

SUCCESS OF THE BANKING SECTOR AND GENERAL CUSTOMER SATISFACTION WITH SPECIAL REFERENCE TO STATE BANK OF INDIA, MATHURA

Dr. S. C. Singhal

Associate Professor, Faculty of Commerce
K. R. P. G. College, Mathura

भारतीय स्टेट बैंक, मथुरा के विशेष संदर्भ में बैंकिंग क्षेत्र की सफलता और ग्राहकों की सामान्य संतुष्टि

डॉ० एस० सी० सिंघल

एसोसिएट प्रोफेसर, वाणिज्य संकाय
के० आर० पी० जी० कॉलेज, मथुरा

ABSTRACT

The success of the banking sector and general customer satisfaction are interrelated. Customer satisfaction is an important parameter for the success of banking companies. Customer satisfaction is of utmost importance for the growth of a banking company and expansion of their services. Some of the main factors related with customer satisfaction are customer service, interest rate, calculation of interest, unbiased decision making ability, availability of investment options and other services. If the customer satisfaction is good, he is more enthusiastic and also gives necessary tips to enhance his services. Whereas if the customer satisfaction is less then they usually think of changing their services and move to other companies. State Bank of India (SBI) is the largest public sector bank in India with a wide network of branches and a significant presence in rural and semi-urban areas. SBI has received favorable ratings in terms of customer satisfaction in various surveys conducted by independent organizations.

According to the annual Banking Ombudsman report released by the Reserve Bank of India (RBI) for the financial year 2020-21, SBI had the lowest number of complaints per branch among the top five banks in India. The report also states that SBI has resolved the maximum number of complaints as compared to other banks. Apart from the Banking Ombudsman report, SBI has also received positive ratings in several other customer satisfaction surveys. For example, SBI was ranked as the second most trusted brand in India in the Brand Trust Report 2021 published by TRA Research. In addition, SBI was ranked highest in the "Large Banks" category in the 2021 Customer Satisfaction Index published by the Indian Banks'

Association. SBI has also taken several initiatives to enhance customer satisfaction, such as improving its digital banking services, enhancing its grievance redressal mechanism and increasing its focus on financial literacy and education. Overall, SBI has received positive ratings and feedback from customers, and the bank has taken several steps to enhance its customer satisfaction levels. However, there is always room for improvement, and the bank must continue to focus on providing excellent customer service to maintain and improve its customer satisfaction rates.

सारांश

बैंकिंग क्षेत्र की सफलता और ग्राहकों की सामान्य संतुष्टि एक दूसरे से संबंधित हैं। बैंकिंग कंपनियों की सफलता के लिए ग्राहकों की संतुष्टि एक महत्वपूर्ण मापदंड होती है। ग्राहक संतुष्टि एक बैंकिंग कंपनी के विकास और उनके सेवाओं के विस्तार के लिए अत्यंत महत्वपूर्ण है। ग्राहकों की संतुष्टि के साथ संबंधित कुछ मुख्य कारक हैं जैसे ग्राहक सेवा, ब्याज दर, ब्याज की गणना, निष्पक्ष निर्णय लेने की क्षमता, निवेश विकल्पों की उपलब्धता और अन्य सेवाएं। यदि ग्राहक संतुष्टि अच्छी है, तो वह अधिक उत्साहित होते हैं और अपनी सेवाओं को बढ़ाने के लिए जरूरी टिप्स भी देते हैं। जबकि अगर ग्राहक संतुष्टि कम होती है, तो वह आमतौर पर अपनी सेवाओं को बदलने और दूसरी कंपनियों में जाने का विचार करते हैं। भारतीय स्टेट बैंक (SBI) भारत का सबसे बड़ा सार्वजनिक क्षेत्र का बैंक है, जिसकी शाखाओं का एक विस्तृत नेटवर्क है और ग्रामीण और अर्ध-शहरी क्षेत्रों में महत्वपूर्ण उपस्थिति है। एसबीआई को स्वतंत्र संगठनों द्वारा किए गए विभिन्न सर्वेक्षणों में ग्राहकों की संतुष्टि के मामले में अनुकूल रेटिंग मिली है।

वित्तीय वर्ष 2020-21 के लिए भारतीय रिज़र्व बैंक (RBI) द्वारा जारी वार्षिक बैंकिंग लोकपाल रिपोर्ट के अनुसार, SBI के पास भारत के शीर्ष पाँच बैंकों में प्रति शाखा सबसे कम शिकायतें थीं। रिपोर्ट में यह भी कहा गया है कि एसबीआई ने अन्य बैंकों की तुलना में सबसे अधिक शिकायतों का समाधान किया है। बैंकिंग लोकपाल रिपोर्ट के अलावा, SBI को कई अन्य ग्राहक संतुष्टि सर्वेक्षणों में भी सकारात्मक रेटिंग मिली है। उदाहरण के लिए, TRA रिसर्च द्वारा प्रकाशित ब्रांड ट्रस्ट रिपोर्ट 2021 में SBI को भारत में दूसरे सबसे भरोसेमंद ब्रांड के रूप में स्थान दिया गया था। इसके अलावा, SBI को 2021 में भारतीय बैंक संघ द्वारा प्रकाशित ग्राहक संतुष्टि सूचकांक में "बड़े बैंकों" श्रेणी में सर्वोच्च स्थान दिया गया था। एसबीआई ने ग्राहकों की संतुष्टि बढ़ाने के लिए कई पहल भी की हैं, जैसे कि इसकी डिजिटल बैंकिंग सेवाओं में सुधार, इसकी शिकायत निवारण तंत्र को बढ़ाना और वित्तीय साक्षरता और शिक्षा पर अपना ध्यान बढ़ाना। कुल मिलाकर, एसबीआई को ग्राहकों से सकारात्मक रेटिंग और प्रतिक्रिया मिली है, और बैंक ने अपने ग्राहकों की संतुष्टि के स्तर को बढ़ाने के लिए कई कदम उठाए हैं। हालांकि, हमेशा सुधार की गुंजाइश रहती है, और बैंक को अपनी ग्राहक संतुष्टि दरों को बनाए रखने और बेहतर बनाने के लिए उत्कृष्ट ग्राहक सेवा प्रदान करने पर ध्यान देना जारी रखना चाहिए।

परिचय

बैंकिंग क्षेत्र की सफलता और सामान्य ग्राहक संतुष्टि का आपस में गहरा संबंध है। बैंकिंग कंपनियों के विकास और विस्तार के लिए ग्राहक संतुष्टि एक महत्वपूर्ण पैमाना है। ग्राहकों की संतुष्टि से संबंधित कई प्रमुख कारक हैं, जैसे ग्राहक सेवा, ब्याज दरें, ब्याज गणना, निष्पक्ष निर्णय लेने की क्षमता, निवेश विकल्पों की उपलब्धता और अन्य सेवाएं। यदि ग्राहकों की संतुष्टि अधिक है, तो ग्राहक अधिक उत्साही होते हैं और अपनी सेवाओं को बेहतर बनाने के लिए आवश्यक सुझाव देते हैं। दूसरी ओर, यदि ग्राहकों की संतुष्टि कम है, तो वे आमतौर पर अपनी सेवाओं को बदलने और अन्य कंपनियों में जाने पर विचार करते हैं। ग्राहकों की संतुष्टि से संबंधित अन्य लाभ भी हैं, जैसे ग्राहक वफादारी, ग्राहक अनुसंधान और नए ग्राहकों को आकर्षित करना। संतुष्ट ग्राहक किसी विशेष बैंक की सेवाओं का उपयोग जारी रखने, दूसरों को इसकी अनुशंसा करने और यहां तक कि इसमें अधिक पैसा निवेश करने की संभावना रखते हैं। इसके अतिरिक्त, संतुष्ट ग्राहकों के बैंक द्वारा आयोजित अनुसंधान गतिविधियों में भाग लेने की अधिक संभावना है, जो बैंक को उनकी जरूरतों को समझने और तदनुसार नई सेवाओं को विकसित करने में मदद कर सकता है। कुल मिलाकर, बैंकिंग क्षेत्र की सफलता के लिए ग्राहकों की संतुष्टि एक महत्वपूर्ण कारक है। बैंकों को अपने ग्राहकों को संतुष्ट रखने और नए ग्राहकों को आकर्षित करने के लिए उत्कृष्ट ग्राहक सेवा, प्रतिस्पर्धी ब्याज दरें, पारदर्शी और निष्पक्ष निर्णय लेने और निवेश विकल्पों की एक श्रृंखला प्रदान करने पर ध्यान देने की आवश्यकता है।

भारतीय स्टेट बैंक (एसबीआई), मथुरा

भारतीय स्टेट बैंक (एसबीआई), मथुरा भारत का एक प्रमुख बैंक है जो देश भर में शाखाओं और एटीएम का नेटवर्क संचालित करता है। एसबीआई मथुरा के विश्लेषण के संबंध में कुछ प्रमुख बिंदु इस प्रकार हैं:

- बाजार हिस्सेदारी: बैंकिंग क्षेत्र में महत्वपूर्ण बाजार हिस्सेदारी के साथ एसबीआई भारत का सबसे बड़ा बैंक है। मथुरा में, SBI खुदरा बैंकिंग खंड में एक महत्वपूर्ण हिस्सा रखता है और जमा, ऋण और अग्रिम के मामले में अग्रणी बैंकों में से एक है।
- शाखा नेटवर्क: एसबीआई मथुरा में शाखाओं का एक सुस्थापित नेटवर्क है, जो इसे क्षेत्र में ग्राहकों की बैंकिंग जरूरतों को पूरा करने में सक्षम बनाता है। बैंक की मथुरा में कई शाखाएँ हैं, जो ग्राहकों को विभिन्न बैंकिंग उत्पाद और सेवाएँ प्रदान करती हैं।
- प्रौद्योगिकी को अपनाना: एसबीआई ग्राहक अनुभव को बेहतर बनाने और निर्बाध बैंकिंग सेवाएँ प्रदान करने के लिए प्रौद्योगिकी में भारी निवेश कर रहा है। SBI मथुरा ने ग्राहकों को सुविधा प्रदान करने के लिए इंटरनेट बैंकिंग, मोबाइल बैंकिंग और डिजिटल भुगतान जैसे विभिन्न प्रौद्योगिकी-संचालित समाधानों को अपनाया है।

- उत्पाद पोर्टफोलियो: एसबीआई मथुरा बचत खातों, चालू खातों, ऋण, क्रेडिट कार्ड और बीमा उत्पादों जैसे बैंकिंग उत्पादों और सेवाओं की एक विस्तृत श्रृंखला प्रदान करता है। बैंक अंतरराष्ट्रीय बैंकिंग, व्यापार वित्त और ट्रेजरी संचालन से संबंधित सेवाएं भी प्रदान करता है।
- ग्राहक सेवा: एसबीआई मथुरा अपने ग्राहक-केंद्रित दृष्टिकोण के लिए जाना जाता है और उत्कृष्ट ग्राहक सेवा प्रदान करता है। बैंक के पास एक समर्पित कस्टमर केयर टीम है जो ग्राहकों को उनके बैंकिंग प्रश्नों में मदद करती है और उनकी शिकायतों का समय पर समाधान करती है।

बैंकिंग क्षेत्र में ग्राहकों की संतुष्टि में योगदान देने वाले कई कारक हैं। कुछ प्रमुख कारक हैं:

1. ग्राहक सेवा: असाधारण ग्राहक सेवा प्रदान करने वाले बैंकों की ग्राहक संतुष्टि दर अधिक होती है। इसमें दोस्ताना और जानकार कर्मचारी, प्रश्नों के समय पर जवाब, और कुशल शिकायत समाधान शामिल हैं।
2. सुविधा: ग्राहक उन बैंकों की सराहना करते हैं जो ऑनलाइन बैंकिंग, मोबाइल बैंकिंग और एटीएम जैसी सुविधाजनक सेवाएं प्रदान करते हैं। इससे ग्राहक अपने खातों तक पहुंच सकते हैं और जल्दी और आसानी से लेनदेन कर सकते हैं।
3. वैयक्तिकरण: ग्राहक वैयक्तिकृत सेवाओं की सराहना करते हैं। बैंक जो व्यक्तिगत ग्राहकों की विशिष्ट आवश्यकताओं को पूरा करने वाले अनुकूलित उत्पादों और सेवाओं की पेशकश करते हैं, वे उच्च संतुष्टि रेटिंग अर्जित करते हैं।
4. उत्पाद और सेवा की पेशकश: बैंक जो उत्पादों और सेवाओं की एक विस्तृत श्रृंखला की पेशकश करते हैं, जैसे कि बचत खाते, क्रेडिट कार्ड, ऋण और निवेश विकल्प, ग्राहकों की संतुष्टि अधिक होती है। इससे ग्राहक अपनी सभी वित्तीय जरूरतों को एक ही स्थान पर पूरा कर सकते हैं।
5. पारदर्शिता: ग्राहक उन बैंकों की सराहना करते हैं जो अपने संचालन, शुल्क और शुल्कों में पारदर्शी हैं। वे विभिन्न उत्पादों और सेवाओं से जुड़ी ब्याज दरों, शुल्कों और जुर्माने के बारे में स्पष्ट जानकारी प्राप्त करने की अपेक्षा करते हैं।
6. सुरक्षा: ग्राहक अपनी गोपनीयता को महत्व देते हैं और बैंकों से अपेक्षा करते हैं कि उनकी व्यक्तिगत और वित्तीय जानकारी की सुरक्षा के लिए सुरक्षित प्रणालियाँ और प्रक्रियाएँ हों।
7. गति और दक्षता: ग्राहक उन बैंकों की सराहना करते हैं जो खाते खोलने, ऋण आवेदनों को संसाधित करने और लेनदेन करने सहित अपनी प्रक्रियाओं में तेज और कुशल हैं।
8. वैयक्तिकरण: बैंक जो वैयक्तिकृत सेवाओं की पेशकश करते हैं, जैसे कि अनुकूलित निवेश सलाह या अनुकूलित ऋण उत्पाद, उच्च ग्राहक संतुष्टि दर रखते हैं।

9. नवाचार: ग्राहक उन बैंकों की सराहना करते हैं जो उनकी बदलती जरूरतों को पूरा करने के लिए नई तकनीकों और सेवाओं का नवाचार करते हैं और लाते हैं। बैंक जो तकनीकी प्रगति के साथ चलते हैं और नवीन समाधान पेश करते हैं, उनकी ग्राहक संतुष्टि दर अधिक होती है।
10. प्रतिस्पर्धी मूल्य निर्धारण: ग्राहक हमेशा अपने पैसे के मूल्य की तलाश में रहते हैं, इसलिए बैंकिंग सेवाओं के लिए प्रतिस्पर्धी मूल्य निर्धारण की पेशकश करना ग्राहकों की संतुष्टि का एक महत्वपूर्ण कारक है।

कुल मिलाकर, बैंकिंग क्षेत्र में ग्राहकों की संतुष्टि सेवा की गुणवत्ता, सुविधा, उत्पाद की पेशकश, पारदर्शिता, सुरक्षा, गति और दक्षता, और वैयक्तिकरण सहित कारकों के संयोजन से संचालित होती है। बैंक जो इन कारकों पर ध्यान केंद्रित करते हैं, वे अपने ग्राहकों को बनाए रखने और नए लोगों को आकर्षित करने की अधिक संभावना रखते हैं। हमारा वर्तमान शोध पत्र विषय मुख्य रूप से ग्राहक सेवा और ग्राहकों की संतुष्टि के स्तर के बीच संबंधों के सिद्धांत पर आधारित है।

भारतीय स्टेट बैंक (SBI) भारत का सबसे बड़ा सार्वजनिक क्षेत्र का बैंक है और इसका ग्राहक आधार बहुत बड़ा है। ग्राहकों की संतुष्टि बढ़ाने के लिए बैंक लगातार अपनी सेवाओं में सुधार की दिशा में काम कर रहा है। विभिन्न सर्वेक्षणों और रिपोर्टों के अनुसार, एसबीआई के साथ ग्राहकों की संतुष्टि दर मिश्रित रही है, कुछ ग्राहक संतुष्ट हैं जबकि अन्य ने असंतोष व्यक्त किया है। वैश्विक उपभोक्ता अंतर्दृष्टि फर्म, जेडी पावर द्वारा किए गए एक हालिया सर्वेक्षण में, एसबीआई को 1,000 में से 793 की ग्राहक संतुष्टि रेटिंग प्राप्त हुई, जो उद्योग के औसत 834 से कम है। हालांकि, बैंक ने पिछले वर्ष की तुलना में अपनी रेटिंग में सुधार किया है। कम रेटिंग में योगदान देने वाले कुछ कारक लंबे समय तक प्रतीक्षा करना, समस्याओं को हल करने में कठिनाई और डिजिटल चैनलों के साथ कम संतुष्टि थे। हालांकि, SBI अपनी डिजिटल पेशकशों और ग्राहक सेवा में सुधार करके इन मुद्दों को हल करने के लिए काम कर रहा है। बैंक ने ग्राहकों की सुविधा और संतुष्टि बढ़ाने के लिए एसबीआई बडी, एसबीआई योनो और एसबीआई क्विक जैसी पहलें भी शुरू की हैं। दूसरी ओर, एसबीआई को वित्तीय समावेशन के प्रति अपनी प्रतिबद्धता के लिए मान्यता दी गई है, इसकी शाखाओं का एक महत्वपूर्ण हिस्सा ग्रामीण क्षेत्रों में स्थित है। बैंक को डिजिटल बैंकिंग को बढ़ावा देने और उन्नत तकनीकों को अपनाने के प्रयासों के लिए भी मान्यता मिली है। कुल मिलाकर, जहां सुधार की गुंजाइश है, वहीं बड़े ग्राहक आधार और शाखाओं और एटीएम के व्यापक नेटवर्क के साथ एसबीआई भारत में बैंकिंग सेवाओं के लिए एक लोकप्रिय विकल्प बना हुआ है। बैंक ग्राहकों की संतुष्टि में सुधार के लिए कदम उठा रहा है और उम्मीद है कि भविष्य में भी अपनी सेवाओं को बढ़ाने की दिशा में काम करना जारी रखेगा।

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।

अध्ययन की सीमाएं

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

परिसीमन

भारतीय बैंकिंग क्षेत्र में हाल के वर्षों में महत्वपूर्ण परिवर्तन हुए हैं, जो सरकार की नीतियों, तकनीकी प्रगति और ग्राहकों की अपेक्षाओं में बदलाव से प्रेरित हैं। डिजिटल बैंकिंग, वित्तीय समावेशन, समेकन, ग्राहक सेवा, एनबीएफसी से प्रतिस्पर्धा और नियामक परिवर्तनों पर अधिक ध्यान देने के साथ, भारतीय बैंकिंग क्षेत्र तेजी से विकसित हो रहा है। परिणामस्वरूप, ग्राहकों की सेवाओं की एक विस्तृत श्रृंखला तक पहुंच है, और बैंक अधिक ग्राहक-केंद्रित, कुशल और नवीन होते जा रहे हैं। भारतीय बैंकिंग सेवाओं में कुछ प्रमुख विकासों में शामिल हैं:

1. डिजिटल बैंकिंग का विस्तार: डिजिटल बैंकिंग ने पिछले कुछ वर्षों में भारत में महत्वपूर्ण वृद्धि देखी है, सरकार डिजिटल भुगतान को बढ़ावा दे रही है और बैंक ग्राहकों के अनुभव को बेहतर बनाने के लिए नई तकनीकों को अपना रहे हैं। कई भारतीय बैंक अब ऑनलाइन बैंकिंग, मोबाइल बैंकिंग और डिजिटल वॉलेट प्रदान करते हैं, जिससे ग्राहकों के लिए सुविधा और पहुंच में वृद्धि हुई है।

2. वित्तीय समावेशन: भारत सरकार ने वित्तीय समावेशन और बैंकिंग सेवाओं तक पहुंच को बढ़ावा देने के लिए कई कदम उठाए हैं। जन धन योजना, आधार और मोबाइल बैंकिंग जैसी पहलों ने बैंकिंग सेवाओं को वंचित और ग्रामीण आबादी तक पहुंचाने में मदद की है।
3. बैंकों का समेकन: 2019 में, सरकार ने दक्षता बढ़ाने, पूंजीकरण में सुधार और लागत कम करने के लिए दस सार्वजनिक क्षेत्र के बैंकों को चार बड़ी संस्थाओं में विलय करने की योजना की घोषणा की। समेकन से मजबूत बैंक बनने की उम्मीद है जो निजी क्षेत्र के बैंकों के साथ बेहतर प्रतिस्पर्धा कर सकते हैं और ग्राहकों को बेहतर सेवाएं प्रदान कर सकते हैं।
4. ग्राहक सेवा पर ध्यान: भारतीय बैंकों ने ग्राहकों की संतुष्टि के महत्व को महसूस किया है और अपनी सेवाओं में सुधार के लिए प्रयास कर रहे हैं। कई बैंक अपने ग्राहक सेवा चैनलों को बढ़ाने के लिए प्रौद्योगिकी में निवेश कर रहे हैं, और कुछ ने ग्राहक प्रश्नों और शिकायतों को संभालने के लिए समर्पित ग्राहक सेवा विभाग भी स्थापित किए हैं।
5. गैर-बैंकिंग वित्तीय कंपनियां (एनबीएफसी): एनबीएफसी भारत में पारंपरिक बैंकों के लिए एक महत्वपूर्ण प्रतियोगी के रूप में उभरी हैं। वे कई प्रकार के वित्तीय उत्पादों और सेवाओं की पेशकश करते हैं, जैसे कि ऋण, बीमा और धन प्रबंधन, और उन ग्राहकों के बीच लोकप्रियता हासिल की है जो अधिक व्यक्तिगत और नवीन वित्तीय समाधानों की तलाश कर रहे हैं।
6. नियामक परिवर्तन: भारतीय रिजर्व बैंक (RBI) ने पारदर्शिता को बढ़ावा देने, प्रतिस्पर्धा बढ़ाने और ग्राहकों के हितों की रक्षा करने के लिए विभिन्न नियामक परिवर्तन पेश किए हैं। बैंकिंग विनियमन (संशोधन) विधेयक 2020 की शुरुआत का उद्देश्य बैंकिंग क्षेत्र के लिए अधिक सुव्यवस्थित और प्रभावी नियामक ढांचा प्रदान करना है।
7. तकनीकी प्रगति: भारतीय बैंकों ने इंटरनेट बैंकिंग, मोबाइल बैंकिंग और डिजिटल वॉलेट जैसी नई तकनीकों को अपनाया है। इसने बैंकिंग सेवाओं को ग्राहकों के लिए अधिक सुविधाजनक और सुलभ बना दिया है, जिससे बैंकिंग लेनदेन के लिए डिजिटल चैनलों के उपयोग में वृद्धि हुई है।
8. वित्तीय समावेशन: भारत सरकार ने वित्तीय समावेशन को बढ़ावा देने के लिए जन धन योजना जैसी कई पहलें शुरू की हैं, जिसका उद्देश्य बैंक रहित आबादी को बैंकिंग सेवाएं प्रदान करना है। नतीजतन, भारत में बैंक खातों वाले लोगों की संख्या में काफी वृद्धि हुई है, और अधिक लोगों की औपचारिक बैंकिंग सेवाओं तक पहुंच है।
9. उदारीकरण: नए निजी बैंकों और विदेशी बैंकों के प्रवेश के साथ हाल के वर्षों में भारतीय बैंकिंग क्षेत्र में महत्वपूर्ण उदारीकरण हुआ है। इससे क्षेत्र में प्रतिस्पर्धा और नवीनता बढ़ी है, जिससे ग्राहकों को बेहतर सेवाओं और उत्पादों का लाभ मिला है।

10. गैर-निष्पादित परिसंपत्तियां (एनपीए): भारतीय बैंकिंग क्षेत्र विशेष रूप से सार्वजनिक क्षेत्र के बैंकों में उच्च गैर-निष्पादित परिसंपत्तियों (एनपीए) या खराब ऋणों की समस्या का सामना कर रहा है। सरकार ने इस मुद्दे को हल करने के लिए कई उपाय किए हैं, जैसे दिवाला और दिवालियापन संहिता, जिसका उद्देश्य एनपीए मामलों को जल्दी से हल करना है।
11. विलय और समेकन: भारत सरकार ने बड़े और अधिक मजबूत बैंक बनाने के लिए सार्वजनिक क्षेत्र के बैंकों के कई विलय और समेकन की घोषणा की है जो वैश्विक खिलाड़ियों के साथ प्रतिस्पर्धा कर सकते हैं।

कुल मिलाकर, भारतीय बैंकिंग क्षेत्र में हाल के वर्षों में महत्वपूर्ण परिवर्तन हुए हैं, और डिजिटलीकरण, नवाचार और वित्तीय समावेशन पर ध्यान बढ़ रहा है। यह क्षेत्र आगे की वृद्धि और विकास के लिए तैयार है, और नए खिलाड़ियों के लिए बाजार में प्रवेश करने और सफल होने के कई अवसर हैं। भारतीय स्टेट बैंक (एसबीआई) के साथ ग्राहकों की संतुष्टि दर विभिन्न कारकों जैसे शाखा स्थान, बैंक द्वारा प्रदान की जाने वाली सेवाओं की गुणवत्ता, बैंक के कर्मचारियों के साथ ग्राहक के अनुभव और बैंक द्वारा प्रदान की जाने वाली सुविधा के स्तर के आधार पर भिन्न हो सकती है।

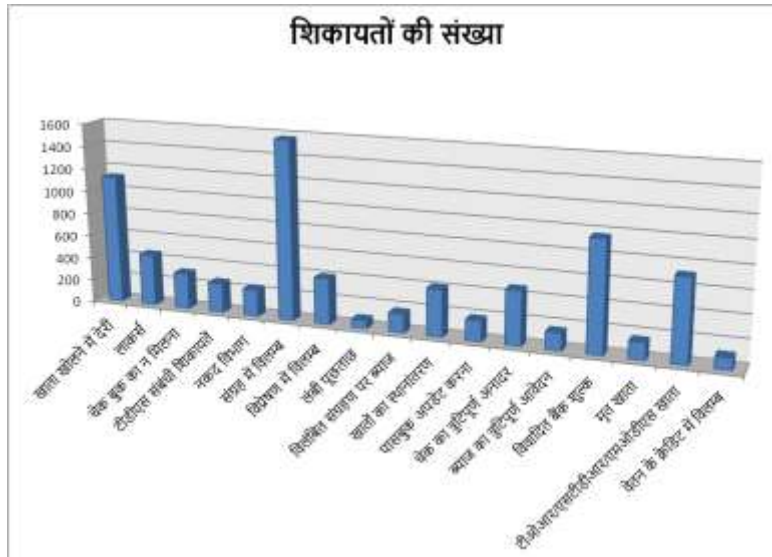
हालाँकि, 2020 में भारत सरकार द्वारा किए गए एक सर्वेक्षण के अनुसार, SBI को 76.05% की ग्राहक संतुष्टि रेटिंग प्राप्त हुई है, जो भारत में सार्वजनिक क्षेत्र के बैंकों की औसत ग्राहक संतुष्टि दर से अधिक है। इसी सर्वेक्षण से यह भी पता चला है कि एसबीआई के ग्राहक आम तौर पर बैंक की सेवाओं जैसे जमा खाते, ऋण और क्रेडिट कार्ड से संतुष्ट हैं। एसबीआई को ग्राहकों के अनुभव और संतुष्टि में सुधार लाने के प्रयासों के लिए भी सम्मानित किया गया है। उदाहरण के लिए, SBI ने SBI YONO (यू ओनली नीड वन) ऐप जैसी विभिन्न डिजिटल पहल की शुरुआत की है, जो ग्राहकों को अपने मोबाइल उपकरणों पर विभिन्न बैंकिंग सेवाओं का उपयोग करने की अनुमति देती है। इसके अतिरिक्त, एसबीआई ने ग्राहकों को डिजिटल बैंकिंग के बारे में शिक्षित करने के लिए कई अभियान भी शुरू किए हैं और अपने कर्मचारियों को प्रशिक्षण प्रदान करके ग्राहक सेवा की गुणवत्ता में सुधार करने का प्रयास किया है। अंत में, जबकि एसबीआई के साथ ग्राहकों की संतुष्टि विभिन्न कारकों के आधार पर भिन्न हो सकती है, एसबीआई ने आम तौर पर सकारात्मक ग्राहक संतुष्टि रेटिंग प्राप्त की है और अपनी सेवाओं को बेहतर बनाने और ग्राहक अनुभव को बढ़ाने के लिए कई कदम उठाए हैं।

डेटा विश्लेषण और निष्कर्ष

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

SNo.	लेन-देन संबंधित	शिकायतों की संख्या
01.	खाता खोलने में देरी	1127
02.	लाकर्स	453
03.	चेक बुक का न मिलना	316
04.	टीडीएस संबंधी शिकायतें	261
05.	नकद विभाग	237
06.	संग्रह में विलम्ब	1568
07.	विप्रेषण में विलम्ब	404
08.	लंबी पूछताछ	74
09.	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

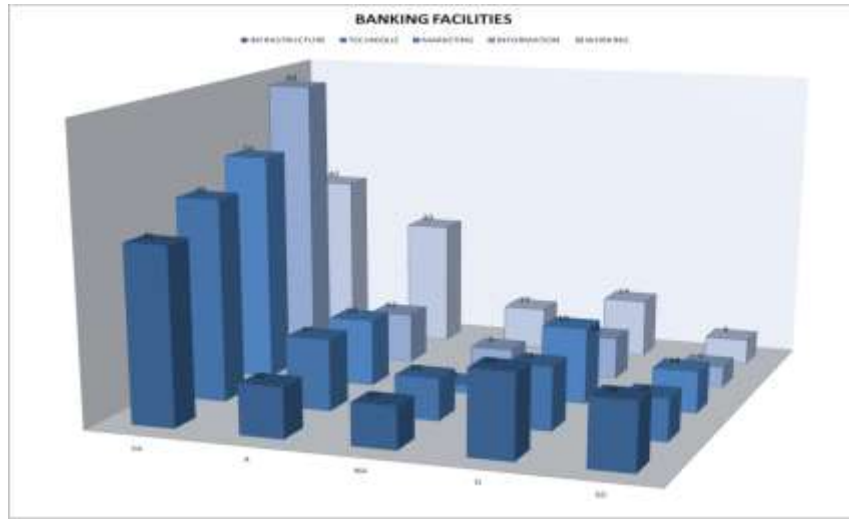
स्रोत: एसबीआई, वार्षिक रिपोर्ट।



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)
1	मैं बैंक के परिसर (बुनियादी ढांचे, भवन आदि) से संतुष्ट हूँ और यह देखने में आकर्षक है।	42	12	10	20	16
2	मैं बैंक के तकनीकी अप-टू-डेट उपकरणों से संतुष्ट हूँ	48	17	10	15	10
3	मैं बैंक द्वारा वितरित विपणन सामग्री से संतुष्ट हूँ	54	16	02	18	10
4	वेबसाइट पूरी जानकारी देती है।	68	12	05	10	05
5	मैं बैंक के आंतरिक कार्य परिसर से संतुष्ट हूँ और यह कुशल है।	40	30	10	14	06
औसत		252 (50.4)	87 (17.4)	37 (7.4)	77 (15.4)	47 (9.4)



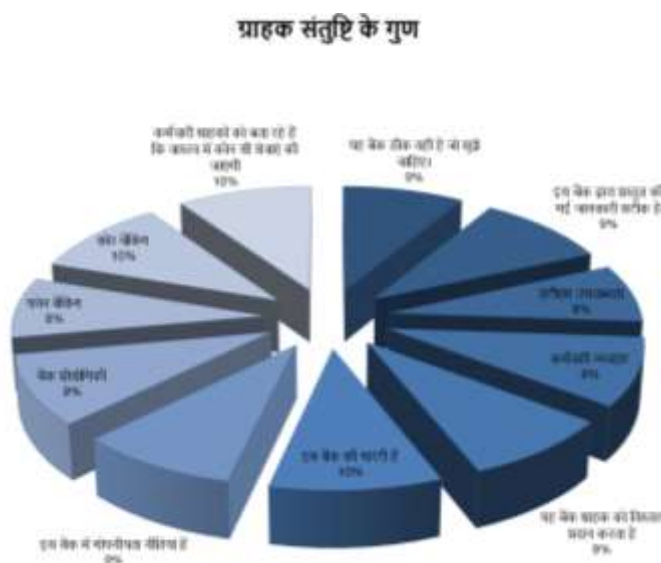
उपरोक्त तालिका से, शोधकर्ता ने अनुमान लगाया है कि 'टेंजिबिलिटी' कारक 50.4 प्रतिशत पर दृढ़ता से सहमत है। वेरिएबल के बीच, 'वेबसाइट पूरी जानकारी देती है' वेरिएबल अकेले दृढ़ता से लगभग 68 प्रतिशत सहमत हैं और उसके बाद 'मैं बैंक द्वारा वितरित विपणन सामग्री से संतुष्ट हूँ' में 54 प्रतिशत है। इन बयानों से पता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

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 हैं	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: परिकल्पित 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 संतुष्ट 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।

निष्कर्ष और सिफारिश

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। 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

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

REFERENCES

1. A.S. Chawla, *Nationalization and Growth of Indian Banking*, Deep Publications, New Delhi
2. Anderson EA and Sullivan MW (1993), "The Antecedents and Consequences of Customer Satisfaction for Firms", *Marketing Science*, Vol 12, Spring, p. 125–143.

3. Beckett, A., Hever, P. and Howcroft, B. (2006). (2000). An exposition of consumer behavior in the financial services industry. *The International Journal of Bank Marketing*, 18(1), p. 15.
4. Bolmer JMM and Kasper JDP (1995), "The Complex Relationship Between Consumer Satisfaction and Brand Loyalty", *Journal of Economic Psychology*, Vol. 16, p. 311–29.
5. Cadotte ER, Woodruff RB and Jenkins RL (1987), "Expectations and Norms in Models of Consumer Satisfaction", *Journal of Marketing Research*, Vol 24, p. 305-14.
6. Dr. K.M. Bhattacharya and O.P. Agarwal, *Basics of Banking and Finance*, Himalaya Publishing House.
7. Mishra, R. and Prabhu, D. (2010) *Introduction of Retail Banking in India*, 1st ed., New Delhi, India: Tata McGraw Hill.
8. Rust, R. and Zahorik, A. (1993). Customer satisfaction, customer retention and market share. *Journal of Retailing*, 69(2), p. 193–215.
9. Storbacka, K., Strandvik, R. and Groneros, C. (1994). Managing Customer Relationships for Profit: The Dynamics of Relationship Quality. *International Journal of Service Industry Management*, 5(5), p. 2138.
10. Dr. B. Revathi. Indian Retail Banking Industry, *International Journal of Multidisciplinary Management Studies* Vol. Issue 2, p. 141 to 145