

نشرة إخبارية

للمرجعة:
يسيني كيالي
قائدة العلامة التجارية والتسويق والسمعة المؤسسية
دليويت الشرق الأوسط
البريد الإلكتروني: ykayali@deloitte.com

دليويت تكشف في تقرير توجهات المستهلك الرقمي 2025 عن ارتفاع كبير في اعتماد الذكاء الاصطناعي وانتعاش التجارة عبر وسائل التواصل الاجتماعي وتغيير السلوكيات الرقمية في دولة الإمارات والمملكة العربية السعودية

- مع انتشار تقنيات الذكاء الاصطناعي التوليدية واستمرار هيمنة الهاتف الذكي، يواصل المستهلكون في الإمارات والمملكة العربية السعودية الاستفادة من الأدوات المدعومة بالذكاء الاصطناعي، والتجارة عبر وسائل التواصل الاجتماعي، والأجهزة المتصلة.
- أشار ربع مستخدمي الذكاء الاصطناعي إلى الخصوصية بصفتها أحد أهم مخاوفهم، بينما يستمر ارتفاع تكاليف الاشتراكات الرقمية أيضاً في التأثير على خيارات المستهلكين.

دبي، الإمارات العربية المتحدة، 1 سبتمبر 2025: كشفت دليويت عن أحدث نتائج تقرير توجهات المستهلك الرقمي 2025، الذي يوفر معلومات مهمة حول كيفية تفاعل المستهلكين في دولة الإمارات والمملكة العربية السعودية مع التكنولوجيا الرقمية ووسائل الإعلام والتواصل. وسلطت الدراسة، التي شملت 2000 مستهلك بين 18 و50 عاماً من كلاً السوقين، الضوء على تنازع اعتماد تقنيات الذكاء الاصطناعي التوليدية، واستمرار هيمنة الهاتف الذكي، وتزايد الاهتمام بالأجهزة المتصلة، والتحول نحو التجارة عبر وسائل التواصل الاجتماعي.

وتكشف النتائج عن زيادة ملحوظة في استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي، إذ أفاد 58% من المشاركين بأنهم استخدمو أدوات الذكاء الاصطناعي التوليدية مثل Google Gemini أو ChatGPT أو Gemini، وهي نسبة أعلى بكثير مقارنة بالمملكة المتحدة أو الأسواق الأوروبية. ويشير التقرير أيضاً إلى أن 73% من المستهلكين في الإمارات والمملكة العربية السعودية قاموا بعملية شراء عبر وسائل التواصل الاجتماعي خلال العام الماضي، ما يعكس تزايد تأثير تجارب التسوق التي يقودها المؤثرون.

على الرغم من انتشار الذكاء الاصطناعي التوليدية، إلا أن الفجوات في الوعي تجاهه لا تزال موجودة

يتبني المستهلكون في الإمارات والمملكة العربية السعودية الأدوات المدعومة بالذكاء الاصطناعي بوعية متضارعة، حيث يتفاعل 55% من مستخدمي الذكاء الاصطناعي التوليدية مع هذه الأدوات أسبوعياً أو يومياً، وذلك للاستخدامات الشخصية والتعليمية والمهنية. ومع ذلك، لا يزال 20% من المشاركين غير مطلعين على تقنيات الذكاء الاصطناعي. وتشير الدراسة إلى أن الخصوصية تشكل عقبة أساسية، لا سيما بالنسبة للمستخدمين غير المنتظمين، إذ أشار ربع المشاركين إلى أن الخصوصية تمثل أهم اهتماماتهم.

الهاتف الذكي تتصدر المشهد، بينما لا يزال اعتماد أجهزة المنزل الذكي محدوداً

تظل الهاتف الذكي الجهاز الرئيسي في المنطقة، حيث يستخدمها 96% من المستهلكين يومياً. وفي الوقت نفسه، يخطط 89% من المستهلكين في دولة الإمارات والمملكة العربية السعودية لشراء جهاز متصل جديد خلال الأشهر الـ 12 المقبلة، مع تصدر الهاتف الذكي وال ساعات الذكية وأجهزة الحاسوب المحمولة قائمة الفئات الأكثر طلباً. ومع ذلك، فإن تبني أجهزة المنزل الذكي لا يزال في مراحل مبكرة مقارنة بالأسواق الغربية، رغم أن الاهتمام بحلول الحياة المتصلة في تزايد مستمر.

وسائل التواصل الاجتماعي الخيار الأول للاطلاع على الأخبار والتسوق

شهدت عادات استهلاك الأخبار تغيراً كبيراً، إذ تفوقت وسائل التواصل الاجتماعي على وسائل الإعلام التقليدية بصفتها مصدراً رئيسياً للاطلاع على الأحداث الجارية. ويعتمد 56% من المستهلكين على وسائل التواصل الاجتماعي في متابعة الأخبار، بينما يشاهد 30% الأخبار عبر التلفزيون، ويزور 22% موقع الأخبار الإلكترونية.

ويسلط التقرير الضوء أيضاً على تزايد المخاوف بشأن المعلومات المضللة على الإنترن特، حيث أشار 48% من المستهلكين في الإمارات إلى أنهم يواجهون معلومات خاطئة بتكرار أكبر مقارنة بالعام الماضي.

ووصل تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على سلوك المستهلك إلى مستويات غير مسبوقة، مع إشارة 73% من المشاركون باتمام معاملة واحدة على الأقل عبر منصات التواصل الاجتماعي خلال العام الماضي. وتكتسب التجارة عبر وسائل التواصل الاجتماعي زخماً بوصفها الطريقة المفضلة للتسوق عبر الإنترن特، مدفوعة بتوصيات المؤثرين وروابط التسويق بالعمولة.

ضغوط الأسعار تهدد خدمات البث والاشتراكات الرقمية

يُظهر التقرير أنه على الرغم من أن أكثر من نصف المستهلكين في المملكة العربية السعودية والإمارات العربية المتحدة اشتراكوا في خدمة بث فيديو خلال العام الماضي، إلا أن ارتفاع تكاليف الاشتراكات أدى إلى عمليات إلغاء متزايدة. وشملت أسباب إلغاء الاشتراك قلة الاستخدام (21%) والتكلفة (20%). كما تأثر 47% من المستهلكين بإجراءات منصات البث ضد ميزة مشاركة الحسابات.

وتعليقًا على هذا الموضوع، قال إيمانويل دورو، الشريك المسؤول عن قطاع التكنولوجيا والإعلام والاتصالات في ديلويت الشرق الأوسط: "تصدر الإمارات والمملكة العربية السعودية التحول الرقمي، مع اعتماد المستهلكين لتقنيات الذكاء الاصطناعي، ونمط الحياة المعتمد على الهواتف المحمولة، والتجارة عبر وسائل التواصل الاجتماعي بمعدل ملحوظ. ويفتقر ذلك من خلال المعدلات اللافتة لاعتماد الذكاء الاصطناعي التوليد والأجهزة المتصلة في الإمارات والمملكة العربية السعودية. وتعكس هذه الاتجاهات طبيعة السكان المواكبين للتكنولوجيا في المنطقة، والاستثمارات الكبيرة في البنية التحتية والتحول الرقمي".

وأضاف: "يتمثل هذا التحول فرصةً للشركات لإعادة التفكير في استراتيجيات التفاعل مع العملاء، خصوصاً مع استمرار الذكاء الاصطناعي في إعادة تشكيل كيفية بحث المستهلكين، وتسوّقهم، وتفاعلهم عبر الإنترنط. ما يوفر خارطة طريق واضحة للشركات الراغبة في الاستفادة من هذه الأسواق الواعدة. ومع ذلك، كلما ازداد الاعتماد على المنصات الرقمية، زادت المخاوف المتعلقة بالخصوصية والمعلومات المضللة. ويجب على المؤسسات تحقيق التوازن بين الابتكار والثقة لتلبية التوقعات دائمة التطور للمستهلك الرقمي اليوم".

ويسلط تقرير توجهات المستهلك الرقمي 2025 الضوء على المشهد سريع التطور في قطاعات التكنولوجيا والإعلام والاتصالات في الشرق الأوسط. ومع تزايد اعتماد الذكاء الاصطناعي التوليد، واتساع نطاق التجارة عبر شبكات التواصل الاجتماعي، وتغير أنماط استهلاك المحتوى الرقمي، تصبح حاجة الشركات إلى مواكبة هذه التحولات خطوة أساسية للحفاظ على تنافسيتها.

يمكن الوصول إلى التقرير الكامل من [هذا](#)، للاطلاع على المعلومات التفصيلية وأبرز النتائج.

-انتهـ-

© ٢٥. ديلويت آند توش (الشرق الأوسط). جميع الحقوق محفوظة.

في هذا البيان الصحفي، أي دلالة إلى "ديلويت" تشير إلى واحدة أو أكثر من ديلويت آند توش توهماتسو المحدودة، وهي شركة بريطانية خاصة محدودة بضمان وتنتمي شبكتها من الشركات الأعضاء المرخص لها بشخصية قانونية مستقلة خاصة. يرجى الاطلاع على [الحصول على وصف مفصل للهيكل القانوني لـ ديلويت آند توش توهماتسو المحدودة والشركات الأعضاء فيها.](http://deloitte.com/about) إن المعلومات الواردة في هذا البيان الصحفي صحيحة إلى حين التوجّه إلى الصحفة النشر.

عن ديلويت آند توش (الشرق الأوسط) شراكة ذات مسؤولية محدودة:

ديلويت آند توش (الشرق الأوسط) هي شراكة مركبة لها من الابطن من قبل ديلويت (ن إيه) دون ملكية قانونية لـ ديلويت آند توش توهماتسو المحدودة. ديلويت شمال جنوب أوروبا شراكة ذات مسؤولية محدودة (ن إيه) هي شركة عضو مركبة لها من قبل ديلويت آند توش توهماتسو المحدودة.

د إم إيه هي واحدة من الشركات الرائدة في تقديم الخدمات المهنية الاستشارية وقد تأسست في منطقة الشرق الأوسط وبيمن وجوهها منذ سنة ١٩٢٦ في المنطقة من خلال 26 مكتباً في ١٥ بلداً وتقضي قرابة ٥,٠٠٠ شريك ومدير وموظفي. إن وجود شركة د إم إيه في منطقة الشرق الأوسط وقبرص مكرس من خلال الشركات الحائزة على ترخيص تقديم الخدمات وفقاً للقوانين والمارسات المرعية الإجراء في البلد التابع له وتنتمي بالشخصية القانونية المستقلة. لا تستطيع الشركات والكيانات المرخصة من قبلها إلزام بعضها البعض وأو إلزام شركة د إم إيه. وعند تقديم الخدمات، تتعاقد كل شركة أو كيان بشكل مستقل مع العمالء الخارجيين بهم وتكون هذه الشركات والكيانات سبّوقة فقط عن أفعالها أو تصريحها.

تقديم د إم إيه خدماتها في مجال التدقيق والمراجعة، والاستشارات الإدارية والمالية، وخدمات استشارات المخاطر، خدمات الضرائب والخدمات المتعلقة بها عبر 23 مكتباً منتشرة في 15 دولة، ويعمل فيها أكثر من 7,000 شريك ومدير ومهني.

عن ديلويت:

يشير اسم "ديلويت" إلى واحدة أو أكثر من شركات ديلويت آند توش توهماتسو المحدودة، والشركات الأعضاء في شبكتها العالمية بالإضافة إلى الجهات المرتبطة بها (يشار إليها مجتمعة "شركة ديلويت"). تُعتبر ديلويت آند توش توهماتسو المحدودة (يشار إليها أيضاً باسم "ديلويت غلوبال") وكل واحدة من الشركات الأعضاء فيها والجهات المرتبطة بها ككيانات منفصلة عن بعضها البعض، وتحتاج كل منها بالشخصية القانونية والاستقلالية. وبالتالي، لا يستطيع أي كيان منها إلزام أو إجبار الكيانات الأخرى تجاه أي طرف خارجي، كما لا يتحمل كل كيان منها

المسؤولية عن أفعال وحالات الإهمال الخاصة بالكيانات الأخرى، بل يتحمل المسؤولية عن أعماله وحالات الإهمال الخاصة به فقط. لا تقدم ديلويت توش توهماً تسو المحدودة، ولا ديلويت شمال جنوب أوروبا، ولا ديلويت الشرق الأوسط أي خدمات للعملاء. للمزيد من المعلومات، يرجى زيارة موقعنا الإلكتروني على العنوان التالي : www.deloitte.com/about

تقديم ديلويت مجموعة من الخدمات الرائدة في مجال تخصصها، وهي خدمات التدقيق والمراجعة، وخدمات الضرائب والشؤون القانونية، والاستشارات العامة والخدمات المتعلقة بها، إلى حوالي ٩٠٪ من أفضل الشركات العالمية المدرجة في مجلة فورتشن غلوبال ٥٠٠، بالإضافة إلى آلاف الشركات الخاصة في العالم. يقدم المهنيون العاملون لدينا خبراتهم التي تحقق نتائج قابلة للقياس، ومستدامة، وتساعد على تعزيز الثقة العامة بأسواق المال، وتمكن عمالينا من التطور والازدهار، وتمهد الطريق نحو بناء اقتصاد أكثر صلابة، ومجتمع أكثر مساواة وعالم أكثر استدامة. تفخر ديلويت بإرثها العريق الممتد لأكثر من ١٧٥ سنة، ومكانها المنتشرة في أكثر من ١٥٠ دولة ومنطقة جغرافية والتي يعمل فيها حوالي ٤٥٧,٠٠٠ مهني واستشاري.. لمعرفة المزيد حول كيف يستطيع العاملون في ديلويت إحداث الأثر المنشود الذي يحقق القيمة المستدامة، يرجى زيارة موقعنا الإلكتروني على العنوان التالي : www.deloitte.com

إن المعلومات التي يحتويها هذا البيان الصحفي صحيحة لغاية توجيه البيان إلى الصحافة.

للتوقف عن تلقي الرسائل الإلكترونية، يرجى إرسال رسالة رد إلى المرسل تحمل عبارة "Unsubscribe" في خانة الموضوع.