



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي و البحث العلمي
اللجنة الوطنية التنسيقية لمتابعة الابتكار
و حاضنات الأعمال الجامعية

تطبيق الاستشارات الطبية

AL DOC

عنوان المشروع

السنة الجامعية: 2024/2023

بطاقة المعلومات

حول فريق الإشراف و فريق العمل

1/فريق الإشراف



الأستاذ المشرف:

د. شريطي فوزي

2/فريق العمل



فريق المشروع:

-الطالب: ضيف عبد العزيز

-الطالب: بن الصديق العربي

التخصص: ماستر 02 اتصال و علاقات عامة

الكلية: العلوم الاجتماعية و العلوم الإنسانية

فهرس المحتويات



فهرس المحتويات

01

المحور الأول: تقديم المشروع

1. فكرة المشروع
2. القيم المقترحة
3. فريق العمل
4. أهداف المشروع
5. الجدول الزمني لتحقيق المشروع

02

المحور الثاني: الجوانب الابتكارية

1. طبيعة الابتكارات
2. مجالات الابتكارات

03

المحور الثالث: التحليل الاستراتيجي للسوق

1. عرض القطاع السوقي
2. قياس شدة المنافسة
3. الإستراتيجية التسويقية

04

المحور الرابع: خطة الإنتاج و التنظيم

1. عملية الإنتاج
2. التمويل
3. اليد العاملة
4. الشراكات الرئيسية

05

المحور الخامس: الخطة المالية

1. التكاليف و الأعباء
2. رقم الأعمال
3. جدول حسابات النتائج المتوقعة
4. خطة الخزينة

06

المحور السادس: النموذج الأولي التجريبي

- 1/ واجهة المستخدم.
- 2/ واجهة الاستشاري.
- 3/ واجهة الإدارة.



مقدمة

لقد أحدث التطور التقني و التكنولوجيا الذي يشهده العالم اليوم نقلة نوعية في مجالات مختلفة خصوصا تلك التي تتعلق بالهواتف الذكية وتطبيقاتها ، فلا يصبح أحدنا اليوم إلا ويجد تحديثا جديدا و تطبيقات إلكترونية مستحدثة على منصات التواصل الاجتماعي أو غيرها ، هذا و نشير أيضا إلى أن المجتمع اليوم يسمى بمجتمع المعلومات و لم تأتي هذه التسمية مصادفة و إنما سمي كذلك لأن أثن من فيه هي المعلومة الصحيحة ، و من هنا جاءت فكرة مؤسستنا الناشئة التي هي عبارة عن تطبيق إلكتروني لتسهيل الحصول على معلومة من مختص .



المحور الأول

تقديم المشروع



1. فكرة المشروع (الحل المقترح)

مجال النشاط يتمثل في تطبيق
الالكتروني حديث للاستشارات
الطبية

*بدأت فكرة المشروع من خلال الملاحظة حيث لاحظنا أن بعض الأشخاص المرضى يجيدون صعوبة في ترك أعمالهم لزيارة الطبيب من أجل استشارة طبية بسيطة و هذا ما يؤدي الى تفاقم حالاتهم المرضية كما أن البعض الآخر ممن يعانون لبعض الأمراض النفسية لا يقومون بزيارة الأخصائي النفسي بسبب خجلهم و خوفهم من أراء بعض الأشخاص ،بالإضافة الى أننا التمسنا نوعا من الراحة النفسية لدى المرضى عند تواصلهم مع أطبائهم بشكل سريع .

*ما سنقوم به كالتالي: سنقوم بإنشاء تطبيق الكتروني لأجهزة الأندرويد و الأبل لتسهيل عملية التواصل بين المرضى و بعض الأطباء المختصين .

* و سيكون ذلك بطريقة تواصلية تشبه إلى حد كبير لطريقة التواصل عبر تطبيق MESSANGER أو WATSSAP ليتمكن المريض من الحصول على الاستشارة التي يعطيها له المختص.

*الشخص الذي سينجز ذلك:سنعتمد في انجاز هذا المشروع على مبرمج له خبرة في انجاز هذا النوع من التطبيقات.

*نستهدف لهذا التطبيق كافة المرضى بداية من منطقة غارداية و صولا إلى كافة القطر الجزائري.

*كما تطورت الفكرة إلى توفير خدمات أخرى كطلب حضور ممرض للمنزل و أخذ المواعيد لدى الأطباء بالإضافة إلى إدراج ملف الصحي للمستخدم في التطبيق.

*شرح الاسم:يشير اسم التطبيق AL DOC الى A:اسم الطالب الأول:abdelaziz و

I=اسم الطالب الثاني, ARBI أما DOC, يشير الى DOCTOR

2.القيم المقترحة:

- ✓ يوفر مشروعنا طريقة حديثة و غير منتشرة تفيد العملاء في تلبية احتياجاتهم.
- ✓ يمكن للعميل اختيار الوقت المناسب و ذلك ما يوفر المرونة و التحكم في الوقت.
- ✓ يلائم هذا المشروع المبتكر فئات مختلفة بسبب سهولة و بساطة الاستخدام.
- ✓ استخدام هذا التطبيق سيحد من المخاطر لدى العملاء و ذلك عبر الكشف المبكر لبعض الحالات المرضية الخطرة.
- ✓ التخفيض من التكاليف هو كذلك أحد القيم التي توفرها مؤسستنا الناشئة.
- ✓ توفير ضمان حماية بيانات المستخدمين الصحية باستخدام تقنيات التشفير المتقدمة.

3.فريق العمل:

و يتكون فريق المشروع:



- **الطالب 01:**ضيف عبد العزيز، تخصص اتصال و علاقات عامة، قام بدورات تدريبية في مجال: أ/ دراسة الجدوى. ب/ التفكير الإبداعي و الابتكاري. ج/التسويق عبر شبكات التواصل الاجتماعي.
- **الطالب 02:**بن الصديق العربي،تخصص اتصال و علاقات عامة،قام بدورات تدريبية في مجال: أ/دراسة الجدوى. ب/التسويق عبر شبكات التواصل الاجتماعي.
- يتمثل دور الطالب 01 في تسيير المشروع و البحث على التسويق.
- يتمثل دور الطالب 02 في تسيير الأمور الإدارية و

4. أهداف المشروع:

- توسيع نطاق الوصول إلى خدمات طبية ميسرة و سهلة حتى في المناطق التي تفتقر إلى البنى التحتية الصحية المناسبة.
- تقليل الحواجز الزمنية و المكانية للحصول على استشارات طبية .
- تقليل وقت الانتظار و توفير تكاليف التنقل.
- تحسين الاتصال بين المرضى و الاستشاريين من خلال الاتصال عبر مكالمة الفيديو و المكالمات الفورية.
- المساهمة في تحسين الصحة العامة و زيادة التوعية الصحية.
- نهدف للوصول إلى عشرة مليون مستخدم خلال خمسة سنوات(05 سنوات).
- دخول قائمة التطبيقات الأكثر رواجاً في تطبيق play store.
- توفير أزيد من ألف طبيب مختص مشترك في تطبيقنا خلال خمس سنوات (05سنوات).



5.الجدول الزمني لتحقيق المشروع:

<u>أهم النشاطات</u>	<u>المدة الزمنية</u>	<u>المراحل</u>
-وضع خطة المشروع. -تحديد للميزانية. -تحليل السوق.	30-45 يوم	<u>1</u> <u>مرحلة التخطيط</u>
-تصميم واجهة المستخدم .Ux	30يوم	<u>2</u> <u>مرحلة تصميم التطبيق</u>
-برمجة التطبيق. -تطوير ميزات الدفع الالكتروني. ملاحظة: الاستعانة بمبرمج محترف و له خبرات سابقة.	3أشهر	<u>3</u> <u>مرحلة البرمجة و التطوير</u>
-اختبار الأمان. -اختبار القبول. -اختبار التكامل.	30يوم	<u>4</u> <u>مرحلة الاختبار</u>
<u>BETA</u> -الإطلاق عبر منصة بلاي ستور و وسائل التواصل الاجتماعي	30 يوم	<u>5</u> <u>مرحلة النشر و الانطلاق</u>
-بعد الإطلاق الرسمي -الحملات التسويقية -الحملات التعريفية (استخدام كافة أنواع التسويق)	2 شهر	<u>6</u> <u>مرحلة التسويق و الترويج</u>
-تحديثات و تحسينات التطبيق	مستمرة	<u>7</u> <u>مرحلة الصيانة و التحديثات</u>

1. طبيعة الابتكارات :

الابتكارات المعتمدة في هذا المشروع هي ابتكارات تكنولوجية حيث سيتم استخدام تقنيات حديثة مثل الفيديو و سيحدث هذا الابتكار حلا شاملا للرعاية الصحية و يساهم في تحسين الصحة العامة.



2. مجالات الابتكار:

- ❖ تتمثل الجوانب الابتكارية في مشروعنا كونه أول تطبيق الكتروني يقدم استشارات طبية في الجزائر.
- ❖ تعزيز كفاءة الرعاية الصحية.
- ❖ ضمان الأمان و الخصوصية.
- ❖ استهداف فئة العملاء بطريقة جديدة و مبسطة .
- ❖ تقديم خدمة بشكل أكثر تطورا .



المحور الثالث

التحليل الاستراتيجي للسوق



1. عرض القطاع السوقي :

العامل	السوق المحتمل	السوق المستهدف
العمر	جميع الفئات العمرية	الأشخاص من 30-60 عاما
الحالة الاجتماعية	جميع الحالات الاجتماعية	العزاب ،المتزوجون ، الأمهات الجدد،الأسر التي لديها أطفال صغار أو مرضى مزمنين
المنطقة الجغرافية	المناطق الحضرية و الريفية	المدن الكبرى و المناطق الحضرية
السلوكيات الصحية	-الأشخاص الباحثين على حلول صحية سريعة. -المرضى الذين يفضلون الرعاية المنزلية. -المرضى الذين يحتاجون إلى متابعة دورية.	-الأشخاص الذين يشعرون بالخجل من الذهاب إلى الطبيب النفسي. -الأفراد الذين يفضلون استخدام التكنولوجيا للحصول على خدمات صحية. -الباحثين على الراحة و المرونة للحصول على استشارة. -المرضى الذين يحتاجون الى متابعة مستمرة.

أسباب اختيار هذا السوق المستهدف:

- 1/ الاحتياج الواضح إلى الخدمات التي يوفرها التطبيق (نظرا لفئتهم العمرية).
- 2/التوجه الذي يشهده العالم نحو استخدام التكنولوجيا.
- 3/القدرة الشرائية حيث غالبا ما تكون هذه الفئة في مرحلة الذروة من الدخل .
- 4/المسؤوليات الاجتماعية حيث تحتاج الأمهات الجدد الى خدمات التمريض لأطفالهم.
- 5/المواقع الجغرافية ذات الكثافة السكانية حيث يكون فيها الوصول الى المرافق الصحية صعبا لسبب الازدحام مما يجعل الرعاية الصحية المنزلية أكثر فعالية.

2. قياس شدة المنافسة :

المنافسين الغير مباشرين	المنافسين المباشرين
-المستشفيات و العيادات الصحية . -الصيدليات المتنقلة(توصيل الأدوية). -مراكز العلاج الطبيعي.	-بعض التطبيقات و المنصات التي تقدم خدمات مشابهة مثل doctori

تحديد نقاط القوة و الضعف للمنافسين المباشرين و غير المباشرين.

نقاط الضعف	نقاط القوة	المنافس
-التكلفة عالية للاستشارات. -عدم السيطرة التامة على السوق. -محدودية الخدمات المنزلية.	-استشارة طبية متاحة على مدار الساعة. -توفير تخصصات طبية متعددة .	المنافسين المباشرين(التطبيقات)
-الازدحام وقت الانتظار الطويل -عدم تقديم الخدمات المنزلية. -عدم تقديم استشارات طبية شاملة. -مراكز العلاج الطبيعي باهظة التكلفة.	-الأجهزة المتنوعة . -الأطباء المتخصصين و الخبراء. -سهولة توصيل الأدوية بالنسبة للصيدليات المتنقلة. -إمكانية تقديم العلاج في المنزل فيما يخص مراكز العلاج	المنافسين الغير مباشرين(المستشفيات و العيادات الطبية،الصيدليات المتنقلة،مراكز العلاج الطبيعي)



3.الاستراتيجيات التسويقية:

1/التسويق الرقمي:يستخدم الإعلانات المدفوعة على منصات التواصل الاجتماعي لمحركات البحث لجلب مستخدمين الجدد (تسويق بالعمولة).

2/التسويق التجريبي:تقديم عروض تجريبية مجانية أو تخفيضات للمستخدمين الجدد
للتطبيق AL DOC

3/الشراكات الإستراتيجية: إقامة الشراكات مع المستشفيات و مقدمي لرعاية الصحية لزيادة الوعي بالتطبيق كما سيكون للأطباء المشهورين الموفين في التطبيق دور كبير في التسويق له.

4/التسويق لمحتوى:إنشاء قناة على يوتيوب حول الرعاية الصحية تحمل اسم AL DOC للجذب المستخدمين.

5/التسويق المؤثر:و ذلك عن طريق تعريف المؤثرين في مجال الصحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي لأهمية تطبيق AL DOC

-بواسطة هذه الاستراتيجيات التسويقية و غيرها يمكن للتطبيق AL DOC تعزيز حضوره في السوق و جذب مستخدميه بشكل فعال .



المحور الرابع خطة الإنتاج و التنظيم



1/ تحديد خطوات الحصول على الخدمة:

أ/تنزيل التطبيق: الذي سيتوفر على منصة APP STOR أو GOOGL PLAY لنظام الأندرويد .

ب/التسجيل:يقوم فيها المستخدم بإنشاء حساب جديد باستخدام بريده الالكتروني من أجل إنشاء كلمة المرور .

ج/اختيار الخدمة:سواءا كانت استشارة طبية أو طلب ممرض أو غيرها.

د/اختيار التخصص و المواعيد:اختر التخصص الطبي و حدد المواعيد التي تناسبك.

ه/الدفع:يقوم فيها المستخدم لإدخال معلومات الدفع بإتمام عملية الحجز او الطلب.

ن/تأكيد الحجز:يتم استلام رسالة نصية تحمل تفاصيل الموعد و المعلومات اللازمة.

و/استقبال الخدمة:في حالة الاستشارة الطبية تقوم بالتواصل مع الطبيب في الموعد المحدد عبر الدردشة أو مكالمة الصوتية أو مكالمة الفيديو.

في حالة طلب ممرض يستقبل الممرض الموعد المحدد و استفد من الخدمة المنزلية.

ي/تقييم الخدمة:قم بتقديم الملاحظات لتحسين جودة الخدمة المقدمة.

بواسطة هذه الخطوات يمكن الحصول على الخدمة من خلال التطبيق.

2/التمويل

لإنشاء تطبيق AL DOC نحتاج إلى التمويل التالي:

أ/فريق التطوير و البرمجة.

ب/فريق تصميم الواجهة.

ج/فريق الاستشارات الطبية.

د/ميزانية التسويق

ه/تكاليف التحديثات.

و/التراخيص القانونية.

ي/تكاليف الدعم الفني و خدمة العملاء.

كما يمكن ان يكون هناك احتياجات أخرى ضرورية تتضح أثناء العمل.

3/اليد العاملة:

أ/مطوري تطبيقات الهواتف الذكية .

ب/مصمم واجهة المستخدم(UX).

ج/فريق الاستشارات الطبية (المختصين).

د/فريق دعم العملاء (يتعامل مع استفسارات المستخدمين و يحل المشاكل التقنية)

ه/التسويق و الترويج:موظفين الإدارة و المالية.

4/الشراكات الرئيسية:

شراكات الرئيسية تلعب دورا هاما في نجاح المشروع و تشمل ما يلي :

-شراكة مع مقدمي الرعاية الصحية للمستشفيات حيث يساعد في توسيع قاعدة العملاء و تعزيز الثقة في التطبيق .

-شراكة مع شركات التوصيل حيث تسهل في توفير الأدوية بشكل سريع.

-شراكة مع شركات التأمين الصحي.

-شراكة مع منصات الدفع الالكتروني مثل بريدي موب.

يمكن أن تتزايد الشراكات أو تتغير مع مرور الوقت و تطور التطبيق.

المحور الخامس
الخطة المالية



1/التكاليف الأعباء:

أ/التحديد الدقيق لكافة تكاليف المشروع

العملية	التكلفة(دج/شهر)
برمجة و تطوير التطبيق	حوالي 50000 دج
التسويق و الاعلام	حوالي 200000 دج
الصيانة و التحديثات	حوالي 300000 دج
العمليات اليومية	حوالي 300000 دج

ب/طرق و مصادر الحصول على التمويل:

1/الاستثمار الخاص.

2/القروض البنكية.

3/الشراكات التجارية.

4/التمويل الحكومي.

5/استخدام منصات التمويل الجماعي.

6/الاستعانة بالمستثمرين للتكفل بالتمويل.

هذه بعض الطرق التي يمكن من خلالها توفير التمويل المبدئي لانطلاق مشروعنا.



ج/كيفية استرداد الأموال (جدول العوائد):

العائدات	الوصف	الدخل المحتمل (دج/شهر)
الرسم عن الخدمة	يختلف حسب نوع الاستشارة و مدتها و كذلك خدمة التمريض	500000 دج / 750000 دج
الاشتراكات	تكون شهرية أو ثنوية و توفر خدمة غير محدودة.	300000 دج
الإعلانات	إعلانات للمؤسسات الصحية داخل التطبيق	25000 دج
مبيعات الأدوية	تكون عبر شراكة مع الصيدليات و شركات التوصيل	200000 دج
التمويل و الدعم الحكومي	الحصول على تمويل و منح لدعم الابتكار	200000 دج / 500000 دج

تعتبر هذه المبالغ مجرد تقديرات تقريبية للعائدات المحتملة و قد تختلف بناء على حسب عدد المستخدمين و الخدمات المقدمة.





المحور السادس: النموذج الأولي التجريبي



عرض تصميم تجربة المستخدم UX

LOGO التطبيق:



شرح الاسم: A=الحرف الأول من اسم الطالب الأول.

L=الحرف الثاني من اسم الطالب الثاني.

DOC =المقصود بها DOCTOR

شرح الشكل: علامة + هو رمز عالمي مرتبط بالرعاية الطبية و الخدمات الصحية و يشير كذلك إلى التعافي و الايجابية.

شكل سماعة الطبيب تشير إلى الخدمات التي يوفرها التطبيق و الأطباء المختصين.

شرح اللون:يشير اللون الأزرق إلى الهدوء النقاء و الصفاء ،يستخدم في بيئات الرعاية صحية لتقليل القلق و التوتر أما اللون الأخضر يمثل الحياة و الطبيعة و الصحة يستخدم بشكل واسع للأزياء الطبية

1/واجهة المستخدم(العميل) للتطبيق AL DOC





هل نسيت كلمة السر
إنشاء حساب جديد

 تغيير اللغة



الصفحة الرئيسية



طلب معرض



طلب الموعد



طلب أدوية



إستشارة مباشرة



إدراج ملف طلب



الاطلاع على الاستشارات السابقة



تحديد الموعد



إختيار التخصص

إختيار الطبيب

إختيار التوقيت المناسب





الإستشارة



ALDOC





الملف الطبي



السجلات

التقارير الطبية

الوصفات



طلب ممرض



متيلي



Google

محطة نفضال
لتوزيع الوقود

متيلي



مش

التصنيف



حفظ



الاتجاهات





اسم المستخدم أو البريد الإلكتروني

كلمة السر

تسجيل الدخول

هل نسيت كلمة السر
إنشاء حساب جديد



تغيير اللغة



الصفحة الرئيسية



إجمالي عدد الاستشارات 178

70%

المكتملة

30%

المطلوبة



ملفي الشخصي



إدارة المواعيد



مواقيت العمل

أوقات الاستشارات

الوصفات الطبية



الاستشارات المطلوبة

الأسئلة المطروحة



ملاحظات الادارة

ملاحظات العملاء

ملاحظات عامة



اسم المستخدم أو البريد الإلكتروني

كلمة السر

تسجيل الدخول

هل نسيت كلمة السر
إنشاء حساب جديد

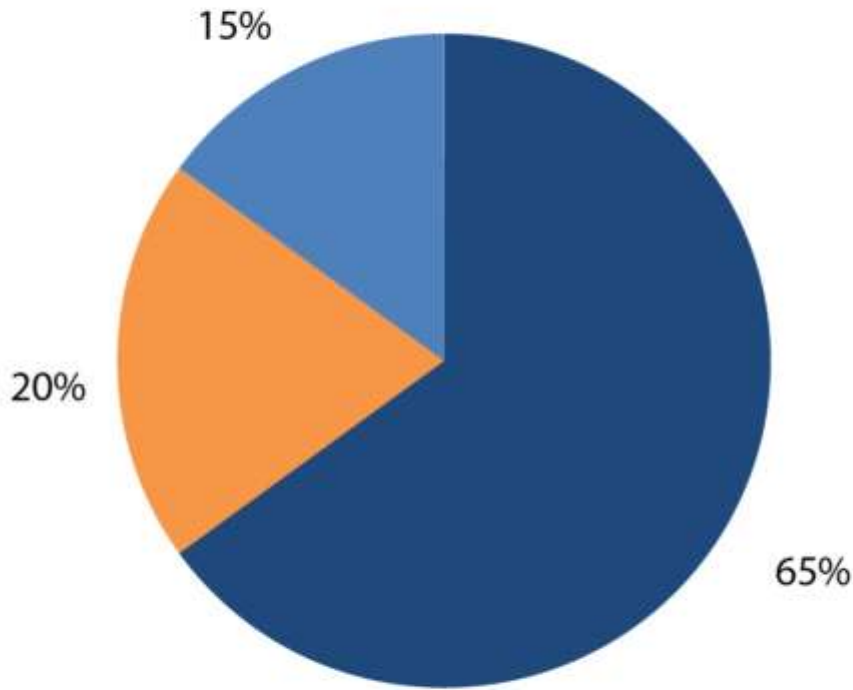


تغيير اللغة

اسم المستخدم



الإحصائيات



▶ الاحصائيات

العملاء

الطلبات

الإشعارات

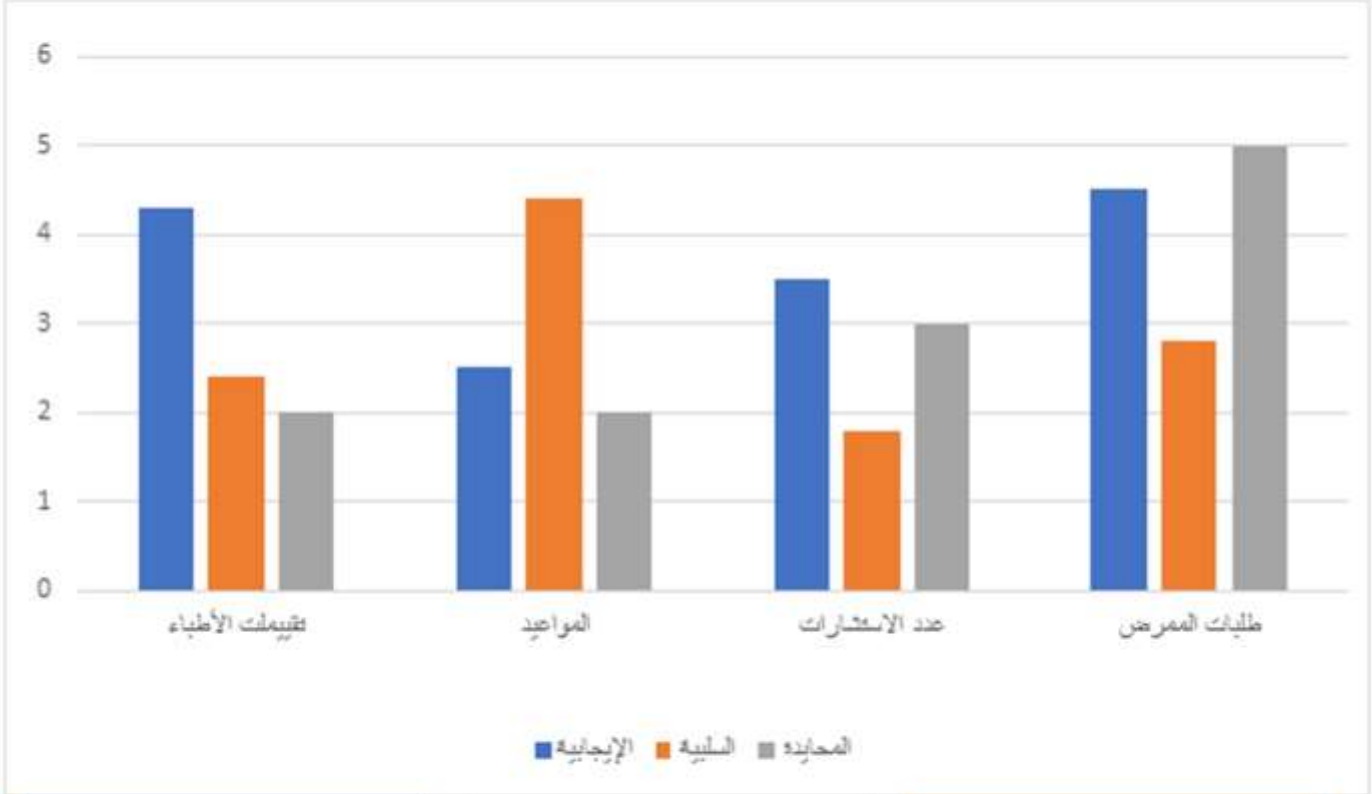
إجمالي الطلبات

الغير مكتملة

المكتملة

التقارير والاحصائيات

الإحصائيات



الإيجابية

المحايدة

السلبية

اسم المستخدم



القائمة

-طبيب عام
-طبيب نفساني
-طبيب الأمراض الجلدية

المستخدمين

▶ الاستشاريين

الممرضين

الاداريين

ادارة المحتوى

اسم المستخدم



الاشتراك المميز

7990.00 دج
ل 10 استشارات
في الشهر

سعر الاستشارة

1000.00 دج
لكل نصف ساعة

مجاني

03 استشارات
مجانية
للمستخدمين
الجدد

طرق الدفع



المعاملات المالية



اسم المستخدم



اشعارات المستخدمين



إشعارات الاستشاريين

الرد على الاستفسارات



إدارة الاشعارات

الملاحق



الملحق 01: ميزانية المؤسسة الناشئة

Example Data for Startup Budget Table (Amounts in Millions of DZD) ASSETS (الأصول)

Category	N+5	N+4	N+3	N+2	N+1	N	N-1	N-2
Intangible Assets (الأصول غير الملموسة)								
Projection (المتوقع أو المقدر)	0.5	0.45	0.4	0.35	0.3	0.25	0.2	0.15
Actual (الحقيقي أو الفعلي)	0.48	0.43	0.39	0.34	0.29	0.24	0.19	0.14
Tangible Assets (الأصول الملموسة)								
Land (الأراضي)								
Projection (المتوقع أو المقدر)	1	0.95	0.9	0.85	0.8	0.75	0.7	0.65
Actual (الحقيقي أو الفعلي)	0.99	0.94	0.89	0.84	0.79	0.74	0.69	0.64
Buildings (المباني)								
Projection (المتوقع أو المقدر)	2	1.9	1.8	1.7	1.6	1.5	1.4	1.3
Actual (الحقيقي أو الفعلي)	1.98	1.88	1.78	1.68	1.58	1.48	1.38	1.28
Other tangible assets (الأصول الملموسة الأخرى)								
Projection (المتوقع أو المقدر)	0.5	0.45	0.4	0.35	0.3	0.25	0.2	0.15
Actual (الحقيقي أو الفعلي)	0.48	0.43	0.39	0.34	0.29	0.24	0.19	0.14
Fixed assets under concession (الأصول الثابتة بموجب الامتياز)								
Projection (المتوقع أو المقدر)	0.3	0.27	0.24	0.21	0.18	0.15	0.12	0.09
Actual (الحقيقي أو الفعلي)	0.29	0.26	0.23	0.2	0.17	0.14	0.11	0.08
Assets under construction (الأصول قيد الإنشاء)								
Projection (المتوقع أو المقدر)	0.4	0.36	0.32	0.28	0.24	0.2	0.16	0.12
Actual (الحقيقي أو الفعلي)	0.38	0.34	0.3	0.26	0.22	0.18	0.14	0.1
Financial Assets (الأصول المالية)								
Projection (المتوقع أو المقدر)	0.8	0.76	0.72	0.68	0.64	0.6	0.56	0.52
Actual (الحقيقي أو الفعلي)	0.79	0.75	0.71	0.67	0.63	0.59	0.55	0.51
Equity securities (الأوراق المالية المحسوبة على أساس حقوق الملكية)								
Projection (المتوقع أو المقدر)	1	0.95	0.9	0.85	0.8	0.75	0.7	0.65
Actual (الحقيقي أو الفعلي)	0.99	0.94	0.89	0.84	0.79	0.74	0.69	0.64
Other contributions and related receivables (المساهمات الأخرى و الذمم المدينة ذات الصلة)								
Projection (المتوقع أو المقدر)	0.3	0.27	0.24	0.21	0.18	0.15	0.12	0.09

Category	N+5	N+4	N+3	N+2	N+1	N	N-1	N-2
Actual (الحقيقي أو الفعلي)	0.29	0.26	0.23	0.2	0.17	0.14	0.11	0.08
Other frozen securities (الأوراق المالية المجمدة الأخرى)								
Projection (المتوقع أو المقدر)	0.4	0.36	0.32	0.28	0.24	0.2	0.16	0.12
Actual (الحقيقي أو الفعلي)	0.38	0.34	0.3	0.26	0.22	0.18	0.14	0.1
Loans and non-current securities (القروض و الأوراق المالية الغير المتداولة)								
Projection (المتوقع أو المقدر)	0.6	0.55	0.5	0.45	0.4	0.35	0.3	0.25
Actual (الحقيقي أو الفعلي)	0.59	0.54	0.49	0.44	0.39	0.34	0.29	0.24
Deferred tax assets (الأصول الضريبية المؤجلة)								
Projection (المتوقع أو المقدر)	0.2	0.18	0.16	0.14	0.12	0.1	0.08	0.06
Actual (الحقيقي أو الفعلي)	0.19	0.17	0.15	0.13	0.11	0.09	0.07	0.05
Current Assets (الأصول الجارية)								
Projection (المتوقع أو المقدر)	0.7	0.65	0.6	0.55	0.5	0.45	0.4	0.35
Actual (الحقيقي أو الفعلي)	0.69	0.64	0.59	0.54	0.49	0.44	0.39	0.34
Inventories (مخزونات جارية)								
Projection (المتوقع أو المقدر)	0.5	0.45	0.4	0.35	0.3	0.25	0.2	0.15
Actual (الحقيقي أو الفعلي)	0.48	0.43	0.39	0.34	0.29	0.24	0.19	0.14
Receivables and similar uses (المستحقات و الاستخدامات المماثلة)								
Projection (المتوقع أو المقدر)	0.3	0.27	0.24	0.21	0.18	0.15	0.12	0.09
Actual (الحقيقي أو الفعلي)	0.29	0.26	0.23	0.2	0.17	0.14	0.11	0.08
Customers (الزبائن)								
Projection (المتوقع أو المقدر)	0.8	0.76	0.72	0.68	0.64	0.6	0.56	0.52
Actual (الحقيقي أو الفعلي)	0.79	0.75	0.71	0.67	0.63	0.59	0.55	0.51

الملحق رقم 02: جدول النتائج المتوقعة

Table of Expected Results (Projections)
ASSETS (الأصول)

Category	N+5	N+4	N+3	N+2	N+1	N	N-1	N-2
Intangible Assets (الأصول غير الملموسة)								
Projection (المتوقع أو المقدر)	0.5	0.45	0.4	0.35	0.3	0.25	0.2	0.15
Tangible Assets (الأصول الملموسة)								
Land (الأراضي)								
Projection (المتوقع أو المقدر)	1	0.95	0.9	0.85	0.8	0.75	0.7	0.65
Buildings (المباني)								
Projection (المتوقع أو المقدر)	2	1.9	1.8	1.7	1.6	1.5	1.4	1.3
Other tangible assets (الأصول الملموسة الأخرى)								
Projection (المتوقع أو المقدر)	0.5	0.45	0.4	0.35	0.3	0.25	0.2	0.15
Fixed assets under concession (الأصول الثابتة بموجب الامتياز)								
Projection (المتوقع أو المقدر)	0.3	0.27	0.24	0.21	0.18	0.15	0.12	0.09
Assets under construction (الأصول قيد الإنشاء)								
Projection (المتوقع أو المقدر)	0.4	0.36	0.32	0.28	0.24	0.2	0.16	0.12
Financial Assets (الأصول المالية)								
Projection (المتوقع أو المقدر)	0.8	0.76	0.72	0.68	0.64	0.6	0.56	0.52
Equity securities (الأوراق المالية المحسوبة على أساس حقوق الملكية)								
Projection (المتوقع أو المقدر)	1	0.95	0.9	0.85	0.8	0.75	0.7	0.65
Other contributions and related receivables (المساهمات الأخرى و الذمم المدينة ذات الصلة)								
Projection (المتوقع أو المقدر)	0.3	0.27	0.24	0.21	0.18	0.15	0.12	0.09
Other frozen securities (الأوراق المالية المجمدة الأخرى)								
Projection (المتوقع أو المقدر)	0.4	0.36	0.32	0.28	0.24	0.2	0.16	0.12
Loans and non-current securities (القروض و الأوراق المالية الغير المتداولة)								
Projection (المتوقع أو المقدر)	0.6	0.55	0.5	0.45	0.4	0.35	0.3	0.25
Deferred tax assets (الأصول الضريبية المؤجلة)								
Projection (المتوقع أو المقدر)	0.2	0.18	0.16	0.14	0.12	0.1	0.08	0.06
Current Assets (الأصول الجارية)								
Projection (المتوقع أو المقدر)	0.7	0.65	0.6	0.55	0.5	0.45	0.4	0.35
Inventories (مخزونات جارية)								
Projection (المتوقع أو المقدر)	0.5	0.45	0.4	0.35	0.3	0.25	0.2	0.15

Category	N+5	N+4	N+3	N+2	N+1	N	N-1	N-2
Receivables and similar uses (المستحقات و الاستخدامات المماثلة)								
Projection (المتوقع أو المقدر)	0.3	0.27	0.24	0.21	0.18	0.15	0.12	0.09
Customers (الزبائن)								
Projection (المتوقع أو المقدر)	0.8	0.76	0.72	0.68	0.64	0.6	0.56	0.52

الملحق رقم 03: جدول حسابات الخزينة

Table of Treasury Accounts (Projections)
Treasury Accounts (حسابات الخزينة)

Category	N+5	N+4	N+3	N+2	N+1	N	N-1	N-2
Cash and Cash Equivalents (النقد وما في حكمه)								
Projection (المتوقع أو المقدر)	1.5	1.4	1.3	1.2	1.1	1.0	0.9	0.8
Short-term Investments (الاستثمارات قصيرة الأجل)								
Projection (المتوقع أو المقدر)	0.8	0.75	0.7	0.65	0.6	0.55	0.5	0.45
Receivables (الحسابات المدينة)								
Projection (المتوقع أو المقدر)	0.6	0.55	0.5	0.45	0.4	0.35	0.3	0.25
Prepaid Expenses (المصروفات المدفوعة مقدماً)								
Projection (المتوقع أو المقدر)	0.3	0.28	0.26	0.24	0.22	0.2	0.18	0.16
Other Treasury Accounts (حسابات الخزينة الأخرى)								
Projection (المتوقع أو المقدر)	0.4	0.38	0.36	0.34	0.32	0.3	0.28	0.

الملحق رقم 04

نموذج العمل التجاري

الشراكات الرئيسية

- مقدمي الرعاية الصحية .
- شركات التوصيل.
- مؤسسات التأمين الصحي.
- منصات الدفع الإلكتروني.

الأنشطة الرئيسية

- تحليل و دراسة السوق.
- تطوير و برمجة التطبيق
- توفير خدمات التمريض

الموارد الرئيسية

- الموارد البشرية
- معدات و أجهزة
- موارد تكنولوجية
- موارد معرفية
- مكتب المؤسسة

القيمة المقدمة

- توفير الخدمات الصحية بشكل سهل وسريع
- إمكانية الوصول لأي مكان و بأي زمان.
- الشفافية و الأمان.
- التواصل مع الأطباء.
- الجودة في تقديم خدمات جديدة(ممرضين و الأدوية).
- تقليل التكلفة و استعمال التكنولوجيا

العلاقات مع العملاء

- توفير تجربة مستخدم مريحة و مميزة.
- الاهتمام بتعليقات العملاء

القنوات

- التطبيق الإلكتروني
- وسائل التواصل الاجتماعي
- الموقع و البريد الإلكتروني

شرائح العملاء

- المرضى الذين يحتاجون إلى استشارة الطبية عن بعد.
- الأشخاص الذين يحتاجون إلى خدمات التمريض في المنزل.
- ذوي الأمراض المزمنة.
- الأطباء المختصين في مجالات مختلفة.

هيكل التكاليف:

- تكاليف البرمجة و التطوير-التسويق و الدعم الفني-تكاليف العمليات و البنية التحتية.

مصادر الإيرادات:

- رسوم الاشتراكات -رسوم الاستشارات-رسوم خدمات التمريض-أرباح مبيعات الأدوية