

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة ابن خلدون- تيارات-

ميدان: علوم اقتصادية، تجارية وعلوم التسيير
شعبة: علوم التجارية
تخصص: تسويق خدمات



كلية: العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير
قسم: العلوم الاقتصادية

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر

من إعداد الطالب:

خروبي فاروق سيد احمد

تحت عنوان:

إنشاء تطبيق وموقع الكتروني لخدمات النقل (transplus)

نوقشت علينا أمام اللجنة المكونة من:

رئيسا	أستاذ جامعة ابن خلدون	د. ساجي فاطمة
مشرفا ومقررا	أستاذ جامعة ابن خلدون	أ. بلعجين خالدية
مناقشا	أستاذ جامعة ابن خلدون	أ. سعيداني سعيد
ممثل عن الجاضنة	أستاذ محاضر	أ. بوشيخيفة حميد

السنة الجامعية: 2024/2025

لَهُ مُلْكُ الْأَرْضِ
وَالنَّسْكُ مِنْ حَمْلِهِ
لَهُ مُلْكُ السَّمَاوَاتِ
وَالْأَرْضِ وَمَا بَيْنَهُمَا
لَهُ مُلْكُ الْمَوْتَىٰ
وَالْحَيَاةِ وَمَا بَيْنَهُمَا
لَهُ مُلْكُ الْجَنَّاتِ
وَمَا فِيهَا مِنْ شَيْءٍ
لَهُ مُلْكُ الْمَلَائِكَةِ
وَمَا فِيهَا مِنْ شَيْءٍ

شکر و تقدیر

الحمد لله والشكر لله على توفيقه لنا قبل كل شيء.

ثم أتقدم بالشكر والتقدير للأستاذة بتعجيز خالدية

على إشرافها ونصائحها القيمة وإرشاداتها طيلة إنجاز هذا

البحث، وجزاك الله عنا كل خير.

والشكر موصول للسادة أعضاء لجنة المناقشة على تفضلهم

قبول مناقشة هذه المذكرة.

وأتقدم بالشكر لكل من ساهم معنا من قريبي أو بعيد في

إنجاز هذا العمل

إِهْدَاء

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِيْمِ، وَالصَّلٰةُ وَالسَّلَامُ عَلٰى أَشْرَفِهِ

الْمَرْسُلِينَ، نَبِيْنَا مُحَمَّدَ الْأَمِينَ.

إِلٰي كُلِّ مَنْ ظَنَ أَحَلَّمِي أَكْبَرَ مِنَ الْوَاقِعِ، شَكِّرَا لِأَنْكُمْ كُنْتُمْ

وَقُوَّاتِي لِأَثْبِتَهُ أَنَّ الْوَاقِعَ نَفْسُهُ خَلَقَ لِيَغْيِرُ.

وَإِلٰي نَفْسِيِّيِّي، الَّتِي قَاتَمْتَهُ بِصَمَمْتَهُ، وَثَارَتَهُ بِأَهْلِهِ، أَهْدَيْكَهُ

هَذَا الْإِنْجَازُ، لِأَنَّكَ تَسْتَدِقِينَ النُّورَ بَعْدَ كُلِّ خَلَامٍ.

وَإِلٰي وَالَّذِي الْعَزِيزَيْنَ، يَا مَنْ كُنْتُمَا الدَّعَاءُ الَّذِي حَمَلْنِيِّيِّ،

الفهرس

كلمة الشكر	
الإهداء	
الفهرس.	
قائمة الجداول	
قائمة الأشكال البيانية	
مقدمة عامة.....	أ.....
الفصل الأول: الإطار العام لخدمات النقل	
تمهيد.....	06.....
المبحث الأول: مفاهيم عامة حول خدمات النقل.....	07
المطلب الأول: تعريف خدمات النقل وانواعها.....	07.....
المطلب الثاني: تصنيفات خدمات النقل.....	15.....
المبحث الثاني: جودة خدمات النقل.....	19.....
المطلب الأول: تعريف جودة خدمات النقل واهميتها.....	19.....
المطلب الثاني: تحسين جودة خدمات النقل.....	24.....
خلاصة.....	28.....
الفصل الثاني: حجوزات النقل البري في الجزائر بتطبيق transplus	
الخاتمة العامة.....	96.....
قائمة المصادر والمراجع	
الملخص	

مقدمة عامة

مقدمة:

في ظل التغيرات المتسارعة التي يشهدها العالم الرقمي، أصبحت المؤسسات الناشئة تلعب دوراً محورياً في دعم الاقتصاد الوطني وخلق فرص عمل جديدة، خاصة مع بروز أفكار مبتكرة ترتكز على التكنولوجيا والرقمنة. ويعد قطاع النقل من بين القطاعات الحيوية التي تأثرت بهذه التحولات، حيث برزت الحاجة إلى تطوير خدمات نقل ذكية وآمنة وفعالة تستجيب لمتطلبات السوق والمستهلكين على حد سواء.

ضمن هذا السياق، جاءت فكرة إنشاء مؤسسة ناشئة تعتمد على تطبيق إلكتروني يدعى **transplus**، وهو عبارة عن منصة رقمية تهدف إلى تسهيل خدمات النقل وتنظيمها بطرق مبتكرة، تجمع بين السرعة، الفعالية، والجودة، في تقديم الخدمة.

ومن أجل دراسة شاملة لهذا المشروع، تم اعتماد نموذج الأعمال التجاري (**Business Model Canvas**) لتحديد الجوانب التسويقية، التقنية، المالية، التنظيمية، إلى جانب تحليل **swot** لتشخيص نقاط القوة والضعف، الفرص والتهديدات المحيطة بالمشروع.

تهدف هذه المذكورة إلى تسلیط الضوء على أهمية الخدمات التي تقدمها المؤسسة، وتحليل عناصر الأساسية التي تضمن استمراريتها ونجاحها في السوق، وذلك وفقاً لما ينص عليه القرار الوزاري 1275 المتعلق بإداد مذكرات التخرج لمشاريع المؤسسات الناشئة.

الإشكالية:

تتمثل الإشكالية الرئيسية لهذه الدراسة حول:

كيف يمكن حل مشكل حجوزات النقل البري من خلال تطبيق **TRANSPLUS**؟

ويمكن تقييم هذه الإشكالية إلى العديد من الإشكاليات الفرعية والتي سنحاول الإجابة عليها من خلال محتويات هذا البحث:

1. ما هي أبرز الصعوبات التي يواجهها الزبائن في عمليات حجز النقل البري التقليدية؟

2. كيف يمكن لتطبيق **TRANSPLUS** تحسين تجربة المستخدم وضمان سهولة وفعالية الحجز؟

3. ما مدى قدرة تطبيق **TRANSPLUS** على تنظيم وتسهيل مواعيد الرحلات وتحسين جودة الخدمة

المقدمة؟

فرضيات البحث:

للإجابة على ما تم طرحه من تساؤلات حول الموضوع، وأملأ في تحقيق أهدافه قمنا بصياغة الفرضيات التي نسعى لاختبارها وعليه نقترح مجموعة من الفرضيات:

الفرضية الأولى: يفترض أن تطبيق **TRANSPLUS** يساهم في تقليل الفوضى والازدحام في محطات النقل البري من خلال تنظيم عمليات الحجز المسبق.

الفرضية الثانية: يفترض أن توفر خدمات متعددة (حجز، تتبع الرحلة، الدفع الإلكتروني) في تطبيق واحد مثل **TRANSPLUS** يزيد من رضا المستخدمين واعتمادهم على الحجز الرقمي.

منهج البحث:

تم اعتماد المنهج الوصفي التحليلي لدراسة واقع خدمات حجز النقل البري التقليدية في الجزائر، وتحليل كيف يمكن لتطبيق **TRANSPLUS** أن يكون حلاً بديلاً أكثر كفاءة، كما تم استخدام تحليل نموذج الاعمال وتحليل **SWT** لتشخيص نقاط القوة والضعف.

خطة البحث:

لتحقيق أهداف البحث محل الدراسة والإجابة على الإشكالية المطروحة والإشكاليات الفرعية، ارتأينا تقسيم بحثنا هذا إلى فصلين، قسمنا الفصل الأول إلى مبحثين والفصل ثانٍ كان دراسة التطبيق وتنتهي بخاتمة الفصل.

الفصل الأول: خصص هذا الفصل لإبراز الإطار العام لخدمات النقل، وعلى هذا الأساس، يتم في المبحث الأول إبراز مفاهيم عامة حول خدمات النقل، ثم يعمل المبحث الثاني على تسلیط الضوء على جودة خدمة النقل.

الفصل الثاني: خصص هذا الفصل دراسة حالة تطبيق **TRANSPLUS** وتحليل عناصر المشروع وفق نموذج **Business Model Canvas**.

أهمية الدراسة:

تكمّن أهمية الدراسة في حل مشكلة حجوزات النقل البري وزيادة رضا العملاء والاستجابة السريعة من خلال تطبيق **TRANSPLUS**.

- الحاجة الملحة لتنظيم حجوزات النقل البري في الجزائر.
- تعزيز التحول الرقمي في قطاع النقل.
- رفع مستوى رضا الزبائن وتحسين جودة الخدمة.
- المساهمة في دعم الاقتصاد الرقمي من خلال مؤسسة ناشئة.

أهداف الدراسة:

لا شك أن أي بحث علمي يسعى لتحقيق أهداف معينة سواء في الجانب النظري أو التطبيقي، وفيما تخصص هذه الدراسة لمعالجة تطبيق الكتروني لخدمات النقل **TRANSPLUS** فهي تهدف لتحقيق مجموعة من الأهداف أهمها ما يلي:

- تشخيص مشكلات حجز النقل البري التقليدي.

- اقتراح تطبيق رقمي مبتكر لتنظيم خدمات النقل.
- قياس رضا العملاء عن التحول الرقمي في النقل.
- إبراز أهمية التكنولوجيا في تحسين الخدمات.

صعوبات الدراسة:

- ندرة الدراسات السابقة حول تطبيقات الحجز الرقمي للنقل البري في الجزائر
- صعوبة الوصول إلى شركات النقل التقليدية للحصول على بيانات ميدانية
- محدودية الوقت المخصص لإجراء الدراسة

الدراسات السابقة:

تم الاعتماد في إنجاز هذا البحث على مجموعة من الدراسات السابقة التي تطرقت إلى الموضوع، وفيما يلي الدراسات ذات الصلة بالموضوع:

- دراسة بلعربي خولة وأغولايش فاطمة الزهراء، (2016-2017)، بعنوان **تحليل سلوك المستهلكين اتجاه خدمات النقل**، هدفت إلى التأثير المتزايد الحاصل في عالم النقل والتطور السريع، فكما كان التسويق يؤدي إلى تطور مجتمعات ورفع مستوى المعيشة فإن التطور أيضاً يؤدي إلى تعقد وظيفة التسويق وخاصة في الخدمات النامية، فقد أصبح هذا الأخير ضرورة ملحة يجب أن تهتم بها كل الذين يعملون في نشاط الاقتصاد.

الفصل الأول:

الفصل الأول: الإطار العام لخدمات النقل

مقدمة الفصل:

يعد النقل بمختلف أنواعه أحد أهم القطاعات الحيوية في دعم التنمية الاقتصادية والاجتماعية، إذ يسهم بشكل فعال في ربط الأقاليم، وتسهيل تنقل الأشخاص والسلع، وتحفيز الأنشطة التجارية والسياحية، وقد عرفت خدمات النقل في العقود الأخيرة تطورات كبيرة سواء التكنولوجيا المعتمدة، ما جعل منها ركيزة أساسية في التنمية المستدامة.

وتتنوع خدمات النقل لتشمل النقل البري، الجوي، البحري، والسككي، حيث تلعب كل وسيلة دوراً معيناً حسب طبيعة الحاجة والبعد الجغرافي والقدرة الاقتصادية، كما أصبح تحسين نوعية هذه الخدمات وتوسيع تغطيتها هدفاً استراتيجياً للعديد من الدول، نظراً لأهميتها في تسهيل الحركة اليومية للأفراد، ودعم حركة التجارة الداخلية في هذا المجال.

يخصص هذا الفصل لتقديم إطار العام لخدمات النقل، حيث يتناول المبحث الأول مفاهيم عامة حول خدمات النقل، ثم يخصص المبحث الثاني للتعرف على جودة خدمات النقل.

الفصل الأول: الإطار العام لخدمات النقل

المبحث الأول: مفاهيم عامة حول خدمات النقل

يعد النقل عنصرا هاما وضروريا للتنسيق بين كل القطاعات وهو الشريان الحيوي والعصب المحرك كما انه أساس الحياة الاقتصادية والاجتماعية، ويقاس تقدم الأمم بمدى فعالية نظام النقل فيها وتلبية لحاجات المواطن واحتواءه مختلف شروط الراحة والأمن وسرعة الأداء.

المطلب الأول: تعريف خدمات النقل وأنواعها

أولاً. تعريف الخدمة:

تعددت التعريفات والمفاهيم حول الخدمة لهذا سنحاول وضع مجموعة التعريفات حول الخدمة، حيث يصعب تحديد تعريف محدد للخدمة وسنحاول فيما يلي تقديم تعريفات لها، أهمها:

"الخدمة هي ذلك النشاط أين الوفرة موضوع المبادلة.

- حسب **p.kotler et d'ubois**، هي شيء غير ملموس ولا يمكن تحويل ملكيتها فالخدمة يمكن أن تكون تابعة لمنتوج معين أو مستقل" (457:1994'**p.kotler et d'ubois**)
- أما الجمعية الأمريكية للتسويق "الخدمة نشاط منفعة أو إرضاء مقدم في وقت عملية البيع له علاقة بشيء ما" (زكي 09:1997)
- وكما تعرف الخدمة بأنها" نشاط أو عدة أنشطة تتولد عند تعامل شخص أو آلة من المؤسسة مع المستهلك حيث أن هذه الأنشطة تهدف إلى إرضاء هذا الآخر أي المستهلك" (Pierr et (eric1991:16
- وتعرف الخدمة بكونها محصلة التداخل في العلاقات بين العناصر الثلاث الأساسية لنظام انتاج الخدمة والمتمثلة في الزبون، الأعوان، الدعم المادي، هذه الحصيلة هي التي تكون الربح الذي يمكن به إرضاء الزبون. (قاسم 10:1998)

الفصل الأول: الإطار العام لخدمات النقل

ثانياً. تعريف النقل:

يقدم "هانز آدلر" الخبر في شؤون النقل لدى البنك الدولي للإنشاء والتعمير للنقل يقول فيه:

- "يعبر النقل عن خدمة أو حدث لإيصال مركز الإنتاج والمناطق الأهلة بالسكان ببعضها البعض أي مع مراكز الاستهلاك". (هانز آدلر 1970:07)
- ويعرف الاقتصادي الإنجليزي J.M.Thomson * النقل على أنه "خدمة وسيطة ووسيلة لتحقيق الهدف دون أن يكون هدفاً بحد ذاته، ويكون الهدف المقصود تعبيراً في الواقع سواء بالنسبة للأشخاص أو البضائع". (J.M.Thomson 1970:18)
- ويعرف الباحث المصري عبد المحسن عبد الغني عمليات النقل على أنها "عبارة عن نشاط اقتصادي يتعلّق بحركة الأشخاص والأشياء من مكان لأخر وأن وظيفة النقل هي عبور عنصري لزمان والمكان ويتربّ عليه خلق للبضائع الزمانية والمكانية
- ويضيف بأن النقل يعتبر "خدمة إنتاجية لأنّه في حالات أخرى كثيرة يكون هدفاً بحد ذاته مثلاً يحدث للمسافر للتزلج أو المتعة وعندئذ يدخل النقل عداد الخدمات الاستهلاكية. (عبد الغني 1979:15)

ثالثاً: تعريف خدمة النقل:

يعتبر النقل من المتطلبات الأساسية لكل مجتمع، وهو عبارة عن خدمة اجتماعية بالدرجة الأولى، كما أنه يحتل مكانة بين مجموعة القطاعات الموجودة داخل أي دولة لأنّه نشاط يتضمن حمل الأشخاص والسلع من موضع لأخر، بالوسائل المتباينة النوع، السرعة، والسعة، وذلك لتعظيم المنافع الزمانية والمكانية وباختصار تتمثل في تلك عملية نقل الأشخاص والبضائع من مكان لأخر.

- ويمكن تعريفها على أنها "المنتجات التي تقدمها المؤسسات الخاصة بقطاع النقل بمختلف أنواعها، وذلك لتسهيل وتأمين عملية نقل الأشخاص ومنتجاتهم من مكان لأخر"(بن جروه ربوح، 2017، صفحة 39).
- وحسب كوتلر "عملية تحريك البضائع من نقاط إنتاجها أو بيعها إلى نقاط المستهلك بالكمية المطلوبة، والوقت المحدد وبتكلفة معقولة"(ديلمي، 2009، صفحة 443).

الفصل الأول: الإطار العام لخدمات النقل

فالخدمة إذن هي نشاط أو منفعة يقدمها طرف لطرف آخر تكون أساسا غير ملموسة ولا يتربّع عليها أي ملكية، فتقديم ملكية يكون مرتبطا بمنتج مادي أو لا يكون.

- كما ينظر للنقل والذي يعبر عنه في بعض الأحيان بمصطلح الموصلات على أنها توفر للإنسان سهولة التنقل من مكان لآخر، وكلما كانت متقدمة الخدمات ساعدها على سرعة التنقل وحققت الأمان وقلة الوقت المستغرق في الرحلة.

اختلف العلماء في تصنيف طبيعة النقل، هل هو صناعة أم خدمة؟ فاتجه البعض إلى أنه وسيلة أيا كان نوعها تعتبر من الخدمات في حين يراها البعض كصناعة فاستند الرأي القائل إن النقل عبارة عن خدمة لما يلي:

- أن تشغيل وسيلة من وسائل النقل التي ينتج عنها منتج يمكن استهلاكه، فهو ليس استخدام مادة وتغييرها أو تشكيل مادة جديدة.

- النقل هو خدمة فرعية أي أنه نشاط فرعي يخدم النشاط الأصلي إذ أنه خدمة سيقوم بها لتوصيل منتج من مكان لآخر وليس بالضرورة أن يكون له وسائل نقل، لأن النقل لا يحقق ربحية مباشرة بل يهدف لتحقيق خدمة عامة لأفراد والمجتمع(ديلمي، 2009، صفحة 443).

رابعا. أنواع خدمات النقل:

ينقسم النقل حسب الوسيلة المستعملة للتنقل إلى ثلاثة أنواع رئيسية والمتمثلة في النقل البري، النقل المائي، النقل الجوي، كما هو موضح فيما يلي:

1. النقل البري:

أول ما ظهر النقل البري كان عن طريق أشخاص مشيا على الأقدام، وعن طريق العربات المجرورة بالحيوانات...الخ، تطور هذا النوع في الدولة المصنعة مع اختراع المحرك.

الفصل الأول: الإطار العام لخدمات النقل

يكون النقل البري على أو فوق اليابسة بكافة طرق هو وسائله، ويمكن تمييز نوعين من النقل البري الذي يستخدم لنقل الإنسان المسافر (إنتاجه) السلع والبضائع ونوع آخر يستخدم لنقل مصادر الطاقة السائلة والغازية (بوختالة، زرقون، بن عمارة، 2017، صفحة 02).

1.1 النقل الحضري (النقل البري):

• الميترو:

الميترو بشكل عام هو وسيلة نقل حضارية سريعة تستخدم لنقل أعداد كبيرة من الركاب داخل المدن الكبرى، يعمل غالبا تحت الأرض أو على مسارات مخصصة مثل:

- **ميترو الجزائر:** شهدت الجزائر افتتاح مترو الجزائر العاصمة بتاريخ 31 أكتوبر 2012 والذي بلغ طوله 9 كم و 10 محطات، إن هذا الخير سيجعل من الجزائر أول مدينة في المغرب العربي مجهزة بميترو الأنفاق.

واستندت مهمة تسييره وتشغيل بها شركة (RATP) الجزائر وشركة مترو الجزائر العاصمة لمدة 8 سنوات، أطلقت مؤخرا شركة مترو الجزائر العاصمة مناقصة وطنية ودولية لتنفيذ الدراسات أولية بشأن تمديد الخط رقم 1 لمترو الجزائر العاصمة.

• الترامواي:

ال ترامواي هو وسيلة نقل حضورية خارجية تسير غالبا فوق الأرض، وتستعمل لنقل الركاب داخل المدن أو في الضواحي القريبة، بشرعية متوسطة وبكلفة أقل من الميترو مثل:

- ترامواي الجزائر العاصمة

في إطار المخطط الخماسي 2010-2014 أطلقت الجزائر مخطط آخر لتنمية وتحديث قطاع النقل الجماعي والنقل الحضري ما بين المدن عبر السكك الحديدية أي الترامواي، يعتبر ترامواي الجزائر نظام نقل

الفصل الأول: الإطار العام لخدمات النقل

جماعي يخدم مدينة الجزائر العاصمة، ففي سنة 2012 شمل 16,2 كلم و 28 محطة وسيمتد فيما بعد إلى 23 كلم و 38 محطات.

إن ترامواي قسنطينة هو مشروع للنقل الجماعي والذي يخدم مدينة قسنطينة، فهو قيد الإنجاز منذ سنة 2008 أجريت أول الاختبارات التقنية لtramway قسنطينة في عام 2012 وسيشمل مساره خط يقدر ب 9 كلم و 10 محطات.

ترامواي وهران هو مشروع آخر للنقل الجماعي والذي يخدم مدينة وهران، إذ شرع في إنجازه في أواخر عام 2008 وسيكون أطول ترامواي في الوطن على مسافة مقدرة ب 48 كلم، وقد أجريت التجارب التقنية الأولى لtramway وهران في عام 2012 وهناك العديد من الخطوط مثل مستغانم وسطيف ورقلة.

1. النقل بالسكك الحديدية:

تعتبر السكك الحديدية من أهم وسائل النقل العام التي تعتمد عليها الدول وبشكل كبير في تحقيق أهدافها الاقتصادية، الاجتماعية، السياسية، والعسكرية ذلك فيما يتعلق بالأشخاص أو البضائع على حد سواء.

تقدر شبكة السكك الحديدية في الجزائر ب 2.150 كلم، إذ شهدت في الآونة الأخيرة كهربة بعض المقااطع لوضع قطارات ذات سرعة فائقة قريبا من شأنها أن تربط المدن الرئيسية للبلاد وتسير شبكة السكك الحديدية من قبل شركة النقل للسكك الحديدية الوطنية (SNTF) هذه الشركة مجهزة بأكثر من 200 محطة تغطي خاصة شمال البلاد منها:

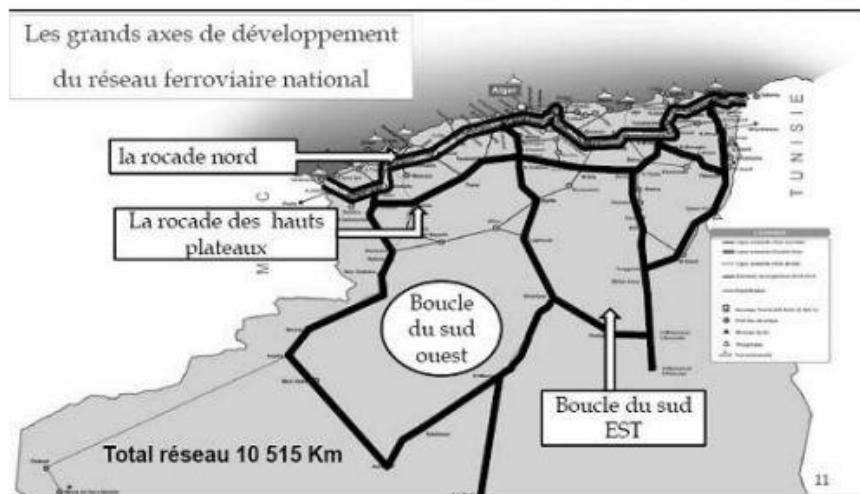
- 299 كلم سكك مكهربة
- 305 كلم سكك مزدوجة
- 1580 كلم سكك ضيقة.

ومن بين مشاريع السكك الحديدية التي في طور الإنجاز نذكر منها مشروع كهربة 1000 كلم من السكك الحديدية وإنجاز 3000 كلم من السكك الحديدية. كما تم تحطيط أهم المحطات لتنمية شبكة السكك الحديدية

الفصل الأول: الإطار العام لخدمات النقل

على المستوى الوطني والذي ستصل طول شبكة السكك الحديدية به إلى 10515 كلم كما هو موضح في الشكل التالي:

الشكل رقم (1-1): مخطط تطوير شبكة السكك الحديدية للنهوض بتسويق النقل



المصدر: الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار

2. النقل المائي:

هو من أقدم وسائل النقل التي استخدمها الإنسان خاصة البلدان المجاورة للمسطحات المائية محيطات، بحار، بحيرات، وذلك باستخدام السفن الشراعية ثم السفن التجارية بعد الثورة الصناعية، وينقسم إلى نوعين هما النقل النهري والنقل البحري.

3.1 النقل النهري:

استخدم الإنسان الطرق النهرية والبحيرات والقنوات المائية منذ القدم في النقل والملاحة ولا يزال يستخدمها في الوقت الحاضر، حيث توجد في العالم أنهار وبحيرات وقنوات كثيرة استخدمها الإنسان في النقل.

3.2 النقل البحري:

الفصل الأول: الإطار العام لخدمات النقل

يعتبر النقل البحري من أهم وسائل النقل، إذ يتم نقل ما يزيد عن 75% من التجارة العالمية عن طريق النقل البحري، ومن أبرز مظاهر النقل البحري ظهور ناقلات النفط العملاقة، ويتميز النقل البحري بعدة مميزات منها:

- انخفاض كلفة النقل
- تكلفة الصيانة منخفضة
- التيارات البحرية
- الأعاصير

3. النقل البحري في الجزائر:

من أهم التحولات التي حدثت في عالم النقل والملاحة البحرية التحول من استعمال الشراع إلى استعمال البخار، ثم التحول الذي حدث بعد ذلك من استعمال الوقود الصلب إلى استخدام الوقود السائل كقوى محركة، ولم يسبب لتحول الأخير في تغيير القوى المحركة الالزمة لتسير السفن فحسب، وإنما أدى أيضاً إلى إحداث ثورة كبيرة في تغيير أنماط نقل البضائع والتأثير في اتجاهات التجارة الدولية.

تعتبر الشركة الوطنية الجزائرية للملاحة (CNAN) والمؤسسة الوطنية للنقل البحري للمسافرين ممثلي قطاع النقل البحري في الجزائر معظم العبارات، فالسفينة العابرة تعمل على إيصال الركاب إلى الشواطئ الأوروبية ونقل البضائع إلى جميع أنحاء العالم، فمعظم الأنشطة التجارية الدولية تتم عن طريق النقل البحري وذلك عبر 11 ميناء تجاري ذكر منها:

الجزائر، وهران، عنابة، سكيكدة، أريزيو، بتيونا، بجاية، مستغانم، غزوات، جيجل، تنس دلس.

أما فيما يتعلق بأعمال ترميم الهياكل الأساسية للموانئ فإن عدد قليل منها استفادت من هاته العملية باستثناء محطات النفط والغاز. (الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار 2022)

الفصل الأول: الإطار العام لخدمات النقل

4. النقل بالأنباب:

وهو من المنجزات الحضارية الحديثة في مجال نقل مصادر الطاقة السائلة والغازية، وتمتاز الولايات المتحدة بامتلاك أكبر شبكة نقل أنبوبي في العالم، ومن الصعوبات التي تقف أمام النقل بالأنباب:

- يتطلب رؤوس أموال ضخمة

- تدهور العلاقات الدولية

5. النقل الجوي:

بدأ الإنسان التفكير في الطيران منذ القرن التاسع ميلادي على يد العربي عباس بن فرناس عام 880م، ثم جاءت المرحلة الفعلية على يد الأخرين رايت عام 1903م.

فالنقل الجوي هو ميدان اقتصادي يضم كافة أشكال نقل الأفراد والبضائع باستخدام الطائرات والذي ينقسم إلى

3 أقسام:

✓ ناقل جوي: تنقل طائراته الركاب نحو مطار كبير

✓ ناقل داخلي: تطير طائراته داخل البلد

✓ ناقل دولي: تطير طائراته إلى عدة بلدان وقارات

والطائرات المستعملة تكون على الأقل ثنائية المحرك ويمكن لها أن تنقل حتى 800 مسافر وتصل إلى مسافات بعيدة، ويكون الطاقم الفني من طيار ومساعديه وتميز الأنظمة الجوية بوجود مضيف لكل 50 راكبا (بوختالة، 2017، صفحة 02).

- عيوب النقل الجوي:

إن من أهم عيوب النقل الجوي هو ارتفاع تكلفة النقل وهو أكثر عرضة لخطر الظروف الجوية، حيث توجد منظمة تابعة للأمم المتحدة وهي المنظمة الدولية للطيران المدني (ICAO) التي تم تأسيسها عام 1947م ومقرها مدينة مونتريال الكندية، وتهدف المنظمة إلى:

✓ دراسة المشاكل التي تعرّض الطيران المدني

الفصل الأول: الإطار العام لخدمات النقل

- ✓ وضع لوائح ومواصفات دولية تكفل مقاييس الأمان للطيران المدني
- ✓ مساعدة شركات الطيران في العالم في مجال تطوير برنامج الطيران المدني

6.1 النقل الجوي في الجزائر:

طورت الجزائر قطاع النقل الجوي بطريقة تجعل منه وسيلة حقيقة للاندماج على الصعيدين الإقليمي والدولي، إذ أنه سيتم إنفاق ميزانية تقدر ب 60 مليار دينار أي 600 مليون أورو لتجديد أسطول الجوّية الجزائرية خلال الفترة 2013-2017 كما ستقتنى شبكة الخطوط الجوّية الوطنية ثلاثة طائرات جديدة بسعة 150 مقعداً وستقوم بتجديد 3 طائرات من نوع بوينغ 767 المتواجدة حالياً في الخدمة، كما ستم عملية شراء طائرة شحن لنقل البضائع خلال الموسم الصيفي.

كما سجلت الخطوط الجوّية الجزائرية معدل نمو إجمالي لحركة المرور قدرت ب 15% وفي عام 2011 بلغت إيراداتها 56 مليار دينار: مسافر سنوي، فالخطوط الجوّية الجزائرية هي شركة الطيران الوحيدة التي تهيمن على سوق النقل الجوي الذي سجل منذ افتتاحه للمنافسة 8 شركات خاصة أخرى.

وتتكلف الخطوط الجوّية الجزائرية بعدة رحلات نحو أوروبا، إفريقيا، كندا، الصين، والشرق الأوسط، وهناك عدة شركات أجنبية لديها رحلات نحو الجزائر تذكر منها: التونسية للطيران، الخطوط الجوّية للمملكة المغربية، الجوّية الفرنسية، الإيطالية للطيران، أبلغ أزور، الخطوط الجوّية التركية، الخطوط الجوّية البريطانية. (الوكالة الوطنية لتطوير الاستثمار 2022)

المطلب الثاني: تصنیفات خدمات النقل

يمكن تصنیف خدمات النقل على النحو التالي:

أولاً: التصنیفات الرئيسية لخدمات النقل:

ويكون ذلك حسب الوسيلة المستخدمة وهي كما يلي:

• التصنیف حسب الهدف والغرض:

الفصل الأول: الإطار العام لخدمات النقل

✓ **النقل الشخصي:** ويشمل خدمات النقل التي تهدف إلى نقل الأفراد مثل السيارات الأجرة، والحافلات العامة، والقطارات.

✓ **النقل التجاري:** ويشمل خدمات النقل التي تهدف إلى نقل البضائع بين الشركات أو من المصنع إلى السوق مثل الشاحنات والنقل البحري الجوي.

✓ **النقل السياحي:** ويشمل خدمات النقل الخاصة بالسياح مثل الحافلات السياحية أو الطائرات الخاصة.

- **التصنيف حسب النطاق الجغرافي:**

✓ **النقل المحلي:** والذي يشمل خدمات النقل التي تعمل داخل المدينة أو المنطقة المحلية.

✓ **النقل الوطني:** ويشمل خدمات النقل التي تعمل داخل حدود الدولة.

✓ **النقل الدولي:** ويشمل النقل الذي يتجاوز الحدود الوطنية ويشمل النقل الجوي والبحري عبر البلدان.

- **التصنيف حسب نوع الخدمة المقدمة:**

✓ **النقل المنتظم:** ويشمل خدمات النقل المنتظمة والمجدولة مثل الحافلات العامة والقطارات.

✓ **النقل غير المنتظم:** ويشمل النقل الذي يعتمد على الطلب مثل سيارات الأجرة أو خدمات النقل الخاصة.

✓ **النقل السريع:** ويشمل خدمات النقل التي تركز على السرعة مثل قطارات عالية السرعة والطائرات.

- **التصنيف على مستوى الخدمة:**

• **النقل الاقتصادي:** والذي يوفر خدمات نقل بأسعار منخفضة وتستهدف الأفراد ذوي الدخل المحدود مثل الحافلات العامة.

• **النقل الفاخر:** والذي يوفر خدمات نقل تتسم بالراحة والرفاهية مثل الطائرات الخاصة أو القطارات الفاخرة.

ثانياً: أهمية تصنيف خدمات النقل:

يعتبر تصنيف خدمات النقل أساساً لفهم ديناميكيات هذا القطاع وتوجيه الاستثمارات بشكل مناسب، كما يساعد هذا التصنيف في تطوير السياسات المتعلقة بالنقل خاصة فيما يتعلق بالاستدامة، والكفاءة الاقتصادية والتأثيرات البيئية.

الفصل الأول: الإطار العام لخدمات النقل

كما يمكن أن يتم تقديمها بواسطة أفراد أو أشخاص يقدمون خدمات مثل الحلاقة وتأجير السيارات أو عن طريق منظمات غير ربحية تقدم خدمات مثل المعاهد التعليمية الفردية وبعض شركات التأمين أو منظمات حكومية تقدم خدمات عامة مثل أنظمة الاتصالات والنقل وخدمات قضائية.

1. من حيث صفات الخدمة:

وهي خدمات مماثلة تماماً مثل الخدمات العامة كما توجد خدمات مخصصة لتلبية احتياجات كل مشتري مثل خدمات الطبيب والحلاقة.

2. من حيث درجة الانظام :

وهي خدمات تعتمد على ضرورة المستفيد مثل العلاج وخدمات الحلاقة إضافة إلى وجود خدمات لا تتطلب حضور المستفيد مثل خدمات غسل وتنظيف الملابس وتصليح السيارات.

أ. تصنيف الخدمات حسب المنظمة العالمية للتجارة: (OMC)

- ✓ خدمات متعلقة بالمؤسسة مثل الخدمات المهنية والتكنولوجية.
- ✓ خدمات الاتصال.
- ✓ خدمات التسخير والهندسة.
- ✓ خدمات التوزيع.
- ✓ خدمات التعليم.
- ✓ خدمات البيئة.
- ✓ خدمات مالية.
- ✓ خدمات الصحة.
- ✓ خدمات السياحة والسفر.
- ✓ خدمات الترفيه والثقافة والرياضة.
- ✓ خدمات النقل.
- ✓ خدمات الأخرى

ب. منظمة الأمم المتحدة للنقل البحري : (IMO)

النقل البحري التجاري : يتم تصنيفه بناءً على نوع السفن المستخدمة مثل :

الفصل الأول: الإطار العام لخدمات النقل

- سفن الشحن: تقوم بنقل البضائع بأنواعها (بضائع عامة، حاويات، بضائع سائبة، إلخ)
- سفن الركاب: مثل السفن السياحية أو العبارات.
- سفن ناقلات النفط والغاز: تستخدم لنقل المواد الكيميائية أو النفط الخام.

النقل البحري الدولي: يعتمد على اتفاقيات ومعاهدات دولية مثل "اتفاقية سولاس (SOLAS)" لضمان الأمان والسلامة في الملاحة البحرية.

ج. التصنيف البيئي: تتضمن اللوائح الخاصة بالحد من الانبعاثات البحرية مثل "اتفاقية ماربول (MARPOL)">(الاتحاد الدولي لنقل البري 2022).

ت. منظمة الطيران المدني الدولي (ICAO):

1) الجوی حسب الأغراض: تشمل خدمات النقل الجوی

- ✓ النقل الجوي التجاري: من خلال شركات الطيران لنقل الركاب والبضائع.
- ✓ النقل الجوي الخاص: الطائرات الخاصة التي تستخدم للأغراض الشخصية أو الأعمال.
- ✓ النقل الجوي العسكري: الطائرات التي تستخدم لأغراض الدفاع أو العمليات العسكرية. (المنظمة الدولية لطيران المدني 2023)

3. التصنيف حسب الأنظمة ICAO: تنظم المعايير الفنية مثل أنظمة الملاحة الجوية، الأمان، إدارة الحركة الجوية، والطيران الدولي.

4. اتفاقيات دولية: مثل "اتفاقية شيكاغو (Chicago Convention)" التي تشرط التنسيق بين دول العالم لتنظيم خدمات النقل الجوي عبر الحدود.

5. الاتحاد الدولي لنقل البري (IRU):

1) النقل البري الدولي :

الشاحنات الثقيلة: تستخدم لنقل البضائع عبر الحدود الدولية، مثل الحاويات والبضائع السائبة.

النقل بالحافلات: خدمات نقل الركاب عبر الحدود بين البلدان.

النقل بالسيارات الخاصة: يشمل التنقل بين الدول عبر السيارات الخاصة والمركبات الصغيرة. (الاتحاد الدولي لنقل البري 2022)

2) النقل البري وفقاً لاتفاقيات الدولية :

الفصل الأول: الإطار العام لخدمات النقل

اتفاقيات TIR: نظام لتسهيل النقل عبر الحدود باستخدام سندات الشحن الجمركية، مما يقلل من التأخير في المعابر الحدودية.

اتفاقيات النقل الدولي: مثل اتفاقية CMR الخاصة بنقل البضائع عبر الطرق.

6. الاتحاد الدولي للسكك الحديدية (UIC)

6.1 النقل السككي الدولي :

- ✓ قطارات الركاب: التي تربط بين المدن الكبرى والدول في خطوط السكك الحديدية الدولية.
- ✓ قطارات الشحن: لنقل البضائع عبر السكك الحديدية، بما في ذلك البضائع الثقيلة أو الحجم الكبير.
- ✓ التصنيف الفني: معايير تتعلق بتوحيد البنية التحتية للسكك الحديدية عبر الدول، مثل استخدام أنظمة إشارات موحدة ومحطات دولية.
- ✓ النقل عبر القطارات عالية السرعة: تسعى المنظمة إلى تطوير وتوحيد أنظمة القطارات عالية السرعة بين البلدان. (**الاتحاد الدولي للسكك الحديدية 2023**)

7. الاتحاد الدولي للنقل العام (UITP)

7.1 النقل العام الحضري والدولي :

يشمل النقل بالحافلات، الترام، القطارات في المناطق الحضرية، بالإضافة إلى خدمات النقل العام بين المدن الكبرى.

8. التصنيف وفقاً لمناطق:

يضع الاتحاد معايير للنقل العام في المدن الكبرى والمناطق الحضرية لتسهيل التنقل بين المواطنين في الدول المختلفة.

التطورات التقنية: يشجع الاتحاد على استخدام التكنولوجيا مثل تطبيقات الهاتف المحمول لتحسين خدمات النقل العام (WW5).

9. منظمة التجارة العالمية (WTO)

تسوية النزاعات التجارية: تساهمن WTO في تسهيل النقل الدولي من خلال تحديد القواعد التجارية التي تحدد كيفية مرور البضائع عبر الحدود، وضمان تدفق التجارة بين الدول.

الفصل الأول: الإطار العام لخدمات النقل

النقل والخدمات التجارية: تحت إطار "العام المتعدد الأطراف"، تقوم WTO بتسهيل حركة السلع والخدمات بما في ذلك خدمات النقل عبر الحدود.

7. اتفاقية الأمم المتحدة حول النقل الدولي للبضائع:(CMR)

النقل البري للبضائع: هي اتفاقية دولية تحدد القواعد المتعلقة بنقل البضائع عبر الطرق بين الدول. توفر الاتفاقية معايير المسؤولية، التغليف، ووثائق النقل.

التصنيف الدولي: تشمل البضائع التي يتم شحنها باستخدام الشاحنات بين الدول، وتحدد حقوق وواجبات الأطراف المختلفة مثل شركات النقل والشاحنين.

8. منظمة التجارة الدولية للنقل البحري:

هي منظمة مخصصة لتنظيم التجارة البحرية الدولية وتشمل ممارسات النقل البحري التي تتعلق بالبضائع والملاحة الدولية. تأخذ في اعتبارها القوانين البيئية، معايير الأمان، والتشغيل التجاري للسفن.

9. منظمة النقل الجوي الأوروبية:(ECAC)

تهدف إلى تنسيق سياسات الطيران في دول الاتحاد الأوروبي وضمان تنقل الطائرات بين الدول الأوروبية بأعلى معايير الأمان والكفاءة. (مؤتمر الطيران المدني الأوروبي 2023)

10. منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية:(OECD)

التصنيف الاقتصادي والنقل الدولي: تساعده في تنسيق سياسات النقل بين الدول الأعضاء في المنظمة، وتقدم تقريراً سنوياً حول النقل الدولي، بما في ذلك حركة البضائع والركاب. (منتدى النقل الدولي - منظمة التعاون والتنمية 2023)

11. المنظمة الدولية للنقل المتعدد الوسائل:(ITF)

وهي منظمة تعمل على التنسيق بين مختلف طرق النقل (البري، الجوي، البحري، والسككي) وتعزيز التكامل بين هذه الوسائل لتحسين تدفق التجارة والتواصل الدولي.

الفصل الأول: الإطار العام لخدمات النقل

من خلال هذه المنظمات، يتم ضمان أن تكون خدمات النقل على مستوى عالمي وفقاً للمعايير الدولية.(منتدى النقل الدولي - منظمة التعاون والتنمية 2023)

المبحث الثاني: جودة خدمات النقل

يعتبر قطاع النقل من الركائز الحيوية في تنمية المجتمعات وتسهيل حركة الأفراد والبضائع، وتعد جودة خدمات النقل مؤشراً أساسياً لمدى فعالية هذه المنظومة في تلبية احتياجات المواطنين، لذلك أصبح تحسين جودة النقل ضرورة لتحقيق تنمية مستدامة ومتوازنة.

المطلب الأول: مفهوم جودة الخدمات وأهميتها

أولاً: تعريف جودة الخدمة:

• تعتبر جودة الخدمة من المفاهيم الأساسية في مجال التسويق، حيث تمثل تقييم المستهلك لما يتلقاه من خدمات مقارنة بتوقعاته المبدئية، بالنظر إلى أن الخدمة تُستهلك في لحظة تقديمها، فإن الجودة تتوقف على تجربة المستفيد ومدى تلبية الخدمة لتوقعاته فقد أثبتت العديد من الدراسات أن العملاء يتذمرون قراراتهم بناءً على هذا التقييم، وهو ما يجعل إدارة تسويق الخدمات مسؤولة بشكل رئيسي عن التأكد من تحقيق هذه التوقعات.

ثانياً: مفهوم جودة الخدمة وفقاً للمؤلفين:

- يُعرف "فoster" (1992) الجودة بأنها: «الأداء بالمستوى الذي يتوقعه العملاء»، وهذا يعني أن الجودة تُقاس بناءً على توافق الخدمة مع توقعات المستفيدين، وعلى الصعيد نفسه.
- يعرّف "العباس" (2009) الجودة بأنها: «تقديم السلع والخدمات بما يتتوافق مع احتياجات وتوقعات الزبائن بشكل متاسب ومنسجم» ومنه وباستناد على التعريفات السابقة نقول إن تحقيق الجودة يتطلب توافر تناقض بين خصائص الخدمة ومتطلبات العملاء.

الفصل الأول: الإطار العام لخدمات النقل

ثالثاً: جودة الخدمة المدركة:

تعتبر الجودة المدركة المعيار الأكثر شيوعاً في تقييم الخدمات، فالمستهلك لا يحكم على جودة الخدمة بناءً على مكوناتها المادية فحسب، بل بناءً على ما يختبره أثناء عملية تقديم الخدمة، مقارنةً بتوقعاته وهذا ما يجعل من جودة الخدمة مفهوماً غير ثابت، بل يتشكل وفقاً للخبرات الشخصية والبيئة المحيطة بالعميل.

1- أبعاد جودة الخدمة:

يعتبر نموذج **SERVQUAL** الذي طوره كل من "زيثامل" و"باراسورامان" (1990) أحد أشهر الأدوات المستخدمة لقياس جودة الخدمة حيث يشتمل هذا النموذج على خمسة أبعاد رئيسية تساعد الشركات على فهم متطلبات العملاء بشكل أفضل وتحقيق جودة عالية في خدماتها.

(Tangibles) 1. الملموسة

يشمل هذا البُعد مكونات الخدمة المادية مثل المرافق، المعدات، والموظفين الذين يقدمون الخدمة. تمثل الملموسة الانطباع الأول الذي يتلقاه العميل عند دخوله إلى المؤسسة حيث تعكس هذه العناصر مدى احترافية الشركة وجودتها.

(Reliability) 2. الاعتمادية

الاعتمادية هي القدرة على تقديم الخدمة كما وعد بها وبال المستوى المتوقع فعندما تكون المؤسسة قادرة على الوفاء بتوقعات العملاء بشكل مستمر تُبني الثقة والولاء.

(Responsiveness) 3. الاستجابة

تشير إلى استعداد المؤسسة لن تقديم المساعدة للزبائن والسرعة في معالجة الطلبات والشكوى في بيئة العمل ذات الطابع الخدمي، يُعتبر هذا البُعد من العوامل الحيوية التي تحدد مستوى رضا العملاء.

(Assurance) 4. الضمان

الفصل الأول: الإطار العام لخدمات النقل

يشمل هذا البعد قدرة الموظفين على بث الثقة في الزبائن من خلال مؤهلاتهم المهنية، سلوكهم، وقدرتهم على توفير بيئة آمنة وموثوقة.

وعليه يمكن القول إن الضمان يعكس مستوى الاحترافية في تقديم الخدمة.

(Empathy) التعاطف 5

التعاطف يمثل قدرة المؤسسة على فهم احتياجات كل عميل بشكل فردي، حيث يتضمن ذلك تقديم الاهتمام الشخصي والراحة للعملاء بما يتاسب مع احتياجاتهم، وهو ما يساهم في بناء علاقات طويلة الأمد مع الزبائن.

مهجية غورنروس (Gronroos) لجودة الخدمة

تعتبر مهجية غورنروس (Gronroos) من أشهر المناهج التي تناولت مفهوم جودة الخدمة في الأبحاث الأكاديمية، فقد قدم غورنروس تصنيفاً مهماً لجودة الخدمة يعتمد على معيارين رئисيين: الجودة الفنية والجودة الوظيفية، فهذان العنصران يشكلان الأساس الذي يتم من خلاله تقييم خدمات النقل.

1. الجودة الفنية:

تعلق الجودة الفنية بالجوانب الكمية التي يمكن قياسها بوضوح في الخدمة، ففي سياق خدمات النقل مثلاً تتضمن هذه الجوانب مثل دقة مواعيد الوصول والمغادرة، حالة المركبات، قدرة السيارة على تحمل العدد المناسب من الركاب، وجودة الطرق والمرافق، وكل هذه العوامل تمثل معايير موضوعية يمكن قياسها باستخدام أدوات دقيقة.

على سبيل المثال أيضاً في خدمات النقل العام يمكن قياس الجودة الفنية عن طريق معدلات تأخر الحافلات أو القطارات عن المواعيد المحددة، وكذلك راحة الركاب في داخل المركبة، وهذا يمكن أن يشمل استخدام تكنولوجيا المعلومات مثل تتبع الرحلات عبر الإنترنت لتقديم بيانات دقيقة عن مواعيد الوصول والمغادرة.

الفصل الأول: الإطار العام لخدمات النقل

2. الجودة الوظيفية:

على عكس الجودة الفنية التي يمكن قياسها بشكل كمي تتعلق الجودة الوظيفية بالجوانب السلوكية والتفاعلية في تقديم الخدمة، حيث نجد هذه الجوانب تشمل سلوكيات العاملين في شركات النقل مثل طريقة تعامل السائقين مع الركاب، مهاراتهم في تقديم الخدمة، واحترافيتهم في التصرف في المواقف المختلفة، كما تتضمن أيضاً تفاعل الركاب مع مرافق الشركة مثل محطات الانتظار أو مراكز الخدمة.

أما الجودة الوظيفية فهي ترتبط ارتباطاً وثيقاً بمفهوم "التجربة الإنسانية" التي يعيشها العميل خلال رحلة النقل، فطريقة التعامل مع الركاب يمكن أن تؤثر على شعورهم بالراحة والرضا عن الخدمة، فعلى سبيل المثال إذا كان السائق لطيفاً ومرحباً بالركاب فإن ذلك سيترك انطباعاً إيجابياً حتى إذا كانت الخدمة من الناحية الفنية قد تحتوي على بعض القصور.

مفهوم عام لجودة خدمات النقل:

فمن خلال الجمع بين هذين الجانبين - الجودة الفنية والجودة الوظيفية - يمكن تحديد مفهوم شامل لجودة خدمات النقل حيث يعتمد هذا المفهوم على تقييم المسافر للخدمة التي يتلقاها عبر مقارنة ما لديه من معلومات أو تجارب سابقة في مجال النقل مع الخدمة التي يدركها في الوقت الحالي كما يمكن أن تؤثر التجربة العامة للعميل في عدة عوامل، مثل الراحة، والتوافر، ومستوى الأمان، والاتصال، والمعلومات المتاحة له.

أهمية جودة الخدمة في قطاع النقل

تزيد أهمية جودة الخدمة في قطاع النقل بشكل مستمر وذلك باعتبارها عاملاً أساسياً في تعزيز رضا العملاء وزيادة الولاء، إضافة إلى تحسين جودة الخدمة يمكن أن يعزز من سمعة الشركة ويزيد من قدرتها التنافسية في السوق، وفيما يلي سيتم مناقشة بعض النقاط التي تبرز أهمية جودة الخدمة في هذا القطاع:

1. الرؤية الاستراتيجية لشركات النقل:

الفصل الأول: الإطار العام لخدمات النقل

من المعلوم أن شركات النقل المتميزة تسعى إلى تطوير رؤية استراتيجية واضحة تهدف إلى تلبية احتياجات عملائها، فرؤيتها يجب أن تكون مبنية على فهم عميق للسوق المحلي والعالمي وكذلك احتياجات وتوقعات الزبائن حيث يعتمد نجاح هذه الشركات على قدرتها على التكيف مع التغيرات المتسرعة في متطلبات العملاء، مثل زيادة الاهتمام بالاستدامة البيئية أو الابتكار التكنولوجي في حلول النقل.

وإذن فالرؤية الاستراتيجية لا تقتصر على تقديم خدمة جيدة فحسب بل تتعداها إلى تحسين مستوى الخدمة بشكل مستمر وهو ما يضمن رضا العملاء واستمرار ولائهم فعلى سبيل المثال يمكن لشركة نقل أن تطور خدمة حجز التذاكر عبر الإنترنت وتقدم حلول دفع مرنة بالإضافة إلى تحسين مستوى التفاعل مع الزبائن عبر منصات التواصل الاجتماعي.

2. التزام الإدارة والعاملين بمفهوم الجودة:

إن شركات النقل الناجحة عموماً لا تقتصر المسؤولية على تحسين الأداء الفني فقط بل تشمل أيضاً تحسين الطريقة التي يتم بها تقديم الخدمة يتطلب هذا التزاماً من الإدارة والعاملين بالمفهوم الشامل للجودة. يتبعن على الإدارة العليا أن تضع معايير واضحة لجودة الخدمة وتتضمن تدريب العاملين على كيفية تقديم خدمة متميزة.

يمكن أن يتضمن هذا التزاماً بتطوير مهارات السائقين والموظفين الذين يتعاملون مع العملاء، بالإضافة إلى إنشاء آليات داخلية لمراقبة الأداء وتقييمه بشكل دوري. الشركات التي تهتم بالجودة تكون دائماً أكثر استعداداً للتعامل مع التحديات وتحقيق النجاح على المدى الطويل.

3. وضع قياسات دقيقة للجودة:

من المهم أن تقوم شركات النقل بتحديد معايير دقيقة لقياس الجودة في كل جوانب الخدمة لأن هذه المعايير تشمل كل شيء من توقيت الرحلات إلى راحة الركاب وخدمة العملاء كما يجب أن تكون هذه المعايير قابلة للتعديل حسب الحاجة، استجابة للتغيرات التكنولوجية أو التغيرات في احتياجات السوق.

الفصل الأول: الإطار العام لخدمات النقل

على سبيل المثال يمكن لشركات النقل استخدام الاستطلاعات الرقمية أو استبيانات العملاء لتحليل مستويات رضا الركاب عن الخدمة، كما يمكن استخدام بيانات الأداء مثل معدلات التأخير أو مستوى التوافر لتحسين الجودة الفنية للخدمة.

4. وضع أنظمة مراقبة أداء الخدمة:

إن شركات النقل المتميزة تسعى دائماً لمراقبة أداء خدماتها بشكل مستمر حيث يتطلب ذلك وضع أنظمة فعالة لمراقبة جودة الخدمة كما يمكن أن تشمل هذه الأنظمة استخدام تقنيات التتبع الإلكتروني لمراقبة مسار المركبات، وكذلك أنظمة استجابة سريعة لمعالجة الشكاوى والتعليقات من العملاء.

فمن خلال هذه الأنظمة تستطيع الشركات معرفة مدى نجاحها في تلبية توقعات العملاء وكذلك قياس كفاءة الخدمات في الوقت الفعلي ومنه فإن هذه الأنظمة توفر فرصة لتحليل البيانات واتخاذ القرارات المستندة إلى الحقائق.

5. أنظمة إرضاء العملاء:

من أهم جوانب التي تميز شركات النقل هو قدرتها على الاستجابة السريعة والفعالة لشكاوى العملاء حيث يمكن أن تكون الشكاوى مؤشراً على وجود مشاكل في الخدمة، لذا يجب أن تتم معالجتها بسرعة وفعالية، بالإضافة إلى ذلك يجب أن تهتم الشركات بتقديم تعويضات أو حلول مرضية للركاب الذين تأثروا بأي قصور في الخدمة.

هذا لا يعزز فقط رضا العملاء بل يساهم أيضاً في تعزيز الثقة بين الشركة والعملاء وهو ما يعزز علاقة طويلة الأمد بين الطرفين.

6. إرضاء العاملين والعملاء في آن واحد:

تسعى شركات النقل المتميزة إلى إرضاء كل من موظفيها وعملائها، فالتفاعل الجيد بين الموظفين والعملاء يعتمد بشكل كبير على رضا الموظفين عن بيئة العمل التي يوفروها لهم صاحب العمل في حين أن الشركات

الفصل الأول: الإطار العام لخدمات النقل

التي توفر بيئة عمل جيدة للعاملين تجد أن هؤلاء العاملين يقدمون خدمة أفضل للعملاء مما يساهم في تحسين الجودة العامة للخدمة.

المطلب الثاني: تحسين جودة خدمات النقل

يُعتبر تحسين خدمات النقل من المحاور الأساسية التي تساهم في تعزيز كفاءة هذا القطاع الحيوي، لما له من تأثير مباشر على رضا المستخدمين وفاعلية الاقتصاد الوطني، ويطلب هذا التحسين تكاملاً بين عدة عوامل متداخلة ترتكز على تطوير البنية التحتية وتحديث الوسائل وتأهيل الموارد البشرية وتبني التقنيات الحديثة إضافة إلى تحسين تجربة العملاء وضمان الالتزام بالمعايير.

• تطوير البنية التحتية للنقل:

تلعب البنية التحتية دوراً محورياً في جودة خدمات النقل، إذ تشمل تحديث الطرق والموانئ والمحطات وشبكات السكك الحديدية لتكون أكثر أماناً وكفاءة، في الجزائر، تشهد البنية التحتية للنقل تحديات تتطلب استثمارات مستمرة لتطويرها بما يتماشى مع الطلب المتزايد، كما يجب توفير المرافق والخدمات المساعدة للمستخدمين مثل مواقف السيارات والإشارات المرورية ومناطق انتظار مريحة مما ساهم في تحسين تجربة النقل (الباز، 2019).

• تحديث الأسطول ووسائل النقل:

إن استخدام وسائل نقل حديثة ومتقدمة تكنولوجياً يسهم بشكل مباشر في رفع مستوى الجودة، حيث تسهم المركبات الجديدة في تقليل الأعطال وزيادة السلامة والراحة للمستخدمين. يتوجب على المؤسسات المختصة اعتماد وسائل نقل صديقة للبيئة ومستدامة، بما يتماشى مع التوجهات العالمية في الحد من التلوث والحفاظ على البيئة.

• تأهيل وتدريب الموارد البشرية:

يُعد العنصر البشري من أهم الركائز التي تؤثر في جودة خدمات النقل، إذ يجب تأهيل السائقين والعمالين من خلال برامج تدريبية منتظمة تهدف إلى تحسين المهارات الفنية، وتعزيز معايير السلامة، ورفع مستوى

الفصل الأول: الإطار العام لخدمات النقل

خدمة العملاء. في الجزائر، يلاحظ وجود فجوات في التدريب تتطلب معالجة مستمرة لضمان جاهزية العاملين وقدرتهم على التعامل مع مختلف الظروف(والنقل، 2022).

- تبني التكنولوجيا الحديثة:**

ساهمت التكنولوجيا في إحداث ثورة في قطاع النقل عبر تطبيق أنظمة تتبع المركبات (GPS)، ونظم المعلومات الجغرافية (GIS)، مما يسهل إدارة الأسطول وتحسين مسارات النقل. كما بات استخدام أنظمة الحجز الإلكتروني وإدارة الجدولة ضرورياً لتوفير خدمة أكثر دقة وسلامة للمستخدمين، وتقليل وقت الانتظار.

- تحسين تجربة العملاء:**

تحسين جودة خدمات النقل يتطلب التركيز على تلبية احتياجات المستخدمين عبر توفير معلومات دقيقة وواضحة عن مواعيد الرحلات، التكاليف، والتغيرات الطارئة. كما يجب تطوير نظام فعال لتلقي الشكاوى والملحوظات ومعالجتها بسرعة، الأمر الذي يعزز ثقة العملاء ويحفزهم على الاعتماد على خدمات النقل الرسمي.

- مراقبة الأداء وضمان الجودة:**

تُعد عملية تقييم الأداء الدوري من الوسائل المهمة لضمان تحقيق معايير الجودة. وتشمل هذه العملية قياس مؤشرات مثل دقة مواعيد الرحلات، نسبة الحوادث، مستوى سلامة النقل، ورضا المستخدمين. يعتمد التحسين المستمر على نتائج هذه التقييمات لإجراء التعديلات اللازمة.

- الالتزام بالمعايير والتشريعات:**

تأتي أهمية الالتزام بالمعايير الدولية والمحلية لضمان تقديم خدمات نقل آمنة وموثوقة. في الجزائر، يجب أن تلتزم شركات النقل بالقوانين والتشريعات المتعلقة بالسلامة، حماية البيئة، وضمان حقوق المستهلك، ما يعزز من جودة الخدمة وثقة المستخدمين.

- تحسين البنية التحتية للنقل:**

الفصل الأول: الإطار العام لخدمات النقل

تعتبر البنية التحتية أحد العوامل الرئيسية التي تؤثر على جودة خدمات النقل. تشمل التحسينات المطلوبة:

1. تطوير الطرق والجسور

- صيانة الطرق بانتظام لتجنب الحفر والتشققات التي تعيق حركة المرور.
- توسيعة الطرق الرئيسية لتقليل الازدحام المروري.
- بناء جسور وأنفاق لتحسين تدفق الحركة المرورية.

2. تعزيز شبكات النقل العام:

- زيادة عدد خطوط المترو والحافلات لتعطية المناطق النائية.
- تحسين محطات النقل العام وتجهيزها بخدمات مثل الإنترن特 المجاني وأماكن الانتظار المريحة.

3. دعم وسائل النقل الذكية:

- استخدام أنظمة إشارات المرور الذكية التي تتكيف مع كثافة الحركة.
- تطبيق حلول مثل "النقل سريع التردد (BRT)" لتحسين كفاءة الحافلات.

• الاستفادة من التكنولوجيا الحديثة:

أصبحت التكنولوجيا تلعب دوراً محورياً في تحسين جودة النقل، ومن أبرز الحلول التكنولوجية:

1. أنظمة النقل الذكية (ITS):

- استخدام أنظمة تتبع المركبات عبر GPS لتحسين تخطيط الطرق.
- تطبيقات الملاحة مثل "خرائط جوجل" و "Waze" لتوجيه السائقين إلى المسارات الأسرع.

2. النقل المشترك : (Car Sharing & Ride-Hailing)

- تعزيز خدمات النقل التشاركي مثل "أوبر" و "كرييم" لتقليل الاعتماد على المركبات الخاصة.
- تشجيع استخدام الدراجات الكهربائية والscooters في المدن الكبرى.

الفصل الأول: الإطار العام لخدمات النقل

3. المركبات ذاتية القيادة

- الاستثمار في تقييمات السيارات الذاتية القيادة لتقليل الحوادث وتحسين كفاءة الوقود.

• تحسين تجربة المستخدم:

جودة الخدمة لا تقتصر على البنية التحتية والتكنولوجيا فقط، بل تشمل أيضًا رضا المستخدمين، وذلك من خلال:

1. تحسين راحة الركاب:

- توفير وسائل ترفيهية مثل شاشات التلفزيون والإنترنت في وسائل النقل العام.

- ضمان نظافة المركبات والمحطات بشكل دوري.

2. تعزيز الأمان والسلامة:

- زيادة دوريات المرور والكاميرات الأمنية للحد من الحوادث والسرقات.

- توعية السائقين والركاب بقواعد السلامة المرورية(جبر).

3. تقديم خدمات دفع إلكتروني مريحة:

- استخدام بطاقات النقل الذكية أو الدفع عبر الهاتف المحمول لتسهيل عملية الدفع.

• التركيز على الاستدامة البيئية:

مع تزايد الاهتمام بالتغيير المناخي، يجب أن تشمل تحسينات النقل الجوانب البيئية، مثل:

1. تشجيع استخدام المركبات الكهربائية*

- توفير محطات شحن السيارات الكهربائية في المدن.

الفصل الأول: الإطار العام لخدمات النقل

- تقديم حوافز ضريبية لشراء السيارات الصديقة للبيئة.

2. تحسين كفاءة الوقود:

- تطوير محركات أقل استهلاكاً للوقود.

- تشجيع النقل الجماعي لتقليل الانبعاثات الكربونية.

• التخطيط الحضري المستدام:

- تصميم مدن ذكية تقلل من الحاجة إلى التنقل الطويل.

- زيادة المساحات الخضراء حول الطرق لتقليل التلوث.

• تعزيز التشريعات والسياسات التقليدية:

لا يمكن تحقيق تحسين جودة النقل دون وجود سياسات فعالة، مثل:

1. تشديد الرقابة على وسائل النقل:

- فرض عقوبات صارمة على المخالفين لقواعد المرور.

- إلزام شركات النقل بمعايير الجودة والسلامة.

• التعاون بين القطاعين العام والخاص:

- تشجيع الشراكة بين الحكومة والمستثمرين لتمويل مشاريع النقل.

- خصخصة بعض خدمات النقل مع ضمان جودتها.

• الاستثمار في البحث والتطوير:

- دعم الدراسات التي تهدف إلى تحسين أنظمة النقل.

الفصل الأول: الإطار العام لخدمات النقل

- التعلم من تجارب الدول المتقدمة في هذا المجال.

خاتمة الفصل:

في ختام هذا الفصل، يمكن القول إن خدمات النقل تعد عنصراً جوهرياً في دعم الاقتصاد الوطني وتحقيق التنمية المتوازنة، لما لها من دول فعال في تسهيل حركة للأفراد والبضائع، وربط المناطق الحضرية والريفية، وتعزيز التبادلات التجارية، داخلياً وخارجياً، كما أن تنوع أنماط النقل وتطورها التقني ساهم في تحسين جودة الخدمات المقدمة، وزيادة الكفاءة وتقليل الزمن والتكلفة.

ورغم الأهمية، فإن قطاع النقل لا يزال يواجه جملة من التحديات، على غرار ضعف البنية التحتية في بعض المناطق، وارتفاع تكاليف الصيانة، وال الحاجة إلى رقمنة الخدمات لمواكبة المعايير الدولية، وهو ما يتطلب من الجهات المعنية تبني سياسات واستراتيجيات فعالة تهدف إلى تطوير هذا القطاع الحيوي والاستثمار في الوسائل الحديثة، وتحسين الحكومة والإدارة، وبناء على ما سبق يظهر جلياً أن تحسين خدمات النقل ليس خياراً بل ضرورة استراتيجية تفرضها متطلبات التنمية المستدامة والتنافسية الاقتصادية.

الفصل الثاني

الفصل الثاني: حجوزات النقل البري في الجزائر بتطبيق TRANSPLUS

بطاقة التقنية للمشروع:

خرببي فاروق سيد احمد قاسمي اسامه زين الدين	الاسم ولقب Votre prénom et nom Your first and last Name
Transplus	الاسم التجاري للمشروع L'intitulé de votre projet Title of your Project
ملكية فردية (شركة فردية)	الصفة القانونية للمشروع Votre statut juridique Your legal status
0667101400	رقم الهاتف Votre numéro de téléphone Your phone number
Faroukhh330@gmail.com	البريد الإلكتروني Votre adresse e-mail Your email address
بداية ولاية تيارت ثم باقي الولايات الوطن	مقر مزاولة النشاط (الولاية-البلدية) Votre ville ou commune d'activité Your email address

الفصل الثاني: حجوزات النقل البري في الجزائر بتطبيق TRANSPLUS

البطاقة التقنية للمشروع

<p>نوع المشروع: خدماتي تجاري</p> <p>حجم المشروع: مشروع كبير</p> <p>الموقع الجغرافي: يكون لالية و، من المنطقة المحلية إبتداء تيارت في مكان آمن، وخالي من المناطق السكانية.</p> <p>السوق المستهدف : هم الأشخاص الذين لديهم أي مشكل في وصعوبة في حجز و تنقل طلاب عمال الالسلاك الامن او سياح محليين او دوليين.</p> <p>التكنولوجيا المستخدمة : تطبيق هاتفي و موقع الكتروني رسمي لتسهيل عملية حجز النقل و سكك الحديدية</p>	<p>TransPlus هو تطبيق رقمي يهدف إلى توحيد خدمات حجز النقل البري في الجزائر. يتکلف بربط المستخدمين مباشرةً بمنصات وشركات النقل بالحافلات والسكك الحديدية، حيث يوفر واجهة استخدام موحدة، سهلة وسريعة تُمكّن المسافر من:</p> <ul style="list-style-type: none">عرض مواعيد الرحلات في الزمن الحقيقي.الاطلاع على حالة المقاعد المتوفرة.اختيار الرحلة المناسبة حسب التوقيت والسعر.إنتمام الحجز والدفع الإلكتروني (بطاقات، CCP، محفظة إلكترونية).استقبال إشعارات مباشرةً لأي تأخير أو إلغاء أو تغيير.
---	--

القيمة المقترحة أو العرض المقدم Value Proposition

تحديد المشكل الذي يواجهه الزبون

1. المشكلة الأساسية: تشتت خدمات حجز النقل البري في الجزائر	ما هي المشكلة التي تريد حلها؟
---	-------------------------------

الفصل الثاني: حجوزات النقل البري في الجزائر بتطبيق TRANSPLUS

<p>وصعبية الوصول إلى معلومات دقيقة وسريعة عن الرحلات.</p> <p>II. تفاصيل المشكلة:</p> <p>1. تعدد المنصات وعدم وجود تطبيق موحد:</p> <ul style="list-style-type: none">◦ كل شركة نقل (حافلات، قطارات) تعمل بشكل منفصل.◦ لا توجد منصة تجمع كل الرحلات والمواعيد في مكان واحد. <p>2. صعوبة الحجز:</p> <ul style="list-style-type: none">◦ أغلب عمليات الحجز تتم بشكل يدوى أو في محطات النقل.◦ لا توجد طريقة رقمية سهلة و مباشرة للحجز المسبق. <p>3. نقص المعلومات المحدثة:</p> <ul style="list-style-type: none">◦ من الصعب معرفة أوقات الانطلاق، الأسعار، مدة الرحلة، عدد المقاعد المتاحة... وغيرها.◦ لا يوجد نظام تنبئه بالتأخيرات أو التغييرات. <p>4. تجربة المستخدم سيئة:</p> <ul style="list-style-type: none">◦ المواطن أو السائح يواجه مشاكل في معرفة أفضل وسيلة نقل بين المدن.◦ لا يمكن مقارنة الأسعار أو تقييم الخدمات بسهولة.	
--	--

الفصل الثاني: حجوزات النقل البري في الجزائر بتطبيق TRANSPLUS

<p>III. 1.  غياب منصة وطنية موحدة للنقل البري:</p> <ul style="list-style-type: none">• لا توجد منصة حكومية أو خاصة تشمل جميع وسائل النقل البري (الحافلات، القطارات) في الجزائر.• كل شركة نقل تعمل بمنصة خاصة أو حتى بدون نظام حجز إلكتروني.	<p>ما هي البيانات المتوفرة لديك التي تدل على وجود المشكلة المحددة؟</p>
<p>IV. 2.  انخفاض رقمنة قطاع النقل البري:</p> <ul style="list-style-type: none">• أغلب محطات الحافلات تعتمد على حجز تذاكر فيزيائي تقليدي.• معظم شركات النقل لا تمتلك موقع إلكترونية حديثة أو تطبيقات للحجز.• مثال: شركات النقل بين الولايات تعتمد على الهاتف أو الشراء المباشر في المحطة.	
<p>V. 3.  استخدام الجزائريين المتزايد للهواتف الذكية:</p> <ul style="list-style-type: none">• نسبة استخدام الهاتف الذكي تتجاوز 50% في الجزائر (حسب ARPT).• زيادة عدد مستخدمي الإنترنت (أكثر من 28 مليون مستخدم في 2022). <p>ما يعني أن هناك جمهوراً كبيراً مستعد لاستخدام تطبيق رقمي.</p>	
VI. 4. خطول مدة البحث والتنقل بين شركات	

الفصل الثاني: حجوزات النقل البري في الجزائر بتطبيق TRANSPLUS

<p>النقل:</p> <ul style="list-style-type: none"> • المسافر يضطر للانتقال إلى محطات متعددة للاستفسار عن الأسعار والأوقات. • لا توجد طريقة سهلة لمقارنة الخيارات، ما يؤدي إلى ضياع الوقت وتكليف إضافية. 	
<p>5. صعوبة تنقل السياح والوافدين:</p> <p>VII.</p> <ul style="list-style-type: none"> • غياب تطبيق شامل يمثل عائغاً أمام السياح، لأن أغلب المعلومات غير متوفرة على الإنترن特 أو بلغة مفهومة. • هذا يؤثر سلباً على صورة البلد في مجال النقل والسياحة. 	
<p>6. نقص الشفافية وتقييم الخدمة:</p> <p>VIII.</p> <ul style="list-style-type: none"> • لا توجد آلية تمكن المستخدم من تقييم شركات النقل أو معرفة تقييمات العملاء. • لا توجد إشعارات بالتأخير أو تغيير الرحلة. 	
<p>1. هناك مشاريع استهدفت هذه مشكلة لكنها مؤسسات دولية منها (Omio) ألمانيا</p> <ul style="list-style-type: none"> • منصة لحجز القطارات، الحافلات، والطيران داخل أوروبا. • تجمع أكثر من 1,000 شركة نقل في تطبيق واحد. • توفر مقارنة الأسعار، الأوقات، وتدعم لغات متعددة. 	ما هي المشاريع الأخرى التي استهدفت نفس المشكلة التي جرى تنفيذها؟

الفصل الثاني: حجوزات النقل البري في الجزائر بتطبيق TRANSPLUS

<p>نقطة تشابه: نفس الفكرة - حجز شامل ومتعدد الوسائل.</p>	
<p>2. Rome2Rio (.IX أستراليا)</p> <ul style="list-style-type: none"> • تطبيق يُظهر لك كيفية الذهاب من مكان آخر باستخدام مختلف وسائل النقل (باص، قطار، طائرة...). • يُظهر لك الطرق، الأسعار، والوقت التقريري. <p>نقطة تشابه: التركيز على تبسيط اختيار وسيلة النقل الأنسب.</p>	
<p>3. RedBus (.X الهند)</p> <ul style="list-style-type: none"> • أكبر منصة لحجز الحافلات في الهند. • يربط المستخدم بمئات شركات النقل ويتيح تقييمات المستخدمين. <p>نقطة تشابه: حل مشاكل الحجز اليدوي في بلد ضخم ومتشعب النقل.</p>	
<p>XI. مشاريع عربية:</p> <p>4. Swvl (XII. مصر - الإمارات - دول أخرى)</p> <ul style="list-style-type: none"> • بدأت كمنصة لحجز رحلات الحافلات داخل المدن. • تطورت لتشمل الرحلات بين المدن وبعض خدمات النقل الخاص. • توفر حجز ودفع إلكتروني، مواعيد ثابتة، 	

الفصل الثاني: حجوزات النقل البري في الجزائر بتطبيق TRANSPLUS

<p>وتبعد الرحلة.</p> <p>نقطة تشابه: تحسين النقل الجماعي باستخدام تطبيق رقمي.</p>	
<p>العنوان: Yassir Express (الجزائر - للنقل الحضري)</p> <ul style="list-style-type: none"> • يركز أكثر على النقل الحضري (سيارات الأجرة، توصيل). • لا يشمل النقل الجماعي أو بين الولايات (قطارات/حافلات طويلة). <p>الفرق: لا يستهدف نفس المشكلة مباشرة، لكنه يثبت وجود قابلية رقمية لدى المستخدم الجزائري.</p>	
<p>TransPlus: أهداف مشروع</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. إنشاء منصة رقمية موحدة (تطبيق وموقع) لجزر وسائل النقل الجماعي في الجزائر (حافلات، قطارات). 2. رقمنة عمليات الحجز والدفع لتسهيل تجربة المستخدم وتقليل الاعتماد على الطرق التقليدية. 3. توفير معلومات آنية ومحذثة عن أوقات الرحلات، الأسعار، نقاط الانطلاق والوصول، والتوفير الفوري للمقاعد. 4. تمكين المستخدم من مقارنة الخيارات (من حيث السعر، المدة، التقييم) لاتخاذ القرار الأفضل. 	<p>ما هي أهداف مشروعك وأدوات نتائجه المتوقعة؟</p>

الفصل الثاني: حجوزات النقل البري في الجزائر بتطبيق TRANSPLUS

<p>5. تعزيز الشفافية والمصداقية في خدمات النقل عبر تمكين المستخدم من تقييم الشركات والخدمات.</p> <p>6. تشجيع شركات النقل على التحول الرقمي من خلال شراكة مع TransPlus لتقديم خدماتهم إلكترونياً.</p> <p>7. دعم السياحة الداخلية والتنقل السلس داخل الجزائر من خلال توفير تجربة رقمية سهلة وآمنة.</p>	
<p>XV. النتائج المتوقعة:</p> <p>1. زيادة عدد الحجوزات الإلكترونية لوسائل النقل البري بنسبة كبيرة خلال السنة الأولى.</p> <p>2. توفير الوقت والجهد للمستخدمين، وتقليل الازدحام في محطات النقل.</p> <p>3. تحسين رضا العملاء عن خدمات النقل الجماعي بفضل المقارنة والتقييم.</p> <p>4. تمكين شركات النقل التقليدية من الوصول إلى قاعدة زبائن جديدة عبر الإنترنت.</p> <p>5. جمع بيانات وإحصائيات دقيقة عن التنقل يمكن الاستفادة منها في تطوير القطاع.</p> <p>6. خلق فرص عمل جديدة في مجال الدعم التقني، التسويق الرقمي، وخدمة الزبائن.</p> <p>7. تحقيق دخل مستدام من خلال العمولة على كل عملية حجز أو من خلال اشتراكات الشركات.</p>	

الفصل الثاني: حجوزات النقل البري في الجزائر بتطبيق TRANSPLUS

القيمة المقترحة وفق المعايير التالية

TransPlus .XVI . يقدم قيمة مبتكرة لمشروع TransPlus في السوق الجزائرية من خلال: 1. أول منصة رقمية موحدة في الجزائر تجمع بين وسائل النقل الجماعي البري (الحافلات + القطارات) (في مكان واحد، ما يلги الحاجة للبحث في عدة منصات أو الذهاب شخصياً إلى المحطات. 2. تجربة رقمية شاملة تشمل: ◦ حجز التذكرة إلكترونياً. ◦ الدفع عبر الإنترنت أو الدفع عند الانطلاق. ◦ إشعارات بالتغييرات والتأخيرات. ◦ تتبع الرحلة في الوقت الحقيقي. 3. مقارنة فورية بين خيارات متعددة: ◦ السعر، المدة، التقييم، التوفير، شركة النقل... ◦ تمكين المستخدم من اتخاذ قرار نكي وموثوق. 4. خدمة موجهة للسياح والوافدين: ◦ واجهة متعددة اللغات. ◦ خرائط وتوجيهات دقيقة. ◦ معلومات واضحة حول النقاط الرئيسية في النقل.	القيمة المبتكرة أو الجديدة
---	----------------------------

الفصل الثاني: حجوزات النقل البري في الجزائر بتطبيق TRANSPLUS

<p>5.  نظام تقييم وتعليقات المستخدمين:</p> <ul style="list-style-type: none"> ◦ تحسين جودة الخدمات. ◦ خلق نوع من المنافسة الإيجابية بين شركات النقل. <p>6.  شراكة نكية مع شركات النقل:</p> <ul style="list-style-type: none"> ◦ تسهيل التحول الرقمي لشركات النقل التقليدية. ◦ زيادة عدد زبائنهم من خلال القناة الرقمية. 	
<p>XVII.  القيمة المبتكرة المخصصة لمشروع (TransPlus) في السياق الجزائري:</p> <p> يقدم قيمة فريدة للمستخدم الجزائري من خلال:</p> <p>XVIII.  حل مشكلة محلية حقيقة:</p> <ul style="list-style-type: none"> ◦ في الجزائر، لا توجد منصة موحدة لحجز وسائل النقل البرية (لا الحافلات بين الولايات ولا القطارات). ◦ المستخدم مجبر على التنقل فعلياً إلى المحطة أو الاتصال الهاتفي لشركة النقل للحصول على معلومة بسيطة. <p> يعالج هذه الفجوة بإنشاء منصة رقمية موحدة توفر كل المعلومات والخدمات في مكان واحد.</p>	القيمة بالخصوص
<p>XIX.  تجربة رقمية سهلة ومحصصة للمستخدم الجزائري:</p>	

الفصل الثاني: حجوزات النقل البري في الجزائر بتطبيق TRANSPLUS

<ul style="list-style-type: none">• تصميم بسيط يناسب كل فئات المجتمع (حتى من ليست لديهم خبرة كبيرة بالهاتف).• دعم اللغة العربية والفرنسية، وربما الأمازيغية في المستقبل.• إمكانية الدفع بعد الحجز (نقداً عند الصعود) إلى جانب الدفع الإلكتروني، مراعاة لواقع التعاملات المالية في الجزائر.	
<p>XX.  ربط شركات النقل التقليدية بالتحول الرقمي:</p> <ul style="list-style-type: none">• كثير من شركات النقل الجزائرية لا تملك موقع أو تطبيقات.• يمكن أن يوفر لها نظام TransPlus متكامل دون أن تحتاج لتطوير نظامها الخاص. <p>القيمة هنا مزدوجة: للمستخدم: تسهيل التنقل والحجز.</p> <p>ولشركات النقل: فتح سوق رقمي جديد بدون استثمار ضخم.</p>	
<p>XXI.  أداة معلومات وتنظيم:</p> <ul style="list-style-type: none">• يوفر إحصائيات مفيدة للجهات الحكومية والتنظيمية عن حركة المسافرين، الخطوط الأكثر طلباً، أوقات الذروة... إلخ.• هذه البيانات لم تكن متاحة سابقاً بشكل رقمي ومنظم.	

الفصل الثاني: حجوزات النقل البري في الجزائر بتطبيق TRANSPLUS

<p>XXII. خلق شبكة نقل وطنية رقمية لأول مرة:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ربط بين وسائل النقل المختلفة (حافلات + قطارات.). • تسهيل التنقل بين الولايات بتجربة سلسة. 	
<p>القيمة بالسعر من حيث السعر في TransPlus: القيمة المبتكرة من حيث السعر في TransPlus لا يقدم فقط خدمة رقمية، بل يمنحك المستخدم الجزائري قيمة مالية حقيقية من خلال:</p>	القيمة بالسعر
<p>1. توفير التكاليف الخفية للمستخدم:</p> <ul style="list-style-type: none"> • المستخدم في الوضع الحالي يدفع تكاليف غير مباشرة: <ul style="list-style-type: none"> ◦ تنقل إلى المحطات. ◦ مكالمات هاتفية للشركات. ◦ وقت ضائع في البحث والمقارنة. • يلغي كل ذلك، ويوفر وسيلة حجز سريعة ومجانية من المنزل أو الهاتف. 	
<p>2. خدمة الحجز مجانية أو شبه مجانية للمستخدم النهائي:</p> <ul style="list-style-type: none"> • الحجز على TransPlus مجاني أو برسوم رمزية لا تتجاوز 20 - 50 دج. • الرسوم الأساسية يتم تغطيتها من خلال: 	

الفصل الثاني: حجوزات النقل البري في الجزائر بتطبيق TRANSPLUS

<ul style="list-style-type: none">◦ عمولة بسيطة من شركات النقل.◦ أو إعلانات داخل التطبيق. <p>قيمة مقابل سعر منخفض جدًا مقارنة بالفائدة  الكبيرة.</p>	
<p>3.  تمكين المستخدم من مقارنة الأسعار و اختيار الأرخص:</p> <ul style="list-style-type: none">◦ بدلاً من الذهاب إلى عدة محطات وسؤال الشركات، يمكن للمستخدم عبر TransPlus:<ul style="list-style-type: none">◦ رؤية الأسعار المتوفرة لجميع الشركات.◦ مقارنة الوقت، الجودة، والتكلفة.◦ اختيار الأنسب حسب ميزانيته. <p>هذا يعطيه تحكمًا أكبر في مصاريفه. </p>	
<p>4.  عروض وتخفيضات عبر التطبيق:</p> <ul style="list-style-type: none">◦ إمكانية تقديم عروض حصرية للحجوزات عبر TransPlus (تخفيضات، نقاط ولاء، حجوزات جماعية....).◦ هذه العروض غير متاحة في الحجز التقليدي.	
<p>5.  سعر منخفض لشركات النقل مقابل خدمة احترافية:</p> <ul style="list-style-type: none">◦ بدلاً من أن تدفع الشركات مبالغ كبيرة	

الفصل الثاني: حجوزات النقل البري في الجزائر بتطبيق TRANSPLUS

<p>لتطوير نظام خاص بها، تقدم TransPlus:</p> <ul style="list-style-type: none"> ◦ نظام حجز جاهز. ◦ منصة للوصول إلىآلاف الزبائن. ◦ بسعر اشتراك بسيط أو عمولة على الحجز فقط. 	
<p>• القيمة المبتكرة من حيث التصميم في TransPlus:</p> <p>يتميز بتصميم ذكي وعصري يمنح المستخدم تجربة فريدة ومرحة، من خلال:</p>	القيمة بالتصميم
<p>• 1. واجهة بسيطة وسهلة الاستخدام (User-Friendly):</p> <ul style="list-style-type: none"> ◦ مصممة خصيصاً للمستخدم الجزائري من مختلف الفئات (الشباب، كبار السن، غير المعتادين على التطبيقات). ◦ لا تتطلب معرفة تقنية متقدمة، فقط خطوات بسيطة لحجز الرحلة. <p>💡 سهولة التصميم = وصول أكبر + رضا أعلى.</p>	
<p>• 2. دعم متعدد اللغات:</p> <ul style="list-style-type: none"> ◦ واجهة بثلاث لغات: العربية، الفرنسية، والإنجليزية (مع إمكانية إضافة الأمازيغية مستقبلاً). ◦ هذا يجعل التصميم شاملًا ومتاحًا للجميع، بما فيهم السياح والوافدين. 	

الفصل الثاني: حجوزات النقل البري في الجزائر بتطبيق TRANSPLUS

<ul style="list-style-type: none">• تصميم متجاوب مع كل الأجهزة:• يعمل بسلامة على الهواتف الذكية (Android، iOS)، التابلت، وأجهزة الكمبيوتر.• بدون الحاجة لتحميل تطبيق ثقيل أو معقد.	
<ul style="list-style-type: none">• تجربة مستخدم UX مصممة بدقة:• حجز الرحلة في أقل من 3 خطوات: (اختر الوجهة → قارن → احجز).• عرض معلومات الرحلة بشكل واضح: السعر، الوقت، الشركة، الموقع على الخريطة.• إشعارات وتنبيهات فورية عن الحجز أو التأخير.	
<ul style="list-style-type: none">• تصميم ذكي يعرض المحتوى حسب السياق:• يُظهر للمستخدم الرحلات الأقرب لموقعه الجغرافي أولاً.• يعرض التوصيات حسب الرحلات السابقة أو الأكثر تقييماً.	
<ul style="list-style-type: none">• لمسة جزائرية في الهوية البصرية:• ألوان مستوحاة من الهوية الوطنية الجزائرية (الأخضر، الأبيض، والأزرق).	

الفصل الثاني: حجوزات النقل البري في الجزائر بتطبيق TRANSPLUS

<ul style="list-style-type: none"> • أيقونات ورسومات توضيحية مستوحاة من البيئة المحلية (محطات، حافلات، خرائط.) <p> التصميم هنا ليس مجرد جماليات، بل أداة عملية لتسهيل حياة المستخدم.</p>	
<ul style="list-style-type: none"> •  القيمة المبتكرة من حيث الأداء العالي في مشروع TransPlus: يقدم أداءً تقنياً عالياً يضمن موثوقية وسرعة وسلامة في استخدام المنصة لجميع فئات المستخدمين. 	القيمة بالأداء العالي
<p>1.  سرعة الاستجابة والتنقل داخل التطبيق:</p> <ul style="list-style-type: none"> • تحميل سريع للصفحات والمحتوى حتى مع اتصال إنترنت ضعيف (وهو أمر شائع في بعض مناطق الجزائر). • وقت استجابة لا يتجاوز ثوانٍ أثناء البحث أو الحجز. <p>أداء عالي = تقليل وقت الانتظار وزيادة رضا المستخدم.</p>	
<p>2.  تحديث البيانات في الوقت الحقيقي: (Real-Time)</p> <ul style="list-style-type: none"> • تحديث فوري لتوفير المقاعد، تغييرات المواعيد، أو تأخيرات الرحلات. • إشعارات مباشرة للمستخدمين عند أي 	

الفصل الثاني: حجوزات النقل البري في الجزائر بتطبيق TRANSPLUS

<p>• تغيير.</p> <p>• يجعل TransPlus أدلة موثوقة لخطيط الرحلات اللحظية.</p>	
<ul style="list-style-type: none">• 3.  نظام ذكي لتصفية واقتراح الرحلات:• خوارزمية توصية تعرض أفضل الخيارات بناءً على:<ul style="list-style-type: none">◦ الوقت.◦ السعر.◦ التقييمات.◦ المسارات السابقة للمستخدم. <p>• كل مستخدم يرى نتائج مناسبة له شخصياً.</p>	
<ul style="list-style-type: none">• 4.  تكامل سريع مع شركات النقل:• واجهات برمجية (API) جاهزة لربط شركات النقل الصغيرة والمتوسطة دون جهد تقني كبير.• إمكانية إدارة الحجز، الرحلات، والمقاعد من خلال لوحة تحكم سهلة.	
<ul style="list-style-type: none">• 5.  تحمل الضغط العالي وتعدد المستخدمين:• البنية التحتية مصممة لتخدمآلاف المستخدمين في نفس الوقت دون بطء أو توقف.• جاهزة للتتوسيع حسب الحاجة مع نمو عدد	

الفصل الثاني: حجوزات النقل البري في الجزائر بتطبيق TRANSPLUS

<p>الرحلات والشركات.</p> <ul style="list-style-type: none"> • أداء عالي في الأمان والحماية:  • تأمين معلومات المستخدمين والجوزات بتقنيات تشفير متقدمة. • نظام تتحقق مزدوج لحماية الحسابات والدفع. 	
<p> القيمة المبتكرة من حيث الخدمة الشاملة في مشروع TransPlus:</p> <p>TransPlus لا يقدم خدمة واحدة فقط، بل يوفر منظومة نقل رقمية متكاملة تغطي جميع احتياجات المستخدم قبل وأثناء وبعد الرحلة، مما يمنحه تجربة نقل شاملة وفريدة من نوعها في الجزائر.</p>	القيمة بالخدمة الشاملة
<p> 1. • الرحلات:</p> <ul style="list-style-type: none"> • تحديد نقطة الانطلاق والوصول، مع عرض كل الخيارات المتوفرة من مختلف الشركات. • عرض الرحلات حسب التوقيت، السعر، التقييم، أو المدة. 	
<p> 2. • خطوات حجز بسيطة وسريعة في أقل من</p>	

الفصل الثاني: حجوزات النقل البري في الجزائر بتطبيق TRANSPLUS

<ul style="list-style-type: none">• تأكيد فوري للحجز مع تذكرة رقمية جاهزة.	
<p> 3. خيارات دفع مرنة:</p> <ul style="list-style-type: none">• الدفع عبر الإنترنت (بطاقة CCP ، الدفع الإلكتروني المحلي، أو PayPal مستقبلاً).• الدفع عند الانتلاق (نقداً) لتناسب كل فئات المستخدمين.	
<p> 4. إشعارات وتحديثات آنية:</p> <ul style="list-style-type: none">• تنبیهات فورية عند اقتراب موعد الرحلة.• إشعار بأي تغيير في الجدول الزمني أو إلغاء مفاجئ.	
<p> 5. خدمة تتبع الموقع وتوجيه المستخدم:</p> <ul style="list-style-type: none">• عرض موقع المحطة على الخريطة.• توجيه المستخدم إلى أقرب محطة انطلاق.• تتبع الحافلة أو القطار في الوقت الحقيقي (عند توفره من الشركات).	
<p> 6. دعم العملاء متعدد القنوات:</p> <ul style="list-style-type: none">• خدمة عملاء مباشرة عبر التطبيق.(chat).	

الفصل الثاني: حجوزات النقل البري في الجزائر بتطبيق TRANSPLUS

- | | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none">• بريد إلكتروني وهاتف لحالات الطوارئ.• دعم بلغات متعددة. | |
|---|--|

7. • ما بعد الرحلة: تقييم وتجربة

المستخدم:

- إمكانية تقييم الشركة أو السائق بعد الرحلة.
- تقديم اقتراحات أو شكاوى لتحسين جودة النقل.

الفصل الثاني: حجوزات النقل البري في الجزائر بتطبيق TRANSPLUS

<p>1. القيمة المبتكرة أو الجديدة - مشروع TransPlus</p> <p>TransPlus هو أول حل رقمي شامل في الجزائر يهدف إلى رقمنة قطاع النقل الجماعي البري من خلال منصة واحدة تجمع الحافلات والقطارات، مما يوفر للمستخدم تجربة تنقل متكاملة وسلسة لم تكن متاحة من قبل.</p>	القيمة المبتكرة أو الجديدة
<p>2. ما الذي يجعل TransPlus مبتكرة؟</p> <p>منصة موحدة شاملة:</p> <p>دمج وسائل النقل المختلفة (الحافلات + القطارات) لأول مرة في تطبيق وموقع واحد، مما يُنهي فوضى تعدد القنوات ويسهل على المستخدم الوصول إلى كل الخيارات في مكان واحد.</p>	
<p>3. تجربة تبسيط الحجز:</p> <p>تصميم بسيط وذكي يمكن أي شخص من حجز تذكرته في خطوات قليلة، دون الحاجة للذهاب للمحطة أو إجراء مكالمات.</p>	
<p>4. ربط المستخدم مباشرة بالشركات:</p> <p>توفير قناة تواصل مباشرة وآنية بين المستخدم وشركات النقل، مع إمكانية الحجز، الدفع، والتقييم بسهولة.</p>	
<p>5. نظام مقارنة وتوصية:</p> <p>إمكانية مقارنة الأسعار، الأوقات، الجودة، والتقييمات لاختيار الرحلة الأفضل، مما يعزز الشفافية والتنافس بين الشركات.</p>	
<p>6. خدمة محلية بتصميم موجه للمستخدم</p>	

الفصل الثاني: حجوزات النقل البري في الجزائر بتطبيق TRANSPLUS

<p>الجزائي: دعم لغة العربية والفرنسية، ومرنة في وسائل الدفع (بما فيها الدفع عند الانطلاق)، مما يجعلها ملائمة للواقع المحلي.</p> <p>8. التحول الرقمي لشركات النقل: فتح باب الرقمنة لشركات النقل التقليدية التي لا تملك نظام حجز إلكتروني، من خلال لوحة تحكم سهلة للعرض والإدارة.</p> <p>9. تكامل الخدمة: TransPlus لا يقدم مجرد حجز، بل تجربة سفر رقمية كاملة تشمل: البحث، الحجز، الدفع، التنبيهات، التقييم، والتوجيه.</p>	
 TransPlus: قيم إضافية لمشروع	قيم أخرى
<ul style="list-style-type: none"> • قابلية التوسيع (Scalability): • يمكن توسيع TransPlus ليشمل: <ul style="list-style-type: none"> ◦ وسائل نقل أخرى (سيارات الأجرة، النقل البحري، الترام...) ◦ دول مغاربية أخرى مستقبلاً (تونس، المغرب). • النمو لا يتطلب تغيير جوهري في البنية التقنية بل فقط توسيع قاعدة الشركاء. 	

الفصل الثاني: حجوزات النقل البري في الجزائر بتطبيق TRANSPLUS

<p>2. .  الأثر الاجتماعي (Social Impact):</p> <ul style="list-style-type: none">• يساهم في تحسين جودة حياة المواطن من خلال تسهيل التنقل وتقليل الضغط والإجهاد الناتج عن البحث عن وسيلة سفر.• يخلق فرص عمل جديدة في مجالات الدعم، التقنية، التسويق، وحتى في شركات النقل نفسها.	
<p>3. .  القيمة التحليلية (Data Intelligence):</p> <ul style="list-style-type: none">• النظام يُنتج بيانات مهمة يمكن استخدامها في:<ul style="list-style-type: none">◦ تحسين خدمات النقل.◦ اتخاذ قرارات تخطيط المدن.◦ دراسات التنقل والسياحة.• يمكن مستقبلاً تقديم تقارير مدفوعة للبلديات أو الجهات الحكومية.	
<p>4. .  الأمان والثقة:</p> <ul style="list-style-type: none">• المستخدم يشعر بالأمان لأن:<ul style="list-style-type: none">◦ يحجز من مصدر موثوق.◦ يعرف وقت الرحلة وموقع الانطلاق بدقة.	

الفصل الثاني: حجوزات النقل البري في الجزائر بتطبيق TRANSPLUS

<ul style="list-style-type: none"> ◦ يتلقى إشعارات تنبيه وتأخير في الوقت الحقيقي. 	
<p style="text-align: center;"> 5. •</p> <p style="text-align: center;">(Retention&Loyalty):</p> <ul style="list-style-type: none"> ◦ من خلال: <ul style="list-style-type: none"> ◦ سجل الرحلات السابقة. ◦ برامج النقاط والمكافآت. ◦ العروض الخاصة للمستخدمين الدائمين. ◦ يحفز المستخدم على العودة للتطبيق في كل رحلة. 	
<p style="text-align: center;"> 6. •</p> <p style="text-align: center;">التميز في السوق المحلي:</p> <ul style="list-style-type: none"> ◦ لا يوجد في السوق الجزائري حالياً تطبيق بهذه التغطية والوظائف. ◦ يمكن أن يصبح TransPlus المعيار الوطني للنقل البري الرقمي. 	

شائح العملاء أو الزبائن Customer Segments

Géographique	Démographique (B2C)	Démographique (B2B)	Psychographique	Comportemental
الجغرافية تحليل شرائح العملاء من ناحية جغرافية	شرائح العملاء في B2C TransPlus	شرائح العملاء المحتملين: • شركات النقل	العوامل النفسية والشخصية العملاء	السلوكيات شرائح العملاء حسب السلوكيات نجد:

الفصل الثاني: حجوزات النقل البري في الجزائر بتطبيق TRANSPLUS

<p>(Geographic Segmentation)</p> <p>ضروري جدًا لمشروع TransPlus، خصوصاً أنه يتعامل مع النقل بين المدن في الجزائر.</p> <p>شائع العملاء من ناحية جغرافية في الجزائر.</p> <p>1. سكان المدن الكبرى (العواصم والحضر) مثل: الجزائر العاصمة، وهران، قسنطينة، سطيف، عنابة.</p> <p>الخصائص: كثافة سكانية عالية. تقلات كبيرة داخل وخارج الولاية.</p> <p>استخدام مرتفع للهواتف الذكية والإنترنت.</p> <p>ما يحتاجونه: حجز رحلات بين</p>	<p>(Behavioral Segmentation)</p> <p>عن الرغبة في الراحة (Comfort Seeker).</p> <p>الخصائص النفسية: يكره التعقيد، يفضل التعامل الرقمي (الهاتف للحجز، ي يريد كل شيء في مكان واحد).</p> <p>استراتيجية الجذب: واجهة بسيطة - حجز في 3 خطوات - تتبع الرحلة.</p> <p>السلوك: يستخدم تحليلات، تقارير (الحجوزات الجماعية) جماعية).</p> <p>2. العميل الحساس للسعر (Price Sensitive)</p> <p>الخصائص النفسية: دعم فني مباشر، يهتم بالميزانية، يقارن كثيراً قبل الشراء.</p> <p>السلوك: يبحث عن الأرخص أولاً - يتفاعل مع التخفيضات.</p> <p>استراتيجية الجذب: عبر التذاكر.</p>	<p>الطبقة الارستقراطية</p> <p>عن الرغبة في الراحة (Comfort Seeker).</p> <p>الخصائص النفسية: يكره التعقيد، يفضل التعامل الرقمي (الهاتف للحجز، ي يريد كل شيء في مكان واحد).</p> <p>استراتيجية الجذب: واجهة بسيطة - حجز في 3 خطوات - تتبع الرحلة.</p> <p>السلوك: يستخدم تحليلات، تقارير (الحجوزات الجماعية) جماعية).</p> <p>الطبقة الوسطى</p> <p>الطبقة العاملة</p> <p>الطبقة العاملة المتكررة</p> <p>الطبقة العاملة</p> <p>الطبقة العاملة</p> <p>الطبقة العاملة</p> <p>الطبقة العاملة</p> <p>الطبقة العاملة</p> <p>الطبقة العاملة</p>	<p>العوامل المؤثرة</p> <ul style="list-style-type: none"> • محبو السفر والاكتشاف. ✓ حب استكشاف مدن جديدة وخصوصاً مغامرات. • العائلات المنظمة والعلمية ✓ يجدون دائماً عن أرخص وسيلة نقل. • العملاء يبحثون دائمًا عن أرخص وسيلة نقل. • العملاء يجدون في الحجز والرحلات سهولة التعامل. 	<p>حسب النهاية المطلوبة</p> <ul style="list-style-type: none"> • الراحة والسهولة والسريعة والبساطة، بدلاً من الذهاب للمحطة. ✓ ما يهمه هو السرعة والبساطة، بدلاً من الذهاب للمحطة. • العملاء يبحثون دائمًا عن أرخص وسيلة نقل. • العملاء يجدون في الحجز والرحلات سهولة التعامل.
--	--	--	--	--

الفصل الثاني: حجوزات النقل البري في الجزائر بتطبيق TRANSPLUS

<p>المدن، خاصة في فترات النروءة.</p> <p>واجهات رقمية مريحة وفعالة.</p> <p>الفرصة: تسويق مباشر عبر إعلانات Google رقمية و Maps.</p> <p>2. سكان المدن المتوسطة والصغرى مثل: غليزان، خنشلة، سوق أهراس، سعيدة</p> <p>الخصائص: تقللات متكررة نحو المدن الكبرى (عمل، دراسة، مصالح إدارية).</p> <p>خدمات النقل محدودة أو غير منظمة.</p> <p>ما يحتاجونه: تنظيم وجدولة محدثة - معرفة مواعيد الحافلات/القطارات.</p> <p>إمكانية الحجز</p>	<p>نظام عرض - تنبهات خصومات - مقارنة الأسعار.</p> <p>3. العميل الرقمي (Digital Native)</p> <p>الخصائص النفسية: يحب التكنولوجيا ويثق بها.</p> <p>يشارك تقييمه - يفضل الدفع الإلكتروني - متفاعل على الإنترت.</p> <p>استراتيجية الجذب: تصميم عصري - تطبيق موبايل سريع - دعم عبر الشات.</p> <p>4. المسافر المنتظم (Frequent Traveler)</p> <p>الخصائص النفسية: يفضل التكرار والتنظيم.</p> <p>السلوك: يسافر بشكل أسبوعي أو شهري - يريد حفظ بياناته.</p> <p>استراتيجية الجذب:</p>	<p>منصتهم الخاصة.</p> <ul style="list-style-type: none"> الشركات الكبرى التي توفر نفلا للموظفين ✓ تجذبهم خطط اشتراك شهرية إدارة كاملة للحجوزات وجدولة الرحلات. 		
--	--	--	--	--

الفصل الثاني: حجوزات النقل البري في الجزائر بتطبيق TRANSPLUS

<p>المسبق من المنزل.</p> <p>الفرصة: تقديم الخدمة كحل مشكلتهم مع "غياب المعلومات".</p> <p>3. المناطق الداخلية والهضاب العليا مثل: الجلفة، المسيلة، الأغواط، تبسة الخصائص: مسافات طويلة – سفر ضروري للخدمات (مستشفيات، جامعات...).</p> <p>تقلاطات متعددة بدون تنظيم مسبق.</p> <p>ما يحتاجونه: تتبع مواعيد الحافلات – معرفة المقاعد المتاحة.</p> <p>خدمة تتعامل حتى مع الشبكات المتوسطة أو بدون اتصال دائم.</p>	<p>حسابات شخصية – سجل حجوزات – تذاكر رقمية – عروض للزبائن المتكررين.</p> <p>5. الطالب الجامعي: الخصائص النفسية: محدود الميزانية – يقرّ البساطة.</p> <p>السلوك: يسافر بين المدينة الأصلية والجامعة كثيراً – يعتمد على الهاتف.</p> <p>استراتيجية الجذب: خصومات طلابية – شراكات مع الجامعات – حجز جماعي.</p> <p>6. العائلات: والمسافرون مع أطفال الخصائص النفسية: يبحث عن الأمان والتنظيم.</p> <p>السلوك: يخططون مسبقاً – يريدون تأكيد.</p> <p>استراتيجية الجذب: خيارات الحجز</p>		
--	--	--	--

الفصل الثاني: حجوزات النقل البري في الجزائر بتطبيق TRANSPLUS

<p>الفرصة: التركيز على الوظائف التي تعمل حتى بدون إنترنت دائم) مثل حجز SMS – مسبق عبر وكالات شريكه 4. المغتربون والمسافرون من الخارج (Diaspora/Internationals) : الخصائص: يزورون الجزائر في مواسم معينة (الصيف، الأعياد). يخططون رحلاتهم قبل الوصول. ما يحتاجونه: حجز النقل بين المدن قبل السفر إلى الجزائر. واجهة بلغات متعددة (العربية، الفرنسية، الإنجليزية).</p> <p>الفرصة: تطوير نسخة Web</p>	<p>الجماعي – تنبئها الرحلة – إمكانية اختيار المقاعد.</p> <p>7. مسافر اللحظة (Last-Minute Booker)</p> <p>الخصائص النفسية: اندفاعي – عملي – لا يخطط.</p> <p>السلوك: يحجز قبل ساعات من الرحلة – لا يهم السعر أحياناً</p> <p>استراتيجية الجذب: عرض "رحلات قريبة منك الآن" – فلتر حسب الوقت – دعم سريع.</p>			
--	--	--	--	--

الفصل الثاني: حجوزات النقل البري في الجزائر بتطبيق TRANSPLUS

<p>مخصصة للسياح والجزائريين المقيمين بالخارج.</p> <p>5. المناطق السياحية (وهران - تيميمون - تمنراست - بجاية - تلمسان) : الخصائص:</p> <p>تواجد سياحي داخلي وخارجي.</p> <p>موسمية في الطلب على النقل.</p> <p>ما يحتاجونه: دمج النقل مع الحجوزات السياحية.</p> <p>معلومات عن الأماكن السياحية وربطها بالرحلات.</p> <p>الفرصة: شراكات مع وكالات السياحة ومراكز الإيواء.</p>				
Continent القارة	Age العمر	Secteur القطاع	Classe Sociale الطبقة الاجتماعية	Usage استخدام
شرائح العملاء حسب حسب القارة: 1. أفريقيا (الداخل)	شرائح العملاء حسب الفئة العمرية: 1. من 18 إلى 25	شرائح العملاء حسب القطاع: 1. الأفراد (B2C)	شرائح العملاء حسب الوضع	إليك شرائح العملاء TransPlus شرائح العملاء حسب

الفصل الثاني: حجوزات النقل البري في الجزائر بتطبيق TRANSPLUS

الاستخدام:	الاجتماعي:	المستخدمون	السن	الم المحلي
1. المستخدمون المتكرون يسافرون بانتظام (أسبوعياً أو شهرياً).	1. الطلبة دخل محدود، يسافرون بين الجامعات والمنزل.	العاديون: طلبة، عائلات، مسافرون.	طلبة وشباب. يهتمون بالسعر والتقطيق السهل.	الأساسي: السوق المحلي في الجزائر.
2. المستخدمون طلاب جامعيون.	2. يهتمون بالسعر وسهولة الحجز.	شركات النقل	السعر، والتوفير.	الخصائص: تنقلات داخلية، احتياج كبير للرقمنة والتقطيق.
3. المستخدمون الموسميون يسافرون فقط في العطل والمناسبات.	3. يهتمون بأماناً.	العمال والموظفون	بحث عن منصة لعرض رحلاتها.	الفئات: سكان الجزائر، مسافرون بين الولايات.
4. المستخدمون يسافرون على الحجز الإلكتروني لأول مرة.	4. يهتمون واجهة بسيطة ودعم مباشر.	وكالات السفر	بحث عن حلول جماعية وجدولة.	3. أوروبا (الجالية الجزائرية) الخصائص: مغتربون يزورون الجزائر موسمياً. الاحتياجات: حجز مسبق قبل الوصول، واجهة متعددة اللغات.
5. المستخدمون بسيطة ودعم واضح.	5. يهتمون بالتكامل والعملة.	نقل الموظفين	تحتاج لتضمين النقل ضمن عروضها.	الفئات: جزائريون مقيمون في فرنسا، ألمانيا، إسبانيا... 3. أمريكا وأسيا (أقلية سياحية أو مهنية)
أمثلة: كبار السن، سكان المناطق.	63	يسافرون موسمياً	تحتاج إلى التنظيم، الفوترة، وخدمة موثوقة.	الخصائص: سياح أو زوار نادرون.

الفصل الثاني: حجوزات النقل البري في الجزائر بتطبيق TRANSPLUS

				داخـلـ الـبـلـادـ. يـهـتـمـونـ بـالـحـجـزـ الـمـسـيـقـ وـخـدـمـةـ مـتـعـدـدـةـ الـلـغـاتـ. يـهـجـزـونـ قـبـلـ سـاعـاتـ مـنـ الـانـطـلـاقـ. يـبـحـثـونـ عـنـ رـحـلـاتـ مـتـاحـةـ فـورـاـ. أـمـثـلـةـ: مـوـظـفـونـ، مـسـافـرـونـ فـيـ حـالـاتـ طـارـئـةـ. الـمـسـتـخـدـمـونـ الـجـمـاعـيـونـ يـهـجـزـونـ لـأـكـثـرـ مـنـ شـخـصـ دـفـعـةـ وـاحـدـةـ. يـحـتـاجـونـ خـيـارـاتـ حـزـ جـمـاعـيـ وـتـخـفـيـضـاتـ. أـمـثـلـةـ: عـائـلـاتـ، رـحـلـاتـ طـلـابـيـةـ، أـفـواـجـ سـيـاحـيـةـ.
Pays الـدـولـةـ شـرـائـحـ الـعـمـلـاءـ حـسـبـ الدـولـةـ: 1ـ.ـ الـجـزـائـرـ (ـالـسـوقـ)	Sexs الـجـنـسـ شـرـائـحـ الـعـمـلـاءـ حـسـبـ الـجـنـسـ: 1ـ.ـ الـذـكـورـ	Nombre d'employès عـدـ العـمـالـ فـيـ الـقـطـاعـ شـرـائـحـ الـعـمـلـاءـ حـسـبـ	Niveau de vie المـسـتـوـىـ المـعـيـشـيـ شـرـائـحـ الـعـمـلـاءـ حـسـبـ المـسـتـوـىـ الـمـعـيـشـيـ:	Loyautè الـوـفـاءـ شـرـائـحـ الـعـمـلـاءـ حـسـبـ الـلـوـيـالـيـتـيـ (Loyalty) 1ـ.ـ الـعـمـلـاءـ

الفصل الثاني: حجوزات النقل البري في الجزائر بتطبيق TRANSPLUS

الأساسي) المستخدمون المحليون. يحتاجون رقمنة النقل بين المدن. 2. دول الجالية الجزائرية (فرنسا، ألمانيا، كندا...) جزائريون مقيمون بالخارج. يحجزون مسبقاً قبل القدوم للجزائر. 3. دول الجوار المغاربي (تونس، المغرب...) إمكانات توسيع إقليمي مستقبلي. تشابه في تحديات النقل. 4. دول أخرى (سياح أو شركاء دوليون) فئة محدودة.	يسافرون للعمل أو الدراسة. يهمون بالسرعة والكفاءة في الحجز. 12. الإناث يفضلن الأمان والتنظيم. يهممن بتقاصيل الرحلة والتقييمات. ماذا تستفيد؟ تصميم واجهات ورسائل تسويقية تراعي اختلاف الاهتمامات. تقديم خيارات مخصصة (مثل: مقاعد للنساء، دعم نسائي...).	عدد العمال في المؤسسة: 1. المؤسسات الصغيرة (1-10) عمال) مرنة لكن بميزانية محودة. تبحث عن حلول بسطة وغير مكلفة. 2. المؤسسات المتوسطة (11-50) (عاملًا) تحتاج لتنظيم أفضل للتنقلات. مهتمة بخدمات مثل الحجز الجماعي أو الفوترة. 3. المؤسسات الكبيرة (+50 عامل) تسافر فرقها بشكل منتظم.	1. ذوي الدخل المحدود يبحثون عن أرخص الأسعار. 2. ذوي الدخل المتوسط مستعدون لدفع مقابل راحة وخدمة موثوقة. 3. ذوي الدخل المرتفع يفضلون الراحة والخيارات المميزة. 4. إضافية.	المخلصون (Loyal Customers) يحجزون بشكل متكرر. يستحقون مكافآت وخصومات خاصة. 2. العملاء العائدون (OccasionalUser s) يستخدمون المنصة من وقت لآخر. يحتاجون تبيهات بالعروض لتشجيعهم. 3. العملاء الجدد (New Users) يجبون الخدمة لأول مرة. يحتاجون تجربة بساطة ومشجعة. 4. المنسحبون (Churned Users) توقفوا عن استخدام التطبيق. يحتاجون تواصل واسترجاع بالتحفيز أو الاستبيان.

الفصل الثاني: حجوزات النقل البري في الجزائر بتطبيق TRANSPLUS

Région الجهة	Revenus annuels متوسط الدخل	Maturité de l'entreprise نضج المؤسسة	Valeurs القيم شرائح العملاء حسب القيمة: 1. الراحة والسهولة يقدرون البساطة وسهولة الاستخدام. يفضلون الحجز السريع بدون تعقيد. 2. الوقت والكافأة يهمهم الحجز السريع والدقة في المواقيع. يرفضون الانتظار أو التأخير. 3. الاقتصاد وال توفير يبحثون عن أفضل قيمة مقابل المال. يفضلون العروض والأسعار المنخفضة. 4. الأمان والصدقية يقدرون الشركات الموثوقة والخدمة الموثوقة والخدمة	Intérêt اهتمام شرائح العملاء حسب الاهتمامات: 1. مهتمون بالسفر والتنقل يتبعون الوجهات والعروض. يبحثون عن سهولة الحجز والتنقل. 2. مهتمون بالتوقيف والعروض يتبعون التخفيضات. ينجذبون للأسعار المخفضة والخصومات. 3. مهتمون بالتكنولوجيا يفضلون التطبيقات الذكية والخدمات ال رقمية. يهمون بتجربة المستخدم والسرعة. 4. مهتمون بالأمان والتنظيم يقدرون الشركات الموثوقة والخدمة الموثوقة والخدمة

الفصل الثاني: حجوزات النقل البري في الجزائر بتطبيق TRANSPLUS

الفصل الثاني: حجوزات النقل البري في الجزائر بتطبيق TRANSPLUS

Ville	Niveau d'étude	Détention/	Convictions	Sensibilité
<p>نقص في تنظيم الحالات والقطارات.</p> <p>اعتماد كبير على النقل البري بين المدن.</p> <p>قلة في المعلومات الرقمية حول الرحلات.</p> <p>فرصة TransPlus:</p> <ul style="list-style-type: none"> توفير حجز إلكتروني لرحلات من/إلى تيارت. تقديم عروض خاصة للطلبة والعمال. تحسين تجربة المستخدم المحلي عبر واجهات سهلة وباللغة المحلية. 	<p>3. العائلات</p> <p>يسافرون مع أطفالهم.</p> <p> يحتاجون لخطيط مسبق، مقاعد مضمونة، وتجربة مريحة.</p> <p>• تطبيقات خدمات</p> <p>• تطبيقات حلول مخصصة، تقارير، وتكامل تقني احترافي.</p>	<p>واقتصادية.</p> <p>2. مؤسسات متوسطة الموارد مستعدة للدفع مقابل خدمات منظمة وفعالة.</p> <p>3. مؤسسات قوية مالياً تطلب حلول مخصصة، تقارير، وتكامل تقني احترافي.</p>	<p>• تحب الحجز المسبق والتنظيم.</p> <p>• تحجز في آخر لحظة، تحتاج توفر سريع.</p> <p>• تحجز في حذرة تهتم بالأمن والتقييمات قبل اتخاذ القرار.</p>	<p>الحجز.</p> <p>2. مهتمون بالسياحة والتصوير.</p> <p>• يبحثون عن رحلات إلى أماكن جذابة.</p> <p>• يفضلون الخدمات المرافقية (معلومات، تقييمات...) هواة الاستكشاف والمغامرة.</p> <p>• يسافرون إلى ولايات نائية أو جبلية.</p> <p>• يحتاجون إلى مرونة في الرحلات.</p> <p>يمكن استهدافهم بمحتوى تسويقي وجولات ملهم مخصصة.</p>

الفصل الثاني: حجوزات النقل البري في الجزائر بتطبيق TRANSPLUS

الدائرة أو البلدية	المستوى الدراسي	Actionnariat	المعتقدات	حساسيات
دائرة سوقر – نظرة مختصرة	شرائح العملاء حسب المستوى الدراسي:	الملكية/ المساهمة	شرائح العملاء حسب حسب المعتقدات:	شرائح العملاء حسب الحساسيات:
الخصائص العامة:	1.مستوى ابتدائي –	شرائح العملاء حسب الملكية:	1. عملاء يراعون	1. الحساسية للسعر
منطقة متوسطة الكثافة السكانية.	متوسط	غير المالكين	الخصوصية والاحتشام	يتأثرون بأي زيادة في التكاليف.
سكنها يتلقون نحو تيارت، تيسمسيلت، وهران، الجزائر العاصمة.	استخدام محدود	لوسيلة نقل	يفضلون مقاعد مخصصة أو أماكن عائلية.	يهمون بالعروض والتخفيضات.
فئة كبيرة من الشباب (طلبة – عمال – متربصون).	للتكنولوجيا.	يعتمدون كلياً على النقل العمومي.	يفضلون بالراحة	2. الحساسية للا وقت لا يتحملون التأخير أو الانتظار.
احتياجات النقل: اعتماد كبير على الحافلات بين المدن.	يحتاجون واجهات بسيطة ودعم مباشر.	يمثلون الشريحة الأساسية	والاحترام داخل وسيلة النقل.	يفضلون الرحلات الدقيقة والمواعيد المضمونة.
غياب رقمنة مواعيد الرحلات وصعوبة الحجز.	2. طلبة ثانوي وجامعي	TransPlus. لتطبيق	2. عملاء يفضلون شركات تراعي القيم الدينية	3. الحساسية للأمان يحتاجون معلومات موثوقة وتجربة آمنة.
تنقلات يومية أو أسبوعية نحو الجامعات ومرتكز التكوين.	معتدلون على التطبيقات.	2. مالكو سيارات يستخدمون النقل الجماعي في حالات معينة (السفر الطويل،	يفضلون بمواعيد مناسبة (تجنب وقت الصلاة).	يهتمون باسم الشركة،
فرصة TransPlus: لـ	3. خريجون وأكاديميون يفضلون التنظيم والدقة في الخدمة.	3. الشركات المالكة لأسطول نقل يمكن أن تتعاون مع TransPlus لعر	يقدرون التعامل الأخلاقي والشفاف.	التقييمات، واحترام المعايير.
	يهمون بالتقديرات والمعلومات الواضحة.	تض خدماتها.	3. عملاء يعتقدون بأهمية المسؤولية الاجتماعية	قد يترددون في استخدام تطبيقات جديدة.
		تهتم بالإدارة الرقمية وتوسيع قاعدة الزبائن.	يفضلون التعامل مع شركة تحترم البيئة وحقوق المسافرين.	يحتاجون واجهات بسيطة وتوجيه واضح.

الفصل الثاني: حجوزات النقل البري في الجزائر بتطبيق TRANSPLUS

<p>رقمنة خدمات النقل من سوق وإليها.</p> <p>استهداف الشباب عبر عروض طلابية.</p> <p>تسهيل الوصول للمعلومات والجز من الهاتف.</p>			<p>مبادرات اجتماعية وإنسانية.</p>	
<p>Quartier الحي شراحت العملاء حسب الحي: أحياء حضرية (وسط المدينة): وصول سهل للإنترنت والنقل. اهتمام أكبر بالتطبيقات. أحياء شبه حضرية: تقارات منتظمة نحو المدن. اهتمام متزايد بالحلول الرقمية. أحياء ريفية أو نائية:</p>	<p>Profession المهنة شراحت العملاء حسب المهنة: طلبة: يسافرون بانتظام بين البيت والجامعة. موظفو: يستخدمون النقل للعمل أو المهام الإدارية. عمال: يتنقلون للعمل في ولايات مختلفة. إطارات وأساتذة: يهتمون بالراحة والدقة. homemakers / عاطلون: يسافرون</p>	<p>Valorisation/ capitalisation boursière القيمة / التقييم السوقية القيمة السوقية القيمة السوقية TransPlus (تقدير) عدد المستخدمين المحتملين: + 10 ملايين (في الجزائر فقط). متوسط إنفاق سنوي للفرد على النقل: بين - 10,000 دج. 30,000 دج. حجم السوق</p>	<p>Présence digitale et sur les réseaux sociaux استعمال التكنولوجيا في التواصل من ناحية استعمال التكنولوجيا في التواصل شراحت العملاء حسب استعمال التكنولوجيا في التواصل شراحت العملاء حسب استعمال التكنولوجيا في التواصل: طارئون: يحجزون عند الحاجة فقط (سفر مفاجئ). تجاربيون: يجربون الخدمة لأول مرة. موسميون: يستخدمون الخدمة في العطل والمناسبات. تجريبيون: يجربون الخدمة لأول مرة. طارئون: يحجزون عند الحاجة فقط (سفر مفاجئ).</p>	<p>Habitude de consommation عادة الاستهلاك العملاء حسب العادات الاستهلاكية: منتظمون: يحجزون بشكل دوري (أسبوعي/شهري). موسميون: يستخدمون الخدمة في العطل والمناسبات. تجاربيون: يجربون الخدمة لأول مرة. طارئون: يحجزون عند الحاجة فقط (سفر مفاجئ).</p>

الفصل الثاني: حجوزات النقل البري في الجزائر بتطبيق TRANSPLUS

صعوبة في الوصول للنقل المنظم.	لأغراض اجتماعية أو عائلية.	المستهدف (سنويًا): تقريبياً 100 إلى 300 مليار دج (يعتمد على الشريحة المستهدفة). القيمة السوقية المحتملة TransPlus: إذا استحوذ على 1% فقط من السوق = 1 إلى 3 مليارات دج سنويًا	متوسط الاستخدام: يستعملون الهاتف لكن بتردد. تقليديون: يفضلون الاتصال أو الحضور المباشر. ضعيفو الوصول: لديهم صعوبة في الاتصال الرقمي (مناطق بدون تغطية جيدة).	
Climat المناخ تأثير المناخ على شرائح عملاء TransPlus: مناطق باردة (الهضاب العليا) يفضلون الحجز المسبق لتجنب الانتظار في الطقس البارد. مناطق حارة	Culture الثقافة شرائح العملاء حسب الثقافة: ثقافة محلية محافظة تهتم بالخصوصية، الاحترام، والفصل أحياناً. ثقافة شبابية مفتوحة تفضل الحلول الرقمية، السرعة، والتجربة السلسة. ثقافة أسرية وتقاليدية تهتم بالأمان، التنظيم،	Business model نموذج الاعمال TransPlus 1. شرائح العملاء: مسافرون أفراد (طلبة، عمال، عائلات) شركات نقل (B2B) وكالات سفر ومؤسسات 2. القيمة المقترحة: منصة موحدة لحجز خارج الولاية	Centres d'intérêts مراكز الاهتمام مراكز الاهتمام لعملاء TransPlus: الأعمال والسفر والتقليل الأسعار والعروض التطبيقات والخدمات الرقمية الوقت والسرعة الأمان والموثوقية الدراسة أو العمل خارج الولاية	Mode de paiement طرق الدفع طرق الدفع المقترحة TransPlus: نقداً (عند الحاجة أو الوكالة). خدمة بريد الجزائر (CCP / Edahabia). بطاقات بنكية (CIB) / Visa / Mastercard).

الفصل الثاني: حجوزات النقل البري في الجزائر بتطبيق TRANSPLUS

<p>(الجنوب) يحتاجون خدمات دقة لتقاضي السفر في أوقات الحرارة القصوى. مناطق ممطرة أو متقلبة يهمون بتتبع الرحلة وتحديثات فورية عند التأخير.</p> <p>تقديم فرصة: حالة إشعارات الطقس + تعديل مواعيد الرحلات حسب الظروف</p>	<p>والحجز الجماعي. ثقافة المغتربين تبحث عن الراحة، التخطيط المسبق، والوضوح في الخدمة</p>	<p>الحافلات والقطارات راحة، تنظيم، عروض، وتتبع مباشر</p> <p>3. قنوات التوزيع: تطبيقات الهاتف موقع إلكتروني شركاء محليون</p> <p>4. علاقات العملاء: دعم فني مباشر حسابات شخصية برامج ولاء</p> <p>5. مصادر الإيرادات: عمولة على كل حجز اشتراكات شهرية (B2B)</p> <p>إعلانات داخل المنصة</p> <p>6. الموارد الرئيسية: الفريق التقني قاعدة بيانات النقل التطبيق والمنصة</p> <p>7. الأنشطة: الرئيسية: تطوير وصيانة المنصة التسويق والتعاقد مع</p>	<p>دفع عبر الهاتف / QR (تطبيقات محلية). دفع عبر نقاط بيع أو أكشاك معتمدة.</p>
--	--	---	---

الفصل الثاني: حجوزات النقل البري في الجزائر بتطبيق TRANSPLUS

		<p>شركاء خدمة العملاء الشركاء 8. الأسيسون: شركات النقل بوابات الدفع وكالات سفر وجامعات هيكل التكاليف: تطوير تقني تسويق دعم فني وتشغيل</p>	
	<p>Religion</p> <p>الدين شرائح العملاء حسب الدين: عملاء يهتمون بالقيم الإسلامية يفضلون الخصوصية، الاحترام، ومواعيد مناسبة (لا تتعارض مع أوقات الصلاة). متنوعو الخلفيات الدينية يهمهم الاحترام والتعامل المحايد من الخدمة.</p>	<p>Secteur servi</p> <p>القطاع الذي يخدمه القطاع الذي يخدمه مشروع TransPlus: قطاع النقل البري قطاع السياحة والسفر قطاع التعليم (تقل الطلبة) قطاع المؤسسات (تقل الموظفين) القطاع الرقمي والخدمة يخدم الأفراد</p>	<p>Connaissance</p> <p>المعرفة شرائح العملاء حسب المعرفة: ملمون بالتقنولوجيا يستخدمون التطبيقات بسهولة. يفضلون الخدمة الذاتية. متسطو المعرفة يحتاجون توجيه بسيط أثناء الحجز. يفضلون واجهة سهلة وواضحة. ضعيفو المعرفة</p>

الفصل الثاني: حجوزات النقل البري في الجزائر بتطبيق TRANSPLUS

	<p>الحل:</p> <p>احترام القيم الثقافية والدينية</p> <p>توفير خيارات مريحة للجميع دون تمييز</p>	<p>والشركات عبر رقمنة خدمات النقل وتنظيم الحجز.</p>	<p>الرقمية يفضلون المساعدة أو الحجز عبر وكالات أو الهاتف.</p> <p>يحتاجون دعم بشري مباشر.</p> <p>الحل: واجهة بسيطة + شروحات مرئية + دعم متعدد القنوات</p>
	<p>Langue اللغة اللغات المعتمدة في مشروع TransPlus: العربية – اللغة الأساسية للمستخدمين المحليين – الفرنسية.</p> <p>مستخدمة على نطاق واسع في الجزائر. الإنجليزية – لزوار أجانب والمغتربين. الهدف: تسهيل الاستخدام لكل الفئات عبر دعم واجهات متعددة اللغات.</p>	<p>Technologie utilisée التكنولوجيا المستعملة في مشروع TransPlus: تطبيق موبايل (Android / iOS) منصة ويب للحجز وتتبع الرحلات أنظمة الدفع الإلكتروني (CIB ، Edahabia Visa...) للتتبع الرحلات والموقع خواص سحابية</p>	<p>Nature de la demande طبيعة الطلب شرائح العملاء حسب طبيعة الطلب: طلب منتظم تنقل دوري (عمل، دراسة). يحتاج جدولة مرنة وسهلة. طلب موسمي في الأعياد، العطل، والمناسبات. يحتاج حجز مسبق وتنظيم. طلب طارئ سفر مفاجئ (ظروف خاصة).</p>

الفصل الثاني: حجوزات النقل البري في الجزائر بتطبيق TRANSPLUS

		<p>لتخزين البيانات بأمان لوحة إدارة ذكية لشركات النقل الهدف: تقديم تجربة سلسة، ذكية وآمنة للمستخدم.</p>		<p>يحتاج توفر فوري وسرعة في الحجز.</p>
		<p>Format du produit ou packaging شكل المنتج او التعبئة والتغليف</p>		<p>Fréquence d'achat عدد مرات الطلب على السلعة عدد مرات الطلب على TransPlus (تقديرياً): طلبة وموظفو: إلى 8 مرات شهرياً. مسافرون موسميون: إلى 6 مرات سنوياً. عائلات ومناسبات: إلى 3 مرات في الأعياد والعطل. المتوسط العام للفرد: إلى 15 مرة سنوياً حسب الفئة.</p>

الفصل الثاني: حجوزات النقل البري في الجزائر بتطبيق TRANSPLUS

قنوات التوزيع Channels

1.  قنوات التوزيع - المبيعات المباشرة لـ TransPlus: 2. التطبيق الرسمي (Android / iOS) ◦ المستخدمون يقومون بالحجز والدفع مباشرة من خلال التطبيق. 3. الموقع الإلكتروني الرسمي ◦ نسخة ويب تسمح بالحجز والدفع بدون تحميل التطبيق. 4. نقاط بيع في المحطات (شراكة مع الشركات الناقلة) ◦ شاشات أو أكشاك إلكترونية (Kiosks) أو شبابيك مزودة بالتطبيق. 5. خدمة الزبائن عبر الهاتف ◦ حجز عبر مكالمة، ثم إرسال QR code بالدفع الإلكتروني أو عند الوصول	المبيعات المباشرة
1.  تجار الجملة (شركاء البيع بالجملة) في: TransPlus: 2. شركات السياحة والسفر ◦ يشترون تذاكر نقل جماعي لزبائنهم (مجموعات سياحية، رحلات عمل.)	تجار الجملة

الفصل الثاني: حجوزات النقل البري في الجزائر بتطبيق TRANSPLUS

<p>3. الوكالات السياحية المحلية</p> <ul style="list-style-type: none"> ◦ يحتاجون حجز مقاعد لبرامجهم بشكل متكرر وبكميات كبيرة. <p>4. المؤسسات التعليمية (رحلات طلابية)</p> <ul style="list-style-type: none"> ◦ الجامعات والمدارس قد تستفيد من حجوزات جماعية للطلبة. <p>5. الشركات الخاصة (نقل الموظفين)</p> <ul style="list-style-type: none"> ◦ شركات تبحث عن حلول نقل منتظمة لموظفيها يومياً أو لرحلات عمل. <p>6. المؤسسات الحكومية والمنظمات</p> <ul style="list-style-type: none"> ◦ لتنظيم تنقل الوفود، أو رحلات رسمية، أو تكوينات 	<p>الموزعون</p> <p>1.  الموزعون في مشروع TransPlus:</p> <p>2. وكالات السفر والنقل</p> <ul style="list-style-type: none"> ◦ يبيعون تذاكر الحجز عبر منصة TransPlus مقابل عمولة. <p>3. شركات النقل الشريكه (حافلات، قطارات)</p> <ul style="list-style-type: none"> ◦ توفر خدمات النقل عبر التطبيق مقابل تقاسم الإيرادات. <p>4. أكشاك إلكترونية (Kiosks) في المحطات</p> <ul style="list-style-type: none"> ◦ آلات إلكترونية تعمل ك وسيط بين المستخدم و TransPlus. <p>5. شركات الاتصالات أو الدفع الإلكتروني</p> <ul style="list-style-type: none"> ◦ تتمكن المستخدم من الحجز والدفع
---	---

الفصل الثاني: حجوزات النقل البري في الجزائر بتطبيق TRANSPLUS

<p>بسهولة عبر الرصيد أو المحفظة الإلكترونية.</p> <p>6. موقع إلكترونية أو تطبيقات شريكه</p> <ul style="list-style-type: none"> ◦ تدمج واجهة API لخدمات TransPlus وتبيعها من منصاتها. 	
<p>توزيع التجزئة</p> <p>1. التوزيع بالتجزئة في TransPlus:</p> <p>2. تطبيق الهاتف (Android) و(iOS)</p> <ul style="list-style-type: none"> ◦ المستخدم يجز ويدفع تذكرته مباشرة. <p>3. الموقع الإلكتروني الرسمي</p> <ul style="list-style-type: none"> ◦ نفس الوظائف التي يقدمها التطبيق، للحجز المباشر. <p>4. نقاط البيع داخل المحطات</p> <ul style="list-style-type: none"> ◦ شباك بيع أو شراكة مع أكشاك موجودة بالفعل. <p>5. شركاء محليين (محلات أو أكشاك معتمدة)</p> <ul style="list-style-type: none"> ◦ محلات بقالة أو أكشاك تقدم خدمة حجز التذاكر للناس الذين لا يستعملون الهاتف الذكي. <p>6. الدفع عبر المحفظة الإلكترونية</p> <ul style="list-style-type: none"> ◦ تسهيل عملية الدفع السريع للتذكرة. 	

العلاقة مع العملاء Customer Relationship

الفصل الثاني: حجوزات النقل البري في الجزائر بتطبيق TRANSPLUS

<p>1. كيف تدير TransPlus علاقاتها مع العملاء؟</p> <p>2. رقمياً وبشكل تلقائي & (Automated & Digital):</p> <ul style="list-style-type: none">◦ عبر تطبيق وموقع إلكتروني ذكي يدير الحجز، الإشعارات، وخدمة ما بعد البيع.◦ استخدام الذكاء الاصطناعي لتقديم اقتراحات مخصصة حسب سلوك المستخدم. <p>3. دعم مباشر وسريع:</p> <ul style="list-style-type: none">◦ دردشة حية (Live Chat) داخل التطبيق والموقع.◦ مركز اتصال هاتفي لخدمة العملاء في الوقت الحقيقي. <p>4. التفاعل المستمر:</p> <ul style="list-style-type: none">◦ إرسال تنبيهات ورسائل بريدية عن الرحلات، العروض، أو أي تغييرات.◦ طلب آراء المستخدمين بعد كل عملية حجز وتحليلها. <p>5. برامج ولاء:</p> <ul style="list-style-type: none">◦ نقاط مكافآت، كوبونات خصم، اشتراكات خاصة للزبائن المتكررين. <p>6. الشفافية والثقة:</p> <ul style="list-style-type: none">◦ عرض تقييمات وتعليقات	<p>كيف تدير علاقاتك مع العملاء؟</p>
--	-------------------------------------

الفصل الثاني: حجوزات النقل البري في الجزائر بتطبيق TRANSPLUS

<p>المستخدمين.</p> <ul style="list-style-type: none"> ◦ تقديم معلومات دقيقة في الوقت الحقيقي (تأخير، تغيير، إلغاء) 	
<p>ماهية البرامج التي ستعتمد عليها في إدارة العلاقة مع الزبون</p> <p>Microsoft Dynamics</p> <p>Monday CRM</p> <p>Zoho CRM</p> <p>..... الخ</p> <ul style="list-style-type: none"> ◦ برمج CRM مقتربة لإدارة العلاقة مع الزبائن في TransPlus . HubSpot CRM (مجاني جزئياً ومناسب للبيانات) ◦ لإدارة قاعدة بيانات العملاء . ◦ تتبع تذاكر الدعم والاستفسارات . ◦ إرسال رسائل مخصصة بالبريد الإلكتروني . <p>2. Zoho CRM</p> <ul style="list-style-type: none"> ◦ يدير التفاعل مع العملاء بشكل تلقائي . ◦ مناسب لمشاريع صغيرة إلى متوسطة . ◦ يتكامل مع البريد والهاتف ووسائل التواصل . <p>3. Zendesk أو Freshdesk</p> <ul style="list-style-type: none"> ◦ لإدارة طلبات الدعم الفني وخدمة العملاء . ◦ يسمح بإنشاء نظام تذاكر (Tickets) لكل استفسار . ◦ يدعم الردود الآلية والدردشة المباشرة . <p>4. Mailchimp سابقاً Brevo أو Sendinblue</p> <ul style="list-style-type: none"> ◦ لإرسال رسائل بريدية جماعية بالعروض والتنبيهات . ◦ بناء حملات تسويق بالبريد الإلكتروني للمستخدمين النشطين . <p>5. Google Analytics + Firebase</p> <ul style="list-style-type: none"> ◦ لتحليل سلوك المستخدم داخل التطبيق . ◦ تحديد نقاط الضعف أو الانقطاع في تجربة الاستخدام . <p>6. Tawk.to أو Intercom</p>	

الفصل الثاني: حجوزات النقل البري في الجزائر بتطبيق TRANSPLUS

- | | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • أدوات درישה حية داخل التطبيق والموقع. • متابعة الزبون ومساعدته في الوقت الحقيقي. | |
|---|--|

الشركاء الأساسيون Key Partners

الشركاء	معلومات حول الشركاء	طبيعة الشراكة
الشريك الأول	<ul style="list-style-type: none"> •  الشركة الوطنية للنقل بالسكك الحديدية (SNTF) •  من هي؟ • مؤسسة عمومية جزائرية، مسؤولة عن تسيير شبكة السكك الحديدية الوطنية. • توفر خدمات نقل المسافرين والبضائع عبر القطارات. 	<ul style="list-style-type: none"> • طبيعة الشراكة بين SNTF وTransPlus • 1. ◆ شراكة تقنية (تكامل الأنظمة) <ul style="list-style-type: none"> • ربط منصة TransPlus بنظام الحجز الداخلي لـ SNTF. • تبادل بيانات: الرحلات، الأوقات، الأسعار، توفر المقاعد. • إرسال تأكيدات الحجز إلكترونياً (QR Code) أو رقم مرجعي.
	<ul style="list-style-type: none"> • لديها شبكة واسعة تغطي المدن الكبرى والعديد من المناطق الداخلية. 	<ul style="list-style-type: none"> • 2. ◆ شراكة تجارية (تقاسم الإيرادات) <ul style="list-style-type: none"> • TransPlus يقطع نسبة عمولة مقابل كل حجز يتم عبر المنصة. • أو اتفاق ثابت شهرياً مقابل توفير الخدمة التقنية لـ SNTF.
	<ul style="list-style-type: none"> • 3. ◆ شراكة تسويقية <ul style="list-style-type: none"> • الترويج المتبادل: 	

الفصل الثاني: حجوزات النقل البري في الجزائر بتطبيق TRANSPLUS

<p>○ تعرض SNTF في TransPlus</p> <p>مطاراتها ومواعدها الرسمية.</p> <p>○ يبرز TransPlus كمكون أساسي في التطبيق</p>		
<p>• طبيعة الشراكة بين TransPlus وشركات الحافلات الخاصة</p> <ul style="list-style-type: none"> ◦ 1. شراكة تقنية ◦ ربط نظام الحجز الخاص بـ TransPlus مع قاعدة بيانات الرحلات الخاصة بشركات النقل. ◦ توفير لوحة تحكم خاصة بالشركة لرفع جداول الرحلات وتحديثها. ◦ إرسال بيانات المقاعد المحجوزة في الوقت الحقيقي. 	<p>• شركات النقل بالحافلات الخاصة -</p> <p>الشريك الثاني من هم؟</p> <ul style="list-style-type: none"> ◦ مؤسسات نقل خاصة تعمل على الخطوط بين المدن أو داخل المدن. ◦ تشمل شركات مشهورة مثل : <i>El Baraka, Azzouzia, Tizi Ouzou</i> وغيرها <i>Transport...</i> 	الشريك الثاني
<p>• شراكة تجارية</p> <p>نموذج العولمة : يقطع نسبة من كل تذكرة يتم حجزها عبر المنصة.</p> <p>أو نموذج الاشتراك : تدفع الشركة مبلغاً شهرياً مقابل استخدام المنصة.</p>	<p>تعتمد بشكل كبير على الحجز التقليدي، وبعدها بدأ بالتحول الرقمي.</p>	

الفصل الثاني: حجوزات النقل البري في الجزائر بتطبيق TRANSPLUS

<p>3. ◆ شراكة تسويقية</p> <ul style="list-style-type: none"> ◦ عرض الشركة داخل التطبيق (اسم الشركة، اللوجو، تقييمات....) ◦ الترويج لعرض الشركة داخل التطبيق وعلى منصات التواصل. 		
<p>4. ◆ شراكة تشغيلية</p> <ul style="list-style-type: none"> ◦ دعم في إدارة المقاعد وتفادي الازدواجية في الحجز. ◦ تسهيل إجراءات ما قبل الانطلاق (قائمة المسافرين الجاهزة، التحقق من التذاكر). 		
<p>◆ طبيعة الشراكة بين TransPlus وشركات الدفع الإلكتروني</p> <p>1. ◆ شراكة تقنية (APIs)</p> <ul style="list-style-type: none"> ◦ دمج واجهات الدفع الخاصة بشركات الدفع في تطبيق TransPlus. ◦ ضمان تشفير المعاملات وتأمين بيانات المستخدمين. ◦ اختبار مستمر لتفادي أي أخطاء في عملية الدفع. 	<p>الشريك الثالث</p> <p>الشرك</p> <p>الدفع</p> <p>الإلكتروني</p> <p>من هم؟</p> <p>مقدمو خدمات الدفع</p> <p>الذين يسمحون بإتمام عملية شراء التذاكر رقمياً من خلال تطبيق TransPlus.</p> <p>أمثلة في الجزائر:</p> <p>بريدي موب (BaridiMob) – بريد الجزائر</p>	
<p>◆ شراكة تجارية</p>		

الفصل الثاني: حجوزات النقل البري في الجزائر بتطبيق TRANSPLUS

<ul style="list-style-type: none"> • نموذج العمولة: يقتطع جزء صغير من كل معاملة لصالح شركة الدفع. • اتفاقيات تعاقدية تنظم النسب، المدد، والالتزامات الطرفين. 	<ul style="list-style-type: none"> - الدفع عبر CIB البطاقة البنكية البطاقة Edahabia - الذهبية Wassla Pay • Wari Flexy 	
<ul style="list-style-type: none"> • 3. ◆ شراكة تشغيلية • إصدار فواتير وتقارير دورية توضح حجم المعاملات. • دعم فني مشترك لحل مشاكل الزبائن بسرعة (مثلاً: فشل عملية الدفع). 	<p>Djezzy Pay – حلول دفع عبر الهات</p>	
<ul style="list-style-type: none"> • 4. ◆ شراكة تسويقية • تضمين شعارات وسائل الدفع داخل التطبيق. • حملات مشتركة لتشجيع استخدام الدفع الإلكتروني (مثلاً: تخفيض عند الدفع بـ Edahabia). 		

هيكل التكاليف Structure Costs

الفصل الثاني: حجوزات النقل البري في الجزائر بتطبيق TRANSPLUS

تكميل التعرف بالمنتج أو المؤسسة Frais d'établissement	تكميل التعرف بالمنتج أو المؤسسة Frais d'établissement
تكميل الحصول على المعدات (الماء - الكهرباء -) Frais d'ouverture de Compteurs (eaux-gaz...)	تكميل التعرف بالمنتج أو المؤسسة Frais d'établissement
250,000 دج مصاريف الإعلام الآلي	تكميل (التكوين - برامج الاعلام الالي المختصة) Logiciel, Formations
80,000 دج لحماية الصناعية وبراءة الاختراع	تكميل براءة الاختراع والحماية الصناعية التجارية DépÔt marque, brevet, modèle
100,000 دج	تكميل براءة الاختراع والحماية الصناعية التجارية Droits d'entrée
800,000 دج	شراء الأصول التجارية أو الأسهم Achat fonds de commerce ou parts
50,000 دج تكالفة شهرية	الحق في الإيجار Droit au bail
120,000 دج	Caution ou dépÔt de garantie وديعة أو وديعة تأمين
	تكميل التعرف بالمنتج أو المؤسسة Frais de dossier رسوم إيداع الملفات
30,000 دج	تكميل التعرف بالمنتج أو المؤسسة Frais de notaire ou d'avocat تكاليف الموثق- المحامي-
185,000 دج جميع نوادي العلامة من تسويق و ترويج	تكميل التعرف بالعلامة و تكاليف قنوات الاتصال Enseigne et éléments de communication

الفصل الثاني: حجوزات النقل البري في الجزائر بتطبيق TRANSPLUS

	Achat immobilier شراء العقارات
	Travaux et aménagements الأعمال والتحسينات الأماكن
710,000 دج تجهيزات الكترونية	Matériel الآلات - المركبات - الأجهزة
300,000 دج جودة المعدات تصل إلى 5 سنوات	Matériel de bureau تجهيزات المكتب
	Stock de matières et produits تكليف التخزين
7,000,000 دج	Trésorerie de départ التدفق النقدي (الصندوق) الذي تحتاجه في بداية المشروع

موع = 7,000,000 تكاليف استثمارية + 2925000 تكاليف تشغيلية

نفقاتك أو التكاليف الثابتة الخاصة بمشروعك

250,000 دج	Assurances التأمينات
20,000 دج	Téléphone internet الهاتف والانترنت
50,000 دج	Autres abonnements اشتراكات أخرى

الفصل الثاني: حجوزات النقل البري في الجزائر بتطبيق TRANSPLUS

	Carburant, transports الوقود وتكاليف النقل
	Frais de déplacement et hébergement تكاليف النقل والمبيت
فريـف 25,000 دج حسب معدات	Eau, électricité, gaz فواتير الماء - الكهرباء - الغاز
	Mutuelle التعاونية الاجتماعية
12,000 دج مختلف اللوازم	Fournitures diverses لوازم متنوعة
	Entretien matériel vêtements صيانة المعدات والملابس
	Nettoyage des locaux تنظيف المباني
400,000 دج	Budget publicité et communication ميزانية الإعلان والاتصال

المجموع = 757000 دج

مـصـادـر الإـيرـادـات Revenue Stream

الفصل الثاني: حجوزات النقل البري في الجزائر بتطبيق TRANSPLUS

	Apport personnel ou familial المساهمة الشخصية أو العائلية
	Apports en nature (en valeur) التبرعات العينية
1 500.000 دج قرض بنك	Prêt n°1 (nom de la banque) قرض رقم 1 اسم البنك
2 37.500 دج قرض بنك	Prêt n°2 (nom de la banque) قرض رقم 2 اسم البنك
	Prêt n°3 (nom de la banque) قرض رقم 3 اسم البنك
	Subvention n° 1 (libellé) منحة 1
	Subvention n° 2 (libellé) منحة 2
700.000 دج تمويل من صندوق المؤسسات الناشئة ASF 1.000.000 دج تمويل من الوكالة الوطنية لترقية وتطوير المقاولاتية ANADE.	Autre financement (libellé) تمويل آخر

المجموع: 2.457.000 دج لبداية شركة transplus

رقم الأعمال

Votre chiffre d'affaires de la première année بيع المنتج في السنة الأولى

متوسط أيام العمل في الشهر	بيع المنتج في السنة الأولى
241.740=20 دج	1 Mois
281.340=20 دج	2 Mois
293.670=20 دج	3 Mois
321.000=20 دج	4 Mois
340.000=20 دج	5 Mois
400.000=20 دج	6 Mois
420.000=20 دج	7 Mois
450.000=20 دج	8 Mois
480.000=20 دج	9 Mois
520.000=20 دج	10 Mois
600.000=20 دج	11 Mois
700.000=20 دج	12 Mois

المجموع= 5.047.750 دج رقم الاعمال للسنة الأولى

الفصل الثاني: حجوزات النقل البري في الجزائر بتطبيق TRANSPLUS

Votre chiffre d'affaires de la deuxième année بيع المنتج في السنة الثانية

متوسط أيام العمل في الشهر	بيع المنتج في السنة الثانية
341.000 دج	1Mois الشهير
400.000 دج	2Mois الشهير
450.000 دج	3Mois الشهير
500.000 دج	4Mois الشهير
720.000 دج	5Mois الشهير
930.000 دج	6Mois الشهير
1.100.000 دج	7Mois الشهير
1.145.000 دج	8Mois الشهير
1.450.000 دج	9Mois الشهير
1.500.000 دج	10Mois الشهير
1.650.000 دج	11Mois الشهير
1.700.000 دج	12Mois الشهير

المجموع = 10.400.341 دج رقم الاعمال السنة الثانية

Votre chiffre d'affaires de la troisième année بيع المنتج في السنة الثالثة

متوسط أيام العمل في الشهر	بيع المنتج في السنة الثالثة
250.000 دج	1Mois الشهير
741.000 دج	2Mois الشهير
740.000 دج	3Mois الشهير
900.000 دج	4Mois الشهير
1.120.000 دج	5Mois الشهير
1.120.000 دج	6Mois الشهير
1.125.000 دج	7Mois الشهير
1.450.250 دج	8Mois الشهير

الفصل الثاني: حجوزات النقل البري في الجزائر بتطبيق TRANSPLUS

1.978.000 دج	الشهر 9Mois
2.200.300 دج	الشهر 10Mois
2.450.000 دج	الشهر 11Mois
3.450.000 دج	الشهر 12Mois

المجموع = 16045031 دج كرقم الاعمال السنة الثالثة

تطور رقم الاعمال في السنة

النسبة المئوية للزيادة في حجم الأعمال بين السنة 1 و 2 = %48.63241

النسبة المئوية للزيادة في حجم الأعمال بين السنة 2 و 3 = %25.46038

حاجتك لرأس المال العامل

متوسط مدة الاعمال الممنوحة للعملاء بالأيام Durée moyenne des crédits accordés aux clients en jours	40000 متوسط شهري عامل في مؤسسة transplus
متوسط مدة ديون الموردين بالأيام Durée moyenne des dettes fournisseur en jours	50.000 للمسؤول الواحد. وفي مؤسسة transplus مسؤول يتقاضى 100.000 دج شهريا

<h1>Business Model Canvas</h1>				
		<p>Designed for:</p>	<p>Designed by:</p>	<p>Date:</p>
				<p>Version:</p>
Key Partners Who are our Key Partners? Who are our key suppliers? Which Key Resources are we acquiring from partners? Which Key Activities do partners perform? MOTIVATIONS FOR PARTNERSHIPS: Optimization and economy, Reduction of risk and uncertainty, Acquisition of particular resources and activities	Key Activities What Key Activities do our Value Propositions require? Our Distribution Channels? Customer Relationships? Revenue streams? CATEGORIES: Production, Problem Solving, Platform/Network	Value Propositions What value do we deliver to the customer? Which one of our customer's problems are we helping to solve? What bundles of products and services are we offering to each Customer Segment? Which customer needs are we satisfying? CHARACTERISTICS: Newness, Performance, Customization, "Getting the Job Done", Design, Brand/Status, Price, Cost Reduction, Risk Reduction, Accessibility, Convenience/Usability	Customer Relationships What type of relationship does each of our Customer Segments expect us to establish and maintain with them? Which ones have we established? How are they integrated with the rest of our business model? How costly are they?	Customer Segments For whom are we creating value? Who are our most important customers? Is our customer base a Mass Market, Niche Market, Segmented, Diversified, Multi-sided Platform
Cost Structure What are the most important costs inherent in our business model? Which Key Resources are most expensive? Which Key Activities are most expensive? IS YOUR BUSINESS MORE: Cost Driven (leanest cost structure, low price value proposition, maximum automation, extensive outsourcing), Value Driven (focused on value creation, premium value proposition). SAMPLE CHARACTERISTICS: Fixed Costs (salaries, rents, utilities), Variable costs, Economies of scale, Economies of scope	Key Resources What Key Resources do our Value Propositions require? Our Distribution Channels? Customer Relationships? Revenue Streams? TYPES OF RESOURCES: Physical, Intellectual (brand patents, copyrights, data), Human, Financial	Revenue Streams For what value are our customers really willing to pay? For what do they currently pay? How are they currently paying? How would they prefer to pay? How much does each Revenue Stream contribute to overall revenues? TYPES: Asset sale, Usage fee, Subscription Fees, Lending/Renting/Leasing, Licensing, Brokerage fees, Advertising FIXED PRICING: List Price, Product feature dependent, Customer segment dependent, Volume dependent DYNAMIC PRICING: Negotiation (bargaining), Yield Management, Real-time-Market	Channels Through which Channels do our Customer Segments want to be reached? How are we reaching them now? How are our Channels integrated? Which ones work best? Which ones are most cost-efficient? How are we integrating them with customer routines?	

Designed for:

Designed by:

Date:

Version:

Business Model Canvas

Key Partners	Key Activities	Value Propositions	Customer Relationships	Customer Segments
<ul style="list-style-type: none"> الشركة الوطنية لنقل بالسكك الحديدية (SNTF). شركات الحافلات العمومية مثل (إيتوزا، سوطرافير). شركات حافلات الخاصة والعامة بين المدن. بوابات الدفع الالكترونية (بريد الجزائر، SATIM). شركة استضافة البيانات وحماية السيرفرات. وكالات تسويق وشركاء ترويج. وزارة النقل لتسهيل الربط الرسمي. 	<ul style="list-style-type: none"> تطوير وصيانة التطبيق. تحديث قاعدة بيانات الرحلات بالتنسيق مع الشركاء. الربط التقني مع منصات الشركات المتعددة. التعاقد مع شركات نقل جديدة. مراقبة وتحسين الأداء بناء على بيانات الاستخدام. 	<ul style="list-style-type: none"> تسهيل كبير في الوصول إلى خدمات النقل بالحافلات والقطارات. القضاء على الحاجة للوقوف في طوابير أو التنقل إلى محطات الحجز. توحيد واجهة المستخدم لحجوزات النقل مهما كان المزود. المعايدة في التخطيط المسبق للرحلات والتقليل من المفاجآت. واجهة اكية متواقة مع مختلف الأجهزة. نظام دعم فني مباشر، ورسائل تذكرة للمستخدم. 	<ul style="list-style-type: none"> دعم تقني مباشر داخل التطبيق. خدمة عملاء عبر الهاتف والبريد الإلكتروني. مركز مساعدة (FAQ) داخل التطبيق. تقييمات وآراء المستخدمين. برامج ولاء وتحفيز (تحفيزات، نقاط). 	<ul style="list-style-type: none"> الطلبة والعمال، والمسافرين يوميا بين الولايات. السياح والمسافرون المؤقتون. سكان المناطق النائية الذين يصعب عليهم التنقل للحجز. شركات خاصة تنقل موظفيها بانتظام. المؤسسات الحكومية لتنظيم تنقل موظفيها.
Key Resources	Channels			
<ul style="list-style-type: none"> فريق برمجة وتطوير عالي الكفاءة. خوادم وقاعدة بيانات مؤمنة وسريعة. اتفاقيات وشراكات مع شركات النقل. ميزانية تسويق وترويج. فريق دعم العملاء. 	<ul style="list-style-type: none"> تطبيق الهاتف الذكي (iOS وAndroid). موقع الكتروني رسمي يوفر نفس خدمات التطبيق. شركات مع شركات النقل لعرض الخدمات داخل محطاتهم. إمكانية حجز الرحلات للغير. 			

<p>Cost Structure</p> <ul style="list-style-type: none"> • تطوير أولي للتطبيق: 1.5 مليار سنتيم. • تكلفة صيانة وتحديث النظام سنوياً: 400 مليون سنتيم. • حملات التسويق والترويج: 600 مليون سنتيم سنوياً. • رواتب الموظفين (ادارة، دعم، برمجة): 900 مليون سنتيم. • استضافة الخوادم وتأمين البيانات: 250 مليون سنتيم. • المصاريف القانونية والإدارية: 150 مليون سنتيم. 	<p>فريق تحليل البيانات وذكاء الأعمال.</p> <p>(العائلات، الموظفين...).</p>	<p>• إعلانات على وسائل التواصل الاجتماعي ومحركات البحث.</p> <p>كشك أو محطة ات شاشة لمس للحجز الفوري في المحطات الكبرى</p>
<p>Revenue Streams</p> <ul style="list-style-type: none"> • نسبة عمولة على كل تذكرة مباعة عبر التطبيق (5-10%). • اشتراكات شهرية أو سنوية من شركات النقل لإدارة بياناتهم على التطبيق. • إعلانات موجهة داخل التطبيق (فنادق، وكالات السفر..). • بيع خدمات تحليل البيانات لخطبيط النقل الحضري. • خدمة مميزة مدفوعة للمستخدمين (premium) خاصة إشعارات وتقارير السفر، VIP 		

خاتمة

من خلال هذه الدراسة، تبين أن مشروع المؤسسة الناشئة المبني على تطبيق **TRANSPLUS** يمثل نموذجاً واعداً في مجال خدمات النقل، بالنظر إلى قدرته على الاستجابة لمتطلبات السوق المحلي، ومساهمته في رقمنة قطاع حساس ومهم في الحياة اليومية للمواطن.

إن دمج التكنولوجيا مع الخدمات التقليدية مثل النقل، يوفر حلولاً علمية للمشاكل اليومية، ويعزز من كفاءة وجودة الخدمة المقدمة.

لقد أظهر تحليل نموذج الأعمال (**BMC**) مدى تماسك الرؤية التجارية للمشروع، في حين سمح تحليل **SWT** بفهم البيئة الداخلية والخارجية التي قد تؤثر على تطور المؤسسة، كما أن انطلاقاً من هذا المشروع في إطار الوزاري رقم 1275 يمنحه إطاراً قانونياً وتربوياً يدعم تطوير الأعمال وسط الطلبة الجامعيين.

وبالتالي، فإن مشروع **TRANSPLUS** ليس مجرد فكرة مبتكرة فحسب، بل هو خطوة حقيقة نحو تجسيد مؤسسة ناشئة ذات بعد إستراتيجي، قادرة على المساهمة في التنمية المحلية وتحقيق القيمة المضافة للاقتصاد الوطني، شريطة مرافقتها من طرف الهيئات الداعمة وتوفير بيئة مشجعة لريادة الأعمال.

النتائج:

وكختام وخلاصة لما تم عرضه في بحثنا، تمكنا من التوصل إلى جملة من النتائج والاستنتاجات التي تعتبر إجابة على التساؤلات الفرعية واختبار للفرضيات المطروحة في المقدمة، والمتمثلة في:

- تعاني عملية حجز النقل البري التقليدي في الجزائر من فوضى، نقص المعلومات الفورية، وانخفاض في مستوى رضا الزبائن.
- يعتبر تطبيق **TransPlus** حلّاً رقمياً موحداً يسهل عملية الحجز، ويُوفر معلومات آنية عن الرحلات، مع إمكانية الدفع الإلكتروني.
- ساهم جمع خدمات النقل (القطارات + الحافلات) في منصة واحدة في تحسين تجربة المستخدم بشكل كبير.
- أظهرت إجابات المستخدمين اهتماماً كبيراً باستخدام تطبيق موحد لحجوزات النقل البري.
- أثبتت الدراسة أن اعتماد الحلول الرقمية يمكن أن يُقلل من الازدحام في محطات النقل، ويرفع من كفاءة تقديم الخدمة.

توصيات واقتراحات البحث:

على ضوء النتائج المتوصّل إليها يمكن تقديم جملة من الاقتراحات والتوصيات للمؤسسات التي تم دراستها كالتالي:

- تشجيع شركات النقل على الانخراط في منصة TransPlus وتبني أنظمة الحجز الرقمي.
- تقديم دعم حكومي للمؤسسات الناشئة التي تقدم حلولاً رقمية في قطاع الخدمات.
- رفعوعي المواطنين حول فوائد التحول الرقمي في خدمات النقل.
- تحسين أمن المعلومات وحماية البيانات لتعزيز ثقة المستخدمين في أنظمة الحجز الإلكترونية.
- العمل على توسيع خصائص التطبيق مستقبلاً لتشمل لغات متعددة، وأنواع أخرى من النقل مثل سيارات الأجرة والنقل التشاركي

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المراجع باللغة العربية:

أولاً: الكتب

- الباز، ع، (2019)، أثر البنية التحتية على جودة خدمات النقل العام، القاهرة، دار النشر الجامعي.
- الجبير، م، (2021)، التجارب الدولية في تطوير النقل الحضري، دروس مستقدمة للعالم العربي، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية.
- زكي خليل المساعد، (1997)، التسويق في المفهوم الشامل، دار زهران للنشر، عمان.
- هانز آدلر، (1970)، التخطيط في قطاع النقل ومشاريع النقل، ترجمة عبد القادر ولبي، بغداد.
- عبد الغني بسيونى عبد الله، (1992) أصول علم الإدارة العامة، الدار الجامعية، بيروت

ثانياً: المجلات:

- العتيبي، أ، (2020)، تكوير أنظمة النقل الذكي في مدن السعودية، مجلة الهندسة والتكنولوجيا، 15(3)، 45-65.

ثالثاً: المواقع الالكترونية

- وزارة النقل السعودية (2021)، الاستراتيجية الوطنية للنقل والخدمات اللوجستية، الرياض، وزارة النقل.
- المركز الوطني للدراسات والنقل (2022)، تقرير مؤشرات جودة النقل في المملكة العربية السعودية، الرياض.

رابعاً: المراجع القانونية والسياسية

- نظام النقل في المملكة العربية السعودية، (2021)، الصادر بقرار مجلس الوزراء رقم (536).
- اللائحة التنفيذية لنظام النقل العام، (2022)، وزارة النقل السعودية.
- رؤية السعودية 2030، (2016)، محور تحسين جودة الحياة، الرياض، مجلس الشؤون الاقتصادية والتنمية.
- منظمة الصحة العالمية، (2020)، إرشاد جودة الهواء والنقل المستدام، جنيف.
- اتفاقية الأمم المتحدة للنقل المستدام، (2019)، نيويورك، الأمم المتحدة.
- سابتكو، الشركة السعودية للنقل الجماعي.

المراجع باللغات الأجنبية:

- International Civil Aviation Organization. (2022). Annual report of the Council. <https://www.icao.int>
- J.M, Thomoson, modern transport economic, London, 1970
- P, Kotler et dubois, marketing management, 8eme edition; union edition, paris 1994, P457:

- International Maritime Organization. (2023). Conventions and Codes. <https://www.imo.org>
- International Road Transport Union. (2022). Road transport trends and policies. <https://www.irus.org>
- Organisation for Economic Co-operation and Development. (2023). Transport statistics and international cooperation. <https://www.oecd.org>
- International Association of Public Transport. (2022). Mobility trends in urban transport. <https://www UITP.org>
- International Union of Railways. (2023). International railway standards and developments. <https://uic.org>
- World Trade Organization. (2021). World trade report. <https://www.wto.org>
- United Nations. (2023). UN Sustainable Transport Goals. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/sustainable-transport/>
- ITF – International Transport Forum. (2023). Multimodal transport policies and integration. <https://www.itf-oecd.org>
- ECAC – European Civil Aviation Conference. (2023). Aviation policy coordination in Europe. <https://www.ecac-ceac.or>
- itman, T. (2022). *Transportation Quality and Service Standards*. Victoria Transport Policy Institute.
-

- 7. European Commission. (2021). *Sustainable Urban Mobility Plans: Guidelines*. Publications Office of the EU.
-
- 8. Rodrigue, J.P. (2020). *The Geography of Transport Systems*. 5th ed. New York: Routledge.
-
- 9. World Bank. (2022). *Global Practices for Improving Public Transport Quality*. Washington, DC.
-
- 10. UITP. (2021). *Benchmarking for Excellence in Public Transport*. International Association of Public Transport.
-
- 11. Saudi Public Transport Company (SAPTCO). (2023). *Annual Report on Transport Quality Indicators*. [Online] Available at: www.sapco.com.sa
-
- 12. International Transport Forum. (2022). *Transport Quality Indicators Database*. [Online] Available at: www.itf-oecd.org
-
- 13. Gulf Cooperation Council Statistical Center. (2023). *Transport Statistics in GCC Countries*. [Online] Available at: www.gccstat.org
-
- 14. UITP Observatory. (2022). *Best Practices in Urban Transport*. [Online] Available at: www UITP.org
-
- 15. World Economic Forum. (2021). *The Future of Urban Mobility*. [Online] Available at: www.weforum.org

الملخص:

في ظل التحولات الرقمية المتسارعة، أصبح من الضروري تطوير قطاع النقل البري من خلال حلول مبتكرة. تهدف هذه الدراسة إلى اقتراح تطبيق TRANSPLUS كحل رقمي لحجوزات النقل البري في الجزائر. تم الاعتماد على منهج وصفي تحليلي وتحليل نموذج الأعمال BMC ، كما تم استخدام تحليل SWOT لتشخيص البيئة الداخلية والخارجية للمشروع. أظهرت النتائج أن TRANSPLUS يمكن أن يساهم بشكل كبير في تحسين جودة الخدمات، تقليل الفوضى في المحطات، ورفع مستوى رضا المستخدمين.

الكلمات المفتاحية (بالعربية):

النقل البري، الحجز الإلكتروني، تطبيق TransPlus ، رقمنة الخدمات، رضا الزبائن، مؤسسة ناشئة، نموذج الأعمال

Abstract:

In light of the accelerating digital transformation, it has become necessary to develop the land transport sector through innovative solutions. This study aims to propose TRANSPLUS as a digital application to manage land transport bookings in Algeria. A descriptive analytical methodology was adopted, using the Business Model Canvas and SWOT analysis to diagnose the internal and external environment. Results showed that TRANSPLUS could significantly enhance service quality, reduce chaos at transport stations, and increase user satisfaction.

Keywords:

Land Transport, Online Booking, TransPlus Application, Service Digitization, Customer, Satisfaction, Startup, Business Model