

بررسی توسعه گردشگری حلال در ایران

مسعود صفایی پور^۱، صفیه دامن باغ^۲

چکیده

یکی از مشکلات اساسی برای مسلمانان در گردشگری این است که ساختار فرهنگی بسیاری از کشورهای جهان با قواعد دینی اسلام همسو نیست و علی‌رغم تشویق دین مبین اسلام به سفر، مسلمانان در بسیاری از سفرها با محدودیت‌هایی مواجه هستند. در این راستا یکی از انواع گردشگری که به‌تازگی بر سر زبان‌ها افتاده گردشگری حلال است. به همین دلیل برخی از کشورها در کنار انواع فرصت‌هایی که برای جذب توریسم داخلی تدارک دیده‌اند امکاناتی را نیز برای استفاده گردشگران مسلمان فراهم کرده‌اند؛ بنابراین هدف پژوهش حاضر، بررسی این مسئله بوده که آیا ایران مکان مناسبی برای توسعه این نوع گردشگری هست یا خیر؟ این پژوهش از نوع کیفی است و با روش توصیفی-تحلیلی انجام گرفته است. جهت جمع‌آوری اطلاعات پژوهش نیز از منابع کتابخانه‌ای و روش پیمایشی استفاده شده است. در راستای دستیابی به هدف پژوهش، از تعدادی از کارشناسان امر گردشگری نظرسنجی شد. نتایج نشان داد که کارشناسان برداشت‌های متفاوتی نسبت به موضوع گردشگری حلال در ایران دارند. به اعتقاد موافقان طرح گردشگری حلال، ایران می‌تواند به قطب گردشگری اسلامی و حلال در جهان تبدیل شود و از آنجاکه ایران کشوری با رویکردهای اسلامی است، بهتر از هر کشور دیگری می‌تواند این شرایط را برای گردشگران مسلمان مهیا کند. از طرف دیگر، طبق نظرات مخالفان طرح گردشگری حلال، این سبک از گردشگری را برای ایران، بی‌مورد و اشتباه می‌دانند؛ بنابراین رونق گردشگری حلال در ایران نمی‌تواند منطقی باشد و برای ایران که در آن اصول حلال به‌طور طبیعی رعایت می‌شود، کاربردی نیست.

واژگان کلیدی: دین اسلام، مسلمانان، گردشگری اسلامی، گردشگری مذهبی، گردشگری حلال

۱- استاد گروه جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشکده علوم زمین و GIS دانشگاه شهید چمران اهواز، اهواز، ایران
۲- دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری، دانشکده علوم زمین و GIS دانشگاه شهیدچمران اهواز، اهواز، ایران
(نویسنده مسئول)، safiyeh_damanbagh@yahoo.com

مقدمه و بیان مسئله

دین مبین اسلام نسبت به مفهوم گردشگری و سیاحت دیدگاه مستقلی دارد. اسلام گردشگری را حمل بر امور والا و ارزش‌های اخلاقی می‌پندارد و مسلمانان را به دیدن سرزمین‌های مختلف و مراودات فرهنگی تشویق کرده است و هم در قرآن و هم در سنت به کرات به بعد تبادل فرهنگی و تعامل صلح‌آمیز ناشی از سفر اشاره فرموده است. در تفکر دینی اسلام برای گردشگری کارکردی خاص مورد توجه قرار گرفته است، به‌گونه‌ای که سیر در زمین برای رسیدن به درکی بالا جهت ستایش قدرت مطلق و تأمل در نظام آفرینش پروردگار باری‌تعالی از سفارش‌های مؤکد قرآنی است (جعفری صمیمی و خیره، ۱۳۹۴: ۱۴۹)؛ بنابراین می‌توان تعبیر قرآنی سیاحت و گردشگری را "سیروا فی الارض" دانست که در آیات فراوانی مورد اهتمام و تأکید قرار گرفته است. در این کتاب آسمانی نه تنها سیاحت و گردشگری به سبب آثار و فایده‌های فراوان آن امری مشروع و مباح شمرده شده، بلکه ترک آن دست‌کم برای گروهی از انسان‌ها مورد سرزنش و توبیخ قرار گرفته است. البته مشروع و مجاز بودن گردشگری در صورتی است که اسلام و نظام اسلامی و جامعه مسلمان از ترک آن زیان و ضرر نبینند، وگرنه این مسئله رنگ وجوب و لزوم کفایی به خود می‌گیرد که چه‌بسا ترک آن موجب نکوهش و سرزنش دین‌داران است (شفقی و همکاران، ۱۳۹۱: ۴).

بنابراین گردشگری از همه جهات سازگار با اسلام بوده و توسط تعلیمات آن تشویق شده است. همچنین مذهب قیدهایی را در مورد رفتار، پوشش، غذا و نماز ملزم می‌کند. شرایط و وظایفی که در مورد رعایت دستورات دینی ذکر شده؛ هم در زندگی روزمره هم در شرایط خارج از کشور بودن؛ وضعیت خاصی را برای میزبانان و بازدیدکنندگان مسلمان ایجاد می‌کند. اسلام در تمامی این جوامع که فرهنگ و مذهب درهم‌تنیده شده‌اند و قوانین شریعت بیشتر آنچه قابل قبول (حلال) در نظر گرفته می‌شود (از جمله در مورد تفریح) را وضع می‌کند، به‌طور کامل جاری است. قوانین، ابراز محبت، دست‌دان، هرگونه تماس فیزیکی بین جنسیت‌های مخالف، هم‌اتاق شدن زوج‌های ازدواج‌نکرده، شرط‌بندی، خوردن گوشت خوک و غذاهای حرام دیگر، فروش یا نوشیدن مشروب و پوشش نامناسب را منع می‌کند. رفتن به دیسکوها و بارها و از این قبیل تفریحات، نامشروع انگاشته می‌شود. ممکن است مردها و زن‌ها در بعضی مکان‌ها و رویدادها از یکدیگر جدا شوند و زمان تفریح نیز برای پیروان این مکتب توسط وظایف دینی محدود و مشخص شود (نجار وظیفه‌دان و همکاران، ۱۳۸۹: ۵).

همچنین به دلیل تفاوت‌های بین کشورها، تفسیر مذاهب یکسان نبوده که به همین دلیل تأثیرات فرهنگی - اجتماعی متفاوتی را شاهد هستیم. در واقع یکی از مشکلات اساسی برای مسلمانان در گردشگری این است که ساختار فرهنگی بسیاری از کشورهای جهان با قواعد دینی اسلام همسو نیست و از این جهت علی‌رغم تشویق دین مبین اسلام به سفر، مسلمانان برای سفر به

کشورهای جهان دچار مشکل می‌شوند. در نتیجه مسلمانان در بسیاری از سفرها با محدودیت‌هایی مواجه هستند که از آن جمله می‌توان به مواردی مانند یافتن غذای حلال، سرو گسترده نوشیدنی‌های الکلی و اختلاط زن و مرد اشاره کرد که این موارد موجب ایجاد محدودیت‌هایی در سفرهای آنان می‌شود، اما از سوی دیگر تعداد زیاد مسلمانان موجب ایجاد جنبش‌هایی در حل این مشکلات و استفاده از این بخش بازار در صنعت گردشگری شده است. در واقع تولد "گردشگری حلال" یکی از راه‌حل‌های این مشکل بود که با کمک سازمان کنفرانس اسلامی^۱ و ایجاد استانداردهایی برای این مدل جدید از گردشگری به وجود آمد. در واقع گردشگری حلال نوع خاصی از گردشگری مذهبی است که تمام فعالیت‌های آن با توجه به قوانین اسلامی انجام می‌شود (یغفوری و همکاران، ۱۳۹۱: ۱).

علاوه بر این با نام‌گذاری سال ۲۰۱۰ میلادی به‌عنوان سال "توریسم اسلامی" توسط سازمان کنفرانس اسلامی و نیز تبدیل شدن صنعت گردشگری به عامل مؤثر در تعامل فرهنگ‌ها، گفتگوی تمدن‌ها و برقراری انس و الفت بین ملت‌ها، لزوم شناخت و توجه به بخش‌های پراهمیت این صنعت به‌ویژه گردشگری اسلامی ضروری به نظر می‌رسد (نچاروظیفه‌دان و همکاران، ۱۳۸۹: ۲). چراکه بنابر بررسی‌های سازمان جهانی گردشگری، گردشگری حلال به صورت نوع خاصی از گردشگری اسلامی و مذهبی، منافع کشف نشده بسیار و شانس‌های تجاری زیادی را به کشورهای مسلمان و به‌ویژه آسیای میانه به لحاظ محصولات متعدد فرهنگی - مذهبی ارائه می‌کند. اهمیت این موضوع به حدی است که حتی بسیاری از شاغلان صنعت گردشگری در مکان‌های غیر اسلامی نیز گام‌هایی در راستای برآوردن نیازهای خاص بازدیدکنندگان مسلمان برداشته‌اند، برای مثال اقداماتی مانند تولید گوشت حلال، هتل‌های دارای نشانه قبله برای نمازگزاران و همچنین اطلاعاتی در مورد مساجد و... را انجام داده‌اند.

در سال‌های اخیر مشاهده می‌شود که توجه و علاقه‌مندی نسبت به مفاهیم جدید گردشگری مانند گردشگری اسلامی، مهمان‌نوازی اسلامی، غذاهای حلال و... در بسیاری از کشورها به‌ویژه کشورهای خاورمیانه، افزایش یافته است (Battour et al, 2010: 2). به همین منظور نیز برخی کشورها مانند مالزی و ترکیه و برخی کشورهای دیگر که در ورود انواع گردشگر به‌خصوص گردشگران مذهبی یا مسلمان پیشرو هستند، ترتیبی اتخاذ کرده‌اند تا با جذب گردشگران مسلمان، این بخش از صنعت گردشگری کشور خود یعنی گردشگری حلال را نیز رونق دهند؛ به همین دلیل

1- Halal tourism

2- Organization of the Islamic Conference (OIC)

در کنار انواع فرصت‌هایی که برای جذب توریسم داخلی تدارک دیده‌اند امکاناتی را نیز برای استفاده گردشگران مسلمان فراهم کرده‌اند. بر این اساس سؤال اصلی پژوهش حاضر این است در شرایطی که برند حلال در سطح جهان در حال توسعه است؛ و علاوه بر کشورهای مسلمان حتی کشورهای غیرمسلمان هم علاقه‌مندی خود را برای ورود به تجارت در صنایع حلال نشان داده‌اند، آیا اجرای طرح گردشگری حلال (برند حلال) در کشوری مانند ایران که همه‌چیز آن از بدو ورود گردشگر به کشور تا هتل و غذا و تمامی خدمات حلال است و دارای پتانسیل‌های زیادی برای گردشگری حلال است، ضرورت دارد؟

پیشینه پژوهش

برخی از مطالعات خارجی انجام گرفته در ارتباط با موضوع گردشگری حلال به شرح زیر است: به اتر^۱ و همکاران (۲۰۱۰)، در پژوهشی با عنوان به سوی یک بازار گردشگری حلال به بررسی موضوع گردشگری حلال پرداخته‌اند. در این پژوهش به توضیح مفاهیمی در ارتباط با دین اسلام و همچنین پیامدهای رعایت شریعت اسلام در صنعت گردشگری و مهمان‌نوازی اسلامی پرداخته شده است. علاوه بر این پدیده‌های جدید گردشگری حلال و مهمان‌نوازی اسلامی به‌عنوان نمونه در برخی کشورهای آسیایی و خاورمیانه مورد بررسی قرار گرفته‌اند. در نهایت این پژوهش روندهای آینده و چالش‌های مربوط به گردشگری حلال را مورد بحث قرار می‌دهد.

چندرا^۲ (۲۰۱۴)، در پژوهشی با عنوان گردشگری حلال، یک معدن طلای جدید برای گردشگری به بررسی بحث گردشگری حلال پرداخته است. این پژوهش گردشگری حلال را به‌عنوان یک محصول جدید در بازار و صنعت گردشگری معرفی می‌کند به طوری که این بازار می‌تواند چشم‌اندازهای متعددی را در آینده در زمینه گردشگری حلال ارائه دهد. همچنین بیان می‌کند که جمعیت مسلمانان رو به افزایش است و مسلمانان در زمینه گردشگری نیاز به تسهیلات و خدماتی مانند خطوط هوایی حلال، غذای حلال، هتل حلال و ... دارند؛ بنابراین مفهوم گردشگری حلال که اخیراً مورد توجه قرار گرفته است نیاز به معرفی، بازاریابی و استانداردسازی دارد.

باتر و اسماعیل^۳ (۲۰۱۵)، در پژوهشی با عنوان گردشگری حلال، مفاهیم، روش‌ها، چالش‌ها و آینده، به بررسی موضوع گردشگری حلال پرداخته‌اند. در این پژوهش گردشگری حلال به همراه مؤلفه‌هایی که اجزای این صنعت را تشکیل می‌دهند مورد بررسی قرار گرفته است. همچنین این

1- Battour
2- Chandra
3- Smail

پژوهش مثال‌های گسترده و جهانی از برخی از بهترین روش‌ها در این صنعت را معرفی می‌کند و همچنین فرصت‌ها و چالش‌های توسعه و برندیابی گردشگری حلال مورد بحث قرار داده شده است. شفاپی^۱ و محمد^۲ (۲۰۱۵)، طی پژوهشی نام تجاری کشور مالزی را به‌عنوان یک مرکز گردشگری اسلامی مورد ارزیابی قرار داده‌اند. بر اساس یافته‌های پژوهش آن‌ها، هم‌اکنون مالزی به خاطر داشتن محیط و شرایط اسلامی‌اش به‌عنوان یک مقصد محبوب و دلخواه گردشگری اسلامی مورد توجه قرار گرفته است و امروزه از این کشور به‌عنوان یک مرکز گردشگری حلال که در آن منابع مالی و همین‌طور خدمات و تسهیلات مورد نیاز فراهم است، یاد می‌شود. از آنجایی که در این کشور امکانات پیشرفته گردشگری و صنایع مربوط به مهمان‌نوازی اسلامی فراهم است و به هنر، میراث و فرهنگ خاص مسلمانان مالایی توجه می‌شود، این تلاش‌ها در راستای استراتژی تجاری‌سازی و برندیابی برای این کشور به‌عنوان یک مرکز در زمینه گردشگری اسلامی است. در پایان نیز با استفاده از مدل SWOT نقاط ضعف و قوت‌های داخلی و همچنین فرصت‌ها و تهدیدهای خارجی را در زمینه گردشگری اسلامی در این کشور را مورد بررسی ارزیابی قرار داده‌اند.

چوکایو^۳ و همکاران (۲۰۱۵)، پژوهشی با عنوان افزایش پتانسیل‌های گردشگری حلال در خلیج آندامان برای کشورهای مسلمان انجام داده‌اند. این پژوهش به دنبال ۵ هدف اساسی به این شرح بوده است: ۱- ارائه روش‌هایی برای ایجاد طرح‌های بازاریابی گردشگری حلال برای کشورهای اسلامی، ۲- ارائه پیشنهاد برای هر دو گروه کارآفرینان و همچنین تاجران در زمینه مدیریت گردشگری حلال برای جذب گردشگر از کشورهای اسلامی، ۳- مطالعه و بررسی روش‌های توسعه قابلیت‌های مدیریت گردشگری حلال به‌منظور حمایت از گردشگران کشورهای اسلامی، ۴- ارائه مدلی برای تنظیم استانداردهای مدیریتی و مدیریت گردشگری حلال برای گردشگران کشورهای اسلامی، ۵- ارائه فرصت و انتخاب‌های مختلف و متنوع از نظر خدمات و تولیدات گردشگری حلال برای گردشگران کشورهای اسلامی.

برخی از مطالعات داخلی انجام‌شده در زمینه گردشگری حلال و اسلامی نیز در ادامه آمده است: رکن‌الدین افتخاری و همکاران (۱۳۸۸)، نقش کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی در توریسم جهانی را مورد مطالعه قرار داده‌اند. بر اساس یافته‌های این پژوهش از دیدگاه کارشناسان صنعت گردشگری، تحلیل وضعیت این صنعت در کشورهای اسلامی حاکی از آن است که فرصت‌های پیش‌رو در کنار نقاط قوت گردشگری، اتخاذ راهبرد تهاجمی را پیش روی کشورهای

1- shafaei
2- Mohamed
3- Chookaew

اسلامی مطرح می‌سازد که با اتخاذ سیاست‌های راهبردی خوشه‌ای و منطقه‌ای، زمینه یکپارچگی اقتصادی برای تشکیل بازار مشترک اسلامی در حوزه گردشگری را بیش از دیگر حوزه‌های اقتصادی ممکن می‌سازد. چنین دورنمایی با تقویت اتاق بازرگانی منطقه‌ای و تنظیم نقشه راه توسط آن‌ها زمینه‌های تحقق این ایده را از اندیشه به عمل منطقی می‌نماید.

وارثی و حیدری سورشجانی (۱۳۸۹)، در پژوهشی به بررسی نقش گردشگری اسلامی در همگرایی کشورهای اسلامی پرداخته‌اند. پژوهش آن‌ها این نتایج را به همراه داشته است که مهم‌ترین عامل اساسی در بحث گردشگری اسلامی عامل مذهب و فرهنگ است. گردشگری اسلامی از بدو تولد اسلام مورد توجه بوده است و پیوسته توسط پیامبر اکرم (ص) و ائمه اطهار توصیه می‌شده است. گسترش گردشگری اسلامی، افزایش تقاضا برای کالاها و مواد غذایی حلال و همچنین افزایش جمعیت مسلمانان، گردشگری حلال و صنایع حلال را در سطح جهان مطرح کرده است. کشورهای اسلامی با جمعیت و وسعت قابل توجهشان و جاذبه‌های گردشگری اسلامی می‌توانند یک قطب گردشگری فعالی در جهان ایجاد نمایند.

دهقان‌نژاد (۱۳۸۹)، در پژوهشی صنعت توریسم در کشورهای اسلامی و نقش آن در وحدت جهان اسلام را مورد بررسی قرار داده است. این پژوهش سعی کرده به بررسی برخی عوامل مؤثر بر صنعت توریسم و چگونگی سیاست‌گذاری‌های برخی دول کشورهای مسلمان که در جلب توریست و همکاری‌های بین‌المللی، موفقیت بیشتری کسب کرده‌اند مانند ترکیه و مالزی و حتی کشورهای کوچکی چون دبی و اردن بپردازد.

نجار وظیفه‌دان و همکاران (۱۳۸۹)، در پژوهشی به بررسی امکانات و محدودیت‌های توسعه گردشگری در کشورهای اسلامی در قالب مدل و تکنیک‌های برنامه‌ریزی و ارائه راهکارها پرداخته‌اند. در این پژوهش با استفاده از مدل و تکنیک‌های مختلف برنامه‌ریزی همچون SWOT و... به بررسی امکانات و محدودیت‌های توسعه گردشگری در کشورهای اسلامی پرداخته و به ارائه راهکارهایی برای هدف‌گذاری‌های کلان برای این کشورها پرداخته است.

یغفوری و همکاران (۱۳۹۱)، در پژوهشی به بررسی و ارائه برنامه‌ریزی استراتژیک جهت استفاده از پتانسیل‌های گردشگری حلال ایران در همگرایی کشورهای اسلامی پرداخته‌اند. بر اساس این پژوهش یکی از مهم‌ترین محورهای مطالعات بین‌المللی تشخیص و تحلیل زمینه‌هایی است که در ایجاد تقویت تفاهم، همبستگی و همگرایی فرهنگ‌ها، ملت‌ها و جوامع مؤثر است و گردشگری از مؤثرترین زمینه‌های گسترش ارتباطات میان کشورها به‌خصوص در ابعاد فرهنگی است. گسترش گردشگری حلال نیز می‌تواند راهی جهت همگرایی در بین کشورهای اسلامی به شمار رود.

شفقی و همکاران (۱۳۹۱)، در پژوهشی ضرورت‌ها و ظرفیت‌های گردشگری اسلامی و رویکردهای آن از منظر الگوهای فرهنگی اسلام و فقه اسلامی را مورد مطالعه قرار داده‌اند. نتایج پژوهش آن‌ها نشان داد که گردشگری و سیر و سیاحت از نگاه اسلام، نه تنها محدود نگشته بلکه ترک آن نیز مورد نکوهش و سرزنش قرار گرفته است؛ به طوری که بیش از ۱۳ آیه از قرآن کریم مستقیماً به اهمیت سیر و سیاحت به منظور عبرت از گذشتگان پرداخته و نیز روایات متعددی که بر اهمیت آن به منظور بهره‌گیری‌های اقتصادی، اخلاقی و فرهنگی و نیز سلامت و تندرستی انسان‌ها پرداخته است.

یزدان پناه (۱۳۹۱)، در پژوهشی به بررسی گردشگری اسلامی در کشورهای اسلامی پرداخته است. بر اساس این پژوهش یکی از جنبه‌های جهانگردی تأکید بر تبادل فرهنگی و همزیستی مسالمت‌آمیز بین ملت‌هاست. در جامعه امروز که جوامع را بر اساس فرهنگ و مذهب تقسیم‌بندی می‌کنند گردشگری اسلامی می‌تواند راهی مناسب برای ارائه ارزش‌ها و فرهنگ‌های اسلامی به دیگر ملت‌ها باشد. همچنین نیاز است که به توسعه گردشگری اسلامی اهمیت ویژه‌ای داده شود و در راستای توسعه گردشگری اسلامی نیاز است تا اطلاعات مورد نیاز گردشگران جهت مواجهه مناسب با اعتقادات مردم محلی و احترام گذاشتن به آن‌ها به گردشگران داده شود و مردم محلی از آگاهی نسبی برخوردار باشند تا هنگام مواجهه با گردشگران عکس‌العملی منطقی از خود نشان دهند.

شاه نظری و همکاران (۱۳۹۲)، در پژوهشی طراحی مدل ارتقای جایگاه برند حلال در بازارهای جهانی را مورد مطالعه قرار داده‌اند. دستیابی به الگوی جامع و کارآمد جهت ارتقای موقعیت برند حلال در سطح بازارهای جهانی مهم‌ترین یافته این پژوهش است که در تحقیقات گذشته، پژوهشگران هر کدام از زاویه‌ای به محصولات حلال و عمدتاً غذای حلال پرداخته‌اند و بیشتر این تحقیقات در سطح ملی یا منطقه‌ای بوده است. در این تحقیق سعی شده است تمامی مسلمانان اعم از شیعه و سنی در تمامی نقاط جهان مدنظر قرار گیرند تا این که خروجی این تحقیق را بتوان در جهت تقویت، انسجام و یکپارچگی مسلمانان جهان به کار گرفت.

مشکینی و همکاران (۱۳۹۲)، در پژوهشی به ارزیابی حقوق گردشگران خارجی در کشورهای اسلامی مورد مطالعه جمهوری اسلامی ایران پرداخته‌اند. نتایج پژوهش آن‌ها نشان داد که کشور ایران بنا به دلایل خاص سیاسی و فرهنگی در پذیرش بیگانه (گردشگر و...) محدودیت‌های خاصی را اعمال می‌کند و قوانین کشور از یک ضعف عمیق در رابطه با قوانین گردشگری رنج می‌برد و کمبودهای خاصی به ویژه فقدان یک کد اخلاق در چهره گردشگری کشورمان نمایان گشته است؛

بنابراین تدوین قوانین پویا و در ارتباط با خواست و آسایش گردشگر و البته با توجه به شرایط فرهنگی کشور امری حیاتی است.

مفاهیم و ادبیات نظری پژوهش

گردشگری

گردشگری یکی از مهم‌ترین و سریع‌ترین بخش‌های در حال رشد اقتصاد جهانی است. همچنین یکی از منابع اصلی تبادل دستاوردهای خارجی در بسیاری از کشورهای در حال توسعه است. در واقع 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 دیگر هدف‌ها، برای مدت کمتر از یک سال می‌روند (Chookaew et al, 2015: 739). 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 (فرجی‌راد و آقاجانی، ۱۳۸۸: ۶۲).

حلال^۱

حلال یک لغت عربی به مفهوم "مجاز و مشروع" است و تنها در مورد غذا به کار برده نمی‌شود، بلکه هر آنچه را موافق با اصول شریعت اسلام باشد همانند معاملات تجاری و بازرگانی، بانکداری، پزشکی، گردشگری و ... را نیز در برمی‌گیرد. (Chandra, 2014: 45) در قرآن، کتاب آسمانی مسلمانان، آیات بسیاری به تشریح این مفهوم پرداخته است. به طور خاص، ۴۱ آیه از قرآن مربوط به غذا و نوشیدنی‌های حلال است (شاه نظری و همکاران، ۱۳۹۲: ۲۴). به عنوان مثال قرآن کریم در آیه شریفه ۱۶۸ سوره بقره با فرمایش: " يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ"، با اشاره به حلال و طیب و در آیه شریفه ۱۰۰ سوره مائده با فرمایش: " قُلْ لَا يَسْتَوِي الْخَبِيثُ وَالطَّيِّبُ وَلَوْ أَعْجَبَكَ كَثْرَةُ الْخَبِيثِ فَاتَّقُوا اللَّهَ يَا أُولِي الْأَلْبَابِ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ " با تمایز میان طیب و خبیث، اهمیت موضوع حلال و حرام از دیدگاه اسلام و ضرورت رعایت دستورات الهی در زمینه مزبور را برای همه مسلمانان به روشنی بیان فرموده‌اند (قرآن کریم). در واقع حلال یک مفهوم وسیع است که مسلمانان را تشویق می‌کند محصولات را بپذیرند که نیکی را در

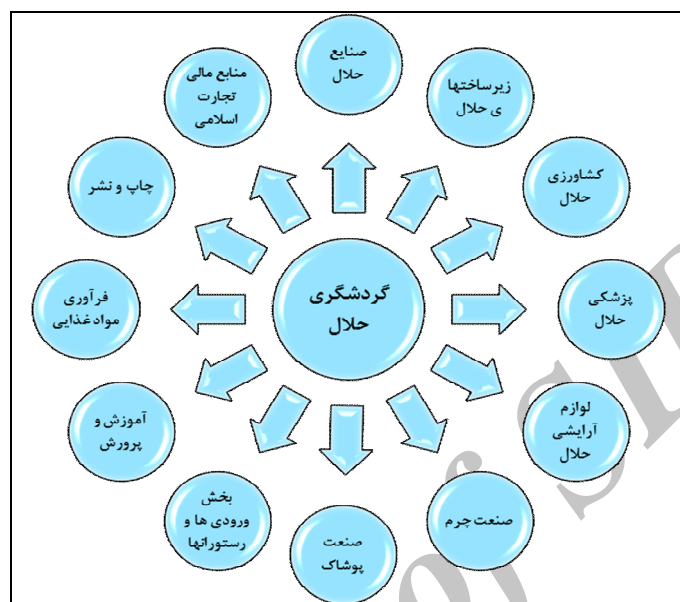
1- Halal

تمام جنبه‌های زندگی ترویج می‌کنند، برای مصرف سالم هستند و در محیط سالم و پاکیزه تولید شده‌اند (Alserhan, 2010: 103).

گردشگری حلال

در حوزه کشورهای اسلامی به دلیل آموزه‌های دینی و شرعی موجود، برخی بایدها و نبایدها وجود دارد که در حوزه‌های مختلف گردشگری نمودهای متفاوتی دارند. از آنجایی که بسیاری از مسلمانان علاقه دارند به مناطقی سفر کنند که علاوه بر جنبه‌های سیاحتی، فرهنگ و ارزش‌های اسلامی نیز بر آن‌ها حاکم بوده و رعایت این ارزش‌ها و آداب اسلامی از جمله سهولت در انجام فرایض دینی، وجود غذاهای حلال و احساس امنیت و خاطری آسوده برای آنان فراهم بوده و هیچ‌گونه مانع و تحدیدی برای ایشان به وجود نیاید (battour & Ismail, 2015: 2). در این راستا سازمان جهانی جهانگردی، "گردشگری حلال" را محصول جدیدی از صنعت گردشگری دانسته که برنامه‌های تفریحی و گردشگری ویژه‌ای را برای مسلمانان تدارک می‌بیند چراکه آن‌ها دوست دارند در طول سفر به آداب مذهبی خود نیز عمل کنند. به‌عنوان مثال از غذای حلال رستوران‌ها استفاده کرده و یا در هتل‌هایی که مشروبات الکلی سرو نمی‌کنند اقامت کنند. همچنین برای زنان و مردان استخرهای شنای جداگانه در نظر گرفته شود و در طول سفر اوقات شرعی اعلام و برای آن برنامه‌ریزی شود. ضمن آنکه بیشتر این گردشگران مسلمان مایل‌اند در برنامه سفر خود بازدید از اماکن مذهبی نیز وجود داشته باشد (یغفوری و همکاران، ۱۳۹۱: ۱).

در واقع گردشگری حلال یعنی آن قسم از گردشگری است که در آن مکان‌های پیشنهاد شده به مسلمانان منطبق بر اصول شریعت و حلال است. به‌عبارت‌دیگر، نوعی از گردشگری مذهبی است که تمام فعالیت‌های آن از نظر قوانین اسلامی مجاز شمرده می‌شود (Chandra, 2014: 46). (Bozorggaghdeh & Beegam, 2015: 43). همچنین منظور از گردشگری حلال تنها استفاده از مکان‌های مذهبی در طول سفر نیست بلکه منظور آن است که مسلمانان بتوانند از همه انواع تفریحات استفاده کنند به شرطی که این تفریحات مغایر با اصول شریعت نباشد؛ بنابراین گردشگری حلال صرفاً به کالاها و غذاهای حلال بسنده نمی‌کند بلکه این نوع گردشگری، محیط جغرافیایی، اخلاق، فرهنگ، شهروندان، روابط اقتصادی و اجتماعی و تمام شئون حلال شرعی اسلامی را در برمی‌گیرد (شفقی و همکاران، ۱۳۹۱: ۱۱). شکل شماره (۱) بخش‌های مختلف تولیدات حلال را که اخیراً در زمینه گردشگری حلال قابل‌دسترس است را نشان می‌دهد.



شکل ۱: بخش‌های مختلف تولیدات حلال را که اخیراً در زمینه گردشگری حلال قابل دسترس است (Chandra, 2014: 46)

درواقع از سال‌ها پیش کشورهای غیرمسلمان و مسلمان برای جذب توریست مسلمان اقداماتی انجام داده و واژه گردشگری حلال امروز واژه شناخته‌شده‌ای است. واژگانی چون حلال تور، حلال پارک، حلال رستوران و... واژگانی رایج در این کشورهاست. درواقع گردشگری حلال جدیدترین زیرشاخه گردشگری اسلامی در جهان است که با سرعت زیادی در حال گسترش در تمامی نقاط جهان به‌ویژه کشورهای اسلامی است. در این مقاصد گردشگری، در هتل‌ها غذا و نوشیدنی‌های حلال سرو می‌شود، اوقات شرعی برای ادای نماز اعلام می‌شود و در هتل‌ها و اماکن سکونتی، نسخه‌های قرآنی و کتب دینی قرار داده شده است و ... (Battour et al, 2010: 7) حتی برخی از این کشورها در راستای توسعه گردشگری حلال به ارائه گواهینامه ویژه سرو غذای حلال و ارائه امکانات اقامتی ویژه مسلمانان به رستوران‌ها و هتل‌ها اقدام کرده‌اند. برند حلال نوعی استاندارد است که با بررسی کالاهایی که استفاده از آن‌ها حلال است این استاندارد را به آن‌ها می‌دهد و وجود آرم این استاندارد نشان‌دهنده آن است که استفاده از این کالا مانند غذا از نظر قوانین شرعی حلال محسوب می‌شود. همچنین استفاده از لوگو و آرم حلال روی رستوران‌ها و برخی مراکز تفریحی به‌عنوان نشانه‌ای برای منطبق بودن این مکان با قوانین حلال رواج یافته است (شکل شماره ۲).



شکل ۲: استفاده از لوگو و آرم حلال روی رستوران‌ها و مواد غذایی
(www.google.com)

گردشگری اسلامی

گردشگری اسلامی، واژه رایج دهه‌های اخیر است، اگرچه هنوز تعریفی جامع‌و مانع در خصوص آن ارائه نشده است با گذر زمان نیز بر حیطه شمول آن افزوده شده و گستردگی بیشتری می‌یابد. این مفهوم چندوجهی است که تنها با تعریفی واحد، مشخص و تبیین نمی‌شود. مسلمانان ممکن است زمانی که بخواهند سفر کنند، بودن در فرهنگ‌های آشنا را ترجیح دهند و به فرهنگ، میراث، هنر و تاریخ اسلام و ... علاقه‌مند و پایبند باشند، این برچسب گردشگری اسلامی است (Rahman, 2014: 66). در واقع اهداف گردشگری اسلامی در موارد زیر خلاصه می‌گردد: ۱- تقویت فرهنگ اسلامی و گسترش ارزش‌های اسلامی؛ ۲- منفعت اقتصادی برای جوامع اسلامی؛ و ۳- تقویت اعتماد به نفس، هویت و اعتقادات اسلامی در مواجهه با فرهنگ‌ها و شیوه‌های دیگر زندگی (Al-Hamarneh, 2008: 2). این نوع گردشگری ممکن است با عنوان گردشگری که بیشتری توسط مسلمانان انجام می‌شود، توصیف شود. البته این می‌تواند به‌غیر از کسانی که توسط اسلام ترغیب به سفر شده‌اند در خارج از جهان اسلام نیز بسط پیدا کند (Henderson, 2009).

گردشگری اسلامی را می‌توان به شاخه‌های مختلف تقسیم کرد از جمله گردشگری متدبرانه، گردشگری طبی اسلامی، گردشگری اسلامی- معماری، گردشگری زیارتی، گردشگری وقایع مکانی، گردشگری و بازدید از قبرستان‌ها و آرامگاه‌های مذهبی و گردشگری حلال. در واقع گسترش گردشگری اسلامی، افزایش تقاضا برای کالاها و گردشگری و صنایع حلال را در سطح جهان مطرح کرده است.

گردشگری مذهبی

یکی از جنبه‌های گردشگری اسلامی، گردشگری مذهبی است و از میان اشکال گردشگری در جهان در برخی از کشورها دارای اهمیت بیشتری است. این نوع از گردشگری به‌طور کلی شامل سفرها و بازدیدهایی می‌شود که اصلی‌ترین هدف از آن‌ها تجربه‌ای مذهبی است و به سبب ویژگی‌های ساختاری و کارکردی خاص، توانسته است خود را در متن گردشگری جهانی جای دهد (فیروزجائیان و همکاران، ۱۳۹۳: ۱۴۵). در واقع گردشگری مذهبی یکی از قدیمی‌ترین و پررونق‌ترین گردشگری‌های گذشته و حال حاضر در سراسر جهان است که قدمت آن به شکل‌گیری فرهنگ دینی می‌رسد. چراکه از گذشته تاکنون، یکی از مهم‌ترین عوامل و انگیزه‌های مسافرت انسان باورهای مذهبی و دینی بوده است (Ajit, 2004: 2). بنابراین با توجه به این‌که بسیاری از مسلمانان دوست دارند به مناطقی سفر کنند که فرهنگ و ارزش‌های اسلامی بر آن‌ها حاکم باشد، گسترش گردشگری مذهبی را می‌توان راهی جهت همگرایی در بین کشورهای اسلامی به شمار آورد (بهاری و محمدی، ۱۳۹۲: ۱). گردشگری حلال نیز نوعی از گردشگری مذهبی است که تمام فعالیت‌های آن از نظر قوانین اسلامی مجاز شمرده می‌شود.

دین اسلام و گردشگری

دین به‌عنوان پیشرفته‌ترین ایدئولوژی در میان جوامع بشری محسوب شده است (بهبروز، ۱۳۸۸: ۱۰۹) و نقش برجسته‌ای بر ویژگی‌های اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و فرهنگی جوامع مختلف داشته و دارد. در میان ادیان، دین اسلام به‌عنوان آخرین شریعت بشر شناخته شده است. اسلام بر تمام ابعاد زندگی پیروان خود سیطره مادی و معنوی دارد. این دین گردشگری را به‌عنوان فعالیتی چندبخشی معرفی کرده و پیوسته در پی ترویج آن است. برای پی‌بردن به اهمیت گردشگری در اسلام در ادامه به بررسی آیات قرآن در این زمینه پرداخته می‌شود.

قرآن کریم در بیش از شش آیه فرمان به سیر و گردش در زمین می‌دهد (سوره عنکبوت آیه ۲۰، سوره روم آیه ۴۲، سوره نحل آیه ۳۶، سوره نمل آیه ۶۹، سوره انعام آیه ۱۱ و سوره آل عمران

آیه ۱۳۷) و در بیش از هفت آیه به گونه استفهام، به سیر در زمین فرامی خواند(سوره یوسف آیه ۱۰۹، سوره روم آیه ۹، سوره فاطر آیه ۴۴، سوره غافر آیه ۲۱ و محمد آیه ۱۰) تا آثار گذشتگان دیده شود و افراد از آن عبرت گیرند. برای مثال در آیه ۱۳۷ آل عمران، برای آگاهی از سنت‌های گذشتگان، سیر را واجب می‌داند و آن را توضیح و بیانیه‌ای برای مردم و سبب هدایت می‌شمارد. "پیش از شما سنت‌هایی وجود داشت [و هر قوم برابر رفتار و صفات خود سرنوشت‌هایی داشتند که همانند آن را شما نیز دارید]، پس در روی زمین گردش کنید و ببینید سرانجام تکذیب کنندگان چگونه بود؟ این بیانی است برای عموم مردم و هدایت و اندرزی است برای پرهیزکاران" (آیه ۱۳۷ آل عمران) (قرآن کریم) (Fahim & Dooty, 2014: 21).

وضعیت گردشگری اسلامی و حلال در برخی از کشورهای عضو و غیرعضو سازمان کنفرانس اسلامی

بازار جهانی حلال به‌عنوان یک بخش جدید در حال رشد در اقتصاد جهانی و به‌ویژه کشورهای توسعه‌یافته پدیدار شده است. بازارهای امیدبخش حلال به‌عنوان یکی از اقتصادهای سریع و در حال رشد در آسیا، خاورمیانه، اروپا و حتی آمریکا است به‌طوری‌که به یک صنعت رقابت‌آمیز در بین کشورها تبدیل شده است. در واقع صنعت حلال بسیار فراتر از صنایع غذایی رفته و بسیاری از خدمات و تسهیلات موردنیاز مسلمانان را در برمی‌گیرد. بازار حلال تنها منحصر به مسلمانان نیست بلکه در بین غیرمسلمانان نیز مصرف‌کننده دارد. بر اساس گزارش سازمان ملل متحد، دین اسلام بعد از مسیحیت بزرگ‌ترین دین است. به‌طوری‌که بر اساس گزارش‌های مشابه از هر ۵ نفر در جهان، ۱ نفر آن مسلمان است. همچنین بر اساس برآوردها ۲۳ درصد از جمعیت جهان را مسلمانان تشکیل می‌دهند و متوسط نرخ رشد سالیانه ۳ درصد است. همچنین پیش‌بینی شده است که تا سال ۲۰۳۰ جمعیت مسلمانان به ۲۶/۴ درصد برسد(مبنای پیش‌بینی سال ۲۰۱۰ است). در واقع افزایش آگاهی و تعهدات دینی و مذهبی و همچنین تقاضای مسلمانان برای صنایع، خدمات و تسهیلات حلال، باعث راه‌اندازی و رونق مباحثی از قبیل بازاریابی حلال در کشورهای اسلامی و حتی غیراسلامی شده است؛ بنابراین تعجب‌آور نیست که بزرگ‌ترین تولیدکنندگان و صادرکنندگان غذای حلال در کشورهای غیراسلامی همانند آمریکا، برزیل، آرژانتین و چین قرار داشته باشند. برای مثال در کشور مالزی مصرف‌کنندگان مسلمان به‌طور میانگین ۱۴ درصد بودجه غذایی خود را برای گوشت صرف می‌کنند و ۶۰ درصد از واردات گوشت حلال از کشورهای هند، استرالیا و زلاندنو است. کشورهای اسلامی دیگر مانند عربستان سعودی، الجزایر و مصر نیز گوشت را از کشورهای

غیراسلامی وارد می‌کنند. این تولیدات و واردات تنها در زمینه مواد غذایی نیست بلکه بسیاری دیگر از کالاها و مواد موردنیاز مسلمانان با عنوان حلال را در برمی‌گیرد.

بر اساس نتایج و گزارش‌های شاخص گردشگری جهانی مسلمانان^۱ که در سال ۲۰۱۶ صورت گرفته است، کشور مالزی در طی شش سال اخیر (یعنی از سال ۲۰۱۱) در رتبه نخست از نظر تولیدات و ارائه خدمات گردشگری حلال برای مسلمانان قرار داشته است. این کشور اقداماتی مانند ایجاد مقاصد امن برای گردشگری و گذران اوقات فراغت دوستانه و خانوادگی، ارائه خدمات و تسهیلات موردنیاز مسلمانان در این مقاصد و اطلاع‌رسانی و بازاریابی در زمینه گردشگری حلال را انجام داده است. کشور امارات متحده عربی نیز بر ترکیه پیشی گرفته است و جایگاه دوم را کسب کرده است. این درحالی است که کشور اندونزی رتبه خود را بهبود بخشیده است و خود را به جایگاه چهارم رسانده است. در میان کشورهای غیرعضو سازمان کنفرانس اسلامی نیز سنگاپور در بالاترین رده قرار دارد و کشورهای تایوان و ژاپن در حال تلاش برای ارتقاء جایگاه خود هستند. در جدول شماره (۱) مقاصد برتر گردشگری مسلمانان در بین کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی و کشورهای غیرعضو سازمان کنفرانس اسلامی و امتیاز مربوط به آن‌ها نشان داده شده است.

جدول ۱: مقاصد برتر گردشگری مسلمانان در بین کشورهای عضو و کشورهای غیرعضو

سازمان کنفرانس اسلامی

کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی			کشورهای غیر عضو سازمان کنفرانس اسلامی		
رتبه	مقصد	امتیاز	رتبه	مقصد	امتیاز
۱	مالزی	۸۱/۹	۸	سنگاپور	۶۸/۴
۲	امارات متحده عربی	۷۴/۷	۲۰	تایلند	۵۹/۵
۳	ترکیه	۷۳/۹	۲۱	انگلستان	۵۹/۰
۴	اندونزی	۷۰/۶	۳۰	آفریقای جنوبی	۵۳/۱
۵	قطر	۷۰/۵	۳۱	هنگ کنگ	۵۳/۰
۶	عربستان سعودی	۷۰/۴	۳۲	فرانسه	۵۱/۶
۷	عمان	۷۰/۳	۳۳	تایوان	۵۰/۱
۹	مراکش	۶۸/۳	۳۴	ژاپن	۴۹/۱
۱۰	اردن	۶۵/۴	۳۵	سريلانكا	۴۹/۰
۱۱	بحرین	۶۵/۳	۳۶	ایالات متحده آمریکا	۴۸/۹
۱۲	برونئی	۶۴/۶	۳۷	اسپانیا	۴۸/۸
۱۳	کویت	۶۴/۱	۳۸	هند	۴۸/۷

1- Global Muslim Travel Index(GMTI)

کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی			کشورهای غیر عضو سازمان کنفرانس اسلامی		
رتبه	مقصد	امتیاز	رتبه	مقصد	امتیاز
۱۴	تونس	۶۳/۷	۳۹	بلژیک	۴۸/۱
۱۵	ایران	۶۳/۶	۴۳	آلمان	۴۶/۸
۱۶	قزاقستان	۶۳/۳	۴۴	استرالیا	۴۶/۶
۱۷	مصر	۶۳/۱	۴۶	فیلیپین	۴۵/۷
۱۸	مالدیو	۶۱/۸	۴۷	سوئیس	۴۵/۶
۱۹	بنگلادش	۶۰/۰	۴۸	بوسنی و هرزگوین	۴۵/۳
۲۲	الجزایر	۵۸/۵	۴۹	روسیه	۴۵/۱
۲۳	آذربایجان	۵۷/۳	۵۰	چین	۴۴/۵

(Global Muslim Travel Index, 2016: 15)

در جدول شماره (۲) نیز مقایسه بین ۲۰ کشور عضو سازمان کنفرانس اسلامی و کشورهای غیر عضو سازمان کنفرانس اسلامی از نظر ایجاد خدمات و امکانات برای گردشگری مسلمانان، نشان داده شده است.

جدول ۲: مقایسه ۲۰ کشور عضو و غیر عضو سازمان کنفرانس اسلامی

از نظر خدمات و امکانات گردشگری مسلمانان

شاخص گردشگری جهانی مسلمانان	میانگین کشورهای عضو سازمان کنفرانس اسلامی	میانگین کشورهای غیر عضو سازمان کنفرانس اسلامی	میانگین شاخص گردشگری جهانی مسلمانان
ایجاد مقاصد گردشگری دوستانه و خانوادگی	۴۵/۲	۶۱/۲	۵۳/۲
ایجاد امنیت برای گردشگران مسلمان	۸۴/۴	۷۸/۷	۸۱/۶
ورود مسلمانان بازدیدکننده	۳۸/۹	۲۲/۲	۳۰/۶
گزینه‌های غذایی و تضمین حلال بودن آن‌ها	۸۲/۰	۴۵/۶	۶۳/۸
دسترسی به مکان‌های مناسب برای نماز خواندن	۹۹/۰	۴۲/۳	۷۰/۷
خدمات و امکانات هواپیمایی	۷۷/۹	۴۵/۹	۶۱/۹
گزینه‌هایی برای محل اقامت	۴۵/۳	۳۱/۵	۳۸/۴
سهولت ارتباطات	۵۹/۶	۴۸/۸	۵۴/۲
نیاز مسلمانان به دسترسی به اطلاعات	۳۳/۱	۳۰/۶	۳۱/۸
ارتباطات هوایی	۵۷/۴	۵۶/۲	۵۶/۸
ویزای سفر رایگان	۶۹/۵	۶۲/۴	۶۶/۰

(Global Muslim Travel Index, 2016: 18)

همان‌طور که در جدول (۳) نشان داده شده است، بر اساس برآوردها تعداد گردشگران بین‌المللی مسلمان در سال ۲۰۱۵، ۱۱۷ میلیون نفر بوده است و آسیا و اروپا دو منطقه‌ای بودند که بیش‌ترین جذب گردشگر مسلمان را داشته‌اند.

جدول ۳: درصد بازدیدکنندگان مسلمانان بر اساس منطقه

منطقه	درصد بازدیدکنندگان
آسیا	۵۶/۷
اروپا	۲۹/۷
آفریقا	۸/۸
آمریکا	۴/۳
اقیانوسیه	۰/۵
جمع	۱۰۰

(Global Muslim Travel Index, 2016: 18)

روش انجام پژوهش

این پژوهش سعی بر آن داشته که بتواند مفهوم گردشگری حلال را توصیف و ارزیابی کند و همچنین ضرورت یا عدم‌ضرورت این نوع گردشگری در کشور ایران را از دیدگاه کارشناسان امر گردشگری مورد بررسی قرار دهد. این پژوهش از نوع پژوهش کیفی است. در مطالعات کیفی برخلاف تحقیقات کمی، تحلیل به کمک اعداد یا همبستگی‌های عددی صورت نمی‌گیرد، بلکه اهداف تحقیق بیشتر به کمک طبقه‌بندی‌ها توصیف و مورد تحلیل قرار می‌گیرد. عمده‌ترین دلیل انتخاب و به‌کارگیری روش کیفی ماهیت سؤال پژوهشی است در این نوع روش ابتدا داده‌ها از منابع مختلف گردآوری می‌شوند؛ سپس پژوهشگر به واسطه ترتیباتی همچون مفهوم‌سازی، فروکاهی داده‌ها، تعیین مقوله‌ها بر حسب ویژگی‌ها و ابعاد و دست‌آخر ربطدهی مقوله‌ها به نوعی نظم مفهومی دست می‌یابد. برای جمع‌آوری پیشینه و مبانی نظری موضوع مورد مطالعه از اسناد کتابخانه‌ای و مراجع اصیل مرتبط با موضوع مورد پژوهش استفاده شده است. همچنین جهت سنجش افکار و نظرات کارشناسان پژوهش از روش پیمایشی به دو صورت پرسشنامه و مصاحبه استفاده شده است. کارشناسان یا جامعه آماری این پژوهش را مدیران و متخصصان سازمان‌های مرتبط با صنعت گردشگری و همچنین اساتید و فارغ‌التحصیلان رشته‌های مدیریت گردشگری، جغرافیا و برنامه‌ریزی توریسم تشکیل می‌دهند. در مرحله بعد تعدادی از این افراد به‌عنوان نمونه‌شناسایی و به روش تصادفی انتخاب گردیدند. با توجه به برخی محدودیت‌ها و همچنین

عدم همکاری تعدادی از کارشناسان، تعداد کل پاسخ‌دهندگان به ۲۰ نفر محدود شد. شایان‌ذکر است که برخی از نظرسنجی‌ها به صورت کتبی (استفاده از پست الکترونیک) و برخی نیز به صورت حضوری انجام شد. از آنجایی که تعداد زیادی از پاسخ‌دهندگان تمایلی برای نامبرده شدن از آن‌ها در مطالعه نداشته‌اند، لذا از نام‌بردن پاسخ‌دهندگان، صرف‌نظر کرده‌ایم. تجزیه و تحلیل داده‌ها به این‌گونه انجام شد که پس از مرحله نظرسنجی و ویرایش آن‌ها، نظرات مختلف در گروه‌های مفهومی یکسان، طبقه‌بندی شدند و نظرات آن‌ها در دو گروه موافقان و مخالفان نسبت به موضوع گردشگری حلال در ایران، دسته‌بندی گردید.

بحث و یافته‌های پژوهش

امروزه کشورهای مختلف هر یک با مزیت‌های رقابتی خاص خود سعی در ورود به کارزار رقابتی صنعت گردشگری و ارائه پیشنهادهای جذاب برای گردشگران دارند. کشورها و شهرها به‌عنوان عرضه‌کنندگان در این صنعت هر یک خدمات خاصی را مخصوص دسته خاصی از مشتریان با توجه به ایدئولوژی‌ها و ارزش‌های فرهنگی و مذهبی خود ارائه می‌دهند تا بتوانند با جذب گردشگران موردنظر خود از مزایای این صنعت استفاده کنند و از این‌روش برای جذب گردشگران مسلمان جهان از یکدیگر سبقت می‌گیرند. یکی از انواع گردشگری که به‌تازگی بر سر زبان‌ها افتاده گردشگری حلال است. به‌همین‌منظور برخی از کشورها مانند مالزی و ترکیه که در ورود انواع گردشگر به‌خصوص گردشگران مذهبی یا مسلمان پیشرو هستند، ترتیبی اتخاذ کرده‌اند تا با جذب گردشگران مسلمان، این بخش از صنعت گردشگری کشور خود یعنی گردشگری حلال را نیز رونق دهند؛ به‌عنوان‌مثال در پروازهای هوایی صنعت گردشگری حلال از سرو الکل و گوشت خوک و امثال آن برای این دسته از گردشگران مسلمانان اجتناب می‌شود و در بسیاری از هتل‌های بین‌المللی با آموزش‌های انجام‌شده در خصوص ذبح شرعی غذای حلال ارائه می‌کنند. همچنین در این هتل‌ها مردان و زنان می‌توانند در بخش بانوان و آقایان اقامت کنند و یا به استخرهای جداگانه بروند. درواقع استفاده از این نوع گردشگری و بازاریابی مناسب برای آن، توانسته موجب جذب مسلمانان زیادی به این کشورها شود چراکه الگوهای مناسبی را در ایجاد محیط مناسب برای استفاده از این نوع گردشگری ایجاد کرده‌اند.

کشور ایران نیز با داشتن قدمت تاریخی چندین هزارساله، به‌عنوان یکی از کشورهای جذاب از لحاظ گردشگری در جهان قرار می‌گیرد. عواملی مانند موقعیت جغرافیایی، تنوع آب‌وهوایی، فرهنگ و تاریخ غنی و دیگر عوامل تأثیرگذار، فضای مناسبی را برای ظهور اشکال مختلف گردشگری در

ایران فراهم کرده‌اند. در این میان به دلیل غنا و اهمیت بنیان‌های دینی در ایران به‌ویژه با توجه به فضای اسلامی حاکم بر آن، حضور گردشگران صرف‌نظر از منافع اقتصادی فراوان آن، که به سود جامعه است، زمینه را برای بهره‌وری‌های فرهنگی و معنوی فراهم سازد. در واقع در ایران صنعت گردشگری از ظرفیت‌های بسیار بالایی برای رشد و توسعه برخوردار است و پتانسیل‌های بالایی برای جذب توریست به‌ویژه از میان مسلمانان را داراست؛ بنابراین در این بخش از پژوهش نظرات کارشناسان در راستای پاسخ به این سؤال که آیا اجرای طرح گردشگری حلال (برند حلال) در کشوری مانند ایران ضرورت دارد؟ و یا به‌عبارتی دیگر، آیا ایران مکان مناسبی برای توسعه این نوع گردشگری هست یا خیر؟ مورد بررسی قرار گرفته است.

با وجود اتفاق نظر بر ظرفیت‌های گردشگری در توسعه کشور و برون‌رفت از اقتصاد متکی به درآمدهای نفتی و همچنین برنامه‌ریزی مناسب در زمینه گردشگری جهت دستیابی به اهداف چشم‌انداز ۱۴۰۴، در میان کارشناسان پژوهش، نظرات آن‌ها در دو گروه موافقان و مخالفان^۱ نسبت به این موضوع دسته‌بندی گردیده است.

نظر موافقان

بررسی دقیق اظهارات بیان‌شده از سوی کارشناسان این پژوهش حاکی از این بود که موافقان طرح گردشگری حلال، دلایل ضرورت گردشگری حلال در ایران را به صورت زیر بیان کرده‌اند:

- با بسترسازی در ایجاد برند و مسیر گردشگری حلال در ایران، گردشگران بیشتری از کشورهای مسلمان به ایران جذب می‌شوند. ایران در استفاده از برند حلال دارای مزیت‌ها و قابلیت‌های بیشتری نسبت به کشورهای دیگر است. در واقع برای رونق گردشگری حلال در ایران، در این حوزه باید اطلاع‌رسانی شود. یعنی در بازارهایی که برند گردشگری حلال برای گردشگران آن‌ها مهم است تبلیغات وسیعی درباره رعایت اصول حلال در ایران صورت بگیرد.
- بنا به گفته‌ی برخی از کارشناسان در این‌که ایران یک مقصد خوب برای گردشگری است، شکی نیست و تسهیلات حلال به‌طور در کشور ایران وجود دارد، ایران خیلی امکانات دارد که بسیاری از مردم نمی‌دانند و این شاید به دلیل کمبود تبلیغات است. در واقع نبود تبلیغات مناسب موجب شده بسیاری از جاذبه‌های گردشگری کشور به گردشگران خارجی معرفی نشوند.

۱- لازم به ذکر است که در طبقه بندی نظرات کارشناسان، نظرات مشابه با هم ترکیب شده و در قالب یک جمله یا پاراگراف آورده شده است.

- گردشگری حلال یکی از نقاط قوت گردشگری در ایران است؛ بنابراین به لحاظ موقعیت فرهنگی و مذهبی خاص ایران و وجود ظرفیت‌های گردشگری حلال مانند غذاهای حلال، رستوران‌ها، هتل‌های حلال و ... توسعه گردشگری حلال در ایران ضرورتی انکارناپذیر است؛ بنابراین در راستای گسترش گردشگری حلال در ایران باید طرح‌های مناسبی ارائه شود و همچنین باید در این زمینه شفاف‌سازی و آینده‌نگری صورت گیرد.
- مسئولین باید به فعالیت‌های مربوط به گردشگری حلال در ایران توجه ویژه‌ای داشته باشند. چراکه توجه به ظرفیت‌های گردشگری حلال می‌تواند به‌عنوان یک اندیشه موفق، برای جذب گردشگران بیشتر به کشور عمل نماید؛ بنابراین با ایجاد برنامه‌های راهبردی و برنامه‌ریزی مناسب، ایران می‌تواند به‌عنوان مقصد گردشگری حلال در جهان معرفی شود. همچنین توجه به بسترهای مناسب این نوع گردشگری در کنار جاذبه‌های فراوان گردشگری در ایران، می‌تواند فصل تازه‌ای برای گردشگری ایران را رقم بزند.
- از آنجایی که در ایران قوانین اسلامی حاکم است، تمامی متغیرهایی که برای ایجاد یک محیط حلال نیاز است مانند پذیرایی، هتلداری، جاذبه‌های دیدنی، کالاها و بازارها، خدمات مسافرتی و حمل‌ونقل و ... نیز در راستای قوانین اسلامی قرار دارند. در واقع مزیت رقابتی که ایران در ارائه گردشگری حلال و خدمات‌رسانی به بازار مشتریان دارد آن است که ایران به علت برقراری قواعد اسلامی در کشور نیاز کمتری به برنامه‌ریزی هتل‌ها و ... به این دسته از گردشگران دارد چراکه تمام هتل‌ها، رستوران‌ها و مکان‌های تفریحی در واقع به‌طور پیش‌فرض قوانین حلال را رعایت می‌کنند. همچنین ایران در مقایسه با کشورهایمانند ترکیه و مالزی، در سه بعد مکان‌های مذهبی، مکان‌های تاریخی و جاذبه‌های طبیعی متنوع می‌تواند عرضه‌کننده خدمات متنوعی در زمینه این نوع گردشگری باشد.
- از آنجایی که بیشتر کشورهای اسلامی جزء کشورهای در حال توسعه یا کمتر توسعه‌یافته هستند و با مشکلات اقتصادی مانند سطح پایین درآمد سرانه و ... روبرو هستند. اتکا به صنعت گردشگری و گسترش آن می‌تواند یکی از راه‌های رهایی این کشورها از چنین مشکلاتی باشد و از این طریق می‌توانند اقتصاد خود را توسعه و بهبود بخشند؛ بنابراین استفاده از مزیت‌هایی مانند گردشگری مذهبی و حلال علاوه بر این که می‌تواند درآمد خوبی را برای این کشورها به همراه داشته باشد، باعث نزدیکی کشورهای اسلامی به یکدیگر و همچنین زمینه‌های رشد اقتصادی را برای آن‌ها فراهم می‌نماید.

- در ایران شرایطی که مورد علاقه و جست‌وجوی گردشگران مسلمان است وجود دارد و در واقع مبنای زندگی در کشور ایران بر پایه زندگی حلال است (اگرچه برخی افراد ممکن است آن را رعایت نکنند)؛ بنابراین ایران می‌تواند به‌عنوان منادی، جایگاه و کانون گردشگری حلال شناخته شود. در کشوری مانند ایران است که گوشت حیوانات حرام مصرف نمی‌شود، مشروب حرام اعلام شده است و ... در واقع کشورهای دیگر در زمینه گردشگری حلال الگوهایی از ایران را پیاده کرده‌اند. در کشور ایران نباید تنها به کاربردن واژگان گردشگری اسلامی و حلال اکتفا کرد بلکه باید قوانین بسیار زیبا و مناسب اسلامی را با رفتار اسلامی کشور به دیگران هنگام بازدید از ایران نشان داد. در واقع کشور ایران بستر آماده و عظیمی برای جذب گردشگری حلال را دارد که متأسفانه آن‌طور که باید از آن بهره برده نمی‌شود؛ بنابراین گردشگری حلال باید مورد توجه اساسی قرار گیرد.
- در حالی که کشورهای اسلامی یا حتی غیراسلامی از این فرصت طلایی حداکثر استفاده را برده‌اند، ایران که جزو یکی از کشورهای تأثیرگذار اسلامی در جهان است، نباید از این واقعیت غافل بماند. در واقع وجود کشورهای اسلامی به‌خودی‌خود می‌توانند پایه‌گذاری بسیار مناسبی برای گردشگری حلال در سراسر جهان داشته باشند و با ایجاد ارتباط هرچه بیشتر گردشگران بین آن‌ها می‌توان فرهنگ‌ها را نیز به یکدیگر نزدیک کرد و دین مبین اسلام را به شکل واقعی و اصیل خود به دنیا معرفی کرد. علاوه بر این یکی از مزیت‌های ایران برای جذب گردشگرهای مسلمان، هم‌جواری با کشورهای مسلمان دیگر است که این خصوصیت برای کشور ما یک مزیت محسوب می‌شود. این خصوصیت نوع فرهنگ خاص آن‌ها است که متأثر از دین اسلام است. رعایت حجاب و خوردن غذای حلال و رفتارهای دیگر از جمله خصوصیت‌هایی است که در اروپا و دیگر نقاط غیرمسلمان آسیا چندان به آن بها داده نمی‌شود.
- ایجاد فضای گردشگری حلال به‌طور عام برای هر کشوری هزینه‌بر است چراکه باید زیرساخت‌ها و فضای مناسب برای این کار را فراهم کنند اما در کشور ایران در بُعد گسترش گردشگری حلال، جذب توریسم مسلمان هزینه‌بر نیست و فقط باید برنامه و تبلیغات مناسبی در این زمینه داشت، تبلیغاتی نوآورانه و خلاقانه که بتواند نظر مسلمانان را در سراسر جهان برای سفر به ایران جلب کند. در شکل شماره (۳) دلایل موافقان گردشگری حلال در ایران به‌طور خلاصه نشان داده شده است.



شکل ۳: دلایل موافقان گردشگری حلال در ایران

(منبع: یافته‌های پژوهش)

نظر مخالفان

از سوی دیگر برخی کارشناسان مخالف طرح گردشگری حلال در ایران معتقدند:

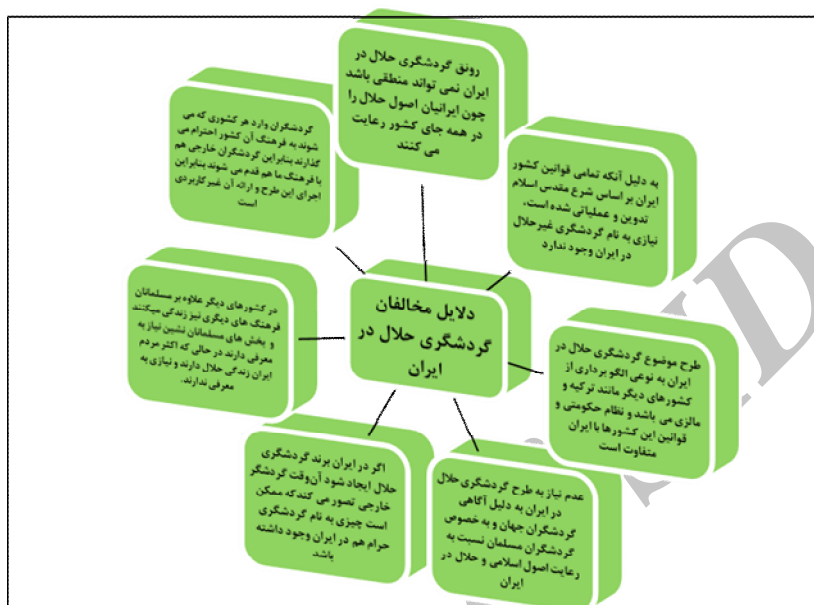
- این طرح برای صنعت گردشگری ایران که در تمام رستوران و هتل‌هایش اصول حلال رعایت می‌شود کاربردی نیست. به دلیل آنکه تمامی قوانین کشور ایران بر اساس شرع مقدس اسلام تدوین و عملیاتی شده است، نیازی به نام گردشگری غیرحلال در ایران وجود ندارد و قوانین ایران با قوانین کشورهای گردشگرپذیر همچون ترکیه و مالزی و... کاملاً متفاوت است. بنابراین همه‌چیز بر مبنای فقه اسلامی و شرع مقدس اسلام است و موضوع حرام وجود ندارد که بخواهیم برای جذب گردشگران مسلمان خدمات حلال ارائه کنیم. درواقع رونق گردشگری حلال در ایران نمی‌تواند منطقی باشد چون ایرانیان اصول حلال را در همه جای کشور رعایت می‌کنند بنابراین اصول حلال در ایران به صورت

طبیعی رعایت می‌شود. بر همین اساس، اجرای طرح گردشگری حلال در کشوری مانند ایران که همه‌چیز آن از بدو ورود گردشگر به کشور تا هتل و غذا و تمامی خدمات حلال است، ضرورتی ندارد.

- به دلیل این که آگاهی کافی نسبت به برخی پدیده‌های گردشگری وجود ندارد، طرح موضوع گردشگری حلال در ایران به نوعی الگوبرداری از کشورهای دیگر مانند ترکیه و مالزی است. نظام حکومتی و قوانین این کشورها با ایران متفاوت است و در آن‌ها محدودیت رفتاری و مکانی برای گردشگران وجود ندارد و یا این که برخی مکان‌های ساخته‌شده در این کشورها (مانند هتل‌ها) با شرع مقدس اسلام انطباق ندارند؛ بنابراین ناچار به ایجاد گردشگری حلال برای جذب گردشگر مسلمان هستند و بر این اساس باید خدمات حلال ایجاد کنند و به گردشگران مسلمان این اطمینان را بدهند که خدماتشان اعم از تفریحی و هتل‌ها و... بر اساس شرع مقدس اسلام ارائه می‌شود.

- همه گردشگران به خصوص گردشگران مسلمان می‌دانند که کدام کشورها، چه الزاماتی را رعایت می‌کنند و گردشگران جهان به این موضوع واقف هستند که اگر بخواهند به ایران سفر کنند تمامی خدمات در این کشور مطابق با شرع مقدس اسلام و حلال است. از سوی دیگر گردشگران وارد هر کشوری که می‌شوند به فرهنگ آن کشور احترام می‌گذارند بنابراین گردشگران خارجی هم با فرهنگ ما هم‌قدم می‌شوند و همان‌طور که ما در رستوران‌هایمان از گوشت حرام استفاده نمی‌کنیم آن‌ها نیز همین کار را می‌کنند؛ بنابراین برنامه‌ریزی برای اجرای این طرح و ارائه آن غیرکاربردی هستند. از طرف دیگر حتی به این موضوع اندیشیده نمی‌شود که اگر در ایران برند گردشگری حلال ایجاد شود آن وقت گردشگر خارجی از خودش می‌پرسد که ممکن است چیزی به نام گردشگری حرام هم در ایران وجود داشته که حالا می‌خواهند ایران را مقصد گردشگری حلال معرفی کنند.

- در رابطه با عدم‌نیاز به طرح گردشگری حلال در ایران برخی دیگر از کارشناسان معتقدند در کشوری مانند مالزی علاوه بر مسلمانان فرهنگ‌های دیگری نیز زندگی می‌کنند. آن‌ها مجبورند که بخش‌های مسلمان‌نشین خود را معرفی کنند این درحالی‌است که اکثر مردم ایران زندگی حلال دارند و نیازی به معرفی ندارند. در شکل شماره (۴) نیز دلایل مخالفان گردشگری حلال در ایران به صورت خلاصه نشان داده شده است.



شکل ۴: دلایل مخالفان گردشگری حلال در ایران

(منبع: یافته‌های پژوهش)

به‌طور کلی کارشناسان پژوهش در پاسخ به این سؤال که رواج و گسترش برند گردشگری حلال تا چه میزان می‌تواند در توسعه گردشگری و رشد اقتصادی ایران مؤثر باشد، امتیازهای موردنظر خود را به صورت جدول (۴) اعلام کردند^۱. بر این اساس ۰/۳۵ پاسخ‌دهندگان (۷ نفر) گزینه متوسط را انتخاب کرده‌اند.

جدول ۴: میزان اهمیت و تأثیر گردشگری حلال در توسعه گردشگری ایران از نظر کارشناسان پژوهش

درصد	تعداد	امتیاز
۰/۵	۱	خیلی کم
۰/۲۰	۴	کم
۰/۳۵	۷	متوسط
۰/۲۵	۵	زیاد
۰/۱۵	۳	خیلی زیاد
۱۰۰	۲۰	جمع

(منبع: یافته‌های پژوهش)

۱- لازم به ذکر است که ارزیابی پاسخ‌دهندگان بر اساس مقیاس لیکرت یعنی کمترین امتیاز ۱ تا بیشترین امتیاز ۵، می‌باشد.

نتیجه‌گیری

یکی از مشکلات موجود برای مسلمانان در صنعت گردشگری همواره این بوده است که به‌رغم این‌که دین اسلام افراد را ترغیب به سفر و دیدن عالم می‌کند، اما ساختار فرهنگی بسیاری از کشورها به‌گونه‌ای است که قوانینی بسیار متفاوت از قوانین موجود در دین اسلام و موارد منع شده در آن دارند و اساساً قصد سفر در دیدگاه اسلام در جنبه‌هایی متفاوت است. با داشتن چنین اهداف و انگیزه‌هایی مسلمانان در بسیاری از سفرها با محدودیت‌هایی مواجه هستند که از آن جمله می‌توان به مواردی مانند یافتن غذای حلال، سرو گسترده نوشیدنی‌های الکلی و اختلاط زن و مرد موجب ایجاد محدودیت‌هایی برای آنان اشاره کرد که این موارد موجب ایجاد محدودیت‌هایی در سفرهای آنان می‌شود، اما از سوی دیگر تعداد زیاد مسلمانان موجب ایجاد جنبش‌هایی در حل این مشکلات و استفاده از این بخش بازار در صنعت گردشگری شده است. ظهور برند حلال یکی از راه‌حل‌های این موضوع بود که با کمک سازمان کنفرانس اسلامی و ایجاد استانداردهایی برای آن به وجود آمد. استقبال گسترده مسلمانان از این برند و وجود مشکلات آن‌ها در گردشگری موجب تعریف حوزه‌های گردشگری اسلامی و گردشگری حلال شد. گردشگری حلال شکلی از گردشگری برای مسلمانان است که ترجیح می‌دهند از خدمات و امکانات و فعالیت‌ها و محصولات سازگار با اصول اسلامی استفاده کنند. یعنی آن قسم از گردشگری که در آن مکان‌های پیشنهادشده به مسلمانان منطبق بر اصول شریعت و حلال است. امروزه کشورهای مختلف هر یک با مزیت‌های رقابتی خاص خود، خدماتی را مخصوص دسته خاصی از مشتریان با توجه به ایدئولوژی‌ها و ارزش‌های فرهنگی و مذهبی خود ارائه می‌دهند تا بتوانند با جذب گردشگران موردنظر خود از مزایای این صنعت استفاده کنند و از این رویش برای جذب گردشگران مسلمان جهان از یکدیگر سبقت می‌گیرند. به‌همین‌منظور نیز برخی کشورها مانند مالزی و ترکیه و برخی کشورهای دیگر که در ورود انواع گردشگر به‌خصوص گردشگران مذهبی یا مسلمان پیشرو هستند، ترتیبی اتخاذ کرده‌اند تا با جذب گردشگران مسلمان، این بخش از صنعت گردشگری کشور خود یعنی گردشگری حلال را نیز رونق دهند؛ به همین دلیل در کنار انواع فرصت‌هایی که برای جذب توریسم داخلی تدارک دیده‌اند امکاناتی را نیز برای استفاده گردشگران مسلمان فراهم کرده‌اند.

در شرایطی که برند حلال در سطح جهان در حال توسعه است و علاوه بر کشورهای مسلمان حتی کشورهای غیرمسلمان هم علاقه‌مندی خود را برای ورود به تجارت در صنایع حلال نشان داده‌اند سؤال اساسی که در این پژوهش موردبررسی قرار گرفت این بود که آیا ایران مکان مناسبی برای توسعه این نوع گردشگری هست یا خیر؟ در راستای پاسخگویی به این سؤال از تعدادی از کارشناسان امر گردشگری نظرسنجی شد. نتایج بررسی‌ها نشان داد که کارشناسان برداشت‌های متفاوتی نسبت به

موضوع گردشگری حلال در ایران دارند اما در یک جمع‌بندی کلی نظرات آن‌ها در قالب دو گروه موافقان و مخالفان دسته‌بندی گردید. به اعتقاد موافقان طرح گردشگری حلال، ایران می‌تواند به قطب گردشگری اسلامی و حلال در جهان تبدیل شود و از آنجاکه ایران کشوری با رویکردهای اسلامی است بهتر از هر کشور دیگری می‌تواند این شرایط را برای گردشگران مسلمان مهیا کند. از طرف دیگر طبق صحبت‌های مخالفان طرح گردشگری حلال، این سبک از گردشگری را برای ایران از آن‌رو که اساساً بر اساس موازین اسلامی اداره می‌شود، بی‌مورد و اشتباه می‌دانند؛ بنابراین رونق گردشگری حلال در ایران نمی‌تواند منطقی باشد و برای ایران که در آن اصول حلال به‌طور طبیعی رعایت می‌شود، کاربردی نیست. همچنین از نظر پاسخ‌دهندگان، میزان اهمیت و تأثیر رواج و گسترش برند گردشگری حلال در توسعه گردشگری و رشد اقتصادی ایران، در حد متوسط است.

Archive of SID

منابع

- بهاری، جعفر، محمدی، سمیرا (۱۳۹۲)، "نقش مرقد مطهر هشتمین اختر تابناک شیعیان در گردشگری و آشتی فرهنگی مسلمانان"، اولین همایش ملی گردشگری، جغرافیا و محیط زیست پایدار.
- بهفروز، فاطمه (۱۳۸۸)، *زمینه‌های غالب در جغرافیای انسانی*، چاپ چهارم، تهران، انتشارات دانشگاه تهران.
- جعفری صمیمی، احمد، خبره، شیما (۱۳۹۴)، "اثر گردشگری مذهبی بر رشد اقتصادی در استان‌های ایران"، *فصلنامه جغرافیایی فضای گردشگری*، دوره ۴، شماره ۱۵، صص ۱۰۳-۸۵.
- شاه‌نظری، علی، نجاتبخش اصفهانی، علی، اصغرپور، عزت، سلیمانی، مریم (۱۳۹۲)، "طراحی مدل ارتقای جایگاه برند حلال در بازارهای جهانی"، *نشریه مدیریت فردا*، سال دوازدهم، شماره ۳۴، صص ۲۳-۳۶.
- شفقی، سیروس، حسنونند، عباس، مصلحی، محسن (۱۳۹۱)، "ضرورت‌ها و ظرفیت‌های گردشگری اسلامی و رویکردهای آن از منظر الگوهای فرهنگی اسلام و فقه اسلامی"، *فصلنامه برنامه‌ریزی منطقه‌ای*، سال دوم، شماره ۶، صص ۱-۱۳.
- فرجی‌راد، عبدالرضا، آقاجانی، سمیه (۱۳۸۸)، "تحلیلی نو پیرامون گردشگری و جدیدترین طبقه‌بندی آن"، *فصلنامه جغرافیایی سرزمین*، سال ششم، شماره ۲۳، صص ۶۱-۷۲.
- فیروزجائیان، علی‌اصغر، یوسفی، ندا، میرمحمدتبار، سیداحمد (۱۳۹۳)، "تحلیل کارکردی گردشگری مذهبی در ایران فراتحلیلی از تحقیقات موجود"، *مجله برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری*، سال سوم، شماره ۸، صص ۱۶۵-۱۴۳.
- قرآن کریم.
- نجاروظیفه‌دان، آلا، رهبری، سمیرا، زرین، بهار (۱۳۸۹)، "بررسی امکانات و محدودیت‌های توسعه گردشگری در کشورهای اسلامی در قالب مدل و تکنیک‌های برنامه‌ریزی و ارائه راهکارها"، *چهارمین کنگره بین‌المللی جغرافیدانان جهان اسلام*، زاهدان.
- یغفوری، حسین، علیزاده، محمدرضا، اسلام فرد، فاطمه، علم الهدی، سید محمدعلی (۱۳۹۱)، "ارائه برنامه‌ریزی استراتژیک جهت استفاده از پتانسیل‌های گردشگری حلال ایران در همگرایی کشورهای اسلامی"، *پنجمین کنگره بین‌المللی جغرافیدانان جهان اسلام*.
- Ajit, k. s. , (2004), Quest for good governance, contribution find potential of religious institutions as stakeholders.
- Al-Hamarneh, A. , (2008), Islamic Tourism: A Long term strategy of tourist industries in the Arab World, Center research on the Arab World, Available at <http://www.ceraw.Unimainz.de>.
- Alserhan, B. A. , (2010), On Islamic branding: brands as good deeds, *Journal of Islamic Marketing*, Vol. 1, No. 2, pp. 101-106.
- Battour, M. , Ismail, M. N. , (2015), Halal tourism: concepts, practises, challenges and future, *Tourism management perspectives*, Vol. 19. pp. 150-154.
- Battour, M. M., Ismail, M. N., Battour, M. , (2010), Toward a halal tourism market, *Tourism Analysis*, Vol. 15, pp. 1-10.

- Bozorggaghideh, N. , & Beegam, R. , (2015), Halal tourism in kerala, *International Journal of Management*, Vol. 6, pp. 42-48.
- Chandra, G. R. , (2014), Halal tourism; a new goldmine for tourism, *International Journal of Business management and research*, Vol. 4, No. 6, pp. 45-92.
- Chookaew, S,. et al, (2015), Increasing halal tourism potential at Andaman Gulf in Thailand for muslim country, *Journal of economics, Business and management*, Vol. 3, No. 7, pp. 739-746.
- Fahim, S. T. , Dooty, E. N. , (2014), Islamic tourism: in the perspective of bangladesh, *Global journal of management and business research*, Vol. XIV, No. 1, pp. 20-26.
- Global Muslim Travel Index, (2016), MasterCard & CrescentRating.
- Henderson, J. C, (2009), Islamic tourism reviewed, *Tourism Recreation Research*, Vol. 34, No. 2.
- Rahman, M. K. , (2014), Motivating factors of islamic tourists destination Loyalty: an empirical investigation in malaysia, *Journal of tourism and hospitality management*, Vol. 2, No. 1, pp. 63-77.
- Rahman, M. K. , (2014), Motivating factors of islamic tourists destination Loyalty: an empirical investigation in malaysia, *Journal of tourism and hospitality management*, Vol. 2, No. 1, pp. 63-77.
- www.google.com

Archive of SID