



جامعة 8 ماي 1945 قالمة
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم علوم التسيير

مذكرة تخرج مقدمة لإستكمال متطلبات نيل شهادة ماستر في علوم التسيير
تخصص: مقاولاتية

تحت عنوان:

مشروع إنشاء منصة لتسهيل العثور على
الرعاية الشخصية Care Dz

إشراف الأستاذ:

الرؤوف زرفة

من إعداد الطالبتين:

آية دواخة

إشراق بوقطوش

السنة الجامعية: 2024/2023

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

A decorative floral element with several small flowers and leaves, positioned at the top left of the calligraphic text.

فهرس المحتويات

الصفحة	العنوان
I	فهرس المحتويات
III	قائمة الجداول
IV	قائمة الأشكال
أ-ب	المقدمة العامة
01	المحور الأول: المشكل
01	1. شخصية العميل
05	2. خريطة التعاطف
06	3. خريطة رحلة العميل
08	4. تحديد المشكل الأساسي
11	المحور الثاني: الحل
11	1. تقديم الحل المقترح
12	2. نموذج العمل التجاري BMC0
18	المحور الثالث: دراسة وتحليل السوق
18	أولاً: تحليل سوق الرعاية على المستوى العالمي
18	1. التوقعات العالمية لتطور السوق العالمية للرعاية الشخصية بالمرضى حتى عام 2028
20	2. الجهات الفاعلة الرئيسية في سوق الرعاية
21	3. رعاية كبار السن في الولايات المتحدة الأمريكية
22	4. سوق رعاية المسنين الأوروبية
23	5. اتجاهات وتوقعات السوق الأوروبية لرعاية المسنين حتى عام 2029
25	ثانياً: تحليل السوق على المستوى الوطني
25	1. كبار السن في الجزائر (الواقع والمعطيات)
27	2. واقع الأمراض المزمنة في الجزائر
28	3. المنافسون
29	4. التكنولوجيا

فهرس المحتويات

30	5. احتياجات المستهلكين
34	ثالثا: تحليل المنافسة
34	1. المنافسين المعروفين في السوق
40	2. تحليل swot للمشروع
42	المحور الرابع: المزيج التسويقي للمشروع
42	1. المنتج
43	2. التسعير
43	3. التوزيع
43	4. الترويج
45	المحور الخامس: وصف المشروع
45	1. الجوانب الابتكارية للمشروع
46	2. رؤية ورسالة المشروع
46	3. القيم المقترحة
47	4. المهمة والأهداف
49	5. الأثر الاجتماعي للمشروع
49	6. فريق عمل المشروع
51	المحور السادس: الدراسة المالية
51	أولا: تحديد تكاليف المشروع
51	1. هيكل الاستثمار
53	2. تحديد التكاليف التشغيلية السنوية
55	ثانيا: الإيرادات المتوقعة للمشروع
58	ثالثا: الميزانية الافتتاحية
60	المحور السابع: نموذج الأعمال (BMC 1)
62	المحور الثامن: المنتج
63	1. مميزات المنصة
64	2. كيفية عمل المنصة
-	الخاتمة

قائمة الجداول

الصفحة	العنوان	رقم الجدول
7	خريطة رحلة العميل	01
12	نمذج العمل التجاري bmc0	02
26	كبار السن في الجزائر (الواقع والمعطيات)	03
28	واقع الأمراض المزمنة في الجزائر	04
50	هيكل الاستثمار	05
53	التكاليف التشغيلية السنوية	06
54	الإيرادات المتوقعة للمشروع	07
57	الميزانية الافتتاحية للمشروع	08
59	نمذج العمل التجاري	09

قائمة الأشكال

رقم الصفحة	العنوان	الرقم
02	العميل النموذجي الأول	01
02	العميل النموذجي الثاني	02
03	العميل النموذجي الثالث	03
03	العميل النموذجي الرابع	04
04	العميل النموذجي الخامس	05
04	العميل النموذجي السادس	06
06	خريطة التعاطف	07
11	اسم وشعار المشروع	08
12	الفكرة الأساسية للمشروع	09
19	التوقعات العالمية لسوق الرعاية حتى عام 2028	10
20	الفاعلين الرئيسيين في سوق الرعاية	11
21	انتشار تقديم الرعاية حسب عمر متلقي الرعاية	12
22	توقعات سوق رعاية المسنين الأوروبي 2022-2029	13
23	توقعات السوق الأوروبي لرعاية المسنين 2022-2029 حسب التوزيع الجغرافي	14
35	واجهة موقع clinicadom	15
36	واجهة موقع SANTÉ à DOMICILE	16
37	واجهة موقع SANTE PLUS	17
37	واجهة صفحة DOMICILE SOINS	18
38	واجهة صفحة Al-Hayat assistance	19
39	واجهة موقع واد كنيس (عرض خدمات الرعاية)	20
39	تحليل SWOT للمشروع	21
41	المزيج التسويقي للمشروع "المنتج"	22
42	المزيج التسويقي للمشروع "التسعير"	23
43	المزيج التسويقي للمشروع "الترويج"	24
44	طبيعة الابتكار	25
46	القيم المقترحة	26
52	هيكل الاستثمار	27

فهرس المحتويات

54	توزيع التكاليف التشغيلية السنوية	28
56	الإيرادات المتوقعة	29
62	واجهة منصة Care dz	30
64	إنشاء حساب في منصة Care dz	31
64	طلب خدمة من منصة Care dz	32
65	تفاصيل طلب العميل	33
65	البحث عن مقدم الرعاية	34
66	تحديد نوع الرعاية، الولاية، الجنس	35

المقدمة العامة:

توافق الكثير من الخبراء في مجال الصحة حول العالم على أن نظام الرعاية الصحية في كل دولة يشكل الإطار الذي يُمكن من فهم احتياجات السكان من الخدمات الصحية، ويعمل على توفير هذه الخدمات بشكل فعال من خلال إدارتها بناءً على أسس سليمة، يترتب عن ذلك في النهاية المحافظة على صحة السكان وتعزيزها من خلال توفير الموارد الضرورية .

تتنوع أنظمة الرعاية الصحية في العالم، ولا يوجد نظام صحي مثالي، إلا أن هذا الأخير يعكس رؤية البلد المعني حول الخدمات الصحية وأهدافها، بناءً على الظروف السياسية والاجتماعية ومع ذلك فإن التغطية الشاملة والعدالة لجميع المواطنين تُعتبر القاعدة المشتركة لأفضل أنظمة الرعاية الصحية في العالم.

في وقتنا الحالي أصبح المرض والإعاقة تشكلا عبا صحيا على اتمع، خاصة بعد ارتفاع نسبة كبار السن التي تعد ظاهرة ديمغرافية عالمية تشهد تزايدا ملحوظا في العقود الأخيرة، لذا أصبحت برامج الرعاية الصحية الأساسية والخدمات الصحية المقدمة لا تكفي وحدها لحل هذه مشاكل هذه الفئات، لإحتياج الى رعاية شخصية خاصة، فتوفير المساعدة الشخصية والدعم للمرضى يمثل جانبا أساسيا وضرورا في عملية العلاج الطبي، حيث يساهم بشكل كبير في تحسين جودة حياة م خلال فترة العلاج.

فبجانب العلاج الطبي، يمكن أن يشعر المرضى لعجز، الضيق أو الاكتئاب نتيجة للمرض والعلاج الذي يتلقونه. لكن بتقديم الدعم الشخصي يمكن أن يخفف من هذه المشاعر السلبية ويعزز من النواحي النفسية والعاطفية للمريض.

المقدمة العامة

المشكل الأساسي:

يتمثل المشكل الأساسي في صعوبة إيجاد مقدم رعاية شخصية مناسب لمساعدة المرضى، كبار السن و ذوي الاحتياج الخاصة في تقديم عناية امنة وموثوقة ، ومن جهة أخرى التحدت التي تواجه الافراد الذين يرغبون في العمل كمساعد شخصي للمريض في إيجاد مرضى لخدمتهم.

الفرضيات:

انطلاقا من نموذج العمل التجاري (BMC 0)، قمنا بوضع فرضيات الاعمال للمشروع، وهي كالتالي:

1. الفئة المستهدفة: المرضى، كبار السن، ممرضين، مقدمي الرعاية الشخصية الغير مؤهلة.

2. القيم المقترحة: تقليل التكلفة والوقت، الثقة والأمان، كسب المال.

3. قنوات التوزيع: انشاء منصة الكترونية.

4. المنافسين: لا يوجد منافسين مباشرين على المستوى المحلي.

5. نموذج الاعمال: العمولات.

المنهجية المستخدمة:

التفكير التصميمي: هو منهجية تفكير تقوم على إيجاد الحلول للمشاكل بطريقة إبداعية والابتكار المركز أساسا على

الإنسان، حيث يضع الأشخاص الذين نصمم لهم الحلول في مركز العملية.

الأدوات المستخدمة:

تم الاعتماد على بعض الأدوات المستخدمة في التفكير التصميمي والمتمثلة في:

المقدمة العامة

شخصية العميل المثالي(Persona)، مقابلات التعاطف(Empathy Interview)، خريطة التعاطف

(EmpathyMap)، مخطط نموذج الأعمال(BMC)، خريطة عرض القيمة(VPC).

المحور الأول: المشكل

اعتمدنا في الدراسة على منهج التفكير التصميمي نظراً لقدرته على تسليط الضوء على المشاكل التي تواجه فئة معينة في مجال معين، وذلك من أجل الفهم الجيد للمشاكل والاحتياجات الحقيقية لتلك الفئة، وذلك من خلال تحديد شخصية العميل المثالي، واجراء المقابلات لرسم خريطة التعاطف.

1) شخصية العميل: (Persona) هي وصف تفصيلي للشخص الذي يمثل جمهورك المستهدف، هذه

الشخصية خيالية ولكنها تستند إلى بحث عميق لجمهورك الحالي أو المطلوب.

لا يمكن التعرف على كل عميل أو عميل محتمل على حدة، ولكن يمكنك إنشاء شخصية العميل لتمثيل قاعدة عملائك (ومع ذلك: نظراً لأن أنواعاً مختلفة من العملاء قد يشترون منتجاتك لأسباب مختلفة، فقد تحتاج إلى إنشاء أكثر من شخصية مشتر واحد).¹

تتكون شخصية العميل من معلومات ديموغرافية مثل (العمر، السكن، الجنس، الدخل) ومعلومات عميقة مثل ما دوافعهم للشراء، التحديات التي تواجههم، مخاوفهم.

لا يوجد قاعدة ثابتة لمقدار المعلومات التي يجب أن توفرها. لكن كلما تعرفت أكثر عن شخصية العميل كلما فهمت المشاكل التي تواجه العملاء.²

¹ زيارة الموقع بتاريخ 2024.02.13 التوقيت 16:36 [/https://e-dynamite.com/ar](https://e-dynamite.com/ar)

² زيارة الموقع بتاريخ 2024.02.15 التوقيت 20:07 [/https://porsline.com/ar](https://porsline.com/ar)

المحور الأول: المشكل

الشكل رقم 01: العميل النموذجي الأول

<p>الحياة اليومية: تعمل خلال أيام الأسبوع كأستاذة، في أوقات الفراغ تحب المطالعة، تعلم أشياء جديدة، مهتمة بالأزياء والتصميم.</p>	
<p>الأهداف والطموحات: تطمح للنجاح في شهادة الدكتوراه. المحافظة على نجاحها في أداء عملها.</p>	<p>الاسم: سهيلة العمر: 39 المهنة: أستاذة التعليم المتوسط الحالة الاجتماعية: متزوجة</p>
<p>المخاوف والتحديات: تواجه ضغط كبير بسبب العمل من جهة والاهتمام بمنزلها وعائلتها من جهة أخرى التخوف من أن تفشل في التنسيق بين حياتها العملية والاهتمام بأسرتها ورعاية والدتها التي تعاني من مرض الزهايمر . تخوف من ضياع الفرص المتاحة امامها والتي تسعى لاستغلالها لتحقيق ما تطمح اليه.</p>	<p>صفاتها الشخصية: تتميز بشخصية هادئة مثقفة طموحة</p>

المصدر: من إعداد الطلبة

الشكل رقم 02: العميل النموذجي الثاني

<p>الحياة اليومية: ليس لديها نشاطات كثيرة في اليوم بسبب عجزها حيث تحاول كل صباح القيام بالأعمال المنزلية التي يمكنها القيام بها.</p>	
<p>الأهداف والطموحات: الالتزام بحمية غذائية صحية، وإنقاص وزنها . زيارة بيت الله والقيام بعمرة أو الحج.</p>	<p>الاسم: حجلة العمر: 69 المهنة: ربة منزل الحالة الاجتماعية: متزوجة</p>
<p>المخاوف والتحديات: كيفية الاعتناء بنفسها أثناء غياب زوجها وابنها. تكره احساسها بالعجز وان تكون ثقيلة على الآخرين.</p>	<p>الصفات الشخصية: خجولة انطوائية</p>

المصدر: من إعداد الطلبة

المحور الأول: المشكل

الشكل رقم 03: العميل النموذجي الثالث

<p>الحياة اليومية: يقضي معظم وقته بالعمل، في أوقات الفراغ يمارس الرياضة، يحب السفر واكتشاف المدن والتعرف على ثقافات جديدة، في بعض الأحيان يضطر الى مرافقة زوجته المريضة الى المشفى.</p>	
<p>الأهداف والطموحات: التطور ومواكبة كل ما هو جديد خاصة في مجال التجارة الالكترونية. يطمح الى توسيع نشاطه والدخول الى أسواق جديدة.</p>	<p>الاسم: لطفي العمر: 44 سنة المهنة: تاجر الحالة الاجتماعية: متزوج</p>
<p>المخاوف والتحديات: الخسارة أو الفشل في عمله. القلق بشأن الحالة الصحية لزوجته وعدم قدرته على الاعتناء بزوجته خاصة عند تواجدها بالمشفى من جهة، والقيام بعمله من جهة أخرى.</p>	<p>الصفات الشخصية: طموح عصبي لديه ثقة في النفس</p>

المصدر: من إعداد الطلبة

الشكل رقم 04: العميل النموذجي الرابع

<p>الحياة اليومية: تعيش حياة مليئة بالتحديات والمسؤوليات، تتضمن العناية بأطفالها ومواجهة مرضها والبحث عن مصدر إضافي للدخل.</p>	
<p>الأهداف والطموحات: تطمح للتغلب على السرطان . البحث عن عمل دائم لتغطية مصاريف علاجها.</p>	<p>الاسم: يمينة العمر: 54 سنة المهنة: عاطلة عن العمل الحالة الاجتماعية: متزوجة</p>
<p>المخاوف والتحديات: مخاوف بشأن تأثير مرضها على حياتها وحياة عائلتها كونها المسؤولة الوحيد عنهم مخاوف مالية متعلقة بتكاليف العلاج. القلق بشأن مستقبل أطفالها.</p>	<p>صفاتها الشخصية: خجولة الصبر المسؤولية</p>

المصدر: من إعداد الطلبة

المحور الأول: المشكل

الشكل رقم 05: العميل النموذجي الخامس

<p>الحياة اليومية: تعيش مع عائلتها ليس لديها عمل مستقر أحيانا تعمل كمساعدة للمرضى، مهتمة بالعمل والتطوع في الجمعيات تحب مشاهدته التلفاز وقراءة الكتب والروايات.</p>	
<p>الأهداف والطموحات: البحث عن عمل مستقر. القيام بدورات في مختلف المجالات لزيادة فرص عملها. تعلم اللغة الفرنسية والإنجليزية.</p>	<p>الاسم: سلمى العمر: 35 المهنة: ليس لديها عمل دائم الحالة الاجتماعية: عزباء</p>
<p>المخاوف والتحديات: تضطر الى قبول السعر الذي يطلبه منها العميل لعدم توفر عمل اخر. طبيعة العمل غير مستقرة في بعض الأحيان تبقى لمدة كبيرة بدون عمل. تشعر بعدم الامان والخوف عند تقديم المساعدة للمرضى في المنزل.</p>	<p>صفاتها الشخصية: لديها عزيمة وإصرار الثقة بالنفس</p>

المصدر: من إعداد الطلبة

الشكل رقم 06: العميل النموذجي السادس

<p>الحياة اليومية: تعيش حياة مليئة بالالتزامات فهي مسؤولة عن الاهتمام وتربية ابناءها وتوفير دخل لتغطية احتياجاتهم، تعمل كمساعدة للمرضى</p>	
<p>الأهداف والطموحات: - توفير حياة مستقرة لأبنائها وضمان تعليمهم ورعايتهم. - تطوير مهاراتها وزيادة خبرتها في مجال رعاية المرضى. - تحسين الظروف المالية.</p>	<p>الاسم: عبلة العمر: 58 سنة المهنة: ليس لديها عمل مستقر الحالة الاجتماعية: أرملة</p>

المحور الأول: المشكل

المخاوف والتحديات:	صفاتها الشخصية:
طبيعة العمل غير المستقرة ففي بعض الاحيان تضطر للبقاء مدة شهر او أكثر دون عمل.	اجتماعية
تقديم خدمات 24 ساعة 7/6 أيام الأسبوع وهذا مرهق جدا.	رزينة
صعوبة في الوصول الى عملاء ومرضى يحتاجون خدماتها.	تحب الضحك والمزح

المصدر: من إعداد الطلبة

(2) خريطة التعاطف

خريطة التعاطف مع المستخدم هي أداة مرئية لمطوري المنتجات الذين يرغبون في اكتساب فهم أعمق وأكثر شخصية لمجموعة فرعية معينة من المستخدمين، تركز خريطة التعاطف القياسية على ما يقوله، يفكره، يفعله ويشعر به المستخدم طوال تفاعله مع منتجك أو عملية الخدمة، يجب إنشاء خرائط التعاطف مع المستخدم وتحليلها من قبل فريق العمل من أجل تكوين إجماع حول كيفية اعتقادهم أن المستخدمين يتفاعلون عاطفياً مع جوانب معينة من منتجهم.³

تعتبر خريطة التعاطف مهمة جداً للأعمال لأنها تسمح للمواقع والشركات بتحسين علاقتهم مع العملاء والحفاظ على تجربة إيجابية ومرحة لهم. وبما أن العملاء هم المورد الأساسي للأعمال، تأتي خطوة تحليل تفاعلات العملاء مع منتجات وخدمات أي عمل تجاري، وتحديد النقاط الإيجابية والسلبية في هذه التفاعلات، من ثم العمل على تحسين النواحي السلبية للحصول على تجربة عملاء أفضل.⁴

بعد اجراء المقابلات الأولية مع المرضى كبار السن وعائلاتهم، بهدف استكشاف المشاكل التي تواجههم خلال فترات المرض والعلاج، بالتحديد عندما يواجه أفراد عائلتهم التزامات أخرى تمنعهم من العناية بهم، والتي تمت مع 9 اشخاص قمنا بإعداد خريطة التعاطف التالية:

³ زيارة الموقع بتاريخ 2024.02.15 التوقيت 22:19 <https://www.storyboardthat.com/ar>

⁴ زيارة الموقع بتاريخ 2024.02.16 التوقيت 13:00 <https://uxwritingar.com/user-experience/19299>

المحور الأول: المشكل

الشكل رقم 07: خريطة التعاطف



المصدر: من إعداد الطلبة

(3) خريطة رحلة العميل

خريطة رحلة العميل هي تمثيل اصطناعي يصف خطوة بخطوة كيف يتفاعل المستخدم مع خدمة ما، يتم رسم العملية من منظور المستخدم، ويوصف ما يحدث في كل مرحلة من مراحل التفاعل، وما هي نقاط الاتصال المعنية، وما هي العقبات والحواجز التي قد يواجهونها، غالبًا ما يتم دمج خريطة الرحلة مع طبقات إضافية تمثل مستوى العواطف (الإيجابية/السلبية) التي يشعرون بها طوال التفاعل⁵.

تتيح لك خريطة رحلة العميل ما يلي:

⁵ زيارة الموقع بتاريخ 2024.02.16 التوقيت 21:00 <https://servicedesigntools.org/tools/journey-map>

المحور الأول: المشكل

- فهم أفضل لعملائك: فرصة لتجربة الأمور من وجهة نظر عملائك، تعيش كل ما يشعرون به ويفكرون فيه على طول الطريق، بالإضافة إلى العقبات التي يواجهونها.

- تحسين تجربة العميل: تعتبر خرائط رحلة العميل وسيلة رائعة لتنظيم تغذية ردود الفعل من العملاء وتحويل الرؤى إلى إجراء فعندما تتلقى ردود فعل سلبية يمكنك تعديل مسارك.⁶

الجدول رقم 01: خريطة رحلة العميل

الخطوات	الوعي	البحث	تحديد الاحتياج	الدفع	الحصول على الخدمة
الأفعال	البدء في التصفح واستكشاف المنصة.	البحث عن الخدمات المتوفرة وجمع المعلومات.	تحديد الاحتياجات الشخصية والمواصفات المطلوبة في مقدم الخدمة.	اتمام الدفع وفقا لشروط الخدمة المحددة.	التواصل مع مقدم الخدمة
الشعور	الاهتمام	الفضول	الارتياح	الثقة	الرضا
المعاناة	صعوبة في العثور على مساعد للمريض	التخوف من عدم توفر معلومات دقيقة عن مقدم الخدمة	القلق بشأن عدم توفر المواعيد التي تتزامن مع احتياجاته	عدم الارتياح بشأن طرق الدفع	الخوف من جودة الخدمة المطلوبة

⁶ زيارة الموقع بتاريخ 2024.02.16 التوقيت 23:43 [/ https://openclassrooms.com/fr](https://openclassrooms.com/fr)

المحور الأول: المشكل

الحصول على	تأكيد طلب الخدمة	معرفة كافة الخدمات	الاحتياج الى	الحاجة الماسة	
الخدمة في	بدفع المقابل	التي يمكن تقديمها	معلومات دقيقة	للحصول على	الاحتياجات
أسرع وقت		والأسعار	وتفصيلية عن	مساعدة للعناية	
وبسعر مقبول			مقدم الخدمة	بمراضهم	

المصدر: من إعداد الطلبة

4) تحديد المشكل الأساسي:

يتجلى المشكل الرئيسي عند محاولة عائلة المريض أو المسن البحث عن شخص قادر على الاعتناء بهم حيث يمكنهم الاتفاق معه ووضع الثقة فيه وفي خدماته، وبعد القيام بمقابلات ودراسة المشكلة استطعنا تحديد المشاكل التي تواجه كلا الطرفين وهي كالآتي:

1.4) المشكلة بالنسبة للمرضى وعائلاتهم:

أ) صعوبة العثور على مقدم الرعاية المناسبة في المنزل والمشفى:

إيجاد مقدم الرعاية المناسب يشكل تحدياً كبيراً للمرضى والمسنين وعائلاتهم، خاصة عندما يحتاجون إلى مقدم رعاية موثوق، فعند البحث يتوجهون عادة إلى دائرة معارفهم الشخصية، ان لم يجدوا يتوجهون إلى مواقع التواصل الاجتماعي أو المواقع الالكترونية التي تعرض هذه الخدمات كموقع واد كنيس.

ب) نقص المعلومات وقلة الخيارات:

من الصعب العثور على المعلومات الكافية عن مقدمي الرعاية المتاحين تساعد على تفضيل مقدم رعاية عن اخر مثل مؤهلاتهم وخبرتهم وتجاربهم السابقة، بالإضافة إلى عدد مقدمي الرعاية المحدود.

المحور الأول: المشكل

(ت) قلة الثقة والأمان:

قد يفتقر بعض المرضى وعائلاتهم إلى معرفة كافية حول مقدم الخدمة، مما يؤدي إلى قلة الثقة والشكوك بشأن مقدم الخدمة وجودة الرعاية المقدمة، وقد يشعرون أيضا بعدم الراحة عند مشاركتهم معلوماتهم الشخصية والصحية مع الغرباء.

(ث) عدم الشفافية في التسعير:

يصعب على المرضى وعائلاتهم فهم كيفية تحديد التسعير لخدمات الرعاية، مما يؤدي إلى قلة الثقة وعدم اليقين فيما يتعلق بالتكلفة النهائية.

(ج) عدم القدرة على المقارنة بين مقدمي الرعاية وأسعارهم:

يجد المرضى وعائلاتهم صعوبة في اختيار الشخص المناسب ومقارنة الأسعار بين مقدمي الرعاية المختلفين، مما يجعل من الصعب اتخاذ قرار مبني على القيمة والتكلفة.

2.4 المشكلة بالنسبة لمقدمي خدمة الرعاية للمرضى:

(أ) تحديد التسعير العادل:

يجدون صعوبة في تحديد أسعار الخدمات بشكل عادل يعكس قيمة الخدمة المقدمة، ويضمن لهم حق تعيهم.

(ب) بناء الثقة المتبادلة بينهم وبين العملاء:

يواجهون تحديات من جهة في اثبات للمرضى وعائلاتهم انهم محل الثقة وقادرين على تلبية احتياجاتهم، خاصةً عندما يعملون بشكل فردي دون وكالة أو مؤسسة موثوقة، ومن جهة أخرى عند تقديم خدماتهم في المنزل يتخوفون على أنفسهم من طبيعة العائلة.

(ت) تحديات العثور على المرضى أو كبار السن:

يواجهون صعوبة في العثور على المرضى المناسبين، خاصةً في بداية العمل دون دعم تسويقي من وكالة أو

المحور الأول: المشكل

مؤسسة.

ث) ضغوطات العمل والتوازن بين الحياة الشخصية والمهنية:

قد يواجهون ضغوطات العمل الشديدة وصعوبة في الحفاظ على التوازن بين الحياة الشخصية والمهنية، وذلك

لان بعض المرضى يمكن ان يحتاجوا خدماتهم 24/24 ساعة و 7/7 ايام.

المحور الثاني: الحل

المحور الثاني: الحل

أولاً: تقديم الحل المقترح:

الحل المقترح هو إنشاء منصة رقمية تجمع بين المرضى، كبار السن، ذوي الاحتياجات الخاصة وعائلاتهم وبين مقدمي الرعاية الشخصية للمرضى سواء في المشفى أو المنزل بطريقة فعالة وموثوقة، يعتمد نجاح هذه المنصة على جمع قاعدة بيانات شاملة تضم معلومات حول مقدمي الرعاية المناسبين والمتاحين في المنطقة. يتيح هذا الحل لمن يحتاج إلى رعاية شخصية إمكانية الوصول إلى مقدم الرعاية الشخصية عند الحاجة دون تضييع وقت في البحث، مما يساعد في تحسين عملية الاختيار وزيادة الثقة في الخدمات المقدمة.

الشكل رقم 08: اسم وشعار المشروع



المصدر: من إعداد الطلبة

يمكن تلخيص فكرة المشروع في الشكل التالي:

الشكل رقم 9: شرح الفكرة الأساسية للحل المقترح



المصدر: من إعداد الطلبة

ثانيا: نموذج العمل التجاري (BMC0)

يمثل نموذج العمل التجاري Business model أداة من أدوات التخطيط الاستراتيجي التي تحدد أسس عمل الأنشطة التجارية للشركة، ويتكون النموذج من مجموعة عناصر أساسية لكل منتج أو خدمة، ومدونة ضمن صفحة واحدة، بهدف التخطيط الدقيق وفق الإمكانيات المتاحة.

يتألف نموذج الأعمال من تسع عناصر أساسية تحدد جميع الإجراءات اللازمة لإطلاق منتج أو خدمة وتتبع آلية العمل المرتبطة بها، وتتناول جميع المجالات والتخصصات اللازمة للإطلاق⁷.

⁷ زيارة الموقع بتاريخ 2024.03.01 التوقيت 17:43 [/https://blog.mostaql.com](https://blog.mostaql.com)

المحور الثاني: الحل

الجدول رقم 02: نموذج العمل التجاري (BMC0)

الشركاء الرئيسين المرضى كبار السن مقدمي الرعاية	الأنشطة الرئيسية تطوير وإدارة المنصة الإلكترونية تسويق ونشر المنصة تسهيل التواصل والتحقق من الخدمات المقدمة والمطلوبة	القيم المقترحة تقليل الجهد ربح الوقت الثقة والأمان الحصول على دخل إضافي	العلاقة مع العملاء توفير دعم مستمر للمرضى وتواصل معهم والرد على انشغالاتهم 24/24 سا التواجد وتفاعل عبر المواقع التواصل الاجتماعي	شريحة العملاء المرضى كبار السن مقدمي الرعاية
	الموارد الرئيسية المنصة الإلكترونية الموارد البشرية		القنوات المنصة الرقمية وسائل التواصل الاجتماعي	
هيكل التكاليف - تكاليف التسويق والاتصال - تكاليف تطوير وصيانة المنصة الرقمية		مصادر الإيرادات العمولة.		

المصدر: من إعداد الطلبة

1. شرائح العملاء: تتضمن شريحة العملاء تفصيل لجميع الأفراد الذين توجه لهم الخدمة:

(أ) المرضى: هم الأشخاص الذين يعانون من مشاكل صحية وأمراض مختلفة تؤثر على قدرتهم على القيام بالأنشطة

اليومية بشكل طبيعي، يمكن أن تكون حالاتهم مؤقتة أو مزمنة، وقد تتراوح حالاتهم بين مشاكل صحية بسيطة

أو حالات حرجة تتطلب رعاية مكثفة.

المحور الثاني: الحل

ب) كبار السن: هم الاشخاص الذين تجاوزوا سن معينة، هؤلاء الاشخاص يعانون من مشاكل صحية متعلقة بالشيخوخة مثل ضعف الذاكرة وضعف الجهاز المناعي ومشاكل الحركة وغيرها، قد يحتاجون الى دعم اضافي بسبب تقدمهم في العمر.

ت) مقدمي الرعاية الشخصية: هم الاشخاص الذين يقومون برعاية المرضى وكبار السن، يمكن أن يكونوا محترفين أو أشخاص عاديين يقدمون الدعم والرعاية للأشخاص المرضى وكبار السن وذوي الاحتياجات الخاصة في المنازل أو في بيئة طبية أخرى.

2. القيمة المقترحة: وهي المنفعة أو الفائدة التي سيحصل عليها العميل من الخدمة المقدمة:

أ) تقليل الجهد: تسهيل عملية العثور على الشخص المناسب لتقديم الرعاية الشخصية، وتجنب عناء البحث بالطرق التقليدية مما يقلل الجهد الذي يبذله المريض أو عائلته في البحث، حيث يمكنه إيجاد مقدم الرعاية من خلال الموقع بخطوات بسيطة.

ب) ربح الوقت: التوفير في وقت البحث عن مقدم الرعاية الشخصية، وذلك من خلال البحث بطريقة مباشرة عن احتياجاته، حيث يمكن للمريض والمسن أو عائلته انشاء حساب وتحديد احتياجاتهم في وقت قصير.

ت) الثقة والأمان: المنصة تقدم خدمات موثوقة، ومعلومات شفافة ودقيقة حول مقدمي الرعاية، وكذلك تكاليف الخدمات والجدول الزمني للخدمات المتاحة، كما تضمن الخصوصية والأمان لجميع المستخدمين.

ث) دخل إضافي: توفير فرص عمل وزيادة الفرص للحصول على دخل إضافي لمقدمي الخدمة.

ج) مرونة في العمل: يمكن لمقدمي الخدمات العمل بنظام الفترات المرنة وفقاً لقدرتهم وجدولهم الزمني واحتياجاتهم المالية، للتخفيف عنهم مشقة العمل.

المحور الثاني: الحل

3. **القنوات:** وهي كافة الطرق المعتمدة لإيصال الأنشطة الرئيسية إلى جميع الشرائح المستهدفة وذلك عبر قنوات

التوزيع:

(أ) **الموقع الإلكتروني:** موقع الكتروني سهل الاستخدام يجمع بين الأطراف التي تحتاج إلى تقديم أو الحصول على

الخدمة.

(ب) **مواقع التواصل الاجتماعي:** التواجد الدائم في منصات التواصل الاجتماعي للتسويق للمشروع الخاص بنا،

وبناء مجتمع عبر الانترنت للتقرب أكثر للجمهور المستهدف.

4. **العلاقات مع العملاء:**

تدرس هذه الجزئية من نموذج العمل العلاقة وطرق التواصل مع العملاء قبل تقديم الخدمة وطرق توطيد العلاقة

معهم بعد تقديم الخدمة:

(أ) **توفير دعم فعال:** وذلك من خلال التأكد من توفير وسائل اتصال سهلة وفعالة للعملاء، مثل الهاتف والبريد

الإلكتروني والردود عبر الإنترنت، بالإضافة إلى الاستجابة سريعة لاستفسارات ومشاكل العملاء وتقديم

الدعم الفني عند الحاجة.

(ب) **بناء علاقات قوية:** عن طريق تقديم خدمات شخصية وموجهة لاحتياجاتهم الفردية واستخدام استطلاعات

رضا العملاء والتفاعل معهم لتحسين تجربتهم.

(ت) **التواصل المستمر:** إطلاع العملاء على التحسينات والتغييرات في الخدمات والعروض الجديدة مع توفير دعم

مستمر للمرضى والتواصل معهم والرد على انشغالاتهم 24/24 سا.

(ث) **التواجد عبر مواقع التواصل الاجتماعي:** التواجد المستمر عبر منصات التواصل الاجتماعي للتواصل مع

العملاء والتفاعل معهم.

المحور الثاني: الحل

5. الأنشطة الرئيسية: وهي جميع الأعمال (المهام) التي يتم القيام بها حتى ينجح نموذج العمل:

أ) تطوير وصيانة المنصة الإلكترونية: تصميم وتطوير منصة إلكترونية مستقرة وسهلة الاستخدام تتيح حجز الخدمات وتوفير المعلومات بسلاسة.

ب) إدارة العلاقات مع العملاء: التفاعل مع العملاء والاستماع إلى ملاحظاتهم وتلبية احتياجاتهم بفعالية، إدارة الطلبات والشكاوى واستقبال الملاحظات من العملاء والعمل على حلها بسرعة وفعالية.

ت) استقبال ومتابعة الطلبات: تنظيم وتنسيق الطلبات، وتلبية احتياجاتهم في أقصر وقت.

ث) التسويق والترويج: تطوير حملات تسويقية لجذب المزيد من المرضى وكبار السن ومقدمي الرعاية الشخصية، استخدام الإعلانات عبر الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي للترويج للخدمات وزيادة الوعي بها.

6. الموارد الرئيسية:

أ) الموارد البشرية: موظفون مؤهلون لإدارة المنصة وتقديم الدعم للعملاء وإدارة الطلبات والشكاوى.

ب) التكنولوجيا: البنية التحتية للمنصة الإلكترونية والموقع الإلكتروني لتمكين العملاء من الحجز والوصول إلى معلومات مقدمي الرعاية.

7. الشركاء Key partners: وهم أطراف خارجية (جهات حكومية أو خاصة) يتم الاعتماد عليهم في تنفيذ

بعض الأنشطة أو يتم التعاقد معهم لتزويد بعض الموارد، بحيث لا غنى عن تلك الشراكات لإنجاح المشروع.

- المرضى، كبار السن، مقدمي الرعاية الشخصية.

8. هيكل التكاليف: جميع التكاليف والمصاريف اللازمة لتشغيل المشروع المرسوم في نموذج العمل وتنفيذه بنجاح.

أ) تطوير المنصة: تكلفة تطوير وبناء المنصة الإلكترونية بما في ذلك التصميم والبرمجة واختبار الجودة.

المحور الثاني: الحل

ب) تكاليف التسويق: تكاليف التسويق لجذب المزيد من المستخدمين، مرضى، كبار السن، مقدمي الرعاية

الشخصية وزيادة الوعي بالخدمات المقدمة.

ت) التشغيل والصيانة: تكاليف تشغيل المنصة وضمان استمراريتها بما في ذلك تكاليف الاستضافة والصيانة

والتحديثات

9. هيكل الإيرادات: العائد من تقديم الخدمة حيث تدفق الإيرادات بعد تقديم الأنشطة الرئيسة لشريحة العملاء.

أ) عمولات: فرض عمولة على المرضى عند حجز الخدمات عبر المنصة، وهو نموذج شائع في الصناعات ذات

الخدمات المتعددة.

المحور الثالث: دراسة وتحليل السوق

المحور الثالث: دراسة وتحليل السوق

يشير مصطلح تحليل السوق إلى عملية التقييم الشامل لمختلف العوامل التي تؤثر على سوق معين، فمن خلال هذا التحليل والبيانات الناتجة عنه، تحدد الشركة حجم السوق وفرص النمو والجمهور المستهدف وأين ولماذا وكيف يتسوقون، والمنافسين ونقاط قوتهم وضعفهم، كما تستخلص رؤى حول المشهد التنافسي، وهو ما يمكنها من وضع استراتيجيات تسويق فعالة، واتخاذ أفضل القرارات.

عند إجراء دراسة السوق، من المهم مراعاة البحث الأولي والبحث الثانوي، يتضمن البحث الأساسي جمع البيانات مباشرة من العملاء من خلال الاستطلاعات والمقابلات، يمكن أن يوفر هذا النوع من البحث رؤى حول ما يريده العملاء ويحتاجونه، بالإضافة إلى توقعاتهم للمنتج أو الخدمة، يتضمن البحث الثانوي البحث في البيانات الموجودة حول السوق والمستهلكين، يتضمن ذلك النظر في اتجاهات الصناعة، وتحليل البيانات الموجودة حول المنافسين والبحث عن المحتملين.

أولاً: تحليل سوق الرعاية على المستوى العالمي:

1) التوقعات العالمية لتطور السوق العالمية للعناية الشخصية بالمرضى حتى عام 2028 (مليار دولار أمريكي):

تضم القوى العاملة العالمية في مجال الرعاية 249 مليون امرأة و132 مليون رجل، من المتوقع أن يصل عدد متلقي الرعاية بحلول 2030 إلى 2.3 مليار شخص بسبب وجود 0.1 مليار شخص إضافي من المسنين و0.1 مليار طفل إضافي تتراوح أعمارهم بين 6 و16 سنة.

تؤدي النساء 76.2 بالمائة من إجمالي أعمال الرعاية أي ما يزيد عن الرجال ب 3.2 مرة.

وفقاً لإدارة الشؤون الاقتصادية والاجتماعية التابعة للأمم المتحدة، من المتوقع أن يرتفع عدد الأشخاص

الذين تزيد أعمارهم عن 65 عامًا في العالم من 771 مليوناً في عام 2022 إلى 1.6 مليار بحلول عام 2050

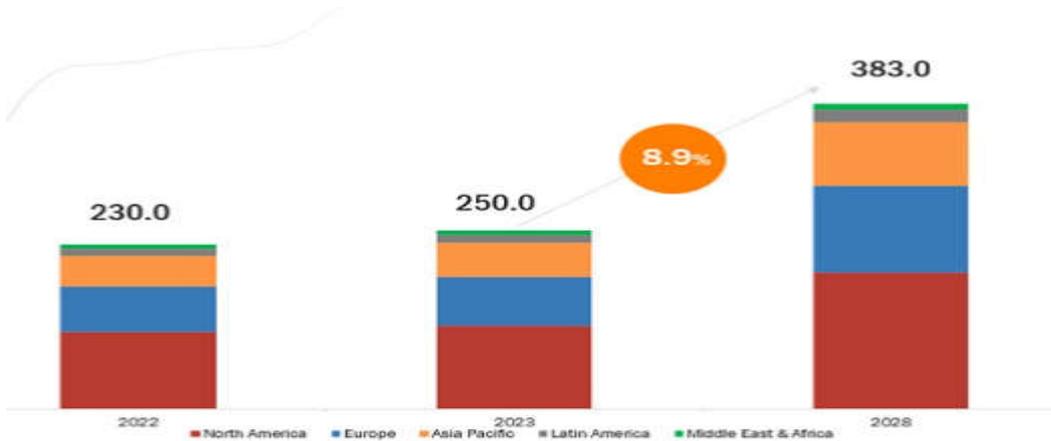
المحور الثالث: دراسة وتحليل السوق

علاوة على ذلك من المتوقع أن يرتفع عدد الأفراد الذين تبلغ أعمارهم 80 عامًا فما فوق، سيتضاعف عددهم ثلاث مرات بحلول عام 2050 مقارنة بالرقم الحالي البالغ 143 مليوناً في عام 2019، ونظراً لكون كبار السن أكثر عرضة للأمراض المزمنة، فإن نموهم سيزيد من الطلب على الرعاية الصحية والشخصية.

في عام 2022، استحوذ قطاع خدمات التمريض الماهر على الحصة الأكبر في صناعة الرعاية الصحية والمنزلية، من حيث الخدمة تم تقسيم سوق الرعاية الصحية المنزلية إلى خدمات التمريض الماهرة، خدمات العلاج التأهيلي، خدمات الرعاية التلطيفية، خدمات الرعاية غير الماهرة، خدمات العلاج التنفسي وخدمات رعاية الحمل. بحلول عام 2022، تنتمي أعلى حصة في السوق إلى خدمات التمريض الماهرة، تتوسع الصناعة بسبب عوامل مثل: الطلب المتزايد على خدمات الرعاية المنزلية.

كما استحوذ قطاع المؤشرات الأخرى على الحصة الأكبر في صناعة الرعاية الصحية المنزلية: السرطان، مشاكل الحركة، أمراض القلب والأوعية الدموية وارتفاع ضغط الدم، الحمل، العناية بالجروح.

الشكل رقم 10: التوقعات العالمية لسوق الرعاية حتى عام 2028



Source : <https://www.mordorintelligence.com/fr/industry-reports/long-term-care-market>

المحور الثالث: دراسة وتحليل السوق

(2) الجهات الفاعلة الرئيسية في سوق الرعاية:

يشهد سوق الرعاية تنافسا متزايدا بين العديد من الجهات الفاعلة التي تسعى لتقديم أفضل الخدمات والحلول لتلبية احتياجات المستفيدين، مما يجعله موضوعا حيويا لدراسة والتحليل.

الشكل رقم 11: الفاعلين الرئيسيين في سوق الرعاية



Période d'étude	2019 - 2029
Année de Base Pour	2023
l'Estimation	
TCAC	5.60 %
Marché à la Croissance la Plus Rapide	Asie-Pacifique
Plus Grand Marché	Amérique du Nord
Concentration du marché	Moyen
Acteurs majeurs	

Source: <https://www.mordorintelligence.com/fr/industry-reports/long-term-care-market>

من المتوقع ان يكون سوق العلاج طويل الأمد في منطقة اسيا والمحيط الهادئ هو أسرع سوق خلال فترة زمنية معينة، ومن المتوقع أيضا أن تنمو سوق أمريكا الشمالية وأوروبا بنسبة تقدر بـ 5.20 إلى 5.60 بالمئة.

أكبر الشركات العاملة في السوق العالمية للرعاية الشاملة ما يلي:

"بروونديل، أكستينداكبر، سونرايز، سونيج" تقدم هذه الشركات مجموعة متنوعة من خدمات الرعاية الصحية و

العناية الشخصية المنزلية الشاملة، بما في ذلك خدمات الرعاية في المجتمع وسرعة الاستجابة لتحقيق الهدف.

يشهد سوق الرعاية العالمية، تطورا ملحوظ حيث من المتوقع ان ينمو بمعدل سنوي 5.60 خلال سنة 2029.

المحور الثالث: دراسة وتحليل السوق

3) رعاية كبار السن في الولايات المتحدة الأمريكية:

في أمريكا مع استمرار تقدم السن في البلاد، ستصبح الحاجة إلى دعم مقدمي الرعاية باعتبارهم حجر الزاوية في المجتمع أكثر أهمية.

اليوم، أكثر من 1 من كل 5 أمريكيين (21.3 بالمائة) هم من مقدمي الرعاية، وقد قدموا الرعاية لشخص بالغ أو طفل من ذوي الاحتياجات الخاصة في وقت ما خلال الـ 12 شهرًا الماضية. ويبلغ إجمالي هذا العدد ما يقدر بنحو 53.0 مليون بالغ في الولايات المتحدة، مقارنة بـ 43.5 مليون مقدم رعاية في عام 2015.

عند النظر إلى مقدمي الرعاية للبالغين فقط، ارتفع معدل انتشار تقديم الرعاية من 16.6 بالمائة في عام 2015 إلى 19.2 بالمائة في عام 2020 بزيادة قدرها أكثر من 8 ملايين بالغ يقدمون الرعاية لأحد أفراد الأسرة أو صديق يبلغ من العمر 18 عامًا أو أكثر، مدفوعًا في المقام الأول بارتفاع كبير في عدد مقدمي الرعاية و زيادة في معدل انتشار رعاية أحد أفراد الأسرة أو الأصدقاء الذين يبلغون من العمر 50 عامًا أو أكثر، يوضح الشكل رقم 12 معدل الانتشار والعدد التقديري لمقدمي الرعاية في الولايات المتحدة والتغير في السنوات الخمس الماضية.

الشكل رقم 12: انتشار تقديم الرعاية حسب عمر متلقي الرعاية، 2020 مقارنة بعام 2015

	2020 Prevalence	Estimated Number of U.S. Adults Who Are Caregivers	2015 Prevalence	Estimated Number of U.S. Adults Who Are Caregivers
Overall	21.3%*	53.0 million	18.2%	43.5 million
Caregivers of recipients ages 0-17	5.7%*	14.1 million	4.3%	10.2 million
Caregivers of recipients ages 18+	19.2%*	47.9 million	16.6%	39.8 million
Caregivers of recipients ages 18-49	2.5%	6.1 million	2.3%	5.6 million
Caregivers of recipients ages 50+	16.8%*	41.8 million	14.3%	34.2 million

* Significantly higher than in 2015.

Source : <https://www.mordorintelligence.com/fr/industry-reports/long-term-care-market>

المحور الثالث: دراسة وتحليل السوق

وبالمقارنة بعام 2015، فإن النسبة الأكبر من مقدمي الرعاية للبالغين يقدمون الرعاية لعدة أشخاص الآن، حيث يقوم 24% منهم برعاية اثنين أو أكثر من المتلقين (ارتفاعاً من 18% في عام 2015)، تشير هذه النتيجة إلى زيادة انتشار تقديم الرعاية، إلى أن هناك فئة كبيرة من الأمريكيين يواصلون تقديم الرعاية غير مدفوعة الأجر للعائلة والأصدقاء والجيران الذين قد يحتاجون إلى المساعدة بسبب احتياجاتهم الصحية أو الوظيفية.

4) سوق رعاية المسنين الأوروبية:

في البلدان المتقدمة يزداد الطلب على خدمات رعاية المسنين، ومع تزايد التكنولوجيا الطبية تختار البلدان النامية أيضاً هذه الخدمات، تنقسم خدمات رعاية المسنين إلى خدمات طبية وغير طبية بعد الجراحة أو الإصابة أو المشكلات العاطفية.

الشكل رقم 13: توقعات سوق رعاية المسنين الأوروبي 2022-2029

قياس النسبة	تفاصيل
فترة التنبؤ	إلى 2029 2022
سنة المرجع	2021
سنوات تاريخية	(قابل للتخصيص من 2019 إلى 2014) 2020
الوحدات الكمية	الإيرادات بملايين الدولارات الأمريكية، السعر بالدولار الأمريكي
القطاعات المغطاة	حسب نوع المنتج (الأدوية، الإسكان والأجهزة المساعدة)، الخدمة (رعاية المرافق، الرعاية المنزلية والرعاية النهارية للبالغين)، التطبيق (أمراض القلب، السرطان، أمراض الكلى، السكري، التهاب المفاصل، هشاشة العظام، الأمراض العصبية والجهاز التنفسي)
البلدان المشمولة	ألمانيا وفرنسا والمملكة المتحدة وإيطاليا وإسبانيا وروسيا وسويسرا وهولندا وتركيا وبلجيكا وبقية أوروبا
تغطية اللاعبين في السوق	Koninklijke Philips NV، وMedtronic، وORPEA GROUPE، وRight at Home، LLC، وHome Place، Inc.، وBAYADA Home Health Care، من بين شركات أخرى

Source: data bridge, market research market analysis study 2022

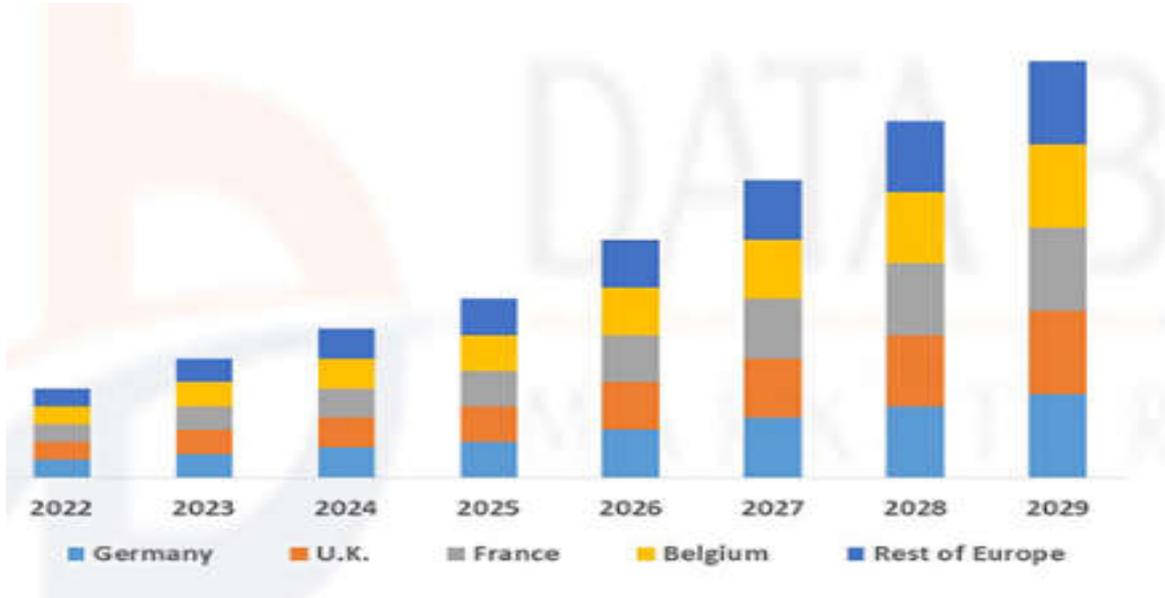
من المتوقع أن يشهد سوق رعاية المسنين الأوروبي نمواً خلال الفترة المتوقعة من 2022 إلى 2029، تحلل أبحاث سوق Data Bridge أن السوق ينمو بمعدل نمو سنوي مركب قدره 6.8% خلال الفترة المتوقعة من 2022 إلى 2029 ومن المتوقع أن يصل إلى 493,988.80 مليون دولارًا أمريكيًا بحلول عام 2029.

المحور الثالث: دراسة وتحليل السوق

5) اتجاهات وتوقعاتها السوق الأوروبية لرعاية المسنين حتى عام 2029:

سوق رعاية المسنين الأوروبي، حسب نوع المنتج (الأدوية والإسكان والأجهزة المساعدة)، والخدمة (الرعاية المؤسسية والرعاية المنزلية والرعاية النهارية للبالغين)، والتطبيق (أمراض القلب والسرطان وأمراض الكلى والسكري والتهاب المفاصل وهشاشة العظام والأمراض العصبية وأمراض الجهاز التنفسي، وغيرها).

الشكل رقم 14: توقعات السوق الأوروبي لرعاية المسنين 2022-2029 حسب التوزيع الجغرافي



Source: data bridge, market research market analysis study 2022

من المتوقع ان تنمو السوق الاوروبية بمختلف تنوعها السنوي المتطور 6.3% خلال الفترة من عام 2022

الى عام 2029 ليصل الى 319.4مليار دولار بحلول عام 2029.

حسب التوزيع الجغرافي من المتوقع أن تكون ألمانيا أكبر سوق يمكن أن تواجهه نموا في أوروبا (4.112مليار

دولار بحلول عام 2029)، ويرجع ذلك الى عدد السكان وارتفاع مستويات الدخل الشامل لبرنامج الرعاية الصحية.

المحور الثالث: دراسة وتحليل السوق

• زيادة في عدد السكان المسنين

تزايد نسبة كبار السن (الأشخاص الذين تبلغ أعمارهم 60 عامًا فما فوق) في جميع أنحاء العالم، يعاني كبار السن من مشاكل صحية أكثر حيث توفر الرعاية الصحية المنزلية خدمات لتقديم علاج أفضل للمرضى، وبالتالي فإن تزايد عدد المسنين على مستوى العالم يساهم في نمو سوق رعاية المسنين.

• زيادة حالات الأمراض المزمنة

لقد تزايد عبء الأمراض المزمنة مثل السكري والأوعية الدموية والسمنة والسرطان وهشاشة العظام وأمراض الأسنان في جميع أنحاء العالم. ويمكن الوقاية من هذه الأمراض من خلال العلاج المناسب والنظام الغذائي والتغذية والاقترحات المناسبة من الأطباء.

لكن في الآونة الأخيرة أصبح من الممكن أيضًا متابعة العلاج في المنزل، وذلك بمساعدة خدمات الرعاية المنزلية، والتي لا داعي للذهاب إلى المستشفى .

➤ الفرص

• تزايد اتجاه السوق نحو خدمات رعاية المسنين

يعد تزايد عدد السكان المسنين قوة دافعة لخدمات رعاية المسنين، أدت التغيرات في الاقتصاد والبيئة الاجتماعية إلى زيادة الطلب على أنشطة الرعاية، ويشكل العدد المتزايد من كبار السن ضغطًا على جيل الشباب لرعاية أفراد أسرهم المسنين أثناء العمل، وهذا بالتالي يخلق الحاجة إلى خدمات رعاية المسنين، وهي مقسمة إلى خدمات قصيرة الأجل وخدمات طويلة الأجل، تساعد الخدمات قصيرة المدى في الأنشطة اليومية الأساسية، بينما تركز الخدمات طويلة المدى على المرافق السكنية.

➤ القيود/التحديات

• ارتفاع تكلفة خدمات رعاية المسنين

المحور الثالث: دراسة وتحليل السوق

فضل الناس خدمات رعاية المسنين طويلة الأجل على الخدمات قصيرة الأجل. إن ارتفاع تكلفة الخدمات والمنتجات يجعل من الصعب على الأسر الوصول إلى هذه الخدمات، وبتزايد الإنفاق على رعاية المسنين مع التقدم في السن.

يقدم تقرير سوق رعاية المسنين في أوروبا تفاصيل عن التطورات الجديدة الأخيرة، واللوائح التجارية، وتحليل الاستيراد والتصدير، وتحليل الإنتاج، وتحسين سلسلة القيمة، والحصة السوقية، وتأثير اللاعبين المحليين والمحليين في السوق، ويحلل الفرص من حيث جيوب الإيرادات الناشئة، والتغيرات في تنظيم السوق، التحليل الاستراتيجي لنمو السوق، حجم السوق، نمو فئة السوق، مجالات التطبيق والهيمنة.

ثانيا: تحليل السوق على المستوى الوطني

1) كبار السن في الجزائر (الواقع والمعطيات):

شهدت الجزائر تغييرات ديموغرافية، إذ وصل عدد سكانها في جانفي 2014، إلى 38,7 مليون نسمة مع توقع وصول عددهم إلى 41,6 مليون نسمة في جانفي 2016 مع احتمال ارتفاع العدد إلى 45,5 مليون نسمة في 2030 .

إن تحليل الإطار الديموغرافي للمسنين يساعد في تحديد الخصائص الديموغرافية لفئة المسنين حيث في التحقيق الجزائري حول صحة الأسرة جوبلية (2002) أبرزت الإحصائيات أن فئة السكان من 60 سنة وأكثر عرفت تطورا ملحوظا في تعدادها إذ تطورت من 0.79 مليون نسمة في 1966 لتصل إلى 2,18 مليون نسمة في 2002، ومن المتوقع أن يشكل ارتفاع معدلات أعمار مجموع السكان تحديا في آفاق 2040. إذ من المتوقع أن تمثل شريحة السكان المسنين من 60 سنة وأكثر حوالي 22% من مجموع سكان الجزائر .⁸

⁸ بوسوايم أحمد، عباسي صباح "التكفل المؤسسي بالأشخاص المسنين في الجزائر"، مجلة الأسرة والمجتمع، المجلد رقم 06، العدد 01، 2018، ص 77 .

المحور الثالث: دراسة وتحليل السوق

وكل بلدان العالم شهدت الجزائر تغيرا في هرم الأعمار، ومن خلال الإحصاءات المتاحة يتبين لنا أن فئة المسنين تشكل حيزا هاما من النسيج السكاني للجزائر منذ الاستقلال، بما يتبع ذلك من تعدد في احتياجات هذه الفئة وما تتطلبه من سياسات للتكفل الاجتماعي الاقتصادي، وحسب آخر الإحصاءات فإن تعداد المسنين في الجزائر تعد ثلاثة مليون مسن ووصل إلى 3.188.305 مسن بارتفاع طفيف لعدد النساء على عدد الرجال، كما

يظهره الجدول التالي:

الجدول رقم 03: كبار السن في الجزائر (الواقع والمعطيات)

الفئات العمرية	ذكور	اناث	المجموع
60-64 سنة	506.517	530.937	1.037.454
65-69 سنة	343.393	334.966	678.359
70-74 سنة	294.451	285.207	579.658
75-79 سنة	224.608	210.484	435.093
80-84 سنة	144.153	138.694	282.847
85 سنة و أكثر	88.514	86.381	174.895
المجموع الكلي	1.601.636	1.586.669	3.188.305

المصدر: بوسواليم أحمد، عياشي صباح "التكفل المؤسسي بالأشخاص المسنين في الجزائر"، مجلة الأسرة والمجتمع، المجلد رقم 06، العدد 01، 2018.

المحور الثالث: دراسة وتحليل السوق

(2) واقع الامراض المزمنة في الجزائر :

شهدت الجزائر إرتفاعا في أعداد المصابين بالأمراض المزمنة، وهو ما يمكن ملاحظته من خلال مقارنة الأرقام التي تم تسجيلها في المسحين العنقوديين الأخيرين، مسح 2012 و مسح 2019 ،فلقد قفزت نسبة المصابين من 14 %من السكان الجزائريين البالغين 15 سنة فما فوق والذين صرحوا بإصابتهم بمرض مزمن واحد على الأقل سنة 2012 إلى نسبة 20 % سنة 2019 ،هذه النسبة تتوزع على تسعة أمراض مزمنة هي:

- ارتفاع ضغط الدم
- مرض السكري
- أمراض القلب والأوعية الدموية
- أمراض الجهاز التنفسي
- أمراض المفاصل
- السرطان الاضطرابات النفسية والعصبية
- الفشل الكلوي
- الأمراض الوراثية (الهيمولوفيا، الثلاسيميا، الإضطرابات الهضمية ...).

بلغت نسبة المصابين بمرض واحد على الأقل حسب الجنس 16 % للذكور في مقابل 24 % للإناث من إجمالي الذين شملهم المسح، فمن إجمالي المصابين يشكل الذكور نسبة 5,40 % وتشكل الإناث النسبة الأكبر ب 5,59 .% ما يمكن ملاحظته عند مقارنة هذه الأرقام مع أرقام مسح 2012 أن نسبة الإصابة قد ارتفعت لكلا الجنسين إذ انتقلت من 3.8 % للذكور لسنة 2012 إلى 16 % سنة 2019 ومن 5.11 % للإناث إلى 2.24 % في نفس الفترة، تشير الكثير من الدراسات العلمية إلى أن الإناث أكثر إصابة بالأمراض المزمنة من الذكور، فالنساء والرجال يميلون إلى إدارة مرضهم المزمن بشكل مختلف بسبب أدوار الجنسين .

المحور الثالث: دراسة وتحليل السوق

كما أن الأمراض المزمنة يمكن أن تؤثر على الأشخاص بشكل مختلف وفقاً لخلفيتهم الثقافية، وأين يعيشون، ومدى ثراءهم أو فقرهم .

لقد بدأنا نفهم أيضا أن بعض عوامل الخطر الرئيسية للأمراض المزمنة : قلة النشاط البدني، وعدم كفاية تناول⁹ الفاكهة والخضروات، وزيادة الوزن أو السمنة ، والتدخين ترتبط بطرق معقدة بالجنس والدخل والتعليم ، الجغرافيا ، وعدد لا يحصى من العوامل الأخرى. كما هو مبين في الجدول الآتي:

الجدول رقم 4: واقع الامراض المزمنة في الجزائر

المجموع	الإصابة بمرض مزمن				
	لا أدري	لا	نعم		
53605	65	44985	8555	التكرار	ذكور
100,0%	0,1%	83,9%	16,0%	النسبة من إجمالي الجنس	
50,7%	49,6%	53,3%	40,5%	النسبة من المصابين بالأمراض المزمنة	
52022	66	39378	12578	التكرار	إناث
100,0%	0,1%	75,7%	24,2%	النسبة من إجمالي الجنس	
49,3%	50,4%	46,7%	59,5%	النسبة من المصابين بالأمراض المزمنة	
105627	131	84363	21133	التكرار	المجموع
100,0%	0,1%	79,9%	20,0%	النسبة من إجمالي الجنس	
100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	النسبة من المصابين بالأمراض المزمنة	

المصدر: بوحفص بوزيد، واقع المؤشرات الصحية لسكان الجزائر من خلال معطيات المسح الوطني العنقودي متعدد المؤشرات 2019، مجلة الباحث في

العلوم الانسانية والاجتماعية، المجلد 13، العدد 04، جامعة قاصدي مرياح، ورقلة، 2021، ص 561

(3) المنافسون:

(1-3) المنافسون المباشرين:

⁹ بوحفص بوزيد، واقع المؤشرات الصحية لسكان الجزائر من خلال معطيات المسح الوطني العنقودي متعدد المؤشرات 2019، مجلة الباحث في العلوم الانسانية والاجتماعية، المجلد 13، العدد 04، جامعة قاصدي مرياح، ورقلة، 2021، ص 561 .

المحور الثالث: دراسة وتحليل السوق

هم من يقدمون نفس خدماتنا أي ربط المرضى وكبار السن بمقدمي الرعاية، قد يشمل هؤلاء المنافسون:

(أ) مواقع الويب والتطبيقات: هناك عدد من مواقع الويب والتطبيقات التي تسمح للمرضى بالبحث عن مثل هذه الخدمات.

(ب) المنظمات غير الربحية (الجمعيات): تقدم بعض المنظمات غير الربحية خدمة الوساطة بين مقدمي الرعاية و بين عائلة المريض، وذلك من اجل تقديم خدمات دعم للمرضى وتوفير الرعاية الأساسية لهم.

(ت) مجموعات وصفحات مواقع التواصل الاجتماعي: يوجد العديد من الصفحات و مجموعات التفاعل التي تجمع بين مقدم الرعاية وطالبيها.

(2-3) المنافسون غير المباشرين: هم الشركات التي تقدم خدمات قد تحل محل خدمات المنصة أي خدمات بديلة، مثل:

(أ) مرافق الرعاية: مثل دور رعاية المسنين قد تكون خيارا للمرضى الذين لديهم حاجات معقدة أو لا يمكنهم العيش بمفردهم بأمان.

(ب) التقنيات المساعدة: يمكن أن تساعد تقنيات المساعدة الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة على العيش بشكل أكثر استقلالية، قد يشمل ذلك الأجهزة مثل: المعينات السمعية والكراسي المتحركة وبرامج التواصل.

4) التكنولوجيا:

➤ تسهيل الوصول إلى خدمة الرعاية الشخصية: من خلال توفير منصة رقمية تجمع بين المرضى ومقدمي الرعاية. يمكن للمستخدمين البحث عن مقدمي الخدمة، وحجز المواعيد، وتقديم الملاحظات والتقييمات بكل سهولة ويسر.

المحور الثالث: دراسة وتحليل السوق

➤ **مواقع التواصل الاجتماعي:** تساعد مواقع التواصل الاجتماعي على جذب و تعزيز التواصل والتفاعل بين المرضى ومقدمي الرعاية، يمكن استخدام هذه المنصات لتوفير المعلومات الهامة حول الرعاية وصناعة المحتوى، ونشر المستجدات والتحديثات حول الخدمات المتوفرة، وتبادل الخبرات والمشورة بين الأفراد المعنيين بالرعاية.

(5) **احتياجات المستهلكين:** تحليل مفصل لاحتياجات السوق المستهدف:

(1.5) **المرضى والأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة وكبار السن:**

(أ) **حسب ماسلو هرم:**

➤ **الاحتياجات الفسيولوجية :**

- **الوصول إلى الرعاية الضرورية:** أي خدمات الرعاية الاساسية ويشمل ذلك الحصول على الادوية ومراقبة تطورات في الحالة الصحية.
- **المساعدة في الانشطة المنزلية:** يشمل ذلك المساعدة في ارتداء الملابس والتغذية والنقل وغير ذلك من الاعمال اليومية، قد يحتاجون ايضا للمساعدة للبقاء آمنين ومستقلين في حياتهم اليومية .
- **الحصول على الخدمات التمريضية:** يشمل ذلك التمريض المنزلي وخدمات إعادة التأهيل والرعاية الصحية، مما يساعدهم على إدارة صحتهم وتحسين نوعية حياتهم.

➤ **الاحتياجات الأمنية:**

- الوصول إلى مقدمي الرعاية الصحية الأكفاء والموثوقين وضمان أنهم سيحصلون على الرعاية التي يحتاجونها عندما يحتاجون إليها.
- **الحماية و الأمن البدني:** ويشمل ذلك الحماية من الإيذاء و الضرر والإهمال والإستغلال ،من المهم وضع ضمانات كافية لأنهم قد يكونون أكثر عرضة لهذه المخاطر .

المحور الثالث: دراسة وتحليل السوق

- الشعور بالأمان في البيئة الخاصة بهم: يجب تكييف البيئة مع احتياجاتهم وأن توفر لهم إحساسا بالراحة الأمان، سواء في المنزل أو في المستشفى.

➤ الحاجة إلى الإنتماء والحب :

- الدعم العاطفي والإجتماعي: الحاجة الى الشعور بالحب والدعم العاطفي والتواصل مع الآخرين، يمكن أن يساعدهم ذلك على التعامل مع تحدياتهم وتحسين صحتهم سواء العقلية والعاطفية .

- الشعور بالإنتماء والقبول: اي الشعور بالإحترام والتقدير كشخص على الرغم من صحته أو إعاقته وينبغي أن يكونوا قادرين على الإندماج في المجتمع دون تمييز .

- العلاقات الهادفة مع مقدمي الرعاية: يجب أن يشعر المرضى والأشخاص ذوو الاعاقة بأنهم مفهومون ومسموعون من قبل مقدمي الرعاية، يجب أن تستند هذه العلاقة على الثقة والتعاطف والتواصل المفتوح.

➤ احترام الذات:

- الحفاظ على احترامهم لذاتهم على الرغم من قيودهم: يحتاج المرضى والأشخاص ذوو الإعاقة إلى الثقة في أنفسهم والقدرة على تحقيق الأشياء المهمة في حياتهم، اي تقبل وتقدير نقاط قوتهم وقدراتهم، على الرغم من تحدياتهم .

➤ تحقيق الذات:

- تعظيم إمكاناتهم على الرغم من قيودهم: يستطيع المرضى والاشخاص ذوي الإعاقة أن يعيشوا حياة ذات مغزى إذا أتاحت لهم الفرصة لذلك. اي تحديد أهداف والعمل على تحقيقها، حتى لو بدا الامر صعبًا .

- المعنى والهدف في حياتهم: يحتاجون مثل أي شخص آخر إلى إيجاد معنى والهدف من حياتهم، يمكن أن يأتي ذلك من علاقاتهم أو هواياتهم أو غيرها من الأنشطة التي تمنحهم إحساسا بالإنجاز والرضا.

المحور الثالث: دراسة وتحليل السوق

(ب) حسب ملفات العملاء **client Profil**: ويمكن تقسيم عملاء الفئة المستهدفة الأولى إلى عدة فئات وفقاً

لحياجاتهم وحالتهم المحددة :

- كبار السن الذين يحتاجون إلى المساعدة في أنشطة الحياة اليومية مثل المراحيض وارتداء الملابس والوجبات والتنظيف

- الأشخاص المصابون بأمراض مزمنة أو إعاقات الذين يحتاجون إلى رعاية ومراقبة منتظمة.

- الأفراد الذين يتعافون من جراحة أو إصابة أو مرض

- الأفراد الذين يحتاجون إلى رعاية مؤقتة و مساعدة في المنزل

- المرضى الذين بحاجة إلى إعادة تأهيل بدنية لاستعادة استقلالهم الوظيفي.

- الاشخاص ذوو الإعاقة البدنية: الأفراد الذين يعانون من إعاقات بدنية دائمة تحد من حركتهم وقدرتهم على أداء أنشطتهم اليومية .

- الأشخاص الذين يعانون من إعاقات ذهنية أو معرفية: الذين يحتاجون إلى الدعم من أجل الاتصال وإدارة السلوك والمشاركة في الأنشطة الاجتماعية.

- الأسر التي لديها أطفال مرضى أو معاقين الأسر التي لديها أطفال يعانون من أمراض مزمنة أو إعاقة في النمو أو إعاقة بدنية تتطلب مساعدة يومية و رعاية متخصصة.

2.5) مقدمو الرعاية للمرضى أو الممرضين:

(أ) حسب هرم ماسلو **Pyramide de Maslow**:

➤ الإحتياجات الفسيولوجية:

- الدخل المستقر لتلبية احتياجاتهم الأساسية: اي الغذاء والسكن والملبسن أجر عادل يسمح لهم بإعالة أسرهم والعيش بشكل مريح.

المحور الثالث: دراسة وتحليل السوق

➤ الحاجة إلى الأمان:

- ضمان الوظائف والدخل: أي عدم القلق بشأن فقدان العمل أو عدم الحصول على أجر مقابل جهودهم ، يعني الحصول على وظيفة تسمح لهم بدفع فواتيرهم والتخطيط للمستقبل .
- الأمان في التفاعل مع العملاء: قد يشمل ذلك الإجراءات والسياسات المعمول بها لحماية مقدمي الرعاية من الإساءة اللفظية أو الجسدية .
- تحقيق الذات التطوير المهني والشخصي: الإحساس بالإنجاز من خلال تعلم مهارات جديدة والتقدم في مساهم المهني.

(ب) حسب ملفات العملاء client Profil:

يمكن أيضا تقسيم عملاء المجموعة المستهدفة الثانية، أي مقدمي الرعاية المحتملين، إلى عدة مجموعات وفقاً لتطلعاتهم المهنية ودوافعهم وخبراتهم :

➤ الباحثون عن عمل مرن:الذين يرغبون في التحكم في جداول عملهم قد تبتذهم الساعات المرنة التي توفرها

وظائف التمريض، مما يسمح لهم بالعمل بدوام جزئي أو بدوام كامل وفقاً لاحتياجاتهم أو الجدول الزمني الخاص بهم .

➤ الأفراد المهتمون بمساعدة الآخرين :الأشخاص الذين لديهم رغبة في إحداث فرق في حياة الآخرين

ومساعدتهم، غالبًا ما يكون لدى هؤلاء الأفراد خبرة محدودة لكنهم على استعداد لتعلم وتطوير مهاراتهم للنجاح في هذا الدور.

ثالثا: تحليل المنافسة

(1) المنافسين المعروفين في السوق:

(أ) Clinicadom

المحور الثالث: دراسة وتحليل السوق

— الموقع الإلكتروني: [/https://clinicadom.dz](https://clinicadom.dz)

— الخدمات المقدمة: التمريض، العلاج الطبيعي، العلاج المهني، المساعدة في الإستحمام واللباس، مرافقة المرضى، المساعدة النفسية، الدعم الإجتماعي.

— التواجد: الجزائر العاصمة، وهران، قسنطينة، عنابة، بجاية، بسكرة، سطيف، تيزي وزو، باتنة، سيدي بلعباس.

الشكل رقم 15: واجهة موقع clinicadom



المصدر: موقع clinicadom

ب) SANTÉ à DOMICILE:

— الموقع الإلكتروني: [/https://www.santedom.com](https://www.santedom.com)

— الخدمات المقدمة: التمريض، الرعاية الطبية، الرعاية التلطيفية، مرافقة كبار السن والمعاقين، رعاية الأطفال المرضى.

— التواجد: الجزائر العاصمة، البلدية، بومرداس، تيزي وزو، وهران، مستغانم، الشلف، تيارت، بجاية، جيجل.

— واجهة الموقع:

المحور الثالث: دراسة وتحليل السوق

الشكل رقم 16 : واجهة موقع SANTÉ à DOMICILE



المصدر: موقع SANTÉ à DOMICILE

(ت) SANTE PLUS:

- الموقع الإلكتروني: [/https://santeplus-dz.com](https://santeplus-dz.com)
- الخدمات: التمريض، العلاج الطبيعي، العلاج المهني، المساعدة في الإستحمام واللباس، مرافقة المرضى، مرافقة كبار السن والمعاقين، خدمات سيارات الإسعاف .
- التواجد: الجزائر العاصمة، البلدية، بومرداس، تيزي وزو، وهران، مستغانم، الشلف، تيارت، بجاية، جيجل.
- واجهة الموقع:

المحور الثالث: دراسة وتحليل السوق

الشكل رقم 17 : واجهة موقع SANTE PLUS



المصدر : موقع SANTE PLUS

DOMICILE SOINS (ث)

— صفحة الفيسبوك: https://www.facebook.com/soins.a.domicile.alger/?locale=fr_FR

— الخدمات: التمريض، العلاج الطبيعي، العلاج المهني، المساعدة في الاستحمام واللباس، مرافقة المرضى، مرافقة كبار السن والمعاقين.

— التواجد: الجزائر العاصمة، وهران، قسنطينة، عنابة، بجاية، بسكرة، سطيف، تيزي وزو، باتنة، سيدي بلعباس.

المحور الثالث: دراسة وتحليل السوق

الشكل رقم 18 : واجهة صفحة DOMICILE SOINS



المصدر: من موقع فيسبوك

El hayat assistance (ج)

— الصفحة: <https://www.facebook.com/elhayatassistance?mibextid=ZbWKwL>

— الخدمات المقدمة: دورات لرعاية كبار السن، توفير رعاية لكبار السن، المساعدة في الخدمات المنزلية.

— التواجد: مقر المؤسسة الشراكة الجزائر العاصمة، تيبازة، بومرداس، بجاية، البلدية.

— واجهة الصفحة:

المحور الثالث: دراسة وتحليل السوق

الشكل رقم 19: واجهة صفحة El-Hayat assistance



المصدر: من موقع فيسبوك

(ح) موقع واد كنيس:

– الموقع: <https://www.ouedkniss.com/?lang=ar>

– الخدمات: يتم فيه عرض مجموعة متنوعة من المنتجات والخدمات، ومن بين الخدمات التي يتم عرضها في الموقع خدمة الرعاية والتمريض.

– التواجد: جميع الولايات

– واجهة البحث عن GARDE MALADE

المحور الثالث: دراسة وتحليل السوق

الشكل رقم 20: واجهة موقع وادكنيس



المصدر: من موقع وادكنيس

(2) تحليل SWOT:

يساعد تحليل SWOT على تحديد نقاط القوة والضعف والفرص والتهديدات التي قد تواجه المشروع. هذا

التحليل مفيد لتقييم الوضع الحالي وتطوير استراتيجيات للنجاح .

الشكل رقم 21: تحليل SWOT للمشروع



المصدر: من إعداد الطلبة

المحور الثالث: دراسة وتحليل السوق

يمكن للمنصة أن تحقق النجاح من خلال الاستفادة من نقاط قوتها ومعالجة نقاط ضعفها، والاستفادة من الفرص الموجودة، وتخفيف حدة التهديدات التي تواجهها، لتحقيق استفادة كاملة من تحليل SWOT ، يجب تحديد استراتيجيات تركز على كل عنصر من عناصر التحليل. على سبيل المثال، وضع استراتيجية لزيادة وتوسيع شبكة مقدمي الرعاية أي استغلال الفرص ومعالجة نقاط الضعف أو معالجة التهديدات والاستفادة من الفرص.

المحور الرابع: المزيج التسويقي للمشروع

المحور الرابع: المزيج التسويقي للمشروع

لتحقيق النجاح يجب تطوير مزيج تسويقي شامل يغطي جميع الجوانب الأساسية للمشروع.

العناصر الأربعة الأساسية (P4) للمزيج التسويقي:

1. المنتج (Product): المنتج كما ذكر سابقا هو عبارة عن منصة افتراضية تربط بين المرضى ومقدمي الرعاية،

يتميز بما يلي:

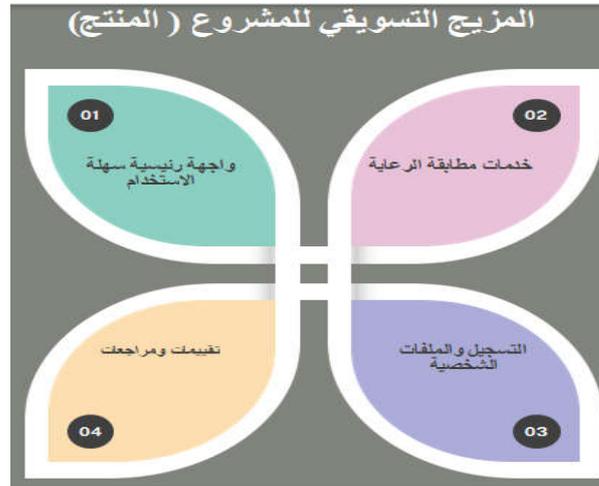
- الواجهة الرئيسية: تصميم واجهة سهلة الاستخدام ومناسبة لجميع الفئات العمرية، مع توفير تطبيقات مخصصة للأجهزة المحمولة وأجهزة الكمبيوتر.

- التسجيل والملفات الشخصية: إمكانية إنشاء ملفات شخصية تشمل تفاصيل احتياجات الرعاية، التاريخ الصحي، والتفضيلات الخاصة بالمرضى ومقدمي الرعاية.

- خدمات مطابقة الرعاية: نظام مطابقة ذكي يربط بين متلقي الرعاية ومقدمي الرعاية بناءً على معايير محددة مثل الموقع، التخصص، التوافر، والتقييمات.

- التقييمات والمراجعات: نظام تقييمات ومراجعات يتيح لمتلقي الرعاية تقييم مقدمي الرعاية ومشاركة تجاربهم.

الشكل رقم 22: المزيج التسويقي للمشروع "المنتج"



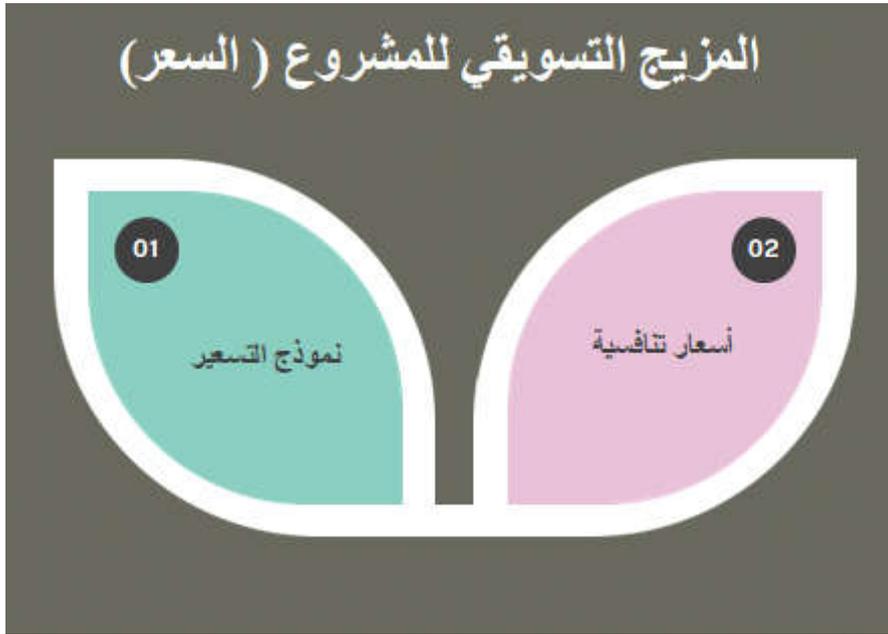
المحور الرابع: المزيج التسويقي للمشروع

المصدر: من إعداد الطلبة

(2) التسعير (Price):

- نموذج التسعير: تقديم اشتراكات شهرية أو عمولة مقابل الخدمة المقدمة.
- أسعار تنافسية: دراسة أسعار السوق لضمان تقديم أسعار تنافسية مقارنة بالخدمات الأخرى المتاحة.

الشكل رقم 23: المزيج التسويقي للمشروع "التسعير"



المصدر: من إعداد الطلبة

(3) التوزيع:

- التوزيع عبر الإنترنت: المنصة متاحة عبر الإنترنت ويمكن الوصول إليها عبر الأجهزة المختلفة (الكمبيوتر، الأجهزة اللوحية، الهواتف الذكية).

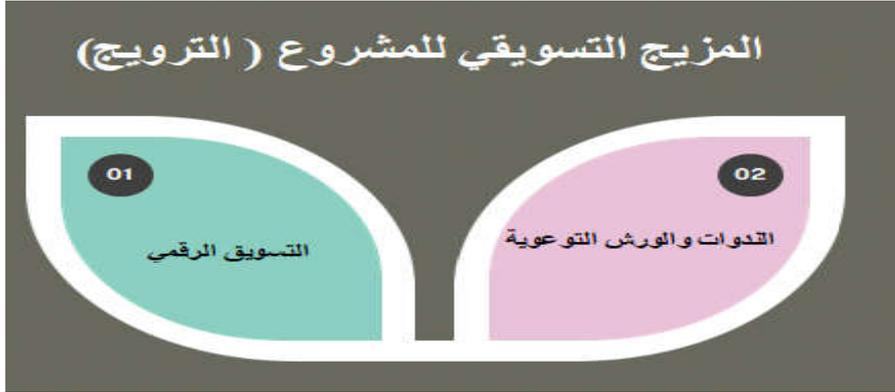
(4) الترويج:

- التسويق الرقمي: استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، الإعلانات عبر الإنترنت، وتسويق المحتوى لجذب المستخدمين.

المحور الرابع: المزيج التسويقي للمشروع

الندوات والورش التوعوية: تنظيم ندوات توعوية عبر الإنترنت أو في المجتمع لزيادة الوعي بالخدمات المقدمة.

الشكل رقم 24: المزيج التسويقي للمشروع "الترويج"



المصدر: من إعداد الطلبة

المحور الخامس: وصف المشروع

المحور الخامس: وصف المشروع

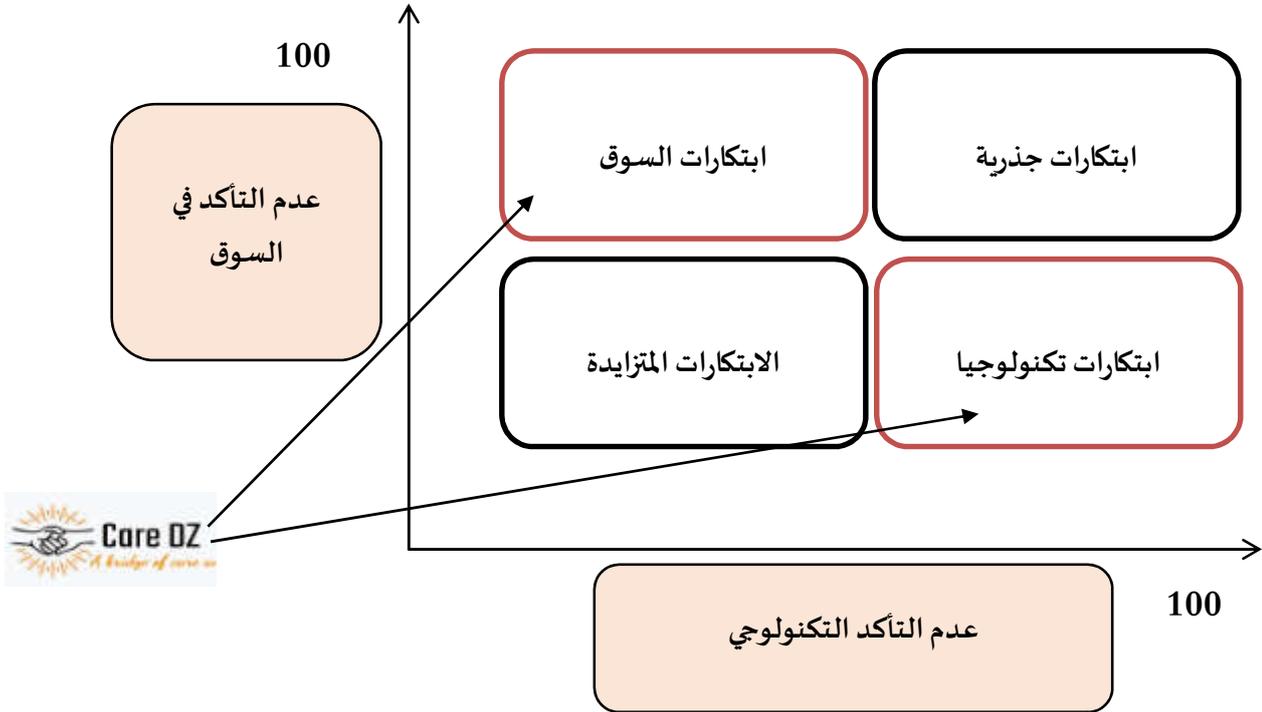
يتمثل المشروع في خدمة مبتكرة تقدم حلاً تقنياً مبتكراً لتسهيل عملية العثور على مقدمي الرعاية الشخصية للمرضى وكبار السن وذوي الاحتياجات الخاصة، يعتمد المشروع على التكنولوجيا لربط المرضى بمقدمي خدمات الرعاية المناسبين لهم، مما يوفر راحة وأماناً للمرضى وعائلاتهم.

1. الجوانب الابتكارية في المشروع:

(أ) طبيعة الابتكار: يمكن تصنيف مشروعنا حسب نوع الابتكار إلى ابتكار تكنولوجيا وابتكار السوق كما

يوضحه الشكل التالي:

الشكل رقم 25: طبيعة الابتكار



المصدر: من إعداد الطلبة

المحور الخامس: وصف المشروع

ب) الميزة المبتكرة للمشروع:

- **التوسع في الوصول:** يسمح المشروع بالوصول إلى شبكة واسعة من مقدمي الخدمات الصحية في مناطق مختلفة، مما يتيح للمرضى العثور على الخدمات التي يحتاجون إليها بسهولة وفعالية.
 - **التوجيه الشخصي:** يتيح المشروع للمرضى وضع متطلباتهم الخاصة وتفضيلاتهم، مما يسمح لهم بالعثور على مقدمي الخدمات الصحية الذين يلون احتياجاتهم بشكل دقيق ومناسب.
 - **الثقة والأمان:** يتم التحقق من هوية مقدمي الخدمات الصحية وتقديم معلومات تفصيلية عنهم، مما يضمن الثقة والأمان بين المرضى ومقدمي الخدمات.
 - **التواصل الفعال:** يتيح المشروع التواصل المباشر بين المرضى ومقدمي الخدمات الصحية، مما يسهل تبادل المعلومات وضمان تلبية الاحتياجات بشكل فعال.
- بهذه الطريقة، يعتبر المشروع خدمة مبتكرة تحسن جودة الحياة للمرضى وتوفر لهم الرعاية الشخصية الملائمة، مع توفير منصة آمنة وموثوقة للتواصل والتفاعل مع مقدمي خدمات الرعاية.

2. رؤية ورسالة المشروع:

1.2 **رؤية المشروع:** أن نصبح الخيار الأول للمرضى في البحث عن الرعاية عبر الانترنت.

2.2 **رسالة المشروع:** رعاية شخصية عالية الجودة في متناول يدك، نحن هنا لخدمتك.

3. **القيم المقترحة:** لقد تطرقنا سابقا الى القيم المقترحة لكل من المرضى، كبار السن وذوي الاحتياجات الخاصة

ومقدمي الرعاية، وهي ملخصة في الشكل التالي:

الشكل رقم 26: القيم المقترحة



المصدر: من إعداد الطلبة

4. المهمة والأهداف:

1.4 المهمة:

- توفير منصة تقنية سهلة الاستخدام تسمح للمرضى بالوصول إلى مقدمي الرعاية الشخصية بسهولة وفعالية.
- توفير وسيلة للتواصل المباشر بين المرضى ومقدمي الخدمات الصحية، مما يسهل تبادل المعلومات وتحديد الاحتياجات بشكل أفضل.
- يسعى المشروع إلى بناء الثقة والأمان بين المرضى ومقدمي الخدمات الصحية من خلال توفير بيئة آمنة وموثوقة للتواصل وتقديم الخدمات.
- تيسير عملية البحث عن مقدم رعاية شخصية.

المحور الخامس: وصف المشروع

2.4 الأهداف:

- زيادة سهولة الوصول إلى خدمات رعاية شخصية: تهدف المنصة إلى جعل العثور على مقدمي رعاية شخصية موثوقين وذوي خبرة أمرًا سهلاً للمرضى وكبار السن وذوي الاحتياجات الخاصة.
 - تحسين جودة خدمات رعاية شخصية: تهدف المنصة إلى ضمان حصول المرضى وكبار السن وذوي الاحتياجات الخاصة على خدمات رعاية شخصية عالية الجودة تلبي احتياجاتهم.
 - توفير أسعار مناسبة: تهدف المنصة إلى توفير خدمات رعاية شخصية بأسعار تنافسية تناسب جميع الميزانيات.
 - تحسين نوعية حياة المرضى وكبار السن وذوي الاحتياجات الخاصة: تهدف المنصة إلى مساعدة المرضى وكبار السن وذوي الاحتياجات الخاصة على عيش حياة أكثر استقلالية ونشاطاً وإنتاجية.
 - زيادة الوعي بأهمية رعاية شخصية: تهدف المنصة إلى زيادة الوعي بأهمية رعاية شخصية ودورها في تحسين نوعية حياة المرضى وكبار السن وذوي الاحتياجات الخاصة.
 - دعم مقدمي الرعاية الشخصية: تهدف المنصة إلى دعم مقدمي الرعاية الشخصية من خلال توفير فرص التدريب والتطوير المهني، وتعزيز التواصل بينهم، وحماية حقوقهم.
 - المساهمة في تطوير قطاع رعاية شخصية: تهدف المنصة إلى المساهمة في تطوير قطاع رعاية شخصية من خلال استخدام التكنولوجيا لجعل تقديم الخدمات أكثر كفاءة وفعالية.
- بالإضافة إلى هذه الأهداف العامة، لدينا أيضًا أهداف محددة أخرى، مثل:
- ✓ استهداف شريحة معينة من المرضى أو كبار السن أو ذوي الاحتياجات الخاصة، مثل مرضى الزهايمر أو كبار السن الذين يعيشون بمفردهم أو ذوي الاحتياجات الخاصة الذين يعانون من إعاقات جسدية.

المحور الخامس: وصف المشروع

✓ تقديم خدمات رعاية شخصية متخصصة، مثل رعاية ما بعد الجراحة أو رعاية المسنين أو رعاية الأطفال ذوي الاحتياجات الخاصة.

✓ التوسع إلى بلدان جديدة أو أسواق جديدة.

5. الأثر الاجتماعي للمشروع:

أ تحسين الجودة الحياتية: يمكن للمشروع تحسين الجودة الحياتية للمرضى وكبار السن عن طريق توفير الرعاية الشخصية الملائمة لهم، وبالتالي تعزيز رفاهيتهم العامة.

ب تقليل العبء الاجتماعي: من خلال توفير الرعاية الشخصية في المنازل، يمكن للمشروع تقليل العبء الاجتماعي على المجتمع والأسر، وتحسين التوازن بين الحياة المهنية والشخصية للأفراد الذين يعتنون بأحبائهم.

ج تعزيز التفاعل الاجتماعي: يمكن للمشروع تعزيز التفاعل الاجتماعي بين المرضى ومقدمي الرعاية وأفراد المجتمع المحلي، وتشجيع الدعم المتبادل والتضامن الاجتماعي.

د توفير فرص عمل: يمكن للمشروع أن يساهم في خلق فرص عمل لمقدمي الرعاية الشخصية، سواء كانوا ممرضين أو مساعدين صحيين أو مقدمي رعاية منزلية، وبالتالي يعزز هذا النوع من الخدمات كقطاع عمل محترم ومهم.

6. فريق عمل المشروع:

❖ دواخة اية:

- من مواليد 22 أوت 2000م.

- متحصلة على شهادة ليسانس إدارة اعمال.

- حاليا على وشك انهاء اخر سنة دراسية ماستر 2 تخصص مقاولاتية.

المحور الخامس: وصف المشروع

أرغب في القيام بمشروعي الخاص لأنني أشعر بالشغف والرغبة في بناء شيء خاص بي وتحقيق النجاح به وأهدف إلى تحقيق الاستقلالية المالية والمهنية، والعمل على تحقيق أهدافي الشخصية والمهنية دون قيود. بالإضافة إلى ذلك أرغب في استكشاف قدراتي الريادية من خلال إطلاق مشروعي الخاص، أرى في هذه الفرصة فرصة للنمو والتطور الشخصي، بالإضافة إلى إسهامي في تحسين الحياة للآخرين وتقديم قيمة مضافة للمجتمع.

❖ بوقطوش اشراق:

- من مواليد 22 جانفي 2000.

- متحصلة على شهادة ليسانس تخصص إدارة موارد بشرية.

أرغب في إنشاء مشروع خاص لأنني أشعر بالدافع القوي لتحقيق تغيير فعال في من حولي، فأنا أعتبر منصة الربط بين المرضى والمرافقين ليست مجرد مشروع، بل هي رؤية تجمع بين الابتكار والإنسانية. فشغفي بإنشاء هذا المشروع ينبع من إيماني القوي بأن الرعاية يجب أن تكون متاحة وميسرة للجميع، ومن رغبتني الشديدة في تقديم حلول مبتكرة لتحسين حياة الأشخاص المحتاجين إليها.

أؤمن بقوة التكنولوجيا في تحقيق التغيير الإيجابي، وأرى في مشروعي فرصة لتحويل هذا الإيمان إلى واقع ملموس، حيث يمكنني توفير بيئة آمنة وموثوقة للمرضى والمرافقين للتواصل والتعاون بسهولة وفعالية هذا الشغف هو ما يدفعني للعمل بجد وتفانٍ يومياً لتحقيق رؤيتي وجعل الفارق الإيجابي في حياة الناس.

المحور السادس: الدراسة المالية للمشروع

المحور السادس: الدراسة المالية للمشروع

تعتمد دراسة الجدوى المالية اعتمادًا كليًا على الدراسة التسويقية والدراسة الفنية، نظرًا لأن الدراسة

التسويقية تحدد حجم الإيرادات وحجم الطلب المتوقع على المنتجات والخدمات، أما الدراسة الفنية فهي التي تحدد

التكاليف الاستثمارية للمشروع والتكاليف اللازمة للإنتاج المنتج أو الخدمة.

أولاً: تحديد تكاليف المشروع

1) هيكل الاستثمار:

الجدول رقم 05: هيكل الاستثمار

التكاليف الكلية	التكلفة	الوصف
70000.00	70000.00	بناء الموقع الإلكتروني Website building
20000.00	20000.00	استضافة الموقع الإلكتروني Website host
38 000.00	38 000.00	شهادة SSL للموقع الإلكتروني
100 000.00	100 000.00	تحسين محركات البحث SEO Google
58000.00	58000.00	فواتير الإنترنت والكهرباء
60 000,00	90 000.00	أثاث المكتب Office furniture
120 000,00	120 000.00	مواد تكنولوجيا المعلومات IT Materials

المحور السادس: الدراسة المالية للمشروع

90 000,00	90 000.00	التسويق والإعلان Marketing & Advertising
586,000.00	586,000.00	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة

يعكس الجدول رقم 04 هيكل الاستثمار المخصص لمشروع بناء وتشغيل موقع إلكتروني، حيث تم توزيع التكاليف على مختلف الجوانب الرئيسية اللازمة لإنجاز المشروع.

تتضمن أبرز عناصر التكاليف بناء الموقع الإلكتروني بميزانية قدرها 70,000.00، وهي تمثل جزءًا كبيرًا من الاستثمار لضمان تصميم وتطوير موقع فعال وجذاب، تليها تكلفة استضافة الموقع بمبلغ 20,000.00 مما يضمن استمرارية تشغيل الموقع دون انقطاع.

ومن العناصر الهامة أيضًا تكلفة شهادة SSL للموقع والتي بلغت 38,000.00، لضمان الأمان وحماية البيانات على الموقع.

كما يجب تخصيص مبلغ 100,000.00 لتحسين محركات البحث (SEO) على جوجل، مما يعزز ظهور الموقع في نتائج البحث ويزيد من حركة الزوار إليه، و تشمل التكاليف أيضًا فواتير الإنترنت والكهرباء بمبلغ 58,000.00، وهي ضرورية لتشغيل وصيانة الموقع والبنية التحتية التقنية.

فيما يخص البيئة المكتبية، علينا تخصيص 90,000.00 للأثاث و120,000.00 لمواد تكنولوجيا المعلومات، لضمان توفير بيئة عمل مريحة ومجهزة تجهيزًا كاملاً.

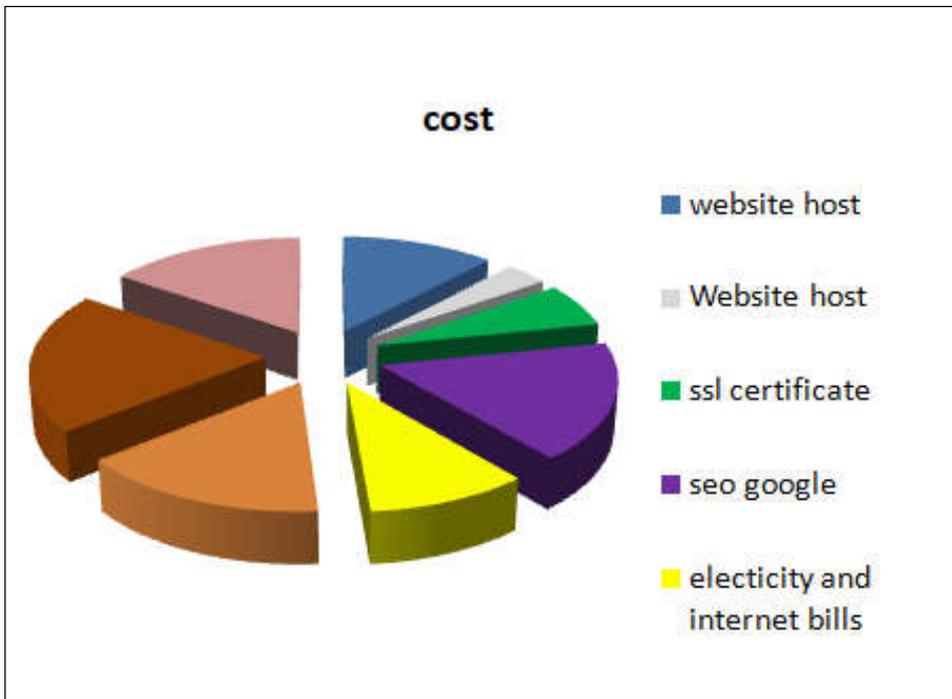
وأخيرًا، تم تخصيص 90,000.00 للتسويق والإعلان، مما يعزز من الترويج للموقع وزيادة عدد الزوار والعملاء المحتملين.

المحور السادس: الدراسة المالية للمشروع

بشكل إجمالي تبلغ التكلفة الكلية المتوقعة للاستثمار 580,000.00، مما يعكس الجهود المالية الكبيرة المطلوبة لضمان نجاح واستدامة هذا المشروع، يتميز هذا الجدول بالتفصيل الدقيق لكل عنصر من عناصر التكاليف، مما يسهل عملية التخطيط المالي والإداري للمشروع.

يوضح الجدول السابق هيكل الاستثمار الخاص بالمشروع، وهو موزع حسب ما يبينه الشكل التالي:

الشكل رقم 27: هيكل الاستثمار



المصدر: من إعداد الطلبة

(2) تحديد التكاليف التشغيلية السنوية:

التكاليف التشغيلية السنوية تشمل جميع النفقات اللازمة لتشغيل المشروع لأول سنة، كما هو موضح في

الشكل التالي:

المحور السادس: الدراسة المالية للمشروع

الجدول رقم 06: التكاليف التشغيلية السنوية

1440000.00	رواتب الموظفين Employees salaries
58000.00	فواتير الإنترنت والكهرباء Internet and electricity bills
90000.00	رسوم الموقع الإلكتروني Website fees
1588000.00	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة

يعرض الجدول رقم 05 التكاليف التشغيلية السنوية اللازمة لإدارة المشروع الإلكتروني بعد إنطلاقه، يمكن

تلخيص هذه التكاليف كما يلي:

- رواتب الموظفين: تعتبر رواتب الموظفين العنصر الأكبر في التكاليف التشغيلية، حيث تبلغ 1,440,000.00، تعكس هذه التكلفة أهمية الموارد البشرية في تشغيل الموقع الإلكتروني وإدارة الأنشطة اليومية لضمان تقديم خدمات عالية الجودة.
- فواتير الإنترنت والكهرباء: تم تخصيص مبلغ 58,000.00 لتغطية تكاليف الإنترنت والكهرباء، وهي ضرورية لاستمرارية تشغيل الموقع والبنية التحتية التقنية.
- رسوم الموقع الإلكتروني: تشمل رسوم الموقع الإلكتروني تكاليف الاستضافة والصيانة الدورية والتحديثات، وقد خصص لها مبلغ 90,000.00 سنويًا، لضمان استقرار وأمان الموقع.

بشكل إجمالي تصل التكاليف التشغيلية السنوية إلى 1,588,000.00. يعكس هذا المبلغ الكبير الأهمية

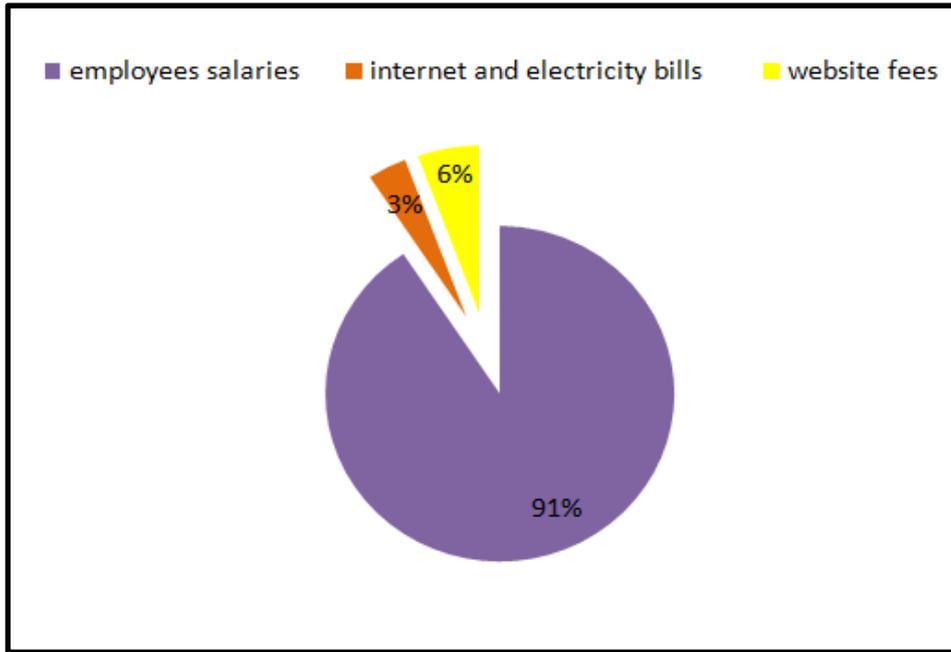
الكبيرة للموارد المالية في الحفاظ على تشغيل الموقع الإلكتروني بسلاسة وكفاءة، وضمان تقديم خدمات مستمرة

المحور السادس: الدراسة المالية للمشروع

وموثوقة للعملاء، كما توضح هذه التكاليف ضرورة التخطيط المالي الجيد لضمان استدامة المشروع وتحقيق أهدافه

على المدى الطويل وهي موزعة كما هو موضح في الشكل التالي:

الشكل رقم 28: توزيع التكاليف التشغيلية السنوية



المصدر: من إعداد الطلبة

ثانيا: الإيرادات المتوقعة للمشروع

الجدول رقم 07: الإيرادات المتوقعة للمشروع

2029	2028	2027	2026	2025	
3960000	3600000	3240000	2880000	1800000	الإيرادات المتوقعة من العمولات

المحور السادس: الدراسة المالية للمشروع

420000	360000	300000	240000	120000	الإيرادات المتوقعة من الاشتراكات
4380000	3960000	3540000	3120000	1920000	رقم الاعمال
11%	10%	9%	8%	5%	التطور

المصدر: من إعداد الطلبة

يعرض الجدول رقم 06 الإيرادات المتوقعة للمشروع على مدى خمس سنوات من 2025 إلى 2029، مع التركيز على مصادر الإيرادات الرئيسية والتطور السنوي المتوقع. يمكن تحليل البيانات كما يلي:

- **الإيرادات المتوقعة من العمولات:** تتزايد الإيرادات المتوقعة من العمولات بشكل ملحوظ على مدى السنوات الخمس، حيث تبدأ من 1,800,000 في عام 2025 وتصل إلى 3,960,000 في عام 2029، هذا الارتفاع يعكس النجاح المتوقع في زيادة عدد العمليات التي تتم عبر الموقع وزيادة الاعتماد عليه من قبل العملاء.
- **الإيرادات المتوقعة من الاشتراكات:** تظهر الإيرادات من الاشتراكات أيضاً نمواً مستمراً، بدءاً من 120,000 في عام 2025 لتصل إلى 420,000 في عام 2029، هذا يعكس زيادة عدد المشتركين في الخدمات المدفوعة التي يقدمها الموقع، مما يشير إلى قبول واستمرارية العملاء.
- **رقم الأعمال الكلي:** يمثل رقم الأعمال الكلي مجموع الإيرادات من العمولات والاشتراكات، حيث يبدأ من 1,920,000 في عام 2025 ويصل إلى 4,380,000 في عام 2029، هذا النمو المطرد في الإيرادات الكلية يعكس التوسع الناجح في نشاط الموقع وزيادة قاعدة العملاء.

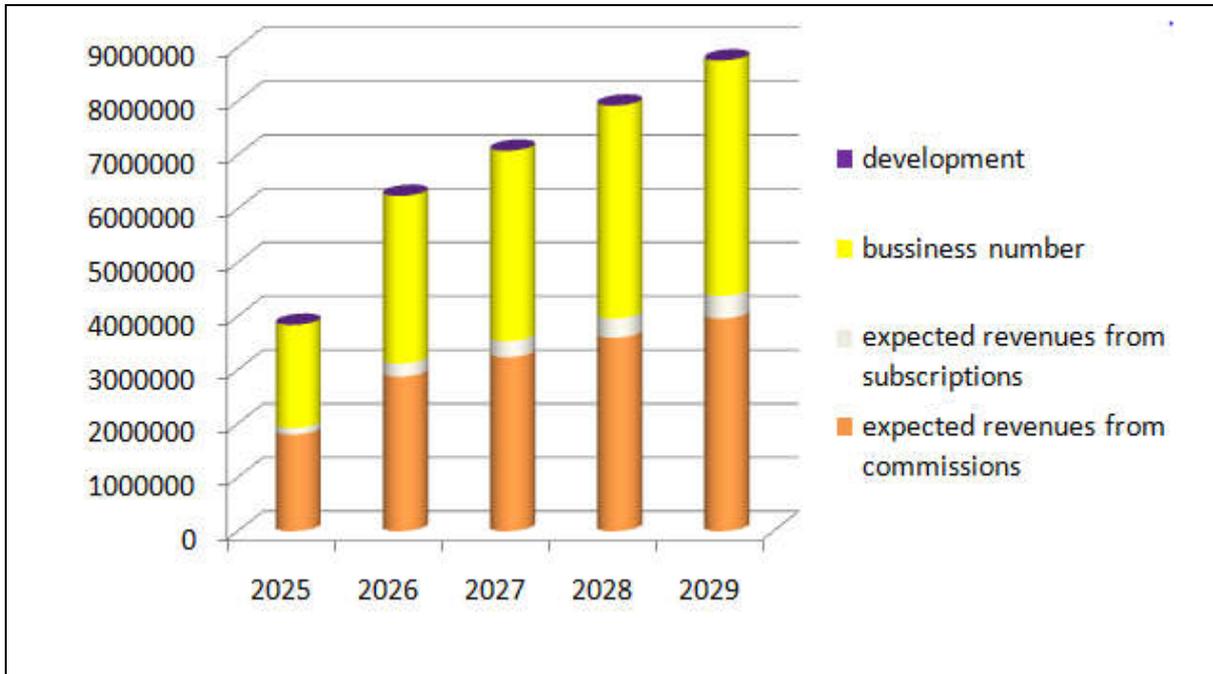
المحور السادس: الدراسة المالية للمشروع

- **التطور السنوي:** يُظهر الجدول نسبة النمو السنوي المتوقعة في الإيرادات، حيث يبدأ بنسبة 5% في عام 2026 وبتزايد تدريجيًا ليصل إلى 11% في عام 2029، هذا يشير إلى الثقة في الأداء المتزايد للمشروع والتحسين المستمر في جاذبيته وكفاءته.

بناءً على هذه البيانات، يتضح أن المشروع يتوقع تحقيق نمو كبير في الإيرادات على مدى السنوات الخمس المقبلة، مدفوعًا بزيادة في كل من العمولات والاشتراكات، يُظهر الجدول خطة واضحة للتوسع والتطور المستمر، مما يعكس التفاؤل بقدرة المشروع على تحقيق أهدافه المالية وتوسيع نطاق تأثيره في السوق.

والشكل التالي يوضح الإيرادات المتوقعة:

الشكل رقم 29: الإيرادات المتوقعة



المصدر من إعداد الطلبة

المحور السادس: الدراسة المالية للمشروع

ثالثاً: الميزانية الافتتاحية

تعرض الميزانية الافتتاحية للمشروع بتاريخ 2025/01/01 توزيع الأصول والخصوم بشكل مفصل، كما هو

موضح في الجدول التالي:

الجدول رقم 08: الميزانية الافتتاحية للمشروع

الميزانية الافتتاحية 01/01/2025				
الخصوم		الأصول		
المبالغ	اسم الحساب	المبالغ	اسم الحساب	
530 000,00	الأموال الخاصة	320 000,00	الأصول غير الجارية	
530 000,00	رأس المال	40 000,00	برمجيات المعلوماتية	
		60 000,00	منشأة تقنية حاسوب أ	
200 000,00	الخصوم غير الجارية	60 000,00	منشأة تقنية حاسوب ب	
200 000,00	ديون طويلة الأجل	70 000,00	منشأة تقنية آلة طباعة	
		90 000,00	أثاث المكتب	
0	الخصوم الجارية	410 000,00	الأصول الجارية	
0	ديون قصيرة الأجل	410 000,00	الحساب البنكي	
730 000,00	مجموع الخصوم	730 000,00	مجموع الأصول	

المصدر: من إعداد الطلبة

تتوزع الأصول إلى أصول غير جارية بقيمة 97,334.00 وتشمل برمجيات المعلوماتية ومنشآت تقنية

وأثاث المكتب، وأصول جارية بقيمة 1,002,666.00 تشمل الحساب البنكي والصندوق.

من ناحية أخرى، تتضمن الخصوم ديوناً طويلة الأجل بقيمة 200,000.00 وأموالاً خاصة بقيمة

900,000.00 تشمل رأس المال والنتيجة.

تتوازن الميزانية الافتتاحية بين الأصول والخصوم، حيث يبلغ مجموع كل منهما 1,100,000.00، مما

يعكس بداية قوية ومستقرة للمشروع.

المحور السادس: الدراسة المالية للمشروع

تعتمد الميزانية بشكل كبير على رأس المال الخاص والديون طويلة الأجل، مما يقلل من الاعتماد على الديون قصيرة الأجل ويعزز الاستقرار المالي على المدى الطويل.

هذه الميزانية توضح توفر السيولة المالية الجيدة التي تضمن قدرة المشروع على تغطية التكاليف التشغيلية والاستثمارات الأولية، مما يشير إلى إعداد مالي قوي يمهد لانطلاقة ناجحة للمشروع.

لمحور السابع: نموذج الاعمال

المحور السابع: نموذج العمل التجاري (BMC 1)

الجدول رقم 09: نموذج العمل التجاري

الشركاء الرئيسيين المرضى كبار السن مقدمي الرعاية ذوي الاحتياجات جمعيات	الأنشطة الرئيسية تطوير وإدارة المنصة الإلكترونية تسويق ونشر المنصة تسهيل التواصل والتحقق من الخدمات المقدمة والمطلوبة	القيم المقترحة تقليل الجهد ربح الوقت الحصول على دخل إضافي الثقة والأمان	العلاقة مع العملاء توفير دعم مستمر للمرضى وتواصل معهم والرد على انشغالاتهم 24/24 سا التواجد وتفاعل عبر المواقع التواصل الاجتماعي	شريحة العملاء المرضى كبار السن ذوي الاحتياجات الخاصة مقدمي الرعاية
	الموارد الرئيسية المنصة الإلكترونية الموارد البشرية		القنوات المنصة الرقمية وسائل التواصل الاجتماعي	
هيكل التكاليف - تكاليف التسويق والاتصال - تكاليف تطوير وصيانة المنصة الرقمية		مصادر الإيرادات العمولة. الاشتراك		

المصدر: من اعداد الطلبة

وفيما يلي سنقوم بشرح العناصر المضافة جديداً:

- **ذوي الاحتياجات الخاصة:** ذوي الاحتياجات الخاصة هم الأشخاص الذين يحتاجون إلى دعم إضافي أو تكيفات خاصة نظراً لاختلافاتهم الفردية في القدرات الجسدية أو العقلية، حيث يحتاجون الى مرافق يساعدهم في تلبية احتياجاتهم.

لمحور السابع: نموذج الاعمال

- **الجمعيات الاجتماعية:** هي منظمات تهدف إلى تحسين الظروف الاجتماعية والاقتصادية للفئات المحتاجة والمهمشة في المجتمع، يمكننا التعامل معهم لإيجاد افراد يحتاجون الى دخل ويستطيعون تقديم الرعاية للمرضى.
- **العمولات:** تفرض العمولة عندما يعتمد المريض علينا في اختيار مقدم الرعاية المناسب، وتختلف العمولة حسب نوع الرعاية المطلوبة.
- **الاشترك:** يكون بالنسبة لمقدمي الرعاية الذين لا يرغبون في الانضمام الى فريق care dz، وانما يريدون العمل بشكل مستقل، وذلك من خلال دفع مبلغ اشترك رمزي كل شهر.

المحور الثامن: المنتج

انطلاقاً من الدراسات والمقابلات التي قمنا بها مع الفئة المستهدفة، ومن خلال BMC1 قمنا بتطوير

.MVP

Care dz عبارة عن منصة تربط بين مقدمي الرعاية الشخصية و بين من يحتاج الى رعاية من كبار السن ،

المرضى بعد العمليات الجراحية و ذوي الاحتياجات الخاصة، تحت اسم "منصة لتسهيل العثور على مقدم الرعاية

الشخصية " تلعب هذه المنصة دور الوسيط بين كل من مقدمي الرعاية الشخصية و بين المرضى ، كبار السن ،

ذوي الاحتياجات الخاصة.

تسهل المنصة عملية البحث عن مقدمي الرعاية الشخصية الذين يتناسبون مع احتياجات المرضى، حيث

يضع المريض الشروط التي يريدونها في مقدم الرعاية الشخصية وبناءاً على تفضيلاته يتم ترشيح شخص الذي تتوفر

فيه صفات تتوافق مع شروطه، كما يتم الأخذ بعين الاعتبار شروط العمل التي يضعها مقدم الرعاية.

بالإضافة الى ذلك نقوم بجمع معلومات تفصيلية عن مقدمي الرعاية والمرضى ويتم التحقق من هوية مقدمي

الرعاية وذلك لضمان الثقة والأمان بين الطرفين.

الهدف من المشروع هو ضمان حصول المريض على العناية من خلال توفير الخدمات التالية حسب

احتياجه:

- ارتداء الملابس.
- الاستحمام والعناية
- التغذية.
- العناية بالفم والشعر.
- ترتيب الفراش والأسرة.
- المساعدة في استخدام المراض.

المحور الثامن: المنتج

- مراقبة العلامات الحيوية (درجة حرارة الجسم، ومعدل النبض، وضغط الدم، ومعدل التنفس، وتشبع الدم بالأوكسجين في بعض الحالات).
- مساعدة المرضى على المشي لوحدهم، أو بالاستعانة بالعصا أو الأجهزة.
- المساعدة في أداء التمارين ضمن مجال الحركة.
- نقل المرضى الذين يستخدمون كرسي متحرك.
- تقليب المريض طريح الفراش بانتظام لمنع حدوث تقرحات الفراش.
- الإبلاغ عن جميع التغييرات في حالة المريض للممرض أو لأفراد العائلة.

الشكل رقم 30: واجهة منصة care dz



المصدر: موقع Care Dz

1. مميزات المنصة:

تميز المنصة بالمميزات الأساسية التالية:

❖ واجهة واضحة وبسيطة: توفير واجهة مستخدم سهلة الاستخدام تسمح للمستخدمين بسهولة التنقل

المحور الثامن: المنتج

واستخدام المنصة دون صعوبة.

❖ **جمع المعلومات:** نقوم ببناء قاعدة بيانات شاملة تضم معلومات عن مقدمي الرعاية المنزلية المتاحين في كل منطقة.

❖ **التوجيه:** توفير توجيه ودعم للمرضى وعائلاتهم وذلك من خلال ترشيح مقدم الرعاية المناسب لاحتياجاتهم الصحية الفريدة.

❖ **التواصل والتنسيق:** توفير وسيلة للتواصل المباشر بين المرضى ومقدمي الرعاية لتنظيم المواعيد وتقديم الدعم.

❖ **تتيح للمرضى تحديد معاييرهم وتفضيلاتهم لمقدمي الرعاية الشخصية، مما يتيح للمنصة اختيار الشخص المناسب لهم.**

❖ **سرية البيانات:** ضمان سرية البيانات الشخصية للمرضى ومقدمي الرعاية والحفاظ على خصوصيتهم، مع الالتزام بأعلى معايير الأمان والخصوصية في معالجة البيانات.

❖ **توفير خيارات الدفع:** توفير خيارات متعددة لعمليات الدفع، لتسهيل عملية الدفع للخدمات المقدمة على المنصة.

❖ **تطوير مستمر:** التزام بتطوير وتحسين المنصة بناءً على تغذية راجعة من المستخدمين والتطورات التكنولوجية والطبية، لضمان تلبية احتياجات المستخدمين بشكل مستمر وفعال.

2. كيفية عمل المنصة:

1.2: بالنسبة للمرضى وكبار السن

(أ) في حالة الاعتماد علينا في اختيار مقدم الرعاية المناسب:

(1) إنشاء حساب:

المحور الثامن: المنتج

الشكل رقم 31: انشاء حساب في منصة Care DZ

Inscription Patient

S'inscrire

المصدر: منصة Care dz

(2) القيام بطلب الخدمة:

وذلك من خلال عرض كافة التفاصيل التي عبر عن احتياجك كما هو موضح في الشكل التالي:

الشكل رقم 32: طلب خدمة من منصة Care Dz

Demande de Service de Garde Malade	Demande de Service de Garde Malade
Qui a besoin du service :	Type d'assistance :
Moi	Soins des aînés à domicile :
Quand le service est-il nécessaire :	Préférence de genre pour le prestataire :
Maintenant	Homme
Durée nécessaire :	Autres conditions ou préférences :
Un jour	
Suivant	Retour Soumettre la demande

المصدر: منصة Care dz

(3) بعد تحديد احتياجك سيتم عرض طلبك في profil سيظهر لك طلبك مع سعر في حالة موافقة تقوم بدفع

المبلغ المستحق ومن ثم يتم عرض مقدمي الرعاية الذين تتوفر فيهم الشروط التي طلبتها، كما هو موضح في

الشكل التالي:

المحور الثامن: المنتج

الشكل رقم 33: تفاصيل طلب العميل

Liste de demandes

grand-mère
Durée nécessaire: un mois

Les jours et le temps:
Lun Matin, Lun Après-midi, Mar Matin, Mar Après-midi, Mar Nuit, Merc Matin, Merc Après-midi, Merc Nuit, Jeu Matin, Jeu Après-midi, Jeu Nuit, Vend Matin, Vend Après-midi, Vend Nuit, Sam Matin, Sam Après-midi, Sam Nuit, Dim Matin, Dim Après-midi, Dim Nuit

Type d'assistance: Soins post-opératoires

Prix: 46400 DA

Choisir un fichier Aucun fichier choisi

Paid

Supprimer **Voir les offres similaires**

المصدر: منصة Care dz

(4) الحصول على الخدمة: بعد أن تقوم بتأكيد الطلب وذلك بدفع المبلغ كاملاً أو جزء منه كما هو متفق

عليه سابقاً، يتم عرض مقدمي الرعاية الذين تتوفر فيهم المواصفات التي طلبتها عليك اختيار الشخص الذي تراه مناسباً والتواصل معه.

(ب) في حالة الرغبة في البحث بنفسك دون الاعتماد على فريق Care dz

(1) انقر على Recherche des Gardes Malades.

الشكل رقم 34: البحث عن مقدم رعاية

Demander un Service

Remplissez le formulaire pour demander un service de soins à domicile.

Demander un Service

Rechercher Garde Malade

Remplissez le formulaire de recherche pour trouver meilleur garde malade.

Rechercher

المصدر: موقع Care Dz

(2) تحديد نوع الرعاية، الولاية، الجنس، ثم انقر على بحث.

المحور الثامن: المنتج

الشكل رقم 35: تحديد نوع الرعاية، الولاية، الجنس

Recherche des Gardes Malades Acceptés avec Nouvel Abonnement

Type	Wilaya	Genre
..
<input type="button" value="Rechercher"/>		

المصدر: منصة Care Dz

(3) سيتم عرض مقدمي الرعاية المتوفرين في المنطقة يمكنك اختيار الشخص الذي تراه مناسب.

(4) الحصول على الخدمة من خلال التواصل مع مقدم الرعاية الذي تفضله.

الخاتمة

الخاتمة:

في ختام مشروعنا الطموح لإنشاء منصة تربط بين المرضى وكبار السن ومقدمي الرعاية الشخصية، يتضح لنا أن التكنولوجيا يمكن أن تكون أداة قوية لتحسين جودة الحياة وتعزيز الرعاية ، لقد قمنا بتطوير منصة شاملة دف إلى تلبية احتياجات الأفراد الذين يحتاجون إلى رعاية خاصة، مما يتيح لهم الحصول على خدمات مخصصة تتماشى مع احتياجاتهم الشخصية.

من خلال هذا المشروع استطعنا إنشاء نظام ذكي وسهل الاستخدام يمكن المرضى وكبار السن من الوصول إلى مقدمي الرعاية المؤهلين بلمسة زر، هذه المنصة لا توفر فقط الرعاية الأساسية، بل تسعى إلى تقديم دعم شامل يشمل الرعاية الطبية المنزلية، الدعم النفسي، والمساعدة اليومية، مما يتيح للمستخدمين الحفاظ على استقلاليتهم وكرامتهم في بيئتهم المنزلية.

لقد ركز على بناء علاقات مستدامة وموثوقة بين المستخدمين ومقدمي الرعاية، مما يعزز الثقة والأمان في تقديم الخدمات. كما عملنا على ضمان أن يكون مقدمو الرعاية ذوي سمعة جيدة ، مع مراعاة الجوانب الأخلاقية والمهنية في تعاملهم مع المرضى وكبار السن.

تتجلى أهمية هذا المشروع في ثيره الإيجابي على المجتمعات المحلية، من خلال تسهيل الوصول إلى الرعاية المنزلية، نحن نساهم في تقليل العبء على المؤسسات الصحية والمستشفيات، مما يسمح لها لتركيز على الحالات الحرجة وتقديم خدمات طبية متقدمة، لإضافة إلى ذلك نساعد في تخفيف الضغط عن أفراد الأسرة الذين غالباً ما يجدون أنفسهم في موقف صعب عند محاولة تقديم الرعاية لأحبائهم بمفردهم.

نحن ندرك أن تحقيق أهدافنا يتطلب الت زاماً مستمراً لتطوير والتحسين لذا سنواصل العمل على تحديث وتوسيع منصتنا، متبنين أحدث التقنيات والابتكارات في مجال الرعاية الصحية، مع التركيز على تلقي الملاحظات من المستخدمين لتحسين تجربتهم، كما سنسعى لتكوين شراكات مع الجهات الصحية والحكومية لضمان استدامة وتوسع خدماتنا.