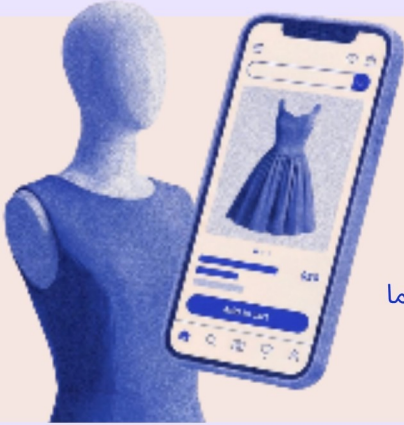




تقيّم دراسة Stay Secure السنوية وعى المستهلكين وسلوكهم فيما يتعلق بالتجارة الرقمية والاحتتيال في المغرب. تسلط نسخة هذا العام، التي أجريت بالشراكة مع Switch Al Maghrib، الضوء على كيف يؤدي التسوق المدعوم بالذكاء الاصطناعي والتجارة الاجتماعية إلى تغيير سلوك المستهلك، في حين تظل التوقعات المتعلقة بالثقة والحماية راسخة بقوة.



يتقبل المستهلكون التسوق بمساعدة الذكاء الاصطناعي، لكن الثقة هي العامل الأساسي عند الدفع

# 83%

يثق 23% من المستجوبين في وكلاء الذكاء الاصطناعي لإتمام عملية الدفع، بينما استخدم 83% أدوات الذكاء الاصطناعي للمساعدة في التسوق، بما في ذلك مقارنة الأسعار، والبحث عن أفكار للهدايا، والتحقق من المراجعات أو تقييمات المنتجات.

التجارة الاجتماعية تنمو وكذلك مخاطر الاحتيال

# 30%

تعرضوا لعملية احتيال مالي خلال الاثني عشر شهراً الماضية. ومن بين أولئك الذين تعرضوا لعملية احتيال، أبلغ 53% أن الحادث وقع على وسائل التواصل الاجتماعي.



الأطفال يتعرضون بشكل متزايد لعمليات الاحتيال أثناء التسوق واللعب عبر الإنترنت

# 92%

يشعرون بالقلق من أن الأطفال في حياتهم يواجهون صعوبة في التعرف على عمليات الاحتيال، و 61% رأوا طفلاً يقع ضحية أثناء اللعب أو التسوق عبر الإنترنت.



يتوقع المستهلكون من المؤسسات أن تكون سباقة في الحماية من الاحتيال

يعتقدون أن البنوك أو المؤسسات المالية يجب أن تتحمل المسؤولية الأساسية، تليها السلطات الحكومية أو الهيئات التنظيمية (47%)، والأسواق أو منصات التسوق عبر الإنترنت (29%). يعتقد 9% فقط أن المستهلكين أنفسهم يجب أن يتحملوا المسؤولية الأساسية.

# 49%

