



گزارش تفسیری مدیریت

دوره ۱۲ ماهه منتهی به ۲۹ اسفند ۱۴۰۴

شرکت پیشگامان فناوری و دانش آرامیس (سهامی عام)

 **تپسی**

در اجرای مفاد ماده ۷ دستورالعمل اجرایی افشای اطلاعات شرکت‌های ثبت شده نزد سازمان بورس و اوراق بهادار، شرکت‌هایی که سهام آنها نزد بورس اوراق بهادار تهران و یا فرابورس ایران پذیرفته شده باشد، موظف به تهیه و افشای گزارش تفسیری مدیریت در مقاطع میان دوره‌ای ۳، ۶ و ۹ ماهه و همچنین مقطع سالانه‌اند. گزارش تفسیری مدیریت باید همراه با صورت‌های مالی و یادداشت‌های همراه آن مطالعه شود. این گزارش شامل جملات آینده‌نگرانه‌ایست که با رویدادهای آتی یا عملکرد مالی آتی شرکت در ارتباطند. (کلماتی نظیر پیش‌بینی، باور، برآورد، انتظار، تمایل، خواسته، احتمال و اصطلاحات مشابهی که به شرکت مربوط است بیانگر جملات آینده‌نگرانه است) جملات آینده‌نگرانه نشان‌دهنده انتظارات، باورها یا پیش‌بینی‌های جاری از رویدادها و عملکرد مالی آتی است. این جملات در معرض ریسک‌ها، عدم قطعیت‌ها و مفروضات غیرقطعی قرار دارند. بنابراین نتایج واقعی ممکن است متفاوت از نتایج مورد انتظار باشند. لذا گزارش تفسیری مدیریت اخیر مطابق با ضوابط تهیه گزارش تفسیری مدیریت (مصوب مورخ ۱۳۹۶/۱۰/۰۴ و اصلاحیه مورخ ۱۳۹۷/۰۸/۰۶ هیئت مدیره سازمان بورس و اوراق بهادار) و راهنمای بکارگیری ضوابط تهیه گزارش تفسیری مدیریت تهیه و در تاریخ به تایید هیئت مدیره شرکت تپسی رسیده است.

اعضای هیات مدیره	نماینده اشخاص حقوقی	سمت	نوع عضویت (موظف/غیر موظف)	امضا
شرکت گروه سرمایه گذاری کوروش	مرتضی موسی‌خانی	رئیس هیأت مدیره	غیر موظف	
شرکت گروه نوآوران تجارت الکترونیک هستی	سید مصطفی سید حسینی	مدیرعامل و نایب رئیس هیأت مدیره	موظف	
شرکت فروشگاههای زنجیره‌ای افق کوروش	ناصر کلباسی	عضو هیأت مدیره	غیر موظف	
شرکت گروه مدیریت صنعت خرده فروشی کوروش	میلاد جلاپور	عضو هیأت مدیره	موظف	
شرکت زرین گستر کیهان	حبیبه آناهید	عضو هیأت مدیره	غیر موظف	

۵	معرفی تپسی
۶	تاریخچه تپسی
۶	موضوع فعالیت اصلی شرکت
۷	رسالت وجودی
۷	تپسی در یک نگاه
۷	آخرین ترکیب سهامداری تپسی
۸	اعضای هیئت مدیره
۸	چارت سازمانی
۱۰	ماهیت کسب و کار
۱۱	معرفی و بررسی صنعت از منظر بین المللی
۱۶	معرفی و بررسی صنعت از منظر داخلی
۱۸	ظرفیت بازار تاکسی‌های اینترنتی در ایران
۲۰	وضعیت پرداخت های به دولت و اطلاعات بازارگردانی شرکت
۲۱	جزئیات و پرداخت سود سهام و دعاوی حقوقی
۲۲	لیست شرکتهای فرعی مشمول تلفیق
۲۳	راهبردها و اهداف مدیریت
۲۴	چشم انداز و جزئیات درآمد
۲۴	توسعه تپسی در کسب و کار تاکسی اینترنتی
۲۷	سویر اپ

۲۸	اهداف کلان و برنامه های بلندمدت و کوتاه مدت.....
۲۹	منابع، توانمندی‌ها و ریسک‌ها.....
۳۰	منابع انسانی تپسی
۳۰	برند تپسی.....
۳۱	فن‌آوری پیشرفته.....
۳۲	ارائه تجربه مشتری در استاندارد جهانی
۳۶	ریسک‌های عملیاتی.....
۳۸	ریسک‌های بازار.....
۳۹	ریسک‌های رگولاتوری.....
۴۰	گزارشگری پایداری.....
۴۱	ارزش آفرینی.....
۴۳	کمک های عام المنفعه.....
۴۴	اصول حاکمیت شرکتی.....
۴۵	نتایج عملکرد و عملیات مالی.....
۴۶	صورت سود و زیان.....
۴۷	صورت سود و زیان پیش بینی شده.....
۴۸	مفروضات پیش بینی شده.....



بخش اول

معرفی تپسی

- تاریخچه تپسی
- موضوع فعالیت اصلی شرکت
- رسالت وجودی
- تپسی در یک نگاه
- آخرین ترکیب سهامداری تپسی
- اعضای هیئت مدیره
- چارت سازمانی

تاریخچه تپسی

شرکت پیشگامان فناوری و دانش آرامیس (سهامی عام) به شناسه ملی ۱۴۰۰۵۷۵۱۴۹۹ در تاریخ ۱۳۹۵/۰۱/۲۲ طی شماره ۴۸۹۸۷۲ در اداره ثبت شرکت‌های تهران به ثبت رسیده است.

در تاریخ ۹۹/۱۱/۲۶ به استناد صورتجلسه مجمع به شرکت سهامی عام تبدیل شد. تپسی در تاریخ ۱۳۹۹/۱۰/۲۹ در بازار دوم فرابورس پذیرفته شد و با نماد معاملاتی تپسی در گروه رایانه و فعالیتهای وابسته به آن و زیرگروه مشاوره و تهیه نرم افزار و با کد ۷۲۲۰ و شماره ثبت ۱۱۹۰۶ پذیرفته شد، پس از احراز کلیه شرایط پذیرش از تاریخ ۱۴۰۰/۰۹/۰۷ بعنوان دویست و هفتادمین نماد معاملاتی (یکصد و شصت و چهارمین شرکت در بازار دوم)، در فهرست فرابورس ایران درج گردید.

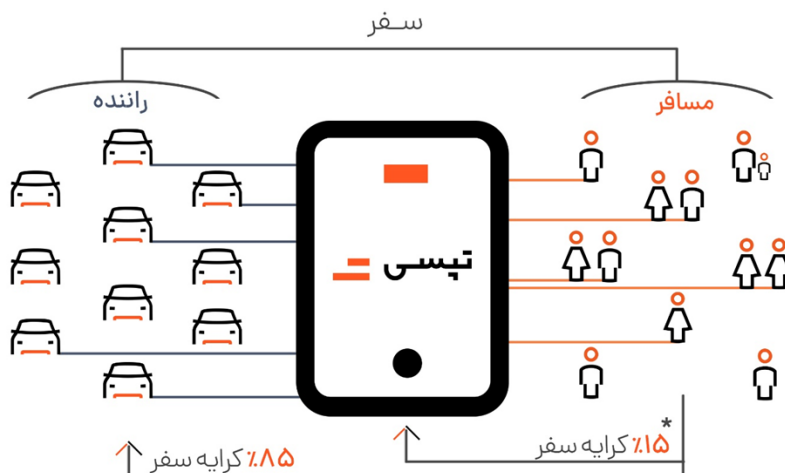
نشانی مرکز اصلی شرکت در تهران، خیابان سعادت آباد، بلوار بهزاد، نبش کوچه باغستان یکم، پلاک ۲ به کدپستی ۱۹۹۸۶۳۵۸۲۰ است.

محل فعالیت تپسی شهر تهران است، علاوه بر آن، دفاتر منطقه ای نیز در استان های دیگر مشغول به کار هستند.

موضوع فعالیت اصلی شرکت

تپسی با ارائه‌ی یک پلتفرم اینترنتی گسترده و بهینه، سفرهای درون‌شهری را چه از نظر زمان و چه از نظر هزینه، برای کاربران تسهیل و به‌صرفه کرده است. این شرکت از ظرفیت بالقوه صدها هزار خودرو شخصی و تاکسی موجود در سطح شهرها استفاده کرده و آن‌ها را به میلیون‌ها مسافر که نیاز به جابجایی در سطح شهر دارند، متصل می‌کند.

نقش تپسی، ایجاد ارتباط بین این دو گروه کاربران است و تلاش می‌کند ارتباط آن‌ها را با استفاده از الگوریتم‌های قیمت‌گذاری، توزیع سفر، هوش مصنوعی و اعمال قوانین دقیق و رویه‌های پشتیبانی و امنیت سفر، بهینه کرده و شبکه‌ی قابل‌اعتمادی را ایجاد کند که تجربه خوشایندی از سفر با تپسی، چه به‌عنوان مسافر و چه به‌عنوان راننده داشته باشند.



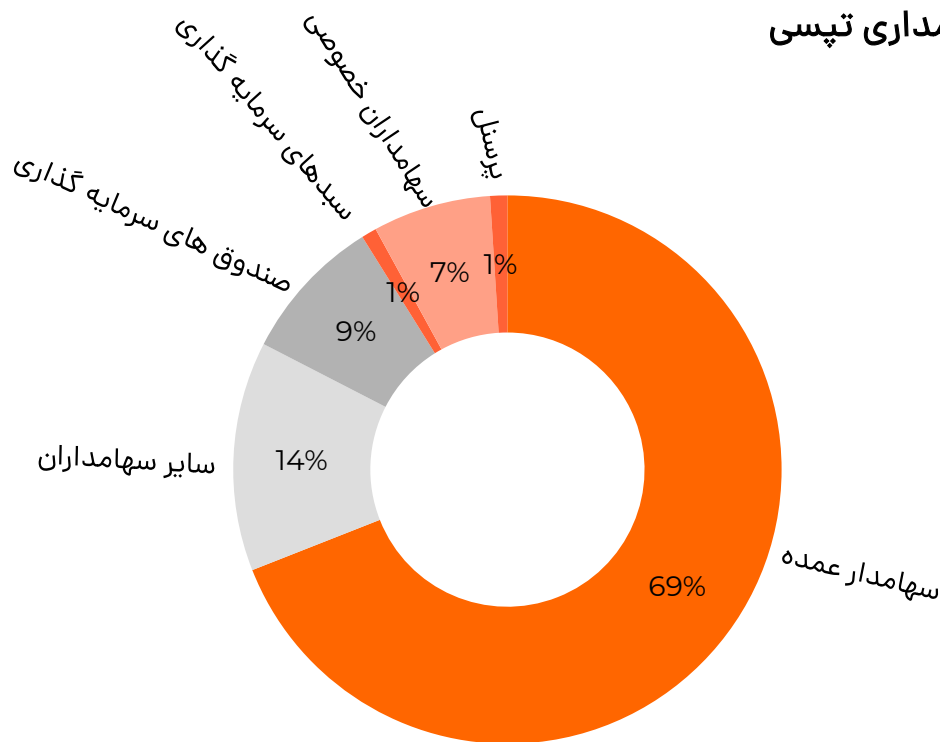
رسالت وجودی

ما برآنیم تا با تیمی حرفه‌ای و اهل رقابت، با بکارگیری فناوری روز دنیا و با تمرکز بر مصرف‌کننده ایرانی، در مسیر حل مسائل پیچیده‌ی حمل و نقل شهری گام برداریم.

تیپسی در یک نگاه

<p>تعداد مسافران</p>  <p>۳۳/۰۹۳/۸۳۹ مسافر ثبت شده</p>	<p>تعداد رانندگان</p>  <p>۳/۸۳۲/۴۸۳ راننده تایید شده</p>	<p>تعداد پرسنل شرکت</p>  <p>۹۵۹ نفر پرسنل و ۳۲۷ نفر پرسنل بازاریاب میدانی</p>
<p>درآمد ماهانه</p>  <p>۲۵۳ میلیارد تومان</p>	<p>ارزش سفر ماهانه</p>  <p>۱/۶۸۷ میلیارد تومان</p>	<p>مناطق تحت پوشش</p>  <p>۳۳ استان تحت پوشش به همراه شهرهای تابعه آنها</p>

آخرین ترکیب سهامداری تیپسی



معرفی اعضای هیأت مدیره

طبق ماده ۳۷ قانون حاکمیت شرکتی ناشران ثبت شده نزد سازمان بورس و اوراق بهادار

اعضای هیأت مدیره

میلااد جلایر

- عضو هیأت مدیره (موظف)
- بیش از ۱۰ سال سابقه در شرکتهای گروه صنعتی گلرنگ
- عضو هیأت مدیره تیسی شاپ، اکالا، الوپیک و...
- تحصیلات: فوق لیسانس مهندسی مالی از دانشگاه تهران

ناصر کلباسی

- عضو هیأت مدیره (غیرموظف)
- بیش از ۱۷ سال سابقه در شرکتهای گروه صنعتی گلرنگ، معاونت مالی و اقتصادی گروه سرمایه گذاری کوروش و عضو هیأت مدیره بیش از ۶ شرکت
- تحصیلات: دکتری حسابداری

حبیبه آناهید

- عضو هیأت مدیره (غیرموظف)
- بیش از ۱۳ سال سابقه در شرکتهای گروه صنعتی گلرنگ و عضو هیأت مدیره شرکت تجارت الکترونیک هستی، الوپیک، فروشگاههای زنجیره ای هایپرفامیلی و...
- تحصیلات: مهندسی صنایع و MBA دانشگاه شریف

اعضای هیأت مدیره

مرتضی موسی خانی

- رئیس هیأت مدیره (غیرموظف)
- مدرس دانشگاه تهران و شهید بهشتی، عضو هیأت مدیره بانک ملت، مسئول تاسیس و معاونت پژوهشی دانشگاه آزاد اسلامی قزوین و ۲۰ سال رئیس کمیته ملی ربوکاپ ایران
- تحصیلات: دکتری دانشگاه تربیت مدرس، کارشناسی و کارشناسی ارشد دانشگاه تهران

سیدمصطفی سیدحسینی

- نایب رئیس هیأت مدیره و مدیرعامل (موظف)
- بیش از ۱۰ سال سابقه معاونت در شرکتهای گروه صنعتی گلرنگ، عضو هیأت مدیره افق کوروش، اکالا، الوپیک و...
- تحصیلات: دکتری حسابداری دانشگاه تهران، کارشناسی ارشد دانشگاه تهران

چارت سازمانی





بخش دوم

ماهیت کسب و کار

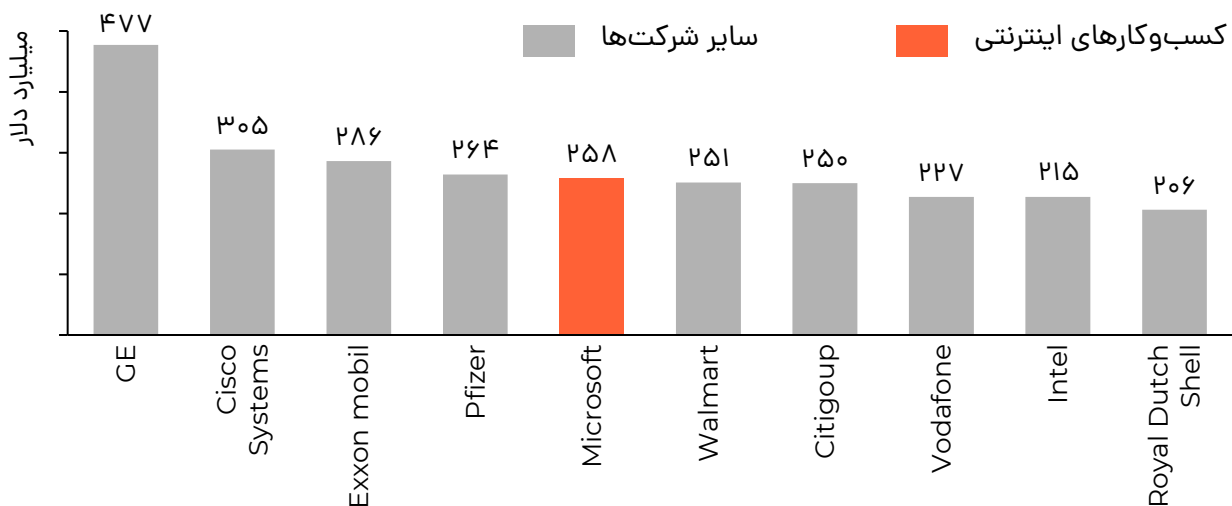
- معرفی و بررسی صنعت از منظر بین المللی
- معرفی و بررسی صنعت از منظر داخلی
- ظرفیت بازار تاکسی‌های اینترنتی در ایران
- وضعیت پرداخت به دولت و اطلاعات بازارگردان و جزئیات پرداخت سود سهام
- دعاوی حقوقی و شرکتهای فرعی

معرفی و بررسی صنعت از منظر بین المللی

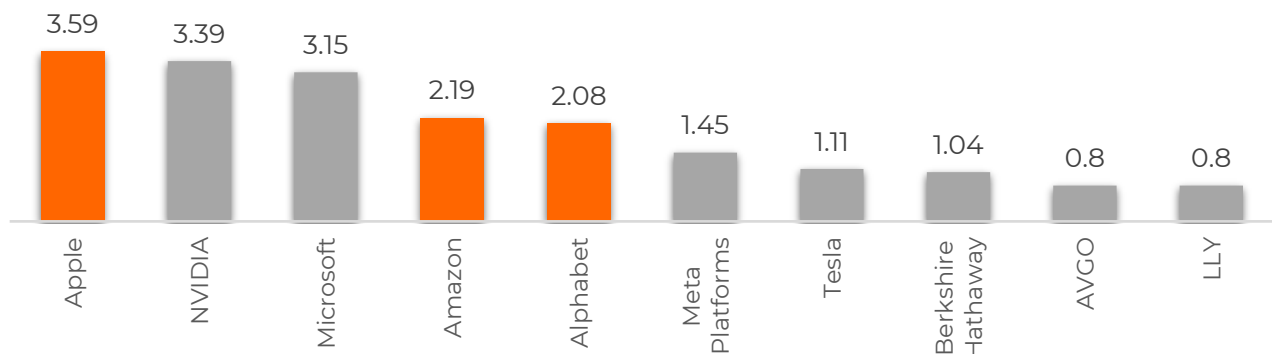
تغییر اقتصاد جهانی توسط کسب و کارهای اینترنتی

امروز شاهد آن هستیم که شرکت‌های اینترنتی مدل‌های سنتی کسب و کار را شکسته‌اند و توانسته‌اند با خلق ارزش از روش‌های کارآمدتر، از غول‌های صنعت پیشی بگیرند. این روند از چند سال گذشته در دنیا آغاز شده و شرکت‌های اینترنتی یکی پس از دیگری صنایع سنتی بزرگ را کنار می‌زنند و این هنوز ابتدای راه کسب و کارهای اینترنتی در جهان است. هم‌اکنون ۴ شرکت برتر دنیا از نظر ارزش بازار و ۴ برند اول دنیا از نظر ارزش برند، شرکت‌های اینترنتی هستند، در حالی که در سال ۲۰۰۰ تنها یک شرکت اینترنتی در لیست ۱۰ برند ارزشمند دنیا حضور داشت.

بازرزش‌ترین شرکت‌های جهان در سال ۲۰۰۰ میلادی (میلیارد دلار)



بازرزش‌ترین شرکت‌های جهان در سال ۲۰۲۴ میلادی (میلیارد دلار)



مدل کسب‌وکار پلتفرمی و سرعت رشد آن

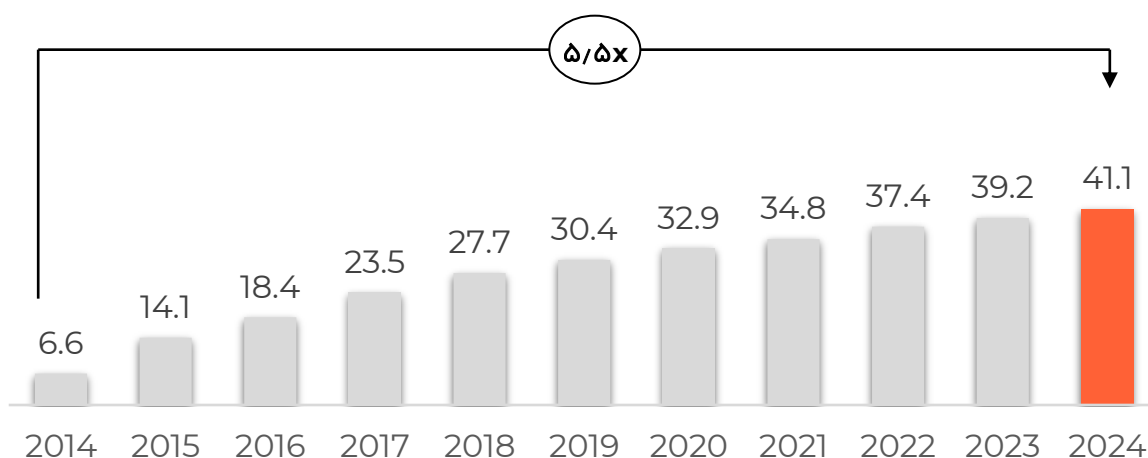
یکی از مدل‌های اصلی شرکت‌های اینترنتی که با سرعت بالایی در جهان گسترش پیدا کرده، مدل پلتفرمی است. در این مدل، کاربران دارایی‌هایشان را با یکدیگر به اشتراک می‌گذارند و خود پلتفرم، دارایی فیزیکی موضوع خدمت و یا محصول مورد معامله را ندارد. یک گروه از کاربران (عرضه‌کنندگان خدمت یا محصول)، دارایی خودشان را با گروهی دیگر از کاربران (متقاضیان خدمت یا محصول) به اشتراک می‌گذارند. شعار این مدل کسب‌وکار این است که: «آنچه برای من است، برای تو هم هست، با پرداخت مبلغی هزینه». بدین معنی که عرضه‌کنندگان در قبال اخذ مبلغی مشخص، دارایی یا خدمت خود را در اختیار متقاضیان قرار می‌دهند. در این مدل، افراد ملک، خودرو، اثر هنری و بسیاری از دارایی‌های دیگر خود را به‌طور مستقیم باهم به اشتراک می‌گذارند که این معامله از طریق اینترنت انجام می‌شود.

کسب‌وکارهای پلتفرمی با استفاده از ویژگی‌های زیر، کارایی عملیاتی را به نهایت خود رسانده و سود زیادی تولید می‌کنند:

- از یک پلتفرم دیجیتالی برای نقل‌وانتقال مالی استفاده می‌کنند.
- فاصله بین عرضه‌کننده و متقاضی را از طریق پلتفرم به حداقل می‌رسانند.
- با گرفتن بازخورد و امتیاز از مشتریان، سطح کیفیت را بالا می‌برند.

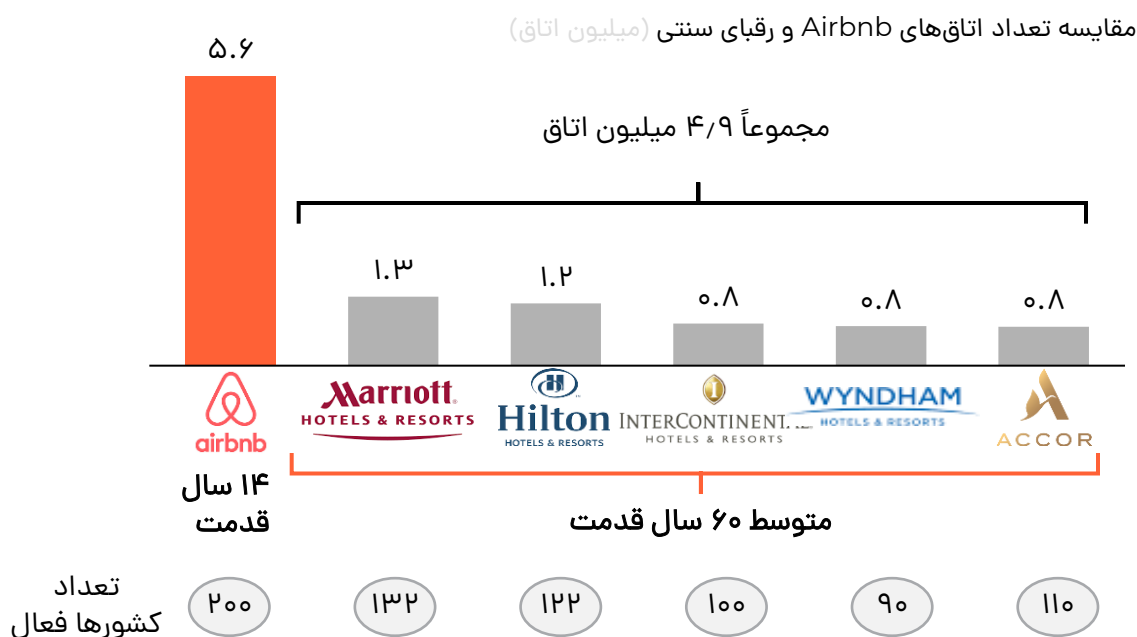
روند ترویج کسب‌وکارهای پلتفرمی در میان مردم جهان نشان می‌دهد که در طی ۵ سال، میزان استفاده از این سرویس‌ها بیش از ۵ برابر شده است. هم‌اکنون ۴۱ درصد جمعیت جهان کاربر این پلتفرم‌ها هستند، درحالی‌که یازده سال قبل، تنها ۶ درصد از این پلتفرم‌ها استفاده می‌کردند. پیش‌بینی می‌شود که روند سریع رشد پلتفرم‌ها در سال‌های آتی نیز در سراسر دنیا ادامه داشته باشد.

استفاده مردم جهان از کسب و کارهای پلتفرمی (درصد)



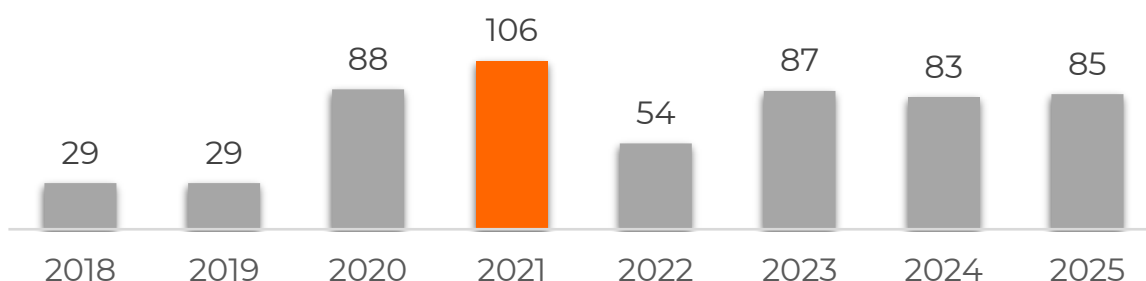
منبع: Emarketer

از نمونه‌های پلتفرم‌های موفق، استارت‌آپ Airbnb است که با مدل کسب‌وکار پلتفرمی، با ایده اجاره بخشی از خانه که بلااستفاده است به کسانی که می‌خواهند مدت کوتاهی در یک شهر اقامت کنند، تاسیس و موفق به جذب سرمایه شد که با سرعت قابل‌توجهی رشد کرد. این شرکت هم‌اکنون در ۲۲۰ کشور دنیا فعال است و موفق شده است تعداد اتاق‌هایی معادل ۱.۵ برابر مجموع هتل‌های زنجیره‌ای بزرگ با قدمت بالای ۶۰ سال در شبکه‌اش فراهم کند.



این شرکت با استفاده از مدل کسب‌وکار پلتفرمی توانسته بدون تملک حتی یک اتاق و با استفاده از دارایی‌های عرضه‌کنندگان، از مجموع بزرگ‌ترین هتل‌های زنجیره‌ای با سابقه دنیا، ظرفیت اتاق بالاتری ایجاد کند. امکان رشد سریع کسب و کارهای پلتفرمی باعث جذابیت زیاد آنها برای سرمایه‌گذاران می‌شود، بطوریکه رشد ارزش بازار و فروش Airbnb طی دو سال گذشته در حالی رخ داده که به دلیل سرمایه‌گذاری برای رشد، زیان داشته است.

ارزش شرکت Airbnb (میلیارد دلار)

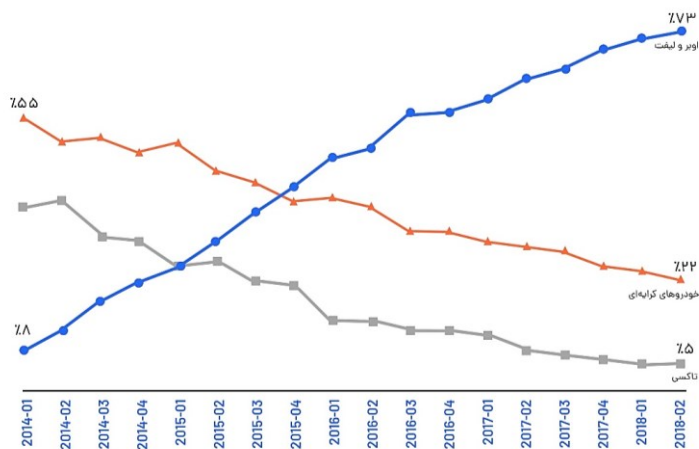


تاکسی‌های اینترنتی، یکی از موفق‌ترین مدل‌های کسب‌وکار آنلاین

مفهوم تاکسی اینترنتی، در سال ۲۰۰۹، توسط شرکت اوبر در سانفرانسیسکو متولد شد و با استفاده از ظرفیت خالی خودروها هم برای خود، هم برای صاحبان خودرو و هم برای مسافران ارزشی فوق‌العاده اقتصادی خلق کرد. ارزش افزوده معرفی شده توسط پلتفرم اوبر به قدری ارزشمند و مؤثر در سایر کسب‌وکارها بود که اقتصاد، واژه اوبریزاسیون را خلق کرد و کسب‌وکارهای دیگری به دنبال توسعه پلتفرم برای صنعت خود رفتند.

پس از موفقیت اوبر، شرکت لیفت به‌عنوان دومین بازیگر وارد صنعت تاکسی اینترنتی در آمریکا شد. رشد این دو پلتفرم به قدری سریع بود که تنها در مدت ۴ سال، سهم خود را از بازار تاکسی و خودروهای کرایه‌ای در آمریکا از ۸٪ به ۷۳٪ افزایش دادند و به یکی از اصلی‌ترین مدل‌های حمل‌ونقل شهری تبدیل شدند.

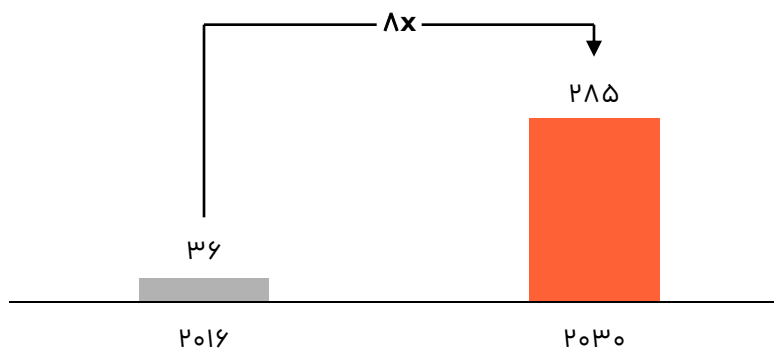
سهم بازار تاکسی‌های اینترنتی با تاکسی و خودرو کرایه‌ای (درصد)



منبع: Business insider

تاکسی‌های اینترنتی به قدری گسترش یافته‌اند که سبک حمل‌ونقل افراد جامعه را تغییر داده‌اند و این ابتدای مسیر تاکسی‌های اینترنتی است. پیش‌بینی می‌شود حجم بازار تاکسی‌های اینترنتی تا سال ۲۰۳۰ میلادی، ۸ برابر شود.

سایز بازار تاکسی‌های اینترنتی جهان (میلیارد دلار)



منبع: Goldman Sachs

موفقیت و رشد سریع اوپر و افق روشن این صنعت موجب شد که تاکسی‌های اینترنتی به سرعت در گوشه و کنار دنیا متولد شده و با سرعت زیاد رشد کنند. برخی از شرکت‌های بزرگ تاکسی اینترنتی نظیر اوپر، گرب و ایزی تاکسی به سرعت شروع به گسترش حوزه فعالیت خود در نقاط مختلف دنیا کردند، ولی در اکثر موارد این بازیگران کوچک‌تر محلی بودند که گوی سبقت را از آن‌ها ربوده و برنده رقابت در گستره فعالیت خودشان شدند.

هم‌زمان با گسترش جغرافیایی این شرکت‌ها، بازیگران محلی نیز در اقصی نقاط جهان پدیدار شدند و در نتیجه رقابتی جدی بین بازیگران محلی و بازیگران بین‌المللی برای تصاحب این بازار سودده شکل گرفت. در زیر نگاهی به تاریخچه رقابت بین بازیگران بین‌المللی و محلی در بازارهای مختلف تاکسی اینترنتی می‌اندازیم:

شرایط فعلی	بازیگران	کشور
دی دی برنده رقابت در چین شد	• Uber	
بعد ها وارد بازار آمریکای جنوبی هم شد	• DiDi	
هر دو در حال رقابت هستند	• Uber	
در حال حاضر اولاً ۶۰ درصد بازار را در اختیار دارد	• OLA	
ایزی تاکسی از کشور خارج شد	• EASY TAXI 	
Tro Tro به عنوان بازیگر محلی بازار را در اختیار گرفت	• 	
ضرر ۳ میلیون دلاری ایزی تاکسی	• EASY TAXI 	
رقبای داخلی برنده رقابت شدند	• JORDAN TAXI 	
شکست عملیات ایزی تاکسی پس از چند سال	• EASY TAXI 	
واگذاری بازار به رقبای داخلی	• drop 	

دلیل پیروزی بازیگران محلی عموماً سه مورد زیر هستند:

- **حمایت قانون‌گذار:** تاکسی‌های اینترنتی تأثیر مستقیم بر حمل‌ونقل عمومی که یکی از اساسی‌ترین نیازهای شهری است، دارند؛ بنابراین این صنعت اهمیت بسیار بالایی نزد قانون‌گذاران کشور دارد. بازیگران محلی به‌واسطه ارتباط نزدیک‌تر با قانون‌گذاران، مزیت رقابتی بزرگی در برابر بازیگران بین‌المللی دارند. در بسیاری از مثال‌های بین‌المللی، به‌واسطه وضع یک قانون، بازیگر بین‌المللی مجبور به ترک یک کشور می‌شود. خروج Jeeny از اردن و Uber از کلمبیا مثال‌های این مورد هستند.
- **شناخت بهتر بازار:** شناسایی و رفع نیاز کاربران برای شرکت‌های محلی ساده‌تر است. به‌عنوان مثال برای طراحی یک اپلیکیشن خوب، سلیق فرهنگی و نیازهای رفتاری و زبانی جوامع مختلف باید مدنظر قراردادده شود که این کار برای بازیگران محلی بسیار ساده‌تر است و شانس موفقیت محصولشان را بالاتر می‌برد.
- **چابکی:** بازیگران محلی به‌دلیل دسترسی به تکنولوژی و استراتژی مرکزی، به‌طور چابک‌تری به نیازهای عملیاتی کاربران محلی واکنش می‌دهند.

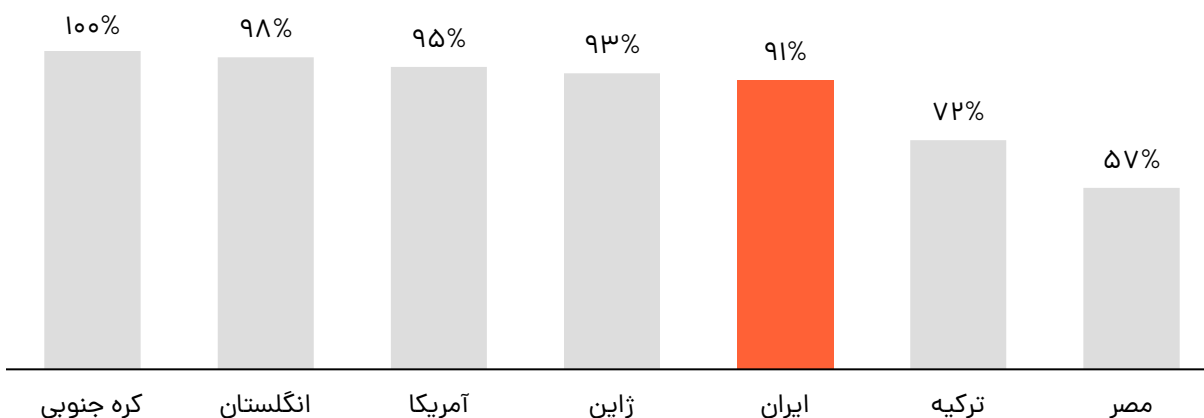
معرفی و بررسی صنعت از منظر داخلی

ظرفیت رشد کسب‌وکارهای اینترنتی در ایران

ویژگی‌های خاص ایران موجب شده است که سرعت رشد شرکت‌های اینترنتی در آن، بالاتر از روند جهانی باشد، این دلایل عبارتند از:

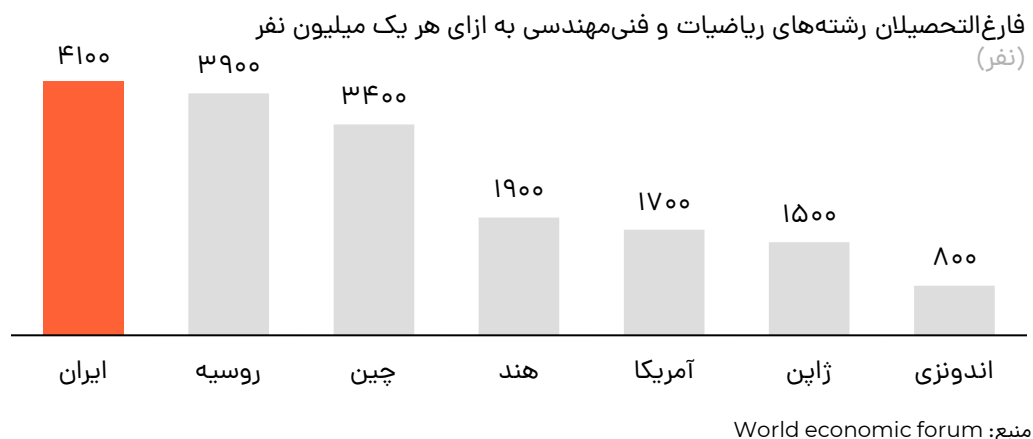
۱- ضریب نفوذ اینترنت و تلفن همراه هوشمند ایران بسیار بالاتر از کشورهای هم‌رده و در حد کشورهای توسعه یافته است.

ضریب نفوذ اینترنت (میلیارد دلار)



سازمان تنظیم مقررات رادیویی

۲- سطح تحصیلات کشور ایران باعث شده است که دسترسی به نیروهای متخصص و نخبه بالا باشد. سالانه ۸۰۰ هزار فارغ‌التحصیل که ۲۰ درصد آن‌ها در رشته‌های فنی و مهندسی تحصیل کرده‌اند، مزیت مهمی برای ایران محسوب می‌شود.



۳- در ایران سرعت توسعه‌ی کسب‌وکارهای سنتی نسبت به رقابای سنتی خارجی‌شان کمتر بوده است.

۴- نیاز بالای ایران به ایجاد اشتغال و سرمایه مورد نیاز کمتر این کسب و کارها برای ایجاد شغل باعث جذابیت آن‌ها برای جامعه می‌شود.

در اقتصاد مشارکتی، بازیگران اقتصادی بدون نیاز به سرمایه‌گذاری جدید، با استفاده بهینه از ظرفیت‌های موجود به ارائه خدمات و کالا به حجم بیشتری از مصرف‌کنندگان می‌پردازند. مدل‌های اقتصادی مشارکتی مبتنی بر تکنولوژی کاملاً در راستای رویکردهای اقتصاد مقاومتی هستند و به همین علت می‌توان آن‌ها را مصداق اقتصاد مقاومتی در حوزه تکنولوژی دانست. کسب‌وکار پلتفرمی، دو مشکل حال حاضر ایران را به‌طور مستقیم هدف قرار داده و حل می‌کند:

- **استفاده غیر بهینه از دارایی‌ها:** کسب‌وکار پلتفرمی با استفاده از تکنولوژی میزان بهره‌برداری از دارایی‌های موجود را به میزان چشمگیری بالا می‌برد.
- **محدودیت در جذب سرمایه:** کسب‌وکار پلتفرمی نیاز به سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌ها را کاهش می‌دهد و بدون نیاز به جذب سرمایه جدید، حجم ارائه کالا و خدمات را بالا می‌برد که به کاهش قیمت تمام شده برای کاربران نهایی منجر می‌شود.

بنابراین انتظار می‌رود پلتفرم‌هایی مثل تپسی در ایران، با سرعتی بیشتر از آنچه که در کشورهای دیگر دیدیم رشد کنند. اکنون در ابتدای راه پلتفرم‌ها در ایران هستیم و باید منتظر رشد چشمگیر آن‌ها در اقتصاد ایران در چند سال آتی باشیم.

ظرفیت بازار تاکسی‌های اینترنتی در ایران

در این بخش، برای محاسبه تعداد سفرهای بالقوه تاکسی‌های اینترنتی ایران، ابتدا چگونگی تغییر رفتار مصرفی کاربران سایر روش‌های حمل و نقل به تاکسی اینترنتی مشخص شده است. سپس دلایل این تغییر رفتار براساس گزارش‌ها و شواهد موجود تشریح شده و درنهایت با استفاده از اطلاعات سفرهای شهری تهران، حجم بازار آتی تخمین زده می‌شود.

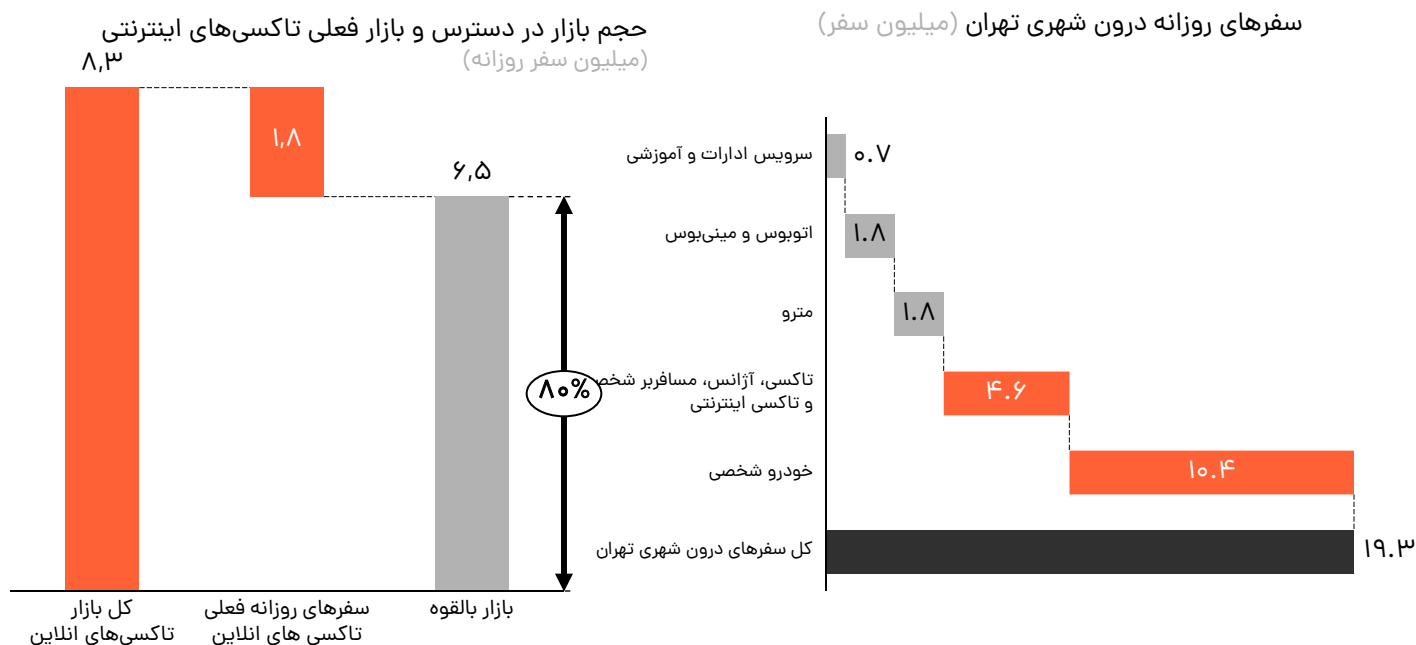
روند نفوذ تاکسی‌های اینترنتی در بازار حمل و نقل

با مطالعه بازار تاکسی‌های اینترنتی درمی‌یابیم که تاکسی‌های اینترنتی، به‌طور عمده سه بخش از کاربران خدمات حمل‌ونقل را هدف قرار داده و از آن‌ها سهم بازار گرفته‌اند. کاربران آژانس‌ها و تاکسی‌های دربستی، استفاده‌کنندگان از خدمات حمل‌ونقل عمومی مثل مترو و اتوبوس و افرادی که از خودروی شخصی خود برای تردد در سطح شهرها استفاده می‌کنند.



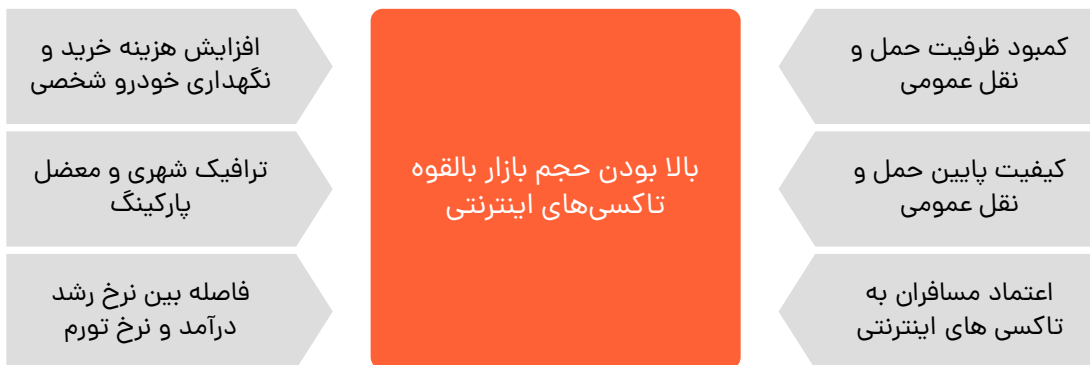
علل پتانسیل بالای بازار حمل و نقل ایران

با توجه به جمعیت و وسعت شهرهای ایران، حمل‌ونقل در ایران بسیار بزرگی دارد. به‌طوری‌که فقط در تهران روزانه بیش از ۲۰ میلیون سفر انجام می‌شود. تفکیک این سفرها براساس نوع وسیله حمل‌ونقل، طبق گزارشی که به‌طور مستقیم از شهرداری تهران در سال ۹۹ دریافت شده، به شرح نمودار صفحه بعد است. طبق بررسی‌های انجام شده سهم تاکسی‌های آنلاین از این بازار ۸.۳ میلیون سفر در روز می‌باشد که سهم عمده آن تا کنون دست نخورده باقی مانده است.



منبع: آمارنامه شهرداری تهران - ۱۳۹۹
 فرضیات برای محاسبه اندازه بازار تاکسی اینترنتی: ۱- نسبت اندازه بازار تهران به کل کشور بر اساس اطلاعات تپسی ۴۰٪ است ۲- فرض شده است که حداقل ۵۰٪ از بخش تاکسی و تنها ۱۰٪ از بخش خودرو شخصی در آینده به بازار تاکسی اینترنتی اضافه شوند.

کیفیت و ظرفیت پایین حمل‌ونقل عمومی در ایران از یک‌سو و تجربه مثبت شهروندان از کیفیت و امنیت تاکسی‌های اینترنتی از سوی دیگر، باعث افزایش اعتماد کاربران و افزایش جذابیت تاکسی‌های اینترنتی برای آن‌ها شده است. از زاویه‌ی رانندگان نیز با افزایش نرخ بیکاری و پیشی گرفتن نرخ تورم از نرخ رشد درآمد، همکاری با تاکسی‌های آنلاین به‌عنوان شغل اصلی یا شغل دوم فرصتی است برای کسب درآمد بیشتر که اقبال بیشتر رانندگان به این پلتفرم‌ها را به دنبال داشته است.



وضعیت پرداخت های به دولت

وضعیت پرداخت های به دولت

ردیف	شرح اقلام جدول (میلیون ریال)	۱۴۰۴/۱۲/۲۹	سال ۱۴۰۳
۱	مالیات عملکرد	-	۷۴,۹۵۴
۲	مالیات ارزش افزوده	۲,۷۵۳,۴۳۹	۱۵,۰۰۹
۳	بیمه سهم کارفرما	۱,۴۱۲,۰۰۳	۸۳۰,۲۸۷
	جمع پرداختی	۴,۱۶۵,۴۴۲	۹۲۰,۲۵۰

اطلاعات بازارگردان شرکت

بازارگردانی:

ردیف	عنوان	پارامتر
۱	نام بازار گردان	صندوق سرمایه گذاری اختصاصی بازارگردانی توازن کوروش
۲	آغاز دوره بازارگردانی	۱۴۰۴/۰۳/۱۹
۳	پایان دوره بازار گردانی	۱۴۰۴/۱۲/۲۹
۴	منابع اختصاص یافته به بازارگردان از سوی ناشر(میلیون ریال)	۰
۵	منابع اختصاص یافته به بازارگردان از سوی سهامدار عمده (تعداد سهم)	۲۵,۰۰۰,۰۰۰

جزئیات پرداخت سود سهام

سال منتهی به	سود سهام مصوب مجمع	سود سهام پرداخت شده از طریق سهام	سود سهام پرداخت نشده	دلایل عدم پرداخت کامل سود سهام
۱۴۰۳/۱۲/۳۰	۲۰۹,۳۱۸	۱۰۴,۵۹۰	۱۰۴,۷۲۸	نداشتن اطلاعات شماره حساب و وثیقه بودن سهام

افشا با اهمیت :

از جمله افشائیات با اهمیت در بازه زمانی مورد گزارش، تقسیط مالیات بر ارزش افزوده از سالهای ۱۴۰۰ لغایت ۱۴۰۳ می باشد. همانطور که در اطلاعیه شماره ۱۳۴۵۲۸۱ در کدال نیز منتشر شد پیرو تفاهم نامه منعقد شده با اداره کل مودیان متوسط مبلغ ۱.۶۹۵.۵۷۰ میلیون ریال به ارزش فعلی بابت بدهی مالیات بر ارزش افزوده در دفاتر شناسایی گردید.

دعای حقوقی له شرکت

۱- پرونده شکایت این شرکت از شرکت مدرن سامانه غذا رسان اطلس (اسنپ فود)، نوین مائده اطلس (اسنپ کیچن)، ایده نگاران ارتباطات روماک (اسنپ) و رز وان اف زد ای تحت شماره ۱۷-۰۳-۳۱۲۶-۳ و مورخ ۱۴۰۳/۰۸/۰۲ در شورای رقابت به سبب اتخاذ رویه ضد رقابتی مبنی بر عقد قراردادهای انحصاری با رستوران ها مطرح گردید که منجر به صدور رای بدوی محکومیت اسنپ فود در شورای رقابت شد (به موجب مصوبه شماره ۷۴۰ شورای رقابت مورخ ۱۴۰۴/۰۲/۱۶) تصمیم مذکور ظرف ۲۰ روز از تاریخ ابلاغ (۱۴۰۴/۰۲/۲۲) قابل تجدیدنظرخواهی در هیات تجدید نظر آن مرجع می باشد.

۲- علیرغم اینکه به استناد بند ۱۲ ماده ۱۲ قانون ارزش افزوده قدیم (جزء ۱۳ بند ب ماده ۹ قانون ارزش افزوده جدید)، بخشنامه شماره ۲۱۰/۹۹۹۰ مورخ ۱۳۹۹/۱۱/۲۵ و پاسخ معاونت فنی و حقوقی سازمان امور مالیاتی کشور به شماره نامه ۲۱۰/۱۱۰۳ / ص مورخ ۱۴۰۱/۰۱/۲۴ به استعلام شرکت و همچنین تاییدیه ریاست سازمان امور مالیاتی کشور مورخ ۱۴۰۱/۰۲/۱۲ این شرکت از پرداخت مالیات بر ارزش افزوده معاف اعلام شده بود، در رسیدگی به ارزش افزوده عملکرد سنوات ۱۳۹۹، ۱۴۰۰، ۱۴۰۱ توسط سازمان امور مالیاتی، معافیت مذکور مورد قبول قرار نگرفت نهایتا این شرکت مساله را در هیات عمومی دیوان عدالت اداری طرح نمود لیکن هیات عمومی دیوان نیز در رای شماره ۱۴۰۳۳۱۳۹۰۰۰۲۴۳۲۱۳۹ مورخ ۱۴۰۳/۱۰/۱۱ خود نظر سازمان امور مالیاتی را تصدیق نمود و این شرکت را مکلف به جمع آوری ارزش افزوده بر کمیسیون و پرداخت آن نمود. در نتیجه در راستای حل مساله، شرکت و سازمان امور مالیاتی برای پرداخت مالیات سنوات گذشته بر اساس مدل پلکانی توافق نموده و از این رو به موجب تفاهم نامه مذکور، جرایم مربوط به مالیات بر ارزش افزوده سالهای ۱۴۰۰ تا ۱۴۰۳ شرکت تپسی مشمول بخشودگی گردید.

شرکتهای فرعی تپسی شامل :

شرکت نوآفرینان بهراد پارس (سهامی خاص)

فعال در زمینه خرید و فروش قطعات خودرو از طریق سایت تپسی گاراژ میباشد که در سال ۱۴۰۲ فعالیت مستقل خود را در این حوزه آغاز نموده است، در سالهای ابتدایی خدمات آن فقط به سفیران ارایه میشد ولی در حال حاضر خدمات این مجموعه به عموم مردم نیز ارایه میشود.

شرکت نوآفرینان رادمان پارس (سهامی خاص) (عدم فعالیت)

در زمینه اتوپیک فعالیت خود را در سال ۱۴۰۲ آغاز نمود بطوری که با وسیله نقلیه به جابجایی کالا می پرداخت. در حال حاضر با توجه به تصمیمات اتخاذ شده فعالیت این شرکت متوقف شده است.

شرکت نوآفرینان رابین پارس (سهامی خاص) (عدم فعالیت)

در زمینه سرویس مدرسه در شهر تهران فعالیت خود را در سال ۱۴۰۲ آغاز نمود. در حال حاضر با توجه به تصمیمات اتخاذ شده فعالیت این شرکت متوقف شده است.



بخش سوم

راهبردها و اهداف مدیریت

- چشم انداز تپسی و جزئیات درآمد
- توسعه تپسی در کسب و کار تاکسی اینترنتی
- گسترش سوپر اپلیکیشن
- اهداف کلان و برنامه های بلندمدت و کوتاه مدت

چشم‌انداز تپسی، تبدیل شدن به یکی از چند هلدینگ بزرگ تکنولوژی کشور است. تپسی با داشتن برند قوی، زیرساخت و دانش عملیاتی، نرم‌افزار بلوغ یافته و شبکه وسیع رانندگان و مسافران، از پتانسیل ویژه ای برخوردار است. با چنین پتانسیلی، تپسی علاوه بر تمرکز بر رشد هسته اصلی کسب‌وکار (جابجایی درون‌شهری مسافر)، می‌خواهد در سایر کسب‌وکارهای مرتبط به سرعت به موفقیت دست یابد و سرعت رشد خود را تسریع کند.

۱ رشد و توسعه کسب و کار تاکسی اینترنتی

۲ گسترش بازار هدف

۳ ورود به کسب و کارهای جدید

توسعه تپسی در کسب‌وکار تاکسی اینترنتی

با توجه به ایجاد زیرساخت فنی مناسب و دسترسی به شبکه مسافران و رانندگان بزرگ، تجربه تپسی در گذشته موید این است که در شرایط عادی هرگاه دسترسی به سرمایه کافی وجود داشته، سهم بازار و درآمد خود را به صورت چشمگیری افزایش داده‌است به طوری که در سال ۹۸ با جذب سرمایه در آخرین مرحله افزایش سرمایه خود ۱۳۸٪ رشد نسبت به سال ۹۷ داشته است. همچنین درآمد تپسی تا پایان سال ۹۸ سالانه ۲۱۳ درصد رشد داشته‌است.

در طول دوران فعالیت تپسی، تنها دوره‌ای که رشد شرکت متوقف شده سال ۱۳۹۹ در اثر شیوع کرونا و عدم دسترسی به منابع مالی به دلیل طولانی شدن فرآیند عرضه اولیه بوده‌است. پس از گذشت دو سال از عرضه اولیه تپسی در بورس اوراق بهادار تهران و با ورود و سرمایه گذاری هلدینگ گروه صنعتی گلرنگ در روزهای پایانی سال ۱۴۰۲ باعث تسهیل در برنامه های رشد شرکت شد به طوری که در همان سال ابتدایی به ۱۲۶ درصد رشد نسبت به درآمد سال گذشته خود رسید.

تپسی برنامه رشد درآمد خود را در سال‌های آتی پیش‌بینی شده در مدل ارائه شده از ۳ مسیر زیر محقق خواهد کرد که ورود به شهرهای جدید و افزایش تعداد سفرها و افزایش سرویس باهمسفر با استفاده از منابع مالی مذکور امکانپذیر خواهد بود.

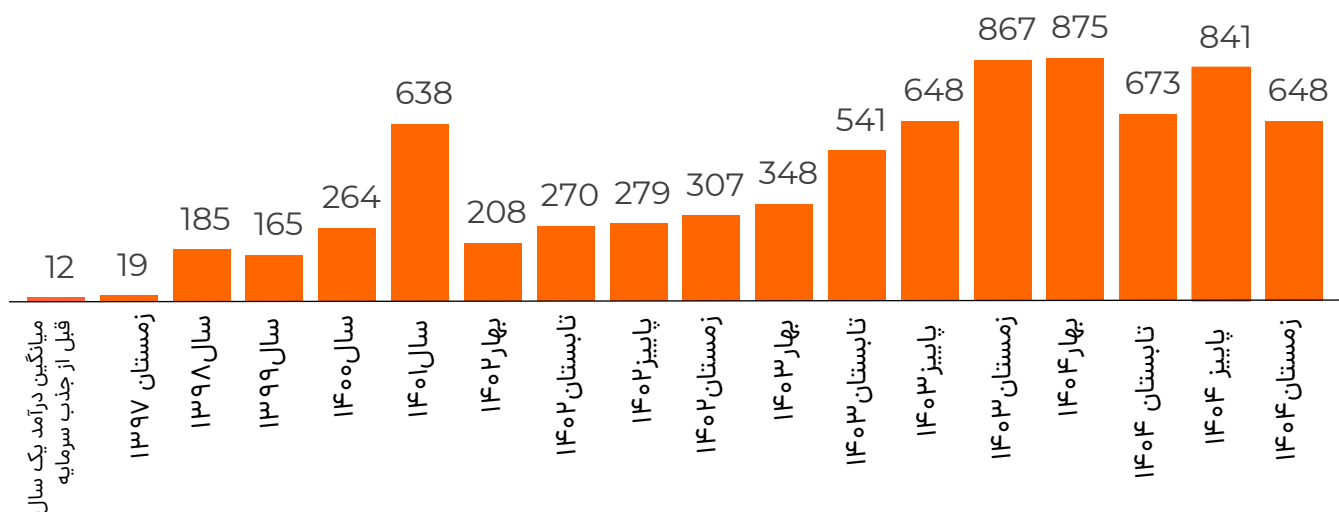
رشد تعداد سفرها در شهرهای اصلی

در سال آینده، چشم انداز تپسی بر پایه گسترش دامنه خدمات و بهبود تجربه کاربران استوار است. ما با هدف افزایش تعداد سفرها، به دنبال فعال‌سازی شهرهای جدید و بهینه‌سازی حضورمان در شهرهای فعلی هستیم تا تپسی را در دسترس‌تر و موثرتر کنیم. هم‌زمان با این توسعه جغرافیایی، بر افزایش تعداد مسافران و سفیران فعال تمرکز داریم و با بهبود تجربه کاربری، شخصی‌سازی خدمات، و ارائه مشوق‌های هدفمند، استفاده مکرر و رضایت‌بخش‌تری از تپسی را برای همه کاربران رقم خواهیم زد. آینده تپسی را با رشد پایدار، تجربه ممتاز و اتصال هوشمندتر مسافران و سفیران ترسیم می‌کنیم.

گسترش سرویس با همسفر

با توجه به افزایش آلاینده‌ها و ترافیک در کلان شهرهای کشور و به منظور افزایش قدرت استفاده کاربران در سفرهای روزانه خود، تپسی با توسعه سرویس اشتراکی سعی در ارائه سرویس اقتصادی به کاربران دارد. سرویس باهمسفر تپسی در شهرهای تهران، مشهد و کرج فعال است و به زودی به سایر کلان شهرهای ایران خواهد رسید.

درآمد تپسی (میلیارد تومان)



سوپر اپ

استفاده اهرمی از جامعه کاربران برای ایجاد توسعه و راه اندازی سرویس ها و کسب و کارهای جدید مسیری است که اغلب اپلیکشن ها با تعداد کاربران زیاد آن را طی کرده اند. در همین راستا تپسی جهت ایجاد بستری برای توسعه و استفاده بهتر از جامعه کاربران جهت راه اندازی سرویس ها و کسب و کارهای جدید که جذب کاربران در آنها دغدغه اصلی محسوب میشود، اقدام به طراحی سوپر اپ تپسی نموده است.

سوپر اپ تپسی عملاً به عنوان اولین گام در راستای توسعه سرویس ها و کسب و کارها در تپسی شمرده می شود و زیرساخت مناسبی را جهت راه اندازی و بهره برداری از جامعه کاربران تپسی فراهم می نماید. از آنجا که در تمامی کسب و کارهای کاربر محور، هم افزایی سرویس ها در غالب سوپر اپ و استفاده از جامعه کاربری گسترده می شود، در تپسی نیز مسیر رشد کسب کارهای جدید را در بستر سوپر اپ هموار می نماید و زیر ساخت فعلی سوپر اپ نیز به گونه ای طراحی شده که این هم افزایی به صورت حداکثری شکل گیرد.

نمونه های از خدماتی که در سوپر اپ تپسی ارائه می شود:

۱- سفارش غذا: در دنیای پرمشغله‌ی امروز، صرفه‌جویی در زمان و دسترسی سریع به غذاهای متنوع، دغدغه بسیاری از افراد است. تپسی با راه‌اندازی سرویس «سفارش غذا»، این نیاز را هدف قرار داده و تجربه‌ای سریع، مطمئن و مقرون‌به‌صرفه برای کاربران فراهم کرده است. با اتصال به رستوران‌های منتخب در سطح شهر و استفاده از ظرفیت ناوگان موجود، سفارشات غذایی به صورت هوشمند و زمان‌بندی‌شده به دست مشتریان می‌رسد. این سرویس در حال حاضر برای کاربران در شهرهای تهران، مشهد و شیراز دسترس است.

۲- سوپر مارکت: تهیه مایحتاج روزانه بدون اتلاف وقت و هزینه، از نیازهای اساسی زندگی شهری محسوب می‌شود. تپسی با ارائه سرویس «سوپرمارکت»، امکان سفارش آنلاین کالاهای اساسی و تحویل سریع آن‌ها را فراهم کرده است. این سرویس با استفاده از زیرساخت لجستیکی تپسی و اتصال به فروشگاه‌های معتبر، هزینه ارسال را کاهش داده و فرآیند خرید را برای کاربران ساده‌تر می‌کند. هدف، ارائه تجربه‌ای راحت، سریع و مقرون‌به‌صرفه در خرید روزانه است. این سرویس در حال حاضر برای همه کاربران در دسترس است.

۳- فروشگاه: در ادامه مسیر توسعه سرویس‌های متنوع در قالب سوپر اپ، تپسی با اضافه کردن بخش «فروشگاه»، بستری را برای خرید و فروش آنلاین فراهم کرده است. این سرویس با تمرکز بر تنوع کالا، قیمت مناسب و ارسال سریع، نیاز کاربران برای تهیه محصولات مختلف را در بستر یکپارچه پاسخ می‌دهد. بهره‌گیری از ظرفیت حمل‌ونقل تپسی، باعث بهینه‌سازی فرآیند تحویل کالای کاربران شده است. این سرویس در حال حاضر برای همه کاربران در دسترس است.

۴-سفارش دارو: دسترسی سریع و آسان به دارو، به‌ویژه در مواقع اضطراری، اهمیت بالایی دارد. تپسی با راه‌اندازی سرویس «سفارش دارو»، امکان خرید آنلاین داروهای مجاز و تحویل آن‌ها از داروخانه‌های معتبر را فراهم کرده است. این خدمت با رعایت الزامات قانونی و استفاده از ظرفیت ناوگان پیک تپسی، تحویل دارو را سریع‌تر کرده و آزمایش خاطر بیشتری برای کاربران به همراه دارد.

این سرویس در حال حاضر برای کاربران در شهرهای تهران و کرج در دسترس است.

۵-خدمات خودرو: نگهداری از خودرو برای کاربران دارای وسایل نقلیه همواره همراه با دردسرهایی بوده است. تپسی با هدف ارائه قطعات و تجهیزات مورد نیاز سفیران به صورتی قابل اعتماد، بدون واسطه و با قیمت مناسب، کارآمد و با تعهد به خدماتی بی‌نظیر، سرویس «خدمات خودرو»، را راه‌اندازی کرده است. این سرویس در راستای حمایت عملیاتی از ناوگان تپسی و تسهیل نگهداری خودرو برای رانندگان و کاربران، نقشی کلیدی در توسعه خدمات خودرویی تپسی ایفا می‌کند.

این سرویس در حال حاضر برای کاربران در شهرهای تهران، مشهد، شیراز، کرج، اصفهان، تبریز، ارومیه، رشت، قم، کرمان، اهواز، نیشابور و ساری در دسترس است.

۶-اینترنت و شارژ: در مسیر توسعه سرویس‌های دیجیتال، تپسی با افزودن امکان خرید اینترنت و شارژ مستقیم، به دنبال پوشش‌دهی بهتر نیازهای روزمره کاربران است. این سرویس با اتصال مستقیم به اپراتورها، امکان خرید آسان و بدون واسطه شارژ، بسته اینترنتی و سایر خدمات اعتباری را فراهم کرده و به‌عنوان یکی از سرویس‌های سوپرپاپ، تجربه‌ی دیجیتال کامل‌تری را برای کاربران رقم می‌زند.

این سرویس در حال حاضر برای همه کاربران در دسترس است.

اهداف کلان و برنامه های بلندمدت و کوتاه مدت:

پیرو اطلاعیه منتشر شده در کدال به شماره ۱۵۰۲۳۳۴ در تاریخ ۱۴۰۴/۱۲/۲۳ افزایش سرمایه این شرکت از محل مطالبات حال سهامداران و آورده نقدی در تاریخ ۱۴۰۴/۱۲/۰۶ به تایید هیات مدیره و در تاریخ ۱۴۰۴/۱۲/۱۷ به تایید حسابرسان مستقل رسید.

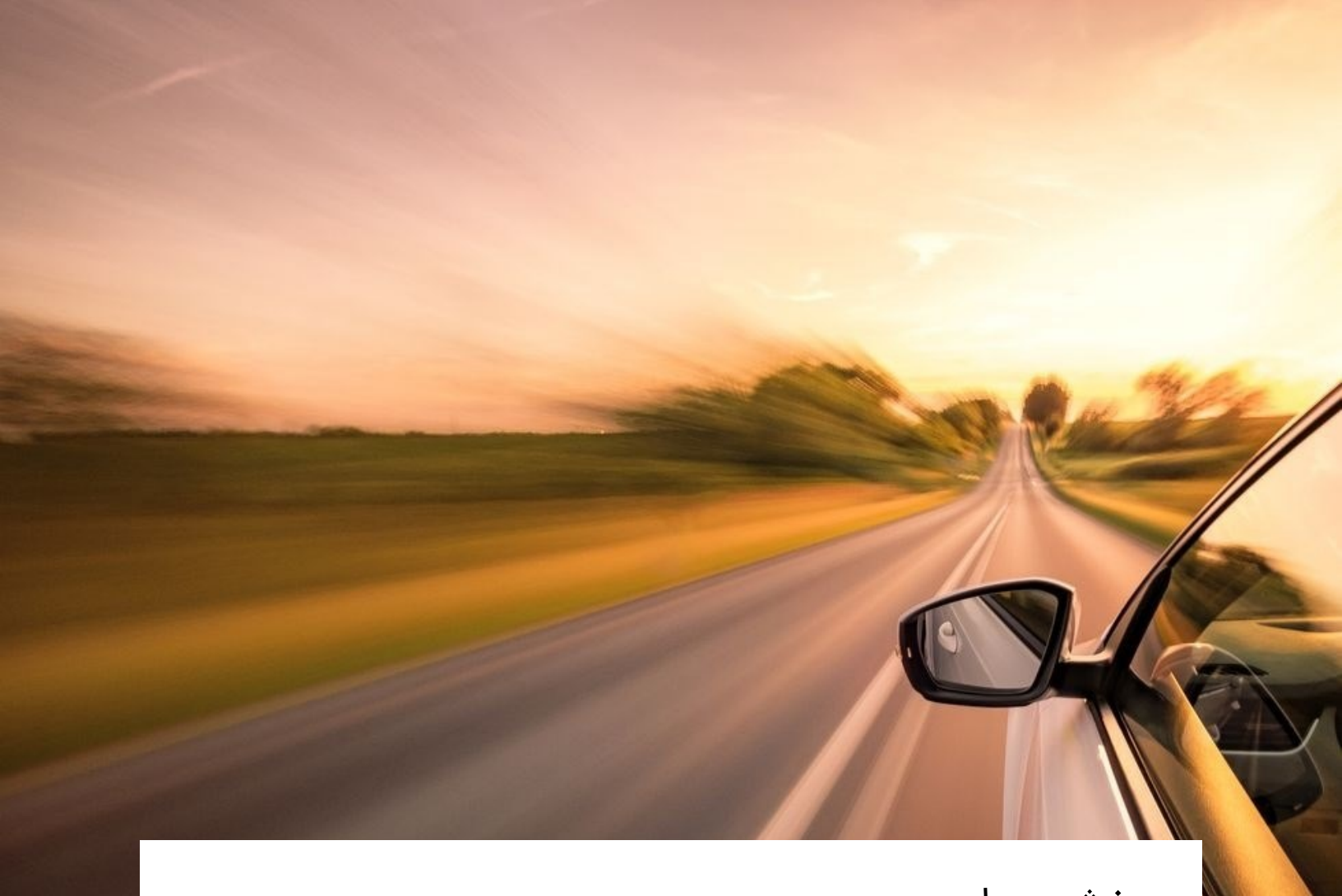
با توجه به برنامه ارائه شده توسط شرکت پیشگامان فن آوری و دانش آرامیس (سهامی عام) در نظر دارد سرمایه خود را از مبلغ ۲۰.۰۰۰.۰۰۰.۰۰۰ ریال برساند. بدین منظور، مبلغ افزایش سرمایه پیشنهادی از محل مطالبات حال شده سهامداران و آورده نقدی و مصارف آن به شرح ذیل می باشد:

مبالغ به ریال		
مبالغ	شرح	
۱۴,۹۰۶,۸۱۸,۰۵۹,۳۵۰	مطالبات حال شده سهامداران	منابع
۲,۶۳۰,۶۱۴,۹۵۱,۶۵۰	آورده نقدی سهامداران	
۱۷,۵۳۷,۴۳۳,۰۱۱,۰۰۰	جمع منابع	مصارف
۱۷,۵۳۷,۴۳۳,۰۱۱,۰۰۰	بهبود ساختار مالی	
۱۷,۵۳۷,۴۳۳,۰۱۱,۰۰۰	جمع مصارف	

مدل کسب و کار تپسی مستلزم تحمل هزینه های مستمر عملیاتی، توسعه و نگهداشت نرم افزار، زیرساخت های فناوری اطلاعات، پشتیبانی کاربران و مدیریت شبکه رانندگان و مسافران می باشد. در عین حال، بخش قابل توجهی از منابع مالی مورد نیاز شرکت در سنوات اخیر از محل تسهیلات تأمین شده که این موضوع منجر به افزایش هزینه های مالی و فشار بر جریان های نقدی شرکت گردیده است.

در چنین شرایطی، تأمین نقدینگی پایدار و کاهش اتکای شرکت به منابع استقراری از اهمیت ویژه ای برخوردار می باشد. از این رو، بخشی از منابع حاصل از افزایش سرمایه پیشنهادی به تقویت سرمایه در گردش، جایگزینی منابع پرهزینه مالی، کاهش هزینه های مالی و حفظ تعادل میان منابع و مصارف شرکت اختصاص خواهد یافت.

انجام افزایش سرمایه از محل مطالبات حال شده سهامداران و آورده نقدی، علاوه بر بهبود ساختار مالی و کاهش ریسک نقدینگی، زمینه لازم را برای تداوم فعالیت های عملیاتی شرکت در سطح فعلی، حفظ کیفیت خدمات و ثبات عملکرد مالی در دوره های آتی فراهم می نماید.



بخش چهارم

منابع، توانمندی‌ها و ریسک‌ها

- منابع انسانی تپسی
- برند تپسی
- فن‌آوری پیش‌رفته
- ارائه تجربه مشتری در استاندارد جهانی
- ریسک‌های عملیاتی
- ریسک‌های بازار
- ریسک‌های رگولاتوری

منابع انسانی تپسی

تپسی با فکر و ذهن کارکنانش ساخته شده است. از آنجایی که تکنولوژی مورد استفاده در طراحی و پشتیبانی پلتفرم تپسی، از پیچیده‌ترین تکنولوژی‌های نرم‌افزاری است، سرعت رشد کسب‌وکار و تعداد بالای کاربران فعال این پلتفرم و لزوم حفظ تجربه خوب کاربری، افزایش ارزش طول عمر و از سوی دیگر کاهش هزینه‌ها همگی نیازمند به‌کارگیری فرآیندهای دقیق و پویا در کل واحدهای تپسی، به‌کارگیری راه‌حل‌های خلاقانه و انجام تحلیل‌های عددی پیشرفته است. این موارد تنها با داشتن پرسنل بسیار متخصص و کارآمد عملی خواهد شد. بنابراین رویکرد تپسی، جذب، نگهداشت و ارتقای بهترین‌ها از دانشگاه، صنعت و تقویت مهاجرت معکوس نخبگان مقیم خارج از کشور است. داشتن سرمایه انسانی قوی و بهینگی کارکرد آن‌ها، تپسی را از استخدام تعداد بالای کارمند بی‌نیاز کرده است. به‌طوری‌که تعداد سفرهای روزانه تپسی به ازای هر کارمند استخدامی مرتباً در حال افزایش بوده است.

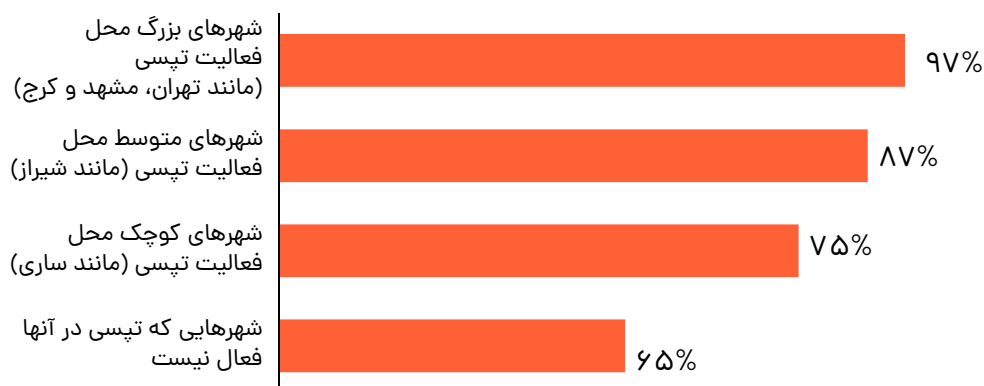
برند تپسی

برند تپسی، طی هشت سال گذشته، به یکی از شناخته‌شده‌ترین برندهای کشور تبدیل شده و از جایگاه و محبوبیت مناسبی نزد کاربران و جامعه برخوردار است. تپسی امروزه به بخش جداناپذیری از زندگی شهری مردم کشور تبدیل شده و همین است که روزانه، کاربران صدها محتوا در ارتباط با تجربه‌ای که با تپسی دارند را در شبکه‌های اجتماعی به اشتراک می‌گذارند. با توجه به آخرین تحقیقات بازار انجام شده، میزان آگاهی از برند تپسی در تهران و شهرهای بزرگ حدود ۹۷٪ و در شهرهای متوسط نزدیک به ۸۷٪ است.

از سوی دیگر، درک ذهنی مردم از برند تپسی، یک برند مشتری محور، دوست‌داشتنی، هوشمند و محترم است. بخشی از این تصویر، وابسته به محصول و خدمات تپسی و بخشی دیگر، برآمده از فعالیت‌های تپسی در حوزه‌های برندینگ، تبلیغات، روابط عمومی و اقدامات شرکت در حوزه مسئولیت اجتماعی است.

این اطلاعات براساس تحقیقات بازار گسترده دوره‌ای به‌دست‌آمده‌اند. تپسی برای انجام این تحقیقات، از پیمانکاران متخصص این کار بهره می‌گیرد که به صورت دوره‌ای وضعیت آگاهی از برند را اندازه‌گیری می‌کنند.

میزان آگاهی از برند تپسی (درصد)



منبع: تحقیقات بازار

فن‌آوری پیشرفته

توسعه سیستم داخلی موقعیت‌یابی و ناوبری

در سال ۱۴۰۴، تپسی با یک چالش جدی و حیاتی مواجه شد. در ایام جنگ و بلافاصله بعد از آن، اختلال شدید GPS و محدودیت اینترنت جهانی باعث شد که سیستم‌های موقعیت‌یابی و جوسازی سفرها به کلی دچار مشکل شوند. رانندگان در پیدا کردن مبدا سفرها سردرگم بودند و مسافران نیز در پیدا کردن راننده و مقصد خود دچار سردرگمی شده بودند. نتیجه این وضعیت، افزایش چشمگیر نرخ لغو سفرها و هجوم تماس‌ها به تیم پشتیبانی بود. تجربه کاربران شدیداً تحت تاثیر قرار گرفته بود و روند عادی کسب‌وکار به خطر افتاده بود.

در پاسخ به این بحران، پروژه توسعه سیستم موقعیت‌یابی داخلی و ناوبری مستقل از سرویس‌های خارجی آغاز شد. این سیستم با رویکردی چندمنبعی و هوشمند طراحی شد، به طوری که داده‌های شبکه‌های مخابراتی BTS و Wi-Fi، حسگرهای حرکتی گوشی راننده و اطلاعات تاریخی مسیرها با هم ترکیب شدند تا موقعیت خودرو و مسافر به صورت لحظه‌ای تخمین زده شود. الگوریتم‌های پیشرفته و مدل‌های فیلتر کالمن، امکان تعادل هوشمند بین داده‌ها را فراهم کردند و سیستم توانست حتی در شرایط قطع اینترنت جهانی و اختلال شدید GPS، با حفظ اتصال داخلی، موقعیت دقیق راننده و مسافر را تخمین بزند.

بعد از پیاده‌سازی این سیستم، وضعیت به کلی تغییر کرد. رانندگان دیگر در پیدا کردن مبدا سفرها دچار مشکل نمی‌شدند و مسافران هم به راحتی می‌توانستند موقعیت خود و مقصد را تعیین کنند. به دنبال این بهبود، نرخ لغو سفرها به حالت عادی برگشت و حجم تماس‌ها با تیم پشتیبانی کاهش یافت. سیستم همچنین توانست موقعیت راننده را با خطای میانه حدود ۱۶۵ متر تعیین کند و حتی در روزهای پر نویز و شلوغ تهران، ۵۰٪ موقعیت‌های جعلی رانندگان را اصلاح کند. هدف بعدی کاهش خطا به کمتر از ۷۰ متر است تا دقت سیستم به سطح استانداردهای بین‌المللی نزدیک‌تر شود.

این پروژه نه تنها بحران عملیاتی را حل کرد، بلکه نمونه‌ای روشن از ایجاد زیرساخت مستقل، پایدار و مقاوم است. دستاورد استراتژیک آن، تپسی را در مواجهه با اختلال‌های فناوری و محدودیت سرویس‌های خارجی توانمند کرده و مسیر را برای توسعه خدمات پیشرفته‌تر و زیرساخت Maas برای شرکای B2B هموار می‌کند.

ارائه تجربه مشتری در استاندارد جهانی

ارتقای مستمر تجربه مشتری

در تپسی، تجربه کاربران در قلب تمام فعالیت‌های ما قرار دارد. ما باور داریم که رضایت کاربران کلید موفقیت پایدار است و به همین دلیل، بهبود کیفیت خدمات را از طریق اقدامات عملیاتی و استراتژیک در جهت مسافران و سفیران پیگیری می‌کنیم. برخی از مهم‌ترین اقدامات سال گذشته در این حوزه شامل:

- تنظیم مشوق‌های مالی برای سفیران جهت استفاده از کولر در فصل گرم جهت افزایش رضایت مسافران
- افزایش منابع مالی مرتبط با جبران خسارت‌های احتمالی کاربران
- جبران هزینه‌های ناشی از لغو سفر دیرهنگام برای سفیران که از مهمترین دغدغه‌های این کاربران می‌باشد
- توسعه سرویس‌های اقتصادی همچون باهمسفر و عجله ندارم در راستای توسعه سرویس‌های پاک و کاهش هزینه‌ها
- پیاده سازی مکانیزم‌های پیشرفته برای پایش امنیت سفرها در لحظه و شناسایی کاربران پرخطر
- توسعه بخش پشتیبانی جهت سرویس‌دهی بهتر به کاربران
- برگزاری رویدادهای عملی تجربه محور برای کارمندان، در جهت آشنایی کارکنان با دغدغه‌های سفیران و مسافران
- توسعه سرویس‌های غذا، سوپرمارکت، گاراژ و فروشگاه آنلاین به جهت رفع سایر نیازهای کاربران

تعهد به کیفیت

ما در تپسی همواره در حال یادگیری و بهبود هستیم. بازخوردهای ارزشمند کاربران، چه از طریق نظرسنجی‌ها و چه در شبکه‌های اجتماعی، راهنمای ما در این مسیر بوده‌اند. تیم اختصاصی تجربه مشتری در تپسی با تمرکز بر حل چالش‌ها و ارتقای مستمر خدمات، گام‌های بلندی در جهت تحقق وعده‌های ما به کاربران برداشته است.

چشم‌انداز آینده

تپسی متعهد است که با حفظ استانداردهای فعلی و پیاده‌سازی نوآوری‌های جدید، همواره پیشگام در ارائه بهترین تجربه سفر به مشتریان باشد. ما به این باور رسیده‌ایم که توجه به جزئیات و پاسخگویی سریع به نیازهای در حال تغییر کاربران، رمز ماندگاری در این صنعت پویا است.

با توجه به ذات پویای کسب‌وکار تپسی و سرعت بالای تغییرات در آن، نکته مهم در ایجاد یک تجربه کاربری خوب، پاسخ سریع به علل نارضایتی کاربران (رانندگان و مسافران) و برطرف کردن آن‌ها در کوتاه‌ترین زمان ممکن است.

برای رسیدن به این هدف که نیازمند نگاه مسئولانه به کاربران و طراحی فرآیندهای پویای سازمانی است، تپسی از اوایل راه، واحد جداگانه‌ای در سطح معاونت را در ساختار سازمانی برای بهینه‌سازی تجربه کاربران داشته است.

نتیجه این موارد در بازخورد مشتریان در شبکه‌های اجتماعی مشهود است:



...❤️ **Leila Khosravi** 233 کرپلایی
@LeilaKhosr46027

Follow

کار زیبای تپسی به مناسبت آزاد سازی خرمشهر 🙏❤️...

#خرمشهرها_در_پیش

Translate post



جدید

ارسال رایگان

1:53

Telegram

LTE 39



Post



Zar
@Thezaarr

Follow

این ویژگی تپسی رو دوست دارم

Translate post



1:43 PM · 10/11/24 From Earth · 4 Views



Ehsan Ale agha · 2nd
Account Manager & Event Planner at ASNA Studio
3h · 🌐

یک تجربه عالی با تپسی

TAPSI

من ۶ سال هست که از تاکسی‌های اینترنتی برای تقریباً تمام رفت‌وآمدهای خودم استفاده می‌کنم و تجربه‌های متنوعی از این موضوع دارم. اما اتفاق دو روز پیش پنج‌شنبه ۱۷ خرداد ۱۴۰۳ شاید جالب‌ترین اتفاق این چند سال بود:

عصر پنج‌شنبه تپسی گرفتم از محل کارم (تقاطع مطهری و مفتوح) به سمت سعادت‌آباد اما ماشین حتی یک خیابان دور نشده بود که خراب شد، سفیر محترم عذرخواهی کردند و من هم گفتم مشکلی نیست اما امکان لغو سفر دیگر وجود نداشت. تصمیم گرفتیم که من با پشتیبانی تماس بگیرم و موضوع را اطلاع بدم شخص پاسخگوی پشتیبانی (که فامیلی‌شون آقای سیف بود) اول از همه عذرخواهی کردند و گفتند داخل ماشین منتظر بمانید تا یک ماشین برای شما اعزام کنیم و به خاطر این اتفاق پیش آمده نیاز به پرداخت مبلغ نیست و این سفر را مهمان شرکت تپسی هستم از زمانی که این موضوع را اطلاع دادم تا زمان رسیدن ماشین دوم و رسیدنم به مقصد، همان آقای سیف چند بار تماس گرفت و شرایط را پرسیدند و باز هم عذرخواهی کردند.

این اتفاق در نوع خودش برای من بسیار جالب و شیرین بود چون واقعا در ایران انتظارش را نداشتم و نشان دهنده مسئولیت‌پذیری بالای جناب سیف عزیز بود.

بابت این اتفاق از تیم تپسی و شخص آقای سیف متشکرم.



Alireza @vayeghani_ · 6h

درخواست تپسی دادم شده بود ۲۸۹ تومن گفت به همسفر داری اگ با اون بری میشه ۴۱ تومن، محصول خوب یعنی این ((

32

20

4.4K

84K





Maryam Moghaddas · 2nd
Software Engineer at Hamravesh
1h · 🌐

+ Follow

تو تپسی نشسته بودم هدفون به گوش و غرق در هزاران فکر، که یکهو خاتم راننده صدام کرد و این بسته رو بهم داد. وسط همه فکرها یکهو سورپرایز شدم. دلم گرم شد، انگار که دوستم بهم کادو داده باشه!

تپسی همیشه برا من محصولی بوده که می‌خواه مثل یک دوست، کنار و همراه هردو گروه کارباش باشه و دغدغه راحتی‌شون رو داره. این هم یک نمونه دیگه از همین مدل فکریه. تپسی می‌تونست به هدیه مجازی بده، یا هدیه فیزیکی رو فقط به راننده‌ها بده. به جاش تصمیم گرفته راننده‌هارو در غافلگیر کردن مسافرا شریک کنه و یک تجربه به یاد موندنی برای هردو طرف بسازه. این اون چیزیه که می‌مونه: خاطره گرمای یک دوستی چند دقیقه‌ای بین مسافر و راننده‌ای که در یک شب سرد پاییزی گذارشون به هم خورده بود، و تپسی که این لحظه رو ساخت



TAPSI Barzil



آآ جولو
@nastaran__rn

Follow

تپسی هم کارایی می‌کنه ها
به دل آدم می‌شیننه 🍷

Translate post

7:23

📶 100% 📶



خطوط بنفش را در نقشه تپسی دنبال کنید

19:09 | 1402/12/15

به مناسبت روز جهانی زنان از چند روز پیش، خیابان‌ها و کوچه‌های با نام زنان تاثیرگذار را به رنگ بنفش درآوردیم. با بررسی داده‌های نقشه متوجه شدیم کمتر از 1% خیابان‌ها و معابر در ایران به نام زنان هستند. امیدواریم در ادامه، خیابان‌ها و معابر بیشتری در کشورمان، به نام زنان تاثیرگذار این مرز و بوم مزین شود.



Farnoosh Fatollahzade · 2nd
Customer support Specialist
19h · 🌐

+ Follow

اینکه #تپسی برای هر روز ارزش قائله و همچین قدم هایی رو برمیداره واقعا برام دلنشینه.

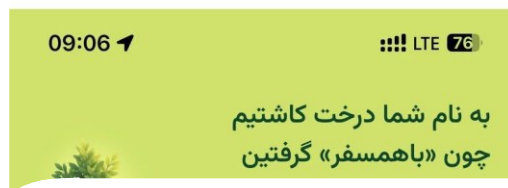
من جز اون دسته از معدود آدم هایی هستم که عمیقا برای کمک به شهر سهم خودم رو انجام میدم و تا جای ممکنه از وسیله نقلیه عمومی استفاده میکنم.

اینکه تپسی این مسیرو پیش گرفته باعث میشه بیشتر از قبل دوستش داشته باشم.

بهترینید همیشه.

تپسی مارکت | Tapsi Market
#تپسی_گاراژ
#همسفر

See translation



elham_akhoondi
@elham_akhoondi

...

حس تصادفم با تپسی امشب خیلی بد بود اتفاقی برای من نیفتاد فقط توی شدت بارون و وسط اتوبان خیلی ترسیدم، اما حسی که تیم امنیت‌شون بهم دادن و تا لحظه آخر باهام در ارتباط بودن بی‌نظیر بود، دم‌تون گرم

@Tapsi_ir
#تپسی



Azadeh Mahali · 2nd
Hotel, Tour & Visa Technical Manager
at Flightio
1h · 🌐

+ Follow

هم زیبا هم اصیل
تبریک به تپسی برای سبک نگاهش
TAPSI

See translation



👍❤️👍 68

2 comment



Comments

javid.045 17w · ❤️ by author
 انصافا این موضوع خیلی عالی و حرکت کاملا خوبیه. ناراحتی بعد از لغو دیر هنگام مسافر با دیدن این پیام از بین میره 😊
 Reply Hide See translation

tapsi.safiran 17w · Author
 قلبا خوشحال می‌شیم از @javid.045 رضایتتون 🍷
 Reply See translation



Comments

Reply Hide See translation

saeedi_1895 22w · ❤️ by author
 با سلام و خسته نباشید ممنونم از طرح های مختلفی که برای رفاه حال سفیران وضع میکنید خدا بهتون قوت و سلامتی بده
 Reply Hide See translation

tapsi.safiran 22w · Author
 @saeedi_1895
 Reply



Comments

For you ▾

amir_abtin_sanjani 36w · ❤️ by author
 من لاستیک گرفتم خیلی راضی بودم از موقعی که پرداخت کردم تا رفتم تحویل گرفتم ۲ روز نشد ممنون از تپسی ❤️❤️❤️ برای من که تپسی خیلی خوبه تشکر از عوامل تیم تپسی
 Reply See translation



Comments

View 1 more reply

sorena_ajloo 35w · ❤️ by author
 آقا دستتون درد نکنه همینکه بفکر رانندگان تپسی هستید و تپسی گاراژ را راه اندازی کردید و میشه اغلب بیشتر محصولات ماشینت رو زیر قیمت بازار. بخری ممنونیم خدا خیرتون بده
 Reply See translation

<input type="radio"/>	تکنولوژی و مدیریت محصول	ریسک‌های عملیاتی و داخلی
<input type="radio"/>	نیروی انسانی و مدیریت منابع انسانی	
<input type="radio"/>	امنیت اطلاعات	
<input type="radio"/>	مدیریت محصولات وابسته (third parties)	
<input type="radio"/>	وقوع حوادث حاد حین سفر	
<input type="radio"/>	شرایط اقتصاد کلان	ریسک‌های بازار
<input type="radio"/>	میزان عرضه و تقاضا	
<input type="radio"/>	رقابت	
<input type="radio"/>	قیمت بنزین، خودرو و محصولات وابسته	
<input type="radio"/>	مجوز کلی فعالیت	ریسک‌های رگولاتوری
<input type="radio"/>	مداخله در مدل کسب و کار (قیمت گذاری و ...)	
<input type="radio"/>	دسترسی به اینترنت	
<input type="radio"/>	قوانین رقابت	
<input type="radio"/>	بیمه رانندگان و مالیات	

ریسک‌های عملیاتی

ریسک‌های عملیاتی و داخلی خود شامل ۵ دسته می‌باشند که در ذیل به تفصیل هر یک می‌پردازیم:

تکنولوژی و مدیریت محصول

در دنیای تکنولوژی، همه‌چیز به سرعت در حال تغییر است، از یک سو هر روز نیازهای جدیدی از سوی کاربران مطرح می‌شود و از سوی دیگر، تکنولوژی‌ها و ابزارهای جدید یکی پس دیگری به بازار معرفی می‌شوند.

در چنین شرایطی، مهم‌ترین ریسکی که شرکت‌های تکنولوژی را تهدید می‌کند، عقب ماندن از تغییرات و عدم امکان متناسب‌سازی کسب‌وکار با تغییرات و تکنولوژی‌های جدید است.

تپسی از ابتدای کار با علم به این واقعیت و پیش‌بینی این ریسک، تیم فنی خود را متشکل از بهترین متخصصان بومی و همچنین ایرانیان با سابقه تحصیل و کار در شرکت‌های مطرح نرم‌افزاری دنیا نظیر مایکروسافت، لینکدین و گوگل تشکیل داده و محصولاتش را به صورت کاملاً داخلی، توسعه داده است.

این اقدام، تپسی را در مقابل ریسک اشاره‌شده مصون کرده است چراکه شرکت، کنترل صددرصدی روی محصولات خود دارد و در صورت نیاز در کوتاه‌ترین زمان ممکن، تغییرات لازم را در محصول و پلتفرم خود ایجاد می‌کند.

نمونه‌های بسیاری از سرعت عمل تپسی در مقابل تغییرات محیطی و نیازهای بازار وجود دارد. تپسی سپید (سرویس ویژه دوران شیوع کرونا با پروتکل‌های بهداشتی با سطح بالا) که در شرایط شیوع کرونا در کشور در عرض کمتر از یک هفته توسعه پیدا کرده و روانه بازار شد. همچنین در جریان جنگ ۱۲ روزه و هم‌زمان با محدودیت‌های اینترنت سراسری و اختلال در سرویس‌های GPS، نقشه و مسیریاب داخلی تپسی به صورت بومی (Local) در اپلیکیشن ارتقا و راه‌اندازی شد و در مدت‌زمان کوتاهی جایگزین سایر مسیریاب‌ها گردید موارد عنوان شده از نمونه‌های سرعت عمل تپسی در پاسخ به تغییرات بازار است. بنابراین تپسی با اتکا به ظرفیت فوق‌العاده بالای تیم فنی خود، به محض ایجاد مشکل یا نیاز به توسعه‌ی محصول یا تکنولوژی جدید، به سرعت می‌تواند تغییرات لازم را اعمال و محصولات جدید را روانه بازار کند.

نیروی انسانی و مدیریت منابع انسانی

تپسی تاکنون توانسته است برترین‌های صنعت را جذب کند و آن‌ها را در سیستم رشد دهد. تنها مشکل پیش رو دشوارتر شدن مهاجرت معکوس نخبگانی است که تاکنون نقش مهمی در توسعه‌ی تپسی داشته‌اند. تپسی متشکل از تیمی بسیار قوی از بهترین‌های کشور است و با سیاست جذب و نگهداشت منابع انسانی نخبه، قصد دارد نه تنها این مزیت را حفظ کند، بلکه فاصله را با رقبای خود بیشتر کند.

امنیت اطلاعات

اطلاعات کاربران در سیستم‌های حمل و نقل یکی از حساس‌ترین اطلاعات است که هرگونه خطری در این زمینه می‌تواند عواقب سنگینی داشته باشد. تپسی با پیاده‌سازی لایه‌های مختلف امنیتی که در فصول گذشته توضیح داده شدند، احتمال وقوع چنین مشکلی را در حد قابل‌ملاحظه‌ای کاهش داده است و به‌طور مداوم سیستم‌های محافظت از امنیت اطلاعات را پایش و به‌روز رسانی می‌کند.

مدیریت محصولات وابسته

هر شرکتی برای کارکرد صحیح نیازمند استفاده از خدمات سایر تولیدکنندگان تکنولوژی است. در صورت وابستگی به تأمین‌کنندگان بین‌المللی، ریسک بالایی هسته اصلی کسب‌وکار تپسی را تهدید می‌کند. به همین دلیل محصولات حساسی مثل نقشه یا جستجو بومی‌سازی شده‌اند که ریسک تحریم‌ها تهدیدی برای تپسی ایجاد نکنند.

وقوع حوادث حاد حین سفر

همان‌طور که قبلاً گفته شد، اعتماد کاربران به یک تاکسی اینترنتی، از مهم‌ترین سرمایه‌های آن است. ایجاد کوچک‌ترین حادثه در سفرهای تپسی، لطمه سنگینی به اعتماد کاربران به پلتفرم ایجاد می‌کند. بنابراین تأمین امنیت مسافران و رانندگان از مهم‌ترین پارامترهای موفقیت تاکسی‌های اینترنتی است.

تپسی برای کاهش این ریسک، با ایجاد امکان رهیابی سفرها و به‌کارگیری روش‌های هوش مصنوعی و هم‌چنین پایش دائمی نظرات کاربران، رویه‌های خودکاری ایجاد کرده است تا از وقوع حادثه تا حد ممکن پیشگیری کند؛ همین‌طور تیم امنیت تپسی نیز به‌طور شبانه‌روزی در اسرع وقت پاسخگوی هرگونه تهدید احتمالی است.

ریسک‌های بازار

شرایط اقتصاد کلان

هرگونه تغییری در اقتصاد کلان کشور اعم از نرخ تورم، نرخ رشد اقتصادی، نرخ بیکاری و ... می‌تواند مانند تمام کسب‌وکارهای دیگر در عملکرد تپسی تأثیر بگذارد.

میزان عرضه و تقاضا

با توجه به اینکه بازار حمل‌ونقل ایران پتانسیل زیادی برای افزایش ظرفیت تاکسی‌های آنلاین دارد، ریسک کمبود عرضه یا تقاضا حداقل در آینده نزدیک ریسک پیرنگی برای تپسی محسوب نمی‌شود.

ریسک وقوع حوادث غیرمترقبه (از جمله جنگ، تحریم و...)

هرگونه تغییر در شرایط کلان کشور از جمله تحریم‌ها، درگیری‌های نظامی و سایر حوادث غیرمترقبه می‌تواند بر فضای کسب‌وکار و عملکرد شرکت‌ها اثرگذار باشد و شرکت تپسی نیز از این قاعده مستثنی نیست. با این حال، تجربه جنگ ۱۲ روزه تیرماه ۱۴۰۴ نشان داد که کاهش درآمد روزهای جنگ، بلافاصله پس از پایان درگیری‌ها با سرعت قابل قبولی جبران شده است. علت اصلی این موضوع، بازگشت سریع مردم و جامعه به روال عادی زندگی و ماهیت زیرساختی حمل‌ونقل در زیست شهری است. بر این اساس، دوره جبران کاهش درآمد ناشی از چنین وقایعی برای شرکت کاهش یافته و اثرات منفی آن عمدتاً کوتاه‌مدت و موقتی ارزیابی می‌شود.

رقابت

رقابت میان بازیگران فعلی صنعت: رقابت اصلی بین تاکسی‌های اینترنتی در قیمت‌گذاری، پاداش‌های ارائه شده به رانندگان و تخفیف‌های ارائه شده به مسافران است. هر یک از رقبا با پرداخت هزینه سنگین در این بخش‌ها می‌توانند تعادل رقابتی بازار را بر هم بزنند و برای طرف مقابل تهدید ایجاد کنند.

ورود رقیب جدید به بازار: ایجاد، توسعه و تثبیت بازار در تاکسی‌های آنلاین نیازمند سرمایه‌گذاری روی نرم‌افزار و شبکه مسافران و رانندگان است. زمانی که یک یا دو شرکت از قبل چنین شبکه‌ای ساخته باشد، هزینه‌ی ایجاد شبکه‌ای مشابه برای شرکت بعدی بسیار بیشتر می‌شود. زیرا رانندگان و مسافران در همان لحظه‌ای که شرکت جدید در حال ساخت شبکه خود است، شبکه‌ی مطمئن دیگری (با کیفیت خدمات بسیار بالاتر) در دسترس دارند که از خدمات آن استفاده کنند و شرکت جدید برای جذب همان رانندگان و مسافران، باید هزینه‌های بسیار بیشتری پرداخت کند.

قیمت بنزین، خودرو و محصولات وابسته

با توجه به تأثیر مستقیم قیمت این موارد بر هزینه حمل‌ونقل، هرگونه تغییری در آن‌ها بازار تپسی را تحت تأثیر قرار می‌دهد. البته با مدیریت صحیح موقعیت و اقدامات به‌موقع تپسی اثرات آن‌ها کنترل می‌شود. همان‌طور که سهمیه‌بندی بنزین در سال ۹۸، تأثیر معناداری روی کاربران تپسی گذاشت، ولی از طریق ارائه سهمیه بنزین به رانندگان تپسی، ثابت نگه‌داشتن قیمت‌ها و ارائه کمک‌هزینه خرید بنزین به رانندگان، اثرات ناشی از آن کنترل شد.

ریسک‌های رگولاتوری

مجوز کلی فعالیت

مجوز فعالیت نقش بسیار حیاتی در کسب‌وکار تاکسی‌های اینترنتی دارد. خوشبختانه تپسی موفق به جلب اعتماد قانون‌گذاران و دریافت مجوز فعالیت موردتوافق کلیه ذینفعان شده و این ریسک را تقریباً به صفر رسانده است.

مداخله در مدل کسب‌وکار

اگرچه این ریسک در ابتدای فعالیت تاکسی‌های اینترنتی بسیار بالا بود، هم‌اکنون مدل کسب‌وکار تپسی و نحوه قیمت‌گذاری پویای آن به رسمیت شناخته شده است.

دسترسی به اینترنت

به منظور جلوگیری از اختلال در عملکرد نرم‌افزار تپسی ناشی از قطعی یا محدودیت ناگهانی اینترنت بین‌الملل، وابستگی آن به سرویس‌های خارجی کاهش یافت. این اقدام باعث شد اپلیکیشن تپسی بتواند حتی در شرایط عدم دسترسی به اینترنت بین‌الملل نیز به طور پیوسته و بدون مشکل به کار خود ادامه دهد. پیرو قطعی یا اختلال در اینترنت، عملکرد نظام بانکی بعضاً نیز دچار مشکل می‌شود. این مسئله فرآیند تسویه روزانه رانندگان و در برخی موارد، پرداخت هزینه سفر توسط مسافران را با چالش مواجه می‌کند. لازم به ذکر است که این موضوع به دلیل وابستگی به زیرساخت‌های بانک مرکزی، خارج از کنترل شرکت محسوب می‌شود.

قوانین رقابت

با توجه به اینکه قوانین رقابتی تأثیر مهمی در نحوه تعامل بازیگران این صنعت می‌گذارند، در صورتی‌که این قوانین به‌درستی تدوین و اجرا نشوند، امکان ایجاد رفتارهای انحصارطلبانه و ضد رقابتی وجود دارد. هم‌اکنون براساس دستورالعمل نظارت بر فعالیت تاکسی‌های اینترنتی، این ریسک محدودتر شده است.

بیمه رانندگان و مالیات

رانندگان تپسی، کاربران این پلتفرم هستند و ارتباط کارمندی با شرکت ندارند. ولی در صورت عدم توجه به این موضوع و الزامی شدن هزینه بیمه و مالیات رانندگان، هزینه مضاعفی به تپسی وارد خواهد شد. تپسی با اطلاع از این موضوع، تدابیر لازم برای جلوگیری از اتخاذ چنین تصمیمی را اندیشیده است. پیرو بخشنامه ۶۸۳ واحد فنی سازمان تامین اجتماعی و هم‌چنین مصوبه ۱۲۵۲/۹۷/۱۱۰۰ مورخ ۲۷/۰۴/۱۳۹۷ آن سازمان در خصوص بیمه شاغلین شرکت‌های کسب‌وکار در فضای مجازی مستقیماً اشاره شده که با توجه به عدم رابطه استخدام و مزدگیری به موجب قانون بیمه‌های اجتماعی رانندگان درون شهری و برون شهری از شمول قانون تامین اجتماعی خارج می‌باشند.



بخش پنجم

گزارشگری پایداری

- ارزش آفرینی
- کمک های عام المنفعه

ارزش آفرینی برای جامعه و قانون گذاران و مسئولیت اجتماعی در حمل و نقل عمومی و سامان دهی مسافربران شخصی

طبق ماده ۳۹ ، ۴۰ و تبصره ماده ۴۰ گزارشگری پایداری قانون حاکمیت شرکتی ناشران ثبت شده نزد سازمان بورس و اوراق بهادار

ارزش آفرینی برای جامعه :

تپسی توانسته با حذف سفرهای اضافی بدون مسافر، کاهش جذابیت استفاده از خودروهای شخصی و کم شدن تردد آزاد برای یافتن محل پارک خودرو، به کاهش مصرف سوخت و همچنین ترافیک شهری کمک کرده و نهایتاً به کم شدن آلودگی هوا نیز کمک کند. لازم به ذکر است که تپسی با کاهش احساس نیاز شهروندان با مالکیت خودرو، باعث بهبود بنیادین وضعیت ترافیکی شهر می شود.

ارزش آفرینی برای قانون گذاران:

برخلاف روش های سنتی حمل و نقل، تپسی با داشتن اطلاعات برخط سفرها و ناوگان، امکان بهینه سازی های مورد نظر قانون گذاران را دارد. به طور مثال در طرح سهمیه بندی بنزین، با محاسبه دقیق مجموع طول سفر هر راننده و همچنین استفاده از هوشمندترین الگوریتم های جلوگیری از تخلف، تپسی توانست با جلب اعتماد وزارت کشور، سهمیه بنزین رانندگان را به طور عادلانه به رانندگان تخصیص دهد.

نقش آفرینی در حمل و نقل عمومی درون شهری:

تپسی امروز یکی از پایه های اصلی حمل و نقل درون شهری کشور است و این موضوع، باعث شده تا نقشی کلیدی در تصمیمات دولتی در این حوزه داشته باشد. نماینده ای که از یک سو، برای تأمین منافع کاربران و بخش خصوصی در اتخاذ تصمیمات دولتی تلاش می کند و از سوی دیگر، در زمان اتخاذ تصمیمات کلان کشوری، به نقطه اتکایی برای اجرای این تصمیمات تبدیل شده و همواره تلاش کرده است با مدیریت شرایط، منافع طرفین را تأمین کند. عملکرد تپسی در کنترل بحران بعد از افزایش قیمت بنزین، نمونه ای از این عملکرد است. بعد از افزایش قیمت بنزین و سهمیه بندی، تپسی تلاش کرد از یک سو با عدم افزایش قیمت ها، رضایت مسافران را در این حوزه تأمین کند و از سوی دیگر، با اختصاص وام و کمک های بلاعوض به رانندگان برای خرید بنزین و همچنین کاهش مقطعی کمیسیون دریافتی خود، منافع رانندگان را نیز تأمین کند.

سامان دهی مسافربران شخصی:

در سال های گذشته، پدیده مسافرکشی شخصی در ایران، به یک معضل اجتماعی تبدیل شده بود. عدم امکان نظارت بر فعالیت مسافرکشان شخصی، عدم امکان کنترل قیمت و همچنین آسیب ها و جرائم ناشی از این فعالیت، از جمله مسائلی بود که نهادهای قانون گذار و ناظر را با چالش های جدی مواجه کرده بود. فعالیت تپسی، از یک سو باعث شد رانندگان خودروهای شخصی با ثبت نام در این سامانه، بتوانند منفعی که پیش از این تشریح شد را کسب کنند و از سوی دیگر، با ایجاد امکان نظارت بر تمامی جنبه ها از جمله هویت راننده، قیمت سفر، اطلاعات سفر و همچنین امکان رصد آنلاین مسیر سفر و استفاده از تکنولوژی برای تأمین امنیت سفر، چالش های ایجاد شده در حوزه مسافرکشی شخصی را به حداقل رسانده و برای کاهش جرائم شکل گرفته در این حوزه، نقش مؤثری را ایفا کند.

مسئولیت اجتماعی تپسی

طبق ماده ۳۹ ، ۴۰ و تبصره ماده ۴۰ گزارشگری پایداری قانون حاکمیت شرکتی ناشران ثبت شده نزد سازمان بورس و اوراق بهادار

کمک های عام المنفعه

تپسی در سال گذشته و پس از جنگ ۱۲ روزه، با کمپین «در کنار هم»، در کنار کسب و کارهای متوسط و کوچک که از شرایط جنگ و قطعی اینترنت آسیب دیده بودند قرار گرفت. در این کمپین، تپسی جایگاه‌های تبلیغاتی درون اپلیکیشن را به صورت رایگان، در اختیار این کسب و کارها قرار داد تا با دیده شدن و جذب مخاطبان جدید، از بحران عبور کنند. از سوی دیگر، تپسی در سال ۱۴۰۴ در ادامه ی مسیر خود برای ایجاد فرهنگ مراقبت از محیط زیست در کودکان، ۳ داستان مرتبط با این حوزه را در مجله قلک که مرتبط با کودکان است منتشر کرد.

دسترس پذیری برای افراد دارای معلولیت

تپسی خود را متعهد به دسترس پذیر کردن محصولات و خدماتش برای افراد دارای معلولیت می‌داند. مفهومی که در بسیاری از کشورهای پیشرفته، به بخشی از استاندارد صنایع مختلف و توسعه شهری تبدیل شده، اما در کشور ما، فاصله زیادی تا شرایط ایده آل دارد. تپسی دسترس پذیر کردن محصولاتش برای افراد دارای معلولیت را از ابتدای سال ۹۸ آغاز کرده است. مهم ترین اقداماتی که تا به امروز در این حوزه انجام شده، دسترس پذیر کردن اپلیکیشن برای مسافران نابینا، مسافران دارای ویلچر، مسافر ناشنوا و راننده ناشنواست.

اصول حاکمیت شرکتی

ردیف	اصول حاکمیت شرکتی	اقدامات انجام شده توسط هیات مدیره
1	چارچوب حاکمیت شرکتی اثربخش	درخصوص شفافیت و منصفانه بودن نیز مقرر گردیده در چارچوب الزام سازمان بورس اوراق بهادار، نسبت به شفاف سازی اطلاعات افشا شده و مورد استفاده سهامداران محترم اقلیت اقدامات مقتضی صورت پذیرد.
2	حفظ حقوق سهامداران و برخورد یکسان با آنها	در راستای حفظ حقوق سهامداران محترم مقرر گردید جدول زمانبندی پرداخت سود سهام به صورت همزمان برای تمامی سهامداران پرداخت شود و همچنین به جهت حفاظت از حقوق سهامداران ارجمند، همواره نسبت به برخورد یکسان با تمامی سهامداران محترم اطمینان حاصل گردد و نیز تمام سهامداران باید به طور منصفانه احقاق موثر حقوق خود را از جمله حضور در مجامع حضوری یا الکترونیکی، مکاتبه یا تماس با واحد امور سهام شرکت، تملک و ثبت مالکیت سهام، سهم بودن در منافع شرکت و سایر موارد مربوط در چارچوب قانون و دستورالعمل های سازمان محترم بورس داشته باشند.
3	رعایت حقوق ذینفعان	در خصوص رعایت حقوق ذینفعان مقرر گردیده که باید حتی المقدور حقوق این اشخاص حقوقی یا حقیقی طبق آنچه که در قوانین و یا توافقنامه های داخلی مشخص شده، به نحوی که به حقوق شرکت لطمه ای وارد نگردد رعایت گردیده و در راستای فعالیت های شرکت، همکاری فعالانه با شرکت ها و ذینفعان باید به گونه ای باشد که تعاملات با آن دسته از ذینفعانی که در ایجاد ثروت، اشتغال و پایداری دارای وضعیت مالی شفاف باشند و در سامانه مودیان ثبت نام نموده اند ادامه یافته و یا انجام گردد.
4	سرمایه گذاران نهادی، بازار سهام و سایر واسطه های مالی	درخصوص سرمایه گذاران نهادی، بازار سهام و سایر واسطه های مالی در ارتباط با رعایت چارچوب حاکمیت شرکتی و ایجاد انگیزه شفاف در طی زنجیره سرمایه گذاری، تاکید گردیده که باید در راستای افزایش ارزش بازار سهام، رصد مستمر و مناسب در بازار صورت پذیرد و حتی المقدور اقدامات تاثیر گذار قانونی بر روی ارزش بازار سهام مطابق با دستورالعمل های سازمان بورس اوراق بهادار و با مدنظر قراردادن محدودیت های سازمان های نظارتی، از جمله افشائات و گزارشگری مالی شفاف و مناسب، تبلیغات هدفمند و اقتصادی و مرتبط و انتشار به موقع در سامانه کدال صورت پذیرفته، تا بستر مناسبی فراهم گردیده که مشارکت کنندگان در بازار سهام و بورس به گونه ای عمل نموده که به اجرای حاکمیت شرکتی مناسب بیانجامد
5	افشا و شفافیت	درخصوص افشاء و شفافیت، همواره رعایت مفاد و دستورالعمل افشاء اطلاعات ناشران بورس ابلاغی از طرف سازمان محترم بورس و اوراق بهادار در مورد گزارشگری مالی شفاف، اطمینان بخش، به موقع و صحیح و انتشار آن در سایت کدال سازمان بورس با مدنظر قراردادن مقررات و قوانین آن سازمان محترم در دستور کار جاری هیات مدیره و اجرای کامل آن توسط واحد امور مالی شرکت قرار داشته و مورد تاکید مستمر قرار دارد
6	مسئولیت پذیری هیات مدیره	نظارت بر اجرای مصوبات و مقایسه مستمر عملکرد شرکت با بودجه مصوب، اقدامات مقتضی صورت پذیرفته و پاسخگویی اعضای هیات مدیره به سهامداران محترم و سایر ذینفعان از طریق راه های ارتباطی با شرکت از جمله مکاتبه و یا مراجعات حضوری و تلفنی صورت پذیرفته و رعایت حقوق یکسان سهامداران جهت حضور در مجامع عمومی و بهینه نمودن این ارتباطات بطور مستمر انجام می گردد



بخش پنجم

نتایج عملکرد و عملیات مالی

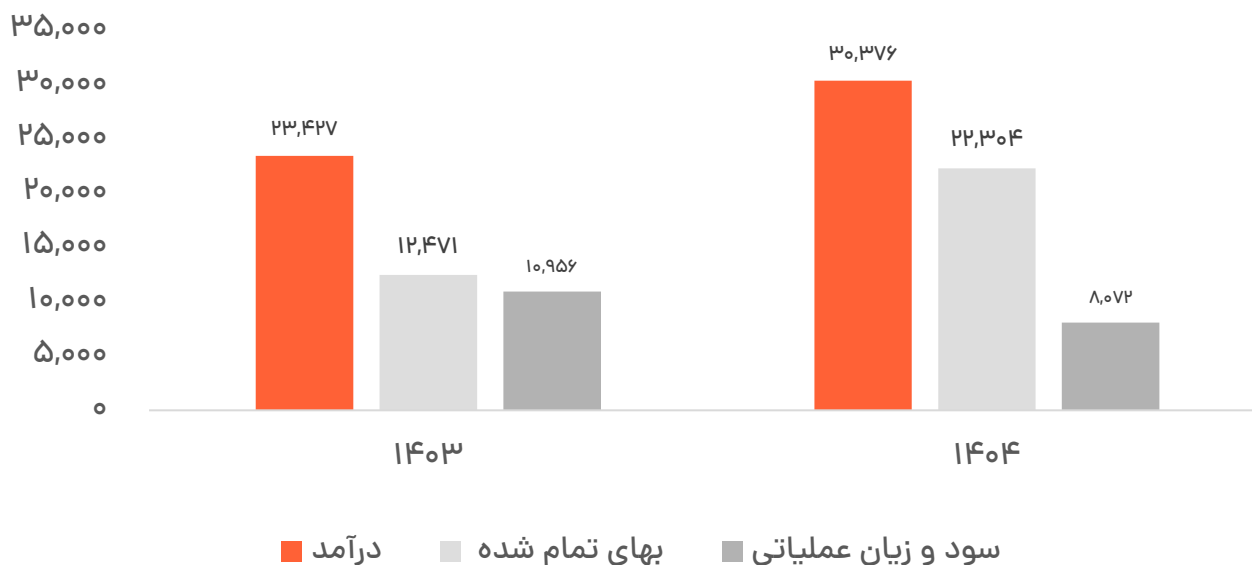
- صورت سود و زیان
- صورت سود و زیان پیش بینی شده
- مفروضات پیش بینی شده

در جدول زیر می‌توانید مهمترین اقلام سود و زیانی دوره ۱۲ ماهه سال ۱۴۰۴ شرکت را در مقایسه با همین بازه زمانی در سال گذشته مشاهده کنید:

اقلام مهم صورت سود و زیان جداگانه

شرح اقلام جدول (میلیون ریال)	۱۴۰۴/۱۲/۲۹	۱۴۰۳/۱۲/۲۹
درآمدهای عملیاتی	۳۰,۳۷۶,۱۴۸	۲۳,۴۲۷,۱۶۴
بهای تمام شده درآمدهای عملیاتی	(۲۲,۳۰۳,۸۷۶)	(۱۲,۴۷۱,۰۴۷)
سود ناخالص	۸,۰۷۲,۲۷۲	۱۰,۹۵۶,۱۱۷
هزینه‌های فروش، اداری و عمومی	(۶,۸۴۳,۱۲۵)	(۵,۱۳۷,۸۵۳)
سایر درآمدها و هزینه‌های عملیاتی	۱,۹۷۸,۶۰۰	(۲۴۸,۶۳۶)
سود عملیاتی	۳,۲۰۷,۷۴۷	۵,۵۶۹,۶۲۸
هزینه های مالی	(۸,۰۱۹,۳۷۴)	(۱,۲۷۵,۶۳۸)
سایر درآمدها و هزینه‌های غیر عملیاتی	۲۶۴,۵۳۴	(۱,۵۵۶,۳۳۰)
سود قبل از مالیات	(۴,۵۴۷,۰۹۲)	۲,۷۳۷,۶۶۰
هزینه مالیات بر درآمد	۰	(۶۸۵,۴۲۴)
سود خالص	(۴,۵۴۷,۰۹۲)	۲,۰۵۲,۲۳۶

شاخص های درآمدی تیسی (میلیارد ریال)

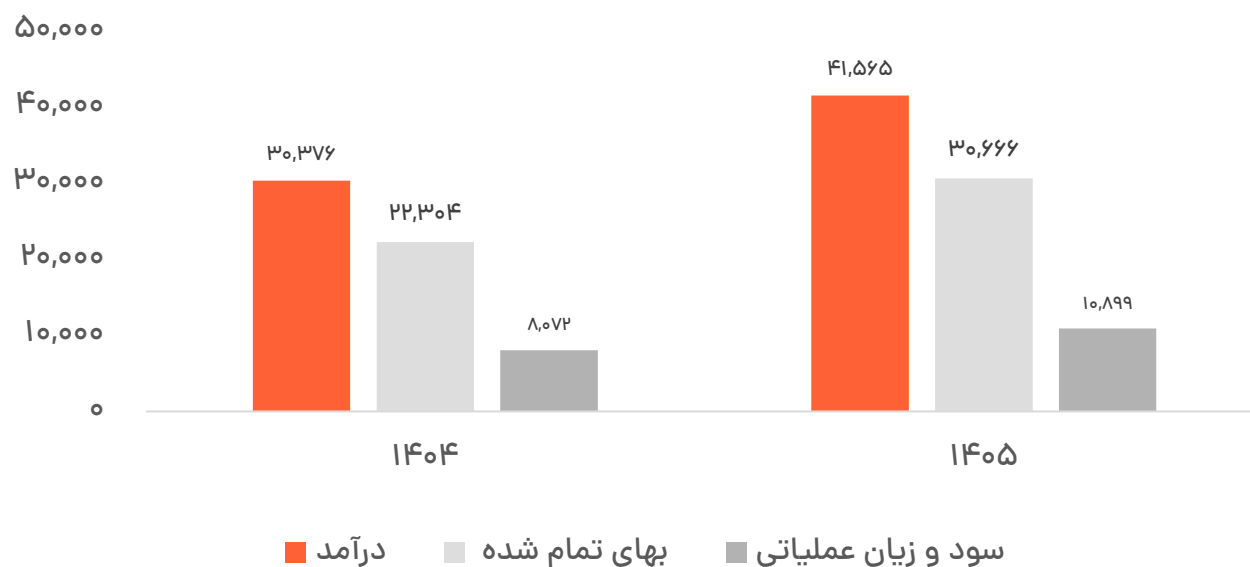


در جدول زیر می‌توانید مهمترین اقلام پیش بینی سود و زیانی دوره ۱۲ ماهه سال ۱۴۰۵ شرکت را در مقایسه با دوره ۱۲ ماهه سال ۱۴۰۴ مشاهده کنید:

پیش بینی اقلام مهم صورت سود و زیان جداگانه سال ۱۴۰۵

شرح اقلام جدول (میلیون ریال)	۱۴۰۵/۱۲/۲۹	۱۴۰۴/۱۲/۲۹
درآمدهای عملیاتی	۴۱,۵۶۴,۵۶۷	۳۰,۳۷۶,۱۴۸
بهای تمام شده درآمدهای عملیاتی	(۳۰,۶۶۶,۰۵۲)	(۲۲,۳۰۳,۸۷۶)
سود ناخالص	۱۰,۸۹۸,۵۱۶	۸,۰۷۲,۲۷۲
هزینه‌های فروش، اداری و عمومی	(۵,۲۶۱,۲۶۵)	(۶,۸۴۳,۱۲۵)
سایر درآمدها و هزینه‌های عملیاتی	۲,۷۳۵,۰۹۵	۱,۹۷۸,۶۰۰
سود عملیاتی	۸,۳۷۲,۳۴۵	۳,۲۰۷,۷۴۷
هزینه‌های مالی	(۷,۷۶۹,۹۹۲)	(۸,۰۱۹,۳۷۴)
سایر درآمدها و هزینه‌های غیرعملیاتی	۲۶۴,۵۳۴	۲۶۴,۵۳۴
سود قبل از مالیات	۶۰۲,۳۵۳	(۴,۵۴۷,۰۹۲)
هزینه مالیات بر درآمد	۰	۰
سود خالص	۶۰۲,۳۵۳	(۴,۵۴۷,۰۹۲)

شاخص های درآمدی تپسی (میلیارد ریال)



در جدول زیر می‌توانید مهمترین اقلام مفروضات پیش بینی سود و زیانی دوره ۱۲ ماهه سال ۱۴۰۵ شرکت را مشاهده کنید:

1405/12/29	بهای تمام شده عملیاتی	1405/12/29	درآمدهای عملیاتی
(میلیون ریال)	شرح اقلام جدول	(میلیون ریال)	شرح اقلام جدول
۸,۰۸۱,۱۸۳	استهلاک مخارج انتقالی	۳۹,۸۸۸,۶۱۵	کمسیون
۹,۹۹۰,۷۱۰	مخارج جذب و نگهداشت سفیر و مسافر	۱,۹۹۴,۴۳۱	تپسی تلفنی
۱,۵۶۸,۴۷۷	استهلاک داراییهای ثابت و نامشهود	۲۲۴,۱۸۴	سایر
۳,۶۵۲,۴۵۲	سایر هزینه‌های عملیاتی	۴۲,۱۰۷,۲۳۰	جمع درآمدهای عملیاتی
۷,۳۷۳,۲۲۹	هزینه‌های حقوق و دستمزد	(۵۴۲,۶۶۳)	تخفیفات
۳۰,۶۶۶,۰۵۲	جمع بهای تمام‌شده عملیاتی	۴۱,۵۶۴,۵۶۷	درآمدهای عملیاتی

1405/12/29	هزینه های اداری، عمومی و فروش	1405/12/29	هزینه مالی
(میلیون ریال)	شرح اقلام جدول	(میلیون ریال)	شرح اقلام جدول
۳,۳۴۸,۵۶۸	هزینه‌های اداری و تشکیلاتی	۳۳,۲۹۰,۷۵۹	مانده ابتدای دوره تسهیلات
۱,۹۱۲,۶۹۷	هزینه‌های حقوق و دستمزد	۱۰,۰۲۱,۳۷۶	دریافت طی دوره تسهیلات
۵,۲۶۱,۲۶۵	جمع هزینه‌های فروش، اداری و عمومی	(۲۷,۶۶۱,۶۲۶)	پرداخت طی دوره تسهیلات
		۱۵,۶۵۰,۵۰۹	مانده پایان دوره تسهیلات
		(۷,۷۶۹,۹۹۲)	هزینه مالی کل شرکت