سازمان توسعه تجارت ایران

رایزن بازرگانی جمهوری اسلامی ایران

اربیل ـ عراق

گزارش کالایی و تحلیلی کیف و کفش

بررسی میدانی : بازار اقلیم کردستان

فهرست مطالب

ردیف	عنوان	صفحه
۱	مقدمه	۴
۲	میزان واردات کیف و کفش توسط عراق و اقلیم کردستان در سال ۲۰۲۵	۵ _ ۶
۳	روند صادرات کیف و کفش از جمهوری اسلامی ایران به عراق و اقلیم کردستان از سال ۱۳۹۰ تا سال ۱۴۰۳	۶
۴	میزان صادرات کیف و کفش جمهوری اسلامی ایران به عراق و اقلیم کردستان در ۱۰ ماهه سال ۱۴۰۴	۷
۵	ردیف های مختلف کیف و کفش صادراتی جمهوری اسلامی ایران به عراق و اقلیم در ۱۰ ماهه سال ۱۴۰۴ و مقایسه با مدت مشابه در سال ۱۴۰۳	۷ _ ۱۱
۶	عملکرد گمرکات در صادرات کیف و کفش به عراق و اقلیم کردستان در ۱۰ ماهه سال۱۴۰۴ و مقایسه با مدت مشابه ۱۴۰۳	۱۱ _ ۱۲
۷	رقبای کیف و کفش جمهوری اسلامی ایران در عراق و اقلیم کردستان	۱۱ _ ۱۰
۸	وضعیت تقاضای بازار کیف و کفش در اقلیم کردستان	۱۳
۹	رقبای اصلی کیف و کفش جمهوری اسلامی ایران در اقلیم کردستان و سهم بازار آنها	۱۳ _ ۱۴
۱۰	راههای نفوذ ، ورود و یا توسعه بازار کیف و کفش در اقلیم کردستان عراق	۱۵
۱۱	میزان تعرفه و مالیات واردات انواع کیف و کفش در اقلیم کردستان	۱۶

۱۲	چالش های پیش روی صادرات کیف و کفش شرکتهای ایرانی	۱۷ _ ۱۹
۱۳	پیشنهادات لازم برای توسعه صادرات کیف و کفش شرکتهای ایرانی به عراق و اقلیم کردستان	۱۹ _ ۲۱
۱۴	ملاحظه	۲۲
۱۵	گزارش تصویری	۲۳ _ ۳۵

مقدمه

بازار کیف و کفش عراق و اقلیم کردستان طی سال‌های اخیر، هم‌زمان با افزایش جمعیت، رشد شهرنشینی، بهبود نسبی درآمد خانوارها و توسعه مراکز خرید مدرن، به یکی از بازارهای جذاب و رو به رشد منطقه برای صادرکنندگان و تولیدکنندگان خارجی تبدیل شده است. وابستگی بالای عراق به واردات، محدود بودن ظرفیت تولید داخلی و تنوع تقاضای مصرف‌کنندگان موجب شده است که بخش عمده نیاز این بازار از طریق واردات از کشورهای مختلف از جمله چین، ترکیه، ایران، آمریکا، ایتالیا، تایلند و ... تامین شود. در این میان، اقلیم کردستان به دلیل ثبات نسبی اقتصادی، قدرت خرید بالاتر، دسترسی مناسب به بازارهای منطقه و روابط تجاری گسترده با کشورهای همسایه، جایگاه ویژه‌ای در تجارت کیف و کفش عراق دارد.

بازار عراق در سال‌های اخیر دستخوش تغییرات قابل توجهی در الگوی مصرف شده است. در کنار رشد تقاضا برای محصولات اقتصادی و میان‌قیمت، استقبال از برندهای معتبر و محصولات با کیفیت نیز افزایش یافته و مصرف‌کنندگان بیش از گذشته به عواملی همچون کیفیت، طراحی، دوام، خدمات پس از فروش و اصالت برند توجه می‌کنند. توسعه فروشگاه‌های زنجیره‌ای، مراکز خرید مدرن و تجارت الکترونیک نیز ساختار رقابت در این بازار را متحول کرده و فرصت‌های جدیدی را برای عرضه‌کنندگان خارجی فراهم آورده است.

جمهوری اسلامی ایران به واسطه همجواری جغرافیایی، هزینه پایین حمل‌ونقل، توان تولید متنوع و سابقه حضور در بازار عراق، از ظرفیت مناسبی برای توسعه صادرات کیف و کفش برخوردار است.

این گزارش با هدف بررسی جامع بازار وارداتی کیف و کفش عراق و اقلیم کردستان، به تحلیل وضعیت واردات، کشورهای تأمین‌کننده، ساختار رقابت، فرصت‌ها و تهدیدهای موجود و همچنین ارزیابی جایگاه محصولات ایرانی در این بازار می‌پردازد.

میزان واردات انواع کیف و کفش توسط عراق و اقلیم کردستان در سال ۲۰۲۵:

براساس آمار اخذ شده از Trade Map (ITC)، در سال ۲۰۲۵ عراق ۶۷۳ میلیون دلار انواع کیف و کفش وارد نموده است. در این میان میزان واردات عراق از کشورها به ترتیب، چین ۵۴۵ میلیون دلار، ترکیه ۹۸/۶ میلیون دلار، آمریکا ۷/۵ میلیون دلار، ایتالیا ۳/۸ میلیون دلار، تایلند ۲/۹۸ میلیون دلار، هنگ کنگ ۲/۵ میلیون دلار ، آلمان ۱/۹۴ 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 ۶۷/۷ میلیون دلار انواع کیف و کفش به کشور عراق صادرات نموده است.

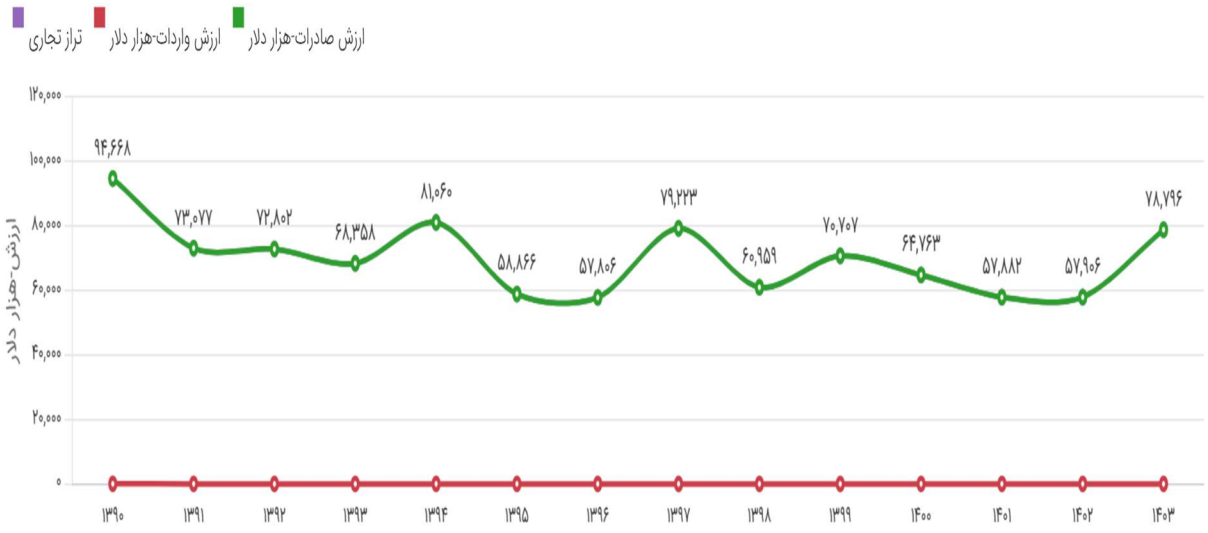
بنابراین، مجموع واردات عراق از این گروه کالایی در سال ۲۰۲۵، با احتساب واردات از ایران و سایر کشورها، ۷۴۰/۷ میلیون دلار می باشد.

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

ردیف	کشور صادرکننده	ارزش (میلیون دلار)	درصد سهم بازار
۱	چین	۵۴۵	۷۳/۶
۲	ترکیه	۹۸/۶	۱۳/۳
۳	جمهوری اسلامی ایران	۶۷/۷	۹/۱
۴	آمریکا	۷/۵	۱
۵	ایتالیا	۳/۸	۰/۵۱

ردیف	کشور صادرکننده	ارزش (میلیون دلار)	درصد سهم بازار
۶	تایلند	۲/۹۸	۰/۴
۷	هنگ کنگ	۲/۵	۰/۳۳
۸	آلمان	۱/۹۴	۰/۲۶
۹	پاکستان	۱/۹	۰/۲۵
۱۰	هلند	۱/۵۸	۰/۲۱

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



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

در ۱۰ ماهه سال۱۴۰۴ جمهوری اسلامی ایران ۵۱ میلیون دلار انواع کیف و کفش با وزن ۲۰۷۸۰ تن به عراق و اقلیم کردستان صادرات نموده است که در مقایسه با مدت مشابه در سال ۱۴۰۳ از لحاظ ارزش ۲۱ درصد و از لحاظ وزن ۱۰ درصد کاهش داشته است.

گروه	ارزش ۱۰ ماهه (میلیون دلار)		درصد تغییرات ارزشی
	۱۴۰۳	۱۴۰۴	
کیف و کفش	۶۴	۵۱	- ٪ ۲۱

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

عنوان	ارزش ۱۰ ماهه (میلیون دلار)		درصد تغییرات ارزشی
	۱۴۰۳	۱۴۰۴	
کفش، که در جای دیگر گفته نشده، قوزک پا را نمی پوشاند، از کائوچو یا پلاستیک	۲۶/۵۸	۲۴/۱۴	- ۹/۱
سایر کفش ها که در جای دیگر گفته نشده	۲۲/۶۷	۱۴/۲۶	- ۳۷
جعبه ها و محفظه هایی غیر مذکور در جای دیگر با سطح خارجی از موادی که در جای دیگر مذکور نباشد	۵/۵۴	۲/۴۳	- ۵۶/۱
کیف دستی، که در جای دیگر مذکور نباشد	۲/۲	۱/۸	- ۱۶/۶۸

عنوان	ارزش ۱۰ ماهه (میلیون دلار)		درصد تغییرات ارزشی
	۱۴۰۳	۱۴۰۴	
رختدان، چمدان، کیف (اسناد، مدرسه) و محفظه های همانند با سطح خارجی از مواد پلاستیک یا نسجی	۰/۸۳	۱/۵۵	۸۶/۴
رختدان، چمدان، کیف برک، کیف اسناد، کیف مدرسه که در جای دیگر مذکور نباشند	۱/۷	۱	- ۴۰/۶
سایر کفش های ورزشی با تخت بیرونی کائوچو یا پلاستیک و رویه از مواد نسجی غیر مذکور در جای دیگر	۰/۷۵	۱	۳۴/۱
کیف دستی با سطح خارجی از چرم طبیعی دوباره ساخته یا از چرم ورنی شده	۱/۱۵	۱	- ۱۲
سایر کفش های با تخت از کائوچو یا پلاستیک و رویه نسجی غیر مذکور در جای دیگر	۰/۴۱	۰/۹۵	۱۳۲/۲
اشیاء از نوع قابل حمل در جیب یا کیف دستی، از ورقهای مواد پلاستیکی یا از مواد نسجی	۰/۰۴	۰/۹۵	۲۱۸۷
سایر کفش ها که در جای دیگر گفته نشده، با رویه از چرم طبیعی یا چرم دوباره ساخته شده	۰/۹۷	۰/۸۲	- ۱۵
سایر کفش ها با رویه نسجی به غیر از کفش های ضد اتش فاقد پنبه نسوز	۰/۱۴	۰/۱۲	- ۱۶/۷
کفش، که در جای دیگر گفته نشده، قوزک پا را می پوشاند ازکائوچو یا پلاستیک	۰/۱	۰/۱۲	۱۱/۷

عنوان	ارزش ۱۰ ماهه (میلیون دلار)		درصد تغییرات ارزشی
	۱۴۰۳	۱۴۰۴	
سایر اجزاء کفش، کف های داخلی قابل تعویض همانند گتر و ساق پوش و اشیا، همانند غیر مذکور به استثنای از چوب و سرپنجه فولادی	۰/۲۴	۰/۱۱	- ۵۴/۲
کفش های ضد آب که قوزک پا را نمی پوشاند با رویه کائوچو یا پلاستیک	۰/۰۹	۰/۰۹	۰/۰۸
کیف دستی حتی با بند برای آویختن به شانه، با سطح خارجی بجز از جاجیم، نمد و قلم کار	۰/۰۵	۰/۰۶	۲۵/۹
کفش های ضد آب که قوزک پا را می پوشاند ولی زانو را فرا نمی گیرد با رویه کائوچو یا پلاستیک	۰/۰۲	۰/۰۳۸	۹۹/۴
سایر رختدان، چمدان، چمدان کوچک ، همچنین کیف اسناد، کیف مدرسه و محفظه های همانند با سطح خارجی از چرم طبیعی ، یا ازچرم ترکیبی به استثنای کیف دست ساز	۰/۰۲۴	۰/۰۳۲	۳۴/۲
جعبه ها و محفظه های غیر مذکور در جای دیگر، با سطح خارجی از ورق های مواد پلاستیکی یا از مواد نسجی	۰/۰۰۶	۰/۰۲	۲۰۴/۵
کفش کار	۰/۰۰۸	۰/۰۱	۲۶/۵
اشیاء از نوعی که معمولا در جیب یا کیف دستی حمل می شود از چرم طبیعی دوباره ساخته یا ورنی شده	۰	۰/۰۰۷	۱۰۰

عنوان	ارزش ۱۰ ماهه (میلیون دلار)		درصد تغییرات ارزشی
	۱۴۰۳	۱۴۰۴	
اشیاء از نوعی که معمولا در جیب یا کیف دستی حمل میشود، که در جای دیگر مذکور نباشد.	۰	۰/۰۰۷	۱۰۰
سایر کفش هایی که در قسمت جلو دارای سرپنجه محافظ فلزی دارد به استثنای کفش ضد آتش از کائوچو یا پلاستیک غیرمذکور در جای دیگر	۰/۰۰۲	۰/۰۰۳	۵۹/۹
کفش با تخت کائوچو یا پلاستیک و رویه از چرم طبیعی، که قوزک پا را نمی پوشاند.	۰/۱۱	۰/۰۰۱	- ۹۸/۶
کفی کامل فلزی داخل کفش مخصوص کفش های ایمنی و غیرقابل نفوذ در مقابل میخ و اجسام برنده به صورت آماده	۰	۰/۰۰۰۸	۱۰۰
کفش با تخت بیرونی از چرم و رویه متشکل از تسمه هایی که از چرم طبیعی که از روی برآمدگی پا عبور و شست پا را دور می زند	۰	۰/۰۰۰۷	۱۰۰
سایر کفش های ورزشی غیر مذکورکه تخت بیرونی و رویه آن ها از کائوچو یا پلاستیک باشد	۰/۰۰۰۶	۰/۰۰۰۵	- ۱۶/۵
سایر کفش های ورزشی با تخت بیرونی از کائوچو، پلاستیک، چرم و رویه از چرم طبیعی غیر مذکور	۰/۰۱۳	۰/۰۰۰۳	- ۹۷/۷
رویه کفش و اجزاء آن (به استثناء پشت پاشنه پا و سرپنجه های سفت کننده)	۰	۰/۰۰۰۲	۱۰۰

عنوان	ارزش ۱۰ ماهه (میلیون دلار)		درصد تغییرات ارزشی
	۱۴۰۳	۱۴۰۴	
تخت بیرونی و پاشنه از کائوچو یا پلاستیک	۰/۰۰۵۵	۰/۰۰۰۲	- ۹۵/۱
سایر	۰	۰/۰۰۰۱۶	۱۰۰
سایر کفش ها با تخت از چرم طبیعی یا از چرم دوباره ساخته شده و رویه نسجی	۰/۲۴	۰	-۱۰۰
جعبه ها و محفظه ها غیر مذکور در جای دیگر، با سطح خارجی از چرم طبیعی دوباره ساخته یا از چرم ورنی شده	۰/۰۱۳	۰	-۱۰۰

عملکرد گمرکات در صادرات انواع کیف و کفش به عراق و اقلیم کردستان در ۱۰ ماهه سال۱۴۰۴ و مقایسه با مدت مشابه سال ۱۴۰۳

گمرک	ارزش ۱۰ ماهه (میلیون دلار)		درصد تغییرات ارزشی
	۱۴۰۳	۱۴۰۴	
سومار	۱۶/۷	۱۶/۲۸	- ۲/۷
منطقه ویژه اقتصادی ایرانیان(زرندیه)	۲۴/۹	۱۵/۷۵	- ۳۶/۷
مهران	۹/۰۸	۸/۰۲	- ۱۱/۵
ارومیه	۳/۸	۳/۸	- ۱/۵
قم	۳/۴	۱/۸	- ۴۵/۹
سنندج	۱/۹	۱/۷	- ۱۰/۸

گمرک	ارزش ۱۰ ماهه (میلیون دلار)		درصد تغییرات ارزشی
	۱۴۰۳	۱۴۰۴	
باشماق	۱/۶	۱/۳	- ۱۹/۴
بازارچه کیله سردشت	۰/۶۹	۰/۴۹	- ۲۸/۱
تمرچین پیرانشهر	۰/۴۱	۰/۴۷	۱۴/۸
پرویز خان	۰/۹	۰/۴۱	- ۵۴/۱
خسروی	۰	۰/۳۷	۱۰۰
مشهد	۰/۰۰۶	۰/۰۴۷	۶۱۵/۵
کرمانشاه	۰/۰۸۲	۰/۰۳۷	- ۵۴/۹
غرب تهران	۰/۰۲۵	۰/۰۲۳	- ۷/۴
شلمچه	۰/۰۱۸	۰/۰۱	- ۴۶
منطقه ویژه اقتصادی گرمسار	۰	۰/۰۰۶	۱۰۰
فریدون کنار	۰/۰۰۰۰۴	۰/۰۰۴	۹۹۸۹
منطقه ویژه اقتصادی بوشهر ۱	۰/۲۴	۰/۰۰۴	- ۹۸/۲
اراک	۰	۰/۰۰۲	۱۰۰
تبریز	۰	۰/۰۰۱	۱۰۰
چذابه -مرزبستان	۰/۰۰۲	۰/۰۰۱	- ۳۰/۱
منطقه ویژه اقتصادی شیراز	۰	۰/۰۰۰۰۶	۱۰۰
فرودگاه امام خمینی (ره)	۰/۰۰۳	۰	-۱۰۰
منطقه ویژه اقتصادی بم	۰/۰۰۱	۰	-۱۰۰

وضعیت تقاضای بازار کیف و کفش در اقلیم کردستان

- **کفش**

با توجه به شرایط آب‌وهوایی، الگوی مصرف، سبک زندگی و قدرت خرید در اقلیم کردستان، بیشترین تقاضا به‌ترتیب مربوط به: ۱ـ کفش‌های اسپرت و کژوال، ۲ـ کفش‌های چرمی رسمی مردانه، ۳ـ کفش‌های راحتی و طبی زنانه، ۴ـ کفش‌های بچه‌گانه و ۵ـ صندل و دمپایی است. در مقابل، کفش‌های لوکس، مجلسی گران‌قیمت و مدل‌های فانتزی سهم محدودی از بازار دارند. از این‌رو، تولیدکنندگان ایرانی باید سبد محصولات صادراتی خود را بر گروه‌های پرتقاضا متمرکز کرده و طراحی، کیفیت، قیمت و بسته‌بندی محصولات را متناسب با نیاز و سلیقه مصرف‌کنندگان عراقی و اقلیم کردستان بهینه‌سازی کنند.

- **کیف**

با توجه به ویژگی‌های بازار اقلیم کردستان، بیشترین تقاضا برای انواع کیف به‌ترتیب شامل: ۱ـ کیف‌های زنانه روزمره و مجلسی، ۲ـ کیف‌های اداری و دستی مردانه، ۳ـ کیف‌های بچه‌گانه ، ۴ـ کیف‌های مسافرتی و چمدان، ۵ـ کیف‌های ورزشی و ۶ـ کوله‌پشتی است. در این بازار، محصولات با طراحی مدرن، کیفیت مناسب، وزن سبک و قیمت رقابتی از استقبال بیشتری برخوردارند، در حالی که کیف‌های لوکس و بسیار گران‌قیمت سهم محدودی از بازار دارند. از این‌رو، تولیدکنندگان ایرانی باید تولیدات خود را متناسب با سلیقه مصرف‌کنندگان، مد روز و قدرت خرید بازار عراق و اقلیم کردستان برنامه‌ریزی کنند.

رقبای اصلی کیف و کفش جمهوری اسلامی ایران در اقلیم کردستان و سهم بازار آنها

چین با اختلاف بسیار زیاد نسبت به سایر رقبا، بازیگر مسلط بازار محسوب می‌شود و به تنهایی **۵۰ درصد** از ارزش واردات کیف و کفش اقلیم کردستان را تأمین می‌کند. برتری چین عمدتاً ناشی از عرضه محصولات متنوع

در تمامی سطوح قیمتی، ظرفیت بالای تولید انبوه، قیمت رقابتی، انعطاف در سفارش‌پذیری و حضور گسترده در شبکه‌های توزیع عراق و اقلیم کردستان است. طیف گسترده محصولات چینی از کالاهای ارزان قیمت تا برندهای میان‌رده، موجب شده است که این کشور بخش عمده تقاضای بازار، به‌ویژه در میان مصرف‌کنندگان با قدرت خرید متوسط و پایین، را به خود اختصاص دهد.

پس از چین، **ترکیه** با **۳۵ درصد** سهم بازار در جایگاه دوم قرار دارد و مهم‌ترین رقیب منطقه‌ای ایران به شمار می‌رود. مزیت رقابتی ترکیه تنها به نزدیکی جغرافیایی محدود نمی‌شود، بلکه عواملی نظیر شناخت دقیق سلیقه مصرف‌کنندگان اقلیم کردستان، شباهت فرهنگی، توسعه برندهای معتبر، طراحی به‌روز و کیفیت مناسب جایگاه این کشور را در بازار تثبیت کرده است. همچنین حضور مستمر شرکت‌های ترک در نمایشگاه‌های تخصصی، سرمایه‌گذاری در فروشگاه‌های زنجیره‌ای و ارائه خدمات پس از فروش، موجب افزایش اعتماد مصرف‌کنندگان به محصولات ترک شده است.

جمهوری اسلامی ایران با **۵ درصد** سهم بازار، سومین تأمین‌کننده کیف و کفش اقلیم کردستان محسوب می‌شود. اگرچه ایران از مزیت‌هایی همچون همجواری جغرافیایی، هزینه پایین حمل‌ونقل، دسترسی آسان به بازار اقلیم، شناخت نسبی از بازار و توان تولید محصولات چرمی و کفش با کیفیت برخوردار است، اما همچنان فاصله محسوسی با ترکیه و به‌ویژه چین دارد. بخش عمده صادرات ایران در این حوزه به محصولات میان‌رده و اقتصادی اختصاص دارد و در بسیاری از موارد، ضعف در برندسازی، طراحی متناسب با سلیقه مصرف‌کننده، بسته‌بندی، تبلیغات و شبکه توزیع حرفه‌ای، مانع از افزایش سهم بازار شده است.

سایر کشورها از جمله **آمریکا، ایتالیا، تایلند، هنگ‌کنگ، آلمان، پاکستان و هلند و ...** در مجموع **۱۰ درصد** بازار را در اختیار دارند. حضور این کشورها عمدتاً به محصولات خاص، برندهای لوکس یا کالاهای تخصصی محدود است و در بازار عمومی، رقیب جدی برای ایران محسوب نمی‌شوند.

راههای نفوذ ، ورود و یا توسعه بازار کیف و کفش 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
- بومی‌سازی محصولات متناسب با سلیقه بازار اقلیم از نظر طراحی، رنگ، مدل، بسته‌بندی و قیمت
- برگزاری برنامه‌های معرفی و تبلیغاتی مشترک با نمایندگان محلی و استفاده از اینفلوئنسرها و چهره‌های شناخته‌شده محلی
- ورود مرحله‌ای به بازار، شروع از یک شهر و گروه کالایی مشخص، ارزیابی بازخورد بازار و سپس توسعه تدریجی شبکه توزیع به سایر شهرهای اقلیم

میزان تعرفه و مالیات واردات کیف و کفش در اقلیم کردستان

ردیف	کالای وارداتی به اقلیم کردستان	تعرفه و مالیات واردات برای هر تن
۱	کفش اسپرت و ورزشی	۱۵۰ دلار تعرفه و ۳۴ دلارمالیات
۲	کفش و دمپایی اسفنجی و لاستیکی	۵۰ دلار تعرفه و ۱۲ دلار مالیات
۳	صندل و پاپوش از چرم مصنوعی	۷۵ دلار تعرفه و ۱۷ دلار مالیات
۴	کفش چرمی	۲۵۰ دلار تعرفه و ۵۷ دلار مالیات
۵	کیف مدرسه و چمدان	۲۰۰ دلار تعرفه و ۴۵ دلار مالیات
۶	کیف دستی و شانه ای از چرم مصنوعی و پارچه	۳۰۰ دلار تعرفه و ۶۸ دلار مالیات
۷	کیف دستی و شانه ای از چرم طبیعی	۶۰۰ دلار تعرفه و ۱۳۵ دلار مالیات

چالش های پیش روی صادرات کیف و کفش شرکتهای ایرانی

۱_ عدم انجام تحقیقات بازار و بازارسنجی توسط برخی از شرکتها

۲_ چالش رقابتی (رقابت با محصولات چین و ترکیه)

چین با در اختیار داشتن حدود **۵۰ درصد** از بازار کیف و کفش اقلیم کردستان، بزرگ‌ترین رقیب ایران محسوب می‌شود. تولید انبوه، قیمت پایین، تنوع بسیار زیاد در طرح و مدل، توانایی پاسخگویی سریع به سفارش‌های عمده و شبکه توزیع گسترده باعث شده است که بخش قابل توجهی از بازار در اختیار کالاهای چینی قرار گیرد.

ترکیه دومین تأمین‌کننده بزرگ بازار است و به دلیل همجواری جغرافیایی، زیرساخت‌های حمل‌ونقل مناسب، تحویل سریع کالا، شناخت دقیق از سلیقه مصرف‌کنندگان اقلیم و ارتباط نزدیک با شبکه عمده‌فروشان از مزیت رقابتی قابل توجهی برخوردار است. تولیدکنندگان ترکیه با رصد مستمر روندهای مد، محصولات خود را متناسب با سلیقه بازار اقلیم به‌روزرسانی می‌کنند.

۳_ حضور برندهای معتبر بین‌المللی در اقلیم کردستان

بازار اقلیم کردستان طی سال‌های اخیر شاهد گسترش حضور برندهای معتبر بین‌المللی در حوزه کیف و کفش بوده است. در بخش کفش‌های ورزشی و اسپرت، برندهایی نظیر Puma، Nike، Adidasو Skechers و در بخش کیف و کفش و محصولات چرمی، برندهایی مانند ECCO، Bayer، Mirano، Kipling، Geox، Fast Step، Calvin Klein، Derimod، Clarks ، Aldo و ... از طریق نمایندگی‌های رسمی، فروشگاه‌های اختصاصی و شبکه‌های توزیع در مراکز خرید و مجتمع‌های تجاری اقلیم کردستان فعالیت گسترده‌ای دارند.

این برندها با اتکا به کیفیت بالا، طراحی به‌روز، نوآوری، تبلیغات مستمر و فروشگاه‌های اختصاصی بخش قابل توجهی از بازار محصولات میان‌رده و لوکس را در اختیار گرفته‌اند. در نتیجه، رقابت در بازار اقلیم کردستان صرفاً

بر مبنای قیمت نیست، بلکه عواملی همچون اعتبار برند، طراحی مطابق با مد روز، تجربه خرید، خدمات پس از فروش و اعتماد مصرف‌کنندگان نیز در انتخاب و تصمیم‌گیری مشتریان نقش تعیین‌کننده‌ای ایفا می‌کند.

۴_ ضعف برندسازی محصولات ایرانی

بخش عمده محصولات ایرانی در بازار اقلیم بدون برند شناخته‌شده یا با برندهایی که برای مصرف‌کننده اقلیم ناشناخته هستند عرضه می‌شوند. در مقابل، مصرف‌کنندگان به‌ویژه در شهرهای اربیل و سلیمانیه، تمایل بیشتری به خرید برندهای معتبر بین‌المللی یا برندهای شناخته‌شده منطقه‌ای دارند. این موضوع موجب شده است که حتی محصولات ایرانی با کیفیت مناسب نیز نتوانند ارزش افزوده ناشی از برند را کسب کنند.

۵_ محدودیت در شبکه توزیع و فروش

بخش عمده صادرات ایران از طریق واسطه‌ها و عمده‌فروشان انجام می‌شود و تولیدکنندگان ایرانی حضور مستقیمی در بازار خرده‌فروشی ندارند. در مقابل، بسیاری از برندهای بین‌المللی و شرکت‌های ترک از طریق فروشگاه‌های اختصاصی، نمایندگی‌های رسمی و فروشگاه‌های زنجیره‌ای با مصرف‌کننده نهایی ارتباط مستقیم برقرار کرده‌اند که این امر موجب افزایش سهم بازار و وفاداری مشتریان شده است.

۶_ ضعف در طراحی و انطباق با سلیقه بازار

بازار اقلیم کردستان به دلیل ارتباط گسترده با ترکیه، کشورهای حوزه خلیج فارس و اروپا، به شدت تحت تأثیر روندهای جهانی مد و پوشاک قرار دارد و مصرف‌کنندگان، به‌ویژه نسل جوان، به دنبال محصولاتی با طراحی مدرن، رنگ‌بندی متنوع و برندهای شناخته‌شده هستند. در مقابل، بسیاری از تولیدکنندگان ایرانی با وجود برخورداری از کالای با کیفیت مناسب از نظر کیفیت مواد اولیه، دوام، استحکام، دوخت و استانداردهای تولید، ، هنوز از طراحی‌های سنتی‌تر استفاده می‌کنند و سرعت کمتری در عرضه و به‌روزرسانی مدل‌های جدید (از نظر طراحی،

رنگ‌بندی، بسته‌بندی و انطباق با سلیقه روز مصرف‌کنندگان) دارند، موضوعی که از جذابیت محصولات ایرانی برای مصرف‌کننده نهایی می‌کاهد.

۷_ ضعف در بازاریابی و تبلیغات

حضور محدود برندهای ایرانی در رسانه‌های محلی، شبکه‌های اجتماعی، نمایشگاه‌های تخصصی و کمپین‌های تبلیغاتی موجب شده است که شناخت مصرف‌کنندگان از محصولات ایرانی پایین‌تر از رقبای ترک و برندهای جهانی باشد. در بازار امروز، کیفیت محصول به تنهایی برای موفقیت کافی نیست و سرمایه‌گذاری در بازاریابی و تبلیغات نقش تعیین‌کننده‌ای در جذب مشتری دارد.

پیشنهادات لازم برای توسعه صادرات کیف و کفش 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 مصرف‌کنندگان و اهمیت برندسازی و شبکه توزیع، توسعه صادرات کیف و کفش ایران مستلزم تغییر رویکرد از صادرات صرف به حضور پایدار در بازار هدف است. در این راستا، پیشنهادهای زیر ارائه می‌شود:

۱_ انجام تحقیقات بازار و تحلیل رقبا

- انجام مطالعات مستمر بازار به‌منظور شناسایی سلایق مصرف‌کنندگان از نظر رنگ، طرح، مدل، جنس و سایزهای پرتقاضا
- بررسی رفتار خرید مصرف‌کنندگان در عراق و اقلیم کردستان
- تحلیل مستمر برندهای رقیب، به‌ویژه برندهای ترکیه‌ای و چینی از نظر قیمت، کیفیت، طراحی، شبکه توزیع و روش‌های بازاریابی

۲_ تولید سفارشی برای واردکنندگان عراق و اقلیم کردستان

بسیاری از تجار عراقی و اقلیم تمایل دارند محصولات با برند اختصاصی خودشان تولید شود. این مدل در بازار عراق بسیار رایج است و می‌تواند حجم صادرات ایران را به‌طور قابل‌توجهی افزایش دهد.

۳_ توسعه محصولات متناسب با بازار هدف

- طراحی و تولید محصولات متناسب با شرایط اقلیمی و فرهنگ مصرف عراق
- 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

۴_تشکیل کنسرسیوم صادراتی

- ایجاد کنسرسیوم صادراتی میان تولیدکنندگان ایرانی برای عرضه یکپارچه محصولات
- استفاده مشترک از امکانات بازاریابی، انبار، حمل‌ونقل و تبلیغات
- افزایش قدرت رقابت با برندهای خارجی و کاهش هزینه‌های حضور در بازار

۵_ ثبت برند و توسعه برندسازی

- ثبت برندهای ایرانی در عراق و اقلیم کردستان به‌منظور جلوگیری از سوءاستفاده و جعل
- ایجاد هویت بصری یکپارچه برای محصولات
- سرمایه‌گذاری در برندسازی بلندمدت و افزایش شناخت برندهای ایرانی

۶ـ اجرای برنامه‌های تبلیغاتی هدفمند

- تبلیغات در شبکه‌های اجتماعی پرمخاطب عراق و اقلیم کردستان
- تولید محتوای تبلیغاتی به زبان‌های عربی و کردی
- طراحی کاتالوگ‌های چاپی و دیجیتال
- تولید و پخش ویدئوهای تبلیغاتی از طریق شبکه‌های تلویزیونی و رسانه‌های محلی
- همکاری با اینفلوئنسرها محلی و فعالان فضای مجازی برای معرفی محصولات

۷ـ مدیریت زنجیره تأمین و لجستیک

- ایجاد ثبات در تأمین کالا، قیمت و زمان تحویل سفارش‌ها
- برنامه‌ریزی برای تولید مستمر و جلوگیری از وقفه در عرضه
- انعقاد قراردادهای بلندمدت با خریداران عمده بر پایه تعهد به کیفیت و تحویل به‌موقع

۸ـ ارتقای کیفیت محصولات و استاندارد سازی

- استانداردسازی فرآیندهای تولید و کنترل کیفیت در واحدهای تولیدی
- بهبود طراحی، ارگونومی و بسته‌بندی متناسب با نیاز بازار عراق
- ارائه خدمات پس از فروش و ضمانت کیفیت به‌منظور افزایش اعتماد مشتریان

۹ـ حضور فعال در نمایشگاه‌ها و رویدادهای تخصصی

- مشارکت مستمر در نمایشگاه‌های تخصصی در عراق و اقلیم کردستان

ملاحظه

مهم‌ترین چالش صنعت کیف و کفش ایران در بازار اقلیم کردستان کیفیت تولید نیست، بلکه تبدیل این کیفیت به محصولی مدرن، مشتری‌پسند و دارای هویت برند است. در صورتی که تولیدکنندگان ایرانی در کنار حفظ کیفیت، بر طراحی روز، همکاری با طراحان صنعتی، توسعه برند، بسته‌بندی حرفه‌ای، معرفی کلکسیون‌های فصلی و بازاریابی هدفمند سرمایه‌گذاری کنند، می‌توانند از مزیت کیفیت بالای تولید داخلی برای افزایش سهم بازار و رقابت مؤثرتر با ترکیه، چین و برندهای بین‌المللی بهره‌برداری کنند.

گزارش تصویری








50,000 IQD
Dr. Jell's
Anatomic
DOUBLE COMFORT
PILLOW TECHNOLOGY
AIR SYSTEM
DOUBLE COMFORT








110,000 IQD
Collection






SAMBA
PUMA



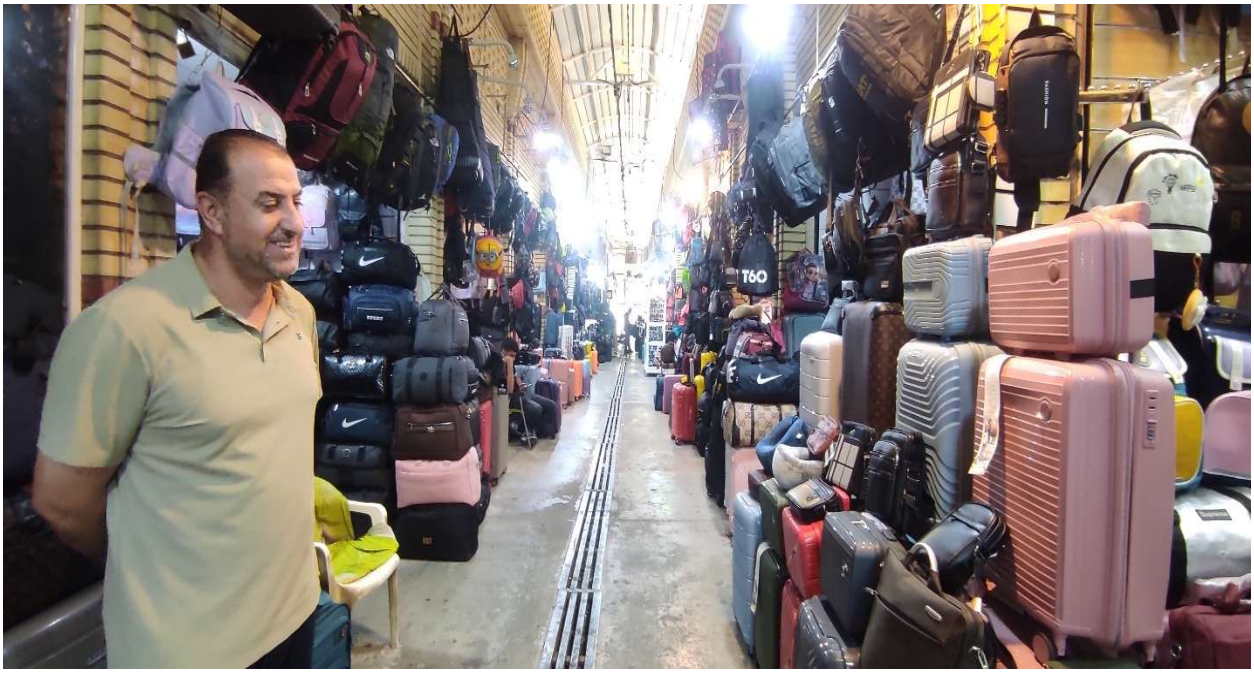




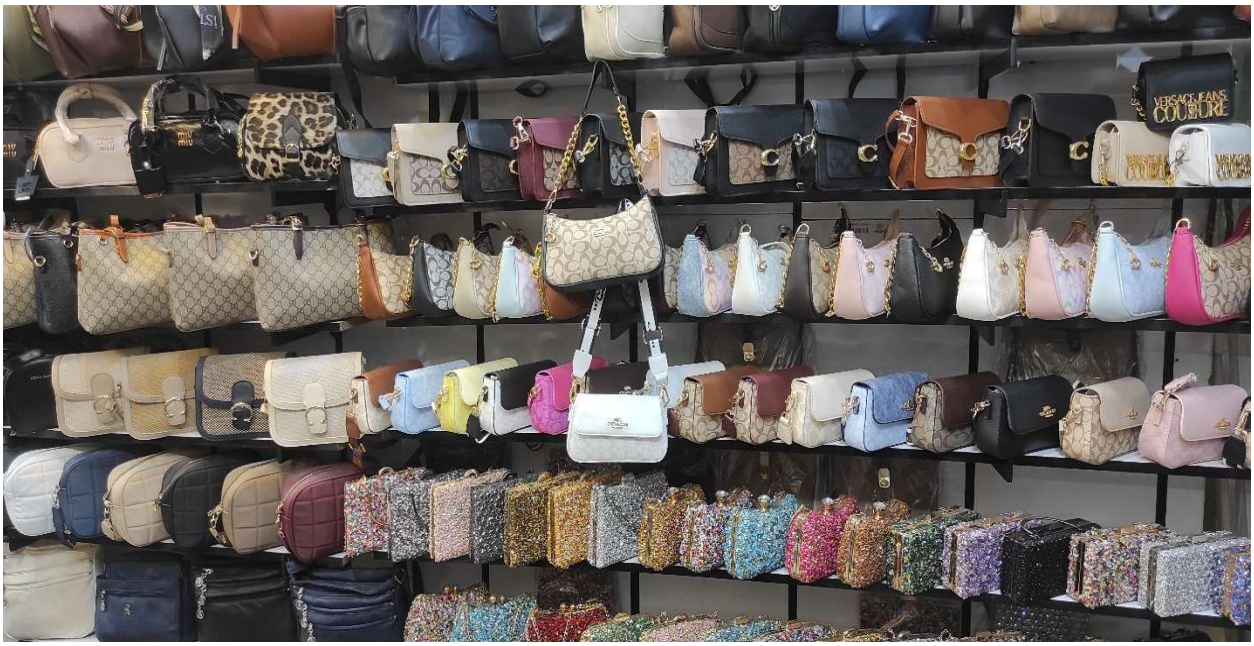


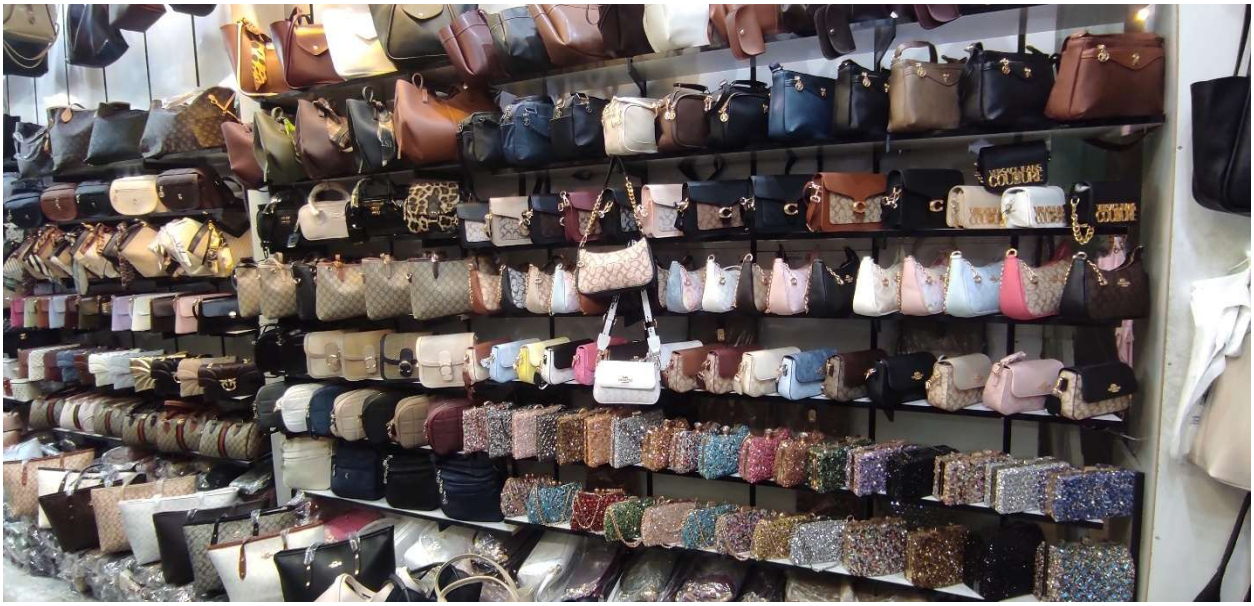







TREND ONE
TREND ONE FASHION


VERSACE JEANS
COUTURE




Chloé






Calvin K