

அம்பாறை மாவட்டத்திலுள்ள பாரம்பரிய நிதி நிறுவனங்களில்
காணப்படும் இஸ்லாமிய வங்கிப்பிரிவு மற்றும் நிதிப்பிரிவுகளின்
சேவைத்தரம் தொடர்பான வாடிக்கையாளர்களின் எதிர்பார்ப்புக்கள்
மற்றும் அவர்களது புரிந்துணர்வு

Supervisor

Mr. RA. Sarjoon,
Lecturer (Prob.),
Faculty of Islamic studies &
Arabic Language

Researcher

Miss. J. Fathima Nafeera,
Department of Islamic Studies,
Faculty of Islamic studies &
Arabic Language

இன்றைய பொருளாதார அறிஞர்கள் பலரின் கவனத்தை ஈர்த்துள்ள இஸ்லாமிய வங்கி முறையானது, உலகளாவிய ரீதியில் பாரிய வளர்ச்சி கண்டு வருவதனை அவதானிக்கலாம். முஸ்லிம் நாடுகளில் மட்டுமன்றி முஸ்லிம் அல்லாத நாடுகளிலும் கூட இவ்வங்கித் துறையானது நடைமுறைப்படுத்தப்பட்டு அபிவிருத்தி கண்டு வருகின்றது. இஸ்லாமிய வங்கிகளைப் பொறுத்தவரை பாரம்பரிய வங்கிகளுடன் போட்டியிட்டு தமது வங்கிச் சேவைகளை வழங்க வேண்டியுள்ளது. தரமான சேவைகளை வழங்குவதன் மூலமே இன்றைய போட்டித் தன்மையான சூழலில் வெற்றிகரமாகச் செயற்பட முடியும்.

எனவே இஸ்லாமிய வங்கிகள், வாடிக்கையாளர்களின் எதிர்பார்ப்புக்கள் என்ன? அவர்கள் அவ்வங்கிகளால் வழங்கப்பட்ட சேவைகள் தொடர்பாக எவ்வாறான திருப்தி நிலையைக் கொண்டுள்ளனர் என்பவற்றை ஆராய்ந்து அதற்கேற்ப தமது உற்பத்தி மற்றும் சேவைகளை வழங்குவதன் ஊடாக இன்றைய போட்டிச் சந்தையில் நிலையான ஓர் இடத்தைப் பிடிக்க முடியும்.

இந்த வகையில் இவ்வாய்வின் முக்கிய நோக்கங்களில் முதலாவது, தெரிவு செய்யப்பட்ட இஸ்லாமிய வங்கிப் பிரிவுகள் மற்றும் நிதிப்பிரிவுகளின் சேவைத் தரத்தை மதிப்பீடு செய்து இஸ்லாமிய நிதிப்பிரிவுகளின் சேவைத் தரம் தொடர்பான வாடிக்கையாளர்களின் எதிர்பார்ப்புக்களுக்கும் (Expectations) அவர்களது புரிதல்களுக்கும் (Perceptions) இடையிலான வேறுபாட்டை இனங்காணுதல், இரண்டாவது இஸ்லாமிய நிதிப்பிரிவுகள் சிறந்த தரம் மிக்க சேவைகளை வழங்க மேம்படுத்தப்பட வேண்டிய பகுதிகளை அடையாளம் காணல் என்பனவாகும்.

இவ்வாய்வுக்குத் தேவையான தரவு சேகரிப்பைப் பொறுத்தவரை முதலாம் நிலைத் தரவுகள் மற்றும் இரண்டாம் நிலைத்தரவுகள் என்பவற்றினூடாகப் பெறப்பட்டுள்ளன. முதன்மைத் தரவுகளில் வினாக்கொத்தானது முக்கியமாகக் கையாளப்பட்டுள்ளது. சேவைத்தரம் தொடர்பான வாடிக்கையாளர்களின் எதிர்பார்ப்புக்கள் மற்றும் அவர்களது புரிதல்கள் என்பவற்றை அளவிடுவதற்காக CARTER Model பயன்படுத்தப்பட்டுள்ளது. இது 34 விடயங்களை உள்ளடக்கியுள்ளது. அதன் அடிப்படையிலேயே இவ்வாய்வுக்கான வினாக்கொத்து தயாரிக்கப்பட்டு தகவல்கள் சேகரிக்கப்பட்டுள்ளன. இரண்டாம் நிலைத்தரவுகளாக ஆய்வுக்கட்டுரைகள், நூல்கள், சஞ்சிகைகள், இணையத்தளம் போன்றன பயன்படுத்தப்பட்டுள்ளன.

இவ்வாய்வின் பிரதான கண்டுபிடிப்புக்களாக இஸ்லாமிய வங்கிப் பிரிவுகள் மற்றும் நிதிப்பிரிவுகளின் சேவைத்தரம் தொடர்பான வாடிக்கையாளர்களின் எதிர்பார்ப்புக்களுக்கும் புரிந்துணர்வுக்குமான இடைவெளியானது அதிகரித்த நிலையில் காணப்படுகிறது. அதாவது அவர்களுக்கு அவை தொடர்பாக நடுநிலையான ஒரு திருப்தி மட்டமே காணப்படுகின்றது. எனவே அவர்களது பூரண திருப்தியினைப் பெற இவ்வாறான வங்கிப் பிரிவுகள் மற்றும் நிதிப்பிரிவுகள் முக்கியமாக சில விடயங்களில் அதிக கரிசனை எடுக்கவேண்டியுள்ளது. குறிப்பாக ஷரீஆ இணக்கப்பாடு (Compliance), உருவமுள்ள தன்மை (Tangibility), பொறுப்பளிக்கும் தன்மை (Responsivness) போன்ற அம்சங்களில் கூடிய கவனம் செலுத்தி அவற்றை மேலும் மேம்படுத்துவதன் ஊடாக இந்நிதிப்பிரிவுகள் தொடர்பாக வாடிக்கையாளர்களுக்கு சிறந்த மனப்பாங்கினை ஏற்படுத்த முடிவதோடு ஏனைய போட்டி நிறுவனங்களோடு போட்டியிட்டு சிறந்த சந்தைச் சூழலை ஏற்படுத்தக் கூடியதாகவும் இருக்கும் என்பதில் ஐயமில்லை.

எனவே இவ்வாய்வின் முடிவாக இஸ்லாமிய வங்கிப் பிரிவுகள் மற்றும் நிதிப்பிரிவுகள் தமது சேவைத்தரத்தினை மேலும் மேம்படுத்த வேண்டிய நிலை காணப்படுகின்றது. இதற்கான சில முன்மொழிவுகளும் சிபாரிசுகளும் இவ்வாய்வில் குறிப்பிடப்பட்டுள்ளன.

Key Words: இஸ்லாமிய வங்கிப் பிரிவுகள் மற்றும் நிதிப்பிரிவுகள், சேவைத்தரம், வாடிக்கையாளர் எதிர்பார்ப்பு, வாடிக்கையாளர் புரிந்துணர்வு.