Strategic planning for the development of religious tourism in blessed monuments with the aim of entrepreneurship and sustainable employment using SWOT matrix.

Mahdi Esnaasharan[1]
Somayye Mahdavi [2]
Fae'ze Qiasvand [3]

Abstract

Religious tourism is one of the oldest types of tourism in the world. All religions around the world have different places and religious monuments that have become one of their important tourist attractions. The presence of thousands of tombs, imamzadeh, mosque, Hosseiniyeh, shrines and tombs of religious figures in Iran has also become the destination of countless religious tourists. Identifying the potential capacities of religious places and developing religious tourism requires identification and planning in its multiple dimensions. Strategic planning is one of the possible ways to achieve this goal. In this research, development strategies for the development of religious tourism in Bekaa Motbareke with the aim of entrepreneurship and sustainable employment have been discussed using SWOT matrix. The analysis of the internal and external environment was examined in 10 religious, cultural, social, security, civil, science and technology, political and legal, environmental, economic and situational dimensions. In all these dimensions, a total of 36 strategies, 259 executive policies and 385 programs have been proposed.

Key words: strategic planning, religious tourism, blessed monuments, swot technique.

1. PhD in media management (author in charge)
esnaasharan@gmail.com
2. Master of Economics
somayehmahdavi14@gmail.com
3. Master of Economics

فصل نامه علمی مطالعات بقاع و اماکن متبرکه
| العالم الاول | العدد ١ | الربيع ١٤٤٥

التخطيط الاستراتيجي لتنميه السياحه الدينيه للاماكن المباركه بهدف ايجاد فرص عمل مستدامه باستخدام منظومه swot

مهدی اثنی عشران [١]
سمیه مهدوی [٢]
فائزه غیاثوند[٣]

الخلاصه

تعتبر السياحه الدينيه من أقدم أنواع السياحه في العالم. تمتلک جميع الديانات و الأديان و المذاهب في جميع انحاء العالم أماكن و آثار دينيه مختلفه بحيث أصبحت من أهم معالم السياحه فيها. كما أصبح وجود الآلاف من المقابر و ابناء الائمه و المساجد و الحسينيات والأضرحه و مقابر الشخصيات الدينيه في إيران وجهه لعدد لا يحصى من السياح الدينيين. إن تحديد القدرات المحتمله للأماكن الدينيه و تطوير السياحه الدينيه يتطلب التعرف علىها و التخطيط لها بأبعادها المتعدده. التخطيط الاستراتيجي هو إحدى الطرق الممكنه لتحقيق ذلك. تمت في هذا البحث مناقشه استراتيجيات تطوير السياحه الدينيه في الاماكن المباركه بهدف رياده الأعمال و التوظيف المستدام باستخدام منظومه SWOT . تم دراسه تحليل البيئه الداخليه و الخارجيه في ١٠ أبعاد مذهبيه،ثقافيه، اجتماعيه، أمنيه، مدنيه، علميه، تكنولوجيه، سياسيه، قانونيه، بيئيه، اقتصاديه و محيطيه. وفي جميع هذه الأبعاد تم اقتراح ٣۶ استراتيجيه و٢۵٩ سياسه تنفيذيه و٣٨۵ برنامجاً.

الكلمات المفتاحيه: التخطيط الاستراتيجي، السياحه الدينيه، الاماكن المباركه، تقنيه swot

١. دكتوراه في إداره الإعلام (المؤلف المسؤول)
esnaasharan@gmail.com
٢. ماجستير اقتصاد
gmail.com@somayehmahdavi١۴
٣. ماجستير اقتصاد

برنامه‌ریزی راهبردی توسعه گردشگری مذهبی بقاع متبرکه باهدف کارآفرینی و اشتغال پایدار با استفاده از ماتریس swot

مقاله پژوهشی

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۴/۱۲ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۱۰/۲۲

مهدی اثنی‌عشران[۱]
سمیه مهدوی [۲]
فائزه غیاثوند [۳]

چکیده

گردشگری مذهبی یکی از قدیمی‌ترین انواع گردشگری از گذشته تاکنون در جهان به شمار می‌آید. تمامی ادیان و مذاهب در سراسر جهان اماکن و آثار مذهبی مختلفی دارند که به یکی از جاذبه‌های مهم گردشگری آن‌ها تبدیل شده است. وجود هزاران بقعه، امامزاده، مسجد، حسینیه، قدمگاه و آرامگاه شخصیت‌های مذهبی در ایران نیز مقصد گردشگران مذهبی بی‌شماری شده است. شناسایی ظرفیت‌های بالقوه مکان‌های مذهبی و توسعه گردشگری مذهبی، نیازمند شناسایی و برنامه‌ریزی در ابعاد چندگانه آن است. برنامه‌ریزی راهبردی، یکی از مسیرهای ممکن، برای رسیدن به این مهم است. در این پژوهش به تدوین راهبردهای توسعه گردشگری مذهبی بقاع متبرکه باهدف کارآفرینی و اشتغال پایدار با استفاده از ماتریس swot پرداخته شده است. تحلیل محیط داخلی و خارجی، در ۱۰ بعد مذهبی، فرهنگی، اجتماعی، امنیتی، عمرانی، علم و فناوری، سیاسی و قانونی، زیست محیطی، اقتصادی و محیطی مورد بررسی قرار گرفت. در تمام این ابعاد، مجموعاً ۳۶ راهبرد، ۲۵۹ سیاست اجرایی و ۳۸۵ برنامه پیشنهاد شده است.

کلیدواژه‌ها: برنامه‌ریزی راهبردی، گردشگری مذهبی، بقاع متبرکه، تکنیک swot

۱. دکتری مدیریت رسانه (نویسنده مسئول)
esnaasharan@gmail.com
۲. کارشناس ارشد اقتصاد
somayehmahdavi14@gmail.com
۳. کارشناس ارشد اقتصاد

فصل نامه علمی مطالعات بقاع و اماکن متبرکه

مقدمه

واژه «گردشگری» معادل کلمه لاتین «توریسم»[1] که برگرفته از لغت فرانسوی «تور»[2] است و به معنای چرخش، طی‌کردن و سیرکردن می‌باشد. تعریف سازمان جهانی گردشگری از گردشگر عبارت است از کسی که به‌قصد گذراندن اوقات فراغت، کسب‌وکار و اهداف دیگر برای مدتی کمتر از یک سال متوالی خارج از اقامتگاه معمول خود به سر می‌برد. گردشگری انواع مختلفی دارد. به‌طوری که جلال نصیریان در مقاله خود ۶۲ نوع گردشگری را معرفی کرده است که از آن جمله می‌توان به گردشگری طبیعی، گردشگری تاریخی، گردشگری سلامت، گردشگری ورزشی، گردشگری مذهبی و... اشاره کرد (نصیریان، ۱۳۸۹: ۵۸).

گردشگری مذهبی، شکلی از اشکال گردشگری است. مذهب یکی از قدیمی‌ترین عوامل اجتماع برای گردآوردن جمعیت‌ها و ایجاد فرقه‌ها و بالأخره برای به وجود آوردن اقوام و دولت‌ها بوده است. به عبارت دیگر، مذهب مهم‌ترین عوامل فرهنگی است که به ارزش‌های انسانی، رفتارها، تجربیات و ساختار معنا می‌دهد. در مکتب جغرافیای فرهنگی برکلی، به مذهب، به‌صورت یک فرا ارگانیک که در چشم‌اندازهای فرهنگی تأثیر می‌گذارد، نگاه می‌شود. مهم‌ترین عناصر این چشم‌اندازهای فرهنگی، اماکن مذهبی مانند امامزاده‌ها، مساجد، کلیساها، معابد و... هستند. اماکن مذهبی جایی هستند که مردم جذب آن‌ها می‌شوند، جاهایی که قدرت الهی به یکباره در نتیجه جاذبه‌های روحانی آن مکان‌ها شکوفا می‌شود. بررسی سفرهای زیارتی نشان می‌دهد سفرهای زیارتی حتی در ۳۰۰۰ سال قبل نیز رواج داشته است؛ بنابراین زیارت سفری است که شامل تجربه‌های زیارتی، بازدید از هنرهای اسلامی مکان‌های زیارتی، برآورده شدن نیازهای معنوی و... می‌شود (ابراهیم‌زاده و همکاران، ۱۳۸۹: ۱۱۶).

گردشگری مذهبی، نوعی از گردشگری که بر موانع گوناگون از جمله موانع آب‌وهوایی و... غلبه می‌نماید و با تغییرات فصلی و تحولات آب‌وهوایی تعداد گردشگران و بازدید از شهرها و مراکز مذهبی تغییر نمی‌کند. شارپلی و ساندرام (۲۰۰۵) گردشگری مذهبی را به‌عنوان مسافرتی که به‌وسیله ایمان یا دلایل مذهبی برانگیخته می‌شود تعریف می‌کند و از طرفی جهانگرد مذهبی را شخصی مذهبی یا غیرمذهبی (بدون التزام به داشتن اعتقاد کامل مذهبی) که مکان خارج از محیط معمولش را به‌قصد معنا یا رشد مذهبی، بدون توجه به نیت او، ولی در یک زمینه مقدس دیدار می‌کند تعریف می‌کند. گردشگران مذهبی را می‌توان به دو گروه تقسیم کرد: یکی زائران، یا کسانی که انگیزه آن‌ها از مسافرت، فقط انجام امور مذهبی است، و زمان و مدت اقامتشان تابع اوقات فراغت نیست؛ و دیگری، گردشگران مذهبی که ضمن انجام زیارت و شرکت در مراسم مذهبی از مکان‌های دیگر گردشگری اعم از مذهبی و غیر زیارتی نیز دیدن می‌کنند و یا به عبارتی، اهداف مسافرت آن‌ها چندمنظوره با اولویت زیارت است (مؤمنی و همکاران،۱۳۸۷: ۱۴).

گردشگری دینی و گردشگری مذهبی اکثر مواقع یکسان گرفته می‌شوند؛ ولی با توجه به تعاریف هر کدام، می‌توان گفت که گردشگری دینی بخشی از گردشگری مذهبی محسوب می‌شود.

1. Tourism
2. tour

جهانگردی دینی ویژه کسانی است که برای مقصد، ارزش دینی و معنوی قائل هستند. گردشگری مذهبی خود انواع گوناگونی دارد: گردشگری زیارتی، گردشگری معماری اسلامی، گردشگری حلال، گردشگری طبی اسلامی و گردشگری متدبرانه. (آقاجانی و فراهانی فرد، ۱۳۹۴: ۴۷).

گردشگری مذهبی یکی از راهکارهای بسط توسعه و تبادل فرهنگی و تعامل اجتماعی میان اقوام و ملت‌ها امروزه آثار مثبت و منفی زیادی را برای هر جامعه‌ای می‌تواند به همراه داشته باشد. برنامه‌ریزی راهبردی وسیله‌ای است که آثار مثبت این تعاملات را تقویت و عواقب و پیامدهای منفی آن را با ارائه تمهیدات و برنامه‌ریزی‌های متنوع فرهنگی و اجتماعی به حداقل می‌رساند. از جمله آثار مثبتی که در گردشگری مذهبی وجود دارند آن است که این نوع گردشگری وسیله‌ای است که افراد را با مذاهب و فرهنگ‌های متفاوت به یکدیگر پیوند می‌دهد و به آن‌ها کمک می‌کند تا همدیگر را با وجود تنش‌های سیاسی و اجتماعی، بهتر درک کنند. صاحب‌نظران صنعت گردشگری بر این باورند که به لحاظ موقعیت فرهنگی- مذهبی خاص ایران در میان کشورهای دیگر، گردشگری مذهبی جای رشد و توسعه بسیاری در کشور ما دارد. در بین پژوهش‌های انجام شده و شواهد میدانی یکی دیگر از تأثیرات گردشگری مذهبی بر بعد اقتصادی و بعد از آن بر ابعاد فرهنگی، اجتماعی و زیست‌محیطی است. نتایج به‌دست‌آمده حاکی از آن است که حضور گردشگران مذهبی موجب افزایش میزان سرمایه‌گذاری و افزایش درآمد و همچنین ایجاد و تنوع چشمگیر در مشاغل و بهبود حمل و نقل جاده‌ای می‌شود. حضور گردشگران مذهبی موجب تبادل فرهنگی ارزشمند میان ساکنان و گردشگران خواهد شد و ساکنان و بیشتر تشویق به انجام فعالیت‌های مختلف فرهنگی می‌شود. اما در این بین نمی‌توان از اثرات منفی زیست‌محیطی مانند ایجاد و پراکنش زباله و شلوغی و افزایش آلودگی صوتی و برخی از اثرات فرهنگی منفی چشم پوشید (جاکوسکی و همکاران، ۲۰۰۳: ۴۷).

از جمله مهم‌ترین رویکردها در مباحث گردشگری، رویکرد برنامه‌ریزی راهبردی است که در کامل‌ترین مفاهیم خود مبنی بر پاسخ به نیازهای جامعه، با مشاهده، برنامه‌ریزی و عمل هم زمان، باعث پیشرفت خواهد شد. تدوین راهبردها در این زمینه، ابزاری برای دستیابی به اهداف نهایی مانند اهداف مشخص شده برای مدیریت منابع گردشگری مذهبی است. امروزه منابع و جاذبه‌های گردشگری، در تمامی بخش‌های برنامه‌ریزی و مدیریتی گردشگری اهمیت فراوانی یافته‌اند، اما استفاده از مواهب گردشگری، جز با فراهم‌کردن بستر مناسب توسعه گردشگری امکان‌پذیر نیست. ازاین‌رو، برنامه‌ریزی برای توسعه آن‌ها، ضروری به نظر می‌رسد؛ بنابراین، با اتخاذ سیاست‌های بنیادین و انجام‌دادن اقدامات اساسی در زمینه برنامه‌ریزی گردشگری و با بهره‌گیری از برنامه‌ریزی راهبردی می‌توان از قابلیت‌های آن در برنامه‌ریزی برای توسعه گردشگری استفاده کرد. در همین راستا، سرمایه‌گذاری در حوزه گردشگری مذهبی در همه کشورهای دارای جاذبه‌های مذهبی به‌ویژه در شهرهای زیارتی جهان اسلام، رو به افزایش است. بهره‌مندی حداکثری از مزایای این حوزه، مشروط به برنامه‌ریزی صحیح و همه‌جانبه، همراه با آینده‌نگری برای سرمایه‌گذاری در آن است.

۱-پیشینه پژوهش

ابراهیم‌زاده و همکاران، (۱۳۸۹) در مقاله «برنامه‌ریزی استراتژیک توسعه گردشگری، با تأکید بر گردشگری مذهبی (مطالعه موردی: شهر قم)» به دنبال آن است که با به‌کارگیری فرایند برنامه‌ریزی استراتژیک، ضمن پی‌جویی توانمندی‌ها و کارکردهای گردشگری شهر قم و به‌منظور توسعه این کارکردها، به ارائه راهکارها و تعیین استراتژی‌های کاربردی برای توسعه گردشگری با تأکید بر گردشگری مذهبی شهر قم پرداخته شود. در این فرایند با بررسی قابلیت‌ها و فرصت‌های گردشگری قم، نتایج نهایی مبیّن آن است که استراتژی‌های قابل‌قبول در برنامه‌ریزی گردشگری مذهبی این شهر، در اولویت نخست استراتژی‌های محافظه‌کاران‌هاند (WO) و در واقع استراتژی‌های تهاجمی (SO) در اولویت دوم برنامه‌ریزی قرار می‌گیرند. استراتژی‌های اتخاذ شده در ادامه آمده است.

رحمانی و همکاران (۱۳۹۰) در پژوهش «برنامه‌ریزی راهبردی توسعه گردشگری مذهبی در مناطق روستایی مطالعه موردی روستاهای دارای مکان‌های مذهبی اورمان تخت، نجار و هجیج» در این پژوهش سعی شده که روستاهای اورمان تخت، هجیج و نجار به دلیل ظرفیت‌های بالا از نظر گردشگران مذهبی مورد بررسی قرار گیرد. تحقیقات میدانی در سطح ۳۰۰ نفر از ساکنان روستاهای موردمطالعه قرار گرفت. این پژوهش با طرح سی‌گوشه تبیین‌کننده پیامدهای اقتصادی، اجتماعی و کالبدی از طریق آزمون t تک نمون‌های نشان داد که حضور گردشگران مذهبی پیامدهای اجتماعی، اقتصادی و کالبدی را با بیشترین تأثیر بر ابعاد اجتماعی به همراه داشته است. در این پژوهش از مدل swot استفاده شده است، بررسی‌ها نشان می‌دهد به‌منظور تقویت و توسعه گردشگری مذهبی در منطقه موردمطالعه، راهبرد رقابتی به‌عنوان یک بسته راهبردی برای سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی گردشگری مذهبی پیشنهاد شده است.

حاتمی‌نژاد و همکاران (۱۳۹۵) در مقاله «اولویت‌بندی راهبردهای توسعه گردشگری مذهبی دزفول» راهبردهای برنامه‌ریزی از طریق تجزیه و تحلیل عوامل خارجی و داخلی مؤثر بر گردشگری مذهبی و با استفاده از ماتریس SWOT تعیین گردید و مدل برنامه‌ریزی راهبردی کمی استخراج شده است. سپس راهبردهای مذکور در گروه‌های چهارگانه، با استفاده از فرایند تحلیل سلسله‌مراتبی AHP اولویت‌بندی شده‌اند. مطابق نتایج، استفاده از ضعف‌ها و قوت‌ها و نیز موازنه فرصت‌ها و تهدیدها با توجه به اولویت‌های استخراج شده از نظر کارشناسان در حد متوسط است؛ یعنی امکان بهره‌گیری از فرصت‌ها و قوت‌های موجود، همراه با کم‌رنگ کردن ضعف‌ها و تهدیدها وجود دارد، اما این امر مستلزم برنامه‌ریزی و تقویت زیرساخت‌ها است. در ارزیابی به‌عمل‌آمده مهم‌ترین راهبرد توسعه گردشگری مذهبی دزفول، راهبرد تهاجمی است. وجود بناهای متعدد مذهبی و نیز آیین‌های مذهبی مختلف در کنار جاذبه‌های متعدد تفریحی، فرصتی ایجاد می‌کند تا تورها به‌صورت ترکیبی در این شهر طراحی شوند. اما این امر مستلزم توسعه زیرساخت‌های گردشگری در شهر است که خود زمینه اشتغال‌زایی در این بخش را فراهم می‌سازد و این حرکت خود به جذب سرمایه‌گذاری بخش خصوصی و توسعه و تقویت مضاعف زیرساخت‌های گردشگری خواهد انجامید.

نوری و سرایی (۱۳۹۵) در پژوهش «برنامه ریزی راهبردی توسعه گردشگری مذهبی شهر

شیراز» که به روش توصیفی – تحلیلی انجام شده است، به شناخت قابلیت‌ها، جاذبه‌ها، تنگناها و ضعف‌های گردشگری مذهبی شهر شیراز با استفاده از مدل SWOT و ارائه راهبردهای مناسب جهت توسعه این صنعت می‌پردازد. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که بخش گردشگری مذهبی شهر شیراز دارای استعدادهای بالقوه و بالفعل فراوانی است اما تاکنون نتوانسته به جایگاه واقعی خود دست یابد. بدین صورت که وجود آرامگاه حضرت شاهچراغ﵇ و امامزاده‌های شناخته شده دیگر در سطح شهر با امتیاز وزنی ۰/۲۳۶ به‌عنوان مهم‌ترین نقطه قوت، ضعف مدیریتی و فقدان ثبات در مدیریت گردشگری با امتیاز وزنی ۰/۲۴۴، مهم‌ترین نقطه ضعف، ارتقای نقش حرم احمد بن موسی﵇ به منزله مهم‌ترین عامل توسعه گردشگری مذهبی با امتیاز وزنی ۰/۲۵۲ به‌عنوان مهم‌ترین فرصت و وجود سازمان‌های متعدد مسئول گردشگری و اختلاف سلیقه بین آن‌ها با امتیاز وزنی ۰/۲۴۴ مهم‌ترین تهدید پیش روی توسعه گردشگری مذهبی شهر شیراز شناخته شده است که جهت استفاده بهتر از نقاط قوت، فرصت‌ها و رفع ضعف‌ها و تهدیدهای پیش رو توسعه گردشگری مذهبی شیراز راهبردهای رقابتی- تهاجمی ارائه شده است.

براتی و همکاران (۱۳۹۳) هدف اصلی مطالعه «مدیریت راهبردی در فضای کسب‌وکار اقتصاد شهری (مطالعه موردی: گردشگری مذهبی شهر مشهد مقدس)» برنامه‌ریزی راهبردی به‌منظور بهبود فضای کسب‌وکار شهر مقدس مشهد با توجه به موقعیت گردشگری مذهبی در این شهر می‌باشد. از این‌رو، نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید فضای کسب‌وکار اقتصاد این شهر با تمرکز بر گردشگری مذهبی، شناسایی شد و تکمیل پرسش‌نامه توسط ۲۳ کارشناس از سازمان‌های مرتبط با این حوزه، انجام و اقدامات عملیاتی و سیاست‌های اجرایی مناسبی، تبیین گردید. نتایج بیانگر آن است که موقعیت استراتژیک فضای کسب‌وکار اقتصاد شهری مشهد با تأکید بر موقعیت جذب گردشگر مذهبی، در وضعیت تدافعی می‌باشد؛ ازاین‌رو راهبرد حمایت از فعالان اقتصادی عرصه گردشگری مذهبی به‌عنوان راهبردهای تدافعی برای این حوزه، معرفی گردید. همچنین مقررات‌زدایی، کاهش بوروکراسی اداری و یکپارچه‌سازی مدیریت سازمانی، به‌عنوان مهم‌ترین عوامل موردنظر در تدوین راهبردهای بهبود فضای کسب‌وکار در شهر مقدس مشهد شناسایی شدند.

عزیز محمد (۲۰۲۱) در مقاله‌ای با عنوان «تاثیر برنامه‌ریزی راهبردی و کیفیت خدمات گردشگری مذهبی از دیدگاه گردشگران خارجی» به دنبال تشخیص ابعاد برنامه‌ریزی راهبردی و نقش آن در ارتقای کیفیت خدمات گردشگری مذهبی از دیدگاه گردشگران خارجی و تعیین میزان ارتباط با این ابعاد و نقش آن‌ها در ارتقای رقابت پذیری گردشگری مذهبی است. ۹۱ نفر از گردشگران خارجی مشرف به عتبات عالیات در شهر مقدس نجف و کربلا به صورت تصادفی انتخاب شدند. این پژوهش با رویکرد توصیفی- تحلیلی و روش مدل‌سازی معادلات ساختاری انجام شده است. این مطالعه به این نتیجه رسید که برنامه‌ریزی راهبردی در بهبود کیفیت خدمات گردشگری مذهبی تأثیر معناداری دارد. استراتژی توسعه شامل بهینه‌سازی ترویج گردشگری مذهبی، همکاری با سرمایه‌گذاران است. پیشنهادی که می‌توان برای گردشگری مذهبی ارائه کرد، لزوم همکاری بخش خصوصی و سایر ارگان‌ها در ترویج گردشگری مذهبی است.

سودیانتینی و بینتانگ (۲۰۲۲)، در مقاله‌ای با عنوان «استراتژی توسعه گردشگری مذهبی در

بهبود اقتصاد جامعه در کوه سانتری» به بررسی جاذبه‌های گردشگری در کوه سانتری می‌پردازد. بر اساس داده‌های به‌دست‌آمده مشخص می‌شود که نقطه تلاقی نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها، در ربع دوم قرار دارد. این بدان معناست که گردشگری مذهبی گونونگ سانتری علی‌رغم مواجهه با تهدیدات مختلف، همچنان از نقاط قوت برخوردار است، به‌طوری که استراتژی که باید اعمال شود، استفاده از قوت برای استفاده از فرصت‌های بلندمدت با استفاده از استراتژی متنوع‌سازی (محصول/بازار) است. راهبردهای پیشنهادی برای توسعه گردشگری مذهبی در این مکان، استراتژی متنوع‌سازی متحدالمرکز، اجرای استراتژی تنوع افقی و... است.

کوروف (۲۰۲۲) در پایان‌نامه دکترای خود با عنوان «مدل مدیریت استراتژیک مقصد گردشگری مذهبی» بعد از ارائه پرسش‌نامه و تحلیل نتایج جمع‌آوری‌شده این موضوع نشان داده می‌شود که اکثریت ساکنان محلی، با این ادعا موافق‌اند که عدم برنامه‌ریزی در توسعه گردشگری، باعث توسعه نامتوازن اقتصادی و اجتماعی در مقصد گردشگری خواهد شد. علاوه‌برآن ساکنان محلی اکثراً موافق هستند که هم‌افزایی مدیریت راهبردی با جامعه محلی و مقامات عالی‌رتبه بر کارایی مدیریت راهبردی تأثیر دارد. با توجه به نتایج حاصل شده از پرسش‌نامه، مدل پیشنهادی ارائه شده بر این موضوع تأکید دارد که این مدیریت باید به اندازه کافی محلی باشد که تمام ذینفعان کلیدی گردشگری مذهبی، مانند نمایندگان دولت محلی، نهاد کلیسا، بخش خصوصی، جمعیت محلی، انجمن‌ها، زائران، مسافران مذهبی و گردشگران به‌عنوان سهام‌داران کلیدی توسعه گردشگری پایدار در نظر گرفته شود تا تمام گروه‌های ذکر شده، به همکاری در زمینه توسعه پایدار گردشگری یک مقصد مذهبی تشویق شوند. از طرفی این مدل در استراتژی‌های توسعه خود، برنامه‌ریزی و برپایی رویدادهای مذهبی و گردشگری با تمرکز بر دین، فرهنگ، سنت و میراث مقدس و درعین‌حال تضمین پایداری، می‌توان مدیریت یک مقصد گردشگری را تدبیر کرد و اجرای الگوهای رویدادهای مذهبی و گردشگری مطابق با نیاز زائران، مسافران مذهبی را پیشنهاد می‌کند.

۲-روش تحقیق

یکی از مناسب‌ترین فنون برنامه‌ریزی و تجزیه‌وتحلیل استراتژیک ماتریس سوات[1] است که امروز به‌عنوان ابزاری نوین برای تحلیل عملکرد مورداستفاده طراحان و ارزیابان استراتژی قرار می‌گیرند. در واقع سوات یک چارچوب مفهومی برای تحلیل‌های سیستمی محسوب می‌شود که امکان بررسی عوامل بیرونی و محیط بیرونی استراتژی به وجود می‌آورد.

۲-۱. محیط درونی

هدف از بررسی محیط درونی، تهیه فهرستی از نقاط قوتی است که یک بقعه برای به‌دست‌آوردن موقعیت بهتر در زمینه گردشگری، از آن‌ها بهره‌برداری کند و یا نقاط ضعفی که جهت جلوگیری از ضرر و یا کاهش سود باید از آن اجتناب نماید. عوامل درونی به دودسته تقسیم‌بندی می‌شود:

1. SWOT

الف) نقاط قوت

قوت مزیت یک نهاد نسبت به دیگر نهادها و شایستگی ممتازی است که منجر به مزیت مقایسه نهاد در بازار می‌شود که نهاد با استفاده از آن می‌خواهد به اهداف خود برسد. بر مبنای قوت، شاخه اجرایی را می‌توان به موتوری قدرتمند برای رشد، توسعه، تغییر، نوآوری و خدمت تبدیل کرد

ب) نقاط ضعف

ضعف یک محدودیت یا کمبود در منابع، مهارت‌ها و توانایی است که جداً مانع عملکرد اثربخش می‌شود. ضعف‌ها عواملی هستند که هر نهاد قطعاً با آن روبه‌رو است و نمی‌توان از آن‌ها دوری گزید، بلکه بایستی با درکی صحیح آن‌ها را کنترل نموده و مهار نماید. درک درست و صحیح نقاط قوت و ضعف اساسی به نهاد کمک می‌کند تا با استفاده بهینه از قوت‌ها و به‌حداقل‌رساندن ضعف‌ها اثربخشی بیش‌تری به اهداف رسیده و از هدررفتن منابع و امکانات جلوگیری نماید.

۲ـ۲. محیط بیرونی

این عوامل خارج از نهاد بوده و در اختیار آن نیست؛ اما بر فعالیت‌های نهاد تأثیرگذار است اما نهاد بر آن‌ها تأثیر بسیار کمی دارد. هدف از بررسی عوامل خارجی این است که از فرصت‌هایی که می‌توان از آن‌ها بهره‌برداری کرد و تهدیداتی که از آن‌ها احتراز نمود یک فهرست نهایی تهیه شود. عوامل بیرونی نیز به دودسته تقسیم‌بندی می‌شوند:

الف) فرصت‌ها

فرصت یک موقعیت مطلوب عمده در محیط نهاد است؛ یعنی آنچه که نهاد را در رسیدن به اهدافش یاری می‌نماید و به‌عنوان موتور محرک‌های است که شتاب حرکت نهاد را چندین برابر می‌کند. فرصت‌ها مطلوب نهاد بوده و باید کوشش نمود تا آن‌ها را به حداکثر رسانده و از آن‌ها استفاده بهینه نمود. سه منبع اصلی فرصت‌ها و تهدیدات عبارت‌اند از:

۱- فشارها و روندها (سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و تکنولوژی)
۲- مراجعان
۳- رقیبان و همکاران

ب) تهدیدات

تهدید یک موقعیت نامطلوب عمده در نهاد است و به‌عنوان مانعی بر سر راه قرار دارد و آن را از رسیدن به اهدافش باز می‌دارد. نهادها تا جایی که می‌توانند باید عوامل محدودکننده و تهدیدات را به حداقل رسانده یا آن‌ها را به‌عنوان فرصت و مزیت تبدیل کنند.

در مورد فرصت‌ها و تهدیدات می‌توان گفت آنچه که برای یک نهاد تهدید قلمداد می‌شود ممکن است برای نهاد دیگر فرصت باشد. پس فرصت یا تهدید یک عامل نسبی است. درک درست فرصت‌ها و تهدیدات محیطی فراروی نهادها به مدیران و مسئولان کمک می‌کند تا راهبرد نهاد را

با بینش و فراست بهتری اتخاذ نموده و مسیر حرکت نهاد را به طور اثربخش‌تری تعیین نمایند.

در ارتباط با محیط خارجی عوامل بسیار زیادی را می‌توان بر شمرد، اما تمامی این عوامل یک سازمان را به‌صورت هم‌زمان تحت‌تأثیر قرار نمی‌دهند. برخی از این عوامل تأثیرشان بر روی سازمان زیاد، مهم و در پاره‌ای از موارد بحران‌زاست، و برخی دیگر تأثیرگذاری کمتری دارد. یک عامل محیطی که بر روی یک سازمان تأثیرگذارتر است، ممکن است بر سازمان دیگر بی‌تأثیر باشد. بدین‌گونه این دسته از عوامل که کم یا زیاد، مستقیم یا غیرمستقیم یک سازمان را تحت‌تأثیر قرار داده و به تصمیمات آن شکل می‌دهند عوامل محیطی بیرونی گفته می‌شود.

البته ترکیب و تلفیق نقاط قوت و فرصت so، تلفیق نقاط قوت و تهدید st، ترکیب نقاط ضعف و فرصت wo و ترکیب نقاط ضعف و تهدید wt با یکدیگر مبنای تدوین چهار نوع استراتژی به شرح زیر است.

این راهبردها می‌تواند چارچوب انتخاب‌های استراتژیک برای ممیزی راهبردها را فراهم سازند. کاربرد فنون مذکور در کشورهای مختلف، پتانسیل‌ها و توانمندی‌های رویکرد مؤثر و قابلیت‌ها و اثربخشی‌های تحلیلی روش SWOT به‌عنوان یکی از کارآمدترین فنون ممیزی استراتژیک را اثبات کرده است (هادیانی و همکاران، ۱۳۹۱، ص ۲۶۷).

۱) راهبردهای رقابتی/تهاجمی (SO):

در اجرای راهبرد SO نهاد با استفاده از نقاط قوت داخلی می‌کوشد، از فرصت‌های خارجی بهره‌برداری نماید. همه مدیران ترجیح می‌دهند نهادشان در موقعیتی قرار بگیرد که بتوانند با استفاده از نقاط قوت داخلی از رویدادها و روندهای خارجی بهره‌برداری نمایند. هنگامی که یک نهاد دارای نقاط ضعف عمده می‌باشد، می‌کوشد این نقاط ضعف را از بین ببرد یا آن‌ها را به نقاط قوت تبدل کند. هنگامی که یک نهاد با تهدیدات عمده مواجه می‌شود، می‌کوشد خود را از دست آن‌ها برهاند و وضعیت را به‌گونه‌ای درآورد که بتواند بیش‌ترین توجه خود را به بهره‌برداری از این فرصت‌ها معطوف نماید.

۲- راهبردهای بازنگری (WO):

هدف راهبرد WO این است که نهاد با بهره‌برداری از فرصت‌های موجود در محیط خارج بکوشد نقاط ضعف داخلی را بهبود بخشد. گاهی در خارج از نهاد، فرصت‌های بسیار مناسبی و جود دارد ولی نهاد به سبب داشتن ضعف‌های داخلی نمی‌تواند از این فرصت بهره‌برداری نماید.

۳- راهبردهای متنوع (ST):

نهادها در اجرای راهبردهای ST می‌کوشند با استفاده از نقاط قوت خود اثرات ناشی از تهدیدات موجود در محیط خارج را کاهش دهند یا آن‌ها را از بین ببرند. این بدان معنی نیست که یک نهاد قوی به ناگزیر در محیط خارجی با تهدیداتی روبه‌رو خواهد شد.

۴- راهبردهای تدافعی (WT):

در این حالت هدف از راهبردهای WT کاهش حتی‌الإمکان نقاط ضعف و تهدیدها می‌باشد. نهادی که بیش‌ترین عوامل آن در این خانه متمرکز باشد. وضعیت جالبی نداشته و در ورطه ورشکستگی خواهد بود. در این صورت نهاد می‌تواند از راهبردهای مختلفی از قبیل انحلال، تلاش

برای بقا، کاهش عملیات، ادغام یا مشابه آن استفاده نماید. درهرصورت نهادها سعی می‌کنند از چنین وضعیتی پرهیز نمایند (حسینی، ۱۳۹۴: ۴۱).

SWOT			
		محیط داخلی	
		قوت (S)	ضعف (W)
محیط خارجی	فرصت (O)	SO راهبرد رقابتی/تهاجمی	WO راهبرد بازنگری
	تهدید (T)	ST راهبرد متنوع	WT راهبرد تدافعی

۳-تحلیل و تفسیر نتایج

در برنامه‌ریزی استراتژیک، برای تدوین راهبردها و برنامه‌ها در حوزه گردشگری مذهبی مدل‌های مختلف وجود دارد که بعد از بررسی آن‌ها، یک مدل متناسب با ویژگی‌های بقاع متبرکه پیشنهاد گردید. مدل ارائه شده به بخش‌های مختلفی که در فرایند برنامه‌ریزی مؤثر هستند پرداخته است، این بخش‌ها عبارت‌اند از:

تعیین اهداف: منظور از اهداف، نقاط مطلوب در آینده است که سازمان تمایل به دستیابی به آن‌ها را دارد.

تحلیل محیط داخلی و خارجی: در این مرحله ابعاد مختلف بقاع متبرکه را به بخش‌های مختلف تقسیم کرده و سنجش تغییرات عوامل محیطی و آثار آن بر سازمان و همچنین شناسایی و تحلیل تهدیدها و فرصت‌های محیط خارجی بر سازمان در این مرحله انجام می‌شود. عوامل محیطی (بیرونی)، عواملی هستند که سازمان کنترلی بر آن‌ها ندارد. فرصت‌ها و تهدیدها را می‌توان از طریق نظارت بر روندها و عوامل سیاسی، اقتصادی، اجتماعی، تکنولوژیکی و ... موجود در محیط شناسایی نمود.

نقاط قوت
اعتبار، شهرت، قداست و فضای معنوی برخی از بقاع شاخص استان
ارزش‌گذاری فراوان بر امور فرهنگی
سازگاری ارزش‌های اسلامی با ارزش‌های حاکم بر بقعه
احترام مردمی به‌منظور حفظ حریم امامزاده
تجربه و سابقه طولانی و توان اثرگذاری در حوزه فرهنگی

نقاط قوت
باورهای اعتقادی مردمی
تنوع فعالیت‌های فرهنگی، زیارتی، عبادی
پایبندی به برگزاری آیین‌ها و مراسم مذهبی
فضای فیزیکی مناسب در برخی از بقاع
وجود طرح جامع در بسیاری از بقاع سطح یک
وجود اولویت‌های توسعه در کارهای عمرانی (تربت‌خانه، شبستان، سرویس‌ها، فازبندی طرح‌ها، پارکینگ)
وجود تجارب و الگوهای مناسب معماری اسلامی و ایرانی
مقید به موازین شرعی
انطباق مقررات سازمان با احکام اسلامی
استقلال مسائل مالی بقعه و خودکفایی برخی از بقاع
وجود خیرین
تأکید و اهتمام مدیریت عالی بر امور مختلف فرهنگی، عمرانی و...
تعداد فراوان خدام افتخاری در مراسم مذهبی
استفاده از توانایی‌های مردمی در انجام بخشی از رسالت‌های بقعه
موفقیت اکثر بقاع در استفاده از خادمین افتخاری در مراسم مذهبی (پارکینگ، پذیرایی از زائر و...)

نقاط ضعف
عدم وجود مراکز علمی و تحقیقات و پژوهش‌های کاربردی، اولویت‌دار و متناسب با نیازهای بقعه
عدم ارتباط با مراکز علمی و فرهنگی و جهت‌دهی فعالیت‌های آن‌ها با اهداف بقاع
ضعف در شناخت فرهنگ‌های گوناگون
عدم معرفی امامزادگان به مردم محلی و منطقه
اجرایی نبودن برخی از طرح‌های فرهنگی ابلاغی سازمان
بومی نبودن طرح‌های فرهنگی
تجهیزات و امکانات پژوهشی محدود

نقاط ضعف
معیارهای اخلاقی مدون در رفتار
ضعف در رصد شب‌هات و پاسخگویی به آن‌ها
فضاهای فیزیکی نامناسب جهت خدمت‌رسانی مطلوب در برخی از بقاع (کوچکی بقعه، عدم وجود محیط استراحت برای کارکنان، سد معبر قبور ناهماهنگ و ناموزون، پارکینگ متنوع، مکان‌های زیارتی - تفریحی، فضای امانات، و...)
دوری برخی از بقاع از فضای شهری یا مکان‌های نامناسب آنان
عدم توجه به انجام امور عمرانی منطبق با زمان مشخص شده در طرح جامع (مانع توسعه بقعه شده است)
عدم وجود امکانات رفاهی متناسب (سرویس‌های رفت‌وبرگشت به بقعه، سرویس‌های بهداشتی، سایه‌بان، پاراکینگ، اورژانس و...)
عدم استفاده بهینه از اراضی آزادسازی شده
عدم وجود زیرساخت‌ها، ابزارها و امکانات مناسب در سرمایه‌گذاری (شبکه داخلی رایانه، حفاظتی و ایمنی، اطفای حریق و...)
عدم تطابق ساخت‌وسازها با معماری اسلامی
امکانات و فناوری‌های نوین محدود (تولیدی، رسان‌های و...)
فقدان نوآوری در طرح‌های معماری به دلیل عدم‌پذیرش تغییرات و مقابله با آن‌ها
تأخیر در فعالیت‌های عمرانی و قدیمی شدن بناهای بقعه
ضعف در زیر ساخت‌های حقوقی و وجود خلأ در برخی از دستورالعمل‌ها و قوانین
ضایع شدن حقوق امامزاده به دلیل عدم رسیدگی به پرونده‌های حقوقی به دلیل حجم بالای پرونده‌ها
عدم وجود اسناد معتبر از نسب امامزاده
عدم توانایی کافی در حذف یا اصلاح برخی قوانین مغایر با منافع بقعه
ناآگاهی کارمندان از قوانین و مقررات مربوط به بقعه
ناموفقیت در طرح‌های سرمایه‌گذاری (به دلیل پیشنهادها و تصمیم‌گیری‌های غیرکاربردی (معرفی اولویت‌های سرمایه‌گذاری)، زیر ساخت‌های نامناسب (عدم تملک زمین‌های سرمایه‌گذاری) و عدم همکاری مردم و سازمان‌ها)
ضعف در شناسایی فعالیت‌های بهینه اقتصادی (محصولات و خدمات)
تعداد کم نقل‌وانتقالات

نقاط ضعف
ضعف در فرهنگ بهره‌وری
پراکندگی فعالیت‌های اقتصادی
سیستم مناسب احراز اطمینان در رعایت طرف‌های اقتصادی به ملاحظات شرعی (اجاره در اجاره نبودن سرقفلی)
فناوری‌های فرسوده و قدیمی در برخی از واحدهای اقتصادی
ضعف در بهره‌گیری از تسهیلات و امکانات موجود در استان (عدم وجود تسهیلات استانی)
ضعف در سازوکارهای کنترلی و مالی (عدم وجود سیستم حسابرسی داخلی، بودجه‌ریزی سنتی)
عدم برنامه‌ریزی در تأمین و تخصیص منابع مالی
عدم تنوع در تأمین منابع مالی
عدم تشویق خیرین در بقاع
وجود بیش از ۶۰ نوع قبض در امامزاده
هزینه‌های سنگین و محدودیت‌های مالی در انجام بسیاری از امور بقعه (فرهنگی، عمرانی، و زیرساخت‌های رسان‌های، دعوت از مبلغین مشهور، و...)
عدم وجود برنامه‌ریزی راهبردی مجزا برای هر بقعه
عدم استفاده از ظرفیت بالقوه بقاع
عدم آشنایی مدیران و مسئولین بقاع در اداره با مشکلات بقعه
عدم وجود الگوی مناسب و روش‌های نوین در مدیریت و سیاست‌گذاری بخش‌های گوناگون (فرهنگی، عمرانی و...) بقعه
مسافت دور بقعه از شهر
سیستم پشتیبانی تصمیم‌گیری (؟)
فقدان فرهنگ تبادل تجارب گوناگون (فرهنگی، هنری و...)
ضعف مدیریتی در استفاده و تخصیص بهینه منابع (انسانی، اقتصادی، اجتماعی و...)
مقاومت در برابر تغییروتحول، خلاقیت و نوآوری در بقعه
عدم تمایل کارکنان به یادگیری
عدم تناسب آموزش‌های شغلی (به‌منظور تعامل با زائران و ذی‌نفعان، سازمان‌ها...)

نقاط ضعف
ضعف در جذب و به‌کارگیری نیروی انسانی شایسته و متخصص متناسب با نیازهای بقعه (چارت سازمانی)
عدم وجود سیستم انگیزشی و جبران خدمات کارآمد (نظام حقوق و دستمزد ناهماهنگ، ناکافی به‌خصوص برای عناصر اصلی مانند معاونت فرهنگی)
تعداد کم خدام رسمی در امامزادگان و بدرفتاری آنان به دلیل خستگی و افزایش مسئولیت‌های آنان
ناهماهنگی برخی از اعضاء هیئت‌امنا با مدیران اجرایی (امین) و عدم همکاری برخی از اعضای هیئت‌امنا در امور اجرایی مانند فرماندار، شهردار و...
ناعادلانه بودن توزیع تعداد خدام در امامزادگانی با مساحت‌های یکسان (متناسب با مساحت و تعداد زائر) / تعداد زیاد خادم ثابت در برخی از بقاع و عدم وجود خادم ثابت در برخی دیگر
نامشخص بودن حدود وظایف خادم به دلیل تعداد کم آن‌ها (کارگر، آبدارچی، نظافت بقعه، اتاق‌ها و...)
عدم شرایط یکسان برای خدام
وجود برخی از مشکلات نیروهای داوطلب از جمله (عدم توانایی در تعریف برنامه‌های منظم به دلیل عدم ایفای تعهد، توقعات برخی از خدام، و...)
ضعف در تربیت منابع انسانی (دائم و داوطلب) متعهد و مسئولیت‌پذیر به‌منظور ارائه خدمات باکیفیت
مطالبه کمک‌های نقدی خادمین از زائران
ناهماهنگی، موازی‌کاری و عدم هم‌افزایی در برخی از امور بقعه (مراسم گروه‌های مذهبی، هم‌زمانی مراسم دفن اموات و جشن ازدواج و...)
عدم وجود شرح وظایف به‌منظور تقسیم فعالیت‌ها و عدم تناسب اختیارات و مسئولیت‌ها (واگذاری بیشتر امور بقعه به یک نفر)
سیستم ارزیابی عملکرد ناکارآمد (اثربخشی، کارایی و شاخص‌های آن)
ضعف در شناسایی کامل نیازهای فرهنگی، عمرانی (فضاهای مسقف زیارتی، استهلاک تجهیزات به دلیل مصرف ناصحیح)
ضعف در ارتباطات و اطلاع‌رسانی دقیق و کافی از عملکرد بقعه به جامعه (مانند پیشنهادهای زائران، ارتباطات سازمانی، تبلیغات و اطلاع‌رسانی برنامه‌های مختلف بقعه)
حاکمیت سلایق (نظرات مخالف کارشناس اوقاف با متخصصان، متولیان و هیئت‌امنا)

فرصت
فرهنگ وقف و نذر در تأمین نیازهای بقعه

فرصت
جایگاه فرهنگی بقعه و ضرورت فرهنگ‌سازی در بقعه
اقبال برخی از امامزادگان و کثرت حضور مخاطبان و خیل زائران در مراسم مذهبی در این مکان‌ها
امکان تعامل با تشکل‌ها، سازمان‌ها (میراث فرهنگی) و مراکز آموزشی، پژوهشی، فرهنگی، هنری، دینی، خیری‌های و مردمی (همانند حوزه علمیه، دانشگاه هنر... در به‌کارگیری مبلغین مذهبی، و...)
اعتقادات و انگیزه‌های مذهبی، گرایش به معنویت و ریشه‌دار بودن مذهب در جامعه
تقاضا و احساس نیاز روزافزون مردمی به تولید محصولات فرهنگی
هم‌جواری برخی از بقاع با حسینیه، مسجد و...
وجود ظرفیت‌ها و جاذبه‌های سیاحتی (گردشگری) و زیارتی در استان
امکان توسعه فناوری اطلاعات و رسانه‌های ارتباطاتی نوین
تمایل مردم به حفظ ابنیه و معماری اسلامی
توان مهندسی در مطالعه و اجرای طرح‌های عمرانی
وجود قوانین حمایتی مناسب
زمینه جذب همکاری سازمان‌ها و خیرین مردمی در تأمین منابع مالی بقعه (مانند آزادسازی بقعه، اجرای طرح‌هاب فرهنگی، عمرانی، تأمین تأسیسات زیر بنایی توسط سازمان‌ها و...)
نگرش مثبت و تمایل برخی از مردم نسبت به سرمایه‌گذاری و مشارکت در طرح‌های بقعه
جذب منابع اعتباری و مالی به دلیل متولیان امین در برخی از بقاع
شرایط اقتصادی مناسب مردم در برخی از مناطق استان
ظرفیت مناسب بازارهای اطراف بقعه
مزیت‌های مالیاتی
گروه‌های ذی‌نفع و عاملین تأثیرگذار
حضور در نمایشگاه‌ها، جشنواره‌ها و همایش‌ها
وجود برخی از نیروهای متخصص و نخبه مجرب و علاقه‌مند به خدمت در زمینه‌های فرهنگی، هنری، مذهبی، عمرانی
وجود برخی از افراد صاحب‌نفوذ در هیئت‌امنا به‌منظور تعاملات آسان‌تر با سازمان‌های بیرونی
تجربیات موفق برخی از اماکن مذهبی

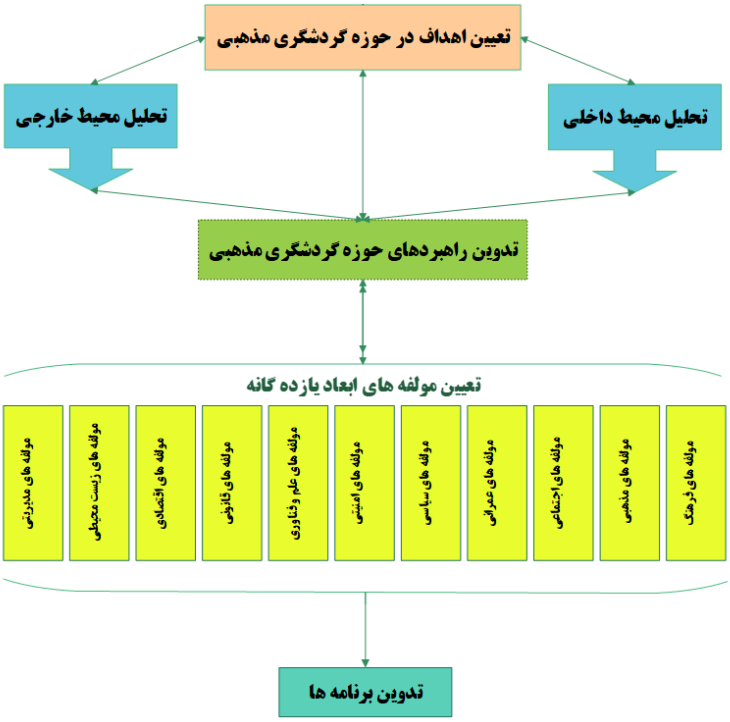
فرصت
توجه فرصت‌های اقتصادی و... داخل و خارج استان
نظارت اجتماعی بر فعالیت‌های بقعه
مشارکت اجتماعی و حمایت‌های مردمی (خدمت در مراسم، تعامل با زائران، و...)
تعامل مفید و بسیار کم با برخی از سازمان‌ها (ایجاد فضای سبز اطراف بقعه با همکاری شهرداری)
تغییروتحول در سیستم‌های مدیریتی

تهدید
مشارکت اجتماعی و حمایت‌های مردمی (خدمت در مراسم، تعامل با زائران، و...)
تعامل مفید و بسیار کم با برخی از سازمان‌ها (ایجاد فضای سبز اطراف بقعه با همکاری شهرداری)
ت‌هاجم فرهنگی و برخی از نگرش‌های منفی، انتظارات، شب‌هات، خرافات و رشد و توسعه سریع محصولات فرهنگی مخرب به‌عنوان ابزارهای جنگ نرم
عدم ایفای تعهد به قراردادهای منعقد شده
انتظارات و مطالبات فزاینده مردم (تنوع سنی، فرهنگی، سلایق، و الگوهای مصرف فرهنگی (فزون‌طلبی و تجمل‌گرایی) مخاطبان و زائران)
عدم وجود فضای شفاف و مطلوب برای گفتگو و مناظره در مباحث علمی و... (توسط مردم و مسئولان)
مسائل و مشکلات فرهنگی دفن قبور و استفاده از امکانات بقعه
عدم زیارت امامزاده و استفاده از امکانات رفاهی امامزاده
دنیاگرایی و هجوم فرهنگ مادی و محجور شدن نسبی امامزادگان در جامعه (نفع‌طلبی شخصی، مادی‌گرایی، مصرف‌زدگی و...)
مشکلات و معضلات اجتماعی (بزهکاری، سرقت اموال امامزادگان، باغ‌های تملک شده در اطراف بقعه به دلیل طمع ورزی یا وضعیت درآمدی نامناسب و...)
سیاست‌زدگی در امور فرهنگی
ناآگاهی مردمی از فعالیت‌های انجام شده در بقعه (تغییر و تحولات اندک و کند)
ناهماهنگی فعالیت‌های فرهنگی و نگرش‌های سطحی و جناحی در فعالیت‌های فرهنگی (مثل؟)
هم‌زمانی برخی از پروژه‌های عمرانی با حضور خیل زائران
تأخیر در آزادسازی محدوده بقعه و افزایش سالانه قیمت زمین‌های اطراف آن

تهدید
ارزش‌افزوده بالای برخی از اراضی اطراف بقعه به دلیل تغییر کاربری آن
وابستگی طرح‌های عمرانی همسایگان (مصلی) به طرح جامع بقعه
عدم همکاری افراد در پیروی از قوانین عمرانی بقعه (اندازه سنگ قبرهای غیراستاندارد)
مشکلات آزادسازی قبور (استقرار برخی از قبور در محل‌های مناسب، نارضایتی و عدم همکاری ساکنین اطراف بقعه و...)
افزایش هزینه‌های عمرانی به دلیل واگذاری امور عمرانی به پیمانکاران کم‌تجربه
سرعت تغییرات تکنولوژی و عدم آگاهی از وجود تکنولوژی‌های جدید (قدیمی شدن معماری ابنیه) و عدم استفاده از آن‌ها
نیازمند به ورود دانش، مواد و تجهیزات پیشرفته
فضای فیزیکی کوچک و سنتی در برخی از بقاع
محدودیت‌های آزادسازی و توسعه فضاهایی پیرامون بقعه (قرارگرفتن در بافت درهم‌تنیده شهری)
وجود محدودیت‌ها در بهسازی و مقاوم‌سازی ابنیه قدیمی و تاریخی
برخی از قوانین و مقررات ناکارآمد (تعدد، تغییر سریع، اب‌هام)
وجود برخی اسناد و قبوض نامعتبر برای واگذاری قبور
زمان بر بودن و هزینه‌های سنگین پرونده‌های حقوقی (بلوکه کردن حساب اداره اوقاف)
پرونده‌های حقوقی و قوانین حقوق و دستمزد خادمین و کارمندان بقعه متناسب با قانون کار (مطالبه حقوق و دستمزد به روز، بیمه خادم افتخاری)
استخدام نیروی انسانی توسط هیئت‌امنا بقعه (تا قبل از این اوقاف قراردادها را امضا می‌کرد و زمان مشکل حساب‌های اوقاف بلوکه می‌شد)
متصرفین غیر مأذون
محدودیت‌های حقوقی - قانونی (شهرداری، جهاد کشاورزی)
قانون‌گریزی و اعمال‌نفوذ در روند برخی از قوانین و اجرای آن
عدم تناسب برخی از نذورات با نیازهای امروز بقعه
مقروض بودن به پیمانکاران بقعه
عدم پرداخت هزینه قبور (بعد از دفن اموات
کمبود بودجه در بسیاری از بقاع به‌منظور انجام امور مختلف از جمله امور فرهنگی، عمرانی و...

تهدید
ایجاد فرصت‌های شغلی
عدم انطباق برخی از معاملات اقتصادی مستأجرین با موازین شرعی (کرایه ملک وقفی مستأجر به فرد دیگر)
وضعیت نامساعد اقتصادی منطقه (به دلیل شرایط جوی و...)
هزینه‌های سنگین برخی از امور بقعه (از جمله آزادسازی محدوده بقعه و قبور، تسطیح، جدول‌بندی، آسفالت و...)
تعدد مراکز تصمیم‌گیری و عدم هماهنگی برخی از تصمیمات اداره با بقعه و برعکس
مشکلات موجود در بستن قراردادهای (مالیات و حق بیمه سنگین)
سوءاستفاده و اخاذی برخی از افراد از زائران (یکسان بودن ظاهر خدام از غیر خادم)
عدم توانایی و مشارکت برخی از اعضای هیئت‌امنا (فرماندار و شهردار) در امور اجرایی و عدم اطلاع آنان از مشکلات بقعه به دلیل عدم حضور در جلسات
عدم همکاری برخی از سازمان‌های درگیر در طرح‌های سرمایه‌گذاری (صدور مجوز ساخت‌وساز)
عدم رسیدگی به بقاع کم‌درآمد با وجود درآمد و خیرین بسیار اندک محلی (نقاشی، فرش، کف‌پوش و...
ناکافی بودن نیروهای متخصص حقوقی، فرهنگی و عمرانی (هنرهای اسلامی) و عدم تمایل نخبگان به حضور در سیستم
فقدان پایگاه‌های اطلاع‌رسانی
مشکلات ناشی از کثرت زوار و ازدحام جمعیت در ساعات یا روزهای خاص (سرویس بهداشتی، ترافیک اطراف بقعه، و...)
مقاومت در مقابل تغییرات و تحولات سازمان (مدیران، کارکنان، ذی‌نفعان، هیئت‌امنا و...)
فقدان نهادهای تخصصی مشاور دهنده در زمینه‌های گوناگون (فناوری، تکنولوژی و...)
تعامل کم‌رنگ بین نهادها و سازمان‌های فرهنگی

تدوین راهبردها: در این مرحله با استفاده از روش تجزیه و تحلیل SWOT، هریک از عوامل قوت و ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها به‌دست‌آمده از مرحله قبل را در جدول قرار داده و راهبردهای متناسب به موقعیت کنونی بقاع استخراج خواهد شد.



راهبردها، سیاست‌های اجرایی و برنامه‌های ابعاد مختلف بقاع متبرکه

بعد مذهبی
راهبرد ۱: ایجاد جاذبه معنوی در بقعه
سیاست اجرایی:
توسعه نمادهای اسلامی ایرانی در معماری بقاع
احیاء آیین‌ها و مراسمات مذهبی
استفاده از معنویت مکان‌های متبرکه
استفاده از ظرفیت چهره‌های سرشناس مذهبی
استفاده از ظرفیت قبور خصوصاً علمای مدفون در بقعه

برنامه‌ها
پخش آواهای مذهبی در بقعه
عطرآگین کردن اماکن مذهبی
دعوت از سخنرانان، مداحان و علمای سرشناس به بقعه
برگزاری مراسم بزرگداشت علمای مدفون در بقعه
راهبرد ۲: تبلیغات دینی و مذهبی
سیاست اجرایی:
بسط فرهنگ قرآنی در میان گردشگران
نشر معارف اهل‌بیت و تداوم محبت به اهل‌بیت علیهم‌السلام
معرفی چهره اسلام و پیشرفت‌های آن به گردشگران مذهبی
تعمیق و شناخت معارف دینی و فرهنگ توحیدی در میان گردشگران
برنامه‌ها
ترویج گردشگری مذهبی در مدارس باهدف انس‌گیری با اهل‌بیت
عرضه معارف دینی به گردشگران مذهبی توسط راهنمایان گردشگری
تهیه بسته‌های اهدایی به گردشگران مذهبی
استفاده از مشترکات دینی در بقعه
راهبرد ۳: حفظ اثرات معنوی زیارت
سیاست اجرایی:
افزایش کیفیت زیارت
تولید و عرضه محتوی‌های عبادی
ارتباط مستمر با گردشگران مذهبی
برنامه‌ها
برگزاری جلسات حضوری و آنلاین هفتگی از بقعه
برگزاری تورهای مختلف بقاع در فواصل زمانی منظم
دسترسی آسان گردشگران مذهبی به محتوی‌های عبادی
بعد فرهنگی
راهبرد ۱: ارائه برنامه‌های فرهنگی نو و جذاب
سیاست اجرایی:
احیاء سنت‌ها و آداب‌ورسوم امامزادگان
رویدادسازی فرهنگی

تعریف رویداد در مقاصد گردشگر
توسعه گردشگری از طریق رویداد محوری
برنامه‌ها
برگزاری سیر نمایشگاهی
چاپ کتابچه مراسمات، سنت‌ها و آداب و رسوم امامزادگان محلی
شناسایی و تهیه لیستی از رویدادهای قابل تعریف در بقعه
راهبرد ۲: تبلیغات و اطلاع رسانی برنامه‌های گردشگری مذهبی بقاع
سیاست اجرایی:
معرفی بقاع با ارائه تبلیغات خلاقانه
تقویت شبکه اطلاع‌رسانی
ایجاد شبکه‌های ارتباطی شاخص
برنامه‌ها
استفاده از ظرفیت اپلیکیشن‌ها و استارت‌آپ‌ها مانند ایرانگرد
تدوین نقشه راهنمای جامع گردشگری مذهبی بقاع متبرکه
استفاده از تبلیغات مجازی در شبکه‌های اجتماعی (توییتر، تلگرام، اینستاگرام)، سامانه پیامکی، سایت، سی‌دی و نرم‌افزار
استفاده از تبلیغات فیزیکی مانند بروشور، پوستر، کتابچه، تراکت و...
استفاده از تبلیغات محیطی مانند بیلبوردهای تبلیغاتی و...
استفاده از ظرفیت تبلیغاتی ادارات، نهادها و سازمان‌ها مانند میراث فرهنگی، رسانه ملی، آموزش‌وپرورش و...
احداث مراکز پاسخگویی و پایگاه‌های اطلاع‌رسانی
اشتراک‌گذاری تجربیات شفاهی مقصد گردشگری در میان گردشگران
ارائه پیشنهادها مقصد گردشگری در فضای مجازی
ارائه اطلاعات مجازی به گردشگران مذهبی با زبان‌های مختلف
اطلاع‌رسانی رویدادها و آیین‌های سنتی در فضای مجازی
راهبرد ۳: تولید و طراحی متنوع و جذاب کالاهای فرهنگی در حوزه گردشگری مذهبی
سیاست اجرایی:
تولید و عرضه محصولات فرهنگی متنوع مطابق با ذائقه و سن مخاطب
تولید و عرضه محتوی فرهنگی در راستای توسعه فرهنگ ایرانی - اسلامی
نوآوری و تنوع‌بخشی به محصولات گردشگری
تولید و ترویج سوغات زیارت

تولید صنایع دستی بومی، محلی و قدیمی منطقه
ارتقای استانداردها و نظام ارزیابی کیفیت کالا و خدمات
برنامه‌ها
چاپ کتاب
تهیه و انتشار راهنمای جامع گردشگاه‌های مذهبی (معرفی جاذبه‌های اطراف بقعه/ معرفی هتل‌ها، رستوران‌ها/ معرفی مراکز اقامتی و رستوران‌ها)
طراحی بازی رومیزی متناسب با عرصه زیارتی، ولایتی و عمرانی بقعه
ساخت بازی رایانه‌ای با موضوع گردشگری بقاع
ایجاد بازی‌های محیطی گردشگری
تهیه ماکت و پازل از معماری بقعه
تهیه بسته‌های اهدایی به گردشگران مذهبی
بسته‌بندی شکیل کالاهای فرهنگی
تولید صنایع دستی بومی، محلی و قدیمی منطقه
بعد اجتماعی
راهبرد ۱: ارتقاء هوش فرهنگی جامعه میزبان
سیاست اجرایی:
ترویج ارزش‌های اخلاقی در جامعه
برخورد مناسب جامعه میزبان
پذیرش تنوع مذهبی و فرهنگی
تدوین منشور اخلاقی گردشگری مذهبی
برنامه‌ها
مراعات اخلاق کریمانه با همه زوّار
صبر و بردباری در برخوردها و رفت‌وآمدها
گشاده‌رویی و سعه‌صدر با مردم
خوبی و محبت در مقابل بدرفتاری‌ها
راهبرد ۲: احترام به هنجارهای جامعه میزبان و رعایت آداب زیارت
سیاست اجرایی:
پرهیز از جدل زبانی و تنافر قلبی در هنگام زیارت
رعایت نظم و ترتیب و آداب اسلامی در مراسمات
مواظبت از اعمال، افعال، گفتار، مراعات آداب و اخلاق اسلامی
رفتارهای زائران مظهر رفتارهای انسانی، تدین، ادب، انضباط و مهربانی

پرهیز از اهانت به مقدسات مذاهب اسلامی
احترام به قوانین مواقف کریمه و بقاع شریفه
ارجحیت مشروعیت به مقبولیت در زمینه گردشگری مذهبی
برنامه‌ها
نصب تابلوهای قوانین بقعه به زبان فارسی، انگلیسی و عربی
استفاده از نیروهای انتظامات در مراسمات
آموزش به نیروهای انتظاماتی
بعد امنیتی
راهبرد ۱: حفاظت فیزیکی بقعه
سیاست اجرایی:
حفاظت از آثار تاریخی و نفیس بقعه
حفاظت از اموال بقاع
نظارت بر آثار باارزش بقاع
جلوگیری از حیف‌ومیل و ضایع کردن اموال بقعه
برنامه‌ها
جلوگیری از سرقت آثار تاریخی و اموال بقعه
تهیه لیستی از اشیای تاریخی و اقلام موجود در بقاع
گشت دائمی نگهبان بقعه در محوطه
جلوگیری از فروش قاچاق آثار نفیس بقعه
نگهداری از مظاهر و جلوه‌های هنری بقعه (از جمله آثار چوبی و سنگی، آثار خطی، سنگ قبرهای تاریخی، کاشی‌های بقعه و...)
جلوگیری از آسیب رساندن به اموال بقعه
ممانعت از سوء استفاده از موقوفات و اموال و عایدات
راهبرد ۲: تامین امنیت گردشگران و زائران
سیاست اجرایی:
تأمین امنیت بهداشتی و تغذیه‌ای
تأمین امنیت گردشگران هنگام استفاده از وسایل حمل‌ونقل برون‌شهری
پاسخگویی و اقدام سریع در مواجهه با هرگونه مزاحمت برای گردشگران
ارائه هشدارهای امنیتی به گردشگران
برنامه‌ها

تعامل مستمر راهنمایان گردشگری با پلیس گردشگری
تعامل مفید و سازنده با واحدهای نظارتی حمل‌ونقل برون‌شهری
تعامل مفید و سازنده با واحدهای نظارتی بهداشتی
حضور پلیس گردشگری در اماکن مذهبی
راهبرد ۳: رصد و پایش امنیتی بقعه
سیاست اجرایی:
رصد حوالی بقعه
برنامه‌ها
حضور گشت انتظاماتی در اطراف بقعه
استفاده از ظرفیت نظارت‌های مردمی
راهبرد ۴: حفاظت فناورانه
سیاست اجرایی:
خرید تجهیزات امنیتی
به‌روزرسانی تجهیزات امنیتی
برنامه‌ها
احداث اتاق مانیتورینگ در اداره اوقاف
طراحی نرم‌افزار شناسایی و مکان‌یابی سارقین در بقعه
تهیه گاوصندوق‌های ضدسرقت
نصب دزدگیر
نصب دوربین مداربسته
استفاده از درب ضدسرقت
بعد عمرانی
راهبرد ۱: توسعه همه جانبه حریم امامزادگان و بقاع متبرکه
سیاست اجرایی:
توسعه و ارتقای مراکز و اماکن زیارتی
شبکه‌سازی و تجهیز مراکز مذهبی و زیارتی
بازسازی و مرمت آثار تاریخی
برنامه‌ها
تهیه الگوی معماری ایرانی اسلامی برای مراکز و اماکن زیارتی
بازسازی آثار نفیس بقاع متبرکه بر اساس استانداردهای بین‌المللی

تجهیز اماکن مذهبی و بقاع متبرکه
تهیه فهرست ظرفیت‌ها و امکانات هریک از بقاع متبرکه
ایجاد شبکه یکپارچه اطلاع‌رسانی و ارائه خدمات فرهنگی بقاع متبرکه
گسترش تعداد کتابخانه‌های فیزیکی و دیجیتال در بقاع متبرکه
آزادسازی اطراف بقعه
توسعه و تجهیز کانون‌های فرهنگی و هنری تخصصی
راهبرد ۲: ایجاد امکانات رفاهی
سیاست اجرایی:
امکانات و تسهیلات رفاهی طول مسیر
توسعه امکانات سرمایشی و گرمایشی و تهویه بقعه
استقرار تابلوهای راهنمای گردشگران در بقعه و حوالی آن
ایجاد زیر ساخت‌های امنیتی
زیباسازی فضای داخلی و خارجی اماکن مذهبی
ایجاد زیر ساخت‌های مرتبط با مراکز پذیرایی و غذاخوری
ایجاد زیرساخت‌های مرتبط با فناوری اطلاعات
توسعه راه‌های ارتباطی
استانداردسازی زیر ساخت حمل و نقل
ایجاد مکان‌های مناسب برای برگزاری مراسمات
ایجاد زیرساخت‌های مربوط به روشنایی
احداث مکان‌های اسکان گردشگر
فراهم کردن امکانات بهداشتی و درمانی
نظارت بر زیرساخت‌های و امکانات رفاهی
برنامه‌ها
توسعه فضای سبز و ایجاد باغ‌های مصفّا در محوطه اماکن مذهبی
پمپ گاز و پمپ بنزین
مجتمع بین راهی
تجهیز امکانات آتش‌نشانی
امداد خودرو
احداث اغذیه‌فروشی، کافی‌شاپ، سالن‌های غذاخوری سنتی، ایجاد رستوران‌های محلی
سرمایه‌گذاری در زیر ساخت‌های فناوری ارتباطات
نظارت و بررسی مداوم تابلوهای نصبی ارتباط با زائر

افزایش سرعت و کارایی اینترنت
آنتن‌دهی اپراتورهای تلفن همراه
دسترسی به اینترنت همراه و وای‌فای
آسفالت کردن جاده و راه‌های ارتباطی منتهی به بقاع
امکانات لازم ویژه معلولان، افراد کهن‌سال و بیمار
احداث پارکینگ‌های عمومی
مناسب‌سازی معابر ویژه سالمندان و معلولین
وسایل حمل و نقل مانند ویلچر
پایانه‌های اتوبوس‌رانی و تاکسی‌رانی
وسایل حمل و نقل
ایجاد مکان‌های مسقف در بقعه
روشنایی راه‌ها و جاده‌های ارتباطی
روشنایی محوطه داخلی بقعه
روشنایی اطراف بقعه
احداث مراکز و توقفگاه‌های موقت (نیمکت، سایه‌بان، آلاچیق)
احداث اقامتگاه‌های دائمی (مهمان‌پذیر، هتل‌آپارتمان، هتل، زائرسرا، کمپ)
ایجاد زیرساخت‌های بهداشتی (وضوخانه، سیستم‌های تصفیه آب آشامیدنی، سیستم‌های دفع فاضلاب و زباله، حمام در زائرسرا، سرویس‌های بهداشتی و...)
سرمایه‌گذاری در امکانات سرمایشی و گرمایشی و تهویه
فوریت پزشکی، درمانگاه
راهبرد ۳: فراهم آوردن امکانات تفریحی
سیاست اجرایی:
ایجاد زیر ساخت‌های بازار برای عرضه محصولات
به‌کارگیری تجهیزات تفریحی پیشرفته در مراکز تفریحی
نظارت بر تأسیسات تفریحی و سرگرمی
برنامه‌ها
بازارچه و مراکز خرید
استخر
سینما
نمایشگاه دائمی و موقت
فرهنگسرا

شهربازی و گیم‌نت
ارگ بازی و پارک کودک
ایجاد شهر مشاغل
توسعه طرح جامع ورزشی
بعد علم و فناوری
راهبرد ۱: تولید علم با تکیه بر جنبش نرم افزاری
سیاست اجرایی:
تولید علم در حوزه گردشگری مذهبی
گسترش حمایت‌های هدفمند مادی و معنوی از نخبگان در حوزه گردشگری مذهبی
تأمین منابع مالی جدید در حمایت از منابع پژوهشی
افزایش سهم علم و فناوری حوزه گردشگری مذهبی در اقتصاد و درآمد ملی
دسترسی آسان به منابع علمی حوزه گردشگری
گسترش تحقیق و توسعه و بهبود مستمر کلیه شاخص‌های علمی حوزه گردشگری مذهبی
نهادینه‌سازی پژوهش‌محوری و نوآوری در پاسخگویی به مسائل این حوزه
نظرسنجی و افکارسنجی مداوم گردشگران مذهبی
حفظ موازین و ارزش‌ها در عرصه علم و پژوهش
ترویج اخلاق علمی در میان محققان
کسب ثروت، عزت، نفوذ و قدرت با افزایش دانش در حوزه گردشگری مذهبی
برنامه‌ریزی و مدیریت دانش در این حوزه
نظارت علمی در حوزه علم و فناوری
ایجاد بستر مناسب برای علم‌آموزی و کسب مهارت در حوزه گردشگری مذهبی
شکوفایی علمی با بهینه‌سازی ساختار نظام آموزشی و تحقیقاتی
ایجاد مراکز مطالعات راهبردی گردشگری مذهبی
ارتقای کمی و کیفی مراکز و فعالیت‌های پژوهشی مربوط
اصلاح و بازنگری در متون، برنامه‌ها و روش‌های آموزشی
توسعه تشکل‌های تخصصی در حوزه گردشگری مذهبی افزایش نقش آنان در تصمیم‌گیری
تعمیق و گسترش آموزش‌های عمومی و تخصصی در حوزه گردشگری مذهبی
توسعه ارتباطات و مشارکت علمی و مؤثر در این عرصه
الگوسازی از مفاخر و چهره‌های موفق عرصه علمی
نیازسنجی علمی در تعریف عناوین پژوهشی در حوزه گردشگری مذهبی
ساماندهی و تقویت نظام‌های اعتبارسنجی علمی و رتبه‌بندی پژوهش‌ها

جهاد مستمر علمی باهدف کسب مرجعیت علمی و فناوری در حوزه گردشگری
توسعه نوآوری و نظریه‌پردازی علمی در حوزه گردشگری مذهبی
تقویت و گسترش تولید علمی اصیل و بومی در این عرصه
لزوم تبدیل برنامه‌های کلیشه‌ای به پژوهش‌های عمیق علمی
برنامه‌ها
تشکیل کارگروه گردشگری مذهبی در سازمان
ایجاد گروه‌های کارآفرینی گردشگری در دانشگاه اوقاف
اختصاص بخشی از بودجه سازمان به پژوهش‌های مرتبط با گردشگری مذهبی
ایجاد رشته گردشگری مذهبی در دانشگاه وابسته به اوقاف
پذیرش دانشجویان با استعداد و علاقه‌مند به حوزه گردشگری مذهبی
افزایش تعداد مقالات علمی در حوزه گردشگری مذهبی
تألیف کتاب‌های تخصصی در این حوزه
ایجاد سامانه جامع منابع علمی گردشگری مذهبی
تعریف پروژه‌های مشترک علمی و کاربردی با سایر نهادها
شناسایی مراکز علمی فعال بین‌المللی در عرصه گردشگری مذهبی
استفاده از نتایج پژوهش‌های نخبگان علمی و نوآوران سایر کشورها
شناسایی شخصیت‌های برجسته علمی به‌منظور تولید علم در این حوزه
برگزاری همایش فراخوان مقاله در حوزه گردشگری مذهبی
تعیین اولویت‌ها در پژوهش با توجه به مزیت‌ها، ظرفیت‌ها و نیازهای حوزه گردشگری
ارزیابی و رتبه‌بندی تحقیقات علمی در حوزه گردشگری مذهبی
انجام فعالیت‌های علمی و پژوهشی از اطلاعات جمع‌آوری شده از گردشگران
اختصاص بخشی از اولویت‌های پژوهشی سازمان به بحث گردشگری مذهبی
تقویت منابع علمی - پژوهشی در حوزه گردشگری
نیازسنجی از گردشگران مذهبی
نظرسنجی از علائق زائران
راهبرد ۲: راه‌اندازی و فعال‌کردن خدمات دیجیتال و آنلاین در عرصه گردشگری مذهبی
سیاست اجرایی:
دسترسی بقاع در اپلیکیشن‌های گردشگری
ایجاد سامانه رزرواسیون
ایجاد سایت مرتبط با گردشگری مذهبی
آنلاین‌سازی تورهای گردشگری بقاع

استفاده از موتورهای جستجو برای یافتن مکان‌های رفاهی - تفریحی مناسب اطراف امامزاده
فراهم کردن زمینه زیارت مجازی برای گردشگران مذهبی
اضافه‌شدن بقاع در موتورهای جستجو
شناسایی مشکلات حوزه گردشگری دیجیتال
شناسایی برنامه‌های مختلف آژانس‌های مسافرتی در حوزه دیجیتال
شناسایی محصولات دیجیتال در حوزه گردشگری و افزودن خدمات گردشگری
ایجاد استارتاپ در حوزه گردشگری
فعال‌کردن زیر ساخت‌های دیجیتال در حوزه گردشگری مذهبی
برنامه‌ها
ورود لیست بقاع در دیتابیس‌های گردشگری
تعریف درگاه واحد برای جستجو کاربر به مقاصد قبلی و بعدی سفر
ایجاد ربات‌ها با استفاده از هوش مصنوعی
ایجاد سیستم پیش فروشی
معرفی جاذبه‌ها از طریق فناوری‌های دیجیتال
همکاری با اپلیکیشن‌های مسیر یاب
همکاری با استارتاپ‌های دیوار و شیپور
معرفی اقامتگاه و زائرسراها بقاع به برنامه ایرانگرد
رزرو آنلاین هتل و اقامتگاه
طراحی سایت مختص هر یک از بقاع
ایجاد سایت فروش خدمات و محصولات
راهبرد ۳: تکنولوژی محور بودن امکانات بقعه
سیاست اجرایی:
جذب فناوری مرتبط با حوزه گردشگری از سایر کشورها
توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات در عرصه گردشگری مذهبی
دستیابی به فناوری‌های نوین و نافع، متناسب با اولویت‌های حوزه گردشگری
استفاده از فناوری‌های روز انتقال تصاویر بقاع به اداره کل
مجهز بودن بسیاری از بقاع (حتی بقاع سطح ۴) به دوربین مدار بسته
بهره‌گیری از دیپلماسی فعال اقتصادی در کسب فناوری‌های پیشرفته
فرهنگ‌سازی، آموزش و افزایش آگاهی و مهارت‌های عمومی در حوزه افتا
تکیه بر فناوری بومی و توانمندی‌های تخصصی داخلی در توسعه زیرساخت
برنامه‌ها

احداث اتاق مانیتورینگ
طراحی نرم‌افزار شناسایی و مکان‌یابی افراد در بقعه
استفاده از درب‌های هوشمند
بعد سیاسی و قانونی
راهبرد ۱: تدوین و اصلاح قوانین
سیاست اجرایی:
تعیین دستگاه متولی به‌منظور سیاست‌گذاری، هدایت و نظارت بر عرصه گردشگری مذهبی
تدوین قوانین، دستورالعمل‌ها و سیاست‌گذاری‌های مستقل در حوزه گردشگری مذهبی
لزوم وجود ابزارهای قانونی قوی به‌منظور اجبار برخی نهادهای مسئول به وظایف ذاتی خود
کاهش هزینه‌های کسب‌وکار با تأکید بر اصلاح قوانین، مقررات و رویه
اعمال سیاست‌های حمایتی و تشویقی برای ارتقای سطح کسب‌وکارهای گردشگری مذهبی
حذف بروکراسی‌های اداری مانع در سرمایه‌گذاری در عرصه گردشگری مذهبی
وجود دستورالعمل‌های قانونی در برجسته کردن بقاع متبرکه در کشور
توزیع فعالیت‌های اقتصادی میان مناطق دارای ظرفیت استان
حمایت قانونی از گردشگران خارجی
محترم شمردن آزادی افراد در مالکیت کسب‌وکارهای مشروع شکل‌گرفته
برنامه‌ها
تدوین قوانین کسب‌وکار در حوزه گردشگری مذهبی
حمایت‌های مؤثر مالی، سیاسی و مقرراتی از صادرات صنعت گردشگری مذهبی
تدوین قوانین برای پویایی و چابکی در امور اداری گردشگری مذهبی
اصلاح قوانین و مقررات حوزه سرمایه‌گذاری
تعریف قوانین تشویقی در جذب منابع مالی
سهولت در صدور روادید برای گردشگران خارجی
خلأ قانونی در حوزه حفاظتی و امنیتی در بقاع متبرکه
ضعف یا خلأ قانونی در نگهداری و مرمت آثار تاریخی بقعه
رعایت مقررات قانونی در حوزه فناوری اطلاعات مرتبط با گردشگری مذهبی
ممانعت قانونی از فعالیت فرقه‌های مذهبی در بقاع
معافیت‌های مالیاتی و یا کاهش تعرفه‌های مالیاتی برای کسب‌وکارهای فعال این حوزه
راهبرد ۲: شیوه تصدی‌گری گردشگری مذهبی
سیاست اجرایی:
ایجاد بستر مناسب برای ورود بخش غیردولتی (خصوصی و تعاونی) به عرصه گردشگری مذهبی

توانمندی و افزایش بخش خصوصی و تعاونی در عرصه گردشگری مذهبی
رفع تبعیض بین بخش دولتی و غیردولتی (خصوصی و تعاونی)
تفویض امور به تشکل‌های مردمی و استفاده از ظرفیت‌های آنان
برنامه‌ها
طرح واگذاری موقوفه‌های تاریخی به بیرون از سازمان
اختصاص مراکز اقامتی، پذیرائی، حمل و نقل و. به بخش‌های غیردولتی
گسترش و تقویت تشکل‌های مردمی به‌منظور افزایش سرمایه اجتماعی
سپردن کارها به اقشار مختلف مردمی
توسعه نهادهای مردمی با ارتقای سرمایه‌های انسانی، طبیعی و اجتماعی
انجام برنامه‌های خودجوش مردمی در حوزه گردشگری مذهبی
بعد زیست‌محیطی
راهبرد ۱: شناسایی جاذبه‌های طبیعی محیط پیرامونی بقعه
سیاست اجرایی:
شناسایی جاذبه‌های اقلیمی (اکوتوریسم) و چشم‌اندازهای طبیعی
برنامه‌ها
شناسایی چشمه‌های آب‌معدنی و چشمه‌های آب گرم
شناسایی پارک‌ها و مناطق حفاظت شده
شناسایی پوشش گیاهی و حیات جانوری
راهبرد ۲: پیشگیری و ممانعت از انتشار انواع آلودگی‌های غیرمجاز
سیاست اجرایی:
ترویج و نهادینه‌سازی فرهنگ زیست‌محیطی مبتنی بر منشور اخلاقی
ممانعت از انتشار آلودگی خاک، آلودگی آب‌وهوا، آلودگی‌های صوتی و زباله و پسماند
جرم‌انگاری تخریب محیط‌زیست
حمایت و تشویق سرمایه‌گذاری‌ها و فناوری‌های سازگار با محیط زیست
تقویت فرهنگ مشارکت و مسئولیت‌پذیری اجتماعی در برابر حفظ محیط زیست
برنامه‌ها
نصب تابلوهای هشدار مراقبت از محیط زیست
استفاده از سوخت و انرژی سازگار با محیط زیست با آلایندگی کمتر
الزام مجرمین محیط زیست به جبران خسارت‌های آلودگی‌های زیست‌محیطی
مجازات مؤثر و بازدارنده آلوده‌کنندگان و تخریب‌کنندگان محیط زیست

بعد اقتصادی
راهبرد ۱: جذب سرمایه‌گذاری‌های قانونی و مشروع
سیاست اجرایی:
تعریف طرح‌های سرمایه‌گذاری جدید و موردنیاز بقعه
حمایت از سرمایه‌گذاران در طرح‌های تبدیلی بقاع به مراکز گردشگری مذهبی
الگوگیری از تجربیات موفق طرح‌های سرمایه‌گذاری بخش خصوصی
رفع موانع سرمایه‌گذاری
برنامه
پرداخت وام و تسهیلات به سرمایه‌گذاران بخش خصوصی
کاهش نرخ بهره وام‌های دریافتی سرمایه‌گذاران و گردشگران مذهبی
حمایت از سرمایه‌گذاران در صورت عدم بازگشت سرمایه
تجاری‌سازی ایده‌ها و پشتیبانی از شرکت‌های نوپا، کوچک و نوآور در زمینه گردشگری مذهبی
ایجاد هماهنگی در زنجیره ارزش سرمایه‌گذاری در عرصه گردشگری
لزوم همراهی بین دستگاهی در واگذاری طرح‌های اقتصادی به بخش خصوصی
تأسیس واحدی مستقل در سازمان به‌منظور رسیدگی به مشکلات سرمایه‌گذاری این بخش
کاهش نرخ مالیات دریافتی از سرمایه گذران این حوزه
جذب سرمایه گذران بخش خصوصی به دلیل چابکی این بخش
جذب سرمایه‌های مردمی
تشویق سرمایه‌گذاران به ورود به حوزه خطرپذیر متضمن تحقیق و توسعه
فراهم کردن زمینه سرمایه‌گذاری بخش‌های غیردولتی (تعاونی، بخش خصوصی)
تأسیس صندوق‌های ضمانت و شراکت
جلب سرمایه‌گذاری داخلی و خارجی با حمایت‌های تشویقی و قانونی
تشویق سرمایه‌گذاری خارجی برای صادرات تولیدات بقعه
جلب سرمایه‌گذاری خارجی و تعریف فعالیت‌های مشترک بین‌المللی
تشویق طرح‌های سرمایه‌گذاری در بخش‌های اقتصادی و فرهنگی
سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های حمل و نقل از جمله وسایل حمل و نقل مدرن و پیشرفته و...
سرمایه‌گذاری در ایجاد و ساماندهی مراکز خرید، بازارهای اصلی و پاساژها
سرمایه‌گذاری و خرید تجهیزات تفریحی پیشرفته در مراکز تفریحی
سرمایه‌گذاری در تبدیل فضای اطراف بقعه به اماکن تفریحی و سرگرمی
سرمایه‌گذاری در بازسازی، نوسازی و مرمت اماکن تاریخی مذهبی

سرمایه‌گذاری در مراکز پذیرایی و غذاخوری
راهبرد ۲: بهبود روش‌های تامین مالی
سیاست اجرایی:
اختصاص ردیف بودجه به شهرداری برای ارائه خدمات بهتر به گردشگران
توجه مسئولین به روش‌های جدید درآمدزایی
تخصیص تسهیلات به بقاع دارای ظرفیت گردشگری مذهبی
برنامه‌ها
کسب درآمد از موقوفه‌های تاریخی با تعریف برنامه‌های فرهنگی
جمع‌آوری نذورات مردمی
استفاده از ظرفیت‌های وقف، انفاق، مؤسسات عام‌المنفعه و خیریه
استفاده از ظرفیت معتمدین محلی در جذب منابع مالی
تلاش برای جذب منابع از طریق درآمدهای معلوم دولت
راهبرد ۳: نظارت بر مصارف و محل هزینه کردن عایدات بقعه
سیاست اجرایی:
استقلال مسائل بودجه‌ای هر بقعه و عدم تحمیل هزینه جدید به اداره
نظارت بر تخصیص بودجه در مسیر تعریف شده آن
صرف اموال در محل‌های موردنیاز بقاع متبرکه
برنامه‌ها
هزینه‌کردن نذورات در امور مستضعفین
صرف عایدات در عمران و آبادانی بقعه
راهبرد ۴: بازاریابی در حوزه گردشگری مذهبی
سیاست اجرایی:
برندسازی محصولات
تعریف پکیج تورهای گردشگری برای بقعه
پکیج سازی خدمات گردشگری بقاع
بازاریابی داخلی، خارجی و بین‌المللی
توجه به ظرفیت کشورهای همسایه
استفاده از ظرفیت شبکه‌های اجتماعی
لزوم توجه به بازاریابی سبز
برنامه‌ها
اعمال تخفیفات فصلی

توجه به زائران و گردشگران وفادار
افزودن بقاع متبرکه به آیتینری آژانس‌های گردشگری
اشتراک‌گذاری تور با وب‌سایت‌های فروش
استفاده از مدیریت شهرت برند
انتخاب برند ویژه کالاها و خدمات حوزه گردشگری
تجزیه و تحلیل مسیر گردشگران مذهبی و زائران
زنجیره کردن مقاصد گردشگری بر اساس بقاع
جذب بازار گردشگران خارجی با تعامل با سایر کشورها
بهبود روابط کشورها در فضای بین‌المللی
راهبرد ۵: عمق بخشی به فعالیت‌های اقتصادی
سیاست اجرایی:
محور قراردادن رشد بهره‌وری در فعالیت‌های اقتصاد
پررنگ‌کردن جایگاه اقتصاد فرهنگی در کنار اقتصاد صنعتی
درآمدزایی از گردشگری مذهبی
اضافه‌کردن طرح‌های توجیهی اقتصادی به پروژه‌های اقتصادی
به حداکثر رساندن مشارکت آحاد مردم در فعالیت‌های اقتصادی
مشاوره با متخصصان و صاحب‌نظران در تصمیمات اقتصادی
ایجاد نگاهی نو در مسئولان به‌منظور بهره‌برداری از ظرفیت‌های اقتصادی حوزه گردشگری
ارائه پیشنهادها به‌منظور تعریف فعالیت‌های اقتصادی جدید در زمینه گردشگری مذهبی
هدایت ذی‌نفعان اصلی
ایجاد بستر رقابت و تقویتِ رقابت‌پذیری اقتصاد بین مناطق و استان‌ها در عرصه گردشگری
به‌کارگیری ظرفیت‌های منطقه
نظارت بر قیمت‌ها و کیفیت کالاها در بازارهای فروش
برنامه‌ها
رشد مستمر صادرات کالا و خدمات نامرئی صنعت گردشگری مذهبی
توانمندسازی نیروی کار با ارائه دوره‌های آموزش‌های لازم به آنان
حضور مشاوران اقتصادی در سازمان برای راهنمایی فعالان اقتصادی
راهبرد ۶: توسعه پایدار کارآفرینی گردشگری مذهبی
سیاست اجرایی:
ایجاد بستر و زیر ساخت مناسب در بقاع برای ایجاد کارآفرینی پایدار
حمایت مادی و معنوی از فرایند تبدیل ایده به محصول در عرصه گردشگر

بهبود فضای کسب‌وکار باهدف افزایش تولید ملّی در عرصه گردشگری مذهبی
ارتقای شاخصه‌های محیط کسب‌وکار
توسعه، ترویج و تشویق فرهنگ کار و کارآفرینی
ایجاد مشاغل مورد نیاز گردشگران مذهبی
کاهش هزینه‌های کسب‌وکار
اعمال سیاست‌های حمایتی و تشویقی برای ارتقای سطح کسب‌وکارهای گردشگری مذهبی
تلاش برای ایجاد ارزش افزوده در فعالیت‌های اقتصادی
افزایش سهم بخش صنعت گردشگری مذهبی در تولید داخلی
ایجاد زمینه عادلانه در فعالیت‌های اقتصادی سه بخش نظام اقتصادی
اضافه‌کردن طرح مطالعات بازار به طرح‌های کارآفرینی
تأسیس مناطق نمونه گردشگری مذهبی در مناطق مستعد و کمتر توسعه‌یافته
ایجاد گروه‌های کارآفرینی در دانشگاه‌ها و سازمان‌ها
آشنایی گردشگران به فرایندها، جزئیات و ظرافت‌های تولید محصولات منطقه
شکل‌گیری کارآفرینی متناسب با عناصر مزیتی بقعه
استفاده از ظرفیت‌های مردمی به‌منظور مشارکت در ایجاد کسب‌وکارهای مورد نیاز گردشگران
ارتقای توانمندی‌های نیروی انسانی به‌منظور ایجاد مشاغل مورد نیاز گردشگران مذهبی
رعایت الگوهای رفتاری و اخلاق حرفه‌ای
ترویج تفکر و مشاغل کارآفرینی با سرمایه‌گذاری در بقاع متبرکه
ارتقای توان کارآفرینی با استفاده از نظام آموزشی کشور (آموزش‌وپرورش)
عرضه محصولات
برقراری حمایت‌های مؤثر از بیکاران برای افزایش توانمندی‌های آنان
تناسب مراکز آموزشی و پژوهشی با نیازهای بازار کار حوزه گردشگری
برنامه‌ها
استفاده از جوانان خلاق برای ایجاد فرصت‌های تازه کارآفرینی و شغلی
راه‌اندازی کارآفرینی گروهی و سازمانی
توأم کردن آموزش و مهارت به‌منظور تقویت کارآفرینی پایدار
جلب همکاری بنگاه‌های اقتصادی جهت استفاده از ظرفیت نیروی انسانی
برگزاری رخدادهای کارآفرینی در بقاع متبرکه
آموزش نیروی انسانی متخصص، ماهر و کارآمد متناسب با نیازهای بازار
برگزاری دوره‌های پرورش استعدادهای شغلی و پدیدآوردن آینده شغلی برای برآوردن نیازهای گردشگران

ارتقای دانش‌های مهارتی و تنوع‌بخشی به شیوه‌های مهارت‌افزایی متناسب با معیارهای جهانی
ارتقای مهارت‌های حرفه‌ای نیروی انسانی بومی در عرصه گردشگری
دوره‌های آموزش اخلاق کسب‌وکار به مشاغل فعال در عرصه گردشگری
تسهیل صدور جواز ساخت‌وساز به مشاغل حوزه گردشگری
اعطای تخفیف به مشاغل گردشگری در پروانه‌های ساختمانی توسط شهرداری
تأمین مصالح ساختمانی برای ساخت‌وساز هتل، رستوران و تفرجگاه‌ها
حمایت‌های مرحله‌ای از کارآفرینان تا توانمندسازی کامل آنان
حمایت قانونی و مالی سازمان اوقاف از کارآفرینان گردشگری مذهبی
حمایت‌های قانونی در تنظیم بازارهای مالی و اقتصادی
حمایت از تجاری‌سازی فناوری محصولات
اعمال سیاست‌های حمایتی و تشویقی برای ارتقای سطح کسب‌وکارهای گردشگری
استفاده از ظرفیت اجرای هدفمندسازی یارانه‌ها در جهت افزایش تولید
پرداخت وام به اصناف در ارتباط با گردشگری مذهبی
بسترسازی و ساماندهی اشتغال و حرکت نیروی کار در این عرصه
تأمین شرایط و فعال‌سازی کلیه امکانات و منابع مالی و سرمایه‌های این عرصه
تعریف سازوکارهای ایجاد طرح‌های کارآفرینی در بقعه
تسهیل ورود کارآفرینان به فضای کسب‌وکار به‌ویژه اقتصاد دانش‌بنیان
ساماندهی و حمایت از بنگاه‌های کوچک و متوسط در جهت کارآمدسازی آن‌ها
ایجاد نظام جامع اطلاعات بازار کار گردشگری مذهبی
ایجاد زمینه‌های اشتغال با رعایت استعدادها و اولویت‌های منطقه
احداث بازارچه و فروشگاه‌های صنایع دستی
اعطای نشان اقتصاد مقاومتی به افراد برجسته دارای خدمات جهادی در این عرصه
تقویت فرهنگ جهادی در ایجاد ارزش افزوده، تولید ثروت و بهره‌وری
تقویت فرهنگ کسب‌وکار دانش‌بنیان در حوزه گردشگری مذهبی
ارتقای بهره‌وری با استفاده از منافع حاصل از کسب‌وکار
تأکید بر شاخص‌های کارآمدی، مسئولیت‌پذیری، انضباط و رضایت‌مندی در کار
ارائه و تشویق الگوهای موفق در این زمینه
افزایش درآمد ملی با اتکای هرچه بیشتر به منافع حاصل از کسب‌وکار
گسترش منابع مالی و کارآمدسازی مدیریت آن در جهت افزایش ظرفیت تولید
مشاوره با متخصصان خلاق کسب‌وکار برای تعریف فعالیت اقتصادی درآمدزا
معرفی ظرفیت‌های درآمدزایی بقعه در حوزه گردشگری مذهبی

ایجاد فرصت‌های شغلی پایدار حوزه تفریحات و جاذبه‌های گردشگری (ایجاد جاذبه‌های گردشگری با گسترش کسب‌وکار هنرهای نمایشی، مشاغل مرتبط با طراحی، تولید و عرضه محصولات فرهنگی)
ایجاد فرصت‌های شغلی پایدار حوزه برگزاری تورهای گردشگری
ایجاد فرصت‌های شغلی پایدار حوزه رزرواسیون و بلیط‌فروشی
ایجاد فرصت‌های شغلی پایدار حوزه رستوران و غذاخوری
ایجاد فرصت‌های شغلی پایدار حوزه سوغات و صنایع دستی
ایجاد فرصت‌های شغلی پایدار حوزه خدمات کرایه‌ای
ایجاد فرصت‌های شغلی پایدار حوزه تولید محتوی و عکاسی
ایجاد فرصت‌های شغلی پایدار حوزه راهنمای گردشگری
ایجاد فرصت‌های شغلی پایدار حوزه خدمات مشاوره ایی
ایجاد فرصت‌های شغلی پایدار حوزه اقامتگاه‌ها و هتل‌ها
ایجاد فرصت‌های شغلی پایدار حوزه خدمات حمل و نقل
ایجاد فرصت‌های شغلی پایدار حوزه استارت‌آپ‌ها
ایجاد فرصت‌های شغلی پایدار حوزه آموزش و پژوهش
عرضه محصولات مشاغل (خانگی، صنایع دستی و...) در بازارهای هفتگی
فروش محصولات زراعی، باغی و جالیزی برای ارائه خدمات مطلوب
نظارت بر مشاغل مرتبط با گردشگری
حداکثرسازی ارزش افزوده و منافع ناشی از سرمایه‌های انسانی
افزایش ارزش افزوده سهم بخش صنعت گردشگری مذهبی
ایجاد، انتقال، جذب، بومی‌سازی و به‌کارگیری فناوری در عرصه کارآفرینی
افزایش سهم تولید محصولات و خدمات مبتنی بر دانش و فناوری
بعد مدیریتی
راهبرد ۱: سیاست‌های جذب حداکثری و افزایش مدت ماندگاری گردشگران مذهبی
سیاست اجرایی:
ظرفیت‌سنجی پتانسیل‌های هر منطقه و افزایش ظرفیت‌های بقعه
تبدیل بقعه از قطب مذهبی به قطب فرهنگی
الگوگیری از تجربیات کشورهای موفق در جذب گردشگر مذهبی
شناسایی فضاهای سیاحتی و استفاده از ظرفیت‌های تاریخی، هنری، معماری و...
گسترش قطب‌های گردشگری مذهبی با محوریت مناطق و مراکز هویت‌ساز
ایجاد تصویر مقصد مطلوب در ذهن گردشگر

شناسایی جاذبه‌های اقلیمی (اکوتوریسم)
استفاده از ظرفیت‌های اطراف امامزادگان
ایجاد تجربه‌های منحصربه‌فرد و نو در گردشگر
معرفی و تبلیغ مزارات اسلامی
افزایش سوژه‌های مجموعه
برنامه‌ها
افزایش سایت‌های مورد بازدید
بازدید از جاذبه‌های هنری و معماری
شناسایی زمین‌های کشاورزی دارای ظرفیت اطراف بقعه
استفاده از نظر کارشناسان در شناسایی ظرفیت‌های بقعه
برگزاری نمایشگاه‌های دائمی
برگزاری مسابقات دوره‌ای با مرکزیت بقاع متبرکه
برگزاری آیین‌های مذهبی و نمایشی
برگزاری نمایشگاه‌های موضوعی
جاذبه‌های انسان ساخت مثل موزه
تعریف برنامههای جذاب فرهنگی
راهبرد ۲: توسعه جاذبه‌های مقصد گردشگری مذهبی
سیاست اجرایی:
شناسایی جاذبه‌های قومی و محلی
شناسایی جاذبه‌های مذهبی و معنوی
شناسایی و ایجاد جاذبه‌های رویداد ساز
شناسایی و ایجاد جاذبه‌های معماری
شناسایی و ایجاد جاذبه‌های انسان ساخت
شناسایی جاذبه‌های مذهبی و معنوی
برگزاری مراسمات و برنامه‌ها و جشنواره‌های مذهبی
برگزاری جشنواره‌های نوین و رویدادهای سنتی مربوط به خوراک (سمنو پزان و...)
برگزاری جشنواره از صنایع دستی بانوان محلی
احداث و برگزاری نمایشگاه‌های دائمی و موقت
برگزاری جشنواره از صنایع دستی بانوان محلی
برگزاری جشنواره و نمایشگاه‌های موضوعی مانند جشنواره مشاهیر
برگزاری آیین‌های نمایشی مانند تعزیه

ایجاد جاذبه‌های زیرساختی موجود در اطراف بقعه (پل، حمل و نقل و هتل‌ها)
احداث موزه‌های تعاملی (نه صرفاً شیء محور)
موزه آثار نفیس
موزه سنگ
موزه مشاهیر مذهبی
موزه آثار هنری
راهبرد ۳: پدیدارشناسی و تجربه‌نگاری و مدیریت دانش در حوزه گردشگری مذهبی
سیاست اجرایی:
استفاده از تجربه‌های مجموعه مشابه، سازمان‌ها، مؤسسات و... در حوزه گردشگری مذهبی
شکل‌گیری تجربه‌های فرهنگی از فضای محیطی، مؤلفه‌ها و شاخصه‌های فرهنگی
ترسیم جذاب سرگذشت اشخاص، فضا و محیط تاریخی بقعه برای گردشگر
الگوگرفتن از تجارب موفق موزه در سطح استان و کشور
برنامه‌ها
بهره‌گیری از نظرات و تجارب مفید بازنشستگان
استفاده از تجربیات موفق گلزار شهدای اصفهان
برگزاری جلسات منظم با افراد باتجربه در حوزه گردشگری مذهبی به‌منظور اشتراک تجربیات
راهبرد ۴: تقویت تعاملات و گفتمان در حوزه گردشگری مذهبی
سیاست اجرایی:
حضور فعال و اثرگذار در شبکه‌های جهانی
بهبود تعاملات سازنده با نهادهای اثرگذار در عرصه گردشگری مذهبی
بهبود تعاملات با شخصیت‌های مؤثر و نقش‌آفرین در عرصه گردشگری مذهبی
توسعه روابط بین فرهنگی کشور
برنامه‌ها
برقراری ارتباط با تور لیدرهای خارجی فعال در حوزه گردشگری مذهبی
تعامل مؤثر و سازنده با کشورها، سازمان‌ها و ترتیبات منطقه‌ای و جهانی
تهیه لیستی از شخصیت‌های مؤثر و نقش‌آفرین در عرصه گردشگری مذهبی
همکاری با آژانس‌های گردشگری و ارائه تقویم گردشگری مذهبی به آنان
معرفی ظرفیت‌های بقعه به آژانس گردشگری برای جذب گردشگران خارجی
هماهنگی و همکاری کلیه دستگاه‌های اجرائی با سازمان میراث فرهنگی
همکاری با سازمان‌های خدماتی مانند شهرداری

همکاری با صداوسیما
همکاری با میراث فرهنگی
همکاری با پلیس اطلاعات امنیت
سازمان‌های دارای مخاطب خاص مثل آموزش‌وپرورش
همکاری با نیروی انتظامی در حفظ امنیت بقعه
استقرار پلیس نظارت بر اماکن عمومی
همکاری با پلیس گردشگری
شکل‌دهی شبکه تعاملات با شرکت‌های ارائه‌دهنده خدمات گردشگری دیجیتال
همکاری سایر دستگاه‌ها برای رفع موانع گردشگران خارجی
برگزاری جلسات رایزنی با مدیران استان
تعریف فرصت‌های تازه پروژه‌های عمرانی در حوزه گردشگری مذهبی
تعامل با گردشگران سلامت
گفت‌وگوی مداوم با متخصصان و صاحب‌نظران حوزه مختلف
راهبرد ۵: تربیت و توانمندسازی نیروی انسانی ماهر و آموزش دیده
سیاست اجرایی:
بهره‌گیری از توان نخبگان و فرهیختگان
انتخاب افراد اصلح و شایسته
ارج نهادن به سرمایه‌های انسانی و اجتماعی
ایجاد زمینه رشد معنوی منابع انسانی
به‌کارگیری نیروهای متخصص
روزآمدی روش‌های گزینش منابع انسانی
توانمندسازی علمی و مهارتی نیروی انسانی
تربیت نیروی انسانی توانمند، خلاق، مسئولیت‌پذیر، باانگیزه، شاد، متدین، جمع‌گرا، نظم‌پذیر و قانون‌گرا
برنامه‌ها
تشکیل گروه‌های تخصصی در تولید محصولات فرهنگی، هنری و...
شناسایی نخبگان، پرورش استعدادهای درخشان و حفظ و جذب سرمایه‌های انسانی
هدایت نظام آموزش برای تأمین و جذب نیروهای نخبه و متخصص مورد نیاز این حوزه
به‌کارگیری نیروهای متخصص در بقاع کمتر توسعه‌یافته
به‌کارگیری افراد مستعد و باانگیزه در حوزه گردشگری مذهبی
عدالت‌محوری در جذب و ارتقای نیروی انسانی

انتخاب کارمندان فاقد سوءپیشینه
برگزاری دوره‌های دانش‌افزایی و ارتقای بهره‌وری نیروی انسانی
ارتقای سطح علمی نیروی انسانی
تعریف دوره‌های آموزش تخصصی به مدیران، حوزه گردشگری مذهبی
برگزاری دوره‌های آموزشی برای راهنمایان گردشگری (استانداردهای ارتباطی، روایتگری مطلوب و جذاب، روایتگری داستان‌های فولکلوریک و...)
تربیت راهنمایان گردشگری ماهر و متخصص در حوزه گردشگری مذهبی
جذب راهنمایان گردشگری مسلط به زبان‌های خارجی
دارای کارت راهنمای گردشگری مذهبی
بیان ظرافت‌های تکنولوژیکی بقعه با زبانی جذاب برای گردشگر
بیان احوالات علما، انتقال حس و فضای معنوی بقعه به گردشگر
ترسیم تصویر جذاب از ظرافت‌های تکنولوژیکی بقعه
راهبرد ۶: ارائه خدمات مطلوب به زائران
سیاست اجرایی:
توسعه خدمات بین راهی
ارائه خدمات حضوری و دیجیتال به گردشگران
صدور بیمه‌های گردشگری
ارائه برنامه‌های جذاب و مناسب
تسهیل پرداخت‌های گردشگران خارجی
ارائه خدمات پذیرایی متناسب با ذائقه و نیاز مخاطب
ارائه خدمات بهداشتی مناسب
محل اقامت مناسب
سهولت در تردد به بقعه
برنامه‌ها
تعمیرگاه خودرو
جایگاه سوخت
باجه خودپرداز
ایجاد کانکس‌های حجاب اسلامی
رزرو تلفنی خدمات
باجه انتظامات
ایجاد دفتر امانات و گمشدگان

دفتر اطلاع‌رسانی
نصب صندوق پیشنهادها و انتقادات
نصب تابلوی صدای زائر
پرداخت وام به گردشگران مذهبی
راهبرد ۷: افزایش رونق گردشگری مذهبی
سیاست اجرایی:
تبلیغات و اطلاع‌رسانی ظرفیت‌های بقاع متبرکه
ایجاد زیر ساخت‌های لازم برای گردشگران
تسهیل دسترسی به اماکن متبرکه
ایجاد محیط مناسب برای گردشگران
استفاده از ظرفیت‌های اطراف امامزادگان
افزایش ظرفیت‌ها و کیفیت مزیت‌های ویژه بقعه
افزایش تمرکز گردشگر بر ظرفیت‌ها و مزیت‌های ویژه بقعه
تغییر سناریو برای بازدید از بقعه
تغییر جامعه هدف
توزیع متوازن زمانی و مکانی سفر در کشور
برنامه‌ها
تولید محتوی اطلاعاتی مورد نیاز گردشگران (بروشور و فضای مجازی و...)
معرفی آثار بقاع متبرکه (از طریق چاپ بروشور، کتاب، سی دی و فضای مجازی...)
رونق تورهای غذا گردی
برگزاری تورهای فرهنگی
برگزاری تورهای متفاوت دانش آموزی
برگزاری جشنواره‌ها
ایجاد و اصلاح راه‌های ارتباطی
ایجاد اماکن سیاحتی، اقامتی و رفاهی
راهبرد ۸: انسجام بخشی نظام مدیریتی و بهبود زیر ساختهای آن
سیاست اجرایی:
تدوین سند راهبردی در حوزه گردشگری مذهبی
تأکید بر الگوی توسعه گردشگری جامعه‌محور در برنامه‌ریزی‌ها
طراحی سیستم یکپارچه آمار و اطلاعات
رضایت سنجی زائران و گردشگران مذهبی

نظارت بر فعالیت بقاع به منظور جلوگیری از اعمال سلیقه‌های شخصی
گسترش قطب‌های گردشگری مذهبی با محوریت مناطق و مراکز هویت‌ساز
پاسخگویی و تکریم ارباب رجوع
برنامه‌ها
تهیه بانک جامع اطلاعات علمی، پژوهشی و فناوری
تهیه بانک جامع اطلاعات گردشگران مذهبی
تکمیل اطلاعات پایگاه جامع امامزادگان
شفاف‌سازی و به‌روزرسانی آمار و اطلاعات
استفاده از سنجه‌های بررسی رضایت مشتریان
ارتقای سطح رضایت مردم از طریق ارائه خدمات مطلوب
در نظر گرفتن ویژگی‌های جنسیت، سن، مذهب و... در برنامه‌ریزی‌ها
طبقه‌بندی گردشگران و ارائه برنامه متناسب به آنان
برنامه‌ریزی بر اساس گرایش گروه‌های مختلف گردشگران
ایجاد جذابیت‌های بصری متناسب با ذائقه مخاطب در برنامه‌ریزی
تناسب برنامه با مدت زمان حضور زائر در بقعه
تدوین ماتریس برنامه‌ریزی و تصمیم‌گیری
در نظر گرفتن ویژگی‌های مختلف بقعه (ساختاری، دموگرافیک و...) در برنامه‌ریزی
تدوین برنامه‌های بلندمدت در حوزه گردشگری
تعریف شاخص‌های کمی مشخص در برنامه‌ریزی
پیگیری پیشنهادات، انتقادات و شکایات گردشگران مذهبی
تشویق مردم و کارشناسان بیرونی به ارسال گزارشات مردمی
دسترسی آسان و ضابطه‌مند مردم به اطلاعات صحیح
یکپارچه‌سازی اطلاعات در حوزه گردشگری مذهبی
به‌کارگیری اصول مدیریت دانش با ابتناء به ارزش‌های اسلامی
رسیدگی به گزارشات مردمی
شاخص‌گذاری و سطح‌بندی بقاع از نظر گردشگری مذهبی
ستاره‌دار کردن مراسمات در برخی از بقاع
راهبرد ۹: نظام مالی و اداری
سیاست اجرایی:
شفافیت در نظام مالی
استقرار بودجه‌ریزی عملیاتی و تخصیص منابع

استقلال مالی و بودجه‌ای هر یک از بقاع متبرکه
نهادینه سازی فرهنگ سازمان و رشد ارزش‌های اخلاقی در آن
نظارت و ارزیابی عملکرد در حوزه گردشگری مذهبی
ارتقای سلامت نظام اداری
ارتقای نظارت رسمی، مردمی و رسانه‌ای
شاخص‌گذاری و سطح‌بندی بقاع متبرکه
شفاف‌سازی و آگاهی‌بخشی به حقوق و تکالیف متقابل مردم و نظام اداری
دانش‌بنیان کردن نظام اداری
استقرار سازوکارهای انگیزشی در نظام پرداخت‌ها
چابک‌سازی، متناسب‌سازی و منطقی ساختن تشکیلات نظام اداری
جبران خسارت‌های مردمی ناشی از تصمیمات قانونی در نظام اداری
توسعه نظام اداری الکترونیک
برنامه‌ها
نظارت بر برنامه‌های کوتاه‌مدت و بلندمدت
اصلاح ساختارهای ارزیابی و ارزشیابی، اتخاذ رویکرد نتیجه‌گرا
تعریف شاخص‌های کمی به‌منظور ارزیابی فعالیت‌های بقاع
نظارت بر اجرای برنامه استراتژیک بقعه
کارآمدسازی و هماهنگی ساختارها و شیوه‌های نظارت و کنترل در نظام اداری
برگزاری جلسه با مدیران برای گزارشدهی و پاسخدهی به مطالبات
نهادینه‌سازی اخلاق سازمانی
تعریف نظام مؤثر در پیشگیری و برخورد با تخلفات
ارتقای سلامت نظام اداری با اصلاح فرایندهای قانونی و اداری
رعایت عدالت در نظام پرداخت
جبران خدمات با تأکید بر عملکرد، توانمندی، جایگاه و ویژگی‌های شغل
تدوین برنامه‌هایی برای جذب و استفاده از ظرفیت‌های مردمی در نظام اداری
تصمیم‌گیری تخصصی در برخی از امورات مربوط به بقعه
ایجاد واحد گردشگری مذهبی در اداره اوقاف
توجه به اثربخشی و کارایی در فرایندها و روش‌های اداری
عدم تداخل وظایف
هماهنگی ساختارها در جهت تحقق اهداف

فصل نامه علمی مطالعات بقاع و اماکن متبرکه

نتیجه‌گیری

پرستشگاه‌های متعدد از جمله امامزادگان و ساخت معابد از گذشته تا به امروز در سراسر دنیا، بارزترین نمود و جلوهٔ پرستش انسان هستند که در رونق گردشگری مذهبی نقش بسیار مهمی ایفا می‌کند. توسعه صنعت گردشگری خصوصاً گردشگری مذهبی، در دنیا متأثر از عوامل گوناگونی است که به نگرشی جامع و چندبعدی نیازمند است. برنامه‌ریزی راهبردی وسیله‌ای است که با نگرشی جامع، گردشگری مذهبی را از ابعاد مختلف مورد بررسی قرار دهد. صاحب‌نظران، برنامه‌ریزی راهبردی را کوششی نظام‌یافته برای اجرای راهبردهای اصلی سازمان تلقی نموده و به‌کارگیری آن را در جهت تحقق اهداف سازمان مفید می‌دانند. در این پژوهش تلاش شد که به‌منظور تدوین برنامه راهبردی، فرصت‌ها، تهدید، نقاط قوت و ضعف بقاع متبرکه شناسایی شود تا با استفاده از آن راهبردهای واقع‌بینانه‌ای به‌منظور توسعه گردشگری مذهبی تعیین و اجرا گردد. تحلیل محیط داخلی و خارجی، در ۱۰ بعد مختلف مورد بررسی قرار گرفت. در تمام این ابعاد ۱۰ گانه، مجموعاً ۳۶ راهبرد، ۲۵۹ سیاست اجرایی و ۳۸۵ برنامه پیشنهاد شده است که به تفکیک عبارتند از

بعد مذهبی: ۳ راهبرد و ۱۲ سیاست اجرایی و ۱۲ برنامه
بعد فرهنگی: ۳ راهبرد، ۱۳ سیاست اجرایی و ۲۳برنامه
بعد اجتماعی: ۲ راهبرد، ۱۳ سیاست اجرایی و ۲۳برنامه
بعد امنیتی: ۴ راهبرد، ۱۱ سیاست اجرایی و ۱۹ برنامه
بعد عمرانی: ۳ راهبرد، ۲۰ سیاست اجرایی و ۴۴ برنامه
بعد علم و فناوری: ۳ راهبرد، ۴۸ سیاست اجرایی و ۳۴ برنامه
بعد سیاسی و قانونی: ۲ راهبرد، ۱۴ سیاست اجرایی و ۱۷ برنامه
بعد زیست‌محیطی: ۲ راهبرد، ۶ سیاست اجرایی و ۷ برنامه
بعد اقتصادی: ۶ راهبرد، ۵۳ سیاست اجرایی و ۱۰۱ برنامه
بعد محیطی زیست: ۹ راهبرد، ۷۱ سیاست اجرایی و ۱۲۲ برنامه

کتاب‌نامه

ابراهیم‌زاده، عیسی؛ کاظمی‌زاده، شمس الله، اسکندری ثانی، محمد (۱۳۹۰). «برنامه‌ریزی استراتژیک توسعهٔ گردشگری، با تأکید بر گردشگری مذهبی (مطالعهٔ موردی: شهر قم)». ***پژوهش‌های جغرافیای انسانی***. شماره ۷۶.

آقاجانی، معصومه؛ فراهانی فرد، سعید (۱۳۹۴). «گردشگری مذهبی و عوامل موثر بر آن (مطالعه موردی ایران)». ***فصل‌نامه سیاست‌های راهبردی و کلان***. سال سوم، شماره۹.

براتی، جواد؛ رسول‌زاده، مریم؛ رفیعی دارانی، هادی؛ مظهری، محمد (۱۳۹۳). «مدیریت راهبردی در فضای کسب و کار اقتصاد شهری (مطالعه موردی: گردشگری مذهبی شهر مشهد مقدس)». ***فصل‌نامه اقتصاد و مدیریت شهری***. دوره دوم. شماره ۶.

حاتمی نژاد، حسین؛ حبیبیان بهار، امیرشکاری مریم (۱۳۹۵). «اولویت بندی راهبردهای توسعه گردشگری مذهبی شهر دزفول». ***فصل‌نامه گردشگری شهری***. دوره سوم. شماره ۱.

رحمانی، خلیل؛ پورطاهری، مهدی؛ رکن‌الدین افتخاری؛ عبدالرضا (۱۳۹۲). «برنامه‌ریزی راهبردی توسعه گردشگری مذهبی در مناطق روستایی مطالعه موردی روستاهای دارای مکان‌های مذهبی اورامان تخت، نجار و هجیج». ***برنامه‌ریزی و آمایش فضا***، دوره هفدهم، شماره ۱.

نصیریان، جلال، (۱۳۸۹). «نگاهی به انواع گردشگری از توریسم تا گردشگری». ***آریانا گردشگر***. شماره ۳۰.

نوری، محبوبه؛ سرایی، محمدحسین؛ (۱۳۹۵). «برنامه‌ریزی راهبردی توسعه گردشگری مذهبی شهر شیراز». ***مطالعات نواحی شهری***. سال سوم، شماره ۹

AZIZ Mohammed, Ali, 2021, ***Impact of Strategic Planning and the Quality of Religious Tourism Services from the Point of View of Foreign Tourists***, University of Warith Al-anbiyaa, ***International Journal of Engineering Technology Research & Management***, Vol 05, Issue 11, p 41-51.

Jacowski, A., Ptaszycka-Jackoska, D., and Soljan, I. 2003, ***The World system of pilgrimage centers Tourism***, 12(2).

Korov, Tomislav; 2022, "DOCTORAL DISSERTATION SUMMARY: Strategic management model of the Religious tourism destination," ***Tourism and Hospitality Management***, University of Rijeka, Faculty of Tourism and Hospitality Management, vol. 26(2), 468-472.

Sharpley, R. & Sundaram, P. (2005), ***Tourism: a sacred journey? The case of ashram tourism, India. International Journal of Tourism Research***, 7(3): 161- 172.

Sudiantini, Dian; Narpati, Bintang; 2022, "Religious Tourism Development Strategy in Improving Community Economy at Mount Santri, Bojonegara District, Serang Regency, Banten" ***Formosa Journal of Sustainable Research (FJSR)***, University of Bhayangkara Jakarta Raya, Vol.1, No.4, p 583-592.

فصلنامه علمی مطالعات فلسفی و کلامی