

KEARNEY

مكاتفة
mukatafa



تأثير التجارة الإلكترونية العابرة للحدود في المملكة العربية السعودية

نشرت بتاريخ 24 مايو 2023



KEARNEY



هذه الدراسة هي نتاج تعاون متبادل بين كيرني، وهي شركة استشارات
إدارية رائدة، وشركة مكاتفة الاستشارية، الجهة الرائدة في المملكة العربية
السعودية التي تعمل على التعاون والتكامل بين القطاعين الخاص والعام.

الملخص التنفيذي

تحلل هذه الدراسة حالة التجارة الإلكترونية في المملكة العربية السعودية، وتركز خاصةً على دور التجارة الإلكترونية العابرة للحدود، والتي تمثل حاليًا حوالي 60% من مبيعات التجارة الإلكترونية.

يرى قادة القطاع في منصات التجارة الإلكترونية المحلية أن الشركات العابرة للحدود لديهم ميزة سعرية على نفس المنتجات عالية الجودة بسبب الاختلافات في تكلفة ممارسة الأعمال التجارية، إذ تبلغ نسبة زيادة تكلفة الخدمات المماثلة في الشركات المحلية 17%-26 مقارنةً بالشركات العابرة للحدود. وتخضع شركات التجارة الإلكترونية العابرة للحدود فقط للرسوم الجمركية على الشحنات التي تزيد قيمتها عن 1000 ريال سعودي، ولا تخضع لضريبة القيمة المضافة وضرائب الشركات والزكاة وشهادة وأذونات الامتثال للجودة، والتي يتعين على الشركات المحلية الامتثال لها، وهذا أدى إلى رؤية المستهلك الفجوة في الأسعار، وهو السبب الرئيسي لتفضيلهم الشراء عبر الحدود.

يشهد سوق التجارة الإلكترونية في المملكة العربية السعودية نمو سريع، وذلك بدعم من المبادرات الحكومية في إطار رؤية 2030 وتفضيلات المستهلك المتغيرة خلال جائحة كوفيد-19، ومن المتوقع أن تصل حصة سوق التجارة الإلكترونية إلى 7.6% من إجمالي سوق التجزئة بحلول عام 2026 بمعدل نمو سنوي مركب يبلغ 13%.

تنقسم سلاسل قيمة التجارة الإلكترونية إلى سلاسل قيمة عابرة للحدود، سلاسل قيمة هجينة (Hybrid)، سلاسل قيمة محلية. ولدى بعض الشركات العابرة للحدود مثل «علي إكسبرس»، «فارفتش» حضور محلي واستثمار وتوظيف مباشر محدود أو معدوم في بلدان البيع مثل المملكة العربية السعودية، بينما تتمتع الشركات المحلية بحضور محلي واستثمار وتوظيف في بلدان البيع، أما الشركات هجينة (Hybrid) مثل أمازون فتعمل محليًا وعبر الحدود.

شكلت التجارة الإلكترونية في المملكة العربية السعودية العابرة للحدود 59% من إجمالي إيرادات التجارة الإلكترونية في عام 2021، ومع ذلك، كان هناك انخفاض في دخول التجارة الإلكترونية العابرة للحدود بين عامي 2017 و 2021 بسبب زيادة دخول التجارة الإلكترونية في قطاع البيع بالتجزئة، وميل العملاء المتزايد للتسوق عبر الإنترنت، وتطور شركات التجارة الإلكترونية المحلية، لكن لا زالت المبيعات العابرة للحدود مساهمًا رئيسيًا؛ إذ تخلق اللوائح الحالية التنظيمية منافسة غير متوازنة.

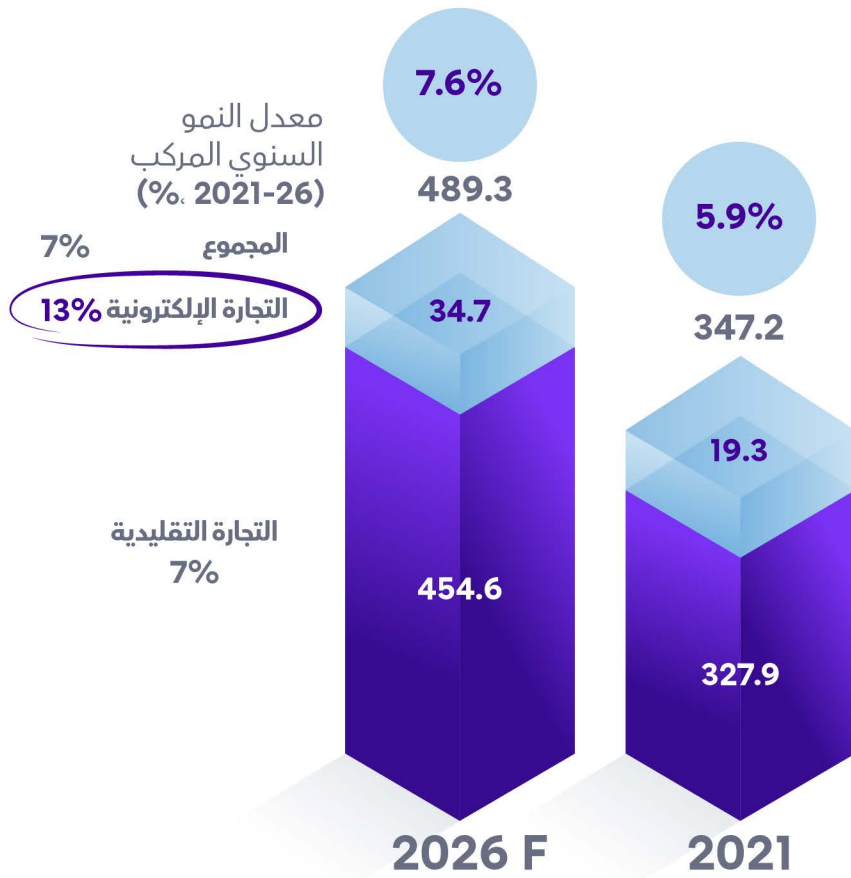
ومن أجل توفير فرص متكافئة لجميع الجهات الناشطة في مجال التجارة الإلكترونية مع حماية مصالح المستهلك وتشجيع الاستثمارات المحلية، تقترح هذه الدراسة أربع مبادرات رئيسية للنظر فيها، وذلك استنادًا إلى الدروس المستفادة من الأسواق الأخرى، وهي: تخفيض الحد الأدنى للرسوم الجمركية (1000 ريال سعودي حاليًا)، ومراجعة وتحسين القوانين الضريبية للشركات الأجنبية والأفراد، وتطبيق رسوم على كميات الواردات، وإلزام الشركات العابرة للحدود بالامتثال لمعايير الجودة المحلية.

مقدمة

إمكانات سوق التجارة الإلكترونية في المملكة العربية السعودية

يبلغ نمو سوق التجارة الإلكترونية في المملكة العربية السعودية 19.3 مليار ريال سعودي في عام 2021 أي ما يقارب 6% من إجمالي سوق التجزئة البالغ 347.2 مليار ريال سعودي، ومن المتوقع أن يصل نموه إلى 34.7 مليار ريال سعودي بحلول عام 2026 أي 7.6% من إجمالي السوق لعام 2026.

لماذا نحن متفائلون؟ (انظر الشكل 1).



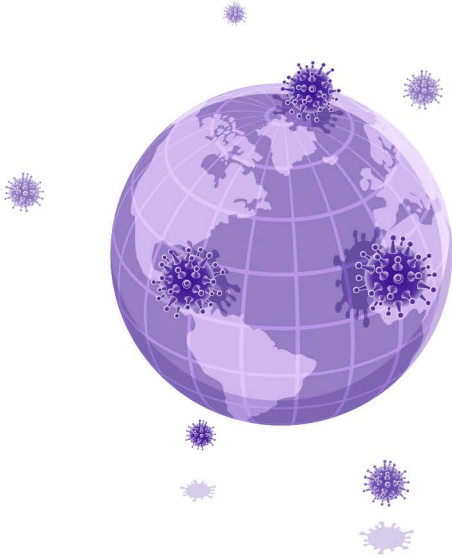
الشكل 1
بلغ حجم سوق التجارة الإلكترونية في المملكة العربية السعودية 19.3 مليار ريال سعودي في عام 2021 وسيقود نمو قطاعات التجزئة بمتوسط معدل نمو سنوي متوقع بنسبة 13% بين 21-'26

حجم سوق التجزئة

(المملكة العربية السعودية، مليار ريال سعودي)

% حصة التجارة الإلكترونية من قطاع التجزئة (%)

المصدر: Euromonitor, Kearney Analysis



أجبر كوفيد-19 المستهلك في المملكة العربية السعودية على التحول إلى الشراء الرقمي؛ بسبب سهولة الوصول إلى الإنترنت (**أكثر من 98% في المملكة العربية السعودية لديهم إمكانية الوصول إلى الإنترنت**)، ونظام التجارة الإلكترونية المزدهر الذي يتيح لهم استخدام طرق الدفع الرقمية المبتكرة، مثل: المحافظ الرقمية، العملات الرقمية، خدمة اشتر الآن وادفع لاحقًا، وغيرها.

توجه المبادرات الحكومية استثمارات القطاع الخاص في إطار رؤية **2030** لتوفير الركائز الأساسية لنمو التجارة الإلكترونية، مثل: زيادة المعاملات غير النقدية، وتحقيق الاستقرار، وتنويع القطاع المالي، وتوسيع التغطية الجغرافية لتقديم التجارة الإلكترونية خارج المدن الرئيسية إلى جميع مناطق المملكة العربية السعودية.



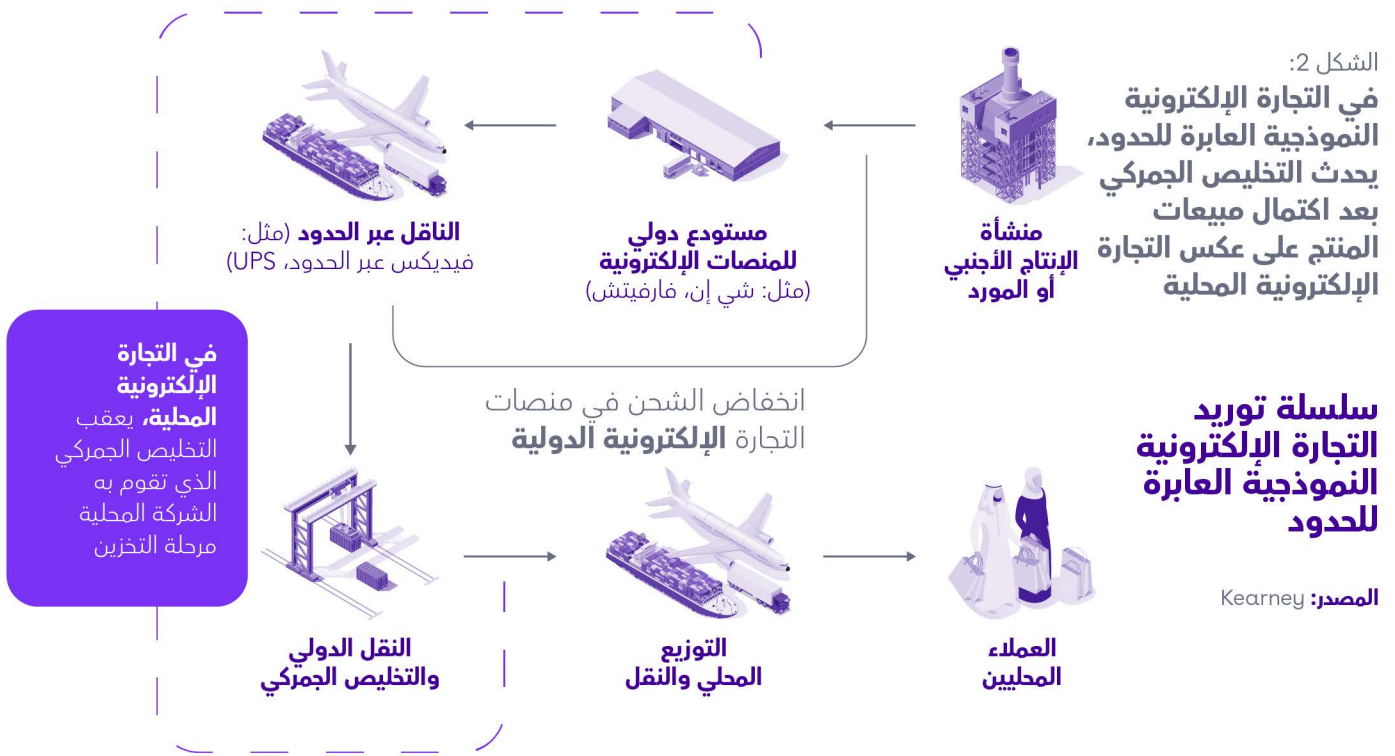
مع استمرار المستهلك في زيادة التسوق عبر الإنترنت، تزداد نسبة التجارة الإلكترونية العابرة للحدود (التي تباع وتنقل البضائع عبر الحدود الوطنية بين الشركات و المستهلك) وتمثل قرابة **60%** من مبيعات التجارة الإلكترونية، ولكن تبقى الفرص التجارية بلا زيادة.

تحلل هذه الدراسة المجالات الرئيسية التي يجب معالجتها لخلق مجال متكافئ لجميع الأطراف في التجارة الإلكترونية، مع حماية مصلحة المستهلك وتعزيز الاستثمارات المحلية.

ثلاثة طرق تؤدي إلى وجهة واحدة

كيف تعمل سلاسل قيمة التجارة الإلكترونية العابرة للحدود، هجينة (Hybrid)، والمحلية

يمكن أن تكون سلاسل القيمة العابرة للحدود معقدة للغاية، مما يؤدي إلى زيادة وقت التسليم وارتفاع تكاليفه. ولدى بعض الشركات مثل «علي إكسبرس»، «فارفتش» وجود محلي محدود أو استثمار أو توظيف مباشر في بلدان البيع مثل المملكة العربية السعودية، لكن تُصنع معظم السلع المباعَة وتخزن في بلدانها الأصلية ثم تُعبأ لتُشحن إلى بلدان البيع، وبعد وصول البضائع وتخليص الجمارك، تسلم شركات التوجيه والنقل المحلية السلع إلى المشتريين. (انظر الشكل 2).



من الناحية الأخرى، لدى شركات التجارة الإلكترونية المحلية حضور محلي واستثمار وتوظيف في بلدان البيع مثل المملكة العربية السعودية، إذ تُصنع السلع محلياً أو في بلدان أخرى، لكنها تُشحن وتُخزن في مستودعات بلدان البيع ومتاجر التجزئة، ثم تُعبأ للطلبات محلياً لتُشحنها شركات البريد السريع المحلية إلى العملاء.

أخيراً، هناك شركات هجينة (Hybrid) وعادةً تكون شركات تجارة إلكترونية كبيرة تعمل محلياً وعبر الحدود في نفس السوق لتلبية طلبات العملاء المحليين مثل أمازون، التي قد تشحن المنتجات المتاحة من مستودعاتها في المملكة العربية السعودية أو المنتجات غير المتوفرة محلياً عبر أمازون المملكة المتحدة، الولايات المتحدة، وغيرها.

التجارة الإلكترونية العابرة للحدود في المملكة العربية السعودية

يهيمن على الأسواق الرقمية في عدد من الدول -منها المملكة العربية السعودية- مستثمرون من الولايات المتحدة والصين وأوروبا استثمروا مبكرًا وبكثافة في تطوير البنى التحتية للتجارة الإلكترونية الوطنية والعالمية قبل أن يتمكن الاقتصاد المحلي من تنمية أعماله الرقمية، وهذا يصعب مهمة الشركات المحلية في استعادة حصتها من السوق الرقمي المحلي التي فقدها للمنافسين الدوليين.

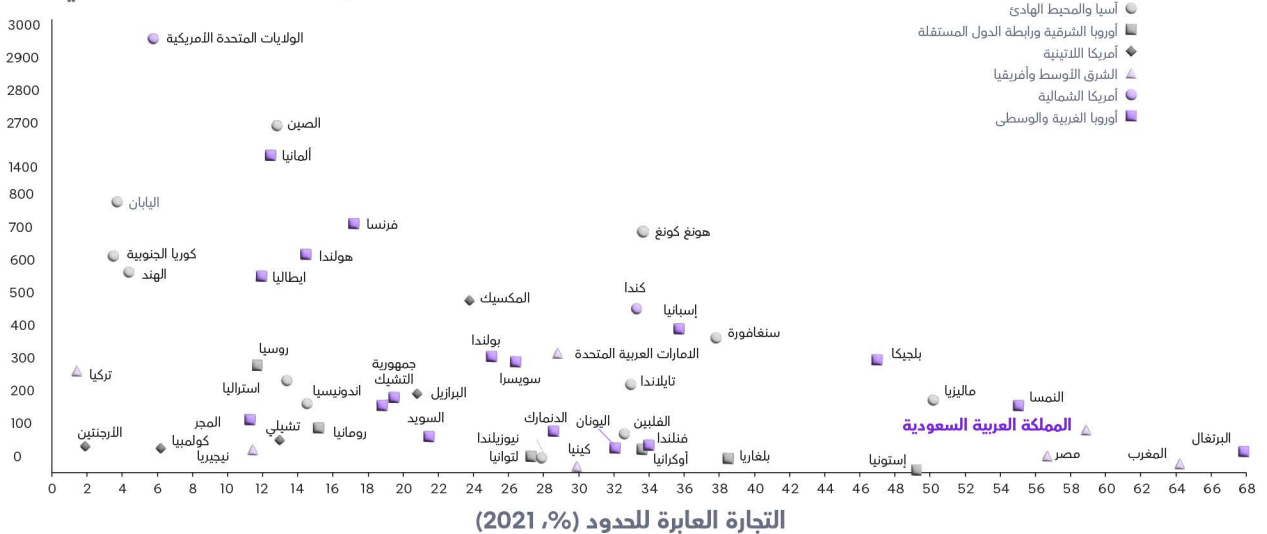
نظرة على ما يعنيه كل هذا بالنسبة للمملكة العربية السعودية - اليوم وفي المستقبل.

شكلت التجارة الإلكترونية العابرة للحدود نسبة 59% من إجمالي إيرادات التجارة الإلكترونية في المملكة العربية السعودية في العام الماضي (2021)، وهي ثالث أكبر حصة من النشاط العابر للحدود بين الدول الرئيسية التي جرى تقييمها (انظر الشكل 3). بالنظر إلى المؤشرات في سياق زمني، نرى انخفاضًا ثابتًا في تطبيق التجارة الإلكترونية العابرة للحدود بنسبة 14 نقطة مئوية بين عامي 2017 و2021، نتيجة لزيادة تطبيق التجارة الإلكترونية في قطاع البيع بالتجزئة، وميل العملاء المتزايد للتسوق عبر الإنترنت، وتطوير شركات التجارة الإلكترونية المحلية.

الشكل 3:

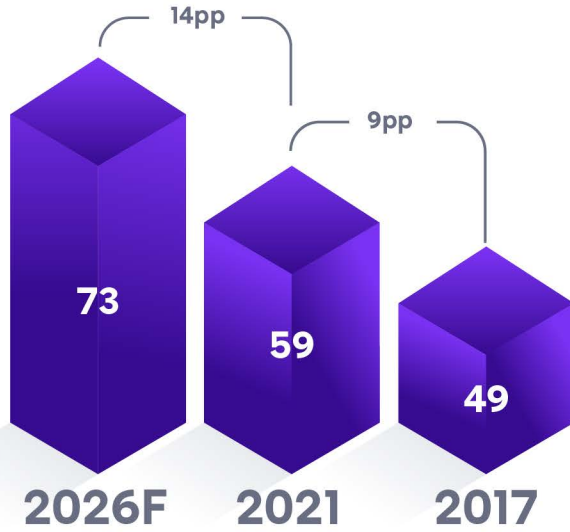
مقارنة بالمعايير العالمية، تمتلك المملكة العربية السعودية إحدى أكبر حصص التجارة العابرة للحدود في تجارة التجزئة الإلكترونية
حصة التجارة العابرة للحدود في إجمالي حجم التجارة الإلكترونية مقابل الاستيراد لبلدان محددة (2021)

حجم الواردات (مليار دولار أمريكي، 2021)



المصدر: UN Comtrade, Oxford Economics, Euromonitor, Kearney analysis

وجدت شركات التجارة الإلكترونية العابرة للحدود أن الاستثمار في البنية التحتية في المملكة هو حل أكثر كفاءة بدلاً من الشحن العابر للحدود، لا سيما مع توسع نطاق الشركات داخل المملكة في السنوات الأخيرة، على سبيل المثال: أطلقت شركة نون في مارس 2022 مركزاً جديداً بمساحة 45,000 متر مربع في مستودعاتها في الرياض لتلبية احتياجات العملاء. ومن المتوقع استمرار هذا الاتجاه مع تقديرات بانخفاض التجارة الإلكترونية العابرة للحدود إلى 49% في عام 2026. كما أصبح المستهلك أكثر وعياً - إذ يُتوقع أن يزداد شراء 74% من المشاركين من منصات التجارة الإلكترونية السعودية مقارنة بزيادة المشتريات من الصين ودول مجلس التعاون الخليجي وأوروبا والولايات المتحدة (انظر الشكل 4). لكن نظراً لأن اللوائح الحالية في المملكة العربية السعودية لا تزال تفضل التجار عبر الحدود، فستظل المبيعات العابرة للحدود مساهمة رئيسياً.

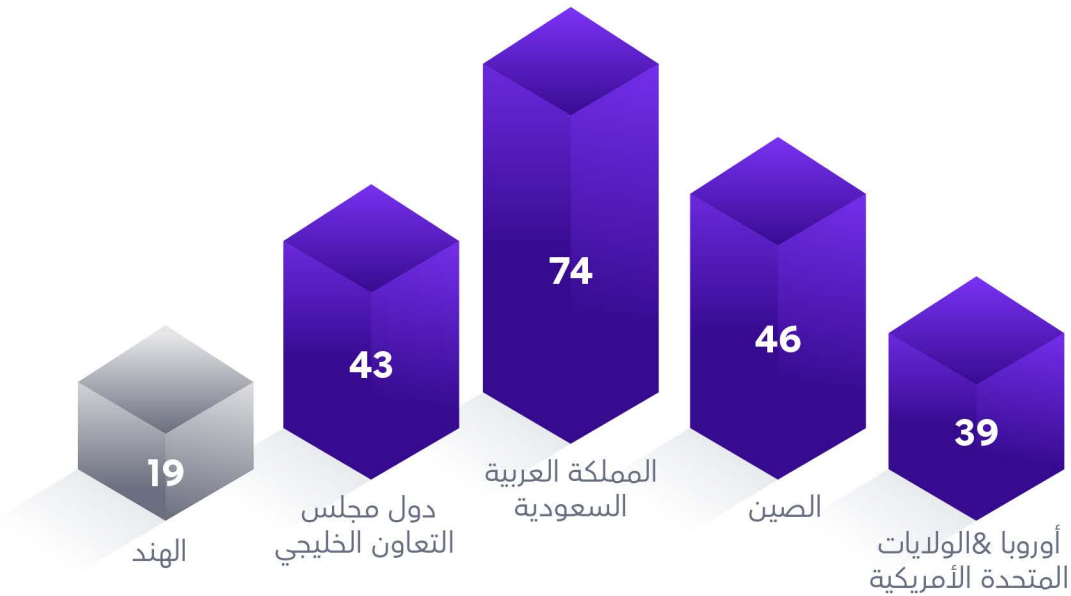


الشكل 4

رغم توقع انخفاض حصة التجارة الإلكترونية العابرة للحدود بحلول عام 2026، إلا أنها ستظل كبيرة بنسبة 49%.

حصة التجارة الإلكترونية العابرة للحدود من التجارة الإلكترونية الإجمالية (%)

أصل منصات التجارة الإلكترونية حيث يتوقع المستهلكون زيادة الإنفاق في الثلاث سنوات القادمة (حصة المستجيبين، %)



المصدر: Statista, Potloc, Kearney Analysis, Primary research n= 637 Q: In the next 3 years, all product categories combined, to what extent will you buy online from each of the following countries or regions?

تفضيل المستهلك للتجارة الإلكترونية العابرة للحدود

يفضل 72% من المشاركين في الاستطلاع الأسعار المنخفضة التي تقدمها الشركات العابرة للحدود، والأسباب التي ذكرتها 84% من النساء المحليات هي: التشكيلة الأوسع (47%)، والسهولة (35%)، وتنوع العلامات التجارية (31%)، بينما شملت العوامل السلبية: ارتفاع تكاليف الشحن (59%)، طول وقت التسليم (55%)، عمليات الاحتيال المحتملة (51%)، ومشاكل الجودة (44%). (انظر الشكل 5).

الشكل 5:

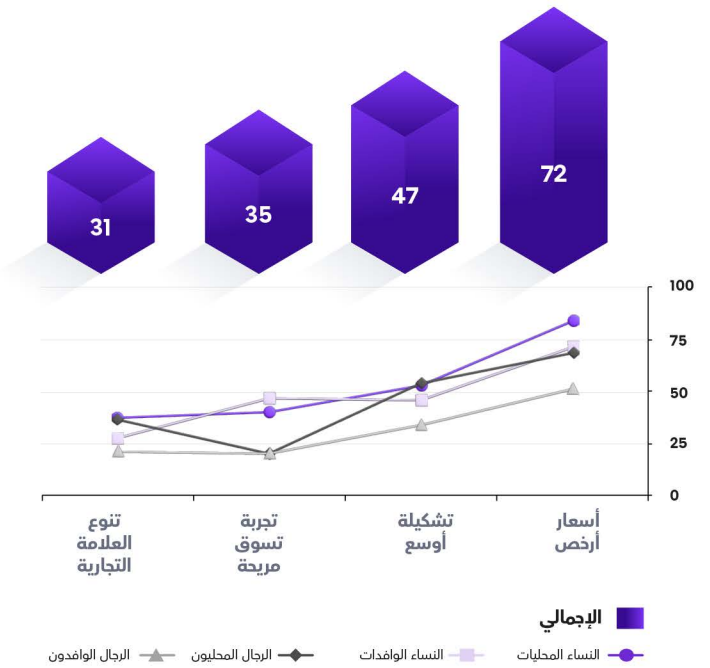
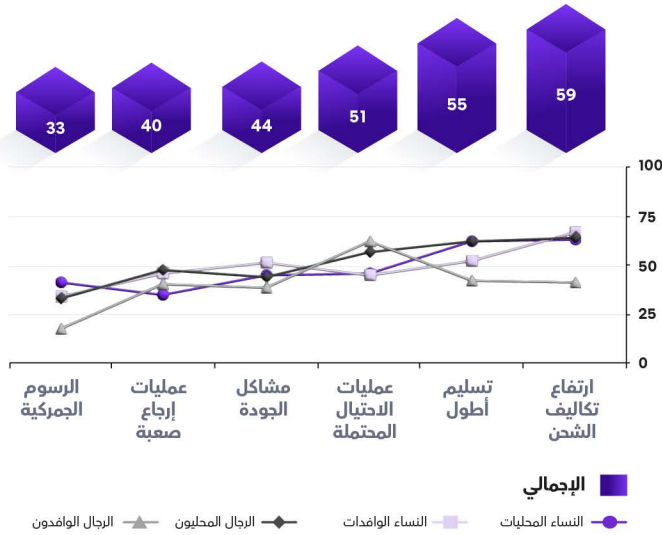
تُفضل الشركات العابرة للحدود بسبب أسعارهم الأرخص وتشكيلتهم الأوسع، في حين أن أبرز عيوبهم الرئيسية هي تكاليف الشحن المرتفعة ووقت التسليم الطويل وعمليات الاحتيال المحتملة.



عناصر تثبط التجارة الإلكترونية العابرة للحدود
(الإجمالي، % من المشاركين)



عناصر تفضيل التجارة الإلكترونية العابرة للحدود
(الإجمالي، % من المشاركين)



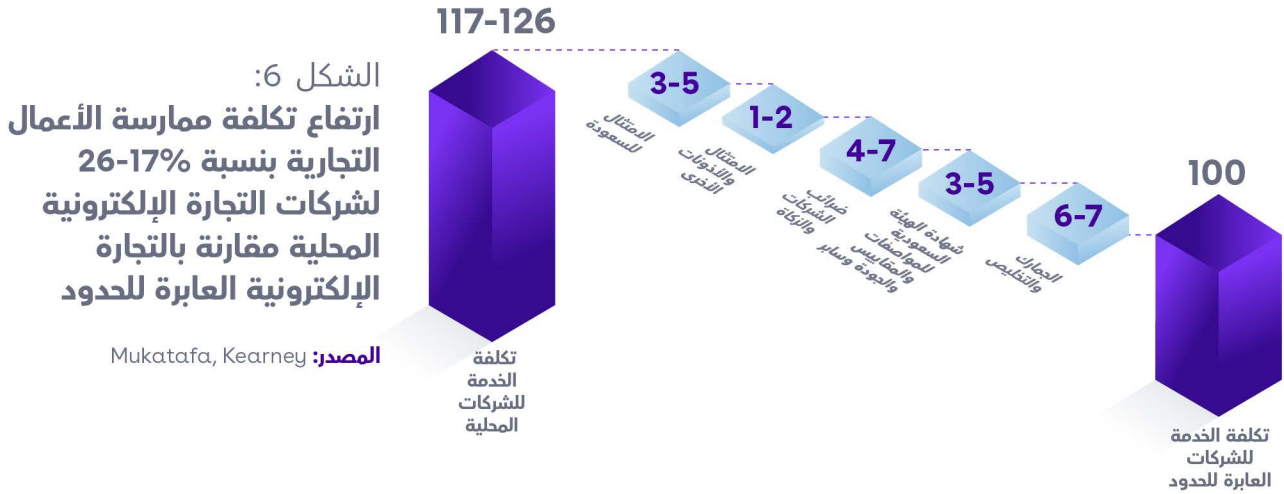
يعتقد قادة القطاع في منصات التجارة الإلكترونية المحلية أن هناك سببان رئيسيان لفرق الأسعار.

س: ما الذي شجعك على شراء السلع عبر الإنترنت في الإثني عشر شهر الماضي من شركات مقرها خارج المملكة العربية السعودية؟ من وجهة نظرك، ما هي العيوب الرئيسية لشراء السلع عبر الإنترنت من شركات مقرها خارج المملكة العربية السعودية؟
ج: إجمالي المشاركين = 637، منهم النساء المحليات = 283، النساء الوافدات = 135، الرجال المحليين = 69، الرجال الوافدين = 150.

المصدر: Potloc, Kearney, Consumer Research

أولاً، اختلفت تكلفة ممارسة الأعمال التجارية، إذ تُمنح الشركات العابرة للحدود ميزة سعرية ما يقارب 20% على نفس المنتجات عالية الجودة، أما الشركات المحلية لديها تكلفة أعلى بنسبة 17-26% على الخدمة المماثلة للشركات العابرة للحدود (انظر الشكل 6)؛ وذلك بسبب الرسوم الجمركية (6-7%)، وضرائب الشركات والزكاة (4-7%)، والمتبقي بسبب الامتثال للجودة والامتثال للسعودية (10-12%).

إذ تخضع شركات التجارة الإلكترونية العابرة للحدود حالياً فقط للرسوم الجمركية على الشحنات التي تزيد قيمتها عن 1000 ريال سعودي، ولا تخضع لضريبة القيمة المضافة وضرائب الشركات وشهادة الزكاة والامتثال للجودة والأذونات (مثل الهيئة السعودية للمواصفات والمقاييس والجودة وسابر) التي تُلزم الشركات المحلية بالامتثال لها.



الشكل 7: بينما تمثل شركات التجارة الإلكترونية المحلية اللوائح المحلية، إلا أنها ليست إلزامية للشركات العابرة للحدود

شركات التجارة الإلكترونية العابرة للحدود	شركات التجارة الإلكترونية المحلية	التكلفة التي تتحملها الشركات	الرسوم والضرائب
أكثر من 1,000 ريال فقط	✓	1 أي 5% على الملابس	الرسوم الجمركية
✓	✓	15%	ضريبة القيمة المضافة
✗	✓	20%	ضرائب الشركات
			الامتثال للجودة
✗	✓	2,700 ريال سعودي لكل خط إنتاج	الهيئة السعودية للمواصفات والمقاييس والجودة
✗	✓	408 ريال سعودي لكل خط إنتاج	سابر
✗	✓	455 ريال سعودي لكل شحنة	الهيئة السعودية للمراجعين والمحاسبين
✗	✓	5000 ريال سعودي سنوياً	الهيئة العامة للغذاء والدواء
			الأذونات
✗	✓	300 ريال سعودي لكل فعالية	إذن المبيعات / الخصم
✗	✓	لكل رخصة	2 تراخيص وتصاريح أخرى

اللوائح المحلية للتجارة الإلكترونية في المملكة العربية السعودية

لا يجب على الشركات إلى الامتثال للوائح جزئياً ✗

يجب على الشركات الامتثال للوائح جزئياً ✗

يجب على الشركات الامتثال للوائح ✓

(1) بصرف النظر عن قيمة الشحنة (2) يشمل ترخيص السجل التجاري والدفاع المدني والبلدية
المصدر: Mukatafa, Kearney

ثانيًا، ضعف جودة وانخفاض تكلفة منتجات الشركات الصينية العابرة للحدود، ووجود حوادث السلع المقلدة، ومعظمها منتشر في فئات الصحة والجمال والإلكترونيات.

أيضًا يؤمن قادة قطاع التجارة الإلكترونية في المملكة بأهمية توسيع وتنوع تشكيلاتهم من المنتجات، لكن تكاليف متطلبات الجودة والشهادات على التجار المحليين تُصعب ذلك عبر استيراد منتجات مختلفة، بينما تستطيع الشركات العابرة للحدود شحن مجموعة أكبر من المنتجات في أي وقت لأنهم لا يضطرون إلى دفع ثمن الشهادات.

وأخيرًا، أشار قادة القطاع بحاجتهم إلى صنع تجارب سلسلة للعملاء، وترقية بنيتهم التكنولوجية، وأهمية تجربة ما بعد الشراء: التسليم، وخدمة العملاء، وكسب التأييد.

الآثار المترتبة على اقتصاد المملكة العربية السعودية

تضر تكلفة ممارسة الأعمال التجارية، والقيود المفروضة على خلق التنوع، وقضايا الجودة بشكل كبير في الشركات المحلية وتؤثر على رضا العملاء. وأهم خمس عواقب سلبية مباشرة للوضع الحالي:

ارتفاع البطالة في المملكة العربية السعودية:

ارتفاع البطالة في المملكة العربية السعودية: بلغ معدل البطالة الإجمالي في المملكة العربية السعودية 7.7% في عام 2020. كما تهدد التجارة الإلكترونية العابرة للحدود تطور قطاع التجزئة السعودي؛ إذ يترجم تحول كل مليار من المبيعات المباشرة إلى مبيعات إلكترونية إلى فقدان 600 - 1600 وظيفة، معظمها بلا تعويض.

ولا تستحوذ الشركات المحلية إلا على 40% من إجمالي تدفقات السوق والعمالة مقارنةً بالشركات العابرة للحدود.

الإيرادات لحكومة المملكة العربية السعودية

تعادل قرابة كل 10% من المبيعات العابرة للحدود مع اللوائح الحالية خسارة في إيرادات خزانة المملكة العربية السعودية بسبب الجمارك، والضرائب، والشهادات، وغيرها. أي إذا كانت نسبة وجود التجارة العابرة للحدود 10-12% (بناء على معايير الدول المتقدمة) في عام 2021 بدلاً من النسبة الحالية 59%، فإنه من الممكن أن تولد 900-950 مليون ريال سعودي إضافية لخزانة المملكة العربية السعودية، وقد تخسر المملكة إيرادات تصل إلى 1.3 مليار ريال سعودي في عام 2026.



سلامة المستهلك

من المهم تنظيم جودة المنتج، إذ أجاب 50% من المشاركين في الاستطلاع بوجود مشاكل في الجودة. وهذه ملاحظة مهمة يجب أخذها بعين الاعتبار عند موازنة اشتراطات الحماية والسلامة للمنتج، لذا وضعت المملكة العربية السعودية لوائح صارمة للتجارة الإلكترونية تضم شهادات الامتثال للجودة والأذونات المعمول بها في هيئة السعودية للمواصفات والمقاييس والجودة، ساب، هيئة الغذاء والدواء وغيرها. مثلًا شهادة المطابقة (CoC) الصادرة عن الهيئة السعودية للمواصفات والمقاييس والجودة مطلوبة لجميع المنتجات المستوردة لضمان الالتزام بجميع متطلبات سلامة وجودة المنتج، لكن النموذج الحالي يضعف سلامة العملاء ولا يحميهم؛ لأنه لا يتعين على الشركات العابرة للحدود الامتثال لشهادات الجودة المحلية.

شهادة المطابقة

مطلوبة لجميع المنتجات المستوردة لضمان سلامة وجودة المنتج

الاستثمار

من المتوقع أن ينمو سوق التجارة الإلكترونية ما يقارب 16 مليار ريال سعودي حتى عام 2026، مما يتطلب استثمارات ضخمة خاصة في الشركات المحلية. مع نموذج التجارة العابرة للحدود الحالي، تتضاءل الاستثمارات في المملكة العربية السعودية، مما يضر بالإمكانات طويلة الأجل لتطوير الصناعة المحلية.

ريال
مليار ريال
سعودي
~16
من المتوقع أن ينمو
سوق التجارة الإلكترونية
ما يقارب 16 مليار ريال
سعودي حتى عام 2026،

تحسين المهارات

قد يؤدي انخفاض الاستثمارات في التجارة الإلكترونية المحلية في المملكة العربية السعودية وعدم تكافؤ الفرص للشركات المحلية إلى نقص الاستثمار في مواهب المملكة العربية السعودية في المجالات ذات القيمة العالية، مثل: التكنولوجيا، الذكاء الاصطناعي، والتسويق الرقمي، وغيرها. ومن الممكن أن تزداد سلبيات التنافس للشركات المحلية بشكل تدريجي مع نقص المواهب مقابل الشركات العابرة للحدود.

التأثير على متاجر التجارة التقليدية

تشكل مواقع التجارة الإلكترونية العابرة للحدود تهديدًا كبيرًا لمتاجر التجارة التقليدية، لأنها تعرض سلعًا بأسعار أقل بسبب انخفاض التكاليف المرتبطة بها. ويمكن أن يشجع غياب تكافؤ الفرص للمستهلك على اختيار مواقع التجارة الإلكترونية العابرة للحدود، مما يؤدي في النهاية إلى تأثير سلبي على المتاجر التقليدية في المملكة.

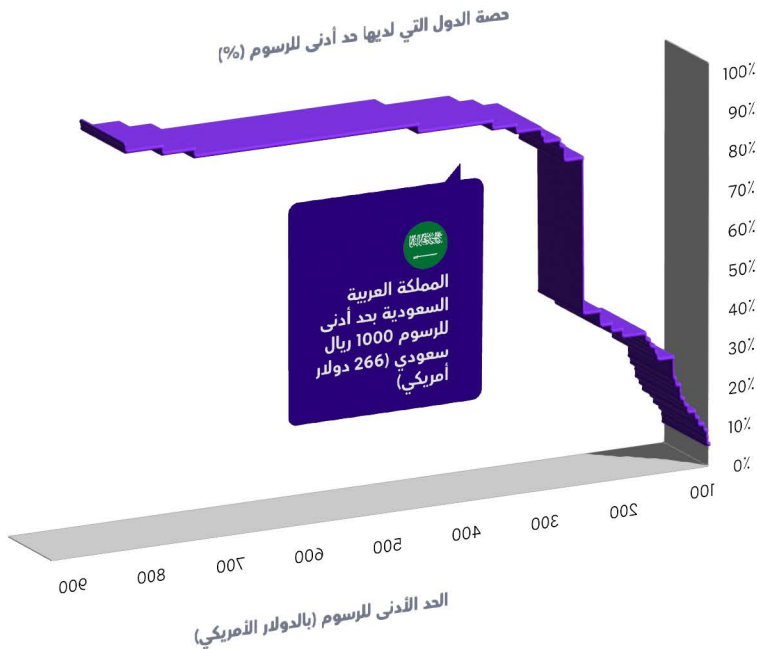
توصيات مقترحة لدعم التجارة الإلكترونية المحلية في المملكة العربية السعودية

لحماية التجارة الإلكترونية المحلية وخلق مجال متكافئ، نوصي بأربع مبادرات رئيسية:



1. تخفيض الحد الأدنى للرسوم من 1000 ريال سعودي (266 دولار أمريكي) لزيادة عدد الخاضعين لرسوم الاستيراد عبر الحدود

وفقًا لـ 57 دولة معيارية، الحد في غالبية الدول إما أقل من 50 دولارًا أمريكيًا (28% من البلدان) أو بين 150-200 دولار أمريكي (42%)، بينما يبلغ الحد الأدنى في المملكة العربية السعودية 1000 ريال سعودي (266 دولار أمريكي)، وهو أعلى بنسبة 90% تقريبًا من الدول التي شملتها الدراسة (انظر الشكل 7) مما يشير إلى وجود مجال كبير للتحسين. ولتحديد المستوى الأمثل للحد الأدنى من الرسوم، يجب إجراء مزيد من التحليل لأحجام التذاكر عبر الحدود، وتحديد المستوى الذي سيثني عن التسوق العابر للحدود، ولكنه لن يضع ضغطًا تشغيليًا على الجمارك ولن يضر المستهلك بشكل كبير.



الشكل 8:
لدى المملكة العربية السعودية حد أدنى للرسوم أعلى بنسبة 90% تقريبًا من الدول التي شملتها الدراسة الحد الأدنى للرسوم الجمركية للدول (57 دولة معيارية، % مقابل الدولار الأمريكي)

المصدر: Global Express Association, Kearney Analysis

نُفذت هذه المبادرة بأربع طرق مختلفة في العديد من الدول الأخرى كالآتي:



تخفيض الحد (الرسوم أو ضريبة القيمة المضافة/ ضريبة السلع والخدمات)
الدول المعيارية (الحد السابق والحالي): الإمارات العربية المتحدة (1,000 درهم إماراتي إلى 300 درهم إماراتي)، أوكرانيا (150 يورو إلى 100 يورو)، روسيا (1,000 يورو إلى 200 يورو)، إندونيسيا (75 دولار أمريكي إلى 3 دولارات أمريكية)، الهند (150 دولار أمريكي إلى 4 دولارات أمريكية).



إلغاء الحد (الرسوم أو ضريبة القيمة المضافة/ ضريبة السلع والخدمات)
تقليل الحد إلى الصفر
الدول المعيارية (الحد السابق): أستراليا (حد ضريبة السلع والخدمات 750 دولار أمريكي)، الاتحاد الأوروبي/المملكة المتحدة (حد ضريبة القيمة المضافة 22 يورو)، تركيا (حد الرسوم 30 يورو).



زيادة الرسوم أو مبلغ ضريبة القيمة المضافة/ ضريبة السلع والخدمات (%) في فئات
معينة مثل الملابس وإكسسوارات الأحذية والصحة والجمال والإكسسوارات الإلكترونية والمكملات الغذائية التي لها انتشار أعلى عبر الحدود في المملكة العربية السعودية.
الدول المعيارية: إندونيسيا (يمكن أن يصل سعر جميع الرسوم والضرائب مجتمعة إلى 70-75% في الأحذية).

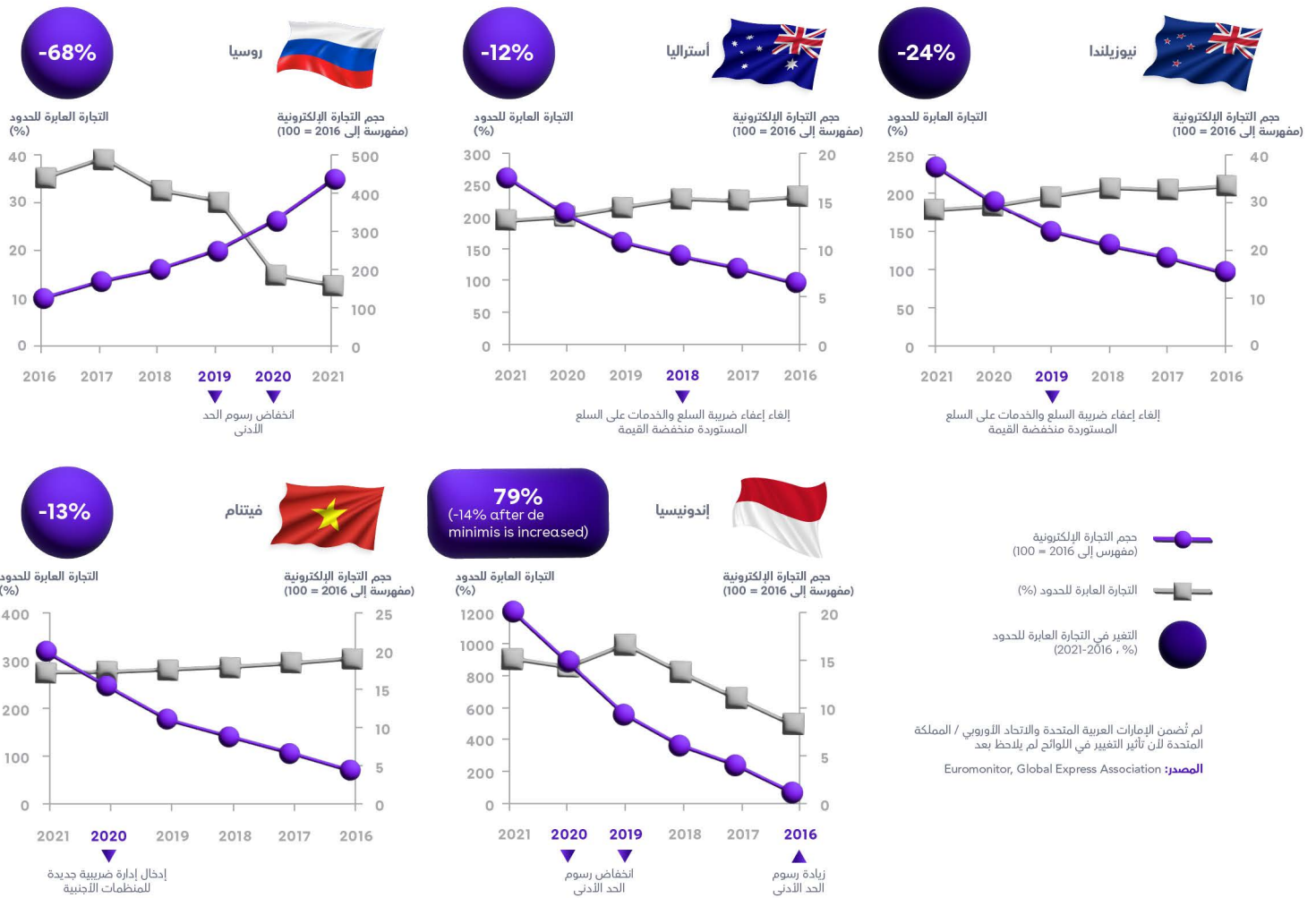


إلغاء الحد الأدنى لرسوم الشركات التي تزيد إيراداتها من المملكة العربية السعودية عن حد معين
الدول المعيارية: أستراليا (تصل إيراداتها السنوية إلى أعلى من 52,200 دولار أمريكي)، نيوزيلندا (تصل إيراداتها السنوية إلى أعلى من ~ 42,200 دولار أمريكي).

نظراً إلى تأثير التغييرات في المنظومة التشريعية، لوحظت زيادة مباشرة في حصة التجارة الإلكترونية المحلية بعد اتخاذ اللوائح المذكورة أعلاه، في حين أن الحجم الإجمالي للتجارة الإلكترونية لم يتضرر، إلا أن المشاركة عبر الحدود قلت بعد تنفيذ اللوائح. (انظر الشكل 9).

الشكل 9:

تعكس اللوائح الصارمة للتجارة العابرة للحدود زيادة مباشرة في نشاط التجارة المحلية دون الإضرار بحجم سوق التجارة الإلكترونية بشكل عام وفقاً للدول المعيارية



ومع ذلك، توجد بعض الجوانب السلبية، يتأثر المستهلك الذي ما زال يفضل التسوق عبر الحدود سلبيًا إذ يُوجه له مبلغ الرسوم الإضافية، ويمكن أن يؤدي تقليل الحد إلى زيادة عدد العمليات في الجمارك وإطالة فترات التخليص الجمركي. ولتقليل الآثار المترتبة، تفضل بعض الدول تطبيق المبادرة على منتجات أو شركات معينة (كما في النقطتين 3 و4).

1. لم تُضمن الإمارات العربية المتحدة والاتحاد الأوروبي / المملكة المتحدة لأن تأثير التغيير في اللوائح لم يلاحظ بعد.
المصدر: Euromonitor, Global Express Association



ضرائب أعلى

الذين يكسبون إيراداتهم من بلد البيع من خلال التجارة الإلكترونية دون وجود منشأة دائمة لهم في بلد البيع، إذ تفرض عليهم ضرائب أعلى.

2. مراجعة وإصلاح الأنظمة الضريبية للمنظمات الأجنبية والأفراد الذين يكسبون إيراداتهم من بلد البيع من خلال التجارة الإلكترونية دون وجود منشأة دائمة لهم في بلد البيع؛ إذ تفرض عليهم ضرائب أعلى.

الدول المعيارية: فيتنام وكينيا

من خلال فرض ضرائب على الشركات العابرة للحدود كالشركات المحلية، تزداد تكلفة ممارسة الأعمال التجارية للشركات العابرة للحدود، لكنها تؤدي إلى تكافؤ الفرص. تأثير هذه المبادرة على المستهلك أقل مقارنة بخفض حد الرسوم؛ لأن ضرائب الشركات والزكاة تكلفتها أقل بنسبة 1%-2% للشركات، وتنعكس تكلفة الشركات الإضافية هذه على المستهلكين، وتقلل الزيادة في الأسعار.



كميات الاستيراد

مثل الملابس، وإكسسوارات الأحذية، والصحة والجمال، والإكسسوارات الإلكترونية، والمكملات التي تتمتع بانتشار كبير في التجارة الإلكترونية العابرة للحدود في المملكة العربية السعودية.

3. تطبيق الحد على كميات الاستيراد (لكل تسليم / مستلم) على فئات معينة

على مثل: الملابس، وإكسسوارات الأحذية، والصحة والجمال، والإكسسوارات الإلكترونية، والمكملات التي تتمتع بانتشار كبير في التجارة الإلكترونية العابرة للحدود في المملكة العربية السعودية.

الدولة المعيارية: إندونيسيا

التأثير على المستهلكين الأفراد في هذه المبادرة أقل بسبب حجمهم المنخفض، لكنه يمنع الشركات الصغيرة من استيراد البضائع بشكل غير قانوني من الشركات العابرة للحدود وإغراقها في الأسواق المحلية.

4. إزام الشركات العابرة للحدود بالامتثال لمعايير الجودة المحلية (الهيئة

السعودية للمواصفات والمقاييس والجودة وسابر وغيرها في المملكة العربية السعودية)



الامتثال لمعايير الجودة المحلية

(الهيئة السعودية للمواصفات والمقاييس والجودة وسابر وغيرها في المملكة العربية السعودية)

الدول المعيارية: إندونيسيا ومصر والهند والولايات المتحدة والإمارات العربية المتحدة

يجب على الشركات العابرة للحدود والشركات المحلية في دول مثل إندونيسيا ومصر والهند والولايات المتحدة الامتثال لنفس معايير الجودة، مثل إزام زاد وتسجيل الطلل لشركات التجارة الإلكترونية العابرة للحدود وكذلك الشركات المحلية في الإمارات العربية المتحدة.

تعمل الهيئة السعودية للمواصفات والمقاييس والجودة حاليًا على مثل هذه المبادرة وتتوقع الانتهاء منها في منتصف عام 2023. لم تُعلن تفاصيل المبادرة علنًا، لكن يُتوقع أن يؤدي التركيز المتزايد على حزم التجارة الإلكترونية الفردية إلى تقليل عدد المنتجات عالية المخاطر والمقلدة التي تشحنها الشركات العابرة للحدود. وتكلفة معايير الجودة أقل ضمن تكلفة الأعمال مقارنةً بالرسوم الجمركية وضرائب الشركات، لذا من المتوقع أن يكون التأثير النقدي على المستهلك أقل.

الاستنتاج

يتمتع سوق التجارة الإلكترونية في المملكة العربية السعودية بإمكانات عالية وبمعدل نمو سنوي مركب بنسبة 13% في السنوات الخمس المقبلة، وتكافؤ الفرص مع الشركات العابرة للحدود هو المفتاح لدعم تطوير منصات التجارة الإلكترونية المحلية وزيادة فرص النمو.

تؤثر التجارة الإلكترونية العابرة للحدود وتؤدي إلى عواقب سلبية اجتماعية واقتصادية متعددة في المملكة العربية السعودية مثل: زيادة البطالة (أو انخفاض خلق فرص العمل)، وخسارة الدولة للإيرادات، وإضعاف سلامة المستهلك، ونقص في الاستثمار وفي رفع المهارات في الصناعة المحلية، لذا تشكل التجارة الإلكترونية العابرة للحدود تهديدًا لمتاجر التجارة التقليدية.

13%

يتمتع سوق التجارة
الإلكترونية في المملكة
العربية السعودية بإمكانات
عالية وبمعدل نمو سنوي
مركب بنسبة 13%

المساهمون في كتابة الدراسة

مكاتفة



الهنوف ناصر آل سعود
مستشار أول الأبحاث والسياسات



رزان فرحان العقيل
شريك ورئيس كسب التأيد



غيداء علي عبده
مطور محتوى

كيرني



ديباشيش موخيرجي
شريك أول



محمد دهدي
شريك



ميرف أوزر
مستشار أول



علي شهيد
مدير أول



استخدمت بوتلوك في الفترة من 16 إلى 23 أغسطس تقنية أخذ عينات من وسائل التواصل الاجتماعي لاستطلاع آراء 500 مشارك من المملكة العربية السعودية، إذ بلغ عدد السعوديون منهم 350 سعودي، بينما كان عدد الوافدين منهم 150 وافدًا تسوقوا عبر الإنترنت في الإثني عشر شهر الماضي، وكان متوسط وقت إكمال المسح 6:16 دقيقة، ولم تُستخدم أي حوافز لجمع البيانات.



إيلان بيتون

مدير الاستراتيجية العالمية

إيلان بيتون هو أحد القادة العالميين لفريق الاستشارات والأسهم الخاصة في بوتلوك. يساعد الشركات الاستشارية من الدرجة الأولى والشركات الكبيرة على العمل بشكل استراتيجي مع بوتلوك وفهم جماهيرها المستهدفة لتحقيق النمو والأداء.



وئام هرار

مدير فريق الاستشارات والأسهم الخاصة

وئام هي مدير فريق الاستشارات العالمية والأسهم الخاصة في بوتلوك، وهي تدعم أفضل فرق الاستشارات بمتطلبات أبحاث السوق للمشاريع الاستراتيجية من خلال أعمالها المستمرة وتقييمها لتطور الأعمال.



بيير كليو

مدير التسويق

يساهم بيير في نمو بوتلوك بفضل سنوات خبرته التي تجاوزت الـ 15 عامًا في تسويق B2B و B2C وخبراته الأخرى المتعددة في عمليات الاستحواذ على العملاء المحتملين والاحتفاظ بالعملاء واستراتيجية المحتوى.



تيفين شيفوت

مدير نجاح العملاء

يعمل تيفين في لبّ مشاريع العملاء، إذ يقوم بتحويل مشاكلهم وتحدياتهم إلى حلول مخصصة، ويدير مشاريعهم من الألف إلى الياء.



KEARNEY مكاتفة mukatafa

هذه الدراسة هي نتاج تعاون متبادل بين كيرني، وهي شركة استشارات إدارية رائدة، وشركة مكاتفة الاستشارية، الجهة الرائدة في المملكة العربية السعودية التي تعمل على التعاون والتكامل بين القطاعين الخاص والعام