

نشرة إخبارية

للمراجعة:
ياسمين كيالي
قائدة العلامة التجارية والتسويق والسمعة المؤسسية
دبليوت الشرق الأوسط
البريد الإلكتروني: ykayali@deloitte.com

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

- مع انتشار تقنيات الذكاء الاصطناعي التوليدي واستمرار هيمنة الهواتف الذكية، 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 دبليوت 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 كلا السوقيين، الضوء على تنامي اعتماد تقنيات الذكاء الاصطناعي التوليدي، واستمرار هيمنة الهواتف الذكية، 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 استخدموا أدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي مثل ChatGPT أو Google 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 التوليدي، إلا أن الفجوات في الوعي تجاهه لا تزال موجودة

يتبنى المستهلكون في الإمارات والمملكة العربية السعودية الأدوات المدعومة بالذكاء الاصطناعي بوتيرة متسارعة، حيث يتفاعل 55% من مستخدمي الذكاء الاصطناعي التوليدي 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.

الهواتف الذكية تصدر المشهد، بينما لا يزال اعتماد أجهزة المنزل الذكي محدوداً

تظل الهواتف الذكية الجهاز الرقمي الأساسي 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 الهواتف الذكية والساعات 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% مواقع الأخبار الإلكترونية.

ويسلط التقرير الضوء أيضاً على تزايد المخاوف بشأن المعلومات المضللة على الإنترنت، 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 المشاركين بآتمام معاملة واحدة على الأقل عبر منصات التواصل الاجتماعي خلال العام الماضي. وتكتسب التجارة عبر وسائل التواصل الاجتماعي زخماً بوصفها الطريقة المفضلة للتسوق عبر الإنترنت، مدعومة 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 اشتركوا 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.

وتعليقاً على هذا الموضوع، قال ايمانويل دورو، الشريك المسؤول عن قطاع التكنولوجيا والإعلام والاتصالات في ديلويت الشرق الأوسط: "تتصدر 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. ويظهر ذلك من خلال المعدلات اللافتة لاعتماد الذكاء الاصطناعي التوليدي والأجهزة المتصلة في الإمارات والمملكة العربية السعودية. وتعكس هذه الاتجاهات طبيعة السكان الموابكين للتكنولوجيا في المنطقة، والاستثمارات الكبيرة في البنية التحتية والتحول الرقمي".

وأضاف: "يمثل هذا التحول فرصاً للشركات لإعادة التفكير في استراتيجيات التفاعل مع العملاء، خصوصاً مع استمرار الذكاء الاصطناعي في إعادة تشكيل كيفية بحث المستهلكين، وتسوقهم، وتفاعلهم عبر الإنترنت. 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 التوليدي، 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 [هنا](#)، للاطلاع على المعلومات التفصيلية وأبرز النتائج.

-انتهى-

© ٢٠٢٥ ديلويت آند توش (الشرق الأوسط). جميع الحقوق محفوظة.

في هذا البيان الصحفي، أي دلالة إلى "ديلويت" تشير إلى واحدة أو أكثر من ديلويت توش توهماستو المحدودة، وهي شركة بريطانية خاصة محدودة بضمان وتتمتع شبكتها من الشركات الأعضاء المرخص لها بشخصية قانونية مستقلة خاصة. يرجى الاطلاع على deloitte.com/about للحصول على وصف مفصل للهيكل القانوني لديلويت توش توهماستو المحدودة والشركات الأعضاء فيها. إن المعلومات الواردة في هذا البيان الصحفي صحيحة إلى حين التوجه إلى الصحافة النشر.

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

ديلويت آند توش (الشرق الأوسط) هي شراكة مرخص لها من الباطن من قبل ديلويت (ن س إي) دون ملكية قانونية لديلويت توش توهماستو المحدودة. ديلويت شمال جنوب أوروبا شراكة ذات مسؤولية محدودة (ن س إي) هي شركة عضو مرخص لها من قبل ديلويت توش توهماستو المحدودة

د إم إي هي واحدة من الشركات الرائدة في تقديم الخدمات المهنية الاستشارية وقد تأسست في منطقة الشرق الأوسط ويمتد وجودها منذ سنة ١٩٢٦ في المنطقة من خلال 26 مكتباً في 15 بلداً وتضم قرابة ٥,٠٠٠ شريك ومدير وموظف. إن وجود شركة د إم إي في منطقة الشرق الأوسط وقبرص مكرس من خلال الشركات الحائزة على ترخيص لتقديم الخدمات وفقاً للقوانين والمراسيم المرعية الإجراء في البلد التابعة له وتتمتع بالشخصية القانونية المستقلة. لا تستطيع الشركات والكيانات المرخصة من قبلها إلزام بعضها البعض و/أو إلزام شركة د إم إي. وعند تقديم الخدمات، تتعاقد كل شركة أو كيان بشكل مستقل مع العملاء الخاصين بهم وتكون هذه الشركات والكيانات مسؤولة فقط عن أفعالها أو تقصيرها.

تقدم د إم إي 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 توش توهماستو المحدودة، والشركات الأعضاء في شبكتها العالمية بالإضافة إلى الجهات المرتبطة بها (يُشار إليها مجتمعة "شركة ديلويت"). تُعتبر ديلويت توش توهماستو المحدودة (يُشار إليها أيضاً باسم "ديلويت غلوبال") وكل واحدة من الشركات الأعضاء فيها والجهات المرتبطة بها كيانات منفصلة عن بعضها البعض، ويتمتع 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 وخالات الإهمال الخاصة به فقط. لا تقدم ديلويت توش توهما تسو المحدودة، ولا ديلويت شمال جنوب أوروبا، ولا ديلويت الشرق الأوسط أي خدمات للعملاء. للمزيد من المعلومات، يُرجى زيارة موقعنا الإلكتروني على العنوان التالي www.deloitte.com/about :

تقدم 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 خدماتهم التي تحقق نتائج قابلة للقياس، ومستدامة، وتساعد على تعزيز الثقة العامة بأسواق المال، وتمكّن عملاءنا 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، ومكاتبها المنتشرة في أكثر من 150 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، يُرجى زيارة موقعنا الإلكتروني على العنوان التالي www.deloitte.com :

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

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