

خريطة تحويلات الشراء الآن والدفع لاحقاً في السعودية والإمارات

تحليل استراتيجي لديناميكيات نمو BNPL، تغيرات سلوك المستهلك، ومخاطر الائتمان للقيادات التنفيذية

تقرير بحث تنفيذي

١٤ صفر ١٤٤٨ هـ • منصة سنتينك للاستبيانات • n = 112 مشارك

خدمات الدفع الآجل تحولت من خيار تمويلي ثانوي إلى محرك رئيسي لحجم مبيعات التجزئة

75%

75% يرون تأثيراً إيجابياً على ميزانياتهم

68%

68% يرغبون بفترات سداد أطول

84%

84% من المتسوقين استخدموا خدمات الشراء الآن والدفع لاحقاً

ماذا يعني هذا للأعمال

- المتسوقون في الفئة العمرية 25-34 هم الأكثر استخداماً لهذه الخدمات، حيث يمثلون 47% من إجمالي العينة، ويشكلون 42% من الذين ي التسوق بشكل متكرر أكثر بسبب سهولتها. هذا يفتح فرصة للشركات لاستهداف هذه الشريحة بمنتجات وعروض مصممة خصيصاً لهم، مع التركيز على تعزيز سلوك الشراء الواعي.
- يستحوذ «34-25» على 47% من الاختيارات في ما هي فئتك العمرية؟، ما يضيق ساحة المنافسة الحقيقية ويجعل الاستثمار في ما عداه تشيئاً للموارد.
- ميل 56% نحو «أنثى» رافعة ولاء أكثر منه تفضيلاً عابراً: الشريحة التي اختارته أفصحت مسبقاً عما يقيها ضمن ما هو جنسك؟.

عينة متوازنة تعكس القوة الشرائية الفعلية للمستهلك الرقمي في المنطقة

أهداف الدراسة

- تقييم مدى تغلغل خدمات الشراء الآن والدفع لاحقاً في سلوك المستهلك الرقمي بالمنطقة، وفهم محفزات التبني لتمكين الشركات من استثمار هذه القنوات بفعالية في تعزيز المبيعات.
- تحليل التأثير المباشر لخدمات الدفع الآجل على قرارات الشراء وقوة الإنفاق، مع التركيز على كيفية إعادة تشكيلها للميزات الشخصية وسلوك المستهلكين نحو المنتجات والخدمات المختلفة.
- تحديد الفرص الرئيسية لتحسين تجربة خدمات الدفع الآجل، بما في ذلك فترات السداد ورسوم التأخير، لتعزيز ولاء العملاء وتوسيع قاعدة المستخدمين في سوق تتسم بالتنافسية المتزايدة.

المنهجية

إجمالي الاستبيانات المكتملة	112
معدل الإكمال	57%
التغطية الجغرافية	الإمارات (47%)، السعودية (40%)
التركيبة العمرية الرئيسية	34-25 عاماً (47%)، 35-44 عاماً (30%)
نسبة مستخدمي خدمات الدفع الآجل	84% من المشاركين

01

من شارك معنا

التركيبة الديموغرافية والجغرافية لعينة الدراسة

قراءة متوازنة عبر شرائح العينة

لمحة عن المشاركين

57%

معدل الإكمال

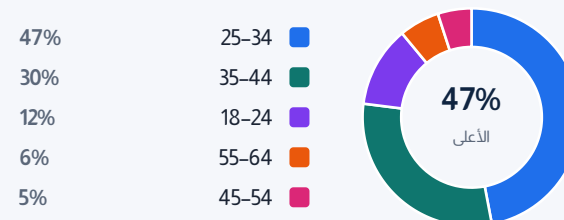
112

إجمالي المشاركين

ما هو جنسك؟



ما هي فئتك العمرية؟



في أي بلد تقيم حالياً؟



02

احتساب الحصة السوقية وديناميكيات المنافسة

ثنائية تابي وتمارا تحتكر حركة التسوق الرقمي وتستحوذ على خيارات المستهلكين

ثنائية تابي وتمارا تحتكر حركة التسوق الرقمي وتستحوذ على خيارات المستهلكين

الرؤية التنفيذية

يستحوذ «تابي» على 87% من الاختيارات، وهو تركّز يضيّق ساحة المنافسة الحقيقية إلى عامل واحد. الفارق البالغ 19 نقطة عن «تمارا» ليس تفضيلاً هامشياً، بل ترتيب أولويات مستقر يسبق دخول السعر إلى النقاش. أما بقية العوامل فتتقاسم 53% فقط، وهي حصة لا تبرر ما يُنفق عليها عادةً في الحملات والتطوير. ما يعنيه ذلك للإدارة أن التمايز لم يعد يُبنى بإضافة عناصر جديدة، بل بإتقان العنصر الذي يحسم الاختيار فعلاً قبل غيره.

الأثر الاستراتيجي

على مستوى الإنفاق التسويقي، توجيه الرسالة نحو «تابي» يرفع كفاءة الاكتساب لأنه يخاطب سبب الاختيار لا سماته الجانبية. وعلى مستوى المنتج والتشغيل، أي خلل في هذا العنصر يتحوّل مباشرة إلى تسرّب في الإيرادات، بينما التحسينات في العوامل الأدنى لا تُترجم إلى نمو ملموس.

ما هي خدمات الشراء الآن والدفع لاحقاً التي استخدمتها؟ (اختر كل ما ينطبق)



الإجراءات الموصى بها

- 1 اجعل «تابي» الرسالة الأولى في صفحة العرض بدل إدراجها ضمن قائمة المزايا.
- 2 أعد تخصيص جزء من ميزانية «تمارا» لتثبيت الأداء في «تابي» قبل أي توسّع جديد.

الخلاصة التنفيذية «تابي» يحسم الاختيار قبل أن يصل العميل إلى المقارنة السعرية.

التحول الهيكلي نحو الاعتماد المنتظم يحول الدفع الآجل إلى عادة استهلاكية دائمية

الرؤية التنفيذية

تتجمع تفضيلات العينة حول «أحياناً» بنسبة 52%، ما يعني أن القرار يُحسم عند نقطة واحدة لا عبر سلة عوامل متوازنة. ابتعاد «غالباً» بمقدار 15 نقطة يكشف ترتيباً راسخاً في أذهان العملاء، لا مزاجاً متقلّباً يمكن تعديله بحملة أو عرض موسمي. لا تتجاوز حصة ما تبقى 11%، وهو حجم أصغر من أن يحمل قرار استثمار مستقلاً أو يبرر خط تطوير قائماً بذاته. الخلاصة أمام القيادة أن الميزة تُبنى بالعمق في عامل واحد لا باتساع القائمة، وأن التوسع الأفقي هنا يوزع الجهد دون أن يغيّر النتيجة.

الأثر الاستراتيجي

على مستوى التسعير، أي علاوة سعرية تبقى مرهونة بأداء قابل للقياس في «أحياناً»، والخصم لا يعوّض قصوراً في هذا العامل تحديداً. وعلى مستوى أولويات الاستثمار، ما يُنفق خارج هذا العامل يشتري رضا لا حصة سوقية، والرضا وحده لم يحرك رقم نمو قط.

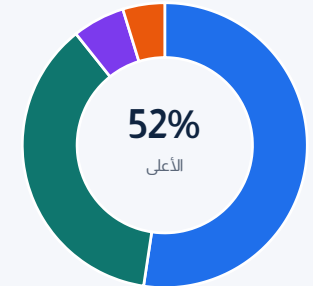
52%

أحياناً

كم مرة تستخدم خدمات الشراء الآن والدفع لاحقاً عند التسوق؟

52%
37%
6%
5%

أحياناً
غالباً
دائماً (مع كل عملية شراء تق...)
نادرًا



الإجراءات الموصى بها

1 اربط حوافز الفريق التجاري بأداء «أحياناً» بدل ربطها بحجم الحملات.

2 أوقف أي تطوير في العوامل الأدنى ترتيباً حتى يستقر قياس «أحياناً» أسبوعياً.

الخلاصة التنفيذية المنافسة الحقيقية تدور حول «أحياناً» وحده، لا حول سلة المزايا.

فئة الشباب البالغين تعيد صياغة معدلات التكرار الشرائي عبر المنصات الرقمية

معدل تكرار استخدام BNPL



الفئة العمرية



البيانات تستند إلى 112 استبياناً مكتملاً في السعودية والإمارات.

الرؤية التنفيذية

تشكل فئة الشباب البالغين (25-34 عاماً) القوة الدافعة وراء الاستخدام المتزايد لخدمات الشراء الآن والدفع لاحقاً (BNPL) عبر المنصات الرقمية، حيث يمثل 48% منهم لاستخدامها "أحياناً" و43% "غالباً". هذا الاستخدام المرتفع لا يعكس مجرد تفضيل، بل يمثل تحولاً نحو تبني BNPL كأداة أساسية لإدارة التدفقات النقدية الشخصية، مما يعزز تكرار عمليات الشراء الرقمية لهذه الفئة. في المقابل، تظهر الفئات العمرية الأكبر، مثل 35-44 عاماً، معدلات استخدام أقل، مما يشير إلى أن هذه الخدمات لم تصل بعد إلى مرحلة التبني الشامل عبر جميع الشرائح السكانية بنفس الزخم.

الإجراءات الموصى بها

- 1 تطوير برامج ولاء وعروض مخصصة تستهدف الشباب البالغين، مع التركيز على إبراز فوائد BNPL في تسهيل الحصول على المنتجات والخدمات المطلوبة.
- 2 تحليل أسباب التردد لدى الفئات العمرية الأكبر في تبني BNPL، وتصميم حملات توعية تستهدف معالجة مخاوفهم المحتملة حول الديون أو التعقيدات الإدارية.
- 3 تقييم إمكانية دمج خيارات BNPL بشكل أكثر سلاسة ضمن تجربة التسوق الرقمي عبر جميع نقاط الاتصال، لتقليل الاحتكاك وزيادة معدلات التحويل.

الخلاصة التنفيذية: الشباب يتقبلون الدفع الآجل كأداة أساسية لتعزيز تكرار الشراء الرقمي.

النبرة تنقسم بحدّة بين المؤيدين والمنتقدين

المؤيدون

يركزون على المرونة والراحة التي توفرها الخدمة.

المحايدون

يتبنون موقفاً حذراً، مع إدراك للمزايا والعيوب.

المنتقدون

يحذرون من خطر الغرق في الديون بسبب سهولة الوصول للمشتريات الصغيرة، كما هو الحال في [T:2206f8e114].

الرؤية التنفيذية

التبني المتسارع لخدمات "اشترِ الآن وادفع لاحقاً" (BNPL)، خاصة بين فئة الشباب البالغين التي تعيد صياغة معدلات التكرار الشرائي عبر المنصات الرقمية، أوجد انقساماً حاداً في الرأي العام. فبينما تُقدّر شريحة واسعة المرونة والراحة التي توفرها هذه الخدمات، تبرز نبرة ناقدة قوية تحذر من مخاطر الانجراف نحو الديون المتراكمة، حتى من المشتريات الصغيرة المتكررة. هذا ليس مجرد تباين في التفضيلات، بل يعكس قلقاً مجتمعياً أعمق بشأن سهولة الوصول إلى الائتمان وتأثيره المحتمل على الاستقرار المالي للأفراد. على القيادات فهم أن هذا التوتر بين الراحة والمخاطر المالية يمثل تحدياً جوهرياً لاستدامة النمو، ويتطلب معالجة استراتيجية تتجاوز مجرد الترويج.

الأثر الاستراتيجي

هذه الانقسامية تؤثر مباشرة على استراتيجيات اكتساب العملاء والاحتفاظ بهم، وتفرض تحديات على التسويق الذي يجب أن يتجاوز مجرد الترويج للراحة. كما تضع ضغوطاً على تصميم المنتجات لدمج آليات حماية أكثر، مما يؤثر على النماذج الربحية طويلة الأجل ويُعيد تعريف الأولويات الاستثمارية نحو بناء الثقة والمسؤولية المالية.

الإجراءات الموصى بها

- 1 إعادة صياغة الرسائل التسويقية لترسيخ مفهوم الاستخدام المسؤول للخدمة، بدلاً من التركيز على مرونة الدفع وحدها.
- 2 إطلاق ميزات داخل التطبيق تتيح للمستخدمين تتبع إجمالي التزاماتهم عبر BNPL وتبنيهم عند تجاوز حدود معينة.
- 3 مراجعة سياسات التسليف للمشتريات الصغيرة المتكررة، لتقييم مدى المخاطر المتراكمة على العملاء.
- 4 تأجيل حملات التوسع في شرائح جديدة حتى يتم تعزيز آليات التوعية بالمخاطر المالية المحتملة.

الخلاصة التنفيذية الثقة في خدمات "اشترِ الآن وادفع لاحقاً" تتوقف على موازنة الراحة مع المسؤولية المالية.

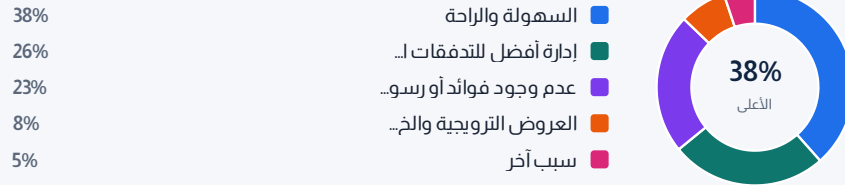
03

الدوافع السلوكية والتوسع في سلة المشتريات

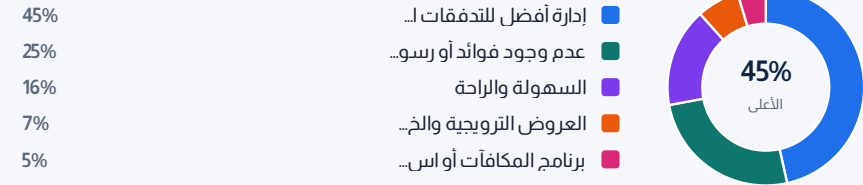
تباعد استراتيجي بين الأسواق: السيولة تقود المستهلك الإماراتي والسهولة تحرك السعودي

تباعد استراتيجي بين الأسواق: السيولة تقود المستهلك الإماراتي والسهولة تحرك السعودي

المملكة العربية السعودية



الإمارات العربية المتحدة



السبب الرئيسي لاستخدام BNPL يختلف جوهرياً بين المستهلكين في الإمارات والسعودية.

الرؤية التنفيذية

على عكس الاعتقاد السائد بأن السهولة هي المحرك الأساسي لخدمات الشراء الآن والدفع لاحقاً (BNPL) في منطقة الخليج، تكشف البيانات عن انقسام استراتيجي بين الإمارات والسعودية. ففي حين أن 38% من السعوديين يرون في السهولة والراحة السبب الرئيسي لاستخدامهم، فإن 45% من الإماراتيين مدفوعون بالرغبة في إدارة أفضل لتدفقاتهم النقدية، وهو ما يمثل ضعف نسبة السعوديين الذين يذكرون نفس السبب (26%). هذا التباين يشير إلى أن المستهلك الإماراتي يبحث عن أداة مالية لضبط ميزانيته، بينما يرى المستهلك السعودي في BNPL وسيلة لتسهيل عمليات الشراء اليومية.

الأثر الاستراتيجي

هذا التباين في دوافع الاستخدام يفرض ضرورة تخصيص استراتيجيات التسويق والتطوير. يجب على مقدمي خدمات BNPL في الإمارات التركيز على إبراز القيمة المضافة لإدارة السيولة وتحسين الميزانية، بينما في السعودية، يجب تسليط الضوء على سرعة وسلاسة عملية الدفع، والعروض الترويجية المرتبطة بها. إغفال هذا الاختلاف سيؤدي إلى استراتيجيات تسويقية غير فعالة وتفويت فرص النمو.

الإجراءات الموصى بها

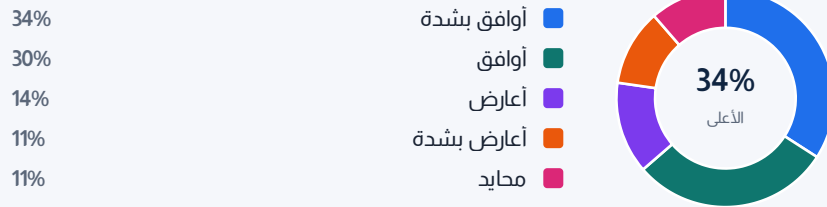
- 1 في الإمارات، إطلاق حملات تركز على ميزات BNPL كأداة للادخار وإدارة النفقات الشهرية، مع إبراز إمكانية تتبع الإنفاق.
- 2 في السعودية، تكثيف الشراكات مع تجار التجزئة لتقديم عروض حصرية وخصومات فورية عند استخدام BNPL، مع تبسيط عملية التسجيل والالتزام.
- 3 تطوير نماذج تسعير ومنتجات مختلفة لكل سوق بناءً على المحرك الأساسي للاستخدام، مع النظر في تقديم برامج ولاء مخصصة.

المستهلك الإماراتي يستخدم BNPL كأداة مالية، بينما السعودي يراها كحل للراحة والتسوق.

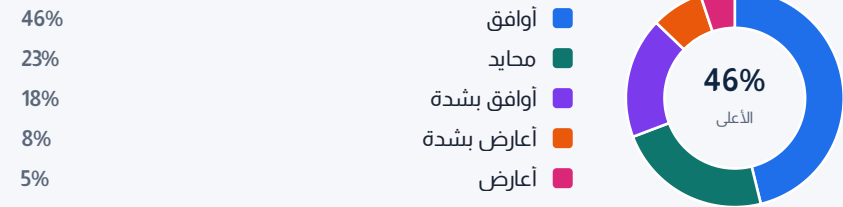
الخلاصة التنفيذية

المستهلك السعودي يستغل التسهيلات لترقية جودة المنتجات بينما يركز الإماراتي على زيادة القيمة

دولة الإمارات العربية المتحدة



المملكة العربية السعودية



الأثر الاستراتيجي

على مستوى الاكتساب، الحملة المودّعة ستخدم إحدى الشريحتين على حساب الأخرى وترفع تكلفة الوصول للشريحة الأقل استجابة. وعلى مستوى التسعير وتصميم العرض، الفجوة تبرر مسارين منفصلين بدل مسار واحد يفترض تجانساً غير موجود في البيانات.

الرؤية التنفيذية

تنقسم العينة عند «أوافق» بفارق 16 نقطة بين المملكة العربية السعودية ودولة الإمارات العربية المتحدة، وهو فارق أكبر من أن يُعالج برسالة واحدة. القراءة الإجمالية هنا تخفي أكثر مما تكشف: الرقم الكلي يمثل متوسطاً لا يعبر عن أي من الشريحتين بدقة. الشريحة الأعلى ميلاً تنصرف كسوق قائمة بذاتها، بمحفزات مختلفة ومسار قرار مختلف، والتعامل معها ضمن الحملة نفسها يهدر جزءاً من الإنفاق على جمهور لا يستجيب للرسالة ذاتها. ما يعنيه ذلك أن التخصيص هنا مسألة كفاءة إنفاق قبل أن يكون تفضيلاً تسويقياً.

الإجراءات الموصى بها

1. أفضل رسالة المملكة العربية السعودية عن رسالة دولة الإمارات العربية المتحدة في الحملة القادمة بدل توحيدهما تحت عرض واحد.
2. اقرأ نتائج القنوات مقسّمة على هاتين الشريحتين قبل اعتماد ميزانية الربع المقبل.

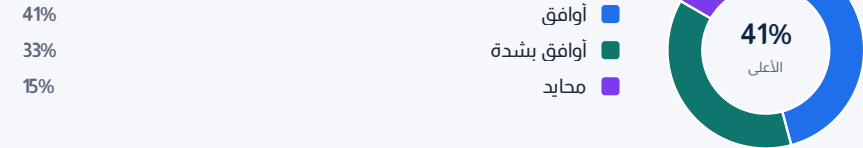
الخلاصة التنفيذية المتوسط العام يصف عينة لا يمثل أي عميل فعلي داخلها.

نمو الشراء الآجل في السوبرماركت والسلع الأساسية ينقل الخدمة من الرفاهية إلى المعيشة

السعودية



الإمارات



فارق كبير في استخدام BNPL لزيادة وتيرة التسوق في السوبرماركت بين الإمارات (48% يوافقون) والسعودية (35% يوافقون).

الرؤية التنفيذية

تتجاوز خدمات الشراء الآن والدفع لاحقاً (BNPL) مجرد تسهيل شراء السلع الكمالية لتصبح محركاً أساسياً لاستهلاك السلع الأساسية اليومية. في الإمارات، يرى 48% من مستخدمي خدمات BNPL للسلع الغذائية والسوبر ماركت أنها تدفعهم للتسوق بشكل متكرر أكثر، وهي نسبة أعلى بكثير من 35% المسجلة في السعودية. هذا التحول يعكس كيف أصبحت BNPL أداة لإدارة التدفق النقدي الشهري، وليس مجرد خيار للدفع المؤجل للمشتريات الكبرى. المستهلك في الإمارات يستخدمها لزيادة وتيرة شراء الضروريات، مما يعني أن الخدمة أصبحت جزءاً لا يتجزأ من ميزانية الأسرة، لا مجرد رفاهية.

الأثر الاستراتيجي

يعيد هذا التطور تعريف استراتيجيات التسعير وإدارة المخزون في قطاع السلع الأساسية، مما يضع ضغطاً على هوامش الربح ويتطلب إعادة تقييم نماذج الاحتفاظ بالعملاء. كما يؤثر على أولويات الاستثمار في قنوات التوزيع والترويج، حيث تصبح سهولة الدفع عاملاً حاسماً في قرار الشراء اليومي.

الإجراءات الموصى بها

- 1 تطوير شراكات استراتيجية مع سلاسل السوبر ماركت الكبرى في الإمارات لتقديم عروض BNPL مخصصة على السلع الأساسية، مع التركيز على زيادة حجم السلة الشرائية.
- 2 إعادة توجيه جزء من ميزانية التسويق المخصصة للسلع الكمالية نحو حملات توعية في الإمارات حول فوائد BNPL لإدارة ميزانية البقالة الشهرية.
- 3 وضع آلية لمراقبة سلوك الإنفاق على السلع الأساسية عبر BNPL في الإمارات لتحديد المنتجات الأكثر تأثيراً وتعديل استراتيجيات التسعير والمخزون بناءً عليها.

الخلاصة التنفيذية في الإمارات، لم تعد خدمات الدفع الآجل ترفاً بل أداة أساسية لإدارة ميزانية السلع اليومية.

04

إدارة المخاطر الائتمانية وصوت العملاء

ارتفاع وتيرة الشراء يضغط على ميزانيات الأسر ويرفع منسوب القلق من تراكم الديون

ارتفاع وتيرة الشراء يضغط على ميزانيات الأسر ويرفع منسوب القلق من تراكم الديون

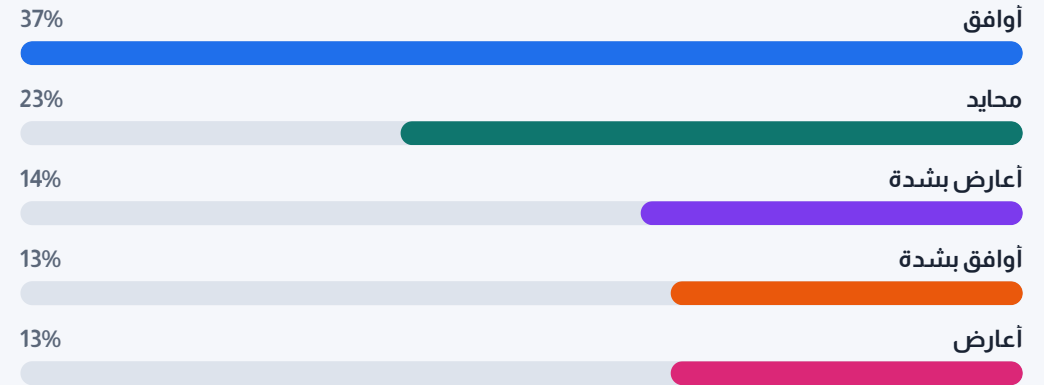
الرؤية التنفيذية

يستحوذ «أوافق» على 37% من الاختيارات، وهو تركّز يضيّق ساحة المنافسة الحقيقية إلى عامل واحد. الفارق البالغ 14 نقطة عن «محايد» ليس تفضيلاً هامشياً، بل ترتيب أولويات مستقر يسبق دخول السعر إلى النقاش. أما بقية العوامل فتتقاسم 40% فقط، وهي حصة لا تبرر ما يُنفق عليها عادةً في الحملات والتطوير. ما يعنيه ذلك للإدارة أن التمايز لم يعد يُبنى بإضافة عناصر جديدة، بل بإتقان العنصر الذي يحسم الاختيار فعلاً قبل غيره.

الأثر الاستراتيجي

على مستوى الإنفاق التسويقي، توجيه الرسالة نحو «أوافق» يرفع كفاءة الاكتساب لأنه يخاطب سبب الاختيار لا سماته الجانبية. وعلى مستوى المنتج والتشغيل، أي خلل في هذا العنصر يتحوّل مباشرة إلى تسرّب في الإيرادات، بينما التحسينات في العوامل الأدنى لا تُترجم إلى نمو ملموس.

إلى أي مدى توافق على العبارات التالية المتعلقة بخدمات الشراء الآن والدفع لاحقاً؟ - أدى استخدام هذه الخدمات إلى زيادة الضغوط المالية أو مستوى الديون لدي.



الإجراءات الموصى بها

1 أضف مؤشر «أوافق» إلى تقرير الإدارة الشهري بجانب مؤشرات الإيراد.

2 راجع تسعير العرض المرتبط بـ «محايد» قبل تجديد الالتزام السنوي.

الخلاصة التنفيذية «أوافق» يحسم الاختيار قبل أن يصل العميل إلى المقارنة السعرية.

صوت العميل يطالب بضوابط ائتمانية أشد وشفافية كاملة تجنباً للفخاخ المالية

الرؤية التنفيذية

مع تسارع تبني خدمات الشراء الآن والدفع لاحقاً، يتكشف وجه آخر لهذه المرونة المالية، حيث بدأ العملاء يشعرون بوطأة التراكم غير المنظم للمدفوعات. لم تعد سهولة الشراء هي المحرك الوحيد، بل تحول القلق من الوقوع في فخ الديون إلى دافع رئيسي يطالب بضوابط أكثر صرامة وشفافية مطلقة. هذا التحول يعني أن القيمة المتصورة للخدمة لم تعد تكمن فقط في تيسير الشراء، بل في توفير بيئة مالية آمنة وموثوقة تحمي المستخدمين من قرارات قد تضر بميزانياتهم، وهو ما يضع ضغطاً مباشراً على الشركات لإعادة تقييم نماذج عملها.

“

They shouldn't be available for small purchases, the person will suddenly drown in debts

مشارك في الاستبيان

“

I love these BNPL tabby and Tamara because it helps me a lot to budget all I need especially if its emergencies it's very convenient to everyone not only for me

مشارك في الاستبيان

“

أتمنى زيادة عدد المتاجر التي تدعم خدمات الشراء الآن والدفع لاحقاً، مع توضيح الرسوم وشروط السداد بشكل كامل، وإرسال تذكيرات قبل موعد الاستحقاق، وتقديم عروض ومكافآت للمستخدمين المنتظمين في السداد

مشارك في الاستبيان

الأثر الاستراتيجي

يؤثر هذا التحول في وعي العملاء بشكل مباشر على استراتيجيات الاحتفاظ بالعملاء وسمعة العلامة التجارية، ويزيد من مخاطر التدخل التنظيمي. يتطلب الأمر إعادة توجيه جهود تطوير المنتج والتسويق نحو بناء الثقة والمسؤولية، مما يؤثر على أولويات الاستثمار في التقنيات التي تعزز الشفافية والتحكم المالي للمستخدم، وقد يؤدي إلى ارتفاع تكلفة اكتساب العملاء الجدد ما لم تُعالج هذه المخاوف بشكل استباقي.

الإجراءات الموصى بها

- 1 تطبيق آليات واضحة وموحدة للإفصاح عن كافة الرسوم وشروط السداد قبل إتمام كل عملية شراء.
- 2 تطوير أدوات تقييم ائتماني متقدمة تأخذ في الحسبان إجمالي تعرض العميل لخدمات الشراء الآن والدفع لاحقاً عبر المنصات المختلفة.
- 3 إطلاق حملات توعية مكثفة حول الاستخدام المسؤول لهذه الخدمات، مع التركيز على نصائح إدارة الميزانية وتجنب تراكم الديون.
- 4 إتاحة خيارات للعملاء لتعيين حدود إنفاق ذاتية أو فترات انتظار اختيارية للمشتريات الكبيرة لتعزيز التحكم الذاتي.

الخلاصة التنفيذية نمو الشراء الآن والدفع لاحقاً مرهون بضوابط تحمي العميل من فخاخ الديون.

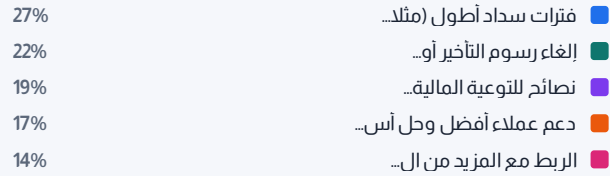
05

آفاق النمو وإعادة تشكيل أطر الخدمة

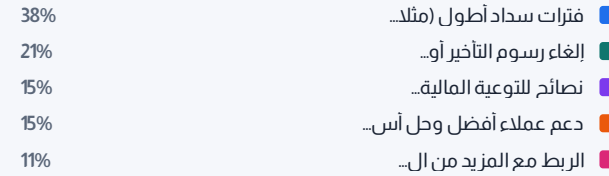
مطالبة جارفة بتمديد جداول السداد إلى ستة أشهر لتغطية المشتريات ذات القيمة العالية

مطالبة جارفة بتمديد جداول السداد إلى ستة أشهر لتغطية المشتريات ذات القيمة العالية

الفئة العمرية 35-44



الفئة العمرية 25-34



الفئة العمرية 25-34 تظهر طلباً أعلى بنحو 11 نقطة مئوية على فترات سداد أطول مقارنة بالفئة 35-44، مما يشير إلى اختلاف في سلوك الشراء أو القدرة على تحمل الدفعات.

الرؤية التنفيذية

يتجاوز طلب المستهلكين على خدمات الشراء الآن والدفع لاحقاً (BNPL) اليوم مجرد تسهيل المشتريات الصغيرة المتكررة. هناك تحول واضح نحو استخدام هذه الخدمات لتمكين صفقات ذات قيمة أعلى، مما يولد مطالبة جارفة بتمديد جداول السداد. تظهر البيانات أن 38% من الفئة العمرية 25-34، و32% من 18-24، و38% من 55-64 عاماً (مجموعة فرعية صغيرة - مؤشر فقط) يطالبون بفترات سداد أطول تصل إلى ستة أشهر بدلاً من أربعة. هذا يعكس قصور الدورات الحالية في تلبية احتياجات المشتريات الكبيرة، ويدل على أن العملاء يبحثون عن مرونة مالية تتناسب مع دورات دخلهم، مما يقلل الضغط المالي ويجنبهم الوقوع في فخاخ الديون التي نوقشت سابقاً.

الإجراءات الموصى بها

- 1 تطوير المنتج: إطلاق خيارات سداد مرنة تمتد إلى ستة أشهر أو أكثر للمشتريات التي تتجاوز حداً معيناً، مع اختبار نماذج تسعير مبتكرة.
- 2 التسويق والشراكات: إبرام شراكات استراتيجية مع تجار التجزئة في قطاعات السلع المعمرة والخدمات ذات القيمة العالية، وتبسيط الضوء على خيارات السداد الممتدة في الحملات التسويقية.
- 3 إدارة المخاطر: تحديث أطر تقييم الجدارة الائتمانية لتمكين فترات سداد أطول، ودمج أدوات توعية مالية متقدمة داخل التطبيق لمساعدة العملاء على إدارة التزاماتهم.

الخلاصة التنفيذية توسيع آفاق السداد يفتح الباب أمام نمو كبير في قطاع المشتريات الكبرى ويعزز ولاء العملاء.

استدامة النمو مرهونة بالربط مع القطاعات الحيوية وتوفير التوعية المالية الذكية

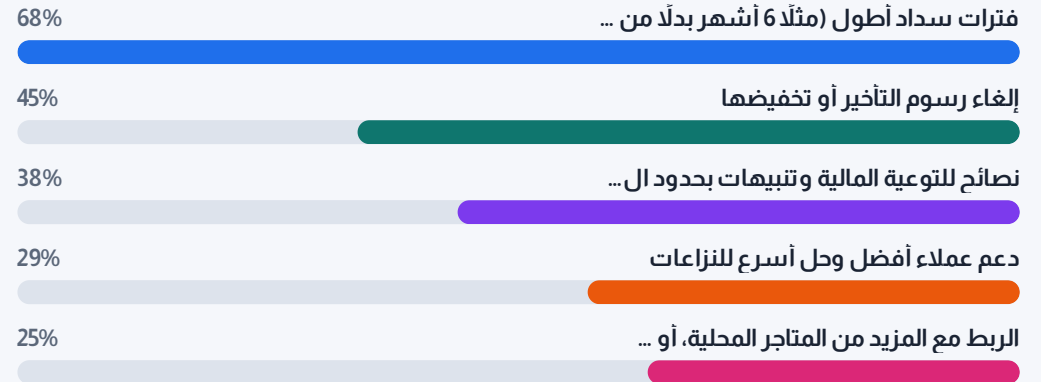
الرؤية التنفيذية

يتقدّم «فترات سداد أطول (مثلاً 6 أشهر بدلاً من 4)» بفارق واضح عند 68%، وهو ما يعيد ترتيب أولويات الإنفاق أكثر بكثير مما يعيد ترتيب الرسائل الموجهة للسوق. يفصل 23 نقطة بين الخيار الأول و«إلغاء رسوم التأخير أو تخفيضها»، وهي مسافة لا تُعبر برسالة تسويقية مهما بلغت جودتها أو تكرار عرضها. تتوزع 92% المتبقية على عوامل لا يَرَّجَحُ أي منها كفة القرار بمفرده، وإن ظهرت جميعها في نقاشات الأولويات كل ربع. على القيادة أن تقرأ هذا كإعادة ترتيب لأولويات الإنفاق لا كملاحظة عن الرسالة، لأن موضع الصرف هو ما تغيّر وليس طريقة الحديث عنه.

الأثر الاستراتيجي

على مستوى الموقع التنافسي، «فترات سداد أطول (مثلاً 6 أشهر بدلاً من 4)» هو الحقل الوحيد الذي يمكن الدفاع عن التفوق فيه، لأن المنافسين جميعاً يُقاسون بالمعيار نفسه. وعلى مستوى تجربة العميل، تثبيت الأداء هنا يحمي الإيراد أكثر من أي تحسين آخر، لأنه يدافع عن السبب الذي اختار العميل من أجله أصلاً.

ما هي التحسينات أو التطويرات التي تود رؤيتها في خدمات الشراء الآن والدفع لاحقاً في المنطقة؟ (اختر كل ما ينطبق)



الإجراءات الموصى بها

- 1 أضف مؤشر «فترات سداد أطول (مثلاً 6 أشهر بدلاً من 4)» إلى تقرير الإدارة الشهري بجانب مؤشرات الإيراد.
- 2 راجع تسعير العرض المرتبط بـ«إلغاء رسوم التأخير أو تخفيضها» قبل تجديد الالتزام السنوي.

الخلاصة التنفيذية ما يُنفق بعيداً عن «فترات سداد أطول (مثلاً 6 أشهر بدلاً من 4)» يُنفق على عامل لا يحسم شيئاً.

06

التركيب والتحليل الشامل

الرؤى الخمس الأساسية لإعادة تشكيل استراتيجيات التمويل الرقمي

الرؤى الخمس الأساسية لإعادة تشكيل استراتيجيات التمويل الرقمي

اعتماد كاسح لخدمات الشراء الآن والدفع لاحقاً
يتحول من أداة تمويل بديلة إلى معيار أساسي
لإتمام العمليات التجارية.

1

84%

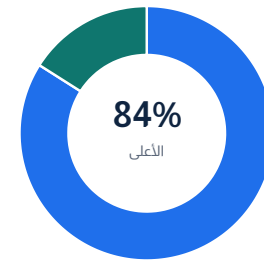
n = 100

هل سبق لك استخدام خدمات الشراء الآن والدفع لاحقاً (مثل تابي، تمارا)؟

84%

16%

نعم
لا



الرؤى الخمس الأساسية لإعادة تشكيل استراتيجيات التمويل الرقمي

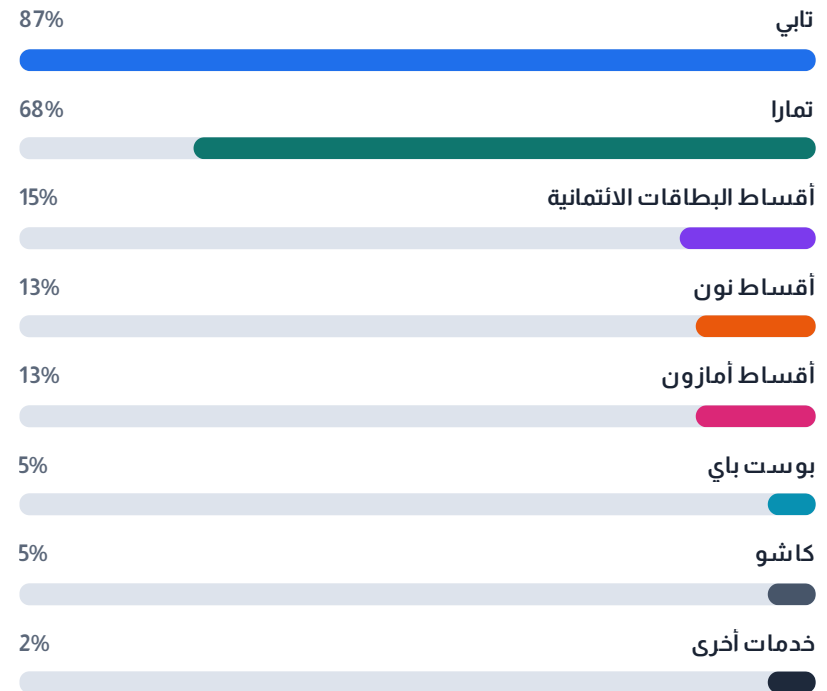
سوق التقسيط الرقمي يشهد احتكاراً ثنائياً شبه مطلق لصالح تابي و تمارا يهملش حلول البنوك والمتاجر المباشرة.

87%

n = 84

2

ما هي خدمات الشراء الآن والدفع لاحقاً التي استخدمتها؟ (اختر كل ما ينطبق)



الرؤى الخمس الأساسية لإعادة تشكيل استراتيجيات التمويل الرقمي

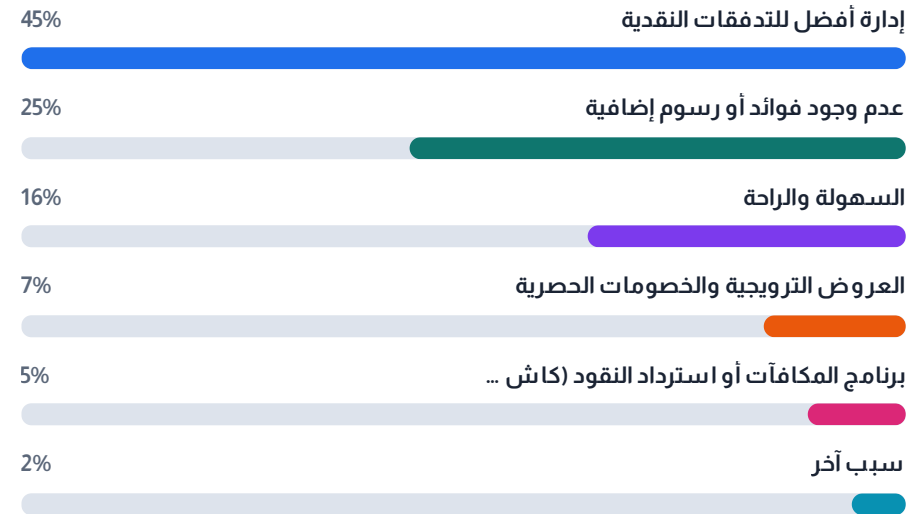
إدارة التدفقات النقدية تشكل المحرك الأكبر
للجمهور الإماراتي بينما تقود السهولة والراحة
خيارات المستهلك السعودي.

45%

n = 84

3

ما هو السبب الرئيسي لاستخدامك لخدمات الشراء الآن والدفع لاحقاً؟ دولة الإمارات العربية المتحدة



الرؤى الخمس الأساسية لإعادة تشكيل استراتيجيات التمويل الرقمي

تزايد وتيرة الشراء يرافقه ارتفاع ملموس في معدلات الضغط المالي والديون بين فئات الشباب.

37%

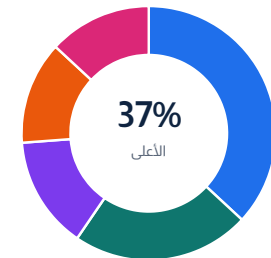
n = 84

4

إلى أي مدى توافق على العبارات التالية المتعلقة بخدمات الشراء الآن والدفع لاحقاً؟ - أدى استخدام هذه الخدمات إلى زيادة الضغوط المالية أو مستوى الديون لدي.

37%
23%
14%
13%
13%

أوافق
محايد
أعارض بشدة
أوافق بشدة
أعارض



الرؤى الخمس الأساسية لإعادة تشكيل استراتيجيات التمويل الرقمي

مطالبة عارمة بمرونة أكبر في جداول السداد لتجاوز نموذج الأربعة أشهر وإلغاء رسوم التأخير.

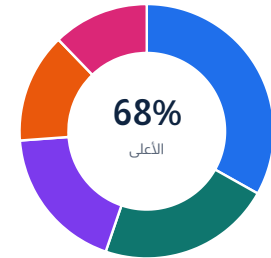
68%

n = 84

5

ما هي التحسينات أو التطويرات التي تود رؤيتها في خدمات الشراء الآن والدفع لاحقاً في المنطقة؟ (اختر كل ما ينطبق)

- 68% فترات سداد أطول (مثلاً 6 أشهر...)
- 45% إلغاء رسوم التأخير أو تخفيض...
- 38% نصائح للتوعية المالية وتنبئ...
- 29% دعم عملاء أفضل وحل أسرع للن...
- 25% الربط مع المزيد من المتاجر ...



07

التوصيات الاستراتيجية والتنفيذية

خارطة طريق تنفيذي لتعزيز القيمة وضبط المخاطر الائتمانية

خارطة طريق تنفيذي لتعزيز القيمة وضبط المخاطر الائتمانية

توصية 1

توسيع نطاق الائتمان الآمن

يجب على مقدمي خدمات الشراء الآن والدفع لاحقاً استكشاف نماذج ائتمانية مبتكرة تتجاوز مجرد تأجيل الدفع، مع التركيز على بناء سجل ائتماني إيجابي للمستخدمين، خاصة بين الشرائح الأصغر سناً (18-24 عاماً) الذين يظهرون استعداداً أكبر لتبني حلول مالية جديدة.

مرتبط بـ الشباب (18-24) أكثر انفتاحاً على بناء سجل ائتماني إيجابي عبر خدمات BNPL.

توصية 2

تعزيز الاستقرار المالي للمستهلك

توفير أدوات توعية مالية وتبصيرات استباقية حول حدود الإنفاق ضمن التطبيقات، استجابةً لطلب 38% من المستخدمين، سيخفف من المخاوف بشأن تراكم الديون (14% يشعرون بزيادة الضغوط المالية) ويعزز الثقة في استخدام الخدمة بشكل مسؤول.

مرتبط بـ تلبية طلب المستخدمين على التوعية المالية تقلل من مخاطر تراكم الديون.

توصية 3

تحسين تجربة السداد للمشتريات الكبرى

تلبية رغبة 68% من المستخدمين في فترات سداد أطول (6 أشهر فأكثر) سيفتح الباب أمام شراء سلع أكثر تكلفة (37% يوافقون بشدة على أن BNPL تتيح لهم شراء سلع أعلى تكلفة)، خاصة في فئات مثل الإلكترونيات والأزياء.

مرتبط بـ توسيع فترات السداد يحفز شراء السلع الأعلى تكلفة.

توصية 4

توطين الخدمات وتوسيع نطاقها

الربط مع المزيد من المتاجر المحلية، وخدمات الرعاية الصحية، والخدمات الحكومية، كما يطالب به 25% من المستخدمين، سيعزز من اندماج خدمات الشراء الآن والدفع لاحقاً في النسيج الاقتصادي اليومي، مما يزيد من ولاء العملاء وقيمتهم.

مرتبط بـ توسيع الشراكات المحلية يزيد من دمج BNPL في الحياة اليومية.

شكراً لكم

هذا يختتم التقرير البحثي التنفيذي. نأمل أن تساعدكم هذه الرؤى على اتخاذ قرارات أوضح.

خريطة تحولات الشراء الآن والدفع لاحقاً في السعودية والإمارات

١٤ صفر ١٤٤٨ هـ

سنتينك · أبحاث المستهلك

sentink.com