

قالیشویی‌های بی‌قالی!



شروین اشیدری: فرش ایرانی همواره یکی از ارزشمندترین دارایی‌های خانواده‌های ایرانی بوده است؛ کالایی که علاوه بر نقش کاربردی، بخشی از هویت فرهنگی و اقتصادی جامعه را نیز نمایندگی می‌کند. نگهداری از این سرمایه، به‌ویژه در شهرهای بزرگ، سال‌هاست به یکی از خدمات تخصصی تبدیل شده که هزاران نفر به‌طور مستقیم و غیرمستقیم از آن ارتزاق می‌کنند. با این حال، صنعت قالیشویی در سال‌های اخیر، هم‌زمان با موج‌های پیاپی تورم و افزایش هزینه‌های تولید، با چالش‌هایی مواجه شده که ادامه فعالیت بسیاری از واحدهای صنفی را با دشواری روبه‌رو کرده است.

در نگاه نخست، قالیشویی شاید کسب‌وکاری ساده به نظر برسد؛ صنعتی خدماتی که در فصل‌های مختلف سال با دریافت فرش از مشتری، عملیات شست‌وشو، لکه‌گیری، آبگیری، خشک‌کردن، ترمیم و تحویل را انجام می‌دهد. اما واقعیت این است که پشت این چرخه به ظاهر ساده، مجموعه‌ای از هزینه‌های ثابت و متغیر قرار دارد که هر کدام طی سال‌های اخیر رشد قابل توجهی را تجربه کرده‌اند. از افزایش قیمت مواد شوینده و تجهیزات مصرفی گرفته تا رشد هزینه‌های انرژی، حمل‌ونقل، تعمیر ماشین‌آلات، بیمه، مالیات و دستمزد نیروی انسانی، همگی فشار مضاعفی بر فعالان این حوزه وارد کرده‌اند.

صنعتی خدماتی با هزینه‌های صنعتی

می‌شوند یا به‌طور کامل از سبد هزینه خانوار حذف شده‌اند. قالیشویی نیز از همین الگو تبعیت می‌کند. اگر در گذشته بسیاری از خانواده‌ها سالانه یا حتی دو بار در سال فرش‌های خود را به قالیشویی می‌سپردند، اکنون بخشی از این تقاضا به یک‌بار در سال یا حتی فواصل طولانی‌تر کاهش یافته است. این افت تقاضا در کنار افزایش هزینه‌های تولید، فشار مضاعفی بر واحدهای صنفی وارد کرده و درآمد بسیاری از آن‌ها را تحت تأثیر قرار داده است.

در چنین شرایطی، فعالان این حوزه معتقدند مدیریت بازار تنها از مسیر افزایش قیمت نمی‌گذرد، بلکه ایجاد تعادل میان هزینه‌های تولید، قدرت خرید مصرف‌کنندگان و سیاست‌های حمایتی نیز اهمیت ویژه‌ای دارد؛ موضوعی که در سال‌های اخیر بیش از گذشته مورد توجه کارشناسان اقتصادی قرار گرفته است.

وارد کرده است. نکته قابل توجه آن است که بسیاری از این هزینه‌ها، اجتناب‌ناپذیر هستند. یک قالیشویی نمی‌تواند برای کاهش هزینه، از کیفیت مواد شوینده بکاهد یا بخشی از فرآیند شست‌وشو را حذف کند؛ زیرا در چنین شرایطی، کیفیت خدمات کاهش یافته و احتمال آسیب به فرش مشتری افزایش می‌یابد. به همین دلیل، مدیران این واحدها ناچارند میان حفظ کیفیت خدمات و کنترل هزینه‌ها، تعادل دشواری برقرار کنند.

از سوی دیگر، این صنعت ماهیتی کاملاً کاربرمحور دارد. برخلاف برخی کسب‌وکارهای خدماتی که بخش عمده فعالیت آن‌ها به تجهیزات وابسته است، در قالیشویی بخش مهمی از فرآیند، همچنان توسط نیروی انسانی انجام می‌شود. از دریافت سفارش و حمل فرش گرفته تا کنترل کیفیت، بسته‌بندی، ترمیم، رفو، نظافت نهایی و تحویل، همگی

فعالیت قالیشویی برخلاف تصور عمومی، تنها به شستن فرش محدود نمی‌شود. هر واحد صنفی برای ارائه خدمات استاندارد، نیازمند تجهیزات مکانیزه، ماشین‌آلات تخصصی، فضای مناسب، خودروهای حمل‌ونقل، انبار، سیستم‌های خشک‌کن، مواد شوینده استاندارد و نیروی انسانی آموزش‌دیده است. هر گونه افزایش قیمت در هر یک از این بخش‌ها، مستقیماً بر هزینه تمام‌شده خدمات اثر می‌گذارد.

در سال‌های اخیر، قیمت بسیاری از اقلام مصرفی مورد نیاز این صنعت با رشد قابل توجهی همراه بوده است. مواد شوینده تخصصی، لکه‌برها، نرم‌کننده‌ها، مواد ضدعفونی‌کننده و سایر ملزومات مصرفی، دیگر با قیمت‌های گذشته قابل تأمین نیستند. در کنار آن، افزایش هزینه تعمیر و نگهداری ماشین‌آلات، خرید قطعات یدکی، لاستیک خودروها و هزینه سوخت، فشار مضاعفی را بر واحدهای خدماتی

نرخ‌های ثابت در برابر هزینه‌های متغیر

از سوی دیگر، فرآیند تعیین نرخ در صنوف خدماتی، تنها به خواسته فعالان بازار محدود نمی‌شود و مجموعه‌ای از ملاحظات اقتصادی، اجتماعی و معیشتی نیز در آن دخیل است. سیاست‌گذاران تلاش می‌کنند از افزایش ناگهانی هزینه خدمات برای خانوارها جلوگیری کنند، اما کارشناسان اقتصادی معتقدند اگر فاصله میان قیمت‌های مصوب و هزینه‌های واقعی بیش از اندازه افزایش یابد، نتیجه آن نه کنترل بازار، بلکه شکل‌گیری نارضایتی دوطرفه خواهد بود.

این موضوع در صنف قالیشویی اهمیت بیشتری پیدا می‌کند؛ زیرا کیفیت خدمات، ارتباط مستقیمی با مواد مصرفی، تجهیزات و نیروی انسانی دارد. کاهش هر یک از این مؤلفه‌ها می‌تواند بر سلامت و ماندگاری فرش‌ها اثر بگذارد؛ کالایی که در بسیاری از خانه‌های ایرانی، سرمایه‌ای ارزشمند به شمار می‌رود.

■ نظارت، اعتماد و مسئولیت صنفی

در کنار مسائل اقتصادی، موضوع نظارت بر فعالیت واحدهای خدماتی نیز از دیگر دغدغه‌های این بازار است. با گسترش فضای مجازی و تبلیغات اینترنتی، انتخاب یک قالیشویی برای بسیاری از شهروندان بیش از گذشته به تبلیغات وابسته شده

بلا تکلیفی در تصویب نرخ‌نامه

محسوب نمی‌شود؛ چراکه قیمت مواد شوینده دست‌کم دو برابر و در برخی اقلام تا سه برابر افزایش یافته است. از سوی دیگر، واحدهای قالیشویی، مجموعه‌هایی کارگرمحور هستند که بین ۲۰ تا ۵۰ نیروی کار دارند و تأمین هزینه‌های دستمزد در این شرایط برای آن‌ها به‌شدت دشوار و فاقد صرفه اقتصادی شده است. رئیس اتحادیه قالیشویان تهران با تأیید کاهش تقاضا در بازار خاطرنشان کرد: به‌طور طبیعی، با توجه به شرایط اقتصادی و وضعیت حاکم بر جامعه، قدرت خرید مردم کاهش یافته و به تبع آن، تعداد مشتریان و میزان تقاضا برای خدمات قالیشویی نیز افت کرده است.

■ هشدار به مجموعه‌های غیرمجاز

وی در بخش دیگری از سخنان خود، تعداد قالیشویی‌های دارای جواز کسب در سطح شهر تهران را حدود ۳۵۰ واحد اعلام کرد و با هشدار نسبت به فعالیت واحدهای غیرمجاز گفت: مردم پیش از سپردن فرش‌های خود، حتماً باید از اصالت و اعتبار واحد خدماتی اطمینان حاصل کنند.

ساده‌ترین راه برای این کار، مراجعه به پورتال رسمی اتحادیه و استعلام نام قالیشویی است. اکیدا توصیه می‌کنیم شهروندان به

یکی از مهم‌ترین چالش‌هایی که امروز بسیاری از فعالان صنف قالیشویی از آن سخن می‌گویند، فاصله میان نرخ‌های رسمی خدمات و هزینه‌های واقعی ارائه آن است. در حالی که قیمت نهادهای تولید، دستمزد نیروی انسانی، مواد مصرفی و هزینه‌های جانبی طی ماه‌های اخیر بارها دستخوش تغییر شده، فرآیند بازنگری در نرخ‌نامه‌های رسمی همواره با تأخیر و پیچیدگی‌های اداری همراه بوده است.

در ظاهر، ثابت ماندن نرخ خدمات می‌تواند به نفع مصرف‌کننده تلقی شود؛ اما در عمل، استمرار این وضعیت لزوماً به حفظ منافع مشتری منجر نمی‌شود. زمانی که هزینه‌های واقعی ارائه یک خدمت با قیمت مصوب همخوانی نداشته باشد، واحد صنفی ناچار است برای ادامه فعالیت، راهی برای جبران این فاصله پیدا کند. این جبران ممکن است از طریق کاهش حاشیه سود، تعویق سرمایه‌گذاری، فرسوده شدن تجهیزات، کاهش کیفیت برخی خدمات یا حتی دریافت هزینه‌های خارج از نرخ‌های رسمی صورت گیرد؛ روندی که در نهایت هم ارائه‌دهنده خدمت و هم مصرف‌کننده را با چالش مواجه می‌کند.

روایت فعالان صنف

از مشکلات امروز بازار

آنچه امروز از سوی فعالان صنعت قالیشویی مطرح می‌شود، صرفاً مطالبه افزایش نرخ خدمات نیست؛ بلکه تأکید بر ضرورت ایجاد تناسب میان هزینه‌های واقعی و قیمت‌های مصوب است. آنان معتقدند تداوم شکاف میان این دو، نه‌تنها برنامه‌ریزی اقتصادی واحدهای صنفی را دشوار می‌کند، بلکه زمینه بروز اختلاف میان مشتریان و ارائه‌دهندگان خدمات را نیز افزایش می‌دهد.

در همین چارچوب، رئیس اتحادیه قالیشویان تهران نیز در گفت‌وگو با خبرنگار ما، ضمن تشریح آخرین وضعیت این صنف، از افزایش چشمگیر هزینه‌های تولید، بلا تکلیفی در تصویب نرخ‌نامه جدید، کاهش تقاضا و پیامدهای ناشی از فاصله میان نرخ‌های رسمی و هزینه‌های واقعی سخن گفته است؛ موضوعی که به اعتقاد وی، امروز به یکی از مهم‌ترین چالش‌های پیش‌روی واحدهای قالیشویی و حتی مصرف‌کنندگان تبدیل شده است.

■ کیفیت، سرمایه‌ای که نباید قربانی شود

فرش، به‌ویژه فرش دستباف، برای بسیاری از خانواده‌های ایرانی تنها یک کالای مصرفی نیست؛ بلکه بخشی از دارایی، هویت فرهنگی و حتی سرمایه خانوار محسوب می‌شود. از همین رو، کیفیت خدمات قالیشویی اهمیت ویژه‌ای پیدا می‌کند.

استفاده از مواد شوینده استاندارد، تجهیزات مناسب، نیروی انسانی آموزش‌دیده و رعایت اصول حرفه‌ای در شست‌وشو، عواملی هستند که مستقیماً بر سلامت و دوام فرش اثر می‌گذارند. هر گونه صرفه‌جویی غیراصولی در این بخش‌ها، ممکن است خسارت‌هایی ایجاد کند که جبران آن برای مشتری و واحد خدماتی آسان نباشد.

به همین دلیل، کارشناسان معتقدند حمایت از فعالیت حرفه‌ای واحدهای مجاز، تنها به معنای حمایت از یک صنف نیست؛ بلکه به حفظ کیفیت خدمات، صیانت از حقوق مصرف‌کنندگان و جلوگیری از گسترش فعالیت‌های غیررسمی نیز کمک می‌کند.

■ آینده بازار: نیازمند تصمیم‌های واقع‌بینانه

بازار قالیشویی نیز مانند بسیاری از صنوف خدماتی، بیش از هر چیز به ثبات و امکان پیش‌بینی نیاز دارد. سرمایه‌گذاری در تجهیزات جدید، آموزش نیروهای انسانی، توسعه خدمات نوین و ارتقای کیفیت، زمانی امکان‌پذیر خواهد بود که فعالان اقتصادی بتوانند بر اساس چشم‌اندازی روشن برای آینده برنامه‌ریزی کنند.

بازنگری به‌موقع در نرخ‌نامه‌ها، تسهیل فرآیندهای تصمیم‌گیری، افزایش شفافیت در سازوکار قیمت‌گذاری، تقویت نظارت بر واحدهای غیرمجاز و حمایت از فعالیت بنگاه‌های رسمی، از جمله اقداماتی است که می‌تواند به ایجاد تعادل در این بازار کمک کند. در مقابل، ادامه وضعیت کنونی، نه‌تنها مشکلات اقتصادی واحدهای صنفی را کاهش نخواهد داد، بلکه احتمال تشدید اختلاف میان هزینه‌های واقعی و قیمت‌های رسمی را نیز افزایش می‌دهد.

است؛ در حالی که همه مجموعه‌های فعال در این فضا، الزاماً دارای مجوز رسمی یا تحت نظارت نهادهای صنفی نیستند. فعالیت واحدهای فاقد مجوز، علاوه بر ایجاد رقابت ناسالم، می‌تواند حقوق مصرف‌کنندگان را نیز با مخاطره مواجه کند. در صورت بروز خسارت، مفقود شدن فرش یا بروز اختلاف میان مشتری و ارائه‌دهنده خدمت، پیگیری حقوقی در قبال مجموعه‌های غیرمجاز معمولاً دشوارتر از واحدهایی است که تحت پوشش اتحادیه فعالیت می‌کنند.

به همین دلیل، کارشناسان حوزه اصناف تأکید می‌کنند که اعتبار یک واحد خدماتی، تنها به تبلیغات یا قیمت پایین آن وابسته نیست، بلکه برخورداری از مجوز رسمی، پاسخگویی در برابر مشتری و پذیرش مسئولیت‌های قانونی نیز از مهم‌ترین شاخص‌های انتخاب محسوب می‌شود.

در چنین شرایطی، اتحادیه‌های صنفی علاوه بر نقش تنظیم‌گری، وظیفه اطلاع‌رسانی، رسیدگی به شکایات و نظارت بر عملکرد واحدهای دارای مجوز را نیز بر عهده دارند. با این حال، زمانی که ابزارهای نظارتی از نرخ‌گذاری غیرواقعی همراه شود، رسیدگی به اختلافات نیز با پیچیدگی بیشتری روبه‌رو خواهد شد.



هیچ‌عنوان به واحدهایی که نام آن‌ها در سایت اتحادیه ثبت و تأیید نشده است، اعتماد نکنند.

■ ریشه اصلی نارضایتی مشتریان

محمدی کمرسرخ در پایان،

مهم‌ترین معضل فعلی صنف قالیشویان را به‌روز نشدن نرخ‌نامه رسمی دانست و تصریح کرد: پایین نگه داشتن دستوری نرخ خدمات، یک بازی دو سر باخت برای صنف و مصرف‌کننده است.

وقتی قیمت رسمی پایین‌تر از هزینه‌های واقعی تعیین می‌شود، قالیشویی‌ها امکان ارائه خدمات باکیفیت را با هزینه واقعی ندارند. از سوی دیگر، اگر واحد صنفی برای جبران هزینه‌ها مبلغی بالاتر از نرخ‌نامه دریافت کند، موجب نارضایتی مشتری و ثبت شکایت در اتحادیه می‌شود. در زمان رسیدگی به شکایات نیز ملاک عمل، همان نرخ‌نامه رسمی و البته غیرواقعی است؛ موضوعی که این چرخه معیوب را تداوم بخشیده و در نهایت به نارضایتی هم‌زمان مشتریان و صاحبان کسب‌وکار منجر می‌شود.

سخن پایانی

شود، تثبیت طولانی‌مدت نرخ‌ها نیز، در صورت بی‌توجهی به هزینه‌های واقعی، پیامدهایی برای کیفیت خدمات، استمرار فعالیت واحدهای صنفی و رضایت مصرف‌کنندگان خواهد داشت. شاید امروز، بیش از هر زمان دیگری، بازار قالیشویی به تصمیم‌هایی نیاز دارد که هم منافع فعالان این صنف را در نظر بگیرد و هم حقوق

صنعت قالیشویی شاید در مقایسه با بسیاری از بخش‌های اقتصادی، سهم کوچکی در تولید ناخالص داخلی داشته باشد، اما نقشی که در اشتغال، ارائه خدمات شهری و حفظ یکی از ارزشمندترین دارایی‌های خانواده‌های ایرانی ایفا می‌کند، قابل چشم‌پوشی نیست. این صنعت، امروز بیش از هر زمان دیگری، تحت تأثیر شرایط عمومی اقتصاد کشور قرار

گرفته و همان مشکلاتی را تجربه می‌کند که بسیاری از کسب‌وکارهای خدماتی با آن روبه‌رو هستند؛ افزایش هزینه‌ها، کاهش تقاضا و دشواری در ایجاد توازن میان قیمت و کیفیت. تجربه نشان داده است که پایداری هیچ بازاری با نادیده گرفتن واقعیت‌های اقتصادی امکان‌پذیر نیست. همان‌گونه که افزایش بی‌ضابطه قیمت‌ها می‌تواند به کاهش قدرت خرید مردم منجر