

## گردشگری حلال و "فرصتها و چالشهای آن در ایران"

نرگس خاتون بزرگ عقیده<sup>\*۱</sup>

۱- مدیریت بازرگانی گردشگری دانشگاه کرالا، کرالا، هند

پذیرش مقاله: ۱۳ مهر ۹۹

دریافت مقاله: ۲ تیر ۹۹

## چکیده

پژوهش حاضر با توجه به رشد روزافزون گردشگران مسلمان در جهان تألیف شده است و هدف این پژوهش معرفی بازار گردشگری حلال و شناخت چالشها و فرصتهای ایران در این بازار است. با در نظر گرفتن افزایش مسافرت مسلمانان، یک فرصت عظیم در صنعت گردشگری برای همه ذینفعان به وجود آمده است که نیاز به بررسی، درک و رفع احتیاجات فرهنگی و مذهبی مسافران مسلمان برای ایجاد محصولات و خدمات متناسب با آنها را دارد. بنابراین در این راستا به بررسی عوامل مؤثر در گردشگری حلال و همچنین رتبه ایران در جهان با توجه به "گزارش سالانه شاخص سفر جهانی مسلمانان در سال ۲۰۱۹" پرداخته‌ایم و از آنجا که گردشگری حلال به سریع‌ترین رشد نوع گردشگری در صنعت سفر جهانی رسیده است، نیاز به مطالعه و مقایسه با سایر کشورهای مسلمان در این نوع گردشگری و شناخت فرصتها و معرفی چالشها را دارد تا با اهتمام دولت هرچه سریع‌تر چالشها تبدیل به فرصت شده و ایران در رتبه بالاتری در گردشگری حلال قرار بگیرد.

کلمات کلیدی: حلال، گردشگری حلال، گردشگران مسلمان، صنعت گردشگری، عوامل مؤثر در گردشگری حلال

## مقدمه:

گردشگری، به عنوان عاملی مهم در رشد اقتصادی و اشتغال‌زایی، در طی سالیان اخیر به شکل فزاینده‌ای به یک نیاز مهم اجتماعی تبدیل شده است. در برخی از کشورها گردشگری مهم‌ترین کالا در کسب و کار بین‌المللی شان است [۱]، لذا این امر موجب ایجاد شکل‌های جدیدی از گردشگری در جهان گردیده که یکی از آنها گردشگری حلال است.

\*نویسنده مسئول: نرگس خاتون بزرگ عقیده، آدرس پست الکترونیکی: bozorgaghide@yahoo.com، شماره تماس:

۰۲۱۶۶۹۴۵۸۷۰

[view Journal](#)

<https://doi.org/10.30502/h.2021.236159.1022>



This paper is open access under [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International license](#)

همیشه به معنای گردشگری اسلامی نیست، زیرا قصد مذهبی شرط لازم برای سفر نیست، به عبارت دیگر "گردشگری حلال" مسافرتی است که توسط مسلمانان باهدف توریستی یا تفریحی یا کاری، در کشورهای اسلامی یا غیر اسلامی انجام می‌شود و به‌طور خاص توسط شرع ممنوع نشده است.

#### اهمیت مطالعه

امروزه بیش از یک‌پنجم جمعیت جهان را مسلمانان تشکیل می‌دهند. یعنی از میان ۷/۴ میلیارد جمعیت جهان، ۱/۶ میلیارد پیرو دین مبین اسلام هستند [۵] و بسیاری از آنها در مناطقی زندگی می‌کنند که رشد و توسعه اقتصادی سریع دارند، یعنی آسیا و خاورمیانه. و این باعث افزایش سرمایه‌گذاری و همچنین افزایش هزینه‌های مصرف‌کننده شده است که از میانگین جهانی فراتر رفته است. با رشد اقتصاد اسلامی که کشورهایی در آسیا و خاورمیانه در پیش گرفته‌اند، بسیاری از کشورها چه مسلمان و چه غیر به دنبال جذب مسافران مسلمان هستند.

طبق تحقیقات مستر کارت و رتبه‌بندی هلال، پیش‌بینی می‌شود بیش از ۲۳۰ میلیون گردشگر مسلمان، سفر خود را تا سال ۲۰۲۶ در داخل و خارج از کشورشان آغاز کنند. در آن زمان مسافران مسلمان ۳۰۰ میلیارد دلار به اقتصاد جهانی تزریق خواهند کرد. بنابراین عامل اصلی مطالعه گردشگری حلال را می‌توان رشد جمعیت، رشد جمعیت جوان و رشد طبقه متوسط در کشورهای مسلمان دانست و همچنین سرعت بالای نوآوری در تکنولوژی، افزایش اشتیاق فعالیت اجتماعی جمعیت مسافران در سراسر جهان را تغییر داده است. افزایش دسترسی به اطلاعات سفر، افزایش خدمات و امکانات مسافرت مسلمان‌پسند نیز باعث افزایش تمایل سفر در این مناطق مسلمان‌نشین شده است و بازار سفر مسلمانان را در سال‌های اخیر

جمعیت مسلمانان نرخ رشد بالایی دارد و برعکس نرخ رشد در دیگر کشورها، باعث افزایش هزینه‌های گردشگران مسلمان شده است. بیش از ۱/۶ میلیارد نفر مسلمان در سراسر جهان وجود دارد [۳] و اسلام دومین دین از ادیان به لحاظ جمعیت در دنیا به حساب می‌آید، لذا توجه به نیازهای مسلمانان در سراسر جهان بیش‌ازپیش اهمیت یافته است.

هرچند از نظر تاریخی بخش بزرگی از سفرهای اسلامی را دلایل شرعی، مانند زیارت سالانه حج، باعث شده است [۴] ولی طی چند سال گذشته مسلمانان مانند سایر افراد در سراسر جهان در حال کشف مکان‌های جدید و کسب تجربه‌های معتبر و منحصر به فرد در سفر هستند که تا حدودی از حالت زیارتی متفاوت است.

این تمایل به کشف و تجربه در مسافران مسلمان، گردشگری حلال را به یکی از سریع‌ترین بخش‌های رشد در صنعت گردشگری تبدیل کرده است. در بازار گردشگری، گردشگری "حلال" به‌وضوح در حال رشد است، بنابراین گردشگری حلال در حال تبدیل شدن به یکی از محصولات جدید در صنعت گردشگری است که می‌تواند در بازار مسلمانان یا غیر آنان قابل توجه باشد. هنوز این بازار نسبتاً بدون استفاده باقی مانده و یک فرصت عظیم برای همه ذینفعان در این حوزه است. هتل‌ها و تور اپراتورها برای استفاده از این فرصت، جهت ایجاد محصولات و خدمات متناسب، به درک و رفع نیازهای فرهنگی و مذهبی مسافران مسلمان نیازمندند. آنها باید بدانند گردشگران مسلمان به دنبال مقصدی هستند که نیازهایشان را از نظر رژیم غذایی، لباس یا آداب‌ورسوم برآورده کند. بنابراین با توجه به توضیحات داده می‌توان گفت اگر تمام فعالیت‌ها، امکانات، اقدامات و اهداف سفر طبق تعالیم اسلامی مجاز باشد، می‌توان از این فعالیت به‌عنوان گردشگری حلال یاد کرد. گردشگری حلال

هر چند مفهوم متداول‌تری از واژه‌ی حلال در غذا و نوشیدنی هست که استانداردهای خاص خود را در پردازش، ساخت، تولید، بسته‌بندی و ذخیره مواد غذایی دارد. اما بخش‌های اقتصادی نوظهور دیگری نیز مانند گردشگری حلال، لوازم آرایشی و بهداشتی حلال، داروسازی حلال، مد و لباس، ادبیات اسلامی و غیره با رشد پایدار وجود دارند که باهدف ارائه خدمات و محصولات مناسب به میلیون‌ها مشتری مسلمان شکل گرفته‌اند.

حلال، کلمه‌ای که در قرن جدید به دلیل نرخ رشد بالای جمعیت مسلمانان، و نرخ رشد طبقه متوسط در کشورهای مسلمان و برای پاسخگویی به یک سری چالش‌ها و فرصت‌ها، در روابط بین‌الملل و تجارت امروز به یک واقعیت جهانی و بین‌المللی تبدیل شده است. بنابراین از آنجا که اسلام در هر رفتاری از زندگی انسان رهنمودهایی را ارائه می‌دهد و گردشگری، این بخش حیاتی اکثر اقتصادهای امروزی، نیز از این قاعده مستثنا نیست.

بر اساس مطالعه‌ای که توسط سازمان WTM (۲۰۰۷) انجام گرفته است؛ "گردشگری حلال به‌عنوان گردشگری مذهبی متمرکز معرفی می‌شود (۲۰۰۷)، و شکیری (۲۰۰۶) نیز در مطالعه خود ادعا می‌کند که گردشگری اسلامی فراتر از محدودیت‌های مذهبی است و می‌تواند هر نوع گردشگری که خلاف قانون شریعت نباشد را شامل شود [۸]؛ بنابراین می‌توان گفت گردشگری حلال زیرمجموعه‌ای از گردشگری است که به خانواده‌های مسلمان اختصاص دارد و هنگامی که مسلمانان برای اوقات فراغت کمتر از یک سال به مقصد دیگری سفر می‌کنند، این سفر به عنوان گردشگری حلال تلقی می‌شود. اگر تمام فعالیت‌ها، امکانات، اقدامات و اهداف، طبق تعالیم اسلامی مجاز باشد، می‌توان از این فعالیت به‌عنوان گردشگری حلال یاد کرد. گردشگری حلال همیشه به معنای گردشگری اسلامی نیست، زیرا قصد مذهبی صرفاً شرط لازم برای سفر نیست. به‌عبارت‌دیگر "گردشگری حلال" مسافرتی است که توسط

دستخوش تغییرات چشمگیری کرده است [۶] که این رشد فزاینده بالقوه در منطقه‌ای جغرافیایی مبتنی بر دین و فرهنگ اسلامی است.

### هدف از مطالعه

در این مقاله مباحث گردشگری حلال با اشاراتی خاص به ایران و وضعیت ایران در جذب گردشگر حلال، مورد بحث قرار گرفته است. چگونه ایران به‌عنوان یک کشور اسلامی می‌تواند سهم بیشتری از بازار گردشگری حلال داشته باشد؟ اهداف خاص این مطالعه عبارت‌اند از:

۱. درک مفهوم گردشگری حلال

۲. بررسی فرصت گردشگری حلال در ایران

۳. درک چالش‌های صنعت گردشگری حلال در ایران.

### روش تحقیق

روش مطالعه در این مقاله، توصیفی و عمدتاً مبتنی بر داده‌های ثانویه است که از سایت‌های رسمی گردشگری، کتاب‌های مربوط به جهانگردی، مجلات و مقالات مختلف، مقالات ارائه شده در مورد گردشگری، گزارش‌های سالانه از وزارت گردشگری و سایر کانال‌های مهم و معتبر اطلاع‌رسانی، جمع‌آوری شده است.

### گردشگری حلال؛ و جامعه امروز

همان‌طوری که در تعریف حلال ذکر شد حلال به معنی "مجوزی" است برای استفاده یا انجام کاری و این عبارت فقط محدود به غذاها و نوشیدنی‌ها نیست بلکه تمام شئون زندگی مسلمانان را دربر می‌گیرد. به‌طور کلی اسلام قوانین بسیاری برای زندگی روزمره و روابط انسانی دارد. منبع اول این قوانین قرآن و منبع دوم احادیث و روایات از سخنان یا اعمال پیامبر اکرم و امامان است. در اسلام، هر چیزی که برای بدن، ذهن، روح یا جامعه مضر تلقی شود، ممنوع و حرام است، درحالی‌که هر چه سودمند باشد مجاز و حلال است. این دو کلمه یعنی حرام و حلال، عبارت‌هایی هستند که همه‌ی شئون زندگی یک مسلمان را پوشش می‌دهد و فقط محدود به غذاها و نوشیدنی‌ها نیستند.

میزان اهمیت این نیازها در بین مسلمانان متفاوت است و اکثر مسافران مسلمان خواستار رعایت آن هستند. بنابراین گردشگری حلال به ارائه محصول و خدمات توریستی اشاره دارد که نیازهای مسافران مسلمان در مورد عبادت، غذا و... را متناسب با آموزه‌های اسلامی در تمام مراحل سفر برآورده کند.

برای ارائه کیفیت خدمات خوب در گردشگری حلال، باید در نظر گرفت چگونه نیازهای ایمان محور آنها را می‌توان به بهترین وجه در همه مراحل تأمین و ادغام کرد. بر اساس یافته‌های نظرسنجی که در آن از شرکت‌کنندگان خواسته شد تا مکان‌هایی را که باید دارای خدمات مناسب برای مسلمانان باشند، امتیاز دهند. این مکان‌ها در ۳ گروه طبقه‌بندی شدند:

- اولویت اول شامل فرودگاه‌ها و هتل‌ها است.
- اولویت دوم شامل مکان‌های برگزاری مراسم، مراکز خرید و جاذبه‌های دیدنی است.
- اولویت سوم شامل مکان‌های استراحت بزرگراه‌ها، هواپیماها و ایستگاه‌های راه‌آهن است [۱۲].

با توجه به شاخص‌های تعریف شده درباره‌ی نیاز گردشگران مسلمان، مجریان گردشگری حلال، برنامه سفر را باید طوری برنامه‌ریزی کرده باشند که در طول سفر برای گردشگر مسلمان چه در مسیر و چه در اتاق‌های هتل و چه در مراکز تفریحی امکان خواندن نماز فراهم باشد. هتل‌های با لوگوی حلال بیانگر این امر است که امکاناتی مانند دستشویی مناسب و اتاق‌های با نشان قبله بر روی سقف و برنامه‌ی زمان اذان‌ها و جانمایی برای مسافری و امکانات رفاهی جداگانه‌ای برای بانوان از جمله (استخر، ماساژ، خدمات زیبایی) فراهم شده است. به طور کلی تمام عناصر گردشگری باید در نوع گردشگری حلال با توجه به نیاز مسلمانان تهیه شود و این امر در زمینه‌های تفریحی و رفاهی نیز صدق می‌کند.

مسلمانان با هدف توریستی یا تفریحی یا کاری در کشورهای اسلامی یا غیر اسلامی انجام می‌شود، که به طور خاص توسط شرع ممنوع نیست [۹].

در تفاوت بین اصطلاحات گردشگری "اسلامی یا مذهبی" با "گردشگری حلال"، باید گفت؛ گردشگری حلال گسترده‌تر از گردشگری مذهبی است.

وقتی مسلمانان به دلایل مذهبی و یا بازدید از اماکن مذهبی اسلامی سفر کنند، گردشگری اسلامی یا مذهبی انجام داده‌اند، مانند سفر حج و عمره که زیر مجموعه سفرهای اسلامی است. ولی گردشگری که بر اساس ارزش‌های شرعی اسلامی که مربوط به خانواده‌های مسلمان با اهداف گوناگون صورت می‌گیرد، گردشگری حلال است. بنابراین می‌توان گفت گردشگری اسلامی زیرمجموعه گردشگری حلال است [۱۰].

گردشگری حلال زیر مجموعه‌ای از بازار گردشگری است و عناصر گردشگری در تمام انواع گردشگری عبارت‌اند از: حمل و نقل، اقامت، خدمات کترینگ، جاذبه‌های گردشگری و امکانات رفاهی فرعی برای مسافران. عناصر گردشگری حلال نیز متفاوت از دیگر انواع گردشگری نیست. لذا گردشگری حلال و خدمات مهمان‌نوازی در تمام مراحل سفر از جمله در خطوط هوایی، هتل‌ها، جاذبه‌های گردشگری و امکانات رفاهی باید عناصر گردشگری را برای رفاه حال گردشگران مسلمان رعایت و فراهم کند. در این راستا در سال ۲۰۱۹، رتبه بندی حلال، نه نیاز اساسی مبتنی بر دین اسلام شناسایی شد که بر رفتار مصرفی مسافران مسلمان تأثیر می‌گذارد که عبارت‌اند از: (۱) غذای حلال (۲) امکانات نماز (۳) سرویس بهداشتی مناسب (۴) عدم اسلام‌هراسی (۵) علل اجتماعی (۶) خدمات ماه رمضان (۷) تجارب محلی مسلمانان (۸) فضاهای تفریحی با حریم خصوصی (۹) عدم خدمات غیر حلال [۱۱]

است و ششمین کشور پرجمعیت در بین کشورهای اسلامی است [۱۵]. بر طبق آخرین سرشماری مرکز آمار ایران در بازه زمانی ۹۰-۹۵ از کل جمعیت ایران یعنی ۷۵۱۴۹۶۶۹ نفر، ۷۴۶۸۲۹۳۸ نفر مسلمان و ۱۱۷۷۰۴ نفر مسیحی، ۲۵۲۷۱ نفر زرتشتی، ۸۹۵۶ نفر یهودی و ۴۹۱۰۱ نفر متفرقه است [۱۶]. یعنی از ۷۹ میلیون کل جمعیت ۷۵ میلیون مسلمان و فقط ۴/۷ میلیون از جمعیت آن را اقلیت های مذهبی تشکیل می دهند. بنابراین، این ویژگی ها و ظرفیت ها از یک طرف موجب برنامه ریزی و طراحی مکان های شهری و رستوران ها و هتل ها تحت تأثیر دین مبین اسلام شده است و از طرف دیگر عواملی مانند نبود اسلام هراسی و علل اجتماعی و تجارب محلی مسلمانان، تمام نه نیاز برشمرده شده در رتبه بندی حلال را پوشش می دهد. علاوه بر امکانات برشمرده شده، ایران دارای تاریخچه غنی فرهنگی با ۲۴ اثر ثبت شده در فهرست جهانی یونسکو است و یکی از مقاصد جذاب گردشگری به حساب می آید و لیست فهرست جهانی یونسکو عبارت است از:

گردشگری حلال پتانسیل و چالش های آن در ایران در این قسمت به هدف مطالعه و بررسی پتانسیل های و چالش های ایران در گردشگری حلال می پردازیم. همان گونه که گفته شد یکی از عوامل اصلی مطالعه گردشگری، رشد جمعیتی است که در کشورهای مسلمان رخ داده است. لذا جمعیت مسلمانان در جهان و ایران را بررسی می کنیم. طبق مرکز تحقیقات پیو، جمعیت مسلمانان در سال ۲۰۱۵ (میلادی)، ۱/۸ میلیارد نفر اعلام شده است [۱۳] که ۲۴٪ از جمعیت جهان را تشکیل می دهد. حدود ۶۲٪ مسلمانان جهان برابر یک میلیارد نفر در جنوب و جنوب شرقی آسیا زندگی می کنند. بیشترین جمعیت مسلمانان به ترتیب در کشورهای اندونزی، پاکستان، هندوستان، بنگلادش، ایران و ترکیه است و کشورهای عربی خلیج فارس و جنوب غربی آسیا حدود ۲۰٪ از جمعیت مسلمانان را در خود جای داده اند [۱۴]. ایران با بیش از ۸۳ میلیون نفر در رتبه ۱۸ جهان در سال ۹۹ به لحاظ جمعیت قرار دارد و حدود ۴/۶٪ از کل جمعیت مسلمانان جهان را در خود جای داده

#### بیست و چهار اثر ثبت شده ایران در فهرست جهانی یونسکو

۱	گروهی از صومعه های ارمنی ایران	۱۳	پرسپولیس یا تخت جمشید
۲	بم و چشم انداز فرهنگی آن	۱۴	شهر سوخته
۳	بیستون	۱۵	منظره باستان شناسی ساسانی منطقه فارس: سروستان، بيشاپور و فیروزآباد.
۴	چشم انداز فرهنگی میمند	۱۶	آرامگاه شیخ صفی الدین اردبیلی
۵	کاخ گلستان	۱۷	سیستم تاریخی هیدرولیک شوشتر
۶	گنبد قابوس	۱۸	سلطانیه
۷	جنگل های هیرکانی	۱۹	بازار تاریخی تبریز نقطه استراتژیک در جاده ابریشم
۸	شهر تاریخی یزد	۲۰	شوش: کاخ اردشیر، تپه های باستانی شوش
۹	کویر لوت	۲۱	تخت سلیمان
۱۰	مسجد جامع اصفهان	۲۲	چغازنبیل: مجموعه باستانی ایلامی
۱۱	میدان نقش جهان	۲۳	باغ ایرانی: نه باغ در استان های مختلف
۱۲	پاسارگاد پایتخت اولین امپراتوری هخامنشی	۲۴	سیستم قنات ایرانی، شامل یازده قنات در مناطق خشک ایران [۱۷].

علاوه بر مکان‌های تاریخی ثبت شده در یونسکو، ایران از منابع طبیعی متنوعی نیز بهره می‌برد که از آن جمله مناطق کوهستانی سبز و ساحلی در شمال، مناطق مسطح و ساحلی با جزایر گرم و حیرت‌آور در جنوب و مناطق کویری در مرکز و انواع چشمه‌های آب گرم در مناطق مختلف را می‌توان نام برد که ایران را به یکی از غنی‌ترین کشورهای جهان به لحاظ جاذبه‌های گردشگری تبدیل کرده است.

جدول شماره ۱ تعداد گردشگران ورودی به ایران به تفکیک کشور مبدأ [۱۹]

نام کشور	سال ۹۶		سال ۹۷	
	تعداد ورودی	درصد	تعداد ورودی	درصد
عراق	۱۳۵۶۱۸۷	٪۳۶٫۵۲	۲۵۹۸۲۳۰	٪۳۳٫۲۹
آذربایجان	۹۵۹۶۵۳	٪۱۸٫۷۷	۱۸۲۹۴۳۴	٪۲۳٫۴۴
افغانستان	۸۶۰۰۷۹	٪۱۶٫۸۲	۱۰۳۴۲۷۵	٪۱۳٫۲۵
ترکیه	۵۷۳۸۴۹	٪۱۱٫۲۲	۹۴۷۰۳۳	٪۱۲٫۱۴
پاکستان	۲۷۳۲۷۳	٪۵٫۳۴	۳۰۴۶۷۷	٪۳٫۹۰
ترکمنستان	۱۴۹۹۴۹	٪۲٫۹۳	۱۷۰۹۸۴	٪۲٫۱۹
ارمنستان	۳۰۷۰۶	٪۰٫۶۰	۱۶۳۶۹۳	٪۲٫۱۰
بحرین	۸۸۰۱۲	٪۱٫۷۲	۷۸۹۸۶	٪۱٫۰۱
کویت	۷۸۱۴۰	٪۱٫۵۳	۷۱۲۶۱	٪۰٫۹۱
هند	۷۲۸۰۹	٪۱٫۴۲	۶۸۱۸۳	٪۰٫۸۷
چین	۶۸۹۶۹	٪۱٫۳۵	۵۲۲۵۵	٪۰٫۶۷
لبنان	۴۱۶۸۲	٪۰٫۸۲	۴۶۱۸۹	٪۰٫۵۹
عمان	۲۰۹۴۳	٪۰٫۴۱	۴۳۵۶۰	٪۰٫۵۶
المان	۶۲۹۵۸	٪۱٫۲۳	۳۹۵۵۷	٪۰٫۵۱
گرجستان	۳۱۶۹۱	٪۰٫۶۲	۳۵۹۰۲	٪۰٫۴۶
روسیه	۳۰۱۳۴	٪۰٫۵۹	۳۲۴۱۵	٪۰٫۴۲
فرانسه	۴۳۱۶	٪۰٫۰۸۹	۲۶۹۲۶	٪۰٫۳۵
عربستان	۱۲۵۲۹	٪۰٫۲۵	۲۰۴۰۸	٪۰٫۲۶
ایتالیا	۳۲۰۶۱	٪۰٫۶۳	۱۹۵۰۰	٪۰٫۲۵
امارات	۴۳۰۶۳	٪۰٫۸۴	۱۸۸۸۰	٪۰٫۲۴
جمع کل	۷۲۹۷۹۷۶	٪۱۰۰		

منبع: سالنامه آماری سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری ۱۳۹۷

همان‌طور که مشاهده می‌کنید نرخ ورودی گردشگران بیشتر از کشورهای مسلمان است و به ترتیب عراق، آذربایجان، افغانستان، ترکیه و پاکستان بیشترین گردشگران ورودی به ایران را تشکیل داده‌اند. به طور کلی از تعداد کل ۷۲۹۷۹۷۶ مسافر ورودی در سال ۹۷، معادل ۷۰۵۹۱۴۰ نفر از کشورهای مسلمان بوده‌اند که ۹۴،۳۴٪ از کل مسافران را تشکیل می‌دهند. این ارقام خود بیانگر تعداد قابل ملاحظه مسافر ورودی از کشورهای مسلمان است و پتانسیل و تمایل ایران در جذب گردشگران مسلمان را نشان می‌دهد. ایران با توجه به پیشینه و فرهنگ اسلامی ایرانی، قدرت مانور بیشتری در گردشگری حلال می‌تواند داشته باشد.

با توجه به شناخت تمایل ایران در ورود گردشگران مسلمان در این قسمت به بررسی شرایط بازار ایران در

مقایسه با دیگر کشورهای مسلمان در رتبه جهانی می‌پردازیم. در صنعت گردشگری رقابت فرایندی بسیار فعال و پویا است و مدیران بازاریابی می‌بایست به‌طور مداوم فعالیت‌های رقبا را بررسی کنند تا بتوانند اقدامی شایسته و متناسب را ارائه دهند. [۲۰] پس شناسایی رقبا و فعالیت‌های آن‌ها برای درک مناسب‌تری از بازار گردشگری حلال و اقدام شایسته و کارآمد در زمان مناسب بسیار ضروری است. پروفایل مسافران مسلمان در گذشته اغلب بیش از حد ساده توصیف می‌شد و تا چند سال پیش، سفر مسلمانان در درجه اول معطوف به چند مقصد خاص بود. در حالی که در طی دو دهه گذشته رفتار و پروفایل مسافران مسلمان تغییر کرده است [۲۱]. لذا در زیر به بررسی مقاصد گردشگری مسلمانان می‌پردازیم.

جدول شماره ۲ رتبه مقاصد گردشگری کشورهای اسلامی میان گردشگران مسلمان [۲۲]

رتبه در سال ۲۰۱۹	مقصد	امتیاز	رتبه در GMTI سال ۲۰۱۹	مقصد	امتیاز
۱	مالزی	۷۸	۱۱	ایران	۶۳
۱	اندونزی	۷۸	۱۳	مصر	۶۱
۳	ترکیه	۷۵	۱۴	کویت	۶۰
۴	عربستان	۷۲	۱۵	تونس	۵۹
۵	امارات	۷۱	۱۵	پاکستان	۵۹
۶	قطر	۶۸	۱۷	الجزایر	۵۶
۷	مراکش	۶۷	۱۷	لبنان	۵۶
۸	بحرین	۶۶	۱۷	بنگلادش	۵۶
۸	عمان	۶۶	۱۸	مالدیو	۵۵
۱۰	برونئی	۶۵	۱۸	ازبکستان	۵۵
۱۱	اردن	۶۳	۱۹	قزاقستان	۵۴
			۲۰	آذربایجان	۵۳

منبع: Report Master Card Crescent Rating GMTI

در جدول شماره دو، لیست بیست و سه مقصد برتر از ۷۰ به ترتیب رتبه‌های اول تا پنجم را در مقاصد کشورهای مسلمان در گردشگری حلال دیده می‌شود. این لیست جایگاه ما و رقیب‌هایمان و تمایل سفر مسلمانان در بازار گردشگری حلال را نشان می‌دهد. در بین این کشورهای مسلمان برتر در گردشگری حلال، ایران با امتیاز ۶۳ در رتبه یازده قرار گرفته و کشورهای مالزی، اندونزی، ترکیه، عربستان و امارات با کسب امتیاز بالاتر از

جدول شماره ۳ جدول مقایسه‌ای رتبه و میزان سایت‌های تاریخی ثبت‌شده در یونسکو [۲۳، ۲۴]

رتبه GMTI در سال ۲۰۱۹	مقصد	تعداد مراکز ثبت‌شده در فهرست میراث جهانی	رتبه GMTI در سال ۲۰۱۹	مقصد	تعداد مراکز ثبت‌شده در فهرست میراث جهانی
۱	مالزی	۴	۱۱	ایران	۲۴
۱	اندونزی	۹	۱۳	مصر	۷
۳	ترکیه	۱۸	۱۴	کویت	
۴	عربستان	۵	۱۵	تونس	۸
۵	امارات	۱	۱۵	پاکستان	۶
۶	قطر	۱	۱۷	الجزایر	۷
۷	مراکش	۹	۱۷	لبنان	۵
۸	بحرین	۳	۱۷	بنگلادش	۳
۸	عمان	۵	۱۸	مالدیو	
۱۰	برونئی		۱۸	ازبکستان	۵
۱۱	اردن	۵	۱۹	قزاقستان	۵
			۲۰	آذربایجان	۳

منبع : <https://whc.unesco.org/en/list/> + report master card crescent rating GMTI



جدول فوق مقایسه‌ای از تعداد سایت‌های تاریخی ثبت شده هر کشور در یونسکو و رتبه دریافت شده در گردشگری حلال را نشان می‌دهد. ایران با ۲۴ سایت ثبت شده در یونسکو در بین ۲۳ کشور مسلمان در جهانگردی حلال رتبه نخست را دارد، اما متأسفانه کشور ایران با این همه میراث غنی و امکانات مناسب اسلامی در جذب گردشگر حلال در سال ۲۰۱۹ در رتبه ۱۱ قرار گرفته است.

در شاخص جهانی سفر مسلمانان (GMTI) در سال ۲۰۱۹ مبتنی بر رتبه بندی حلال "مدل ACES" چهار عامل در رتبه بندی مقاصد گردشگری بررسی شده است که عبارت‌اند از:

- سهولت دسترسی به مقصد
  - ارتباط داخلی و خارجی مقصد
  - محیط مقصد
  - خدمات ارائه شده در مقصد
- هر یک از این عوامل کلیدی با استفاده از اندازه‌گیری‌های کمی در چندین معیار فرعی ارزیابی می‌شوند که در زیر به بررسی معیار فرعی در چهار عامل اصلی می‌پردازیم.

- سهولت دسترسی در مقصد: الزامات ویزا، اتصالات، زیرساخت‌های حمل و نقل
- ارتباطات: دسترسی در تماس، سهولت ارتباطات، حضور دیجیتال
- محیط: امنیت و محدودیت‌های اعتقادی
- خدمات: نیازهای اصلی (غذای حلال و امکانات نماز)، خدمات اصلی (هتل‌ها و فرودگاه‌ها)، تجربه‌های بی‌نظیر [۲۷]

با توجه به عوامل فوق شرایط ایران و مقاصد برتر گردشگری حلال در معیارهای ارزیابی ACES بررسی می‌کنیم.

رتبه نخست را دارد، اما متأسفانه کشور ایران با این همه میراث غنی و امکانات مناسب اسلامی در جذب گردشگر حلال در سال ۲۰۱۹ در رتبه ۱۱ قرار گرفته است. گردشگری پدیده‌ای منحصر به فرد است که با میزان بازدیدکنندگان تعریف می‌شود [۲۵]. لذا در مطالعه گردشگری رویکرد دستگاهی از اهمیت والایی برخوردار است و گردشگری مجموعه‌ای از سیستم‌ها و عناصر بهم پیوسته است که به شکل یک کل و پیکر واحد سازمان‌دهی شده است [۲۶]. بنابراین علاوه بر جاذبه‌های گردشگری برشمرده شده در بازار گردشگری حلال، شاخص‌ها و عناصر دیگری نیز در رتبه‌بندی مؤثر هستند و در ادامه به آنها می‌پردازیم.

در این مرحله به این نکته می‌پردازیم که چرا ایران با این همه جاذبه گردشگری در رتبه ۱۱ مقاصد گردشگری حلال قرار گرفته است. لذا به بررسی شاخص سفر جهانی مسلمانان در سال ۲۰۱۹ می‌پردازیم تا چالش ایران در این شاخص‌ها را دریابیم.

جدول شماره ۴ رتبه و امتیاز ۲۳ مقصد برتر گردشگری حلال در مدل ACES [۲۸]

مقصد	رتبه ۲۰۱۹	امتیاز ۲۰۱۹	محیط			خدمات					ارتباطات			دسترسی			
			کیفیت آبوهوا	امنیت	محدودیت‌های اعتقادی	اقتصاد داخلی	رستوران	محل نماز	فرودگاه	تجربه منحصر به فرد	هتل	ارتباطات آسان	حضور دیجیتال	دسترسی	ارتباط	درخواست ویزا	زیرساخت‌های حمل و نقل
مالزی	1	78	62	91	100	53	92	100	100	9	72	95	92	45	47	90	84
اندونزی	1	78	44	91	100	28	95	100	100	35	59	84	67	98	29	92	69
ترکیه	3	75	50	94	100	87	76	100	100	81	53	19	68	65	70	74	75
عربستان	4	72	57	88	100	67	95	100	100	18	64	54	46	36	76	47	76
امارات	5	71	70	94	100	52	80	100	100	11	67	46	39	41	65	73	88
قطر	6	68	61	100	100	17	90	100	100	12	53	62	37	26	50	92	85
مراکش	7	67	45	94	67	66	77	100	100	30	52	49	59	25	37	82	71
بحرین	8	۶۶	48	88	100	59	70	100	100	12	44	69	35	25	38	66	75
عمان	8	66	55	97	100	28	80	100	100	13	47	61	35	38	60	61	84
برونئی	10	65	55	97	100	6	90	100	100	10	52	79	35	31	20	76	70
ایران	12	63	41	85	100	41	85	100	100	48	34	25	15	38	52	66	55
اردن	12	63	43	88	100	39	80	100	100	32	38	74	31	25	40	72	67
مصر	14	61	32	82	100	26	85	100	100	55	39	67	34	25	40	61	72
کویت	15	60	45	94	100	17	80	100	100	5	47	64	31	23	49	62	58
تونس	16	59	51	88	100	39	80	100	100	27	35	70	16	25	33	82	57
پاکستان	16	59	17	82	100	26	89	100	100	26	35	28	34	38	38	44	61
الجزایر	19	56	37	79	100	37	89	100	100	50	27	53	31	25	31	43	۵۵
لبنان	19	56	36	88	100	23	70	100	100	10	35	70	31	20	36	68	49
بنگلادش	19	56	21	85	100	3	80	100	100	10	45	20	31	34	38	61	52
مالدیو	22	55	33	94	100	4	84	100	100	10	46	40	26	25	23	69	58
ازبکستان	22	55	39	94	100	40	70	80	100	31	34	12	18	38	35	77	53
قزاقستان	24	54	47	94	83	54	81	90	100	18	30	13	16	28	27	76	59
آذربایجان	25	۵۳	38	91	100	19	70	90	100	16	36	21	33	25	45	63	80

منبع: شاخص جهانی سفر مسلمانان ۲۰۱۹

جدول فوق نشان می‌دهد ما در بعضی موارد مانند؛ رقبای دست یافته‌ایم، لذا بهتر است سیاست فعلی در این خدمات فرودگاه، محل نماز و رستوران و محدودیت‌های موارد حفظ و ارتقا داده شود. اخلاقی در شرایط مناسب و خوبی قرار گرفته‌ایم و حتی ولی در سوی دیگر در بعضی موارد، چالش‌هایی روبروی در مورد "تجربیات منحصر به فرد" رتبه بالاتری از دیگر گردشگری حلال ایران است که شامل خدماتی که رتبه کمی در آنها دریافت کرده‌ایم می‌شود. لذا در این مرحله

به بررسی چالش‌ها پرداخته تا علت اصلی آن شناخته شود تا سیاست مناسب در جهت بهبود اتخاذ شود.

یکی از این چالش‌ها که ایران رتبه پایینی را دریافت کرده، خدمات هتل است. همان‌طور که قبلاً ذکر شد محل اقامت، یکی از زیرساخت‌های گردشگری به حساب می‌آید که می‌تواند به شکل: هتل، متل، ریسورت، هتل آپارتمان‌ها و غیره باشد. لذا به بررسی تعداد و پراکندگی هتل‌های پنج ستاره و چهارستاره که مورد درخواست گردشگران ورودی است در استان‌های مختلف ایران می‌پردازیم.

مطابق سایت هتلداری ایران، جمع تعداد هتل‌های پنج ستاره ۴۶ واحد و هتل چهارستاره ۱۱۲ واحد در کل استان‌های ایران است. ۱۵ استان مانند اردبیل، گلستان، چهارمحال بختیاری، خراسان جنوبی، ایلام، قزوین، بوشهر، کرمانشاه، کهگیلویه و بویراحمد، قم، خراسان شمالی، سمنان فاقد هتل پنج ستاره و ۷ استان مانند ایلام، بوشهر، خراسان شمالی، استان مرکزی [۲۹] فاقد هتل چهارستاره هستند. در زمینه آمار شهری این مسئله بیشتر خود را نشان می‌دهد یعنی در بعضی از شهرها امکانات مناسب هتل برای گردشگران ورودی اصلاً وجود ندارد و این بیانگر چالش ایران در زیرساخت گردشگری محل اقامت است. چالش دومی که بر اساس جدول شماره چهار، ایران با آن روبروست "ارتباطات" است که شامل دسترسی در تماس،

حضور دیجیتال و ارتباط آسان می‌شود.

بشر همواره در طول حیاتش از وسیله‌ای برای برقراری ارتباط با دیگران استفاده کرده است. در جوامع ابتدایی از ارتباطات چهره به چهره و رودررو استفاده می‌شد و ابزار ارسال پیام‌ها طبل، دود و... بوده است [۳۰]. با اختراع برق و سپس پیدایش تلگراف و به دنبال آن تلفن، موجب شد انسان بتواند برای نخستین بار اطلاعات را با سرعت بالا و از طریق رمزهای ساده به مسافت‌های طولانی انتقال دهد. نوع ارتباط که تنها ارتباط شفاهی بوده است، امروزه با پیشرفت ابزارهای الکترونیکی و اختراع کامپیوتر و تلفن کنفرانس‌های تصویری، اینترنت و... شکل بسیار آسان‌تر و سریع‌تر و کامل‌تر و دقیق‌تری به خود گرفته است [۳۱]. فناوری ارتباطات رشد سریعی در عرصه تمام علوم داشته و گردشگری نیز متمایز از بقیه نیست.

وسایل ارتباط جمعی بسیارند و هر آنچه موجب تسهیل در برقراری ارتباط گروهی پرشمار از انسان‌ها شود، بدین نام خوانده می‌شود. مهم‌ترین وسایل ارتباط جمعی عبارت‌اند از: رادیو، تلویزیون، مطبوعات، سینما، ماهواره، رایانه و ویدئو [۳۲]. در ادامه میزان به کارگیری و همگانی بودن این وسایل ارتباط جمعی را در کشور ایران بررسی می‌کنیم.

جدول شماره ۵ بررسی میزان امکانات ارتباطی در ایران در سال ۱۳۹۶ [۳۳]

شرح	کل جمعیت	ضریب نفوذ	شرح	جمعیت
جمعیت کل کشور	۷۲۳۱۸۳۵۰	٪۱۰۰	تعداد خانوارهای ایرانی	۲۴۶۸۴۰۲۸
مالک خط تلفن همراه	۵۸۳۹۴۳۹۷	٪۸۰٫۷	خانوارهای با دسترسی به رادیو	۲۲۸۷۴۶۵۱
عدم مالک خط تلفن همراه	۱۳۷۳۷۴۸۲		خانوارهای با دسترسی به تلویزیون	۲۴۵۹۰۷۶۸
استفاده از رایانه	۳۵۰۳۷۱۴۹	٪۴۵٫۴	خانوارهای با دسترسی به تلفن ثابت	۱۹۳۲۳۱۶۶
عدم استفاده از رایانه	۳۷۱۷۰۶۲۱		خانوارهای با دسترسی به تلفن همراه	۲۳۶۶۷۹۱۸
استفاده از اینترنت	۴۶۳۱۵۵۴۵	٪۵۹٫۱	خانوارهای با دسترسی به اینترنت	۱۷۹۶۰۳۰۲
عدم استفاده از اینترنت	۲۶۰۰۲۸۰۵			

منبع: سازمان آمار ایران

جدول فوق نشان می‌دهد استفاده از رایانه در ایران برای ۴۵٫۴٪ افراد فراهم است و فقط ۵۹٫۱٪ از اینترنت استفاده می‌کنند، علاوه بر این رادیو، تلویزیون و تلفن ثابت نیز از عوامل مهم در فناوری اطلاعات هستند. طبق آمار سازمان آمار ایران برخورداری خانوارها و استفاده افراد از فناوری اطلاعات و ارتباطات شامل ۵۹٪ میزان نفوذ اینترنت و ۴۵٪ رایانه بوده است. علاوه بر این میزان دسترسی خانوارها به رسانه‌های ارتباط جمعی مانند (رادیو و تلویزیون) کامل پوشش داده نشده است و از طرفی تمام خانوارها دسترسی به تلفن همراه و اینترنت ندارند که این باعث کاهش سرعت ارتباطات در ایران می‌شود.

حلال در رتبه ۱۱ قرار گرفته است، هر چند ایران در بین این کشورها دارای بالاترین رتبه‌ی سایت‌های گردشگری ثبت شده در یونسکو است. با توجه به ارائه اطلاعات فوق سعی کردیم چالش‌های ایران در ورود به بازار گردشگری حلال را بررسی کنیم؛ آمار و اطاعات نشان می‌دهد ایران در زمینه زیرساخت‌های گردشگری با چالش‌هایی روبرو است. هر صنعتی نیاز به زیرساخت‌هایی دارد و صنعت گردشگری حلال نیز از این موضوع مستثنا نیست. بررسی‌ها نشان داد محبوبیت هر مقصدی تا حد زیادی به زیر ساخت‌های گردشگری آن مقصد بستگی دارد که عبارت‌اند از: حمل و نقل، محل اقامت، غذا و نوشیدنی، جاذبه‌ها، سیستم‌های مخابراتی، خدمات ضروری (برق، آب آشامیدنی، دفع فاضلاب، دفع زباله، سلامتی و امنیت) [۳۴].

چالش‌های ایران در زیرساخت‌های گردشگری حلال، ارتباطات و محل اقامت است. در این زمینه باید همت گمارده و شرایط مناسبی برای حضور و رقابت در بازار توسط مسئولین مرتبط فراهم شود. لازم است اهمیت

با مطالعه موارد فوق نتیجه‌گیری می‌شود؛ تعداد مسلمانان در سرتاسر جهان و قدرت خرید آنها در جهان افزایش یافته و از طرفی آمار تعداد گردشگران ورودی به ایران بیانگر تمایل ایران در جذب گردشگران مسلمان نسبت به سایر گردشگران است. تجزیه و تحلیل‌ها نشان داد، ایران در بین ۲۳ کشور مسلمان از مقاصد گردشگری

## نتیجه‌گیری

نتیجه‌گیری

بنابراین ایران برای دستیابی به رتبه برتر باید با پتانسیل‌ها و چالش‌های کشف شده روبرو شود و در رفع چالش‌ها برآید و پتانسیل‌ها را تقویت کند و با آگاهی از اهمیت و رشد روزافزون استانداردهای لازم و مورد درخواست متقاضیان در این عرصه که همان ثبت لوگو حلال بر روی کالا و خدمات مورد تقاضا مشتریان مسلمان است، کوشش کند تا از یک طرف اطمینان خاطر گردشگران حلال فراهم شود و از طرف دیگر از پتانسیل صادرات کالا به کشورهای مسلمان استفاده شود.

### تعارض منافع

نتایج حاصل از این مطالعه با منافع نویسندگان و محققان در تعارض نیست و این نتایج رونویسی و کپی‌برداری از دیگر مطالعات و بررسی‌های مشابه نبوده و در تعارض مالی نیست.

ارتباطات درک شود و زیرساخت‌های مورد نیاز سیستم‌های ارتباطی بیشتر فراهم شود، چرا که ارتباط با مشتری یکی از حیاتی‌ترین و مؤثرترین وظایف بازاریابی است. این ابزارها و زیرساخت‌های ارتباطی کمک می‌کند تا با بازار هدف ارتباط برقرار شود. از آنجا که مدیریت سیستم‌های ارتباطی در ایران توسط دولت صورت می‌پذیرد، امید است در این راستا برای برقراری و افزایش امکانات ارتباطی اهتمام و سرمایه‌گذاری بیشتر صورت پذیرد. همچنین امید است ذی‌نفعان گردشگری هم در طراحی اپ‌های جدید و عضویت در اپ‌های موجود در گردشگری حلال اهتمام بورزند و سعی در معرفی هرچه بیشتر جاذبه‌ها و امکانات گردشگری ایران کنند.

همچنین ایران در زمینه محل اقامت (هتل) رتبه خوبی نسبت به رقبا ندارد لذا توجه به مواردی نیاز است؛ ارائه خدمات فراتر از انتظارات و توقعات مشتری، که زمانی برای مشتریان ارزش ایجاد می‌شود که خدماتی بیش از حد انتظار و هزینه پرداختی ایشان ارائه شود. [۳۵]

Research article Journal of Halal Research/ 2020; 3(2): 43-57

## Halal tourism and its "opportunities and challenges in Iran"

Nargeskhatoon Bozorgaghideh, <sup>1</sup> \*

1- *Business Tourism Management, University of Kerala, Kerala, India.*

*Received: 22 June 2020*

*Acceptance: 04 October 2020*

### ABSTRACT

This study has been written about the growing of Muslim tourists in the world with the aim of introducing halal tourism in Iran and recognizing Iran's challenges and opportunities in this market. And this causes a huge opportunity for all stakeholders, in the tourism industry, due to the growth of travel desire, in Muslim travelers. That requires study and understanding, the cultural and religious needs of Muslim travelers, to create products and services that they required. Therefore, in this regard, to study the factors affecting in halal tourism and Iran's ranking in the world of halal tourism according to the annual report of the Muslim World Travel Index for 2019.

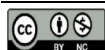
In addition, since halal tourism has become the fastest growing industry in the global travel industry, Iran should study and compare it with other pioneering Muslim countries in halal tourism and recognizing opportunities and introducing challenges of Iran so that, with government support, challenges convert to opportunities and hence improve Iran's ranking in this industry.

**Keywords:** Halal, Halal tourism, Halal, Muslim tourists, Tourism industry, Effective factors in Halal Tourism

\*Correspondance to:Nargeskhatoon Bozorgaghideh,;Email; bozorgaghide@yahoo.com, Tel: +98 2166945870

[view Journal](#)

<https://doi.org/10.30502/h.2021.236159.1022>



This paper is open access under [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International](#) license

## References

1. Morteza Bazar Afshan, An Income on the Tourism Industry, 2017, Mahkameh Publications, sixth edition,
2. Index GM. Mastercard-Crescentrating (GMTI).2019
3. <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2017/01/31/worlds-muslim-population-more-widespread-than-you-might-think/>(accessed 2019)
4. <https://www.islamreligion.com/articles/193/viewall/first-pillar-of-islam/>(accessed 2019)
5. Tan Sri Dato' Ahmad Fuzi Haji Abdul Razak, Tripfez Board of Advisors, 2015, The Global Economic Impact of Muslim Tourism , Report
6. Global Muslim Travel Index 2019
7. Azam MS, Abdullah MA, Razak DA. Halal Tourism: Definition, Justification, and Scopes Towards Sustainable Development.
8. Azam MS, Abdullah MA, Razak DA. Halal Tourism: Definition, Justification, and Scopes Towards Sustainable Development.
9. <https://themuslimtimes.info/2019/07/10/halal-tourism-is-not-islamic-tourism/>(accessed 2019)
10. <https://www.thejakartapost.com/academia/2019/07/05/halal-tourism-is-not-islamic-tourism.html>(accessed 2019)
11. Global Muslim travel index 2019
12. Global Muslim Travel Index 2016
13. <https://dinu.ir/>(accessed 2019)
14. Lipka M. Muslims and Islam: Key findings in the US and around the world. Pew Research Center. 2017 Aug 9;9.
15. <https://worldpopulationreview.com/countries/muslim-population-by-country/>(accessed 2019)
16. The latest census of the Statistics Center of Iran 90-95
17. <https://whc.unesco.org/en/list/>(accessed 2019)
18. Roday S, Biwal A, Joshi V. Tourism operations and management. Oxford university press; 2009.
19. Statistical Yearbook of Cultural Heritage, Handicrafts and Tourism Organization of 1397
20. Zia-ud-Din Mohammad, Tourism Marketing for Applied Performance, Fourth Edition, Mahkameh, 2015
21. Pew Research Center Forum on Religious and Public Life The Future of the Global Muslim Population; (2014); Washington, DC USA
22. Mastercard-CrescentRating 2019 Global Muslim Travel Index
23. <https://whc.unesco.org/en/list/> (accessed 2019)
24. Global Muslim Travel Index 2016
25. Morteza Bazar Afshan, An Income on the Tourism Industry, Mahkameh Publications, sixth edition, 2017,
26. Dr. Hamid Zarghami, Morteza Bazrafshan, Hamid Ayoubi Yazdi, Understanding the Tourism Industry (Principles, Procedures and Approaches) 2016
27. Index GM. Mastercard-Crescentrating (GMTI).2019
28. Index GM. Mastercard-Crescentrating (GMTI).2019
29. <http://www.hoteldari.com/hotel1/management/hotels>(accessed 2019)
30. <http://moradi93.blogfa.com/post/10>(accessed 2019)
31. <http://ertebatatvresane.blog.ir/1393/08/20/>(accessed 2019)
32. <https://library.tebyan.net/fa/Viewer/Text/92362/9>(accessed 2019)
33. <https://www.amar.org.ir/Portals/0/News/1398/artbattat96.pdf>(accessed 2019)
34. Roday S, Biwal A, Joshi V. Tourism operations and management. Oxford university press; 2009.
35. Zia-ud-Din Mohammad, 2015, Tourism Marketing for Applied Performance, Fourth Edition, Mahkameh