

# تطبيقات توصيل الطعام.. ثورة تكنولوجية متعددة الأوجه

## استثمار قواعد البيانات في إعادة تشكيل الذوق العام

انتعشت سوق تطبيقات توصيل الطعام في الكثير من البلدان العربية، ولئن كان أمراً عرفته دول في السنوات الأخيرة وصار مالوفا بالنسبة لمواطنيها إلا أنه في دول أخرى لا يزال أمراً مستجداً وتطور نشاطه دليل على التغيرات التي أحدثتها التكنولوجيا على سلوكيات الأفراد وأساليب حياتهم.

محمود زكي  
كاتب مصري

القاهرة - أصبح مشهد تنقل العديد من الشباب العاملين في مجال توصيل الطعام مرتدي زيا مميزاً، غالباً ما يكون اصفر اللون، على دراجات هوائية أو نارية في خلفيتها صندوق، مالوفا في الكثير من العواصم العربية.

كان الأمر مفاجئاً قبل نحو عام أو أكثر، عندما دخلت شركة توصيل الطعام الإسيانية "غولفو" الأسواق العربية، وأبرزها مصر والمغرب والأردن.

وتزامن مع "غولفو" ظهور العشرات من التطبيقات المتشابهة على الهواتف الذكية، مثل "أطلب" التابعة لـ"ليفري هيرو" الألمانية و"المنيو" و"وصلي" و"أوبر إيتس"، وغيرها من التطبيقات التي وجدت في المستهلك العربي زبونا مناسباً وداماً لتقديم خدماتها الجديدة. سهلت هذه التطبيقات البسيطة في فكرتها حياة الكثيرين بعد أن أضحت قوائم الطعام متاحة في دقائق مع توفر إمكانية تسجيل الطلب منها بمجرد الضغط على زر والانتظار فترة قصيرة ثم متابعة مسار السائق منذ خروجه من المطعم وحتى وصوله منزل الزبون على تطبيق إلكتروني.

واقترنت هذه التطبيقات سوق المطاعم والتوصيل حول العالم منذ العام 2013 على يد ثلاثة طلاب بجامعة ستانفورد الأميركية وهم أندري فانغ وستانلي تانغ وإيفان مور، حيث أنشأوا تطبيق "دورداش"، وتلا ذلك ظهور التطبيق الشهير "يليفيرو" في بريطانيا في العام ذاته، وبدا أغلب أصحاب المتاجر والمطاعم سعداء بالتجربة التي جلبت لهم المزيد من المال، ووفرت فرصاً أكثر للزبائن.

لكن سرعان ما تحول الأمر إلى صورة أشبه بمعركة حماية الوطن بين التطبيقات والمطاعم، بعد أن اتسع نفوذ التطبيقات في ستة أعوام، وأصبحت أكثر قوة وتأثيراً، وفرضت شروطاً قاسية على أصحاب المطاعم، منها رفع رسوم التوصيل والحصول على نسب من سعر الوجبات تصل إلى 50 بالمائة في البعض من الأحيان.

وساهمت المطاعم، التي فرحت مبكراً بالتكنولوجيا الجديدة، في تقوية نفوذ شركات تطبيقات توصيل الطعام، ففي غضون سنوات قليلة توسعت في بلدان وقارات وعينت الآلاف من السائقين الشباب، ثم استقطبت الزبائن لتكون همزة الوصل الأساسية بين الباحث عن الطعام وبعائه.

وزادت الهيمنة، وأصبح المطاعم الذي لا يشترك في خدمة التطبيق خاسراً لا محالة بسبب تدخل تلك التطبيقات لترشيح مطاعم معينة خاصة على شبكات التواصل الاجتماعي على حساب أخرى غير مشتركة في هذه الخدمة.

وتشير الإحصاءات السنوية إلى ارتفاع نسبة تحميل تطبيقات توصيل الطعام إلى 400 بالمائة في آخر ثلاث سنوات، وباتت تمثل الآن 15 بالمائة من الربح السنوي لمطاعم الوجبات السريعة. وحسب دراسة للسوق العالمي

تحتوي على قائمة من المطاعم التي تقدم الوجبات السريعة، وحسب دراسة للسوق العالمي



عروض وفيرة لجذب السائقين

فلم تعد هناك عروض للمستخدمين، ولا مميزات للعاملين بالشركة، ولذلك طالب البعض بالمقاطعة.

ووفق الخبير الاقتصادي المصري محسن مراد، باتت التطبيقات بشكل عام التطور الحقيقي والبدل لإنشاء سلسلة من المصانع أو المتاجر أو الاستمرار في مجال معين، لأنها تمثل سوقاً موازياً وخفياً وبلا رقيب حقيقي يحمي حقوق العامل والمستهلك.

ويتابع مراد، لـ"العرب"، "سيكون من المتوقع في المستقبل القريب ظهور نقابات لجان وجمعيات تراقب ثورة التطبيقات التكنولوجية، وتصنع حالة اتزان بين ميزان الأرباح والعدالة الاجتماعية".

ولم يتوقف التأثير الملمت لتطبيقات توصيل الطعام على أوضاع العمال وكسب ولاء الزبائن فقط، بل أنتج كذلك نمطاً جديداً من المطاعم اعتبره البعض ثورة في ما يتعلق بشكل تقديم الطعام وبيعته.

وتسببت هذه التطبيقات في ظهور نوع جديد من المطاعم أطلقت عليه تسمية "المطابخ الخفية" أو "مطابخ الأشباح". ظهرت للمرة الأولى في الولايات المتحدة عام 2014، ثم توسعت بشكل سريع في أغلب بلدان العالم، وأشهرها مطاعم "ليفارج" و"غرين ساميت".

وتحتوي هذه المطابخ على قوائم فاخرة وعلامات تجارية يمكن عرضها عبر الإنترنت، لكنها لا تملك عنواناً محدداً يمكن زيارته.

ويعني ذلك أنه بمساعدة تطبيقات الطعام يمكن أن يتحول مطبخ منزلك إلى مطعم نشط يستقطب الموظفين وغيرهم.

وتحولت مطابخ الأشباح في سنوات قليلة إلى اقتصاد خفي لا يستهان به.

وفي الصين وصلت أرباح تلك المطاعم البالغ عددها 10 آلاف مطعم، حوالي 70 مليار دولار، وفي الولايات المتحدة بدأت تطبيقات توصيل الطعام مثل تطبيق "أوبر إيتس" و"دورداش" و"غراب هاب" في إعادة تشكيل صناعة المطاعم الأميركية، التي يبلغ رأسمالها 863 مليار دولار. ونظراً إلى أن المزيد من الأشخاص باتوا يطلبون تناول الطعام في المنزل، وبما أن تسليم الطلبات أصبح أسرع وأكثر ملاءمة، فقد ساهمت التطبيقات في تغيير طريقة إدارة المطاعم. ويضاف إلى ذلك أن المطابخ الجديدة تقدم الطعام بتكلفة أقل، فلا تحتاج إلى مكان توجره وأثاث من طاولات ومقاعد وغيرها وكذلك لا تعين نوال، وربما لن تدفع ضرائب. والطريف أن الأشخاص الذين يطلبون طعامهم عبر تلك التطبيقات قد لا يكونون على دراية بان المطعم غير موجود فعلاً على الأرض.

واكد اليكس كانتن، مدير شركة "كانتري ديلي" الناشئة بلوس أنجلوس والتي تعمل على مساعدة المطاعم في تنظيم خدمة توصيل الطلبات، أن "الإنترنت ليس شراً".

ويقول إنه "يمثل أكثر الفرص إثارة في صناعة المطاعم اليوم، إذا لم تستخدم تطبيقات التوصيل، فانت غير موجود". وأضاف "العديد من عمليات التوصيل تأثيرها قد يكون بعيد المدى، ما ينبت تحول الناس نحو طلب الوجبات بدلاً من زيارات المطاعم أو حتى إعداد الطعام بالمنزل، بما يعني أن في المستقبل قد لا تصبح هناك مطاعم بالشكل المعروف الآن".

تدرك تطبيقات توصيل الطعام حقيقة نفوذها المتزايد. وكشفت جاينيل ساليانف، التي تترأس شركة "أوبر إيت" في أميركا الشمالية، أن الشركة تقوم بتحليل بيانات المبيعات لتحديد الطلبات على مأكولات معينة، ثم يجري التعامل مع المطاعم التي تستخدم التطبيق ومن ثم تشجيعها على إنشاء مطاعم افتراضية جديدة لتلبية تلك الطلبات. ما يعني أن تطبيقات توصيل الطعام لا تتحكم في الاقتصاد العام ولا في سوق العمالة وحدهما، بل تشكل الذوق العام في الأكل، وتجعل الناس يفضلون البيزا عن المكرونة أو يتلفنون للبطاطس المحمرة أكثر من الدجاج المقلي.

وتتوفر فرص هائلة في منجم البيانات الموجود لدى هذه الشركات. عملياً، تقوم التطبيقات بجمع بيانات من الزبائن، ولديها بيانات في ما يخص الطلبات والمنتجات، وهذه البيانات حيوية ومهمة بدرجة عالية، حيث تستطيع أن تستثمرها في معرفة سلوك الزبائن.

وعبر عرض قوائم الطعام وتوصيلها، يمكن تحليل البيانات والخروج بمعلومات مهمة مثل الأسعار المناسبة للوجبات ولأي منطقة من المدينة، والوقت الذي يرتفع فيه الطلب والسن ونوع الجنس وطريقة الاستجابة لعروض الشركات وغيرها من البيانات التي تستطيع الشركات من خلالها تصميم عروضها ووجباتها لتناسب السوق المستهدف. وبيد تلك المعلومات لكبرى سلاسل المطاعم أو باستثمار البيانات بشكل شخصي، تصبح لدى التطبيقات قوة معلوماتية جبارة، تعيد تشكيل صيحات الطعام وتضاعف أرباح الشركات.

ونجحت تطبيقات توصيل الطعام إيجابياً في إعادة اكتشاف أظمة كادت تندثر. في الهند تم إحياء المأكولات التقليدية مثل خبز "البران" وحساء "مديشي" الشعبي، بعد أن فتحت التطبيقات الباب لرباب البيوت لتحويل مطابخهم إلى مطاعم خفية.

وباتت المطاعم التي تقدم وجبات شعبية مثل الفطائر والمحشي واللحوم المطبوخة على الطريقة العربية وترفع شعار "أكل بيتي شهبي"، تحتل المراتب الأولى في الطلبات، وهو ما يشي بتغير الشكل بعد أن كانت مطاعم الوجبات السريعة على القمة لسنوات طويلة.

الإحصاءات السنوية تشير إلى ارتفاع نسبة تحميل تطبيقات توصيل الطعام إلى 400 بالمائة في آخر ثلاث سنوات، وباتت تمثل الآن 15 بالمائة من الربح السنوي لمطاعم الوجبات السريعة.

وتشير الإحصاءات السنوية تشير إلى ارتفاع نسبة تحميل تطبيقات توصيل الطعام إلى 400 بالمائة في آخر ثلاث سنوات، وباتت تمثل الآن 15 بالمائة من الربح السنوي لمطاعم الوجبات السريعة.

## أسلوب الحياة يتغير في تونس مع انتعاش تطبيقات الطعام

ومهما كان صعباً أو نادراً لأننا نريد أن نكون أقرب للتونسيين، لأننا شركة محلية على خلاف الكثير من المنافسين الذين تتفرع شركاتهم أو تطبيقاتهم من منصات أوروبية مثلاً..

واوضح أن هذه التطبيقات تساعد على التعرف على ما يفضل الزبون وبالتالي الاستجابة له عوضاً عن توجيهه عبر طرح قائمة محددة من الطعام أو غيرها من الأغراض، إذ بفضل هذه التطبيقات توفر الشركة توصيل أي غرض يطلبه الزبون غير الطعام. وتعتبر "مون رستو" نفسها خدمة توفر تنقل المطعم المفضل للزبون وهو جالس على أريكته دون أن يضغ وقته في طلب الطعام والانتظار في طابور المطاعم المكتظة في أوقات الذروة.

التحقت بـ"مون رستو" شركات وتطبيقات أخرى لتنافس في سوق تكنولوجيا طلب وتوصيل الطعام المنتعشة في تونس مع تغير أساليب حياة التونسيين الماكبة للتطور الرقمي.



سامي التونسي  
المنافسة تدفعنا إلى تطوير خدماتنا لإرضاء الزبائن

لكن سامي التونسي أكد أن جودة الخدمات التي تقدمها "مون رستو" جعلتها دائماً في صدارة تكنولوجيا توصيل الطعام في تونس. ويقول "الكثير من زبائننا حاولوا استعمال تطبيقات أخرى أو الاستفادة من خدمات المنافسين لكن عادوا إلينا بعد ذلك لإدراكهم مدى جودة خدماتنا".

وتابع "بعد سنوات من العمل وجدنا أنفسنا متمكنين من التكنولوجيا التي اخترنا الاستثمار فيها وعن طريق جهودنا المتواصلة لتطويرها نجحنا في توسيع مجال عملنا".

وينظر سامي التونسي إلى المنافسين لـ"مون رستو" على أنهم فرصة ثمينة لشركتهم، إذ تدفعهم هذه المنافسة لتطوير خدماتهم وأساليب الاتصال بالزبائن. لكن تبقى الأفضلية لـ"مون رستو" باعتبار أقدميتها في السوق التونسية والخبرة التي اكتسبتها في مجال توصيل الطعام، وهو ما يجعلها تغلب على التهديدات التي قد يشكلها المنافسون.

ومن التطبيقات التي اقتحمت مؤخراً مجال توصيل الطعام في تونس "جوميا فود" (جوميا طعام) التابعة لمنصة "جوميا" التي تعد واحدة من أكبر المواقع المتخصصة في التسوق الإلكتروني في تونس. ويتوفر هذا التطبيق في تونس والجزائر والمغرب وعدد من البلدان الأفريقية.

ويقول سامي التونسي، مؤسس "مون رستو" والمدير التنفيذي في الشركة، لـ"العرب"، "أطلقنا مؤخراً تطبيقاً تحت تسمية 'حليب الغولة' (وهي عبارة باللهجة المحلية التونسية عن كل شيء متوفر دون استثناء محلية بطريقة إعداد بيتية.

واستدت المنافسة بين شركات جديدة في هذا المجال، فالبعض منها يسعى ليكون متفرداً في أسلوبه مثل تطبيق "توتو" (الآن وحالاً باللهجة التونسية) الذي يقترح أطباقاً تونسية محلية بطريقة إعداد بيتية.

ويقدم التطبيق قوائم الأكل حسب الاختصاص من مطاعم الوجبات السريعة إلى الأكلات المحلية والتقليدية أو الأكل حسب البلد أو المنطقة (المطبخ الإيطالي أو الأسبوعي أو الأوروبي أو المتوسطي أو اللاتيني...).

ويقدم التطبيق قوائم الأكل حسب الاختصاص من مطاعم الوجبات السريعة إلى الأكلات المحلية والتقليدية أو الأكل حسب البلد أو المنطقة (المطبخ الإيطالي أو الأسبوعي أو الأوروبي أو المتوسطي أو اللاتيني...).

ويقدم التطبيق قوائم الأكل حسب الاختصاص من مطاعم الوجبات السريعة إلى الأكلات المحلية والتقليدية أو الأكل حسب البلد أو المنطقة (المطبخ الإيطالي أو الأسبوعي أو الأوروبي أو المتوسطي أو اللاتيني...).

نسرين رضاني  
صحافية تونسية

تونس - كانت الساعة حوالي الثامنة مساءً عندما وصلت إيمان إلى منزلها، كانت تحس بالجوع لكن شعورها بالتعب كان أكثر ولا يوجد أكل في الخلاجة. في مثل هذا الوضع لا تتردد الشابة الثلاثينية التي تسكن في العاصمة التونسية منذ حوالي خمس سنوات فيما يقطن أهلها في مدينة أخرى، في طلب الأكل الجاهز مستعينة بتطبيق ذكية ثبتتها منذ أشهر على هاتفها المحمول.

تلقت إيمان رداً خلال 3 دقائق ليصلها المطعم أنه سيرسل لها طلبها بعد 45 دقيقة على أقصى تقدير، ليصل الطعام خلال 30 دقيقة تحديداً. تقول إيمان لـ"العرب" "بعد يوم عمل شاق لا أملك الطاقة الكافية لأعد طعاماً لنفسني في حين أن أي وجبة قد يستغرق مني إعدادها أكثر من 30 دقيقة".

وتتابع "هذه التطبيقات الذكية توفر على الكثير من الجهد والوقت، منذ بدأت باستخدامها وأنا راضية تماماً عن هذه الخدمة".

وتوضح أن الأمر كان معقداً في السابق عندما كانت تطلب الطعام عبر الهاتف إذ يزجها أحياناً طول فترة الانتظار حتى يرفع أحدهم السماع أو يكون الخط مشغولاً. وتضاف إلى كل ذلك، ضرورة مد المطعم بعنوان المنزل بدقة، في حين أن التطبيقات الذكية تعتمد نظام تحديد المواقع وتوفر على المستخدم كل ذلك العناء.

ويعد الاستعانة بالتكنولوجيا في طلب الطعام ممارسة جديدة في تونس إذ بدأت متأخرة مقارنة ببلدان عربية أخرى لإسيما مصر ودول الخليج العربي، باعتبار خصوصية العادات الاستهلاكية للمجتمع التونسي.

وتعتبر "مون رستو" (مطعمي) أول الشركات الناشئة في تونس التي وظفت التكنولوجيا في خدمة طلب الطعام. ويستفيد المطعم بدوره من خدمات الشركة، إذ لا يضطر للانفعال بالبحث عن عمال توصيل أو التعاقد معهم ودفع رواتبهم بل يقوم "مون رستو" بكل ذلك مكانه. ويوفر هذا التطبيق أيضاً للزبائن الذين يطلبون الطعام عبره إمكانية متابعة الطلب ومسار عامل التوصيل حتى يصل إلى باب منزله.

ويعرض التطبيق قوائم الأكل حسب الاختصاص من مطاعم الوجبات السريعة إلى الأكلات المحلية والتقليدية أو الأكل حسب البلد أو المنطقة (المطبخ الإيطالي أو الأسبوعي أو الأوروبي أو المتوسطي أو اللاتيني...).

ويقدم التطبيق قوائم الأكل حسب الاختصاص من مطاعم الوجبات السريعة إلى الأكلات المحلية والتقليدية أو الأكل حسب البلد أو المنطقة (المطبخ الإيطالي أو الأسبوعي أو الأوروبي أو المتوسطي أو اللاتيني...).

ويقدم التطبيق قوائم الأكل حسب الاختصاص من مطاعم الوجبات السريعة إلى الأكلات المحلية والتقليدية أو الأكل حسب البلد أو المنطقة (المطبخ الإيطالي أو الأسبوعي أو الأوروبي أو المتوسطي أو اللاتيني...).

ويقدم التطبيق قوائم الأكل حسب الاختصاص من مطاعم الوجبات السريعة إلى الأكلات المحلية والتقليدية أو الأكل حسب البلد أو المنطقة (المطبخ الإيطالي أو الأسبوعي أو الأوروبي أو المتوسطي أو اللاتيني...).

ويقدم التطبيق قوائم الأكل حسب الاختصاص من مطاعم الوجبات السريعة إلى الأكلات المحلية والتقليدية أو الأكل حسب البلد أو المنطقة (المطبخ الإيطالي أو الأسبوعي أو الأوروبي أو المتوسطي أو اللاتيني...).

التكنولوجيا في خدمة المستخدم