



איגוד לשכות המסחר

ארגון הגג של המגזר העסקי החופשי בישראל

אוראל לין, נשיא

13 מרץ, 2017
974336

לכבוד,
ח"כ הרב משה גפני
יו"ר ועדת הכספים
כנסת ישראל

ח"כ גפני הנכבד,

הנדון: השוואת תנאי התחרות בין מכירות בשוק המקומי למכירות באינטרנט

בהמשך לישיבת של נשיאות איגוד לשכות המסחר שהתקיימה עמך ב- 9.2, הריני לפנות אליך בשם חטיבת הרשתות הקמעונאיות בישראל שבאיגוד לשכות המסחר, המייצגת למעלה מ-50 רשתות קמעונאיות גדולות, בינוניות וקטנות, ממגזר המסחר הקמעונאי, אשר מעסיקות מאות אלפי עובדים. כדלקמן:

בשנים האחרונות עודדה מדינת ישראל את הצרכנים לערוך את קניותיהם באינטרנט וזאת באמצעות הנחות מיסוי (פטור ממכס עד לסכום קניה של כ-500 דולר וכן פטור ממע"מ על לסכום של 75 דולר) ובהתאם אנו עדים לתופעה הולכת ומתרחבת של קניות באמצעות אתרי אינטרנט בחו"ל.

קניות אלו מייצרות תחרות בלתי הוגנת, ואפליה של עסקים מקומיים, דבר שעלול, אם לא תהיה חשיבה מואצת בנושא, להביא לאסון ולהתמוטטות של עסקים רבים ביניהם: יבואנים, יצרנים, משווקים, חנויות, רשתות ונותני שירותים המעסיקים מאות אלפי מועסקים במגזר המסחר והשירותים. לכך מצטרפת העובדה שהוצאות התקורה של הרשתות הקמעונאיות הינן גבוהות מאוד: הן משלמות תעריפים גבוהים של שכר דירה + דמי ניהול לקניונים, ארנונה, חשמל ומעסיקות מאות אלפי עובדים.

חשוב לציין כי אין אנו מתנגדים לעצם הקניות באינטרנט, אבל אין זה נכון לייצר תחרות בלתי הוגנת בין עסקים ממוזים שמעסיקים עובדים שעומדים בתנאי הרגולציה ונושאים בעול הניהול לבין קניות באינטרנט.

בכדי לחדד את הנושא להלן מספר נתונים כלכליים:

על בסיס נתוני הלמ"ס שוק האופנה כולל: הלבשה עליונה (גברים, נשים וילדים), הנעלה, אביזרים והלבשה תחתונה. גודל השוק בשנת 2016 מוערך כ-14.1 מיליארד ₪.

סך היבוא של הלבשה והנעלה לישראל עמד על 2.1 מיליארד דולר בשנת 2016, מתוך זה יבוא ההנעלה הסתכם ב-517 מיליון דולר המהווה 1.24%¹.

סין מהווה את יעד היבוא העיקרי למוצרי הלבשה והנעלה עם יבוא בערך של כ-960 מיליון דולר בשנת 2015 המהווה כ-47% מסך יבוא ההנעלה וההלבשה לישראל מהם:

- יבוא מוצרי ההלבשה (6% מכס) מסיין הסתכם ב-790 מיליון דולר המהווה 51% מסך יבוא ההלבשה לישראל.
- יבוא ההנעלה (12% מכס) הסתכם ב-169 מיליון דולר המהווה 34% מסך יבוא ההנעלה לישראל.

שאר יעדי היבוא הם ארה"ב, האיחוד האירופי, טורקיה וירדן איתם יש לישראל הסכמי סחר והיבוא פטור ממכס ומדינות באסיה כגון הודו, וייטנאם ובנגלדש מהם היבוא זניח.

נתוני 2014 יבוא מסיין	אלפי ₪	%
הנעלה סה"כ	3,363,877	
נעלי גברים	768,398	23%
נעלי נשים	1,149,752	34%
נעלי ילדים	523,649	16%
נעלי ספורט	557,800	17%
מגפיים	196,368	6%
נעלי בית	82,532	2%

מקור: הערכה על בסיס נתונים

קניית באינטרנט

על בסיס מחקר שפרסמה חברת הייעוץ TASC², השוק הקמעונאי המקוון בישראל מוערך בכ-7 מיליארד ₪ בשנת 2016, שוק זה צמח בשיעור שנתי של כ-25% בשלוש השנים האחרונות ומהווה כ-6% מכלל השוק הקמעונאי לשנת 2016. הרכישות מחו"ל מהוות כ-40% מהשוק הקמעונאי המקוון בישראל, כלומר 2.8 מיליארד ₪.³

שיעור חדירת המסחר המקוון בישראל הוא גבוה יחסית, אך רמתו משתנה בין קטגוריה לקטגוריה. בתחומי האופנה (הלבשה והנעלה) הוא עומד על 75% מקרב הגולשים באינטרנט. כאשר 61% מהנסקרים מציינים שהסיבה העיקרית לרכישת אופנה באינטרנט היא המחיר. מהמחקר עוד עולה כי שוק האופנה המקוון (הלבשה והנעלה) בשנת 2016 מוערך בכ-1.7 מיליארד ₪, המהווה 12% מסך שוק האופנה בישראל וצפוי לגדול בפי שתיים עד לשנת 2020 ולעמוד על 3.2 מיליארד ₪ שהם 20% מסך שוק האופנה הצפוי בישראל.

המחקר מצייין כי 63% מרכישות ביגוד והנעלה של ישראלים באינטרנט מתבצעות דרך אתרים מחו"ל כגון אסוס, נקסט, איביי, עליבאבא ועוד.

בפרסום המבוסס על סקר⁴ שנערך ע"י חברת צ'מנסקי בן שחר בקרב 1,500 נסקרים עולה כי בממוצע כ-14% מההוצאה החודשית שלהם על מוצרי אופנה מבוצעת באינטרנט לעומת כ-13% בשנה שעברה - גידול של כאחוז בשנה, החברה מעריכה כי כל אחוז של גידול באינטרנט שווה לכ-10 אלף מ"ר של חנויות שנעלם ושיעלם.

החברה צופה כי בפדיון חודשי ממוצע של כ-1.2 אלפי ₪ למ"ר (הפדיון החודשי הממוצע המתקיים היום בחנויות האופנה בארץ) צפויים להיסגר 70-100 אלף מ"ר של שטחי אופנה או קיטון מהותי בפדיון החודשי הממוצע למ"ר.

² מצ"ב

³ איך צמיחת שוק ה-commerce משנה את פני שוק הקמעונאות בישראל – טאסק 2016

⁴ צ'מנסקי בן שחר - הלקוח החדש, החדשני והדיגיטאלי כבר כאן, הרשתות - נשאו בעולם הישן

עלויות ההובלה מאתרים אלו לארץ היא שולית ולעיתים אף חינם. כמו כן, אתרים אלו מפצלים את הרכישות כך שהקונה הישראלי לא יידרש לתשלום מכס ו/או מע"מ בכניסה לישראל. מהמחקר עולה כי עלות רכישה ממוצעת הינה כ- 300 ₪ במוצרי אופנה והנעלה.

על כן, במטרה להפחית את הנטל על העוסקים ולקדם את התחרות בתחום הנעלה והאופנה מבוקש:

1. להפחית את המכסים ביבוא מוצרי הנעלה ל-0%, נוכח העובדה שאין ייצור מקומי של מוצרים אלה, ולאור העובדה כי קיימת תחרות אינטנסיבית מקומית אשר תבטיח את גלגול הפחתת המכס לצרכן. מוצע כי הפחתה זו תעשה בהוראת שעה על מנת להבטיח הפחתת מחיר לצרכנים.

2. לפטור את תשלום המע"מ על מוצרי הלבשה והנעלה המיועדים לילדים.

3. להפחית את המכס ביבוא של מוצרי טקסטיל ל-0% (בהשוואה ל-6%).

בכבוד רב,



עו"ד אוריאל לין