

Чинники, що впливають на намір клієнтів використовувати чат-боти в банківському секторі

Метою дослідження є аналіз чинників, що впливають на схильність клієнтів використовувати чат-боти для банківських послуг. У статті використана модель прийняття технології та моделювання структурних рівнянь для вивчення чинників, що впливають на готовність споживачів користуватися послугами чат-ботів. За допомогою опитування оцінені різні детермінанти, включно зі сприйнятою корисністю, сприйнятою простотою використання, довірою, міркуванням щодо конфіденційності та задоволеністю клієнтів. Дані були зібрані від 250 клієнтів банків у регіоні Бомбей, Індія, протягом онлайн-опитування за допомогою методу випадкової вибірки. Зібрані дані були проаналізовані за допомогою IBM SPSS AMOS. Це дослідження визначає технологічні аспекти чат-ботів у банківському секторі, такі як користувальницький інтерфейс, вміст, безпека та зручність, які впливають на рішення клієнтів щодо застосування цієї інноваційної технології. Результати аналізу виявили коефіцієнти шляху, що вказують на значущий взаємозв'язок між інформаційною безпекою та сприйнятою корисністю ($\beta = 0,286$; $p = 0,005$) та між сприйнятою корисністю та наміром використання ($\beta = 0,489$; $p < 0,001$). Крім того, коефіцієнти шляху для дизайну, безпеки та сприятливих умов становили $\beta = 0,281$, $\beta = 0,193$ та $\beta = 0,136$ відповідно, усі з яких мали майже однакове значення в дослідженні. Взаємозв'язки між змінними коливалися від 0,346 до 0,854 і були статистично значущими. У банківському секторі на намір клієнтів використовувати чат-боти впливають зручність, ефективність, довіра та персоналізований досвід. Клієнти, швидше за все, скористаються чат-ботами, якщо вони надають безперебійну підтримку та індивідуальні рішення, що в кінцевому підсумку підвищує задоволеність клієнтів та їхнє залучення.

Ключові слова: дизайн, інформація, безпека, сприятливі умови, чат-бот, намір

Класифікація JEL: M30, M31



Стаття знаходиться у відкритому доступі і може розповсюджуватися на умовах ліцензії Creative Commons Attribution 4.0 International license, що дозволяє необмежене повторне використання, розповсюдження та відтворення на будь-якому носії за умови наявності відповідного посилання на оригінальну версію статті.