

Еммануель Карсамер

Поінформованість про права споживачів банківських послуг у Гані

Метою статті є аналіз визначальних факторів поінформованості про права споживачів банківських продуктів та послуг у Гані. Опитування 569 клієнтів банків було проведене у містах Гани за допомогою структурованих анкет на основі шкали Лікерта. Для зручності з вибірки були виключені клієнти, які відмовилися від послуг універсальних банків. Для перевірки гіпотез було використано метод впорядкованого пробіту. Дослідження показало, що в той час як показники діяльності банків (тривалість та кількість відвідувань) і демографічні фактори (вік, сімейний стан, дохід) підвищують рівень поінформованості клієнтів про банківські продукти та послуги. Дослідження також показало, що у Гані освіта знижує цей рівень. Джерела інформації, такі як виставки та ярмарки банківських технологій, родина та мас-медіа, підвищують рівень поінформованості про права споживачів банківських послуг, однак персонал банків негативно впливає на рівень поінформованості. Надано рекомендації банками щодо звернення особливої уваги на джерела інформації, особливо персонал банків, брошури про банківські послуги, мас-медіа, виставки та ярмарки. Також, варто взяти до уваги сегмент клієнтів за віком та доходом при спробі підвищення рівня поінформованості про права споживачів банківських послуг для надання якісних послуг.

Ключові слова: права клієнтів, поінформованість про права, впорядкований пробіт, виставки, Гана, універсальний банк

Класифікація JEL: G21, D18



Стаття знаходиться у відкритому доступі і може розповсюджуватися на умовах ліцензії [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/) license, що дозволяє повторне використання, розповсюдження та відтворення, забороняє використання матеріалів у комерційних цілях та вимагає наявності відповідного посилання на оригінальну версію статті.

Эммануэль Карсамер

Поинформированность о правах потребителей банковских услуг в Гане

Целью статьи является анализ определяющих факторов поинформированности о правах потребителей банковских продуктов и услуг в Гане. Опрос 569 клиентов банков был проведен в городах Ганы при помощи структурированных анкет на основе шкалы Ликерта. Для удобства с выборки были исключены клиенты, отказавшиеся от услуг универсальных банков. Для проверки гипотез был использован метод упорядоченного пробита. Исследование показало, что в то время как показатели деятельности банков (длительность и количество посещений) и демографические факторы (возраст, семейное положение, доход) повышают уровень поинформированности клиентов о банковских продуктах и услугах. Исследование также показало, что в Гане образование снижает данный уровень. Источники информации, такие как выставки и ярмарки банковских технологий, семья и масс-медиа, повышают уровень поинформированности о правах потребителей банковских услуг, однако персонал банков негативно влияет на уровень поинформированности. Предоставлены рекомендации банкам касательно обращения особенного внимания на источники информации, особенно персонал банков, брошюры о банковских услугах, масс-медиа, выставки и ярмарки. Также, стоит принять во внимание сегмент клиентов по возрасту и доходу при попытке повышения уровня поинформированности о правах потребителей банковских услуг для предоставления качественных услуг.

Ключевые слова: права клиентов, поинформированность о правах, упорядоченный пробит, выставки, Гана, универсальный банк

Классификация JEL: G21, D18



Статья находится в открытом доступе и может распространяться на условиях лицензии [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/) license, что позволяет повторное использование, распространение и воспроизведение, запрещает использование материалов в коммерческих целях и требует наличия соответствующей ссылки на оригинальную версию статьи.