



العوامل المؤثرة على نية المستهلكين من جيل Z وجيل الألفية استخدام خدمات "اشتر الآن وادفع لاحقاً" BNPL

إعداد

د. وليد خالد البلك

مدرس إدارة الأعمال، كلية التجارة، جامعة القاهرة

walid_khaled@foc.cu.edu.eg

المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والتجارية

كلية التجارة – جامعة دمياط

المجلد الخامس - العدد الثاني – الجزء الثالث - يوليو ٢٠٢٤

التوثيق المقترح وفقاً لنظام APA:

البلك، وليد خالد (٢٠٢٤). العوامل المؤثرة على نية المستهلكين من جيل Z وجيل الألفية استخدام خدمات "اشتر الآن وادفع لاحقاً" BNPL، **المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والتجارية**، كلية التجارة، جامعة دمياط، ٥(٢)٣، ١٠٩٥-١١٣٠.

رابط المجلة: <https://cfdj.journals.ekb.eg/>

العوامل المؤثرة على نية المستهلكين من جيل Z وجيل الألفية

استخدام خدمات "اشتر الآن وأدفع لاحقاً" BNPL

د. وليد خالد البلك

مستخلص:

تهدف هذه الدراسة الى معرفة العوامل المؤثرة على نية المستهلكين من جيل Z وجيل الألفية في مصر على استخدام خدمات "اشتر الآن وأدفع لاحقاً" BNPL. تم دمج نموذج قبول التكنولوجيا ونظرية السلوك المخطط ونظرية الخطر المدرك كأساس لتطوير النموذج النظري وذلك من أجل تعزيز القوة التفسيرية لنتائج الدراسة. بلغ حجم العينة النهائي 412 مفردة. وقد وجدت الدراسة وجود تأثير إيجابي لسهولة الاستخدام والفائدة المدركة والموقف تجاه الاقتراض والسيطرة السلوكية المدركة وتأثير سلبي للمخاطر المدركة على نية استخدام خدمات "اشتر الآن وأدفع لاحقاً"، في حين لم تجد الدراسة وجود تأثير للمعايير الذاتية على نية الاستخدام. يمكن أن تساعد نتائج تلك الدراسة مقدمي خدمات "اشتر الآن وأدفع لاحقاً" على وضع السياسات لجذب المزيد من المستهلكين وتحديد كيفية تخصيص الموارد لتوسيع قاعدة العملاء.

الكلمات الدالة

نية الاستخدام، اشتر الآن وأدفع لاحقاً، المخاطر المدركة، نموذج قبول التكنولوجيا، نظرية السلوك المخطط.

١ - مقدمة

انتشرت مؤخراً في مصر شركات التمويل الاستهلاكي، تقدم تلك الشركات لعملائها ما يسمى خدمة "اشتر الآن وأدفع لاحقاً" (BNPL) Buy Now Pay Later، إذ تتيح تلك الشركات لعملائها إمكانية الشراء والتسوق من متاجر متعددة مع تقسيط المدفوعات على فترة زمنية ممتدة (Cook et al., 2023)، قد تصل في بعض الأحيان الى 60 شهراً وذلك مقابل تحميل المستهلكين فوائد بسيطة ومصروفات إدارية. وبالتالي أصبحت تلك الشركات منافساً للبنوك المصرفية في تقديم خدمات الإقراض لتمويل شراء السلع والخدمات الاستهلاكية للمستهلكين. تندرج شركات التمويل الاستهلاكي تحت قطاع التمويل غير المصرفي - الذي يضم أيضاً أنشطة أخرى مثل نشاط التأجير التمويلي ونشاط التخصيم ونشاط التمويل متناهي الصغر - ولا تخضع لإشراف البنك المركزي وإنما تخضع لإشراف الهيئة العامة للرقابة المالية وفقاً لأحكام القانون رقم (18) لسنة 2020 (الهيئة العامة للرقابة المالية، 2024).

وفقاً للموقع الإلكتروني للهيئة العامة للرقابة المالية، فقد قفز حجم التمويل الاستهلاكي الممنوح للمستهلكين في مصر 58.7% خلال سنة 2023 ليصل الى 47.3 مليار جنية مقارنة بحجم تمويل 29.8 مليار جنية في سنة 2022 كما بلغ عدد شركات التمويل الاستهلاكي في

مصر 45 شركة في نهاية عام 2023 - من أشهرها "حالا" و "فاليو" و "كونتكت" - لديها 7.8 مليون عميل. (الهيئة العامة للرقابة المالية). وقد حدد قانون التمويل الاستهلاكي، نطاق نشاط تلك الشركات من حيث السلع والخدمات، حيث تختص تلك الشركات بتمويل سيارات الركوب، السلع المعمرة (الكهربائية والإلكترونية)، الخدمات التعليمية، الخدمات الصحية، وخدمات السفر والسياحة وأي سلع وخدمات أخرى توافق عليها الهيئة العامة للرقابة المالية (قانون تنظيم نشاط التمويل الاستهلاكي رقم 18 لسنة 2020).

تتشابه خدمات BNPL مع بطاقات الائتمان (فيزا المشتريات) التي توفرها العديد من البنوك المصرية لتمويل شراء السلع الاستهلاكية. إلا أن الحصول على تمويل من شركات BNPL في مصر أمر بسيط للغاية بخلاف الحصول على بطاقة ائتمان. فوفقاً لتجربة الباحث مع بعض الشركات - مثل شركتي فاليو وسهولة- لا يتطلب الأمر سوى تحميل التطبيق الإلكتروني الخاص بالشركة مجاناً على الهاتف المحمول والذهاب إلى أحد مكاتب الشركة وتقديم صورة بطاقة الرقم القومي، والانتظار لدقائق معدودة فقط حتى يتم تفعيل الخدمة ومنح الموافقة الائتمانية وتحديد الحد الائتماني الممنوح. ثم بعد ذلك يمكن للعميل استخدام التطبيق للشراء في حدود الائتمان الممنوح له وذلك في المتاجر - سواء المادية أو الإلكترونية - المتعاقد مع مقدم خدمة BNPL، على أن يكون مقدم خدمة BNPL بالسداد للتاجر ثم قيام العميل لاحقاً بالسداد لمقدم خدمة BNPL على أقساط وفقاً للشروط والأحكام.

يتضح مما سبق سهولة الحصول على ائتمان من شركات BNPL، وذلك على عكس الحصول على تمويل استهلاكي عن طريق البنوك المصرفية - من خلال بطاقة الائتمان أو ما يعرف بفيزا المشتريات- حيث تأخذ الموافقة على منح ائتمان من شركات BNPL وقتاً أقل بكثير (عادة ما تستغرق عدة دقائق) من عملية التقدم بطلب للحصول على بطاقة ائتمان من البنك الخاص بك (قد تستغرق عدة أسابيع) (Xing et al., 2019). وفي حين أن البنوك المصرفية لا تمنح بطاقات الائتمان إلا للأفراد الذين يتمتعون بمستوى ائتماني مرتفع (2021 Lia and Natswa)، لا تقوم معظم شركات BNPL بإجراء فحص صارم لدرجة الائتمان الخاصة بعملائها (Schomburgk and Hoffmann, 2023). حيث لا تشترط تلك الشركات في معظم الأحيان وجود سجل ائتماني جيد أو حد أدنى للدخل (Khosla and Jain, 2022). وبالتالي فإن خدمات تلك الشركات تكون متاحة لمجموعة كبيرة من الأفراد، بما في ذلك الأفراد الذين لا تسمح لهم قدراتهم المالية أو تاريخهم الائتماني السيء الحصول على بطاقات ائتمان (فيزا مشتريات) من البنوك المصرفية (Visser, 2021).

على الرغم من تنامي خدمات BNPL بشكل مضطرب في الحياة اليومية وتأثيرها على نمط وطريقة الاستهلاك، يوجد نقص في الأدبيات التسويقية المتعلقة بها عالمياً (Raj et al., 2024). ووفقاً لاطلاع الباحث لا توجد دراسات عالمية تناولت العوامل المؤثرة على تبني المستهلكين لخدمات BNPL. حيث ركزت تلك الدراسات المحدودة بشكل كبير على العلاقة بين BNPL والشراء الاندفاعي (Raj et al., 2024; Lia and Natswa, 2021; Coffey et al., 2023; Fook and McNeill, 2020). وهناك دراسات أخرى قامت بدراسة خدمات BNPL من منظور اقتصادي (Guttman-Kenney et al., 2023)، أو تقييم منتجات وخدمات BNPL (Aalders, 2023). أو تأثير اليقظة الذهنية mindfulness للمستهلكين على استخدام BNPL وتأثير ذلك على الرفاهية المالية والرفاهية العامة لهم (Schomburgk and Hoffmann, 2023).

بناء على العرض السابق، يمكن القول إن الدراسة الحالية تهدف إلى سد الفجوة البحثية في الدراسات السابقة في سياق خدمات BNPL من خلال دراسة وفحص العوامل التي تؤثر على نية المستهلكين لتبني خدمات "أشتر الآن وأدفع لاحقاً". وسعياً لتحقيق ذلك، قامت الدراسة بتطوير نموذج شامل من خلال دمج ثلاث نظريات معاً وهي، نموذج قبول التكنولوجيا (Technology Acceptance Model (TAM)، نظرية السلوك المخطط Theory of Planned Behavior (TPB) ونظرية الخطر المدرك (Perceived Risk (TPR). اعتمدت الدراسة على تلك النظريات الثلاث بهدف تغطية العديد من الجوانب المرتبطة بخدمات BNPL وذلك من أجل تقديم صورة واسعة وشاملة حول العوامل المؤثرة لتبني خدمات BNPL. ويمكن توضيح أسباب ومبررات دمج النظريات الثلاث معاً في نموذج الدراسة في الجزء التالي.

أولاً، تم الاعتماد على نموذج قبول التكنولوجيا بهدف تغطية المنظور التكنولوجي لخدمات BNPL. حيث يتم اعتبار BNPL تقنية مالية FinTech (Guttman-Kenney et al., 2023) إذ يمكن للمستهلكين استخدام الخدمة كخيار دفع إلكتروني لسداد تكلفة المشتريات (Sheiksh, 2021) وذلك بمجرد الضغط على "شراء" من داخل تطبيق الخدمة من على هواتفهم الذكية. وبالتالي كان من الضروري أن يتضمن النموذج دراسة العوامل المؤثرة على نية العملاء لاستخدام تلك الخدمة كمنتج تكنولوجي. وقد أثبت نموذج قبول التكنولوجيا فعاليته في تفسير قبول التكنولوجيا الجديدة في العديد من الدراسات (Liu et al., 2019). ويرى هذا النموذج أن هناك عاملين، هما الفائدة المدركة وسهولة الاستخدام المدركة، يمكن من خلالهما التنبؤ بتبني واستخدام التكنولوجيا الجديدة (Zhang et al., 2018).

ثانياً، تم استخدام نظرية السلوك المخطط بهدف تغطية المنظور السلوكي للخدمة. إذ أن خدمات BNPL - وبعبارة أخرى كونها خدمة تكنولوجية - تعتبر من خدمات الائتمان الاستهلاكي، أي أن استخدامها يعني ببساطة قيام العميل بالحصول على قرض لسداد قيمة المشتريات (Raj et al., 2024) أو ما يعرف بسلوك الدين (debt behavior) (Herispon et al., 2022). ومن ثم كان من الضروري من أجل تقديم صور واسعة وشاملة عدم إغفال هذا الجانب ودراسة العوامل المؤثرة على نية قيام العملاء بهذا السلوك (الحصول على ائتمان) من خلال استخدام تلك الخدمة. تستخدم نظرية السلوك المخطط للتنبؤ بالسلوك البشري وفهمه (Ulker-Demirel and Ciftci, 2020)، وتقتصر على نية الفرد للقيام بسلوك ما يتأثر بثلاثة عوامل هي الموقف من السلوك والمعايير الذاتية والسيطرة السلوكية المدركة (Rozenkowska, 2023).

^١ يُشار إلى التقاطع بين التمويل والتكنولوجيا باسم "FinTech". يستخدم المصطلح لتوضيح التقنيات الجديدة التي تهدف إلى تعزيز الخدمات والمنتجات المالية للمستهلكين والشركات. تشمل التكنولوجيا المالية جميع جوانب التكنولوجيا التي تسهل تقديم الخدمات المالية للعملاء، بما في ذلك الأفراد والشركات والحكومات (O'Hanlon et al., 2020).

أخيراً، تم دمج نظرية الخطر المدرك وذلك لزيادة القوة التفسيرية لنتائج البحث من خلال معرفة العوامل التي قد تؤثر بالسلب على نية تبني المستهلكين لخدمات BNPL، حيث أوضح Sheth (1981) أنه ينبغي على الباحثين تركيز جهودهم على فهم سبب مقاومة الابتكارات مع أسباب تبنيها. نتيجة لذلك تأخذ الدراسة الحالية المخاطر المدركة من خدمات BNPL في الحسبان، سواء المخاطر المدركة من استخدام تكنولوجيا حديثة – المنظور التكنولوجي للخدمة - إذ اتفق العديد من الباحثين على أن المخاطر المدركة تشكل عائقاً رئيسياً أمام تبني الخدمات الإلكترونية (Roy et al., 2017; Yang et al., 2015). أو المخاطر المدركة من سلوك الحصول على قروض استهلاكية – المنظور السلوكي للخدمة- إذ أن الحصول على ديون استهلاكية قد يمثل قلق وضغط نفسي لدى بعض الافراد (Herisson et al., 2022).

بالإضافة الى ذلك، تستهدف الدراسة الافراد من جيل Z وجيل الألفية^٢، على وجه التحديد الشباب في العشرينيات والثلاثينيات من العمر. إذ تعتقد الدراسة الحالية أن هذه الفئة العمرية تمثل السوق المستهدف الذي يجب أن تركز عليه شركات BNPL في مصر وذلك في ظل المنافسة الشرسة مع البنوك المصرفية والتي تقدم الائتمان الاستهلاكي بتكلفة أقل من شركات BNPL، إذ تقوم معظم البنوك المصرية مثل البنك الأهلي المصري وبنك مصر والبنك التجاري الدولي بإصدار بطاقات ائتمان للعملاء (فيزا مشتريات) تتيح للعملاء تقسيط المشتريات من متاجر عديدة دون فوائد أو مصروفات إدارية وذلك مقابل رسوم إصدار وتجديد بسيطة، في حين أن شركات BNPL تفرض – في معظم الاوقات- فوائد ورسوم إدارية على الائتمان الممنوح للعملاء مما يجعلها أكثر تكلفة مقارنة بالائتمان الممنوح من قبل البنوك المصرفية. ووجود هذه الميزة التنافسية للبنوك المصرفية تجعل مهمة شركات BNPL أكثر صعوبة في سوق التمويل الاستهلاكي. وبالتالي فإن التركيز على جيلي Z والألفية قد يمثل فرصة تسويقية جيدة لشركات BNPL للعديد من الأسباب نوضحها فيما يلي:

أولاً، معظم الافراد في تلك الشريحة العمرية ما يزالون في مقتبل حياتهم العملية وبالتالي لا يزال دخلهم منخفض نسبياً وإمكانيتهم المالية ضعيفة وغالباً ما يجدون صعوبة في إصدار بطاقات ائتمان والتي تخضع لتنظيم أكثر صرامة ومتطلبات ائتمانية قد تفوق إمكانياتهم (Gerrans et al., 2022). حتى وإن تم منحهم بطاقات ائتمان، فإن الحد الائتماني الاقصى الممنوح لهم يكون ضئيلاً لا يلبي حاجياتهم. ومن ثم قد تكون خدمات BNPL جذابة لهذه الفئة العمرية، حيث إنها كما أوضحنا سابقاً فإن شركات BNPL لا تقوم بفحص ائتماني صارم أو تثقيف بحد أدنى للدخل كما أن الائتمان الممنوح يتراوح ما بين 20 ألف الى 50 ألف جنية.

^٢ وفقاً ل (Dimock 2019) لا يوجد تحديد دقيق متفق عليه لبداية ونهاية كل جيل. ولكننا سوف نعتمد هنا على تحديد دراسة (Moustabshirah et al. (2022 والتي ترى أن جيل الألفية يتكون من المواليد خلال الفترة ما بين بداية الثمانينات ومنتصف التسعينات، بينما جيل Z هو الجيل الذي يتكون من المواليد خلال فترة ما بين منتصف التسعينات ومنتصف العقد الأول من الألفية الثانية

ثانياً، بالإضافة لكونها أداة ائتمانية، فإن خدمات BNPL هي أيضاً وسيلة دفع إلكترونية. وبالنسبة لهذين الجيلين وخصوصاً جيل Z - وهو الجيل الرقمي الذي لم يعرف الحياة دون إنترنت- تعتبر وسيلة جيدة. إذ أنه وفقاً لتقرير Mastercard فإن هذين الجيلين في مصر أكثر انفتاحاً على طرق الدفع الرقمية، ومن غير المرجح أن يقوم الجيل Z وجيل الألفية في مصر بإجراء عمليات شراء أو دفع بطرق تقليدية، إن هذين الجيلين في مصر هم من يبحثون بأنفسهم وبشكل استباقي عن طرق دفع جديدة إلكترونية (Mastercard, 2022).

ثالثاً، ترى الدراسة الحالية، أن هذه الشريحة السوقية قد تكون مربحة بشكل جيد لشركات BNPL. حيث إنه من المتوقع أن تكون القيمة الدائمة للعميل^٣ Customer Lifetime Value في هذه الشريحة مرتفعة. كما نعلم، فإن القيمة الدائمة للعميل تتأثر بعاملين رئيسيين وهما مدة تعامل العميل مع الشركة وهامش الربح المحقق من العميل. بالنسبة لمدة التعامل، تعتبر هذه الشريحة صغيرة السن إلى حد ما وبالتالي فإن جذب العملاء من تلك الشريحة يحمل في داخله علاقة طويلة الأمد مع وجود آفاق كبيرة للنمو المستقبلي. أما فيما يتعلق بهامش الربح، تعتبر هذه الشريحة - ونظراً لضعف قدراتهم المالية - أقل حساسية لأسعار الفائدة^٤ (Capon, 2008) وبالتالي يكونون على استعداد لقبول الائتمان بفائدة مرتفعة مما يجعلهم أكثر ربحية وذلك على عكس الأفراد ذوي القدرات المالية المرتفعة الذين قد يفضلون الشراء نقداً في حالة ارتفاع أسعار الفائدة. كما أن هذين الجيلين أكثر ميلاً نحو الشراء المرتبط بالاستهلاك التفاضلي أو الاستهلاك المظهري conspicuous consumption وهو إنفاق الأموال على السلع والخدمات الكمالية لبلوغ وضع اجتماعي معين أو الحفاظ عليه وذلك لأنهم الأكثر انفتاحاً على العالم (Moustabshirah et al., 2022).

أخيراً، حجم هذه الشريحة مناسب للغاية، إذا يبلغ نسبة الشباب في العشرينات والثلاثينات من العمر في مصر تقريباً ثلث السكان إذ يبلغ 31.8% من إجمالي عدد السكان (الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، 2023).

تدعم الإحصائيات العالمية وجهة نظر الدراسة الحالية، حيث إن ما يقرب من 75% من مستخدمي BNPL في الولايات المتحدة هم من الجيل Z أو جيل الألفية (Insider Intelligence, 2021). الخلاصة، من وجهة نظر الدراسة الحالية يعتبر جيل Z وجيل الألفية سوق مستهدف جيد لشركات BNPL لأنه بعيد إلى حد ما عن المنافسة الشرسة مع البنوك المصرفية، لديهم استعداد رائع للتعامل بوسائل الدفع الإلكترونية، عملاء مربحين إلى حد ما بالإضافة إلى أن حجم السوق مناسب.

^٣ القيمة الدائمة للعميل هي القيمة الحالية للأرباح المستقبلية التي يولدها العميل للشركة على مدار فترة تعامله مع الشركة (Capon, 2008).

^٤ هذا ما توصل إليه قطاع التمويل العقاري في Royal Bank of Canada عندما قام بالتركيز على شريحة العملاء صغار السن الذين يرغبون في شراء المنازل لأول مرة (Capon, 2008).

وبالتالي، يساهم هذا البحث في الأدبيات المحدودة المتعلقة باستخدام BNPL في عدة جوانب. أولاً، على حد علمنا، تعد هذه الدراسة هي الأولى التي تعمل على استكشاف العوامل المؤثرة على نية المستهلكين تبني خدمات BNPL. ثانياً، تقترح الدراسة نموذجاً نظرياً يدمج ثلاث نظريات معاً وهي نموذج قبول التكنولوجيا، نظرية السلوك المخطط ونظرية الخطر المدرك لدراسة العوامل المؤثرة على نية تبني خدمات BNPL ما يزيد من القوة التفسيرية لنتائج البحث. ثالثاً، تركز الدراسة على الأفراد من جيلي Z والألفية (خصوصاً الشباب في العشرينات والثلاثينات) إذ ترى الدراسة أن تلك الفئة العمرية تمثل السوق المستهدف المناسب لشركات BNPL خصوصاً مع المنافسة الشرسة من قبل البنوك المصرفية، ما يجعل فهم العوامل المؤثرة على تبني المستهلكين من تلك الفئة العمرية لخدمات BNPL أمر بالغ الأهمية لتلك الشركات. أخيراً، حيث تعتبر طريقة الدفع "Buy Now Pay Later" في مرحلة الدخول الأولى في مصر، فإن هناك حاجة إلى العديد من الدراسات المتعلقة بها لتقديم أدلة عملية لمساعدة مشغلي تلك الخدمة على اتخاذ قرارات استراتيجية في هذا المجال.

٢- مشكلة الدراسة:

تسعى الدراسة إلى الإجابة على التساؤل التالي:

ما هي العوامل المؤثرة على تبني جيل Z وجيل الألفية في مصر لخدمات "أشتر الآن وادفع لاحقاً" BNPL؟

٣- أهداف الدراسة

تتمثل أهداف الدراسة الرئيسية فيما يلي:

١/٣- تطوير نموذج شامل لفهم العوامل المؤثرة على تبني جيل Z وجيل الألفية في مصر لخدمات "أشتر الآن وادفع لاحقاً" BNPL وذلك من خلال دمج نموذج قبول التكنولوجيا، نظرية السلوك المخطط ونظرية الخطر المدرك.

٢/٣- تحديد العوامل المؤثرة على نية تبني خدمات BNPL بين جيلي Z والألفية في مصر. وبشكل أكثر تفصيلاً:

١/٢/٣- تحديد تأثير الفائدة المدركة من استخدام خدمة BNPL على نية تبني الخدمة بين جيلي Z والألفية في مصر.

٢/٢/٣- تحديد تأثير سهولة الاستخدام المدركة لخدمة BNPL على نية تبني الخدمة بين جيلي Z والألفية في مصر.

٣/٢/٣- تحديد تأثير الموقف تجاه الاقتراض على نية تبني خدمة BNPL بين جيلي Z والألفية في مصر.

٤/٢/٣- تحديد تأثير المعايير الذاتية على نية تبني خدمة BNPL بين جيلي Z والألفية في مصر.

٥/٢/٣- تحديد تأثير السيطرة السلوكية المدركة عند استخدام خدمة BNPL على نية تبني الخدمة بين جيلي Z والألفية في مصر.

٦/٢/٣- تحديد تأثير المخاطر المدركة عند استخدام خدمة BNPL على نية تبني الخدمة بين جيلي Z والألفية في مصر.

٤- الإطار النظري للدراسة:

قام العديد من الباحثين بتطوير العديد من النظريات العلمية من أجل تفسير أسباب تبني المستهلكين تكنولوجيا معينة وكذلك النوايا السلوكية لهم. ومن أبرزها نظرية الفعل المبرر Theory of Reasoned Action (Fishbein and Ajzen, 1975) ونظرية السلوك المخطط (Ajzen, 1991) ونموذج قبول التكنولوجيا (Davis et al., 1989) أو النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا (UTAUT) (Venkatesh et al., 2003). وفي سياق خدمات BNPL والتي تدمج خدمة الدفع الإلكتروني مع خدمة الحصول على ائتمان استهلاكي ومع ما يترتب على وجود مخاطر مدركة من استخدام تلك الخدمة، قامت الدراسة الحالية بدمج نموذج قبول التكنولوجيا ونظرية السلوك المخطط ونظرية المخاطر المدركة. في الجزء التالي سوف نستعرض النظريات الثلاث. ولكن نظرا لعدم نضوج الابحاث المتعلقة باستخدام BNPL، تم تطوير المراجعة التالية بناءً على أدبيات BNPL المتاحة، وإن كانت محدودة، بالإضافة الى الأدبيات المرتبطة بسياق الائتمان الاستهلاكي وكذلك المدفوعات من خلال بطاقات الائتمان أو الهاتف المحمول، باعتبارها نظائر متشابهة تقريبا.

١/٤ - نموذج قبول التكنولوجيا (TAM) Technology Acceptance Model

يعد نموذج قبول التكنولوجيا أحد النماذج الأكثر استخدامًا في أبحاث قبول التكنولوجيا. ويعتبر أيضًا نموذجًا مناسبًا لتقييم سلوك المستهلك في مدفوعات التجارة الإلكترونية وقطاع التكنولوجيا المالية بشكل عام (Stewart and Jürjens, 2018). على الرغم من بساطة بنية نموذج TAM، إلا أنه أثبت أنه أداة قوية لشرح سلوك المستخدم تجاه تكنولوجيا المعلومات. علاوة على ذلك، تم التحقق من صحة TAM على نطاق واسع ليكون إطارًا قويًا وموجزًا يهدف إلى فهم قبول المستخدم للتكنولوجيا في مجموعة متنوعة من السياقات، بما في ذلك التجارة الإلكترونية، والتجارة عبر الهاتف المحمول، وتكنولوجيا الخدمة الذاتية (Liu et al., 2019). ويعتمد نموذج قبول التكنولوجيا على سهولة الاستخدام والفائدة المدركة باعتبارهما المحددات الرئيسية لقبول التكنولوجيا.

سهولة الاستخدام المدركة هي الدرجة التي يعتقد فيها الشخص أن استخدام نظام معين سيكون خاليًا من الجهد (Davis et al., 1989). يمكن تعريف سهولة الاستخدام في سياق التكنولوجيا المالية بأنه مستوى الراحة والثقة الذي يشعر به المستخدمون عند تعلم واستخدام خدمات التكنولوجيا المالية (Hu et al., 2019). وفي سياق خدمات BNPL يمكن القول إن سهولة الاستخدام تعني عدم الحاجة إلى بذل جهد خاص لمعرفة كيفية استخدام خدمة BNPL وأن شراء المنتجات سيصبح أمر سهل. تشير الأبحاث السابقة إلى أن أنظمة الدفع التي توفر السهولة والملاءمة من المرجح أن يتم قبولها على نطاق أوسع (Chuang et al., 2016; Fatonah et al., 2018)، وبشكل عام يبحث الأفراد عن أنظمة دفع تعمل على تبسيط المعاملات، على سبيل المثال الطرق غير النقدية مثل بطاقات الائتمان أو المدفوعات عبر الإنترنت أو الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول أو المحافظ الإلكترونية (Fatonah et al., 2018).

الفائدة المدركة هي الدرجة التي يعتقد فيها الشخص أن استخدام نظام معين سيؤدي إلى تحسين أدائه (Davis et al., 1989). وفي سياق خدمات BNPL يمكن القول إن الفائدة المدركة تعني القدرة على الحصول على السلع التي يحتاجها في الوقت المناسب حتى عندما لا يكون لديه الأموال اللازمة لدفع ثمنها على الفور، وبالتالي تقليل الإزعاج في حياته وزيادة كفاءة إدارته المالية. كما أنها تشبه بطاقات الائتمان في كونها تعتبر مصدر للائتمان المتجدد مع فترة سماح طويلة وهي فوائد وجدت أنها هامة للعديد من المستهلكين (Trinh et al., 2020). وبشكل عام، تم إثبات تأثير الفائدة المدركة على نية الاستخدام في الأبحاث التجريبية حول نية قبول الدفع الإلكتروني (To and Trinh, 2021; Francisco et al., 2015).

٢/٤ - نظرية السلوك المخطط (TPB) Theory Of Planned Behavior

نستخدم في الدراسة الحالية نظرية (Ajzen 1991) للسلوك المخطط لدراسة النية السلوكية للحصول على ائتمان (قروض) من خلال خدمات BNPL أو ما يطلق عليه سلوك الدين debt behavior. إذ أظهرت الدراسات السابقة أن القرارات المالية تأثرت بمشاعر الناس ومواقفهم السلوكية بدلاً من التفكير المنطقي (Gutiérrez-Nieto et al., 2017). تشرح نظرية السلوك المخطط وتتنبأ بالسلوك البشري الذي لا يخضع بالكامل للسيطرة الإرادية (Ajzen, 2002).

وفقاً لنظرية السلوك المخطط، يمكن التنبؤ بسلوك الشخص من خلال النية والتي تنشأ بدورها من ثلاثة عوامل محددة. أولاً، موقف الشخص تجاه السلوك (الموقف تجاه الحصول على ديون في هذه الدراسة). والموقف تجاه السلوك هو تقييم موجز للسلوك من قبل الشخص يأخذ شكل سمات مثل جيد - سيء، ضار - نافع، ممتع - غير سار، محبوب - مكروه (Ajzen, 2002) وبالتالي تشير المواقف تجاه السلوك إما إلى تقييمات إيجابية أو سلبية للعواقب المحتملة أو سمات السلوك (Koropp et al., 2014). بالطبع قد يكون لدى الأفراد مواقف مختلفة تجاه الديون، حيث قد يكون لدى البعض موقف إيجابي تجاهها والبعض الآخر مواقف أكثر سلبية. إذ إنه في العديد من الثقافات، غالباً ما تكون الكلمات التي تشير إلى "دين" مرادفة لـ "الخطيئة" أو "الذنب" (Graeber, 2011). علاوة على ذلك، هناك وصمة عار مرتبطة بالتخلف عن سداد الديون أو إعلان الإفلاس (Almenberg et al., 2021). ثانياً، المعايير الذاتية. وفقاً لما ذكره (Ajzen 2002)، تخضع المعايير الذاتية لتأثير المعتقدات المعيارية ودوافع الفرد للامتثال لتوقعات الدائرة الأقرب إليه من العائلة والأصدقاء. أي تشير المعايير إلى معتقدات الفرد حول توقعات الآخرين المهمين (مثل العائلة أو الأصدقاء) فيما يتعلق بالقيام بالسلوك أو عدم القيام به (Koropp et al., 2014). إذ يكون لدى الفرد نية للقيام بسلوك معين (مثل الحصول على ائتمان) إذا أدرك أن هناك قبول اجتماعي لهذا السلوك (Herisson et al., 2022). ثالثاً، السيطرة السلوكية المدركة. يتم تعريف السيطرة السلوكية المدركة عادة على أنها سهولة أو صعوبة أداء السلوك كما هو متوقع من قبل صانع القرار، ما يعكس كلاً من الحواجز المتوقعة وكذلك الخبرة السابقة (Ajzen, 2002). وبناءً على ذلك، فإننا نعرّف هذا المفهوم في سياق الدراسة الحالية بأنه تصور الفرد لمدى سيطرته على التمويل المستخدم من خلال قدرته على جعل حجم الديون في المستوى المناسب الذي يمكنه من الالتزام بسداد الاقساط في المواعيد المقررة دون تأخير. ومن ثم قد ترجع المستويات الأعلى من التحكم في سلوك الديون إلى خبرة الفرد السابقة في الحصول على ديون وثقته في نفسه وفي الموارد التي يملكها والتي تمكنه من الالتزام بسداد الاقساط.

٣/٤- نظرية المخاطر المدركة (TPR): Theory of Perceived Risk

المستهلكون عقلانيون ولا يهتمون بالفوائد فحسب، بل أيضاً بالخسائر وذلك عندما يتخذون قراراً، وقد تم ذكر هذه المخاوف باعتبارها تصورات للمخاطر، والتي تم اقتراحها لأول مرة في نظرية المخاطر المدركة (Bauer, 1960). وتري دراسة (Yang et al 2015) أن معظم سلوكيات شراء المستهلكين قد تكون محفوفة بالمخاطر لأن قرارات الشراء قد تؤدي إلى عواقب غير متوقعة أو غير مواتية. ويمكن تعريف المخاطر المدركة بأنه شعور الفرد الشخصي باحتمال أن تكون عواقب (خسائر) الفعل أو القرار غير مواتية (Hsieh, 2021).

قد يدرك المستهلك وجود مخاطر عند استخدام خدمات BNPL بسبب الطبيعة المميزة لهذه الخدمة، أولاً هي خدمة دفع إلكترونية تتم عبر الانترنت ومثل هذه المعاملات الإلكترونية تكون غير مرئية للمستهلكين، الذين قد يواجهون نتائج غير متوقعة وقد يمنعهم ذلك من القيام بسلوكيات معينة. وقد وجدت العديد من الدراسات وجود مخاطر مدركة للتعاملات الإلكترونية مثل الدفع الإلكتروني (Patil et al., 2018) والخدمات المصرفية الإلكترونية (Mutahar et al., 2018). ثانياً، هي معاملة مالية، والمعاملات المالية حتى العادية منها (وليست الإلكترونية فقط) تنطوي على مخاطر مالية معينة مرتبطة بتقلبات السوق أو الاحتيال أو عوامل أخرى مماثلة (Trinh et al., 2020). ثالثاً، يترتب على استخدامها الحصول على ديون استهلاكية وهو ما قد يمثل قلق وضغط نفسي لدى بعض الافراد (Herispon et al., 2022).

حددت الدراسات السابقة حول سلوك المستهلك سبعة أشكال من المخاطر المدركة وهي المخاطر المتعلقة بالأداء، والمخاطر الاجتماعية، ومخاطر الوقت، والمخاطر المالية، والخصوصية، والمخاطر الجسدية (الصحية) والنفسية (Wu et al., 2017). سوف يتم استبعاد ثلاثة منها ترى الدراسة الحالية أن أياً منهم لا تنطبق على سياق خدمات BNPL، وهي المخاطر الاجتماعية، مخاطر الوقت، المخاطر الصحية. وبالتالي – ووفقاً للفقرة السابقة - ترى الدراسة الحالية أن خدمات BNPL تنطوي على أربعة أنواع من المخاطر وهي مخاطر الاداء والمخاطر المالية ومخاطر الخصوصية والمخاطر النفسية. يوضح جدول رقم (1) التعريفات الخاصة بتلك المخاطر. أتضح من مراجعة الادبيات السابقة في سياق بطاقات الائتمان والدفع عبر الهاتف المحمول – وهي نظائر مشابهة لخدمات BNPL – أن منح المستهلكين حدًا انتمائياً، قد يمثل ضغوط نفسية عليهم تتطلب بذل جهد للتأكد من استخدامه بأمان وفعالية (مخاطر نفسية) (Yang et al., 2015). ومع ذلك، فإن مدفوعاتهم لا تنجح دائماً بسبب الأعطال التشغيلية أو الأعطال في النظام (مخاطر الاداء) (Varaprasad et al., 2013). وفي الوقت نفسه، فإن الخسائر في الخصوصية الشخصية وأمن النظام غالباً ما تكون خطيرة بالنسبة للمستهلكين (مخاطر الخصوصية) (Tseng, 2016) كما أن المدفوعات عبر الهاتف قد تكون عرضة لعمليات الاحتيال التي تتم عبر الأنترنت (مخاطر مالية) (Mu and Li, 2022).

بشكل عام، قامت الدراسات السابقة بدراسة المخاطر المدركة من منظورين. الاول، منظور عام أحادي البعد وهو المنهج الأسهل في التنفيذ. والآخر، منظور متعدد الأبعاد يعكس مزيد من التفاصيل للمخاطر المدركة (Chang et al., 2022). ترى الدراسة الحالية أن المخاطر المدركة هي متغير متعدد الأبعاد، ومن ثم سوف يتم النظر إليها كمتغير كامن من الدرجة الثانية يتكون من عدة أبعاد/ متغيرات من الدرجة الاولى وهي مخاطر الاداء والمخاطر المالية ومخاطر الخصوصية والمخاطر النفسية. وقد تم استخدام هذا النهج في العديد من الدراسات السابقة (Mutahar et al., 2018; Trinh et al., 2020; Yang et al., 2015). ومن ثم يتم تعريف المخاطر المدركة في هذه الدراسة على انه مدى إدراك المستهلكين لخسائر الأداء والخسائر المالية وخسائر الخصوصية والخسائر النفسية المحتملة التي يمكن أن تنشأ بسبب استخدام خدمات BNPL.

جدول رقم (1) الأبعاد المتعددة للخطر المدرك

أبعاد الخطر المدرك	التعريف
مخاطر الاداء	مشاكل الأداء المحتملة، والخلل، وأخطاء معالجة المعاملات، والموثوقية وبالتالي عدم القيام بالأداء كما هو متوقع
المخاطر المالية	الخسائر لمالية المحتملة بسبب الاشتراك في خدمة إلكترونية ضعيفة الأداء أو الاحتيال المحتمل عبر الإنترنت
مخاطر الخصوصية	المخاوف من أن يؤدي استخدام هذه الخدمات إلى تسرب المعلومات الشخصية أو سجلات الاستهلاك
المخاطر النفسية	الخسائر المحتملة لاحترام الذات أو راحة البال أو التصور الذاتي (الأنا) بسبب القلق أو الشعور بالإحباط أو الحماسة أو التوتر نتيجة استخدام الخدمة.

المصدر: Wu et al (2017)

٥- نموذج الدراسة وتطوير الفروض:

يوضح الشكل رقم (1) نموذج الدراسة المقترح والذي يقوم بدمج نموذج قبول التكنولوجيا ونظرية السلوك المخطط ونظرية الخطر المدرك من أجل تقديم نظرة موسعة وشاملة لعوامل تبني المستهلكين من جيل Z وجيل الألفية خدمات " اشتر الآن وأدفع لاحقاً". يتضح من الشكل ما يلي:

- يوجد ست متغيرات مستقلة في النموذج وهي الفائدة المدركة وسهولة الاستخدام (نموذج قبول التكنولوجيا) والموقف تجاه الافتراض والمعايير الذاتية والسيطرة السلوكية المدركة (نظرية السلوك المخطط) والمخاطر المدركة.
- يوجد متغير تابع واحد وهو نية استخدام خدمات BNPL.
- تم قياس المخاطر المدركة في نموذج الدراسة كمتغير كامن من الدرجة الثانية second-order construct يتكون من عدة أبعاد/ متغيرات من الدرجة الاولى first-order constructs وهي مخاطر الاداء والمخاطر المالية ومخاطر الخصوصية والمخاطر النفسية.

١/٥ - سهولة الاستخدام المدركة Ease of Use

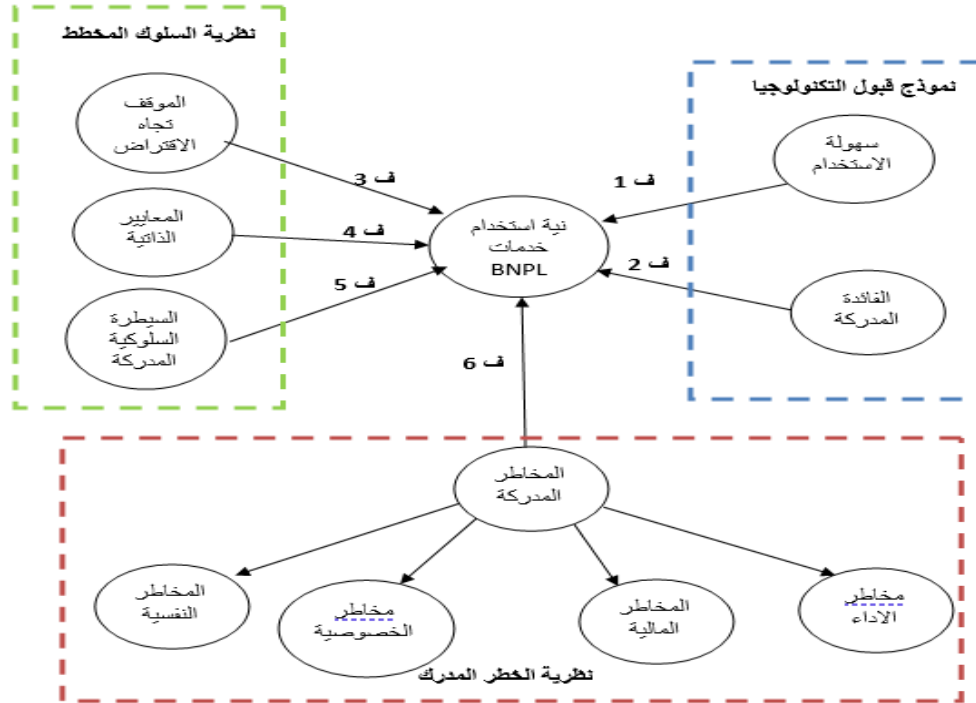
تعد سهولة الاستخدام المدركة أحد العوامل المهمة في نموذج قبول التكنولوجيا، وقد تم ذكرها باعتبارها محدد رئيسي لنية تبني المستهلكين للخدمات الإلكترونية الحديثة، بما في ذلك الخدمات المصرفية الإلكترونية (Zhang et al., 2018) والدفع الإلكتروني (Liu et al., 2019) والتسوق الإلكتروني (Chhonker et al., 2017). وقد وجدت العديد من الدراسات أن سهولة الاستخدام لها تأثير إيجابي مباشر على نية استخدام بطاقات الائتمان (Varaprasad et al., 2013; Tseng, 2016; Trinh et al., 2020) وخدمات الدفع عبر الهاتف المحمول (Abrahão et al., 2016; Nguyen et al., 2016)، ونية استخدام المدفوعات اللاتلامسية (Zhong and Moon, 2022). ولذلك تقترح هذه الدراسة الفرض التالي:

ف ١: يوجد تأثير إيجابي معنوي لسهولة الاستخدام المدركة على نية جيل Z وجيل الألفية في مصر استخدام خدمات BNPL.

٢/٥ - الفائدة المدركة Perceived Usefulness

تعد الفائدة المدركة أحد العوامل الأخرى الهامة في نموذج قبول التكنولوجيا، وقد تم ذكرها باعتبارها محدد رئيسي لنية تبني المستهلكين للخدمات الإلكترونية الحديثة، بما في ذلك الخدمات المصرفية الإلكترونية (Zhang et al., 2018) والدفع الإلكتروني (Liu et al., 2019) والتسوق الإلكتروني (Chhonker et al., 2017). وقد وجدت العديد من الدراسات أن الفائدة المدركة لها تأثير إيجابي مباشر على نية استخدام بطاقات الائتمان (Varaprasad et al., 2013; Tseng, 2016; Trinh et al., 2020) وخدمات الدفع عبر الهاتف المحمول (Abrahão et al., 2016; Nguyen et al., 2016) ونية استخدام المدفوعات اللاتلامسية (Zhong and Moon, 2022). ولذلك تقترح هذه الدراسة الفرض التالي:

ف ٢: يوجد تأثير إيجابي معنوي للفائدة المدركة على نية جيل Z وجيل الألفية في مصر استخدام خدمات BNPL.



شكل (1) نموذج الدراسة

٣/٥- الموقف تجاه الاقتراض Attitude Toward Borrowing

يعد دراسة الموقف مفيداً في فهم المستهلكين الشباب وإدارتهم للأمور المالية (Relja et al., 2024). وقامت بعض الأبحاث بدراسة الموقف تجاه استخدام بطاقات الائتمان (Lin et al., 2019) والموقف تجاه الديون الاستهلاكية (Herispon et al., 2022) والموقف تجاه المدفوعات عبر الهاتف المحمول (Koenig-Lewis et al., 2015). تشير المواقف تجاه السلوك إما إلى تقييمات إيجابية أو سلبية للعواقب المحتملة أو سمات السلوك (Koropp et al., 2014). ويقدم الائتمان والاقتراض من خلال BNBL للمستهلكين فوائد وأضراراً محتملة، غالباً ما ترتبط فوائد الاقتراض الاستهلاكي بمرونة تقسيم التكاليف إلى أقساط أو تأخير المدفوعات، وإمكانية الوصول بسهولة إلى السلع (Fook and McNeill, 2020)، وتنتمى الأضرار المحتملة للاقتراض الاستهلاكي في الإفراط في المديونية والإفراط في الإنفاق (Financial Counseling Australia, 2021). وبالتالي، عند معالجة تلك المعلومات، قد يشكل المستهلكون مواقف تجاه الاقتراض من خلال BNPL، على سبيل المثال، عدم الإعجاب أو عدم الثقة والتي قد تؤثر على استخدامهم لتلك الخدمات. وقد وجدت بعض الدراسات أن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين الموقف تجاه الاقتراض ونية الحصول على ديون (Herispon et al., 2022). ولذلك تقترح هذه الدراسة الفرض التالي:

ف٣: يوجد تأثير إيجابي معنوي للموقف تجاه الاقتراض على نية جيل Z وجيل الألفية في مصر استخدام خدمات BNPL.

٤/٥- المعايير الذاتية Subjective Norms

ترتبط المعايير الذاتية في المقام الأول بمدى إدراك المستهلك للقبول الاجتماعي للسلوك المقصود (Herispon et al., 2022). كعضو في المجتمع، يتأثر المستهلكون بشدة بالأصدقاء والاقارب المحيطين بهم، وخاصة الأشخاص المهمين بالنسبة لهم. قد تكون هذه التأثيرات دافعا كبيرا في المراحل الأولى من التبني، خاصة عندما يكون لدى المستهلكين معرفة أو خبرة محدودة بالتكنولوجيا الجديدة (Venkatesh et al., 2003). وقد وجد Chudry et al. (2011) أنه تم الاعتراف بالأصدقاء والآباء كمصدر للمعايير الذاتية. وبالتالي، يمكن للمعايير الذاتية أن تؤثر على نوايا الفرد وسلوكه كما أكدت الدراسات التجريبية أن المستهلكين يتأثرون بشكل مباشر بالمجتمع المحيط في نواياهم السلوكية (Cao and Niu, 2019; Malaquias and Hwang, 2019). ولذلك تقترح هذه الدراسة الفرض التالي:

ف٤: يوجد تأثير إيجابي معنوي للمعايير الذاتية على نية جيل Z وجيل الألفية في مصر استخدام خدمات BNPL.

٥/٥- السيطرة السلوكية المدركة Perceived Behavioral Control

تشير السيطرة السلوكية المدركة إلى السهولة أو الصعوبة الملحوظة في أداء السلوك ومقدار التحكم الذي يتمتع به الفرد في تحقيق الأهداف من السلوك المذكور (Ajzen, 2002). وبحسب Denan et al., (2015) ترتبط السيطرة السلوكية المدركة بشكل إيجابي بالثقة الشخصية في القدرة على إكمال المهمة والتغلب على التحديات. ومن ثم في سياق خدمات BNPL قد تمثل السيطرة السلوكية في إدراك الفرد لمدى قدرته على التحكم في استخدام الحد الائتماني الممنوح له وجعل حجم الديون في المستوى المناسب لدخله الشهري مما يمكنه من الالتزام بسداد الاقساط دون تأخير أو دون مساعدة الغير ومن ثم تحقيق الاستفادة من الخدمة دون عواقب وخيمة. وقد أظهرت العديد من الدراسات أن السيطرة السلوكية ترتبط بشكل إيجابي بنوايا الاقتراض (Xiao, 2015; Denan et al., 2015; Wu, 2008). ولذلك تقترح هذه الدراسة الفرض التالي:

ف٥: يوجد تأثير إيجابي معنوي للسيطرة السلوكية المدركة على نية جيل Z وجيل الألفية في مصر استخدام خدمات BNPL.

٦/٥- المخاطر المدركة Perceived Risk

غالبًا ما تُعتبر المخاطر المدركة بمثابة عائق رئيسي أمام نية المستهلك لاستخدام الخدمات الإلكترونية. وقد تم تأكيد تأثيرها السلبي على النوايا السلوكية في الخدمات الإلكترونية (Cao and Niu, 2019; Mutahar et al., 2018; Roy et al., 2017). واتفق هؤلاء الباحثون على أنه كلما انخفض نفور المستهلكين من الخسائر المحتملة، زاد احتمال اعتمادهم على الخدمات الإلكترونية. ولذلك تقترح هذه الدراسة الفرض التالي:

ف٦: يوجد تأثير سلبي معنوي للمخاطر المدركة على نية جيل Z وجيل الألفية في مصر استخدام خدمات BNPL.

٦- منهجية الدراسة:

١/٦- أداة ومقاييس الدراسة:

تتمثل أداة الدراسة في قائمة الاستقصاء والتي تم اختبارها من خلال اختبارين، الاختبار الأول هو اختبار الخبراء وذلك من خلال أستاذين من اساتذة التسويق للتأكد من مدى صلاحية العبارات. بينما الاختبار الثاني للتعرف على مدى وضوح الأسئلة، حيث تم عرض قائمة الاستقصاء على 18 متطوع وقد قام الباحث بتعديل بعض العبارات وفقا لملاحظتهم.

تتكون قائمة الاستقصاء من أربعة أجزاء:

الجزء الأول: يتضمن سؤالين للتصفيه. للتأكد أن المستقصي منه من جيل Z أو جيل الالفية (شباب في العشرينيات والثلاثينيات) وأنه لا يستخدم خدمات BNPL. كان السؤال الأول كالتالي: هل استخدمت تطبيق "اشتر الآن وأدفع لاحقا" في شراء السلع والخدمات (نعم- لا). بينما كان السؤال الثاني: ما هو عمرك؟ (أقل من 20 عاما - من 20 الى 29 عاما - من 30 الى 39 عاما- أكبر من 39 عاما)

الجزء الثاني، يتضمن 29 عبارة لقياس المتغيرات المستقلة. تم استخدام مقياس ليكرت السباعي والذي يتراوح من 1 (لا أوافق بشدة) إلى 7 (أوافق بشدة).

الجزء الثالث: يتضمن البيانات الديموجرافية (النوع - مستوى التعليم). تم استخدام البيانات الديموجرافية لفصل مقاييس المتغيرات المستقلة والمتغيرات التابعة كتدبير وقائي لتقليل تحيز الطريقة المشتركة Common method bias ، وهو ما سوف يتم توضيحه لاحقا.

الجزء الرابع: يتضمن 4 عبارات لقياس المتغير التابع (نية استخدام خدمات BNPL). تم استخدام مقياس ليكرت السباعي والذي يتراوح من 1 (لا أوافق بشدة) إلى 7 (أوافق بشدة) لقياس تلك العبارات.

٢/٦- مجتمع وعينة الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة في الافراد الذين تتراوح أعمارهم بين 20 و39 عاما في مصر. ونظرا لعدم وجود إطار محدد للمجتمع، ومع انتشار مفردات المجتمع فقد تم الاعتماد على عينة كرة الثلج كأحد العينات غير الاحتمالية باعتبارها الانسب لتلك الدراسة.

قام الباحث بطرح قائمة الاستقصاء على موقع التواصل الاجتماعي (الفيس بوك) وذلك على صفحات ومجموعات طلاب الجامعات المصرية في مرحلتي البكالوريوس والدراسات العليا كان منها صفحات ومجموعات حديثة لطلاب ما زالوا يدرسون أو صفحات قديمة لطلاب أنهوا دراساتهم الجامعية منذ مدة، مع تحديد المرحلة العمرية المستهدفة من الدراسة. مع ذكر انه يفضل قيام المستقصي منه بعد الاجابة على قائمة الاستقصاء ضرورة ارسالها الى أصدقائهم ومعارفهم من المصريين في المرحلة العمرية المحددة. وقد استمر جمع البيانات لمدة ثلاث أسابيع تم خلاله تجميع عدد 412 استجابة. كانت جميعها صالحة للتحليل الاحصائي. - قد يعود ذلك الى التحديد الدقيق للفئات المستهدفة من الدراسة عند نشر رابط الاستبيان- وبالتالي بلغ حجم العينة 412 مفردة.

وبالنظر الى خصائص عينة الدراسة، كان 30.3% (125) من المشاركين في الدراسة من الذكور و 69.7% (287) من الإناث، من حيث السن، كان 42.7% (176) من المشاركين في العشرينات من العمر و 57.3% (236) في الثلاثينات من العمر من حيث مستوى التعليم، يمكن تقسيم عينة الدراسة كما يلي: مؤهل أقل من الجامعي 9.7% مؤهل جامعي 85%، دراسات عليا 5.3%. قد يعود التفاوت بين نسبة مشاركة الإناث والذكور في عينة الدراسة الى أن الإناث قد تكون أكثر وعياً بـ awareness بخدمات وشركات BNPL مقارنة بالذكور (Harmer et al., 2023)، أيضاً وفي سياق الحصول على ائتمان استهلاكي من خلال بطاقات الائتمان، وجد أن الإناث لديهن استخدام مكثف لبطاقات الائتمان في الشراء عن الذكور (Li, 2018). من الممكن أن يكون السبب في ذلك هو ارتفاع درجة النزعة المادية^٥ Materialism لدى الإناث بشكل أكبر من الذكور (Workman and Lee 2011)، وبالطبع فمن المتوقع أن تساعد خدمات BNPL على اشباع النزعة المادية لدى الأفراد.

٧- التحليل الاحصائي للبيانات

تم إجراء التحليل الاحصائي للبيانات على مرحلتين. الأولى، تقييم نموذج القياس والثانية، تقييم النموذج الهيكلي للدراسة (Byern, 2016).

١/٧ - تقييم نموذج القياس:

تم تقييم نموذج القياس من خلال: (١) التحليل العاملي التوكيدي (٢) اختبار الثبات، (٢) اختبار الصدق، (٤) مشكلة التعددية الخطية، (٥) مشكلة تحيز الطريقة المشتركة.

١/١/٧ - تقييم نموذج القياس باستخدام التحليل العاملي التوكيدي

تم إجراء التحليل العاملي التوكيدي لتحديد مدى جودة مطابقة نموذج القياس، حيث يسمح هذا التحليل بتقييم كيفية عمل المتغيرات المشاهدة (عبارات المقياس) كأداة لقياس المتغيرات الكامنة (Weston and Gore, 2006). تم تطبيق التحليل العاملي التوكيدي على 9 متغيرات كامنة من الدرجة الأولى مع 33 متغير مشاهد (عبارات المقياس) وذلك بواسطة برنامج AMOS 26. وقد أظهرت النتائج ما يلي، نسبة كاي^٢ الى درجات الحرية $\chi^2/df = 2.747$ (مع حد قبول > 3)، مؤشر المطابقة المقارن (CFI) = 0.915 (مع حد قبول > 0.90)، مؤشر حسن المطابقة (GFI) = 0.907 (مع حد قبول > 0.90)، جذر متوسط مربع خطأ التقريب (RMSEA) = 0.052 (مع حد قبول > 0.08). مما يدل على أن المتغيرات المشاهدة (33 عبارة) تم استخلاصها في 9 متغيرات من الدرجة الأولى، بالإضافة الى جودة مطابقة نموذج القياس مع البيانات (Hair, et.al, 2019).

نظراً لوجود عامل من الدرجة الثانية في النموذج المقترح (المخاطر المدركة)، تم إجراء تحليل عاملي توكيدي آخر لتقدير العلاقة بين أبعاد المخاطر الأربعة من الدرجة الأولى، بما في ذلك مخاطر الأداء، المالية، الخصوصية والنفسية، مع المتغير من الدرجة الثانية (المخاطر المدركة) على نموذج القياس. وقد أظهرت النتائج ما يلي، نسبة كاي^٢ الى درجات

^٥ تشير النزعة المادية الى محاولة المستهلكين امتلاك واكتساب مادية من اجل تحقيق أهداف الحياة والوصول الى المكانة المرغوبة (Lavuri, 2023)

الحرية $\chi^2/df = 2.343$ (مع حد قبول > 3)، مؤشر المطابقة المقارن (CFI) = 0.91 (مع حد قبول > 0.90)، مؤشر حسن المطابقة (GFI) = 0.904 (مع حد قبول > 0.90)، جذر متوسط مربع خطأ التقريب (RMSEA) = 0.053 (مع حد قبول > 0.08). وهذا يعني أن النموذج يطابق البيانات جيدا (Hair, et.al, 2019). ومن ثم يمكن القول إن المخاطر المدركة من خدمات BNPL هو بناء مفاهيمي من الدرجة الثانية لأربعة مخاطر من الدرجة الأولى، متضمنة المخاطر المالية، ومخاطر الأداء، والمخاطر النفسية، والخصوصية.

جدول رقم (2) معاملات التحميل ومعاملات الثبات وصدق التقارب

المتغير	كود العيارة	معامل التحميل	α	CR	AVE	VIF
سهولة الاستخدام EOU	EOU1	0.777	0.888	0.893	0.737	1.863
	EOU2	0.921				
	EOU3	0.871				
الفائدة المدركة PU	PU1	0.700	0.845	0.855	0.665	1.847
	PU2	0.834				
	PU3	0.899				
الموقف تجاه الاقتراض ATB	ATB 1	0.798	0.882	0.884	0.656	1.305
	ATB 2	0.881				
	ATB 3	0.807				
	ATB 4	0.748				
المعايير الذاتية SN	SN1	0.864	0.892	0.920	0.793	1.070
	SN2	0.900				
	SN3	0.907				
السيطرة السلوكية المدركة PBC	PBC1	0.919	0.919	0.949	0.861	1.382
	PBC2	0.933				
	PBC3	0.931				
مخاطر الاداء PER	PER1	0.863	0.899	0.904	0.703	2.143
	PER2	0.845				
	PER3	0.905				
	PER4	0.731				
المخاطر المالية FIR	FIR1	0.845	0.869	0.874	0.697	1.762
	FIR2	0.831				
	FIR3	0.829				
مخاطر الخصوصية PRR	PRR1	0.833	0.848	0.851	0.656	1.852
	PRR2	0.807				
	PRR3	0.789				
المخاطر النفسية PSR	PSR1	0.723	0.790	0.795	0.564	2.037
	PSR2	0.746				
	PSR3	0.782				
نية استخدام IU BNPL	IU1	0.898	0.907	0.909	0.714	-
	IU2	0.887				
	IU3	0.762				
	IU4	0.826				

المصدر: إعداد الباحث اعتمادا على نتائج التحليل الإحصائي
ملحوظة: α = معامل ألفا كرنباخ، CR = الثبات المركب، AVE = متوسط التباين المستخرج،
VIF = عامل تضخم التباين

٢/١/٧- اختبار الثبات:

تم الاعتماد على معاملات التحميل المعيارية لكل عبارة من عبارات المقياس على المتغير الخاص بها لتقييم ثبات العبارات. ووفقا للبيانات الواردة في جدول (2)، يتضح أن جميع العبارات تعتبر مقبولة من حيث الثبات، حيث إن جميع معاملات التحميل جاءت أكبر من 0.70 (Hair et al., 2019) وهذا يشير الى ارتباط كل عبارة بمتغير كامن واحد (Kline, 2011).

بالإضافة إلى ذلك، تم استخدام معاملي الثبات المركب (CR) وألفا كرونباخ لتقييم ثبات الاتساق الداخلي. يتضح من جدول (2) أن معاملات الثبات المركب لجميع المتغيرات تفوق 0.70 (تتراوح بين 0.795 و 0.949) وكذلك معاملات ألفا كرونباخ جميعها تفوق 0.70 (تتراوح بين 0.790 و 0.919) مما يعني درجة مرتفعة من الاعتمادية للمقاييس المستخدمة في الدراسة (Hair, et.al, 2019).

٣/١/٧- اختبار الصدق:

- صدق التقارب Convergent Validity : يهدف قياس صدق التقارب الى معرفة مدى توافق وتقارب العبارات التي تقيس نفس المتغير. يجب أن يكون متوسط التباين المستخرج (AVE) لجميع المقاييس المستخدمة في الدراسة أكبر من 0.50 وذلك للتأكد من وجود صدق التقارب (Hair, et.al, 2019). يتضح من جدول (2) أن قيم متوسط التباين المستخرج تتراوح بين (0.564 و 0.737) مما يؤكد صدق التقارب لمقاييس الدراسة.

- الصدق التمييزي Discriminant Validity: يهدف قياس الصدق التمييزي الى التأكد من أن العبارات التي تقيس متغير ما، لا تقيس الا هذا المتغير. اعتمدت الدراسة على مدى توافر شرطين للتأكد من الصدق التمييزي. الشرط الأول، أن تكون قيمة الارتباط بين أي متغيرين أقل من 0.80. الشرط الثاني، أن تكون قيم الارتباط بين المتغيرات أقل من قيم الجذر التربيعي لمتوسط التباين المستخرج (Byrne, 2016)، بالرجوع الى جدول (3) يتضح توافر هذين الشرطين في مقاييس الدراسة مما يدعم الصدق التمييزي لمقاييس الدراسة.

٤/١/٧- مشكلة التعددية الخطية:

تم استخدام عوامل تضخم التباين لتقييم مستوى التعددية الخطية. وفقا لدراسة Cenfetelli and Bassellier (2009) فإنه يجب الا تزيد قيمة عوامل تضخم التباين VIF عن 3.3. بالنظر الى جدول (2)، يتضح أن قيم VIF لمتغيرات الدراسة تراوحت من 1.070 إلى 2.143، مما يعني أن بيانات الدراسة لا تواجه من مشكلة التعددية الخطية.

جدول رقم (3) اختبار الصدق التمييزي

المتغير	EOU	PU	ATB	SN	PBC	PER	FIR	PRR	PSR	IU
EOU	0.858									
PU	0.575	0.815								
ATB	0.143	0.485	0.810							
SN	0.389	0.420	0.563	0.891						
PBC	0.305	0.397	0.437	0.416	0.928					
PER	0.004	-0.185	-0.091	-0.178	-0.157	0.838				
FIR	0.059	-0.067	-0.227	-0.065	0.012	0.384	0.835			
PRR	0.138	0.008	-0.184	-0.178	-0.122	0.458	0.450	0.810		
PSR	-0.102	-0.120	-0.269	-0.132	-0.343	0.512	0.507	0.442	0.751	
IU	0.354	0.574	0.523	0.218	0.421	-0.487	-0.380	-0.323	-0.436	0.845

المصدر: إعداد الباحث اعتماداً على نتائج التحليل الإحصائي

ملحوظة: تُوضح القيم على القطر (القيم المظلمة) الجذر التربيعي لمتوسط التباين المستخرج لكل متغير، بينما تمثل القيم الأخرى (أعلى)

القطر) الارتباط بين المتغيرات

٥/١/٧- مشكلة تحيز الطريقة المشتركة Common method bias:

تم جمع البيانات المتعلقة بالمتغيرات المستقلة والمتغيرين التابعين من نفس المستجيبين وفي نفس الوقت من خلال نفس الأداة (بمعنى أنه تم استخدام طريقة واحدة مشتركة لاستخلاص المتغيرات المستقلة والمتغير التابع). يطلق على تلك المشكلة مسمى مشكلة تحيز الطريقة المشتركة (Podsakoff et al., 2003). قد يؤثر وجود تلك المشكلة على صحة نتائج الدراسة من خلال إمكانية تأثيرها على قيم ودلالة الارتباطات بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع، لأن وجود تلك المشكلة يعني أن جزء من التباين في المتغير التابع الذي يفسره المتغير المستقل لا يرجع في حقيقته إلى تأثير حقيقي للمتغير المستقل على المتغير التابع، وإنما يرجع إلى استخدام طريقة واحدة مشتركة لقياس هذين المتغيرين (Malhotra et al., 2017). ونظراً لأن معظم الدراسات التسويقية تعتمد على هذه الطريقة لجمع البيانات – أداة استبيان واحدة لقياس كل المتغيرات من نفس المستجيب في نفس الوقت- فإنها تكون عرضة لوجود مشكلة تحيز الطريقة المشتركة التي قد تهدد صحة نتائج الدراسات التسويقية. لذلك من الضروري أن يتم التعامل مع تلك المشكلة. في هذه الدراسة، تم التعامل مع هذه المشكلة على مرحلتين:

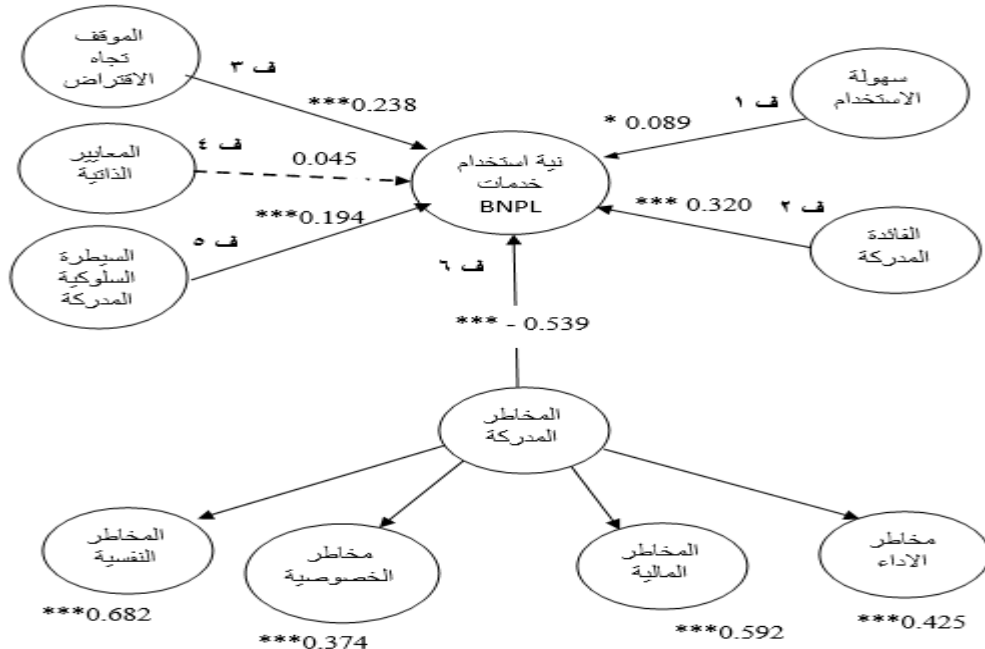
المرحلة الأولى، تم تنفيذ مجموعة متنوعة من الإجراءات الوقائية في مرحلة تصميم البحث والتي أوصت بها الدراسات السابقة وذلك في محاولة لتقليل تلك المشكلة (Rodríguez-Ardura and Meseguer-Artola, 2020). ومنها على سبيل المثال، تم الفصل بين العبارات المستخدمة في قياس المتغيرات المستقلة والعبارات المستخدمة في قياس المتغير التابع في الاستبيان. حيث تم وضع المعلومات الأساسية للمستجيبين (البيانات الديموغرافية) بينهما، وذلك بهدف إنشاء فاصل نفسي بين قياس المتغيرات المستقلة والمتغير التابع، يساعد هذا الإجراء على تقليل تحيز الطريقة المشتركة عن طريق تخفيض تأثير رغبة المستجيب في وضع ردود متشابهة لعبارات المتغير التابع والمتغيرات المستقلة (حيث يميل الأفراد إلى الإجابة بنفس الطريقة للعبارات القريبة).

المرحلة الثانية، قامت الدراسة بإجراء اختبار العامل الوحيد لهارمن Harman's single-factor test. من خلال القيام بإجراء تحليل عامل استكشافي باستخدام برنامج SPSS26 ولكن مع وضع قيد بتحميل جميع عبارات المقياس (33 عبارة) على عامل وحيد دون تدوير (Podsakoff et al., 2003). فإذا كان العامل الوحيد يفسر أقل من 50% من التباين في البيانات فإن هذا يعني ان هناك احتمال ضعيف لوجود مشكلة تحيز الطريقة المشتركة (Rodríguez-Ardura and Meseguer-Artola, 2020). أوضحت النتائج أن التباين الإجمالي المفسر من خلال العامل الوحيد يبلغ 42.38% مما يعني عدم تأثر النتائج بمشكلة تحيز الطريقة المشتركة.

٢/٧- النموذج الهيكلي للدراسة

تم إجراء نمذجة المعادلة الهيكلية، بواسطة برنامج AMOS 26، وذلك لاختبار نموذج الدراسة المقترح والذي يتكون من ست متغيرات مستقلة (سهولة الاستخدام المدركة، الموقف تجاه الاقتراض المدركة، الموقف تجاه الاقتراض، المعايير الذاتية، السيطرة السلوكية المدركة والمخاطر المدركة) ومتغير تابع واحد (نية استخدام خدمات BNPL)، تلك المتغيرات تم قياسها من خلال 33 متغير مشاهد كما هو مذكور في تحليل التوكيد العملي أعلاه. ويبين الشكل رقم (2) نتائج نمذجة المعادلة الهيكلية للنموذج المقترح.

وقد أظهرت نتائج مؤشرات جودة مطابقة النموذج الهيكلي كما يلي، نسبة كاي² الى درجات الحرية $\chi^2/df = 2.723$ (مع حد قبول $3 >$)، مؤشر المطابقة المقارن (CFI) $= 0.923$ (مع حد قبول $0.90 <$)، مؤشر حسن المطابقة (GFI) $= 0.908$ (مع حد قبول $0.90 <$)، جذر متوسط مربع خطأ التقريب (RMSEA) $= 0.055$ (مع حد قبول $0.08 >$). وهذا يعني أن هناك مطابقة جيدة بين نموذج الدراسة المقترح والنتائج الميدانية (Hair, et.al, 2019).



ملحوظة 1: القيم على الأسهم تمثل المعلمات المعيارية

ملحوظة 2: *** $P < 0.001$. ** $P < 0.01$. * $P < 0.05$

شكل رقم (2) نتائج نمذجة المعادلة الهيكلية للنموذج المقترح

وجود تأثير مباشر إيجابي معنوي لكلا من سهولة الاستخدام المدركة ($\beta = 0.089, t = 1.987, P < 0.05$)، الفائدة المدركة ($\beta = 0.320, t = 6.359, P < 0.001$)، الموقف تجاه الاقتراض ($\beta = 0.238, t = 4.834, P < 0.001$)، السيطرة السلوكية المدركة ($\beta = 0.194, t = 3.785, P < 0.001$)، على نية جيل Z وجيل الألفية على استخدام خدمات BNPL. وتأثير سلبي معنوي للمخاطر المدركة ($\beta = -0.539, t = -7.934, P < 0.001$)، على نية جيل Z وجيل الألفية على استخدام خدمات BNPL. مع عدم وجود تأثير معنوي للمعايير الذاتية ($\beta = 0.045, t = 1.023, P < 0.001$)، على نية استخدام خدمات BNPL.

جدول رقم (4) نتائج اختبار الفروض.

الفرض	المسار	المعلمة المعيارية	الخطأ المعياري	قيمة اختبار ت	النتيجة
ف١	سهولة الاستخدام المدركة → نية الاستخدام	0.089	0.038	*1.987	قبول
ف٢	الفائدة المدركة → نية الاستخدام	0.320	0.048	***6.359	قبول
ف٣	الموقف تجاه الاقتراض → نية الاستخدام	0.238	0.046	***4.834	قبول
ف٤	المعايير الذاتية → نية الاستخدام	0.045	0.020	1.023	رفض
ف٥	السيطرة السلوكية المدركة → نية الاستخدام	0.194	0.040	***3.785	قبول
ف٦	المخاطر المدركة → نية الاستخدام	- 0.539	0.087	***- 7.934	قبول

المصدر: إعداد الباحث اعتماداً على نتائج التحليل الإحصائي

ملحوظة: *** $P < 0.001$ ، ** $P < 0.01$ ، * $P < 0.05$

المدركة من قبل جيلي Z والألفية.

٨- مناقشة النتائج:

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة العوامل المؤثرة على نية تبني واستخدام خدمات "أشتر الآن وأدفع لاحقاً" BNPL وذلك بالنسبة لمستهلكين من جيل Z وجيل الألفية. حيث ترى الدراسة أن هذه الفئة العمرية هي السوق الذي يجب أن تستهدفه تلك الشركات. اقترحت الدراسة نموذج نظري يدمج نموذج قبول التكنولوجيا مع نظرية السلوك المخطط ونظرية المخاطر المدركة، لفحص تأثير سهولة الاستخدام المدركة والفائدة المدركة والموقف تجاه الاقتراض والمعايير الذاتية والسيطرة السلوكية المدركة والمخاطر المدركة على نية استخدام خدمات BNPL.

بالنسبة للمخاطر المدركة، أولاً، تم اعتبار المخاطر المدركة بمثابة توقعات المستهلك بشأن الخسائر المحتملة نتيجة استخدام خدمات BNPL. أشارت نتائج التحليل العملي التوكيدي إلى أن المخاطر المدركة هي بناء مفاهيمي من الدرجة الثانية يرتبط بأربعة أبعاد للمخاطر من الدرجة الأولى، بما في ذلك المخاطر المالية ومخاطر الأداء والمخاطر النفسية ومخاطر الخصوصية. وبالتالي، تختلف هذه الدراسة عن الدراسات السابقة، حيث تم دراسة المخاطر

المدركة في الغالب كمفهوم أحادي البعد (Varaprasad et al., 2013). كما أوضح تحليل نمذجة المعادلات الهيكلية أن بُعد المخاطر النفسية كان هو الأقوى فيما يتعلق بالمخاطر المدركة من خدمات BNPL عند جيل Z وجيل الألفية - وقد يعود ذلك إلى ضعف الامكانيات المالية لأفراد هذه الفئة العمرية حيث أن معظمهم لا يزالون في مقتبل العمر وبالتالي فإن استخدام الائتمان قد يمثل نوعاً من الضغوط عليهم بسبب الخوف من عدم القدرة على سداد الأقساط مما قد يؤدي إلى الدخول في دوامة من الديون والإضرار بدرجاتهم الائتمانية - يليه بعد ذلك المخاطر المالية، ومخاطر الأداء، وأخيراً مخاطر الخصوصية وقد يعود ذلك إلى أن أفراد هذه الفئة العمرية يألّفون التعامل مع تطبيقات الهاتف المحمول وبالتالي قد يدرك الكثير منهم أن هذه التطبيقات تتمتع بدرجة مرتفعة من الأمان والحماية من سرقة أي معلومات خاصة.

ثانياً، تبين من نتائج التحليل الإحصائي أن المخاطر المدركة لها تأثير سلبي على نية استخدام المستهلكين من جيلي Z والألفية لخدمات BNPL وذلك مع أكبر مستوى من التأثير ($\beta = 0.539$). وقد ساهمت هذه النتيجة في نظرية المخاطر المدركة (Bauer, 1960)، من خلال التأكيد على التأثير السلبي للمخاطر المدركة في أبحاث سلوك المستهلك وذلك في سياق جديد وهو خدمات BNPL. وهذا يتفق مع نتائج دراسة (Yang et al, 2015) التي أوضحت أن مخاطر الأداء والمخاطر المالية ومخاطر الخصوصية المدركة لهم تأثيرات سلبية قوية على نية الدفع باستخدام الهاتف المحمول، ودراسة (Trinh et al (2020) التي أظهرت تأثير سلبي للمخاطر المدركة على نية استخدام بطاقات الائتمان، والعديد من الدراسات التي أوضحت تأثير المخاطر المدركة السلبي على النوايا السلوكية في الخدمات الإلكترونية (Cao and Niu, 2019; Mutahar et al., 2018; Roy et al., 2017).

فيما يتعلق بعوامل نموذج قبول التكنولوجيا، تؤكد الدراسة الحالية الدور الهام لسهولة الاستخدام والفائدة المدركة على نية استخدام جيلي Z والألفية لخدمات BNPL. تتوافق هذه النتيجة مع العديد من الدراسات السابقة التي أجريت في سياقات بطاقات الائتمان (Varaprasad et al., 2013; Tseng, 2016; Trinh et al., 2020) وخدمات الدفع عبر الهاتف المحمول (Abrahão et al., 2016; Nguyen et al., 2016)، المدفوعات اللاتلامسية (Zhong and Moon, 2022). يتضح أيضاً من النتائج أن تأثير الفائدة المدركة على نية الاستخدام ($\beta = 0.320$) أكبر من تأثير سهولة الاستخدام ($\beta = 0.089$). وهذا يعني أن إدراك جيلي Z والألفية لوجود فوائد من استخدام BNPL سوف يؤدي إلى زيادة نية الاستخدام بشكل أكبر من إدراكهم لسهولة استخدام خدمات BNPL. وقد يعود ذلك إلى أن هذين الجيلين لا يمثل لهم استخدام التكنولوجيا الجديدة أي مشاكل وخصوصاً أفراد جيل Z الذي ينظر إليهم على أنهم مواطنين رقميين (Chang and (Chang, 2023).

فيما يخص عوامل نظرية السلوك المخطط، تشير نتائج الدراسة إلى أن الموقف الإيجابي تجاه الائتمان (الديون) يؤثر إيجابياً على نية استخدام خدمات BNPL ($\beta = 0.238$). وتتفق هذه النتيجة مع الدراسات السابقة التي تشير إلى أن الموقف تجاه الديون يعد أمراً ضرورياً لنية الحصول على ديون استهلاكية (Maurizka et al., 2021; Herispon et al., 2022). ومن ثم فإن إدراك جيل Z وجيل الألفية لوجود فوائد من الحصول على

انتماء لشراء السلع الاستهلاكية، مثل سهولة الحصول على السلع المرغوبة على الرغم من عدم توافر النقد الكافي مع إمكانية السداد لاحقاً، يساهم في زيادة استخدام هذين الجيلين لخدمات BNPL. وهذا ما تشير إليه الدراسات السابقة التي ترى أن الانتماء الاستهلاكي يمكن أن يكون مفيداً بشكل خاص للمستهلكين ذوي الدخل المنخفض وذوي الدخل غير المنتظم (Alcazar and Bradford, 2021)، والذي يمكن اعتباره متطابقاً مع معظم أفراد هذين الجيلين. كذلك تدعم النتائج ما توصلت إليه الدراسات السابقة في أن السيطرة المدركة على السلوك تعتبر من العوامل المهمة والداعمة لاستخدام الديون (Denan et al., 2015; Xiao and Wu, 2008). ومن ثم فإن إدراك جيل Z وجيل الألفية لقدرتهم على التحكم في مستوى الديون وعدم جعل أعباء الديون تفوق قدراتهم المالية يؤدي إلى زيادة نواياهم لاستخدام خدمات BNPL. وأخيراً، لم تجد الدراسة وجود تأثير معنوي للمعايير الذاتية على نية استخدام خدمات BNPL. تختلف هذه النتيجة مع الدراسات السابقة والتي وجدت أن العلاقة مع الجيران والأصدقاء والأقارب، ومعتقدات الأسرة لها تأثير قوي على نوايا الحصول على ديون (Herispon et al., 2022). قد يرجع ذلك إلى أن المشاركين في الدراسة الحالية هم من جيل Z وجيل الألفية وهم أكثر فردية من الأجيال السابقة ويميلون إلى البحث عن الاستقلال والمرونة والتحدي (Purwanto and Loisa, 2020) ولذلك، فإنهم قد يفضلون اتخاذ قرارهم الخاص باستخدام خدمات BNPL بأنفسهم بدلاً من إجراء مناقشة مع الآخرين.

٩- المساهمات النظرية:

تساهم هذه الدراسة في إثراء الأدبيات المحدودة حول استخدام خدمات BNPL بعدة طرق. أولاً، تعد هذه هي الدراسة الأولى التي تبحث في العوامل التي تؤثر على نية المستهلكين في تبني خدمات BNPL. ثانياً، تقترح هذه الدراسة نموذجاً نظرياً يدمج ثلاث نظريات - نموذج قبول التكنولوجيا، ونظرية السلوك المخطط، ونظرية المخاطر المدركة - لدراسة العوامل التي تؤثر على نية تبني خدمات BNPL، مما يعزز القوة التفسيرية لنتائج الدراسة. ثالثاً، تركز هذه الدراسة على الجيل Z وجيل الألفية وخاصة الشباب في العشرينات والثلاثينات من العمر، حيث ترى الدراسة أن هذه الفئة العمرية تعتبر سوقاً مستهدفاً مواتية لشركات BNPL.

١٠- المساهمات العملية:

من الضروري للشركات المقدمة لخدمات BNPL فهم العوامل التي تؤثر على نوايا المستهلكين لاستخدام BNPL، وبالتالي يمكن أن تكون هذه الدراسة مفيدة لتلك الشركات من أجل جذب المزيد من العملاء وللمساعدة في تحديد كيفية تخصيص الموارد لتوسيع قاعدة عملائها. حيث يقدم هذا البحث العوامل التي من الممكن أن تؤثر على نية استخدام BNPL بين جيلي Z والألفية والتي ترى الدراسة أنهما يمثلان سوقاً هاماً لتلك الشركات.

كما تشير النتائج، ينبغي على مقدمي خدمات BNPL أن تركز مواردها على التغلب على المخاطر المدركة من الخدمة – حيث كان لها التأثير الأكبر على نية الاستخدام- وهو ما يمكن أن يساعد في تحفيز المستهلكين المحتملين. يجب على تلك الشركات الإعلان عن أن تلك الخدمة ليست خدمة محفوفة بالمخاطر من خلال تقديم مراجعات إيجابية في نقاط البيع أو في وسائل الإعلام. قد يؤدي نشر سياسات للحماية من الخسائر وحماية الخصوصية ووثيقة لمستوى الخدمة الى تقليل المخاطر المحتملة في التمويل والخصوصية والأداء. وقد يكون من الملائم أيضا وضع سياسات إضافية تتعلق بضمانات استعادة الأموال بدون تكلفة لمنع المخاطر السيكلوجية إذا أراد العميل رد الائتمان خلال فترة محددة. بحيث يشعر المستهلكون بمزيد من الأمان مع النظام.

من ناحية أخرى، يمكن لشركات BNPL استغلال التأثير الإيجابي للفائدة المدركة وسهولة الاستخدام والموقف الإيجابي تجاه الديون والسيطرة السلوكية المدركة لزيادة نية استخدام خدمات BNPL من قبل جيل Z وجيل الألفية عن طريق إضافة المزيد من الميزات والخدمات المفيدة إلى تلك الخدمة وتبسيط إجراءات الدفع من خلال تلك الخدمة وكذلك توضيح فوائد الائتمان الاستهلاكي مثل الحصول على اشباع فوري عوضا عن تأجيل عملية الاشباع لوقت لاحق وذلك لخلق اتجاه إيجابي تجاه الديون الاستهلاكية، بالإضافة الى تطوير تطبيقاتهم الالكترونية بحيث تتيح للعميل بإدارة الجوانب المالية المتعلقة بقروض BNPL والاقساط المستحقة عليه بكفاءة مما يزيد من إدراكه لقدرته على السيطرة والتحكم على سلوك الديون.

١١- البحوث المستقبلية:

يمكن أن تقدم الدراسة الحالية بعض المقترحات لدراسات مستقبلية، قامت الدراسة الحالية بتطبيق الدراسة على الافراد من جيل Z وجيل الألفية باعتبارهما شريحة سوقية هامة لشركات BNPL لأسباب تم توضيحها سابقا في سياق البحث. ويمكن للدراسات المستقبلية تطبيق الدراسة على شرائح أخرى قد تكون مهمة أيضا لشركات BNPL مثل ربات البيوت والافراد في المناطق الريفية، إذ أن تلك الفئات قد تجد صعوبة في الحصول على بطاقات ائتمان وقروض استهلاكية من خلال البنوك وبالتالي يمكن أن تمثل سوقا هاما لتلك الشركات. وبالطبع يحتاج هذا السوق الى دراسة العوامل التي قد تؤثر على نية الافراد فيه لاستخدام BNPL. سيكون من المثير للاهتمام بالنسبة للأبحاث المستقبلية إجراء دراسة مقارنة بين المستهلكين على أساس العوامل الديموجرافية لمعرفة ما إذا كانت هناك أي اختلافات في العوامل التي تؤثر على نية العملاء لاستخدام BNPL على أساس العوامل الديموجرافية. يمكن للدراسات المستقبلية استخدام نظريات أخرى لمعرفة العوامل التي قد تؤثر على نية استخدام خدمات BNPL مثل النظرية الموحدة لقبول واستخدام التكنولوجيا (UTAUT).

المراجع

أولاً: المراجع باللغة العربية

- الجهاز المركزي للتعبئة العامة والاحصاء (2023). نشرة: مصر في أرقام – سكان، الإصدار: مارس 2023.
 - الهيئة العامة للرقابة المالية (12. 2. 2024). الجهات العاملة في مجال التمويل، (موقع الكتروني)
<https://fra.gov.eg/%D8%AC%D9%85%D8%B9%D9%8A%D8%A7%D8%AA-%D8%B9%D8%A7%D9%85%D9%84%D8%A9-%D9%81%D9%8A-%D9%85%D8%AC%D8%A7%D9%84-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%85%D9%88%D9%8A%D9/%84>
 - الهيئة العامة للرقابة المالية (2024)، تقرير الربع الأول من عام 2024.
<https://fra.gov.eg/wp-content/uploads/2024/06/%D8%A7%D9%84%D8%B1%D8%A8%D8%B9-%D8%A7%D9%84%D8%A3%D9%88%D9%84-2024-1.pdf>
 - قانون تنظيم نشاط التمويل الاستهلاكي رقم 18 لسنة 2020، المنشور بالجريدة الرسمية بالعدد (11) مكرر بتاريخ 17 مارس 2020.
- ثانياً: المراجع باللغة الإنجليزية:

- Abrahão, R. de S., Moriguchi, S.N. and Andrade, D.F.(2016), Intention of adoption of mobile payment: An analysis in the light of the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT). RAI Revista de Administração e Inovação. 13, 221–230.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior, Organizational Behavior and Human Decision Processes,50, 179-211.
- Ajzen, I. (2002). Perceived behavioral control, self-efficacy, locus of control, and the theory of planned behavior. Journal of Applied Social Psychology, 32(4), 665-683.
- Alcazar, J., and Bradford, T. (2021). The appeal and proliferation of buy now, pay later: Consumer and merchant perspectives. The Federal Reserve Bank of Kansas City, 10.
- Almenberg, J., Lusardi, A., Säve-Söderbergh, J. and Vestman, R. (2021), Attitudes towards Debt and Debt Behavior. The Scandinavian Journal of Economics, 123: 780-809. <https://doi.org/10.1111/sjoe.12419>

-
- Bauer, R.A. (1960) Consumer Behavior as Risk Taking. In: Hancock, R.S., Ed., Dynamic Marketing for a Changing World, Proceedings of the 43rd. Conference of the American Marketing Association, 389-398.
- Byrne, B.M. (2016), Structural Equation Modeling with AMOS: Basic Concepts, Applications, and Programming. 3rd Edition
- Cao, Q. and Niu, X. (2019), "Integrating context-awareness and UTAUT to explain Alipay user adoption", International Journal of Industrial Ergonomics, Vol. 69, pp. 9-13, doi: 10.1016/j.ergon.2018.09.004.
- Capon, Noel. (2008), Managing Marketing in the 21st Century: Developing and Implementing The Market Strategy, Wessex Pr, New York, NY.
- Cenfetelli, R.T. and Bassellier, G. (2009) Interpretation of Formative Measurement in Information Systems Research. MIS Quarterly, 33, 689-708. <https://doi.org/10.2307/20650323>.
- Chang, C.-W., and Chang, S.-H. (2023). The Impact of Digital Disruption: Influences of Digital Media and Social Networks on Forming Digital Natives' Attitude. SAGE Open, 13(3). <https://doi.org/10.1177/21582440231191741>
- Chang, WL., Chen, LM. and Hashimoto, T. (2022). Cashless Japan: Unlocking Influential Risk on Mobile Payment Service. Information Systems Frontiers 24, 1515–1528 <https://doi.org/10.1007/s10796-021-10160-6>
- Chhonker, M., Verma, D. and Kar, A. (2017), "Review of technology adoption frameworks in mobile commerce", Procedia Computer Science, Vol. 122, pp. 888-895.
- Chuang, L. M., Liu, C. C., and Kao, H. K. (2016). The adoption of fintech service: TAM perspective. International Journal of Management and Administrative Sciences, 3(7), 1-15.
- Chudry, F., Foxall, G., and Pallister, J. (2011). Exploring Attitudes and Predicting Intentions: Profiling Student Debtors Using an Extended Theory of Planned Behavior. Journal of Applied Social Psychology, 41(1), 119–149.
- Coffey, J., Senior, K., Haro, A., Farrugia, D., Threadgold, S., Cook, J., Davies, K. and Shannon, B. (2023), "Embodying debt: youth, consumer credit and its impacts for well-being", Journal of Youth Studies, Vol. ahead-of-print No. ahead-of-print, pp. 1-21.

-
- Cook, J., Davies, K., Farrugia, D., Threadgold, S., Coffey, J., Senior, K., Haro, A. and Shannon, B. (2023), "Buy now pay later services as a way to pay: credit consumption and the depoliticization of debt", *Consumption Markets and Culture*, Vol. 26 No. 4, pp. 245-257, doi: 10.1080/10253866.2023.2219606.
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., and Warshaw, P. R. (1989). User acceptance of computer technology: A comparison of two theoretical models. *Management Science*, 35 (8), 982–1003. <https://doi.org/10.1287/mnsc.35.8.982>.
- Denan, Z., Othman, A. A., Ishak, M. N. I., Kamal, M. F. M., and Hasan, M. H. (2015). The Theory of Planned Behavior and Self-Identity Factors Drive Graduates to Be Indebtedness. *International Journal of Social Science and Humanity*, 5(4), 343–346
- Dimock, M. (2019). Defining generations: Where Millennials end and Generation Z begins. *Pew Research Center*, 17(1), 1-7.
- Fatonah, S., Yulandari, A., and Wibowo, F.W. (2018). A Review of E-Payment System in E-Commerce. *Journal of Physics: Conference Series*, 1140.
- Financial Counselling Australia. (2021) It's credit, it's causing harm and it needs better safeguards: what financial counsellors say about buy now pay later. Available from: <https://www.financialcounsellingaustralia.org.au/docs/its-credit-its-causing-harm-and-it-needs-better-safeguards-what-financial-counsellors-say-about-buy-now-pay-later/> [Accessed 18 November 202٢].
- Fishbein, M., and Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention, and behavior: An introduction to theory and research*. Addison-Wesley Publishing Company, 1, 217–221.
- Fook, L.A. and McNeill, L. (2020), "Click to buy: the impact of retail credit on over-consumption in the online environment", *Sustainability*, Vol. 12 No. 18, p. 7322, doi: 10.3390/su12187322.
- Francisco, L. C., Francisco, M. L., and Juan, S. F. (2015). Payment systems in new electronic environments: Consumer behavior in payment systems via SMS. *International Journal of Information Technology and Decision Making*, 14(2), 421–449. <https://doi.org/10.1142/S0219622015500078>

- Gerrans, P., Baur, D. G., and Lavagna-Slater, S. (2022). Fintech and responsibility: Buy-now-pay-later arrangements. *Australian Journal of Management*, 47(3), 474-502. <https://doi.org/10.1177/03128962211032448>.
- Graeber, D. (2011), *Debt: The First 5,000 Years*, Melville House, New York, NY
- Gutiérrez-Nieto, B., Serrano-Cinca, C., and de la Cuesta-González, M. (2017). A multivariate study of over-indebtedness' causes and consequences. *International Journal of Consumer Studies*, 41(2), 188-198.
- Guttman-Kenney, B., Firth, C. and Gathergood, J. (2023), "Buy now, pay later (BNPL) ...on your credit card", *Journal of Behavioral and Experimental Finance*, Vol. 37, 100788, doi: 10.1016/j.jbef.2023.100788.
- Hair, J. F., Babin, B. J., Anderson, R. E., and Black, W. C. (2019), *Multivariate Data Analysis* (8th ed.). England: Pearson Prentice.
- Harmer, L., Gray, H., and McDonald, L (2023), *Buy Now Pay Later*, Prepared on behalf of the Consumer Council Northern Ireland. https://www.consumercouncil.org.uk/sites/default/files/2023-12/Buy_Now_Pay_Later_Nov_2023_FINAL.pdf.
- Herispon, Mohamed, Z., Islam, G. N., and Aqsa, M.A. (2022). "Behavior Aspect of Consumer Debt Intention and Household Consumption: Case of Riau, Indonesia." *Journal Positive of Psychology*, 6(9), 4167-4182.
- Hsieh, J.K. (2021), Understanding medical consumers' intentions to switch from cash payment to medical mobile payment: A perspective of technology migration, *Technological Forecasting and Social Change* 173 .
- Hu, Z., Ding, S., Li, S., Chen, L., Yang, S., (2019), Adoption intention of fintech services for bank users: An empirical examination with an extended technology acceptance model. *Symmetry (Basel)* 11, 340.
- Insider Intelligence, (2021). Almost 75% of BNPL users in the US are gen Z or millennials. <https://www.insiderintelligence.com/content/almost-75-of-bnpl-users-us-gen-z-millennials>, (accessed 8 Aug 202٢).
- Khosla, R. and Jain, A. (2022), "How are credit cards and buy now pay later cards different?", *Forbes*, available at:

-
- <https://www.forbes.com/advisor/in/credit-card/how-are-credit-cards-and-buy-now-pay-later-cards-different/> (accessed 30 July 2022).
- Koenig-Lewis, N., Marquet, M., Palmer, A. and Zhao, A.L. (2015), "Enjoyment and social influence: predicting mobile payment adoption", *Service Industries Journal*, Vol. 35 No. 10, pp. 537-554, doi: 10.1080/02642069.2015.1043278.
- Koropp, C., Kellermanns, F. W., Grichnik, D., and Stanley, L. (2014). Financial Decision Making in Family Firms: An Adaptation of the Theory of Planned Behavior. *Family Business Review*, 27(4), 307-327. <https://doi.org/10.1177/0894486514522483>.
- Lavuri, R. (2023), "Intrinsic factors affecting online impulsive shopping during the COVID-19 in emerging markets", *International Journal of Emerging Markets*, Vol. 18 No. 4, pp. 958-977.
- Li G (2018) Gender-related Differences in Credit Use and Credit Scores. FEDS Notes. Washington: Board of Governors of the Federal Reserve System. Available at: <https://www.federalreserve.gov/econres/notes/feds-notes/gender-related-differences-in-credit-use-and-credit-scores-20180622.htm>
- Lia, D.A.Z. and Natswa, S.L. (2021), "Buy-now-pay-later (BNPL): generation z's dilemma on impulsive buying and overconsumption intention", *Proceedings of the BISTIC Business Innovation Sustainability and Technology International Conference (BISTIC 2021)*, pp. 130-137.
- Lin, L., Revindo, M.D., Gan, C. and Cohen, D.A. (2019), "Determinants of credit card spending and debt of Chinese consumers", *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 37 No. 2, pp. 545-564, doi: 10.1108/IJBM-01-2018-0010.
- Liu, Z., Ben, S. and Zhang, R. (2019), "Factors affecting consumers' mobile payment behavior: a meta analysis", *Electronic Commerce Research*, Vol. 19 No. 3, pp. 575 601, doi: 10.1007/s10660-01909349-4.
- Malaquias, R. and Hwang, Y. (2019), "Mobile banking use: a comparative study with Brazilian and US participants", *International Journal of Information Management*, Vol. 44, pp. 132-140, doi:10.1016/j.ijinfomgt.2018.10.004

-
- Malhotra N. K., Schaller T. K., and Patil A . (2017), Common method variance in advertising research: When to be concerned and how to control for it. *Journal of Advertising*, 46 (1), 193-212.
- Mastercard, (2022, October 22). Mastercard New Payment Index 2022: Consumers in Egypt embrace digital payments. <https://www.mastercard.com/news/eemea/en/newsroom/press-releases/press-releases/en/2022/august/mastercard-new-payment-index-2022-consumers-in-egypt-embrace-digital-payments/>
- Maurizka, S., Handayani, P. W., and Pinem, A. A. (2021). The Acceptance of Pay Later Payment Usage on Business-To-Consumer Online Marketplace in Indonesia. 2021 International Conference on Informatics, Multimedia, Cyber and Information System (ICIMCIS). <https://doi.org/10.1109/icimcis53775.2021.9699127>
- Moustabshirah, E., Singh, J. S. K., and Wern, W. H. (2022). Effect Of Materialism, Public Self-Consciousness and Self-Esteem on Conspicuous Consumption Among Generation Z Consumers. *International Journal of Accounting*, 7(41)
- Mu, H.-L. and Lee, Y.-C. (2022), "Will proximity mobile payments substitute traditional payments? Examining factors influencing customers' switching intention during the COVID-19 pandemic", *International Journal of Bank Marketing*, 40 (5), 1051-1070.
- Mutahar, AM, Daud, NM, Thurasamy, R., Isaac, O., and Abdulsalam, R. (2018). The mediating of perceived usefulness and perceived ease of use: the case of mobile banking in Yemen. *International Journal of Technology Diffusion (IJTD)*, 9(2), 21–40.
- Nguyen, T.N., Cao, T.K., Dang, P.L., Nguyen, H.A., (2016), Predicting consumer intention to use mobile payment services: Empirical evidence from Vietnam. *International journal of marketing studies*. 8 (117).
- O'Hanlon, S., Chishti, S., Jockle, J., Patrick, D., and Bradley, B. (2020). *FinTech For Dummies*. John Wiley and Sons.
- Patil, P.P, Rana, N.P and Dwivedi, Y.K. (2018) Digital Payments Adoption Research: A Review of Factors Influencing Consumer's Attitude, Intention and Usage. In: Al-Sharhan S, et al. (eds) *Challenges and Opportunities in the Digital Era*. I3E 2018. Lecture Notes in

- Computer Science. Vol 11195, pp45-52. Springer.
<http://hdl.handle.net/10454/18062>.
- Podsakoff, P.M., MacKenzie, S.B., Lee, J.Y. and Podsakoff, N.P. (2003),
“Common method biases in behavioral research: a critical review
of the literature and recommended remedies”, Journal of Applied
Psychology, Vol. 88 No. 5, pp. 879-903.
- Purwanto, E., and Loisa, J. (2020). The Intention and Use Behaviour of the
Mobile Banking System in Indonesia: UTAUT Model. Technology
Reports of Kansai University, 62(06), 2757–2767
- Raj, V.A., Jasrotia, S.S. and Rai, S.S. (2024), "Intensifying materialism
through buy-now pay-later (BNPL): examining the dark sides",
International Journal of Bank Marketing, Vol. 42 No. 1, pp. 94-112.
<https://doi.org/10.1108/IJBM-08-2022-034>.
- Relja, R., Ward, P. and Zhao, A.L. (2024). Understanding the psychological
determinants of buy-now-pay-later (BNPL) in the UK: a user
perspective. International Journal of Bank Marketing, Vol. 42, No.
1, pp. 7-37
- Rodriguez-Ardura, I. and Meseguer-Artola, A., (2020), Editorial: How to
prevent, detect and control common method variance in electronic
commerce research. Journal of Theoretical and Applied Electronic
Commerce Research, 15 (2)
- Roy, S., Balaji, M., Kesharwani, A. and Sekhon, H. (2017), “Predicting
internet banking adoption in India: a perceived risk perspective”,
Journal of Strategic Marketing, Vol. 25 Nos 5/6, pp. 418-438.
- Rozenkowska, K. (2023). Theory of planned behavior in consumer behavior
research: A systematic literature review. International Journal of
Consumer Studies, 47(6), 2670–2700.
<https://doi.org/10.1111/ijcs.12970>
- Schomburgk, L. and Hoffmann, A. (2023), “How mindfulness reduces BNPL
usage and how that relates to overall well-being”, European Journal
of Marketing, Vol. 57 No. 2, pp. 325-359, doi: 10.1108/ EJM-11-
2021-0923.
- Sheikh, R (2021). *BNPL: how does it works*. BBC Panorama.
<https://www.bbc.com/news/explainers>. [Accessed 5 November
2022].

-
- Sheth, J. N., (1981) "Psychology of innovation resistance: The less developed concept(LDC) in diffusion research," Research in Marketing, Vol. 4, pp. 273-282,
- Stewart, H., and Jürjens, J. (2018). Data security and consumer trust in FinTech innovation in Germany. Information and Computer Security, 26(1), 109–128. doi:10.1108/ics-06-2017-0039.
- To, A. T., and Trinh, T. H. M. (2021). Understanding behavioral intention to use mobile wallets in Vietnam: Extending the tam model with trust and enjoyment. Cogent Business and Management, 8(1), 1. <https://doi.org/10.1080/23311975.2021.1891661>
- Trinh, H.N., Tran, H.H. and Vuong, D.H.Q. (2020), "Determinants of consumers' intention to use credit card: a perspective of multifaceted perceived risk", Asian Journal of Economics and Banking, Vol. 4 No. 3, pp. 105-120. <https://doi.org/10.1108/AJEB-06-2020-0018>
- Tseng, S. (2016), "Bringing enjoy shopping by using credit cards: the antecedents of internal beliefs", Journal of Economics and Economic Education Research, Vol. 17, p. 16
- Ulker-Demirel, E., and Ciftci, G. (2020). A systematic literature review of the theory of planned behavior in tourism, leisure and hospitality management research. Journal of International Hospitality, Leisure and Tourism Management, 43, 209–219. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2020.04.003>
- Varaprasad, G., Chandran, K., Sridharan, R. and Unnithan, A. (2013), "An empirical investigation on credit card adoption in India", International Journal of Service Science, Management, Engineering, and Technology, Vol. 4, pp. 13-29, doi: 10.4018/jssmet.2013010102.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., and Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. MIS Quarterly, 27(3), 425–478. <https://doi.org/10.2307/30036540>.
- Visser, B. (2021). *A deep-dive into Europe's fast growing BNPL market*. <https://www.linkedin.com/pulse/deep-dive-europes-fast-growing-bnpl-market-bart-visser/> (accessed 25 July 2022)
- Weston, R., and Gore, P. A., Jr. (2006). A Brief Guide to Structural Equation Modeling. The Counseling Psychologist, 34(5), 719–751. <https://doi.org/10.1177/0011000006286345>.

- Workman, J and Lee, S-H. (2011). Materialism, fashion consumers and gender: A cross-cultural study. *International Journal of Consumer Studies*. 35. 10.1111/j.1470-6431.2010.00935.x.
- Wu, K., Vassileva, J., Zhao, Y. (2017), Understanding users' intention to switch personal cloud storage services: evidence from the Chinese market. *Computers in Human Behavior* 68, 300–314.
- Xiao, J. J., and Wu, J. (2008). Completing Debt Management Plans in Credit Counseling: An Application of the Theory of Planned Behavior. *Journal of Financial Counseling and Planning*, 19(2), 29–45.
- Xing, Y., Chen, H., and Zhuang, X. (2019). Australian Online BNPL Services Research: Building Gain Value Model of Individual Credit Background. *In Proceedings of the 2019 International Conference on Information Technology and Computer Communications*, 45–51.
- Yang, Y., Liu, Y., Li, H. and Yu, B. (2015), “Understanding perceived risks in mobile payment acceptance”, *Industrial Management and Data Systems*, Vol. 115 No. 2, pp. 253-269, doi: 10.1108/IMDS-08-2014-0243.
- Zhang, Y., Weng, Q. and Zhu, N. (2018), “The relationships between electronic banking adoption and its antecedents: a meta-analytic study of the role of national culture”, *International Journal of Information Management*, Vol. 40, pp. 76-87, doi: 10.1016/j.ijinfomgt.2018.01.015.
- Zhong, Y., and Moon, H.-C. (2022). Investigating customer behavior of using contactless payment in China: A comparative study of facial recognition payment and mobile QR-code payment. *Sustainability*, 14(12), <https://doi.org/10.3390/su14127150>.

ملحق (١) مقاييس الدراسة

سهولة الاستخدام المدركة Zhong and Moon (2022) : Ease of Use ١ (لا أوافق بشدة) إلى ٧ (أوافق بشدة).	
EOU1	أتوقع أنه سيكون من السهل بالنسبة لي إجراء عملية شراء عن طريق التطبيق الإلكتروني لشركات "اشتر الان وأدفع لاحقاً"
EOU2	سيكون تعلم كيفية تشغيل التطبيق الإلكتروني لشركات "اشتر الان وأدفع لاحقاً" أمراً سهلاً بالنسبة لي.
EOU3	أعتقد أن استخدام التطبيق الإلكتروني لشركات "اشتر الان وأدفع لاحقاً" لن يتطلب الكثير من الجهد
الفائدة المدركة Zhong and Moon (2022) : Perceived Usefulness ١ (لا أوافق بشدة) إلى ٧ (أوافق بشدة).	
PU1	يعد استخدام التطبيق الإلكتروني لشركات "اشتر الان وأدفع لاحقاً" لسداد المدفوعات مفيداً عندما لا تتوفر الاموال
PU2	بشكل عام، يعتبر التطبيق الإلكتروني لشركات "اشتر الان وأدفع لاحقاً" وسيلة فعالة لدفع تكلفة السلع والخدمات
PU3	عندما أرى شيئاً يثير اهتمامي حقاً، أشتريه دون التفكير في العواقب
الموقف تجاه الاقتراض Attitude Toward Borrowing (Herispon et al., 2022) : ١ (لا أوافق بشدة) إلى ٧ (أوافق بشدة).	
ATB 1	أشعر بالسعادة عندما تتم الموافقة على منحي الائتمان
ATB 2	إن الحصول على قرض يسمح بتحسين مستوى المعيشة وجعل الحياة أكثر متعة
ATB 3	أصبح الائتمان جزءاً أساسياً من نمط الحياة اليوم
ATB 4	أستطيع من خلال الائتمان شراء الأغراض التي أحتاج إليها مع تأجيل السداد لوقت لاحق
المعايير الذاتية Subjective Norms (Herispon et al., 2022) : ١ (لا أوافق بشدة) إلى ٧ (أوافق بشدة).	
SN1	يعتقد معظم الأقارب والاصدقاء أنه يمكن استخدام الائتمان لشراء السلع والخدمات عند الحاجة
SN2	يعتقد معظم الأقارب والاصدقاء أنه يمكن التغلب على بعض الازمات من خلال الديون.
SN3	استخدام الائتمان لشراء السلع والخدمات هو اتجاه شائع بين معظم الأقارب والاصدقاء
السيطرة السلوكية المدركة Zhong and Moon (2022) : Perceived Behavioral Control ١ (لا أوافق بشدة) إلى ٧ (أوافق بشدة).	
PBC1	أنا واثق من أنني أستطيع التحكم في استخدام الحد الائتماني الممنوح لي
PBC2	لا يمثل الالتزام بسداد اقساط الديون في مواعيدها أي صعوبة بالنسبة لي
PBC3	أيا كانت ظروف مالي، فإن استخدام الديون يظل تحت المراقبة والسيطرة
مخاطر الاداء Performance Risk (Chang et al., 2022; Trinh et al., 2020) : ١ (لا أوافق بشدة) إلى ٧ (أوافق بشدة).	
PER1	من الممكن أن لا تشجع خدمات "اشتر الان وأدفع لاحقاً" احتياجاتي من الانفاق
PER2	من الممكن أن لا يعمل نظام الدفع من خلال التطبيق الإلكتروني "اشتر الان وأدفع لاحقاً" كما هو متوقع.
PER3	قد يكون استخدام نظام الدفع من خلال التطبيق الإلكتروني "اشتر الان وأدفع لاحقاً" غير مستقر بسبب أخطاء تقنية..
PER4	قد لا يتناسب أداء خدمات "اشتر الان وأدفع لاحقاً" مع المستوى المعلن عنه
المخاطر المالية Financial Risk (Chang et al., 2022; Trinh et al., 2020) : ١ (لا أوافق بشدة) إلى ٧ (أوافق بشدة).	
FIR1	أعتقد أن تكلفة الائتمان (الفوائد والمصروفات الادارية) المقدم من خدمات "اشتر الان وأدفع لاحقاً" مرتفعة للغاية

FIR2	قد أتعرض لخسائر مالية عند استخدام التطبيق الإلكتروني "اشتر الان وأدفع لاحقاً" بسبب نشاط الآخرين غير القانوني.
FIR3	قد أتعرض لخسائر مالية عند استخدام التطبيق الإلكتروني "اشتر الان وأدفع لاحقاً" نتيجة أخطائي عند الاستخدام
مخاطر الخصوصية Privacy Risk : بتصرف من (Chang et al., 2022; Trinh et al., 2020) ١ (لا أوافق بشدة) إلى ٧ (أوافق بشدة).	
PRR1	قد يقوم التطبيق الإلكتروني "اشتر الان وأدفع لاحقاً" بإساءة استخدام المعلومات الخاصة أو مشاركتها بشكل غير لائق أو بيعها.
PRR2	قد يقوم التطبيق الإلكتروني "اشتر الان وأدفع لاحقاً" بجمع معلومات الدفع وسجلات الاستهلاك وتتبعها وتحليلها.
PRR3	إن استخدام التطبيق الإلكتروني "اشتر الان وأدفع لاحقاً" قد يؤدي الى قرصنة (سرقة) معلوماتي الشخصية على الهاتف.
المخاطر النفسية Psychological Risk : بتصرف من (Chang et al., 2022; Trinh et al., 2020) ١ (لا أوافق بشدة) إلى ٧ (أوافق بشدة)	
PSR1	قد يؤدي الدفع بواسطة التطبيق الإلكتروني "اشتر الان وأدفع لاحقاً" إلى توتر غير ضروري (على سبيل المثال، المخاوف بشأن الأخطاء أو عدم القدرة على سداد الاقساط)
PSR2	قد يؤدي حدوث خلل في نظام الدفع عبر التطبيق الإلكتروني "اشتر الان وأدفع لاحقاً" إلى حدوث قلق وارتباك غير مرغوب فيهما
PSR3	القيام بالدفع بواسطة التطبيق الإلكتروني "اشتر الان وأدفع لاحقاً" يمكن أن يسبب عدم الراحة.
نية استخدام BNPL : Intention to Use BNPL : بتصرف من (Trinh et al., 2020) ١ (لا أوافق بشدة) إلى ٧ (أوافق بشدة)	
IU1	لدي رغبة في استخدام خدمات "اشتر الان وأدفع لاحقاً"
IU2	أخطط للاستخدام خدمات "اشتر الان وأدفع لاحقاً"
IU3	سأستخدم خدمات "اشتر الان وأدفع لاحقاً" في أقرب وقت ممكن
IU4	سأستخدم خدمات "اشتر الان وأدفع لاحقاً" عندما تسمح لي الفرصة في المستقبل

Abstract

This study aims to know the factors affecting the intention of Generation Z and Millennial consumers in Egypt to use “Buy Now, Pay Later” BNPL services. The technology acceptance model, the theory of planned behavior, and the theory of perceived risk were integrated as a basis for developing the theoretical model to enhance the explanatory power of the study results. The final sample size was 412 individuals. The study found a positive effect of ease of use, perceived usefulness, attitude toward borrowing, and perceived behavioral control and a negative effect of perceived risk on the intention to use BNPL services, while the study did not find an effect of subjective norms on the intention to use. The results of that study can help BNPL providers develop policies to attract more consumers and determine how to allocate resources to expand the customer base.

Key words:

Intention to use, buy now, pay later, perceived risk, technology acceptance model, theory of planned behavior.