

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة ابن خلدون - تيارت-

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 علنا 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 الجاضرة	استاذ محاضر	ا.بوشيقيفة حميد

السنة الجامعية: 2025/2024



شكر وتقدير

الحمد لله والشكر لله على توفيقه لنا قبل كل شيء.

ثم أتقدم بخالص الشكر والتقدير للأستاذة بلعجين 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 قريب أو بعيد في

إعداد هذا العمل

إهداء

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ، وَالصَّلَاةِ وَالسَّلَامِ عَلَى أَشْرَفِ

المرسلين، نبينا محمد الأمين.

إلى كل من ظن أحلامي أكبر من الواقع، شكراً لأنكم كنتم

وقودى لأثبت أن الواقع نفسه خلق ليغير.

وإلى نفسي، التي قاومت بصمت، وثارته بأمل، أهديك

هذا الإنجاز، لأنك تستحقين النور بعد كل ظلم.

وإلى والدي العزيزين، يا من كنتم الدعاء الذي حملني،

الفهرس

كلمة الشكر

الإهداء

الفهرس.

قائمة الجداول

قائمة الأشكال البيانية

أ.....مقدمة عامة

الفصل الأول: الإطار العام لخدمات النقل

06.....تمهيد

07المبحث الأول: مفاهيم عامة حول خدمات النقل

07.....المطلب الأول: تعريف خدمات النقل وأنواعها

15.....المطلب الثاني: تصنيفات خدمات النقل

19.....المبحث الثاني: جودة خدمات النقل

19.....المطلب الأول: تعريف جودة خدمات النقل وأهميتها

24.....المطلب الثاني: تحسين جودة خدمات النقل

28.....خلاصة

الفصل الثاني: حجوزات النقل البري في الجزائر بتطبيق transplus

96.....الخاتمة العامة

قائمة المصادر والمراجع

الملخص

مقدمة عامة

مقدمة:

في ظل التغييرات المتسارعة التي يشهدها العالم الرقمي، أصبحت المؤسسات الناشئة تلعب دوراً محورياً في دعم الاقتصاد الوطني وخلق فرص عمل جديدة، خاصة مع بروز أفكار مبتكرة تركز 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 المذكرة إلى تسليط 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 بإعداد مذكرات التخرج لمشاريع المؤسسات الناشئة.

الإشكالية:

تتمحور الإشكالية الرئيسية لهذه الدراسة حول:

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

ويمكن تقريع 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 وتسيير مواعيد الرحلات وتحسين جودة الخدمة

المقدمة؟

فرضيات البحث:

للإجابة على ما تم طرحه من تساؤلات حول الموضوع، وأملاً 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 توفير 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 الأعمال 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 الثاني 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 تسليط الضوء على جودة خدمة النقل.

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

أهمية الدراسة:

تكمن 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 أيضا 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 دورا معينا حسب طبيعة الحاجة والبعد الجغرافي والقدرة الاقتصادية، كما أصبح تحسين نوعية هذه الخدمات وتوسع تغطيتها هدفا استراتيجيا للعديد من الدول، نظرا 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 وتلبيته لحاجات المواطن واحتوائه مختلف شروط الراحة والأمن وسرعة الاداء.

المطلب الأول: تعريف خدمات النقل وأنوعها

أولا. تعريف الخدمة:

تعددت التعاريف والمفاهيم حول الخدمة لهذا سنحاول وضع مجموعة التعاريف 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 dubois**، هي شيء غير ملموس ولا يمكن تحويل ملكيتها فالخدمة يمكن أن تكون تابعة لمنتج معين أو مستقل " (**p.kotler et dubois 1994:457**)
- أما الجمعية الأمريكية للتسويق " الخدمة نشاط منفعة أو إرضاء مقدم في وقت بعملية البيع له علاقة بشيء ما" (**زكي 1997:09**)
- 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 eric 1991:16**)
- 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 الريح الذي يمكن به إرضاء الزبون. (**قاسم 1998:10**)

الفصل الأول: الإطار العام لخدمات النقل

ثانياً. تعريف النقل:

يقدم " هانز أدلر " الخبير 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 أدلر 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 يتعلق بحركة الأشخاص والأشياء من مكان لآخر وأن وظيفة النقل هي عبور عنصري لزمان والمكان ويترتب عليه خلق للبضائع الزمانية والمكانية
- ويضيف بأن النقل يعتبر "خدمة إنتاجية لأنه في حالات أخرى كثيرة يكون هدفاً بحد ذاته مثلما يحدث للمسافر للتزدهن 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 لأنه نشاط يتضمن حمل الأشخاص والسلع من موضع لآخر، بالوسائل المتباينة النوع، السرعة، والسعة، وذلك لتعظيم المنافع الزمانية والمكانية وباختصار تتمثل في تلك عملية نقل الأشخاص والبضائع من مكان لآخر.

- ويمكن تعريفها على أنها " المنتجات التي تقدمها المؤسسات الخاصة بقطاع النقل بمختلف أنواعها، وذلك لتسهيل وتأمين عملية نقل الأشخاص ومنتجاتهم من مكان لآخر" (بن جروة 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 يترتب عليها أي ملكية، فتقديم ملكية يكون مرتبطا بمنتج مادي أو لا يكون.

• كما ينظر للنقل والذي يعبر عنه في بعض الأحيان بمصطلح المواصلات على أنها توفر للإنسان سهولة التنقل من مكان لآخر، وكلما كانت متطورة الخدمات ساعدت 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 الآخر 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).

رابعاً. 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... إلخ، 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 (وإنتاجه) 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 حضرية 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 كلم و10 محطات، إن هذا الخير سيجعل من الجزائر أول مدينة في المغرب العربي مجهزة بميترو الأنفاق.

واستندت مهمة تسييره وأشغال 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:

الترامواي هو وسيلة نقل حضرية خارجية تسير غالبا فوق الأرض، وتستعمل لنقل الركاب داخل المدن أو في الضواحي القريبة، بسرعة متوسطة وبكلفة أقل من الميترو مثال:

- 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 و28 محطة وسيتمد فيما بعد إلى 23 كلم و38 محطات.

إن ترامواي قسنطينة هو مشروع للنقل الجماعي والذي يخدم مدينة قسنطينة، فهو قيد الإنجاز منذ سنة 2008 أجريت أول الاختبارات التقنية لترامواي قسنطينة في عام 2012 وسيشمل مساره خط يقدر ب 9 كلم و10 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 مقدر ب 48 كلم، وقد أجريت التجارب التقنية الأولى لترامواي 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 المقاطع 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:

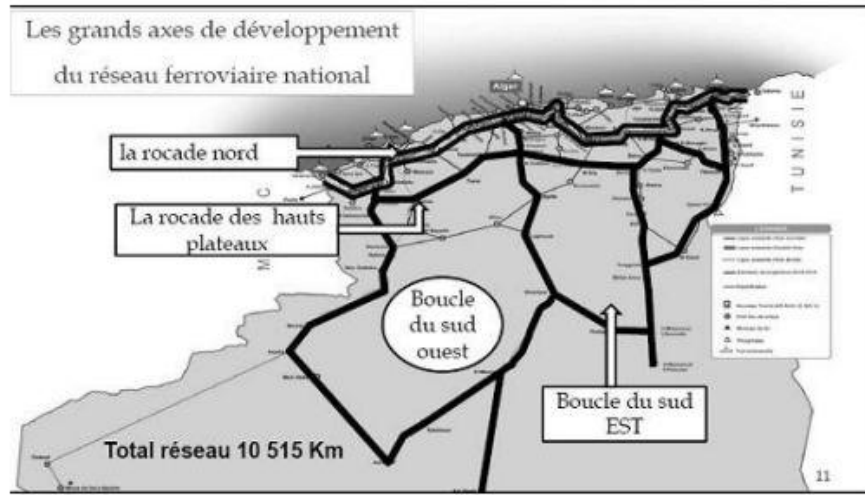
- 299 كلم سكك مكهربة
- 305 كلم سكك مزدوجة
- 1580 كلم سكك ضيقة.

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 تخطيط 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 الخارجية 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 محرك، ولم يسبب لتحول الأخير في تغيير القوى المحركة اللازمة لتسيير السفن فحسب، وإنما أدى أيضا 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 نذكر منها:

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

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 بالأنابيب:

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 بالأنابيب:

- 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 الأخوين 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، ويتكون الطاقم الفني من طيار ومساعديه وتتميز 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 تعترض الطيران المدني

الفصل الأول: الإطار العام لخدمات النقل

- ✓ وضع لوائح وموصفات 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 حقيقية للاندماج على الصعيدين الإقليمي والدولي، إذ أنه سيتم إنفاق ميزانية تقدر ب 60 مليار دينار أي 600 مليون أورو لتجديد أسطول الجوية الجزائرية خلال الفترة 2013-2017 كما ستقتني شبكة الخطوط الجوية الوطنية ثلاث طائرات جديدة بسعة 150 مقعدا وستقوم بتجديد 3 طائرات من نوع بوينغ 767 والمتواجدة حاليا في الخدمة، كما ستتم عملية شراء طائرتي شحن لنقل البضائع خلال الموسم الصيفي.

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

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

المطلب الثاني: تصنيفات خدمات النقل

يمكن تصنيف خدمات النقل على النحو التالي:

أولا: التصنيفات الرئيسية لخدمات النقل:

ويكون ذلك حسب الوسيلة المستخدمة وهي كما يلي:

- التصنيف 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 تماما مثل الخدمات العامة كما توجد خدمات مخصصة لتلبية احتياجات كل مشتري مثل خدمات الطبيب والحلاقة.

2. من حيث درجة الانتظام :

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 والتقنية.

✓ خدمات الاتصال.

✓ خدمات التسيير 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 العبّارات.
- 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) الجوي حسب الأغراض: تشمل خدمات النقل الجوي

- ✓ 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 تشترط التنسيق بين دول العالم لتنظيم خدمات النقل الجوي عبر الحدود.

5. الاتحاد الدولي للنقل 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 للاتفاقيات 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 لسكك 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 للمناطق:

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 الهواتف المحمولة لتحسين خدمات النقل العام (www5).

9. منظمة التجارة العالمية: (WTO)

تسوية النزاعات التجارية: تساهم **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 للمسؤولية، 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: تساعد 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 الوسائط: (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 مقارنةً بتوقعاته المبدئية، فبالنظر إلى أن الخدمة تُستهلك في لحظة تقديمها، فإن الجودة تتوقف على تجربة المستهلك ومدى تلبية الخدمة لتوقعاته فقد أثبتت العديد من الدراسات أن العملاء يتخذون 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 المستهلكين، وعلى الصعيد نفسه.
- يعرف "العباس" (2009) الجودة بأنها: «تقديم السلع والخدمات بما يتوافق مع احتياجات وتوقعات الزبائن بشكل متناسق ومنسجم»

ومنه وباستناد على التعريفات السابقة نقول إن تحقيق الجودة يتطلب توافر تناسق 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 بالعمل.

2-1 أبعاد جودة الخدمة:

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

1. الملموسية (Tangibles)

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

2. الاعتمادية (Reliability)

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

3. الاستجابة (Responsiveness)

تشير إلى استعداد المؤسسة لتقديم المساعدة للزبائن والسرعة في معالجة الطلبات والشكاوى في بيئات العمل ذات الطابع الخدمي، يُعتبر هذا البعد من العوامل الحيوية التي تحدد مستوى رضا العملاء.

4. الضمان (Assurance)

الفصل الأول: الإطار العام لخدمات النقل

يشمل هذا البُعد 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.

5. التعاطف (Empathy)

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

مهجية غورنروس (Gronroos) لجودة الخدمة

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

1. الجودة الفنية:

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

على سبيل المثال أيضا 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 سيجعل 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

تتزايد 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 المتسارعة 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 ولأنهم فعلى سبيل المثال يمكن لشركة نقل أن تطور خدمة حجز التذاكر عبر الإنترنت وتقديم 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. يتعين على الإدارة العليا أن تضع معايير واضحة لجودة الخدمة وتضمن 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 للتطورات 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 يوفرها 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، ويتطلب هذا التحسين تكاملاً بين عدة عوامل متداخلة تركز 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 المساندة 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 ومتطورة تكنولوجياً يساهم بشكل مباشر في رفع مستوى الجودة، حيث تساهم 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 والعاملين 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 يُسهل إدارة الأسطول وتحسين مسارات النقل. كما بات استخدام أنظمة الحجز الإلكتروني وإدارة الجدولة ضرورياً لتوفير خدمة أكثر دقة وسلاسة 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 والملاحظات ومعالجتها بسرعة، الأمر الذي يعزز ثقة العملاء ويحفزهم على الاعتماد على خدمات النقل الرسمي.

• مراقبة الأداء وضمان الجودة:

تُعد عملية تقييم الأداء الدورية 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.
- توسعة الطرق الرئيسية لتقليل الازدحام المروري.
- بناء جسور وأنفاق لتحسين تدفق الحركة المرورية.

2. تعزيز شبكات النقل العام:

- زيادة عدد خطوط المترو والحافلات لتغطية المناطق النائية.
- تحسين محطات النقل العام وتجهيزها بخدمات مثل الإنترنت 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 دورًا محوريًا 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"كريم" لتقليل الاعتماد على المركبات الخاصة.
- تشجيع استخدام الدراجات الكهربائية وال **scooters** في المدن الكبرى.

الفصل الأول: الإطار العام لخدمات النقل

3. المركبات ذاتية القيادة

- الاستثمار في تقنيات 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 بالتغير 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 استهلاكًا 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 التقلية:

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 عنصرا جوهريا في دعم الاقتصاد الوطني وتحقيق التنمية المتوازنة، لما لها من دور فعال في تسهيل حركة للأفراد والبضائع، وربط المناطق الحضرية والريفية، وتعزيز التبادلات التجارية، داخليا وخارجيا، كما أن تنوع أنماط النقل وتطورها التقني ساهم في تحسين جودة الخدمات المقدمة، وزيادة الكفاءة وتقليص الزمن والتكلفة.

ورغم الأهمية، فإن قطاع النقل لا يزال يواجه جملة من التحديات، على غرار ضعف البنية التحتية في بعض المناطق، وارتفاع تكاليف الصيانة، والحاجة 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 الحوكمة والإدارة، وبناء على ما سبق يظهر جليا أن تحسين خدمات النقل ليس خيارا بل ضرورة استراتيجية تفرضها متطلبات التنمية المستدامة والتنافسية الاقتصادية.

الفصل الثاني

الفصل الثاني: حجوزات النقل البري في الجزائر بتطبيق TRANSPLUS

بطاقة التقنية للمشروع:

الاسم واللقب Votre prénom et nom Yourfirst and last Name	خروبي فاروق سيد احمد قاسمي اسامة زين الدين
الاسم التجاري للمشروع Lntitulè de vitre projet Title of your Project	Transplus
الصفة القانونية للمشروع Votre statut juridique Yourlegalstatus	ملكية فردية (شركة فردية)
رقم الهاتف Votre numéro de téléphone Your phone number	0667101400
البريد الالكتروني Votre adresse e-mail Your email address	Faroukkh330@gmail.com
مقر مزاولة النشاط (الولاية-البلدية) Votre ville ou commune d'activité Your email address	بداية ولاية تيارت ثم باقي ولايات الوطن

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 لاية و، من المنطقة المحليةً 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 .الاسلاك الامن او سياح محلييناودوليين</p> <p>التكنولوجيا المستخدمة : تطبيق هاتفي و موقع الالكتروني رسمي لتسهيل عملية حجز النقل و سكك الحديدية</p>	<p>TransPlus هو تطبيق رقمي يهدف إلى توحيد خدمات حجز النقل البري في الجزائر. يتكفل بربط المستخدمين مباشرة بمنصات وشركات النقل بالحافلات والسكك الحديدية، حيث يوفر واجهة استخدام موحدة، سهلة وسريعة تُمكن المسافرين 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.• إتمام الحجز والدفع إلكترونيًا (بطاقات، CCP، محفظة إلكترونية).• استقبال إشعارات مباشرة لأي تأخير أو إلغاء أو تغيير.
--	--

القيمة المقترحة أو العرض المقدم Value Proposition

تحديد المشكل الذي يواجهه الزبون

ماهي المشكلة التي تريد حلها؟	1. المشكلة الأساسية: تشنتت خدمات حجز النقل البري في الجزائر
------------------------------	--

الفصل الثاني: حجوزات النقل البري في الجزائر بتطبيق TRANSPLUS

وصعوبة الوصول إلى معلومات دقيقة وسريعة عن الرحلات.

II. تفاصيل المشكلة:

1. تعدد المنصات وعدم وجود تطبيق موحد:

- كل شركة نقل (حافلات، قطارات) تعمل بشكل منفصل.
- لا توجد منصة تجمع كل الرحلات والمواعيد في مكان واحد.

2. صعوبة الحجز:

- أغلب عمليات الحجز تتم بشكل يدوي أو في محطات النقل.
- لا توجد طريقة رقمية سهلة ومباشرة للحجز المسبق.

3. نقص المعلومات المحدثة:

- من الصعب معرفة أوقات الانطلاق، الأسعار، مدة الرحلة، عدد المقاعد المتاحة... وغيرها.
- لا يوجد نظام تنبيه بالتأخيرات أو التغييرات.

4. تجربة المستخدم سيئة:

- 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>ماهي 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 مواقع 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 الهواتف الذكية 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>	
<p>VI. 4.  أطول مدة البحث والتنقل بين شركات</p>	

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 وتكاليف إضافية. 	
<p>VII. 5. صعوبة تنقل السياح والوافدين:</p> <ul style="list-style-type: none"> • غياب تطبيق شامل يمثل عائقًا أمام السياح، لأن أغلب المعلومات غير متوفرة على الإنترنت أو بلغة مفهومة. • هذا يؤثر سلبيًا على صورة البلد في مجال النقل والسياحة. 	
<p>VIII. 6. نقص الشفافية وتقييم الخدمة:</p> <ul style="list-style-type: none"> • لا توجد آلية تُمكن 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 1.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. 	<p>ماهي المشاريع الأخرى التي استهدفت نفس المشكلة التي جرى تنفيذها؟</p>

الفصل الثاني: حجوزات النقل البري في الجزائر بتطبيق TRANSPLUS

✓ نقطة تشابه: نفس الفكرة - حجز شامل ومتعدد الوسائل.

.IX (Rome2Rio 2. أستراليا)

- تطبيق يُظهر لك كيفية الذهاب من مكان لآخر باستخدام مختلف وسائل النقل (باص، قطار، طائرة...).
- يُظهر لك الطرق، الأسعار، والوقت التقريبي.

✓ نقطة تشابه: التركيز على تبسيط اختيار وسيلة النقل الأنسب.

.X (RedBus 3. الهند)

- أكبر منصة لحجز الحافلات في الهند.
- يربط المستخدم بمئات شركات النقل ويُتيح تقييمات المستخدمين.

✓ نقطة تشابه: حل مشاكل الحجز اليدوي في بلد ضخم ومتشعب النقل.

.XI. مشاريع عربية:

.XII (Swvl 4. مصر - الإمارات - دول أخرى)

- 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>وتتبع الرحلة.</p> <p>✓ نقطة تشابه: تحسين النقل الجماعي باستخدام تطبيق رقمي.</p>	
<p>XIII. Yassir Express (5الجزائر - 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 يُثبت وجود قابلية رقمية لدى المستخدم الجزائري.</p>	
<p>XIV. أهداف مشروع: TransPlus</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. إنشاء منصة رقمية موحدة (تطبيق وموقع) لحجز وسائل النقل الجماعي في الجزائر (حافلات، قطارات). 2. رقمنة عمليات الحجز والدفع لتسهيل تجربة المستخدم وتقليل الاعتماد على الطرق التقليدية. 3. توفير معلومات آنية ومحدثة عن أوقات الرحلات، الأسعار، نقاط الانطلاق والوصول، والتوفر الفوري للمقاعد. 4. تمكين المستخدم من مقارنة الخيارات (من حيث السعر، المدة، التقييم) لاتخاذ القرار الأفضل. 	<p>ماهي أهداف مشروعك و/أو نتائجه المتوقعة؟</p>

الفصل الثاني: حجوزات النقل البري في الجزائر بتطبيق TRANSPLUS

5. تعزيز الشفافية والمصداقية في خدمات النقل عبر تمكين المستخدم من تقييم الشركات والخدمات.
6. تشجيع شركات النقل على التحول الرقمي من خلال شراكة مع TransPlus لتقديم خدماتهم إلكترونياً.
7. دعم السياحة الداخلية والتنقل السلس داخل الجزائر من خلال توفير تجربة رقمية سهلة وأمنة.

XV. النتائج المتوقعة:

1. زيادة عدد الحجوزات الإلكترونية لوسائل النقل البري بنسبة كبيرة خلال السنة الأولى.
2. توفير الوقت والجهد للمستخدمين، وتقليل الازدحام في محطات النقل.
3. تحسين رضا العملاء عن خدمات النقل الجماعي بفضل المقارنة والتقييم.
4. تمكين شركات النقل التقليدية من الوصول إلى قاعدة زبائن جديدة عبر الإنترنت.
5. جمع بيانات وإحصائيات دقيقة عن التنقل يمكن الاستفادة منها في تطوير القطاع.
6. خلق فرص عمل جديدة في مجال الدعم التقني، التسويق الرقمي، وخدمة الزبائن.
7. تحقيق دخل مستدام من خلال العمولة على كل عملية حجز أو من خلال اشتراكات الشركات.

الفصل الثاني: حجوزات النقل البري في الجزائر بتطبيق TRANSPLUS

القيمة المقترحة وفق المعايير التالية



TransPlus: القيمة المبتكرة لمشروع	القيمة المبتكرة أو الجديدة
<p>XVI. القيمة المبتكرة لمشروع TransPlus يُقدّم قيمة جديدة ومبتكرة في السوق الجزائري من خلال:</p> <ol style="list-style-type: none">1.  أول منصة رقمية موحدة في الجزائر تجمع بين وسائل النقل الجماعي البرية (الحافلات + القطارات) (في مكان واحد، مما يُلغي الحاجة للبحث في عدة منصات أو الذهاب شخصياً إلى المحطات.2.  تجربة رقمية شاملة تشمل:<ul style="list-style-type: none">○ حجز التذكرة إلكترونياً.○ الدفع عبر الإنترنت أو الدفع عند الانطلاق.○ إشعارات بالتغييرات والتأخيرات.○ تتبع الرحلة في الوقت الحقيقي.3.  مقارنة فورية بين خيارات متعددة:<ul style="list-style-type: none">○ السعر، المدة، التقييم، التوفر، شركة النقل...○ تمكين المستخدم من اتخاذ قرار ذكي وموثوق.4.  خدمة موجهة للسياح والوافدين:<ul style="list-style-type: none">○ واجهة متعددة اللغات.○ خرائط وتوجيهات دقيقة.○ معلومات واضحة حول النقاط الرئيسية في النقل.	


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 ذكية 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: (TransPlus يقدم قيمة فريدة للمستخدم الجزائري من خلال:</p> <p>XVIII.  حل مشكلة محلية حقيقية:</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 فعليًا إلى المحطة أو الاتصال الهاتفي لشركة النقل للحصول على معلومة بسيطة. <p>TransPlus  يُعالج هذه الفجوة بإنشاء منصة رقمية موحدة توفر كل المعلومات والخدمات في مكان واحد.</p>	<p>القيمة بالتخصيص</p>
<p>XIX.  تجربة رقمية سهلة ومخصصة للمستخدم الجزائري:</p>	

الفصل الثاني: حجوزات النقل البري في الجزائر بتطبيق TRANSPLUS

- 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 (نقدًا عند الصعود) إلى جانب الدفع الإلكتروني، مراعاة لواقع التعاملات المالية في الجزائر.

- .XX  ربط شركات النقل التقليدية بالتحول الرقمي:
- كثير من شركات النقل الجزائرية لا تملك مواقع أو تطبيقات.
 - TransPlus يمكن أن يوفر لها نظام حجز متكامل دون أن تحتاج لتطوير نظامها الخاص.
-  القيمة هنا مزدوجة: للمستخدم: تسهيل التنقل والحجز. ولشركات النقل: فتح سوق رقمي جديد بدون استثمار ضخم.

- .XXI  أداة معلومات وتنظيم:
- يوفر إحصائيات مفيدة للجهات الحكومية والتنظيمية عن حركة المسافرين، الخطوط الأكثر طلبًا، أوقات الذروة... إلخ.
 - هذه البيانات لم تكن متاحة سابقًا 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 سلسلة. 	
<ul style="list-style-type: none"> • 💰 القيمة المبتكرة من حيث السعر في مشروع: TransPlus <p>TransPlus لا يقدم فقط خدمة رقمية، بل يمنح المستخدم الجزائري قيمة مالية حقيقية من خلال:</p>	<p>القيمة بالسعر</p>
<ul style="list-style-type: none"> • 1. ✅ توفير التكاليف الخفية للمستخدم: • 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. • TransPlus يُلغي كل ذلك، ويُوفر وسيلة حجز سريعة ومجانية من المنزل أو الهاتف. 	
<ul style="list-style-type: none"> • 2. 🚗 خدمة الحجز مجانية أو شبه مجانية للمستخدم النهائي: • 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

- عمولة بسيطة من شركات النقل.
- أو إعلانات داخل التطبيق.
- ✓ قيمة مقابل سعر منخفض جداً مقارنة بالفائدة الكبيرة.

- 3. ⚖️ تمكين المستخدم من مقارنة الأسعار واختيار الأرخص:
 - بدلاً من الذهاب إلى عدة محطات وسؤال الشركات، يمكن للمستخدم عبر: TransPlus
 - رؤية الأسعار المتوفرة لجميع الشركات.
 - مقارنة الوقت، الجودة، والتكلفة.
 - اختيار الأنسب حسب ميزانيته.
 - 💡 هذا يعطيه تحكماً أكبر في مصاريفه.


- 4. 📄 عروض وتخفيضات عبر التطبيق:
 - إمكانية تقديم عروض حصرية للحجوزات عبر (TransPlus تخفيضات، نقاط ولاء، حجوزات جماعية...).
 - هذه العروض غير متاحة في الحجز التقليدي.


- 5. 📁 سعر منخفض لشركات النقل مقابل خدمة احترافية:
 - 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 إلى آلاف الزبائن. ○ بسعر اشتراك بسيط أو عمولة على الحجز فقط. 	
<ul style="list-style-type: none"> • القيمة المبتكرة من حيث التصميم في مشروع: TransPlus <p>TransPlus يتميز بتصميم ذكي وعصري يمنح المستخدم تجربة فريدة ومريحة، من خلال:</p>	<p>القيمة بالتصميم</p>
<ul style="list-style-type: none"> • 1.  واجهة بسيطة وسهلة الاستخدام (User-Friendly): • مصممة خصيصًا للمستخدم الجزائري من مختلف الفئات (الشباب، كبار السن، غير المعتادين على التطبيقات). • لا تتطلب معرفة تقنية متقدمة، فقط خطوات بسيطة لحجز الرحلة. •  سهولة التصميم = وصول أكبر + رضا أعلى. 	
<ul style="list-style-type: none"> • 2.  دعم متعدد اللغات: • واجهة بثلاث لغات: العربية، الفرنسية، والإنجليزية (مع إمكانية إضافة الأمازيغية مستقبلاً). • هذا يجعل التصميم شاملاً ومتاحاً للجميع، بما فيهم السياح والوافدين. 	

الفصل الثاني: حجوزات النقل البري في الجزائر بتطبيق TRANSPLUS

- 3.  تصميم متجاوب مع كل الأجهزة:
- يعمل بسلاسة على الهواتف الذكية (Android)، (iOS)، التابلت، وأجهزة الكمبيوتر.
- بدون الحاجة لتحميل تطبيق ثقيل أو معقد.

- 4.  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.

- 5.  تصميم نكي يعرض المحتوى حسب السياق:
- يُظهر للمستخدم الرحلات الأقرب لموقعه الجغرافي أولاً.
- يعرض التوصيات حسب الرحلات السابقة أو الأكثر تقييماً.

- 6.  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...). • التصميم هنا ليس مجرد جماليات، بل أداة عملية لتسهيل حياة المستخدم. 	
<ul style="list-style-type: none"> • القيمة المبتكرة من حيث الأداء العالي في مشروع: TransPlus • TransPlus يقدم أداءً تقنياً عالياً يضمن موثوقية وسرعة وسلاسة في استخدام المنصة لجميع فئات المستخدمين. 	<p>القيمة بالأداء العالي</p>
<ul style="list-style-type: none"> • 1. ⚡ سرعة الاستجابة والتنقل داخل التطبيق: • 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. • ✓ أداء عالي = تقليل وقت الانتظار وزيادة رضا المستخدم. 	
<ul style="list-style-type: none"> • 2. 🔄 تحديث البيانات في الوقت الحقيقي: (Real-Time) • تحديث فوري لتوفر المقاعد، تغييرات المواعيد، أو تأخيرات الرحلات. • إشعارات مباشرة للمستخدمين عند أي 	

الفصل الثاني: حجوزات النقل البري في الجزائر بتطبيق TRANSPLUS

<p>تغيير.</p> <p>يُجعل TransPlus أداة موثوقة لتخطيط الرحلات اللحظية.</p>	
<ul style="list-style-type: none">• 3. نظام نكي لتصفية واقتراح الرحلات:• خوارزمية توصية تعرض أفضل الخيارات بناءً على:<ul style="list-style-type: none">○ الوقت.○ السعر.○ التقييمات.○ المسارات السابقة للمستخدم.• كل مستخدم يرى نتائج مناسبة له شخصيًا.	
<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 لتخدم آلاف المستخدمين في نفس الوقت دون بطء أو توقف.• جاهزة للتوسع حسب الحاجة مع نمو عدد	

الفصل الثاني: حجوزات النقل البري في الجزائر بتطبيق TRANSPLUS

<p>الرحلات والشركات.</p>	
<ul style="list-style-type: none"> • 6. أداء عالي في الأمان والحماية: • تأمين معلومات المستخدمين والحجوزات بتقنيات تشفير متقدمة. • نظام تحقق مزدوج لحماية الحسابات والدفع. 	
<ul style="list-style-type: none"> • القيمة المبتكرة من حيث الخدمة الشاملة في مشروع: TransPlus <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>	<p>القيمة بالخدمة الشاملة</p>
<ul style="list-style-type: none"> • 1.  بحث ذكي وسريع عن الرحلات: • تحديد نقطة الانطلاق والوصول، مع عرض كل الخيارات المتوفرة من مختلف الشركات. • عرض الرحلات حسب التوقيت، السعر، التقييم، أو المدة. 	
<ul style="list-style-type: none"> • 2.  حجز فوري وسهل: • خطوات حجز بسيطة وسريعة في أقل من 	

الفصل الثاني: حجوزات النقل البري في الجزائر بتطبيق TRANSPLUS

<p>دقيقة.</p> <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 الانطلاق (نقدًا) لتتناسب كل فئات المستخدمين.	
<p>4.  إشعارات وتحديثات آنية:</p> <ul style="list-style-type: none">• تنبيهات 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.	
<ul style="list-style-type: none">• 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

القيمة المبتكرة أو الجديدة

1. القيمة المبتكرة أو الجديدة –

مشروع TransPlus

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.

2. ما الذي يجعل TransPlus مبتكرًا؟

3. منصة موحدة شاملة:

دمج وسائل النقل المختلفة (الحافلات + القطارات) لأول مرة في تطبيق وموقع واحد، مما يُنهي فوضى تعدد القنوات ويُسهل على المستخدم الوصول إلى كلالخيارات في مكان واحد.

4. تبسيط تجربة الحجز:

تصميم بسيط ونكبي يمكّن أي شخص من حجز تذكرته في خطوات قليلة، دون الحاجة للذهاب للمحطة أو إجراء مكالمات.

5. ربط المستخدم مباشرة بالشركات:

توفير قناة تواصل مباشرة وأنية بين المستخدم وشركات النقل، مع إمكانية الحجز، الدفع، والتقييم بسهولة.

6. نظام مقارنة وتوصية:

إمكانية مقارنة الأسعار، الأوقات، الجودة، والتقييمات لاختيار الرحلة الأفضل، مما يعزز الشفافية والتنافس بين الشركات.

7. خدمة محلية بتصميم موجه للمستخدم

الفصل الثاني: حجوزات النقل البري في الجزائر بتطبيق TRANSPLUS

<p>الجزائري:</p> <p>دعم للغة العربية والفرنسية، ومرونة 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:</p> <p>TransPlus لا يقدم مجرد حجز، بل تجربة سفر رقمية كاملة تشمل: البحث، الحجز، الدفع، التنبيهات، التقييم، والتوجيه.</p>	
<p>•  قيم إضافية لمشروع: TransPlus</p>	<p>قيم أخرى</p>
<p>• 1.  قابلية التوسع: (Scalability)</p> <p>• يمكن توسيع TransPlus ليشمل:</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ وسائل نقل أخرى (سيارات الأجرة، النقل البحري، الترام...). ○ دول مغاربية أخرى مستقبلاً (تونس، المغرب). <p>• النمو لا يتطلب تغيير جوهري في البنية التقنية بل فقط توسيع قاعدة الشركاء.</p>	

الفصل الثاني: حجوزات النقل البري في الجزائر بتطبيق TRANSPLUS

• 2. الأثر الاجتماعي (Social Impact):

- 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.

• 3. القيمة التحليلية (Data Intelligence):

- النظام يُنتج بيانات مهمة يمكن استخدامها في:
 - تحسين خدمات النقل.
 - اتخاذ قرارات تخطيط المدن.
 - دراسات التنقل والسياحة.
- يمكن مستقبلاً تقديم تقارير مدفوعة للبلديات أو الجهات الحكومية.

• 4. الأمان والثقة:

- المستخدم يشعر بالأمان لأنه:
 - 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. 	
<ul style="list-style-type: none"> • 5.  التكرار والولاء (Retention&Loyalty): • من خلال: <ul style="list-style-type: none"> ○ سجل الرحلات السابقة. ○ برامج النقاط والمكافآت. ○ العروض الخاصة للمستخدمين الدائمين. • يُحفز المستخدم على العودة للتطبيق في كل رحلة. 	
<ul style="list-style-type: none"> • 6.  التميز في السوق المحلي: • لا يوجد في السوق الجزائري حاليًا تطبيق بهذه التغطية والوظائف. • TransPlus يُمكن أن يصبح المعيار الوطني للنقل البري الرقمي. 	

شرائح العملاء أو الزبائن Customer Segments

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

الفصل الثاني: حجوزات النقل البري في الجزائر بتطبيق TRANSPLUS

<p>(Geographic Segmentation)</p> <p>ضرورة جداً لمشروع مثل TransPlus، خصوصاً لأنه يتعامل مع النقل بين المدن في الجزائر. شرائح العملاء من ناحية جغرافية في الجزائر 1. سكان المدن الكبرى (العواصم والحواسر) مثل: الجزائر العاصمة، وهران، قسنطينة، سطيف، عنابة</p> <p>الخصائص: كثافة سكانية عالية. تنقلات كثيرة داخل وخارج الولاية. استخدام مرتفع للهواتف الذكية والإنترنت. ما يحتاجونه: حجز رحلات بين</p>	<p>(وسلوكي)</p> <p>1. العميل الباحث عن الراحة (Comfort Seeker)</p> <p>الخصائص النفسية: يكره التعقيد، يفضل التعامل الرقمي السلوك: يستخدم الهاتف للحجز، يريد كل شيء في مكان واحد.</p> <p>استراتيجية الجذب: واجهة بسيطة - حجز في 3 خطوات - تتبع الرحلة.</p> <p>2. العميل الحساس للسعر (Price Sensitive)</p> <p>الخصائص النفسية: يهتم بالميزانية، يقارن كثيراً قبل الشراء. السلوك: يبحث عن "الأرخص أولاً" - يتفاعل مع التخفيضات. استراتيجية الجذب:</p>	<p>التقليدية الباحثة عن الرقمنة</p> <p>• شركات الخدمات اللوجيستية (تبحث عن شركات تقنية).</p> <p>✓ يجذبهم القيمة المضافة (تتبع، تحليلات، تقارير) وإمكانية الدمج مع أنظمتهم</p> <p>• المؤسسات الحكومية والتعليمية (حجوزات جماعية)</p> <p>✓ يجذبهم نظام حجوزات جماعية وفواتير شهرية، دعم فني مباشر، تقارير مخصصة.</p> <p>• وكالات السفر والسياحة</p> <p>✓ تجذبهم عمولة على الحجوزات وإمكانية بيع التذاكر عبر</p>	<p>حسب العوامل النفسية:</p> <p>• محبو السفر والاكتشاف.</p> <p>✓ حب استكشاف مدن جديدة وخوض مغامرات.</p> <p>• العائلات المنظمة والعلمية</p> <p>✓ يجذبهم خيار الحجز المبكر، والحجز الجماعي، سهولة التعامل.</p> <p>• العملاء المهنيون</p> <p>✓ التنقل للعمل والاجتماعات دون إضاعة وقت</p> <p>• المترددون في الانفاق</p> <p>✓ يجذبهم تخفيض المصاريف، ومقارنة الاسعار</p>	<p>• العملاء الباحثون عن الراحة والسهولة ✓ ما يهمه هو السرعة والبساطة، بدلاً من الذهاب للمحطة.</p> <p>• العملاء الحساسون للسعر ✓ يبحثون دائماً عن أرخص وسيلة نقل.</p> <p>• العملاء المتكررو السفر ✓ يسافر بانتظام للعمل أو الدراسة او زيارة الأهل.</p> <p>• العملاء المتأخرون في الحجز. ✓ يتخذ قرار السفر في اللحظة الأخيرة</p> <p>• العملاء الرقميون ✓ يستخدم التكنولوجيا في كل شيء.</p>
--	--	---	---	---

الفصل الثاني: حجوزات النقل البري في الجزائر بتطبيق TRANSPLUS

<p>المدن، خاصة في فترات الذروة. واجهات رقمية مريحة وفعالة. الفرصة: تسويق مباشر عبر إعلانات رقمية و Google Maps.</p> <p>2. سكان المدن المتوسطة والصغرى مثل: غليزان، خنشلة، سوق أهراس، سعيدة الخصائص: تنقلات متكررة نحو المدن الكبرى (عمل، دراسة، مصالح إدارية). خدمات النقل محدودة أو غير منظمة. ما يحتاجونه: تنظيم وجدولة محدثة - معرفة مواعيد الحافلات/القطارات. إمكانية الحجز</p>	<p>نظام عروض - تنبيهات خصومات - مقارنة الأسعار. 3. العميل الرقمي (Digital Native) الخصائص النفسية: يحب التكنولوجيا ويثق بها. السلوك: يحجز ويشارك تقييمه - يفضل الدفع الإلكتروني - متفاعل على الإنترنت. استراتيجية الجذب: تصميم عصري - تطبيق موبايل سريع - دعم عبر الشات. 4. المسافر المنتظم (Frequent Traveler) الخصائص النفسية: يفضل التكرار والتنظيم. السلوك: يسافر بشكل أسبوعي أو شهري - يريد حفظ بياناته. استراتيجية الجذب:</p>	<p>منصتهم الخاصة. الشركات الكبرى التي توفر نفلا للموظفين ✓ تجذبهم خطط اشتراك شهرية وإدارة كاملة للحجوزات وجدولة الرحلات.</p>		
---	---	--	--	--

الفصل الثاني: حجوزات النقل البري في الجزائر بتطبيق TRANSPLUS

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

الفصل الثاني: حجوزات النقل البري في الجزائر بتطبيق TRANSPLUS

<p>الفرصة: التركيز على الوظائف التي تعمل حتى بدون إنترنت دائم) مثل SMS حجز - مسبق عبر وكالات شريكة 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). الفرصة: تطوير نسخة Web</p>	<p>الجماعي - تنبيهات الرحلة - إمكانية اختيار المقاعد. 7.مسافر اللحظة الأخيرة-Last Minute Booker) الخصائص النفسية: اندفاعي - عملي - لا يخطط. السلوك: يحجز قبل ساعات من الرحلة - لا يهتم السعر أحياناً 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. 5. المناطق السياحية (وهران - تيميمون - تمنراست - بجاية - تلمسان) الخصائص:</p> <p>توافد سياحي داخلي وخارجي. موسمية في الطلب على النقل. ما يحتاجونه: دمج النقل مع الحجوزات السياحية. معلومات عن الأماكن السياحية وربطها بالرحلات. الفرصة: شركات مع وكالات السياحة ومراكز الإيواء.</p>				
<p>Continent القارة شرائح العملاء حسب القارة: 1. أفريقيا (الداخل</p>	<p>Age العمر شرائح العملاء حسب الفئة العمرية: 1. من 18 إلى 25</p>	<p>Secteur القطاع شرائح العملاء حسب القطاع: 1. الأفراد (B2C)</p>	<p>Classe Sociale الطبقة الاجتماعية شرائح العملاء حسب الوضع</p>	<p>Usage استخدام إليك شرائح العملاء لمشروع TransPlus شرائح العملاء حسب</p>

الفصل الثاني: حجوزات النقل البري في الجزائر بتطبيق TRANSPLUS

الاستخدام:	الاجتماعي:	المستخدمون	سنة	المحلي
1.المستخدمون المتكررون يسافرون بانتظام (أسبوعياً أو شهرياً). يحتاجون سرعة الحجز والتتبع. أمثلة: موظفون، طلاب جامعيون.	1.الطلبة دخل محدود، يسافرون بين الجامعة والمنزل. يهتمون بالسعر وسهولة الحجز. 2.العائلات يسافرون في العطل أو المناسبات. يحتاجون حجراً جماعياً وأماناً. 3.العمال والموظفون يسافرون لأسباب مهنية. يفضلون السرعة والموثوقية. 4.كبار السن يفضلون وسائل نقل مريحة. يحتاجون واجهة بسيطة ودعم مباشر. 5.المغتربون والزوار يسافرون موسمياً	العاديون: طلبة، عائلات، مسافرون. يهتمون بالسهولة، السعر، والتوفر. 2.شركات النقل حافلات وقطارات تبحث عن منصة لعرض رحلاتها. تهتم بالتوسع وزيادة الحجوزات. 3.المؤسسات (حكومية وتعليمية) تحتاج لتنظيم تنقلات الموظفين أو الطلبة. تبحث عن حلول جماعية وجدولة. 4.وكالات السفر والسياحة تحتاج لتضمين النقل ضمن عروضها. تهتم بالتكامل والعمولة. تنقل الموظفين بانتظام. تهتم بالتنظيم، الفوترة، وخدمة موثوقة.	26 إلى 40 سنة. موظفون ومسافرون نشطون. يبحثون عن السرعة والراحة. 3.من 41 إلى 60 سنة أولياء أمور ومسافرون عائليون. يهتمون بالأمان والحجز المنظم. 4.سنة فما فوق 60. كبار السن يحتاجون واجهة بسيطة ودعم شخصي.	الأساسي: السوق المحلي في الجزائر. الخصائص: تنقلات داخلية، احتياج كبير للرقمنة والتنظيم. الفئات: سكان الجزائر، مسافرون بين الولايات. 2.أوروبا (الغالبية الجزائرية) الخصائص: مغتربون يزورون الجزائر موسمياً. الاحتياجات: حجز مسبق قبل الوصول، واجهة متعددة اللغات. الفئات: جزائريون مقيمون في فرنسا، ألمانيا، إسبانيا... 3.أمريكا وآسيا (أقلية سياحية أو مهنية) الخصائص: سياح أو زوار نادرون.

الفصل الثاني: حجوزات النقل البري في الجزائر بتطبيق TRANSPLUS

			<p>داخل البلاد.</p> <p>يهتمون بالحجز المسبق وخدمة متعددة اللغات.</p>	<p>الداخلية.</p> <p>4.مستخدمو اللحظة الأخيرة يحجزون قبل ساعات من الانطلاق. يبحثون عن رحلات متاحة فوراً. أمثلة: موظفون، مسافرون في حالات طارئة.</p> <p>5.المستخدمون الجماعيون يحجزون لأكثر من شخص دفعة واحدة. يحتاجون خيارات حجز جماعي وتخفيضات.</p> <p>أمثلة: عائلات، رحلات طلابية، أفواج سياحية.</p>
<p>Pays</p> <p>الدولة</p> <p>شرائح العملاء حسب الدولة:</p> <p>1.الجزائر (السوق)</p>	<p>Sexs</p> <p>الجنس</p> <p>شرائح العملاء حسب الجنس:</p> <p>1.الذكور</p>	<p>Nombre d'employès</p> <p>عدد العمال في القطاع</p> <p>شرائح العملاء حسب</p>	<p>Niveau de vie</p> <p>المستوى المعيشي</p> <p>شرائح العملاء حسب المستوى المعيشي:</p>	<p>Loyauté</p> <p>الوفاء</p> <p>شرائح العملاء حسب الوفاء: (Loyalty)</p> <p>1.العملاء</p>

الفصل الثاني: حجوزات النقل البري في الجزائر بتطبيق TRANSPLUS

<p>(الأساسي) المستخدمين المحليون. يحتاجون رقمته النقل بين المدن. 2. دول الجالية الجزائرية (فرنسا، ألمانيا، كندا...) جزائريون مقيمون بالخارج. يحجزون مسبقاً قبل القوم للجزائر. 3. دول الجوار المغربي (تونس، المغرب...) إمكانات توسع إقليمي مستقبلي. تشابه في تحديات النقل. 4. دول أخرى (سياح أو شركاء دوليون) فئة محدودة.</p>	<p>يسافرون للعمل أو الدراسة. يهتمون بالسرعة والكفاءة في الحجز. 2. الإناث يفضلن الأمان والتنظيم. يهتمن بتفاصيل الرحلة والتقييمات. ماذا تستفيد؟ تصميم واجهات ورسائل تسويقية تراعي اختلاف الاهتمامات. تقديم خيارات مخصصة (مثلاً: مقاعد للنساء، دعم نسائي...).</p>	<p>عدد العمال في المؤسسة: 1. المؤسسات الصغيرة (1-10 عمال) مرنة لكن بميزانية محدودة. تبحث عن حلول بسيطة وغير مكلفة. 2. المؤسسات المتوسطة (11-50 عاملاً) تحتاج لتنظيم أفضل للتقلبات. مهتمة بخدمات مثل الحجز الجماعي أو الفوترة. 3. المؤسسات الكبيرة (+50 عامل) تسافر فرقها بشكل منتظم. تبحث عن نظام احترافي لإدارة النقل والتقارير.</p>	<p>1. ذوي الدخل المحدود يبحثون عن أرخص الأسعار. يهتمون بالعروض والخصومات. 2. ذوي الدخل المتوسط مستعدون لدفع مقابل راحة وخدمة موثوقة. يهتمون بجودة التجربة وسهولة الحجز. 3. ذوي الدخل المرتفع يفضلون الراحة والخيارات المميزة. يهتمون بسرعة الخدمة، اختيار المقاعد، وميزات إضافية.</p>	<p>(المخلصون Loyal Customers) يحجزون بشكل متكرر. يستحقون مكافآت وخصومات خاصة. 2. العملاء العائدون أحياناً (Occasional Users) يستخدمون المنصة من وقت لآخر. يحتاجون تنبيهات بالعروض لتشجيعهم. 3. العملاء الجدد (New Users) يجربون الخدمة لأول مرة. يحتاجون تجربة بسيطة ومشجعة. 4. المنسحبون (Churned Users) توقفوا عن استخدام التطبيق. يحتاجون تواصل واسترجاع بالتحفيز أو الاستبيان.</p>
--	--	---	---	--

الفصل الثاني: حجوزات النقل البري في الجزائر بتطبيق TRANSPLUS

Région الجهة	Revenus annuels متوسط الدخل	Maturité de l'entreprise نضج المؤسسة شرائح العملاء حسب نضج المؤسسة: 1. المؤسسات الناشئة (Startups) صغيرة، مرنة، تبحث عن حلول رقمية سريعة. تهتم بالتكلفة والبساطة. 2. المؤسسات المتوسطة (Growing SMEs) بدأت بالتوسع، تبحث عن أدوات لتنظيم عملياتها. تهتم بالكفاءة وإدارة البيانات. 3. المؤسسات الناضجة أو الكبرى لديها أنظمة داخلية، تسعى للتكامل والحلول المتقدمة. تهتم بالتحليلات،	Valeurs القيم شرائح العملاء حسب القيم: 1. الراحة والسهولة يقدرّون البساطة وسهولة الاستخدام. يفضلون الحجز السريع بدون تعقيد. 2. الوقت والكفاءة يهمهم الحجز السريع والدقة في المواعيد. يرفضون الانتظار أو التأخير. 3. الاقتصاد والتوفير يبحثون عن أفضل قيمة مقابل المال. يفضلون العروض والأسعار المنخفضة. 4. الأمان والمصداقية يقدرّون الشركات الموثوقة والخدمة	Intérêt اهتمام شرائح العملاء حسب الاهتمامات: 1. مهتمون بالسفر والتنقل يتابعون الوجهات والعروض. يبحثون عن سهولة الحجز والتنقل. 2. مهتمون بالتوفير والعروض يتابعون التخفيضات. ينجذبون للأسعار المخفضة والخصومات. 3. مهتمون بالتكنولوجيا يفضلون التطبيقات الذكية والخدمات الرقمية. يهتمون بتجربة المستخدم والسرعة. 4. مهتمون بالأمان والتنظيم يهتمون بمصداقية
-----------------	-----------------------------------	--	--	---

الفصل الثاني: حجوزات النقل البري في الجزائر بتطبيق TRANSPLUS

		التقارير، والاتفاقيات الطويلة المدى.	الجيدة. يهتمون بتقييمات المستخدمين. 5. الاستدامة والمسؤولية يهتمون بوسائل النقل الجماعي كخيار صديق للبيئة. يفضلون المبادرات المسؤولة اجتماعياً.	الشركات وجودة الرحلة. يبحثون عن تقييمات ومعلومات دقيقة.
Département الولاية ولاية تيارت - نظرة مختصرة الخصائص السكانية: عدد سكان كبير نسبياً. فئة شبابية واسعة (طلبة، عمال). تنقلات متكررة نحو ولايات كبرى مثل: الجزائر، وهران، سيدي بلعباس. احتياجات النقل:	Etat matrimonial الحالة الاجتماعية شرائح العملاء حسب الحالة الاجتماعية: 1. العزّاب يسافرون بمفردهم غالباً. يهتمون بالسرعة والمرونة. 2. المتروجون يسافرون مع الشريك أو العائلة. يهتمون بالأمان والحجوزات الجماعية.	Situation Financière الحالة المادية للمؤسسة 1. الحالة المادية للمؤسسة (العملاء B2B): 2. مؤسسات ذات ميزانية محدودة • تبحث عن حلول بسيطة	Personnalité الشخصية 1. شرائح العملاء حسب الشخصية: 2. شخصية عملية • تفضل السرعة، الدقة، والوضوح. 2. شخصية مخططة	Passion الهواية والشغف 1. شرائح العملاء حسب الهواية والشغف: 2. عشاق السفر • يسافرون لاكتشاف المدن والأماكن. • يهتمون بالراحة وسهولة

الفصل الثاني: حجوزات النقل البري في الجزائر بتطبيق TRANSPLUS

<p>نقص في تنظيم الحافلات والقطارات. اعتماد كبير على النقل البري بينالمدن. قلة في المعلومات الرقمية حول الرحلات. فرصة لـ: TransPlus توفير حجز إلكتروني لرحلات من/إلى تيارت. تقديم عروض خاصة للطلبة والعمال. تحسين تجربة المستخدم المحلي عبر واجهات سهلة وباللغة المحلية.</p>	<p>3.العائلات يسافرون مع أطفال. يحتاجون لتخطيط مسبق، مقاعد مضمونة، وتجربة مريحة.</p>	<p>واقصادية. 2.  مؤسسات متوسطة الموارد • مستعدة للدفع مقابل خدمات منظمة وفعالة. 3.  مؤسسات قوية ماليًا • تطلب حلول مخصصة، تقارير، وتكامل تقني احترافي.</p>	<p>• تحب الحجز المسبق والتنظيم. 3.  شخصية عفوية • تحجز في آخر لحظة، تحتاج توفر سريع. 4.  شخصية حذرة • تهتم بالأمان والتقييمات قبل اتخاذ القرار</p>	<p>الحجز. 2.  مهتمون بالسياحة والتصوير • يبحثون عن رحلات إلى أماكن جذابة. • يفضلون الخدمات المرافقة (معلومات، تقييمات...). 3.  هواة الاستكشاف والمغامرة • يسافرون إلى ولايات نائية أو جبلية. • يحتاجون إلى مرونة في الرحلات.  يمكن استهدافهم بمحتوى تسويقي ملهم وجولات مخصصة.</p>
<p>Ville</p>	<p>Niveau d'étude</p>	<p>Détention/</p>	<p>Convictions</p>	<p>Sensibilité</p>

الفصل الثاني: حجوزات النقل البري في الجزائر بتطبيق TRANSPLUS

حساسيات	المعتقدات	Actionnariat	المستوى الدراسي	الدائرة او البلدية
شرائح العملاء حسب الحساسيات:	شرائح العملاء حسب المعتقدات:	الملكية/ المساهمة شرائح العملاء حسب الملكية:	شرائح العملاء حسب المستوى الدراسي:	دائرة سوقر - نظرة مختصرة
1. الحساسية للسعر يتأثرون بأي زيادة في التكاليف.	1. عملاء يراعون الخصوصية والاحتشام يفضلون مقاعد مخصصة أو أماكن عائلية.	1. غير المالكين لوسيلة نقل يعتمدون كلياً على النقل العمومي. يمثلون الشريحة الأساسية	1. مستوى ابتدائي - متوسط استخدام محدود للتكنولوجيا.	الخصائص العامة: منطقة متوسطة الكثافة السكانية. سكانها ينتقلون نحو تيارت، تيسمسيلت، وهران، الجزائر العاصمة.
2. الحساسية للوقت لا يتحملون التأخير أو الانتظار.	يهتمون بالراحة والاحترام داخل وسيلة النقل.	2. مالكو سيارات يستخدمون النقل الجماعي في حالات معينة (السفر الطويل، عطلات، أعطال).	2. طلبة ثانوي وجامعي معتادون على التطبيقات.	فئة كبيرة من الشباب (طلبة - عمال - متربصون).
3. الحساسية للأمان يحتاجون معلومات موثوقة وتجربة آمنة. يهتمون باسم الشركة، التقييمات، واحترام المعايير.	2. عملاء يفضلون شركات تراعي القيم الدينية يهتمون بمواعيد مناسبة (تجنب وقت الصلاة).	3. الشركات المالكة لأسطول نقل يمكن أن تتعاون مع TransPlus لرفع خدماتها.	3. طلبة ثانوي وجامعي معتادون على التطبيقات.	احتياجات النقل: اعتماد كبير على الحافلات بين المدن.
4. الحساسية التكنولوجية قد يترددون في استخدام تطبيقات جديدة.	3. عملاء يعتقدون بأهمية المسؤولية الاجتماعية يفضلون التعامل مع شركة تحترم البيئة وحقوق المسافرين. يتجاوبون مع	3. الشركات المالكة لأسطول نقل يمكن أن تتعاون مع TransPlus لرفع خدماتها.	3. طلبة ثانوي وجامعي معتادون على التطبيقات.	غياب رقمنة مواعيد الرحلات وصعوبة الحجز.
يحتاجون بالعرضات والتخفيضات.	يفضلون مقاعد مخصصة أو أماكن عائلية.	يتمثلون الشريحة الأساسية	يحتاجون واجهات بسيطة ودعم مباشر.	تنقلات يومية أو أسبوعية نحو الجامعات ومراكز التكوين.
2. الحساسية للوقت لا يتحملون التأخير أو الانتظار.	يهتمون بالراحة والاحترام داخل وسيلة النقل.	يتمثلون الشريحة الأساسية	يحتاجون واجهات بسيطة ودعم مباشر.	فرصة
3. الحساسية للأمان يحتاجون معلومات موثوقة وتجربة آمنة. يهتمون باسم الشركة، التقييمات، واحترام المعايير.	يفضلون مقاعد مخصصة أو أماكن عائلية.	يتمثلون الشريحة الأساسية	يحتاجون واجهات بسيطة ودعم مباشر.	TransPlus:

الفصل الثاني: حجوزات النقل البري في الجزائر بتطبيق TRANSPLUS

<p>رقمنة خدمات النقل من سوق وإليها. استهداف الشباب عبر عروض طلابية.</p> <p>تسهيل الوصول للمعلومات والحجز من الهاتف.</p>			<p>مبادرات اجتماعية وإنسانية.</p>	
<p>Quartier الحي شرائح العملاء حسب الحي: أحياء حضرية (وسط المدينة): وصول سهل للإنترنت والنقل. اهتمام أكبر بالتطبيقات. أحياء شبه حضرية: تنقلات منتظمة نحو المدن. اهتمام متزايد بالحلول الرقمية. أحياء ريفية أو نائية:</p>	<p>Profession المهنة شرائح العملاء حسب المهنة: طلبة: يسافرون باننظام بين البيت والجامعة. موظفون: 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 التقييم / القيمة السوقية التقييم القيمة السوقية تقييم القيمة السوقية TransPlus ل (تقديري) عدد المستخدمين المحتملين: 10+ ملايين (في الجزائر فقط). متوسط إنفاق سنوي للفرد على النقل: بين 10,000 - 30,000 دج. حجم السوق</p>	<p>Présence digitale et sur les réseaux sociaux استعمال التكنولوجيا في التواصل من ناحية استعمال التكنولوجيا فيالتواصل شرائح العملاء حسب استعمال التكنولوجيا في التواصل: رقميون: يستخدمون التطبيقات والمواقع بكفاءة.</p>	<p>Habitude de consommation عادة الاستهلاك العملاء حسب العادات الاستهلاكية: منتظمون: يحجزون بشكل دوري (أسبوعي/شهري). موسميون: يستخدمون الخدمة في العطل والمناسبات. تجريبيون: يجربون الخدمة لأول مرة. طارئون: يحجزون عند الحاجة فقط (سفر مفاجئ).</p>

الفصل الثاني: حجوزات النقل البري في الجزائر بتطبيق TRANSPLUS

<p>صعوبة في الوصول للنقل المنظم.</p>	<p>لأغراض اجتماعية أو عائلية.</p>	<p>المستهدف (سنويًا): تقريبًا 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</p>	<p>متوسط الاستخدام: يستعملون الهاتف لكن بتردد. تقليديون: يفضلون الاتصال أو الحضور المباشر. ضعيفو الوصول: لديهم صعوبة في الاتصال الرقمي (مناطق بدون تغطية جيدة).</p>	
<p>Climat المناخ تأثير المناخ على شرائح عملاء TransPlus: مناطق باردة (الهضاب العليا) يفضلون الحجز المسبق لتجنب الانتظار في الطقس البارد. مناطق حارة</p>	<p>Culture الثقافة شرائح العملاء حسب الثقافة: ثقافة محلية محافظة تهتم بالخصوصية، الاحترام، والفصل أحيانًا. ثقافة شبابية منفتحة تفضل الحلول الرقمية، السرعة، والتجربة السلسة. ثقافة أسرية وتقليدية تهتم بالأمان، التنظيم،</p>	<p>Business model نموذج الاعمال TransPlus - نموذج الأعمال 1. شرائح العملاء: مسافرون أفراد (طلبة، عمال، عائلات) شركات نقل (B2B) وكالات سفر ومؤسسات 2. القيمة المقترحة: منصة موحدة لحجز</p>	<p>Centres d'intérêts مراكز الاهتمام مراكز الاهتمام لعملاء TransPlus: السفر والتنقل الأسعار والعروض التطبيقات والخدمات الرقمية الوقت والسرعة الأمان والموثوقية الدراسة أو العمل خارج الولاية</p>	<p>Mode de paiement طرق الدفع طرق الدفع المقترحة لـ TransPlus: نقدًا (عند الحافلة أو الوكالة). خدمة بريد الجزائر (CCP / Edahabia). بطاقات بنكية (CIB / Visa / Mastercard).</p>

الفصل الثاني: حجوزات النقل البري في الجزائر بتطبيق TRANSPLUS

<p>(الجنوب) يحتاجون خدمات دقيقة لتفادي السفر في أوقات الحرارة القصوى. مناطق ممطرة أو متقلبة يهتمون بمتابعة الرحلة وتحديثات فورية عند التأخير. فرصة: تقديم إشعارات حالة 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 3. قنوات التوزيع: تطبيق الهاتف موقع إلكتروني شركاء محليون 4. علاقات العملاء: دعم فني مباشر حسابات شخصية برامج ولاء 5. مصادر الإيرادات: عمولة على كل حجز اشتراكات شهرية (B2B) إعلانات داخل المنصة 6. الموارد الرئيسية: الفريق التقني قاعدة بيانات النقل التطبيق والمنصة 7. الأنشطة الرئيسية: تطوير وصيانة المنصة التسويق والتعاقد مع</p>	<p>الدفع عبر الهاتف QR / تطبيقات محلية). دفع عبر نقاط بيع أو أكشاك معتمدة.</p>
--	--	--	--

الفصل الثاني: حجوزات النقل البري في الجزائر بتطبيق TRANSPLUS

		<p>شركاء</p> <p>خدمة العملاء</p> <p>8.الشركاء</p> <p>الأساسيون:</p> <p>شركات النقل</p> <p>بوابات الدفع</p> <p>وكالات سفر</p> <p>وجامعات</p> <p>9.هيكل التكاليف:</p> <p>تطوير تقني</p> <p>تسويق</p> <p>دعم فني وتشغيل</p>		
	<p>Religion</p> <p>الدين</p> <p>شرائح العملاء حسب الدين:</p> <p>عملاء يهتمون بالقيم الإسلامية</p> <p>يفضلون الخصوصية، الاحترام، ومواعيد مناسبة (لا تتعارض مع أوقات الصلاة).</p> <p>متنوعو الخلفيات الدينية</p> <p>يهمهم الاحترام والتعامل المحايد من الخدمة.</p>	<p>Secteur servi</p> <p>القطاع الذي يخدمه</p> <p>القطاع الذي يخدمه مشروع:TransPlus</p> <p>قطاع النقل البري</p> <p>قطاع السياحة والسفر</p> <p>قطاع التعليم (تنقل الطلبة)</p> <p>قطاع المؤسسات (تنقل الموظفين)</p> <p>القطاع الرقمي والخدمة</p> <p>يخدم الأفراد</p>		<p>Connaissance</p> <p>المعرفة</p> <p>شرائح العملاء حسب المعرفة:</p> <p>ملمون بالتكنولوجيا يستخدمون التطبيقات بسهولة.</p> <p>يفضلون الخدمة الذاتية.</p> <p>متوسطو المعرفة يحتاجون توجيه بسيط أثناء الحجز.</p> <p>يفضلون واجهة سهلة وواضحة.</p> <p>ضعيفو المعرفة</p>

الفصل الثاني: حجوزات النقل البري في الجزائر بتطبيق TRANSPLUS

	<p>الحل: احترام القيم الثقافية والدينية 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. يحتاجون دعم بشري مباشر. الحل: واجهة بسيطة + شروحات مرئية + دعم متعدد القنوات</p>
	<p>Langue اللغة اللغات المعتمدة في مشروع: TransPlus العربية - اللغة الأساسية للمستخدمين المحليين الفرنسية - 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 التكنولوجيا المستعملة في مشروع: TransPlus تطبيق موبايل (Android / iOS) منصة ويب للحجز وتتبع الرحلات أنظمة الدفع الإلكتروني (CIB ، Edahabia ، Visa...) GPS لتتبع الرحلات والمواقع خوادم سحابية</p>		<p>Nature de la demande طبيعة الطلب شرائح العملاء حسب طبيعة الطلب: طلب منتظم تنقل دوري (عمل، دراسة). يحتاج جدول 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 خدمة TransPlus (تقديرياً): طلبة وموظفون: 4 إلى 8 مرات شهرياً. مسافرون موسميون: 2 إلى 6 مرات سنوياً. عائلات ومناسبات: 1 إلى 3 مرات في الأعياد والعطل. المتوسط العام للفرد: 5 إلى 15 مرة سنوياً حسب الفئة.</p>

الفصل الثاني: حجوزات النقل البري في الجزائر بتطبيق TRANSPLUS

قنوات التوزيع Channels

<p>1.  قنوات التوزيع - المبيعات المباشرة لـ TransPlus:</p> <p>2. التطبيق الرسمي (Android / iOS)</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ المستخدمون يقومون بالحجز والدفع مباشرة من خلال التطبيق. <p>3. الموقع الإلكتروني الرسمي</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ نسخة ويب تسمح بالحجز والدفع بدون تحميل التطبيق. <p>4. نقاط بيع في المحطات (شراكة مع الشركات الناقلة)</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ شاشات أو أكشاك إلكترونية (Kiosks) أو شبابيك مزودة بالتطبيق. <p>5. خدمة الزبائن عبر الهاتف</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ حجز عبر مكالمة، ثم إرسال QR code بالدفع الإلكتروني أو عند الوصول 	<p>المبيعات المباشرة</p>
<p>1.  تجار الجملة (شركاء البيع بالجملة) في TransPlus:</p> <p>2. شركات السياحة والسفر</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ يشترون تذاكر نقل جماعي لزيائهم (مجموعات سياحية، رحلات عمل...) 	<p>تجار الجملة</p>

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 منظمة 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>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 الشريكة (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 كوسيط بين المستخدم و TransPlus. <p>5. شركات الاتصالات أو الدفع الإلكتروني</p> <ul style="list-style-type: none">○ تمكن المستخدم من الحجز والدفع	<p>الموزعون</p>

الفصل الثاني: حجوزات النقل البري في الجزائر بتطبيق TRANSPLUS

<p>بسهولة عبر الرصيد أو المحافظ الإلكترونية.</p> <p>6. مواقع إلكترونية أو تطبيقات شريكة</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ تدمج واجهة API لخدمات TransPlus وتبوعها من منصاتها. 	
<p>1.  التوزيع بالتجزئة في: TransPlus</p> <p>2. تطبيق الهاتف (Android و iOS)</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ المستخدم يحجز 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 المحافظ الإلكترونية</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ تسهيل عملية الدفع السريع للتذكرة. 	<p>توزيع التجزئة</p>

العلاقة مع العملاء Customer Relationship

الفصل الثاني: حجوزات النقل البري في الجزائر بتطبيق TRANSPLUS

كيف تدير علاقاتك مع العملاء؟

1.  كيف تدير TransPlus علاقاتها

مع العملاء؟

2. رقمياً وبشكل تلقائي (Automated &

Digital):

○ عبر تطبيق وموقع إلكتروني ذكي

يدير الحجز، الإشعارات، وخدمة

ما بعد البيع.

○ استخدام الذكاء الاصطناعي لتقديم

اقتراحات مخصصة حسب سلوك

المستخدم.

3. دعم مباشر وسريع:

○ دردشة حية (Live Chat) داخل

التطبيق والموقع.

○ مركز اتصال هاتفي لخدمة العملاء

في الوقت الحقيقي.

4. التفاعل المستمر:

○ إرسال تنبيهات ورسائل بريدية عن

الرحلات، العروض، أو أي

تغييرات.

○ طلب آراء المستخدمين بعد كل

عملية حجز وتحليلها.

5. برامج ولاء:

○ نقاط مكافآت، كوبونات خصم،

اشتراكات خاصة للزبائن

المتكررين.

6. الشفافية والثقة:

○ عرض تقييمات وتعليقات

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) 	
<ul style="list-style-type: none"> • برامج CRM مقترحة لإدارة العلاقة مع الزبائن في TransPlus • HubSpot CRM (مجاني جزئياً ومناسب للبدايات) • لإدارة قاعدة بيانات العملاء. • تتبع تذاكر الدعم والاستفسارات. • إرسال رسائل مخصصة بالبريد الإلكتروني. • 2. Zoho CRM • يدير التفاعل مع العملاء بشكل تلقائي. • مناسب لمشاريع صغيرة إلى متوسطة. • يتكامل مع البريد والهاتف ووسائل التواصل. • 3. Freshdesk أو Zendesk • لإدارة طلبات الدعم الفني وخدمة العملاء. • يسمح بإنشاء نظام تذاكر (Tickets) لكل استفسار. • يدعم الردود الآلية والردود المباشرة. • 4. Mailchimp (أو Brevo سابقاً Sendinblue) • لإرسال رسائل بريدية جماعية بالعروض والتنبيهات. • بناء حملات تسويق بالبريد الإلكتروني للمستخدمين النشطين. • 5. Google Analytics + Firebase • لتحليل سلوك المستخدم داخل التطبيق. • تحديد نقاط الضعف أو الانقطاع في تجربة الاستخدام. • 6. Tawk.to أو Intercom 	<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>

الفصل الثاني: حجوزات النقل البري في الجزائر بتطبيق TRANSPLUS

<ul style="list-style-type: none"> • أدوات دردشة 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 TransPlus وSNTF • 1. شراكة تقنية (تكامل الأنظمة) • 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) • TransPlus يقتطع 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 • الترويج المتبادل:

الفصل الثاني: حجوزات النقل البري في الجزائر بتطبيق TRANSPLUS

<p>○ تعرض SNTF</p> <p>TransPlus في</p> <p>محطاتها ومواقعها الرسمية.</p> <p>○ TransPlus يبرز</p> <p>رحلات SNTF كمكون أساسي في التطبيق</p>		
<ul style="list-style-type: none"> • 🤝 طبيعة الشراكة بين TransPlus وشركات الحافلات الخاصة • 1. شراكة تقنية • ربط نظام الحجز الخاص ب TransPlus مع قاعدة بيانات الرحلات الخاصة بشركة النقل. • توفير لوحة تحكم خاصة بالشركة لرفع جداول الرحلات وتحديثها. • إرسال بيانات المقاعد المحجوزة في الوقت الحقيقي. 	<ul style="list-style-type: none"> • 🚗 شركات النقل بالحافلات الخاصة - الشريك الثاني • 🏢 من هم؟ • مؤسسات نقل خاصة تعمل على الخطوط بين المدن أو داخل المدن. • تشمل شركات مشهورة مثل <i>El Baraka, Azzouzia, Tizi Ouzou Transport...</i> وغيرها 	<p>الشريك الثاني</p>
<ul style="list-style-type: none"> • 2. شراكة تجارية • نموذج العمولة يقطع TransPlus نسبة من كل تذكرة يتم حجزها عبر المنصة. • أو نموذج الاشتراك: تدفع الشركة مبلغاً شهرياً مقابل استخدام المنصة. 	<ul style="list-style-type: none"> • تعتمد بشكل كبير على الحجز التقليدي، وبعضها بدأ بالتحول الرقمي. 	

الفصل الثاني: حجوزات النقل البري في الجزائر بتطبيق TRANSPLUS

<ul style="list-style-type: none"> • 3. ◆ شراكة تسويقية • عرض الشركة داخل التطبيق (اسم الشركة، اللوجو، تقييمات...). • الترويج لعروض الشركة داخل التطبيق وعلى منصات التواصل. 		
<ul style="list-style-type: none"> • 4. ◆ شراكة تشغيلية • دعم في إدارة المقاعد وتفادي الازدواجية في الحجز. • تسهيل إجراءات ما قبل الانطلاق (قائمة المسافرين الجاهزة، التحقق من التذاكر). 		
<ul style="list-style-type: none"> • 🤝 طبيعة الشراكة بين TransPlus وشركات الدفع الإلكتروني • 1. ◆ شراكة تقنية • دمج واجهات الدفع (APIs) الخاصة بشركات الدفع في تطبيق وموقع TransPlus. • ضمان تشفير المعاملات وتأمين بيانات المستخدمين. • اختبار مستمر لتفادي أي أخطاء في عملية الدفع. 	<ul style="list-style-type: none"> • 🏠 الشريك الثالث: شركات الدفع الإلكتروني • 📱 من هم؟ • مقدمو خدمات الدفع الذين يسمحون بإتمام عملية شراء التذاكر رقمياً من خلال تطبيق TransPlus. • أمثلة في الجزائر: • بريدي موب – (BaridiMob) بريد الجزائر 	<p>الشريك الثالث</p>
<ul style="list-style-type: none"> • 2. ◆ شراكة تجارية 		

الفصل الثاني: حجوزات النقل البري في الجزائر بتطبيق TRANSPLUS

<ul style="list-style-type: none"> • نموذج العمولة: يُقتطع جزء صغير من كل معاملة لصالح شركة الدفع. • اتفاقيات تعاقدية تنظم النسب، المدد، والتزامات الطرفين. 	<ul style="list-style-type: none"> • - CIB الدفع عبر البطاقة البنكية • - Edahabia البطاقة 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). 	<ul style="list-style-type: none"> • - Djezzy Pay • حلول دفع عبر الهاتف 	
<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

تكاليف التعريف بالمنتج أو المؤسسة Frais d'établissement	300,000 إلى 1,000,000 تكاليف التسويق و ترويج للمؤسسة
تكاليف الحصول على المعدات (الماء - الكهرباء - (..... Frais d'ouverture de Compteurs (eaux- gaz...)	
تكاليف (التكوين - برامج الاعلام الالي المختصة) Logiciel, Formations	250,000 دج مصاريف الإعلام الآلي
تكاليف براءة الاختراع والحماية الصناعية والتجارية Dépôt marque, brevet, modèle	80,000 دج لحماية الصناعية وبراءة الاختراع
Droits d'entrée	100,000 دج
شراء الأصول التجارية أو الأسهم Achat fonds de commerce ou parts	800,000 دج
الحق في الإيجار Droit au bail	50,000 دج تكلفة شهريا
Cautions ou dépôts de garantie وديعة أو وديعة تأمين	120,000 دج
Frais de dossier رسوم إيداع الملفات	
Frais de notaire ou d'avocat تكاليف الموثق-المحامي-.....	30,000 دج
Enseigne et éléments de communication تكاليف التعريف بالعلامة وتكاليف قنوات الاتصال	185,000 دج جميع نواحي العلامة من تسويق و ترويج

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 الى 5 سنوات	Matériel de bureau تجهيزات المكتب
	Stock de matières et produits تكاليف التخزين
7,000,000 دج	Trésorerie de départ التدفق النقدي (الصندوق) الذي تحتاجه في بداية المشروع

موجع = 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
25,000 دج حسب فريف ومعدات	Eau, électricité, gaz فواتير الماء - الكهرباء - الغاز
	Mutuelle التعاضدية 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

Revenue Stream مصادر الإيرادات

الفصل الثاني: حجوزات النقل البري في الجزائر بتطبيق TRANSPLUS

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

المجموع: 2.457.000 دج لبداية شركة transplus

الفصل الثاني: حجوزات النقل البري في الجزائر بتطبيق TRANSPLUS

رقم الأعمال

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

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

المجموع=5.047.750 دج رقم الاعمال للسنة الأولى

الفصل الثاني: حجوزات النقل البري في الجزائر بتطبيق TRANSPLUS

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

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

المجموع = 10.400.341 دج رقم الاعمال السنة الثانية

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

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

الفصل الثاني: حجوزات النقل البري في الجزائر بتطبيق TRANSPLUS

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

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

Business Model Canvas

Designed for:

Designed by:

Date:

Version:

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

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

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?

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?

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

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

Designed for:

Designed by:

Date:

Version:

Business Model Canvas

Key Partners

- 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.

Key Activities

- 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.

Key Resources

- فريق برمجة وتطوير عالي الكفاءة.
- خوادم وقاعدة بيانات مؤمنة وسريعة.
- اتفاقيات وشراكات مع شركات النقل.
- ميزانية تسويق وترويج.
- فريق دعم العملاء.

Value Propositions

- 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.
- المساعدة في التخطيط المسبق للرحلات والتقليل من المفاجآت.
- واجهة آكية متوافقة مع مختلف الأجهزة.
- نظام دعم فني مباشر، ورسائل تذكيرية للمستخدم.
- إمكانية حجز الرحلات للغير

Customer Relationships

- دعم تقني مباشر داخل التطبيق.
- خدمة عملاء عبر الهاتف والبريد الالكتروني.
- مركز مساعدة (FAQ) داخل التطبيق.
- تقييمات وآراء المستخدمين.
- برامج ولاء وتحفيز (تحفيزات، نقاط).

Channels

- تطبيق الهاتف الذكي (Android و ios).
- موقع الكتروني رسمي يوفر نفس خدمات التطبيق.
- شركات مع شركات النقل لعرض الخدمات داخل محطاتهم.

Customer Segments

- 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.
- مستخدمون يبحثون عن الحجز الجماعي

	<p>فريق تحليل البيانات وذكاء الأعمال.</p>	<p>(كالعائلات، الموظفين...).</p>	<ul style="list-style-type: none"> • إعلانات على وسائل التواصل الاجتماعي ومحركات البحث. • كشك أو محطة ات شاشة لمس للحجز الفوري في المحطات الكبرى 	
<p>Cost Structure</p> <ul style="list-style-type: none"> • تطوير اولي للتطبيق: 1.5 مليار سنتيم. • تكلفة صيانة وتحديث النظام سنويا: 400 مليون سنتيم. • حملات التسويق والترويج: 600 مليون سنتيم سنويا. • رواتب الموظفين (إدارة، دعم، برمجة): 900 مليون سنتيم. • استضافة الخوادم وتأمين البيانات: 250 مليون سنتيم. • المصاريف القانونية والإدارية: 150 مليون سنتيم. 	<p>Revenue Streams</p> <ul style="list-style-type: none"> • نسبة عمولة على كل تذكرة مبيعة 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 لتخطيط النقل الحضري. • خدمة متميزة مدفوعة للمستخدمين (premium) خاصة إشعارات وتقارير السفر، <p style="text-align: right;">VIP</p>			

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 حقيقية نحو تجسيد مؤسسة ناشئة ذات بعد إستراتيجي، قادرة على المساهمة في التنمية المحلية وتحقيق القيمة المضافة للاقتصاد الوطني، شريطة مرافقتها من طرف الهياكل 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.
- يُعتبر تطبيق **TransPlus** حلاً رقمياً موحداً يُسهّل عملية الحجز، ويُوفّر 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 الازدحام في محطات النقل، ويرفع من كفاءة تقديم الخدمة.

توصيات واقتراحات البحث:

على ضوء النتائج المتوصل 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.
- رفع وعي 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 مستفادة للعالم العربي، بيروت، مركز دراسات الوحدة العربية.
- زكي خليل المساعد، (1997)، التسويق في المفهوم الشامل، دار زهران للنشر، عمان.
- هانز أدلر، (1970)، التخطيط في قطاع النقل ومشاريع النقل، ترجمة عبد القادر ولي، بغداد.
- عبد الغني بسيوني عبد الله، (1992) أصول علم الإدارة العامة، الدار الجامعية، بيروت

ثانياً: المجلات:

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

ثالثاً: المواقع الإلكترونية

- وزارة النقل السعودية (2021)، الاستراتيجية الوطنية للنقل والخدمات اللوجيستية، 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.iru.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.saptco.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