



මානව සම්පත් අභිවර්ධන ආයතනය

කොළඹ විශ්වවිද්‍යාලය

සේවා කළමනාකරණ විද්‍යාපති උපාධි පාඨමාලාව

MScSM 08 - පර්යේෂණ නිබන්ධනය

පාර්සල් මගින් භාණ්ඩ බෙදාහැරීමේ සේවාව (කුරියර් සේවාව)
සම්බන්ධ සංජානික පාරිභෝගික සේවා ගුණත්ව මට්ටම් පාරිභෝගික
කෘෂ්කිමත්භාවයට හා පාරිභෝගික රැඳියාවට සිදුකරන බලපෑම
අධ්‍යයනය කිරීම.

(ABC කුරියර් ආයතනය ඇසුරින්)

සේවා කළමනාකරණ විද්‍යාපති උපාධි පාඨමාලාවේ අවශ්‍යතා
සම්පූර්ණ කිරීම සඳහා මෙම නිබන්ධනය කොළඹ
විශ්වවිද්‍යාලයේ මානව සම්පත් අභිවර්ධන ආයතනයට
ඉදිරිපත් කරන ලදී.

නම: ආර්.එම්.සී. මධුවන්ති

ලියාපදිංචි අංකය: IHRA/ MScSM (S) /04 /31

විභාග අංකය: MSM /S/ 344

භාරදුන් දිනය: 2019/06/18

පටුන

මාතෘකාව	පිටු අංකය
ප්‍රකාශය	i
පිටුම	iii
ස්තූතිය	iv
පටුන	v
වගු පටුන	ix
රූප සටහන් පටුන	ix
සාරාංශය	x
 පළමු පරිච්ඡේදය : හැඳින්වීම	
1.1 පරිච්ඡේදය හැඳින්වීම	1
1.2 පර්යේෂණයේ පසුබිම	1
1.3 පර්යේෂණයේ වැදගත්කම	2
1.4 පර්යේෂණ ගැටලුව	3
1.5 පර්යේෂණ ප්‍රශ්න	4
1.6 පර්යේෂණ අරමුණ	4
1.7 සංකල්පනාත්මක රාමුව	5
1.8 කල්පිත ගොඩනැගීම	5
1.9 පර්යේෂණයේ සීමා කිරීම	6
1.10 පර්යේෂණ පෙළගැස්ම	6
 දෙවන පරිච්ඡේදය: සාහිත්‍ය විමර්ශනය	
2.1 පරිච්ඡේදය හැඳින්වීම	8



2.2	සේවාව යනු	8
2.2.1	අස්පාශතාවය	9
2.2.2	වෙනස් ක්‍රියාකාරිත්වය	10
2.2.3	වෙනස් කළ නොහැකි බව	10
2.2.4	ගබඩා කර තබා ගත නොහැක	10
2.3	කුරියර් සේවාවේ විකාශය	11
2.3.1	හොඳ කුරියර් සේවාවක් තෝරාගැනීම	17
2.3.2	විනය තුළ කුරියර් සේවාව	19
2.4	සේවා ගුණත්වය	21
2.4.1	සේවාවක ගුණත්වය මනින මිනුම් දඩු	25
2.5	ගුණාත්මක සේවාවට අදාළ පරතරයන්	33
2.6	කුරියර් සේවාව සහ සේවා ගුණත්වය	36
2.7	පාරිභෝගික තෘප්තිය	38
2.7.1	සේවා මත පාරිභෝගික තෘප්තිය	41
2.8	පාරිභෝගික තෘප්තිය හා සේවා ගුණත්වය	42
2.9	පාරිභෝගික රැඳියාව	43
2.10	පාරිභෝගික තෘප්තිය හා පාරිභෝගික රැඳියාව	46
2.11	සේවා ගුණත්වය, පාරිභෝගික තෘප්තිය හා පාරිභෝගික රැඳියාව	49
තුන්වන පරිච්ඡේදය : පර්යේෂණ ක්‍රමවේදය		
3.1	පරිච්ඡේදය හැඳින්වීම	51
3.2	මාතෘකාව සහ එහි වැදගත්කම	51
3.3	පර්යේෂණ ප්‍රවේශය	53



3.4	පර්යේෂණ සැකැස්ම	53
3.5	සංගණනය	53
3.6	නියදිය	54
3.7	දත්ත මූලාශ්‍රයන්	54
3.7.1	ප්‍රාථමික දත්ත රැස් කිරීම	54
3.7.2	ද්විතීයික දත්ත රැස් කිරීම	55
3.8	ප්‍රශ්ණාවලිය නිර්මාණය කිරීම	55
3.9	ප්‍රශ්ණාවලිය පරීක්ෂා කිරීම	58
3.10	දත්ත විශ්ලේෂණය කිරීමේ ක්‍රමය	58
හතරවන පරිච්ඡේදය : දත්ත ඉදිරිපත්කිරීම සහ විශ්ලේෂණය		
4.1	හැඳින්වීම	59
4.2	දත්ත ඉදිරිපත් කිරීම සහ විශ්ලේෂණය සඳහා SPSS භාවිතය	59
4.3	අභ්‍යන්තර අනුකූලතා පරීක්ෂාව (Cronbach's alpha)	59
4.4	නියදිය ව්‍යාප්ත වී ඇති ආකාරය පැහැදිලි කිරීම	60
4.5	විස්තරාත්මක සංඛ්‍යාතය පැහැදිලි කිරීම (Descriptive Statistics)	64
4.6	සේවා ගුණත්වය සහ පාරිභෝගික තෘප්තිය අතර ඇති සම්බන්ධතාවය	67
4.7	පාරිභෝගික තෘප්තිය හා පාරිභෝගික රැදියාව අතර ඇති සම්බන්ධය	68
4.8	සේවා ගුණත්වය හා පාරිභෝගික රැදියාව අතර සම්බන්ධය	69
4.9	පාරිභෝගික තෘප්තිය සේවා ගුණත්වයට හා පාරිභෝගික රැදියාවට අතරමැදි බලපෑමක් ඇති කරයි	70
පස්වන පරිච්ඡේදය : නිර්දේශ සහ නිගමනය		
5.1	පරිච්ඡේදය හැඳින්වීම	72



5.2	නිගමන	72
5.3	කුරියර් සේවාවේ ගුණාත්මකභාවය, පාරිභෝගික තෘප්තිය හා පාරිභෝගික dදියාව ඉහළ නැංවීම සඳහා වන යෝජනා	74
	මූලාශ්‍ර	77
	වෙබ් අඩවි	82
	ඇමුණුම්	
	ඇමුණුම් අංක: 01	
	ප්‍රශ්නාවලිය	83
	ඇමුණුම් අංක: 02	
	අධීක්ෂණ වාර්තාව	87

වගු පටුන

වගු අංක 3.1 - ප්‍රශ්නාවලිය නිර්මාණය කිරීම	56
වගු අංක 4.1 - SPSS අභ්‍යන්තර අනුකූලතා පරීක්ෂා ප්‍රතිපල සාරාංශය	60
වගු අංක 4.2 - ස්ත්‍රී පුරුෂ භාවය අනුව නියතය ව්‍යාප්ත වී ඇති ආකාරය	61
වගු අංක 4.3 - වයස අනුව නියතය ව්‍යාප්ත වී ඇති ආකාරය	61
වගු අංක 4.4 - සේවාව ලබා ගන්නා වාර ගණන අනුව නියතය ව්‍යාප්ත වී ඇති ආකාරය	62
වගු අංක 4.5 - අධ්‍යාපනය අනුව නියතය ව්‍යාප්ත වී ඇති ආකාරය	63
වගු අංක 4.6 - ගෙවීම කරන ක්‍රමය අනුව නියතය ව්‍යාප්ත වී ඇති ආකාරය	63
වගු අංක 4.7 - සේවා ගුණත්ව විචල්‍යත්වයේ විස්තරාත්මක සංඛ්‍යාතය	64
වගු අංක 4.8 - පාරිභෝගික තෘප්තියෙහි විස්තරාත්මක සංඛ්‍යාතය	65
වගු අංක 4.9 - පාරිභෝගික රැඳියාවෙහි විස්තරාත්මක සංඛ්‍යාතය	66
වගු අංක 4.10 - සේවා ගුණත්වය හා තෘප්තිය අතර සම්බන්ධතාවය	67
වගු අංක 4.11 - පාරිභෝගික තෘප්තිය හා පාරිභෝගික රැඳියාව අතර ඇති සම්බන්ධතාවය	68
වගු අංක 4.12 - සේවා ගුණත්වය හා පාරිභෝගික රැඳියාව අතර සම්බන්ධය	69

රූප සටහන් පටුන

රූප සටහන 1.1 - සංකල්පනාත්මක රාමුව	05
රූප සටහන 2.1 - සේවා පරතර ආදර්ශය රාමුව	34

සාරාංශය

තාක්ෂණික දියුණුවත් සමග වර්තමානයේ ව්‍යාපාරික පරිසරය වඩාත් තරගකාරී හා අභියෝගාත්මක ස්වරූපයක් පෙන්වුම් කිරීම දක්නට ලැබේ. ශ්‍රී ලංකාවේ කුරියර් සේවාවට දීර්ඝ ඉතිහාසයක් සහිතයි. කුරියර් සේවාව ඉහත සඳහන් අභියෝග වලට මුහුණ දෙමින් ක්‍රියාත්මක වෙමින් පවතී. සෑම දිනකම නිවසින් නිවසට, ආයතනයෙන් ආයතනයට, කර්මාන්තශාලාවෙන් කර්මාන්තශාලාවට, සේවා ස්ථානයෙන් සේවා ස්ථානයට පියනගමින් තම සේවාව පුහුණු ශ්‍රම බලකායක් මගින් පාරිභෝගිකයා වෙත ලබා දෙමින් සිටී.

කුරියර් සේවාවේ සේවා ගුණත්වය තුළින් පාරිභෝගිකයා තෘප්තිමත් වන්නේදැයි එමගින් පාරිභෝගික රැදියාව ඉහළ යන්නේදැයි අධ්‍යයනය කිරීම මෙම පර්යේෂණය තුළින් පර්යේෂකයා බලාපොරොත්තුවේ. මේ සඳහා අධ්‍යයනයේ පහසුව උදෙසා කුරියර් සේවා ආයතනයේ බස්නාහිර පළාතේ ඇති ශාඛා අතුරින් ශාඛා තුනක් සසම්භාවී නියැදි ක්‍රමයකට තෝරාගෙන ඇත.

ප්‍රාථමික දත්ත රැස් කිරීම සඳහා ලිකර්ට් පරිමාණයේ පස්වැදෑරුම් ප්‍රශ්න ඇතුළත් ප්‍රශ්නාවලියක් භාවිතා කරන ලදී. රැස්කරගත් දත්ත විශ්ලේෂණය සඳහා අභ්‍යන්තර අනුකූලතා පරීක්ෂාව, ප්‍රතිපායන විශ්ලේෂණය, සහසම්බන්ධතා විශ්ලේෂණය හා සෝබල් පරීක්ෂාව සිදුකරන ලදී.

පර්යේෂණයේ සංකල්පනාත්මක රාමුව ගොඩනැගීමේදී Parasuraman ගේ සේවා ගුණත්ව ආකෘතිය යොදා ගන්නා ලදී. ඒ යටතේ ස්පර්ශකතාව, විශ්වාසනීයත්වය, ප්‍රතිචාරාත්මකබව, සහතිකවීම හා සංවේදනය යන විචල්‍යයන් ස්වායත්ත විචල්‍ය ලෙසත් පරායත්ත විචල්‍ය ලෙස පාරිභෝගික රැදියාවන් අතරමැදි විචල්‍ය ලෙස පාරිභෝගික තෘප්තියත් යොදා ගන්නා ලදී.

පර්යේෂණ දත්ත විශ්ලේෂණය තුළින් පාරිභෝගික තෘප්තිය කෙරෙහි සේවා ගුණත්ව සාධක ධනාත්මක බලපෑමක් සිදුකරන බවත්, සේවා ගුණත්වය වර්ධනය කිරීම පාරිභෝගික තෘප්තිය ඉහළ නැංවීම සඳහා බලපාන බවත් සොයා ගන්නා ලදී. තවද පාරිභෝගික තෘප්තිය පාරිභෝගික රැදියාවටද ධනාත්මක බලපෑමක් සිදු කරන බවත් පාරිභෝගික තෘප්තිය වර්ධනය කිරීම පාරිභෝගික රැදියාව ඉහළ නැංවීම සඳහා බලපාන බවත් සොයා ගන්නා ලදී. එපමණක් නොව සේවා ගුණත්වය පාරිභෝගික රැදියාව සමගද ධන සහසම්බන්ධතාවයක් පවතින බවත් පාරිභෝගික තෘප්තිය සේවා

ගුණත්වයට හා පාරිභෝගික රැදියාවට අතරමැදි බලපෑමක් ඇති කරන බවත් සොයා ගන්නා ලදී.

ඒ අනුව ආයතනික අරමුණු ලඟකර ගැනීම සඳහා පාරිභෝගික තෘප්තිය කෙරේ දැඩි අවධානයක් යොමු කළ යුතු බව හඳුනාගන්නා ලදී. පාරිභෝගික තෘප්තිය ඉහළ නැංවීම සඳහා ආයතනික අභ්‍යන්තර භෞතික පහසුකම් වැඩි දියුණු කිරීම මෙන්ම අභ්‍යන්තර කාර්ය මණ්ඩලයේ පුහුණුව හා අභිප්‍රේරණය කිරීම සුදුසු බව හඳුනාගන්නා ලදී. පාරිභෝගික තෘප්තිය ඉහළ නැංවීම සඳහා අවශ්‍ය ක්‍රියාමාර්ග ගැනීම කාලීන අවශ්‍යතාවයක් මෙන්ම තරගකාරීත්වය තුළින් වෙළඳපොළ ජය ගැනීමටත් එතුළින් වෙළඳපොළ කොටස වැඩි කරගැනීමටත් අවශ්‍ය උපාය මාර්ග සකස් කරගැනීම සඳහා ඉහළ කළමනාකාරීත්වයට මෙම තොරතුරු වැදගත් වේ.

ප්‍රධාන වචන: කුරියර් සේවාව, සේවා ගුණත්වය, පාරිභෝගික තෘප්තිමත්භාවය, පාරිභෝගික රැදියාව.

ආර් එම් සී මධුවන්ති.