

İran Elektrikli Ev Aletleri Sektör Raporu

Not: Bu nottaki bilgilerin, yürürlükteki İran'a yönelik yaptırımlar gözönüne alınarak değerlendirilmesi gerekmektedir.

1. Mevcut Durum

İran'da en önde gelen sektörler, Sanayi, Ticaret ve Madenler Bakanlığı tarafından enerji, otomotiv, elektrikli ev aletleri, çelik, çimento ve gıda sanayisi olarak belirtilmektedir.

İran'da elektrikli ev aletleri alanında faaliyet gösteren başta Horasan, İsfahan, Tahran ve Doğu Azerbaycan eyaletlerinde olmak üzere 560 civarında lisanslı üretim tesisi bulunmakta ve bu tesislerde 145.000 civarında kişi istihdam edilmektedir. 20 milyon hane halkının olduğu İran'da elektrikli ev aletleri pazarının büyüklüğünün 6,4 milyar dolar olduğu tahmin edilmekte, yerel üreticilerin pazarın %60'ına üretim yapabildiği, geri kalan %40'lık kısmın ise ithal edildiği ifade edilmektedir.

Ülkede buzdolabı kompresörleri dışında elektrikli ev aletleri sektöründeki tüm parça ve aksesuarların ülke içinde üretilebildiği belirtilmektedir. Bununla birlikte, tüketici taleplerine oldukça duyarlı olan ev aletleri sektöründe, İranlı üreticilerin bu taleplere etkin cevaplar veremediği, başta tasarım ve verimlilik olmak üzere birçok konuda yetersiz kaldığı ifade edilmektedir.

Sektörde 10'dan az sayıdaki yabancı markanın İran'ın ithalatının %75'ten fazlasını gerçekleştirdiği görülmektedir. Yerel firmaların ise tüketici nezdinde 30 civarında kalite algısı yüksek markası bulunmaktadır. Sektörün 2016 yılında 652 milyon dolar ithalatı, 260 milyon dolar ise ihracatı bulunmaktadır. Sektöre yönelik 23 adet Ar-Ge merkezi, 6 adet sanayi ve maden lisansı ile faaliyet gösteren merkez bulunmaktadır.

Sektörün işbirliği kuruluşlarının üç alt alanda örgütlendiği görülmektedir. Birinci grupta termal, soğutma ve pişirme cihazları, dikiş makineleri, elektrikli kıyım makineleri ve meyve suyu sıkacakları; ikinci grupta elektrikli olmayan mutfak ve bulaşık aletleri; üçüncü grupta ise ev aletleri parça ve aksesuar üreticileri bulunmaktadır.

Sektörün tüketici taleplerine cevap vermeyen yapısı ve düşük teknolojisi nedeniyle tüketicilerin yoğunlukla başta televizyon olmak üzere ithal ürünleri talep ettiği görülmektedir. Kapsamlı Ortak Eylem Planı'nın (KOEP) 2016 yılında devreye girmesi ve yaptırımların önemli bir kısmının kaldırılmasının ardından yabancı markaların yüksek kaliteli ürünleri ülkeye yoğun olarak girmeye başlamış, yerel üreticilerin bu rekabetten oldukça olumsuz etkilendiği görülmüştür. Bu süreçte bazı yerel üreticilerin uluslararası standartlara benzer şekilde üretim, yönetim, satış sonrası hizmetler, değiştirme garantileri, müşterilerin isteklerine uygun ürün çeşitlerinin sunulması gibi müşteri taleplerine etkili yanıt verebildikleri görülmesine rağmen yerel üreticilerin önemli bir kısmının bu süreçte oldukça zorlandıkları görülmekte ve rekabete uyum sağlayamadığı sürece önemli bir kısmının batabileceği belirtilmektedir.

Bununla birlikte, ABD'nin KOEP'ten çekilmesinin ardından içinde elektrikli ev aletleri sektöründe de yer alan birçok uluslararası firma İran'dan çekilmiş durumdadır. İran'ın bahsekonu sektöre yönelik ithalat yasaklamaları da gözönüne alındığında, sektörde önümüzdeki dönemde yerel üreticilerin ağırlık kazanacağı ve tüketici taleplerinin de düşen alım gücüyle birlikte erteleneceği tahmin edilmektedir.

2. Üretim Rakamları

İran'da elektrikli ev aletleri üreten firmaların yıllık üretim kapasitesinin 18 milyon adet olduğu ve bunun 12 milyon adetlik kısmının kullanılabildiği ifade edilmektedir.

Sektörün son dört yıldaki üretim rakamları aşağıdaki gibidir.

Ev Aletleri Üretimi (Bin Adet)

	2014	2015	2016	2017
TV	2060	1921	1397	1495
Buzdolabı	994	1313	737	889
Bulaşık Mak.	759	797	492	861
Klima	911	788	684	723

Kaynak: İran Sanayi, Ticaret ve Madenler Bakanlığı

Sektörde hammadde olarak kullanılan çelik, alüminyum, bakır, çelik saclar ve petrokimya ürünlerinin önemli bir kısmının ülke içinde üretilebildiği, ayrıca son yıllarda elektromotor ve valflerin de ülkede üretimine başlandığı belirtilmektedir.

3. Sektörün Dış Ticareti

Sektörde ülke içinde önemli bir üretim hacmi bulunmasına rağmen ithalatın hala önemli rol oynadığı belirtilmektedir. Resmi istatistiklere göre 650 milyon dolarlık ithalatın bulunduğu sektörde, kaçak yollardan ülkeye giren önemli oranda ev aleti bulunduğu tahmin edilmektedir. İthal edilen önemli kalemler olarak klimalar, buzdolapları, çamaşır ve bulaşık makineleri gösterilmektedir. ÇHC, BAE, G.Kore, Türkiye, Tayland, İtalya ve Almanya'nın İran'ın sektördeki ithalatında önde gelen ülkeler olduğu görülmektedir.

İran'ın sektördeki ihracatı incelendiğinde ise, Irak, Afganistan, Orta Asya ve Afrika'ya olmak üzere yıllık ortalama 250 milyon dolarlık bir ihracatın bulunduğu görülmektedir. Irak dışında kalan ülkelere yapılan ihracat oldukça düşük düzeydedir. Buharlı soğutucular, buzdolapları, dondurucular, gazlı ısıtıcılar, fırınlar, dikiş makineleri, su ısıtıcıları İran'ın ana ihraç malları olarak öne çıkmaktadır.

İthalat açısından ise geniş pazarı nedeniyle farklı bir durum söz konusudur. İran dünyanın en çok çamaşır makinesi ithal eden 17., buzdolabı ithal eden 23., TV ithal eden 28. ülkesi durumundadır.

Resmi rakamlara göre elektrikli ev aletleri sektöründe 450 milyon dolar ithalat gerçekleştirildiği belirtilse de, piyasaya ilişkin gözetim yapan firmalarca İran pazarında 5 milyar dolardan fazla yabancı ürünün satıldığı ifade edilmektedir. Kaçak ürünlerin gümrük sistemindeki boşluklardan yararlanılarak ülkeye getirildiği ve ülke içinde montajının yapılarak piyasaya sürüldüğü, gümrük vergisinin parça ithalatında %8,5; tamamlanmış mallarda ise %85 olduğu, pazardaki yabancı markaların distribütörlerinin sıkı denetime tabi tutulmamasının piyasadaki yabancı ürünlerin hakimiyetini güçlendirdiği ifade edilmektedir.

Sektördeki kaçakçılığın önemli bir kısmının menşe değiştirerek veya serbest bölgeleri kullanarak yapıldığı değerlendirilmektedir. Yabancı markaların ülke içindeki ortakları CKD (Complete Knock Down) veya SKD (Semi Knocked Down) formatında ürünleri olduğundan farklı menşe ve isimde ülkeye sokmakta, ülke içinde montajını yaptıktan sonra satışını gerçekleştirmektedir. İran Ticaret, Sanayi ve Madenler Bakanlığı'nın bu sorunun üstesinden gelmek için SKD formatında ithalatı yasaklamaya ve CKD formatındaki ürünlere gümrük vergisi uygulamaya yönelik girişimleri bulunmaktadır.

Sektördeki kaçakçılığın nedenleri olarak yakalanma riskinin düşüklüğü, yüksek vergilerden dolayı kaçakçılığın cazip olması, gözetleme mekanizmalarındaki usulsüzlükler, resmi ithalat süreçlerinin karışıklığı gibi hususlar gösterilmektedir.

Piyasada yılda 2,5 milyon adet buzdolabı talebi bulunmakta, bunun 1 milyonunun ülke içinde üretildiği, geri kalanının ise ithal edildiği tahmin edilmektedir. İran Gümrük İdaresi verilerinden Güney Kore (%49), Türkiye (%16), BAE (%15), ÇHC (%14) ve Hindistan'ın (%2) İran'a yönelik buzdolabı ihracatından en önemli payı alan ülkeler olduğu görülmektedir. Mart 2015–Mart 2016 arasında 38,5 milyon dolarlık buzdolabı ithalatı gerçekleşirken, Mart 2016–Mart 2017 arasında 144 milyon dolarlık buzdolabı ithalatı gerçekleştirilmiştir. İran Gümrük İdaresi'nin verilerine göre son beş yılda İran'a 620 milyon dolarlık buzdolabı ithalatı gerçekleştirilmiştir. İran'ın buzdolabı ihracatı incelendiğinde ise, Afganistan, Irak, Tacikistan, Kenya and Azerbaycan'a olmak üzere son 5 yılda toplam 35 milyon dolarlık ihracat olduğu görülmektedir. Afganistan ve Irak, İran'ın sektördeki ihracatının %95'inin gerçekleştiği pazarlar olarak öne çıkmaktadır.

İran'da Mart 2016–Mart 2017 arasında 9 milyon dolarlık fırın ithalatı gerçekleştirilmiştir. İran Gümrük İdaresi'nin verilerine göre ise son beş yılda İran'a 28 milyon dolarlık fırın ithalatı gerçekleştirilmiştir. İtalya (%50), ÇHC (%24) ve Türkiye (%17) pazardaki ana oyunculardır. İran'ın fırın ihracatı incelendiğinde, başta Irak (%47) ve Afganistan (%26) olmak üzere son 5 yılda toplam 77,6 milyon dolarlık ihracat olduğu görülmektedir. Burada da Afganistan ve Irak, İran'ın sektördeki ihracatının %95'inin gerçekleştiği pazarlar olarak öne çıkmaktadır.

Buharlı soğutucularda ise İran'da Kazvin, Şehrekord ve Tebriz'de bulunan üretim noktalarında yılda yaklaşık 800.000 adet ürün üretildiği tahmin edilmektedir. İran'ın bu sektörde kaydedeğer bir ithalatı bulunmamaktadır. İran'ın ihracatı incelendiğinde Mart 2016–Mart 2017 döneminde 147 milyon dolarlık ihracat gerçekleştirildiği ve ihracatının %93'lük kısmının Irak'a yönelik olduğu görülmektedir.

Sektördeki ürünlerin ihracat ve ithalat rakamları aşağıdaki gibidir.

Mart 2016–Mart 2017 Döneminde Ev Aletleri İhracatının Alt Sektör Bazında Dağılımı

Ürün Adı	(%)
Soğutucular (Wet Cooler)	78,2
Fırın ve Pişiriciler	6,3
Gazlı Isıtıcılar (Gas Boiler)	5,7
Gazlı ve Likit Isıtıcılar	3,7
Buzdolabı ve Dondurucular	3,7
Diğer	2,5

Kaynak: The Association of the Industries of Household Appliance of Iran

Mart 2016–Mart 2017 Döneminde Ev Aletleri İthalatının Alt Sektör Bazında Dağılımı

Ürün Adı	(%)
Klimalar	39,3
Buzdolabı ve Dondurucular	22,5
Bulaşık Makinesi	9,4
Blender ve Miller	7,2
Çamaşır Makinesi	7,2
Diğer	14,4

Kaynak: The Association of the Industries of Household Appliance of Iran

4. Sektördeki Vergiler

Yerel lobilerin etkisiyle elektrikli ev aletleri sektöründe vergiler son dönemde %55'ten %85'e çıkarılmış, bir kısım ürünün ithalatı ise yasaklanmıştır. İthalatı yasaklanan ürünlerin listesine Bakanlığımız sitesinden erişilebilmektedir.

Mart 2016–Mart 2017 Döneminde Ev Aletleri Sektöründeki Gümrük Vergileri (%)

Ürün Adı	Gümrük Vergisi (%)
Çamaşır Makineleri	85
Fırın ve Pişiriciler	85
Buzdolabı ve Dondurucular	85

Kaynak: İran Gümrük İdaresi – IRICA

5. Tüketici Davranışları

İran, büyüyen orta sınıfı, artan şehirleşmesi, genç nüfusu ve ertelenmiş tüketici talebiyle elektrikli ev aletleri sektöründe öne çıkan pazarlardan birisi olarak dikkat çekmektedir. Ayrıca, İran'da tüketici davranışları son on yılda tüketimin bir statü göstergesi olmasına evrilen hızlı bir değişim göstermiştir. Uzun yıllardır kapalı bir ekonomiye sahip olan İran'da ithal mallara özellikle alım gücü yüksek kesim arasında yoğun talep vardır. İthal mallar önemli bir statü göstergesi olmakta, elektrikli ev aletleri işlevselliği ve tasarımı kadar evde bir dekor unsuru olarak da yer almaktadır.

Öte yandan, İran'da çeyizler gelinin ailesi tarafından hazırlanmakta ve çeyizlere oldukça önem atfedilmektedir. Çeyizin içeriğinin lüks olması geline daha fazla saygı duyulmasını beraberinde getirmekte, bu durum ailelerin çeyizleri olabildiğince kaliteli ve lüks mallardan hazırlamasını sağlamaktadır. İranlı bir ailenin çeyize ortalama 5 bin dolar harcadığı tahmin edilmektedir. Gelir durumu yüksek ailelerde ise bu rakamın 40 bin dolara çıktığı belirtilmektedir.

İran'da ön ödemeli satış tekniği yaygın bir pazarlama tekniği olarak birçok sektörde kullanılmaktadır. Son dönemde elektrikli ev aletleri sektöründe de ön ödemeli satış tekniğinin kullanılmasına ilişkin çalışmalar yapılmış ve bu yöntem sektörde kullanılmaya başlanmıştır. Sektördeki 160 çeşit ürüne uygulanacağı belirtilen satış tekniğinin iki tür uygulaması bulunmaktadır. "Belirli Satış Tekniği" olarak isimlendirilen ilk uygulamada, ürün fiyatının tamamı satıcıya ödenmekte, satıcı tarafından teslimde gecikme yaşanan her ay için ürünün ücretinde %2 indirim yapılmaktadır. Firmanın ürünü teslim edememesi durumunda ise şirket tarafından ayrıca %25'lik bir ceza alıcıya ödenmektedir. "Ortaklık Yoluyla Ön Ödemeli Satış" uygulamasında ise ilk aşamada %50'lik ücret yatırılmakta, kalan miktardan ise %18 indirim yapılarak aylık taksitle ödeme gerçekleştirilmektedir.

Son dönemde İran'da internet üzerinden satışların da tüketici alışkanlıklarını belirlemede öne çıktığı görülmektedir. Ülkeye kaçak giren malların bile internet siteleri üzerinden satılabildiği ve tüketicilerin internet satışlarına talebinin giderek arttığı belirtilmektedir.

6. Pazardaki Yerli ve Yabancı Oyuncular

Pazarda 600 civarında yerli üretici bulunmakta olup, bu rakam pazarın oldukça dağınık bir yapıda örgütlendiğini göstermektedir.

Elektrikli ev aletleri sektöründe İran pazarında yer alan başlıca yerel oyuncular aşağıdaki gibidir.

- Soğutucular: Absal, Pars, Pakshoma
- Çamaşır Makinesi: Sinjer, Pars, Snowa
- Dondurucu ve Buzdolabı: Emersun, Snowa, Pars, Sinjer, Electro Steel
- Televizyonlar: Pars Electric, Sanam Electronics, Shahab
- Su Isıtıcıları: Butane, Iran Radiator
- Fırınlara: Sinjer, Snowa, Emersun

Sektör, yabancı markalar için oldukça kârlı bir alan sunmaktadır. G.Koreli iki firma Samsung ve LG pazardaki en önemli yabancı oyuncular olarak öne çıkmaktadır. İran elektrikli ev aletleri pazarında yabancı firmaların payı %65 olup, bu rakamın yarısının G.Koreli iki şirket LG ve Samsung'un oluşturduğu belirtilmektedir. Önceki yaptırımlar döneminde G.Koreli firmalar pazardan ayrılmamış ve bu durum pazardaki konumlarını oldukça güçlendirmiştir. Samsung tarafından KOEP Anlaşmasından sonra İran'da Ortadoğu'nun en büyük buzdolabı fabrikasını açılmasına rağmen ABD'nin tek taraflı yaptırımları uygulayacağını açıklamasının ardından şirket İran'daki faaliyetleri durdurmuştur. Aynı şekilde, LG firması da Goldiran isimli yerel firmayla 32 bin m²'lik çamaşır makinesi üretimi için yatırım yapmış, yaptırımların

devreye girmesinin ardından ülkeden çekilmiştir. Çekilen iki firmanın satış sonrası destek birimlerinin ise halen faaliyette olduğu bildirilmektedir.

KOEP Anlaşması'nın ardından G.Kore, Çin ve Türk ürünlerinin pazardaki payı azalmaya ve Avrupalı üreticilerin ürünlerinin payı artmaya başlamıştır. İtalyan şirketleri Candy ve Zerowatt, İran firması Pakshoma ile ortak girişim anlaşması imzalamıştır. Bu anlaşma kapsamında İran'da İtalyalı markalarla üretimi yapılacak ve İtalyan ürünlere "Made in Iran" etiketi vurulacaktır. Alman Bosch firması ise İranlı Butane Industrial Group ile %30'u İran pazarında satılmak, %70'i de ihraç edilmek şartıyla bir ortak yatırım yapmıştır. Isıtma, soğutma, iklimlendirme ve buzdolabı sektöründe Japon firması Ebara Refrigeration Equipment and Systems Co. ile G.Kore firmaları Century Corporation ve LG'nin pazarda monopol oluşturduğu dile getirilmektedir. Yaptırımların ardından Japon, G.Kore ve Avrupalı markaların İran pazarına oldukça temkinli yaklaştığı ve yatırım planlarını ertelediği veya iptal ettiği görülmektedir. Bu durumun önümüzdeki dönemde Çin ürünlerinin pazardaki payının artmasına neden olacağı değerlendirilmektedir.

Öte yandan, İran'ın sektördeki batan firmaları için uluslararası firmalarla temasa geçtiği bilinmektedir. Özellikle İran'daki en eski ve en büyük yerel üreticilerden birisi olan Arj firmasının batması sektörün yenilenme ihtiyacını yeniden gündeme getirmiştir. Sektördeki üreticilerin büyük çoğunluğunun yenilenme ihtiyacı içinde olduğu, fabrikaların kurulduğu gündeki gibi kaldığı, teknoloji açığının çok yüksek düzeylerde bulunduğu belirtilmektedir.

Yabancı markaların İran pazarında ses ve müzik sistemlerinde %95; buzdolaplarında %60 ve çamaşır makinelerinde ise %55'lik payları bulunduğu belirtilmektedir. Sektör temsilcilerine göre yabancı firmaların İran'daki başarılarının sırrı olarak kaliteli marka imajı, etkili dağıtım stratejileri oluşturma ve tüketici alışkanlıklarını iyi analiz etme olduğu belirtilmektedir.

7. Sektördeki Sorunlar

İran'da firmaların kapasite kullanım oranları krediye erişimdeki sıkıntılar, rekabetçi olmayan üretim, yönetim ve dağıtım altyapıları, eskimiş teknoloji, düşük kalite standartları, hükümetin aşırı düzenleyici yaklaşımı, yüksek düzeyde kaçak ürünün piyasaya girmesi gibi birçok nedenden ötürü %30'lar seviyesinde kalmaktadır. Sektör temsilcileri ile yapılan görüşmelerde yönetim, üretim ve dağıtım kanallarına ilişkin yenilikçi yaklaşımların ortak yatırımlar vasıtasıyla İran'a aktarılmasına ihtiyaç duyulduğu belirtilmektedir.

Öte yandan, finansa erişimdeki sıkıntılar ve rekabetçi olmayan fiyatlar nedeniyle ihracat olanaklarının kısıtlı olması yerel üreticilerin iç pazara odaklanmasını beraberinde getirmekte, ülkede son on yıldır sürekli düşüş gösteren alım gücü nedeniyle üretilen ürünlere yönelik talep sınırlı kalmakta, bu durum yerel firmaların hükümet nezdinde etkili lobi yapmalarını ve pazarı korumacı bir yapıya büründürmelerini sağlamaktadır. Bununla birlikte, firmaların tüm korumacı yapıya rağmen sürdürülebilirliklerini sağlamakta sorunlar yaşadığı belirtilmektedir. Örneğin, 1980'li yıllarda 170 civarında fırın üreticisinin bulunduğu İran'da bu sayısının günümüzde 40 civarına düştüğü, bu firmaların da kapasite kullanımlarının %30'lar civarında olduğu ifade edilmektedir.

Sektördeki makinelerin teknolojisinin ömrünü tamamladığı, birçok firmanın kurulduğu ilk günkü teknolojiyle üretim yapmaya devam ettiği belirtilmektedir. Yerli ürünlere ilişkin talebin de yeterli olmadığı, tüketicilerin düşük teknolojlü bu ürünleri almak istemediği, yerli üreticilerin yabancı firmalarla işbirliği yaparak yenilikçi ve tüketici talebine uygun ürünler üretilmesinin düşük tüketici talebini canlandırma için uygun olacağı, yapılacak ortaklıkların ayrıca İran'ın ihracat imkanlarını artırmasına imkan vereceği ifade edilmektedir.

Elektrikli ev aletleri sektöründe İran pazarındaki malların 1/3'ünün kaçak yollarla ülkeye girdiği tahmin edilmektedir. Sektördeki kaçakla mücadele etmek için ithal ürünlerin yalnızca resmi temsilciler vasıtasıyla ithalat ve dağıtım yapılmasına imkan veren bir düzenleme hayata geçirilmiş olmasına rağmen uygulamada hala yoğun sıkıntıların olduğu belirtilmektedir.

8. Hükümet Politikaları

İran'da İslam Devrimi'nin gerçekleşmesini takip eden on yıllarda hükümetin ekonomideki payı giderek artmıştır. Birçok sektörde hükümet tarafından kamulaştırma çalışmaları yapılmış, bu kamulaştırma çalışmalarının sonucunda verimlilik ve rekabetçilik azalmış, firmaların harcamaları artmış, özellikle uluslararası pazardaki payları erimiştir. Bunun neticesinde firmalar tarafından kendilerini korumak amacıyla banka kredilerine daha fazla yaslanılmış, kredilerin ödenememesi sonucunda bankaların firmalardaki payı giderek artmıştır. Elektrikli ev aletleri sektörü, İran'da tüm sektörlerdeki verimsizlik halkasını oluşturan bu uygulamalardan kaçınmamış durumda olup, sektörün geleceğinin önümüzdeki dönemde yerli üreticiler için daha da zorlayıcı olacağı ifade edilmektedir. Özellikle ülkenin ilk ve en büyük elektrikli ev aletleri üreticisi Arj firmasının batışında hükümetin rolü yoğun olarak sorgulanmış, sektördeki yetkililer tarafından sektöre yönelik hükümet müdahalelerine ilişkin eleştiriler yüksek sesle dile getirilmeye başlanmış durumdadır.

Sözkonusu eleştirilere cevap verebilmek amacıyla Sanayi, Ticaret ve Madenler Bakanlığı tarafından hazırlanan plan doğrultusunda elektrikli ev aletleri sektöründe üretim kapasitesinin artırılması için çalışma yapılacağı belirtilmektedir. Bu doğrultuda, halen 4 milyon olan televizyon üretim kapasitesinin 5,5 milyona çıkarılması planlanmaktadır. Bununla birlikte, sektörün halihazırda kapasite kullanım oranının yılda 1,3 milyon televizyon üretimiyle %30'larda kaldığı görülmektedir. İran Ticaret, Sanayi, Madenler ve Tarım Odası tarafından yayımlanan bir raporda ise buzdolabı üretiminde kapasite kullanımının %11, çamaşır makinelerinde %9 ve buharlı soğutucularda ise %18 olduğu belirtilmektedir. Kapasite kullanımının sınırlı kalmasının nedenleri olarak ise düşük talep, sınırlı ihracat olanakları, modası geçmiş üretim teknikleri ve makineleri, yüksek üretim maliyetleri, Ar-Ge harcamalarının düşüklüğü, ölçek ekonomisi ile çalışmama, düşük kâr marjları, satış sonrası hizmetlerin yetersizliği gösterilmektedir. Ayrıca, İran'da hazırlanan planlardaki göstergelerin genelde iddialı olduğu ve hedeflere neredeyse hiçbir zaman erişilemediği de sıkça gözlenmektedir. Tüm bunlar neticesinde önümüzdeki dönemde İran'ın sektördeki sorunlarının derinleşerek artacağı tahmin edilmektedir.

9. Satış Sonrası Hizmetler

Kaçak ürünlerin oldukça yoğun bir şekilde bulunduğu İran elektrikli ev aletleri pazarında satış sonrası hizmetlere verilen önem geleneksel olarak düşük olmasına ve ürünün ilk andaki imajı ve kalitesine önem verilmesine rağmen son dönemde tüketicilerin satış sonrası hizmetlere de önem vermeye başladığı ifade edilmektedir.

İran'da satış sonrası hizmetlerle ilgili olarak Üretici ve Tüketicuyu Koruma Örgütü görevli olup, firmalar üzerinde bağlayıcı kararlar alabilmektedir. İthal veya yerli tüm ürünlerin İran pazarında resmi yollarla satılabilmesi için satış sonrası hizmet ağını kurması mevzuat gereği zorunludur.

İran'da üç tip müşterinin olduğu belirtilmektedir. İlk tipteki müşteriler sadece fiyata odaklanmakta olan alım gücü düşük müşterilerden oluşmaktadır. İkinci tipteki müşteriler ürünün fiyatı ve kalitesi kadar satış sonrası hizmetlere de önem vermektedir. Üçüncü tipteki müşteriler ise yüksek alım gücüne sahip olan ve yabancı ürünleri tercih eden, satış sonrası hizmetleri ve şirket garantilerini önemsemeyen, ürünün arıza yapması durumunda yenisini alabilecek oldukça az sayıdaki müşteri grubudur. Ayrıca, satış sonrası hizmetlerde ürüne yönelik en az 18 boyunca hizmet verilmesi ve sürenin kurulumdan itibaren başlaması gerekmektedir. Bununla birlikte, gayriresmi olarak faaliyet gösteren ve firmaların isim ve logolarını taklit ederek hizmet vermekte olan çok sayıda firma bulunmaktadır.

10. Değerlendirme

İran'da elektrikli ev aletleri sektörü, ABD yaptırımlarının yeniden uygulanmaya başlamasının ardından önemli bir değişimle karşı karşıya kalmıştır. Pazardaki yabancı oyuncuların büyük bölümünün çekildiği, yüksek gümrük duvarlarını aşmak için yabancı yatırımların yerel üreticilerle yapmış olduğu ortak girişimlerin iptal edildiği veya ertelendiği görülmektedir. Yerel üreticilerin ise, teknoloji açığı ve verimlilik başta olmak üzere birçok sorunla karşı karşıya olduğu bilinmektedir. Bu noktada, ülkemizin güçlü ve rekabetçi sektörlerinden olan elektrikli ev aletleri sektörünün İran pazarında ABD yaptırımlarına rağmen önemli bir yer edinebileceği değerlendirilmektedir.

Kendi markası ile İran'a yönelik satış yapmak isteyen firmalarımızın, İran'ın uygulamakta olduğu yüksek gümrük vergilerini aşmak amacıyla yerel firmalarla ortaklıklar yapması ve CKD-SKD formatında ülkeye girecek malları montajlayarak nihai hale getirmesinin uygun olacağı değerlendirilmektedir. Yerel üreticilerle yapılacak ortaklığın, İran'da güçlü olan lobilerin etkisini azaltacağı ve yerel ortağın da etkili bir lobi olabileceği hususu unutulmamalıdır. Bununla birlikte, yerel ortağın ve kurulacak dağıtım kanallarının performansının sürekli olarak yerinde incelenmesi pazardaki başarı için ön koşullardandır.

Pazarda yer edinmek isteyen firmalarımızın ürün ve hizmet farklılaştırması diğer bir önemli husustur. İran tüketicisi nezdinde giderek artan şekilde satış sonrası hizmetler öncelenmekte olup, firmalarımızın pazarda bu hizmetleri etkili bir şekilde yapılandırması önemlidir. Nitekim, İran'da ortalama tüketici profiline satış sonrasında güven sorunu yaşadığı dikkate alındığında, bu konuda sürekli ve kaliteli hizmet vererek güven inşa edebilen markaların öne çıkmasının daha kolay olduğu anlaşılmaktadır.

Diğer taraftan, firmalarımızca marka koruma konusunda kapsamlı bir çalışma yapılması ve satış sonrası hizmetlerinde markalarına yönelik korsan hizmet veren yapıların engellenmesi sağlanmalıdır.

İranlı yerel markalar altında üretim yapmak da pazara girişte önemli bir araç olarak firmalarca kullanılmaktadır.

ABD yaptırımlarını ihlal eden elektrikli ev aletleri sektöründeki Katrangi ve Al Amir isimli bazı firmalar ABD tarafından SDN Listesine alınmış durumdadır. Firmalarımızın İran pazarıyla iş yaparken ABD yaptırımlarını gözönünde bulundurması ve konuya ilişkin değerlendirmeler yapması önerilmektedir. Müşavirliğimizce hazırlanan ABD'nin Tek Taraflı Yaptırımları notuna Bakanlığımız sitesinden ulaşılabilir. ABD yaptırımlar rejiminin oldukça dinamik ve muğlak bir şekilde ilerlediği gözönüne alınarak, bu süreçte özellikle büyük ölçekli ve uluslararası firmalarımızın kapsamlı müşavirlik hizmetleri almasının uygun olacağı değerlendirilmektedir.