



سازمان توسعه تجارت ایران
رایزن بازرگانی جمهوری اسلامی ایران
اربیل - عراق

گزارش کالایی کولر آبی

بررسی میدانی : بازار اقلیم کردستان

فهرست مطالب

ردیف	عنوان	صفحه
۱	مقدمه	۳
۲	میزان واردات کولر آبی توسط عراق و اقلیم کردستان در سال ۲۰۲۵	۴ _ ۵
۳	روند صادرات کولر آبی از جمهوری اسلامی ایران به عراق و اقلیم کردستان از سال ۱۳۹۰ تا سال ۱۴۰۳	۵
۴	میزان صادرات کولر آبی جمهوری اسلامی ایران به عراق و اقلیم کردستان در ۱۰ ماهه سال ۱۴۰۴	۶
۵	ردیف های مختلف کولر آبی صادراتی جمهوری اسلامی ایران به عراق و اقلیم در ۱۰ ماهه سال ۱۴۰۴ و مقایسه با مدت مشابه در سال ۱۴۰۳	۶
۶	عملکرد گمرکات در صادرات کولر آبی به عراق و اقلیم کردستان در ۱۰ ماهه سال ۱۴۰۴ و مقایسه با مدت مشابه ۱۴۰۳	۷
۷	ظرفیت تولید اقلیم کردستان در زمینه تولید کولر آبی	۸ _ ۱۰
۸	رقبای اصلی کولر آبی جمهوری اسلامی ایران در اقلیم کردستان و سهم بازار آنها	۱۰ _ ۱۱
۹	راههای نفوذ ، ورود و یا توسعه بازار کولر آبی در اقلیم کردستان عراق	۱۲
۱۰	میزان تعرفه و مالیات واردات انواع کولر آبی در اقلیم کردستان	۱۳
۱۱	چالش های پیش روی صادرات کولر آبی شرکتهای ایرانی	۱۳ _ ۱۶
۱۲	پیشنهادهای لازم برای توسعه صادرات کولر آبی شرکتهای ایرانی به عراق و اقلیم کردستان	۱۶ _ ۱۹

کولر آبی یکی از تجهیزات مهم و پرتقاضا در بازار لوازم سرمایشی عراق و به‌ویژه اقلیم کردستان است که با توجه به شرایط اقلیمی گرم و خشک بخش قابل‌توجهی از این مناطق، در ماه‌های گرم سال با افزایش محسوس تقاضا مواجه می‌شود. رشد جمعیت شهری، توسعه ساخت‌وساز، افزایش سطح رفاه خانوارها و گسترش واحدهای تجاری، اداری و صنعتی، از جمله عواملی هستند که طی سال‌های اخیر بر تقاضای تجهیزات سرمایشی در عراق تأثیر گذاشته‌اند. در این میان، کولرهای آبی به دلیل مصرف برق پایین‌تر نسبت به برخی سیستم‌های سرمایشی تراکمی، هزینه خرید و نگهداری مناسب و سادگی تعمیر و سرویس، همچنان جایگاه قابل‌توجهی در سبد تجهیزات سرمایشی بازار عراق و اقلیم کردستان دارند.

بازار کولر آبی عراق علاوه بر تولیدات داخلی، تا حد زیادی متکی به واردات است و بخش قابل‌توجهی از نیاز بازار از طریق کشورهای مختلف تأمین می‌شود. در این میان، اقلیم کردستان عراق به دلیل نزدیکی جغرافیایی به ایران، برخورداری از مرزهای زمینی متعدد، ارتباطات تجاری گسترده با ایران و حضور شبکه‌ای از تجار و توزیع‌کنندگان، از اهمیت ویژه‌ای برای صادرکنندگان ایرانی برخوردار است. با این حال، حضور برندهای ترکیه‌ای، چینی و سایر تأمین‌کنندگان خارجی، تغییر الگوی مصرف، افزایش حساسیت مصرف‌کنندگان نسبت به کیفیت، طراحی، مصرف انرژی و خدمات پس از فروش و همچنین تحولات مقرراتی و گمرکی، رقابت در این بازار را افزایش داده است.

بر این اساس، گزارش حاضر با هدف بررسی بازار کولر آبی در عراق و اقلیم کردستان، ضمن تحلیل روند و ساختار واردات این محصول، به شناسایی مهم‌ترین کشورهای رقیب، جایگاه ایران در بازار، ظرفیت‌های موجود، موانع و چالش‌های صادراتی برای شرکت‌های ایرانی می‌پردازد و در نهایت، پیشنهادهایی برای افزایش حضور و سهم محصولات ایرانی در این بازار ارائه خواهد کرد.

میزان واردات انواع کولر آبی توسط عراق و اقلیم کردستان در سال ۲۰۲۵:

براساس آمار اخذ شده از Trade Map (ITC)، در سال ۲۰۲۵ عراق ۱۱۰ میلیون دلار انواع کولر آبی وارد نموده است. در این میان میزان واردات عراق از کشورها به ترتیب، چین ۱۰۷ میلیون دلار، ترکیه ۰/۷۳۷ میلیون دلار، هند ۰/۶۰۶ میلیون دلار، استرالیا ۰/۵۶۳ میلیون دلار، آلمان ۰/۲۰۶ میلیون دلار، عربستان سعودی ۰/۱۴۶ میلیون دلار، برزیل ۰/۰۹۱ میلیون دلار و ... بوده است. لازم به ذکر است آمار ج.ا.ایران در سال ۲۰۲۵ در Trade Map (ITC) درج نشده است با این حال براساس آمار گمرک، جمهوری اسلامی ایران در همین سال به میزان ۸۸/۷ میلیون دلار انواع کولر آبی به کشور عراق صادرات نموده است.

بنابراین، مجموع واردات عراق از این گروه کالایی در سال ۲۰۲۵، با احتساب واردات از ایران و سایر کشورها، ۱۹۸/۷ میلیون دلار می باشد.

مهمترین کشورهای صادرکننده کولر آبی به عراق و اقلیم کردستان در سال ۲۰۲۵_ منبع: Trade Map (ITC) و گمرک

ردیف	کشور صادرکننده	ارزش (میلیون دلار)	درصد سهم بازار در عراق
۱	چین	۱۰۷	۵۳/۸
۲	جمهوری اسلامی ایران	۸۸/۷	۴۴/۶
۳	ترکیه	۰/۷۳۷	۰/۳۷
۴	هند	۰/۶۰۶	۰/۳۰۴
۵	استرالیا	۰/۵۶۳	۰/۲۸

ردیف	کشور صادرکننده	ارزش (میلیون دلار)	درصد سهم بازار در عراق
۶	آلمان	۰/۲۰۶	۰/۱
۷	عربستان سعودی	۰/۱۴۶	۰/۰۷
۸	برزیل	۰/۰۹۱	۰/۰۴۵
۹	آمریکا	۰/۰۸۳	۰/۰۴۱
۱۰	ایتالیا	۰/۰۸۲	۰/۰۴۱

روند صادرات انواع کولر آبی از جمهوری اسلامی ایران به عراق و اقلیم کردستان از سال ۱۳۹۰ تا سال ۱۴۰۳



میزان صادرات کولر آبی جمهوری اسلامی ایران به عراق و اقلیم کردستان در ۱۰ ماهه سال ۱۴۰۴:

در ۱۰ ماهه سال ۱۴۰۴ جمهوری اسلامی ایران ۵۹/۶ میلیون دلار انواع کولر آبی با وزن ۲۲۸۲۱ تن به عراق و

اقلیم کردستان صادرات نموده است که در مقایسه با مدت مشابه در سال ۱۴۰۳ از لحاظ ارزش ۸/۳ درصد و از

لحاظ وزن ۲۰/۷ درصد کاهش داشته است.

گروه	ارزش ۱۰ ماهه (میلیون دلار)		درصد تغییرات ارزشی
	۱۴۰۳	۱۴۰۴	
کولر آبی	۶۵	۵۹/۶	۸/۳٪ -

ردیف های مختلف کولر آبی صادراتی جمهوری اسلامی ایران به عراق و اقلیم در ۱۰ ماهه سال ۱۴۰۴ و مقایسه با مدت مشابه در سال ۱۴۰۳

زیر گروه ۲	عنوان	ارزش ۱۰ ماهه (میلیون دلار)		درصد تغییرات ارزشی
		۱۴۰۳	۱۴۰۴	
کولر آبی	کولرهای آبی خانگی با هوا دهی حدا کثر ۸۰۰۰ فوت مکعب در دقیقه (M.F.C)	۶۲/۲	۵۴/۵	۱۲/۳ -
کولر آبی	سایر دستگاه های خنک کردن هوا از طریق تبخیری به جز ردیف ۸۴۷۹۶۰۱۰	۲/۸	۵	۷۸/۷

عملکرد گمرکات در صادرات انواع کولر آبی به عراق و اقلیم کردستان در ۱۰ ماهه سال ۱۴۰۴ و مقایسه با مدت مشابه سال ۱۴۰۳

گمرک	زیر گروه ۲	ارزش ۱۰ ماهه (میلیون دلار)	
		۱۴۰۳	۱۴۰۴
پرویز خان	کولر آبی	۱۸/۹	۱۳
ارومیه	کولر آبی	۵/۸	۹/۴
تمرچین پیرانشهر	کولر آبی	۱۰	۷/۷
تبریز	کولر آبی	۵/۶	۶/۲
شهرکرد	کولر آبی	۶/۲	۵/۴
منطقه ویژه اقتصادی سهلان	کولر آبی	۱/۷	۴/۴
سومار	کولر آبی	۰	۴/۳
خسروی	کولر آبی	۰	۳/۳
منطقه ویژه اقتصادی پیام	کولر آبی	۵/۹	۲
سمنان	کولر آبی	۱/۴	۱/۳
مهران	کولر آبی	۱/۶	۰/۷۸
چذابه -مرزبستان	کولر آبی	۰	۰/۴۴
منطقه ویژه اقتصادی کاوه	کولر آبی	۰/۳۶	۰/۳۲
قزوین	کولر آبی	۰/۳۴	۰/۲۷
کرمانشاه	کولر آبی	۳/۹	۰/۱۵
غرب تهران	کولر آبی	۱/۳	۰/۱۵
مشهد	کولر آبی	۰/۱	۰/۱
باشماق	کولر آبی	۰/۱	۰/۰۹
بازارچه کیله سردشت	کولر آبی	۰/۰۹	۰/۰۴
سنندج	کولر آبی	۰	۰/۰۰۴
اصفهان	کولر آبی	۰/۱۵	۰
کاشان	کولر آبی	۰/۲۵	۰

وضعیت و ظرفیت تولید کولر آبی در اقلیم کردستان

بررسی وضعیت بازار تجهیزات سرمایشی در اقلیم کردستان نشان می‌دهد که اگرچه بازار کولر آبی همچنان وابستگی قابل توجهی به واردات دارد، اما در سال‌های اخیر ظرفیت‌هایی برای تولید داخلی و مونتاژ کولرهای آبی در اقلیم ایجاد شده است. یکی از مهم‌ترین واحدهای فعال در این زمینه، شرکت سیتا برای تولید و ساخت وسایل سرمایشی در اربیل است که در حوزه تولید کولر آبی فعالیت دارد و از ظرفیت اسمی تولید حدود ۱۲۰ هزار دستگاه در سال برخوردار است. وجود چنین واحدی نشان‌دهنده شکل‌گیری ظرفیت صنعتی در حوزه تولید تجهیزات سرمایشی در اقلیم است، هرچند این ظرفیت در مقایسه با نیاز کل بازار اقلیم و عراق همچنان محدود ارزیابی می‌شود.

• شرکت سیتا و ساختار تولید

بررسی ساختار تأمین مواد اولیه و قطعات شرکت سیتا نشان می‌دهد که تولید این کارخانه تا حد قابل توجهی به زنجیره تأمین خارجی وابسته است. این شرکت موتور کولر و بخش عمده پدهای سلولزی مورد استفاده در تولید کولرهای آبی را از واحدهای تولیدی ایران تأمین می‌کند. همچنین بخش دیگری از قطعات و اجزای مورد نیاز تولید، از چین وارد می‌شود. در بخش مواد اولیه نیز پلی‌پروپیلن مورد استفاده برای تزریق و تولید بدنه پلاستیکی کولر از عربستان سعودی تأمین می‌شود.

این ساختار تأمین بیانگر آن است که تولید کولر آبی در اقلیم کردستان، حداقل در شرایط فعلی، مبتنی بر ترکیبی از تولید و مونتاژ داخلی و تأمین مواد اولیه و قطعات از خارج است و زنجیره کامل تولید در داخل اقلیم شکل نگرفته است. در نتیجه، بخش مهمی از ارزش افزوده محصول از طریق تأمین قطعات، مواد اولیه و تجهیزات تولید از کشورهای دیگر ایجاد می‌شود.

- ظرفیت تولید و میزان وابستگی به واردات

ظرفیت اسمی ۱۲۰ هزار دستگاه در سال برای کارخانه سیتا، در صورت بهره‌برداری کامل از خطوط تولید، ظرفیت قابل توجهی برای بازار اقلیم محسوب می‌شود و این شرکت را در زمره مهم‌ترین ظرفیت‌های تولید داخلی کولر آبی در اقلیم قرار می‌دهد.

از سوی دیگر، وابستگی کارخانه به واردات برخی قطعات و مواد اولیه، ضمن ایجاد محدودیت‌هایی در برابر نوسانات قیمت، نرخ ارز و هزینه‌های حمل‌ونقل، فرصت قابل توجهی برای توسعه صادرات قطعات و مواد اولیه از ایران به اقلیم ایجاد می‌کند. تأمین موتور کولر و بخش عمده پدهای سلولزی از ایران نشان می‌دهد که بخشی از زنجیره تولید این محصول هم‌اکنون نیز با ظرفیت‌های صنعتی ایران ارتباط دارد.

- ساختار بازار و رقابت

در کنار تولید داخلی، بخش مهمی از نیاز بازار کولر آبی اقلیم از طریق واردات محصولات آماده تأمین می‌شود. محصولات وارداتی عمدتاً از کشورهای دارای سابقه و ظرفیت تولید تجهیزات سرمایشی، به‌ویژه چین، ترکیه و ایران، وارد بازار می‌شوند. نزدیکی جغرافیایی ایران و اقلیم، وجود مرزهای زمینی، هزینه نسبتاً پایین حمل‌ونقل و سابقه روابط تجاری میان دو طرف، از مزیت‌های مهم ایران در این بازار محسوب می‌شود.

با این حال، توسعه تولید داخلی در اقلیم می‌تواند در میان‌مدت موجب تغییر بخشی از الگوی واردات شود، به‌ویژه اگر تولیدکنندگان داخلی بتوانند با افزایش ظرفیت، تنوع محصولات و توسعه شبکه توزیع، بخشی از بازار داخلی را در اختیار بگیرند. در چنین شرایطی، رقابت شرکت‌های ایرانی صرفاً با واردکنندگان و برندهای خارجی نخواهد بود، بلکه تولیدکنندگان داخلی اقلیم نیز به تدریج به بخشی از ساختار رقابتی بازار تبدیل خواهند شد.

• ارزیابی ظرفیت توسعه تولید

اقلیم کردستان از نظر تقاضای بالقوه برای کولرهای آبی شرایط مناسبی دارد. آب و هوای گرم در بخش قابل توجهی از سال، توسعه شهرنشینی، افزایش ساخت و ساز مسکونی و تجاری و نیاز مصرف کنندگان به تجهیزات سرمایشی با قیمت و هزینه مصرف برق مناسب، زمینه مناسبی برای توسعه این صنعت فراهم کرده است.

همچنین ظرفیت تولید ۱۲۰ هزار دستگاهی شرکت سیتا نشان می‌دهد که امکان شکل‌گیری تولید در مقیاس صنعتی در اقلیم وجود دارد. در صورت توسعه خطوط تولید و افزایش بهره‌برداری از ظرفیت موجود، علاوه بر تأمین بخشی از نیاز بازار اقلیم، امکان استفاده از اقلیم کردستان به عنوان پایگاه تولید و توزیع کولر آبی برای سایر مناطق عراق نیز وجود خواهد داشت.

رقبای اصلی کولر آبی جمهوری اسلامی ایران در اقلیم کردستان و سهم بازار آنها

بازار کولر آبی در اقلیم کردستان از نظر عرضه، بازاری رقابتی است و علاوه بر محصولات ایرانی، تولیدات چین، ترکیه و تولیدکنندگان داخلی اقلیم نیز در آن حضور دارند. بر اساس برآورد انجام‌شده از ساختار بازار، محصولات چینی با سهم حدود ۵۰ درصد، بزرگ‌ترین سهم بازار کولر آبی اقلیم کردستان را در اختیار دارند. قیمت رقابتی، تنوع محصولات، دسترسی گسترده و حضور فعال واردکنندگان و شبکه‌های توزیع، از مهم‌ترین عوامل تقویت جایگاه محصولات چینی در بازار محسوب می‌شود.

با توجه به حجم کولرهای آبی و هزینه‌های حمل و نقل، محصولات چینی غالباً به صورت کامل و مونتاژشده وارد اقلیم نمی‌شوند، بلکه قطعات و اجزای کولر به صورت تفکیک‌شده و باز شده به اقلیم کردستان ارسال و پس از ورود، در داخل اقلیم مونتاژ می‌شوند. این شیوه، ضمن کاهش حجم محموله و هزینه‌های حمل و نقل، امکان عرضه با قیمت رقابتی‌تر و انعطاف‌پذیری بیشتر در فرآیند توزیع و فروش را برای واردکنندگان فراهم می‌کند.

محصولات ایرانی با سهم حدود ۳۰ درصد در جایگاه دوم بازار قرار دارند و از حضور قابل توجهی در بازار اقلیم برخوردارند. نزدیکی جغرافیایی، هزینه حمل و نقل مناسب، سابقه طولانی تجارت میان ایران و اقلیم، شناخت مصرف کنندگان از برخی برندهای ایرانی و همچنین رقابت پذیری قیمت و کیفیت، از مهم ترین مزیت های محصولات ایرانی در این بازار است. با این حال، فاصله سهم ایران با چین نشان می دهد که محصولات ایرانی همچنان ظرفیت قابل توجهی برای افزایش سهم بازار دارند.

محصولات ترکیه ای حدود ۵ درصد از بازار را به خود اختصاص داده اند و در مقایسه با محصولات چینی و ایرانی سهم محدودتری دارند. در مقابل، تولیدات داخلی اقلیم حدود ۱۵ درصد از بازار کولر آبی را تأمین می کنند. وجود واحدهایی نظیر شرکت سیتا و ظرفیت اسمی تولید ۱۲۰ هزار دستگاه در سال، نشان دهنده شکل گیری ظرفیت تولید داخلی در این حوزه است. با توجه به وابستگی این واحدها به تأمین بخشی از قطعات و مواد اولیه از خارج، تولید داخلی اقلیم همچنان در زنجیره تأمین خود با وابستگی خارجی مواجه است.

از منظر صادراتی، سهم ۳۰ درصدی ایران بیانگر جایگاه مناسب محصولات ایرانی در بازار اقلیم است، اما همزمان سهم ۵۰ درصدی چین نشان دهنده فشار رقابتی قابل توجه بر صادر کنندگان ایرانی است. برای افزایش سهم ایران، صرفاً رقابت قیمتی با محصولات چینی کافی نخواهد بود، بلکه عواملی نظیر ارتقای کیفیت و طراحی، استفاده از تکنولوژی روز، کاهش مصرف انرژی، ارائه خدمات پس از فروش، تأمین مستمر قطعات یدکی و تقویت شبکه نمایندگی و توزیع در اقلیم اهمیت ویژه ای دارد.

همچنین با توجه به اینکه بخشی از مواد اولیه و قطعات مورد استفاده تولید کنندگان داخلی اقلیم، از کشورهای دیگر تأمین می شود، فرصت ایران صرفاً به صادرات کولر کامل محدود نیست و می تواند شامل حضور در زنجیره تأمین تولید کنندگان داخلی اقلیم نیز باشد. این موضوع در شرایطی که تولید داخلی اقلیم در حال توسعه است، می تواند به حفظ و افزایش سهم ایران در بازار کولر آبی کمک کند

راههای نفوذ، ورود و یا توسعه بازار کولر آبی در اقلیم کردستان عراق

- حضور در نمایشگاههای تخصصی
- استفاده از بازاریابان محلی
- داشتن شریک تجاری محلی
- ثبت شرکت و برند در اقلیم کردستان عراق و حضور و فروش مستقیم
- استفاده از EMC ها
- اعطای نمایندگی به تجار خوشنام در اقلیم کردستان : برندهایی که نماینده رسمی دارند فروش پایدارتر دارند.
- استفاده از خدمات مراکز تجاری سلیمانیه و موصل
- ایجاد فروشگاه یا شوروم اختصاصی برای معرفی مستقیم محصولات، تقویت تصویر برند و ایجاد اعتماد در میان مشتریان
- همکاری با فروشگاهها و مراکز خرید معتبر
- بومی سازی محصولات متناسب با شرایط آب و هوایی اقلیم
- برگزاری برنامه های معرفی و تبلیغاتی مشترک با نمایندگان محلی

میزان تعرفه و مالیات واردات کولر آبی در اقلیم کردستان

ردیف	کالای وارداتی به اقلیم کردستان	تعرفه و مالیات واردات برای هر تن
۱	کولر آبی با بدنه پلاستیکی	۹۰ دلار تعرفه و ۱۴ دلار مالیات
۲	انواع دیگر کولر آبی	۱۱۳ دلار تعرفه و ۱۷ دلار مالیات

چالش های پیش روی صادرات کولر آبی شرکتهای ایرانی

۱- ضعف در تبلیغات و معرفی برندهای ایرانی

بسیاری از شرکت های ایرانی حضور تبلیغاتی مستمر و هدفمندی در بازار اقلیم ندارند و معرفی محصولات عمدتاً به زمان نمایشگاه ها یا فعالیت محدود نمایندگان تجاری منحصر می شود. این موضوع موجب کاهش شناخت مصرف کنندگان و فروشندگان محلی از برندهای ایرانی در مقایسه با برندهای رقیب می شود .

۲- عدم ماندگاری و حضور مستمر در بازار

یکی از چالش های مهم، ورود مقطعی برخی شرکت های ایرانی به بازار و عدم تداوم فعالیت آنهاست. قطع همکاری با نماینده، توقف عرضه محصول یا کاهش فعالیت پس از مدت کوتاه، اعتماد توزیع کنندگان و مصرف کنندگان را کاهش داده و زمینه را برای تثبیت برندهای رقیب فراهم می کند .

۳- ضعف در ایجاد و حفظ شبکه نمایندگی

برخی شرکت‌ها پس از ورود اولیه به بازار، برنامه مشخصی برای ایجاد شبکه منسجم نمایندگان فروش، خدمات و توزیع ندارند. در نتیجه پوشش جغرافیایی محصولات محدود باقی مانده و امکان رقابت با برندهایی که شبکه توزیع تثبیت شده دارند کاهش می‌یابد.

۴- فقدان برنامه بازاریابی متناسب با بازار اقلیم

استفاده از روش‌های تبلیغاتی و بازاریابی داخل ایران بدون توجه به ویژگی‌های بازار اقلیم، زبان، سلیقه مصرف‌کننده و شیوه تصمیم‌گیری خریداران، اثربخشی فعالیت‌های تبلیغاتی را کاهش می‌دهد.

۵- عدم ثبات در همکاری با نمایندگان محلی

تغییر مکرر نمایندگان یا مشخص نبودن محدوده فعالیت، انحصار، اهداف فروش و تعهدات طرفین، موجب کاهش انگیزه نماینده محلی برای سرمایه‌گذاری بلندمدت بر روی برند ایرانی می‌شود.

۶- رقابت شدید قیمتی با محصولات چینی

قیمت پایین‌تر و تنوع محصولات چینی، به‌ویژه در بخش محصولات اقتصادی، رقابت برای شرکت‌های ایرانی را دشوار کرده و ضرورت ارائه مزیت‌های مشخص در زمینه کیفیت، مصرف انرژی، خدمات و دوام محصول را افزایش می‌دهد.

۷- فقدان تمایز مشخص محصول

در بخشی از بازار، محصولات ایرانی مزیت‌های خود را در زمینه کیفیت، راندمان، مصرف برق، طول عمر و خدمات پس از فروش به صورت مؤثر به مشتری معرفی نکرده‌اند، بنابراین انتخاب محصول برای مصرف‌کننده ممکن است عمدتاً بر مبنای قیمت صورت گیرد.

۸- حضور مقطعی در نمایشگاه‌ها بدون پیگیری تجاری

شرکت در نمایشگاه‌های اقلیم در صورتی که با برنامه مشخص برای شناسایی نماینده، جمع‌آوری اطلاعات مشتریان، مذاکرات B2B و پیگیری پس از نمایشگاه همراه نباشد، الزاماً به قرارداد و افزایش صادرات منجر نخواهد شد.

۹- عدم توجه کافی به بازار پس از فروش

برخی شرکت‌ها تمرکز اصلی خود را بر فروش اولیه محصول قرار داده و برنامه مشخصی برای حفظ مشتری، تأمین قطعات، تعمیرات، گارانتی و ارتباط مستمر با مصرف‌کننده ندارند، در حالی که این عوامل در ماندگاری برند مؤثر است.

۱۰- هزینه بالای حمل و نگهداری محصول

حجم نسبتاً بزرگ کولرهای آبی در مقایسه با ارزش آنها، هزینه حمل‌ونقل و انبارداری را افزایش داده و در صورت ارسال محموله‌های کوچک، می‌تواند بر قیمت تمام‌شده و قدرت رقابتی محصول اثرگذار باشد.

۱۱- عدم حضور مستمر مدیران و تیم‌های فروش شرکت‌ها در بازار

ارتباط مستمر با نمایندگان، عمده‌فروشان و فعالان بازار برای شناسایی تغییرات تقاضا و رقبا ضروری است، در حالی که برخی شرکت‌ها پس از ایجاد ارتباط اولیه، پیگیری منظم بازار را انجام نمی‌دهند.

۱۲- ضعف در شناخت دقیق رفتار مصرف کننده اقلیم

تفاوت نیازهای مصرف کنندگان در شهرهایی مانند اربیل، سلیمانیه و دهوک و همچنین تفاوت قدرت خرید و شرایط اقلیمی مناطق مختلف، ضرورت اتخاذ رویکرد منطقه‌ای در بازاریابی و عرضه محصول را ایجاد می‌کند.

پیشنهادهای لازم برای توسعه صادرات کولر آبی شرکت‌های ایرانی به عراق و اقلیم کردستان

با توجه به رشد رقابت در بازار عراق و اقلیم کردستان، حضور گسترده برندهای بین‌المللی و ترکیه‌ای، تغییر سلیقه مصرف کنندگان و اهمیت برندسازی و شبکه توزیع، توسعه صادرات کولر آبی ایران مستلزم تغییر رویکرد از صادرات صرف به حضور پایدار در بازار هدف است. در این راستا، پیشنهادهای زیر ارائه می‌شود:

۱- توسعه محصولات متناسب با بازار هدف

- شرکت‌ها ضمن حفظ مدل‌های موجود، نسبت به تولید یا عرضه کولرهایی با ظرفیت‌های متنوع، مصرف برق پایین، راندمان سرمایشی مناسب و طراحی متناسب با شرایط اقلیمی اقدام کنند.
- تولید محصولات در رده‌های اقتصادی، میان‌قیمت و نیمه‌لوکس برای پاسخگویی به گروه‌های مختلف درآمدی
- افزایش تنوع محصولات و عرضه مدل‌های جدید متناسب با روندهای روز بازار

۲- تدوین برنامه بازاریابی و حضور بلندمدت در بازار عراق و اقلیم کردستان

شرکت‌های ایرانی از ورود مقطعی به بازار اجتناب کرده و برای حداقل ۵ سال، برنامه مشخصی برای فروش، تبلیغات، توسعه نمایندگی و خدمات پس از فروش تدوین کنند.

۳- تقویت تبلیغات و برندسازی محلی

تبلیغات محصولات در رسانه‌های کردی و عربی، شبکه‌های اجتماعی، فروشگاه‌های تخصصی و بیلборدهای شهری افزایش یابد و مزیت‌هایی نظیر کیفیت، دوام، مصرف برق، خدمات و دسترسی به قطعات به‌صورت هدفمند به مشتری معرفی شود.

۴- ایجاد شبکه نمایندگی رسمی و پایدار

برای هر یک از بازارهای اصلی مانند اربیل، سلیمانیه و دهوک نمایندگان توانمند شناسایی و قراردادهای بلندمدت با اهداف فروش مشخص منعقد شود. عملکرد نمایندگان نیز به‌صورت دوره‌ای ارزیابی شود.

۵- راه‌اندازی مراکز خدمات پس از فروش و تأمین قطعات

شرکت‌های ایرانی نسبت به ایجاد انبار قطعات یدکی و مراکز خدمات فنی در شهرهای اصلی اقدام کنند تا نگرانی مصرف‌کنندگان و فروشندگان درباره تعمیر و نگهداری محصول کاهش یابد.

۶- استفاده از زبان و محتوای بومی در تبلیغات

کاتالوگ، وبسایت، شبکه‌های اجتماعی، دفترچه راهنما و محتوای تبلیغاتی به زبان‌های کردی، عربی و در صورت نیاز انگلیسی تهیه شود و تبلیغات با ویژگی‌های فرهنگی و تجاری بازار هدف تطبیق داده شود.

۷- تقویت مزیت رقابتی در برابر محصولات چینی

رقابت با چین صرفاً از طریق کاهش قیمت دنبال نشود، بلکه کیفیت، طول عمر، مصرف انرژی، خدمات پس از فروش، تأمین قطعات و ضمانت معتبر به‌عنوان محورهای اصلی رقابت مورد استفاده قرار گیرد.

۸- تثبیت حضور شرکت‌ها در نمایشگاه‌های تخصصی عراق و اقلیم کردستان

حضور شرکت‌های ایرانی در نمایشگاه‌های تخصصی تأسیسات، ساختمان و لوازم خانگی با برنامه‌ریزی چندساله انجام شود و مذاکرات نمایشگاهی با برنامه مشخص برای پیگیری و تبدیل سرنخ‌های تجاری به قرارداد دنبال گردد.

۹- ایجاد انبار و مرکز توزیع منطقه‌ای

شرکت‌های بزرگ‌تر می‌توانند با همکاری شرکای محلی نسبت به ایجاد انبار کالا و قطعات در اربیل یا سایر مراکز تجاری اقدام کنند تا زمان تحویل کالا کاهش یافته و امکان تأمین سریع بازار فراهم شود.

۱۰- توسعه صادرات قطعات و همکاری با تولیدکنندگان داخلی

با توجه به وجود تولیدکنندگان داخلی کولر آبی در اقلیم، شرکت‌های ایرانی می‌توانند علاوه بر صادرات محصول نهایی، در زمینه تأمین موتور، پمپ، پد سلولزی، قطعات پلاستیکی و سایر اجزا با تولیدکنندگان و مونتاژکاران محلی همکاری کنند.

۱۱- مونتاژ یا تولید مشترک در اقلیم کردستان

برای شرکت‌هایی که ظرفیت صادرات مستمر دارند، ایجاد خط مونتاژ یا تولید مشترک با یک شریک محلی می‌تواند موجب کاهش هزینه‌های لجستیک، افزایش دسترسی به بازار و تقویت حضور بلندمدت برند ایرانی شود.

۱۲- ارائه شرایط فروش و پرداخت رقابتی

ارائه تخفیف پلکانی به عمده‌فروشان، شرایط اعتباری به نمایندگان معتبر و مشوق‌های فروش برای افزایش حجم سفارش می‌تواند به توسعه شبکه توزیع کمک کند، البته با مدیریت دقیق ریسک وصول مطالبات.

۱۳- استفاده از ظرفیت فروش آنلاین و بازاریابی دیجیتال

شرکت‌ها ضمن همکاری با نمایندگان محلی، حضور فعال در شبکه‌های اجتماعی و پلتفرم‌های فروش عراق و اقلیم را توسعه دهند تا امکان مقایسه محصولات و دسترسی مستقیم‌تر به مصرف‌کنندگان فراهم شود.

۱۴- انجام مطالعات مستمر بازار و رصد رقبا

قیمت، مدل‌های جدید، خدمات، نحوه تبلیغات و شبکه توزیع برندهای چینی، ترکیه‌ای و تولیدات داخلی به صورت مستمر رصد و نتایج آن برای اصلاح استراتژی صادراتی شرکت‌های ایرانی مورد استفاده قرار گیرد.

۱۵- تمرکز بر پروژه‌ها و مشتریان عمده

علاوه بر بازار مصرف خانوار، ظرفیت فروش کولر آبی به پروژه‌های ساختمانی، تجاری، صنعتی، انبارها، کارگاه‌ها، سالن‌های تولید و سایر مصرف‌کنندگان عمده شناسایی و هدف‌گذاری شود.

۱۶- ایجاد ضمانت و گارانتی قابل اتکا در بازار مقصد

ارائه ضمانت‌نامه مشخص و قابل استفاده در اقلیم کردستان، همراه با تأمین قطعات و خدمات فنی، می‌تواند اعتماد مشتریان را افزایش داده و یکی از ابزارهای تمایز محصولات ایرانی از کالاهای ارزان‌قیمت باشد.

۱۷- تبدیل صادرات مقطعی به حضور پایدار

هدف اصلی شرکت‌های ایرانی نباید صرفاً فروش یک یا چند محموله باشد، بلکه باید ایجاد برند، شبکه توزیع، خدمات پس از فروش و مشتریان تکرارشونده در بازار عراق و اقلیم کردستان باشد. این رویکرد می‌تواند از خروج سریع برندهای ایرانی از بازار پس از یک دوره کوتاه جلوگیری کند.