

مدیرعامل لاندراپ: ادغام خشکشویی‌های آنلاین می‌تواند به نفع بازیگران این حوزه باشد - دیجیاتو

آرش پارساپور | یکشنبه، ۵ خرداد ۱۳۹۸

بازیگران حوزه خشکشویی آنلاین درباره [ادغام این استارت آپها](#) با یکدیگر نظرات متفاوتی دارند؛ عده‌ای از آنها معتقدند که ادغام این مجموعه‌ها با یکدیگر برای بهبود اوضاع اپلیکیشن‌ها مناسب خواهد بود و عده‌ای باور دارند که [این اقدامات رویکرد نادرستی](#) است.

«طاهره ذوالفقاری» مدیرعامل لاندراپ از آن دسته مدیرانی است که نگاه خوبی به مساله ادغام دارد و آن را یک اهرم برای بهبود بازار خشکشویی‌های آنلاین می‌داند اما تاکید دارد که این ادغام باید درست و بجا صورت بگیرد. او در گفتگو با دیجیاتو درباره وضعیت فعلی خشکشویی‌های آنلاین می‌گوید:

«از ابتدای امر هم قرار نبوده که خشکشویی‌های آنلاین مانند سرویس‌های آنلاین درخواست غذا و یا تاکسی‌های اینترنتی به سرعت در بین آحاد جامعه فراگیر شوند. فرهنگ خشکشویی از قدیم آنچنان در ایران رایج نبوده و تقریباً در همه خانه‌ها یک ماشین لباسشویی قرار دارد. با این وجود خشکشویی‌های آنلاین توانسته‌اند ظرف مدت کمی که فعالیت دارند تا حدی خودشان را در بازار بشناسانند و ما حتی در برخی مناطق تهران، مشتریان وفادار زیادی داریم.»



ذوالفقاری می‌گوید که هزینه راه‌اندازی یک خشکشویی آنلاین در ابتدا چندان بالا نبوده و برای همین بازیگران زیادی به این عرصه وارد شدند اما عده کمی از آنها توانستند باقی بمانند. او در پاسخ به دیجیاتو مبنی بر اینکه سهم آنها در بازار کنونی کجاست می‌گوید: «ما رشد ۱۴ درصدی را در سال گذشته تجربه کردیم و باور داریم که تا ۶ ماه دیگر به مرحله سر به سر و پس از آن به مرحله سوددهی می‌رسیم. در حال حاضر هم فکر می‌کنیم که حرف اول را در بازار خشکشویی‌های آنلاین می‌زنیم.»

مدیرعامل لاندراپ از همکاری‌های این مجموعه با آچاره و استادکار خبر می‌دهد و تاکید دارد که تیم آنها همواره برای همکاری آماده است. او ادغام را نیز نوعی همکاری می‌داند و می‌گوید:

«ما در لاندراپ تیم کاملی داریم ولیکن چرا باید از ادغام استقبال نکنیم؟ وقتی می‌توان این هم‌افزایی را انجام داد و از دیگر استارت‌آپ‌های فعال در این زمینه حمایت کرد، چرا نکنیم؟ ما به زودی قصد داریم با یک مجموعه همکاری کنیم و آنها به عنوان زیرمجموعه به تیم ما اضافه شوند. از نظر من اگر هر تیمی در هر حوزه‌ای در حال شکست خوردن است، باید استراتژی خروج از بازار برای خود بچیند و بازار را ترک کند اما ما برنامه‌هایی داریم که تاکنون توانسته‌ایم بر طبق آن پیش برویم.»



ذوالفقاری در پاسخ به دیجیاتو مبنی بر عدم علاقه سرمایه‌گذاران برای سرمایه‌گذاری روی پلتفرم‌های خشکویی آنلاین، این موضوع را نه تایید و نه رد می‌کند و نظر خودش را چنین بیان می‌کند: «سرمایه‌گذارانی وجود دارند که ترجیح می‌دهند روی ساخت و ساز و دلار سرمایه‌گذاری

کنند اما اگر یک سرمایه‌گذار کامل توجیه بشود که در پلتفرمی همچون خشکشویی آنلاین می‌تواند در کمتر از دو سال به نقطه سر به سر و بعد سوددهی برسد، قطعاً به سرمایه‌گذاری هم فکر خواهد کرد.»

مدیرعامل لاندر اپ ادغام خشکشویی‌های آنلاین را تنها راه نمی‌داند و باور دارد اگر مجموعه‌ای می‌تواند به تنهایی در این مسیر پیش برود باید راه خودش را ادامه دهد اما ادغام را نیز موضوعی می‌داند که در صورت ایجاد در شرایط درست و بین نیروهای قوی می‌تواند نقش کارسازی داشته باشد.

[دیجیاتو](#)