

نشرة إخبارية

جهة الاتصال:
نورا الشيخ
قائدة التميز المؤسسي والإعلام والتسويق الرقمي
ديلويت الشرق الأوسط
البريد الإلكتروني: ncheikh@deloitte.com

تقرير توجهات المستهلك الرقمي 2026 من ديلويت يكشف عن تحوّل واضح في أساليب الحياة والعمل والتواصل في السعودية مع تنامي حضور الذكاء الاصطناعي بين المستهلكين

- أظهر استطلاع رأي شمل 1,000 مستهلك بين 18 و50 عامًا أنّ 66% من المشاركين في السعودية يستخدمون أدوات الذكاء الاصطناعي بانتظام
- يعتقد 41% من المشاركين في الاستطلاع أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ينبغي أن يقتصر على من هم 16 عامًا أو أكبر، فيما أبدى 66% من الجيل زد دعمهم لفرض رقابة أكثر صرامة
- يجمع 65% من المستهلكين في السعودية بين خدمات إضافية وباقات الإنترنت المنزلي، فيما تُعدّ أجهزة تقوية شبكة Wi-Fi الإضافة الأكثر شيوعًا بنسبة 29%

الرياض، المملكة العربية السعودية، 21 مايو 2026: كشفت ديلويت في تقريرها "توجهات المستهلك الرقمي 2026—إصدار المملكة العربية السعودية"، عن وصول المملكة إلى محطة فارقة في مسيرة تطورها الرقمي، مع تحوّل متسارع في استخدام الذكاء الاصطناعي التوليدي من تقنية تجريبية إلى أداة يومية تعيد صياغة أساليب البحث والعمل واتخاذ القرار.

واستنادًا إلى عيّنة تضمّ 1,000 مستهلك بين 18 و50 عامًا وتمثّل مختلف فئات المجتمع، رصد التقرير سوقًا يتحرّك بوتيرة سريعة نحو واقع أكثر اتصالًا، وإمامًا بالعالم الرقمي، ووعيًا وانتقائيّة في كيفية التفاعل مع التكنولوجيا.

ويأتي في قلب هذا التحوّل الانتشار السريع للذكاء الاصطناعي التوليدي. إذ يؤكّد التقرير أن ثلثا المستهلكين في المملكة العربية السعودية (66%) باتوا يستخدمون أدوات الذكاء الاصطناعي بانتظام، في زيادة بنسبة 17% عن العام الماضي (49%)، في مؤشر واضح على نقطة تحوّل مفصلية يمزّ بها السوق، تنتقل فيها التقنيات من مرحلة الاستخدام التجريبي إلى أدوات أساسية في الحياة اليومية.

من مرحلة الاستكشاف والتجريب إلى الاستخدام اليومي

ويتجلى هذا التحوّل بأوضح صوره في بيئة العمل، حيث نمى استخدام الذكاء الاصطناعي للمهام المرتبطة بالعمل إلى 45%، مع تزايد اعتماد المستهلكين عليه بصفته الخيار الأول لتعزيز الإنتاجية. وتشمل أبرز الاستخدامات البحث عن المعلومات (51%)، وتوليد الأفكار (44%)، والترجمة اللغوية (42%)، ما يعكس تحوّلًا سلوكيًا جوهريًا بات فيه الذكاء الاصطناعي الخطوة الأولى للوصول إلى المعرفة وحل المشكلات.

غير أن سرعة اعتماد هذه التقنيات أكبر من وتيرة نضجها، فلا يزال جزء كبير من الاستخدامات يجري في إطار فردي غير ممنهج، مع اعتماد كبير من المستهلكين على أدوات مجانية في ظل محدودية الدعم المؤسسي. وفي

المقابل، بدأت الاستخدامات الأكثر تقدّمًا، مثل إنشاء المحتوى والبرمجة، بالاستقرار، ما يشير إلى توجه نحو تطبيقات عملية قائمة على النتائج، بدلًا من الاستخدام بدافع التجربة والاستكشاف.

مستهلك رقمي أكثر وعيًا وانتقائية

إلى جانب هذا التوسع المتسارع في اعتماد التكنولوجيا، بدأت تشكل ملامح مستهلك رقمي أكثر وعيًا وتميزًا، لا سيّما في ما يتعلق بوسائل التواصل الاجتماعي والسلامة الرقمية.

ففي المملكة العربية السعودية، يرى 41% من المستهلكين أن استخدام وسائل التواصل الاجتماعي ينبغي أن يقتصر على من هم 16 عامًا وما فوق، ما يعكس تنامي القلق حيال تأثير المنصات الرقمية على الفئات الأصغر سنًا. وبأثر جيل زد في صدارة هذا التوجه، إذ يؤيد 66% منهم فرض ضوابط أكثر صرامة، في تحوّل لافت يتحدى التصورات التقليدية المرتبطة بمواقف الأجيال الشابة تجاه الانفتاح الرقمي غير المقيد.

ويعكس هذا التوجه أيضًا إعادة تقييم أوسع للعلاقة مع البيئة الرقمية. فكلما تعمق الاستخدام الرقمي، ازدادت مستويات التدقيق في تأثيراته. ولم تعد قضايا مثل الأضرار الرقمية والمعلومات المضللة والسلامة الرقمية مسائل هامشية، بل أصبحت عنصرًا أساسيًا في الطريقة التي يقيم بها المستهلكون بيئاتهم الرقمية.

الاتصال الموثوق أولوية لا تقبل المساومة

يتوافق تطور السلوكيات الرقمية مع تغيّر التوقعات المرتبطة بالبنية التحتية التي تدعم هذه السلوكيات. ويسلط التقرير الضوء على التحوّل الواضح تجاه الاتصال القائم على الأداء والكفاءة، إذ يجمع 65% من المستهلكين في السعودية بين باقات الإنترنت المنزلي وخدمات مكمّلة أخرى.

وبخلاف أسواق تقود فيها خدمات الترفيه هذا التوجه، يركّز المستهلكون في السعودية أكثر على موثوقية الاتصال وكفاءة الشبكات. وتشير أكثر الإضافات انتشارًا، والتي تشمل أجهزة تقوية شبكة Wi-Fi (29%)، والخطوط الأرضية (21%)، وخدمات الاتصال المتنقل (15%)، إلى توجه واضح يتمثل في تحوّل الاتصال الرقمي إلى ركيزة أساسية في الحياة اليومية.

ومع زيادة الاعتماد على نموذج العمل عن بُعد، وخدمات البثّ، والأجهزة الذكية، يعيد الطلب المتنامي على تجارب رقمية سلسلة وعالية الجودة تشكيل الطريقة التي يختار بها المستهلكون مزوّدي الخدمات ويقيمونها.

سوق على أعتاب مرحلة جديدة

تعكس هذه النتائج مجتمعة ملامح سوق يمرّ بمرحلة تحوّل مفصلية. فالمستهلكون في السعودية لا يكتفون باعتماد التكنولوجيا، بل يعملون على دمجها في تفاصيل حياتهم اليومية وإعادة تعريف دورها فيها.

ويشير صعود الذكاء الاصطناعي، وتزايد التركيز على السلامة الرقمية، وارتفاع التوقعات المرتبطة بجودة الاتصال، إلى تشكّل منظومة رقمية أكثر نضجًا ووعيًا، تنمو فيها توقعات المستخدمين على قدم المساواة مع التوسع الرقمي.

وتعليقًا على هذا الموضوع، قال إيمانويل دورو، الشريك المسؤول عن قطاع التكنولوجيا والإعلام والاتصالات في ديلويت الشرق الأوسط: "تدخل السعودية مرحلة جديدة من التبدّل الرقمي، لا يقتصر تميزها على اتساع نطاق الاستخدام فحسب، بل يمتد إلى عمق هذا التحوّل ودوافعه. ويُعدّ الاندماج السريع للذكاء الاصطناعي التوليدي في الاستخدام اليومي أمرًا لافتًا، إذ يحدث تغييرًا جذريًا في الطريقة التي يتفاعل بها المستهلكون مع التكنولوجيا، سواء في حياتهم الشخصية أو المهنية.

وفي الوقت نفسه، بدأت تتضح ملامح نهج أكثر توازنًا ووعيًا في التفاعل مع العالم الرقمي. فالمستهلكون يعتنقون الابتكار، لكنهم أصبحوا أيضًا أكثر إدراكًا لتداعياته، لا سيما في ما يتعلق بالسلامة الرقمية.

وبالنسبة للمؤسسات، يفتح هذا التحوّل المجال أمام فرصة واضحة، إذ لن يعتمد النجاح على سرعة الابتكار فحسب، بل أيضًا على القدرة على بناء الثقة، وتقديم قيمة حقيقية، والاستجابة لمستهلك أكثر وعيًا، وقدرة على التمييز والتقييم".

ويسلط تقرير "توجهات المستهلك الرقمي 2026—إصدار المملكة العربية السعودية" الضوء على سرعة التغيّر الذي يشهده المشهد الرقمي في المملكة واتجاهاته. ومع تزايد حضور الذكاء الاصطناعي في الحياة اليومية، يرتفع

سقف التوقعات وتغيّر السلوكيات الرقمية بوتيرة متسارعة. لذا لا بدّ للمؤسسات من التكيف بسرعة، من خلال اعتماد نهج يركّز على الابتكار والثقة والتفاعل الهادف بوصفها أولويات متوازنة.

يمكن الوصول إلى التقرير الكامل من [هنا](#) للاطلاع على المعلومات المفصلة وأبرز النتائج.

-انتهى-

© 2026 ديلويت آند توش (الشرق الأوسط). جميع الحقوق محفوظة.

في هذا البيان الصحفي، أي إشارة إلى "ديلويت" تقتضي حكماً الإشارة إلى ديلويت توش توهاماتسو المحدودة، وهي شركة بريطانية خاصة محدودة بضمناً، وإلى واحدة أو أكثر من الشركات الأعضاء في شبكتها العالمية. وتتمتع كل واحدة منها بشخصية قانونية مستقلة خاصة. يُرجى زيارة موقعنا deloitte.com/about للاطلاع على وصف مفصل للهيكل القانوني لديلويت توش توهاماتسو المحدودة والشركات الأعضاء فيها. إن المعلومات الواردة في هذا البيان الصحفي صحيحة حتى وقت إرساله إلى الصحافة/ النشر.

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

ديلويت آند توش (الشرق الأوسط) هي شراكة تابعة إلى ومرخصة من الباطن من قبل ديلويت شمال وجنوب أوروبا دون أن تكون مملوكة قانونياً لديلويت توش توهاماتسو المحدودة. إن ديلويت شمال وجنوب أوروبا شراكة ذات مسؤولية محدودة، وهي شركة عضو مرخص لها في شبكة ديلويت توش توهاماتسو المحدودة.

إن ديلويت الشرق الأوسط هي شركة رائدة في تقديم الخدمات المهنية الاستشارية، وقد تأسست في منطقة الشرق الأوسط في عام 1926 ولا تزال تعمل في هذه المنطقة دون انقطاع منذ ذلك التاريخ. وقد كرس ديلويت الشرق الأوسط حضورها في منطقة الشرق الأوسط من خلال الشركات التابعة إليها والتي يتمتع كل منها بشخصية قانونية مستقلة مرخصة لتقديم خدماتها وفقاً للقوانين والمراسيم المرعية في البلد الذي تعمل فيه. لا تستطيع الشركات والكيانات المرخصة من قبل ديلويت الشرق الأوسط إلزام بعضها البعض و/أو إلزام شركة ديلويت الشرق الأوسط تجاه أي طرف ثالث. وعند تقديم الخدمات، تتعاقد كل واحدة من هذه الشركات والكيانات بشكل مباشر ومستقل مع العملاء الخاصين بها، وتكون مسؤولة فقط عن أفعالها أو تقصيرها وليس عن أفعال وتقصير الكيانات الأخرى.

تقدم ديلويت الشرق الأوسط خدماتها عبر 26 مكتباً منتشرة في 14 دولة، ويعمل فيها أكثر من 7,000 شريك ومدير ومهني.

لمحة عامة عن ديلويت :

يشير اسم "ديلويت" إلى واحدة أو أكثر من الشركات الأعضاء المرخص لها من قبل "ديلويت توش توهاماتسو المحدودة"، والشركات الأعضاء في شبكتها العالمية، والكيانات المرتبطة بها (ويُشار إليها مجتمعة باسم "كيانات ديلويت"). تتمتع ديلويت توش توهاماتسو المحدودة (ويُشار إليها أيضاً باسم "ديلويت غلوبال")، وكل واحدة من الشركات الأعضاء في شبكتها العالمية، والكيانات المرتبطة بها بشخصية قانونية مستقلة خاصة بها، ولا تستطيع إلزام بعضها البعض تجاه أي طرف ثالث. تتحمل ديلويت توش توهاماتسو وكل واحدة من الشركات الأعضاء في شبكتها العالمية والكيانات المرتبطة بها المسؤولية فقط عن أفعالها أو تقصيرها وحدها، وليس عن أفعال وتقصير الكيانات الأخرى. لا تقدم ديلويت توش توهاماتسو المحدودة، أو ديلويت شمال وجنوب أوروبا، أو ديلويت الشرق الأوسط أي خدمات للعملاء. لمزيد 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 90% من أفضل الشركات العالمية المدرجة في مجلة فورتشن غلوبال 500، 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 175 سنة، ومكاتبها المنتشرة في أكثر من 150 دولة ومنطقة جغرافية والتي يعمل فيها حوالي 457,000 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 حتى وقت إرساله إلى الصحافة/النشر.

للتوقف عن استلام رسائلنا الإلكترونية، يُرجى إرسال رسالة رد إلى المرسل تحمل عبارة "[Unsubscribe](#)" في خانة الموضوع.