

Бара Валід Рабаба, Азваді Алі, Аль Монтасер Мохаммад

Розуміння впровадження мобільного банкінгу через модель прийняття технологій: дані з Йорданії

У статті досліджується питання використання мобільного банкінгу в Йорданії та аналізуються фактори, які впливають на його впровадження через модель прийняття технологій (ТАМ). Досліджується поведінка користувачів нових банківських технологій і опір їх прийняттю, з наголосом на таких факторах, як легкість використання, корисність, вартість, соціальний вплив і довіра. Зручну вибірку було використано через обмеження конфіденційності та відсутність надійної бази даних клієнтів. 498 осіб заповнили структуровану анкету, з них 437 дали достовірні відповіді (87,8%). З використанням 5-бальної шкали Лайкерта оцінено демографічні дані респондентів та їхні думки стосовно впровадження мобільного банкінгу. Відповіді було проаналізовано за допомогою програмного забезпечення SmartPLS. Результати показали, що сприйняття корисності є ключовим показником готовності населення Йорданії використовувати мобільний банкінг. Передбачуваний ризик також позитивно впливає на використання мобільного банкінгу, тоді як передбачувана простота використання є помірною, але значною перешкодою для впровадження. Сприймана легкість використання також має значний вплив на сприйняту корисність, яка опосередковує її вплив на прийняття. Хоча соціальний вплив відіграє важливу роль у прийнятті мобільних банківських послуг, довіра не має безпосереднього впливу на намір користуватися цими послугами.

Ключові слова: модель прийняття технологій, прийняття мобільного банкінгу, SmartPLS, Йорданія

Класифікація JEL: M21, G21



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.