

Марко ван Девентер, Наташа де Клерк, Айеша Беван-Діе

## Передумови ставлення та споживчої поведінки студентів покоління міленіалів як користувачів мобільних банківських послуг

Незважаючи на переваги мобільних банківських послуг разом з позитивним ефектом від поширення мобільного зв'язку, використання мобільних телефонів для здійснення банківських операцій та доступу до фінансової інформації не є таким поширеним, як очікувалося. Значна кількість студентів покоління міленіалів є прибутковим сегментом ринку для роздрібних банків. Однак, у Південній Африці, більшість користувачів мобільних банківських послуг серед студентів покоління міленіалів не є вивченою. Розуміння передумов, що позитивно впливають на ставлення та споживчу поведінку студентів покоління міленіалів, як користувачів мобільних банківських послуг, допоможе роздрібним банкам у їх спробі розширити бізнес та розробити ефективні маркетингові стратегії для споживачів цього покоління і, таким чином, підвищити рівень користування мобільним зв'язком. Таким чином, метою цього дослідження є розвиток моделі впровадження технологій та визначення впливу легкості використання, відносних переваг, суб'єктивних норм, поведінкового контролю, цілісності та якості систем мобільних банківських послуг на ставлення та споживчу поведінку студентів покоління міленіалів у Південній Африці як користувачів мобільних банківських послуг. У процесі емпіричного дослідження, були заповнені анкети за допомогою методу не випадкової вибірки 334 респондентами з числа студентів, зареєстрованих у трьох студмістечках державних університетів Південної Африки, розташованих у провінції Гаутенг. Дані були проаналізовані за допомогою кореляційного аналізу та структурного моделювання рівнянь. Результати дослідження свідчать про те, що в той час як легкість користування, цілісність та якість систем прогнозують споживчу поведінку студентів покоління міленіалів як користувачів мобільних банківських послуг, суб'єктивні норми, поведінковий контроль та відносна перевага мобільних банківських послуг прогнозує ставлення до них, що, в свою чергу, прогнозує поведінку студентів як користувачів мобільних банківських послуг.

**Ключові слова:** ставлення до мобільних банківських послуг, поведінка користувачів мобільних банківських послуг, модель впровадження технологій, студенти покоління міленіалів, Південна Африка.

**Класифікація JEL:** G20, M31, O30.



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.

---

Марко ван Девентер, Наташа де Клерк, Айеша Беван-Діе

## Предпосылки отношения и потребительского поведения студентов поколения миллениалов как пользователей мобильных банковских услуг

Несмотря на преимущества мобильных банковских услуг вместе с положительным эффектом от распространения мобильной связи, использование мобильных телефонов для осуществления банковских операций и доступа к финансовой информации является не таким распространенным, как ожидалось. Значительное количество студентов поколения миллениалов является прибыльным сегментом рынка для розничных банков. Однако, в Южной Африке, большинство пользователей мобильных банковских услуг среди студентов поколения миллениалов не изучено. Понимание предпосылок, положительно влияющих на отношение и потребительское поведение студентов поколения миллениалов как пользователей мобильных банковских услуг, поможет розничным банкам в их попытке расширить бизнес и разработать эффективные маркетинговые стратегии для потребителей данного поколения и, таким образом, повысит уровень пользования мобильной связью. Таким образом, целью данного исследования является развитие модели внедрения технологий и определение влияния легкости использования, относительных преимуществ, субъективных норм, поведенческого контроля, целостности и качества систем мобильных банковских услуг на отношение и потребительское поведение студентов поколения миллениалов в Южной Африке как пользователей мобильных банковских услуг. В процессе эмпирического исследования, были заполнены анкеты с помощью метода неслучайной выборки 334 респондентами с числа студентов, зарегистрированных в трех студгородках государственных университетов Южной Африки, находящихся в провинции Гаутенг. Данные были проанализированы с помощью корреляционного анализа и структурного моделирования уравнений. Результаты исследования свидетельствуют о том, что, в то время как легкость использования, целостность и качество систем прогнозируют потребительское поведение студентов поколения миллениалов как пользователей мобильных банковских услуг, субъективные нормы, поведенческий контроль и относительное преимущество мобильных банковских услуг прогнозирует отношение к ним, что, в свою очередь, прогнозирует поведение студентов как пользователей мобильных банковских услуг.

**Ключевые слова:** отношение к мобильным банковским услугам, поведение пользователей мобильных банковских услуг, модель внедрения технологий, студенты поколения миллениалов, Южная Африка.

**Классификация JEL:** G20, M31, O30.



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.