

Вплив комісійних за обслуговування банківських рахунків студентів на їх готовність до відкриття рахунків в банку та рівень їх кредитоспроможності

Мета даної статті полягає: по-перше, в дослідженні впливу комісійних за обслуговування банківських рахунків студентів на їх готовність до відкриття рахунків в банку, по-друге, на їх готовність створювати необхідні кредитні профілі. Кредитні профілі надають інформацію про фінансову історію, яка є корисною для банків та інших кредиторів для оцінки кредитоспроможності клієнтів. Більшості студентам Південно-Африканських університетів не відомо про дану вимогу і зазвичай вони роблять неправильний вибір щодо поточних та майбутніх фінансових продуктів. Якість обслуговування банків та очікування студентів повинні бути узгоджені в певний момент часу.

Дана стаття є роботою дослідницького характеру, адже використані основоположні положення про банківські витрати для виявлення загальних причин фінансового тягаря, найкращих та найгірших сценаріїв використання банківських продуктів, включаючи накопичення доходу від їх використання. Початкові (до-експериментальні) дані були зібрані за основи 60-ти анкет студентів в галузі управління фінансами. Подальші (пост-експериментальні) дані були зібрані з тих же студентів, використовуючи аналогічні анкети, але п'ять студентів не з'явилися. У дослідженні також оцінюється вплив навчального посібника з фінансового менеджменту на прийняття рішень студентами, враховуючи попит на нього на банківському ринку та його вартість. Для аналізу зібраних даних використовувався пакет програм обробки статистичних даних суспільних наук (SPSS).

Найдешевші одноразові сервісні служби виявилися популярними серед студентів щодо отримання грошей, що пов'язано скоріше за все із достатністю вкладника, ніж одержувача, який потребує транзакційних витрат. Студенти підтвердили необхідність виконання зобов'язань щодо сплати високих комісійних за обслуговування банківського рахунку, заробляючи 0% відсотків за кредитними залишками. Кількість власників банківських рахунків зросла після експерименту порівняно з попередньою навчальною програмою, що вплинуло на краще розуміння ролі профілю клієнта для доступу до кредиту. Інші студенти не хотіли відкривати банківські рахунки, незважаючи на майбутні економічні вигоди. Адже комісійні за обслуговування банківських рахунків не дають змоги студентам підтримувати банківські рахунки. Плата за технічне обслуговування може допомогти банкам відшкодувати витрати користувачів, але втрата клієнтів для конкуруючих дешевих безкарткових продуктів може виявитися набагато дорожчою.

Дане дослідження сприяє управлінню відносинами у банківському секторі. Наукові дебати були сфокусовані на критеріях вибору банку на основі встановлених основних факторів якості та сервісу. Також проведене незначне наукове дослідження щодо причин анулювання банківських рахунків, що замінюються одноразовими безкартковими послугами, які набувають популярності серед студентів університетів щодо підтримки банківських рахунків. Підкреслюючи те, що важливо для студентів, дана робота може вплинути на політику банків та розробку інноваційних продуктів, придатних для ринку студентів. Доступність та стимули є ключовими точками привабливості для клієнтів, в основному студентів університетів, які працюють з обмеженими ресурсами. Перспективи лояльності можуть перевершити негайне відшкодування щодо комісійних за обслуговування.

Ключові слова: кредитна історія, комісійні, безкарткові операції, студенти університетів.

Класифікація JEL: G21, L84.



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.

Влияние комиссионных за обслуживание банковских счетов студентов на их готовность к открытию счетов в банке и уровень их кредитоспособности

Цель данной статьи является: во-первых, в исследовании влияния комиссионных за обслуживание банковских счетов студентов на их готовность к открытию счетов в банке, во-вторых, на их готовность создавать необходимые кредитные профили. Кредитные профили предоставляют информацию о финансовой истории, которая является полезной для банков и других кредиторов для оценки кредитоспособности клиентов. Большинству студентов Южно-Африканских университетов не известно о данном требовании и обычно они делают неправильный выбор по текущим и будущим финансовым продуктам. Качество обслуживания банков и ожидания студентов должны быть согласованы в определенный момент времени.

Данная статья является работой исследовательского характера, ведь использованы основополагающие положения о банковских расходах для выявления общих причин финансового бремени, лучших и худших сценариев использования банковских продуктов, включая накопления дохода от их использования. Начальные (до-экспериментальные) данные были собраны по основе 60-ти анкет студентов в области управления финансами. Дальнейшие (пост-экспериментальные) данные были собраны из тех же студентов, используя аналогичные анкеты, но пять студентов не появлялись. В исследовании также отмечается влияние учебного пособия по финансовому менеджменту на принятие решений студентами, учитывая спрос на него на банковском рынке и его стоимость. Для анализа собранных данных использовался пакет программ обработки статистических данных общественных наук (SPSS).

Самые дешевые одноразовые сервисные службы оказались популярными среди студентов на получение денег, связано скорее всего с достаточностью вкладчика, чем получателя, который нуждается в транзакционных издержках. Студенты подтвердили необходимость выполнения обязательств по уплате высоких комиссионных за обслуживание банковского счета, зарабатывая 0% процентов по кредитным остаткам. Количество владельцев банковских счетов выросла после эксперимента по сравнению с предыдущей учебной программой, что повлияло на лучшее понимание роли профиля клиента для доступа к кредиту. Другие студенты не хотели открывать банковские счета, несмотря на предстоящие экономические выгоды. Ведь комиссионные за обслуживание банковских счетов не позволяют студентам поддерживать банковские счета. Плата за техническое обслуживание может помочь банкам возместить расходы пользователей, но потеря клиентов для конкурирующих дешевых безкарточных продуктов может оказаться гораздо дороже.

Данное исследование способствует управлению отношениями в банковском секторе. Научные дебаты были сфокусированы на условиях выбора банка на основе установленных основных факторов качества и сервиса. Также проведено незначительное научное исследование о причинах аннулирования банковских счетов, которые заменяются одноразовыми безкарточными услугами, которые приобретают популярность среди студентов университетов по поддержке банковских счетов. Подчеркивая то, что важно для студентов, данная работа может повлиять на политику банков и разработку инновационных продуктов, пригодных для рынка студентов. Доступность и стимулы являются ключевыми точками привлекательности для клиентов, в основном студентов университетов, работающих с ограниченными ресурсами. Перспективы лояльности могут превзойти немедленное возмещение по комиссионных за обслуживание.

Ключевые слова: кредитная история, комиссионные, безкарточные операции, студенты университетов.

Классификация JEL: G21, L84.



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.