



International Journal of Research in Finance and Management

P-ISSN: 2617-5754
E-ISSN: 2617-5762
IJRFM 2022; 5(2): 58-61
Received: 12-01-2022
Accepted: 17-03-2022

डॉ बी पी सिंह

एसोसिएट प्रोफेसर, एल0 बी0 एस0 पी0
जी0 कॉलेज, गोंडा, उत्तर प्रदेश, भारत

आदर्श कुमार शुक्ल

शोध छात्र, एल0 बी0 एस0 पी0 जी0
कॉलेज, गोंडा, उत्तर प्रदेश, भारत

भारतीय स्टेट बैंक, बहराइच के विशेष संदर्भ में ग्राहक सेवा और ग्राहक संतुष्टि के स्तर के बीच संबंध पर एक अध्ययन

डॉ बी पी सिंह और आदर्श कुमार शुक्ल

सारांश

भारतीय स्टेट बैंक चूंकि बैंकिंग सेवा क्षेत्र के अंतर्गत आता है इसलिए बैंकिंग संस्थान की सफलता ग्राहक की संतुष्टि पर निर्भर करती है। ग्राहक किसी भी बैंकिंग संस्थान की वास्तविक रीढ़ होते हैं और जब तक ग्राहक संतुष्ट नहीं होगा, बैंकिंग क्षेत्र अपने लक्ष्य को प्राप्त नहीं कर सकता है। बैंकिंग क्षेत्र की सफलता ग्राहकों की संतुष्टि के स्तर पर निर्भर करती है। बैंक ग्राहक को उत्पाद और सेवाओं की एक सूची प्रदान करता है। आज के डिजिटल युग में, बैंक डिजिटल माध्यमों से ग्राहक को अपनी सेवाएं और उत्पाद प्रदान करता है। आधुनिक बैंकिंग उद्योग ग्राहक को सेवाएं प्रदान करने के लिए अधिक से अधिक प्रौद्योगिकी का उपयोग कर रहे हैं। बैंकिंग का पारंपरिक रूप कागज रहित बैंकिंग में परिवर्तित होने जा रहा है, लेकिन इन सभी बड़े बदलावों के बाद, ग्राहक संतुष्टि की समस्या महत्व रखती है। इसलिए इस पेपर में मैंने ग्राहक सेवा और ग्राहक संतुष्टि के स्तर के बीच के संबंध को समझने की कोशिश की है।

कूटशब्द: भारतीय स्टेट बैंक, बैंकिंग उद्योग ग्राहक

प्रस्तावना:

संस्कृत व्यंजनों के उच्चारण में जो काल लगता है उसे प्रायः अर्धमात्राकाल माना गया है। विशेष परिस्थितियों में विशेष व्यंजनों के उच्चारण में मात्राधिक्य भी देखा जाता है। संस्कृत में अन्य परिस्थितियों में कतिपय का उच्चारण काल अणुमात्रा के बराबर भी माना गया है।

आलेख (Main thrust)

बैंकिंग क्षेत्र की सफलता को उनकी लाभप्रदता और ग्राहकों की सामान्य संतुष्टि के रूप में देखा जा सकता है। प्रत्येक बैंक अपने लक्ष्य को सुचारू रूप से प्राप्त करने के लिए उपरोक्त लक्ष्य को प्राप्त करने का प्रयास करता है। ग्राहक सेवा पर ध्यान देना आवश्यक है। आजकल बैंकों को विशेष रूप से निजी बैंकों के साथ भारी प्रतिस्पर्धा का सामना करना पड़ रहा है ताकि लंबे समय तक जीवित रहने और ग्राहक के साथ संबंध बनाए रखने और अत्यंत ईमानदारी के साथ सेवाएं प्रदान करने के लिए। प्रत्येक बैंक के लिए यह आवश्यक है कि वह ग्राहक सेवा के अपने कमजोर हिस्से पर ध्यान दें। हमारा वर्तमान शोध पत्र विषय मुख्य रूप से ग्राहक सेवा और ग्राहकों की संतुष्टि के स्तर के बीच संबंधों के सिद्धांत पर आधारित है।

शोध के उद्देश्य

इस शोध पत्र का मुख्य उद्देश्य ग्राहक सेवा और ग्राहक संतुष्टि के स्तर के बीच संबंध को जानना है। ग्राहक सेवा का प्रदर्शन ग्राहकों की संतुष्टि के स्तर को कैसे ठीक से प्रभावित करता है, एक अन्य अंतर्निहित उद्देश्य आज के प्रतिस्पर्धी युग में ग्राहक सेवा की प्रासंगिकता की व्याख्या करना है।

साहित्य की समीक्षा

प्रस्तुत पत्र को तैयार करने में कई पुस्तकों, पत्रिकाओं, शोध पत्र पत्रिकाओं, लेखों और इंटरनेट साइटों से परामर्श और समीक्षा की गई है। इनमें से अधिकांश पुस्तकों और पत्रिकाओं ने ग्राहक सेवा और ग्राहक संतुष्टि के स्तर के बीच संबंधों को चित्रित किया है।

क्रियाविधि

प्रस्तुत शोध पत्र को तैयार करने के लिए प्राथमिक एवं द्वितीयक दोनों ही स्रोतों का प्रयोग किया गया है। प्रश्नावली को प्राथमिक स्रोत के रूप में इस्तेमाल किया गया है और एसबीआई की वार्षिक रिपोर्ट और माध्यमिक स्रोत के रूप में विभिन्न संदर्भ पुस्तक से परामर्श किया गया है। आवश्यक परिणाम ज्ञात करने के लिए महत्वपूर्ण सांख्यिकीय उपकरणों का प्रयोग किया गया है।

Correspondence

डॉ बी पी सिंह

एसोसिएट प्रोफेसर, एल0 बी0 एस0 पी0
जी0 कॉलेज, गोंडा, उत्तर प्रदेश, भारत

अध्ययन की सीमाएं

चयनित नमूने का आकार पूरी आबादी का प्रतिनिधित्व नहीं कर सकता है।

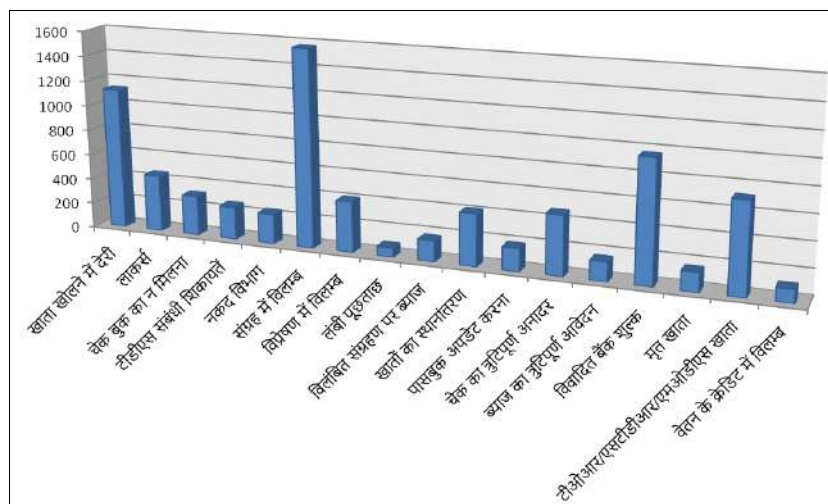
परिसीमन

विश्व इतिहास के आर्थिक विकास का इतिहास स्पष्ट रूप से बताता है कि जिन देशों को सबसे विकसित माना जाता है, उन्होंने शुरुआत से ही बैंकिंग प्रणाली विकसित की है, जिससे यह आसानी से निष्कर्ष निकाला जा सकता है कि विकसित बैंकिंग प्रणाली के बिना कोई देश विकास में सफल नहीं हो सकता है। चूंकि बैंकिंग सेवा क्षेत्र के अंतर्गत आता है इसलिए बैंकिंग संस्थान की सफलता ग्राहक की संतुष्टि पर निर्भर करती है। ग्राहक किसी भी बैंकिंग व्यवसाय की वास्तविक रीढ़ होते हैं। एक बैंकिंग संस्थान की लाभप्रदता बहुत कुछ ऋणों और अग्रिमों की मात्रा पर निर्भर करती है जैसे कि जमा पोर्टफोलियो का आकार। जमा का आकार और मात्रा दोनों के साथ-साथ ऋण और अग्रिम बैंकिंग प्रणाली में ग्राहक की संतुष्टि के स्तर पर बहुत कुछ निर्भर करता है। जब कोई प्रणाली अपेक्षित परिणाम देने में विफल हो जाती है, तो यह न केवल संगठन के लिए नुकसान है, बल्कि पूरे देश पर इसका एक श्रृंखला प्रभाव पड़ता है।

राष्ट्रीयकरण के बाद सरकार ने पाया कि देश की सामान्य धारणा यह है कि कम दक्षता के कारण ग्राहक बैंकिंग प्रणाली का सबसे उपेक्षित हिस्सा है और प्रतिस्पर्धी ग्राहक सेवा की अनुपलब्धता ग्राहकों की संतुष्टि के स्तर को बेहतर बनाने में प्रमुख भूमिका निभाती है। भारतीय स्टेट बैंक सहित बैंक ग्राहक को उत्पाद और सेवाओं की एक सूची प्रदान करते हैं। आधुनिक बैंकिंग अपने ग्राहकों को सेवाएं प्रदान करने के लिए अधिक से अधिक प्रौद्योगिकी का उपयोग करती है। यह भी महत्वपूर्ण है कि राष्ट्रीयकृत बैंक निजी बैंकिंग के साथ प्रतिस्पर्धा का सामना करें। कुछ निजी बैंक न्यूनतम समय के साथ उच्च गुणवत्ता वाली ग्राहक केंद्रित सेवा प्रदान करते हैं। इसलिए राष्ट्रीयकृत बैंक द्वारा समय पर सेवा प्रदान करने वाले क्षेत्र में सुधार करने की आवश्यकता है।

डिजिटलीकरण के बाद, ग्राहकों की संतुष्टि बैंकिंग क्षेत्र के लिए एक समस्या बनी हुई है। यदि हम भारतीय स्टेट बैंक की शिकायत की स्थिति देखते हैं तो हम यह निष्कर्ष निकाल सकते हैं कि बैंकिंग क्षेत्र को ग्राहकों की संतुष्टि के स्तर को बढ़ाने पर अधिक ध्यान देने की आवश्यकता है।

डेटा विश्लेषण और निष्कर्ष



चित्र 1: शिकायतों की संख्या

तालिका-1: निम्न तालिका वित्तीय वर्ष 2020-21 के लिए एसबीआई के शिकायत डेटा को दर्शाती है

S. No.	लेन-देन संबंधित	शिकायतों की संख्या
1.	खाता खोलने में देरी	1127
2.	लाकर्स	453
3.	चेक बुक का न मिलना	316
4.	टीडीएस संबंधी शिकायतें	261
5.	नकद विभाग	237
6.	संग्रह में विलम्ब	1568
7.	विप्रेषण में विलम्ब	404
8.	लंबी पूछताछ	74
9.	विलंबित संग्रहण पर ब्याज	168
10.	खातों का स्थानांतरण	413
11.	पासबुक अपडेट करना	182
12.	चेक का त्रुटिपूर्ण अनादर	473
13.	ब्याज का त्रुटिपूर्ण आवेदन	154
14.	विवादित बैंक शुल्क	963
15.	मृत खाता	153
16.	टीओआर/एसटीडीआर/एमओडीएस खाता	718
17.	वेतन के क्रेडिट में विलम्ब	107
	कुल	7572

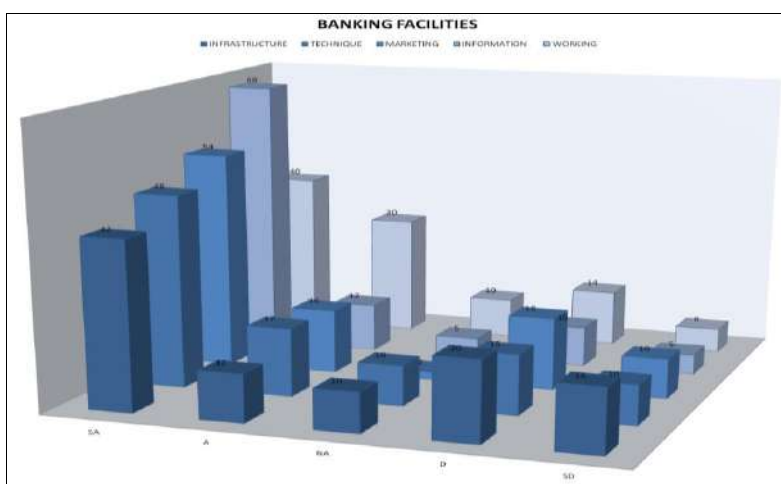
स्रोत: एसबीआई, वार्षिक रिपोर्ट

उपरोक्त डेटा स्पष्ट रूप से निर्दिष्ट करता है कि ग्राहकों की संतुष्टि एक महत्वपूर्ण समस्या है। इसलिए बैंकिंग क्षेत्र को ग्राहक सेवा में सुधार पर अधिक ध्यान देने की

आवश्यकता है जिससे ग्राहकों की संतुष्टि का स्तर बढ़े।

तालिका 2: बैंक द्वारा दी जाने वाली सेवाओं की संतुष्टि की डिग्री का आकलन करें

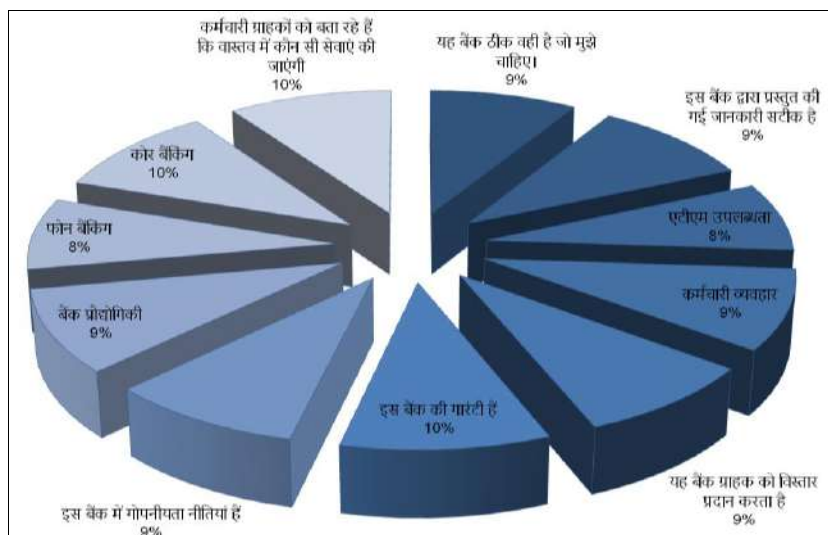
S.N	वास्तविकता	पूरी तरह सहमत (SA)	सहमत होना (A)	कोई जवाब नहीं (NA)	असहमत (D)	पूरी तरह असहमत (SD)	कुल
1	मैं बैंक के परिसर (बुनियादी ढांचे, भवन आदि) से संतुष्ट हूँ और यह देखने में आकर्षक है।	42	12	10	20	16	100
2	मैं बैंक के तकनीकी अप-टू-डेट उपकरणों से संतुष्ट हूँ।	48	17	10	15	10	100
3	मैं बैंक द्वारा वितरित विपणन सामग्री से संतुष्ट हूँ।	54	16	02	18	10	100
4	वेबसाइट पूरी जानकारी देती है।	68	12	05	10	05	100
5	मैं बैंक के आंतरिक कार्य परिसर से संतुष्ट हूँ और यह कुशल है।	40	30	10	14	06	100
औसत		252 (50.4)	87 (17.4)	37 (7.4)	77 (15.4)	47 (9.4)	500 (100)



चित्र 2: बैंकिंग सुविधा

उपरोक्त तालिका से, शोधकर्ता ने अनुमान लगाया है कि 'टेंजिबिलिटी' कारक 50.4 प्रतिशत पर दृढ़ता से सहमत है। वेरिएबल के बीच, 'वेबसाइट पूरी जानकारी देती है' वेरिएबल अकेले दृढ़ता से लगभग 68 प्रतिशत सहमत हैं और उसके बाद 'मैं बैंक द्वारा वितरित विपणन सामग्री से संतुष्ट हूँ' में 54 प्रतिशत है। इन बयानों से पता चला है कि अधिकांश उत्तरदाताओं 68 प्रतिशत वे मूर्तता से संतुष्ट हैं। शेष

25 प्रतिशत उत्तरदाताओं का एक चौथाई असंतुष्ट है और मूर्तता से असहमत है। ग्राहक सेवा में सुधार करके ही अर्थव्यवस्था के समग्र विकास को प्राप्त करने का लक्ष्य प्राप्त किया जा सकता है। ग्राहक सेवा में सुधार से व्यवसाय की मात्रा और वृद्धि में भी वृद्धि होती है।



चित्र 2: ग्राहक संतुष्टि गुण

तालिका 3: ग्राहक संतुष्टि की विशेषताओं के लिए वर्णनात्मक विश्लेषण

ग्राहक संतुष्टि के गुण	माध्य मान	मानक विचलन
यह बैंक ठीक वही है जो मुझे चाहिए	3.6400	1.28330
इस बैंक द्वारा प्रस्तुत की गई जानकारी सटीक है	4.0100	1.31422
एटीएम उपलब्धता	3.2000	1.46336
कर्मचारी व्यवहार	3.7800	1.39682
यह बैंक ग्राहक को विस्तार प्रदान करता है	3.6300	1.33829
इस बैंक की गारंटी है	4.0500	1.32859
इस बैंक में गोपनीयता नीतियां हैं	3.8000	1.44250
बैंक प्रौद्योगिकी	3.9100	1.31882
फोन बैंकिंग	3.3500	1.43108
कोर बैंकिंग	4.2000	1.37069
कर्मचारी ग्राहकों को बता रहे हैं कि वास्तव में कौन सी सेवाएं की जाएंगी	4.0400	1.14521

स्रोत: परिकलित प्राथमिक डेटा

उपरोक्त तालिका से अनुमान लगाया गया है कि 'ग्राहक संतुष्टि' कारक 47.18 प्रतिशत, 14.73 प्रतिशत सहमत और 15.45 प्रतिशत तटस्थ रीमिंग 23 प्रतिशत असहमत हैं। परिवर्तनीय 'कोर बैंकिंग' में अकेले 70 प्रतिशत और 'इस बैंक की गारंटी है' में 48 प्रतिशत की दृढ़ता से सहमति है। परिणाम से पता चलता है कि उपरोक्त तालिका में अधिकांश ग्राहक 62 प्रतिशत ग्राहक संतुष्टि से सहमत हैं और 23 प्रतिशत ग्राहक ग्राहक संतुष्टि से असहमत हैं। बयान से पता चलता है कि अधिकांश ग्राहक 62 प्रतिशत संतुष्टि हैं और 23 प्रतिशत ग्राहक ग्राहकों की संतुष्टि से असहमत हैं। परिवर्तनीय 'एटीएम सुविधा' में अकेले 36 प्रतिशत और 'फोन बैंकिंग' 25 प्रतिशत से असहमत थे।

ग्राहकों की संतुष्टि का सीधा संबंध ग्राहक सेवा से है। ग्राहकों की संतुष्टि और ग्राहक संतुष्टि के स्तर के बीच संबंधों पर हमारा वर्तमान अध्ययन ग्राहकों के कुशल प्रबंधन के लिए तर्कसंगत रणनीति विकसित करने में बैंकिंग उद्योग को समग्र रूप से मदद करेगा। वर्तमान शोध उचित सेवाओं में और सुधार करने में मदद करेगा और इस तरह ग्राहकों की संतुष्टि के स्तर को बढ़ाएगा।

निष्कर्ष और सिफारिश

इस प्रकार हम कह सकते हैं कि ग्राहक सेवा और ग्राहक संतुष्टि के स्तर के बीच सीधा संबंध है, बैंकिंग व्यवसाय के समग्र विकास और अर्थव्यवस्था के विकास के लिए भी ग्राहकों की संतुष्टि में वृद्धि आवश्यक है। ग्राहक सेवा की गुणवत्ता में सुधार के लिए बैंकों को प्राथमिकता के आधार पर सूचीबद्ध करना चाहिए।

संदर्भ

- चावला ए. एस. भारतीय बैंकिंग का राष्ट्रीयकरण और विकास, गहरा प्रकाशन, नई दिल्ली
- एंडरसन ईए और सुलिवन एमडब्ल्यू, द एंटेकेडेंट्स एंड कॉन्सक्वेसेस ऑफ कस्टमर सैटिस्फैक्शन फॉर फर्म्स, मार्केटिंग साइंस, वॉल्यूम. 1993;12:125-143।
- बेकेट ए, हेवर पी, हाउक्रॉफ्ट, बी. । वित्तीय सेवा उद्योग में उपभोक्ता व्यवहार का एक प्रदर्शनी। द इंटरनेशनल जर्नल ऑफ बैंक मार्केटिंग. 2000;18(1):15.
- बोलेमर जे एम एम और कैस्पर जे डी पी. उपभोक्ता संतुष्टि और ब्रांड वफादारी के बीच जटिल संबंध", जर्नल ऑफ इकोनॉमिक साइकोलॉजी, 'वॉल्यूम 1995;16:311-29।
- कैडोटे ई आर, वुड्रूफ आरबी और जेनकिंस आर एल. उपभोक्ता संतुष्टि के मॉडल में उम्मीद और मानदंड, मार्केटिंग रिसर्च जर्नल, वॉल्यूम 1987;24:305-14।
- डॉ. के.एम. भट्टाचार्य और ओपी अग्रवाल, बैंकिंग और वित्त की मूल बातें, हिमालय पब्लिशिंग हाउस।
- मिश्रा, आर. और प्रभु, डी. इंट्रोडक्शन ऑफ रिटेल बैंकिंग इन इंडिया", पहला संस्करण, नई दिल्ली, भारत: टाटा मैकग्रा हिल। 2010.
- रस्ट, आर. और ज़होरिक, ए. । ग्राहक संतुष्टि, ग्राहक प्रतिधारण और बाजार हिस्सेदारी। जर्नल ऑफ रिटेलिंग. 1993;69(2):193-215।
- स्टोरबैका, के., स्ट्रैंडविक, आर और ग्रोनरोस, सी. । लाभ के लिए ग्राहक संबंध प्रबंधित करना: संबंध गुणवत्ता की गतिशीलता। इंटरनेशनल जर्नल ऑफ सर्विस इंडस्ट्री मैनेजमेंट. 1994;5(5):2138.
- डॉ बी रेवती। इंडियन रिटेल बैंकिंग इंडस्ट्री, इंटरनेशनल जर्नल ऑफ मल्टीडिसिप्लिनरी मैनेजमेंट स्टडीज वॉल्यूम 2 मुद्रा, पेज. 141 से 145,