83% من المستهلكين في البحرين يستخدمون الذكاء الاصطناعي للتسوق

دراسة لـ«فيزا»: التسوق الذكي ينتشر في المملكة.. والثقة تعيق إتمام الدفع عبر الذكاء الاصطناعي

كشفت دراسة حديثة أجرتها شركة فيزا حول سلوك المستهلكين في البحرين أن استخدام الذكاء الاصطناعي أصبح جزءاً أساسياً من تجربة التسوق الإلكتروني، حيث أفاد 83% من المستهلكين بأنهم استخدموا أدوات الذكاء الاصطناعي للمساعدة في التسوق، فيما أكد 90% أن هذه التقنيات جعلت التسوق عبر الإنترنت أسرع وأسهل.

وأظهرت نتائج دراسة «Stay Secure» السنوية، التي أجرتها شركة Wakefield Research لصالح فيزا، أن المستهلكين في البحرين يستخدمون الذكاء الاصطناعي بشكل رئيسي لمقارنة الأسعار بنسبة 51%، والبحث عن أفكار للهدايا بنسبة 49%، والاطلاع على تقييمات ومراجعات المنتجات بنسبة 47%.

ورغم الإقبال المتزايد على استخدام الذكاء الاصطناعي خلال مراحل التسوق، أظهرت الدراسة استمرار حالة من الحذر تجاه استخدامه لإتمام عمليات الشراء بشكل كامل، إذ أعرب 28% فقط من المشاركين عن ثقتهم في قيام وكلاء الذكاء الاصطناعي بإتمام عمليات الدفع نيابة عنهم.

وفي المقابل، يرى المستهلكون أن الذكاء الاصطناعي يمكن أن يشكل أداة مهمة في مكافحة الاحتيال الإلكتروني، حيث قال 59% إنه أسهم بالفعل في تسهيل اكتشاف عمليات الاحتيال، بينما يعتقد 77% أنه سيلعب دوراً حاسماً في حماية المستهلكين من الاحتيال خلال السنوات المقبلة.

وأشارت الدراسة إلى أن التجارة عبر وسائل التواصل الاجتماعي أصبحت أكثر انتشاراً، حيث أفاد 68% من المستهلكين في البحرين بأنهم اشتروا منتجات مباشرة من خلال منصات التواصل الاجتماعي.

وفي الوقت نفسه، كشفت النتائج عن استمرار المخاطر المرتبطة بالاحتيال الرقمي، إذ تعرض 42% من المشاركين لعملية احتيال مالي خلال الاثني عشر شهراً الماضية. ومن بين هؤلاء، أكد 43% أن عملية الاحتيال وقعت عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وهي نسبة تفوق حالات الاحتيال التي حدثت عبر المواقع الإلكترونية أو الأسواق الرقمية أو تطبيقات التسوق.

وأبرزت الدراسة تزايد القلق بشأن قدرة الأطفال على التمييز بين المعاملات الحقيقية ومحاولات الاحتيال عبر الإنترنت، حيث أشار 76% من المستهلكين إلى أن الأطفال يواجهون صعوبة في التعرف على عمليات الاحتيال.

كما أفاد 71% بأنهم شهدوا تعرض طفل لعملية احتيال أثناء ممارسة الألعاب الإلكترونية أو التسوق عبر الإنترنت، في وقت أكد فيه 31% من أولياء الأمور أن أبناءهم يستطيعون الوصول إلى تطبيقات الدفع عبر الهاتف المحمول أو المحافظ الرقمية.

وأظهرت النتائج أن المستهلكين يحمّلون المؤسسات مسؤولية رئيسية في حماية المستخدمين من الاحتيال الإلكتروني، إذ رأى 51% أن الجهات الحكومية والتنظيمية يجب أن تكون في مقدمة الجهات المسؤولة عن الحماية، تليها البنوك والمؤسسات المالية بنسبة 34%، ثم الأسواق الإلكترونية بنسبة 25%.

في المقابل، اعتبر 13% فقط أن المستهلكين أنفسهم يجب أن يتحملوا المسؤولية الأساسية عن الحماية من الاحتيال أثناء التسوق عبر الإنترنت.

كما أبدى 58% من المشاركين رغبتهم في تلقي تنبيهات فورية من البنوك أو تطبيقات الدفع عند رصد أي نشاط مشبوه، فيما قال 31% إن وجود شعار موثوق ومألوف عند صفحة الدفع يعزز شعورهم بالأمان والثقة.

وقال ديبياجيوتي سين رئيس إدارة المخاطر لدول مجلس التعاون الخليجي في فيزا، إن نتائج الدراسة تؤكد أن تطور التجارة الإلكترونية والتجارة عبر وسائل التواصل الاجتماعي يترافق مع زيادة في تعقيد عمليات الاحتيال وأساليبها.

وأضاف أن المستهلكين ينظرون إلى الحماية من الاحتيال باعتبارها مسؤولية مشتركة، إلا أنهم يتوقعون من البنوك والمؤسسات المالية ومزودي خدمات الدفع أن يقودوا جهود الحماية، الأمر الذي يبرز أهمية بناء أنظمة دفع رقمية ترتكز على الأمان منذ تصميمها.

وأشار إلى أن المستهلكين يرحبون بالمزايا التي يوفرها الذكاء الاصطناعي في تجربة التسوق، لكنهم ما زالوا متحفظين تجاه الاعتماد عليه بشكل كامل لإتمام عمليات الشراء، مؤكداً أن مستقبل التجارة الرقمية سيعتمد على تحقيق التوازن بين الابتكار والثقة والأمان.

احتيال عبر ChatGPT.. مواقع تسوق مزيفة تسرق بيانات المستخدمين

كشف تقرير جديد عن ظهور نمط جديد من عمليات الاحتيال الرقمي يستغل أدوات الذكاء الاصطناعي التوليدي، وفي مقدمتها ChatGPT، بعدما أظهرت حالات رصد أن بعض نتائج البحث والتوصيات التي يقدمها التطبيق قد تُوجه المستخدمين إلى مواقع تسوق مزيفة أنشئت بعناية لتقليد المتاجر الأصلية، بهدف الاستيلاء على الأموال والبيانات المالية.

وذكر التقرير الذي نشرته صحيفة «الجارديان» أن عدداً متزايداً من المستهلكين باتوا يعتمدون على أدوات الذكاء الاصطناعي للحصول على اقتراحات تتعلق بالتسوق والمنتجات والعلامات التجارية، وهو ما فتح الباب أمام المحتالين لاستغلال هذه الثقة المتزايدة عبر إنشاء مواقع وهمية تظهر ضمن نتائج أدوات الذكاء الاصطناعي باعتبارها مصادر موثوقة.

ويبدأ السيناريو، وفق التقرير، عندما يطلب المستخدم من ChatGPT اقتراح منتجات أو علامات تجارية معينة، فعلى سبيل المثال، قد يسأل أحد المستخدمين عن أشهر الحقائب أو المنتجات الرائجة لدى العلامة البريطانية المتخصصة في الأزياء والاكسسوارات.

عندها يقوم ChatGPT بعرض قائمة من المنتجات، تتضمن حقائب كتف وحقائب يومية وحقائب للمناسبات الرسمية، إلى جانب الأسعار وروابط المصادر التي استند إليها النظام في تقديم تلك التوصيات.

وتبدو العملية طبيعية تماماً بالنسبة الى المستخدم، وخصوصاً أن الروابط الظاهرة تبدو للوهلة الأولى مرتبطة بالموقع الرسمي للعلامة التجارية.

بعمق 10 أمتار وبطاقة الرياح.. أول مركز بيانات تحت الماء يبدأ العمل في الصين

بدأ أول مركز بيانات تحت الماء يعمل بطاقة الرياح في العالم عملياته قبالة سواحل شنغهاي، وذلك في إطار سعي الصين الحثيث لإيجاد حلول لتحديات الطاقة الناجمة عن طفرة الذكاء الاصطناعي في البلاد، بحسب ما أفادت به صحيفة «الجارديان».

ويتمتع مشروع «مركز بيانات شنغهاي لينجانج» التجريبي تحت الماء، الذي انطلق في مايو الماضي، بقدرة 24 ميجاواطا، ويعد ثمرة جهد مشترك بين شركة HiCloud وشركة «تشاينا كوميونيكيشنز كونستركشن» (China Communications Construction) المملوكة للدولة.

ويقع مركز البيانات على بعد أكثر من 10 كيلومترات (6 أميال) قبالة سواحل شنغهاي، وهو مغمور على عمق 10 أمتار تحت سطح الماء، ويعتمد في تشغيله على طاقة رياح من مزرعة رياح بحرية مجاورة.

نافذة تكنولوجية

من يقود المستقبل: الإنسان أم الخوارزمية؟

بقلم:
د. جاسم حاجي

في كل عصر من عصور التاريخ البشري، أعادت التكنولوجيا تشكيل الطريقة التي يعيش بها الناس ويعملون ويفهمون بها ذواتهم. فقد أسهمت المطبعة في إتاحة المعرفة للجميع، وأحدث المحرك البخاري تحولاً جذرياً في الاقتصادات، بينما أعاد الإنترنت صياغة مفهوم التواصل العالمي. واليوم، يقف الذكاء الاصطناعي باعتباره القوة الأكثر تأثيراً في هذا القرن. فلم يعد محصوراً في المختبرات أو في التصورات المستقبلية الخيالية؛ بل أصبح قادراً على كتابة المقالات، وتشخيص الأمراض، وتأليف الموسيقى، وقيادة المركبات، وحتى محاكاة الحوار البشري.

هذا التطور المتسارع يدفعنا إلى طرح سؤال جوهري يمس صميم الوجود الإنساني: ماذا سيحدث للإنسان الطبيعي عندما يصبح الذكاء الاصطناعي متغلغلاً في جميع جوانب الحياة؟ هل سيكون أداة لتمكين الإنسان أم سبباً في تراجعه؟ وهل سيعزز إنسانيتنا أم يضعف جوهر ما يجعلنا بشراً؟

تكمن أعظم وعود الذكاء الاصطناعي في قدرته على توسيع الإمكانات البشرية. ففي المجال الطبي، على سبيل المثال، أظهرت أبحاث أجرتها جامعة ستانفورد أن نماذج الذكاء الاصطناعي قادرة على اكتشاف سرطان الجلد بدقة تضاهي دقة أطباء الجلدية ذوي الخبرة. وفي قطاع التعليم، تشير تقارير اليونسكو إلى أن المساعدين التعليميين المدعومين بالذكاء الاصطناعي يمكنهم توفير تعلم شخصي للأطفال الأقل حظاً، مما يسهم في تقليص الفجوات التعليمية.

ومن هذا المنظور، لا يُعد الذكاء الاصطناعي خصماً للإنسانية، بل أداة لتعزيز الإبداع والابتكار البشري. فالبعض يرى أن الذكاء الاصطناعي قد يكون آخر اختراع رئيسي يبتكره الإنسان، لأنه سيساعده بعد ذلك على ابتكار كل ما هو جديد. وإذا ما تم توجيهه واستخدامه بحكمة، فقد يصبح محفزاً لعصر جديد من الإبداع العلمي والثقافي والمعرفي.

إلا أن لهذه الصورة جانباً آخر لا يمكن تجاهله. فإذا أصبح الذكاء الاصطناعي قادراً على التفوق على البشر في عديد من المهام الذهنية، مثل إعداد المذكرات القانونية، وترجمة اللغات، وتصميم البرمجيات، وحتى توليد الفرضيات العلمية، فما الدور الذي سيبقى للإنسان الطبيعي داخل الاقتصاد؟

يرى بعض الباحثين أن الذكاء الاصطناعي قد يؤدي إلى ما يُعرف بـ«الانفصال الكبير»، حيث ترتفع الإنتاجية بشكل غير مسبوق، بينما تتباطأ أو تتراجع معدلات نمو الأجور البشرية. وتشير العديد من الدراسات إلى أن ما يصل إلى 30% من الوظائف في الاقتصادات المتقدمة قد تصبح قابلة للأتمتة بحلول منتصف ثلاثينيات هذا القرن.

وعلى امتداد التاريخ، عرّف الإنسان نفسه بوصفه الكائن المفكر والعاقل. لكن عندما تصبح الآلة قادرة على الاستدلال والحساب وحتى محاكاة المشاعر الإنسانية، فإن مفهوم «الإنسان» ذاته يصبح بحاجة إلى إعادة نظر.

ويتوقع بعض الفلاسفة والمفكرين وصول البشرية إلى ما يُعرف بـ«التفرد التقني» (Technological Singular-ity)، وهي المرحلة التي يتجاوز فيها الذكاء الاصطناعي مستوى الذكاء البشري، وربما يندمج فيها الإنسان مع الآلة. ورغم الجدل الكبير المحيط بهذه الفرضية، فإنها تفرض علينا تساؤلاً عميقاً:

هل سيبقى الإنسان الطبيعي محور الحياة البشرية، أم سيصبح مجرد جزء من وجود هجين يجمع بين الإنسان والتكنولوجيا؟

ومن بين أكثر المخاطر إلحاحاً تلك المتعلقة بالحياة الاجتماعية والعاطفية. فالمرافقون الافتراضيون، وروبوتات المحادثة، والشركاء الرقميون أصبحوا أكثر تطوراً وقدرة على تقديم الدعم والتفاعل العاطفي دون التعقيدات التي ترافق العلاقات الإنسانية الحقيقية. وبالنسبة إلى الأشخاص الذين يعانون من الوحدة والعزلة، قد يبدو ذلك وكأنه طوق نجاة وفرصة للخلاص من الشعور بالوحدة.