

شناسایی و تحلیل عوامل مؤثر بر زنجیره تأمین گردشگری مذهبی در ایران

جلیل توشنی^۱ و پرویز سعیدی^۲ و مجید نصیری^۳

چکیده

هدف پژوهش حاضر، شناسایی و تحلیل عوامل مؤثر بر زنجیره تأمین گردشگری مذهبی در ایران است. تحقیق حاضر از لحاظ هدف، کاربردی و بر اساس روش، توصیفی - همبستگی با رویکرد آمیخته اکتشافی است. جامعه آماری در مرحله کیفی ۳۰ نفر از خبرگان بودند که به روش قضاوتی هدفمند و گلوله برفی انتخاب شدند و در مرحله کمی، کارشناسان گردشگری مذهبی به تعداد ۹۵۰ نفر بودند که حجم نمونه مطابق جدول کرجسی و مورگان ۲۷۴ نفر تعیین، و از نمونه‌گیری تصادفی ساده استفاده شد. برای شناسایی مؤلفه‌ها از روش دلفی، و برای تحلیل روابط از روش معادلات ساختاری با نرم‌افزار Smart PLS استفاده شده است. نتایج دلفی نشان داد عوامل مؤثر بر زنجیره تأمین گردشگری مذهبی در ایران، شامل ۹۸ مؤلفه در قالب ۱۰ بُعد (اقامتی، حمل‌ونقل، مراکز بازدید، مراکز پذیرایی فروشگاه‌ها، زیست‌محیطی و انرژی، آژانس‌های مسافرتی و تورها، امنیت و ایمنی، مدیریتی و اقتصادی، اطلاعات و ارتباطات) است.

۱. گروه کارآفرینی، واحد علی‌آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی‌آباد کتول، ایران
(jaliltoshani@yahoo.com)

۲. گروه مدیریت و حسابداری، واحد علی‌آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی‌آباد کتول، ایران (نویسنده
مسئول) (parvizaeeedi@yahoo.com)

۳. گروه مدیریت و حسابداری، واحد علی‌آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی‌آباد کتول، ایران
(m_nasiri@aliabadiau.ac.ir)

همچنین نتایج معادلات ساختاری نشان داد ابعاد ده‌گانه به ترتیب به میزان (۰/۴۹۵)، (۰/۳۰۷)، (۰/۳۸۶)، (۰/۳۹۴)، (۰/۳۶۱)، (۰/۳۴۴)، (۰/۳۳۲)، (۰/۳۷۲)، (۰/۴۲۰)، (۰/۳۸۹) بر زنجیره تأمین گردشگری مذهبی در ایران تأثیر مثبت و معناداری دارد. **واژگان کلیدی:** زنجیره تأمین، گردشگری مذهبی، دلفی.

مقدمه

افزایش روزافزون گردشگری در مناطق مختلف دنیا سبب شده است گردشگری به‌منزله بزرگ‌ترین صنعت جهان معرفی شود و توجه برنامه‌ریزان را به خود جلب کند (شایان و همکاران، ۱۳۹۹ش). از ویژگی‌های گردشگری، تنوع آن از لحاظ انواع و گونه‌هاست که برخاسته از انگیزه‌های مختلف سفر است (فرناندز^۱ و همکاران، ۲۰۱۹). یکی از گونه‌های رو به رشد گردشگری در جهان، گردشگری مذهبی است (ایریمایس^۲ و همکاران، ۲۰۱۶م)؛ به‌طوری که تخمین زده می‌شود بیش از ۲۵ درصد از فعالیت‌های سفر در دنیا، از نوع گردشگری مذهبی است (حیدری^۳ و همکاران، ۲۰۱۸م). مکان‌های گردشگری مذهبی هر ساله بیش از ۳۰۰ میلیون گردشگر جذب می‌کند (شایان و همکاران، ۱۳۹۹م). از این رو در سال‌های اخیر گردشگری مذهبی، به‌منزله ابزاری توانمند برای معرفی و ترویج مذهب، فرهنگ و تاریخ مقصدهای گردشگری (کانتزانتونیو^۴ و داینسوپالو، ۲۰۱۷م)، می‌تواند از طریق ایجاد اشتغال، کسب درآمد ارزی و غیر ارزی و افزایش درآمدهای مالیاتی از محل فعالیت‌های اقتصادی مرتبط با گردشگری مذهبی، سبب توسعه اقتصادی شود. (رضایی و چهارراهی، ۱۳۹۸ش)

صاحب‌نظران گردشگری با توجه به موقعیت خاص فرهنگی مذهبی ایران و بهره‌مندی از ۸۹۱۹ مکان مذهبی مقدس، بر این باورند که گردشگری مذهبی، جای رشد و توسعه بسیاری در ایران دارد (جاویدیان، ۱۴۰۰ش). اما ایران هنوز

1. Fernandez.
2. Irimias.
3. Heidari.
4. Chantziantoniou.
5. Dionysopoulou.

فاقد ساماندهی تخصصی و متمرکز در حوزه گردشگری مذهبی است (پورنگ و همکاران، ۱۳۹۹ش). پس لازم است مسئولان گردشگری دنبال راهبردهایی جدید برای بهبود وضعیت گردشگری مذهبی کشور باشند. یکی از این راهبردها، مدیریت زنجیره تأمین گردشگری است (مراذنیادی و همکاران، ۱۳۹۹ش). با توجه به مطالب بیان شده و از آنجا که تا کنون تحقیقی در حوزه مدیریت زنجیره تأمین گردشگری مذهبی به صورت جامع انجام نشده است، سؤال تحقیق حاضر عبارت است از: عوامل مؤثر بر زنجیره تأمین گردشگری مذهبی در ایران کدام است؟

پیشینه تحقیق

تاریخچه گردشگری مذهبی به سال ۱۹۵۰ میلادی برمی‌گردد (آلواردو سیزو^۱ و همکاران، ۲۰۱۷م). گردشگری مذهبی زیرمجموعه‌ای از گردشگری است که از سنت دیرینه زیارت برخاسته است (سینها^۲ و میتال،^۳ ۲۰۲۱م) و امروزه یک عنصر ضروری جامعه است (میتال و سینها، ۲۰۲۱م). گردشگری مذهبی شامل دیدار از اماکن مذهبی و انجام دادن فرایض دینی و مذهبی می‌شود (مبارک^۴ و زین،^۵ ۲۰۲۰م). گردشگری مذهبی به سفرهایی اطلاق می‌شود که با انگیزه‌های مذهبی و... به مکان‌ها و مقاصد مذهبی انجام می‌شود (رومانلی^۶ و همکاران، ۲۰۲۱م). مدیریت زنجیره تأمین گردشگری را می‌توان به منزله مجموعه‌ای از رویکردهای استفاده‌شده به منظور مدیریت صحیح

-
1. Alvarado Sizzo.
 2. Sinha.
 3. Mittal.
 4. Mubarak.
 5. Zin.
 6. Romanelli.

عملکردهای زنجیره تأمین گردشگری دانست که در یک مقصد گردشگری خاص به منظور تأمین نیازهای گردشگران از بازارهای هدف و تأمین اهداف کسب و کار جریان دارد (یا فعل مشابه) (عزیزی و همکاران، ۱۴۰۱ش). زنجیره تأمین گردشگری شامل تمام تأمین کنندگان (مستقیم و غیر مستقیم) کالاها و خدماتی است که نیازهای گردشگران را تأمین می‌کند (بای^۱ و ران^۲، ۲۰۲۲م). با در نظر گرفتن اهمیت گردشگری مذهبی در سال‌های اخیر، مطالعات متعددی در این حوزه صورت گرفته است که در ادامه به طور خلاصه به تبیین نتایج برخی از آنها پرداخته شده است:

باقری و همکاران (۱۴۰۰ش) در تحقیقی با عنوان «فرا ترکیب عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری مذهبی» نشان دادند عوامل اثرگذار بر توسعه گردشگری مذهبی می‌تواند به دو بعد اصلی عوامل پیشران (با پنج مؤلفه اقتصادی، سیاسی/حاکمیتی (مدیریتی)، اجتماعی - فرهنگی، پیش نیازها/ زیرساخت‌های لازم و عوامل رانشی گردشگر) و عوامل بازدارنده (با پنج مؤلفه اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، سیاسی/حاکمیتی (مدیریتی)، زیست محیطی و محقق نشدن پیش نیازها و زیرساخت‌های لازم) دسته‌بندی شود.

رستمی و همکاران (۱۴۰۰ش) در تحقیقی با عنوان «مدل گردشگری مذهبی در مرز بین‌المللی مهران، تحلیل‌ها و راهبردها» نشان دادند الگوی گردشگری مذهبی در مرز بین‌المللی مهران دارای شش مؤلفه اصلی شامل شرایط علی (زیرساخت، تبلیغات)، مقوله‌ها، بسترها (خدمات رفاهی و بهداشتی)، عوامل مداخله‌گر (عوامل سیاسی، تغییرات آب‌وهوایی)، راهبردها، پیامدها و نتایج است.

اکبری و همکاران (۱۳۹۹ش) در تحقیقی با عنوان «مدل‌سازی ساختاری - تفسیری عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری مذهبی در ایران با رویکرد

1. Bai.

2. Ran.

آینده پژوهی» نشان دادند عوامل برنامه ریزی، سیاست گذاری و نظارت کامل بر روند صنعت توریسم مذهبی بیشترین تأثیر و همچنین عوامل عدم دخالت دولت در برنامه های اجرایی و خصوصی سازی و ایجاد رشته دانشگاهی توریسم مذهبی کمترین تأثیر را دارد.

فتحی و همکاران (۱۳۹۹ش) در تحقیقی با عنوان «ارزیابی عوامل مؤثر بر رقابت پذیری گردشگری مذهبی» نشان دادند سیاست های گردشگری، منابع فرهنگی و طبیعی تأثیرگذارترین شاخص ها در جهت افزایش رقابت پذیری صنعت گردشگری است. از سوی دیگر شاخص های زیرساخت و توانمندسازی بیشترین وابستگی را به دیگر شاخص ها دارد و تحت تأثیر آنهاست.

پورنگ و همکاران (۱۳۹۹ش) در تحقیقی با عنوان «شناسایی عوامل مؤثر بر جذب و ماندگاری گردشگر مذهبی در کلانشهر مشهد با رویکرد داده بنیاد» نشان دادند این عوامل در پنج مقوله اصلی ویژگی های مقصد گردشگری، ویژگی های جامعه میزبان، مدیریت مقصد گردشگری، ویژگی ها و نیازهای زائر یا گردشگر مذهبی و ویژگی های سفر (قرار دارد).

ضرغام بروجنی و همکاران (۱۳۹۷) در تحقیقی با عنوان گردشگری دینی، الزامات، راهبردها و پیامدها، نشان دادند عوامل علی اثرگذار بر توسعه گردشگری دینی کشور در قالب مدیریت جاذبه ها و رویدادها، مدیریت تبلیغات و توسعه زیرساخت ها و خدمات لازم متناسب با نیاز گردشگران دینی ورودی و عوامل مداخله گر شامل قوانین و مقررات و تدوین سیاست های کلان گردشگری دینی، شناسایی شد. شرایط زمینه ای شامل شرایط فرهنگی و اقتصادی و راهبردها نیز شامل بازاریابی، بهبود اوضاع زیست محیطی، منابع انسانی، آموزش، تعامل بخش دولتی و خصوصی به منظور توسعه گردشگری دینی، داشتن نگاه سیستمی و جذب سرمایه گذار تعیین شد.

عربشاهی و همکاران (۱۳۹۵ش) در تحقیقی با عنوان «شناسایی و رتبه بندی

عوامل رفاهی مؤثر در گردشگری مذهبی شهر مشهد» نشان دادند عوامل محیطی (اسکان، حمل و نقل و تغذیه)، عوامل فرهنگی (اطلاع‌رسانی و تبلیغات، آموزش، اوقات فراغت و برگزاری تورهای ارزان‌قیمت) و عوامل اجتماعی (بیمه حوادث و درمان، امنیت، راهنمای زائر و مشارکت بخش خصوصی) از جمله عوامل مؤثر شناسایی شده در گردشگری مذهبی است.

حسینی‌پور و همکاران (۱۳۹۵ش) در تحقیقی با عنوان «بررسی عوامل کشش و رانش مؤثر بر نیت سفر گردشگری مذهبی و نحوه تأثیر آنها» نشان دادند عوامل کشش مهم در نیت سفر گردشگر مذهبی سن، اعتقاد گردشگر به لزوم زیارت منطقه، مذهبی بودن، انگیزه افزایش ایمان، تجربه سفر مذهبی داشتن، انگیزه برای بخشش گناهان، وجود امکانات زندگی شبانه، ذکر شدن اسم منطقه در قرآن و احادیث، توسعه‌یافتگی خدمات بهداشتی، مشهور بودن منطقه، توسعه‌یافتگی حمل و نقل منطقه است.

سینها و میتال (۲۰۲۱م) در تحقیقی با عنوان «شناسایی و مدل‌سازی توانمندسازهای زنجیره تأمین گردشگری مذهبی در دوران پساکووید در هندوستان» نشان دادند این توانمندسازها عبارت‌اند از: سیستم اطلاعاتی کارآمد و یکپارچه، تدارکات و بازسازی ارتباطات، اقامت امن و اسکان شبانه‌روزی، عقاید و ارزش‌های زائران، تأسیسات زیرساخت بهداشت و درمان، غذا، زائران بین‌المللی، ابتکارات دولت، مدیریت مقصد، خودایمنی فردی. نتایج تحقیقات گذشته نشان می‌دهد تا کنون به زنجیره تأمین گردشگری مذهبی در ایران پرداخته نشده است؛ پس ضرورت انجام چنین تحقیقی احساس می‌شود.

مواد و روش‌ها

این پژوهش از لحاظ هدف، کاربردی و از حیث روش اجرا، توصیفی - پیمایشی است که با رویکرد آمیخته اکتشافی انجام شده است. جامعه آماری در مرحله کیفی ۳۰ نفر از خبرگان دارای ویژگی‌هایی نظیر تجربه، تناسب رشته

تحصیلی، مدرک تحصیلی، اشتغال به تدریس در دانشگاه، سابقه پژوهشی و تألیفی در این زمینه بودند و به روش قضاوتی هدفمند و گلوله برفی انتخاب شدند. (جدول ۱)

در مرحله کمی، کارشناسان گردشگری مذهبی ۹۵۰ نفر بودند (بر اساس آمار گرفته شده از سازمان میراث فرهنگی و گردشگری) که حجم نمونه مطابق جدول کرجسی و مورگان ۲۷۴ نفر از آنها تعیین شدند و برای نمونه‌گیری از روش تصادفی ساده استفاده شد. برای شناسایی مؤلفه‌ها از روش دلفی فازی در سه دور (جدول ۲ - ۴)، و برای دسته‌بندی مؤلفه‌ها از تحلیل عاملی اکتشافی (طبق جدول ۵)، و در نهایت برای طراحی مدل از روش مدل‌سازی معادلات ساختاری با نرم‌افزار Smart PLS³ استفاده شده است. برای سنجش روایی و پایایی مرحله کیفی از معیارهای لینکولن و گوبا^۱ (۱۹۸۲م) استفاده شد.

در این تحقیق قابلیت اعتبار از طریق بررسی از سوی خبرگان صورت گرفت؛ به این ترتیب که در چند مورد پس از انجام دادن و پیاده‌سازی مصاحبه اولیه نیمه‌باز به همراه تحلیلی از مصاحبه در اختیار فرد مصاحبه‌شونده قرار گرفت تا از صحت اطلاعات به دست آمده در مصاحبه اطمینان حاصل شود. برای معیار قابلیت ثبات سعی شد تا با تهیه شواهد و مدارک کافی درباره مؤلفه‌های مؤثر بر زنجیره تأمین گردشگری مذهبی، به گونه‌ای مشروح و دقیق، رویه‌های مطالعه شده، زمینه و شرایط پژوهش توصیف شود.

در واقع سعی شد کلیه فعالیت‌های صورت گرفته شامل مراحل کار و چگونگی گردآوری و تحلیل داده‌ها به دقت ثبت شود. در راستای قابلیت انتقال، این معیار به کاربردهای نتایج حاصل از پژوهش اشاره، و در راستای اعتبار بیرونی عمل می‌کند و در خصوص قابلیت تأیید، بدین معناست که نتایج حاصل از پژوهش از سوی استاد یا محقق - که نقش راهنمای کار را بر عهده

1. Lincoln and Guba.

دارد - تأیید شود. این امر به این سبب انجام می‌شود که ممکن است فرایند تحقیق به وسیله ادراکات شخصی پژوهشگر تحت تأثیر قرار گیرد. در مرحله کمی نیز برای سنجش پایایی از آزمون‌های ضریب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی (CR)، برای روایی همگرا از جذر میانگین واریانس استخراج شده (AVE) و برای روایی واگرا از روش فورنل و لارکر^۱ (۱۹۸۱م) استفاده شده است؛ بدین صورت که برای هر یک از متغیرها، ضریب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی (CR) در جدول ۶ و مقادیر جذر میانگین واریانس استخراج شده (AVE) در جدول ۷ و ماتریس همبستگی در جدول ۸ بیان شده است. در نهایت برای برازش مدل از معیارهای R^2 و Q^2 استفاده شده است. این معیارها طبق اعداد مندرج در جدول ۹ آورده شده است.

جدول ۱. مشخصات خبرگان

ردیف	تحصیلات	رشته تحصیلی	شغل
۱	دکترا	اقتصاد	هیئت علمی
۲	دکترا	اقتصاد	هیئت علمی
۳	دکترا	مدیریت بازرگانی	هیئت علمی
۴	دکترا	مدیریت گردشگری	هیئت علمی
۵	کارشناسی ارشد	مدیریت بازرگانی	هیئت علمی
۶	دکترا	مدیریت مالی	هیئت علمی
۷	دکترا	اقتصاد	هیئت علمی
۸	دکترا	مدیریت دولتی	هیئت علمی
۹	کارشناسی ارشد	مدیریت دولتی	هیئت علمی
۱۰	دکترا	کارآفرینی	هیئت علمی
۱۱	دکترا	مدیریت مالی	هیئت علمی
۱۲	دکترا	مدیریت بازرگانی	هیئت علمی
۱۳	دکترا	مدیریت مالی	هیئت علمی
۱۴	دکترا	کارآفرینی	هیئت علمی
۱۵	دکترا	مدیریت مالی	هیئت علمی

1. Fornell and Larcker.

ردیف	تحصیلات	رشته تحصیلی	شغل
۱۶	دکترا	اقتصاد	هیئت علمی
۱۷	دکترا	مدیریت مالی	هیئت علمی
۱۸	کارشناسی ارشد	اقتصاد	هیئت علمی
۱۹	کارشناسی ارشد	مدیریت گردشگری	هیئت علمی
۲۰	دکترا	حسابداری	هیئت علمی
۲۱	دکترا	مدیریت دولتی	هیئت علمی
۲۲	کارشناسی ارشد	مدیریت دولتی	هیئت علمی
۲۳	دکترا	کارآفرینی	هیئت علمی
۲۴	دکترا	مدیریت مالی	هیئت علمی
۲۵	دکترا	مدیریت بازرگانی	هیئت علمی
۲۶	دکترا	مدیریت مالی	هیئت علمی
۲۷	دکترا	کارآفرینی	هیئت علمی
۲۸	دکترا	مدیریت مالی	هیئت علمی
۲۹	دکترا	اقتصاد	هیئت علمی
۳۰	دکترا	مدیریت مالی	هیئت علمی

تحلیل داده‌ها

جدول ۲. مؤلفه‌های استخراج شده از پیشینه تحقیق

شماره	مؤلفه	شماره	مؤلفه
۱	مدت اقامت	۴۷	تعداد فروشگاه در فرودگاه‌ها و ترمینال‌ها نسبت به مراکز
۲	اطلاعات اقامت زائران	۴۸	خرید و تجاری به مساحت کل شهر
۳	نحوه اسکان	۴۹	میزان آب مصرف شده
۴	میزان استفاده از هتل‌ها	۵۰	میزان فاضلاب تولیدشده
۵	تعداد تخت در دسترس	۵۱	میزان فاضلاب تصفیه شده
۶	نرخ اشغال تخت	۵۲	سرانه مصرف انرژی
۷	تعداد افراد شاغل در مراکز اقامتی	۵۳	عوامل محدودکننده
۸	میانگین هزینه اقامت هر زائر	۵۴	آلاینده‌های هوا
۹	میزان تبلیغات	۵۵	تغییرات آب‌وهوایی

شماره	مؤلفه	شماره	مؤلفه
۱۰	میزان امکانات مراکز اقامتی	۵۶	مدیریت زیاله جامد
۱۱	میزان استفاده از استانداردها	۵۷	عملیات جمع‌آوری فاضلاب
۱۲	متوسط قیمت اقامت شبانه	۵۸	مدیریت آب
۱۳	تعداد نیروی انسانی ایده‌آل در مراکز اقامتی	۵۹	مدیریت مصرف انرژی
۱۴	سهم نوع وسیله سفرهای برون شهری	۶۰	مدیریت گونه‌ها و چشم‌اندازها
۱۵	سهم وسیله سفرهای درون شهری	۶۱	مدیریت صوتی و روشنایی
۱۶	میزان سفرهای برون شهری	۶۲	میزان شکایات ثبت شده از تورها
۱۷	میزان سفرهای درون شهری	۶۳	هزینه بسته سفر
۱۸	هزینه جابه‌جایی مسافر	۶۴	درصد نوع مدیریت سفر
۱۹	ارزیابی عملکرد سیستم حمل‌ونقل	۶۵	درصد خدمات رزرو
۲۰	میزان توسعه معابر و خطوط	۶۶	میزان استفاده از خدمات تور
۲۱	پارکینگ‌ها	۶۷	تعداد آژانس‌های مسافرتی و تورهای فعال
۲۲	ایستگاه‌ها و ترمینال‌ها	۶۸	تعداد دفاتر خدمات مسافرتی خارج کشور
۲۳	سطح سرویس شبکه	۶۹	متوسط هزینه اخذ ویزا
۲۴	حداکثر ظرفیت مسافر برون شهری	۷۰	متوسط زمان مورد نیاز جهت اخذ ویزا
۲۵	متوسط قیمت بلیت مسافر	۷۱	میزان شکایات ثبت شده
۲۶	تعداد یا نسبت مراجع	۷۲	میزان جرایم ثبت شده
۲۷	تعداد کل بازدیدکننده	۷۳	میزان آتش‌سوزی‌های ثبت شده
۲۸	میانگین مدت حضور افراد	۷۴	میزان تصادفات
۲۹	میانگین سنی بازدیدکنندگان	۷۵	میزان استفاده از استانداردهای ایمنی
۳۰	انگیزه از بازدید هر مرکز	۷۶	تعداد ایستگاه‌های آتش‌نشانی
۳۱	نحوه دسترسی برای هر مرکز	۷۷	تعداد مراکز پلیس
۳۲	درصد کاربری فرهنگی - مذهبی از کل شهر	۷۸	متوسط زمان رسیدگی به شکایات

شماره	مؤلفه	شماره	مؤلفه
۳۳	تعداد نیروی انسانی ایده‌آل برای مدیریت پایدار گردشگری	۷۹	میزان ظرفیت گردشگری
۳۴	تعداد نیروی انسانی موجود در حوزه گردشگری	۸۰	کل هزینه‌کرد گردشگران
۳۵	قیمت بلیت ورودی	۸۱	میزان پرداخت عوارض شهری و مالیات
۳۶	ظرفیت پذیرش فیزیکی	۸۲	میزان درآمدهای گمرکی
۳۷	میزان ظرفیت پذیرش واقعی	۸۳	مجموع درآمدهای حاصل از اخذ ویزا
۳۸	ظرفیت پذیرش مؤثر	۸۴	میزان سرمایه‌گذاری در حوزه گردشگری
۳۹	متوسط هزینه انجام‌شده هر زائر در مراکز	۸۵	ارزش افزوده ناشی از صنایع مرتبط با گردشگری
۴۰	تعداد مراکز پذیرایی	۸۶	سهم زائران از هزینه‌های مدیریت شهری
۴۱	متوسط هزینه‌کرد خرید سوغات از کل هزینه زائر	۸۷	میزان اثرات اجتماعی و فرهنگی
۴۲	نسبت مراجعه به مراکز خرید	۸۸	تعداد بازدید از سایت‌های مرتبط با گردشگری
۴۳	میزان اقلام خریداری شده	۸۹	درصد منابع اطلاعات سفر
۴۴	تعداد مراکز تبدیل ارز و صرافی	۹۰	تعداد و تنوع مراکز اطلاع‌رسانی
۴۵	تعداد مراکز تجاری	۹۱	میزان تسهیلات ارتباطی
۴۶	میزان تبلیغات برای مراکز تجاری		

بر اساس جدول (۲) ۹۱ مؤلفه از پیشینه تحقیق استخراج شده است؛ اکنون لازم است تا با استفاده از روش دلفی‌فازی و به سبب اطمینان‌سازی از شناسایی دقیق این عوامل، پرسش‌نامه محقق‌ساخته تهیه، و در اختیار ۳۰ خبره گذاشته شود تا اجماع حاصل شود. برای طراحی پرسش‌نامه محقق‌ساخته از طیف پنج‌گانه مطابق زیر استفاده می‌شود:

جدول ۳. متغیرهای زبانی (آذر و خسروانی، ۱۳۹۸ش)

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

پس از دریافت کردن پاسخ‌ها از طرف خبرگان محقق، داده‌های حاصل از نظر ایشان خبرگان را تحلیل، و پس از طی مراحل محاسباتی مختص تکنیک دلفی فازی، اعدادی که میانگین دی‌فازی شده آنها کمتر از ۰/۷ باشد، آن عامل رد و اگر ۰/۷ و بالاتر باشد آن عامل پذیرفته می‌شود. نتایج در جدول زیر آمده است:

جدول ۴. مرحله اول نظرسنجی از خبرگان

شماره	مؤلفه‌ها	میانگین فازی	میانگین فازی زدایی شده
۱	مدت اقامت	(۰/۷، ۰/۹۶، ۱)	۰/۹۱
۲	اطلاعات اقامت زائران	(۰/۳، ۰/۹۵، ۱)	۰/۸۰
۳	نحوه اسکان	(۰/۳، ۰/۹۱، ۱)	۰/۷۸
۴	میزان استفاده از هتل‌ها	(۰/۷، ۰/۹۵، ۱)	۰/۹۰
۵	تعداد تخت در دسترس	(۰/۳، ۰/۸۳، ۱)	۰/۷۴
۶	نرخ اشغال تخت	(۰/۷، ۰/۹۵، ۱)	۰/۹۰
۷	تعداد افراد شاغل در مراکز اقامتی	(۰/۰، ۰/۸۷، ۱)	۰/۶۹
۸	میانگین هزینه اقامت هر زائر	(۰/۳، ۰/۸۹، ۱)	۰/۷۷
۹	میزان تبلیغات	(۰/۰، ۰/۸۳، ۱)	۰/۶۶
۱۰	میزان امکانات مراکز اقامتی	(۰/۰، ۰/۸۴، ۱)	۰/۶۷
۱۱	میزان استفاده از استانداردها	(۰/۳، ۰/۸۶، ۱)	۰/۷۵
۱۲	متوسط قیمت اقامت شبانه	(۰/۳، ۰/۹۰، ۱)	۰/۷۸
۱۳	تعداد نیروی انسانی ایده‌آل در مراکز اقامتی	(۰/۳، ۰/۸۹، ۱)	۰/۷۷
۱۴	سهم نوع وسیله سفرهای برون‌شهری	(۰/۳، ۰/۹۲، ۱)	۰/۷۹
۱۵	سهم وسیله سفرهای درون‌شهری	(۰/۷، ۰/۹۵، ۱)	۰/۹۰

شماره	مؤلفه‌ها	میانگین فازی	میانگین فازی شده
۱۶	میزان سفرهای برون شهری	(۰/۳، ۰/۹۳، ۱)	۰/۷۹
۱۷	میزان سفرهای درون شهری	(۰/۳، ۰/۸۸، ۱)	۰/۷۶
۱۸	هزینه جابه‌جایی مسافر	(۰/۳، ۰/۹۴، ۱)	۰/۷۹
۱۹	ارزیابی عملکرد سیستم حمل و نقل	(۰/۳، ۰/۹۲، ۱)	۰/۷۸
۲۰	میزان توسعه معابر و خطوط	(۰/۳، ۰/۹۴، ۱)	۰/۷۹
۲۱	پارکینگ‌ها	(۰/۳، ۰/۹۲، ۱)	۰/۷۸
۲۲	ایستگاه‌ها و ترمینال‌ها	(۰/۰، ۰/۸۱، ۱)	۰/۶۵
۲۳	سطح سرویس شبکه	(۰/۳، ۰/۹۲، ۱)	۰/۷۹
۲۴	حداکثر ظرفیت مسافر برون شهری	(۰/۰، ۰/۹۰، ۱)	۰/۷۰
۲۵	متوسط قیمت بلیت مسافر	(۰/۳، ۰/۹۲، ۱)	۰/۷۹
۲۶	تعداد یا نسبت مراجع	(۰/۳، ۰/۸۷، ۱)	۰/۷۶
۲۷	تعداد کل بازدیدکننده	(۰/۷، ۰/۹۷، ۱)	۰/۹۰
۲۸	میانگین مدت حضور افراد	(۰/۳، ۰/۹۱، ۱)	۰/۷۸
۲۹	میانگین سنی بازدیدکنندگان	(۰/۰، ۰/۸۴، ۱)	۰/۶۷
۳۰	انگیزه از بازدید هر مرکز	(۰/۳، ۰/۸۶، ۱)	۰/۷۵
۳۱	نحوه دسترسی برای هر مرکز	(۰/۳، ۰/۹۰، ۱)	۰/۷۸
۳۲	درصد کاربری فرهنگی - مذهبی از کل شهر	(۰/۳، ۰/۸۹، ۱)	۰/۷۷
۳۳	تعداد نیروی انسانی ایده‌آل برای مدیریت پایدار گردشگری	(۰/۳، ۰/۹۲، ۱)	۰/۷۹
۳۴	تعداد نیروی انسانی موجود در حوزه گردشگری	(۰/۷، ۰/۹۵، ۱)	۰/۹۰
۳۵	قیمت بلیت ورودی	(۰/۳، ۰/۹۳، ۱)	۰/۷۹
۳۶	ظرفیت پذیرش فیزیکی	(۰/۳، ۰/۹۱، ۱)	۰/۷۸
۳۷	میزان ظرفیت پذیرش واقعی	(۰/۳، ۰/۹۲، ۱)	۰/۷۹
۳۸	ظرفیت پذیرش مؤثر	(۰/۳، ۰/۸۸، ۱)	۰/۷۶
۳۹	متوسط هزینه انجام شده هر زائر در مراکز	(۰/۷، ۰/۹۶، ۱)	۰/۹۱
۴۰	تعداد مراکز پذیرایی	(۰/۳، ۰/۹۵، ۱)	۰/۸۰
۴۱	متوسط هزینه‌کرد خرید سوغات از کل هزینه زائر	(۰/۳، ۰/۹۱، ۱)	۰/۷۸
۴۲	نسبت مراجعه به مراکز خرید	(۰/۷، ۰/۹۵، ۱)	۰/۹۰
۴۳	میزان اقلام خریداری شده	(۰/۳، ۰/۸۳، ۱)	۰/۷۴

شماره	مؤلفه‌ها	میانگین فازی	میانگین فازی شده
۴۴	تعداد مراکز تبدیل ارز و صرافی	(۰/۷ ، ۰/۹۵ ، ۱)	۰/۹۰
۴۵	تعداد مراکز تجاری	(۰/۱۰ ، ۰/۸۷ ، ۱)	۰/۶۹
۴۶	میزان تبلیغات برای مراکز تجاری	(۰/۳ ، ۰/۸۹ ، ۱)	۰/۷۷
۴۷	تعداد فروشگاه در فرودگاه‌ها و ترمینال‌ها نسبت به مراکز	(۰/۱۰ ، ۰/۸۳ ، ۱)	۰/۶۶
۴۸	خرید و تجاری به مساحت کل شهر	(۰/۱۰ ، ۰/۸۴ ، ۱)	۰/۶۷
۴۹	میزان آب مصرف‌شده	(۰/۳ ، ۰/۸۶ ، ۱)	۰/۷۵
۵۰	میزان فاضلاب تولیدشده	(۰/۷ ، ۰/۹۶ ، ۱)	۰/۹۱
۵۱	میزان فاضلاب تصفیه‌شده	(۰/۳ ، ۰/۹۵ ، ۱)	۰/۸۰
۵۲	سرانه مصرف انرژی	(۰/۳ ، ۰/۹۱ ، ۱)	۰/۷۸
۵۳	عوامل محدودکننده	(۰/۷ ، ۰/۹۵ ، ۱)	۰/۹۰
۵۴	آلاینده‌های هوا	(۰/۳ ، ۰/۸۳ ، ۱)	۰/۷۴
۵۵	تغییرات آب‌وهوایی	(۰/۷ ، ۰/۹۵ ، ۱)	۰/۹۰
۵۶	مدیریت زباله جامد	(۰/۱۰ ، ۰/۸۷ ، ۱)	۰/۶۹
۵۷	عملیات جمع‌آوری فاضلاب	(۰/۳ ، ۰/۸۹ ، ۱)	۰/۷۷
۵۸	مدیریت آب	(۰/۱۰ ، ۰/۸۳ ، ۱)	۰/۶۶
۵۹	مدیریت مصرف انرژی	(۰/۱۰ ، ۰/۸۴ ، ۱)	۰/۶۷
۶۰	مدیریت گونه‌ها و چشم‌اندازها	(۰/۳ ، ۰/۸۶ ، ۱)	۰/۷۵
۶۱	مدیریت صوتی و روشنایی	(۰/۳ ، ۰/۹۰ ، ۱)	۰/۷۸
۶۲	میزان شکایات ثبت‌شده از تورها	(۰/۳ ، ۰/۸۹ ، ۱)	۰/۷۷
۶۳	هزینه بسته سفر	(۰/۳ ، ۰/۹۲ ، ۱)	۰/۷۹
۶۴	درصد نوع مدیریت سفر	(۰/۷ ، ۰/۹۵ ، ۱)	۰/۹۰
۶۵	درصد خدمات رزرو	(۰/۳ ، ۰/۹۳ ، ۱)	۰/۷۹
۶۶	میزان استفاده از خدمات تور	(۰/۳ ، ۰/۸۸ ، ۱)	۰/۷۶
۶۷	تعداد اژانس‌های مسافرتی و تورهای فعال	(۰/۳ ، ۰/۹۴ ، ۱)	۰/۷۹
۶۸	تعداد دفاتر خدمات مسافرتی خارج کشور	(۰/۳ ، ۰/۹۲ ، ۱)	۰/۷۸
۶۹	متوسط هزینه اخذ ویزا	(۰/۳ ، ۰/۹۴ ، ۱)	۰/۷۹
۷۰	متوسط زمان مورد نیاز برای اخذ ویزا	(۰/۳ ، ۰/۹۲ ، ۱)	۰/۷۸
۷۱	میزان شکایات ثبت‌شده	(۰/۱۰ ، ۰/۸۱ ، ۱)	۰/۶۵
۷۲	میزان جرایم ثبت‌شده	(۰/۳ ، ۰/۹۲ ، ۱)	۰/۷۹

شماره	مؤلفه‌ها	میانگین فازی	میانگین فازی شده
۷۳	میزان آتش‌سوزی‌های ثبت‌شده	(۰/۱، ۰/۹۰، ۰/۰)	۰/۷۰
۷۴	میزان تصادفات	(۰/۱، ۰/۹۲، ۰/۳)	۰/۷۹
۷۵	میزان استفاده از استانداردهای ایمنی	(۰/۱، ۰/۸۷، ۰/۳)	۰/۷۶
۷۶	تعداد ایستگاه‌های آتش‌نشانی	(۰/۱، ۰/۹۷، ۰/۷)	۰/۹۰
۷۷	تعداد مراکز پلیس	(۰/۱، ۰/۹۱، ۰/۳)	۰/۷۸
۷۸	متوسط زمانی رسیدگی به شکایات	(۰/۱، ۰/۸۴، ۰/۰)	۰/۶۷
۷۹	میزان ظرفیت گردشگری	(۰/۱، ۰/۸۶، ۰/۳)	۰/۷۵
۸۰	کل هزینه‌کرد گردشگران	(۰/۱، ۰/۹۰، ۰/۳)	۰/۷۸
۸۱	میزان پرداخت عوارض شهری و مالیات	(۰/۱، ۰/۸۹، ۰/۳)	۰/۷۷
۸۲	میزان درآمدهای گمرکی	(۰/۱، ۰/۹۲، ۰/۳)	۰/۷۹
۸۳	مجموع درآمدهای حاصل از اخذ ویزا	(۰/۱، ۰/۹۵، ۰/۷)	۰/۹۰
۸۴	میزان سرمایه‌گذاری در حوزه گردشگری	(۰/۱، ۰/۹۳، ۰/۳)	۰/۷۹
۸۵	ارزش‌افزوده ناشی از صنایع مرتبط با گردشگری	(۰/۱، ۰/۹۱، ۰/۳)	۰/۷۸
۸۶	سهم زائران از هزینه‌های مدیریت شهری	(۰/۱، ۰/۹۲، ۰/۳)	۰/۷۹
۸۷	میزان اثرات اجتماعی و فرهنگی	(۰/۱، ۰/۸۸، ۰/۳)	۰/۷۶
۸۸	تعداد بازدید از سایت‌های مرتبط با گردشگری	(۰/۱، ۰/۹۶، ۰/۷)	۰/۹۱
۸۹	درصد منابع اطلاعات سفر	(۰/۱، ۰/۹۵، ۰/۳)	۰/۸۰
۹۰	تعداد و تنوع مراکز اطلاع‌رسانی	(۰/۱، ۰/۹۱، ۰/۳)	۰/۷۸
۹۱	میزان تسهیلات ارتباطی	(۰/۱، ۰/۹۵، ۰/۷)	۰/۹۰

با توجه به اینکه میانگین قطعی مؤلفه‌ها همگی بالای ۰/۴ است، اعضای گروه خبره با مؤلفه‌ها موافق بوده‌اند. در مرحله دوم نظرسنجی از خبرگان، علاوه بر اطلاعات مربوط به میانگین نظرات کلیه خبرگان، نظر قبلی هر خبره نیز ثبت شد تا پس از مقایسه آنها، نظر جدید خود را درباره مؤلفه‌های تأثیرگذار در زنجیره تأمین گردشگری مذهبی ثبت کنند. همچنین در پرسش‌نامه دوم، هفت مؤلفه جدید تأثیرگذار در زنجیره تأمین گردشگری مذهبی از نظر خبرگان اضافه شده است که به شرح زیر است:

۱. شناسایی مکان‌های مذهبی با سند و مستندات قانونی؛
 ۲. معرفی مراکز مذهبی و مکان‌های مذهبی از طریق فضای مجازی؛
 ۳. آسیب‌شناسی صنعت گردشگری مذهبی به صورت تخصصی؛
 ۴. به‌کارگیری افراد متخصص و فعال در صنعت گردشگری؛
 ۵. حمایت سازمان‌ها و ارگان‌های دولتی؛
 ۶. حذف هزینه‌های گمرکی جهت استقبال از صنعت گردشگری مذهبی؛
 ۷. آموزش و توسعه نیروی انسانی.
- با توجه به دیدگاه‌های ارائه‌شده در مرحله دوم و مقایسه آن با نتایج مرحله سوم، در صورتی که اختلاف بین دو مرحله کمتر از آستانه کم (۰/۱) باشد، در این صورت فرایند نظرسنجی متوقف می‌شود.
- جدول ۵. اختلاف میانگین فازی زدایی‌شده مرحله دوم و سوم نظرسنجی از

خبرگان

شماره	مؤلفه‌ها	میانگین فازی زدایی‌شده مرحله ۲	میانگین فازی زدایی‌شده مرحله ۳	اختلاف
۱	مدت اقامت	۰/۹۰	۰/۹۱	۰/۰۱
۲	اطلاعات اقامت زائران	۰/۹۱	۰/۹۱	۰/۰۰
۳	نحوه اسکان	۰/۷۹	۰/۷۸	۰/۰۱
۴	میزان استفاده از هتل‌ها	۰/۸۵	۰/۹۰	۰/۰۵
۵	تعداد تخت در دسترس	۰/۷۵	۰/۷۶	۰/۰۱
۶	نرخ اشغال تخت	۰/۹۰	۰/۸۳	۰/۰۷
۷	تعداد افراد شاغل در مراکز اقامتی	۰/۷۸	۰/۷۹	۰/۰۱
۸	میانگین هزینه اقامت هر زائر	۰/۸۹	۰/۹۰	۰/۰۱
۹	میزان تبلیغات	۰/۷۸	۰/۷۸	۰/۰۰
۱۰	میزان امکانات مراکز اقامتی	۰/۷۷	۰/۷۸	۰/۰۱
۱۱	میزان استفاده از استانداردها	۰/۷۶	۰/۷۷	۰/۰۱
۱۲	متوسط قیمت اقامت شبانه	۰/۸۶	۰/۸۹	۰/۰۳
۱۳	تعداد نیروی انسانی ایده‌آل در مراکز اقامتی	۰/۸۲	۰/۹۰	۰/۰۸

شماره	مؤلفه‌ها	میانگین فازی‌زدایی شده مرحله ۲	میانگین فازی‌زدایی شده مرحله ۳	اختلاف
۱۴	سهام نوع وسیله سفرهای برون شهری	۰/۹۰	۰/۹۰	۰/۰۰
۱۵	سهام وسیله سفرهای درون شهری	۰/۹۰	۰/۹۰	۰/۰۰
۱۶	میزان سفرهای برون شهری	۰/۹۱	۰/۹۱	۰/۰۰
۱۷	میزان سفرهای درون شهری	۰/۹۰	۰/۹۰	۰/۰۰
۱۸	هزینه جابه‌جایی مسافر	۰/۹۰	۰/۸۹	۰/۰۱
۱۹	ارزیابی عملکرد سیستم حمل‌ونقل	۰/۸۹	۰/۸۹	۰/۰۰
۲۰	میزان توسعه معابر و خطوط	۰/۹۱	۰/۹۱	۰/۰۰
۲۱	پارکینگ‌ها	۰/۸۵	۰/۹۰	۰/۰۵
۲۲	ایستگاه‌ها و ترمینال‌ها	۰/۹۱	۰/۹۱	۰/۰۰
۲۳	سطح سرویس شبکه	۰/۸۹	۰/۸۹	۰/۰۰
۲۴	حداکثر ظرفیت مسافر برون شهری	۰/۷۵	۰/۷۶	۰/۰۱
۲۵	متوسط قیمت بلیت مسافر	۰/۹۰	۰/۸۹	۰/۰۱
۲۶	تعداد یا نسبت مراجع	۰/۷۶	۰/۷۷	۰/۰۱
۲۷	تعداد کل بازدیدکننده	۰/۷۸	۰/۸۰	۰/۰۲
۲۸	میانگین مدت حضور افراد	۰/۷۵	۰/۷۶	۰/۰۱
۲۹	میانگین سنی بازدیدکنندگان	۰/۷۶	۰/۷۷	۰/۰۱
۳۰	انگیزه از بازدید هر مرکز	۰/۷۹	۰/۸۰	۰/۰۱
۳۱	نحوه دسترسی برای هر مرکز	۰/۸۷	۰/۹۱	۰/۰۴
۳۲	درصد کاربری فرهنگی مذهبی از کل شهر	۰/۹۱	۰/۸۷	۰/۰۴
۳۳	تعداد نیروی انسانی ایده‌آل برای مدیریت پایدار گردشگری	۰/۷۹	۰/۸۴	۰/۰۵
۳۴	تعداد نیروی انسانی موجود در حوزه گردشگری	۰/۹۱	۰/۹۱	۰/۰۰
۳۵	قیمت بلیت ورودی	۰/۹۰	۰/۸۴	۰/۰۶
۳۶	ظرفیت پذیرش فیزیکی	۰/۹۱	۰/۸۶	۰/۰۵
۳۷	میزان ظرفیت پذیرش واقعی	۰/۷۷	۰/۷۷	۰/۰۰
۳۸	ظرفیت پذیرش مؤثر	۰/۷۸	۰/۷۹	۰/۰۱

شماره	مؤلفه‌ها	میانگین فازی‌زدایی‌شده مرحله ۲	میانگین فازی‌زدایی‌شده مرحله ۳	اختلاف
۳۹	متوسط هزینه انجام‌شده هر زائر در مراکز	۰/۷۹	۰/۸۷	۰/۰۲
۴۰	تعداد مراکز پذیرایی	۰/۷۹	۰/۷۹	۰/۰۰
۴۱	متوسط هزینه‌کرد خرید سوغات از کل هزینه زائر	۰/۹۰	۰/۸۹	۰/۰۱
۴۲	نسبت مراجعه به مراکز خرید	۰/۷۷	۰/۷۸	۰/۰۱
۴۳	میزان اقلام خریداری‌شده	۰/۸۹	۰/۸۹	۰/۰۰
۴۴	تعداد مراکز تبدیل ارز و صرافی	۰/۷۸	۰/۷۹	۰/۰۱
۴۵	تعداد مراکز تجاری	۰/۹۰	۰/۹۰	۰/۰۰
۴۶	میزان تبلیغات برای مراکز تجاری	۰/۸۹	۰/۸۹	۰/۰۰
۴۷	تعداد فروشگاه در فرودگاه‌ها و ترمینال‌ها نسبت به مراکز	۰/۸۹	۰/۸۰	۰/۰۹
۴۸	خرید و تجاری به مساحت کل شهر	۰/۷۸	۰/۷۸	۰/۰۰
۴۹	میزان آب مصرف‌شده	۰/۹۰	۰/۹۰	۰/۰۰
۵۰	میزان فاضلاب تولیدشده	۰/۷۷	۰/۷۸	۰/۰۱
۵۱	میزان فاضلاب تصفیه‌شده	۰/۸۷	۰/۷۹	۰/۰۸
۵۲	سرانه مصرف انرژی	۰/۹۱	۰/۹۱	۰/۰۰
۵۳	عوامل محدودکننده	۰/۸۳	۰/۹۰	۰/۰۷
۵۴	آلاینده‌های هوا	۰/۷۹	۰/۷۸	۰/۰۱
۵۵	تغییرات آب‌وهوایی	۰/۹۱	۰/۹۱	۰/۰۰
۵۶	مدیریت زباله جامد	۰/۹۱	۰/۹۱	۰/۰۰
۵۷	عملیات جمع فاضلاب	۰/۸۹	۰/۸۹	۰/۰۰
۵۸	مدیریت آب	۰/۸۰	۰/۷۹	۰/۰۱
۵۹	مدیریت مصرف انرژی	۰/۸۵	۰/۷۷	۰/۰۸
۶۰	مدیریت گونه‌ها و چشم‌اندازها	۰/۹۱	۰/۸۹	۰/۰۲
۶۱	مدیریت صوتی و روشنایی	۰/۸۸	۰/۹۰	۰/۰۲
۶۲	میزان شکایات ثبت‌شده از تورها	۰/۸۵	۰/۹۰	۰/۰۵
۶۳	هزینه بسته سفر	۰/۸۱	۰/۹۰	۰/۰۹
۶۴	درصد نوع مدیریت سفر	۰/۹۰	۰/۹۱	۰/۰۱

شماره	مؤلفه‌ها	میانگین فازی‌زدایی‌شده مرحله ۲	میانگین فازی‌زدایی‌شده مرحله ۳	اختلاف
۶۵	درصد خدمات رزرو	۰/۸۷	۰/۹۰	۰/۰۳
۶۶	میزان استفاده از خدمات تور	۰/۸۹	۰/۸۹	۰/۰۰
۶۷	تعداد آژانس‌های مسافرتی و تورهای فعال	۰/۸۰	۰/۸۹	۰/۰۹
۶۸	تعداد دفاتر خدمات مسافرتی خارج کشور	۰/۸۷	۰/۹۱	۰/۰۴
۶۹	متوسط هزینه اخذ ویزا	۰/۸۴	۰/۹۰	۰/۰۶
۷۰	متوسط زمان مورد نیاز جهت اخذ ویزا	۰/۸۶	۰/۹۱	۰/۰۵
۷۱	میزان شکایات ثبت شده	۰/۸۲	۰/۸۹	۰/۰۷
۷۲	میزان جرایم ثبت شده	۰/۸۴	۰/۷۶	۰/۰۸
۷۳	میزان آتش‌سوزی‌های ثبت شده	۰/۹۰	۰/۸۹	۰/۰۱
۷۴	میزان تصادفات	۰/۸۱	۰/۷۷	۰/۰۴
۷۵	میزان استفاده از استانداردهای ایمنی	۰/۸۵	۰/۸۰	۰/۰۵
۷۶	تعداد ایستگاه‌های آتش‌نشانی	۰/۸۲	۰/۷۶	۰/۰۶
۷۷	تعداد مراکز پلیس	۰/۸۵	۰/۷۷	۰/۰۸
۷۸	متوسط زمانی رسیدگی به شکایات	۰/۸۱	۰/۸۰	۰/۰۱
۷۹	میزان ظرفیت گردشگری	۰/۸۵	۰/۹۱	۰/۰۶
۸۰	کل هزینه‌کرد گردشگران	۰/۹۱	۰/۸۷	۰/۰۴
۸۱	میزان پرداخت عوارض شهری و مالیات	۰/۸۹	۰/۸۴	۰/۰۵
۸۲	میزان درآمدهای گمرکی	۰/۸۵	۰/۹۱	۰/۰۶
۸۳	مجموع درآمدهای حاصل از اخذ ویزا	۰/۸۸	۰/۸۴	۰/۰۴
۸۴	میزان سرمایه‌گذاری در حوزه گردشگری	۰/۷۷	۰/۸۶	۰/۰۹
۸۵	ارزش افزوده ناشی از صنایع مرتبط با گردشگری	۰/۷۸	۰/۷۷	۰/۰۱
۸۶	سهم زائران از هزینه‌های مدیریت شهری	۰/۷۵	۰/۷۹	۰/۰۴
۸۷	میزان اثرات اجتماعی و فرهنگی	۰/۷۹	۰/۸۷	۰/۰۸

شماره	مؤلفه‌ها	میانگین فازی‌زدایی شده مرحله ۲	میانگین فازی‌زدایی شده مرحله ۳	اختلاف
۸۸	تعداد بازدید از سایت‌های مرتبط با گردشگری	۰/۷۹	۰/۷۹	۰/۰۰
۸۹	درصد منابع اطلاعات سفر	۰/۸۷	۰/۸۹	۰/۰۲
۹۰	تعداد و تنوع مراکز اطلاع‌رسانی	۰/۸۱	۰/۷۸	۰/۰۳
۹۱	میزان تسهیلات ارتباطی	۰/۸۳	۰/۸۹	۰/۰۶
۹۲	شناسایی مکان‌های مذهبی با سند و مستندات قانونی	۰/۸۱	۰/۷۹	۰/۰۲
۹۳	معرفی مراکز مذهبی و مکان‌های مذهبی از طریق فضای مجازی	۰/۹۰	۰/۹۰	۰/۰۰
۹۴	آسیب‌شناسی صنعت گردشگری مذهبی به صورت تخصصی	۰/۹۱	۰/۸۹	۰/۰۲
۹۵	به‌کارگیری افراد متخصص و فعال در صنعت گردشگری	۰/۷۷	۰/۸۰	۰/۰۳
۹۶	حمایت سازمان‌ها و ارگان‌های دولتی	۰/۷۸	۰/۷۸	۰/۰۰
۹۷	حذف هزینه‌های گمرکی برای استقبال از صنعت گردشگری مذهبی	۰/۸۹	۰/۹۰	۰/۰۱
۹۸	آموزش و توسعه نیروی انسانی	۰/۷۹	۰/۷۸	۰/۰۱

با توجه به دیدگاه‌های ارائه‌شده در مرحله سوم و مقایسه آن با نتایج مرحله دوم، اختلاف میانگین قطعی مؤلفه‌ها بین دو مرحله کمتر از آستانه کم (۰/۱) است. بنابراین فرایند نظرسنجی متوقف می‌شود و اعضای گروه خیره با تمامی مؤلفه‌ها موافق بوده‌اند و این مؤلفه‌ها بر اساس روش دلفی فازی پذیرفته شدند. در ادامه با استفاده از تحلیل عاملی اکتشافی این مؤلفه‌ها به ابعاد دسته‌بندی می‌شود:

جدول ۶. تحلیل عاملی اکتشافی

ابعاد	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰
Q1	-.۵۸۷	.۱۸۱	-.۲۹۵	-.۲۳۷	-.۱۳۸	-.۰۷۸	-.۱۰۴	-.۳۳۶	-.۱۸۴	-.۰۶۳
Q2	-.۶۵۳	-.۱۷۶	-.۲۰۷	-.۴۰۰	-.۱۱۶	-.۰۵۵	-.۲۳۹	-.۱۱۱	-.۲۵۰	-.۱۰۹
Q3	-.۶۶۱	-.۳۵۲	-.۰۰۳	-.۲۶۰	-.۰۱۱	-.۱۷۱	-.۳۱۸	-.۱۷۵	-.۲۲۹	-.۰۱۸
Q4	-.۷۱۳	-.۲۵۸	-.۱۴۸	-.۰۳۶	-.۰۱۶	-.۰۲۷	-.۰۹۸	-.۰۲۲	-.۲۵۶	-.۱۷۲
Q5	-.۵۶۷	-.۳۵۴	-.۰۱۰	-.۱۲۶	-.۰۳۱	-.۲۹۱	-.۲۷۸	-.۰۴۳	-.۲۳۵	-.۱۷۴
Q6	-.۶۴۱	-.۳۶۶	-.۰۵۰	-.۲۵۵	-.۲۸۲	-.۰۴۷	-.۲۵۰	-.۰۳۴	-.۰۴۸	-.۰۲۷
Q7	-.۷۱۹	-.۰۷۸	-.۰۷۹	-.۰۷۹	-.۲۳۶	-.۰۹۶	-.۰۵۴	-.۲۱۱	-.۲۲۳	-.۱۰۲
Q8	-.۶۶۷	-.۳۰۹	-.۰۱۷	-.۰۸۷	-.۰۹۵	-.۰۵۰	-.۰۱۵	-.۰۰۹	-.۲۲۱	-.۱۸۵
Q9	-.۶۹۵	-.۲۵۳	-.۰۴۴	-.۰۸۶	-.۲۱۹	-.۱۹۰	-.۱۳۲	-.۰۹۳	-.۱۴۳	-.۲۷۹
Q10	-.۶۶۳	-.۱۹۹	-.۰۱۵	-.۲۲۲	-.۱۷۳	-.۲۷۴	-.۱۱۱	-.۰۲۵	-.۱۶۱	-.۰۵۷
Q11	-.۶۹۵	-.۳۳۹	-.۰۸۸	-.۰۶۲	-.۱۶۳	-.۱۲۹	-.۱۷۰	-.۰۹۴	-.۰۸۷	-.۱۱۹
Q12	-.۶۹۲	-.۰۷۷	-.۰۹۸	-.۲۰۹	-.۱۴۲	-.۲۹۶	-.۱۲۱	-.۰۹۳	-.۲۷۱	-.۲۴۲
Q13	-.۷۳۶	-.۳۵۰	-.۰۸۶	-.۱۰۸	-.۱۷۵	-.۱۳۶	-.۰۰۳	-.۰۹۶	-.۰۴۶	-.۰۳۰
Q14	-.۷۷۶	-.۵۶۱	-.۲۲۵	-.۱۳۵	-.۱۴۰	-.۲۰۶	-.۳۱۵	-.۰۰۴	-.۱۲۷	-.۲۶۵
Q15	-.۱۶۸	-.۶۵۴	-.۰۱۸	-.۰۵۳	-.۳۸۸	-.۲۲۹	-.۱۰۹	-.۱۴۶	-.۱۴۸	-.۱۰۵
Q16	-.۳۹۴	-.۶۹۰	-.۰۲۰	-.۱۶۱	-.۱۸۰	-.۱۴۸	-.۰۴۰	-.۱۵۱	-.۰۷۶	-.۱۰۱
Q17	-.۲۲۶	-.۶۱۵	-.۰۱۴	-.۰۲۴	-.۱۲۵	-.۰۰۸	-.۰۷۱	-.۰۴۶	-.۱۳۹	-.۳۹۷
Q18	-.۱۸۱	-.۴۰۴	-.۱۸۸	-.۲۲۱	-.۰۹۹	-.۱۸۵	-.۰۷۰	-.۱۵۲	-.۰۵۷	-.۰۱۰
Q19	-.۳۳۸	-.۵۸۳	-.۳۱۵	-.۲۶۹	-.۱۲۲	-.۱۰۸	-.۰۷۲	-.۱۶۸	-.۰۰۸	-.۲۴۱
Q20	-.۲۸۰	-.۶۸۰	-.۲۱۷	-.۲۸۳	-.۰۸۱	-.۲۲۳	-.۰۴۵	-.۱۹۵	-.۲۱۶	-.۱۸۰
Q21	-.۱۲۳	-.۵۴۶	-.۳۹۶	-.۲۷۲	-.۰۴۲	-.۲۱۲	-.۰۳۸	-.۳۴۶	-.۰۹۸	-.۱۰۴
Q22	-.۲۴۰	-.۷۱۲	-.۱۶۳	-.۱۴۶	-.۰۶۸	-.۱۹۳	-.۰۵۳	-.۱۵۵	-.۰۰۵	-.۰۲۵
Q23	-.۳۱۳	-.۷۷۶	-.۲۳۸	-.۰۲۲	-.۳۶۵	-.۲۳۷	-.۰۷۷	-.۰۵۸	-.۰۰۵	-.۰۸۰
Q24	-.۱۷۰	-.۷۱۹	-.۰۳۸	-.۰۹۱	-.۰۱۱	-.۰۸۳	-.۰۰۹	-.۱۰۰	-.۰۲۶	-.۱۲۲
Q25	-.۲۱۲	-.۰۷۰۲	-.۰۰۱	-.۱۹۶	-.۰۶۴	-.۰۹۱	-.۰۵۹	-.۲۲۵	-.۰۹۱	-.۲۲۸
Q26	-.۱۷۳	-.۲۳۷	-.۰۶۷۹	-.۰۵۸	-.۳۳۸	-.۰۴۶	-.۱۲۶	-.۱۳۴	-.۱۵۰	-.۱۸۲
Q27	-.۲۸۵	-.۰۰۸	-.۶۰۲	-.۱۸۸	-.۲۷۷	-.۲۲۸	-.۰۵۳	-.۰۰۲	-.۲۴۱	-.۰۷۱
Q28	-.۲۸۷	-.۲۳۴	-.۰۵۴۰	-.۰۳۱	-.۳۶۱	-.۱۷۹	-.۲۷۹	-.۱۸۲	-.۰۷۵	-.۰۰۷
Q29	-.۱۳۷	-.۰۳۱	-.۰۶۹۶	-.۱۱۶	-.۰۷۷	-.۲۷۷	-.۰۵۴	-.۲۶۶	-.۲۰۹	-.۰۵۳
Q30	-.۱۹۶	-.۲۴۱	-.۰۶۲۰	-.۰۳۰	-.۲۵۷	-.۰۷۴	-.۱۲۷	-.۰۷۶	-.۲۹۲	-.۰۵۴
Q31	-.۲۷۴	-.۳۱۳	-.۴۷۹	-.۱۷۱	-.۰۶۷	-.۰۴۳	-.۲۶۵	-.۰۹۷	-.۱۴۷	-.۰۸۱
Q32	-.۳۹۷	-.۱۸۷	-.۰۶۶۴	-.۲۹۱	-.۰۸۱	-.۰۸۸	-.۰۱۵	-.۰۹۱	-.۰۳۱	-.۰۱۵
Q33	-.۲۹۹	-.۱۶۰	-.۰۶۰۴	-.۱۲۹	-.۰۸۹	-.۱۴۵	-.۰۱۵	-.۰۷۸	-.۰۶۱	-.۰۹۹
Q34	-.۱۰۱	-.۱۹۶	-.۰۷۳۹	-.۱۶۸	-.۰۶۰	-.۰۳۳	-.۱۲۱	-.۲۲۸	-.۰۷۸	-.۰۲۸
Q35	-.۲۳۷	-.۳۱۴	-.۰۶۶۷	-.۱۱۰	-.۰۱۴	-.۱۹۹	-.۰۶۴	-.۰۴۳	-.۲۰۵	-.۰۷۴
Q36	-.۱۰۰	-.۲۸۷	-.۵۱۵	-.۲۳۸	-.۰۸۹	-.۰۷۲	-.۱۴۴	-.۱۱۹	-.۲۵۵	-.۲۹۸
Q37	-.۲۷۹	-.۰۱۴	-.۵۱۱	-.۱۲۴	-.۱۱۷	-.۰۰۷	-.۱۹۰	-.۲۶۷	-.۱۴۳	-.۲۰۷
Q38	-.۳۹۳	-.۰۱۸	-.۴۱۴	-.۲۵۷	-.۱۴۷	-.۱۶۱	-.۲۵۸	-.۱۴۴	-.۱۹۷	-.۰۴۳
Q39	-.۱۸۹	-.۲۸۲	-.۰۶۱۱	-.۲۳۳	-.۰۲۲	-.۰۳۵	-.۰۳۳	-.۰۴۴	-.۱۴۷	-.۰۴۳
Q40	-.۳۸۰	-.۲۰۸	-.۰۲۶۱	-.۰۶۹۳	-.۲۵۷	-.۲۳۱	-.۱۲۵	-.۱۵۵	-.۰۰۶	-.۰۰۹

ابعاد	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰
Q41	۰/۲۲۶	-۰/۱۷۲	-۰/۱۴۴	۰/۷۸۶	۰/۶۳	-۰/۲۹۷	-۰/۲۰	-۰/۲۴	-۰/۲۵	-۰/۸۲
Q42	۰/۳۱۸	-۰/۱۷۵	-۰/۲۱۷	-۰/۲۹	۰/۷۱۱	-۰/۳۶۶	-۰/۱۱۶	-۰/۸۷	-۰/۹۷	-۰/۲۴۴
Q43	۰/۱۲۷	-۰/۲۸۶	-۰/۱۱۷	-۰/۳۷	۰/۷۱۹	-۰/۱۰۷	-۰/۵۷	-۰/۰۸	-۰/۰۷	-۰/۲۳۴
Q44	۰/۱۴۶	-۰/۱۵۵	-۰/۱۵۳	۰/۱۷۴	۰/۷۵۰	-۰/۰۸	-۰/۱۴۵	-۰/۶۵	۰/۴۳	-۰/۱۰
Q45	۰/۳۵۸	-۰/۳۱۴	-۰/۱۱۷	۰/۲۷	۰/۵۵۰	-۰/۱۲	-۰/۲۶۰	۰/۲۶۱	۰/۸۹	-۰/۲۵
Q46	۰/۲۹۶	-۰/۱۳۲	-۰/۰۸۲	-۰/۰۹۷	۰/۶۴۹	۰/۴۳	-۰/۴۴	۰/۱۴۸	۰/۴۸	-۰/۱۳
Q47	۰/۱۶۳	-۰/۱۴۷	-۰/۱۵۵	-۰/۱۶۸	۰/۶۰۶	-۰/۶۵	-۰/۹۳	-۰/۱۱	-۰/۸۱	۰/۹۰
Q48	۰/۲۷۹	-۰/۲۰۲	-۰/۲۴	۰/۵۵۰	۰/۵۵۰	-۰/۳۲	-۰/۲۴	۰/۳۶۹	۰/۰۴	۰/۱۴۸
Q49	۰/۳۷۰	-۰/۲۳۱	-۰/۱۳۵	-۰/۱۱۹	۰/۵۲۲	-۰/۳۳	-۰/۲۸۸	۰/۲۷۶	-۰/۱۲	۰/۲۸
Q50	۰/۳۳۴	-۰/۲۱۰	-۰/۱۹۳	-۰/۱۲۷	۰/۳۶۲	۰/۲۰	-۰/۱۹۹	۰/۲۵۸	۰/۸۳	۰/۶۳
Q51	۰/۱۵۸	-۰/۲۸۹	-۰/۱۷۳	-۰/۴۴	-۰/۰۸۴	۰/۶۰۹	۰/۲۶۸	۰/۲۲۷	۰/۴۴	۰/۰۸
Q52	۰/۱۵۸	۰/۳۰۰	-۰/۲۳۲	۰/۴۶	۰/۱۲۹	۰/۶۰۴	-۰/۱۴۵	۰/۲۲۷	-۰/۹۲	۰/۱۵۴
Q53	۰/۳۱۳	-۰/۳۰۴	-۰/۲۰۷	۰/۲۳	۰/۲۴۹	۰/۵۵۴	۰/۱۶۲	۰/۱۹۰	-۰/۱۱۴	۰/۲۷۸
Q54	۰/۱۸۷	-۰/۱۸۱	-۰/۲۹۵	-۰/۲۳۷	۰/۱۳۸	۰/۴۷۸	۰/۰۴	۰/۳۲۶	-۰/۱۸۴	۰/۰۶۳
Q55	۰/۱۵۳	-۰/۱۷۶	-۰/۲۰۷	-۰/۱۰۰	۰/۱۱۶	۰/۶۵۵	۰/۲۲۹	۰/۱۱۱	۰/۲۵۰	-۰/۱۰۹
Q56	۰/۲۶۱	-۰/۳۵۲	-۰/۰۳	-۰/۲۶۰	-۰/۰۱۱	۰/۶۷۱	-۰/۳۱۸	-۰/۱۷۵	۰/۲۲۹	-۰/۱۱۸
Q57	۰/۱۸۷	-۰/۱۸۱	-۰/۲۹۵	-۰/۲۳۷	۰/۱۳۸	۰/۵۷۸	۰/۰۴	۰/۳۲۶	-۰/۱۸۴	۰/۰۶۳
Q58	۰/۳۵۳	-۰/۱۷۶	-۰/۲۰۷	-۰/۲۰۰	۰/۱۱۶	۰/۶۵۵	۰/۲۲۹	۰/۱۱۱	۰/۲۵۰	-۰/۱۰۹
Q59	۰/۲۶۱	-۰/۳۵۲	-۰/۰۳	-۰/۲۶۰	-۰/۰۱۱	۰/۶۷۱	-۰/۳۱۸	-۰/۱۷۵	۰/۲۲۹	-۰/۱۱۸
Q60	۰/۱۱۳	-۰/۲۵۸	-۰/۱۴۸	-۰/۰۳۶	-۰/۰۱۶	۰/۷۲۷	-۰/۹۸	۰/۲۲	۰/۲۵۶	-۰/۱۷۲
Q61	۰/۲۶۷	-۰/۳۵۴	-۰/۰۱۰	-۰/۱۲۶	۰/۰۳۱	۰/۴۹۱	۰/۲۷۸	۰/۴۳	-۰/۳۲۵	-۰/۱۷۴
Q62	۰/۱۴۱	-۰/۳۶۶	-۰/۰۵۰	-۰/۲۵۵	-۰/۲۸۲	۰/۵۴۷	-۰/۲۵۰	۰/۲۴	-۰/۴۸	۰/۲۷
Q63	۰/۱۱۹	-۰/۰۷۸	-۰/۰۷۹	-۰/۰۷۹	-۰/۲۳۶	-۰/۰۹۶	۰/۷۵۴	۰/۲۱۱	-۰/۲۲۳	-۰/۱۰۲
Q64	۰/۲۶۷	-۰/۳۰۹	-۰/۰۱۷	-۰/۰۸۷	-۰/۰۹۵	۰/۰۵۰	۰/۸۱۵	۰/۰۹	-۰/۲۲۱	-۰/۱۸۵
Q65	۰/۲۹۵	-۰/۲۵۳	-۰/۰۴۴	-۰/۰۸۶	۰/۲۱۹	-۰/۱۹۰	۰/۷۳۲	-۰/۹۳	-۰/۱۴۳	۰/۲۷۹
Q66	۰/۰۶۳	-۰/۱۹۹	-۰/۰۱۵	-۰/۲۲۲	۰/۱۷۳	۰/۲۷۴	۰/۶۱۱	-۰/۲۵	-۰/۱۶۱	-۰/۵۷
Q67	۰/۱۹۵	-۰/۲۳۹	-۰/۰۸۸	۰/۰۶۲	-۰/۱۶۲	-۰/۱۲۹	۰/۸۷۰	۰/۹۴	-۰/۸۷	-۰/۱۱۹
Q68	۰/۱۹۲	-۰/۰۷۷	-۰/۰۹۸	۰/۲۰۹	-۰/۱۴۲	۰/۳۹۶	۰/۴۲۱	-۰/۹۳	-۰/۲۷۱	-۰/۲۴۲
Q69	۰/۲۳۶	-۰/۳۵۰	-۰/۰۸۶	۰/۰۸۰	۰/۱۷۵	-۰/۱۳۶	۰/۵۰۳	-۰/۹۶	-۰/۴۶	۰/۳۰
Q70	۰/۲۷۶	-۰/۲۶۱	-۰/۲۲۵	۰/۱۲۵	-۰/۱۴۰	-۰/۲۰۶	۰/۶۱۵	-۰/۰۴	-۰/۱۳۷	-۰/۲۶۵
Q71	۰/۳۶۸	-۰/۱۵۴	-۰/۰۱۸	-۰/۰۵۳	۰/۳۸۸	-۰/۲۲۹	۰/۷۰۹	-۰/۱۴۶	-۰/۱۴۸	-۰/۱۰۵
Q72	۰/۰۹۷	-۰/۱۹۰	-۰/۲۰	۰/۲۶۱	۰/۸۰	-۰/۱۴۸	۰/۴۰	۰/۵۱	۰/۰۷۶	-۰/۱۰۱
Q73	۰/۱۲۶	-۰/۳۱۵	-۰/۰۴	-۰/۲۴	-۰/۱۲۵	-۰/۰۰۸	-۰/۰۷۱	۰/۴۴۶	۰/۱۳۹	۰/۲۹۷
Q74	۰/۱۸۱	-۰/۲۰۴	-۰/۱۸۸	۰/۲۲۱	۰/۰۹۹	۰/۳۸۵	-۰/۷۰	۰/۴۵۲	-۰/۰۵۷	۰/۱۰
Q75	۰/۳۳۸	-۰/۱۸۳	-۰/۳۱۵	۰/۳۶۹	-۰/۱۲۲	-۰/۰۸	-۰/۰۷۲	۰/۵۶۸	-۰/۰۰۸	۰/۲۴۱
Q76	۰/۲۸۰	-۰/۱۸۰	-۰/۲۱۷	۰/۲۸۳	-۰/۰۸۱	-۰/۲۲۳	-۰/۴۵	۰/۶۹۵	۰/۲۱۶	۰/۱۸۰
Q77	۰/۲۳۳	-۰/۲۴۶	-۰/۳۹۶	۰/۲۷۲	۰/۴۲	-۰/۲۱۲	-۰/۳۸	۰/۵۴۶	۰/۰۹۸	-۰/۱۰۴
Q78	۰/۱۴۰	-۰/۳۱۲	-۰/۱۶۳	-۰/۱۴۶	-۰/۰۶۸	-۰/۱۹۳	۰/۵۳	۰/۷۵۵	۰/۰۰۵	۰/۲۵
Q79	۰/۱۱۳	-۰/۱۷۶	-۰/۲۳۸	-۰/۰۲۲	-۰/۳۶۵	-۰/۳۲۷	-۰/۷۷	۰/۷۵۸	-۰/۰۰۵	-۰/۰۸۰
Q80	۰/۳۷۰	-۰/۲۱۹	-۰/۰۳۸	-۰/۰۹۱	-۰/۰۱۱	-۰/۰۸۳	-۰/۰۰۹	-۰/۱۰۰	۰/۲۲۶	-۰/۱۲۲
Q81	۰/۱۱۲	-۰/۲۰۲	-۰/۰۰۱	-۰/۱۹۶	-۰/۱۶۴	-۰/۰۹۱	-۰/۵۹	-۰/۲۲۵	۰/۷۹۱	-۰/۲۲۸
Q82	۰/۰۷۳	-۰/۲۳۷	-۰/۱۷۹	۰/۰۵۸	-۰/۳۳۸	-۰/۴۶	۰/۱۲۶	-۰/۱۲۴	۰/۶۵۰	-۰/۱۸۲

ابعاد	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰
Q83	-/۱۸۵	-/۰۰۸	۰/۱۰۲	-/۱۸۸	-/۰۲۷۷	-/۰۲۲۸	۰/۰۵۳	-/۰۰۰۲	۰/۶۴۱	-/۰۰۷۱
Q84	-/۲۸۷	-/۰۲۳۴	۰/۲۴۰	-/۰۳۱	۰/۳۶۱	-/۰۱۷۹	-/۰۲۷۹	-/۰۱۸۲	-/۰۵۷۵	-/۰۰۰۷
Q85	-/۲۳۴	-/۰۰۳۱	۰/۱۹۶	-/۰۱۱۶	-/۰۰۷۷	-/۰۲۷۷	۰/۰۵۴	-/۰۲۶۶	-/۰۶۰۹	-/۰۰۵۳
Q86	-/۱۹۶	-/۰۲۴۱	۰/۱۲۰	-/۰۳۰	-/۰۲۵۷	-/۰۰۷۴	۰/۱۲۷	-/۰۰۷۶	-/۰۵۹۲	-/۰۰۵۴
Q87	-/۱۷۴	-/۰۳۱۳	۰/۲۷۹	-/۰۱۷۱	-/۰۰۶۷	-/۰۰۴۳	۰/۲۶۵	-/۰۰۹۷	-/۰۴۴۷	-/۰۰۸۱
Q88	-/۳۹۷	-/۰۱۸۷	۰/۳۶۴	-/۰۲۹۱	-/۰۰۸۱	-/۰۰۸۸	-/۰۰۱۵	-/۰۰۹۱	-/۰۵۳۱	-/۰۰۱۵
Q89	-/۱۹۹	-/۰۱۶۰	۰/۱۰۴	-/۰۲۳۹	-/۰۰۸۹	-/۰۱۴۵	۰/۱۰۵	-/۰۰۷۸	-/۰۵۶۱	-/۰۰۹۹
Q90	-/۲۰۱	-/۰۱۹۶	۰/۳۴۹	-/۰۱۶۸	-/۰۰۶۰	-/۰۰۳۳	۰/۱۲۱	-/۰۲۲۸	-/۰۴۷۸	-/۰۰۲۸
Q91	-/۲۳۷	-/۰۳۱۴	۰/۱۶۷	-/۰۱۱۰	-/۰۰۱۴	۰/۱۹۹	-/۰۰۶۴	-/۰۰۴۳	-/۰۷۰۵	-/۰۰۷۴
Q92	-/۱۰۰	-/۰۲۸۷	۰/۲۱۵	-/۰۲۳۸	-/۰۰۸۹	۰/۰۷۲	۰/۱۴۴	-/۰۱۱۹	-/۰۴۵۵	-/۰۲۹۸
Q93	-/۲۷۹	-/۰۰۱۴	-/۰۲۱۱	-/۰۲۲۴	-/۰۱۱۷	-/۰۰۰۷	۰/۱۹۰	-/۰۲۶۷	-/۰۶۴۳	-/۰۲۰۷
Q94	-/۳۹۳	۰/۰۱۸	-/۰۱۱۴	-/۰۲۵۷	-/۰۱۴۷	۰/۱۶۱	۰/۲۵۸	-/۰۱۴۴	-/۰۵۹۷	-/۰۰۴۳
Q95	-/۳۸۹	-/۰۲۸۲	-/۰۳۱۱	-/۰۳۳۳	-/۰۰۲۲	-/۰۰۳۵	۰/۰۳۳	-/۰۰۴۴	-/۰۱۴۷	-/۰۷۴۳
Q96	-/۱۸۰	-/۰۲۰۸	-/۰۲۶۱	-/۰۱۹۳	-/۰۲۵۷	-/۰۲۳۱	-/۰۱۲۵	۰/۱۵۵	-/۰۰۰۶	۰/۰۶۰۹
Q97	-/۲۲۶	-/۰۱۷۲	-/۰۱۴۴	-/۰۰۸۶	-/۰۰۶۳	-/۰۲۹۷	-/۰۰۳۰	-/۰۰۴۴	-/۰۰۲۵	۰/۰۴۸۲
Q98	-/۱۱۸	-/۰۱۷۵	-/۰۲۱۷	-/۰۰۲۹	-/۰۱۱۱	-/۰۳۶۶	-/۰۱۱۶	-/۰۰۸۷	-/۰۰۹۷	-/۰۵۴۴

Extraction Method: Principal Component Analysis.
a. 10 components extracted.

جدول ۷. ابعاد و مؤلفه‌های زنجیره تأمین گردشگری مذهبی

ابعاد	مؤلفه‌ها
اقامتی	مدت اقامت
	اطلاعات اقامت زائران
	نحوه اسکان
	میزان استفاده از هتل‌ها
	تعداد تخت در دسترس
	نرخ اشغال تخت
	تعداد افراد شاغل در مراکز اقامتی
	میانگین هزینه اقامت هر زائر
	میزان تبلیغات
	میزان امکانات مراکز اقامتی
	میزان استفاده از استانداردها
	متوسط قیمت اقامت شبانه
	تعداد نیروی انسانی ایده‌آل در مراکز اقامتی

مؤلفه‌ها	ابعاد
سه‌م نوع وسیله سفرهای برون‌شهری	حمل و نقل
سه‌م وسیله سفرهای درون‌شهری	
میزان سفرهای برون‌شهری	
میزان سفرهای درون‌شهری	
هزینه جابه‌جایی مسافر	
ارزیابی عملکرد سیستم حمل و نقل	
میزان توسعه معابر و خطوط	
پارکینگ‌ها	
ایستگاه‌ها و ترمینال‌ها	
سطح سرویس شبکه	
حداکثر ظرفیت مسافر برون‌شهری	
متوسط قیمت بلیت مسافر	مراکز بازدید
تعداد یا نسبت مراجع	
تعداد کل بازدیدکننده	
میانگین مدت حضور افراد	
میانگین سنی بازدیدکنندگان	
انگیزه از بازدید هر مرکز	
نحوه دسترسی برای هر مرکز	
درصد کاربری فرهنگی - مذهبی از کل شهر	
تعداد نیروی انسانی ایده‌آل برای مدیریت پایدار گردشگری	
تعداد نیروی انسانی موجود در حوزه گردشگری	
قیمت بلیت ورودی	
ظرفیت پذیرش فیزیکی	
میزان ظرفیت پذیرش واقعی	
ظرفیت پذیرش مؤثر	
شناسایی مکان‌های مذهبی با سند و مستندات قانونی	
متوسط هزینه انجام‌شده هر زائر در مراکز	مراکز پذیرایی
تعداد مراکز پذیرایی	

مؤلفه‌ها	ابعاد
متوسط هزینه‌کرد خرید سوغات از کل هزینه زائر	فروشگاه‌ها
نسبت مراجعه به مراکز خرید	
میزان اقلام خریداری‌شده	
تعداد مراکز تبدیل ارز و صرافی	
تعداد مراکز تجاری	
میزان تبلیغات برای مراکز تجاری	
تعداد فروشگاه در فرودگاه‌ها و ترمینال‌ها نسبت به مراکز خرید و تجاری به مساحت کل شهر	
میزان آب مصرف‌شده	
میزان فاضلاب تولیدشده	
میزان فاضلاب تصفیه‌شده	
سرانه مصرف انرژی	
عوامل محدودکننده	
آلاینده‌های هوا	
تغییرات آب‌وهوایی	
مدیریت زباله جامد	
عملیات جمع فاضلاب	
مدیریت آب	
مدیریت مصرف انرژی	
مدیریت گونه‌ها و چشم‌اندازها	
مدیریت صوتی و روشنایی	آژانس‌های مسافرتی و تورها
میزان شکایات ثبت‌شده از تورها	
هزینه بسته سفر	
درصد نوع مدیریت سفر	
درصد خدمات رزرو	
میزان استفاده از خدمات تور	
تعداد آژانس‌های مسافرتی و تورهای فعال	
تعداد دفاتر خدمات مسافرتی خارج کشور	
متوسط هزینه اخذ ویزا	
متوسط زمان مورد نیاز جهت اخذ ویزا	

مؤلفه‌ها	ابعاد
میزان شکایات ثبت شده	امنیت و ایمنی
میزان جرایم ثبت شده	
میزان آتش سوزی‌های ثبت شده	
میزان تصادفات	
میزان استفاده از استانداردهای ایمنی	
تعداد ایستگاه‌های آتش نشانی	
تعداد مراکز پلیس	
متوسط زمانی رسیدگی به شکایات	
میزان ظرفیت گردشگری	مدیریتی و اقتصادی
کل هزینه کرد گردشگران	
میزان پرداخت عوارض شهری و مالیات	
میزان درآمدهای گمرکی	
مجموع درآمدهای حاصل از اخذ ویزا	
میزان سرمایه‌گذاری در حوزه گردشگری	
ارزش افزوده ناشی از صنایع مرتبط با گردشگری	
سهم زائران از هزینه‌های مدیریت شهری	
میزان اثرات اجتماعی و فرهنگی	
حذف هزینه‌های گمرکی برای استقبال از صنعت گردشگری مذهبی	
معرفی مراکز مذهبی و مکان‌های مذهبی از طریق فضای مجازی	
آسیب‌شناسی صنعت گردشگری مذهبی به صورت تخصصی	
آموزش و توسعه نیروی انسانی	
به‌کارگیری افراد متخصص و فعال در صنعت گردشگری	
حمایت سازمان‌ها و ارگان‌های دولتی	
تعداد بازدید از سایت‌های مرتبط با گردشگری	اطلاعات و ارتباطات
درصد منابع اطلاعات سفر	
تعداد و تنوع مراکز اطلاع‌رسانی	
میزان تسهیلات ارتباطی	

همان‌گونه که در جدول ۷ مشخص است، ۹۸ مؤلفه به‌منزله مؤلفه‌های زنجیره تأمین گردشگری مذهبی در ۱۰ بُعد دسته‌بندی شد. در ادامه برای طراحی مدل از روش معادلات ساختاری استفاده می‌شود.

جدول ۸. پایایی متغیرها

متغیرها	آلفای کرونباخ	CR
آژانس‌های مسافرتی و تورها	۰/۷۳۲	۰/۸۸۲
اطلاعات و ارتباطات	۰/۷۳۶	۰/۷۴۱
اقامتی	۰/۷۹۷	۰/۸۶۶
امنیت و ایمنی	۰/۷۷۸	۰/۷۸۹
حمل و نقل	۰/۷۰۵	۰/۸۷۰
زنجیره تأمین گردشگری مذهبی	۰/۷۴۶	۰/۸۸۷
زیست محیطی و انرژی	۰/۷۷۰	۰/۸۵۶
فروشگاه‌ها	۰/۷۸۱	۰/۹۰۰
مدیریتی و اقتصادی	۰/۷۷۵	۰/۸۵۷
مراکز بازدید	۰/۷۲۹	۰/۸۸۰
مراکز پذیرایی	۰/۷۷۲	۰/۸۵۷

با توجه به اینکه مقادیر قابل قبول برای ضریب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی، ۰/۷ است (آذر و خسروانی، ۱۳۹۸ش). مطابق با جدول ۸، پایایی تأیید می‌شود.

جدول ۹. روایی همگرا

متغیرها	میانگین واریانس استخراج شده
آژانس‌های مسافرتی و تورها	۰/۷۸۹
اطلاعات و ارتباطات	۰/۵۹۴
اقامتی	۰/۷۶۵
امنیت و ایمنی	۰/۶۵۳
حمل و نقل	۰/۷۷۱
زنجیره تأمین گردشگری مذهبی	۰/۷۹۷
زیست محیطی و انرژی	۰/۷۴۹
فروشگاه‌ها	۰/۸۱۸

مدیریتی و اقتصادی	۰/۷۵۰
مراکز بازدید	۰/۷۸۶
مراکز پذیرایی	۰/۷۵۱

همچنین مقدار قابل قبول برای میانگین واریانس استخراج شده ۰/۵ است (آذر و خسروانی، ۱۳۹۸). مطابق با جدول ۹، روایی همگرا تأیید می‌شود.

جدول ۱۰. روایی واگرا

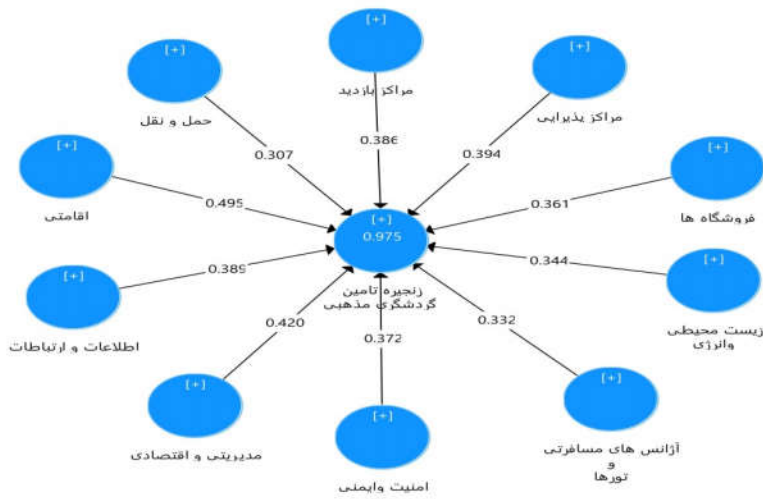
متغیرها	آزانس‌های مسافرتی و تورها	اطلاعات ارتباطات	اقامتی	امنیت و ایمنی	حمل و نقل	زنجیره تأمین گردشگری مذهبی	زیست‌محیطی و انرژی	فروشگاهها	مدیریتی و اقتصادی	مراکز بازدید	مراکز پذیرایی
آزانس‌های مسافرتی و تورها	۰/۸۸۸										
اطلاعات و ارتباطات	۰/۶۸۹	۰/۷۷۱									
اقامتی	۰/۶۲۸	۰/۵۶۷	۰/۸۷۴								
امنیت و ایمنی	۰/۵۲۹	۰/۵۸۵	۰/۶۰۶	۰/۸۰۸							
حمل و نقل	۰/۵۲۵	۰/۴۴۹	۰/۷۰۸	۰/۵۸۱	۰/۸۷۸						
زنجیره تأمین گردشگری مذهبی	۰/۵۰۴	۰/۴۸۷	۰/۶۵۴	۰/۵۰۵	۰/۴۹۳	۰/۸۹۳					
زیست‌محیطی و انرژی	۰/۷۱۲	۰/۶۱۹	۰/۶۵۳	۰/۵۳۷	۰/۵۶۱	۰/۵۳۹	۰/۸۶۶				
فروشگاهها	۰/۵۷۷	۰/۶۱۲	۰/۵۸۴	۰/۵۸۴	۰/۶۴۰	۰/۵۱۷	۰/۷۴۰	۰/۹۰۴			
مدیریتی و اقتصادی	۰/۶۲۲	۰/۶۳۸	۰/۵۸۱	۰/۶۲۸	۰/۴۴۰	۰/۳۳۲	۰/۶۸۱	۰/۵۳۹	۰/۸۶۶		
مراکز بازدید	۰/۵۴۳	۰/۵۷۷	۰/۶۴۵	۰/۶۰۲	۰/۶۴۶	۰/۵۴۴	۰/۶۷۳	۰/۵۹۶	۰/۵۹۰	۰/۸۸۶	
مراکز پذیرایی	۰/۷۰۶	۰/۵۹۵	۰/۶۱۸	۰/۶۱۴	۰/۶۳۲	۰/۵۵۲	۰/۶۵۹	۰/۶۴۲	۰/۶۴۴	۰/۶۶۳	۰/۸۶۶

در ادامه طبق جدول ۱۰، اعداد مندرج در قطر اصلی از مقادیر زیرین خود بیشتر است. بنابراین روایی واگرا قابل قبول است (داوری و رضازاده، ۱۳۹۷ش). همچنین بر اساس جدول ۱۱ تمامی معیارهای برازش در دامنه مورد قبول قرار دارند؛ بنابراین مدل مناسب است.

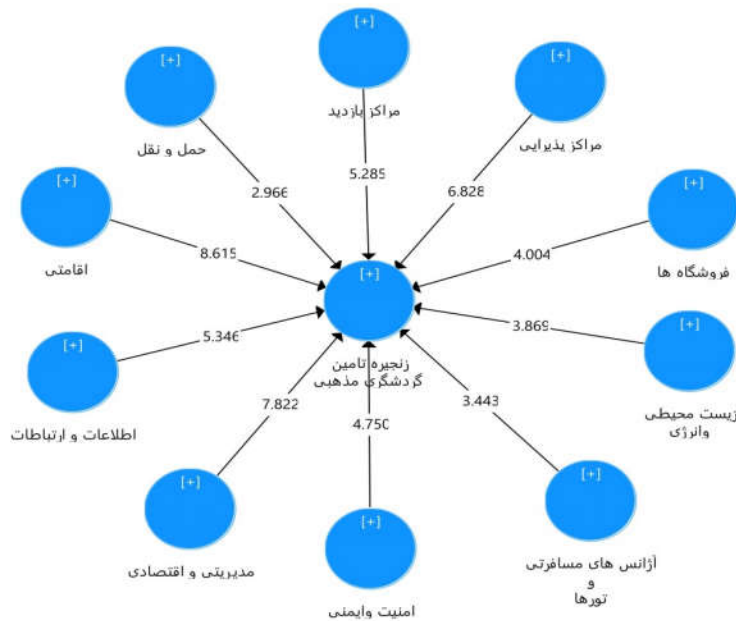
جدول ۱۱. برازش مدل

GoF	شاخص Q^2	شاخص R^2	ابعاد
	۰/۳۵۳	-	آژانس‌های مسافرتی و تورها
	۰/۳۶۲	-	اطلاعات و ارتباطات
	۰/۳۷۹	-	اقامتی
	۰/۳۷۴	-	امنیت و ایمنی
	۰/۳۹۰	-	حمل و نقل
۰/۱۸۵۴	۰/۳۸۲	۰/۹۷۵	زنجیره تأمین گردشگری مذهبی
	۰/۳۵۰	-	زیست محیطی و انرژی
	۰/۳۷۷	-	فروشگاه‌ها
	۰/۳۵۴	-	مدیریتی و اقتصادی
	۰/۳۵۸	-	مراکز بازدید
	۰/۳۵۴	-	مراکز پذیرایی

پس از تأیید مدل، برای آزمون معناداری مسیرها از دو شاخص ضریب مسیر و t - value استفاده شده است. در سطح اطمینان ۹۵ درصد چنانچه مقادیر آماری t بالاتر از ۱/۹۶ باشد، مسیر تأیید و در صورت کمتر بودن، مسیر رد می‌شود (داوری و رضازاده، ۱۳۹۷ش). در شکل‌های ۱ و ۲ دو حالت ضرایب مسیر و معناداری نشان داده شده است.



شکل ۱. ضرایب مسیر



شکل ۲. ضرایب آماری - t value

با توجه به شکل های ۱ و ۲ و مقادیر جدول ۱۱، ضرایب مسیر در بازه (۱) و

۱ -) و مقادیر t - value خارج از بازه (۱/۹۶ و ۱/۹۶ -) قرار دارد؛ بنابراین در سطح اطمینان ۹۵ درصد روابط بین متغیرها تأیید و معنادار شده است. (داوری و رضازاده، ۱۳۹۷ش).

جدول ۱۲. نتایج حاصل از یافته‌های تحلیل مسیر

نتیجه	مقدار t	ضریب	ابعاد	سازه
تایید	۸/۶۱۵	۰/۴۹۵	اقامتی	زنجیره تأمین گردشگری مذهبی
تایید	۲/۹۶۶	۰/۳۰۷	حمل و نقل	
تایید	۵/۲۸۵	۰/۳۸۶	مراکز بازدید	
تایید	۶/۸۲۸	۰/۳۹۴	مراکز پذیرایی	
تایید	۴/۰۰۴	۰/۳۶۱	فروشگاه‌ها	
تایید	۳/۸۶۹	۰/۳۴۴	زیست‌محیطی و انرژی	
تایید	۳/۴۴۳	۰/۳۳۲	آژانس‌های مسافرتی و تورها	
تایید	۴/۷۵۰	۰/۳۷۲	امنیت و ایمنی	
تایید	۷/۸۲۲	۰/۴۲۰	مدیریتی و اقتصادی	
تایید	۵/۳۴۶	۰/۳۸۹	اطلاعات و ارتباطات	

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

با توجه به جایگاه و نقش گردشگری مذهبی به‌منزله یکی از ابزارهای مهم توسعه اقتصادی در مقصدهای مستعد و اهمیت و ضرورت شناسایی عوامل و عناصر اثرگذار در توسعه این‌گونه گردشگری و از سوی دیگر بی‌توجهی به طراحی و اجرای مطالعه‌ای جامع برای شناسایی عوامل و عناصر اثرگذار در زنجیره تأمین گردشگری مذهبی در ادبیات پژوهشی این حوزه، پژوهش حاضر به منظور پوشش گوشه‌ای از این خلأ مطالعاتی، طراحی و اجرا شد.

بر اساس نظرات ۳۰ خبره، ۹۸ مؤلفه در قالب ۱۰ بعد (اقامتی، حمل و نقل، مراکز بازدید، مراکز پذیرایی، فروشگاه‌های زیست‌محیطی و انرژی، آژانس‌های مسافرتی و تورها، امنیت و ایمنی، مدیریتی و اقتصادی، اطلاعات و ارتباطات) شناسایی شد که با نتایج تحقیقات باقری و همکاران (۱۴۰۰ش)، رستمی و

همکاران (۱۴۰۰ش)، اکبری و همکاران (۱۳۹۹ش)، فتحی و همکاران (۱۳۹۹ش)، پورنگ و همکاران (۱۳۹۹ش)، ضرغام بروجنی و همکاران (۱۳۹۷ش)، عربشاهی و همکاران (۱۳۹۵ش)، حسینی‌پور و همکاران (۱۳۹۵ش) و سینها و میتال (۲۰۲۱م) همخوانی داشت. سپس به منظور تحلیل روابط میان آنها از روش معادلات ساختاری استفاده شده است که نتایج نشان داد، ابعاد ده‌گانه به ترتیب به میزان (۰/۴۹۵)، (۰/۳۰۷)، (۰/۳۸۶)، (۰/۳۹۴)، (۰/۳۶۱)، (۰/۳۴۴)، (۰/۳۳۲)، (۰/۳۷۲)، (۰/۴۲۰)، (۰/۳۸۹) بر زنجیره تأمین گردشگری مذهبی در ایران تأثیر مثبت و معناداری دارد. در ادامه همسو با نتایج تحقیق، پیشنهادهای زیر ارائه می‌شود:

- به منظور حصول نتیجه مطلوب از توسعه صنعت گردشگری مذهبی در کشورمان باید بخش‌های فعال در این صنعت (آژانس‌های مسافرتی، هتل‌ها و مراکز اقامتی، رستوران‌ها، اماکن دیدنی، مراکز تفریحاتی و...) از اهمیت اتخاذ دیدگاهی سیستمی در کل زنجیره تأمین و ایجاد هماهنگی و همکاری میان بازیگران مختلف عرصه گردشگری مذهبی آگاه شوند. پس برقراری دوره‌های آموزشی در این زمینه با هدف آگاه‌سازی فعالان این صنعت از مزایای مدیریت زنجیره تأمین در صنعت گردشگری مذهبی، ضروری به نظر می‌رسد.

- درباره نظام حمل‌ونقل، باید با برنامه‌ریزی منسجم و یکپارچه در سطح منطقه‌ای و محلی، توسعه و بهبود وضع جاده‌ها را مدیریت کرد تا در آینده با افزایش میزان تردها و بروز ازدحام، ترافیک و حوادث رانندگی را به کمترین میزان ممکن کاهش داد و رضایت و اطمینان بیشتری ایجاد کرد.

- لازم است ثبات اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و فرهنگی برقرار شود و سطح امنیت جانی و مالی گردشگران افزایش یابد.

- باید به بودجه وزارت گردشگری و میراث فرهنگی و همچنین به امر تخصیص آن توجه کافی کرد و از بی‌توجهی به تخصیص بودجه لازم برای ساماندهی بقاع متبرکه جلوگیری شود.

- مسئولان کشور به ویژه صداوسیما، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و وزارت گردشگری باید برای پذیرش گردشگران خارجی در جامعه فرهنگی سازی کنند و زمینه های لازم اجتماعی را برای پذیرش گردشگران مذهبی فراهم آورند.

- فروشگاه های زنجیره ای شبانه روزی و مجهز به کارت خوان در سطح شهرها راه اندازی شود که کالاهای مورد نیاز گردشگران را با نرخ ثابت عرضه کند.

- ایجاد نظم و انضباط اجتماعی در کنار بقاع متبرکه از سوی نهادهای متولی ضروری است.

منابع

۱. آذر، عادل و خسروانی، فرزانه (۱۳۹۸ش).
تحقیق در عملیات نرم (رویکردهای ساختاردهی مسئله)، تهران، انتشارات سازمان مدیریت صنعتی، چاپ دوم.
۲. اکبری، مجید؛ طاهرپور، فاطمه؛ بوستان احمدی، وحید و فولادی، عاطفه (۱۳۹۹ش). «مدل‌سازی ساختاری تفسیری عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری مذهبی در ایران با رویکرد آینده‌پژوهی»، **گردشگری و توسعه**، سال ۹، شماره ۴، ص ۲۸۶ - ۲۹۶.
۳. باقری، مسلم؛ مباحثی، علی‌اصغر؛ معاون، زهرا و شکاری، فاطمه (۱۴۰۰ش)، «فرا ترکیب عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری مذهبی»، پژوهشنامه حج و زیارت، سال ۶، شماره ۱، ص ۱۶۵ - ۲۰۱.
۴. پورنگ، علی؛ غیور باغبانی، سیدمرتضی و پورنگ، ناهید (۱۳۹۹). «شناسایی عوامل مؤثر بر جذب و ماندگاری گردشگر مذهبی در کلان‌شهر مشهد با رویکرد داده‌بنیاد»، **مدیریت اسلامی**، سال ۲۸، شماره ۱، ص ۱۵۱-۱۹۲.
۵. جاویدیان، عباس (۱۴۰۰ش) «بررسی نقش عوامل مؤثر بر گردشگری مذهبی در توسعه کارآفرینی شهر شیراز»، **گردشگری و اوقات فراغت**، سال ۶، شماره ۱۱، ص ۳۲ - ۴۱.
۶. حسینی‌پور، سیداحسان؛ رضایی دولت‌آبادی، حسین و کاظمی، علی (۱۳۹۵ش). «بررسی عوامل کشتش و رانش مؤثر بر نیت سفر گردشگری مذهبی و نحوه تأثیر آنها (شهر قم)»، **مطالعات مدیریت گردشگری**، سال ۱۱، شماره ۳۶، ص ۱۰۹ - ۱۲۴.
۷. رستمی، علی؛ ایدی، محمد؛ اسلامبولچی، علیرضا و ربیعی مندجین، محمدرضا (۱۴۰۰ش). «مدل گردشگری مذهبی در مرز بین‌المللی مهران، تحلیل‌ها و راهبردها»، **تحقیقات مدیریت آموزشی**، سال ۱۲، شماره ۳، ص ۱۶۸ - ۲۰۰.

۸. رضایی، پژمان و چهارراهی، ذبیح‌الله (۱۳۹۸ش). «ارزیابی پایداری گردشگری مذهبی (مطالعه موردی: امامزاده حمزه علی استان چهارمحال و بختیاری)»، **پژوهش‌های جغرافیای انسانی (پژوهش‌های جغرافیایی)**، سال ۵۱، شماره ۳، ص ۶۷۵ - ۶۹۱.
۹. شایان، حمید؛ قاسمی، مریم و محمودی، حمیده (۱۳۹۹ش)، «نقش عوامل مکانی - فضایی بر توسعه گردشگری مذهبی سکونتگاه‌های روستایی (مورد مطالعه: حوزه نفوذ گردشگاهی کلان‌شهر مشهد)»، **فصل‌نامه روستا و توسعه پایدار فضا**، سال ۱، شماره ۳، ص ۱ - ۱۸.
۱۰. ضرغام بروجنی، حمید؛ محمودزاده، مجتبی؛ مروتی شریف‌آبادی، علی و اسدیان اردکانی، فائزه (۱۳۹۷ش). «گردشگری دینی؛ الزامات، راهبردها و پیامدها»، **مدیریت اسلامی**، سال ۲۶، شماره ۲، ص ۲۱۳ - ۲۳۷.
۱۱. عربشاهی، معصومه؛ بهبودی، امید و شاه‌ابراهیمی، روح‌الله (۱۳۹۵ش). «شناسایی و رتبه‌بندی عوامل رفاهی مؤثر بر گردشگری مذهبی شهر مشهد با استفاده از تکنیک‌های تصمیم‌گیری چندمعیاره»، **خراسان بزرگ**، سال ۷، شماره ۲۳، ص ۷۶ - ۸۸.
۱۲. عزیزی، عذرا؛ ضرغام بروجنی، حمید؛ ضیائی، محمود و تقوی‌فرد، محمدتقی (۱۴۰۱ش). «چارچوب خلق ارزش از طریق زنجیره تأمین یکپارچه الکترونیکی خدمات گردشگری»، **مطالعات اجتماعی گردشگری**، سال ۱۰، شماره ۱۹، ص ۹۱ - ۱۱۴.
۱۳. فتحی، محمدرضا؛ محمدی‌نسب، مهدی؛ ملکی، محمدحسن و یعقوبی، سمیه (۱۳۹۹ش). «ارزیابی عوامل مؤثر بر رقابت‌پذیری گردشگری مذهبی (روش فنون دیمتل و معادلات ساختاری)»، **بررسی‌های بازرگانی**، شماره ۱۰۵، ص ۵۸ - ۷۰.
۱۴. مرادنژادی، همایون؛ جمشیدی، علیرضا و مهدیزاده، حسین (۱۳۹۹ش). «شناسایی فرصت‌های کسب‌وکار زنجیره ارزش رویداد پیاده‌روی اربعین امام حسین علیه‌السلام در استان ایلام»، **برنامه‌ریزی فضایی (جغرافیا)**، سال ۱۰، شماره ۴، ص ۴۶ - ۶۵.

- Management, 12(4): 535 - 552.
19. Heidari, A., Yazdani, H. R., Saghafi, F., and Jalilvand, M. R. (2018). The perspective of religious and spiritual tourism research: A systematic mapping study, *Journal of Islamic Marketing*, 9(4):747-798.
20. Irimias, A., Mitev, A., and Michalko, G (2016). Demographic Characteristics Influencing Religious Tourism Behaviour: Evidence from a Central - Eastern - European country, *International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage*, 4 (4): 19 - 32.
21. Lincoln, Y., and Guba, E. (1982). Epistemological and methodological bases of naturalistic inquiry. *Educational Technology Research and Development*, 30:233 - 252.
22. Mittal, R and Sinha, P.(2021). Framework for a resilient religious
15. Alvarado - Sizzo, I., Frejomil, E.P., and Crispín, A.S. (2017). Religious tourism in southern Mexico: Regional scopes of the festival of the Immaculate Conception, *Geoforum*, 83(1): 14 - 25.
16. Bai, H. and Ran, W.(2022). Analysis of the Vulnerability and Resilience of the Tourism Supply Chain under the Uncertain Environment of COVID - 19: Case Study Based on Lijiang, *Sustainability*, 14(1):1 - 20.
17. Chantziantoniou, A., and Dionysopoulou, P (2017). The religious tourism in Greece: Case study of Saint John Russian in N. Evia, *Journal of Tourism, Heritage & Services Marketing*, 3 (2): 15 - 24.
18. Faisal, M. Banwet, D.K. Shankar, R. (2006). Supply chain risk mitigation: modelling the enablers, *Business Process*

- and Tourism,19(3):246 – 263.
26. Warfield, J.W. (1974). Developing interconnected matrices in structural modelling, IEEE transcript on systems, Men and Cybernetics, 4(1): 51 – 81.
23. – Mubarak, N. and zin, C.S., (2020). Religious tourism and mass religious gatherings — the potential link in the spread of COVID – 19. Current perspective and future implications, Travel Medicine and Infectious Disease, 36(1).
24. Romanelli, M, Gazzola, P, Grechi, D and Pollice, Francesca.(2021). Towards a sustainability – oriented religious tourism, Syst Res Behav Sci,38(1):386 – 396.
25. Sinha, P and Mittal, R.(2021). Identification and Modelling of Religious Tourism Supply Chain Enablers in Post – Covid Era Using ISM, ASEAN Journal on Hospitality