



Life will be easier...

طراحی کسب و کار برای دنگپ

زندگی آسانتر خواهد شد...

تهران ، خیابان ولیعصر
دانشگاه صنعتی امیرکبیر

[Email]
<https://dongap.com/>

فهرست مطالب

I.	خلاصه اجرایی	۲
	اهداف	۲
	نکته کلیدی	۲
II.	توضیح تجارت	۳
	مالکیت اثر	۳
	سرویس دنگ اپ	۳
	مکان تجارت	۴
	ساعات کاری	۴
	مدیریت	۴
	مدیریت مالی	۴
III.	بازاریابی	۶
	تحلیل بازار	۶
	تقسیم بازار هدف	۷
	رقبا	۷
	قیمت	۸
	تبلیغات	۸
	برنامه پیاده سازی	۸

با توجه به گسترش روز افزون ارتباطات و افزایش برخوردها بسیار اتفاق می افتد که در جمع های گروهی مخارج گروهی انجام شود . یکی از معضلات و مسایل مخارج گروهی محاسبه سهم هر کس و بازپرداخت آن از سمت افراد به خرج کننده می باشد. سرویس دنگپ قصد دارد تا این مشکل را برطرف نماید .

به عنوان مسایل در بین دانشجویان به خصوص خوابگاهیان خرج های گروهی بسیار رایج است همچنین در طول سفر های خانوادگی نیز همین اتفاق می افتد. دنگپ قصد دارد تا با طراحی یک سرویس امن و کارا مدیریت مخارج گروهی افراد را بر عهده بگیرد. البته در این زمینه از سوی برخی افراد کارهایی انجام شده که بسیار ناقص به نظر میرسد و گواه این ادعا تعداد پایین کاربران (حداکثر ۵ الی ۱۰ هزار نفر) این دست سرویس ها می باشد. همین موضوع یک نقطه قوت برای این بازار محسوب میگردد که رقابت را راحت تر میکند. در واقع سرویس دنگپ قصد دارد هم محاسبات و مدیریت مخارج را انجام دهد و هم پرداخت و تسویه حساب ها را بر عهده بگیرد.

اهداف

یکی از اهداف اصلی زمان رسیدن به بازار پروژه می باشد که برای آن حدود ۳ الی ۴ ماه در نظر گرفته شده است . همچنین در گام اول ارایه کلاینت های اندروید و وب الزامی ست و سعی خواهد شد که کلاینت های IOS و دسکتا نیز ارایه گردد.

نکته کلیدی

یکی از نکات کلیدی که باید حتما در پروژه اتفاق بیفتد کسب پروانه اعتماد الکترونیک می باشد . این پروانه برای پرداخت های الکترونیک در دنگپ لازم است. البته نکته اصلی ، لازم بودن پروانه کسب برای دریافت پروانه اعتماد الکترونیک می باشد که باید حتما تهیه گردد.

دنگ اپ یک سرویس نوپا و جدید در حوزه خدمات عمومی و کاربری های روزمره می باشد. دنگ اپ قصد دارد که هزینه های گروهی برای یک فعالیت خاص را مدیریت کند به طوریکه در آخر هر فعالیت میزان مخارج و هزینه های هر کس برای آن فعالیت مشخص گردد. تمامی محاسبات توسط خود دنگ اپ صورت میپذیرد. همچنین یکی از مزیت های رقابتی دنگ اپ این است که کاربران میتوانند حساب دنگ اپ خود را شارژ نمایند و هزینه های انجام شده را از طریق همین حساب پرداخت کنند. برای انتقال هزینه ها و پرداخت ها سعی میشود حتی از کارمزد بانک برای عملیات کارت به کارت مبلغ کمتری دریافت شود تا کاربرانی که حساب خود را شارژ میکنند بیشتر تشویق بشوند که پرداخت ها را از طریق خود دنگ اپ انجام دهند.

مالکیت اثر

مالکین این اثر آقایان عمران باتمان غلیچ و محمدمهدی آقاجانی میباشند که طبق توافق انجام گرفته میزان سود به نسبت ۶۰ به ۴۰ درصد به نفع آقای باتمان غلیچ تقسیم میگردد. البته در انجام هزینه ها نیز همین نسبت رعایت خواهد شد.

سرویس دنگ اپ

دنگ اپ قصد دارد مدیریت مخارج گروهی را راحت تر کند به گونه ای که برای هر رویداد، افراد برای انجام هزینه ها از دنگ اپ استفاده کنند. در واقع مسئول هر فعالیت میتواند یک جریان در دنگ اپ ایجاد کند و افرادی که قرار است برای آن هزینه کنند را به آن اضافه نماید. فردی که یک جریان ایجاد میکند تحت عنوان مدیر جریان شناخته میشود که باید احراز هویت شده باشد اگر هویتش احراز نشود میتواند یک جریان خاموش ایجاد کند که تنها به صورت آفلاین مخارج ثبت میشود. از این پس کافی ست هر فرد تنها هزینه هایی که انجام داده را وارد کند و دنگ اپ به صورت خودکار سهم هر طرف و میزان بدیهی افراد به یکدیگر را تعیین میکند. اگر افراد حساب دنگ اپ خود را شارژ کرده باشند می توانند از همین طریق و بدون پرداخت کارمزد های بانک بدهی های خود را به یکدیگر پرداخت کنند. کاربران می توانند به صورت ماهیانه حساب خود را تسویه کرده و میزان اعتبار باقی مانده خود را از دنگ اپ دریافت کنند. همین امر باعث میشود که کاربران با خیالی آسوده حساب دنگ اپ خود را شارژ کرده و از باقی ماندن اعتبار در حساب نگرانی نداشته باشند.

با توجه به حوزه فعالیت که یک سرویس عمومی میباشد این پتانسیل وجود دارد که بازار هدف به صورت عامه مردم قرار گیرد. در حوزه مدیریت مخارج گروهی تاکنون سرویس قوی و رقابتی ارایه نشده است و همین موضوع میتواند یک مزیت برای ورود به این عرصه باشد. البته از طرفی دیگر لازم است تا این نیاز در مشتریان ایجاد شود که وجود یک سرویس مدیریت مخارج گروهی بسیار لازم است تا آنها ترغیب شوند و از این سرویس استفاده کنند.

با توجه به اینکه افراد مخارج خود را در یک جریان گروهی ثبت میکنند و همچنین در آخر هر ماه میتوانند حساب خود را تسویه بنمایند، امنیت و نحوه نگه داری اطلاعات بر روی سرور بسیار اهمیت پیدا میکند. زیرا اگر اطلاعات به صورت خام نگه داری شوند

هکر ها میتوانند با ایجاد رکورد های مجازی در سرور برای خود مانده اعتبار خود را بالا ببرند و از این طریق در هر ماه وجه اضافه دریافت نمایند . لازم است تا داده های بانکی علاوه بر کد شدن ، هنگام استفاده ، از بانک مبدا تایید شوند تا از محاسبه شدن رکورد های نا معتبر در پایگاه داده سرور جلوگیری گردد.

مکان تجارت

با توجه به نوع فعالیت که در حوزه فناوری اطلاعات می باشد ، سرویس دنگ اپ یک سرویس توزیع شده بر روی شبکه اینترنت است . در نتیجه برای این سرویس مکان تجارت به معنای رایج تعریف نمیگردد. نکته مهم در این زمین میزان بار بر روی سرور های دنگ اپ خواهد بود. با توجه به این نکته که سرویس دنگ اپ برای کلاینت های اندروید ، وب و احتمالا آی او اس توزیع خواهد شد پس تمامی فعالیت های یک کاربر در هر یک از این کلاینت ها باید بر روی سرور های دنگ اپ بارگذاری گردد . اما باید توجه کرد که یک کاربر در طول روز مدام از دنگ اپ استفاده نمیکند و در نتیجه این امکان وجود دارد که بار ارسالی از طرف کاربر در طول روز تقسیم گردد و از فشار زیاد بر روی سرور جلوگیری شود.

ساعات کاری

برای راه اندازی سرویس دنگ اپ طبق پیش بینی های انجام شده نیاز به ۵۰ نفر ساعت کار در هفته وجود دارد که برای انجام این حجم از کار دو نفر کافی می باشند .البته بعد از راه اندازی اولیه و برای پیشرفت سرویس و بهبود دادن آن به خصوص پشتیبانی از کلاینت های متنوع تر قطعاً این نیاز بیشتر میشود. در نتیجه باید افراد بیشتری به کار گرفته شوند.

مدیریت

با توجه به تجربیات قبلی برای راه افتادن موفق این سرویس نیاز است که در ابتدای راه افراد اصلی بستر سرویس شامل API سمت سرور ، کلاینت اندروید و کلاینت وب را راه اندازی کنند . اما برای ادامه راه با توجه به گسترش سرویس نیاز به ایجاد کلاینت های IOS و Desktop احساس می شود . همچنین برای تامین امنیت سرور نیاز به استخدام کارشناس امنیت نیز احساس می شود. برای به کار گیری نیروهای جدید باید ضوابط زیر مد نظر قرار گیرد :

- تسلط بر روی یکی از کلاینت های اندروید ، وب ، دسکتاپ
- برای کلاینت IOS نیاز به out sourcing وجود دارد.
- برای امنیت سرور نیاز به یک کارشناس امنیت وجود دارد.

مدیریت مالی

برای سودآوری سرویس نکات خاصی در نظر گرفته شده است . هر کاربر میتواند حساب خود را شارژ کند و برای این شارژ مبلغ اضافه ای که پرداخت میکند کمتر از کارمزد بانک خواهد بود. مقدار این سود حدود ۳ درصد می باشد. یعنی به ازای ۱۰۰۰۰ تومان شارژ که کاربر پرداخت میکند حدود ۳۰۰ تومان سود پرداخت میکند که کمتر از کارمزد بانک می باشد.مقادیر شارژ حساب ، مقدار

های ثابت ۵۰۰۰، ۱۰۰۰۰، ۲۰۰۰۰، ۵۰۰۰۰ تومان می باشد و کاربر برای همه این مقادیر باید ۳۰۰ تومان مبلغ اضافه تر پرداخت کند. همین موضوع باعث میشود که کاربر ترغیب شود تا مبالغ بالاتر را در برای شارژ پرداخت کند. از طرفی با ازدیاد تعداد کاربران برنامه، در صورتی که کاربران بخواهند حساب خود را شارژ کنند مقدار قابل توجهی وجه نقد در حساب شرکت در هر ماه را کد خواهد بود که می توان این سرمایه را فعال کرد و به گردش در آورد و از سود آن سرمایه وجه کاربران را پرداخت نمود.

بسته به حجم وجه نقد را کد در حساب شرکت می توان فعالیت های اقتصادی مختلفی حول سرمایه تعریف نمود. ساده ترین کار باز کردن سپرده سرمایه گذاری در بانک ها می باشد که از سود سپرده بتوان تسویه حساب کاربران را انجام داد. که البته این نوع سرمایه گذاری فعلا مد نظر نمی باشد. نحوه دیگر با توجه به حجم بیشتر سپرده می تواند سرمایه گذاری همین وجه نقد در بازار بورس باشد.

طبق مطالعات تجربی و میدانی از بازار بورس برای شروع این سرمایه گذاری به سرمایه اولیه حدود ۶۰ تا ۱۰۰ میلیون تومانی نیاز می باشد. با توجه به این نکته که هر کاربر با یک بار شارژ کردن ۳۰۰ تومان سود برای سرویس به همراه دارد، سرویس دنگپ باید بین ۲۰۰ تا ۵۰۰ هزار کاربر جذب کند و هر کاربر حداقل یکبار حساب خود را شارژ کند تا بتواند به این سطح سرمایه برسد.

با توجه به نرخ آمار رشد کاربران در بازار های اپ اندروید جذب همین تعداد کاربر که در بالا ذکر شد حدود یک سال زمان میبرد (البته در طول این یکسال می توان برای کلاینت های دیگر نیز کاربر جذب نمود). برای تسریع در جذب این حجم از سرمایه باید کاربران را تشویق کرد تا بیش از یکبار حساب خود را در طول این یکسال شارژ بنمایند. بنابراین در یکسال اول خیلی اهمیت ندارد که کاربران اعتبار خود را در حسابشان نگه دارند بلکه تسویه حساب آنها و دوباره شارژ نمودن حساب در یکسال اول بیشتر مد نظر می باشد. بعد از سپری شدن سال اول و جذب سرمایه مطلوب و راه افتادن سرمایه گذاری در بازار سرمایه حال باید استراتژی مالی سرویس به این سمت برود که کاربران به جای تسویه حساب خود، وجه خود را در حساب نگه دارند (زیرا میزان شارژ موجود در حساب هر کاربر که حداقل ۵۰۰۰ تومان است بسیار بیشتر از مقدار ۳۰۰ تومانی ست که برای شارژ مجدد می پردازند) تا سرمایه را کد ایجاد شود و با توجه به سرمایه گذاری قبلی از همین حجم سرمایه استفاده شده و سود سرمایه گذاری را مضاعف کند .

در صورتی که تعداد کاربران از پنج میلیون فراتر رفت میتوان برای مذاکرات با یک بانک مشخص وارد شد مبنی بر اینکه تمامی تراکنش ها را از طریق همان بانک انجام دهیم که البته این موضوع به عنوان یک چشم انداز مطرح می باشد.

حال با توجه به توضیح نحوه درآمد باید به برخی از هزینه ها نیز توجه نمود. برای out source کردن کلاینت IOS حدود ۱ میلیون تومان و برای استخدام کارشناس امنیت حدودا ماهی ۳ میلیون تومان هزینه لازم است. همچنین در صورت نیاز برای استخدام مهندسین در زمینه طراحی و کدنویسی به ازای هر نفر حدود یک و نیم میلیون تومان در ماه نیاز داریم.

از نکات مهم برای سرویس دنگپ زمان رسیدن به بازار می باشد که با توجه به محدودیت وقت اجرا کنندگان زمانی در حدود سه الی چهار ماه برای ان پیش بینی شده است که در صورت بیشتر شدن این زمان احتمال ناموفق شدن این سرویس از سمت اجرا کنندگان بالا میرود. همچنین در سمت کاربران برای ادامه حیات مالی این پروژه پیش بینی می شود که باید در طول یکسال نزدیک به ۱۰۰ الی ۲۰۰ هزار کاربر برای تمامی کلاینت ها (اندروید و وب و IOS) جذب بشود.

برای توزیع سرویس هم بسته به نوع کلاینت ها کانال های مختلفی را می شود در نظر گرفت . برای توزیع کلاینت اندروید شرکت کافه بازار و اپ بازار در نظر گرفته شده است . همچنین تبلیغات برای استفاده از نسخه وب اپ دنگپ نیز میتواند از همین طریق انجام بشود. برای انتشار نسخه IOS هم اپ استور های داخلی مانند سیبچه در نظر گرفته شده است . که البته سعی میشود بر روی اپل استور هم توزیع گردد.

یکی دیگر از نکات کلیدی برای ادامه حیات این پروژه عملیات کسب پروانه درگاه پرداخت بانکی می باشد. کسب این مجوز الزامی ست. برای بیان علت التزام آن باید حالت هایی که نتوانیم این پروانه را کسب کنیم بررسی نماییم :

حالت اول : مجبور هستیم از پرداخت های کافه بازار استفاده نماییم که در اینصورت با توجه به قوانین کافه بازار تنها ۶۴ درصد از تراکنش کاربران سهم مالک خواهد بود . در این صورت باید برنامه مالی به روز رسانی شود .

حالت دوم : از درگاه زرین پال استفاده نماییم . که در این صورت هم ۵ درصد از تراکنش مربوط به شرکت زرین پال می باشد . البته این درصد ایجاد مشکل نمیکند ولی مشکل اصلی اینجاست که احتمالاً کافه بازار با انتشار سرویس ، در صورت استفاده از زرین پال ، موافقت نخواهد کرد.

تحلیل بازار

با توجه به عمومی بودن سرویس بازار هدف این سرویس میتواند عامه مردم باشد ولی بیشتر هدف بر روی جوانان به خصوص دانشجویان است . زیرا به فرض مثال در خوابگاه های دانشجویی و به طور کل در بین دانشجویان ، خرج های گروهی بسیار رایج می باشد. همچنین در بین دانشجویان حساب گری و محاسبه گری زیاد است . این موضوع که بتوانیم برای شارژ حساب آنها کمتر از کارمزد بانک برای کارت به کارت کردن، از آنها وجه دریافت کنیم میتواند جنبه خوبی برای تشویق به نصب سرویس باشد. همچنین همانطور که در برنامه مالی ذکر شده بود در صورتی که بتوان از یک سال اول به سلامت عبور کرد و سرمایه گذاری را آغاز نمود میتوان حتی به ازای پرداخت مثلا ده هزار تومان وجه نقد برای شارژ حساب اعتبار آنها را به میزان یازده هزار تومان افزایش داد.

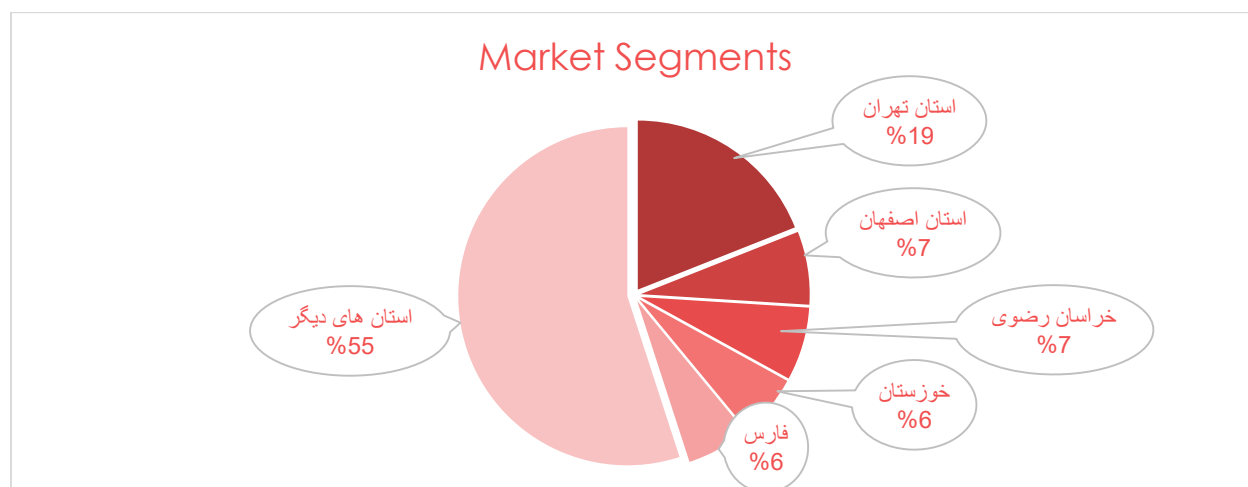
طبق آمار های رسمی کشور تعداد دانشجویان ایرانی در سال ۹۵ نزدیک به ۵ میلیون نفر می باشد. که نشان میدهد پتانسیل خوبی برای جذب این بازار وجود دارد زیرا این جمعیت دارای یک رشد کم ولی ثابت می باشد و همچنین جمعیتی جوان هستند که از نظر روان شناختی سرویس های جدید و تازه را راحت تر قبول میکنند.

طبق گزارش ایرنا جمعیت دانشجویان کشور از سال ۹۰ تا ۹۳ نزدیک به ۹ درصد رشد داشته که نشان میدهد بازار هدف از رشد نسبی و با ثباتی برخوردار می باشد.

تقسیم بازار هدف

همانطور که توضیح داده شد تمرکز بازار اولیه بر روی دانشجویان می باشد. از همین رو باید تبلیغات و تخفیف ها روی همین قشر تمرکز داشته باشد. با توجه به همین مطلب لازم است که حتی تعداد دانشجویان به تفکیک استان ها را بررسی نماییم. در برخی استان ها مانند تهران و اصفهان تعداد دانشجویان زیاد می باشد. پس می توان سرمایه گذاری ویژه ای بر روی این استان ها انجام داد.

نمودار زیر بر اساس آمار رسمی آموزش عالی کشور در سال ۹۴-۹۵ ایجاد شده است. نمودار زیر نشان میدهد با سرمایه گذاری روی ۵ استان میتوان حدود نیمی از دانشجویان کل کشور را تحت پوشش قرار داد.



رقبا

در بازار داخلی فعالیت های جدی در این زمینه نشده است. جدی ترین رقیب در این زمینه اپ «دنگ سفر» می باشد که بین ۵ الی ۱۰ هزار کاربر دارد. (البته تنها در کلاینت اندروید) برخی از ویژگی های مهم این نرم افزار عبارت است از:

- واحد های مختلف پول را پشتیبانی میکند
- امکان تعریف سرپرست و همراه (تمامی مخارج همراهان به نام سرپرست نوشته می شود)
- امکان بستن حساب هر یک از افراد

یک کمبود که در برنامه های مشابه حس میشود همین است که تنها محاسبه مخارج میکنند و هیچ یک قابلیت پرداخت از طریق خود سرویس را ندارند. برای این کمبود در دنگپ چاره ای اندیشیده شده و برنامه مالی بر همین اساس بنیان گذاشته شده است.

قیمت

با توجه به در دسترس قرار گرفتن اپ برای همه قیمت آن و تمامی امکانات آن رایگان خواهد بود.

تبلیغات

برای تبلیغات فعلا سرویس عدد در نظر گرفته می شود که سرویسی توزیع شده از سوی شرکت کافه بازار است که بر اساس میزان کلیک بر روی تبلیغ سرویس ما هزینه آن را از حساب عدد کاربر دریافت میکند . اما ادامه و دامنه تبلیغات بسیار وابسته به کسب درآمد و جذب سرمایه ای است که در برنامه مالی توضیح داده شد.

در صورت جذب سرمایه می توان بر روی دو کانال تمرکز کرد : اولی در تابلو های تبلیغاتی مترو که با توجه به مسافران هر روز مترو (حدود ۴ میلیون در روز) حجم زیادی از مخاطبان را در بر میگیرد. کانال دوم بیل بورد های دانشگاه ها می باشد که البته تبلیغات بر روی آنها قوانین خاص خود را دارد.

برنامه پیاده سازی

قسمت های اصلی پیاده سازی عبارتند از :

- پیاده سازی سرور
- پیاده سازی کلاینت اندروید
- پیاده سازی کلاینت IOS
- پیاده سازی کلاینت وب
- پیاده سازی کلاینت دسکتاپ

برای پیاده سازی سرور و کلاینت های اندروید و وب حدود ۶ الی ۸ اسپرینت در نظر گرفته شده که هر اسپرینت شامل تقریبا یک هفته می باشد. در اسپرینت اول و دوم و سوم پیاده سازی بستر ارتباط با کلاینت ها (web API) انجام خواهد شد و در اسپرینت های چهارم و پنجم و ششم، پیاده سازی UI اپ مد نظر خواهد بود . اسپرینت های ۷ و ۸ هم برای عیب یابی و پیشرفت کلاینت ها در نظر گرفته شده است.

همچنین طبق تصمیم گرفته شده باید کلاینت IOS را out source کنیم و برای این موضوع هم در برنامه مالی هزینه ای در نظر گرفته شده است.

طبق تحقیقات برای کلاینت دسکتاپ تکنولوژی هایی وجود دارد که نسخه وب اپ را تبدیل به کلاینت دسکتاپ میکنند که میتوان از آن ها استفاده نمود.

بعد از پیاده سازی اولیه عملیات تست بار برای سرور انجام شود و همچنین باید مسایل امنیتی سرور نیز لحاظ شود . همانطور که در برنامه ریزی بازاریابی مطرح شد زمان رسیدن اولین نسخه به بازار حدودا ۳ الی ۴ ماه می باشد.