



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة زيان عاشور _ الجلفة _

كلية العلوم الطبيعية و الحياة

قسم علوم الارض و الكون

حاضنة الأعمال _ جامعة الجلفة _

مذكرة الحصول على شهادة ماستر و مؤسسة ناشئة في إطار القرار الوزاري 1275

تخصص : تهيئة حضرية

الموضوع :

تطبيق حجز تذاكر المسافرين داخل الوطن. transporine.

المشرف الرئيسي : قندوز عبد العزيز محمود

من اعداد

المشرف المساعد : شيبوط سليمان

- بوجلول سرين

السنة الجامعية : 2024/2023

بطاقة المعلومات

حول فريق الإشراف والعمل

1_ فريق الإشراف:

المشرف الرئيسي: الأستاذ قندوز عبد العزیز محمد	المشرف المساعد: الأستاذ شیبوط سلیمان
كلية: علوم الطبيعة والحياة	كلية: العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

2_ الطالبة:

الطالبة	التخصص	الكلية
بوجلول سرین	تهيئة حضرية	علوم الطبيعة والحياة

بِسْمِ اللَّهِ الْعَزِيزِ الْحَمِيدِ

شكر و عرفان

نتقدّم بجزيل الشكر الى الاستاذ الدكتور الذي تكرم علينا بإشرافه
على هذه المذكرة "قندوز محمود" و الذي احاطنا بتوجيهاته العلمية
كما ساعدنا على تخطي عقبات البحث
كما لا ننسى من كان لهم الفضل في تعليمنا في مشوارنا الدراسي من
بدايته.

إهداء

بسم الله الرحمن الرحيم

الصلاة والسلام على أشرف المرسلين خير الأنام محمد عليه أفضل الصلاة
وأزكى السلام

أما بعد:

أهدي هذا العمل المتواضع إلى الذي لا تطيب اللحظات إلا بذكره وشكره و
تطيب الآخرة إلا بعفوه وهو الله عز وجل
وإلى من بلغ الرسالة وأدى الأمانة ونصح الأمة و نور العالمين سيدنا محمد
عليه الصلاة والسلام

إلى من هما منبع الحب والعنان و وهبهما الله الوفاق اللذان غرسا في قلبي حب
العلم والمعرفة منذ نعومة الأظفار الذي أرجو من الله أن يمد في عمرهما
والديا

إلى منبع الأنس والمحبة أخوتي:

وإلى كل من ساعدني في إنجاز هذا العمل المتواضع

فهرس المحتويات :

الصفحة	العنوان
	الشكر و التقدير
	الاهداء
02	مقدمة
المحور الأول: فكرة المشروع	
05	1- فكرة المشروع (الحل المقترح).
07	2- القيم المقترحة
08	3- فريق العمل.
09	4- أهداف المشروع.
09	5- جدول زمني لتحقيق المشروع.
المحور الثاني: الجوانب الابتكارية .	
12	1- طبيعة الابتكارات .
13	2- مجالات الابتكارات .
المحور الثالث: التحليل الاستراتيجي للتسويق	
15	1- عرض القطاع السوقي.
15	2- قياس شدة المنافسة .
16	3- الاستراتيجية التسويقية.
17	4- تحليل SWOT.
المحور الرابع : خطة الانتاج والتنظيم	
23	1- عملية الانتاج.
23	2- التمويل.
23	3- اليد العاملة.
24	4- الشراكات الرئيسية.

المحور الخامس: الخطة المالية.	
26	1- رقم الأعمال .
27	2- توضيح التكاليف و جدول حسابات النتائج المتوقعة.
28	3- الميزانية الإفتتاحية.
المحور السادس: النموذج الأولي التجريبي.	
46	خاتمة
48	الملاحق

مقدمة

مقدمة:

مقدمة:

نتناول في المحاضرة الأولى مفهوم العمران من منظورين أحدهما يرى العمران "نتيجة" والآخر يراه "وسيلة"، فالأول يجعل من العمران نتيجة تفاعل ذكاء الإنسان مع البيئة الطبيعية بهدف توفير حاجاته المادية والروحية، أما الاتجاه الثاني فيتناول العمران باعتباره أداة المجتمع ووسيلة لصياغة وتجديد معارفه ومفاهيمه الأساسية وشحن طاقات أفراد الإبداعية، وكل هذا من خلال استعراض مكانة التعمير ضمن العلوم الجغرافية.

1- الجغرافيا والتهيئة العمرانية:

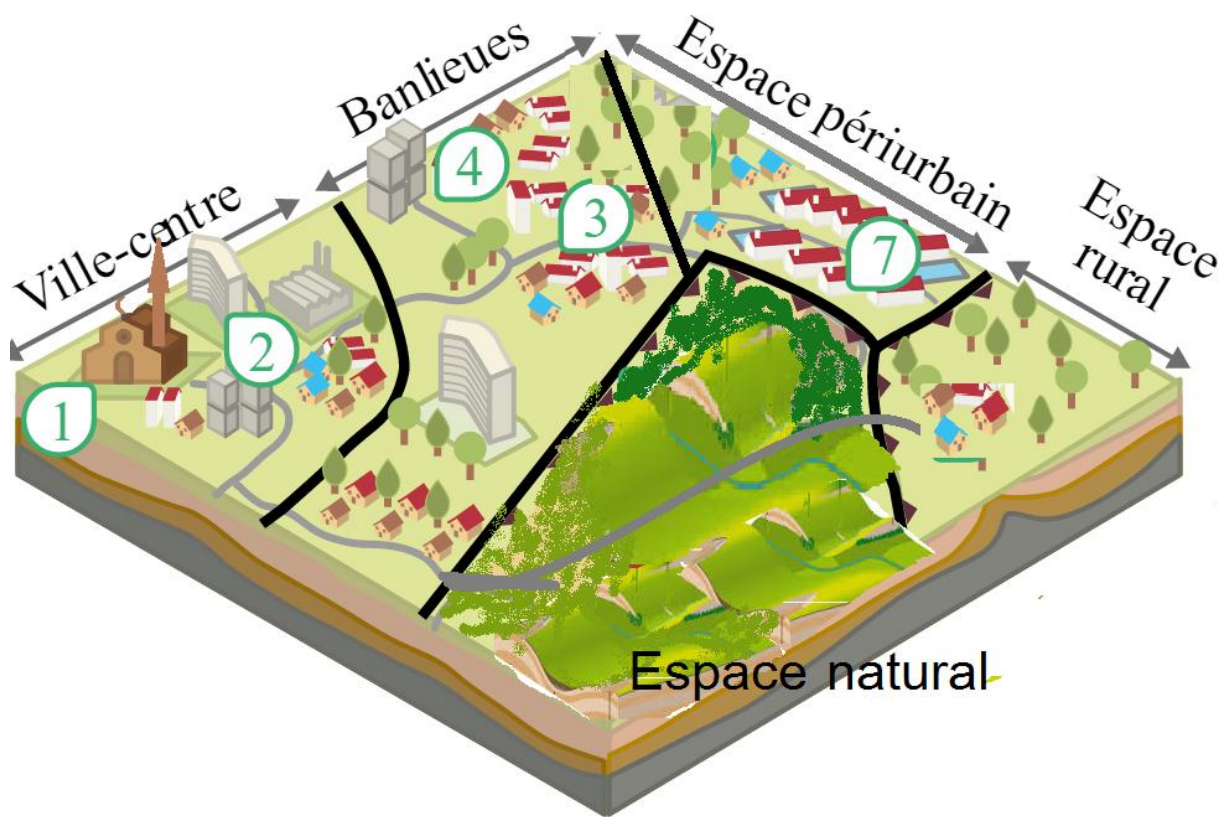
الجغرافيا: أصل الكلمة إلى اللغة الإغريقية (geographia)، ترجمتها بالعربية "وصف الأرض". هيعلم يدرس فيها وصف الأرض من ظواهر الطبيعة (فيزيائية) وهي المعالم (جغرافية) الطبيعية وحيل التعامل معها ودراسة مظاهر عمران بيد البشر وهي المعالم (جغرافية) البشرية والمظاهر البشرية وصور العمران عليها.

اهم فروعها:

- **الجغرافيا الطبيعية (géographie physique)** وهي التي تهتم بدراسة طبيعة الأرض من حيث البنية **الجيولوجية** والظواهر الجوية والنبات والحيوان الطبيعي أو البري. ومنها أيضاً الجغرافيا الفلكية وتهتم بدراسة شكل الأرض وحجمها وحركتها وكرويتها وعلاقتها بالكواكب الأخرى .
 - الجغرافيا الموضوعية او **علم الخرائط (géographie mathématique)** وهو علم يهتم بالخرائط وطرق إنشائها
 - **الجغرافيا البشرية (géographie humaine)** وتنقسم إلى جغرافية السكان والجغرافيا الاقتصادية **والجغرافيا السياسية** وتبحث في أقطار الأرض وحدودها السياسية ومشكلاتها وسكانها.
- وكل هذه الفروع تفيد في وصف وفهم مظاهر العمران البشري ومن ثمة صياغة التدخل من أجل تحسين وتهيئة هذا العمران.

المجال الجغرافي:

المجال الجغرافي (المكان) هو المجال الطبيعي الذي شهد تدخلا أو عمالا بشريا، عناصره الأساسية تتمثل في مجموعة الخصائص الطبيعية والبيئية وكذا مجموعة الأفراد والجماعات الاجتماعية التي تنتشر داخل المجال في شكل تكتلات عمرانية أو مناطق مبعثرة وفقا لوظائف واستخدامات الأرض التي يعكس درجة تعقيدها درجة تعقيد الأنشطة الاقتصادية ويمكننا تقسيم المجال الجغرافي إلى إقليم أو أكثر (تقسيم المجال إلى وحدات مجالية متجانسة). حيث يعرف الإقليم بأنه حيز مكاني ذو معالم وحدود (حدود طبيعية، إدارية..). له هويته الاجتماعية، الثقافية والاقتصادية هذه الهوية تؤهله للمساهمة في ديناميكية التنمية.



تعريف التهيئة العمرانية:

هي الإطار الاستدلالي للحفاظ على المجال الجغرافي وحمايته واستعماله وتقييم علاقة بين النشاطات القطاعية المختلفة للاقتصاد.

تهدف إلى الاستعمال الأمثل للمجال من خلال الهيكلية والتوزيع المحكم للأنشطة الاقتصادية والموارد البشرية، والاستغلال العقلاني للموارد الطبيعية ولاسيما منها الموارد النادرة.

التهيئة العمرانية من العلوم التخطيطية الحديثة ظهرت لتلبية الاحتياجات التنظيمية في توزيع العادل للثروة داخل الإقليم، إذ أن ظهور الثورة الصناعية أدى إلى اختلالات وفوارق مكانية بين أقاليم متطورة وغنية أين تتركز الموارد وأقاليم متخلفة فقيرة. فالتهيئة هي مجمل التدخلات والعمليات والإجراءات التي تتم على المجال الإقليمي بهدف تحسين تنظيمه، سيره، وتطويره بهدف إيجاد حلول عقلانية للمشاكل الاجتماعية والاقتصادية وقضايا البيئة والصحة العامة والمسائل الهندسية والمواصلات والنظم المرتبطة بالتخطيط والتصميم والإنشاء (Alberto, 1984, p225).

تعريف تهيئة الإقليم:

هي الإطار الاستدلالي لتنمية مجموع الأقاليم المشكلة للمجال الجغرافي تنمية منسجمة على أساس خصائص ومؤهلات كل فضاء جهوي حيث تهدف إلى:

- خلق ظروف الملائمة لتنمية الثروة والتشغيل.
- تساوي الحظوظ في الترقية والازدهار بين جميع السكان.
- الحث على التوزيع المناسب بين المناطق والأقاليم .
- دعم الأوساط الريفية والأقاليم والمناطق والجهات التي تعاني صعوبات.
- إعادة توازن البنية الحضرية وترقية الوظائف الجهوية والوطنية والدولية.
- حماية الفضاءات والمجموعات الهشة إيكولوجيا واقتصاديا وتثمينها.
- حماية الأقاليم والسكان من الاخطار.
- حماية وتثمين وتوظيف العقلاني للموارد التراثية والثقافية والطبيعية.

2- التهيئة العمرانية والتهيئة الحضرية

بما أن التهيئة العمرانية هي مجمل التدخلات والعمليات والإجراءات التي تتم على المجال الإقليمي بهدف تحسين تنظيمه، وعلى اعتبار ان المجال الإقليمي يتكون من مظاهر بشرية وطبيعية مختلفة يمكن تقسيمه الى:

مجال حضري + مجال ريفي + مجال طبيعي (فزيائي)

وعليه فإن التهيئة العمرانية (l'aménagement du territoire) تضم التخصصات التالية:

-التهيئة الإقليمية (l'aménagement régional)

-التهيئة الفيزيائية (l'aménagement physique)

-التهيئة الريفية (l'aménagement rurale)

-التهيئة الحضرية (l'aménagement urbaine)

إذن : التهيئة الحضرية جزء أو فرع من فروع التهيئة العمرانية.

3- التهيئة الحضرية والتعمير:

التهيئة الحضرية (l'aménagement urbaine) هي التخصص العلمي الذي يهدف الى تحديد القواعد العامة الرامية الى تنظيم انتاج الأراضي القابلة للتعمير وتكوين وتحويل المبنى في إطار التسيير الاقتصادي للأراضي والموازنة بين وظيفة السكن والفلاحة والصناعة وأيضا وقاية المحيط والاوساط الطبيعية والمناظر والتراث الثقافي والتاريخي على أساس احترام مبادئ واهداف توجيهات الكبرى للتهيئة العمرانية (مقياس إقليمي).

التخطيط (la planification) هو الاداة او الوسيلة التي بموجبها ننقل المجتمع من وضع ألى آخر والتخطيط ليس هدفا في ذاته بل وسيلة للوصول الى الهدف المطلوب (أسلوب عمل لتحقيق غاية بأقصر وقت وأوفر جهد وأقل تكلفة).

التعمير (l'urbanisme): علم وفن انتاج و/أو تغيير و/أو تهيئة الشكل الفزيائي والدور الوظيفي للمدن.

إذن تعمير هو الإطار والوعاء العلمي والنظري لممارسة التخطيط الحضري والتخطيط الحضري هو وسيلة لتجسيد والتعبير عن التدخل أو التهيئة المقترحة. وعليه فإن:

التخطيط العمراني (الإقليمي) = التخطيط الحضري + التخطيط الريفي

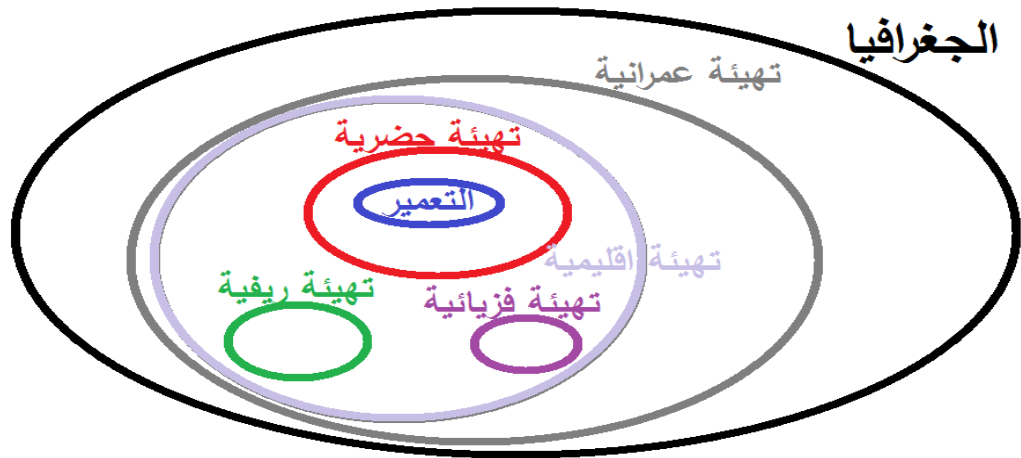
Planification territoriale = planification urbaine + planification rurale.

التهيئة الحضرية = التخطيط الحضري + عمل شامل

L'aménagement urbaine = la planification urbaine + action globale

التخطيط الحضري => التعمير

la planification urbaine => l'urbanisme



4- التعمير (l'urbanisme / town planning) :

أصل التسمية:

أصل كلمة (Urbanisme) مشتق من الكلمة اللاتينية (Urbs) والتي تعني المدينة أو الحضرية أو مكان تركز وتجمع السكان حيث كانت تدل على مدينة روما في السابق.

ولأول مرة يظهر توظيف المصطلحين: التعمير (Urbanisme) والتحضر (Urbanisation) على يد المهندس الاسباني الدفونوسيردا (Ildefonse Cerdà) من خلال مؤلفه النظرية العامة للتحضر (théorie générale de l'urbanisation) حيث اعتبر كعلم للتنظيم المكاني للمدن . كما ظهر في اللغة الفرنسية سنة 1910م ليحبر عن حقل دراسة متعدد التخصصات حول المدينة واقترح تسميته بـ (Urbanologie).

تعريف التعمير حسب (F.Choay):

هو تلك الممارسات الاجتماعية الخاصة والتي حاولت بعد الثورة الصناعية بناء تنظيم مجالي مبني على أساس علمي ومتكيف مع المجتمع التكنولوجي والاقتصادي الجديد.

تعريف التعمير حسب (G.B.Ford):

هو فن وعلم لتصحيح الأخطاء المجالية التي ارتكبت في الماضي بواسطة تهيئة مناسبة للمجال كما أن مجال تدخل هذا الاختصاص يعني جميع المستعملين والمتدخلين في آن واحد .

تعريف التعمير حسب (Alfred Aghache):

هو علم وفن وفلسفة :

- علم لأنه يستمد إلى دراسة ممنهجة ويستخدم طرق علمية.
- فن لأن المختص في التعمير يترجم اقتراحاته المختلفة إلى أحجام ومنظور
- فلسفة اجتماعية لأن المدينة تبحث وتوسعى إل توفير إطار ملائم ومناسب لتواجد المجتمعات.

التعريف الاصطلاحي للتعمير:

هو علم تنظيم الفضاء الحضري يضم مجموعة من المعارف والحقائق ذات بعد نظري وبعد تطبيقي. كما أنه فن تهيئة وتنظيم واستعمال فضاء المدينة بمخلف مكوناتها السوسيوفيزيائية للحصول على احسن توظيف للعلاقات الوظيفية والاجتماعية .

5- ازدواجية طبيعة التعمير

إنّ فالتعمير هو علم (حقل معرفي) وفن (ميدان مهني) انتاج، تغيير وتهيئة الشكل الفيزيائي للمدن وهو تخصص نظري وتطبيقي يهتم بتنظيم المدن وتنظيم العلاقة بين مختلف الفاعلين ويحافظ على المنفعة العامة ويقنن استخدام الأرض ويحدد إجراءات البناء ويتوقع التعمير المستقبلي.

6- علاقة التعمير بالتخصصات الأخرى:

يتميز ميدان تخطيط المدن او التعمير بالطبيعة متعددة التخصصات للمعرفة (pluridisciplinaire) اذ ان مختلف التخصصات قد تسلمهم في تكوين معارف التعمير، ومن جهة اخرى لا يمكن أن يقتصر علم التعمير على هذه التخصصات المختلفة بل يتجاوزها لأنه ليس أداة او وسيلة لتخطيط المدن بل هو ايضا فلسفة تهتم بالمدينة هذا الوسط المعقد الذي تتفاعل فيه عناصر مختلفة.

واهم التخصصات والعلوم والتي تساهم في مجموع معارف التعمير نذكر:

- الهندسة المعمارية ([Architecte](#)): في تصميم المشروع الحضري.
- الجغرافيا ([Géographie](#)): ديناميكية ومرفولوجية المساحات الحضرية والريفية ، والجغرافيا البشرية والفيزيائية ، ورسم الخرائط - نظم المعلومات الجغرافية.
- العلوم السياسية وإدارة السياسات العامة ([Science politique et Gestion des politiques publiques](#)): التنمية المستدامة ، التنمية الاقتصادية ، تخطيط استخدام الأراضي ، التراث ، سياسة الإسكان ، سياسة المدينة ، المؤسسات المحلية ، الإدارة والمجتمعات المحلية ، إلخ .
- الاقتصاد ([Économie](#)): الاقتصاد المحلي والتمويل.
- القانون ([Droit](#)): قانون تخطيط المدن ، قانون البيئة ، قانون السلطة المحلية ، قانون المشتريات العامة ، إلخ.
- التاريخ ([Histoire](#)): تاريخ ونظريات التخطيط وتخطيط المدن وتاريخ التخطيط العام وسياسات تخطيط المدن وتاريخ الفن.
- علم الاجتماع ([Sociologie](#)): علم الاجتماع الحضري ، والأنثروبولوجيا ، والعلوم الإدارية ... ؛
- علم الأحياء ([sémiologie](#)).

- الفلسفة ([Philosophie](#)).
- الهندسة والاقتصاد لجميع وسائل السفر.
- العلوم الطبيعية ([Les sciences de la nature](#)) وخاصة تلك المتعلقة بالبيئة والجيولوجيا والهيدرولوجيا وعلم المناخ ، إلخ.
- هندسة مدنية ([Génie civil](#))،

ملاحظة

التعمير ليس فرعاً من فروع الجغرافيا حتى لو كان التعمير يتعلق بجزء من أنشطة معينة لمتخصصي تخطيط المدن. في القرن الحادي والعشرين، سلط باحثون مثل بيير ميرلين ([Pierre Merlin](#)) الضوء على عدم استقلالية التعمير الذي لا يزال موجهاً جداً نحو تخصصات الجغرافيا والاقتصاد والهندسة المعمارية ، إلخ. حيث يُطلب من المعمرين ([l'urbaniste](#)) المساهمة في تهيئة وتطوير المدن وترقية جودة الحياة الحضرية التي تتحقق فيها شروط النظافة والصحة والسلامة بعيدا عن جميع اشكال العنف والجريمة الحضرية ([criminalité urbaine](#)) وتفاديا للوقوع في نماذج عمرانية تتعلق بما أسماه بعض المؤلفين بتعمير او تمدن الخوف ([urbanisme de la peur](#)).

7- ممارسات وافعال التعمير

- التوقع والتمثيل (prévoir et représenter)
- التخطيط (planifier)
- التقسيم والتوجيه (diviser et affecter)
- تجهيز (équiper)
- تجسيد مظهري (paysager)
- تقنين (réglementer)
- ترخيص (autoriser)

- تنفيذ العمليات (opérer)
- التدخل على العقار (intervenir foncièrement)

المحور الأول

فكرة المشروع

المحور الأول:

1- فكرة المشروع:

تعتبر فكرة تطبيق حجز تذاكر حول الوطن ذات علاقة بمجال النقل أساسي والمجال الأمني ومجال الحماية المدنية كمجالين ثانويين. حيث بدأت الفكرة عبر الوقوف على عدة مشاكل يعاني منها قطاع النقل اليوم لاسيما :

- عدم معرفة هوية الجثث والجرحى الناجمة عن حوادث المرور.
- سفر وتحرك المجرمين والمطلوبين عند أسلاك الأمن أو الدرك الوطني بسهولة تامة عبر التراب الوطني،
- عدم معرفة مكان الحافلات سواء كانت بحالة جيدة أو معطلة.
- في حالة الحادث وتأخر وصول الحماية المدنية لعين المكان بعد فوات الأوان لذلك سنقوم ببناء على ما سبق بالعمل على إنشاء هذا التطبيق المتمثل دوره الأساسي في حجز تذاكر عبر تطبيق transport بالهوية الوطنية، وكذلك داخل المحطات وإدخالها في منصة واحدة بسهولة إجراءات الأمانة وسلامة وضمان صحة المسافر ولتكوين مجتمع متطور ومستخدم التكنولوجيا الحديثة التطبيقية ودخول المواطنين في عالم الرقمنة، وبهذا تكون قائمة المسافرين والسائق ومساعدته (receveur) متوفرة لدى السائق والأمن والدرك ومحطة المسافرين ووجود موقع الحافلات، فهذا الجزء مخصص للحماية المدنية مع الأمن لمعرفة مكان الحافلة لتفادي ركوب عنصر جديد وتكون تحت المراقبة المحكمة لتكوين مجتمع آمن وفي حال حدوث توقف موقع الحافلة في مكان أكثر من الوقت المحدد حوالي أكثر من 15 دقيقة في مكان واحد محدد فسوف تكون اشربة والحماية في عين المكان لتفقد مشكلة توقف الحافلة واللحاق بأقل الأضرار.

فكرة التطبيق:

- 1- تسمية التطبيق: Transporine فهي مشتقة من أصل كلمة transport قمت بدمجها مع آخر ثلاث أحرف من اسمي .

2- نوع التطبيق: التطبيقات لخدماتية .

- يتم تصميم موقع شركة تلك التطبيقات من أجل تحقيق مصلحة المواطن . حيث يمكن لأي شخص من خلالها إتمام جميع الأمور الورقية (حجز تذاكر عبر التطبيق) بكل سهولة دون الرجوع إلى الذهاب للمحطات مع هدر الكثير من الوقت، ويمكن استخدام جميع التعاملات المالية من خلالها. أيضا من خلال البطاقة الذهبية والتعرف على أسعار التذاكر داخل الولايات بكل سهولة. كما تمتلك الشركات السياحية تلك التطبيقات الخدمية في تسهيل الاجراءات عند الحجز والدفع مما يساعد بشكل كبير على توفير الكثير من الوقت.

3- يختص التطبيق ب: حجز التذاكر سواء كانت على مستوى المحطات أو عبر البطاقة الذهبية .

4- زبائن التطبيق: المسافرين، الشركات الخاصة والعامة بالنقل.

تستجيب المؤسسة للحاجيات التالية:

* خلق الحاسوب اللوحي في الحافلة .

* توفير جهاز تحديد المواقع في وسائل النقل

* وتوفير آلات داخل محطات للحجز تذاكر إلكترونيا في حال عدم وجود الأنترنت لمسافرين .

* تحقيق مزايا سعرية للمسافرين الذين تم حجز تذاكرهم عبر التطبيق بسعر أقل نسبيا مقارنة

بالمسافرين الذين حجزوا في المحطات .

5- تسويق التطبيق بالطرق التالية: التسويق المباشر في توزيع هذه الفكرة عبر الوطن بمساعدة وزارة

النقل بفرضها جزئيا في الأول على كل محطات وشركات النقل .

6- اخترت فكرة التطبيق لهذه الأسباب :

* أول دافع لاختياري هذا الحل ألا وهو حادث مروع خلف عنه وفاة 34 شخصا و12 جريحا في يوم

19 جويلية 2023 الحادث أحدث ضجة إعلامية في مواقع التواصل الاجتماعي وأنا أتابع المنشورات

والتعليقات صادفني أنه لم يتم التعرف على هوية الجثث، هنا خطرت لي فكرة ادراج هذا التطبيق.

حل مشكلة الازدحام في المحطات: تطبيق النظام الرقمي يمكن أن يساهم في تقليل وقت الانتظار أمام المحطات من خلال تنظيم مواعيد السفر وإدارة الطوابير بشكل أكثر كفاءة، مما يساهم في تجنب الزحام والانتظار لساعات طويلة.

مكافحة الفساد وخلق مجتمع آمن: يمكن للتكنولوجيا أن تلعب دوراً كبيراً في تتبع حركة الركاب والتعاملات المالية، مما يقلل من احتمالية الفساد. بالإضافة إلى ذلك، يمكن استخدام البيانات لتحديد الأشخاص ذوي السجل الإجرامي أو المشبوهين لضمان أمان المجتمع.

توفير أمان داخل الحافلة ومحاربة التحرش: يمكن للنظام الرقمي أن يضمن تسجيل جميع الركاب، مما يسهل تحديد هوية المتحرشين أو المتسببين في أي مشاكل. بالإضافة إلى ذلك، يمكن تثبيت كاميرات مراقبة وتطبيقات للإبلاغ عن الحوادث فوراً لضمان تدخل سريع.

تسهيل عملية التفتيش الأمني: في الحواجز بين الولايات، يمكن استخدام تقنية التعرف على الوجه أو البطاقات الذكية التي تسجل معلومات السفر، مما يسهل عملية التفتيش ويقلل من وقت الانتظار عند الحواجز الأمنية.

رقمنة المسافرين لتطوير المجتمع: يمكن اعتبار رقمنة المسافرين خطوة نحو مجتمع أكثر تطوراً وفعالية. يشمل ذلك استخدام التكنولوجيا لتتبع الرحلات، إجراء حجوزات إلكترونية، وإدارة البيانات الشخصية.

إدارة الأمتعة: باستخدام نظام ترقيم الأمتعة وربطها بالبيانات الرقمية لكل مسافر، يمكن تتبع الأمتعة بسهولة وضمان عدم ضياعها أو تلفها، مما يقلل من المشاكل التي يعاني منها الركاب بشأن أمتعتهم.

2_ القيم المقترحة: مشروع

عند تطوير transporine، من المهم تحديد مجموعة من القيم الأساسية التي ستوجه التصميم والتطوير وتجربة المستخدم. تتمثل القيم المقترحة في:

1_ الراحة والسهولة: يجب أن يكون التطبيق بسيطاً وسهل الاستخدام، بحيث يتمكن المستخدمون من حجز تذاكرهم بسرعة وسهولة دون تعقيد. الواجهة البسيطة وتجربة المستخدم السلسة هما مفتاح النجاح.

- 2_ التنوع والشمولية: توفير خيارات متعددة للمستخدمين من حيث شركات الطيران، والفئات، والوجهات، والأسعار. يجب أن يشعر المستخدم أن لديه حرية الاختيار بناءً على احتياجاته وميزانيته.
- 3_ الأمان والثقة: ضمان حماية بيانات المستخدمين ومعلومات الدفع بأعلى معايير الأمان. يجب أن يشعر المستخدم بالأمان عند إدخال بياناته الشخصية والمالية.
- 4_ التوفير والشفافية: تقديم أفضل العروض والخصومات المتاحة، مع ضمان الشفافية في عرض الأسعار والرسوم الإضافية. هذا سيعزز ثقة المستخدمين في التطبيق.
- 5_ الدعم الفوري: توفير دعم فني وخدمة عملاء متاحة على مدار الساعة للإجابة على استفسارات المستخدمين ومساعدتهم في حل المشاكل التي قد يواجهونها.
- 6_ التكامل والابتكار: التكامل مع منصات وخدمات وتطبيقات أخرى مثل بريدي موب و الفنادق و المطاعم ومحطات الوقود لجعل تجربة السفر كاملة ومتكاملة. بالإضافة إلى استخدام تقنيات حديثة مثل الذكاء الاصطناعي لتوفير توصيات شخصية.
- 7_ الاستدامة والمسؤولية: الالتزام بممارسات صديقة للبيئة والترويج لخيارات السفر المستدامة. يمكن تضمين معلومات حول الانبعاثات الكربونية لكل رحلة لزيادة وعي المستخدمين.
- 8_ السرعة والكفاءة: يجب أن يوفر التطبيق عملية حجز سريعة وفعالة، مما يوفر الوقت والجهد للمستخدمين. يمكن تحقيق ذلك من خلال تقليل عدد الخطوات المطلوبة للحجز.
- 9_ التوصيات والتخصيص: تقديم توصيات مخصصة بناءً على تفضيلات المستخدمين وسلوكياتهم السابقة، مما يزيد من رضاهم وولائهم للتطبيق.
- *ببني هذه القيم، يمكن transporine أن يميز نفسه عن المنافسين ويحقق نجاحاً أكبر في السوق هذه القيم و تساعد في بناء تطبيق لحجز تذاكر السفر يتمتع بقاعدة مستخدمين قوية ويحقق رضا العملاء على المدى الطويل.

3/ فريق العمل:

الاسم	الوظيفة	المهام
-------	---------	--------

تسيير المشروع/ أعمال تشغيلية	مدير المؤسسة	بوجلول سرين
أعمال تشغيلية	عامل تشغيلي	عامل تشغيلي
تطوير وتجسيد التطبيق	مهندس إعلام آلي	مهندس اعلام آلي

- يتطلب المشروع إلى مدير المؤسسة ومهندسين في اعلام الي وموظفين تشغيليين لذا في بداية نحتاج إلى مهندس لتجسيد التطبيق تكملته بإتقان ،ستكون الأعمال التشغيلية والتسيير من مهام مدير المؤسسة بالإضافة إلى عامل تشغيلي ملم بمجال البرمجة ، ومع توسع المشروع يتم إضافة مهندسين وعمال تشغيليين حسب الحاجة وتوزيع المهام الأخرى .

4/ أهداف المشروع:

- تسعى إلى تغطية الولايات المكتظة كالجزائر العاصمة تسجل 73 مليون مسافر عبر محطات النقل البري سنة 2019 فسجلت ما يزيد عن 1100 رحلة يوميا على مستوى محطة خروبة البرية لنقل المسافرين بالجزائر العاصمة على المدى القريب كمرحلة أولى من خلال فتح التطبيق، تم تغطية بعض الولايات في الغرب والشرق والجنوب اعتمادا على الولايات أكثر اكتظاظا بالمشافرين كما تم العمل على تغطية أكبر قدر ممكن من الولايات على مستوى الوطن.

- العمل على استهداف ثقافة الزبون ألا وهو المسافر من خلال تحسيسه بالفوائد الخاصة والعامة المكتسبة من استخدام التطبيق، وهذا عبر وسائل الاتصال المناسبة في هذه الحالة مثل مواقه التواصل الاجتماعي ووزارة النقل بفرض قوانين عقابية في المستقبل لسيرورة العمل على التطبيق.

5/ جدول زمني لتحقيق المشروع

بالأشهر:

رقم العملية	1	2	3	4	5	6	7	8
01	*	*	*					

								الوحدة الإنتاجية، تجهيز الوثائق المطلوبة	
		*	*	*				طلب التجهيزات	02
		*	*	*				كراء مقر للمؤسسة	03
*	*							تركيب المعدات	04
*								بداية الإنتاج	05

التحليل:

- الثلاث أشهر الأولى تعتبر مرحلة الدراسات الأولية واختيار مقر الوحدة الانتاجية وتجهيز الوثائق المطلوبة، أعقد مرحلة وأي خطوة تؤثر بشكل مباشر على نشاط المؤسسة وتعتبر مرحلة مبنية على التنبؤ، ومن ناحية أخرى تجهز الوثائق المطلوبة حيث تواجه المؤسسة في بداية إنشائها مشاكل قانونية تتعلق بالسجل التجاري من أجل إدراجها ضمن الأنشطة القانونية لتفادي مشاكل مستقبلية، أما من ناحية اختيار مقر الوحدة الانتاجية فهي مرحلة جوهرية تؤثر بشكل مباشر من الناحية التسويقية المتعلقة بقرب المقر في مركز أو وسط المدينة قرب المديرية المستهدفة في المرحلة الأولى، لأجل ضمان سهولة واستقطاب المارين في المنطقة الخدماتية على المواطنين.

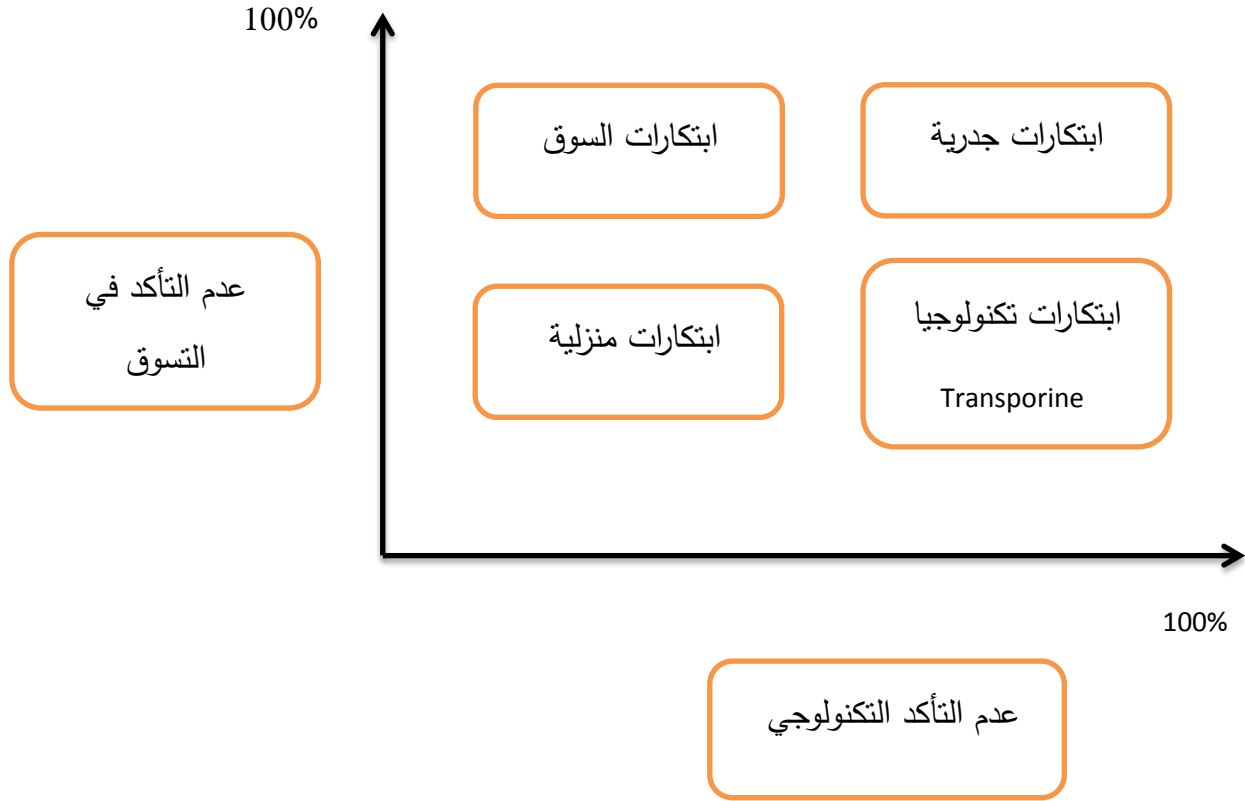
- الثلاث أشهر الثانية: طلب التجهيزات ومقر الإنتاج تحتاج لأطول مدة لأجل ضمان أفضل مقر بأقل تكلفة للإيجار، والتأكد من جودة التجهيزات التي تتمثل في المكاتب والحاسوب اللوحي والحاسوب وGPS وخلوها من أي عائق أو ضرر بها والتأكد من صحتها بعد وصولها. ومن الناحية القانونية يجب تجنب أي مشاكل قانونية محتملة مع مالك المقر الحقيقي وسيرورة الإيجار بشكل قانوني.

- الشهر السابع والثامن: في هذه المرحلة وبعد أن تكون المؤسسة جاهزة قانونيا وتملك مقر الإنتاج، ستكون قادرة على تركيب المعدات في مدة لا تزيد عن شهرين، وذلك لضمان أفضل المعدات بأقل تكلفة وأفضل خدمة، وبعد التجهيز والافتتاح والتركيب تبدأ مباشرة عملية الإنتاج.

المحور الثاني
الجوانب الابتكارية .

المحور الثاني: الجوانب الابتكارية.

1- طبيعة الابتكارات .



عنوان الشكل: رسم بياني يوضح مركز طبيعة الابتكار لمشروع تطبيق حجز التذاكر حول الوطن

(Transporine)

التحليل:

- يعتبر تطبيق حجز التذاكر داخل الوطن من المشاريع الابتكارية الحديثة في الجزائر، والتي تستند إلى استخدام التكنولوجيا الحديثة والمبتكرة في تحرك المسافرين بسهولة حيث تتمثل طبيعة هذا المشروع في تقادي الاكتظاظ داخل المحطات البرية لنقل المسافرين.

ونجد أن عدم التأكد في السوق يبلغ مستويات مرتفعة وهذا بسبب وجود حجز من قبل في المحطات بطريقة تقليدية، في حين نجد أن عدم التأكد التكنولوجي يبلغ مستويات مرتفعة وهذا بسبب عدم تجربة

التطبيق الجديد عن طريق الحجز بالبطاقة الذهبية أو البنكية من طرف الفئة المستهدفة من قبل. ولهذا فإن طبيعة الابتكار في مشروعنا تصنف ضمن صنف الابتكارات التكنولوجية .

2- مجالات الابتكارات:

- تتمثل الجوانب الابتكارية في مشروعنا كونه يقدم خدمة سلسلة مضمونة لطرفي الصفقة الانتاجية والتسويقية (منتج /زبون) مع تثمين توجه الطرفين إلى الاقتناع بضرورة التقليل من استخدام الحجز التقليدي في مجال النقل. مع استهداف فئة زبونية جديدة (شركات النقل الخاصة الذين يعتمدون على أشخاص في كل محطة لجمع أماكن محددة من المسافرين مع ربح منهم مبلغ مادي ربع مبلغ التذكرة للشخص) مع الاستهداف الثانوي لشركات تصليح الحافلات ، وهذا يمكن من ابراز الجانب الابتكاري الآخر لهذا المشروع والمتمثل في استهداف زبائن مسافرين عبر التاكسي كون هذه الأخيرة تعتبر مفر ملاذ المسافرين من الاكتظاظ والانتظار الطويل .

ويمكن تلخيص بعض الجوانب الابتكارية transporine

- 1- أول مشروع تطبيق جزائري %100 يعتمد على استخدام تقنية الحجز عبر البطاقة الذهبية أو البنكية .
- 2- حجز تذاكر إلكترونية بحيث يكون هدف مشروعنا هو القضاء التام على التذاكر الورقية.
- 3- معرفة المسافرين عن مسار الحافلة طول فترة السفر .
- 4- عملية السفر عبر الحجز الالكتروني تسهل في عملية التفتيش بالنسبة للحواجز الأمنية.
- 5- الحفاظ واطمئنان المسافرين على أمتعتهم (كما كنا من قبل نصادف ضياع الأمتعة).
- 6- تسهيل عملية السفر للمواطن بين الولايات داخل الوطن .
- 7- رقمنة وبرمجة المسافرين وذلك لضمان صحة المسافرين.
- 8- توفير جو آمن داخل الحافلة وتسهيل عملية محاربة التحرش سواء كان تحرش لفظي أو جنسي .
- 9- تقادي ازدحام المسافرين والتراكم داخل المحطات بدون جدوى لتحسينها أو تفاديها تماما مستقبلا.
- 10- تطوير المجتمع الجزائري للدخول إلى عالم التكنولوجيا الحديثة .

المحور الثالث

التحليل الاستراتيجي للتسويق

المحور الثالث: التحليل الاستراتيجي للسوق

1/ عرض القطاع السوقي :

- يتمثل قطاع السوق المستهدفة (الشريحة) في كل المسافرين في المحطة المستهدفة في المرحلة الأولى من المشروع، والذين لديهم رغبة في استخدام التذاكر الإلكترونية بدل التذاكر الورقية لتفادي الطوابير.

- مبررات اختيار السوق المستهدف: تم اختيار هذا السوق لأنه يمثل الشريحة ذات العلاقة غير المباشرة بالتطبيق، وعلاقة مباشرة مع آلات الحجز التي سنوفرها داخل المحطات .

- السوق المحتمل : يشمل القطاع السوقي المحتمل شركات النقل العام والخاص للنقل البري داخل الجزائر مستقبلا للمشروع، والذين لديهم رغبة في جذب مسافرين جدد مع ضمان حقوقهم ومصالحهم.

- يمكن التفكير في عقد اتفاقيات مع الزبائن لشركات النقل الخاصة والعامة ذات الأعلى مردودية لإقتناءهم من إكسوارات ذات كمية محدودة هائلة للاستفادة من خصم لسعر الإكسوارات.

- المسافرين الذين سافرو لمرات عديدة باستخدام التطبيق بعد مرور أول سنة إنتاج يتمثل مضمونها في الاستفادة إما رحلات مجانية أو خصم في سعر التذكرة .

2/ قياس شدة المنافسة:

- بما أن فكرة تجسيد حجز التذاكر الإلكترونية عبر التطبيق بالبطاقة الذهبية تعبر الأولى داخل الجزائر. فمن زاوية المنافسة الفعلية في نفس التطبيق فإن شدة المنافسة في المحطة المستهدفة كمرحلة أولى تعتبر ضعيفة جدا تؤول إلى العدم، وذلك لأنه لا يوجد تطبيق يقدم نفس خدمة الحجز في حيز النقل والسفر البري.

- يقتصر اعتماد المسافرين في استخدامهم للطريقة التقليدية وهي (الحجز الورقي) سواء كانت مدة صلاحية البطاقة الذهبية منتهية أو عدم وجود الانترنت للمسافر فنقتصر عن حل هذه المشكلة الطفيفة من المتوقع الحصول مستقبلا بفرض آلات داخل المحطات للحجز الإلكتروني .
بالعودة إلى تحليل قوى التنافس الخمسة لبورتر : فإن واحدة من بين أكثر هذه القوى تأثيرا على المؤسسة تلك المتعلقة بالمكانة التنافسية للمنتجات والخدمات البديلة المتمثلة في حجز التذاكر الورقية.

- بما انه يوجد تطبيق في الجزائر اسمه محطتي فهو برنامج للاطلاع على مواقيت الرحلات، فهو يفتقد أهم شيء ألا وهو الحجز بالتذكرة الإلكترونية مع افتقاده لمواكبة العصر .

3/ الاستراتيجيات التسويقية :

نرى أن الاستراتيجية التسويقية المناسبة لتسويق هذا التطبيق تتمثل في تطويره، حسب المفكر Anossof حيث سنقدم منتج في سوق قديم.

وتتمثل أهم تفاصيل الاستراتيجية التسويقية في استراتيجيات العناصر الأربعة للمزيج التسويقي. **المنتج:** نقدم المؤسسة تطبيق جديد كلياً بالنسبة للفئة المستهدفة حيث تسعى من خلاله إلى خلق وتغطية حاجة زبونية جديدة .

التسعيرة: نتبع في بداية المشروع على استراتيجية اختراق السوق من خلال اقتراح حجز التذاكر الإلكترونية بسعر منخفض نسبياً من أجل دفع الزبون لتجربة التطبيق من جهة، وزيادة الحصة السوقية وتحسين صورة العلامة بعد ذلك من جهة أخرى، بعد ذلك يمكن للمؤسسة بداية الرفع التدريجي للأسعار تماشياً مع الأهداف الربحية والمكانة التنافسية المكتسبة .

الترويج: تماشياً مع إمكانيات المؤسسة سيتم التركيز على أساليب ترويجية مناسبة للقدرة المالية للمؤسسة ولأهدافها التسويقية والمتمثلة أساساً فيما يلي:

* الاعتماد على التسويق المباشر كمرحلة أولى للاستفادة من الاحتكاك المباشر للمسافرين

والوقوف على ردود أفعالهم الحقيقية تجاه التطبيق قصد تصحيحها مستقبلاً.

* الاعتماد على الكلمة المنطوقة باستغلال شبكة الاتصال بين المسافرين في المحطات والمناطق المستهدفة.

* استخدام مواقع التواصل الاجتماعي من أجل إيصال المعلومة للمواطنين والتسويق عبر

المؤثرين للحصول على أفضل نتائج .

التوزيع: تتبع المؤسسة سياسة التوزيع القناة التوزيعية القصيرة (منتج، زبون) من أجل التحكم في

فعالية التوزيع وكفاءته من جهة أخرى، والحصول على احتكاك أكثر مع المسافرين من أجل

تحصيل أكبر قدر ممكن من الشكاوي وردود الأفعال.

4/ تحليل Swot:

SWot : هو أداة تحليلية تستخدم لتقييم وتحليل نقاط القوة والضعف والفرص والتهديدات لأي مؤسسة ناشئة، وفيما يلي تحليل لمؤسسة ناشئة في مجال النقل وهو عبارة عن تطبيق حجز تذاكر المسافرين داخل الوطن .

فرص، تهديدات ،نقاط القوة ،نقاط الضعف.

أ- نقاط قوة :

- القدرة على تزويد المسافرين بالحجز عبر البطاقة الذهبية.

- المؤسسة الوحيدة التي تحتوي على تطبيق لحجز التذاكر الالكترونية في المحطات .

ب- نقاط ضعف:

- عدم وجود خبرة سابقة في استخدام البطاقة الذهبية في مجال النقل قد يؤدي إلى مشاكل في الانتاج والتسويق .

- ضعف الموقف التنافسي مع الخدمات البديلة

ج- فرص:

- زيادة تنزيل التطبيق يمكن أن يؤدي إلى زيادة الحجز الالكتروني.

- زيادة الطلب على الاكسسوارات المتمثلة في نظام GPS واللوحة الرقمية يمكن أن يؤدي إلى زيادة المبيعات وتوسيع العمل.

- القدرة على الاستفادة من الدعم والمساعدة المتاحة من الحكومة ووزارة النقل والجمعيات المحلية لدعم المشاريع الناشئة.

- زيادة الاكتظاظ داخل المحطات يؤدي لانفجار غضب المسافرين باللجوء إلى آلات مخصصة لحجز التذاكر الإلكترونية.

د- تهديد:

- المنافسة الشديدة بين الشركات الكبرى في مجال النقل قد تؤدي إلى انخفاض الأسعار وتقليل الربح.

نقاط القوة	نقاط الضعف
الفرص	التهديدات المحتملة

تحليل SWOT

نقاط القوة:

- 1_ القدرة على تزويد المسافرين بالحجز عبر البطاقة الذهبية:
 - _تفرد في الخدمة: البطاقة الذهبية تمثل ميزة تنافسية كبيرة، حيث تقدم سهولة ومرونة للمسافرين الدائمين أو الذين يفضلون خدمات مميزة، مما يعزز من ولاء العملاء.
 - _توفير تجربة أفضل للعملاء: العملاء يمكنهم الاستفادة من مزايا خاصة، مثل الوصول إلى خصومات أو خدمات إضافية، ما يزيد من رضاهم ويجعلهم يفضلون التعامل مع المؤسسة على المدى الطويل.
- 2_ المؤسسة الوحيدة التي تحتوي على تطبيق لحجز التذاكر الإلكترونية في المحطات:
 - _احتكار تقني: وجود تطبيق حصري لحجز التذاكر يمنح المؤسسة تفوقاً في السوق، حيث يمكنها الوصول بسهولة إلى شريحة كبيرة من العملاء الذين يفضلون الحلول الرقمية.
 - _تسهيل تجربة العميل: يوفر التطبيق سهولة وسرعة في حجز التذاكر، مما يحسن من تجربة العملاء ويجذب شريحة كبيرة من المستخدمين الجدد والمعتادين على التكنولوجيا.
 - _توفير الوقت والتكاليف: يساهم التطبيق في تقليل الاعتماد على الإجراءات اليدوية في المحطات، مما قد يقلل من التكاليف التشغيلية ويسرع عملية البيع.

تأثير نقاط القوة:

هذه النقاط تمنح المؤسسة القدرة على التفوق على المنافسين من خلال تقديم خدمات مبتكرة ومريحة، وتعزز من ولاء العملاء، وتجذب فئات جديدة من المستخدمين.

2/_ نقاط الضعف في تحليل SWOT:

- 1_ عدم وجود خبرة سابقة في استخدام البطاقة الذهبية في مجال النقل قد يؤدي إلى مشاكل في الإنتاج والتسويق:
 - _نقص الخبرة التشغيلية: عدم وجود تجربة سابقة قد يؤدي إلى مشاكل في كيفية تطبيق النظام، مما يسبب تأخيرات أو أخطاء في تنفيذ الخدمة، وهو ما قد يؤثر سلباً على رضا العملاء.
 - _صعوبة في التسويق: قد تكون المؤسسة غير قادرة على توصيل قيمة البطاقة الذهبية بالشكل المناسب للعملاء المستهدفين، ما يؤدي إلى ضعف في الإقبال على الخدمة.

احتمالية زيادة التكاليف التشغيلية: بسبب نقص الخبرة، قد تحتاج المؤسسة إلى استثمارات إضافية في التدريب والتقنيات، مما يزيد من الأعباء المالية.

2_ ضعف الموقف التنافسي مع الخدمات البديلة:

_ منافسة قوية: إذا كانت هناك بدائل مشابهة أو أفضل من حيث السعر أو الجودة، فقد يجد العملاء صعوبة في تفضيل الخدمة المقدمة من المؤسسة، مما يؤدي إلى فقدان حصتها السوقية.
_ نقص التميز: إذا لم تقدم البطاقة الذهبية ميزات جذابة أو قيمة مضافة واضحة مقارنة بالمنافسين، فإنها قد لا تكون قادرة على جذب العملاء.

_ التأخر في التبني الرقمي: بعض البدائل قد تكون أسرع في تطبيق التكنولوجيا أو تمتلك خدمات أكثر تطورًا، مما يعزز موقفها التنافسي.
تأثير نقاط الضعف:

هذه العوامل قد تؤدي إلى ضعف في القدرة على اكتساب عملاء جدد، وزيادة التحديات التشغيلية والتسويقية، مما يضعف الموقف التنافسي للمؤسسة. تحتاج المؤسسة إلى التغلب على هذه التحديات من خلال بناء خبرة تشغيلية قوية وتحسين استراتيجيات التسويق والتفرد في السوق.
3/ تحليل SWOT - الفرص:

1_ زيادة تنزيل التطبيق يمكن أن يؤدي إلى زيادة الحجز الإلكتروني:

_ النمو الرقمي: زيادة استخدام التطبيق سيؤدي إلى تبسيط عملية الحجز، ما يعزز راحة العملاء ويزيد من حجم الحجوزات الإلكترونية.

_ تعزيز الكفاءة: الاعتماد الأكبر على الحجز الإلكتروني يقلل من التكاليف التشغيلية، ويقلل من الحاجة إلى الموظفين في المحطات، مما يزيد من الربحية.

_ توسيع قاعدة العملاء: التطبيق يمكن أن يجذب شريحة أكبر من المستخدمين، بما في ذلك الشباب المعتادين على التعامل الرقمي، مما يعزز الحصة السوقية للمؤسسة.

2_ زيادة الطلب على الإكسسوارات المتمثلة في نظام GPS واللوحة الرقمية يمكن أن يؤدي إلى زيادة المبيعات وتوسيع العمل:

_ تنوع الإيرادات: تقديم خدمات إضافية مثل أنظمة GPS واللوحات الرقمية يمكن أن يفتح مصادر دخل جديدة، ويعزز من مبيعات المنتجات المرافقة.

_تلبية احتياجات العملاء: تزايد الطلب على هذه التقنيات يعكس رغبة العملاء في تحسين تجربتهم في السفر، وبالتالي يمكن أن تساهم في تعزيز ولاء العملاء وزيادة الإقبال على خدمات المؤسسة.

_فرص التعاون والشراكات: قد تفتح هذه الخدمات أبوابًا للتعاون مع شركات التقنية أو مزودي الحلول الذكية، مما يوسع نطاق الأعمال.

3_ القدرة على الاستفادة من الدعم والمساعدة المتاحة من الحكومة ووزارة النقل والجمعيات المحلية لدعم المشاريع الناشئة:

_تخفيف الأعباء المالية: الاستفادة من الدعم الحكومي قد يقلل من تكاليف الابتكار والتطوير، مما يساعد المؤسسة على تحسين خدماتها دون ضغط مالي كبير.

_تعزيز المصداقية: دعم الحكومة أو الجمعيات المحلية يعزز الثقة في المؤسسة، ويزيد من جاذبيتها لدى العملاء والمستثمرين.

_إمكانية النمو السريع: الدعم المؤسسي يمكن أن يساعد في تسريع انتشار المشروع وزيادة التوسع في أسواق جديدة أو تحسين البنية التحتية التقنية.

4_زيادة الاكتظاظ داخل المحطات يؤدي لانفجار غضب المسافرين بالجوء إلى آلات مخصصة لحجز التذاكر الإلكترونية:

_زيادة الطلب على الحجز الذاتي: الاكتظاظ في المحطات قد يدفع المسافرين للبحث عن طرق أكثر راحة وسرعة في الحجز، مما يعزز الطلب على الآلات الإلكترونية المخصصة للحجز.

_تحسين تجربة العملاء: توفير هذه الحلول سيحسن بشكل كبير من تجربة المسافرين، ويقلل من التوتر والازدحام، مما يعزز سمعة المؤسسة.

_زيادة المبيعات الإلكترونية: من خلال تقديم بدائل سهلة وسريعة لحجز التذاكر، يمكن للمؤسسة زيادة عدد الحجوزات الإلكترونية وبالتالي زيادة العائدات.

تأثير الفرص:

الاستفادة من هذه الفرص يمكن أن يؤدي إلى زيادة في النمو والربحية، وتحسين صورة المؤسسة في السوق. بتبني التكنولوجيا الحديثة واستغلال الدعم الحكومي، يمكن للمؤسسة تعزيز قدرتها

على المنافسة والابتكار في مجال النقل والخدمات الإلكترونية

4/_تحليل SWOT - التهديدات:

1_ المنافسة الشديدة بين الشركات الكبرى في مجال النقل قد تؤدي إلى انخفاض الأسعار وتقليل الربح:

_حروب الأسعار: المنافسة الحادة بين الشركات الكبرى قد تدفع هذه الشركات إلى خفض أسعارها لجذب المزيد من العملاء، ما يؤدي إلى ضغوط على المؤسسة لتخفيض أسعارها هي الأخرى، وبالتالي تقليل هوامش الربح.

_خطر فقدان العملاء: في حال كانت الشركات الكبرى تقدم خدمات مماثلة بأسعار أقل أو عروض إضافية، فقد يميل العملاء إلى التحول نحو المنافسين، مما يؤدي إلى تقليص حصة المؤسسة في السوق.

_تآكل الربحية: انخفاض الأسعار دون تحسين في الكفاءة التشغيلية قد يؤدي إلى ضغوط مالية على المؤسسة، مما يقلل من قدرتها على الاستثمار في تطوير المنتجات أو تقديم خدمات جديدة. منافسة على الجودة والخدمات: قد لا تقتصر المنافسة على الأسعار فقط، بل يمكن أن تتعلق أيضًا بجودة الخدمة، مما يتطلب من المؤسسة تحسين مستوى خدماتها للبقاء في المنافسة. تأثير التهديد:

هذا التهديد قد يضع المؤسسة في موقف صعب، حيث يمكن أن يؤثر سلبيًا على الأرباح ويزيد من التحديات المالية. لمواجهة هذا التهديد، يجب على المؤسسة تطوير استراتيجيات تنافسية مبتكرة، مثل تحسين جودة الخدمات، تعزيز الولاء من خلال العروض الفريدة، أو التميز في التجربة الرقمية التي تقدمها عبر تطبيقها الخاص بحجز التذاكر.

المحور الرابع

خطة الانتاج والتنظيم

المحور الرابع: خطة الانتاج والتنظيم

1/ عملية الانتاج: تحديد خطوات الحصول على خدمة حجز التذاكر الإلكترونية من البداية إلى النهاية.

2/ التموين: يعتبر التموين واحد من أهم المراحل الأساسية في نشاط المؤسسة حيث ترتبط جودة الحاسوب ارتباط وثيق بتجسيد التطبيق للمرحلة النهائية، ولهذا تولي المؤسسة الأهمية البالغة لرسم سياسة واضحة للتموين وهي كما يلي:



المصدر: من إعداد الطالبة

3/ اليد العاملة:

تحتاج المؤسسة لمهندس إعلام آلي واحد ومسير (صاحب المشروع)، عامل تشغيلي واحد، وبعد مرور السنة الأولى من الانتاج تحتاج لعامل تشغيلي إضافي، أما على المدى المتوسط والبعيد، عدد العمال

يعتمد على مدى التوسع الذي تحققه المؤسسة، ولا تتطلب أي تخصصات دقيقة إلا فيما يخص المهندسين والتقنيين العاملين على الأجهزة المتطورة.

4/ الشركات الرئيسية .

- شركة الاتصال .

- شركات النقل الخاصة والعامة .

- محل بيع أجهزة الاعلام الألي.

محل الأدوات المكتبية.

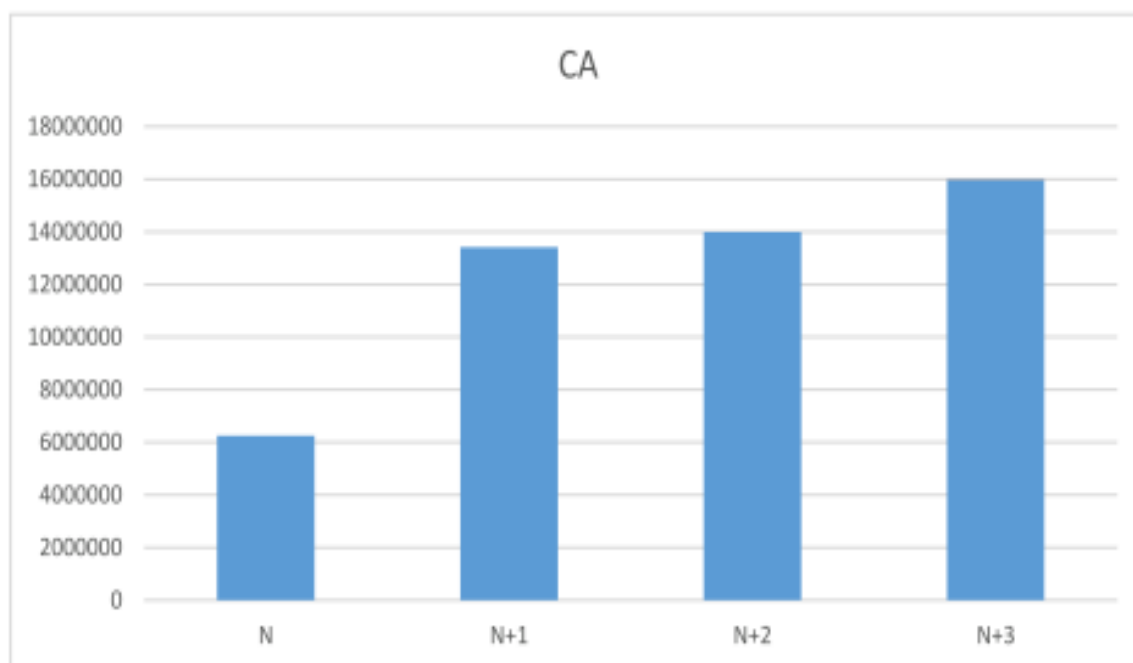
المحور الخامس

الخطة المالية

المحور الخامس: الخطة المالية.

01-رقم الأعمال

	N	N+1	N+2	N+3
رقم الأعمال	6250000	13420000	14000000	16000000
تطور رقم الأعمال		115%	124%	156%



02-توضيح التكاليف و جدول حسابات النتائج المتوقعة.

جدول حساب النتائج			توضيح التكاليف		
6250000	المبيعات	70			
0	إنتاج مخزن	72	100000	التقاول العام للتهيئة	611
0	إنتاج مثبت	73	180000	إيجارات (15000x12Mois)	613
0	إعانات إستغلال	74	244000	مصاريف الدعاية والإشهار	623
6250000	إنتاج السنة المالية	1	460000	التنقلات والاستقبالات	625
	المشتريات المستهلكة	60	112000	مصاريف الاتصالات السلكية ولا س	626
1191000	الخدمات الخارجية والاستهلاكات الأخرى	62و61	95000	إشتراكات الكهرباء و غ	628
1191000	إستهلاك السنة المالية	2	3240000	أجور المستخدمين	63
5059000	القيمة المضافة للاستغلال	3	133000	مخصص الاهتلاك و خسائر القيمة	68
3240000	أعباء المستخدمين	63	6250000	مبيعات منتجات	701
0	الضرائب والرسوم	64		مبيعات الأشغال	704
1819000	إجمالي فائض الاستغلال	4		مبيعات الخدمات	706
0	المنتجات العملية	75			
0	الأعباء العملية	65			
117000	مخصص الاهتلاك	68			
0	الاسترجاعات على خسائر القيم	78			
1702000	النتيجة العملية	5			
0	المنتجات المالية	76			
0	الأعباء المالية	66			
0	النتيجة المالية	6			
1702000	النتيجة العادية قبل الضريبة	7			
0	الضرائب الواجب دفعها	69			
0	مجموع المنتجات الأنشطة العادية				
0	مجموع أعباء الأنشطة العادية				
1702000	النتيجة الصافية للأنشطة العادية	8			
0	عناصر غير عادية منتجات	77			
0	عناصر غير عادية أعباء	67			
0	النتيجة الغير عادية	9			
1702000	صافي نتيجة السنة المالية	10			

الأجر	العمال
60000	مدير
100000	مهند اعلام آلي
40000	مساعد مبرمج
40000	مدير تجاري
30000	عون امانة
270000	أجور العمال شهريا
3240000	أجور العمال سنويا

03- تعريف حول الميزانية الإفتتاحية.

الميزانية الافتتاحية					
الخصوم			الأصول		
مبالغ	إسم الحساب	رح	مبالغ	إسم الحساب	رح
16000	الأموال الخاصة		585000	الأصول غير الجارية	
16000	رأس المال	101	60000	برمجيات المعلوماتية	204
5000000	ديون طويلة الأجل		95000	منشأة تقنية حاسوب	2150
5000000	إقتراضات ASF	164	135000	منشأة تقنية حاسوب	2151
			135000	منشأة تقنية حاسوب	2152
			80000	ت عينية تآييث مكتب أ	2180
			80000	ت عينية تآييث مكتب ب	2181
			80000	ت عينية تآييث مكتب ج	2182
			4431000	الأصول الجارية	
			4431000	الحساب البنكي (لدفع المصاريف أخرى)	512
5 016 000,00	مجموع الخصوم		5016000	مجموع الأصول	

المحور السادس

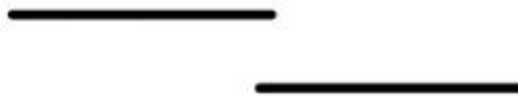
النموذج الأولي التجريبي




المرحلة الأولى


9:41





TRANSPORINE



9:41   




Email

Password

[Sign In](#)

[Forgot password?](#)

or continue with

 Google

By clicking continue, you agree to our [Terms of Service](#) and [Privacy Policy](#)

9:41

TRANSPORINE

Votre information

Nom et Prénom

Reverso Context

Sexe

Date de naissance

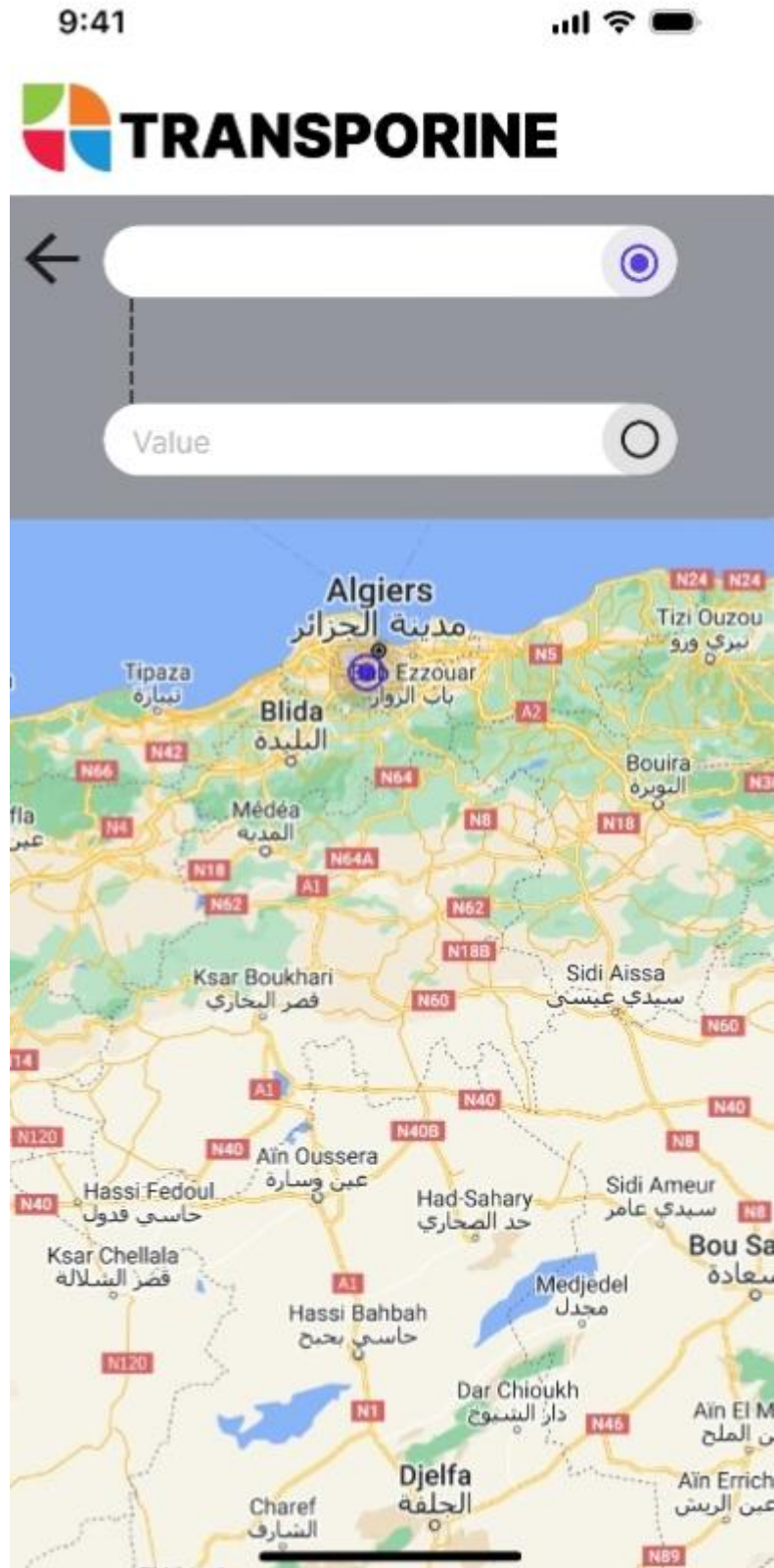
Lieu de naissance

J'accepte les conditions

[Mentions légales](#)

Enregistrez vos informations

المرحلة الرابعة



المرحلة الخامسة

9:41 📶 📶 🔋

TRANSPORINE

←

HIGER
KA1-14555

Adel Al Laban 👤 18/32 ⌚ 05:30-06:00

Anwar Basahi 👤 3/4

📍 Parking Y 👤 4/4

🚗 Disponible 💰 1070.00DA

HIGER
KLQ6129Q

Rafan Al Shala 👤 32/40 ⌚ 10:00-10:15

Salem Al Tis 👤 2/4

📍 Parking V 👤 2/4

🚗 Pas disponible 💰 1030.00DA

HIGER
KA5-14570

Mutab Al-Amoudi 👤 28/37 ⌚ 14:15-14:30

Amer Al Salem 👤 3/4

📍 Parking H 👤 3/4




🚗 Disponible 💰 1070.00DA


MERCEDES-BENZ
TRAVEGO


Munai Al-Shinzer 👤 15/43 ⌚ 16:30-17:00

👤 1/4

📍 Parking M

9:41   





Card Number

MM/YY CVV

Card holder name

pay now



خاتمة

التهيئة الحضرية تعد عملية أساسية لتخطيط المدن وتطويرها، حيث تهدف إلى تحسين نوعية الحياة للسكان من خلال تنظيم الفضاءات الحضرية وتوفير بنية تحتية مستدامة. تُعنى التهيئة بتلبية احتياجات المجتمع الحالية والمستقبلية، مع الأخذ بعين الاعتبار الحفاظ على البيئة والموارد الطبيعية. من خلال التوازن بين التنمية الاقتصادية والاجتماعية، تسعى التهيئة الحضرية إلى تحقيق تنمية مستدامة تُلبّي تطلعات الأجيال القادمة. وفي الختام، فإن نجاح أي مشروع حضري يعتمد على التعاون بين مختلف الفاعلين، سواء من الحكومة أو المجتمع المدني، لتحقيق مدينة متكاملة ومتوازنة تلبّي احتياجات الجميع.

في الختام، تلعب المؤسسات الناشئة في الجزائر دورًا حيويًا في تعزيز الاقتصاد الرقمي والابتكار التكنولوجي، حيث تشكل بيئة مناسبة لرواد الأعمال الشباب الذين يسعون إلى تحويل أفكارهم إلى مشاريع ناجحة. رغم التحديات المتعددة التي تواجهها، مثل العقبات الإدارية وصعوبات التمويل، فإن دعم الحكومة لهذه المؤسسات من خلال برامج مثل "الجزائر الناشئة" يعزز من فرص النمو. لتحقيق المزيد من النجاح، تحتاج الجزائر إلى تحسين الإطار القانوني، وتسهيل الوصول إلى الموارد المالية، وتشجيع ثقافة ريادة الأعمال، مما سيعزز القدرة التنافسية للبلاد على المستوى الإقليمي والدولي.

الملاحق

الملحق رقم 01 : طاولة مكتب



الملحق رقم 02 : كرسي مكتب



الملحق رقم 03 : حاسوب



الملحق رقم 04 : طابعة الفواتير



الملحق رقم 05 : خط هاتف



الملحق رقم 06 نموذج العمل التجاري

الشركاء	الأنشطة الرئيسية	القيمة المقترحة	العلاقة بالزبائن	شرائح الزبائن
الرئيسيون	الرئيسية	المقترحة	العلاقة بالزبائن	شرائح الزبائن
شركات الحافلات	تطوير وتحسين واجهة المستخدم وتجربة العملاء.	سهولة حجز التذاكر عبر منصة واحدة.	دعم العملاء عبر الدردشة الفورية أو الهاتف.	المسافرون الأفراد الذين يبحثون عن حجز رحلات عبر حافلات.
بوابات الدفع الإلكترونية.	التفاوض مع شركات النقل لتوفير عروض أفضل.	مقارنة الأسعار والخيارات من مختلف الشركات.	تقديم توصيات مخصصة بناءً على تاريخ الحجوزات.	العائلات التي تخطط للسفر في إجازات.
وكالات السفر.	شركات النقل لتوفير عروض أفضل.	مقارنة الأسعار والخيارات من مختلف الشركات.	برنامج ولاء يكافئ العملاء المتكررين.	المسافرون من رجال الأعمال.
منصات الإعلانات الرقمية	إدارة التسويق والإعلانات لزيادة عدد المستخدمين.	تسهيلات الدفع المتنوعة.	إشعارات العروض الخاصة والخصومات عبر البريد الإلكتروني أو التطبيق.	الشركات التي تحتاج إلى تنظيم سفر موظفيها.
الهيئات الرسمية الشرطة ، الجيش	تقديم دعم تقني وخدمة عملاء فعالة	توفير العروض والخصومات الخاصة.	أراء حول الخدمة	
	الموارد الرئيسية		قنوات التوزيع	
	فريق تطوير البرمجيات		تطبيق الهاتف المحمول (iOS)	

	<p>لصيانة وتحديث التطبيق .</p> <p>قاعدة بيانات شركات النقل (حافلات) .</p> <p>فريق التسويق وإدارة العلاقات مع العملاء .</p> <p>البنية التحتية لتقنية المعلومات لضمان أداء التطبيق</p>		<p>و (Android) .</p> <p>الموقع الإلكتروني الرسمي .</p> <p>إعلانات وسائل التواصل الاجتماعي .</p> <p>التعاون مع وكالات السفر</p>	
	<p>هيكل التكاليف</p> <p>تكاليف تطوير وصيانة التطبيق .</p> <p>تكاليف التسويق والإعلانات .</p> <p>رواتب الموظفين (المطورين، التسويق، دعم العملاء) .</p> <p>رسوم الشراكات مع شركات النقل والدفع الإلكتروني .</p>			<p>مصادر الإيرادات</p> <p>تنزيلات للتطبيق</p> <p>عمولة على كل حجز يتم عبر التطبيق .</p> <p>إعلانات داخل التطبيق من شركات الحافلات .</p> <p>شراكات مع فنادق أو وكالات تأجير السيارات .</p> <p>بيع خدمات إضافية مثل تأمين السفر</p>