

مميزات وعيوب استخدام آليات الدفع الآجل

الباحث

مسلم سليمان محمد المحمادي الحربي

باحث دكتوراة في علم الاجتماع- جامعة الملك عبدالعزيز جدة

1445 هـ / 2024 م

أولاً: مشكلة الدراسة:

إن انتشار خدمة الدفع الآجل بين أفراد المجتمع يلعب دوراً معوقاً في عملية التنشئة الاجتماعية، ومن ثم في عملية التنمية الشاملة، فوفقاً لما ذكره عبد الرحمن (2012، 318) بأن إذا كانت الوفرة المالية وما يصاحبها من نزعة استهلاكية؛ نتيجة التسهيلات التي تقدمها خدمة الدفع الآجل تؤثر على المجتمع، فإنها أيضاً تجعل الأفعال الاجتماعية للأفراد تميل إلى الانحراف عن أهدافها المثالية. فخدمة الدفع الآجل ساعدت على نشر قيم الاستهلاك، وقيم التعامل النقدي، والروح الفردية الأنانية، وإيجاد الرغبة في التميز من خلال اقتناء أشياء استهلاكية معينة، فضلاً عن إهدار قيم العمل. كما أكد صقر (2019، 123) أن فالاستهلاك يسهم في تشكيل العلاقات الاجتماعية، والمعاني الاجتماعية، على نحو لا يقل أصالة عن الإنتاج، وأن ما شهده المجتمع من تغيرات بنائية، أدى إلى إفراز أنماط سلوكية استهلاكية، أظهرت ثقافة استهلاكية وسلوكاً استهلاكياً في المجتمع.

ولذا من الأهمية تحديد مفهوم الدفع الآجل، ونشأة وتطور آليات الدفع الآجل، ومميزات وعيوب استخدام الدفع الآجل، ودوافع وأسباب اللجوء لاستخدام الدفع الآجل، وإجراءات استخدام نظام الدفع الآجل (اشتر الآن وادفع لاحقاً)، والمعايير والبنود التي تستند عليها خدمة الدفع الآجل، والمخاطر المرتبطة بآليات الدفع الآجل (اشتر الآن وادفع لاحقاً).

حيث أصبحت دراسة ظاهرة الاستهلاك من الدراسات التي تجذب باحثي علم الاجتماع على اختلاف تخصصاتهم، فالاستهلاك هو المحور الذي تدور حوله جميع نشاطات القطاعات الاقتصادية الأخرى، إذ تلعب دوراً هاماً في تحديد استثمارات الدول ومدخراتها وإنتاجها، وبالتالي يؤثر في التنمية التي تعد حجر الزاوية في بناء المجتمعات. ووفقاً لما ذكره شعيب (2019، 336) بأن المجتمع شهد تغيرات اجتماعية واقتصادية كبرى متساوية صاحبها انتشار ثقافة الاستهلاك على مستوى الأفراد والأسرة والمجتمع، والتي أصبحت العامل المشترك بين الأسر في العصر الحالي، فقد أصبحت الأسر أسراً مستهلكة مهما اختلفت مواقعها، أو مستويات تعليم أفرادها، أو اتجاهاتهم، أو قدراتهم الشرائية، بحيث صارت هذه الثقافة وما يصاحبها من سلوكيات استهلاكية مكلفة للمجتمع، بل وتؤثر سلباً على استكمال عملية التنمية به .

وقد تزامن انتشار ظاهرة الاستهلاك بشكل مبالغ فيه بين أفراد المجتمع مع ظهور خدمة الدفع الآجل، إذ انتشرت هذه الخدمة بصورة كبيرة في جميع أنحاء العالم في السنوات القليلة الماضية، لأن هذه الطريقة توفر للمستهلكين طريقة بديلة للدفع مقابل مشترياتهم، مما قد يساعدهم في موازنة إنفاقهم بشكل أفضل. وفي الوقت نفسه يشكل أيضاً خطراً على إنفاق المستهلكين، بما يتجاوز إمكانياتهم من خلال تسهيل تحديد خيار "الدفع الآجل" عدة مرات (Gdalan, et.al, 2022,p3).

فوفقاً لما أشارت إليه دراسة المان وآخرون (2022) تقدم خدمة الدفع الآجل للمستهلكين قروض يمكنهم استخدامها في الدفع مقابل مشتريات التجزئة عبر الإنترنت، أو في المتجر خلال فترة محددة، وعادة ما تكون أربع دفعات على مدى ستة أسابيع. وتتيح هذه القروض للمستهلكين شراء المنتجات على الفور، ودفع جزء فقط من التكلفة مقدماً.

وقد استفاد تجار التجزئة، الذين يكون أغلب عملائهم من الشباب بشكل خاص، من جاذبية الدفع الآجل بين تلك الفئة السكانية، إذ سهّل خيار التقسيط على العملاء الأصغر سنًا لدفع ثمن مشترياتهم من تجار التجزئة، كما ساعد الدفع الآجل على رفع معدلات تحويل التجزئة بنسبة 20% إلى 30%. ففي السابق كان الأشخاص يتصفحون المتاجر عبر الإنترنت أو شخصيًا، ويرون الأشياء التي تعجبهم، ولكن لا يشترونها دائما بسبب قيود الميزانية أو لأسباب أخرى، ولكن مع وجود خدمة الدفع الآجل كخيار دفع، زاد بشكل كبير من فرص إتمام المتسوق لعملية الشراء فعليًا (Gdalan, et.al, 2022, p3).

ونتيجة لذلك تُعدّ خدمة الدفع الآجل ابتكارًا غير منظم إلى حد كبير في مجال التكنولوجيا المالية، فهو يوفر للمستهلكين وصولًا سهلًا إلى الائتمان لعمليات شراء التجزئة المحددة، مما قد يؤثر سلبًا على المستوى الاقتصادي للفرد. فمن خلال استخدام البيانات المصرفية لـ 10.6 مليون مستهلك في الولايات المتحدة، تبين أن مستخدمي خدمة الدفع الآجل الجدد يواجهون زيادات سريعة في رسوم السحب على المكشوف، وفوائد ورسوم بطاقات BNPL مستخدمي الائتمان، مقارنة بغير المستخدمين. وكما اتضح أن المتغير الأساسي الذي يستغل عادات التسوق لدى المستهلكين، قبل انتشار خدمة الدفع الآجل يزيد من معقولية أن يكون لخدمة الدفع الآجل تأثير سلبي على عادات الإنفاق لدى المستخدمين، إذ تُشير استطلاعات الممارسين إلى أن الدفع الآجل غير بالفعل سلوكيات الإنفاق ومخاطره. فعلى سبيل المثال: أبلغ 70% من مستخدمي الدفع الآجل عن إنفاقهم عبر خدمة الدفع الآجل أكثر مما كانوا سيدفعونه، خلاف ذلك هناك (38%) استخدموا الدفع الآجل لإجراء عملية شراء لا تناسب ميزانيتهم، وأن ما يصل إلى 42% لم يتم سداد مدفوعاتهم، و25% اعتمدوا الدفع الآجل لتجنب فحص الائتمان الصعب (deHaan, et la. 2022, 1-2).

كما اشارت دراسة Johnson, et al (2021, p11-14) أنه وفقا لدراسة استطلاعية قامت بها كل من Hiilamo وTurunen تبين أن مدفوعات قروض الدفع الآجل غير المستوفاة أدت إلى زيادة الأفكار الانتحارية والاكتئاب. كما أبلغت عن تحسن في الصحة المتصورة، عندما قام الناس بسداد أو خفض الديون في عينة من 3121 شخصًا. كما أكدت على أن زيادة ديون المستهلك تؤدي إلى زيادة العبء المعرفي، مما يؤدي إلى اتخاذ قرارات مالية مخترقة، حيث يميل المستهلكون إلى تحمل المزيد من المخاطر، وتجاهل تكاليف الفرصة البديلة، واستثمار جهود معرفية أقل في مهام الاختيار. وأن الإفراط في المديونية يؤدي إلى زيادة احتمالية إبلاغ المستجيبين بأن صحتهم إما سيئة أو سيئة للغاية، وهناك أيضا أدلة تشير إلى أن ديون بطاقات الائتمان مرتبطة بالاكتئاب، أو القلق أو التوتر أو التفكير في الانتحار في آسيا. (Johnson, etal,2021, p11-14)

ونظرًا لما تشهده خدمة الدفع الآجل من انتشار واتساع، إذ بدأت تكتسب أرضية متزايدة في التجارة الإلكترونية كطريقة دفع، يتم استخدامها بشكل كبير بسبب نوع الوظيفة التي توفرها لكل من العلامات التجارية والمستهلكين على وجه الخصوص. وانجذاب المستهلكين لها لأنها توفر مزايا تفتقر إليها طريقة الدفع التقليدية.

ثانياً: أهمية الدراسة:

الأهمية العلمية:

1. ترجع أهمية هذه الدراسة من كونها تناولت الدفع الآجل، وأثره على الأوضاع الاجتماعية للأسرة السعودية.

2. إثراء المكتبات العربية بدراسات متخصصة في مجال علم الاجتماع الاقتصادي.
3. ندرة الدراسات العربية في حدود علم الباحث، التي اهتمت بدراسة الدوافع والآثار الاجتماعية للدفع الآجل.

الأهمية العملية:

1. تُسهم نتائج الدراسة في مساعده المختصين، لإعداد برامج إرشادية لتوعية الأسر بالآثار الاجتماعية والاقتصادية للدفع الآجل.
2. تبصير الاسر بالمميزات والعيوب المترتبة على استخدام آليات الدفع الآجل.
- تُسهم مثل هذه الدراسات في سن قوانين لتقنين استخدام آليات الدفع الآجل

ثالثاً: أهداف الدراسة:

تسعى الدراسة لتحديد المميزات والعيوب المترتبة على استخدام آليات الدفع الآجل.

رابعاً: تساؤلات الدراسة:

تحاول الدراسة الحالية الإجابة عن التساؤلات التالية:

1. ما المميزات المرتبطة باستخدام آليات الدفع الآجل؟
2. ما العيوب الناجمة عن استخدام آليات الدفع الآجل؟
3. ما مخاطر استخدام آليات الدفع الآجل على الأسر السعودية؟

خامساً: الدراسات السابقة :

المحور الأول: دراسات تناولت الدفع الآجل باستخدام نموذج اشتر الآن وادفع لاحقاً بشكل عام:

- دراسة Khan & Haque (2020) بعنوان " تأثير آلية الشراء الآن والدفع لاحقاً من خلال تسهيل الدفع الأقساط واستخدام بطاقة الائتمان على قرار الشراء المتسرع للمستهلكين: دليل من مدينة دكا".

وهدفت إلى دراسة تأثير آلية الشراء الآن - الدفع لاحقاً من خلال تسهيل الدفع بالتقسيط، واستخدام بطاقة الائتمان في قرار الشراء المندفع للمستهلكين. واستخدمت الدراسة بشكل أساسي البيانات الأولية (الاستبانة) التي تم جمعها من 418 مستجيباً باستخدام تقنية أخذ العينات على مرحلتين. يتم استخدام طريقة تحليل الانحدار المتعدد للتحقيق في العوامل التي تؤثر على المستهلكين، لاستخدام طريقة الدفع للشراء الآن والدفع لاحقاً. وتوصلت الدراسة إلى بعض النتائج ومنها، أن التعليم وزيادة الطلب على السلع الكمالية، وتحسين مستوى المعيشة بالاستفادة من طريقة الدفع هذه، لها تأثير كبير على زيادة قيمة الشراء السنوي للمنتجات من خلال آلية الشراء الآن والدفع لاحقاً. تكشف هذه الزيادة في النفقات أيضاً عن قرار الشراء المندفع للمستهلكين. ووجود نظام مصرفي ومالي أكثر تطوراً، مما يقلل من الاختلاف بين البنوك فيما يتعلق بآلية الدفع، ويزيد من التوافر وإمكانية الوصول إلى المعلومات، وتوافر آلية الشراء الآن والدفع لاحقاً في متاجر البيع بالتجزئة، وجميع الأماكن الممكنة يمكن أن تؤدي إلى نتيجة أفضل.

- دراسة (الجبرين، 2020) بعنوان " أثر استخدام تطبيقات التكنولوجيا المالية (FinTech) على مدخرات الأسرة السعودية".

وهدفت إلى التعرف على أثر استخدام تطبيقات التكنولوجيا المالية (FinTech) على مدخرات الأسرة السعودية، وتم استخدام المنهج الوصفي والتحليلي. واستخدام الاستبيان الإلكتروني كأداة رئيسية لجمع البيانات من عينة عشوائية، مكونة من (234 فرداً) في المملكة العربية السعودية. إذ أظهرت النتائج أن هناك علاقة ارتباط موجبة، ذات دلالة إحصائية بين مستوى استخدام التقنية المالية والثقة في تطبيقاتها في التعاملات المالية ومعدل استخدامها. كما تشير نتائج التحليل الديموغرافي إلى وجود فرق كبير بين معدل استخدام التقنية المالية عبر الفئات العمرية، فالأشخاص من الفئة العمرية (32-38 عاماً) يهتمون باستخدام هذه التقنية بشكل أكبر من الفئات العمرية الأخرى. كما تشير نتائج التحليل الديموغرافي إلى عدم وجود فرق كبير بين معدل استخدام التقنية المالية عبر الجنس. وأظهرت نتائج التحليل الديموغرافي إلى وجود علاقة ارتباط موجبة قوية بين المستوى التعليمي ومعدل استخدام التقنية المالية. ويمكننا القول أن المستوى التعليمي العالي يؤدي إلى ارتفاع معدل استخدام التقنية المالية، كما أظهرت نتائج التحليل الديموغرافي وجود فرق كبير بين معدل استخدام التقنية المالية عبر مجموعات الدخل الشهري. بالإضافة إلى ذلك، استنتجت الدراسة أن الأشخاص الذين يبلغ دخلهم الشهري (15 ألفاً وما فوق) يهتمون باستخدام هذه التكنولوجيا بشكل أكبر من المجموعات الأخرى. وتشير نتائج التحليل الديموغرافي إلى عدم وجود فرق كبير بين معدل استخدام التقنية المالية عبر مجموعات الحالة الاجتماعية. لذلك استنتجت الدراسة أن معدل استخدام التكنولوجيا المالية للرجال لا يختلف عن المتزوجين وكذلك المطلقين أو الأرامل.

- دراسة (Natswa, 2021) بعنوان " اشترى الان وادفع اجلا: معضلة الجيل z بشأن الشراء المتسرع ونية الاستهلاك المفرط".

وهدفت إلى دراسة العلاقة بين الشراء الاندفاعي وميل الاستهلاك المفرط، باستخدام نموذج اشتر الآن وادفع لاحقاً في إندونيسيا، وأظهرت النتائج زيادة عمليات الشراء عبر الإنترنت في إندونيسيا، باستخدام نظام BNPL (اشتر الآن وادفع لاحقاً) ودل ذلك على التأثير الهائل للإنترنت على هذه الزيادة، فالمستهلكون يميلون إلى الاندفاع الاستهلاكي، وضعف التحكم المعرفي، والسلوك العفوي، والتقارب بين الشراء والمستهلكين، بغض النظر عن الموارد المالية أو العواقب الأخرى، ويتأكد أن لهذا تأثيراً على المواقف الشرائية التي تؤدي إلى الإفراط في الاستهلاك أو الشراء المفرط.

- دراسة (Johnson, 2021) بعنوان " تحليل آثار تنظيم الخدمات المالية لإثبات فشل تنظيم الشراء الآن والدفع لاحقاً".

وهدفت إلى تحليل آثار تنظيم الخدمات المالية على التأكد من فشل لائحة الشراء - الآن - الدفع - لاحقاً، وتوصلت الدراسات إلى بعض النتائج منها: أن تأثيرات تنظيم BNPL القائم على الرسوم في أستراليا تظهر أشكالاً متعددة من الإخفاق التنظيمي. يعود الفشل التنظيمي بشكل خاص إلى الاستحواذ التنظيمي على مستوى واسع، وخاصة فيما يتعلق بنقص حماية

المستهلك. قد يحتاج المستهلكون بشكل خاص إلى الاعتبار والحماية، لأن فهم التعقيد المتزايد والمعرفة المالية في صميم العديد من خدمات التكنولوجيا المالية يتجاوز قدرة أو مسؤولية المستهلك. بالإضافة إلى تأثير ديون ومدفوعات BNPL بشكل خاص على الأشخاص الأصغر سنًا، ويمكن أن يكون لها آثار عدوى على أشكال الائتمان الأخرى، فضلاً عن التأثير على رفاهيتهم. ويمكن أن تشمل الآثار السلبية للديون التي لا يمكن السيطرة عليها كالفقر، وفقدان الوظيفة، والمشاكل الصحية، وعدم الاستقرار الأسري، وقد تكون أي من هذه النتائج ضارة للمستهلك، وبالتالي من المحتمل أن تكون هناك حاجة إلى تدخلات تنظيمية.

- دراسة (Grotan & Hiorthol, 2021) بعنوان " تأثير خيارات الدفع الائتماني الشراء الآن والدفع لاحقاً (BNPL) على استعداد المستهلكين لتحمل الديون ".

وهدفت إلى التحقيق في كيفية تأثير خيارات الدفع الائتماني الشراء الآن والدفع لاحقاً (BNPL) على استعداد المستهلكين لتحمل الديون، وتكونت العينة من 114 مستخدمًا لخدمة BNPL، وتم توزيع استبيانات الاستطلاع عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وتوصلت الدراسة إلى أن رغبة المستهلك في تحمل الديون أعلى بالنسبة لـ BNPL مقارنة ببطاقة الائتمان، بسبب انخفاض مستويات الشفافية ومستويات أعلى من الراحة، كما توصلت الدراسة إلى أن المستهلكين الضعفاء (أي الشباب الذين يفتقرون إلى المعرفة المالية) هم أكثر استعدادًا لتحمل الديون مع BNPL من المستهلك العام.

- دراسة جونسون (Johnson, etal, 2021) بعنوان " آثار لائحة الخدمات المالية لإثبات فشل لائحة الشراء- الآن- الدفع - لاحقًا".

وهدفت تحليل آثار لائحة الخدمات المالية لإثبات فشل لائحة الشراء- الآن- الدفع - لاحقًا. وأكدت نتائج الدراسة أن خدمة الدفع الآجل القائمة على الرسوم في أستراليا تتميز في الغالب بحدوث استيلاء تنظيمي مدمر وسام، بالإضافة إلى الآثار الضارة لخدمة الدفع الآجل والمديونية على المستهلكين، تشير إلى أن اللوائح الأسترالية لا تضع حتى الحد الأدنى لعدم وجود فشل السوق. واضح أن الإحجام المستمر عن دمج المنفعة الاجتماعية في الاعتبار التنظيمي لافت للنظر، نظرًا لنمو هذه الأشكال البديلة للتمويل المعروفة باسم fintech. قد يشجع النظر في السياق الاجتماعي والعواقب الاجتماعية للخدمات المالية، على إجراء محادثة أكثر ثراء حول الخدمات المالية ومخاطر التغذية الاقتصادية بالاستهلاك الممول بالديون.

- دراسة (Lia, Natswa, 2021) بعنوان " العلاقة بين الشراء الاندفاعي وميل الاستهلاك المفرط لأجيال Z حول كيفية نواياهم في استخدام خدمات BNPL (اشتر الآن وادفع لاحقًا)"

وهدفت الكشف عن العلاقة بين الشراء الاندفاعي وميل الاستهلاك المفرط لأجيال Z حول كيفية نواياهم في استخدام خدمات BNPL (اشتر الآن وادفع لاحقًا) التي تقدمها FinTech أو التجارة الإلكترونية أو OTA (وكلاء السفر عبر الإنترنت). أصبح ظهور المحفظة الإلكترونية والنقود الإلكترونية عاملاً مهمًا، يتعين على الناس في الوقت الحاضر تغييره في طرق الدفع. لا يقتصر الأمر على التغييرات في طرق الدفع، ولكن تتبع هذه الأشياء أيضًا مدى سهولة العثور على كل شيء، وشرائه عبر الإنترنت من خلال الهاتف الذكي في الوقت الحاضر. ومع ذلك، فإن هذا النوع من الاضطراب يجعل الناس أكثر استهلاكًا، خاصة عندما يتعلق الأمر

بـ Z Generations، والتي يطلق عليها "المستقبل الرقمي الأصلي". ومع ذلك، فإن معظم الأجيال Z هم من الخريجين الجدد، أو طلاب الجامعات، أو حتى طلاب المدارس الثانوية الذين ليس لديهم أي دخل ثابت حتى الآن. تقرأ شركة FinTech أو التجارة الإلكترونية هذا النوع من المواقف، كفرصة ممتازة لزيادة سلوك الشراء من خلال خدمات BNPL، والتي تحتاجها Z Generations بطريقة ما كحلول لتلبية احتياجاتهم.

- دراسة إيديهان وآخرون (deHaan,et al.,2022) بعنوان "اشتر الآن ادفع (ألم ؟) لاحقاً"

وهدفت التعرف على مساوي خدمة اشترى الآن وادفع (ألم) لاحقاً. واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، وتمثلت أدوات الدراسة في استمارة تحليل، لتحليل عينة من حسابات العملاء المصرفية ومعاملات بطاقات الائتمان التي تم الحصول عليها من مزود الخدمة، الذي يعالج المعاملات للمؤسسات المالية الكبرى (Zip و Klarna و Afterpay و Affirm و BNPL). وأكدت نتائج الدراسة أن خدمة الدفع الآجل لها تأثير سلبي على الصحة المالية لعينة الدراسة، وأن أكثر أفراد العينة تأثرًا سلبياً بهذه الخدمة هم الجدد في استخدام الخدمة، نظراً لعدم وجود الوعي الكافي لديهم.

- دراسة (Mbanyi, Khan, 2022) بعنوان " سلوك شراء الأزياء لدى جيل الألفية من منظور الشراء الآن والدفع

لاحقاً: دراسة حول الشراء الآن والدفع لاحقاً (BNPL) وتأثيرها على سلوك الشراء والاستهلاك لدى جيل الألفية عند التسوق عبر الهاتف المحمول".

وهدفت الكشف عن سلوك شراء جيل الألفية على منتجات الأزياء: الشراء الآن والدفع لاحقاً (BNPL)، وتأثيرها على سلوك الشراء والاستهلاك من جيل الألفية عند التسوق عبر الأجهزة المحمولة، وتأثير الدفع الآجل على سلوك شراء جيل الألفية على منتجات الأزياء، وكيف يؤثر على استهلاكهم للملابس. من أجل تحقيق هدف هذه الدراسة، أجريت مقابلات شبه منظمة مع عشر إناث من جيل الألفية من السويد. تم تحليل البيانات التي تم جمعها باستخدام التحليل الموضوعي. بينما اتبعت الدراسة نهجاً تفسيرياً، من أجل اكتساب فهم أعمق لسلوك الشراء واستهلاك الألفية. أظهرت النتائج بعض الجوانب الرئيسية التي تؤثر على جيل الألفية لشراء منتجات الملابس باستخدام مخطط BNPL. الجوانب هي الألفة والجدارة بالثقة والشفافية والابتكار، التي أثرت في البحث عن التنوع والشراء، الدافع والولاء للعلامة التجارية وسلوكيات الحد من التنافر. وفي الوقت نفسه، تؤثر سهولة الاستخدام وحساسية الأسعار والبعد الجذاب على الاستهلاك، من خلال ممارسات التسوق وأنماط الاستهلاك. ومع ذلك، هناك اختلال في محاذاة هذه الاستهلاكات مع الاستدامة البيئية، بسبب معرفة الاستدامة والفجوة الموجودة في مواقفهم وسلوكهم.

المحور الثاني: دراسات تناولت الإنفاق الاستهلاكي:

- دراسة (الدوسري،2006) بعنوان " العوامل الاجتماعية المؤثرة على السلوك الاستهلاكي للأسرة السعودية:

دراسة ميدانية مطبقة على عينة من أولياء أمور طلبة المرحلة المتوسطة في مدينة الرياض".

وهدفت إلى معرفة العوامل الاجتماعية المؤثرة على السلوك الاستهلاكي للأسرة السعودية، وتوصلت إلى وجود علاقة بين الدخل والسلوك الاستهلاكي لدى الأسرة، وأيضاً علاقة سلبية بين التعليم لرب الأسرة وتعليم الزوجة والسلوك الاستهلاكي، كما يوجد أثر لوسائل الإعلام على زيادة السلوك الاستهلاكي.

- دراسة (كاظم، 2006) بعنوان " الأستهلاك المظهري تبعاً لمجالاته وعوامله بحث ميداني في مدينة الموصل".

وهدفت إلى التعرف على الاستهلاك المظهري تبعاً لكل مجال، وبيان طبيعته وفقاً لكل عامل، ومعرفة أبرز العوامل التي تدفع الأفراد للإنفاق على الأشياء المظهرية. وقد تبين من نتائج الدراسة أن تعدد مجالات الاستهلاك المظهري لا يوحد طبيعته، فلكل مجال درجة خاصة به. حيث يختلف شكل الاستهلاك المظهري في مجال الحفلة، والرغبة بالتميز في ترتيباتها عنه في مجال العزائم والهدايا. أما بالنسبة لأبرز العوامل التي تدفع الأفراد للاستهلاك المظهري فقد كان العامل الاجتماعي. كما تبين أن الاستهلاك المظهري يختلف باختلاف العوامل المؤثرة فيه. إذ إن شكل الاستهلاك المظهري يختلف وفقاً للعامل الاقتصادي والثقافي عن طبيعته تبعاً للعامل الأمني.

- دراسة (الدباغ، 2008) بعنوان " العوامل المؤثرة على السلوك الاستهلاكي لشراء الملابس لدى المرأة السعودية".

وهدفت إلى تحديد العوامل المؤثرة على السلوك الاستهلاكي لشراء سلعة الملابس لدى المرأة السعودية العاملة في محافظة جدة، وتمكنت الدراسة من تحديد مجموعة من العوامل تعد من وجهة نظر أفراد العينة لها أثر في السلوك الاستهلاكي على شراء الملابس، وقد حددتها الدراسة: العامل الاقتصادي، والاجتماعي، والثقافي، وقد انبثق من العامل الثقافي ثلاثة عوامل وهي عامل الجودة، والوعي، والتعامل، كما أوضحت النتائج أن ليس لكل من متغير السن والمستوى التعليمي ومستوى الدخل تأثير على السلوك الاستهلاكي لشراء سلع الملابس.

- دراسة (ال مظف، 2011) بعنوان " العوامل المؤثرة في سلوك الاستهلاك لدى الشباب في المجتمع السعودي:

دراسة على طلاب المرحلة الجامعية بجامعة الملك عبد العزيز".

وهدفت إلى معرفة العوامل المؤثرة على السلوك الاستهلاكي لدى الشباب في المجتمع السعودي، إذ أظهرت الدراسة أن العوامل الأكثر تأثيراً في قرارات الشراء هي السعر والجودة، مع ما تضيفه السلعة من تميز لشخصية المستهلك، وفي المقابل لم تسجل عوامل الدعاية والإعلان والموضة السائدة ذلك التأثير.

- دراسة (خليل، ٢٠١٢) بعنوان " ثقافة الاستهلاك الترتقي لدى المرأة السعودية وسبل مواجهتها من وجهة نظر

التربية الإسلامية".

وهدفت إلى التعرف على واقع ثقافة استهلاك المرأة السعودية للسلع الترفيهية وبعض العوامل المسببة لها، وتحديد سبل مواجهتها من قبل نظرة التربية الإسلامية، واستنتجت الدراسة أن العوامل الاجتماعية هي العامل ذو التأثير الأكبر في الاستهلاك المظهري في البيئة السعودية، من جانب آخر أظهرت الدراسة أن العوامل النفسية لا تلعب أي دور في الاستهلاك المظهري لدى المرأة السعودية.

- دراسة (Falahati& Paim,2012) بعنوان " تقييم نموذج للتنبؤ بالرضا المالي: فحص التأثير الوسيط للسلوك

المالي والضغط المالية".

وهدفت إلى التعرف على الفروق بين الجنسين في السلوك الادخاري، وقد طبقت هذه الدراسة على عينة من طلاب الجامعات الماليزية العامة والخاصة قوامها 350 فردًا، واعتمدت على المنهج الوصفي وأداة الاستبيان، إذ أظهرت نتائج الدراسة أن الطلاب الذكور لديهم مستوى أعلى من المعرفة بأساليب الادخار، وكيفية ترشيد الإنفاق من الطالبات الإناث، ويرجع ذلك إلى اختلاف أنماط التنشئة المتبعة من قبل الآباء والأمهات مع الأبناء من الجنسين.

- دراسة (Hurth, 2012) بعنوان " العوامل التي تؤثر على البيئة - استهلاك كبير من قبل الأسر ذات الدخل المرتفع: دراسة متعددة الطرق لجنوب ديفون لتطبيق التسويق الاجتماعي ".

وهدفت إلى التعرف على العوامل البيئية المؤثرة على الاستهلاك من وجهة نظر الأسر ذات الدخل المرتفع، إذ استنتجت الدراسة عدة أمور مهمة، منها أن درجة الاستهلاك مرتبطة بارتفاع الدخل، وبينهما علاقة طردية. إذ إن زيادة الدخل تؤدي إلى زيادة الاستهلاك، كما أظهرت الدراسة أن التدخلات السلوكية هي أفضل طريقة للحد من درجة الاستهلاك، بالإضافة إلى أن هناك مجموعة من العوامل التي تساعد الأسر على الحد من درجة الاستهلاك وهي العوامل (النفسية، الاجتماعية، والثقافية).

-دراسة (Likitspiwat et.al.,2014) بعنوان " العلاقة بين الاختلافات النوعية والسلوك الإنفاقي والادخاري للشباب التايلندي "

وهدفت إلى التعرف على العلاقة بين الاختلافات النوعية والسلوك الإنفاقي والادخاري للشباب التايلندي، واستخدمت هذه الدراسة منهج المسح الاجتماعي وأداة الاستبيان ومقياس ليكرت، وطبقت على عينة قوامها (400) طالب وطالبة في مدينة بانكوك في تايلند، حيث أظهرت النتائج أن الأدوار النوعية للجنسين تؤثر على سلوكها الادخاري والإنفاقي، كما أظهرت الدراسة أن الإناث والذكور أقل ميلا نحو السلوك الادخاري، بينما الطلاب الذكور كانوا أكثر ميلا من الطالبات الإناث.

- دراسة (السميط،2014) بعنوان " التخطيط للموارد المادية وعلاقته بالنمط الاستهلاكي لدى طلبة في مرحلة التعليم الجامعي".

وهدفت إلى التعرف على التخطيط للموارد المالية، وعلاقته بالنمط الاستهلاكي لدى الطلاب في مرحلة التعليم الجامعي. واعتمدت على المنهج الوصفي التحليلي ومقاس التخطيط للموارد المادية، ومقياس للنمط الاستهلاكي، وطبقت على عينة قوامها (200) طالب وطالبة، ومن أهم نتائجها وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين تخطيط الأسرة لموارد الدخل الشهري، وإدارة الأسرة لبند الغذاء والملبس كمتغيرات مستقلة، وبين النمط الاستهلاكي لدى طلاب عينة الدراسة كمتغيرات تابعة.

- دراسة (Mirabi et al, 2015) بعنوان " دراسة للعوامل التي تؤثر على نية شراء العملاء"

وهدفت إلى معرفة العوامل التي تؤثر على نية الشراء عند عملاء العلامة التجارية بونو، وتمت دراسة تأثير خمسة عوامل كمتغيرات مستقلة على نية الشراء عند المستهلكين، وهي: اسم العلامة التجارية، جودة المنتج، السعر، التغليف، والدعاية والإعلان. واعتمد الباحث في دراسته على استبانة مؤلفة من 25 سؤالاً، تم توزيعها على عينة عشوائية من 384 شخصاً من زبائن العلامة التجارية بونو. ولتقييم صحة الاستبانة تم التحقق من موثوقية المحتوى من خلال عامل ألفا كرونباخ الذي بلغت قيمته 0.936، ثم قام بتحليل نتائج الاستبانة باستخدام تحليل الانحدار المتعدد. وقد توصلت هذه الدراسة إلى أن جودة المنتج

واسم العلامة التجارية والدعاية والإعلان لها تأثير كبير على نية شراء المستهلكين، في حين أن التغليف والسعر لا تأثير واضح لهما على نية الشراء عند المستهلكين.

- دراسة (الصبياد، ٢٠١٦) بعنوان " تغيير ثقافة الاستهلاك في المجتمع المصري: دراسة مقارنة بين الأسرة الحضرية والريفية بالتطبيق على محافظة الدقهلية".

وهدف إلى رصد التغير في الثقافة الاستهلاكية في ضوء التغيرات المعاصرة، واستنتجت الدراسة تعدد النتائج الاقتصادية المترتبة على تغير ثقافة الاستهلاك، فيما يتعلق بتراجع قيم الادخار والاستثمار، وتغير ثقافة الاستهلاك سلبيًا وإيجابيًا بالحالة الاجتماعية وحجم الأسرة والدخل الشهري والمستوى التعليمي والمهنة والسفر للخارج من عدمه وغيرها من الخصائص العامة لعينة البحث. كما استنتجت الدراسة أن سبب تعدد مظاهر التغير في ثقافة الاستهلاك هو التركيز على السلع الكمالية وزيادة الإنفاق على أجهزة المحمول وكروت الشحن، سواء في الريف والحضر، وما لهذه من آثار سلبية متعددة على كيان الأسرة والعلاقات الاجتماعية والقريبة، وضياح الوقت والضغط على ميزانية الأسرة.

- دراسة (عقاد، ٢٠١٧) بعنوان " دور العوامل الاجتماعية في الاستهلاك المظهري ، دراسة ميدانية في مدينة حلب". وهدفت إلى التعرف على علاقة بعض المتغيرات الأساسية بسلوك الاستهلاك، والتعرف على أبرز العوامل التي تدفع الأفراد إلى الاستهلاك المظهري، إذ أظهرت الدراسة أن الذكور هم الأكثر تأثرًا بالأسباب، ولا يوجد تأثير للحالة التعليمية والحالة الاجتماعية ومستوى إنفاق المبحوثين والدوافع التي تدفع للاستهلاك المظهري.

- دراسة (حسيب وياقوت، 2018) بعنوان " دراسة مقارنة لبعض المتغيرات المرتبطة بالاتفاق الاستهلاكي الغذائي الأسري في بعض قرى محافظتي الإسكندرية والبحيرة".

وهدف إلى دراسة مقارنة لبعض المتغيرات المترتبة على الإنفاق الاستهلاكي الغذائي الأسري في بعض قرى محافظتي الإسكندرية والبحيرة، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وتم اعتماد التحليل الكمي لتحديد نسبة الإنفاق على السلع الغذائية الرئيسية في ميزانية الأسري، إذ تم اجراء الدراسة على عينة عشوائية بلغ قوامها 300 مبحوثة، تم اختيارهن من بعض قرى محافظتي الإسكندرية والبحيرة، وتم استيفاء البيانات باستخدام الاستبيان، وتم استخدام اختبار (ت) وتحليل الانحدار الخطي. توصلت الدراسة إلى أن مستوى ممارسة ترشيد الاستهلاك منخفض ومتوسط بنسب 86.3% و87.3% في كلٍ من الإسكندرية والبحيرة. اتسمت دوافع المبحوثات لشراء السلع الغذائية بأنها غير رشيدة لحد ما بنسب 98 و82% في كلٍ من الإسكندرية والبحيرة.

-دراسة (آل رشود 2018) بعنوان "ثقافة الاستهلاك لدى الأسرة السعودية".

وهدف إلى التعرف على أهم مصادر الدخل وأوجه إنفاق الأسرة والعوامل المؤثرة في الاستهلاك الترفي في المجتمع السعودي. إذ أظهرت النتائج أن جودة السلعة وثمنها وخصائصها، ومصداقية المعلومات عنها من أهم العوامل المؤثرة في القرارات الاستهلاكية. أما الاستهلاك الترفي، فيتأثر بشكل أكبر بالإعلانات التي تعزز من ثقافة التفاخر والمحاكاة، وحددت الدراسة أهم الآثار السلبية للاستهلاك الترفي، والتي تتمثل في التبذير وضعف إحساس الأطفال بقيمة المال، واستنزاف موارد الأسرة، وتحول الاستهلاك إلى حالة مرضية.

- دراسة (محمد وآخرون، 2019) بعنوان " دراسة اقتصادية لأنماط الإنفاق الاستهلاكي الفردي على المجموعات الغذائية المختلفة في ريف وحضر مصر".

وهدفت إلى التعرف على التغيرات في أنماط الإنفاق الاستهلاكي على مجموعات الإنفاق الرئيسية للطعام والشراب في حضر وريف مصر، واعتمدت الدراسة أسلوب التحليل الوصفي الكمي، باستخدام المعايير الإحصائية التحليلية المختلفة لدراسة تقدير المرونة الإنفاقية لمجموعات السلع الرئيسية، وقياس أثر اختلاف البعد المكاني والبعد الزمني، فيما بين عامي الدراسة، على كل من الميل المتوسط والميل الحدي للاستهلاك والمقارنة بينهما، وكذلك تقدير المرونات الإنفاقية لمجموعات السلع الغذائية المختلفة. وتوصلت الدراسة إلى الأهمية النسبية للإنفاق على مجموعات السلع الغذائية، كانت أقل من نظيرتها للإنفاق على مجموعات السلع غير الغذائية في ريف وحضر مصر، يزداد الإنفاق الفردي والأسري على الطعام والشراب الفئة الإنفاقية، تأكيد المعنوية الإحصائية لأثر اختلاف البعد المكاني، مما يعني وجود فروق جوهرية ومعنوية إحصائية في نمط استهلاك بعض مجموعات السلع الغذائية. وأوصت الدراسة بضرورة دراسة أنماط الاستهلاك، وتقدير مرونات الإنفاق بشكل دوري ومنتظم لمتابعة التطورات التي تطرأ على الطلب، واستخدام هذه المؤشرات في تخطيط الاستهلاك وخاصة في الريف.

- دراسة (Michael, et., at., 2021) بعنوان " تأثير استخدام النقود الإلكترونية على سلوك الإنفاق الاستهلاكي"

وهدفت إلى التعرف على كيفية تأثير استخدام النقود الإلكترونية على سلوك الإنفاق الاستهلاكي، من خلال تحليل الاختيار المنفصل مع مراعاة الخصائص الديموغرافية. كما أنه يقيم مواقف الناس تجاه تحديات ومزايا استخدام النقود الإلكترونية من خلال ANOVA، حيث أظهرت أن النقود الإلكترونية تؤثر بشكل كبير على سلوك الإنفاق الاستهلاكي، حيث يؤثر كل من نوع النقود الإلكترونية والإنفاق على الأموال الإلكترونية على نفقات المستهلكين، كما أثر الجنس والعمر والوضع الوظيفي على سلوك إنفاق المستهلكين.

- دراسة (Rahmi, et. at., 2022) بعنوان "المخاطر المتصورة ودورها في تأثير الوعي بالعلامة التجارية على نية الشراء"

وهدفت إلى تحليل دور المخاطر المتصورة في العلاقة بين المخاطر المتصورة لطرق الدفع المختلفة، ودورها في التأثير على نية الشراء للمستهلك، استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، واعتمدت الدراسة الاستبانة لجمع البيانات، حيث تم جمعها بواسطة 112 من مستخدمي شركة Shopee في مدينة ماساكار. تم جمع البيانات من خلال استبانة عبر الإنترنت. تم تحليل البيانات التي تم جمعها باستخدام نمذجة المعادلة الهيكلية (SEM)، مع تطبيق AMOS واختبار سوبل لاختبار العلاقة غير المباشرة. كانت المخاطر المالية، ومخاطر الوقت، ومخاطر التسليم، ومخاطر الخصوصية من العناصر الأساسية لتشكيل المخاطر المتصورة. كان لطرق الدفع تأثير إيجابي على نية الشراء. أشارت نتائج هذا البحث إلى أنه كلما تعددت طرق الدفع كان ذلك واضح التأثير على نية الشراء من قبل المستهلك.

سادسا: مفاهيم الدراسة:

مفهوم الدفع الأجل (اشتر الآن، وادفع لاحقا):

تناولت عديد من الدراسات تعريف الدفع الآجل، ومنها دراسة (Allaz & Vila, 2008) التي عرفته بأنه "اتفاق تعاقدى بين البائع والمشتري، وذلك لشراء وبيع شيء في تاريخ محدد في المستقبل، ويتم الاتفاق على سعر محدد وقت إبرام العقد" (P.280). بينما عرفته دراسة دانكاروبورو (Dhanorkar, Bureau, 2021) بأنه "وسيلة تمويل تتيح للمتسوقين شراء شيء ما، ولكن يدفعون مقابلته لاحقًا، خلال فترة خالية من الفوائد على ثلاثة أقساط أو أكثر، ويقوم مزود الخدمة بتسوية الفاتورة مباشرة مع التاجر نيابة عن المشتري".

كما عرفت دراسة ناماني (Nnamani, 2022) بأنها "نوع من خدمات الدفع بالتقسيط، تتيح للعملاء إجراء عمليات شراء دون دفع كامل القيمة مقدمًا. ويدفع العملاء الرصيد المتبقي على أقساط دون فوائد على مدى فترة زمنية محددة، عادة ما تكون عدة أسابيع أو أشهر". وعرفت دراسة فيلينج (Veling, 2022) خدمة اشترا الآن، وادفع لاحقًا (BNPL) بأنها "نوع من قروض التقسيط. يقسم مشترياتك إلى دفعات متعددة متساوية، مع استحقاق أول مرة عند السداد. يتم دفع المبالغ المتبقية إلى بطاقة الخصم أو الائتمان الخاصة بك، حتى يتم سداد مشترياتك بالكامل. ويمكن أن تأتي هذه الخطط مع الفوائد والرسوم المتأخرة، على الرغم من أن بعض الخطط، اعتمادًا على المزود، لا تتقاضى أيًا منها".

وكذلك عرفت دراسة أوينز (Owens, 2022) الدفع الآجل (BNPL) بأنه "نظام دفع مؤجل، حيث يمكن للمستهلكين الدفع مقابل الشراء على فترات زمنية خلال فترة زمنية محددة. بموجب هذا النظام، يقوم العميل بإجراء دفعة أولية لاستلام السلع مقدمًا (عادةً ما تكون نسبة مئوية من إجمالي البيع)، ثم سداد الرصيد المتبقي عن طريق أقساط من دون فوائد". أما دراسة (deHaan, et al., 2022) فعرفت الدفع الآجل بأنه "قرض قصير الأجل من دون فائدة، يستخدم لتمويل عملية شراء محددة. بسعر BNPL شريك التجزئة BNPL. بمجرد أن يشترك بائع التجزئة مع مزود BNPL، يمكن للمستهلكين استخدام BNPL في متاجر التجزئة المادية و عبر الإنترنت" (P. 2).

وتتضمن عقود الدفع الآجل نوعين من حيث السعر

■ سعر التنفيذ:

هو السعر المتفق عليه للتنفيذ اللاحق للعقد، ويتم تحديده بين الطرفين المتعاقدين على أساس العرض والطلب، ومدى رؤية الطرفين للاستفادة من هذا السعر في المستقبل وتوقعاتهما. مع عدم تغير السعر من تاريخ إبرام العقد حتى تاريخ التنفيذ.

■ السعر الآجل:

يعرف بأنه سعر العملة أو الأصل موضوع العقد الآجل في المستقبل، ويتميز بكونه متغيرًا بمرور الوقت وتغير الأسعار في السوق، بمعنى آخر سعر التنفيذ ما هو إلا توقع للسعر الآجل في تاريخ إبرام العقد، ولكن ليس هناك ما يقيد تساوي السعر في تاريخ التنفيذ.

يتم تحديد الربح أو الخسارة في العقود الآجلة، من خلال العلاقة بين السعر الآجل للأصل وسعر التنفيذ المتفق عليه عند إبرام العقد بين المشتري والبائع، فكلما ارتفع سعر الأصل عن قيمته عند إبرام العقد، حقق أرباحًا للمشتري وبالمقابل سيخسر البائع، وإذا حصل العكس فإن البائع يحقق الربح ويخسر المشتري (Turunen, Heikki, 2014).

سابعاً: نشأة وتطور آليات الدفع الآجل:

يعتبر التمويل الاستهلاكي (الدفع الآجل) ظاهرة قديمة، فكان الناس يقترضون منذ 3500 سنة قبل الميلاد عصر الحضارة السومرية، ويُعتقد أن القروض الاستهلاكية خلال هذه الفترة كانت تستخدم لأول مرة للأغراض الزراعية. ففي عام 1800 قبل الميلاد في بابل تمت كتابة قانون حمورابي، وإضفاء الطابع الرسمي على أول القوانين المعروفة، التي تضمنت الائتمانات (القروض)، حيث حدد الحد الأقصى لمعدلات الفائدة التي يمكن استخدامها قانونيًا على قروض الحبوب والفضة. ثم جاءت الجمهورية الرومانية في عام 50 قبل الميلاد، حيث كان الاقتصاد في الغالب زراعيًا، فتم إنشاء الأسواق المالية من خلال المؤسسات المالية التي منحت القروض للاستهلاك الشخصي والبنية التحتية العامة. (Tzili & Abdellaoui, 2022)

ظهر التمويل الإسلامي في القرن السابع كشكل فريد من أشكال الاستثمار، وهو يتألف من الأعمال المصرفية من دون فوائد، حيث كانت المرابحة واحدة من أوائل عمليات البيع بالتقسيط، حيث يشتري الوسيط البضائع، ثم يتفق على سعر البيع مع المشتري، ويتضمن هذا السعر بعض الأرباح، ويمكن سداد المبلغ خلال سلسلة من الدفعات المؤجلة، وتُعرف هذه العملية بالتقسيط. (Ross, 2022)

أنت فكرة استخدام آلية الدفع الآجل (اشتر الآن وادفع لاحقاً) على أقساط في عام 1807، عندما قام أحد متاجر الأثاث في نيويورك ويدعى (Cowperthwaite & Sons) بالسماح لعملائه بالدفع على أقساط. بحيث تكون الفائدة التي تعود على المتجر، هي أنه يمكن استعادة المنتج في حالة عدم الوفاء بدفع الأقساط في الوقت المحدد. لكن الرائد الحقيقي في توفير هذه الخدمة هو إسحاق سينجر، صاحب شركة ماكينات الخياطة سينجر. حيث إن آلات سنجر لم تكن هي الأفضل ولا أرخص المنتجات في السوق، ولكن استطاع إسحاق سينجر إقناع النساء بأنهن سيتمكن من سداد سعر آلة الخياطة الخاصة بهن بسرعة، وذلك إما عن طريق الخياطة من أجل الربح والمتاجرة، أو من خلال صنع الملابس لعائلاتهن بدلاً من شرائها، وذلك عن طريقة خطة الائتمان المبتكرة للشركة، حيث أدى ذلك إلى زيادة المبيعات ثلاث مرات في عام واحد فقط (Shapiro & Evers, 2021).

في عام 1929، أعاد الكساد الكبير حقبة الإفراط إلى الاقتصاد، وأصبح الحصول على الائتمان أكثر صعوبة مع تشديد معايير الإقراض. ومن أجل ذلك، ابتكرت المتاجر الكبرى خدمة تسمى (Lay – by) من أجل مساعدة العملاء على مواصلة التسوق خلال فترة التدهور الاقتصادي. حيث يسمح للعملاء بتأمين عملية شراء ودفع ثمنها على أقساط، وبمجرد الانتهاء من سداد الأقساط، يمكن للمشتري أن يستلم السلعة (Shapiro & Evers, 2021).

أدت ولادة الإنترنت إلى ظهور التجارة الإلكترونية، فسرعان ما كان تجار التجزئة يحاولون إيجاد طرق لرقمنة خدمة (Lay by -). كانت أول شركة في أستراليا تقوم برقمنة المنتج العادي، وإنشاء خطة أقساط ممولة من التاجر وخالية من الفوائد للعميل، هي شركة (Transax) أكبر شركة ضمان ضمني في المملكة المتحدة، والتي استحوذت عليها شركة بيانات الائتمان الأمريكية العملاقة (Equifax) في عام 1996. ثم تحول كيان الشركة، فانقسمت الشركة الأم شركة (Equifax) الأمريكية إلى شركتين (Australia) (Equifax Ezi-Pay) و(Certegy)، وتوصلت وحدة (Certegy) الأسترالية إلى اتفاقية قرض، حيث استخدمت التمويل لتطوير "خطة سداد غير مدفوعة". حيث إن هناك بعض العيوب التي تشوب خدمة (Lay-by)، مثل الحاجة إلى دفع أجور المستودعات لحفظ المنتجات المباعة على العملاء المستفيدين من الخدمة حتى الانتهاء من سداد كامل الأقساط. فقامت شركة (Certegy) بالسماح للعملاء باستلام السلع، بالإضافة إلى الدفع للتاجر مقدماً مقابل السلعة. ويؤخذ من المتاجر فوائد تصل إلى 6 في المائة من سعر البيع، وذلك لتغطية مخاطر الائتمان وهامش العمل. وتراوحت مدة سداد العميل للأقساط من ثلاثة إلى ثمانية عشر شهراً، بمبالغ تصل إلى 3000 دولار. فكانت شركة (Certegy) أول من عرف خدمة الشراء الآن، والدفع لاحقاً على أنها ائتمان قصير الأجل ممول من التاجر بدون فوائد، وكان أول بائع تجزئة يستخدم المنتج هو (Furniture Freedom) وذلك في أواخر عام 2003 (Shapiro & Eyers, 2021)

في أوائل القرن الحادي والعشرين، طورت شركات التكنولوجيا المالية أنظمة سمحت بدمج إقراض خطة التقسيط في تدفق السداد للمحلات التجارية عبر الإنترنت، مما يسمح للمستهلك بتلقي ائتمان فوري في نقطة البيع ودفع ثمن الشراء لاحقاً، بناءً على جدول زمني متفق عليه. فعناصر التكامل والمعالجة الفورية هي ما يميز خدمة (BNPL) عن الأساليب الأخرى لإقراض المستهلك. (Gerrans et al, 2021).

كما بدأ عصر جديد في الائتمان الاستهلاكي، وظهور آليات الدفع الآجل اشتر الآن وادفع لاحقاً (BNPL) وأنظمة ائتمان مدعومة بخوارزميات قوية وتطبيقات التكنولوجيا المالية المبتكرة، وخلال السنوات الماضية، توسع استخدام هذه الخدمة حول العالم، وظهرت العديد من الشركات التي تقدم هذه الخدمة التي لقيت اقبالاً كبيراً من قبل المتاجر الإلكترونية المختلفة، كما لقيت استحساناً كبيراً من جانب المستهلكين في جميع أنحاء العالم. ففي أمريكا الشمالية ظهرت عدة شركات تقدم خدمة اشتر الآن وادفع لاحقاً، منها شركة افريم (Affirm) وشركة تشارج افتر (ChargeAfter). أما في إفريقيا فاشتهرت شركة موتيتو (Motito) وشركة كريدبال (CredPal). وفي الهند شركة سيمبل (Simpl) وشركة زيست موني (ZestMoney) (. كما ظهرت عدة شركات في الصين منها شركة علي بابا Alibaba وشركة ليكسن فينتيك (LexinFintech) وفي أوروبا اشتهرت شركة كلارنا (Klarna) وشركة الما (Alma).

في الشرق الأوسط والوطن العربي نشأت عدة شركات تقدم خدمة اشتر الآن وادفع لاحقاً، وأبرز تلك الشركات شركة تابي (Tabby) وشركة تمارا (Tamara) وشركة كاجو (Cashew) وشركة بوست باي (postpay) وشركة سبوتي (spotii) وشركة شهري (shahry) وغيرها.

اما في المملكة العربية السعودية فتعتبر شركة تمارا أول شركة تقنية مالية سعودية، تحصل على تصريح من قبل البنك المركزي السعودي (ساما) في تقديم خدمة (BNPL)، حيث تأسست في بدايات عام 2020 وأصبحت شركة تمارا منصة رائدة للشراء الآن والدفع لاحقاً، حيث شهدت نموًا لنسبة 180% في عدد المستخدمين الشهري، ولقيت قبولاً واستحساناً من المستهلكين (الحويماي، 2021).

ومن المتوقع أن تنمو خدمات اشتر الآن وادفع لاحقاً بشكل هائل في أنحاء العالم خلال الأعوام القادمة، خاصة بعد الركود الكبير الذي تمر به العلامات التجارية اليوم، نتيجة للتغيرات الاقتصادية وتغيرات قيمة العملات. وهذا ما ساعد العديد من الشركات لتأسيس مثل هذه الخدمات، ودخول السوق بقوة، وتشجيع المستهلك الرقمي على إجراء المزيد من عمليات الشراء مقابل برامج التقسيط أو الدفع الآجل. (مختار، 2022)

ويتبين للباحث من العرض السابق، أن نشأة الدفع الآجل في العصر الحديث ترجع إلى زمن الكساد الاقتصادي في أوروبا، الذي دفع التجار إلى تقديم تسهيلات في شراء المنتجات وحركة التجارة فوجدوا في الدفع الآجل (تقسيط ثمن السلعة أو الخدمة دون فوائد) الملاذ الآمن، ومع ظهور الإنترنت، انتشرت خدمات الدفع الآجل بشكل كبير في جميع أنحاء العالم، ومنها المملكة العربية السعودية. اليوم، يتم استخدام الدفع الآجل على نطاق واسع في العديد من القطاعات التجارية، بدءاً من التجزئة والتجارة الإلكترونية وحتى التجارة الدولية. يعتبر الدفع الآجل أداة مهمة لتعزيز حركة المبيعات، وزيادة الوفاء بمتطلبات العملاء وتعزيز العلاقات التجارية.

ثامناً: خصائص عقود الدفع الآجل:

ويمكن حصر خصائص الدفع الآجل كما حددها الشريدة (2016، 136) على النحو الآتي:

- (1) يكون تبادل هذه العقود في شركات التي تدعم آلية الدفع الآجل .
- (2) تشتمل عقود الدفع الآجل على شروط موحدة، من حيث الأصول الأساسية المتعامل بها والوقت.
- (3) ترتبط عقود الدفع الآجل على مراكز لتبادل المعلومات لضمان حسن سير السوق.
- (4) هنالك متطلبات الهامش والتسوية اليومية لتكون حماية إضافية.
- (5) المرونة، وهذا يعني أن كلاً من البائع والمشتري يتفاوضان على شروط العقد، لذلك إنهما يمتلكان حرية التصرف وابتداع أي شروط يرونها مناسبة لأي سلعة.
- (6) لا تتمتع بالسيولة مقارنة مع المشتقات الأخرى، فإذا رغب البائع أو المشتري الخروج من الاتفاق الآجل، فإنه يحتاج إلى أن يجد شخصاً آخريحل محله، ويقبل أن يكون بيع العقد ضمن الموعد المحدد.
- (7) يكون التعامل بها في الأسواق الموازية، ويكون حجم العقد وموعد التنفيذ مرئيين، وأن وقت التعامل يكون فيها غير محدد ولا يتطلب هامشاً محدداً.

- (8) تحقق قيمة العقد الآجل فقط بتاريخ انتهاء صلاحية العقد، ولا توجد مدفوعات عند بداية العقد.
- (9) يخضع العقد للإشراف والمتابعة من السلطة التنفيذية.
- (10) لا توجد أي نقود يجري تحويلها من طرف إلى آخر قبل انتهاء صلاحية العقد
- كما اختصرت دراسة بومدين (2021، 46) الخصائص المميزة للدفع الآجل في الخصائص التالية:-
- هي عقود بين طرفين، يحتمل حصول أي منهما على مكاسب أو خسائر نتيجة للتغيرات في قيمة المركز المالي المرتبط بتلك العقود.
 - لا يوجد لها سوق ثانوي يتم فيه شراء أو بيع حق العقد فيها.
 - هي عبارة عن عقود خطية، إذ إن النتائج المترتبة على تنفيذ تلك العقود في ضوء التغير في قيمة الأصل المتعاقد عليه، قد تؤدي إلى تحقيق مكاسب لطرف تعادل الخسارة التي تلحق بالطرف الثاني.
 - تمتاز بأنها عقود شخصية يتفاوض الطرفان على شروطها بما يتفق وظروف كل منهما.
- وفي ضوء ما سبق يرى الباحث أن أبرز الخصائص التي تميز الدفع الآجل تتمثل في:

1. تأجيل الدفع: يتمكن العملاء من شراء السلع والخدمات دون الحاجة لدفع المبلغ بشكل فوري، بل يتم تحديد فترة زمنية للسداد في وقت لاحق.
2. مرونة في السداد: يمكن تحديد شروط الدفع وفقاً لاتفاق بين البائع والعميل. يمكن تحديد فترة زمنية محددة للسداد، مثل 30 يوماً أو 60 يوماً، ويمكن أيضاً تحديد جدولة الأقساط والتسديد بشكل دوري خلال فترة الائتمان.
3. تعزيز السيولة: يمكن للدفع الآجل أن يساهم في تعزيز السيولة للعملاء. حيث يمكنهم استخدام الموارد المالية المتاحة للاستثمار في أنشطة أخرى أو تحسين التشغيل اليومي للأعمال، في حين أنهم لا يحتاجون لدفع المبلغ الكامل عند عملية الشراء.
4. تعزيز حركة المبيعات: يمكن أن يزيد الدفع الآجل من حركة المبيعات للبائع. حيث يتيح للعملاء إمكانية الشراء دون قيود مالية فورية، مما يزيد من احتمالية شراء المنتجات والخدمات وتحفيز الطلب.
5. بناء العلاقات التجارية: يمكن للدفع الآجل أن يساهم في بناء علاقات تجارية طويلة الأمد بين البائع والعميل. عندما يقدم البائع شروط دفع مرنة ومناسبة للعميل، يتم تعزيز الثقة والولاء بين الطرفين، مما يؤدي إلى فرص تعاون مستقبلية.

تاسعا: المعايير والبنود التي تستند عليها خدمة الدفع الآجل:

تمثل عقود الدفع الآجلة اتفاقاً تعاقدياً بين البائع والمشتري لشراء وبيع موجود أساسي في تاريخ محدد في المستقبل، وبسعر محدد يتم الاتفاق عليه وقت إبرام العقد، وهناك بنود رئيسة لهذا العقد، يمكن تحديدها على النحو الآتي (Allaz&Vila, 2008, 29) :-

١- القيمة: تعد قيمة هذه العقود نظرية فقط، إذ لا يتم تبادل هذه المبالغ في تاريخ الاستحقاق، ولكن تستعمل فقط لاحتساب الفائدة التي سوف تدفع أو تقبض، إن الحد الأدنى لقيمة هذه العقود هو مبلغ (٥) ملايين دولار، فرنك سويسري.... إلخ، وغير ذلك من العملات الأجنبية كحد أدنى لمثل هذه العمليات.

٢- سعر فائدة العقد هو سعر الفائدة الذي يتم الاتفاق عليه بين الطرفين (البائع والمشتري)، وهو يشبه إلى حد كبير سعر التنفيذ في عقود الخيار. يتم احتساب الفائدة المدفوعة والمقبوضة بين الطرفين، بقيمة الفرق بين فائدة مؤشر معين -مثل سعر فائدة ليبور ثلاثة أشهر- بتاريخ محدد هو تاريخ تسوية العقد. سعر فائدة العقد وسعر الفائدة. حسب فائدة العقد.

٣- تاريخ تسوية العقد: يتم تسوية العقد قبل يومي عمل من تاريخ بداية المدة التي تغطي العقد، وبهذا التاريخ يتم تحديد سعر المؤشر الذي نص عليه العقد، والذي تتم مقارنته مع سعر، ومن ثم يتم احتساب الفائدة المقبوضة أو المدفوعة: أي: إن الفرق بين فائدة العقد وبين سعر فائدة المؤشر المتفق عليه في تاريخ تسوية العقد، هو الذي يحدد الفائدة التي سوف تدفع أو سوف تقبض، مع الأخذ بالحسبان قيمة العقد ومدة العقد.

٤- مدة العقد: تبدأ مدة العقد في المستقبل بعد مدة معينة من تاريخ إجراء العقد، ويتم تحديدها عادة بين ثلاثة أشهر إلى سنة. ويتضمن العقد الآجل أركاناً أساسية، إذ لا يتم إبرام العقد في حال غياب أحدهما وهي: (دوش، 2019، 673-675)

أ- الطرف الأول (مشتري العقد) Buyer of Contract

وهو الطرف الذي يقوم بدفع المبلغ المتفق عليه في العقد إلى الطرف الثاني في مقابل حصوله الموجود الأساس (الأوراق المالية)، ويتم ذلك في تاريخ التنفيذ والمحدد في العقد. ويدخل كلا الطرفين في التفاوض على شروط معينة، ويكون ذلك بحسب رغبات واحتياجات كلا الطرفين.

ب الطرف الثاني (بائع العقد) Seller of Contract وهو الطرف الذي يلتزم بتقديم الموجود الأساس (الأوراق المالية) في التاريخ المتفق عليه والمحدد في العقد، مقابل حصوله على المبلغ المتفق عليه من الطرف الأول (المشتري).

ج- السعر الآجل Forward Price

وهو السعر الذي يتفق عليه البائع والمشتري في العقد الآجل لإكمال الصفقة محل التعاقد، ويسمى بسعر التنفيذ أو الممارسة.

د- الموجود الضمني محل التعاقد: Underlying Asset، الذي قد يكون أوراقاً مالية أو أسهماً أو عملات، إذ يتفاوض عليه طرفا العقد من حيث الكمية والتصنيف والسعر.

هـ - تاريخ التنفيذ أو التسوية: Settlement or Exercise Date. ويتمثل في التاريخ الذي يتفق عليه طرفا العقد لإتمام الصفقة. وتسوية العقد تحصل في تاريخ التنفيذ المتفق عليه في العقد، ولا يمكن أن تتم التسوية قبل هذا التاريخ، إلا باتفاق الطرفين، ولا يمكن معرفة الربح أو الخسارة في العقد إلا في هذا التاريخ..

بينما اختصرت دراسة الشريفة (2016، 136) أركان وأسس الدفع الآجل في التالي:

الطرف الأول (مشتري العقد) Buyer of contact

الطرف الثاني (بائع العقد) seller of contact

السعر الآجل Forward Price

الموجود الضمني محل التعاقد Underlying Asset.

تاريخ التنفيذ أو التسوية Date Exercise or Sett

عاشرا: مميزات وعيوب استخدام الدفع الآجل:

لقد اختلف الباحثين في تقييم آليات الدفع الآجل، فمنهم من يرى ان آليات الدفع الآجل تتميز بعدة مميزات تميزها عن غيرها من طرق الدفع، وهناك من يرى أنها تحتوي على عدة عيوب تجعل الكثير يتجنب استخدامها، وفي التالي توضيح لذلك: -

1-مميزات الدفع الآجل:

أشارت دراسة (Fisher et al,2021) إلى أن من أبرز مميزات خدمات الدفع الآجل الحديثة اشتر الآن وادفع لاحقاً (BNPL)، أنها تمكن المستهلكين من شراء السلع والخدمات من خلال دفع جزء من سعر الشراء في وقت المعاملة، والباقي لمزود الخدمة في سلسلة من الأقساط. على عكس الوضع التقليدي، يتلقى العميل عملية الشراء على الفور، ويتم دفع المبلغ للتاجر من قبل مزود الخدمة في معظم الحالات، ويستخدم العملاء تطبيقاً للهاتف المحمول للوصول إلى هذه الخدمات، ويتم سحب الرسوم عن طريق بطاقة الخصم أو الائتمان المرتبطة بالعميل. بعض خدمات اشتر الآن وادفع لاحقاً (BNPL) الشهيرة تسهل اقتراض مبالغ تصل إلى 1000 دولار إلى 2000 دولار، وقد تكون مجانية للمستهلكين إذا تم دفع الأقساط في الوقت المحدد (وإلا فإن الرسوم المتأخرة قد تطبق) - أي إنها لا تتقاضى فائدة أو رسوماً أخرى. وعلى الرغم من أن بعض مزودي الخدمة يركزون على توسيع اعتماد عمليات الشراء داخل المتجر (التي تعمل عبر تطبيق المزود عن طريق إنشاء رمز باركود أو QR قابل المسح الضوئي). في الآونة الأخيرة، قام عدد من مقدمي الخدمات بتطوير خدمات (BNPL)، كإصدار بطاقات افتراضية من خلال تطبيق الهاتف المحمول الخاص بالمزود الذي يمكن استخدامه على نطاق أوسع للمدفوعات داخل المتجر، وكذلك المعاملات عبر الإنترنت.

كما بينت دراسة (Lia et. al, 2021, p 133) أن أهم ما يميز خدمة الدفع الآجل BNPL أنها تشترك في ميزات كل من بطاقات الدفع العادية وائتمان السحب على المكشوف، وتتطلب أقساط أجزاء منتظمة، وتسمح بالدخول المباشر للمشتريين إلى المنتجات. ومع ذلك، يمكن اعتبار برنامج BNPL أكثر جاذبية للعملاء. يتم بيعها من دون فوائد ودون مقابل، حيث لا تكلف البضائع العميل أكثر من السعر الأول (إذا تم دفع جميع الأجزاء في الموعد المحدد).

وأكدت دراسة (deHaan,et al.,2022) أن أهم ما يميزه هذا النوع من التمويل، أنه لا يميز بين العملاء، فهو ليس خاصًا بموظفي الشركة فقط كالتمويل من قبل قطاع الأعمال. بالإضافة إلى أنه ليس خاصًا لذوي الدخل المحدود فقط كتمويل بنك التسليف. فجميع العملاء لهم القدرة على استخدام الخدمة دون أي عوائق شخصية، كالاستحقاق والدخل والتاريخ الائتماني وغيرها. بالإضافة إلى أن تعدد مقدمي خدمة (BNPL) يسهم في تغطية سوق التمويل للمستفيدين، وتقديمه لجميع العملاء دون تأثير نسبة التمويل بمسببات خارجية، كمزاينة الدولة أو عدد العملاء الممولين وغيرها. كما يتميز هذا النوع من التمويل عن غيره بأنه يعطي مساحة تسويقية للشركات المشاركة مع مزود الخدمة، وتقديم عروض مميزة للمستهلكين، مما يشجع العميل على استخدام هذا النوع من الخدمات، بغض النظر عن قدرته المالية. كما أن هذا النوع من التمويل لا يهدف إلى الاستفادة من رسوم التأخير، وارتفاع سعر الفائدة على العميل، حيث إن مكاسب مزود خدمة (BNPL) نابعة من اتفاقيات حول نسبة معينة من كل سلعة لمزود الخدمة من الشركة المشاركة.

2-عيوب استخدام الدفع الآجل (BNPL):

على الرغم من أن اختيار آليات الدفع الآجل "اشترالآن وادفع لاحقًا" من الاختيارات المفضلة على نطاق واسع بين العملاء في جميع أنحاء العالم، إلا أن نظام اشترى الآن وادفع لاحقًا لديه بعض القيود. حيث لا توجد مزايا أو مكافآت معروضة مع خيار التمويل هذا، ولا يساعد المشتريين في إنشاء ائتمان جيد. بالإضافة إلى ذلك، يمكن أن يكون هناك تأخير في إكمال استرداد الأموال إذا قرر العميل إعادة البضائع. حتى لو قدموا وعودتهم، يجب عليهم الاستمرار في الدفع حتى يتم حل المشكلة لمنع وضع علامة على التخلف عن السداد، وتسترجع المبالغ في محافظ خاصة بهم في التطبيق، يستفيد منها عند الرغبة في شراء سلع في وقت لاحق. وفيما يلي بعض السلبيات المتعلقة باستخدام الخدمة (Miller,2022, 45):

- الحصول على خدمة الدفع الآجل وسدادها، لا يساعد المستهلك في إنشاء وبناء ائتمان جيد (كما تفعل طرق التمويل التقليدية). تفقد أيضًا أي امتيازات تقدمها بطاقات الائتمان، مثل استرداد النقود أو نقاط المكافآت.
- إذا كان يرغب المستهلك في إرجاع سلعة اشتراها عبر خدمة (BNPL)، فقد يصبح الأمر معقدًا. فيجب أن تسترد الأموال بالطبع - ولكن يمكن أن يكون هناك تأخير حتى يبلغ التاجر مقرض الخدمة عن المبلغ المسترد، وقد تضطر إلى الاستمرار في سداد المدفوعات في غضون ذلك. وإذا لم تقم بذلك، فقد يتم وضع علامة على السداد متأخرًا أو مفقودًا، وبعد ذلك قد يتحمل المستهلك رسومًا، وستؤدي المدفوعات المتأخرة في النهاية إلى خفض درجة الائتمان الخاصة بالمستهلك.

• قد يكون من الصعب تتبع المدفوعات، وتؤدي أيضا الدفعات المفقودة أو المتأخرة إلى تأخر الرسوم وتلف درجة الائتمان.

• الوقوع في فخ الاستهلاك المفرط حيث يمكنك باستخدام طريقة (BNPL)، يمكنك دفع الفاتورة الأصلية الكبيرة على أقساط. نظرًا لأن المستهلكين يضطرون إلى دفع مساهمات شهرية أقل من عمليات الشراء لمرة واحدة، فإن ذلك يقلل من العبء النفسي على المستهلكين ذوي الميزانيات المحدودة، ومن السهل خلق انطباعات خاطئة تحفزهم على المبالغة في تقدير قدرتهم على تحمل التكاليف وشراء سلع فاخرة قد لا يحتاجونها.

• لا تزال الأقساط من دون فوائد تخضع لغرامات متأخرة، على الرغم من أن عبارة "اشتر الآن وادفع لاحقًا" تسمح عمومًا للمستهلكين بالدفع على أقساط من دون فوائد، لكن إذا تأخر المستهلكون في السداد، فسيظل مقدم الخدمة يفرض عليهم رسومًا مالية (Miller,2022, 45).

• نادرا ما يقدم مقدمو BNPL إبلاغ وكالات التصنيف الائتماني، مما يزيد من مخاطر حصول المستخدمين على مبالغ زائدة الإئتمان (deHaan,et al.,2022).

• يتجنب BNPL العديد من متطلبات الإفصاح عن المستهلك والحماية التنظيمية، لذلك من المحتمل أن تكون مخاطر العواقب السلبية الخطيرة من الإفراط في الاستخدام مرتفعة بشكل خاص (deHaan,et al.,2022).

اختلاف خدمة (BNPL) عن بطاقة الائتمان (Jadhav,2021):

التشابه الرئيسي بين آليات الدفع الأجل "اشتر الآن وادفع لاحقًا" وبطاقة الائتمان هو فترة السداد من دون فائدة. ولكن يختلف هذان الخياران عن بعضهما البعض فيما يلي:

1. فترة عدم الفائدة:

بينما يوفر كلا الخيارين فترة خالية من الفوائد، تختلف مدة هذه الفترة قليلاً. وتقدم معظم بطاقات الائتمان فترة من دون فوائد تصل إلى 45 يومًا. أما بالنسبة لـ(BNPL)، فعادة ما يكون ذلك بين 15 إلى 30 يومًا.

2. الرسوم والفوائد:

تأتي معظم بطاقات الائتمان مع تكاليف إضافية، مثل رسوم الانضمام والرسوم السنوية، والتي يمكن أن تكون أعلى بالنسبة للبطاقات عالية الجودة. في المقابل، لا توجد رسوم انضمام أو رسوم سنوية لخدمة (BNPL). لذلك، يمكنك التسجيل مجانًا والحفاظ على حد الائتمان جاهزًا لاستخدامه وقت ما تشاء. بالإضافة إلى أنه لا توجد رسوم معالجة على مشتريات بطاقة الائتمان إلا إذا قمت بتحويلها إلى قروض نقدية مخفضة. وبالمثل، فإن معظم مزودي خدمة (BNPL) لا يفرضون أي رسوم معالجة على مشترياتك إلا إذا اخترت السداد عبر (EMIs).

أما ما يتعلق بالفائدة، ستفرض عليك بطاقات الائتمان وخدمة (BNPL) فائدة إذا لم تسدد المبلغ خلال فترة الإعفاء من الفائدة. وتشتهر بطاقات الائتمان بمعدل فائدة أعلى. وعلى الرغم من أن سعر الفائدة في خدمة (BNPL) أقل نسبيًا من سعر بطاقات الائتمان، إلا أنه لا يزال يُعد مرتفعًا. يتقاضى كلا الخيارين فائدة تتراوح بين 20٪ إلى 30٪ سنويًا.

3. حد الائتمان:

لا يمكن للمرء الاستفادة من أكثر من حد الائتمان المنظم. في الوقت نفسه، يعتمد حد بطاقة الائتمان على دخلك السنوي ودرجة الائتمان الخاصة بك. لذلك، يمكنك الحصول على الحد الأقصى لبطاقتك الائتمانية واستخدامها لمعاملات شراء أكبر. بينما خدمة (BNPL) تفرض حد إئتمان ثابت على جميع المستفيدين بغض النظر عن خلفياتهم المالية.

4. الأهلية:

تتبع بطاقات الائتمان معايير أهلية صارمة تشمل إثبات الدخل، ومتطلبات الحد الأدنى للدخل، ودرجة ائتمان جيدة وتاريخ ائتماني، وما إلى ذلك. إذا لم تستوف متطلبات الأهلية، فسيتم رفض طلب بطاقة الائتمان الخاصة بك. في حين أن خدمة (BNPL) لا تحتوي على مثل هذه المعايير الصارمة. في الواقع، تكون العملية سريعة ومباشرة إذا اخترت خدمة (BNPL) التي تقدمها شركات (Fintech) أو شركات التجارة الإلكترونية. كما ذكرنا سابقًا، عليك ببساطة التسجيل مجانًا وتقديم التفاصيل الأساسية المطلوبة، وسيكون حد الائتمان الخاص بك جاهزًا للاستخدام. هذا هو السبب في أن خدمة "اشتر الآن وادفع لاحقًا" (BNPL) تكتسب المزيد من الإقبال بين الشباب الذين ليس لديهم إمكانية الوصول إلى بطاقات الائتمان.

5. الراحة:

عملية تقديم طلب الحصول على بطاقة الائتمان تستغرق وقتًا طويلاً ومملة، لأنها تتضمن معايير تحقُّق متعددة. وعادة ما تستغرق بطاقات الائتمان 3-4 أسابيع لمعالجة الطلب. في حين أن تطبيق (BNPL) سهل وسريع، ويمكنك الوصول إلى حد الائتمان الخاص بك في غضون بضعة دقائق.

علاوة على ذلك، فإن استخدام خدمة (BNPL) أثناء التسوق هو مجرد تحقق واحد لمرة واحدة. من ناحية أخرى، أثناء استخدام بطاقة الائتمان للتسوق عبر الإنترنت، سيتعين عليك إدخال تفاصيل مثل، رقم بطاقة الائتمان بالكامل، واسم حاملي البطاقة كما هو الحال في بطاقة الائتمان، وتاريخ انتهاء الصلاحية، والرقم السري الائتماني للبطاقة (CVV). بالإضافة إلى ذلك، للتحقق النهائي، سيطلب منك رقم التحقق (OTP) يتم إرساله إلى رقم هاتفك المحمول المسجل. لذلك، فإن مستويات الأمان المتعددة تحميك من أي إساءة استخدام للبطاقة. ولكن، إذا كنت في عجلة من أمرك، فقد تستغرق وقتًا طويلاً.

6. القبول:

تقتصر خدمة (BNPL) المقدمة من شركات (Fintech) على التجار الذين تربطهم علاقات شراكة معهم. وبالمثل، تقتصر استخدام خدمة (BNPL) كطريقة دفع على الشركات الشريكة مع مزود الخدمة. لذلك، لا يمكنك استخدام هذه الخدمة لإجراء عمليات شراء خارج الشركات الشريكة لهم. في المقابل، يتم قبول بطاقات الائتمان في جميع أنحاء العالم. ويمكنك الشراء من كل تاجر تقريبًا، عبر الإنترنت أو دون الاتصال بالإنترنت.

7. العروض:

تقدم كل من بطاقات الائتمان وأنظمة خدمة "اشتر الآن وادفع لاحقًا" مكافآت مختلفة واستردادًا نقديًا لعمليات الشراء التي تتم من خلالها. ومع ذلك، يحتاج المرء إلى التحقق من أي منهما يقدم قيمة أكبر قبل الشراء.

8. التقصير في السداد:

يمكن أن تقلل بطاقات الائتمان وكذلك مخططات خدمة (BNPL) من درجة الائتمان الخاصة بك، إذا تخلفت عن السداد أو تؤخر مدفوعاتك باستمرار.

حادى عشر: المخاطر المرتبطة بآليات الدفع الآجل (اشترالآن وادفع لاحقًا)

قد ينتج نتيجة ارتفاع معدل استخدام آليات الدفع الآجل عديد من المخاطر ليس فقط على مستوى المستخدم، بل على مستوى البائع والمجتمع ككل، ومنها التالي:

1. ارتفاع سعر الفائدة : يعرف سعر الفائدة بأنه تعويض مالي للشركة الممولة تفرض على طالب التمويل لقاء الخدمة. ففي خدمة (BNPL) ، نسبة الفائدة تختلف بين الشركات وقد تكون منعدمة. فغالبية الشركات المزودة للخدمة تفرض رسومًا مالية في حال عدم تسديد المستحقات في الوقت المحدد، مما يعرض المستهلك إلى مخاطر مالية في المستقبل بسبب نزعته السلوكية. أما بالنسبة للبائع، فإن ارتفاع سعر الفائدة أو رسوم التأخير، قد يتسبب في نفور المستهلك من السلعة أو الخدمة وعدم استخدام خدمة (BNPL) كطريقة دفع.

2. ارتفاع المستوى العام للأسعار (التضخم): التضخم هو ارتفاع أسعار المنتجات والخدمات خلال فترة زمنية محددة مع ضعف القدرة الشرائية وضعف قيمة العملة (الوادي وآخرون، 2010). فبالنسبة للمستهلك، فإن ارتفاع أسعار المنتجات والخدمات سوف يؤدي إلى دفعه للاستهلاك، بسبب وجود خدمة (BNPL) لأنها ستعوض النقص الحاصل من قيمة العملة وقدرتها الشرائية وعدم وعي المستهلك بثقافة الاستهلاك، مما سيؤدي إلى زيادة معدل التضخم بشكل مستمر حتى تدهور السوق. أما بالنسبة للبائع، قد يواجه مشكلات في سداد مستحقاته نظرا لارتفاع المستوى العام للأسعار.

3. حجم السكان: بشكل عام، معدلات الاستهلاك تتأثر بشكل كبير بعدد السكان، فإذا انخفض معدل السكان انخفض معدل الاستهلاك، وبالتالي يؤدي إلى عدم فعالية خدمة (BNPL) ، حيث إن عدم زيادة إيرادات المبيعات لدى البائع أو أصحاب المتاجر الإلكترونية الموفرة للخدمة قد يؤدي إلى إفلاس مزود الخدمة.(Brock, Rojas-Suarez, 2000).

الثانى عشر: الخلاصة:

إن لاستخدام آليات الدفع الآجل مميزات وعيوب يجب وعى الأفراد والأسر بها – أيا كان المستوى الاقتصادى أو الاجتماعى - حتى يمكن استخدام الآلية الأكثر مناسبة من ناحية ومن ناحية أخرى تقدير الأفراد والأسر بالمميزات والعيوب المتوقعة لاستخدام مثل هذه الآليات مستقبلا. ، حتى يمكن تجنب مخاطرها على الأمد القريب والبعيد ،

وكذلك من الأهمية صنع القوانين اللازمة لتقنين استخدام آليات الدفع الآجل بما يقلل من مخاطرها المتوقعة ومن ثم آثارها الاقتصادية والاجتماعية والنفسية على الأفراد والأسر في المجتمع.

المراجع:

(1) المراجع العربية:

- (1) آل رشود، سعد بن محمد بن سعد (2018). ثقافة الاستهلاك لدى الأسرة السعودية، المجلة العربية للدراسات التربوية والاجتماعية، ع12، ص ص53-164.
- (2) آل مظف، عبيد بن علي عطيان (2011). العوامل المؤثرة في سلوك الاستهلاك لدى الشباب في المجتمع السعودي: دراسة على طلاب المرحلة الجامعية بجامعة الملك عبد العزيز. مجلة كلية الآداب، جامعة الملك سعود، 23 (1)، ص ص 125-152.
- (3) بومدين، نورين (2021) محاضرات في الهندسة المالية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة حسيبة بن بوعلي بالشلف.
- (4) الجبرين، ريم الجبرين (2020)، أثر استخدام تطبيقات التكنولوجيا المالية على مدخرات الاسرة السعودية. رسالة ماجستير، الجامعة الإلكترونية السعودية. المملكة العربية السعودية.
- (5) الحويماني، فهد (2021) انتشار طريقة «اشتر الآن وادفع لاحقاً» مقال منشور موقع العربية، <https://ara.tv/yhnfh> يوم (23-5-2023)
- (6) خليل، أمال (2012) ثقافة الاستهلاك الترقى لدى المرأة السعودية وسبل مواجهتها من وجهة نظر التربية الإسلامية، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة أم القرى.
- (7) الدباغ، مها (2008) العوامل المؤثرة على السلوك الاستهلاكي لشراء الملابس لدى المرأة السعودية" مجلة علوم وفنون، 20(2)، ص ص 305-322.
- (8) الدوسري، ذيب (2006) العوامل الاجتماعية المؤثرة على السلوك الاستهلاكي للأسرة السعودية: دراسة ميدانية مطبقة على عينة من أولياء أمور طلبة المرحلة المتوسطة في مدينة الرياض. رسالة ماجستير غير منشورة. قسم الدراسات الاجتماعية. كلية الآداب. جامعة الملك سعود: المملكة العربية السعودية.
- (9) السميظ، حصة عبدالرحمن (2014) التخطيط للموارد المادية وعلاقته بالنمط الاستهلاكي لدى طلبة في مرحلة التعليم الجامعي، رسالة ماجستير، جامعة الكويت
- (10) الشريدة، ندى عبد القادر عبد الستار (2016) استخدام العقود الآجلة لأغراض التحوط: دراسة تطبيقية في شركات الاستثمار المسجلة في سوق العراق للأوراق المالية، مجلة الاقتصادي الخليجي، (27)، ص ص 131-134.

- 3) deHaan, Ed and Kim, Jungbae and Lourie, Ben and Zhu, Chenqi, Buy Now Pay (Pain?) Later (September 27, 2022). Available at SSRN: <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.4230633>.(Accessed at 20-8-2023)
- 4) Dhanorkar, Sanket, Bureau, ET (2021)" 5 things to know about buy now, pay later schemes", *economictimes.indiatimes.com/wealth*, Oct 25, 2021, (https://economictimes.indiatimes.com/wealth/borrow/5-things-to-know-about-buy-now-pay-later-schemes/articleshow/87221951.cms?utm_source=contentofinterest&utm_medium=text&utm_campaign=cppst). .(Accessed at 20-8-2023)
- 5) Falahati, L., Sabri, M. F., & Paim, L. H. (2012). Assessment a model of financial satisfaction predictors: Examining the mediate effect of financial behaviour and financial strain. *World Applied Sciences Journal*, 20(2), pp190–197.
- 6) Fisher, C., Holland, C., & West, T. (2021). Developments in the Buy Now, Pay Later Market. *Bulle Tin – March*, 59-71 (<https://www.rba.gov.au/publications/bulletin/2021/mar/pdf/developments-in-the-buy-now-pay-later-market.pdf>). .(Accessed at 25-8-2023)
- 7) Gdalman, Hannah, Greene, Meghan & Celik, Necati (2022) Buy Now, Pay Later: Implications for Financial Health. Form (https://finhealthnetwork-org.translate.google.com/research/buy-now-pay-later-implications-for-financial-health/?x_tr_sl=en&x_tr_tl=ar&x_tr_hl=ar&x_tr_pto=sc). .(Accessed at 23-8-2023)
- 8) Gerrans,Paul, Baur, Dirk G and Lavagna-Slater, Shane(2021) Fintech and responsibility: Buy-now-pay-later arrangements, *Australian Journal of Management*, 47(3) <https://doi.org/10.1177/03128962211032448>. .(Accessed at 20-8-2023)
- 9) Hurth, Victoria Mary Francis (2012). Factors influencing environmentally- significant consumption by higher-income households: A multi-method study of South Devon for social marketing application, Bhd, Devon, UK.
- 10) Johnson, D., Rodwell, J., & Hendry, T. (2021). Analyzing the impacts of financial services regulation to make the case that buy-now-pay-later regulation is failing. *Sustainability*, 13(4).

- 11) 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.
- 12) Lia, Della Ayu Zonna & Natswa, Salsabilla Lu'ay (2021) Buy-Now-Pay-Later (BNPL): Generation Z's Dilemma on Impulsive Buying and Overconsumption Intention, *Advances in Economics, Business and Management Research*, volume 193, pp 130-138.
- 13) Miller, Tan (2022) Buy Now Pay Later" in *Supply Chain Management Review May/June 2022*, *Journal of Supply Chain Management*, May 2022, 44- 51,
https://www.researchgate.net/publication/360845301_Buy_Now_Pay_Later_in_Supply_Chain_Management_Review_MayJune_2022.
- 14) Mirabi, V., Akbariyeh, H., & Tahmasebifard, H. (2015). A study of factors affecting on customers purchases intention. *Journal of Multidisciplinary Engineering Science and Technology (JMEST)*, 2(1).
- 15) Natswa, S. L. A. (2021, November). Buy-Now-Pay-Later (BNPL): Generation Z's Dilemma on Impulsive Buying and Overconsumption Intention. In *BISTIC Business Innovation Sustainability and Technology International Conference (BISTIC 2021)* (pp. 130-137). Atlantis Press.
- 16) Nnamani, Chidinma (2022) What Is Buy Now Pay Later and How Does It Work?, A publication by Square, JAN 20, 2022 (<https://squareup.com/us/en/the-bottom-line/reaching-customers/what-is-buy-now-pay-later>). .(Accessed at 20-8-2023)
- 17) Ross. Stephen A. &Westerfield. Randolph W. & Jaffe. Jeffrey F. & Jordan. Bradford D.. (2008)*Modern Financial Management*. 8th Ed. McGraw-Hill Irwin.
- 18) Shapiro, Jonathan , Eyers, James (2021)*Buy Now, Pay Later: The Extraordinary Story of Afterpay*, Allen & Unwin,
https://books.google.com.eg/books?id=nlssEAAAQBAJ&printsec=copyright&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false. .(Accessed at 20-8-2023)
- 19) Turunen, Elina, Hiilamo, Heikki (2014) Health effects of indebtedness: a systematic review, *BMC Public Health*. 2014 May 22;pp14:489. doi: 10.1186/1471-2458-14-489.

