

கரவெட்டி பிரதேசத்தில் வாடிக்கையாளர் திருப்தியை ஏற்படுத்துவதில் தனியார்
வங்கிகளின் பங்களிப்பை சிறப்பாக கொண்ட ஆய்வு.

சுஜீவா.ப¹ & விஜயகுமார்.சி²

^{1,2} பொருளியந்துறை, யாழ் பல்கலைக்கழகம், இலங்கை

¹ssujeeva138@gmail.com, ²vijai114@gmail.com

1. ஆய்வுப்பிண்ணணி

இலங்கையின் பொருளாதார வளர்ச்சிக்கு சேவைத்துறையின் பங்கு இன்றியமையாததாகும். அந்த வகையில் கடந்த வருட தரவுகளின் படி பொருளாதார கட்டமைப்பில் 62.4 வீதமான பகுதி சேவைத்துறை மூலம் செய்யப்படுவதாக கூறப்படுகின்றது. இவ் அதிகரித்த சேவைத்துறையில் வங்கிச் சேவைகள் நான்காவது பெருமளவு பங்களிப்பு செய்யும் கூறாக உள்ள நிலையில் இன்றைய வணிகசூழலில் வங்கித்துறையானது அனைவராலும் வேண்டப்படும் ஒரு சேவைத்துறையாகக் காணப்படுகின்றது. வர்தகவங்கிகள் ஒரு நாட்டின் பொருளாதார அபிவிருத்தியில் அல்லது வளர்ச்சியில் மிக மக்கியமான பங்கு வகிக்கின்றன 2015ஆம் ஆண்டு மத்திய வங்கி ஆண்டறிக்கையின் படி மத்திய வங்கியால் அனுமதிக்கப்பட்ட வர்தக வங்கிகள் இலங்கையில் இருபத்தைந்து காணப்படுகின்றன. இவை உள்நாட்டு வங்கிகள் மற்றும் வெளிநாட்டு வங்கிகள் என இரு வகையாகவும் இவ் உள்நாட்டு வங்கிகள் அரசாங்க வங்கிகள் மற்றும் தனியார் வங்கிகள் என வகைப்படுத்தப்படும் உள்ளன. இவ்வாறாக இலங்கையில் பல வங்கிகள் காணப்படுவதன் காரணமாக வாடிக்கையாளர் கவர்வதற்காக கடுமையாக போரட வேண்டிய நிலமை காணப்படுகின்றது.

வங்கிகள் பொதுவாக சேவை வழங்கும் நிறுவனங்களாகக் காணப்படுகின்றன. இலங்கையில் நகர மற்றும் கிராமபுறங்களில் விரிவான வங்கி வலயமைப்பு காணப்படுவதனை இவ் வங்கிகளின் முக்கியமான தேவைபாடாக வாடிக்கையாளர் சேவை அளிப்பு என்பது காணப்படுகின்றது. இது இன்றைய சூழலில் போட்டிக்குரிய விடயமாகக் காணப்படுகின்றது. அதாவது தனியார் வர்த்தக வங்கிகளின் புதிய பரம்பரையினரின் தொழில்நுட்ப பயன்பாடு மற்றும் வெளிநாட்டு வங்கிகளின் விரிவாக்கம் என்பன காரணமாக வங்கித்துறையில் வாடிக்கையாளர் திருப்தியை ஏற்படுத்துவது அதிகளவில் போட்டி மிக்கதாக காணப்படுகின்றது. இதன் காரணமாக வங்கிகள் தமது சேவைகள் மற்றும் நடவடிக்கைகளை வாடிக்கையாளரை மையமாக கொண்டு(customer oriented) ஒழுங்கமைத்து வருவதனைக் காணலாம்.

அந்நிலையில் வாடிக்கையாளர்களை தக்க வைத்துக்கொள்ள அதிக பட்ச சேவைகளை வங்கிகள் வழங்க வேண்டியது இன்றியமையாததாகும். அதாவது

மக்கள் அவசியமான நேரங்களில் தமக்கு வேண்டிய தேவைகளை நிறைவேற்ற எதிர்பார்ப்பார்கள் எனவே மக்களின் எதிர்பார்ப்பைப் பூர்த்தி செய்ய ஒரு வங்கி அதிகளவு முயற்சி எடுக்க வேண்டிய தேவை இன்றைய சூழலில் காணப்படுகின்றது. பழைய வாடிக்கையாளர்களைத்தக்க வைத்து கொள்வதற்கான செலவானது புதிய வாடிக்கையாளர்களை பெற்றுக் கொள்வதற்கான செலவை விட அதிகமாக காணப்படுவது இன்றைய சூழலில் வர்த்தக வங்கிகள் எதிர்நோக்கும் பாரிய பிரச்சனையாக காணப்படுகின்றது.

02. ஆய்வின் நோக்கங்கள்.

1. வங்கிகளின் சேவை அளிப்பின் அடிப்படையில் மக்களால் பெரிதும்
2. விரும்பப்படுகின்ற வங்கியாக தனியார் வங்கிகள் காணப்படுகின்றன என்பதை கண்டறிதல்.
3. தனியார் வங்கிகளால் வழங்கப்படும் வாடிக்கையாளர் சேவையினை கண்டறிதல்.
4. தனியார் வங்கிகளில் வழங்கப்படும் வாடிக்கையாளர் சேவைகளில் மக்களால் அதிகளவு விரும்பப்படும் வங்கிச் சேவைகளை அடையாளப்படுத்தல்.

2. முன்னைய ஆய்வுகளின் மீளாய்வு

ஸ்ரீநிவாஸ்டா(2009)என்பவரால் மேற்கொள்ளப்பட்டுள்ள ஆய்வானது வாடிக்கையாளர் திருப்தியில் செல்வாக்குச் செலுத்தும் காரணிகளின் முக்கியத்துவத்தை தீர்மானித்தல் மற்றும் அரசாங்க, தனியார் வர்த்தக வங்கிகளின் திருப்தி மட்ட வேறுபாட்டை அறிதல் போன்றன தொடர்பாக ஆராய்ந்துள்ளது. இங்கு அனுபவம் முக்கிய மாறியாக கையாளப்பட்டுள்ளது. இவ் அனுபவம் வேறுபட்ட அதாவது சேவை, தொடர்பாடல் மற்றும் வங்கி தொடர்பான ஆரம்ப அனுபவங்கள் என்பவற்றின் அடிப்படையில் இணைவுப் பகுப்பாய்வு மேற்கொள்ளப்பட்டு முடிவானது குறிப்பிட்ட வங்கிகளின் அடிப்படையில் பெறப்பட்டுள்ளது. அந்த வகையில் கைத்தொழில் கடன் மற்றும் முதலீட்டு கூட்டுறவு வங்கி (ICICI) வாடிக்கையாளர் திருப்தியில் உயர் நிலையில் காணப்படுவதாக கூறப்படுவதுடன் சேவை வழங்குதல் தொடர்பான அனுபவமானது வாடிக்கையாளர் திருப்தியை தீர்மானித்தலில் முக்கிய மாறியாகவும் வீட்டு அபிவிருத்தி நிதிக் கூட்டுறவு நிறுவனமானது (HDFC) உறவுமுறை அனுபவத்தில் உயர் மீடினம்மற்றும் தரம் என்பவற்றைக் கொண்டும் காணப்படுவதாக முடிவு பெறப்பட்டுள்ளது. மேலும் இந்திய அரசவங்கி (SBI) ஏனைய எல்லா மாறிகளிலும் உயர்வாக காணப்படும் நிலையைக் காணலாம்

உஷா தாமோதர் மற்றும் பிரதாப்(2009)ஆகியோரால் மேற்கொள்ளப்பட்ட இந்திய வர்த்தக வங்கிகளின் சேவைகளின் தரம் வாடிக்கையாளர் திருப்தியை அதிகரிக்கின்றதா என்ற ஆய்வானது முன்னூற்றைம்பது பெறுமதி வாய்ந்த வாடிக்கையாளரிடையே தரவைப் பெற்று மேற்கொள்ளப்பட்டுள்ளது. இவ் ஆய்வு முடிவானது வாடிக்கையாளரை

தக்க வைத்துக் கொள்வதில் மானிட அம்சங்களே தொழில்நுட்ப அம்சங்களை விட அதிகளவு தாக்கம் செலுத்துவதாகவும் சேவையின்தரத்தில் ஏற்படும் அதிகரிப்பு வாடிக்கையாளர் திருப்தி அதிகரிப்பதில் செல்வாக்கு செலுத்துவதாகவும் பெறப்பட்டுள்ளது.

ரவிச்சந்திரன், தமிழ்மணி, அருண்குமார் மற்றும் பிரபாகரன் (2010) ஆகியோரால் மேற்கொள்ளப்பட்ட இவ் ஆய்வுக் கட்டுரையானது வாடிக்கையாளர் திருப்தி மீதான சேவைகளின் தரம் தொடர்பாக மதிப்பிடுகிறது இதன் ஊடாக சேவையின் தரத்தை அதிகரிப்பதன் மூலம் வாடிக்கையாளர் திருப்தியை திருப்திகரமாக வழங்க முடிவதுடன் அதிகரிக்க முடியும் எனவும் இதன் ஊடாக பெறுமதி வாய்ந்த வாடிக்கையாளர்களை தக்க வைத்துக் கொள்ள முடியும் எனவும் கூறப்படுகிறது.

ஆகமட்(2012) என்பவரால் லிபியாவை மையமாகக் கொண்டு மேற்கொள்ளப்பட்ட மேலுமொரு ஆய்வுக் கட்டுரையானது வாடிக்கையாளர் நோக்கில் வழங்கப்படும் சேவைகளின் அடிப்படையில் லிபிய வங்கித்துறையின் வாடிக்கையாளர் திருப்தி தொடர்பாக மதிப்பிடுகிறது. பங்களாதேஷில் ராஜ்ஷாகி மாநிலத்தை அடிப்படையாகக் கொண்டு அலாம் (2012) என்பவரால் மேற்கொள்ளப்பட்ட ஆய்வில் பங்களாதேஷில் உள்ள மக்கள் தனியார் மற்றும் அரச வங்கிகளைத் தெரிவதில் எக்காரணிகளுக்கு முக்கியத்துவம் அளிக்கின்றனர் என்ற விடயம் பகுப்பாய்வு செய்யப்படுகிறது. அந்தவகையில் பங்களாதேஷில் ராஜ்ஷாகி மாநிலத்தில் உள்ள அறுநூறு வாடிக்கையாளர்களிடம் தகவல் பெறப்பட்டு ஆய்வு செய்யப்பட்டுள்ளது. இங்கு தனிப்பட்ட அனுபவம்சேவையின் தரம், முகாமைத்துவம், இணைய வங்கி வசதி, வினைத்திறமான வாடிக்கையாளர் சேவை மற்றும் வேகமான சேவை போன்ற பல மாறிகளை அடிப்படையாகக்கொண்டு ஆய்வு மேற்கொள்ளப்படும் போது தனியார் வர்த்தக வங்கிகளைத் தெரிவு செய்யும் காரணிகளாக வாடிக்கையாளர் சேவையின் தரம், வேகம், சிறந்த முகாமைத்துவம் மற்றும் இணைய வங்கி வசதிகள் போன்றன காணப்படுகின்றன எனவும் அதேபோன்று தேசிய அல்லது அரசாங்க வர்த்தக வங்கிகளை தெரிவு செய்வதில் கடனுக்கானவட்டிவீதம் குறைவாக இருத்தல், சௌகரியமான கிளை அமைவிடம், பாதுகாப்பான முதலீடு, பலதரப்பட்ட சேவைகள் மற்றும் குறைந்த சேவைக் கட்டணவசதி போன்றன காணப்படுகின்றன எனவும் முடிவு பெறப்பட்டுள்ளமையைக் காணலாம். சௌத்திரி மற்றும் மோனிக(2011) ஆகியோரால் மேற்கொள்ளப்பட்ட இவ் ஆய்வானது இந்தியாவின் பொது மற்றும் தனியார் வர்த்தக வங்கித்துறைகளுக்கிடையிலான சேவைகளை ஒப்பிட்டு நோக்குகிறது. அந்த வகையில் அதிகரித்த போட்டி, புதிய தகவல் தொழில்நுட்பம் மற்றும் அதன் ஊடான குறைந்தளவான செயல்முறைச் செலவு, உற்பத்தியில் ஏற்பட்ட குறைவு மற்றும் அரசின் மட்டுப்படுத்தப்பட்ட ஒழுங்குபடுத்தல்கள் என்பன காரணமாக பொதுத்துறையானது தனியார் துறையுடன் போட்டியிட வேண்டிய நிலைமை

காணப்படுகிறது. எனக் குறிப்பிடப்படுவதுடன் இவ் ஆய்வுக்கு புள்ளிவிபரவியல்கருவிகள் பயன்படுத்தப்பட்டுள்ளமையைக் காணமுடிகிறது.

ஆனந்தன் மற்றும் ஜெகதீஸ்வரன் (2012)ஆகியோரால் மேற்கொள்ளப்பட்ட இவ்ஆய்வு திருப்பூர் மாவட்ட வர்த்தக வங்கிகளின் வாடிக்கையாளர் சேவை தொடர்பாக பகுப்பாய்வு செய்கிறது.இவ் ஆய்வு குறிப்பிட்ட பிரதேசத்தில் வசிக்கும் வாடிக்கையாளர்களிடையே தரவு சேகரிக்கப்பட்டு வாடிக்கையாளர் பால்நிலை, கல்வி நிலை மற்றும் வேலைவாய்ப்பு என்பவற்றின் அடிப்படையில் மேற்கொள்ளப்பட்டுள்ளதுடன் பெருமளவு வாடிக்கையாளர்கள் சேமிப்பு மேற்கொள்வதை நோக்காகக் கொண்டு வங்கிச் சேவைகளைப் பெறுவதாக முடிவு பெறப்பட்டுள்ளது.

நிர்மலஜீத் மற்றும் பிரப்யோட் (2012)ஆகியோர் இணைந்து மேற்கொண்ட ஒரு ஆய்வானது இந்தியாவில் அரசாங்க மற்றும் தனியார் வங்கித் துறைகளின் வாடிக்கையாளர் திருப்தி எவ்வாறு காணப்படுகின்றது என்பதை மூன்று அரசாங்க மற்றும் மூன்று தனியார் வர்த்தக வங்கிகளை அடிப்படையாகக் கொண்டு இலகு மாதிரியெடுப்பு முறையில் வினாக்கொத்து பகிரப்பட்டு தகவல்கள் திரட்டப்பட்டு முகாமையாளர் வாடிக்கையாளர் இடையிலான உறவு, கிளை வசதிகள், தொலைபேசி விசாரணைகள் மற்றும் கடன் வசதிகள் போன்ற பல காரணிகளின் அடிப்படையில் தனியார் மற்றும் அரசாங்க வர்த்தக வங்கிகளின் சேவைகள்மதிப்பிடப்பட்டு அரசாங்கவங்கிகளை விடதனியார்வர்த்தகவங்கிகளே வாடிக்கையாளர்களால் அதிகளவு விரும்பப்படுவதாக முடிவு பெறப்பட்டுள்ளமையைக் காணலாம்.

பாகிஸ்தானில் றிஸ்வான், காவோ மற்றும் ரகுமான்(2014) ஆகியோரால் மேற்கொள்ளப்பட்ட ஆய்வில் பாகிஸ்தான் வங்கித்துறையில் வாடிக்கையாளர் விசுவாசத்தில் சேவையின் தரம், நம்பிக்கை மற்றும் நற்பெயர் என்பன எவ்வாறு தாக்கம் செலுத்துகிறது என்பதை நோக்காகக்கொண்டு மேற்கொள்ளப்பட்டுள்ளது. இவ் ஆய்வானது அறுநூற்று நாற்பத்து ஐந்து வங்கிவாடிக்கையாளரிடையே பெறப்பட்ட தரவுகளின் அடிப்படையில் பகுப்பாய்வு செய்யப்பட்டுள்ளது. இம்மூன்று காரணிகளும் வாடிக்கையாளர் விசுவாசத்துடன் நேர்க்கணியமாக பொருளுள்ள வகையில் இணைவைக் கொண்டுள்ளதாக முடிவு பெறப்பட்டுள்ளது.

04.ஆய்வு முறையியல்

ஆய்வினை மேற்கொள்வதற்கு தகவல்களும் தரவுகளும் மிகவும் முக்கியமானவையாக காணப்படுகின்றன. ஆய்வினை மேற்கொள்வதற்கு தரவு சேகரித்தல் முக்கிய படிமுறையாக காணப்படுகின்றன. தனியார் வங்கிகள் வாடிக்கையாளர்களுக்கு திருப்தியை ஏற்படுத்துவதில் பங்களிப்பு செய்யும் காரணிகள் தொடர்பில் ஆய்வு செய்வதற்கு முதலாம் நிலைத்தரவுகள் இரண்டாம் நிலைத்தரவுகள் பெறப்பட்டு அளவு ரீதியாகவும் பண்பு ரீதியாகவும் பகுப்பாய்வு மேற்கொள்ளப்படுகின்றது



முதலாம் நிலைத்தரவுகள் ஆய்வாளனால் நேரடியாக பெறப்படுவதனால் அதிகளவு நம்பக தன்மையுடையதாகவும் உண்மை தன்மையுடையதாகவும் காணப்படுகின்றது. இவை பல வழிகளில் பெறப்படுகின்றது. இவ் ஆய்வில் பின்வரும் நூட்பங்கள் முதலாம் நிலைத்தரவுகள் பெறுவதற்குப் பயன்படுத்தப்பட்டுள்ளது.

முதலாம் நிலைத்தரவுகளானவை வினாக்கொத்து வடிவில் வங்கி வாடிக்கையாளர்களிடம் வழங்கப்பட்டு தரவுகள் சேகரிக்கப்படுகின்றன. வினாக்கொத்துக்கள் திறந்த வினாக்களை உடையதாகவும் மூடிய வினாக்களை உடையதாகவும் அமைந்துள்ளது. வினாக்கொத்து பூரணமாக ஏற்கின்றேன், ஓரளவு ஏற்கின்றேன், நடுநிலமை, பூரணமாக மறுக்கின்றேன், ஓரளவு மறுக்கின்றேன் என்றும் ஒழுங்கு முறையில் தமது சரியான தெரிவினை தெரிவு செய்வதற்காக அமைக்கப்பட்டுள்ளது.

ஆய்வின் நோக்கத்தை அடையும் பொருட்டு தாயரிக்கப்பட்ட வினாக்கொத்தினை வழங்கி பெறப்பட்ட தரவுகளுக்கு மேலகிகமான தரவுகளை பெறும் பொருட்டு தனியார் வங்கிமுகாமையாளர் ஊழியர்கள் வங்கி வாடிக்கையாளர்களிடம் நேரடியாக சென்று கலந்துரையாடல் மேற்கொண்டு தரவுகள் சேகரிக்கப்படுகின்றது. ஆய்வுக்கு வேண்டிய முக்கிய தரவுகளை பெறும் நோக்குடன் கட்டமைக்கப்பட்ட மற்றும் கட்டமைக்கப்படாத நேர்காணல் மேற்கொள்ளப்படுகின்றது.

நேரடி அவதானிப்பு என்பது ஆய்வு பிரதேசத்துக்கு நேரடியாக சென்று பார்வையிடுவதன் மூலம் பெறப்படும் தரவுகளாகும். அவதானிப்புக்கள் ஊடாகவும் ஆய்விற்கு வேண்டிய தரவுகள் சேகரிக்கப்படுவதுடன் வாடிக்கையாளர் திருப்தி தொடர்பாகவும் அவதானிக்க முடிகின்றது. வாடிக்கையாளர் திருப்தியை தீர்மானிக்கின்ற முக்கிய காரணிகளை பகுப்பாய்வு செய்தல் என்ற பிரதான நோக்கத்தினை அடைந்து கொள்வதற்கு லொஜிட் பிற்செலவு மாதிரியுரு (Logit Model) பயன்படுத்தப்பட்டுள்ளது. உப நோக்கங்கள் விபரணப் பகுப்பாய்வின் மூலம் விளக்கப்பட்டுள்ளன.

05.கருதுகோள் பரிசீலனையும் தரவு பகுப்பாய்வும்

அட்டவணை 5.2: லொஜிட் மாதிரியுருப் பகுப்பாய்வின் மதிப்பிடப்பட்ட பெறுபேறுகள்

மாறிகள் (Variables)	குணங்கள் (Coefficients)	ஓட்ஸ் விகிதம் (Odds ratio)	எல்லைத்த ாக்கம் (Marginal effect)	சராசரி இடை (Averag mean)
வங்கிகளுடன் தொடர்பை கொண்ட காலம்(YS)*	-4.442548 (0.096)	.0117659	-926764	2.3
தொழில்நுட்பம்(TU)**	4.490343 (0.028)	89.15203	.9367345	2.16667
முகாமையாருடனான உறவு(MC)**	9.118379 (0.035)	9121.402	1.902193	2.33333
வருமானம்(IC)*	-6.170905 (0.072)	-0.0020893	-1.287318	1.93333
குணக்கின் வகை(AT)*	1.715168 (0.076)	.5557609	.3578027	3.63333
வங்கியிவ் ஒரு தடவையில் சேமிக்கும்நேரத்தின் அளவு(CT)**	-5.081834 (0.041)	0062085	-1.160126	5.08333
வேளிநாட்டுநிதி அனுப்பல்கள்D1)	3.7802 (0.310)	43.82482	735784	233333
கல்வி(ED)	7605648 (0.208)	2.139484	-1586621	3.08333
வங்கிகளின் இலாப நோக்கு(PV)*	-2.783667 (0.075)	0618115	-5807032	3.41667

அவதானங்கள்-60 $R^2 = 7869$

குறிப்பு: மாறிகள் **5வீத மற்றும் *10வீதபொருளுண்மை மட்டத்தில் பொருளுண்மைத் தன்மையுடையவை. அடைப்புக்குறிக்குள் நிகழ்தகவு பெறுமதி ($p > |z|$) தரப்பட்டுள்ளது.

மேற்காட்டப்பட்ட அட்டவணைப்படி ஒரு தடவையில்வங்கியில் செலவழிக்கும் நேரத்தின் அளவு தொழில் நுட்பம் முகாமையாளருடனான தொடர்பு என்பன 5 வீத பொருளுண்மை மட்டத்திலும் வங்கியில் கணக்கை பேணும் காலம்வருமானம் கணக்கின்வகை வங்கி இலாபநோக்கில் தொழிற்படல் என்பன 10 வீத பொருளுண்மை மட்டத்திலும் பொருளுண்மைத்தன்மை வாய்ந்தவையாகக் காணப்படுகின்றன.

இங்கு பொருளுள்ள வகையில் தாக்கம் செலுத்தும் மாறிகள் அதிகரிக்கும் போது ஏனைய மாறிகள் மாறா நிலையில் வாடிக்கையாளர் திருப்தி அதிகரிக்கும் போதான நிகழ்தகவானது இணைவுக்குணகம் ஊடாக காட்டப்பட்டுள்ளது.odd'sவீதத்தின் அடிப்படையில் மாறிகள் மற்றும் வாடிக்கையாளர் திருப்தி இடையிலான தொடர்பு காட்டப்பட்டுள்ளது.லொஜிட் மாதிரியுருவில் சாரா மாறிகளின் பெறுமதிகளைக் கொண்டு எல்லைத்தாக்கம் மதிப்பிடப்பட்டு அதன் படி குறிப்பிட்ட வாடிக்கையாளர் திருப்தி அடையும் நிகழ்தகவானது வாடிக்கையாளர் திருப்தி அடையாமைக்கான நிகழ்தகவால் பிரிப்பதன் மூலம் odds விகிதம் பெறப்பட்டுள்ளது.

முதலாவதாக ஏனைய காரணிகள் நிலையாகக் காணப்படும் நிலையில் வங்கியில் ஒரு தடவையில் செலவழிக்கும் நேரத்தின் அளவு ஒரு நிமிடத்தால் அதிகரிக்கும் போது வாடிக்கையாளர் திருப்தி அதிகரிப்பதற்கான நிகழ்தகவு -5.081834 ஆகும். இங்கு odd's விகிதத்தின் குணகமும் 0062085 ஆகக் காணப்படுவதனால் வங்கியில் செலவழிக்கும் நேரத்துக்கும் பெறுபேறுகளுக்கும் இடையே எதிர்க்கணியத் தொடர்பு காணப்படுகின்றது. இதனடிப்படையில் ஆய்வுப்பிரதேசத்தில் வங்கியில் செலவழிக்கும் நேரம் அதிகரிக்க அதிகரிக்க அதிகரிக்க திருப்தியின் அளவு குறைவடைந்து செல்கின்றது. செலவழிக்கும் நேரத்தின் சராசரி இடையின் கணிப்பீட்டுப் பெறுமதி 5.08333 ஆகக் காணப்படும் நிலையில் ஏனைய காரணிகள் மாறாத போது செலவழிக்குமநேரம்ஒரு நிமிடத்தால் அதிகரிக்கும் போது வாடிக்கையாளர் திருப்திக்கான நிகழ்தகவு -1.1 அலகால் குறைவடையும். எனினும் இங்கு எல்லைத் தாக்கமானது -1.160126 என்ற அளவு மிகவும் குறைவாக காணப்படுகின்றது.

இரண்டாவதாக தொழில்நுட்பமானது ஒரு அலகினால் அதிகரிக்கும் போது ஏனைய காரணிகள் மாறாத நிலையில்வாடிக்கையாளர் திருப்தி அதிகரிப்பதற்கான நிகழ்தகவு 4.490343ஆகும். இதற்கேற்ப odd's விகிதத்தின் குணகமும் 89.15203 ஆகக் காணப்படுவதனால் வாடிக்கையாளர் திருப்திக்கும் தொழில்நுட்பத்திற்கும் இடையே நேர்க்கணியத் தொடர்பு காணப்படுகின்றது. இம்மாறியின் சராசரி இடையின் கணிப்பீட்டுப் பெறுமதி 2.16667 ஆகக் காணப்படும் நிலையில் ஏனைய காரணிகள் மாறாத போது தொழில் நுட்பத்தின் அளவானது ஒருஅலகினால் அதிகரிக்கும் போது வாடிக்கையாளர் திருப்திக்கான. நிகழ்தகவு 93 வீதத்தால் அதிகரிக்கும் இங்கு எல்லைத் தாக்கமானது .9367345 என்ற அளவால் உயர்வாகக் காணப்படுகின்றது

மூன்றாவதாக முகாமையாளரிடையிலான உறவு ஒரு அலகினால் அதிகரிக்கும் போது ஏனைய காரணிகள் மாறாத நிலையில்வாடிக்கையாளர் திருப்தி அதிகரிப்பதற்கான

நிகழ்தகவு 9.118379 ஆகும். இதற்கேற்ப odds விகிதத்தின் குணகமும் 9121.402 ஆகக் காணப்படுவதனால் வாடிக்கையாளர் திருப்திக்கும் முகாமையாளரிடையிலான உறவுக்கும் இடையே நேர்க்கணியத் தொடர்பு காணப்படுகின்றது. இம்மாறியின் சராசரி இடையின் கணிப்பீட்டுப் பெறுமதி 2.33333 ஆகக் காணப்படும் நிலையில் ஏனைய காரணிகள் மாறாத போது தொழில் துறையின் அளவானது ஒரு அலகினால் அதிகரிக்கும் போது வாடிக்கையாளர் திருப்திக்கான நிகழ்தகவு 19 வீதத்தால் அதிகரிக்கும் இங்கு எல்லைத் தாக்கமானது 1.902193 என்ற அளவால் உயர்வாகக் காணப்படுகின்றது.

நான்காவதாக ஏனைய காரணிகள் நிலையாகக் காணப்படும் நிலையில் வாடிக்கையாருடைய வருமானம் ஆயிரம் ரூபாவால் அதிகரிக்கும் போது வாடிக்கையாளர் திருப்தி அதிகரிப்பதற்கான நிகழ்தகவு -6.170905 ஆகும். இங்கு odds விகிதத்தின் குணகமும் -0020893 ஆகக் காணப்படுவதனால் குடும்ப வருமானத்திற்கும் பெறுபேறுகளுக்கும் இடையே எதிர்க்கணியத் தொடர்பு காணப்படுகின்றது. இதனடிப்படையில் ஆய்வுப் பிரதேசத்தில் வருமானம் அதிகரிக்க அதிகரிக்க திருப்தியின் அளவு குறைவடைந்து செல்கின்றது. வருமானத்தின் சராசரி இடையின் கணிப்பீட்டுப் பெறுமதி 1.93333 ஆகக் காணப்படும் நிலையில் ஏனைய காரணிகள் மாறாத போது வருமானம் ஆயிரம் ரூபாவால் அதிகரிக்கும் போது வாடிக்கையாளர் திருப்திக்கான நிகழ்தகவு -12 அலகால் குறைவடையும். எனினும் இங்கு எல்லைத் தாக்கமானது -1.287318 என்ற அளவு மிகவும் குறைவாக காணப்படுகின்றது. வாடிக்கையாளர் திருப்தி ஒரு அலகினால் அதிகரிக்கும் போது ஏனைய காரணிகள் மாறாத நிலையில் குறித்த வாடிக்கையாளர் திருப்தி குறைவடைவதற்கான நிகழ்தகவு -4.442548 ஆகக் காணப்படுகின்றது. இதற்கேற்ப ஒட்ஸ் விகிதத்தின் குணகமும் .0117659 ஆகக் காணப்படுவதனால் வங்கியில் கணக்கை பேணும் காலத்துக்கும் பெறுபேறுகளுக்கும் இடையே எதிர்க்கணியத் தொடர்பு காணப்படுகின்றது. இம்மாறி வாடிக்கையாளர் திருப்தியுடன் எந்தளவுக்குச் செல்வாக்கு செலுத்துகின்றது என்பதனை எல்லைத்தாக்க மதிப்பீட்டு மூலம் அறிந்துகொள்ளலாம். இம்மாறியின் சராசரி இடையின் கணிப்பீட்டுப் பெறுமதி 2.3 ஆகக் காணப்படும் நிலையில் ஏனைய காரணிகள் மாறாத போது கணக்கை பேணும் காலம் ஒரு வருடத்தால் அதிகரிக்கும் போது வாடிக்கையாளர் திருப்திக்கான நிகழ்தகவு 92 வீதத்தால் குறைவடையும். இங்கு எல்லைத் தாக்கமானது -926764 என்ற அளவு காணப்படுகின்றது.

லொஜிட் பகுப்பாய்வின் முடிவுகளை தொகுத்து நோக்குமிடத்துவடமராட்சிப் பிரதேசத்தின் வாடிக்கையாளர் திருப்தியை தீர்மானிப்பதில் வங்கி கணக்கை பேணும் காலம் தொழில் நுட்பம் வங்கியில் ஒரு தடவையில் செலவழிக்கும் நேரத்தின் அளவு முகாமையாளரிடையிலான உறவு கணக்கின் வகை இலாப நோக்கு வருமானம் என்பன பொருளுண்மைத்தன்மை வாய்ந்தவையாகக் காணப்படுவதுடன் ஏனைய மாறிகள் (வெளிநாட்டு நிதி கல்வி மட்டம்) பெறுபேறுகளில் பொருளுள்ளவகையில் தாக்கம் செலுத்தவில்லை என்பது கண்டறியப்பட்டுள்ளது.



சாரா மாறிகளுள் தொழில் நுட்பம் சார்ந்த மாறியின் மீது அதிகளவு தாக்கத்தினைக் கொண்டதாகக் காணப்படுகின்றது. சார்ந்த மாறியான வாடிக்கையாளர் திருப்தியுடன் தொழில் நுட்பம் தொழில் துறை வருமானம் ஆகிய சாரா மாறிகள் நேர்க்கணியத் தாக்கத்தினையும் கணக்கை பேணும் காலம் சாரா மாறிகள் எதிர்க்கணியத் தாக்கத்தினையும் கொண்டுள்ளதாக லொஜிட் பிற்செலவு மாதிரியுரு மூலம் ஆய்வு முடிவு பெறப்பட்டுள்ளது.

06.முடிவுகளும் பரிந்துரையும்

இவ் ஆய்வானது யாழ்பாணத்தில் பதினைந்து பிரதேச செயலக பிரிவுகளில் கரவெட்டி பிரதேச செயலக பிரிவுகளை ஆய்வு பிரதேசமாக கொண்டு மேற்கொள்ளப்பட்டிருக்கின்றது .இப் பிரதேசத்தில் நான்கில் மூன்று பங்குக்கும் அதிகமானோர் வங்கி சேவைகளை பயன்படுத்தும் தரப்பினராக காணப்படுவதுடன் தனியார் வங்கிகள் பல போட்டிபோட்டுப்வேறு சேவைகளை வழங்கி வருகின்றமையை காணலாம்.

ஆய்வு முடிவுகளின்படி ஆய்வு பிரதேசமான கரவெட்டி பிரதேச தனியார் வங்கிகளில் வழங்கப்படும் வாடிக்கையாளர் சேவையாக சேமிப்புகளை ஏற்றக் கொள்ளல் கடன் வழங்குதல் அடகு வைத்தல் வெளிநாட்டு மற்றும் உள்நாட்டு கொடுக்கல் வாங்கல்கள் குத்தகை வசதி காசோலை வசதிகள் கடன் அட்டை மற்றும் இணைய வங்கி வசதிகள் ஆகியன அண்மைக்காலங்களில் அறிமுகப்படுத்தப்பட்டு சேவைகளும் காணப்படுகின்றன.

இவற்றில் அரசாங்க வர்த்தக வங்கிகளை நாடும் இவ் ஆய்வு பிரதேச மக்கள் பெருமளவு பெற எதிர்பார்க்கும் வாடிக்கையாளர் விருப்பு வங்கிசேவைகளாக அடகு வைத்தல் மற்றும் கடன் வழங்கல் ஆகியன காணப்படுவதுடன் தனியார் வர்த்தக வங்கிகளை பயன்படுத்தும் வாடிக்கையாளர்கள் அதிகளவு விரும்பும் வங்கி நடவடிக்கையாக கடன் வழங்கல் வெளிநாட்டு பண கொடுக்கல் வாங்கல்கள் மற்றும் தொழில்நுட்ப வசதிகளான தன்னியக்க இயந்திர பயன்பாடு இணைய மற்றும் கைத்தொலைபேசி வங்கி சேவைகள் என்பன காணப்படுகின்றன.. மேலும் விபரண பகுப்பாய்வின் மேலதிக முடிவுகளின் அடிப்படையில்ஆய்வுபிரதேச மக்களின் மாதாந்த வருமானம் பெருமளவுவாடிக்கையாளர் வங்கி தெரிவில் செல்வாக்கு செலுத்துவதாக கூறப்படுகின்றது. மாதாந்த வருமானம் குறைவாக காணப்படுகின்ற 18 வீதமான மக்களில் 13.35 வீதமான மக்கள் அரசாங்க வங்கிகளை தெரிவதுடன் மாதாந்த வருமானம் உயர்வாக காணப்படுகின்ற 25 வீதமான மக்களில் 21 வீதமான மக்கள் தனியார் வங்கிகளை நாடுகின்ற நிலைமை காணப்படகின்றது.

அத்துடன் லொஜிட் மாதிரியுருவின் அடிப்படையில் வங்கிகளில் கணக்கு வைத்திருக்கும் காலம் வங்கி சேவைகளின் வகைகள் மற்றும் தொழில்நுட்ப பயன்பாடுஆகிய மாறிகள் பொருளுள்ள வகையில் தாக்கம் செலுத்துவதாக முடிவு பெறப்பட்டுள்ள நிலையில் கணக்கு வைத்திருக்கும் காலம் மற்றும் தொழில்நுட்ப பயன்பாடு என்பன பத்து வீதம்



பொருளுண்மை மட்டத்திலும்வங்கிச் சேவைகளின் வகைகள் ஐந்துவீதம்
பொருளுண்மை மட்டத்திலும் வங்கிச் சேவைகளின் வகைகள் ஐந்து வீதம்
பொருளுண்மை மட்டத்திலும் பொருளுள்ள வகையில் வாடிக்கையாளர் திருப்தி மீது
செல்வாக்கு செலுத்துவதை அவதானிக்க முடியும்

வங்கிகளில் தொழில் புரியும் ஊழியர்கள் வங்கிகளின் சேவை விஸ்தரிப்பில் அதிகளவு
கவனம் செலுத்துதல் மற்றும் மக்களால் விரும்பப்படும் அல்லது அதிகம்
எதிர்பார்க்கப்படும் சேவைகளை வழங்க அரசாங்க மற்றும் தனியார் வங்கிகளுக்கான
வழிப்படுத்தல்கள் .வங்கிகள் இலாப நோக்கத்தை குறைத்து பெருமளவு சேவை
நோக்கத்தின் அடிப்படையில் தமது வங்கி செயற்பாடுகளை முன்னெடுப்பதன் ஊடாக
வாடிக்கையாளர் திருப்தியை ஏற்படுத்த முடியும்.

References

- Abeysekara,N. and Hewawasam,B.2010 Relationship Marketing:
Customercommitment and trust as a strategy for cooperate banking sector in
Srilanka.
- Abeysekara,N and Wickramasinghe,A 2013 Relationship Marketing:
CustomerOrientation of Sales people: Learning form Banks, Internal Journal
Financial Services Management,Vo1.6,No1.
- Alam Siddique,M.N.2012Bank Selection influencing factors: A study on Customer
preference with reference to Rajshahi city,Asian Business
Review,Vol.1,Issuel,pp 2304-261.
- Nagabhshanam,M.2012 Astudy on Customer Service Quality of Banks in India,
Analyze Research Solutions (pvt) Ltd,Bangalore.
- Nirmalajeet,V. and Prabhjot,K.M. 2012 Customer satisfaction: A Comparative
Analysis of Public and Privat Sector banks in India.
- Sivesan,S. and Achchuthan,S. 2012 How Relationship Marketing contributes to
gaining Costomer Loyalty to Banking industry in Srilanka Asian Journal of
Multidimensional Research,Vo1.1,Issue3,pp2278-4853.

Sivesan,S. and Achchuthan,S.2013 Costomer Perception towards relationship marketing and personal demographic Variables :A study of Jaffna District,Srilanka.

எலிசபெத் மற்றும் எலியட் (2004) வினைத்திறனான சேவை, நிதியியலின் செயற்பாடுகள் மற்றும் வாடிக்கையாளர் சேவையின் தரம் என்பவற்றுக்கிடையிலான தொடர்பு.அவுஸ்ரேலியா.

ஸினெல்டின்(2005) சுவீடனின் போட்டி நிலை மிகுந்த வங்கித்துறையில் வாடிக்கையாளர் தொடர்பு முகாமைத்துவம் (CRM) மற்றும் வங்கிச் சேவைகளின் தரம் என்பவற்றுக்கிடையிலான தாக்கங்கள்.

ஸ்ரீநிவாஸ்டா(2009) வாடிக்கையாளர் திருப்தியில் செல்வாக்குச் செலுத்தும் காரணிகளின் முக்கியத்துவத்தை தீர்மானித்தல் மற்றும் அரசாங்க, தனியார் வர்த்தக வங்கிகளின் திருப்தி மட்ட வேறுபாட்டை அறிதல்.

நிர்மலஜீத் மற்றும் பிரப்யோட் (2012) ஆகியோர் இணைந்து மேற்கொண்ட ஒரு ஆய்வானது இந்தியாவில் அரசாங்க மற்றும் தனியார் வங்கித் துறைகளின் வாடிக்கையாளர் திருப்தி எவ்வாறு காணப்படுகின்றது.

சௌத்திரி மற்றும் மோனிகா(2011) இந்தியாவின் பொது மற்றும் தனியார் வர்த்தக வங்கித்துறைகளுக்கிடையிலான சேவைகளின் ஒப்பீடு .

