرو و همکاران، ۲۰۱۷؛ چانگ و همکاران، ۲۰۱۴). گردشگری گاهی برای مسلمانان با امکانات کمتری صورت می‌گیرد و مشکلاتی در این زمینه برایشان وجود دارد. از این جهت محدودیت‌هایی به لحاظ خوراکی‌ها یا تفریحات برای گردشگران مسلمان به وجود می‌آید. اکثر گردشگران مسلمان، معمولاً پیش از رزرو هتل و بلیت هواپیما، در رابطه با مقصد و امکانات آن بررسی و مطالعه‌ای دارند. به ویژه مسلمانان که لازم است برخی حدود و آداب را رعایت کنند. "گردشگری حلال" موضوعی است که در این باره مطرح می‌شود. (دامن باغ و صفایی پور، ۱۳۹۶).

اهمیت موضوع این پژوهش در حوزه گردشگری حلال از این حیث مورد ضرورت است که برخی از کشورها هستند که در زمینه گردشگری حلال پیشتاز هستند. کشورهایی مانند مالزی و ترکیه که بسیار گردشگر پذیر هستند، در جذب گردشگران مسلمان به ویژه از آسیا و آفریقا نیز در صدر قرار دارند. از این رو با تصمیماتی که اتخاذ کرده‌اند، در جذب گردشگران مسلمان و گردشگری حلال رشد بسیاری داشته‌اند. برای مثال در خطوط هوایی که به صنعت گردشگری حلال اختصاص داده شده است، سرو الکل و گوشت خوک صورت نمی‌گیرد و در برخی هتل‌های بین‌المللی، ذبح شرعی و طبخ غذای حلال صورت می‌گیرد. همچنین در بسیاری از هتل‌های مالزی و ترکیه، تفکیک جنسیتی رعایت می‌شود و گردشگران می‌توانند در بخش بانوان یا آقایان اقامت نمایند یا در استخرهای جداگانه شنا کنند. جالب است بدانید یک شرکت سنگاپوری در همین راستا گواهینامه‌ای ویژه سرو غذای حلال و ارائه امکانات اقامتی مخصوص مسلمانان به رستوران‌ها و هتل‌های این کشور ارائه می‌کند بدین منظور، در این پژوهش سعی می‌شود تا به تدوین مدل توسعه گردشگری حلال با رویکرد توسعه پایدار پرداخته شود.

مبانی نظری پژوهش

گردشگری

گردشگری شامل مجموعه‌ای از عناصر است که بدون حتی یکی از آن‌ها تحقق اهداف توسعه گردشگری دشوار و حتی ناممکن می‌باشد. این عناصر که هر یک رکنی از این صنعت را تشکیل می‌دهند، امروزه به صورت رشته‌های علمی و تخصصی مستقل درآمده‌اند. از این رو توسعه صنعت گردشگری از طریق مطالعه علمی و سپس برنامه‌ریزی دقیق برای بهبود و مستحکم نمودن ارکان این صنعت ممکن می‌باشد. این ارکان عبارت‌اند از: جاذبه‌های گردشگری منطقه، وضعیت تسهیلات و خدمات گردشگری موجود در هر منطقه (ایمانی و احمدی، ۱۳۹۷).

بر اساس تعریف سازمان جهانی توریسم، گردشگری یا معادل دقیق و درست انگلیسی آن توریسم، به کلیه فعالیت‌های افرادی اطلاق می‌شود که به مکان‌هایی خارج از محیط عادی خود به منظور گذراندن ایام فراغت، انجام کار و سایر هدف‌ها، برای مدت کمتر از یک سال می‌روند. به این ترتیب، محدوده توریسم از مسافرت‌هایی که صرفاً به منظور گذراندن تعطیلات و سپری کردن چند روز برای دیدار دوستان و آشنایان و بازدید از مناطق جذاب انجام می‌گیرد، بسی فراتر می‌رود. توریسم در معانی وسیع آن، علاوه بر گروه اشاره شده، شامل افرادی می‌شود که در ارتباط با کار و حرفه خویش سفر می‌کنند و آنان که فعالیت‌های علمی و تحقیقاتی انجام می‌دهند به این ترتیب، دامنه‌ی تأثیرگذاری بر محیط و تأثیرپذیری آن از محیط، بسیار وسیع‌تر می‌شود. این جدیدترین تعریفی است که از طرف سازمان جهانی توریسم ارائه شده است (دل افروز، ۱۳۹۶).

در تعریف گردشگری و تعیین قلمرو آن، باید گروه‌های مختلفی که در این صنعت مشارکت دارند و از آن تأثیر می‌پذیرند را لحاظ کرد. عوامل عمده در این صنعت عبارت‌اند از:

- ۱- توریست‌ها و یا گردشگرانی که درصدد کسب تجارب فیزیکی و روانی و رضایت و راحتی از سفرند؛
- ۲- سازمان‌های فعال در زمینه تهیه و تدارک کالاها و خدمات موردنیاز گردشگران؛ سازمان‌های مذکور از این طریق

به منافع خود می‌اندیشند.

۳- دولت کشور میزبان، شامل سیاستمدارانی که به گردشگری به‌عنوان وسیله‌ای برای ایجاد درآمد شهروندان و افزایش درآمدهای مالیاتی مستقیم و غیرمستقیم می‌نگرند؛

۴- جامعه‌ی میزبان، مردمی که به توریسم به‌عنوان پدیده‌ای توجه می‌کنند که موجب اشتغال است و امکان تعامل فرهنگی را بین مردم و توریست‌ها فراهم می‌آورد که این تعامل می‌تواند اثرات مثبت و یا منفی داشته باشد (چن و پتربیک، ۲۰۱۶).

طی سال‌های اخیر گردشگری تبدیل به صنعتی رقابتی شده و کشورها برای کسب درآمد بیشتر متمایل به روش‌های جدید و ارائه نوآوری در این صنعت شده‌اند. برگزاری جشن‌های مختلف در کشورها، مانند جشن بادبادک‌ها یا جشنواره ساخت مجسمه‌های یخی و حتی برگزاری مسابقات ورزشی مانند المپیک، برگزاری کنفرانس‌ها و حتی استفاده از پزشکان مجرب جهت وارد کردن بیماران به کشور، روش‌های جدیدی برای جذب توریست و شناساندن فرهنگ یک کشور به جهان می‌باشد (شهری مجارشین و حیدری، ۱۳۹۳).

بنابراین گردشگری مجموعه تعامل‌هایی است که در فرایند جذب و میهمان‌داری، بین توریست‌ها، سازمان‌های مسافرتی، دولت‌های مبدأ، دولت‌های میزبان و مردم محلی برقرار می‌شود (آکروش و همکاران، ۲۰۱۶). بطورکلی صنعت گردشگری در زمینه ایجاد درآمد ارزی و ریالی در کشور موثر است، یکی از مهم‌ترین اهداف مرتبط با صنعت گردشگری به مانند دیگر کشورها، کمک این صنعت به ایجاد رونق اقتصادی است. به طور مثال صنعت حمل و نقل اعم از زمینی، هوایی، دریایی، ریلی و غیره زمانی به شکوفایی می‌رسد که صنعت گردشگری رونق یابد. (بتاری و فهمسی، ۲۰۱۷).

گردشگری حلال

گردشگری حلال نوعی گردشگری است که در آن تمهیداتی بر مبنای موازین اسلام و جهت انطباق با آن صورت گرفته است. می‌توان گردشگری حلال را زیر مجموعه گردشگری مذهبی دانست که بر اساس باورهای خانواده‌های مسلمان و پایبند به شریعت اسلام سازمان‌دهی می‌شود.

سازمان جهانی جهانگردی هم، گردشگری حلال را برای هتل‌ها و مراکز اقامتی تعریف کرده است و تأکید دارد که از سرو هرگونه مشروبات الکلی و ارائه‌ی گوشت خوک اجتناب شود. همچنین رعایت حریم زنان و مردان در اماکن عمومی و تفریحی شامل استخرها، ساحل دریا، اسپا و ماساژ، مورد توجه قرار گرفته است. بنابراین بدین ترتیب مسلمانان می‌توانند در هر کشوری از مقاصد گردشگری حلال، در برنامه‌های تفریحی خود بر اساس اصول شرعی عمل کنند. به طور مثال آن‌ها می‌توانند از غذای حلال رستوران‌ها استفاده کرده و یا در هتل‌هایی که مشروبات الکلی سرو نمی‌کنند، اقامت نمایند.

همچنین برای زنان و مردان در این نوع گردشگری، استخرهای شنای جداگانه در نظر گرفته می‌شود. جالب است بدانید که در طول سفر، اوقات شرعی به مسافران اعلام می‌شود تا بتوانند برای آن برنامه‌ریزی کنند.

بیشتر از ۳۰ درصد گردشگران دنیا را مسلمانان تشکیل می‌دهند. بنابراین لازم است تمهیدات لازم اندیشیده شود و به عقاید و باورهایشان احترام گذاشته شود. برخی از کشورها هستند که در زمینه‌ی گردشگری حلال پیشتاز هستند. کشورهایی مانند مالزی و ترکیه که بسیار گردشگر پذیر هستند، در جذب گردشگران مسلمان به ویژه از آسیا و آفریقا نیز در صدر قرار دارند. از این رو با تصمیماتی که اتخاذ کرده‌اند، در جذب گردشگران مسلمان و گردشگری حلال رشد بسیاری داشته‌اند. برای مثال در خطوط هوایی که به صنعت گردشگری حلال اختصاص داده شده است، سرو الکل و گوشت خوک صورت نمی‌گیرد و در برخی هتل‌های بین‌المللی، ذبح شرعی و طبخ غذای حلال صورت می‌گیرد.

همچنین در بسیاری از هتل‌های مالزی و ترکیه، تفکیک جنسیتی رعایت می‌شود و گردشگران می‌توانند در بخش بانوان یا آقایان اقامت نمایند یا در استخرهای جداگانه شنا کنند. جالب است بدانید یک شرکت سنگاپوری در همین راستا گواهینامه‌ای ویژه سرو غذای حلال و ارائه امکانات اقامتی مخصوص مسلمانان به رستوران‌ها و هتل‌های این کشور ارائه می‌کند.

کشورهای زیادی به ویژه کشورهای اسلامی، در زمینه‌ی گردشگری حلال، فعالیت می‌کنند. همان‌طور که گفتیم مالزی و ترکیه نامدارترین این کشورها هستند. برخی دیگر از مهم‌ترین کشورهای که در رابطه با گردشگری حلال پیشتاز هستند می‌توان به امارات، اندونزی، عربستان، مراکش، اردن، قطر، مصر و اسپانیا اشاره کرد.

▪ مالزی

بیش از ۶۱ درصد مردم مالزی، مسلمان هستند. مالزی کشوری است که به تنوع غذا، تنوع فرهنگی و چند نژادی بودن جمعیت معروف است. این کشور از اصلی‌ترین مقاصد به منظور گردشگری حلال است که امکانات ویژه‌ای را برای رفاه حال مسافران مسلمان و رعایت دستورات اسلامی نظر گرفته است.

▪ ترکیه

تقریباً ۹۸ درصد مردم ترکیه، مسلمان هستند. ترکیه مقصدی با غذاها و شیرینی‌های خوشمزه و بناهای تاریخی و طبیعی دلپذیر، میزبان بسیاری از گردشگران است. اما به دلیل سرمایه‌گذاری در زمینه‌ی گردشگری حلال، مقصد تعداد زیادی از مسافران مسلمان است.

برای شما که مسلمان هستید و علاقه‌مند به سفر و جهانگردی، همیشه امکاناتی هست که با همزمان با حفظ عقاید و باورهایتان، سفری خوش و راحت را تجربه کنید.

توسعه پایدار

توسعه پایدار مفهومی است که به واسطه پیامدهای منفی محیط زیستی و اجتماعی ناشی از رویکردهای توسعه یک جانبه اقتصادی بعد از انقلاب صنعتی و تغییر نگرش بشر به مفهوم رشد و پیشرفت پدید آمده است. این مفهوم تلاش دارد که با نگاهی جدید به توسعه، اشتباهات گذشته بشری را تکرار نکند و توسعه‌ای همه‌جانبه و متوازن را رقم بزند. توسعه پایدار فرایندی است که آینده‌ای مطلوب را برای جوامع بشری متصور می‌شود که در آن شرایط زندگی و

استفاده از منابع، بدون آسیب رساندن به یکپارچگی، زیبایی و ثبات نظام‌های حیاتی، نیازهای انسان را برطرف می‌سازد. توسعه پایدار راه حل‌هایی را برای الگوهای فانی ساختاری، اجتماعی و اقتصادی توسعه ارائه می‌دهد تا بتواند از بروز مسائلی همچون نابودی منابع طبیعی، تخریب سامانه‌های زیستی، آلودگی، تغییرات آب و هوایی، افزایش بی‌رویه جمعیت، بی‌عدالتی و پایین آمدن کیفیت زندگی انسان‌های حال و آینده جلوگیری کند. توسعه پایدار فرایندی است در استفاده از منابع، هدایت سرمایه‌گذاری‌ها، جهت‌گیری توسعه فناوری و تغییرات نهادی، با نیازهای حال و آینده سازگار باشد. توسعه پایدار که از دهه ۱۹۹۰ بر آن تأکید شد جنبه‌ای از توسعه انسانی و در ارتباط با محیط زیست و نسل‌های آینده است.

توسعه پایدار فرایندی است برای بدست آوردن پایداری در هر فعالیتی که نیاز به منابع و جایگزینی سریع و یکپارچه آن وجود دارد. توسعه پایدار در کنار رشد اقتصادی و توسعه بشری در یک جامعه یا یک اقتصاد توسعه یافته، سعی در تحصیل توسعه مستمر، و رای توسعه اقتصادی دارد. با گزارش کمیسیون جهانی محیط زیست و توسعه (WCED) موسوم به گزارش براندتلند در سال ۱۹۸۷ برای اولین بار به‌طور رسمی مجموعه‌ای از پیشنهادها و اصول قانونی جهت دستیابی به توسعه پایدار برای کشورهای در حال توسعه فراهم آمد.

کمیسیون جهانی محیط زیست، توسعه پایدار را این‌گونه تعریف می‌کند: «توسعه پایدار فرایند تغییری است در استفاده از منابع، هدایت سرمایه‌گذاری‌ها، سمت‌گیری توسعه تکنولوژی و تغییری نهادی است که با نیازهای حال و آینده سازگار باشد.

توسعه پایدار توسعه‌ای است که بتواند نیازهای فعلی سازمان را بدون خدشه‌دار کردن به توانایی‌های نسل آینده در برآورد ساختن نیازهایشان پاسخ گوید. در این تعریف حق هر نسل در برخورداری از همان مقدار سرمایه طبیعی که در اختیار دیگر نسل‌ها قرار داشته به رسمیت شناخته شده و استفاده از سرمایه طبیعی در حد بهره آن مجاز شمرده شده است. توسعه پایدار چشم‌اندازی مهم و جدید در مدیریت و سیاست‌گذاری عمومی است که به‌طور گسترده‌ای خارج از ایالات متحده ظهور یافته است. این مفهوم تلاش می‌کند تا به نحو روشنتری نتایج آینده رفتارهای کنونی را مورد توجه قرار دهد.

دیدگاه‌ها در ارتباط با توسعه پایدار

- پایداری تکنولوژی: عقاید این گروه بر آن است که دست‌یابی به توسعه پایدار در تمام زمینه‌ها در غالب سیستم و مکانیسم حاکم بر عرصه‌های سیاسی و اقتصادی و اجتماعی موجود امکان‌پذیر است. به عقیده این گروه هر مشکلی دارای یک پاسخ و راه حل تکنولوژی است و جایی برای ترس و نگرانی وجود ندارد.
- پایداری اکولوژیکی: پیروان این گروه معتقدند که ساختار موجود در جوامع امروزی ناپایدارند و رسیدن به توسعه پایدار نیازمند یک شیوه و طرز تفکر جدید برای تغییر این ساختارهاست. آن‌ها معتقدند که باید در ساختار سیستم‌های سیاسی اقتصادی و اجتماعی موجود تغییراتی داده شود. پایداری اکولوژیکی راه‌حلی ارائه می‌دهد که در ابتدا نیازمند تجدید نظر در ارتباط با کشاورزی، مسکن، انرژی، طراحی شهری، حمل و نقل، اقتصاد، خانواده،

منابع مصرفی، جنگلداری، بیابان‌ها و ارزش‌های اصلی زندگی مان باشد.

یافته‌های پژوهش

در این پژوهش با استفاده از رویکرد تحقیق آمیخته، در بخش کیفی ابتدا با تکیه بر ادبیات پژوهش در حوزه گردشگری و نیز نظرات صاحب‌نظران و خبرگان که از طریق مصاحبه گردآوری شد، مجموعه‌ای از شاخص‌های مرتبط با راهبردهای توسعه گردشگری شناسایی و گردآوری شد و در گام بعدی؛ با استفاده از پرسشنامه و تکنیک دلفی، شاخص‌های مدل طی دو راند غربال خواهند شد. سپس با استفاده از نظر خبرگان و با تکیه بر ادبیات پژوهش؛ مدل پیشنهادی تحقیق ارائه گردید. در بخش کمی از ابزار پرسشنامه جهت گردآوری اطلاعات استفاده می‌گردد. تعداد نمونه آماری در مرحله کیفی جهت انجام مصاحبه ۱۲ نفر و در مرحله کمی ۱۰۷ نفر از فعالین و دست‌اندرکاران حوزه گردشگری می‌باشند.

جدول ۱: مشخصات دموگرافیک خبرگان

ویژگی‌های دموگرافیک	فراوانی (بخش کیفی)	درصد	فراوانی (بخش کمی)	درصد
جنسیت				
مرد	۱۰	٪۸۳	۸۳	٪۸۷
زن	۲	٪۱۷	۲۴	٪۲۲
سن				
کمتر از ۳۵ سال	۲	٪۱۷	۲۱	٪۲۰
۳۵ تا ۴۵ سال	۵	٪۴۲	۴۰	٪۳۷
بالای ۴۵ سال	۵	٪۴۲	۴۶	٪۴۳
تحصیلات				
کاردانی	-	-	۳۰	٪۲۸
کارشناسی	-	-	۶۷	٪۶۳
کارشناسی ارشد و بالاتر	۱۲	٪۱۰۰	۱۰	٪۹
سابقه‌کاری				
۵ تا ۱۵ سال	۵	٪۴۳	۶۵	٪۶۰
بالای ۱۵ سال	۷	٪۵۸	۴۲	٪۴۰
کل	۱۲	٪۱۰۰	۱۰۷	٪۱۰۰

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۹

تجزیه و تحلیل یافته‌ها

بخش کیفی

کد گذاری داده‌ها

رویه‌های کدگذاری مورد استفاده در این پژوهش عبارتند از:

کدگذاری باز

کدگذاری ثانویه

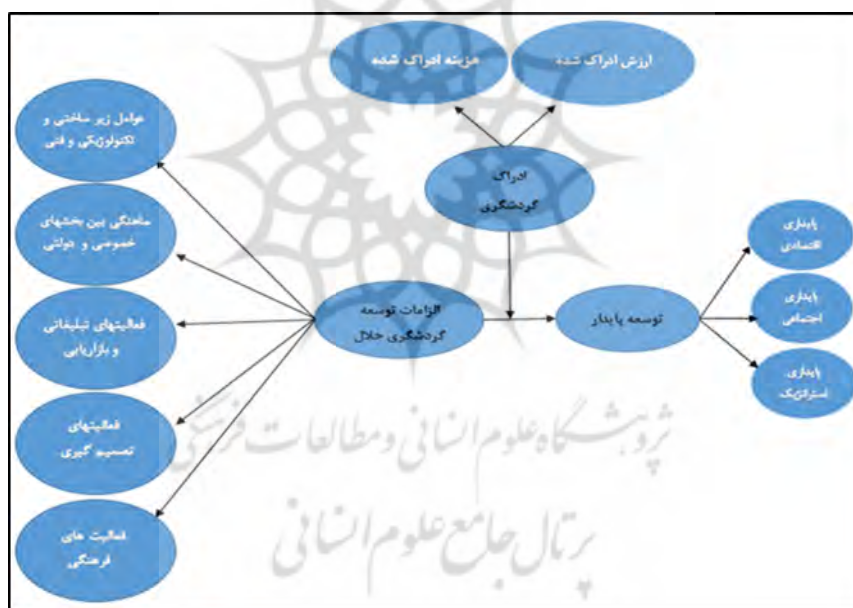
در کدگذاری اولیه از ۱۲ مصاحبه‌کننده، کدهای اولیه استخراج گردید. در مرحله بعد، کدهای اولیه کدهای ثانویه (۷۲ شاخص) تبدیل می‌شوند. چند کد ثانویه تبدیل به یک کد مفهومی (۱۰ مولفه) می‌شود. کدهای مفهومی با توجه به ماهیت معنایشان، دسته‌بندی می‌شوند و مقولات (۳ بعد) را تشکیل دادند.

بخش کمی

-دلفی

در این پژوهش برای غربال شاخص‌ها و شناسایی شاخص‌های پایانی از رویکرد دلفی فازی استفاده می‌گردد. در راند اول ۷۲ شاخص مورد استخراج از مرحله کیفی تحقیق حاصله از بخش کیفی توسط ۱۲ خبره مورد بررسی و در نهایت با توجه به

نظر خبرگان؛ شاخص‌های: تقویت و گسترش ابعاد خاص گردشگری در جزیره، ایجاد زیرساخت‌های اقامتی و رفاهی مطابق با الگوهای ایرانی و اسلامی، اخذ تایید های بین المللی کیفیت خدمات گردشگری، ایجاد برند برای مقصد گردشگری بهبود اقتصاد محلی، ایجاد ارزش افزوده جدید برای تولیدات غذایی حلال، تشویق مشارکت محلی، ارتباط بیشتر بین تولیدکنندگان و مصرف کنندگان، درآمدزایی پایدار برای شهر و رونق اقتصادی شهر، کاهش بیکاری در بین اقشار جامعه شهری، صرفه جویی منابع و انرژی، توزیع مناسب خدمات و کالاها، وجود مکان‌های یادمانی گردشگری در محیط شهر، ارائه خدمات فرهنگی و اجتماعی به شهروندان حذف شدند. علاوه بر این؛ عوامل: تسهیلات حمل و نقل مناسب برای کشورهای همسایه، وضعیت حمل و نقل ریلی در ایران جهت جابجایی گردشگران، وضعیت حمل و نقل جاده ای و پایانه های مسافری، وضعیت فرودگاهها و حمل و نقل هوایی کشور ادغام گردید شایان ذکر است موارد ذکر شده در انتهای پرسشنامه توسط خبرگان، در مفاهیم ارائه شده پرسشنامه موجود بود و بدین ترتیب هیچ عامل جدیدی اضافه نشد. در مرحله بعد با توجه به ادبیات تحقیق و مفاهیم شاخص ها، دسته‌بندی شاخص ها و نام گذاری هر مجموعه با استناد به نظر خبرگان صورت گرفت و کدگذاری شاخص ها انجام پذیرفت و مجدداً برای انجام دوره دوم دلفی، شاخص ها در قالب پرسشنامه ای ساختاریافته با طیف ۵ گزینه لیکرت در اختیار اعضای ۱۲ نفره پنل قرار گرفت.



شکل ۱: مدل جامع توسعه گردشگری سلامت منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۹

در دور دوم هیچ سوالی حذف نشد که این نشانه‌ای برای پایان راندهای دلفی است. بطور کلی یک رویکرد برای پایان دلفی آن است که میانگین امتیازات سوالات راند اول و راند دوم باهم مقایسه شوند. براساس نتایج نهایی بخش دلفی ۵۶ شاخص در قالب ۱۰ مضمون پایه یا مولفه و ۳ مقوله اصلی (مضمون سازمان دهنده/بعد)، به عنوان متغیرهای تحقیق شناسایی و تایید و در مدل نهایی با اجماع نظر خبرگان و بررسی ادبیات تحقیق متغیرهای شناسایی شده در قالب مدل مفهومی زیر بعنوان عوامل تشکیل دهنده مدل جامع توسعه گردشگری سلامت تعیین گردیدند.

-اعتبار یابی اجرایی

-روایی

بمنظور سنجش روایی و پایایی ابزار پژوهش از روایی صوری، روایی سازه و روایی تشخیصی و همچنین پایایی

ترکیبی و محاسبه ضریب آلفای کروناخ بهره می گیریم.

براساس نتایج روایی سازه بار عاملی مشاهده در تمامی موارد مقداری بزرگتر از ۰/۳ داشته که نشان می داند همبستگی بسیار مناسبی بین متغیرهای قابل مشاهده با متغیرهای پنهان مربوط به خود وجود دارد. با توجه به مدل درونی پژوهش از آنجاکه مقدار معناداری رابطه بین الزامات توسعه گردشگری حلال توسعه پایدار (۲۲,۱۴) بزرگتر از ۱,۹۶ می باشد، لذا بین این دو متغیر با اطمینان ۹۵٪ رابطه معنادار مستقیمی وجود دارد. همچنین، ضریب مسیر بین دو متغیر مذکور ۰,۹۴۲ می باشد که نشان می دهد با یک واحد تغییر در الزامات توسعه گردشگری حلال، توسعه پایدار به اندازه ۰,۹۴۲ واحد بهبود می یابد.

از سوی دیگر؛ مقدار معناداری متغیر تعدیلگر ادراک گردشگری (۲,۶۸۵) است که به دلیل بزرگتر بودن از ۱,۹۶ نقش تعدیلگر ادراک گردشگری در رابطه الزامات توسعه گردشگری حلال و توسعه پایدار پذیرفته می شود.

-پایایی

برای سنجش پایایی نیز از پایایی ترکیبی، همگرا و محاسبه آلفای کروناخ محاسبه می گردد. نتایج بررسی پایایی ابزار پژوهش در جدول (۴) قابل مشاهده می باشد.

جدول ۲: پایایی مقوله های اصلی

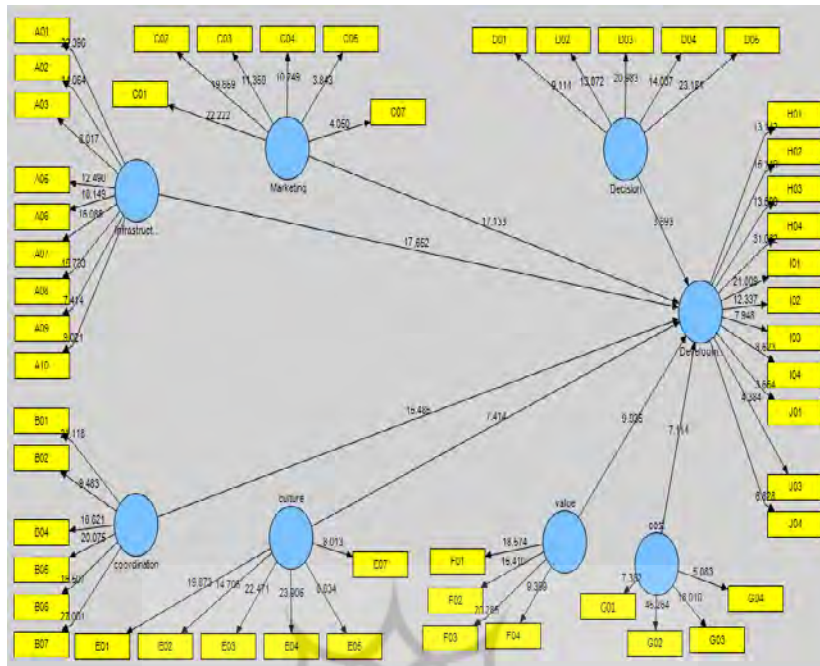
متغیر	AVE	پایایی ترکیبی (CR)	آلفای کروناخ
فعالیت های تصمیم گیری	۰,۵۵	۰,۸۵	۰,۷۹
توسعه پایدار	۰,۴۴	۰,۸۹	۰,۸۶
عوامل زیر ساختی و تکنولوژیکی و فنی	۰,۵۲	۰,۹	۰,۸۸
فعالیت های تبلیغاتی و بازاریابی	۰,۴۵	۰,۸۲	۰,۷۴
هماهنگی بین بخشهای خصوصی و دولتی	۰,۵۹	۰,۸۹	۰,۸۶
هزینه درک شده	۰,۵۵	۰,۸۳	۰,۷۴
فعالیت های فرهنگی	۰,۵۵	۰,۸۷	۰,۸۳
ارزش درک شده	۰,۶۱	۰,۸۶	۰,۷۹

منبع: یافته های پژوهش، ۱۳۹۹

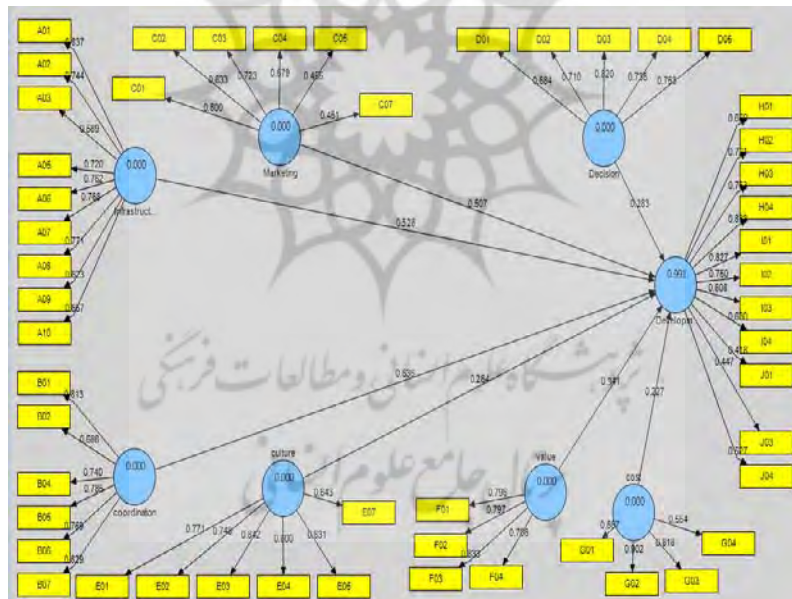
آلفای کروناخ تمامی متغیرها بزرگتر از ۰/۷ و بنابراین پایایی مورد تأیید می باشد. مقدار پایایی ترکیبی (CR) نیز بزرگتر از AVE و در تمامی موارد از آستانه ۰/۷ بزرگتر می باشد و بنابراین پایایی ترکیبی نیز مورد تأیید قرار می گیرد.

اولویت بندی متغیرهای شناسایی شده

به منظور اولویت بندی الزامات گردشگری حلال، ابتدا معناداری ارتباط میان آنها با عملکرد گردشگری حلال بررسی قرار می گیرد و ضریب مسیر هر یک از عوامل مرجع اولویت بندی قرار می گیرد. بدین جهت مدل پژوهش با حضور تمامی عوامل در دو حالت معناداری و نمایش ضریب مسیر در اشکال (۲) و (۳) نمایش داده شده و در جداول (۳) و (۴) گزارش گردیده است.



شکل (۲): مدل پژوهش در حالت معناداری با حضور تمامی عوامل منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۹



شکل ۳: مدل پژوهش با نمایش ضرایب مسیر برای تمامی عوامل منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۹

جدول ۳: نتایج بررسی روابط میان متغیرهای موجود در مدل گردشگری حلال با رویکرد توسعه پایدار

متغیر مستقل	متغیر وابسته	ضریب مسیر (B)	آماره t	نتیجه آزمون
فعالیت‌های زیرساختی و تکنولوژیکی و فنی	توسعه پایدار	۰,۵۲۸	۱۷,۶۵۲	تائید
همسازگی بین بخشهای خصوصی و دولتی		۰,۶۳۶	۱۵,۴۸۵	تائید
فعالیت‌های تبلیغاتی و بازاریابی		۰,۵۰۷	۱۷,۱۳۳	تائید
فعالیت‌های تصمیم‌گیری		۰,۲۸۳	۳,۶۹۳	تائید
فعالیت‌های فرهنگی		۰,۲۶۴	۷,۴۱۴	تائید
ارزش ادراک شده		۰,۳۴۱	۹,۹۳۵	تائید
هزینه ادراک شده		۰,۲۲۷	۷,۱۱۴	تائید

جدول ۴: اولویت بندی میزان تاثیر متغیرها بر یکدیگر منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۹

شماره اولویت	متغیر مستقل	متغیر وابسته	میزان تاثیر
۱	فعالیت‌های هماهنگی بین بخشهای خصوصی و دولتی	توسعه پایدار	۰,۶۳۶
۲	فعالیت‌های زیر ساختی و تکنولوژیکی و فنی		۰,۵۲۸
۳	فعالیت‌های تبلیغاتی و بازاریابی		۰,۵۰۷
۴	ارزش ادراک شده		۰,۳۴۱
۵	فعالیت‌های تصمیم‌گیری		۰,۲۸۳
۶	فعالیت‌های فرهنگی		۰,۲۶۴
۷	هزینه ادراک‌شده		۰,۲۲۷

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۳۹۹

نتیجه‌گیری و دستاورد علمی پژوهشی

به منظور اولویت‌بندی الزامات گردشگری حلال، ابتدا معناداری ارتباط میان آنها با عملکرد گردشگری حلال مورد بررسی قرار می‌گیرد و ضریب مسیر هر یک از عوامل مرجع اولویت‌بندی قرار می‌گیرد.

- از آنجا که مقدار معناداری رابطه بین فعالیت‌های زیرساختی و تکنولوژیکی و فنی و توسعه پایدار (۱۷,۶۵۲) بزرگتر از ۱,۹۶ می‌باشد، لذا بین این دو متغیر با اطمینان ۹۵٪ رابطه معنادار مستقیمی وجود دارد. همچنین، ضریب مسیر بین دو متغیر مذکور ۰,۵۲۸ می‌باشد که نشان می‌دهد با یک واحد تغییر در فعالیت‌های زیرساختی و تکنولوژیکی و فنی، توسعه پایدار به اندازه‌ی ۰,۵۲۸ واحد بهبود می‌یابد.

- از آنجا که مقدار معناداری رابطه بین فعالیت‌های هماهنگی بین بخشهای خصوصی و دولتی و توسعه پایدار (۱۵,۴۸۵) بزرگتر از ۱,۹۶ می‌باشد، لذا بین این دو متغیر با اطمینان ۹۵٪ رابطه معنادار مستقیمی وجود دارد. همچنین، ضریب مسیر بین دو متغیر مذکور ۰,۶۳۶ می‌باشد که نشان می‌دهد با یک واحد تغییر در فعالیت‌های هماهنگی بین بخشهای خصوصی و دولتی، توسعه پایدار به اندازه‌ی ۰,۶۳۶ واحد بهبود می‌یابد.

- از آنجا که مقدار معناداری رابطه بین فعالیت‌های تبلیغاتی و بازاریابی و توسعه پایدار (۱۷,۱۳۳) بزرگتر از ۱,۹۶ می‌باشد، لذا بین این دو متغیر با اطمینان ۹۵٪ رابطه معنادار مستقیمی وجود دارد. همچنین، ضریب مسیر بین دو متغیر مذکور ۰,۵۰۷ می‌باشد که نشان می‌دهد با یک واحد تغییر در فعالیت‌های تبلیغاتی و بازاریابی، توسعه پایدار به اندازه‌ی ۰,۵۰۷ واحد بهبود می‌یابد.

- از آنجا که مقدار معناداری رابطه بین فعالیت‌های تصمیم‌گیری و توسعه پایدار (۳,۶۹۳) بزرگتر از ۱,۹۶ می‌باشد، لذا بین این دو متغیر با اطمینان ۹۵٪ رابطه معنادار مستقیمی وجود دارد. همچنین، ضریب مسیر بین دو متغیر مذکور ۰,۲۸۳ می‌باشد که نشان می‌دهد با یک واحد تغییر در فعالیت‌های تصمیم‌گیری، توسعه پایدار به اندازه‌ی ۰,۲۸۳ واحد بهبود می‌یابد.

- از آنجا که مقدار معناداری رابطه بین فعالیت‌های فرهنگی و توسعه پایدار (۷,۴۱۴) بزرگتر از ۱,۹۶ می‌باشد، لذا بین این دو متغیر با اطمینان ۹۵٪ رابطه معنادار مستقیمی وجود دارد. همچنین، ضریب مسیر بین دو متغیر مذکور ۰,۲۶۴ می‌باشد که نشان می‌دهد با یک واحد تغییر در فعالیت‌های فرهنگی، توسعه پایدار به اندازه‌ی ۰,۲۶۴ واحد بهبود می‌یابد.

- از آنجاکه مقدار معناداری رابطه بین ارزش ادراک شده و توسعه پایدار (۹,۹۳۵) بزرگتر از ۱,۹۶ می باشد، لذا بین این دو متغیر با اطمینان ۹۵٪ رابطه معنادار مستقیمی وجود دارد. همچنین، ضریب مسیر بین دو متغیر مذکور ۰,۳۴۱ می باشد که نشان می‌دهد با یک واحد تغییر در ارزش ادراک شده، توسعه پایدار به اندازه ۰,۳۴۱ واحد بهبود می‌یابد.

- از آنجاکه مقدار معناداری رابطه بین هزینه ادراک شده و توسعه پایدار (۷,۱۱۴) بزرگتر از ۱,۹۶ می باشد، لذا بین این دو متغیر با اطمینان ۹۵٪ رابطه معنادار مستقیمی وجود دارد. همچنین، ضریب مسیر بین دو متغیر مذکور ۰,۲۲۷ می باشد که نشان می‌دهد با یک واحد تغییر در هزینه ادراک شده، توسعه پایدار به اندازه ۰,۲۲۷ واحد بهبود می‌یابد.

بدین ترتیب مشخص می‌شود فعالیت‌های هماهنگی بین بخشهای خصوصی و دولتی بیشترین تاثیر و هزینه ادراک شده کمترین تاثیر را بر توسعه پایدار دارند..

پیشنهادات مقاله عبارت اند از:

در خصوص توسعه گردشگری حلال به مدیران ارشد و فعالین سازمان‌های فعال این حوزه گردشگری و تصمیم‌گیرندگان این بخش پیشنهاد می‌گردد به موارد مطرحه زیر توجه ویژه ای داشته باشند:

- اخذ تایید های بین المللی کیفیت خدمات گردشگری
- تبدیل ایران به عنوان یک برند در حوزه گردشگری حلال
- وضعیت سیستم بانکی (امکان استفاده از کارتهای اعتباری رایج در دنیا در ایران)
- ارتقای امنیت مالی و پولی گردشگران
- وضعیت حمل و نقل ریلی در ایران جهت جابجایی گردشگران
- تسهیلات حمل و نقل مناسب برای کشورهای همسایه
- وضعیت حمل و نقل جاده ای و پایانه های مسافری
- وضعیت فرودگاهها و حمل و نقل هوایی کشور
- آرایه امکانات و خدمات در سطح استانداردهای بین المللی
- رفع ضعف خدمات هتلداری و رستوران داری
- توسعه اماکن اقامتی، پذیرایی، ورزشی و تفریحی
- تقویت و گسترش ابعاد خاص گردشگری در جزیره
- ایجاد زیرساختهای اقامتی و رفاهی مطابق با الگوهای ایرانی و اسلامی
- افزایش امنیت مرزی و داخلی
- افزایش امنیت راههای ارتباطی و مواصلاتی
- جلوگیری از وقوع حوادث و رخدادهای داخلی بر علیه گردشگران بین المللی

- اخذ تایید های بین المللی کیفیت خدمات گردشگری
- وضعیت قوانین و مقررات در زمینه خصوصی سازی در صنعت گردشگری
- همکاری دولت و بخش خصوصی تهیه نقشه کانونها و مراکز گردشگری کشور
- دعوت از نمایندگان سفارتخانه ها خارجی کشورهای مسلمان جهت بازدید از مراکز گردشگری منتخب
- تبلیغات صدا و سیما در انعکاس امکانات و توانمندی های صنعت گردشگری حلال در شبکه های برون مرزی
- در نظر گرفتن مشوق های سرمایه گذاری نظیر معافیت مالیاتی در حوزه گردشگری
- تجهیز مراکز گردشگری مجهز به سالنهای غذا خوری با منوهای متنوع و متناسب با فرهنگ کشورهای مسلمان
- برگزاری نمایشگاهها و همایشهای اختصاصی در سطح بین المللی جهت شناساندن ظرفیت های گردشگری

حلال

- شرکت فعال در نمایشگاههای منطقه ای خارج از کشور
- انتشار دایمی کتابها، مقالات، کاتالوگها و عکسها از جاذبه های گردشگری منطقه
- تهیه نقشه های توریستی و بروشورهای حاوی اطلاعات مورد نیاز جهانگردان
- ایجاد سیستمی مدون جهت تبلیغات داخلی گردشگران بین المللی و معرفی فرصت های حاصله
- ارایه راهکارهای علمی بازاریابی در زمینه گردشگری حلال
- ایجاد برند برای مقصد گردشگری بهبود اقتصاد محلی
- ایجاد ارزش افزوده جدید برای تولیدات غذایی حلال
- یافتن بازارهای هدف و برنامه ریزی برای ورود و نفوذ به این بازارها با توجه به ویژگیهای اقتصادی، اجتماعی و

فرهنگی آنها

- تفویض برخی از اختیارات تصمیم گیری کشوری به استان
- افزایش ارائه آمار و اطلاعات به مدیران مربوطه
- تقویت نظارت و کنترل
- تقویت پژوهش های کاربردی
- هماهنگی سیاست ها
- حفاظت از غذاهای اصیل و سنتی
- تقویت هویت و فرهنگ های محلی
- تقویت دانش بومی در حوزه گردشگری حلال
- تشویق مشارکت محلی
- برقراری ارتباط فرهنگی بین الملل و منطقه ای
- ایجاد موقعیت های لذت بخش و سرگرمی های منطبق با اصول اسلامی

- ارتباط بیشتر بین تولیدکنندگان و مصرف کنندگان
- توانمندسازی جامعه به ویژه زنان در حوزه گردشگری
- کمک به ارتقای سلامت جامعه از طریق تولید غذای سالم و حلال
- تطابق برنامه های گردشگری حلال با خواست و توقعات گردشگران
- تضمین رعایت مسایل اسلامی گردشگران در برنامه های گردشگری حلال
- احساس همدلی و نزدیکی مسئولان گردشگران با گردشگران
- احساس رضایت گردشگران از مجموع خدمات و برنامه های گردشگری
- منطقی بودن هزینه های گردشگری حلال
- تناسب هزینه های گردشگری حلال در مقایسه با سایر گردشگری ها
- عادلانه و منصفانه بودن هزینه های گردشگری حلال
- پرداخت هزینه های گردشگری حلال، با توجه به درک فضا و گسترش اطلاعات در این ارتباط
- اشتغال پایدار برای شهروندان و عدم اتکا به مشاغل کاذب
- سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌ها منابع حیاتی شهر
- درآمدزایی پایدار برای شهر و رونق اقتصادی شهر
- کاهش بیکاری در بین اقشار جامعه شهری
- صرفه جویی منابع و انرژی
- ایجاد صرفه های کلان اقتصادی
- توزیع مناسب خدمات و کالاها
- سرمایه‌گذاری روی پروژه‌های کارآفرین و نوین در شهر
- سرمایه‌گذاری روی ایجاد مکان‌های مفرح و شادی‌آور
- وجود مکان‌های یادمانی گردشگری در محیط شهر
- حمایت از سرزندگی اجتماعی و ایجاد مکان‌های تفریحی
- برخورداری از محلات سرزنده و هویت‌بخشی اجتماعی
- ارائه خدمات فرهنگی و اجتماعی به شهروندان
- حمایت از سلامتی و ایمنی اجتماعی در فضاهای شهری
- افزایش تعداد فعالین مستقیم و غیر مستقیم در حوزه گردشگری حلال
- افزایش تعداد مراجعه گردشگران مسلمان
- ارتقای جایگاه گردشگری کشور در جهان و منطقه
- حمایت از شاخص‌های کیفیت زندگی شهروندان

منابع

- ایمانی، نعمت‌اله و هادی احمدی. (۱۳۹۷). بررسی اهمیت گردشگری در توسعه وضعیت اقتصادی مردم استان خراسان شمالی، اولین همایش ملی مدیریت و اقتصاد با رویکرد اقتصاد مقاومتی، مشهد، دانشگاه پیام نور خراسان رضوی.
- دامن باغ، صفیه و صفایی پور، مسعود (۱۳۹۶) "بررسی توسعه گردشگری حلال در ایران" نشریه میراث و گردشگری، دوره ۲، شماره ۶ تا ۷۱ تا ۹۷.
- دل افروز، نرگس و سلیمی نیا، احسان. (۱۳۹۶). ارزیابی عوامل موثر بر نگرش جامعه میزبان به گردشگری و حمایت از توسعه آن. فصلنامه مطالعات جغرافیا، عمران و مدیریت شهری ۳.
- Akroush, M. N., Akroush, M. N., Jraisat, L. E., Jraisat, L. E., Kurdieh, D. J., Kurdieh, D. J., ... & Qatu, L. T. (2016). Tourism service quality and destination loyalty—the mediating role of destination image from international tourists'
- Buonicontri, P., Morvillo, A., Okumus, F., & van Niekerk, M. (2017). Managing the experience co-creation process in tourism destinations: Empirical findings from Naples. *Tourism Management*, 62, 264-277
- Boley, B. B., McGehee, N. G., Perdue, R. R., & Long, P. (2014). Empowerment and resident attitudes toward tourism: Strengthening the theoretical foundation through a Weberian lens. *Annals of Tourism Research*, 49(1), 33e50
- Chang, L. L., F. Backman, K., & Chih Huang, Y. (2014). Creative tourism: a preliminary examination of creative tourists' motivation, experience, perceived value and revisit intention. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 8(4), 401-419.
- Chen, C. C., & Petrick, J. F. (2016). Vacation Recovery Experiences on Life Satisfaction. *Travel and Tourism Research Association: Advancing Tourism Research Globally*. 29.7.
- Gursoy, D., & Rutherford, D. (2004). Host attitudes toward tourism: An improved structural model. *Annals of Tourism Research*, 31(3), 495e516.
- Gursoy, D., Chi, C. G., & Dyer, P. (2010). Locals' attitudes toward mass and alternative tourism: The case of Sunshine Coast, Australia. *Journal of Travel Research*, 49(3), 381e394.
- Ribeiro, M. A., Pinto, P., Silva, J. A., & Woosnam, K. M. (2017). Residents' attitudes and the adoption of pro-tourism behaviours: The case of developing island countries. *Tourism Management*, 61, 523-537
- Stylidis, D., & Terzidou, M. (2014). Tourism and the economic crisis in Kavala, Greece. *Annals of Tourism Research*, 44, 210e226.
- Woosnam, K. M. (2012). Using emotional solidarity to explain residents' attitudes about tourism and tourism development. *Journal of Travel Research*, 51(3), 315e327.