

27 Ιανουαρίου 2017

Η σύγχρονη μάχη των delivery

/ Επιστήμες, Τέχνες & Πολιτισμός



Οι εφαρμογές που δίνουν τη δυνατότητα παραγγελίας φαγητού από εστιατόρια και στη συνέχεια το φέρνουν με δικά τους οχήματα στην πόρτα του πελάτη κάνουν χρυσές δουλειές, ανοίγοντας την όρεξη των μεγάλων παικτών.

Δυο φίλοι, ο ένας στο Τόκιο και ο άλλος στο Μανχάταν, είχαν ένα βράδυ μια ιδέα

που θα έφερνε μια μικρή επανάσταση στο χώρο των κατ' οίκων διανομών φαγητού, βάζοντας τέλος στο κλασικό delivery. Ο λόγος για την εφαρμογή foodora, η πιο γνωστή πλέον διαδικτυακή πύλη στη Γερμανία για την παραγγελία φαγητού από επιλεγμένα εστιατόρια. Τη διανομή αναλαμβάνει η ίδια η foodora με αυτοκίνητα αλλά και ποδήλατα. Η foodora ιδρύθηκε μόλις το 2014 και μέσα σε λιγότερο από τρία χρόνια έχει εξαπλωθεί σε 50 πόλεις και 10 χώρες.

Οι εφαρμογές αυτές αναλαμβάνουν όχι μόνον το συνολικό λογισμικό των παραγγελιών για τα εστιατόρια αλλά και τις κατ' οίκον διανομές. Τα εστιατόρια από την πλευρά τους καταβάλλουν μια προμήθεια ύψους 30% περίπου ενώ οι πελάτες αναλαμβάνουν ένα μικρό μέρος του κόστους διανομής.

Δυσθεώρητη αύξηση

«Μέσα σε έναν χρόνο ο αριθμός των παραγγελιών εκατονταπλασιάστηκε», αναφέρει ανακοίνωση της foodora. Και στην Deliveroo ο αριθμός των παραγγελιών καταγράφει μια μηνιαία αύξηση της τάξης του 20%. Το 2016 η αξία της τελευταίας εκτιμήθηκε στο ένα δις δολάρια. Προφανώς είναι μια κατάσταση win-win αφού και ο τζίρος συνεργαζόμενων εστιατορίων έχει αυξηθεί σημαντικά.

Κομμάτι της τεράστιας πίτας προσπαθούν να αποσπάσουν πλέον και διαδικτυακές επιχειρήσεις που δεν ασχολούνταν μέχρι πρότινος αμιγώς με το κομμάτι των διανομών έτοιμου φαγητού. Για παράδειγμα η εφαρμογή ιδιωτικών μετακινήσεων Uber, η οποία προσφέρει στο μεταξύ και υπηρεσίες διανομής φαγητού. Η Uber eats δραστηριοποιείται πλέον σε περισσότερες από 50 πόλεις, μεταφέροντας με ιδιωτικά Ι.Χ. φαγητό από τα εστιατόρια στην πόρτα των πελατών. Την είσοδο της στην επικερδή αυτή αγορά αποφάσισε το περασμένο φθινόπωρο στο Λονδίνο και η Amazon, αφού προηγουμένως είχε δοκιμάσει το επιχειρηματικό μοντέλο στο Σιάτλ. Ο ανταγωνισμός αναμένεται να γίνει έτσι ακόμη πιο σκληρός και αμείλικτος.

Delivery το αργότερο σε 30'

Όσο περισσότερες οι εταιρίες και οι παραγγελίες, τόσο περισσότεροι φυσικά και οι οδηγοί που χρειάζονται, με την foodora να διαθέτει ένα στόλο που αριθμεί περίπου 7.000 οδηγούς. Σε όλες τις εταιρίες οι οδηγοί πρέπει να διαθέτουν δικό τους όχημα και φυσικά κινητό τηλέφωνο με σύνδεση στο ίντερνετ. Οι συνθήκες εργασίας όμως δεν είναι οι ίδιες και φυσικά δεν είναι πάντα καλές.

Στην Deliveroo οι οδηγοί προσλαμβάνονται σαν ελεύθεροι επαγγελματίες. Σύμφωνα με την Tagesspiegel δεν προβλέπεται το δικαίωμα της απεργίας και οι δυνατότητες διαμαρτυρίας είναι περιορισμένες. Η foodora αντίθετα προσφέρει στους οδηγούς μόνιμη απασχόληση με ευέλικτα ωράρια εργασίας. Έρευνες έχουν καταδείξει ωστόσο ότι στη foodora ο μισθός είναι χαμηλότερος από εκείνον που

υπόσχεται η εταιρία, καθώς συνυπολογίζει και το προσδοκώμενο φιλοδώρημα. Επιπλέον συχνά οι οδηγοί τελούν υπό ασφυκτική χρονική πίεση και δεν κάνουν διαλείμματα.

Η παραγγελία οφείλει να είναι το αργότερο εντός 30 λεπτών στον πελάτη. Οδηγός της foodora δήλωσε στο dra: «Υπάρχουν μέρες όπου όλες οι διανομές γίνονται με καθυστέρηση», είτε επειδή δεν προλαβαίνουν τα εστιατόρια, είτε επειδή καταφθάνει ένας υπερβολικός αριθμός παραγγελιών.

Ειδικοί προειδοποιούν πάντως ήδη για τον κίνδυνο εξάρτησης των εστιατορίων από τις ηλεκτρονικές εφαρμογές και επικαλούνται το αντίστοιχο παράδειγμα των ξενοδόχων. Για πολλά ξενοδοχεία οι κρατήσεις γίνονται πλέον ως επί το πλείστον μέσα από γνωστά πόρταλ, όπως το booking.com, με τους παροχείς να ζητούν από τους ξενοδόχους όλο και μεγαλύτερες προμήθειες.

Πηγή: cyprusnews.eu