

" استخدام الجمهور المصري لتطبيقات التقسيط الإلكتروني وتأثيراته على الاقتصاد القومي "

د. رضا فولى عثمان ثابت*

د. آية طارق عبد الهادي سيد**

ملخص الدراسة:

حاولت الدراسة التعرف على أثر استخدام أنظمة التقسيط الإلكتروني على الاقتصاد القومي؛ وكذلك رصد أهمية استخدام تطبيقات التقسيط الإلكتروني في عملية الشراء من وجهة نظرهم، ومعرفة دور تطبيقات التقسيط الإلكتروني في تسهيل عمليات الشراء من وجهة نظرهم، والكشف عن الصعوبات التي تواجههم عند استخدام تطبيقات التقسيط الإلكتروني في عمليات الشراء الخاصة بهم؛ وذلك في إطار نموذج قبول التكنولوجيا ومدخل الاستخدامات والتأثيرات من خلال الاعتماد على منهج المسح، وتم تطبيق البحث على عينة عمدية قوامها (٤٠٠) مفردة من مستخدمي تطبيقات التقسيط الإلكتروني، وقد توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها: هناك ارتفاع كبير في معدل استخدام تطبيقات التقسيط الإلكتروني وجاء تطبيق Value في مقدمة التطبيقات كما أشارت نتائج الدراسة أن هناك درجة وعية مرتفعة إلى حد ما لدى الجمهور المصري (عينة الدراسة) بأهمية استخدام هذه التطبيقات حيث أن هناك درجة ارتفاع ملحوظة نسبياً في الوزن النسبي لاستجاب المبحوثين؛ ويُمكن إرجاع ذلك إلى الظروف الاقتصادية التي تمر بها البلاد وارتفاع أسعار المعيشة بشكل عام، وزيادة أسعار العملات الخارجية التي تحدث نتيجة الأحداث الدولية؛ كما خلصت الدراسة إلى أن هناك تأثير لاستخدام تطبيقات التقسيط الإلكتروني على ناتج الاقتصاد القومي يعتمد على عدة عوامل وظروف محلية وعالمية؛ فقد يكون لها تأثير إيجابي على الاقتصاد القومي في ظروف معينة، مثل تعزيز الاستهلاك وتحفيز النشاط التجاري، ولكن قد يكون لها أيضاً تحديات وتأثيرات سلبية محتملة على المدى الطويل.

الكلمات المفتاحية:

أنظمة التقسيط الإلكتروني - الاقتصاد القومي - نموذج قبول التكنولوجيا - مدخل الاستخدامات والتأثيرات.

* مدرس بقسم العلاقات العامة والإعلان بمعهد الجزيرة العالي للإعلام وعلوم الاتصال

** مدرس بقسم الإعلام المرئي والمسموع بكلية الإعلام - أكاديمية CIC

"The use of electronic installment applications by the Egyptian public and its effects on the national economy."

The Abstract:

"The study aimed to investigate the impact of using electronic installment systems on the national economy. It also aimed to assess the importance of using electronic installment applications in the purchasing process from the users' perspective and understand the role of electronic installment applications in facilitating the purchasing process according to their viewpoint. Additionally, the study aimed to identify the challenges users face when using electronic installment applications for their purchases. The research was conducted within the framework of the technology acceptance model and the uses and gratifications approach, employing a survey methodology. The study was carried out on a purposive sample of 400 users of electronic installment applications. The study yielded several significant results. Firstly, there was a significant increase in the usage rate of electronic installment applications, with the Value application ranking at the top. The study also indicated a relatively high level of awareness among the Egyptian public (the study sample) about the importance of using these applications, as evidenced by a noticeable increase in the relative weight of respondents' responses. This can be attributed to the country's economic conditions, the overall increase in the cost of living, and the rise in foreign currency rates resulting from international events. Furthermore, the study concluded that the impact of using electronic installment applications on the national economy depends on several local and global factors and conditions. Under certain circumstances, it may have a positive effect on the national economy, such as boosting consumption and stimulating business activity. However, it may also present potential challenges and negative effects in the long term."

Keywords:

Electronic Installment Systems - National Economy - The Technology Acceptance Model - Uses And Effects.

مُقَدِّمَةٌ:

يشهد العالم حاليًا ثورة هائلة في مجال الاتصال والمعلومات، جعلته قرية كونية صغيرة، مما زاد في انتشار العولمة والنظام التجاري الدولي الذي أزاح الحواجز بين الدول، فأصبحت الأسواق مفتوحة لجميع المستثمرين في العالم، الأمر الذي أدى إلى بروز المنافسة الشديدة بين المؤسسات لزيادة حصتها السوقية.

وشهدت الأونة الأخيرة طفرة كبيرة في عالم تكنولوجيا الاتصال الحديثة؛ وذلك بفضل استخدام شبكة الإنترنت لما اتاحته من اتصال تفاعلي بين طرفي العملية الاتصالية، مما فعل سهولة التواصل بين الشركات وعملائها وهو ما يعرف بالاتصال الرقمي وازدادت في الأونة الأخيرة الاعتماد على هذا النوع من الاتصال بل دعم أشكال التسويق التقليديه.

لذلك ظهر في الأونة الاخيرة ما يعرف بالتقسيط الالكتروني والذي انتشر بشكل كبير ومعه عمليات البيع بالتقسيط بقوة في الأسواق خلال العقد الماضي، وهو ما أدى إلى زيادة الشركات العاملة في هذا المجال، حيث شهدت السوق المصرية ظهور العشرات من شركات التمويل الاستهلاكي خلال الخمس أعوام الأخيرة وعلى رأسهم شركات مثل «فاليو» و«كونتكت» و«بي تك وغيرها»، ولاقت هذه الشركات رواجًا كبيرًا حيث أن البيع بالتقسيط أصبح ضرورة ملحة في ظل تزايد احتياجات الناس وارتفاع الأسعار، وخاصة مع تنامي توظيف التكنولوجيا لتقديم الخدمات المالية، وإتاحة حلول تمويلية غير تقليدية.

وقد ساهمت الظروف الاقتصادية التي طرأت على العالم خلال السنوات الأخيرة، وتحديدًا منذ ظهور كورونا وما تبعه من ركود في المبيعات وتراجع القوى الشرائية لدى الأفراد لانتشار تطبيقات التقسيط الالكتروني؛ وتتنوع الخدمات المالية المقدمة من خلالها خاصة مع ضبط المنظومة التشريعية والقانونية الخاصه بها.

واستهدفت العملاء متلافية الإجراءات الطويلة وتوازن ذلك التوجه مع الارتفاع المطرد لعمليات الشراء عبر المنصات الإلكترونية المختلفة مع تطبيق سياسات التباعد الاجتماعي بعد جائحة كورونا، مما دفع العديد من الشركات إلى إمكانية تقسيط منتجاتها عبر هذه الآليات التي وفرتها التكنولوجيا للتغلب على ضعف القوة الشرائية وأيضًا التحديات المترتبة على ارتفاع معدلات التضخم.

وُعد أبرز الطرق لعمليات التقسيط خلال الفترة الحالية هو استخدام بطاقات الائتمان الخاصة بالبنوك والتي تقدم عروضًا عديدة بالشراكة مع العديد من العلامات التجارية، أو عبر شركات التمويل الاستهلاكي التي فرضت واقعا جديدا علي عمليات التقسيط كـ«فاليو» و«كونتكت»، «أمان». وانضم في ديسمبر الماضي ٢٠٢١؛ أكثر من ٢٥ شركة إلى الاتحاد المصري للجهات العاملة في مجال التمويل الاستهلاكي، حيث حصلت تلك الشركات على ترخيص من هيئة الرقابة المالية، بواقع ١٤ شركة تمويل استهلاكي و١٣ من الشركات مقدمي الخدمة.

وقد ووافق الرئيس السيسي، في مارس ٢٠٢٠، على إصدار قانون تنظيم نشاط التمويل الاستهلاكي، والذي حمل رقم ١٨ لسنة ٢٠٢٠، والمقصود بالتمويل الاستهلاكي هو

كل نشاط يهدف إلى توفير التمويل المخصص لشراء السلع والخدمات لأغراض استهلاكية وسداد ثمنها على فترة زمنية، ويشمل التمويل من خلال بطاقات المدفوعات التجارية أو إحدى وسائل الدفع التي يقرها البنك المركزي، لذلك جاءت هذه الدراسة لتسلط الضوء على تأثير أنظمة التقسيط الإلكتروني على الاقتصاد القومي.

مُشكلة الدراسة:

استدلت الباحثتان على تحديد المشكلة البحثية من عدة مصادر وهي:

- ❖ الملاحظة العلمية الدقيقة حيث لاحظت الباحثة أنتشار أنظمة التقسيط الإلكتروني في الأونة الأخيرة.
 - ❖ التراث العلمي حيث اتفق الباحثون في مجال الاعلام والاتصال على أهمية التقسيط الإلكتروني كونه منصة إعلامية وإعلانية هامة تُستخدم للترويج والتسويق والاعلان؛ مما جعل معظم الشركات تحرص على خلق وجود لها في الفضاء الإلكتروني.
 - ❖ اجراء دراسة استطلاعية استكشافية عن كافة المعطيات والجوانب البشرية منها والتكنولوجية التي شكلت ملامح متغيرات الدراسة من أجل الإلمام بأطراف موضوع الدراسة الذي سيمكن من تحديد المشكلة البحثية تحديداً دقيقاً فضلاً عن المساهمة في التوظيف الفعال للإجراءات المنهجية للدراسة.
- وبناءً على ذلك يمكن تحديد مُشكله الدراسة في الآتي:

"الكشف عن مدى تقبل الجمهور المصري لاستخدام تطبيقات التقسيط الإلكتروني في عمليات الشراء الخاصة بهم؛ وتأثير ذلك على الاقتصاد القومي". و ذلك من خلال التعرف على مُعدلات استخدام الجمهور المصري لتطبيقات التقسيط الإلكتروني في عمليات الشراء الخاصة بهم، وأهم تطبيقات التقسيط الإلكتروني التي يفضلون استخدامها في عمليات الشراء الخاصة بهم، وأيضاً تحديد مدى تقبلهم لاستخدام تطبيقات التقسيط الإلكتروني في عمليات الشراء الخاصة بهم، وكذلك رصد أهمية استخدام تطبيقات التقسيط الإلكتروني في عملية الشراء من وجهة نظرهم، ومعرفة دور تطبيقات التقسيط الإلكتروني في تسهيل عمليات الشراء من وجهة نظرهم، والكشف عن الصعوبات التي تواجههم عند استخدام تطبيقات التقسيط الإلكتروني في عمليات الشراء الخاصة بهم، وتحديد اتجاهاتهم نحو استخدام تطبيقات التقسيط الإلكتروني في عمليات الشراء الخاصة بهم؛ وأخيراً معرفة تأثير ذلك على ناتج الاقتصاد القومي المصري.

أهداف الدراسة:

تسعي الدراسة إلي تحقيق هدف رئيس وهو "الكشف عن مدى تقبل الجمهور المصري لاستخدام تطبيقات التقسيط الإلكتروني في عمليات الشراء الخاصة بهم؛ وتأثير ذلك على الاقتصاد القومي"، وينبثق من هذا الهدف عددٌ من الأهداف الفرعية يُمكن إجمالها على النحو التالي:

- ❖ التعرف على مُعدلات استخدام الجمهور المصري _ عينة الدراسة _ لتطبيقات التقسيط الإلكتروني في عمليات الشراء الخاصة بهم.
- ❖ تحديد أهم تطبيقات تطبيقات التقسيط الإلكتروني التي يفضل الجمهور المصري _ عينة الدراسة _ استخدامها في عملية الشراء.
- ❖ الكشف عن تحديد مدى تقبل الجمهور المصري _ عينة الدراسة _ لاستخدام تطبيقات التقسيط الإلكتروني في عمليات الشراء الخاصة بهم.
- ❖ رصد أهمية استخدام تطبيقات التقسيط الإلكتروني في عملية الشراء من وجهة نظر الجمهور المصري _ عينة الدراسة _ ؛ وكذلك رصد دور هذه التطبيقات في تسهيل عمليات الشراء من وجهة نظرهم.
- ❖ معرفة الصعوبات التي تواجه الجمهور المصري _ عينة الدراسة _ عند استخدام تطبيقات التقسيط الإلكتروني في عمليات الشراء الخاصة بهم.
- ❖ قياس اتجاهات الجمهور المصري _ عينة الدراسة _ نحو استخدام تطبيقات التقسيط الإلكتروني في عمليات الشراء الخاصة بهم.
- ❖ استنتاج تأثير سلوك استخدام الجمهور المصري _ عينة الدراسة _ لتطبيقات التقسيط الإلكتروني في عمليات الشراء الخاصة بهم على الاقتصاد القومي.

أهمية الدراسة:

أهمية الدراسة: تستمد هذه الدراسة أهميتها وفقاً للعوامل الآتية:

أولاً: الأهمية الموضوعية:

- أ. نجاح الجهود التسويقية والإعلانية من خلال استخدام الانترنت فقد وصل عدد مستخدمي الإنترنت لأكثر من (٤.٠٢١) مليار شخص بمعدل (٥٣%) من سكان العالم.
- ب. كما وصل عدد مستخدمي أنظمة التقسيط الإلكتروني لأكثر من مليون شخص.
- ج. كما أنّ هناك أكثر من ٥٠ مليون شركة صغيرة تستخدم صفحات التواصل الاجتماعي وغيرها من أشكال البيع عبر الانترنت ،للتواصل مع عملائها في العالم.
- د. يمكن اعتبار أنظمة التقسيط الإلكتروني تمثيلاً لوسائل التسويق الرقمي لكونها نموذجاً لإعلام بتكنولوجيا جديدة وهو ما انعكس تلقائياً على تطوير أساليب الإعلان والتسويق.

ثانياً: الأهمية العلمية:

- أ. تنطلق أهمية هذه الدراسة من أهمية البحث في المناهج الكيميه لاستجلاء الظواهر العلمية في مجال الاعلام _التسويق الرقمي _ .
- ب. محاولة الوصول إلى فهم أعمق لطاهرة التسويق الرقمي من خلال مواقع أنظمة التقسيط الإلكتروني اعتماداً على المنهج الكمي للوصول إلى معلومات لم يتم التوصل إليها.

ثالثاً: الأهمية العملية:

تحاول هذه الدراسة إخراج بعض النتائج التي ستفيد القائمين في مجال التسويق الإلكتروني بشكل عام في تحقيق التكامل الموضوعي للمادة الإعلانية التسويقيه المُقدمة للجمهور؛ ليتم اختيار وإنتاج المضامين التي تساعد على توجيه سلوكهم نحو الإعلان ومن ثم الاتجاه لدعم التقسيط الإلكتروني.

رابعاً: الأهمية النظرية:

تأتى الأهمية النظرية للدراسة من كونها قد تمثل إضافة إلى البحث العلمي في مجال الاتصال التسويقي التفاعلي، بالإضافة إلى اقتراح نموذج علمي لتطوير هذه الممارسات في قالب بحثي يجمع بين العلم والممارسة.

الدراسات السابقة:

بالنظر إلى لمراجعة الدراسات السابقة من أهمية كبيرة في مجال البحث العلمي، فقد قامت الباحثة باستكشاف المنشور في الموضوع من دراسات بعد تحديد الكلمات المفتاحية للبحث؛ حيث جرى البحث بكلمات التالية (التقسيم الإلكتروني، الاقتصاد القومي) وما يرادفهما من كلمات، وعليه تم هذه المراجعة على محورين ستعرضهما بالتفصيل، وقد أسفر استعراض الدراسات السابقة عن وجود عدد من الدراسات التي عالجت هذا الموضوع، وما يرتبط بهما من متغيرات، وفيما يلي عرضاً موضوعياً وفق لمحورين قد حددتهم الباحثتان والذي بعنوان:

المحور الأول: الدراسات التي تناولت التقسيط:

فوجد دراسة (فيحان بن فراج آل هقشة، ٢٠٢٣) ^(١) والتي اتبعت المنهج الاستقرائي لتحليل كل ما كُتب من دراسات عن مواقع العرض والبيع على الشبكة العنكبوتية، وذلك لتوصل لنتائج وإبرازها بشكل واضح ومحاييد قدر المُستاع؛ والتي تمثلت في: بيع التقسيط هو سلعة بثمن مؤجل أكثر من ثمنها الحال يدفع مفرقاً على أجزاء معلومة في أوقات معلومة، والربا هو الفضل الخالي عن العوض في البيع، وربما القروض محرم بالإجماع وكبيرة من كبائر الذنوب؛ كما سعت دراسة (إيمان السيد محمد دراز، ٢٠٢٢) ^(٢) إلى الكشف عن طبيعة العلاقة بين الوعي باستخدام وسائل الدفع عبر بطاقات الائتمان - ضوء مستحدثات الصيرفة الإلكترونية والقدرة على التحكم في السلوك الشرائي لدى المرأة العاملة؛ حيث تم استيفاء البيانات من خلال تطبيق أدوات البحث والممثلة في استمارة استبيان؛ وقد تمثلت أهم نتائج الدراسة في الآتي: وجود علاقة ارتباطية موجبة دالة إحصائياً بين الوعي باستخدام وسائل الدفع عبر بطاقات الائتمان في مستحدثات الصيرفة الإلكترونية (الأبعاد، الدرجة الكلية) والقدرة على التحكم في السلوك الشرائي لدى المرأة العاملة الأبعاد الدرجة الكلية، كما وجدت فروق كما تبين أن الوعي باستخدام التقسيط الممتد بالمديونية كان المتغير الأكثر تأثيراً في تفسير التباين في القدرة على التحكم في السلوك الشرائي لدى عينة البحث؛ فقد قارنت دراسة (Hadi Salimzadiah, 2018) ^(٣) عقود بيع التقسيط في كل من إيران وفرنسا والولايات المتحدة الأمريكية وظهرت الاختلافات الحقيقية بين الدول الثالث من

ناحية تطبيق بيع التقسيط ومساوئ بعض التطبيقات، حيث استعرضت هذه الدارسة هذا التطبيق بإيران واوضحت انه يأتي على صورة قيام المصارف بتدخل المباشر في تلبية حاجات العملاء عن طريق شراء السلع التي يطلبها العملاء؛ وبيعها لهم مباشرة وبين النظام البنكي الفرنسي والذي يتدخل مباشرة حيث ينظر الى عقد بيع التقسيط على انه عقد من ضمن منظومه تعقيده اكبر، أما في الولايات المتحدة فيقتصر الامر على تمويل بيع التقسيط دون التدخل المباشر؛ وفي ذات الوقت أشارت دراسة (Moertini, Veronica S., et.al, 2011)^(٤) عن أهميه البيع باعتباره احد ادوات التعاون بين أفراد المجتمع، وكذلك بينت الدارسة طبيعة الضمانات في هذا البيع، ومشروعية العقوبة الماليه والشرط الجزائي في هذا البيع، والرهونات والوسائل المشروعه في حفظ الحقوق.

المحور الثاني: الدراسات التي تناولت الاقتصاد القومي:

فقد هدفت دراسة (ALJahwarietal, 2022)^(٥) إلى التحقق من تأثير التقسيط الالكتروني التي تستخدمها الشركات في مدينة عمان على في دعم الاقتصاد؛ وقد أثبتت الدارسة أنه يوفر فرص تسعى لتحقيق أهداف الترويج تم جمع البيانات باستخدام استبيان مكون من جزأين يركز على العوامل قد تؤثر على قرارات الشراء. أشارت نتائج الدراسة إلى أن له تأثير إيجابي على سلوك الشراء لدى المستهلك كما اشارت دراسة (Tuli Tilva, Peter J. Meyer, 2021)^(٦) إلى المبادئ الرئيسة للاقتصاد، والتي تعترف بالقيود التي جاء بها نظام اقتصادي يخلو من جميع صور المصرفي التقليدي الذي لم يقدم مناخ كبيراً، وإلى أن شعبية العمل المصرفي الإسلامي في البلدان الإسلامية قد أكسبها زخم الاستغلال. وأشارت الدراسة أيضاً إلى نسبة النمو في هذا النشاط خلال العشرين سنة الماضية بحوالي (١٥%) سنوياً؛ مما أدى إلى زيادة الثروة في البلدان الاسلاميه ولم تنسبه لزيادة الوعي الديني أو لزيادة السكان. وتوقعت الدراسة أن تواجه المصارف بعض التحديات في حال رغبتها في تقديم خدماتها في مجتمعات غير مسلمه من أهمها الحاجة المتزايدة إلى الحوكمة والشفافية وما يتطلبه ذلك من المصارف من العمل على تطوير معايير الشفافية والمسئولية والكفاءة، بالإضافة إلى العقوبات المتضمنة في طبيعة العقود القائمة على المشاركة في الارباح والخسائر، فقد ظلت هذه العقود يجد العلماء الذي يحققون مستويات عالية من الارباح إنه من الافضل لهم من التمويل بصيغة المشاركة واقتسام الربح مع البنك.

التعليق على الدراسات السابقة:

(١) **حادثة الدراسات:** لاحظت الباحثين حادثة الدراسات التي تناولت دراسة انظمة التقسيط الالكتروني، بالإضافة إلى محدودية الدراسات العربية بشكل عام خلال المحاور للدراسة، مقارنة بالدراسات الأجنبية.

(٢) **منهجياً:** تنوعت المناهج البحثية التي اعتمدت عليها الدراسات السابقة، بين مناهج كمية وأخرى كيفية، وقد اعتمدت معظم الدراسات السابقة على منهج المسح وقليل منها اعتمد على المنهج التجريبي وبعضها استخدم منهج دراسة الحالة.

(٣) **أدوات جمع البيانات:** تعددت الأدوات المستخدمة لجمع البيانات في مختلف الدراسات السابقة وقد اعتمد كثير منها على استمارة الاستقصاء باعتبارها أداة لجمع البيانات

سواء بالبريد العادي أو بالبريد الإلكتروني أو الجمع بينهما، وقليل منها اعتمد على أداة تحليل المضمون الكيفي.

(٤) **على مستوى الجوانب المعرفية:** ساهمت الدراسات السابقة في توضيح البعد المعرفي المتعلق بماهية الثقة بالعلامة التجارية، هذا بالإضافة إلى التعرف على تصنيف المحتوى الإلكتروني من حيث المفهوم والأبعاد، وأهميته في الترويج للعلامات التجارية.

(٥) **على مستوى النظرية:** قلة الدراسات التي اعتمدت على نظرية في إطارها النظري، وتمثلت النظرية المشتركة بين تلك الدراسات في نموذج قبول تكنولوجيا المعلومات.

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة في الدراسة الحالية:

(١) شكلت الدراسات السابقة بعداً معرفياً مهماً في معرفة أنظمة التسييس الإلكتروني وتأثيرها على السلوك الشرائي وذلك في إطار المتاح منها نظراً لحدثة موضوع الدراسة خاصة تعميق مشكلة الدراسة كما ساعدت الدراسات السابقة في تجنب التكرار غير المقصود في صياغة المشكلة البحثية وكذلك في تحديد المشكلة البحثية تحديداً دقيقاً.

(٢) أسهمت الدراسات السابقة في صياغة تساؤلات الدراسة الحالية وذلك من خلال رصد أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسات السابقة في موضوع البحث نفسه، بما يتناسب مع هذه النتائج وتوضيح متغيرات مشكلة الدراسة وتحديد العلاقة السببية بينهما.

(٣) الاستفادة من الأطر النظرية والنماذج العلمية التي اعتمدت عليها الدراسات السابقة وخاصة تلك الدراسات التي عنيت بسلوك المستهلك تجاه العلامة التجارية؛ **فالفجوة البحثية بين الدراسات الحالية وبين الدراسات السابقة:**

❖ استخدم البحث الحالي أبعاداً لمتغيرات البحث تختلف نوعاً ما عن الأبعاد المستخدمة في الدراسات السابقة.

❖ تسعى الدراسة الحالية إلى التعرف على مدى تقبل الجمهور لانظمة التسويق الإلكتروني؛ وأخذها في الاعتبار عند اتخاذ القرارات التسويقية ومدى تأثير ذلك على جودة الخدمة المدركة وبالتالي تأثيره على الاقتصاد القومي، وهو ما لم تتعرض له أي من الدراسات السابقة - على حد علم الباحثان.

الإطار النظري للدراسة:

نموذج قبول التكنولوجيا (TAM) Technology Acceptance Model:

وقدم **ديفيس Davis** نموذج قبول التكنولوجيا لأول مرة عام ١٩٨٩، وأسماه Technology Acceptance Model (TAM)، حيث أن "عدم قبول المستخدمين للعمل على نظم تكنولوجيا يُعتبر عائقاً مهماً أمام نجاح هذه النظم، كما أنه ثبت أن "من أكبر التحديات للباحثين في مجال أنظمة المعلومات" هو الفهم والإجابة على لماذا يختار الناس قبول أو رفض أي تكنولوجيا. ويعتبر نموذج قبول التكنولوجيا Technology

Technology Acceptance Model (TAM) من أشهر النظريات التي استخدمت؛ ولا زالت تستخدم إلى الآن في فحص مدى تقبل التكنولوجيا، حيث استخدم في عشرات الدراسات العلمية المنشورة في مجلات محكمة (هوارى، ٢٠١٦)^(٧).

وقد تم إثبات أن نموذج قبول التكنولوجيا Technology Acceptance Model (TAM) يُعتبر نموذج مُساعد لشرح وتوقع سلوك مُستخدمي تكنولوجيا المعلومات. ويُعتبر هذا النموذج توسيعاً لنظرية الأفعال المبررة، حيث تم اقتراحه لتوضيح لماذا يقبل أو يرفض المُستخدم تكنولوجيا المعلومات من خلال تبني نظرية الأفعال المبررة (Paul, et.al, 2003, pp. 191 – 204)^(٨).

وإن نموذج قبول التكنولوجيا (TAM) Technology Acceptance Model يحتوي على أربعة مُتغيرات، حيث (فوائد الاستخدام، وسهولة الاستخدام) وهى متغيرات خارجية مُستقلة، بينما (النوايا السلوكية، والنية الفعلية للاستخدام) هى متغيرات داخلية تابعة (Min, et.al, 2019, pp. 770 – 783)^(٩).

وقد استخدمت الباحثين نموذج قبول التكنولوجيا بهدف الكشف عن مدى تقبل الجمهور المصري لاستخدام تطبيقات التقسيط الإلكتروني في عمليات الشراء الخاصة بهم؛ وتأثير ذلك على الاقتصاد القومي". وسيتم ذلك من خلال التعرف على مُعدلات استخدام الجمهور المصري لتطبيقات التقسيط الإلكتروني في عمليات الشراء الخاصة بهم، وأهم تطبيقات التقسيط الإلكتروني التي يفضلون استخدامها في عمليات الشراء الخاصة بهم، وأيضاً تحديد مدى تقبلهم لاستخدام تطبيقات التقسيط الإلكتروني في عمليات الشراء الخاصة بهم، وكذلك رصد أهمية استخدام تطبيقات التقسيط الإلكتروني في عملية الشراء من وجهة نظرهم، ومعرفة دور تطبيقات التقسيط الإلكتروني في تسهيل عملية الشراء من وجهة نظرهم، والكشف عن الصعوبات التي تواجههم عند استخدام تطبيقات التقسيط الإلكتروني في عمليات الشراء الخاصة بهم، ومن ثم تحديد اتجاهاتهم نحو استخدام تطبيقات التقسيط الإلكتروني في عمليات الشراء الخاصة بهم؛ وقد استندت الباحثة إلى هذا النموذج لأنه نموذج يتعلق بسلوكيات الأفراد تجاه استخدام التقنيات التكنولوجية الحديثة، فمن خلال هذا النموذج يُمكننا التنبؤ بسلوك المستخدمين تجاه التقنيات الحديثة قبل تطبيقها.

مدخل الاستخدامات والتأثيرات Uses and Effects:

تستند هذه الدراسة في إطارها النظري إلى مدخل الاستخدامات والتأثيرات، في كيفية إنتقاء أفراد الجمهور للرسائل الاتصالية بطرق نشطة طبقاً لاحتياجاتهم الخاصة، وأنهم يقومون باختيارات واعية من المحتوى الاتصالي وبنفقون ما يُشاهدونه مما يُساهم في خلق تنوع في التأثيرات الاتصالية التي تستند إلى حاجة أفراد الجمهور بشكل أساسي (مكاوي، السيد، ٢٠٠٤، ص ٢٤٢)^(١٠)؛ وقد أثبت مدخل الاستخدامات والتأثيرات أن أفراد الجمهور يُشاهدون التليفزيون بشكل ئيسي لأسباب مُحددة، كما يفترض ذا المدخل أن معاني النصوص الاتصالية تكون موجودة في أذهان أفراد الجمهور القوي الذي تُحركه دوافع مُحددة للتعرض (Livingstone, 1998. Pp. 36 – 49)^(١١).

فُجِّحَالات الاتجاه الحديث في البحوث الإعلامية المزج بين الاستخدامات والتأثيرات مُفترضاً أن أفراد الجمهور يبحثون عن وسائل الاتصال للحصول على معلومات مُعينة، وبحصولهم عليها فإنهم يبدأون في التصرف بطريقة ما بناءً على هذه المعلومات، ثم يرجعون للوسيلة للحصول على المزيد منها، وهكذا تستمر العملية (Lorimer, Scannell,) (1994, p. 162).^(١٢)

كما استندت الدراسة إلى نظرية الاستخدامات والتأثيرات بهدف التعرف على تأثير سلوك استخدام الجمهور المصري (عينة الدراسة) لتطبيقات التقسيط الإلكتروني في عمليات الشراء الخاصة بهم على الاقتصاد القومي.

الإطار المعرفي للدراسة:

الشراء بالتقسيط:

يعتبر نظام البيع بالتقسيط من الأنظمة القديمة فقد استعمله البابليون والفينيقيون وهو تطبيق رزق الله حيث بدأوا استخدامه عام ١٩٧٥م (Rizkalla, 2023) ^(١٣). وبدأ انتشاره مع بداية الخمسينات والستينيات، واستمر انتشاره حتى وقتنا الحالي (Ranyard,) (Craig, 1993) ^(١٤)؛ وتعتبر الولايات المتحدة الأمريكية من أوائل الدول التي استخدمت هذا النظام في عام ١٨٠٧م عن طريق شركة (كاوبرويت) لبيع أثاث المنزل في البداية. وانتشر في المملكة العربية السعودية في بداية السبعينات عندما أدخلت الشركة المتحدة (إحدى شركات عبد لطيف جميل) هذا النشاط عام ١٩٧٠م؛ (مجلة الاقتصاد والنفط، ١٩٩٤) في مجال تجارة السيارات، ثم اقتحمت هذا المجال العديد من الشركات مثل شركة الراجحي المصرفية، وعلى اثر ما حققت سياسة البيع بهذا النظام من نجاح امتد ليشمل سلع أخرى وأصبح يستفيد منه كافة طبقات المجتمع.

وعرف علماء الاقتصاد نظام الشراء بالتقسيط بأنه: ((بيع سلعة أو خدمة بتجزئة المقابل لها من النقد علي فترات معلومة بين الطرفين علي أن تؤول السلعة أو الخدمة بنهاية هذه الفترات وقبض الثمن إلي الطرف الثاني)).

والتقسيط هو أحد أنظمة الشراء التي يلجأ إليها الكثير من الناس، ويتم فيه إبرام اتفاقية بين المشتري والبائع لشراء وبيع البضائع، حيث يقوم المشتري بدفع دفعة مقدمة معينة في وقت توقيع الاتفاقية ويتم دفع الرصيد بالتقسيط على مدى فترة زمنية (مله، باصبرين، ٢٠٠٦) ^(١٥).

ونظام التقسيط هو بيع ائتماني يتم فيه الدفع على أقساط على مدى فترة زمنية، في هذا النظام يحصل المشتري على حيازة البضائع وملكيته وقت توقيع الاتفاقية وأثناء سداد القسط إذا تخلف المشتري عن سداد القسط، في هذه الحالة يمكن للبائع مقاضاة المشتري لاسترداد المستحقات لذلك من الأفضل ألا تقوم بالاتجاه إلى التقسيط إلى إذا كنت تعرف أنك قادر على سداد الأقساط الشهرية المستحقة عليك إلى البائع الإلكتروني من خلال التواجد الإلكتروني من خلال Apps.

وهناك أمور ساعدت على انتشار هذا النظام، وهي تتمثل في الآتي:

- ❖ انخفاض الدخل لدي بعض الأفراد في العديد من البلدان والدول، وبخاصة النامية مما يؤدي إلى الحصول على السلعة بنظام التقسيط لتلبية حاجاتهم وبخاصة الضرورية.
- ❖ توفير البيع بنظام التقسيط في العديد من المحلات التجارية والمعارض مع تقديم تسهيلات كإلغاء الدفعة الأولى، وزيادة المدة مع تخفيض الأقساط مما يشجع الأفراد على الأقبال عليه.
- ❖ ارتفاع أسعار السلع والبضائع بشكل كبير كأسعار السيارات والأجهزة الكهربائية، وبالتالي سيلجئ الكثير إلى البحث عن البيع بالتقسيط للحصول على السلعة من ذوي الدخل المتوسط.
- ❖ ارتفاع مستوى التعليم في بعض الدول، وكلما ارتفع المستوى التعليمي للأفراد تزيد مطالبهم واحتياجاتهم وتطلعوا لاقتناء السلع المرتفعة الثمن لرفع مستوى معيشتهم الاقتصادي.
- ❖ انخفاض القدرات الادخارية مع زيادة متطلبات الأفراد، وهذا بدوره يؤدي إلى الحصول على السلع المطلوبة عن طريق الشراء بنظام التقسيط (Ranyard, Craig, 1995) (١٦).

وتتمثل مميزات الشراء بالتقسيط؛ في الآتي:

- ❖ نظام الشراء بالتقسيط يشبه البيع الائتماني الكامل للبضائع.
- ❖ يقوم المشتري بالدفع على أقساط مختلفة على مدى فترة زمنية كما هو متفق عليه في الاتفاقية.
- ❖ بموجب نظام الشراء بالتقسيط، يحصل المشتري على الحيازة الفورية وكذلك ملكية البضائع.
- ❖ لا يستطيع البائع الرد على السلعة إذا تخلف المشتري عن سداد القسط ولكن يمكنه رفع دعوى ضد المشتري لاسترداد المبلغ المستحق.
- ❖ في حالة التخلف عن سداد الأقساط، لا يمكن مصادرة إجمالي الأقساط التي دفعها المشتري بالفعل.
- ❖ بموجب نظام التقسيط، يمكن للمشتري بيع البضائع أو رهنها حتى قبل تخليص جميع
- ❖ يحق لمشتري البضائع بموجب نظام الشراء بالتقسيط إعادة البضائع إلى البائع وذلك بموجب العقد الذي تم توقيعه بين الطرفين.
- ❖ يمكن الحصول على آلاف المنتجات الموجودة في السوق المصري بنظام التقسيط بسهولة كبيرة للغاية، حيث يمكنك شراء أجهزة كهربائية أو أجهزة منزلية بشكل عام بسهولة (Schorlemer, 2008) (١٧).

وتتمثل عيوب الشراء بالتقسيط؛ في الآتي:

- ❖ وجود احتمال أن يقع العائلات المستهلكة تحت تأثير بعض المستغلين الذين يتفقون معهم على شراء السلع بالأجل ثم يقومون بشرائها منهم بثمن قليل فيستغلون حاجتهم للسيولة، وهو المعروف شرعاً ببيع العينة، وهو محرم شرعاً.
- ❖ جعل السلعة المعروضة بهذا النظام باهظة الثمن.
- ❖ تخفيض جودة السلع، نظراً لزيادة الطلب والطالبيين للحصول على السلعة بنظام التقسيط يقوم المصنع بخفض الجودة.
- ❖ وقوع بعض المشترين تحت ضغوط أعباء تفوق قدرتهم على السداد المنتظم وبالتالي يعجزون عن دفع الأقساط في موعدها.
- ❖ إذا قام المشتري برد ملكية السلعة إلى البائع بسبب عدم دفع الأقساط المحددة سلفاً يخسر ما دفعه فيها.
- ❖ ظهور بعض العمليات التي تهدف إلى تضليل الحاصلين على خدمة التقسيط (Sen, Gilardone, 2010)^(١٨).

الأطر المنهجية:

- ❖ **نوع الدراسة ومنهجها:** تُعد هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تسعى إلى تقديم جهد منظم به اجتهاد علمي منظم يرمي إلى صياغة مجموعة من التنبؤات المشروطة والتي تشمل المعالم الرئيسية وتعتمد على المنهج المسحي survey الكمي، فالمسح ينصب على دراسة أشياء موجودة بالفعل وقت إجراء الدراسة، في مكان معين وزمان معين، بما يساعد على فهمها أو إصدار الأحكام بشأنها، وقد تم اعتماد المسح الوصفي التفسيري.
- ❖ **أدوات الدراسة:** استخدمت الباحثة استمارة الاستبيان عبر الإنترنت (الاستبيان الإلكتروني) كأداة لجمع البيانات، باعتبار أن الاستبيان أحد الأساليب التي تستخدم في جمع بيانات مباشرة من العينة المختارة، وذلك عن طريق توجيه مجموعة من الأسئلة المحددة، وذلك بهدف التعرف على حقائق معينة أو وجهات نظر المبحوثين واتجاهاتهم أو الدوافع والمؤثرات التي تدفعهم إلى تصرفات سلوكية معينة.
- ولتأكد من مدى صلاحية هذه الأداة في جمع بيانات الدراسة قامت الباحثة باختبار صدق مقاييس الدراسة، حيث اعتمدت الباحثة على الصدق الظاهري لقياس مدى صدق أداة جمع البيانات (الاستبيان الإلكتروني) لمعرفة ما إذا كانت الأداة تقيس ما ينبغي أن تقيسه وذلك من خلال الفحص المدقق لكل بند/ سؤال والتأكد من أن البنود سليمة من حيث المحتوى والصياغة، بحيث تقيس الجوانب المطلوب قياسه في إطار الموضوع الأساسي.

كما قامت الباحثة بعرض الاستمارة على عدد من المحكمين والمُتخصصين في مجال الإعلام والعلاقات العامة والإعلان^(*)، للتحقق من صدق الأداة ومدى صلاحيتها لتحقيق أهداف الدِراسَةِ الميدانية واختبار فروضها، وقد قام السادة المحكمون بتعديل الاستمارة وصياغة الأسئلة وترتيبها وتنظيمها، وتم تعديل الاستمارة وفقاً لهذه التعديلات والمُقترحات التي اتفق عليها معظم الأساتذة المحكمين، وتم صياغة الاستمارة في صورتها النهائية.

وقد تم إجراء اختبار الثبات أيضاً من خلال السيطرة على العوامل التي تؤدي لظهوره في كل مرحلة من مراحل البحث، وهو ما تم على النحو التالي: فقد قام الباحثين بتطبيق اختبار الثبات على (عينة الدراسة) بعد تحكيم صحيفة الاستبيان؛ والذي وصل إلى (٨١.٤%)؛ مما يؤكد ثبات الاستمارة وصلاحيتها للتطبيق وتعميم النتائج.

❖ **مُجْتَمَع الدِراسَةِ:** يتمثل مجتمع الدِراسَةِ في الجمهور المصري الذين يستخدمون تطبيقات التقسيط الإلكتروني في عمليات الشراء الخاصة بهم من مختلف المُستويات الاقتصادية والاجتماعية والتعليمية.

❖ **عَيْنَةُ الدِراسَةِ:** تمثلت عينة الدراسة الميدانية في (٤٠٠ مفردة) من الجمهور المصري الذين يستخدمون تطبيقات التقسيط الإلكتروني في عمليات الشراء الخاصة بهم من مختلف المُستويات الاقتصادية والاجتماعية والتعليمية، وقد تم اختيار هذه العينة بشكل عمدي، فهي عينة عمدية أي إن العينة قد تم اختيارها بناء على مواصفات مُعينة حددتها الدراسة (علام، ٢٠١٢، ص ١٧٣)^(١)، وهناك مجموعة من المُبررات التي تم على أساسها اختيار عينة الدراسة الميدانية، هي كالتالي:

- ◀ **أولاً:** أنهم يستخدمون تطبيقات التقسيط الإلكتروني في عمليات الشراء الخاصة بهم.
- ◀ **ثانياً:** أنهم من مختلف المُستويات الاقتصادية والاجتماعية والتعليمية، وبالتالي ستتعرف الباحثين إذا كان اخلاص العوامل الديموغرافية له تأثير أم لا.

(* أسماء الأساتذة المُحكمين طبقاً للترتيب الأبجدي والمنصب الجامعي:

- ❖ أ.د/ علي عجوة
- ❖ أستاذ بقسم العلاقات العامة كلية إعلام جامعة القاهرة.
- ❖ د/ أبو بكر حبيب
- ❖ الاستاذ المُساعد بقسم العلاقات العامة والإعلان – جامعة النهضة
- ❖ د/ أماني ألبرت
- ❖ الاستاذ المُساعد بقسم العلاقات العامة والإعلان – ووكيل كلية الإعلام جامعة بني سويف.
- ❖ د/ رجاء الغمراوي
- ❖ الأستاذ المُساعد بقسم الإذاعة والتلفزيون – كلية الإعلام - الأكاديمية العربية للعلوم والتكنولوجيا والنقل البحري.

وقد وزعت عينة الدِّراسة من حيث الخصائص الديموغرافية للمبحوثين على النحو المُبيِّن بالجدول التَّالي:

جدول رقم (١) يوضح خصائص عينة الدِّراسة (ن=٤٠٠)

البيانات الأساسية		ك	%
النوع	ذكر	١٥٩	٣٩.٧
	انثي	٢٤١	٦٠.٣
	الإجمالي	٤٠٠	١٠٠
الحالة الاجتماعية	أعزب	٢٥٨	٦٤.٥
	متزوج/ متزوجة	١٤٢	٣٥.٥
	الإجمالي	٤٠٠	١٠٠
المستوي التعليمي	مؤهل جامعي	٢٩٣	٧٣.٣
	دراسات عليا	١٠٧	٢٦.٧
	الإجمالي	٤٠٠	١٠٠
نوع السكن	متوسط	٢٨٣	٧٠.٧
	راقي	١١٧	٢٩.٣
	الإجمالي	٤٠٠	١٠٠
متوسط الدخل للأسرة	من ٢٥٠٠ لأقل من ٥٠٠٠ جنية	١٨	٤.٥
	من ٥٠٠٠ لأقل من ٧٠٠٠ جنية	١٢٦	٣١.٥
	من ٧٠٠٠ لأقل من ١٠٠٠٠ جنية	١٤٢	٣٥.٥
	من ١٠٠٠٠ جنية فأكثر	١١٤	٢٨.٥
الإجمالي	٤٠٠	١٠٠	
المستوي الاقتصادي الاجتماعي	منخفض	١٨	٤.٥
	متوسط	٢٣٦	٥٩
	مرتفع	١٤٦	٣٦.٥
	الإجمالي	٤٠٠	١٠٠

تُوضح بيانات هذا الجدول الخصائص الديموغرافية للمبحوثين (عينة الدِّراسة)، حيث جاءت على النحو التَّالي:

❖ من حيث النوع: بلغت نسبة الإناث ضمن عينة الدِّراسة (٦٠.٣%)، بينما بلغت نسبة الذكور (٣٩.٧%).

- ❖ **من حيث الحالة الاجتماعية:** كانت غالبية المبحوثين بنسبة (٦٤.٥%) من الذين لم يتزوجوا بع (أعزب)، بينما كانت نسبة المبحوثين المتزوجين (زوج/ أو زوجه) (٣٥.٥%) من إجمالي عينة الدراسة.
- ❖ **من حيث المستوى التعليمي:** كانت غالبية المبحوثين بنسبة (٧٣.٣%) من الحاصلين علي مؤهل جامعي، في حين بلغت نسبة المبحوثين الحاصلين على دراسات عليا (٢٦.٧%) من إجمالي عينة الدراسة.
- ❖ **من حيث مستوى السكن:** كانت غالبية المبحوثين بنسبة (٧٠.٧%) ذات مستوى السكن المتوسط، بينما بلغت نسبة المبحوثين ذات مستوى السكن العالي (٢٩.٣%).
- ❖ **من حيث متوسط الدخل:** كانت غالبية المبحوثين بنسبة (٣٥.٥%) ذوي متوسط دخل مرتفع إلى حد (من ٧٠٠٠ لأقل من ١٠٠٠٠ جنية)، بينما بلغت نسبة المبحوثين ذوي متوسط دخل متوسط (من ٥٠٠٠ لأقل من ٧٠٠٠ جنية) (٣١.٥%)، في حين كانت نسبة المبحوثين ذوي متوسط دخل مرتفع (من ١٠٠٠٠ جنية فأكثر) (٢٨.٥%)، وأخيراً نجد أن نسبة المبحوثين ذوي متوسط دخل منخفض (من ٢٥٠٠ لأقل من ٥٠٠٠ جنية) (٤.٥%) من إجمالي عينة الدراسة.
- ❖ **من حيث المستوى الاقتصادي الاجتماعي:** بلغت نسبة المبحوثين ذوي المستوى الاقتصادي الاجتماعي متوسط ضمن عينة الدراسة (٥٩%)، بينما بلغت نسبة المبحوثين ذوي المستوى الاقتصادي الاجتماعي مرتفع (٣٦.٥%)، في حين احتلت المرتبة الأخيرة نسبة (٤.٥%) للمبحوثين ذوي المستوى الاقتصادي الاجتماعي المنخفض.

تساؤلات الدراسة:

- (١) ما معدلات استخدام الجمهور المصري (عينة الدراسة) لتطبيقات التقسيط الإلكتروني في عمليات الشراء الخاصة بهم؟
- (٢) ما أهم تطبيقات تطبيقات التقسيط الإلكتروني التي يفضل الجمهور المصري (عينة الدراسة) استخدامها في عملية الشراء؟
- (٣) ما مدى تقبل الجمهور المصري (عينة الدراسة) لاستخدام تطبيقات التقسيط الإلكتروني في عمليات الشراء الخاصة بهم؟
- (٤) ما أهمية استخدام تطبيقات التقسيط الإلكتروني في عملية الشراء من وجهة نظر الجمهور المصري (عينة الدراسة)؟
- (٥) ما دور تطبيقات التقسيط الإلكتروني في تسهيل عمليات الشراء من وجهة نظر الجمهور المصري (عينة الدراسة)؟

- ٦) ما الصعوبات التي تواجه الجمهور المصري (عينة الدراسة) عند استخدام تطبيقات التقسيط الإلكتروني في عمليات الشراء الخاصة بهم؟
- ٧) ما اتجاهات الجمهور المصري (عينة الدراسة) نحو استخدام تطبيقات التقسيط الإلكتروني في عمليات الشراء الخاصة بهم؟
- ٨) ما تأثير سلوك استخدام الجمهور المصري (عينة الدراسة) لتطبيقات التقسيط الإلكتروني في عمليات الشراء الخاصة بهم على الاقتصاد القومي؟
- ٩) ما السمات الديموغرافية للجمهور المصري (عينة الدراسة) الذين يستخدمون تطبيقات التقسيط الإلكتروني في عمليات الشراء الخاصة بهم؟

فروض الدراسة:

- ❖ **الفرض الأول:** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدلات استخدام الجمهور المصري (عينة الدراسة) لتطبيقات التقسيط الإلكتروني في عمليات الشراء الخاصة بهم واتجاهاتهم نحو استخدام هذه التطبيقات.
- ❖ **الفرض الثاني:** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية معدلات استخدام الجمهور المصري (عينة الدراسة) لتطبيقات التقسيط الإلكتروني في عمليات الشراء الخاصة بهم ومدى تقبلهم لاستخدام هذه التطبيقات في عمليات الشراء الخاصة بهم من حيث (الفائدة المدركة، سهولة الاستخدام المدركة، المتعة المدركة، الموقف تجاه الاستخدام، النوايا السلوكية).
- ❖ **الفرض الثالث:** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدلات استخدام الجمهور المصري (عينة الدراسة) لتطبيقات التقسيط الإلكتروني في عمليات الشراء الخاصة بهم والصعوبات التي تواجههم أثناء هذا الاستخدام.
- ❖ **الفرض الرابع:** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدلات استخدام الجمهور المصري (عينة الدراسة) لتطبيقات التقسيط الإلكتروني في عمليات الشراء الخاصة بهم والدور التي تقوم به هذه التطبيقات في تسهيل عمليات الشراء من وجهة نظرهم.
- ❖ **الفرض الخامس:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الجمهور المصري (عينة الدراسة) بحسب خصائصهم الديموغرافية (النوع، السن، المستوى التعليمي، المستوى الاقتصادي الاجتماعي) في اتجاهات الجمهور المصري نحو استخدام تطبيقات التقسيط الإلكتروني في عمليات الشراء الخاصة بهم.

المُعَالَجَة الإحصائية للبيانات:

(أ) المقاييس الوصفية: وقد اشتملت على ما يلي:

- ❖ التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
 - ❖ المتوسط الحسابي.
 - ❖ الانحراف المعياري، وهو الذي يحدد مدى تباعد أو تقارب القراءات عن وسطها الحسابي.
 - ❖ الوزن النسبي الذي يحسب من المعادلة: (المتوسط الحسابي $\times 100$) \div الدرجة العظمى للعبارة.
- (ب) الاختبارات الإحصائية: وقد تضمنت هذه الاختبارات ما يلي:
- ❖ اختبار (ت) للمجموعات المستقلة (Independent-Samples T-Test).
 - ❖ كاي^٢ (Chi square) اختبار استقلالية العبارة ويستخدم لدراسة معنوية الفروق بين مجموعات المتغيرات الاسمية.
 - ❖ تحليل التباين ذو البعد الواحد (Oneway Analysis of Variance) المعروف اختصاراً باسم ANOVA.

(ج) معاملات الارتباط **Correlation**: وقد اشتملت على ما يلي:

- ❖ معامل ارتباط بيرسون (Pearson Correlation Coefficient).
- وقد قامت الباحثة بالاستعانة ببرنامج التحليل الإحصائي (SPSS)، وذلك لتحليل بيانات الدراسة الميدانية، ويتمثل مستوى الدلالة المعتمدة في الدراسة الحالية في كافة اختبارات الفروض والعلاقات الارتباطية ومعامل الانحدار في قبول نتائج الاختبارات الإحصائية عند درجة ثقة (٩٥%) فأكثر، أي عند مستوى معنوية ٠.٠٥ فأقل.

جدول رقم (٢) يوضح قيم معاملات ثبات "ألفا" لمحاور صحيفة الاستبيان والدرجة الكلية لها

معامل ألفا (معامل الثبات)	عدد العبارات	المحور
٠.٧٩٧	٥	الفائدة المُدرَكة
٠.٨٦٧	٥	سهوله الاستخدام
٠.٧٩٣	٣	اتجاه استخدامك لتطبيقات التقسيط الإلكتروني في عمليات الشراء الخاصة بك
٠.٨٣٤	٥	المتعة المُدرَكة لديك نتيجة استخدامك لتطبيقات التقسيط الإلكتروني في عمليات الشراء الخاصة
٠.٨٦٧	٣	النوايا السلوكية لديك نحو استخدامك لتطبيقات التقسيط الإلكتروني في عمليات الشراء الخاصة
٠.٨٢٣	١١	أهمية تطبيقات التقسيط الإلكتروني في عمليات الشراء،
٠.٧٢٥	٩	دور تطبيقات التقسيط الإلكتروني في تسهيل عمليات الشراء
٠.٦٥٨	٧	الصعوبات التي تواجهك عند استخدام تطبيقات التقسيط الإلكتروني في عمليات الشراء الخاصة بك
٠.٨٦٩	٩	اتجاهات الطلاب نحو استخدام الهواتف الذكية في العملية التعليمية
٨١.٤	٥٧	صحيفة الاستبيان كاملة

نتائج الدراسة:

أولاً: النتائج التفصيلية للدراسة الميدانية:

جدول رقم (٣) يوضح استخدام الجمهور المصري (عينة الدراسة) لتطبيقات التقسيط الإلكتروني في عمليات الشراء الخاصة بهم

معدلات الاستخدام	ك	%
دائمًا ما استخدمها.	٢١٦	٥٤
أحيانًا ما استخدمها.	١٣٢	٣٣
نادرًا ما استخدمها.	٥٢	١٣
الإجمالي	٤٠٠	١٠٠

تفيد بيانات هذا الجدول بأن أغلبية المبحوثين يستخدمون تطبيقات التقسيط الإلكتروني في عمليات الشراء الخاصة بهم ما بين (دائمًا، وأحيانًا) بنسبة (٨٧%)؛ وهذه نسبة تدل على ارتفاع معدلات استخدام الجمهور المصري لهذه التطبيقات؛ ويُمكن إرجاع ذلك إلى أن الجمهور المصري بطبيعته شعب مُستهلك يحب اقتناء كل ما هو جديد من أجهزة تكنولوجية متطورة على الرغم من الظروف الاقتصادية الصعبة التي تعيشها البلاد؛ والتي لا تسمح لجميع أفراد الشعب بتمتع برفاهية عالية؛ ولهذا وجد الجمهور المصري في هذه التطبيقات الملاذ لاقتناء كل ما هو جديد على الرغم من أن ذلك يُزيد من أعباء الحياة عليه ومسئوليته.

جدول رقم (٤) يوضح مدة استخدام الجمهور المصري (عينة الدراسة) لتطبيقات التقسيط الإلكتروني في عمليات الشراء الخاصة بهم

مدة الاستخدام	ك	%
منذ أكثر من ثلاث سنوات	٧٣	١٨.٣
منذ سنة إلى أقل ثلاث سنوات	١٩٨	٤٩.٥
منذ أقل من سنة	١٢٩	٣٢.٣
الإجمالي	٤٠٠	١٠٠

يُتضح لنا من نتائج هذا الجدول أن مدة معرفة الجمهور المصري (عينة الدراسة) لتطبيقات التقسيط الإلكتروني واستخدامها لم تتجاوز الثلاث سنوات؛ وهذا ما أفاد به أغلبية المبحوثين والتي تمثلت نسبتهم في (٨١.٨%)؛ وإن دل ذلك فيدل على أن ثقافة استخدام هذه التطبيقات في عمليات الشراء هي وليدة السنوات القليلة الماضية والتي شهدت تدهور في الأحوال الاقتصادية للبلاد وارتفاع الأسعار مع زيادة أسعار العملات الخارجية نتيجة الأحداث الدولية؛ مما جعل الجمهور المصري للجوء لهذه التطبيقات حتى يتمكن بالتمتع بالرفاهية التي يريدها.

جدول رقم (٥) يوضح عدد مرة استخدم الجمهور المصري (عينة الدراسة) تطبيقات التقسيط الإلكتروني في عمليات الشراء الخاصة بهم

عدد مرة الاستخدام	ك	%
أكثر من خمس مرات	١٠١	٢٥.٣
من ثلاث إلى خمس مرات	١٠٤	٢٦
من مرتين إلى ثلاث مرات	١٥٧	٣٩.٣
مرة واحدة فقط	٣٨	٩.٥
الإجمالي	٤٠٠	١٠٠

تُشير بيانات هذا الجدول إلى ارتفاع معدلات استخدام الجمهور المصري (عينة الدراسة) لتطبيقات التقسيط الإلكتروني في عمليات الشراء الخاصة؛ فنجد أن المبحوثين الذين قد أفادوا بأنهم استخدمونها من مرتين إلى ثلاث مرات بلغت نسبتهم (٣٩.٣%)؛ في حين كانت نسبة المبحوثين الذين أفادوا بأنهم استخدموها بالفعل مرة واحدة فقط (٩.٥%)؛ ونجد أن نتائج هذا الجدول قد اتفقت وأكدت بشكل كبير نتائج الجدول رقم (٣) والذي تناول استخدام الجمهور المصري (عينة الدراسة) لتطبيقات التقسيط الإلكتروني في عمليات الشراء الخاصة بهم؛ والتي قد بينت نتائجها أن أغلبية المبحوثين يستخدمون تطبيقات التقسيط الإلكتروني في عمليات الشراء الخاصة بهم ما بين (دائمًا، وأحيانًا) بنسبة (٨٧%). وهذا يؤكد على تفسيرنا السابق الذي أوضح أن الجمهور المصري بطبيعته شعب مُستهلك يحب اقتناء كل ما هو جديد من أجهزة تكنولوجية متطورة على الرغم من الظروف الاقتصادية الصعبة التي تعيشها البلاد؛ والتي لا تسمح لجميع أفراد الشعب بتمتع برفاهية عالية؛ ولهذا وجد الجمهور المصري في هذه التطبيقات الملاذ لاقتناء كل ما هو جديد على الرغم من أن ذلك يُريد من أعباء الحياة عليه ومسئوليته.

جدول رقم (٦) يوضح مجمل استخدم الجمهور المصري (عينة الدراسة)

لتطبيقات التقسيط الإلكتروني في عمليات الشراء الخاصة بهم

وفقًا للمستوى الاقتصادي والاجتماعي

مجملة كثافة استخدام تطبيقات التقسيط الإلكتروني	المستوى الاقتصادي والاجتماعي							
	منخفض		متوسط		مرتفع		الإجمالي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
منخفض	٦	٣٣.٣	٦٧	٢٨.٤	٣٩	٢٦.٧	١١٢	٢٨
متوسط	-	-	٨٠	٣٣.٩	٤١	٢٨.١	١٢١	٣٠.٢
مرتفع	١٢	٦٦.٧	٨٩	٣٧.٧	٦٦	٤٥.٢	١٦٧	٤١.٨
الإجمالي	١٨	١٠٠	٢٣٦	١٠٠	١٤٦	١٠٠	٤٠٠	١٠٠
كأ: ١١.٠٠٨	درجة الحرية: ٤	مستوي المغنوية: ٠.٠٢٦	دل	معامل التوافق: ٠.١٦٤				

يوضح لنا هذا الجدول مجمل استخدم الجمهور المصري (عينة الدراسة) لتطبيقات التقسيط الإلكتروني في عمليات الشراء الخاصة بهم وفقًا للمستوى الاقتصادي والاجتماعي؛ والجدير بالذكر بعد استعراض نتائج الجدول كما هو موضح أن المبحوثين ذو المستوى الاقتصادي والاجتماعي المتوسط هم الأكثر استخدامًا لهذه التطبيقات فقد احتلوا الصدارة في

الثلاث مستويات لمعدلات الاستخدام (مرتفع، متوسط، منخفض) حيث بلغت نسبتهم على التوالي (٣٧.٧%، ٣٣.٩%، ٢٨.٤%)؛ والجديد بالذكر أيضاً أن أغلبية المبحوثين قد أفادوا بأنهم يستخدمون هذه التطبيقات بمعدلات تتراوح ما بين (مرتفعة؛ ومتوسطة) (٧٢%)؛ وأخيراً قد أفاد هذا الجدول بأن هناك فروق ذات دلالة إحصائية في مجمل استخدم الجمهور المصري (عينة الدراسة) لتطبيقات التقسيط الإلكتروني في عمليات الشراء الخاصة به من حيث المستوى الاقتصادي والاجتماعي، حيث بلغت كلاً (١١.٠٠٨) عند درجة حرية (٤) بمستوى معنوية (٠.٠٢٦) وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية (٠.٠٥) بمعامل توافق (٠.١٦٤).

جدول رقم (٧) يوضح تطبيقات التقسيط الإلكتروني التي تفضل استخدامها الجمهور المصري (عينة الدراسة) في عملية الشراء الخاصة بهم

اسماء التطبيقات	ك	%
Valu	٢٣٢	٥٨
Money Box	١٦٤	٤١
Contact	١٥٢	٣٨
Noon Shopping	١٥١	٣٧.٨
Halan: Lending, BNPL, Payments	١١٢	٢٨
أدفا ADVA	٤٦	١١.٥
Shahry/ Buy in installment	٣٥	٨.٨
الإجمالي	٤٠٠	

تُبين بيانات هذا الجدول أن تطبيق Valu في مقدمة تطبيقات التقسيط الإلكتروني التي تفضل استخدامها الجمهور المصري (عينة الدراسة) في عملية الشراء الخاصة بهم حيث بلغت نسبة استخدامهم له (٥٨%)، يليه تطبيق Money Box بنسبة (٤١%)؛ ومن ثم نجد نسبة (٣٨%) لاستخدامهم تطبيق Contact، وفي المرتبة الرابعة نجد تطبيق Noon Shopping بنسبة (٣٧.٨%)؛ يليه استخدامهم لتطبيق Halan: Lending, BNPL, Payments بنسبة (٢٨%)؛ ومن ثم نجد نسبة (١١.٥%) لاستخدامهم لتطبيق أدفا ADVA؛ واحتل المرتبة الأخيرة تطبيق Shahry/ Buy in installment بنسبة (٨.٨%)؛ ويمكن تفسير ذلك في ضوء أن كل من هذه التطبيقات يُقدم مميزات لمستخدميه تختلف من تطبيق لآخر؛ والفرد يختار استخدام التطبيق الأنسب لظروفه واحتياجاته.

جدول رقم (٨) يوضح الفائدة المُدرَكة لدى الجمهور المصري (عينة الدراسة) نتيجة استخدامهم لتطبيقات التقسيط الإلكتروني في عمليات الشراء الخاصة بهم

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	معارض		محايد		موافق		العبرة
			%	ك	%	ك	%	ك	
٧٤.٣	٠.٦١	٢.٢٣	٩.٨	٣٩	٥٧.٨	٢٣١	٣٢.٥	١٣٠	استخدام تطبيقات التقسيط الإلكتروني والالتزام بأقساط السداد بانتظام يمكن أن يساهم في تحسين تاريخ الائتمان الشخصي الخاص بي.
٧٤	٠.٥٠٦	٢.٢٢	٤.٣	١٧	٦٩.٨	٢٧٩	٢٦	١٠٤	توفر تطبيقات التقسيط الإلكتروني لي طريقة مبسطة وسهلة لشراء المنتجات أو الخدمات وتقسيط قيمتها.
٧١.٣	٠.٧٧٦	٢.١٤	٢٤	٩٦	٣٨	١٥٢	٣٨	١٥٢	تطبيقات التقسيط الإلكتروني تتيح لي الحصول على الموافقة السريعة على التمويل وإتمام عمليات الشراء بسرعة.
٦٧.٧	٠.٦١٤	٢.٠٣	١٧.٣	٦٩	٦٢.٣	٢٤٩	٢٠.٥	٨٢	تسمح لي تطبيقات التقسيط الإلكتروني بشراء المنتجات أو الخدمات التي قد تكون تجاوزت ميزانيتي الفورية.
٦٤.٧	٠.٧٦٢	١.٩٤	٣٢.٣	١٢٩	٤١.٨	١٦٧	٢٦	١٠٤	تخفيف العبء المالي علي، كما يتيح لي إدارة ميزانيتي بشكل أفضل، خاصة عندما يتعلق الأمر بمشتريات كبيرة مثل: السيارات، أو الأجهزة المنزلية.

تُفيد بيانات هذا الجدول بالفائدة المُدرَكة لدى الجمهور المصري (عينة الدراسة) نتيجة استخدامهم لتطبيقات التقسيط الإلكتروني في عمليات الشراء الخاصة بهم؛ والتي تُعتبر أولى المراحل تقبل التكنولوجيا؛ وقد أفادت نتائج هذه الجدول من خلال استجابة الباحثين للعبارات أنه على درجة وعي كبيرة بالفائدة التي تحدث لهم من خلال هذه التطبيقات حيث أن الأوزان النسبية لهذه العبارات قد تراوحت بين (٧٤.٣%، ٦٤.٧%)؛ وإن دل ذلك فيدل على ارتفاع درجة إدراك الجمهور المصري (عينة الدراسة) للفائدة التي تعود عليهم من خلال استخدامهم لهذه التطبيقات؛ ويُمكننا تفسير ذلك في ضوء أنه بسبب سوء الأحوال الاقتصادية وارتفاع الأسعار يلجأ الجمهور المصري لاستخدام هذه التطبيقات للعيش برفاهية إلى حد ما.

جدول رقم (٨) يوضح مجمل الفائدة المُدرَكة لدى الجمهور المصري (عينة الدراسة) نتيجة استخدامهم لتطبيقات التقسيط الإلكتروني في عمليات الشراء الخاصة بهم

مجملة الفائدة المُدرَكة	ك	%
منخفض	٢	٠.٥
متوسط	٣٥٤	٨٨.٥
مرتفع	٤٤	١١
الإجمالي	٤٠٠	١٠٠

يُتضح لنا من بيانات هذا الجدول أن أغلبية الجمهور المصري (عينة الدراسة) نتيجة استخدامهم لتطبيقات التقسيط الإلكتروني في عمليات الشراء الخاصة بهم أصبحوا على درجة وعي مُتوسطة بالفائدة المُدرَكة لاستخدام هذه التطبيقات حيث كانت نسبتهم (٨٨.٥%)؛ في حين بلغت من أدركوا الفائدة بدرجة منخفضة (٠.٥%)؛ وإن نتائج هذا الجدول تؤكد على نتائج الجدول رقم (٧) والذي يُناقش الفائدة المُدرَكة لدى الجمهور المصري (عينة الدراسة) نتيجة استخدامهم لتطبيقات التقسيط الإلكتروني في عمليات الشراء الخاصة بهم؛ والذي قد بينت نتائجه ارتفاع الأوزان النسبية والتي قد تراوحت بين (٧٤.٣%، ٦٤.٧%)؛ وإن دل ذلك فيدل على ارتفاع درجة إدراك الجمهور المصري (عينة الدراسة) للفائدة التي تعود عليهم من خلال استخدامهم لهذه التطبيقات؛ ويُمكننا تفسير ذلك في ضوء أنه بسبب سوء الأحوال الاقتصادية وارتفاع الاسعار يلجأ الجمهور المصري لاستخدام هذه التطبيقات للعيش برفاهية إلى حد ما.

جدول رقم (٩) يوضح سهوله الاستخدام المُدرَكة لدي الجمهور المصري (عينة الدراسة) نتيجة استخدامهم لتطبيقات التقسيط الإلكتروني في عمليات الشراء الخاصة بهم

العبارة	موافق		محايد		معارض		المتوسط	الانحراف المعياري	الوزن النسبي
	ك	%	ك	%	ك	%			
تعمل تطبيقات التقسيط الإلكتروني بسلاسة على الهواتف المحمولة والأجهزة اللوحية وأجهزة الكمبيوتر المكتبية.	١٧٣	٤٣.٣	١٩٩	٤٩.٨	٢٨	٧	٢.٣٦	٠.٦١	٧٨.٧
توفر تطبيقات التقسيط الإلكتروني المعلومات اللازمة والتوجيهات في الوقت المناسب للمستخدمين.	١٥٥	٣٨.٨	٢٢٣	٥٥.٨	٢٢	٥.٥	٢.٣٣	٠.٥٧٧	٧٧.٧
تقدم تطبيقات التقسيط الإلكتروني خيارات متنوعة لتسجيل الدخول مثل: اسم المستخدم وكلمة المرور، أو تسجيل الدخول باستخدام حسابات وسائل التواصل الاجتماعي.	١٣٥	٣٣.٨	١٧٢	٤٣	٩٣	٢٣.٣	٢.١١	٠.٧٤٩	٧٠.٣
توفر تطبيقات التقسيط الإلكتروني توجيهات ودعماً واضحاً للمستخدمين؛ حيث توفر نصائح وإرشادات وأدلة المستخدم لمساعدتهم في استخدام التطبيق بشكل صحيح.	٨٤	٢١	٢٤١	٦٠.٣	٧٥	١٨.٨	٢.٠٢	٠.٦٣١	٦٧.٣
تقدم تطبيقات التقسيط الإلكتروني إجراءات أمان قوية مثل: التشفير لحماية البيانات الحساسة.	١٠١	٢٥.٣	١٨٢	٤٥.٥	١١٧	٢٩.٣	١.٩٦	٠.٧٣٨	٦٥.٣

تُشير بيانات هذا الجدول إلى سهولة الاستخدام المُدرَكة لدى الجمهور المصري (عينة الدراسة) نتيجة استخدامهم لتطبيقات التقسيط الإلكتروني في عمليات الشراء الخاصة بهم؛ والتي تُعتبر ثاني المراحل تقبل التكنولوجيا؛ وقد أفادت نتائج هذه الجدول من خلال استجابة المبحوثين للعبارات أنه على درجة وعي كبيرة إلى حد ما بسهولة استخدام هذه التطبيقات حيث أن الأوزان النسبية لهذه العبارات قد تراوحت بين (٧٨.٧%، ٦٥.٣%)؛ وإن دل ذلك فيدل على ارتفاع درجة إدراك الجمهور المصري (عينة الدراسة) لسهولة استخدام هذه التطبيقات؛ ويُمكننا تفسير ذلك في ضوء أن هذه التطبيقات مصممة للاستخدام العام بالتالي تم تصميمها بشكل يسر وسهل حتى يستطيع أي فرد استخدامها.

جدول رقم (١٠) يوضح مجمل سهولة الاستخدام المُدرَكة لدي الجمهور المصري (عينة الدراسة) نتيجة استخدامهم لتطبيقات التقسيط الإلكتروني في عمليات الشراء الخاصة بهم

مجمّل سهولة الاستخدام المُدرَكة	ك	%
منخفض	٢	٠.٥
متوسط	٣٣٥	٨٣.٣
مرتفع	٦٣	١٥.٧
الإجمالي	٤٠٠	١٠٠

يوضح لنا هذا الجدول أن أغلبية الجمهور المصري (عينة الدراسة) نتيجة استخدامهم لتطبيقات التقسيط الإلكتروني في عمليات الشراء الخاصة بهم أصبحوا على درجة وعي مُتوسطة بسهولة استخدام هذه التطبيقات حيث كانت نسبتهم (٨٣.٣%)؛ في حين بلغت من أدركوا سهولة استخدام هذه التطبيقات بدرجة منخفضة (٠.٥%)؛ وإن نتائج هذا الجدول تؤكد على نتائج الجدول رقم (٩) والذي يتمحور حول سهولة الاستخدام المُدرَكة لدى الجمهور المصري (عينة الدراسة) نتيجة استخدامهم لتطبيقات التقسيط الإلكتروني في عمليات الشراء الخاصة بهم؛ والذي قد أشارت نتائجها إلى ارتفاع الأوزان النسبية والتي قد تراوحت بين (٧٨.٧%، ٦٥.٣%)؛ وإن دل ذلك فيدل على ارتفاع درجة إدراك الجمهور المصري (عينة الدراسة) لسهولة استخدامهم لهذه التطبيقات؛ ويُمكننا تفسير ذلك في ضوء أن هذه التطبيقات مصممة للاستخدام العام بالتالي تم تصميمها بشكل يسر وسهل حتى يستطيع أي فرد استخدامها.

جدول رقم (١١) يوضح اتجاه الجمهور المصري (عينة الدراسة) نحو استخدام تطبيقات التقسيط الإلكتروني في عمليات الشراء الخاصة بهم

العبارة	موافق		محايد		معارض		المتوسط	الانحراف المعياري	الوزن النسبي
	ك	%	ك	%	ك	%			
اعتقد أن استخدام تطبيقات التقسيط الإلكتروني في عمليات الشراء أمرًا جيدًا.	١٣٤	٣٣.٥	٢٥٧	٦٤.٣	٩	٢.٣	٢.٣١	٠.٥١	٧٧
أحب استخدام استخدام تطبيقات التقسيط الإلكتروني في عمليات الشراء.	١٥٩	٣٩.٨	٢٠٢	٥٠.٥	٣٩	٩.٨	٢.٣	٠.٦٣٧	٧٦.٧
بشكل عام، موقفي من استخدام تطبيقات التقسيط الإلكتروني في عمليات الشراء إيجابي.	١٢١	٣٠.٣	١٩٨	٤٩.٥	٨١	٢٠.٣	٢.١	٠.٧٠٤	٧٠

تُبين بيانات هذا الجدول اتجاهات الجمهور المصري (عينة الدراسة) نحو استخدام تطبيقات التقسيط الإلكتروني في عمليات الشراء الخاصة بهم؛ والتي تُعتبر ثالث المراحل تقبل التكنولوجيا؛ وقد أوضحت نتائج هذه الجدول من خلال استجابة المبحوثين للعبارة أنهم لديهم درجة اتجاه إيجابي إلى حد ما نحو استخدام هذه التطبيقات حيث أن الأوزان النسبية لهذه العبارات قد تراوحت بين (٧٧%، ٧٠%)؛ وإن دل ذلك فيدل على أنه لدى الجمهور المصري اتجاه إيجابي إلى حد ما نحو استخدام هذه التطبيقات في عمليات الشراء الخاصة بهم؛ ويُمكن إرجاع ذلك إلى أن الجمهور بعد إدراكهم للفوائد التي يُمكن أن تعود عليهم من استخدام هذه التطبيقات كما أنهم استخدامها بسهولة تكون لديهم اتجاه إيجابي نحو استخدامها خاصة في ظل الظروف الاقتصادية التي تمر بها البلاد وارتفاع الأسعار.

جدول رقم (١٢) يوضح مجمل اتجاه الجمهور المصري (عينة الدراسة) نحو استخدام تطبيقات التقسيط الإلكتروني في عمليات الشراء الخاصة بهم

مجملة اتجاه استخدام	ك	%
سلبية	٥	١.٣
محايد	٢٧٠	٦٧.٥
إيجابي	١٢٥	٣١.٣
الإجمالي	٤٠٠	١٠٠

تُفيد بيانات هذا الجدول بأن أغلبية الجمهور المصري (عينة الدراسة) قد تكون لديهم ما بين الاتجاه (المُحايد، والإيجابي) نحو استخدام تطبيقات التقسيط الإلكتروني في عمليات الشراء الخاصة بهم حيث تراوحت نسبهم (٦٧.٥%، ٣١.٣%) على التوالي؛ وإن نتائج هذا الجدول تؤكد على نتائج الجدول رقم (١١) والذي يتناول اتجاه الجمهور المصري (عينة الدراسة) نحو استخدام تطبيقات التقسيط الإلكتروني في عمليات الشراء الخاصة بهم؛ والذي قد أشارت نتائجه إلى ارتفاع الأوزان النسبية والتي قد تراوحت بين (٧٧%، ٧٠%)؛ وإن دل ذلك فيدل على أنه لدى الجمهور المصري اتجاه إيجابي إلى حد ما نحو استخدام هذه التطبيقات في عمليات الشراء الخاصة بهم؛ ويُمكن إرجاع ذلك إلى أن الجمهور بعد إدراكهم للفوائد التي يُمكن أن تعود عليهم من استخدام هذه التطبيقات كما أنهم استخدامها بسهولة تكون لديهم اتجاه إيجابي نحو استخدامها خاصة في ظل الظروف الاقتصادية التي تمر بها البلاد وارتفاع الأسعار.

جدول رقم (١٣) يوضح المتعة المُدرَكة لدى الجمهور المصري (عينة الدراسة) نتيجة استخدامهم لتطبيقات التقسيط الإلكتروني في عمليات الشراء الخاصة بهم

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	معارض		محايد		موافق		العبارة
			%	ك	%	ك	%	ك	
٨١	٠.٥٧٥	٢.٤٣	٤.٣	١٧	٤٩	١٩٦	٤٦.٨	١٨٧	أجد استخدام تطبيقات التقسيط الإلكتروني في عمليات الشراء ممتعًا.
٧٤	٠.٧٢١	٢.٢٢	١٧.٣	٦٩	٤٣.٣	١٧٣	٣٩.٥	١٥٨	يُعد استخدام تطبيقات التقسيط الإلكتروني في عمليات الشراء أمرًا سارًا.
٧١.٧	٠.٥٨	٢.١٥	١٠.٥	٤٢	٦٤.٣	٢٥٧	٢٥.٣	١٠١	أود أن أجد أن استخدام تطبيقات التقسيط الإلكتروني في عمليات الشراء مثيرة.
٦٧	٠.٦٨٣	٢.٠١	٢٣	٩٢	٥٣.٥	٢١٤	٢٣.٥	٩٤	تجعل استخدام تطبيقات التقسيط الإلكتروني في عمليات الشراء أكثر إثارة للاهتمام.
٦١.٧	٠.٧٢٨	١.٨٥	٣٥.٣	١٤١	٤٤.٨	١٧٩	٢٠	٨٠	استمتع عند استخدام تطبيقات التقسيط الإلكتروني في عمليات الشراء.

يتضح لنا من بيانات هذا الجدول إلى المتعة المُدرَكة لدى الجمهور المصري (عينة الدراسة) نتيجة استخدامهم لتطبيقات التقسيط الإلكتروني في عمليات الشراء الخاصة بهم؛ والتي تُعتبر رابع المراحل تقبل التكنولوجيا؛ وقد أوضحت نتائج هذه الجدول من خلال استجابة المبحوثين للعبارة أنه على درجة وعي كبيرة إلى حد ما بالمتعة التي ستحدث لديهم من استخدام هذه التطبيقات؛ حيث أن الأوزان النسبية لهذه العبارات قد تراوحت بين (٨١%، ٦١.٧%)؛ وإن دل ذلك فيدل على ارتفاع درجة إدراك الجمهور المصري (عينة الدراسة) لمتعة التي تحدث لديهم من استخدام هذه التطبيقات.

جدول رقم (١٤) يوضح مجمل المتعة المُدرَكة لدى الجمهور المصري (عينة الدراسة) نتيجة استخدامهم لتطبيقات التقسيط الإلكتروني في عمليات الشراء الخاصة بهم

مجملة المتعة المُدرَكة	ك	%
منخفض	٥	١.٣
متوسط	٣٢٤	٨١
مرتفع	٧١	١٧.٨
الإجمالي	٤٠٠	١٠٠

تُشير بيانات هذا الجدول إلى أن أغلبية الجمهور المصري (عينة الدراسة) قد أدركوا بدرجة تتراوح ما بين (متوسطة، والمرتفعة) للمتعة التي قد يحصلون عليها نتيجة استخدامهم لتطبيقات التقسيط الإلكتروني في عمليات الشراء الخاصة بهم حيث تراوحت نسبهم (٨١%، ١٧.٨%) على التوالي؛ وإن نتائج هذا الجدول تؤكد على نتائج الجدول رقم (١٣) والذي يستعرض المتعة المُدرَكة لدى الجمهور المصري (عينة الدراسة) نتيجة

استخدامهم لتطبيقات التقسيط الإلكتروني في عمليات الشراء الخاصة بهم؛ والذي قد بينت نتائجه إلى ارتفاع الأوزان النسبية والتي قد تراوحت بين (٨١%، ٦١.٧%)؛ وإن دل ذلك فيدل على فيدل على إدراك الجمهور المصري (عينة الدراسة) بدرجة مُرتفعة إلى حد ما للمتعة التي قد يحصلون عليها نتيجة استخدام هذه التطبيقات.

جدول رقم (١٥) يوضح النوايا السلوكية لدى الجمهور المصري (عينة الدراسة) نحو

استخدامهم لتطبيقات التقسيط الإلكتروني في عمليات الشراء الخاصة بهم

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	معارض		محايد		موافق		العبارة
			%	ك	%	ك	%	ك	
٨٠	٠.٥٨٣	٢.٤	٥	٢٠	٥٠.٢	٢٠١	٤٤.٨	١٧٩	أنوى استخدام تطبيقات التقسيط الإلكتروني في عمليات الشراء.
٧٨.٣	٠.٦٢٨	٢.٣٥	٨.٣	٣٣	٤٨	١٩٢	٤٣.٨	١٧٥	سأستخدم تطبيقات التقسيط الإلكتروني في عمليات الشراء في المستقبل
٦٦.٧	٠.٦٩٤	٢	٢٤.٣	٩٧	٥٢	٢٠٨	٢٣.٨	٩٥	أنتبأ بأننى سوف استخدم تطبيقات التقسيط الإلكتروني في عمليات الشراء في المستقبل.

يوضح لنا بيانات هذا الجدول إلى النوايا السلوكية لدى الجمهور المصري (عينة الدراسة) نتيجة استخدامهم لتطبيقات التقسيط الإلكتروني في عمليات الشراء الخاصة بهم؛ والتي تُعتبر آخر المراحل تقبل التكنولوجيا؛ وقد أظهرت نتائج هذه الجدول من خلال استجابة المبحوثين للعبارات أنهم لديهم نية مُرتفعة لاستخدام هذه التطبيقات؛ حيث أن الأوزان النسبية لهذه العبارات قد تراوحت بين (٨٠%، ٦٦.٧%)؛ وإن دل ذلك فيدل على ارتفاع درجة نية الجمهور المصري (عينة الدراسة) لاستخدام هذه التطبيقات.

جدول رقم (١٦) يوضح مجمل النوايا السلوكية لدى الجمهور المصري (عينة الدراسة) نحو

استخدامهم لتطبيقات التقسيط الإلكتروني في عمليات الشراء الخاصة بهم

%	ك	مجمل النوايا السلوكية
١.٣	٥	منخفض
٦٧.٨	٢٧١	متوسط
٣١	١٢٤	مرتفع
١٠٠	٤٠٠	الإجمالي

تُبين بيانات هذا الجدول إلى أن أغلبية الجمهور المصري (عينة الدراسة) لديهم نوايا لاستخدام تطبيقات التقسيط الإلكتروني في عمليات الشراء الخاصة بهم تتراوح ما بين (متوسطة، والمرتفعة) حيث كانت نسبهم (٦٧.٨%، ٣١%) على التوالي؛ وإن نتائج هذا الجدول تؤكد على نتائج الجدول رقم (١٥) والذي يدور حول النوايا السلوكية لدى الجمهور المصري (عينة الدراسة) نحو استخدامهم لتطبيقات التقسيط الإلكتروني في عمليات الشراء الخاصة بهم؛ والذي قد أشارت نتائجه إلى ارتفاع الأوزان النسبية والتي قد تراوحت بين

(٨٠%، ٦٦.٧%)؛ وإن دل ذلك فيدل على ارتفاع درجة نية الجمهور المصري (عينة الدراسة) لاستخدام هذه التطبيقات.

جدول رقم (١٧) يوضح مدى تقبل الجمهور المصري (عينة الدراسة) لاستخدام تطبيقات التقسيط الإلكتروني في عمليات الشراء الخاصة بهم وفقاً للمستوى الاقتصادي والاجتماعي

المستوى الاقتصادي والاجتماعي								مجمّل مدى تقبل الاستخدام
الإجمالي		مرتفع		متوسط		منخفض		
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
٠.٥	٢	١.٤	٢	-	-	-	-	منخفض
٩٤.٥	٣٧٨	٩٣.٨	١٣٧	٩٤.٥	٢٢٣	١٠٠	١٨	متوسط
٥	٢٠	٤.٨	٧	٥.٥	١٣	-	-	مرتفع
١٠٠	٤٠٠	١٠٠	١٤٦	١٠٠	٢٣٦	١٠٠	١٨	الإجمالي
غير دال		٠.٣٣٣		مستوي المعنوية:		٤		درجة الحرية:
								٤.٥٧٨: كآ

تُفيد بيانات هذا الجدول مجمّل مدى تقبل الجمهور المصري (عينة الدراسة) استخدام لتطبيقات التقسيط الإلكتروني في عمليات الشراء الخاصة بهم وفقاً للمستوى الاقتصادي والاجتماعي؛ والجدير بالذكر بعد استعراض نتائج الجدول كما هو موضح أن الباحثين ذو المستوى الاقتصادي والاجتماعي المتوسط هم الأكثر تقبلاً لاستخدام هذه التطبيقات فقد احتلوا الصدارة في مستويان من مستويات مدى تقبل الاستخدام (مرتفع، متوسط) حيث بلغت نسبتهم على التوالي (٥.٥%، ٩٤.٥%)؛ والجديد بالذكر أيضاً أن أغلبية الباحثين قد أوضحوا بأنهم مُتقبلين لاستخدام هذه التطبيقات بمعدلات تتراوح ما بين (مرتفعة؛ ومتوسطة) (٩٥%)؛ وأخيراً قد أفاد هذا الجدول بعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مجمّل مدى تقبل الجمهور المصري (عينة الدراسة) لاستخدام لتطبيقات التقسيط الإلكتروني في عمليات الشراء الخاصة بهم وفقاً للمستوى الاقتصادي والاجتماعي، حيث بلغت كآ (٤.٥٧٨) عند درجة حرية (٤) بمستوى معنوية (٠.٣٣٣) وهي قيمة غير دالة عند مستوى معنوية (٠.٠٥). كما اتفقت وأكدت نتائج هذا الجدول إلى حد كبير مع نتائج جدول (٦) الذي يُناقش مجمّل استخدام الجمهور المصري (عينة الدراسة) لتطبيقات التقسيط الإلكتروني في عمليات الشراء الخاصة بهم وفقاً للمستوى الاقتصادي والاجتماعي؛ والتي خلصت نتائجها إلى أن أغلبية الباحثين قد أفادوا بأنهم يستخدمون هذه التطبيقات بمعدلات تتراوح ما بين (مرتفعة؛ ومتوسطة) (٧٢%).

جدول رقم (١٨) يوضح أهمية تطبيقات التقسيط الإلكتروني في عمليات الشراء من وجهة نظر الجمهور المصري (عينة الدراسة)

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	معارض		محايد		موافق		العبارة
			%	ك	%	ك	%	ك	
٧٧.٣	٠.٥٥٦	٢.٣٢	٤.٥	١٨	٥٨.٨	٢٣٥	٣٦.٨	١٤٧	تتيح لي تطبيقات التقسيط الإلكتروني الحصول على التمويل وتقسيت المشتريات بسهولة ويسر
٧٢.٣	٠.٦٦٥	٢.١٧	١٥	٦٠	٥٣	٢١٢	٣٢	١٢٨	تُمكّني تطبيقات التقسيط الإلكتروني من التحكم في حساباتي ومراقبة الدفعات المستقبلية والأرصدة المستحقة.
٧٢.٣	٠.٦٥٦	٢.١٧	١٤.٥	٥٨	٥٤.٣	٢١٧	٣١.٣	١٢٥	تُمكّني تطبيقات التقسيط الإلكتروني من شراء المشتريات المطلوبة دون الحاجة إلى زيارة البنوك أو التعامل مع الإجراءات الورقية التقليدية.
٧٢.٣	٠.٧٥٧	٢.١٧	٢١.٥	٨٦	٤٠	١٦٠	٣٨.٥	١٥٤	تطبيقات التقسيط الإلكتروني تُمكنني من تقديم طلبات التمويل والحصول على الموافقة بشكل سريع وفعال.
٧١.٧	٠.٥٨٦	٢.١٥	١٠.٨	٤٣	٦٣.٥	٢٥٤	٢٥.٨	١٠٣	تُمكّني تطبيقات التقسيط الإلكتروني من تقسيط مجموعة متنوعة من المشتريات، مثل: السلع الاستهلاكية، والملابس، والأجهزة الإلكترونية، وحتى السفر والتذاكر.
٧١.٣	٠.٤٩٤	٢.١٤	٦.٣	٢٥	٧٣.٨	٢٩٥	٢٠	٨٠	توفر تطبيقات التقسيط الإلكتروني لي مجموعة متنوعة من الخيارات حيث اختار فترات التقسيط المناسبة، وطرق السداد الملائمة لظروفهم المالية.
٧١	٠.٥٦٥	٢.١٣	١٠.٣	٤١	٦٦.٥	٢٦٦	٢٣.٣	٩٣	تعزز تطبيقات التقسيط الإلكتروني الوصول إلى الخدمات المالية لشرائح واسعة من السكان، بما في ذلك أولئك الذين ليس لديهم حسابات بنكية تقليدية.
٦٩.٧	٠.٦٥٦	٢.٠٩	١٧.٥	٧٠	٥٦.٣	٢٢٥	٢٦.٣	١٠٥	يوفر لي استخدام تطبيقات التقسيط الإلكتروني شفافية أكبر حيث يُمكنني من رؤية التفاصيل المتعلقة بالتمويل والأقساط والفوائد بوضوح، مما يساعدهم على اتخاذ قرارات مالية مستنيرة.
٦٩	٠.٥٥	٢.٠٧	١١.٨	٤٧	٦٩.٣	٢٧٧	١٩	٧٦	تمكّن تطبيقات التقسيط الإلكتروني الأفراد الذين ليس لديهم تاريخ ائتماني قوي أو الذين يواجهون صعوبة في الحصول على التمويل التقليدي الاستفادة من هذه التطبيقات لتلبية احتياجاتهم المالية.
٦٨.٧	٠.٦١٢	٢.٠٦	١٥.٨	٦٣	٦٢.٣	٢٤٩	٢٢	٨٨	توفر لي تطبيقات التقسيط الإلكتروني الوقت وتساعدني في تلبية الاحتياجات المالية العاجلة.
٦١	٠.٧٣٩	١.٨٣	٣٧	١٤٨	٤٢.٨	١٧١	٢٠.٣	٨١	تُمكّني تطبيقات التقسيط الإلكتروني من تنفيذ عمليات التقسيط وإدارة حساباتهم بسهولة.

يتضح لنا من بيانات هذا الجدول أهمية تطبيقات التقسيط الإلكتروني في عمليات الشراء من وجهة نظر الجمهور المصري (عينة الدراسة)؛ ومن الواضح لدينا من الأوزان النسبية المعروضة والتي تعبر عن استجابات المبحوثين للعبارة المذكورة، والتي قد تراوحت ما بين (٧٧.٣، ٦١)، فقد دلت هذه على أن هناك درجة وعية مُرتفعة إلى حد ما لدى الجمهور المصري (عينة الدراسة) بأهمية استخدام هذه التطبيقات حيث أن هناك درجة ارتفاع ملحوظة نسبياً في الوزن النسبي لاستجاب المبحوثين؛ ويمكن إرجاع ذلك إلى الظروف الاقتصادية التي تمر بها البلاد وارتفاع أسعار المعيشة بشكل عام، وزيادة أسعار العملات الخارجية التي تحدث نتيجة الأحداث الدولية؛ فقد وجد الجمهور المصري في هذه التطبيقات الملاذ الوحيد لإمكانية العيش برفاهية على الرغم من صعوبة المعيشة وزيادة المسؤوليات.

جدول رقم (١٩) يوضح مجمل أهمية تطبيقات التقسيط الإلكتروني في عمليات الشراء من وجهة نظر الجمهور المصري (عينة الدراسة) وفقاً للمستوى الاقتصادي الاجتماعي

المستوى الاقتصادي الاجتماعي								مجمل أهمية تطبيقات التقسيط الإلكتروني في عمليات الشراء			
الإجمالي		مرتفع		متوسط		منخفض					
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك				
٩٥	٣٨٠	٩١.١	١٣٣	٩٧	٢٢٩	١٠٠	١٨	متوسط			
٥	٢٠	٨.٩	١٣	٣	٧	-	-	عالي			
١٠٠	٤٠٠	١٠٠	١٤٦	١٠٠	٢٣٦	١٠٠	١٨	الإجمالي			
معامل التوافق: ٠.١٣٧								دال	مستوى المعنوية: ٠.٠٢١	درجة الحرية: ٢	كأ: ٧.٦٨٨

تُشير بيانات هذا الجدول إلى أن أغلبية الجمهور المصري (عينة الدراسة) على درجة مُتوسطة من الوعي بأهمية تطبيقات التقسيط الإلكتروني حيث كانت نسبتهم (٩٥%)؛ ولكن أوضحت النتائج أن المبحوثين ذوي المستوى الاقتصادي الاجتماعي المُتوسطة النسبة الأعلى للأدراك المتوسط عن غيرهم من المستويات حيث كانت نسبتهم (٩٧%)؛ على عكس المبحوثين الذين أدركوا بدرجة مرتفعة؛ فقد كان المبحوثين ذوي المستوى الاقتصادي الاجتماعي المرتفعة النسبة الأعلى للأدراك المرتفع عن غيرهم من المستويات حيث كانت نسبتهم (٨.٩%)؛ كما أفادت نتائج هذا الجدول بوجود فروق ذات دلالة إحصائية في مجمل أهمية تطبيقات التقسيط الإلكتروني في عمليات الشراء من وجهة نظر الجمهور المصري (عينة الدراسة) وفقاً للمستوى الاقتصادي والاجتماعي، حيث بلغت كأ (٧.٦٨٨) عند درجة حرية (٢) بمستوى معنوية (٠.٠٢١) وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية (٠.٠٥) وبمعامل توافقها (٠.١٣٧).

جدول رقم (٢٠) يوضح دور تطبيقات التقسيط الإلكتروني في تسهيل عمليات الشراء من وجهة نظر الجمهور المصري (عينة الدراسة)

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	معارض		محايد		موافق		العبارة
			%	ك	%	ك	%	ك	
٧٨.٧	٠.٥٦١	٢.٣٦	٤.٣	١٧	٥٦	٢٢٤	٣٩.٨	١٥٩	تسمح لي تطبيقات التقسيط الإلكتروني بشراء المنتجات أو الخدمات الكبيرة دون الحاجة لدفع المبلغ الكامل على الفور.
٧٧.٧	٠.٥٩٧	٢.٣٣	٦.٨	٢٧	٥٣.٥	٢١٤	٣٩.٨	١٥٩	تمكنني تطبيقات التقسيط الإلكتروني من التقديم على التمويل من خلال التطبيق نفسه، وعادةً ما يتطلب ذلك ملء نموذج قصير يحتوي على المعلومات الشخصية الأساسية وتفاصيل الدفع.
٧٤	٠.٧١٢	٢.٢٢	١٦.٨	٦٧	٤٤.٨	١٧٩	٣٨.٥	١٥٤	تمكنني تطبيقات التقسيط الإلكتروني مقارنة أسعار الفائدة وشروط السداد بين البنوك أو الشركات المالية المختلفة واختيار الخيار الأنسب لي.
٧١.٧	٠.٦٧١	٢.١٥	١٦	٦٤	٥٢.٨	٢١١	٣١.٣	١٢٥	تمكنني تطبيقات التقسيط الإلكتروني من زيادة قدرتي الشرائية وشراء السلع والخدمات التي قد تكون خارج متناولتي إذا كانوا يحتاجون لدفع القيمة الكاملة مقدماً.
٧١.٣	٠.٥٦٥	٢.١٤	١٠	٤٠	٦٦.٣	٢٦٥	٢٣.٨	٩٥	تمكنني تطبيقات التقسيط الإلكتروني من الاستمتاع بالمنتجات والخدمات التي احتاجها دون الحاجة لدفع مبلغ كبير مقدماً.
٧١	٠.٤٨١	٢.١٣	٦	٢٤	٧٥.٣	٣٠١	١٨.٨	٧٥	يتيح لي تطبيقات التقسيط الإلكتروني من تقسيم قيمة المشتريات إلى أجزاء صغيرة، مما يجعل الدفعات الشهرية أكثر توازناً مع قدرتي على تحملها.
٦٩.٣	٠.٤٧١	٢.٠٨	٧.٥	٣٠	٧٧.٣	٣٠٩	١٥.٣	٦١	توفر لي بعض تطبيقات التقسيط الإلكتروني ميزة المقارنة بين عروض التمويل المختلفة المتاحة.
٦٨.٣	٠.٧٤٦	٢.٠٥	٢٥.٥	١٠٢	٤٤.٣	١٧٧	٣٠.٣	١٢١	تسمح لي تطبيقات التقسيط الإلكتروني من التقديم على التمويل من خلال التحقق من الهوية والأهلية في وقت قصير، مما يوفر لي تجربة سهلة ومريحة.
٦١.٣	٠.٨٠٧	١.٨٤	٤١.٨	١٦٧	٣٢.٥	١٣٠	٢٥.٨	١٠٣	تمكنني تطبيقات التقسيط الإلكتروني بشراء المنتجات أو الخدمات الكبيرة وتقسيط المبلغ على فترة زمنية محددة وبأقساط شهرية معينة.

يوضح لنا هذا الجدول دور تطبيقات التقسيط الإلكتروني في تسهيل عمليات الشراء من وجهة نظر الجمهور المصري (عينة الدراسة)، ومن الواضح لدينا من الأوزان النسبية المعروضة والتي تعبر عن استجابات الباحثين للعبارة المذكورة، والتي قد تراوحت ما بين (٧٨.٧، ٦١.٣)، وقد دلت هذه على أن الجمهور المصري قد أفاد بأن هناك دور كبير إلى حد ما تقوم به هذه التطبيقات بهدف تسهيل عمليات الشراء؛ حيث أن هناك درجة ارتفاع

ملحوظة نسبيًا في الوزن النسبي لاستجاب المبحوثين؛ ويُمكن إرجاع ذلك إلى الظروف الاقتصادية التي تمر بها البلاد وارتفاع أسعار المعيشة بشكل عام، وزيادة أسعار العملات الخارجية التي تحدث نتيجة الاحداث الدولية؛ فقد وجد الجمهور المصري في هذه التطبيقات الملاذ الوحيد لإمكانية العيش برفاهية على الرغم من صعوبة المعيشة وزيادة المسؤوليات.

جدول رقم (٢١) يوضح مجمل دور تطبيقات التقسيط الإلكتروني في تسهيل عمليات الشراء من وجهة نظر الجمهور المصري (عينة الدراسة)

مجملة دور تطبيقات التقسيط الإلكتروني في تسهيل عمليات الشراء	ك	%
متوسط	٣٦٦	٩١.٥
كبير	٣٤	٨.٥
الإجمالي	٤٠٠	١٠٠

تُبين بيانات هذا الجدول أن أغلبية الجمهور المصري (عينة الدراسة) قد أفادوا بأن لتطبيقات التقسيط الإلكتروني دورًا متوسط في تسهيل عمليات الشراء الخاص بهم حيث بلغت نسبتهم (٩١.٥%)؛ بينما كانت نسبة المبحوثين الذين أوضحوا بأن لها دور كبيرًا (٨.٥%)؛ وتؤكد نتائج هذا الجدول نتائج الجدول رقم (٢٠) والذي تناول دور تطبيقات التقسيط الإلكتروني في تسهيل عمليات الشراء من وجهة نظر الجمهور المصري (عينة الدراسة)؛ والذي ترواحت الاوزان النسبية للاستجابات المبحوثين ما بين (٧٨.٧، ٦١.٣)، وقد دلت هذه على أن الجمهور المصري قد أفاد بأن هناك دور كبير إلى حد ما تقوم به هذه التطبيقات بهدف تسهيل عمليات الشراء؛ حيث أن هناك درجة ارتفاع ملحوظة نسبيًا في الوزن النسبي لاستجاب المبحوثين؛ ويُمكن إرجاع ذلك إلى الظروف الاقتصادية التي تمر بها البلاد وارتفاع أسعار المعيشة بشكل عام، وزيادة أسعار العملات الخارجية التي تحدث نتيجة الاحداث الدولية؛ فقد وجد الجمهور المصري في هذه التطبيقات الملاذ الوحيد لإمكانية العيش برفاهية على الرغم من صعوبة المعيشة وزيادة المسؤوليات.

جدول رقم (٢٢) يوضح الصعوبات التي تواجه الجمهور المصري (عينة الدراسة) عند استخدامهم تطبيقات التقسيط الإلكتروني في عمليات الشراء الخاصة بهم

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	معارض		محايد		موافق		العبارة
			%	ك	%	ك	%	ك	
٧٦.٣	٠.٦٧٦	٢.٢٩	١٢.٥	٥٠	٤٦	١٨٤	٤١.٥	١٦٦	استخدام تطبيقات التقسيط الإلكتروني تؤدي إلى زيادة الالتزامات المالية الخاصة بي.
٧٢.٧	٠.٧٥	٢.١٨	٢٠.٨	٨٣	٤٠.٨	١٦٣	٣٨.٥	١٥٤	أوجه صعوبة في قراءة وفهم الشروط والأحكام المتعلقة بالتطبيق، حيث: معدلات الفائدة، والرسوم، والجدول الزمني للسداد.
٧٠	٠.٧٤٣	٢.١	٢٣	٩٢	٤٤	١٧٦	٣٣	١٣٢	استخدام تطبيقات التقسيط الإلكتروني تحملني المزيد من الديون وتؤثر بشكل سلبي على تمويلي الشخصي في المستقبل.
٦٨	٠.٦١	٢.٠٤	١٦.٨	٦٧	٦٢.٧	٢٥١	٢٠.٥	٨٢	تواجه التطبيقات الإلكترونية للتقسيط مخاطر أمنية، مثل: تسريب المعلومات الشخصية أو البيانات المالية، مما يجعلني أشعر بالقلق بشأن سرية معلوماتي الشخصية ومدى حمايتها على الإنترنت.
٦٧.٧	٠.٤٣٨	٢.٠٣	٨.٣	٣٣	٨٠.٨	٣٢٣	١١	٤٤	يؤدي سهولة تقسيط المشتريات على تطبيقات التقسيط الإلكتروني إلى إغرائني لشراء العناصر بشكل متكرر وزيادة الديون.
٦٥.٣	٠.٥٦٥	١.٩٦	١٨	٧٢	٦٨	٢٧٢	١٤	٥٦	استخدام تطبيقات التقسيط الإلكتروني يفقدي السيطرة على عملية الشراء؛ مما يعرضني لمشاكل مالية بسبب زيادة الديون غير المستدامة.
٦٢	٠.٧٥	١.٨٦	٣٥.٨	١٤٣	٤٢	١٦٨	٢٢.٣	٨٩	في بعض تطبيقات التقسيط الإلكتروني تكون اللغة المستخدمة صعبة أو معقدة، مما يجعل من الصعب تقييم التكلفة الإجمالية للقرض.

تفيد بيانات هذا الجدول بالصعوبات التي تواجه الجمهور المصري (عينة الدراسة) عند استخدامهم تطبيقات التقسيط الإلكتروني في عمليات الشراء الخاصة بهم، ومن الواضح لدينا من الأوزان النسبية المعروضة والتي تعبر عن استجابات الباحثين للعبارة المذكورة، والتي قد ترواحت ما بين (٦٢، ٧٦.٣)، وقد دلت هذه على أن الجمهور المصري قد أفاد بأن هناك عدة صعوبات تواجههم عند استخدام هذه التطبيقات في عمليات الشراء الخاصة بهم؛ حيث أن هناك درجة ارتفاع ملحوظة نسبياً في الوزن النسبي لاستجاب الباحثين؛ ويُمكن إرجاع ذلك إلى أن استخدام هذه التطبيقات يزيد من مسؤوليات الفرد والتزاماته المالية كما أنه يتطلب الفهم الدقيق للشروط والاحكام، وأيضاً أن استخدام هذه التطبيقات قد يؤدي في بعض الأحيان إلى تسريب المعلومات الشخصية بنا.

جدول رقم (٢٣) يوضح مجمل الصعوبات التي تواجه الجمهور المصري (عينة الدراسة) عند استخدامهم تطبيقات التقسيط الإلكتروني في عمليات الشراء الخاصة بهم وفقاً للمستوى التعليمي

المستوى التعليمي						مجمل الصعوبات
الإجمالي		دراسات عليا		جامعي		
%	ك	%	ك	%	ك	
٣.٥	١٤	٦.٥	٧	٢.٤	٧	منخفض
٩٢.٥	٣٧٠	٩١.٦	٩٨	٩٢.٨	٢٧٢	متوسط
٤	١٦	١.٩	٢	٤.٨	١٤	مرتفعة
١٠٠	٤٠٠	١٠٠	١٠٧	١٠٠	٢٩٣	الإجمالي
معامل التوافق: ٠.١١٧		دال		مستوى معنوية: ٠.٠٥٢		درجة الحرية: ٢

يتضح لنا من بيانات هذا الجدول أن أغلبية المبحوثين قد أفادوا بأنهم يواجهوا صعوبات تتراوح بين درجة (متوسطة، مرتفعة) عند استخدامهم لتطبيقات التقسيط الإلكتروني في عمليات الشراء الخاصة بهم حيث تمثلت نسبتهم كالتالي (٩٢.٥%، ٤%) على التوالي؛ والجدير بالذكر أن المبحوثين الحاصلين على التعليم الجامعي يواجهون صعوبات أكثر من المبحوثين الحاصلين على دراسات عليا في الثلاث مستويات (مرتفع، متوسط، منخفض)؛ وهذا ما أفادت به نتائج هذا الجدول؛ كما أشارت نتائج هذا الجدول إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين مجمل الصعوبات التي تواجه الجمهور المصري (عينة الدراسة) عند استخدامهم تطبيقات التقسيط الإلكتروني في عمليات الشراء الخاصة بهم وفقاً للمستوى التعليمي؛ حيث بلغت قيمة كآ (٥.٥٣٤) عند درجة حرية (٢) ومستوى معنوية (٠.٠٥٢) وهي قيمة دالة عند مستوى معنوية (٠.٠٥) وبمعامل توافقها (٠.١١٧).

جدول رقم (٢٤) يوضح اتجاهات الجمهور المصري (عينة الدراسة) نحو استخدام تطبيقات التقسيط الإلكتروني في عمليات الشراء الخاصة بهم

الوزن النسبي	الانحراف المعياري	المتوسط	معارض		محايد		موافق		العبارة
			%	ك	%	ك	%	ك	
٧٨.٧	٠.٦٣٧	٢.٣٦	٨.٨	٣٥	٤٦.٨	١٨٧	٤٤.٥	١٧٨	تطبيقات التقسيط الإلكتروني تتوفر على الهواتف الذكية والأجهزة اللوحية، مما يسهل وصول الأفراد إليها في أي وقت ومن أي مكان.
٧٧	٠.٦٤٣	٢.٣١	١٠	٤٠	٤٩.٣	١٩٧	٤٠.٨	١٦٣	تطبيقات التقسيط الإلكتروني توفر سهولة كبيرة في عملية الشراء، حيث تمكنني من شراء المنتجات أو الخدمات عبر الإنترنت وتقسيت قيمتها بسهولة وسرعة.
٧١.٧	٠.٧٢٨	٢.١٥	٢٠	٨٠	٤٤.٨	١٧٩	٣٥.٣	١٤١	توفر تطبيقات التقسيط الإلكتروني مرونة في طرق السداد، حيث تمكنني من اختيار فترات سداد مرنة تناسب ظروفهم المالية.
٧١.٣	٠.٦٤٦	٢.١٤	١٥	٦٠	٥٦.٥	٢٢٦	٢٨.٥	١١٤	يؤدي استخدام تطبيقات التقسيط الإلكتروني إلى تحمل المزيد من الديون وتأثير سلبي على التمويل الشخصي في المستقبل.
٧١	٠.٦٥٣	٢.١٣	١٥.٥	٦٢	٥٥.٨	٢٢٣	٢٨.٧	١١٥	يعتبر التقسيط الإلكتروني وسيلة للتحكم في الإنفاق وتوزيع الدفعات على فترات زمنية محددة.
٦٨.٣	٠.٥٦٤	٢.٠٥	١٣.٥	٥٤	٦٨	٢٧٢	١٨.٥	٧٤	تقدم تطبيقات التقسيط الإلكتروني عروضاً ترويجية مغرية للمستخدمين، مثل: خصومات على الفوائد، أو فترات سداد بدون فوائد.
٦٨	٠.٦٩٨	٢.٠٤	٢٢.٣	٨٩	٥١.٢	٢٠٥	٢٦.٥	١٠٦	يُعدّ استخدام تطبيقات التقسيط الإلكتروني بديلاً ملائماً للأفراد الذين لا يمتلكون بطاقات ائتمان أو لا يرغبون في استخدامها.
٦٥.٣	٠.٤٩٤	١.٩٦	١٤.٢	٥٧	٧٥.٥	٣٠٢	١٠.٣	٤١	يؤدي استخدام تطبيقات التقسيط الإلكتروني إلى سهولة تقسيط المشتريات وإجراء الأشخاص لشراء العناصر بشكل متكرر وزيادة الديون.
٦٢	٠.٧٣	١.٨٦	٣٤.٨	١٣٩	٤٤.٨	١٧٩	٢٠.٥	٨٢	يؤدي استخدام تطبيقات التقسيط الإلكتروني لتقسيت المشتريات إلى زيادة النفقات الشهرية للأفراد.

تُشير بيانات هذا الجدول إلى اتجاهات الجمهور المصري (عينة الدراسة) نحو استخدام تطبيقات التقسيط الإلكتروني في عمليات الشراء الخاصة بهم؛ وقد خلصت نتائج هذه

الجدول من خلال استجابة المبحوثين للعبارات أنهم لديهم درجة اتجاه إيجابي إلى حد ما نحو استخدام هذه التطبيقات حيث أن الأوزان النسبية لهذه العبارات قد تراوحت بين (٧٨.٧%، ٦٢%)؛ وإن دل ذلك فيدل على أنه لدى الجمهور المصري اتجاه إيجابي إلى حد ما نحو استخدام هذه التطبيقات في عمليات الشراء الخاصة بهم؛ ويُمكن إرجاع ذلك إلى أن الجمهور بعد إدراكهم للفوائد التي يُمكن أن تعود عليهم من استخدام هذه التطبيقات كما أنهم استخدموها بسهولة تكون لديهم اتجاه إيجابي نحو استخدامها خاصًا في ظل الظروف الاقتصادية التي تمر بها البلاد وارتفاع الاسعار.

جدول رقم (٢٥) يوضح مجمل اتجاهات الجمهور المصري (عينة الدراسة) نحو استخدام تطبيقات التسبيط الإلكتروني في عمليات الشراء الخاصة بهم

مجملة الاتجاهات	ك	%
محايد	٣٩٠	٩٧.٥
إيجابي	١٠	٢.٥
الإجمالي	٤٠٠	١٠٠

توضح بيانات هذا الجدول أن أغلبية الجمهور المصري (عينة الدراسة) قد تكون لديهم ما بين الاتجاه (المحايد، والايجابي) نحو استخدام تطبيقات التسبيط الإلكتروني في عمليات الشراء الخاصة بهم حيث تراوحت نسبهم (٩٧.٥%، ٢.٥%) على التوالي؛ وإن نتائج هذا الجدول تؤكد على نتائج الجدول رقم (٢٤) والذي يتناول اتجاه الجمهور المصري (عينة الدراسة) نحو استخدام تطبيقات التسبيط الإلكتروني في عمليات الشراء الخاصة بهم؛ والذي قد أشارت نتائجه إلى ارتفاع الأوزان النسبية والتي قد تراوحت بين (٧٨.٧%، ٦٢%)؛ وإن دل ذلك فيدل على أنه لدى الجمهور المصري اتجاه إيجابي إلى حد ما نحو استخدام هذه التطبيقات في عمليات الشراء الخاصة بهم؛ ويُمكن إرجاع ذلك إلى أن الجمهور بعد إدراكهم للفوائد التي يُمكن أن تعود عليهم من استخدام هذه التطبيقات كما أنهم استخدموها بسهولة تكون لديهم اتجاه إيجابي نحو استخدامها خاصًا في ظل الظروف الاقتصادية التي تمر بها البلاد وارتفاع الاسعار.

ثانياً: نتائج اختبار صحة فروض الدراسة الميدانية:

❖ **الفرض الأول:** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدلات استخدام الجمهور المصري (عينة الدراسة) لتطبيقات التقسيط الإلكتروني في عمليات الشراء الخاصة بهم واتجاهاتهم نحو استخدام هذه التطبيقات.

جدول رقم (٢٦)

معنوية بيرسون للارتباط بين معدلات استخدام الجمهور المصري (عينة الدراسة) لتطبيقات التقسيط الإلكتروني في عمليات الشراء الخاصة بهم واتجاهاتهم نحو استخدام هذه التطبيقات

الدلالة	مستوي المعنوية	معامل ارتباط بيرسون	معدلات
دال	٠.٠٠٠	**٠.٣١٠	الاستخدام الاتجاهات نحو الاستخدام
٤٠٠			إجمالي العينة

تبين نتائج هذا الجدول وجود علاقة ارتباط طردية ضعيفة من حيث شدتها بين معدلات استخدام الجمهور المصري (عينة الدراسة) لتطبيقات التقسيط الإلكتروني في عمليات الشراء الخاصة بهم واتجاهاتهم نحو استخدام هذه التطبيقات؛ وهذا يعني أنه كلما زادت معدلات الاستخدام زاد الاتجاه الإيجابي لدى المبحوثين لاستخدام هذه التطبيقات؛ ويُمكن الرجوع ذلك إلى أن الجمهور بمجرد استخدامه لهذه التطبيقات وجد فيه الملاذ الأخير للعيش برفاهية في ظل الظروف الاقتصادية السيئة التي تمر بها البلاد وارتفاع الأسعار وغلاء المعيشة؛ مما يوضح صحة الفرض الأول بشكل كلي.

❖ **الفرض الثاني:** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية معدلات استخدام الجمهور المصري (عينة الدراسة) لتطبيقات التقسيط الإلكتروني في عمليات الشراء الخاصة بهم ومدى تقبلهم لاستخدام هذه التطبيقات في عمليات الشراء الخاصة بهم من حيث (الفائدة المدركة، سهولة الاستخدام المدركة، المتعة المدركة، الموقف تجاه الاستخدام، النوايا السلوكية). جدول رقم (٢٧)

معنوية بيرسون للارتباط بين معدلات استخدام الجمهور المصري (عينة الدراسة) لتطبيقات التقسيط الإلكتروني في عمليات الشراء الخاصة بهم ومدى تقبلهم لاستخدام هذه التطبيقات في عمليات الشراء الخاصة بهم من حيث (الفائدة المدركة، سهولة الاستخدام المدركة، المتعة المدركة، الموقف تجاه الاستخدام، النوايا السلوكية)

الدلالة	مستوي المعنوية	معامل ارتباط بيرسون	معدلات الاستخدام
دال	٠.٠٠٥	**٠.١٤٠	الفائدة المدركة
دال	٠.٠٠٠	**٠.٢٤١	سهولة الاستخدام المدركة
دال	٠.٠٠٠	**٠.٣١٠	المتعة المدركة
دال	٠.٠٠١	**٠.١٧٢	الموقف تجاه الاستخدام
دال	٠.٠٥٠	*٠.٠٩٨	النوايا السلوكية

تُفيد بيانات هذا الجدول بوجود علاقة طردية ولكن ضعيفة من حيث شدتها بين معدلات الاستخدام ومدى تقبل المبحوثين لاستخدام تطبيقات التقسيط الإلكتروني في عمليات الشراء الخاصة بهم بأبعادها الخمسة؛ وتمثلوا في (الفائدة المدركة، سهولة الاستخدام المدرك، المتعة المدركة، الموقف تجاه الاستخدام، النوايا السلوكية)؛ مما يعني أنه كلما زاد استخدام المبحوثين لهذه التطبيقات زاد تقبلهم لاستخدامها بشكل أكبر؛ ويُمكن الرجوع ذلك إلى أن الجمهور بمجرد استخدامه لهذه التطبيقات وجد فيه الملاذ الأخير للعيش برفاهية في ظل الظروف الاقتصادية السيئة التي تمر بها البلاد وارتفاع الأسعار وغلاء المعيشة؛ مما يوضح صحة الفرض الثاني بشكل كلي.

❖ **الفرض الثالث:** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدلات استخدام الجمهور المصري (عينة الدراسة) لتطبيقات التقسيط الإلكتروني في عمليات الشراء الخاصة بهم والصعوبات التي تواجههم أثناء هذا الاستخدام.

جدول رقم (٢٨)

معنوية بيرسون للارتباط بين معدلات استخدام الجمهور المصري (عينة الدراسة) لتطبيقات التقسيط الإلكتروني في عمليات الشراء الخاصة بهم والصعوبات التي تواجههم أثناء هذا الاستخدام

الدالة	مستوى المعنوية	معامل ارتباط بيرسون	معدلات الاستخدام صعوبات الاستخدام
دال	٠.٠٠٠	**٠.٠٨١	إجمالي العينة
	٤٠٠		

توضح بيانات هذا الجدول وجود علاقة ارتباطية طردية ضعيفة من حيث الشدة بين معدلات استخدام الجمهور المصري (عينة الدراسة) لتطبيقات التقسيط الإلكتروني في عمليات الشراء الخاصة بهم والصعوبات التي تواجههم أثناء هذا الاستخدام؛ مما يعني أنه كلما زادت معدلات الاستخدام زادت الصعوبات التي تواجه المبحوثين أثناء الاستخدام؛ ويُمكن تفسير ذلك في ضوء أن الصعوبات تتمثل في زيادة المسؤوليات والالتزامات المالية لدي المبحوثين في ظل الظروف الاقتصادية النية التي تمر بها البلاد وارتفاع أسعار المعيشة؛ وكذلك الشروط والاحكام التي يلتزم بها الفرد في كل مرة يستخدم التطبيق في عمليات الشراء؛ مما يوضح صحة الفرض الثالث بشكل كلي.

❖ **الفرض الرابع:** توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين معدلات استخدام الجمهور المصري (عينة الدراسة) لتطبيقات التقسيط الإلكتروني في عمليات الشراء الخاصة بهم والدور التي تقوم به هذه التطبيقات في تسهيل عمليات الشراء من وجهة نظرهم.

جدول رقم (٢٩)

معنوية بيرسون للارتباط بين معدلات استخدام الجمهور المصري (عينة الدراسة) لتطبيقات التقسيط الإلكتروني في عمليات الشراء الخاصة بهم والدور التي تقوم به هذه التطبيقات في تسهيل عمليات الشراء من وجهة نظرهم

الدالة	مستوي المعنوية	معامل ارتباط بيرسون	معدلات
دال	٠.٠٠١	**٠.١٦٥	الاستخدام الدور الذي تقوم به التطبيقات
٤٠٠			إجمالي العينة

تُشير بيانات هذا الجدول إلى وجود علاقة ارتباطية طردية ضعيفة من حيث شدتها بين معدلات الاستخدام والدور التي تقوم به هذه التطبيقات في تسهيل عمليات الشراء من وجهة نظر الباحثين؛ مما يعني أنه كلما زادت معدلات الاستخدام كلما زاد ادراك الباحثين للدور الذي تقوم به هذه التطبيقات في تسهيل عمليات الشراء؛ ويُمكن إرجاع ذلك في أنها تُمكنهم من شراء ما يتمنونه بما يتناسب مع إمكانياتهم المادية؛ مما يوضح صحة الفرض الرابع بشكل كلي.

❖ الفرض الخامس: توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الجمهور المصري (عينة الدراسة) بحسب خصائصهم الديموغرافية (النوع، المستوى التعليمي، المستوى الاقتصادي الاجتماعي) في اتجاهات الجمهور المصري نحو استخدام تطبيقات التقسيط الإلكتروني في عمليات الشراء الخاصة بهم.

جدول رقم (٣٠)

معنوية الفروق بين اتجاهات للجمهور المصري (عينة الدراسة) نحو استخدام تطبيقات التقسيط الإلكتروني في عمليات الشراء الخاصة بهم بحسب الخصائص الديموغرافية لهم (النوع، المستوى التعليمي، المستوى الاقتصادي الاجتماعي)

مؤشرات إحصائية			الانحراف المعياري	المتوسط	العدد	الاتجاهات نحو الاستخدام	
مستوي المعنوية	درجة الحرية	الاختبار				المتغيرات الديموغرافية	النوع
٠.٣٢٣ غير دال	٣٩٨	ت=٠.٩٧٩	٠.٥١١٧١	٢.٢٧٠٤	١٥٩	ذكر	المستوي التعليمي
			٠.٤٦٧٢٥	٢.٣١٩٥	٢٤١	انثي	
٠.٠٠٠ دال	٣٩٨	ت=١٤.١٤٢	٠.٤٥٤٤٦	٢.٢٤٥٧	٢٩٣	مؤهل جامعي	المستوي الاقتصادي الاجتماعي
			٠.٥٣٦١٢	٢.٤٤٨٦	١٠٧	دراسات عليا	
٠.١٦٢ غير دال	٢ ٣٩٧	ف=١.٨٣٠	٠.٣٢٣٣٨	٢.١١١١	١٨	منخفض	المستوي الاقتصادي الاجتماعي
			٠.٤٩٦٢٧	٢.٣٢٦٣	٢٣٦	متوسط	
			٠.٤٨٠٥٦	٢.٢٨٠٨	١٤٦	مرتفع	

يُتضح لنا من بيانات هذا الجدول وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات للجمهور المصري (عينة الدراسة) نحو استخدام تطبيقات التقسيط الإلكتروني في عمليات الشراء الخاصة بهم بحسب الخصائص الديموغرافية لهم بحسب المُستوى التعليمي؛ وقد كانت الفروق لصالح الباحثين الحاصلين على دراسات عليا مقارنة بالباحثين الحاصلين على مؤهل جامعي؛ مما يعني أن الباحثين الحاصلين على دراسات عليا لديهم اتجاهات أكثر

إيجابية نحو استخدام هذه التطبيقات في عمليات الشراء الخاصة بهم أكثر من المبحوثين الحاصلين على مؤهل جامعي؛ في حين اتضح من بيانات هذا الجدول عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين اتجاهات للجمهور المصري (عينة الدراسة) نحو استخدام تطبيقات التقسيط الإلكتروني في عمليات الشراء الخاصة بهم بحسب الخصائص الديموغرافية لهم بحسب (النوع، المستوى الاقتصادي والاجتماعي)؛ مما يوضح عدم صحة الفرض الخامس جزئياً.

الخاتمة:

في إطار دراسة متغيري الدراسة وتحقيق أهدافها تبين الآتي:

- ❖ ستعرض الباحثين أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة؛ ولكن الجدير بالذكر أن الباحثين لم تستطع أن تربط بين الدراسات السابقة ونتائج الدراسة؛ وذلك لأنه لم توجد دراسة جمعت بين المتغيرات التي تم تناولها بالدراسة وربط بينهما بالشكل المعرض؛ وهذا القصور هو ما عالجه الباحثين في هذه الدراسة؛ أما بالنسبة للاستفادة من متغيرات الإطار النظري؛ فستعرض الباحثين فيما يلي نتائج أهم المتغيرات:
- ❖ أغلبية المبحوثين يستخدمون تطبيقات التقسيط الإلكتروني في عمليات الشراء الخاصة بهم ما بين (دائماً، وأحياناً) بنسبة (٨٧%).
- ❖ الفائدة المدركة لدى الجمهور المصري (عينة الدراسة) نتيجة استخدامهم لتطبيقات التقسيط الإلكتروني في عمليات الشراء الخاصة بهم؛ والتي تُعتبر أولى المراحل تقبل التكنولوجيا؛ وقد أفادت نتائج هذه الجدول من خلال استجابة المبحوثين للعبارات أنه على درجة وعي كبيرة بالفائدة التي تحدث لهم من خلال هذه التطبيقات حيث أن الأوزان النسبية لهذه العبارات قد تراوحت بين (٧٤.٣%، ٦٤.٧%).
- ❖ لدى الجمهور المصري اتجاه إيجابي إلى حد ما نحو استخدام هذه التطبيقات في عمليات الشراء الخاصة بهم.
- ❖ كما ثبت صحة الفرض بانه توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الجمهور المصري (عينة الدراسة) بحسب خصائصهم الديموغرافية (النوع، المستوى التعليمي، المستوى الاقتصادي الاجتماعي) في اتجاهات الجمهور المصري نحو استخدام تطبيقات التقسيط الإلكتروني في عمليات الشراء الخاصة بهم.
- ❖ وجود علاقة ارتباط طردية ضعيفة من حيث شدتها بين معدلات استخدام الجمهور المصري (عينة الدراسة) لتطبيقات التقسيط الإلكتروني في عمليات الشراء الخاصة بهم واتجاهاتهم نحو استخدام هذه التطبيقات؛ وهذا يعني أنه كلما زادت معدلات الاستخدام زاد الاتجاه الإيجابي لدى المبحوثين لاستخدام هذه التطبيقات؛ ويُمكن الرجوع ذلك إلى أن الجمهور بمجرد استخدامه لهذه التطبيقات وجد فيه الملاذ الأخير للعيش برفاهية في ظل الظروف الاقتصادية السيئة التي تمر بها البلاد وارتفاع الأسعار وغلاء المعيشة؛ مما يوضح صحة الفرض الأول بشكل كلي.

ومما خلصت له الدراسة من نتائج وتم استعراضه؛ نجد أن تطبيقات التقسيط الإلكتروني أصبحت تعتبر جزءاً من الثورة التكنولوجية في قطاع الخدمات المالية؛ حيث أنها تُقدم إمكانية تمويل المشتريات والسلع والخدمات عبر الإنترنت بطريقة سهلة ومریحة. ومن المعروف أن النمو الاقتصادي يتأثر بعدة عوامل، واحدة منها هي الاستهلاك؛ وفي هذا السياق، يمكن أن يكون لاستخدام تطبيقات التقسيط الإلكتروني تأثير على ناتج الاقتصاد القومي على النحو التالي:

(١) **زيادة الاستهلاك:** حيث توفر تطبيقات التقسيط الإلكتروني فرصة للمستهلكين لشراء السلع والخدمات التي قد يكونوا غير قادرين على شرائها نقدًا فوراً؛ وهذا يعني زيادة في الإنفاق والاستهلاك، مما يمكن أن يؤدي إلى زيادة الطلب على المنتجات والخدمات وبالتالي زيادة الإنتاج والناتج الاقتصادي.

(٢) **تحفيز النشاط التجاري عبر الإنترنت:** تطبيقات التقسيط الإلكتروني تعزز التجارة الإلكترونية وتساهم في زيادة حجم العمليات التجارية عبر الإنترنت؛ وهذا يعزز نمو الشركات الناشئة والشركات الصغيرة والمتوسطة، ويدعم الابتكار وخلق فرص عمل إضافية.

(٣) **تعزيز النمو الاقتصادي:** من خلال تسهيل الوصول إلى التمويل، فيمكن لتطبيقات التقسيط الإلكتروني تعزيز النمو الاقتصادي عن طريق تمكين الأفراد بشكل خاص والشركات بشكل عام من تحقيق أهدافهم الاقتصادية وتنفيذ مشاريعهم؛ قد يؤدي ذلك إلى زيادة الاستثمار والإنتاج، وبالتالي زيادة الناتج الاقتصادي.

(٤) **التأثير على الدين العام والاستدانة:** فكما تم التوضيح من خلال استجابة المبحوثين أن استخدامهم لهذه التطبيقات تؤدي إلى زيادة التزاماتهم المالية؛ مما يؤدي إلى زيادة مستويات الاستدانة لدى الأفراد بشكل خاص والشركات بشكل عام. إذا لم يتم إدارة هذه الديون بشكل صحيح، فقد ينجم عنها عبء على الدين العام وتأثير سلبي على الاستقرار المالي للفرد أو الاقتصاد.

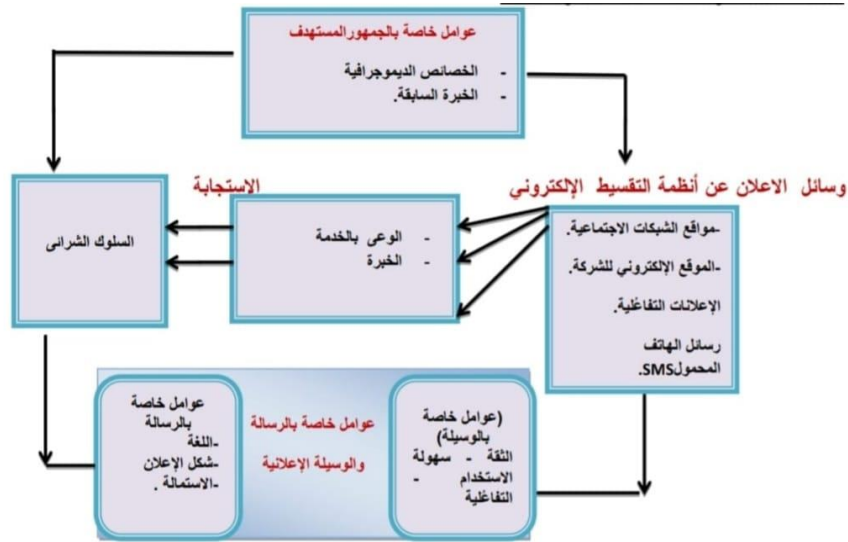
مما سبق نلاحظ أن تأثير استخدام تطبيقات التقسيط الإلكتروني على ناتج الاقتصاد القومي يعتمد على عدة عوامل وظروف محلية وعالمية. قد يكون لها تأثير إيجابي على الاقتصاد القومي في ظروف معينة، مثل تعزيز الاستهلاك وتحفيز النشاط التجاري، ولكن قد يكون لها أيضاً تحديات وتأثيرات سلبية محتملة على المدى الطويل.

مؤشرات نتائج الدراسة:

أسفرت نتائج الدراسة عن مجموعة من الدلالات والمؤشرات المستقبلية الخاصة بتطور الإعلان وبيئة الشراء والتقسيم عبر الانترنت لما لها من تأثير كبير على الاقتصاد القومي:

- ❖ يُعد البيع والشراء عبر الانترنت نشاط اتصالي مهم يسعى إلى جذب جمهوره إلى الخدمات والسلع معها متخذاً من المجتمع الافتراضي اساس لانطلاق نشاطها الإعلاني.
- ❖ استطاعت مختلف الشركات والمؤسسات توظيف أنظمة التقسيم الالكتروني بشكل متميز بشكل أكبر من وسائل الاتصال التقليديه خاصة في الفترات الأخيرة والتأثيرات الاقتصادية.
- ❖ تعمل أنظمة التقسيم الالكتروني لمساعدة المواطنين على تلبية احتياجاتهم، وبالتالي فإن أنظمة التقسيم الالكتروني لديها القدرة على خلق ميزة تنافسية للشركات ودعم الاقتصاد القومي.

وبناءً على ما أفرزته دراسته الحاليه من نتائج ومؤشرات ودلالات؛ وقد تم تصميم نموذج يوضح متغيرات الدراسة في اطار نموذج الدراسة الحاليه: فقد أثبت هذا النموذج الجديد مقدرته على تقديم تفسير أكثر تفضيلاً لقبول العملاء أو رفضهم للتعامل مع نظام التقسيم الالكتروني، كما أثبت النموذج أنه قادر على تفسير هذه الأسباب في كلتا الحالتين في حالة التبنى الاختياري بالنظام وفي حالة التبنى الإجباري؛ ويوضح الشكل التالي البناء الهيكلي للنموذج المقترح في إطار الرؤية الفكرية التي اجتهدت الباحثين في تقديمها:



شكل رقم (١) النموذج المقترح من قبل الباحثين

يتكون البناء الأساسي للنموذج المقترح من عدة مستويات كما هو موضح في الشكل السابق:

(١) **المستوى الأول:** ويتمثل فى المحتوى الإتصالي المقدم من أنظمة التسقيط الإلكتروني؛ ويتضمن الآتى:

- أ. الرسائل الإعلانية التى تقدمها الشركة عبر رسائل الهاتف المحمول.
- ب. رسائل الموقع الإلكتروني.
- ج. صفحات الشركة الرسمية عبر مواقع الشبكات الاجتماعيه مثل الفيس بوك وتويتر Facebook-Twitter.
- د. البريد الإلكتروني الرسمي للشركة.
- هـ. المستهلك كمنتج للمحتوى الاتصالي وذلك فى إطار الخدمات التفاعلية المرتبطة بطبيعة شبكة الإنترنت.

(٢) **المستوى الثانى:** ويتمثل فى خلفية المستهلك المتكونة من الوعي بالخدمة.

(٣) **المستوى الثالث:** ويعبر عن سلوك المستهلك؛ والذى ينعكس فى النوايا الشرائية ويقرر التعامل أنظمة التسقيط الإلكتروني

(٤) **المستوى الرابع:** ويتمثل فى الأداء المالي للشركة فيما يخص الإيرادات وحصصة السوق.

(٥) **المستوى الخامس:** الولاء للعلامة التجارية وهو يمثل درجة تمسك المستهلك بالمنتج أو الخدمة وارتباطه به.

ومن الواضح من هذا النموذج أنه يؤثر كلاً من المستوى الأول والثانى على سلوك المستهلك وتؤثر المستويات الأربعة على المستوى الخامس من خلال التأثير النفسى والعاطفى ومدى الثقة Use Generated Social Media Communication.

فالمعيار الذاتى Self-standard: يُعرف بأنه توقع الفرد بأن معظم الأشخاص المهمين بالنسبة له ينبغى لهم أو لا ينبغى لهم أن يؤدوا السلوك المُستهدف ويُحدد المعيار الذاتى من خلال توقعات الأفراد المُحددة، أو المجموعات، أو بواسطة دوافع الشخص للاستجابة لتوقعات الفرد، كما يُعد المعيار الذاتى من أهم العوامل المؤثرة فى إدراك الفرد للفائدة المُدرَكة فى استخدام التكنولوجيا الجديدة.

أما **الخبرة Experience:** تُشير إلى درجة اعتياد الأفراد على الأنواع الجديدة فى النظم التكنولوجية وتستمد نتيجة الخبرة من مقياس مُكون من خمسة بنود على أن يُسأل المُستخدم من تاريخ استخدام مُختلف الشبكات الاجتماعية، فالتجربة هى مفهوم مُهم فى دراسة التكنولوجيا، لأن قبول الناس عامة يُعتمد على المعرفة المُكتسبة من خلال تجاربهم السابقة والتي تُشكل النوايا السلوكية للمستقبل.

ومن ثم فإن ردود الأفعال الخاصة بالمستهلك يمكن إرجاعها إلى تعدد خلفيات المستهلك، وقد اختبرت الباحثين مدى صلاحية تطبيق النموذج العلمى للتطبيق إحصائياً من خلال متغيرات الدراسة ليكون صالحاً للتطبيق من قبل باحثين آخرين.

توصيات الدراسة:

- ❖ يجب وضع ميثاق شرف أخلاقي وكذلك مدونة سلوك code of conduct للعاملين في مجال الإعلان والتسويق الإلكتروني وكذلك كافة وسائل الإعلام الإلكتروني لمراعاة كافة الجوانب الاخلاقية والاجتماعية والقانونية في إعلاناتهم وذلك لضبط الأداء لأنظمة البيع والشراء الإلكتروني.
- ❖ يجب أن يتم دراسة ومراقبة أثر استخدام تطبيقات التقييد الإلكتروني بعناية، واتخاذ الإجراءات اللازمة لضمان استدامة النمو الاقتصادي واستقرار النظام المالي.
- ❖ في ظل التسليم بأن بحوث الإعلان والتسويق هي بحوث بينية، تستسقى أطرها النظرية وأدواتها البحثية من عدة علوم أبرزها علم النفس، وعلم الاجتماع، يجب الاهتمام بالبحث في تأثيرات استخدام الشبكات الاجتماعية على الثقافات الفرعية للمجتمع المصري نظراً لكثرة روادها، والتعرف على تأثيرها على العلاقات الأسرية والقيم الاجتماعية وعمليات التنشئة الاجتماعية والثقافية.
- ❖ بروز منصات التواصل الاجتماعي وإتاحتها فرص عادلة للمجتمع للتعبير عن الآراء في مختلف القضايا، وفي ظل زيادة الحضور الاجتماعي على هذه المنصات يجب البحث في المصطلحات الجديدة في مجال دراسات الإعلان والتسويق والتي من أهمها (مجتمعات المنتجات عبر الإنترنت Brand communication) وغيرها.

ما تثيره الدراسة من بحوث ودراسات أخرى:

- ❖ دراسة التسويق الابداعي منخفض التكلفة ودوره في تعزيز تنافسيه الشركات الخدميه.
- ❖ فاعليه تطبيقات المنصات الإلكترونيه الحكوميه في تدعيم الفرص الاستثماريه لمصر.
- ❖ تقييم مدى تقبل الجمهور المصري الاتصال التسويقي الرقمي عبر تطبيقات التيك توك - واتس اب.

مراجِع الدِّرَاسَةِ:

- ١) آل هقشة، فيحان بن فراج (٢٠٢٣) وسائل الدفع بالتقسيم الإلكتروني: دراسة فقهية مُقارنة، مجلة دراسات العلوم الإنسانية، (٩)، ص٥٩ – ٧٩.
- ٢) دراز، إيمان السيد محمد (٢٠٢٢) الوعي باستخدام وسائل الدفع عبر بطاقة الائتمان في ضوء مستحدثات الصيرفة الإلكترونية وعلاقتها بالقدرة على التحكم في السلوك الشرائي لدي المرأة العاملة، مجلة بحوث التربية النوعية، (٦٥)، ص٨٢٣ – ٨٧٨.
- 3) Salimzadih, Hadi (2018) Evaluating and Budgeting with installment credit: An Interview Study. Journal of Economic Psychology, **Journal of Mangment & Marketing**, (38), pp. 124 – 126.
- 4) Moertini, Veronica S., et.al (2011) The Development of Electronic Payment System for Universities in Indonesia: On Resolving Key Success Factors, **International Journal of Computer Science & Information Technology (IJCSIT)**, 3(2), pp. 16 – 33.
- 5) ALJahwarietal (2022) Exploratory Study An Risk Perception of the E- Payment System, **International Conferenc ON Artificial Intelligence**.
- 6) Tilva, Tuli; Meyer, Peter J. (2021) **Brazil: Political and Economic Situation and U.S. Relations, Congressional Research Service 7-5700**.
- ٧) هوارى، مريم (٢٠١٦) عوامل تبني نظام المعلومات الصحية دراسة حالة المؤسسة الإستشفائية حمدون شعبان مغنية، رسالة ماجستير غير منشورة، تخصص إدارة أعمال الموارد البشرية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، جامعة أبو بكر بلقايد، الجزائر.
- 8) Paul Legris, et.al (2003) Why do people use information technology? A critical review of the technology acceptance model, **Information & Management**, 40(3), pp. 191 – 204.
- 9) Min, Somang, et.al (2019) Consumer adoption of the Uber mobile application: Insights from diffusion of innovation theory and technology acceptance model, **Journal of Travel & Tourism Marketing**, 36(7), pp. 770 – 783.
- ١٠) مكاي، حسن عماد، السيد، ليلي حسين (٢٠٠٤) الإتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، مصر.

- 11) Livingstone, Sonia (1998) **Making Sense of Television: The Psychology of Audience Interpretation (International Series in Social Psychology)**, 2nd Edition, Routledge, United Kingdom, England.
- 12) Lorimer, Rowland, Scannell, Paddy (1994) **Mass Communications: A Comparative Introduction**, Manchester University Press, University of Manchester, Manchester, England.
- 13) Rizkalla (2023), Available At: https://riz.shop/pages/credit?utm_source=Website&utm_medium=Home&utm_campaign=TVs, accessed on 18/11/2023.
- 14) Ranyard, Rob; Craig, Gill (1993) Estimating The Duration Of A Flexible Loan: The Effect Of Supplementary Information, **Journal of Economic Psychology**, 14(2), pp. 317 – 335.
- ١٥) مله، رفعة تركي إسماعيل؛ باصبرين، سكينه محمد عبد الرحمن (٢٠٠٦) أثر الشراء بنظام التقسيط على إدارة المورد المالي للأسرة السعودية، **المجلة المصرية للعلوم التطبيقية**، ٢١(١١).
- 16) Ranyard, Rob, Craig, Gill (1995) Evaluating and budgeting with instalment credit: An interview study, **Journal of Economic Psychology**, Elsevier, 16(3), pp. 449 – 467.
- 17) Schorlemer, Sabine von (2008) **Das Recht auf Entwicklung Recht des Individuums oder Recht der Völker?**, VEREINTE NATIONEN Heft 5/2008, pp. 212 – 218, Available At: <https://zeitschrift-vereinte-nationen.de/suche/zvn/artikel/das-recht-auf-entwicklung>, accessed on 18/11/2023.
- 18) Sen, Amartya K.; Gilardone, Muriel (2010) The idea of justice: the Belknap Press of Harvad University Press, Cambrige, Massachusetts, 2009, **Social Choice and Welfare**, 35(4), pp. 709 – 720.
- ١٩) علام، اعتماد محمد (٢٠١٢) الإحصاء في البحوث الاجتماعية، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة.