

Азхар Алам, Аксанія Хендратмі, Мега Сантіка Ваті, Лукманул Хакім

Вплив використання мобільного банкінгу на інтереси ісламських фінансових організацій: дані з Індонезії

Мобільний банкінг – одна з послуг, яку ісламська банківська система пропонує користувачам. Завдяки м-банкінгу клієнтам легше отримати інформацію, не стоячи в черзі в банку. У статті досліджується вплив ісламського мобільного банкінгу на інтереси клієнтів. Для вивчення цього феноменологічного впливу використано якісний підхід шляхом проведення поглиблених інтерв'ю з 15 користувачами ісламського м-банкінгу з різних верств населення. Інформація аналізувалася шляхом зменшення даних, відображення та висновків. Було виявлено як позитивні, так і негативні наслідки для користувачів. Позитивний вплив полягає в економії часу, особливо для студентів і працівників, які зайняті своїми повсякденними справами. Доступні функції та можливості, такі як покупки в кредит та ісламські соціальні онлайн-платежі, сприяють заощадженню часу. Однак є й мінуси. Деякі клієнти стикаються з викраденням даних безвідповідальними особами та з труднощами користування складними мобільними телефонами, які, до речі, є не у всіх. Незручні телефонні та текстові повідомлення від імені банку ображають користувачів ісламського м-банкінгу та знижують рівень їхнього комфорту. Керівництву ісламських банків рекомендується покращити систему безпеки даних, щоб забезпечити зручність використання клієнтами мобільного банкінгу.

Ключові слова: вплив м-банкінгу, продукт м-банкінгу, інтереси клієнтів, ісламський банк

Класифікація JEL: A14, G21, D91, G21, O33



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.