



سازمان توسعه تجارت ایران

رایزن بازرگانی جمهوری اسلامی ایران

اربیل - عراق

گزارش کالایی : انواع فرش ، موکت و سایر کفپوشهای ماشینی

بررسی میدانی : بازار استان اربیل

فهرست مطالب

ردیف	عنوان	صفحه
۱	مقدمه	۴
۲	میزان واردات فرش و موکت توسط عراق و اقلیم کردستان در سال ۲۰۲۴	۵_ ۶
۳	روند صادرات فرش، موکت و سایر کفپوشهای ماشینی از جمهوری اسلامی ایران به عراق و اقلیم کردستان از سال ۱۳۹۰ تا سال ۱۴۰۳	۶
۴	میزان صادرات فرش، موکت و سایر کفپوشهای ماشینی جمهوری اسلامی ایران به عراق و اقلیم کردستان در ۱۰ ماهه سال ۱۴۰۴	۷
۵	عناوین مختلف فرش و موکت صادراتی جمهوری اسلامی ایران به عراق و اقلیم در ۱۰ ماهه سال ۱۴۰۴ و مقایسه با مدت مشابه در سال ۱۴۰۳	۷_ ۸
۶	عملکرد گمرکات در صادرات فرش، موکت و سایر کفپوشهای ماشینی به عراق و اقلیم کردستان در ۱۰ ماهه سال ۱۴۰۴ و مقایسه با مدت مشابه ۱۴۰۳	۸_ ۱۰
۷	رقبای فرش، موکت و سایر کفپوشهای ماشینی جمهوری اسلامی ایران در عراق و اقلیم کردستان	۱۰_ ۱۱
۸	وضعیت حضور فرش، موکت و سایر کفپوشهای ماشینی کشورها در بازار اقلیم و سهم بازار هرکدام	۱۱_ ۱۳
۹	راههای نفوذ، ورود و یا توسعه بازار فرش و موکت در اقلیم کردستان عراق	۱۳
۱۰	میزان تعرفه و مالیات واردات فرش و موکت در اقلیم کردستان	۱۴
۱۱	مقایسه موکت ترکیه و ایران در بازار اقلیم کردستان (براساس اظهارات اغلب فروشندگان)	۱۴

۱۵_ ۱۶	چالش های پیش روی صادرات شرکتهای ایرانی	۱۲
۱۶_ ۱۸	پیشنهادات لازم برای توسعه صادرات شرکتهای ایرانی به عراق و اقلیم کردستان	۱۳
۱۹_ ۲۴	گزارش تصویری	۱۴

بازار فرش، موکت و سایر کفپوشهای ماشینی در عراق در سال‌های اخیر، همزمان با رشد جمعیت، افزایش شهرنشینی و گسترش پروژه‌های عمرانی و ساختمانی، به یکی از بازارهای پرتقاضا در حوزه کالاهای مصرفی و دکوراسیون داخلی تبدیل شده است. توسعه ساخت‌وساز در شهرهای بزرگی مانند بغداد، بصره، اربیل و سلیمانیه، در کنار افزایش تقاضا برای نوسازی واحدهای مسکونی و تجاری، موجب شده نیاز به انواع کفپوش از جمله فرش ماشینی و موکت به‌طور مستمر افزایش یابد. این روند، به‌ویژه در اقلیم کردستان عراق که از ثبات نسبی و سطح درآمد بالاتری برخوردار است، نمود بیشتری داشته و به شکل‌گیری یک بازار پویا و متنوع در این حوزه انجامیده است.

نبود زیرساخت‌های صنعتی پیشرفته، هزینه‌های تولید و چالش‌های فنی، از جمله عواملی هستند که مانع توسعه تولید داخلی در این بخش شده‌اند. در نتیجه، واردات به اصلی‌ترین مسیر تأمین نیاز بازار تبدیل شده و طیف گسترده‌ای از محصولات با سطوح قیمتی و کیفی مختلف از کشورهای گوناگون وارد عراق می‌شود.

در این میان، کشورهای صادرکننده با توجه به مزیت‌های رقابتی خود از جمله نزدیکی جغرافیایی، هزینه حمل‌ونقل، کیفیت تولید، تنوع طرح و قیمت سهم‌های متفاوتی از بازار عراق را به خود اختصاص داده‌اند. برخی کشورها در بخش محصولات ارزان‌قیمت حضور پررنگ‌تری دارند، در حالی که برخی دیگر در تأمین کالاهای باکیفیت و لوکس فعال هستند. همچنین نقش کشورهای واسطه و هاب‌های تجاری در فرآیند واردات، به پیچیدگی و پویایی بیشتر این بازار افزوده است.

بررسی دقیق منابع تأمین فرش و موکت عراق، علاوه بر ارائه تصویری روشن از ساختار وارداتی این بازار، می‌تواند به شناسایی روندهای تجاری، تحلیل رقبا و ارزیابی فرصت‌های صادراتی برای فعالان اقتصادی و تجار منطقه کمک کند.

میزان واردات انواع فرش و موکت و سایر کفپوشهای ماشینی توسط عراق و اقلیم کردستان در سال ۲۰۲۴:

براساس آمار اخذ شده از Trade Map (ITC)، در سال ۲۰۲۴ عراق ۴۷۷/۵ میلیون دلار انواع فرش و موکت وارد نموده است. در این میان میزان واردات عراق از کشورها به ترتیب، ترکیه ۲۶۴/۵ میلیون دلار، چین ۲۰۷/۷ میلیون دلار، امارات متحده عربی ۲/۴ میلیون دلار، ایتالیا ۰/۷۱ میلیون دلار، هند ۰/۳۳ میلیون دلار، کویت ۰/۳۱ میلیون دلار، عربستان ۰/۳ میلیون دلار و ... بوده است. لازم به ذکر است آمار ج.ا.ایران در سال ۲۰۲۴ در Trade Map (ITC) درج نشده است با این حال براساس آمار گمرک، جمهوری اسلامی ایران در همین سال به میزان ۶۹/۵ میلیون دلار انواع فرش و موکت به کشور عراق صادرات نموده است.

بنابراین، مجموع واردات عراق از این گروه کالایی در سال ۲۰۲۴، با احتساب واردات از ایران و سایر کشورها، ۵۴۷ میلیون دلار می باشد.

مهمترین کشورهای صادرکننده فرش، موکت و ... به عراق و اقلیم کردستان در سال ۲۰۲۴_منبع: Trade Map (ITC) و گمرک

ردیف	کشور صادرکننده	ارزش (میلیون دلار)	درصد سهم بازار
۱	ترکیه	۲۶۵/۵	۴۸/۵
۲	چین	۲۰۷/۷	۳۸
۳	جمهوری اسلامی ایران	۶۹/۵	۱۲/۷
۴	امارات متحده عربی	۲/۴	۰/۴۳
۵	ایتالیا	۰/۷۱	۰/۱۳
۶	هند	۰/۳۳	۰/۰۶

ردیف	کشور صادرکننده	ارزش (میلیون دلار)	درصد سهم بازار
۷	کویت	۰/۳۱	۰/۰۵
۸	عربستان سعودی	۰/۳	۰/۰۵
۹	دانمارک	۰/۲۴	۰/۰۴
۱۰	هلند	۰/۲	۰/۰۳

روند صادرات فرش ، موکت و سایر کفپوشهای ماشینی از جمهوری اسلامی ایران به عراق و اقلیم کردستان از سال ۱۳۹۰ تا سال ۱۴۰۳



میزان صادرات فرش، موکت و ... جمهوری اسلامی ایران به عراق و اقلیم کردستان در ۱۰ ماهه سال ۱۴۰۴:

در ۱۰ ماهه سال ۱۴۰۴ جمهوری اسلامی ایران ۷۱ میلیون دلار انواع فرش و کفپوشهای ماشینی با وزن ۱۹۸۰۰ تن

به عراق و اقلیم کردستان صادرات نموده است که در مقایسه با مدت مشابه در سال ۱۴۰۳ از لحاظ ارزش ۱۳

درصد افزایش و از لحاظ وزن ۱۹ درصد افزایش داشته است.

گروه	ارزش ۱۰ ماهه (میلیون دلار)		درصد تغییرات ارزشی
	۱۴۰۴	۱۴۰۳	
فرش، موکت و سایر کفپوشهای ماشینی	۷۱	۶۳	٪ ۱۳

عناوین مختلف کفپوش های ماشینی صادراتی جمهوری اسلامی ایران به عراق و اقلیم در ۱۰ ماهه سال ۱۴۰۴ و مقایسه با مدت مشابه در سال ۱۴۰۳

ردیف	عنوان	ارزش ۱۰ ماهه (میلیون دلار)		تغییرات ارزشی
		۱۴۰۴	۱۴۰۳	
۱	کف پوش های غیرمخملی باف، از مواد نسجی سنتتیک یا مصنوعی آماده مصرف.	۴۹/۹	۵۶/۸	۱۳/۹
۲	سایر فرش ها و کف پوشها از مواد نسجی حتی آماده مصرف بجز جاجیم	۸/۲	۱۱/۱	۳۵/۲
۳	سایر کف پوش ها از سایر مواد نسجی بجز زیلو	۴	۲/۵	- ۳۸/۴
۴	کف پوش های منگوله باف، از سایر مواد نسجی، که در جای دیگر گفته نشده.	۰/۰۰۵	۰/۳۵	۶۳۵۴
۵	--کفپوش چمن مصنوعی	۰/۲۵	۰/۱۲	- ۵۱/۸
۶	گلیم	۰	۰/۱۱	۱۰۰
۷	--کفپوش چمن مصنوعی	۰	۰/۱	۱۰۰
۸	کف پوش های مخملی باف از سایر مواد نسجی، آماده مصرف، غیر مذکور در جای دیگر	۰/۳۲	۰/۰۹	- ۶۹/۵

ردیف	عنوان	ارزش ۱۰ ماهه (میلیون دلار)		تغییرات ارزشی
		۱۴۰۳	۱۴۰۴	
۹	سایر کفپوش ها بافته نشده یا پرزبافی نشده بجز آن هایی که مساحت حداکثر ۰.۳٪ مترمربع و از نمند باشد	۰/۱۲	۰/۰۵	- ۵۵/۲
۱۰	کف پوش های مخمل باف, ا زموا دنسجی سنتتیک یا مصنوعی, آماده مصرف	۰	۰/۰۳	۱۰۰
۱۱	کفپوش بافته شده	۰	۰/۰۰۷	۱۰۰
۱۲	--سایر	۰	۰/۰۰۱	۱۰۰
۱۳	--سایر	۰	۰/۰۰۱	۱۰۰
۱۴	سایر غیر مخملی باف, آماده مصرف از پشم یا موی نرم (کرک) حیوان	۰/۰۴	۰	- ۱۰۰

**عملکرد گمرکات در صادرات انواع فرش، موکت و سایر کفپوشهای ماشینی به عراق و اقلیم کردستان در ۱۰ ماهه
سال ۱۴۰۴ و مقایسه با مدت مشابه ۱۴۰۳**

طبق جدول ذیل بیشترین صادرات کفپوشهای ماشینی به عراق از طریق اظهار در گمرک تمرچین بوده است.

ردیف	گمرک	ارزش ۱۰ ماهه (میلیون دلار)		تغییرات درصد ارزشی
		۱۴۰۳	۱۴۰۴	
۱	تمرچین پیرانشهر	۱۲/۶	۱۳/۹	۹/۹
۲	مهران	۹/۴	۱۰/۲	۷/۹
۳	بازارچه کیله سردشت	۱۱/۵	۸/۰۸	- ۲۹/۹
۴	منطقه ویژه اقتصادی پیام	۰/۶۴	۷/۷	۱۱۰/۴
۵	باشماق	۶/۶	۶/۷	۲/۴
۶	کاشان	۶	۶/۱	۲/۷

ردیف	گمرک	ارزش ۱۰ ماهه (میلیون دلار)		درصد تغییرات ارزشی
		۱۴۰۴	۱۴۰۳	
۷	ارومیه	۵/۴	۱/۷	۲۲۲
۸	پرویز خان	۴/۲	۳/۴	۲۰/۸
۹	خسروی	۱/۵	۰/۹۳	۵۹/۸
۱۰	یزد	۱/۳	۰/۵۱	۱۶۰/۶
۱۱	مشهد	۱/۲	۰/۷	۷۲/۷
۱۲	منطقه ویژه اقتصادی ایرانیان (زرندیه)	۰/۹	۰/۰۴	۲۱۶۹
۱۳	اصفهان	۰/۸۴	۰/۴۷	۷۷/۹
۱۴	سومار	۰/۸	۴/۲	- ۸۱/۳
۱۵	کرمانشاه	۰/۶۵	۲/۱	- ۶۹/۷
۱۶	تبریز	۰/۴۲	۰	۱۰۰
۱۷	فریدون کنار	۰/۴	۰/۳۴	۱۷
۱۸	مهاباد	۰/۲۱	۰/۳۱	- ۳۲/۹
۱۹	چدابه - مرزبستان	۰/۲	۰/۰۰۶	۲۹۰۳
۲۰	کرمان	۰/۱۲	۰/۰۷	۷۳
۲۱	زنجان	۰/۰۷	۰/۱۱	- ۳۷/۴
۲۲	قزوین	۰/۰۶	۰	۱۰۰
۲۳	سنندج	۰/۰۳	۰/۳	- ۹۰/۲
۲۴	شلمچه	۰/۰۲	۰/۰۴	- ۳۴/۸

تغییرات درصد	ارزش ۱۰ ماهه (میلیون دلار)		گمرک	ردیف
	ارزشی	۱۴۰۴		
- ۱۴/۸	۰/۰۲۱	۰/۰۲۴	قم	۲۵
۱۰۰	۰/۰۰۷	۰	منطقه ویژه اقتصادی یزد	۲۶
- ۹۸/۹	۰/۰۰۴	۰/۴۲	غرب تهران	۲۷
- ۹۷/۲	۰/۰۰۱	۰/۰۶	شهرکرد	۲۸
-۱۰۰	۰	۰/۰۴۴	بازرگان	۲۹

رقبای اصلی فرش، موکت و سایر کفپوشهای ماشینی جمهوری اسلامی ایران در عراق و اقلیم کردستان

• فرش

در بازار فرش اقلیم کردستان، جمهوری اسلامی ایران رقیب قوی ندارد و بیشترین سهم بازار در اختیار شرکتهای ایرانی است. پس از فرش ایرانی، ترکیه با اختلاف زیاد در رتبه دوم قرار دارد. حضور محدودتر فرشهای ترکیهای در این بازار بیشتر به دلیل قیمت‌های بالاتر، تفاوت در طرح و سبک متناسب با ذائقه مصرف‌کننده و کیفیت بالای فرشهای ایرانی ارزیابی می‌شود. با این حال، تولیدکنندگان ترکیهای تلاش کرده‌اند با تمرکز بر طراحی‌های مدرن، کیفیت بالا و بازاریابی حرفه‌ای، سهم خود را به تدریج افزایش دهند.

• موکت

ترکیه مهم‌ترین و جدی‌ترین رقیب ایران در بازار موکت است. صنعت موکت و کفپوش ترکیه طی سال‌های اخیر با سرمایه‌گذاری گسترده در نوسازی خطوط تولید، طراحی مدرن (مینیمال، اروپایی)، استفاده از فناوری‌های

پیشرفته و تمرکز بر طراحی‌های مدرن و متناسب با سلیقه روز، توانسته است محصولات متنوع و باکیفیتی را به بازارهای منطقه‌ای عرضه کند. علاوه بر این، شرکت‌های ترکیه‌ای با بهره‌گیری از شبکه‌های توزیع منسجم، حضور فعال در نمایشگاه‌های بین‌المللی و ارائه خدمات پس از فروش مناسب، جایگاه خود را در بازار اقلیم تثبیت کرده‌اند.

مزیت‌ها:

- طراحی مدرن و مطابق سلیقه روز (انواع موکت)
- برندهای شناخته‌شده

• سایر کفپوشهای ماشینی

چین در حوزه سایر کفپوشهای ماشینی رقیب کالای ایرانی است.

مزیت‌ها:

- قیمت بسیار پایین
- تنوع بالا در محصولات ساده

وضعیت حضور کشورها در بازار فرش و موکت و سایر کفپوشهای ماشینی اقلیم کردستان و سهم بازار هر کدام

• فرش

بر اساس بررسی‌های میدانی صورت گرفته در بازار اربیل، حدود ۹۰٪ فرش‌های وارداتی به اقلیم کردستان، ایرانی هستند و تنها نزدیک به ۱۰٪ از این بازار در اختیار تولیدکنندگان ترکیه‌ای است. این سهم بالای ایران را

می‌توان ناشی از مجموعه‌ای از عوامل از جمله اشتراکات فرهنگی و سلیقه‌ای، تنوع بالای طرح و رنگ و همچنین قیمت رقابتی محصولات ایرانی دانست. فرش‌های ایرانی، به‌ویژه در حوزه فرش‌های ماشینی، به دلیل کیفیت قابل قبول در کنار قیمت مناسب، توانسته‌اند جایگاه تثبیت‌شده‌ای در میان مصرف‌کنندگان اقلیم به دست آورند.

به‌طور کلی، بازار فرش اقلیم کردستان همچنان به‌شدت تحت تأثیر تولیدات ایرانی قرار دارد، اما با توجه به رقابت فزاینده منطقه‌ای، تغییر الگوهای مصرف و ورود بازیگران جدید، حفظ این سهم مستلزم توجه بیشتر به نوآوری در طراحی، ارتقای کیفیت، توسعه شبکه‌های توزیع و نیز استفاده از روش‌های نوین بازاریابی خواهد بود.

• موکت

بر اساس بررسی‌های میدانی در بازار اربیل، حدود ۹۰٪ از موکت‌های عرضه‌شده در بازار اقلیم کردستان مربوط به ترکیه است و تنها نزدیک به ۱۰٪ این بازار در اختیار تولیدکنندگان ایرانی است.

اگرچه موکت‌های ایرانی از نظر قیمت در برخی موارد رقابتی هستند، اما چالش‌هایی همچون محدودیت در تنوع طرح‌های به‌روز، ضعف نسبی در بازاریابی و برندسازی و همچنین مشکلات مربوط به لجستیک و زنجیره تأمین، موجب شده است سهم ایران در این بخش نسبت به فرش پایین‌تر باشد. همچنین، ترجیح بخشی از مصرف‌کنندگان و پروژه‌های ساختمانی به استفاده از محصولات ترکیه‌ای که دارای استانداردهای مشخص و بسته‌بندی حرفه‌ای هستند، به تقویت این روند کمک کرده است.

در مجموع، بازار موکت اقلیم کردستان در حال حاضر به‌طور غالب در اختیار تولیدکنندگان ترکیه‌ای است، اما با توجه به ظرفیت‌های تولیدی ایران و نزدیکی جغرافیایی، امکان افزایش سهم بازار در صورت توجه به ارتقای کیفیت، نوآوری در طراحی، تقویت شبکه‌های توزیع و اجرای استراتژی‌های مؤثر بازاریابی و برندسازی، همچنان وجود دارد.

• سایر کفپوشهای ماشینی

چین نقش مهمی در تأمین سایر کفپوش‌های ماشینی ارزان‌قیمت و اقتصادی در اقلیم کردستان دارد.

- بسیاری از تجار اقلیم مستقیماً با بازارهای چین در ارتباط هستند و واردات گسترده‌ای انجام می‌دهند .

راههای نفوذ، ورود و یا توسعه بازار فرش، موکت و سایر کفپوشهای ماشینی 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

میزان تعرفه و مالیات واردات فرش و موکت در اقلیم کردستان

ردیف	کالای وارداتی به اقلیم کردستان	تعرفه و مالیات واردات برای هر تن
۱	فرش	۵۰ دلار تعرفه و ۱۲ دلار مالیات
۲	موکت	۵۰ دلار تعرفه و ۱۲ دلار مالیات

مقایسه موکت ایرانی و ترکیه ای در بازار اقلیم کردستان (براساس اظهارات اغلب فروشندگان)

اکثر فروشندگان بر کیفیت، دوام، خاصیت ضدآلرژی و مشتری پسند بودن موکت های ترکیه ای نسبت به نمونه های مشابه ایرانی تأکید دارند.

تفاوت مهم دیگری که میان موکت ترکیه ای و ایرانی وجود دارد و مورد اشاره بسیاری از فروشندگان است، مربوط به بخش پشت (زیره) موکت است. پشت موکت های ترکیه ای معمولاً از جنس لاستیکی و ضدلغزش است، در حالی که پشت موکت های ایرانی اغلب نمدی می باشد. به همین دلیل، بیشتر مصرف کنندگان در اقلیم کردستان تمایل به استفاده از موکت هایی با زیره لاستیکی دارند.

همچنین، فروشندگان معتقدند که موکت های ایرانی در مقایسه با موکت های ترکیه ای از دوام کمتری برخوردار هستند.

چالش های پیش روی صادرات فرش، موکت و سایر کفپوشهای ماشینی شرکتهای ایرانی

۱- عدم انجام تحقیقات بازار و بازاریابی توسط برخی از شرکتهای

بسیاری از شرکتهای تولیدمحور هستند نه بازارمحور و تحلیل رفتار مصرف کننده خارجی ندارند و در نتیجه محصول تولید شده براساس نیاز و سلیقه بازار هدف طراحی نمی شود

۲- نبود یکپارچگی زنجیره ارزش

در ایران زنجیره تولید تا صادرات معمولاً گسسته است:

مشکل:

- نبود کنترل واحد روی قیمت، برند و کیفیت
- کاهش قدرت رقابت در بازار نهایی

۳- چالش های رقابتی (Competitive Pressure)

سلطه ساختاری ترکیه

- طراحی مطابق سلیقه محلی
- تبلیغات فعال در بازار مقصد
- شبکه فروش فیزیکی
- کنترل قیمت مصرف کننده

رقابت در بخش قیمت

چین بخش ارزان بازار را گرفته است:

- موکت اقتصادی

- فرش‌های ماشینی ساده
ایران در میانه بازار تحت فشار است

۴_ نداشتن انبار در مقصد

باعث کندی در تحویل و ضعف در پاسخ‌گویی بازار می‌شود.

رقبا مثل ترکیه در اقلیم کردستان انبار دارند و وابسته به ارسال مستقیم از داخل کشور نیستند.

۵_ نوسان کیفیت در تولید

- تفاوت کیفیت بین کارخانه‌های مختلف
- نبود استاندارد صادراتی یکپارچه

۶_ نداشتن استراتژی برای ورود به بازار

۷_ ضعف در طراحی و انطباق با سلیقه بازار در تولید موکت

۸_ ضعف در برندسازی و بازاریابی بین‌المللی

۹_ تبلیغات گسترده تلویزیونی و رسانه‌ای توسط شرکتهای ترکیه‌ای در اقلیم کردستان

پیشنهادات لازم برای توسعه صادرات فرش، موکت و سایر کفپوشهای ماشینی شرکتهای ایرانی به عراق و اقلیم کردستان

۱_ تحقیقات بازار و تحلیل رقبا

- تحقیقات و تحلیل در خصوص بررسی سلیقه، رنگ، طرح و سایزهای پرمصرف

- تحلیل وضعیت رقبا و کالاهای صادراتی آنها در بازار اقلیم کردستان

۲- بهبود کیفیت محصول و استانداردسازی

۳- راه‌اندازی شوروم دائمی (Showroom)

۴- حضور فعال در نمایشگاه‌ها و رویدادهای تخصصی اقلیم کردستان

۵- ثبت برند در اقلیم کردستان برای جلوگیری از جعل و افزایش اعتماد بازار و برندسازی

۶- تبلیغات هدفمند

- تبلیغات در شبکه‌های اجتماعی عراق و اقلیم کردستان (فیس‌بوک، اینستاگرام، تیک‌تاک)
- طراحی کاتالوگ دیجیتال و چاپی به زبان کردی و عربی
- ویدئوهای تبلیغاتی کوتاه جهت معرفی محصولات و پخش از شبکه‌های تلویزیونی اقلیم کردستان

۷- مدیریت لجستیک و ثبات در تامین کالا

- مهم‌ترین مشکل بازار عراق، عدم ثبات تامین‌کنندگان است.
- در صورتی که قیمت پایدار، زمانبندی ثابت و کیفیت ثابت داشته باشید، بسیاری از واردکنندگان حاضرند قرارداد بلندمدت ببندند.

۸ - بهبود کیفیت و استاندارد صادراتی

اقدامات:

- استانداردسازی تولید بین کارخانه‌ها
- کنترل کیفیت صادراتی

- استفاده از مواد اولیه پایدارتر
- افزایش دوام و خدمات پس از فروش

۹- ایجاد شبکه توزیع حرفه‌ای در عراق و اقلیم کردستان

بازار عراق و اقلیم کردستان ساختار واسطه‌ای دارد

اقدامات لازم

- انتخاب نماینده انحصاری در اقلیم
- همکاری با عمده‌فروشان بزرگ
- ایجاد سیستم توزیع منطقه‌ای

۱۰- بازطراحی محصول بر اساس سلیقه بازار اقلیم کردستان

- طراحی مدرن
- رنگ‌های خنثی (طوسی، کرم، بژ)
- سبک مینیمال
- توسعه موکت‌های مدرن اداری و هتلی
- موکت‌های ضد لک برای پروژه‌های اداری

۱۱- تغییر مدل حضور: از صادرات به استقرار در بازار

مهم‌ترین اقدام، تغییر رویکرد از فروش داخلی (به تاجر یا صادرکننده) به حضور واقعی و مستقیم در بازار هدف است

- ایجاد دفتر فروش یا انبار در اربیل
- ثبت شرکت محلی یا همکاری با شریک کردی/عراقی











