



## التجارة الإلكترونية في المملكة العربية السعودية

### (دراسة تحليلية لواقع السوق وآفاق النمو)





## جدول المحتويات:

- 3.....المقدمة
- التحليل الشامل لقطاع التجارة الإلكترونية في المملكة العربية السعودية: مؤشرات النمو، حجم السوق، المعاملات، التنافسية، والأداء الرقمي لمنصات التجارة الإلكترونية.....4
- 4.....نمو السجلات التجارية للتجارة الإلكترونية و اتساع الانتشار الجغرافي في المملكة العربية السعودية: -
- 5.....حجم سوق التجارة الإلكترونية في المملكة العربية السعودية: -
- 7.....معاملات التجارة الإلكترونية في المملكة العربية السعودية.....
- 8.....تقييم المتاجر الإلكترونية في المملكة العربية السعودية.....
- 9.....أداء أبرز مواقع التجارة الإلكترونية في المملكة العربية السعودية من حيث عدد الزيارات.....
- 10.....تحليل مؤشرات انتشار واستخدام التجارة الإلكترونية والتحول الرقمي في المملكة العربية السعودية.....
- 10.....النسبة المئوية للأفراد الذين يستخدمون الإنترنت حسب المنطقة الإدارية: -
- 11.....النسبة المئوية للأفراد الذين يقومون بشراء السلع والخدمات عبر الإنترنت حسب الفئة العمرية.....
- 12.....النسبة المئوية للشراء من على الإنترنت حسب السلعة.....
- 13.....نسبة المنشآت التي لديها موقع إلكتروني حسب النشاط الاقتصادي لعام 2024.....
- 14.....نسبة المنشآت التي تستخدم الإنترنت لبيع السلع والخدمات حسب النشاط الاقتصادي لعام 2024.....
- 15.....نسبة المنشآت التي تستخدم الإنترنت لشراء/ طلب السلع والخدمات حسب النشاط الاقتصادي لعام 2024.....
- 16.....الخاتمة والتوصيات.....





## المقدمة

يمثل قطاع التجارة الإلكترونية أحد أبرز الركائز الاستراتيجية في مسار التحول الاقتصادي والرقمي الذي تنتهجه المملكة العربية السعودية، حيث يحظى بأولوية متقدمة ضمن مستهدفات رؤية المملكة 2030، باعتباره أحد المحركات الرئيسية لتنوع مصادر الدخل غير النفطية، ورفع كفاءة الاقتصاد الوطني، وتعزيز تنافسيته على المستويين الإقليمي والدولي. ويأتي هذا القطاع في ظل بيئة رقمية متسارعة التطور، مدفوعة بارتفاع معدلات انتشار الإنترنت، والتوسع في استخدام الهواتف الذكية، وتنامي الاعتماد على التطبيقات والمنصات الرقمية، إلى جانب التطور الملحوظ في البنية التحتية للاتصالات، ونظم الدفع الإلكتروني، والخدمات اللوجستية، وهو ما أسهم في إعادة تشكيل أنماط الاستهلاك وسلوك المستهلكين بشكل جذري نحو القنوات الرقمية. وفي هذا السياق، يهدف هذا التقرير إلى تقديم تحليل شامل ومتكامل لواقع قطاع التجارة الإلكترونية في المملكة العربية السعودية، من خلال دراسة مجموعة من المؤشرات الكمية والنوعية التي تعكس مختلف أبعاد السوق الرقمي، سواء على مستوى النمو الهيكلي للقطاع أو مستوى الاستخدام الفعلي من قبل الأفراد والمنشآت، وذلك عبر استعراض المحاور التالية:

- تطور السجلات التجارية للتجارة الإلكترونية والانتشار الجغرافي للقطاع داخل المملكة
- حجم سوق التجارة الإلكترونية ومعدلات نموه المستقبلية وفق التقديرات العالمية
- معاملات التجارة الإلكترونية وديناميكيات النشاط اليومي ومدى تذبذب الطلب
- تقييم المتاجر الإلكترونية ومعايير الجودة والامتثال وحماية المستهلك
- أداء أبرز منصات التجارة الإلكترونية من حيث عدد الزيارات ومستوى التنافسية
- مؤشرات انتشار واستخدام التجارة الإلكترونية والتحول الرقمي على مستوى الأفراد والمنشآت
- أنماط الشراء الإلكتروني حسب السلع والخدمات الأكثر طلباً
- مستوى الجاهزية الرقمية للمنشآت حسب الأنشطة الاقتصادية المختلفة
- استخدام الإنترنت في عمليات البيع والشراء وطلب السلع والخدمات بين المنشآت

كما يتناول التقرير تحليلاً معمقاً للعوامل المحركة لنمو قطاع التجارة الإلكترونية، بما في ذلك التحولات السلوكية للمستهلكين، والتطور التقني، إضافة إلى أبرز التحديات التي تواجه القطاع مثل التفاوت في الجاهزية الرقمية بين القطاعات، والتحديات اللوجستية، وقضايا الثقة والأمن السيبراني. وفي السياق ذاته، يستعرض التقرير الاتجاهات المستقبلية للسوق الرقمي في المملكة العربية السعودية، بما يتيح فهماً أكثر شمولية ودقة لمسار تطور قطاع التجارة الإلكترونية، ودوره المتنامي في دعم بناء اقتصاد رقمي متكامل ومستدام.





التحليل الشامل لقطاع التجارة الإلكترونية في المملكة العربية السعودية: مؤشرات النمو، حجم السوق، المعاملات،

التنافسية، والأداء الرقمي لمنصات التجارة الإلكترونية

نمو السجلات التجارية للتجارة الإلكترونية و اتساع الانتشار الجغرافي في المملكة العربية السعودية:-

تشير بيانات السجلات التجارية لأنشطة التجارة الإلكترونية في المملكة العربية السعودية إلى استمرار النمو المتسارع للقطاع و اتساع دوره في الاقتصاد الوطني، حيث سجلت السجلات القائمة نموًا بنسبة 9% بنهاية الربع الأول من عام 2026 مقارنة بالفترة نفسها من عام 2025، ليصل إجمالي عدد السجلات إلى 45,669 سجلًا مقابل 41,800 سجل وذلك وفقًا للنشرة الربعية لقطاع الأعمال الصادرة من وزارة التجارة في الربع الأول من عام 2026، ويعكس هذا النمو تزايد إقبال المستثمرين ورواد الأعمال على الدخول في أنشطة التجارة الإلكترونية، مدفوعًا بارتفاع معدلات التحول الرقمي، وتوسع استخدام وسائل الدفع الإلكتروني، وتغير أنماط الاستهلاك لدى الأفراد نحو الشراء عبر المنصات الرقمية.

## أعلى 5 مناطق من حيث

## السجلات القائمة للتجارة الإلكترونية



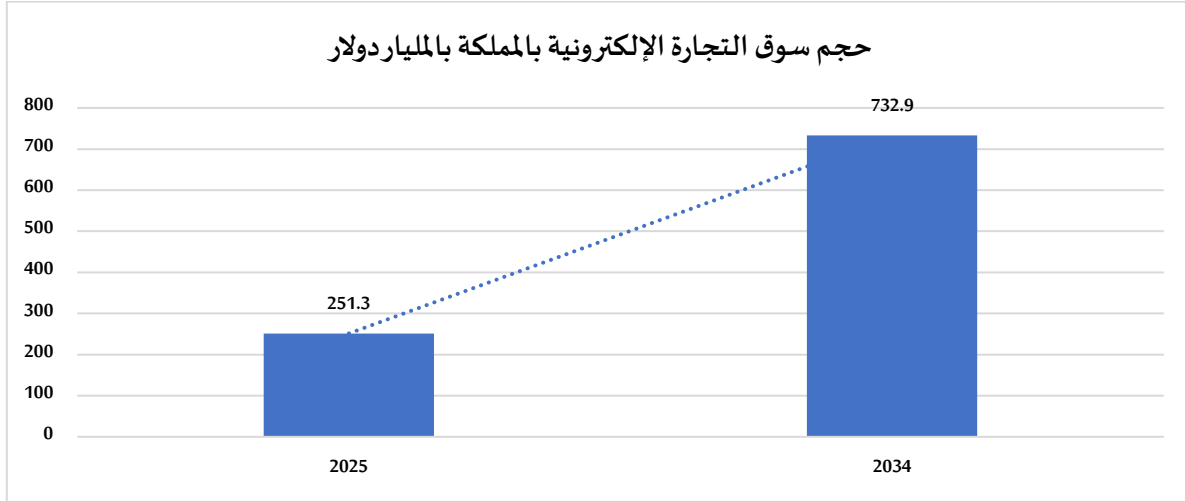
كما يوضح التوزيع الجغرافي للسجلات التجارية أن قطاع التجارة الإلكترونية يتركز بصورة رئيسية في المناطق الأعلى من حيث النشاط الاقتصادي والكثافة السكانية، حيث جاءت منطقة الرياض في الصدارة بأكثر من 20 ألف سجل، تلتها منطقة مكة المكرمة ثم المنطقة الشرقية، وهو ما يعكس قوة البنية التحتية الرقمية واللوجستية في هذه المناطق، إضافة إلى ارتفاع القوة الشرائية وحجم الطلب الاستهلاكي بها. كذلك يُظهر انتشار السجلات في مناطق أخرى مثل المدينة المنورة والقصيم أن نشاط التجارة الإلكترونية لم يعد مقتصرًا على المدن الرئيسية فقط، بل بدأ يمتد تدريجيًا إلى مختلف مناطق المملكة، الأمر الذي يعزز من فرص التوسع المستقبلي للقطاع ويدعم استدامة نموه خلال السنوات القادمة.





## حجم سوق التجارة الإلكترونية في المملكة العربية السعودية:-

يشهد سوق التجارة الإلكترونية في المملكة العربية السعودية نموًا متسارعًا يعكس التحول الرقمي الذي يشهده الاقتصاد الوطني، حيث بلغ حجم السوق نحو 251.3 مليار دولار أمريكي في عام 2025، ومن المتوقع أن يصل إلى 732.9 مليار دولار أمريكي بحلول عام 2034، بمعدل نمو سنوي مركب يبلغ 12.25% خلال الفترة 2026-2034. وذلك وفقًا لتقديرات IMARC Group ويُعزى هذا النمو بشكل رئيسي إلى التوسع المتزايد في استخدام تحليلات البيانات وخوارزميات الذكاء الاصطناعي، التي تُسهم في تخصيص تجربة التسوق عبر التوصية بالمنتجات بناءً على سلوك المستخدم، مما يُسهل عملية اكتشاف المنتجات ويعزز من معدلات الشراء.



المصدر: IMARC Group.

وتتمثل العوامل الرئيسية المحركة للسوق في الانتشار السريع للإنترنت، وزيادة استخدام الهواتف الذكية، إلى جانب الشعبية المتزايدة لمنصات التسوق الإلكتروني. كما تلعب رؤية المملكة 2030 دورًا محوريًا في دعم نمو هذا القطاع من خلال المبادرات الحكومية الهادفة إلى تعزيز الاقتصاد الرقمي. ويُضاف إلى ذلك نمو الطبقة المتوسطة، وتغير تفضيلات المستهلكين نحو الراحة والسهولة، مما يعزز الطلب على تجارة التجزئة الإلكترونية. كذلك، تُسهم التطورات في الخدمات اللوجستية وبوابات الدفع في تحسين تجربة المستخدم، بينما ساهمت الجائحة في تسريع التحول نحو الخدمات غير التلامسية، وهو ما عزز من مكانة التجارة الإلكترونية كقطاع رئيسي للنمو في المملكة.

وفيما يتعلق بأبرز اتجاهات السوق، يبرز التوسع الكبير في التجارة عبر الهاتف المحمول، حيث يتزايد اعتماد المستهلكين على الهواتف الذكية لإتمام عمليات الشراء. كما يشهد السوق نموًا ملحوظًا في استخدام وسائل الدفع الرقمية، مما يقلل الاعتماد على النقد. ويستفيد السوق من الانتشار الواسع للإنترنت فائق السرعة ووجود شريحة شبابية كبيرة مُهتمة بالتكنولوجيا. كما تلعب الخدمات اللوجستية المتطورة وخيارات التوصيل السريع دورًا مهمًا في تشكيل توقعات المستهلكين، وهو ما يدعم التوسع في قطاعات متعددة مثل الأزياء والإلكترونيات والبقالة. بالإضافة إلى ذلك، أصبحت منصات التواصل الاجتماعي قنوات فعالة للتجارة الإلكترونية، حيث تعتمد الشركات على التسويق عبر المؤثرين لتعزيز المبيعات. كما ساهم التوسع في قطاعات مثل البقالة والرعاية الصحية والأزياء في تعزيز نمو السوق بشكل ملحوظ.





أما من حيث المشهد التنافسي، فيضم السوق عددًا من اللاعبين الرئيسيين، من بينهم Carrefour ، Haraj ، Noon، إلى جانب العديد من الشركات الأخرى التي تسهم في تعزيز التنافسية داخل السوق.

## اللاعبين الرئيسيين



وعلى صعيد التحديات والفرص، يواجه القطاع عددًا من التحديات، من أبرزها محدودية البنية التحتية في بعض المناطق الريفية، والتحديات اللوجستية، بالإضافة إلى مخاوف المستهلكين المتعلقة بأمان المدفوعات الإلكترونية، فضلاً عن ارتفاع تكاليف الشحن والإرجاع، والتي قد تؤثر على الشركات الصغيرة. ومع ذلك، يتمتع السوق بفرص نمو كبيرة مدعومة بزيادة انتشار الإنترنت، وارتفاع استخدام الهواتف الذكية، والدعم الحكومي المستمر، خاصة في إطار رؤية 2030. كما يُسهم الطلب المتزايد على الخدمات الإلكترونية في قطاعات متعددة في خلق فرص استثمارية واعدة، إلى جانب التحسينات المستمرة في أنظمة الدفع الرقمي والخدمات اللوجستية، والتي تعزز من كفاءة السوق وتجربة العملاء.

وفي إطار أهم اتجاهات السوق، يُعد التوسع في أنظمة الدفع الرقمي من أبرز العوامل المؤثرة إيجابًا، ويُسهم تزايد توافر وسائل الدفع الآمنة مثل البطاقات المصرفية، والخدمات البنكية الرقمية، والمحافظ الإلكترونية في تعزيز ثقة المستهلكين، وتقليل معدلات التخلي عن سلال التسوق، وتحسين كفاءة عمليات الدفع. كما تدعم هذه الأنظمة نماذج مثل "اشتر الآن وادفع لاحقًا" وخيارات التقسيط، مما يُحفز الإنفاق ويُسهم في توسيع قاعدة العملاء. كما يُعد توسع قطاع الإلكترونيات من العوامل الداعمة لنمو السوق، حيث تُعد الأجهزة الإلكترونية مثل الهواتف الذكية وأجهزة الحاسوب من أكثر المنتجات طلبًا عبر الإنترنت. وتوفر منصات التجارة الإلكترونية ميزات مثل المقارنات التفصيلية، وآراء المستخدمين، والأسعار التنافسية، مما يُشجع المستهلكين على الشراء.

وفي السياق ذاته، يُسهم التوسع في استخدام التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي في دعم نمو السوق. وتستفيد الشركات من هذه المنصات في الترويج للمنتجات، وبناء الوعي بالعلامة التجارية، والتفاعل مع العملاء من خلال المحتوى المرئي والتعاون مع المؤثرين. كما تتيح هذه المنصات إمكانيات متقدمة لاستهداف العملاء بناءً على اهتماماتهم وسلوكهم، إلى جانب ميزات التسويق المباشر التي تُسهل عملية الشراء، مما يجعلها أداة فعالة لزيادة المبيعات.

ومن جهة أخرى، يُعد تزايد مشاركة الشركات الصغيرة والمتوسطة في التجارة الإلكترونية من المحركات الأساسية للنمو، حيث تُمكن هذه المنصات الشركات من الوصول إلى أسواق أوسع بتكاليف تشغيلية أقل، وتعزز قدرتها على المنافسة من خلال تقديم منتجات وخدمات متخصصة. كما يُسهم الدعم الحكومي وتوافر الأدوات الرقمية في تسهيل دخول هذه الشركات إلى السوق، مما يعزز التنافسية ويزيد من تنوع المنتجات والخدمات.

كما يلعب التوسع في استخدام التقنيات المتقدمة دورًا مهمًا في تطوير السوق، حيث يتم توظيف الذكاء الاصطناعي في تحسين تجربة العملاء من خلال التوصيات الذكية، واستخدام روبوتات الدردشة لتقديم الدعم الفوري، بالإضافة إلى تقنيات الواقع المعزز التي تتيح تجربة المنتجات افتراضيًا. كما تُسهم تحليلات البيانات في تحسين قرارات الشركات، بينما تعزز أنظمة الدفع الآمنة من مستوى الثقة في المعاملات الإلكترونية.

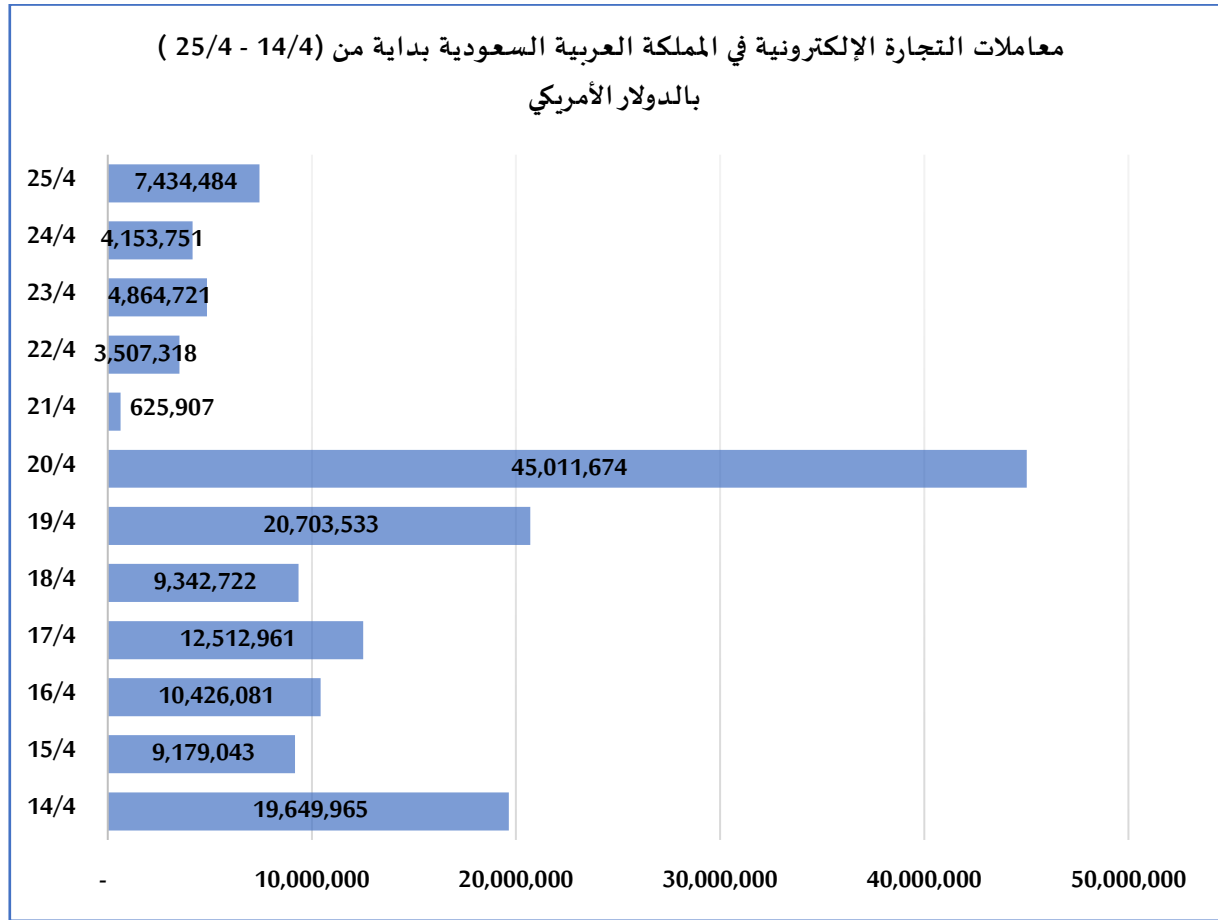




وأخيرًا، تُسهم التحسينات في سياسات الإرجاع والاسترداد في تعزيز نمو السوق، حيث توفر هذه السياسات مرونة أكبر للمستهلكين، مما يزيد من ثقتهم في التسوق الإلكتروني، خاصة في المنتجات التي تتطلب تجربة مثل الملابس والإلكترونيات. كما تؤدي هذه السياسات إلى رفع معدلات التحويل، وتعزيز ولاء العملاء، وزيادة تكرار عمليات الشراء، وهو ما ينعكس إيجابيًا على النمو العام لسوق التجارة الإلكترونية في المملكة العربية السعودية.

### معاملات التجارة الإلكترونية في المملكة العربية السعودية

تعكس مؤشرات معاملات التجارة الإلكترونية في المملكة العربية السعودية الديناميكية العالية التي يتمتع بها هذا القطاع، حيث سجلت قيمة المعاملات نحو 7,434,484 دولارًا أمريكيًا في 25 أبريل 2026، مقارنةً بـ 4,153,751 دولارًا أمريكيًا في 24 أبريل 2026، مما يشير إلى نمو يومي ملحوظ في حجم العمليات الإلكترونية. ووفقًا لبيانات **CEIC Data**، يعكس هذا الارتفاع استمرار الزخم في نشاط التجارة الرقمية وزيادة اعتماد المستهلكين على القنوات الإلكترونية في إتمام عمليات الشراء.



المصدر: CEIC Data.

وعلى صعيد الأداء التاريخي، سجلت معاملات التجارة الإلكترونية في المملكة أعلى مستوى لها على الإطلاق عند 857,942,819 دولارًا أمريكيًا في 27 نوفمبر 2020، وهو ما يرتبط بفترات الذروة الشرائية مثل مواسم التخفيضات العالمية، في حين بلغت أدنى مستوياتها نحو 186,190 دولارًا أمريكيًا في 13 نوفمبر 2025، وهو ما يعكس التباين في حجم الطلب تبعًا للمواسم والعوامل الاقتصادية المختلفة.

وتُظهر هذه البيانات أن سوق التجارة الإلكترونية في المملكة يتسم بمرونة عالية وقدرة على التكيف مع التغيرات في سلوك المستهلكين، حيث تتأثر المعاملات بعوامل متعددة، من أبرزها المواسم التسويقية، وتطور وسائل الدفع الإلكتروني، وكفاءة الخدمات اللوجستية، بالإضافة إلى تنامي الثقة في المنصات الرقمية. كما تشير التقلبات في قيم المعاملات إلى وجود فرص كبيرة لتعزيز استقرار السوق من خلال تطوير البنية التحتية الرقمية، وتوسيع نطاق الخدمات، وتحسين تجربة المستخدم، بما يدعم استدامة النمو في هذا القطاع الحيوي.





### تقييم المتاجر الإلكترونية في المملكة العربية السعودية

في إطار تعزيز حماية المستهلك ورفع جودة الخدمات المقدمة عبر المنصات الرقمية، أصدرت وزارة التجارة السعودية نتائج نشرة حماية المستهلك للربع الأول لعام 2026، والتي تضمنت تقييماً شاملاً لعدد من القطاعات، من بينها المتاجر الإلكترونية. ويعكس هذا التقييم توجهاً واضحاً نحو تنظيم السوق الرقمي وتحسين مستوى الشفافية والمصداقية في التعاملات الإلكترونية. وقد شمل تقييم المتاجر الإلكترونية نحو 220 متجرًا إلكترونيًا، تم إخضاعها لمجموعة من 10 معايير رئيسية تهدف إلى قياس مدى التزام هذه المتاجر بحقوق المستهلك وجودة الخدمات المقدمة. ومن أبرز هذه المعايير: توثيق المتجر في منصة المركز السعودي للأعمال، وتوفير سياسات واضحة للاستبدال والاسترجاع واسترداد الأموال، بالإضافة إلى سياسات الشحن والتوصيل، ووضوح حقوق وواجبات المستهلك، وآليات التعامل مع الشكاوى والمقترحات، فضلاً عن ضرورة وجود وسيلة تواصل مباشرة مثل أيقونة «تواصل معنا» بشكل واضح وسهل الوصول.

وتؤكد هذه المؤشرات أن الجهات التنظيمية في المملكة تسعى إلى بناء بيئة تجارية إلكترونية أكثر أماناً وموثوقية، من خلال وضع معايير دقيقة تضمن حقوق جميع الأطراف. كما أوضحت الوزارة أن إعداد هذه المعايير تم بالشراكة مع المستهلكين والقطاع الخاص، ممثلاً باللجان الوطنية والوكلاء والموزعين، وهو ما يعكس نهجاً تشاركياً يهدف إلى تطوير القطاع ومعالجة التحديات التي قد تواجه المستخدمين.

ويُسهم هذا التوجه في تعزيز ثقة المستهلكين في المتاجر الإلكترونية، ودعم استدامة نمو القطاع، حيث أصبحت جودة الخدمة والالتزام بالمعايير التنظيمية من أهم عوامل التنافس بين المتاجر. كما يعزز هذا الإطار الرقابي من رفع كفاءة السوق، وتشجيع المتاجر على تحسين أدائها، بما يتماشى مع مستهدفات التحول الرقمي في المملكة.





## أداء أبرز مواقع التجارة الإلكترونية في المملكة العربية السعودية من حيث عدد الزيارات

تعكس بيانات عدد الزيارات لأبرز مواقع التجارة الإلكترونية في المملكة العربية السعودية حجم النشاط الكبير الذي يشهده السوق الرقمي، كما توضح طبيعة المنافسة القوية بين المنصات المحلية والعالمية على جذب المستهلكين. وقد تصدر موقع **Trendyol** قائمة المواقع الأكثر زيارة بعدد بلغ 17,088,346 زيارة، يليه **Amazon Saudi Arabia** بعدد 14,412,654 زيارة، مما يعكس الإقبال الكبير على المنصات التي توفر تنوعاً واسعاً في المنتجات وخدمات توصيل متطورة وتجربة مستخدم متكاملة. كما جاء **Noon** بإجمالي 8,044,863 زيارة، في حين سجل **AliExpress** عدد 7,668,976 زيارة، وهو ما يشير إلى استمرار حضور المنصات العالمية والإقليمية بقوة داخل السوق السعودي. كذلك أظهرت البيانات أداءً ملحوظاً للمنصات المتخصصة والمحلية، حيث سجل **Jarir Bookstore** نحو 6,139,528 زيارة، بينما بلغ عدد زيارات **SHEIN** نحو 6,019,073 زيارة، وحققت **Salla** حوالي 5,876,631 زيارة، في حين جاء **extra** بعدد 4,576,987 زيارة. وتنعكس هذه المؤشرات اتساع قاعدة المتسوقين الإلكترونيين في المملكة، وارتفاع مستوى الاعتماد على المنصات الرقمية في عمليات الشراء، إلى جانب تنوع اهتمامات المستهلكين بين الأزياء والإلكترونيات والمتاجر متعددة المنتجات، وهو ما يعزز من جاذبية قطاع التجارة الإلكترونية وفرص نموه المستقبلية.



أداء أبرز مواقع  
التجارة الإلكترونية  
في المملكة  
العربية السعودية  
من حيث عدد  
الزيارات

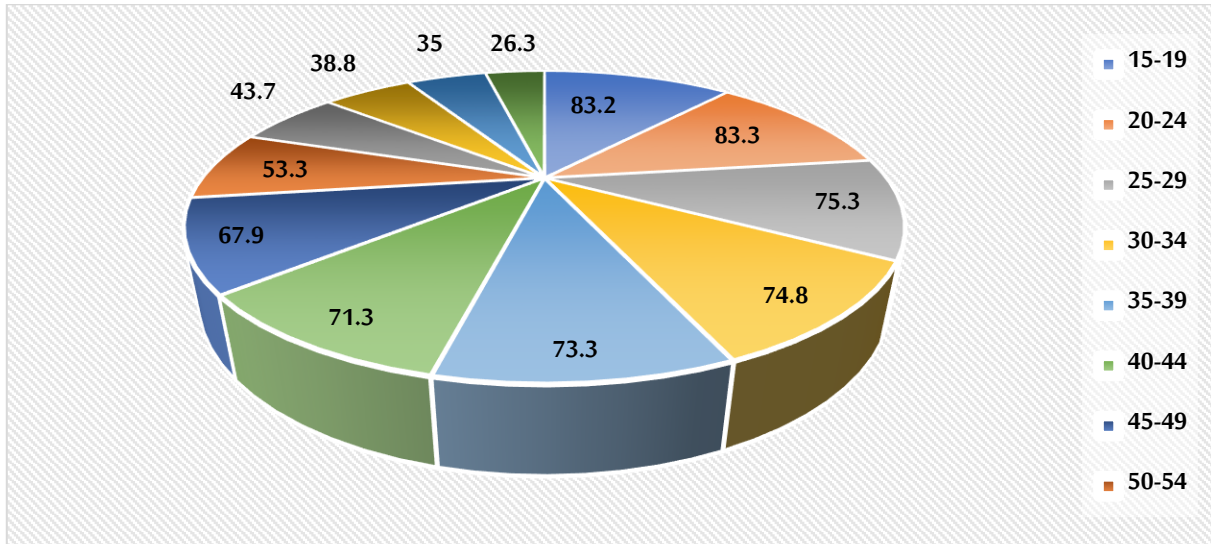






## النسبة المئوية للأفراد الذين يقومون بشراء السلع والخدمات عبر الإنترنت حسب الفئة العمرية

توضح بيانات استخدام الإنترنت حسب الفئات العمرية في المملكة العربية السعودية أن معدلات الاستخدام ترتفع بصورة كبيرة بين الفئات الشابة، ثم تبدأ في التراجع التدريجي مع التقدم في العمر، وهو ما يعكس الطبيعة الشبابية لمستخدمي الخدمات الرقمية والتجارة الإلكترونية. ووفقاً للهيئة العامة للإحصاء لعام 2025 قد سجلت الفئة العمرية من 20-24 عامًا أعلى نسبة استخدام للإنترنت بلغت 83.3%، تليها الفئة من 15-19 عامًا بنسبة 83.2%، ثم الفئة من 25-29 عامًا بنسبة 75.3%، وهو ما يشير إلى الاعتماد المرتفع للشباب على الإنترنت في مختلف الأنشطة اليومية، بما في ذلك التسوق الإلكتروني، واستخدام التطبيقات الرقمية، ووسائل التواصل الاجتماعي. كما أظهرت البيانات استمرار معدلات الاستخدام عند مستويات مرتفعة نسبيًا للفئات العمرية المتوسطة. حيث بلغت 74.8% للفئة من 30-34 عامًا، و73.3% للفئة من 35-39 عامًا، و71.3% للفئة من 40-44 عامًا، مما يعكس اتساع انتشار الخدمات الرقمية بين شريحة كبيرة من السكان. وفي المقابل، تبدأ معدلات الاستخدام في الانخفاض بشكل أوضح مع الفئات الأكبر سنًا، حيث سجلت الفئة من 45-49 عامًا نسبة 53.3%، ثم تراجعت إلى 43.7% للفئة من 50-54 عامًا، و38.8% للفئة من 60-64 عامًا، وصولًا إلى 26.3% للفئة العمرية من 65-74 عامًا.



المصدر: الهيئة العامة للإحصاء (إحصاءات نفاذ واستخدام تقنية المعلومات والاتصالات للأسر والأفراد)

وتشير هذه المؤشرات إلى وجود علاقة مباشرة بين العمر ومستوى التفاعل مع التكنولوجيا والخدمات الرقمية، كما تعكس الفرص الكبيرة التي يتمتع بها قطاع التجارة الإلكترونية في استهداف الفئات الشابة باعتبارها الشريحة الأكثر استخدامًا للإنترنت والأكثر قابلية لتبني الحلول الرقمية الحديثة.





## النسبة المئوية للشراء من على الإنترنت حسب السلعة

توضح بيانات الشراء عبر الإنترنت حسب نوع السلعة في المملكة العربية السعودية الصادرة من الهيئة العامة للإحصاء لعام 2025 تنوع الأنماط الاستهلاكية واتساع نطاق المنتجات والخدمات التي يتم الحصول عليها من خلال المنصات الرقمية، مع وجود تفاوت واضح في مستويات الطلب بين القطاعات المختلفة. وقد تصدرت فئة الملابس والأحذية والسلع الرياضية وغيرها قائمة السلع الأكثر شراءً عبر الإنترنت بنسبة بلغت 88.8%، وهو ما يعكس الإقبال الكبير على منصات الأزياء والتجزئة الإلكترونية، مدعومًا بتنوع المنتجات والعروض الترويجية وسهولة المقارنة بين الأسعار. كما سجلت مستحضرات التجميل نسبة شراء مرتفعة بلغت 40.2%، تلتها الأغذية والمواد التموينية والتبغ بنسبة 38.5%، ثم السلع المنزلية مثل الأثاث والألعاب بنسبة 31.4%، مما يشير إلى توسع ثقة المستهلكين في شراء المنتجات اليومية والاستهلاكية عبر القنوات الرقمية. وفي المقابل، أظهرت البيانات معدلات شراء متوسطة لبعض الفئات المرتبطة بالخدمات والتقنيات، حيث بلغت نسبة شراء منتجات السفر مثل تذاكر السفر والإقامة وتأجير السيارات نحو 20%، بينما سجلت تذاكر وحجوزات الفعاليات الترفيهية 19.4%، وخدمات تقنيات المعلومات والاتصالات 18.9%، في حين بلغت نسبة شراء الأدوية 16.9%، ومعدات الحاسوب وقطع الغيار 15%، وألعاب الكمبيوتر والفيديو 13.4%. أما الفئات الأقل شراءً عبر الإنترنت فشملت الكتب والمجلات والصحف بنسبة 8.7%، وبرامج الحاسوب بنسبة 9.1%، والأفلام والصور بنسبة 6.7%، ومعدات التصوير والبصريات بنسبة 3.7%، ومنتجات الموسيقى بنسبة 3.6%. وتنعكس هذه المؤشرات طبيعة السوق السعودي الذي يشهد نموًا قويًا في القطاعات المرتبطة بالاستهلاك اليومي والأزياء، إلى جانب تزايد الاعتماد على التجارة الإلكترونية في تلبية احتياجات متعددة، وهو ما يعزز من فرص توسع المنصات الرقمية وتنوع المنتجات والخدمات المقدمة عبرها.

النسبة المئوية للشراء من على الإنترنت %	البيان
8.7	الكتب، المجلات أو الصحف
88.8	الملابس، الأحذية، السلع الرياضية وغيرها
15	معدات الحاسوب أو قطع الغيار
13.4	ألعاب الكمبيوتر أو الفيديو
9.1	برامج الحاسوب
40.2	مستحضرات التجميل
38.5	الأغذية أو المواد التموينية أو التبغ
31.4	السلع المنزلية (مثل الأثاث والألعاب وما إلى ذلك؛ باستثناء الإلكترونيات الاستهلاكية)
18.9	خدمات تقنيات المعلومات والاتصالات (باستثناء البرمجيات)
16.9	الأدوية
6.7	الأفلام والأفلام القصيرة أو الصور
3.6	منتجات الموسيقى
3.7	معدات التصوير الفوتوغرافي أو البصريات
19.4	تذاكر أو حجوزات للأحداث الترفيهية (الرياضة والمسرح والحفلات الموسيقية، وما إلى ذلك)
20	منتجات السفر (كتذاكر السفر، والإقامة، وتأجير السيارات، ما إلى ذلك)

المصدر: الهيئة العامة للإحصاء (إحصاءات نفاذ واستخدام تقنية المعلومات والاتصالات للأسر والأفراد)





## نسبة المنشآت التي لديها موقع إلكتروني حسب النشاط الاقتصادي لعام 2024

توضح بيانات نسبة المنشآت التي تمتلك مواقع إلكترونية حسب النشاط الاقتصادي في المملكة العربية السعودية لعام 2024 وفقاً للهيئة العامة للإحصاء مدى التفاوت في مستويات التحول الرقمي بين القطاعات المختلفة، حيث ترتفع معدلات امتلاك المواقع الإلكترونية بصورة أكبر في الأنشطة الأكثر ارتباطاً بالخدمات الرقمية والتعاملات الإلكترونية. وقد تصدر قطاع أنشطة المال والتأمين القائمة بنسبة بلغت 60.3%، يليه قطاع التعليم بنسبة 56.7%، ثم التعدين واستغلال المحاجر بنسبة 55.2%، وقطاع المعلومات والاتصالات بنسبة 53%، وهو ما يعكس الاعتماد الكبير لهذه القطاعات على القنوات الرقمية في تقديم الخدمات والتواصل مع العملاء وإدارة العمليات. كما سجل قطاع توصيل الكهرباء والغاز نسبة 48.5%، والصحة والعمل الاجتماعي 43.8%، والنقل والتخزين 39.8%، مما يشير إلى تزايد توجه هذه الأنشطة نحو تعزيز حضورها الرقمي وتحسين كفاءة الخدمات الإلكترونية. وفي المقابل، جاءت بعض القطاعات بنسب أقل نسبياً، مثل الصناعة التحويلية بنسبة 31.5%، والتشييد بنسبة 32.8%، وتجارة الجملة والتجزئة بنسبة 31.2%، والإقامة والطعام بنسبة 32.1%، بينما سجلت الخدمات الأخرى أدنى نسبة بلغت 19.4%. وتعكس هذه المؤشرات استمرار توسع التحول الرقمي في بيئة الأعمال بالمملكة، مع وجود فرص كبيرة لرفع جاهزية العديد من القطاعات وتعزيز اعتمادها على المواقع الإلكترونية والمنصات الرقمية بما يدعم التنافسية ويرفع كفاءة الوصول إلى العملاء والأسواق.

النشاط الاقتصادي	%
الزراعة والحراجه وصيد الأسماك	37.6
التعدين واستغلال المحاجر	55.2
الصناعة التحويلية	31.5
توصيل الكهرباء والغاز	48.5
امدادات الماء والصرف الصحي	24.4
التشييد	32.8
تجارة الجملة والتجزئة	31.2
النقل والتخزين	39.8
الإقامة والطعام	32.1
المعلومات والاتصالات	53
أنشطة المال والتأمين	60.3
الأنشطة العقارية	31.5
الأنشطة المهنية	36.7
الخدمات الإدارية والدعم	28.3
التعليم	56.7
الصحة والعمل الاجتماعي	43.8
الفنون والترفيه	31.2
الخدمات الأخرى	19.4

المصدر: الهيئة العامة للإحصاء (إحصاءات نفاذ واستخدام تقنية المعلومات والاتصالات للمنشآت)





## نسبة المنشآت التي تستخدم الإنترنت لبيع السلع والخدمات حسب النشاط الاقتصادي لعام 2024

توضح بيانات نسبة المنشآت التي تستخدم الإنترنت في بيع السلع والخدمات حسب النشاط الاقتصادي في المملكة العربية السعودية لعام 2024 وفقاً للهيئة العامة للإحصاء مستوى التفاوت في تبني التجارة الإلكترونية بين القطاعات المختلفة، حيث تصدر الأنشطة الأكثر اعتماداً على الخدمات المالية والتجارية الرقمية قائمة الاستخدام. وقد جاء قطاع أنشطة المال والتأمين في المقدمة بنسبة بلغت 44.4%، وهو ما يعكس اعتماد هذا القطاع بشكل كبير على القنوات الرقمية في تنفيذ المعاملات وتقديم الخدمات للعملاء. يليه قطاع تجارة الجملة والتجزئة بنسبة 33.9%، ثم قطاع الإقامة والطعام بنسبة 33.4%، والصناعة التحويلية بنسبة 32.5%، والمعلومات والاتصالات بنسبة 31.9%، مما يشير إلى أن القطاعات المرتبطة بالتجارة والخدمات الرقمية تمتلك حضوراً قوياً في استخدام الإنترنت كقناة للبيع والتوزيع. وفي المقابل، تظهر البيانات انخفاضاً نسبياً في بعض القطاعات التقليدية أو الأقل ارتباطاً بالبيع المباشر عبر الإنترنت، حيث سجل قطاع الزراعة والحراجه وصيد الأسماك نسبة 27.4%، والتشييد 25.3%، وتوصيل الكهرباء والغاز 23.5%، وإمدادات الماء والصرف الصحي 28.2%، بينما جاءت أدنى النسب في قطاع الأنشطة العقارية بنسبة 16.8% والخدمات الأخرى بنسبة 17.3%. وتعكس هذه النتائج أن تبني استخدام الإنترنت في البيع والخدمات ما يزال في مرحلة تفاوت بين القطاعات، حيث تتقدم الأنشطة المالية والتجارية والخدمية في التحول الرقمي، بينما تحتاج القطاعات التقليدية إلى مزيد من التطوير والدعم لتعزيز حضورها في بيئة التجارة الإلكترونية والاستفادة من فرص النمو الرقمي المتاحة في الاقتصاد السعودي.

النشاط الاقتصادي	%
الزراعة والحراجه وصيد الأسماك	27.4
التعدين واستغلال المحاجر	35.3
الصناعة التحويلية	32.5
توصيل الكهرباء والغاز	23.5
امدادات الماء والصرف الصحي	28.2
التشييد	25.3
تجارة الجملة والتجزئة	33.9
النقل والتخزين	29.9
الإقامة والطعام	33.4
المعلومات والاتصالات	31.9
أنشطة المال والتأمين	44.4
الأنشطة العقارية	16.8
الأنشطة المهنية	28.6
الخدمات الإدارية والدعم	22.5
التعليم	31.2
الصحة والعمل الاجتماعي	27.4
الفنون والترفيه	29
الخدمات الأخرى	17.3

المصدر: الهيئة العامة للإحصاء (إحصاءات نفاذ واستخدام تقنية المعلومات والاتصالات للمنشآت)





## نسبة المنشآت التي تستخدم الإنترنت لشراء/ طلب السلع والخدمات حسب النشاط الاقتصادي لعام 2024

توضح بيانات نسبة المنشآت التي تستخدم الإنترنت لشراء أو طلب السلع والخدمات حسب النشاط الاقتصادي في المملكة العربية السعودية لعام 2024 وفقاً للهيئة العامة للإحصاء مدى الاعتماد المتزايد على القنوات الرقمية في عمليات التوريد وسلاسل الإمداد داخل مختلف القطاعات. وتشير النتائج إلى أن قطاع المعلومات والاتصالات يتصدر قائمة الاستخدام بنسبة بلغت 61.6%، وهو ما يعكس الطبيعة الرقمية لهذا القطاع واعتماده الكبير على الحلول التقنية في إدارة عملياته. يليه قطاع الفنون والترفيه بنسبة 57.5%، ثم توصيل الكهرباء والغاز بنسبة 57.2%، وأنشطة المال والتأمين بنسبة 56.4%، ثم قطاع التعليم بنسبة 54.1%، وهو ما يدل على أن القطاعات الخدمية والتقنية تتبنى بشكل أكبر عمليات الشراء الإلكتروني لما توفره من كفاءة وسرعة وتقليل للتكاليف التشغيلية. كما تظهر البيانات مستويات مرتفعة نسبياً في قطاعات رئيسية أخرى مثل التعدين واستغلال المحاجر بنسبة 50.6%، وتجارة الجملة والتجزئة بنسبة 50%، والصناعة التحويلية بنسبة 50.1%، وإمدادات الماء والصرف الصحي بنسبة 49.4%، والنقل والتخزين بنسبة 48%، والصحة والعمل الاجتماعي بنسبة 47.6%، مما يعكس اتساع استخدام الإنترنت في دعم العمليات التشغيلية وسلاسل الإمداد في قطاعات الإنتاج والخدمات. وفي المقابل، جاءت بعض القطاعات عند مستويات أقل نسبياً مثل الأنشطة العقارية بنسبة 39.3%، والخدمات الإدارية والدعم بنسبة 39.5%، والخدمات الأخرى بنسبة 37.1%، وهو ما يشير إلى وجود فرص إضافية لتعزيز التحول الرقمي في عمليات الشراء لدى هذه القطاعات. بشكل عام، تعكس هذه المؤشرات أن استخدام الإنترنت في الشراء داخل بيئة الأعمال السعودية أصبح عنصراً أساسياً في رفع الكفاءة التشغيلية وتحسين إدارة المشتريات عبر مختلف الأنشطة الاقتصادية، مع تباين في مستويات التبني وفق طبيعة كل قطاع.

النشاط الاقتصادي	%
الزراعة والحراجه وصيد الأسماك	45.7
التعدين واستغلال المحاجر	50.6
الصناعة التحويلية	50.1
توصيل الكهرباء والغاز	57.2
امدادات الماء والصرف الصحي	49.4
التشييد	44.8
تجارة الجملة والتجزئة	50
النقل والتخزين	48
الإقامة والطعام	45.8
المعلومات والاتصالات	61.6
أنشطة المال والتأمين	56.4
الأنشطة العقارية	39.3
الأنشطة المهنية	48.3
الخدمات الإدارية والدعم	39.5
التعليم	54.1
الصحة والعمل الاجتماعي	47.6
الفنون والترفيه	57.5
الخدمات الأخرى	37.1

المصدر: الهيئة العامة للإحصاء (إحصاءات نفاذ واستخدام تقنية المعلومات والاتصالات للمنشآت)





## الخاتمة والتوصيات

في ضوء ما تم عرضه من بيانات ومؤشرات، يتضح أن قطاع التجارة الإلكترونية في المملكة العربية السعودية يشهد مرحلة نمو متسارع وتوسع هيكلي عميق، يعكس قوة التحول الرقمي الذي تقوده المملكة ضمن إطار رؤية 2030. فقد أظهرت المؤشرات ارتفاعاً مستمراً في عدد السجلات التجارية، وزيادة ملحوظة في حجم السوق والمعاملات الإلكترونية، إلى جانب توسع واضح في اعتماد الأفراد والمنشآت على الحلول الرقمية في عمليات البيع والشراء. كما يبين التحليل وجود تباين في مستويات التحول الرقمي بين القطاعات الاقتصادية المختلفة، إلا أن الاتجاه العام يشير إلى تصاعد الاعتماد على الإنترنت كقناة رئيسية للتجارة والخدمات، سواء على مستوى الأفراد أو المنشآت. وفي المقابل، ما تزال بعض القطاعات التقليدية بحاجة إلى مزيد من الدعم لتعزيز اندماجها الكامل في الاقتصاد الرقمي. وبناءً عليه، فإن مستقبل التجارة الإلكترونية في المملكة يُعدّ واعدًا للغاية، مدعومًا ببنية تحتية رقمية متقدمة، ودعم حكومي مستمر، وتغيرات واضحة في سلوك المستهلك، مما يعزز من مكانة المملكة كأحد أهم أسواق التجارة الرقمية في المنطقة. وفي ضوء ما تم استخلاصه من نتائج وتحليلات، يقدم التقرير مجموعة من التوصيات التي تستهدف دعم تطوير قطاع التجارة الإلكترونية وتعزيز كفاءته واستدامة نموه في المملكة العربية السعودية. والتي تتمثل في الآتي:-

- تعزيز الاستثمار في البنية التحتية الرقمية خاصة في المناطق الأقل نموًا لضمان توزيع متوازن لنشاط التجارة الإلكترونية.
- دعم المنشآت الصغيرة والمتوسطة في التحول الرقمي من خلال برامج تمويل وتدريب على التجارة الإلكترونية.
- تطوير أنظمة الحماية والأمن السيبراني لزيادة ثقة المستهلكين في عمليات الدفع الإلكتروني.
- تحسين كفاءة الخدمات اللوجستية وسلاسل الإمداد لتقليل تكاليف الشحن وزمن التوصيل.
- تشجيع استخدام التقنيات الحديثة مثل الذكاء الاصطناعي وتحليل البيانات لتحسين تجربة المستخدم وزيادة المبيعات.
- تعزيز التكامل بين المنصات الحكومية والتجارية لتسهيل إجراءات تأسيس وإدارة المتاجر الإلكترونية.
- رفع مستوى التوعية الرقمية لدى الفئات الأقل استخدامًا للإنترنت لتوسيع قاعدة المستخدمين.
- دعم الابتكار في حلول الدفع الإلكتروني مثل المحافظ الرقمية وخدمات التقسيط الرقمي.
- تشجيع الشركات على تطوير استراتيجيات تسويق رقمي تعتمد على وسائل التواصل الاجتماعي والمؤثرين.
- تطوير الأطر التنظيمية لضمان شفافية السوق وتعزيز المنافسة العادلة بين المنصات المحلية والعالمية.

