

Article

An Empirical Study of Fintech User Behavior Based on the Technology Acceptance Model (TAM)Uchral Munkhjargal^{1*}¹ Department of Economics, School of Economics and Business, International University of Ulaanbaatar, Ulaanbaatar, Mongolia*Corresponding author: uchral.m@ulaanbaatar.edu.mn <https://orcid.org/0009-0001-5662-7772>

Received: 01 November 2025**Accepted: 12 December 2025****Published online: 31 December 2025**

Abstract

This study aims to identify the economic impact of artificial intelligence (AI)-based fintech applications, specifically mobile lending apps, by examining the factors influencing users' attitudes, behavioral intentions, and actual usage. A random sample of 167 users was surveyed, and the data were analyzed using SPSS 25 through correlation, regression, and mediation analyses. The results reveal that perceived ease of use (PEOU) significantly and positively affects perceived usefulness (PU) ($\beta = 0.358$, $p < 0.001$), while perceived usefulness (PU) influences attitude toward use (ATU) ($\beta = 0.258$, $p < 0.001$). Attitude toward use (ATU) has the strongest impact on behavioral intention (BI) ($\beta = 0.706$, $p < 0.001$), whereas the effect of behavioral intention on actual use (AU) is weak and statistically insignificant ($p > 0.05$). These findings indicate that even when users hold a positive attitude toward technology, external factors such as trust, perceived risk, and financial capability play a crucial role in converting intention into actual behavior. The study contributes to understanding user acceptance of AI-driven fintech services from an economic perspective and provides practical implications for enhancing user engagement, trust, and sustainable adoption of mobile lending platforms in emerging markets.

Keywords: Artificial intelligence, Fintech, Mobile lending applications, Technology Acceptance Model (TAM), Attitude toward use, User behavior



© 2025, Author(s). CC BY-NC 4.0. This license enables reusers to distribute, remix, adapt, and build upon the material in any medium or format for noncommercial purposes only, and only so long as attribution is given to the creator.

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>

ТАМ загварын хүрээнд финтек хэрэглэгчдийн зан төлөвийг судлах нь

Мөнхжаргалын Учрал¹

¹ Олон Улсын Улаанбаатарын Их Сургууль, Эдийн засаг, бизнесийн сургууль, Эдийн засгийн тэнхим, Улаанбаатар хот, Монгол Улс

Хураангуй

Энэхүү судалгааны зорилго нь хиймэл оюун ухаанд суурилсан финтек үйлчилгээ, ялангуяа мобайл зээлийн аппликейшний хэрэглэгчийн хандлага, зан төлөв болон бодит хэрэглээнд нөлөөлөх хүчин зүйлсийг тодорхойлох явдал юм. Судалгаанд санамсаргүй түүврийн аргаар сонгогдсон 167 хэрэглэгчийг хамруулж, асуумжийн аргаар өгөгдөл цуглуулсан бөгөөд өгөгдлийг SPSS 25 программ ашиглан хамаарлын шинжилгээ, регрессийн шинжилгээ болон дам нөлөөний шинжилгээгээр үр дүнг боловсруулсан.

Шинжилгээний үр дүнгээс харахад технологийг ашиглахад хялбар гэж үзэх ойлголт (PEOU) нь технологийг ашигтай гэж үнэлэх ойлголт (PU) статистикийн хувьд ач холбогдол бүхий эерэг нөлөө үзүүлсэн ($\beta = 0.358$, $p < 0.001$). Мөн технологийг ашигтай гэж үнэлэх ойлголт (PU) нь ашиглах хандлагад (ATU) эерэг нөлөө үзүүлсэн байна ($\beta = 0.258$, $p < 0.001$). Харин ашиглах хандлага (ATU) нь зан төлөвийн зорилгод (BI) хамгийн хүчтэй нөлөө үзүүлсэн ($\beta = 0.706$, $p < 0.001$) бол зан төлөвийн зорилго нь бодит хэрэглээнд (AU) үзүүлэх нөлөө сул бөгөөд статистикийн хувьд ач холбогдолгүй гарсан ($p > 0.05$).

Эдгээр үр дүн нь хэрэглэгчид технологид эерэг хандлагатай байсан ч итгэлцэл, хүлээгдэж буй эрсдэл, санхүүгийн боломж зэрэг гадаад хүчин зүйлс нь хэрэглэх зорилгыг бодит хэрэглээнд шилжүүлэхэд чухал үүрэгтэйг харуулж байна. Судалгааны үр дүн нь хиймэл оюунд суурилсан финтек үйлчилгээний хэрэглэгчийн зан төлөвийг эдийн засгийн үүднээс ойлгоход хувь нэмэр оруулахын зэрэгцээ мобайл зээлийн аппликейшний хэрэглээг тогтвортой нэмэгдүүлэхэд чиглэсэн практик зөвлөмжийг дэвшүүлж байна.

Түлхүүр үг: хиймэл оюун ухаан, финтек, зээлийн аппликейшн, технологийг хүлээн авах загвар (tam), ашиглах хандлага, хэрэглэгчийн зан төлөв,

Оршил

Санхүүгийн технологийн (финтек) хөгжил нь хэрэглэгчийн зээлийн үйлчилгээний хэлбэрийг эрс өөрчилж, гар утасны аппликейшн ашиглан зээл авах боломжийг бий болгож байна. Энэ нь хэрэглэгчдэд богино хугацаанд зээл авах, банкны салбарт очихгүйгээр шийдвэр гаргуулах, үйл явцыг автоматжуулах зэрэг давуу талыг олгодог. Гэсэн хэдий ч хэрэглэгч технологийг хэрхэн хүлээн авч, бодитоор ашиглах нь олон хүчин зүйлээс хамаардаг.

Энэхүү судалгаанд технологийн хүлээн зөвшөөрлийн загвар (Technology Acceptance Model, TAM)-ыг ашиглан хэрэглэгчийн хандлага, итгэлцэл, зан төлөв, бодит хэрэглээний уялдаа холбоог судалсан. Монгол Улсад финтек үйлчилгээний хэрэглээ хурдацтай нэмэгдэж байгаа боловч хэрэглэгчийн итгэлцэл, эрсдэлийн мэдрэмж, бодит хэрэглээний зан төлөвийн талаарх судалгаа дутмаг байна. Мөн түүнчлэн финтек хэрэглэгчдийн зан төлөвийг TAM загвараар эмпирик байдлаар судалсан ажил хомс тул энэ судалгаа уг орон зайг нөхөх онол практикийн ач холбогдолтой гэж үзэв. Иймд энэхүү судалгаагаар хиймэл оюун ухаанд суурилсан зээлийн аппликейшний хэрэглээний эдийн засгийн үр нөлөө, хэрэглэгчийн хандлага ба зан төлөвийн хоорондын хамаарлыг тодорхойлж, технологийн хэрэглээний зан төлөвт нөлөөлөх гол хүчин зүйлсийг илрүүлэхийг зорьсон.

1. Онолын үндэслэл

Орчин үеийн технологийн хэрэглээний сэтгэлзүй болон хэрэглэгчийн зан төлөвийг тайлбарлахад хамгийн өргөн ашиглагддаг онолын нэг нь Технологийг хүлээн авах загвар (Technology Acceptance Model, TAM) юм. Энэхүү загварыг Davis (1989) мэдээллийн технологийн хэрэглэгчдийн хандлага, шийдвэр гаргах зан төлөвийг тайлбарлах зорилгоор боловсруулсан бөгөөд Үйлдэл төлөвлөлтийн онол (Theory of Planned Behavior) болон Ухамсарт зан төлөвийн онол (Theory of Reasoned Action)-ын суурь ойлголтод тулгуурладаг.

TAM загвар нь хэрэглэгчийн шинэ технологийг хүлээн авах зан төлөвийг хоёр үндсэн хувьсагчаар тодорхойлдог гэж үздэг. Үүнд:

1. Perceived Usefulness (PU) – тухайн технологийг ашигласнаар ажлын гүйцэтгэл, үр ашиг сайжирна гэж хэрэглэгчийн итгэж буй түвшин,
2. Perceived Ease of Use (PEOU) – технологийг хэрэглэхэд төвөггүй, ойлгомжтой, нэмэлт хүчин чармайлт шаардахгүй гэж үзэх ойлголт юм (Davis, 1989).

Эдгээр хувьсагч нь дараа дараагийн зан төлөвийн сэдлийг тодорхойлдог Attitude Toward Use (ATU) буюу технологийг ашиглах талаарх сэтгэлзүйн хандлага, түүнээс улбаалсан Behavioral Intention to Use (BI) буюу ашиглах зорилгыг бүрдүүлж, эцэст нь Actual Use (AU) буюу бодит хэрэглээнд хүргэдэг гэж тайлбарладаг (Davis, 1989).

Davis (1989) TAM загварыг боловсруулснаар дараах гурван гол хамаарлыг тодорхойлсон. Үүнд:

- Технологийн хялбар байдал (PEOU) нь хэрэглэгчийн ашигтай гэж үзэх ойлголт (PU)-д эерэг нөлөөтэй,
- Ашигтай гэж үзэх ойлголт (PU) нь хандлага (ATU) болон ашиглах зорилго (BI)-д нөлөөлдөг,
- Хандлага (ATU) нь ашиглах зан төлөв (BI)-ийн гол тодорхойлогч болдог.

Дараа нь Venkatesh and Davis (2000) TAM загварыг өргөтгөн “TAM2” хувилбарыг санал болгосон бөгөөд хэрэглэгчийн ойлголт, хүлээлтэд нийгмийн нөлөө, ажлын холбогдол, үр ашгийн мэдрэмж, үр дүнгийн итгэл зэрэг шинэ хувьсагчдыг оруулсан. Харин дараагийн үе шатанд Venkatesh et al. (2003) “Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)” загварыг боловсруулж, TAM-ийн үндсэн элементүүдийг зан төлөвийн илүү өргөн хүрээтэй загварт нэгтгэсэн.

Финтек технологийн хэрэглээнд TAM загвар онцгой ач холбогдолтой. Учир нь финтек үйлчилгээ нь хэрэглэгчийн итгэлцэл, эрсдэлийн мэдрэмж, санхүүгийн хандлага, мэдээллийн аюулгүй байдлын итгэлцэл зэрэг хүчин зүйлсээр хүчтэй нөхцөлддөг. Venkatesh and Bala (2008) TAM3 загварт эдгээр хүчин зүйлсийг нэмэлт хувьсагч болгон оруулснаар технологийн хүлээн зөвшөөрөлт нь зөвхөн системийн техникийн шинж чанараас бус, хэрэглэгчийн дотоод итгэл, хүлээлтэд тулгуурладаг болохыг харуулсан.

Финтек аппликейшнийг хэрэглэгч технологийн хувьд хялбар гэж үзэж болох ч мэдээллийн аюулгүй байдал, хувийн өгөгдлийн хамгаалалт, зээлийн шийдвэр гаргах алгоритмын итгэлцэл зэрэг хүчин зүйлс бодит хэрэглээг хязгаарлаж байдаг. Иймд TAM загварын үндсэн хувьсагчдыг ашиглан хэрэглэгчийн ойлголт (PEOU, PU), хандлага (ATU), зан төлөв (BI), бодит хэрэглээ (AU) хоорондын уялдаа хамаарлыг тодорхойлох нь Монголын нөхцөлд технологийн хэрэглээг эдийн засгийн үүднээс тайлбарлах онолын болон практик ач холбогдолтой юм.

Ийнхүү ТАМ загвар нь технологийн хэрэглээний зан төлөвийг судлахад суурь онол болж, хэрэглэгчийн хандлага, сэтгэлзүй, итгэлцлийн динамикийг тоон өгөгдлөөр тодорхойлох боломж олгодог.

1.2 ТАМ загварын үндсэн хувьсагчдын хураангуй

Хүснэгт.1 Хувьсагчдын тодорхойлолт

Хувьсагчийн нэр	Тэмдэглэгээ	Төрөл	Онолын утга, тайлбар
Хүлээгдэж буй хэрэглэхэд хялбар байдал	PEOU	Үл хамаарах	Хэрэглэгч технологийг ашиглах үйл явц хялбар, ойлгомжтой, төвөг багатай гэж үзэх итгэлцэл. Энэ нь хэрэглэгчийн итгэл ба аюулгүй байдлын мэдрэмжийг бий болгодог.
Хүлээгдэж буй ашигт байдал	PU	Үл хамаарах	Хэрэглэгч технологийг ашигласнаар ажлаа илүү үр дүнтэй, хурдан, хялбар гүйцэтгэнэ гэж үзэх ойлголт.
Ашиглах хандлага	ATU	Үл хамаарах	Хэрэглэгчийн технологийг ашиглах талаарх сэтгэлзүйн эерэг эсвэл сөрөг хандлага. Энэ нь тухайн технологийг хэрэглэх хүсэлд шууд нөлөөлнө.
Ашиглах зорилго	BI	Зуучлагч	Хэрэглэгч технологийг ирээдүйд ашиглах, хэрэглээг үргэлжлүүлэх шийдвэр гаргах хандлага.
Бодит хэрэглээ	AU	Хамаарах	Технологийг бодитоор ашигласан давтамж, хэрэглээний тоо ба хугацааг илэрхийлэх үзүүлэлт.

1.3 ТАМ загварын дотоод хамаарлын бүтэц

ТАМ загварын дотоод хамаарлыг дараах функц хэлбэрээр илэрхийлж болно:

$$PU = f(PEOU) \quad (1)$$

$$ATU = f(PU, PEOU) \quad (2)$$

$$BI = f(ATU) \quad AU = f(BI) \quad (3)$$

2. Судалгааны арга зүй

Судалгаанд 167 хэрэглэгчийг санамсаргүй түүврийн аргаар хамруулж, 5 шатлалт Лайкертын үнэлгээтэй асуумжийг ашиглаж Google forms ашиглан цуглуулав. Судалгааны өгөгдлийг SPSS Statistics 25.0 програм ашиглан боловсруулж, дараах шинжилгээг хийв:

- Найдвартай байдлын шинжилгээ (Cronbach's Alpha),
- Хамаарлын шинжилгээ (Pearson Correlation),
- Шугаман регрессийн шинжилгээ,
- Дам нөлөөний шинжилгээ (Mediation analysis).

Судалгааны хүрээнд дараах таван үндсэн таамаглалыг дэвшүүлэв.

H1: Технологийг ашиглахад хялбар гэж үзэх ойлголт (PEOU) нь ашигтай гэж үзэх ойлголт (PU)-д эерэгээр нөлөөлнө.

Өөрөөр хэлбэл, хэрэглэгч аппликэйшнийг ойлгомжтой, төвөг багатай гэж үзэх тусам түүнийг илүү хэрэгтэй, үр ашигтай гэж үзэх хандлага нэмэгдэнэ.

H2: Ашигтай гэж үзэх ойлголт (PU) нь ашиглах хандлага (ATU)-д эерэгээр нөлөөлнө.

Технологийг үр ашигтай гэж итгэх хэрэглэгчид аппликэйшнийг хэрэглэх хүсэлтэй, эерэг хандлагатай байх хандлагатай.

H3: Ашиглах хандлага (ATU) нь ашиглах зан төлөвийн зорилго (BI)-д эерэгээр нөлөөлнө.

Өөрөөр хэлбэл, хэрэглэгчийн технологид хандсан сэтгэлзүйн эерэг хандлага нь бодит ашиглах шийдвэр гаргах магадлалыг нэмэгдүүлнэ.

H4: Ашиглах зорилго (BI) нь бодит хэрэглээ (AU)-д эерэгээр нөлөөлнө.

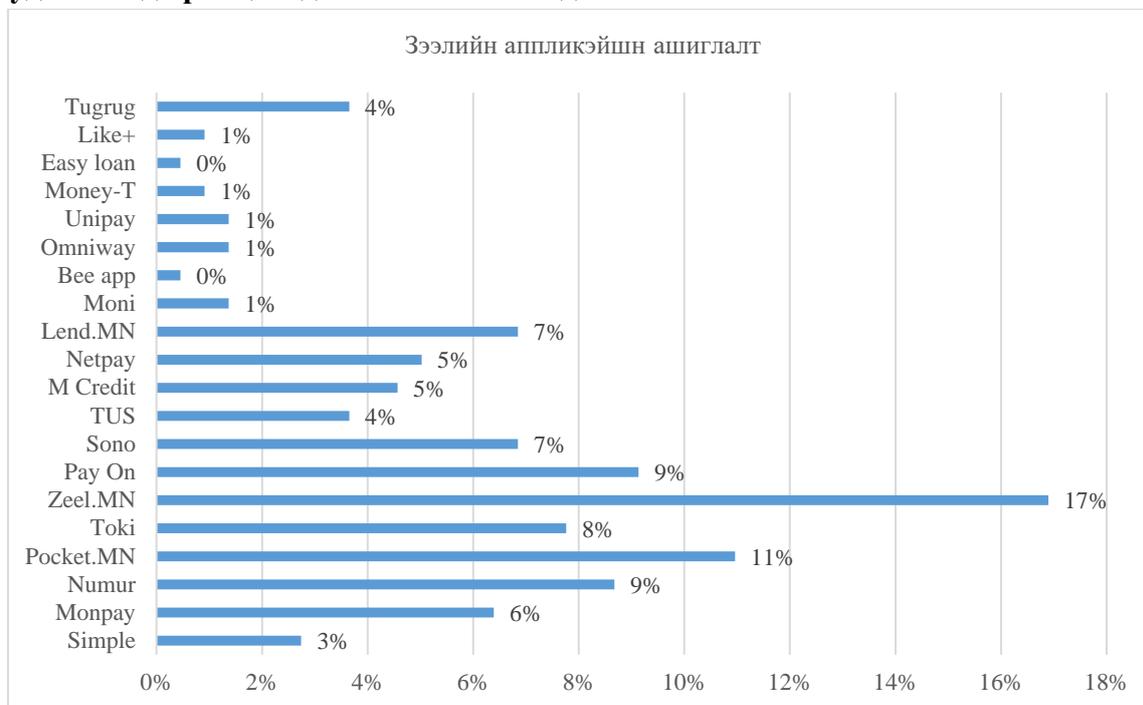
Энэ нь хэрэглэгчийн технологийг ашиглах шийдвэр нь бодит хэрэглээний түвшинд хүрэх хандлагыг илэрхийлнэ.

H5: Ашигтай гэж үзэх ойлголт (PU) нь ашиглах зан төлөвийн зорилго (BI)-д шууд нөлөөлөл үзүүлж болзошгүй.

Энэ нь хэрэглэгч технологийг ашигтай гэж үзэх нь зөвхөн хандлагаар дамжин бус, шууд ашиглах шийдвэрт нөлөөлөх боломжтойг илтгэнэ.

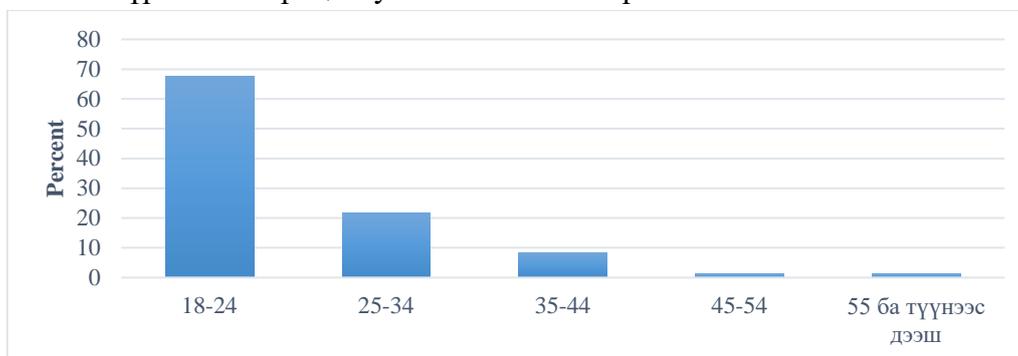
3. Судалгааны үр дүн ба хэлэлцүүлэг

3.1 Судалгаанд оролцогчдын статистик мэдээлэл



Зураг 1. Судалгаанд оролцогчдын зээлийн аппликэйшн ашиглалтын хувь

Зээлийн апп ашиглалтын олон сонголттой асуултын үр дүнд нийт оролцогчдын дунд Zeel.MN (17%), PocketMN (11%), Numur (9%), PayOn (9%), Toki (8%), Netpay (7%) зэрэг аппууд хамгийн өргөн хэрэглэгдэж буй нь харагдаж байна. Харин Omniway, Money-T, Easy Loan зэрэг зарим аппуудын ашиглалт 1%-иас доош түвшинд байгаагаас хэрэглэгчдэд танигдалт болон хүртээмж харьцангуй бага байгааг харж байна.



Зураг 2. Судалгаанд оролцогчдын насны бүлгийн харьцаа

Судалгаанд оролцогчдын дийлэнхийг 18–24 насныхан эзэлж байгаа бөгөөд нийт хувьцааны 67.66%-ийг бүрдүүлсэн нь зээлийн аппликэйшн ашиглалт залуу хэрэглэгчдийн дунд илүү түгээмэл байгааг харуулж байна. Үүний дараагаар 25–34 насны бүлэг 21.56 байна энэ нь дунд

залуу насныхан мөн идэвхтэй оролцогч байгааг илтгэнэ. Харин 35–44 насныхан 8.38%, 45–54 болон 55 ба түүнээс дээш насныхан тус бүр 1.2%-тай гарсан нь ахмад насны хэрэглэгчид зээлийн апп ашиглах нь харьцангуй бага түвшинд байгааг илэрхийлж байна.

3.1 Найдвартай байдлын шинжилгээ

Хүснэгт 2. Хувьсагчдын найдвартай байдлын үзүүлэлт (Cronbach's Alpha)

№	Хувьсагч	Асуултын тоо	Cronbach's Alpha	Найдвартай байдлын түвшин
1	Ашиглах хялбар байдал (PEOU)	8	0.909	Маш сайн
2	Ашигтай гэж үзэх ойлголт (PU)	8	0.897	Маш сайн
3	Ашиглах хандлага (ATU)	6	0.865	Өндөр
4	Ашиглах зорилго (BI)	6	0.886	Өндөр

Судалгаанд ашигласан бүх хувьсагчийн найдвартай байдлын түвшин 0.86–0.91 хооронд, найдвартай байдлын түвшин өндөр үзүүлэлттэй гарсан.

3.2 Хамааралын шинжилгээ

Хувьсагчид интервал хэмжигдэхүүнээр хэмжигдсэн тул тэдгээрийн хоорондын хамаарлыг Pearson-ийн хамаарлын коэффициентоор хэмжив.

Хүснэгт 3. Хувьсагчдын хамаарлын шинжилгээ

Хамааралтай хувьсагчид	Pearson r	p-утга	Хамаарлын түвшин	Тайлбар
PEOU → PU	0.558	0.000	Хүчтэй	Хялбар байдал нь ашигтай гэж үзэх ойлголтыг нэмэгдүүлдэг
PU → ATU	0.541	0.000	Хүчтэй	Ашигтай гэж үзэх нь хандлагад нөлөөлнө
ATU → BI	0.770	0.000	Маш хүчтэй	Хандлага нь зан төлөвийн зорилтыг тодорхойлно
BI → AU	0.204	0.021	Сул	Ашиглах зорилт бодит хэрэглээнд нөлөөлнө

Pearson-ийн хамаарлын шинжилгээний үр дүнгээс харахад бүх үндсэн хувьсагчдын хоорондын уялдаа холбоо эерэг ба статистикийн хувьд ач холбогдолтой ($p < 0.05$) гарсан нь хэрэглэгчийн технологийг хүлээн авах зан төлөвийн дараалал онолын хувьд бодит байдлаар батлагдаж байгааг илтгэж байна. Өөрөөр хэлбэл, хэрэглэгч технологийг хэрэглэхэд хялбар гэж үзэх тусам ашигтай гэж хүлээн зөвшөөрөх, улмаар эерэг хандлагатай болж, бодит хэрэглээний шийдвэр гаргах сэдэл нэмэгдэж байна.

3.3 Олон хүчин зүйлийн регрессийн шинжилгээ

Судалгаанд TAM загварын үндсэн хамаарлуудыг тус тусад нь олон хүчин зүйлийн шугаман регрессийн аргаар үнэлсэн. Загваруудын тайлбарлах чадвар (R^2) 0.29 – 0.59 хооронд гарсан нь дунд түвшний тайлбарлах чадвартай болохыг илтгэнэ.

Хүснэгт 4. Олон хүчин зүйлийн регрессийн шинжилгээний үр дүн

Хамаарал	Статистик загварын тэгшитгэл	p	R ²	Үр дүн
Загвар 1: PEOU → PU	$PU = 1.849 + 0.358 \times PEOU + \epsilon$	0.000	0.311	Хялбар байдал нь ашигт байдлыг нэмэгдүүлдэг
Загвар 2: PU → ATU	$ATU = -0.445 + 0.258 \times PU + 0.075 \times PEOU + \epsilon$	0.000	0.294	Ашигт байдал нь хандлагад эерэг нөлөөтэй
Загвар 3: ATU → BI	$BI = -0.221 + 0.798 \times ATU + \epsilon$	0.000	0.592	Хамгийн хүчтэй нөлөөтэй
Загвар 4: BI → AU	$AU = \alpha + 0.204 \times BI + \epsilon$	0.021	0.041	Сул боловч статистикийн ач холбогдолтой

- Загвар 1–3 нь статистикийн хувьд өндөр ач холбогдолтой ($p < 0.001$) ба хэрэглэгчийн ойлголт, хандлагын дараалсан нөлөөллийг баталж байна.
- Загвар 4 нь зан төлөвөөс бодит хэрэглээнд шилжихэд гадаад хүчин зүйлс (итгэлцэл, эрсдэлийн мэдрэмж) нөлөөлж байгааг харуулсан.

— $R^2 = 0.592$ бүхий ATU → BI загвар хамгийн сайн тохиролтой бөгөөд хэрэглэгчийн сэтгэлзүйн хандлага нь зан төлөвийн гол тодорхойлогч гэдгийг илтгэнэ.

Хялбар байдал (PEOU) → ашигтай гэж үзэх ойлголт (PU): хэрэглэгч аппликейшнийг ойлгомжтой гэж үзэх тусам үр ашигтай гэж хүлээн зөвшөөрөх магадлал 35.8 %-иар нэмэгдэнэ. Ашигтай гэж үзэх ойлголт (PU) → ашиглах хандлага (ATU): технологийн үр ашигт итгэх тусам ашиглах хандлага дунд түвшинд өсдөг.

Ашиглах хандлага (ATU) → ашиглах зан төлөв (BI): хандлага нь зан төлөвийг хамгийн хүчтэй тодорхойлдог ($\beta = 0.706$).

Ашиглах зан төлөв (BI) → бодит хэрэглээ (AU): статистикийн хувьд сул нөлөөтэй боловч эерэг чиглэлтэй, өөрөөр хэлбэл бодит хэрэглээ рүү шилжихэд итгэлцэл ба орчны хүчин зүйлс чухал үүрэгтэй.

3.4 Дам нөлөөний шинжилгээний дүн (Mediation Analysis)

Хүснэгт 5. Mediation analysis

Харилцаа	B	p	CI (95%)	Дүгнэлт
ATU → BI	0.8968	0.000	(0.76, 1.04)	Хүчтэй, ач холбогдолтой
BI → AU	-1.6192	0.314	(-4.79, 1.56)	Ач холбогдолгүй
ATU → AU (шууд)	1.4740	0.429	(-2.20, 5.15)	Шууд нөлөө ач холбогдолгүй
ATU → AU (дам)	-1.4520	-	(-6.13, 1.75)	Дам нөлөө батлагдаагүй

Дам нөлөөний шинжилгээнээс харахад ашиглах хандлага (ATU)-аас зан төлөвийн зорилго (BI) руу чиглэх нөлөө хүчтэй байсан ч зан төлөвөөс бодит хэрэглээ (AU) рүү шилжих нөлөө статистикийн ач холбогдолгүй гарсан. Энэ нь хэрэглэгчийн технологийг хэрэглэх эерэг хандлага хангалтгүй бөгөөд бодит хэрэглээ рүү шилжихэд итгэлцэл, эрсдэлийн мэдрэмж, орлогын түвшин зэрэг гадаад хүчин зүйлс илүү чухал нөлөө үзүүлж байгааг харуулж байна.

3.5 Хэлэлцүүлэг

Судалгааны үр дүн TAM загварын онолтой бүрэн нийцэж байна. Хэрэглэгчийн технологийг хялбар, үр ашигтай гэж үзэх ойлголт нь түүнийг ашиглах хандлага болон зан төлөвийг нэмэгдүүлдэг ч бодит хэрэглээ рүү шилжихэд итгэлцэл, эрсдэлийн мэдрэмж, санхүүгийн хүчин зүйлс нөлөөлж байна. Энэ нь хэрэглэгчийн технологи ашиглах хандлага дангаараа бодит хэрэглээг бүрэн тайлбарлах боломжгүйг харуулж байна.

4. Дүгнэлт ба санал зөвлөмж

Энэхүү судалгаагаар хиймэл оюун ухаанд суурилсан финтек буюу гар утасны зээлийн аппликейшний хэрэглэгчийн зан төлөвийг Technology Acceptance Model (TAM)-ийн хүрээнд шинжилсэн бөгөөд хэрэглэгчийн хандлага, зан төлөв, бодит хэрэглээний уялдаа холбоог эдийн засгийн үүднээс тайлбарлав.

Технологийг хэрэглэхэд хялбар байдал (PEOU) нь ашигтай гэж үзэх ойлголтод (PU) хамгийн хүчтэй, статистикийн хувьд ач холбогдолтой нөлөө үзүүлсэн ($\beta = 0.358$, $p < 0.001$). Энэ нь хэрэглэгч аппликейшнийг ойлгомжтой, төвөг багатай гэж үзэх тусам тухайн технологийг илүү хэрэгтэй, үр ашигтай гэж хүлээн зөвшөөрдөг болохыг харуулсан.

Ашигтай гэж үзэх ойлголт (PU) нь ашиглах хандлага (ATU)-д дунд түвшний нөлөөтэй ($\beta = 0.258$, $p < 0.001$) бөгөөд хэрэглэгчийн технологийг ашиглах эерэг сэтгэгдэл, итгэлцэл, үр ашигт итгэх итгэлийг нэмэгдүүлдэг.

Ашиглах хандлага (ATU) нь ашиглах зан төлөв (BI)-ийн хамгийн хүчтэй тодорхойлогч ($\beta = 0.706$, $p < 0.001$) гарсан. Энэ нь технологийн хэрэглээг нэмэгдүүлэх үндсэн хүчин зүйл нь хэрэглэгчийн дотоод сэтгэлзүйн хандлага болохыг батлав.

Ашиглах зан төлөв (BI) → бодит хэрэглээ (AU) хоорондын хамаарал сул ($r = 0.204$, $p = 0.021$) гарсан нь хэрэглэгч технологид эерэг хандлагатай байсан ч бодит хэрэглээнд хүрэхэд гадаад орчны нөхцөл, итгэлцэл, мэдээллийн аюулгүй байдал, орлогын түвшин зэрэг хүчин зүйлс саад болж байгааг илтгэнэ.

Дам нөлөөний шинжилгээний үр дүн нь хэрэглэгчийн хандлага (ATU) → зан төлөв (BI) → бодит хэрэглээ (AU) хоорондын шууд ба дам нөлөө статистикийн хувьд ач холбогдолгүй болохыг харуулсан. Энэ нь хэрэглэгчийн бодит хэрэглээг зөвхөн сэтгэлзүйн хүчин зүйлсээр биш, харин итгэлцэл, эрсдэлийн мэдрэмж зэрэг гадаад нөхцлөөр хамтатган тайлбарлах шаардлагатайг илтгэв.

Ерөнхий дүгнэлтээр, технологийг хялбар, үр ашигтай гэж хүлээн зөвшөөрөх нь хэрэглэгчийн хандлага, зан төлөвийг эерэг болгодог ч бодит хэрэглээний түвшин нь итгэлцэл, орчны нөхцөл, хэрэглэгчийн туршлага, соёлын хүчин зүйлээс ихээхэн хамаардаг болохыг баталлаа.

4.1 Санал, зөвлөмж

- UX/UI дизайныг сайжруулах:
- Аппликейшнийг илүү ойлгомжтой, хялбар харагдах байдалтай болгох нь хэрэглэгчийн ашигтай гэж үзэх ойлголтыг нэмэгдүүлж, хандлага, хэрэглээний сэдлийг дэмжинэ.
- Итгэлцэл ба мэдээллийн аюулгүй байдлыг сайжруулах, ойлголтыг өгөх:
- Хэрэглэгчийн хувийн мэдээлэл, зээлийн мэдээллийг хамгаалах аюулгүй байдлын системийг ил тод харуулах нь итгэлцлийг нэмэгдүүлнэ.
- Сургалт, мэдээллийн кампанит ажлыг өргөжүүлэх:
- Финтек үйлчилгээний давуу тал, аюулгүй ажиллагаа, ашиг тусын талаарх ойлголтыг хэрэглэгчдэд хүргэх маркетингийн стратеги хэрэгжүүлэх.
- Зээл авах нөхцөлийг уян хатан болгох:
- Өндөр хүү, хатуу нөхцөл нь хэрэглэгчийн бодит хэрэглээг бууруулдаг тул өрхийн орлогын түвшинд тохируулсан нөхцөлийг санал болгох

Хэрэглэгчийн технологийг хүлээн авах хандлага нь зөвхөн системийн хялбар байдал, ашигт байдлаас төдийгүй итгэлцэл, эрсдэлийн мэдрэмж, нийгэм-эдийн засгийн хүчин зүйлсээс хамаардаг. Иймд финтек байгууллагууд зөвхөн технологийн сайжруулалт бус, хэрэглэгчийн итгэлцэл, ойлголт, туршлагыг зэрэг хөгжүүлэх цогц стратеги боловсруулах нь зүйтэй.

Ашигласан материалын жагсаалт

- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Hayes, A. F. (2022). Introduction to mediation, moderation, and conditional process analysis: A regression-based approach (3rd ed.). Guilford Press.
- Venkatesh, V., & Bala, H. (2008). Technology acceptance model 3 and a research agenda on interventions. *Decision Sciences*, 39(2), 273–315. <https://doi.org/10.1111/j.1540-5915.2008.00192.x>
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). A theoretical extension of the technology acceptance model: Four longitudinal field studies. *Management Science*, 46(2), 186–204. <https://doi.org/10.1287/mnsc.46.2.186.11926>
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly*, 27(3), 425–478.

Монголбанк. (2024). *Санхүүгийн технологийн хэрэглээ ба хэрэглэгчийн зан төлөвийн судалгаа*.
Улаанбаатар: Монголбанк.