

Абдул Баширу Джибриль, Майкл Аду Квартенг, Мілослава Чованкова, Юрген Боде

## Чи перешкоджають соціально-економічні фактори здійсненню банківських операцій через Інтернет? Дані з Гани

Вчені довгий час роздумували над питанням прийняття онлайн-банківських операцій. Деякі з них зосереджені насамперед на мотиваційних факторах, що впливають на намір споживачів прийняти ці послуги (технології). Однак дуже мало робіт присвячено питанню стримуючих факторів, зокрема соціально-економічних, особливо в контексті країн Африки на південь від Сахари. Тому метою статті є заповнення цієї прогалини шляхом оцінки соціально-економічних факторів, що перешкоджають здійсненню електронних банківських операцій серед клієнтів роздрібних банків Гани, та вивчення помірного впливу досвіду роботи з Інтернетом на фактори, що перешкоджають впровадженню Інтернет-банкінгу в країні. Для отримання даних з двох провідних банків Гани використано кількісний підхід. З 450 розповсюджених анкет 393 були придатними для вивчення. Дані аналізувалися за допомогою PLS-SEM (часткові найменші квадрати та моделювання структурними рівняннями). Результати показали, що відчутний розрив у знаннях та ціна на цифрові пристрої мали особливо важливий вплив на наміри клієнтів банків Гани користуватись електронним банкінгом. Крім того, досвід клієнтів (частота користування Інтернетом), як модератор-змінна, суттєво впливає на взаємозв'язок між сприйнятим розривом у знаннях та наміром користуватися послугами електронного банкінгу, а також між фінансовими виплатами та намірами користуватись банківськими послугами онлайн. У роботі обговорюються результати та пропонуються напрямки для подальших досліджень.

**Ключові слова:** фінансові технології, Інтернет-банкінг, клієнти банків, обмеження, умовна змінна, банки Гани  
**Класифікація JEL:** M01, M02, M21, O33



Стаття знаходиться у відкритому доступі і може розповсюджуватися на умовах ліцензії [Creative Commons Attribution 4.0 International](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) license, що дозволяє необмежене повторне використання, розповсюдження та відтворення на будь-якому носії за умови наявності відповідного посилання на оригінальну версію статті.

Абдул Баширу Джибриль, Майкл Аду Квартенг, Мілослава Чованкова, Юрген Боде

## Препятствуют ли социально-экономические факторы осуществлению банковских операций через Интернет? Данные из Ганы

Ученые долгое время размышляли над вопросом принятия онлайн-банковских операций. Некоторые из них сосредоточены прежде всего на мотивационных факторах, влияющих на намерение потребителей принять эти услуги (технологии). Однако очень мало работ, посвященных вопросу сдерживающих факторов, в частности социально-экономических, особенно в контексте стран Африки, расположенных к югу от Сахары. Поэтому цель статьи – восполнить этот пробел путем оценки социально-экономических факторов, препятствующих осуществлению электронных банковских операций среди клиентов розничных банков Ганы, и изучения умеренного влияния опыта работы с Интернетом на факторы, которые мешают внедрению Интернет-банкннга в стране. Для получения данных из двух ведущих банков Ганы использован количественный подход. Из 450 распространенных анкет 393 были пригодны для изучения. Данные анализировались с помощью PLS-SEM (частичные наименьшие квадраты и моделирование структурными уравнениями). Результаты показали, что ощутимый разрыв в знаниях и цена цифровых устройств оказывают существенное влияние на намерения клиентов банков Ганы пользоваться электронным банкингом. Кроме того, опыт клиентов (частота пользования Интернетом), как модератор-переменная, существенно влияет на взаимосвязь между воспринимаемым разрывом в знаниях и намерением пользоваться услугами электронного банкиннга, а также между финансовыми выплатами и намерениями пользоваться банковскими услугами онлайн. В работе обсуждаются результаты и предлагаются направления для дальнейших исследований.

**Ключевые слова:** финансовые технологии, Интернет-банкннг, клиенты банков, ограничения, условная переменная, банки Ганы

**Классификация JEL:** M01, M02, M21, O33



Статья находится в открытом доступе и может распространяться на условиях лицензии [Creative Commons Attribution 4.0 International](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) license, что позволяет неограниченное повторное использование, распространение и воспроизведение на любом носителе при условии наличия соответствующей ссылки на оригинальную версию статьи.