Economic and Financial Attractiveness and the Sustainability of Investor Attraction in Religious Tourism

Hayder Ali Hussein Al-Hameedawe[1], Abolfazl Khosravi[2], Mohammad Reza Fathi[3*], Amin Arefi[4]

1. Faculty of Management and Accounting, College of Farabi , University of Tehran, Qom, Iran.
2. Faculty of Management and Accounting, College of Farabi , University of Tehran, Qom, Iran.
3. Associate Professor, College of Farabi, University of Tehran, Iran. (Corresponding Author)
3. Department of Management, Faculty of Management and Accounting, Hazrat-e Masoumeh University, Qom, Iran.

* reza.fathi@ut.ac.ir

OPEN ACCESS

https://doi.org/10.22034/bs.2026.2088237.3234

Article Type: Regular Paper

Received: 08 May. 2026
Revised: 08 July. 2026
Accepted: 28 July. 2026

JEL Classification

Z33; Z32; G11; O18

Keywords

Religious tourism; economic attractiveness of investment; investment governance; tourism infrastructure; investor attraction

Data Availability

The data used or generated in this research are presented in the text of the article.

Conflicts of Interest

The authors of this paper declared no conflict of interest regarding the authorship or publication of this article.

Abstract

Investment is essential to the sustainable development of religious tourism, while the continued attraction of investors depends largely on the economic and financial attractiveness of investment opportunities. However, the factors shaping this attractiveness and its role in sustaining investor attraction remain insufficiently understood. This study aims to develop and test a structural model of investment attractiveness and examine its effects on the realization and sustainability of investor attraction in religious tourism. The proposed model includes the institutional environment and governance of religious tourism investment, as well as the infrastructure and capabilities of religious destinations, as antecedent constructs; investment attractiveness as a mediating construct; and the realization and sustainability of investor attraction as the outcome construct. The study is applied in purpose and employs a descriptive-survey design. The statistical population comprised active investors in tourism and religious tourism, managers and experts from relevant organizations, and tourism economics specialists in 2025. Using purposive judgmental sampling, 100 participants were selected. Data were collected through a researcher-developed questionnaire and analyzed using Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM). The findings reveal that both the infrastructure and capabilities of religious destinations and the institutional environment and governance of religious tourism investment have positive and statistically significant effects on investment attractiveness. Furthermore, investment attractiveness positively and significantly influences the realization and sustainability of investor attraction and mediates the relationships between the antecedent constructs and sustainable investor attraction.

Citation: Al-Hameedawe, H.A., Khosravi, Abolfazl, Fathi, M.R & Arefi, A. (2026). Economic and Financial Attractiveness and the Sustainability of Investor Attraction in Religious Tourism . Journal of Industrial & Mining Research, 137 (24), 69-99

About the Authors: This article is based on Maher Mahmoud Al-Dulaimi's master's thesis in Economics at Arak University, supervised by Mohammad Saeed Zabihi Dan, Assistant Professor at the same university and corresponding author, with Vahid Kafili, Assistant Professor at the same university, serving as thesis advisor.

جذابیت اقتصادی - مالی و پایداری جذب سرمایه‌گذاران در گردشگری مذهبی


۱
حیدرعلی حسین الحمیداوی


۲
ابوالفضل خسروی


۳
محمدرضا فتحی


۴
امین عارفی

۱. دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشکدگان فارابی دانشگاه تهران، قم، ایران. avali.12102@gmail.com
۲. دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشکدگان فارابی دانشگاه تهران، قم، ایران. khosravi_a@ut.ac.ir
۳. دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشکدگان فارابی دانشگاه تهران، قم، ایران. (نویسنده مسئول) reza.fathi@ut.ac.ir
۴. گروه مدیریت، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه حضرت معصومه (س)، قم، ایران. amin.arefi@hmu.ac.ir

دسترسی آزاد

https://doi.org/10.22034/bs.2026.2088237.3234

نوع مقاله: پژوهشی

تاریخ دریافت: ۱۴۰۵/۰۲/۱۸
تاریخ بازنگری: ۱۴۰۵/۰۴/۱۷
تاریخ پذیرش: ۱۴۰۵/۰۵/۰۶

طبقه‌بندی JEL

Z33; Z32; G11; O18

کلیدواژه‌ها

گردشگری مذهبی، جذابیت اقتصادی سرمایه‌گذاری، حکمرانی سرمایه‌گذاری، زیرساخت‌های گردشگری، جذب سرمایه‌گذار.

مشارکت نویسندگان

تمامی نویسندگان به‌طور مساوی در انجام این پژوهش مشارکت داشته‌اند.

دسترسی به داده

داده‌های استفاده شده یا تولید شده در این پژوهش در متن مقاله ارائه شده است.

تعارض منافع نویسندگان

نویسندگان این مقاله اعلام می‌کنند که هیچ‌گونه تضاد منافعی در رابطه با نویسندگی و یا انتشار این مقاله ندارند.

چکیده

سرمایه‌گذاری از عوامل کلیدی در توسعه پایدار گردشگری مذهبی است و تداوم جذب سرمایه‌گذاران در این حوزه به جذابیت اقتصادی و مالی فرصت‌های سرمایه‌گذاری وابسته است. با این حال، شناسایی عوامل مؤثر بر شکل‌گیری این جذابیت و نقش آن در تحقق و پایداری جذب سرمایه‌گذاران همچنان از چالش‌های مهم گردشگری مذهبی محسوب می‌شود. از این رو، هدف پژوهش حاضر طراحی و آزمون مدل ساختاری جذابیت اقتصادی و مالی سرمایه‌گذاری و تبیین اثر آن بر تحقق و پایداری جذب سرمایه‌گذار در گردشگری مذهبی است. در این مدل، محیط نهادی و حکمرانی سرمایه‌گذاری مذهبی و زیرساخت‌ها و قابلیت‌های مقصد مذهبی به‌عنوان سازه‌های پیشایند، جذابیت اقتصادی و مالی سرمایه‌گذاری به‌عنوان سازه میانجی و تحقق و پایداری جذب سرمایه‌گذار به‌عنوان سازه پیامدی در نظر گرفته شده‌اند. این پژوهش از نظر هدف کاربردی و از نظر روش گردآوری داده‌ها توصیفی-پیمایشی است. جامعه آماری شامل سرمایه‌گذاران فعال در گردشگری و گردشگری مذهبی، مدیران و کارشناسان سازمان‌های مرتبط و خبرگان اقتصاد گردشگری در سال ۱۴۰۴ بود. نمونه‌گیری به روش قضاوتی هدفمند انجام شد و ۱۰۰ نفر به‌عنوان نمونه انتخاب شدند. داده‌ها با پرسشنامه پژوهشگرساخته گردآوری و با مدل‌سازی معادلات ساختاری به روش حداقل مربعات جزئی تحلیل شد. نتایج نشان داد زیرساخت‌ها و قابلیت‌های مقصد مذهبی، همچنین محیط نهادی و حکمرانی سرمایه‌گذاری مذهبی، اثر مثبت و معناداری بر جذابیت اقتصادی و مالی سرمایه‌گذاری دارند. افزون بر این، جذابیت اقتصادی و مالی سرمایه‌گذاری بر تحقق و پایداری جذب سرمایه‌گذار اثر مثبت و معناداری دارد و در روابط مذکور نقش میانجی ایفا می‌کند.

استناد: الحمیداوی، حیدر.ع.ح؛ خسروی، ابوالفضل؛ فتحی، محمدرضا و عارفی، امین (۱۴۰۵). مدل‌سازی اقتصادی-مالی جذب سرمایه در صنعت گردشگری مذهبی. پژوهشنامه صنعت و معدن، ۱۳۷ (۲۴)، ۹۹-۶۹

مقدمه

در دهه‌های اخیر گردشگری به یکی از مهمترین بخش‌های اقتصاد جهانی تبدیل شده و بسیاری از کشورها از آن به‌عنوان ابزاری مؤثر برای رشد اقتصادی، ایجاد اشتغال و توسعه منطقه‌ای استفاده می‌کنند. در میان انواع مختلف گردشگری، گردشگری مذهبی جایگاه ویژه‌ای دارد؛ زیرا این نوع گردشگری مبتنی بر باورهای دینی، پیوندهای هویتی و جریان مستمر زائران است و در مقایسه با بسیاری از انواع دیگر گردشگری از تقاضایی نسبتاً پایدار برخوردار است (Timothy & Olsen, 2006). برآوردهای جهانی نیز نشان می‌دهد که سالانه صدها میلیون نفر در قالب سفرهای زیارتی از اماکن مقدس در نقاط مختلف جهان بازدید می‌کنند و همین امر گردشگری مذهبی را به یکی از بزرگ‌ترین جریان‌های گردشگری بین‌المللی تبدیل کرده است (Ohlan & Ohlan, 2024).

اهمیت اقتصادی گردشگری مذهبی در سال‌های اخیر توجه فزاینده‌ای را در میان سیاست‌گذاران و پژوهشگران به خود جلب کرده است. این نوع گردشگری علاوه بر ایجاد درآمدهای مستقیم از طریق خدمات اقامتی، حمل‌ونقل و سایر خدمات گردشگری، می‌تواند به توسعه زیرساخت‌ها، شکل‌گیری کسب‌وکارهای محلی و افزایش سرمایه‌گذاری در مقاصد گردشگری منجر شود (Srivastava et al, 2024). مطالعات انجام‌شده در مقاصد زیارتی نشان می‌دهد که جریان زائران موجب افزایش اشتغال، رشد بنگاه‌های کوچک و متوسط و بهبود زیرساخت‌های خدماتی و حمل‌ونقل شده و در نتیجه نقش مهمی در توسعه اقتصادی و اجتماعی مناطق میزبان ایفا می‌کند (Rokhadi et al, 2025). افزون بر این، برخی پژوهش‌ها نشان می‌دهد که گردشگری زیارتی در صورت مدیریت مناسب و مشارکت جامعه محلی می‌تواند به تنوع‌بخشی اقتصاد محلی و افزایش تاب‌آوری اقتصادی جوامع در برابر بحران‌ها نیز کمک کند (Mzobe & Nyikana, 2024; Suárez et al, 2025).

در کنار این آثار اقتصادی، سرمایه‌گذاری در گردشگری مذهبی پیامدهای اجتماعی و فرهنگی مهمی نیز به همراه دارد. توسعه این بخش می‌تواند به ایجاد فرصت‌های شغلی، افزایش درآمدهای محلی و رونق کسب‌وکارهای کوچک منجر شود. همچنین گردشگری مذهبی با حفظ و احیای میراث فرهنگی و مذهبی، نقش مهمی در تقویت هویت فرهنگی و انسجام اجتماعی جوامع میزبان ایفا می‌کند (Hardinie & Hizianzami, 2024; Romanelli et al, 2021). از این رو، بسیاری از کشورها سرمایه‌گذاری در گردشگری مذهبی را به‌عنوان یکی از ابزارهای توسعه پایدار، حفاظت از میراث فرهنگی و ارتقای رفاه اجتماعی مورد توجه قرار داده‌اند.

در چنین شرایطی، سرمایه‌گذاری یکی از ارکان اساسی توسعه گردشگری مذهبی محسوب می‌شود. توسعه زیرساخت‌های گردشگری، ارتقای کیفیت خدمات و ایجاد تجربه مطلوب برای زائران بدون جذب منابع مالی و سرمایه‌گذاران امکان‌پذیر نیست. به همین دلیل، بسیاری از کشورها با طراحی سیاست‌های

حمایتی، ارائه مشوق‌های اقتصادی و بهبود محیط کسب‌وکار تلاش کرده‌اند شرایط لازم برای جذب سرمایه‌گذاری در این حوزه را فراهم کنند (Silaeva et al, 2021). برای نمونه، برنامه «چشم‌انداز ۲۰۳۰» عربستان سعودی نشان می‌دهد که چگونه سیاست‌های هدفمند سرمایه‌گذاری و توسعه زیرساخت‌ها می‌تواند گردشگری مذهبی را به یکی از محرک‌های اصلی رشد اقتصادی تبدیل کند (Almuhrzi & Al-sawafi, 2017). همچنین کشورهایی مانند هند و ترکیه با توسعه زیرساخت‌های زیارتی، تقویت خدمات گردشگری و استفاده از بازاریابی دیجیتال توانسته‌اند سهم قابل توجهی از گردشگران مذهبی داخلی و بین‌المللی را جذب کنند (Astanakulov et al, 2022; Dung, 2025).

در ایران نیز گردشگری مذهبی از ظرفیت‌های قابل توجهی برخوردار است. وجود شهرهای زیارتی مهمی همچون مشهد، قم و شیراز که میزبان بارگاه‌های مقدس و مراکز مهم دینی هستند، سالانه میلیون‌ها زائر داخلی و خارجی را جذب می‌کند و ایران را به یکی از مقاصد مهم گردشگری مذهبی در جهان اسلام تبدیل کرده است (Seyfi & Hall, 2018). با وجود این ظرفیت‌ها، بسیاری از فرصت‌های سرمایه‌گذاری در گردشگری مذهبی ایران هنوز بالفعل نشده و برخی پروژه‌ها به دلیل ضعف زیرساخت‌ها، پیچیدگی‌های نهادی و نبود مدل‌های مناسب جذب سرمایه با چالش‌هایی مواجه هستند (Gedecho & Nyikana, 2023). از منظر مطالعات گردشگری و توسعه مقصد، مسئله جذب سرمایه‌گذاری در گردشگری مذهبی تنها یک موضوع مالی یا اقتصادی مستقل نیست، بلکه با سیاست‌گذاری گردشگری، حکمرانی مقصد، توسعه زیرساخت‌های خدماتی، ارتقای تجربه زائران و پایداری اقتصادی جوامع میزبان پیوند مستقیم دارد. مقاصد مذهبی برای حفظ رقابت‌پذیری و پاسخ‌گویی به جریان مستمر زائران، نیازمند الگوهای کارآمد جذب و نگهداشت سرمایه‌گذار هستند. بنابراین، تحلیل سازوکارهای نهادی، زیرساختی و اقتصادی مؤثر بر جذابیت سرمایه‌گذاری می‌تواند به فهم بهتر فرایند توسعه پایدار گردشگری مذهبی و مدیریت راهبردی مقاصد زیارتی کمک کند.

از سوی دیگر، رقابت میان مقاصد گردشگری مذهبی در سطح منطقه، به‌ویژه کشورهایی مانند عربستان سعودی، عراق و ترکیه، موجب شده است جذب سرمایه‌گذار به یک ضرورت راهبردی تبدیل شود. در این میان، سرمایه‌گذاران در تصمیم‌گیری‌های خود به مجموعه‌ای از عوامل اقتصادی و نهادی توجه می‌کنند که می‌تواند بر جذابیت اقتصادی پروژه‌های گردشگری تأثیرگذار باشد؛ عواملی مانند ثبات اقتصادی، سیاست‌های حمایتی دولت، زیرساخت‌های گردشگری و شفافیت مقررات از جمله متغیرهایی هستند که نقش مهمی در تصمیم سرمایه‌گذاران ایفا می‌کنند (Raj & Griffin, 2015).

با وجود اهمیت این موضوع، بخش قابل توجهی از پژوهش‌های پیشین در حوزه گردشگری مذهبی بیشتر بر جنبه‌های فرهنگی و رفتاری زائران تمرکز داشته و کمتر به سازوکارهای جذب سرمایه‌گذاری پرداخته‌اند

(Kim et al, 2020). از این رو، ارائه مدل‌های تحلیلی که بتواند عوامل مؤثر بر جذابیت اقتصادی سرمایه‌گذاری در گردشگری مذهبی را تبیین کند، از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. بر این اساس، پژوهش حاضر با هدف طراحی و آزمون مدل ساختاری جذابیت اقتصادی و مالی سرمایه‌گذاری در گردشگری مذهبی انجام شده است. در این مدل، روابط میان محیط نهادی و حکمرانی سرمایه‌گذاری مذهبی، زیرساخت‌ها و قابلیت‌های مقصد مذهبی، جذابیت اقتصادی و مالی سرمایه‌گذاری و تحقق و پایداری جذب سرمایه‌گذار تبیین و آزمون می‌شود. بنابراین، تمرکز پژوهش صرفاً بر شناسایی عوامل مؤثر نیست، بلکه بر مدل‌یابی روابط علّی و میانجی میان سازه‌های اصلی مؤثر بر جذب پایدار سرمایه‌گذاری در گردشگری مذهبی قرار دارد.

مبانی نظری پژوهش

سرمایه‌گذاری در گردشگری مذهبی

سرمایه‌گذاری در گردشگری مذهبی به‌عنوان یکی از مهمترین مؤلفه‌های توسعه پایدار مقاصد زیارتی در ادبیات گردشگری مورد توجه گسترده قرار گرفته است. گردشگری مذهبی به دلیل برخورداری از تقاضای نسبتاً پایدار، پیوند عمیق با فرهنگ و هویت جوامع و توانایی جذب حجم بالایی از زائران، بستری مناسب برای سرمایه‌گذاری‌های بلندمدت فراهم می‌کند (Korov et al,2024). بسیاری از پژوهش‌ها نشان می‌دهند که سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌ها، خدمات اقامتی، حمل‌ونقل و مدیریت اماکن مذهبی می‌تواند نقش مهمی در افزایش جذابیت مقصد و بهبود تجربه زائران ایفا کند و در نتیجه به رشد اقتصادی مناطق میزبان منجر شود (Guriță & Scorțescu,2023).

سرمایه‌گذاری در گردشگری مذهبی معمولاً به شکل توسعه زیرساخت‌های فیزیکی، بهبود خدمات گردشگری و بهره‌برداری از دارایی‌های مذهبی صورت می‌گیرد. توسعه زیرساخت‌هایی مانند جاده‌ها، مراکز اقامتی، سیستم‌های حمل‌ونقل، فضاهای خدماتی و امکانات رفاهی برای زائران از مهمترین زمینه‌های سرمایه‌گذاری در این حوزه محسوب می‌شود. چنین سرمایه‌گذاری‌هایی نه‌تنها موجب افزایش ظرفیت پذیرش گردشگران می‌شود، بلکه کیفیت تجربه زیارتی را نیز ارتقا می‌دهد و زمینه رقابت‌پذیری مقاصد مذهبی را در سطح ملی و بین‌المللی تقویت می‌کند (Romanelli et al,2021; Astanakulov et al,2022). علاوه بر این، سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های گردشگری مذهبی اغلب با بهبود خدمات شهری و ارتقای کیفیت زندگی ساکنان محلی همراه است و می‌تواند به توسعه متوازن مناطق زیارتی کمک کند (Tanyaradzwa,2021).

یکی از ابعاد مهم سرمایه‌گذاری در گردشگری مذهبی، بهره‌برداری از ظرفیت دارایی‌های مذهبی و املاک موقوفه است. در بسیاری از کشورها، به‌ویژه در جوامع اسلامی، موقوفات نقش قابل توجهی در توسعه فضاهای مذهبی و خدمات مرتبط با زائران دارند (Benaichouche & Bentayeb,2025). استفاده

کارآمد از این منابع می‌تواند امکان تأمین مالی پروژه‌های زیارتی، توسعه خدمات گردشگری و حفظ میراث دینی را فراهم کند. پژوهش‌ها نشان می‌دهد که همکاری میان نهادهای دینی، دولت و بخش خصوصی در مدیریت و بهره‌برداری از دارایی‌های مذهبی می‌تواند به افزایش کارایی سرمایه‌گذاری و ایجاد منابع درآمدی پایدار برای توسعه مقاصد زیارتی منجر شود (Manhas & Nair,2020; Dung,2025).

محیط نهادی و حکمرانی سرمایه‌گذاری مذهبی و جذابیت سرمایه‌گذاری

در ادبیات سرمایه‌گذاری و توسعه اقتصادی، کیفیت محیط نهادی یکی از عوامل اساسی تعیین‌کننده جذابیت سرمایه‌گذاری در مقاصد مختلف محسوب می‌شود (Chan et al,2023). محیط نهادی شامل مجموعه‌ای از قوانین، مقررات، سازوکارهای اجرایی و ساختارهای حکمرانی است که چارچوب فعالیت‌های اقتصادی و سرمایه‌گذاری را شکل می‌دهند (Sauvant,2015). پژوهش‌ها نشان می‌دهد که وجود نهادهای کارآمد و قوانین شفاف و قابل پیش‌بینی می‌تواند سطح اعتماد سرمایه‌گذاران را افزایش داده و هزینه‌های مبادله و عدم‌اطمینان را کاهش دهد. در مقابل، ضعف نهادی، بی‌ثباتی حقوقی و نبود حمایت قانونی کافی از سرمایه‌گذاران از مهمترین موانع جذب سرمایه در بسیاری از اقتصادهای در حال توسعه به شمار می‌روند (Chan et al,2023).

این ارتباط را می‌توان در چارچوب اقتصاد نهادی جدید نیز تبیین کرد. از دیدگاه نورث، نهادها قواعد رسمی و غیررسمی بازی در جامعه‌اند که از طریق شکل‌دهی به انگیزه‌ها، محدودیت‌ها و انتظارات کنشگران اقتصادی، بر عملکرد اقتصادی و تصمیم‌های سرمایه‌گذاری اثر می‌گذارند (North, 1990). در همین راستا، ویلیامسون با تأکید بر اقتصاد هزینه مبادله نشان می‌دهد که نهادها و ساختارهای حکمرانی زمانی اهمیت می‌یابند که کنشگران اقتصادی با عدم‌اطمینان، قراردادهای ناقص، فرصت‌طلبی و دشواری پیش‌بینی آینده مواجه هستند. بر این اساس، سازوکارهای نهادی کارآمد می‌توانند از طریق کاهش هزینه‌های مبادله، کاهش مخاطرات قراردادی و افزایش قابلیت اتکای تعهدات، فضای مناسب‌تری برای تصمیم‌گیری سرمایه‌گذاران فراهم کنند (Williamson, 1985, 1991, 2000).

اهمیت این دیدگاه در سرمایه‌گذاری گردشگری مذهبی بیشتر آشکار می‌شود؛ زیرا پروژه‌های این حوزه معمولاً بلندمدت، سرمایه‌بر و وابسته به تعامل میان نهادهای دولتی، نهادهای مذهبی، شهرداری‌ها، بخش خصوصی و جامعه محلی هستند. در چنین شرایطی، ابهام در مقررات، تغییرپذیری سیاست‌ها، دشواری اخذ مجوزها، ضعف اجرای قراردادها و نبود هماهنگی نهادی می‌تواند نااطمینانی سرمایه‌گذاران نسبت به آینده پروژه را افزایش دهد. بنابراین، محیط نهادی و حکمرانی مطلوب در گردشگری مذهبی، نه صرفاً به‌عنوان یک عامل اداری، بلکه به‌عنوان سازوکاری برای مدیریت نااطمینانی، کاهش ریسک ادراک‌شده و افزایش جذابیت اقتصادی و مالی فرصت‌های سرمایه‌گذاری عمل می‌کند.

در حوزه گردشگری مذهبی، نقش محیط نهادی و حکمرانی اهمیت بیشتری پیدا می‌کند، زیرا این حوزه به تعامل میان نهادهای دولتی، نهادهای مذهبی و بخش خصوصی وابسته است (Romanelli et al,2021). هماهنگی میان این نهادها می‌تواند چارچوبی پایدار برای توسعه پروژه‌های گردشگری مذهبی فراهم کند و سطح اطمینان سرمایه‌گذاران را نسبت به آینده پروژه‌ها افزایش دهد (Musleh et al,2023). در چنین شرایطی، حکمرانی مناسب از طریق ایجاد شفافیت در فرآیندهای تصمیم‌گیری، تسهیل صدور مجوزها و تضمین حقوق مالکیت می‌تواند ریسک ادراک‌شده سرمایه‌گذاران را کاهش دهد (Gupta & Sharma,2023). همچنین وجود سازوکارهای کارآمد برای اجرای قراردادها و حل اختلافات سرمایه‌گذاری می‌تواند ثبات و پیش‌بینی‌پذیری بیشتری برای فعالیت‌های اقتصادی فراهم کند (Mawejje,2024).

از سوی دیگر، بهبود کیفیت محیط نهادی و حکمرانی معمولاً به تقویت اقلیم سرمایه‌گذاری منجر می‌شود و از این طریق جذابیت اقتصادی و مالی پروژه‌های سرمایه‌گذاری افزایش می‌یابد (Rybchuk & Yachymets,2022). اقلیم سرمایه‌گذاری مطلوب باعث می‌شود ریسک‌های ادراکی سرمایه‌گذاران کاهش یافته و نرخ بازده مورد انتظار پروژه‌ها افزایش یابد (Semenova,2025). بنابراین می‌توان انتظار داشت که در حوزه گردشگری مذهبی نیز هرچه کیفیت محیط نهادی و حکمرانی مرتبط با سرمایه‌گذاری مناسب‌تر باشد، جذابیت اقتصادی و مالی پروژه‌های سرمایه‌گذاری در این حوزه افزایش یابد (Chan et al,2023). بر پایه این مبانی نظری، می‌توان گفت که کیفیت محیط نهادی و حکمرانی از طریق کاهش هزینه‌های مبادله، افزایش اطمینان نسبت به اجرای تعهدات، کاهش نااطمینانی نسبت به آینده و تقویت پیش‌بینی‌پذیری بازده سرمایه‌گذاری، ارزیابی سرمایه‌گذاران از جذابیت اقتصادی و مالی پروژه‌های گردشگری مذهبی را بهبود می‌بخشد. از این منظر، فرضیه نخست پژوهش نه‌تنها بر مبنای مطالعات اخیر سرمایه‌گذاری، بلکه بر پایه منطق اقتصاد نهادی جدید و نظریه هزینه مبادله نیز قابل تبیین است.

فرضیه اول: محیط نهادی و حکمرانی سرمایه‌گذاری مذهبی تأثیر مثبت و معناداری بر جذابیت اقتصادی و مالی سرمایه‌گذاری در گردشگری مذهبی دارد.

زیرساخت‌ها و قابلیت‌های مقصد مذهبی و تأثیر آن بر جذابیت اقتصادی و مالی سرمایه‌گذاری

در ادبیات توسعه گردشگری، زیرساخت‌ها یکی از مهمترین عوامل شکل‌دهنده به رقابت‌پذیری و جذابیت مقاصد گردشگری محسوب می‌شوند (Romanelli et al,2021). زیرساخت‌های گردشگری شامل مجموعه‌ای از امکانات فیزیکی و خدماتی مانند حمل‌ونقل، اقامت، خدمات شهری، امکانات رفاهی و تسهیلات مرتبط با گردشگران است که امکان دسترسی و بهره‌برداری از مقصد را فراهم می‌کند (Musleh et al,2023). پژوهش‌ها نشان می‌دهد که توسعه مناسب زیرساخت‌ها می‌تواند هزینه‌های عملیاتی سرمایه‌گذاری را کاهش داده و

بازده اقتصادی پروژه‌های گردشگری را افزایش دهد (Rybchuk & Yachymets,2022).

در حوزه گردشگری مذهبی، اهمیت زیرساخت‌ها بیش از سایر انواع گردشگری است، زیرا این نوع گردشگری معمولاً با حجم بالای زائران و تمرکز زمانی خاص در مناسبت‌های مذهبی همراه است (Shrestha & Kathayat,2023). وجود زیرساخت‌های مناسب حمل‌ونقل، امکانات اقامتی کافی، خدمات شهری کارآمد و مدیریت مناسب جریان زائران می‌تواند ظرفیت پذیرش مقصد را افزایش داده و تجربه مطلوب‌تری برای زائران ایجاد کند (Romanelli et al,2021). این امر به‌طور مستقیم بر میزان تقاضای گردشگری و درآمدهای بالقوه حاصل از آن تأثیر می‌گذارد (Musleh et al,2023).

علاوه بر زیرساخت‌های فیزیکی، قابلیت‌های مدیریتی و نهادی مقصد نیز نقش مهمی در موفقیت پروژه‌های گردشگری مذهبی دارند (Shrestha & Kathayat,2023). توانایی مدیریت مقصد در برنامه‌ریزی، هماهنگی میان نهادهای مختلف و ارائه خدمات باکیفیت می‌تواند پایداری توسعه گردشگری را تقویت کند (Romanelli et al,2021). همچنین مشارکت فعال جوامع محلی و توجه به ارزش‌های فرهنگی و مذهبی منطقه می‌تواند به افزایش پذیرش اجتماعی پروژه‌های گردشگری کمک کند و زمینه را برای توسعه پایدار این نوع گردشگری فراهم سازد (Musleh et al,2023).

از منظر سرمایه‌گذاران، وجود زیرساخت‌ها و قابلیت‌های مناسب در مقصد مذهبی موجب کاهش ریسک سرمایه‌گذاری و افزایش اطمینان نسبت به پایداری جریان تقاضا می‌شود (Rybchuk & Yachymets,2022). در چنین شرایطی، پروژه‌های مرتبط با گردشگری مذهبی از نظر اقتصادی و مالی جذاب‌تر ارزیابی شده و احتمال ورود سرمایه‌گذاران به این حوزه افزایش می‌یابد (Shrestha & Kathayat,2023). بنابراین می‌توان انتظار داشت که توسعه زیرساخت‌ها و قابلیت‌های مقصد مذهبی به‌طور مستقیم جذابیت اقتصادی و مالی سرمایه‌گذاری در این حوزه را تقویت کند.

فرضیه دوم: زیرساخت‌ها و قابلیت‌های مقصد مذهبی تأثیر مثبت و معناداری بر جذابیت اقتصادی و مالی سرمایه‌گذاری در گردشگری مذهبی دارند.

جذابیت اقتصادی و مالی سرمایه‌گذاری و تأثیر آن بر تحقق و پایداری جذب سرمایه‌گذار

در ادبیات سرمایه‌گذاری، تصمیم سرمایه‌گذاران برای ورود به یک پروژه یا مقصد اقتصادی تا حد زیادی به ارزیابی آن‌ها از جذابیت اقتصادی و مالی فرصت‌های سرمایه‌گذاری وابسته است (Sauvant,2015). جذابیت اقتصادی و مالی معمولاً بر اساس عواملی مانند نرخ بازده مورد انتظار، سطح ریسک سرمایه‌گذاری، ثبات اقتصادی و قابلیت پیش‌بینی محیط کسب‌وکار ارزیابی می‌شود. زمانی که سرمایه‌گذاران پروژه‌ای را از نظر اقتصادی سودآور و از نظر مالی قابل اتکا ارزیابی کنند، احتمال ورود آن‌ها به پروژه افزایش می‌یابد. (Chan et al,2023).

جذابیت اقتصادی و مالی سرمایه‌گذاری نه‌تنها بر تصمیم اولیه سرمایه‌گذاران برای ورود به پروژه تأثیر می‌گذارد، بلکه نقش مهمی در پایداری حضور آن‌ها در پروژه نیز دارد (Gupta & Sharma,2023). در بسیاری از پروژه‌های گردشگری و زیرساختی، تداوم مشارکت سرمایه‌گذاران وابسته به این است که پروژه بتواند در طول زمان بازده اقتصادی مورد انتظار را تأمین کند (Mawejje,2024). در صورتی که شرایط اقتصادی یا نهادی باعث کاهش جذابیت مالی پروژه شود، احتمال خروج سرمایه‌گذاران یا توقف پروژه افزایش می‌یابد (Bedhiye & Singh,2022).

در حوزه گردشگری مذهبی نیز جذابیت اقتصادی و مالی پروژه‌ها نقش کلیدی در تحقق سرمایه‌گذاری دارد (Rybchuk & Yachymets,2022). سرمایه‌گذاران معمولاً پیش از ورود به این حوزه عواملی مانند میزان تقاضای زائران، ظرفیت درآمدزایی خدمات گردشگری، هزینه‌های توسعه زیرساخت و سطح حمایت نهادی را ارزیابی می‌کنند (Shrestha & Kathayat,2023). هرچه این عوامل چشم‌انداز اقتصادی مثبت‌تری را نشان دهند، احتمال تحقق سرمایه‌گذاری و مشارکت فعال سرمایه‌گذاران افزایش می‌یابد (Chan et al,2023).

از سوی دیگر، پایداری جذب سرمایه‌گذار در پروژه‌های گردشگری مذهبی نیازمند آن است که جذابیت اقتصادی و مالی پروژه در طول زمان حفظ شود (Gupta & Sharma,2023). ثبات تقاضای گردشگری، مدیریت کارآمد مقصد و حمایت‌های نهادی می‌تواند به حفظ سودآوری پروژه‌ها و استمرار حضور سرمایه‌گذاران کمک کند. بنابراین می‌توان انتظار داشت که افزایش جذابیت اقتصادی و مالی سرمایه‌گذاری، نه‌تنها تحقق اولیه سرمایه‌گذاری بلکه پایداری آن را نیز تقویت کند. (Mawejje,2024).

فرضیه سوم: جذابیت اقتصادی و مالی سرمایه‌گذاری تأثیر مثبت و معناداری بر تحقق و پایداری جذب سرمایه‌گذار در گردشگری مذهبی دارد.

پیشینه تحقیق

الف) مطالعات داخلی

در ادبیات داخلی، بخشی از پژوهش‌ها به بررسی زمینه‌ها، موانع و عوامل مؤثر بر توسعه سرمایه‌گذاری در گردشگری پرداخته‌اند. در پژوهشی درباره سرمایه‌گذاری در گردشگری نشان دادند که وجود چارچوب‌های قانونی کارآمد، ثبات سیاسی، بهره‌وری سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌ها و حمایت‌های نهادی از عوامل مهم در افزایش جریان سرمایه‌گذاری در این حوزه است. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که جذب سرمایه‌گذار در گردشگری تنها وابسته به وجود جاذبه‌های طبیعی یا فرهنگی نیست، بلکه به کیفیت محیط نهادی و میزان اطمینان سرمایه‌گذاران نسبت به آینده پروژه‌ها نیز بستگی دارد. در ادامه، عباسی و همکاران (۱۴۰۱) با استفاده از مدل‌یابی معادلات ساختاری، مدلی برای جذب سرمایه‌گذار در صنعت گردشگری ورزشی ایران

ارائه کردند. نتایج پژوهش آنان نشان داد که آمیخته بازاریابی گردشگری از طریق تقویت توسعه پایدار می‌تواند زمینه افزایش سرمایه‌گذاری در صنعت گردشگری را فراهم کند. اهمیت این پژوهش در آن است که جذب سرمایه‌گذار را در قالب یک مدل ساختاری بررسی کرده و نشان می‌دهد که متغیرهای مدیریتی و بازاریابی می‌توانند از مسیر سازوکارهای واسطه‌ای بر سرمایه‌گذاری اثرگذار باشند. باقری و همکاران (۱۴۰۱) نیز با رویکرد کیفی، عوامل مؤثر بر جذب سرمایه‌گذار در مقاصد گردشگری ورزشی را بررسی کردند. یافته‌های آنان نشان داد که عوامل مدیریتی، نهادی، اجتماعی، زیرساختی و اقتصادی در شکل‌گیری تمایل سرمایه‌گذاران برای ورود به پروژه‌های گردشگری نقش دارند. این مطالعه از آن جهت با پژوهش حاضر مرتبط است که بر چندبعدی بودن فرایند جذب سرمایه‌گذار تأکید دارد و نشان می‌دهد سرمایه‌گذاری در گردشگری تحت تأثیر مجموعه‌ای از عوامل ساختاری و محیطی قرار می‌گیرد. شهنازی و پناهی (۱۴۰۲) از زاویه رفتار سرمایه‌گذاران به موضوع تصمیم‌گیری سرمایه‌گذاری پرداختند و نشان دادند که سوگیری‌های شناختی مانند زیان‌گریزی، خوش‌بینی و اعتمادبه‌نفس بیش از حد می‌تواند بر ارزیابی سرمایه‌گذاران از فرصت‌های سرمایه‌گذاری اثرگذار باشد. اهمیت این پژوهش در آن است که نشان می‌دهد تصمیم سرمایه‌گذاری صرفاً بر پایه شاخص‌های عینی اقتصادی شکل نمی‌گیرد، بلکه ادراک سرمایه‌گذار از ریسک، بازده و اطمینان نسبت به آینده نیز در این تصمیم نقش دارد. در پژوهشی جدیدتر، فرهودی و همکاران (۱۴۰۳) با استفاده از رویکرد آمیخته، مدلی برای عوامل راهبردی مؤثر بر جذب سرمایه‌گذار در صنعت گردشگری ارائه کردند. نتایج این پژوهش نشان داد که زیرساخت‌های گردشگری، محیط اجتماعی، حمایت‌های نهادی، اقدامات مدیریتی و سیاست‌های تشویقی از جمله عوامل مهم در تقویت سرمایه‌گذاری در گردشگری هستند. این مطالعه از نظر تأکید بر نقش عوامل زیرساختی و نهادی با پژوهش حاضر همسو است، اما تمرکز آن بر صنعت گردشگری به‌طور عام بوده و به‌صورت خاص به گردشگری مذهبی و نقش جذابیت اقتصادی و مالی سرمایه‌گذاری به‌عنوان متغیر میانجی نپرداخته است.

در مجموع، مطالعات داخلی نشان می‌دهد که موضوع جذب سرمایه‌گذار در گردشگری ایران بیشتر از منظر شناسایی عوامل مؤثر، سیاست‌های حمایتی، توسعه زیرساخت‌ها و تصمیم‌گیری سرمایه‌گذاران بررسی شده است. با وجود این، در این مطالعات کمتر به مدل‌یابی روابط ساختاری میان محیط نهادی، زیرساخت‌های مقصد، جذابیت اقتصادی و مالی سرمایه‌گذاری و تحقق و پایداری جذب سرمایه‌گذار در حوزه خاص گردشگری مذهبی پرداخته شده است.

ب) مطالعات خارجی

در سطح بین‌المللی، بخشی از مطالعات بر نقش محیط اقتصادی، نهادی و سیاست‌های حمایتی در جذب سرمایه‌گذاری گردشگری تمرکز داشته‌اند. اسنیمان و سایمان (۲۰۰۹) نشان دادند که رقابت‌پذیری

مقصد، کیفیت زیرساخت‌ها، سیاست‌های حمایتی دولت و ثبات محیط اقتصادی از عوامل تعیین‌کننده سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی در گردشگری هستند. این یافته نشان می‌دهد که تصمیم سرمایه‌گذاران در گردشگری وابسته به ترکیبی از عوامل اقتصادی، نهادی و زیرساختی است. اندو (۲۰۰۶) نیز با بررسی جریان‌های سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی در صنعت گردشگری نشان داد که سرمایه‌گذاری خارجی در این صنعت عمدتاً در بخش‌های خدماتی، اقامتی و زیرساختی متمرکز است و رشد تقاضای گردشگری می‌تواند محرک مهمی برای توسعه سرمایه‌گذاری باشد. این پژوهش از آن جهت اهمیت دارد که ارتباط میان تقاضای گردشگری، ظرفیت درآمدزایی مقصد و ورود سرمایه را برجسته می‌کند. در مطالعات جدیدتر، با و همکاران (۲۰۲۰) با بررسی راهکارهای جذب سرمایه برای توسعه گردشگری در ویتنام نشان دادند که سیاست‌های دولت محلی، شرایط اقتصادی منطقه، منابع گردشگری و حمایت‌های اجرایی می‌توانند جذابیت مقصد را برای سرمایه‌گذاران افزایش دهند. همچنین سیلایوا و همکاران (۲۰۲۱) تأکید کردند که هماهنگی میان مدیریت شهری، کارآفرینان گردشگری و سازوکارهای مشارکت عمومی-خصوصی می‌تواند زمینه جذب سرمایه‌گذاری در گردشگری را فراهم سازد. رومانلی و همکاران (۲۰۲۱) در پژوهشی درباره گردشگری مذهبی پایدار نشان دادند که مسیرها و مقاصد مذهبی می‌توانند علاوه بر کارکرد زیارتی، فرصت‌هایی برای توسعه اجتماعی و اقتصادی جوامع محلی ایجاد کنند. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که گردشگری مذهبی زمانی می‌تواند به توسعه پایدار منجر شود که میان مدیریت مقصد، ذی‌نفعان محلی، زیرساخت‌های گردشگری و منافع اقتصادی تعادل برقرار شود. موسلح و همکاران (۲۰۲۳) نیز با تمرکز بر حکمرانی مشارکتی در گردشگری زیارتی اندونزی نشان دادند که طراحی نهادی مناسب، همکاری میان ذی‌نفعان و وجود محیط نهادی توانمندکننده، نقش مهمی در موفقیت مدیریت مقاصد زیارتی دارد. این مطالعه اهمیت حکمرانی چندنهادی را در گردشگری مذهبی برجسته می‌کند و نشان می‌دهد که توسعه این نوع گردشگری بدون هماهنگی میان دولت، نهادهای مذهبی، بخش خصوصی و جامعه محلی امکان‌پذیر نیست. اوهلان و اوهلان (۲۰۲۴) در مطالعه‌ای مروری درباره وضعیت پژوهش‌های گردشگری مذهبی نشان دادند که ادبیات این حوزه در سال‌های اخیر از تمرکز صرف بر انگیزه‌ها و رفتار زائران فراتر رفته و موضوعاتی مانند پایداری مقصد، مدیریت گردشگری مذهبی، اثرات اقتصادی و نقش ذی‌نفعان را نیز در بر گرفته است. این یافته نشان می‌دهد که بررسی گردشگری مذهبی از منظر سرمایه‌گذاری، حکمرانی و توسعه اقتصادی با جهت‌گیری‌های جدید پژوهشی در این حوزه همسو است. در پژوهشی جدید، رخادی و همکاران (۲۰۲۵) آثار اقتصادی گردشگری مذهبی را بر جوامع محلی پیرامون سه مقصد مذهبی در اندونزی بررسی کردند. نتایج آنان نشان داد که گردشگری مذهبی می‌تواند از طریق افزایش فعالیت‌های اقتصادی، ایجاد فرصت‌های شغلی، تقویت کسب‌وکارهای

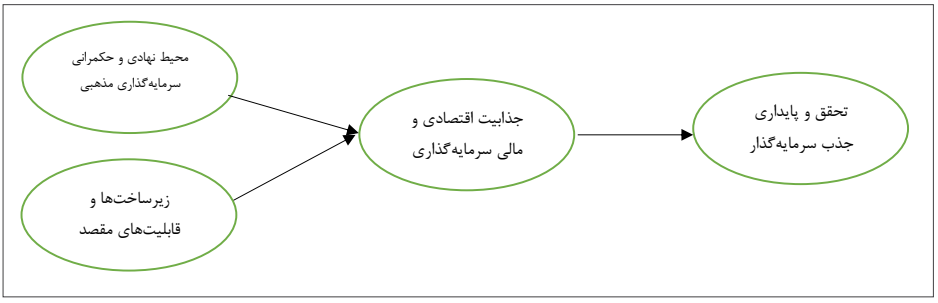
محلی و بهبود رفاه جامعه میزبان، اثرات اقتصادی قابل توجهی ایجاد کند. این پژوهش از آن جهت با مطالعه حاضر مرتبط است که اهمیت ظرفیت اقتصادی گردشگری مذهبی و ضرورت مدیریت مناسب آن برای تحقق منافع پایدار را نشان می‌دهد. در مجموع، مطالعات خارجی نشان می‌دهد که سرمایه‌گذاری و توسعه گردشگری، به‌ویژه در مقاصد مذهبی، تحت تأثیر عواملی مانند کیفیت زیرساخت‌ها، حکمرانی مقصد، سیاست‌های حمایتی، تقاضای گردشگری، مشارکت ذی‌نفعان و آثار اقتصادی محلی قرار دارد. با این حال، بخش قابل توجهی از این مطالعات یا بر توسعه پایدار گردشگری مذهبی تمرکز داشته‌اند یا عوامل جذب سرمایه‌گذاری در گردشگری را به‌صورت عمومی بررسی کرده‌اند و کمتر به مدل‌یابی نقش جذابیت اقتصادی و مالی سرمایه‌گذاری در تحقق و پایداری جذب سرمایه‌گذاران پرداخته‌اند.

مرور مطالعات داخلی و خارجی نشان می‌دهد که سرمایه‌گذاری در گردشگری و گردشگری مذهبی موضوعی چندبعدی است و تحت تأثیر عوامل نهادی، زیرساختی، اقتصادی، مدیریتی و رفتاری قرار دارد. مطالعات داخلی بیشتر بر شناسایی عوامل مؤثر بر جذب سرمایه‌گذار، موانع سرمایه‌گذاری و طراحی مدل‌های عمومی جذب سرمایه در گردشگری تمرکز داشته‌اند. در مقابل، مطالعات خارجی علاوه بر توجه به سیاست‌های جذب سرمایه و زیرساخت‌ها، بر پایداری گردشگری مذهبی، حکمرانی مقصد، مشارکت ذی‌نفعان و آثار اقتصادی گردشگری زیارتی تأکید کرده‌اند.

با وجود این دستاوردها، چند خلأ مهم در ادبیات مشاهده می‌شود. نخست، بسیاری از مطالعات پیشین گردشگری را به‌صورت کلی بررسی کرده‌اند و ویژگی‌های خاص گردشگری مذهبی، از جمله نقش نهادهای مذهبی، جریان مستمر زائران، حساسیت‌های فرهنگی و نیاز به هماهنگی نهادی، کمتر در مدل‌های تجربی مورد توجه قرار گرفته است. دوم، بیشتر پژوهش‌ها به شناسایی عوامل مؤثر بر جذب سرمایه‌گذار پرداخته‌اند و کمتر توضیح داده‌اند که این عوامل از چه سازوکاری به تحقق و پایداری جذب سرمایه‌گذار منجر می‌شوند. سوم، نقش «جذابیت اقتصادی و مالی سرمایه‌گذاری» به‌عنوان حلقه واسط میان عوامل نهادی و زیرساختی از یک‌سو و تحقق و پایداری جذب سرمایه‌گذار از سوی دیگر کمتر به‌صورت ساختاری آزمون شده است. بر این اساس، نوآوری پژوهش حاضر در آن است که با تمرکز بر گردشگری مذهبی، مدلی ساختاری ارائه می‌کند که در آن «محیط نهادی و حکمرانی سرمایه‌گذاری مذهبی» و «زیرساخت‌ها و قابلیت‌های مقصد مذهبی» به‌عنوان سازه‌های پیشایند، «جذابیت اقتصادی و مالی سرمایه‌گذاری» به‌عنوان سازه میانجی و «تحقق و پایداری جذب سرمایه‌گذار» به‌عنوان سازه پیامدی در نظر گرفته شده‌اند. بنابراین، پژوهش حاضر فراتر از شناسایی عوامل مؤثر، سازوکار اثرگذاری عوامل نهادی و زیرساختی بر جذب پایدار سرمایه‌گذار را از طریق جذابیت اقتصادی و مالی سرمایه‌گذاری تبیین و آزمون می‌کند.

فرضیه‌ها و مدل مفهومی تحقیق

- **فرضیه ۱:** محیط نهادی و حکمرانی سرمایه‌گذاری مذهبی تأثیر مثبت و معناداری بر جذابیت اقتصادی و مالی سرمایه‌گذاری در گردشگری مذهبی دارد.
- **فرضیه ۲:** زیرساخت‌ها و قابلیت‌های مقصد مذهبی تأثیر مثبت و معناداری بر جذابیت اقتصادی و مالی سرمایه‌گذاری در گردشگری مذهبی دارند.
- **فرضیه ۳:** جذابیت اقتصادی و مالی سرمایه‌گذاری تأثیر مثبت و معناداری بر تحقق و پایداری جذب سرمایه‌گذار در گردشگری مذهبی دارد.
- **فرضیه ۴:** جذابیت اقتصادی و مالی سرمایه‌گذاری میانجی رابطه بین محیط نهادی و حکمرانی سرمایه‌گذاری مذهبی و تحقق و پایداری جذب سرمایه‌گذار است.
- **فرضیه ۵:** جذابیت اقتصادی و مالی سرمایه‌گذاری میانجی رابطه بین زیرساخت‌ها و قابلیت‌های مقصد مذهبی و تحقق و پایداری جذب سرمایه‌گذار است.



شکل۱. مدل مفهومی تحقیق

تعریف مفهومی و عملیاتی متغیرهای پژوهش

در پژوهش حاضر، برای جلوگیری از ابهام مفهومی و روش‌شناختی، متغیرهای اصلی مدل به‌صورت مفهومی و عملیاتی تعریف می‌شوند. منظور از «جذابیت اقتصادی و مالی سرمایه‌گذاری»، میزان مطلوبیت و ارزش اقتصادی یک فرصت سرمایه‌گذاری از دید سرمایه‌گذاران است. این سازه نشان می‌دهد که یک پروژه یا مقصد گردشگری مذهبی تا چه اندازه از نظر بازدهی اقتصادی، سطح ریسک، حمایت‌های مالی و امکان دسترسی به منابع مالی برای سرمایه‌گذاران قابل قبول و ترغیب‌کننده است. به بیان دیگر، جذابیت اقتصادی و مالی سرمایه‌گذاری بیانگر ارزیابی سرمایه‌گذار از نسبت میان منافع مورد انتظار، هزینه‌ها، ریسک‌ها و فرصت‌های مالی موجود در مقصد است. در این پژوهش، جذابیت اقتصادی و مالی

سرمایه‌گذاری به‌صورت عملیاتی از طریق شاخص‌هایی مانند بازدهی اقتصادی مقصد، ریسک ادراک‌شده سرمایه‌گذاری، سیاست‌ها و مشوق‌های عملیاتی دولت و فرصت‌های مالی و بانکی محلی سنجیده شده است. بنابراین، هرچه پاسخ‌دهندگان وضعیت این شاخص‌ها را مطلوب‌تر ارزیابی کنند، سطح جذابیت اقتصادی و مالی سرمایه‌گذاری در گردشگری مذهبی بالاتر تلقی می‌شود. منظور از «تحقق و پایداری جذب سرمایه‌گذار»، میزان موفقیت مقصد یا پروژه گردشگری مذهبی در تبدیل فرصت‌های سرمایه‌گذاری به سرمایه‌گذاری واقعی و همچنین توانایی آن در حفظ و استمرار حضور سرمایه‌گذاران در طول زمان است. این سازه تنها به ورود اولیه سرمایه‌گذار اشاره ندارد، بلکه استمرار مشارکت، تنوع سرمایه‌گذاران، اجرای مؤثر طرح‌ها و رضایت بخش خصوصی از فرایند سرمایه‌گذاری را نیز در بر می‌گیرد. بنابراین، تحقق جذب سرمایه‌گذار به معنای عملیاتی‌شدن سرمایه‌گذاری و پایداری جذب سرمایه‌گذار به معنای تداوم حضور و مشارکت سرمایه‌گذاران در پروژه‌های گردشگری مذهبی است. در این پژوهش، تحقق و پایداری جذب سرمایه‌گذار به‌صورت عملیاتی از طریق شاخص‌هایی مانند میزان تحقق سرمایه‌گذاری در پروژه‌ها، استمرار و تنوع سرمایه‌گذاران، کارایی اجرای طرح‌ها و رضایت بخش خصوصی سنجیده شده است. بر این اساس، هرچه این شاخص‌ها وضعیت مطلوب‌تری داشته باشند، می‌توان گفت مقصد گردشگری مذهبی در جذب و نگهداشت سرمایه‌گذاران موفق‌تر بوده است. از نظر جایگاه متغیرها در مدل پژوهش، «محیط نهادی و حکمرانی سرمایه‌گذاری مذهبی» و «زیرساخت‌ها و قابلیت‌های مقصد مذهبی» متغیرهای مستقل برون‌زا هستند. «جذابیت اقتصادی و مالی سرمایه‌گذاری» در رابطه با این دو متغیر، متغیر وابسته محسوب می‌شود؛ اما در رابطه با «تحقق و پایداری جذب سرمایه‌گذار»، نقش متغیر مستقل و میانجی را ایفا می‌کند. در نهایت، «تحقق و پایداری جذب سرمایه‌گذار» متغیر وابسته نهایی و پیامدی مدل پژوهش است.

روش تحقیق

پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی و از نظر روش گردآوری داده‌ها توصیفی-پیمایشی است. با توجه به ماهیت علّی-تحلیلی مدل مفهومی و وجود سازه‌های پنهان، برای آزمون فرضیه‌ها از مدل‌سازی معادلات ساختاری با رویکرد حداقل مربعات جزئی (PLS-SEM) استفاده شده است. در مدل مفهومی پژوهش حاضر، دو سازه درون‌زا وجود دارد. سازه نخست، «جذابیت اقتصادی و مالی سرمایه‌گذاری» است که تحت تأثیر «محیط نهادی و حکمرانی سرمایه‌گذاری مذهبی» و «زیرساخت‌ها و قابلیت‌های مقصد مذهبی» قرار دارد. سازه دوم، «تحقق و پایداری جذب سرمایه‌گذار» است که بر اساس منطق نظری پژوهش، به‌طور مستقیم تحت تأثیر «جذابیت اقتصادی و مالی سرمایه‌گذاری» قرار می‌گیرد. در این مدل، اثر محیط نهادی و زیرساخت‌های مقصد بر تحقق و پایداری جذب سرمایه‌گذار به‌صورت مستقیم فرض نشده، بلکه از طریق

نقش میانجی جذابیت اقتصادی و مالی سرمایه‌گذاری آزمون شده است. بنابراین، مدل پژوهش از نوع مدل میانجی کامل است و اثر سایر متغیرها بر سازه پیامدی در قالب اثرات غیرمستقیم گزارش می‌شود.

در پژوهش حاضر، منظور از مدل‌سازی، صرفاً شناسایی یا فهرست‌کردن عوامل مؤثر بر جذابیت سرمایه‌گذاری نیست، بلکه طراحی و آزمون یک مدل ساختاری مبتنی بر روابط علّی میان سازه‌های پژوهش است. به همین دلیل، ابتدا بر اساس مبانی نظری، سازه‌های اصلی مدل و مسیرهای علّی میان آن‌ها تعریف شد و سپس اعتبار مدل اندازه‌گیری، روابط ساختاری مستقیم و نقش میانجی جذابیت اقتصادی و مالی سرمایه‌گذاری با استفاده از رویکرد PLS-SEM مورد آزمون قرار گرفت. این روش به دلیل انعطاف‌پذیری بالا، عدم نیاز به نرمال بودن داده‌ها و کارایی مناسب در نمونه‌های متوسط، رویکردی مناسب برای تحلیل روابط میان سازه‌ها در مطالعات سرمایه‌گذاری و گردشگری مذهبی محسوب می‌شود.

جامعه آماری این پژوهش شامل سرمایه‌گذاران فعال در حوزه گردشگری و گردشگری مذهبی، مدیران و کارشناسان سازمان‌های مرتبط با گردشگری، و خبرگان و اساتید حوزه اقتصاد و سرمایه‌گذاری گردشگری در سال ۱۴۰۴ است. این افراد به دلیل نقش مستقیم در تصمیم‌گیری‌ها و فعالیت‌های مرتبط با توسعه سرمایه‌گذاری در گردشگری مذهبی، از آگاهی و تجربه لازم برای ارائه دیدگاه‌های تخصصی در خصوص جذابیت اقتصادی سرمایه‌گذاری و تداوم جذب سرمایه‌گذاران برخوردار هستند. با توجه به ماهیت تخصصی موضوع پژوهش و لزوم دسترسی به افراد دارای تجربه و دانش مرتبط، در این تحقیق از روش نمونه‌گیری قضاوتی هدفمند استفاده شد. در این روش، پژوهشگر بر اساس قضاوت علمی و معیارهای از پیش تعیین‌شده، افرادی را انتخاب می‌کند که بیشترین ارتباط و آگاهی را نسبت به موضوع مورد مطالعه دارند و می‌توانند اطلاعات معتبر و کاربردی در اختیار پژوهش قرار دهند.

معیارهای انتخاب نمونه‌ها در این پژوهش شامل موارد زیر بود:

- سرمایه‌گذاران دارای سابقه سرمایه‌گذاری یا مشارکت در پروژه‌های گردشگری و گردشگری مذهبی
- مدیران و کارشناسان شاغل در سازمان‌ها و نهادهای مرتبط با گردشگری و توسعه سرمایه‌گذاری
- خبرگان و متخصصان حوزه اقتصاد گردشگری یا مدیریت سرمایه‌گذاری با سابقه پژوهشی یا اجرایی در این حوزه
- تمایل به مشارکت در پژوهش و تکمیل پرسشنامه

هیر و همکاران (۲۰۰۶) تأکید می‌کنند که در مدل‌سازی معادلات ساختاری، حجم نمونه باید متناسب با تعداد شاخص‌های مشاهده‌پذیر در مدل باشد. آن‌ها بیان می‌کنند که برای دستیابی به برآوردهای قابل اعتماد، معمولاً به ازای هر شاخص حداقل پنج مشاهده نیاز است و به‌طور مطلوب بهتر است برای هر

شاخص بین ده تا پانزده مشاهده در نظر گرفته شود. به‌ویژه در مدل‌های پیچیده‌تر، استفاده از نسبت‌های بالاتر توصیه می‌شود تا پایداری و دقت پارامترها افزایش یابد (Hair et al, 2006). با توجه به این موضوع و معیارهای نمونه در نهایت ۱۰۰ نفر از اعضای جامعه آماری به‌عنوان نمونه پژوهش انتخاب شدند. انتخاب این حجم نمونه با توجه به ماهیت پژوهش، دسترسی به خبرگان و کفایت آن برای انجام تحلیل‌های آماری صورت گرفت. داده‌های مورد نیاز پژوهش از طریق پرسشنامه پژوهشگرساخته جمع‌آوری و پس از گردآوری برای تحلیل‌های آماری مورد استفاده قرار گرفت. به‌کارگیری روش نمونه‌گیری قضاوتی هدفمند در این پژوهش سبب شد اطلاعات از افرادی گردآوری شود که به‌طور مستقیم در فرآیند سرمایه‌گذاری در گردشگری مذهبی نقش دارند یا با آن در ارتباط هستند؛ بنابراین داده‌های حاصل از اعتبار و قابلیت اتکای بیشتری برای تحلیل مدل جذابیت اقتصادی سرمایه‌گذاری برخوردار است.

ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه محقق‌ساخته است که بر اساس مبانی نظری و منابع معتبر موجود در مقاله طراحی شده است. ساختار پرسشنامه شامل دو بخش است:

۱. **بخش اول:** اطلاعات عمومی پاسخ‌دهندگان شامل سؤالات جمعیت‌شناختی مانند جنسیت، سن، سطح تحصیلات، سابقه فعالیت و میزان آشنایی با حوزه سرمایه‌گذاری و گردشگری مذهبی.

۲. **بخش دوم:** سؤالات تخصصی سازه‌های پژوهش که این بخش شامل گویه‌های مرتبط با چهار سازه اصلی پژوهش است. ابعاد و شاخص‌های مربوط به هر یک از این سازه‌ها به‌تفصیل در «جدول ۱» ارائه شده‌اند.

گویه‌ها بر مبنای مقیاس پنج‌درجه‌ای لیکرت (از کاملاً مخالفم تا کاملاً موافقم) طراحی شده‌اند.

پس از جمع‌آوری داده‌ها، تحلیل‌ها در دو بخش مدل اندازه‌گیری و مدل ساختاری با استفاده از رویکرد PLS انجام شد.

- در مرحله مدل اندازه‌گیری، پایایی مرکب، آلفای کرونباخ، روایی همگرا (AVE) و روایی واگرا بررسی شد.
- در مرحله مدل ساختاری، ضرایب مسیر، مقادیر R2، شاخص‌های برازش و معناداری ضرایب با استفاده از روش بوت‌استرپ ارزیابی شدند.

برای افزایش شفافیت مدل، متغیرهای پژوهش علاوه بر تعریف مفهومی، به‌صورت عملیاتی نیز بر اساس شاخص‌های قابل سنجش در پرسشنامه تعریف شدند. بر این اساس، هر سازه پنهان از طریق مجموعه‌ای از گویه‌ها و شاخص‌های مشاهده‌پذیر اندازه‌گیری شد که در جدول ۱ ارائه شده است.

جدول ۱. سؤالات پرسشنامه

ابعاد	شاخص	منبع
محیط نهادی و حکمرانی سرمایه‌گذاری مذهبی	ثبات نهادی و شفافیت سیاست‌ها، حاکمیت مقررات و چارچوب قانونی، نقش نهادهای دینی در هدایت سرمایه‌گذار، هماهنگی میان نهادهای دولتی و مذهبی	Seyfi & Hall (2019); Raj & Griffin (2015); Almuhrzi & Alsawafi (2017)
زیرساخت‌ها و قابلیت‌های مقصد مذهبی	زیرساخت‌های حمل‌ونقل، زیرساخت‌های اقامت، فراهمی خدمات زائران، امکانات فناوری و اطلاعات مقصد مذهبی، کیفیت زیرساخت‌های زیارتی و رفاهی	Almuhrzi & Alsawafi (2017); Manhas & Nair (2020); Seyfi & Hall (2019)
جذابیت اقتصادی و مالی سرمایه‌گذاری	بازدهی اقتصادی مقصد، ریسک ادراک‌شده سرمایه‌گذاری، سیاست‌ها و مشوق‌های عملیاتی دولت، فرصت‌های مالی و بانکی محلی	Sauvant (2015); Gedecho & Nyikana (2023); Gupta & Sharma (2023); Astanakulov et al. (2022)
تحقق و پایداری جذب سرمایه‌گذار	میزان تحقق سرمایه‌گذاری در پروژه‌ها، استمرار و تنوع سرمایه‌گذاران، کارایی اجرای طرح‌ها، رضایت بخش خصوصی	Silaeva et al. (2021); Dung (2025); Taneja (2023); Benaichouche & Bentayeb (2025)

یافته‌ها

یافته‌های توصیفی طبق جدول شماره ۲ نشان می‌دهد که از مجموع ۱۰۰ نفر پاسخ‌دهنده، بیشترین سهم مربوط به مدیران و کارشناسان سازمان‌های مرتبط با گردشگری با ۴۱ درصد بوده است. پس از آن سرمایه‌گذاران حوزه گردشگری با ۳۲ درصد و خبرگان و اساتید دانشگاه با ۲۷ درصد قرار دارند که بیانگر حضور مناسب افراد دارای تجربه اجرایی و تخصصی در پژوهش است. از نظر جنسیت، اکثریت پاسخ‌دهندگان را مردان با ۷۲ درصد تشکیل می‌دهند. همچنین بررسی توزیع سنی نشان می‌دهد بیشترین فراوانی مربوط به گروه سنی ۳۵ تا ۴۵ سال (۳۷ درصد) است که بیانگر حضور افراد در سنین فعال حرفه‌ای در مطالعه است. در خصوص سطح تحصیلات، بیشترین سهم مربوط به دارندگان مدرک کارشناسی ارشد با ۴۹ درصد و سپس دکتری با ۳۰ درصد است که نشان‌دهنده سطح علمی مناسب پاسخ‌دهندگان است. علاوه بر این، بیش از نیمی از افراد دارای سابقه فعالیت بیش از ۱۰ سال در حوزه گردشگری هستند که این امر بیانگر تجربه و آگاهی کافی پاسخ‌دهندگان نسبت به موضوع سرمایه‌گذاری در گردشگری مذهبی است. در مجموع، ترکیب نمونه از نظر نوع فعالیت، سطح تحصیلات و سابقه حرفه‌ای نشان می‌دهد پاسخ‌دهندگان از دانش و تجربه لازم برای ارزیابی جذابیت اقتصادی سرمایه‌گذاری و تداوم جذب سرمایه‌گذاران در گردشگری مذهبی برخوردار بوده و داده‌های گردآوری‌شده از اعتبار مناسبی برای تحلیل‌های بعدی پژوهش برخوردار است.

جدول ۲. تحلیل جمعیت‌شناختی مشارکت‌کنندگان

متغیر	طبقه بندی	فراوانی	درصد	توضیح تحلیلی
جنسیت	مرد	۷۲	۷۲	اکثریت پاسخ‌دهندگان مرد بودند
	زن	۲۸	۲۸	
سن	کمتر از ۳۵	۱۸	۱۸	اکثر پاسخ‌دهندگان در سنین میان‌سالی و فعال حرفه‌ای هستند.
	۳۵-۴۵ سال	۳۷	۳۷	
	۴۶ تا ۵۵ سال	۲۹	۲۹	
	بالای ۵۵ سال	۱۶	۱۶	
تحصیلات	کارشناسی	۲۱	۲۱	بیشتر پاسخ‌دهندگان دارای تحصیلات تکمیلی‌اند.
	کارشناسی ارشد	۴۹	۴۹	
	دکتری	۳۰	۳۰	
سابقه فعالیت	کمتر از ۵ سال	۱۴	۱۴	بیشتر افراد سابقه بالای ۱۰ سال دارند.
	۵ تا ۱۰ سال	۳۳	۳۳	
	۱۱ تا ۱۵ سال	۲۸	۲۸	
	بیش از ۱۵ سال	۲۵	۲۵	
حوزه تخصصی	سرمایه‌گذاران حوزه گردشگری	۳۲	۳۲	ترکیبی متنوع از حوزه‌های مرتبط با موضوع پژوهش.
	مدیران و کارشناسان سازمان‌های گردشگری	۴۱	۴۱	
	خبرگان و اساتید دانشگاه	۲۷	۲۷	

یافته‌های جدول ۳ شاخص‌های آمار توصیفی متغیرهای اصلی پژوهش شامل میانگین و واریانس را نشان می‌دهد. همان‌گونه که مشاهده می‌شود، میانگین متغیرها در بازه ۳٫۴۶ تا ۳٫۷۵ قرار دارد که با توجه به مقیاس پنج‌درجه‌ای لیکرت، بیانگر وضعیت نسبتاً مطلوب تا مطلوب متغیرهای مورد بررسی از دید پاسخ‌دهندگان است. بیشترین میانگین مربوط به متغیر زیرساخت‌ها و قابلیت‌های مقصد مذهبی (میانگین = ۳٫۷۵، واریانس = ۰٫۳۶) و جذابیت اقتصادی و مالی سرمایه‌گذاری (میانگین = ۳٫۷۵، واریانس = ۰٫۴۳) است که نشان می‌دهد پاسخ‌دهندگان این دو عامل را مهمترین و مطلوب‌ترین ابعاد در جذب سرمایه‌گذاری در گردشگری مذهبی ارزیابی کرده‌اند. در مقابل، متغیر تحقق و پایداری جذب سرمایه‌گذار با میانگین ۳٫۴۶ و واریانس ۰٫۶۰ کمترین مقدار میانگین را به خود اختصاص داده است که حاکی از وجود ناهمگنی بیشتر دیدگاه‌ها و احتمال وجود موانع اجرایی یا نهادی در پایداری جذب سرمایه‌گذاران است.

همچنین مقدار نسبتاً پایین واریانس‌ها (کمتر از ۱) نشان می‌دهد که پراکندگی پاسخ‌ها محدود بوده و بین دیدگاه پاسخ‌دهندگان همگرایی قابل قبولی وجود دارد که این امر از پایایی و اعتبار داده‌های گردآوری‌شده حمایت می‌کند.

جدول ۳. بررسی توصیفی متغیرهای پژوهش

متغیر	میانگین	واریانس
محیط نهادی و حکمرانی سرمایه‌گذاری مذهبی	۳٫۶	۰٫۳۵
زیرساخت‌ها و قابلیت‌های مقصد مذهبی	۳٫۷۵	۰٫۳۶
جذابیت اقتصادی و مالی سرمایه‌گذاری	۳٫۷۵	۰٫۴۳
تحقق و پایداری جذب سرمایه‌گذار	۳٫۴۶	۰٫۶

در ادامه جهت بررسی رابطه بین متغیرهای پژوهش از آزمون تحلیل مسیر معادلات ساختاری با نرم‌افزار PLS استفاده شده است.

آلفای کرونباخ، پایایی مرکب و روایی همگرا

شاخص‌های پایایی و روایی همگرای سازه‌های پژوهش در جدول زیر ارائه شده‌اند؛ توضیحات و تحلیل تکمیلی مرتبط با این شاخص‌ها نیز در ادامه و در جدول شماره ۴ تشریح شده است.

جدول ۴. بررسی آلفای کرونباخ، پایایی مرکب و روایی همگرا

ردیف	متغیر	شاخص	بار عاملی	آلفای کرونباخ	پایایی مرکب	روایی همگرا (AVE)
۱	محیط نهادی و حکمرانی سرمایه‌گذاری مذهبی	ثبات نهادی و شفافیت سیاست‌ها	۰٫۸۱۳	۰٫۸۵	۰٫۸۹۶	۰٫۶۸۳
		حاکمیت مقررات و چارچوب قانونی	۰٫۶۷۵			
		نقش نهادهای دینی در هدایت سرمایه‌گذار	۰٫۷۵۹			
		هماهنگی میان نهادهای دولتی و مذهبی	۰٫۸۴۵			
۲	زیرساخت‌ها و قابلیت‌های مقصد مذهبی	زیرساخت‌های حمل‌ونقل	۰٫۵۲۸	۰٫۷۹۳	۰٫۸۶۶	۰٫۶۱۷
		زیرساخت‌های اقامت	۰٫۷۲۸			
		فراهمی خدمات زائران	۰٫۸۰۹			
		امکانات فناوری و اطلاعات مقصد مذهبی	۰٫۸۸۵			
		کیفیت زیرساخت‌های زیارتی و رفاهی	۰٫۸۰۵			

ردیف	متغیر	شاخص	بار عاملی	آلفای کرونباخ	پایایی مرکب	روایی همگرا (AVE)
۳	جذابیت اقتصادی و مالی سرمایه‌گذاری	بازدهی اقتصادی مقصد	۰٫۷۳۴	۰٫۸۰۹	۰٫۸۷۰	۰٫۵۷۹
		ریسک ادراک‌شده سرمایه‌گذاری	۰٫۷۷۹			
		سیاست‌ها و مشوق‌های عملیاتی دولت	۰٫۷۹۳			
		فرصت‌های مالی و بانکی محلی	۰٫۸۳۳			
۴	تحقق و پایداری جذب سرمایه‌گذار	میزان تحقق سرمایه‌گذاری در پروژه‌ها	۰٫۸۴۰	۰٫۷۷۸	۰٫۸۵۷	۰٫۶۰۱
		استمرار و تنوع سرمایه‌گذاران	۰٫۸۰۳			
		کارایی اجرای طرح‌ها	۰٫۸۴۷			
		رضایت بخش خصوصی	۰٫۸۱۶			

نتایج جدول ۴ بیانگر ارزیابی پایایی و روایی همگرای سازه‌های پژوهش بر اساس شاخص‌های آلفای کرونباخ، پایایی مرکب (CR) و میانگین واریانس استخراج شده (AVE) است. همان‌گونه که مشاهده می‌شود، مقدار آلفای کرونباخ برای تمامی سازه‌ها بیشتر از ۰٫۷ بوده و در بازه ۰٫۷۷۸ تا ۰٫۸۵۰ قرار دارد که نشان‌دهنده همسانی درونی مناسب گویه‌های هر سازه و پایایی قابل قبول ابزار پژوهش است. همچنین مقادیر پایایی مرکب سازه‌ها بین ۰٫۸۵۷ تا ۰٫۸۹۶ گزارش شده است که همگی بالاتر از حد آستانه ۰٫۷ هستند و بیانگر ثبات و قابلیت اعتماد مطلوب شاخص‌ها در اندازه‌گیری سازه‌های پژوهش می‌باشد.

از سوی دیگر، مقادیر میانگین واریانس استخراج‌شده برای سازه‌های محیط نهادی سرمایه‌گذاری مذهبی (۰٫۶۸۳)، زیرساخت‌ها و قابلیت‌های مقصد مذهبی (۰٫۶۱۷)، جذابیت اقتصادی و مالی سرمایه‌گذاری (۰٫۵۷۹) و تحقق و پایداری جذب سرمایه‌گذار (۰٫۶۰۱) همگی بیشتر از مقدار معیار ۰٫۵ هستند. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که سازه‌های پژوهش از روایی همگرای مناسب برخوردارند و بخش قابل توجهی از واریانس شاخص‌ها توسط سازه‌های مربوطه تبیین می‌شود.

همچنین بررسی بارهای عاملی شاخص‌ها نشان می‌دهد که اغلب شاخص‌ها دارای بار عاملی بالاتر از مقدار مطلوب ۰٫۷ هستند که بیانگر ارتباط قوی آن‌ها با سازه مربوطه است. در این میان، بار عاملی شاخص «حاکمیت» برابر با ۰٫۶۷۵ و اندکی کمتر از مقدار ایده‌آل ۰٫۷ به دست آمده است؛ با این حال، با توجه به اینکه مقدار پایایی مرکب و میانگین واریانس استخراج‌شده سازه مربوطه بالاتر از مقادیر آستانه استاندارد است، این شاخص در مدل حفظ شده و از نظر روش‌شناختی قابل قبول تلقی می‌شود. در مجموع، نتایج نشان می‌دهد که مدل اندازه‌گیری پژوهش از نظر شاخص‌های پایایی و روایی همگرا در وضعیت مطلوبی قرار داشته و گویه‌های مورد استفاده توانایی مناسبی در سنجش متغیرهای پژوهش دارند.

برازش مدل ساختاری پژوهش

پس از تأیید مدل اندازه‌گیری، در گام بعدی برازش مدل ساختاری پژوهش مورد بررسی قرار گرفت. در این مرحله روابط بین سازه‌های پژوهش و میزان تأثیر متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته ارزیابی شد. شکل (۲) مدل ساختاری پژوهش را همراه با ضرایب مسیر و بارهای عاملی نشان می‌دهد و شکل (۳) نیز مقادیر معناداری ضرایب مسیر (آماره t) را نمایش می‌دهد.

به منظور بررسی معناداری روابط بین متغیرها از روش بوت‌استرپینگ در نرم‌افزار اسمارت پی ال اس استفاده شد. بر اساس نتایج به‌دست‌آمده، مقدار آماره t برای مسیرهای مدل مورد بررسی قرار گرفت. در مدل‌های معادلات ساختاری مبتنی بر حداقل مربعات جزئی، اگر مقدار آماره t بزرگ‌تر از ۱٫۹۶ باشد، رابطه بین سازه‌ها در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنادار تلقی می‌شود. با توجه به مقادیر t به‌دست‌آمده در شکل (۳)، می‌توان نتیجه گرفت که روابط معنادار شناسایی‌شده در مدل مورد تأیید قرار گرفته و فرضیه‌های متناظر با آن‌ها تأیید می‌شوند.

یکی از شاخص‌های مهم در ارزیابی برازش مدل ساختاری در روش حداقل مربعات جزئی (PLS)، ضریب تعیین (R^2) است. این شاخص نشان می‌دهد چه میزان از واریانس متغیرهای درون‌زا توسط متغیرهای برون‌زا تبیین می‌شود. به عبارت دیگر، مقدار R^2 بیانگر قدرت پیش‌بینی مدل در تبیین سازه‌های وابسته است.

بر اساس معیارهای ارائه‌شده در ادبیات مدل‌یابی معادلات ساختاری، مقادیر ۰٫۱۹، ۰٫۳۳ و ۰٫۶۷ به ترتیب نشان‌دهنده برازش ضعیف، متوسط و قوی هستند. در مدل پژوهش حاضر مقدار ضریب تعیین برای سازه «جذابیت اقتصادی و مالی سرمایه‌گذاری» برابر با ۰٫۵۸۵ به دست آمده است که نشان می‌دهد متغیرهای «محیط نهادی و حکمرانی سرمایه‌گذاری مذهبی» و «زیرساخت‌ها و تسهیلات مقصد مذهبی» توانسته‌اند حدود ۵۸٫۵ درصد از تغییرات این سازه را تبیین کنند.

همچنین مقدار ضریب تعیین برای سازه «تحقق و پایداری جذب سرمایه‌گذار» برابر با ۰٫۴۵۷ به دست آمده است. این مقدار نشان می‌دهد که سازه «جذابیت اقتصادی و مالی سرمایه‌گذاری» توانسته است حدود ۴۵٫۷ درصد از تغییرات این متغیر را تبیین نماید.

با توجه به مقادیر به‌دست‌آمده می‌توان نتیجه گرفت که مدل ساختاری پژوهش از قدرت تبیین قابل قبول و برازش مناسب برخوردار است.

به‌منظور ارزیابی برازش کلی مدل، از چند شاخص متداول برازش شامل SRMR، آماره کای‌دو، NFI و GOF استفاده شد که نتایج آن در جدول ۵ ارائه شده است. مقدار شاخص SRMR برابر با ۰٫۱۱۱ به‌دست آمد. این شاخص میزان اختلاف بین ماتریس کوواریانس مشاهده‌شده و ماتریس برآوردشده توسط مدل را نشان می‌دهد و هرچه مقدار آن به صفر نزدیک‌تر باشد، برازش مدل مطلوب‌تر ارزیابی می‌شود.

همچنین مقدار آماره کای‌دو برابر با ۴۴۸٫۳۳۴ گزارش شد که اگرچه این شاخص یکی از شاخص‌های کلاسیک برازش مدل است، اما به حجم نمونه حساس بوده و در مطالعات با حجم نمونه بالا معمولاً مقادیر بزرگ‌تری را نشان می‌دهد؛ ازاین‌رو تفسیر آن باید در کنار سایر شاخص‌های برازش صورت گیرد.

از سوی دیگر، مقدار شاخص برازش هنجارشده (NFI) برابر با ۰٫۶۰۴ به‌دست آمد. این شاخص میزان بهبود مدل پیشنهادی نسبت به مدل استقلال را نشان می‌دهد و مقادیر نزدیک‌تر به یک بیانگر برازش بهتر مدل هستند. علاوه بر این، شاخص برازش کلی مدل (GOF) برابر با ۰٫۵۸۹ محاسبه شد که نشان‌دهنده سطح قابل‌قبول برازش مدل در تبیین روابط میان متغیرهای پژوهش است.

به‌طور کلی، بررسی همزمان شاخص‌های برازش نشان می‌دهد که مدل پیشنهادی از سطح برازش قابل قبولی برخوردار بوده و می‌تواند برای آزمون فرضیه‌های پژوهش مورد استفاده قرار گیرد.

جدول ۵. شاخص‌های برازش مدل

شاخص برازش	مقدار
ریشه میانگین مربعات باقیمانده استاندارد (SRMR: Standardized Root Mean Square Residual)	۰٫۱۱۱
کای دو (ChiSquare)	۴۴۸٫۳۲۴
شاخص برازندگی هنجارشده (NFI: Normed Fit Index)	۰٫۶۰۴
شاخص برازش کلی مدل (GOF: Goodness of Fit)	۰٫۵۸۹

بررسی فرضیات پژوهش

در این بخش، به‌منظور بررسی فرضیات پژوهش، نتایج حاصل از تحلیل‌های آماری در جداول ۶ و۷ و شکل‌های ۲ و ۳ ارائه شده است.

جدول ۶. نتایج مدل ساختاری مربوط به جذابیت اقتصادی و مالی سرمایه‌گذاری

متغیر مستقل	ضریب مسیر	آماره t	سطح معناداری	نتیجه
محیط نهادی و حکمرانی سرمایه‌گذاری مذهبی	۰٫۲۲۲	۲٫۲۹۵	۰٫۰۲۲	تأیید
زیرساخت‌ها و قابلیت‌های مقصد مذهبی	۰٫۶۱۹	۸٫۵۶۸	۰	تأیید

جدول ۷. نتایج مدل ساختاری مربوط به تحقق و پایداری جذب سرمایه‌گذار

متغیر مستقل مستقیم	ضریب مسیر	آماره t	سطح معناداری	نتیجه
جذابیت اقتصادی و مالی سرمایه‌گذاری	۰٫۶۸	۱۱٫۲۲۹	۰	تأیید

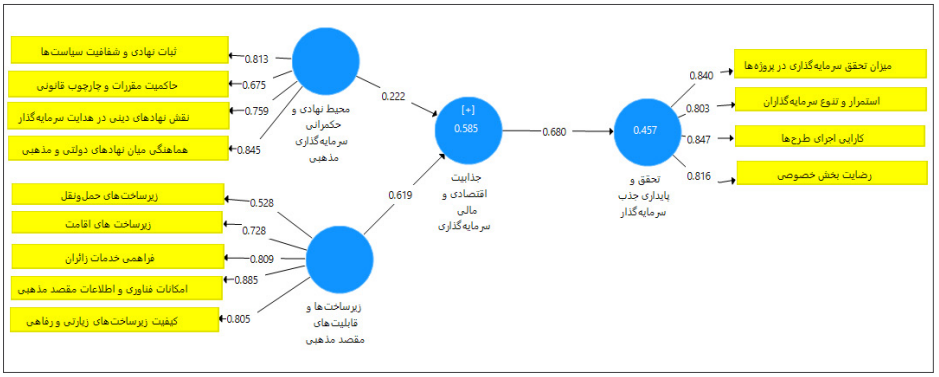
در مدل ساختاری مربوط به سازه «تحقق و پایداری جذب سرمایه‌گذار»، تنها مسیر مستقیم تعریف‌شده مربوط به اثر «جذابیت اقتصادی و مالی سرمایه‌گذاری» است. این موضوع به معنای حذف سایر متغیرهای پژوهش از مدل نیست؛ بلکه مطابق مدل مفهومی و فرضیه‌های پژوهش، اثر «محیط نهادی و حکمرانی سرمایه‌گذاری مذهبی» و «زیرساخت‌ها و قابلیت‌های مقصد مذهبی» بر تحقق و پایداری جذب سرمایه‌گذار به‌صورت غیرمستقیم و از طریق سازه میانجی «جذابیت اقتصادی و مالی سرمایه‌گذاری» آزمون شده است. بنابراین، نقش سایر متغیرها در جدول اثرات غیرمستقیم و آزمون میانجی‌گری گزارش می‌شود.

فرضیه اول: محیط نهادی و حکمرانی بر جذابیت اقتصادی و مالی سرمایه‌گذاری تأثیر معناداری دارد.
نتایج حاصل از برآورد مدل نشان می‌دهد که ضریب مسیر بین متغیر محیط نهادی و حکمرانی و جذابیت اقتصادی و مالی سرمایه‌گذاری برابر با ۰٫۲۲۲ است. همچنین مقدار آماره t برابر با ۲٫۲۹۵ گزارش شده که از مقدار بحرانی ۱٫۹۶ در سطح اطمینان ۹۵ درصد بیشتر است؛ بنابراین این رابطه از نظر آماری معنادار ارزیابی می‌شود. جهت مثبت ضریب مسیر نیز بیانگر آن است که بهبود کیفیت محیط نهادی و سازوکارهای حکمرانی، از طریق تقویت شفافیت، ثبات مقرراتی، کاهش ریسک‌های نهادی و ارتقای کارایی سیاست‌گذاری‌ها، می‌تواند به افزایش جذابیت اقتصادی و مالی برای سرمایه‌گذاری منجر شود. بر این اساس، فرضیه اول پژوهش مورد تأیید قرار می‌گیرد.

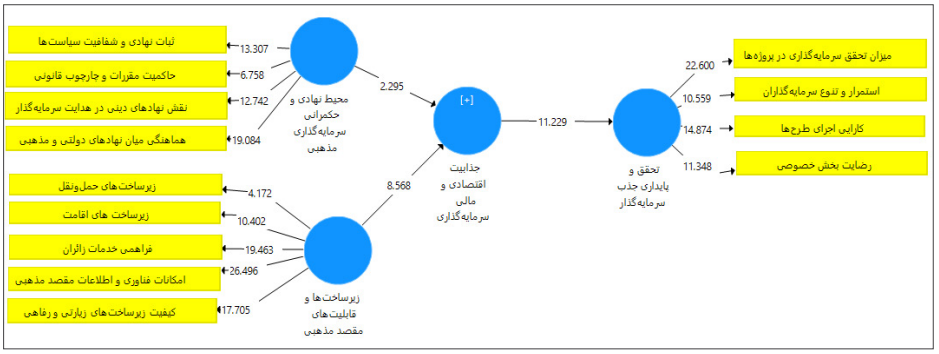
فرضیه دوم: زیرساخت‌ها و قابلیت‌های مقصد بر جذابیت اقتصادی و مالی سرمایه‌گذاری تأثیر معناداری دارند.
بر اساس نتایج به‌دست‌آمده، ضریب مسیر این رابطه برابر با ۰٫۶۱۹ و مقدار آماره t برابر با ۸٫۵۶۸ است که به‌طور قابل‌توجهی از مقدار بحرانی ۱٫۹۶ فراتر بوده و سطح معناداری آن ۰٫۰۰۰ گزارش شده است. این یافته نشان‌دهنده وجود رابطه مثبت و معنادار میان توسعه زیرساخت‌ها و قابلیت‌های مقصد با افزایش جذابیت اقتصادی و مالی سرمایه‌گذاری است. به بیان دیگر، فراهم بودن زیرساخت‌های مناسب، ظرفیت‌های نهادی و قابلیت‌های اقتصادی در مقصد سرمایه‌گذاری می‌تواند زمینه‌های لازم برای بهبود فضای سرمایه‌گذاری و افزایش تمایل سرمایه‌گذاران را فراهم آورد. با توجه به اندازه نسبتاً بالای ضریب مسیر، می‌توان نتیجه گرفت که این متغیر از نقش قابل‌توجهی در ارتقای جذابیت سرمایه‌گذاری برخوردار است. بنابراین فرضیه دوم پژوهش نیز مورد تأیید قرار می‌گیرد.

فرضیه سوم: جذابیت اقتصادی و مالی سرمایه‌گذاری بر تحقق و پایداری جذب سرمایه‌گذار تأثیر معناداری دارد.
نتایج تحلیل مدل نشان می‌دهد که ضریب مسیر بین جذابیت اقتصادی و مالی سرمایه‌گذاری و تحقق و پایداری جذب سرمایه‌گذار برابر با ۰٫۶۸۰ است و مقدار آماره t نیز ۱۱٫۲۲۹ به‌دست آمده که به‌مراتب بیشتر

از مقدار بحرانی ۱٫۹۶ است. این نتایج بیانگر آن است که افزایش سطح جذابیت اقتصادی و مالی محیط سرمایه‌گذاری می‌تواند به‌طور مستقیم و معناداری بر تحقق و تداوم جذب سرمایه‌گذاران تأثیرگذار باشد. به بیان دیگر، هرچه شرایط اقتصادی، مالی و بازدهی مورد انتظار سرمایه‌گذاری مطلوب‌تر و رقابتی‌تر باشد، احتمال ورود سرمایه‌گذاران و استمرار فعالیت آن‌ها در مقصد سرمایه‌گذاری افزایش می‌یابد. بنابراین فرضیه سوم پژوهش نیز مورد تأیید قرار می‌گیرد.



شکل ۲. مدل ترسیم شده همراه با ضرایب بارهای عاملی



شکل ۳. مدل ساختاری نهایی پژوهش با مقادیر بحرانی (آماره t)

آزمون فرضیات میانجی

به‌منظور بررسی نقش میانجی متغیر «جذابیت اقتصادی و مالی سرمایه‌گذاری» در روابط میان متغیرهای مدل پژوهش، از روش مدل معادلات ساختاری مبتنی بر حداقل مربعات جزئی با استفاده از نرم‌افزار اسمارت پی‌ال‌اس بهره گرفته شد. برای آزمون معناداری اثرات مستقیم و غیرمستقیم از روش بوت‌استرپینگ[1]

1. Bootstrapping

استفاده گردید. در این روش با استفاده از بازنمونه‌گیری مکرر از داده‌ها، آماره‌های t و مقادیر احتمال (P-value) برای ضرایب مسیر و اثرات غیرمستقیم برآورد می‌شود. در این پژوهش معیار معناداری روابط بر اساس مقدار آماره t بزرگ‌تر از ۱٫۹۶ و سطح معناداری کمتر از ۰٫۰۵ در نظر گرفته شد.

در مدل‌های میانجی، اثر غیرمستقیم از حاصل‌ضرب ضرایب مسیر بین متغیر مستقل و متغیر میانجی (a) و مسیر بین متغیر میانجی و متغیر وابسته (b) به دست می‌آید. به عبارت دیگر، میزان اثر غیرمستقیم از رابطه زیر محاسبه می‌شود:

$$\text{اثر غیرمستقیم} = a \times b$$

در نرم‌افزار اسمارت پی ال اس، معناداری این اثر از طریق روش بوت‌استرپینگ و بر اساس مقادیر آماره t و سطح معناداری مربوط به اثرات غیرمستقیم اختصاصی[1] ارزیابی می‌شود. این رویکرد به دلیل عدم نیاز به فرض نرمال بودن داده‌ها، یکی از روش‌های متداول و قابل اتکا برای آزمون اثرات میانجی در مدل‌های معادلات ساختاری محسوب می‌شود.

نتایج نشان داد که اثر غیرمستقیم زیرساخت‌ها و قابلیت‌های مقصد بر تحقق و پایداری جذب سرمایه‌گذار از طریق جذابیت اقتصادی و مالی سرمایه‌گذاری معنادار است. مقدار ضریب اثر غیرمستقیم این مسیر برابر با ۰٫۴۲۱، آماره t برابر با ۶٫۱۵۵ و مقدار معناداری ۰٫۰۰۰ به دست آمد. بنابراین، جذابیت اقتصادی و مالی سرمایه‌گذاری در رابطه میان زیرساخت‌ها و قابلیت‌های مقصد و تحقق و پایداری جذب سرمایه‌گذار نقش میانجی معناداری دارد. همچنین نتایج نشان داد که اثر غیرمستقیم محیط نهادی و حکمرانی سرمایه‌گذاری بر تحقق و پایداری جذب سرمایه‌گذار از طریق جذابیت اقتصادی و مالی سرمایه‌گذاری نیز معنادار است. ضریب اثر غیرمستقیم این مسیر برابر با ۰٫۱۵۱، آماره t برابر با ۲٫۲۴۳ و مقدار معناداری برابر با ۰٫۰۲۵ گزارش شد. از آنجا که مقدار P کمتر از ۰٫۰۵ و آماره t بیشتر از ۱٫۹۶ است، این اثر غیرمستقیم نیز در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنادار بوده و نقش میانجی جذابیت اقتصادی و مالی سرمایه‌گذاری در این رابطه نیز تأیید می‌شود.

جدول ۸. اثرات غیرمستقیم متغیرهای محیط نهادی و زیرساخت‌ها بر تحقق و پایداری جذب سرمایه‌گذار از طریق جذابیت اقتصادی و مالی سرمایه‌گذاری

مسیر فرضیه	ضریب مسیر (β)	خطای استاندارد	آماره t	سطح معناداری (p)	نتیجه
محیط نهادی ← جذابیت اقتصادی ← تحقق و پایداری	۰٫۱۵۱	۰٫۰۶۸	۲٫۲۴۳	۰٫۰۲۵	تایید
زیرساخت‌ها ← جذابیت اقتصادی ← تحقق و پایداری	۰٫۴۲۱	۰٫۰۶۷	۶٫۱۵۵	۰	تایید

1. Specific Indirect Effects

بحث و نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر با هدف مدل‌یابی ساختاری جذابیت اقتصادی و مالی سرمایه‌گذاری و بررسی نقش آن در تحقق و پایداری جذب سرمایه‌گذاران در گردشگری مذهبی انجام شد. نتایج مدل‌سازی معادلات ساختاری نشان داد که مدل پیشنهادی از قدرت تبیین قابل قبولی برخوردار است و جذابیت اقتصادی و مالی سرمایه‌گذاری نقش محوری در فرایند جذب پایدار سرمایه‌گذار در گردشگری مذهبی ایفا می‌کند. نخستین یافته پژوهش نشان داد که محیط نهادی و حکمرانی سرمایه‌گذاری مذهبی اثر مثبت و معناداری بر جذابیت اقتصادی و مالی سرمایه‌گذاری دارد. این نتیجه بیانگر آن است که شفافیت مقررات، ثبات سیاست‌ها، هماهنگی نهادی و کارایی سازوکارهای حکمرانی می‌توانند با کاهش ریسک ادراک‌شده و افزایش قابلیت پیش‌بینی آینده پروژه‌ها، جذابیت اقتصادی سرمایه‌گذاری در گردشگری مذهبی را تقویت کند. بنابراین، از منظر سرمایه‌گذاران، کیفیت محیط نهادی یکی از پیش‌شرط‌های مهم ارزیابی مثبت فرصت‌های سرمایه‌گذاری محسوب می‌شود. دومین یافته پژوهش نشان داد که زیرساخت‌ها و قابلیت‌های مقصد مذهبی اثر مثبت و معناداری بر جذابیت اقتصادی و مالی سرمایه‌گذاری دارند. با توجه به مقدار بالاتر ضریب مسیر این رابطه، می‌توان گفت زیرساخت‌های مقصد در مقایسه با محیط نهادی، نقش قوی‌تری در تبیین جذابیت اقتصادی و مالی سرمایه‌گذاری داشته‌اند. این یافته نشان می‌دهد که توسعه زیرساخت‌های حمل‌ونقل، اقامت، خدمات زائران، امکانات فناوری و کیفیت زیرساخت‌های زیارتی و رفاهی می‌تواند امکان بهره‌برداری اقتصادی از ظرفیت گردشگری مذهبی را افزایش دهد و ارزیابی سرمایه‌گذاران از سودآوری پروژه‌ها را بهبود بخشد. سومین یافته پژوهش نشان داد که جذابیت اقتصادی و مالی سرمایه‌گذاری اثر مثبت و معناداری بر تحقق و پایداری جذب سرمایه‌گذار دارد. این نتیجه بیانگر آن است که ورود و استمرار حضور سرمایه‌گذاران در گردشگری مذهبی بیش از هر چیز به ارزیابی آنان از بازده اقتصادی، سطح ریسک، حمایت‌های عملیاتی و فرصت‌های مالی موجود وابسته است. بنابراین، صرف وجود ظرفیت گردشگری مذهبی برای جذب پایدار سرمایه‌گذار کافی نیست، بلکه این ظرفیت باید در قالب فرصت‌های اقتصادی و مالی قابل اتکا برای سرمایه‌گذاران قابل مشاهده و ارزیابی باشد. نتایج آزمون میانجی‌گری نیز نشان داد که جذابیت اقتصادی و مالی سرمایه‌گذاری، رابطه میان محیط نهادی و حکمرانی سرمایه‌گذاری مذهبی با تحقق و پایداری جذب سرمایه‌گذار را میانجی‌گری می‌کند. همچنین این سازه رابطه میان زیرساخت‌ها و قابلیت‌های مقصد مذهبی با تحقق و پایداری جذب سرمایه‌گذار را نیز به‌صورت معنادار میانجی‌گری می‌کند. بر این اساس، اثر عوامل نهادی و زیرساختی بر جذب پایدار سرمایه‌گذار عمدتاً زمانی تحقق می‌یابد که این عوامل بتوانند جذابیت اقتصادی و مالی سرمایه‌گذاری را افزایش دهند. به بیان دیگر، محیط نهادی و زیرساخت‌های مقصد از طریق کاهش ریسک، افزایش سودآوری مورد انتظار

و تقویت اطمینان سرمایه‌گذاران، زمینه تحقق و پایداری جذب سرمایه را فراهم می‌کنند. بر مبنای نتایج مدل، پیشنهاد می‌شود سیاست‌گذاران گردشگری مذهبی در گام نخست بر بهبود شفافیت مقررات، ثبات تصمیم‌گیری، تسهیل فرایندهای اداری و افزایش هماهنگی میان نهادهای مرتبط با سرمایه‌گذاری تمرکز کنند؛ زیرا این اقدامات می‌تواند جذابیت اقتصادی و مالی فرصت‌های سرمایه‌گذاری را تقویت کند. در گام دوم، توسعه زیرساخت‌های حمل‌ونقل، اقامتی، خدمات زائران، فناوری اطلاعات و امکانات رفاهی مقصد باید در اولویت قرار گیرد، زیرا یافته‌های پژوهش نشان داد که زیرساخت‌ها و قابلیت‌های مقصد اثر قابل توجهی بر جذابیت اقتصادی و مالی سرمایه‌گذاری دارند. در گام سوم، بسته‌های سرمایه‌گذاری گردشگری مذهبی باید به‌گونه‌ای طراحی شوند که بازده اقتصادی، سطح ریسک، حمایت‌های اجرایی و فرصت‌های مالی پروژه‌ها برای سرمایه‌گذاران به‌صورت شفاف مشخص باشد. چنین اقدامی می‌تواند جذابیت اقتصادی و مالی پروژه‌ها را افزایش داده و در نتیجه به تحقق و پایداری جذب سرمایه‌گذار کمک کند. در نهایت، یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که جذب پایدار سرمایه‌گذار در گردشگری مذهبی بیش از آنکه نتیجه مستقیم وجود ظرفیت‌های مذهبی یا زیرساختی باشد، حاصل تبدیل این ظرفیت‌ها به فرصت‌های اقتصادی جذاب و قابل اعتماد برای سرمایه‌گذاران است. بنابراین، محور اصلی سیاست‌گذاری در این حوزه باید تقویت جذابیت اقتصادی و مالی سرمایه‌گذاری از طریق بهبود محیط نهادی و توسعه زیرساخت‌های مقصد مذهبی باشد.

درباره نویسندگان

- این مقاله برگرفته از رساله دکتری حیدر علی حسین الحمیداوی در رشته مدیریت بازرگانی دانشکدگان فارابی دانشگاه تهران، به راهنمایی ابوالفضل خسروی و مشاوره محمدرضا فتحی، دانشیاران همان دانشکدگان، به‌ترتیب استاد راهنما و استاد مشاور و نویسنده مسئول مقاله، و امین عارفی، استادیار دانشگاه حضرت معصومه (س) و دیگر استاد مشاور رساله، است.

منابع

- Abbasi, A., Akbari Yazdi, H., Moinfard, M., & Elahi, A. (2022). Modeling the attraction of investment in Iran's sports tourism industry with an emphasis on marketing mix and sustainable development. Journal of Tourism Space, 11(42), 141-165. (In Persian). https://www.magiran.com/p2469708
- Almuhrzi, H. M., & Alsawafi, A. M. (2017). Muslim perspectives on spiritual and religious travel beyond Hajj: Toward understanding motivations for Umrah travel in Oman. Tourism Management Perspectives, 24, 235-242. https://doi.org/10.1016/j.tmp.2017.07.016
- Astanakulov, O., Sanjar, G., & Nasurova, K. (2022). The study of pilgrimage in aspects of the economy of tourism organization. Economic Annals-XXI. https://doi.org/10.21003/ea.v200-07
- Ba, H., Thu, P., Chi, T., Thanh, H., & Huy, C. (2020). Solutions to attract investment capital for tourism development: Evidence from Vietnam economy. Accounting, 6(2), 209-214. https://doi.org/10.5267/j.ac.2019.10.002
- Bagheri, G., Moghadamzadeh, A., Asadi Dastjerdi, H., Almasi, H., & Javid, M. (2022). Qualitative exploration of factors affecting investor attraction in sports tourism destinations: A case study of Ardabil Province. Strategic Studies on Youth and Sports, 21(58), 255-272. (In Persian). https://www.magiran.com/paper/2549480
- Bedhiye, F., & Singh, L. (2022). Fiscal policy and private investment in developing economies: Evidence from Ethiopia. African Journal of Science, Technology, Innovation and Development, 14, 1719 - 1733. https://doi.org/10.1080/20421338.2021.1982664
- Benaichouche, O., & Bentayeb, D. (2025). Investing the endowment properties to activate the religious tourism in Algeria - A legal perspective-. Journal of Science and Knowledge Horizons. https://doi.org/10.34118/jskp.v5i01.4240
- Chan, D., Sarvari, H., Husein, A., Awadh, K., Golestanizadeh, M., & Cristofaro, M. (2023). Barriers to Attracting Private Sector Investment in Public Road Infrastructure Projects in the Developing Country of Iran. Sustainability. https://doi.org/10.3390/su15021452
- Dung, N. (2025). Pilgrimage Tourism in India: Strategies for Tourism Promotion and Lessons for Vietnam. Integrated Journal for Research in Arts and Humanities. https://doi.org/10.55544/ijrah.5.2.14
- Endo, K. (2006). Foreign direct investment in tourism flows and volumes. Tourism management, 27(4), 600-614. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2005.02.004
- Farhoudi, A., Shabgoo Monsef, S. M., & Gholipour Soleymani, A. (2024). Designing a model for effective strategic factors in attracting investors to the tourism industry using a mixed-method approach. Social Studies of Tourism, 12(26), 99-126. (In Persian). https://www.magiran.com/paper/2746380
- Gedecho, E. K., & Nyikana, S. (2023). Religious heritage, tourism, and pilgrimage in Africa: Historical, traditional, and contemporary perspectives. In Cultural heritage and tourism in Africa, 85-103, Routledge. https://doi.org/10.4324/9781003153955-5
- Gupta, A., & Sharma, A. (2023). The role of institutional and governance factors in public-private partnerships infrastructure investments in emerging economies. Journal of Public Affairs. https://doi.org/10.1002/pa.2874
- Guriță, D., & Scorțescu, F. (2023). Religious Tourism and Sustainable Development of the Economy in the Context of Globalization in the Northeast Area of Romania. Sustainability. https://doi.org/10.3390/su151612128
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2006). Multivariate data analysis (6th ed.). Pearson Prentice Hall. https://opac.northsouth.edu/cgi-bin/koha/opac-detail.pl?biblionumber=16970
- Hardinie, N., & Hizianzami, R. (2024). Sustainable Tourism Development Through Religious Tourism in Pasuruan City. KnE Social Sciences. https://doi.org/10.18502/kss.v9i29.17284

- Kim, B., Kim, S. and King, B. (2020). Religious tourism studies: evolution, progress, and future prospects, Tourism Recreation Research, 45(2), 185-203. https://doi.org/10.1080/02508281.2019.1664084
- Korov, T., Šostar, M., & Andrlić, B. (2024). The model of strategic management of a religious tourism destination in function of sustainable development. International Journal of Professional Business Review. https://doi.org/10.26668/businessreview/2024.v9i4.4599
- Manhas, P., & Nair, B. (2020). Strategic role of religious tourism in recuperating the Indian tourism sector post-COVID-19. International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage, 8, 52-66. https://doi.org/10.21427/ka25-fq52
- Mawejje, J. (2024). Private sector participation in infrastructure in emerging market and developing economies: Evolution, constraints, and policies. Global Policy. https://doi.org/10.1111/1758-5899.13375
- Musleh, M., Subianto, A., Tamrin, M., & Bustami, M. (2023). The role of institutional design and enabling environmental: Collaborative governance of a pilgrimage tourism, Indonesia. Journal of Local Government Issues, 6(1), 75-90. https://doi.org/10.22219/logos.v6i1.22218
- Mzobe, S. C., & Nyikana, S. (2024). Religious tourism and resilience building: An overview of impacts and recovery in South Africa. Geo Journal of Tourism and Geosites, 56(4), 1524-1532. https://doi.org/10.30892/gtg.56409-1323
- Nikšić Radić, M. (2018). Terrorism as a determinant of attracting FDI in tourism: Panel analysis. Sustainability, 10(12), Article 4553. https://doi.org/10.3390/su10124553
- North, D. C. (1990). Institutions, institutional change and economic performance. Cambridge University Press. https://doi.org/10.1017/CBO9780511808678
- Ohlan, R., & Ohlan, A. (2024). Religious tourism scholarship: Current state and future research directions. Journal of Islamic Marketing, 15(3), 800-818. https://doi.org/10.1108/JIMA-05-2023-0152
- Parlindungan, H. H., & Manurung, H. (2023). Indonesia effort to attracting investment in tourist destination development. Jurnal Industri Pariwisata, 5(2), 177-188. https://doi.org/10.36441/pariwisata.v5i2.1423
- Putri, N. L. I., & Sudaryanto, S. (2018). Indonesia tourism in attracting foreign investors: The role of FDI. International Journal of Scientific & Technology Research, 7(4), 217-220. https://www.ijstr.org/final-print/apr2018/Indonesia-Tourism-In-Attracting-Foreign-Investors-The-Role-Of-Fdi.pdf
- Raj, R., & Griffin, K. (Eds.). (2015). Religious tourism and pilgrimage management: An international perspective. Cabi. https://doi.org/10.1079/9781780645230.0000
- Rokhadi, R., Sukistanto, S., & Setyawati, H. T. (2025). The impact of the existence of religious tourism on the economy of the surrounding community: Study on three religious tourism objects in Tuban. Eduvest - Journal of Universal Studies, 5(4), 4321-4329. https://www.researchgate.net/publication/399756180_The_Impact_of_The_Existence_of_Religious_Tourism_on_the_Economy_of_the_Surrounding_Community_Study_on_Three_Religious_Tourism_Objects_in_Tuban?utm_source
- Romanelli, M., Gazzola, P., Grechi, D., & Pollice, F. (2021). Towards a sustainability-oriented religious tourism. Systems Research and Behavioral Science. https://doi.org/10.1002/sres.2791
- Rybchuk, A., & Yachymets, Y. (2022). Problems of Formation of the Integrated Investment Climate in the Country. Business Inform. https://doi.org/10.32983/2222-4459-2022-11-101-107
- Sauvant, K. (2015). Attracting Foreign Direct Investment and Benefiting from it: Challenges for the Least Developed Countries. Transnational Corporations Review, 7, 125 - 127. https://doi.org/10.5148/tncr.2015.7201
- Semenova, A. (2025). Economic essence of investments: relationship between the concepts. Vestnik Universiteta. https://doi.org/10.26425/1816-4277-2025-1-184-191

- Seyfi, S., & Hall, C. M. (Eds.). (2018). Tourism in Iran: Challenges, development and issues. Routledge. https://doi.org/10.4324/9781315146409
- Shahnazi, R., & Panahi, M. (2023). Identifying cognitive biases affecting investors' decision-making in urban investment projects. Urban Economics, 8(2), 27-44. (In Persian). https://doi.org/10.22108/ue.2024.139948.1276
- Shrestha, P., & Kathayat, B. (2023). The Role of State Government Policies and Infrastructure Development in Promoting Sustainable Religious Tourism: A Moderated Analysis of Cultural Diversity. PYC Nepal Journal of Management. https://www.researchgate.net/publication/383104962_The_Role_of_State_Government_Policies_and_Infrastructure_Development_in_Promoting_Sustainable_Religious_Tourism_A_Moderated_Analysis_of_Cultural_Diversity?utm_source
- Silaeva, A. A., Podsevalova, E. N., Makushkin, S. A., Ermolaeva, E. O., & Maidanevych, Y. P. (2021). Impact of domestic tourism on attracting investment: Organizing and regulating of tourism activities by municipal authorities. Revista Gestão Inovação e Tecnologias, 11(4), 895-907. https://revistageintec.net/old/wp-content/uploads/2022/03/2155.pdf?utm_source
- Snyman, J. A., & Saayman, M. (2009). Key factors influencing foreign direct investment in the tourism industry in South Africa. Tourism Review, 64(3), 49-58. https://doi.org/10.1108/16605370910988827
- Srivastava, N., Nigam, N., & Kumar Tripathi, P. (2024). An empirical investigation of religious tourism as a multiplier for development. International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage, 12(3), Article 8. https://doi.org/10.21427/64m7-pn64
- Suárez, M. J., Docampo García, M., & Leiras, A. (2025). Researching links between pilgrimage tourism and rural development: The emergence of Fisterra as a “new end” of the way. Journal of Rural Studies, 119, Article 103721. https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2025.103721
- Tanyaradzwa, Z. (2021). Unlocking the potential of religious tourism in Zimbabwe: a case for Harare city. https://doi.org/10.51415/10321/4283
- Timothy, D., & Olsen, D. (2006). Conclusion: whither religious tourism? 271-278. https://doi.org/10.4324/9780203001073
- Williamson, O. E. (1985). The economic institutions of capitalism: Firms, markets, relational contracting. Free Press. https://openlibrary.org/books/OL2532409M/The_economic_institutions_of_capitalism?utm
- Williamson, O. E. (1991). Comparative economic organization: The analysis of discrete structural alternatives. Administrative Science Quarterly, 36(2), 269-296. https://doi.org/10.2307/2393356
- Williamson, O. E. (2000). The new institutional economics: Taking stock, looking ahead. Journal of Economic Literature, 38(3), 595-613. https://doi.org/10.1257/jel.38.3.595