

भारतीय बैंकिंग क्षेत्र में ग्राहक संतुष्टि का अध्ययन

डॉ. आशा राठी*
संजु भाटी**

सार

भारतीय अर्थव्यवस्था में बैंकिंग प्रणाली का महत्वपूर्ण स्थान है। बैंकिंग उद्योग अर्थव्यवस्था के सेवा क्षेत्र के सबसे महत्वपूर्ण भागों में से एक है। वर्तमान प्रतिस्पर्धी और वैश्वीकृत युग में ग्राहकों की संतुष्टि किसी भी व्यवसाय की प्रमुख आवश्यकता है। ग्राहक अभिमुखी अवधारणा के अनुसार ग्राहक बाजार का राजा है और किसी भी व्यवसाय में ग्राहकों की संतुष्टि उसकी सफलता का महत्वपूर्ण आधार है। एक ग्राहक बैंकिंग उद्योग में मुख्य घटक है क्योंकि बैंकिंग व्यवसाय ग्राहकों के बिना कार्य नहीं कर सकता है और न ही एक निश्चित संख्या में ग्राहकों को पकड़कर व्यवसाय का लेन-देन किया जा सकता है इसलिए सफलता का प्रमुख कारक प्रभावी ग्राहक सेवा है। बैंकिंग एक ग्राहक उन्मुख सेवा उद्योग है जो कि ग्राहक सेवा और ग्राहक की संतुष्टि पर निर्भर करता है। बैंकों को हर दिन कई ग्राहकों के साथ व्यवहार करना पड़ता है और अपने ग्राहकों को विभिन्न प्रकार की सेवाएं प्रदान करनी होती हैं। ग्राहक संतुष्टि ग्राहकों की उत्पाद या सेवा सम्बन्धी अपेक्षाओं तथा वास्तविक निष्पादन के मध्य तुलना करने पर प्राप्त सकारात्मक स्थिति है। ग्राहक संतुष्टि के स्तर को बढ़ाकर नए ग्राहकों को आकर्षित करने तथा पुराने ग्राहकों को बनाए रखने में मदद मिलती है। इस अध्ययन का उद्देश्य उपलब्ध द्वितीयक समकों के आधार पर बैंकिंग क्षेत्र में ग्राहक संतुष्टि का पता लगाना है।

मुख्य शब्द: बैंक, ग्राहक सेवाएं, सेवा गुणवत्ता, ग्राहक संतुष्टि, ग्राहक अपेक्षाएं, ग्राहक वफादारी।

Introduction

बैंकिंग सेवा क्षेत्र का एक महत्वपूर्ण भाग है जो देश की अर्थव्यवस्था के विकास में महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है। भारतीय परिदृश्य में जहां सभी बैंक लगभग समान उत्पादों और सेवाओं की पेशकश करते हैं वहां आवश्यकता आधारित कुशल ग्राहक सेवा और सेवा की गुणवत्ता एक बैंक को अन्य बैंकों से अलग कर सकती है। तीव्र प्रतिस्पर्धी वातावरण में बैंक विशेष रूप से अपने ग्राहकों की आवश्यकताओं की पहचान करने और उन्हें प्रभावी तरीके से पूरा करने पर ध्यान दे रही है। अपने प्रतिस्पर्धियों से अलग पहचान बनाने के लिए उच्च

* सहायक आचार्य, व्यावसायिक प्रशासन विभाग, वाणिज्य एवं प्रबन्ध अध्ययन संकाय, जय नारायण व्यास विश्वविद्यालय, जोधपुर, राजस्थान।

** शोधार्थी (जेआरएफ), व्यावसायिक प्रशासन विभाग, वाणिज्य एवं प्रबन्ध अध्ययन संकाय, जय नारायण व्यास विश्वविद्यालय, जोधपुर, राजस्थान।

गुणवत्ता की बैंकिंग सेवाएं व उच्च तकनीक के नवीन उत्पाद प्रदान करने की रणनीति अपना रही हैं। ग्राहकों की बढ़ती जागरूकता के कारण वे उन बैंकों का चयन करेंगे जो उनकी अपेक्षा की पूर्ति कर सकते हैं। ग्राहकों की संतुष्टि सुनिश्चित करने के लिए बैंकों को सेवा के रूप में अपनी सेवा गुणवत्ता में सुधार करना होगा क्योंकि गुणवत्ता व ग्राहक संतुष्टि एक-दूसरे से संबंधित हैं। बैंक द्वारा ग्राहक की अपेक्षा के अनुसार सेवा प्रदान करने पर ग्राहक संतुष्ट होंगे। बदलती परिस्थितियों से निपटने के लिए बैंकों को पुराने ग्राहकों को बनाए रखना होगा तथा सेवाओं की बेहतर गुणवत्ता प्रदान करके नए ग्राहकों को आकर्षित करना होगा।

साहित्य की समीक्षा

- Deepti Kanojia, D.R. Yadav (2012) अध्ययन के लिए उत्तरप्रदेश के मेरठ जिले में पंजाब नेशनल बैंक के 100 ग्राहकों का साक्षात्कार लिया गया। लेखक ने निष्कर्ष के रूप में कहा कि शीघ्र सेवा गुणवत्ता सेवा के साथ समान हैं। समय एक प्रमुख कारक है जो सेवा गुणवत्ता व बैंक की प्रतिष्ठा को प्रभावित करता है। ई-बैंक त्वरित सेवा प्रदान कर रहे हैं इस कारण वे अधिक लोकप्रिय हो रहे हैं। इसलिए यह आवश्यक है कि बैंक सेवा समय में कटौती करने और ग्राहक को तात्कालिक सेवाएं प्रदान करने के लिए सही तरह के सिस्टम लगाया जाए। केवल ऐसे बैंक ही आने वाले समय में बाजार अंशों की दौड़ में जीवित रह पाएंगे।
- Nirmaljeet Virk and Prabhjot Kaur Mahal (2012) इस पत्र में सार्वजनिक व निजी बैंकों की सेवाओं के प्रति ग्राहक संतुष्टि के स्तर का तुलनात्मक अध्ययन किया गया। अध्ययन हेतु सुविधा निदर्शन विधि का उपयोग कर 160 ग्राहकों का नमूने के लिए चयन किया। इस अध्ययन में निष्कर्ष निकाला कि निजी क्षेत्र के बैंकों को अधिकांश लोग पसंद करते हैं क्योंकि वे अपने ग्राहकों के साथ संबंध बनाने पर अधिक जोर देते हैं और इनका आधुनिक बुनियादी ढांचा सार्वजनिक क्षेत्र के बैंकों की तुलना में बेहतर तरीके से सुसज्जित होता है।
- S. Suriyamurthi, V. Mahalakshmi and M. Arivazhagan (2013) शोध पत्र में सेवा गुणवत्ता, ग्राहक संतुष्टि, व ग्राहक निष्ठा के अन्तर्सम्बन्ध की जांच की गई। ग्राहकों को दी जाने वाली सेवाओं में वृद्धि कर ग्राहक संतुष्टि को बढ़ाया जा सकता है क्योंकि भारतीय बैंकिंग उद्योग ग्राहक उन्मुखी सेवाओं व ग्राहक संतुष्टि पर निर्भर करता है। ग्राहक के बिना किसी भी व्यवसाय का अस्तित्व समाप्त हो जाता है। ग्राहक की आशाओं पर खरा उतरने के लिए बैंकों को साख संकट के समय निरंतर अपनी व्यूहरचनाओं की समीक्षा करने की आवश्यकता है।
- Amruth Raj Nippatlapalli (2013) ग्राहक संतुष्टि किसी भी कम्पनी की उत्पाद व सेवाओं से ग्राहक प्रत्याशा की पूर्ति के स्तर को दर्शाता है। अध्ययन हेतु नमूने के रूप में 120 ग्राहकों का डाटा लिया जो कि स्टेट बैंक ऑफ इण्डिया से सम्बन्धित थे। डाटा के विश्लेषण हेतु स्पियरमैन रैंक विधि व प्रतिशतता विश्लेषण विधि का प्रयोग किया। इसमें बैंकिंग सेवाओं के द्वारा ग्राहकों के व्यवहार को जांचने का प्रयास किया गया तथा यह सुझाव दिया कि ऑनलाइन सेवाओं पर ध्यान केंद्रित कर, बैंकिंग समस्याओं का त्वरित समाधान कर, ऋण सुविधाओं को बढ़ाकर ग्राहक संतुष्टि को बढ़ाया जा सकता है।
- Dr. Meenakshi Sharma, Ms. Tanvi Gaur, Ms. Yamini Bansal (2015) इस पत्र में विलय पश्चात् ग्राहकों की संतुष्टि के स्तर के बारे में और बैंक ऑफ राजस्थान के आईसीआईसीआई बैंक में विलय के मामले का अध्ययन किया गया। विलय व अधिग्रहण के पीछे मुख्य विचार नए व्यवसाय व बाजार में उद्यम करना, बाजार हिस्सेदारी में वृद्धि करना, लक्ष्य बाजार में एकाधिकार प्राप्त करना है। प्रमुख निष्कर्ष यह था कि ग्राहक बदलाव से संतुष्ट थे तथा उन्होंने खुशी से इस बदलाव को स्वीकार किया उन्हें बेहतर वित्तीय उत्पादों की सुविधा व संतुष्टिजनक ग्राहक सेवाओं का अनुभव प्राप्त हो रहा है।

- Salaudddeen Shaik, P. Raghu Kumar and A. Dalvin Vinoth Kumar (2019) विलय व अधिग्रहण बैंकों के पुनर्निर्माण व पुनर्बलन की व्यापक रूप से प्रयोग ली जाने वाली तकनीक बन गई हैं। सार्वजनिक क्षेत्र के बैंकों के विलय के बाद ग्राहक संतुष्टि की जांच के लिए अध्ययन किया गया, अध्ययन के लिए प्राथमिक डाटा संरचित प्रश्नावली के माध्यम से यादृच्छिक आधार पर सार्वजनिक क्षेत्रीय बैंकों के ग्राहकों से लिया गया। परीक्षण में यह पता चला कि विलय के बाद निष्पादन प्रभावित होता है तथा विलय ग्राहक संतुष्टि को सकारात्मक व नकारात्मक दोनों रूप से प्रभावित करता है।
- K. Madavan and Dr. C. Vethirajan (2020) पुडुचेरी क्षेत्र के सार्वजनिक व निजी बैंकों की इलेक्ट्रॉनिक बैंकिंग सेवाओं के आधार पर ग्राहक संतुष्टि की जांच के लिए अध्ययन किया। अध्ययन के लिए संरचित प्रश्नावली के माध्यम से 478 ग्राहकों से डाटा एकत्र किया गया, 5 सार्वजनिक व 5 निजी बैंकों का चयन किया गया तथा इलेक्ट्रॉनिक बैंकिंग सेवाओं के छः चरों के आधार पर अध्ययन कार्य किया गया। अध्ययन में निजी बैंकों की तुलना में सार्वजनिक बैंकों के ग्राहकों का विभिन्न आयामों के ई-सेवा गुणवत्ता के प्रति निम्न अवबोध पाया गया। परिणाम यह बताता है कि ई-बैंकिंग सेवाओं से उच्च ग्राहक संतुष्टि प्राप्त होती है तथा भारतीय बैंकों के लिए वैश्विक बाजार में प्रवेश का यही तरीका है।
- T.S. Kumar and V. Vinothini (2020) अध्ययन का उद्देश्य इंडसइंड बैंक के ग्राहकों के बीच संतुष्टि स्तर को जानना है। सेवा गुणवत्ता पैमाने का उपयोग पांच आयामों विश्वसनीयता, सहानुभूति, भौतिक पहलू, आश्वासन और जिम्मेदारी के साथ किया। यह अध्ययन बैंकों की विभिन्न विशेषताओं तथा ग्राहक संतुष्टि पर प्रभाव पर भी ध्यान केन्द्रित करता है। अध्ययन में प्राप्त डाटा के विश्लेषण से यह संकेत मिलता है कि बैंक वास्तव में अपने ग्राहकों को अच्छी सेवाएं प्रदान कर रहे हैं जिसमें ग्राहक भी संतुष्ट है। प्रतिस्पर्धा में बने रहने के लिए ग्राहक प्रतिधारण पर ध्यान देना चाहिए और ग्राहक प्रतिधारण ग्राहक संतुष्टि से ही संभव है। अतः वर्तमान प्रतिस्पर्धात्मक समय में ग्राहक संतुष्टि सफलता की कुंजी है।

अध्ययन का उद्देश्य

- ग्राहक संतुष्टि व सेवा गुणवत्ता के सम्बन्ध में जानकारी प्राप्त करना।
- बैंकिंग क्षेत्र में ग्राहक संतुष्टि का अध्ययन करना।

ग्राहक संतुष्टि

ग्राहक संतुष्टि एक ऐसा शब्द है जो यह निर्धारित करता है कि किसी कम्पनी के उत्पाद व सेवाएं ग्राहकों की अपेक्षाओं को कैसे पूरा करती है।

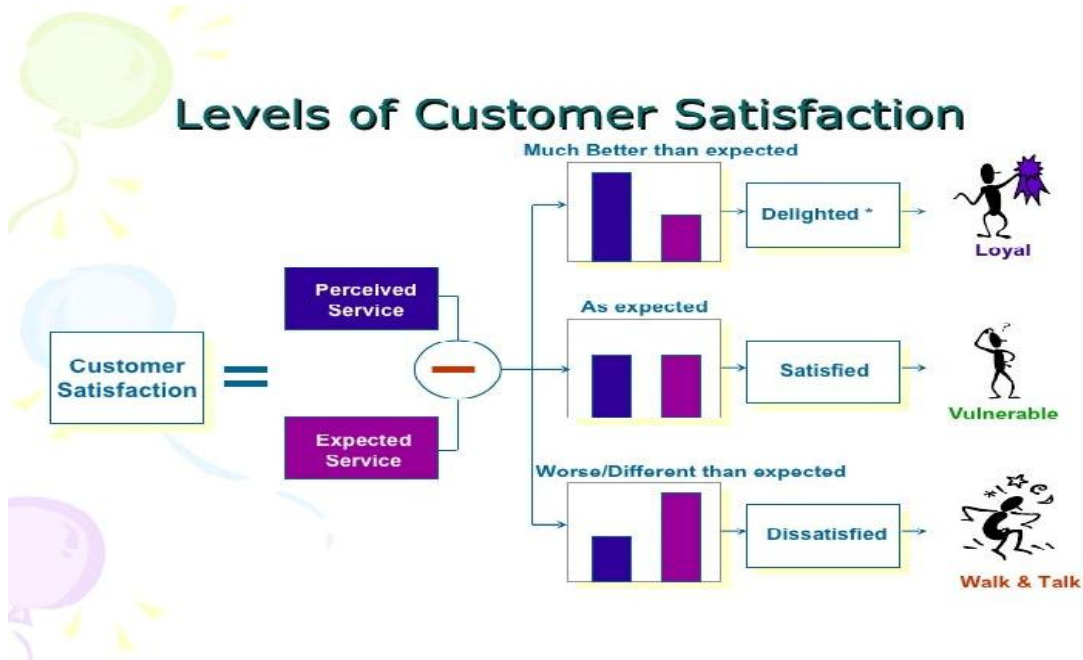
ग्राहक संतुष्टि एक अस्पष्ट और अमूर्त अवधारणा है और संतुष्टि की स्थिति की वास्तविक अभिव्यक्ति एक व्यक्ति से दूसरे व्यक्ति और एक उत्पाद/सेवा से दूसरे उत्पाद/सेवा में भिन्न होगी।

ओलिवर (1997) के अनुसार, "ग्राहकों की संतुष्टि उत्पादों या सेवाओं के खरीद पश्चात् मूल्यांकन के साथ पूर्व खरीद अपेक्षाओं की तुलना है।"

कोटलर एवं केलेर (2009) के अनुसार, "ग्राहक संतुष्टि एक व्यक्ति की खुशी की भावना या उत्पाद की अवबोधित निष्पादन का इसके संबंध में अपेक्षाओं से तुलना के परिणामस्वरूप प्राप्त निराशा है।"

ग्राहक संतुष्टि = ग्राहक द्वारा प्राप्त सेवा – ग्राहक द्वारा अपेक्षित सेवा

यदि अवबोधित सेवा अपेक्षित सेवा से ज्यादा प्राप्त होती है तो ग्राहक संतुष्टि सकारात्मक होगी इसके विपरीत जब अवबोधित सेवा अपेक्षित सेवा से कम प्राप्त होती है तो ग्राहक असंतुष्टि की स्थिति प्राप्त होगी। ग्राहक संतुष्टि की सकारात्मक स्थिति ग्राहक वफादारी का निर्माण करती है ग्राहक लम्बे समय तक संस्था के साथ बने रहते हैं व अन्य ग्राहकों को भी आकर्षित करते हैं।

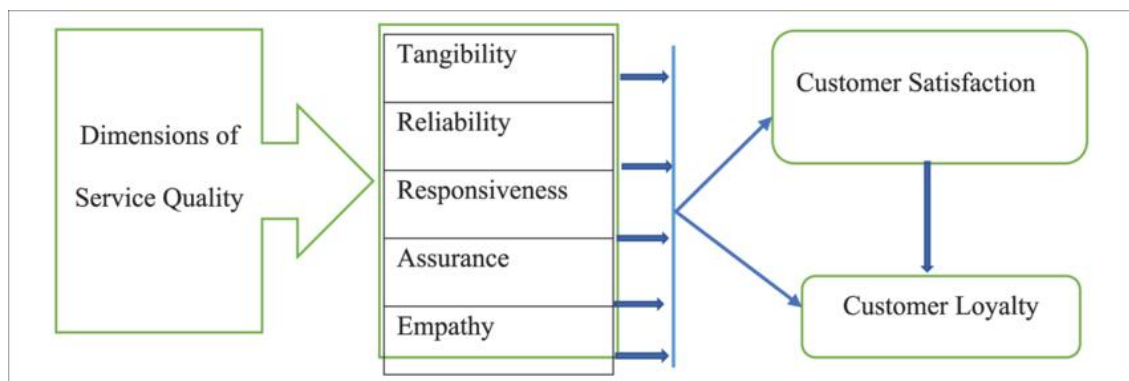


(Source:- <https://image.slidesharecdn.com/customer-delight-1205526465860360-2/95/customer-delight-8-728.jpg?cb=1205501266>)

सेवा गुणवत्ता के आयाम व ग्राहक संतुष्टि

ग्राहक संतुष्टि का मापन करने हेतु सेवा गुणवत्ता के विभिन्न आयामों का उपयोग किया जा सकता है इन आयामों के आधार पर वास्तविक सेवा गुणवत्ता व अपेक्षित सेवा गुणवत्ता के मध्य तुलना कर ग्राहक संतुष्टि का पता लगाया जा सकता है। परशुराम, जेतमल तथा बैरी मॉडल के अनुसार निम्न पाँच आयामों के आधार पर सेवा गुणवत्ता का मापन किया जा सकता है—

- **मूर्तता** – सेवा को दृश्यमानता प्रदान करने के लिए भौतिक सुविधाएं, उपकरण और अन्य साधन।
- **विश्वसनीयता** – सेवा के निष्पादन के लिए दिए गए वचन अनुसार निष्पादित करने की योग्यता।
- **जवाबदेही** – उपभोक्ता की सहायता की इच्छा और त्वरित सेवा प्रदान करना।
- **आश्वासन** – उपभोक्ता के मन में सेवा प्रदाता के ज्ञान योग्यता एवं शिष्टता के कारण उत्पन्न विश्वास।
- **सहानुभूति** – उपभोक्ता के व्यक्तिगत व्यवहार तथा सुविधाओं की उचित व्यवस्था।



(Source:- <https://www.researchgate.net/profile/Dharmendra-Singh-51/publication/341337249/figure/fig1/AS:890537129308163@1589332005717/Conceptual-framework-of-the-impact-of-service-quality-on-customer-loyalty-and-customer.png>)

निष्कर्ष

ग्राहकों की संतुष्टि किसी भी व्यवसाय की सफलता में महत्वपूर्ण भूमिका निभाती हैं। बैंकिंग क्षेत्र में ग्राहक संतुष्टि सभी प्रकार के बैंकों के लिए आवश्यक है। इसके द्वारा ग्राहकों को बनाए रखने, नाखुश ग्राहकों की पहचान करने, ग्राहकों की वफादारी को मापने में मदद मिलती है। ग्राहक संतुष्टि सेवा की गुणवत्ता से संबंधित है अतः सेवा की गुणवत्ता में सुधार कर ग्राहकों के साथ अच्छे संबंध बनाए जा सकते हैं। ग्राहकों की शिकायतों का समाधान, तीव्र गति से सेवा उपलब्धि, कर्मचारियों के अच्छे व्यवहार, व बैंकिंग सेवा के विपणन मिश्रण में आवश्यकता अनुसार बदलाव कर ग्राहक संतुष्टि को बढ़ाया जा सकता है। सेवा गुणवत्ता के विभिन्न मॉडल के माध्यम से सेवा गुणवत्ता के अंतराल का पता लगाकर उसमें सुधार किया जा सकता है। सेवा में उत्कृष्टता पर ध्यान केंद्रित करने से बैंकों को अपनी लागत कम करने और अपने संचालन की दक्षता बढ़ाने में मदद मिल सकती है जिससे ग्राहक संतुष्टि व ग्राहक वफादारी में वृद्धि होगी।

संदर्भ ग्रंथ सूची

1. Kanojia, D., & Yadav, D. R. (2012). Customer satisfaction in commercial banks: A case study of Punjab National Bank. *International Journal of Trade and Commerce-IIARTC*, 1(1), 90-99.
2. Virk, N., & Mahal, P. K. (2012). Customer Satisfaction: A Comparative Analysis of Public and Private Sector Banks in India. *Information and Knowledge Management*, 2.
3. Suriyamurthi, S., Mahalakshmi, V., & Arivazhagan, M. (2013). Global banking survey: A new era of customer satisfaction with reference to India. *African Journal of Business Management*, 7(2), 125-134.
4. Nippatlapalli, A. R. (2013). A study on customer satisfaction of commercial banks: Case study on State Bank of India. *IOSR Journal of Business and Management*, 15(1), 60-86.
5. Sharma, M., Gaur, T., & Bansal, Y. (2015). A Case Study on Customer Satisfaction Level Post Merger & Acquisition (With Special Reference to ICICI Bank and Bank of Rajasthan). *International Journal of Scientific Research*, 4(5).
6. Shaik, S., Kumar, P. R., & Kumar, A. D. V. An Impact of Mergers & Takeovers of Public Sector Banks in Enhancing Customer Satisfaction.
7. Madavan, K., & Vethirajan, C. (2020). Customer Satisfaction on E-Banking Services of Public and Private Sector Banks in Puducherry Region-An Empirical Analysis. *International Journal of Management (IJM)*, 11(6).
8. Kumar, T. S., & Vinothini, V. (2020). A Study on Customer Satisfaction towards Banking Services of IndusInd Bank in Vadalur Town. *Humanities*, 8(1), 149-162.
9. <https://www.caluniv.ac.in/dj/BS-Journal/vol-38/Ensuring-Customer.pdf>
10. <https://image.slidesharecdn.com/customer-delight-1205526465860360-2/95/customer-delight-8-728.jpg?cb=1205501266>
11. <https://www.researchgate.net/profile/Dharmendra-Singh-51/publication/341337249/figure/fig1/AS:890537129308163@1589332005717/Conceptual-framework-of-the-impact-of-service-quality-on-customer-loyalty-and-customer.png>

