

"التحديات التشغيلية والفرص الاستراتيجية للمطاعم السحابية في بيئة
الأعمال الرقمية: دراسة تحليلية في السوق السعودي"

أفنان محمد عمر الكثيري

د. الفيصل عبد الحميد محمد

د. فايز علي جراد

العام الدراسي:

2025

مقدمة الدراسة :

شهد قطاع الأغذية والمشروبات في المملكة العربية السعودية تحولاً ملحوظاً في السنوات الأخيرة، مع ازدياد الاعتماد على نماذج المطاعم السحابية كحلول مرنة ومبتكرة لتلبية الطلب المتزايد على خدمات التوصيل السريع. تعتمد هذه المطاعم على البنية التحتية الرقمية والتشغيل عن بُعد دون الحاجة لمواقع استقبال العملاء، مما يساهم في تقليل التكاليف وزيادة التركيز على جودة المنتج. ومع ذلك، تواجه هذه المشاريع تحديات كبيرة تتعلق بإدارة العمليات اللوجستية، والحفاظ على جودة المنتج، والتسويق الرقمي، وبناء هوية العلامة التجارية في سوق تنافسي يعتمد بشكل أساسي على التطبيقات والمنصات الخارجية. من هذا المنطلق، تبرز الحاجة إلى دراسة علمية تحليلية تسلط الضوء على هذه التحديات وتقدم استراتيجيات فعالة لإدارتها وضمان استدامة نجاح المشروع.

مشكلة الدراسة:

على الرغم من الانتشار الواسع لنموذج المطاعم السحابية، إلا أن العديد من المشاريع تعاني من تكرار الإخفاقات بسبب ضعف إدارة التشغيل والتسويق، والاعتماد على تطبيقات التوصيل، وصعوبة بناء قائمة العملاء الخاصة بهم وتواجه أيضاً تحديات لوجستية متزايدة تشمل ارتفاع عمولات منصات التوصيل، صعوبات الكفاءة التشغيلية، وإدارة الجودة في بيئة رقمية متغيرة.

-تحت الدراسة-

أهمية الدراسة:

تعتمد المطاعم السحابية أو ما يُعرف بالمطاعم الافتراضية على نموذج تشغيلي قائم كلياً على الطلبات الرقمية، دون وجود فعلي لمساحات استقبال أو جلوس للزبائن، ما يجعلها تعتمد بشكل كبير على الخدمات الرقمية اللوجستية. وقد شهد هذا النموذج توسعاً ملحوظاً في المملكة العربية السعودية نتيجة لتغير أنماط الاستهلاك والتحول الرقمي المتسارع.

تبرز أهمية هذه الدراسة في كونها تعالج موضوعاً معاصراً وذو صلة وثيقة بتطورات قطاع الأغذية والمشروبات، من خلال التركيز على نموذج المطاعم السحابية الذي يُعد من أبرز الابتكارات التشغيلية في هذا المجال.

و أنا كباحثة وأعمل في قطاع المطاعم السحابية اسعى إلى تقديم تحليل علمي للتحديات التشغيلية التي تواجه المطاعم السحابية في السوق السعودي ضمن سياق النمو العالمي لهذا النموذج، وذلك بالاعتماد على دراسات حالة وتجارب ميدانية وممارسات ناجحة.

ومن هنا تكمن أهمية الدراسة من النواحي التالية:

- أكاديمياً: تساهم الدراسة في إثراء الأدبيات المتعلقة بإدارة المشاريع في قطاع الأغذية السحابية، وهو مجال حديث وقليل الدراسة.
- عملياً: توفر نتائج وتوصيات قابلة للتطبيق لأصحاب المشاريع والمهتمين بالاستثمار في المطاعم السحابية.
- اقتصادياً: تساهم في دعم قطاع حيوي ومتنامٍ داخل رؤية المملكة 2030.

أهداف الدراسة:

- استكشاف الفرص الرقمية المتاحة لتعزيز الكفاءة وتحقيق ميزة تنافسية مستدامة.
- دراسة تأثير بيئة الأعمال الرقمية على الاستدامة التشغيلية للمطاعم السحابية.
- تقديم حلول واقعية لمواجهة مشكلات العمولة المرتفعة.
- اقتراح استراتيجيات عملية تدعم نجاح واستمرارية نموذج المطاعم السحابية.
- إثراء الأدبيات العلمية ذات الصلة بإدارة مشاريع الأغذية الرقمية.
- صياغة توصيات قابلة للتطبيق لدعم استدامة وتنافسية هذا النموذج في المدى الطويل.

تساؤلات الدراسة:

- ما هي أبرز التحديات التشغيلية التي تواجه المطاعم السحابية في المملكة العربية السعودية؟
- كيف تؤثر بيئة الأعمال الرقمية على استدامة نموذج المطاعم السحابية؟
- ما مدى اعتماد المطاعم السحابية على تطبيقات التوصيل؟
- ما أثر الاعتماد على تطبيقات التوصيل على أرباح المطاعم السحابية؟
- ما فرص التحول الرقمي لتطوير النموذج التشغيلي للمطاعم السحابية؟
- كيف يمكن للمطاعم السحابية بناء ولاء العملاء في ظل غياب التفاعل المباشر؟

-تحت الدراسة-

فروض الدراسة:

- وجد تأثير سلبي لاعتماد المطاعم السحابية على منصات التوصيل في البيع المنتجات مما يؤدي الى مشاركتهم في ربحية بشكل عالي.
- يساهم ضعف قاعدة العملاء في انخفاض ولاء المستهلك وارتفاع التكاليف التسويقية.
- تؤثر التحديات اللوجستية على الكفاءة التشغيلية للمطاعم السحابية.
- تؤدي استراتيجيات التسويق الرقمي المستقل إلى تعزيز استدامة المشروع.
- تساهم البيئة الرقمية في إيجاد فرص تنافسية جديدة لنموذج المطاعم السحابية.

-تحت الدراسة-

الدراسات السابقة:

تحت الدراسة

المنطلقات النظرية للدراسة:

نظرية سلسلة القيمة لـ Michael Porter لدراسة دور العمليات التشغيلية والتوصيل في خلق ميزة تنافسية.

تعريف سلسلة القيمة: هي نموذج يقسم أنشطة الشركة إلى أنشطة أساسية وأخرى مساندة، بهدف تحديد أين وكيف يتم خلق القيمة داخل المنظمة، وبالتالي أين يمكن تحسين الأداء أو خفض التكاليف أو زيادة الجودة للحصول على ميزة تنافسية.

-تحت الدراسة-

المنهجية وطرق البحث:

- نوع البحث: وصفي تحليلي.
- المنهج: دراسة حالة واستبيان ومقابلات نوعية.
- عينة الدراسة: أصحاب ومديرو مطاعم سحابية في السعودية (الرياض – جدة – الدمام).

أدوات الدراسة :

- استبيان رقمي لقياس التحديات ونقاط القوة .
- مقابلات مع عدد من مديري التشغيل وخبراء التوصيل
- تحليل بيانات الأداء الفعلي لمطاعم مختارة.

حدود الدراسة :

- الحدود المكانية: المملكة العربية السعودية.
- الحدود الزمنية: العام الأكاديمي الحالي.(2025)
- الحدود الموضوعية: التحديات التشغيلية والتسويقية والإدارية للمطاعم السحابية فقط.

المراجع:

تحت الدراسة

ما هي المطاعم السحابية؟

المطاعم السحابية (Cloud Kitchens) هي منشآت طعام تركز على إعداد الطعام فقط للطلبات الخارجية عبر تطبيقات التوصيل، دون وجود مساحات لتناول الطعام داخلية. يتيح هذا النموذج تقليل التكاليف المرتبطة بالتشغيل التقليدي.

أنواع المطاعم السحابية عالميًا:

- المطبخ المشترك (Shared Kitchen): مطبخ يتم تأجيره لعدة علامات تجارية.
- المطبخ المستقل (Independent Kitchen): علامة واحدة تدير المطبخ بشكل مستقل.
- المطبخ المدعوم من المنصة (Platform-Owned Kitchen): مثل UberEats Kitchens أو Deliveroo Editions.
- المطبخ الافتراضي (Virtual Restaurant): علامة تجارية رقمية تعمل من داخل مطعم تقليدي.

نشأة وتطور المطاعم السحابية في المملكة العربية السعودية:

شهد السوق السعودي نموًا متسارعًا في المطاعم السحابية بعد جائحة كورونا، حيث أصبح الطلب على التوصيل أكبر من أي وقت مضى. أطلقت العديد من الشركات السعودية منصات ومراكز دعم خاصة بهذا النوع من الأعمال لتقليل التكاليف وزيادة الكفاءة.

- بدايتها الفعلية مع موجة التحول الرقمي ودخول تطبيقات التوصيل.
- أمثلة على منصات وطنية مثل "هنقرستيشن - جاهز - مرسول - ذا شفرز"
- التوسع السريع في المدن الكبرى مثل الرياض، جدة، الدمام.

-تحت الدراسة-

الفرص في بيئة الأعمال الرقمية:

أدت التحولات الرقمية إلى فتح مجالات جديدة للمطاعم السحابية من خلال:

- التوسع في استخدام تطبيقات التوصيل مثل "هنقرستيشن - جاهز - مرسول - ذا شفز"
- تعزيز الوصول للعملاء عبر شبكات التواصل الاجتماعي.

تأثير عمولات منصات التوصيل على التسعير:

تصل عمولات بعض المنصات إلى 25-35% من قيمة الطلب، مما يضع ضغطاً على هامش الربح ويؤثر على القدرة التنافسية.

الحل المقترح:

- إنشاء تحالف من مستثمري المطاعم في نفس النطاق الجغرافي لتأسيس شركة توصيل خاصة تخدمهم. - سيتم شرحها مستقبلاً-
- التفاوض الجماعي مع المنصات للحصول على عمولات أقل.

تحدي بناء قاعدة بيانات العملاء

- المنصات تمتلك بيانات العملاء وتتحكم في الوصول لهم
- ضعف ولاء العميل للمطعم نفسه

الحل المقترح:

- إنشاء تطبيق خاص بالمطعم . -سيتم شرحها مستقبلاً-
- توفير نقاط ولاء وخصومات حصريّة
- توضيح فرق السعر بين المنصة والتطبيق (حافز للشراء المباشر)

-تحت الدراسة-

إدارة المخاطر في المطاعم السحابية

أنواع المخاطر

- مخاطر اعتماد مفرط على منصة واحدة

حلول مقترحه

- تنوع قنوات التوصيل

-تحت الدراسة-