



مرکز پژوهش های شورای اسلامی
گواشتر تبریز

جایگزینی تاکسی های از من پیرس با اپلیکیشن

در خدمات گردشگری

شهرداری تبریز

شماره: ۴۲-۶/م/پ | تاریخ: ۱۴۰۵/۲/۱۶

گزارش ۱۰-۶-۲۲۳

 RCTABRIZ . IR

 RCTABRIZ_IR

 RCTABRIZ

 RCTABRIZ

 RCTABRIZ

 RCTABRIZ

 RCTABRIZ

ایم‌اچ‌اچ



عنوان اصلی: جایگزینی تاکسی‌های از من پیرس با اپلیکیشن

عنوان فرعی: در خدمات گردشگری شهرداری تبریز

پدیدآور: محمدرضا عبوضی، مرتضی کرمی

ناظر: معاونت پژوهشی مرکز

نوع و شماره گزارش: یادداشت (۱۰-۶-۲۲۳)

شماره: ۴۲-۶/م/پ | تاریخ: ۱۴۰۵/۲/۱۶

متن (PDF) از طریق سایت مرکز قابل دریافت است

دریافت نظر و پیشنهاد: rctc@tabriz.ir | ۰۴۱-۴۱۵۱۰۴۱۲

آدرس: بزرگراه پاسداران، ورودی فرشته جنوبی، ساختمان شورا، ضلع شرقی طبقه اول



طرح جایگزینی تاکسی‌های از من پارس با اپلیکیشن در خدمات گردشگری شهرداری تبریز

شماره: ۴۲-۶/م/پ

تاریخ: ۱۴۰۵/۲/۱۶

حقوق مادی و معنوی این اثر متعلق به مرکز پژوهش‌های شورای شهر تبریز است.
متن (PDF) از طریق سایت مرکز به نشانی rctabriz.ir قابل دریافت است.
آدرس: بزرگراه پاسداران، ورودی فرشته جنوبی، ساختمان شورا، ضلع شرقی طبقه اول

مقدمه

امروزه صنعت گردشگری به عنوان بزرگ‌ترین و متنوع‌ترین صنعت جهان، نقشی بی‌بدیل در رشد اقتصادی، اشتغال‌زایی و توسعه پایدار کشورها ایفا می‌کند. در این صنعت خدمت‌محور، ارائه خدمات مطلوب، قابل اعتماد و رضایت‌بخش، نه یک مزیت رقابتی، که پیش‌شرط اساسی بقا و پیشرفت مقاصد گردشگری به شمار می‌آید. خلق محصولات و خدمات متمایز، اعتبار مقصد را تثبیت کرده و آن را در بازار پرقابلیت جهانی برجسته می‌سازد. در این میان، فناوری اطلاعات، برخلاف سایر فناوری‌های تاریخ بشری، توانسته است به مثابه حلقه‌ای پیونددهنده میان تمامی رشته‌های علمی عمل کند و مرزهای سنتی دانش را درنوردد. این فناوری با بهره‌گیری نظام‌مند از مفاهیم علوم رفتاری، فیزیکی و سایر حوزه‌ها، اطلاعات مورد نیاز متخصصان، سازمان‌ها و آحاد جامعه را در کوتاه‌ترین زمان و با بالاترین کیفیت تأمین می‌نماید. عصر حاضر که به حق عصر استیلای فناوری اطلاعات نام گرفته، شاهد دگرگونی بنیادین ساختارهای ارتباطی و شتابی خیره‌کننده در تحولات علمی، اقتصادی و فرهنگی است.

بر پایه همین نگرش و با عنایت به الزامات عصر دیجیتال، می‌توان نتیجه گرفت که گذار از روش‌های سنتی و آسیب‌پذیر اطلاع‌رسانی گردشگری، نظیر تاکسی‌های «از من بپرس» و کیوسک‌های ایستا، به سمت اپلیکیشن‌های هوشمند و سک‌های الکترونیکی، نه تنها یک انتخاب، بلکه ضرورتی اجتناب‌ناپذیر است. چنین تحولی با اتکا به فناوری اطلاعات، ضمن مرتفع ساختن کاستی‌های ذاتی سامانه‌های پیشین (همچون محدودیت زمانی، خطای انسانی و ضعف پشتیبانی چندزبانه)، بستری یکپارچه، پویا و شخصی‌سازی‌شده را برای گردشگر مدرن فراهم آورده و رضایت حداکثری او را به ارمغان می‌آورد.



ضرورت استفاده از فناوری اطلاعات در گردشگری

امروزه، در قرن بیست و یکم، می‌توانیم رد پای تکنولوژی را در تمام زندگی خود پیدا کنیم؛ صنعت گردشگری نیز از این قاعده مستثنی نیست. به لطف پیشرفت‌های مختلف تکنولوژیکی چه در زمینه اطلاعات و چه حمل‌ونقل، صنعت گردشگری رونق بسیاری نسبت به گذشته داشته است. صنعت گردشگری به یمن توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات به یکی از بزرگ‌ترین و شکوفاترین صنایع در جهان تبدیل شده است. نقش فناوری اطلاعات در این رشد بسیار چشمگیر بوده و به جرات می‌توان گفت که جنبه‌های مختلف این فناوری‌ها بر تمامی فعالیت‌های گردشگری تاثیرگذار بوده است. رشد فناوری اطلاعات و ارتباطات و تاثیر آن بر فعالیت‌های مسافرتی و گردشگری باعث توجه بیش از پیش تصمیم‌گیران و پژوهشگران عرصه گردشگری به این مقوله شده است. کارکرد استراتژیک و عملیاتی فناوری اطلاعات در صنعت گردشگری نیز تغییرات عمده‌ای در ساختار سازمان‌ها و شرکت‌های گردشگری ایجاد کرده و تداوم فعالیت این سازمان‌ها نیز منوط به انطباق کامل با تحولات فناوری اطلاعات و شیوه‌های کاربری آنها بوده است. با ظهور پدیده «گردشگری الکترونیک»، ارائه خدمات و محصولات تا حد زیادی تغییر کرده است و مزایای زیادی حاصل شده است که از جمله این مزایا؛ می‌توان به سهولت و تسریع انجام فعالیت‌های گردشگری، دسترسی به محصولات گردشگری در طی شبانه‌روز، صرفه‌جویی در

مصرف‌کننده، نظرسنجی جهانی مسافران یاتا (IATA, 2025) نشان می‌دهد ۱۹ درصد از مسافران، اپلیکیشن‌های تحت وب را به‌عنوان روش اصلی رزرو خود برمی‌گزینند و این رقم در میان گروه‌های سنی جوان‌تر به ۲۵ درصد می‌رسد؛ همچنین ۵۴ درصد از پاسخ‌دهندگان خواستار تعامل مستقیم با شرکت‌های هواپیمایی از طریق اپلیکیشن‌های موبایل هستند. فراتر از حوزه رزرو، شواهد تجربی بر وابستگی گسترده‌تر دلالت دارد: بیش از ۷۰ درصد از گردشگران در طول سفر برای مدیریت جنبه‌های گوناگون تجربه خود از تلفن هوشمند بهره می‌گیرند و ۷۴ درصد آن‌ها اپلیکیشن‌ها و سرویس‌های دیجیتال را بخش مرکزی تعطیلات خود قلمداد می‌کنند. جالب‌توجه آن‌که مسافران به‌طور میانگین از حدود ۲۷ سرویس و اپلیکیشن دیجیتال در یک سفر استفاده می‌کنند و ۹۷ درصد آن‌ها نیز خواستار یک اپلیکیشن یکپارچه و جامع برای مدیریت کل چرخه سفر خود هستند. مجموعه این آمار مؤید آن است که در عصر حاضر، نه‌تنها استفاده از اپلیکیشن‌های گردشگری به یک رویه غالب تبدیل شده، بلکه انتظار گردشگر مدرن، دسترسی به سکویی هوشمند، کل‌نگر و شخصی‌سازی‌شده است که تمامی نیازهای اطلاعاتی و خدماتی وی را به‌صورت بی‌درنگ و یکپارچه پاسخ گوید.

ایجاد شغل در گردشگری الکترونیک

پایین بودن متوسط سرمایه لازم برای ایجاد هر شغل در حوزه‌های مرتبط با فناوری اطلاعات در صنعت گردشگری، سبب رونق آن شده است. در واقع، گسترش مشاغل مرتبط با اینترنت، باعث می‌شوند تا بدون نیاز به سرمایه‌گذاری‌های هنگفت، بتوان تعداد قابل توجهی شغل جدید در این صنعت ایجاد نمود و چنین مساله‌ای به خصوص برای کشورهایایی که با کمبود منابع مالی برای سرمایه‌گذاری در این بخش مواجه هستند، می‌تواند بسیار با اهمیت تلقی گردد؛ مثال درست برای این دلیل رونق استارت آپ‌های صنعت گردشگری است.

زمان و هزینه اشاره کرد. با رشد سریع تقاضا در سطح دنیا برای خدمات مرتبط با فناوری اطلاعات از قبیل تبلیغات، بازاریابی، خدمات امنیت شبکه و تولید محتوا برای سایت‌های اینترنتی در گردشگری، گسترش فناوری اطلاعات و ارتباطات در این بخش ضروری به نظر می‌رسید. مقاصد گردشگری برای به‌کارگیری تکنولوژی جدید به طور جدی باهم رقابت می‌کنند و همین باعث شده که نیاز به این فناوری‌ها روز به روز گسترش یابد.

استقبال گردشگران از فناوری اطلاعات و ارتباطات

گسترش میزان استفاده گردشگران از فناوری اطلاعات و ارتباطات در واقع تغییر رفتار مصرف‌کننده است. در دنیای کنونی، بیشتر گردشگران به دلیل اینکه سیستم و الگوی سنتی و قدیمی مسافرت مستلزم صرف زمان و هزینه زیادی بود، از طریق جستجوی اینترنتی به تعیین محل گردش خود و در واقع تمام امور مسافرتی خود می‌پردازند به طوری که برنامه حرکت وسایل حمل‌ونقل و زمان پذیرش و غیره را توسط اینترنت انجام می‌دهند.



گسترش فناوری‌های همراه، الگوی رفتار گردشگران را به‌گونه‌ای بنیادین دگرگون ساخته و سهم اپلیکیشن‌های گردشگری در فرایند برنامه‌ریزی، رزرو و مدیریت سفر به شکل تصاعدی رو به افزایش است. ارزش بازار جهانی این اپلیکیشن‌ها در سال ۲۰۲۴ بالغ بر ۶۵۰/۷ میلیارد دلار برآورد شده و پیش‌بینی می‌شود تا سال ۲۰۳۴ به ۳۵۵۲/۷ میلیارد دلار برسد که نشان‌دهنده نفوذ عمیق و اتکای فزاینده به این زیست‌بوم دیجیتال است. در بُعد رفتار

اهمیت گردشگری تبریز

کلانشهر تبریز به عنوان یکی از شهرهای مهم ایران، از مراکز نوین گردشگری شهری کشور محسوب می‌شود و ظرفیت‌ها و توانمندی‌های زیادی در خصوص گردشگری در این شهر وجود دارد. تحقق اهداف گردشگری و استفاده از ظرفیت‌های بالقوه و بالفعل در این کلانشهر نیازمند مطالعه و بررسی ابعاد مختلف بحث گردشگری و ارائه پاسخ‌های روشن به مسئولان و متولیان حوزه گردشگری است. گسترش گردشگری در این کلانشهر با برخورداری از جاذبه‌های تاریخی، فرهنگی، اقتصادی و طبیعی، نیازمند تقویت و توسعه انواع ساختارهای زیربنایی می‌باشد تا گردشگران ضمن بازدید از جاذبه‌های گردشگری از موارث تاریخی-فرهنگی و اماکن تفریحی شهرها هم بهره‌مند گردند. بدیهی است که در صورت تقویت خدمات در جاذبه‌های شهری، اثرات مثبت اقتصادی درخور توجهی را از حیث اشتغال و منابع ناشی از آن متوجه این کلانشهر خواهد نمود. توسعه همه‌جانبه و صحیح گردشگری تبریز نیازمند اتخاذ راهبرد مناسب گردشگری است و این مسأله بدون ارزیابی و مطالعه کارشناسی شناسایی توانمندی‌های حوزه گردشگری امکان پذیر نمی‌باشد. شهرداری کلانشهر تبریز به عنوان سکان‌دار اصلی مدیریت شهر، می‌تواند در پیشرفت گردشگری تبریز تاثیر بسزایی داشته باشد، البته قابل ذکر است این ارگان در سال‌های اخیر توجه ویژه‌ای به این صنعت به خصوص گردشگری شهری داشته و با اجرای طرح‌های تاکسی‌های از من بی‌پرس و تورهای رایگان تبریز گردی، آموزش راهنمایان گردشگری و استقرار آنان در سطح شهر در ایام نوروز و تابستان، اختصاص دادن عمارت تاریخی شهرداری به موزه شهر و شهرداری، ایجاد تالارهای متعدد و بسیاری از فعالیت‌های دیگر که باعث شده گردشگرانی که شهر تبریز را مقصد خود قرار داده‌اند، شهر تبریز را به عنوان مقصد گردشگری به دوستان و آشنایان خود معرفی نمایند.

اهداف طرح

- مهمترین هدف در تهیه طرح توجیهی جایگزینی تاکسی‌های از من بی‌پرس با طرح‌های گردشگری الکترونیک (اپلیکیشن)، ارائه خدمات هرچه بهتر و با کیفیت‌تر به گردشگران با صرف هزینه‌های کمتر است.
- به منظور ارائه خدمات با کیفیت بالا، دقیق‌تر و سریع و در دسترس‌تر، اهداف عملیاتی زیر را می‌توان تعریف نمود:
- ۱) صرف هزینه فقط در مرحله اولیه طرح و استفاده پایدار
 - ۲) امکان به روزرسانی اطلاعات و محتوای موجود در نرم‌افزار
 - ۳) دسترسی آسان به نرم‌افزار با کمترین زمان و هزینه، برای همه اقشار،
 - ۴) اخذ آمار به روز و دقیق جهت برنامه‌ریزی امورات مربوط به گردشگران و خدمات گردشگری
 - ۵) ساماندهی و ارائه اطلاعات در طیفی وسیع‌تر برای گردشگران و استفاده‌کنندگان،
 - ۶) امکان تهیه و راه‌اندازی خدمات اطلاع‌رسانی گردشگری با کمترین هزینه
 - ۷) توسعه اقتصادی و تأمین فرصت‌های اشتغال برای فعالین حوزه فناوری اطلاعات و گردشگری
 - ۸) ارائه خدمات اطلاع‌رسانی در سطحی گسترده برای گردشگران و شهروندان
 - ۹) ارائه نقشه گردشگری کلانشهر تبریز با امکان نصب در گوشی‌های همراه
 - ۱۰) امکان دسترسی موسسات گردشگری داخلی و خارجی به اطلاعات جاذبه‌های گردشگری تبریز و طراحی تورهای تخصصی یا ترکیبی برای تبریز
 - ۱۱) کسب درآمد «آپ»ها به سبب تبلیغات محیطی مرتبط با صنعت گردشگری

ضرورت تهیه طرح جایگزینی (تاکسی‌های از من بی‌پرس)

شهرداری تبریز در راستای ایفای نقش محوری خود در توسعه گردشگری شهری، اقدام به تأسیس و راه‌اندازی «گردشگری شهرداری تبریز» با نام‌های مختلف در هر دوره‌ی مدیریتی (مدیریت گردشگری-اماکن تاریخی و موزه‌های شهرداری تبریز، سازمان توسعه گردشگری شهرداری تبریز و اداره گردشگری سازمان فرهنگی، اجتماعی و ورزشی) نموده است. این واحد نوپدید شهرداری با طراحی و اجرای برنامه‌های هدفمند، در پی آن است که زمینه‌های رشد کمی و کیفی گردشگری کلانشهر تبریز را فراهم آورد و این شهر را به‌عنوان مقصدی برجسته در نقشه گردشگری کشور تثبیت نماید. در همین چارچوب، خدمات متنوعی برای تسهیل تجربه گردشگران و ارتقای کیفیت اقامت و بازدید آنان تعریف و عملیاتی شده است. از جمله این خدمات ارزشمند و خلاقانه می‌توان به «توبوس‌های تبریزگردی» و «تاکسی‌های از من بی‌پرس» اشاره نمود که توسط گردشگری شهرداری تبریز به مرحله اجرا درآمده‌اند. خدمات مذکور با هدف تسهیل دسترسی گردشگران به جاذبه‌های تاریخی و فرهنگی، ارائه اطلاعات مقصد و ایجاد پیوندی صمیمی میان میزبان و مهمان، طراحی و پیاده‌سازی گردیده و گامی مهم در حرفه‌ای‌سازی خدمات گردشگری شهری تبریز محسوب می‌شوند.

با بررسی‌های به عمل آمده از طرح تاکسی‌های از من بی‌پرس و عملکرد آن در دوره‌های مختلف که با استقبال خوب گردشگران مواجه شده بود، به مرور با توجه به تنزل جایگاه گردشگری شهرداری تبریز نزد مدیران تصمیم‌ساز و تصمیم‌گیر شهرداری، و تلاش در جهت به حداقل رساندن هزینه‌های انجام شده در این قسمت از شهرداری، کیفیت ارائه خدمات، علی‌الخصوص در زمینه تاکسی‌های از من بی‌پرس نیز تنزل قابل توجهی پیدا نمود؛ به این صورت که در

ابتدا در کنار هر راننده تاکسی، یک تورلیدر^۱ آموزش دیده حضور داشت و مخاطب گردشگر در مواجهه با تاکسی از من بی‌پرس، تورلیدر آموزش دیده بود. اما بعد از مدتی با این نگرش که تورلیدرها بار مالی اضافی برای این طرح می‌باشند، از تاکسی‌های از من بی‌پرس حذف شدند و تمامی مسئولیت تاکسی‌های از من بی‌پرس به رانندگان تاکسی‌ها سپرده شد که آموزشی در خصوص وظایف یک تورلیدر و تبریزشناسی دریافت نکرده بودند و به این ترتیب کیفیت خدمات تاکسی‌های از من بی‌پرس تنزل یافت و از اهداف تعریف شده برای این طرح دور شده و طرح شکل «کاملاً ویتربینی» به خود گرفت. از جمله مشکلات مهمی که طرح تاکسی‌های از من بی‌پرس دارد، می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

- ۱) دشواری کنترل لحظه به لحظه محل استقرار راهنمایان و رانندگان تاکسی
- ۲) ارائه اطلاعات نادرست به مخاطبان (گردشگران، شهروندان)
- ۳) عدم امکان نظارت دقیق بر نحوه، شکل و میزان انتقال اطلاعات به گردشگران و شهروندان
- ۴) بروکراسی اداری زیاد با سازمان تاکسیرانی جهت در اختیار گرفتن تاکسی
- ۵) هزینه بالای کرایه تاکسی‌ها
- ۶) استفاده خارج از اصول و ضوابط از تاکسی‌های از من بی‌پرس توسط بعضی از نیروهای ستادی گردشگری شهرداری
- ۷) تخلفات رانندگان و راهنمایان مانند انتقال مسافران به مقصد و اخذ کرایه
- ۸) مستقر نبودن دائم در ایستگاه‌های تعریف شده،
- ۹) مبهم بودن نوع خدمات تاکسی‌های از من بی‌پرس برای گردشگران

^۱ راهنمای گردشگری

در نقطه مقابل، طراحی و پیاده‌سازی یک اپلیکیشن گردشگری جامع با تمامی امکانات مورد انتظار، هزینه‌ای یک‌بار مصرف به مبلغ تقریبی ۴۵۰ تا ۷۰۰ میلیون تومان در پی دارد. این سرمایه‌گذاری اولیه، امکان بهره‌برداری مستمر در تمامی روزهای سال را فراهم ساخته و با افزودن هزینه‌های پشتیبانی و به‌روزرسانی، مجموع هزینه سالیانه آن کماکان کمتر از هزینه تداوم سرویس سنتی خواهد بود. افزون بر مزیت مالی، اپلیکیشن از پوشش خدمات ۲۴ ساعته، مقیاس‌پذیری نامحدود و حذف وابستگی به نیروی انسانی بهره می‌برد. بدین‌سان، از نقطه‌نظر اقتصادی، جایگزینی تاکسی‌های «از من بپرس» با اپلیکیشن نه تنها صرفه‌جویی چشمگیری در میان‌مدت به همراه دارد، بلکه بستر ارائه خدماتی پایدار و قابل‌گسترش را نیز فراهم می‌آورد.

همان‌طور که ملاحظه می‌شود، بودجه لازم برای طراحی و پیاده‌سازی اپلیکیشن، حتی در بالاترین برآورد در سال ۱۴۰۴ (۷۰۰ میلیون تومان)، به‌طور قابل‌توجهی کمتر از هزینه یک سال بهره‌برداری از ۱۰ دستگاه تاکسی «از من بپرس» (بیش از ۹۰۴ میلیون تومان) بوده است. شایان ذکر است که هزینه اپلیکیشن عمدتاً سرمایه‌گذاری اولیه و یک‌باره بوده و در سال‌های بعد صرفاً به بودجه پشتیبانی محدود نیاز دارد، در حالی که هزینه‌های سرویس سنتی ماهیتی تکرارشونده و فزاینده دارد.

استنتاج و ارائه راهکار

با عنایت به تحلیل تطبیقی صورت‌گرفته میان رویکردهای سنتی و نوین در اطلاع‌رسانی گردشگری، می‌توان چنین استنتاج نمود که بهره‌گیری از فناوری‌های دیجیتال، جایگزینی کارآمد و مطلوب برای روش‌های مرسوم به‌شمار می‌آید. محدودیت‌های ذاتی و عملکردی مشاهده‌شده در سامانه‌های سیار نظیر «تاکسی‌های از من بپرس» و همچنین کیوسک‌های ایستای اطلاع‌رسانی، لزوم گذار به

۱۰) تک‌کارکرده بودن تاکسی‌های از من بپرس که صرفاً برای راهنمایی هستند و موارد دیگر.

مقایسه هزینه‌های تاکسی‌های از من بپرس با طراحی و راه‌اندازی اپلیکیشن گردشگری

جدول هزینه‌های تاکسی‌های از من بپرس

شرح آیتم هزینه‌ای	مقدار/مبلغ	توضیحات
مجموع روزهای کاری سالانه (هر دستگاه)	۱۰۶ روز	۳ ماه تابستان + ۱۳ روز ابتدایی بهار
حق‌الزحمه روزانه هر راننده (۱۰ ساعت)	۶۰۳,۳۰۰	ساعت اول: ۷۹,۰۰۰ تومان ۹ ساعت بعدی: ۵۳,۰۰۰ تومان
هزینه ناهار روزانه هر راننده تاکسی	۲۵۰,۰۰۰	تأمین‌شده توسط آشپزخانه سازمان
هزینه کل روزانه یک دستگاه تاکسی	۸۵۳,۰۰۰	جمع ردیف‌های ۲ و ۳ (تقریبی)
هزینه کل روزانه ۱۰ دستگاه تاکسی	۸,۵۳۳,۰۰۰	ردیف ۴ ضرب در ۱۰
هزینه کل سالانه ۱۰ دستگاه تاکسی	۹۰۴,۴۹۸,۰۰۰	ردیف ۵ ضرب در ۱۰۶ روز کاری

بر اساس مستندات هزینه‌ای، ۱۰ دستگاه تاکسی «از من بپرس» در سال ۱۴۰۴ با احتساب حق‌الزحمه و هزینه تأمین ناهار، هزینه‌ای روزانه معادل ۸,۵۳۳,۰۰۰ تومان را تحمیل می‌نموده‌اند. با عنایت به دوره عملیاتی محدود به ۱۰۶ روز در سال، برآورد هزینه سالانه این سرویس به رقمی در حدود ۹۰۴,۴۹۸,۰۰۰ تومان بالغ می‌گردیده است. شایان ذکر است که این برآورد صرفاً هزینه‌های مستقیم عملیاتی را پوشش می‌داده و مواردی نظیر استهلاک خودروها، هزینه‌های نگهداشت، بیمه و سوخت به‌صورت مجزا قابل بررسی است.

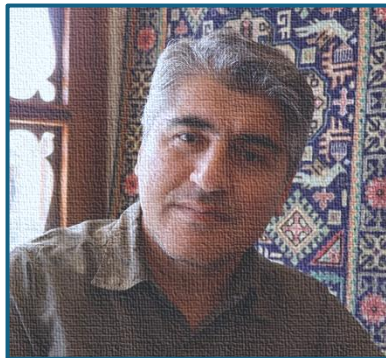
جدول هزینه‌های طراحی و راه‌اندازی اپلیکیشن گردشگری

شرح آیتم هزینه‌ای	مقدار/مبلغ	توضیحات
هزینه طراحی و راه‌اندازی اپلیکیشن گردشگری	۴۵۰,۰۰۰,۰۰۰ الی ۷۰۰,۰۰۰,۰۰۰	هزینه یک‌بار مصرف با کلیه امکانات

الگوهای هوشمند را به‌روشنی آشکار می‌سازد. در مقابل، اپلیکیشن‌های گردشگری و زیست‌بوم‌های الکترونیکی، با ارائه قابلیت‌هایی نظیر دسترسی دائمی، به‌روزرسانی پویا و شخصی‌سازی محتوا، افق نوینی را پیش روی ذی‌نفعان این حوزه گشوده‌اند.

نقصان‌های سرویس‌های سنتی را می‌توان در قالب وابستگی مفرط به دانش فردی، محدودیت‌های زمانی، خطاهای انسانی غیرقابل‌اجتناب و ضعف در پشتیبانی چندزبانه دسته‌بندی نمود. چنین کاستی‌هایی نه‌تنها کیفیت تجربه گردشگر را تقلیل می‌دهد، بلکه اتلاف منابع و افزایش اصطکاک در فرایند خدمت‌رسانی را نیز در پی دارد. در نقطه مقابل، سکوی دیجیتالی با بهره‌مندی از الگوریتم‌های هوشمند و پایگاه داده متمرکز، بستری استاندارد و عاری از سوگیری‌های سلیقه‌ای فراهم می‌آورد که در آن صحت و یکپارچگی اطلاعات تضمین می‌شود.

در نهایت، گذار تمام‌عیار از زیرساخت‌های فیزیکی اطلاعات به راهکارهای مبتنی بر اپلیکیشن، نه الزامی صرفاً فناورانه، بلکه پاسخی راهبردی به انتظارات متغیر گردشگر مدرن محسوب می‌شود. چنین تحوّل‌ی ضمن بهینه‌سازی هزینه‌های عملیاتی، مقیاس‌پذیری و تاب‌آوری نظام اطلاع‌رسانی مقاصد را به شکلی چشمگیر ارتقاء می‌بخشد و تجربه‌ای یکپارچه، دقیق و لحظه‌ای را برای کاربر به ارمغان می‌آورد که پیشتر در قالب‌های سنتی میسر نبوده است.



با بررسی‌های به عمل آمده از طرح تاکسی‌های از من بپرس و عملکرد آن در دوره‌های مختلف که با استقبال خوب گردشگران مواجه شده بود، به مرور با توجه به تنزل جایگاه گردشگری شهرداری تبریز نزد مدیران تصمیم‌ساز و تصمیم‌گیر شهرداری، و تلاش در جهت به حداقل رساندن هزینه‌های انجام شده در این قسمت از شهرداری، کیفیت ارائه خدمات، علی‌الخصوص در زمینه تاکسی‌های از من بپرس نیز تنزل قابل توجهی پیدا نمود. با توسعه و پیشرفت فناوری اطلاعات، عصر حاضر به نوعی به عصر استیلای فناوری اطلاعات تبدیل شده و شاهد دگرگونی بنیادین ساختارهای ارتباطی و شتابی خیره‌کننده در تحولات علمی، اقتصادی و فرهنگی هستیم.

بر پایه همین نگرش و با عنایت به الزامات عصر دیجیتال، می‌توان نتیجه گرفت که گذار از روش‌های سنتی و آسیب‌پذیر اطلاع‌رسانی گردشگری، نظیر تاکسی‌های «از من بپرس» و کیوسک‌های ایستا، به سمت اپلیکیشن‌های هوشمند و سکوه‌های الکترونیکی، نه تنها یک انتخاب، بلکه ضرورتی اجتناب‌ناپذیر است. چنین تحولی با اتکا به فناوری اطلاعات، ضمن مرتفع ساختن کاستی‌های ذاتی سامانه‌های پیشین (همچون محدودیت زمانی، خطای انسانی و ضعف پشتیبانی چندزبانه)، بستری یکپارچه، پویا و شخصی‌سازی شده را برای گردشگر مدرن فراهم آورده و رضایت حداکثری او را به ارمغان می‌آورد.



نظر رسمی	اظهارنظر رسمی مرکز در موارد ارجاعی از طرف شورای اسلامی شهر یا شهرداری تبریز
دیدگاه	دیدگاه مرکز در موارد جاری شهری و نقد عملکرد و فعالیت‌های شهرداری و سایر دستگاه‌های اجرایی
گزارش تخصصی	گزارش تخصصی مستخرج از کمیته‌ها، گروه‌های کانونی یا نشست‌ها
انتقال دانش	ارسال مطالب گزیده شده یا چکیده مطالب و گزارش‌های سایر مراکز پژوهشی یا نشست‌های خارج از مرکز
یادداشت	اظهارنظر کارشناسی توسط افراد خبره که لزوماً مورد تأیید مرکز نیست
انعکاس	تبیین پیشنهاد، انتظار یا مطالبه کارشناسی یا مردمی
خلاصه مدیریت	خلاصه مدیریتی طرح‌های مطالعاتی انجام شده در مرکز
افکارسنجی	گزارش مستخرج از افکارسنجی عمومی یا موردی
داده‌کاوی	گزارش تولید شده با استفاده از ظرفیت‌های هوش مصنوعی
تجربه مدیریت	گزارش تجربیات حوزه مدیریت شهری سایر شهرهای داخل و خارج کشور یا گزارش تجربه‌نگاری مدیریت شهری
پرسمان	بیان مسئله یا طرح سؤالاتی در خصوص مسائل جاری شهر از مدیریت شهری و درخواست پاسخگویی
شناخت شهر	گزارش شناخت وضع موجود در قالب متن نقشه یا اینفوگرافی
اسناد مرکز	آیین‌نامه‌ها، فرم‌ها، دفترچه‌های راهنما و سایر مستندات مربوط به شیوه فعالیت مرکز

با توجه به هزینه‌های زیست‌محیطی استفاده از کاغذ متن کلیه اسناد، گزارش‌ها و طرح‌های پژوهشی تهیه شده در مرکز به نشانی: rctabriz.ir قابل دسترسی است.