

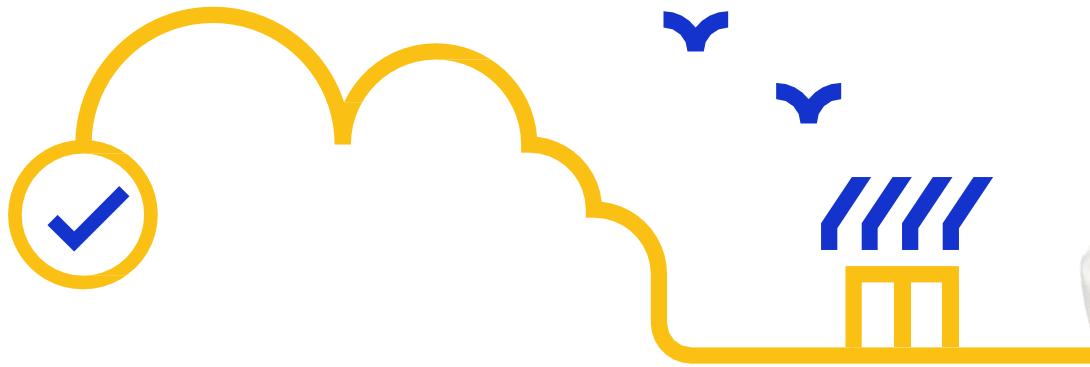
تقرير "فيزا" حول الشركات الصغيرة والمتوسطة:
تسليط الضوء على الاتجاهات الرئيسية
في شمال أفريقيا وباكستان

Disclaimers

- قد يحتوي هذا الملف على "بيانات مستقبلية" بالمعنى المقصود في قانون إصلاح التقاضي الخاص بالأوراق المالية الأميركية لعام 1995. ويمكن الإشارة إلى هذه البيانات من خلال مصطلحات "الغرض" و"الهدف" و"الاستراتيجية" و"الفرص" و"مواصلة" و"يمكن" و"سوف" وإشارات مماثلة تدلّ على المستقبل. وتشمل الأمثلة على هذه البيانات المستقبلية، على سبيل المثال لا الحصر، البيانات التي نصدرها حول استراتيجية الشركة ونتائج المنتجات والأهداف والخطط والغايات. وبحكم طبيعتها، تمتاز البيانات المستقبلية بأنها: (1) تشير فقط إلى تاريخ إصدارها، (2) لا تمثل حقائق تاريخية ولا تعكس أي ضمانات للأداء المستقبلي، و(3) تخضع للمخاطر والشكوك والافتراضات والتغييرات في ظروف يصعب التنبؤ بها أو قياسها. ولذلك، قد تختلف النتائج الفعلية بشكل كبير ومعاكس عن تلك البيانات المستقبلية بسبب مجموعة متنوعة من العوامل، بما في ذلك: تأثير القوانين واللوائح الجديدة وتحديات السوق، التطورات في التقاضي أو إنفاذ القوانين الحكومية، عوامل اقتصادية، تطورات في القطاع، تطورات مرتبطة بالأنظمة، غياب الفعالية التنظيمية أو فقدان الموظفين الرئيسيين، تعذر تطوير المنتجات والأعمال بشكل فعال وغيرها من العوامل. ويجب ألا يتم الاعتماد بشكل غير مبرر على مثل هذه التصريحات.
- تم توفير كافة المعلومات كما هي لأغراض التوعية فقط. لا تتحمل شركة "فيزا" مسؤولية أي خطأ في المعلومات الواردة في هذا الملف، عدم اكتمالها، تأخيرها أو أي إجراء يتم اتخاذه بالاستناد إلى المعلومات الواردة هنا.
- يتم توفير دراسات الحالة والإحصائيات والأبحاث والتوصيات كما هي، علماً أنها مخصصة للأغراض توفير المعلومات فقط ولا ينبغي الاعتماد عليها للحصول على المشورة المرتبطة بالعمليات التشغيلية، التسويقية، القانونية، الفنية، الضريبية، المالية أو غيرها. ويتعين عليكم استشارة مستشاركم القانوني لتحديد القوانين واللوائح التي قد تنطبق وفقاً لظروفكم الخاصة. وقد تختلف التكاليف والوفورات والفوائد الفعلية لأي توصيات أو برامج بناءً على احتياجات عملكم المحددة ومتطلبات البرنامج. وبحكم طبيعتها، لا تعد التوصيات ضمانات للأداء أو النتائج المستقبلية، بل إنها تخضع لمخاطر وشكوك وافتراضات يصعب التنبؤ بها أو قياسها بشكل كمي. لا تتحمل شركة "فيزا" مسؤولية استخدامكم للمعلومات الواردة هنا (بما في ذلك الأخطاء، المحتوى الذي قد يسقط سهواً، عدم الدقة أو عدم توفير المعلومات في الوقت المناسب) أو أي افتراضات أو استنتاجات قد تستخلصونها من استخدامكم لها. ولا تقدم "فيزا" أي ضمانات، صريحة أو ضمنية، وتخلي مسؤوليتها صراحةً عن ضمانات قابلية التسويق والملاءمة لغرض معين، وأي ضمان بعدم انتهاك حقوق الملكية الفكرية لأي طرف ثالث. وضمن الحدود التي يسمح بها القانون المعمول به، لا تتحمل "فيزا" المسؤولية تجاه العملاء أو أي طرف ثالث عن أي أضرار بموجب أي نظرية قانونية، بما في ذلك، على سبيل المثال لا الحصر، أي أضرار خاصة، لاحقة، عرضية أو تأديبية، ولا أي أضرار ناجمة عن خسارة الأرباح، انقطاع الأعمال أو فقدان معلومات العمل، أو أي خسارة مالية أخرى، حتى لو تم الإبلاغ عن احتمال وقوع مثل هذه الأضرار.
- تُعدّ جميع أسماء العلامات التجارية و/أو الشعارات و/أو العلامات التجارية ملكاً خاصاً لأصحابها وتستخدم لأغراض التعريف فقط، ولا تعني بالضرورة تأييد "فيزا" لتلك المنتجات أو ارتباطها بها بأي شكل من الأشكال.

المحتوى

- 1 تسليط الضوء على الشركات الصغيرة والمتوسطة في شمال أفريقيا وباكستان
- 2 أبرز اتجاهات الشركات الصغيرة والمتوسطة في شمال أفريقيا وباكستان
- 3 متطلبات الشركات الصغيرة والمتوسطة من الجهات المُصدِّرة لدعم نموها



تسليط الضوء على
الشركات الصغيرة
والمتوسطة
التركيز على سوق مصر



تُعدّ الشركات الصغيرة والمتوسطة في مصر فرصة كبيرة للمصارف والمؤسسات المالية غير المصرفية وشركات التكنولوجيا المالية

الشركات الصغيرة والمتوسطة في مصر

47+ مليون

يحصلون على وظائف في شركات صغيرة ومتوسطة

98%

من جميع الشركات المصرية هي شركات صغيرة ومتوسطة

12+ مليون

المشاريع التجارية الصغيرة

فرص النمو التي توفرها الشركات الصغيرة والمتوسطة في مصر

43+% **46 مليار دولار أمريكي**

الفجوة المقدّرة في تمويل الشركات الصغيرة والمتوسطة (بالدولار الأمريكي)

إسهام الشركات الصغيرة والمتوسطة في الناتج المحلي الإجمالي



أبرز اتجاهات الشركات الصغيرة والمتوسطة

التركيز على سوق مصر



7 اتجاهات رئيسية مرتبطة بالخدمات المالية للشركات الصغيرة والمتوسطة في شمال أفريقيا وباكستان



الاتجاه (4)

انتقال المحافظ الإلكترونية من مرحلة الإصدار إلى مرحلة القبول



الاتجاه (3)

تحوّل التجارة القائمة على منصات التواصل الاجتماعي إلى وسيلة بيع رئيسية للشركات الصغيرة والمتوسطة ذات الطابع غير الرسمي



الاتجاه (7)

توجّه الشركات الصغيرة والمتوسطة المتزايد نحو استخدام أدوات الأعمال الرقمية



الاتجاه (2)

توجّه الشركات الصغيرة والمتوسطة بشكل متزايد نحو تبني نهج "تمويل نقاط البيع" و"الشراء الآن والدفع لاحقاً"



الاتجاه (6)

انتشار أسواق التعاملات بين المؤسسات التجارية



الاتجاه (1)

رغبة متزايدة في الحصول على الخدمات المالية والقروض بشكل رسمي



الاتجاه (5)

دعم الشركات الصغيرة والمتوسطة لتأمين حضور خاص عبر الإنترنت وقبول الدفع الرقمي

الاتجاه (1) رغبة متزايدة في الحصول على الخدمات المالية والقروض بشكل رسمي



ما زالت الشركات الصغيرة والمتوسطة في مصر تعاني من نقص كبير في الخدمات المصرفية، حيث لا تسهم المجموعة الحالية من المنتجات المصرفية والمعطيات الاقتصادية في دعم الشركات الصغيرة والمتوسطة.

تسعى الشركات الصغيرة والمتوسطة إلى تعزيز قدرتها في الحصول على الخدمات المالية الرسمية، نظراً لكونها خدمات آمنة وموثوقة. ومع ذلك، لا تلبى الخدمات المالية الرسمية المقدمة حالياً احتياجات الشركات الصغيرة والمتوسطة، فضلاً عن كونها عالية التكلفة وارتباطها بتحديات عديدة تحول دون حصول الشركات الصغيرة على الخدمات اللازمة لتوسيع نطاق أعمالها.

الخدمات المالية الرسمية المتاحة للشركات الصغيرة والمتوسطة في مصر^{1,2}

15%
من الشركات الصغيرة
والمتوسطة تحصل على
الخدمات المصرفية

**ما يقارب 11 مليار
دولار أميركي**
محفظة القروض المصرفية غير
المسددة للشركات الصغيرة
والمتوسطة

33%
من الشركات الصغيرة
والمتوسطة في مصر تواجه
تحديات مالية

1- مؤسسة التمويل الدولية - ملحق تمويل الشركات الصغيرة
والمتوسطة
2- جامعة النيل 2022

الاتجاه (2)

توجّه الشركات الصغيرة والمتوسطة بشكل متزايد نحو تبني نهجَي "تمويل نقاط البيع" و"الشراء الآن والدفع لاحقاً"



تحظى حلول التمويل وفقاً لنهجَي "تمويل نقاط البيع" و"الشراء الآن والدفع لاحقاً" باهتمام متزايد اليوم، بصفتها أداة تجارية لتحفيز المستهلكين على شراء الخدمات والمنتجات وزيادة إنفاقهم.

وتحقّق هذه الحلول اليوم نمواً ملحوظاً باعتبارها أدوات تسهم في زيادة المبيعات وتعزيز رضا العملاء.

وتستطيع الشركات الصغيرة والمتوسطة، من خلال إقامة شراكات مع مزوّدي التمويل وفقاً لنهجَي "تمويل نقاط البيع" و"الشراء الآن والدفع لاحقاً"، تزويد العملاء بخيار الشراء وفقاً لخطة سداد دورية. وتسهم هذه المرونة في جذب المزيد من المتسوقين وتحفيزهم على القيام بطلبات ذات قيمة عالية وتلبية احتياجات قاعدة أكبر من العملاء.

إحراز تقدّم على صعيد التمويل وفقاً لمبدأ "الشراء الآن والدفع لاحقاً"¹

ما يقدر بعدد 180 ألف

تاجر يقبل بعمليات الشراء الآن والدفع لاحقاً في عام 2023

ما يقارب 1 مليار دولار أميركي

القيمة الإجمالية لعمليات الشراء الآن والدفع لاحقاً في عام 2022 مع توقع استمرار نمو هذه القيمة بمعدل نمو سنوي مركب يبلغ 45%²

49%

من الشركات الصغيرة والمتوسطة ترغب بزيادة إيراداتها عبر تسهيل خيار الشراء الآن والدفع لاحقاً

1 استطلاع "مورادي" لقطاع الأعمال في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا
2 إصدارات الشركات غير "كوفيلون سنتر"

لاتجاه (3)

تحوّل التجارة القائمة على منصات التواصل الاجتماعي إلى وسيلة بيع رئيسية للشركات الصغيرة والمتوسطة ذات الطابع غير الرسمي

يسهم الاستخدام المتزايد للهواتف المحمولة وشبكة الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي في زيادة الأنشطة الإلكترونية وتمكين الشركات الناشئة من النمو في مصر.

تتحوّل وسائل التواصل الاجتماعي يوماً بعد يوم إلى أداة بارزة للتجارة غير الرسمية، حيث تمكنهم من زيادة مبيعاتهم وتوسيع قاعدة عملائهم. وتسهم الشركات الصغيرة والمتوسطة عبر الاستفادة من منصات التواصل الاجتماعي واستخدامها المتزايد في توفير مصادر جديدة لتحقيق الإيرادات وبناء مستقبل جديد للتجارة الإلكترونية للشركات الصغيرة والمتوسطة.

وسائل التواصل الاجتماعي وأدوات التواصل في مصر¹

1.3+ مليون

بائع على منصات التواصل الاجتماعي في مصر خلال عام 2022

30%

من العملاء يجري اكتسابهم عبر قنوات إلكترونية

51+ مليون

مستخدم لوسائل التواصل الاجتماعي في مصر والعدد في تزايد مستمر

1 استناداً إلى "بائع" للشركات الصغيرة والمتوسطة لعام 2022. الربع الراسي الخامس 2022. مصدر الخدمات المالية الرسمية

الاتجاه (4) انتقال المحافظ الإلكترونية من مرحلة الإصدار إلى مرحلة القبول



ازداد استخدام المحافظ الإلكترونية في مصر بشكل ملحوظ في الآونة الأخيرة، ما أدى إلى زيادة الطلب على عمليات القبول الإلكترونية وغير الإلكترونية.

وقد ساهم التوجه نحو المحافظ الإلكترونية وعمليات الدفع الرقمية في تطور حلول نقاط البيع المتنقلة وبوابات الدفع، ما أدى بدوره إلى تغيير طرق الدفع للشركات الصغيرة والمتوسطة وتمكين المزيد من التجار من إطلاق أعمالهم إلكترونياً.

نمو عمليات الدفع الرقمية في مصر¹

ما يقارب 420
ألف

تاجر يقبل عمليات الدفع
الرقمية عبر المحافظ
الإلكترونية

7%

من الشركات الصغيرة
والمتوسطة تقبل اليوم
عمليات الدفع بالبطاقات

30 مليار دولار
أميركي

القيمة التقديرية لمعاملات
المحافظ الإلكترونية في عام 2023

56%

من المستهلكين
البالغين بملكون
محفظة إلكترونية
(2021)

1 استطلاعات "يوداى" و"يو جاف" للشركات الصغيرة والمتوسطة لعام 2022، الوضع الرقسي العالمي (2022)، مختبر الخدمات المالية الرقمية

الاتجاه (5) دعم الشركات الصغيرة والمتوسطة لتأمين حضور خاص عبر الإنترنت وقبول الدفع الرقمي



تشير التوقعات إلى ارتفاع القدرة التنافسية لسوق التجارة الإلكترونية في مصر خلال السنوات المقبلة، بما يدفع بالشركات الصغيرة والمتوسطة إلى تعزيز حضورها الإلكتروني.

تحتاج الشركات الصغيرة والمتوسطة إلى مجموعة من الأدوات الأكثر فعالية وسهولة، لتعزيز حضورها الإلكتروني وإنشاء منصات خاصة بها للتجارة الإلكترونية. وانطلاقاً من تزايد الطلب على خدماتها من مجموعة سكانية شابة تملك معرفة واسعة بالتكنولوجيا وسعيًا منها لتعزيز إيراداتها، تبحث الشركات الصغيرة والمتوسطة عن أدوات تساهم في تعزيز قدرتها التنافسية عبر المنصات الإلكترونية.

نمو التجارة الإلكترونية بوتيرة سريعة¹

41 مليون

مستهلك مصري يتسوق
عبر قنوات إلكترونية

7 مليار دولار
أميركي

القيمة الإجمالية التقديرية
للتعاملات التجارية بين
المؤسسات والمستهلكين في عام
2021 مع توقع استمرار نمو هذه
القيمة بمعدل نمو سنوي مركب
يبلغ 17%

32%

من الشركات الصغيرة
والمتوسطة ترغب بتعزيز
حضورها الإلكتروني لجذب
عملاء جدد

الاتجاه (6) انتشار أسواق التعاملات بين المؤسسات التجارية



تدرك الشركات الصغيرة والمتوسطة في مصر يوماً بعد يوم فعالية أسواق التعاملات بين المؤسسات التجارية وكفاءتها من حيث التكلفة وسهولة الوصول إليها.

ويُعدّ قطاع البيع بالجملة في مصر قطاعاً غير موحّد وغير رسمي إلى حدّ كبير، بما يتيح لأسواق التعاملات بين المؤسسات التجارية فرصة توفير منصة ملائمة للشركات الصغيرة والمتوسطة، لاكتشاف مجموعة واسعة من الموردين والتواصل معهم وتوسيع نطاق وصولها والمنتجات التي توفرها للمستهلكين.

وغالباً ما توفر هذه المنصات طرق دفع آمنة ودعمًا لوجستياً، بما يساهم في تمكين الشركات الصغيرة من الدخول إليها من دون عوائق. وتوفر بعض الأسواق كذلك التمويل للشركات الصغيرة والمتوسطة عبر منصّاتها.

القدرة الاستيعابية للسوق^{1,2}

250 مليون دولار أمريكي

قيمة التمويل الذي تمّ توفيره من خلال أسواق التعاملات بين المؤسسات التجارية في مصر لربط تجار البيع بالجملة والتجزئة

350+ ألف

شركة صغيرة ومتوسطة في مصر تستخدم أسواق التعاملات بين المؤسسات التجارية والعدد في نمو مستمرّ

69%

من الشركات الصغيرة والمتوسطة في مصر تعتبر عملية طلب المنتجات والتحقّق منها واستلامها عملية شاقة

1 شركة "الورثيش" للتجارة الإلكترونية في مصر
2 شركة "كاش بايس" و"نيتش بايس"

الاتجاه (7) توجّه الشركات الصغيرة والمتوسطة المتزايد نحو استخدام أدوات الأعمال الرقمية



تملك المنصّات الرقمية القدرة على دعم الشركات الصغيرة والمتوسطة في مصر، لتعزيز كفاءتها التشغيلية وزيادة أرباحها وإدارة شؤونها المالية بطرق رسمية.

وتطمح الشركات الصغيرة والمتوسطة إلى مواصلة النمو والارتقاء بجودة أعمالها عبر الأدوات الرقمية، في ظلّ تفاؤلها حيال التحوّل الرقمي واستعدادها لتعزيز الكفاءة والحدّ من الفجوات في الإدارة المالية.

وتسهم المنصّات الإلكترونية بشكل متزايد اليوم في معالجة الفجوات في عمليات تتبّع المبيعات وإدارة المخزون والنفقات والتدفقات النقدية وعمليات الموارد البشرية والمدفوعات والتمويل المدمج (بما في ذلك إمكانية الحصول على قروض).

تبني الشركات الصغيرة والمتوسطة للعمليات الرقمية¹

%91

من الشركات الصغيرة والمتوسطة في مصر تشعر بالارتياح لاستخدام الأدوات الرقمية ضمن عملياتها التجارية اليومية

%42

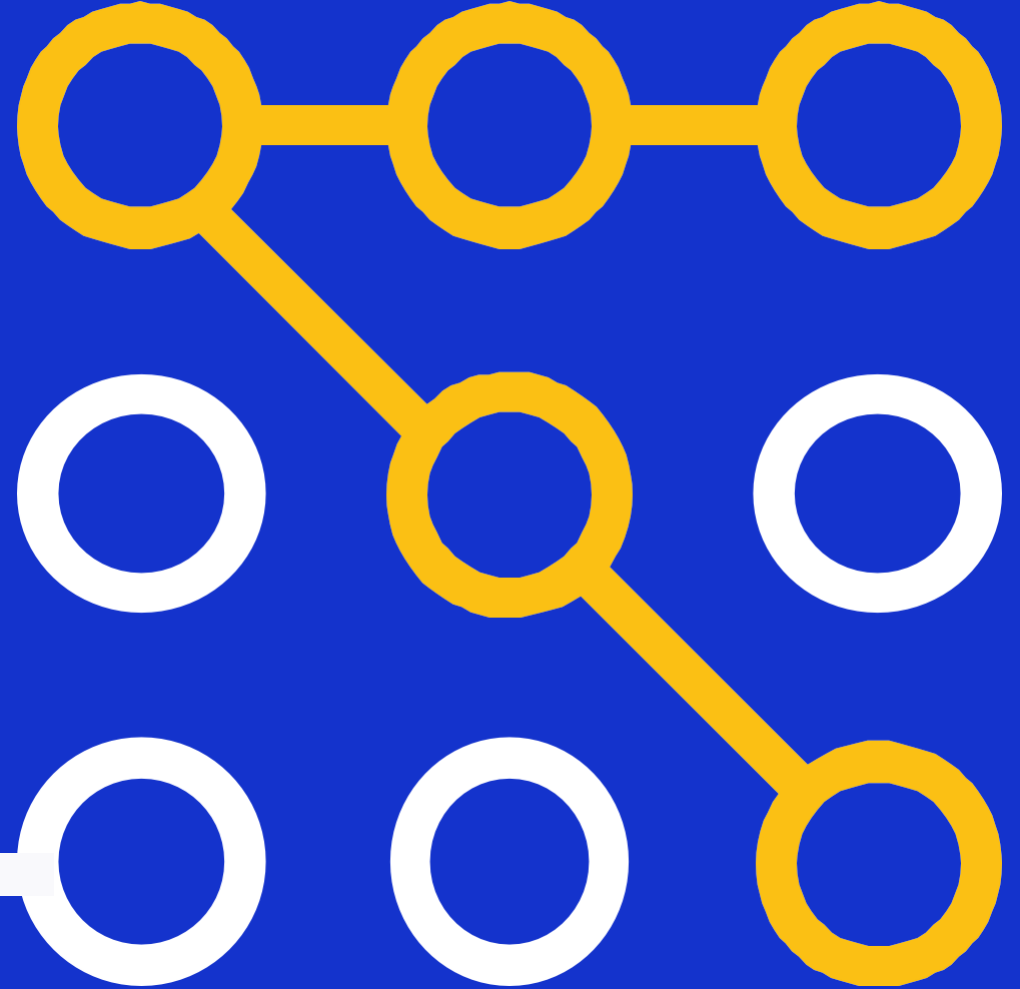
من الشركات الصغيرة والمتوسطة في مصر تستخدم أداة أعمال رقمية واحدة كحدّ أدنى

%88

من الشركات الصغيرة والمتوسطة تعرب عن اهتمامها بالحلول الرقمية لإدارة المخزون

1 شعبة "العمليات التجارية"

الوقوف على احتياجات
الشركات الصغيرة
والمتوسطة



احتياجات الشركات الصغيرة والمتوسطة للنمو في مصر



4

قبول طرق دفع متعدّدة سواء الإلكترونية أو غير الإلكترونية

- الحضور الإلكتروني
- الارتقاء بتجربة العملاء
- زيادة المبيعات
- تعزيز القدرة على الوصول إلى عملاء جدد
- متابعة توجهات المستهلكين
- استخلاص النتائج القائمة على البيانات



3

توسيع نطاق الأعمال والنمو عبر إدارة الإنفاق على الإعلانات الرقمية ونطاق وصولها للمستهلكين

- أدوات تسويقية مبسّطة
- أدوات سهلة الاستخدام لإدارة البيانات
- دمج عمليات الدفع بالأعمال
- سهولة التحويل وإتمام المدفوعات



2

مواصلة تنمية الأعمال التجارية

- زيادة إنفاق المستهلكين
- زيادة معدل التحويل
- توفير أسعار تنافسية
- جذب عملاء جدد
- ضمان ولاء العملاء والأعمال المتكرّرة



1

منتجات مالية سلسة يسهل الحصول عليها

- تحقيق قيمة مضافة وفقاً لحجم الشركات الصغيرة والمتوسطة
- الارتقاء بتجربة المستخدم عبر القنوات الرقمية
- توفير أدوات لإدارة الأعمال
- سهولة الاستخدام للمرة الأولى

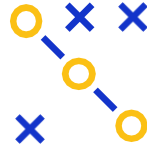
احتياجات الشركات الصغيرة والمتوسطة للنمو في مصر (تابع)



7

إدارة التدفقات النقدية بطرق فعّالة
وتعزيز الكفاءة

- إتمام المدفوعات بشكل فوري
- مراقبة التدفقات النقدية
- إدارة المدفوعات الصادرة والواردة
- رفع التقارير واستخلاص النتائج القائمة على البيانات
- إدارة شؤون الموظفين



6

التسوّق في متاجر البيع بالجملة
وإدارة سلاسل التوريد عبر أسواق
التعاملات بين المؤسسات
التجارية

- تنوّع المنتجات وجودتها
- البحث عن الموردين
- دفع مستحقات الموردين
- الحصول على التمويل
- إدارة المخزون



5

الاستفادة من القنوات الرقمية لزيادة
المبيعات من خلال التجارة
الإلكترونية

- سهولة الاستخدام
- انخفاض التكاليف
- القدرة على الوصول إلى العملاء المحليين والدوليين من خلال منصّات التجارة الإلكترونية



الاستفادة من الإمكانيات والفرص التي
توفرها الشركات الصغيرة والمتوسطة