

## نمو معدلات الثقة في المدفوعات الرقمية رغم ازدياد الهجمات السيبرانية في دولة الإمارات العربية المتحدة

## الثقة في وجه الاحتيال



### هل تعلم؟



قال **39%** من المستهلكين المشاركين في دولة الإمارات إنهم تعرضوا لمحاولات احتيال عبر الإنترنت، فيما قال نصفهم إنهم سيتواصلون مع السلطات المعنية في حال التعرض لمحاولات الاحتيال.



انخفاض بنسبة **75%** في الطلب على خدمة الدفع عند الاستلام أثناء الجائحة.



يظهر ثلثا المستهلكين (63%) مستويات مرتفعة من الثقة تجاه استخدام المدفوعات الرقمية (المدفوعات اللاتلامسية 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



رَجَّحَ 45% من المشاركين استخدام المدفوعات اللاتلامسية في المستقبل.



قال 40% من المشاركين إنهم يستبعدون استخدام ميزة الدفع عند الاستلام.



انخفاض بنسبة **75%** في الطلب على خدمة الدفع عند الاستلام أثناء الجائحة.



ارتفعت معدلات استخدام المدفوعات الرقمية (البطاقات اللاتلامسية والمحافظ الرقمية) بمعدل **98%** للدفع عبر الإنترنت وعند الاستلام.



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

**63%**

يظهر ثلثا المستهلكين مستويات مرتفعة من الثقة تجاه استخدام المدفوعات الرقمية (المدفوعات اللاتلامسية والمحافظ الرقمية) عند التسوق في المتاجر والدفع عند الاستلام.



من أبرز الأسباب التي ذكرها المستهلكون لثقتهم بمنظومة المدفوعات اللاتلامسية:



اعتبارها وسيلة دفع مبتكرة **(48%)**



تجنب التلامس البشري **(56%)**



التحكم بالنفقات (نظراً لبقاء البطاقة أو الهاتف المتحرك في يد المستهلك أثناء معاملة الدفع) **(46%)**



السرعة **(59%)**



الراحة **(60%)**

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

وقد قال غالبية المستهلكين الذين يثقون بالمدفوعات الرقمية (52%) إن معرفتهم بدور التقنيات المبتكرة مثل أنظمة الترميز في حماية مدفوعاتهم الرقمية تساهم بتعزيز ثقتهم في خيارات الدفع غير النقدية.

من (27%) من المستهلكين لا يفهمون آلية عمل هذه المدفوعات اللاتلامسية.



يخشى (47%) من المستهلكين تعرض البطاقات اللاتلامسية المفقودة أو المسروقة لسوء الاستخدام.

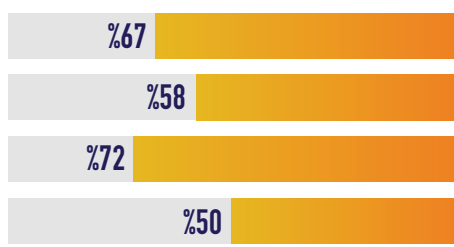


أبرز الشكاوى حول أمان المدفوعات الرقمية

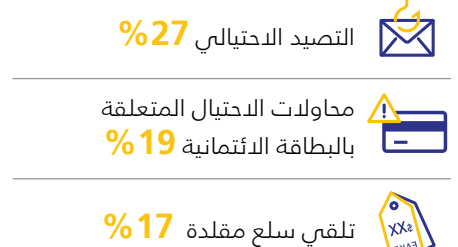
## كيف يتعامل المستهلكون مع محاولات الاحتيال عبر الإنترنت؟

قال **39%** من المستهلكين المشاركين في دولة الإمارات إنهم تعرضوا لمحاولات احتيال عبر الإنترنت.

ومن أهم الخطوات التي يتخذها المستهلكون في حالات التعرض للاحتيال:



أنواع حالات الاحتيال التي مر بها المستهلكون:



## لماذا يجب على التجار الاهتمام بهذا الشأن؟

...مما يسبب تراجع المبيعات

**37%** من المستهلكين يفضلون تغيير المتجر الإلكتروني.

**35%** من المستهلكين سيعمدون إلى التسوق من موقع آخر.

عندما يحدث تأخر في عملية المصادقة أثناء التسوق عبر الإنترنت، فإن...



## تجربة التجارة الإلكترونية:



**52%** من المستهلكين يواصلون التسوق عبر الإنترنت ولا يفكرون بالحد من ذلك



قال **57%** من المستهلكين إنهم باتوا أكثر تقبلاً لحفظ معلومات بطاقتهم على مواقع التجارة الإلكترونية.



قال مستهلك من كل 2 إنه سيتخلّى عن عربة التسوق في حال واجه تأخيراً أو خطأ في عملية المصادقة أثناء التسوق عبر الإنترنت

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

**41%**

تقديم مجموعة متنوعة من خيارات الدفع **(41%)**

**42%**

سهولة الاسترداد **(42%)**

**51%**

مواقع التجارة الإلكترونية التي توفر تقييمات العملاء **(51%)**

حول دراسة "ابق آمناً" لعام 2021 من "فيزا"

بين شهري فبراير ومارس من العام الحالي، أجرت شركة "فور سايت" للبحوث والتحليلات مقابلات مدتها 15 دقيقة مع أكثر من 600 مستهلك، 33% منهم ينتمون إلى الجيل "زد" (أعمارهم بين 18 - 22 عاماً) و67% لا ينتمون إلى هذا الجيل (أعمارهم من 23 فما فوق). وشملت الدراسة إماراتيين (27%)، ومقيمين عرب (22%)، ومقيمين آسيويين (47%)، ونسبة 1% من الفئات الأخرى (بما فيهم مقيمون عربيون). وشكّل الرجال نسبة 64% من المشاركين، فيما شكّلت النساء نسبة 36%. وتنوع المشاركون بين مقيم في دبي (53%)، وأبوظبي (29%)، والشارقة (17%)، و(2%) في الإمارات الأخرى. وكان جميع المشاركون ممن تربطهم علاقة مع أحد البنوك الإماراتية.