



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعة ابن خلدون - تيارت-

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية، وعلوم التسيير

قسم: علوم التسيير

فكرة مشروع مبتكر رقمي Handy يجمع الحرفيين بالزبائن .

مذكرة مشروع مبتكر مقدمة لإستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر في اطار القرار الوزاري 1275

من إعداد الطالب :

تخصص: إدارة أعمال.

تحت إشراف :

-بلكيحل جيلالي.

- البروفيسور ساجي فاطمة.

-الدكتور بلقربوز مصطفى.

لجنة المناقشة :

أعضاء اللجنة	الصفة
د. بوزكري جمال	رئيساً
البروفيسور ساجي فاطمه	مشرفاً رئيسياً
د. بلقربوز مصطفى	مشرفاً مساعداً
د. عدّة لويزة	ممتحناً مناقشاً
البروفيسور بلعجين خالدية	ممثلاً للحاضنة
السيد سعيد محمد	متعاملاً إقتصادياً

نوقشت وأجيزت علنا بتاريخ: 2025/07/02.

السنة الجامعية: 2025/2024



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعة ابن خلدون - تيارت-

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية، وعلوم التسيير

قسم: علوم التسيير

فكرة مشروع مبتكر رقمي Handy يجمع الحرفيين بالزبائن .

مشروع لنيل شهادة مؤسسة ناشئة في اطار القرار الوزاري 1275

صورة العلامة التجارية :



الاسم التجاري :

Handy



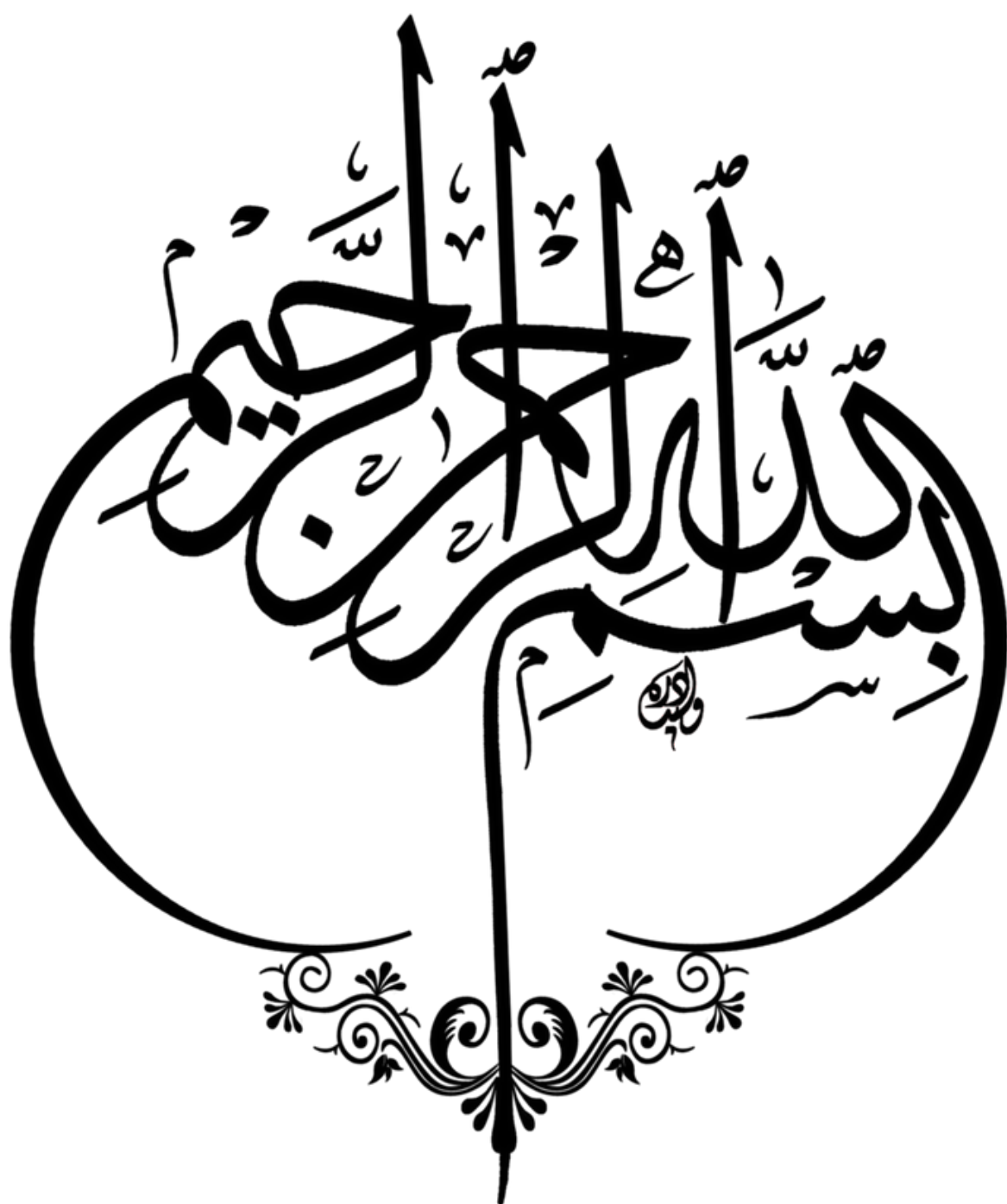
بطاقة المعلومات :

1. فريق الإشراف :

فريق الإشراف	التخصص
الأستاذ المشرف: - البروفيسور ساجي فاطمة.	أستاذة محاضرة أ جامعة ابن خلدون-تيارت-كلية العلوم الإقتصادية و علوم التسيير. تخصص: مراقبة لتسيير, تحليل مالي.
الأستاذ المساعد: - د. بلقربوز مصطفى.	أستاذ محاضر أ جامعة ابن خلدون-تيارت-كلية العلوم الإقتصادية و علوم التسيير. تخصص: إقتصاد دولي.

2. فريق العمل :

فريق المشروع	التخصص	الكلية
الطالب: - بلكيحل جيلالي.	إدارة أعمال	العلوم الإقتصادية و التجارية و علوم التسيير.



كلمات شكر و تقدير .

بسم الله الرحمن الرحيم .

و الحمد لله رب العالمين و الصلاة و السلام على خير الخلق، أشرف المرسلين، سيد الأنام، حبيبنا وعظيمنا محمد صلى الله عليه و سلم و على صحبه و من تبعهم بإحسان الى يوم الدين .
أما بعد :

في حضرة الإنجاز و تحت ظلال السعي المستمر نحو التميز، يحسن بي أن أقف وقفة عرفان أسطر فيها أسمى آيات الشكر و التقدير بعد الله عز و جل، لكل من كان له بصمة في هذا العمل ولو بطيف فكرة أو، ومضة توجيه .

أتقدم بجزيل الشكر و وافر الإمتنان الى الأستاذة الفاضلة ساجي فاطمة و الأستاذ الكريم بلقربوز مصطفى نظير ما بذلاه من جهد تربوي و ما ابدياه من توجيه حصيف، فكان حضورهما العلمي و الإنساني باعثا على الثقة و محفزا على الإبداع و سراجا أنار دروب هذه المذكرة.
كما لا ينفعني إلا، ان أخص بالشكر و العرفان كل من آمن بإمكاناتي و أعارني سعة صدره و صدق نواياه وكل من قدم لي يد المساندة و لو بصمت.

و الى عائلتي و على رأسهم أمي منبع السكينة و موئل الطمأنينة التي كانت و لا تزال الحصن المنيع و السند الثابت، أهدي هذه الثمرة المتواضعة عربون وفاء و إمتنان.

ختاما أسأل الله عز وجل أن يجعل هذا العمل لبنة في صرح المعرفة و مصدر الهام لكل من يسعى نحو التميز و العطاء.

إهداء

الى كل من كان لهم الفضل الأول بعد الله .
الى من علموني ان الاصرار يصنع المستحيل، الى من كانت دعواتهم لي زادا في طريقي و نورا في ليالي تعبتي.
الى أبي العزيز رمز الحكمة.
و الى ام الحبيبة التي كانت دعواتها لي سراجا في عتمة الطريق.
الى من علمتني أن الصبر يصنع المجد و أن الإيمان لا يخيب .
الى من كان حنانها ملاذي و إبتسامتها عزائي، كل حرف في هذه المذكرة يحمل من روحك و كل خطوة فيها مدينة لك.
و الى من كان نعم الدليل في الطريق .
الى من علمني حرفا فصنت له عهدا .
الى من منحني من قوته و جهده و فتح لي آفاق التفكير و البحث.
الى كل اساتذتي مذ خطوات أولى خطواتي في درب التعلم و بالأخص الى استاذتي الفاضلة ساجي فاطمة و أستاذي الفاضل بلقربوز مصطفى، لكم مني بالغ التقدير و الإمتنان على دعمكم الثابت و صبركم النبيل و مساندتكم الصادقة.
إليكم أهدي هذا العمل عرفانا و امتنانا..

جبال

فهرس

المحتويات

- بطاقة المعلومات.
- بسملة.
- كلمة شكر.
- إهداء.
- فهرس المحتويات.
- قائمة الجداول.
- قائمة الأشكال.
- قائمة الرموز.
- ملخص.

مقدمة.

- مقدمة (15-14)

المحور الأول: تقديم المشروع Handy.

1. تقديم المشروع 18
2. القيم المقترحة (20-19)
3. فريق العمل (22-21)
4. أهداف المشروع (26-23)
5. الجدول الزمني لتحقيق المشروع (28-27)

المحور الثاني: الجوانب الابتكارية للمشروع Handy.

1. الجوانب الابتكارية (31-30)

المحور الثالث: التحليل الإستراتيجي للسوق.

1. تحليل السوق (34-33)
2. تحليل P.E.S.T.E.L للمشروع Handy
3. تحليل S.W.O.T للمشروع Handy

المحور الرابع: خطة التنظيم و الإنتاج للمشروع Handy.

1. مراحل الإنتاج (39-38)
2. مراحل توزيع المهام (40)
3. الوسائل المستخدمة (41)

المحور الخامس: الخطة المالية.

1. تمهيد (43)
2. طرق التمويل (45-44)
3. الميزانية السنوية للمشروع Handy للسنة الأولى (47-46)
4. الإيرادات المتوقعة للمشروع Handy في السنة الأولى (48)
5. جدول حسابات النتائج للمشروع_Handy_ للسنة الأولى (50-49)
6. تحديد نقطة التعادل (51)

نموذج الأعمال (Business Model Canvas).

المحور السادس: النموذج الأولي للمشروع HANDY .

1. الوصف التفصيلي للنموذج الأولي للمشروع (56-55)
2. النموذج الأولي (57)

خاتمة.

قائمة الجداول :

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
(01-01)	العلاقة بين المسجلين و مناصب الشغل المستحدثة .	21
(02-01)	. جدول الخطة المالية الملخصة	26
(03-01)	الجدول الزمني لتحقيق المشروع	29-28
(01-04)	. جدول مراحل الإنتاج و تطوير المشروع	40
(02-04)	جدول تنظيم و توزيع المهام.	41
(01-05)	جدول الميزانية المالية السنوية للمشروع _Handy_ للسنة الأولى.	48-47
(02-05)	جدول الإيرادات السنوية المتوقعة للمشروع _Handy_ للسنة الأولى.	49
(03-05)	جدول حساب النتائج السنوية للمشروع _Handy_ للسنة الأولى.	51-50

قائمة الأشكال :

الرقم	عنوان الشكل	الصفحة
(01-01)	منحنى تغيرات نسبة مناصب الشغل المستجدة بدلالة الزمن (بالسنوات).	21
(02-01)	مخطط ميشيغان للقيادة للمشروع Handy.	23
(01-03)	مصفوفة S.W.O.T للمشروع Handy.	37
(01-05)	منحنى تغيرات الإيرادات و التكاليف بدلالة عدد الحرفيين.	52

قائمة الرموز :

الرمز	معناه
MRR	Monthly Repeated Revenue دخل شهري متكرر
UI/UX	Desaign and Highlights التصميم و الإمتيازات
MVP	Minimum Viable Product الحد الأدنى من المنتج القابل للحياة
PWA	Progressive Web App تطبيق الويب التقدمي
HTML	HyperText Markup Language لغة ترميز النص التشعبي
CSS	Cascading Style Sheets أوراق الأنماط المتتالية
JS	Javascript
WVS	Windows virtuel studio

• ملخص:

تعد المؤسسات الناشئة بديلا تنمويا فعالا لما لها من دور مهم في دفع عجلة التنمية الاقتصادية والاجتماعية, بالاضافة الى دعمها للابتكار و تعزيزها للمشاريع الابداعية. و في هذا السياق تحاول الحكومه الجزائريه, مثل العديد من الدول حول العالم, تطوير هذا القطاع الاستراتيجي وتشجيع روح الريادة.

تسعى هذه الدراسة الى تقديم فكرة مشروع مبتكر, من خلال عرض مختلف تفاصيله الاقتصادية و الادارية و التسويقية و المالية. و تشمل الدراسة تحليل الجوانب الابتكارية للمشروع, اهدافه و الخطط المعتمدة سواء من الناحية الانتاجية او التسويقية, بالإضافة الى الخطة المالية, التحليل الاستراتيجي للسوق, و النموذج الأولي التجريبي.

يركز المشروع على تقديم حل رقمي ذكي وفعال يسهل عملية الوصول الى خدمات الحرفيين, و يوفر في الوقت ذاته منصة احترافية لهؤلاء الحرفيين لعرض مهاراتهم, شهاداتهم, و توسيع قاعدة زبائنهم. كما ان المشروع مصمم خصيصا ليناسب خصوصيات السوق الجزائري من حيث العادات و الثقافة و اللغة و البنية التكنولوجية للمستخدمين المحليين ويحمل هذا المشروع اسم Handy.

• Summary

Startups are considered an effective developmental alternative due to their significant role in driving economic and social development, in addition to supporting innovation and fostering creative projects. In this context, the Algerian government _like many other countries around the world_ is striving to develop this strategic sector and encourage entrepreneurial spirit.

This study aims to present an innovative project idea by outlining its various economic, administrative, marketing, and financial aspects. The study includes an analysis of the project's innovative features, its objectives, and adopted plans in terms of production and marketing, in addition to the financial plan, strategic market analysis, and the initial prototype model.

The project focuses on providing a smart and efficient digital solution that facilitates access to handymen services. At the same time, it offers a professional platform for handymen to showcase their skills, qualification, and expand their customer base.

The project is specifically designed to suit the Algerian markets taken into account the local Customs culture, language, and technological infrastructure. The project is called **Handy**.

مقدمة

شهدت الجزائر خلال السنوات الأخيرة إهتماما متزايدا بريادة الأعمال والشركات الناشئة بإعتبارها أحد المحركات الأساسية للتنمية الاقتصادية وخلق مناصب شغل خارج القطاع العمومي، ويعود هذا الإهتمام الى وعي الدولة المتزايد بأهمية الإقتصاد الرقمي والإبتكار في دعم الإنتقال من إقتصاد ريعي يعتمد بشكل أساسي على المحروقات الى إقتصاد متنوع ومستدام يقوده الشباب والكفاءات الوطنية.

كما عملت الحكومة الجزائرية على وضع إطار قانوني وتنظيمي داعم لتأسيس وتطوير الشركات الناشئة من خلال :

- إستحداث وزارات منتدبة مكلفة بإقتصاد المعرفة والمؤسسات الناشئة سنة 2020 والتي تعمل على تهيئة بيئة ريادية محفزة .

- إنشاء الصندوق الجزائري لتمويل المؤسسات الناشئة (Algerian startup fund) لتوفير التمويل الأولي والرسمي لهذه المؤسسات دون الإعتماد فقط على البنوك .

- إطلاق برنامج تاشيرة startup والذي يسمح بتصنيف المشاريع كشركات ناشئة وفق معايير محددة مما يمنحها امتيازات ضريبية ودعما قانونيا و اداريا.

- توفير حاضنات ومسرعات اعمال على مستوى العديد من الولايات لتوفير التكوين و المواكبه و الإرشاد التقني.

كما لعبت الجامعة الجزائرية دورا أساسيا في تعزيز ثقافة ريادة الأعمال و الإبتكار من خلال إنشاء حاضنات جامعية داخل

المؤسسات الجامعية لتشجيع الطلبة على تحويل مشاريع تخرجهم الى مؤسسات ناشئة قابله للتطبيق توفير من خلال :

- توفير مساحات العمل المشترك داخل الجامعات و فتح المجال أمام الطلبة لإستخدام الموارد التقنية والخدمات الإستشارية.

- إدراج مقياس ريادة الأعمال كمادة أساسية في التكوين الجامعي خاصة في مجال التكنولوجيا والهندسة والإقتصاد وتنظيم

مسابقات وطنية و محلية لأفضل الأفكار المبتكرة مثل تحدي الإبتكار، أيام المؤسسات الناشئة بالشراكة مع الفاعلين الإقتصاديين.

ترتبط الشركات الناشئة إرتباطا وثيقا بالإبتكار والتكنولوجيا، حيث تعتبر هذه العناصر المحرك الأساسي لنموها وتميزها. فالشركات

الناشئة تسعى عادة الى تقديم حلول جديدة لمشكلات قائمة او، تحسين الخدمات التقليدية من خلال توظيف التقنيات الحديثة

كالذكاء الاصطناعي و التطبيقات الذكية و التجارة الإلكترونية. و بفضل هذا الرابط تعد الشركات الناشئة منصة مثالية لتحويل الأفكار المبتكرة الى منتجات وخدمات ملموسة تساهم في تطوير الإقتصاد الرقمي وتعزيز التنافسية في السوق.

في ظل التطور التكنولوجي المتسارع و إزدياد الإعتماد على التطبيقات الذكية في تسيير الحياة اليومية، برزت الحاجة الى حلول

مبتكرة تسهل على الأفراد الوصول الى خدمات الصيانة والإصلاح المنزلية بطريقة سهلة و آمنة. من هذا المنطلق جاءت فكرة

المشروع Handy ليكون تطبيقا ذكيا يربط بين المستخدمين و الحرفيين و المتخصصين في مختلف المجالات مثل النجارة والسباكة و الكهرباء و الميكانيك و الحدادة و تزيين المنازل و البستنة و أعمال البناء.

يهدف التطبيق الى تبسيط عملية البحث و الحجز و التواصل مع الحرفيين المعتمدين من خلال واجهة استخدام سهلة ونظام

حجز مرن و صفحات شخصية إحترافية لمزودي الخدمات كما يوفر وسيلة تواصل فعالة بين المستخدم و الحرفي عبر رسائل النصية والصور والمقاطع الصوتية.

يطمح Handy الى تحسين جودة خدمات الصيانة المنزلية وتوفير فرص عمل للحرفيين والمساهمة في رقمنة هذا القطاع من

السوق الجزائري مما يجعله مشروعا واعدا يجمع بين الإبتكار والحاجة الحقيقية في المجتمع.

1 . إشكاليات البحث:

في إطار دراستنا للمشروع Handy، تبرز الإشكالية الرئيسية التالية:

- ما هي القيمة المقترحة التي يقدمها مشروع Handy في قطاع الخدمات الحرفية ؟
و تندرج تحت هذه الإشكالية مجموعة من التساؤلات الفرعية، أهمها:
- ما هي الأسس الاقتصادية، التسويقية، الإنتاجية، و المالية التي يقوم عليها المشروع Handy؟
- ما هي الإضافة النوعية التي يمكن أن يقدمها هذا المشروع في مجال المؤسسات الناشئة؟

2 . فرضيات البحث :

- أ- يسعى مشروع Handy إلى رقمنة قطاع الصناعات التقليدية، من خلال ربط الحرفيين بالمستخدمين عبر منصة ذكية، ما يساهم في تطوير سوق الخدمات الحرفية و تحقيق ديناميكية جديدة في هذا المجال.
- ب- يتطلب تنفيذ المشروع إعداد خطة إقتصادية شاملة، تحليل السوق المستهدف، وضع خطة مالية مدروسة، خطة إنتاجية فعالة و جدول زمني واضح يوزع المهام حسب الأولويات و الموارد المتاحة.

3 . دوافع إختيار الموضوع :

- الرغبة في إستكشاف عالم المؤسسات الناشئة من منظور تطبيق واقعي.
- تزايد دعم الدولة الجزائرية و الجامعات للمشاريع الإبداعية و الابتكار التكنولوجي.
- الطموح في ولوج عالم ريادة الأعمال و تحقيق فكرة المشروع على أرض الواقع بما يخدم المجتمع المحلي و يواكب العصر الرقمي .

4 . أهداف البحث :

يسعى هذا البحث إلى تحقيق الأهداف التالية :

- عرض شامل لفكرة المشروع Handy و توضيح مختلف جوانبه الإقتصادية، التقنية و التسويقية.
- بيان القيمة المقترحة و الابتكارية التي يتميز بها المشروع عن غيره من الحلول التقليدية.
- تصميم نموذج أولي (prototype) للتطبيق يعكس الخصائص العملية للمشروع.

5 . أهمية البحث :

تتجلى أهمية هذا المشروع في كونه يمثل نموذجا مبتكرا قابلا للتحويل إلى مؤسسة ناشئة فاعلة، تدعمها الدولة الجزائرية ضمن سياستها في ترقية الإبداع و الابتكار. كما يعكس مساهمة مباشرة في التنمية الإقتصادية و الإجتماعية، من خلال رقمنة قطاع تقليدي مهمش و ربطه بالتكنولوجيا الحديثة.

6 . دراسات سابقة :

من خلال بحثنا و تحليلنا للسوق و متابعة الأدبيات المتوفرة، تبين لنا أنه لا توجد دراسات سابقة مماثلة مباشرة لهذا المشروع و يعود ذلك إلى:

- الخصوصية الفردية للفكرة و ارتباطها برؤية مبتكرة شخصية.
- قلة الإهتمام بقطاع الصناعات الحرفية من الناحية الرقمية و الابتكارية.
- إعتبار الابتكار في هذا القطاع أمرا نادرا أو مستبعدا من قبل الكثير من الفاعلين، مما يجعل فكرة المشروع Handy فريدة من نوعها.

7 . حدود البحث :

- في إطار دراستنا لهذا المشروع، وضعنا بعض الحدود التي تنظم عملنا و تسهل علينا التعمق في جوانب الفكرة، و هي كالتالي:
- الحدود النظرية (من حيث المضمون): أي دراسة المشروع Handy بشكل شامل، من مختلف الجوانب مثل التسويق، التمويل، الإنتاج و التقنيات الرقمية.
- الحدود المكانية (النطاق الجغرافي): التجربة الأولى للمشروع ستنتقل من ولاية تيارت كمجال محلي محدود، لنختبر من خلاله مدى تفاعل الزبائن و الحرفيين.
- الحدود الزمانية(الفترة الزمنية) : ظهرت فكرة المشروع في نهاية سنة 2024، و إستمرت مراحل تطويره خلال سنة 2025.

8 . منهج البحث :

إعتمدنا في هذه الدراسة على المنهج الوصفي الذي يساعدنا في وصف و تحليل الفكرة بشكل دقيق. كما إستعنا كذلك بالمنهج العملي التطبيقي من خلال إعداد نموذج أولي للتطبيق، حتى نتمكن من ترجمة الفكرة إلى واقع ملموس و إختبارها فعليا مع بعض المستخدمين و الحرفيين.

9 . صعوبات البحث :

- مثل أي مشروع ناشئ، واجهتنا بعض الصعوبات و التحديات التي يمكن تلخيصها في:
- صعوبة الإلمام بجميع جوانب المشروع في وقت محدود، خاصة و أنه يشمل مجالات متعددة مثل التقنية، التصميم و التسويق.
- نقص في التقنية و المعلوماتية، ما جعل تصميم النموذج الأولي للتطبيق أكثر تعقيدا، و إحتجنا إلى أدوات و خبرات غير متوفرة بسهولة.

10 . هيكلية البحث :

- قسمنا بحثنا إلى ستة محاور أساسية، على حسب النموذج المعتمد في مذكرة المؤسسة الناشئة (وفق المرسوم الوزاري 1275):
- المحور الأول: تقديم المشروع، و يشمل فكرة المشروع Handy، من هو الجمهور المستهدف ؟ ما هي القيم المقترحة ؟ و من هو فريق العمل ؟
- المحور الثاني: الجوانب الابتكارية، نسلط الضوء هنا على الجانب المميز في المشروع، مثل سهولة الإستخدام، الذكاء الإصطناعي و التصميم الملائم للمجتمع الجزائري.
- المحور الثالث: التحليل الإستراتيجي للسوق، نحلل السوق المحلية، ندرس الزبائن المستهدفين و نتعرف على الفرص و التهديدات من خلال أدوات مثل P.E.S.T.E.L.
- المحور الرابع: الخطة الإنتاجية و التنظيمية، نشرح كيف يتم تنفيذ المشروع، ما هي مراحل الإنتاج و كيف سنوزع المهام و الموارد.
- المحور الخامس: الخطة المالية، نعرض فيها التكاليف المتوقعة، الإيرادات، الميزانية و طرق تمويل المشروع.
- المحور السادس: النموذج التجريبي الأولي، نقدم نموذجا تطبيقيا بسيطا للتطبيق Handy، نشرح من خلاله الوظائف الأساسية للتطبيق و كيف سيتفاعل مع المستخدم.

المحور الأول: تقديم المشروع

Handy.

1. تقديم المشروع :

يقوم مشروع Handy على فكرة تقديم خدمة ذكية وبمبسطة في قطاع الصناعات الحرفية، وذلك من خلال تطبيق هاتف محمول (Mobile Application) يتميز بالكفاءة، الفعالية، والمرونة في تلبية حاجات الزبائن. يهدف التطبيق الى ربط المستخدمين بالحرفيين المتخصصين في مجالات متعددة مثل: النجارة، أعمال البناء، الطلاء والديكور المنزلي، الكهرباء، السباكة، الحدادة، ميكانيك العربات، وغيرها من المهن الحرفية. يستهدف المشروع جميع فئات المجتمع من الذكور والإناث، العاملين والمتقاعدين والعاطلين عن العمل، ممن تتجاوز أعمارهم السن القانونية داخل النطاق الجغرافي لولاية تيارت كمرحلة أولى، مع قابلية التوسع لاحقاً. و تنقسم قاعدة العملاء إلى فئتين رئيسيتين:

- **قسم الزبائن (المستخدمين):** وهم الأفراد الذين يستخدمون التطبيق للبحث عن خدمات حرفية حسب تخصص معين، مع إمكانية تحديد الوقت المناسب و السعر المطلوب و الجودة المرغوبة وفقاً لشروط مرنة ومدرسة ضمن سياسة المنصة.
 - **قسم الحرفيين (أصحاب الخدمة):** وهم المتخصصون في تقديم خدماتهم عبر التطبيق من خلال إنشاء ملف تعريف يعرض مهاراتهم، شهاداتهم المهنية، صور لأعمالهم، وتحديد أوقات العمل، ما يسهل على المستخدمين اختيارهم بناءً على بيانات موثوقة.
- يقدم المشروع حلاً مبتكراً في عرض أو طلب خدمات الحرفيين، ويمنح الحرفي صفحة شخصية متكاملة لإبراز مؤهلاته وجدارته، مع احترام تام لخصوصية المستخدمين من خلال عدم مشاركة بياناتهم الشخصية إلا بإذنتهم ووقت الحاجة، بما ينسجم مع سياسة التطبيق القائمة على بناء الثقة بين الأطراف كافة.
- ومن جهة أخرى، يحتوي التطبيق على مزايا إضافية لتعزيز تجربة المستخدم، منها:
- **السوق الافتراضي (Marketplace):** يتيح للمستخدمين طلب وشراء الأدوات والمستلزمات المرتبطة بالخدمات الحرفية (مثل أدوات السباكة أو النجارة أو مواد البناء) مع إمكانية التوصيل وخيارات دفع متعددة.
 - **خدمة "Let's Fix It":** وهي خدمة مبتكرة تعتمد على الذكاء الاصطناعي، موجهة لمساعدة المستخدمين في الظروف الطارئة أو عند صعوبة الوصول إلى الحرفيين، حيث تقدم حلولاً تقنية سريعة وآمنة لمشاكل الأعطال، مع احترام بروتوكولات السلامة والأمن.

2. القيم المقترحة :

يقدم المشروع Handy تجربة رقمية مبتكرة وفريدة في مجال الخدمات الحرفية من خلال إنشاء منصة رقمية متكاملة تربط بين أصحاب خدمات الصيانة و التجديد مثل (السباكة-الكهرباء-النجارة-اللحامة-الميكانيك-تنسيق الحدائق و الديكور المنزلي) و بين الزبائن بطريقة سهلة وسلسة عبر تطبيق ذكي وسهل الاستخدام.

تكمن القيمة المضافة للتطبيق في تيسير الوصول الى الحرفيين المؤهلين عبر ملفات شخصية مفصلة تتضمن :

- صوراً للأعمال السابقة.

- السيرة الذاتية.

- الشهادات المهنية.

- جدول العمل وإمكانية الحجز المسبق للخدمات.

ولا يقتصر الابتكار في المشروع على الوظائف الأساسية فحسب بل يشمل أيضا نظام مراسلة تفاعلي داخل التطبيق يمكن الطرفين من تبادل الرسائل النصية و الصور و المقاطع الصوتية مما يعزز وضوح الطلبات ويقلل من الأخطاء وسوء الفهم قبل بداية تنفيذ الخدمات مما يساهم في تعزيز الثقة و الشفافية بين الزبائن و مقدمي الخدمات و من الجانب التقني يتميز Handy بواجهة استخدام ديناميكية و مرنة تدعم:

- اللغة العربية و الفرنسية و الإنجليزية.

- خيارات التخصيص (حجم الخط-الوضع الليلي/ النهاري).

- توافق كامل مع إحتياجات المستخدمين المحليين في الجزائر.

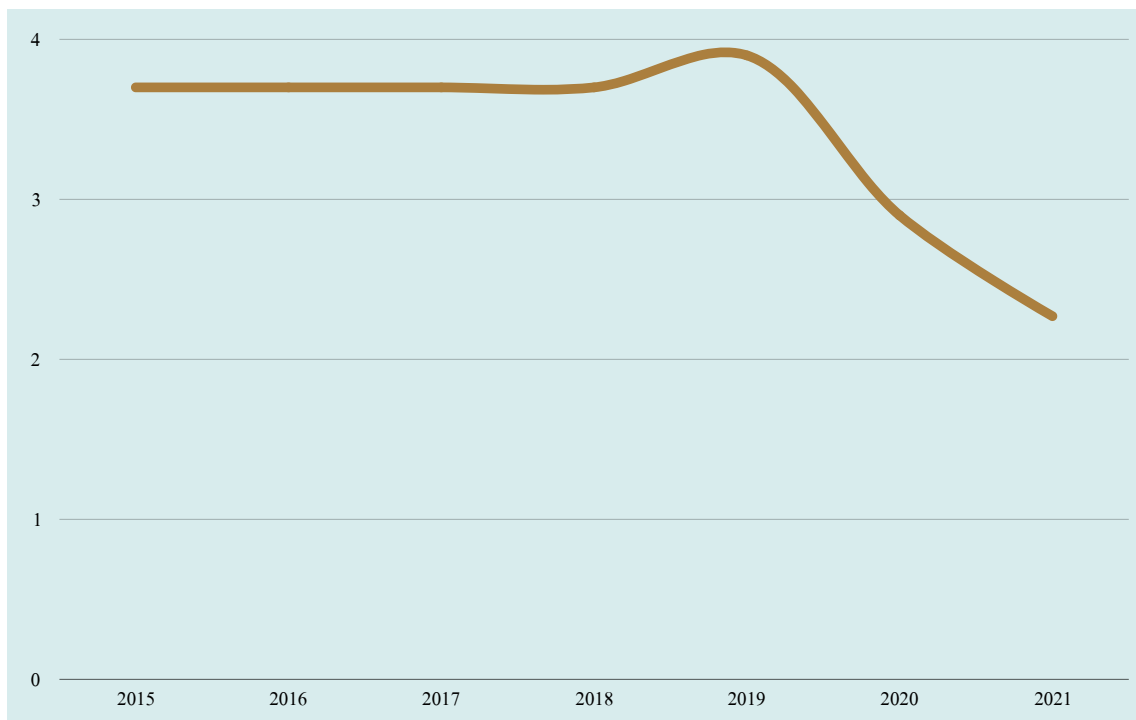
يسعى التطبيق الى رقمنة قطاع الحرف اليدوية الذي لا يزال يعاني من العشوائية وقلة التنظيم في السوق المحلي وذلك بدمج الحرفيين داخل بيئة رقمية إحترافية تتيح لهم تسويق خدماتهم، إدارة حجوزاتهم، توسيع قاعدة زبائنهم بشكل عملي و فعال إضافة الى ذلك فان المشروع يساهم في خلق فرص عمل جديدة و توسيع آفاق النشاط الحرفي خاصة بعد إجراء مقابلات ميدانية مع عدد من الحرفيين الذين أكدوا ان الوسائل التقليدية للإشهار و التواصل لا تفي بالغرض بل تكاد تكون غير فعالة خصوصا في مجالات مثل البناء والصيانة، و قد تبين من خلال بيانات رسمية صادرة عن وزارة السياحة والصناعات التقليدية والحرفية ان عدد المسجلين كممارسين للحرف على المستوى الوطني ونسب مناصب الشغل المستجدة خلال الفترة من (2015 الى 2021) ظلت محدودة وهو ما يعكس الحاجة لإدماج هذا القطاع داخل منظومة رقمية فعالة لتسهيل تداول الخدمات وتوسيع نطاق التشغيل.

الجدول رقم (01-01): العلاقة بين المسجلين و مناصب الشغل المستحدثة .

السنوات	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
عدد الشهادات	5903	5066	4182	4433	4919	4876	7091
مناصب الشغل المستحدثة	3.7%	3.7%	3.7%	3.7%	3.9%	2.9%	2.7%

المصدر وزارة السياحة و الفناغات التقليدية و الحرفية، الموقع الرسمي www.mta.gov (تاريخ الولوج الى الموقع 07/05/2025 على 18 سا و 04 د)

الشكل رقم (01-01): منحنى تغيرات نسبة مناصب الشغل المستحدثة بدلالة الزمن (بالسنوات).



من إعداد الطالب بالإستدلال من معطيات الجدول .

3. فريق العمل:

يتكوّن فريق العمل في المرحلة الحالية من فرد واحد، وهو الطالب بلكيل الجليلي، صاحب فكرة مشروع HANDY، ويتمتع بخلفية أكاديمية ومهارات متعددة تؤهله لقيادة هذا المشروع بكفاءة عالية.

يحمل الطالب شهادة ليسانس في الإدارة المالية، كما حصل على شهادات دولية معتمدة من جامعة إلينوي الأمريكية في مجالات:

• التسويق الرقمي وبناء العلامات التجارية المميزة (Digital Marketing & Building Iconic Brands)

• إدارة المشاريع (Project Management)

ويتابع حالياً دراسته لنيل شهادة الماجستير في إدارة الأعمال، مما يعكس إلتزامه بتطوير معرفته وتوسيع آفاقه في ريادة الأعمال.

يمتلك مؤسس المشروع إلماماً شاملاً بجميع الجوانب الفنية، الإقتصادية، الإدارية، والتسويقية المتعلقة بالمشروع، ويسير في

تنفيذ المشروع تحت إشراف أكاديمي دقيق من:

• الأستاذة ساجي فاطمة (مشرف رئيسي) .

• الأستاذ بولقربوز مصطفى (مشرف مساعد) .

الذين يقدمان التوجيه العلمي و الدعم اللازم لضمان جودة تنفيذ المشروع و تحقيق أهدافه وفق معايير البحث والتطوير والإبتكار.

-خطة توسعة الفريق:

مع الإنتقال إلى مراحل متقدمة من المشروع (الإطلاق الفعلي والتسويق والتطوير التقني)، سيتم توسيع الفريق ليشمل:

• مطور تطبيقات Android/iOS

• مصمم واجهات وتجربة المستخدم (UI/UX Designer)

• خبير في التسويق الرقمي والتواصل

• مدير عمليات ميداني للتنسيق مع الحرفيين

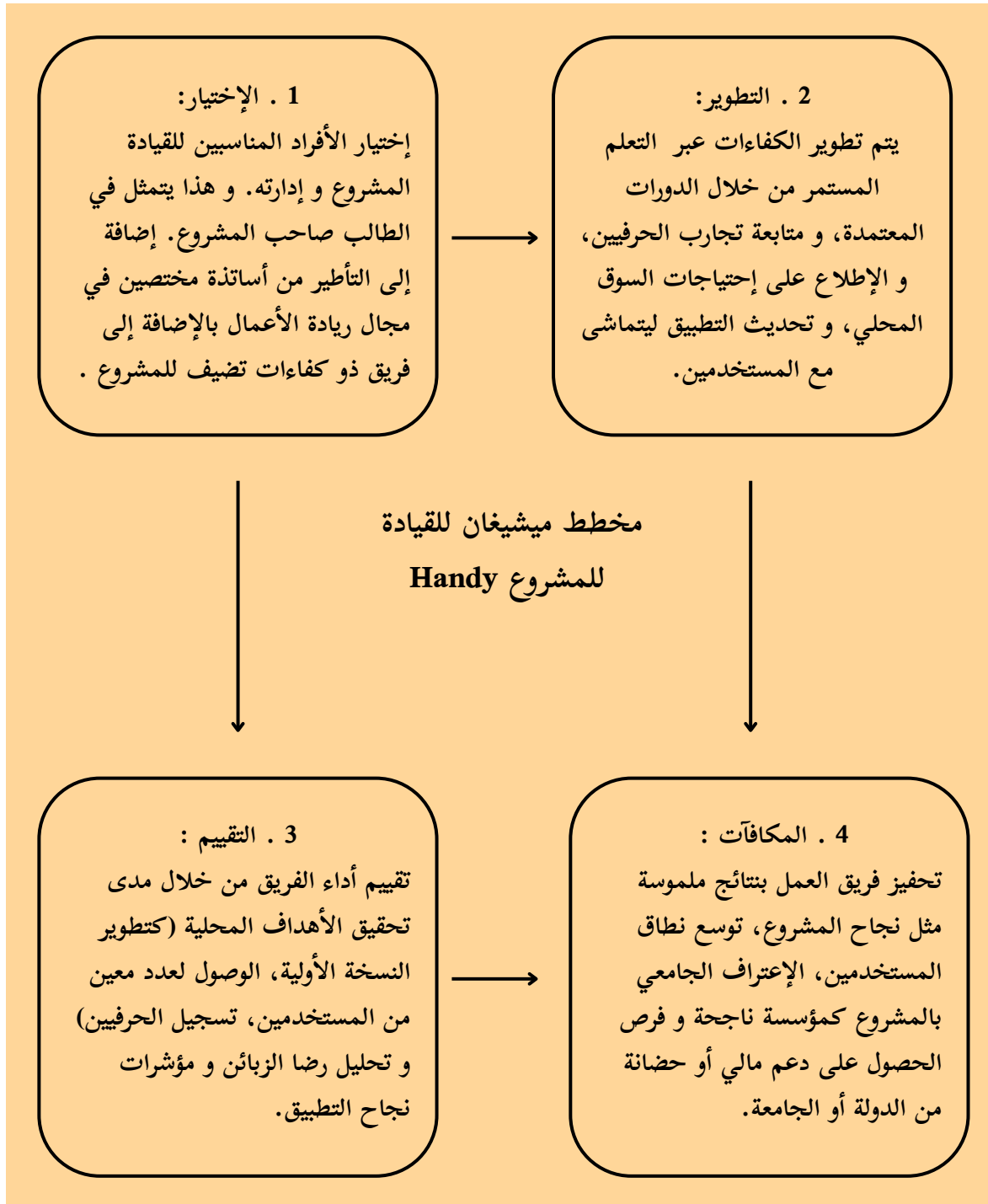
• دعم تقني وخدمة العملاء

• محاسب أو مسؤول مالي لمتابعة الشؤون المالية

سيتم إختيار الأفراد وفقاً لمعايير الكفاءة، كما سيتم منحهم فرصاً للتكوين والتدريب بما يتماشى مع أهداف المشروع وقيمه.

يساعدنا مخطط ميشيغان للقيادة في فهم المنهج أو، المسار القيادي للفريق و سيرورة العمل نحو تحقيق النتائج
المرجوة :

الشكل رقم (01-02): مخطط ميشيغان لقيادة المشروع Handy.



من إعداد الطالب بالاعتماد على مكتسبات قبلية.

4. أهداف المشروع

ينقسم مشروع HANDY إلى مجموعة من الأهداف التي تدرج ضمن فئتين أساسيتين: أهداف عامة أساسية وأهداف اقتصادية، تسعى جميعها لتحقيق تأثير فعال على مستوى المجتمع وسوق العمل المحلي والوطني.

أولاً: الأهداف الأساسية

1. تقديم وتوفير الخدمات الحرفية المتنوعة: يهدف المشروع الى توفير منصة مرنة و شاملة تتيح للمستخدمين الوصول الى مجموعة واسعة من الخدمات الحرفية (كهرباء، سباكة، نجارة، ديكور، حدادة، إلخ)، مع سهولة البحث والحجز، بما يغطي أكبر قدر ممكن من احتياجات المستخدمين اليومية.

2. خلق فرص عمل جديدة: يُوفّر التطبيق فضاءً رقمياً للحرفيين وأصحاب المهارات لعرض خدماتهم والترويج لها، مما يساهم في دمجهم في السوق الرقمية الحديثة و يتيح لهم فرصاً جديدة لزيادة دخلهم وتوسيع نشاطهم.

3. توسيع قاعدة المستخدمين: يطمح المشروع إلى الوصول إلى أكبر عدد ممكن من المستخدمين في مختلف الفئات العمرية والاجتماعية، بدايةً من ولاية تيارت كنقطة انطلاق، ثم التوسع نحو ولايات أخرى، مع إمكانية التوجه إلى السوق الإقليمية مستقبلاً.

ثانياً: الأهداف الاقتصادية:

1. تحقيق الإيرادات المرجوة: من خلال إعداد خطة مالية فعّالة وتحديد مصادر الدخل (مثل العمولات على المعاملات، خدمات الاشتراك المميز للحرفيين، الإعلانات داخل التطبيق)، يمكن ضمان الاستدامة المالية للمشروع وقياس مدى نجاحه وتوسعه.

2. إحياء وتنشيط سوق الخدمات الحرفية: يهدف المشروع إلى رقمنة قطاع يعتبر تقليدياً و مهمشاً، حيث يُعدّ سوق الخدمات الحرفية من الأسواق الراكدة بسبب غياب آليات فعالة للتواصل بين العرض والطلب. يوفّر المشروع بديلاً عصرياً لتسهيل هذا التبادل وتعزيز التنافسية والشفافية.

أما بالنسبة للأهداف الأخرى، فهذا ما سيتضح لنا في الخطة الاقتصادية التالية :

المرحلة الأولى : مرحلة الإطلاق (0-6 أشهر)

1 . أهداف التأسيس و التسويق :

- إستقطاب أكثر من 1000 مستخدم نشط بينهم 200 حرفي/ عامل صيانة.
- الحفاظ على تكلفة إكتساب المستخدم (إشتراك) أقل من 500 دج المستخدم الواحد و الترويج لها من خلال حملات على منصات التواصل الإجتماعي المحلية.

2 . بداية تحقيق الدخل :

- فرض رسوم رمزية على الحجز للخدمة بين 50 دج الى 150 دج لكل حجز مؤكد.
- إتاحة خاصية ترقية الحسابات للحرفيين premium و ذلك لظهور أفضل على محركات البحث مقابل إشتراك شهري قدره 700 دج .
- إتاحة خدمة التسويق و الترويج لعروض و خدمات الحرفيين/ أصحاب الخدمة مقابل مبلغ مالي يتم تقديره بعد الإنفاق على الخطة التسويقية.

3. خفض التكاليف الأولية :

- استخدام تطبيق ويب web app تدريجي بدل التطبيق الأصلي mobile app لتقليل التكاليف.
- العمل بفريق صغير أو تطوير فردي أو التعاون مع أفراد مستقلين حسب الحاجة.

المرحلة الثانية : مرحلة النمو (6-18 شهرا)

1. تحقيق دخل شهري مستمر :

- الوصول إلى دخل شهري متكرر (MRR) بين 300.000 دج و 700.000 دج من خلال :
 - الاشتراكات الشهرية.
 - الخدمات التسويقية .
 - خاصة ترقية الحسابات .
 - رسوم الحجز .

2. توسيع قاعدة المستخدمين :

- التوسيع إلى 10.000 مستخدم نشط و أكثر من 1000 حرفي في 2 من 3 ولايات رئيسية (تيارت؛ وهران؛ الجزائر العاصمة) .
- دعم اللهجات المحلية مثل الأمازيغية و العملة الجزائرية.

3. رفع نسبة ولاء الحرفيين :

- الحفاظ على أكثر من 50% من أصحاب الخدمة النشيطين من خلال :
 - نظام تقييم يدعم الحرفيين المميزين.
 - شارات " حرفي موثق " و " الحرفي المفضل " بالإضافة إلى شارات أخرى .

المرحلة الثالثة : مرحلة التوسع (18+ شهرا)

1. توسع وطني وإقليمي :

- تشغيل التطبيق في 5 ولايات أو، أكثر مع إمكانية التوسع على مستوى دول مجاورة (تونس-ليبيا).
- توفير التطبيق بثلاثة لغات (الفرنسية؛ العربية؛ الإنجليزية).

2. تنويع مصادر الدخل :

- عمولات على كل دخل (5%-15%).
- إعلانات أدوات منزلية و مواد صيانة و مواد البناء.
- خدمة الشراء الإلكتروني لمواد البناء و مواد الصيانة (marketplace/ hardware store).
- مصاريف الشحن و التوصيل لمواد البناء و مواد الصيانة.
- خدمات موجهة للشركات و المقاولات الصغيرة، من خلال خاصية الترقية Handy experts الموجهة لكل الأشخاص الباحثين عن فرق أعمال/صيانة في كل المجالات بسعر يتراوح ما بين (1000.000 دج - 2000.000 دج).

3 . أهداف إستراتيجية:

- بناء علامة تجارية ممتازة .
- التحضير لجذب المستثمرين و الشراكات من خلال :
 - الوصول إلى إيرادات سنوية تفوق 3.500.000 دج.
 - إعداد عرض تقديمي و خطة عمل لجذب المستثمرين المحليين أو، شركاء في التمويل.
 - المشاركة في الملتقيات أو، المنتديات المحلية و الدولية للتعريف بالمشروع على نطاق أوسع.

4 . الخطة المالية الملخصة :

الجدول رقم (01-02): جدول الخطة المالية الملخصة.

المرحلة	المستخدمون	المهنيون	الإيراد الشهري	نطاق التغطية
الإطلاق	1.000+	200+	70.000 دج	الولاية الرئيسية (تيارت).
النمو	10.000+	1.000+	270.000 دج - 500.000 دج	خمسة ولايات أو أكثر.
التوسع	50.000+	5.000+	2.000.000 دج	منطقة وطنية أو، إقليمية.

من إعداد الطالب بالإعتماد على معطيات الخطة الاقتصادية.

• الهدف النهائي :

يتمثل الهدف النهائي لمشروع HANDY في إطلاق تطبيق رقمي متكامل ومبتكر موجه لتسهيل عملية الربط بين مقدّمي الخدمات الحرفية والمستخدمين، مع ضمان تجربة إستعمال سهلة و آمنة و فعّالة.

و بشكل أكثر تفصيلاً، يسعى المشروع الى تحقيق النتائج التالية بحلول نهاية الشهر السادس من إنطلاقه:

1. **الانتهاء من تطوير التطبيق بشكل كامل:** يشمل ذلك كافة الجوانب التقنية من تصميم الواجهة وتجربة

المستخدم (UI/UX)، الى تكامل الخوادم وقواعد البيانات، وضمان عمل جميع الوظائف الأساسية (البحث، الحجز، الرسائل، السوق الافتراضية...).

2. **الوصول إلى قاعدة مستخدمين أولية نشطة:** من المتوقع أن يصل عدد المستخدمين المسجلين على المنصة إلى

ما بين 1000 و 1500 مستخدم خلال الأشهر الستة الأولى، من بينهم نسبة معتبرة من الحرفيين المحليين الذين يستخدمون التطبيق لعرض خدماتهم، بالإضافة إلى مستخدمين عاديين باحثين عن هذه الخدمات.

3. **تحقيق إيرادات أولية من مصادر متعددة:**

• الإشتراكات الشهرية أو السنوية التي يدفعها الحرفيون للإستفادة من مزايا إضافية في التطبيق.

• عمولات رمزية على المعاملات التي تتم من خلال الحجز داخل المنصة.

• إيرادات من إعلانات محلية موجهة ضمن التطبيق إن وُجدت.

4. **تثبيت العلامة التجارية وبناء الثقة:** خلال هذه الفترة، يسعى الفريق إلى تعزيز صورة العلامة التجارية "Handy"

من خلال الحملات التسويقية الرقمية و الميدانية، و بناء علاقات متينة مع المستخدمين عبر الاستجابة السريعة و الدعم الفني و التطوير المستمر.

5. **وضع الأساس للتوسّع المستقبلي:** بعد تثبيت وجود التطبيق على مستوى ولاية تيارت، سيكون المشروع مستعداً

لوضع خطة توسّع تدريجي نحو ولايات أخرى، مع التركيز على تحسين الخدمات و جمع بيانات الإستخدام لتوجيه التطوير المستقبلي بفعالية.

3 . الجدول الزمني لتحقيق المشروع.

الجدول رقم (03-01): الجدول الزمني لتحقيق المشروع

المرحلة	المدة الزمنية	الأنشطة
1 . التخطيط و تحليل المتطلبات	02-01 أسبوع	1. تحديد الفئة المستهدفة. 2. تحليل المنافسين. 3. إعداد الدراسة الاقتصادية.
2 . التصميم (UX/UI)	04-03 أسبوع	1. تصميم واجهة المستخدم بإستعمال (AdobeXD أو Figma). 2. تصميم الشعار و العناصر البصرية.
3 . تطوير النسخة الأولى (MVP)	10-05 اسبوع	1. تطوير صفحات HTML/CSS/JS. 2. ربط نظام الحجز و المراسلة. 3. تجهيز قاعدة البيانات.
4 . اختبار التطبيق و تصحيح الأخطاء	12-11 أسبوع	1. اختبار الأداء على مختلف الأجهزة . 2. إصلاح المشاكل التقنية . 3. تحسين تجربة المستخدم .
5 . تجهيز المحتوى و قاعدة المستخدمين	14-13 أسبوع	1. دعوة الحرفيين التسجيل. 2. تجهيز معرض الأعمال و السير الذاتية و الشهادات .
6 . الإطلاق التجريبي (beta)	17-15 أسبوع	1. إطلاق النسخة الأولى في مجموعات محددة. 2. جمع التعليقات و تحليلها. 3. تحسينات مبدئية.
7 . التسويق و الترويج	21 أسبوع	1. حملات الترويج على منصات التواصل الاجتماعي (تيك توك؛ إنستغرام؛ فيس بوك ...) 2. حملات الترويج التلفزيوني. 3. التسويق الغير مباشر .

1. إطلاق التطبيق رسمياً على الويب أو، كـ PWA. 2. شراكات مع حرفيين. 3. مواد دعائية محلية.	21 أسبوع	8 . الإطلاق الرسمي
1. متابعة الأداء و الإيرادات. 2. إصدار تحديثات. 3. تحسين واجهات الإستخدام. 4. إضافة خدمات و عروض جديدة .	24-22 أسبوع (مستمر)	9 . التقييم و التطوير

من إعداد الطالب بالإعتماد على معطيات الخطة الإقتصادية و المهام الأساسية للفريق.

المحور الثاني: الجوانب الابتكارية
للمشروع Handy.

يتميز مشروع HANDY بعدة جوانب إبتكارية تجعله فريداً من نوعه في السوق الجزائري، سواء من حيث الفكرة، أو آلية التنفيذ، أو الوسائل التقنية المستعملة. وفيما يلي تفصيل لأبرز هذه الجوانب:

1. رقمنة قطاع غير منظم:

يُعد قطاع الخدمات الحرفية في الجزائر من أكثر القطاعات التي تفتقر إلى التنظيم والرقمنة، إذ تعتمد أغلب التعاملات على طرق تقليدية (توصيات شخصية، البحث الميداني العشوائي... إلخ). يأتي تطبيق HANDY ليحوّل هذا القطاع إلى بيئة رقمية احترافية، تتيح الحجز، التقييم، والمراسلة بطريقة ذكية وموثوقة.

2. منصة تفاعلية متكاملة ثنائية الجهة:

يبتكر المشروع في كونه لا يخدم الزبون فقط، بل يخدم الحرفيين أيضاً عبر تمكينهم من إنشاء ملف شخصي احترافي يتضمن:

- صور لأعمالهم السابقة.
- شهادات معتمدة إن وجدت.
- رزنامة عمل قابلة للحجز.
- موقع جغرافي تقريبي.
- تقييمات وتعليقات الزبائن.

3. واجهة مخصصة للسوق الجزائري:

يعتمد تصميم التطبيق على دراسة دقيقة لخصوصيات السوق الجزائري من حيث اللغة، العادات، التقاليد، والاحتياجات التكنولوجية، بحيث يتم دعم التطبيق باللغتين العربية والفرنسية مع واجهة مبسطة وسلسلة مناسبة لجميع الفئات العمرية.

4. وظائف ذكية مدعومة بالذكاء الاصطناعي:

يوفر التطبيق ميزة "Let's fix it"، وهي وظيفة تعتمد على الذكاء الاصطناعي لمساعدة المستخدم في تشخيص الأعطال التقنية البسيطة وتقديم حلول فورية عبر فيديوهات تعليمية، تعليمات تفاعلية، أو إرشادات مرئية.

5. السوق الافتراضي للمواد والمستلزمات:

تُعتبر خاصية (Market-place) من أبرز عناصر الابتكار في المشروع، إذ تتيح للمستخدمين شراء مستلزمات الحرف (كأدوات السباكة أو الطلاء) مباشرة من داخل التطبيق مع إمكانية التوصيل إلى المنزل، مما يوفر الوقت والجهد.

6. نظام تقييم وتوصيات شفاف:

يُوفر التطبيق نظام تقييم شامل للخدمات والحرفيين بناءً على تجربة المستخدمين، ما يضمن الشفافية في المعاملات ويبني ثقة بين مختلف أطراف المنصة، الأمر الذي يُحدث نقلة نوعية مقارنة بالطرق التقليدية المعتمدة على الثقة الشخصية فقط.

7. مرونة في وسائل الدفع والتعامل:

يسمح التطبيق بعدة خيارات للدفع: نقدًا، عبر البطاقة الذهبية، أو التحويل البنكي، مع توفير خاصية الدفع عند الاستلام، مما يتيح مرونة في التعامل ويجعل الخدمة في متناول الجميع.

8. دعم التشغيل الذاتي وخلق فرص عمل:

لا يقتصر الابتكار على الجانب التكنولوجي فقط، بل يشمل أيضًا البُعد الاجتماعي و الإقتصادي، حيث يفتح التطبيق آفاقًا جديدة للحرفيين للعمل الحر دون الحاجة إلى وسيط، مع إمكانية تنظيم وقتهم وزيادة دخلهم.

المحور الثالث: التحليل الإستراتيجي للسوق.

يشكل التحليل الإستراتيجي للسوق خطوة أساسية لفهم البيئة التي سينشط فيها مشروع HANDY، من حيث الطلب على الخدمات، المنافسة، سلوك المستهلك، الفرص والتحديات. ونظرًا لطبيعة السوق الجزائري التي تتسم بتنامي الحاجة الى الخدمات الحرفية مقابل محدودية الوسائل الرقمية المنظمة، فإن هذا المشروع يسعى لملء فراغ حقيقي في السوق من خلال تقديم حل مبتكر يربط بين الحرفيين والمستخدمين بطريقة أكثر احترافية وفعالية. وسيركز التحليل على دراسة البيئة الخارجية و الداخلية للمشروع، وتحديد نقاط القوة والضعف، وإستكشاف فرص النمو والتحديات المحتملة عبر أدوات تحليلية مثل SWOT و PESTEL و يكون كالآتي :

1 . تحليل السوق الحالي :

يعاني السوق الجزائري من نقص كبير في المنصات الرقمية التي تربط بين مقدمي الخدمة والمستخدمين بشكل مباشر. غالبًا ما يتم الإعتماد على التوصيات الشفهية أو، الإعلانات العشوائية، مما يؤدي الى غياب الإحترافية وصعوبة ضمان جودة الخدمة. و هو ما يأتي به تطبيق Handy ليسد فجوة حقيقية في السوق المحلي، من خلال توفير منصة موثوقة ومنظمة و سهلة الإستخدام.

2 . تحليل المنافسين :

رغم وجود بعض المبادرات والمحاولات الفردية والتطبيقات البسيطة في الجزائر إلا أن معظمها يفتقر الى :

- واجهة مستخدم إحترافية و سلسلة.
- ملفات شخصية و مفصلة للحرفيين.
- نظام حجز مواعيد واضح و مباشر.
- إمكانية التواصل داخل التطبيق.

يعتبر Handy متفوقا من حيث تكامل الخدمات، تجربة المستخدم و خصائص التواصل ما يمنحه ميزة تنافسية قوية.

3 . تحليل الفئة المستهدفة (العملاء) :

1. المستخدمون : عائلات؛ أصحاب المنازل المقيمين أو، المستأجرين في المدن الجزائرية الكبرى (تيارت؛ الجزائر العاصمة؛ وهران)

2. أصحاب الخدمة : الحرفيون المستقلون أو، الشركات الصغيرة المختصة في أعمال البناء، النجارة، السباكة، الكهرباء و غيرها .

هؤلاء الذين يبحثون عن وسيلة آمنة و سريعة للوصول الى خدمات موثوقة أو، الحصول على زبائن جدد بطريقة عصرية.

4 . الفرص المتاحة :

- النمو المتزايد في إستخدام الهواتف الذكية و التطبيقات في الجزائر.
- توجه الدولة نحو دعم الرقمنة و الابتكار في الخدمات.
- غياب المنافسة المباشرة ذات الجودة العالية.
- إمكانية التوسع إقليميا إلى دول مجاورة (تونس-ليبيا).

5 . التهديدات المحتملة :

- ضعف البنية التحتية الرقمية في بعض المناطق.
- مقاومة بعض الحرفيين للانتقال إلى المنصات الرقمية.
- المنافسة من منصات أجنبية في المستقبل.
- مشكلة الثقة في التعاملات الإلكترونية.

6 . الاستراتيجيات المقترحة الدخول السوق :

- البدء بإطلاق تجريبي في ولايات كبرى مثل؛ الجزائر العاصمة و وهران.
- تقديم عروض ترويجية كالتجريب المجاني للمستخدمين الأوائل.
- توفير تدريبات مبسطة للحرفيين على استخدام التطبيق.
- حملات تسويق رقمي موجهة على فيسبوك، إنستغرام و تيك توك نظرا لكثرة المستخدمين فيها.

7. تحليل P.E.S.T.E.L للمشروع Handy:

1. العوامل السياسية (Political):

- دعم الحكومة الجزائرية لقطاع المؤسسات الناشئة (Startups) من خلال الوكالة الوطنية لدعم وتنمية المقاولاتية (ANADE) ووزارة إقتصاد المعرفة والمؤسسات الناشئة.
- وجود تسهيلات ضريبية وإدارية لفائدة المشاريع التكنولوجية والمبتكرة.
- إستقرار سياسي نسبي على المستوى الوطني يشجع على إطلاق المشاريع الجديدة.
- بعض الإجراءات البيروقراطية قد تعيق سرعة تأسيس الشركة وتوسّعها.

2. العوامل الاقتصادية (Economic):

- ارتفاع معدلات البطالة خاصة في فئة الشباب، مما يخلق فرصاً للحرفيين للانضمام الى منصات رقمية لزيادة دخلهم.
- عدم إستقرار العملة (الدينار الجزائري) قد يؤثر على قدرة المستخدمين على الدفع عبر الإنترنت.
- تنامي إستخدام الهواتف الذكية رغم التفاوت في القوة الشرائية بين فئات المجتمع.
- السوق المحلي الحرفي غير منظم بعد، ما يمثل فرصة قوية للريادة.

3. العوامل الاجتماعية (Social):

- تزايد الوعي الرقمي لدى فئات المجتمع، خاصة فئة الشباب.
- الحاجة المتزايدة للأسر إلى خدمات منزلية موثوقة وسريعة.
- المجتمع الجزائري محافظ نوعاً ما، ما يجعل من الضروري مراعاة خصوصية المستخدمين والثقة في مقدمي الخدمات.
- الحرفيون غالباً لا يمتلكون مهارات رقمية كافية، ما يتطلب تبسيط واجهة الاستخدام.

4. العوامل التكنولوجية (Technological):

- توفر الإنترنت بشكل واسع، خاصة الجيل الرابع 4G في معظم المدن الكبرى.
- إنتشار الهواتف الذكية يمكن من الوصول الى شرائح واسعة من المستخدمين.
- الإعتماد على تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي في خاصية "Let's fix it" يُعد عنصراً إبتكارياً يعزز مكانة التطبيق.
- الحاجة الى حماية البيانات وتأمين المعاملات الإلكترونية.

5. العوامل البيئية (Environmental):

- لا يوجد تأثير بيئي مباشر للمشروع، لكنه يمكن أن يدعم الحرفيين في القطاعات المرتبطة بإصلاح الأعطال وتسريبات المياه والكهرباء مما يساهم في تقليل الهدر.
- يمكن تعزيز الوعي البيئي من خلال تشجيع الحرفيين على استخدام مواد صديقة للبيئة.

6. العوامل القانونية (Legal):

- وجوب مطابقة التطبيق لقوانين حماية البيانات الشخصية (قانون حماية المعطيات ذات الطابع الشخصي في الجزائر).
- تسجيل الحرفيين رسمياً لتجنب التعامل مع أنشطة غير قانونية أو غير منظمة.
- ضرورة إحترام قوانين التجارة الإلكترونية والضرائب المحلية.

8 . تحليل S.W.O.T للمشروع Handy:

الشكل رقم (01-03): مصفوفة S.W.O.T للمشروع Handy.

البيئة الداخلية

1. أول تطبيق جزائري شامل في مجال الصناعات الحرفية.
2. واجهة سهلة الإستخدام و ميزات متقدمة
3. نظام حجز و مراسلة مدمج داخل المؤسسة.
4. تصميم احترافي و داعم لعدة لغات.

S

1 . نقاط القوة:

1. محدودية الوعي الرقمي لدى بعض الحرفيين.
2. الحاجة لتوعية و تدريب مقدمي الخدمة على إستخدام التطبيق.
3. صعوبة ضمان جودة الخدمات لجميع المستخدمين.
4. محدودية الموارد في مرحلة الإطلاق الأولي.

W

2 . نقاط الضعف:

1. إزدیاد الإعتماد على التطبيقات في الحياة اليومية.
2. دعم الحكومة الجزائرية للتحويل الرقمي.
3. سوق واسع و غير مشبع في المغرب العربي.
4. إمكانية التوسع القطاعات و خدمات إضافية.

O

3 . الفرص:

1. دخول منافسين محليين أو دوليين في المستقبل.
2. صعوبات البنية التحتية الرقمية.
3. تخوف بعض المستخدمين من التعاملات الرقمية.
4. ارتفاع تكاليف التسويق و الإنتشار الرقمي.

T

4 . التهديدات:

البيئة الخارجية

من إعداد الطالب بالإعتماد على نتائج تحليلات السوق و المنافسين.

المحور الرابع: خطة التنظيم و الإنتاج
للمشروع Handy .

تعتبر خطة الإنتاج و توزيع المهام من الجوانب الحيوية في نجاح المشروع Handy، إذ تمثل المرحلة التي يتم فيها وضع التصور التنفيذي الفعلي للمشروع، و تحديد مراحل تطويره، و تنظيم المهام بين أفراد الفريق بشكل دقيق يضمن تحقيق الأهداف المرجوة في الأطر الزمنية المحدد.

1 . مراحل الإنتاج:

يتم تقسيم مراحل الإنتاج إلى عدة مراحل متتابعة وفق جدول زمني مدروسة كما يلي:

أ- مرحلة التصميم الأولي:

- وضع تصور أولي للتطبيق.
- إعداد الواجهة اليومية و تجربة المستخدم.
- تحديد المزايا الأساسية.

ب- مرحلة التطوير البرمجي:

- برمجة الواجهة الأمامية (Front/end).
- برمجة الواجهة الخلفية (Back/end).
- ربط قاعدة البيانات و تأمين المعطيات.

ج- مرحلة الإختبار و التجربة :

- إجراء إختبارات أولية للمنصة.
- تصحيح الثغرات البرمجية و تحسين الأداء.
- جمع تعليقات أولية من المستخدمين.

د- مرحلة الإطلاق التجريبي و التوزيع:

- إطلاق النسخة التجريبية على متجر التطبيقات.
- الترويج للمشروع على نطاق ضيق داخل ولاية تيارت.
- متابعة الإستخدام و التفاعل و تحليل النتائج.
- و لشرح أكثر نقدم الجدول الآتي:

الجدول رقم (01-04): جدول مراحل الإنتاج و تطوير المشروع .

المرحلة	الوصف	المدة الزمنية
1 . الدراسة و التخطيط	دراسة السوق _ تحديد الخصائص و الوظائف الأساسية _ إختيار التصميم العام للتطبيق .	أسبوعين .
2 . تصميم واجهة المستخدم (UI/UX)	تصميم الشكل العام للتطبيق (تنقل _ أيقونات _ ألوان _ تجربة المستخدم ...)	3 أسابيع .
3 . تطوير الواجهة الأمامية (Front/end)	ترميز الواجبات بإستعمال HTML/CSS/JS	4 أسابيع .
4 . تطوير الواجهة الخلفية (Back/end)	إنشاء قاعدة بيانات _ نظام التسجيل _ التخزين _ نظام الحجز و المراسلة .	5 أسابيع .
5 . ربط النظام بالكامل و تجربة التطبيق	إختبار شامل للتطبيق و تصحيح الأخطاء .	أسبوعين .
6 . إطلاق تجريبي (Beta launch)	إطلاق نسخة تجريبية محددة لجمع الملاحظات .	أسبوعين .
7 . الإطلاق الرسمي و التسويق	الإطلاق الرسمي للتطبيق عبر المتاجر الإلكترونية و التسويق الرقمي له .	مستمر .

من إعداد الطالب بالإعتماد على معطيات مرحلة التصميم الأولي .

2 . خطة التنظيم و توزيع المهام:

يتم تنظيم الفريق و الإشراف على التنظيم وفق الهيكل التالي :

الجدول رقم(02-04): جدول تنظيم و توزيع المهام.

الوظيفة	المهام	عدد الافراد المقترح
صاحب المشروع/ مدير عام	الإشراف على تنفيذ المشروع _ إتخاذ القرارات الاستراتيجية _ التنسيق بين أفراد الفريق (قيادة الفريق).	01
مطور تطبيقات	تنفيذ الجانب البرمجي للتطبيقات (تصميم؛ تطوير؛ اختبار؛ تصحيح؛ الواجهة الأمامية؛ الواجهة الخلفية).	02
مصمم جرافيك	تصميم الهوية البصرية، الأيقونات و الشعارات.	01
مسوق رقمي	إعداد الحملات الإشهارية _ إدارة منصات التواصل الإجتماعي _ تحليل سلوك المستخدم.	02
مكلف بالعلاقات مع الحرفيين	تسجيل الحرفيين _ التواصل معهم _ تقديم الدعم و المرافقة.	02
فريق دعم تقني	معالجة المشاكل التقنية _ إدارة قاعدة البيانات _ تحسين الأداء	02

من إعداد الطالب بالإعتماد على نتائج جدول مراحل الإنتاج و تطوير المشروع .

3 . الوسائل المستخدمة:

- برامج التصميم: Figma - Adobe XD.
- لغات البرمجة: HTML/CSS/JAVA SCRIPT - Firebase.
- ادوات الاختبار: Windows virtual studio (WVS) - Android studio.
- ادوات التسويق: Meta ads - google ads - tiktok ads.

المحور الخامس: الخطة المالية

للمشروع Handy .

تعد الخطة المالية أحد أهم الخطوات في دراسة جدوى المشاريع، إذ تمثل الأساس الذي يبنى عليه المشروع. تقدر مدى واقعية وإستدامة المشروع من الناحية الإقتصادية. فهي لا تقتصر على حساب التكاليف والإيرادات، بل تمتد لتحليل الهيكل المالي و مصادر التمويل و توقعات الأرباح و الخسائر و نقطة التعادل و غيرها من المؤشرات التي تسمح بتقييم الجدوى الإقتصادية للمشروع.

بالنسبة للمشروع Handy الذي يصنف كمؤسسة ناشئة رقمية في قطاع الخدمات الحرفية، تكتسي الخطة المالية أهمية مضاعفة، كون المشروع يعتمد على بنية تحتية تقنية، وإستثمار أولي لتطوير التطبيق، إلى جانب نفقات تشغيل و تسويق و خدمة العملاء.

و تهدف هذه الخطة إلى تقديم تصور دقيق و مبسط بمختلف الجوانب المالية للمشروع خلال السنة الأولى من النشاط، بما في ذلك:

- تحديد رأس المال الأولي المطلوب.
 - تقديم الإيرادات المتوقعة بناء على نماذج الإشتراك أو، العمولة.
 - تحليل هيكل التكاليف الثابتة و المتغيرة.
 - إعداد جدول حسابات النتائج السنة الأولى.
 - تحديد نقطة التعادل أي النقطة التي تتساوى فيها الإيرادات مع التكاليف.
 - عرض الإحتياجات التمويلية المستقبلية في حالة التوسع أو التحسينات.
- تم بناء هذه الخطة إفتراضيا بناء على إفتراضات منطقية مستمدة من دراسة السوق. و سلوك المستخدم المحلي و تكاليف البرمجة و التشغيل، مع مراعاة التكلفة المالية التي تحتاجها المشاريع الناشئة في مراحلها الأولى.

1. طرق تمويل المشروع Handy:

لضمان إنطلاقة قوية و مستدامة للمشروع Handy، سيتم الإعتماد على مصادر مختلطة تتضمن تمويل حكومي موجه المؤسسات الناشئة بالإضافة إلى تمويل مصرفي، و يقسم التمويل كما يلي:

أ- التمويل عبر صندوق المؤسسات الناشئة (Algerian Startup Fund):

- طبيعة الصندوق: صندوق حكومي أنشئ لدعم و تمويل المشاريع المبتكرة و المؤسسات الناشئة في مراحلها الأولى.

- شروطه:

- أن يكون المشروع مصنفا رسميا كمؤسسة ناشئة (حاصل على شهادة "Startup").
- أن يتضمن عناصر إبتكارية و حلول رقمية.
- تقديم نموذج عمل أولي (Prototype) و خطة عمل واضحة.
- المساهمة التقديرية:
- مساهمة تصب إلى 70% من التمويل الإجمالي في شكل دعم غير قابل للإرجاع أو تمويل بدون فوائد (حسب الملف).
- يغطي التكاليف الأولية لتطوير التطبيق، التسويق الأولي، و المصاريف القانونية و التقنية.

ب- التمويل البنكي (قرض مهني أو، قرض إستثماري):

- نوع القرض: قرض إستثماري موجه لتمويل المؤسسات الصغيرة و الناشئة.

- الضمانات المطلوبة :

- شهادة تصنيف كمؤسسة ناشئة.
- دراسة جدوى إقتصادية و مالية للمشروع.
- مساهمة ذاتية لا تقل عن 10%.
- المساهمة التقديرية:
- تمويل حوالي 30% من التكلفة الإجمالية للمشروع.
- القرض يسدد على مدى 3 إلى 5 سنوات، مع إمكانية فترة سماح أولية (grace period).

الجدول رقم(01-05): جدول ملخص التمويل للمشروع _Handy_ للسنة الأولى.

طبيعة التمويل	النسبة التقديرية	مصدر التمويل
دعم غير مسترد/تمويل بدون فوائد	70%	صندوق دعم المؤسسات الناشئة
قرض إستثماري قابل للسداد	30%	قرض بنكي
	100%	المجموع

من إعداد الطالب بالإعتماد على مصادر الدخل.

ج- الهدف من التمويل:

- تطوير النسخة النهائية من التطبيق.
- الترويج الأولي للمشروع محليا.
- تغطية المصاريف القانونية و الإدارية.
- ضمان إستمرارية المنصة و تشغيلها خلال السنة الأولى.

تُعد الخطة المالية من أهم الركائز التي يقوم عليها أي مشروع ناجح، إذ تُمكن صاحب المشروع من تقييم الجدوى الاقتصادية وتقدير الموارد المطلوبة لضمان الاستمرارية. من خلال هذه الخطة، يتم تحديد التكاليف الاستثمارية والتشغيلية، بالإضافة إلى توقع الإيرادات المستقبلية. كما تساعد في تحديد نقطة التعادل وتحليل الربحية على المدى القصير والمتوسط. وبذلك تُشكل الخطة المالية أداة أساسية لاتخاذ قرارات رشيدة ومبنية على معايير واقعية.

2 . الميزانية السنوية للمشروع_Handy_ للسنة الأولى:

الجدول رقم(01-05): جدول الميزانية المالية السنوية للمشروع_Handy_ للسنة الأولى.

البند	التكلفة التقديرية السنوية
التكاليف الثابتة	
تصميم و تطوير التطبيق	600.000 دج
تصميم الشعار و الهوية البصرية.	70.000 دج
شراء اسم نطاق و إستضافة. (Hosting/Domain)	50.000 دج
أجهزة و معدات الإختبار و التجربة.	400.000 دج
إستشارات قانونية/مالية.	50.000 دج
تسجيل العلامة التجارية و الرخص.	100.000 دج
المجموع	1.270.000 دج

الجدول رقم (01-05): جدول الميزانية المالية السنوية للمشروع _Handy_ للسنة الأولى.

التكاليف السنوية	التكاليف الشهرية	البند
التكاليف التشغيلية (المتغيرة)		
2.400.000 دج	200.000 دج	رواتب (المؤسس+أفراد الفريق)
3.600.000 دج	300.000 دج	التسويق و الإعلانات الرقمية
4.800.000 دج	400.000 دج	أجهزة و معدات الاختبار و التجربة.
2.400.000 دج	200.000 دج	صيانة و تحديث التطبيق
3600.000 دج	300.000 دج	مصاريف إدارية (إتصالات- إنترنت- موارد مكتبية- أدوات).
16.800.000 دج	1.400.000 دج	المجموع

من إعداد الطالب بالإعتماد على متطلبات و موارد المشروع .

3 . الإيرادات المتوقعة للمشروع_Handy_ للسنة الأولى :

الجدول رقم(02-05): جدول الإيرادات السنوية المتوقعة للمشروع_Handy_ للسنة الأولى .

البند	الإيراد الشهري	الإيراد السنوي
الإيرادات المتوقعة		
عمولة على الحجز	200.000 دج	2.400.000 دج
إعلانات داخل التطبيق	600.000 دج	7.200.000 دج
باقة إشتراك الحرفيين Premuim	150.000 دج	1.800.000 دج
مبيعات عبر Marketplace	400.000 دج	4.800.000 دج
خدمات توصيل السلع shipping	400.000 دج	4.800.000 دج
المجموع	1.450.000 دج	21.000.000 دج

من إعداد الطالب بالإعتماد على إفتراضات مصادر دخل المشروع.

- ملاحظات عامة :

- يتوقع تحقيق إيرادات معتبرة في السنة الأولى بسبب الإستثمار الكبير في تطوير التطبيق و البنية التحتية.
- الإيرادات مرشحة للنمو بشكل كبير في السنة الثانية عند توسيع قاعدة العملاء.
- يمكن للإيرادات تغطية الميزانية و ذلك إنطلاقا من السنة الثانية بدعم حكومي (الصندوق الوطني لدعم المؤسسات الناشئة؛ حاضنات الأعمال...)

4 . جدول حسابات النتائج للمشروع_Handy_ للسنة الأولى :

الجدول رقم(03-05): جدول حساب النتائج السنوية للمشروع _Handy_ للسنة الأولى.

المبلغ	البند
الإيرادات	
2.400.000 دج	إيرادات الاشتراكات الشهرية
7.200.000 دج	إيرادات التسويق داخل التطبيق
1.800.000 دج	إيرادات العمولات على الخدمات المنجزة
4.800.000 دج	إيرادات المبيعات عبر الMarket-place
4.800.000 دج	إيرادات خدمات الشحن و التوصيل
21.000.000 دج	إجمالي الإيرادات
التكاليف	
820.000 دج	تكاليف تصميم و تطوير التطبيق
2400.000 دج	تكاليف الصيانة و الدعم الفني السنوي
3600.000 دج	تكاليف التسويق و الإشهار
50.000 دج	تكاليف إستضافة السيرفيرات و قاعدة البيانات

تكاليف أجهزة الاختبار	4.800.000 دج
تكاليف التسيير (نقل-مكالمات-أدوات مكتبية- إنترنت)	3600.000 دج
أجور الموظفين و المتعاونين	2.400.000 دج
إجمالي التكاليف	17.670.000 دج
النتيجة الصافية	
صافي الربح أو، الخسارة	3.330.000 دج

من إعداد الطالب بالإعتماد على نتائج الميزانية السنوية للمشروع و الإيرادات المتوقعة .

- ملاحظات هامة:

- هذه النتائج تشير إلى نسبة ربح صافية بمقدار 3.330.000 دج في السنة الأولى و الذي يعتبر حافز كبير لإستمرار العمل على تطوير المشروع و تحديثه.
- الهدف هو تعظيم الأرباح مع مرور السنوات و تقليص التكاليف .

5. تحديد نقطة التعادل:

أ- تعريف نقطة التعادل: هي المرحلة التي تتساوى فيها الإيرادات مع التكاليف الكلية (الإستثمارية+التشغيلية)، أي عندما يحقق المشروع لا ربح ولا خسارة.¹

بمعنى آخر هي النقطة التي يبدأ بعدها المشروع في تحقيق أرباح فعلية و تحسب بالصيغة التالية:

نقطة التعادل = التكاليف الثابتة / (سعر البيع الوحدة - التكلفة المتغيرة الوحدة)¹

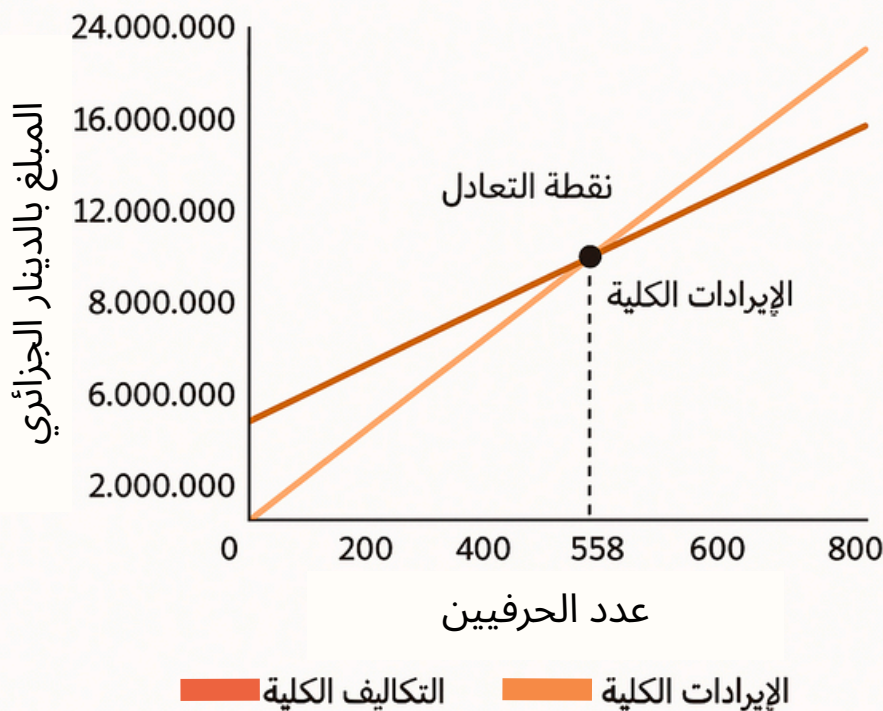
ب- حساب نقطة التعادل في المشروع Handy:

- سعر الإشتراك الشهري للحرفيين 3.000 دج.
- عدد الحرفيين هو الوحدة الأساسية.
- التكاليف الثابتة (سنويا): التكلفة التشغيلية+التكلفة الإستثمارية = 18.070.000 دج.
- التكلفة المتغيرة الوحدة (تكلفة دعم كل حرفي 300 دج).

ج- الحساب التجريبي:

- سعر بيع الوحدة سنويا: $(12 \times 3.000) = 36.000$ دج.
 - الربح لكل وحدة: $36.000 - 32.400 = 3.600$ دج.
 - نقطة التعادل: $558 = 18.070.000 / 32.400$
- و بالتالي فإن نقطة التعادل أو عدد الحرفيين الذي يحتاجه المشروع سنويا لبدأ تحقيق الأرباح هو: 558.
- و للتوضيح أكثر نقدم المنحنى التالي:

الشكل رقم (01-05): منحنى تغيرات الإيرادات و التكاليف بدلالة عدد الحرفيين.



¹ موسوعة ويكيبيديا www.ar.wikipedia.org تاريخ الدخول إلى الموقع 27/05/2025

Business Model Canvas

نموذج العمل التجاري

Designed For: مذكرة مشروع مؤسسة ناشئة

Designed By: الطالب بلكيل جيلالي

Date: 11/02/2025

Version: 01



Key Partners

الشركاء الأساسيين

- التعاون مع جوجل بلاي
- التعاون مع الحرفيين لتقديم الخدمات عند الحاجة.
- التعاون مع المبرمجين للحفاظ على جودة الخدمة وتحديثها.
- التعاون مع محلات الأدوات المنزلية ومواد البناء لتوفير السلع للسوق.
- التعاون مع مُجدول تطبيقات للتحديثات.
- التعاون مع وزارة الصناعات التقليدية والحرف والمهن الحرة.
- التعاون مع شركات خدمات التوصيل.



Key Activities

النشاطات الأساسية

- حل المشكلات.
- المنصة/الشبكة.
- التجارة الإلكترونية



Key Resources

الموارد الأساسية

- الموارد المادية: شاحنات توصيل، أجهزة كمبيوتر، خوادم.
- الموارد البشرية: مبرمج، مدير مشروع افتراضي، مدير مالي، حسابات، مقدمو خدمات، سائقون.
- الموارد الفكرية: الملكية الفكرية، العلامة التجارية.
- الموارد المالية: سيتم تمويل هذا المشروع من قبل صندوق دعم المؤسسات الناشئة قرض بنكي.



Value Propositions

القيم المقترحة

- السعر: اشتراك شهري بسعر منخفض
- الحدثة: بتوفير طريقة جديدة ومبتكرة لتقديم هذا النوع من الخدمات وتلبية احتياجات العملاء.
- سهولة الوصول: سهولة الوصول إلى التطبيق.
- الأداء: مرونة في التكيف والاستجابة لمتطلبات المستخدمين وتقديم الخدمات.
- تصميم عصري لتوفير تجربة سهلة وسريعة ومتميزة للمستخدم.



Customer Relationship

علاقات العملاء

- مساعدة شخصية من خلال التواصل المباشر مع العميل.
- التواصل مع مزود الخدمة عبر خاصية الرسائل.
- حماية معلومات العميل الخاصة والحفاظ عليها سرية وعدم إتاحتها إلا بإذنه.
- إشعار العملاء بأهميتهم من خلال التصويت لمقدم الخدمة المفضل لديهم وعميلهم المفضل، مع جوائز قيمة.
- توفير خدمة آلية للأضرار البسيطة.



Channels

قنوات التوزيع

- جذب انتباه العملاء من خلال الحملات الإعلانية التلفزيونية، وتسويق المحتوى، والتسويق الرقمي، المشاركة في الصالونات والمنتديات والمؤتمرات المحلية، والتسويق غير الرسمي.
- يتيح التطبيق شهراً مجانياً للاستخدام، طرق دفع متعددة عند الشراء من السوق، وخدمة شحن البضائع.



Customer Segments

شرائح المجتمع

- المعايير الجغرافية: محلية ولاية
- تيارت ثم التوسع على مستوى الولايات المجاورة.
- الشريحة المستهدفة: المشروع موجه إلى جميع الأفراد العاملين والعاطلين عن العمل الذكور والإناث، من الفئات العمرية البالغة و تنقسم إلى :
- الأفراد الباحثين عن خدمات حرفية موثوقة.
- الحرفيون الذين يسعون لتوسيع قاعدة زبائنهم.
- أصحاب المشاريع الصغيرة والمقاولين.



Cost Structure

- متطلبات المكتب
- تطوير التطبيقات.
- أجهزة و معدات التجربة و الاختبار.
- أبحاث السوق.
- تأمين الموظفين.
- الرواتب
- دورات تدريبية .
- مصاريف التسويق .

هيكل التكاليف



Revenue Stream

- الدخل عبر السوق وشحن وتوصيل البضائع.
- رسوم التسجيل.
- الإعلانات الإلكترونية.
- رسوم الإصدار المميز (للحرفيين).
- رسوم إصدار "Handy experts" (لأصحاب المشاريع الصغيرة و المقاولين الجدد).
- خدمات التسويق.

مصادر الإيرادات

المحور السادس: النموذج الأولي
للمشروع Handy .

1. الوصف التفصيلي للنموذج الأولي لمشروع HANDY

يمثل النموذج الأولي لتطبيق HANDY المرحلة التمهيديّة من التطوير، ويهدف إلى تقديم تصور بصري ووظيفي دقيق لكيفية عمل التطبيق بعد إنجازه بشكل كامل. تم تطوير هذا النموذج وفقاً لمبادئ تصميم واجهات الاستخدام الحديثة (UI) وتجربة المستخدم (UX)، بما يضمن سلاسة في الاستخدام، وضوحاً في التنقل، واستجابة مرنة على مختلف أحجام الشاشات، خاصة الأجهزة المحمولة.

يُجسّد النموذج الأولي كافة الصفحات الأساسية التي تُمثّل جوهر فكرة المشروع، وهي:

1. واجهة البداية (Splash Screen).

- شعار التطبيق (المُصمم باستخدام أدوات مدمجة ترمز للمهن الحرفية).
- الشعار النصي: "كن مفيداً... كن HANDY".
- تحميل متدرّج (spinner) يهيئ المستخدم للدخول.

2. الصفحة الرئيسية (Home).

- عرض لفئات الخدمات الحرفية عبر بطاقات مرئية (Plumbing, Electricity, Carpentry, Decoration...).
- محرك بحث سريع للوصول إلى الخدمات أو الحرفيين.
- عروض مميزة لأفضل الحرفيين.
- تصميم جذاب بالألوان الأساسية (المارون، البرتقالي الباهت، الأحمر الفاتح).

3. نظام المصادقة (Authentication):

- تسجيل الدخول: حقول للبريد الإلكتروني وكلمة السر.
- التسجيل: بيانات المستخدم: الاسم الكامل، البريد الإلكتروني، رقم الهاتف، تاريخ الميلاد.
- اختيار الدور: مستخدم / حرفي .
- الحرفيون يختارون تخصصهم من قائمة منسدلة.

4. الملف الشخصي للحرفي:

- الصورة الشخصية + نبذة مختصرة.
- معرض أعمال (صور لأشغال سابقة).
- الشهادات المهنية المرفقة (PDF أو صور).
- جدول الحجز: عرض الأيام المتاحة باستخدام تقويم تفاعلي.
- تقييم عام + مراجعات العملاء.
- زر "احجز الآن" مباشر.

5. نظام الحجز (Booking):

- اختيار الخدمة → اختيار الحرفي → تحديد اليوم والساعة.
- تلقي إشعار بتأكيد الحجز.
- إمكانية تعديل/إلغاء الحجز قبل مواعده.

6. نافذة المحادثة (Chat Window):

- تصميم مشابه لـ فيسبوك مسنجر.
- رسائل فورية (نصوص، صور، تسجيلات صوتية).
- مؤشر "يكتب الآن..." وإشعار عند قراءة الرسائل.
- الحماية الكاملة لخصوصية المستخدمين.

7. نظام التقييم والمراجعة:

- بعد إنتهاء الخدمة، يظهر خيار لتقييم الحرفي (من 1 إلى 5 نجوم).
- كتابة تعليق علني قابل للعرض في ملف الحرفي.
- ترتيب الحرفيين حسب التقييم في نتائج البحث.

8. صفحة الإعدادات:

- تغيير اللغة (العربية / الفرنسية / الإنجليزية).
- اختيار نمط العرض (فاتح / داكن).
- تغيير حجم الخط.
- إدارة الإشعارات، إعدادات الخصوصية، تسجيل الخروج.

2. الخصائص التقنية والتصميمية:

- تصميم متجاوب 100% مع الهواتف الذكية.
- خطوط عربية واضحة (Cairo، Noto Arabic).
- واجهات متناسقة بالألوان الرسمية للتطبيق.
- استخدام الأيقونات الرمزية لكل مهنة.
- تجربة مستخدم سلسة مع تنقل منطقي بين الصفحات

3. محتويات النموذج الأولي:

- واجهات كاملة تفاعلية (محاكية للسلوك الحقيقي للتطبيق).
- أصول التصميم: الشعار، الأيقونات، الصور الرمزية.
- ملفات قابلة للتصدير بصيغ HTML/CSS/JS أو Figma أو XD.

4. الهدف من النموذج الأولي:

- تقديم تصور شامل وعملي للمشروع قبل الدخول في التطوير البرمجي الكامل.
- دعم ملف المشروع الأكاديمي والتجاري.
- إقناع الشركاء والمستثمرين من خلال عرض حي و مرئي.
- اختبار تجربة المستخدم على نطاق محدود (User Testing).



Be helpful... be HANDY

Prototype



scan !



خاتمة .

من خلال دراستنا لمشروع HANDY، تمكّننا من بناء تصور واضح لمشروع ناشئ مبتكر يهدف إلى رقمنة قطاع الخدمات الحرفية في الجزائر، عبر منصة ذكية تجمع بين الحرفيين والمستخدمين بطريقة عصرية، مرنة وآمنة. وقد انطلقت دراستنا من فرضيات أساسية تمثلت في أن المشروع قادر على:

- تسهيل الوصول إلى خدمات الحرفيين بجودة وموثوقية عالية،
- وتوفير أرضية رقمية فعالة تُمكن الحرفيين من عرض مهاراتهم وزيادة مداخيلهم.

وبعد تحليل شامل للجوانب الاقتصادية، التسويقية، المالية، والتنظيمية، تأكدت صحة هذه الفرضيات، حيث خلصنا إلى أن المشروع يملك مقومات قوية للنجاح، خاصة في ظل التحول الرقمي الذي تشهده البلاد والدعم الذي توليه الحكومة للمؤسسات الناشئة. كما أظهرت الخطة المالية قدرة المشروع على تحقيق التوازن بين التكاليف والعائدات في السنة الأولى، مع إمكانية التوسع لاحقًا إلى ولايات أخرى.

أما من الناحية المستقبلية، فإن مشروع HANDY يحمل إمكانات كبيرة ليصبح منصة وطنية مرجعية في مجال الخدمات الحرفية، بل ويمكن تطويره لاحقًا ليشمل قطاعات مهنية أخرى مثل الفلاحة والخدمات التقنية، مع إمكانية دمج بوسائل دفع إلكترونية وذكاء اصطناعي لتحسين تجربة المستخدم.

وفي ضوء هذه النتائج، ننصح بـ:

- التدرج في التوسع الجغرافي،
 - التركيز على جودة الحرفيين والخدمات المقدمة،
 - والاستثمار في التسويق الرقمي والتفاعل المستمر مع المستخدمين لتطوير المنصة بناءً على احتياجاتهم.
- وعليه، فإن مشروع HANDY لا يُمثل فقط فكرة تجارية واعدة، بل أيضًا مساهمة فعلية في بناء اقتصاد رقمي مرّن يُعزز من التشغيل والتنمية المحلية.

قائمة المراجع :

- الموقع الرسمي لوزارة السياحة و الشاعات التقليدية و الحرفية, الموقع الرسمي WWW.mta.gov.
- موسوعة ويكيبيديا www.ar.wikipedia.org.

