

فهد المبارك:
HAMBURGAH قصة مطعم متنقل بلغ الإمارات

المعلومات الشخصية:

الاسم	فهد المبارك
تاريخ الميلاد	1985/02/17
الوضع العائلي	أعزب
التخصص/ الجامعة	محاسبة/ Rice University
العلامة التجارية	HAMBURGAH
الصفة الإدارية	شريك إداري

لم تكن تجربة فهد المبارك مع مطعم "HAMBURGAH" هي الأولى له في عالم المشاريع الصغيرة والمتوسطة، غير أن التجربة الأولى إلى جانب عدة عوامل أخرى كانت الدافع للانطلاق مجدداً عبر تأسيس لمطعم "HAMBURGAH" الذي اعتمد فكرة مبتكرة وغير مسبوقه تقوم على فكرة تجهيز سيارات معدة ومجهزة يتم فيها إعداد واجبات "برغر" في المكان الذي يحدده العميل عوضاً عن توصيله لها جاهزة كما هو معمول به وفق الطرق التقليدية، ويبدو بأن هذا الاختيار الذكي لنموذج العمل (Concept) شكل أحد عناصر نجاح المشروع كونه أخذ بعين الاعتبار النمط الاستهلاكي للمجتمع وبينه وبين العادات الاجتماعية، ولعل عنصر النجاح عكسه عصرين الأول الإقبال على هذا المنتج وبالتالي النموذج على المستوى المحلي، ثم العنصر الثاني والأهم تمثل في تحول "HAMBURGAH" في زمن قياسي إلى مشروع فرانشايز (Franchise) ناجح بعد انتقاله إلى دولة الإمارات العربية المتحدة، واستعداده حالياً لدخول السوق السعودية. هذه العوامل المهمة في هذه التجربة، دفعت "98 Entrepreneurs" لتسليط الضوء عليها ومحاولة الوقوف على عناصر نجاحها فتغدو مثلاً يحتذى للشباب الراغبين بالتحول إلى مبادرين.

في بداية مسيرته، بدأ المبارك بعد التخرج موظفاً في القطاع المصرفي، حيث تدرج في عدة مناصب واستمر في هذا المجال نحو ثلاثة أعوام مدير تطوير الخدمات المصرفية، وقد كانت تلك التجربة كفيلة بأن تكسبه خبرات جمة على مستوى الإدارة والتسويق في آن معاً، وهناك أخذت تتكون لديه بضرورة التحول إلى قطاع المبادرين عبر تأسيس مشروع خاص، وفي هذا السياق يقول المبارك: "كانت البداية مع تأسيس كافييه في منطقة المنقف في الكويت، تحت اسم "B Five Cafe"، وبطبيعة الحال كان لا بد وأن تواجه هذه التجربة تحديات عدة ناتجة عن الافتقار إلى بعض عناصر الخبرة، ولعل من أبرز تلك التحديات تتمثل في أن عنصر التمويل كان شخصياً قبل يتجه فيما بعد لتوفيره من المحفظة التابعة للبنك الصناعي عبر التمويل الميسر، في النهاية لم يكن ذلك المشروع على مستوى الطموحات، ويتابع المبارك حديثه قائلاً: "ولدت في العام 2012، فكرة مبتكرة قائمة على نموذج سيارة يجري فيها إعداد البرغر (Burger Station) أمام العميل نفسه على أن تنتقل تلك السيارات إلى حيث يطلبها العميل وحيثما تواجد"، وبالتالي يكون هذا النموذج قد وفر خدمة التحضير الحي والمباشر للمأكولات (Live Cooking) في تجربة غير مسبوقه، ويضيف المبارك: "بالنظر إلى الابتكار الذي قامت عليه الفكرة، أخذ الطلب على تلك الخدمة يشهد نمواً متصاعداً فكان لا بد أن يتواكب مع نمو في النشاط التشغيلي، وبالتالي جرى رفع عدد السيارات المستخدمة، ثم كانت خطوة مهمة تمثلت في تأسيس مطبخ مركزي (Central Kitchen)، كما جرى افتتاح فرعين في مناطق مختلفة، أما الهدف من خطوة المطبخ المركزي، فتمثلت في أن يكون محور أي عملية توسعية في

المستقبل ويوفر أرضية صلبة لذلك. في كافة تلك المراحل كان المبارك يعتمد على التمويل الذي حصل عليه من البنك الصناعي، كمصدر لتوفير التدفق المالي (Cash Flow) للتشغيل.

التحول لـ (Franchise)

لم تكن تمضي فترة قصيرة على تلك التحولات النوعية التي شهدتها المشروع، حتى أخذ يلقي رواجاً تجاوزت حدوده الكويت، وبلغت المبارك: "لم تطل المدة حتى أتانا شباب من الإمارات مقترحين تعاوناً عبر نقل التجربة عبر مفهوم الفرانشايز، في خطوة نوعية وقليلة على مستوى المشاريع الصغيرة والمتوسطة في الكويت، وبالفعل وعلى النمط الذي بدأ به المشروع في الكويت، انطلق "HAMBURGAH-UAE" في الإمارات، إذ وبعد فترة على انطلاق المشروع هناك تأسس مطبخ في إمارة الشارقة، وبعدها جرى البدء بتأسيس فروع، وقد بلغ نحو ثلاثة إلى الآن مشيراً في الوقت نفسه إلى أن نجاح التجربة هناك، جذبت مهتمين من إمارات أخرى كما هو الحال مع أبوظبي وعجمان وغيرها... وفي السياق نفسه يوضح المبارك: "أنه يجري العمل على وضع اللمسات الأخيرة على نقل التجربة في السعودية، عبر تأسيس "HAMBURGAH" السعودية، في تطور من شأنه أن يكرس أكثر نجاح فكرة الفرانشايز.

مواكبة التحولات

من جهة أخرى تطرح هذه التحولات السريعة الحاصلة في "HAMBURGAH" خصوصاً على المستوى المؤسسي تساؤلات عن كيفية مواكبتها على المستوى الإداري، وهنا يقول المبارك: "جرت في البداية الاستعانة بنظام تكنولوجي متطور، يمكن من خلاله البقاء على بيئة مستمرة وإطلاع على ما يجري في الفروع الخارجية، هذا بالإضافة إلى مجموعة من الوسائل التقنية والتطبيقات (Applications) على الهواتف النقالة، وبالتالي فقد شكلت البنية التحتية التقنية عنصراً مهماً في تكريس الإشراف والرقابة ومتابعة كافة ذات التفاصيل التشغيلية.

هذه التجربة الناجحة يختصر المبارك عناصرها في نهاية المطاف بالآتي: "توفر رأس المال، الكوادر البشرية وفريق العمل، شبكة العلاقات مع أشخاص مؤثرين والاستفادة من تجاربهم لا سيما منهم شريحة أصحاب المبادرين (networking)، بالإضافة إلى وجود حذاقة في التعاملات اليومية مشدداً على أن أهمية أي كون أي صاحب عمل خصوصاً من المبادرين مستعداً للعمل لمدة سبعة أيام في الأسبوع و24 ساعة في اليوم مشيراً إلى أن هذا العنصر الأخير اختبره هو بنفسه على المستوى الشخصي، إذ لا يتوان عن القول: "دفعنتي الضرورات للعمل شيف أو حتى مستقبل للطلبات العملاء، وقد استمر في هذا الأمر لنحو عام ونصف، قبل أن يجري تأسيس مركز اتصال (Call Center).

"أوتي" مصبغة إلكترونية

يضع المبارك اللمسات الأخيرة على مشروع مصبغة باسم "أوتي" وفق اللهجة العامية التي يتعرف به المصبغة، قائمة على فكرة تطبيق إلكتروني (Application) يسجل عبره العميل بياناته ويحدد عنوانه السكني ويعد طلبه، وبعدها يقوم فريق عمل الشركة بالانتقال إلى مكان سكن العميل واستلام الملابس عبر توفير خيارات الدفع المختلفة سواء بالبطاقات الائتمانية عبر التطبيق نفسه أو من خلال الدفع الفوري الكاش، وهذا التطبيق يرسل تنبيهات مستمرة للعميل عن المراحل التي بلغها طلبه منذ الاستلام مروراً بمرحلة التنظيف وصولاً إلى التوقيت المناسب للتسليم.