

هيوونداي وكيا بالعراق: صراع الأناقة والاعتمادية على طرق مليئة بالتحديات



في العراق، حيث تتحول السيارة من مجرد وسيلة تنقل إلى رمزٍ للمكانة الاجتماعية وضمانٍ للاستقرار الأسري، يقف المستهلك أمام خيارٍ يعكس ذوقه وهويته في آنٍ واحد: هيوونداي أم كيا؟ علامتان تنتميان إلى المجموعة العالمية ذاتها، لكنّهما تمضيان في السوق العراقي بخطّين متوازيين يختلفان في فلسفة الأداء، ورؤية الاقتصاد، وتجربة القيادة التي يمنحانها. وفي شوارع بغداد المزدهمة، وأزقة البصرة التي تضجّ بالحياة، ومنعطفات أربيل الجبلية التي تجمع بين الأمالة والحداثة، يتجلّى التنافس بين العلامتين الكوريتين كلّ يومٍ على أرض الواقع. غير أن المفاضلة بينهما لا تُقاس بثمن الشراء وحده، بل بما يتبعها من تكاليف التشغيل، وتوافر قطع الغيار، وجودة خدمات ما بعد البيع، فضلاً عن قيمة إعادة البيع في سوقٍ يزرح تحت تقلبات اقتصادية، وبنى تحتية متآكلة، وطرقٍ لا تخلو من التحديات.

نقاط قوة مشتركة وفروقات جوهرية

تشارك هيوونداي وكيا في عناصر أساسية: تصاميم عصرية، تجهيزات تقنية مثل الشاشات اللمسية والكاميرات الخلفية، وضمان طويل يصل إلى 10 سنوات أو 100 ألف ميل، إضافة إلى شبكة وكلاء ومراكز



ولكن حين نتعمق في السوق العراقي، تظهر الفوارق بوضوح:

- الاقتصاد في استهلاك الوقود: غالباً ما تميل محركات هيونداي في الفئات المتوسطة إلى استهلاك أقل بفضل تقنيات Smartstream، بينما تدفع بعض طرازات كيا المستهلك نحو مصاريف وقود وصيانة أعلى.
- قيمة إعادة البيع: في بغداد، تحافظ هيونداي على سعرها بشكل أفضل، مدعومة بسمعة اعتمادية أعلى.
- الأداء والتجربة الداخلية: هيونداي تقدّم راحة أكبر وعزلاً صوتياً مقبولاً وقطع غيار متوفرة بسرعة. في المقابل تركز كيا على التصميم الرياضي والمزايا الداخلية المتطورة مثل أنظمة ترفيه أذكى، لكنها أحياناً تأتي على حساب المتانة في بعض التفاصيل.



الوكيل أولاً ثم السيارة

لا يواجه المستهلك العراقي دائماً المشكلة في العلامة نفسها، بل في الوكلاء والمستوردين. تفاوت الجودة بين وكيل وآخر أو بين سيارة جديدة وأخرى مستعملة مستوردة يجعل التجربة متناقضة. وتحمل كثير من السيارات المستعملة القادمة من الخارج مشاكل خفية نتيجة إهمال الصيانة في بلد المنشأ، وتُحمّل لاحقاً على سمعة العلامة في العراق.

وكما أن مقاومة الظروف القاسية من طرق غير معبدة، ازدحام، درجات حرارة مرتفعة وغيرها تضع تحدياً حقيقياً، وتتعامل هيونداي غالباً مع هذه الظروف بشكل أفضل من كيا، لكن لا يعني ذلك أنها معفية من أعطال.



ومن جهة ثانية، تقدم كيا تشكيلة أوسع تبلغ 19 طرازاً مقابل 13 لهيونداي، تشمل الميني فان وسيارات بسبعة مقاعد مثل سورينتو، ما يمنحها تفوقاً في بلد تكثّر فيه العائلات الكبيرة.

وبالمقابل، هيونداي تراهن على الطرازات الأكثر اعتمادية مثل إلنтра وسوناتا وسانتافي، مع كفاءة أعلى في سوق حساس جداً لاستهلاك الوقود. أما على مستوى التكنولوجيا والسلامة، فتساوى العلامتان نوعاً ما.

وفي العراق، إذا كان هدف المستهلك هو الاعتمادية وقيمة إعادة بيع مستقرة مع خدمات مضمونة لما بعد البيع، فإن هيونداي غالباً ما تكون الخيار الأكثر أماناً. أما إذا كان الهدف هو تصميم رياضي وتقنيات متقدمة وتجربة شبابية، فإن كيا تمثل بديلاً مغرياً، بشرط أن يكون مصدرها الوكيل أو مصدر موثوق.



ومن الطبيعي القول أن الأنظار تبقى موجهة نحو الوكلاء المحليين، فالمستقبل في العراق لن يُحسم بتفوق سيارة على أخرى، بل بمدى التزام الوكلاء بتقديم خدمة شفافة وقطع غيار أصلية بأسعار مقبولة. وهنا، ينجح من يكسب ثقة المستهلك العراقي قبل أن يكسب جيبه.