



السلوكيات غير الرشيدة المرتبطة باستخدام خدمات الدفع الآجل وعلاقتها بالاستدامة المالية: تابي وتمارا نموذجًا (دراسة ميدانية على الشباب في محافظة جدة)

رفعة تركي إسماعيل مله

أستاذ مشارك في جامعة الملك عبد العزيز، المملكة العربية السعودية

البريد الإلكتروني: rmalah@kau.edu.sa

الملخص

هدفت الدراسة إلى الكشف عن العلاقة بين سلوكيات الشباب غير الرشيدة المرتبطة باستخدام خدمات الدفع الآجل وتحقيق الاستدامة المالية لديهم، والكشف عن الفروق في هذه السلوكيات وفي تحقيق الاستدامة المالية وفقًا لمتغيرات الدراسة، وقد اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وتم جمع البيانات من خلال استبانة طبقت على عينة قوامها (420) مشاركًا من الشباب السعوديين المستخدمين لخدمات الدفع الآجل (تابي، تمارا) في محافظة جدة، ولتحقيق أهداف الدراسة أعدت الباحثة استمارة البيانات العامة لمستخدمي خدمات الدفع الآجل وبيانات استخدام هذه الخدمات، ومقياس السلوكيات غير الرشيدة المرتبطة باستخدام خدمات الدفع الآجل، ومقياس الاستدامة المالية، ثم أجريت التحليلات الإحصائية المناسبة لاستخلاص النتائج والتحقق من صحة الفروض، وكان من أهم النتائج وجود علاقة ارتباطية عكسية بين السلوكيات غير الرشيدة المرتبطة باستخدام خدمات الدفع الآجل وتحقيق الاستدامة المالية، كما وجدت فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجات أفراد العينة في السلوكيات غير الرشيدة المرتبطة باستخدام هذه الخدمات، وفي تحقيق الاستدامة المالية وفقًا لمتغيرات الدراسة، وأظهرت النتائج أن الجنس كان من أكثر العوامل تأثيرًا على السلوكيات غير الرشيدة المرتبطة باستخدام خدمات الدفع الآجل، بينما كان المستوى التعليمي من أكثر العوامل تأثيرًا على تحقيق الاستدامة المالية، وبناءً على هذه النتائج خرجت الدراسة بمجموعة من التوصيات.

الكلمات المفتاحية: السلوكيات غير الرشيدة، السلوكيات المالية، السلوكيات الاستهلاكية، خدمات الدفع الآجل، الاستدامة المالية، الشباب، تابي، تمارا.



Irrational Behaviors Associated with the Use of Buy Now, Pay Later Services and Their Relationship with Financial Sustainability: Tabby and Tamara as a Model (A Field Study among Youth in Jeddah Governorate)

Refah Turki Ismail Mallah

Associate Professor at King Abdulaziz University, Kingdom of Saudi Arabia

Email: rmalah@kau.edu.sa

ABSTRACT

The current study aimed to determine the relationship between irrational youth behaviors related to the use of Buy Now, Pay Later (BNPL) services and their achievement of financial sustainability. The study also aims to identify the differences in these behaviors and in achieving financial sustainability according to the study variables. The study adopted the descriptive-analytical approach, and data were collected through a questionnaire administered to a sample of (420) Saudi youth who use BNPL services (Tabby, Tamara) in Jeddah Governorate. To achieve the study objectives, the researcher prepared a general data form for users of BNPL services and data on the use of these services, a scale of irrational behaviors associated with the use of BNPL services, and a financial sustainability scale. The study adopted appropriate statistical analyses to draw conclusions and verify the hypotheses. The results of the study revealed that there was a significant inverse correlation between irrational behaviors associated with the use of BNPL services and achieving financial sustainability. In addition, there were statistically significant differences between average scores of the sample members in irrational behaviors associated with the use of these services and in achieving financial sustainability according to the study variables. The results also revealed that gender was one of the most influential factors on irrational behaviors associated with the use of BNPL services, while educational level was one of the most influential factors on achieving financial sustainability. Based on these results, the study proposes a set of recommendations.

Keywords: Irrational Behaviors, Financial Behaviors, Consumer Behaviors, Buy Now, Pay Later (BNPL) Services, Financial Sustainability, Youth, Tabby, Tamara.



المقدمة:

مع تطور التكنولوجيا تطورت أيضًا طرق شراء المنتجات، حيث يستخدم المستهلكون اليوم خدمة الدفع الآجل (Buy Now Pay Later) التي تقدمها شركات التمويل الاستهلاكي، وتُعد هذه الخدمة أحد أشكال التمويل قصير الأجل؛ إذ تتيح للمستهلكين شراء المنتجات ودفع ثمنها باستخدام تطبيق إلكتروني عبر الإنترنت أو في منفذ البيع لدى التاجر بتمويل من مقدم الخدمة، على أن يقوم المستهلك بالسداد لاحقًا على أقساط شهرية خلال فترة زمنية محددة (البلك، 2024، ص 1044-1045).

وفي المملكة العربية السعودية توفر خدمة الدفع الآجل للمستهلكين إمكانية تمويل مشترياتهم من المتاجر خلال فترة زمنية محددة دون تحمل أي فوائد أو تكاليف إضافية، مما يمكنهم من الحصول على المنتجات والخدمات فورًا مع تأجيل الدفع دون عبء القروض التقليدية، ومن أبرز الشركات التي تقدم هذه الخدمة في المملكة: Tamara، Tabby، بوست باي (PostPay)، تيلر (Telr)، سبوتي (Spotti) (Alessa & Alabdan، 2025، ص 492).

وقد انتشرت خدمات الدفع الآجل في السنوات الأخيرة لعدة أسباب، من بينها كثرة المنتجات التي يحتاجها الفرد ولا يملك ثمنها نقدًا، وكثرة الإعلانات التي تعرض المنتجات بأقساط وتسهيلات في الدفع لجذب أكبر عدد من المستهلكين، وزيادة شركات التمويل الاستهلاكي التي لاقت رواجًا كبيرًا في ظل تزايد احتياجات الأفراد وارتفاع الأسعار، خاصة مع ازدياد توظيف التكنولوجيا في تقديم الخدمات المالية وإتاحة حلول تمويلية، ولم تقتصر خدمات الدفع الآجل على السلع المعمرة كما كان سابقًا، بل أصبحت تشمل الملابس والأثاث والنفقات الدراسية وصيانة المساكن وخدمات السياحة والسفر وغيرها، كما أنها لم تعد قاصرة على الفئات محدودة الدخل، بل أصبحت أمرًا عاديًا ومتعارفًا عليه لدى ذوي الدخل المرتفع (عيد وآخرون، 2025، ص 672-673).

وتُعد خدمات الدفع الآجل جذابة للشباب؛ نظرًا لأن الشركات التي تقدم هذه الخدمات لا تقوم بفحص ائتماني صارم ولا تتقيد بحد أدنى للدخل، كما أنها وسيلة دفع إلكترونية مناسبة لهم لكونهم جيلًا رقميًا وأكثر انفتاحًا على طرق الدفع الرقمية، وقد نشأ هذا الجيل في عالم رقمي فائق الاتصال ويفضل عمليات الدفع الفورية والسلسة، كما أنه معروف بعاداته الاستهلاكية المرتفعة ونمط حياة يسعى إلى الإشباع الفوري، ويشكل الشباب في المملكة العربية السعودية أغلب السكان بنسبة 36.7%، وتتراوح أعمارهم ما بين 15 إلى 34 عامًا وفقًا لتقرير إحصاءات الشباب السعودي لعام 2023 (Abed & Alkadi، 2024، ص 2) و(البلك، 2024، ص 1099-1100) والهيئة العامة للإحصاء، 2023، ص 5).

وقد أظهرت الدراسات أن خدمات الدفع الآجل، خاصة عند استخدامها من قبل الشباب، تزيد من الشراء الاندفاعي والنزعة الاستهلاكية، ويرجع ذلك إلى الدخل الأقل استقرارًا لدى الشباب وسهولة استخدام تكنولوجيا الهاتف المحمول (Alessa & Alabdan، 2025، ص 497)، ويؤكد ذلك Gogoi & Baruah (2023، ص 4) حيث أشارا إلى أن سلوك الشراء الاندفاعي هو نوع من الشراء غير العقلاني وغير المخطط له، يدفع المستهلك لشراء المنتج دون تفكير مسبق أو احتياج حقيقي إليه، وغالبًا يكون مدفوعًا بالعاطفة، ويُعزز هذا السلوك من قبل خدمات الدفع الآجل.

وأثارت سهولة وسرعة الوصول إلى خدمات الدفع الآجل قلق المدافعين عن حقوق المستهلكين في جميع أنحاء العالم؛ إذ تزيد إتاحة الائتمان من رغبة المستهلكين في استخدامه وتعزز السلوك الاستهلاكي، مما يؤدي إلى الإفراط في الاستدانة وتراكم الديون بما يفوق قدرتهم على السداد، كما أن الإفراط في استخدام هذه الخدمات مع ارتفاع الأسعار يؤدي إلى عبء مالي إضافي؛ خاصة أن هذه الخدمات تشجع على الشراء الاندفاعي، ولا سيما عند شراء السلع الكمالية بدلًا من الضروريات (البلك، 2024، ص 1047-1048).

ويؤكد ذلك Abdul Halim et al (2024، ص 403-404) حيث أشاروا إلى أنه في السنوات الأخيرة أدى انتشار خدمات الدفع الآجل إلى تحول كبير في مجال التمويل الاستهلاكي؛ إذ تتيح للمستهلكين الحصول على السلع أو الخدمات فورًا مع تأجيل الدفع، وقد حظيت هذه الخدمات على الصعيد العالمي بإشادة واسعة لدورها في تعزيز إمكانية الوصول إلى التمويل ودعم الاستهلاك الفوري، كما ساهمت في تسهيل الحصول على الائتمان لا سيما بين الشباب، ومع ذلك يثير النمو السريع لخدمات الدفع الآجل مخاوف كبيرة بشأن تأثيرها طويل المدى على الاستقرار المالي وسلوك المستهلك؛ حيث تُشير الدراسات الحديثة إلى زيادة معدلات التأخر في السداد والتعثر بين مستخدميها خاصة لدى الفئات الضعيفة اقتصاديًا، كما تُشير إلى أنه على الرغم من قدرة هذه الخدمات على



تعزيز القدرة الشرائية، فإنها ترتبط أيضاً بزيادة الأعباء المالية وارتفاع الديون خصوصاً بين ذوي الدخل المنخفض، بالإضافة إلى مساهمتها في تعزيز الإنفاق المفرط وتأجيل إدارة الديون، مما يزيد من عدم الاستقرار المالي.

مشكلة الدراسة:

تشهد المملكة العربية السعودية نمواً سريعاً في تبني التكنولوجيا المالية مدعوماً بانتشار الإنترنت واستخدام الهواتف الذكية، وبرزت خدمات الدفع الآجل ضمن هذا النمو بما يتوافق مع رؤية المملكة 2030 لتعزيز التحول الرقمي وتنويع الاقتصاد، وقد حظيت هذه الخدمات باهتمام متزايد في المجتمع السعودي، حيث رسخت شركات مثل تابي وتمارا مكانتها كمزودين رئيسيين لخدمات الدفع الآجل نتيجة تفضيل المستهلكين لطرق الدفع المريحة، مما أدى إلى تغيير أنماط الشراء وزيادة المعاملات الإلكترونية وتنوع خيارات الدفع وتعزيز ثقافة الدفع المرن دون فوائد (Kutbi et al, 2024، ص 281-282).

ومن أبرز المخاوف المرتبطة بخدمات الدفع الآجل الإفراط في الإنفاق المالي؛ إذ تتيح هذه الخدمات الشهيرة في المملكة العربية السعودية مثل تابي وتمارا للمستخدمين اختيار خطط دفع بالتقسيط في مجالات مختلفة مثل الترفيه والجمال والمطاعم، مما يمكنهم من تقسيم تكلفة عملية الشراء الواحدة إلى عدة أقساط، إلا أن تأجيل المدفوعات قد يدفع الأفراد إلى التقليل من تقدير التكلفة الإجمالية للشراء واتخاذ قرارات شرائية اندفاعية دون مراعاة قدراتهم المالية، مما يؤدي على المدى القريب والبعيد إلى تراكم الديون وظهور مشكلات مالية خطيرة، كما أن سهولة الوصول إلى الشراء تضع مسؤولية أكبر على السلوك المالي للمستهلك، مما يثير القلق نظراً لأن المستخدمين الرئيسيين لهذه الخدمات هم من الشباب (Thompson & Alharthi, 2025، ص 57).

ويؤكد ذلك Sing & Sahni (2024، ص 1276-1278) إذ ذكروا أن خدمات الدفع الآجل تتيح تأجيل الالتزامات المالية، مما يمنح المستهلكين إشباعاً فورياً؛ لذا يفضل الشباب هذه الخدمات، حيث إنهم لا يستخدمون طرق الدفع التقليدية أو لا يملكون بطاقات ائتمان تقليدية، ووفقاً لعدة استطلاعات تبين أن تسعة من كل عشرة مستخدمين لهذه الخدمات غيروا أنماطهم الشرائية لاعتقادهم بأنها توفر وصولاً سريعاً بأسعار مناسبة، ومع ذلك فإن لهذه الخدمات سلبيات رغم سهولة استخدامها؛ إذ تشجع على الإنفاق المتهور، وتؤدي إلى مشكلات مالية نتيجة تأخر المستهلكين غالباً عن مواعيد السداد، وتشجع على الشراء الاندفاعي وغير المخطط له، خاصة للسلع الكمالية أو الباهظة الثمن، وتخلق بيئة محفزة لزيادة الاستهلاك من خلال تأجيل الدفع، وتشجع الشباب على إجراء عمليات شراء أكثر مما لو استخدموا طرق الدفع التقليدية، كما أن سهولة القيام بعمليات شراء متعددة من خلال خدمات الدفع الآجل دون تحمل عواقب مالية فورية والفحص الانتقائي المتساهل لدى بعض مقدمي هذه الخدمات أثارا مخاوفاً من الإفراط في الالتزامات المالية، مما قد يؤدي على المدى الطويل إلى تراكم الديون وأزمات مالية في حال عدم إدارة هذه الالتزامات بشكل فعال، ويُعد الشباب أكثر عرضة لذلك بسبب اندماجهم الكبير مع التكنولوجيا الرقمية ومنصات التسوق عبر الإنترنت، بالإضافة إلى أن أغلبهم من الطلاب أو حديثي التخرج بلا وظائف مستقرة.

ويشير حورية وسليمان (2021، ص 1154) إلى أن مستحدثات التسوق أسهمت في تغيير الأنماط الاستهلاكية ونشر ثقافة الاستهلاك بشكل واسع في المجتمعات العربية، حيث أصبح امتلاك السلع بغض النظر عن الحاجة إليها هدفاً يسعى إليه الأفراد، وينفق الكثير منهم أكثر من دخلهم عن طريق الشراء بالدفع الآجل، كما أصبحت تدفعهم إلى مزيد من الشراء الإدماني الذي يستنزف الميزانية ويؤثر سلباً على الموارد المالية.

وبالنسبة للمملكة العربية السعودية يشير الحربي (2024، ص 171) إلى أن انتشار ظاهرة الاستهلاك المفرط بين أفراد المجتمع السعودي قد تزامن مع ظهور خدمات الدفع الآجل، والتي انتشرت على نطاق واسع في السنوات القليلة الماضية في مختلف أنحاء العالم؛ إذ توفر هذه الخدمات للمستهلكين طريقة بديلة للدفع قد تساعدهم على موازنة إنفاقهم بشكل أفضل، لكنها في الوقت ذاته تشكل خطراً يتمثل في تجاوز المستهلكين لإمكاناتهم المالية بسبب سهولة استخدام خيار الدفع الآجل عدة مرات.

ويؤكد ذلك التقارير الصادرة في المملكة العربية السعودية؛ إذ أشار تقرير Fintech Saudi (2023، ص 49، 52) إلى أن إجمالي قيمة المنتجات التي تم بيعها عبر خدمات الدفع الآجل ارتفع في عام 2023 إلى أكثر من ثلاثة أضعاف قيمتها في عام 2022 ليصل إلى 26.6 مليار ريال سعودي، كما بلغ عدد مستخدمي خدمات الدفع الآجل 13.2 مليون مستخدم في عام 2023 مقارنة بـ 10 ملايين في عام 2022، وكانت الفئة العمرية من



20 إلى 30 عامًا هي الأكثر استخدامًا لهذه الخدمات بنسبة 37%، كما أشار البنك المركزي السعودي (2022، ص21) إلى أن 34% من مستخدمي خدمات الدفع الآجل تتراوح دخولهم بين 5000 و10000 ريال، بينما يمثل ذوو الدخل الأقل من 5000 ريال نحو 30% من إجمالي المستخدمين، وقد أظهر تقرير شركة أماز (2024) أن الفئة العمرية من 20 إلى 30 عامًا هي الأكثر استخدامًا لهذه الخدمات بنسبة 42%.

ويشير Abdul Razack & Jayarajan (2024، ص153-154) إلى أن الدفع المؤجل والحصول السريع على الائتمان من المزايا المقدمة لمستخدمي خدمات الدفع الآجل؛ إلا أنها قد تؤدي إلى الشراء الاندفاعي وتحمل التزامات مالية في المستقبل، وعلى الرغم من ازدياد الإقبال على هذه الخدمات، فإن المخاطر المرتبطة بها لا تزال غير واضحة بشكل كافٍ، وبضيف Gogoi & Baruah (2023، ص2) أنه على الرغم من المزايا التي تقدمها خدمات الدفع الآجل، فإن لها آثارًا مالية سلبية على المستهلك؛ إذ تؤثر على سجله الائتماني عند عدم سداد الأقساط بانتظام، كما تؤدي إلى الإفراط في الإنفاق الذي يسبب تراكم الديون وصعوبة إدارتها مستقبلاً.

كما أعربت العديد من الهيئات التنظيمية وهيئات حماية المستهلك عن مخاوفها من أن خدمات الدفع الآجل قد تسبب مشكلات مالية لبعض المستخدمين، وأوصت باتباع سلوكيات مالية رشيدة للحد من المخاطر المالية، وتُعد القدرة على تحمل التكاليف من أبرز هذه المخاوف؛ إذ تسهل خدمات الدفع الآجل على المستهلكين الإنفاق بما يفوق قدرتهم الشرائية؛ وذلك لأن تكلفة الشراء تبدو أقل عند تقسيمها إلى أقساط صغيرة، وعلى الرغم من عدم فرض فوائد فإن هناك رسوماً على التأخير، وإذا تم الدفع ببطاقة ائتمان غير مسددة بالكامل فقد تفرض فوائد إضافية، كما أن التخلف عن السداد يؤدي إلى الإبلاغ عن المستخدم، مما يؤثر على قدرته المستقبلية في الحصول على قروض مصرفية، وهناك أيضاً مخاوف من أن الشباب أكثر عرضة لتراكم الديون المفرطة بسبب معرفتهم وخبرتهم المالية المحدودة، وقد أظهرت الدراسات أن الأفراد من ذوي الدخل المنخفض أو المستويات المتدنية من الثقافة المالية أو التاريخ الائتماني السيئ أكثر عرضة للوقوع في فخ المقرضين الذين يقدمون تسهيلات ائتمانية سهل الوصول إليها (Powell et al، 2023، ص4432-4435).

لذا يمكن صياغة مشكلة الدراسة في التساؤل الآتي:

ما العلاقة بين سلوكيات الشباب المالية والاستهلاكية غير الرشيدة المرتبطة باستخدام خدمات الدفع الآجل وتحقيق الاستدامة المالية لديهم؟

أهداف الدراسة:

يتلخص هدف الدراسة الرئيسي في الكشف عن العلاقة بين سلوكيات الشباب غير الرشيدة المرتبطة باستخدام خدمات الدفع الآجل وتحقيق الاستدامة المالية لديهم، وتنبتق منه الأهداف الفرعية الآتية:

- 1- التعرف على الخصائص الاجتماعية والاقتصادية لمستخدمي خدمات الدفع الآجل.
- 2- تحديد مكان استخدام خدمات الدفع الآجل.
- 3- تحديد معدل استخدام خدمات الدفع الآجل.
- 4- التعرف على السلع أو الخدمات التي تم شراؤها باستخدام خدمات الدفع الآجل.
- 5- الكشف عن الفروق في السلوكيات غير الرشيدة المرتبطة باستخدام خدمات الدفع الآجل وفقاً لمتغيرات الدراسة (الجنس، الحالة الاجتماعية، المستوى التعليمي، المهنة، الدخل الشهري).
- 6- الكشف عن الفروق في تحقيق الاستدامة المالية وفقاً لمتغيرات الدراسة (الجنس، الحالة الاجتماعية، المستوى التعليمي، المهنة، الدخل الشهري).
- 7- التعرف على نسبة مشاركة العوامل المؤثرة على السلوكيات غير الرشيدة المرتبطة باستخدام خدمات الدفع الآجل.
- 8- التعرف على نسبة مشاركة العوامل المؤثرة على تحقيق الاستدامة المالية.
- 9- التعرف على الأوزان النسبية لأكثر السلوكيات غير الرشيدة المرتبطة باستخدام خدمات الدفع الآجل لدى أفراد عينة الدراسة.



أهمية الدراسة: الأهمية العلمية:

- تبرز أهمية هذه الدراسة في تناولها أحد الموضوعات المعاصرة المرتبطة بالتكنولوجيا المالية (FinTech)، والمتمثلة في خدمات الدفع الأجل المنتشرة في المجتمع السعودي، خاصة بين الشباب، مع التركيز على شركتي تابي وتمارا باعتبارهما أبرز مزودي هذه الخدمات في السوق السعودي.

- تسهم هذه الدراسة في إثراء المكتبة العلمية حول موضوعات تتعلق بسلوك المستهلك والتكنولوجيا المالية من خلال تناول السلوكيات غير الرشيدة المرتبطة باستخدام خدمات الدفع الأجل، وذلك في ظل قلة الدراسات - على حد علم الباحثة - التي تناولت هذا الموضوع بصفة عامة وفي المملكة العربية السعودية بصفة خاصة.

- تظهر أهمية الدراسة الحالية في تصنيف السلوكيات غير الرشيدة المرتبطة باستخدام خدمات الدفع الأجل إلى سلوكيات مالية غير رشيدة وسلوكيات استهلاكية غير رشيدة، كما أنها تناولت جميع جوانب هذه السلوكيات.

- تُعد هذه الدراسة - على حد علم الباحثة - من أوائل الدراسات التي تناولت العلاقة بين سلوكيات الشباب المالية والاستهلاكية غير الرشيدة المرتبطة باستخدام خدمات الدفع الأجل وتحقيق الاستدامة المالية لديهم، مما يفتح الآفاق لدراسات مستقبلية في هذا المجال.

- تستهدف الدراسة فئة الشباب السعوديين المستخدمين لخدمات الدفع الأجل؛ لكونهم من أكثر الفئات استخداماً لهذه الخدمات في المملكة العربية السعودية وفقاً للتقارير والإحصاءات، إضافةً إلى كونهم فئة حيوية ومؤثرة في السوق ومستهدفة من قبل شركات الدفع الأجل، مما يجعل نتائج الدراسة أكثر دقة وارتباطاً بالواقع المحلي.

- تفتح هذه الدراسة آفاقاً جديدة أمام الباحثين والمتخصصين لدراسة موضوعات تتعلق بإدارة الموارد المالية، وإدارة الديون، والوعي المالي في ظل تطور الوسائل الحديثة للدفع والتقسيت.

الأهمية العملية:

- تكشف الدراسة عن أنماط السلوك المالي والاستهلاكي غير الرشيد المرتبط باستخدام خدمات الدفع الأجل لدى الشباب، مما يساعد في تصميم برامج توعوية وتدريبية تعزز ثقافتهم المالية، وترشد قراراتهم الاستهلاكية.

- تقيد الدراسة في رفع وعي الأسر بالسلوكيات غير الرشيدة المرتبطة باستخدام خدمات الدفع الأجل وعلاقتها بالاستدامة المالية، وأهمية توجيه الأبناء نحو سلوكيات مالية واستهلاكية رشيدة عند استخدام هذه الخدمات.

- تسهم الدراسة في تعزيز وعي الشباب بأهمية الاستخدام الرشيد لهذه الخدمات، مما يقلل من المخاطر المالية ويحد من الاستهلاك غير الضروري، ويحقق الاستدامة المالية لديهم.

- تزود الدراسة صانعي السياسات مثل البنك المركزي ومنظمات حماية المستهلك وغيرها بمؤشرات عملية تساعد في صياغة سياسات وضوابط تحد من السلوكيات غير الرشيدة، وتطوير آليات رقابية وبرامج وقائية تقلل من المخاطر المالية لدى الشباب وتعزز استقرارهم المالي.

- تمكن نتائج الدراسة شركات الدفع الأجل من تطوير سياساتها الائتمانية والتسويقية بما يحقق التوازن بين جذب المستهلكين وضمان قدرتهم على السداد.

- تعزز هذه الدراسة دور منظمات المجتمع المدني في إعداد وتنفيذ برامج تثقيفية للشباب تهدف إلى الحد من السلوكيات غير الرشيدة عند استخدام خدمات الدفع الأجل، وتشجع على التخطيط المالي والادخار والاستثمار بما يسهم في تحقيق الاستدامة المالية.

- تأتي أهمية هذه الدراسة من ارتباطها المباشر بأهداف رؤية المملكة 2030، وذلك من خلال تعزيز ثقافة الادخار والاستقرار المالي عن طريق توعية الشباب بالمخاطر المالية الناجمة عن الاستخدام غير الرشيد لخدمات الدفع الأجل، وتمكينهم اقتصادياً بتطوير وعيهم المالي، ودعم تنمية القطاع والشمول المالي بتشجيع السلوكيات الرشيدة في استخدام هذه الخدمات، بالإضافة إلى تحقيق الاستدامة المالية للأفراد من خلال تقليل الديون وزيادة الادخار والاستثمار، مما يسهم في دعم النمو الاقتصادي الوطني.

فروض الدراسة:

1- توجد علاقة ارتباطية بين السلوكيات غير الرشيدة المرتبطة باستخدام خدمات الدفع الأجل وتحقيق الاستدامة المالية.



- 2- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجات أفراد العينة في السلوكيات غير الرشيدة المرتبطة باستخدام خدمات الدفع الآجل وفقاً لمتغيرات الدراسة (الجنس، الحالة الاجتماعية، المستوى التعليمي، المهنة، الدخل الشهري).
- 3- توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجات أفراد العينة في تحقيق الاستدامة المالية وفقاً لمتغيرات الدراسة (الجنس، الحالة الاجتماعية، المستوى التعليمي، المهنة، الدخل الشهري).
- 4- تختلف نسبة مشاركة العوامل المؤثرة على السلوكيات غير الرشيدة المرتبطة باستخدام خدمات الدفع الآجل.
- 5- تختلف نسبة مشاركة العوامل المؤثرة على تحقيق الاستدامة المالية.
- 6- تختلف الأوزان النسبية لأكثر السلوكيات غير الرشيدة المرتبطة باستخدام خدمات الدفع الآجل.

حدود الدراسة:

الحدود الموضوعية: تناولت الدراسة سلوكيات الشباب المالية والاستهلاكية غير الرشيدة المرتبطة باستخدام خدمات الدفع الآجل وعلاقتها بتحقيق الاستدامة المالية لديهم.

الحدود البشرية والمكانية: طبقت الدراسة على عينة من الشباب السعوديين المستخدمين لخدمات الدفع الآجل (تابي، تمارا) في محافظة جدة، الذين تتراوح أعمارهم بين 19-34 عاماً، وذلك وفقاً لتعريف فئة الشباب الوارد في تقرير إحصاءات الشباب السعودي لعام 2023، وبما يتوافق مع متطلبات الأهلية لاستخدام خدمات الدفع الآجل (تابي و تمارا).

الحدود الزمانية: أجريت الدراسة في الفصل الأول من العام الجامعي 1447 هـ / 2026 م.

مصطلحات الدراسة:

خدمات الدفع الآجل:

وفقاً للمادة الأولى من قواعد تنظيم شركات الدفع الآجل الصادرة عن البنك المركزي السعودي عام 2023 يشير مصطلح الدفع الآجل إلى مفهوم اشتر الآن وادفع لاحقاً (Buy Now Pay Later)، والذي يُشار إليه اختصاراً بـ (BNPL)، ويُعرف نشاط الدفع الآجل بأنه تمويل العميل لشراء السلع والخدمات من المتاجر بلا كلفة آجل مستحقة على العميل (البنك المركزي السعودي، 2023، ص3).

وخدمة الدفع الآجل هي عقد ائتماني يتيح للمستهلكين شراء السلع والخدمات والحصول عليها فوراً مع دفع ثمنها لاحقاً وفق جدول زمني متفق عليه، ويمكن التقديم عليها عند نقطة البيع في المتجر أو عبر الإنترنت من خلال تطبيقات التسوق، حيث يدفع مزود خدمة الدفع الآجل للمتاجر سعر البيع بعد خصم العمولة ثم يُسدد المبلغ من قبل المستهلك على عدة أقساط خلال فترة قصيرة (Juita et al، 2024، ص630).

وتُعرف الباحثة خدمة الدفع الآجل إجرائياً بأنها تمويل قصير الأجل دون فوائد، وتُعد عقداً ائتمانياً يتيح للمستهلكين شراء السلع والخدمات والحصول عليها فوراً مع دفع ثمنها لاحقاً وفق جدول زمني محدد، ويتم الحصول على هذه الخدمة باستخدام تطبيق تابع لشركة الدفع الآجل سواء عند نقطة البيع في المتجر أو عبر الإنترنت من خلال تطبيقات التسوق، حيث تدفع الشركة للبائع سعر البيع بعد خصم العمولة ثم يسدد المستهلك المبلغ على أقساط شهرية خلال فترة زمنية محددة وفق شروط الشركة.

تابي و تمارا:

تابي: هي إحدى شركات التكنولوجيا المالية ومقرها الإمارات العربية المتحدة، وتقدم خدمات الدفع الآجل في المملكة العربية السعودية ودول مجلس التعاون الخليجي، وتتيح خدماتها عبر الإنترنت وفي المتاجر، حيث تمكن العملاء من تقسيط مشترياتهم على أربعة أقساط شهرية دون فوائد وتشتري دفعة أولى بنسبة 25% مقدماً، ولا تفرض رسوم تأخير، وتحدد الشركة الحد الائتماني بناءً على سجل العميل في عمليات الدفع، وأي أرصدة غير مسددة أو طلبات لم تُدفع، بالإضافة إلى قيمة المشتريات في سلة التسوق.

تمارا: هي شركة سعودية تُعرف باسم شركة نخلة لتقنية نظم المعلومات، وتقدم خدمات الدفع الآجل في المملكة العربية السعودية ودول مجلس التعاون الخليجي، وتتيح خدماتها عبر الإنترنت وفي المتاجر، حيث تمكن العملاء من تقسيط مشترياتهم على ثلاثة أو ستة أقساط شهرية دون فوائد، ولا تفرض رسوم تأخير، ويُحدد الحد الائتماني وفق سجل العميل ومدى التزامه بسداد الأقساط في الوقت المحدد (Alessa & Alabdan، 2025، ص494-495) و(العقلاء، 2024، ص84).

**السلوكيات غير الرشيدة المرتبطة باستخدام خدمات الدفع الآجل:**

تُعرفها الباحثة إجرائيًا بأنها سلوكيات الشباب المالية والاستهلاكية غير الرشيدة المرتبطة باستخدام خدمات الدفع الآجل.

السلوكيات المالية غير الرشيدة المرتبطة باستخدام خدمات الدفع الآجل:

تُعرفها الباحثة إجرائيًا بأنها السلوكيات التي تشمل استخدام خدمات الدفع الآجل دون تخطيط مالي مسبق، ودون تقدير تأثير الأقساط على النفقات الشهرية قبل الشراء، كما تتضمن الإفراط في الاستدانة نتيجة استخدام الخدمة مع أكثر من شركة دفع آجل في الوقت نفسه دون التأكد من القدرة على السداد، والاستمرار في إجراء عمليات شراء متعددة بهذه الخدمات رغم تراكم الديون، وتشمل هذه السلوكيات أيضًا عدم قراءة شروط وأحكام خدمات الدفع الآجل قبل استخدامها، وعدم التحقق من التغييرات التي قد تطرأ على الشروط والأحكام، بالإضافة إلى التأخر في سداد الأقساط وعدم الالتزام بالمواعيد المحددة أو عدم السداد.

السلوكيات الاستهلاكية غير الرشيدة المرتبطة باستخدام خدمات الدفع الآجل:

تُعرفها الباحثة إجرائيًا بأنها السلوكيات التي تشمل الشراء الاندفاعي المتمثل في الشراء باستخدام خدمات الدفع الآجل دون تخطيط مسبق ودون مقارنة الأسعار أو البحث عن البدائل، وتشمل أيضًا الإفراط في الاستهلاك من خلال شراء الكماليات أو شراء منتجات تفوق الحاجة نظرًا لتوفر هذه الخدمات وسهولة الدفع عن طريقها، كما تتضمن هذه السلوكيات الشراء عبر هذه الخدمات بدافع الرغبة في الحصول على نفس ما لدى الأصدقاء أو المؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي، أو نتيجة التأثير بالعروض الترويجية والخصومات والإعلانات التي تشجع على الشراء بالدفع الآجل دون حاجة حقيقية للمنتجات، بالإضافة إلى السلوكيات التي قد ترتبط بأنماط الشراء الإدماني، مثل الشراء المتكرر بخدمات الدفع الآجل وتكرار الشراء بهذه الخدمات للشعور بالسعادة.

الاستدامة المالية:

الاستدامة المالية هي تحقيق التوازن بين الدخل والإنفاق، وتخصيص جزء من الدخل للطوارئ أو للاستثمار في المستقبل، وتقليل الاعتماد على الديون مع ضمان سدادها في الوقت المحدد، بالإضافة إلى التخطيط المالي طويل الأجل مثل التخطيط للتقاعد (عقران، 2024، ص200).

وتُعرف الباحثة الاستدامة المالية إجرائيًا بأنها قدرة الفرد على إدارة موارده المالية بكفاءة من خلال إعداد ميزانية لتوزيع الدخل على النفقات والالتزامات، وسداد الأقساط والالتزامات الأخرى في مواعيدها، والحد من الاعتماد على الاقتراض أو خدمات الدفع الآجل، وتشمل الاستدامة المالية أيضًا تخصيص جزء من الدخل للاحتياطي والاستثمار، والاحتفاظ بجزء منه للطوارئ، والتخطيط المالي طويل الأجل لتحقيق الأهداف المستقبلية (مثل التعليم، امتلاك منزل، تكوين أسرة، التقاعد)، ويسهم كل ذلك في تحقيق الاستقرار المالي على المدى الطويل. كما أن تنمية المعرفة والمهارات المالية تعزز القدرة على اتخاذ قرارات رشيدة تحد من الإنفاق المفرط أو الاستدانة، مما يدعم تحقيق الاستدامة المالية.

الدراسات السابقة:

- دراسة عيد وآخرون (2025): هدفت إلى الكشف عن العلاقة بين المعرفة والمهارات المالية الرقمية لربات الأسر في مصر ومحفزات الشراء عبر تطبيقات التقسيط الإلكترونية، والتي تتضمن المخاطر المدركة، وأظهرت النتائج وجود علاقة ارتباطية بين المعرفة والمهارات المالية الرقمية والمخاطر المدركة عند استخدام هذه التطبيقات، كما وجدت فروق دالة إحصائية في كلٍ من المخاطر المدركة عند استخدام تطبيقات التقسيط الإلكترونية والمهارات المالية الرقمية لصالح ذوات المستوى التعليمي الأعلى وذوات الدخل المرتفع.

- دراسة البلك (2024): هدفت إلى معرفة تأثير المحددات الشخصية على استخدام خدمات الدفع الآجل في مصر، وتأثير استخدام هذه الخدمات على سلوك إيمان الشراء، وكشفت النتائج عن وجود تأثير إيجابي لكلٍ من الميل إلى الشراء الاندفاعي والنزعة المادية على استخدام خدمات الدفع الآجل، وتأثير سلبي لكلٍ من مستوى المعرفة المالية وضبط النفس المالي على استخدامها، كما تبين أن استخدام هذه الخدمات يؤدي إلى زيادة سلوك إيمان الشراء.

- دراسة الحربي (2024): هدفت إلى التعرف على الدوافع الاجتماعية لاستخدام آليات الدفع الآجل من قبل الأسرة السعودية والآثار المترتبة على ذلك، وتبين من النتائج أن أبرز دوافع الشراء بآليات الدفع الآجل تتمثل في



اقتناء سلع تتناسب مع المكانة الاجتماعية، والرغبة في التميز، بالإضافة إلى التأثير بالإعلانات وتقليد الآخرين، كما تبين أن من آثار استخدام هذه الآليات شراء سلع غير ضرورية نتيجة المقارنة مع الأقران.

- دراسة ثابت وسيد (2024): هدفت إلى الكشف عن مدى تقبل الجمهور المصري لاستخدام تطبيقات التسقيط الإلكتروني في عمليات الشراء الخاصة بهم وتأثير ذلك على الاقتصاد القومي، وقد اتضح أن أغلب أفراد العينة دائماً يستخدمون هذه التطبيقات، ومعظمهم يستخدمونها بمعدلات تتراوح بين المتوسطة والمتقدمة، كما أظهرت النتائج وجود علاقة ارتباطية طردية بين معدلات استخدام هذه التطبيقات والصعوبات التي تواجههم في استخدامها، ومن أبرز هذه الصعوبات زيادة الالتزامات المالية والديون، مما يؤثر سلباً على الاستقرار المالي للفرد.

- دراسة البلك (2024ب): هدفت إلى معرفة العوامل المؤثرة على نية المستهلكين الذين تتراوح أعمارهم بين 20 و39 عاماً في مصر لاستخدام خدمات الدفع الآجل، وتبين من النتائج وجود تأثير سلبي للمخاطر المدركة لهذه الخدمات وتأثير إيجابي للاتجاه نحو الاقتراض على نية استخدام خدمات الدفع الآجل، كما تبين أن المخاطر المالية جاءت في المرتبة الثانية من حيث قوة المخاطر المدركة لهذه الخدمات.

- دراسة الانديجاني وآخرون (2024): هدفت إلى معرفة العوامل التي تؤثر على الوعي المالي للشباب السعودي، وأظهرت النتائج أن الشباب الذين لديهم ثقافة الادخار كان سلوكهم المالي إيجابياً، حيث تبين أنهم يقللون من الاعتماد على الاقتراض ويسددون التزاماتهم المالية دون تأخير.

- دراسة عبيد الله وآخرون (2023): هدفت إلى تحديد العوامل المؤثرة في الطلب على القروض الاستهلاكية في قطر، وتبين من النتائج انتشار ظاهرة القروض الاستهلاكية في المجتمع القطري، كما اتضح أن الإدارة المالية وتوقع المخاطر المالية يؤثران سلباً في الطلب على هذه القروض.

- دراسة فلمبان والسلمي (2023): هدفت إلى معرفة أثر التوجه نحو استخدام خدمة تايي على السلوك الشرائي لدى المستهلك في منطقة تبوك بالمملكة العربية السعودية، وكشفت النتائج عن وجود توجه كبير لدى المستهلكين نحو استخدام خدمة تايي، ووجود مستوى كبير من المخاطر المترتبة على الشراء بهذه الخدمة، كما اتضح وجود أثر ذي دلالة إحصائية لكل من اتجاهات المستهلكين نحو استخدام خدمة تايي والمخاطر الناجمة عن استخدامها على طبيعة السلوك الشرائي.

- دراسة دراز (2022): هدفت إلى الكشف عن العلاقة بين الوعي باستخدام وسائل الدفع عبر بطاقات الائتمان ومن بينها الدفع الآجل دون فوائد والقدرة على التحكم في السلوك الشرائي الاندفاعي لدى المرأة العاملة في مصر، وقد تبين أن مستوى كل من الوعي باستخدام الدفع الآجل دون فوائد والتحكم في السلوك الشرائي الاندفاعي كان متوسطاً، كما تبين وجود علاقة ارتباطية موجبة بين الوعي باستخدام الدفع الآجل دون فوائد والقدرة على التحكم في السلوك الشرائي الاندفاعي.

- دراسة Majeed & Samorin (2025): هدفت إلى الكشف عن أنماط الإنفاق والمخاطر المالية المدركة لدى مستخدمي خدمات الدفع الآجل في الفلبين، واتضح من النتائج أن مستخدمي هذه الخدمات يقومون بعمليات شراء متكررة ولديهم ميل كبير للإنفاق غير المخطط له، كما تبين أن لديهم إدراكاً عالياً للمخاطر المالية المرتبطة بتراكم الديون، وإدراكاً متوسطاً لرسم التأخير والغرامات وعدم الاستقرار المالي، ويزداد إدراك عدم الاستقرار المالي لدى المستهلكين من ذوي المستوى التعليمي الأقل وأصحاب الدخل المنخفض.

- دراسة Alessa & Alabdan (2025): هدفت إلى دراسة تأثير تبني طلاب جامعة المجمعة في المملكة العربية السعودية لخدمات الدفع الآجل على الشراء الاندفاعي والادخار والاستثمار، وتبين من النتائج أن 29% من الطلاب لا يطلعون على الشروط والأحكام الخاصة بخدمات الدفع الآجل، كما تبين أن لهذه الخدمات تأثيراً ضئيلاً على الشراء الاندفاعي وتأثيراً سلبياً على الادخار والاستثمار، إذ واجهه 35.32% صعوبات في الادخار، ووجد 31.65% تحديات في اتخاذ قرارات استثمارية، وأعرب 26.15% عن قلقهم بشأن الديون المرتبطة بهذه الخدمات، ومع ذلك عبر المشاركون عن رغبة قوية في الاستمرار باستخدام خدمات الدفع الآجل.

- دراسة Bakar et al (2025): هدفت إلى معرفة تأثير خيارات الدفع الحديثة ومن بينها خدمات الدفع الآجل على سلوك التسوق عبر الإنترنت لدى الشباب في إندونيسيا، وأظهرت النتائج أن طريقة الدفع الآجل سجلت أعلى متوسط للإنفاق الكلي مقارنة بطرق الدفع الأخرى، كما تبين أنها تزيد من الميل إلى الشراء الاندفاعي، وقد وجد أن أعلى درجات الشراء الاندفاعي وأكبر إنفاق ظهرا لدى مستخدمي هذه الخدمات عند شراء منتجات الأزياء.



- دراسة Abdul Razack & Jayarajan (2024): هدفت إلى تحديد العوامل التي تؤثر على تبني المستهلك في الهند لخدمات الدفع الآجل، وتقييم مزاياها ومخاطرها، وقد تبين أن هذه الخدمات تشجع على الشراء الاندفاعي وتؤدي إلى الإنفاق الزائد، كما تزيد من الأعباء المالية بشكل عام، مما يعكس مخاوف بشأن العواقب والآثار المالية طويلة الأجل.

- دراسة Kumar et al (2024): هدفت إلى الكشف عن تأثير استخدام خدمات الدفع الآجل على سلوك الشراء الإلكتروني لدى عينة في منطقة الشمال الأوروبي، وتبين من النتائج أن استخدام خدمات الدفع الآجل أدى إلى زيادة قدرها 6.42% في الإنفاق الإلكتروني، كما تبين أن تأثير هذه الخدمات في زيادة الإنفاق ظهر بشكل أكبر في مشتريات المنتجات منخفضة السعر، وكذلك لدى فئة الشباب وذوي الدخل المنخفض ومستخدمي الخدمة الأكثر تأثراً بالعروض الترويجية.

- دراسة Abdul Halim et al (2024): هدفت إلى معرفة أثر خدمات الدفع الآجل على سلوك المستهلك والاستقرار المالي لدى مستخدمي هذه الخدمات في ماليزيا، وتبين من النتائج أن هذه الخدمات تعزز سلوكيات الشراء الاندفاعي، مما يؤدي إلى آثار مالية سلبية، وقد وجد أن المستهلكين الأصغر سناً وذوي الدخل المحدود كانوا أكثر عرضة لهذه الآثار، كما تبين أن الثقافة المالية لها دور في الحد من التأثيرات السلبية لاستخدام خدمات الدفع الآجل على الاستقرار المالي.

- دراسة Waliszewski et al (2024): هدفت إلى تحديد كيفية ومدى تأثير جوانب محددة من سلوك المستهلك البولندي على استخدام خدمات الدفع الآجل، وأظهرت النتائج أنه كلما ارتفع مستوى التعليم والدخل الصافي للفرد في الأسرة زاد احتمال اختيار خدمات الدفع الآجل، كما تبين أن الميل إلى الاستدانة يزيد من احتمال استخدام هذه الخدمات.

- دراسة Juita et al (2024): هدفت إلى معرفة تأثير الفروق بين الجنسين على قرار تبني خدمات الدفع الآجل في إندونيسيا، وقد تبين أن المخاطر المدركة لدى كلا الجنسين لا تؤثر بشكل كبير على تبني هذه الخدمات، في حين تؤثر ثقافتهم المالية الرقمية بدرجة كبيرة على تبنيها، وكان تأثير هذه الثقافة أكبر لدى الإناث مقارنة بالذكور، كما اتضح أن المخاطر المالية المدركة لها تأثير كبير لدى الجنسين على إدراكهم للمخاطر.

- دراسة Singh & Sahni (2024): هدفت إلى معرفة تأثير خدمات الدفع الآجل في التسوق عبر الإنترنت على سلوك المستهلك في الهند، واتضح من النتائج أن المستهلكين الأصغر سناً هم الأكثر ميلاً لاستخدام هذه الخدمات، كما تبين أن أبرز العوامل المؤثرة على سلوك المستهلك مع خدمات الدفع الآجل تتمثل في الثقة وإدراك المخاطر، تليها التسويق والعروض الترويجية.

- دراسة Blue et al (2023): هدفت إلى الكشف عن أسباب وكيفية استخدام الشباب في أستراليا لخدمات الدفع الآجل، وتبين من النتائج أن الإناث أكثر ميلاً لاستخدام هذه الخدمات لكونها أسهل من الادخار ودون فوائد، كما تبين أن مستوى ديونهن الناتجة عنها أعلى مقارنة بالذكور، وقد أفاد 40% من العينة بأنهم لا يعتبرون خدمات الدفع الآجل ديناً، كما اتضح أن كلا الجنسين أظهرتا ضعفاً في السلوكيات المالية الإيجابية، ويرتبط ذلك بانخفاض الثقافة المالية خاصة لدى الإناث، واتضح أيضاً أن السلوكيات المالية السلبية لدى الجنسين مثل الإفراط في الإنفاق تتعارض مع أهدافهم المالية طويلة الأجل.

- دراسة Powell et al (2023): هدفت إلى الكشف عن العلاقة بين السلوكيات المالية الرشيدة في استخدام خدمات الدفع الآجل والرفاه المالي، وطُبقت الدراسة على مستخدمي هذه الخدمات في أستراليا، وأظهرت النتائج أن الأفراد الذين تقل أعمارهم عن 25 عاماً يقضون وقتاً أقل في تحليل شروط وأحكام خدمات الدفع الآجل، كما أنهم أقل ميلاً للتخطيط ووضع ميزانية لعمليات الشراء، وقد أظهرت سلوكاً أكثر اندفاعاً وميلاً إلى الشراء القهري.

التعقيب على الدراسات السابقة:

- هدفت الدراسات السابقة إلى دراسة العوامل المؤثرة على استخدام خدمات الدفع الآجل، وأثر استخدام هذه الخدمات على السلوك الاستهلاكي للمستهلك، دون التطرق بشكل مباشر إلى السلوكيات غير الرشيدة المرتبطة باستخدامها.

- تناولت الدراسات السابقة بعض السلوكيات غير الرشيدة المرتبطة باستخدام خدمات الدفع الآجل بصفة عامة، دون تصنيفها إلى سلوكيات مالية واستهلاكية غير رشيدة.



- ندرة الدراسات التي تناولت السلوكيات المالية غير الرشيدة عند استخدام هذه الخدمات، إذ ركزت معظم الدراسات على السلوكيات الاستهلاكية غير الرشيدة فقط.
- لم تشمل الدراسات السابقة جميع جوانب السلوكيات غير الرشيدة المرتبطة باستخدام خدمات الدفع الآجل سواء المالية أو الاستهلاكية، حيث ركزت أغلبها فقط على الشراء الاندفاعي، والإفراط في الإنفاق والاستدانة.
- الندرة - على حد علم الباحثة - في الدراسات السابقة التي تطرقت إلى الاستدانة المالية، باستثناء قلة من الدراسات التي تبين من نتائجها أن كلاً من الإنفاق الزائد، وزيادة الالتزامات المالية، وتراكم الديون، وصعوبة الادخار الناتجة عن استخدام خدمات الدفع الآجل يؤثر سلباً على الاستقرار المالي، مع إبراز دور الثقافة المالية في الحد من هذه الآثار السلبية.
- تتفق معظم الدراسات السابقة على أن مستخدمي خدمات الدفع الآجل يدركون المخاطر المالية والآثار السلبية المترتبة على استخدام هذه الخدمات، إلا أن نتائج بعض هذه الدراسات تشير إلى أن هذا الإدراك لا يترجم إلى سلوكيات رشيدة.
- لم تتطرق الدراسات السابقة إلى دراسة العلاقة بين السلوكيات المالية والاستهلاكية غير الرشيدة المرتبطة باستخدام خدمات الدفع الآجل وتحقيق الاستدامة المالية.
- قلة الدراسات التي استهدفت فئة الشباب، حيث تناولت معظم الدراسات السابقة مستخدمي خدمات الدفع الآجل بشكل عام.
- قلة الدراسات السابقة - على حد علم الباحثة - التي تناولت خدمات الدفع الآجل في المجتمع السعودي.

الإطار النظري:

خدمات الدفع الآجل:

الدفع الآجل هو أحد خدمات الدفع الحديثة التي تقدمها التكنولوجيا المالية، وهو تمويل قصير الأجل دون فوائد يتيح للمستهلكين شراء المنتجات فوراً ودفع ثمنها لاحقاً على أقساط، وتدفع شركة التمويل للبائع قيمة المنتج مقابل عمولة ثم يسددها المستهلك لاحقاً وفق شروط الشركة، ويُعد الشباب أكثر الفئات استخداماً لخدمات الدفع الآجل بسبب معرفتهم بالإنترنت والتقنية الرقمية وتفضيلهم للتسوق الإلكتروني، مما عزز انتشار هذه الخدمات (Gogoi & Baruah, 2023، ص 1-2).

وتُقدم خدمات الدفع الآجل عن طريق شركات التكنولوجيا المالية، وتُعرف بأنها اتفاق بين العميل ومزود الخدمة للحصول على المنتجات أو الخدمات فوراً مع سداد المبلغ لاحقاً على أقساط محددة دون فوائد، وفي المملكة العربية السعودية تخضع هذه الخدمات لإشراف البنك المركزي السعودي، وقد رُخص لعدة شركات، من بينها تابي وتمارا، وتتميز هذه الخدمات بسهولة الاستخدام والموافقة الفورية، إلا أن عدم سداد الأقساط قد يؤثر على قدرة المستخدم على استخدام الخدمة مرة أخرى، حيث يقوم مزود خدمة الدفع الآجل بالإبلاغ عن بيانات المستخدم إلى نظام مُلم (Molim) الخاص بالتقارير الائتمانية والتصنيف، والذي تشرف عليه الشركة السعودية للمعلومات الائتمانية، التي يُشار إليها اختصاراً بـ (سمة) (Alessa & Alabdan, 2025، ص 492، 494). ويؤكد ذلك Thompson & Alharthi (2025، ص 55) حيث ذكروا أن جميع شركات التكنولوجيا المالية التي تقدم خدمات الدفع الآجل في المملكة العربية السعودية تخضع لمتابعة ورقابة دورية من قبل البنك المركزي السعودي والشركة السعودية للمعلومات الائتمانية (سمة).

وبالنسبة لشركتي تابي وتمارا كمزودين رئيسيين لخدمات الدفع الآجل في المملكة العربية السعودية، يشير العقلاء (2024، ص 84) إلى أن تابي شركة إلكترونية مقرها الإمارات العربية المتحدة، وتمكن عملاءها من تقسيط مشترياتهم على أربعة أقساط شهرية دون فوائد، أما تمارا مقرها المملكة العربية السعودية، وتُعرف باسم شركة نخلة لتقنية نظم المعلومات، وتمكن عملاءها من تقسيط مشترياتهم على ثلاثة أو ستة أقساط شهرية دون فوائد. ويضيف Alessa & Alabdan (2025، ص 494-495) أن شركتي تابي وتمارا تقدمان خدماتهما في المملكة العربية السعودية ودول مجلس التعاون الخليجي، وتقدمانهما عبر الإنترنت وفي المتاجر، مع إمكانية التقسيط على ثلاثة أو أربعة أقساط شهرية دون فوائد، إلا أن شركة تابي تطلب دفعة أولى بنسبة 25% مقدماً، كما أنهما لا تفرضان رسوم تأخير، أما بالنسبة للحد الائتماني فتعتمد شركة تمارا على سجل العميل ومدى التزامه بسداد الأقساط في الوقت المحدد، وتعتمد شركة تابي على سجل دفع العميل للشركة وأي أرصدة غير مسددة أو طلبات



لم تُدفع، بالإضافة إلى قيمة المشتريات في سلة التسوق، وترسل تذكيرًا بالدفع عبر الرسائل النصية والبريد الإلكتروني.

السلوكيات المالية والاستهلاكية غير الرشيدة المرتبطة باستخدام خدمات الدفع الآجل:

يُعد سلوك المستهلك أحد جوانب السلوك الإنساني، وهو السلوك الذي يبرزه المستهلك في البحث عن وشراء واستخدام وتقويم السلع والخدمات التي يتوقع أنها ستشبع حاجاته ورغباته (أباه لعبيدي وبو كري، 2021، ص 64-65)، ويُعرف سلوك المستهلك أيضًا بأنه التصرفات التي تصدر عن الفرد نتيجة تعرضه لمنبه داخلي أو خارجي تجاه ما هو معروض عليه وذلك لإشباع حاجاته ورغباته، كما يشير إلى مجموعة أفعال وتصرفات الفرد المتعلقة بشراء سلعة أو خدمة لتحقيق حاجاته وإشباع رغباته، والتي تشمل مراحل مختلفة قبل وأثناء وبعد عملية الشراء (سبع، 2020، ص 4)، وكذلك يُعرف بأنه الأنشطة التي يقوم بها الأفراد عند الحصول على المنتجات والخدمات واستهلاكها والتخلص منها، بما في ذلك عمليات اتخاذ القرار التي تسبق هذه الأنشطة وتليها (Vyas، 2025، ص 108).

ويشير Powell et al (2023، ص 4434-4447) إلى أن نظام الدفع الآجل يُعد شكلاً حديثاً من أشكال الائتمان؛ لذا لا تزال الأبحاث حول السلوكيات المالية لمستخدميه محدودة، وقد نبين أن الأفراد يتخذون قرارات مالية غير رشيدة عند افتقارهم للمعلومات المالية الأساسية أو للقدرة على فهمها واستخدامها بشكل صحيح، حيث تشير الدراسات إلى أن المستهلكين عبر الإنترنت نادراً ما يقرؤون الشروط والأحكام، خاصةً عندما تكون طويلة أو معقدة، كما أن بعضهم لا يطلع عليها بدقة بسبب ثقافتهم بمعرفتهم المالية أو بقدرتهم على تحمل الديون وسدادها، مما يجعلهم أكثر عرضة للسلوك المالي المحفوف بالمخاطر، ويُظهر الشباب من مستخدمي خدمات الدفع الآجل ميولاً أعلى للشراء الاندفاعي، مما يؤدي إلى الاستهلاك المفرط، كما يميلون إلى تحمل المزيد من الديون الاستهلاكية لتغطية نفقاتهم، ويكونون أكثر عرضة للتخلف أو التأخر في سداد الأقساط، وقد أظهرت نتائج دراستهم أن الأفراد الذين تقل أعمارهم عن 25 عاماً يقضون وقتاً أقل في تحليل شروط وأحكام خدمات الدفع الآجل، كما أنهم أقل ميلاً للتخطيط ووضع ميزانية لعمليات الشراء، ويُظهرون سلوكاً أكثر اندفاعاً.

وتقدم خدمات الدفع الآجل آليات دفع قصيرة الأجل بشروط ميسرة، مما غير بشكل كبير سلوك الشراء لدى المستهلكين، إذ يمكن استخدامها بسهولة في المتاجر الإلكترونية أو التقليدية، وعلى الرغم من أنها وسيلة سهلة ومريحة للدفع، فإن هناك مخاوف من تشجيعها على الإنفاق الاندفاعي وتراكم الديون وسوء إدارة الميزانية، حيث يفقر كثير من المستهلكين إلى الفهم الكامل لخطط السداد، مما يؤدي إلى التأخر في الدفع والتعرض للغرامات وانخفاض التصنيف الائتماني، وإذا لم يتمكن المستهلك من السيطرة على الأعباء المالية الناتجة عن تعدد عمليات الشراء عبر خدمات الدفع الآجل فقد يسبب ذلك تراكماً كبيراً للديون، وتدفع هذه الخدمات الأفراد إلى المبالغة في تقدير قدرتهم الشرائية والإنفاق بما يتجاوز إمكانياتهم، كما يشجع الترويج لها على عمليات شراء غير ضرورية، مما يؤدي كل ذلك إلى عدم الاستقرار المالي نتيجة الاعتماد المفرط على المدفوعات المؤجلة (Conceicao، 2025، ص 1748).

كما يشير Singh & Sahni (2024، ص 1282) إلى أن خدمات الدفع الآجل تؤثر بشكل كبير على سلوك المستهلك؛ إذ تتيح الشراء دون دفع فوري، مما يقلل العبء المالي المتصور وهذا يشجع على الشراء الاندفاعي، كذلك توفر هذه الخدمات طريقة مرنة وسهلة لسداد الأقساط، مما يزيد من رضا المستهلك وبالتالي تعزز الشراء المتكرر، ويرى المستهلكون أنها تمكنهم من شراء منتجات باهظة الثمن كانوا قد امتنعوا عن شرائها سابقاً، إذ يُوزع الدفع على فترات زمنية، كما توفر العديد من هذه الخدمات السداد دون فوائد، مما يشجع على الاستفادة من التمويل قصير الأجل دون تكلفة إضافية وبالتالي زيادة الشراء، إلى جانب ذلك يشجع التجار على استخدام هذه الخدمات من خلال الخصومات أو الشحن المجاني وغيرها من العروض، مما يزيد من احتمال الشراء، بالإضافة إلى أن عرض خيارات الدفع الآجل بوضوح أثناء الدفع يعزز استخدامها، وإذا وثق المستهلكون بمزود الخدمة فإنهم أكثر ميلاً لاستخدامها، حيث إن الثقة والسمعة تقللان المخاطر المتصورة، كما يؤثر استخدام الأصدقاء أو المؤثرين لهذه الخدمات إيجابياً على قرار المستهلك باستخدامها، إذ يعتمد الأفراد غالباً على سلوك الآخرين عند اتخاذ قرارات الشراء.

ويؤكد ذلك البلك (2024، ص 1058-1066) حيث أشار إلى أن سهولة الوصول إلى الائتمان والإشباع الفوري الذي توفره خدمات الدفع الآجل يؤديان إلى زيادة النزعة المادية وإدمان الشراء، وإلى إمكانية استخدام هذه



الخدمة مع أكثر من شركة دفع أجل، مما يزيد الإنفاق وتراكم الديون، وغالبًا مدمنو الشراء أقل اهتمامًا بميزانياتهم أثناء عمليات الشراء ويستخدمون الائتمان في هذه العمليات بشكل متكرر. ويشير ثابت وسيد (2024، ص 298-326) إلى أن من سليات استخدام تطبيقات التقسيط الإلكتروني وقوع بعض المستهلكين تحت ضغوط أعباء تفوق قدرتهم على السداد المنتظم، وبالتالي العجز عن السداد، وقد أظهرت نتائج دراستهما أن هذه التطبيقات تؤدي إلى زيادة الإنفاق والاستهلاك؛ وذلك لأنها توفر للمستهلكين فرصة لشراء السلع والخدمات التي قد لا يستطيعون شرائها نقدًا بشكل فوري، كما تبين وجود عدة صعوبات واجهت مستخدمي هذه التطبيقات، أبرزها زيادة التزاماتهم المالية، وصعوبة فهم الشروط والأحكام المتعلقة بالتطبيق، وتحمل المزيد من الديون والتأثير السلبي على التمويل الشخصي مستقبلاً، وإغراؤهم بالشراء المتكرر، وفقدان السيطرة على عملية الشراء، مما يعرضهم للمشاكل المالية بسبب زيادة الديون.

الاستدامة المالية:

تشير الاستدامة المالية إلى إدارة الموارد المالية على نحو يُلبّي الاحتياجات الحالية، وفي الوقت نفسه يتيح وضع خطط لتحقيق الأهداف الكبرى وطويلة الأجل، ولتحقيق الاستدامة المالية يتعين على الفرد امتلاك القدرة على تحديد وتطبيق استراتيجيات محددة لإدارة الموارد المالية بكفاءة، والحد من الاعتماد على الديون الاستهلاكية، والاستعداد لمواجهة الحالات الطارئة، والتخطيط للأهداف المالية الكبيرة وطويلة الأجل (مثل التعليم الجامعي، امتلاك منزل، التقاعد)، ويُعد بناء صافي ثروة إيجابي من خلال الادخار والاستثمار خطوة أساسية نحو تحقيق الأمن المالي طويل الأجل (Hira، 2016، ص 358).

وقد تبين من دراسة البلك (2024، ص 1079-1080) أن المعرفة المالية تقلل من استخدام خدمات الدفع الأجل، وأرجع السبب في ذلك لأن فهم المستهلك لشروط وأحكام القروض الاستهلاكية التي تقدمها شركات الدفع الأجل قد يدفعه إلى ترشيد استخدامها، واللجوء إليها عند الضرورة القصوى أو عند تقديم تلك الشركات عروضاً تجعل الائتمان المقدم منخفض التكلفة، حيث إن ارتفاع المعرفة المالية يحسن من قرارات الاقتراض، كما أظهرت دراسة عبيد الله وآخرون (2023، ص 161) أنه كلما زاد مستوى المعرفة المالية وكان الفرد قادراً على إدارة الإنفاق وترشيد الاستهلاك قل طلبه على القروض الاستهلاكية، بالإضافة إلى أن إدراك المخاطر المالية المرتبطة بهذه القروض يخفف الطلب عليها.

ولتجنب مخاطر استخدام خدمات الدفع الأجل يجب أن يمتلك المستهلكون مستوى كافياً من الثقافة المالية، حيث إن الثقافة المالية وخاصةً الرقمية تقلل من استخدام هذه الخدمات؛ وذلك لأن الأفراد يكونون أكثر حذراً وأقل عرضة للإغراءات ويضعون دائماً في الاعتبار عواقب قراراتهم على المدى البعيد، كما أن الثقافة المالية الرقمية تمكن المستهلكين من اتخاذ قرارات مالية رشيدة، خصوصاً فيما يتعلق بسلوكيات الإنفاق عند استخدام خدمات الدفع الأجل (Juia et al، 2024، ص 633-634).

ويؤكد ذلك Powell et al (2023، ص 4435-4436) حيث أشاروا إلى وجود ارتباط بين الثقافة المالية واتخاذ قرارات مالية شخصية سليمة، إذ تتأثر تصورات الأفراد لمخاطر ومنافع خدمات الدفع الأجل بمستوى ثقافتهم المالية؛ فالأفراد ذوو الثقافة المالية الأعلى يدركون أن هذه الخدمات تنطوي على مخاطر أكبر ومنافع أقل مقارنة بمن يملكون ثقافة مالية محدودة، كما أشاروا إلى أن المؤسسات المالية تؤكد على أهمية التخطيط وإعداد الميزانية عند استخدام خدمات الدفع الأجل.

السلوكيات غير الرشيدة المرتبطة باستخدام خدمات الدفع الأجل والاستدامة المالية:

حظيت خدمات الدفع الأجل بانتشار واسع عالمياً من خلال تقديم خيارات دفع مرنة على أقساط، غالباً دون فوائد أو متطلبات صارمة للفحص الائتماني، إلا أن هذه الخدمات تثير مخاوف متزايدة بشأن الإفراط في الاستدانة والشراء الاندفاعي والضعف المالي، كما أن استخدام هذه الخدمات قد يحجب تصور المستهلكين للمخاطر، مما يؤدي إلى تراكم الديون وعدم الاستقرار المالي على المدى الطويل، وتزداد حدة هذه المخاطر لدى ذوي الدخل المنخفض، وعند انخفاض الثقافة المالية (Majeed & Samorin، 2025، ص 780).

ويشير Abdul Halim et al (2024، ص 405، 409) إلى أن إتاحة السلع والخدمات الفورية عبر خدمة الدفع الأجل تعزز الشراء الاندفاعي وزيادة الإنفاق، مما يؤدي إلى تغييرات في ممارسات الإدارة المالية والنتائج المالية على المدى الطويل، كما أن سوء استخدام هذه الخدمة يؤدي إلى زيادة الأعباء المالية، بالإضافة إلى أن سهولة الوصول إلى خدمات الدفع الأجل وسعت نطاق الوصول إلى الائتمان، خاصةً للأفراد غير المؤهلين عادةً



للحصول على قروض تقليدية، مما قد يؤدي إلى خطر الإفراط في الإنفاق المالي، ولا سيما لدى من يفتقرون إلى الثقافة المالية اللازمة لفهم شروط الاتفاقيات المالية المرتبطة بهذه الخدمات.

كما يشير Alessa & Alabdan (2025، ص501، 513) إلى أن نتائج عدة دراسات أظهرت أن تبني خدمات الدفع الأجل أثر على السلوكيات المرتبطة بالادخار؛ إذ يشجع على الإنفاق الاندفاعي ويعيق الإدارة المالية، كما أظهر تقرير صادر عن مكتب الحماية المالية للمستهلكين أن مستخدمي خدمات الدفع الأجل أكثر عرضة لمواجهة العقبات المالية مقارنة بغير المستخدمين، حيث غالباً تكون لديهم مدخرات أقل وقد يواجهون صعوبة في إدارة الديون، مما يشير إلى مخاطر أعلى لعدم الاستقرار المالي، ويؤكد ذلك البلك (2024، ص1055-1061) حيث أشار إلى أن الاستخدام غير الرشيد لخدمات الدفع الأجل يؤثر على الادخار، كما أن زيادة استخدام هذه الخدمات يؤدي إلى الإفراط في الاستدانة وزيادة ضغوط إدارة أموال المستهلكين الحالية وتقليل أمنهم المالي المتوقع في المستقبل، ويؤكد ذلك أيضاً Gogoi & Baruah (2023، ص5) حيث ذكروا أن خدمات الدفع الأجل غيرت عادات التسوق لدى المستهلكين، إذ زادت حد الإنفاق لديهم بدلاً من الادخار للمستقبل.

أما بالنسبة للشباب السعوديين، فقد أظهرت نتائج دراسة Thompson & Alharthi (2025، ص60-61) أن نسبة كبيرة منهم لا يعطون الادخار أولوية، حيث ينفق 20.7% كامل دخلهم الشهري، وهو ما يجعل معدلات الادخار لديهم أقل من التوصيات الوطنية والعالمية، ويرجع ذلك إلى عدة أسباب أبرزها توفر خيارات ائتمانية سهلة مثل خدمات الدفع الأجل التي تدفع الشباب نحو الإنفاق الاندفاعي والإشباع الفوري، بالإضافة إلى ضغط الأقران الذي يدفعهم للإنفاق على سلع كمالية وباهظة الثمن تفوق قدراتهم المالية بهدف القبول الاجتماعي، مما يؤدي إلى زيادة الديون، وكذلك التوقعات الاجتماعية بالحفاظ على نمط حياة معين التي تنتهي الشباب عن الادخار للأهداف الكبرى مثل شراء منزل أو التخطيط للتقاعد، ومن الأسباب الأخرى أيضاً نقص الثقافة المالية، ودعم الأسرة المالي الذي يسهم في الميل إلى تلبية الاحتياجات الفورية والحد من التخطيط طويل الأجل، بالإضافة إلى نقص المعرفة والثقة بأدوات الاستثمار التقليدية (الأسهم والسندات)، وغياب الطوارئ المالية.

منهج الدراسة وإجراءاتها:

أولاً: منهج الدراسة

استخدم في هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي؛ لملاءمته لطبيعة الدراسة الحالية التي تهدف إلى التعرف على سلوكيات الشباب غير الرشيدة المرتبطة باستخدام خدمات الدفع الأجل، ودراسة العلاقة الارتباطية بين هذه السلوكيات وتحقيق الاستدامة المالية لديهم، بالإضافة إلى الكشف عن الفروق في كلٍ من سلوكيات الشباب غير الرشيدة المرتبطة باستخدام خدمات الدفع الأجل وتحقيق الاستدامة المالية وفقاً للمتغيرات الاجتماعية والاقتصادية، وذلك باستخدام الأساليب الإحصائية المناسبة لتحقيق أهداف الدراسة.

ثانياً: مجتمع وعينة الدراسة

مجتمع الدراسة: يتكون مجتمع الدراسة من الشباب السعوديين المستخدمين لخدمات الدفع الأجل (تابي، تمارا) في محافظة جدة، الذين تتراوح أعمارهم بين 19-34 عاماً، حيث تم تحديد هذه الفئة العمرية بالاستناد إلى تعريف فئة الشباب الوارد في تقرير إحصاءات الشباب السعودي لعام 2023، والذي يحددها بالفئة العمرية بين 15-34 عاماً، مع استيفاء متطلبات الأهلية لاستخدام خدمات الدفع الأجل؛ إذ تشترط خدمة تابي أن يبلغ عمر العميل 18 عاماً فأكثر، بينما تشترط خدمة تمارا أن يتجاوز عمر العميل 18 عاماً (تابي، 2026) و(تمارا، 2026).

عينة الدراسة: عينة قصدية قوامها (420) مشاركاً من الشباب السعوديين المستخدمين لخدمات الدفع الأجل (تابي، تمارا) في محافظة جدة، وينتمي أفراد العينة إلى مستويات اجتماعية واقتصادية مختلفة. وتم الاعتماد على العينة القصدية نظراً لعدم توفر إطار معاينة رسمي يمكن من خلاله تحديد مجتمع مستخدمي خدمات الدفع الأجل (تابي و تمارا) في محافظة جدة وحصر مفرداته بدقة.

ثالثاً: أداة الدراسة

استناداً إلى مشكلة الدراسة وأهدافها وفروضها، وبمراجعة الإطار النظري والدراسات السابقة، قامت الباحثة بتصميم أداة الدراسة المتمثلة في الاستبانة الإلكترونية، والتي اشتملت على الآتي:

- 1- استمارة البيانات العامة لمستخدمي خدمات الدفع الأجل وبيانات استخدام هذه الخدمات: احتوت على ثمانية أسئلة مقسمة إلى جزأين وفق الآتي:



- **الجزء الأول:** يتضمن البيانات الأولية لمستخدمي خدمات الدفع الآجل، وتهدف الباحثة إلى معرفتها لتحديد خصائصهم الاجتماعية والاقتصادية، وقد شمل هذا الجزء المتغيرات التالية: الجنس، الحالة الاجتماعية، المستوى التعليمي، المهنة، الدخل الشهري.

ويُقصد بالدخل الشهري هنا الدخل الشهري لأفراد العينة من جميع المصادر مثل المصروف الشخصي، المكافآت الجامعية، الرواتب وغيرها من المصادر.

- **الجزء الثاني:** يتناول بيانات استخدام خدمات الدفع الآجل (تأجيل، تمارة)، ويتضمن مكان استخدام هذه الخدمات، ومعدل استخدامها، بالإضافة إلى السلع والخدمات التي تم شراؤها بالدفع الآجل.

2- مقياس السلوكيات غير الرشيدة المرتبطة باستخدام خدمات الدفع الآجل (إعداد الباحثة): يتكون من (14) عبارة تقيس هذه السلوكيات غير الرشيدة، ومقسم إلى محورين هما: السلوكيات المالية غير الرشيدة المرتبطة باستخدام خدمات الدفع الآجل (7 عبارات)، والسلوكيات الاستهلاكية غير الرشيدة المرتبطة باستخدام هذه الخدمات (7 عبارات).

3- مقياس الاستدامة المالية (إعداد الباحثة): يتكون من (10) عبارات تقيس مستوى تحقيق الاستدامة المالية. وقد وُضع لكلا المقياسين أوزان ثلاثية متدرجة وهي (موافق - موافق إلى حد ما - غير موافق) وفقاً لمقياس ليكرت الثلاثي، حيث مُنحت العبارات الموجبة درجات تتراوح بين (3، 2، 1) على التوالي، بينما مُنحت العبارات السالبة درجات معكوسة (1، 2، 3)، وتم توزيع الاستبانة إلكترونياً على أفراد العينة.

صدق وثبات أداة الدراسة:

الصدق الظاهري:

للتأكد من صلاحية أداة الدراسة وملاءمتها لأهدافها، عُرضت في صورتها الأولية على مجموعة من المحكمين في مجال التخصص لإبداء آرائهم حول مدى مناسبة العبارات من حيث دقة الصياغة اللغوية وسلامتها ووضوحها، وانتمائها إلى المحور التابعة له، ومدى ملائمة العبارات والمحاور لأهداف الدراسة. وقد استخدمت الباحثة طريقة اتفاق المحكمين باستخدام معادلة كوبر (Cooper):

نسبة الاتفاق = (عدد مرات الاتفاق / (عدد مرات الاتفاق + عدد مرات عدم الاتفاق)) × 100، وتراوح نسبة الاتفاق بين (95%، 100%) وهي نسب اتفاق مرتفعة، وبناءً على ذلك أُجريت التعديلات اللازمة وفقاً لاقتراحات المحكمين، ثم أُخرجت الاستبانة في صورتها النهائية.

صدق الاتساق الداخلي:

1- مقياس السلوكيات غير الرشيدة المرتبطة باستخدام خدمات الدفع الآجل

تم حساب الصدق باستخدام الاتساق الداخلي، وذلك بحساب معامل الارتباط (معامل ارتباط بيرسون) بين الدرجة الكلية لكل محور (السلوكيات المالية غير الرشيدة، والسلوكيات الاستهلاكية غير الرشيدة) والدرجة الكلية للمقياس، والجدول التالي يوضح ذلك:

جدول (1) قيم معاملات الارتباط بين درجة كل محور ودرجة مقياس السلوكيات غير الرشيدة المرتبطة باستخدام خدمات الدفع الآجل

المحور	الارتباط	الدالة
المحور الأول: السلوكيات المالية غير الرشيدة	0.846	0.01
المحور الثاني: السلوكيات الاستهلاكية غير الرشيدة	0.905	0.01

يوضح جدول (1) أن معاملات الارتباط كلها دالة عند مستوى (0.01) لاقتربها من الواحد الصحيح، مما يدل على صدق وتجانس محاور المقياس.

2- مقياس الاستدامة المالية

تم حساب الصدق باستخدام الاتساق الداخلي، وذلك بحساب معامل الارتباط (معامل ارتباط بيرسون) بين درجة كل عبارة والدرجة الكلية للمقياس، والجدول التالي يوضح ذلك:

جدول (2) قيم معاملات الارتباط بين درجة كل عبارة ودرجة مقياس الاستدامة المالية

العبارة	الارتباط	الدلالة
-1	0.961	0.01
-2	0.822	0.01
-3	0.623	0.05
-4	0.717	0.01
-5	0.891	0.01
-6	0.608	0.05
-7	0.873	0.01
-8	0.641	0.05
-9	0.927	0.01
-10	0.752	0.01

يوضح جدول (2) أن معاملات الارتباط كلها دالة عند مستوى (0.01) و (0.05) لاقتربها من الواحد الصحيح، مما يدل على صدق وتجانس عبارات المقياس.

ثبات المقاييس:

تم حساب الثبات باستخدام معامل ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha)، وطريقة التجزئة النصفية (Split-half)، ومعامل جيوتمان (Guttman).

1- مقياس السلوكيات غير الرشيدة المرتبطة باستخدام خدمات الدفع الآجل

جدول (3) قيم معامل الثبات لمحاو مقياس السلوكيات غير الرشيدة المرتبطة باستخدام خدمات الدفع الآجل

المحاور	معامل ألفا كرونباخ	التجزئة النصفية	جيوتمان
المحور الأول: السلوكيات المالية غير الرشيدة	0.755	0.713 – 0.792	0.742
المحور الثاني: السلوكيات الاستهلاكية غير الرشيدة	0.917	0.875 – 0.958	0.906
ثبات مقياس السلوكيات غير الرشيدة المرتبطة باستخدام خدمات الدفع الآجل ككل	0.889	0.841 – 0.920	0.871

يوضح جدول (3) أن جميع قيم معاملات الثبات: معامل ألفا كرونباخ، التجزئة النصفية، جيوتمان دالة عند مستوى (0.01) مما يدل على ثبات المقياس.

2- مقياس الاستدامة المالية

جدول (4) قيم معامل الثبات لمقياس الاستدامة المالية

معامل ألفا كرونباخ	التجزئة النصفية	جيوتمان
0.938	0.891 – 0.972	0.924

يوضح جدول (4) أن جميع قيم معاملات الثبات: معامل ألفا كرونباخ، التجزئة النصفية، جيوتمان دالة عند مستوى (0.01) مما يدل على ثبات المقياس.

رابعاً: أساليب المعالجة الإحصائية

استُخدمت التكرارات والنسب المئوية لوصف العينة وبيانات استخدام خدمات الدفع الآجل، معامل ارتباط بيرسون للتحقق من صدق الاتساق الداخلي وتحديد العلاقة الارتباطية بين السلوكيات غير الرشيدة المرتبطة باستخدام خدمات الدفع الآجل وتحقيق الاستدامة المالية، معاملات الثبات (ألفا كرونباخ، التجزئة النصفية، جيوتمان)، اختبار (ت) وتحليل التباين لمقارنة الفروق بين متوسطات المجموعات، اختبار LSD للمقارنات المتعددة، معامل الانحدار (الخطوة المتدرجة إلى الأمام) لتحديد العوامل الأكثر تأثيراً، الوزن النسبي لتحليل أولويات الأبعاد.



عرض النتائج ومناقشتها وتفسيرها: أولاً: وصف عينة الدراسة

جدول (5) توزيع أفراد العينة وفقاً لمتغيرات الدراسة

المتغيرات	الفئات	العدد	النسبة %
الجنس	ذكر	188	44.8%
	أنثى	232	55.2%
الحالة الاجتماعية	متزوج	142	33.8%
	غير متزوج	278	66.2%
	أقل من ثانوي	81	19.3%
المستوى التعليمي	ثانوي / دبلوم	138	32.9%
	جامعي فأعلى	201	47.8%
	يعمل	249	59.3%
المهنة	لا يعمل	171	40.7%
	أقل من 5000 ريال	76	18.1%
الدخل الشهري	من 5000 إلى 10000 ريال	129	30.7%
	أكثر من 10000 ريال	215	51.2%
	المجموع	420	100%

يتضح من جدول (5) أن 232 من أفراد عينة الدراسة إناث بنسبة 55.2%، بينما بلغ عدد الذكور 188 بنسبة 44.8%.

أما فيما يتعلق بالحالة الاجتماعية، فقد تبين أن 278 من أفراد العينة غير متزوجين بنسبة 66.2%، في حين بلغ عدد المتزوجين 142 بنسبة 33.8%، وهو ما يتفق مع طبيعة الفئة العمرية المستهدفة.

وبالنسبة للمستوى التعليمي، تبين أن 201 من أفراد العينة كانوا حاصلين على مؤهل جامعي فأعلى بنسبة 47.8%، يليهم 138 فرداً حاصلين على مؤهل ثانوي أو دبلوم بنسبة 32.9%، وأخيراً بلغ عدد الأفراد من ذوي المستوى التعليمي الأقل من ثانوي 81 فرداً بنسبة 19.3%.

أما فيما يخص المهنة، فقد وجد أن 249 من أفراد العينة يعملون بنسبة 59.3%، بينما بلغ عدد غير العاملين 171 بنسبة 40.7%.

وبالنسبة للدخل الشهري، تم تصنيف أفراد العينة إلى ثلاث فئات لأغراض التحليل الإحصائي، وهي: منخفض (أقل من 5000 ريال)، ومتوسط (من 5000 إلى 10000 ريال)، ومرتفع (أكثر من 10000 ريال)، وقد أظهرت البيانات أن 215 من أفراد العينة من ذوي الدخل المرتفع بنسبة 51.2%، يليهم 129 من ذوي الدخل المتوسط بنسبة 30.7%، وأخيراً 76 من ذوي الدخل المنخفض بنسبة 18.1%، ويتفق ذلك مع ما أشارت إليه دراسة Khan & Haque (2020، ص55) حيث وجدت أن أغلب مستخدمي خدمات الدفع الآجل يتمتعون بدخل مرتفع نسبياً، وأرجع ذلك إلى أن ذوي الدخل المنخفض عادةً ينفقون معظم دخلهم على الحاجات الأساسية، مما يقلل من قدرتهم على استخدام خدمات الدفع الآجل.

ثانياً: بيانات استخدام خدمات الدفع الآجل (تابي، تمارا)

وتتضمن مكان استخدام خدمات الدفع الآجل سواء عبر الإنترنت في المتاجر الإلكترونية أو عند نقاط البيع في المتاجر (داخل المحلات)، ومعدل استخدام هذه الخدمات خلال ستة أشهر، بالإضافة إلى السلع أو الخدمات التي تم شراؤها بالدفع الآجل.

1- مكان استخدام خدمات الدفع الآجل (تابي، تمارا)

جدول (6) مكان استخدام خدمات الدفع الآجل (تابي، تمارا)

النسبة %	العدد	مكان استخدام خدمات الدفع الآجل (تابي، تمارا)
23.1%	97	عبر الإنترنت في المتاجر الإلكترونية
43.3%	182	عند نقاط البيع في المتاجر
33.6%	141	كلاهما (عبر الإنترنت في المتاجر الإلكترونية - عند نقاط البيع)
100%	420	المجموع

يتضح من جدول (6) أن 182 من أفراد عينة الدراسة استخدموا خدمات الدفع الآجل (تابي، تمارا) عند نقاط البيع في المتاجر (داخل المحلات) بنسبة 43.3%، يليهم 141 فردًا استخدموا هذه الخدمات عبر الإنترنت في المتاجر الإلكترونية وعند نقاط البيع بنسبة 33.6%، وأخيرًا 97 فردًا استخدموها عبر الإنترنت فقط في المتاجر الإلكترونية بنسبة 23.1%.

وترى الباحثة أن استخدام خدمات الدفع الآجل في المتاجر (داخل المحلات) قد يعزز الشراء الاندفاعي نتيجة المعاينة المباشرة للمنتجات والشراء غير المخطط له، كما أن استخدام هذه الخدمات في المتاجر الإلكترونية وعند نقاط البيع قد يسهم في تكرار الشراء عبر قنوات متعددة، مما يزيد من احتمال تراكم الديون أو التأخر في السداد. ويشير Singh & Sahni (2024، ص1282) إلى أن دمج خدمات الدفع الآجل مع منصات المتاجر الإلكترونية المعروفة يزيد من اعتماد المستهلكين على هذه الخدمات.

2- معدل استخدام خدمات الدفع الآجل (تابي، تمارا)

جدول (7) معدل استخدام خدمات الدفع الآجل (تابي، تمارا) خلال ستة أشهر

النسبة %	العدد	معدل استخدام خدمات الدفع الآجل (تابي، تمارا) خلال ستة أشهر
25%	105	مرة واحدة
35.2%	148	من 2 إلى 4 مرات
26.9%	113	من 5 إلى 7 مرات
12.9%	54	أكثر من 7 مرات
100%	420	المجموع

يتضح من جدول (7) أنه خلال الأشهر الستة التي سبقت توزيع الاستبانة مباشرة، استخدم 148 من أفراد عينة الدراسة خدمات الدفع الآجل (تابي، تمارا) من مرتين إلى أربع مرات بنسبة 35.2%، يليهم 113 فردًا استخدموا هذه الخدمات من خمس إلى سبع مرات بنسبة 26.9%، ثم يأتي في المرتبة الثالثة 105 أفراد استخدموها مرة واحدة بنسبة 25%، وأخيرًا 54 فردًا استخدموها أكثر من سبع مرات بنسبة 12.9%.

وتشير النتائج السابقة إلى ارتفاع معدل استخدام خدمات الدفع الآجل لدى شريحة كبيرة من أفراد العينة، وقد يرتبط هذا الاستخدام ببعض السلوكيات غير الرشيدة مثل الشراء المتكرر دون تخطيط مالي مسبق، وإجراء عمليات شراء متعددة رغم وجود ديون سابقة، وشراء المنتجات الكمالية أو الشراء بما يفوق الحاجة، بالإضافة إلى الشراء الاندفاعي نتيجة التأثير بالعروض الترويجية أو وسائل التواصل الاجتماعي، مما قد يسهم في زيادة الاعتماد على خدمات الدفع الآجل والاستهلاك المفرط. وتتفق هذه النتيجة إلى حد ما مع ما ورد في تقرير شركة أمار (2024) حيث أشار إلى أن 22% من المستهلكين يستخدمون خدمات الدفع الآجل مرتين خلال ستة أشهر، في حين يستخدمها 19% بمعدل ست مرات خلال نفس الفترة.

3- السلع أو الخدمات التي تم شراؤها باستخدام خدمات الدفع الآجل (تابي، تمارا)

يوضح الجدول التالي السلع والخدمات التي تم شراؤها باستخدام خدمات الدفع الآجل (تابي، تمارا)، مع إمكانية اختيار أفراد العينة لأكثر من بديل.

جدول (8) السلع أو الخدمات التي تم شراؤها باستخدام خدمات الدفع الآجل (تابي، تمارا)

السلع أو الخدمات التي تم شراؤها باستخدام خدمات الدفع الآجل (تابي، تمارا)	العدد	النسبة %
إلكترونيات	64	11.2%
ملابس	81	14.1%
أحذية، حقائب، إكسسوارات	85	14.8%
مستحضرات تجميل، منتجات العناية الشخصية	76	13.3%
أثاث، أدوات منزلية	52	9.1%
مواد غذائية، خدمات المطاعم	93	16.2%
خدمات تعليمية، صحية	48	8.4%
خدمات السفر، الترفيه	74	12.9%

يتضح من جدول (8) أن 93 من أفراد عينة الدراسة اشتروا مواد غذائية أو حصلوا على خدمات المطاعم وذلك بنسبة 16.2%، يليهم 85 فرداً اشتروا أحذية أو حقائب أو إكسسوارات بنسبة 14.8%، ثم 81 فرداً اشتروا ملابس بنسبة 14.1%، وفي المرتبة الرابعة 76 فرداً اشتروا مستحضرات تجميل أو منتجات العناية الشخصية بنسبة 13.3%، يليهم 74 فرداً حصلوا على خدمات السفر أو الترفيه بنسبة 12.9%، ثم 64 فرداً اشتروا إلكترونيات بنسبة 11.2%، و52 فرداً اشتروا أثاثاً أو أدوات منزلية بنسبة 9.1%، وأخيراً 48 فرداً حصلوا على خدمات تعليمية أو صحية بنسبة 8.4%.

وتتفق هذه النتائج مع دراسة دراز (2022، ص842) حيث تبين أن أعلى نسبة من العينة تستخدم الدفع الآجل دون فوائد في شراء المواد الغذائية، وتتفق معها أيضاً في تقارب نسب استخدام هذه الخدمات في شراء الملابس، ومستلزمات التجميل والعناية الشخصية إذ بلغت 15.93%، و14.16% على التوالي، كما تتفق إلى حد ما مع تقرير شركة أماز (2024) الذي أشار إلى أن 21.8% استخدموا الدفع الآجل في خدمات توصيل الطعام.

ثالثاً: مناقشة النتائج في ضوء الفروض

الفرض الأول: توجد علاقة ارتباطية بين السلوكيات غير الرشيدة المرتبطة باستخدام خدمات الدفع الآجل وتحقيق الاستدامة المالية.

وللتحقق من صحة هذا الفرض تم عمل مصفوفة ارتباط بين محاور مقياس السلوكيات غير الرشيدة المرتبطة باستخدام خدمات الدفع الآجل ومقياس تحقيق الاستدامة المالية، والجدول التالي يوضح قيم معاملات الارتباط:

جدول (9) مصفوفة الارتباط بين محاور مقياس السلوكيات غير الرشيدة المرتبطة باستخدام خدمات الدفع الآجل ومقياس تحقيق الاستدامة المالية

تحقيق الاستدامة المالية ككل	
0.905- **	السلوكيات المالية غير الرشيدة
0.631- *	السلوكيات الاستهلاكية غير الرشيدة
0.849- **	السلوكيات غير الرشيدة المرتبطة باستخدام خدمات الدفع الآجل ككل

* دال عند 0.05

** دال عند 0.01

يتضح من جدول (9) وجود علاقة ارتباط عكسي بين محاور مقياس السلوكيات غير الرشيدة المرتبطة باستخدام خدمات الدفع الآجل ومقياس تحقيق الاستدامة المالية عند مستوى دلالة (0.01) و(0.05)، حيث كلما زادت السلوكيات المالية غير الرشيدة المرتبطة باستخدام خدمات الدفع الآجل قل تحقيق الاستدامة المالية، وأيضاً كلما زادت السلوكيات الاستهلاكية غير الرشيدة المرتبطة باستخدام هذه الخدمات قل تحقيق الاستدامة المالية، وبذلك كلما زادت السلوكيات المالية والاستهلاكية غير الرشيدة المرتبطة باستخدام خدمات الدفع الآجل قل تحقيق الاستدامة المالية.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة Abdul Halim et al (2024، ص408) التي وجدت أن خدمات الدفع الآجل تعزز سلوكيات الشراء الاندفاعي، مما يؤدي إلى آثار مالية سلبية على الاستقرار المالي، وأيضاً مع دراسة Abdul Razack & Jayarajan (2024، ص156) التي توصلت إلى أن هذه الخدمات تشجع على الشراء

الاندفاعي وتؤدي إلى الإنفاق الزائد وزيادة الأعباء المالية، مما يعكس مخاوف بشأن الآثار المالية طويلة الأجل، ودراسة ثابت وسيد (2024، ص323، 326) التي كشفت عن وجود علاقة ارتباطية طردية بين معدلات استخدام تطبيقات التقسيط الإلكتروني والصعوبات التي تواجه المستخدمين، ومن أبرز هذه الصعوبات زيادة الالتزامات المالية والديون، مما يؤثر سلباً على الاستقرار المالي للفرد، كما تتفق مع ما أظهرته دراسة Alessa & Alabdan (2025، ص512) حيث تبين أن خدمات الدفع الآجل تؤثر سلباً على الادخار والاستثمار لدى الطلاب؛ إذ واجه 35.32% صعوبات في الادخار، ووجد 31.65% تحديات في اتخاذ قرارات استثمارية، وأعرب 26.15% عن قلقهم بشأن الديون المرتبطة بهذه الخدمات.

وقد وجدت دراسة Ulbinaite et al (2023، ص29) علاقة دالة إحصائية بين السلوك المالي للشباب والموقف المالي تجاه الاستدانة، فكلما كان السلوك المالي أكثر رشداً أصبح موقفهم أكثر وعياً تجاه تطبيق مبادئ الاستدانة في قطاع الخدمات المالية، وأظهرت دراسة عبيد الله وآخرين (2023، ص147) أن الأفراد الذين يديرون أموالهم بكفاءة ويتجنبون المخاطر المالية يتجهون بشكل أقل لطلب القروض الاستهلاكية، وتوصلت دراسة Blue et al (2023، ص15) إلى أن ضعف السلوكيات المالية الإيجابية لدى مستخدمي خدمات الدفع الآجل يرتبط بانخفاض الثقافة المالية، كما توصلت دراسة البلك (2024، ص1043) إلى أن المعرفة المالية تقلل من استخدام خدمات الدفع الآجل، وأظهرت دراسته الأخرى (2024، ص1096) أن المخاطر المالية المدركة من هذه الخدمات تقلل من استخدامها، كذلك وجدت دراسة الانديجاني وآخرون (2024، ص555-556) أن الشباب الذين لديهم ثقافة الادخار كان سلوكهم المالي إيجابياً، حيث تبين أنهم يقللون من الاعتماد على الاقتراض ويسددون التزاماتهم المالية دون تأخير، ووجدت دراسة عبد الحليم وآخرون (2018، ص541) علاقة ارتباطية موجبة بين السلوك الشرائي الرشيد لطلالبات الجامعة وإدراكهن لكيفية إدارة المورد المالي.

الفرض الثاني: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجات أفراد العينة في السلوكيات غير الرشيدة المرتبطة باستخدام خدمات الدفع الآجل وفقاً لمتغيرات الدراسة.

وللتحقق من هذا الفرض تم تطبيق اختبار (ت)، وحساب تحليل التباين لدرجات أفراد العينة في السلوكيات غير الرشيدة المرتبطة باستخدام خدمات الدفع الآجل، والجدول التالية توضح ذلك:

جدول (10) الفروق في متوسط درجات أفراد العينة في السلوكيات غير الرشيدة المرتبطة باستخدام خدمات الدفع الآجل وفقاً لمتغير الجنس

الجنس	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	العينة	درجات الحرية	قيمة (ت)	الدلالة
ذكور	26.064	2.157	188	418	15.440	دال عند 0.01 لصالح الإناث
إناث	39.582	3.924	232			

يتضح من جدول (10) أن قيمة (ت) كانت (15.440) وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.01) لصالح الإناث، حيث بلغ متوسط درجات الإناث (39.582)، بينما بلغ متوسط درجات الذكور (26.064)، مما يدل على أن السلوكيات غير الرشيدة المرتبطة باستخدام خدمات الدفع الآجل كانت أعلى لدى الإناث مقارنة بالذكور. وقد يرجع ذلك لأن الإناث قد يكن أكثر اهتماماً بالمنتجات المرتبطة بالمظهر والموضة، والتي تُعد من المنتجات التي يكثر شراؤها باستخدام خدمات الدفع الآجل، مما قد يجعلهن أكثر تأثراً بالعروض والإعلانات الترويجية لهذه المنتجات، وبالتالي يمكن أن يسهم ذلك في زيادة السلوكيات غير الرشيدة المرتبطة باستخدام هذه الخدمات.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة Blue et al (2023، ص15) التي وجدت أن الإناث أكثر ميلاً لاستخدام خدمات الدفع الآجل، وأن مستوى ديونهن الناتجة عنها أعلى مقارنة بالذكور، كما يتسق ذلك مع تقرير شركة أماز (2024) الذي أشار إلى أن الإناث في المملكة العربية السعودية أكثر استخداماً لخدمات الدفع الآجل وذلك بنسبة 57%، وتتفق هذه النتيجة جزئياً مع ما توصلت إليه دراسة حميدة (2016، ص196) حيث تبين وجود فروق دالة إحصائية في السلوك الاستهلاكي الرشيد بين مستخدمي بطاقات الائتمان في الاقتراض لصالح الذكور، ودراسة شرف الدين (2018، ص178) التي كشفت عن وجود فروق دالة إحصائية بين الشباب في النمط الإنفاقي الرشيد لصالح الذكور. وفي المقابل تختلف هذه النتيجة مع دراسة عبيد الله وآخرين (2023، ص160) التي وجدت أن الذكور أكثر إقبالاً على القروض الاستهلاكية مقارنة بالإناث، ومع دراسة علي (2016)،

ص225) التي وجدت فروقاً دالة إحصائية في مستوى الاختلالات السلوكية الاستهلاكية لدى الشباب لصالح الذكور.

جدول (11) الفروق في متوسط درجات أفراد العينة في السلوكيات غير الرشيدة المرتبطة باستخدام خدمات الدفع الآجل وفقاً لمتغير الحالة الاجتماعية

الحالة الاجتماعية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	العينة	درجات الحرية	قيمة (ت)	الدلالة
متزوج	29.112	2.402	142	418	8.108	دال عند 0.01
غير متزوج	36.447	3.118	278			لصالح غير المتزوجين

يتضح من جدول (11) أن قيمة (ت) كانت (8.108) وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.01) لصالح غير المتزوجين، حيث بلغ متوسط درجات غير المتزوجين (36.447)، بينما بلغ متوسط درجات المتزوجين (29.112)، مما يشير إلى أن السلوكيات غير الرشيدة المرتبطة باستخدام خدمات الدفع الآجل كانت أعلى لدى غير المتزوجين مقارنة بالمتزوجين.

ويُفسر ذلك بأن المسؤوليات المالية لدى غير المتزوجين قد تكون أقل مقارنة بالمتزوجين، مما قد يترتب عليه استخدام خدمات الدفع الآجل دون تخطيط مالي مسبق، كما أن تمتعهم بقدر أكبر من الحرية في اتخاذ القرارات الشرائية قد يدفعهم إلى الشراء الاندفاعي والمتكرر عبر هذه الخدمات.

وتتفق هذه النتيجة مع ما توصلت إليه دراسة Majeed & Samorin (2025، ص783-784) حيث اتضح أن الميل نحو الشراء غير المخطط، وشراء سلع غير أساسية، والشراء بشكل متكرر كان أكثر شيوعاً لدى غير المتزوجين من مستخدمي خدمات الدفع الآجل مقارنة بالمتزوجين، كما تتفق جزئياً مع دراسة حميدة (2016، ص196) التي وجدت فروقاً دالة إحصائية في السلوك الاستهلاكي الرشيد بين مستخدمي بطاقات الائتمان في الاقتراض لصالح المتزوجين. بينما تختلف هذه النتيجة مع دراسة عبيد الله وآخرين (2023، ص160) التي وجدت أن المتزوجين أكثر إقبالاً على القروض الاستهلاكية مقارنة بغير المتزوجين.

جدول (12) تحليل التباين لدرجات أفراد العينة في السلوكيات غير الرشيدة المرتبطة باستخدام خدمات الدفع الآجل وفقاً لمتغير المستوى التعليمي

المستوى التعليمي	مجموع المربعات	متوسط المربعات	درجات الحرية	قيمة (ف)	الدلالة
بين المجموعات	20024.046	10012.023	2	66.148	0.01 دال
داخل المجموعات	63116.553	151.359	417		
المجموع	83140.599		419		

يتضح من جدول (12) أن قيمة (ف) كانت (66.148) وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى (0.01)، مما يدل على وجود فروق بين درجات أفراد العينة في السلوكيات غير الرشيدة المرتبطة باستخدام خدمات الدفع الآجل وفقاً لمتغير المستوى التعليمي، ولمعرفة اتجاه الدلالة تم تطبيق اختبار LSD للمقارنات المتعددة، والجدول التالي يوضح ذلك:

جدول (13) اختبار LSD للمقارنات المتعددة

المستوى التعليمي	أقل من ثانوي م = 37.718	ثانوي / دبلوم م = 28.912	جامعي فأعلى م = 21.095
أقل من ثانوي	-		
ثانوي / دبلوم	**8.806	-	
جامعي فأعلى	**16.623	**7.817	-

* دال عند 0.05

** دال عند 0.01



يتضح من جدول (13) وجود فروق في السلوكيات غير الرشيدة المرتبطة باستخدام خدمات الدفع الآجل بين أفراد العينة ذوي المستوى التعليمي الأقل من ثانوي وكل من ذوي المستوى التعليمي "ثانوي أو دبلوم، جامعي فأعلى" لصالح ذوي المستوى التعليمي الأقل من ثانوي عند مستوى دلالة (0.01)، كما توجد فروق بين ذوي المستوى التعليمي ثانوي أو دبلوم وجامعي فأعلى لصالح الحاصلين على مؤهل ثانوي أو دبلوم عند مستوى دلالة (0.01)، وبذلك يأتي في المرتبة الأولى أفراد العينة ذوي المستوى التعليمي الأقل من ثانوي حيث كانت السلوكيات غير الرشيدة المرتبطة باستخدام خدمات الدفع الآجل لديهم أعلى، ثم ذوي المستوى التعليمي ثانوي أو دبلوم في المرتبة الثانية، وأخيراً ذوي المستوى التعليمي جامعي فأعلى.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة Majeed & Samorin (2025، ص783-784) التي وجدت أن الميل نحو الشراء غير المخطط وشراء سلع غير أساسية كان أكثر شيوعاً لدى الفئات الأقل تعليماً من مستخدمي خدمات الدفع الآجل، وتتفق جزئياً مع دراسة دراز (2022، ص858-866) التي كشفت عن وجود فروق دالة إحصائية في الوعي باستخدام الدفع الآجل دون فوائد لصالح ذوي المستوى التعليمي المرتفع، وأرجعت ذلك إلى الدور الإيجابي للتعليم في توسيع مدارك العينة ومعارفها، والارتقاء بمستوى مهاراتها وممارساتها الإدارية، خاصة المالية، كما كشفت عن وجود فروق دالة إحصائية في القدرة على التحكم في السلوك الشرائي الاندفاعي لصالح ذوي المستوى التعليمي المرتفع، وقد أظهرت دراسة الجهني (2021، ص231) وجود علاقة ارتباطية طردية بين المستوى التعليمي والتخطيط الشرائي. ومن جانب آخر تختلف هذه النتيجة مع دراسة عبيد الله وآخرين (2023، ص156) التي وجدت أن ذوي المستوى التعليمي الأعلى أكثر إقبالاً على القروض الاستهلاكية، ودراسة Waliszewski et al (2024، ص454) التي توصلت إلى أنه كلما ارتفع مستوى التعليم زاد احتمال اختيار خدمات الدفع الآجل.

جدول (14) الفروق في متوسط درجات أفراد العينة في السلوكيات غير الرشيدة المرتبطة باستخدام خدمات الدفع الآجل وفقاً لمتغير المهنة

المهنة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	العينة	درجات الحرية	قيمة (ت)	الدلالة
يعمل	25.341	2.024	249	418	17.389	دال عند 0.01 لصالح غير العاملين
لا يعمل	40.470	3.981	171			

يتضح من جدول (14) أن قيمة (ت) كانت (17.389) وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.01) لصالح غير العاملين، حيث بلغ متوسط درجات غير العاملين (40.470)، بينما بلغ متوسط درجات العاملين (25.341)، مما يدل على أن السلوكيات غير الرشيدة المرتبطة باستخدام خدمات الدفع الآجل كانت أعلى لدى غير العاملين مقارنة بالعاملين.

وقد يرجع ذلك لأن غير العاملين قد تكون لديهم موارد مالية محدودة أو دخل أقل استقراراً، مما قد يدفعهم إلى الاعتماد على خدمات الدفع الآجل دون تخطيط مالي مسبق، كما قد يسهم ذلك في زيادة الشراء الاندفاعي وتراكم الالتزامات المالية والتأخر في سداد الأقساط أو عدم سدادها. وتختلف هذه النتيجة مع دراسة عبيد الله وآخرين (2023، ص157) التي وجدت أن العاملين أكثر إقبالاً على القروض الاستهلاكية.

جدول (15) تحليل التباين لدرجات أفراد العينة في السلوكيات غير الرشيدة المرتبطة باستخدام خدمات الدفع الآجل وفقاً لمتغير الدخل الشهري

الدخل الشهري	مجموع المربعات	متوسط المربعات	درجات الحرية	قيمة (ف)	الدلالة
بين المجموعات	19265.964	9632.982	2	49.944	0.01 دال
داخل المجموعات	80429.401	192.876	417		
المجموع	99695.365		419		

يتضح من جدول (15) أن قيمة (ف) كانت (49.944) وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى (0.01)، مما يدل على وجود فروق بين درجات أفراد العينة في السلوكيات غير الرشيدة المرتبطة باستخدام خدمات الدفع الآجل



وفقاً لمتغير الدخل الشهري، ولمعرفة اتجاه الدلالة تم تطبيق اختبار LSD للمقارنات المتعددة، والجدول التالي يوضح ذلك:

جدول (16) اختبار LSD للمقارنات المتعددة

الدخل الشهري	منخفض م = 24.119	متوسط م = 30.306	مرتفع م = 38.567
منخفض	-		
متوسط	**6.187	-	
مرتفع	**14.448	**8.261	-

* دال عند 0.05

** دال عند 0.01

يتضح من جدول (16) وجود فروق في السلوكيات غير الرشيدة المرتبطة باستخدام خدمات الدفع الآجل بين أفراد العينة ذوي الدخل المرتفع وكل من ذوي الدخل المتوسط والمنخفض لصالح ذوي الدخل المرتفع عند مستوى دلالة (0.01)، كما توجد فروق بين ذوي الدخل المتوسط والمنخفض لصالح ذوي الدخل المتوسط عند مستوى دلالة (0.01)، وبذلك يأتي في المرتبة الأولى أفراد العينة ذوي الدخل المرتفع حيث كانت السلوكيات غير الرشيدة المرتبطة باستخدام خدمات الدفع الآجل لديهم أعلى، ثم ذوي الدخل المتوسط في المرتبة الثانية، وأخيراً ذوي الدخل المنخفض.

ويمكن إرجاع ذلك إلى أن ذوي الدخل المرتفع يمتلكون قدرة شرائية أكبر، مما قد يعزز تكرار استخدام خدمات الدفع الآجل، كما أن توفر الموارد المالية لديهم يمكن أن يدفعهم إلى استخدام هذه الخدمات دون تخطيط مالي مسبق، مما قد يؤدي إلى الشراء الاندفاعي واقتناء الكماليات أو منتجات تفوق الحاجة.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة Majeed & Samorin (2025، ص783) التي وجدت أن الميل نحو الشراء غير المخطط وشراء سلع غير أساسية كان أكثر شيوعاً لدى الفئات ذات الدخل المرتفع من مستخدمي خدمات الدفع الآجل، ودراسة الجوهرى وعبد اللطيف (2020، ص734) التي أظهرت وجود فروق دالة إحصائية في أنماط السلوك الشرائي غير الرشيد لدى الشباب الجامعي لصالح ذوي الدخل المرتفع، وأرجعت ذلك إلى توفر السيولة وسهولة الاقتراض، وتتفق أيضاً مع دراسة علي (2016، ص238) التي وجدت فروقاً دالة إحصائية في مستوى الاختلالات السلوكية الاستهلاكية لدى الشباب لصالح ذوي الدخل المرتفع، وأرجع ذلك إلى ميول الشباب الإيجابية تجاه الاستهلاك والشراء، مما يجعل زيادة الدخل تؤدي إلى زيادة الإنفاق، كما تتفق هذه النتيجة جزئياً مع دراسة دراز (2022، ص859، 868) التي أظهرت فروقاً دالة إحصائية في كل من الوعي باستخدام الدفع الآجل دون فوائد والقدرة على التحكم في السلوك الشرائي الاندفاعي لصالح ذوات الدخل المنخفض، ودراسة عبيد الله وآخرون (2023، ص161) التي وجدت أن ذوي الدخل المرتفع أكثر إقبالاً على القروض الاستهلاكية، ودراسة Waliszewski et al (2024، ص454) التي توصلت إلى أنه كلما ارتفع الدخل الصافي لكل فرد في الأسرة زاد احتمال اختيار خدمات الدفع الآجل. وفي المقابل تختلف هذه النتيجة مع دراسة Kumar et al (2024، ص611) التي وجدت أن تأثير خدمات الدفع الآجل في زيادة الإنفاق ظهر بشكل أكبر لدى ذوي الدخل المنخفض، ودراسة حميدة (2016، ص196) التي أظهرت فروقاً دالة إحصائية في السلوك الاستهلاكي الرشيد بين مستخدمي بطاقات الائتمان في الاقتراض لصالح ذوي الدخل المرتفع، كما تختلف مع دراسة عبد الحليم وآخرين (2018، ص548) التي كشفت عن وجود تباين دال إحصائياً بين طالبات الجامعة في السلوك الشرائي الرشيد لصالح ذوات الدخل المرتفع.

الفرض الثالث: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط درجات أفراد العينة في تحقيق الاستدامة المالية وفقاً لمتغيرات الدراسة.

وللتحقق من هذا الفرض تم تطبيق اختبار (ت)، وحساب تحليل التباين لدرجات أفراد العينة في تحقيق الاستدامة المالية، والجدول التالي يوضح ذلك:

جدول (17) الفروق في متوسط درجات أفراد العينة في تحقيق الاستدامة المالية وفقاً لمتغير الجنس

الجنس	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	العينة	درجات الحرية	قيمة (ت)	الدلالة
ذكور	28.824	2.041	188	418	10.198	دال عند 0.01 لصالح الذكور
إناث	19.365	1.887	232			

يتضح من جدول (17) أن قيمة (ت) كانت (10.198) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (0.01) لصالح الذكور، حيث بلغ متوسط درجات الذكور (28.824)، بينما بلغ متوسط درجات الإناث (19.365)، مما يدل على أن الذكور كانوا أكثر تحقيقاً للاستدامة المالية مقارنة بالإناث. وقد يعود ذلك لأن السلوكيات غير الرشيدة المرتبطة باستخدام خدمات الدفع الأجل كانت أقل لدى الذكور مقارنة بالإناث، كما هو موضح بالنتائج السابقة في جدول رقم (10)، مما قد يسهم في تحقيق الاستدامة المالية. وقد وجدت دراسة Blue et al (2023، ص15) أن ضعف الثقافة المالية كان أكثر لدى الإناث من مستخدمي خدمات الدفع الأجل. وتختلف هذه النتيجة مع دراسة Ulbinaite et al (2023، ص30) التي وجدت أن الإناث أكثر اهتماماً بالاستدامة المالية مقارنة بالذكور، ودراسة Juita et al (2024، ص641) التي أظهرت أن تأثير الثقافة المالية الرقمية على تبني خدمات الدفع الأجل كان أكبر لدى الإناث مقارنة بالذكور، كما تختلف مع دراسة ريحان وآخرون (2018، ص442) التي لم تجد فروقاً دالة إحصائياً بين الذكور والإناث من طلاب الجامعة في وعيهم بإدارة المورد المالي.

جدول (18) الفروق في متوسط درجات أفراد العينة في تحقيق الاستدامة المالية وفقاً لمتغير الحالة الاجتماعية

الحالة الاجتماعية	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	العينة	درجات الحرية	قيمة (ت)	الدلالة
متزوج	26.705	2.572	142	418	12.558	دال عند 0.01 لصالح المتزوجين
غير متزوج	17.333	1.419	278			

يتضح من جدول (18) أن قيمة (ت) كانت (12.558) وهي قيمة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (0.01) لصالح المتزوجين، حيث بلغ متوسط درجات المتزوجين (26.705)، بينما بلغ متوسط درجات غير المتزوجين (17.333)، مما يدل على أن المتزوجين كانوا أكثر تحقيقاً للاستدامة المالية مقارنة بغير المتزوجين. وقد يرجع ذلك لأن السلوكيات غير الرشيدة المرتبطة باستخدام خدمات الدفع الأجل كانت أقل لدى أفراد العينة المتزوجين مقارنة بغير المتزوجين، كما هو موضح بالنتائج السابقة في جدول رقم (11)، وقد تسهم المسؤوليات المالية المتعددة لدى المتزوجين لتلبية احتياجات الأسرة في زيادة الاهتمام بإعداد الميزانيات وسداد الأقساط والالتزامات المالية في مواعيدها للحد من تراكم الديون، كما أن حرصهم على استقرار الأسرة وتأمين مستقبلها قد يعزز الادخار والاستثمار والتخطيط المالي طويل المدى لتحقيق الأهداف المستقبلية. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة Majeed & Samorin (2025، ص785) التي وجدت أن مستخدمي خدمات الدفع الأجل غير المتزوجين أكثر إدراكاً لعدم الاستقرار المالي مقارنة بالمتزوجين.

جدول (19) تحليل التباين لدرجات أفراد العينة في تحقيق الاستدامة المالية وفقاً لمتغير المستوى التعليمي

المستوى التعليمي	مجموع المربعات	متوسط المربعات	درجات الحرية	قيمة (ف)	الدلالة
بين المجموعات	19452.980	9726.490	2	53.507	0.01 دال
داخل المجموعات	75802.538	181.781	417		
المجموع	95255.518		419		

يتضح من جدول (19) أن قيمة (ف) كانت (53.507) وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى (0.01)، مما يدل على وجود فروق بين درجات أفراد العينة في تحقيق الاستدامة المالية وفقاً لمتغير المستوى التعليمي، ولمعرفة اتجاه الدلالة تم تطبيق اختبار LSD للمقارنات المتعددة، والجدول التالي يوضح ذلك:

جدول (20) اختبار LSD للمقارنات المتعددة

المستوى التعليمي	أقل من ثانوي م = 18.027	ثانوي / دبلوم م = 22.561	جامعي فأعلى م = 27.110
أقل من ثانوي	-		
ثانوي / دبلوم	**4.534	-	
جامعي فأعلى	**9.083	**4.549	-

* دال عند 0.05

** دال عند 0.01

يتضح من جدول (20) وجود فروق في تحقيق الاستدامة المالية بين أفراد العينة ذوي المستوى التعليمي جامعي فأعلى وكل من ذوي المستوى التعليمي "ثانوي أو دبلوم، أقل من ثانوي" لصالح الحاصلين على مؤهل جامعي فأعلى عند مستوى دلالة (0.01)، كما توجد فروق بين ذوي المستوى التعليمي ثانوي أو دبلوم والأقل من ثانوي لصالح الحاصلين على مؤهل ثانوي أو دبلوم عند مستوى دلالة (0.01)، وبذلك يأتي في المرتبة الأولى أفراد العينة ذوي المستوى التعليمي جامعي فأعلى حيث كانوا أكثر تحقيقاً للاستدامة المالية، ثم ذوي المستوى التعليمي ثانوي أو دبلوم في المرتبة الثانية، وأخيراً ذوي المستوى التعليمي الأقل من ثانوي.

وقد يكون ذلك نتيجة لأن السلوكيات غير الرشيدة المرتبطة باستخدام خدمات الدفع الأجل كانت أقل لدى أفراد العينة ذوي المستوى التعليمي جامعي فأعلى مقارنة بالفئات الأخرى، كما هو موضح بالنتائج السابقة في جدول رقم (13)، وكذلك قد يرتبط ارتفاع المستوى التعليمي بامتلاك الفرد للمعارف والمهارات التي تساعده على التخطيط المالي ومتابعة التزاماته المالية بشكل أفضل، مما قد يعكس ذلك في اتخاذ قرارات مالية رشيدة، وتعزيز الادخار والاستثمار والتخطيط للأهداف المستقبلية.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة Majeed & Samorin (2025، ص785) حيث تبين ارتفاع إدراك عدم الاستقرار المالي لدى مستخدمي خدمات الدفع الأجل من ذوي المستوى التعليمي المنخفض مقارنة بذوي المستويات التعليمية الأعلى، ومع دراسة حقي وآخرين (2024، ص208-209) ودراسة النقيب (2021، ص274) إذ وجدنا فروقاً دالة إحصائية بين أفراد العينة في إدارة الدخل المالي لصالح ذوات المستوى التعليمي المرتفع، وقد أظهرت دراسة عيد وآخرين (2025، ص717، 706) فروقاً دالة إحصائية في كل من المهارات المالية الرقمية لدى مستخدمات تطبيقات التقسيط الإلكترونية والمخاطر المدركة عند استخدامهن لهذه التطبيقات لصالح ذوات المستوى التعليمي المرتفع. بينما تختلف هذه النتيجة مع دراسة Ulbinaite et al (2023، ص30) التي توصلت إلى أن طلاب المدارس الثانوية أكثر اهتماماً بالاستدامة المالية مقارنة بطلاب التعليم العالي، ودراسة يوسف وآخرين (2019، ص255) التي لم تجد فروقاً دالة إحصائية بين أفراد العينة في إدارة الدخل المالي وفقاً للمستوى التعليمي، كما تختلف مع دراسة علي (2017، ص175) حيث تبين عدم وجود فروق دالة إحصائية في مستوى المخاطر المالية المدركة عند تبني تكنولوجيا التسوق عبر الإنترنت وفقاً لمتغير المستوى التعليمي.

جدول (21) الفروق في متوسط درجات أفراد العينة في تحقيق الاستدامة المالية وفقاً لمتغير المهنة

المهنة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	العينة	درجات الحرية	قيمة (ت)	الدلالة
يعمل	29.144	2.425	249	418	9.360	دال عند 0.01
لا يعمل	21.523	2.001	171			لصالح العاملين

يتضح من جدول (21) أن قيمة (ت) كانت (9.360) وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.01) لصالح العاملين، حيث بلغ متوسط درجات العاملين (29.144)، بينما بلغ متوسط درجات غير العاملين (21.523)، مما يدل على أن العاملين كانوا أكثر تحقيقاً للاستدامة المالية مقارنة بغير العاملين. وقد يرجع ذلك لأن السلوكيات غير الرشيدة المرتبطة باستخدام خدمات الدفع الآجل كانت أقل لدى أفراد العينة العاملين مقارنة بغير العاملين، كما هو موضح بالنتائج السابقة في جدول رقم (14)، وإلى جانب ذلك قد يتيح الدخل المنتظم للعاملين إمكانية التخطيط المالي وسداد الالتزامات في مواعيدها، مما قد يقلل من اعتمادهم على خدمات الدفع الآجل، كما قد يمكنهم من تخصيص جزء من دخلهم للاستثمار والتخطيط المالي لتحقيق الأهداف المستقبلية. ويتسق هذا التفسير مع ما ذكره Abdul Halim et al (2024، ص409) بأن الأفراد الأقل أمناً مالياً هم أكثر عرضة لتراكم الديون من خلال خدمات الدفع الآجل. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة حقي وآخرين (2024، ص213) التي كشفت عن وجود فروق دالة إحصائية بين أفراد العينة في إدارة الدخل المالي لصالح العاملين، وقد وجدت دراسة عيد وآخرين (2025، ص698-699) فروقاً دالة إحصائية في المعرفة والمهارات المالية الرقمية بين مستخدمي تطبيقات التقسيط الإلكترونية لصالح العاملين، وأرجعوا ذلك إلى أهمية العمل وما يوفره من الخبرات والمهارات، خاصة الرقمية، نظراً لأن نظم التعامل أصبحت إلكترونية في مختلف القطاعات، إضافة إلى ما يتيح العمل من نقل وتبادل التجارب في استخدام تطبيقات التقسيط. وفي المقابل تختلف هذه النتيجة مع دراسة يوسف وآخرين (2019، ص244) التي توصلت إلى وجود فروق دالة إحصائية بين أفراد العينة في إدارة الدخل المالي لصالح غير العاملين، ودراسة عيد وآخرين (2025، ص710) التي كشفت عن وجود فروق دالة إحصائية في المخاطر المدركة عند استخدام تطبيقات التقسيط الإلكترونية لصالح غير العاملين.

جدول (22) تحليل التباين لدرجات أفراد العينة في تحقيق الاستدامة المالية وفقاً لمتغير الدخل الشهري

الدخل الشهري	مجموع المربعات	متوسط المربعات	درجات الحرية	قيمة (ف)	الدلالة
بين المجموعات	18099.084	9049.542	2	33.214	0.01 دال
داخل المجموعات	113615.765	272.460	417		
المجموع	131714.849		419		

يتضح من جدول (22) أن قيمة (ف) كانت (33.214) وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى (0.01)، مما يدل على وجود فروق بين درجات أفراد العينة في تحقيق الاستدامة المالية وفقاً لمتغير الدخل الشهري، ولمعرفة اتجاه الدلالة تم تطبيق اختبار LSD للمقارنات المتعددة، والجدول التالي يوضح ذلك:

جدول (23) اختبار LSD للمقارنات المتعددة

الدخل الشهري	منخفض م = 18.014	متوسط م = 20.738	مرتفع م = 25.432
منخفض	-		
متوسط	*2.724	-	
مرتفع	**7.418	**4.694	-

* دال عند 0.05

** دال عند 0.01

يتضح من جدول (23) وجود فروق في تحقيق الاستدامة المالية بين أفراد العينة ذوي الدخل المرتفع وكلٍ من ذوي الدخل المتوسط والمنخفض لصالح ذوي الدخل المرتفع عند مستوى دلالة (0.01)، كما توجد فروق بين ذوي الدخل المتوسط والمنخفض لصالح ذوي الدخل المتوسط عند مستوى دلالة (0.05)، وبذلك يأتي في المرتبة الأولى أفراد العينة ذوي الدخل المرتفع حيث كانوا أكثر تحقيقاً للاستدامة المالية، ثم ذوي الدخل المتوسط في المرتبة الثانية، وأخيراً ذوي الدخل المنخفض.



ويمكن تفسير ذلك بأن ذوي الدخل المرتفع يمتلكون موارد مالية أكبر تمكنهم من سداد الالتزامات المالية في مواعيدها، كما قد تقلل هذه الموارد من الاعتماد على خدمات الدفع الآجل، وتتيح لهم فائضاً مالياً يمكن توجيهه نحو الادخار والاستثمار والتخطيط المالي لتحقيق الأهداف المستقبلية.

وتتفق هذه النتيجة مع دراسة Majeed & Samorin (2025، ص785) التي أظهرت ارتفاعاً في إدراك عدم الاستقرار المالي لدى مستخدمي خدمات الدفع الآجل من ذوي الدخل المنخفض مقارنة بذوي الدخل الأعلى، ودراسة Abdul Halim et al (2024، ص409) التي وجدت أن مستخدمي خدمات الدفع الآجل من ذوي الدخل المنخفض أكثر عرضة للأثار المالية السلبية، نظراً لافتقارهم إلى عادات مالية مستقرة، كما تتفق مع دراسة كل من حقي وآخرين (2024، ص217)، والنقيب (2021، ص275)، ويوسف وآخرين (2019، ص258) حيث تبين وجود فروق دالة إحصائية بين أفراد العينة في إدارة الدخل المالي لصالح ذوات الدخل المرتفع، وأرجع يوسف وآخرون (2019، ص258) ذلك إلى ارتفاع الدخل الشهري الذي يساعد على التخطيط للدخل المالي ويزيد من الوعي بأهمية هذا المورد، وكشفت دراسة ربحان وآخرون (2018، ص451) عن وجود فروق دالة إحصائية بين طلاب الجامعة في وعيهم بإدارة المورد المالي لصالح ذوي الدخل المرتفع، كما وجدت دراسة عبد الحليم وآخرون (2018، ص548) تبين دال إحصائية بين طالبات الجامعة في إدراكهن لكيفية إدارة المورد المالي لصالح ذوات الدخل المرتفع، ووجدت دراسة عيد وآخرون (2025، ص718، 708) فروقاً دالة إحصائية في كل من المهارات المالية الرقمية لدى مستخدمات تطبيقات التقسيط الإلكترونية والمخاطر المدركة عند استخدامهن لهذه التطبيقات لصالح ذوات الدخل المرتفع. ومن جانب آخر تختلف هذه النتيجة مع دراسة Ulbinaite et al (2023، ص30) التي وجدت أن ذوي الدخل المنخفض أكثر اهتماماً بالاستدامة المالية مقارنة بذوي الدخل المرتفع، ومع دراسة علي (2017، ص184) حيث اتضح عدم وجود فروق دالة إحصائية في مستوى المخاطر المالية المدركة عند تبني تكنولوجيا التسوق عبر الإنترنت وفقاً لمتغير الدخل الشهري.

الفرض الرابع: تختلف نسبة مشاركة العوامل المؤثرة على السلوكيات غير الرشيدة المرتبطة باستخدام خدمات الدفع الآجل.

وللتحقق من هذا الفرض تم حساب الأهمية النسبية باستخدام معامل الانحدار (الخطوة المتدرجة إلى الأمام) للعوامل المؤثرة على السلوكيات غير الرشيدة المرتبطة باستخدام خدمات الدفع الآجل، والجدول التالي يوضح ذلك:

جدول (24) الأهمية النسبية باستخدام معامل الانحدار (الخطوة المتدرجة إلى الأمام) للعوامل المؤثرة على السلوكيات غير الرشيدة المرتبطة باستخدام خدمات الدفع الآجل

المتغير التابع السلوكيات غير الرشيدة المرتبطة باستخدام خدمات الدفع الآجل	المتغير المستقل	معامل الارتباط	نسبة المشاركة	قيمة (ف)	الدلالة	معامل الانحدار	قيمة (ت)	الدلالة
	الجنس	0.925	0.856	165.852	0.01	0.717	12.878	0.01
	الدخل الشهري	0.891	0.794	107.810	0.01	0.634	10.383	0.01
	الحالة الاجتماعية	0.861	0.742	80.574	0.01	0.569	8.976	0.01
	المستوى التعليمي	0.803	0.645	50.850	0.01	0.456	7.131	0.01

يتضح من جدول (24) أن الجنس كان العامل الأكثر تأثيراً على السلوكيات غير الرشيدة المرتبطة باستخدام خدمات الدفع الآجل بنسبة 85.6%، يليه الدخل الشهري بنسبة 79.4%، وتأتي في المرتبة الثالثة الحالة الاجتماعية بنسبة 74.2%، وأخيراً في المرتبة الرابعة المستوى التعليمي بنسبة 64.5%. وقد وجدت دراسة شرف الدين (2018، ص182) أن الجنس كان أكثر العوامل تأثيراً في النمط الإنفاقي للشباب.

الفرض الخامس: تختلف نسبة مشاركة العوامل المؤثرة على تحقيق الاستدامة المالية. وللتحقق من هذا الفرض تم حساب الأهمية النسبية باستخدام معامل الانحدار (الخطوة المتدرجة إلى الأمام) للعوامل المؤثرة على تحقيق الاستدامة المالية، والجدول التالي يوضح ذلك:

جدول (25) الأهمية النسبية باستخدام معامل الانحدار (الخطوة المتدرجة إلى الأمام) للعوامل المؤثرة على تحقيق الاستدامة المالية

المتغير التابع تحقيق الاستدامة المالية	المتغير المستقل	معامل الارتباط	نسبة المشاركة	قيمة (ف)	الدلالة	معامل الانحدار	قيمة (ت)	الدلالة
	المستوى التعليمي	0.911	0.829	136.584	0.01	0.681	11.687	0.01
	المهنة	0.876	0.767	92.473	0.01	0.605	9.516	0.01
	الدخل الشهري	0.816	0.665	55.602	0.01	0.478	7.457	0.01

يتضح من جدول (25) أن المستوى التعليمي كان العامل الأكثر تأثيراً على تحقيق الاستدامة المالية بنسبة 82.9%، تليه المهنة بنسبة 76.7%، وأخيراً في المرتبة الثالثة الدخل الشهري بنسبة 66.5%. وقد يرجع ذلك لأن ارتفاع المستوى التعليمي قد يرتبط بامتلاك الفرد للمعارف والمهارات التي تساعد على التخطيط المالي وإدارة موارده المالية بكفاءة، أما بالنسبة للعمل فإنه يتيح دخلاً منتظماً ويكسب الفرد خبرة عملية، مما يساعده على تنظيم النفقات وسداد الالتزامات وتخصيص جزء من الدخل للدخار والاستثمار. وتتفق هذه النتيجة مع دراسة حقي وآخرين (2024، ص170) التي وجدت أن المستوى التعليمي لأفراد العينة كان من أكثر العوامل تأثيراً في إدارة الدخل المالي.

الفرض السادس: تختلف الأوزان النسبية لأكثر السلوكيات غير الرشيدة المرتبطة باستخدام خدمات الدفع الآجل.

وللتحقق من هذا الفرض تم إعداد جدول الوزن النسبي التالي:

جدول (26) الوزن النسبي لأكثر السلوكيات غير الرشيدة المرتبطة باستخدام خدمات الدفع الآجل

السلوكيات المالية والاستهلاكية غير الرشيدة المرتبطة باستخدام خدمات الدفع الآجل	الوزن النسبي	النسبة المئوية %	الترتيب
سلوكيات مالية غير رشيدة	435	48.5%	الثاني
سلوكيات استهلاكية غير رشيدة	462	51.5%	الأول
المجموع	897	100%	

يتضح من جدول (26) أن أكثر السلوكيات غير الرشيدة المرتبطة باستخدام خدمات الدفع الآجل هي السلوكيات الاستهلاكية غير الرشيدة بنسبة 51.5%، تليها السلوكيات المالية غير الرشيدة بنسبة 48.5%.

التوصيات والمقترحات:

- تفعيل دور الإعلام في تعزيز الوعي الاستهلاكي لدى الشباب من خلال التوعية بمخاطر الإفراط في استخدام خدمات الدفع الآجل والشراء الاندفاعي الناتج عن العروض والإعلانات وغيرها، بما يسهم في الحد من الاستهلاك المفرط.
- تعزيز التخطيط المالي لدى الشباب قبل استخدام خدمات الدفع الآجل من خلال رفع الوعي بأهمية إعداد الميزانية وربط استخدام هذه الخدمات بالقدر على السداد، بما يعزز السلوكيات المالية الرشيدة ويحد من تراكم الأقساط والديون.



- التنقيف والتوجيه الأسري للشباب، وخاصةً الإناث، حول السلوكيات الرشيدة المرتبطة باستخدام خدمات الدفع الأجل، وإدارة الموارد المالية، والادخار والاستثمار، والتخطيط للأهداف المستقبلية، وتنمية الثقافة المالية لديهم.
- تضمين مفاهيم التنقيف المالي وترشيد الاستهلاك في المناهج التعليمية والبرامج التوعوية في المدارس والجامعات لتمكين الشباب من تبني سلوكيات مالية واستهلاكية رشيدة عند استخدام خدمات الدفع الأجل وتحقيق الاستدامة المالية.
- توظيف المنصات الرقمية والتقنيات الحديثة لتقديم محتوى تنقيفي حول السلوكيات الرشيدة المرتبطة باستخدام خدمات الدفع الأجل، وإدارة الموارد المالية، وتعزيز الادخار بدلاً من الاعتماد على هذه الخدمات، بما يمكن الشباب من اتخاذ قرارات رشيدة تدعم تحقيق الاستدامة المالية.
- إعداد برامج تدريبية وورش عمل لتطوير مهارات الشباب في إدارة الموارد المالية، والتخطيط للأهداف المستقبلية، وتنمية ثقافة الادخار والاستثمار، والاستخدام الرشيد لخدمات الدفع الأجل.
- عقد الندوات والمؤتمرات لتوعية الشباب بالسلوكيات غير الرشيدة المرتبطة باستخدام خدمات الدفع الأجل، وبيان أثارها السلبية على الاستدامة المالية، مع التركيز على السلوكيات الاستهلاكية غير الرشيدة.
- دعم المبادرات الوطنية للتنقيف المالي التي تستهدف الفئات الأكثر عرضة للسلوكيات غير الرشيدة المرتبطة باستخدام خدمات الدفع الأجل والأقل تحقيقاً للاستدامة المالية، بما يساهم في تعزيز السلوكيات الرشيدة لدى الشباب عند استخدام هذه الخدمات وتحقيق الاستدامة المالية.
- تطوير أدوات تقنية في تطبيقات شركات الدفع الأجل، مثل تنبيهات مواعيد الأقساط وإشعارات ارتفاع الالتزامات المالية أو زيادة عمليات الشراء خلال فترة قصيرة أو الاقتراب من الحد الائتماني، بما يحد من التعثر في السداد وتراكم الديون.
- تضمين رسائل توعوية داخل تطبيقات شركات الدفع الأجل لتوضيح السلوكيات غير الرشيدة المرتبطة باستخدام هذه الخدمات وأثارها على الاستدامة المالية.
- تكثيف جهود الهيئات المعنية بحماية المستهلك في الحملات والبرامج التوعوية حول السلوكيات الاستهلاكية غير الرشيدة المرتبطة باستخدام خدمات الدفع الأجل، بما يساهم في الحد منها.
- إجراء دراسات تشمل فئات عمرية مختلفة ومناطق أخرى داخل المملكة العربية السعودية ومزودي خدمات الدفع الأجل الآخرين، بهدف مقارنة نتائجها مع نتائج الدراسة الحالية.
- توجيه الدراسات المستقبلية لدراسة سلوكيات المستهلك المرتبطة باستخدام خدمات التكنولوجيا المالية الأخرى وعلاقتها بالاستدامة المالية.
- إجراء هذه الدراسة في دول عربية أخرى لتعزيز النتائج التي تم التوصل لها.

المراجع

1. أباه لعبيدي، إبراهيم، وبوكري، عبد الرؤوف. (2021). تأثير الإعلان الإلكتروني على السلوك الشرائي لدى الشباب الجزائري (رسالة ماجستير، جامعة محمد خيضر – بسكرة، الجزائر).
2. الانديجاني، مها، بدوي، ندى، المنديل، صبيته، والحري، أحلام. (2024). محددات الوعي المالي بين الشباب في المجتمع السعودي. مجلة جامعة الشارقة للعلوم الإنسانية والاجتماعية، 21(1)، 528-570. <https://doi.org/10.36394/jhss/21/1/17>
3. البلك، وليد. (2024). محددات ونتائج استخدام خدمات "اشتر الآن وادفع لاحقاً" في مصر. المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية، 15(2)، 1043-1098. <https://doi.org/10.21608/jces.2024.361701>
4. البلك، وليد. (2024). العوامل المؤثرة على نية المستهلكين من جيل Z وجيل الألفية استخدام خدمات "اشتر الآن وادفع لاحقاً" BNPL. المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والتجارية، 5(2)، 1095-1130. <https://doi.org/10.21608/cfdj.2024.297120.1984>
5. البنك المركزي السعودي. (2022). التقرير السنوي للتقنية المالية 2022. https://www.sama.gov.sa/ar-sa/Documents/AFR22_ar.pdf
6. البنك المركزي السعودي. (2023). قواعد تنظيم شركات الدفع الأجل (BNPL). https://rulebook.sama.gov.sa/sites/default/files/ar_net_file_store/SAMA_AR_6523_VER1_0.pdf



7. تايبي. (2026). <https://tabby.sa/en-SA>.
8. تمارا. (2026). <https://tamara.co/ar-sa>.
9. ثابت، رضا، وسيد، آية. (2024). استخدام الجمهور المصري لتطبيقات التقسيط الإلكتروني وتأثيراته على الاقتصاد القومي. المجلة المصرية لبحوث الإعلام، (86)، 287-331.
<https://doi.org/10.21608/ejsc.2024.349603>
10. الجهني، سميرة. (2021). دور وسائل الإعلام المختلفة في تنمية وعي المرأة السعودية تجاه التخطيط الشرائي. المجلة الدولية للعلوم الإنسانية والاجتماعية، (20)، 201-236.
<https://doi.org/10.33193/IJoHSS.20.2021.228>
11. الجوهرى، شيماء، وعبد اللطيف، أسماء. (2020). الجودة المدركة للتسوق الإلكتروني وعلاقتها بأنماط السلوك الشرائي لدى الشباب الجامعي. مجلة البحوث في مجالات التربية النوعية، (31)6، 683-753.
<https://doi.org/10.21608/jedu.2020.46383.1097>
12. الحربي، مسلم. (2024). الدوافع والآثار الاجتماعية لاستخدام آليات الدفع الأجل على الأسرة السعودية. مجلة الخدمة الاجتماعية، (3)79، 171-196.
<https://doi.org/10.21608/egjsw.2024.271909.1296>
13. حقي، زينب، حسين، نجلاء، و خليل، إسراء. (2024). التسوق الإلكتروني وعلاقته بالإدارة الذكية لموارد الأسرة في ضوء الأزمة الاقتصادية المعاصرة. مجلة الاقتصاد المنزلي، (1)40، 169-228.
<https://doi.org/10.21608/jhe.2024.393948>
14. حميدة، أسماء. (2016). أنماط استخدام بطاقات الائتمان وعلاقتها بالسلوك الاستهلاكي في ضوء متطلبات الجودة لأعضاء هيئة التدريس. مجلة دراسات وبحوث التربية النوعية، (2)2، 194-256.
<https://doi.org/10.21608/jsezu.2016.237042>
15. حورية، شريف، وسليمان، سحر. (2021). الإقبال على بعض مستحدثات التسوق وعلاقته بالإدمان الشرائي لربة الأسرة. مجلة البحوث في مجالات التربية النوعية، (34)7، 1147-1218.
<https://doi.org/10.21608/jedu.2021.58931.1210>
16. دراز، إيمان. (2022). الوعي باستخدام وسائل الدفع عبر بطاقات الائتمان في ضوء مستحدثات الصيرفة الإلكترونية وعلاقته بالقدرة على التحكم في السلوك الشرائي لدى المرأة العاملة. مجلة بحوث التربية النوعية، (65)، 823-878.
<https://doi.org/10.21608/mbse.2021.96905.1056>
17. ربحان، الحسيني، دويك، عيبر، عوضين، دعاء، والسيد، هاجر. (2018). وعي طلاب الجامعة بإدارة موارد الأسرة وعلاقته باتخاذ القرار لديهم. مجلة بحوث التربية النوعية، (49)، 427-464.
<https://doi.org/10.21608/mbse.2018.137738>
18. سبع، فايزة. (2020). قياس اتجاهات المستهلكين نحو نظام الدفع الإلكتروني في الجزائر (رسالة دكتوراه، جامعة فرحات عباس - سطيف 1، الجزائر).
19. شرف الدين، لمياء. (2018). اتجاه الشباب نحو التجارة الإلكترونية للسلع المستعملة وعلاقته بنمطهم الإنفاقي. المجلة العلمية لكلية التربية النوعية، (14)5، 141-189.
<https://doi.org/10.21608/molag.2018.155243>
20. شركة أماز. (2024). اشترى اليوم وادفع غداً.
https://amaz.sa/public/uploads/images/services/ktXkHCRK42D3GgQ56276711712190242_8809152.pdf
21. عبد الحليم، لمياء، عبد المنعم، يسرية، الشربيني، ريهام، وحافظ، دعاء. (2018). الوعي بقيمة بعض الموارد وعلاقته بالسلوك الشرائي الرشيد لطالبات الجامعة. مجلة الزقازيق للبحوث الزراعية، (2)45، 533-554.
<https://doi.org/10.21608/zjar.2018.49178>
22. عبيد الله، عبيد الله، المري، عبد الرحمن، وزايد، ريان. (2023). محددات الطلب على القروض الاستهلاكية في قطر. مجلة الاقتصاد والمالية، (2)9، 147-164.
23. عقران، أريج. (2024). أثر الإنفاق الأسري على الأنشطة الترفيهية في تحقيق الاستدامة المالية للأسرة السعودية. مجلة العصر للعلوم الإنسانية والاجتماع، (15)، 193-220.



24. العقلاء، بنان. (2024). تقسيط المشتريات عن طريق تابي وتمارا، طبيعته وحكمه. مجلة كلية الشريعة والقانون بتفهننا الأشراف – دقهلية، 28(2)، 74–105. <https://doi.org/10.21608/jfslt.2024.369462>
25. علي، إحسان. (2017). المخاطر المدركة وانعكاساتها في درجة تبني الزبون لتكنولوجيا التسوق عبر الإنترنت (رسالة دكتوراه، جامعة الجزائر 3، الجزائر).
26. علي، عبير. (2016). بعض الاختلالات السلوكية الاستهلاكية لشباب الجامعة وعلاقتها بالقلق المستقبلي لديهم. مجلة بحوث التربية النوعية، 42(4)، 197–248. <https://doi.org/10.21608/mbse.2016.139384>
27. عيد، سلوى، دراز، إيمان، والسواح، إلهام. (2025). الوعي المالي الرقمي وعلاقته بتحفيز الشراء عبر تطبيقات التقسيط الإلكترونية لدى عينة من ربات الأسر. مجلة بحوث التربية النوعية، 92(9)، 667–728. <https://doi.org/10.21608/mbse.2025.385036.1638>
28. فلمبان، يزن، والسلمي، ماجد. (2023). أثر التوجه نحو استخدام خدمة تابي على السلوك الشرائي لدى المستهلك في منطقة تبوك. مجلة جامعة تبوك للعلوم الإنسانية والاجتماعية، 3(4)، 211–244.
29. النقيب، ريهام. (2021). التفكير الإبداعي لربة الأسرة وعلاقته بإدارة الدخل المالي الأسري. مجلة الاقتصاد المنزلي، 37(1)، 251–284. <https://doi.org/10.21608/jhe.2021.160094>
30. الهيئة العامة للإحصاء. (2023). تقرير إحصاءات الشباب السعودي 2023. <https://www.stats.gov.sa/documents/20117/2435273/Saudi+Youth+Statistics++ar.pdf/52c079fd-87eb-a1a1-d2dd-945566252195?t=1742730562275>
31. يوسف، زينب، رصاص، نهاد، والبصلي، منى. (2019). التسوق الإلكتروني وعلاقته بإدارة بعض الموارد الأسرية لدى عينة من ربات الأسر. المجلة العلمية لكلية التربية النوعية، 6(20)، 215–266. <https://doi.org/10.21608/molag.2019.152888>
32. Abdul Halim, N., Salleh, S., Mustapa, S. N. S., Rozali, N., & Khairi, S. M. (2024). From instant gratification to long-term consequences: How buy now, pay later influences consumer behavior and financial stability. *International Journal of Research and Innovation in Social Science*, 8, 403–411. <https://doi.org/10.47772/IJRISS.2024.809035>
33. Abdul Razack, K. P., & Jayarajan, T. K. (2024). How equated monthly instalment (EMI) schemes and buy now, pay later (BNPL) services fuel impulsive buying: A closer look at consumer behaviour. *International Education and Research Journal (IERJ)*, 10(8), 152–157. <https://doi.org/10.21276/IERJ24012317973305>
34. Abed, S. S., & Alkadi, R. S. (2024). Sustainable development through fintech: Understanding the adoption of buy now pay later (BNPL) applications by Generation Z in Saudi Arabia. *Sustainability*, 16(15), 1–19. <https://doi.org/10.3390/su16156368>
35. Alessa, G. A., & Alabdan, R. (2025). The impact of buy now pay later (BNPL) services on Saudi university students' buying and financial behaviors. *Advances and Applications in Statistics*, 92(4), 489–535. <https://doi.org/10.17654/0972361725022>
36. Bakar, R., Fauziyah, N., & Rahmat, A. (2025). Do consumers perceive impulsive buying and pain of payment? E-commerce transactions using pay later, e-wallet, and cash-on-delivery. *Gadjah Mada International Journal of Business*, 27(1), 31–59. <https://doi.org/10.22146/gamaijb.81568>
37. Blue, L., Coglan, L., Pham, T., Lammers, I., Menner, R., & Lee, C. (2023). Spend and repeat! Young adults' experiences with buy now pay later services. *Financial Planning Research Journal*, 9(1), 1–19. <https://doi.org/10.2478/fprj-2023-0002>



38. Conceicao, M. (2025). The effect of buy now, pay later (BNPL) on consumer spending habits. *International Journal of Scientific Research and Engineering Development*, 8(1), 1747–1753.
39. Fintech Saudi. (2023). Annual Fintech Report 2023.
40. Gogoi, J., & Baruah, D. (2023). Buy now pay later (BNPL) - a new trend: Its awareness and acceptance among the millennials & generation “Z” with special reference to Jorhat District, Assam. *International Journal for Multidisciplinary Research (IJFMR)*, 5(6), 1–13. <https://doi.org/10.36948/ijfmr.2023.v05i06.9844>
41. Hira, T. K. (2016). Financial sustainability and personal finance education. In J. Xiao (Ed.), *Handbook of Consumer Finance Research* (pp. 357–366). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-319-28887-1_29
42. Juita, V., Pujani, V., Rahim, R., & Rahayu, R. (2024, January). The influence of user’s digital financial literacy and perceived risks on buy now pay later (BNPL) adoption: A gender’s perspective. In *International Conference on Entrepreneurship, Leadership and Business Innovation (ICELBI 2022)* (pp. 629–645). Atlantis Press. https://doi.org/10.2991/978-94-6463-350-4_63
43. Khan, M., & Haque, S. (2020). Impact of buy now-pay later mechanism through installment payment facility and credit card usage on the impulsive purchase decision of consumers: Evidence from Dhaka City. *Southeast University Journal of Arts and Social Sciences*, 3(1), 40–59.
44. Kumar, A., Salo, J., & Bezawada, R. (2024). The effects of buy now, pay later (BNPL) on customers’ online purchase behavior. *Journal of Retailing*, 100(4), 602–617. <https://doi.org/10.1016/j.jretai.2024.09.004>
45. Kutbi, A., Alsilmani, A., & Khan, R. M. (2024). The effect of buy now, pay later fintech on traditional financial services and consumer behavior in Saudi Arabia. *Financial & Credit Activity: Problems of Theory & Practice*, 2(55), 281–297. <https://doi.org/10.55643/fcaptop.2.55.2024.4323>
46. Majeed, K., & Samorin, M. C. (2025). Spending patterns and financial risks among ‘buy now, pay later’ (BNPL) consumers. *Psychology and Education: A Multidisciplinary Journal*, 39(6), 780–787. <https://doi.org/10.70838/pemj.390605>
47. Powell, R., Do, A., Gengatharen, D., Yong, J., & Gengatharen, R. (2023). The relationship between responsible financial behaviours and financial wellbeing: The case of buy-now-pay-later. *Accounting & Finance*, 63(4), 4431–4451. <https://doi.org/10.1111/acfi.13100>
48. Singh, N., & Sahni, S. (2024). Impact of buy now pay later (BNPL) services in online shopping on consumer behaviour in Delhi NCR. *ShodhKosh: Journal of Visual and Performing Arts*, 5(4), 1276–1284. <https://doi.org/10.29121/shodhkosh.v5.i4.2024.4146>
49. Thompson, M. C., & Alharthi, N. (2025). Awareness of financial literacy among young Saudis: Establishing a healthy relationship with money. *King Faisal Center for Research and Islamic Studies*.
50. Ulbinaite, A., Gudaitis, T., & Baranauskas, M. (2023). Personal finance management skills and financial sustainability literacy knowledge of Generation Y: An empirical analysis in Lithuania. *Review of European Studies*, 15(3), 16–33.



مجلة الفنون والأدب وعلوم الإنسانيات والاجتماع

Journal of Arts, Literature, Humanities and Social Sciences

Website: www.jalhss.com Email: editor@jalhss.com

Volume (133) October 2026 | العدد (133) أكتوبر 2026



<https://doi.org/10.5539/res.v15n3p16>

51. Vyas, R. (2025). Understanding consumer behaviour (1st ed., pp. 107–125). Noble Science Press. <https://doi.org/10.52458/9789349381636.nsp.2025.eb.ch-07>

52. Waliszewski, K., Solarz, M., & Kubiczek, J. (2024). Factors influencing the use of buy now pay later (BNPL) payments. Contemporary Economics, 18(4), 444–457. <https://doi.org/10.5709/ce.1897-9254.548>