



সেবা প্রতিষ্ঠান হিসেবে দেশী ও বিদেশী ব্যাকের তুলনামূলক সমীক্ষা

এম.ফিল ডিগ্রী অর্জনের জন্য উপস্থাপিত অভিসন্দর্ভ

সম্পাদক :  
অধ্যাপক মোঃ আব্দুল কাদের

উপস্থাপনায় :  
সারিতী বাবী দাস  
যোগাযোগ নম্বর : ২২৮  
শিকার্য : ১৯৯৭-১৯৯৮

ব্যবসায় লিখা অনুবদ  
মার্গেটিং বিভাগ  
ঢাকা বিশ্ববিদ্যালয়  
ঢাকা, বাংলাদেশ  
মে ২০০৬।

RB

332.1  
DAS  
C.3

403793

ঢাকা  
বিশ্ববিদ্যালয়  
গ্রন্থাগার



সেবা প্রতিষ্ঠান হিসেবে দেশী ও বিদেশী ব্যাংকের তুলনামূলক সমীক্ষা

এম,ফিল ডিগ্রী অর্জনের জন্য উপস্থাপিত অভিসন্দর্ভ

তত্ত্বাবধায়ক :  
অধ্যাপক মোঃ আব্দুল কুদ্দুস



**GIFT**

উপস্থাপনায় :  
সাবিত্রী রাণী দত্ত  
রেজিস্ট্রেশন নম্বর : ২২৮  
শিক্ষাবর্ষ : ১৯৯৭-১৯৯৮

403793

ব্যবসায় শিক্ষা অনুষদ  
মার্কেটিং বিভাগ  
ঢাকা বিশ্ববিদ্যালয়  
ঢাকা, বাংলাদেশ  
এপ্রিল, ২০০৬।

ঢাকা  
বিশ্ববিদ্যালয়  
গ্রন্থাগার

## ঘোষণা পত্র

আমি ঘোষণা করছি যে, “সেবা প্রতিষ্ঠান হিসেবে দেশী ও বিদেশী ব্যাংকের তুলনামূলক সমীক্ষা” শীর্ষক এই অভিসন্দর্ভ সম্পূর্ণভাবে আমার নিজস্ব গবেষণা কর্ম। আমার জানামতে এই শিরোনামে ইতিপূর্বে অন্য কেউ গবেষণা করেনি। এম,ফিল ডিগ্রী অর্জনের জন্য উপস্থাপিত এই অভিসন্দর্ভ বা এর অংশ বিশেষ অন্য কোন বিশ্ববিদ্যালয়ে বা প্রতিষ্ঠানে কোন প্রকার ডিগ্রী বা প্রকাশনার জন্য আমি উপস্থাপন করিনি।

403793

তারিখঃ ০৬/০৪/০৬ইং

সাবিত্রী রানী দত্ত  
এম,ফিল গবেষক  
রেজিঃ নং- ২২৮/৯৭-৯৮  
ব্যবসায় শিক্ষা অনুষদ  
মার্কেটিং বিভাগ  
ঢাকা বিশ্ববিদ্যালয়  
ঢাকা।

ঢাকা  
বিশ্ববিদ্যালয়  
গ্রন্থাগার





মার্কেটিং বিভাগ  
বিজনেস স্টাডিজ অনুষদ  
ঢাকা বিশ্ববিদ্যালয়  
ঢাকা-১০০০, বাংলাদেশ

DEPARTMENT OF MARKETING  
FACULTY OF BUSINESS STUDIES  
UNIVERSITY OF DHAKA  
DHAKA-1000, BANGLADESH

Tel: 9661920/4680, 8611996 Fax: 88-02-8615583 e-mail: dumktg@udhaka.net URL: www.dumarketing.info

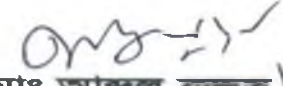
## ঘোষণা পত্র

তারিখঃ ০৬/০৪/০৬ইং

আমি প্রত্যয়ন করছি যে, এম,ফিল ডিগ্রী অর্জনের জন্য  
সাবিত্রী রাণী দত্ত কর্তৃক উপস্থাপিত “সেবা প্রতিষ্ঠান হিসেবে  
দেশী ও বিদেশী ব্যাংকের তুলনামূলক সমীক্ষা” শীর্ষক এই  
অভিসন্দর্ভ আমার তত্ত্বাবধানে তাঁর এককভাবে সম্পাদিত একটি  
মৌলিক গবেষণা কর্ম। আমার জানামতে এই অভিসন্দর্ভ সম্পূর্ণ বা  
আংশিক অন্য কোন বিশ্ববিদ্যালয়ে বা প্রতিষ্ঠানে কোন প্রকার ডিগ্রী  
বা প্রকাশনার জন্য উপস্থাপন করেনি।

403793

ঢাকা  
বিশ্ববিদ্যালয়  
গ্রন্থাগার

  
(মোঃ আব্দুল কুদ্দুস)  
অধ্যাপক  
মার্কেটিং বিভাগ  
ঢাকা বিশ্ববিদ্যালয়  
ঢাকা।

## কৃতজ্ঞতা জ্ঞাপন

গবেষণা কাজে যারা সাহায্য সহযোগিতার হাত প্রসারিত করেছেন তাদের সবার কাছে কৃতজ্ঞতা জ্ঞাপন করছি। সর্বপ্রথমে কৃতজ্ঞতা জ্ঞাপন করছি আমার গবেষণা কাজের তত্ত্বাবধায়ক পরম শ্রদ্ধেয় শিক্ষক ঢাকা বিশ্ববিদ্যালয়ের মার্কেটিং বিভাগের অধ্যাপক মোঃ আব্দুল কুদ্দুস স্যারকে। তাঁর অল্পান্ত শ্রম ও প্রত্যক্ষ তত্ত্বাবধানে গবেষণা কর্মটি সফলভাবে সম্পাদন করা সম্ভব হয়েছে। এ কাজে আরও যারা সহযোগিতা করেছেন তাদের নামের তালিকা নিম্নে উপস্থাপন করে আমি তাদের প্রতি কৃতজ্ঞতা জ্ঞাপন করছি।

নাম	পদবী	প্রতিষ্ঠান
মোঃ আব্দুল মালেক মিয়া	মহাব্যবস্থাপক, পরিচালনা বিভাগ।	বাংলাদেশ ব্যাংক, প্রধান কার্যালয়, ঢাকা।
দারানিকো খসরু	ফস্ট এ্যাসিসট্যান্ট ভাইস প্রেসিডেন্ট	ঢাকা ব্যাংক লিঃ, প্রধান কার্যালয়, ঢাকা।
মোঃ ফখরুল ইসলাম	ভাইস প্রেসিডেন্ট	ঢাকা ব্যাংক লিঃ, বৈদেশিক বাণিজ্য শাখা, ঢাকা।
মোঃ সাজিদুর রহমান	হেড অব কনজুমার ব্যাংক	স্ট্যান্ডার্ড চার্টার্ড ব্যাংক, প্রধান কার্যালয়, ঢাকা।
এ.কে, জোয়ারদার	ব্যবস্থাপক, অর্থ ও প্রশাসন	স্ট্যান্ডার্ড চার্টার্ড ব্যাংক, প্রধান কার্যালয়, ঢাকা।
মোঃ আরিফ হোসাইন	পার্সোনাল ফিন্যান্সিয়াল কনসালটেন্ট	স্ট্যান্ডার্ড চার্টার্ড ব্যাংক, বৈদেশিক বাণিজ্য শাখা, ঢাকা।
হাফিজ ইমরোজ মোহাম্মদ	হেড অব মার্কেটিং এন্ড কর্পোরেট সেলস	স্ট্যান্ডার্ড চার্টার্ড ব্যাংক, প্রধান কার্যালয়, ঢাকা।
দীপু সমদার	ফস্টমার সার্ভিস এ্যাসেসেডর	স্ট্যান্ডার্ড চার্টার্ড ব্যাংক, ধানমন্ডি শাখা, ঢাকা।

নাম	সদস্য	প্রতিষ্ঠান
মোঃ আসাদুল ইসলাম	কাষ্টমার সার্ভিস অফিসার	স্ট্যান্ডার্ড চার্টার্ড ব্যাংক, মারায়ানগঞ্জ শাখা।
জনাব মোঃ লুৎফুল কবীর	যুগ্ম-পরিচালক, পরিসংখ্যান বিভাগ	বাংলাদেশ ব্যাংক, প্রধান কার্যালয়, ঢাকা।
নবদ্বীপ চন্দ্র বিশ্বাস	উপ-পরিচালক, পরিসংখ্যান বিভাগ	বাংলাদেশ ব্যাংক, প্রধান কার্যালয়, ঢাকা।
বীরেন্দ্র চন্দ্র দাশ	উপ-পরিচালক, পরিসংখ্যান বিভাগ	বাংলাদেশ ব্যাংক, প্রধান কার্যালয়, ঢাকা।
মোঃ মুর্তালা ইসলাম	সহকারী পরিচালক, পরিসংখ্যান বিভাগ।	বাংলাদেশ ব্যাংক, প্রধান কার্যালয়, ঢাকা।
সুলতানা সুফিয়া আক্তার	সহকারী পরিচালক, পরিসংখ্যান বিভাগ।	বাংলাদেশ ব্যাংক, প্রধান কার্যালয়, ঢাকা।
খাদেম এম ইফতেখার	সেলস্ টীম ম্যানেজার	স্ট্যান্ডার্ড চার্টার্ড ব্যাংক, দিলকুশা, ঢাকা।
আজিজুর রহমান	শাখা ব্যবস্থাপক	স্ট্যান্ডার্ড চার্টার্ড ব্যাংক, ধানমন্ডি শাখা, ঢাকা।
মালিক লাল বিশ্বাস	সিনিয়র এ্যাসিস্টেন্ট ভাইস প্রেসিডেন্ট	ঢাকা ব্যাংক লিমিটেড, বৈদেশিক বাণিজ্য শাখা, ঢাকা।
আজম খান	ফার্স্ট এ্যাসিস্টেন্ট ভাইস প্রেসিডেন্ট।	ঢাকা ব্যাংক লিমিটেড, বৈদেশিক বাণিজ্য শাখা, ঢাকা।
নামার হাসান খান	এ্যাসিস্টেন্ট ভাইস প্রেসিডেন্ট	ঢাকা ব্যাংক লিমিটেড, বৈদেশিক বাণিজ্য শাখা, ঢাকা।
মনজুর হাসান	ফার্স্ট এ্যাসিস্টেন্ট ভাইস প্রেসিডেন্ট	ঢাকা ব্যাংক লিমিটেড, বৈদেশিক বাণিজ্য শাখা, ঢাকা।
মোঃ তাজুল ইসলাম	কম্পিউটার অপারেটর	রাসেল কম্পিউটার নীলক্ষেত্র, ঢাকা-১২০৫।

আমি বিশেষভাবে ধন্যবাদ জানাচ্ছি ঢাকা বিশ্ববিদ্যালয়ের  
মার্কেটিং বিভাগের শ্রদ্ধেয় শিক্ষকবৃন্দ শ্রী হরিপদ ভট্টাচার্য,



অধ্যাপক; আহমেদ ফখরুল আলম, অধ্যাপক; ডঃ বেলায়েত হোসেন, অধ্যাপক; সমীর চন্দ্র শীল, সহযোগী অধ্যাপক। যাদের মূল্যবান ও গঠনমূলক উপদেশ ও সহযোগিতা থিসিস প্রস্তুতে সহায়তা করেছে। আমি আরও বিশেষভাবে ধন্যবাদ জানাচ্ছি মোঃ ওয়াহিদুল হাবিব, প্রভাষক, মার্কেটিং বিভাগ, নারায়ণগঞ্জ কলেজ-কে। তাঁর মূল্যবান উপদেশ আমাকে থিসিস প্রস্তুত কাজে উৎসাহ ও অনুপ্রেরণা যুগিয়েছে।

সবশেষে যে সকল গ্রাহকগণ প্রশ্নপত্রের উত্তর দিয়ে আমার থিসিসের কাজে সাহায্য ও সহযোগিতা করেছেন তাদেরকে ধন্যবাদ জানাচ্ছি। তাঁরাই হলেন আমার গবেষণার মধ্যমনি এবং তাঁদের উত্তরপত্রই আমার গবেষণার চালিকাশক্তি।



## ভূমিকা (Introduction)

বর্তমান যুগ হলো প্রতিযোগিতা আর বিশেষজ্ঞতার যুগ। তাই ব্যবসায় বাণিজ্যের অন্য সকল ক্ষেত্রের ন্যায় ব্যাংক ব্যবসায়ও তীব্র প্রতিযোগিতার সম্মুখীন। ব্যাংক একটি সেবামূলক প্রতিষ্ঠান। বাংলাদেশে দেশী ও বিদেশী-এ দু' মালিকানার ব্যাংক গ্রাহকদের উদ্বৃত্ত অর্থ আমানত হিসেবে সংগ্রহ করে অর্থনীতির উৎপাদনশীল খাতে ঋণ হিসেবে প্রদান করে দেশের অর্থনীতিকে গতিশীল রাখে। আলোচ্য গবেষণায় সেবা প্রতিষ্ঠান হিসেবে দেশী ও বিদেশী ব্যাংকগুলোর একটি তুলনামূলক বর্ণনা দেওয়া হয়েছে এবং দেশী ব্যাংকগুলোর সেবার মান উন্নয়নের প্রতি গুরুত্ব দেয়া হয়েছে।

এই থিসিসকে মোট সাতটি অধ্যায়ে বিভক্ত করা হয়েছে। প্রথম অধ্যায়ে “ব্যাংক, ব্যাংকিং সেবা এবং বাজারজাতকরণ” শিরোনামে ব্যাংক ব্যবসায়ের ধারণা, গুরুত্ব, সেবা ও ব্যাংকিং সেবার ধারণা, বাজারজাতকরণের সংজ্ঞা, বাজারজাতকরণ ও ব্যাংকিং এর মধ্যে সম্পর্ক ইত্যাদি বিষয়গুলোর ব্যাখ্যা দেয়া হয়েছে। দ্বিতীয় অধ্যায়ে “বাণিজ্যিক ব্যাংকের সেবাসমূহ-বাজারজাতকরণ মিশ্রন” শিরোনামে ব্যাংকিং পণ্য, ব্যাংক এর মুখ্য ও গৌণ সেবাসমূহ, সুদের হার, সুদের হার নির্ধারণের ধারণা, প্রত্যক্ষ ও পরোক্ষ বন্টন, প্রসার মিশ্রন কৌশল প্রভৃতি বিষয়গুলোর ব্যাখ্যা দেয়া হয়েছে। তৃতীয় অধ্যায়ে “গবেষণার গুরুত্ব, পদ্ধতি এবং সম্পর্কিত বিষয়সমূহের পুনরীক্ষন” শিরোনামে গবেষণার উদ্দেশ্য, গুরুত্ব, সীমাবদ্ধতা সম্পর্কে বর্ণনা করা হয়েছে। তাছাড়া এ অধ্যায়ে গবেষণা এলাকা এবং নমুনা, মাধ্যমিক ও প্রাথমিক উৎস থেকে তথ্য সংগ্রহ, প্রশ্নপত্র তৈরী ও পরীক্ষাকরণ, তথ্য

প্রক্রিয়াজাতকরণ প্রভৃতি দিক নিয়ে আলোচনা করা হয়েছে। পরিসংখ্যান পদ্ধতির ব্যবহার, সফটওয়্যার ও প্রযুক্তিগত কৌশল ব্যবহার এবং সম্পর্কিত বিষয় নিয়েও আলোচনা করা হয়েছে।

চতুর্থ অধ্যায়ে “বাংলাদেশে প্রধান ব্যাংক প্রশিক্ষণ কেন্দ্র এবং কর্মকর্তা নিয়োগ কমিটি” শিরোনামে বাংলাদেশ ইনস্টিটিউট অব ব্যাংক ম্যানেজমেন্ট এবং ব্যাংকার্স রিট্রুটমেন্ট কমিটি সম্পর্কে চমৎকার ধারণা দেয়া হয়েছে। পঞ্চম অধ্যায়ে “বাংলাদেশে ব্যাংকিং ব্যবসায়ের ক্রমবিকাশ ও নির্বাচিত দু’টি ব্যাংকের তুলনামূলক আলোচনা” শিরোনামে বাংলাদেশ ব্যাংকিং ব্যবসায়ের ক্রমবিকাশ, নির্বাচিত ব্যাংক সমূহের ইতিহাস, মূলধন কাঠামো, আমানতের পরিমাণ, ঋণ বিতরণ, সুদের হার, বিভিন্ন ধরনের ব্যাংক হিসাব, প্রসারমূলক কার্যক্রম, প্রশিক্ষণ, সামাজিক দায়িত্ব, বিভিন্ন প্রকার ব্যাংকিং সেবা ইত্যাদি বিষয় সম্পর্কে তথ্য সমৃদ্ধ বর্ণনা দেয়া হয়েছে। ষষ্ঠ অধ্যায়ে “ফলাফল বিশ্লেষণ” শিরোনামে সারণী উপস্থাপনের মাধ্যমে সংগৃহীত তথ্যের ব্যাখ্যা ও বিশ্লেষণ করা হয়েছে। সপ্তম অধ্যায়ে “গবেষণার আকর্ষণীয় দিক, ভবিষ্যত সম্ভাবনা, উপসংহার এবং ভবিষ্যত গবেষণার জন্য নির্দেশাবলী” শিরোনামে গবেষণার আকর্ষণীয় দিক, ভবিষ্যত সম্ভাবনা, উপসংহার এবং ভবিষ্যত গবেষণার জন্য নির্দেশাবলী তুলে ধরা হয়েছে। থিসিস-এর শেষ অংশে সহায়িকা গ্রন্থ, রিপোর্ট ও জার্নাল-এর তালিকা দেয়া হয়েছে এবং সবশেষে ব্যাংক গ্রাহক ও ব্যাংক কর্মকর্তাদের উপর জরীপ কাজে পরিচালিত দু’সেট প্রশ্নমালা সন্নিবেশ করা হয়েছে।

## সূচিপত্র

### প্রথম অধ্যায়

#### ব্যাংক ও ব্যাংকিং, সেবা এবং বাজারজাতকরণ

১.১	ব্যাংক ও ব্যাংকিং (Bank and Banking)	২
১.১.১	ব্যাংকের ধারণা	২
১.১.২	ব্যাংকিং এর ধারণা	৪
১.১.৩	ব্যাংকায়-এর ধারণা	৪
১.১.৪	গ্রাহক-এর ধারণা	৪
১.১.৫	ব্যাংকের গুরুত্ব	৫
১.২	সেবা এবং ব্যাংকিং (Services and Banking)	৬
১.২.১	সেবার ধারণা	৬
১.২.২	ব্যাংকিং সেবার ধারণা	৯
১.৩	বাজারজাতকরণ এবং ব্যাংকিং (Marketing and Banking)	১১
১.৩.১	বাজারজাতকরণের সংজ্ঞা ও গুরুত্ব	১১
১.৩.২	বাজারজাতকরণ ও ব্যাংকিং এর মধ্যে সম্পর্ক	১৪
১.৩.৩	ব্যাংকিং-এ বাজারজাতকরণ গবেষণার প্রয়োগ	১৫

### অধ্যায়- ২

#### বাণিজ্যিক ব্যাংকের সেবাসমূহ- বাজারজাতকরণ মিশ্রণ (Services of Commercial Bank- Marketing Mix)

২.১	পণ্য (Product)	১৮
২.১.১	ব্যাংকিং পণ্য	১৮
২.১.২	ব্যাংকিং-এর জন্য মূখ্য এবং গৌণ সেবা সমূহ	২১
২.১.৩	ঋণ দেওয়ার নীতি	২৩
২.২	মূল্য (Price)	২৪
২.২.১	আমানত গ্রহণ, ঋণদান এবং সুদ	২৪
২.২.২	সুদের হার নির্ধারণের ধারণা	২৫



২.৩	বস্টন (Place)	২৬
২.৩.১	সরাসরি বা প্রত্যক্ষ বস্টন	২৬
২.৩.২	পরোক্ষ বস্টন	২৬
২.৪	প্রসার (Promotion)	২৭
২.৪.১	বিজ্ঞাপন	২৭
২.৪.২	ব্যক্তিক বিক্রয়	২৯
২.৪.৩	বিক্রয় প্রসার	২৯
২.৪.৪	প্রচার ও জনসংযোগ	৩০

### তৃতীয় অধ্যায়

#### গবেষণার গুরুত্ব, পদ্ধতি এবং সম্পর্কিত বিষয়ের পুনরীক্ষন (Importance of Research, Method and Review of Related Literature)

৩.১	গবেষণার গুরুত্ব (Justification of the study)	৩৩
৩.২	গবেষণার উদ্দেশ্য (Objectives of the study)	৩৪
৩.৩	গবেষণা এলাকা এবং নমুনা (Study Area and Study Population)	৩৬
৩.৪	মাধ্যমিক উৎস থেকে তথ্য সংগ্রহ (Data collection from secondary sources)	৩৭
৩.৫	প্রাথমিক উৎস থেকে তথ্য সংগ্রহ (Data collection from primary source)	৩৯
৩.৬	প্রশ্নপত্র উন্নয়ন এবং প্রি-টেস্টিং (Questionnaire Development and Pre-testing)	৩৯
৩.৭	নমুনায়ন পদ্ধতি (Sampling Procedure)	৪০
৩.৮	পরিসাংখ্যিক পদ্ধতি প্রয়োগ (Statistical Techniques Applied)	৪১
৩.৮.১	পাই চার্ট (Pie Chart)	৪১
৩.৮.২	কার্ল-পিরারসন সহ সংস্রব (Karl Pearson's Correlation Co-efficient)	৪১
৩.৮.৩	t-পরীক্ষা (t-test)	৪২
৩.৯	গবেষণায় সফটওয়্যার এবং প্রযুক্তি ব্যবহার (Software and Technological support for the study)	৪৩



৩.১০	পুস্তক বিবরণী ও সহায়িকাসমূহ (Method of Bibliography)	৪৩
৩.১১	তথ্য বিশ্লেষণ এবং প্রক্রিয়াজাতকরণ (Data Analysis and Processing)	৪৪
৩.১২	গবেষণার সীমাবদ্ধতা (Limitations of the Study)	৪৪
৩.১৩	সম্পর্কিত বিষয়ের পুনরীক্ষন (Review of related literature)	৪৬

### চতুর্থ অধ্যায়

বাংলাদেশে প্রধান ব্যাংক প্রশিক্ষণ কেন্দ্র এবং কর্মকর্তা নিয়োগ কমিটি  
(Major Bank Training Centre and Banker's Recruitment Committee in Bangladesh)

৪.১	বাংলাদেশ ইনস্টিটিউট অব ব্যাংক ম্যানেজমেন্ট (Bangladesh Institute of Bank Management)	৫০
৪.২	ব্যাংকার্স রিক্রুটমেন্ট কমিটি (Banker's Recruitment Committee)	৫৬

### পঞ্চম অধ্যায়

বাংলাদেশে ব্যাংক ব্যবসায়ের ঞ্জমবিকাশ এবং নির্বাচিত দু'টি  
ব্যাংকের তুলনামূলক আলোচনা (Background of Bank Business in  
Bangladesh and Comparative Discussions Between Selected Two Banks)

৫.১	বাংলাদেশে ব্যাংক ব্যবসায়ের ঞ্জমবিকাশ (Background of Bank Business in Bangladesh)	৬২
৫.২	নির্বাচিত দু'টি ব্যাংকের তুলনামূলক আলোচনা (Comparative Discussions Between Selected Two Banks)	৬৩
৫.২.১	ব্যাংকের পটভূমি	৬৩
৫.২.২	মূলধন কাঠামো	৬৫
৫.২.৩	আমানতের পরিমাণ	৬৫
৫.২.৪	ঋণ বিতরণের পরিমাণ	৬৮
৫.২.৫	বিভিন্ন হিসাবে সুদের হার	৭১
৫.২.৬	ব্যাংক হিসাব সমূহ	৭১
৫.২.৭	বিভিন্ন প্রকার ব্যাংকিং সেবা	৭৩
৫.২.৮	প্রসারমূলক কার্যক্রম	৭৪
৫.২.৯	প্রশিক্ষণ	৭৫
৫.২.১০	সামাজিক দায়িত্ব	৭৬

৫.২.১১ এক নজরে ঢাকা ব্যাংক লিমিটেড	৭৯
৫.২.১২ এক নজরে স্ট্যান্ডার্ড চার্টার্ড ব্যাংক	৮০
৫.২.১৩ Organization Chart, Dhaka Bank	৮১
৫.২.১৪ Organization Chart, Standard Chartered Bank	৮২

## ষষ্ঠ অধ্যায়

### ফলাফল বিশ্লেষণ (Analysis of Findings)

৬.১ সারণীবদ্ধকরণ (গ্রাহক জরীপ সম্পর্কিত তথ্য)	৮৫
৬.১.১ মালিকার ভিত্তিতে ব্যাংক পছন্দের ব্যাপারে গ্রাহকদের মতামত	৮৫
৬.১.২ বিভিন্ন হিসাব পরিচালনার ব্যাপারে গ্রাহকদের আগ্রহ সম্পর্কে মতামত	৮৬
৬.১.৩ ব্যাংক পছন্দের ক্ষেত্রে প্রভাব বিস্তারকারী উপাদান সম্পর্কে গ্রাহকের মতামত	৮৭
৬.১.৪ ব্যাংক শাখার অবস্থান পছন্দের ক্ষেত্রে গ্রাহকদের মতামত	৮৯
৬.১.৫ মেয়াদী ঋণ গ্রহণের ব্যাপারে গ্রাহকদের মতামত	৯০
৬.১.৬ ব্যাংকের নিকট থেকে পরামর্শ আশা করেন কিনা, সে বিষয়ে গ্রাহকদের মতামত	৯১
৬.১.৭ ব্যাংকের বর্তমান ঋণনীতি পরিবর্তনের প্রয়োজনীয়তা সম্পর্কে গ্রাহকের মতামত	৯২
৬.১.৮ ব্যাংকের বর্তমান সেবার মান সম্পর্কে গ্রাহকদের মতামত	৯৩
৬.১.৯ সেবা ও দক্ষতার ব্যাপারে দেশী ও বিদেশী ব্যাংক সম্পর্কে গ্রাহকদের মতামত	৯৪
৬.১.১০ দেশী ব্যাংকের দক্ষতা বৃদ্ধির জন্য করণীয় সম্পর্কে গ্রাহকদের মতামত	৯৫
৬.২ সারণীবদ্ধকরণ (ব্যাংক কর্মকর্তা জরীপ সম্পর্কিত তথ্য)	৯৬
৬.২.১ দুটি ব্যাংকে গ্রাহক কর্তৃক পরিচালিত হিসাব	৯৬
৬.২.২ কোন ধরনের হিসাব প্রদানকে গুরুত্বপূর্ণ বলে মনে করেন, সে সম্পর্কে ব্যাংক কর্মকর্তাদের মতামত	৯৮
৬.২.৩ ঋণ প্রদানের ক্ষেত্রে ব্যাংকের অগ্রাধিকার খাত সম্পর্কে ব্যাংক কর্মকর্তাদের মতামত	৯৯
৬.২.৪ ঋণ প্রদানের সময় বিবেচ্য বিষয় সম্পর্কে ব্যাংক কর্মকর্তাদের মতামত	১০০

৬.২.৫ প্রসার কার্যক্রমে অগ্রাধিকার সম্পর্কে ব্যাংক কর্মকর্তাদের মতামত	১০১
৬.২.৬ প্রসার বাবত বাজেট বরাদ্দ সম্পর্কিত ব্যাংক কর্মকর্তাদের মতামত	১০৩
৬.২.৭ ব্যাংকিং ব্যবস্থাকে কার্যকর ও গতিশীল করতে করণীয় ব্যবস্থা সম্পর্কে ব্যাংক কর্মকর্তাদের মতামত	১০৪
৬.২.৮ নতুন শাখা গড়ে তোলার কারণ সম্পর্কে ব্যাংক কর্মকর্তাদের মতামত	১০৫
৬.২.৯ দু'টি ব্যাংকের আমানতের সুদের হারের তুলনা	১০৬
৬.২.১০ দু'টি ব্যাংকের আগাম-এর সুদের হারের তুলনা	১০৭
৬.২.১১ হিসাবের প্রকারভেদ আমানতের বিন্যাস	১০৮
৬.২.১২ ঢাকা ব্যাংক লিমিটেড-এর আমানত ও আগাম-এর মধ্যে সহ-সংক্রমণ (r) নির্ণয়	১০৯
৬.২.১৩ স্ট্যান্ডার্ড চার্টার্ড ব্যাংক-এর আমানত ও আগাম-এর মধ্যে সহ-সংক্রমণ (r) নির্ণয়	১১০
৬.২.১৪ সহ-সংক্রমণ (r) পরীক্ষা	১১১
৬.৩ সমস্যা এবং সুপারিশ	১১২
৬.৩.১ গ্রাহকদের সমস্যা	১১২
৬.৩.২ ব্যাংক কর্মকর্তাদের সমস্যা	১১৩
৬.৩.৩ সুপারিশসমূহ	১১৪



সপ্তম অধ্যায়

গবেষণার আকর্ষণীয় দিক, ভবিষ্যত সম্ভাবনা, উপসংহার এবং ভবিষ্যত গবেষণার জন্য নির্দেশাবলী (Attractive side of Research, Future Prospects, Conclusions, Future Research Directions)

৭.১ গবেষণার আকর্ষণীয় দিক (Attractive Side of Research)	১১৬
৭.২ ভবিষ্যত সম্ভাবনা (Future Prospects)	১১৮
৭.৩ উপসংহার (Conclusions)	১২০
৭.৪ ভবিষ্যত গবেষণার জন্য নির্দেশাবলী (Future Research Directions)	১২২
পরিশিষ্ট-১ (ক) ব্যাংক গ্রাহকদের জন্য প্রশ্নপত্র	১২৩
পরিশিষ্ট-১ (খ) ব্যাংক কর্মকর্তার জন্য প্রশ্নপত্র	১২৫
পরিশিষ্ট-২ পুস্তক বিবরণী এবং রিপোর্টসমূহ	১২৮



## সারকথা (Summary)

যে কোন দেশের অর্থনীতি বর্তমানে ব্যাংক ব্যবস্থার উপর অনেকাংশে নির্ভর করে। প্রকৃতপক্ষে ব্যাংককে আধুনিক অর্থনীতির জীবনীশক্তি বলা যায়। বর্তমান বিশ্বের ধনতান্ত্রিক, সমাজতান্ত্রিক, উন্নত এবং উন্নয়নশীল যে কোন দেশের অর্থনৈতিক উন্নয়নের পূর্বশর্ত হলো উন্নত ও সুসংগঠিত ব্যাংকিং ব্যবস্থা। স্বাধীনতার পর বাংলাদেশে সকল বাণিজ্যিক ব্যাংক জাতীয়করণ করা হয়। ১৯৮২-৮৩ সালে জাতীয় অর্থনৈতিক দর্শনের সংস্কার সাধন করা হয় এবং সরকার অর্থনীতির সকল খাতে ব্যক্তিমালিকানার প্রয়োজনীয়তা অনুভব করে। বর্তমানে দেশী ও বিদেশী মিলে মোট ৪৮টি ব্যাংক নিয়ে দেশের ব্যাংকিং খাত গঠিত।

দেশী ও বিদেশী ব্যাংকের সেবার মানের তুলনামূলক আলোচনা করার জন্য ঢাকা ও নারায়নগঞ্জ জেলাকে জরীপের আওতাভুক্ত করা হয়েছে। দেশী ব্যাংক হিসাবে ঢাকা ব্যাংককে নমুনা হিসাবে নির্বাচন করা হয়েছে এবং বিদেশী ব্যাংক হিসাবে স্ট্যান্ডার্ড চার্টার্ড ব্যাংককে নির্বাচন করা হয়েছে। প্রাথমিক ও মাধ্যমিক উৎস থেকে তথ্য সংগ্রহ করা হয়েছে। প্রাথমিক তথ্য সংগ্রহের জন্য ঢাকা ও নারায়নগঞ্জ জেলার বিভিন্ন ব্রাঞ্চ কর্মকর্তাদের মধ্য থেকে ২০জন এবং ৫০জন গ্রাহক নির্বাচন করা হয়েছে দৈবচয়ন নমুনায়নের ভিত্তিতে। দু'সেট পৃথক প্রশ্নপত্র প্রণয়ন করে কর্মকর্তা ও গ্রাহকদের কাছ থেকে তথ্য সংগ্রহ করা হয়েছে। মাধ্যমিক উৎস থেকে তথ্য সংগ্রহের জন্য বিভিন্ন পুস্তক, জার্নাল, রিপোর্ট-এর সাহায্য নেয়া হয়েছে। মাধ্যমিক তথ্য সংগ্রহের প্রধান উৎসগুলো হলোঃ নির্বাচিত ব্যাংকসমূহের বার্ষিক প্রকাশনা ও অন্যান্য দলিলপত্র, ঢাকা বিশ্ববিদ্যালয়ের কেন্দ্রীয় লাইব্রেরী, ব্যবসায় গবেষণা ব্যুরো, ঢাকা বিশ্ববিদ্যালয়, বাংলাদেশ

ইনস্টিটিউট অব ব্যাংক ম্যানেজমেন্ট ইত্যাদি। তথ্যগুলো ব্যক্তিগত কম্পিউটারে প্রক্রিয়াজাত করা হয়েছে। গবেষণায় নির্বাচিত দু'টি ব্যাংকের সাংগঠনিক কাঠামো দেখানো হয়েছে। তাছাড়া নির্বাচিত ব্যাংকসমূহের পটভূমি, মূলধন কাঠামো, প্রসারমূলক কার্যক্রম, প্রশিক্ষণ, আমানত ও অগ্রিম, সুদের হার, ব্যাংক হিসাব, ব্যাংকিং সেবা, সামাজিক দায়িত্ব, অগ্রগতির পরিসংখ্যান ইত্যাদি নানা বিষয় সম্পর্কে বর্ণনা দেয়া হয়েছে। প্রশিক্ষণ কেন্দ্র হিসেবে “বাংলাদেশ ইনস্টিটিউট অব ব্যাংক ম্যানেজমেন্ট” এর উপর তথ্য নির্ভর বিষয় উপস্থাপন করা হয়েছে। নির্বাচিত ব্যাংকসমূহের আলোচনায় কোন ব্যাংকের কি পরিমান মূলধন, কর্মীবাহিনী কত, কোন হিসাবে সুদের হার কত, কোন ধরনের হিসাব গ্রাহকগণ বেশি পরিচালনা করেন ইত্যাদি বিষয় তুলে ধরা হয়েছে। গবেষণায় দেখা গেছে ঢাকা ব্যাংকের গ্রাহক হিসেবে স্বল্প আয়ের লোক থেকে শুরু করে ধনী শ্রেণীর লোকেরা বিভিন্ন হিসাবের মাধ্যমে তাদের লেনদেন পরিচালনা করে। কিন্তু স্ট্যান্ডার্ড চার্টার্ড ব্যাংকে স্বল্প ও দরিদ্র আমানতকারীদের কোন স্থান নেই। কেননা তাদের ব্যাংকে সর্বনিম্ন আমানতের পরিমান অন্যান্য দেশী ব্যাংক অপেক্ষা অনেক বেশি। গ্রাহকদের মতামত অনুযায়ী স্ট্যান্ডার্ড চার্টার্ড ব্যাংকের গ্রাহক সেবার মান দেশী ব্যাংকের সেবার মান থেকে উন্নত বলে বিবেচনা করা হয়। তবে বর্তমানে দেশী ব্যাংকগুলো তাদের সেবার মান উন্নয়নের ব্যাপারে আগের তুলনায় অনেক বেশি সচেষ্টিত। আগামীতে দেশী ব্যাংক তাদের প্রশিক্ষণ প্রাপ্ত কর্মীর সংখ্যা বৃদ্ধি করে, সকল ক্ষেত্রে আধুনিক প্রযুক্তির ব্যবহার করে সেবারমান আরো বৃদ্ধি করবে-এ প্রত্যাশা রইল।

## প্রথম অধ্যায়

### ব্যাংক ও ব্যাংকিং, সেবা এবং বাজারজাতকরণ

#### ১.১ ব্যাংক ও ব্যাংকিং (Bank and Banking)

- ১.১.১ ব্যাংকের ধারণা
- ১.১.২ ব্যাংকিং এর ধারণা
- ১.১.৩ ব্যাংকার-এর ধারণা
- ১.১.৪ গ্রাহক-এর ধারণা
- ১.১.৫ ব্যাংকের গুরুত্ব

#### ১.২ সেবা এবং ব্যাংকিং (Services and Banking)

- ১.২.১ সেবার ধারণা
- ১.২.২ ব্যাংকিং সেবার ধারণা

#### ১.৩ বাজারজাতকরণ এবং ব্যাংকিং (Marketing and Banking)

- ১.৩.১ বাজারজাতকরণের সংজ্ঞা ও গুরুত্ব
- ১.৩.২ বাজারজাতকরণ ও ব্যাংকিং এর মধ্যে সম্পর্ক
- ১.৩.৩ ব্যাংকিং-এ বাজারজাতকরণ গবেষণার প্রয়োগ



## প্রথম অধ্যায়

### ব্যাংক ও ব্যাংকিং, সেবা এবং বাজারজাতকরণ

#### (Bank and Banking, Services and Marketing)

#### ১.১ ব্যাংক ও ব্যাংকিং (Bank and Banking)

##### ১.১.১ ব্যাংকের ধারণা (Concept of Bank)

যে আর্থিক প্রতিষ্ঠান নির্দিষ্ট হার সুদে বিভিন্ন হিসাবের মাধ্যমে জনগণের আমানত সংগ্রহ করে এবং অপেক্ষাকৃত উচ্চ হার সুদে বিনিয়োগ করে মুনাফা অর্জন করে, তাকে ব্যাংক বলে। এরূপ ব্যবসায়িক কার্য পরিচালনার সময় ব্যাংক একই সঙ্গে দেনাদার ও পাওনাদারের ভূমিকা পালন করে।

ক্রমবিবর্তনশীল সমাজের জটিল ও প্রতিযোগিতামূলক অর্থনৈতিক কর্মকাণ্ডের ফসল হলো ব্যাংক। তাই স্বাভাবিক কারণে ব্যাংকের কার্যাবলী ও ক্রমবিবর্তনশীল। অতীতের তুলনায় বর্তমানে ব্যাংকের কার্যাবলী বহুগুন বৃদ্ধি পেয়েছে, সেই সঙ্গে সমাজের প্রয়োজনে বৃদ্ধি পাচ্ছে ব্যাংক পরিবারের সদস্য সংখ্যা। যুগে যুগে বিভিন্ন দেশে ব্যাংকের অর্থ, প্রকৃতি, প্রকার, আকার, কার্যাবলি, আওতা, গঠনপ্রণালী, মালিকানা ইত্যাদির মধ্যে বিভিন্নতা লক্ষ্য করা যায়।



অর্থনীতিবিদ আর,এস, সের্গার্স-এর মতে, ব্যাংক হলো এমন একটি প্রতিষ্ঠান যার ঋণ অন্যান্য লোকের পারস্পরিক দেনা-পাওনা নিষ্পত্তির জন্য সাধারণভাবে গৃহীত হয়। প্রফেসর রেমন্ড পি,কেন্ট তার বিখ্যাত গ্রন্থ “Money and Banking”-এ বলেছেন, ব্যাংক হলো এমন একটি প্রতিষ্ঠান যার প্রধান কাজ হলো জনগণের নিকট থেকে অস্থায়ীভাবে অলস পড়ে থাকা টাকা সংগ্রহ করে প্রয়োজনে ধার দেয়া। প্রকৃতপক্ষে ব্যাংক একটি মধ্যস্থ আর্থিক কারবারী প্রতিষ্ঠান। যে প্রতিষ্ঠান স্বাভাবিক ব্যবসায় কার্য হিসেবে বিভিন্ন আমানতে অর্থ জমা গ্রহণ, ঋণদান, অর্থের লেনদেন ও বিনিময় সংক্রান্ত বিভিন্ন কাজে নিয়োজিত থেকে মুনাফা অর্জন করে, তাকে ব্যাংক বলে।

সাধারণত ব্যাংক বলতে বাণিজ্যিক ব্যাংকেই বুঝায়। কেননা আধুনিক ব্যাংক ব্যবস্থা বাণিজ্যিক ব্যাংকের মাধ্যমেই গড়ে উঠেছে। বাণিজ্যিক উদ্দেশ্যে পরিচালিত ব্যাংককে বাণিজ্যিক ব্যাংক বলে। আজকাল বাণিজ্যিক ব্যাংককে একটি সেবামূলক প্রতিষ্ঠান হিসেবে গণ্য করা হয়। কেননা এরা নিজেদের লক্ষ্য অর্জনের জন্য আমানতকারী, ধারকারী এবং সম্পূর্ণ জাতিকে নানা রকম সেবা প্রদান করে (শান্তি নারায়ণ ঘোষ- ১৯৮১)।

### ১.১.২ ব্যাংকিং-এর ধারণা (Concept of Banking)

ব্যাংকের কাজকে ব্যাংকিং বলা হয়। ব্যাংক জনসাধারণের অর্থ আমানত হিসেবে গ্রহণ, প্রয়োজনীয় ক্ষেত্রে ঋণদান ছাড়াও নানা বকম আর্থিক লেনদেন পরিচালনা করে। এসব কাজের সম্মিলিত রূপই হচ্ছে ব্যাংকিং। দক্ষ ব্যাংকিং এর উপর ব্যাংকের সাফল্য নির্ভর করে। যে ব্যাংকের কাজ যত বেশি গতিশীল ও যুগপোযোগী সে ব্যাংকের প্রতি গ্রাহকদের আস্থা তত বেশি সমৃদ্ধ।

### ১.১.৩ ব্যাংকার-এর ধারণা (Concept of Banker)

ব্যাংকার বলতে এমন কোন ব্যক্তি বা প্রতিষ্ঠানকে বুঝায়, যে ব্যাংকিং কার্য পরিচালনা করে। তাছাড়া ব্যাংকের মালিক, কর্মী, পরিচালক বা ব্যবস্থাপককেও ব্যাংকার হিসেবে আখ্যায়িত করা যায়। সুতরাং ব্যাংক ব্যবসায় লিপ্ত যে কোন ব্যক্তি বা প্রতিষ্ঠানকেই ব্যাংকার বলা হয়।

### ১.১.৪ গ্রাহক-এর ধারণা (Concept of Customer)

গ্রাহক বলতে ঐ ব্যক্তিকে বুঝায় যার ব্যাংকে চলতি বা স্থায়ী বা সঞ্চয়ী হিসাব থাকে অথবা এ ধরনের কোন সম্পর্ক বিদ্যমান থাকে। কেউ ব্যাংকে একবার লেনদেন করলেই গ্রাহক বলে গণ্য

করা হয় না। গ্রাহক হতে হলে তাকে ক্রমাগত কাজ চালিয়ে যেতে হবে। তাই গ্রাহক বলতে এমন কোন ব্যক্তি বা প্রতিষ্ঠানকে বুঝায় যার ব্যাংকে চলতি বা অন্য যেকোন ধরনের হিসাব আছে এবং সে ঐ হিসাবে ক্রমাগত লেনদেন করে।

### ১.১.৫ ব্যাংকের গুরুত্ব (Importance of Bank)

যে কোন দেশের অর্থনৈতিক ও সামাজিক উন্নয়নে ব্যাংকের গুরুত্ব অপরিসীম। দেশের মুদ্রাবাজার স্থিতিশীল রাখতে ব্যাংক অত্যন্ত গুরুত্বপূর্ণ ভূমিকা পালন করে। দেশের ব্যবসা-বাণিজ্য ও শিল্পখাতের উন্নয়নে ব্যাংক প্রত্যক্ষ ও পরোক্ষভাবে সাহায্য করে।  
ব্যাংকের গুরুত্বের বিভিন্ন দিকগুলো হলঃ

- ক) সঞ্চয় সংগ্রহ ও মূলধন গঠন : ব্যাংক বিভিন্ন হিসাবের মাধ্যমে জনগণের ক্ষুদ্র ক্ষুদ্র সঞ্চয় সংগ্রহ করে মূলধন গঠন করে। এ মূলধন শিল্প-কারখানা ও ব্যবসা-বাণিজ্য সম্প্রসারণে সহায়তা করে।
- খ) মূলধন সরবরাহ : দেশের ব্যবসায়-বাণিজ্যে স্বল্পমেয়াদী ও দীর্ঘমেয়াদী মূলধন সরবরাহ করে ব্যাংক উৎপাদন ও বন্টন ব্যবস্থাকে গতিশীল করে।



- গ) দেনা-পাওনার নিষ্পত্তি : ব্যবসায়ীদের পারস্পরিক দেনা-পাওনা নিষ্পত্তিতে ব্যাংক গুরুত্বপূর্ণ ভূমিকা পালন করে।
- ঘ) আমদানি ও রপ্তানি বাণিজ্যে সহায়তা : ব্যাংকের প্রত্যক্ষ সহযোগিতার ফলে আমদানি ও রপ্তানি বাণিজ্য সম্প্রসারিত হয়। ব্যাংক আমদানিকারকের পক্ষে এবং রপ্তানিকারকের অনুকূলে প্রত্যয়পত্র (L.C) ইস্যু করে দুই দেশের মধ্যে ব্যবসা-বাণিজ্য প্রসারে সহায়তা করে।
- ঙ) পরামর্শদাতা : ব্যবসায়ীদের ব্যবসা সংক্রান্ত নানাবিধ কাজে ব্যাংক গুরুত্বপূর্ণ পরামর্শ দান করে এবং তাদের আর্থিক উপদেষ্টা হিসেবে কাজ করে।
- চ) নিরাপত্তা : ব্যাংক তার গ্রাহকের অর্থ ও অন্যান্য মূল্যবান জিনিসপত্রের নিরাপত্তা বিধানে সহায়তা করে।

ব্যাংক তার গ্রাহকের প্রত্যাশা পূরণে সর্বদা সচেষ্ট থাকে। তাই ব্যাংকের গুরুত্ব বলে শেষ করা যায় না।

## ১.২ সেবা এবং ব্যাংকিং (Services and Banking)

### ১.২.১ সেবার ধারণা (Concept of Services)

সেবা একটি অদৃশ্যমান ধারণা। সেবা হল এমন কিছু কার্যাবলী বা সুবিধা যা কোন ব্যক্তি বা প্রতিষ্ঠান ভোক্তাদের

প্রয়োজন ও অভাব মেটানোর জন্য বাজারজাত করে। গ্রাহকদের প্রয়োজন মেটাতে এ ধরনের কার্যাবলীতে কোন বস্তুগত মালিকানা হস্তান্তর হয় না। সেবা উৎপাদনে কোন দৃশ্যমান বস্তুর প্রয়োজন হতে পারে বা নাও হতে পারে। ব্যাংক, বীমা, কলেজ, হাসপাতাল, পোস্ট অফিস-এ সবই সেবা সংস্থার উদাহরণ।

Philip Kotler-এর মতে, “A service is any act or performance that one party can offer to another that is essentially intangible and does not result in the ownership of anything. Its production may or may not be tied to a physical product.”

সেবার মান নির্ভর করে কর্মী ও সেবা গ্রহীতার আন্তঃক্রিয়ার উপর। তাদের আন্তঃক্রিয়া ভাল হলে যেমন সেবার মান ভাল হয়, তেমনি ভাল আন্তঃক্রিয়া নির্ভর করেছে সেবা গ্রহীতা ও কর্মী উভয়ের সন্তুষ্টির উপর।

সেবা সম্পর্কে ১৯৬০ সালে আমেরিকার মার্কেটিং এসোসিয়েশন একটি সংজ্ঞা প্রদান করেছে। উক্ত সমিতির মতে, “Services are those separately identifiable, essentially intangible activities which provide want- satisfaction and that are not necessarily tied to the sale of a product or another service. To produce a service may or may not require the

use of tangible goods. However when such use is required, there is no transfer of title to these tangible goods.”

সেবার কয়েকটি বৈশিষ্ট্য আছে। যেমন-

- ক) অস্পর্শীয়তা
- খ) অবিভাজ্যতা
- গ) বিসাদৃশ্যতা
- ঘ) নশ্বরতা এবং
- ঙ) মালিকানা।

সেবার ক্ষেত্রে বাজারজাতকরণ মিশ্রনের ৭টি উপাদান

প্রভাব বিস্তার করে। সেগুলো হল :

- ১) পণ্য
- ২) মূল্য
- ৩) স্থান
- ৪) প্রমোশন
- ৫) লোকজন
- ৬) শারীরিক প্রমাণ এবং
- ৭) প্রক্রিয়া (Donald W. Cowell, পৃঃ ৬৯)।



## ১.২.২ ব্যাংক সেবার ধারণা (Concept of Bank Services)

একটি দেশের অর্থনৈতিক উন্নয়ন ব্যাংকের উপর অনেকাংশে নির্ভরশীল। ব্যাংককে ঋণের ব্যবসায়ী বলা হয়। জনগণের নিকট অস্থায়ীভাবে, অলসভাবে পড়ে থাকা অর্থ সংগ্রহ করে প্রয়োজনমত অন্যকে ধার দিয়ে কিংবা শিল্প প্রতিষ্ঠানে বিনিয়োগের মাধ্যমে দেশের অর্থনৈতিক কর্মকাণ্ডের চাকাকে গতিশীল রাখতে ব্যাংক নানাভাবে সাহায্য করে। আবার, একটি সেবা প্রদানকারী প্রতিষ্ঠান হিসেবে এর অস্তিত্ব তার গ্রাহকদের উপর বহুলাংশে নির্ভরশীল, যাদের অর্থে ব্যাংক ব্যবসায় করছে। ধার ও ঋণের ব্যবসায়ের একটি গুরুত্বপূর্ণ উপাদান হলো বিশ্বাস। বিশ্বাসের উপর ভিত্তি করেই ব্যাংকিং কার্যক্রম পরিচালিত হয়। অন্যান্য সেবা প্রতিষ্ঠানের তুলনায় ব্যাংকিং সেবা অনেকটা ভিন্নতর, যাকে পেশাগত সেবা বলা যায়। তাই ব্যাংক তার গ্রাহকদের কাছে যে সেবা বিক্রি করছে তার মানের উপরই ব্যাংকের অস্তিত্ব নির্ভরশীল।

ব্যাংক প্রধানত তিনটি পক্ষকে সেবা প্রদান করে। পক্ষ তিনটি

হলোঃ

- ১) আমানতকারী
- ২) ধারকারী এবং

৩) সম্পূর্ণ জাতি ।

ব্যাংকের স্বাভাবিক কাজ হল সাধারণ জনগণের কাছ থেকে সঞ্চয় সংগ্রহ করা এবং ঋণ ও আগাম আকারে অর্থনীতির উৎপাদনশীল ক্ষেত্রে তা সরবরাহ করা । ব্যাংক দুটি প্রধান পক্ষের সাথে চুক্তি করে । পক্ষ দুটি হলো :

১) তহবিল যোগানদার

২) তহবিল ব্যবহারকারী ।

উভয় পক্ষই গ্রাহক হিসেবে পরিচিত ।

ব্যাংকারদের তাদের কাজে সফল হতে হলে উভয় পক্ষের লোকদেরকে সন্তুষ্ট করতে হয় । প্রতিযোগিতামূলক অর্থনীতিতে প্রতিটি গ্রাহক ব্যাংক বাছাইয়ের ক্ষেত্রে কিছু গুরুত্বপূর্ণ উপাদান বিবেচনা করে । ব্যাংক নির্বাহীগণ এ উপাদানগুলো জানতে পারলে তারা এগুলো উন্নয়নের চেষ্টা করতে পারেন । এতে তাদের ব্যাংকগুলো গ্রাহকদের নিকট আকর্ষণীয় হতে পারে । ব্যাংকিং সেবাকে গতিশীল করতে হলে যথাযথ বাজারজাতকরণকে প্রয়োগ করতে হয় । ব্যাংক সাধারণত যে সব সেবা প্রদান করে সেগুলো হল :

ক) আমানত গ্রহণ

খ) ঋণ প্রদান

- গ) উপদেশ প্রদান
- ঘ) আমদানি ও রপ্তানি বাণিজ্যে সহায়তা
- ঙ) লেনদেনের নিরাপত্তা বিধান করা
- চ) গোপনীয়তা রক্ষা
- ছ) মূল্যবান দলিলপত্র, গয়না প্রভৃতি সংরক্ষণ করা ইত্যাদি।

## ১.৩ বাজারজাতকরণ এবং ব্যাংকিং (Marketing and Banking)

### ১.৩.১ বাজারজাতকরণের সংজ্ঞা ও গুরুত্ব

#### (Definitions and Importance of Marketing)

বাজারজাতকরণ একটি গতিশীল ধারণা। সভ্যতার অগ্রগতির সাথে সাথে এর পরিধি ও বিস্তৃতি পরিবর্তন হচ্ছে। সাধারণ অর্থে বাজারজাতকরণ বলতে ঐ সমস্ত কার্যাবলীকে বুঝায়, যা উৎপাদনকারীর কাছ থেকে পণ্য ও সেবাসমূহ অত্যন্ত দক্ষতা সহকারে এবং সুষ্ঠুভাবে ভোক্তাদের কাছে পৌঁছে দেয়। দু'টি দৃষ্টিকোণ থেকে বাজারজাতকরণকে সংজ্ঞায়িত করা যায়। যথা- সামাজিক ও ব্যবস্থাপকীয় প্রক্রিয়া। ব্যবস্থাপকীয় প্রক্রিয়ায় বলা হয়েছে বাজারজাতকরণ হল বিক্রিত পণ্যের কলাকৌশল। তবে বিক্রয়ের মাঝে বাজারজাতকরণ সীমাবদ্ধ নয়। American Marketing Association কর্তৃক প্রকাশিত Marketing New-এ বলা হয়েছে,



“Marketing is the process of planning and executing the conception, pricing, promotion and distribution of ideas, goods, and services to create exchanges that satisfy individual and organizational objectives.” (Philip Kotler- Marketing Management, 10<sup>th</sup> edition).

বাজারজাতকরণ সমাজের বিভিন্ন স্তরের ব্যক্তিদের নানাভাবে উপকার সাধন করে। পল এবং মাজুর মনে করেন, বাজারজাতকরণ আমাদের জীবন যাত্রার মানকে উন্নত করে। সামাজিক সংজ্ঞায় বাজারজাতকরণ সম্পর্কে বলা হয়েছে- Marketing is a Societal process by which individuals and groups obtain what they need and want through creating, offering and freely exchanging product and services of value with other. (Philip Kotler- Marketing Management, 10<sup>th</sup> edition).

যে কোন দেশের সামগ্রিক উন্নয়নে বাজারজাতকরণ খুবই প্রয়োজন। মানুষের আচরণ পরিবর্তনে বাজারজাতকরণ ভূমিকা রাখে। যে কোন প্রতিষ্ঠান গঠনের একটি বড় উপায় হল বাজারজাতকরণ। এটি কাজের সীমারেখা নিয়ন্ত্রণ করে। গ্রাহক নির্ধারণ, তাদের চাহিদা ও প্রয়োজন নির্ধারণ এবং বিভিন্ন ধরনের লক্ষ্যস্থিত দল এবং বিভাগ নির্ধারণে বাজারজাতকরণ সাহায্য করে। সাধারণত বাজারে গ্রাহক এবং বাজারজাতকারী

ব্যক্তিগতভাবে যোগাযোগ করতে পারে এবং প্রয়োজন ও চাহিদা সম্পর্কিত বিভিন্ন তথ্য সরাসরি পেতে পারে (Donald W. Cowell, 1984)।

বাজারজাতকরণ সমাজ ও অর্থব্যবস্থাকে গতিশীল করে। দেশের উৎপাদন বৃদ্ধি, পণ্যের গুণগত উপযোগ সৃষ্টি, সময়গত উপযোগ সৃষ্টি, ভোক্তার সন্তুষ্টি অর্জন প্রভৃতি নানাবিধ কাজ বাজারজাতকরণ সম্পাদন করে। বাজারজাতকরণের যথাযথ প্রয়োগ দ্বারা আধুনিক ব্যবসায় জগৎ চিন্তা করা যায় না। এটি একদিকে যেমন গ্রাহক বা ভোক্তার চাহিদা সর্বোচ্চকরণে অবদান রাখছে<sup>??</sup> অন্যদিকে পণ্যের গুণগতমান সংরক্ষণ ও উন্নয়ন করে<sup>১</sup> পণ্যের উৎপাদন খরচ নিয়ন্ত্রণ করে ভোক্তা তথা সমাজের জীবনযাত্রার মান উন্নয়নে ভূমিকা রাখছে। শুধু তাই নয় বাজারজাতকরণের নানাবিধ কর্মকাণ্ড সম্পাদনের মাধ্যমে অধিক লোকের কর্মসংস্থানের সুযোগ সৃষ্টির পাশাপাশি নিজেদের ব্যবসায় পরিধিকে আরো ব্যাপক থেকে ব্যাপকতর করেছে। তাই বাজারজাতকরণকে আধুনিক ব্যবসায় জগতের কর্ণধার বলা যায়। বাজারজাতকরণ যেখানে সফল, ব্যক্তি ও সমাজ জীবন সেখানে গতিশীল। তাই বাজারজাতকরণ প্রতিনিয়ত নিত্য নতুন কর্মকাণ্ডের পরিধি বিস্তৃত করে সমাজের সমৃদ্ধি আনয়নে ভূমিকা রাখছে।

গতিশীল। তাই বাজারজাতকরণ প্রতিনিয়ত নিত্য নতুন কর্মকাণ্ডের পরিধি বিস্তৃত করে সমাজের সমৃদ্ধি আনয়নে ভূমিকা রাখছে।

### ১.৩.২ বাজারজাতকরণ ও ব্যাংকিং এর মধ্যে সম্পর্ক (Relationship between Marketing and Banking)

যে কোন দেশের অর্থনৈতিক ও সামাজিক উন্নয়নে ব্যাংক অত্যন্ত গুরুত্বপূর্ণ ভূমিকা রাখে। ব্যাংককে আধুনিক অর্থনীতির জীবনীশক্তি বলা যায়। ব্যাংকের যাবতীয় কর্মকাণ্ডকে ব্যাংকিং বলা হয়। বর্তমান বিশ্বের ধনতান্ত্রিক, সমাজতান্ত্রিক, উন্নত এবং উন্নয়নশীল যে কোন দেশের অর্থনৈতিক উন্নয়নের পূর্বশর্ত হল উন্নত ও সুসংগঠিত ব্যাংকিং ব্যবস্থা। ব্যাংকের বিভিন্ন কার্যক্রম কতটা ভালভাবে গ্রাহকদের সম্ভষ্ট করতে পারে তার উপর নির্ভর করে ব্যাংকের সফলতা।

ব্যাংক একটি সেবামূলক প্রতিষ্ঠান। এটি গ্রাহকদের জন্য প্রতিনিয়ত বিভিন্ন ধরনের পলিসি নির্ধারণ করে। গ্রাহকদের স্বার্থে প্রণীত এসব পলিসি গ্রাহকদের জ্ঞাত করে ব্যাংক তার সেবার পরিধি বৃদ্ধি করে।

কোন ব্যাংক সাফল্যজনকভাবে লেনদেন করতে হলে তাকে বাজারজাতকরণের বিভিন্ন বিষয় সম্পর্কে সিদ্ধান্ত নিতে হবে। ব্যাংকের কর্মী বাহিনীকে হতে হবে অত্যন্ত দক্ষ ও কর্মঠ, যাতে



গ্রাহকদের অধিকতর সেবা প্রদান করতে পারে। ব্যাংকের সার্বিক কার্য ব্যবস্থা এমন হতে হবে যাতে দ্রুত সেবা প্রদান করা যায়। ব্যাংকের বহিরাঙ্গন এবং অভ্যন্তর অবশ্যই পরিষ্কার-পরিচ্ছন্ন থাকা প্রয়োজন। ব্যাংকের লেনদেন হতে হবে সহজ ও নিরাপদ। যে ব্যাংক সহজ ও নিরাপদ লেনদেনের ব্যবস্থা করতে পারে, সে ব্যাংকের সেবার মান অন্যান্য ব্যাংক অপেক্ষা উন্নতমানের হবে। এজন্য ব্যাংকগুলো আধুনিক কম্পিউটারাইজ পদ্ধতির ব্যবহার বাড়াতে পারে। বর্তমানে গ্রাহকদের সেবা বৃদ্ধি করার জন্য ব্যাংক গুলোতে অত্যাধুনিক স্বয়ংক্রিয় গণনা মেশিন স্থাপন করা হয়েছে। তাছাড়া ব্যাংকগুলো গ্রাহকদের প্রয়োজনে নেয়া প্রতিষ্ঠান কর্তৃক বিভিন্ন পদক্ষেপসমূহ জানানোর জন্য বিজ্ঞাপনের আশ্রয় নিয়ে থাকে।

এভাবে ঝুঁকি গ্রহণ, বিজ্ঞাপন প্রদান, উন্নত সেবা প্রদান করে ব্যাংক সেবা বাজারজাতকরণ পরিচালনা করতে পারে। সেই সাথে সুনির্দিষ্ট সেবা প্রদানের মাধ্যমে প্রতিষ্ঠানের কাঙ্ক্ষিত মুনাফা অর্জন করতে পারে।

### ১.৩.৩ ব্যাংকিং-এ বাজারজাতকরণ গবেষণার প্রয়োগ (Application of Marketing Research in Banking)

ব্যাংকিং এর ক্ষেত্রে বাজারজাতকরণ গবেষণা একটি কৌশল হিসেবে ব্যবহৃত হয়, যা সমস্যা সমাধানের জন্য প্রয়োজন। এ গবেষণা সাধারণত দু'ধরনের কাজ করে। যেমন (১) সমস্যার

সমাধান করা এবং (২) বিকল্প বাজারজাতকরণ ফলাফল পূর্বাভাস করা এবং ব্যবসায়িক সিদ্ধান্ত নেয়া।

ব্যাংকিং এর ক্ষেত্রে ৫টি প্রধান ক্ষেত্র আছে, যেখানে বাজারজাতকরণ গবেষণার কৌশলসমূহ সফলতার সাথে প্রয়োগ করা যায়। সেগুলো হল :

- ১) বাজার বিভাগ,
- ২) ভোক্তা আচরণ এবং ব্যাংক বাছাই পদ্ধতি,
- ৩) গ্রাহকদের বিশ্বস্ততা,
- ৪) ব্যাংক সেবা, <sup>১২২</sup>
- ৫) ব্যাংক শাখা গবেষণা (Customer Services Marketing and the competitive environment- Philip Ford, Page-132)।

বাজারজাতকরণ গবেষণা প্রয়োগের মাধ্যমে ব্যাংকগুলো সহজেই গ্রাহকদের চিহ্নিত ও নির্বাচন করতে পারে। অর্থাৎ কারা নির্দিষ্ট ব্যাংকের গ্রাহক তা সহজেই নির্বাচন করা যায়। এছাড়া গ্রাহকগণ ব্যাংক বাছাই এর ক্ষেত্রে কোন্ কোন্ বিষয় বিবেচনা করে, তা গবেষণার দ্বারা অবগত হওয়া যায়। গ্রাহকদের বিশ্বস্ততা অর্জনে ব্যাংকগুলো প্রত্যেক গ্রাহকদের লেনদেনের গোপনীয়তা রক্ষা করে এবং যতটা সম্ভব আধুনিক, যুগপোযোগী, দ্রুত ব্যাংক সেবা প্রদানে সচেষ্ট থাকে। সর্বোপরি ব্যাংকের শাখা সম্প্রসারণের যৌক্তিকতা সম্পর্কেও ধারণা পাওয়া যায় উক্ত গবেষণার আলোকে।

## দ্বিতীয় অধ্যায়

### বাণিজ্যিক ব্যাংকের সেবাসমূহ- বাজারজাতকরণ মিশ্রণ (Services of Commercial Bank- Marketing Mix)

#### ২.১ পণ্য (Product)

২.১.১ ব্যাংকিং পণ্য

২.১.২ ব্যাংকিং-এর জন্য মূখ্য এবং গৌণ সেবা সমূহ

২.১.৩ ঋণ দেওয়ার নীতি

#### ২.২ মূল্য (Price)

২.২.১ আমানত গ্রহণ, ঋণদান এবং সুদ

২.২.২ সুদের হার নির্ধারণের ধারণা

#### ২.৩ বন্টন (Place)

২.৩.১ সরাসরি বা প্রত্যক্ষ বন্টন

২.৩.২ পরোক্ষ বন্টন

#### ২.৪ প্রসার (Promotion)

২.৪.১ বিজ্ঞাপন

২.৪.২ ব্যক্তিক বিক্রয়

২.৪.৩ বিক্রয় প্রসার

২.৪.৪ প্রচার ও জনসংযোগ



## দ্বিতীয় অধ্যায়

### বাণিজ্যিক ব্যাংকের সেবাসমূহ- বাজারজাতকরণ মিশ্রণ (Services of Commercial Bank- Marketing Mix)

#### ২.১ পণ্য (Product)

##### ২.১.১ ব্যাংকিং পণ্য (Banking Product)

ব্যাংক যা করে, তাকে ব্যাংকিং বলে। অর্থাৎ ব্যাংকের যাবতীয় কার্যাবলীর সমষ্টিকেই ব্যাংকিং বলা হয়। ব্যাংকিং পণ্য হচ্ছে একটি অদৃশ্যমান পণ্য। কেমনা এটি দেখা যায় না। ব্যাংক কোন দৃশ্যমান পণ্য উৎপাদন বা বাজারজাত করে না। এটি বিভিন্ন ধরনের গ্রাহককে বিভিন্ন রকম সেবা দেয়। মূলত ব্যাংকের সেবা প্রদান কাজই ব্যাংকিং পণ্য হিসেবে বিবেচিত।

সেবা সর্বদাই অদৃশ্যমান। সেবা বাজারজাতকারীর প্রাথমিক কাজ হচ্ছে প্রমাণের ব্যবস্থা করা এবং অদৃশ্যমান বৈশিষ্ট্যকে দৃশ্যমান করে তোলা (Donald W. Cowell, 1984) তাই ব্যাংক তার গ্রাহকদেরকে আধুনিক ও যুগপোযোগী সেবা প্রদানের জন্য উন্নত গণনা মেশিন, কম্পিউটার পদ্ধতির প্রবর্তন, ব্যাংকের আভ্যন্তরীণ সঙ্কর আধুনিকীকরণ, বিশেষজ্ঞ কর্মীবাহিনী নিয়োগ, সর্বোপরি আধুনিক তথ্য প্রযুক্তির ব্যবহার প্রভৃতির মাধ্যমে উন্নত সেবা প্রদান করছে।

ব্যাংকের প্রধান কাজ বিভিন্ন আমানতকারীদের কাছ থেকে অর্থ সংগ্রহ করে দেশের উৎপাদনশীল খাতে মূলধন বিনিয়োগে সহায়তা করে দেশের অর্থনৈতিক উন্নতি সাধন করা। বিভিন্ন আমানতকারীদের সাথে ব্যাংক বিভিন্ন ধরনের চুক্তি করে। চুক্তি অনুযায়ী আমানতকারীদের ও ঋণগ্রহীতার সাথে লেনদেন সম্পন্ন করে অর্থনৈতিক চাকাকে গতিশীল রাখে। মক্কেলদের বিভিন্ন হিসাব পরিচালনার দ্বারা ব্যাংক তার সেবা প্রদান করে। চলতি, স্থায়ী ও সঞ্চয়ী-এ তিন ধরনের হিসাব চালু করে ব্যাংক গ্রাহকদের হিসাব উপযোগী ভিন্ন ধরনের সেবা প্রদান করে, যা নিচে উল্লেখ করা হলঃ

### চলতি হিসাব (Current Account)

যে হিসাবে দৈনিক ব্যাংক চলাকালে যতবার ইচ্ছা ততবার টাকা জমা দেয়া ও উত্তোলন করা যায়, তাকে চলতি হিসাব বলে। এ হিসাব খোলার জন্য দেশী ব্যাংকের ক্ষেত্রে কমপক্ষে ১০০০ টাকা এবং বিদেশী ব্যাংকের ক্ষেত্রে কমপক্ষে ৫০,০০০ টাকার প্রয়োজন হয়। সাধারণত নগদ টাকার লেনদেনকারী তথা ব্যবসায়ী ও শিল্পপতি এবং বিভিন্ন প্রকার সরকারি ও বেসরকারি ব্যবসায়ী ও অন্যান্য প্রতিষ্ঠানের জন্য এ হিসাব উপযুক্ত।

## স্থায়ী হিসাব (Fixed Account)

চুক্তির ভিত্তিতে নির্দিষ্ট মেয়াদের জন্য যে হিসাব খোলা হয়, তাকে স্থায়ী হিসাব বলে। একে মেয়াদী হিসাবও বলা যায়। এই হিসাবে ব্যাংক সর্বোচ্চ মুনাফা দেয়। সর্বনিম্ন তিনমাস হতে শুরু করে বর্তমানে ষাট মাস বা ৫ বছর মেয়াদের জন্য এ হিসাবে টাকা জমা রাখা যায়। মেয়াদ শেষে মুনাফাসহ টাকা তুলতে হয়। যারা কোন ব্যবসায়ে জড়িত নয়, অথচ হাতে টাকা আছে, এমন ব্যক্তিদের জন্য এ হিসাব পরিচালনা করা লাভজনক।

## সঞ্চয়ী হিসাব (Savings Account)

জনগণকে সঞ্চয়ে উদ্বুদ্ধ করার জন্য ব্যাংক অল্প টাকা জমা নিয়ে যে হিসাব খোলে তাকে সঞ্চয়ী হিসাব বলে। গ্রামাঞ্চলে প্রতিষ্ঠান ভেদে দশ টাকা থেকে একশত টাকা জমা দিয়ে এবং শহরাঞ্চলে একশত টাকা থেকে পাঁচশত টাকা জমা দিয়ে দেশী ব্যাংক গুলোতে এ হিসাব খোলা যায়। তবে বিদেশী ব্যাংকের ক্ষেত্রে প্রাথমিক জমার পরিমাণ কমপক্ষে দুই লক্ষ টাকা। ব্যাংকিং সময়ে দৈনিক যতবার ইচ্ছা ততবার এ হিসাবে টাকা জমা দেয়া যায়। কিন্তু সপ্তাহে দু'বারের বেশী এ হিসাব হতে টাকা উত্তোলন করা যায় না। জমাকৃত টাকার উপর সামান্য মুনাফা পাওয়া যায়। স্বল্প আয় এবং চাকুরিজীবীদের জন্য এ হিসাব উত্তম।



এছাড়াও ব্যাংক কর্তৃক প্রদত্ত ঋণ নগদে প্রদান না করে ব্যাংক হিসাবের মাধ্যমে প্রদান করে ব্যাংক ঋণ আমানতি হিসাব খোলে। আবার বিদেশে কর্মরত ব্যক্তিগণ দেশে টাকা প্রেরণ ও জমা রাখার জন্য বৈদেশিক মুদ্রা হিসাব খোলে।

বর্তমানে ব্যাংকগুলো অনলাইন ব্যাংকিং, এসএমএস ব্যাংকিং, ফোন ব্যাংকিং, কনজুমার ক্রেডিট স্কীম, ক্রেডিট কার্ড, এটিএম কার্ড, ডেবিট কার্ডসহ নতুন নতুন পণ্যের প্রবর্তন করেছে।

এভাবে ব্যাংক বিভিন্ন হিসাবের মাধ্যমে গ্রাহকদের বিভিন্ন চাহিদা পূরণ করে প্রয়োজনীয় সেবা প্রদান করে।

### ২.১.২ ব্যাংকিং-এর জন্য মুখ্য এবং গৌণ সেবাসমূহ (Core and Supplementary Services for Banking)

ব্যাংকের প্রধান কাজ জনগণের কাছ থেকে আমানত গ্রহণ করে তা বিভিন্ন উৎপাদনশীল ক্ষেত্রসমূহে ঋণ প্রদান করে দেশের ব্যবসা-বাণিজ্য তথা শিল্পোন্নয়নে সহায়তা করা। এজন্য ব্যাংক নানা ধরনের কাজ করে থাকে। ব্যাংকের বিভিন্ন সেবাসমূহকে প্রধানত ২ ভাগে ভাগ করা যায়। যথাঃ

১) মুখ্য সেবাসমূহ

২) গৌণ সেবাসমূহ।

সেগুলো নিম্নে উল্লেখ করা হলঃ

মুখ্য সেবাসমূহঃ

১. নগদ আমানত জমা রাখা।

২. চেক দ্রুত নগদায়নের ব্যবস্থা গ্রহণ করা।

৩. চেক ও অন্যান্য জিনিস সংগ্রহে তৎপরতা।

৪. রেমিটেন্স সুবিধা প্রদান।

৫. এল.সি খোলার মাধ্যমে আমদানি ও রপ্তানি বাণিজ্যে সহায়তা করা।

৬. অর্থনীতির বিভিন্ন ক্ষেত্রে ঋণদান করা।

৭. গ্রাহকদের বিভিন্ন প্রয়োজনে উপদেশ দেওয়া।

৮. অত্যাধুনিক প্রযুক্তি ব্যবহারের মাধ্যমে দ্রুত লেনদেনে সহায়তা করা।

#### গৌন সেবাসমূহ :

১. আমানতকারীদের পক্ষে বিভিন্ন বিল সংগ্রহ করা।

২. গ্রাহকদের পক্ষে শেয়ার, সিকিউরিটিজ ক্রয়-বিক্রয় করা।

৩. লেনদেনের গোপনীয়তা রক্ষা করা।

৪. গ্যারান্টি প্রদান করা।

ব্যাংক কর্তৃক গ্রাহকদের সর্বোৎকৃষ্ট সেবা প্রদান করে প্রতিযোগিতামূলক সুবিধা আদায়ের জন্য ব্যাংকগুলোকে চেষ্টা করতে হয়। ব্যাংক কর্তৃক প্রদত্ত সেবার প্রতি আস্থাশীল হয়ে একজন গ্রাহক ব্যাংক হিসাব পরিচালনা করে।

### ২.১.৩ ঋণ দেয়ার নীতি (Credit Policy)

ব্যাংক কর্তৃক ঋণগ্রহীতাদের ঋণ দেওয়ার সকল নিয়মকানুন ক্রেডিট পলিসি বা ঋণ দেওয়ার নীতি বলে। এটি ব্যাংকের আয়কে প্রভাবিত করে। এ নীতির ফলে ব্যাংক কর্তৃক ঋণ দেওয়ার ধরণ প্রসারিত হয়, ধারকারীদের ঋণ গ্রহণের প্রয়োজনীয় পদ্ধতি নির্ণয় করে এবং ব্যাংক কর্তৃক গ্রহণযোগ্য নিরাপত্তা নিশ্চিত করে। ব্যাংক নির্বাহীগণ বিভিন্ন মেয়াদে বিভিন্ন ধরনের ঋণ দিয়ে থাকে। এ ঋণ দেওয়ার নীতি তারা বিভিন্নভাবে অর্জন করে। যেমন-

১. ঋণ গ্রহীতার চরিত্র (সামাজিক সুনাম, ব্যক্তিগত অভ্যাস, ঋণ ফেরতদানের আগ্রহ, সততা, ঋণ ব্যবহারের প্রবণতা ইত্যাদি)।
২. গ্রহীতার আর্থিক স্বচ্ছলতা।
৩. ঋণ ব্যবহারের ক্ষমতা।
৪. ফেরত পাওয়ার নিশ্চয়তা (যুক্তি কম আছে এমন ক্ষেত্রে ঋণদান)।
৫. ঋণ ফেরত দানের সময়কাল/মেয়াদকাল।
৬. ব্যাংকের মুনাফা অর্জনের সম্ভাবনা।
৭. ঋণ গ্রহণে গ্রহীতার উদ্দেশ্য।



৮. পর্যাণ্ড জামানতের নিশ্চয়তা ।

৯. ঋণের পরিমান (অল্প সংখ্যক ঋণ গ্রহীতাকে বেশি পরিমান টাকার ঋণ না দিয়ে অধিক সংখ্যক গ্রহীতাকে অল্প টাকার ঋণ প্রদান করা) ।

১০. কেন্দ্রীয় ব্যাংকের ঋণদান নীতি যথাযথভাবে পালন করা ।

ঋণ প্রদানের ক্ষেত্রে উত্তম গ্রাহক নির্বাচনে গুরুত্ব আরোপ করা হয় । মধ্যস্থ ও ক্ষুদ্র ব্যবসায়ীদের ঋণ প্রদানের ব্যাপারে অগ্রাধিকার দেয়া হয় । বড় বিনিয়োগের ক্ষেত্রে সিভিকেশনের মাধ্যমে ঋণ প্রদান করা হয় (শান্তি নারায়ণ ঘোষ-১৯৮১) । ঋণ দেয়ার নীতি যত বেশি স্বচ্ছ এবং বাস্তবনুসী হবে, ব্যাংকের মুনাফার সম্ভাবনা ততই বৃদ্ধি পাবে ।

## ২.২ মূল্য (Price)

### ২.২.১ আমানত গ্রহণ, ঋণদান এবং সুদ

#### (Deposit Receive, Credit Disbursement and Interest)

ব্যাংক আমানতকারীদেরকে নির্দিষ্ট আমানতের উপর সুদ প্রদান করে এবং ঋণগ্রহীতাদের নিকট থেকে সুদ গ্রহণ করে ব্যাংকিং কার্যক্রম পরিচালনা করে । এ দু'ধরনের সুদের পার্থক্যই ব্যাংকের মুনাফা এবং ইহার উপরই ব্যাংকের সাফল্য নির্ভর করে ।

ব্যাংক আমানতকারীদের কাছ থেকে সুদের বিনিময়ে আমানত গ্রহণ করে। আমানতকৃত অর্থ থেকে একটি নির্দিষ্ট পরিমাণ অর্থ হাতে রেখে ব্যাংক ঋণ গ্রহীতাদের অপেক্ষাকৃত বেশি সুদে ঋণ প্রদান করে।

বিভিন্ন ব্যাংকের সুদের হারের মধ্যে যথেষ্ট পার্থক্য রয়েছে। ব্যাংক তাদের কাঙ্ক্ষিত মুনাফা অর্জনের জন্য বাস্তবমুখী ও যুগপোষোগী সুদের হার নির্ধারণ করে।

### ২.২.২ সুদের হার নির্ধারণের ধারণা

#### (Concept of Determination of Interest Rate)

সুদের হার নির্ধারণ করা ব্যাংকের একটি অত্যাবশ্যিকীয় কাজ। কেননা এ হারের উপর আমানত এবং ঋণ গ্রহণ প্রভাবিত হয়। সুদের হার নির্ধারণের ক্ষেত্রে ব্যাংকগুলো নিম্নলিখিত বিষয়গুলো অনুসরণ করে (বার্ষিক প্রতিবেদন, ঢাকা ব্যাংক, ১৯৯৫)।

১. বাংলাদেশ ব্যাংক কর্তৃক জারীকৃত বিভিন্ন নির্দেশাবলীর আলোকে সুদ নির্ধারণ করে।
২. প্রতিযোগী ব্যাংকগুলোর সুদের হার বিবেচনা করে ব্যাংকগুলো সুদের হার নির্ধারণ করে।

৩. দেশের আর্থ-সামাজিক বিষয়গুলো বিবেচনা করে সুদের হার নির্ধারণ করে।

৪. বিভিন্ন মেয়াদের জন্য এবং বিভিন্ন ধরনের হিসাব পরিচালনার ক্ষেত্রে সুদের হারের মধ্যে পার্থক্য রাখা হয়।

## ২.৩ বন্টন (Place)

### ২.৩.১ সরাসরি বা প্রত্যক্ষ বন্টন (Direct Distribution)

ব্যাংক সাধারণতঃ প্রত্যক্ষ বন্টন প্রণালী ব্যবহার করে। চলতি হিসাব, স্থায়ী হিসাব, সঞ্চয়ী হিসাব খোলা এবং অর্থনীতির বিভিন্ন খাতে ঋণ দেয়া, আর্থিক লেনদেন সম্পর্কিত বিভিন্ন উপদেশ বা পরামর্শ, সম্পত্তি সংক্রান্ত পরিকল্পনা, মূলধনী ঋণ প্রভৃতি ক্ষেত্রে সরাসরি বা প্রত্যক্ষ বন্টন প্রণালী ব্যবহার করে। প্রতি নিয়ত বিভিন্ন প্রকার গ্রাহকের সাথে যোগাযোগ রক্ষা করে ব্যাংকগুলো তাদের গ্রাহকদের কাঙ্ক্ষিত সেবা প্রদান করে এবং গ্রাহক সংখ্যা বৃদ্ধিতে অবদান রাখে।

### ২.৩.২ পরোক্ষ বন্টন (Indirect Distribution)

বর্তমানে ব্যাংকগুলো পরোক্ষ বন্টন প্রণালী ব্যবহার করে গ্রাহক সেবার মান বৃদ্ধির চেষ্টা চালিয়ে যাচ্ছে। ক্রেডিট কার্ড, কম্পিউটার, অটোমোটিক টেলার মেশিন (এটিএম) ব্যবহার করে



ব্যাংকগুলো দ্রুত এবং পরোক্ষ বস্টন প্রণালী প্রয়োগ করছে। এগুলো বর্তমানে যুগপোযোগী ও আধুনিক পদ্ধতিতে সেবাদান বলে প্রতীয়মান হচ্ছে। এসব পদ্ধতি ব্যবহার করার ফলে একদিকে যেমন কোম্পানীর সেবা প্রদানের মান বৃদ্ধি পাচ্ছে, অন্যদিকে গ্রাহকরা দ্রুত ও আধুনিক সেবা পেয়ে সন্তুষ্ট হচ্ছে।

## ২.৪ প্রসার (Promotion)

যে কোন ব্যবসায় প্রতিষ্ঠানের সফলতা অর্জনের জন্য প্রসার মূলক কার্যক্রম গ্রহণ করতে হয়। এগুলো প্রতিষ্ঠানের পরিচিতি তুলে ধরে এবং প্রতিষ্ঠানের ভাবমূর্তি গড়ে তুলতে সহায়তা করে, যা মুনাফা বৃদ্ধি করে। ব্যাংকিং প্রতিষ্ঠানের ক্ষেত্রেও স্ব স্ব ব্যাংকের পরিচিতি তুলে ধরতে নানারকম প্রসারমূলক কর্মসূচী গ্রহণ করা হয়।

### ২.৪.১ বিজ্ঞাপন (Advertisement)

সুনির্দিষ্ট উদ্যোক্তা কর্তৃক অর্থের বিনিময়ে কোন পণ্য, সেবা বা ধারণার মৈব্যক্তিক উপস্থাপনকে বিজ্ঞাপন বলে। বিজ্ঞাপনের মাধ্যমে পণ্য, সেবা বা ধারণা সম্পর্কিত সংবাদ জনসাধারণের সামনে উপস্থাপন করে তাদেরকে উক্ত পণ্য, সেবা ও ধারণা ক্রয় বা গ্রহণে আগ্রহী করে তোলা হয়।

যদিও বিজ্ঞাপন প্রদানের জন্য কোম্পানির প্রচুর খরচ হয় তবুও অন্যান্য প্রমোশন কার্যক্রমের তুলনায় অপেক্ষাকৃত কম খরচে বিপুল জনসাধারণকে পণ্য সংবাদ জানাতে বিজ্ঞাপন উত্তম প্রমোশন মাধ্যম হিসেবে বিবেচিত হয়। কোন বিশেষ বাজার বিভাগে সেবা প্রদানকারীর সেবাদানের বিষয়টি তুলে ধরার জন্য বিজ্ঞাপন অত্যন্ত গুরুত্বপূর্ণ ভূমিকা পালন করে। বিজ্ঞাপন বাজারে পণ্য বা সেবার পার্থক্য ও অবস্থান দৃঢ়ভাবে তুলে ধরে। এটি কোম্পানির শক্তিশালী ব্রান্ড ও সাংগঠনিক ইমেজ গঠনে অত্যন্ত শক্তিশালী হাতিয়ার হিসেবে ভূমিকা রাখে। জনসাধারণকে পণ্য সম্পর্কে জ্ঞাত করতে এবং চাহিদা সৃষ্টি ও বৃদ্ধিতে বিজ্ঞাপন বর্তমানে ব্যাপকভাবে ব্যবহৃত হয়।

ব্যাংকিং ব্যবসায়ের ক্ষেত্রে ব্যাংকারগণ তাদের গ্রাহক সংখ্যা বৃদ্ধির জন্য বিজ্ঞাপন দিয়ে থাকে। রেডিও, টেলিভিশন, সংবাদপত্র, ম্যাগাজিন, ব্যানার, বিলবোর্ড প্রভৃতি মাধ্যমে বিজ্ঞাপন প্রদান করে ব্যাংক ও তাদের কার্যক্রম সম্পর্কে জনসাধারণকে অবহিত করে এবং তাদেরকে উক্ত ব্যাংকের গ্রাহক হতে উদ্বুদ্ধ করে। বিভিন্ন জাতীয় অনুষ্ঠান পালনের প্রাক্কালে বিজ্ঞাপন প্রদান করে ব্যাংকগুলো তাদের কার্যক্রমের গতিশীলতা সম্পর্কে জনগণকে অবহিত করতে

পারে। তাই বর্তমান প্রতিযোগিতামূলক বাজারে বিজ্ঞাপন অনেক শক্তিশালী ভূমিকা পালন করে।

### ২.৪.২ ব্যক্তিক বিষয় (Personal Selling)

প্রসার কার্যক্রমের অন্যতম হাতিয়ার হচ্ছে ব্যক্তিক বিক্রয়, যার মাধ্যমে সরাসরি জনসাধারণকে পণ্য বা সেবা গ্রহণের আহ্বান জানানো হয়। এটি এমন একটি প্রক্রিয়া যেখানে কর্মীগণ সরাসরি ক্রেতা সাধারণের সামনে উপস্থিত হয়ে প্রতিষ্ঠানের পণ্য ও সেবা সম্পর্কিত তথ্য উপস্থাপনের মাধ্যমে তাদেরকে পণ্য বা সেবা গ্রহণে উৎসাহিত করে (Steven J. Skinner, 1998)।

ব্যক্তিগত প্রতিষ্ঠানের মত সেবা দানকারী প্রতিষ্ঠানের জন্য ব্যক্তিক বিক্রয় একটি উপযুক্ত প্রসারমূলক কর্মসূচী হিসেবে বিবেচনা করা হয়। এসব কোম্পানিসমূহ দক্ষ ও অভিজ্ঞতাসম্পন্ন কর্মকর্তা নিয়োগ করে গ্রাহকদের অপেক্ষাকৃত উন্নত সেবা প্রদান করতে পারে। এতে তারা প্রতিযোগিতা এড়িয়ে নিজেদের ভাবমূর্তি সমৃদ্ধ রাখতে পারে (Donald W. Cowell, 1984)।

### ২.৪.৩ বিক্রয় প্রসার (Sales Promotion)

পণ্য বা সেবার প্রতি জনসাধারণের তাৎক্ষণিক দৃষ্টি আকর্ষণ ও তাদের মধ্যে ক্রয় প্রেরণা সৃষ্টির জন্য যে প্রসারমূলক হাতিয়ার



ব্যবহার করা হয়, তাকে বিক্রয় প্রসার বলে। এ ধরনের কার্যক্রম অনিয়মিতভাবে স্বল্প সময়ের জন্য ব্যবহার করা হয়। বিক্রয় প্রসারে এমন কিছু কার্যক্রম অন্তর্ভুক্ত থাকে, যা ব্যবহার করে কোম্পানি তার প্রতিষ্ঠানের ইমেজ সহজে জনসাধারণের নিকট তুলে ধরতে পারে (Woodruffe-1995)।

ব্যাংকগুলো বিভিন্ন ধরনের বিক্রয় প্রসার কার্যক্রম ব্যবহার করে এবং সেগুলো জনসাধারণকে অবহিত করে তাদের সেবা প্রদানের কাজকে সহজ করে তুলতে পারে। বিভিন্ন শাখার ব্যাংক কর্মকর্তাগণ তাদের সেবার দক্ষতা দেখানোর জন্য যেসব বিক্রয় প্রসার কার্যক্রম গ্রহণ করে সেগুলো হল- সরাসরি চিঠি বিতরণ, কার্ড, ক্যালেন্ডার, ডাইরি, উপহার সামগ্রী ইত্যাদি প্রদান। এগুলো জনসাধারণকে তাৎক্ষণিকভাবে সেবা গ্রহণে উদ্বুদ্ধ করে এবং নিয়মিত গ্রাহক হবার অনুপ্রেরণা যোগায়।

#### ২.৪.৪ প্রচার এবং জনসংযোগ (Publicity and Public Relations)

কোন চিহ্নিত পৃষ্ঠপোষক কর্তৃক অর্থ প্রদান ব্যতীত গণমাধ্যম সমূহে পণ্য, সেবা, ধারণা কিংবা প্রতিষ্ঠান সম্পর্কে অনুকূল দৃষ্টিভঙ্গি উপস্থাপনার মাধ্যমে পরোক্ষভাবে চাহিদা বৃদ্ধি কিংবা পরিচিতি তুলে ধরার কার্যক্রমকে প্রচার বলে। পত্রিকা, ম্যাগাজিন,

টেলিভিশন ইত্যাদি ব্যবহার করে নির্দিষ্ট জনগোষ্ঠীর মিকট সংবাদ পরিবেশন করা প্রচারের আওতাভুক্ত। অন্যদিকে জনসংযোগে বিশাল জনগোষ্ঠীর উদ্দেশ্যে প্রচার ছাড়াও বিভিন্ন ধরনের যোগাযোগ কর্মসূচী গ্রহণ করা হয়। এসব কর্মসূচীর মধ্যে রয়েছে কমিউনিটি কার্যক্রম গ্রহণ, ক্রীড়া ও সাংস্কৃতিক অনুষ্ঠানে পৃষ্ঠপোষকতা করা, জনসেবামূলক কার্যক্রম গ্রহণ ইত্যাদি (Steven J. Skinner, Marketing, 2<sup>nd</sup> Edition, Houghton Mifflin Company, 1998)।

সেবা প্রতিষ্ঠান হিসেবে ব্যাংকসমূহ তাদের প্রতিষ্ঠানের ভাবমূর্তি জনসাধারণের সামনে তুলে ধরার জন্য প্রচার ও জনসংযোগ কার্যক্রম গ্রহণ করতে পারে। কোন বিশেষ দিবসে গ্রাহক ও জনসাধারণকে সম্পৃক্ত করে বিভিন্ন সামাজিক কর্মসূচীতে অংশগ্রহণ করতে পারে। বৃক্ষরোপন সপ্তাহ পালন, রক্তদান কর্মসূচী পালন, সেমিনারের আয়োজন করে সামাজিক দায়িত্ব পালন করতে পারে। বিভিন্ন ক্রীড়া ও সাংস্কৃতিক অনুষ্ঠানে পৃষ্ঠপোষকতা করে, বিভিন্ন প্রদর্শনী ও প্রতিযোগিতার আয়োজন করে প্রতিষ্ঠানিক নাগরিক হিসেবে ব্যাংক আপামর জনসাধারণের সাথে সম্পৃক্ত হতে পারে।

## তৃতীয় অধ্যায়

### গবেষণার গুরুত্ব, পদ্ধতি এবং সম্পর্কিত বিষয়ের পুনরীক্ষন (Importance of Research, Method and Review of Related Literature)

- ৩.১ গবেষণার গুরুত্ব (Justification of the study)
- ৩.২ গবেষণার উদ্দেশ্য (Objectives of the study)
- ৩.৩ গবেষণা এলাকা এবং নমুনা (Study Area and Study Population)
- ৩.৪ মাধ্যমিক উৎস থেকে তথ্য সংগ্রহ (Data collection from secondary sources)
- ৩.৫ প্রাথমিক উৎস থেকে তথ্য সংগ্রহ (Data collection from primary source)
- ৩.৬ প্রশ্নপত্র উন্নয়ন এবং প্রি-টেস্টিং (Questionnaire Development and Pre-testing)
- ৩.৭ নমুনাগন পদ্ধতি (Sampling Procedure)
- ৩.৮ পরিসাংখ্যিক পদ্ধতি প্রয়োগ (Statistical Techniques Applied)
  - ৩.৮.১ পাই চার্ট (Pie Chart)
  - ৩.৮.২ কার্ল-পিয়ারসন সহ সংশ্রব (Karl Pearson's Correlation Co-efficient)
  - ৩.৮.৩ t-পরীক্ষা (t-test)
- ৩.৯ গবেষণায় সফটওয়্যার এবং প্রযুক্তি ব্যবহার (Software and Technological support for the study)
- ৩.১০ পুস্তক বিবরণী ও সহায়িকাসমূহ (Method of Bibliography)
- ৩.১১ তথ্য বিশ্লেষণ এবং প্রক্রিয়াজাতকরণ (Data Analysis and Processing)
- ৩.১২ গবেষণার সীমাবদ্ধতা (Limitations of the Study)
- ৩.১৩ সম্পর্কিত বিষয়ের পুনরীক্ষন (Review of related literature)



## তৃতীয় অধ্যায়

### গবেষণার গুরুত্ব, পদ্ধতি এবং সম্পর্কিত বিষয়ের পুনরীক্ষন (Importance of Research, Method and Review of Related Literature)

#### ৩.১ গবেষণার গুরুত্ব (Justification of the Study)

যে কোন দেশের অর্থনীতি বর্তমানে ব্যাংক ব্যবস্থার উপর অনেকাংশে নির্ভর করে। তাই বাংলাদেশের অর্থনীতিতে ব্যাংক ব্যবস্থার ভূমিকা অত্যন্ত গুরুত্বপূর্ণ। ব্যাংক একটি সেবামূলক প্রতিষ্ঠান। এটি দেশের জনসাধারণের নিকট থেকে অলস অর্থ সংগ্রহ করে বিভিন্ন উৎপাদনশীল কাজে ঋণদান করে দেশের অর্থনৈতিক কর্মকাণ্ডের চাকাতে গতিশীল রাখে। অন্যান্য সেবামূলক প্রতিষ্ঠানের তুলনায় ব্যাংকিং সেবা অনেকটা ভিন্নতর, যাকে পেশাগত সেবা বলা যায়। একটি সেবা প্রদানকারী প্রতিষ্ঠান হিসেবে এর অস্তিত্ব মক্কেলদের উপর বহুলাংশে নির্ভরশীল। ব্যাংক তার মক্কেলদের কাছে যে সেবা বিক্রি করছে তার মানের উপরই ব্যাংকের অস্তিত্ব নির্ভরশীল।

বর্তমানে বাংলাদেশে দেশী ও বিদেশী উভয় মালিকানার ব্যাংক তাদের কার্যক্রম পরিচালনা করছে। উভয় মালিকানার ব্যাংক গ্রাহকদের সেবা প্রদানের মাধ্যমে ব্যবসায় পরিচালনা করলেও

তাদের প্রদত্ত সেবার মান এক নয়। দেশী ব্যাংকগুলোর সাথে বিদেশী ব্যাংকগুলো সাফল্যজনকভাবে প্রতিযোগিতা করছে। কিন্তু দেশী ব্যাংকগুলো ততটা সফল হতে পারছে না।

বিদেশী ব্যাংকগুলোর সর্বনিম্ন আমানতের পরিমাণ বেশী হওয়া স্বত্বেও তাদের গ্রাহকসংখ্যা কম নয়। বিদেশী ব্যাংকগুলো দেশী ব্যাংকগুলোর তুলনায় অত্যন্ত দক্ষতার সাথে তাদের দায়িত্বসমূহ পালন করে বলে অনেকে মনে করেন। ব্যাংকগুলো যেহেতু গ্রাহকদের সেবা প্রদানের বিষয়টি গুরুত্ব দিয়ে ব্যবসায় পরিচালনা করে এবং এতে তাদের ব্যবসায় সম্প্রসারণের সুযোগ বেশি তাই দেশী ব্যাংকগুলোর উচিত গ্রাহক সেবার মানের উপর সর্বাধিক গুরুত্ব দেয়া। উক্ত গবেষণায় এ দিকটির প্রতিই আলোকপাত করা হয়েছে।

### ৩.২ গবেষণার উদ্দেশ্য (Objectives of the Study)

নিম্নলিখিত উদ্দেশ্যে গবেষণা কার্যক্রম পরিচালনা করা হয়েছে :

১. দেশী ও বিদেশী মালিকানার কোন ধরনের ব্যাংক কি ধরনের সেবা প্রদান করে, তা জানা এ গবেষণার একটি মূল উদ্দেশ্য।

২. ব্যাংক পছন্দের ক্ষেত্রে কোন উপাদান দ্বারা গ্রাহক বেশি প্রভাবিত হয়, তা এ গবেষণার মাধ্যমে জানা যাবে।
৩. বাজারজাতকরণ ও ব্যাংকিং-এর মধ্যে সম্পর্ক বিশ্লেষণ করা এ গবেষণার একটি উদ্দেশ্য।
৪. কোন মালিকানার ব্যাংকের প্রতি জনগণের আস্থা বেশি তা জানা এ গবেষণার উদ্দেশ্য।
৫. দেশী ও বিদেশী মালিকানার ব্যাংকগুলোর সাংগঠনিক কাঠামো কেমন তা জানা এ গবেষণার উদ্দেশ্য।
৬. বাজারজাতকরণ কৌশল ব্যবহার করে ব্যাংকগুলো কিভাবে প্রতিযোগিতামূলক সুবিধা পেতে পারে তা এ গবেষণা থেকে জানা যাবে।
৭. ব্যাংক শাখার কোন অবস্থান গ্রাহক পছন্দ করে তা জানা যাবে এ গবেষণার মাধ্যমে।
৮. বাংলাদেশের অর্থনীতিতে ব্যাংক কি ভূমিকা পালন করে, তা জানা এ গবেষণার উদ্দেশ্য।
৯. ব্যাংক কর্তৃক বর্তমান সেবার মানে গ্রাহক সন্তুষ্ট কিনা, তা জানা এ গবেষণার উদ্দেশ্য।



১০. এ গবেষণার আরেকটি উদ্দেশ্য হল, আর্থিক লেনদেন ছাড়াও ব্যাংকের কাছ থেকে গ্রাহক কোন পরামর্শ আশা করে কিনা তা জানা।
১১. দেশী ও বিদেশী উভয় ব্যাংকের সেবার মানের পার্থক্য খুঁজে বের করা এ গবেষণার একটি অন্যতম উদ্দেশ্য।
১২. বিদেশী ব্যাংকগুলোর সাথে দেশী ব্যাংকগুলো কিভাবে সফলতার সাথে তাদের ব্যবসায় পরিচালনা করছে, তা জানা এ গবেষণার উদ্দেশ্য।
১৩. ভবিষ্যতে সেবার মান বাড়ানোর ক্ষেত্রে নির্বাচিত দেশী ও বিদেশী ব্যাংকের পরিকল্পনা কি, তা জানা এ গবেষণার অন্যতম উদ্দেশ্য।
১৪. দেশী ব্যাংকের দক্ষতা বৃদ্ধিতে কি পদক্ষেপ গ্রহণ করা যেতে পারে, সে সম্পর্কে পরামর্শ বা সুপারিশ প্রদান করা এ গবেষণার একটি বিশেষ উদ্দেশ্য।

### ৩.৩ গবেষণা এলাকা এবং মনুনা (Study Area and Study Population)

দেশের ব্যাংকিং ব্যবস্থাকে সমৃদ্ধ করার জন্য বর্তমানে দেশী ও বিদেশী উভয় মালিকানার ব্যাংক অবদান রেখে চলেছে। আলোচ্য গবেষণায় তাই দেশী ও বিদেশী উভয় ধরনের ব্যাংক

নিয়ে কাজ করা হয়েছে। দেশের সমস্ত ব্যাংক নিয়ে কাজ করা সময় সাপেক্ষ ও ব্যয় বহুল বিধায় এ গবেষণায় ১টি দেশী ও ১টি বিদেশী ব্যাংককে নমুনা হিসেবে নির্বাচন করা হয়েছে। আমার শ্রদ্ধেয় তত্ত্বাবধায়ক শিক্ষক জনাব আব্দুল কুদ্দুস স্যারের পরামর্শে দেশী ব্যাংক হিসেবে ঢাকা ব্যাংক এবং বিদেশী ব্যাংক হিসেবে স্ট্যান্ডার্ড চার্টার্ড ব্যাংককে নমুনা হিসেবে নির্বাচন করা হয়েছে। এছাড়া ঢাকা ও নারায়ণগঞ্জ জেলার বিভিন্ন শাখার সম্মানিত কর্মকর্তাদের মধ্য থেকে ২০ জনকে, দুটি জেলার ৫০ জন গ্রাহকের কাছ থেকে তথ্য সংগ্রহ করা হয়েছে, যারা সমস্ত কর্মকর্তা ও গ্রাহকের প্রতিনিধিত্ব করেছে।

### ৩.৪ মাধ্যমিক উৎস থেকে তথ্য সংগ্রহ (Data Collection from Secondary Sources)

গবেষণা কাজের প্রধান হল তথ্য। তথ্য ছাড়া গবেষণার কাজ এগিয়ে নেওয়া যায় না। সুশৃঙ্খল, সময়োপযোগী, বস্তুনিষ্ঠ তথ্য গবেষণার কাজকে সমৃদ্ধ করে তোলে। তাই উক্ত গবেষণা কার্যের সহায়তার জন্য বিভিন্ন মাধ্যমিক উৎস থেকে তথ্য সংগ্রহ করা হয়েছে। যেসব উৎস থেকে মাধ্যমিক তথ্য সংগ্রহ করা হয়েছে তা হলঃ

১. নির্বাচিত ব্যাংকসমূহের বিভিন্ন সময়ের বার্ষিক প্রকাশনা ও প্রতিবেদন।
২. নির্বাচিত ব্যাংক সমূহের অন্যান্য দলিলপত্র।
৩. বাংলাদেশ ইনস্টিটিউট অব ব্যাংক ম্যানেজমেন্ট এর একাডেমিক ক্যালেন্ডার ও ব্যাংক পরিক্রমা।
৪. বাংলাদেশ ইনস্টিটিউট অব ব্যাংক ম্যানেজমেন্ট-এর গ্রন্থাগার।
৫. বাংলাদেশ ব্যাংকের বিভিন্ন জার্নাল ও বুলেটিন।
৬. বাংলাদেশ ব্যাংক, পরিসংখ্যান বিভাগ কর্তৃক প্রকাশিত “সিডিউল ব্যাংকস স্ট্যাটিসটিক্স”।
৭. ঢাকা বিশ্ববিদ্যালয়ের ব্যবসায় গবেষণা ব্যুরো।
৮. ঢাকা বিশ্ববিদ্যালয়ের কেন্দ্রীয় লাইব্রেরী।
৯. সেবা বাজারজাতকরণ সম্পর্কিত বিভিন্ন পুস্তিকা।
১০. বাংলাদেশ ব্যাংকের পরিসংখ্যান বিভাগ কর্তৃক প্রকাশিত মাসিক ইকনমিক ট্রেন্ড (Economic Trend)।

মাধ্যমিক পর্যায়ে তথ্য সংগ্রহের জন্য সর্বাধিক নির্ভর করা হয়েছে নির্বাচিত ব্যাংকসমূহের বার্ষিক প্রতিবেদন ও অন্যান্য দলিলপত্রের উপর। তাছাড়া ব্যবসায় গবেষণা ব্যুরো, ঢাকা বিশ্ববিদ্যালয় থেকে বিভিন্ন সময়ে প্রকাশিত গবেষণা রিপোর্ট তথ্য সংগ্রহের ক্ষেত্রে গুরুত্বপূর্ণ ভূমিকা রেখেছে। বিভিন্ন পাঠ্য বই, পত্র-পত্রিকা ও বাংলাদেশ ব্যাংক কর্তৃক প্রকাশিত বিভিন্ন প্রকাশনা থেকে তথ্য সংগ্রহ করা হয়েছে। ব্যাংক কর্তৃক গ্রাহক সেবা প্রদানে প্রশিক্ষণের ভূমিকা অধিক, তাই ব্যাংক ও আর্থিক প্রতিষ্ঠানের কর্মকর্তাদের প্রশিক্ষণের জন্য স্থাপিত বাংলাদেশ ইনস্টিটিউট অব



ব্যাংক ম্যানেজমেন্ট (BIBM) এর কার্যক্রম তুলে ধরা হয়েছে। তাছাড়া দক্ষ কর্মী নির্বাচনের উপর গ্রাহকসেবার মান নির্ভর করে বিধায় কর্মকর্তা নিয়োগ কাজে নিয়োজিত ব্যাংকার্স রিজুটমেন্ট কমিটির ভূমিকার প্রতি আলোকপাত করা হয়েছে।

### ৩.৫ প্রাথমিক উৎস থেকে তথ্য সংগ্রহ (Data Collection from Primary Source)

মাধ্যমিক উৎস থেকে প্রাপ্ত তথ্য পর্যাপ্ত না হওয়ার প্রাথমিক উৎস থেকেও তথ্য সংগ্রহ করা হয়েছে। এসব তথ্য সংগ্রহের জন্য প্রশ্নপত্রের সাহায্য নেয়া হয়েছে গবেষকের তত্ত্বাবধানে ব্যক্তিগত সাক্ষাৎকারের মাধ্যমে দুটি ভিন্ন প্রশ্নপত্রের ভিত্তিতে ব্যাংক কর্মকর্তা এবং গ্রাহকদের নিকট থেকে তথ্য সংগ্রহ করা হয়েছে। ঢাকা ব্যাংক ও স্ট্যান্ডার্ড চার্টার্ড ব্যাংক কর্মকর্তাদের পূর্ণ সহযোগিতায় প্রাথমিক তথ্য সংগ্রহের কাজ অপেক্ষাকৃত দ্রুত ও নির্ভুলভাবে সম্পন্ন করা হয়েছে।

### ৩.৬ প্রশ্নপত্র উন্নয়ন এবং প্রি-টেস্টিং (Questionnaire Development and Pre-testing)

সঠিক ও সময়োপযোগী তথ্য প্রাপ্তির উপর গবেষণা কর্মের সফলতা নির্ভর করে। তাই গবেষণার উদ্দেশ্যের সাথে সামঞ্জস্য রেখে তথ্য সংগ্রহের জন্য দুই সেট প্রশ্নপত্র তৈরি করা হয়েছে। এক সেট প্রশ্নপত্র ব্যবহার করা হয়েছে নির্বাচিত ব্যাংকসমূহের

কর্মকর্তাদের কাছ থেকে তথ্য সংগ্রহের জন্য, যারা গ্রাহকদের নানা উপায়ে ব্যাংকিং সেবা প্রদানে নিয়োজিত। অন্য সেট প্রশ্নপত্র ব্যবহার করা হয়েছে ব্যাংক গ্রাহকদের কাছ থেকে তথ্য সংগ্রহের জন্য, যারা সরাসরি ব্যাংক কর্তৃক প্রদেয় সেবা গ্রহণ করছে। প্রশ্নমালায় সম্ভাব্য সকল প্রশ্ন সন্নিবেশ করা হয়েছে, যাতে প্রয়োজনীয় সকল তথ্য সংগ্রহ করা যায়। পরবর্তীতে প্রশ্নপত্র গুলো পি-টেস্ট করা হয়েছে ব্যাংক কর্মকর্তা ও ব্যাংক গ্রাহক দ্বারা এবং সর্বশেষে প্রয়োজনীয় সংশোধনী আনা হয়েছে।

### ৩.৭ নমুনাগন পদ্ধতি (Sampling Procedure)

তথ্য সংগ্রহের জন্য নির্বাচিত দু'টি ব্যাংক থেকে মোট ২০ জন কর্মকর্তাকে বাছাই করা হয়েছে। তাদেরকে সাধারণ দৈবচয়ন (Simple Random Sampling) পদ্ধতিতে বাছাই করা হয়েছে। এছাড়া তথ্য সংগ্রহের জন্য মোট ৫০ জন ব্যাংক গ্রাহককে বাছাই করা হয়েছে। তাদেরকেও সাধারণ দৈবচয়ন ভিত্তিতে (Simple Random Sampling) বাছাই করা হয়েছে। প্রথমে ২০০ জন গ্রাহকের একটি তালিকা তৈরি করা হয়েছে ঢাকা ও নারায়নগঞ্জ জেলার বিভিন্ন শাখা অফিস থেকে। পরবর্তীতে এদের মধ্যে থেকে ৫০ জনকে তথ্য সংগ্রহের কাজে ব্যবহার করা হয়েছে। এর ফলে নমুনা নির্বাচন

প্রক্রিয়া অনেকটা নির্ভরযোগ্য হয়েছে বলে আমি মনে করি।

একজন গ্রাহককে একটি নমুনা হিসেবে বিবেচনা করা হয়েছে।

### ৩.৮ পরিসংখ্যিক পদ্ধতির প্রয়োগ (Statistical Techniques Applied)

#### ৩.৮.১ পাই চার্ট (Pie Chart)

পাই চার্ট-এ তথ্য সমূহকে একটি বৃত্তের মধ্যে উপস্থাপন করা হয়। বৃত্তের প্রতিটি অংশ পরম বা আপেক্ষিকতাকে (শতকরা) নির্দেশ করে (Webster, 1992)।

#### ৩.৮.২ কার্ল-পিয়ারসন সহ-সংশ্রব (Karl Pearson's Co-efficient of Correlation)

কার্ল পিয়ারসন সহ-সংশ্রব কে (Karl Pearson's co-efficient correlation) সাধারণ সহ-সংশ্রব (Simple correlation), প্রোডাক্ট মোমেন্ট সহ-সংশ্রব (Product moment correlation), অথবা সংক্ষেপে সহ-সংশ্রব (Correlation-co-efficient) বলা হয়। এটি দুটি চলকের (Variables) মধ্যে সম্পর্কের মাত্রাকে পরিমাপ করে থাকে (Malhotra, 2000, Marketing Research)।

X ও Y দুটি চলকের ক্ষেত্রে n সংখ্যক নমুনা নিয়ে সহ-সংশ্রব বা সম্পর্ক (r) পরিমাপ করার জন্য নিম্নের সূত্রটি ব্যবহার করা হয় (Malhotra-2000, Marketing Research, Gupta & Gupta-1989, Business Statistics)।



$$r = \frac{\sum(X - \bar{X})(Y - \bar{Y})}{\sqrt{\sum(X - \bar{X})^2 \sum(Y - \bar{Y})^2}}$$

$$= \frac{\sum xy}{\sqrt{(\sum x^2)(\sum y^2)}}$$

উপরের সমীকরণে  $\bar{X}$  ও  $\bar{Y}$  হলো চলক X এবং Y এর গাণিতিক গড়। x,  $(X - \bar{X})$  কে এবং y,  $(Y - \bar{Y})$  কে নির্দেশ করেছে।

### ৩.৮.৩।-পরীক্ষা (t-test)

সহ-সংশ্রব (Co-efficient of Correlation) পরীক্ষা করার জন্য আমরা t-টেস্ট ব্যবহার করে থাকি। টেস্ট করার জন্য সূত্রটি নিম্নরূপঃ

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

[(n-2) স্বাধীন মাত্রায় (d.f) ৫% লেভেল তাৎপর্যপূর্ণ (Significant)]

t-টেস্ট এর ক্ষেত্রে দু'টি হাইপোথিসিস (Hypothesis) ব্যবহার করা হয়।

হাইপোথিসিস (Hypothesis) দু'টি হলোঃ

$$H_0: \rho = 0$$

$$H_1: \rho \neq 0$$

যদি ক্যালকুলেটেড t এর মান, টেবিলের t এর মানের চেয়ে ছোট হয় তাহলে,  $H_0$  গ্রহণ (Accepted) করা হয়। যদি ক্যালকুলেটেড t এর মান, টেবিলের t এর মানের চেয়ে বড় হয় তাহলে,  $H_0$  বর্জন (Rejected) করা হয়।

### ৩.৯ গবেষণায় সফটওয়্যার এবং প্রযুক্তিগত ব্যবহার (Software and Technological Support for the Study)

এই গবেষণায় সমস্ত বিশ্লেষণই পারসোনাল কম্পিউটার (PC) এর মাধ্যমে করা হয়েছে। তথ্য বিশ্লেষণের ক্ষেত্রে MS Excel (Microsoft Excel) এবং রিপোর্ট তৈরীর ক্ষেত্রে MS Word (Microsoft Word), 2000 ব্যবহার করা হয়েছে।

### ৩.১০ পুস্তক বিবরণী ও সহায়িকাসমূহ (Method of Bibliography)

এই গবেষণায় সহায়িকা ও পুস্তক বিবরণী প্রস্তুতে APA (American Psychological Association) পদ্ধতি ব্যবহার করা হয়েছে। এই পদ্ধতিটি এখন বিভিন্ন জার্নালে ব্যবহার করা হচ্ছে, যেমন- আমেরিকান মার্কেটিং এসোসিয়েশনের জার্নালে, ঢাকা বিশ্ববিদ্যালয়ের ব্যবসায় শিক্ষার জার্নালে, ঢাকা বিশ্ববিদ্যালয়ের ব্যবসায় শিক্ষার জার্নালে, ঢাকা বিশ্ববিদ্যালয়ের ব্যবসায় প্রশাসন কর্তৃক প্রকাশিত জার্নালসহ আরো অনেক জার্নাল প্রস্তুতে এটি ব্যবহার করা হচ্ছে।

### ৩.১১ তথ্য বিশ্লেষণ এবং প্রক্রিয়াজাতকরণ (Data Analysis and Processing)

আলোচ্য গবেষণার প্রধান উদ্দেশ্য হল নির্বাচিত ব্যাংক সমূহের গ্রাহক সেবার দিকটি বিশেষভাবে তুলে ধরা। এজন্য প্রশ্নপত্রসমূহ সঠিকভাবে সম্পাদনা করে এর অসঙ্গতি ও ত্রুটি-বিদ্যুতিসমূহ দূর করা হয়েছে। তথ্য সংগ্রহের কাজ শেষ করার পর সেগুলো পরীক্ষা-নিরীক্ষা করা হয়েছে। প্রশ্নপত্রসমূহ সম্পাদন বা মূল্যায়নের সময় সংগৃহীত তথ্যের অসঙ্গতি সমূহের প্রয়োজনীয় সংশোধনী আনা হয়েছে। সমস্ত কাজ নিজ তত্ত্বাবধানে সম্পাদন করা হয়েছে।

সংগৃহীত তথ্যগুলো টেবিল আকারে উপযুক্ত শিরোনামের সাহায্যে উপস্থাপন করা হয়েছে। তথ্যগুলো প্রক্রিয়াজাত করতে অত্যন্ত সতর্কতা অবলম্বন করা হয়েছে যাতে কোন গুরুত্বপূর্ণ তথ্য বাদ না পড়ে। প্রয়োজনে তথ্যসমূহ সংশোধন করা হয়েছে। গবেষণায় অসম্পূর্ণ উত্তর সম্বলিত তথ্য বাদ দেয়া হয়েছে।

### ৩.১২ গবেষণার সীমাবদ্ধতা (Limitations of the Study)

প্রত্যেক কাজেরই কিছু সীমাবদ্ধতা থাকে। এক্ষেত্রেও এর ব্যতিক্রম হয়নি। এ গবেষণা পরিচালনাকালে যেসব সীমাবদ্ধতাসমূহ লক্ষ্য করা গেছে তা হল :



১. গবেষণায় দেশের সমস্ত ব্যাংক গ্রাহকের মধ্য থেকে অল্প সংখ্যক গ্রাহকের মতামত সংগ্রহ করা হয়েছে।
২. এ গবেষণায় শুধুমাত্র ঢাকা ও মারায়নগঞ্জ জেলার ঢাকা ব্যাংক ও স্ট্যান্ডার্ড চার্টার্ড ব্যাংক কর্মকর্তা ও গ্রাহকদের কাছ থেকে তথ্য সংগ্রহ করা হয়েছে। তাই অন্য এলাকার গ্রাহকদের মতামত জানা যায়নি।
৩. ব্যাংকগুলো থেকে প্রয়োজনীয় সকল তথ্য পর্যাপ্ত পরিমাণে পাওয়া যায়নি। ব্যাংকগুলোর নিজস্ব গোপনীয়তার কারণে অনেক তথ্য প্রদান থেকে বিরত থেকেছে।
৪. গবেষকের সময় ও অর্থ স্বল্পতার কারণে গবেষণার আওতা নির্দিষ্ট দু'টি জেলায় সীমাবদ্ধ রাখা হয়েছে।
৫. বিভিন্ন সময়ে উত্তরদাতাগণ উত্তর প্রদানে অসুবিধা বিলম্ব করায় তথ্য সংগ্রহের কাজ ততটা দ্রুত করা যায়নি।
৬. কোমল কোমল উত্তরদাতা উত্তর প্রদানে অসহযোগিতা প্রদর্শন করায় গবেষণার কাজ বাধাগ্রস্ত হয়েছে।
৭. কোমল কোমল উত্তরদাতা ব্যস্ততার কারণে উত্তর প্রদানে অস্বীকৃতি জানিয়েছে।

### ৩.১৩ সম্পর্কিত বিষয়ের দুর্লভাঙ্কন (Review of Related Literature)

বাংলাদেশে বিভিন্ন সময়ে ব্যাংকের সেবার মান সম্পর্কিত বেশ কিছু গবেষণা রিপোর্ট ও আর্টিকেল প্রকাশিত হয়েছে। কিন্তু এ গবেষণায় একটি বিশেষ দিকের প্রতি আলোকপাত করা হয়েছে। বিভিন্ন সময়ে প্রকাশিত এ ধরনের রিপোর্ট ও আর্টিকেল গুলো থেকে উল্লেখযোগ্য করেকটি মিনে সংক্ষেপে তুলে ধরা হল :

ঢাকা বিশ্ববিদ্যালয়ের ব্যবসায় গবেষণা ব্যুরো কর্তৃক প্রকাশিত শান্তি নারায়ন ঘোষ, জগদীশ চন্দ্র শুক্লাদাশ এবং মাহবুব আহমেদ কর্তৃক পরিচালিত “A study of the consensus among Bank Executives, depositors and borrowers of Nationalized Commercial Banks of Bangladesh (1981)-এর শিরোনাম ছিল “Choice of Banks, Customers service and credit policy”-এ গবেষণায় গ্রাহকদের ব্যাংক পছন্দের বিষয়, গ্রাহকদের প্রতি ব্যাংক কর্তৃক সেবাদান এবং ঋণ নীতি সম্পর্কিত নানা তথ্য সন্নিবেশ করা হয়েছে।

তাহাড়া ঢাকা বিশ্ববিদ্যালয়ের হিসাব বিজ্ঞান বিভাগের প্রভাষক মোঃ মাকসুদুর রহমান কর্তৃক পরিচালিত “Credit Management of Commercial Banks: A Comparative Study of Public and Private Sector Banks”-রিপোর্টে সরকারী ও বেসরকারী ব্যাংকের ঋণ

ব্যবস্থাপনা সম্পর্কে বিভিন্ন দিক তুলে ধরা হয়েছে, যা গ্রাহক সেবার অংশ বলেই আমি মনে করি।

পরবর্তীতে ঢাকা বিশ্ববিদ্যালয়ের ব্যবসায় শিক্ষা অনুষদের মার্কেটিং বিভাগের সহকারী অধ্যাপক জনাব হরিপদ ভট্টাচার্য কর্তৃক পরিচালিত “রাষ্ট্রায়ত বাণিজ্যিক ব্যাংকের সেবার মান এবং সরকারের বেসরকারী ব্যাংকিং উদ্যোগ, একটি মতামত নিরীক্ষা” শিরোনামে ব্যাংক সেবার মান সম্পর্কে গ্রাহকদের মতামতসহ নানা দিক তুলে ধরা হয়েছে। এ প্রতিবেদনে রাষ্ট্রায়ত ব্যাংকের সেবার মানের দিকটি তুলে ধরার ব্যাপারে বেশী জোর দেয়া হয়েছে এবং সরকারের বেসরকারী ব্যাংকিং উদ্যোগ গ্রাহক কর্তৃক কতটা গ্রহণযোগ্য সে ব্যাপারে দিক নির্দেশনা দেয়া হয়েছে।

সবশেষে জনাব আহমদ ফখরুল আলম, সহযোগী অধ্যাপক, মার্কেটিং বিভাগ, ঢাকা বিশ্ববিদ্যালয় কর্তৃক পরিচালিত “বাংলাদেশে ব্যাংকিং সেবার প্রকৃতি ও দক্ষতা- সরকারী ও বেসরকারী দু’টি ব্যাংকের তুলনামূলক সমীক্ষা” (১৯৯৮) শিরোনামে সরকারী ও বেসরকারী ব্যাংক সমূহের সেবার নামাদিক সম্পর্কে তুলে ধরা হয়েছে।



উল্লিখিত প্রতিবেদনসমূহ থেকে একটা বিষয়ে স্পষ্ট ধারণা পাওয়া যায় যে, দেশী ও বিদেশী ব্যাংকের সেবার মানের তুলনামূলক দিকটি কোন রিপোর্ট-এ পাওয়া যায়নি। বাজারজাতকরণের দৃষ্টিকোণ থেকে দেশী ও বিদেশী ব্যাংকের সেবার মান তুলনামূলক বিচার করে দেশী ব্যাংকের সেবার মান উন্নয়নে কি পদক্ষেপ নেওয়া উচিত, তা এ গবেষণায় তুলে ধরা হয়েছে। এ গবেষণা প্রতিবেদনটি ভবিষ্যত গবেষকের জন্য গাইড লাইন হিসেবে সহায়তা করবে বলে আমি মনে করি।

## চতুর্থ অধ্যায়

বাংলাদেশে প্রধান ব্যাংক প্রশিক্ষণ কেন্দ্র এবং কর্মকর্তা নিয়োগ কমিটি  
(Major Bank Training Centre and Banker's Recruitment Committee in Bangladesh)

৪.১ বাংলাদেশ ইনস্টিটিউট অব ব্যাংক ম্যানেজমেন্ট (Bangladesh  
Institute of Bank Management)

৪.২ ব্যাংকার্স্ রিক্রুটমেন্ট কমিটি (Banker's Recruitment Committee)

## চতুর্থ অধ্যায়

বাংলাদেশে প্রধান ব্যাংক প্রশিক্ষণ কেন্দ্র এবং কর্মকর্তা নিয়োগ কমিটি (Major Bank Training Centre and Banker's Recruitment Committee in Bangladesh)

### ৪.১ বাংলাদেশ ইনস্টিটিউট অব ব্যাংক ম্যানেজমেন্ট

(Bangladesh Institute of Bank Management)

স্বাধীনতার পর বাংলাদেশে সকল বাণিজ্যিক ব্যাংক জাতীয়করণ করা হয়। তখন ব্যাংক ও আর্থিক প্রতিষ্ঠানের কর্মকর্তাদের কাজের দক্ষতা বৃদ্ধির জন্য কোন প্রশিক্ষণ প্রতিষ্ঠান ছিল না। পরবর্তীতে এ ধরনের একটি প্রতিষ্ঠানের প্রয়োজনীয়তা অনুভব করা হয় এবং ১৯৭৪ সালে বাংলাদেশ ব্যাংক, জাতীয়করণকৃত ব্যাংক ও অন্যান্য আর্থিক প্রতিষ্ঠানের উদ্যোগে স্থাপন করা হয় বাংলাদেশ ইনস্টিটিউট অব ব্যাংক ম্যানেজমেন্ট সংক্ষেপে বিআইবিএম। ব্যাংকিং জগতে এটি একটি জাতীয় প্রশিক্ষণ, গবেষণা ও কনসালট্যান্সি প্রতিষ্ঠান হিসেবে প্রতিষ্ঠা লাভ করে। ১৮৬০ সালের সামাজিক আইনের XXI ধারার আওতায় ১৯৭৪ সালের ৩১শে ডিসেম্বর এই প্রতিষ্ঠান রেজিস্ট্রিভুক্ত করা হয়।

বিআইবিএম প্রতিষ্ঠানটি একটি গভর্নিং বোর্ড দ্বারা পরিচালিত হয়। গভর্নিং বোর্ডে একজন চেয়ারম্যান, একজন সদস্য সচিব ও পনের জন সদস্যের সমন্বয়ে গঠিত।



উক্ত প্রতিষ্ঠানে দু'ধরনের সদস্য অন্তর্ভুক্ত আছে। যথাঃ

ক. সাধারণ সদস্য

খ. সহযোগী সদস্য

তৌদ্দটি ব্যাংক ও আর্থিক প্রতিষ্ঠানের নির্বাহী কর্মকর্তাগণ সাধারণ সদস্য হিসেবে বিবেচিত হন।

সাধারণ সদস্যভুক্ত প্রতিষ্ঠানগুলো হলঃ

১. বাংলাদেশ ব্যাংক
২. সোনালী ব্যাংক
৩. জনতা ব্যাংক
৪. অগ্রণী ব্যাংক
৫. রূপালী ব্যাংক লিমিটেড
৬. পূর্বালী ব্যাংক
৭. উত্তরা ব্যাংক
৮. বাংলাদেশ শিল্প ব্যাংক
৯. বাংলাদেশ শিল্প ঋণ সংস্থা
১০. বাংলাদেশ কৃষি ব্যাংক
১১. আরব বাংলাদেশ ব্যাংক লিমিটেড
১২. ন্যাশনাল ব্যাংক লিমিটেড
১৩. ইস্টার্ন ব্যাংক লিমিটেড
১৪. ইউনাইটেড কর্মশিয়াল ব্যাংক লিমিটেড।

সহযোগী সদস্যভুক্ত প্রতিষ্ঠানগুলো হলো :

১. ইসলামী ব্যাংক বাংলাদেশ লিমিটেড
২. দি সিটি ব্যাংক লিমিটেড
৩. আই.এফ.আই.সি ব্যাংক লিমিটেড
৪. দি ওরিয়েন্টাল ব্যাংক লিমিটেড
৫. রাজশাহী কৃষি উন্নয়ন ব্যাংক
৬. ন্যাশনাল ক্রেডিট এন্ড কমার্স ব্যাংক লিমিটেড
৭. ব্যাংক অব স্মল ইন্ডাস্ট্রিজ এন্ড কমার্স বাংলাদেশ লিমিটেড  
(বেসিক ব্যাংক)
৮. প্রাইন ব্যাংক লিমিটেড
৯. কমার্শিয়াল ব্যাংক অব সাইলোন লিমিটেড
১০. সিটি ব্যাংক এনএ
১১. স্ট্যান্ডার্ড চার্টার্ড ব্যাংক
১২. স্টেট ব্যাংক অব ইন্ডিয়া
১৩. হাবিব ব্যাংক লিমিটেড
১৪. ঢাকা ব্যাংক লিমিটেড
১৫. ইনভেস্টমেন্ট কর্পোরেশন অব বাংলাদেশ
১৬. সাউথ ইষ্ট ব্যাংক লিমিটেড
১৭. ন্যাশনাল ব্যাংক অব পাকিস্তান
১৮. সোশ্যাল ইনভেস্টমেন্ট ব্যাংক লিমিটেড ।

উৎস : একাডেমিক ক্যালেন্ডার, বিআইবিএম-১৯৯৮ ।

বিআইবিএম-এর উদ্দেশ্যসমূহ হলো :

১. ব্যাংকিং কার্যক্রম ও ব্যবস্থাপনা সম্পর্কীয় প্রশিক্ষণ কোর্সের মাধ্যমে ব্যাংক ও আর্থিক প্রতিষ্ঠানের কর্মকর্তাদের দক্ষতা বৃদ্ধি করা।
২. ব্যাংকিং কার্যক্রম ও ব্যবস্থাপনা সম্পর্কীয় গবেষণা কার্য পরিচালনা করা।
৩. ব্যাংকিং ও তৎসম্পর্কীয় বিষয়ে পরামর্শ সেবা প্রদান করা।

বিআইবিএম- এর বার্ষিক নিয়মিত একাডেমিক প্রোগ্রামসূচী সমূহ নিম্নরূপঃ

- |                                  |    |
|----------------------------------|----|
| ১. পোস্ট গ্র্যাজুয়েট প্রোগ্রাম- | ২  |
| ২. প্রশিক্ষণ কোর্স-              | ২৯ |
| ৩. ওয়ার্কসপ-                    | ১৪ |
| ৪. সেমিনার-                      | ৩  |
| ৫. গবেষণা প্রজেক্ট-              | ৫  |

এ সমস্ত নিয়মিত প্রোগ্রাম ছাড়াও ব্যাংক ও আর্থিক প্রতিষ্ঠানের অনুরোধে বিশেষ প্রশিক্ষণ কোর্স ও পরিচালনা করে থাকে।



১৯৭৪ সাল থেকে ১৯৯৭ সাল পর্যন্ত প্রশিক্ষণ কোর্সে  
অংশগ্রহণকারী কর্মকর্তাদের একটি পরিসংখ্যান নিম্নে উপস্থাপন  
করা হলঃ

সাল	প্রশিক্ষনার্থী কর্মকর্তাদের সংখ্যা
১৯৭৪	২৫৮
১৯৭৫	৫১৭
১৯৭৬	৫২০
১৯৭৭	৫৮০
১৯৭৮	৬২০
১৯৭৯	৭১২
১৯৮০	১১৯৮
১৯৮১	১০৩০
১৯৮২	৯১৫
১৯৮৩	৮১৭
১৯৮৪	১১৭০
১৯৮৫	১২৫৯
১৯৮৬	১২৩৪
১৯৮৭	৮৯২

১৯৮৮	৭৫৭
১৯৮৯	১২৪১
১৯৯০	১৪০৭
১৯৯১	২০৬৭
১৯৯২	২০৭৭
১৯৯৩	১৯০২
১৯৯৪	১৪৯৯
১৯৯৫	১৪৮২
১৯৯৬	১৫১৪
১৯৯৭	১৪৬৪

উৎস : একাডেমিক ক্যালেন্ডার, বিআইবিএম- ১৯৯৮

উপরের সারণী হতে দেখা যাচ্ছে যে, ১৯৮৯ সালের পর থেকে বিআইবিএম প্রতি বছর প্রায় দেড় হাজার থেকে দুই হাজার ব্যাংক ও আর্থিক প্রতিষ্ঠানের কর্মকর্তাদেরকে প্রশিক্ষণ দিয়ে আসছেন। এসকল প্রশিক্ষিত কর্মকর্তাবৃন্দ দেশের ব্যাংকিং জগতকে সমৃদ্ধ করে তুলতে অগ্রণী ভূমিকা পালন করেছেন।

## ৪.২ ব্যাংকার্স রিক্রুটমেন্ট কমিটি (Banker's Recruitment Committee)

স্বাধীনতার পর ব্যাংক ও আর্থিক প্রতিষ্ঠানে দক্ষ কর্মকর্তা নিয়োগের প্রয়োজনীয়তা উপলব্ধি করা হয়। স্ব স্ব ব্যাংক ও আর্থিক প্রতিষ্ঠান নিজেরা নিজেদের প্রতিষ্ঠানে দক্ষ কর্মকর্তা নিয়োগের ক্ষেত্রে চাপের সম্মুখীন হন। তখন থেকেই ব্যাংকের উর্ধ্বতন কর্মকর্তাগণ একটি স্বাধীন কমিটি গঠনের জন্য ভাবতে থাকেন। তাদের চিন্তা চেতনার ফসল হিসেবে পরবর্তীকালে ব্যাংকার্স রিক্রুটমেন্ট কমিটির জন্ম হয়। ১৯৭৩ সালে প্রথম ব্যাংকার্স রিক্রুটমেন্ট কমিটি গঠন করা হয়। বর্তমানে একজন চেয়ারম্যান, একজন সদস্য সচিব ও তেরজন সদস্যের সমন্বয়ে ব্যাংকার্স রিক্রুটমেন্ট কমিটি গঠন করা হয়। উক্ত কমিটির চেয়ারম্যান হবেন পদাধিকার বলে বাংলাদেশ ব্যাংকের গভর্নর এবং বাংলাদেশ ব্যাংকের হিউম্যান রিসোর্সের বিভাগের মহাব্যবস্থাপক হবেন সদস্য সচিব এবং তেরটি প্রতিষ্ঠানের প্রধানগণ হবেন উক্ত কমিটির সদস্য।



উক্ত কমিটিতে তেরটি প্রতিষ্ঠানের মধ্যে চারটি  
জাতীয়করণকৃত ব্যাংক ও নয়টি আর্থিক প্রতিষ্ঠান অন্তর্ভুক্ত হয়।

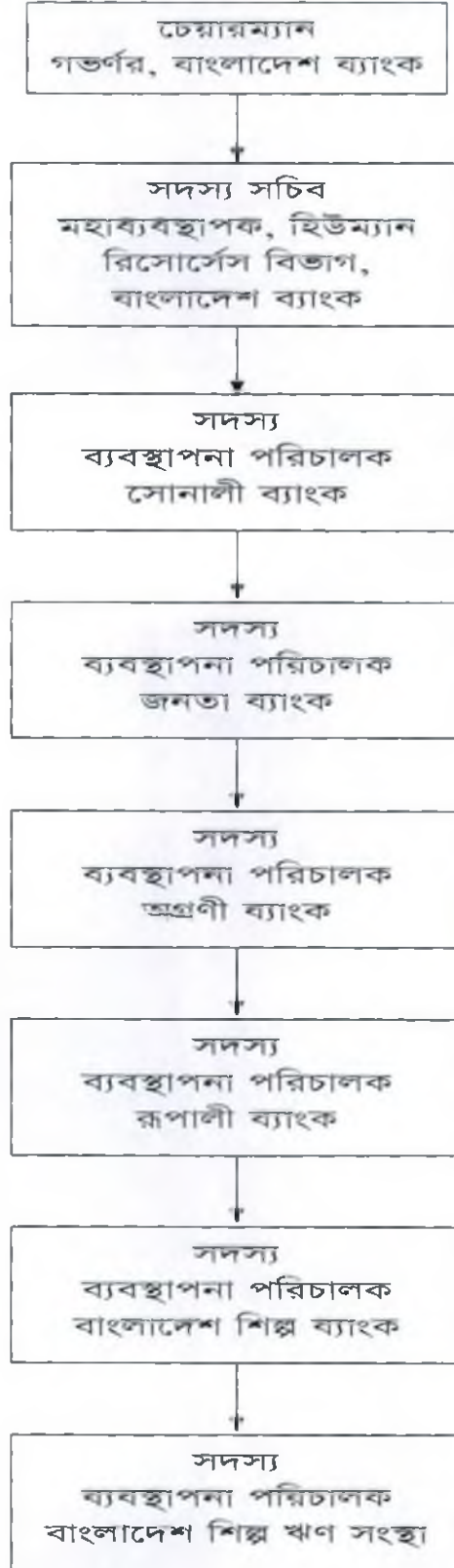
ব্যাংক চারটি হলোঃ

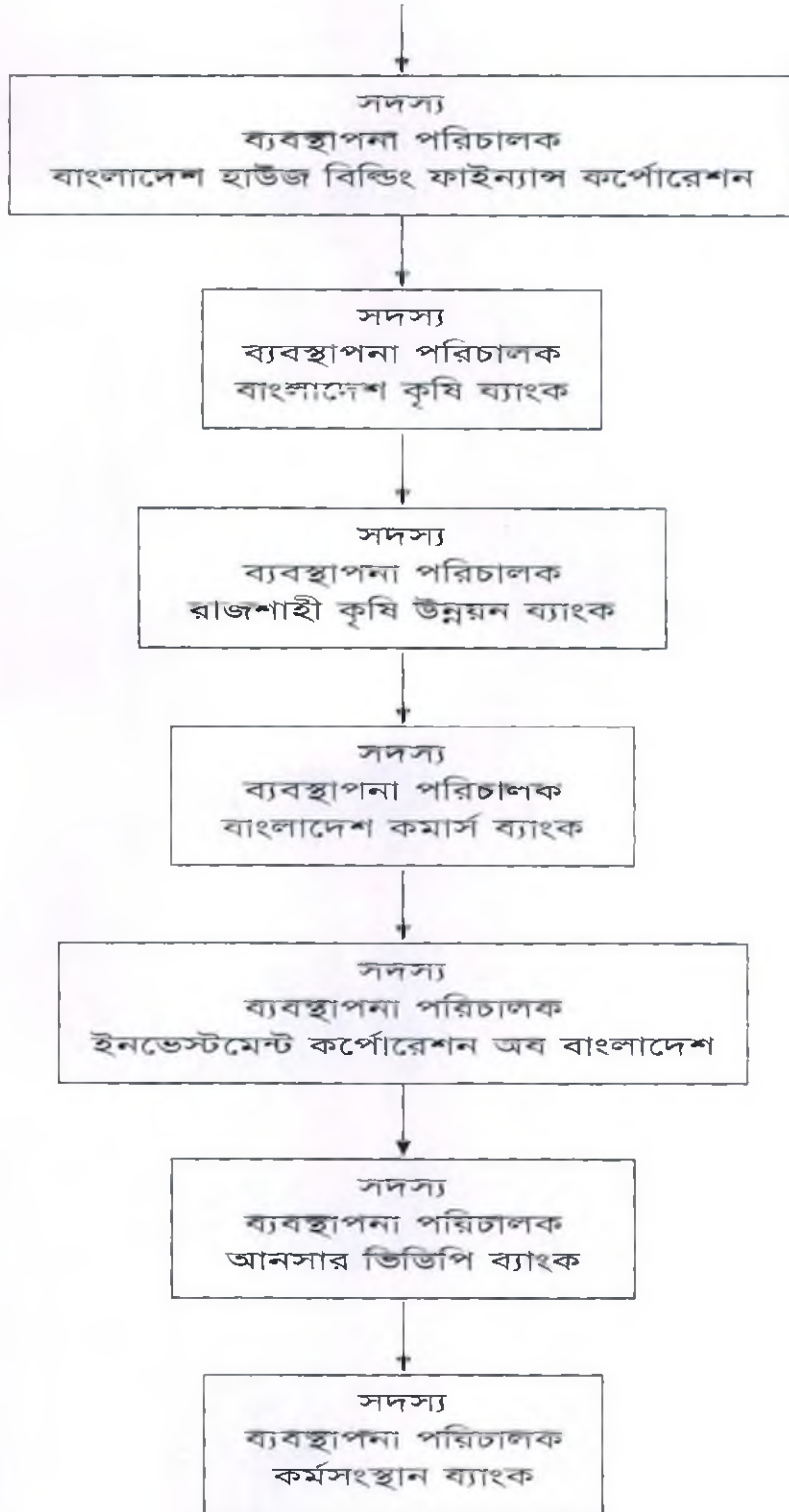
১. সোনালী ব্যাংক
২. জনতা ব্যাংক
৩. অগ্রণী ব্যাংক
৪. রূপালী ব্যাংক

নয়টি আর্থিক প্রতিষ্ঠানের মধ্যে রয়েছে :

১. বাংলাদেশ শিল্প ব্যাংক
২. বাংলাদেশ শিল্প ঋণ সংস্থা
৩. হাউজ বিল্ডিং ফাইন্যান্স কর্পোরেশন
৪. বাংলাদেশ কৃষি ব্যাংক
৫. রাজশাহী কৃষি উন্নয়ন ব্যাংক
৬. বাংলাদেশ কমার্স ব্যাংক
৭. ইনভেস্টমেন্ট কর্পোরেশন অব বাংলাদেশ
৮. আনসার ভিডিপি ব্যাংক
৯. কর্মসংস্থান ব্যাংক

ব্যাংকার্স রিজু-টমেন্ট কমিটির কাঠামো নিম্নরূপঃ





উৎসঃ বাংলাদেশ ব্যাংক, হিউম্যান রিসোর্সেস ডিপার্টমেন্ট, প্রধান কার্যালয়, ঢাকা।



ব্যাংকার্স রিট্রুটমেন্ট কমিটি গঠন করার পর সম্পূর্ণ ব্যাংক ও আর্থিক প্রতিষ্ঠানসমূহ নিজেরা কর্মকর্তা নিয়োগ প্রক্রিয়া বন্ধ করে দেন। উক্ত কমিটির মাধ্যমে সমস্ত কর্মকর্তা নিয়োগ করা হয়। ব্যাংক ও আর্থিক প্রতিষ্ঠানসমূহ অর্থমন্ত্রণালয়ের অর্থ বিভাগের ব্যাংকিং অনুবিভাগ শাখা হতে শূন্য পদের ছাড়পত্র সংগ্রহ করার পর ব্যাংকার্স রিট্রুটমেন্ট কমিটির চেয়ারম্যান-এর নিকট স্ব-স্ব প্রতিষ্ঠান তাদের চাহিদামত কর্মকর্তা নিয়োগের পত্র প্রেরণ করেন।

কমিটির চেয়ারম্যান চাহিদাপত্র পাওয়ার পর কমিটি সংবাদপত্রে বিজ্ঞাপন, প্রাপ্ত দরখাস্ত প্রক্রিয়াকরণ, পরীক্ষার আনুষ্ঠানিকতা সম্পন্ন করে নিয়োগের জন্য একটি চূড়ান্ত প্যানেল প্রস্তুত করেন। প্যানেল প্রস্তুত করার পর কমিটি উক্ত প্যানেল সংশ্লিষ্ট প্রতিষ্ঠানে প্রেরণ করেন। সংশ্লিষ্ট প্রতিষ্ঠান উক্ত প্যানেল হতে কর্মকর্তাদের নিয়োগ প্রদান করেন। প্যানেল চূড়ান্ত করণই হলো উক্ত কমিটির প্রধান কাজ। নিয়োগ পত্র উক্ত কমিটি প্রেরণ করেন না। সংশ্লিষ্ট ব্যাংক ও আর্থিক প্রতিষ্ঠান চূড়ান্ত প্যানেল পাওয়ার পর নিয়োগপত্র প্রেরণ করেন। তবে বেসরকারী ব্যাংকের নিয়োগ প্রক্রিয়া স্ব-স্ব প্রতিষ্ঠানের উচ্চপদস্থ নির্বাহীদের সিদ্ধান্ত অনুযায়ী সম্পন্ন হয়।

## পঞ্চম অধ্যায়

বাংলাদেশে ব্যাংক ব্যবসায়ের ক্রমবিকাশ এবং নির্বাচিত দু'টি ব্যাংকের তুলনামূলক আলোচনা (Background of Bank Business in Bangladesh and Comparative Discussions Between Selected Two Banks)

৫.১ বাংলাদেশে ব্যাংক ব্যবসায়ের ক্রমবিকাশ (Background of Bank Business in Bangladesh)

৫.২ নির্বাচিত দু'টি ব্যাংকের তুলনামূলক আলোচনা (Comparative Discussions Between Selected Two Banks)

৫.২.১ ব্যাংকের পটভূমি

৫.২.২ মূলধন কাঠামো

৫.২.৩ আমানতের পরিমাণ

৫.২.৪ ঋণ বিতরণের পরিমাণ

৫.২.৫ বিভিন্ন হিসাবে সুদের হার

৫.২.৬ ব্যাংক হিসাব সনুহ

৫.২.৭ বিভিন্ন প্রকার ব্যাংকিং সেবা

৫.২.৮ প্রসারমূলক কার্যক্রম

৫.২.৯ প্রশিক্ষণ

৫.২.১০ সামাজিক দায়িত্ব

৫.২.১১ এক নজরে ঢাকা ব্যাংক লিমিটেড

৫.২.১২ এক নজরে স্ট্যান্ডার্ড চার্টার্ড ব্যাংক

৫.২.১৩ Organization Chart, Dhaka Bank

৫.২.১৪ Organization Chart, Standard Chartered Bank

## পঞ্চম অধ্যায়

বাংলাদেশে ব্যাংক ব্যবসায়ের ক্রমবিকাশ এবং নির্বাচিত দু'টি ব্যাংকের তুলনামূলক আলোচনা

### ৫.১ বাংলাদেশে ব্যাংক ব্যবসায়ের ক্রমবিকাশ (Background of Bank Business in Bangladesh)

যে কোন দেশের অর্থনৈতিক ও সামাজিক উন্নয়নে ব্যাংকের গুরুত্ব অপরিসীম। দেশের মুদ্রাবাজার স্থিতিশীল রাখতে ব্যাংক অত্যন্ত গুরুত্বপূর্ণ ভূমিকা পালন করে। ব্যাংককে আধুনিক অর্থনীতির জীবনীশক্তি বলা যায়। কোন দেশের অর্থনৈতিক উন্নয়নের পূর্বশর্ত হল উন্নত ও সুসংগঠিত ব্যাংকিং ব্যবস্থা। স্বাধীনতার পর বাংলাদেশে সকল বাণিজ্যিক ব্যাংক জাতীয়করণ করা হয়। ১৯৮২-৮৩ সালে জাতীয় অর্থনৈতিক দর্শনের সংস্কার সাধন করা হয় এবং সরকার অর্থনীতির সকল খাতে ব্যক্তি মালিকানার প্রয়োজনীয়তা অনুভব করে। তখন থেকে দেশে বেসরকারী খাতের ব্যাংকগুলো তাদের ব্যাংকিং কার্যক্রম পরিচালনা করে আসছে। তাছাড়া বিদেশী ব্যাংকগুলোও দেশীয় সরকারী ও বেসরকারী ব্যাংকের পাশাপাশি তাদের ব্যাংকিং কার্যক্রম পরিচালনা করছে।

বর্তমানে দেশী-বিদেশী ৪৮টি ব্যাংক নিয়ে দেশের ব্যাংকিং খাত গঠিত। এর মধ্যে ৪টি রাষ্ট্রায়ত্ত্ব ব্যাংক, ৫টি বিশেষায়িত



ব্যাংক, ৯টি বিদেশী ব্যাংক এবং ৩০টি বেসরকারী ব্যাংক (Scheduled Bank Statistics, বাংলাদেশ ব্যাংক, এপ্রিল-জুন ২০০৫)।

এ সব ব্যাংকসমূহ ঋণের ব্যবসায়ী হিসেবে জনগণের নিকট থেকে অস্থায়ীভাবে, অলসভাবে পড়ে থাকা অর্থ সংগ্রহ করে প্রয়োজন মত বিভিন্ন ব্যবসায় ও শিল্প প্রতিষ্ঠানে ঋণ প্রদান করে দেশের অর্থনীতিকে গতিশীল রাখে।

## ৫.২ নির্বাচিত দু'টি ব্যাংকের তুলনামূলক আলোচনা

(Comparative Discussions Between Selected Two Banks)

### ৫.২.১ ব্যাংকের পটভূমি (Background of Banks)

#### ঢাকা ব্যাংক

দেশীয় ব্যাংক হিসেবে ঢাকা ব্যাংক আধুনিক ও যুগপোযোগী ব্যাংক হিসেবে বর্তমানে ব্যাপক পরিচিতি লাভ করেছে। ১৯৯৫ সালের ৫ জুলাই এ ব্যাংক মাত্র ৩০ জন কর্মী বাহিনী নিয়ে তার যাত্রা শুরু করে। বর্তমানে এ ব্যাংকের কর্মী সংখ্যা ৬৮৮ জন। ঢাকা ব্যাংক যখন প্রতিষ্ঠিত হয় তখন এর অনুমোদিত মূলধনের পরিমাণ ছিল ১০০০ মিলিয়ন টাকা এবং পরিশোধিত মূলধনের পরিমাণ ছিল ১০০ মিলিয়ন টাকা (বার্ষিক প্রতিবেদন-২০০২, ঢাকা

ব্যাংক লিমিটেড) প্রতিষ্ঠালগ্ন থেকে এ ব্যাংক জনসাধারণের ক্ষুদ্র ক্ষুদ্র সঞ্চয় আমানত হিসেবে গ্রহণ করে দেশের মূলধন গঠনে সক্রিয় ভূমিকা পালন করেছে। তাদের কার্যের পরিধি দিন দিন বৃদ্ধি পাচ্ছে। ফলে এ ব্যাংক প্রতিনিয়ত দেশের গুরুত্বপূর্ণ স্থানে নিত্য নতুন শাখা খোলার তাগিদ অনুভব করে। বর্তমানে এ ব্যাংকের শাখার সংখ্যা ২৯টি। এগুলোর মধ্যে ২৬টি শহরে এবং ৩টি পল্লী এলাকায় অবস্থিত (বার্ষিক প্রতিবেদন-২০০৫, ঢাকা ব্যাংক লিমিটেড)। এ সকল শাখার মাধ্যমে ঢাকা ব্যাংক তাদের বিস্তৃত ব্যাংকিং কার্যক্রম পরিচালনা করে আসছে।

### স্ট্যান্ডার্ড চার্টার্ড ব্যাংক

বিদেশী ব্যাংকের মধ্যে স্ট্যান্ডার্ড চার্টার্ড ব্যাংক দেশের ব্যাংকিং জগতে এক জনপ্রিয় নাম। ১৯০৫ সালে এ ব্যাংক বাংলাদেশে তাদের কার্যক্রম শুরু করে। গ্রীডলেজ ব্যাংক, চার্টার্ড ব্যাংক এবং আমেরিকান এক্সপ্রেস ব্যাংক একত্রে মিলিত হয়ে বর্তমানে এ ব্যাংক স্ট্যান্ডার্ড চার্টার্ড ব্যাংক নামে তাদের ব্যাংকিং কার্যক্রম পরিচালনা করছে। সারা দেশে তাদের ১৮টি শাখা এবং ৭টি বুথ বিস্তৃতির মাধ্যমে তারা গ্রাহকদের আধুনিক ও যুগপোষোগী চাহিদা পূরণ করছে।

## ৫.২.২ মূলধন কাঠামো (Structure of Capital)

মূলধন যে কোন ব্যবসায়ের প্রাণ। ব্যাংকের মূলধন দেশের অর্থনৈতিক উন্নয়ন এবং ব্যাংকিং কার্যক্রম প্রসারতার সাথে সাথে ক্রমাগত বৃদ্ধি পাচ্ছে। ২০০৫ সালে ঢাকা ব্যাংকের পরিশোধিত মূলধনের পরিমাণ ছিল ১২২৮ মিলিয়ন টাকা এবং রিজার্ভ ফান্ডের পরিমাণ দাঁড়ায় ৫২৫ মিলিয়ন টাকা (বার্ষিক প্রতিবেদন-২০০৫, ঢাকা ব্যাংক লিমিটেড)।

অপরদিকে ২০০৫ সালে স্ট্যান্ডার্ড চার্টার্ড ব্যাংকের রিজার্ভ ফান্ডের পরিমাণ ছিল ১৮০৭ মিলিয়ন টাকা।

## ৫.২.৩ আমানতের পরিমাণ (Amount of Deposit)

ঢাকা ব্যাংক ও স্ট্যান্ডার্ড চার্টার্ড ব্যাংক প্রতিনিয়ত তাদের আমানতের পরিমাণ বৃদ্ধির চেষ্টা চালিয়ে যাচ্ছে। জনগণ তাদের অর্থের নিরাপত্তা বিধানের জন্য ব্যাংকে অর্থ জমা রাখে, যা ব্যাংকিং কার্যক্রম পরিচালনায় মূল সহায়ক উৎস হিসেবে কাজ করে। ব্যাংক বিভিন্ন হিসাবের মাধ্যমে জনগণের নিকট হতে আমানতের অর্থ সংগ্রহ করে থাকে। ঢাকা ব্যাংক ২০০০ সালে মোট আমানতের পরিমাণ ছিল ৫৫১৭ মিলিয়ন টাকা এবং ২০০৫ সালে তা বেড়ে দাঁড়িয়েছে ২৪৭২৩ মিলিয়ন টাকায়। অপরদিকে স্ট্যান্ডার্ড চার্টার্ড



ব্যাংকের আমানতের পরিমাণ ২০০০ সালে ছিল ১০৯১২ মিলিয়ন টাকা এবং ২০০৫ সালে তা বেড়ে দাঁড়িয়েছে ৫৭৬৩৯ মিলিয়ন টাকা। মিলে ছকের সাহায্যে দু'টি ব্যাংকের বিভিন্ন বছরের আমানতের পরিমাণ দেখানো হল :

### আমানত বৃদ্ধির ট্রেণ্ড

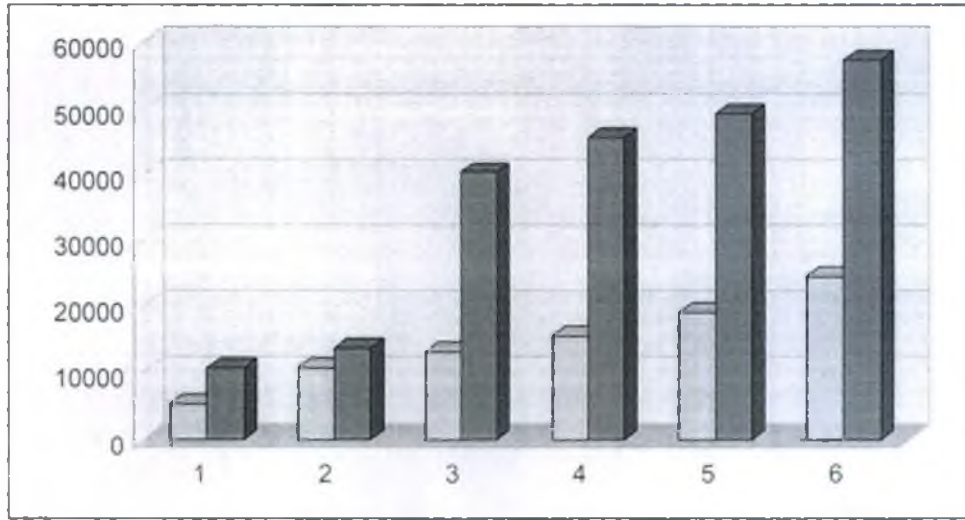
(মিলিয়ন টাকায়)

বছর	ঢাকা ব্যাংক লিমিটেড		স্ট্যান্ডার্ড চার্টার্ড ব্যাংক	
	আমানত	শতকরা বৃদ্ধি	আমানত	শতকরা বৃদ্ধি
২০০০	৫৫১৭	-	১০৯১২	-
২০০১	১০৯৭৩	৯৯%	১৩৮১৮	২৭%
২০০২	১৩৩৮৮	২২%	৪০৫৭১	১৯৩%
২০০৩	১৫৬৭৩	১৭%	৪৫৭৭৪	১৩%
২০০৪	১৯৩২৯	২৩%	৪৯৪৭৮	৮%
২০০৫	২৪৭২৩	২৮%	৫৭৬৩৯	১৬%

উৎসঃ পরিসংখ্যান বিভাগ, বাংলাদেশ ব্যাংক, ঢাকা।

নোটঃ ২০০২ সালে স্ট্যান্ডার্ড চার্টার্ড ব্যাংক, গ্রীন্ডলেজ ব্যাংক কিনে নেয়ার অর্থাৎ উভয় ব্যাংক একীভূত হওয়ায় আমানতের পরিমাণ অস্বাভাবিকভাবে বৃদ্ধি পেয়েছে।

উপরের টেবিল থেকে দেখা যায় যে, ঢাকা ব্যাংক লিঃ এর আমানত বৃদ্ধির শতকরা হার স্ট্যান্ডার্ড চার্টার্ড ব্যাংক-এর তুলনায় অনেক বেশি।



চিত্র : ঢাকা ব্যাংক লিঃ ও স্ট্যান্ডার্ড চার্টার্ড ব্যাংকের আমানতের তুলনামূলক চিত্র।

#### ৫.২.৪ ঋণ বিতরণের পরিমাণ (Amount of Loan Disbursed)

আধুনিক প্রতিযোগিতামূলক বিশ্বে ব্যাংক ঋণের প্রয়োজনীয়তা অপরিসীম। বর্তমানে ব্যবসা-বাণিজ্য, শিল্প-করখানা ব্যাংক ঋণের সাহায্য ছাড়া করা একেবারেই অসম্ভব। বর্তমানে সকল ধরনের কারবার প্রতিষ্ঠান তথা ক্ষুদ্র, মাঝারী অথবা বৃহৎ শিল্প-প্রতিষ্ঠান ব্যাপক হারে ব্যাংক ঋণ গ্রহণ করে চলেছে।

২০০০ সালে ঢাকা ব্যাংক লিমিটেড বিভিন্ন খাতে মোট ৫২৫৯ মিলিয়ন টাকা ঋণ প্রদান করে। ঋণ বিতরণের এ ধারা পরবর্তী বছরগুলোতে আরও বিস্তৃতি লাভ করেছে। ২০০৫ সালে ঋণ বিতরণের পরিমাণ দাঁড়িয়েছে ২২৬১৩ মিলিয়ন টাকায়।

অপরদিকে স্ট্যান্ডার্ড চার্টার্ড ব্যাংক ২০০০ সালে ঋণ বিতরণ করে ৯৩১১ মিলিয়ন টাকা। ২০০৫ সালে তা বেড়ে দাঁড়িয়েছে ৩৮৪৬২ মিলিয়ন টাকায়। নিম্নে ছকের সাহায্যে দু'টি ব্যাংকের বিভিন্ন বছরের ঋণ প্রদানের পরিমাণ দেখানো হলঃ



## ঋণ/ আগাম বৃদ্ধির ট্রেন্ড

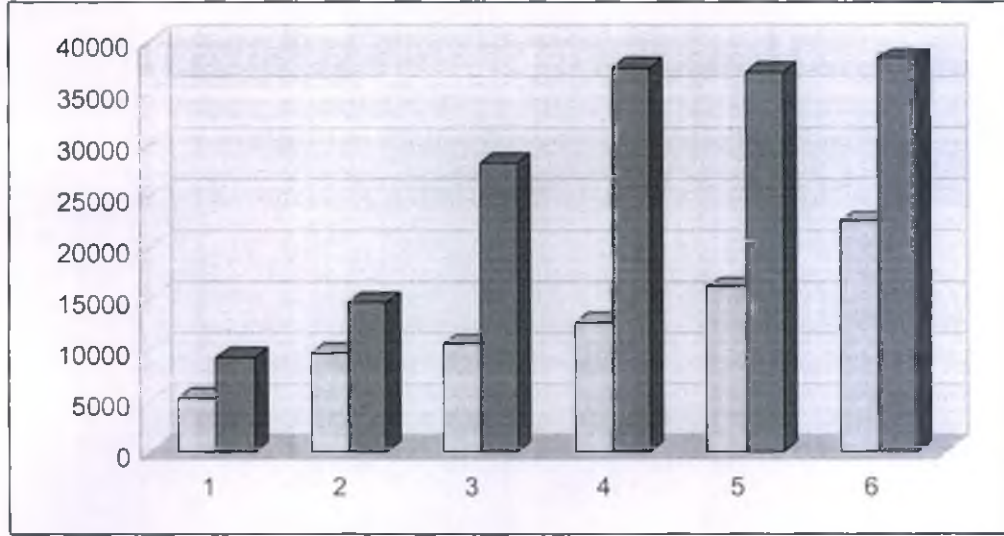
(মিলিয়ন টাকায়)

বছর	ঢাকা ব্যাংক লিমিটেড		স্ট্যান্ডার্ড চার্টার্ড ব্যাংক	
	আগাম	শতকরা বৃদ্ধি	আগাম	শতকরা বৃদ্ধি
২০০০	৫২৫৯	-	৯৩১১	-
২০০১	৯৬৪৬	৮৩%	১৪৬৬৪	৫৭%
২০০২	১০৫৬০	৯%	২৮৩৬২	৯৩%
২০০৩	১২৬৪৮	২০%	৩৭৫৮৫	৩২%
২০০৪	১৬২০৬	২৮%	৩৭২১৮	-১%
২০০৫	২২৬১৩	৪০%	৩৮৪৬২	৩%

উৎসঃ পরিসংখ্যান বিভাগ, বাংলাদেশ ব্যাংক।

নোটঃ ২০০২ সালে স্ট্যান্ডার্ড চার্টার্ড ব্যাংক, গ্রীন্ডলেজ ব্যাংক কিনে নেয়ার অর্থাৎ উভয় ব্যাংক একীভূত হওয়ায় আগাম বা ঋণ বিতরণের পরিমাণ অস্বাভাবিক ভাবে বৃদ্ধি পেয়েছে।

উপরের টেবিল থেকে দেখা যায় যে, ঢাকা ব্যাংক লিমিটেড-এর আগাম বৃদ্ধির শতকরা হার স্ট্যান্ডার্ড চার্টার্ড ব্যাংক এর তুলনায় অনেক বেশী। স্ট্যান্ডার্ড চার্টার্ড ব্যাংক ঋণ সংকোচন নীতি মেনে চলছে বলেই তাদের আগাম এর পরিমাণ তেমন বাড়েনি।



চিত্র : ঢাকা ব্যাংক লিঃ ও স্ট্যান্ডার্ড চার্টার্ড ব্যাংকের আগামের তুলনামূলক চিত্র ।

### ৫.২.৫ বিভিন্ন হিসাবে সুদের হার (Interest of Different Accounts)

দেশের বাণিজ্যিক ব্যাংকসমূহ কেন্দ্রীয় ব্যাংকের অনুমোদনক্রমে বিভিন্ন সময়ে জনগণের আমানতের উপর বিভিন্ন হারে সুদ প্রদান করে থাকে। তবে এ সুদের হার বিভিন্ন ব্যাংকে বিভিন্ন রকম হয়।

সাধারণতঃ সঞ্চয়ী হিসাবে সুদের হার কম থাকে এবং স্থায়ী আমানতের উপর ব্যাংক সর্বাপেক্ষা বেশি সুদ প্রদান করে। চলতি হিসাবে ব্যাংক সাধারণত সুদ প্রদান করে না।

### ৫.২.৬ ব্যাংক হিসাব সমূহ (Bank Accounts)

সমাজে বিভিন্ন পেশার লোক বাস করে। এদের পছন্দ, চাহিদা, আয়ের উৎস, সঞ্চয় প্রবণতা প্রভৃতি বিভিন্ন ধরনের। তাছাড়া বিভিন্ন ব্যবসায় প্রতিষ্ঠান, শিল্প কারখানা, সামাজিক সংগঠন এরাও ব্যাংকে হিসাব খোলে। এ বিভিন্নতার কথা বিবেচনা করে ঢাকা ব্যাংক ও স্ট্যান্ডার্ড চার্টার্ড ব্যাংক বিভিন্ন প্রকার হিসাব খোলার ব্যবস্থা রেখেছে।

ঢাকা ব্যাংক লিমিটেড জনসাধারণের সুবিধার্থে যে সকল হিসাব পরিচালনা করে থাকে তা হলঃ

১. স্থায়ী হিসাব
২. সঞ্চয়ী হিসাব



৩. চলতি হিসাব
৪. স্বল্প-মেয়াদী আমানত
৫. বৈদেশিক মুদ্রা হিসাব
৬. ভি,পি,এস
৭. বিশেষ জমা কীম
৮. দ্বিগুণ বৃদ্ধি
৯. এক্সেল হিসাব (বেতন হিসাব)

উৎসঃ বার্ষিক প্রতিবেদন, ঢাকা ব্যাংক, ২০০৫।

স্ট্যান্ডার্ড চার্টার্ড ব্যাংক যে সব হিসাব পরিচালনা করে তা হলঃ

১. স্থায়ী হিসাব
২. সঞ্চয়ী হিসাব
৩. চলতি হিসাব
৪. বৈদেশিক মুদ্রার হিসাব
৫. অন্যান্য হিসাব

## ৫.২.৭ বিভিন্ন প্রকার ব্যাংকিং সেবা (Different Types of Banking Services)

বর্তমান প্রতিযোগিতামূলক বাজারে ব্যবসায় সফলতার জন্য গ্রাহকদের সর্বোচ্চ অগ্রাধিকারের বিষয়টি গুরুত্ব সহকারে বিবেচনা করা হয়। কেননা গ্রাহকরাই ব্যাংক ব্যবসা প্রতিষ্ঠানের চালিকা শক্তি।

ঢাকা ব্যাংক লিমিটেড ও স্ট্যান্ডার্ড চার্টার্ড ব্যাংক গ্রাহকদের সর্বোচ্চ অগ্রাধিকারের বিষয়টি মাথায় রেখে বিভিন্ন ধরনের সেবা প্রদান করে। উভয় ব্যাংক আমানতকারীদের বিভিন্ন বিল পরিশোধ করে, দ্রুত চেক, বিল ও অন্যান্য সামগ্রী সংগ্রহ করে, রেমিটেন্স সুবিধা প্রদান করে, প্রয়োজনীয় সময়ে উপদেশ প্রদান করে সহায়তা করে। এছাড়া ব্যাংক দু'টি ঋণ গ্রহীতাকে তাদের ব্যবসায় সহায়তা করে, শিল্প স্থাপনে সহায়তা করে, এল,সি খোলার মাধ্যমে আমদানী ও রপ্তানীকারকদের সহায়তা করে এবং গ্যারান্টি প্রদান করে।

গ্রাহকদের ব্যাংকিং চাহিদা মেটাতে লাগসইভাবে ইতিমধ্যে ব্যাংক গুলো নানামুখী পন্য ও সেবার সম্ভার সাজিয়েছে। কম্পিউটার সার্ভিস চালু করে দ্রুত লেনদেন সম্পন্ন করে গ্রাহকদের উন্নত সেবা প্রদান করেছে। এ ছাড়া অনলাইন ব্যাংকিং,এ টি এম

কার্ড, ক্রেডিট কার্ড, বিশেষ আমানতী হিসাব ইত্যাদি কার্যক্রম ব্যবহার করে ব্যাংক গুলো গ্রাহক সেবার মানকে আরো উন্নত পর্যায়ে নিয়ে গেছে। ২০০৫ সালে ঢাকা ব্যাংকের গ্রাহক ছিল ৭৪,৯৯৮ জন। (সূত্রঃ বার্ষিক প্রতিবেদন, ২০০৫ ঢাকা ব্যাংক লিমিটেড)

উন্নত গ্রাহক সেবা, নতুন প্রোডাক্ট প্রবর্তন, অনলাইন ব্যাংকিং সেবা প্রদানের মাধ্যমে দেশের ব্যাংকিং সেক্টর উল্লেখযোগ্য উন্নতি সাধন করেছে। "ব্যক্তিগত ব্যাংকিং বিভাগ" প্রতিষ্ঠা করে ব্যাংকগুলো গ্রাহক সেবার মান অনেক গুন বাড়িয়ে দিয়েছে।

#### ৫.২.৮ প্রসারমূলক কার্যক্রম (Promotional Activities)

"প্রচারই প্রসার" এ নীতি অনুসরণ করে ব্যবসায়ীগণ তাদের ব্যবসায় সম্প্রসারণ করার প্রয়াস পান। ঢাকা ব্যাংক লিমিটেড জন্মালগ্ন থেকেই তাদের ব্যাংকিং কার্যক্রম জন সম্মুখে তুলে ধরতে নানা রকম প্রসারমূলক কর্মসূচী গ্রহণ করেছে। তারা বিভিন্ন মাধ্যমে বিজ্ঞাপন দিয়ে, জাতীয় ও আন্তর্জাতিক দিবসে সংবাদপত্র ও ক্রেডিটপত্র প্রকাশ করে, খেলাধুলায় অর্থ অনুদান দিয়ে, দক্ষ কর্মীবাহিনী নিয়োগ করে প্রসার কর্মসূচীর বিস্তৃতি ঘটায়। প্রসারমূলক খাতে এ ব্যাংকের বাৎসরিক বাজেট ৪০ লক্ষ টাকার বেশী।



স্ট্যান্ডার্ড চার্টার্ড তাদের ব্যাংকিং কর্মকাণ্ডের প্রসারে বিভিন্ন প্রসারমূলক কার্যক্রম গ্রহন করে। তারা বিভিন্ন মাধ্যমে বিজ্ঞাপন প্রদান করে, জাতীয় ও আন্তর্জাতিক দিবসে ফ্রেণ্ডপত্র প্রকাশ করে, খেলাধুলায় অর্থ অনুদান প্রদান করে, সড়কদ্বীপ সজ্জিত করে ও দক্ষ কর্মী বাহিনীর সমাবেশ ঘটায় তাদের ব্যাংকিং কর্মকাণ্ডের বিস্তৃতি ও উন্নত সেবায় বিষয়টি তুলে ধরে। এ ব্যাংকের প্রসারখাতে বাৎসরিক বাজেট ৪০ লক্ষ টাকার বেশী।

#### ৫.২.৯ প্রশিক্ষন

একটি প্রতিষ্ঠানের সমৃদ্ধির জন্য অবিরাম ও প্রয়োজনানুগ প্রশিক্ষনের মাধ্যমে তার মানব সম্পদের উন্নয়ন খুবই জরুরী; ঢাকা ব্যাংক লিমিটেড তার কর্মীবাহিনীকে দক্ষ ও যুগপোযোগী করে গড়ে তোলার জন্য ঢাকা ব্যাংক ট্রেনিং ইনস্টিটিউট এর মাধ্যমে প্রশিক্ষনের ব্যবস্থা করে। আধুনিক প্রশিক্ষন সরঞ্জাম সমৃদ্ধ এ প্রশিক্ষণ প্রতিষ্ঠানটি কর্মীদের পেশাগত ও কার্যের জন্য বিভিন্ন ধরনের প্রশিক্ষন কার্যক্রম চালিয়ে যাচ্ছে। ২০০০ সালে প্রতিষ্ঠিত এ প্রতিষ্ঠানটি ২০০০ সালের জুন মাস থেকে ২০০৫ সালের ৩১শে ডিসেম্বর পর্যন্ত ১৪৯টি কর্মসূচির মাধ্যমে এই ইনস্টিটিউট ৩,৪৫৮ জনকে প্রশিক্ষন দিয়েছে। প্রয়োজনে নানামুখী শিক্ষাগ্রহনে

কর্মীদেরকে দেশ বিদেশে বিভিন্ন প্রশিক্ষণে পাঠিয়ে থাকে। তথ্য প্রযুক্তি প্রয়োগ করে ব্যাংকিং সেবার বিভিন্ন দিক শেখার জন্য অত্যাধুনিক কম্পিউটার ল্যাব ব্যবহার করে থাকে। যথাযথ মনোভাব গঠন করেন। জ্ঞানসমৃদ্ধ করার মাধ্যমে পেশাগত বিচক্ষণতা বাড়িয়ে তারা চমৎকার গ্রাহকসেবা দিতে কর্মীদের উদ্বুদ্ধ করে।

স্ট্যান্ডার্ড চার্টার্ড ব্যাংক বিদেশী ব্যাংক বিধায় তাদের কর্মীবাহিনী অত্যন্ত দক্ষ ও সমৃদ্ধ। তাদের সফল কর্মী আধুনিক ব্যাংকিং ব্যবস্থা সম্পর্কে জানত। ব্যাংকের মানব সম্পদ উন্নয়নে এ ব্যাংক বছরের বিভিন্ন সময়ে নিজস্ব প্রশিক্ষণ কেন্দ্রের মাধ্যমে কর্মীদের প্রশিক্ষণ দিয়ে থাকে। গ্রাহক সেবার বিষয়টিকে তারা অত্যন্ত গুরুত্ব সহকারে বিবেচনা করে। আধুনিক প্রযুক্তিগত কলাকৌশল সমৃদ্ধ কর্মীবাহিনী গঠনে তারা সর্বদা সচেষ্টিত।

#### ৫.২.১০ সামাজিক দায়িত্ব (Social Responsibilities)

ব্যাংক ব্যবসায় প্রতিষ্ঠানকে বর্তমানে সামাজিক প্রতিষ্ঠান হিসেবে বিবেচনা করা হয়। ব্যাংকগুলো গ্রাহক সেবার মাধ্যমে মুনাফা অর্জনের পাশাপাশি সামাজিক দায়িত্বও পালন করে।

ঢাকা ব্যাংক লিমিটেড দেশের কর্পোরেট নাগরিক হিসেবে জন্মলগ্ন থেকেই নানারকম সামাজিক দায়িত্ব পালন করে আসছে। ২০০৩ সালে স্থাপিত “ঢাকা ব্যাংক ফাউন্ডেশন” এর মাধ্যমে এ দায়িত্ব আরো সম্প্রসারণ করা হয়েছে। প্রতি বছর করপূব মুনাফার দুই শতাংশ সামাজিক কর্মকাণ্ডে ব্যয় করে এ প্রতিষ্ঠান। ১৯৯৮ থেকে ২০০৫ সাল পর্যন্ত সমাজকল্যাণ ও লোকহিতকর কাজের মধ্যে রয়েছে-

১. এশিয়াটিক সোসাইটি ঢাকা-কে অনুদান প্রদান।
২. বারডেম হাসপাতালে মানুষদের জন্য প্রধানমন্ত্রীর ত্রাণ তহবিলে অনুদান ও ত্রাণ প্রদান।
৩. যুব উন্নয়ন অধিদপ্তর আয়োজিত যুব মেলার পৃষ্ঠপোষকতা।
৪. ঢাকা ব্যাংক ফোয়ারার সৌন্দর্য বর্ধন।
৫. ষষ্ঠ বনসাই প্রদর্শনী ও প্রতিযোগিতার পৃষ্ঠপোষকতা।
৬. বাংলাদেশ অনূর্ধ্ব ১৯ ক্রিকেট দলের পৃষ্ঠপোষকতাসহ আরো অনেক সামাজিক দায়িত্ব তারা পালন করেছে।

স্ট্যান্ডার্ড চার্টার্ড ব্যাংক বহু বছর যাবত এদেশে তাদের ব্যাংকিং কার্যক্রম চালিয়ে আসছে। বিদেশী ব্যাংক হলেও এ



প্রতিষ্ঠান এদেশে নানা রকম সামাজিক দায়িত্ব পালন করে চলেছে।

তাদের সামাজিক কর্মকাণ্ডের মধ্যে রয়েছে-

১. খেলাধুলায় পৃষ্ঠপোষকতা করা।
২. বন্যায় ক্ষতিগ্রস্ত মানুষদের জন্য প্রধানমন্ত্রীর ত্রাণ তহবিলে  
নগদ অনুদান ও ত্রাণ প্রদান।
৩. ঢাকা শহরের সৌন্দর্য বর্ধনে পৃষ্ঠপোষকতা।
৪. চিকিৎসা সেবায় অর্থ প্রদান।
৫. বিভিন্ন জেলা ও প্রদর্শনীর পৃষ্ঠপোষকতা।
৬. সুনামী কবলিত জনসাধারণের সাহায্যার্থে অর্থ প্রদান, প্রভৃতি  
নানাবিধ সামাজিক কর্মকাণ্ডে তারা অংশগ্রহণ করে থাকে।

## ৫.২.১১ এক নজরে ঢাকা ব্যাংক লিঃ (Dhaka Bank Ltd. at a Glance)

(মিলিয়ন টাকায়)

ক্রঃ নং	বিবরণ	২০০৫	২০০৪	২০০৩	২০০২
১.	আমানত (Deposit)	২৪৭২৩	১৯৩২৯	১৫৬৭৩	১৩৩৮৮
২.	আগাম (Advances)	২২৬১৩	১৬২০৬	১২৬৪৮	১০৫৬০
৩.	রিজার্ভ (Reserve)	৫২৫	৪৬৭	৪১০	৫৮৩
৪.	শ্রেণী ভিত্তিক ঋণ (Classified loan)	১০৩	৭৬	১৬৩	২০২
৫.	বিনিয়োগ (Invesment)	৩৯২৬	৩০৭৬	২০৪৬	১৯৫০
৬.	কর্মকর্তা কর্মচারীর সংখ্যা (No. of employees)	৬৮৮ (জন)	৬১৩ (জন)	৫৬৮ (জন)	৫৩২ (জন)
৭.	আমানতের ভাঙিত গড় (Weighed Average of Deposit)	৭.৩২*%	৭.০৬%	৭.৫৮%	-
৮.	আগামের ভাঙিত গড় (Weighed Average of Advances)	১৩.৩৫%	১২.৩৮%	১৩.৮৬%	১৩.৭৯%
৯.	শাখার সংখ্যা (No. of Branches)	২৯টি	২৩টি	২০টি	১৮টি
১০.	কর পূর্ব মুনাফা (Profit before Tax)	৭৬৮	৬৩৩	৫১০	৪৩০

\*প্রাকলিত নির্দেশ রয়েছে।

“-” Not available নির্দেশ রয়েছে।

## ৫.২.১২ এক নজরে স্ট্যান্ডার্ড চার্টার্ড ব্যাংক (Standard Chartered Bank at a Glance)

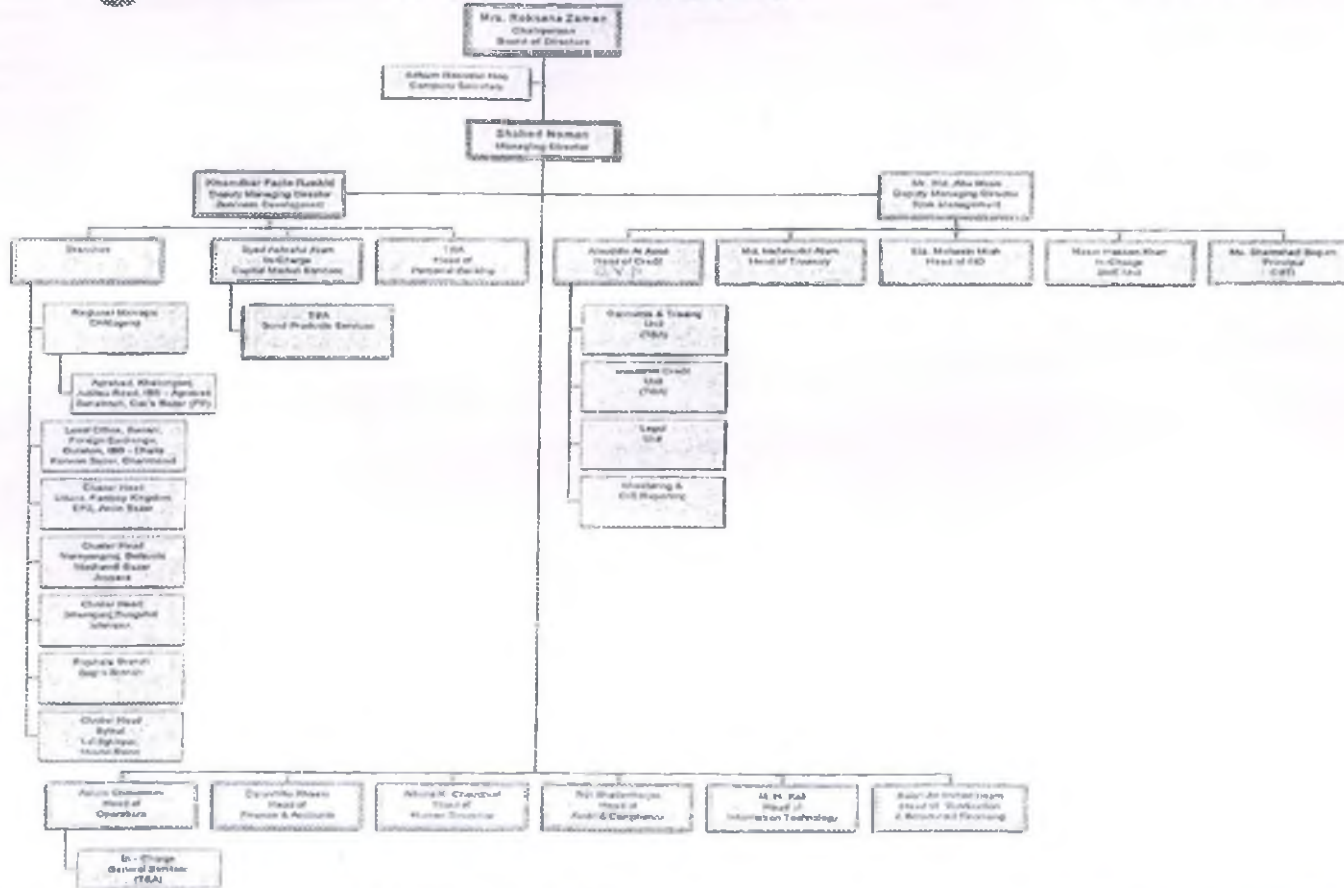
(মিলিয়ন টাকায়)

ক্রঃ নং	বিবরণ	২০০৫	২০০৮	২০০৩	২০০২
১.	আমানত (Deposit)	৫৭৬৩৯	৪৯৪৭৮	৪৫৭৭৪	৪০৫৭১
২.	আগাম (Advances)	৩৮৪৬২	৩৭২১৮	৩৭৫৮৫	২৮৩৬২
৩.	রিজার্ভ (Reserve)	১৮০৭	৮৭০	৮৪৬	৬৭৫
৪.	শ্রেণী ভিত্তিক ঋণ (Classified loan)	১৪০৯	১১৩৩	১০২৮	৬০৪
৫.	বিনিয়োগ (Investment)	১৬৬৫৯	১৩৪৭৭	৯৩৯৯	৪৮৮৭
৬.	কর্মকর্তা কর্মচারীর সংখ্যা (No. of employees)	৭৪১ (জন)	৬২৮ (জন)	৫৮১ (জন)	৫২৮ (জন)
৭.	আমানতের ভারিত গড় (Weighted Average of Deposit)	৩.৯৬%	৩.৪১%	৪.৫১%	-
৮.	আগামের ভারিত গড় (Weighted Average of Advances)	১২.৬৪%	১১.৮৮%	১২.৪৬%	১১.৮২%
৯.	শাখার সংখ্যা (No. of Branches)	১৮টি ৭ (বুথ)	১৮টি ৭ (বুথ)	১৮টি ৭ (বুথ)	-
১০.	কর পরবর্তী মুনাফা (Profit after Tax)	২৮৭৮	২৪৮৪	১৯৫৪	১১৪৩

“-” Not available নির্দেশ করেছে।

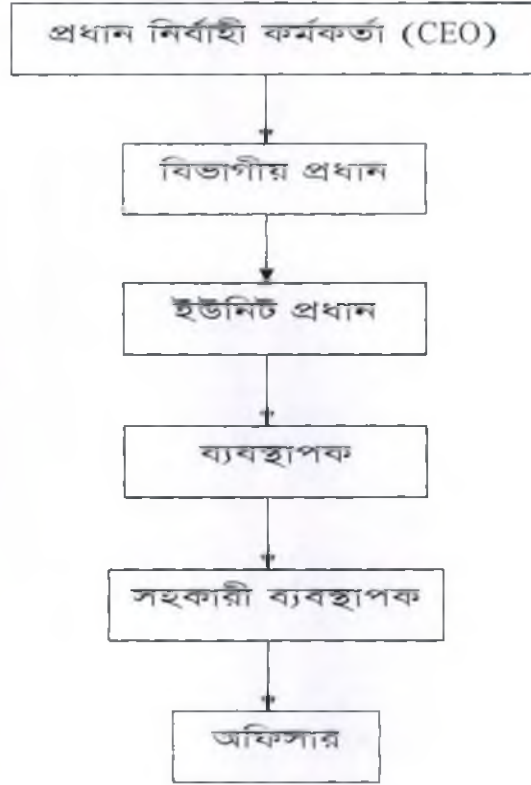


# Organization Chart



উৎস : ঢাকা ব্যাংক লিমিটেড, অফিস কার্যালয়, ঢাকা।

## ৫.২.১৪ স্ট্যান্ডার্ড চার্টার্ড ব্যাংক-এর Organization Chart



উৎসঃ স্ট্যান্ডার্ড চার্টার্ড ব্যাংক, অর্থ ও প্রশাসন বিভাগ।

## বর্ষ অধ্যায়

### ফলাফল বিশ্লেষণ (Analysis of Findings)

#### ৬.১ সারণীবদ্ধকরণ (গ্রাহক জরীপ সম্পর্কিত তথ্য)

- ৬.১.১ মালিকার ভিত্তিতে ব্যাংক পছন্দের ব্যাপারে গ্রাহকদের মতামত
- ৬.১.২ বিভিন্ন হিসাব পরিচালনার ব্যাপারে গ্রাহকদের আগ্রহ সম্পর্কে মতামত
- ৬.১.৩ ব্যাংক পছন্দের ক্ষেত্রে প্রভাব বিস্তারকারী উপাদান সম্পর্কে গ্রাহকের মতামত
- ৬.১.৪ ব্যাংক শাখার অবস্থান পছন্দের ক্ষেত্রে গ্রাহকদের মতামত
- ৬.১.৫ মেয়াদী ঋণ গ্রহণের ব্যাপারে গ্রাহকদের মতামত
- ৬.১.৬ ব্যাংকের নিকট থেকে পরামর্শ আশা করেন কিনা, সে বিষয়ে গ্রাহকদের মতামত
- ৬.১.৭ ব্যাংকের বর্তমান ঋণনীতি পরিবর্তনের প্রয়োজনীয়তা সম্পর্কে গ্রাহকের মতামত
- ৬.১.৮ ব্যাংকের বর্তমান সেবার মান সম্পর্কে গ্রাহকদের মতামত
- ৬.১.৯ সেবা ও দক্ষতার ব্যাপারে দেশী ও বিদেশী ব্যাংক সম্পর্কে গ্রাহকদের মতামত
- ৬.১.১০ দেশী ব্যাংকের দক্ষতা বৃদ্ধির জন্য করণীয় সম্পর্কে গ্রাহকদের মতামত

#### ৬.২ সারণীবদ্ধকরণ (ব্যাংক কর্মকর্তা জরীপ সম্পর্কিত তথ্য)

- ৬.২.১ দুটি ব্যাংকে গ্রাহক কর্তৃক পরিচালিত হিসাব
- ৬.২.২ কোন ধরনের হিসাব প্রদানকে গুরুত্বপূর্ণ বলে মনে করেন, সে সম্পর্কে ব্যাংক কর্মকর্তাদের মতামত
- ৬.২.৩ ঋণ প্রদানের ক্ষেত্রে ব্যাংকের অগ্রাধিকার খাত সম্পর্কে ব্যাংক কর্মকর্তাদের মতামত
- ৬.২.৪ ঋণ প্রদানের সময় বিবেচ্য বিষয় সম্পর্কে ব্যাংক কর্মকর্তাদের মতামত



- ৬.২.৫ প্রসার কার্যক্রমে অগ্রাধিকার সম্পর্কে ব্যাংক কর্মকর্তাদের মতামত
- ৬.২.৬ প্রসার বাবত বাজেট বরাদ্দ সম্পর্কিত ব্যাংক কর্মকর্তাদের মতামত
- ৬.২.৭ ব্যাংকিং ব্যবস্থাকে কার্যকর ও গতিশীল করতে করণীয় ব্যবস্থা সম্পর্কে ব্যাংক কর্মকর্তাদের মতামত
- ৬.২.৮ নতুন শাখা গড়ে তোলার কারণ সম্পর্কে ব্যাংক কর্মকর্তাদের মতামত
- ৬.৩ দু'টি ব্যাংকের আমানতের সুদের হারের তুলনা
- ৬.৪ দু'টি ব্যাংকের আগাম-এর সুদের হারের তুলনা
- ৬.৫ হিসাবের প্রকারভেদ আমানতের বিন্যাস
- ৬.৬ ঢাকা ব্যাংক লিমিটেড-এর আমানত ও আগাম-এর মধ্যে সহ-সংস্রব (r) নির্ণয়
- ৬.৭ স্ট্যান্ডার্ড চার্টার্ড ব্যাংক-এর আমানত ও আগাম-এর মধ্যে সহ-সংস্রব (r) নির্ণয়
- ৬.৮ সহ-সংস্রব (r) পরীক্ষা
- ৬.৯ সমস্যা এবং সুপারিশ
- ৬.৯.১ গ্রাহকদের সমস্যা
- ৬.৯.২ ব্যাংক কর্মকর্তাদের সমস্যা
- ৬.৯.৩ সুপারিশসমূহ

## ষষ্ঠ অধ্যায়

## ফলাফল বিশ্লেষণ (Analysis of Findings)

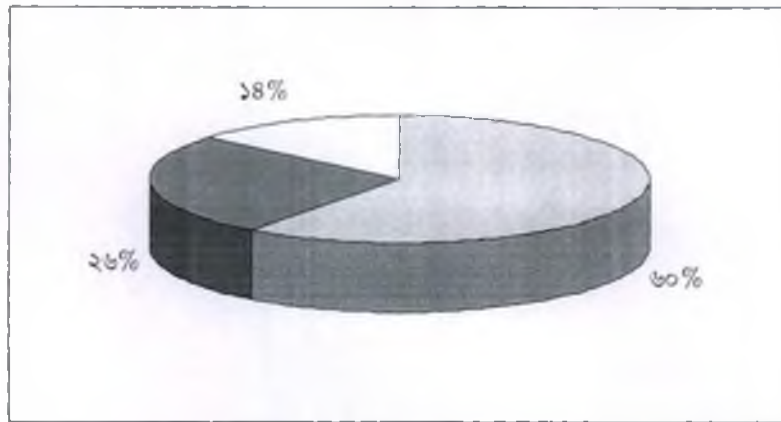
## ৬.১ সারণীবদ্ধকরণ (গ্রাহক জরীপ সম্পর্কিত তথ্য)

## ৬.১.১ মালিকানার ভিত্তিতে ব্যাংক পছন্দের ব্যাপারে গ্রাহকদের মতামত

টেবিল-১

মালিকানা	উত্তরদাতার সংখ্যা	শতকরা হার
দেশী	৩০	৬০%
বিদেশী	১৩	২৬%
যৌথ মালিকানা	৭	১৪%
মোট	৫০	১০০%

উপরের টেবিল-১ হতে দেখা যায় যে, শতকরা ৬০ জন উত্তরদাতা দেশী ব্যাংক পছন্দ করেন বলে মত প্রকাশ করেন। কারণ হিসেবে তারা বলেন যে, দেশী ব্যাংকে টাকা রাখা নিরাপত্তা বেশি। শতকরা ২৬ জন বিদেশী ব্যাংক পছন্দের ব্যাপারে মত প্রকাশ করেছেন এবং শতকরা ১৪ জন যৌথ মালিকানার ব্যাংক পছন্দ করেন।



গ্রাফ-১ : মালিকানার ভিত্তিতে ব্যাংক পছন্দের ব্যাপারে পাই চার্ট

৬.১.২ বিভিন্ন হিসাব পরিচালনার ব্যাপারে গ্রাহকদের আগ্রহ সম্পর্কিত মতামত

টেবিল-২

হিসাবের নাম	উত্তরদাতার সংখ্যা	শতকরা হার
স্থায়ী	৩	৬%
সঞ্চয়ী	৩৪	৬৮%
চলতি	৮	১৬%
সঞ্চয়ী ও চলতি	৩	৬%
সঞ্চয়ী ও স্থায়ী	২	৪%
মোট	৫০	১০০%

উপরের টেবিল হতে দেখা যায় যে, শতকরা ৬ জন স্থায়ী হিসাব, শতকরা ৬৮ জন সঞ্চয়ী হিসাব, শতকরা ১৬ জন চলতি হিসাব পরিচালনা করেন বলে জানিয়েছেন। শতকরা ৬ জন সঞ্চয়ী ও চলতি-এ দু'রকম হিসাব একত্রে পরিচালনা করেন এবং শতকরা ৪ জন উত্তরদাতা স্থায়ী ও সঞ্চয়ী-এ দু'রকম হিসাব একত্রে পরিচালনা করেন।

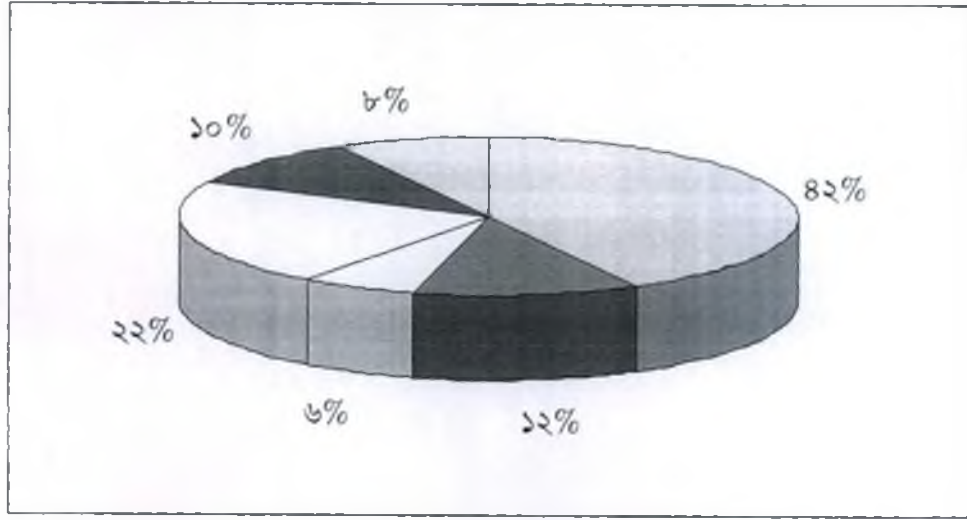


৬.১.৩ ব্যাংক পছন্দের ক্ষেত্রে প্রভাব বিতারণকারী উপাদান সম্পর্কে  
গ্রাহকের মতামত

টেবিল-৩

উপাদান	উত্তরদাতার সংখ্যা	শতকরা হার
ব্যাংকের আর্থিক অবস্থা	২১	৪২%
ব্যাংক শাখার অবস্থান	৬	১২%
ব্যাংকের মালিকানা	৩	৬%
সুদের হার	১১	২২%
সেবার মান	৫	১০%
ব্যাংকের সুনাম	৪	৮%
<b>মোট</b>	<b>৫০</b>	<b>১০০%</b>

উপরের টেবিল হতে এটাই প্রতীয়মান হয় যে, শতকরা ৪২ জন উত্তরদাতা ব্যাংকের আর্থিক অবস্থা অনুযায়ী ব্যাংক পছন্দ করেন। তারা মনে করেন যে ব্যাংকের আর্থিক অবস্থা ভাল, সে ব্যাংক আমানতের উপর বেশি সুদ প্রদান করে। শতকরা ১২ জন উত্তরদাতা ব্যাংক শাখার অবস্থানের কারণে ব্যাংক পছন্দ করেন। শতকরা ৬ জন মালিকানা অনুযায়ী ব্যাংক পছন্দ করেন, শতকরা ২২ জন সুদের হার বিবেচনা করে ব্যাংক পছন্দ করেন। শতকরা ১০ জন ব্যাংকের সেবার মান এবং শতকরা ৮ জন উত্তরদাতা ব্যাংকের সুনাম বিবেচনা করে ব্যাংক পছন্দ করেন।



গ্রাফ-২ : ব্যাংক পছন্দের ক্ষেত্রে প্রভাব বিতারণকারী উপাদান সম্পর্কে পাই চার্ট

## ৬.১.৪ ব্যাংক শাখার অবস্থান পছন্দের ক্ষেত্রে গ্রাহকদের মতামত

টেবিল-৪

শাখার অবস্থান	উত্তরদাতার সংখ্যা	শতকরা হার
আবাসিক এলাকার নিকটে	২০	৪০%
ব্যবসায় এলাকার নিকটে	২৮	৫৬%
অন্যান্য	২	৪%
<b>মোট</b>	<b>৫০</b>	<b>১০০%</b>

উপরের টেবিল হতে দেখা যায় যে, ব্যাংক শাখার অবস্থান পছন্দের ক্ষেত্রে গ্রাহকগণ ব্যবসায় এলাকার নিকটের অবস্থানকে বেশি পছন্দ করেন। কারণ হিসেবে তারা মনে করেন এতে তাদের ব্যবসায়িক লেনদেন সহজ ও দ্রুত হয়। শতকরা ৪০ জন ব্যাংক শাখার অবস্থান আবাসিক এলাকার নিকটে পছন্দ করেন। শতকরা ৪ জন যে কোন অবস্থানকেই পছন্দ করেন বলে মত প্রকাশ করেন।



## ৬.১.৫ মেয়াদী ঋণ গ্রহণের ব্যাপারে গ্রাহকদের মতামত

টেবিল-৫

ঋণের মেয়াদকাল	উত্তরদাতার সংখ্যা	শতকরা হার
স্বল্প-মেয়াদী (সর্বোচ্চ এক বছরের জন্য)	৯	১৮%
মধ্যম মেয়াদী (সর্বোচ্চ পাঁচ বছরের জন্য)	৩০	৬০%
দীর্ঘ মেয়াদী (পাঁচ বছরের বেশি)	১১	২২%
মোট	৫০	১০০%

উপরের টেবিলে দেখা যায় যে, মধ্যম মেয়াদী ঋণ গ্রহণের ব্যাপারে উত্তরদাতাদের আগ্রহ বেশি। এ ধরনের উত্তরদাতার সংখ্যা শতকরা ৬০ জন। শতকরা ১৮ জন স্বল্প মেয়াদী ঋণ গ্রহণের ব্যাপারে মত প্রকাশ করেন। আবার শতকরা ২২ জন গ্রাহক দীর্ঘ মেয়াদী ঋণ গ্রহণের ব্যাপারে আগ্রহ প্রকাশ করেন।

৬.১.৬ ব্যাংকের নিকট থেকে পরামর্শ আশা করে কিনা, সে বিষয়ে  
গ্রাহকদের মতামত

টেবিল-৬

পরামর্শ গ্রহণের ইচ্ছা	উত্তরদাতার সংখ্যা	শতকরা হার
হ্যাঁ	৪৪	৮৮%
না	৬	১২%
মোট	৫০	১০০%

উপরের টেবিল থেকে এটাই প্রতীয়মান হয় যে, শতকরা ৮৮ জন উত্তরদাতা ব্যাংকের নিকট থেকে পরামর্শ আশা করেন। তারা মনে করেন, আর্থিক পরামর্শের ব্যাপারে ব্যাংকসংক্রান্ত জ্ঞান অর্জন করা ভাল ধারণা আছে। শতকরা ১২ জন উত্তরদাতা পরামর্শ আশা করেন না বলে জানান।

৬.১.৭ ব্যাংকের বর্তমান ঋণনীতি পরিবর্তন সম্পর্কে গ্রাহকের  
মতামত

টেবিল-৭

পরিবর্তন সম্পর্কে মতামত	উত্তরদাতার সংখ্যা	শতকরা হার
হ্যাঁ	৩১	৬২%
না	১৯	৩৮%
মোট	৫০	১০০%

উপরের টেবিল থেকে স্পষ্টই বোঝা যায় যে, শতকরা ৬২জন উত্তরদাতা ঋণনীতি পরিবর্তন হওয়া উচিত বলে মত প্রকাশ করেন। তারা আরও কম সুদে ঋণ আশা করেন এবং ঋণ গ্রহণ নীতি সহজ করার কথা বলেন। শতকরা ৩৮ জন উত্তরদাতা বর্তমান ঋণ নীতিতে সন্তুষ্ট এবং ঋণনীতি পরিবর্তনের দরকার নেই বলে মত প্রকাশ করেন।



## ৬.১.৮ ব্যাংকের বর্তমান সেবার মান সম্পর্কে গ্রাহকের মতামত

টেবিল-৮

সেবার মান	উত্তরদাতার সংখ্যা	শতকরা হার
সন্তোষজনক	১৬	৩২%
সন্তোষজনক নয়	১১	২২%
মোটামুটি	২৩	৪৬%
মোট	৫০	১০০%

উপরের টেবিলে দেখা যায় যে, শতকরা ৩২ জন উত্তরদাতা ব্যাংকের বর্তমান সেবার মান সন্তোষজনক বলে মনে করেন। শতকরা ২২জন উত্তরদাতা বর্তমান সেবার মানে সন্তুষ্ট হন। কারণ 403793 হিসেবে তারা মনে করেন ব্যাংকের সেবার মান আরও দ্রুত ও জটিলতামুক্ত হওয়া উচিত। শতকরা ৪৬ জন উত্তরদাতা সেবার মান মোটামুটি বলে মন্তব্য করেন।

৬.১.৯ সেবা ও দক্ষতার ব্যাপারে দেশী ও বিদেশী ব্যাংক সম্পর্কে  
গ্রাহকের মতামত

টেবিল-৯

কোন ব্যাংক উত্তম	উত্তরদাতার সংখ্যা	শতকরা হার
বিদেশী	২৯	৫৮%
দেশী	২১	৪২%
মোট	৫০	১০০%

উপরের টেবিল থেকে এটাই প্রতীয়মান হয় যে, সেবা ও দক্ষতার মাপকাঠিতে বিদেশী ব্যাংক উত্তম বলে শতকরা ৫৮ জন উত্তরদাতা মত প্রকাশ করেন। কারণ হিসেবে তারা বলেন, বিদেশী ব্যাংকগুলো দ্রুত ও নিরাপদ সেবা প্রদানে বেশি দক্ষ। শতকরা ৪২ ভাগ গ্রাহক দেশী ব্যাংককে সেবা ও দক্ষতার বিচারে উত্তম বলে মনে করেন। তাদের মতে, দেশী ব্যাংকে অল্প পরিমাণ টাকা আমানত হিসেবে রাখা যায়, যা বিদেশী ব্যাংকে সম্ভব নয়। স্বল্প আয়ের লোকদের জন্য দেশী ব্যাংকই উত্তম বলে তারা মত প্রকাশ করেন।

৬.১.১০ দেশী ব্যাংকের দক্ষতা বৃদ্ধির জন্য করণীয় সম্পর্কে  
ভোক্তার মতামত

টেবিল-১০

দক্ষতা বৃদ্ধির উপাদান	উত্তরদাতার সংখ্যা	শতকরা হার
সর্বাধুনিক প্রযুক্তির ব্যবহার	১৪	২৮%
ব্যাংক কর্মকর্তাদের প্রশিক্ষণ দান	১১	২২%
যোগ্যতা সম্পন্ন কর্মী নিয়োগ	৪	৮%
গ্রাহকদের অভিযোগের সত্যতা যাচাই ও পদক্ষেপ গ্রহণ	৫	১০%
উপরের সবগুলো	১৬	৩২%
মোট	৫০	১০০%

উপরের টেবিল থেকে দেখা যায় যে, দেশী ব্যাংকের দক্ষতা বৃদ্ধির জন্য করণীয় সম্পর্কে গ্রাহকের মতামত জানতে চাওয়া হলে শতকরা ২৮ জন উত্তরদাতা সর্বাধুনিক প্রযুক্তির ব্যবহারের ব্যাপারে পরামর্শ প্রদান করেন। শতকরা ২২ জন ব্যাংক কর্মকর্তাদের প্রশিক্ষণের উপর গুরুত্ব দেন। শতকরা ৮ জন যোগ্যতাসম্পন্ন কর্মী নিয়োগের কথা বলেন। শতকরা ১০ জন উত্তরদাতা মনে করে গ্রাহকদের অভিযোগের সত্যতা যাচাই করে পদক্ষেপ গ্রহণ করা হলে ব্যাংকের দক্ষতা বাড়বে। শতকরা ৩২ জন উত্তরদাতা দক্ষতা বৃদ্ধির জন্য উপরের সবকিছু পদক্ষেপ গ্রহণের কথা বলেন।



৬.২ সারণীবদ্ধকরণ (ব্যাংক কর্মকর্তা জরীপ সম্পর্কিত তথ্য)

৬.২.১ দুটি ব্যাংকের গ্রাহক কর্তৃক পরিচালিত হিসাব

ক) ঢাকা ব্যাংক লিঃ

টেবিল-১১

হিসাবের নাম	উত্তরদাতার সংখ্যা	শতকরা হার
স্থায়ী	৬	৬০%
সঞ্চয়ী	৩	৩০%
চলতি	১	১০%
মোট	১০	১০০%

টেবিল-১১ থেকে দেখা যায় যে, ঢাকা ব্যাংকে শতকরা ৬০জন গ্রাহক স্থায়ী হিসাব পরিচালনা করেন, শতকরা ৩০জন গ্রাহক সঞ্চয়ী হিসাব এবং শতকরা ১০জন গ্রাহক চলতি হিসাব পরিচালনা করেন।

খ) স্ট্যান্ডার্ড চার্টার্ড ব্যাংক ঃ

টেবিল-১২

হিসাবের নাম	উত্তরদাতার সংখ্যা	শতকরা হার
স্থায়ী	২	২০%
সঞ্চয়ী	৪	৪০%
চলতি	৪	৪০%
মোট	১০	১০০%

টেবিল-১২ থেকে দেখা যায় যে, স্ট্যান্ডার্ড চার্টার্ড ব্যাংকে শতকরা ২০জন স্থায়ী হিসাব, শতকরা ৪০জন সঞ্চয়ী হিসাব এবং শতকরা ৪০জন চলতি হিসাব পরিচালনা করেন।

৬.২.২ কোন ধরনের সেবা প্রদানকে গুরুত্বপূর্ণ বলে মনে করেন,

সে সম্পর্কে ব্যাংক কর্মকর্তাদের মতামত :

টেবিল-১৩

সেবাসমূহ	উত্তরদাতার সংখ্যা	শতকরা হার
ক) আর্থিক লেনদেন সম্পর্কিত সেবা (যেমন- সুদের হার)	৩	১৫%
খ) আচরণগত সেবা (দ্রুত সেবা প্রদান, শোভন আচরণ ইত্যাদি)	২	১০%
গ) উভয়ই	১৫	৭৫%
<b>মোট</b>	<b>২০</b>	<b>১০০%</b>

টেবিল-১৩ থেকে দেখা যায় যে, শতকরা ১৫ জন কর্মকর্তা আর্থিক লেনদেন সম্পর্কিত সেবা প্রদানকে গুরুত্ব দিয়ে থাকেন। তারা বলেন যে, সুদের হার বেশী ধার্য করা হলে বেশী আমানতকারী পাওয়া যাবে। শতকরা ১০জন আচরণগত সেবাকে গুরুত্ব দিয়ে থাকেন এবং শতকরা ৭৫ জন আর্থিক ও আচরণগত উভয় সেবার প্রতিই গুরুত্ব দেন।



৬.২.৩ ঋণ প্রদানের ক্ষেত্রে বাহকের অগ্রাধিকার খাত সন্দর্কে  
ব্যাংক কর্মকর্তাদের মতামত :

টেবিল-১৪

খাতসমূহ	উত্তরদাতার সংখ্যা	শতকরা হার
কৃষি	-	-
শিল্প	৫	২৫%
ব্যবসা বাণিজ্য	১৩	৬৫%
অন্যান্য	২	১০%
মোট	২০	১০০%

টেবিল-১৪ দেখা যায় যে, শতকরা ৬৫ জন কর্মকর্তা ঋণ প্রদানের  
ক্ষেত্রে অগ্রাধিকার খাত হিসাবে ব্যবসা বাণিজ্যকে বেছে নিয়েছেন।  
শতকরা ২৫জন শিল্প কারখানায় ঋণ প্রদানে আগ্রহী এবং শতকরা  
১০জন অন্যান্য খাতে ঋণ প্রদানের ব্যাপারে আগ্রহী। তবে কৃষি  
খাতে ঋণ প্রদানের ক্ষেত্রে কর্মকর্তাদের আগ্রহ লক্ষ্য করা যায়নি।

## ৬.২.৪ ঋণ প্রদানের সময় বিবেচ্য বিষয় সম্পর্কে ব্যাংক

কর্মকর্তাদের মতামত :

টেবিল-১৫

বিবেচ্য বিষয়সমূহ	উত্তরদাতার সংখ্যা	শতকরা হার
ঋণ ফেরত পাবার নিশ্চয়তা	৩	১৫%
মুনাফার পর্যাপ্ততা	২	১০%
দেশের অর্থনীতিতে অবদান রাখা	১	৫%
উপরের সবকটি	১৪	৭০%
মোট	২০	১০০%

টেবিল-১৫ থেকে দেখা যায় যে, শতকরা ৭০ জন কর্মকর্তা ঋণ প্রদানের সময় প্রথম তিনটি বিষয়কে বিবেচনা করেন বলে মত প্রকাশ করেন, শতকরা ১৫জন কর্মকর্তা ঋণ ফেরত পাবার নিশ্চয়তা থাকলে ঋণ প্রদান করেন। শতকরা ১০জন কর্মকর্তা মনে করেন, যেখানে বেশী মুনাফার সম্ভাবনা থাকে সেখানেই ঋণ প্রদান করা উচিত এবং শতকরা ৫জন কর্মকর্তা ঋণ প্রদানের সময় দেশের অর্থনীতিতে অবদান রাখার বিষয়টি বিবেচনা করেন।

## ৬.২.৫ প্রসার কার্যক্রমে অগ্রাধিকার সম্পর্কে ব্যাংক কর্মকর্তাদের

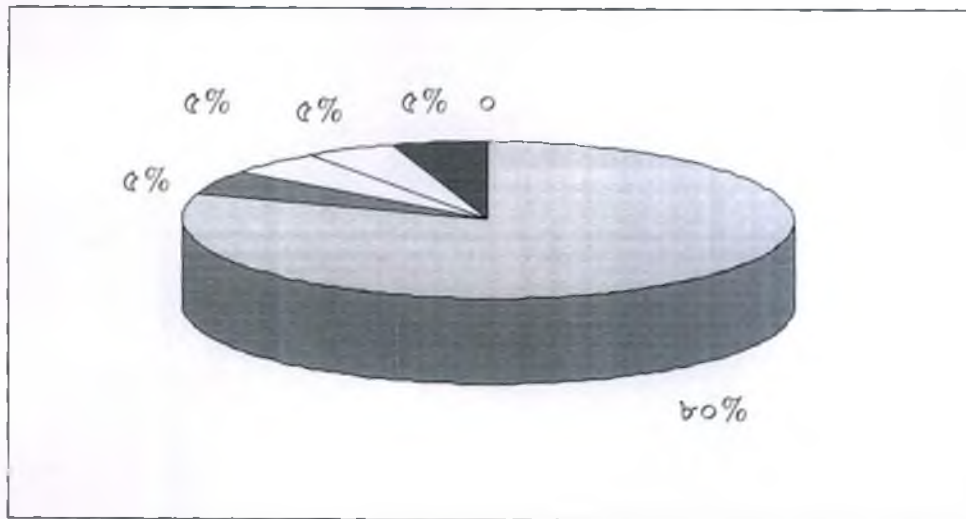
মতামত :

টেবিল-১৬

প্রসার কার্যক্রমসমূহ	উত্তরদাতার সংখ্যা	শতকরা হার
বিজ্ঞাপন	১৬	৮০%
জাতীয় ও আন্তর্জাতিক দিবস	১	৫%
সংবাদপত্রে ফ্রোন্ডপত্র প্রকাশ	১	৫%
ফেট্টন, ব্যানার, সড়কদ্বীপ সজ্জিতকরণ	১	৫%
খেলাধুলায় অর্থ প্রদান	১	৫%
রক্তদান কর্মসূচী পালন	-	-
মোট	২০	১০০%

টেবিল-১৬ এ দেখা যায় যে, শতকরা ৮০ জন কর্মকর্তা বিজ্ঞাপন প্রদানকে সর্বাধিক গুরুত্ব দিয়ে থাকেন, শতকরা ৫জন কর্মকর্তা জাতীয় ও আন্তর্জাতিক দিবসে সংবাদপত্রে ফ্রোন্ডপত্র প্রকাশকে অগ্রাধিকার দেন, শতকরা ৫জন ফেট্টন, ব্যানার, সড়কদ্বীপ সজ্জিতকরণকে গুরুত্ব দেন এবং শতকরা ৫জন খেলাধুলায় অর্থ অনুদানের ব্যাপারটিকে অগ্রাধিকার দিয়ে থাকেন। তবে কোন কর্মকর্তাই রক্তদান কর্মসূচী পালনের বিষয়ে অগ্রাধিকার দেননি।





গ্রাফ : প্রসার কার্যক্রমে অধাধিকার সম্পর্কে ব্যাংক কর্মকর্তাদের  
মতামতের পাই চার্ট।

৬.২.৬ প্রসার বাবত বাজেট বরাদ্দ সম্পর্কিত ব্যাংক কর্মকর্তাদের  
মতামত :

টেবিল-১৭

বাৎসরিক বাজেট	উত্তরদাতার সংখ্যা	শতকরা হার
২০ লক্ষ টাকার নাচে	১	৫%
২০ লক্ষ ৪০ লক্ষ টাকা	৬	৩০%
৪০ লক্ষ টাকার বেশী	১৩	৬৫%
মোট	২০	১০০%

টেবিল-১৭ থেকে দেখা যায় যে, শতকরা ৬৫ জন কর্মকর্তা মনে করেন প্রসার বাবত বাৎসরিক বাজেট ৪০ লক্ষ টাকার বেশী, শতকরা ৩০জন কর্মকর্তা মনে করেন প্রসার বাবত খরচ ২০ লক্ষ হতে ৪০ লক্ষ টাকা এবং শতকরা ৫জন কর্মকর্তা মনে করেন প্রসার বাবত বাৎসরিক বাজেট ২০ লক্ষ টাকার কম।

৬.২.৭ ব্যাংকিং ব্যবস্থাকে কার্যকর ও গতিশীল করতে করণীয়  
ব্যবস্থা সম্পর্কে কর্মকর্তাদের মতামত :

টেবিল-১৮

কার্যকর ও গতিশীল করার উপাদান	উত্তরদাতার সংখ্যা	শতকরা হার
নতুন শাখা খোলা	৪	২০%
আধুনিক প্রযুক্তির ব্যবহার	৯	৪৫%
দ্রুত ঋণ প্রস্তাব বিশ্লেষণ	৪	২০%
অগ্রাধিকার খাতে বিনিয়োগ	২	১০%
গ্রাহকের চাহিদা অনুযায়ী সেবা প্রদান	১	৫%
<b>মোট</b>	<b>২০</b>	<b>১০০%</b>

টেবিল-১৮ এ দেখা যায় যে, শতকরা ১০ জন কর্মকর্তা মনে করেন ব্যাংকিং ব্যবস্থাকে কার্যকর ও গতিশীল করতে নতুন শাখা খোলা উচিত। শতকরা ৪৫ জন কর্মকর্তা আধুনিক প্রযুক্তির ব্যবহার করার কথা বলেন, শতকরা ২০জন দ্রুত ঋণ প্রস্তাব বিশ্লেষণের পক্ষে মত দেন, শতকরা ১০ জন অগ্রাধিকার খাতে বিনিয়োগের পক্ষে মত দেন এবং শতকরা ৫জন কর্মকর্তা গ্রাহকদের চাহিদা অনুযায়ী সেবা প্রদানকে গুরুত্ব দেন।



৬.২.৮ নতুন শাখা গড়ে তোলার কারণ সম্পর্কে ব্যাংক কর্মকর্তাদের মতামত

টেবিল-১৯

শাখা গড়ে উঠার কারণ	উত্তরদাতার সংখ্যা	শতকরা হার
গ্রাহকদের দোড়গোড়ায় সেবা পৌঁছে দেয়ার জন্য	৬	৩০%
মুনাফা অর্জনের জন্য	১২	৬০%
অন্যান্য	২	১০%
<b>মোট</b>	<b>২০</b>	<b>১০০%</b>

উপরের টেবিল-১৯ থেকে দেখা যায় যে, নতুন শাখা গড়ে উঠার কারণ সম্পর্কে শতকরা ৩০ ভাগ কর্মকর্তা মনে করেন গ্রাহকদের দোড়গোড়ায় সেবা পৌঁছে দেয়ার জন্য নতুন শাখা খোলা হয়। শতকরা ৬০জন উত্তরদাতা মনে করেন মুনাফা অর্জনের জন্য নতুন শাখা খোলা হয় এবং শতকরা ১০জন অন্যান্য কারণ বিবেচনা করেন।

## ৬.২.৯ দু'টি ব্যাংকের আমানতের সুদ হারের তুলনা :

আমানতের সুদের হার	ঢাকা ব্যাংক লিঃ					স্ট্যাভার্ড চাটার্ড ব্যাংক				
	২০০৫	২০০৮	২০০৩	২০০২	২০০১	২০০৫	২০০৮	২০০৩	২০০২	২০০১
১. সঞ্চয়ী হিসাব	৭.০০	৬.৫০	৭.০০	৭.০০	৮.০০	২.৫০- ৫.৭৫	৩.৫০- ৬.৭৫	৪.৫০- ৫.৫০	৪.৫০- ৫.৫০	৪.৫০- ৫.৫০
২. হারী হিসাব										
ক. ৩-৬ মাস পর্যন্ত	৮.৫০- ১০.৫০	৮.০০- ৮.৫০	৮.৫০- ৯.০০	৯.২৫	৯.২৫	৩.৭৫- ৬.৫০	৪.৫০- ৬.৩০	৪.৫০- ৭.০০	৬.৭৫- ৭.৫০	৬.৭৫- ৭.২৫
খ. ৬-১২ মাস পর্যন্ত	১০.৭৫- ১১.০০	৮.০০- ৮.৫০	৮.৭৫- ৯.৫০	৯.৫০	৯.৫০	৪.০০- ৬.৫০	৪.৫০- ৬.৭৫	৫.০০- ৭.১৫	৭.০০- ৮.০০	৭.০০- ৭.৫০
গ. ১-২ বছর পর্যন্ত	১১.০০	৮.২৫- ৮.৫০	৯.০০- ৯.৭৫	৯.৭৫	৯.৭৫	৪.২৫- ৭.৫০	৪.৫০- ৭.২৫	৫.০০- ৭.২৫	৭.২৫- ৮.৫০	৭.২৫- ৮.৫০
ঘ. ২-৩ বছর পর্যন্ত	১১.০০	-	৯.০০- ৯.৭৫	-	-	৪.৫০- ৭.৫০	৫.০০- ৭.৫০	৫.০০- ৭.০০	-	-
ঙ. ৩ বছর ও তদুর্ধ্ব	-	-	৯.০০- ৯.৭৫	-	-	৪.৫০- ৮.০০	৫.৫০- ৭.৮০	৫.০০- ৭.০০	-	-

## ৬.২.১০ দুটি ব্যাংকের আগাম-এর সুদের হারের তুলনা :

আমানতের সুদের হার	ঢাকা ব্যাংক লিঃ					স্ট্যান্ডার্ড চার্টার্ড ব্যাংক				
	২০০৫	২০০৪	২০০৩	২০০২	২০০১	২০০৫	২০০৪	২০০৩	২০০২	২০০১
১. বৃন্ব	৭.০০	৭.০০	৮.০০- ১১.০০	৯.০০- ১২.০০	১১.০০- ১৩.০০	১০.০০	৯.৫০	৮.৫০- ১২.০০	৯.০০- ১১.৫০	৯.০০- ১১.৫০
২. বৃহৎ মাঝারী শিল্পে	১৪.০০	১১.৫০	১১.০০- ১৫.০০	১২.০০- ১৬.০০	১৩.০০- ১৬.০০	১১.৫০	৯.৭৫- ১১.৫০	১০.০০- ১৩.২৫	১০.০০- ১৫.৫০	১০.০০- ১৫.৫০
৩. ক্ষুদ্র শিল্পে	১৪.০০	১০.৫০	৯.০০- ১২.০০	৯.০০- ১২.০০	১১.০০- ১২.০০	-	-	১০.০০- ১৩.৭৫	৯.০০- ১৪.০০	৯.০০- ১৪.০০
৪. শিল্পের মূলধন	১৪.০০	১২.০০	১১.০০- ১৫.০০	১২.০০- ১৬.০০	১২.০০- ১৬.০০	১০.৭৫	৯.০০- ১১.২৫	৮.৫০- ১৩.০০	৮.০০- ১৫.০০	৮.০০- ১৫.০০
৫. রতাদী	৭.০০	৭.০০	৭.০০- ১০.০০	৭.০০- ১০.০০	১০.০০	৭.০০	৭.০০	৭.০০- ৯.০০	৭.০০- ৯.০০	৭.০০- ৯.০০
৬. ব্যবসা বাণিজ্য	১৪.৫০	১২.৫০	১২.০০- ১৫.০০	১২.০০- ১৬.০০	১৩.০০- ১৬.০০	১০.৭৫	৯.০০- ১১.২৫	৯.০০- ১৩.৫০	৯.০০- ১৭.৫০	৯.০০- ১৭.৫০
৭. পুঁজায়ন	১৪.৫০	১২.৫০	-	-	-	১৪.০০	-	-	-	-
৮. কনজুমার কিম	১৫.০০	১৬.৫০	-	-	-	১৩.৫০	-	-	-	-
৯. অন্যান্য	১৪.৫০	১২.০০	১০.০০- ১৯.০০	১০.০০- ১৬.০০	১১.০০- ১৬.০০	৯.০০- ১১.০০	৮.৫০- ১০.৭৫	৭.০০- ১৯.৫০	৭.০০- ২০.০০	৭.০০- ২০.০০



## ৬.২.১১ হিসাবের প্রকারভেদে আমানতের বিন্যাস-২০০৪

(মিলিয়ন টাকায়)

আমানতের প্রকার	ঢাকা ব্যাংক লিঃ		স্ট্যান্ডার্ড চার্টার্ড ব্যাংক	
	আমানত	শতকরা হার	আমানত	শতকরা হার
১. চলতি ও অন্যান্য আমানত	১৭৪৪	৯%	৮৪৩৬	১৭%
২. সঞ্চয়ী আমানত	১০৭৯	৬%	১৫৪৫২	৩১%
৩. স্বল্প মেয়াদী আমানত	৭৮৪	৪%	৭৩৫৭	১৫%
৪. স্থায়ী আমানত	১৪১৫০	৭৩%	১১৮৮০	২৪%
৫. ডিপিএস	৩৪৩	২%	৮৩৬	২%
৬. অন্যান্য	১২৩০	৬%	৫৫১৯	১১%
<b>মোট</b>	<b>১৯৩২৯</b>	<b>১০০%</b>	<b>৪৯৪৭৮</b>	<b>১০০%</b>

উপরের টেবিল থেকে দেখা যায় যে, ঢাকা ব্যাংক লিঃ তাদের আমানতের ৭৩% স্থায়ী আমানতকারীদের নিকট থেকে সংগ্রহ করা হয়। পক্ষান্তরে স্ট্যান্ডার্ড চার্টার্ড ব্যাংক লিঃ তাদের আমানতের ২৪% স্থায়ী আমানতকারীদের নিকট থেকে সংগ্রহ করে। স্থায়ী আমানতের সুদের হার বেশী হওয়ায় তাদের আমানত ফান্ডের ব্যয়ও বেশী হয়। সে কারণে তাদের আমানত এর সুদের হারও বেশী নিতে হয়। কিন্তু স্ট্যান্ডার্ড চার্টার্ড ব্যাংক আমানত ফান্ডের ব্যয় তুলনামূলকভাবে অনেক কম। কিন্তু তাদের আগামের সুদের হারের তুলনামূলকভাবে ঢাকা ব্যাংকের আগামের হারের কাছাকাছি। ফলে তাদের লাভের পরিমাণ ঢাকা ব্যাংকের চেয়ে অনেক বেশি।

## ৬.২.১২ ঢাকা ব্যাংক লিমিটেড

আমানত ও আগামের মধ্যে সহ-সংক্রমণ (r) নির্ণয় :

$$r = \frac{\sum(X - \bar{X})(Y - \bar{Y})}{\sqrt{\sum(X - \bar{X})^2 \sum(Y - \bar{Y})^2}}$$

প্রয়োজনীয় টেবিল

(মিলিয়ন টাকায়)

Deposit (X)	Adv. (Y)	(X- $\bar{X}$ )	(Y- $\bar{Y}$ )	(X- $\bar{X}$ ) <sup>2</sup>	(Y- $\bar{Y}$ ) <sup>2</sup>	(X- $\bar{X}$ ) × (Y- $\bar{Y}$ )
২৪৭২৩	২২৬১৩	৯৯৫৫	৯৭৯০	৯৯১০৯৯৮	৯৫৮৫৭৮০	৯৭৪৭০৩৩
১৯৩২৯	১৬২০৬	৪৫৬২	৩৩৮৪	২০৮১২৭৫	১১৪৫২১৩	১৫৪৩৮৬০
১৫৬৭৩	১২৬৪৭	৯০৫	-১৭৪	৮১৯৭৪	৩০৪৫	-১৫৭৯৯
১২৩৮৯	১০৫৬০	-২৩৭৮	-২২৬২	৫৬৫৮২১	৫১১৬৬৪	৫৩৮০৬১
১০৯৭৩	৯৬৪৬	-৩৭৯৩	-৩১৭৫	১৪৩৯৩৬৭	১০০৮৫০৭	১২০৪৮২৮
৫৫১৭	৫২৫৯	-৯২৫০	-৭৫৬২	৮৫৫৬৪৩৫	৫৭১৯২৯১	৬৯৯৫৪৮০
X=১৪৭৬৭	Y=১২৮২২			২২৬৩৫৭৪	১৭৯৭৩৫০২	২০০২৯২৬৫

$$\begin{aligned}
 r &= \frac{\sum(X - \bar{X})(Y - \bar{Y})}{\sqrt{\sum(X - \bar{X})^2 \sum(Y - \bar{Y})^2}} \\
 &= \frac{২০০২৯২৬৫}{\sqrt{২২৬৩৫৭৪ \times ১৭৯৭৩৫০২}} \\
 &= \frac{২০০২৯২৬৫}{২০১৭০৪২২} \\
 &= ০.৯৯
 \end{aligned}$$

ঢাকা ব্যাংক লিঃ এর r এর মান আমানত ও আগামের মধ্যে অধিক ধনাত্মক (Positive) সম্পর্ক নির্দেশ করছে।

## ৬.২.১৩ স্ট্যান্ডার্ড চার্জড ব্যাংক

আমানত ও আগামের মধ্যে সহ-সংশ্রব (r) নির্ণয় :

$$r = \frac{\sum(X - \bar{X})(Y - \bar{Y})}{\sqrt{\sum(X - \bar{X})^2 \sum(Y - \bar{Y})^2}}$$

প্রয়োজনীয় টেবিল

(মিলিয়ন টাকায়)

Deposit (X)	Adv. (Y)	X- $\bar{X}$	(Y- $\bar{Y}$ )	(X- $\bar{X}$ ) <sup>2</sup>	(Y- $\bar{Y}$ ) <sup>2</sup>	(X- $\bar{X}$ ) x (Y- $\bar{Y}$ )
৫৭৬৩৯	৩৮৪৬২	২১২৭৪	১০৮৬১	২৩১০৫৬৯১৪	৪৫২৫৮৩০৭৬	১১৭৯৬১৩২১
৪৯৪৭৮	৩৭২১৮	১৩১১৩	৯৬১৭	১২৬১০৭৭২১	১৭১৯৫০৭৬৯	৯২৪৮৬৬৮৯
৪৫৭৭৪	৩৭৫৮৫	৯৪০৯	৯৯৮৪	৯৩৯৩৯৪৫৬	৮৮৫২৯২৮১	৯৯৬৮০২৫৬
৪০৫৭১	২৮৩৬২	৪২০৬	৭৬১	৩২০০৭৬৬	১৭৬৯০৪৩৬	৫৭৯১২১
১৩৮১৮	১৪৬৬৪	-২২৫৪৭	-১২৯৩৭	২৯১৬৯০৫৩৯	৫০৮৩৬৭২০৯	১৬৭৩৬৫৯৬৯
১০৯১২	৯৩১২	-২৫৪৫৩	-১৮২৮৯	৪৬৫৫০৯৯১৭	৬৪৭৮৫৫২০৯	৩৩৪৪৮৭৫২১
X=৩৬৩৬৫	Y=২৭৬০১			১২১১৫০৫৩১৩	১৮৮৬৯৭৫৯৮০	৮১২৫৬০৮৭৭

$$\begin{aligned}
 r &= \frac{\sum(X - \bar{X})(Y - \bar{Y})}{\sqrt{\sum(X - \bar{X})^2 \sum(Y - \bar{Y})^2}} \\
 &= \frac{১২১১৫০৫৩১৩}{\sqrt{১৮৮৬৯৭৫৯৮০ \times ৮১২৫৬০৮৭৭}} \\
 &= \frac{১২১১৫০৫৩১৩}{১২৩৮২৫৭৯৯৩} \\
 &= ০.৯৮
 \end{aligned}$$

স্ট্যান্ডার্ড চার্জড ব্যাংক এর r এর মান আমানত ও আগামের মধ্যে অধিক ধনাত্মক (Positive) সম্পর্ক নির্দেশ করছে।



## ৬.২.১৪ সহ-সম্প্রব (r) পরীক্ষা (Correlation Co-efficient Test)

$$H_0: \rho = 0$$

$$H_1: \rho \neq 0$$

t স্ট্যাটিস্টিক এর সূত্রটি হলো নিম্নরূপ :

$$\begin{aligned} t &= \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} && \text{[এখানে, } n=5\text{]} \\ &= \frac{.99\sqrt{5-2}}{\sqrt{1-(.99)^2}} \\ &= \frac{2.97}{0.14} \\ &= 21.21 \end{aligned}$$

ক্যালকুলেটেড t এর মান = ২১.২১

এবং টেবিলের t এর মান =  $\pm 0.182$  [৫% লেভেলে তাৎপর্যপূর্ণ (Significant) ও স্বাধীন মাত্রায় (d.f)]

যেহেতু ক্যালকুলেটেড t এর মান, টেবিলের t এর মানের চেয়ে বড়।

সুতরাং  $H_0$  (Null-hypothesis) বর্জন (Rejected) করা হলো।

৫% লেভেল তাৎপর্যপূর্ণ (Significant) ও স্বাধীনতা মাত্রায় (d.f)

অর্থাৎ আগাম ও আমানতের মধ্যে সম্পর্ক বিদ্যমান।

## ৬.৩ সমস্যা এবং সুপারিশ (Problems and Recommendations)

### ৬.৩.১ গ্রাহকদের সমস্যা (Problems Faced by the Customers)

ব্যাংকে কাজ করতে গিয়ে গ্রাহকগণ অনেক সময় বিভিন্ন সমস্যার মুখোমুখি হন। যদিও গ্রাহক প্রয়োজন ছাড়া ব্যাংকে যান না, তবুও প্রয়োজনীয় কাজ সম্পাদন করতে যেয়ে কোন কোন সময় তাদের তিক্ত অভিজ্ঞতা অর্জন করতে হয়। ব্যাংকে সেবা গ্রহণ করতে যেয়ে গ্রাহকগণ যে সকল সমস্যার সম্মুখীন হন তা হলঃ

১. হিসাব খুলতে পদ্ধতিগত জটিলতার সম্মুখীন হতে হয়।
২. টাকা জমা দেবার সময় দাঁড়িয়ে অপেক্ষা করতে হয়।
৩. টাকা তোলার সময় অনেক ক্ষেত্রে হয়রানির সম্মুখীন হন।
৪. ঋণ মঞ্জুরের সময় ব্যাংক কর্তৃক কঠোর নিয়মনীতি মেনে চলতে হয় এবং অনেক ক্ষেত্রে ঋণ মঞ্জুর অনিশ্চিত হয়ে পড়ে।
৫. গ্রাহকদের অভিযোগ দেবার মত যথেষ্ট সুযোগ থাকে না।
৬. অভিযোগ করা হলেও তা বেশির ভাগ ক্ষেত্রে নিষ্পত্তি হয় না।
৭. গ্রাহক সেবার বিষয়টি অনেক ক্ষেত্রে উপেক্ষিত হয় এবং ব্যাংক কর্তৃক মুনাফা অর্জনকেই বড় করে দেখা হয়।

### ৬.৩.২ ব্যাংক কর্মকর্তাদের সমস্যা (Problems Faced by Bank Executives)

ব্যাংক কর্মকর্তাগণ তাদের কার্যক্রম পরিচালনার ক্ষেত্রে প্রতিনিয়ত নানা রকম সমস্যায় পড়েন। যেমন-

১. সরকারের বিভিন্ন প্রকার বিধি-নিষেধ মেনে চলতে হয়, যা অনেক ক্ষেত্রে তাদের কাজে বাধা সৃষ্টি করে।
২. ঋণদানের ব্যাপারে বিভিন্ন সময় উঁচু মহলের চাপের সম্মুখীন হতে হয়।
৩. অনেক সময় ঋণ ফেরত না পাবার সম্ভাবনা দেখা দেয়।
৪. তারল্য সংকটের সম্মুখীন হতে হয়।
৫. বাংলাদেশ ব্যাংকের অতিমাত্রায় খবরদারি অনেক সময় তাদের কাঙ্ক্ষিত চাহিদা পূরণে বাঁধা হয়ে দাঁড়ায়।
৬. পর্যাপ্ত পরিমাণ কর্মীর অভাব, ফলে কাজের চাপ বেশি হয়।
৭. কর্মীদের পেশাগত জ্ঞানের অভাব ব্যাংকিং কাজকে জটিল করে তোলে।
৮. কোন শাখায় সমস্যা দেখা দিলে প্রধান অফিসের পক্ষে সুষ্ঠু ব্যবস্থা গ্রহণ অনেক ক্ষেত্রে সম্ভব হয় না।
৯. অনেক সময় গ্রাহক কর্তৃক প্রতারণার স্বীকার হতে হয়।
১০. অশিক্ষিত গ্রাহক কর্তৃক অযথা হয়রানির স্বীকার হন।



### ৬.৩.৩ সুপারিশসমূহ (Recommendations)

ভবিষ্যতে ব্যাংক কর্তৃক সেবার মান বাড়াতে কতিপয় পদক্ষেপ নেয়া যেতে পারে। যেমনঃ

১. ব্যাংকে তারল্য সংকট দূর করতে নতুন নীতিমালা প্রণয়ন করতে হবে।
২. পর্যাপ্ত প্রশিক্ষণগ্রাণ্ড ও দক্ষকর্মী নিয়োগ করতে হবে।
৩. অত্যাধুনিক প্রযুক্তি ব্যবহার করে গ্রাহক সেবার মান বাড়াতে হবে।
৪. চাহিদা অনুযায়ী নতুন শাখা খোলার ব্যবস্থা করা যেতে পারে।
৫. ব্যাংক কর্মকর্তাদের বেতন বৃদ্ধি করে তাদের প্রনোদনা দিতে হবে।
৬. ব্যাংকের প্রসারমূলক কার্যক্রম বাড়ানো যেতে পারে।
৭. অসাধু কর্মকর্তা ও কর্মচারীদের বিরুদ্ধে আইনানুগ ব্যবস্থা নেয়া যেতে পারে।
৮. নিয়মিত শাখা অফিসের সাথে প্রধান অফিসের যোগাযোগ রক্ষা করা যেতে পারে।
৯. কর্মীবাহিনীকে সৎ ও কর্তব্যনিষ্ঠ হতে হবে এবং সৎ কর্মীদেরকে পুরস্কৃত করা যেতে পারে।
১০. সুদের হার সহনীয় পর্যায়ে রাখা যেতে পারে।
১১. পদ্ধতিগত জটিলতা কমিয়ে আনা যেতে পারে।
১২. গ্রাহক সেবার দিকটিকে সর্বাধিক গুরুত্ব দিতে হবে। কেননা গ্রাহকরা ব্যাংক ব্যবসায়ের প্রাণ।

## সপ্তম অধ্যায়

গবেষণার আকর্ষণীয় দিক, ভবিষ্যত সম্ভাবনা, উপসংহার এবং

ভবিষ্যত গবেষণার জন্য নির্দেশাবলী (Attractive side of Research,

Future Prospects, Conclusions, Future Research Directions)

৭.১ গবেষণার আকর্ষণীয় দিক (Attractive Side of Research)

৭.২ ভবিষ্যত সম্ভাবনা (Future Prospects)

৭.৩ উপসংহার (Conclusions)

৭.৪ ভবিষ্যত গবেষণার জন্য নির্দেশাবলী (Future Research  
Directions)

## সপ্তম অধ্যায়

গবেষণার আকর্ষণীয় দিক, ভবিষ্যত সম্ভাবনা, উপসংহার এবং ভবিষ্যত গবেষণার জন্য নির্দেশাবলী (Attractive side of Research, Future Prospects, Conclusions, Future Research Directions)

### ৭.১ গবেষণার আকর্ষণীয় দিক (Attractive Side of Research)

একথা পূর্বেই বলা হয়েছে যে, দেশের অর্থনৈতিক ও সামাজিক উন্নয়নে ব্যাংকের গুরুত্ব অপরিসীম। ব্যাংককে আধুনিক অর্থনীতির জীবনীশক্তি বলা হয়। জনগণের কাছ থেকে আমানত সংগ্রহ করে এবং প্রয়োজনীয় ক্ষেত্রে ঋণ প্রদান করাই ব্যাংকের প্রধান কাজ। এর বাইরেও ব্যাংক অনেক কার্যাবলী সম্পাদন করে। কোন ব্যাংক সাফল্যজনক ভাবে তাদের ব্যবসায় পরিচালনা করতে চাইলে প্রথমে তাফে গ্রাহক সেবার প্রতি গুরুত্ব দিতে হবে। গবেষণায় দেখা যায় যে ব্যাংকের গ্রাহক সেবা যত বেশি স্বচ্ছ, সে ব্যাংকের প্রতি জনগণের আস্থা তত বেশি শক্তিশালী। ব্যাংক দক্ষ কর্মীবাহিনী গঠন করে, সর্বাধুনিক প্রযুক্তি ব্যবহার করে, লেনদেন দ্রুত, সহজ এবং নিরাপদ করে সহজেই গ্রাহকদের আস্থা অর্জন করতে পারে। এর ফলে ব্যাংকের প্রতি জনগণের সম্পৃক্ততা আরো বাড়ানো যায়, যা আধুনিক প্রতিযোগিতামূলক ব্যবসায় জগতের



জন্য অত্যন্ত প্রয়োজন। এদেশে দেশী ও বিদেশী দু'ধরনের ব্যাংক তাদের ব্যাংকিং কার্যক্রম পরিচালনা করছে। বিদেশী ব্যাংকগুলো গ্রাহক সেবার দিকটির প্রতি বেশি গুরুত্ব দেয় বলেই তাদের ব্যাংকের সর্বনিম্ন আমানতের পরিমাণ বেশি হওয়া সত্ত্বেও গ্রাহক সংখ্যা একেবারে কম নয়। তবে গ্রামীণ জনগণ বিদেশী ব্যাংকের সেবা থেকে বঞ্চিত।

আমরা মনে করি, ব্যাংক যা করে তা সবই গ্রাহকদের চাহিদা পূরণ করে সর্বাধিক মুনাফা অর্জনের জন্য করে। সুতরাং ব্যাংককে একদিকে যেমন গ্রাহক সেবার সর্বোচ্চ মানের প্রতি গুরুত্ব দিতে হবে। অন্যদিকে প্রতিষ্ঠানের সর্বোচ্চ মুনাফা অর্জনের প্রতিও খেয়াল রাখতে হবে। সঠিক বাজারজাতকরণ কৌশল প্রয়োগ করে ব্যাংক সহজেই প্রতিযোগিতা মোকাবেলা করে কাঙ্ক্ষিত লক্ষ্যে পৌঁছাতে পারে।

বাংলাদেশ আধুনিক বিশ্বের এক সম্ভাবনাময় উন্নয়নশীল দেশ। এদেশের জনগণের মাথাপিছু আয় উন্নত দেশগুলোর তুলনায় অনেক কম। দেশী ব্যাংক গুলোতে সর্বনিম্ন আমানতের পরিমাণ কম বলে সাধারণ জনগণ দেশী ব্যাংকেই বেশি পছন্দ করে। কেননা বিদেশী ব্যাংকের গ্রাহক হবার ক্ষমতা অনেকেরই

নেই। দেশী ব্যাংকগুলো তাদের দৃষ্টিভঙ্গির পরিবর্তন করে সেবার মান বাড়িয়ে জনগণের প্রতি তাদের সম্পৃক্ততা ক্রমশ বৃদ্ধি করতে পারে। সেদিন বেশি দূরে নয় যেদিন দেশী ও বিদেশী ব্যাংকের মধ্যে ব্যবধান কমে আসবে এবং জনগণ দেশী ব্যাংককেই বেশি নির্ভরযোগ্য বলে মনে করবে।

## ৭.২ ভবিষ্যত সম্ভাবনা (Future Prospects)

গবেষণায় প্রাপ্ত বিভিন্ন তথ্য বিশ্লেষণ করে দেখা যায় যে, বাংলাদেশে ব্যাংক ব্যবসায়ের সম্প্রসারণের ক্ষেত্রে কিছু অনুকূল উপাদান বিরাজ করছে। যেমন-

১. ব্যাংকের গ্রাহক সংখ্যা প্রতি বছর উল্লেখযোগ্য হারে বৃদ্ধি পাচ্ছে।
২. ব্যাংকগুলো সামাজিক কর্মকাণ্ডে অংশগ্রহণের ফলে বাংলাদেশের জনগণের মধ্যে সঞ্চয়ের প্রতি সচেতনতা বাড়ছে।
৩. ব্যাংকগুলোর মিত্য নতুন সেবা বাজারে নিয়ে আসায় ব্যাংকের প্রতি জনগণের আস্থা বাড়ছে।
৪. দেশে ব্যবসা-বাণিজ্য সম্প্রসারিত হওয়ার গ্রাহকগণ ব্যাংকের অধিক প্রয়োজনীয়তা অনুভব করেন।

৫. ব্যাংকিং সেবা জনগণের দোরগোড়ায় পৌঁছে দেয়ার জন্য নতুন এলাকায় শাখা খোলার প্রয়োজনীয়তা দেখা দিয়েছে।
৬. নতুন নতুন প্রযুক্তি ব্যবহারের ফলে ব্যাংকগুলোর গ্রাহক সেবার মান উল্লেখযোগ্য হারে বৃদ্ধি পেয়েছে।
৭. প্রশিক্ষণপ্রাপ্ত ব্যাংক কর্মকর্তাদের সংখ্যা বৃদ্ধি পাচ্ছে।
৮. ব্যাংক ব্যবসায়ের ক্ষেত্রে পূর্বের তুলনায় বর্তমান সময়ে অনেক প্রতিযোগিতা লক্ষ্য করা যাচ্ছে।
৯. ঋণ বিতরণের ক্ষেত্র বৃদ্ধি পেয়েছে।
১০. ব্যবসায়ী ছাড়াও ব্যাংকের প্রতি সাধারণ জনগণের সম্পৃক্ততা বেড়েছে।

উপরের আলোচনা থেকে এ কথাই প্রতীয়মান হয় যে, আগামী বছরগুলোতে বাংলাদেশে ব্যাংক ব্যবসায় আরো সম্প্রসারিত হওয়ার উজ্জ্বল সম্ভাবনা রয়েছে। একথা বলার আর অপেক্ষা রাখে না যে, খুব অল্প সময়ের মধ্যেই বাংলাদেশে ব্যাংক ব্যবসায়ের ক্ষেত্রে বিপ্লব সাধিত হবে।



### ৭.৩ উপসংহার (Conclusion)

কোন দেশের ব্যাংকিং ব্যবস্থার সঠিক উন্নয়নের মাধ্যমে দেশের অর্থনৈতিক উন্নয়ন সহজ ও ত্বরান্বিত করা যায়। আলোচ্য গবেষণা জরীপ হতে দেখা যায় যে, সেবামূলক প্রতিষ্ঠান হিসেবে ঢাকা ব্যাংক লিঃ এবং স্ট্যান্ডার্ড চার্টার্ড ব্যাংক উভয়েই সফলতার সাথে তাদের ব্যবসায় কার্যক্রম চালিয়ে যাচ্ছে। দেশী ব্যাংক হিসাবে ঢাকা ব্যাংক জনগণের বিশ্বাস অর্জন করতে পেরেছে। ফলে তাদের গ্রাহক সংখ্যা দিন দিন বৃদ্ধি পাচ্ছে। অন্যদিকে বিদেশী ব্যাংক হওয়ার সত্ত্বেও স্ট্যান্ডার্ড চার্টার্ড ব্যাংক তাদের উন্নত গ্রাহক সেবা প্রদানের জন্য গ্রাহকদের আস্থা অর্জন করতে পেরেছে। তবে তাদের গ্রাহক সেবা অপেক্ষাকৃত বিশ্বশালীদের মধ্যে সীমাবদ্ধ।

দেশী ব্যাংক হিসেবে ঢাকা ব্যাংকে সর্বনিম্ন আমানতের পরিমাণ খুব কম। ফলে এদেশের সাধারণ জনগণ সহজেই ঢাকা ব্যাংকের গ্রাহকে পরিণত হতে পারে। তাই ঢাকা ব্যাংকের উচিত দেশের আপামর জনগণের দোরগোড়ায় গ্রাহক সেবা পৌঁছে দেওয়ার জন্য দেশের বিভিন্ন স্থানে নতুন শাখা সম্প্রসারণ করা এবং নতুন নতুন ব্যাংকিং প্রোডাক্ট উদ্ভাবন করে সাধারণ জনগণের সাথে ব্যাংকের সম্পৃক্ততা বৃদ্ধি করা। তাছাড়া অত্যাধুনিক

প্রযুক্তিগত কলাকৌশল প্রয়োগ করে, ব্যাংকের পরিচিতি তুলে ধরতে প্রসারমূলক কর্মসূচী ব্যবহার করে, দক্ষ ও যুগপোষোগী কর্মীবাহিনী গঠন করে ঢাকা ব্যাংক অতি শীঘ্রই দেশের নীর্বহানীয় ব্যাংকগুলোর একটিকে পরিণত হতে পারে।

স্ট্যান্ডার্ড চার্টার্ড ব্যাংক বিদেশী ব্যাংকগুলোর মধ্যে সবচেয়ে জনপ্রিয় একথা বলার আর অপেক্ষা রাখে না। উন্নত গ্রাহকসেবা, আধুনিক প্রযুক্তির সমাবেশ ঘটিয়ে এ ব্যাংক এদেশের জনগণের সাথে সুসম্পর্ক বজায় রেখে চলেছে। তবে এ ব্যাংকের সেবার পরিধি গ্রামীণ জনগণ পর্যন্ত বিস্তৃত নয়।

আলোচ্য গবেষণায় দেখা গেছে যে, ঢাকা ব্যাংক আমানতের উপর বেশী সুদ প্রদান করে স্ট্যান্ডার্ড চার্টার্ড ব্যাংকের তুলনায় এবং বিতরণকৃত ঋণের উপর নির্ধারিত সুদের হার প্রায় সমান। ফলে স্ট্যান্ডার্ড চার্টার্ড ব্যাংকের মুনাফার পরিমাণ বেশি হয়। উভয় ব্যাংক কর্মীদের প্রশিক্ষণ দিয়ে দক্ষ করে তোলার ব্যাপারে সচেষ্টিত।

ব্যাংকিং কার্যক্রমকে উন্নত ও গতিশীল করতে উভয় ব্যাংককে সচেষ্টিত হতে হবে। সুষ্ঠু ঋণদান নীতি প্রণয়ন, ঋণের উপর সর্বনিম্ন সুদ ধার্য, আমানতের নিরাপত্তা বিধান, গোপনীয়তা রক্ষা, প্রসারমূলক কর্মসূচী গ্রহণ, অধিক সামাজিক দায়িত্ব পালন করে ব্যাংকগুলো দেশের আর্থ-সামাজিক উন্নয়নে অবদান রাখতে পারে।

## ৭.৪ ভবিষ্যত গবেষণার জন্য নির্দেশাবলী (Future Research Directions)

এ গবেষণায় সেবা প্রতিষ্ঠান হিসেবে দেশী ও বিদেশী ব্যাংকের বিভিন্ন প্রকার ব্যাংকিং সেবা, সেবার মান, সামাজিক দায়িত্ব সহ নানা বিষয়ের প্রতি আলোকপাত করা হয়েছে। ব্যাংকিং ক্ষেত্রে বাজারজাতকরণ গবেষণার প্রয়োগ সম্পর্কিত বিভিন্ন বিষয় এ গবেষণায় তুলে ধরা হয়েছে। ব্যাংক কর্মীদের প্রশিক্ষণ বিশেষ করে বিআইবিএম (BIBM) এর কার্যক্রম সম্পর্কে একটা ধারণা দেয়া হয়েছে এ গবেষণায়। এছাড়া ব্যাংক কর্মকর্তা নিয়োগ সম্পর্কিত “ব্যাংকার্স রিট্রুটমেন্ট কমিটি” সম্পর্কেও ধারণা দেয়া হয়েছে।

এ গবেষণায় ব্যাংক কর্মকর্তা ও গ্রাহকগণের উপর জরীপ চালিয়ে বিভিন্ন তথ্য সংগ্রহ করা হয়েছে এবং তা সারণী আকারে উপস্থাপন করা হয়েছে। গ্রাহক ও ব্যাংক কর্মকর্তাদের সমস্যা ও তা সমাধানে কিছু সুপারিশ তুলে ধরা হয়েছে এ গবেষণায়। আমি আশা করি এ গবেষণার দ্বারা ভবিষ্যত গবেষকগণ উপকৃত হবেন এবং গবেষণার কাজে উদ্বুদ্ধ হবেন।



## পরিশিষ্ট-ক (১)

### ব্যাংক গ্রাহকদের জন্য প্রশ্নপত্র

উত্তর দাতার নাম :

ঠিকানা :

ব্যাংকের নাম :

- ১। কোন ধরনের ব্যাংক আপনি পছন্দ করেন?  
ক) দেশী                      খ) বিদেশী                      গ) যৌথ মালিকানা
- ২। কোন ধরনের হিসাব আপনি পরিচালনা করেন?  
ক) স্থায়ী                      খ) সঞ্চয়ী                      গ) চলতি
- ৩। ব্যাংক পছন্দের ক্ষেত্রে কোন উপাদানটি আপনাকে বেশি প্রভাবিত করে?  
ক) ব্যাংকের আর্থিক অবস্থা  
খ) ব্যাংক শাখার অবস্থান  
গ) ব্যাংকের মালিকানা (দেশী বা বিদেশী)  
ঘ) সুদের হার  
ঙ) অন্যান্য
- ৪। ব্যাংক শাখার কোন অবস্থানটি বেশি পছন্দনীয়?  
ক) আবাসিক এলাকার নিকটে  
খ) ব্যবসায় এলাকার নিকটে  
গ) অন্যান্য
- ৫। আপনি কি কখনও ব্যাংকে কাজ করতে গিয়ে কোন সমস্যায় পড়েছেন?  
ক) হ্যাঁ                      খ) না  
যদি হ্যাঁ হয় তবে কখন?  
ক) হিসাব খোলার সময়  
খ) টাকা জমা দেবার সময়  
গ) ব্যাংক থেকে টাকা তোলার সময়  
ঘ) ঋণ মঞ্জুরের সময়  
ঙ) অন্যান্য

- ৬। আপনি কি কখনও ব্যাংকের শিফট থেকে কোন পরামর্শ আশা করেন?
- ক) হ্যাঁ                      খ) না
- যদি হ্যাঁ হয় তবে দয়া করে বলুন কখন আপনার পরামর্শের প্রয়োজন হয়?
- ক) ঋণ গ্রহণের ব্যাপারে  
খ) টাকা জমাদানের ব্যাপারে  
গ) টাকা ব্যবহারের ব্যাপারে  
ঘ) ব্যবসায়িক কর্মকাণ্ডের ব্যাপারে
- ৭। ব্যাংক থেকে আপনি কোন মেয়াদী ঋণ পেতে চায়?
- ক) স্বল্প মেয়াদী (সর্বোচ্চ ১ বছরের জন্য)  
খ) মধ্যম মেয়াদী (সর্বোচ্চ ৫ বছরের জন্য)  
গ) দীর্ঘ মেয়াদী (৫ বছরের বেশী)
- ৮। আপনি কি মনে করেন ব্যাংকের বর্তমান ঋণ নীতি পরিবর্তন হওয়া উচিত?
- ক) হ্যাঁ                      খ) না
- যদি উত্তর হ্যাঁ হয় তবে পরিবর্তনগুলো লিখুন
- ১।  
২।  
৩।  
৪।
- ৯। ব্যাংকের বর্তমান সেবার মানে আপকি কি সন্তুষ্ট?
- ক) সেবার মান সন্তোষজনক  
খ) সন্তোষজনক নয়  
গ) মোটামুটি
- ১০। কোন ব্যাংক উত্তম বলে আপনি মনে করেন?
- ক) দেশী                      খ) বিদেশী
- ১১। দেশী ব্যাংকের দক্ষতা বৃদ্ধিতে কোন পদক্ষেপটি নেওয়া উচিত বলে আপনি মনে করেন?
- ক) সর্বাধুনিক প্রযুক্তির ব্যবহার  
খ) ব্যাংক কর্মকর্তাদের প্রশিক্ষণ দান  
গ) গ্রাহকদের অভিযোগের সত্যতা যাচাই ও পদক্ষেপ গ্রহণ  
ঘ) যোগ্যতা সম্পন্ন কর্মী নিয়োগ  
ঙ) অন্যান্য

পরিশিষ্ট- ক (২)

ব্যাংক কর্মকর্তার জন্য প্রশ্নপত্র

উত্তর দাতার নাম :

ঠিকানা :

ব্যাংকের নাম :

প্রতিষ্ঠা কাল :

- ১। আপনি কোন ধরনের ব্যাংকে চাকুরী করেন?
  - ক) দেশী
  - খ) বিদেশী
- ২। কতদিন যাবৎ আপনি ব্যাংকিং প্রতিষ্ঠানে কর্মরত আছেন?
  - ক) ৫ বছরের কম
  - খ) ৫ থেকে ১০ বছর
  - গ) ১০ বছরের বেশি
- ৩। ব্যাংক পছন্দের ক্ষেত্রে গ্রাহককে কোন উপাদানটি বেশি প্রভাবিত করে বলে আপনি মনে করেন?
  - ক) ব্যাংকের আর্থিক অবস্থা
  - খ) ব্যাংকের শাখার অবস্থান
  - গ) ব্যাংক ব্যবস্থাপনার দক্ষতা
  - ঘ) ব্যাংকের সুন্াম
  - ঙ) ব্যাংক কর্মকর্তার সঙ্গে ব্যক্তিগত সম্পর্ক
  - চ) ব্যাংকের মালিকানা (দেশী ও বিদেশী)
  - ছ) সুদের হার
  - জ) অন্যান্য
- ৪। আপনার ব্যাংকে অধিকাংশ গ্রাহক কোন ধরনের হিসাব পরিচালনা করেন?
  - ক) স্থায়ী
  - খ) সঞ্চয়ী
  - গ) চলতি



- ৫। কোন ধরনের সেবা প্রদানকে আপনারা গুরুত্বপূর্ণ বলে মনে করেন?
- ক) আর্থিক লেনদেন সম্পর্কিত সেবা (সুদের হার অন্যান্য ব্যাংকের তুলনায় কম বা বেশী)
- খ) আচরণগত সেবা (দ্রুত সেবা প্রদান, শোভন আচরণ ইত্যাদি)
- গ) উভয়ই
- ৬। কোন কোন খাতে ঋণ প্রদানের বিষয়টি অগ্রাধিকার দেয়া হয়?
- ক) কৃষি    খ) শিল্প    গ) ব্যবসা বাণিজ্য    ঘ) অন্যান্য
- ৭। ঋণ প্রদানের সময় কোন বিষয়টি অধিক বিবেচনা করেন?
- ক) ঋণ ফেরৎ পাবার নিশ্চয়তা
- খ) মুনাফার পর্যাণ্ডতা
- গ) দেশের অর্থনীতিতে অবদান রাখা
- ঘ) উপরের সবকটি
- ৮। বর্তমানে কোন কোন সেবা আপনারা গ্রাহকদের প্রদান করছেন?
- ৯। এমন কোন সুবিধা দেয়া হচ্ছে কি, যা বর্তমানে অন্যান্য ব্যাংকগুলোর তুলনায় প্রতিযোগিতামূলক সুবিধা পাচ্ছেন বলে মনে করেন?

- ১০। ব্যাংকের প্রসার কার্যক্রমে কোন ব্যবস্থা গ্রহণ করাকে অগ্রাধিকার দেন।
- ক) বিজ্ঞাপন  
খ) জাতীয় ও আন্তর্জাতিক দিবসে সংবাদ পত্রে ত্রোড়পত্র প্রকাশ  
গ) ফেষ্টিভ, ব্যানার, সড়কসীপ সজ্জিতকরণ  
ঘ) খেলাধুলায় অর্থ প্রদান  
ঙ) রক্তদান কর্মসূচী পালন
- ১১। প্রসার বাবদ বাৎসরিক বাজেট কত রাখা উচিত বলে মনে করেন?
- ক) ২০ লক্ষ টাকার নীচে  
খ) ২০-৪০ লক্ষ টাকা  
গ) ৪০ লক্ষের তদুর্ধ
- ১২। ব্যাংকিং ব্যবস্থাকে কার্যকর ও গতিশীল করার জন্য কোন পদক্ষেপ গ্রহণ করাকে অগ্রাধিকার দেন?
- ক) নতুন শাখা খোলা  
খ) আধুনিক প্রযুক্তির ব্যবহার  
গ) দ্রুত ঋণ প্রস্তাব বিশ্লেষণ  
ঘ) অগ্রাধিকার খাতে বিনিয়োগ  
ঙ) গ্রাহকদের চাহিদা অনুযায়ী সেবা প্রদান
- ১৩। প্রতি বছর গ্রাহক বৃদ্ধির হার কত?
- ১৪। ঋণ খেলাপীদের বিরুদ্ধে কোন ব্যবস্থা গ্রহণ করা হয় কিনা?
- ক) হ্যাঁ                      খ) না  
যদি হ্যাঁ হয় তবে কি ব্যবস্থা গ্রহণ করেন?
- ক) আইনগত ব্যবস্থা  
খ) বন্ধকী সম্পত্তি বিক্রী  
গ) সুদ মওকুফ  
ঘ) ঋণ আদায়ের জন্য ব্যক্তিগত যোগাযোগ  
ঙ) নতুন ঋণ না দেয়া  
চ) অন্যান্য
- ১৫। নতুন শাখা গড়ে তোলার কারণ কি?
- ক) গ্রাহকদের দোরগোড়ায় সেবা পৌঁছে দেয়ার জন্য  
খ) মুনাফা অর্জনের জন্য  
গ) অন্যান্য
- ১৬। ভবিষ্যত সেবার মান বাড়ানোর ক্ষেত্রে আপনাদের পরিকল্পনা সম্পর্কে কিছু বলুন?

স্মারিকাঙ্ক-খ

পুস্তক বিবরণী এবং রিপোর্টসমূহ (Bibliography and Reports)

- ১। Converse, Paul D. Huegy, Harvey W. and Mitchell, Robert V. (1958), Elements of Marketing, Prentice-Hall Inc. Englewooe Cliffs, New Jersey, Sixth Edition.
- ২। Alexander, Ralph S. (1960), Marketing Definitions: A Glossary of Terms, American Marketing Association, Chicago.
- ৩। Lovelock, Christophen H. (1991), Services Marketing, Prentice-Hall International Editions, Englenood Cliffs, New, Jersey, Second Edition.
- ৪। Pride, William. M and Ferrell, O.C. (1989), Marketing: Concepts and Strategies, houghton Mifflin Company, Boston, Sixth Edition.
- ৫। Stanton, William J. Etzel Michael J and Walker, Bruce J (1994), Fundamentals of Marketing, Tenth Edition.
- ৬। Woodruffe, Helen (1995), Service Marketing M & E Pitman Publishing, London, First Edition. P. 156-158.
- ৭। Donald W. Cowell (1988). The Marketing of Services, 5<sup>th</sup> Edition P. (168-178).
- ৮। Philip Kotler, Principle of Marketing, 10<sup>th</sup> edition.
- ৯। Santinarayan Ghosh (1981), Choice of Banks, Customers Service and Credit Policy.
- ১০। Md. Maksudur Rahman Sanker (1996) Credit Management of Commercial Banks: A Comparative Study of Public and Private Sector Banks.



- ১১। আহমদ ফখরুল আলম, (১৯৯৭), বাংলাদেশে ব্যাংকিং সেবার প্রকৃতি ও দক্ষতা।
- ১২। হরিপদ ভট্টাচার্য, রঞ্জায়ত্ত বাণিজ্যিক ব্যাংকের সেবার মান এবং সরকারের বেসরকারী ব্যাংকিং উদ্যোগ, একটি মতামত নিরীক্ষা।
- ১৩। Scheduled Banks Statistics- বাংলাদেশ ব্যাংক, এপ্রিল-জুন ২০০৫।
- ১৪। বার্ষিক প্রতিবেদন, ১৯৯৫, ঢাকা ব্যাংক লিমিটেড।
- ১৫। বার্ষিক প্রতিবেদন, ২০০৩, ঢাকা ব্যাংক লিমিটেড।
- ১৬। বার্ষিক প্রতিবেদন ২০০৪, ঢাকা ব্যাংক লিমিটেড।
- ১৭। বার্ষিক প্রতিবেদন ২০০৫, ঢাকা ব্যাংক লিমিটেড।
- ১৮। বাংলাদেশ ব্যাংক বুলেটিন, এপ্রিল-জুন, ২০০৫।
- ১৯। একাডেমিক ক্যালেন্ডার ১৯৯৮, বাংলাদেশ ইনস্টিটিউট অব ব্যাংক ম্যানেজমেন্ট।
- ২০। Economic Trend-2005, পরিসংখ্যান বিভাগ, বাংলাদেশ ব্যাংক, ঢাকা।
- ২১। Steven J. Skinner, Marketing, 2<sup>nd</sup> Edition, Houghton Mifflin Company, 1998.
- ২২। ঢাকা বিশ্ববিদ্যালয় কেন্দ্রীয় লাইব্রেরী।
- ২৩। ব্যবসায় গবেষণায় বুয়রো, ঢাকা বিশ্ববিদ্যালয়।
- ২৪। অডিট রিপোর্ট- ২০০১, স্ট্যান্ডার্ড চার্টার্ড ব্যাংক, অর্থ ও প্রশাসন বিভাগ।

- ২৫। অডিট রিপোর্ট- ২০০২, অর্থ ও প্রশাসন বিভাগ, স্ট্যান্ডার্ড চার্টার্ড ব্যাংক।
- ২৬। অডিট রিপোর্ট- ২০০৩, অর্থ ও প্রশাসন বিভাগ, স্ট্যান্ডার্ড চার্টার্ড ব্যাংক।
- ২৭। অডিট রিপোর্ট- ২০০৪, অর্থ ও প্রশাসন বিভাগ, স্ট্যান্ডার্ড চার্টার্ড ব্যাংক।
- ২৮। অডিট রিপোর্ট- ২০০৫ অর্থ ও প্রশাসন বিভাগ, স্ট্যান্ডার্ড চার্টার্ড ব্যাংক।
- ২৯। Customer Services, Marketing & the Competitive Environment, By Philip Ford, P-132.
- ৩০। Gupta and Gupta, 1989, Business Statistics.
- ৩১। ব্যাংক পরিক্রমা, বিআইবিএম, বিভিন্ন ইস্যু।
- ৩২। Investment Banking & Customer Services, By C.R. Kothari.
- ৩৩। Naresh K. Malhotra 2000, Marketing Research, (Prentice Hall, International Edition).