



جامعة قاصدي مرباح - ورقلة
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم: العلوم الاقتصادية



مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي
ميدان: العلوم الاقتصادية، العلوم التجارية، علوم التسيير
تخصص: إقتصاد وتسيير المؤسسات
بـعـنـوان:

إسهام التطبيقات الذكية في تنظيم السوق الحرفية في الجزائر
دراسة حالة تطبيق خدام-KHADAM

من إعداد الطالب:

تواتي محمد إسلام

نوقشت وأجيزت علنا بتاريخ: 2026/05/23

أمام اللجنة المكونة من السادة:

أ/ مولاي محمد لخضر (أستاذ محاضر أ-جامعة قاصدي مرباح ورقلة) رئيسا

ب/ محسن زبيدة (أستاذ-جامعة قاصدي مرباح ورقلة) مشرفا ومقررا

ج/ محجوبي نور الهدى (أستاذة محاضرة ب-جامعة قاصدي مرباح ورقلة) مناقشا

السنة الجامعية: 2026/2025



جامعة قاصدي مرباح - ورقلة
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم: العلوم الاقتصادية



مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي
ميدان: العلوم الاقتصادية، العلوم التجارية، علوم التسيير
تخصص: إقتصاد وتسيير المؤسسات
بـعـنـوان:

إسهام التطبيقات الذكية في تنظيم السوق الحرفية في الجزائر
دراسة حالة تطبيق خدام-KHADAM

من إعداد الطالب:

تواتي محمد إسلام

نوقشت وأجيزت علنا بتاريخ: 2026/05/23

أمام اللجنة المكونة من السادة:

أ/ مولاي محمد لخضر (أستاذ محاضر أ-جامعة قاصدي مرباح ورقلة) رئيسا

ب/ محسن زبيدة (أستاذ-جامعة قاصدي مرباح ورقلة) مشرفا ومقررا

ج/ محجوبي نور الهدى (أستاذة محاضرة ب-جامعة قاصدي مرباح ورقلة) مناقشا

السنة الجامعية: 2026/2025

إهداء

الحمد لله الذي أعاننا بالعلم، وزيننا بالحلم، وأكرمنا بالتقوى، وأجملنا بالعافية.

أهدي ثمرة جهدي المتواضع هذا إلى:

إلى الذرع الواقي والكنز الباقي، إلى من جعل العلم منبع اشتياقي، إلى من تعب وسهر من أجل أن أصل إلى ما أنا عليه اليوم، إلى أبي الغالي أطال الله في عمره وأدامه سندًا لي.

وإلى رمز العطاء وصدق الإباء، إلى منبع الحنان والتضحية، إلى ذروة العطف والوفاء، إلى أغلى ما أملك في الوجود، أُمِّي الحبيبة أطال الله عمرها وحفظها لي.

وإلى من هم انطلاقة الماضي، وعون الحاضر، وسند المستقبل، إلى إخوتي الأعزاء الذين كانوا دائمًا مصدر دعم ومحبة.

وإلى كل أفراد العائلة الكريمة الذين شجعوني وساندوني طوال مسيرتي الدراسية.

وإلى زملاء الدراسة دفعة الماستر، وإلى كل من جمعتني بهم لحظات التعب والاجتهاد والنجاح.

وإلى كل أساتذتي الأفاضل الذين أناروا لي طريق العلم والمعرفة.

وفي الأخير يا رب...

يا رب لا تدعني أُصاب بالغرور إذا نجحت، ولا باليأس إذا فشلت، بل ذكرني دائمًا أن الفشل هو التجربة التي تسبق النجاح.

آمين يا رب العالمين.

الشكر و التقدير

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات، والذي وفقنا وأعاننا على إنجاز هذا العمل المتواضع، فله سبحانه وتعالى أسمى عبارات الحمد والشكر على فضله وكرمه الذي غمرنا به، ونسأله دوام التوفيق والسداد.

وانطلاقاً من قول الرسول صلى الله عليه وسلم:

"من لا يشكر الناس لا يشكر الله"

فإننا نتقدم بأسمى عبارات الشكر والتقدير والعرفان إلى الأستاذة المشرفة "محسن زبيدة" والأستاذ المشرف "مخنان عقبة"، على إشرافهما القيّم على هذه المذكرة، وعلى ما بذلاه من جهد كبير، وما قدماه لنا من توجيهات ونصائح علمية قيمة، كانت خير عون لنا في إتمام هذه الدراسة، فلهما منا جزيل الشكر وعظيم الاحترام والتقدير.

كما نتوجه بخالص الشكر والتقدير إلى جميع أساتذتنا الأفاضل الذين رافقونا طوال مشوارنا الدراسي، ولم يبخلوا علينا يوماً بالنصح والتوجيه ومد يد العون. ولا يفوتنا أن نتقدم بالشكر إلى كل من ساهم من قريب أو بعيد في إنجاز هذا العمل، ولو بكلمة طيبة أو ابتسامة صادقة كان لها الأثر الطيب في نفوسنا. وفي الختام، نسأل الله تعالى أن يجعل هذا العمل خالصاً لوجهه الكريم، وأن ينفع به كل طالب علم.

ملخص الدراسة :

تهدف هذه الدراسة إلى إبراز دور التطبيقات الذكية في تنظيم سوق الخدمات الحرفية في الجزائر من خلال دراسة حالة تطبيق "KHADAM" كنموذج أولي يربط بين الحرفيين والزبائن عبر منصة رقمية حديثة، وذلك في ظل التحول الرقمي المتسارع الذي يشهده قطاع الخدمات. وقد اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي والتحليلي إلى جانب منهج دراسة الحالة النظرية لتحليل نموذج الأعمال الخاص بالتطبيق، مع التطرق إلى مفاهيم سوق الخدمات الحرفية وخصائصه وآليات عمله في البيئة الرقمية. وتوصلت الدراسة إلى أن التطبيقات الذكية تساهم في تحسين الوصول إلى الخدمات الحرفية، وتعزيز الشفافية والثقة بين مختلف الأطراف، وتنظيم العلاقة بين العرض والطلب من خلال آليات رقمية تعتمد على التقييمات وسرعة الاستجابة والموقع الجغرافي، كما بينت الدراسة أن نموذج الأعمال المقترح لتطبيق "KHADAM" يمثل قيمة مضافة للسوق الحرفي الجزائري ويمكن أن يساهم مستقبلاً في دعم التحول الرقمي وتنظيم القطاع الحرفي بشكل أكثر كفاءة ومرونة.

الكلمات المفتاحية: تطبيقات ذكية، سوق خدمات حرفية، تحول رقمي، نموذج اعمال، تطبيق خدام ، اقتصاد رقمي.

This study aims to highlight the role of smart applications in organizing the handicraft services market in Algeria through a case study of the "KHADAM" application as a prototype digital platform connecting craftsmen with customers within the context of rapid digital transformation in the service sector. The study adopted descriptive and analytical approaches in addition to the conceptual case study method to analyze the application's business model, while addressing the concepts, characteristics, and operational mechanisms of the handicraft services market in the digital environment. The findings revealed that smart applications contribute to improving access to handicraft services, enhancing transparency and trust among stakeholders, and organizing the relationship between supply and demand through digital mechanisms based on ratings, responsiveness, and geolocation. The study also showed that the proposed business model of the "KHADAM" application provides added value to the Algerian handicraft market and may contribute in the future to supporting digital transformation and improving the organization and efficiency of the handicraft sector.

Keywords: Smart Applications, Handicraft Services Market, Digital Transformation, Business Model, KHADAM Application, Digital Economy.

قائمة المحتويات

I	إهداء
II	الشكر و التقدير.....
III	ملخص الدراسة.....
IV	قائمة المحتويات.....
VI	فهرس الجداول.....
VII	فهرس الأشكال.....
أ-ج	مقدمة.....
2	الفصل الاول.....
3	المبحث الأول: سوق الخدمات الحرفية: المفهوم، الخصائص وخصائص الحرفة.....
3	المطلب الأول: ماهية سوق الخدمات الحرفية.....
8	المطلب الثاني: آليات عمل سوق الخدمات الحرفية.....
21	المبحث الثاني: التطبيقات الذكية ودورها في تنظيم سوق الخدمات الحرفية.....
21	المطلب الأول: التطبيقات الذكية : المفهوم، الأنواع والأهمية.....
24	المطلب الثاني: نماذج عمل التطبيقات الذكية.....
28	المبحث الثالث: الدراسات السابقة.....
28	المطلب الأول: الدراسات العربية.....
30	المطلب الثاني: الدراسات الأجنبية.....
32	المطلب الثالث: محل الدراسة الحالية من الدراسات السابقة ومميزاتها

الفصل الثاني : اسهام تطبيق خدام - KHADAM في تنظيم السوق الحرفية في ولاية ورقلة.....	35
المبحث الأول : واقع النشاط الحرفي في ولاية ورقلة و المنهجية المستخدمة.....	37
المطلب الأول: واقع النشاط الحرفي في ولاية ورقلة.....	37
المطلب الثاني: المنهجية والأدوات المستعملة.....	41
المبحث الثاني: تحليل تطبيق KHADAM ومناقشة النتائج.....	43
المطلب الأول: نموذج الأعمال (Business Model) لتطبيق KHADAM	43
المطلب الثاني: مناقشة النتائج وتحليل مساهمة التطبيق.....	65
خاتمة.....	70-69
قائمة المراجع و المصادر	75-72
فهرس المحتويات.....	79-77

فهرس الجداول

الصفحة	الجدول	رقم الجدول
14	جدول أبعاد المورد الحرفي في البيئة الرقمية	01
38	جدول معطيات عامة حول ولاية ورقلة	02
38	جدول تطور عدد الحرفيين بولاية ورقلة	03
39	جدول اهم النشاطات الحرفية المنتشرة في ولاية ورقلة	04
48	الجدول الزمني لتحقيق المشروع	05
56	جدول رقم الأعمال	06
57	جدول التكاليف والأعباء	07
58	جدول حسابات النتائج المتوقعة	08
59	جدول تطور النتائج الصافية ونسب الربحية المتوقعة	09
60	جدول خطة الخزينة	10

فهرس الأشكال

الصفحة	العبارة	رقم الشكل
39	أعمدة بيانبة لتطور عدد الحرفيين في ولاية ورقلة	01
40	أعمدة بيانبة لتوزيع أهم النشاطات الحرفية في ولاية ورقلة	02
43	شعار التطبيق	03
48	مخطط الجوانب الابتكارية للمشروع	04
59	أعمدة بيانبة لجدول حساب النتائج المتوقعة	05

مقدمة

تمهيد:

يشهد العالم المعاصر تطوراً متسارعاً في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال، حيث أصبحت التطبيقات الذكية من أبرز مظاهر التحول نحو الاقتصاد الرقمي، لما توفره من حلول مبتكرة تساهم في تحسين كفاءة الخدمات وتنظيم الأسواق. وقد ساهم هذا التحول في انتقال العديد من القطاعات من النمط التقليدي إلى النمط الرقمي، الذي يعتمد على التفاعل الإلكتروني بين مختلف الفاعلين.

وفي هذا السياق، برزت التطبيقات الذكية كوسيط فعال يربط بين مقدمي الخدمات والمستهلكين، حيث تساهم في تسهيل الوصول إلى الخدمات، تقليل تكاليف البحث، وتحسين جودة الأداء، إضافة إلى تعزيز الشفافية والثقة في المعاملات.

ويُعد قطاع الخدمات الحرفية في الجزائر من القطاعات الحيوية التي تلعب دوراً مهماً في تلبية الحاجات اليومية للمواطنين، إلا أنه لا يزال يعاني من عدة اختلالات، من بينها العشوائية في التنظيم، صعوبة الوصول إلى الحرفيين، غياب الشفافية في الأسعار، وضعف الثقة بين مختلف الأطراف، مما يستدعي البحث عن حلول حديثة لتنظيمه.

وفي هذا الإطار، تم اقتراح تطبيق "KHADAM" كنموذج أولي (Prototype) يهدف إلى تنظيم سوق الخدمات الحرفية، من خلال إنشاء منصة رقمية تربط بين الحرفيين والزبائن، وتوفر خدمات بطريقة سهلة وسريعة، مع محاولة إدخال آليات حديثة لتحسين تجربة المستخدم وتنظيم العلاقة بين العرض والطلب.

وتتدرج هذه الدراسة ضمن إطار تحليلي نظري وتطبيقي، حيث تم التركيز في الجانب التطبيقي على دراسة نموذج الأعمال الخاص بتطبيق "KHADAM"، باعتباره أداة لفهم كيفية خلق القيمة داخل هذا النوع من التطبيقات.

أولاً: إشكالية الدراسة

انطلاقاً مما سبق، يمكن طرح الإشكالية الرئيسية التالية:

- إلى أي مدى يمكن لتطبيق "KHADAM" أن يساهم في تنظيم سوق الخدمات الحرفية في الجزائر دراسة حالة سوق الخدمات الحرفية بولاية ورقلة؟

وتتفرع عنها التساؤلات التالية:

- ما المقصود بسوق الخدمات الحرفية وما أهم خصائصه؟
- ما طبيعة التطبيقات الذكية ودورها في تطوير قطاع الخدمات؟
- كيف تساهم التطبيقات الذكية في تنظيم العلاقة بين العرض والطلب داخل الأسواق الحرفية؟
- ما أهمية نماذج الأعمال الرقمية في إنجاح التطبيقات الخدمية؟
- كيف يساهم تطبيق KHADAM في تسهيل الوصول إلى الحرفيين بولاية ورقلة؟
- ما مدى قدرة التطبيق على تحسين جودة الخدمات الحرفية وتعزيز الثقة بين الزبائن والحرفيين؟
- كيف يساعد نموذج الأعمال الخاص بتطبيق KHADAM في تحقيق قيمة مضافة للسوق الحرفي؟
- ما أبرز التحديات التي قد تواجه تطبيق KHADAM عند تطبيقه فعليًا في السوق الجزائرية؟

ثانياً: الفرضيات

الفرضية الرئيسية:

- يمكن لتطبيق "KHADAM" كنموذج أولي أن يساهم في تنظيم سوق الخدمات الحرفية في الجزائر.

الفرضيات الفرعية:

- يتميز سوق الخدمات الحرفية بمجموعة من الخصائص التي تجعله بحاجة إلى حلول رقمية حديثة لتنظيمه .
- تساهم التطبيقات الذكية في تحسين كفاءة الخدمات وتسهيل التواصل بين مقدمي الخدمات والزبائن .
- تساعد التطبيقات الذكية في تنظيم العلاقة بين العرض والطلب داخل السوق الحرفية .
- يمثل نموذج الأعمال الرقمي عنصراً أساسياً في نجاح التطبيقات الخدمية الحديثة .
- يساهم تطبيق KHADAM في تسهيل وصول الزبائن إلى الحرفيين بولاية ورقلة .
- يساعد التطبيق في تحسين جودة الخدمات الحرفية وزيادة مستوى الثقة بين المستخدمين .
- يحقق نموذج الأعمال الخاص بتطبيق KHADAM قيمة مضافة للسوق الحرفية من خلال السرعة والتنظيم والشفافية .
- توجد مجموعة من التحديات التقنية والتنظيمية التي قد تؤثر على التطبيق الفعلي لتطبيق KHADAM داخل السوق الجزائرية.

ثالثاً: المنهج المتبع في الدراسة

لتحقيق أهداف الدراسة، تم الاعتماد على:

- المنهج الوصفي لدراسة المفاهيم المتعلقة بسوق الخدمات الحرفية والتطبيقات الذكية.
- المنهج التحليلي لتحليل دور التطبيقات الذكية في تنظيم الأسواق.
- منهج دراسة الحالة النظرية (Case Study Conceptual) من خلال تحليل نموذج الأعمال الخاص بتطبيق "KHADAM".

رابعاً: أهمية الدراسة

تتمثل أهمية الدراسة في:

- إبراز دور التطبيقات الذكية في تنظيم الأسواق غير المهيكلة.
- تقديم نموذج تطبيقي (KHADAM) قابل للتطوير مستقبلاً.
- المساهمة في دعم التحول الرقمي في قطاع الخدمات الحرفية في الجزائر.
- تسليط الضوء على أهمية نماذج الأعمال في تصميم التطبيقات.

خامساً: أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى:

- التعرف على سوق الخدمات الحرفية وخصائصه.
- دراسة دور التطبيقات الذكية في تنظيم هذا السوق.
- تحليل نموذج الأعمال الخاص بتطبيق "KHADAM".
- إبراز القيمة التي يمكن أن يقدمها التطبيق في حال تطبيقه فعلياً.
- تقديم توصيات لتطوير التطبيق مستقبلاً.

سادساً: أسباب اختيار الموضوع

- حداثة موضوع التطبيقات الذكية في المجال الحرفي.
- أهمية تنظيم سوق الخدمات الحرفية في الجزائر.
- الاهتمام بتطوير حلول رقمية مبتكرة.

- الرغبة في تصميم مشروع تطبيقي (KHADAM).

سابعاً: حدود الدراسة

- الحدود المكانية: الجزائر (ولاية ورقلة)
- الحدود الزمنية: لجمع المعلومات و الدراسة من جانفي 2026 الى مارس 2026 و حدود النموذج الاول من افريل 2026 حتى ماي 2026
- الحدود الموضوعية: دراسة سوق الخدمات الحرفية و التطبيقات الذكية وتحليل نموذج أعمال

ثامناً: صعوبات الدراسة

- استحداث الموضوع وقلة الدراسات السابقة
- غياب بيانات ميدانية لكون التطبيق نموذج أولي
- صعوبة تقييم التطبيق بشكل عملي قبل إطلاقه

تاسعاً: هيكل الدراسة

للإجابة على الإشكالية المطروحة، تم تقسيم هذه الدراسة إلى فصلين رئيسيين، أحدهما نظري والآخر تطبيقي، وذلك وفقاً لما يلي:

الفصل الأول: يتناول الإطار المفاهيمي لسوق الخدمات الحرفية والتطبيقات الذكية؛ حيث يستعرض:

المبحث الأول: سوق الخدمات الحرفية: المفهوم، الخصائص وخصائص الحرفة.

المبحث الثاني: التطبيقات الذكية ودورها في تنظيم سوق الخدمات الحرفية.

المبحث الثالث : الدراسات السابقة .

الفصل الثاني: يمثل الدراسة التحليلية لإسهام تطبيق خدام - KHADAM في تنظيم السوق الحرفية في ولاية ورقلة، وقد تم تقسيم هذا الفصل إلى مبحثين

المبحث الأول: يعرض واقع النشاط الحرفي في ولاية ورقلة والمنهجية المستخدمة.

المبحث الثاني: تحليل تطبيق KHADAM ومناقشة النتائج.

الفصل الأول :

الادبيات النظرية لسوق الخدمات
الحرفية والتطبيقات الذكية

تمهيد الفصل :

يشهد قطاع الخدمات الحرفية في الجزائر، على غرار العديد من القطاعات الخدمية، تحولات متسارعة في ظل التطور التكنولوجي وانتشار الوسائط الرقمية، حيث لم يعد هذا القطاع يقتصر على أساليبه التقليدية القائمة على العلاقات المباشرة والبحث العشوائي عن مقدمي الخدمة، بل أصبح يتجه تدريجياً نحو نماذج أكثر تنظيماً تعتمد على التطبيقات الذكية كوسيط فعال بين العرض والطلب.

وفي هذا السياق، تبرز أهمية الإلمام بالإطار النظري الذي يحكم هذا المجال، من خلال ضبط المفاهيم الأساسية المرتبطة بسوق الخدمات الحرفية، وتحليل خصائصه وآليات عمله، وكذا تحديد مختلف الأطراف الفاعلة فيه وطبيعة العلاقات التي تربط بينها. كما يقتضي الأمر دراسة آليات العرض والطلب في هذا السوق، خاصة في ظل التحول نحو البيئة الرقمية وما تفرضه من متغيرات جديدة على سلوك كل من الحرفي والمستهلك.

وعليه، يهدف هذا الفصل إلى تقديم قاعدة مفاهيمية ونظرية متكاملة حول سوق الخدمات الحرفية والتطبيقات الذكية، من خلال التطرق في المبحث الأول إلى الإطار المفاهيمي وآليات عمل السوق، ثم الانتقال في المبحث الثاني إلى دراسة التطبيقات الذكية من حيث مفهومها، أنواعها، نماذج عملها، ودورها في تنظيم وتسيير هذا السوق.

المبحث الأول: سوق الخدمات الحرفية: المفهوم، الخصائص وخصائص الحرفة

يهدف هذا المبحث إلى تقديم تصور نظري حول سوق الخدمات الحرفية من خلال التطرق إلى أهم المفاهيم والخصائص المرتبطة به، إضافة إلى توضيح آليات عمله والأطراف الفاعلة داخله.

المطلب الأول: ماهية سوق الخدمات الحرفية

لفهم طبيعة سوق الخدمات الحرفية بصورة أدق، سيتم في هذا المطلب التطرق إلى المفاهيم الأساسية المرتبطة بالخدمة والسوق والحرفة، مع إبراز أهم الخصائص التي تميز هذا النوع من الأسواق.

الفرع الأول: مفهوم سوق الخدمات الحرفية

سنتناول في هذا الفرع أبرز تعاريف الخدمة والسوق

أولاً : تعريف الخدمة

بسبب تنوعها فإن الخدمات تقليدياً كان من الصعب تحديدها، وأنه غالباً ما يصعب فهم الطريقة التي يتم بها إنشاء الخدمات وتقديمها للزبائن وذلك نظراً لأن العديد من المدخلات والمخرجات غير ملموسة، إن معظم الأفراد لا يواجهون صعوبة في تحديد الصناعة أو الزراعة، ولكن تحديد الخدمة يمكن أن يفلت منهم، فيما يأتي طريقتان لتلقظان جوهر الكلمة.

1 - الخدمة هي تصرف أو أداء تعرضه جهة على جهة أخرى. بالرغم من احتمالية ارتباط الخدمة بسلعة مادية، إلا أن الاداء في حد ذاته معنوي وغالباً لا يؤدي الى امتلاك أي عنصر من عناصر الإنتاج.

2 - إن الخدمات هي أنشطة اقتصادية تقدم قيمة وفوائد للزبائن في أوقات وأماكن محددة، وكنتيجة لإحداث تغيرات مرغوب بها لصالح - أو بالنيابة عن - متلقي الخدمة.

تعرف الخدمة فكاهاياً أيضاً بأنها شيء من الممكن شراؤه وبيعه ولكن ليس من الممكن أن يقع على قدمك.¹

وقصد إزالة الغموض الذي يكتنف مفهوم الخدمة ولو نسبياً، ارتأينا تسليط الضوء على عدد من التعريفات التي جاءت بها أدبيات التسويق:

➤ تعريف الجمعية الأمريكية للتسويق للخدمة:

عرفت الجمعية الأمريكية للتسويق الخدمة على أنها منتجات غير ملموسة في جوهرها لكن ما يحيط بها ملموس، ولذلك تظهر في مجملها بأنها غير ملموسة لا يمكن نقلها أو تخزينها، إذ يتم تبادلها

¹ كريستوفر لفلوك، لورين رايت، مبادئ تسويق الخدمة و إدارتها، الطبعة الأولى، دار حميثرا للنشر، مصر، سنة 2022، ص 18

مباشرة من المنتج إلى المستخدم، والمنتجات الخدمية يصعب تحديدها بدقة فهي تنتج وتستهلك في الوقت نفسه لذلك لا يتولد عنها شعور بالملكية".

➤ تعريف للخدمة 2001, Kotler & Armstrong :

يعرف (Kotler & Armstrong 2001) الخدمة بأنها نشاط" أو فائدة يمكن أن يقدمها طرف إلى طرف آخر، وهي غير ملموسة ولا يترتب عليها انتقال للملكية، وقد يكون إنتاجها مرتبطاً أو غير مرتبط بمنتج مادي.

➤ تعريف (Palmer) للخدمة:

أما (Palmer) فيعرف الخدمة بأنها عملية إنتاج منفعة غير ملموسة إما بحد ذاتها أو كعنصر جوهري من منتج ملموس، والتي تلي من خلال شكل من أشكال التبادل حاجة ما لدى المستهلك".

➤ تعريف للخدمة 1989 Schroeder :

لقد أوضح (Schroder 1989) مصطلح الخدمة من خلال مفهوم مثلث الخدمة، والذي يتكون من أربعة عناصر هي:

1- الاستراتيجية وهي رؤية المنظمة التي تعمل بمثابة موجه للإدارة فيما يتعلق بتنفيذ الخدمة وتقديمها إلى الزبون.

2- النظام: وهو النظام المادي والإجراءات المستخدمة لإنتاج الخدمة.

3- العاملون وهم الموظفون المسؤولون عن إنتاج الخدمة وتقديمها إلى العميل في المنشأة الخدمية.

4- الزبون أو العميل وهو مركز المثلث ومحور العمل التسويقي في المنظمة الخدمية حيث تنصب كل الجهود لتحقيق حاجاته وإشباعها. و عرف كوتلر الخدمة على أنها: " أي نشاط أو إنجاز أو منفعة يقدمها طرف ما لطرف آخر و تكون أساسا غير ملموسة ولا ينتج عنها أية ملكية، وأن إنتاجها أو تقديمها قد يكون مرتبطا بمنتج ملموس".²

➤ وتعرف أيضا بأنها أعمال وعمليات وأداء يزود بها أو يشارك في إنتاجها شخص طبيعي أو وحدة اقتصادية لشخص طبيعي آخر أو وحدة اقتصادية أخرى الخدمة هي عمليات تتألف عادة من سلسلة من الكثير أو القليل من النشاطات غير المادية، تجرى الخدمة بين العميل وموظف الخدمة بحيث يرافق ذلك استخدام سلع مادية وأنظمة خاصة بمزود الخدمة التي توجد الحلول لمشاكل العملاء. الخدمة هي تطبيق للقدرات المتخصصة من المعرفة والمهارات من خلال الأعمال والعمليات والأداء لمنفعة لكيان آخر أو للكيان نفسه تتصف الخدمة بفنائها بمرور الوقت وبأنها تجربة معنوية تقدم للعميل وتنفذ من خلال الدور بالمشاركة في الإنتاج. ويرى الباحثون أنه يمكن

² الدكتورة رانيا المجني، الإجازة في الإعلام والاتصال من منشورات الجامعة الافتراضية السورية، الجمهورية العربية السورية، 2020، ص 4-5

تعريف الخدمة على أنها حزمة متشابكة من الأفعال والتصرفات المادية والمعرفة العقلية مختلفة الخصائص يُعتمد في تشكيلها على القطاع الاقتصادي لمزود الخدمة وعلى بيئة العمل والمناخ المحيط بعملية التبادل؛ حيث تعمل على خلق منفعة، بحيث تتخذ هذه المنفعة إما شكلاً مادياً أو شكلاً معنوياً.³

ومن هذه التعاريف يمكننا القول انا "الخدمة هي نشاط أو سلسلة من الأنشطة غير الملموسة، تهدف إلى تقديم منفعة أو حلول لمشكلات العميل من خلال تفاعل قد يكون بشرياً أو تقنياً. وتتميز الخدمة بتلازم عمليتي إنتاجها واستهلاكها، وفنائها لعدم قابليتها للتخزين، كما أنها لا تؤدي إلى انتقال الملكية، رغم إمكانية ارتباطها أو استنادها إلى منتجات مادية ملموسة".

ثانياً: مفهوم الحرفة

يعد مفهوم الحرفة من المفاهيم التي لا نجد لها تحديد يتصف بالعمومية، فهي تختلف حسب التوجه الفكري لمتناوليها، وكذا الاختلاف في الدلالة حسب كل دولة ونظرتها للحرفة. تعرف الحرفة في اللغة: جهة الكسب، كل ما يشتغل به الإنسان. أما المجدد في اللغة فالحرفة هي جمع حرف اسم من الاحتراف (الصناعة) طريقة الكسب.

وحسب الدلالة اللغوية للمصطلح على غرار ما جاء في لسان العرب والحرفة: الصناعة وحرفة الرجل: صنعة لأهله وأحترَف: كسب وطلب وأحْتَالَ، وقيل 3 الاحتراف الاكتساب أيًا كان.

كما تعرف الحرفة على أنها مجموعة من الخبرات المتراكمة من جيل إلى آخر بأساليب مبتكرة وأدوات بسيطة ومهارات يدوية.

ومن الناحية الاصطلاحية نجد بعض التعاريف لها نفس الوجهة اعتبار الحرفة كطريقة للكسب)، حيث يعرفها أحمد بن عباس العسقلاني " على أنها: « كل ما أشتغل به الإنسان واشتهر به فيقولون حرفة فلان كذا وهي ترادف كلمة صنعة وعمل.

والحرفة مأخوذة الأصل من تنمية المال، حيث يقال: جاء فلان بالإحراق أي جاء بالمال الكثير.⁴ والحرفة هي ما يكتسب به الرزق من عمل. ففي قول عمر بن الخطاب رضي الله عنه إني لأرى الرجل فيعجبني، فإذا سألت عنه فقل: لا حرفة له، سقط من عيني، وفي الحديث: "إن الله يحب المؤمن المحترف ، وهنا يبدو أن كل من المهنة والحرفة هما مفهومان متقاربان

³ مصطفى وليد نور الله، فجوة جودة الخدمات في مصارف القطاع الخاص في محافظة اللاذقية سورية، مجلة الباحث ، العدد 14 ، سنة

2014 ، ص 3

⁴ رقاني الزهراء، وبومشيش لعل. دور العمل الحرفي في تحقيق الاستقلال الاجتماعي والمادي للمرأة بالجزائر - دراسة ميدانية للعمليات في

حرفة الخياطة ولاية أدرار، مجلة الحوار الفكري، سنة 2018 ، ص 168-169

أما مفهوم الحرفة في الموسوعة الدولية للعلوم الاجتماعية (1968)، فيضم كل أنواع الأنشطة التي تستخدم الوسائل اليدوية في الإنتاج وفي تطوير هيئة الماديات، وكل الأشكال الاجتماعية التي تتدرج ضمن الإطار التصوري لهذا المفهوم.

ويقصد بمفهوم الحرفة في التراث الأنجلوسكسوني المقدرة والمهارة والبراعة في أداء العمل، ومن ثم فهو يشتمل على مفهوم الفن **art** نظراً لأن هذا الأخير يعتمد بشكل أساسي على الإحساس بالتعبير الذي يفضي إلى تحقيق الجمال والإحساس بالبهجة والسرور .⁵

ثالثاً: تعريف السوق

يُعد مفهوم "السوق" حجر الزاوية الذي تركز عليه كافة الأنشطة التجارية ومبادلات الأعمال. ونظراً لاتساع هذا المفهوم وتعدد أبعاده، فقد اختلفت التعاريف وتنوعت باختلاف الزاوية العلمية التي يُنظر من خلالها إليه؛ فبينما يركز التحليل الاقتصادي على آليات العرض والطلب وميكانيزمات تحديد الأسعار، يتبنى الفكر التسويقي نظرة أكثر شمولية تركز على الزبون وحاجاته وقدرته الشرائية. وقصد الإلمام بهذا المفهوم من مختلف جوانبه، نستعرض فيما يلي أبرز التعاريف التي تناولته :

يعرف التحليل الاقتصادي السوق بأنه: " المكان النظري الذي يتلاقى فيه العرض مع الطلب على المواد أو الخدمات التي يعتبرها المشترون أو المستعملون قابلة للاستبدال فيما بينها، لكن غير قابلة للاستبدال مع غيرها من الاموال والخدمات المعروضة ويقصد بالسوق المعنية نوع النشاط التجاري المتضمن تقييدا الحرية للمنافسة في المنتجات والمنطقة الجغرافية التي يمارس فيها هذا النشاط .

وقد عرفها الدكتور راشد البراوي بأنها عبارة عن منطقة يتصل بها المشترون والبائعون إما بطريق مباشر أو عن طريق وسطاء بحيث أن التسعير الذي يسود في أحد أجزاء السوق يكون له تأثيره على الأسعار السائدة في أجزائه الأخرى، مما يترتب عنه وجود تجانس في أسعار السلعة الواحدة في السوق كلها بغض النظر عما يحدث من انحرافات عن الثمن المتجانس التي قد ترجع إلى اعتبارات محلية أو أسباب طارئة ووقتيّة .⁶

من خلال ما سبق، يمكننا استنتاج أن السوق في مفهومه الشامل لا يقتصر على الحيز المكاني أو الجغرافي الذي تتلاقى فيه قوى العرض والطلب، بل هو إطار تفاعلي (مادي أو نظري) يجمع بين أفراد ومؤسسات يمتلكون حاجات ورغبات غير مشبعة، وتتوفر لديهم الإرادة والقدرة الشرائية لإتمام عملية التبادل

⁵ براهمي وهيبة ، دور الدولة في توفير المناخ الاستثماري و التنافسي للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة دراسة مقارنة مع دراسة حالة قطاع الصناعات التقليدية و الحرف ، أطروحة دكتوراه ، تخصص النقود و المالية ، كلية العلوم الاقتصادية وتجارية و علوم التسيير ، جامعة الجزائر 03 ، الجزائر ، 2016/2015 ، ص 24-25

⁶ د. بدوي عبد الجليل، د. هنان علي، حدود السوق لتطبيق قواعد القانون المنافسة، مجلة التميز، المجلد 3 ، العدد 01، لسنة 2021، ص 36-35

التجاري؛ حيث تلعب الجهود التسويقية دوراً حاسماً في تسهيل انتقال المنتجات والخدمات وتحقيق المنفعة والقيمة لجميع الأطراف.

ومن خلال ما سبق، يمكن استنتاج أن سوق الخدمات الحرفية يُعد من الأسواق الحيوية التي تقوم على تقديم خدمات تعتمد أساساً على المهارة والخبرة الحرفية لتلبية حاجات الأفراد والمؤسسات. كما يمثل حلقة وصل بين الحرفيين والعملاء ضمن إطار اقتصادي يقوم على التفاعل المباشر وتبادل المنافع. ويتميز هذا السوق بطابعه الخدمي غير الملموس، وباعتماده الكبير على كفاءة الحرفي وجودة الأداء، الأمر الذي يجعله من القطاعات القابلة للتطوير والتحول الرقمي عبر التطبيقات والمنصات الذكية التي تساهم في تنظيمه وتسهيل الوصول إلى خدماته وتحسين جودة التعامل داخله.

الفرع الثاني: خصائص الحرف

تتميز الحرف بجملة من الخصائص نذكر منها :

1. **قلة رأس المال** : هذه الحرف لا تتطلب رؤوس أموال ضخمة لتأسيسها أو ممارستها مقارنة بالمشاريع التجارية الأخرى.
2. **بساطة التكنولوجيا** : التكنولوجيات والمعدات المستخدمة في الصناعات والخدمات الحرفية غالباً ما تكون بسيطة وتعتمد بشكل أكبر على المهارة اليدوية.
3. **الإدارة الفردية (الاستقلالية)** : الاعتماد على شخص واحد (الحرفي) للقيام بجميع الأعمال وإدارة مشروعه أو خدمته بنفسه.
4. **تمركز أسواق النشاطات الحرفية** : ارتباط الحرفي بسوق محلي أو بيئة جغرافية محددة يقدم فيها خدماته المباشرة للزبائن⁷.

الفرع الثالث: خصائص سوق الخدمات الحرفية

الخدمات متنوعة، البعض منها عمومي والبعض الآخر خاص البعض منها ذو هدف ربحي والبعض الآخر مجاني، البعض منها تجاري والبعض الآخر إداري. لذلك تميل أغلب الدراسات إلى جعلها موحدة من خلال معيار تمييزها عن المنتجات المادية ذات الاستهلاك الواسع.

هذه التفرقة تتم بتخصيص مزايا خاصة للخدمات مقارنة بالمنتجات:

○ فالخدمات غير ملموسة" بينما المنتجات "لملموسة".

⁷ أولاد يحي، ف. ز. عزوف الشباب عن الالتحاق بالعمل الحرفي البدوي والقيم الاجتماعية: دراسة ميدانية لشباب مدينة غرداية، رسالة ماجستير، جامعة غرداية، (2015)، ص 52-54.

- الخدمات قابلة للتلف" أي تفسد إذا لم تستهلك في حين أن المنتجات يمكن "تخزينها أو تأجيل استهلاكها"؛
- الخدمات أكثر تغيرية وغير متوقعة" مقارنة بالمنتجات التي هي "تمطية ومتوقعة".
- في الخدمات لا يمكن فصل الإنتاج عن الاستهلاك"، بينما "هما متفرقان" بالنسبة للمنتجات.
- وأخيراً ما يميز الخدمات عن المنتجات هو كون المادة الأولية المعالجة في حالة الخدمات هم "الزبائن"، وهذا هو سر الأهمية القصوى للبعد البشري" في قطاع الخدمات.⁸

وعند إسقاط هذه الخصائص العامة على واقع سوق الخدمات الحرفية، نجد أنها تتجسد بوضوح في الأبعاد التالية:

- من حيث اللاملموسية: مهارة الحرفي (كالسباك، الكهربائي، أو النجار) وكفاءته هي أمور معنوية لا يمكن للزبون معاينتها أو قياس جودتها المادية قبل طلب الخدمة وإنجازها. هذا ما يجعل عوامل مثل "السمعة" و"الثقة" المحرك الأساسي لقرارات الزبائن في هذا السوق.
- من حيث القابلية للتلف: تتمثل هذه الخاصية في "وقت الحرفي" وقدرته الإنتاجية؛ فالساعات أو الأيام التي يقضيها الحرفي في انتظار طلبات العمل هي طاقة مهدورة لا يمكن تخزينها لبيعها لاحقاً، مما يشكل خسارة مباشرة لدخله.
- من حيث التغيرية (عدم التتميط): تتباين جودة العمل الحرفي بشكل كبير من حرفي إلى آخر بناءً على مستوى الخبرة. بل وتتغير مخرجات الحرفي نفسه باختلاف حالته البدنية، مزاجه، أو درجة تعقيد العطل، مما يجعل مخرجات السوق الحرفية غير متطابقة ويصعب التنبؤ بها بدقة تامة.
- من حيث تلازم الإنتاج والاستهلاك: في الغالب الأعم من الخدمات الحرفية، يتطلب الأمر انتقال الحرفي إلى البيئة الخاصة بالزبون (كالمنزل أو مقر العمل) لتقديم الخدمة. هذا التواجد المشترك يعني أن الزبون يعيش تجربة "الإنتاج" ويتفاعل معها لحظة بلحظة.
- من حيث البعد البشري: نظراً لطبيعة العمل الحرفي الذي يتطلب إدخال مقدم الخدمة إلى المساحة الشخصية للزبون، تصبح "المادة المعالجة" هي راحة العميل وأمانه. لذا، فإن مهارات التواصل، الأمانة، واحترام الخصوصية تعتبر عناصر حاسمة ومكملة للمهارة التقنية للحرفي.

⁸ براينيس عبد القادر، وكبير هادية، خصائص الخدمات وأثرها على سلوك المستهلكين، مجلة الإستراتيجية والتنمية، العدد (6)، 2014، ص

المطلب الثاني: آليات عمل سوق الخدمات الحرفية

بعد التعرف على المفاهيم الأساسية لسوق الخدمات الحرفية، يأتي هذا المطلب لتوضيح الكيفية التي يعمل بها هذا السوق، من خلال دراسة الأطراف الفاعلة وآليات العرض والطلب داخله.

الفرع الأول: الأطراف الفاعلة في سوق الخدمات الحرفية الجزائرية

لم يعد سوق الخدمات الحرفية مجرد مساحة تقليدية لتبادل المنفعة، بل تحول إلى منظومة اقتصادية ديناميكية تتطلب تنظيمًا وهيكلًا دقيقة. ويعتمد استقرار هذا السوق ونجاحه، لاسيما في ظل مساعي الانتقال به نحو بيئة مهيكلة تدعمها التطبيقات الذكية، على التفاعل المباشر والتكامل بين عدة أطراف محورية. وعليه، سنسعى في هذا المطلب إلى تفكيك هذه المنظومة وتبسيط الضوء على أبرز الفاعلين فيها، وتحديد أدوارهم وطبيعة العلاقات التي تربطهم لتشكيل بيئة خدمية متكاملة.

أولاً: أبرز الفاعلين في سوق الخدمات الحرفية :

1) الحرفيون:

الحرفي، كل شخص طبيعي مسجل في سجل الصناعة التقليدية والحرف يمارس نشاطًا تقليديًا كما هو محدد في المادة 5 من هذا الأمر، يثبت تأهلاً ويتولى بنفسه ومباشرة تنفيذ العمل، وإدارة نشاطه وتسييره وتحمل مسؤوليته حرفي معلم في حرفته، كل حرفي مسجل في سجل الصناعة التقليدية والحرف، يتمتع بمهارة تقنية خاصة، وتأهيل عال في حرفته، وثقافة مهنية. صانع، كل عامل أجير له تأهيل مهني مثبت

ويمكن اعتبار الحرفي ذلك الشخص الذي يعتمد على خبرته ومهارته اليدوية أو التقنية في ممارسة نشاط حرفي أو تقليدي بصفة مستقلة، حيث يشرف بنفسه على إنجاز العمل وتسيير نشاطه المهني، مع امتلاكه تأهيلاً يسمح له بممارسة حرفته وفق الأصول المهنية المعتمدة.⁹

2) الزبائن:

تسعى جميع المنظمات لتحقيق رغبات وحاجات الزبائن، وهناك العديد من التعاريف التي تطرقت إلى الزبون نذكر منها:

الزبون هو الشخص العادي أو الاعتباري الذي يقوم بشراء السلع والخدمات من السوق لاستهلاكه الشخصي أو لغيره بطريقة رشيدة في الشراء والاستهلاك".

⁹ المادة 10 من الأمر رقم 96_01 الذي يحدد القواعد التي تحكم الصناعة التقليدية والحرف، ج ر، ع03.

الزبون يمثل الشخص الذي يشتري ويستعمل ما تنتجه المنظمة".¹⁰

(3) الهيئات الحكومية:

تعاونية الصناعة التقليدية والحرف:

تعتبر تعاونية الصناعة التقليدية والحرف المسماة عادة التعاونية الحرفية، شركة أشخاص ذات طابع مدني وذات رأسمال غير قار، وتقوم على حرية انضمام أعضائها الذين يتمتعون جميعا بصفة الحرفي، أو بتعبير آخر يمكن الانخراط فيها بكل حرية شريطة أن يكون المعني بالأمر مكتسبا صفة الحرفي.

ويحدد موضوعها حسب حاجة منخرطها المهنية وبالتالي يمكن أن تتلخص مهامها في الآتي:

- انجاز أو تسهيل كل العمليات التي تتعلق بإنتاج منتجات الصناعة التقليدية لمنخرطها وتحويلها وحفظها وتسويقها.
- تمويل المنخرطين وحدهم عن طريق مدهم بكل عوامل الانتاج والتجهيزات الضرورية لنشاطهم وجزء منهم.
- القيام بصفة عامة والحساب منخرطها بكل العمليات التي تندرج عادة في اطار مهنة الصناعة التقليدية و الحرف.

مقولة الصناعة التقليدية والحرف:

أخضع المشرع تأسيس مقولة الصناعة التقليدية والحرف إلى القانون التجاري، حيث 20 من اشترط أن تنشأ وفقا لأحد أشكال الشركات التجارية وقد نصت على هذا المادة الأمر 96_01، بالتالي تلتزم مقولة الصناعة التقليدية بالقيد في السجل التجاري اضافة الى التسجيل في سجل الصناعة التقليدية والحرف وهذا ما يميزها عن تعاونية الصناعة التقليدية التي تلتزم فقط بالتسجيل في سجل الصناعة التقليدية.

وتنقسم المقولة الحرفية إلى قسمين: مقولة الصناعة التقليدية والمقولة الحرفية لإنتاج المواد والخدمات.¹¹

(4) الموردون:

¹⁰ سكر كنزة ، دور تكنولوجيا المعلومات و الاتصال في تفعيل إدارة علاقة الزبون دراسة حالة الخطوط الجوية الجزائرية ، مذكرة ماجستير ، تخصص إدارة العمليات التجارية ، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير و علوم التجارة ، جامعة الجزائر 3 ، الجزائر ، سنة 2010/2011 ، ص 48

¹¹ سعاد نقادي، علية هدار، النظام القانوني للحرفي في التشريع الجزائري، مذكرة ماستر، جامعة ورقلة، سنة 2022/2023، ص 17-21

الموردون هم الأفراد والمنظمات (الشركات) الذين يقومون بتوفير الموارد اللازمة التي تحتاجها الشركة ومنافسوها لإنتاج السلع وتقديم الخدمات.¹²

5) الوسطاء الرقميون:

يعرف بأنه: "برنامج من برامج الكمبيوتر يقوم بعمل معين، نيابة عن الشخص الذي يستخدم الحاسب الآلي، ويكون له في قيامه بهذا العمل قدر من الاستقلالية، فلا يتطلب لقيامه بهذا العمل تدخلا مباشرا من الشخص الذي يمثله "

كما يعرف أيضا بأنه: "برنامج حاسوب يعمل على تحقيق أهداف معينة، في بيئة ديناميكية - حيث يكون فيها التغيير طبيعيا - نيابة عن كيانات أخرى - حاسوبية أو بشرية - خلال فترة ممتدة من الزمن دون إشراف وسيطرة مباشرة ومستمرة، ويظهر درجة كبيرة من المرونة وحتى الإبداعية في الكيفية التي يسعى إليها "

ولأن هذا المصطلح يستعمل غالبا في التجارة الالكترونية، فقد أولت له الدول تعريف خاصا في القوانين والأنظمة المتعلقة بالتجارة، في شقها المرتبط بالتجارة الالكترونية، ونلاحظ أن الجزائر في قانونها المتعلق بالتجارة الالكترونية رقم 18/05 لم يرد أي تعريف لهذا النوع، إلا أنه اكتفى بالإشارة إليه ضمنا في المادة رقم 18 من نفس القانون فيقول: "... سواء تم تنفيذه من قبله أو من قبل مؤدي خدمات آخرين فهذه العبارة الأخيرة عامة تشمل أيضا الوسطاء الرقميون.¹³

ثانيا: أدوار وطبيعة العلاقة بين الأطراف الفاعلة في سوق الخدمات الحرفية في الجزائر

أ. أدوار الأطراف الفاعلة في البيئة الخدمية الحرفية:

كل طرف من الأطراف المذكورة يلعب دوراً وظيفياً محدداً لا يكتمل السوق بدونه:

1. عارضي الخدمة (الحرفيون): "المحرك التنفيذي للخدمة"

الدور: يمثلون "جانب العرض". يتلخص دورهم في التنفيذ المباشر والفعلي للأعمال الحرفية بفضل تأهيلهم المهني. كما يتحملون المسؤولية القانونية والتقنية لإدارة نشاطهم وتسييره (سواء كأفراد أو كأشخاص معنويين)، وهم مطالبون بضمان جودة الأداء لتحقيق رضا الزبون.

¹² كوتلر، فيليب، وأرمسترونج، جاري، أساسيات التسويق (ترجمة: سرور علي إبراهيم). دار المريخ للنشر، الرياض، سنة 2007، ص 92.

¹³ لهزيل باحمد، الخدمات الرقمية للوسطاء في تسويق خدمات الكتب: إنشاء منصة ASMED لتسويق خدمات الكتب، مذكرة ماستر، تخصص تكنولوجيا و هندسة المعلومات، كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية، جامعة تيارت، الجزائر، سنة 2024/2025، ص 16

2. طالبي الخدمة (الزبائن): "الدافع الاقتصادي"

الدور: يمثلون "جانب الطلب". دورهم محوري هو خلق الحركية الاقتصادية داخل السوق من خلال بحثهم المستمر عن إشباع حاجاتهم الاستهلاكية (صيانة، بناء، إصلاح). سلوكهم الرشيد في البحث عن أفضل خدمة بأقل تكلفة يفرض على الحرفيين والمنصات التنافس لتقديم أفضل جودة.

3. البيئة المؤسسية (الهيئات الحكومية والتعاونيات): "المُؤطر والمُسهل"

الدور: تلعب دوراً تنظيمياً وداعماً. من الجانب التنظيمي، تضمن هيكلة السوق عبر إلزام الحرفيين بالقيد في سجل الصناعة التقليدية أو السجل التجاري (للمقاولات). ومن الجانب الداعم، تتدخل عبر "التعاونيات" لتسهيل مهام الحرفيين من خلال توفير التجهيزات، تسويق المنتجات، وحماية مصالحهم المهنية.

4. الموردون: "الداعم اللوجستي"

الدور: يشكلون حلقة الإمداد الخلفية. دورهم هو ضمان توفير مدخلات العمل (المواد الأولية، قطع الغيار، والأدوات) بالكمية والجودة المطلوبة. استمرارية النشاط الحرفي تعتمد كلياً على موثوقية هؤلاء الموردين.

5. الوسطاء الرقميون (التطبيقات الذكية): "المُحفز التكنولوجي وصانع التوافق"

الدور: يقومون بدور "الوكيل الذكي المستقل". تتلخص مهمتهم في أتمتة عملية البحث والمطابقة بين (الزبون) و(الحرفي) في بيئة ديناميكية. ينوب هذا الوسيط الرقمي عن الأطراف في تسهيل المعاملات وتقليل الجهد البشري، مما يحول السوق من بيئة عشوائية تقليدية إلى بيئة رقمية منظمة.

ب. طبيعة العلاقات التفاعلية لإنشاء "بيئة خدمية متكاملة":

لا تعمل هذه الأطراف كل طرف لوحده، بل تتربط عبر شبكة من العلاقات التكاملية التي تحول السوق إلى نظام بيئي متكامل:

- **علاقة تبادلية أساسية (الزبون ↔ الحرفي):** هي علاقة قائمة على المنفعة المتبادلة وتلبية الاحتياج المباشر. يقدم الحرفي مهارته ووقته، في مقابل الحصول على عائد مادي من الزبون. نجاح هذه العلاقة يعتمد بشكل كلي على الثقة وجودة الخدمة المقدمة.

- علاقة وسائطية نكية (الوسيط الرقمي ↔ الزبون/الحرفي): هي علاقة "تسهيل وتنسيق". يتدخل التطبيق الذكي لربط بين الطرفين. بالنسبة للزبون، يوفر الوسيط خيارات موثوقة وسريعة. وبالنسبة للحرفي، يمثل التطبيق قناة تسويقية فعالة تجلب له الطلبات باستمرار دون الحاجة للبحث اليدوي. هذه العلاقة تُخفض بشكل كبير من "تكاليف البحث والتسويق".
- علاقة تنظيمية وحماية (الهيئات الحكومية ↔ الحرفي/الوسيط الرقمي): هي علاقة تأطير قانوني. تربط الدولة (عبر مؤسساتها) الحرفيين بضرورة العمل ضمن الأطر الرسمية (السجلات التجارية والحرفية)، مما ينقلهم من الاقتصاد الموازي إلى الاقتصاد المهيكل. كما أن هذه الهيئات تتقاطع مع الوسيط الرقمي من خلال قانون التجارة الإلكترونية، لتوفير غطاء قانوني يحمي جميع الأطراف المعنية.
- علاقة إمدادية وتكاملية (الموردون ↔ الحرفي/التعاونيات): هي علاقة "تكامل خلفي" تضمن جودة الخدمة. ترتبط كفاءة الحرفي (أو مقاوله/تعاونية الصناعة التقليدية) بقدرة المورد على توفير المواد بأسعار تنافسية وفي الوقت المناسب. أي خلل في هذه العلاقة ينعكس سلباً على التكلفة النهائية التي يتحملها الزبون، وعلى سرعة استجابة الوسيط الرقمي للطلبات.

ومن ماسبق تتشكل البيئة الخدمية المتكاملة عندما تتضافر هذه العلاقات؛ حيث يتدخل الوسيط الرقمي لربط الزبون بالحرفي الذي يحصل على موارده من المورد، وكل ذلك يتم تحت غطاء تنظيمي ورقابي توفره الهيئات الحكومية والتشريعية، مما يضمن تدفقاً سلساً، آمناً، وفعالاً للخدمات الحرفية¹⁴.

الفرع الثاني: آليات العرض والطلب في سوق الخدمات الحرفية الرقمية

1. مفهوم العرض في سوق الخدمات الحرفية

يشير العرض في هذا السياق إلى كمية المهارات والخدمات الفنية التي يرغب ويستطيع الحرفيون (كالنجارين، السباكين، الكهربائيين) تقديمها للمجتمع عند مستوى سعري معين وفي فترة زمنية محددة. في البيئة الرقمية، لا يقاس العرض بعدد الحرفيين فحسب، بل بمدى "جاهزيتهم الرقمية" وتواجد سجل مهني (Profile) يثبت كفاءتهم¹⁵.

أ. آليات العرض الرقمي (Supply Side)

¹⁴ من اعداد الطالب استنادا لدراسات السابقة

¹⁵ منصور، خالد، اقتصاديات الخدمات وتحديات التحول الرقمي في الدول العربية، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، 2021، ص 45

المورد الحرفي الرقمي: هو مقدم الخدمة الفنية (سواء كان فرداً أو مؤسسة مصغرة) الذي يعتمد على **المنصات الذكية** كقناة أساسية لعرض مهاراته وتسويقها، وإدارة عملية البيع والتعاقد. هو لم يعد "عاملاً" ينتظر الزبون في مكان مادي، بل أصبح "مورداً للخدمة" متاحاً عبر البيانات الجغرافية والتقنية.

أبعاد "المورد الحرفي" في البيئة الرقمية

لكي نعتبر الحرفي مورداً في السوق الرقمي، يجب أن تتوفر فيه ثلاثة أبعاد أساسية:

جدول رقم (01): ابعاد المورد الحرفي في البيئة الرقمية

الوصف	البعد
امتلاك "هوية رقمية (Digital Identity)" تشمل الملف الشخصي، سابقة الأعمال، المصورة، والتقييمات التراكمية.	البعد التقني
القدرة على التواجد في "نظام التموضع العالمي (GPS)"، مما يجعله مورداً مرئياً للطلب في محيطه المكاني.	البعد الجغرافي
استجابة الحرفي لخوارزميات التطبيق (سرعة قبول الطلب، الالتزام بالمواعيد المحدثة رقمياً).	البعد السلوكي

المصدر: من اعداد الطالب انطلاقاً من دراسات سابقة

يبين الجدول أبعاد المورد الحرفي في البيئة الرقمية، حيث ينقسم إلى ثلاثة أبعاد أساسية تتمثل في البعد التقني الذي يرتبط بالهوية الرقمية للحرفي وما تتضمنه من ملف شخصي وسابقة أعمال وتقييمات، والبعد الجغرافي الذي يعكس قدرة الحرفي على الظهور وتحديد موقعه عبر أنظمة الموقع الجغرافي (GPS)، مما يسهل وصول الزبائن إليه، إضافة إلى البعد السلوكي الذي يرتبط بسرعة استجابة الحرفي عبر التطبيق ومدى التزامه بالمواعيد والخدمات المطلوبة رقمياً. وتساهم هذه الأبعاد مجتمعة في تحسين حضور الحرفي وزيادة فعاليته في البيئة الرقمية.

خصائص المورد الحرفي الرقمي:

- **الاستقلالية المرنة (Gig Worker):** المورد هنا لا يعمل بدوام كامل غالباً، بل يمارس "العرض المرن"؛ أي يعرض خدمته في الساعات التي تناسبه. (On-demand Service)
- **الموثوقية المستمدة من البيانات:** في السوق التقليدي، الموثوقية تأتي من "المعرفة الشخصية". في البيئة الرقمية، المورد هو "مجموع تقييماته"؛ فكلما زاد عدد النجوم (Ratings) لديه، زادت قيمته كمورد في السوق.

- **تعدد المهام (Multi-tasking):** البيئة الرقمية تسمح للمورد الحرفي بتنوع "محفظه خدماته"؛ فيمكن للكهربائي أن يعرض خدمات صيانة المكيفات والأنظمة الذكية في آن واحد بناءً على الطلب المرصود في التطبيق¹⁶.

عوامل استجابة العرض (التفرغ، المهارة، التغطية الجغرافية)

- تحدد قدرة "المورد الحرفي" على تلبية الطلب عبر التطبيقات الذكية من خلال ثلاثة محاور تقنية-تشغيلية:
- **عامل التفرغ (المرونة الزمنية):** (تعتمد الاستجابة هنا على "حالة الاتصال (Online Status)" يتيح البيئة الرقمية تحويل الساعات الضائعة لدى الحرفي إلى عرض فعال، حيث تزداد استجابة العرض في أوقات الذروة بفضل نظام التنبيهات الفوري الذي يقلل من زمن الاستجابة بين قبول الطلب وتنفيذه.
- **عامل المهارة (التخصص الرقمي):** (الاستجابة في التطبيقات ليست كمية فقط بل نوعية. فالتطبيق يوجه الطلب نحو الحرفي الأكثر مهارة (بناءً على التقييمات وسابقة الأعمال)، مما يجعل "السمعة الرقمية" محفزاً للمورد لتطوير مهاراته لضمان استمرارية ظهور عرضه أمام المستخدمين.
- **التغطية الجغرافية (النطاق المكاني):** (تعد المسافة المكانية المحدد الأكبر؛ حيث ترتبط استجابة العرض عكسياً مع المسافة. تساهم التطبيقات في تحسين هذا العامل عبر تقنية (GPS) التي تضمن حصر العرض في نطاق جغرافي يحقق الجدوى الاقتصادية للحرفي (تقليل تكلفة وجهد التنقل).¹⁷

تحدي الجودة: ضمان التطبيق لمعايير العرض

- يعد "تحدي الجودة" المعضلة الأكبر في سوق الخدمات الحرفية نظراً لكونها خدمات غير ملموسة ويصعب تقييمها قبل الاستهلاك. في البيئة الرقمية، ينتقل دور التطبيق من مجرد "وسيط" إلى "ضامن للجودة" عبر الآليات التالية:

- **الفلتر والتدقيق (Screening):** لا يقبل التطبيق أي مورد حرفي إلا بعد التحقق من وثائق الهوية، الشهادات المهنية، وفي بعض الأحيان إجراء اختبارات عملية أو مقابلات شخصية.
- **نظام التقييم التراكمي (Reputation System):** يعتبر "الفلتر الذاتي" للسوق؛ حيث تقوم خوارزمية التطبيق باستبعاد الحرفيين ذوي التقييمات المنخفضة (مثلاً أقل من 3 نجوم) تلقائياً، مما يضمن بقاء العرض عالي الجودة فقط.
- **المراجعة البعديّة والتغذية الراجعة:** يتيح التطبيق توثيق العمل عبر الصور قبل وبعد التنفيذ، مما يوفر مرجعاً بصرياً يضمن مطابقة الخدمة للمعايير المطلوبة.

¹⁶ حمادات، محمد ، اقتصاد المنصات الرقمية وتأثيرها على العمالة غير الرسمية. المجلة العربية للعلوم ونشر الأبحاث، المجلد 7، العدد 1 ،

2023 ، ص 76

¹⁷ عبد القادر، محمد الشريف ، المنصات الرقمية ومستقبل العمل الحر: دراسة في آليات العرض والطلب. المجلة الدولية للاقتصاد الرقمي، المجلد

4، العدد 2 ، 2022 ، ص 152

- **الضمان والتأمين:** توفر بعض التطبيقات "ضماناً على الخدمة" لفترة محددة، حيث يتحمل التطبيق تكلفة إعادة الإصلاح في حال سوء التنفيذ، مما يعزز موثوقية العرض¹⁸.

مفهوم الطلب في سوق الخدمات الحرفية:

يمثل الطلب حاجة المستهلكين (الأفراد أو المؤسسات) للحصول على خدمات إصلاح، صيانة، أو تصنيع حرفي، مدعومة بقوة شرائية. ويتميز الطلب في هذا السوق بأنه "طلب اشتقاقي" و "فوري" في أغلب الأحيان، حيث تزداد وتيرته مع تعطل الأجهزة أو الحاجة لتحسين المسكن¹⁹.

ب. آليات الطلب (Demand Side)

سلوك المستهلك الرقمي في سوق الخدمات.

ينتقل المستهلك في سوق الخدمات الحرفية الرقمي من دور "الباحث السلبي" الذي يعتمد على سؤال المعارف، إلى دور "المحلل النشط" الذي يقارن بين البدائل في ثوانٍ. من خلال محددات سلوك المستهلك الرقمي الآتية:

- **الاعتماد على الدليل الاجتماعي (Social Proof):** يتأثر سلوك المستهلك بشكل حاسم بمراجعات المستخدمين الآخرين (Reviews). فالمستهلك الرقمي يثق في "رأي الغرباء" على التطبيق أكثر من وعود الحرفي نفسه، مما يجعل التقييم المرتفع المحرك الأول لقرار الطلب.
- **الحساسية تجاه "زمن الاستجابة":** المستهلك الذي يلجأ للتطبيق غالباً ما يبحث عن حل لمشكلة طارئة (أعطال). لذا، يميل السلوك الشرائي نحو اختيار الحرفي "الأقرب" أو "الأسرع في قبول الطلب" حتى لو كان سعره أعلى قليلاً، مما يرفع من قيمة الراحة (Convenience) كعنصر منافس للسعر.
- **توقع الشفافية السعرية:** لم يعد المستهلك يتقبل السعر العشوائي؛ بل يميل للسلوك المقارن بين قوائم الأسعار المتاحة في التطبيق، ويفضل المنصات التي تقدم "تقديراً أولياً للتكلفة" قبل طلب الخدمة لتجنب الوقوع في فخ الاستغلال.
- **تفضيل الأمان والموثوقية:** يتجه سلوك المستهلك نحو التطبيقات التي تضمن "هوية الحرفي" وتوفر قنوات دفع إلكترونية رسمية، حيث يمثل التطبيق بالنسبة له "طرفاً ثالثاً ضامناً" يحميه في حال حدوث نزاع أو سوء تنفيذ²⁰.

¹⁸ كاملا سليمان، تهاني. إدارة الجودة في منصات الخدمات الذكية. مجلة البحوث الإدارية والاقتصادية، المجلد 5، العدد 3، (2023)، ص 92

¹⁹ الطائي، يوسف حليم. سلوك المستهلك: إطار نظري وتطبيقي. دار الوفاء للثقافة والنشر. (2019)، ص 112

²⁰ الزبيدي، غني دحام. التسويق الرقمي وسلوك المستهلك في اقتصاد الخدمات. دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع. (2024)، ص 201

العوامل المؤثرة على الطلب (السعر، التقييم، سرعة الاستجابة)

تعتبر هذه العوامل هي "البوصلة" التي توجه سلوك المستهلك في سوق الخدمات الحرفية الرقمي، وهي التي تحدد حجم الطلب الكلي على منصة معينة.

عامل السعر (Price)

في البيئة الرقمية، السعر ليس مجرد تكلفة، بل هو أداة للمفاضلة العادلة.

- الشفافية السعرية: التطبيقات تتيح للمستهلك مقارنة الأسعار فوراً، مما يجعل الطلب "مرناً" تجاه الأسعار المبالغ فيها.
- التسعير الديناميكي: بعض التطبيقات تستخدم خوارزميات ترفع السعر قليلاً في أوقات الذروة (مثل أعطال الكهرباء في الصيف)، مما قد يؤدي لانكماش طفيف في الطلب غير المستعجل.

عامل التقييم (Rating & Reviews)

يعد التقييم هو "العملة الرمزية" في سوق الحرف الرقمي، وغالباً ما يتفوق أثره على السعر.

- توجيه الطلب: المستهلك يميل لطلب خدمة من حرفي بتقييم (5/4.8) وسعر مرتفع، بدلاً من حرفي بتقييم (5/3) وسعر منخفض.
- تقليل المخاطرة: التقييم يقلل من "عدم اليقين" لدى المستهلك، مما يحفزه على اتخاذ قرار الطلب بسرعة.

عامل سرعة الاستجابة (Responsiveness)

في سوق الحرف، الطلب غالباً ما يكون "انفعالياً" أو "طارئاً".

- الزمن الحقيقي: القدرة على قبول الطلب والوصول لمكان العمل في وقت قياسي تعتبر ميزة تنافسية كبرى.
- أثر التوافر: كلما زاد عدد الحرفيين "المتصلين حالياً" (Online) "في منطقة جغرافية، زاد إقبال المستهلكين على استخدام التطبيق لتقّتهم في سرعة التلبية²¹.

مرونة الطلب الرقمية:

في سوق الخدمات الحرفية المنظم عبر التطبيقات الذكية، تأخذ مرونة الطلب السعري أبعاداً مختلفة عن الأسواق التقليدية. فبينما يكون المستهلك حساساً للسعر في الظروف العادية، إلا أن هناك "حالات استثنائية" تجعل الطلب غير مرن، أي أن المستهلك يتقبل زيادة السعر مقابل اعتبارات أخرى. فتبرز لدينا حالات عدم مرونة الطلب (الاستعداد لدفع سعر أعلى):

- حالة الطوارئ والحاجة الملحة: (Urgency)

²¹ العاني، مروان. اقتصاديات الخدمات الرقمية: دراسة في آليات السوق والطلب الإلكتروني. دار المناهج للنشر والتوزيع. (2023)، ص 142

عند حدوث عطل مفاجئ وخرج (مثل انفجار أنبوب مياه أو عطل كهربائي كلي في الليل)، تتخفف حساسية المستهلك للسعر بشكل حاد. هنا، المستهلك مستعد لدفع "علاوة سعرية (Premium)" مقابل سرعة الوصول الفورية للحرفي.

• عامل الثقة والسمعة الرقمية: (Trust & Brand Equity)

المستهلك يميل لدفع سعر أعلى للحرفي الذي يمتلك تقييماً مثالياً (مثلاً 5/5) ومراجعات إيجابية كثيرة. في هذه الحالة، السعر الإضافي يُعتبر "تكلفة تأمين" يدفعها المستهلك لضمان عدم حدوث أخطاء مكلفة أو طلب إعادة الإصلاح.

• انعدام البدائل القريبة: (Geographical Monopoly)

رغم أن التطبيقات تزيد المنافسة، إلا أنه في أوقات معينة (مثل العطلات الرسمية) أو في مناطق جغرافية بعيدة، يقل عدد الحرفيين المتاحين. قلة العرض تجعل المستهلك يقبل بالأسعار المرتفعة المتاحة لتلبية حاجته.

• تكامل وجودة الخدمة: (Service Convenience)

عندما يقدم التطبيق أو الحرفي قيمة مضافة (مثل ضمان لمدة شهر على التوصيل، أو توفير قطع الغيار الأصلية مع الخدمة)، يدرك المستهلك أن القيمة الإجمالية تتجاوز مجرد "أتعاب اليد"، فيقبل بدفع سعر أعلى مقابل راحة البال والضمان.²²

1. آليات التفاعل بين العرض والطلب:

تتمثل آلية التفاعل في سوق الحرف عبر التطبيقات الذكية في عملية "التوفيق الرقمي". هذه الآلية لا تكنفي بجمع الطرفين، بل تدير عملية التفاوض والتعاقد إلكترونياً، مما يقلل من "اقتصاديات البحث" (Search Economics) حيث تعمل المنصة كوسيط يضمن تدفق المعلومات بين مهارة الحرفي (العرض) وحاجة المستهلك (الطلب).²³

2. خصائص آليات العرض والطلب في سوق الخدمات الحرفية

يتميز سوق الخدمات الحرفية المنظم عبر التطبيقات بمجموعة من الخصائص البنيوية التي تميزه عن السوق التقليدي:

أ. عدم التماثل المعلوماتي المحدود (Reduced Information Asymmetry)

في السوق التقليدي، يمتلك الحرفي معلومات أكثر عن جودة عمله من الزبون، أما في التطبيقات، فإن نظام التقييمات (Ratings) والمراجعات يجعل المعلومات متاحة للطرفين، مما يخلق توازناً في القوة التفاوضية.

²² حمدي، فؤاد. مرونة الطلب في اقتصاد الظل والمنصات الرقمية. مجلة الآفاق الاقتصادية، المجلد 10، العدد 4. (2022)، ص 115

²³ صالح، أحمد علي. الإدارة الرقمية: استراتيجيات التحول في عصر الاقتصاد الذكي. دار الوفاء للثقافة والنشر. (2020)، ص 88

ب. العرض المرن والمشتت (Elastic and Fragmented Supply)

يتسم العرض بأنه مشتت جغرافياً ولكنه عالي المرونة؛ حيث يمكن للحرفي الدخول أو الخروج من السوق بلمسة زر واحدة في التطبيق، مما يجعل منحنى العرض يستجيب بسرعة لتغيرات الأسعار أو مستويات الطلب.

ج. فثكية المكان والزمان (Spatial and Temporal Fixity)

على عكس تجارة السلع، يجب أن يتطابق العرض والطلب في "نقطة مكانية" واحدة (منزل الزبون) وفي "زمن محدد". التطبيقات الذكية تعالج هذه الخاصية عبر تقنية "الجيومكانية" (Geolocation).²⁴

3. أهمية تنظيم آليات العرض والطلب عبر التطبيقات

- **كفاءة التخصيص**: توجيه الحرفي الأنسب للمهمة الأنسب في الوقت الأنسب، مما يقلل الهدر في الوقت والجهد.
- **استقرار الأسعار**: الحد من المضاربات السعرية الفردية من خلال وضع "نطاقات سعرية" عادلة بناءً على تحليل البيانات الضخمة. (Big Data)
- **الرسمية الاقتصادية**: تحويل جزء من "الاقتصاد غير الرسمي" (عمالة الشوارع) إلى اقتصاد منظم يمكن تتبعه وإحصاءه وتطويره²⁵

أ. التوازن الرقمي (Market Clearing)

يعتبر التوازن الرقمي (Digital Market Clearing) في سوق الحرف هو الحالة التي تتطابق فيها كمية الخدمات المعروضة مع كمية الطلب عليها في زمن قياسي، وهو ما يتجاوز "التوازن الكلاسيكي" الذي قد يستغرق أياماً في السوق التقليدي. هنا، تلعب الخوارزمية دور "منظم المرور" والمحرك الأساسي لتحقيق هذا التوازن. من خلال دورها في تحديد السعر أو اختيار الحرفي

ب. دور الخوارزمية في "التوفيق الرقمي" (Matching Algorithm)

بدلاً من بحث المستهلك العشوائي، تقوم الخوارزمية بجمع مئات البيانات في أجزاء من الثانية لتحقيق اللقاء بين العرض والطلب بناءً على:

- **القرب الجغرافي**: تصفية العرض ليقصر على الحرفيين المتواجدين في نطاق (5-10 كم) من موقع الطلب لضمان سرعة التنفيذ.
- **الجدارة والتقييم**: تعطي الخوارزمية الأولوية للحرفيين الذين يمتلكون سجل استجابة عالٍ وتقييمات إيجابية، مما يضمن أن التوازن يتم عند نقطة "جودة عالية".

²⁴ بركات، سامي. *اقتصاديات المنصات والخدمات الرقمية*. المجلة العربية للإدارة، مجلد 42، عدد 2، (2022)، ص 134

²⁵ الخضير، محسن أحمد. *الاقتصاد الرقمي: الملامح والآفاق*. مجموعة النيل العربية. (2021)، ص 210

ت. آليات تحديد السعر (Pricing Mechanisms)

تستخدم التطبيقات الذكية طريقتين لتحقيق التوازن السعري:

- **التسعير الثابت (Fixed Pricing):** تحدد الخوارزمية سعراً قياسيًّا للخدمة بناءً على متوسط السوق، مما يمنع المزايدة ويجعل التوازن يحدث فوراً بقبول الطرفين للسعر المحدد مسبقاً.
- **التسعير الديناميكي (Dynamic/Surge Pricing):** في حالات الذروة (مثل العواصف التي تسبب أعطالاً كثيرة)، قد ترفع الخوارزمية السعر لتحفيز مزيد من الحرفيين (العرض) على الدخول للسوق، مما يعيد التوازن بين الطلب المرتفع والعرض المحدود.

ث. أثر "المعلومات الكاملة (Perfect Information)"

في الاقتصاد التقليدي، يحدث اختلال التوازن بسبب "الجهل بالأسعار أو الجودة". في التطبيق الذكي:

- يعرف الحرفي حجم الطلب في منطقته عبر "خريطة الحرارة (Heat Maps)"
 - يعرف المستهلك تكلفة الخدمة وهوية الحرفي قبل وصوله.
- هذا التدفق المعلوماتي يؤدي إلى تصفية السوق (Market Clearing)؛ أي لا يبقى طلب بلا استجابة ولا عرض بلا عمل²⁶.

ج. دور الخوارزميات في تحويل "الطلب" إلى "إشعار (Notification Logic)"

يعتبر تحويل "الطلب" إلى "إشعار" واختيار الحرفي الأنسب هو المطبخ العملي للتطبيقات الذكية، حيث تتحول الأكواد البرمجية إلى قرارات اقتصادية تنظم السوق. تسمى هذه العملية "تسييل الطلب"، حيث تمر بمراحل تقنية سريعة لضمان عدم ضياع الفرصة:

- **التحليل الهيكلي للطلب:** بمجرد نقر المستخدم على "طلب خدمة"، تقوم الخوارزمية بتحليل البيانات (نوع الحرفة، الموقع، الوقت المفضل)
 - **الفترة المكانية (Geofencing):** يقوم التطبيق برسم دائرة وهمية حول موقع الزبون، ويبحث عن الحرفيين "المتصلين (Online)" داخل هذا النطاق فقط.
 - **إرسال الإشعارات التتابعية (Sequencing):**
 - **البحث الواسع (Broadcasting):** إرسال الإشعار لجميع الحرفيين المتاحين في المنطقة (من يوافق أولاً يحصل على العمل)
 - **التخصيص الذكي:** إرسال الإشعار للحرفي الأكفأ أولاً، ومنحه مهلة (مثلاً 30 ثانية) للقبول قبل تحويل الطلب لحرفي آخر.
- لا تختار الخوارزمية الحرفي بشكل عشوائي، بل بناءً على مصفوفة أوزان (Weights) تختلف حسب سياسة كل تطبيق:

²⁶ سعد الله، ليلي. خوارزميات الاقتصاد الرقمي: كيف تدار الأسواق الذكية. دار الفكر الجامعي. (2023)، ص 189

➤ القرب الجغرافي (Proximity)

- الهدف: تقليل زمن الوصول (Lead Time) وتكاليف التنقل.
- الآلية: تُعطى الأولوية للحرفي الذي يبعد مسافة أقل عن نقطة الطلب، مما يضمن كفاءة أعلى وتلوثاً أقل (إزاحة جغرافية مثالية)

➤ الجودة والتقييم (Rating & Performance)

- الهدف: ضمان رضا المستهلك وتقليل حالات "إعادة العمل".
- الآلية: تعتمد الخوارزمية على "درجة الموثوقية"، وهي مزيج من متوسط النجوم (Stars) ونسبة إكمال الطلبات السابقة. الحرفي الذي يرفض طلبات كثيرة أو يحصل على تقييمات سلبية يتراجع ترتيبه في خوارزمية الظهور.

➤ المعيار السعري (Price & Value)

- الهدف: تحقيق التنافسية السعرية.
- الآلية: في التطبيقات التي تسمح بتقديم "عروض أسعار (Bidding)"، تقوم الخوارزمية بترتيب العروض من الأرخص إلى الأعلى، أو تبرز العرض الذي يحقق أفضل قيمة مقابل السعر (Best Value for Money).²⁷

المبحث الثاني: التطبيقات الذكية ودورها في تنظيم سوق الخدمات الحرفية

في ظل التحول الرقمي المتسارع، أصبحت التطبيقات الذكية من أهم الوسائل الحديثة المستخدمة في تنظيم مختلف الأسواق الخدمية، وهو ما يستدعي دراسة طبيعتها وآليات عملها ودورها في تحسين الخدمات الحرفية.

المطلب الأول: التطبيقات الذكية: المفهوم، الأنواع والأهمية

يهدف هذا المطلب إلى التعرف على التطبيقات الذكية من خلال عرض مفهومها وأنواعها وأهميتها، باعتبارها أحد أهم أدوات التحول الرقمي في العصر الحديث.

الفرع الأول: مفهوم التطبيقات الذكية

مصطلح التطبيقات الذكية هو مصطلح حديث نسبياً ولقد تناوله العديد من الباحثين في دراساتهم، حيث:

²⁷ راضي، جواد. هندسة الخوارزميات في تطبيقات الاقتصاد التشاركي. مجلة المعلوماتية والاقتصاد الرقمي، المجلد 4، العدد 1. (2023)، ص

يذكر في القاموس الفرنسي الخاص بمصطلحات الأنترنت على شبكة الويب، أن التطبيقات الإلكترونية: "عبارة عن برامج مستقلة مصممة لتعمل على الأجهزة المحمولة مثل الهواتف الذكية والحواسيب.²⁸

فالتطبيقات الذكية: "هي برامج تثبت على الأجهزة النقالة والحواسيب المحمولة والمكتبية، ويرى حميص

بأنها "برامج تصممها الشركات المصنعة للهواتف أو الشركات المقدمة لخدمة الهاتف أو شركات أخرى متخصصة في صناعة التطبيقات، ويقوم المشترك بتنزيلها على هاتفه على حسب نوع نظام تشغيل الهاتف"، وتتاح تلك التطبيقات الذكية على العديد من الأجهزة الإلكترونية مثل: أجهزة الكمبيوتر المحمولة واللوحية، بالإضافة إلى الأجهزة المكتبية الحديثة وأجهزة الهواتف النقالة المدعومة بأنظمة التشغيل البرمجية

Android-IOS-Windows

وتعرف تطبيقات الأجهزة الذكية أيضا على أنها:

"برامج كمبيوتر مبرمجة على القيام بعدد من المهام المحددة، وهي مخصصة لأجهزة الهواتف الذكية والكمبيوتر اللوحي، وهي متعددة سواء تطبيقات الأندرويد أو الآيفون، وتنقسم إلى تصنيفات مثل: تطبيقات الألعاب والتواصل الاجتماعي وممارسة التمارين الرياضية، والتطبيقات الموسيقية، وشراء المنتجات

كما يعرف تطبيق المحمول بأنه: "برنامج كمبيوتر مصمم ليعمل على الهواتف الذكية، وأجهزة الكمبيوتر

وغيرها من الأجهزة النقالة. وهي الموجة الجديدة في استخدام الهواتف النقالة، فلم تعد الهواتف النقالة مجرد أجهزة للاتصالات الهاتفية الصوتية فقط، بل تتعداها إلى تبادل رسائل الوسائط المتعددة كالصور والفيديو واستخدام البريد الإلكتروني والانترنت. ونظرا للإمكانيات الهائلة في الهواتف الذكية أصبح بالإمكان استغلال هذه الإمكانيات من قبل تطبيقات متعددة تفيد المستخدم".²⁹

هي برامج أو أنظمة مصممة للعمل على الأجهزة الذكية مثل الهواتف المحمولة والأجهزة اللوحية، حيث تستخدم تقنيات متطورة مثل الذكاء الاصطناعي، تعلم الآلة، وتحليل البيانات لتقديم خدمات مخصصة وفعالة للمستخدمين تعمل هذه التطبيقات على تيسير التواصل بين مقدم الخدمة والمستفيد منها من خلال وسيط إلكتروني قد يكون هذا الوسيط على شكل هاتف محمول أو جهاز لوحي.³⁰

²⁸ عقيلة بريك، أثر التطبيقات الإلكترونية على الخطاب التعليمي الموجه لغير الناطقين باللغة العربية، تطبيق ترجمان نموذجاً، مجلة ألف الإلكترونية المجلد 03، العدد 02، 2016، ص86

²⁹ زينب فيلي، نور الدين كنتاوي " التطبيقات الذكية واستثمارها في تعليم أصوات اللغة العربية للأطفال الناطقين بغيرها في منطقة الأهجار، دراسة ميدانية على عينة من الأطفال الناطقين بغير العربية في منطقة الأهجار " مجلة إشكالات في اللغة والأدب، جامعة تامنغست الجزائر، مجلد 12، عدد 4 ديسمبر 2023، ص513 .
³⁰ زينة مرمول، دور التطبيقات الذكية في تعزيز التجربة السياحية بالقطاع السياحي الجزائري دراسة ميدانية على عينة من سياح مدينة سطيف ، مجلة المعيار ، قسنطينة ، المجلد 29 ، العدد 01 ، سنة 2024 ، ص 811

أيضا تعرف التطبيقات الذكية بأنها برامج تصمم بواسطة مجموعة برمجيات إلكترونية، تثبت على الأجهزة النقالة والحواسيب المحمولة والمكتبية، ويرى حميص بأنها " برامج تصممها الشركات المصنعة للهواتف أو الشركات المقدمة لخدمة الهاتف أو شركات أخرى متخصصة في صناعة التطبيقات، ويقوم المشترك بتنزيلها على هاتفه متاجر شركات الهواتف العالمية على حسب نوع نظام تشغيل الهاتف".

وتتاح تلك التطبيقات الذكية على العديد من الأجهزة الإلكترونية مثل: أجهزة الكمبيوتر المحمولة واللوحية، بالإضافة إلى الأجهزة المكتبية الحديثة وأجهزة الهواتف النقالة المدعومة بأنظمة التشغيل البرمجية **Android-iOS-Windows** وغيرها من أنظمة التشغيل الشهيرة الخاصة بالشركات المصنعة لتلك التطبيقات. 31

ومن خلال ما سبق، يمكن تعريف التطبيقات الذكية بأنها: برمجيات تفاعلية متطورة تُثبت على الأجهزة الذكية، وتعتمد على الاتصال بالإنترنت وتقنيات الذكاء الاصطناعي وتحليل البيانات؛ لتقديم خدمات وحلول مخصصة للمستخدمين، وتعمل كوسيط إلكتروني فعال يُسهل التواصل ويُساهم في تحقيق الأهداف التسويقية والخدمية لمقدميها.

الفرع الثاني: أنواع التطبيقات الذكية

اعتمادا على الميزات والاستخدامات التي يتم تقديمها، هناك أنواع مختلفة من تطبيقات الهاتف المحمول وهي:

التطبيقات الأصلية: يقال إن معظم التطبيقات التي نقوم بتنزيلها على هواتفنا المحمولة اليوم هي تطبيقات أصلية، تم تطوير تطبيق الهاتف المحمول الأصلي لنظام تشغيل معين (IOS) أو (Android). يستخدمون بشكل عام الميزات الموجودة على هواتفنا المحمولة لتقديم تجربة مستخدم فريدة والقليل من الإضافات هو أنه يمكن استخدام تطبيقات الهاتف المحمول الأصلية في وضع عدم الاتصال، وهو أمر عملي للغاية عندما تكون على متن الطائرة.

التطبيقات الهجينة: في بيئة تطبيقات الهاتف المحمول توجد أيضا تطبيقات هجينة نستخدم مصطلح "مختلط" لأن هذا النوع من تطبيقات الهاتف المحمول يجمع بين عناصر التطبيقات الأصلية وتطبيقات الويب نظرا لأنه يتم ترميزها من لغات الويب مثل **HTML** و **JavaScript**، يمكن تنزيلها من جميع الأنظمة الأساسية للمحمول وهذا ما يجعلها شائعة جدا.

31 أحمد عطية ربيع الفايد، أثر التطبيقات الذكية على الرعاية الصحية، المجلة العربية للنشر العلمي، جامعة الملك عبد العزيز، العدد 2 حزيران 2021، ص424

تطبيقات الويب: النوع الثالث من تطبيقات الهاتف المحمول يتعلق بتطبيقات الويب أو بعبارة أخرى تطبيقات الويب هذه نسخ مكررة من مواقع الويب المحسنة للاستخدام على الهاتف المحمول للتنقل في تطبيق الويب يمكنك استخدام محركات البحث الخاصة بهاتفك المحمول نقطة الضعف في تطبيقات الهاتف المحمول هذه هي أنه لا يمكن استخدامها في وضع عدم الاتصال.³²

الفرع الثالث: أهمية التطبيقات الذكية

التطبيقات الذكية اليوم أصبحت هدفا منشودا لكل فئات المجتمع المختلفة، ولا ضير إن قمنا باستغلال هذا المكون، وللتطبيقات الذكية أهمية كبيرة نذكر منها:

- إمكانية الوصول لعدد أكبر من العملاء
- إمكانية إفساح الدخول إلى أسواق جديدة
- إمكانية تطوير التطبيق وفقا لميزانية العميل
- انخفاض تكلفة التسويق والدعاية والإعلان للمنتجات
- زيادة الربحية والعائد
- سهولة عرض المنتجات واستقبال الآراء
- إمكانية تسويقية وإعلانية غير محدودة
- زيادة التفاعل مع العلامات التجارية
- تدعيم وتعزيز الموثوقية في العلامات التجارية
- إمكانية متابعة ردود أفعال وتقييمات العملاء لتحسين الأداء
- إتاحة العلامة التجارية على مدار الساعة ومن أي مكان³³

المطلب الثاني: نماذج عمل التطبيقات الذكية

لفهم كيفية اشتغال التطبيقات الذكية في البيئة الرقمية، سيتم في هذا المطلب التطرق إلى أهم نماذج الأعمال والآليات التي تعتمد عليها التطبيقات الخدمية في تنظيم السوق وتقديم الخدمات.

³² مختار سليم، فتحي عليان " أهمية استخدام التطبيقات الرقمية من قبل شركات السياحة والسفر دراسة حالة الشركة العالمية Hopper"، مجلة البصائر للبحوث في العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، المركز الجامعي مرسلبي عبد الله، نيبازة، المجلد 2، العدد 1، جوان 2023، ص 12-11

³³ المبارك رعاش، دور التطبيقات الالكترونية في تعليم وتعلم تلاميذ ذوي صعوبات التعلم عسر القراءة نموذجا، جامعة الجزائر 2 أبو القاسم سعد الله الجزائر، مجلة بحث وتربية، المجلد 12، العدد 01، جوان 2022، ص 40/39

الفرع الأول: نموذج المنصات الرقمية

شهدت بيئة الأعمال في العصر الرقمي تحولاً جذرياً في كيفية تقديم الخدمات وتلبية احتياجات المستهلكين، حيث برز "نموذج المنصات الرقمية (Digital Platforms Model)" كبديل فعال للنماذج الخطية التقليدية. لا تعتمد المنصة الرقمية في جوهرها على امتلاك الأصول المادية أو التقديم المباشر للخدمة، بل تركز على توفير بنية تحتية تكنولوجية متطورة تهدف إلى خلق القيمة عبر تسهيل التفاعل والربط المباشر بين طرفين أو أكثر³⁴

لتوضيح هذا المفهوم بشكل تطبيقي، يمكن الإشارة إلى منصات العمل الحر التي غيرت هيكل التوظيف وتقديم الخدمات على المستوى العالمي والإقليمي، والتي تعتبر التطبيق الأمثل لفكرة المنصة كبنية تحتية:

- منصة أب وورك (Upwork): تُعد من أكبر الأسواق الرقمية العالمية التي تربط بين طالبي الخدمات (الشركات أو الأفراد) والمستقلين (Freelancers). تدير المنصة خوارزميات البحث، وعمليات التعاقد، وبوابات الدفع، دون أن تكون هي الموظف المباشر لمقدمي الخدمة.³⁵
- منصة مستقل (Mostaql): تمثل نموذجاً إقليمياً رائداً في العالم العربي لتنظيم الاقتصاد التشاركي والعمل الحر. تُظهر هذه المنصة كيف يمكن للتكنولوجيا أن تنظم سوقاً جغرافياً واسعاً، وتوفر بيئة موثوقة تضمن حفظ الحقوق المالية وتتيح نظاماً شفافاً للتقييم والمراجعات.³⁶

الفرع الثاني: نماذج التطبيقات الخدمية

بعد استيعاب مفهوم المنصات الرقمية، تبرز "التطبيقات الخدمية (Service Applications)" كنموذج أكثر تخصصاً، وتحديداً ما يُعرف باقتصاد "الخدمات عند الطلب (On-Demand Economy)". على عكس المنصات التي تركز على تبادل السلع المادية أو الخدمات الرقمية البحتة، تركز هذه التطبيقات على رقمنة وتنظيم الخدمات المهنية والحرفية التي تتطلب تدخلاً جسدياً أو حضوراً ميدانياً، مما يحول المهام اليومية المعقدة إلى خدمات قابلة للطلب بنقرة زر³⁷

يمكن استعراض أبرز التطبيقات العالمية والإقليمية التي نجحت في تنظيم سوق الخدمات المهنية والحرفية:

³⁴ Parker, G. G., Van Alstyne, M. W., & Choudary, S. P. **Platform revolution: How networked markets are transforming the economy and how to make them work for** (2016). W. W. Norton & Company.

³⁵ Upwork Global Inc.. **Upwork: The world's work marketplace** (2024). <https://www.upwork.com>

³⁶ Hsoub. Mostaql: **Freelance market in the MENA region** (2024). <https://mostaql.com>

³⁷ Sundararajan, A. (2016). **The sharing economy: The end of employment and the rise of crowd-based capitalism**. MIT Press.

- **تطبيق تاسك رابيت (TaskRabbit)** يُعد من أبرز النماذج العالمية الرائدة في مجال الخدمات عند الطلب. أتاح التطبيق للمستخدمين طلب "حرفيين" ومساعدین محليين لإنجاز مهام مثل تجميع الأثاث، السباكة، والصيانة المنزلية. نجح هذا التطبيق في تحويل السوق الحرفي غير المنظم في أمريكا وأوروبا إلى بيئة عمل مؤسسية تعتمد على تقييمات الأداء وسرعة الاستجابة³⁸.
- **التطبيقات الإقليمية مثل تطبيق بيت B8ak:** على المستوى الإقليمي والعربي، ظهرت تطبيقات متخصصة تكيفت مع خصوصية وثقافة السوق المحلي. تركز هذه التطبيقات على توفير فنيين وحرفيين معتمدين للصيانة المنزلية، مما ساهم في حل مشكلة غياب الثقة وضعف الرقابة على الأسعار التي كان يعاني منها المستهلك العربي في التعامل مع السوق الحرفي الموازي³⁹.

الفرع الثالث: آليات عمل التطبيقات الذكية ودورها في تسيير سوق الخدمات الحرفية

إن نجاح التطبيقات الخدمية في تنظيم الأسواق غير المهيكلة، كقطاع الخدمات الحرفية، لا يعتمد فقط على بنيتها التكنولوجية، بل يستند إلى مجموعة من الآليات التشغيلية الدقيقة التي تدير دورة حياة الخدمة من لحظة الطلب وحتى إتمام التنفيذ. تعمل هذه الآليات مجتمعة على تقليل الاحتكاك في السوق (Market Friction) وضمان تجربة سلسة وآمنة لكلا الطرفين وتتمثل أبرز هذه الآليات فيما يلي:

أ. آليات عمل التطبيقات الذكية في سوق الخدمات الحرفية :

- 1) **خوارزميات المطابقة والتحديد الجغرافي (Matching & Geolocation Algorithms)** تُعد آلية المطابقة العصب المحرك لتطبيقات الخدمات عند الطلب. بدلاً من البحث العشوائي، تعتمد التطبيقات على تقنيات تحديد المواقع (GPS) وخوارزميات متقدمة لربط طلب العميل بأقرب مزود خدمة (حرفي) متاح ومؤهل. تساهم هذه الآلية في تقليل "تكاليف البحث (Search Costs)" بشكل جذري، وتخفيض من وقت الاستجابة وتكاليف التنقل لمزود الخدمة، مما يرفع من الكفاءة التشغيلية للسوق ككل⁴⁰.
- 2) **أنظمة التقييم وبناء الثقة (Reputation & Feedback Systems)** يعتبر حاجز "انعدام الثقة" من أكبر التحديات في قطاع الخدمات الميدانية، نظراً لما يُعرف اقتصادياً بـ "عدم تماثل المعلومات (Information Asymmetry)"؛ حيث يجهل العميل مستوى كفاءة الحرفي قبل تعيينه. تعالج التطبيقات هذه الفجوة من خلال "نظام التقييم والمراجعات"، والذي يلزم العملاء بتقييم الحرفيين بعد كل خدمة. يخلق هذا النظام سجلاً رقمياً (Digital Footprint) لكل مزود خدمة،

³⁸ TaskRabbit. **TaskRabbit: Same-day everyday help**(2024). <https://www.taskrabbit.com>

³⁹ B8ak. **B8ak: Home maintenance services** .(2024). <https://b8ak.com>

⁴⁰ Cramer, J., & Krueger, A. B.. **Disruptive change in the taxi business: The case of Uber**. American Economic Review ، (2016), 106 (5), 177-182. <https://doi.org/10.1257/aer.p20161002>

مما يحفز الحرفيين على تقديم أفضل أداء ممكن للحفاظ على تقييمهم مرتفعاً، ويقوم في الوقت ذاته بإقصاء العناصر غير الكفاءة تلقائياً من السوق⁴¹

(3) **أنظمة التسعير وحفظ الحقوق المالية (Pricing & Payment Mechanisms)** يعاني السوق الحرفي التقليدي من غياب الشفافية في الأسعار. تتدخل التطبيقات الذكية لحل هذه المشكلة عبر آليات تسعير منهجية، إما من خلال فرض "تسعير ثابت (Fixed Pricing)" بناءً على نوع الخدمة والعطل، أو عبر "نظام العطاءات (Bidding System)" الذي يتيح للعميل اختيار العرض الأنسب. وإلى جانب التسعير، توفر التطبيقات بوابات دفع إلكترونية آمنة تعمل بنظام "الضمان (Escrow)"، حيث يتم حجز المبلغ ولا يُصرف للحرفي إلا بعد التأكد من إتمام الخدمة بالشكل المنفق عليه، مما يضمن حقوق كلا الطرفين وينهي النزاعات المالية التقليدية.

(4) **آلية توحيد المعايير وإدارة النزاعات (Standardization & Dispute Resolution)** لكي يتحول العمل الحرفي من صورته الفردية العشوائية إلى خدمة احترافية، تفرض التطبيقات سياسات صارمة للانضمام، تشمل التحقق من الهويات، واختبار الكفاءات، ووضع معايير واضحة لسلوك الحرفيين ونظافة موقع العمل. علاوة على ذلك، تعمل التطبيقات كمرجع قضائي مصغر Micro-Judiciary يمتلك آليات واضحة لخدمة العملاء وفض النزاعات في حال عدم رضا العميل عن جودة الخدمة المقدمة، مع تقديم ضمانات أو تعويضات مادية، وهو ما يعزز ثقة المستهلك في تبني هذه المنصات كبديل موثوق للسوق التقليدي⁴².

ب. دور التطبيقات الذكية في تسيير سوق الخدمات الحرفية

لم يعد دور التطبيقات الذكية يقتصر على كونها أدوات تواصل حديثة، بل تحولت إلى محركات اقتصادية (Economic Engines) تعيد هيكلة الأسواق التقليدية. وفي قطاع الخدمات الحرفية الذي طالما اتسم بالعشوائية والطابع غير الرسمي، تلعب هذه التطبيقات دوراً محورياً في تنظيم آليات العمل، وتحويل هذا القطاع إلى بيئة اقتصادية مهيكلة تخدم مصلحة جميع الأطراف ومنه نتطرق إلى:

1. تنظيم العلاقة بين العرض والطلب

يُعاني سوق الخدمات الحرفية التقليدي من التشتت الجغرافي والمعرفي، حيث يجد طالب الخدمة صعوبة في إيجاد الحرفي المناسب في الوقت المناسب، بينما يعاني الحرفي من فترات ركود نتيجة

⁴¹ Tadelis, S. **Reputation and feedback systems in online platform markets**. (2016). Annual Review of Economics, 8, 321-340. <https://doi.org/10.1146/annurev-economics-080315-015325>

⁴² Evans, D. S., & Schmalensee, R. **Matchmakers: The new economics of multisided platforms**. (2016). Harvard Business Review Press.

اعتماده على شبكة علاقاته المحدودة. تتدخل التطبيقات الذكية هنا كصانع سوق (Market Maker) يعيد هندسة العلاقة بين العرض والطلب. من خلال مركزية البيانات وخوارزميات المطابقة الفورية، تقضي هذه التطبيقات على الحواجز المكانية والزمانية، وتخلق سوقاً افتراضياً مفتوحاً يلتقي فيه الطرفان بكفاءة عالية، مما يضمن تدفقاً مستمراً للخدمات ويقضي على الهدر الاقتصادي الناتج عن عدم التوافق.⁴³

2. تحسين الكفاءة والشفافية

تُعد الشفافية أحد أهم التحديات في المعاملات الحرفية التقليدية، وذلك لسيادة حالة من عدم تماثل المعلومات (Information Asymmetry) بين الحرفي الذي يمتلك الخبرة الفنية، والعمل الذي يفترق للقدرة على التقييم المسبق لجودة العمل أو عدالة السعر. تعالج التطبيقات الذكية هذا الخل الهيكلي عبر فرض معايير شفافة وصارمة؛ فهي توفر تسعيرة معيارية أو آليات واضحة للمناقصة تلغي العشوائية في الأجور. كما ترفع من كفاءة السوق من خلال الاعتماد على أنظمة التقييم والمراجعات المتراكمة، التي تحول "السمعة" من مفهوم مجرد إلى بيانات رقمية مرئية، مما يجبر مقدمي الخدمات على الالتزام بأعلى معايير الجودة للبقاء ضمن دائرة المنافسة.⁴⁴

3. دعم الحرفيين وتوسيع قاعدة العملاء

لا تقتصر فوائد التطبيقات الذكية على راحة المستهلك، بل تمتد لتشمل أداة تمكين اقتصادي فعالة لمقدمي الخدمات. في السوق التقليدي، يتحمل الحرفي تكاليف باهظة ومجهوداً كبيراً للتسويق لنفسه وبناء قاعدة عملاء، وهو ما يعيق نمو نشاطه. توفر التطبيقات الذكية بنية تحتية تسويقية جاهزة تمنح الحرفي وصولاً فورياً لشريحة واسعة من العملاء المستهدفين خارج نطاقه الجغرافي المعتاد. علاوة على ذلك، تساهم هذه المنصات في "مأسسة" العمل الحرفي الفردي، من خلال توفير أدوات لتنظيم المواعيد، وتوثيق الإيرادات المالية، وهو ما يدمج هذه الفئة في الاقتصاد الرسمي ويضمن لهم استدامة في الدخل ونمواً مهنيّاً مستقراً.⁴⁵

⁴³ Roth, A. E. **Who gets what—and why: The new economics of matchmaking and market design**. (2015). Houghton Mifflin Harcourt.

⁴⁴ Goldfarb, A., & Tucker, C. **Digital economics**. Journal of Economic Literature, (2019). 57(1), 3-43. <https://doi.org/10.1257/jel.20171452>

⁴⁵ Manyika, J., Lund, S., Bughin, J., Robinson, K., Mischke, J., & Mahajan, D. **Independent work: Choice, necessity, and the gig economy**. (2016). McKinsey Global Institute.

المبحث الثالث: الدراسات السابقة

تُعد دراسة موضوع "رقمنة الخدمات الحرفية" في الجزائر من المواضيع الحديثة نسبياً، حيث تتقاطع فيها مجالات الاقتصاد الرقمي، المقاولاتية، والاجتماع المهني. في ما يلي دراسات سابقة تناولت هذا السياق بتفصيل:

المطلب الأول: الدراسات العربية

يتناول هذا المطلب مجموعة من الدراسات المحلية التي اهتمت بالتطبيقات الذكية أو بالخدمات الحرفية، بهدف الاستفادة من نتائجها وربطها بموضوع الدراسة الحالية.

➤ دراسة (بن عبد العزيز فاطمة وبن حمودة محبوب، 2026)

عنوان الدراسة: الإبداع في المهن والحرف وسط التطورات الرقمية.

هدفت الدراسة إلى تحليل تأثير التكنولوجيا الرقمية على الإبداع الحرفي، حيث اعتمدت على المنهج الوصفي التحليلي. وتوصلت إلى أن التطبيقات الرقمية ساهمت في تقليل الوسطاء وتحقيق استقرار الأسعار وتنظيم السوق. (مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية).

➤ دراسة (جامعة غرداية، 2025)

عنوان الدراسة: دور تطبيقات التجارة الإلكترونية في المؤسسات الناشئة.

هدفت الدراسة إلى تقييم أثر التطبيقات الرقمية في تمكين الحرفيين من الولوج إلى الأسواق الدولية، حيث اعتمدت على استبيان إلكتروني. وأظهرت النتائج أن التطبيقات الرقمية تعزز الشفافية وتساهم في تحويل الحرفي إلى فاعل اقتصادي رقمي. (جامعة غرداية).

➤ دراسة (جامعة قسنطينة، 2024)

عنوان الدراسة: المقاربة العنقودية والابتكار في قطاع الحرف في الجزائر.

هدفت هذه الدراسة إلى تحليل دور التجمعات الرقمية في دعم الابتكار الحرفي، حيث اعتمدت على المنهج الميداني باستخدام المقابلات. وتوصلت إلى أن المنصات الرقمية تساهم في تبادل الخبرات وحماية الملكية الفكرية للحرفيين. (دراسة ميدانية، جامعة قسنطينة).

➤ دراسة (إسماعيل هبة، 2023)

عنوان الدراسة: التسويق الرقمي وأثره على نمو المشروعات الحرفية الصغيرة.

هدفت الدراسة إلى تحليل دور المنصات الرقمية في تمكين المرأة الحرفية في مصر، حيث اعتمدت على المنهج شبه التجريبي. وأظهرت النتائج وجود علاقة إيجابية بين استخدام التطبيقات والوصول إلى أسواق جديدة وتحسين الأداء التسويقي. (مصر).

➤ دراسة (بن عيسى ليلي، 2023)

عنوان الدراسة: استراتيجيات تسويق الخدمات الحرفية عبر التطبيقات الذكية في ظل الاقتصاد الرقمي.

هدفت هذه الدراسة إلى إبراز دور التطبيقات الذكية في تنظيم سوق الخدمات المنزلية، حيث اعتمدت على المنهج التحليلي باستخدام استقصاء إلكتروني لعينة من المستخدمين والحرفيين. وتوصلت إلى أن هذه التطبيقات تساهم في إنشاء قاعدة بيانات للحرفيين وتقليل اقتصاد الظل، رغم وجود تحديات مرتبطة بالدفع الإلكتروني. (أطروحة ماجستير، جامعة قسنطينة 2).

➤ دراسة (عبيدات أحمد، 2022)

عنوان الدراسة: أثر تطبيقات الخدمات المنزلية الذكية في تنظيم العمالة الحرفية.

هدفت الدراسة إلى تحليل دور التطبيقات الرقمية في تنظيم سوق الخدمات الحرفية في الأردن، حيث اعتمدت على المنهج الوصفي باستخدام استبيان. وتوصلت إلى أن التقييم الرقمي أصبح معياراً أساسياً في تحديد جودة الخدمات واستمرارية الحرفيين في السوق. (الأردن).

➤ دراسة (بوزيد مريم وبن زيد علي، 2022)

عنوان الدراسة: أثر التحول الرقمي على ترقية الخدمات الحرفية في الجزائر.

هدفت هذه الدراسة إلى تحليل دور التحول الرقمي في دعم الحرفيين وتحسين أدائهم في السوق، حيث اعتمدت على المنهج الوصفي التحليلي باستخدام استبيان لعينة مكونة من 60 حرفياً. وتوصلت إلى أن التطبيقات الرقمية تساهم في تقليل تكاليف البحث عن الزبائن وتنظيم الأسعار، إضافة إلى تعزيز الثقة بين الحرفي والزبون من خلال أنظمة التقييم. (مجلة اقتصاديات المال والأعمال، جامعة الشلف).

➤ دراسة (سعيد عبد الحكيم، 2021)

عنوان الدراسة: البيئة القانونية والاقتصادية للمؤسسات الناشئة الخدمية في الجزائر.

هدفت الدراسة إلى تحليل الإطار القانوني المنظم لتطبيقات الخدمات الحرفية، حيث اعتمدت على المنهج القانوني المقارن. وتوصلت إلى أن نجاح هذه التطبيقات مرتبط بوجود تشريعات واضحة تحمي حقوق الأطراف، مع إبراز دور قانون المقاول الذاتي في تنظيم القطاع. (مجلة الدراسات القانونية والسياسية، جامعة الوادي).

المطلب الثاني: الدراسات الأجنبية

نظراً للتطور الكبير الذي شهدته الدراسات الأجنبية في مجال التطبيقات الرقمية، سيتم التطرق في هذا المطلب إلى بعض الدراسات الأجنبية ذات الصلة بموضوع البحث.

➤ دراسة (Wang & Alli، 2025)

عنوان الدراسة: Creative Transformation of Cultural Heritage Handicraft Products in the Digital Age

هدفت الدراسة إلى تحليل دور الرقمنة في تطوير الحرف التقليدية، حيث اعتمدت على المنهج الكيفي باستخدام دراسات حالة. وتوصلت إلى أن الرقمنة تساهم في رفع القيمة التجارية للحرف من خلال التسويق الرقمي والسرد القصصي. (International Journal of Academic Research).

➤ دراسة (IOSR Journal، 2025)

عنوان الدراسة: Impact of Digital Marketplaces on the Rising of Handicrafts Industry

هدفت الدراسة إلى تحليل أثر الأسواق الرقمية على قطاع الحرف، حيث اعتمدت على المنهج التحليلي المقارن. وأظهرت النتائج أن المنصات الرقمية تمكن الحرفيين من تحقيق استقلال مالي وتوسيع قاعدة العملاء. (IOSR Journal).

➤ دراسة (ResearchGate، 2025)

عنوان الدراسة: The Impact of Digitalization on Traditional Handicraft Markets Among the Toraja Community

هدفت الدراسة إلى تحليل تأثير الرقمنة على المجتمعات الحرفية، حيث اعتمدت على المقابلات. وتوصلت إلى أن الرقمنة ساهمت في زيادة دخل الحرفيين وربطهم بالأسواق الدولية مع الحفاظ على الهوية الثقافية. (ResearchGate).

➤ دراسة (Smith، 2024)

عنوان الدراسة: Algorithmic Pricing in Handyman Services Platforms.

هدفت الدراسة إلى تحليل دور الخوارزميات في تسعير الخدمات الحرفية، حيث اعتمدت على تحليل البيانات الضخمة. وتوصلت إلى أن التسعير الرقمي يساهم في تحقيق توازن السوق لكنه يحتاج إلى رقابة تنظيمية. (Journal of Service Research).

➤ دراسة (European Commission، 2023)

عنوان الدراسة: Regulating Platform Work in the Handcraft Sector.

هدفت الدراسة إلى وضع إطار قانوني لتنظيم العمل عبر المنصات الرقمية، حيث اعتمدت على المنهج القانوني التحليلي. وتوصلت إلى أهمية الهوية الرقمية للحرفيين ووضع تشريعات تحمي حقوق جميع الأطراف. (European Commission Report).

المطلب الثالث: محل الدراسة الحالية من الدراسات السابقة ومميزاتها

من خلال استعراض الدراسات السابقة، يتضح أن الرقمنة تمثل أداة أساسية في تنظيم قطاع الخدمات الحرفية، حيث تساهم في تحسين الشفافية وتعزيز الثقة بين الحرفي والزبون، إضافة إلى تقليل اقتصاد الظل وتحويل النشاط الحرفي إلى نشاط منظم. كما أظهرت الدراسات أهمية الإطار القانوني في نجاح هذه التطبيقات، ودورها في تمكين الحرفيين اقتصادياً وتوسيع نشاطهم.

كما بينت الدراسات الأجنبية أهمية استخدام التقنيات الحديثة مثل الذكاء الاصطناعي والتسعير الرقمي في تحقيق توازن السوق، وهو ما يمكن الاستفادة منه في تطوير تطبيقات محلية.

وتتميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة بكونها لا تقتصر على الجانب النظري، بل تقدم نموذجاً تطبيقياً يتمثل في تطبيق "KHADAM"، مع التركيز على خصوصيات السوق الجزائري. كما تعتمد على نموذج الأعمال (Business Model)، وتسعى إلى سد فجوة بحثية تتمثل في نقص الدراسات التي تربط بين الرقمنة والتنظيم الاقتصادي للخدمات الحرفية في الجزائر.

خلاصة الفصل

يتناول هذا الفصل الإطار النظري والمنهجي لسوق الخدمات الحرفية ودور التطبيقات الذكية في تنظيمه، حيث تم التطرق في البداية إلى المفاهيم الأساسية المرتبطة بالدراسة، وعلى رأسها مفهوم **الخدمة** باعتبارها نشاطاً غير ملموس يهدف إلى تقديم منفعة دون نقل الملكية، ومفهوم **السوق** كإطار تفاعلي يجمع بين العرض والطلب لتحقيق التبادل، إضافة إلى **مفهوم الحرفة** التي تمثل نشاطاً إنتاجياً يعتمد على المهارة اليدوية والخبرة المتوارثة.

كما تم إبراز **خصائص سوق الخدمات الحرفية**، والتي تتميز بعدم الملموسية، وعدم القابلية للتخزين، والتغيرية، وتلازم الإنتاج مع الاستهلاك، إضافة إلى الأهمية الكبيرة للبعد البشري، وهو ما يجعل الثقة والسمعة عاملين حاسمين في هذا السوق .

وفيما يخص **آليات عمل السوق**، تم تحليل مختلف الأطراف الفاعلة، والمتمثلة في:

- الحرفيين كمصدر للعرض،
- الزبائن كمحرك للطلب،
- الهيئات الحكومية كجهة تنظيمية،
- الموردين كداعم لوجستي،
- والتطبيقات الذكية كوسيط رقمي حديث .

وقد تبين أن العلاقة بين هذه الأطراف تقوم على التكامل والتفاعل، مما يساهم في خلق بيئة خدمية متكاملة وأكثر كفاءة.

كما تناول الفصل **آليات العرض والطلب** في السوق الحرفي، حيث يعتمد العرض على مهارات الحرفيين وتوفرهم، بينما يتحدد الطلب وفق عوامل مثل السعر، التقييم، وسرعة الاستجابة، مع الإشارة إلى أن الطلب في هذا السوق غالباً ما يكون أنياً ومرتباً بالحاجة.

وفي سياق التحول الرقمي، تم التطرق إلى **مفهوم التطبيقات الذكية** باعتبارها أدوات تكنولوجية حديثة تساهم في تسهيل الربط بين العرض والطلب، وتنظيم السوق من خلال:

- خوارزميات المطابقة،
- أنظمة التقييم،
- آليات التسعير،

- وضمان جودة الخدمات .

كما تم عرض نماذج عمل هذه التطبيقات، خاصة نموذج المنصات الرقمية واقتصاد الخدمات عند الطلب، والتي ساهمت في تحويل السوق الحرفي من طابع تقليدي غير منظم إلى سوق رقمي أكثر شفافية وكفاءة.

وفي الأخير، لخص الفصل إلى أن التطبيقات الذكية تمثل أداة محورية لإعادة هيكلة سوق الخدمات الحرفية، من خلال تقليل العشوائية، تعزيز الثقة، تحسين جودة الخدمات، وتسهيل التفاعل بين مختلف الأطراف، مما يمهد للانتقال نحو اقتصاد رقمي منظم ومستدام.

الفصل الثاني :

اسهام تطبيق خدام - KHADAM في
تنظيم السوق الحرفية في ولاية ورقلة

تمهيد الفصل :

يشهد قطاع الخدمات الحرفية في الوقت الراهن تحولاً متزايداً نحو الاعتماد على الحلول الرقمية والتطبيقات الذكية، وذلك نتيجة للتطور السريع الذي عرفته تكنولوجيا المعلومات والاتصال، وما وفرته من إمكانيات حديثة لتنظيم مختلف الأنشطة الاقتصادية والخدمية. وقد ساهمت هذه التحولات في بروز نماذج رقمية جديدة تعتمد على الربط المباشر بين مقدمي الخدمات والمستهلكين، بما يسمح بتحسين كفاءة الخدمات، تسهيل الوصول إليها، وتعزيز الثقة والشفافية داخل السوق.

وفي هذا السياق، يبرز تطبيق "KHADAM" كنموذج أولي يسعى إلى المساهمة في تنظيم سوق الخدمات الحرفية في الجزائر، من خلال توفير منصة رقمية تجمع بين الحرفيين والزبائن ضمن بيئة إلكترونية أكثر تنظيماً ومرونة. حيث يعتمد التطبيق على مجموعة من الآليات الرقمية التي تهدف إلى تسهيل عملية البحث عن الخدمات الحرفية، تحسين التواصل بين مختلف الأطراف، وتوفير تجربة استخدام أكثر فعالية مقارنة بالطرق التقليدية المعتمدة في هذا السوق.

وانطلاقاً من ذلك، يهدف هذا الفصل إلى دراسة وتحليل نموذج أعمال تطبيق "KHADAM"، من خلال التطرق إلى مختلف مكوناته وآليات عمله، إضافة إلى إبراز القيمة التي يمكن أن يقدمها في حال تطبيقه فعلياً داخل السوق الحرفية الجزائرية. كما سيتم التركيز على تحليل الجوانب التنظيمية والتقنية المتعلقة بالتطبيق، مع محاولة تقييم مدى مساهمته في تحسين وتنظيم العلاقة بين العرض والطلب في قطاع الخدمات الحرفية.

المبحث الأول: واقع النشاط الحرفي في ولاية ورقلة و المنهجية المستخدمة

يتناول هذا المبحث دراسة واقع النشاط الحرفي في ولاية ورقلة، من خلال التعرف على أهم خصائص الولاية وطبيعة النشاط الحرفي بها، إضافة إلى عرض المنهجية المعتمدة في الدراسة والأدوات المستخدمة لتحليل المعطيات وتحقيق أهداف البحث.

المطلب الأول: واقع النشاط الحرفي في ولاية ورقلة

يهدف هذا المطلب إلى إبراز واقع النشاط الحرفي في ولاية ورقلة .

أولا : التعريف بولاية ورقلة

تُعد ولاية ورقلة إحدى أهم ولايات الجنوب الشرقي الجزائري، حيث تتميز بموقعها الاستراتيجي ودورها الاقتصادي الحيوي، خاصة في مجالات الطاقة والخدمات والنشاطات التجارية. تقع الولاية ضمن المنطقة الصحراوية الجزائرية، وتعتبر بوابة تربط بين شمال الجزائر وجنوبها، كما تُعد مركزاً مهماً للحركة الاقتصادية والتنمية في الجنوب.

أُنشئت ولاية ورقلة بموجب التقسيم الإداري للجزائر، وتضم عدداً من الدوائر والبلديات، من أبرزها: ورقلة، حاسي مسعود، الرويسات وسيدي خويلد. كما تتميز الولاية بامتلاكها موارد طبيعية هامة، وعلى رأسها البترول والغاز الطبيعي، ما جعلها من أبرز الأقطاب الاقتصادية في الجزائر.

وتشهد ولاية ورقلة نشاطاً متنوعاً يشمل التجارة، الخدمات، الحرف والصناعات التقليدية، إضافة إلى التطور التدريجي في مجال الرقمنة والتكنولوجيا، الأمر الذي يساهم في ظهور مشاريع رقمية وتطبيقات ذكية تهدف إلى تحسين الخدمات وتنظيم الأسواق المحلية. كما تتميز بكثافة سكانية معتبرة وحركة اقتصادية تجعلها بيئة مناسبة لتطوير الخدمات الحرفية والتطبيقات الرقمية مثل تطبيق KHADAM .

جدول رقم (02): معطيات عامة حول ولاية ورقلة

المؤشر	القيمة
المساحة	145,805 كلم ²
عدد البلديات	08
عدد الدوائر	05
عدد السكان التقريبي	اكثر من 700 ألف نسمة
النشاط الاقتصادي الرئيسي	المحروقات والخدمات
أهم المدن	ورقلة، حاسي مسعود

المصدر: الديوان الوطني للإحصائيات + ONS إحصائيات ولاية ورقلة

ثانيا : واقع الحرف والنشاط الحرفي في ورقلة

حسب معطيات الديوان الوطني للإحصائيات، تُعد ولاية ورقلة من الولايات ذات النشاط الاقتصادي المتنوع، حيث يشهد قطاع الخدمات والحرف نمواً تدريجياً بفعل التوسع العمراني وارتفاع الطلب على الخدمات الحرفية المختلفة، وهو ما يعكس أهمية تنظيم هذا السوق عبر الحلول الرقمية والتطبيقات الذكية

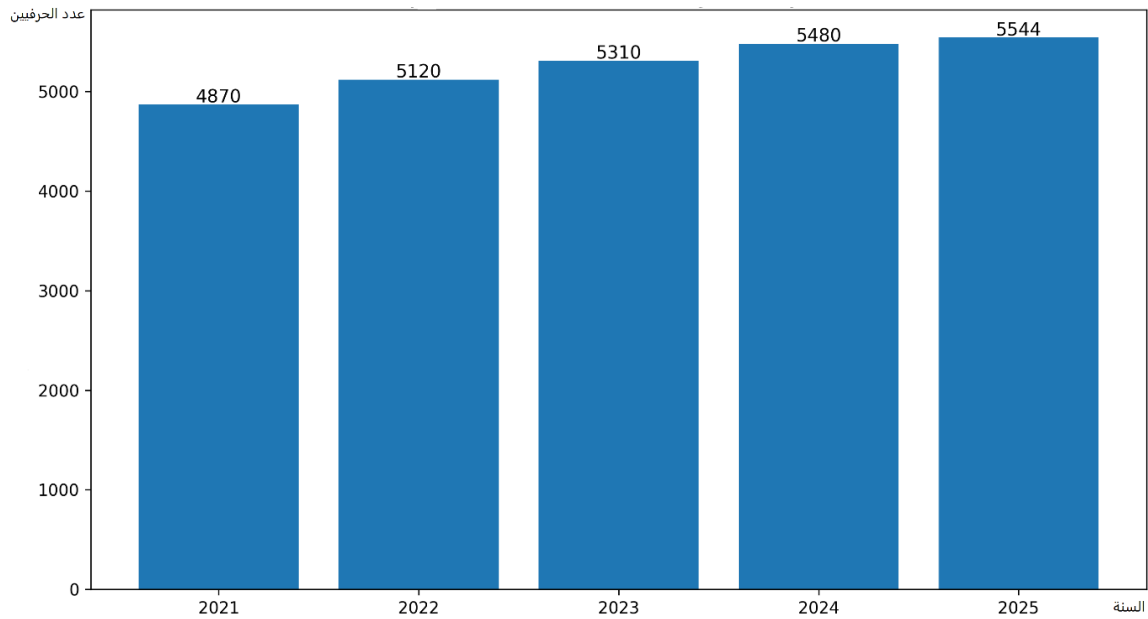
حيث تشير الإحصائيات الحديثة إلى أن ولاية ورقلة تضم أكثر من 5500 حرفي مسجل، ينشطون في مختلف المجالات الحرفية والخدماتية، وهو ما يعكس أهمية القطاع في خلق فرص العمل وتلبية احتياجات السكان. كما يشهد القطاع توجهاً متزايداً نحو الرقمنة وتحسين آليات التنظيم، الأمر الذي يعزز أهمية التطبيقات الذكية في تطوير سوق الخدمات الحرفية وتنظيم العلاقة بين الحرفيين والزبائن.

جدول رقم (03): تطور عدد الحرفيين بولاية ورقلة

السنة	عدد الحرفيين
2021	4870
2022	5120
2023	5310
2024	5480
2025	5544

المصدر: مديرية الصناعة التقليدية والحرف بورقلة

الشكل البياني رقم (01): تطور عدد الحرفيين بولاية ورقلة



المصدر: من اعداد الطالب اعتمادا على الجدول رقم 03

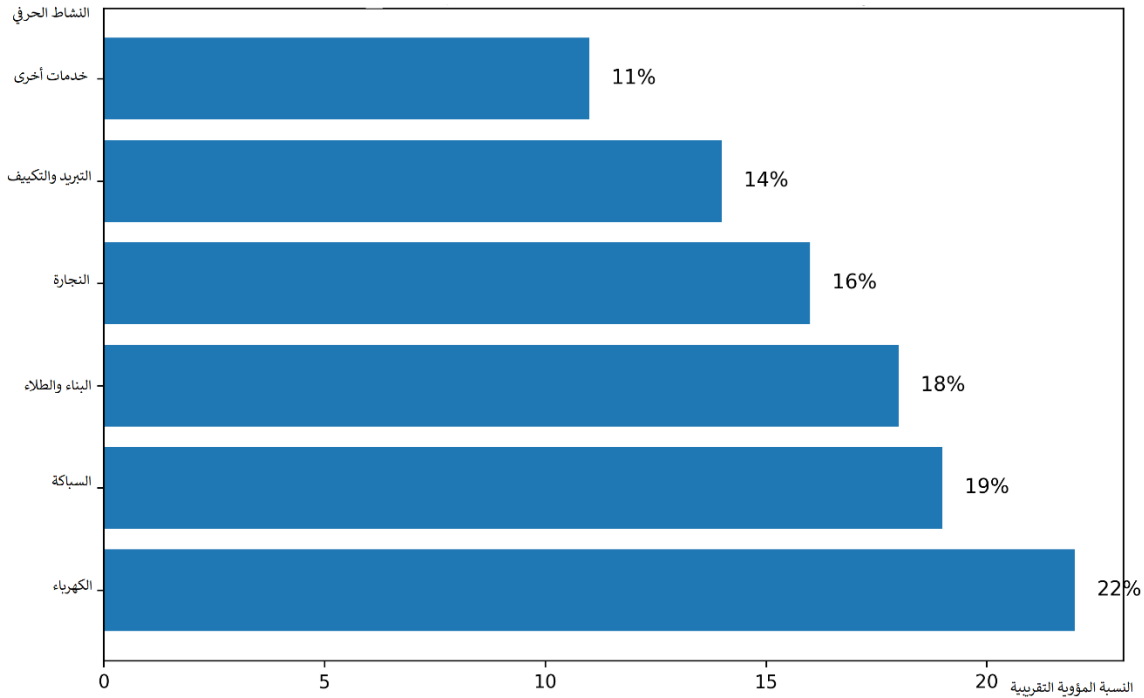
ومن الجدول و الشكل البياني يبدو لنا ان لدينا نمو تدريجي لعدد الحرفيين في ولاية ورقلة خلال السنوات الأخيرة، مما يعكس توسع النشاط الحرفي وارتفاع الطلب على الخدمات الحرفية.

جدول رقم (04): أهم النشاطات الحرفية المنتشرة في ولاية ورقلة

النشاط الحرفي	النسبة التقريبية
الكهرباء	22%
السباكة	19%
النجارة	16%
التبريد والتكييف	14%
البناء والطلاء	18%
خدمات أخرى	11%

المصدر: إعداد الطالب اعتماداً على معطيات السوق المحلي والدراسات الحرفية.

الشكل البياني رقم (02): توزيع أهم النشاطات الحرفية بولاية ورقلة



المصدر: من اعداد الطالب اعتمادا على الجدول رقم 04

ويُظهر الشكل والجدول أن خدمات الكهرياء والسباكة والبناء تُعد من أكثر الأنشطة الحرفية طلباً في السوق المحلي.

من خلال الإحصائيات والأشكال البيانية السابقة، يتضح أن ولاية ورقلة تعرف نشاطاً حرفياً متزايداً خلال السنوات الأخيرة، حيث سجل عدد الحرفيين ارتفاعاً تدريجياً، وهو ما يعكس تنامي الطلب على الخدمات الحرفية بمختلف أنواعها. كما أظهرت المعطيات أن خدمات الكهرياء والسباكة والبناء تُعد من أكثر النشاطات انتشاراً داخل السوق المحلي، نظراً لارتباطها بالحاجات اليومية للسكان والتوسع العمراني الذي تشهده الولاية.

وتبرز هذه النتائج أهمية قطاع الخدمات الحرفية باعتباره قطاعاً حيوياً يساهم في خلق فرص العمل وتلبية احتياجات المجتمع، إلا أن هذا السوق لا يزال يواجه عدة تحديات مرتبطة بالتنظيم، وصعوبة الوصول إلى الحرفيين الموثوقين، وغياب الشفافية في بعض المعاملات.

ومن هنا تظهر الحاجة إلى تبني حلول رقمية حديثة تعتمد على التطبيقات الذكية، مثل تطبيق KHADAM، الذي يمكن أن يساهم في تنظيم العلاقة بين الحرفيين والزبائن، وتحسين جودة الخدمات،

وتسهيل عملية البحث والتواصل، بما يدعم التحول الرقمي وتنظيم السوق الحرفية في ولاية ورقلة والجزائر عموماً.

المطلب الثاني: المنهجية والأدوات المستعملة

الفرع الأول: مجتمع وعينة الدراسة

أولاً: مجتمع الدراسة

بما أن الدراسة تهدف إلى إبراز مساهمة التطبيقات الذكية في تنظيم سوق الخدمات الحرفية في الجزائر، فقد تمثل مجتمع الدراسة في مختلف الفاعلين داخل سوق الخدمات الحرفية، والمتمثلين أساساً في الحرفيين والزبائن المستعملين للخدمات الحرفية، إضافة إلى التطبيقات الذكية التي تنشط كوسيط رقمي في هذا المجال، مع التركيز على واقع النشاط الحرفي بولاية ورقلة .

ثانياً: عينة الدراسة

اعتمدت الدراسة على عينة قصدية تمثلت في تطبيق KHADAM باعتباره نموذجاً أولياً (Prototype) لتطبيق ذكي يهدف إلى تنظيم سوق الخدمات الحرفية وربط الحرفيين بالزبائن بطريقة رقمية حديثة، حيث تم اختيار هذا التطبيق لملاءمته لموضوع الدراسة وإمكانية تحليل نموذج أعماله وآليات عمله.

الفرع الثاني: أدوات الدراسة

اعتمدنا في إنجاز هذه الدراسة على مجموعة من الأدوات العلمية والمنهجية التي تتناسب مع طبيعة الموضوع، والمتمثلة فيما يلي:

• الملاحظة

تم الاعتماد على الملاحظة من خلال متابعة واقع سوق الخدمات الحرفية، وملاحظة طبيعة تعامل الحرفيين والزبائن، إضافة إلى التعرف على أهم المشاكل التي يعاني منها السوق التقليدي، مثل صعوبة الوصول إلى الحرفيين، غياب الشفافية، وضعف التنظيم.

• الوثائق والمراجع

تم الاعتماد على مختلف الوثائق والمراجع العلمية، من كتب، مقالات، رسائل جامعية، وتقارير وإحصائيات متعلقة بالتطبيقات الذكية وسوق الخدمات الحرفية، بالإضافة إلى المعلومات المرتبطة بالنشاط الحرفي في الجزائر وولاية ورقلة .

• التحليل الوصفي والتحليلي

تم استخدام المنهج الوصفي لتحليل المفاهيم المرتبطة بالتطبيقات الذكية وسوق الخدمات الحرفية، كما تم الاعتماد على المنهج التحليلي لتحليل دور التطبيقات الذكية في تنظيم السوق الحرفية وإبراز أهم المزايا التي تقدمها في تحسين العلاقة بين الحرفيين والزبائن.

• نموذج الأعمال (Business Model)

تم الاعتماد على أداة نموذج الأعمال (Business Model Canvas) لتحليل تطبيق KHADAM ، وذلك من خلال دراسة مختلف عناصره، والمتمثلة في القيمة المقترحة، شرائح الزبائن، القنوات، مصادر الإيرادات، الشركاء الرئيسيين، والموارد الأساسية، بهدف إبراز كيفية خلق القيمة داخل التطبيق ودوره في تنظيم سوق الخدمات الحرفية.

المبحث الثاني: تحليل تطبيق KHADAM ومناقشة النتائج

يتناول هذا المبحث دراسة تطبيق KHADAM من خلال تحليل نموذج أعماله وآلية عمله، مع مناقشة النتائج المتوصل إليها ومدى مساهمة التطبيق في تحسين تقديم الخدمات الرقمية وربط الزبائن بمقدمي الخدمات بطريقة فعالة.

المطلب الأول: نموذج الأعمال (Business Model) لتطبيق KHADAM

يهدف هذا المطلب إلى توضيح مختلف عناصر نموذج الأعمال الخاصة بتطبيق KHADAM ، من خلال عرض طبيعة نشاطه والفئة المستهدفة والقيمة التي يقدمها داخل سوق الخدمات الرقمية.

الفرع الأول: التعريف بالمشروع وأهدافه

يخصص هذا الفرع لتقديم تعريف شامل بتطبيق KHADAM ، مع إبراز أهدافه ودوره في تسهيل الوصول إلى الخدمات المنزلية والمهنية عبر منصة رقمية حديثة.

أولا : التعريف بالمشروع

يعتبر تطبيق KHADAM منصة رقمية ذكية تهدف إلى ربط العملاء بالحرفيين ومقدمي الخدمات المنزلية بطريقة سهلة وآمنة، حيث يسمح للمستخدم بطلب مختلف الخدمات مثل السباكة والكهرباء وغيرها، مع توفير السرعة والثقة في تقديم الخدمة.

الشكل رقم (03) : شعار التطبيق



المصدر : من تصميم الطالب

1. اسم المشروع: تطبيق KHADAM

مجال النشاط :

يندرج المشروع ضمن مجال التطبيقات الحديثة والخدمات الرقمية (Service App Marketplace) حيث يقدم منصة رقمية لربط الأفراد بمقدمي خدمات منزلية ومهنية مثل: السباكة، الكهرباء، الطلاء، وغيرها.

2. كيف بدأت الفكرة وكيف تطورت؟

بدأت فكرة المشروع من ملاحظة صعوبة إيجاد عمال موثوقين بسرعة، خاصة في الحالات المستعجلة (مثل أعطال المنزل)، إضافة إلى غياب منصة منظمة تجمع بين الزبون ومقدم الخدمة. تطورت الفكرة إلى إنشاء تطبيق ذكي يوفر:

حجز الخدمات بسهولة

تحديد الوقت والتاريخ؛

معرفة الأسعار التقريبية؛

الدفع الإلكتروني أو النقدي

تقييم العمال.

وقد تم تصميم واجهات أولية للتطبيق توضح طريقة الاستخدام والخدمات المقدمة.

3. ما الذي سوف تقوم به؟

سأقوم بتطوير تطبيق إلكتروني (Mobile App) يعمل كوسيط بين:

الزبائن (Clients) الذين يحتاجون خدمات منزلية

مقدمي الخدمات (Workers) مثل الحرفيين والعمال

حيث يتيح التطبيق:

طلب خدمة معينة (كهرباء، سباكة، طلاء...)

اختيار الوقت والمكان

تحديد عدد العمال

متابعة الطلب حتى التنفيذ

4. كيف سيكون ذلك؟

سيتم تنفيذ المشروع عبر:

تطوير تطبيق على الهاتف (Android / iOS)

واجهة سهلة الاستخدام

نظام تسجيل دخول (Email)

نظام حجز وجدولة

نظام دفع (كاش + إلكتروني)

نظام تقييم ومراجعات

كما يتضمن التطبيق خصائص مثل:

عرض الخدمات

تحديد التكلفة حسب الوقت أو عدد العمال

تتبع الطلب

إشعارات فورية

5. من الذي سينجز ذلك؟

صاحب المشروع : الإشراف والتطوير الأساسي

فريق تقني (مستقبلاً)

مطور تطبيقات

مصمم UI/UX

مسؤول دعم فني

مقدمو الخدمات (عمال مستقلين يتم تسجيلهم في التطبيق)

6. أين سيتم إنجازه؟

مرحلة التطوير: عن بعد (Remote) باستخدام الحاسوب

التشغيل الأولي: في الجزائر (بداية بولاية ورقلة)

مع إمكانية التوسع لاحقاً إلى باقي الولايات

7. كم من الوقت سوف يستغرق؟

تصميم الفكرة والنماذج: 1 شهر

تطوير التطبيق (نسخة أولية): 2 إلى 4 أشهر

الاختبار والتجربة: 1 شهر

الإطلاق الرسمي: بعد حوالي 4 إلى 6 أشهر

ثانيا : اهداف المشروع

يهدف مشروع KHADAM إلى تحقيق مجموعة من الأهداف التجارية والاستراتيجية التي تضمن نجاحه واستمراره في سوق الخدمات الرقمية، حيث يسعى في المدى القريب إلى إطلاق التطبيق في السوق المحلي واستقطاب عدد معتبر من المستخدمين ومقدمي الخدمات، مع تحقيق حضور رقمي فعال وبناء سمعة قائمة على الثقة وجودة الخدمة، واستهداف حصة سوقية أولية تُقدَّر بـ 5% إلى 10% من سوق الخدمات المنزلية المحلية.

أما على المدى المتوسط، فيهدف المشروع إلى التوسع تدريجياً نحو عدة ولايات داخل الجزائر، وزيادة عدد المستخدمين النشطين والشركاء (العمال والحرفيين)، مع تحسين جودة الخدمات وتطوير ميزات إضافية داخل التطبيق، واستهداف حصة سوقية تتراوح بين 15% إلى 25%، إضافة إلى تحقيق مداخيل مستقرة من خلال العمولات على الخدمات.

وفي المدى البعيد، يسعى المشروع إلى أن يصبح منصة رائدة على المستوى الوطني في مجال الخدمات المنزلية الرقمية، مع إمكانية التوسع إلى أسواق خارجية مستقبلاً، وتعزيز مكانته كخيار أول للمستخدمين، مع استهداف حصة سوقية تفوق 30%، وتحقيق نمو مستدام وربحية عالية، مع تطوير نظام متكامل يشمل خدمات متنوعة وحلول ذكية تلبي مختلف احتياجات العملاء.

الفرع الثاني : عناصر نموذج الاعمال (Business Model)

يتمثل نموذج الأعمال الخاص بتطبيق KHADAM في مجموعة من العناصر التي توضح القيمة التي يقدمها التطبيق للمستخدمين، وكيفية تحقيقه لميزة تنافسية داخل سوق الخدمات الرقمية، من خلال توفير خدمات منزلية ومهنية بطريقة سهلة، سريعة وموثوقة.

1. القيم المقترحة :

أ. الحداثة (Innovation) :

- تطبيق رقمي حديث يجمع خدمات منزلية متعددة في منصة واحدة داخل السوق الجزائري
- أول حل منظم وسهل يربط بين الزبون والعمال بشكل مباشر وفوري

ب. الأداء (Performance) :

- سرعة في الاستجابة والحجز
- جودة خدمات مضمونة عبر نظام تقييم العمال
- تجربة استخدام مستقرة وسلسلة

ت. التكيف (Customization) :

- اختيار نوع الخدمة (كهرباء، سباكة...)
- تحديد الوقت والتاريخ
- إمكانية اختيار عدد العمال ومدة العمل

ث. إنجاز المهمة (Getting the Job Done) :

- تمكين المستخدم من حل مشاكله المنزلية بسرعة
- تقليل الوقت والجهد في البحث عن عمال
- تنفيذ الخدمة بشكل مباشر ومنظم

ج. التصميم (Design) :

- واجهة استخدام بسيطة وسهلة
- تصميم يركز على راحة المستخدم وسرعة التنقل داخل التطبيق

ح. السعر (Price) :

- أسعار تنافسية وشفافة
- عرض التكلفة التقديرية قبل تأكيد الطلب

خ. خفض التكاليف (Cost Reduction) :

- تقليل تكاليف البحث والوساطة التقليدية
- تقليل ضياع الوقت (الوقت = مال)

د. الحد من المخاطر (Risk Reduction) :

- نظام تقييم ومراجعات للعمال
- اختيار مقدمي خدمات موثوقين
- إمكانية تتبع الطلب

ذ. سهولة الوصول (Accessibility) :

- التطبيق متاح عبر الهاتف في أي وقت
- الوصول إلى خدمات لم تكن متاحة بسهولة سابقاً

ر. سهولة الاستخدام (Convenience / Usability) :

- خطوات حجز بسيطة وسريعة

- واجهة واضحة لأي مستخدم (حتى غير التقني)
- إشعارات وتنبيهات فورية

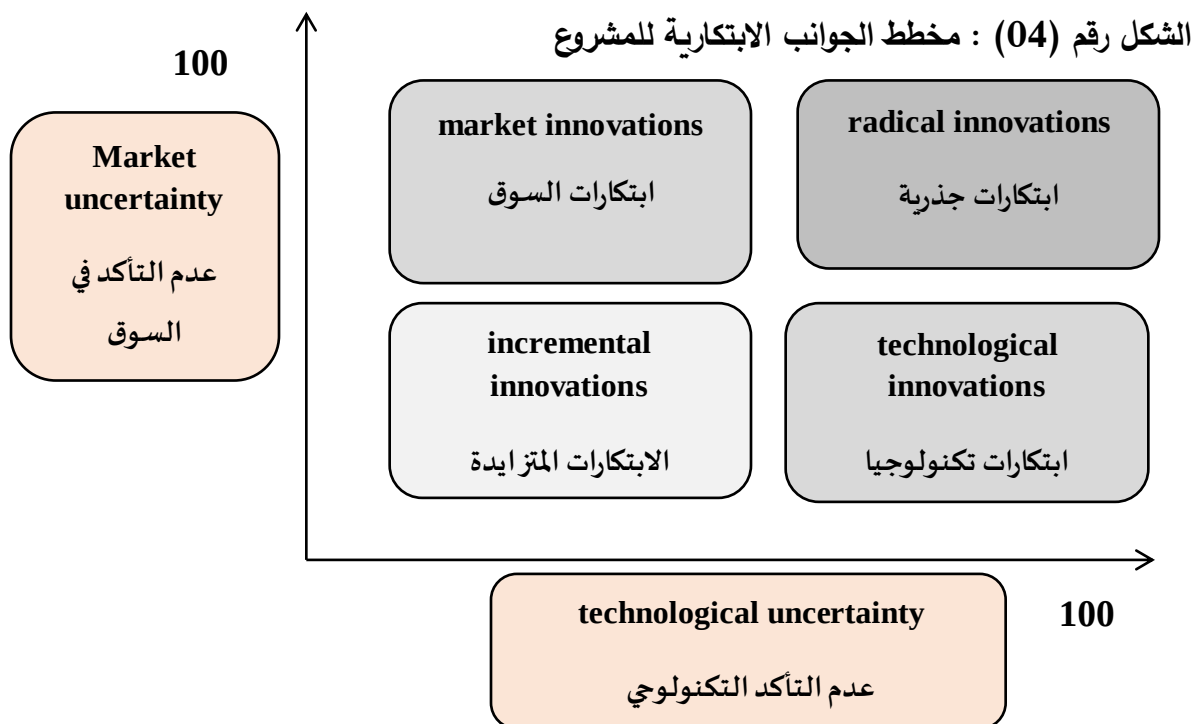
الجدول رقم (05) : جدول زمني لتحقيق المشروع

م	الاعمال	الشهر 1	الشهر 2	الشهر 3	الشهر 4	الشهر 5	الشهر 6	النتائج الرئيسية
1	دراسة السوق وتحليل الاحتياجات							تقرير تحليل السوق + تحديد الفئة المستهدفة
2	تصميم الفكرة وواجهات التطبيق							نماذج UI/UX جاهزة (Prototype)
3	تطوير التطبيق (البرمجة)							نسخة أولية من التطبيق تعمل (MVP)
4	اختبار التطبيق وتصحيح الأخطاء							تطبيق مستقر وخالي من الأخطاء الرئيسية
5	إضافة نظام الدفع والخصائص							نظام دفع مدمج + ميزات كاملة
6	إطلاق النسخة التجريبية							نسخة Beta مع مستخدمين حقيقيين
7	التسويق والترويج							حملة تسويقية + جذب أول مستخدمين
8	الإطلاق الرسمي							إطلاق التطبيق بشكل رسمي في السوق

المصدر : من اعداد الطالب اعتمادا على العمل المنجز من طرفه

تم تقسيم مشروع KHADAM إلى عدة مراحل أساسية تبدأ بدراسة السوق ثم تصميم وتطوير التطبيق، تليها مرحلة الاختبار وإضافة الخصائص النهائية، وصولاً إلى الإطلاق التجريبي ثم الرسمي، مع تخصيص مدة زمنية لكل مرحلة لضمان تنظيم العمل وتحقيق أهداف المشروع في الوقت المحدد.

الجوانب الابتكارية للمشروع :



المصدر : نموذج مخطط الاعمال للوزارة

يُصنّف مشروع KHADAM ضمن الابتكارات السوقية والتكنولوجية معاً، حيث يجمع بين تقديم نموذج جديد في السوق المحلي للخدمات المنزلية، واعتماد حلول رقمية حديثة لتنظيم هذا القطاع، ويُعتبر المشروع ابتكاراً من نوع **market innovations** كونه يقدّم خدمة لم تكن منظمة رقمياً بهذا الشكل في السوق الجزائري، كما يندرج ضمن **technological innovations** لاعتماده على تطبيق ذكي يدمج بين عدة وظائف مثل الحجز، الدفع، التقييم، وتتبع الطلبات، مع درجة متوسطة من عدم التأكد السوقي والتكنولوجي نظراً لحدثة الفكرة محلياً.

ومن خلال هذا التصنيف، يشمل الابتكار في مشروع KHADAM المجالات التالية:

- **عمليات جديدة:** تحسين كفاءة تقديم الخدمات المنزلية من خلال رقمتها وتقليل الوقت والتكاليف .
- **تجارب جديدة:** تقديم تجربة مستخدم حديثة وسهلة تتيح حجز الخدمات بضغطة زر بدل الطرق التقليدية .
- **ميزات جديدة:** توفير خصائص مثل التقييم، تتبع الطلب، اختيار الوقت، والدفع الإلكتروني .
- **استهداف عملاء جدد:** الوصول إلى شريحة واسعة من المستخدمين الذين لم يكن لديهم وصول سهل لخدمات موثوقة .
- **عروض جديدة:** تقديم خدمات منزلية بشكل منظم ومتكامل داخل تطبيق واحد .
- **نموذج عمل جديد:** اعتماد نموذج المنصة (Platform Business Model) الذي يربط بين الزبائن ومقدمي الخدمات ويولد القيمة من خلال الوساطة الرقمية.

3. التحليل الاستراتيجي للسوق :

أ. عرض القطاع السوقي (sector presentation) :

يتمثل السوق المحتمل لمشروع KHADAM في جميع الأفراد والأسر والمؤسسات التي تحتاج إلى خدمات منزلية ومهنية مثل السباكة، الكهرباء، الطلاء، حيث يتمثل هؤلاء في سكان المدن الجزائرية خاصة الفئات العاملة التي تعاني من ضيق الوقت وصعوبة إيجاد عمال موثوقين، إضافة إلى المؤسسات الصغيرة التي تحتاج إلى صيانة دورية. ويحفّزهم لشراء هذه الخدمات الحاجة إلى السرعة، الثقة، وسهولة الوصول، ويتواجدون أساساً في المناطق الحضرية، مع عدد كبير ومتزايد نظراً للنمو السكاني والتوسع العمراني.

أما السوق المستهدف، فيتمثل في الأسر الحضرية (الطبقة المتوسطة والعامة) التي تعتمد على الحلول الرقمية، إضافة إلى الحرفيين والعمال الباحثين عن فرص عمل، حيث يركز المشروع في البداية على ولاية ورقلة كنقطة انطلاق.

تم اختيار هذا السوق المستهدف لعدة مبررات، منها:

الانتشار الواسع لاستخدام الهواتف الذكية،

الحاجة المتزايدة لخدمات منزلية منظمة،

ضعف المنافسة الرقمية في هذا المجال،

قابلية التوسع السريع مستقبلاً.

كما يمكن للمشروع إبرام عقود مستقبلية مع:

شركات صيانة،

مؤسسات عقارية،

مكاتب ومؤسسات تحتاج خدمات دورية،

مما يضمن مداخل ثابتة واستقرار النشاط.

ب. قياس شدة المنافسة (intensity of competition) :

يواجه مشروع KHADAM نوعين من المنافسة:

المنافسون المباثرون:

- تطبيقات أو منصات خدمات
- صفحات فيسبوك التي تقدم خدمات مشابهة

المنافسون غير المباثرون:

- الحرفيون التقليديون (Word of Mouth)
- المعارف والجيران (التوصيات الشخصية)

تقدير المنافسة:

المنافسة الرقمية: ضعيفة إلى متوسطة (فرصة قوية للمشروع)

المنافسة التقليدية: قوية لكنها غير منظمة

نقاط قوة المنافسين:

- خبرة ميدانية للحرفيين
- أسعار أحياناً منخفضة
- علاقات مباشرة مع الزبائن

نقاط ضعفهم:

- غياب التنظيم
- عدم وجود ضمانات أو تقييمات
- صعوبة الوصول إليهم بسرعة
- غياب الشفافية في الأسعار

ت. الاستراتيجيات التسويقية (marketing strategies) :

يعتمد مشروع KHADAM على استراتيجية تسويقية متكاملة تراعي الإمكانيات المالية، وترتكز على المزيج التسويقي: (4Ps)

1. المنتج: (Product)

- تطبيق يقدم خدمات منزلية متعددة
- واجهة سهلة + نظام حجز + تقييم + دفع

2. السعر: (Price)

- أسعار تنافسية
- عمولة بسيطة على كل خدمة
- عروض وخصومات للمستخدمين الجدد

3. المكان: (Place)

- التطبيق متاح عبر الهواتف الذكية
- بداية محلية ثم توسع وطني

4. الترويج: (Promotion)

- التسويق عبر مواقع التواصل (Facebook, Instagram)
- إعلانات ممولة محلية
- عروض ترحيبية (Promotions)
- نظام الإحالة (Invite & Earn)

5. خطة الإنتاج والتنظيم : PRODUCTION PLAN AND ORGANIZATION

تهدف خطة الإنتاج والتنظيم في تطبيق KHADAM إلى توضيح الكيفية التي يتم بها تقديم الخدمات الرقمية وتنظيم مختلف العمليات داخل التطبيق، بما يضمن توفير خدمات ذات جودة عالية وتحقيق سرعة الاستجابة ورضا المستخدمين.

أولا : عملية الإنتاج (production process) :

بما أن مشروع KHADAM هو تطبيق خدمات رقمية، فإن “الإنتاج” هنا لا يعني تصنيع منتج مادي، بل يعني تقديم خدمة رقمية متكاملة تمر بعدة مراحل منظمة تضمن جودة الخدمة ورضا الزبون، وهي كالتالي:

مراحل عملية الإنتاج:

1. استقطاب وتسجيل مقدمي الخدمات (العمال)
 - جمع البيانات والتحقق من الهوية والخبرة
2. إدراج الخدمات داخل التطبيق
 - تصنيف الخدمات (كهرباء، سباكة...)
 - تحديد الأسعار التقريبية
3. طلب الخدمة من طرف الزبون
 - اختيار الخدمة + تحديد الوقت والمكان
4. معالجة الطلب وتوجيهه للعامل المناسب
 - إشعار العامل وقبول الطلب
5. تنفيذ الخدمة على أرض الواقع
 - انتقال العامل إلى موقع الزبون وإنجاز المهمة
6. الدفع والتقييم

- دفع إلكتروني أو نقدي
- تقييم العامل والخدمة

ثانيا : التموين (procurement) :

في مشروع KHADAM، التموين لا يقتصر على مواد أولية، بل يشمل:

• الموارد التقنية :

- استضافة التطبيق (Hosting)
- قواعد البيانات (Database)
- أدوات التطوير (Software)

• الموارد البشرية :

- مقدمو الخدمات (عمال، حرفيين)
- فريق تقني (مطورين)

• سياسة التموين:

- اختيار مزودين موثوقين للخدمات التقنية
- تسجيل عمال مؤهلين مع التحقق من مهاراتهم
- اعتماد نظام دفع مرن (كاش + إلكتروني)

ثالثا : التجهيزات والوسائل التقنية

يعتمد تطبيق KHADAM على مجموعة من الوسائل التقنية الضرورية لضمان حسن سير الخدمة، والمتمثلة في:

- حواسيب مخصصة للتطوير والإدارة
- هواتف ذكية لاختبار التطبيق
- خوادم وقواعد بيانات (Servers & Databases)
- شبكة إنترنت عالية السرعة
- برامج التصميم والتطوير

- أدوات الحماية والأمن السيبراني

رابعاً : اليد العاملة (labour)

المناصب الأساسية في المشروع:

- صاحب المشروع (إدارة وتسيير)
- مطور تطبيقات (Development)
- مصمم UI/UX
- مسؤول دعم فني وخدمة الزبائن
- مقدمو الخدمات (عمال مستقلين)

طبيعة اليد العاملة:

- فريق صغير في البداية (Startup)
- الاعتماد على عمال مستقلين (Freelancers)
- العمل عن بعد (Remote Work)

أماكن تواجدها:

- الفريق التقني: عن بعد
- العمال: داخل الولاية المستهدفة

خامساً : المناولة (subcontracting)

يمكن للمشروع الاستعانة بمصادر خارجية في:

- تطوير أجزاء من التطبيق
- التصميم (UI/UX)
- التسويق الرقمي
- خدمات الدفع الإلكتروني

سادساً : نظام الجودة والمتابعة

يعتمد تطبيق KHADAM على مجموعة من الآليات لضمان جودة الخدمات، تتمثل في:

- نظام تقييم الحرفيين بعد كل خدمة
- متابعة شكاوى الزبائن
- مراقبة سرعة الاستجابة
- التحقق الدوري من حسابات العمال
- إيقاف الحسابات ذات التقييمات السلبية

سابعاً: الأمن والحماية الرقمية

يسعى التطبيق إلى حماية بيانات المستخدمين من خلال:

- تشفير المعلومات والبيانات
- حماية عمليات تسجيل الدخول
- تأمين عمليات الدفع الإلكتروني
- احترام خصوصية المستخدمين

6. الخطة المالية Financial plan :

تمثل الخطة المالية مرحلة أساسية في دراسة مشروع KHADAM ، حيث تهدف إلى تقدير مختلف الإيرادات والتكاليف والنتائج المالية المتوقعة خلال السنوات القادمة، من أجل تقييم مدى جدوى المشروع وقدرته على تحقيق الاستمرارية والربحية في سوق الخدمات الرقمية.

الجدول رقم (06) : رقم الأعمال REVENUE — (دج)

يوضح هذا الجدول توقعات رقم الأعمال الخاصة بالمشروع اعتمادًا على مختلف مصادر الإيرادات

مصدر الإيراد	تحقيق		توقع					
	N-2	N-1	N	N+1	N+2	N+3	N+4	N+5
اشتراك العمال 12×500×30	—	—	180,000	252,000	360,000	504,000	720,000	1,008,000
اشتراك المؤسسات 12×1000×5	—	—	60,000	96,000	144,000	216,000	324,000	480,000
اشتراك المستخدمين 12×150×100	—	—	180,000	252,000	360,000	504,000	720,000	1,008,000
إعلانات داخل التطبيق	—	—	—	55,000	96,000	156,000	216,000	324,000
عمولة على العمليات	—	—	—	50,000	90,000	120,000	120,000	280,000
إجمالي رقم الأعمال	—	—	420,000	705,000	1,050,000	1,500,000	2,100,000	3,100,000

المصدر : من اعداد الطالب انطلاقا من دراسة مشروعه

المشروع يعتمد في بدايته على 3 مصادر رئيسية للإيراد: اشتراكات العمال، المؤسسات، والمستخدمين، وهو هيكلي متوازن نسبياً لأنه يستهدف الطرفين في السوق (العرض والطلب معاً). السنة الأولى تُحقق 420,000 دج وهو رقم واقعي لمشروع ناشئ يعتمد على أعداد محدودة من المشتركين.

النمو في رقم الأعمال متسارع ومنطقي، إذ يرتفع من 420,000 دج في N إلى 3,100,000 دج في N+5، أي بمعدل نمو يتجاوز 7 أضعاف خلال 5 سنوات. هذا النمو مدعوم بانضمام مصادر جديدة من (N+1 إعلانات وعمولات) مما يقلل الاعتماد على الاشتراكات وحدها، وهو مؤشر صحي جداً على تنويع الإيرادات.

الجدول رقم (07) : التكاليف والأعباء COSTS AND CHARGES — (دج)

يبين هذا الجدول أهم التكاليف المرتبطة بتطوير وتشغيل تطبيق KHADAM ، والتي تشمل تكاليف التطوير والاستضافة والتسويق والمصاريف الإدارية .

نوع التكلفة	تحقيق		توقع					
	N-2	N-1	N	N+1	N+2	N+3	N+4	N+5
تطوير التطبيق والموقع	—	—	150,000	200,000	250,000	300,000	350,000	400,000
الاستضافة والصيانة التقنية	—	—	50,000	75,000	100,000	150,000	200,000	280,000
التسويق والإشهار	—	—	80,000	100,000	150,000	200,000	250,000	350,000
مصاريف إدارية وتشغيلية	—	—	40,000	75,000	150,000	250,000	400,000	500,000
إجمالي التكاليف	—	—	320,000	450,000	650,000	900,000	1,200,000	1,530,000

المصدر : من اعداد الطالب انطلاقاً من دراسة مشروعه

التكاليف تنمو بشكل تدريجي ومنطقي من 320,000 دج في N إلى 1,530,000 دج في N+5 ، لكن الملاحظة الإيجابية الجوهرية هي أن وتيرة نمو التكاليف أبطأ من وتيرة نمو الإيرادات، وهذا يعني أن المشروع يكتسب كفاءة تشغيلية مع مرور الوقت.

التكلفة الأكبر في السنة الأولى هي تطوير التطبيق (150,000 دج)، وهو طبيعي جداً لأنه استثمار أولي في البنية التقنية. بعد السنة الأولى، تصبح هذه التكلفة أكثر استقراراً بينما تبقى الاستضافة والصيانة متكررة.

الجدول رقم (08) : جدول حسابات النتائج المتوقع FORECAST RESULT – ACCOUNT(دج)

يعرض هذا الجدول النتائج المالية المتوقعة للمشروع من خلال مقارنة الإيرادات بإجمالي التكاليف، مما يسمح بتحديد صافي الأرباح ونسبة الربحية المتوقعة خلال مختلف السنوات.

البيان	تحقيق		توقع					
	N-2	N-1	N	N+1	N+2	N+3	N+4	N+5
رقم الأعمال (CA)	—	—	420,000	705,000	1,050,000	1,500,000	2,100,000	3,100,000
إجمالي التكاليف (-)	—	—	(320,000)	(450,000)	(650,000)	(900,000)	(1,200,000)	(1,530,000)
النتيجة الصافية	—	—	+100,000	+255,000	+400,000	+600,000	+900,000	+1,570,000
نسبة الربحية (%)	—	—	23.8%	36.2%	38.1%	40.0%	42.9%	50.6%

المصدر : من اعداد الطالب انطلاقا من دراسة مشروعه

هذا هو أكثر جزء مشجع في الخطة المالية. المشروع يُحقق نتيجة إيجابية منذ السنة الأولى (+100,000 دج)، وهو أمر نادر نسبياً في المشاريع الناشئة التقنية التي عادة ما تعاني من خسائر في مراحلها الأولى. نسبة الربحية تتحسن باستمرار:

الجدول رقم (09) : جدول تطور النتائج الصافية ونسب الربحية المتوقعة

يوضح هذا الجدول تطور النتائج الصافية ونسب الربحية المتوقعة لمشروع KHADAM خلال السنوات القادمة، حيث يبرز الارتفاع التدريجي في الأرباح وتحسن الأداء المالي للمشروع، مما يعكس قدرته على تحقيق نمو واستقرار مالي مع مرور الوقت.

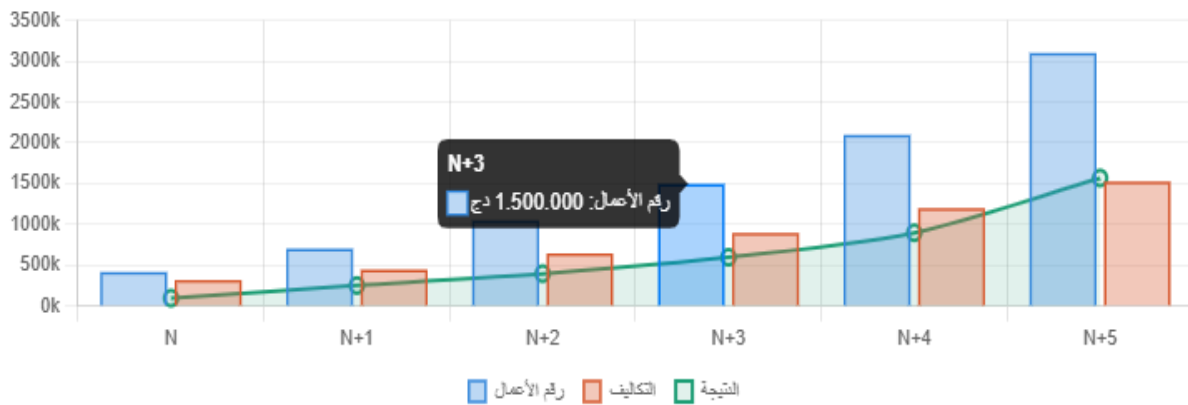
نسبة الربحية	النتيجة	السنة
23.8%	+100,000	N
36.2%	+255,000	N+1
38.1%	+400,000	N+2
40.0%	+600,000	N+3
42.9%	+900,000	N+4
50.6%	+1,570,000	N+5

المصدر : انطلاقاً من جدول حسابات النتائج المتوقعة

الوصول إلى نسبة ربحية 50% في N+5 يُعد أداءً ممتازاً لمشروع رقمي قائم على الاشتراكات.

الشكل رقم (04) : أعمدة بيانية لجدول حسابات النتائج المتوقعة

يمثل هذا الشكل البياني تطور النتائج المالية المتوقعة لمشروع KHADAM خلال السنوات القادمة، من خلال توضيح العلاقة بين رقم الأعمال والتكاليف والنتيجة الصافية، مما يساعد على إبراز نمو المشروع وتحسن مستوى الربحية مع مرور الوقت.



المصدر: من اعداد الطالب اعتمادا على الجدول رقم (08)

الجدول رقم (10) : خطة الخزينة TREASURY PLAN — (دج)

توضح خطة الخزينة مختلف التدفقات المالية الداخلة والخارجة الخاصة بالمشروع، حيث تساعد على متابعة حركة الأموال وضمان التوازن المالي واستمرارية نشاط التطبيق بشكل منتظم.

البيان	تحقيق		توقع					
	N-2	N-1	N	N+1	N+2	N+3	N+4	N+5
Encaissements—تدفقات الداخلة								
إيرادات الاشتراكات	—	—	420,000	600,000	864,000	1,224,000	1,764,000	2,496,000
إيرادات أخرى إعلانات/عمولة	—	—	—	105,000	186,000	276,000	336,000	604,000
مجموع المداخل	—	—	420,000	705,000	1,050,000	1,500,000	2,100,000	3,100,000
Décaissements—تدفقات الخارجة								
مصاريف التطوير والتقنية	—	—	(200,000)	(275,000)	(350,000)	(450,000)	(550,000)	(680,000)
مصاريف التسويق والإدارة	—	—	(120,000)	(175,000)	(300,000)	(450,000)	(650,000)	(850,000)
مجموع المصاريف	—	—	(320,000)	(450,000)	(650,000)	(900,000)	(1,200,000)	(1,530,000)
الرصيد الصافي للخرينة	—	—	+100,000	+255,000	+400,000	+600,000	+900,000	+1,570,000
الرصيد التراكمي للخرينة	—	—	+100,000	+355,000	+755,000	+1,355,000	+2,255,000	+3,825,000

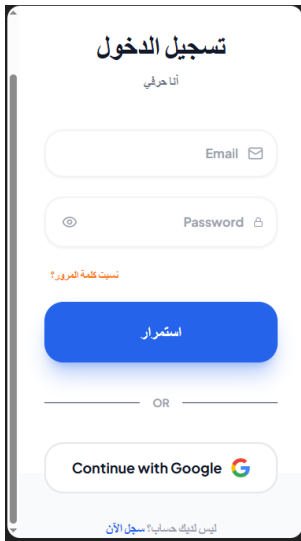
المصدر : من اعداد الطالب انطلاقا من دراسة مشروعه

الخرينة إيجابية من اليوم الأول، والرصيد التراكمي يتضاعف بشكل مستمر ليصل إلى **+3,825,000** دج بنهاية N+5. هذا يعني أن المشروع لا يحتاج إلى تمويل خارجي إضافي بعد الانطلاق، وأنه قادر على تمويل توسعه الجغرافي من موارد ذاتية.

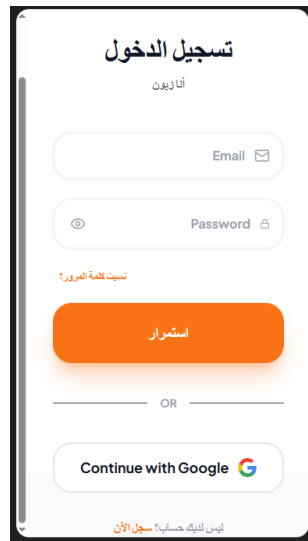
نقاط القوة:

- ربحية فورية منذ السنة الأولى
- تنوع مصادر الإيراد مع الوقت
- نمو الإيرادات أسرع من نمو التكاليف

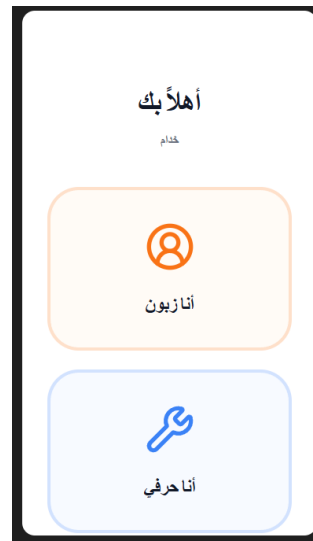
- خزينة صحية ومتراكمة باستمرار
- 7. النموذج الاولى التجريبي :



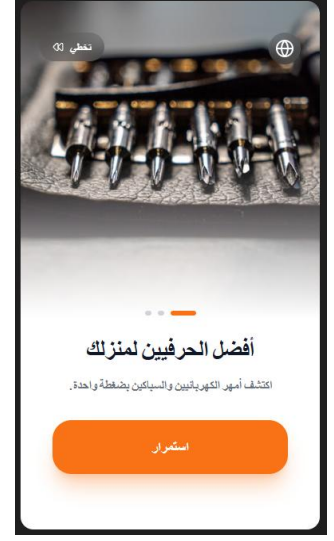
تسجيل الدخول



تسجيل الدخول (الزبون)



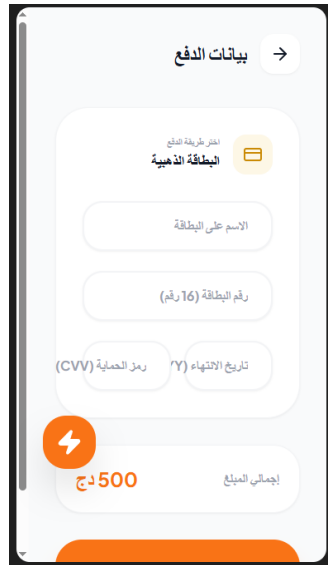
اختيار نوع المستخدم



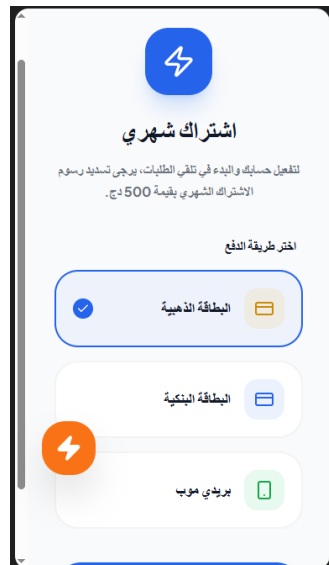
واجهة البداية / الترحيب



واجهة لوحة تحكم



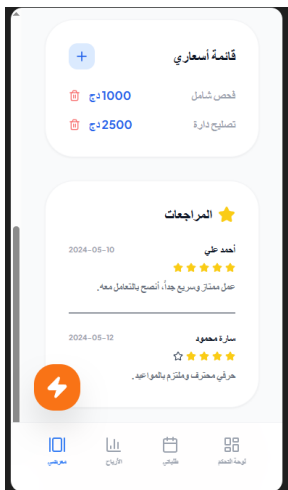
واجهة بيانات الدفع



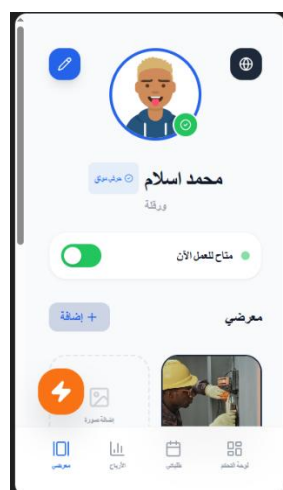
واجهة الاشتراك



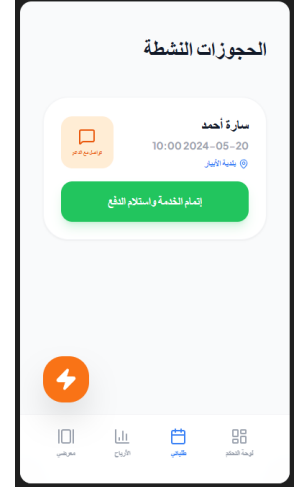
واجهة اختيار المهنة



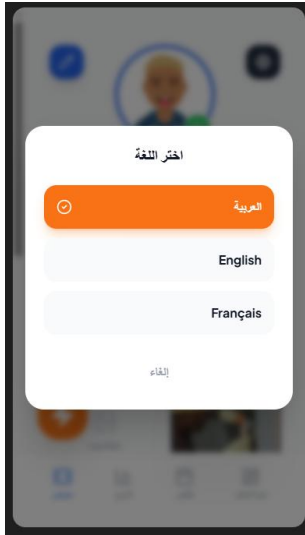
واجهة الملف الشخصي للحرفي



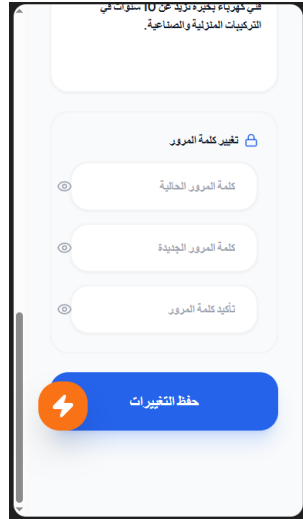
واجهة سحب الأرباح



واجهة الحجوزات



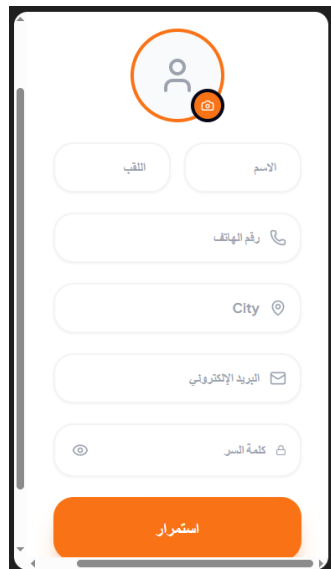
واجهة تغيير اللغة



واجهة تعديل الملف الشخصي للحرفي



الصفحة الرئيسية



واجهة انشاء حساب



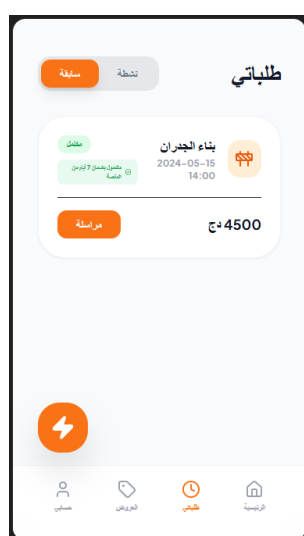
واجهة الدردشة مع الدعم



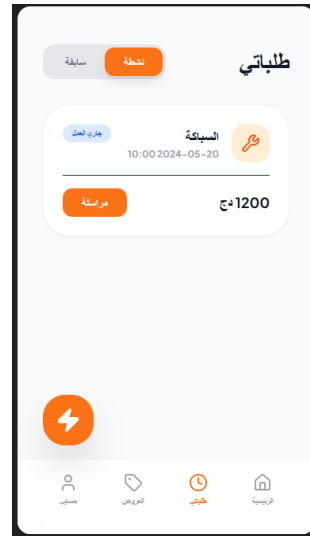
نافذة تأكيد سحب الأرباح



واجهة العروض



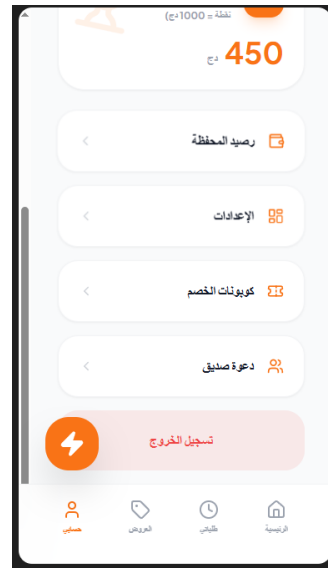
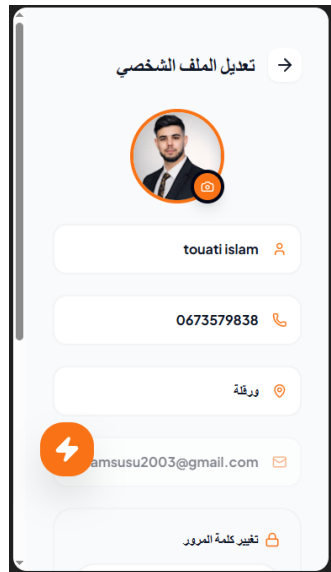
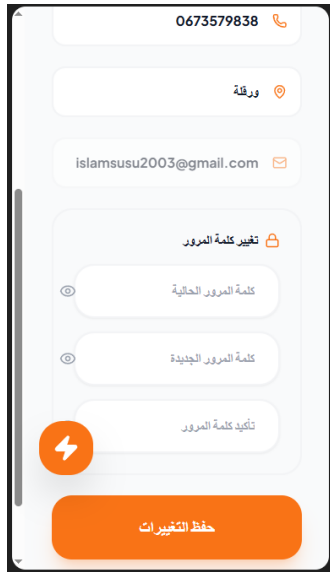
واجهة طلباتي السابقة



واجهة طلباتي النشطة



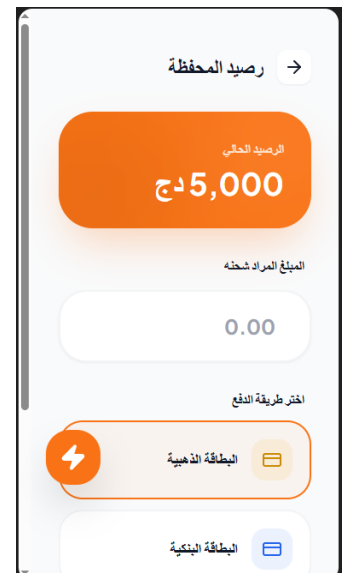
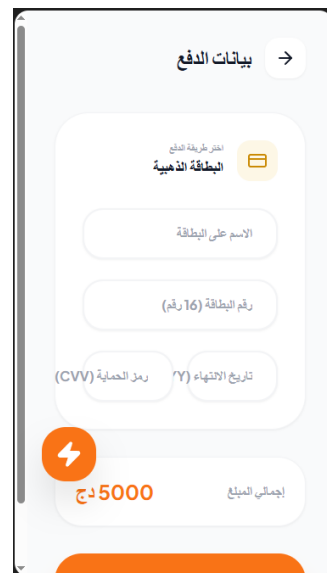
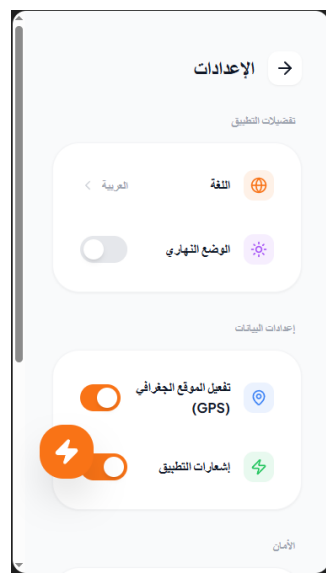
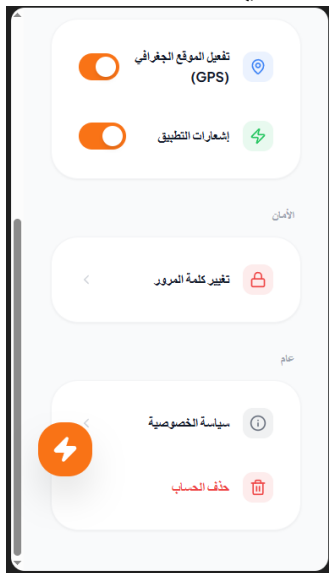
اختيار الخدمة



واجهة تعديل الملف الشخصي لزبون

الملف الشخصي لزبون

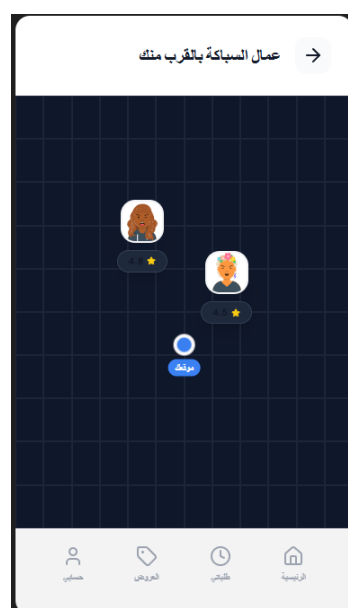
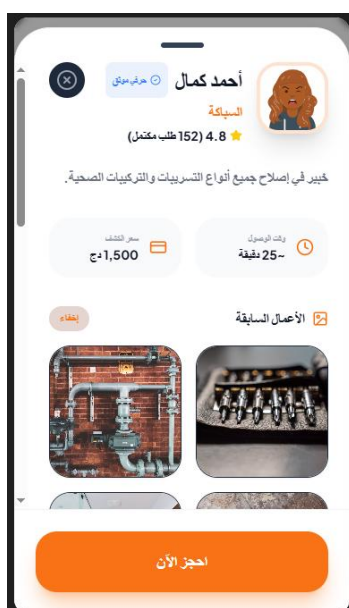
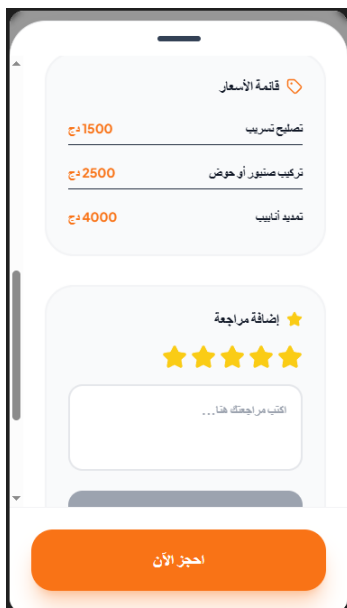
الملف الشخصي لزبون



واجهة الاعدادات

واجهة بيانات الدفع

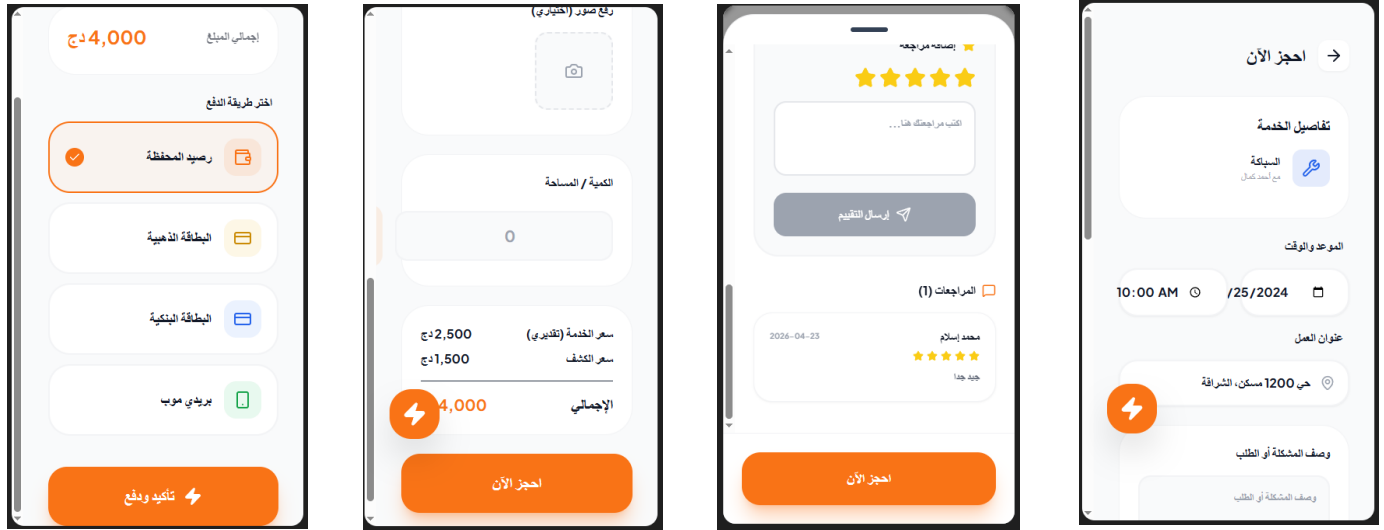
واجهة رصيد المحفظة



واجهة عرض ملف الحرفي للزبون

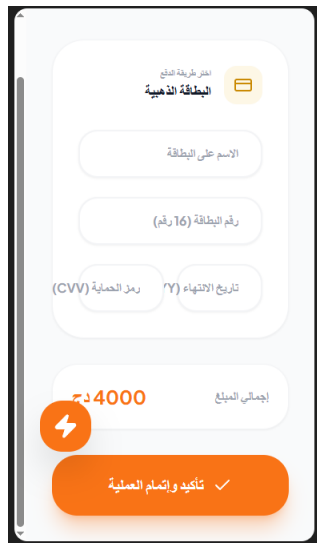
واجهة الخريطة

واجهة البحث لزبون

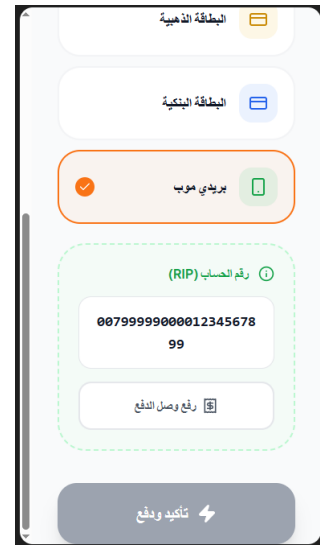


واجهة اختيار طريقة الدفع

واجهة الحجز (التفاصيل والموعده)



واجهة معلومات البطاقة



واجهة الدفع بريدي موب

المطلب الثاني: مناقشة النتائج وتحليل مساهمة التطبيق

بعد تحليل نموذج الأعمال الخاص بتطبيق KHADAM ودراسة مختلف خصائصه وآليات عمله، تم التوصل إلى مجموعة من النتائج التي يمكن مناقشتها في ضوء الفرضيات التي تم طرحها في بداية الدراسة، وذلك كما يلي:

أولاً: مناقشة الفرضية الرئيسية

تنص الفرضية الرئيسية على أنه:

" يساهم تطبيق KHADAM في تنظيم سوق الخدمات الحرفية في الجزائر من خلال توظيف التطبيقات الذكية وربط الحرفيين بالزبائن بطريقة رقمية فعالة".

ومن خلال الدراسة النظرية والتحليلية، تبين أن التطبيق يمكن أن يساهم بدرجة معتبرة في تنظيم سوق الخدمات الحرفية، وذلك عبر توفير منصة رقمية تسهل عملية التواصل بين الحرفيين والزبائن، إضافة إلى تحسين الوصول إلى الخدمات وتنظيم الطلبات بطريقة أكثر سرعة ووضوحاً مقارنة بالسوق التقليدي.

كما أظهر التحليل أن التطبيق يعتمد على مجموعة من الآليات الرقمية مثل الموقع الجغرافي، نظام التقييمات، وإدارة الطلبات، وهي عناصر تساعد على تقليل العشوائية وتحسين كفاءة الخدمات داخل السوق الحرفية.

وعليه، يمكن اعتبار أن نتائج الدراسة تدعم الفرضية الرئيسية بشكل عام، مع الإشارة إلى أن فعالية التطبيق بشكل كامل تبقى مرتبطة بمدى تطبيقه الفعلي داخل السوق الجزائرية.

ثانياً: مناقشة الفرضيات الفرعية

مناقشة الفرضية الفرعية الأولى

تنص الفرضية على أن:

"يتميز سوق الخدمات الحرفية بمجموعة من الخصائص التي تجعله بحاجة إلى حلول رقمية حديثة لتنظيمه".

أظهرت الدراسة أن سوق الخدمات الحرفية يعاني من عدة مشكلات، مثل صعوبة الوصول إلى الحرفيين، غياب التنظيم، وضعف الشفافية في بعض التعاملات، إضافة إلى الاعتماد الكبير على الطرق التقليدية في البحث عن الخدمات.

كما بين التحليل أن التحول الرقمي يمكن أن يساهم في معالجة هذه النقائص من خلال توفير منصات ذكية تسهل الربط بين العرض والطلب.

وعليه، فإن نتائج الدراسة تدعم صحة هذه الفرضية.

مناقشة الفرضية الفرعية الثانية

تنص الفرضية على أن:

"تساهم التطبيقات الذكية في تحسين كفاءة الخدمات وتسهيل التواصل بين مقدمي الخدمات والزبائن".

أثبتت الدراسة النظرية أن التطبيقات الذكية توفر وسائل حديثة تساعد على تسهيل عملية التواصل، تسريع الاستجابة، وتنظيم الخدمات بطريقة أكثر كفاءة مقارنة بالأساليب التقليدية.

إلا أن الدراسة لم تعتمد على اختبار ميداني فعلي للتطبيق، مما يجعل النتائج مرتبطة بالجانب النظري والتحليلي أكثر من الجانب التطبيقي الواقعي.

وعليه، يمكن القول إن الفرضية مدعومة نظرياً، لكنها تحتاج إلى دراسة ميدانية مستقبلية للتأكد من مدى تحقيقها عملياً.

مناقشة الفرضية الفرعية الثالثة

تنص الفرضية على أن:

"تساعد التطبيقات الذكية في تنظيم العلاقة بين العرض والطلب داخل السوق الحرفية".

بين التحليل أن تطبيق KHADAM يعمل كوسيط رقمي يربط بين الحرفيين والزبائن بطريقة منظمة، حيث يسمح بتوجيه الطلبات حسب نوع الخدمة، الموقع الجغرافي، والتقييمات.

كما يساهم التطبيق في تسهيل توزيع الخدمات وتقليل العشوائية الموجودة داخل السوق التقليدية، مما يساعد على تحسين التوازن بين العرض والطلب.

وعليه، يمكن اعتبار أن نتائج الدراسة تدعم هذه الفرضية.

مناقشة الفرضية الفرعية الرابعة

تنص الفرضية على أن:

"يمثل نموذج الأعمال الرقمي عنصراً أساسياً في نجاح التطبيقات الخدمية الحديثة".

من خلال تحليل نموذج الأعمال الخاص بتطبيق KHADAM ، تبين أن نجاح التطبيق يعتمد بدرجة كبيرة على طريقة تنظيم مصادر الإيرادات، إدارة الخدمات، وتحقيق القيمة للمستخدمين.

كما أظهرت الدراسة أن نموذج الأعمال الرقمي يسمح بتحسين تجربة المستخدم وتطوير الخدمات بطريقة أكثر مرونة، إضافة إلى توفير فرص مستقبلية للنمو والتوسع داخل السوق الرقمية.

وعليه، فإن نتائج الدراسة تدعم هذه الفرضية.

مناقشة الفرضية الفرعية الخامسة

تنص الفرضية على أن:

"يساهم تطبيق KHADAM في تسهيل وصول الزبائن إلى الحرفيين بولاية ورقلة".

أظهرت النتائج أن التطبيق يوفر وسيلة رقمية تساعد المستخدمين على الوصول إلى الحرفيين حسب التخصص والموقع الجغرافي، مما يقلل من الوقت والجهد المبذول في البحث التقليدي عن الخدمات.

كما يسمح للحرفيين بعرض خدماتهم بطريقة منظمة والوصول إلى عدد أكبر من الزبائن.

وعليه، فإن نتائج الدراسة تؤكد صحة هذه الفرضية.

مناقشة الفرضية الفرعية السادسة

تنص الفرضية على أن:

"يساعد التطبيق في تحسين جودة الخدمات الحرفية وزيادة مستوى الثقة بين المستخدمين".

أظهرت الدراسة أن التطبيق يحتوي على خصائص مثل نظام التقييمات وعرض معلومات الحرفيين، وهي عناصر يمكن أن تساهم في تحسين جودة الخدمات وتعزيز الثقة بين الأطراف.

لكن في المقابل، لم يتم اختبار هذه الخصائص بشكل ميداني فعلي، مما يجعل من الصعب التأكد بشكل كامل من مدى فعاليتها الواقعية.

وعليه، يمكن اعتبار أن هذه الفرضية مدعومة جزئياً فقط، وتحتاج إلى تجارب تطبيقية مستقبلية للتأكد من صحتها.

مناقشة الفرضية الفرعية السابعة

تنص الفرضية على أن:

"يحقق نموذج الأعمال الخاص بتطبيق KHADAM قيمة مضافة للسوق الحرفية من خلال السرعة والتنظيم والشفافية".

بينت الدراسة أن التطبيق يقدم مجموعة من القيم المضافة تتمثل في تسهيل الوصول إلى الخدمات، تحسين تنظيم المعاملات، تقليل الوقت والجهد، والمساهمة في رقمنة السوق الحرفية.

كما يساعد التطبيق على خلق بيئة رقمية أكثر تنظيماً مقارنة بالأساليب التقليدية.

وعليه، فإن نتائج الدراسة تدعم هذه الفرضية.

مناقشة الفرضية الفرعية الثامنة

تنص الفرضية على أن:

"توجد مجموعة من التحديات التقنية والتنظيمية التي قد تؤثر على التطبيق الفعلي لتطبيق KHADAM داخل السوق الجزائرية".

أظهرت الدراسة وجود عدة تحديات قد تعيق التطبيق الفعلي للمشروع، من بينها ضعف الثقافة الرقمية لدى بعض الحرفيين، محدودية استخدام وسائل الدفع الإلكتروني، إضافة إلى بعض الصعوبات المرتبطة بالبنية الرقمية والتنظيم القانوني.

وعليه، فإن نتائج الدراسة تؤكد صحة هذه الفرضية.

ومن خلال النتائج المتوصل إليها، يتضح أن تطبيق KHADAM يمثل نموذجًا رقميًا يمكن أن يساهم في تطوير وتنظيم سوق الخدمات الحرفية في الجزائر، خاصة من خلال تحسين الوصول إلى الخدمات وتنظيم العلاقة بين الحرفيين والزبائن.

كما أظهرت الدراسة أن بعض الفرضيات تحققت بشكل واضح، في حين بقيت فرضيات أخرى بحاجة إلى اختبار ميداني فعلي للتأكد من مدى تحققها على أرض الواقع، خاصة ما يتعلق بجودة الخدمات ومستوى الشفافية والثقة داخل السوق الحرفية الرقمية.

خلاصة الفصل :

من خلال ما تم التطرق إليه في هذا الفصل، يتضح أن التطبيقات الذكية أصبحت تمثل أحد أهم الحلول الرقمية الحديثة القادرة على المساهمة في تنظيم الأسواق الخدمية، خاصة تلك التي تعاني من العشوائية وضعف التنسيق، على غرار سوق الخدمات الحرفية في الجزائر. وفي هذا الإطار، حاول تطبيق "KHADAM" تقديم تصور رقمي أولي يعتمد على الربط بين الحرفيين والزبائن داخل منصة إلكترونية تسعى إلى تسهيل الوصول إلى الخدمات وتحسين جودة التفاعل بين مختلف الأطراف.

كما أظهرت دراسة نموذج الأعمال الخاص بالتطبيق أن نجاح مثل هذه المشاريع الرقمية يرتبط بمدى قدرتها على توفير قيمة حقيقية للمستخدمين، سواء من خلال تسهيل عمليات البحث والطلب، أو من خلال تعزيز الثقة والشفافية وتنظيم العلاقة بين العرض والطلب. إضافة إلى ذلك، تبين أن الاعتماد على الآليات الرقمية الحديثة يمكن أن يساهم في تحسين كفاءة الخدمات الحرفية وتطوير أساليب العمل التقليدية داخل هذا القطاع.

ورغم أن تطبيق "KHADAM" لا يزال في مرحلة النموذج الأولي، إلا أن الدراسة أبرزت الإمكانيات التي يمكن أن يقدمها مستقبلاً في حال تطويره وتفعيله ميدانياً، خاصة في ظل التوجه المتزايد نحو التحول الرقمي واعتماد التطبيقات الذكية في مختلف المجالات الخدمية. وعليه، يمكن اعتبار هذا التطبيق خطوة أولية نحو بناء بيئة رقمية أكثر تنظيماً وفعالية في سوق الخدمات الحرفية الجزائرية.

الخلاصة

خاتمة:

في ظل التحولات الرقمية المتسارعة التي يشهدها العالم اليوم، أصبحت التطبيقات الذكية من أبرز الوسائل الحديثة التي ساهمت في إعادة تنظيم مختلف القطاعات الاقتصادية والخدمات، وذلك لما توفره من حلول مبتكرة تساعد على تحسين جودة الخدمات، تسهيل عمليات التواصل، وتنظيم العلاقة بين مختلف الفاعلين داخل السوق. ومن بين القطاعات التي أصبحت بحاجة متزايدة إلى هذا النوع من الحلول الرقمية، نجد قطاع الخدمات الحرفية في الجزائر، الذي لا يزال يعاني من عدة صعوبات مرتبطة بالعشوائية، ضعف التنظيم، وصعوبة الوصول إلى مقدمي الخدمات بطريقة فعالة وآمنة.

وانطلاقاً من هذه المعطيات، جاءت هذه الدراسة بهدف تسليط الضوء على مدى مساهمة التطبيقات الذكية في تنظيم سوق الخدمات الحرفية في الجزائر، من خلال دراسة وتحليل نموذج أولي لتطبيق "KHADAM"، باعتباره منصة رقمية تهدف إلى الربط بين الحرفيين والزبائن ضمن بيئة إلكترونية أكثر تنظيماً ومرونة. وقد سعت الدراسة إلى معالجة الإشكالية الرئيسية المتعلقة بإمكانية مساهمة هذا التطبيق في تحسين وتنظيم السوق الحرفية، وذلك اعتماداً على منهج وصفي وتحليلي مدعم بدراسة تحليلية لنموذج الأعمال الخاص بالتطبيق.

ومن خلال الجانب النظري للدراسة، تم التوصل إلى أن سوق الخدمات الحرفية يتميز بمجموعة من الخصائص التي تجعله بحاجة إلى وسائل تنظيم حديثة تعتمد على التكنولوجيا الرقمية، خاصة مع تنامي الاعتماد على الهواتف الذكية والتطبيقات الإلكترونية في مختلف مجالات الحياة اليومية. كما بينت الدراسة أن التطبيقات الذكية أصبحت تلعب دوراً مهماً في تسهيل عمليات العرض والطلب، المساهمة في تعزيز الشفافية، تحسين تجربة المستخدم، وتقليل الفجوة بين مقدمي الخدمات والمستهلكين.

أما في الجانب التطبيقي، فقد أظهرت دراسة نموذج أعمال تطبيق "KHADAM" أن مثل هذه التطبيقات يمكن أن تساهم بشكل ملحوظ في تنظيم سوق الخدمات الحرفية، من خلال توفير فضاء رقمي يتيح للحرفيين عرض خدماتهم بطريقة أكثر احترافية، ويمكن الزبائن من الوصول إلى الخدمات بسهولة وسرعة، إضافة إلى دعم الثقة بين الطرفين عبر أنظمة التقييم والتواصل الرقمي. كما أبرزت الدراسة أن نجاح هذا النوع من التطبيقات يرتبط بمدى تطويره التقني، جودة الخدمات المقدمة، ومدى تقبل المستخدمين لفكرة التحول نحو الخدمات الرقمية.

وبناءً على النتائج المتوصل إليها، يمكن القول إن تطبيق "KHADAM" يمثل خطوة أولية نحو إدماج التكنولوجيا الرقمية في قطاع الخدمات الحرفية بالجزائر، رغم كونه لا يزال في مرحلة النموذج الأولي ولم

يتم تطبيقه ميدانيًا بعد. ومع ذلك، فإن الدراسة تؤكد على الإمكانيات الكبيرة التي يمكن أن تحققها التطبيقات الذكية مستقبلاً في تنظيم هذا القطاع والمساهمة في تطويره.

وفي ختام هذه الدراسة، يمكن تقديم مجموعة من التوصيات أهمها:

- ضرورة تشجيع التحول الرقمي في قطاع الخدمات الحرفية .
- دعم المشاريع الرقمية الناشئة والتطبيقات الذكية المحلية .
- توفير بيئة قانونية وتنظيمية تدعم التجارة والخدمات الإلكترونية .
- العمل على تحسين ثقافة استخدام التطبيقات الرقمية لدى الحرفيين والمستهلكين .
- تطوير تطبيق "KHADAM" مستقبلاً وإخضاعه لدراسات ميدانية وتجريبية لقياس فعاليته بشكل عملي .

وفي الأخير، تمثل هذه الدراسة مساهمة علمية أولية لفهم دور التطبيقات الذكية في تنظيم سوق الخدمات الحرفية، مع الأمل في أن تفتح المجال أمام دراسات مستقبلية أكثر تعمقاً حول التحول الرقمي والخدمات الذكية في الجزائر.

آفاق الدراسة:

- إجراء دراسات ميدانية مستقبلية لقياس مدى تقبل الحرفيين والزبائن لاستخدام تطبيق "KHADAM" بعد إنطلاقه فعلياً.
- دراسة أثر التطبيقات الذكية على تحسين الأداء الاقتصادي للحرفيين وزيادة فرص العمل والتشغيل الذاتي.
- التوسع في البحث حول إمكانية دمج تقنيات الذكاء الاصطناعي داخل تطبيقات الخدمات الحرفية لتحسين جودة الخدمات وتجربة المستخدم.
- دراسة دور أنظمة التقييم الإلكتروني والتوصية الذكية في تعزيز الثقة بين الحرفيين والزبائن.
- إجراء دراسات مقارنة بين تطبيق "KHADAM" ومنصات رقمية مشابهة على المستويين العربي والدولي للاستفادة من التجارب الناجحة.
- بحث الجوانب القانونية والتنظيمية المرتبطة باستخدام التطبيقات الذكية في قطاع الخدمات الحرفية.
- دراسة دور الهيئات الحكومية والمؤسسات الداعمة في تشجيع التحول الرقمي للحرفيين والمؤسسات الصغيرة.
- تطوير نموذج أعمال التطبيق وإخضاعه لاختبارات وتجارب عملية لقياس فعاليته وتحسين أدائه.

- استكشاف إمكانية توسيع خدمات التطبيق لتشمل قطاعات خدمية أخرى إلى جانب الخدمات الحرفية.
- دراسة أثر التطبيقات الذكية في المساهمة بتحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية وتعزيز الاقتصاد الرقمي في الجزائر.

قائمة المصادر و المراجع

قائمة المراجع و المصادر :

المراجع باللغة العربية :

الكتب

1. الطائي، يوسف حليم، سلوك المستهلك: إطار نظري وتطبيقي، دار الوفاء للثقافة والنشر، 2019 .
2. العاني، مروان، اقتصاديات الخدمات الرقمية: دراسة في آليات السوق والطلب الإلكتروني، دار المناهج للنشر والتوزيع، 2023 .
3. الخضير، محسن أحمد، الاقتصاد الرقمي: الملامح والآفاق، مجموعة النيل العربية، 2021 .
4. الدكتورة رانيا المجني، الإجازة في الإعلام والاتصال، منشورات الجامعة الافتراضية السورية، الجمهورية العربية السورية، 2020 .
5. الزبيدي، غني دحام، التسويق الرقمي وسلوك المستهلك في اقتصاد الخدمات، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2024 .
6. سعد الله، ليلى، خوارزميات الاقتصاد الرقمي: كيف تدار الأسواق الذكية، دار الفكر الجامعي، 2023 .
7. صالح، أحمد علي، الإدارة الرقمية: استراتيجيات التحول في عصر الاقتصاد الرقمي، دار الوفاء للثقافة والنشر، 2020 .
8. كريستوفر لفلوك، لورين رايت، مبادئ تسويق الخدمة وإدارتها، الطبعة الأولى، دار حميثرا للنشر، مصر، 2022 .
9. كوتلر، فيليب، وأرمسترونج، جاري، أساسيات التسويق، ترجمة: سرور علي إبراهيم، دار المريخ للنشر، الرياض، 2007 .
10. منصور، خالد، اقتصاديات الخدمات وتحديات التحول الرقمي في الدول العربية، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، 2021 .

المقالات العلمية

1. أحمد عطية ربيع الفايدي، "أثر التطبيقات الذكية على الرعاية الصحية"، المجلة العربية للنشر العلمي، العدد 2، جوان 2021 .
2. بدوي عبد الجليل، هنان علي، "حدود السوق لتطبيق قواعد قانون المنافسة"، مجلة التميز، المجلد 3، العدد 01، 2021 .
3. بركات، سامي، "اقتصاديات المنصات والخدمات الرقمية"، المجلة العربية للإدارة، المجلد 42، العدد 2، 2022 .

4. براينيس عبد القادر، وكبير هادية، "خصائص الخدمات وأثرها على سلوك المستعملين"، مجلة الإستراتيجية والتنمية، العدد 6، 2014 .
5. حمادات، محمد، "اقتصاد المنصات الرقمية وتأثيرها على العمالة غير الرسمية"، المجلة العربية للعلوم ونشر الأبحاث، المجلد 7، العدد 1، 2023 .
6. حمدي، فؤاد، "مرونة الطلب في اقتصاد الظل والمنصات الرقمية"، مجلة الآفاق الاقتصادية، المجلد 10، العدد 4، 2022 .
7. راضي، جواد، "هندسة الخوارزميات في تطبيقات الاقتصاد التشاركي"، مجلة المعلوماتية والاقتصاد الرقمي، المجلد 4، العدد 1، 2023 .
8. رقاني الزهراء، وبوكميش لعلی، "دور العمل الحرفي في تحقيق الاستقلال الاجتماعي والمادي للمرأة بالجزائر: دراسة ميدانية للعاملات في حرفة الخياطة ولاية أدرار"، مجلة الحوار الفكري، 2018 .
9. زينة مرمول، "دور التطبيقات الذكية في تعزيز التجربة السياحية بالقطاع السياحي الجزائري: دراسة ميدانية على عينة من سياح مدينة سطيف"، مجلة المعيار، المجلد 29، العدد 01، 2024 .
10. زينب فيلي، نور الدين كنتاوي، "التطبيقات الذكية واستثمارها في تعليم أصوات اللغة العربية للأطفال الناطقين بغيرها في منطقة الأهقار"، مجلة إشكالات في اللغة والأدب، جامعة تمنراست، المجلد 12، العدد 4، ديسمبر 2023 .
11. عقيلة بريك، "أثر التطبيقات الإلكترونية على الخطاب التعليمي الموجه لغير الناطقين باللغة العربية، تطبيق ترجمان نموذجاً"، مجلة ألف الإلكترونية، المجلد 03، العدد 02، 2016 .
12. عبد القادر، محمد الشريف، "المنصات الرقمية ومستقبل العمل الحر: دراسة في آليات العرض والطلب"، المجلة الدولية للاقتصاد الرقمي، المجلد 4، العدد 2، 2022 .
13. المبارك رعاش، "دور التطبيقات الإلكترونية في تعليم وتعلم تلاميذ ذوي صعوبات التعلم عسر القراءة نموذجاً"، مجلة بحث وتربية، جامعة الجزائر 2 أبو القاسم سعد الله، المجلد 12، العدد 01، جوان 2022 .
14. مختار سيلم، فتحي عليان، "أهمية استخدام التطبيقات الرقمية من قبل شركات السياحة والسفر: دراسة حالة الشركة العالمية Hopper"، مجلة البصائر للبحوث في العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، المركز الجامعي مرسلبي عبد الله، تيبازة، المجلد 2، العدد 1، جوان 2023 .
15. مصطفى وليد نور الله، "فجوة جودة الخدمات في مصارف القطاع الخاص في محافظة اللاذقية سورية"، مجلة الباحث، العدد 14، 2014 .
16. كاملا سليمان، تهاني، "إدارة الجودة في منصات الخدمات الذكية"، مجلة البحوث الإدارية والاقتصادية، المجلد 5، العدد 3، 2023 .

مذكرات الماجستير والاطروحات

1. أولاد يحيى، ف. ز، عزوف الشباب عن الالتحاق بالعمل الحرفي اليدوي والقيم الاجتماعية: دراسة ميدانية لشباب مدينة غرداية، رسالة ماجستير، جامعة غرداية، 2015 .
2. براهيمى وهيبه، دور الدولة في توفير المناخ الاستثماري والتنافسي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة: دراسة مقارنة مع دراسة حالة قطاع الصناعات التقليدية والحرف، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر 03، الجزائر، 2016/2015 .
3. سعاد نقادي، عليّة هدار، النظام القانوني للحرفي في التشريع الجزائري، مذكرة ماستر، جامعة ورقلة، 2023/2022 .
4. سكر كنزة، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تفعيل إدارة علاقة الزبون: دراسة حالة الخطوط الجوية الجزائرية، مذكرة ماجستير، جامعة الجزائر 3، الجزائر، 2011/2010 .
5. لهزيل باحمد، الخدمات الرقمية للوسطاء في تسويق خدمات الكتب: إنشاء منصة ASMED لتسويق خدمات الكتب، مذكرة ماستر، جامعة تيارت، الجزائر، 2025/2024 .

القوانين والنصوص القانونية

1. المادة 10 من الأمر رقم 96-01 الذي يحدد القواعد التي تحكم الصناعة التقليدية والحرف، الجريدة الرسمية، العدد 03.

المراجع الأجنبية :

1. B8ak. B8ak: Home maintenance services. (2024). <https://b8ak.com>
2. Cramer, J., & Krueger, A. B. Disruptive change in the taxi business: The case of Uber. American Economic Review, (2016), 106(5), 177-182. <https://doi.org/10.1257/aer.p20161002>
3. Evans, D. S., & Schmalensee, R. Matchmakers: The new economics of multisided platforms. Harvard Business Review Press, 2016.
4. Goldfarb, A., & Tucker, C. Digital economics. Journal of Economic Literature, (2019), 57(1), 3-43. <https://doi.org/10.1257/jel.20171452>
5. Hsoub. Mostaq: Freelance market in the MENA region. (2024). <https://mostaq.com>
6. Manyika, J., Lund, S., Bughin, J., Robinson, K., Mischke, J., & Mahajan, D. Independent work: Choice, necessity, and the gig economy. McKinsey Global Institute, 2016.
7. Parker, G. G., Van Alstyne, M. W., & Choudary, S. P. Platform revolution: How networked markets are transforming the economy and how to make them work for you. W. W. Norton & Company, 2016.

8. Roth, A. E. *Who gets what—and why: The new economics of matchmaking and market design*. Houghton Mifflin Harcourt, 2015.
9. Sundararajan, A. *The sharing economy: The end of employment and the rise of crowd-based capitalism*. MIT Press, 2016.
10. Tadelis, S. *Reputation and feedback systems in online platform markets*. Annual Review of Economics, 8, (2016), 321-340.
<https://doi.org/10.1146/annurev-economics-080315-015325>
11. TaskRabbit. *TaskRabbit: Same-day everyday help*. (2024).
<https://www.taskrabbit.com>
12. Upwork Global Inc. *Upwork: The world's work marketplace*. (2024).
<https://www.upwork.com>

الفهرس

الفهرس

I.....	إهداء
III.....	الشكر و التقدير
III.....	ملخص الدراسة
IV.....	قائمة المحتويات
VI.....	فهرس الجداول
VII.....	فهرس الأشكال
ج	مقدمة - Erreur ! Signet non défini.
2.....	الفصل الأول : سوق الخدمات الحرفية والتطبيقات الذكية
3.....	المبحث الأول: سوق الخدمات الحرفية: المفهوم، الخصائص وخصائص الحرفة
3.....	المطلب الأول: ماهية سوق الخدمات الحرفية
3.....	الفرع الأول: مفهوم سوق الخدمات الحرفية
7.....	الفرع الثاني: خصائص الحرف
7.....	الفرع الثالث: خصائص سوق الخدمات الحرفية
9.....	المطلب الثاني: آليات عمل سوق الخدمات الحرفية
9.....	الفرع الأول: الأطراف الفاعلة في سوق الخدمات الحرفية الجزائرية
13.....	الفرع الثاني: آليات العرض والطلب في سوق الخدمات الحرفية الرقمية
21.....	المبحث الثاني: التطبيقات الذكية ودورها في تنظيم سوق الخدمات الحرفية
21.....	المطلب الأول: التطبيقات الذكية : المفهوم، الأنواع والأهمية
21.....	الفرع الأول: مفهوم التطبيقات الذكية
23.....	الفرع الثاني: أنواع التطبيقات الذكية

24	الفرع الثالث: أهمية التطبيقات الذكية
24	المطلب الثاني: نماذج عمل التطبيقات الذكية
25	الفرع الأول: نموذج المنصات الرقمية
25	الفرع الثاني: نماذج التطبيقات الخدمية
26	الفرع الثالث: آليات عمل التطبيقات الذكية و دورها في تسيير سوق الخدمات الحرفية
29	المبحث الثالث: الدراسات السابقة
29	المطلب الأول: الدراسات العربية
31	المطلب الثاني: الدراسات الأجنبية
32	المطلب الثالث: محل الدراسة الحالية من الدراسات السابقة ومميزاتها
33	خلاصة الفصل الاول
35	الفصل الثاني : إسهام تطبيق خدام - KHADAM في تنظيم السوق الحرفية في ولاية ورقلة ..
37	المبحث الأول: واقع النشاط الحرفي في ولاية ورقلة و المنهجية المستخدمة
37	المطلب الأول: واقع النشاط الحرفي في ولاية ورقلة
41	المطلب الثاني: المنهجية والأدوات المستعملة
41	الفرع الأول: مجتمع وعينة الدراسة
41	الفرع الثاني: أدوات الدراسة
43	المبحث الثاني: تحليل تطبيق KHADAM ومناقشة النتائج
43	المطلب الأول: نموذج الأعمال (Business Model) لتطبيق KHADAM
43	الفرع الأول: التعريف بالمشروع وأهدافه
46	الفرع الثاني : عناصر نموذج الاعمال (Business Model)
65	المطلب الثاني: مناقشة النتائج وتحليل مساهمة التطبيق
70	خلاصة الفصل الثاني

73-72	خاتمة
78-75	قائمة المراجع و المصادر
82-80	الفهرس