

Ежегодное исследование Stay Secure оценивает уровень осведомленности потребителей в вопросах цифровой коммерции и мошенничества в Казахстане, а также их поведение в онлайн-среде. Исследование этого года, проведенное Wakefield Research, показывает, как ИИ-инструменты и социальная коммерция меняют потребительские привычки, при этом доверие и безопасность по-прежнему остаются ключевыми ожиданиями пользователей.



Покупатели все активнее используют ИИ для онлайн-шопинга, но доверие остается ключевым фактором при оплате

72%

Сегодня 14% доверяют AI-ассистентам совершение оплаты, а 72% уже используют AI-инструменты для покупок, включая сравнение цен, поиск идей для подарков, проверку отзывов и рейтингов товаров.

Социальная коммерция набирает популярность, но растут и риски мошенничества

25%

сталкивались с финансовым мошенничеством за последние 12 месяцев. Среди пострадавших 32% сообщили, что инцидент произошел в социальных сетях.



Дети все чаще сталкиваются с мошенничеством в социальных сетях и на игровых онлайн-платформах

71%

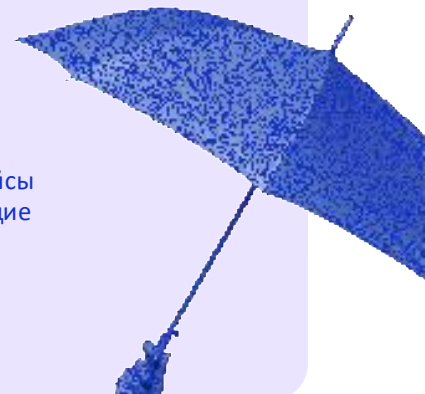
обеспокоены, что дети не всегда способны распознавать мошеннические схемы, 23% уже сталкивались со случаями, когда ребенок становился жертвой мошенничества во время онлайн-игр.



Люди ожидают, что ключевую роль в защите от мошенничества будут играть организации

33%

По мнению респондентов, основную ответственность за защиту потребителей должны нести онлайн-маркетплейсы (33%), создатели контента, продающие или продвигающие товары в интернете (32%), а также банки и финансовые организации (31%). Только 7% считают, что эта ответственность лежит на самих пользователях.



Некоторые иллюстрации, использованные в данном материале, были созданы с помощью генеративного ИИ.