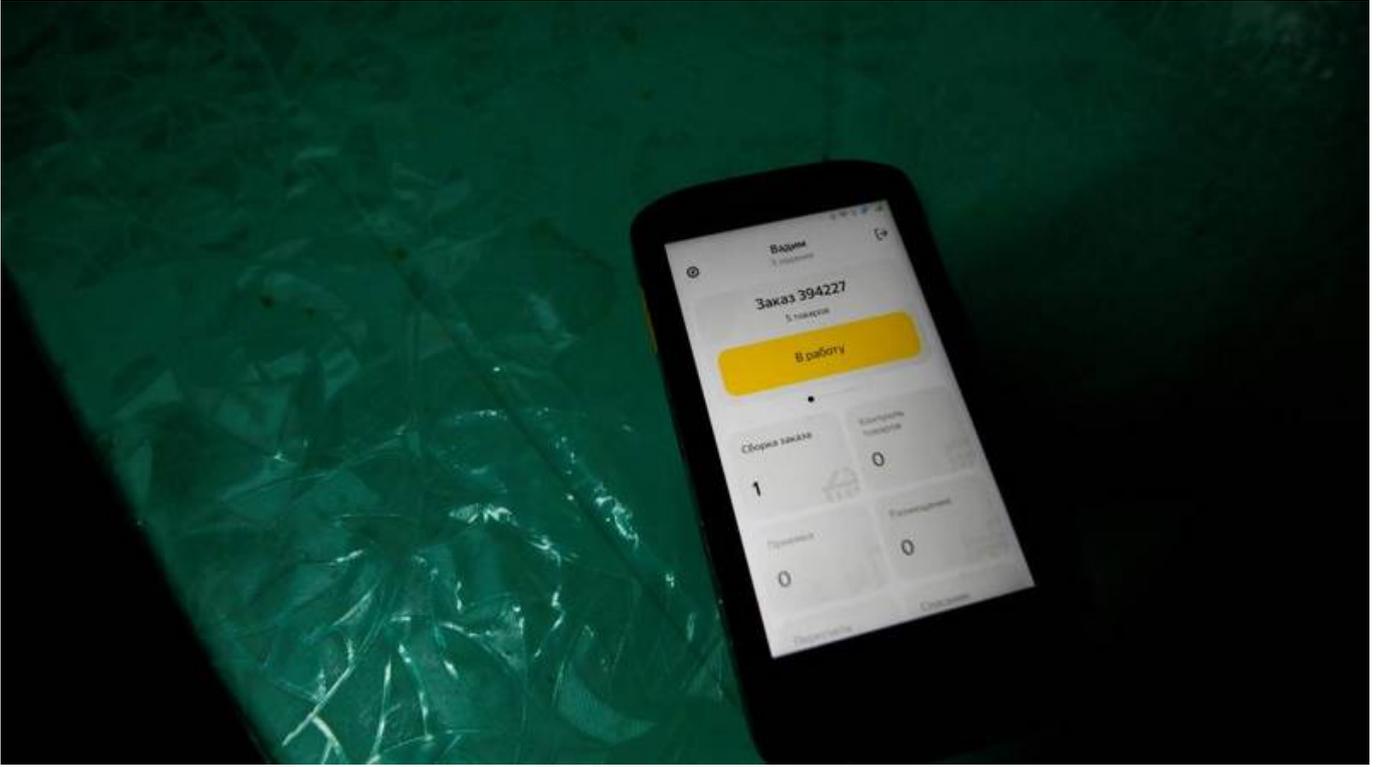


ازدهار خدمات التوصيل خلال 15 دقيقة خلال الجائحة





من الحليب إلى البيض، مروراً بورق المراحيض، يملأ موظفون في وسط موسكو بسرعة كبيرة أكياس تبضع، في مشهد يتكرر أيضاً في نيويورك... فمع جائحة كوفيد-19، تحقق خدمات التوصيل للحاجيات في غضون ربع ساعة فقط نجاحاً كبيراً.

وحققت هذه الخدمة الإلكترونية التي أطلقت في موسكو سنة 2019 باسم «لافكا» على يد عملاق الإنترنت الروسي «ياندكس»، نمواً كبيراً خلال فترة الإغلاق العام في ربيع 2020، وهي لا تزال آخذة في التوسع حول العالم.

ويروي المدير المالي والتجاري في «لافكا» ماكسيم أفتوخوف البالغ 30 عاماً «قبل الجائحة، كنا مجرد (...) أكسسوار «للتسلية. لكن كل شيء تغير بعد الجائحة، خصوصاً في بدايتها، حين كان الناس في حال توتر شديد

وقد رزحت خدمات التوصيل التابعة لكبرى شبكات السوبرماركت تحت ضغط هائل أدى إلى تباطؤ كبير في سرعتها. ودفع ذلك ببعض الزبائن إلى خدمات التوصيل السريع عن طريق عمال توصيل على دراجات هوائية ينقلون بضائع بكميات أصغر يتم تحضيرها في «متاجر مظلمة» مغلقة أمام العامة تفادياً لانتظار أيام طويلة للحصول على مخزونات أكبر. ومذاك، اكتسب كثير من سكان موسكو هذه العادات الجديدة

ويقول المحامي يوري نيكراسوف البالغ 32 عاماً «عندما نعود من العمل ونبحث عن شيء للأكل، يمكن أن نطلب طبقاً «جاهزاً أو منتجات لكي نحضر بها الأطباق بأنفسنا

ولا تتوجه عائلته إلى السوبرماركت سوى مرة كل أسبوع أو اثنين، إذ توصل «لافكا» أيضاً المشروبات والمعلبات إضافة إلى المنتجات الطازجة

وأكثرية زبائن الخدمة هم في أشخاص في سن الشباب من هواة التقنيات الحديثة واليسوريين الراغبين في الحصول على مشتريات محددة. وفيما سعر المنتجات أعلى من ذلك الموجود في السوبرماركت، يمكن شراء بعض المنتجات الأساسية بأسعار تنافسية

توسع حول العالم

وخلال الربع الرابع من 2020، فاقت إيرادات الخدمة أربعة مليارات روبل (52,4 مليون دولار)، أي 18 % من مجمل نشاطات «ياندكس» في مجال الأجرة وتوصيل الوجبات. وباتت «لافكا» تنشط في مدن روسية كبرى عدة. ومن المقرر أن تطلقها في باريس في الربع الثاني من العام، وبعدها لندن

وفي مستودع في موسكو، يصل كوتمان كاتانبيك أوولو حاملاً كيساً أصفر وأسود، قبل أن يخرج منه حاملاً طلبيتين جنباً إلى جنب

«(ويقول الفرغيزي البالغ 18 عاماً: «يمكن أن نجني ما بين ثلاثة آلاف وخمسة آلاف روبل يومياً (39 دولاراً

وفي المقلب الآخر من العالم، في شارع بارك سلوب في بروكلين بنيويورك، المشهد مشابه في مقر شركة «فريدج نو (مور)» (لا برادات بعد اليوم

ينطلق عامل توصيل مع حقيبة ظهر بالأزرق والأبيض لتوصيل طلبيتين إلى زبون في شارع مجاور، قبل العودة في خلال بضع دقائق. في هذا المكان، أراد مؤسساً هذه الشركة الناشئة أن يحمل جميع العاملين فيها صفة موظفين

ويقول المؤسسان، الروسيان أيضاً، إن المغامرة بدأت سنة 2019 فيما كان أنتون غلادكوبورودوف (40 عاماً) في نيويورك وبافيل دانييلوف (38 عاماً) في موسكو

«ويقول دانييلوف: «كنا نعلم أن الخدمة تلقى استحساناً في موسكو، فقلنا لأنفسنا لم لا نجربها في نيويورك؟

وقد أعطت الجائحة دفعاً قوياً لنشاطهما، إذ حققت الشركة الناشئة أكثر من 15 مليون دولار هذا الربع، وهي تتوقع افتتاح عشرات المواقع الجديدة خلال الأشهر الإثني عشر المقبلة في نيويورك.

وبحسب شركة «بيتشبوك» للتحليلات، فإن أكثر من 14 مليار دولار استثمرت في توصيل المشتريات في العالم منذ مطلع 2020، وأكثريتها أنفقت في 2021.

ومع كوفيد-19، «ازداد الطلب بصورة كبيرة على توصيل المشتريات»، وفق أوليفيه سالومون من شركة «أليكس بارتنرز» الاستشارية.

ويضيف «لكن لا نعلم جيداً بعد ما الذي سيستمر من الابتكارات التي ظهرت في الأشهر الـ18 الأخيرة. ما الذي «سيطغى، سرعة التوصيل أو سعة العرض؟ من الصعب التوفيق بين الأمرين

(أ.ف.ب)

"حقوق النشر محفوظة" لصحيفة الخليج. © 2024.