

نمو معدلات الثقة في المدفوعات الرقمية رغم ازدياد الهجمات السيبرانية في المملكة العربية السعودية

الثقة في وجه الاحتيال



هل تعلم؟



قال **38%** من المستهلكين المشاركين في الاستبيان في المملكة العربية السعودية إنهم تعرضوا لمحاولات احتيال عبر الإنترنت، فيما قال نصفهم إنهم سيتواصلون مع السلطات المعنية في حال التعرض لمحاولات الاحتيال.



انخفاض بنسبة **85%** في الطلب على خدمة الدفع عند الاستلام أثناء الجائحة.



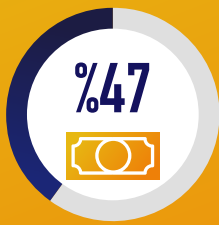
يظهر ثلاثة أرباع المستهلكين **75%** مستويات مرتفعة من الثقة تجاه استخدام المدفوعات الرقمية (المدفوعات بتقنية الاتصال قريب المدى والمحافظ الرقمية) عند التسوق في المتاجر.

من غير المرجح عودة التعاملات النقدية إلى معدلاتها المرتفعة السابقة ما قبل الجائحة، حيث ستشهد تراجعاً متواصلاً

فيما يلي آراء المستهلكين حول مستقبل حلول المدفوعات



رَجَّح **46%** من المشاركين استخدام المدفوعات بتقنية الاتصال قريب المدى في المستقبل.



قال **47%** من المشاركين إنهم يستبعدون استخدام ميزة الدفع عند الاستلام.



انخفاض بنسبة **85%** في الطلب على خدمة الدفع عند الاستلام أثناء الجائحة.

ارتفعت معدلات استخدام المدفوعات الرقمية (البطاقات بتقنية الاتصال قريب المدى والمحافظ الرقمية) بمعدل **70%** للدفع عبر المتاجر الإلكترونية وعند الاستلام

يظهر المستهلكون مستويات مرتفعة من الثقة تجاه المدفوعات الرقمية، رغم بعض المخاوف القائمة

75%

يظهر ثلاثة أرباع المستهلكين مستويات مرتفعة من الثقة تجاه استخدام المدفوعات الرقمية (المدفوعات بتقنية الاتصال قريب المدى والمحافظ الرقمية) عند التسوق في المتاجر والدفع عند الاستلام.



من أبرز الأسباب التي ذكرها المستهلكون لثقتهم بمنظومة المدفوعات بتقنية الاتصال قريب المدى:



50%

التحكم بالنفقات (نظراً لبقاء البطاقة أو الهاتف المتحرك في يد المستهلك أثناء معاملة الدفع)



51%

اعتبارها طريقة دفع مبتكرة



53%

تجنب التلامس البشري



55%

السرعة



59%

الراحة

إن المعرفة بالتقنيات التي توفر الحماية للمدفوعات الرقمية تسهم بدور محوري في تعزيز الثقة بين المستهلكين

وقد قال غالبية المستهلكين الذين يثقون بالمدفوعات الرقمية (**57%**) إن معرفتهم بدور التقنيات المبتكرة مثل أنظمة الترميز في حماية مدفوعاتهم الرقمية ساهمت بتعزيز ثقتهم في خيارات الدفع غير النقدية.

18%

18% من المستهلكين يجهلون آلية عمل هذه المدفوعات بتقنية الاتصال قريب المدى.

36%

يخشى (**36%**) من المستهلكين تعرض البطاقات بتقنية الاتصال قريب المدى المفقودة أو المسروقة لسوء الاستخدام.

أبرز الشكاوى حول أمن المدفوعات الرقمية

كيف يتعامل المستهلكون مع محاولات الاحتيال عبر الإنترنت؟

بحسب إفادة **38%** من المستهلكين المشاركين في الاستبيان في المملكة العربية السعودية إنهم تعرضوا لمحاولات احتيال عبر الإنترنت.

أنواع حالات الاحتيال التي مر بها المستهلكون: ومن أهم الخطوات التي يتخذها المستهلكون في حالات التعرض للاحتيال

30%	التصيد الاحتيالي	65%	إبلاغ البنك
19%	عدم استلام السلع	59%	الاتصال بخدمة العملاء لدى التاجر
17%	تلقي سلع مقلدة	64%	تغيير كلمة المرور/ رمز التعريف الشخصي
		52%	التواصل مع السلطات المعنية

لماذا يجب على التجار الاهتمام بهذا الشأن؟

مما يسبب تراجع في المبيعات

41%

من المستهلكين يفضلون تغيير المتجر الإلكتروني أو البائع والتسوق من موقع آخر.

عندما يواجه المستهلكون تأخيراً في إتمام عملية الشراء عبر الإنترنت، فإن...

تجربة التجارة الإلكترونية:



48% لا يفكرون بالحد من عاداتهم في التسوق عبر الإنترنت



تظهر الدراسة أن أكثر من **51%** المستهلكين باتوا أكثر تقبلاً لحفظ معلومات بطاقتهم على مواقع التجارة الإلكترونية



1 من كل **2** مستهلك أفاد بأنه سيتخلي عن عربة التسوق في حال واجه تأخيراً أو خطأ في عملية المصادقة أثناء التسوق عبر المتاجر الإلكترونية

ما هي المزايا التي من شأنها رفع مستويات الثقة بين المستهلكين؟

38%

سهولة الاسترداد

42%

تقديم مجموعة متنوعة من خيارات الدفع

42%

تتيح خيار الدفع بالعملة المحلية

43%

تعرض شعارات لمزودي خدمات المدفوعات

49%

مواقع التجارة الإلكترونية التي توفر تقييمات العملاء