

تأثير الترويج للسياحة الدينية على قرارات الاستثمار في قطاع الفنادق بمكة المكرمة

أسم الطالب

مصطفى صالح لبنى

1 - مشروع تخرج

كلية الإدارة - جامعة ميدأوشن

إشراف

د. منى مصطفى العشري

عضو هيئة التدريس - كلية الإدارة - جامعة ميدأوشن

2024 - الفصل الدراسي الأول

المقدمة

يعد تأثير السياحة الدينية على قرارات الاستثمار في قطاع الفنادق في مكة المكرمة موضوعاً يحظى باهتمام متزايد. حيث يعدّ هذا القطاع من أهم القطاعات الاقتصادية التي تعتمد بشكل كبير على صناعة السياحة الدينية. وتعتبر مكة المكرمة واحدة من أبرز المدن الدينية في العالم، حيث يتوافد إليها الملايين من الحجاج والمعتمرين سنوياً لأداء العبادات والزيارة للأماكن المقدسة. وتشكّل هذه الزيارات المتكررة دافعاً قوياً للتطوير والاستثمار في قطاع الفنادق بهدف تلبية احتياجات وتوقعات الزوار وتوفير بيئة إقامة مريحة ومتميزة. ومع التطورات الحديثة في مجال التسويق والترويج؛ أصبحت استراتيجيات الترويج للسياحة الدينية تأثيراً كبيراً على قرارات الاستثمار في قطاع الفنادق بمكة المكرمة. فعلى الرغم من أهمية العوامل الاقتصادية والتشريعية والاجتماعية في اتخاذ قرارات الاستثمار، إلا أن الترويج الفعّال لمناطق الجذب الديني والتراثي يمكن أن يكون عاملاً رئيسياً في جذب المستثمرين وتوجيه استثماراتهم نحو قطاع الفنادق في المدينة المقدسة. إن فهم تأثير الترويج للسياحة الدينية على قرارات الاستثمار في قطاع الفنادق بمكة المكرمة يعتبر أمراً بالغ الأهمية للمهتمين بالتنمية السياحية والاقتصادية في المنطقة. ومن هذا المنطلق، تهدف هذه الدراسة إلى استكشاف وتحليل تأثير استراتيجيات الترويج للسياحة الدينية على قرارات الاستثمار في قطاع الفنادق بمكة المكرمة، وتبسيط الضوء على العلاقة بين الترويج الديني والتطورات الاقتصادية والسياحية في المدينة المقدسة.

وبدراسة الأدبيات الموجودة نجد أن هناك العديد من المراجع التي تناولت السياحة الدينية بالبحث والمناقشة مثل دراسة (مهلهل، 2023)، ودراسة (الياسري وكاظم، 2022) اللتان يقدمان رؤى قيمة حول التأثير المحتمل للسياحة الدينية على قرارات الاستثمار من خلال تناول الأهمية التاريخية للسياحة الدينية في العراق والتطوير والتخطيط المستقبلي للخدمات السياحية في مدن مثل النجف والكوفة. بالإضافة إلى ذلك، أوضح

كلاً من (الشمري، 2022) و (نعمة & محمد، 2021) أن دور العلاقات العامة هام جداً في الترويج للسياحة كما قدمت الدراسات وجهات نظر حول الآثار الأوسع للاستثمارات المتعلقة بالسياحة. علاوة على ذلك، فإن تأثير الاستثمار في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على النمو الاقتصادي في فلسطين حمدان وأبو شرخ (2019) يسلط الضوء على التأثير المحتمل للتقدم التكنولوجي على قطاع الضيافة في وجهات السياحة الدينية. وتساهم كافة المراجع السالف ذكرها بشكل جماعي في فهم السياق الأوسع للسياحة الدينية وتأثيرها المحتمل على قرارات الاستثمار في قطاع الفنادق في مكة المكرمة. أنها توفر رؤى حول الجوانب التاريخية والمستقبلية والتكنولوجية التي يمكن أن تؤثر على قرارات الاستثمار في هذا القطاع المحدد. إن تجميع هذه المراجع يمهّد الطريق لمزيد من الاستكشاف لتأثير السياحة الدينية على قرارات الاستثمار في قطاع الفنادق في مكة المكرمة. حيث يعد تأثير السياحة الدينية على قرارات الاستثمار في قطاع الفنادق في مكة المكرمة موضوعاً يحظى باهتمام متزايد. وتحظى السياحة الدينية بأهمية كبيرة للمجتمعات، وخاصة في وجهات مثل مكة المكرمة، وذلك بسبب أهميتها التاريخية والثقافية (مهلهل، 2023). إن التأثير المحتمل للسياحة الدينية على قرارات الاستثمار في قطاع الفنادق في مكة المكرمة هو موضوع لم تتم دراسته على نطاق واسع، مما أدى إلى وجود فجوة في الأدبيات الموجودة. وقد ركزت الدراسات السابقة في المقام الأول على الجوانب التاريخية والثقافية للسياحة الدينية في مختلف المناطق، ولكن هناك نقص في البحوث الشاملة التي تتناول على وجه التحديد تأثير السياحة الدينية على قرارات الاستثمار في قطاع الفنادق في مكة المكرمة.

وتسلط الفجوة الموجودة في الأدبيات الضوء على الحاجة إلى مزيد من البحث لاستكشاف التأثير المحدد للسياحة الدينية على قرارات الاستثمار في قطاع الفنادق في مكة. وتتفاقم هذه الفجوة بسبب عدم وجود دراسات شاملة تتناول بشكل مباشر تأثير السياحة الدينية على قرارات الاستثمار في قطاع الضيافة في مكة

المكرمة. يمثل البحث المحدود في هذا المجال فرصة للباحثين للتعمق في ديناميكيات وآثار السياحة الدينية المحددة على قرارات الاستثمار في قطاع الفنادق في مكة (العتيبي، 2022). فان عدم وجود دراسات شاملة تتناول تأثير السياحة الدينية على قرارات الاستثمار في قطاع الفنادق في مكة المكرمة يشكل تحديا كبيرا لأصحاب المصلحة في صناعة الضيافة. وبدون فهم واضح للآثار المحتملة للسياحة الدينية على قرارات الاستثمار، قد يواجه مطورو الفنادق والمستثمرون حالة من عدم اليقين في تخطيطهم الاستراتيجي وتخصيص الموارد. وهذا يسلط الضوء على الحاجة إلى بحث متعمق لمعالجة هذه الفجوة الحرجة وتقديم رؤى قيمة لأصحاب المصلحة في الصناعة (العتيبي والمستادي، 2023).

ويدور بيان المشكلة حول الحاجة إلى فهم التأثير المحدد للسياحة الدينية على قرارات الاستثمار في قطاع الفنادق في مكة المكرمة. وقد ركزت الأدبيات الموجودة في المقام الأول على الجوانب الأوسع للسياحة الدينية وأهميتها التاريخية والثقافية، ولكن هناك ندرة في الأبحاث التي تتناول بشكل مباشر الآثار المترتبة على قرارات الاستثمار في قطاع الضيافة في مكة المكرمة. وتؤكد مشكلة البحث هذه ضرورة إجراء دراسات شاملة لسد هذه الفجوة الحاسمة في الأدبيات (العفيفي، 2024).

وتكمن أهمية هذا البحث في قدرته على تقديم رؤى قيمة لمطوري الفنادق والمستثمرين وصانعي السياسات في مكة المكرمة. ومن خلال فهم تأثير السياحة الدينية على قرارات الاستثمار، يمكن لأصحاب المصلحة اتخاذ قرارات استراتيجية مستنيرة، وتخصيص الموارد بشكل فعال، والاستفادة من الفرص التي توفرها السياحة الدينية. بالإضافة إلى ذلك، يمكن أن يساهم هذا البحث في التنمية المستدامة لقطاع الضيافة في مكة المكرمة، بما يتماشى مع أهداف التنمية الاقتصادية والاجتماعية الأوسع (النمري، 2023).

مشكلة الدراسة

يمثل أثر السياحة الدينية على قرارات الاستثمار في قطاع الفنادق بمكة المكرمة مشكلة بحثية هامة تتطلب استكشافاً شاملاً. تتمتع السياحة الدينية، خاصة في سياق مكة، بأهمية ثقافية وتاريخية واقتصادية هائلة. ومع ذلك، هناك نقص في الدراسات المتعمقة التي تتناول على وجه التحديد تأثير السياحة الدينية على قرارات الاستثمار في قطاع الفنادق في مكة المكرمة. تتضمن مشكلة البحث هذه الحاجة إلى سد الفجوات النظرية والعملية في فهم انعكاسات السياحة الدينية على قرارات الاستثمار، خاصة في السياق الجغرافي الفريد لمكة المكرمة.

وتتجلى الفجوة النظرية في الأدبيات الموجودة في الاستكشاف المحدود للأثر المحدد للسياحة الدينية على قرارات الاستثمار في قطاع الفنادق في مكة. في حين تناولت الدراسات السابقة الجوانب الأوسع للسياحة الدينية وأهميتها، إلا أن هناك نقصاً في البحث الشامل الذي يتناول بشكل مباشر الآثار المترتبة على قرارات الاستثمار في قطاع الضيافة في مكة المكرمة. وتسلط الفجوة النظرية الضوء على الحاجة إلى إجراء تحقيق مركز في العوامل التي تؤثر على قرارات الاستثمار في قطاع الفنادق في مكة، وخاصة في سياق السياحة الدينية (Aji et al., 2020; Boğan & Sarıışık, 2019).

كما أن الفجوة العملية تنشأ من ضرورة دراسة تأثير السياحة الدينية على قرارات الاستثمار في القطاع الفندقي بمكة المكرمة ضمن السياق الجغرافي والثقافي الفريد للمنطقة. تحتل مكة مكانة خاصة في التاريخ الإسلامي وهي نقطة محورية للحج الديني، مما يجعل من الضروري فهم كيف تؤثر هذه الأهمية الدينية على قرارات الاستثمار في قطاع الضيافة. تؤكد الفجوة العملية على الحاجة إلى بحث تجريبي يتناول بشكل مباشر تأثير

السياحة الدينية على قرارات الاستثمار في قطاع الفنادق في مكة (Amaro et al., 2018; Quaium et al., 2023).

والسؤال الأساسي الذي ينبثق من هذه الإشكالية هو: "إلى أي مدى يؤثر الترويج للسياحة الدينية على قرارات الاستثمار في القطاع الفندقي بمكة المكرمة؟" يلخص هذا السؤال البحثي الحاجة إلى فهم عمق واتساع تأثير الترويج للسياحة الدينية على قرارات الاستثمار، مما يوفر تركيزًا واضحًا للدراسة. من خلال معالجة هذا السؤال البحثي، تهدف الدراسة إلى الكشف عن الآليات المحددة التي يؤثر من خلالها الترويج للسياحة الدينية على قرارات الاستثمار في قطاع الفنادق في مكة المكرمة، مما يساهم في فهم أعمق للديناميكيات المؤثرة.

أهمية الدراسة

تكمّن أهمية دراسة تأثير ترويج السياحة الدينية على قرارات الاستثمار في القطاع الفندقي بمكة المكرمة في معالجة الثغرات النظرية والعملية في الأدبيات الموجودة، واقتراح أطر عمل جديدة، وتقديم رؤى قيمة لممارسي الصناعة وصناع القرار.

يتم التأكيد على الأهمية النظرية لهذه الدراسة من خلال الثغرات الموجودة في الأبحاث السابقة. وفي حين استكشفت بعض الدراسات التأثير العام للسياحة على قرارات الاستثمار، إلا أن هناك نقصًا في الأبحاث الشاملة التي تركز بشكل خاص على تأثير الترويج للسياحة الدينية على قرارات الاستثمار في قطاع الفنادق في مكة المكرمة. ومن خلال معالجة هذه الفجوة النظرية، يمكن للدراسة أن تساهم في تطوير أطر ونماذج مفاهيمية جديدة تلتقط على وجه التحديد ديناميكيات الترويج للسياحة الدينية وتأثيرها على قرارات الاستثمار. وتمتد هذه الأهمية النظرية إلى المجتمع الأكاديمي الأوسع، حيث تقدم وجهات نظر ورؤى جديدة حول تقاطع السياحة الدينية وقرارات الاستثمار (مهلهل، 2023; غازي وجاسم، 2023).

علاوة على ذلك، فإن الأهمية العملية لهذه الدراسة تتجلى في الآثار المحتملة على ممارسي الصناعة وصناع القرار في قطاع الضيافة في مكة المكرمة. ومن خلال الكشف عن التأثير المحدد لترويج السياحة الدينية على قرارات الاستثمار، يمكن للدراسة أن توفر إرشادات قيمة لمطوري الفنادق والمستثمرين وواضعي السياسات. يمكن لنتائج الدراسة أن تغيد التخطيط الاستراتيجي وتخصيص الموارد واستراتيجيات التسويق المصممة خصيصاً للديناميكيات الفريدة للسياحة الدينية في مكة. وتمتد هذه الأهمية العملية إلى التنمية الاقتصادية والاجتماعية الأوسع في المنطقة، حيث يمكن لقرارات الاستثمار المستنيرة أن تساهم في النمو المستدام لقطاع الضيافة والاقتصاد العام (الدليمي وآخرون، 2023؛ الحلابي، 2022).

بالإضافة إلى ذلك، تكمن أهمية الدراسة في قدرتها على اقتراح أطر مفاهيمية ونظرية جديدة تلتقط الديناميكيات الفريدة لترويج السياحة الدينية وتأثيرها على قرارات الاستثمار. ومن خلال معالجة الفجوات النظرية والعملية في الأدبيات الموجودة، يمكن للدراسة أن تساهم في تطوير نماذج نظرية جديدة تعزز فهم العلاقة المعقدة بين الترويج للسياحة الدينية وقرارات الاستثمار. ويمكن لهذه الأطر الجديدة أن تكون بمثابة أدوات قيمة للبحث المستقبلي والتطبيقات العملية في مجال اتخاذ القرارات السياحية والاستثمارية، ليس فقط في مكة ولكن أيضًا في وجهات السياحة الدينية الأخرى على مستوى العالم (عبد الرضا والحدراوي، 2023؛ الليل وأكرم، 2022).

أسئلة البحث

التساؤل الرئيسي للدراسة: إلى أي مدى يؤثر الترويج للسياحة الدينية على قرارات الاستثمار في القطاع الفندقي بمكة المكرمة؟

1. ما هي آلية تقييم أساليب الترويج للسياحة الدينية في القطاع الفندقي بمكة المكرمة؟
2. ما هي القرارات الاستثمارية في القطاع الفندقي بمكة المكرمة؟
3. ما هو أثر نوع الترويج على قرارات الاستثمار في القطاع الفندقي بمكة المكرمة؟
4. ما هو أثر كثافة الترويج على قرارات الاستثمار في القطاع الفندقي بمكة المكرمة؟
5. ما هو أثر الرسائل المستخدمة في الترويج على قرارات الاستثمار في القطاع الفندقي بمكة المكرمة؟

أهداف البحث

الهدف الرئيسي للدراسة: دراسة أثر الترويج للسياحة الدينية على قرارات الاستثمار في القطاع الفندقي بمكة المكرمة.

الاهداف الفرعية للدراسة:

1. تقييم أساليب الترويج للسياحة الدينية في القطاع الفندقي بمكة المكرمة
2. دراسة القرارات الاستثمارية في القطاع الفندقي بمكة المكرمة.
3. دراسة أثر نوع الترويج على قرارات الاستثمار في القطاع الفندقي بمكة المكرمة.
4. دراسة أثر كثافة الترويج على قرارات الاستثمار في القطاع الفندقي بمكة المكرمة.
5. دراسة أثر الرسائل المستخدمة في الترويج على قرارات الاستثمار في القطاع الفندقي بمكة المكرمة.

فرضيات البحث

الفرضية الرئيسية للدراسة: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.05 للترويج للسياحة الدينية على قرارات الاستثمار في القطاع الفندقي بمكة المكرمة.

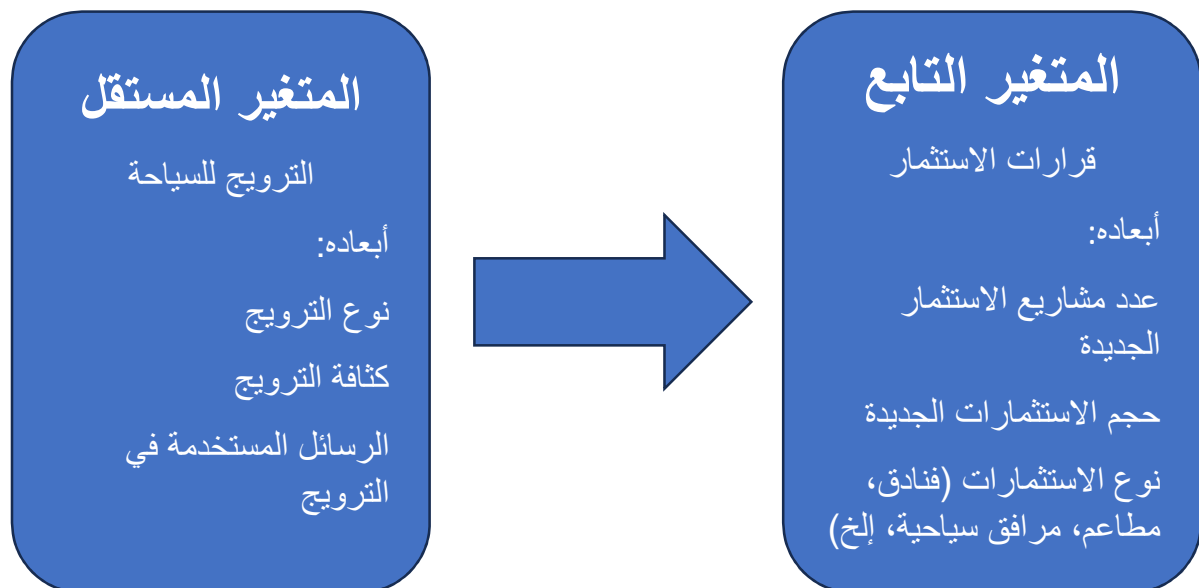
الفرضيات الفرعية للدراسة:

1. لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.05 لنوع الترويج على قرارات الاستثمار في القطاع الفندقي بمكة المكرمة.

2. لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.05 لكثافة الترويج على قرارات الاستثمار في القطاع الفندقي بمكة المكرمة.

3. لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.05 للرسائل المستخدمة في الترويج على قرارات الاستثمار في القطاع الفندقي بمكة المكرمة.

نموذج البحث



مجتمع وعينة الدراسة

مجتمع الدراسة: جميع مستثمري وأصحاب الفنادق في مكة المكرمة.

عينة الدراسة: عينة عشوائية بسيطة مكونة من 20-30 مستثمراً وصاحب فندق في مكة المكرمة.

مكان الدراسة: مكة المكرمة، وبالتحديد الأحياء الرئيسية التي تتركز فيها فنادق مكة.

أسباب اختيار مكان الدراسة:

1. مكة المكرمة هي الوجهة الرئيسية للسياحة الدينية في المملكة.
2. تتركز الكثير من الاستثمارات الفندقية في مكة نتيجة للطلب المتزايد عليها من الحجاج والمعتزمين.
3. سيسمح اختيار أصحاب الفنادق في مكة كعينة بقياس تأثير حملات الترويج للسياحة الدينية بشكل مباشر على قرارات استثماراتهم وخطط توسعاتهم المستقبلية.

المنهجية المتوقعة للبحث

المنهج الوصفي التحليلي حيث سيتم استخدام المنهج الوصفي من خلال وصف ظاهرة الترويج للسياحة الدينية وتأثيرها على قرارات الاستثمار في قطاع الفنادق بمكة المكرمة.

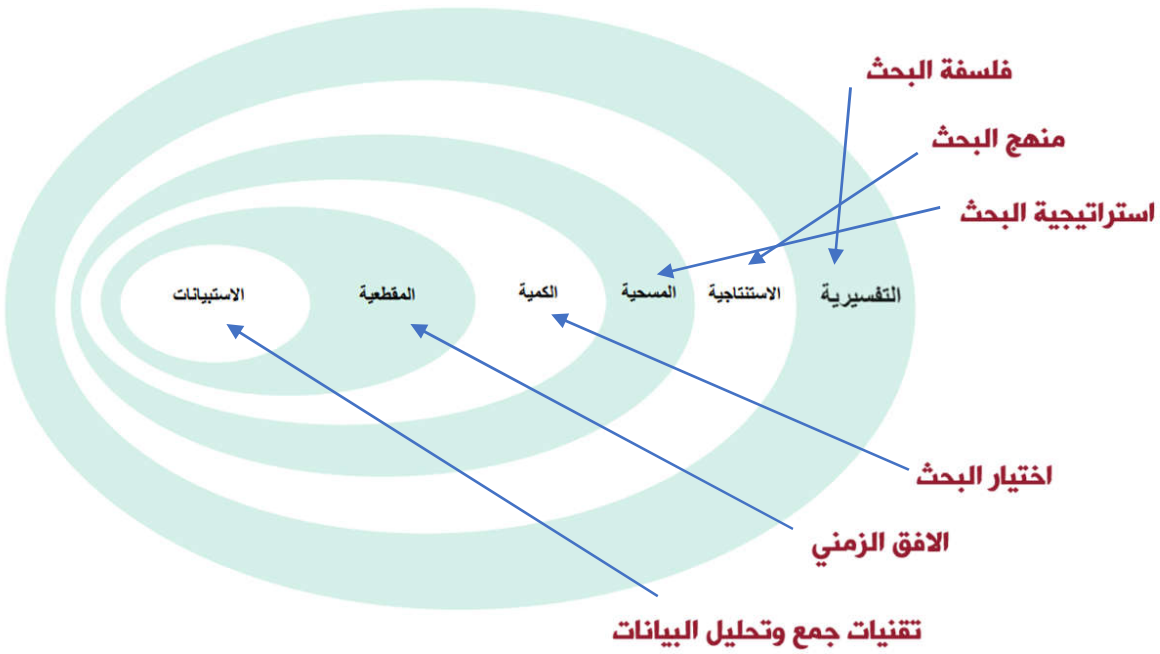
أداة جمع البيانات

الاستبانة حيث سيتم تصميم استبانة شاملة لجمع بيانات كمية وكيفية من عينة الدراسة حول موضوع البحث.

التحليل الإحصائي

سيتم استخدام برنامج SPSS لتحليل البيانات الكمية المجمعة من الاستبانات باستخدام الأساليب الإحصائية المناسبة مثل اختبار الفرضيات وتحليل الانحدار وغيرها.

بصلة البحث



المصدر: إعداد الطالب

المخطط المقترح للمشروع:

الفصل الأول: المقدمة



الفصل الثاني: الإطار النظري



الفصل الثالث: منهجية البحث



الفصل الرابع: التحليل الإحصائي



الفصل الخامس: مناقشة النتائج والخاتمة



المصدر : إعداد الطالب

الدراسات الأدبية

مقدمة:

يتعمق الفصل الخاص بالدراسات السابقة في الأدبيات الموجودة لفهم التقاطع بين تشجيع السياحة الدينية

وقرارات الاستثمار في قطاع الفنادق في مكة، بهدف سد الثغرات في فهم الآثار المحددة لهذه العلاقة.

الدراسات العربية:

دراسة التوم (2021) بعنوان: الأثر الاقتصادي لجائحة فيروس كورونا على القطاع السياحي في المملكة

العربية السعودية

هدف البحث إلى استعراض وبيان جهود تطوير وتنمية القطاع السياحي من خلال خطط التنمية في المملكة

العربية السعودية، ومن خلال رؤية المملكة 2030 وكذلك دراسة أثر جائحة فيروس كورونا على القطاع

السياحي في المملكة العربية السعودية. اعتمد البحث على المنهج الوصفي التحليلي، حيث تمت الاستعانة

بالبيانات الثانوية من مصادرها المختلفة المتمثلة في وزارة السياحة والإدارات والمراكز التابعة لها، وتقارير الهيئة

العامة للإحصاء، ومنظمة السياحة العالمية، وكل الجهات ذات الصلة. ومن ثم تحليل البيانات باستخدام

أساليب الإحصاء الوصفي المتمثلة في الجداول الإحصائية، والأشكال البيانية، والنسب المئوية. ومن أهم النتائج

التي توصل لها البحث أن القطاع السياحي قد ساهم بنسبة كبيرة في الناتج المحلي الإجمالي خلال السنوات الماضية. وأن جائحة فيروس كورونا أثرت على أداء هذا القطاع الحيوي بصورة كبيرة، مما يتطلب تدخل الحكومة لدعم هذا القطاع من خلال إجراءات وسياسات متنوعة، لعودته من أجل القيام بدوره المنوط به.

دراسة زاوي وبلعابد (2020) بعنوان: تأهيل القطاع الفندقي سياسة لتحسين مردودية القطاع السياحي

يهدف البحث إلى دراسة وتحليل عرض الخدمات الفندقية، مع التطرق لأهم العراقيل لعملية تطورها، والتي تحول دون الطريق نحو إستراتيجية ناجحة للتنمية السياحية. وباستعمال المنهج الوصفي التحليلي، خلصت النتائج إلى المركز المتدني للسياحة الجزائرية والخدمات الفندقية مقارنة مع البلدان المجاورة، بسبب العراقيل التي يعاني منها القطاع سواء في مجال توفر الخدمات الفندقية، أو مستوى انجاز المرافق اللازمة، ضعف

الاستثمار والوعي السياحي

دراسة الطوبجي وسلامة (2019) بعنوان: أثر تطبيق العدالة التنظيمية في معدل دوران العاملين في الفنادق

وشركات السياحة المصرية

يهدف هذا البحث إلى تسليط الضوء على أهمية مفهوم العدالة التنظيمية وتأثير أبعاده في خفض معدل دوران العمالة بالفنادق وشركات السياحة المصرية. تم توزيع استمارات استبيان على 25 فندقاً بمدينة شرم الشيخ،

و40 شركة سياحية بمدينة القاهرة. أسفرت النتائج عن عدم وجود فرق جوهري بين آراء العاملين بكل من الفنادق وشركات السياحة حول متغيرات الدراسة بالإضافة إلى وجود تأثير لغياب أبعاد مفهوم العدالة التنظيمية في ارتفاع معدل دوران العمالة السياحية. وبناء على ذلك تم توجيه توصية للإدارة العليا بكل من الفنادق وشركات السياحة بضرورة تبني مفهوم العدالة التنظيمية وتوظيف أبعاده لتقليل معدل دوران العمالة للوظائف التي تتأثر بها المنظمة.

دراسة حسين (2019) بعنوان: أثر قوانين الاستثمار على قرار المستثمر في صناعة الفنادق

يهدف هذا البحث إلي التعرف علي دور الدولة في تهيئة المناخ الاستثماري بصفة عامة وأهمية التشريعات والقوانين التي تساعد علي ذلك بصفة خاصة حتي تتمكن الدولة من جذب المستثمرين والاستثمارات للقطاع السياحي، اعتمد البحث في الدراسة الميدانية علي تحليل 50 استمارة استقصاء تم توزيعها علي المستثمرين في القطاع السياحي والفندقي في منطقتي البحر الأحمر والساحل الشمالي، وبتحليل النتائج توصل البحث إلي وجود العديد من العوامل و المتغيرات التي تؤثر في عملية اتخاذ قرار الاستثمار السياحي، ومن أهمها الاستقرار السياسي، والذي يعتبر أهم العوامل المؤثرة في جذب الاستثمار السياحي والفندقي، كذلك الاستقرار الاقتصادي، وثبات أسعار صرف العملات، إضافة الي البيئة التشريعية والتنظيمية المناسبة لخصائص النشاط الفندقي.

دراسة بوبعجة وزعباط (2018) بعنوان: دور الترويج في ترقية الخدمات السياحية الفندقية: دراسة حالة فندق

تاغراست - ولاية جيجل

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على دور الترويج في ترقية الخدمات السياحية الفندقية بولاية جيجل، ولتحقيق أهدافها واختيار فرضياتها تم تصميم استبيان لجمع البيانات وتطوير المقاييس، وقد توصلت الدراسة إلى أن فندق تاغراست يعتمد على عناصر المزيج الترويجي وهي الإعلان، البيع الشخصي، تنشيط المبيعات والعلاقات العامة، وساهمت هذه الأخيرة في ترقية الخدمات السياحية بالفندق.

دراسة قندوز وآخرون (2015) بعنوان: أثر الترويج السياحي في ترقية الخدمات السياحية: دراسة حالة فندق

الجزيرة بولاية جيجل

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة أثر الترويج السياحي في ترقية الخدمات السياحية بفندق الجزيرة بولاية جيجل، ومدى كفاية المعلومات الصادرة عن الفندق باستخدام عناصر المزيج الترويجي في تعريف السائح بالخدمات، ولتحقيق أهداف الدراسة واختبار مدى صحة فرضياتها قمنا بإعداد استبانة وتوزيعها على عينة من سواح الفندق موت، ت معالجتها بواسطة مجموعة من الأساليب الإحصائية التالية: ألفا كرونباخ، معامل ارتباط بيرسون، اختبار t -test في حالة عينة واحدة، وقد توصلت الدراسة إلى أن فندق الجزيرة يستخدم عناصر

المزيج الترويجي لجذب السياح وشراء خدماته السياحية وهذا تبعا لإمكاناته وموارده المادية والفنية، وكذلك لعناصر المزيج الترويجي أثر في ترقية الخدمات السياحية، ومن أجل زيادة فاعلية وكفاءة استخدام ها من طرف المؤسسة السياحية لجذب السياح إليها والمحافظة عليهم تم تقديم بعض التوصيات

الدراسات الأجنبية:

دراسة (Budovich 2023)

بعنوان

The impact of religious tourism on the economy and tourism industry

أجريت هذه الدراسة بهدف دراسة آثار السياحة الدينية على التنمية الاقتصادية للمستوطنات التقليدية. أما منهج البحث فهو وصفي وتحليلي. المتغير المستقل هو "السياحة الدينية" والذي يتم قياسه بـ 10 مكونات، والمتغيرات التابعة هي "الدخل" و"العمالة" في المناطق السياحية، والتي تتم دراستها بـ 10 مكونات في روسيا، على التوالي. تم تحليل البيانات باستخدام برنامج SPSS، ثم تم استخدام اختبار ارتباط بيرسون والانحدار الخطي البسيط. علاوة على ذلك، تم استخدام برنامج نظام المعلومات الجغرافية (GIS) لإظهار الوزن المكاني التقليدي للدراسة. وتظهر نتائج الانحدار أن السياحة الدينية كانت فعالة بنسبة 0.77 على الدخل، و0.66 على العمالة، و0.72

على اقتصاد المستوطنات التقليدية. وفي الواقع، كان لتطور السياحة الدينية في المناطق ذات الطقوس الدينية والتقليدية تأثير إيجابي على خلق فرص العمل وزيادة الدخل والازدهار الاقتصادي. وبشكل عام تعتبر السياحة الدينية بخصائصها البنوية والوظيفية عاملاً مهماً في تنشيط اقتصاد المناطق التي تتمتع بهذا الامتياز.

دراسة (Alanzi et al. (2023)

بعنوان

Religious Tourism Demand and Country Prosperity: An Empirical Study of Saudi Arabia

تتناول هذه الدراسة تأثير مستوى ازدهار الوجهة على تدفقات السياحة الدينية إلى المملكة العربية السعودية. تم اختبار النموذج تجريبياً على لجنة مكونة من 21 دولة من عام 2000 إلى عام 2019. وقد تم تقدير نماذج جاذبية اللوحة الديناميكية باستخدام نهج فرق الطريقة المعممة للحظات (GMM). ووجدت الدراسة أن مؤشر حقوق الإنسان ومؤشر الرخاء، والكلام الشفهي، والدخل السعودي، ودخل البلد الأصلي، والاستثمار في السياحة في الوجهة، كلها كان لها تأثير إيجابي وهام على الطلب على السياحة الدينية. وفي المقابل، كان لتكلفة السفر وتكلفة المعيشة في الوجهة، والمخاطر السياسية، والقيود المفروضة على التأشيرات، ودرجة الحرارة النسبية،

تأثير عكسي وكبير. وتشير المعاملات المقدرة إلى أن المملكة العربية السعودية يجب أن تستثمر في خدمات عالية الجودة لجعل الزيارات الدينية تجربة ممتعة لا تنسى. وتتمثل أصالة البحث في استخدام عوامل غير اقتصادية جديدة مثل الرخاء وحقوق الإنسان وكذلك العوامل الاقتصادية في تقدير الطلب السياحي للأغراض الدينية.

دراسة (Kayal 2023)

بمعنوان

. The personas and motivation of religious tourists and their impact on intentions to visit religious sites in Saudi Arabia

الغرض من هذه الورقة هو توفير المعرفة الشاملة والنظرية والعملية التي من شأنها أن تساعد صناع القرار في اتخاذ قرارات مستنيرة عند الترويج للعديد من المواقع الدينية في المملكة العربية السعودية. على وجه التحديد، تبحث هذه الدراسة في شعبية العديد من المواقع الدينية، وشخصيات الزوار المحتملين ونواياهم للزيارة. وتستخدم الدراسة العديد من الأساليب المنهجية لتحقيق هدفها الرئيسي، وهي تحليل اتجاهات جوجل، والتحليل العنقودي للوسائل K، وتحليل الانحدار الخطي.

وتكشف النتائج أن العديد من المواقع الدينية في المملكة العربية السعودية تحظى بشعبية كبيرة ولديها إمكانية لمزيد من الدراسة من قبل مختلف أصحاب المصلحة. بالإضافة إلى ذلك، تم تحديد أربع شخصيات يمكن أن تساعد صناع القرار وممارسي التسويق في تصميم خطط مناسبة للزوار المحتملين بناءً على دوافع المشاركين والتركيبية السكانية. علاوة على ذلك، لوحظ وجود ارتباط كبير بين ثلاثة متغيرات تحفيزية (احترام الذات والعلاقة والاحتياجات الفسيولوجية) ونوايا المشاركين في الزيارة.

دراسة (Hassan et al. (2022

بعنوان

Segmentation of religious tourism by motivations: A study of the pilgrimage to the city of Mecca

تهدف الدراسة الحالية حول الحج إلى مكة إلى: (1) تحديد الأبعاد التحفيزية للطلب على السياحة الدينية، (2) تحديد شرائح الطلب على السياحة الدينية، (3) تحديد العلاقة بين الشرائح والقطاعات الاجتماعية. الجوانب الديموغرافية، و (4) تحديد العلاقة بين الشرائح السياحية ورضاهم وولائهم في وجهة السياحة الدينية بمكة المكرمة. تم إجراء البحث على الحجاج الذين زاروا مكة والذين يعيشون في البحرين، وهي دولة تقع على الخليج

العربي، حيث معظم سكانها مسلمون. وتألّفت العينة من 350 استطلاعاً تم الحصول عليها عبر الإنترنت. تم استخدام تحليل مجموعات العامل والوسائل K لتقليل البيانات وتجميعها. وأظهرت النتائج ثلاثة أبعاد تحفيزية: الدينية والاجتماعية والثقافية والتسوق. بالإضافة إلى ذلك، كانت هناك أيضاً ثلاث شرائح للطلب: "الدوافع المتعددة"، مع درجات عالية في جميع المتغيرات التحفيزية، و"السياح السلبيون" مع مستويات منخفضة من التحفيز، و"الدينية"، مع دوافع في المتغيرات المتعلقة بالدين. وقد حققت شريحة "الدوافع المتعددة" و"الدينية" مستويات عالية من الرضا والولاء. ستكون النتائج بمثابة أدلة لإدارة الوجهات الدينية وتساهم في الأدبيات الأكاديمية حول هذا الموضوع.

دراسة (2018) Mohamed

بعنوان

The influence of religiosity upon Muslim tourists' travel decision-making processes for an Islamic leisure destination

تبحث هذه الدراسة في ما إذا كان الدين يؤثر على عملية اتخاذ القرار السياحي الإسلامي إلى وجهة ترفيهية إسلامية. تم تطوير نموذج مفاهيمي بالمعرفة المسبقة والعالمية والمشاركة كعوامل سابقة للصورة. شكل الرضا

والولاء نتائج سلوكية. قام التدين الإسلامي بتقييم التأثير المعتدل للدين على اتخاذ القرار السياحي. ومن خلال عدسة الواقعية ونهج الأساليب المختلطة، تم جمع البيانات من 961 استبيانًا استقصائيًا و36 مقابلة قصيرة مع سائحين مسلمين يزورون جزر المالديف. تم تحليل النتائج الكمية باستخدام نمذجة المعادلة الهيكلية الجزئية ذات المربعات الصغرى. تدعم النتائج الكمية العلاقات الإيجابية بين العوامل السابقة المقترحة وعوامل النتائج السلوكية لصورة الوجهة. تظهر النتائج الكمية أن التدين الإسلامي يعدل العلاقات بين مراحل ما قبل الزيارة وأثناءها وبعدها. ومع ذلك، تظهر النتائج دعمًا لبعدين فقط: القيمة الدينية والارتباط بالمجتمع الديني مع عدم دعم المعتقد الديني وأبعاد الممارسة الدينية. تدعم النتائج الكمية تصور المعرفة السابقة باعتبارها بنية تكوينية. بالإضافة إلى ذلك، تدعم النتائج صورة الوجهة والولاء كبنيات ذات ترتيب أعلى. ولتحقيق هذه الغاية، توفر النتائج الكمية مساهمات متقدمة من الناحية النظرية في اختبار علاقتها بالصورة الوجهة والمتغيرات الأخرى. تساهم النتائج النوعية في الفهم المحدود لصورة الوجهة الإسلامية في الأدب. تدعو هذه الأطروحة الباحثين في مجال السياحة الإسلامية إلى عدم قصر تركيزهم على السمات الإسلامية فقط. حددت هذه الدراسة أن السمات الإسلامية وغير الإسلامية مهمة للسياح المسلمين الذين يزورون وجهة إسلامية ترفيهية. يشير هذا البحث إلى أن ارتباط السياح المسلمين بقيمتهم الدينية وشعورهم بالانتماء إلى المجتمع الديني، يمكن أن يؤثر على ما يطلبونه وكيف يتصرفون في وجهة ترفيهية إسلامية. يمكن للبحث المستقبلي مقارنة سلوك السائحين

المسلمين في وجهة مماثلة مثل ماليزيا وإندونيسيا. علاوة على ذلك، فإن وجود غير المسلمين في إطار السياحة الإسلامية سيكون بمثابة بحث مثير للاهتمام.

دراسة (Henderson 2011)

بمعنوان

. Religious tourism and its management: The hajj in Saudi Arabia

تحدد هذه الورقة القضايا الرئيسية لسياحة الحج المتعلقة بالطلب والتوفير والتي تتم مناقشتها في سياق الحج المعاصر. إن حج المسلمين إلى المدن التي يعتبرونها مقدسة في المملكة العربية السعودية هو مثال مميز يتضمن الحركة الجماعية للحجاج كل عام. يتم التحكم في الأعداد بشكل صارم، ولكنها من المتوقع أن ترتفع مع اتباع الحكومة لسياسة توسيع المساحة في بعض الأماكن المقدسة وتشجيع زيادة المعروض من أماكن الإقامة وغيرها من المرافق بالإضافة إلى تعزيز البنية التحتية الداعمة. بعض المشاريع طموحة للغاية، مما يؤدي إلى تساؤلات حول ما إذا كانت وتيرة التنمية مستدامة. الغرض من الدراسة هو تحسين فهم تقرد وأهمية ظاهرة الحج وإلقاء الضوء على تحديات إدارة فعاليات السياحة الدينية واسعة النطاق في عالم القرن الحادي والعشرين المتغير.

تعقيب على الدراسات السابقة:

أولاً: من حيث أهداف الدراسة:

توافقت دراسة التوم (2021) ودراسة (Henderson 2011) في هدف دراسة أثر الجائحة والتحديات على القطاع السياحي، ودراسة زاوي وبلعابد (2020) ودراسة قندوز وآخرون (2015) ودراسة بوبعجة وزعباط (2018) في هدف دراسة دور الترويج في ترقية الخدمات السياحية الفندقية. بينما اختلفت دراسة الطوبجي وسلامة (2019) في دراسة أثر العدالة التنظيمية على معدلات دوران العمالة، ودراسة حسين (2019) في دراسة أثر قوانين الاستثمار على قرار المستثمر، ودراسة (Budovich 2023) في دراسة أثر السياحة الدينية على الاقتصاد، ودراسة (Alanzi et al. 2023) في دراسة تأثير مستوى ازدهار الوجهة على تدفقات السياحة الدينية، ودراسة (Kayal 2023) في دراسة حوافز وشخصيات السياح الدينيين ونواياهم لزيارة المواقع الدينية، ودراسة (Hassan et al. 2022) في دراسة تقسيم السياحة الدينية حسب الحوافز ودراسة حجاج مكة، ودراسة (Mohamed 2018) في دراسة تأثير التدين على عملية اتخاذ القرار السياحي للمسلم.

ثانياً: من حيث منهج الدراسة:

اتفقت دراسة التوم (2021) ودراسة زاوي وبلعابد (2020) ودراسة الطوبجي وسلامة (2019) ودراسة حسين (2019) ودراسة قندوز وآخرون (2015) على استخدام المنهج الوصفي التحليلي، بينما اختلفت دراسة بوبعجة وزعباط (2018) في استخدام المنهج الاستقصائي، ودراسة Budovich (2023) في استخدام اختبار ارتباط بيرسون والانحدار الخطي البسيط، ودراسة Alanzi et al. (2023) في استخدام نماذج جاذبية اللوحة الديناميكية، ودراسة Kayal (2023) في استخدام تحليل اتجاهات جوجل والتحليل العنقودي والانحدار الخطي، ودراسة Hassan et al. (2022) في استخدام تحليل مجموعات العامل والوسائل K، ودراسة Mohamed (2018) في استخدام الأساليب المختلطة الكمية والنوعية.

ثالثاً: من حيث أداة الدراسة:

توافقت دراسة الطوبجي وسلامة (2019) ودراسة حسين (2019) ودراسة بوبعجة وزعباط (2018) ودراسة قندوز وآخرون (2015) ودراسة Hassan et al. (2022) ودراسة Mohamed (2018) في استخدام الاستبيان كأداة لجمع البيانات، بينما اعتمدت دراسة التوم (2021) على البيانات الثانوية، ولم تذكر دراسة زاوي وبلعابد (2020) أداة محددة، واستخدمت دراسة Budovich (2023) برنامج SPSS ونظام المعلومات الجغرافية، ولم تذكر دراسة Alanzi et al. (2023) أداة محددة، واستخدمت دراسة Kayal (2023) تحليل اتجاهات جوجل.

رابعاً: من حيث مكان الدراسة:

تناولت دراسة التوم (2021) ودراسة Alanzi et al. (2023) ودراسة Kayal (2023) ودراسة Hassan (2022) et al. ودراسة Henderson (2011) المملكة العربية السعودية كمكان للدراسة، بينما تناولت دراسة زاوي وبلعابد (2020) ودراسة بوبعجة وزعباط (2018) ودراسة قندوز وآخرون (2015) الجزائر، ودراسة الطوبجي وسلامة (2019) ودراسة حسين (2019) مصر، ودراسة Budovich (2023) روسيا، ودراسة Mohamed (2018) جزر المالديف.

خامساً: من حيث عينة الدراسة:

اتفقت دراسة الطوبجي وسلامة (2019) ودراسة حسين (2019) في اعتمادهما على عينات من المستثمرين والعاملين في القطاع السياحي والفندقي، بينما اعتمدت دراسة التوم (2021) على بيانات ثانوية، ولم تذكر دراسة زاوي وبلعابد (2020) العينة، وطبقت دراسة بوبعجة وزعباط (2018) على فندق تاغراست، وطبقت دراسة قندوز وآخرون (2015) على فندق الجزيرة، ولم تذكر دراسة Budovich (2023) العينة، وطبقت دراسة Alanzi et al. (2023) على 21 دولة، واعتمدت دراسة Hassan et al. (2022) على عينة من حجاج مكة، واعتمدت دراسة Mohamed (2018) على عينة من السائحين المسلمين في جزر المالديف.

مميزات الدراسة الحالية

- التركيز على تأثير الترويج للسياحة الدينية على قطاع الفنادق في مكة المكرمة: تركز الدراسات السابقة بشكل أساسي على تأثيرات عامة للسياحة الدينية، في حين أن الدراسة الحالية تركز بشكل خاص على تأثيرها على قطاع الفنادق في مدينة مقدسة مميزة
- إدراج مجموعة واسعة من متغيرات الترويج: تتضمن الدراسة مجموعة واسعة من عناصر المزيج الترويجي، بما في ذلك الإعلان والعلاقات العامة والمبيعات الشخصية، لفحص تأثيرها على قرارات الاستثمار في قطاع الفنادق .
- استخدام أحدث البيانات والتقنيات التحليلية: تعتمد الدراسة على بيانات حديثة وتستخدم تقنيات تحليلية متطورة، مثل نمذجة المعادلات الهيكلية، للحصول على نتائج دقيقة ودقيقة.

الفجوة في الدراسات السابقة

- افتقار إلى التركيز المحدد على قطاع الفنادق: لم تركز الدراسات السابقة بشكل كافٍ على التأثيرات المحددة للترويج للسياحة الدينية على قطاع الفنادق في مكة المكرمة .

-
- التركيز المحدود على عناصر المزيج الترويجي: عادةً ما تفتقر الدراسات السابقة إلى الفحص الشامل لعناصر المزيج الترويجي، مما يحد من فهم تأثيرها على قرارات الاستثمار في قطاع الفنادق .
 - اعتمادها على بيانات قديمة: غالبًا ما تعتمد الدراسات السابقة على بيانات قديمة، مما قد لا يعكس الواقع الحالي للترويج للسياحة الدينية وتأثيرها على قطاع الفنادق.

نقاط الضعف التي تحاول الدراسة الحالية علاجها

- ملء الفجوة في المعرفة حول تأثير الترويج للسياحة الدينية على قطاع الفنادق في مكة المكرمة: تسعى الدراسة الحالية إلى ملء هذه الفجوة من خلال توفير فهم مفصل للتأثيرات المحددة لجهود الترويج على قرارات الاستثمار في الفنادق .
- توسيع فهم عناصر المزيج الترويجي: من خلال فحص تأثير مجموعة واسعة من عناصر المزيج الترويجي، ستوفر الدراسة نظرة شاملة عن كيفية تأثير هذه العناصر على قرارات الاستثمار في قطاع الفنادق .

توفير بيانات وأفكار جديدة: ستساعد البيانات والتحليلات الحديثة المستخدمة في الدراسة الحالية على توفير

نظرة ثاقبة محدثة عن تأثير الترويج للسياحة الدينية على قطاع الفنادق، مما يساعد صناع القرار على اتخاذ

قرارات مستنيرة.

المراجع

- التوم، عبد الله. (2021). "الأثر الاقتصادي لجائحة فيروس كورونا على القطاع السياحي في المملكة العربية السعودية". المجلة العربية للنشر العلمي (AJSP)، العدد الخامس والثلاثون، ISSN: 275 . 2663-5798. <https://www.ajsp.net>
- زاوي ش.، وبلعابد ن. (2020). تأهيل القطاع الفندقي سياسة لتحسين مردودية القطاع السياحي. مجلة البشائر الاقتصادية، 5(3)، 671-690.
- الطوبجي، أحمد عرفان، وسلامة، وجيه محمد السيد. (2019). أثر تطبيق العدالة التنظيمية في معدل دوران العاملين في الفنادق وشركات السياحة المصرية. مجلة اتحاد الجامعات العربية للسياحة والضيافة، مج16، ع1، 100 - 111.
- حسين، إسماعيل. (2019). أثر قوانين الاستثمار على قرار المستثمر في صناعة الفنادق. مجلة كلية السياحة والفنادق - جامعة مدينة السادات، 3(2)، 115-130.
- بوعجة، ف. وزعباط، س (2018). دور الترويج في ترقية الخدمات السياحية الفندقية: دراسة حالة فندق تاغراست - ولاية جيجل مذكرات الماجستير، جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل.
- قندوز، ن. وخلاف، ف. وبوزيدي، ر. (2015). أثر الترويج السياحي في ترقية الخدمات السياحية: دراسة حالة فندق الجزيرة بولاية جيجل، مذكرة الماجستير، جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل.

حمدان، بدر. وأبو شرخ نادر. (2019). أثر الاستثمار في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على النمو الاقتصادي الفلسطيني. مجلة أبحاث الإدارة والاقتصاد، 1(4)، 33-51.

<https://doi.org/10.48100/merj.v1i4.56>

الدليمي، حنان نجم الدين محمود، قاسم، حيدر يحيى، علي، علي ثامر. (2023). دراسة تأثير ممارسات التسويق البيئي على رضا العملاء على عملاء بعض الفنادق في بغداد. مجلة تكريت للعلوم الإدارية

والاقتصادية، 19(64، 2)، 666-681. <https://doi.org/10.25130/tjaes.19.64.2.35>

الشمري، مسلم علي. (2022). عكسات إيجابية نحو السياحة في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية في

العراق. مجلة الآداب، 1(142)، 321-330. <https://doi.org/10.31973/aj.v1i142.1821>

عبد روبرت، فاضل مهدي. و الحدراوي، حامد كريم. (2023). بناء نموذج محوسب لتقدير بعض المؤشرات

المالية وانعكاساتها على اتخاذ القرار الاستراتيجي. مجلة آداب الكوفة، 1(55)، 142-159.

<https://doi.org/10.36317/kaj/2023/v1.i55.11267>

العتيبي، سحر بنت نهار. و المستادي ولاء بنت عبد الله. (2023). دور الإدارة العامة للإدارة العامة للإدارة

العامة لمنطقة مكة المكرمة. المجلة الأكاديمية للأبحاث والنشر العلمي، 4(48)، 363-406.

<https://doi.org/10.52132/ajrsp/v4.48.13>

العتيبي، سعد عزيز. (2022). نجاح تطبيق نظام إدارة الجودة الشاملة في المؤسسات الحكومية (دراسة

تطبيقية على المؤسسات الحكومية في مكة المكرمة). المجلة العالمية للاقتصاد والأعمال، 12(5)، 533-

551. <https://doi.org/10.31559/gjeb2022.12.5.1>

-
- العفيفي، عبد الملك مسلم سالم. (2024). تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على خدمة الأسر المعيشية (دراسة تطبيقية على الأسر من السعودية بجمعية المودة السكنية لمنطقة مكة المكرمة). المجلة الأكاديمية للأبحاث والنشر العلمي، 5(58)، 74-120. <https://doi.org/10.52132/ajrsp/v5.58.4>
- غازي، مروان فيصل وجاسم، مثى روكان (2023). معايير التأثير (ifrss) في الجودة الاستحقاق وانعكاسه على اتجاه القرار الاستثماري: دراسة تطبيقية على التأثير من نيك والمدرجة في سوق العراق لأوراق المالية. مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية، 19(62)، 1-16. <https://doi.org/10.25130/tjaes.19.62.1.1>
- اللهابي، بخيته مبارك. (2022). اتجاهات أولياء الأمور الحديثة في مدينة مكة المكرمة نحو استخدام أبنائهم للتقنية في ضوء بعض الاستخدامات الديموغرافية. مجلة العلوم التربوية و النفسية، 6(52)، 136-162. <https://doi.org/10.26389/ajsrp.l150522>
- الليل، أفنان أسامة جمل. وأكرم، هديل عبد الله. (2022). الاغتراب الأسري الذي تحدثه وسائل التواصل الاجتماعي لدى المجتمع الفلسطيني من وجهة النظر الدينية في مدينة مكة: دراسة ميدانية. مجلة العلوم التربوية و النفسية، 6(23)، 149-172. <https://doi.org/10.26389/ajsrp.n141021>
- مهلهل، مصلح عوض. (2023). تاريخ الدراسة الدينية في العراق. مجلة كلية التربية الأساسية، 1(SI)، 264-10623257/cbej.v1isi. <https://doi.org/10.35950/cbej.v1isi.10623257-264>

نعمة عماد صالح ومحمد، خميل نايف. (2021). جودة مؤشرات المؤشرات الحيوية في الدراسات الاستقصائية الاستثمارية لآراء ملونة من متري المؤشرات الخارجية. مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية،

17(55، 2)، 38-20. <https://doi.org/10.25130/tjaes.17.55.2.2>

النمري، ماهر عبدالرحمن. (2023). أثر التحول الرقمي في مدارس التعليم العام في مواجهة التحديات والتطورات المستمرة في العالم من وجهة نظر المعلمين بمنطقة مكة المكرمة. مجلة العلوم التربوية و النفسية،

18-1. (30) <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e154867>

<https://doi.org/10.26389/ajsrp.r020423>

الياسري، وهاب . و كاظم، احمد. (2022). التوجهات المستقبلية المستقبلية وتخطيط الخدمات السياحية في مدينتي النجف والكوفة. مجلة مركز دراسات الكوفة، 1(64)، 93-120.

<https://doi.org/10.36322/kscj.v1i64.3615>

Aji, H., Muslichah, I., & Seftyono, C. (2020). The determinants of muslim travellers' intention to visit non-islamic countries: a halal tourism implication. Journal of Islamic Marketing, 12(8), 1553-1576. <https://doi.org/10.1108/jima-03-2020-0075>

Amaro, S., Antunes, Â., & Henriques, C. (2018). A closer look at santiago de compostela's pilgrims through the lens of motivations. Tourism Management, 64, 271-280. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.09.007>

-
- Boğan, E. and Sarıışık, M. (2019). Halal tourism: conceptual and practical challenges. *Journal of Islamic Marketing*, 10(1), 87–96. <https://doi.org/10.1108/jima-06-2017-0066>
- Nawaz, M., Guo, J., Nawaz, S., & Hussain, S. (2023). Sustainable development goals perspective: nexus between christians' religious tourism, geopolitical risk, and co2 pollution in italy. *Environmental Science and Pollution Research*, 30(22), 62341–62354. <https://doi.org/10.1007/s11356-023-26463-x>
- Quaium, A., Al-Nabhan, N., Rahaman, M., Salim, S., Noor, J., Hossain, M., ... & Islam, A. (2023). Towards associating negative experiences and recommendations reported by hajj pilgrims in a mass-scale survey. *Heliyon*, 9(5), e15486.
- Tabash, M., Farooq, U., Refae, G., Al-Faryan, M., & Athamena, B. (2023). Impact of religious tourism on the economic development, energy consumption and environmental degradation: evidence from the kingdom of saudi arabia. *Tourism Review*, 78(3), 1004–1018. <https://doi.org/10.1108/tr-07-2022-0347>
- Budovich, L. S. (2023). The impact of religious tourism on the economy and tourism industry. *HTS Teologiese Studies/Theological Studies*, 79(1), 8607.

Alanzi, E. M., Kulendran, N., & Nguyen, T. H. (2023). Religious Tourism Demand and Country Prosperity: An Empirical Study of Saudi Arabia. *International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage*, 11(2), 5.

Kayal, G. (2023). The personas and motivation of religious tourists and their impact on intentions to visit religious sites in Saudi Arabia. *International Journal of Tourism Cities*, 9(1), 201–219.

Hassan, T., Carvache–Franco, M., Carvache–Franco, W., & Carvache–Franco, O. (2022). Segmentation of religious tourism by motivations: A study of the pilgrimage to the city of Mecca. *Sustainability*, 14(13), 7861.

Mohamed, N. (2018). *The influence of religiosity upon Muslim tourists' travel decision-making processes for an Islamic leisure destination* (Doctoral dissertation, Social Sciences).

Henderson, J. C. (2011). Religious tourism and its management: The hajj in Saudi Arabia. *International Journal of Tourism Research*, 13(6), 541–552.

جدول المحتويات

2	المقدمة
5	مشكلة الدراسة
6	أهمية الدراسة
7	أسئلة البحث
8	أهداف البحث
9	فرضيات البحث
9	نموذج البحث
10	مجتمع وعينة الدراسة
10	المنهجية المتوقعة للبحث
10	أداة جمع البيانات
10	التحليل الإحصائي
11	بصلة البحث
12	المخطط المقترح للمشروع:
13	الدراسات الأدبية
30	المراجع
36	جدول المحتويات