



ई-बँकिंग : ग्राहकांची पसंती व दृष्टिकोन – एक अभ्यास

निलेश दे. हलामी

सहा. प्राध्यापक,

वाणिज्य विभाग, आदर्श महाविद्यालय, देसाईगंज जि.गडचिरोली

Corresponding Author : nilrup0136@gmail.com

Communicated : 20.03.2022

Revision : 27.03.2022

Published: 02.05.2022

Accepted : 30.03.2022

सारांश :

ई-बँकिंगने ग्राहकांच्या बँकिंग सवयींमध्ये आमूलाग्र बदल करून भारतातील पारंपारिक बँकिंग प्रणालीची जागा घेतली आहे. ई-बँकिंगला इंटरनेट बँकिंग किंवा ऑनलाइन बँकिंग म्हणूनही ओळखले जाते, याने बँकिंगचा परिचालन खर्च कमी करून वित्तीय सेवा क्षेत्रावर मोठा प्रभाव पाडला आहे. कोविड-१९ महामारीच्या संकटामुळे संपर्करहित पेमेंट आणि ऑनलाइन बँकिंग सेवांचा वापर लक्षणीय वाढला आहे. डिजिटल प्लॅटफॉर्मचा अनुभव घेण्यासाठी बँकिंग सेवांकडे ग्राहकांची धारणा काही प्रमाणात या महामारीमुळे बदलली आहे. क्राउड फंड इनसायडरच्या नवीन अहवालानुसार, दोन तृतीयांश किंवा ६८ टक्के भारतीय ग्राहक सध्या व्यवहार करण्यासाठी डिजिटल किंवा मोबाइल बँकिंग प्लॅटफॉर्म वापरत आहेत. देशातील इंटरनेट वापरकर्त्यांची एकूण संख्या सप्टेंबर २०२१ अखेर ६३८.२५ दशलक्ष वरून डिसेंबर २०२१ अखेर ६६१.४२ दशलक्ष झाली आहे (TRAI नुसार). बँकेच्या ग्राहकांचा समाधानावर ई-बँकिंग सेवेच्या गुणवत्तेचा महामारीच्या प्रभावाचे परीक्षण करणे आणि इंटरनेट बँकिंग आणि मोबाइल बँकिंगच्या वापरावर प्रभावीत करणारे मुख्य घटक ओळखणे हे या पेपरचे उद्दिष्ट आहे. नेट बँकिंग, मोबाइल बँकिंग या विविध ई-बँकिंग सेवांबद्दल ग्राहकांची काय धारणा आहे आणि कषाला प्राधान्य देतात हे या पेपरमध्ये अभ्यास करण्यात आले आहे.

बीजशब्द : ई-बँकिंग, इंटरनेट बँकिंग, मोबाइल बँकिंग व ग्राहक प्राधान्ये

प्रस्तावना :

१. परिचय

ई-बँकिंग म्हणजे विविध इलेक्ट्रॉनिक उपकरणांद्वारे सर्व प्रकारची बँकिंग उत्पादने आणि सेवा प्रदान करणे. ग्राहक त्यांच्या खात्यांमध्ये प्रवेश करू शकतो आणि निधी हस्तांतरित करू शकतो आणि संगणक किंवा मोबाइल फोनद्वारे ई-बँकिंगद्वारे विविध व्यवहार करू शकतो. ई-बँकिंगने ग्राहकांच्या बँकिंग सवयींमध्ये आमूलाग्र बदल करून भारतातील पारंपारिक बँकिंग प्रणालीची जागा घेतली आहे. इंटरनेट बँकिंग किंवा ऑनलाइन बँकिंग म्हणूनही ओळखले जाते, याने बँकिंगचा परिचालन खर्च कमी करून वित्तीय सेवा क्षेत्रावर मोठा प्रभाव पाडला आहे.

कोविड-१९ महामारीमुळे ऑनलाइन बँकिंग सेवा आणि संपर्करहित पेमेंटचा वापर लक्षणीय वाढला आहे. डिजिटल प्लॅटफॉर्मचा अनुभव घेण्यासाठी बँकिंग सेवांकडे ग्राहकांची धारणा काही प्रमाणात या महामारीमुळे बदलली आहे. IAMA अहवालात असे आढळून आले आहे की अंदाजे 281 दशलक्ष दैनिक इंटरनेट वापरकर्ते, त्यापैकी 182.9 दशलक्ष किंवा 62 टक्के शहरी भागात दररोज इंटरनेट वापरतात, ग्रामीण भारतातील फक्त 98 दशलक्ष वापरकर्ते किंवा 53 टक्के. देशातील इंटरनेट वापरकर्त्यांची एकूण संख्या सप्टेंबर 2021 अखेर 638.25 दशलक्ष वरून डिसेंबर

2021 अखेर 661.42 दशलक्ष झाली आहे आर्थिक वर्ष 21 (TRAI) च्या तिसऱ्या तिमाहीत जवळपास 3.60 टक्के ने वाढ झाली आहे. एका नवीन अहवालानुसार, दोन तृतीयांश किंवा 68 टक्के पेशा जास्त भारतीय ग्राहक सध्या व्यवहार सेट करण्यासाठी डिजिटल किंवा मोबाइल बँकिंग प्लॅटफॉर्म वापरत आहेत.

संशोधन उद्दिष्टे:-

या अभ्यासाची उद्दिष्टे आहेत:-

1. ई बँकिंग तंत्रज्ञानाच्या जागरूकतेचे विश्लेषण करणे.
2. ई-बँकिंग सेवांच्या वापरावर परिणाम करणारे घटक समजून घेणे.

अभ्यासाची व्याप्ती:-

अभ्यासाची व्याप्ती कोविड परिस्थितीत गडचिरोली जिहयामधील देसाईगंज शहरातील इंटरनेट बँकिंग आणि मोबाइल बँकिंग सेवांच्या ग्राहकांपुरती मर्यादित आहे. हा अभ्यास जानेवारी 2021 ते डिसेंबर 2021 या कालावधीपर्यंत मर्यादित आहे.

संशोधन पद्धती:-

अभ्यासासाठी प्रश्नावली तयार केली आहे आणि देसाईगंज शहरामध्ये गुगल फॉर्मद्वारे ऑनलाइन सर्वेक्षण केले आहे. सर्वेक्षणांपैकी 177 वापरण्यायोग्य होत्या. या प्रतिसादकर्त्यांची निवड सोप्या स्तरीकृत नमुना पद्धती

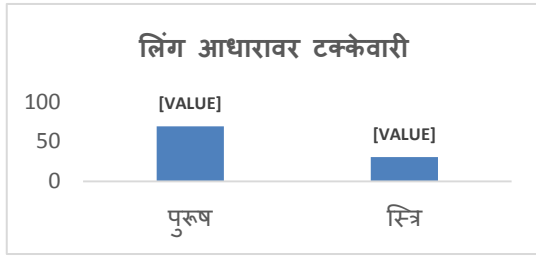
वापरून करण्यात आली. प्रश्नावलीमधून गोळा केलेल्या डेटाचे विश्लेषण केले गेले आणि टक्केवारी आणि स्तंभालेख वापरून टेबलमध्ये सादर केले गेले.

माहितीचे विश्लेषण

1. ग्राहकांची लोकसंख्याशास्त्रीय प्रोफाइल.

1.1 लिंग आधारावर उत्तरदात्यांचे वितरण खाली दिले आहे.

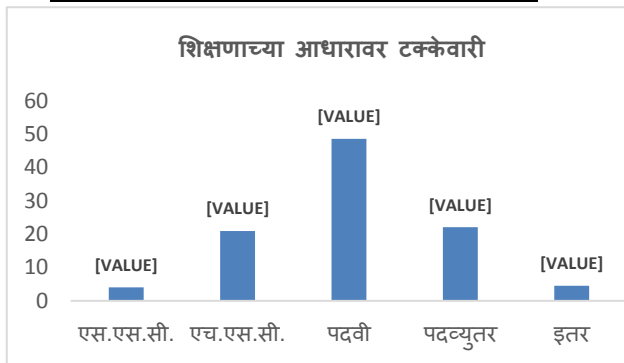
लिंग	वारंवारीता	टक्केवारी
पुरुष	123	69.49
स्त्रि	54	30.51
एकुण	177	100



वरील तक्त्यात दाखवल्याप्रमाणे 177 उत्तरदात्यांपैकी 123 (69.49 टक्के) पुरुष आणि 54 (30.51 टक्के) महिला ई-बँकिंग वापरकर्ते आहेत.

1.2 शिक्षणाच्या आधारावर उत्तरदात्यांचे वितरण खाली दिले आहे.

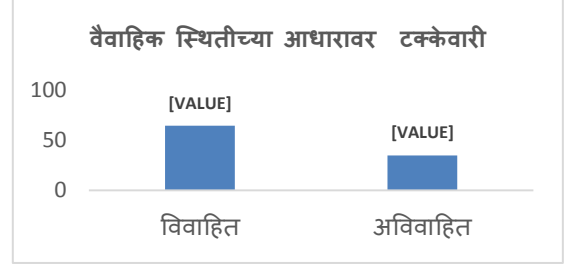
शिक्षण	वारंवारीता	टक्केवारी
एस.एस.सी.	7	3.95
एच.एस.सी.	37	20.90
पदवी	86	48.60
पदव्युतर	39	22.03
इतर	8	4.52
एकुण	177	100



वरील तक्त्यात दाखवल्याप्रमाणे 177 उत्तरदात्यांपैकी 3.95% एस.एस.सी., 20.9% एच.एस.सी., 48.6% पदवी, 22.03% पदव्युतर व 4.52% इतर मधून, आहेत.

1.3 वैवाहिक स्थितीच्या आधारावर उत्तरदात्यांचे वितरण खाली दिले आहे.

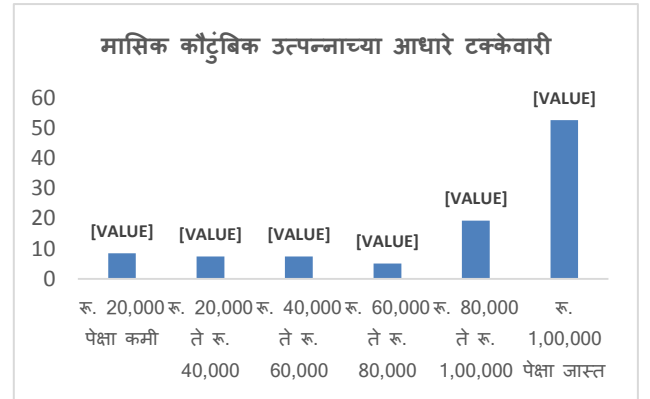
वैवाहिक स्थिती	वारंवारीता	टक्केवारी
विवाहित	115	64.97
अविवाहित	62	35.03
एकुण	177	100



वरील तक्त्यामध्ये दाखवल्याप्रमाणे 177 उत्तरदात्यांपैकी 115 (64.97%) विवाहित आहेत आणि 62 (35.03%) अविवाहित आहेत.

1.4 मासिक कौटुंबिक उत्पन्नाच्या आधारे प्रतिसादकर्त्यांचे वितरण खाली दिले आहे.

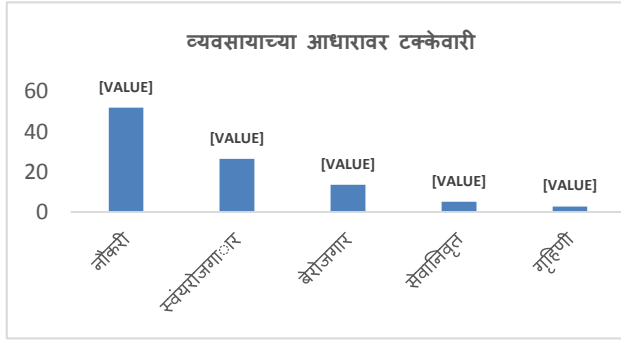
मासिक कौटुंबिक उत्पन्ना	वारंवारीता	टक्केवारी
रु. 20000 पेक्षा कमी	15	8.48
रु. 20000 ते रु. 40000	13	7.34
रु. 40000 ते रु. 60000	13	7.34
रु. 60000 ते रु. 80000	9	5.09
रु. 80000 ते रु. 100000	34	19.21
रु. 100000 पेक्षा जास्त	93	52.54
एकुण	177	100



वरील सारणीनुसार 177 प्रतिसादकर्त्यांपैकी 15 (8.48%) 20000 रु. पेक्षा कमी च्या गटात आहेत, 13 (7.34%) 20000-40000 च्या गटात आहेत, 13 (7.34%) 40000-60000 च्या गटात आहेत, 9 (5.09%) 60000-80000 च्या गटात आहेत, 34 (19.21%) 80000-100000 च्या गटात आहेत. 93 (52.54%) 100000 वरील गटात आहेत.

1.5 व्यवसायाच्या आधारावर उत्तरदात्यांचे वितरण खाली दिले आहे.

मासिक कौटुंबिक उत्पन्न	वारंवारीता	टक्केवारी
नोकरी	92	51.98
स्वयंरोजगार	47	26.55
बेरोजगार	24	13.57
सेवानिवृत्त	9	5.08
गृहिणी	5	2.82
एकुण	177	100

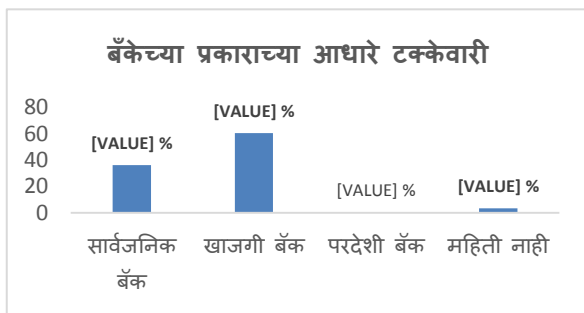


वरील सारणीनुसार 177 उत्तरदात्यांपैकी 92 (51.98 %) नोकरदार गटातील आहेत, 47 (26.55 %) स्वयंरोजगार गटात आहेत, 24 (13.57 %) बेरोजगार गटात आहेत, 9 (5.08 %) सेवानिवृत्त गटात आहेत, 5 (2.82 %) हे गृहिणी गटातील आहेत.

2. बँकेच्या खाते आणि प्रकाराच्या निवडीसाठी ग्राहकाची पसंती.

2.1 बँकेच्या प्रकाराच्या आधारे उत्तरदात्यांचे वितरण खाली दिले आहे.

बँकेचे प्रकार	वारंवारीता	टक्केवारी
सार्वजनिक बँक	64	36.16
खाजगी बँक	107	60.45
परदेशी बँक	0	00
महिती नाही	6	3.39

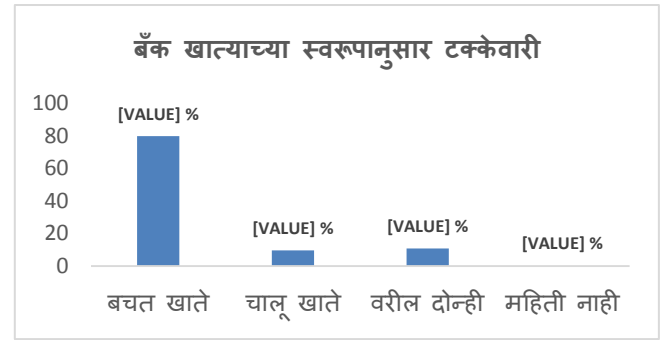


वरील तक्त्यानुसार 177 उत्तरदात्यांपैकी 64 (36.16 %) यांचे सार्वजनिक बँक खाते क्षेत्रात आहे, 107 (60.45 %)

यांचे बँक खाते खाजगी क्षेत्रात आहे, 0 (0.0 %) यांचे बँक खाते आहे. आणि 6 (3.39 %) यांना कल्पना नाही.

२.२ बँक खात्याच्या स्वरूपानुसार उत्तरदात्यांचे वितरण खाली दिले आहे.

बँक खात्याचे प्रकार	वारंवारीता	टक्केवारी
बचत खाते	141	79.66
चालू खाते	17	9.60
वरील दोन्ही	19	10.74
महिती नाही	0	00

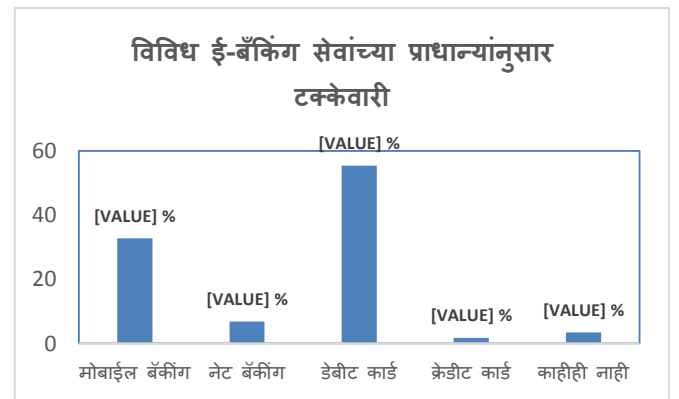


वरील सारणीनुसार 177 उत्तरदात्यांपैकी 141 (79.66 %) चे बचत खाते आहे, 17 (9.60 %) कडे चालू खाते आहे, 19 (10.74 %) कडे दोन्ही प्रकारची खाती आहेत.

3. विविध ई-बँकिंग सेवांना ग्राहकांची पसंती.

3.1 विविध ई-बँकिंग सेवांच्या प्राधान्यांचे वितरण खाली दिले आहे.

ई-बँकिंग सेवा	वारंवारीता	टक्केवारी
मोबाईल बँकिंग	58	32.77
नेट बँकिंग	12	6.78
डेबिट कार्ड	98	55.37
क्रेडिट कार्ड	3	1.69
काहीही नाही	6	3.39

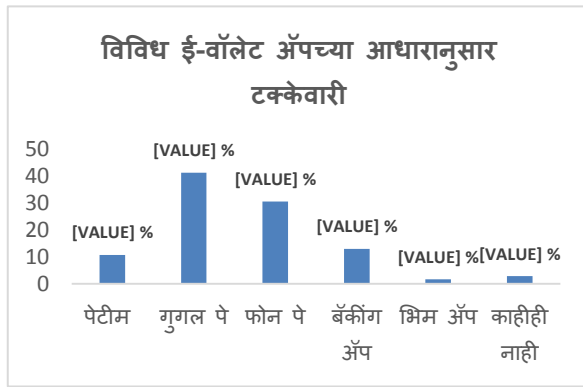


वरील सारणीनुसार 177 उत्तरदात्यांपैकी 58 (32.77 %) मोबाईल बँकिंग वापरतात, 12 (6.78 %) नेट बँकिंग वापरतात, 98 (55.37 %) डेबिट कार्ड वापरतात, 3

(1.69%) क्रेडिट कार्ड वापरतात, 6 (3.39 %) कुठलेही कार्ड वापरत नाही.

3.2 विविध ई-वॉलेट अॅप्सच्या प्रतिसादकर्त्यांच्या पसंतीचे वितरण खाली दिले आहे

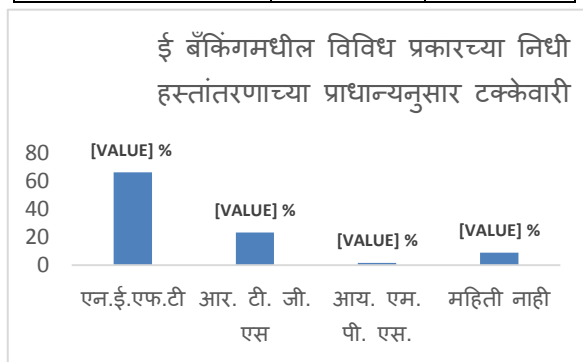
ई-वॉलेट अॅप्स	वारंवारीता	टक्केवारी
पेटीम	19	10.73
गुगल पे	73	41.24
फोन पे	54	30.52
बँकींग अॅप्स	23	12.99
भिम अॅप्स	3	1.69
काहीही नाही	5	2.83



वरील सारणीनुसार 177 उत्तरदात्यांपैकी 19 (10.73 %) पेटीम वापरतात, 73 (41.24 %) गुगल पे वापरतात, 54 (30.52 %) फोन पे वापरतात, 23 (12.99 %) बँकींग अॅप्स वापरतात, 3 (1.69 %) भिम अॅप्स वापरतात तर 5 (2.83 %) कुठलेही ई-वॉलेट अॅप्स वापरत नाही.

3.3 ई बँकिंगमधील विविध प्रकारच्या निधी हस्तांतरणाच्या प्राधान्याचे वितरण खाली दिले आहे

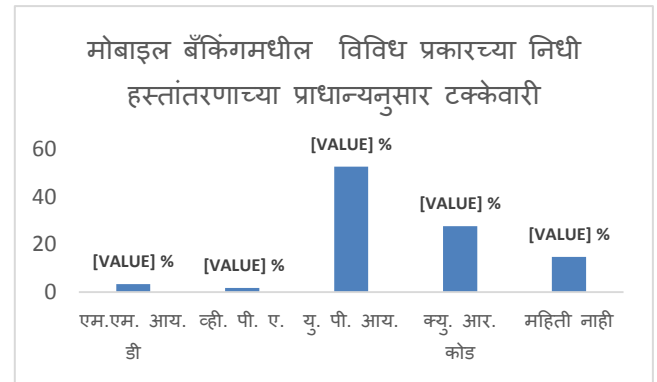
निधी हस्तांतरणाचे प्रकार	वारंवारीता	टक्केवारी
एन.ई.एफ.टी	117	66.10
आर. टी. जी. एस	41	23.17
आय. एम. पी. एस.	3	1.69
महिती नाही	16	9.04



वरील सारणीनुसार 177 उत्तरदात्यांपैकी 117 (10.73 %) एन.ई.एफ.टी व्दारे हस्तांतरण करतात, 41 (23.17 %) आर.टी.जी.एस. व्दारे हस्तांतरण करतात, 3 (30.52 %) आय.एम.पी.एस. व्दारे हस्तांतरण करतात, 17 (9.04 %) यांना हस्तांतरण करण्यासंदर्भात कल्पना नाही

3.4 मोबाइल बँकिंगमधील विविध प्रकारच्या हस्तांतरणासाठी प्रतिसादकर्त्यांच्या निवडीचे वितरण खाली दिले आहे

मोबाइल बँकिंग हस्तांतरणाचे प्रकार	वारंवारीता	टक्केवारी
एम.एम. आय. डी	6	3.39
व्ही. पी. ए.	3	1.69
यु. पी. आय.	93	52.54
क्यु. आर. कोड	49	27.69
महिती नाही	26	14.69

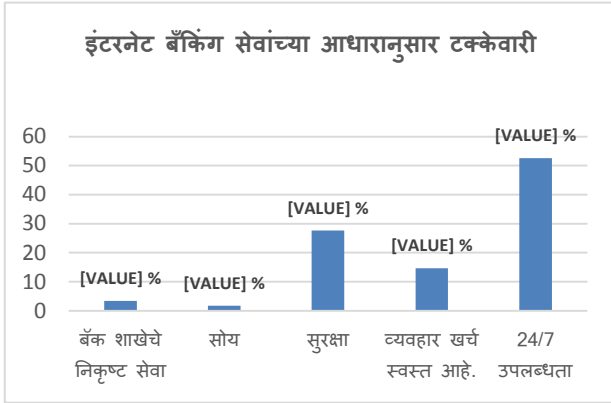


वरील तक्त्यामध्ये दाखवल्याप्रमाणे, 177 उत्तरदात्यांपैकी 6 (3.39 %) एम.एम.आय.डी. व्दारे हस्तांतरण करतात, 3 (1.69 %) व्ही.पी.ए. व्दारे हस्तांतरण करतात, 93 (52.54 %) यु.पी.आय. व्दारे हस्तांतरण करतात, 49 (27.69 %) यांना हस्तांतरण करण्यासंदर्भात कल्पना नाही

4. ई-बँकिंग सेवांच्या वापरासाठी ग्राहकाचे गुणधर्म

†.घ इंटरनेट बँकिंग सेवांच्या वापराबाबत प्रतिसादकर्त्यांच्या निवडीचे विश्लेषण खाली दिले आहे

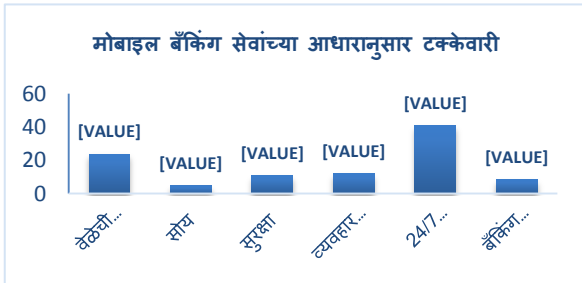
इंटरनेट बँकिंग सेवांच्या वापर	वारंवारीता	टक्केवारी
बँक शाखेचे निकृष्ट सेवा	6	3.39
सोय	3	1.69
सुरक्षा	49	27.69
व्यवहार खर्च स्वस्त आहे.	26	14.69
२४/७ उपलब्धता	93	52.54



वरील तक्त्यामध्ये दाखवल्याप्रमाणे, 177 प्रतिसादकर्त्यांपैकी 6 (3.39 %) बँक शाखेचे निकृष्ट सेवा, 3 (1.69 %) सोय, 49 (14.69 %) सुरक्षा, 26 (14.69 %) व्यवहार खर्च स्वस्त आहे., 93 (52.54 %) 24/7 उपलब्धता,

४.२ मोबाइल बँकिंग सेवांच्या वापरसाठी प्रतिसादकर्त्यांच्या निवडीचे विश्लेषण खाली दिले आहे

मोबाइल बँकिंग सेवांच्या वापर	वारंवारिता	टक्केवारी
वेळेची बचत होते	42	23.73
सोय	8	4.53
सुरक्षा	19	10.73
व्यवहार खर्च स्वस्त आहे.	21	11.86
२४/७ उपलब्धता	72	40.68
बँकिंग व्यवहार सोपे	15	8.47



वरील तक्त्यामध्ये दाखवल्याप्रमाणे, 177 उत्तरदात्यांपैकी 42 (23.73 %) वेळेची बचत करते, 8 (4.53 %) ने 24/7 उपलब्धता निवडली, 19 (10.73 %) निवडले बँकिंग व्यवहार सोपे आहेत, 21 (11.86 %) ने व्यवहाराची किंमत स्वस्त आहे, 72 (40.68 %) ने इंटरनेट समस्या नाही निवडले 15 (8.47 %) ने सुरक्षा निवडली आणि 17 (8.85 %) ने सुविधा निवडली.

निष्कर्ष आणि निष्कर्षांचा सारांश:—

संशोधन अहवाल हा प्राथमिक डेटाचा आहे आणि वरील अभ्यासातून असा निष्कर्ष काढला जाऊ शकतो की महामारीच्या परिस्थितीत ई-बँकिंग जागरूकता वाढली आहे ज्यामुळे भविष्यात बँकिंग उद्योगात नवकल्पना आणि डिजिटल परिवर्तनाच्या अनेक संधी उपलब्ध होतील. विद्यार्थी आणि सुशिक्षित व्यावसायिकांनी या महामारीच्या काळात ई-बँकिंग सेवा वापरून सर्वेक्षणाचे बहुसंख्य उत्तरदाते बनवले, ज्यांनी खाजगी क्षेत्रातील बँकांमध्ये खाती ठेवली होती आणि बचत खातेधारक होते.

सर्वेक्षणातून असे आढळून आले की UPI च्या संदर्भात, google pay हे कोविड परिस्थितीत वापरकर्त्यांनी पसंत केलेले सर्वात लोकप्रिय अॅप असल्याचे दिसून आले आणि इलेक्ट्रॉनिक फंड ट्रान्सफर मोडच्या संदर्भात, NEFT ला अधिक प्राधान्य दिले गेले.

या अभ्यासाच्या निष्कर्षांनी सूचित केले आहे की बँकिंग सेवा 24/7 आणि कुठेही आणि केव्हाही बँकिंग उपलब्ध होण्याचे घटक, सुरक्षा, सुविधा, व्यवहार खर्च आणि सेवा या इतर घटकांसह नेट बँकिंग सेवांकडे ग्राहकांच्या पसंतीचे मुख्य कारण होते.

दुसरीकडे, वेळेची बचत हे इतर अनेक घटकांसह वापरकर्त्यांनी मोबाइल बँकिंग सेवेला प्राधान्य दिल्याबद्दल व्यक्त होण्याचे प्रमुख कारण होते. किंबहुना, सुरक्षा घटकाच्या समस्येने परिमाणाची किमान टक्केवारी तयार केली आहे जी महामारीच्या परिस्थितीत ई बँकिंग सेवांवरील वापरकर्त्यांचा विश्वास लक्षणीयरीत्या वाढल्याचा निर्णायक पुरावा आहे. या अभ्यासातून आपण असा निष्कर्ष काढू शकतो की, भारतात डिजिटल बँकिंगसाठी खूप मोठे भविष्य आहे आणि जर अनेक वापरकर्ते मोबाइल बँकिंग आणि इंटरनेट बँकिंगसह ई-बँकिंग सेवा वापरण्यास सुरुवात करतात, तर ते केवळ देशातील आर्थिक साक्षरता वाढवणार नाही तर मदत करू शकते. भविष्यात आर्थिक विकासाला हातभार लावण्यासाठी जीडीपीच्या मार्गक्रमण वाढीसाठी.

संदर्भ :

[https://www.trai.gov.in/notifications/press-](https://www.trai.gov.in/notifications/press-release/tra-releases-telecom-subscription-data-31st-december-2021)

[release/tra-releases-telecom-subscription-data-31st-december-2021](https://www.trai.gov.in/notifications/press-release/tra-releases-telecom-subscription-data-31st-december-2021)

[https://www.trai.gov.in/notifications/press-](https://www.trai.gov.in/notifications/press-release/tra-releases-telecom-subscription-data-30th-september-2021)

[release/tra-releases-telecom-subscription-data-30th-september-2021](https://www.trai.gov.in/notifications/press-release/tra-releases-telecom-subscription-data-30th-september-2021)

[https://mr.wikipedia.org/wiki/%E0%A4%87-](https://mr.wikipedia.org/wiki/%E0%A4%87-%E0%A4%AC%E0%A4%81%E0%A4%9)

[%E0%A4%AC%E0%A4%81%E0%A4%9](https://mr.wikipedia.org/wiki/%E0%A4%87-%E0%A4%AC%E0%A4%81%E0%A4%9)



5%E0%A4%BF%E0%A4%82%E0%A4%9
7

https://www.researchgate.net/publication/345489994_Consumers_attitude_towards_Internet_banking_services_in_an_underdeveloped_country_A_case_of_Pokhara_Nepal

http://skipspublications.edu.in/wp-content/uploads/2020/10/A_Study_on_Customer_Preference_towards_Digital_Banking-1.pdf

[http://www.publishingindia.com/GetBrochure.aspx?query=7.bZ&dkWelZph eqyrRos\],l-,e- dksyrs\] fiaGkiqjs vW.M da-ifCy`klZ\] ukxiwj-UERGQnJvY2h1cmVzfC82ODcucGRmfC82ODcucGRm](http://www.publishingindia.com/GetBrochure.aspx?query=7.bZ&dkWelZph eqyrRos],l-,e- dksyrs] fiaGkiqjs vW.M da-ifCy`klZ] ukxiwj-UERGQnJvY2h1cmVzfC82ODcucGRmfC82ODcucGRm)

ई-कॉमर्सची मुलतत्वे, एस.एम. कोलते, पिंपळापुरे अॅण्ड कं. पब्लिशर्स, नागपूर.