



پژوهش و اجرا سیستم های نوین اطلاع رسانی خیابانی و تاثیر آن در مدیریت شهری و توریسم شهر الکترونیکی اصفهان

عباس شکرالهی

دانشکده برق دانشگاه آزاد اسلامی واحد خمینی شهر

۱- مقدمه

افزایش بهروری، پیدایش حوزه های نوین در تجارت جهانی، کاهش هزینه های تولید و فروش محصولات، تولد زمینه های اشتغال جدید همگی دستاوردهای ورود به عصر مجازی و کسب کار الکترونیکی است.

رشد فناوریهای نوین اطلاعات، تجمع و همگن سازی ابزارهای متنوع این حوزه فرصت های نو و مبتکرانه ای را در مقابل دیدگان دولتها، سازمانها، شرکت ها و... قرارداد است. در این میان صنعت گردشگری و توریسم یکی از صنایعی است که میتواند با بهره گیری مطلوب و موثر از فناوری اطلاعات و ارتباطات نقش بسزایی در معرفی و ایجاد زمینه های ورود به عصر مجازی ایفا کند

بطور کلی در دنیای امروز، یکی از ارکان اصلی اقتصاد هر کشور (خصوصا کشورهای پیشرفته)، بخش خدمات و اطلاعات می باشد و اهمیت این بخش تا جایی است که گاهی اوقات بیش از ۷۰٪ از تولید ناخالص داخلی کشورها را تشکیل می دهد. به همین دلیل در راستای توسعه اقتصادی کشور، هرگونه اقدام در زمینه ارتقا و توسعه بخش خدمات و اطلاعات، بسیار لازم و ضروری به نظر می رسد. در این میان، اصفهان به عنوان یک قطب اصلی در صنعت کشور و همچنین در ابعاد علمی، فرهنگی و... می تواند نقش اساسی در زمینه ارتقا و توسعه بخش خدمات و اطلاعات ایفا نماید. از جمله اقداماتی که می تواند مسئولین شهر اصفهان را در این خصوص یاری نماید تدوین مؤلفه ها و شناسه های داده های اطلاعات شهری است.

شکل کلی این طرح و پروژه بصورت قراردادن کیوسک های اطلاع رسانی در سطح شهر، تحت عنوان پایگاه سرورهای اطلاعاتی، بصورت (Indoor/outdoor) می باشد. از این کیوسکها بطور گسترده میتوان در نقاط عمومی شلوغ جهت ایجاد امکان دسترسی مطمئن عموم به اطلاعات میتوان استفاده نمود. این کیوسک ها از نوع touch screen و دارای طراحی زیبا در عین حال مستحکم و پوششی غیر قابل دسترس میباشد.

این پایگاهها حاوی اطلاعات مربوط اماکن فرهنگی، تفریحی، گردشگری، اطلاعات مربوط به نهادهای دولتی و خصوصی، بانکها، اخبار روزانه (شهری، ارز، سکه، طلا، هواشناسی، وضعیت راههای ورودی و خروجی شهر و...)، سرویس ارائه اطلاعات جغرافیایی نظیر نقشه دسترسی، ارائه راهنمای اماکن گردشگری بصورت فایل نوشتاری و فایل صوتی و قابل دریافت توسط کاربر از طریق ارائه پرینت یا دریافت از طریق سیستم تلفن همراه و همچنین ارائه اطلاعات هتل ها نظیر کیفیت، آدرس، شماره تماس و حتی اطلاع از ظرفیت خالی اتاق به همراه سایر اطلاعات مورد نیاز کاربر و حتی امکان رزرواسیون اتاق هتل و... می باشد.



علاوه بر این، از خدمات و امکانات مهمی که در صورت اجرای این پروژه در اختیار مردم و همشهریان قرار خواهد گرفت؛ می‌توان به ایجاد امکانات و خدمات اطلاع رسانی جهت تسهیل ارائه خدمات شهری مختلف توسط شهرداری و استانداری اشاره نمود. از جمله موارد مهم در ارائه خدمات شهری، بحث امنیت می‌باشد که این سیستم اطلاع رسانی با همکاری نیروی انتظامی قادر خواهد بود که در امر ارائه بهتر، سریعتر و آسانتر خدمات امنیتی و انتظامی، کمک قابل توجهی به همشهریان و میهمانهای شهری ارائه نماید. از جمله موارد دیگر که در ارائه خدمات شهری بسیار مهم هستند و از طریق این سیستم اطلاع رسانی می‌توان به عرضه و ارائه بهتر آنها به مردم کمک نمود، مراکز و خدماتی مانند اورژانس، آتش نشانی و ... می‌باشد.

۲- توصیف محصول / خدمت و ایجاد فرصت کسب و کار (Product/Service Description & Business opportunity)

پروژه بانک اطلاعات جامع شهری در فاز اول خود قادر خواهد بود که قسمتهای مهمی از مراکز شهر اصفهان را پوشش دهد و به این طریق، از بخش قابل توجهی از پتانسیل‌های بازار در جهت درآمدزایی استفاده نماید. با توجه به اینکه مراکز و سازمانهایی که در زمینه گردشگری و توریست در شهر اصفهان در حال فعالیت هستند با چالش جدی در زمینه فقدان امکانات لازم جهت روشهای نوین اطلاع رسانی مواجه هستند، لذا این مراکز و سازمانها قویاً تمایل دارند، و حاضر خواهند بود که در صورت وجود یک سیستم جامع، نوین و به روز اطلاع رسانی هزینه‌های لازم برای معرفی و منتشر نمود اطلاعات خود بپردازند.

علاوه بر این، سایر شرکتهای و سازمانها وقتی با یک سیستم اطلاع رسانی جدید و نوین مواجه می‌شوند که پتانسیل و کاربردهای زیادی جهت اطلاع رسانی، بر طبق نیاز سنجی مخاطبین را دارا می‌باشد، و همچنین برای اولین بار در سطح شهر اصفهان اجرا می‌شود و هیچ‌گونه مشابهی نیز ندارد؛ برای معرفی کالا و خدمات، و همچنین تبلیغات خود به این سیستم روی خواهند آورد. زیرا در اقتصاد رقابتی امروز، دیگر بکارگیری شیوه‌های سنتی تبلیغات راهگشای مناسبی برای شرکتهای و بنگاههای اقتصادی نیست و در واقع اقتصاد نوین مستلزم بکارگیری شیوه‌های جدید، بکر و خلاقانه در زمینه‌های بازاریابی و تبلیغات می‌باشد. و از طرفی چون این پروژه زمینه‌ها و بستر مناسبی برای اجرای شیوه‌های متنوع تبلیغات نوین را (از جمله تبلیغات صوتی و تصویری خاص، تبلیغات نوشتاری ویژه، فایل‌های تبلیغاتی اختصاصی، تبلیغات مشتری محور و...) ایجاد می‌نماید، شرکتهای و سازمانها تمایل بسیاری برای ارائه تبلیغات و اطلاعات مربوط به معرفی کالاها و خدمات خود از این طریق را دارند. به عنوان مثال برای یک نمونه تبلیغات مشتری محور و متناسب با نیاز مشتریان، هنگامی که یک گردشگر برای کسب اطلاعات در مورد خرید سوغاتهای خاص اصفهان به یکی از این کیوسکها مراجعه می‌نماید، علاوه بر اطلاعات مختلف در زمینه سوغاتهای شهر اصفهان، تبلیغات و اطلاعات شرکتی که در این زمینه‌ها به فعالیت می‌پردازند به صورت اختصاصی در اختیار آن فرد قرار خواهد گرفت.

از طرف دیگر با توجه به اینکه این کیوسکها در محلهای پر رفت و آمد شهر نصب خواهند شد، و همچنین با توجه به اینکه این کیوسکها به عنوان یک توقفگاه برای افراد و اقشار مختلف مردم محسوب می‌شود، لذا می‌توان از اطراف محل استقرار این کیوسکها به عنوان بیل بوردهای تبلیغاتی استفاده نمود. بطور کلی، می‌توان عنوان نمود که با پیشرفت کار و اجرایی شدن پروژه در مدت زمان کوتاهی، با جذب اسپانسرهای تبلیغاتی، بازگشت سرمایه و هزینه‌های طرح محقق خواهد شد و به حاشیه سود قابل توجهی دست خواهد یافت.

تحلیل بازار و صنعت (Market & Industry analysis)



امروزه دستیابی و حفظ یک موقعیت ممتاز در بازار، در گستره وسیع انواع محصولات و خدمات مختلف به دلیل رشد فزاینده رقابت از یک سو و افزایش مطالبات مشتریان از سوی دیگر بسیار دشوار شده است. از طرفی تحولات سریع عصر ارتباطات و ظهور اقتصادهای جدید، مشتری را به عنوان یک عامل ارزش آفرین مطرح نموده و نقش ارتباطات گوناگون و پیچیده با مشتریان را، بعنوان یک مرجع و منبع تعیین کننده مزیت رقابتی در بازارهای پویا امروز، معرفی نموده است. به همین منظور صنایع گوناگون نیازمند معرفی و اطلاع رسانی سریع، دقیق و شفاف به مشتریان خود می باشند از جمله این صنایع، صنعت توریسم و گردشگری است که به لحاظ خدماتی بودن خود ضرورت اطلاع رسانی به هنگام را می طلبد. با توجه به تاریخی بون شهر اصفهان و رونق صنعت گردشگری و مهمان پذیر بودن این شهرستان، وجود مراکز اطلاع رسانی به شیوه نوین می تواند این شهر را به عنوان یک قطب بارز گردشگری تبدیل نماید.

همچنین تعدد وجود هتل ها، مهمانپذیرها، مراکز گوناگون تفریحی، فرهنگی و تاریخی و از طرفی ضرورت دسترسی سریع به نیروهای امداد رسانی، پلیس، هواشناسی و مراکز درمانی و نیز نیازمندیهای شهروندان، معرفی خدمات و کالاهای گوناگون از قبیل: شاخص های بورس، نرخ ارز و طلا، کتب، مجلات، ملزومات سید خانوار، ساعات حرکت اتوبوسها، قطار و هواپیما و... و همچنین با توجه به

تنوع مراکز علمی و دانشگاهی، صنایع گوناگون در شهرک های صنعتی و بازارهای بزرگ تجاری در شهرستان اصفهان، نیازمند یکپارچگی در یک شبکه اطلاع رسانی در ۲۴ ساعت شبانه روز، ۷ روز هفته و ۳۶۵ روز سال می باشد.

در این میان، پروژه بانک اطلاعات جامع شهری (پنجره شرقی) گامی بلند و مطمئن در ایجاد این یکپارچگی و شفاف سازی اطلاعات، خبر رسانی به موقع، کاهش مراجعات غیر ضروری و ارتقاء سطح آگاهی عمومی و بهسازی موقعیت پرستیژی شهرستان اصفهان می باشد.

با توجه به موقعیت ممتاز گردشگری و جایگاه صنعتی اصفهان به عنوان قطب دوم صنعتی کشور، بازار هدف پیش روی پروژه بانک اطلاعات جامع شهری اصفهان از پتانسیل بسیار مناسبی برخوردار می باشد. و در واقع، حجم بالای اطلاعات و نیاز سریع به این اطلاعات در بخش های مختلف شهری، زمینه های مساعدی جهت رشد و استقبال از این طرح جامع را ایجاد خواهد نمود.

پنجره شرقی و کار آفرینی:

امروزه، دانش اساس محوریت تمامی جنبه های تحول و پیشرفت قرار گرفته و فناوری اطلاعات به عنوان کاربردی ترین شکل دانش ابزاری توانمند کننده در جهت تسهیل پیشبرد اهداف اقتصادی، اجتماعی و سیاسی بشر در آمده است به طوریکه در چند دهه آتی عصر مجازی به واسطه تکنولوژی ارتباطات، همانند چتری تمامی فعالیت های روزمره انسان را در هر زمان و مکانی تحت پوشش قرار خواهد داد.

اطلاعات و ارتباطات دو قدرت مهم هستند. که زمینه را برای تصمیم سازی بهتر و موثر تر فراهم می آورند از طرفی کشف نیازهای اجتماعی به شناخت اجتماع، نیازهای آن و بافت فرهنگی و اجتماعی و اقتصادی آن وابسته می باشد. فناوری اطلاعات شرایط تازه ای را پدید آورده است که در آن تولیدکنندگان، تامین کنندگان، فروشندگان و مشتریان، و تقریباً همه عوامل دست اندرکار یک چرخه اقتصادی قادرند در یک فضای مجازی مشترک با یکدیگر در ارتباط باشند و به تبادل اطلاعات، خدمات، محصولات و پول بپردازند.

از طرفی یک فعالیت کار آفرین فعالیتی است که فرصتهای بالقوه را به فرصت های بالفعل تبدیل نماید و با اطلاع فرآیندها و ایجاد خدمات جدید باعث ارزش آفرینی شود طرح پروژه پنجره شرقی با تلفیقی از دانش، اطلاعات و تکنولوژی در این راستا گام برداشته و نه تنها باعث کاهش هزینه ها تسریع در اطلاع رسانی دقیق و به هنگام کاربران را در تصمیم گیری باری نماید



مشتریان هدف:

الف - مشتریان طیف اطلاع رسانی

گردشگران داخلی و خارجی، سازمان‌ها، افراد، شرکت‌ها و فعالان در صنایع مختلف که نیاز به اطلاعات صحیح، دقیق، سریع و رایگان از جاذبه‌های طبیعی، هتلها، آژانس‌های مسافرتی، رستورانها، مهمانپذیرها، موزه، مراکز تفریحی، سینماها، بانکها، ادارات و موسسات، صرافی‌ها، پایانه‌های مسافربری و... دارند، مخاطبین این پروژه می‌باشند. همچنین افراد نیازمند به دریافت خدمات سریع امدادی، درمانی، امنیتی، موقعیت یابی، و اطلاعات پولی و مالی نیز از جمله کسانی هستند که تحت پوشش بازار هدف این پروژه قرار خواهند گرفت.

ب - مشتریان طیف تبلیغاتی

هتلها، آژانس‌های مسافرتی، رستورانها، مهمانپذیرها، مراکز تفریحی، شرکت‌های خصوصی، پزشکان، موسسات، کلیه S.M.Es. موجود در شهرک‌های صنعتی اطراف اصفهان که در تعامل با یکدیگر، رویکرد B2B و در تعامل با مشتریان خود رویکرد C2B یا B2C دارند، جزء طیف تبلیغاتی مشتریان پنجره شرقی می‌باشند. در واقع این مشتریان تمایل دارند از طریق روش‌های نوین محصولات و خدمات خود را به بازار معرفی کنند.

بخش بندی بازار (Market Segmentation)

استراتژی بازاریابی شامل دو بخش اساسی است: ۱ - گزینش بازار هدف، ۲ - توسعه و تدوین برنامه بازاریابی مؤثر برای موفقیت در بازار هدف. بخش بندی بازار یک پروسه خلاق است و ماهیت تقسیم‌بندی بازار در پروژه بانک اطلاعات جامع شهری اصفهان بر این اساس است که بتوان اطلاعات دقیق و بهنگام را بنا به خواسته‌های گوناگون مشتریان در اختیارشان قرار داد.

روشها و متغیرهای تقسیم بندی به طور کلی براساس متغیرهای جغرافیایی، جمعیت شناختی، روانشناختی و رفتاری است که در این پروژه براساس متغیرهای جغرافیایی پیشنهاد می‌شود.

برنامه ریزی مالی (Financial Plan)

اغلب اوقات، وضع مالی به عنوان تنها عامل یا معیار تعیین کننده وضعیت و شرایط یک پروژه در نظر گرفته می‌شود. برای ۱۰ کیوسک تدوین یک طرح و راهبرد به شیوه‌ای اثربخش باید نقاط قوت و ضعف پروژه را از نظر مالی تعیین کرد.

برنامه ریزی مالی، بودجه بندی، پیش بینی حساب سود و زیان و ترازنامه پروژه بانک اطلاعات جامع شهری؛ در هدایت، تخصیص و بکارگیری منابع و امکانات تأثیر زیادی دارد و روند رسیدن به اهداف تدوین شده در طرح را تسهیل خواهد کرد.

عوامل اصلی تأثیرگذار در برنامه مالی این پروژه عبارتند از:

۱ - میزان سفارشات ارگانها، سازمانها و شرکتهای مختلف برای امر اطلاع رسانی.

۲ - قیمت خدمات مختلف اطلاع رسانی که از طریق این سیستم قابل اجراست.

۳ - میزان جذب تبلیغات مختلف.



۴- قیمت خدمات مختلف تبلیغاتی قابل اجرا از طریق این سیستم.

۵- هزینه‌های عملیاتی و غیرعملیاتی مرتبط با اجرای این سیستم اطلاع رسانی

هدف اصلی از برنامه ریزی مالی بالا بردن سود، درآمد یا مواردی از این قبیل نیست، بلکه هدف اصلی عبارتست از به حداکثر رسانیدن ثروت و ارزش افزوده سهامداران (مالکان و صاحب امتیازان)، و در واقع به جای سود در کوتاه مدت باید به ارزش افزوده حاصل از توسعه محصول و جریانات نقدی مربوط به آن توجه نمود.

نتیجه :

نکته و مزیت بسیار مهم دیگری که با اجرای این سیستم اطلاع رسانی می‌توان به آن دست یافت، بحث اطلاعات مختلف کسب شده از طریق این سیستم می‌باشد، که این اطلاعات می‌تواند به عنوان منبعی مهم و تاثیرگذار در اختیار مدیران، دست‌اندرکاران و تصمیم‌گیرندگان شهری قرار گیرد، تا از آن طریق بتوانند در امر مدیریت و توزیع خدمات شهری، بهتر تصمیم‌گیری نمایند. از طرف دیگر، اجرای چنین سیستم‌های نوین اطلاع رسانی در شهرهای بزرگ باعث خواهد شد که بسیاری از هزینه‌های غیرمستقیم و هزینه‌های پنهان شهرنشینی به طرز قابل توجهی کاهش یابد.

بطور کلی اصلی‌ترین هدفی که از اجرای چنین سیستمی دنبال می‌شود، اطلاع رسانی سریع، صحیح و بموقع برای کلیه افراد، خصوصاً گردشگران داخلی و خارجی می‌باشد. از طرف دیگر با اجرای این پروژه می‌توان اهداف مهم دیگری را پیگیری نمود که از آن جمله می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

- ◀ ایجاد بستر مناسب به منظور نزدیک شده به اهداف دولت الکترونیک.
- ◀ کم کردن ترافیک و آلودگی هوا، و کاهش برخی فعالیت‌های راهنماهای تور غیر مجاز در سطح شهر اصفهان.
- ◀ شناساندن هر چه بهتر شهر اصفهان به گردشگران، و همچنین ارائه اطلاعات مفید و مورد نیاز به آنها و شناساندن خدمات شهرداری و فعالیت‌های صورت گرفته.
- ◀ راهنمایی و ارائه اطلاعات صحیح دقیق و بهنگام به مراجعان و جلوگیری از اتلاف وقت آنان.
- ◀ تحقق اهداف عالی نظام مقدس جمهوری اسلامی مبتنی بر توجه به رفع مسائل و مشکلات و حسن برخورد با مراجعین و میهمانان.
- ◀ پیاده‌سازی شیوه‌های تبلیغاتی جدید و نوین در کنار اجرای طرح؛ به جای استفاده از روشهای سنتی تبلیغات در سطح شهر.
- ◀ توجه به طرح به عنوان یک پروژه اقتصادی با درآمدزایی و حاشیه سود بسیار خوب.
- ◀ ایجاد فرصتهای شغلی مناسب برای جوانان و ایجاد بستری جهت تحقق اهداف دولت در زمینه مبارزه با بیکاری.
- ◀ توسعه پروژه در دیگر مناطق، و کمک به ایجاد شبکه اطلاعاتی فراگیر. و موارد متعدد دیگر...

بطور کلی، با توجه به اینکه اصفهان بعنوان یک قطب گردشگری در ایران و جهان، کانون بسیاری از توجهات داخلی و بین‌المللی می‌باشد، پیاده‌سازی چنین سیستم‌های مدرن اطلاع‌رسانی و خدماتی می‌تواند تاثیر بسیار خوبی در وجهه (Image) اصفهان نزد افکار بین‌المللی داشته باشد.