



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة 8 ماي 1945 قالمة

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم علوم التسيير



مشروع مقدم ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي مشروع مؤسسة اقتصادية وفق القرار 1275
في علوم المحاسبية والمالية، تخصص مالية مؤسسة

مشروع بعنوان:

Masarke

تحت إشراف:

أ.د بوعسلة رشيد

من إعداد الطالب:

• مكبرو عبد الوهاب

لجنة المناقشة:

الاسم واللقب	الرتبة	الصفة
لراري ليلي		رئيساً
غجاتي ابتسام		مناقشا
بوعسلة رشيد		مشرفا
		عضو حاضنة الأعمال

السنة الدراسية: 2025/2024

بطاقة معلومات

حول فريق الاشراف وفريق العمل

1- فريق الاشراف:

فريق الاشراف		
المستوى العلمي: أستاذ محاضر أ	المشرف الرئيسي: بوعسلة رشيد	
المستوى العلمي:	المشرف المساعد:	

2- فريق العمل:

الكلية	التخصص	فريق المشروع
كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير	سنة ثانية ماستر تخصص مالية مؤسسة	الطالب: مكبرو عبد الوهاب
-	-	الطالب:

فهرس المحتويات

1.....	مقدمة:	+
2.....	المحور الأول: تقديم المشروع	+
3	1. فكرة المشروع (الحل المقترح)	
3	2. القيم المقترحة	
5	3. فريق العمل	
5	4. اهداف المشروع	
6	5. جدول زمني لتحقيق المشروع	
7	المحور الثاني: الجوانب الابتكارية	+
8	1. طبيعة الابتكارات	
9.....	2. مجالات الابتكارات	
10	المحور الثالث: التحليل الاستراتيجي للسوق	+
11	1. عرض القطاع السوقي	
16	2. قياس شدة المنافسة	
19	3. الاستراتيجيات التسويقية	
20	المحور الرابع: خطة الإنتاج والتنظيم	+
21	1. طريقة الحصول على الخدمة	
22	2. اليد العاملة	
23.....	3. الشراكات الرئيسية	
24	المحور الخامس: الخطة المالية	+
25	1. هيكل التكاليف	
27.....	2. الاستثمار والاهتلاكات	
28.....	3. رقم الأعمال	
29.....	4. جدول سداد القرض	
30.....	5. جدول حسابات النتائج المتوقعة	
31.....	6. صافي القيمة الحالية	
33.....	المحور السادس: النموذج الأولي التجريبي	+
34.....	1. النموذج الأولي التجريبي	

مقدمة:

في ظل التحديات المتزايدة التي تواجه قطاع النقل في الجزائر، مثل الازدحام المروري، وارتفاع تكاليف وسائل النقل التقليدية، وقلة الخيارات المتاحة، يبرز تطبيق النقل المشترك مسارك كحل مبتكر يلبي احتياجات المجتمع. يهدف هذا التطبيق إلى ربط أصحاب المركبات، بما في ذلك الدراجات النارية، مع الركاب الباحثين عن وسيلة نقل ملائمة، مما يسهل عليهم العثور على رحلات تتناسب مع وجهاتهم وأوقاتهم.

لذا، تأتي أهمية هذا التطبيق من خلال تقديم خيارات نقل أكثر اقتصادية، حيث يسهم في تخفيف العبء المالي على الركاب، في حين يعزز من استخدام المركبات المتاحة، مما يساعد على تقليل الازدحام المروري والضغط على البنية التحتية للنقل. بالإضافة إلى ذلك، يوفر نظام المرافقة في التطبيق شعورًا أكبر بالأمان للركاب، حيث يضمن معرفة السائقين والركاب بوجهاتهم. كما يتيح التطبيق للركاب الوصول إلى خيارات متنوعة من وسائل النقل، مما يلبي احتياجاتهم بشكل أفضل، خاصة في المناطق التي تفتقر إلى خدمات النقل العامة.

من خلال تشجيع ثقافة المشاركة، يسهم التطبيق في بناء مجتمع متعاون يعزز من العلاقات الاجتماعية ويقلل من التأثير البيئي الناتج عن وسائل النقل.

بذلك، يمثل هذا التطبيق خطوة مهمة نحو تحسين تجربة النقل في الجزائر، مما يسهم في تحقيق تنمية مستدامة ويعزز من جودة الحياة للمواطنين.

المحور الأول

تقديم المشروع

المحور الأول

تقديم المشروع

1. فكرة المشروع (الحل المقترح):

مشروع عبارة عن تطبيق إلكتروني ابتكاري في مجال النقل المشترك، حيث يتيح لأصحاب المركبات، بما في ذلك الدراجات النارية، فرصة مشاركة رحلاتهم مع الركاب الذين يبحثون عن وسائل نقل مناسبة. من خلال واجهة سهلة الاستخدام، يمكن للسائقين إدخال تفاصيل رحلاتهم، مثل الوجهات، المسارات، وأوقات الانطلاق، مما يسهل على الركاب العثور على خيارات نقل تتناسب مع احتياجاتهم بتكلفة أقل مقارنة بوسائل النقل التقليدية. يساهم التطبيق في تقليل التكاليف وتعزيز كفاءة النقل، ويعزز من شعور الأمان من خلال نظام المرافقة، مما يوفر تجربة تنقل مريحة وآمنة للجميع. كما يساهم في بناء مجتمع متعاون من خلال تشجيع المشاركة في الرحلات، مما يعزز من الاستدامة في استخدام وسائل النقل ويقلل من الازدحام المروري.

الفرق بين المشروع والتطبيق: المشروع هو خدمة مبتكرة في مجال النقل المشترك تهدف إلى تسهيل مشاركة الرحلات بين أصحاب المركبات (بما في ذلك الدراجات النارية) والركاب الباحثين عن وسيلة نقل مناسبة. يعتمد المشروع على تطبيق إلكتروني كأداة أساسية لربط المستخدمين وتنظيم عملية المشاركة، مع توفير واجهة سهلة الاستخدام لضمان تجربة سلسة وفعالة.

2. القيم المقترحة:

- **الشمولية:** يسعى التطبيق إلى أن يكون متاحًا للجميع، بما في ذلك الأفراد ذوي الاحتياجات الخاصة، مما يعزز من الوصولية والمشاركة في خدمات النقل.
- **التنوع:** خدمات متنوعة ممكن توصيل الطرود إضافة إلى نقل الأشخاص.
- **الأمان:** يوفر التطبيق بيئة آمنة للركاب من خلال نظام مرافقة يضمن توصيلهم إلى وجهاتهم المعروفة، مما يعزز من شعورهم بالراحة والثقة.
- **التعاون:** يشجع التطبيق على ثقافة المشاركة بين المستخدمين، مما يعزز من الروابط الاجتماعية ويساهم في بناء مجتمع مترابط.

- **الشفافية:** يلتزم التطبيق بتوفير معلومات واضحة حول الأسعار، المسارات، وأوقات الرحلات، مما يضمن رضا المستخدمين ويدعم اتخاذ قرارات مستنيرة.
- **الملاءمة:** يركز التطبيق على تلبية احتياجات المستخدمين من خلال توفير خيارات نقل مرنة وسهلة الاستخدام، مما يسهل عليهم العثور على الرحلات المناسبة.
- **الابتكار:** يلتزم التطبيق بتبني أحدث التقنيات لتحسين تجربة المستخدم وتعزيز كفاءة الخدمة، مما يجعله خيارًا مبتكرًا في سوق النقل.
- **التكلفة الفعالة:** يسعى التطبيق لتقديم خيارات نقل بأسعار معقولة، مما يساعد الركاب على توفير المال مقارنة بوسائل النقل التقليدية.
- **الاستدامة:** يهدف التطبيق إلى تقليل التأثير البيئي من خلال تعزيز استخدام المركبات المتاحة وتقليل الازدحام المروري، مما يساهم في دعم جهود الدولة (الجزائر) الخاصة بالبيئة.

يمكن ان تخلق القيمة المضافة من خلال ما يلي:

- **تحسين كفاءة الموارد:** ربط الركاب بالسائقين يقلل من عدد المركبات على الطرق، مما يخفف من الازدحام المروري.
- **خيارات نقل اقتصادية:** يوفر التطبيق فرصًا للتنقل بتكاليف أقل، مما يساعد الركاب على توفير المال.
- **تعزيز الأمان والراحة:** نظام المرافقة يزيد من شعور الركاب بالأمان أثناء الرحلات، مما يشجع على استخدام الخدمة بشكل متكرر.
- **بناء مجتمع متعاون:** يتيح التطبيق للأفراد التواصل وتكوين علاقات جديدة، مما يعزز من الروابط الاجتماعية.
- **سرعة الخدمات:** وسيلة نقل أسرع وأكثر فعالية في مواجهة مشكلة الازدحام المتمثلة في الدراجة النارية.
- **تجربة مستخدم مبتكرة:** استخدام التكنولوجيا الحديثة يوفر تجربة استخدام سلسة ومريحة، مما يعزز من مكانة التطبيق في السوق.
- **تلبية احتياجات متنوعة:** يقدم خيارات متنوعة تلبي احتياجات مختلف المستخدمين، بما في ذلك الأفراد ذوي الاحتياجات الخاصة.

3. فريق العمل:

- الأستاذ بوعسلة رشيد ← التوجيه وتقديم الاستشارات.
- الطالب مكبرو عبد الوهاب ← إدارة المشروع / الإشراف على العمليات اليومية/ تطوير وتنفيذ استراتيجيات التسويق.
- المبرمج ← تصميم، تطوير وصيانة المنصة / تنفيذ الميزات الجديدة/ إصلاح الأخطاء.

4. أهداف المشروع:

- التركيز على النقل التشاركي وذلك عن طريق دمج الدراجات النارية كوسيلة نقل جديدة وغير مستغلة بشكل واسع، مما يزيد من خيارات النقل المتاحة ويساهم في تقليل الازدحام المروري.
- مراعاة خصوصية الجنس بتوفير خيار للنساء لاستخدام مركبات تديرها نساء، مما يعزز الأمان والثقة خلال التنقل.
- اعتماد خوارزمية متقدمة لمطابقة الركاب بالسائقين بناءً على المسار والتوقيت، مما يسهل تجربة الاستخدام ويقلل من وقت الانتظار.
- التركيز على شريحة الطلاب كقاعدة مستخدمين أولية، مما يوفر لهم حلاً مرناً واقتصادياً مقارنة بخيارات النقل المتاحة.
- إمكانية التوسع لاحقاً لاستهداف فئات أخرى مثل العاملين والموظفين، مما يعزز قاعدة المستخدمين.
- السعي لتحسين تجربة النقل وزيادة جودة الحياة للمستخدمين من خلال توفير خيارات نقل آمنة وفعالة.

5. جدول زمني لتحقيق المشروع:

الجدول رقم 1: جدول زمني لتحقيق المشروع

الأشهر

12	11	10	9	8	7	6	5	4	3	2	1		
											✓	التخطيط: دراسة جدوى المشروع، وضع خطة عمل مفصلة، تحديد الميزانية.	 1
									✓	✓		التصميم: تصميم واجهة المستخدم، تطوير الخوارزميات، تصميم قاعدة البيانات.	 2
						✓	✓	✓				التطوير: تطوير التطبيق (النسخة الأولية)، اختبار التطبيق.	 3
					✓							الإطلاق: إطلاق النسخة التجريبية، جمع الملاحظات من المستخدمين.	 4
				✓								التحسين: إجراء التعديلات بناءً على الملاحظات، تحسين الأداء والميزات.	 5
		✓	✓									التسويق: تنفيذ خطة تسويقية، استهداف الجامعات.	 6
✓	✓											التوسع: تقييم أداء التطبيق، التخطيط لاستهداف فئات جديدة.	 7

الأعمال

المصدر: من إعداد الطالب

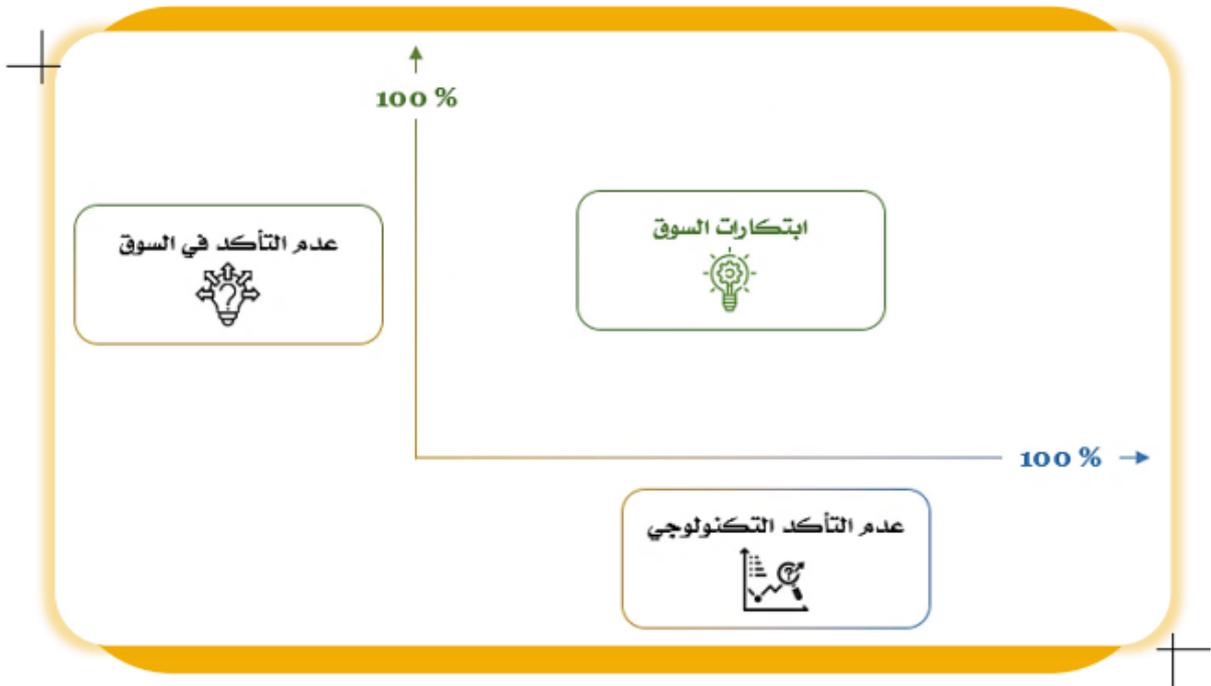
المحور الثاني

الجوانب الابتكارية

المحور الثاني

الجوانب الابتكارية

1. طبيعة الابتكارات:



الميزات الجديدة:

تطبيق متخصص في تقديم خدمات
متعددة لفئات متنوعة.

تجرب جديدة:

إضافة خاصية للنساء
+
خاصية الواجة النزلية.

نماذج جديدة:

اعتماد "نظام" جديد في البحث عن
مركبات للنقل.

عمليات جديدة:

توفير عمل إضافي لأصحاب المركبات
والواجات النزلية في الوقت الذي يساعدهم.

عروض جديدة:

حجز الرحلات وتوصيل الطرود في الوقت
المحدد.

2. مجالات الابتكارات:

1. **التكنولوجيا الذكية:** تطوير خوارزميات متقدمة لمطابقة الركاب مع السائقين واستخدام الذكاء الاصطناعي لتحسين تجربة المستخدم.
2. **تطبيقات الهاتف المحمول:** تصميم واجهات مستخدم تفاعلية وسهلة الاستخدام ودمج ميزات جديدة مثل الدفع الإلكتروني والتقييمات.
3. **النقل المستدام:** الابتكار في استخدام الدراجات النارية كوسيلة نقل فعالة وصديقة للبيئة.
4. **الأمان والخصوصية:** تحسين ميزات الأمان للركاب والسائقين، مثل نظام التحقق من الهوية، وتعزيز الخصوصية من خلال خيارات النقل المخصصة للجنس.
5. **التسويق الرقمي:** استخدام تقنيات التسويق الرقمي لاستهداف الفئات المستهدفة بشكل فعال، وتطوير استراتيجيات للترويج للتطبيق عبر وسائل التواصل الاجتماعي.
6. **التوسع في الأسواق:** استكشاف أسواق جديدة وتكييف الحلول لتناسب الاحتياجات المحلية، والتعاون مع الشركاء المحليين لتعزيز وجود التطبيق.
7. **تجربة المستخدم:** الابتكار في تحسين تجربة المستخدم من خلال توفير خيارات مرنة وسهلة، ودمج ميزات تخصيص الخدمة بناءً على تفضيلات المستخدمين.

المحور الثالث

التحليل الاستراتيجي للسوق

المحور الثالث

التحليل الاستراتيجي للسوق

1. عرض القطاع السوقي:

➤ السوق المستهدف:

- **طلاب الجامعات:** فئة رئيسية نظرًا لحاجتهم إلى وسائل نقل مرنة واقتصادية، حيث تتزايد أعدادهم في المدن الكبرى مثل الجزائر العاصمة، وهران، وقسنطينة.
- **العاملون في الشركات:** الموظفون الذين يحتاجون إلى وسائل تنقل يومية، تتواجد هذه الفئة بشكل خاص في المناطق الحضرية.
- **النساء:** التركيز على توفير خيارات نقل آمنة ومريحة للنساء وتعزيز استخدام المركبات النسائية لضمان الخصوصية.
- **السياح:** توفير خيارات النقل للسياح المحليين والدوليين، يعتبر هذا السوق موسميًا ولكنه يحمل إمكانات كبيرة.

➤ السوق المحتمل:

- الأفراد الذين يعتمدون على وسائل النقل التقليدية مثل سيارات الأجرة.
- تقديم خدمات النقل إلى المناطق الريفية التي تفتقر إلى وسائل النقل المناسبة.
- تقديم خدمات النقل خلال الفعاليات الكبرى مثل الأعراس والمهرجانات.
- إمكانية التوسع إلى الدول المجاورة مثل تونس والمغرب.
- استهداف السياح القادمين إلى الدول المستهدفة.

أولاً: تحليل المتغيرات الكلية (PESTEL)

أ. العوامل الاقتصادية:

التأثير على النمو الاقتصادي والإنتاجية

- تحسين كفاءة النقل: من خلال تقليل أوقات التنقل، يمكن للمشروع زيادة الإنتاجية، حيث يصل الأفراد إلى وجهاتهم بشكل أسرع وأرخص، مما يحسن الكفاءة الاقتصادية.
- تعزيز النشاط الاقتصادي: عندما يكون التنقل أرخص وأسهل، يزداد الطلب على الخدمات الأخرى مثل المطاعم، التسوق، والسياحة، مما يعزز النمو الاقتصادي.

2. التأثير على سوق العمل :

- خلق فرص عمل جديدة: يوفر المشروع فرصاً لأصحاب السيارات والدراجات النارية لكسب دخل إضافي. كما يخلق وظائف في مجالات مثل تطوير التطبيق، التسويق، والدعم الفني.
- زيادة مرونة سوق العمل: يمكن أن يساعد النقل المشترك في تسهيل وصول العمال إلى وظائفهم، مما يزيد من معدلات التوظيف ويقلل البطالة الهيكلية.

3. التأثير على التضخم وتكاليف المعيشة

- تقليل تكاليف النقل: إذا كان النقل المشترك أكثر كفاءة من وسائل النقل التقليدية، فقد يؤدي ذلك إلى تقليل النفقات الشهرية للأفراد، مما يزيد من الدخل المتاح لديهم.
- تأثير على أسعار الوقود والسيارات: مع انخفاض الطلب على السيارات الخاصة، قد ينخفض الطلب على الوقود والصيانة، مما قد يؤثر على أسعار هذه السلع والخدمات.

4. التأثير على الاستدامة البيئية والطاقة

- تقليل استهلاك الوقود والانبعاثات: استخدام المركبات بشكل أكثر كفاءة يمكن أن يؤدي إلى تقليل انبعاثات الكربون، وهو ما يدعم الاستدامة البيئية ويقلل من التكاليف الصحية الناجمة عن التلوث.
- تخفيض الضغط على البنية التحتية: تقليل عدد السيارات الخاصة على الطرق قد يقلل من الحاجة إلى توسيع الطرق وصيانتها، مما يخفف الأعباء المالية على الحكومات

5. التأثير على القطاع المالي والاستثمار

- جذب الاستثمارات: يمكن لمشروع النقل المشترك أن يجذب استثمارات محلية وأجنبية، خاصة في مجال التكنولوجيا والابتكار.
 - تحفيز الابتكار في القطاعات الأخرى: يمكن أن يدفع المشروع لاعبين آخرين في السوق (مثل شركات النقل العام) إلى تبني تقنيات جديدة وتحسين خدماتهم.
- المشروع يمكن أن يكون له تأثير إيجابي على الاقتصاد الكلي من خلال تحسين الإنتاجية، خلق فرص عمل، تقليل التكاليف، وتعزيز الاستدامة. ومع ذلك، يعتمد نجاحه على عوامل مثل الدعم الحكومي، تنظيم السوق، وتقبل المستخدمين للتكنولوجيا.

ب. العوامل السياسية:

- الجزائر تشجع التحول الرقمي وتوفر حوافز للشركات الناشئة في مجال التكنولوجيا. هذا يمكن أن يوفر فرصًا للحصول على دعم مالي أو تسهيلات تنظيمية للمشروع؛
- استقرار الحكومة يوفر بيئة مواتية للأعمال، مما يعزز من فرص الاستثمار والنمو.

ت. العوامل الاجتماعية:

- زيادة قبول المجتمع لخدمات النقل التشاركي بين الشباب، مما يسهل عملية التوسع.
- ارتفاع الوعي بأهمية الاستدامة يعزز من استخدام وسائل النقل الصديقة للبيئة، مما يعزز من صورة المشروع.

ث. العوامل التكنولوجية:

- الابتكارات في مجال التطبيقات الذكية توفر تجربة مستخدم متميزة، مما يجذب المزيد من العملاء.
- استخدام البيانات لتحليل سلوك المستخدمين ولتقديم خدمات مخصصة يعزز من رضا العملاء.

ج. العوامل القانونية:

- وجود قوانين تحمي حقوق المستخدمين يمنح للعملاء في استخدام التطبيق، مما يعزز من قاعدة المستخدمين.

- الالتزام بالقوانين المحلية يعزز من مصداقية المشروع ويؤدي إلى علاقات أفضل مع الجهات الحكومية.

ح. العوامل البيئية:

- التركيز على تقديم خدمات نقل صديقة للبيئة يساهم في تقليل انبعاثات الكربون ويعزز من سمعة المشروع.
- التعاون مع المبادرات البيئية يمكن أن يفتح آفاق جديدة للشراكات ويعزز من التواجد في السوق.

ثانياً: تحليل القوى التنافسية (PORTER)

1. قوة تهديد المنافسين الجدد:

- تكاليف بدء التشغيل في مجال النقل التشاركي قد تكون منخفضة، مما يسهل دخول المنافسين الجدد، لكن للمشروع استراتيجيات تسويقية قوية وبنية تحتية تكنولوجية متطورة تعزز موقفه.
- بناء علامة تجارية قوية وسمعة طيبة يساعد في تقليل تهديد الداخلين الجدد، والاستثمار في التسويق وزيادة الوعي بالعلامة التجارية يمكن أن يكون له تأثير كبير.

2. قوة تأثير الموردين:

- يعتمد نجاح المشروع على القدرة على جذب عدد كافٍ من السائقين. هناك الكثير من السائقين المؤهلين، مما يؤدي إلى التخفيض من تكاليف التشغيل ولا يؤثر على الخدمة المقدمة.
- تقلبات أسعار الوقود والصيانة يمكن أن تؤثر على هامش الربح. إذا كانت التكاليف مرتفعة، سيكون من الصعب الحفاظ على أسعار تنافسية.

3. قوة تأثير العملاء:

- هناك عدد كبير من العملاء المحتملين، هذا يعني بأن قوة التفاوض لديهم ستكون منخفضة؛
- العملاء لديهم خيارات عديدة مثل سيارات الأجرة، النقل العام، ووسائل النقل الخاصة. هذا يمنحهم قوة أكبر في اتخاذ القرار، مما يزيد من قوة تفاوضهم لذلك يتطلب من المشروع تقديم جهود وإضافات متجددة.
- العملاء حساسون للأسعار، سيكون من الصعب رفع الأسعار دون فقدان العملاء.

4. قوة تأثير المنافسين:

- يوجد العديد من التطبيقات المنافسة في مجال النقل التشاركي في الجزائر. هذا يزيد من حدة المنافسة ويجعل من الضروري تقديم خدمات متميزة لجذب العملاء.
- المشروع يقدم ميزات فريدة مثل خيارات أمان متقدمة، الدراجات النارية، خدمة النساء، خدمة العملاء الممتازة، تسعير تنافسي، سيساعد ذلك في تقليل تأثير المنافسين وزيادة الولاء للعلامة التجارية.

5. قوة تأثير البدائل:

- وسائل النقل التقليدية مثل سيارات الأجرة والنقل العام تمثل تهديدًا كبيرًا.
- أي تطورات جديدة في وسائل النقل، مثل الدراجات الهوائية أو خدمات النقل الذكية، قد تؤثر على الطلب على خدمات النقل التشاركي

ثالثًا: تحليل (SWOT)

التحديات



- ظهور منافسين جدد قد يؤثر على حصة السوق.
- تغييرات في القوانين والتنظيمات قد تؤثر على عمليات النقل.
- التقلبات الاقتصادية قد تؤثر على القدرة الشرائية للعملاء.
- الابتكارات في وسائل النقل قد تؤدي إلى فقدان جزء من السوق إذا لم يتم التكيف.

الفرص



- تزايد الطلب على خدمات النقل التشاركي في المدن الكبرى.
- إمكانية التوسع إلى أسواق جديدة داخل وخارج الجزائر.
- إمكانية التعاون مع الشركات المحلية أو الحكومية لتعزيز الخدمات.
- زيادة الوعي البيئي يمكن أن يعزز من استخدام وسائل النقل الصديقة للبيئة.

نقاط الضعف



- ارتفاع تكلفة التشغيل (تكاليف الوقود والصيانة) قد يؤثر على الربحية.
- اعتماد الكلي على السائقين مما يعني الحاجة إلى جذب عدد كافٍ من السائقين المؤهلين لضمان توفر الخدمة.
- وجود العديد من المنافسين في السوق مما يزيد من صعوبة التميز.
- صعوبة بناء الوعي بالعلامة التجارية في سوق مزدحم.

نقاط القوة



- استخدام تطبيقات الهواتف الذكية لتحسين تجربة المستخدم وتقديم خدمات مبتكرة.
- توفير خدمات متميزة مثل الأمان، التقييمات، والدفع الإلكتروني لجذب العملاء.
- مرونة في التشغيل والقدرة على التكيف مع احتياجات السوق ومتطلبات العملاء.
- وجود فريق عمل مؤهل ومتمرس في مجالات التكنولوجيا والتسويق.

رابعاً: المزيج التسويقي

1. المنتج:

مشروع عبارة عن تطبيق إلكتروني ابتكاري في مجال النقل المشترك، حيث يتيح لأصحاب المركبات، بما في ذلك الدراجات النارية، فرصة مشاركة رحلاتهم مع الركاب الذين يبحثون عن وسائل نقل مناسبة، وخدمات مخصصة للسيدات.

2. السعر:

تحديد أسعار تنافسية مقارنة بالمنافسين مع تقديم عروض خاصة وخصومات للمستخدمين الجدد. استخدام الأسعار المرنة التي تتغير وفقاً للطلب والوقت (مثل أوقات الذروة)، وتقديم برامج مكافآت للمستخدمين الدائمين لتعزيز الولاء وزيادة الاستخدام.

3. الترويج:

استخدام الإعلانات الرقمية عبر وسائل التواصل الاجتماعي (فيسبوك، إنستغرام) والإعلانات التقليدية والتعاون مع مؤثرين محليين للترويج للتطبيق وزيادة الوعي بالعلامة التجارية، تقديم خصومات وعروض خاصة للمستخدمين الجدد.

4. التوزيع (المكان):

توافر الخدمة في المدن الكبرى والضواحي، مع التركيز على الأماكن ذات الكثافة السكانية العالية مع إمكانية التوسع إلى مناطق جديدة بناءً على تحليل السوق واحتياجات المستخدمين. إتاحة التطبيق على أنظمة تشغيل متعددة (iOS، Android).

II. قياس شدة المنافسة:

1. عدد المنافسين في السوق:

- منافسون مباشرون:

منافسين محليين:

- ياسير (YASSIR) - هيتش (HEETCH) إن درايف (InDrive): تطبيقات محلية

موجودة في السوق الجزائرية وتقدم خدمات مشابهة.

منافسين دوليين:

- أوبر (Uber): تعتبر واحدة من أكبر الشركات في مجال النقل التشاركي في العالم، تقدم خدمات متنوعة وتحظى بشهرة واسعة.
- ليفت (Lyft): تعمل في نفس المجال وتقدم خدمات مشابهة، لكنها قد تكون أقل شهرة في بعض الأسواق.
- كريم (Careem): تقدم خدمات النقل في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، بما في ذلك الجزائر.

وجود العديد من المنصات التي تقدم خدمات مشابهة مما يزيد من شدة المنافسة.

• منافسون غير مباشرون:

- سيارات الأجرة التقليدية: تقدم خدمات النقل المباشر، وتعتبر خيارًا شائعًا للعديد من الأشخاص.
- النقل العام: مثل الحافلات والترام، تعتبر خيارات اقتصادية ولكنها أقل مرونة.
- خدمات النقل الذاتي: مثل خدمات تأجير السيارات، حيث يمكن للعملاء استئجار سيارة لاستخدامها وفقاً لاحتياجاتهم.
- الدراجات الهوائية والسكوترات: بعض المدن توفر خدمات تأجير الدراجات والسكوترات، وهي بديل صديقة للبيئة للتنقل.

2. معدل نمو السوق:

- نمو السوق: يتوقع أن يشهد السوق زيادة ملحوظة في الطلب على خدمات النقل التشاركي، خاصة مع تزايد استخدام التكنولوجيا والهواتف الذكية.
- تشبع السوق: بالرغم من وجود عدد من المنافسين، إلا أن السوق لا يزال بعيداً عن التشبع الكامل، مما يوفر فرصاً لنمو إضافي.

3. جودة وتنوع الخدمات:

- الابتكار: تقديم ميزات جديدة ومبتكرة مثل خيارات النقل المستدام، وأنظمة الدفع المرنة، وتجربة مستخدم محسنة.

- **الجودة والتنوع:** توفير مجموعة متنوعة من خيارات النقل بما في ذلك سيارات صغيرة، سيارات فاخرة، دراجات نارية، وخدمات خاصة للسيدات، مع التركيز على تقديم خدمة عالية الجودة.

4. التكلفة والأسعار:

- **التسعير:** اعتماد استراتيجية تسعير تنافسية مع تقديم عروض خاصة وخصومات لجذب المستخدمين الجدد وتعزيز الولاء.
- **التكاليف:** يجب مراقبة التكاليف التشغيلية مثل الوقود وصيانة السيارات، لضمان تحقيق هامش ربح مناسبة.

5. حواجز الدخول للسوق:

- **التكاليف الأولية:** تتطلب تكاليف بدء التشغيل استثمارًا في التكنولوجيا والتسويق، لكنها قد تكون أقل مقارنة ببعض الصناعات الأخرى.
- **العوائق أمام دخول منافسين جدد:** تشمل الحاجة إلى تطوير علامة تجارية قوية، وبناء قاعدة عملاء موثوقة، والاستثمار في تحسين تجربة المستخدم.

6. ولاء العملاء:

- **العلامة التجارية:** بناء علامة تجارية قوية وموثوقة يمكن أن يعزز من ولاء العملاء ويجعلهم يفضلون الخدمة على الخيارات الأخرى.
- **رضا العملاء:** يجب التركيز على تحسين تجربة العملاء من خلال تقديم خدمة متميزة وسريعة، مما يزيد من مستوى رضاهم وولائهم.

7. تحليل المنافسة المباشر:

- **مراجعة مواقع المنافسين واستراتيجياتهم:** تحليل كيفية تسويق المنافسين لخدماتهم، وأسعارهم، وتجربتهم في تقديم الخدمة.
- **تحليل رضا العملاء:** جمع تعليقات وآراء العملاء حول المنافسين لفهم نقاط القوة والضعف لديهم، واستخدام هذه المعلومات لتحسين الخدمة المقدمة.

8. الترويج والتسويق:

- **استراتيجيات التسويق:** استخدام استراتيجيات تسويق مبتكرة وفعالة للتفوق على المنافسين.

- الوعي بالعلامة التجارية: رفع مستوى الوعي بالعلامة التجارية في السوق.

III. الاستراتيجيات التسويقية:

يمكننا اتباع بعض الاستراتيجيات التسويقية المهمة، ومن بينها:

- **استراتيجية العلامة التجارية:** بناء هوية قوية وذلك بتطوير شعار وواجهة مستخدم مميزة تعكس قيمة العلامة التجارية، والتركيز على الأمان، الراحة، والموثوقية في جميع الحملات التسويقية.
- **استراتيجية التسعير:** تقديم أسعار تنافسية مقارنة بالمنافسين مع التركيز على تقديم قيمة مضافة، مع تقديم خصومات للمستخدمين الجدد، وعروض خاصة خلال أوقات الذروة أو المناسبات.
- **استراتيجية الترويج:** التسويق الرقمي باستخدام الإعلانات المدفوعة على منصات التواصل الاجتماعي (فيسبوك، إنستغرام) لجذب العملاء. والتسويق عبر المؤثرين وذلك بالتعاون معهم للترويج للتطبيق وزيادة الوعي بالعلامة التجارية.
- **استراتيجية تحسين تجربة العملاء:** ضمان أن يكون التطبيق سهل الاستخدام ويوفر تجربة سلسلة للعملاء مع تقديم خدمة دعم متاحة على مدار الساعة للرد على استفسارات العملاء وحل مشكلاتهم بسرعة.
- **استراتيجية الشراكات:** الشراكة مع شركات السياحة أو الفنادق لتقديم خدمات النقل لعملائهم. والتعاون مع السلطات المحلية لتعزيز استخدام خدمات النقل التشاركي.
- **استراتيجية التوسع الجغرافي:** دراسة الأسواق الجديدة المحتملة وتوسيع الخدمة إلى مناطق جديدة بناءً على تحليل السوق. وتعديل الخدمات المقدمة لتلبية احتياجات الأسواق المحلية المختلفة.

المحور الرابع

خطة الإنتاج والتنظيم

المحور الرابع

خطة الإنتاج والتنظيم

1. طريقة الحصول على الخدمة:

تمر عملية الحصول على الخدمة بعدة مراحل تتمثل فيما يلي:

1- تحميل التطبيق:

- أ. زيارة متجر التطبيقات (Google Play أو App Store) والبحث عن اسم التطبيق.
- ب. تحميل التطبيق وتثبيته على الهاتف.

2- إنشاء حساب:

- أ. فتح التطبيق والقيام بإنشاء حساب جديد باستخدام عنوان البريد الإلكتروني أو رقم الهاتف.
- ب. إدخال بعض المعلومات الشخصية مثل الاسم، رقم الهاتف، ووسيلة الدفع.

3- تحديد الموقع:

- أ. بعد تسجيل الدخول، القيام بتحديد الموقع الحالي على الخريطة باستخدام GPS لتسهيل هذه العملية.
- ب. تحديد الوجهة عبر إدخال العنوان أو اختيار نقطة على الخريطة.

4- اختيار نوع السيارة والخدمة:

- أ. اختيار السيارة أو الدراجة المرغوب استخدامها، أو الخدمات الخاصة مثل الخدمة الخاصة بالنساء.

5- طلب الخدمة:

- أ. الضغط على زر "طلب" أو "استدعاء" لتأكيد الطلب.
- ب. ستظهر تفاصيل السائق، بما في ذلك الاسم، رقم السيارة، ووقت الوصول المتوقع.

6- متابعة الرحلة:

- أ. يتم متابعة وصول السائق مباشرة عبر التطبيق.
- ب. بعد وصول السائق، ضرورة القيام بالتأكد من مطابقة الرقم والاسم قبل الركوب.

7- الدفع:

أ. بعد انتهاء الرحلة، يتم خصم التكلفة من وسيلة الدفع التي تم تحديدها (بطاقة ائتمان، بطاقة خصم، أو نقدًا).

8- تقييم الخدمة:

أ. بعد انتهاء الرحلة، يتم تقييم السائق وترك ملاحظات حول التجربة، مما يساعد في تحسين الخدمة.

2. اليد العاملة:

- مدير المشروع (Project Manager)؛
- المطورون (Developers)؛
- السائقون (Drivers)؛
- مهندسو البرمجيات (Software Engineers)؛
- خبراء الأمان (Security Experts)؛
- مسوقون رقميون (Digital Marketers)؛
- فريق الدعم الفني (Technical Support Team)؛
- فريق خدمة العملاء (Customer Service Team).

3. الشراكات الرئيسية:

- مقدمو خدمات البرمجيات؛
- مقدمو خدمات الدفع الإلكتروني؛
- سائقي سيارات الأجرة؛
- أصحاب السيارات والدراجات؛
- شركات النقل العامة؛
- السلطات المحلية؛
- الفنادق والمطاعم؛
- شركات السياحة؛
- الجامعات.

المحور الخامس

الخطة المالية

المحور الخامس

الخطة المالية

هيكل التكاليف:

1 - تكاليف الأراضي والمباني:

الجدول رقم 1: تكاليف كراء الأراضي والمباني

المجموع / دينار جزائري	السعر/الوحدة	متر مربع	
180 000	15 000	12	قاعة استقبال
180 000	15 000	12	قاعة اخرى
360 000	30 000	24	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب

2 - المعدات / المرافق اللازمة:

الجدول رقم 2: المعدات / المرافق اللازمة

السعر	المعدات
400 000	الحواسيب
30 000	طابعة / ماسح ضوئي
10 000	لواحق الإعلام الآلي
440 000	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة

3 - تكاليف أدوات مكتب:

الجدول رقم 3: تكاليف أدوات مكتب

7 000	خط أرضي/فاكس
50 000	مكاتب
30 000	كراسي جلوس
40 000	خزانة
127 000	المجموع

المصدر: من إعداد الطالب

4 - تكاليف الموظفين / أجر العمال:

الجدول رقم 4: تكاليف الموظفين / أجر العمال

رقم	تكاليف الراتب الشهري في DA	مجموع	الأجر السنوي الإجمالي	الرسوم الاجتماعية	إجمالي تكاليف الموظفين
مدير رئيسي	1	70 000,00	70 000,00	840 000,00	1 008 000,00
إداري	1	50 000,00	50 000,00	600 000,00	720 000,00
مطور ويب	1	-	-	-	100 000,00
مدير تسويق	1	60 000,00	60 000,00	720 000,00	864 000,00
مجموع	4	180 000,00	180 000,00	2 160 000,00	2 692 000,00

المصدر: من إعداد الطالب

ملاحظة:

تتمثل الرسوم الاجتماعية في:

- ✿ مساهمة بدل الأسرة.
- ✿ مساهمة التأمين ضد البطالة التي تمول إعانات البطالة.
- ✿ اشتراكات الضمان الاجتماعي التي تغطي التأمين الصحي والأمومة والعجز والوفاة.
- ✿ المساهمة التضامنية للحكم الذاتي (CSA)
- ✿ المساهمة في حوادث العمل.

5 - رسوم الاستغلال:

الجدول رقم 5: رسوم الاستغلال

تكلفة	المبلغ
الخادم، الاستضافة، الدومين (تطبيق+ الموقع الإلكتروني)	15 000,00
اللوازم المكتبية	30 000,00
الخدمات العامة	200 000,00
الوثائق الإدارية	100 000,00
مجموع	345 000,00

المصدر: من إعداد الطالب

6- عتبة المردودية .

الجدول رقم 6: عتبة المردودية

المبلغ	البيان
4505000	هامش على تكلفة متغيرة = 4620000 - 115000
0.97	معدل الهامش على تكلفة متغيرة = 4505000 / 4620000
3968041.24	عتبة المردودية = 3849000 / 0.97

المصدر: من إعداد الطالب

هامش على تكلفة متغيرة = رقم الاعمال - تكاليف متغيرة

معدل الهامش على تكلفة متغيرة = هامش على تكلفة متغيرة / رقم الاعمال

عتبة المردودية = تكاليف الثابت / معدل الهامش على تكلفة متغيرة

التكاليف المتغيرة = 115000 دينار وتمثل خادم و سارفر

التكاليف الثابت = 3849000 تمثل مختلف التكاليف ثابت من أجور الموظفين والإستثمار و المعدات والأدوات

• إذن عتبة المردودية تساوي **3968041.24** دينار وتمثل النقطة التي تتعادل فيها التكاليف و

الأرباح حيث بعد هذه النقطة يصبح المشروع يحقق أرباح مع تغطية كافة التكاليف

7- الإستثمار:

الجدول رقم 7: الإستثمار

المبلغ	الاستثمارات
180 000	غرفة الاستقبال
180 000	غرفة أخرى
190 000	معدات تكنولوجيا المعلومات
100 000	إنشاء الموقع
127 000	ادوات مكتب
50 000	مكلف بالدراسة
827 000	مجموع

المصدر: من إعداد الطالب

8 - الإهلاكات:

الجدول رقم 8: الإهلاكات

الإهلاكات	معدل	المبلغ
غرفة الاستقبال	0,05	9 000
غرفة أخرى	0,05	9 000
معدات تكنولوجيا المعلومات	0,2	38 000
إنشاء الموقع	-	-
ادوات مكتب	0,2	25 400
مكاف بالدراسة	-	-
مجموع		81 400

المصدر: من إعداد الطالب

ملاحظة:

مبلغ الإهلاك السنوي = معدل الإهلاك x مبلغ الإستثمار

تختلف معدلات اهتلاك عناصر التثبيات باختلاف هذه العناصر وطبيعتها بحيث تقدر معدلات

اهتلاك المباني مثلا 5%

9 - رقم الأعمال:

الجدول رقم 9: رقم الأعمال

الخدمة	العملاء / الشهر	العملاء / السنة	سعر الوحدة	الربح الشهري	الأرباح السنوية
الإشتراكات السائقين	500	6000	500,00	250 000,00	3 000 000,00
الإشتراكات الركاب (الجانب المدفوع)	500	6000	200,00	100 000,00	1 200 000,00
منشورات	20	240	1 000,00	20 000,00	240 000,00
الإشهارات	5	60	3 000,00	15 000,00	180 000,00
مجموع	1025	12300	4 700,00	285 000,00	4 620 000,00

المصدر: من إعداد الطالب

ملاحظة: معدل الزيادة في رقم الاعمال يقدر ب 10%

10 - جدول نسب الإستثمار

الجدول رقم 10: جدول نسب الإستثمار

المبلغ	الإستثمار
248 100,00	(30%) المساهمة الشخصية
578 900,00	بنك ال BDL (70%)

المصدر: من إعداد الطالب

11 - جدول سداد القرض:

الجدول رقم 11: جدول سداد القرض

السنة	رأس المال المتبقي	الأصل	الفوائد	الأقساط
1	578 900,00	-	-	-
2	578 900,00	144 725,00	40 523,00	185 248,00
3	434 175,00	144 725,00	30 392,25	175 117,25
4	289 450,00	144 725,00	20 261,50	164 986,50
5	144 725,00	144 725,00	10 130,75	154 855,75

المصدر: من إعداد الطالب

ملاحظة:

- معدل الفائدة 7 %

- قمنا بأخذ بنك ال BDL لتوفر المعلومات وبسبب نسبة الفائدة المنخفضة نسبيا

11 - جدول حسابات النتائج المتوقعة:

الجدول رقم 11: جدول حسابات النتائج المتوقعة

	العام 02	العام 03	العام 04	العام 05	العام 06
رقم الأعمال	4 620 000	5 082 000	5 590 200	6 149 220	6 764 142
المشتريات المستهلكة	345 000	345 000	345 000	345 000	345 000
الاستهلاك والخدمات الأخرى	86250	86250	86250	86250	86250
القيمة التشغيلية المضافة	4 188 750	4 650 750	5 158 950	5 717 970	6 332 892
معدل القيمة التشغيلية المضافة	90,67%	91,51%	92,29%	92,99%	93,62%
تكاليف الموظفين	2 692 000	2 692 000	2 692 000	2 692 000	2 692 000
مصاريف تشغيلية أخرى	323 400	355 740	391 314	430 445	473 490
التسويق	500 000	500 000	500 000	500 000	500 000
المصاريف المالية	0	40 523	30 392	20 262	10 131
الإهلاكات	81 400	81 400	81 400	81 400	81 400
المخصصات	92 400	101 640	111 804	122 984	135 283
النتيجة الصافية قبل الضرائب	499 550	879 447	1 352 040	1 870 879	2 440 588
النتيجة الصافية	499 550	879 447	1 352 040	1 870 879	2 440 588
إجمالي التدفق النقدي	580 950	960 847	1 433 440	1 952 279	2 521 988
توزيع الأرباح	32 253	32 253	32 253	32 253	32 253
سداد أصل القرض	0	144 725	144 725	144 725	144 725
صافي التدفق النقدي	548 697	783 869	1 256 462	1 775 301	2 345 010
صافي التدفق النقدي التراكمي	548 697	1 332 566	2 589 028	4 364 328	6 709 339
إجمالي التدفق النقدي باستثناء الرسوم المالية	548 697	824 392	1 286 854	1 795 562	2 355 141

المصدر: من إعداد الطالب

12 - صافي القيمة الحالية:

الجدول رقم 12: نتائج صافي القيمة الحالية

معدل الخصم	7,00%
صافي القيمة الحالية	4 210 581
مؤشر الربحية	87%
معدل العائد الداخلي	100%
عائد الاستثمار	An 2

المصدر: من إعداد الطالب

الجدول رقم 13: حساب صافي القيمة الحالية

السنة	المدفوعات (الاستثمارات)	المقبوضات (التدفقات النقدية قبل الخصوم المالية)	FNTA non actualisés	FNTA actualisés	Cumul FNTA actualisés	معامل الخصم
العام 01	827 000,00		(827 000,00)	(772 897,20)	(772 897,20)	0,93
العام 02		548 697,00	548 697,00	479 253,21	(293 643,99)	0,87
العام 03		824 392,00	824 392,00	672 949,44	379 305,45	0,82
العام 04		1 286 854,00	1 286 854,00	981 734,76	1 361 040,21	0,76
العام 05		1 795 562,20	1 795 562,20	1 280 211,03	2 641 251,24	0,71
العام 06		2 355 141,22	2 355 141,22	1 569 330,04	4 210 581,28	0,67

المصدر: من إعداد الطالب

نتائج:

✿ صافي القيمة الحالية (VAN) أكبر من 01 فإن الاستثمار في المشروع مربح وأفضل من الاستثمار عن طريق البنك بتحصيل العائد من الفوائد البنكية.

✿ ان مؤشر الربحية (IR (indice de rentabilité) كبير وموجب وهذا دليل على ان المشروع مربح.

بعض المصطلحات:

✿ FNTA non actualisés : التدفقات النقدية غير المخصومة بعد الضرائب.

✿ FNTA actualisés : التدفقات النقدية المخصومة بعد الضرائب.

✿ Cumuls FNTA actualisés : القيمة التراكمية للتدفقات النقدية المخصومة بعد الضرائب.

المحور السادس

النموذج الأولي التجريبي

المحور السادس

النموذج الأولي التجريبي

02 تسجيل الدخول في التطبيق

مرحبا بكم في تطبيق مسارك

makabrouwahab@gmail.com

0675157872

تسجيل الدخول

إنشاء حساب جديد

01 انشاء حساب في التطبيق

إنشاء حساب جديد

makabrou

makabrouwahab@gmail.com

0675157872

إنشاء حساب

04 البحث عن الرحلة في التطبيق

42% 4G 7:48 | 0.3 ل/ب/ت

احجز و تنقل >

نقطة الانطلاق

أدخل مدينة المغادرة

الوجهة

أدخل مدينة الوصول

الخميس، ٢٦ يونيو ٢٠٢٥

ابحث عن رحلات

03 الواجهة الرئيسية في التطبيق

43% 4G 7:36 | 0.4 ل/ب/ت

أحمد محمد

4.8 ★ ♂

معلومات الرحلة

9:32 2025-06-26

وهران

الجزائر العاصمة

المحطات

وهران

مستغانم

الشلف

تيبازة

الجزائر

06 معلومات الرحلة في التطبيق

43 43 43 7:36 | 0.4 ل.ب/ث

أحمد محمد

4.8 ★ ♂

معلومات الرحلة

9:32 ⌚ 2025-06-26 📅

وهران 📍

الجزائر العاصمة 📍

المحطات

وهران ●

مستغانم ●

الشلف ●

تيبازة ●

الجزائر ●

05 الحجز في التطبيق

42 42 42 7:52 | 0.1 ل.ب/ث

احجز و تنقل

1 نتيجة بحث →

أحمد محمد

♂ ذكر

4.8 ★

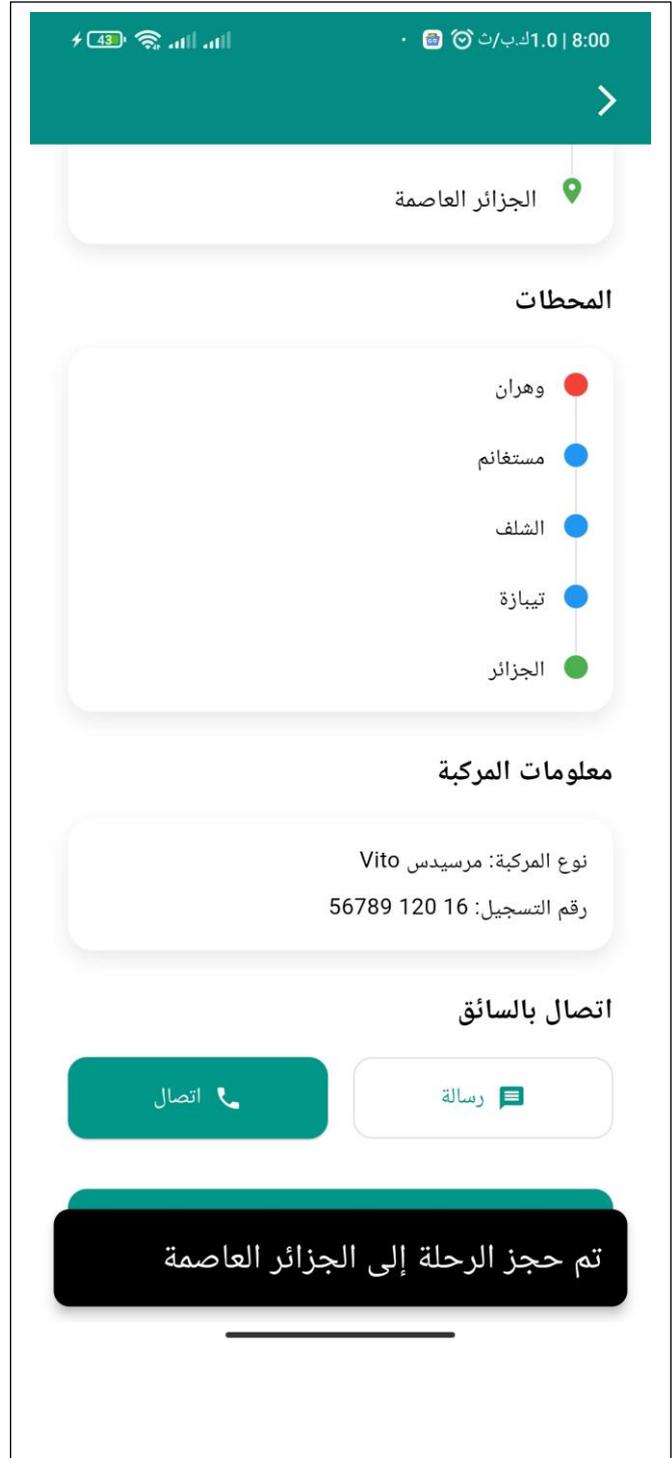
وهران - الجزائر العاصمة 📍

2025-06-26 ⌚

عرض التفاصيل

2500.0 دج

07 تأكيد الحجز في التطبيق



قائمة الملاحق

الملحق رقم 01

نموذج العمل التجاري

العلاقة مع العملاء:

- دعم فني مستمر عبر التطبيق؛
- نظام تقييم للسائقين والركاب لضمان الجودة؛
- تفاعل عبر وسائل التواصل الاجتماعي لتقديم العروض وجمع الآراء.

الموارد

- قاعدة بيانات المستخدمين؛
- نظام الدفع الإلكتروني داخل التطبيق؛
- البنية التحتية التكنولوجية (الخوادم وأنظمة الأمان).

شرائح العملاء:

- طلاب الجامعات الذين يحتاجون الى وسائل نقل اقتصادية وموثوقة؛
- الموظفون الذين ينتقلون يوميا الى أماكن عملهم؛
- أصحاب المركبات الذين يرغبون في تقليل تكاليف التنقل عبر مشاركة رحلتهم؛
- النساء الباحثين عن وسيلة نقل آمنة مخصصة لهم.

القيمة المقترحة:

- توفير وسيلة نقل مشتركة اقتصادية مقارنة بالوسائل التقليدية؛
- دعم خصوصية النساء عبر اختيار يتيح لهن التعامل مع سائقات اناث؛
- تجربة استخدام ذكية عبر تطبيق يطابق الركاب مع السائقين بناءا على الوجهة والتوقيت؛
- توفير دخل إضافي لأصحاب المركبات عبر مشاركة مقاعدهم الفارغة؛
- تقليل الازدحام المروري عن طريق مشاركة الرحلات.

التكاليف:

- تكاليف تطوير وصيانة المنصة: البرمجة، التصميم، وتكاليف الاستضافة؛
- تكاليف التسويق والترويج: الحملات الإعلانية، الترويج، وتكاليف جذب العملاء؛
- تكاليف التشغيل: دعم العملاء، إدارة مقدمي الخدمات، والتكاليف الإدارية؛
- تكاليف الشراكات: رسوم وعمولات للشركاء الاستراتيجيين.

الأنشطة الرئيسية:

- تطوير وصيانة المنصة: بناء وتحسين المنصة الرقمية لتوفير جميع الميزات المطلوبة؛
- التسويق والترويج: جذب المستخدمين الجدد وتعزيز الوعي بالمنصة؛
- إدارة مقدمي الخدمات والعملاء: التعامل مع التسجيل، مراجعة جودة الخدمات، والتعامل مع طلبات الخدمة؛
- إدارة المدفوعات والتقييمات: معالجة المعاملات المالية، ضمان دقة التقييمات والمراجعات؛
- تحسين الخوارزمية الذكية: لمطابقة الركاب مع السائقين.

الشراكات الرئيسية:

- شركات تطوير البرمجيات: لتوفير الحلول التقنية وتطوير المنصة؛
- شركات الدفع الإلكتروني: لتسهيل عمليات الدفع وتحويل الأموال؛
- شركات تسويق: لتعزيز الوعي بالمنصة وجذب العملاء الجدد؛
- الشركات التي تحتاج الى حلول لنقل موظفيها؛
- الجهات الحكومية للحصول على التراخيص اللازمة.

الإيرادات:

- عمولة على كل معاملة: تخصم المنصة 10% من قيمة كل خدمة مقدمة؛
- رسوم تسجيل مقدمي الخدمات: رسوم رمزية لتسجيل مقدمي الخدمات على المنصة؛
- رسوم الإعلانات: لتخصيص مساحة إعلانية على المنصة لزيادة ظهور مقدمي الخدمات.

قنوات التوزيع:

- تطبيق الكتروني للهواتف الذكية ios et android؛
- وسائل التواصل الاجتماعي للترويج والتفاعل مع المستخدمين؛
- خدمة دعم العملاء عبر التطبيق او البريد الإلكتروني.