



बैंकिंग चिंतन-अनुचिंतन विषयसूची

संपादकीय		2
अनुचिंतन		4
साक्षात्कार		6
लेख		
◆ भारतीय बैंकिंग कोड एवं मानक बोर्ड	एस. एस. यादव	10
◆ उत्कृष्ट ग्राहक सेवा-लाभप्रदता की दिशा में सार्थक कदम	सुश्री अंशुप्रिया अग्रवाल	15
◆ बैंकिंग के बदलते परिवेश में ग्राहक सेवा	महेंद्र पाल शर्मा	23
इधर-उधर से	सावित्री सिंह	26
◆ बैंकों में उत्पाद-नवीनताएं	डॉ. सुरेश कुमार	30
◆ भारतीय बैंकों में मानव संसाधन प्रबन्धन	डॉ. नरेंद्र पाल सिंह	33
परिक्रम		40
◆ परिचालन जोखिम और बैंक	विजय प्रकाश श्रीवास्तव	43
पुरस्कृत निबंध	सुबह सिंह यादव	47
◆ पुस्तक समीक्षा		52
◆ केंद्रीय बैंकिंग		56
◆ बैंकिंग		58
लेखकों से/ पाठकों से		60

बैंकर प्रशिक्षण महाविद्यालय द्वारा अब तक प्रकाशित हिन्दी पुस्तकें

- 'जोखिम प्रबंधन - एक विवेचन'***
- 'बैंकों में लाभप्रदता'*
- 'बैंकों में कापोरिट गवर्नेंस'***
- रिटेल बैंकिंग और मार्केटिंग ***
- भारत में भुगतान और निपटान प्रणाली ***

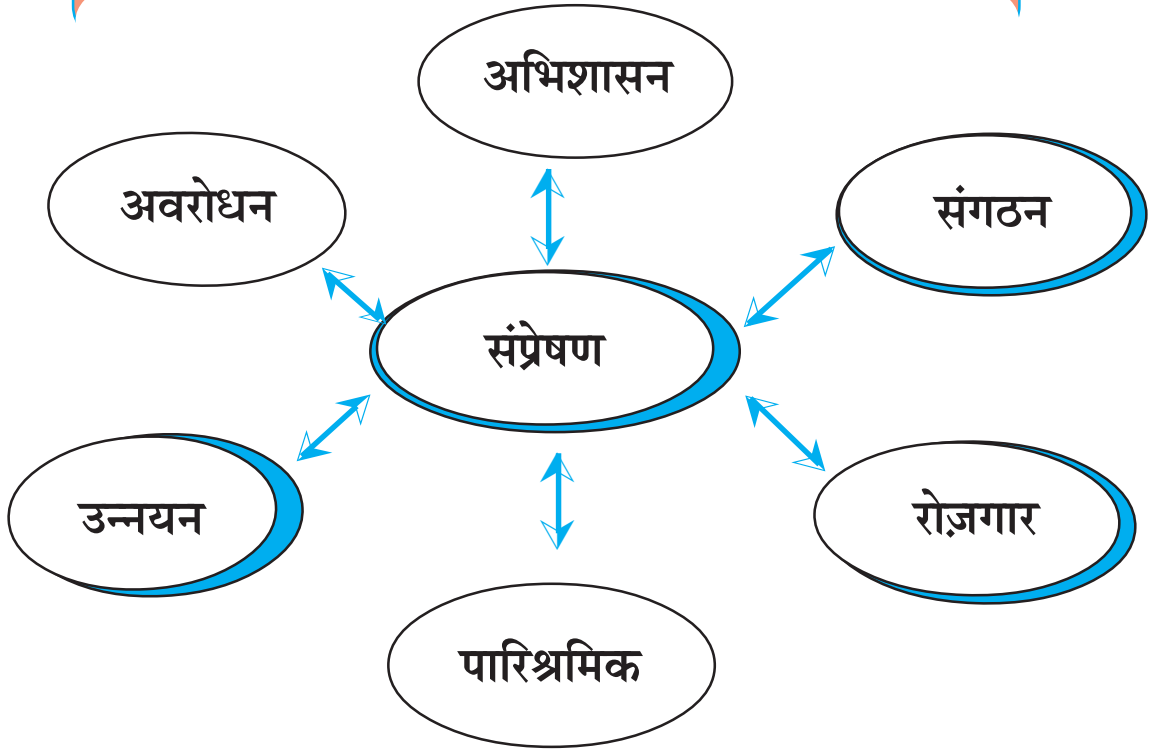
* संस्कार साहित्य माला 7, कृष्णा विहार, टाटा कम्पाउंड, इर्ला ब्रिज, एस. वी. रोड, अंधेरी (प.), मुंबई -401 058 के पास बिक्री हेतु उपलब्ध

** निदेशक रिपोर्ट, समीक्षा और प्रकाशन (बिक्री अनुभाग) आर्थिक विश्लेषण और नीति विभाग, भारिबैंक, अमर भवन, फोर्ट, मुंबई - 400 001 एवं बैंकर प्रशिक्षण महाविद्यालय में बिक्री हेतु उपलब्ध

*** आधार प्रकाशन प्रा. लि. एस. सी एफ. 267, सेक्टर 16, पंचकूला, 134 113 (हरियाणा) में बिक्री हेतु उपलब्ध

इस अंक के प्रकाशन में बैंकर प्रशिक्षण महाविद्यालय के उप महाप्रबंधक एवं संकाय-सदस्य श्री ब्रिजेश कुमार और राजभाषा कक्ष से सम्बद्ध श्रीमती नीतू जाधव का सहयोग प्राप्त हुआ।

मानव संसाधन -विविध आयाम



समाज



संपादक - मंडल

प्रबंध संपादक

डॉ. (श्रीमती) दीपाली पंत जोशी

मुख्य महाप्रबंधक, भारतीय रिज़र्व बैंक, मुंबई

सदस्य

ए. के. षडगी

महाप्रबंधक, भारतीय रिज़र्व बैंक, मुंबई

रूपम मिश्र

महाप्रबंधक, भारतीय रिज़र्व बैंक, मुंबई

डॉ. रमाकांत शर्मा

महाप्रबंधक, भारतीय रिज़र्व बैंक, मुंबई

सूरज प्रकाश

सहायक महाप्रबंधक (राजभाषा)
कृषि बैंकिंग महाविद्यालय, पुणे



प्रभुता व्यास

वरिष्ठ उपाध्यक्ष, भारतीय बैंक संघ, मुंबई

डॉ. सुरेश कुमार

उप महाप्रबंधक (राजभाषा),
भारतीय स्टेट बैंक, मुंबई

डॉ. दामोदर खडसे

सहायक महाप्रबंधक (राजभाषा)
बैंक ऑफ महाराष्ट्र

डॉ. गजेंद्र कुमार

सहायक महाप्रबंधक (राजभाषा)
इलाहाबाद बैंक

कार्यकारी संपादक

पुष्प कुमार शर्मा

उप महाप्रबंधक, भारतीय रिज़र्व बैंक, मुंबई

सदस्य-सचिव

के. सी. मालपानी

सहायक प्रबंधक (राजभाषा)

बैंकर प्रशिक्षण महाविद्यालय

भारतीय रिज़र्व बैंक, वीर सावरकर मार्ग
दादर (पश्चिम), मुंबई - 400 028.

इस पत्रिका में प्रकाशित लेखों में दिये गये विचार संबंधित लेखकों के हैं। यह आवश्यक नहीं है कि भारतीय रिज़र्व बैंक अथवा बैंकर प्रशिक्षण महाविद्यालय उन विचारों से सहमत हों। इसमें प्रकाशित सामग्री को उद्धृत करने पर बैंकर प्रशिक्षण महाविद्यालय को कोई आपत्ति नहीं है बशर्ते स्रोत का उल्लेख किया गया हो।

डॉ. श्रीमती दीपाली पंत जोशी द्वारा बैंकर प्रशिक्षण महाविद्यालय, भारतीय रिज़र्व बैंक, वीर सावरकर मार्ग, दादर (पश्चिम), मुंबई - 400 028 के लिए संपादित और प्रकाशित तथा मयूर ट्रेडिंग कॉरपोरेशन, मुंबई - 400 001 में मुद्रित।

इंटरनेट <http://www.rbi.org.in/hindi> पर भी उपलब्ध।

E mail : btcrajibhasha@rbi.org.in फोन : 24381255 फैक्स नं. - 2430 3882

मुखपृष्ठ : सुधाकर वरवडेकर



चिन्तन

संपादकीय



प्रिय पाठको,

सर्वे भवन्तु सुखिनः, सर्वे सन्तु निरामयाः।
सर्वे भद्राणि पशन्तु, मा कश्चित् दुःख भाग्भवेत् ॥

सभी प्राणी सुखी रहें, सभी स्वस्थ रहें, सभी खुशहाल और समृद्ध रहें और किसी को भी कोई कष्ट न रहे ऐसी कामना भारतीय मनीषियों द्वारा हजारों वर्ष पहले से ही विश्व के प्राणी मात्र के कल्याण के लिए की जाती रही है। स्वतंत्रता प्राप्ति के पश्चात हमारे संविधान निर्माताओं ने देश को 'कल्याणकारी-राज्य' घोषित कर इसके सर्वतोमुखी विकास के लिए समाजवादी अर्थव्यवस्था का मार्ग चुना और समाज के सभी वर्गों को साथ लेकर आगे बढ़ने का स्वप्न देखा। विकास को राष्ट्रीय प्राथमिकता देते हुए सन 1969 में 14 बड़े वाणिज्यिक बैंकों और 1980 में अन्य बैंकों के राष्ट्रीयकरण के पश्चात इस स्वप्न को साकार करने के लिए कई नवोन्मेषी योजनाएं प्रारंभ की गयीं। ऋण आवश्यकताओं की पूर्ति तथा समाज के ग्रामीण लोगों को अधिकाधिक बैंकिंग सुविधा उपलब्ध कराये जाने के लक्ष्य को ध्यान में रखकर सन 1975 में क्षेत्रीय ग्रामीण बैंकों की भी शुरुआत की गई। 1980 के दशक में आरंभ किए गए आर्थिक सुधारों, निजी क्षेत्र के बैंकों के आगमन तथा सूचना प्रौद्योगिकी के क्षेत्र में आये क्रांतिकारी बदलावों ने बैंकिंग जगत में कोर बैंकिंग, इंटरनेट बैंकिंग, 24 x 7 बैंकिंग, रिटेल बैंकिंग, कार्ड बैंकिंग के चलन तथा ईसीएस, ईएफटी, आरटीजीएस जैसी नवीन भुगतान एवं निपटान प्रणालियों को अपनाकर बैंकिंग की परिभाषा को ही नये सिरे से गढ़ दिया और बैंकिंग सुविधाएं जनसंख्या के सभी वर्गों तक पहुंचाने के निरंतर प्रयास आज भी जारी हैं।

आज भी देश की लगभग 40 प्रतिशत जनसंख्या (कम आय वाली) बैंक खातों और कम लागत वाले ऋणों जैसे मुख्यधारा के विशेष उत्पादों से वंचित हैं क्योंकि उनके पास स्वामित्व की कोई धरोहर नहीं है। भारतीय रिज़र्व बैंक समाज के अभावग्रस्त और कम आय वाले बहुत बड़े वर्ग तक उनके द्वारा वहन की जा सकने वाली लागत पर बिना किसी भेदभाव के बैंकिंग और भुगतान सेवाएं पहुंचाये जाने हेतु निरंतर प्रयत्नशील है ताकि वित्तीय समावेशन के माध्यम से उनकी आर्थिक स्थिति और जीवन स्तर को ऊंचा उठाया जा सके। वित्तीय समावेशन के अंतर्गत रिज़र्व बैंक ने बैंकों को निर्दिष्ट किया है कि वे 'नोफ्रिल्स' खाते (शून्य शेष खाते) की सुविधा उपलब्ध करवाएं जिसे खोलने के लिए धनराशि अपेक्षित नहीं हो या फिर न्यूनतम धनराशि अपेक्षित हो और सेवाओं का शुल्क भी इतना कम हो कि ऐसे खाते जनसंख्या के बहुत बड़े हिस्से के लिए सुलभ हो सकें। इस प्रकार के खाते खोलने के लिए 'केवायसी' प्रक्रिया को भी सरल किया जाए, ताकि अल्प आय वर्ग को नया खाता खोलने में कोई असुविधा नहीं हो। साथ ही क्षेत्रीय ग्रामीण बैंकों को सूचित किया गया है कि वे 'नो फ्रिल्स' खातों में बिना किसी समर्थनकारी जमानत का आग्रह किए सीमित धनराशि की ओवरड्राफ्ट सुविधा भी दें। सभी राज्य स्तरीय बैंक समिति के संयोजक बैंकों को भी सूचित किया गया है कि वे अपने राज्य /संघशासित प्रदेश में कम-से-कम एक ऐसा जिला चिह्नित करें जिसे शत-प्रतिशत

वित्तीय समावेशन के अंतर्गत लाया जा सके। बैंकों को उनकी ग्रामीण और अर्ध शहरी शाखाओं में अविनियमित ब्याज दरों पर 25,000 रुपए तक के चक्रीय ऋण के स्वरूप में सामान्य प्रयोजनीय क्रेडिट कार्ड सुविधा शुरू करने पर विचार करने को भी कहा गया है जिसके लिए प्रतिभूति या प्रयोजन पर बल न दिया जाए। बैंकों को इस आशय के दिशा-निर्देश भी जारी किए गए हैं कि वे व्यापार प्रदाता (बिजनेस फैसिलीटेटर) एवं व्यापार प्रतिनिधि (बिजनेस कारस्पोंडेन्ट) मॉडल का सहारा लेते हुए अपनी पहुंच के दायरे को अधिक विस्तृत करें। रिज़र्व बैंक के सोच का केंद्र बिंदु आम आदमी ही है। देश के केंद्रीय बैंक के रूप में रिज़र्व बैंक का दायित्व जन सामान्य के प्रति और भी बढ़ जाता है और इसे निभाने के लिए रिज़र्व बैंक निरंतर प्रयत्नशील रहा है। हमारा तो यही मानना है कि :



**कबीर खड़ा बाज़ार में मांगे सबकी खैर ।
ना काहू से दोस्ती ना काहू से बैर ॥**

अनुचिंतन

ग्रामीण और विकासोन्मुख बैंकिंग विशेषांक के प्रकाशन के साथ ही आपकी प्रिय पत्रिका अपने बीसवें वर्ष में प्रवेश कर गयी है। पत्रिका की सफलता के लिए हम इसके पाठक एवं लेखक वर्ग के साथ-साथ सभी अन्य सहयोगियों के भी अत्यंत आभारी हैं जिनके सहयोग से ही हम वित्तीय साक्षरता की इस ज्ञान ज्योति को निरंतर प्रज्वलित रख पाने में सफल हो पाये। प्रस्तुत अंक में जहां एक ओर आप 'उत्कृष्ट ग्राहक सेवा' पर महत्वपूर्ण सामग्री को पायेंगे तो वहीं दूसरी ओर आपको ग्राहकों के हित संवर्धन हेतु हाल ही में उठाये गए एक सशक्त कदम 'भारतीय बैंकिंग कोड एवं मानक बोर्ड' की स्थापना एवं आदर्श आचार संहिता की जानकारी भी मिलेगी। इस बार साक्षात्कार में आपकी भेंट होगी युनाइटेड बैंक ऑफ इंडिया के अध्यक्ष एवं प्रबंध निदेशक श्री पी. के. गुप्ता जी से जो डायनैमिक विचारधारा वाले बैंकर होने के साथ-साथ एक कवि और साहित्यकार भी हैं। परिक्रमा में इस बार हम आपको ले चलेंगे युनाइटेड बैंक ऑफ इंडिया के ही कोलकाता स्थित केंद्रीय प्रशिक्षण संस्थान में जो प्रतीक है ऐतिहासिक धरोहर, ज्ञान रूपी गंगा और आधुनिक सुख-सुविधाओं के अनूठे त्रिवेणी संगम का। आशा है, हमेशा की तरह यह अंक भी आपको पसंद आयेगा। आपकी प्रतिक्रियाएं ही हमें निरंतर आगे बढ़ते रहने का सम्बल प्रदान करती हैं, अतः इनकी प्रतीक्षा रहेगी। अस्तु,
सादर

दीपाली पंत जोशी
(डॉ. दीपाली पंत जोशी)

अनुचिंतन



बैंकिंग चिंतन-अनुचिंतन का (अक्टूबर-दिसंबर 2007) ग्रामीण और विकासोन्मुख बैंकिंग विशेषांक प्राप्त हुआ। पत्रिका के संपादकीय में व्यक्त विचार सारगर्भित एवं उपयोगी हैं। 'साक्षात्कार' के अंतर्गत बैंक ऑफ महाराष्ट्र के अध्यक्ष एवं प्रबंध निदेशक श्री एम. डी. मल्या से की गई बातचीत पत्रिका का प्रमुख आकर्षण है। इसके अतिरिक्त 'ग्रामीण विकास में बैंकों की भूमिका', 'ग्रामीण विकास और सहकारिता: नई चुनौतियां और समाधान', 'ग्रामीण बैंकिंग और बैंक एश्योरेंस', 'ग्रामीण वित्त प्रबंधन एवं विकास में सहायक किसान क्रेडिट कार्ड योजना' जैसे लेखों के माध्यम से अत्यंत उपयोगी एवं सामयिक जानकारी प्रदान की गई है। बैंकों के लिए यह पत्रिका हर तरह से उपयोगी है।

डी. वसुंधरा कृष्णमूर्ति

प्राचार्य,

सर सोराबजी पोचखानवाला बैंकर प्रशिक्षण महाविद्यालय
विलेपार्ले (प.), मुंबई

बैंकिंग चिंतन-अनुचिंतन का जुलाई-सितंबर 2007 का अंक पढ़ा। डॉ. दीपाली पंत जोशी जी का सम्पादकीय आलेख वास्तव में प्रेरणादायक है। उन्होंने पुरुषार्थ का चिंतन कर सही मायने में अर्जन, पोषण और उदारता की सोच की तरफ पुनर्जागृति कर कर्म की ओर प्रेरित किया है।

प्रो. मो. यूनस जी के स्वप्न को साकार रूप देने हेतु एवं उनके मार्ग का अनुसरण करने योग्य न होते हुए भी अपने पूर्ण प्रयास से उनके दर्शन में आंशिक भागीदारी की कोशिश हेतु संकल्पित हुई।

स्टेट बैंक ऑफ हैदराबाद के प्रबन्ध निदेशक श्री अमिताभ गुहा से साक्षात्कार कराकर श्री पुष्प कुमार शर्मा जी ने अनुयायी जीवन का मन बनाने को अग्रसर किया एवं श्री शर्मा जी द्वारा वर्णित ग्रामीण बैंकों की उपलब्धि 'कौन कहता है..... उछाल' मन में कुछ करने हेतु उल्लास भरने हेतु न केवल पर्याप्त है बल्कि मार्ग निर्देशक भी है।

संपूर्ण पत्रिका के लेखकों की सविस्तार उत्कृष्टता को उल्लेखित करने हेतु शायद पंक्तियां तो क्या पृष्ठ भी कम पड़ सकते हैं।

प्रतिभा रॉय

लिपिक सह खजंची

रानी लक्ष्मी बाई क्षेत्रीय ग्रामीण बैंक, झांसी

इस पत्रिका में बैंकिंग क्षेत्र की विस्तृत जानकारी उपलब्ध है। इससे पाठकों के बैंकिंग क्षेत्र व सरकार की योजनाओं में बैंकों की भूमिका का ज्ञान प्राप्त होता है। इस पत्रिका द्वारा पाठकों को उच्च कोटि का हिंदी साहित्य प्राप्त हो रहा है। यह पत्रिका एक मूक भाषा-पत्रिका के सजीव चित्रण का भान कराती है।

प्रमोद कुमार

उप प्रबंधक

पंजाब नेशनल बैंक, गाज़ियाबाद

बैंकिंग चिंतन-अनुचिंतन का जुलाई-सितंबर 2007 का अंक प्राप्त हुआ। बैंकिंग विषय पर हिंदी में उत्कृष्ट रचनाएं उपलब्ध कराने की दिशा में आपका सतत प्रयास सर्वथा प्रशंसनीय और मेरे जैसे नवागत बैंककर्मियों के लिए प्रेरणा का स्रोत है। संत कबीर की दार्शनिक सोच को आपने बेहद सरलता के साथ संपादकीय के माध्यम से प्रस्तुत किया है। प्रो. मोहम्मद यूनस के नोबल व्याख्यान ने इस अंक को संग्रहणीय बना दिया है। विदेशी मुद्रा भंडार विषयक श्री विनय बंसल का आलेख अत्यंत उपयोगी तथा प्रासंगिक लगा। समय प्रबंधन के संदर्भ में श्रीमती सावित्री सिंह की रचना भी वर्तमान दौर में युक्तिसंगत है, जो व्यावहारिक बिन्दुओं को सहजता के साथ प्रस्तुत करती है।

अमर नाथ

राजभाषा अधिकारी

यूको बैंक,

अंचल कार्यालय, गुवाहाटी

आपके सौजन्य से आपके प्रशिक्षण महाविद्यालय की सुंदर एवं प्रतिष्ठित पत्रिका 'बैंकिंग चिंतन-अनुचिंतन' का जुलाई-सितंबर 2007 अंक मिला।

इस अंक को देखकर प्रसन्नता हुई। आप लोगों ने पत्रिका का उत्कृष्ट स्तर बनाए रखा है। शुरु में ही आपका सम्पादकीय प्रभावित करता है। श्री पुष्प कुमार द्वारा प्रस्तुत स्टेट बैंक ऑफ हैदराबाद के प्रबन्ध निदेशक श्री गुहा का साक्षात्कार कई जानकारियां देता है। श्रीमती सावित्री सिंह का 'कार्यालयीन समय की बचत: कार्यालयीन समय प्रबंधन' विषय पर लेख भी अच्छा लगा।

☉ **कृष्ण कुमार ग्रोवर**
पूर्व सचिव, संसदीय राजभाषा समिति

बैंकिंग चिंतन-अनुचिंतन का जुलाई-सितंबर 2007 का अंक अचानक हाथ आया, पढ़ना रोक नहीं पाया और सम्पूर्ण पत्रिका एक ही बैठक में पढ़ ली। इतनी पठनीय, परन्तु बोर न करने वाली सामग्री आपने एक बैंकिंग पत्रिका में दी है। यह बहुत ही आश्चर्य की बात है। इसके लिये समस्त संपादक मंडल बधाई का पात्र है और श्रीमती दीपाली पंत जोशी का संपादकीय तो सोने पे सुहागा है। उनकी इस सोच से समाज में जागृत रहकर हमने समाज से जो कुछ हासिल किया है उसका कुछ अंश अपने समाज को सुधारने में कर सकने की ललक स्पष्ट रूप से दिखती है। यह सोच बैंक कर्मचारी- अधिकारी आत्मसात कर के कार्य करें तो उन्हें आत्मसंतुष्टि तो मिलेगी ही, परंतु वंचितों को बहुत लाभ होगा। अतः श्रीमती दीपाली पंत जोशी को बहुत - बहुत साधुवाद एवम् ऐसी ही धनात्मक सोच वाले स्टेट बैंक ऑफ हैदराबाद के प्रबंध निदेशक श्री अमिताभ गुहा को भी साधुवाद जिनके साक्षात्कार से हम बैंकरों को कुछ करने की प्रेरणा मिलती है।

☉ **प्रमोद मेश्राम**
स्टेट बैंक ऑफ इंदौर, इंदौर

बैंकिंग चिंतन-अनुचिंतन के बीसवें वर्ष में प्रवेश हेतु हार्दिक अभिनंदन। पत्रिका का ग्रामीण और विकासोन्मुख बैंकिंग विशेषांक प्राप्त हुआ। अंक का मुखपृष्ठ विषयानुकूल है। ग्रामीण बैंकिंग के विकास में लघु उद्योगों की भूमिका लेख अच्छा लगा। अथ से इति तक अंक आकर्षक और जानकारी पूर्ण है।

इस चिंतन पूर्ण अंक हेतु संपूर्ण संपादकीय मंडल को बधाई।

☉ **सी. सी. मित्रा**
क्षेत्रीय निदेशक

भारतीय रिज़र्व बैंक, नागपुर

बैंकिंग पर व्यावसायिक जर्नल बैंकिंग चिंतन-अनुचिंतन के बीसवें वर्ष में पदार्पण के लिए इस प्रकाशन से जुड़े सभी

व्यक्तियों का मैं हार्दिक अभिनंदन करता हूं।

मैं बैंकिंग चिंतन-अनुचिंतन के अंकों का अवलोकन करता हूं। इसमें प्रकाशित जानकारीपूर्ण लेख बैंकिंग क्षेत्र के विविध आयामों को रेखांकित करते हैं।

ग्रामीण और विकासोन्मुख बैंकिंग विशेषांक में प्रकाशित लेखों के विषय से ही सारगर्भिता स्पष्ट हो जाती है। बैंकिंग पर यह व्यावसायिक जर्नल बैंकिंग जगत में एक अनूठा उदाहरण प्रस्तुत करती है।

☉ **जी. जगमोहन राव**
क्षेत्रीय निदेशक, उड़ीसा
भारतीय रिज़र्व बैंक

बैंकिंग चिंतन-अनुचिंतन के बीसवें वर्ष के प्रथमांक के रूप में प्रकाशित 'ग्रामीण और विकासोन्मुख विशेषांक' (अक्टूबर-दिसंबर 2007 अंक) प्राप्त हुआ। इस प्रयास के लिए आपको मेरी हार्दिक बधाई। विषय अत्यंत प्रासंगिक है। इस विषय से संबंधित लेखों के साथ एक विशेषांक प्रकाशित करने के लिए बैंकर प्रशिक्षण महाविद्यालय और पत्रिका का संपादक मंडल भी बधाई के पात्र है।

पत्रिका की सामग्री स्तरीय और ज्ञानवर्धक है।

☉ **सुमा वर्मा**
क्षेत्रीय निदेशक, आन्ध्र प्रदेश
भारतीय रिज़र्व बैंक

पत्रिका के बीसवें वर्ष में प्रवेश पर आपको हार्दिक शुभकामनाएं। यह पत्रिका बैंकिंग से जुड़े विषयों पर हिन्दी में स्तरीय सामग्री अपने पाठकों को प्रदान कर रही है। इसमें विषयों के साथ-साथ भाषा का जो उत्कृष्ट प्रयोग पढ़ने को मिलता है वह प्रशंसनीय होने के साथ-साथ अनुकरण योग्य भी है।

☉ **बी. पी. विजयेन्द्र**
क्षेत्रीय निदेशक, राजस्थान
भारतीय रिज़र्व बैंक

यदि आप डिज़र्व करते हैं तो मिलेगा जरूर !



बैंकिंग चिंतन-अनुचिंतन के साक्षात्कार स्तम्भ की महत्ता इस बात से समझी जा सकती है कि युनाइटेड बैंक ऑफ इंडिया के अध्यक्ष ने आधे घंटे के समय से प्रारंभ किया अपना साक्षात्कार पूरे दो घंटे में पूरा किया क्योंकि वे इस स्तम्भ की सफलता को समझ रहे थे। उन्होंने अपने विचारों को भी उतनी ही सहजता से हमारे साथ बांटा। यही इस स्तम्भ की विशेषता है कि बैंकों के अध्यक्ष भी इस बात से सहमत हैं कि पाठकों से सीधे जुड़ने का यह बहुत ही सशक्त माध्यम है।

इस बार आपकी मुलाकात हो रही है युनाइटेड बैंक ऑफ इंडिया के डायनेमिक व्यक्तित्व वाले अध्यक्ष एवं प्रबंध निदेशक श्री से। श्री गुप्ता ने एम. कॉम., एलएलबी की पढ़ाई के बाद वर्ष 1971 में पंजाब नेशनल बैंक से अपने बैंकिंग कैरियर की शुरुआत की और वहां लगभग 30 वर्षों तक की सेवा अलग-अलग पदों पर की। बाद में श्री गुप्ता जी ने वर्ष 2001 से कार्पोरेशन बैंक के कार्यपालक निदेशक के रूप में कार्य किया और वर्ष 2004 में राष्ट्रीय आवास बैंक के अध्यक्ष एवं प्रबंध निदेशक बने। वर्ष 2006 से वे युनाइटेड बैंक ऑफ इंडिया के अध्यक्ष एवं प्रबंध निदेशक के रूप में कार्यरत हैं। अलग-अलग स्तरों के अनुभवों की विविधता वाले श्री गुप्ता जी मन से कवि हैं और सहजता में विश्वास करते हैं- दो टूक बातों में विश्वास करते हैं- आइये उनसे जानें उनके विचार

- ⦿ सर, आपने 1971 से अपना बैंकिंग कैरियर शुरू किया और आज एक चेयरमैन के रूप में आप हैं, कैसी लगती है यह बैंकिंग यात्रा?
- ◆ अच्छी शुरुआत की आपने- हां- अपने इतिहास में झांकना या पीछे मुड़कर देखना जिसे हम डाउन मेमोरी लेन भी कहते हैं - एक रोमांचक अनुभव है। जब मैंने अपनी बैंकिंग यात्रा पीएनबी से शुरू की थी - तब से लेकर आज तक बैंकिंग में डायनेमिक परिवर्तन आये हैं.. पहले बैंकिंग सेक्टर में प्रायोरेटी सेक्टर की बात होती थी, एम्प्लॉयमेंट जनरेट करने की बात होती थी .. समाज की बात होती थी - पर उस वक्त प्रोफेटेबिलिटी- प्राथमिकताओं में सबसे नीचे की सीढ़ी पर होती थी जबकि आज प्रोफेटेबिलिटी - पहली सीढ़ी पर है- सब कुछ लाभ से जुड़ा हुआ है- वास्तव में देखा जाए तो आर्थिक सुधारों के बाद बैंकिंग में बहुत ही ज्यादा परिवर्तन देखने को मिले - आज स्पर्धा आ गयी है - बैंकिंग पूरी तरह से मार्केट ओरियन्टेड हो गयी है - अब हम मार्केट की बात करते हैं, टेक्नॉलॉजी की बात करते हैं, एचआरडी की बातें करते हैं, रिस्क मैनेजमेंट की बात करते हैं। आप कह सकते हैं डायनेमिक चेंजेस आये हैं- सो मेरी वर्ष 1971 से शुरू हुई यात्रा में ये बेसिक परिवर्तन देखें हैं मैंने।
- ⦿ पर जब आपने बैंकिंग ज्वाइन की - क्या उस समय सोचा था कि कभी किसी बैंक के चेयरमैन भी बनेंगे।
- ◆ नहीं - उस समय ऐसा सपना नहीं देखा- जिस तरह का माहौल था, तब बस यही लगा कि डीजीएम तक पहुंच जायेंगे .. पर एक बात थी, मैं अपने काम के प्रति बहुत

गंभीर था - कमिटेड था और आपको आश्चर्य होगा कि सात साल में मुझे चार प्रमोशन मिले - मुझे लगा कि मेरी मेहनत को पहचान मिल रही है और मैं ज्यादा मेहनत से जुट गया।

⊙ *तब तो चेयरमैन बनने का ड्रीम देखा होगा -*

◆ देखिये, आप क्या सुनना चाह रहे हैं- वो आप ही जाने पर मैं मानता हूँ कि इन्सान के गोल या लक्ष्य बदलते रहते हैं, एक हासिल होता है तो दूसरा गोल तय हो जाता है- जैसी परिस्थितियाँ बनती हैं वैसे आपके लक्ष्य बदलते रहते हैं। हम सभी जानते हैं कि जीवन एक यात्रा है - और इस यात्रा में एक स्टेशन नहीं हो सकता - यात्रा जितनी आगे बढ़ती है - स्टेशन बदलते रहते हैं। वैसे ही जीवन में होता है उम्र के साथ-साथ अनुभवों के साथ-साथ लक्ष्य बदलते रहते हैं, सपने बदलते रहते हैं। अरे भई ऐसा होगा तभी तो हम एक्टिव बने रहेंगे - हैं ना, वर्ष 1981 में मेरी आंखों में यह सपना आया कि मैं चेयरमैन भी बन सकता हूँ और देखिये बन भी गया। इसलिये यह भी कहता हूँ कि कुछ बनने के लिये सपने भी होने चाहिये - जैसा हम सपना देखेंगे - वैसे बन जायेंगे।

⊙ *तो यही कारण है कि आपने यूबीआई के लिये एक विज्ञान बनाया है एक सपना बनाया है।*

◆ सही कहा आपने- हमारा बैंक जिस दौर से गुजरा - वो सभी जानते हैं पर हमने अपने आपसे कहा कि हमें डायनेमिक बनना है, टेक्नॉलॉजी सेवी होना है, कस्टमर सेन्ट्रिक होना है, प्रोग्रेसिव होना है और फायनेन्सियल साउंड होना है- यही है हमारा विज्ञान डॉक्यूमेंट- जून 2007 में हमने बाकायदा इसकी नींव रखी .. मैं यह मानता हूँ कि ऐतिहासिक परिप्रेक्ष्य में हमें भविष्य में क्या बनना है उसकी तैयारी वर्तमान में ही करनी होगी - फ्यूचर के टारगेट्स के लिये हमारे प्रेजेन्ट एक्शन का विचार होना चाहिये। .. मैं आपको बताना चाहता हूँ कि मैंने विज्ञान केवल सिद्धांत ही नहीं बनाया, केवल एक कागज़ी दस्तावेज़ नहीं बनाया - बल्कि इसे, इसकी पूरी भावनाओं के साथ ही बैंक के हर कर्मचारी तक पहुंचाया - और यह एहसास कराया कि हमें अपने बैंक को ऐसा बनाना होगा

तब ही हम कुछ कर पायेंगे। मैंने अपने स्तर पर हर कर्मचारी को पत्र लिखा - विज्ञान के हर पहलू को समझाया .. सच कहूँ तो मैंने विज्ञान स्टेटमेंट को एक्वयरेन्स क्रियेट करने का माध्यम बनाया, स्ट्रक्चर्ड वे में इसका प्रचार किया .. हमारी रोजमर्रा की गतिविधियों का अंग बनाया - ऑन - गोईंग बेसिस पर इसे लागू किया - कारपोरेट प्लान का हिस्सा बनाया, यही कारण है कि मेरे कर्मचारियों ने इसे पूरी तरह समझा - और जैसे कि उम्मीद थी - उसका बहुत असर हुआ।

⊙ *फीड बैंक क्या रहा?*

◆ उत्साहवर्धक। हम सबके बीच कॉमन शेयरिंग के रूप में विज्ञान स्टेटमेंट रहा। आप कह सकते हैं कि इट हैज चेंज दी मूड ऑफ़ इच एण्ड एवेरी एम्पलॉई .. और क्या चाहिये। वर्तमान और भविष्य की चुनौतियों का सामना करने के लिये हमारा कॉमन हथियार बन गया। इसे आदर्श मानकर - हर कर्मचारी ने अपनी प्रतिबद्धता दर्शायी.. हमें एक साथ जोड़ने का माध्यम बनाया। इसने हमें बताया कि क्या हमें पाना है और क्या हमें करना है .. मैं चाहूंगा कि आप भी हमारे विज्ञान को देखें, समझें और समझायें।

⊙ *आपने सर, चुनौतियों की बात की ... क्या आज की बदलती परिस्थितियों में आपका यूबीआई तैयार है।*

◆ बेशक, हम पूरी तरह से तैयार हैं .. और यह मैं ऐसे ही नहीं कह रहा हूँ, हमारी 268 शाखाओं में सीबीएस लागू हो गया - अर्थात् हमारा लगभग 60 प्रतिशत कारोबार उसमें जुड़ गया है और हम मार्च के अंत तक अपने दो-तिहाई कारोबार को सीबीएस से जोड़ देंगे - टेक्नॉलॉजी के स्तर पर हम पूरी तरह से तैयार हैं- और दूसरी तरफ वर्ष 2009 की अपेक्षाओं भी हम पूरी करने को तैयार हैं भले ही वो कैपिटल एडीक्यूसी की बात हो या फिर रिस्क मैनेजमेंट की बात यूबीआई पूरी तरह से तैयार है। दूसरी तरफ, हमारी सामाजिक प्रतिबद्धता भी उतनी ही ज्यादा है। हम सेल्फ हेल्प ग्रुप के साथ भी जुड़े हैं तो ग्रामीण विकास से भी उतने ही जुड़े हैं, हमने ट्रस्ट बनाया है .. ग्रामीण रोजगार की बात हो या फिर रूरल सेल्फ एम्प्लॉयमेंट की बात हो हम एक-एक जिले के साथ आगे बढ़ रहे हैं। हमने

24परगना से शुरूआत की है और आपको बता दें कि हमे रिस्पॉन्स भी बहुत बढ़िया मिल रहा है। फायनेंसियल इन्क्ल्यूजन के साथ साथ हमने फायनेंसियल एडुकेशन का भी बराबर ध्यान रखा है- और क्यों न रखें, वे ही हमारे भावी कस्टमर हैं।

हमारा क्रेडिट काउंसिलिंग का काम बड़ी हेल्प करता है, हम कस्टमर को यह बताते हैं कि कौन सा प्रोडक्ट उनके लिये बढ़िया है और कैसे है - सच कहूँ तो हम उनकी मांग के अनुसार भी प्रोडक्ट लाते हैं।

⊙ *सर, हम फिर बात करते हैं - आपकी अपनी व्यक्तिगत बातें- जिंदगी में ऐसी कोई घटना या बात याद आती है जो आप की जिंदगी का टर्निंग पॉइंट बन गयी हो।*

◆ हँ.. हँ .. वैसे तो जिंदगी का हर कदम एक पाठ सिखाता है पर मुझे वो चीजें याद है जिन्होंने मुझे पूरी तरह से बदलकर रख दिया .. मेरा स्वभाव आज की तुलना में उन दिनों बहुत ही भिन्न था, उग्र कह लें या आक्रामक या कुछ और पर एक बार मैं घूमने गया था कन्याकुमारी - वहां विवेकानंद स्मारक गया और वहां स्वामी विवेकानंद की दो पंक्तियां पढ़ने को मिली कि यदि आप डिज़र्व करते हैं तो दुनिया की कोई ताकत उसे रोक नहीं सकती .. मुझे एक दिशा मिली, एक सोच मिली मुझे लगा कि हम क्यों परेशान होते हैं, आक्रामक क्यों होते हैं अगर हम मेहनत सही कर रहे हैं, सोच सही है और डिज़र्व करते हैं तो हमारा हमें मिलना ही है, बस वह मेरी जिंदगी का एक मोड़ साबित हुआ- मैंने उस पंक्ति को अपनी जिंदगी का फलसफा बना लिया।

⊙ *और दूसरी बात ...*

◆ बता रहा हूँ - मैंने दिल्ली में 'विपश्यना' का 10 दिन का शिविर एटेन्ड किया और पता नहीं - मेरे भीतर मानसिक आध्यात्मिक और विचारों के स्तर पर ऐसा परिवर्तन हुआ कि मेरे आसपास के लोग - यहां तक कि मेरी पत्नी को भी मेरे परिवर्तन पर आश्चर्य हुआ- मैं क्या था और क्या हो गया- मेरी सोच बिल्कुल बदल गयी - मेरे भीतर की नेगेटिविटी खत्म हो गयी, पोजिटिव एटीट्यूड आ गया और द्वेष तो पूरी तरह से समाप्त हो गया - समता का भाव

आ गया .. मैं संबंधों को निरपेक्ष ढंग से देखने लगा- मैं यह कहता कि हम किसी से क्यूँ द्वेष करें - सब तो परिस्थिति के शिकार हैं .. सबकी अपनी अपनी मजबूरी है। आपको मेरी बात फिलासाफिकल लगती होगी पर मेरी जिंदगी बदल गयी, आज तनाव रहित कुर्सी पर बैठा हूँ तो उसी सोच के कारण, उसी फिलॉसोफी के कारण। .. एक बात बता दूँ मैं, पोजिटिव सोच या सकारात्मक सोच आपकी जिंदगी बदल देती है आपका सही मायने तो हृदय परिवर्तन हो जाता है .. मेरी सफलता में या मेरी आज जो भी स्थिति है वह मेरी सकारात्मक सोच का ही रिजल्ट है। इसी से व्यक्तित्व बनता है और बिगड़ता है .. यह ऐसी ऊर्जा है जिसका अहसास आप महसूस कर सकते हैं जब आप इसे अपनाते हैं - आप अपना कर देखिये..

⊙ *एक कवि, साहित्यकार और ...*

◆ एक मिनट ... क्या कहा आपने .. कवि और साहित्यकार .. भई कहां से यह खबर लाये।

⊙ *सर जब आपसे मिलने आये हैं तो फिर तैयारी से तो आना ही पड़ेगा ना।*

◆ ओह, भई हूँ तो मैं बैंकर ही पर साहित्य मेरी कमज़ोरी है बचपन से पढ़ने का शौक लग गया - या यूँ कह लीजिये - लत लग गई - मेरी पूज्य मां को बहुत शौक था साहित्य पढ़ने का - आप कह सकते हैं कि साहित्य का माहौल मिला .. साहित्य को मैं एन्जॉय करता हूँ - मुझे उससे एनर्जी मिलती है।

⊙ *पर लिखा भी तो है।*

◆ लिखने का शौक है- हो सकता है जब चेयरमैन ना रहूँ तब पूरी तरह से लिखना शुरू कर दूँ- अभी तो अपने भीतर ही बहुत कुछ भरा है और वह काम आ रहा है।

⊙ *सर, एक बैंकर, एक कवि और चेयरमैन- एक अच्छा व्यक्तित्व बना हुआ है- यहां आने के पहले - किसी ने मुझे कहा कि हमारा चेयरमैन तो फ्रेंडली है - कैसे आप लोगों को जोड़ते हैं उन्हें मोटिवेट करते हैं?*

◆ भई इसमें तो स्वयं को एक्जाम्पल बनना पड़ता है, आप स्वयं एक आदर्श बन कर रहें तो लोग जुड़ते हैं- सिम्पलीसिटी,

हॉनेस्टी और सही तालमेल- इन सबसे आप लोगों से जुड़ते हैं, आपको आगे बढ़कर लोगों का हाथ थामना होगा.. देखिये आप संस्थान में यदि वरिष्ठ हैं तो यह तय है कि सब आपको देख रहे हैं.. वे आपसे प्रेरणा लेना चाहते हैं- जुड़ना चाहते हैं बस यही सूत्र है। पारदर्शिता भी जरूरी है और सबसे बड़ी जरूरत है सहजता - नॉर्मल रहें - भले ही आपका ऑफिस हो या घर .. इन सब को दर्शाने या लागू करने के लिये जो सबसे महत्वपूर्ण चीज है .. वह है सम्प्रेषण, स्पष्ट सम्प्रेषण - या संवाद - सीधे संवाद से ही आप किसी के प्रेरणा स्रोत बन सकते हैं, किसी के आदर्श बन सकते हैं .. मैंने बैंक में इसे ही अपनाया। 'कम्यूनिकेशन' को ही अपना साधन बनाया। मैंने अपने बैंक के विज्ञान को सीधे पत्र के रूप में अपने स्टाफ तक पहुंचाया - इसके अलावा मैं समय-समय पर उनसे सीधे संवाद करना पसंद करता हूं। यही मेरी ताकत है - लोगों से जुड़ने की.. आज मेरा हर कर्मचारी जानता है कि उसकी जिम्मेदारी क्या है - उसके कर्तव्य क्या हैं और उसके अधिकार क्या हैं .. मैं तो कहता हूं कि लोग जुड़ते हैं - आप उनसे जुड़ने की कोशिश तो करें, पहल तो करें..

⊙ बैंकिंग नये रूप में उभर कर आ रही है - वर्ष 2009 तक बहुत परिवर्तन होने की संभावनाए हैं- क्या यूबीआई उसके लिये तैयार है।

◆ देखिये कैपिटल या पूंजी पर्याप्तता में हमारा आंकड़ा है 13.02 प्रतिशत का - रिस्क मैनेजमेंट को हमने संभाल ही रखा है। रिज़र्व बैंक की और बाज़ार की सभी अपेक्षाओं

को हम पूरी प्रतिबद्धता से पूरा कर रहे हैं .. इससे ज्यादा क्या तैयारी करनी है जो चुनौतियां आयेगी उसका सामना करेंगे।

⊙ ऐसे में भाषा की विशेषकर, राजभाषा हिन्दी की क्या स्थिति देखते हैं।

◆ भई मैंने पूरे देश में - अर्थात कश्मीर से कन्याकुमारी तक काम किया है.. और यह स्वीकार करता हूं कि हिंदी ही है सही मायने में देश को कम्यूनिकेट करने की भाषा। सच तो यह है कि हिंदी को अनुवाद ने खराब कर दिया, कठिन कर दिया वरना इतनी सहज भाषा है कि अपने आप ही अपनापन पैदा कर देती है- पर आज कार्यालयों में थोड़ी बनावटी भाषा आ गयी है - उसी का तो विरोध होता है वरना हिंदी किसे नहीं आती.. सच तो यह है कि लोगों को हिंदी के प्रयोग का अभ्यास नहीं है, यही कमी है- वरना बहुत सशक्त भाषा है हिंदी .. मैं इसलिये नहीं कह रहा हूं कि मैं हिन्दी भाषी हूं पर अनुभवों से कह रहा हूं .. भई मैंने तो एम. कॉम. तक हिंदी माध्यम से पढ़ा है और बाद में एलएलबी में पहली बार अंग्रेजी माध्यम से जुड़ा- पर मैंने उसे - चैलेंज के रूप में लिया और सफलता प्राप्त की .. देखिये एक हिंदी माध्यम से पढ़ाई किया हुआ बैंकर चेरमैन बना - यही दर्शाता है हिंदी की शक्ति को .. हमें हिंदी के प्रति सहज होना चाहिये, उसे सहज बनाना चाहिये, फिर देखिये।

प्रस्तुति : पुष्पकुमार शर्मा



भारतीय बैंकिंग कोड एवं मानक बोर्ड

-ग्राहकों के प्रति बैंक की प्रतिबद्धता का कोड

⊙ एस. एस. यादव

वरिष्ठ प्रबंधक (राजभाषा)

यूनियन बैंक ऑफ इंडिया, मुंबई

किसी भी संस्था की सफलता उसकी ग्राहक सेवा के स्तर तथा ग्राहकों की संतुष्टि पर निर्भर करती है। कड़ी प्रतिस्पर्धा और उन्नत तकनीक के इस दौर में ग्राहकों की संतुष्टि के लिए उत्तम ग्राहक सेवा अत्यंत आवश्यक है। बैंकिंग उद्योग तो ऐसा सेवा क्षेत्र है, जिसका मूल आधार ही उसका ग्राहक है। बैंकों द्वारा अपना अस्तित्व बनाए रखने तथा अपने व्यवसाय की निरंतर प्रगति हेतु ग्राहकों की सर्वोत्तम संतुष्टि हेतु निरंतर प्रयास किये जा रहे हैं; तथापि ऐसे अनेक मामले सामने आते हैं, जहां ग्राहकों के हितों की अनदेखी पाई जाती है, अतः बैंकों को समुचित दिशानिर्देश/मार्गदर्शन देने तथा उनका कड़ाई से पालन सुनिश्चित करने हेतु भारत सरकार, भारतीय रिज़र्व बैंक एवं भारतीय बैंक संघ द्वारा समय-समय पर दिशानिर्देश जारी किये जाते हैं।

इसी कड़ी में भारतीय रिज़र्व बैंक द्वारा वर्ष 2005-06 की वार्षिक नीति में ब्रिटेन में लागू प्रणाली की तर्ज पर एक स्वतंत्र बोर्ड के गठन का विचार व्यक्त किया गया; ताकि बैंकों द्वारा ग्राहकों के प्रति उचित व्यवहार हेतु एक व्यापक आचार संहिता बनाई जा सके एवं उसके निर्देशों का अनुपालन सुनिश्चित किया जा सके। तदनुसार फरवरी 2006 में एक अर्द्ध नियामक संगठन के रूप में भारतीय बैंकिंग एवं मानक बोर्ड (बीसीएसबीआई) का गठन किया गया।

भारतीय बैंकिंग कोड एवं मानक बोर्ड द्वारा 'ग्राहकों के प्रति बैंक की प्रतिबद्धता का कोड' नामक एक स्वैच्छिक संहिता तैयार की गई है, जो भारतीय रिज़र्व बैंक द्वारा 1 जुलाई 2007 से लागू की गई है। इस संहिता (कोड) में कुछ न्यूनतम मानक निर्धारित किए गए हैं, जिनका अनुपालन व्यक्तिगत ग्राहकों के

साथ बैंकिंग व्यवहार करते समय बैंकों के लिए करना आवश्यक है। वस्तुतः यह कोड ग्राहकों को सुरक्षा प्रदान करता है और यह स्पष्ट करता है कि उनके दिन प्रतिदिन के परिचालनों के क्रम में बैंक उनके साथ किस प्रकार व्यवहार करेंगे।

कोड के उद्देश्य

इस कोड का उद्देश्य ग्राहकों के साथ संव्यवहार में न्यूनतम मानकों की स्थापना कर अच्छी एवं उचित बैंकिंग प्रथा का विकास करना है, जो निम्न प्रकार सुनिश्चित की जानी है:

⊙ ग्राहकों के साथ संव्यवहार करते समय न्यूनतम मानक निर्धारित कर अच्छी तथा निष्पक्ष बैंकिंग प्रथाओं का विकास करना।

- ⊙ अपने कार्य एवं व्यवहार में पारदर्शिता बढ़ाना; ताकि ग्राहक यह बेहतर ढंग से समझ सकें कि सेवाओं के संबंध में सामान्यतः वे क्या आशा कर सकते हैं।
- ⊙ बेहतर परिचालन मानक प्राप्त करने के लिए प्रतिस्पर्धा के माध्यम से बाज़ार की शक्तियों को प्रोत्साहित करना।
- ⊙ ग्राहक एवं बैंक के बीच निष्पक्ष तथा सौहार्दपूर्ण संबंध बनाना तथा बैंक के प्रति ग्राहकों का विश्वास बढ़ाना।

कोड का लागू होना

जब तक अन्यथा उल्लेख न हो, कोड के सभी भाग आगे दिए गए सभी उत्पादों तथा सेवाओं पर लागू होंगे; चाहे वे बैंक शाखाओं या सहायक संस्थाओं द्वारा, काउंटर पर फोन पर, डाक द्वारा, इंटरएक्टिव इलेक्ट्रॉनिक उपायों द्वारा, इंटरनेट पर

अन्य किसी विधि से दिये जाते हों। यह संभव है कि नीचे दिये गये सभी उत्पाद सभी बैंकों द्वारा उपलब्ध न कराये जाते हों:

- ⦿ चालू खाते, बचत बैंक खाते, मीयादी जमा, संचयी जमा, पीपीएफ खाते तथा अन्य सभी प्रकार के जमा खाते।
- ⦿ भुगतान सेवाएं जैसे पेंशन, भुगतान आदेश, मांग ड्राफ्ट तथा वायर ट्रान्सफर द्वारा विप्रेषण आदि।
- ⦿ सरकारी लेनदेनों से संबंधित बैंकिंग सेवाएं।
- ⦿ डीमेट खाते, इक्विटी, सरकारी बांड आदि।
- ⦿ भारतीय करेंसी नोटों की विनिमय सुविधा।
- ⦿ चेकों की वसूली, सुरक्षित अभिरक्षा एवं सुरक्षित जमा लाकर सुविधाएं।
- ⦿ ऋण तथा ओवर ड्राफ्ट।
- ⦿ मुद्रा परिवर्तन सहित विदेशी मुद्रा सेवाएं।
- ⦿ अपनी शाखाओं द्वारा बेचे गये तृतीय पक्ष के बीमा तथा निवेश उत्पाद।
- ⦿ क्रेडिट कार्ड, डेबिट कार्ड, एटीएम कार्ड तथा सेवाएं (बैंकों की सहायक/उनके द्वारा प्रवर्तित कंपनियों द्वारा दिये गये क्रेडिट कार्ड) सहित कार्ड उत्पाद।

ग्राहक के प्रति बैंक की प्रमुख प्रतिबद्धताएं

ग्राहक के प्रति बैंक की प्रमुख प्रतिबद्धताएं निम्नानुसार हैं:

- (i) ग्राहक के साथ अपने सभी व्यवहारों को निष्पक्ष तथा न्याय संगत बनाना, जो निम्न प्रकार सुनिश्चित किया जा सकता है:
 - ⦿ बैंक काउंटर पर नकदी / चेक की प्राप्ति तथा भुगतान की अपेक्षित न्यूनतम सेवाएं उपलब्ध कराना।
 - ⦿ अपने उत्पादों तथा सेवाओं में एवं स्टाफ द्वारा अपनायी जा रही क्रियाविधियों एवं प्रथाओं में इस कोड की प्रतिबद्धताओं तथा मानकों को पूरा करना।
 - ⦿ सुरक्षित तथा भरोसेमंद बैंकिंग एवं भुगतान प्रणाली

चलाना तथा यह सुनिश्चित करना कि बैंक के उत्पाद एवं सेवाएं संबंधित कानूनों तथा विनियमों का पूरी तरह अनुपालन करते हैं।

- ⦿ ग्राहक के साथ व्यवहार में ईमानदारी तथा पारदर्शिता लाना।
- (ii) अपने उत्पादों तथा सेवाओं के विषय में ग्राहक को समुचित जानकारी उपलब्ध कराना। यह जानकारी हिन्दी, अंग्रेजी या स्थानीय भाषा में से किसी एक या अधिक में दी जा सकती है। विज्ञापन तथा संवर्धन विषयक साहित्य स्पष्ट होने चाहिए; ताकि ग्राहक को किसी प्रकार का कोई भ्रम न हो। उत्पादों तथा सेवाओं पर लागू शर्तों, ब्याज दरों/सेवा प्रभागों के संबंध में स्पष्ट सूचना देने तथा ग्राहक को उपलब्ध लाभ के विषय में पूरी जानकारी प्रदान करना।
- (iii) ब्याज दरों, सेवा प्रभागों या शर्तों में परिवर्तन के बारे में ग्राहक को नियमित रूप से अद्यतन जानकारी प्रदान कर खाते या सेवा के उपयोग में ग्राहक की सहायता करना।
- (iv) गलती होने पर सहानुभूतिपूर्वक कार्रवाई करते हुए उसे तुरंत सुधारना तथा त्रुटिवश लगाये गये बैंक प्रभागों को निरस्त करना। तकनीकी गड़बड़ी के कारण उत्पन्न समस्याओं को दूर करने के लिए उचित वैकल्पिक उपाय उपलब्ध कराना, इसके बाद भी कोई ग्राहक संतुष्ट नहीं होता है, तो उसे बताना कि अपनी शिकायत कहां और किसे करे।
- (v) अपवादात्मक मामलों को छोड़कर (कोड के खंड 5 में वर्णित) अन्य सभी स्थितियों में ग्राहक की सारी वैयक्तिक सूचना को गुप्त एवं गोपनीय रखना।
- (vi) कोड का प्रचार करते हुए सभी मौजूदा तथा नये ग्राहकों को कोड की प्रति उपलब्ध कराना। अनुरोध प्राप्त होने पर काउंटर पर तथा इलेक्ट्रॉनिक सूचना/ डाक द्वारा कोड की प्रति उपलब्ध कराना, इसके अतिरिक्त प्रत्येक शाखा में तथा बैंक की वेबसाइट पर भी यह कोड उपलब्ध कराया जाना चाहिए। सूचना उपलब्ध कराने एवं इसका उपयोग करने में बैंक का स्टाफ प्रशिक्षित होना चाहिए। उल्लेखनीय है कि जाति, धर्म, लिंग, उम्र, वैवाहिक स्थिति या अशक्तता आदि के आधार पर कोई भेदभाव नहीं किया जाना चाहिए।

सूचना की प्राप्ति

ग्राहक द्वारा ब्याज दर, प्रभार तथा समान शुल्क आदि के बारे में जानकारी निम्नलिखित किसी भी माध्यम से प्राप्त की जा सकती है:

- बैंक शाखाओं में नोटिस देखकर
- शाखाओं या हेल्पलाईनों को फोन करके
- बैंक की वेबसाइट का अवलोकन कर
- बैंक के विनिर्दिष्ट स्टाफ / सहायता डेस्क से पूछकर या
- सेवा गाइड/दर सूची को देखकर

इस प्रकार बैंक के विभिन्न उत्पादों की ब्याज दरों में परिवर्तन होने पर बैंक द्वारा उपर्युक्त किसी या सभी माध्यमों से ग्राहकों को सूचना प्रदान की जायेगी।

शुल्कों तथा प्रभारों में वृद्धि किये जाने पर या नया प्रभार लगाये जाने पर संशोधित प्रभार लगाने/उनके प्रभावी होने की तिथि से एक माह पूर्व ग्राहकों को सूचित किये जाने चाहिए।

निबंधनों एवं शर्तों में परिवर्तन होने पर सामान्यतः एक महिने का नोटिस देते हुए उसे भावी तारीख से लागू किया जाना चाहिए।

- यदि कोई परिवर्तन बिना नोटिस दिये किया जाता है, तो 30 दिनों के भीतर परिवर्तन को अधिसूचित किया जाएगा। यदि उक्त परिवर्तन ग्राहक के लिए अलाभकारी होता है, तो ग्राहक बिना कोई नोटिस और अतिरिक्त ब्याज या प्रभार दिये अपना खाता 60 दिनों के अंदर बंद कर सकता है या शिफ्ट कर सकता है।
- यदि किसी एक वर्ष में कोई प्रमुख परिवर्तन किया गया है या कई गौण परिवर्तन किये गए हैं, तो ग्राहक से अनुरोध प्राप्त होने पर नई शर्तों की प्रति या प्रभारों का सारांश उसे उपलब्ध कराया जाएगा।

खाते की गुप्तता एवं गोपनीयता

जनवरी-मार्च 2008

कोड के खंड 5 के अनुसार बैंक द्वारा ग्राहक की समस्त वैयक्तिक सूचना गुप्त तथा गोपनीय (ग्राहक संबंध समाप्त होने पर भी) रखी जायेगी तथा निम्नलिखित सिद्धांतों एवं नीतियों से निर्देशित होंगी। इन अपवादों को छोड़कर; ग्राहक के खाते के संबंध में कोई सूचना या रिपोर्ट, चाहे वह ग्राहक द्वारा दी गई हो या अन्यथा, किसी को भी नहीं दी जायेगी:-

- जब कानूनी तौर पर सूचना देनी आवश्यक हो।
- जब सूचना प्रकट करने के लिए जनता के प्रति बैंक का दायित्व हो।
- जब बैंक को अपने हितों की रक्षा के लिए सूचना देनी पड़े (उदाहरणार्थ धोखाधड़ी रोकने के लिए); तथापि यह सूचना विपणन के प्रयोजन से किसी को, यहां तक की अपने समूह की कंपनियों को भी नहीं दी जाएगी।
- जब सूचना प्रकट करने के लिए ग्राहक द्वारा कहा गया हो, या उसकी अनुमति हो।
- जब ग्राहक के विषय में बैंक का संदर्भ देने के लिए कहा जाय, तो इसे देने से पहले ग्राहक की लिखित अनुमति आवश्यक होगी।
- जब तक ग्राहक द्वारा विशिष्टतः प्राधिकृत नहीं किया जाता है, बैंक द्वारा स्वयं अथवा किसी और के लिए विपणन के प्रयोजन से ग्राहक की व्यक्तिगत सूचना का उपयोग नहीं किया जाएगा।

जमा खाते में परिवर्तन

संहिता के खंड 8.1 के अनुसार कोई भी ग्राहक अपने खाते में किसी प्रकार का परिवर्तन या किसी अन्य शाखा में उसका अंतरण निम्नानुसार कर सकेगा:

- यदि खाते में प्रथम भुगतान के 14 दिनों के अंदर ग्राहक अपने चालू अथवा बचत खाते (मीयादी जमा खाते को छोड़कर) के चयन से संतुष्ट नहीं है, तो बैंक द्वारा ग्राहक को किसी और खाते का विकल्प चुनने में सहायता की जाएगी या उपर्जित ब्याज सहित उसकी धनराशि वापस लौटा दी जाएगी। बैंक द्वारा किसी नोटिस अवधि या

अतिरिक्त प्रभार पर जोर नहीं दिया जाएगा।

- (ख) यदि ग्राहक अपना चालू/बचत खाता बंद करना चाहे, तो निर्देश प्राप्त होने के 5 कार्य दिवसों के अंदर बैंक द्वारा खाता बंद किया जाएगा।
- (ग) यदि ग्राहक अपना खाता किसी अन्य शाखा में अंतरित करना चाहे, तो अनुरोध प्राप्त होने के दो सप्ताह के अंदर नई शाखा में उसका खाता शुरू हो जाएगा; बशर्ते नई शाखा में ग्राहक द्वारा केवाईसी मानदंडों की औपचारिकताओं को पूरा कर दिया जाए। खाता शुरू होते ही ग्राहक को उसकी सूचना दी जाएगी और नई शाखा को उसके स्थायी अनुदेश/प्रत्यक्ष डेबिट के निर्देश, यदि कोई हों, सूचित किये जायेंगे।
- (घ) ग्राहक के चालू खाते को अंतरित करते समय किसी गलती या अनावश्यक विलंब के कारण यदि ग्राहक को कोई प्रभार देना पड़ा हो, तो उसे निरस्त किया जायेगा।

बैंकिंग विनियमन अधिनियम 1949 की धारा 35ए के प्रावधानों के अनुसार बैंकिंग लोकपाल की नियुक्ति की गई है। ग्राहक एवं बैंकर के संबंधों को बनाए रखने की दृष्टि से उनके विवादों को आपस में सुलझाने में बैंकिंग लोकपाल द्वारा महत्वपूर्ण भूमिका निभाई जाती है।

(ख) यदि उक्त केंद्र पर किसी बैंक की कोई शाखा कार्यरत है, तो 2 महीने का नोटिस देना होगा।

दिवंगत खाताधारकों से संबंधित दावों का निपटान

संहिता के खंड 8.7.1 के अनुसार बैंक द्वारा दिवंगत खाताधारकों के खातों के निपटान हेतु सरल प्रक्रिया अपनायी जायेगी।

खंड 8.7.2 के अनुसार दिवंगत जमाकर्ताओं से संबंधित दावों के निपटान हेतु दावा प्राप्त होने की तारीख से 15 दिनों के भीतर उत्तरजीवी (यों) नामिती (यों) को भुगतान करने का प्रयत्न किया जायेगा; बशर्ते कि बैंक संतुष्टि के लिए जमाकर्ता की मृत्यु का प्रमाण तथा दावों की उचित पहचान प्रस्तुत कर दी गई हो।

टेलीफोन/ईमेल पर प्राप्त शिकायतें

संहिता के खंड 7.1 के अंतर्गत यह शर्त निर्धारित है कि ग्राहक से लिखित रूप में शिकायत प्राप्त होने पर बैंक द्वारा उसकी प्राप्ति सूचना/प्रत्युत्तर भेजा जायेगा। यदि कोई शिकायत बैंक के पदनामित टेलीफोन, हेल्प डेस्क या ग्राहक सेवा नम्बर पर टेलीफोन से प्राप्त होती है, तो बैंक द्वारा उसके लिए एक अलग संदर्भ संख्या दी जाएगी तथा उचित समय के अन्दर शिकायतकर्ता को मामले की प्रगति से अवगत कराया जायेगा। ई-मेल के माध्यम से प्राप्त शिकायतों को लिखित शिकायत के समान माना जायेगा।

खाता बंद करना

संहिता के खंड 8.1.7 के अनुसार सामान्य स्थितियों में ग्राहक को कम से कम 30 दिनों का नोटिस दिये बिना उसका खाता बंद नहीं किया जायेगा। असामान्य परिस्थितियों अर्थात् खाते के अनुचित परिचालन आदि की स्थिति में ग्राहक द्वारा पूर्व में जारी किये गये चेकों के लिए उसे वैकल्पिक व्यवस्था करनी होगी तथा ऐसे खातों पर उसके द्वारा नये चेक जारी नहीं किये जायेंगे।

शाखा बंद करना / शिफ्ट करना

संहिता के खंड 8.6 के अनुसार यदि बैंक द्वारा कोई शाखा बंद या शिफ्ट की जाती है तो -

- (क) उक्त केंद्र पर किसी बैंक की कोई शाखा कार्यरत न होने पर 3 महीने का नोटिस दिया जाएगा और ग्राहकों को बताया जायेगा कि उन्हें बैंकिंग सुविधा किस प्रकार दी जानी जारी रहेगी।

बैंकिंग लोकपाल योजना 2006

बैंकिंग विनियमन अधिनियम 1949 की धारा 35ए के प्रावधानों के अनुसार बैंकिंग लोकपाल की नियुक्ति की गई है। ग्राहक एवं बैंकर के संबंधों को बनाए रखने की दृष्टि से उनके विवादों को आपस में सुलझाने में बैंकिंग लोकपाल द्वारा महत्वपूर्ण भूमिका निभाई जाती है। इसमें ग्राहकों की शिकायतों पर पूरा ध्यान दिया जाता है।

संहिता के खंड 7.2 के अंतर्गत यह निर्धारित किया गया है कि बैंकों को अपनी वेबसाइट पर एवं अपनी सभी शाखाओं में इस आशय की सूचना प्रदर्शित करनी होगी कि वे भारतीय रिज़र्व बैंक की बैंकिंग लोकपाल योजना, 2006 के दायरे में आते हैं। शाखाओं में सूचना पट्ट पर बैंकिंग लोकपाल योजना की प्रमुख विशेषताओं को प्रदर्शित करना होगा। संहिता में यह भी निर्धारित है कि ग्राहक के अनुरोध पर योजना की एक प्रति ग्राहक को नाममात्र के प्रभार पर उपलब्ध करायी जाएगी।

उल्लेखनीय है कि बैंकिंग लोकपाल योजना, 2006 की पूरी विषय वस्तु बैंकों की वेबसाइट पर उपलब्ध है। यदि किसी ग्राहक द्वारा इसकी प्रति की मांग की जाती है, तो उससे न्यूनतम शुल्क के भुगतान पर इसकी प्रति उपलब्ध करायी जाती है।

संहिता का अनुपालन

बीसीएसबीआई द्वारा लागू नियमों के अनुपालन हेतु विभिन्न सरकारी, विदेशी तथा अन्य अनुसूचित वाणिज्यिक बैंकों ने भारतीय बैंकिंग कोड एवं मानक बोर्ड की सदस्यता ग्रहण करनी प्रारम्भ कर दी तथा अब तक भारतीय स्टेट बैंक एवं उसके सभी सहयोगी बैंक, सार्वजनिक क्षेत्र के सभी 19 बैंक, 20 विदेशी बैंक तथा 23 अनुसूचित वाणिज्यिक बैंक इसके सदस्य हो चुके हैं और उन्होंने संहिता के अनुपालन की कार्रवाई भी प्रारम्भ कर दी है। अनुपालन के एक भाग के रूप में सभी मौजूदा एवं नये ग्राहकों को संहिता की प्रतियां उपलब्ध कराने हेतु बैंकों द्वारा इन्हें शाखाओं में अंग्रेजी, हिन्दी एवं क्षेत्रीय भाषाओं में उपलब्ध कराया गया है तथा बैंकों की वेबसाइट पर भी यह उपलब्ध है। शाखाओं को निर्देश दिये गये हैं कि किसी भी ग्राहक द्वारा अनुरोध किये जाने पर इसकी प्रति उसे अनिवार्यतः उपलब्ध कराये; क्योंकि इस मामले में किसी भी प्रकार की शिथिलता को बीसीएसबीआई द्वारा गैर अनुपालन माना जाएगा तथा संहिता भंग के लिए अनुशासनिक प्रतिबंध लगाये जा सकते हैं।

संहिता का विधिवत अनुपालन सुनिश्चित करने की दृष्टि से -

- सदस्य बैंकों में क्षेत्र स्तर पर क्षेत्र प्रमुखों को तथा अंचल

स्तर पर अंचल प्रमुखों को संहिता अनुपालन अधिकारी के रूप में नामित किया गया है।

- केंद्रीय कार्यालय स्तर पर एक वरिष्ठ कार्यपालक को संहिता अनुपालन अधिकारी के रूप में नामित किया गया है।
- ग्राहकों की सुविधा हेतु सदस्य बैंकों की शाखाओं में नोटिस बोर्ड पर संहिता अनुपालन अधिकारी का नाम, पता एवं उनसे संपर्क का ब्यौरा प्रदर्शित किया गया है।
- क्षेत्र स्तर पर संहिता अनुपालन अधिकारी द्वारा एक रजिस्टर रखा जाता है, जिसमें क्षेत्र से संबंधित सभी संहिता अनुपालन भंग नोट किये जाते हैं तथा किये गये सुधारात्मक प्रयासों का विवरण दर्ज किया जाता है।
- अनुपालन के विषय में अद्यतन जानकारी हेतु क्षेत्रीय कार्यालयों द्वारा केंद्रीय कार्यालय के संहिता अनुपालन अधिकारी को निम्नानुसार जानकारी प्रस्तुत की जानी है:-

(i) प्रत्येक संहिता भंग को चार दिनों के अंदर रिपोर्ट करना तथा

(ii) इसके सुधार हेतु की गई कार्रवाई की जानकारी देना

उल्लेखनीय है कि संहिता भंग की सूचना प्राप्ति के दस दिनों के अंदर यह जानकारी बीसीएसबीआई को भेजी जानी आवश्यक है तथा इस निर्धारित समय सीमा का कड़ाई से पालन किया जाना है। इस विषय में किसी भी प्रकार की चूक को बीसीएसबीआई द्वारा गंभीरता से लिया जाएगा।

उत्कृष्ट ग्राहक सेवा-लाभप्रदता की दिशा में सार्थक कदम

☉ सुश्री अंशुप्रिया अग्रवाल
प्रबंधन प्रशिक्षु, पंजाब नेशनल बैंक
बचरा, चतरा (झारखण्ड)

बदलते हुए बैंकिंग परिदृश्य में किसी भी बैंक का अस्तित्व उसकी लाभप्रदता पर निर्भर करता है तथा लाभप्रदता उत्तम ग्राहक सेवा और स्टाफ सदस्यों की ग्राहकों के प्रति अभिरूचि में ही निहित है। बैंकों की आय का बड़ा हिस्सा ऊँचे प्रतिलाभ वाली सरकारी प्रतिभूतियों में निवेश के फलस्वरूप प्राप्त होता रहा है लेकिन अब दृश्य बदल चुका है। इन प्रतिभूतियों पर ब्याज दर कम हो गयी है, अतएव बैंकों की आय में गिरावट आना स्वाभाविक है। फिर बैंकों को ब्याज व

अन्य सेवाओं पर अर्जित आय के माध्यम से ही लाभप्रदता के उच्च स्तर को प्राप्त करना है। निश्चित रूप से, प्रतिस्पर्धा के इस युग में जहाँ सभी बैंकों के उत्पादों में बहुत अधिक भिन्नता नहीं है, वहाँ बेहतर ग्राहक सेवा के द्वारा ही नए व्यवसाय को आकर्षित किया जा सकता है। आज बैंकिंग सिर्फ भावनात्मक

और मूल्यों पर आधारित नहीं हैं अपितु ये प्रतिमान ग्राहक सेवा की उत्कृष्टता में निहित है। उत्कृष्टता गुणवत्ता में निहित है। उत्कृष्टता, गुणवत्ता एवं संबंध परक ग्राहक सेवा से ही प्राप्त की जा सकती है क्योंकि आज ज्ञान और सूचनाओं का जमाना है। आर्थिक उदारीकरण व वैश्वीकरण ने, वर्तमान युग में टेक्नॉलाजी ने संपूर्ण जगत को वैश्विक ग्राम का रूप दे दिया है। यहाँ पर ग्राहकों की आकांक्षाएं चरम सीमा पर हैं, विशेषकर बैंकिंग क्षेत्र में निजी व विदेशी बैंकों के प्रवेश ने जहाँ प्रतिस्पर्धा को जटिल बनाया है वहीं ग्राहकों की दृष्टि से यह स्वागत योग्य है क्योंकि ग्राहक स्वयं के लिए उच्च स्तर चाहता है। अतः बैंकों के लिए भी ग्राहक सेवा मात्र औपचारिकता न रहकर ग्राहक प्रसन्नता का कारण बने, यही कोशिश होनी चाहिए।

लाभप्रदता, ग्राहक सेवा एवं उत्कृष्टता

ग्राहक बैंकों की आधारशिला है। बैंक और ग्राहक का संबंध दीर्घकालिक होता है और इनके बीच व्यावसायिक क्रियाएँ

निरन्तर चलती रहती है। एक प्रबंध शास्त्री टेड लैविट ने ठीक ही कहा है - 'किसी भी कारोबार का उद्देश्य नए ग्राहक पाना और उन्हें बनाए रखना है।' ग्राहक एक मूलभूत बिंदु है, जिसके इर्द-गिर्द ही बैंकिंग के सारे कार्यकलापों की धुरी घूमती रहती है।

बैंकिंग एक सेवा उद्योग है और उत्कृष्ट ग्राहक सेवा प्रदान करके ही बैंक नए ग्राहक पाने के साथ-साथ पुराने ग्राहकों को बनाए रख सकते हैं। आज जिस ग्राहक सेवा को उत्कृष्ट माना जा रहा है, कल वह पुरानी हो जाएगी। अतः बैंकिंग उद्योग में निरन्तर शोध एवं तकनीक का विकास कर ग्राहकों को अच्छी सेवा देने की पहल ही सर्वोपरि होगी। मूल्य, गुणवत्ता, सेवा के साथ-साथ तकनीक, गति, सुविधा एवं समाधान उत्कृष्टता में शामिल हैं।

बैंकिंग व्यवसाय की धमनियों का रक्तसंचार ग्राहक है। बैंकिंग व्यवसाय बैंक के नाम से नहीं बल्कि ग्राहकों के नाम से चलता है।

जो जीता वही सिकंदर

अर्थशास्त्र के 'उपभोक्ता सार्वभौमिकता' व 'ग्राहक जो चाहे उसे मिले' जैसे सिद्धान्त के अनुसार उपभोक्ता व्यवसाय का राजा होता है और उसी की इच्छानुसार सारे उत्पादों एवं सेवाओं का उत्पादन एवं विपणन होता है। ग्राहक सेवा का कार्य कोई कार्यक्रम या स्लोगन नहीं है। इसके लिए हमारे पास अच्छी योजनाएँ, अच्छे उद्देश्य होने चाहिए।

लाभप्रदता संपूर्ण गुणवत्ता प्रबंध, ग्राहक संकेन्द्र, सतत सुधार तथा समूह कार्य इन तीन पाँवों पर टिकी है। प्रतिस्पर्धा के इस युग में 'जो जीता वही सिकंदर' है।

ग्राहक सेवा का अर्थ

ग्राहक बैंक के पास सेवा लेने के लिए आता है। सेवा के बदले ग्राहक से बैंक को सेवाप्रभार, विनिमय, कमीशन, ब्याज आदि के रूप में लाभ प्राप्त होता है और इसी लाभ पर उसका अस्तित्व निर्भर है। बैंकिंग व्यवसाय एक विशिष्ट सेवा से जुड़ा है। यहाँ सेवा का अर्थ ग्राहकों को ज्यादा ब्याज देना या उपहार देना कतई नहीं है। सेवा का तात्पर्य है कि हम ग्राहक के साथ किस तरह पेश आते हैं एवं उसके साथ कैसा व्यवहार करते हैं। काउंटर सेवा वह महत्वपूर्ण एवं संवेदनशील संपर्क स्थल है, जहाँ से बैंक की साख बढ़ती या घटती है। काउंटर सेवा से सन्तुष्ट ग्राहक बैंक की पूंजी है, व्यापक विज्ञापन है और वह भी बिना किसी व्यय के।

उत्कृष्ट ग्राहक सेवा लाभप्रदता कैसे बढ़ाती है

बैंकिंग क्षेत्र में एकाधिकार समाप्त होने के बाद ग्राहकों की प्रकृति प्रयोगात्मक हुई है। निजी बैंकिंग कंपनियों ने आज अपनी कार्यशैली, व्यापारिक नीतियों, उत्कृष्ट ग्राहकोन्मुखी सेवाओं से ग्राहकों की अपेक्षाओं को समझकर ग्राहक सेवा संस्कृति को विकसित किया है। तभी तो अल्पावधि में आई.सी.आई.सी.आई. बैंक ने उत्कृष्ट भारतीय बैंक के रूप में अपनी पहचान बनाई है।

ग्राहकों की अपेक्षाएँ

आज उपभोक्ता अधिक जानकार, ज्ञानवान है। कई बैंकिंग कंपनियों की भीड़ के कारण ग्राहकों के समक्ष उत्पाद कई रूप में होते हैं जिसके परिणामस्वरूप उपभोक्ता के पास कई विकल्प होते हैं। बैंकिंग के नवीन उत्पादों की व्यूह रचना का सामना करने वाला ग्राहक त्वरित सेवा, उत्कृष्ट सेवा, व्यक्तिगत ध्यान, कस्टमाइज्ड प्रस्ताव तथा उस उत्पाद के संबंध में सुगमता से जानकारी तथा शिकायतों पर तुरन्त कार्रवाई के अतिरिक्त और भी बहुत कुछ अपेक्षाएं रखता है। वर्तमान समय में उपभोक्ता अपने अधिकारों के प्रति जागरूक है। आज की मौजूदा स्थिति में ग्राहकों की संतुष्टि वित्तीय सेवा क्षेत्र में विकास के लिए प्राथमिक बाध्यताओं में एक है। सेवा की गुणवत्ता ही विभिन्न सेवा प्रदाताओं के मध्य मुख्य विभेदक हो चुकी है।

ग्राहक क्या चाहते हैं? उनकी मान्यता क्या है? प्रबन्ध

गुरु श्री रेमंड कोर्डप्लेस्की के अनुसार वे सिर्फ संबंध स्थापित करना चाहते हैं। अतएव ग्राहकों के साथ एक स्थायी एवं स्वस्थ संबंध बनाने के लिए हमें कई विशेषताएँ प्रदर्शित करनी होंगी जिनमें शामिल हैं-

- * हमेशा ग्राहकों की पहुँच में रहना
- * ग्राहकों की आवश्यकता के प्रति तत्परता एवं प्रतिक्रियाशीलता प्रदर्शित करना
- * ग्राहकों के साथ पारस्परिक वार्तालाप करने वाला व्यक्ति पर्याप्त जानकारी रखने वाला हो
- * ग्राहकों को हमेशा पूर्णरूपेण संसूचित रखना
- * सीमांत अनुवर्तन करना ताकि वादे पूरे किये जा सकें
- * विविध सेवाएँ एवं मान्यता प्रदान करना
- * सटीक शिष्ट एवं तत्पर सेवा

ग्राहकों की अपेक्षाओं पर खरा उतरकर हम एक अटूट विश्वास की प्रतीति बना पाएँगे ताकि जो ग्राहक संदेह के घेरे में खड़े हैं वो भी हमारी ओर आकृष्ट हों।

डार्विन व विकासवाद का सिद्धान्त

चलिए इतिहास के पन्नों को पलटते हैं। विशालकाय डायनोसोर अपनी विपुल शक्ति के बावजूद इस धरा से लुप्त हो गए। कारण 'सर्ववाइवल ऑफ द फिटिस्ट' के सिद्धान्त के अनुसार बदलती परिस्थितियों के साथ तालमेल न बिठा पाए। वहीं कॉकरोच अपनी लघु काया के बावजूद अपनी जिजीविषा की किरणों को बरकरार रखने में सफल है, हर हाल में जीने की कला सीखकर, करोड़ों-करोड़ों वर्षों से जीवित है। अतएव इस परिदृश्य में परिवर्तनशील संसार के मर्म को समझना होगा। परिस्थिति के कौतुक के अनुसार अपने अस्तित्व के खेल को समझकर जीने की सर्वोत्कृष्ट कला सीखनी होगी। बैंकों के संदर्भ में भी यही सिद्धान्त लागू है जहाँ बैंकिंग के बदलते स्वरूप की पूरी नींव ग्राहक आधार पर रखी हुई है। ग्राहक जो पूर्णतः संतुष्ट हों, आहल्लादित हो, हमारी सेवाओं से प्रभावित हो ऐसी बैंकिंग

व्यवस्था लानी होगी। तभी हम अपने अस्तित्व को कायम रखने में सफल हो सकते हैं।

ग्राहक संतुष्टि के उत्प्रेरक

ग्रूका व रेगो (2005) द्वारा किये गये शोध में ये स्पष्ट रूप से परिभाषित किया गया है कि संतुष्ट ग्राहक ही संस्थान के उत्पादों का निरंतर क्रय करके संस्थान को लाभप्रद बनाते हैं। इस शोध में ग्राहक संतुष्टि का सीधा प्रभाव संस्थान की आय पर पड़ता है। ग्राहकों को प्रदान की गई सेवा संस्थान के प्रति उनकी प्रतिबद्धता को बढ़ाती है तथा अपने उत्पादों को निरंतर क्रय करने व प्रयोग करने के लिए उत्साहित करती है।

क) उत्पादों में गुणवत्ता एवं लाभप्रदता

कोई भी ग्राहक किस वस्तु में सर्वप्रथम गुणवत्ता चाहता है। आज विश्वभर में गुणवत्ता ही किसी भी व्यवसाय की सफलता की कुँजी समझी जाती है तब बैंकिंग व्यवसाय इससे अछूता कैसे रह सकता है। गुणवत्ता परक ग्राहक सेवा से ही व्यवसाय में वृद्धि हो सकती है। संतुष्ट ग्राहक अपने मित्रों, संबंधियों को नए खाते खोलने के लिए प्रेरित करेंगे। ज्वायंट वेंचर के विकास और उत्कृष्ट ग्राहक सेवा से ही बैंकिंग व्यवसाय बहुआयामी हो सकता है और बैंक की लाभप्रदता में वृद्धि हो सकती है।

इस प्रकार उत्कृष्ट ग्राहक सेवा का प्रभाव अर्थव्यवस्था पर भी पड़ेगा। बेहतर ग्राहक सेवा से ग्राहकों में बचत की आदत विकसित हो सकेगी जिससे अर्थव्यवस्था में निवेश का एक आधार तैयार हो सकेगा और अंतोगत्वा संगठनात्मक ढाँचे का विकास हो सकेगा एवं स्तर उन्नत और समृद्ध हो जाएगा।

ख) संपूर्ण संस्थान की ग्राहक अभिमुखता

किसी भी सेवा संस्थान की सफलता का प्रथम श्रेय उनमें कार्य करने वाले कर्मियों की ग्राहक के प्रति अभिमुखता को जाता है। ग्राहक अभिमुखता का अर्थ है ग्राहकों की मुख्य अपेक्षाओं को

जानना व समझना तथा अन्य विभागों के समन्वय से उन्हें अपनी अपेक्षाओं के अनुसार उत्पादों की उपलब्धि कराना। यह तभी संभव है जब संस्थान के कर्मिकों में ग्राहकों के प्रति संवेदनशीलता हो व उनकी अपेक्षाओं को पूरा करने की ललक हो।

ग) ग्राहकों के निकट रहना

एल राइज व जैक ट्राउट ने अपनी पुस्तक 'मार्केटिंग वारफेयर' में लिखा है - 'संस्थान को कभी भी शीशे से बने महलों में रहते हुए बाजार की रणनीति नहीं बनानी चाहिए' वही रणनीति कारगर होती है जो कि बाजार में ग्राहकों के निकट रहकर बनाई जाती है। आज बाजार में सफलता का रहस्य एक ही है - ग्राहक के निकट रहकर उसको जानना, समझना व उसकी अपेक्षाओं के अनुसार उत्कृष्ट सेवा प्रदान कर

उन्हें संतुष्ट करना।

घ) सत्य के क्षणों को परिभाषित करने की क्षमता

स्कैंडिनेवियन एअरलाइंस के प्रमुख इयान कार्लसन ने अपनी पुस्तक 'मोमेन्ट्स ऑफ ट्रुथ' में लिखा है ग्राहक हमारी सेवाओं को लेते हुए कई बार परोक्ष व अपरोक्ष तरीके से संस्थान के संपर्क में आता है। इन सभी संपर्कों से उसे एक अनुभव की प्राप्ति होती है जो कि अच्छा या बुरा हो सकता है। ग्राहक संतुष्टि इन सभी अनुभवों पर आधारित होती है।

ङ) ग्राहक की शिकायतों से लाभ

ग्राहक संतुष्टि में निरंतर सुधार के लिए आवश्यक है कि उनके द्वारा की गई शिकायतों की अवहेलना न कर संस्थान उन्हें ध्यानपूर्वक सुने व उनके कहने के अनुसार सुधार के लिए अपेक्षित कदम उठाएँ इससे उत्पाद में हो रहे निरंतर सुधार के कारण लोग उसको पसंद करेंगे और लाभप्रदता में बढ़ोतरी होगी। इस प्रकार न केवल संस्थान लाभान्वित होगा बल्कि उसके पास संतुष्ट व प्रसन्न ग्राहकों का एक ऐसा बड़ा समूह रहेगा जो कि

सदैव संस्थान के उत्पादों को खरीदने के लिए तत्पर रहेगा ।

लाभप्रदता एवं ग्राहक संबंध प्रबंधन

सन् 1991 से पूर्व भारतीय बैंकिंग प्रणाली में प्रतिस्पर्धा का अभाव था। ग्राहकों को जैसी भी सेवाएँ और जिस मूल्य पर भी मिल रही थी, वे उन्हें स्वीकार करने को विवश थे । आर्थिक उदारीकरण और वैश्वीकरण की हवा ने संपूर्ण बैंकिंग क्षेत्र को प्रतिस्पर्धात्मक बना दिया है। यह प्रतिस्पर्धा दिन प्रतिदिन बढ़ती ही जा रही है। बदलते परिवेश में ग्राहक के पास बहुत से विकल्प हैं। उपभोक्ता मंच और बैंकिंग लोकपाल योजना के कारण ग्राहकों में जागृति आई है। अतः बैंकों को भी जागृति लानी होगी अन्यथा उन पर खतरे के बादल मंडराने लगेंगे।

किसी भी बैंक के अस्तित्व में बने रहने के लिए यह आवश्यक है कि उसकी लाभप्रदता अधिकाधिक हो । लाभप्रदता तभी अधिक होगी जब ग्राहक आधार सुदृढ़ होगा । यदि कोई बैंक लागत से कम मूल्य पर सेवाएँ प्रदान करता है तो उसके ग्राहकों की संख्या तो बढ़ सकती है लेकिन उसकी लाभप्रदता में वृद्धि नहीं होगी । इसी प्रकार यदि कोई बैंक लागत से बहुत अधिक मूल्य पर सेवाएँ प्रदान करता है तो उसके ग्राहक दूसरे प्रतिस्पर्धी बैंकों की ओर पलायन करने लगेंगे और इससे लाभप्रदता पर प्रतिकूल प्रभाव पड़ेगा । अतः बैंकों के लिए आवश्यक है कि वे ग्राहक भी बनाए रखें और अधिकतम लाभप्रदता भी ।

क्या है ग्राहक संबंध प्रबंधन

ये एक वृत्ताकार प्रक्रिया है जो ग्राहक से प्रारंभ होती है और ग्राहक पर ही खत्म हो जाती है । इसकी शुरुआत ग्राहक आवश्यकताओं के अभिनिर्धारण से होती है । ये आवश्यकताएँ सुस्पष्ट एवं गर्भित हो सकती है । ग्राहकों की आवश्यकताओं के अभिनिर्धारण के बाद ग्राहक निष्ठा अर्जित की जानी चाहिए ताकि विक्रय के बाद भी संबंधों को लंबे समय तक कायम रखा जा सके । इसके चार पहलू हैं :

- ग्राहक अर्जन
- ग्राहक आत्मीयता
- ग्राहक प्रतिधारण

● ग्राहक संतुष्टि

मुख्य शिकायतें एवं ग्राहक रोष के कारण

मनोवैज्ञानिकों का मानना है कि ग्राहक संस्था द्वारा दी जा रही सेवाओं से इतना संतुष्ट नहीं होता जितना कि उसके द्वारा व्यक्त की गई शिकायत पर त्वरित कार्रवाई से होता है। ग्राहक बैंक सेवाओं की कमी को बर्दाश्त नहीं करता। ग्राहक की असुविधा छोटी हो या बड़ी उसका निवारण अवश्य होना चाहिए। ग्राहकों से प्राप्त होने वाली शिकायतों के अधिकतर कारण निम्न होते हैं-

- दुर्व्यवहार या उत्पीड़न या सहानुभूति रहित दृष्टिकोण का होना
- ग्राहकों की सावधि जमा पर मिलने वाले ब्याज में टैक्स की कटौती करना
- मृतक के खातों के दावों का निपटान करने में देरी
- 'क्या मैं आपकी सेवा कर सकता हूँ' के काउंटर पर मौजूद कर्मचारी को बैंक नियमों/योजनाओं का पूर्ण ज्ञान न होना तथा उनके द्वारा ग्राहकों के साथ सहयोग न किया जाना
- खाता खोलने/स्थानांतरित करने में देरी
- पासबुक/विवरणों में देरी
- सेवा में विलंब एवं कार्य विधि का जटिल होना
- ग्राहकों द्वारा असंतुष्ट होने पर संबंधित कर्मचारी द्वारा भी धैर्य खो देना और ग्राहकों से अनावश्यक रूप से बहस करना
- पब्लिक डीलिंग का समय पर शुरू न होना या सीट पर कर्मचारी का मौजूद न होना
- पेंशन के महंगाई भत्तों में वृद्धि होने पर उसके एरियर के भुगतान में देरी करना
- पैसा भुगतान करने में देरी करना, चेकों, ड्राफ्टों के भुगतान में विलंब होना
- ग्राहकों द्वारा वसूली हेतु जमा कराए गए चेक को देरी से

भेजना

- ⊙ खाते में विसंगति होना तथा खाते का विवरण न भेजना
- ⊙ कम्प्यूटर सिस्टम फेल होने से ग्राहकों को होनेवाली असुविधा।

आज कोई हमसे बैंक के कार्य के बारे में पूछता है तो बिना सोचे हम कह देते हैं की बैंक का काम अब आसान नहीं रहा। जरा सोचिए ! इस उत्तर से हमारे ग्राहकों के बीच क्या संदेश जाएगा। इतना ही नहीं काउंटर पर बैठे-बैठे कहना कम्प्यूटर खराब है, कोर बैंकिंग में कनेक्टिविटी नहीं मिल रही है, ड्राफ्ट, प्रिंटर, पासबुक लेखा मशीन खराब है, इंटरनेट कनेक्ट नहीं हो रहा, क्या घंटों लाइनों में खड़े ग्राहकों को रूआँसा, असंतोषी नहीं बनाएगा ? फिर कुछ बैंक शाखाओं में, जहाँ ग्राहक काफी मात्रा में हैं, नकद भुगतान की खिडकी पर भुगतान तो कर दिया जाता है मगर पास बुक में लेखा अलग काउंटर पर इलेक्ट्रॉनिक मशीन द्वारा किया जाता है। जिसके लिए ग्राहकों को दुबारा कतार में खड़े रहकर समय बर्बाद करना पड़ता है। नई प्रौद्योगिकी के चलते कहिए या अन्य कारणों से ग्राहकों को बैंक ड्राफ्ट या पे ऑर्डर निर्गत करने के लिए कार्य के घंटों बाद पुनः बुलाया जाता है। कुछ शाखाओं में चेकों व बैंक ड्राफ्टों का कर्मचारियों द्वारा लेने से मना करना तथा ड्रॉप बॉक्स में डालने के लिए कहना जिसकी कोई रसीद निर्गत नहीं की जाती। फिर पूर्ण जानकारी के अभाव में अधूरी सूचना भरकर ड्रॉप बॉक्स में डालने पर उसे सही कराने हेतु अनावश्यक श्रम, धन व समय की बरबादी ग्राहक को उत्तेजित कर देती है।

रुठे ग्राहक, मनाएं कैसे

आज की उत्कृष्ट ग्राहक सेवा कल निकृष्ट सेवा का दर्जा पा सकती है जैसा कि पहले कहा जा चुका है बैंक अपने जयपत्रों पर आराम से बैठकर शिथिल नहीं हो सकते हैं, अन्यथा उन्हें हानि होगी और उनके मार्केट शेयर में अवश्य गिरावट आएगी। ग्राहकों को उत्कृष्ट सेवा प्रदान करने हेतु कुछ सामान्य सुझाव निम्नांकित हैं -

- ⇒ आवासीय इलाकों में स्थित सभी बैंक शाखाओं में 7 × 12 बैंकिंग को अंगीकार करना

- ⇒ एकल खिडकी प्रणाली की गुणवत्ता में सुधार करना
- ⇒ 'मैं आपकी क्या सेवा कर सकता हूँ ?' यह अतिरिक्त कक्ष अनिवार्य रूप से बैंकों में होना चाहिए जहाँ प्रशिक्षित, बैंकिंग ज्ञान में पारंगत तथा योग्य व्यवहार वाले स्टाफ को नियुक्त करना चाहिए जिससे ग्राहक योग्य मार्गदर्शन पा सकेंगे और उन्हें परेशानी नहीं होगी
- ⇒ अलाभप्रद शाखाओं को बंद कर दिया जाना चाहिए या अच्छे व्यावसायिक स्थान पर शिफ्ट करना चाहिए ताकि वहाँ के स्टाफ का नियोजन जरूरतमंद शाखाओं में किया जाकर ग्राहक सेवा में सुधार लाया जा सके
- ⇒ ग्राहक सेवा समितियों का गठन किया जाए, समय-समय पर ग्राहक सेवा के स्तर की समीक्षा की जाए

शाखाओं का स्वरूप

प्रत्येक शाखा का स्वरूप ऐसा होना चाहिए जिससे ग्राहकों को शाखा में प्रवेश करते ही प्रसन्नता हो। स्टाफ के अच्छे व्यवहार के साथ ही शाखा भवन प्रशस्त, साफ सुथरा, आकर्षक सजावट के साथ हो जिससे ग्राहक शाखा की तरफ आकर्षित होंगे तथा उन्हें मानसिक संतुष्टि भी मिलेगी। साथ ही,

- ⇒ स्टाफ सदस्यों में टीम भावना से भी प्रभावी ग्राहक सेवा संभव हो सकेगी।
- ⇒ क्षेत्रीय भाषा का ज्यादातर उपयोग करने से ग्राहकों को बैंक में अपनापन नजर आएगा। भाषा से दुनिया को जीता जा सकता है तो ग्राहक को क्यों नहीं ?
- ⇒ ग्राहक सेवा मानकों का उन्नयन एवं ग्राहकों के साथ स्टाफ के दुर्व्यवहार को गंभीरतापूर्वक लेकर समुचित कार्रवाई का किया जाना भी ग्राहक संतुष्टि को बढ़ायेगा।

सुझाव पेटी

जो ग्राहक संकोचवश अपनी समस्याएं शाखा प्रबंधक के सामने व्यक्त नहीं कर सकते या जो ग्राहक अपना नाम सामने आने नहीं देना चाहते, सुझाव पेटी के माध्यम से अपनी समस्याएं

सामने रख सकते हैं जिन्हें दूर कर हम ग्राहकों को संतुष्ट रख सकते हैं ।

- ⇒ ग्राहकों से प्राप्त शिकायतों का शीघ्र निपटारा होना चाहिए। शिकायत प्राप्ति के पश्चात बैंकर को ग्राहकों के पास पावती भेजनी चाहिए । शिकायत दूर होने पर धन्यवाद ज्ञापन पत्र उन्हें बैंक के प्रति विश्वास से भर देगा ।
- ⇒ ग्राहकों के साथ भावनात्मक रिश्ता होना जरूरी है । इसके लिए योग्य समय पर उन्हें शुभकामनाएँ भेजें, उनके सुख-दुःख में शरीक हों । हमारी उत्कृष्ट सेवा तहे दिल से तब ही संभव है जब हम उन्हें अपने विशाल परिवार का एक सदस्य मानें, अपनी संस्था का महत्वपूर्ण अंग मानें ।
- ⇒ योग्य व प्रामाणिक ग्राहक यथा - समय पर ऋण चुकाने वाले ग्राहकों को प्रोत्साहित करें। अपने प्रॉडक्ट में छिपे हुए फायदों को ग्राहकों के सामने उजागर कर उनका विश्वास जीतें ।

बेहतर ग्राहक संतुष्टि सुनिश्चित कैसे हो?

बढ़ती हुई प्रतिस्पर्धा के कारण हमारे प्रमुख ग्राहकों को प्रतिस्पर्धियों द्वारा प्रलोभित किया जा रहा है। इसलिए यह आवश्यक है कि बड़े ग्राहकों के साथ-साथ छोटे व उपेक्षित ग्राहकों के साथ भी हमारा संबंध लेन-देन आधारित बैंकिंग से रिलेशनशिप बैंकिंग में परिवर्तित हो।

व्यावहारिक रूप से हमें बदलना होगा । हमारी जिम्मेदारी अपने उत्पाद बेचने तक ही सीमित नहीं है अपितु ग्राहक हमारी सूचना प्रौद्योगिकी या अन्य नये उत्पादों को स्वेच्छा से अंगीकार कर सके, इसके लिए उत्पाद विक्रयोपरांत उचित ग्राहक सेवा अनिवार्य रूप से प्रदान की जाए। शिकायतकर्ता एक मित्र के रूप में हैं उसकी समस्या का निवारण जरूरी है। अपने उत्पादों को लागू करते समय असंतुष्ट ग्राहकों के लिए प्रतिस्थापन उत्पाद का विकल्प भी यदि हमारे सामने होगा तो सोचिए हमारा ग्राहक आधार कितना सुदृढ़ हो जाएगा ।

गुणवत्ता परक एवं संबंध परक

ग्राहक सेवा हेतु कुछ सुझाव

अपनेपन से दी गई सेवा बैंक की सकारात्मक छवि को बनाने में ठोस और निर्णायक भूमिका अदा करती है । विशिष्ट ग्राहक विशिष्ट सम्मान चाहते हैं, सेवाओं में प्राथमिकता चाहते हैं। यहाँ पर छोटे और मध्यम आकार के ग्राहक उपेक्षित हो जाते हैं। शाखा के लिए छोटे से छोटा ग्राहक अथवा ऋणी भी उतना ही महत्वपूर्ण है जितना कोई विशिष्ट ग्राहक। बल्कि छोटा ग्राहक अधिक स्थायी होता है और बैंक के विकास में उसका योगदान अत्यंत महत्वपूर्ण होता है और इसीलिए शाखा में उन्हें भी वही सम्मान और व्यक्तिगत सेवाएँ दी जानी चाहिए ।

सामान्यतः शाखाएँ जमाकर्ताओं को ही ग्राहक मानती हैं जो कि एक भ्रामक अवधारणा है । वास्तविकता में जब लाभप्रदता पर अत्यधिक दबाव केन्द्रित हो गया है तब ऋणी स्वतः ही शाखा का लाभ अर्जित करने वाला महत्वपूर्ण घटक बन जाता है। अतः लाभप्रदता के इस केन्द्र बिन्दु की ओर विशिष्ट ध्यान देने की आवश्यकता है। इनकी कठिनाईयों को हल करने से अनुत्पादक आस्तियों में भी कमी आएगी तथा लाभप्रदता में स्वतः ही अभिवृद्धि होगी ।

हमारे उत्पादों का संभाव्य जीवन चक्र बहुत छोटा नहीं होना चाहिए अन्यथा ग्राहक दूसरी जगह अथवा नए उत्पाद के बारे में सोचने लग जायेंगे ।

नोट गिनने वाली मशीन से कटे-फटे नोट अलग नहीं किये जा सकते अतएव ग्राहक द्वारा उन नोटों को बदलते समय हमारे कर्मचारी उलझे नहीं ।

मुस्कुराना प्रसन्नता व्यक्त करने का नैसर्गिक तरीका है और मुस्कुराने की कोई कीमत नहीं लगती अतएव ग्राहकों के आने पर हमें मुस्कुराकर उनका स्वागत कर चेहरे पर उनके आने से प्रसन्न होने का भाव छलकाना चाहिए ।

सूचना प्रौद्योगिकी, लाभप्रदता एवं ग्राहक सेवा

ग्राहकों का रुझान आज सूचना प्रौद्योगिकी की तरफ उत्साहवर्धक ढंग से बढ़ा है। ई-मेल, 'कहीं भी कभी भी बैंकिंग, टेली बैंकिंग, इंटरनेट बैंकिंग, ई-कामर्स इत्यादि आज बैंकिंग की प्राथमिकताएं

बन गई हैं। तकनीक जनित उत्पाद, सेवाएँ ग्राहकों के बीच काफी लोकप्रिय हैं। उदाहरण के तौर पर केन्द्रीयकृत बैंकिंग प्रणाली, इंटरनेट बैंकिंग, एटीएम, कॉलसेंटर, विभिन्न भुगतान प्रणालियाँ (आर.टी.जी.एस., एस.एफ.एम.एस.) मोबाईल बैंकिंग, डेबिट/क्रेडिट कार्ड, ऑनलाइन खरीददारी, डीमॉट सुविधा, बिल भुगतान सुविधा आदि। परंतु बदलते परिदृश्य में एक सच आज भी कायम है कि बैंकिंग के प्रत्येक कार्यकलाप का केंद्र बिंदु हमारा ग्राहक है। विकासोन्मुखी बैंकिंग, प्रौद्योगिकी बैंकिंग, तकनीकी बैंकिंग आज बैंकिंग की स्थायी माँग है तो विशेषकर ग्राहक सेवा संचारी भाव है जो पूर्णतः ग्राहक संतुष्टि पर ही निर्भर है।

रिजर्व बैंक ऑफ इंडिया, भारत सरकार तथा भारतीय बैंक संघ द्वारा ग्राहक सेवा सुधार हेतु प्रयास

- * ग्राहक सेवा के अध्ययन के लिए रिजर्व बैंक ने सितंबर 1990 में एम.एन.गोईपुरिया की अध्यक्षता में एक समिति का गठन किया था जिसकी रिपोर्ट दिसंबर 1991 में प्रस्तुत की गई जो ग्राहक सेवा सुधार के लिए महत्वपूर्ण साबित हुई।
- * भारत सरकार ने कन्ज्यूमर प्रोटेक्शन अधिनियम 2002 (संशोधित) लागू किया जिसमें सेवा क्षेत्र यथा बैंकिंग आदि भी शामिल किए गए हैं और इससे ग्राहकों को बेहतर सेवा मिलने के आसार बढ़े हैं।
- * बैंककारी विनियमन अधिनियम, 1949 की धारा 35ए के अनुसार बैंकिंग लोकपाल योजना बनायी गयी। इसमें ग्राहकों की शिकायतों पर पूरा ध्यान दिया जाता है।

स्पष्ट व्यवसाय कोड तथा बैंकिंग विजन 2010

भारतीय बैंक संघ ने एक आदर्श 'कोड' स्पष्ट व्यवसाय कोड तैयार कर सभी बैंकों को परिचालित किया है। 'बैंकिंग विजन 2010 के दस्तावेज भी ग्राहक सेवा में निरंतर उत्कृष्टता लाने पर जोर देते हैं। इस दिशा में रिजर्व बैंक द्वारा दिए गए अन्य निर्देश भी ग्राहक सेवा को प्रभावी बनाने में कारगर हैं।

- प्रत्येक ग्राहक को एक अनन्य पहचान संख्या देना, जो दूसरे बैंक का ग्राहक बनने पर भी बनी रहेगी।

- बचत खाते खोलते समय ग्राहकों को खाते में रखी जाने वाली न्यूनतम शेष की जानकारी देना एवं उसमें बाद में होने वाले किसी भी परिवर्तन की जानकारी समय रहते खातेदारों को देना।
- चूककर्ता ऋणियों की आस्तियों को अपने अधिकार में लेकर उनकी बिक्री करने से पूर्व ऋणियों को पर्याप्त समय देना एवं उनसे प्राप्त उत्तर पर ध्यान देना बैंकों के लिए अनिवार्य है।
- बैंकों के लिए 'अपने ग्राहकों को जानिए' दिशानिर्देश जारी करना।
- बैंकिंग लोकपाल की नियुक्ति।
- बैंकों द्वारा दी जा रही जनसेवाओं की स्थिति की समीक्षा के लिए प्रत्येक बैंक में प्रणालियों एवं निष्पादन के अंकेक्षण हेतु तदर्थ समितियों का गठन करना।
- ग्राहकों को बैंकिंग सेवाओं की जानकारी देने हेतु टोल फ्री टेलीफोन सेवाएँ उपलब्ध कराना।
- ग्राहकों की समस्याओं/शिकायतों पर ध्यान देने के उद्देश्य से भारतीय रिजर्व बैंक एवं सरकारी क्षेत्र के बैंकों में उपमहाप्रबंधक या उनसे उच्च स्तर के अधिकारियों को नोडल अधिकारी के रूप में नामित करना।
- जब्त किए गए जाली नोटों के एवज में रसीद जारी करने के निर्देश देना।
- बैंकों को सिक्के वजन के अनुसार स्वीकार करने का निर्देश देना।

इनके अतिरिक्त ग्राहक सेवा के लिए पात्रता निर्धारण मानक भी तैयार किये गये हैं। इसमें विभिन्न सेवा पहलुओं को पांच बड़े समूहों में रखा गया है। इसमें प्रथम चार सेवा समूहों में निहित मानदण्ड शाखा स्तर की ग्राहक सेवा गुणवत्ता के निर्धारण करने हेतु उपयोग में लाने की बात है। यथा -

- क) गति और कार्यक्षमता

ख) स्थान, सुविधाएँ और कर्मचारियों का आचरण

ग) ऋण पहलू

घ) विदेशी मुद्रा कारोबार पहलू

प्रत्येक पहलू का निर्धारण अत्युत्तम, उत्तम, संतोषजनक, असंतोषजनक और खराब के रूप में किया जाएगा। ग्राहक सेवा बैंकों के लिए प्राणवायु के समान होगी। आज अगुआ बनने के लिए संतुष्ट ग्राहक, त्वरित सेवा, सहयोगात्मक, रवैया, उन्नत तकनीक अपरिहार्य मानदण्ड बन गए हैं।

आज यदि हम आगे बढ़ना चाहते हैं, अगुआ बनना चाहते हैं तो जितना चाहिए उससे ज्यादा चलें और अगुआ बनने के इन चार सूत्रों को आत्मसात् कर लें-

⇒ धैर्य एवं सहिष्णुता

⇒ स्फूर्ति एवं आत्मविश्वास

⇒ नम्रता एवं ग्राहक सेवा के प्रति तत्परता एवं सुरुचि

⇒ चातुर्य, युक्तिसंपन्नता एवं सत्यनिष्ठा

स्वयं से ये प्रश्न करना चाहिए कि मैं अपने काम को और बेहतर कैसे कर सकता हूँ या अपनी संस्था के लिए ज्यादा मूल्यवान कैसे हो सकता हूँ? इतना करने से हमारा आत्मविश्वास बढ़ता है और जब हमारा आत्मविश्वास कार्य कर रहा तो भला ग्राहक संतुष्ट क्यों नहीं होगा। लाभप्रदता एवं संवृद्धि की युक्तियाँ तो अनेक हैं बस अपनी कार्य कुशलता तथा प्रभावशीलता बढ़ाकर दृष्टिकोण को व्यापकता एवं नई दिशा देनी होगी ताकि हम अपनी उत्कृष्ट सेवा के द्वारा ग्राहक को संतुष्टि की स्थिति में लाकर खुद अगुआ बनने की ओर अग्रसर हो सकें।

आज के प्रतिस्पर्धी एवं ग्राहकोन्मुखी वातावरण में राष्ट्रपिता महात्मा गांधी द्वारा कहे गये ये शब्द कितने अधिक प्रासंगिक हैं :

‘कोई ग्राहक हमारे परिसर में सबसे महत्वपूर्ण आगन्तुक है। वह हम पर निर्भर नहीं हम उस पर निर्भर हैं। वह हमारे कार्य में बाधा नहीं है, बल्कि वह इसका उद्देश्य है। वह हमारे व्यवसाय में बाहरी व्यक्ति नहीं है, वह इसका एक हिस्सा है। उसकी सेवा कर हम उस पर कोई कृपा नहीं करते हैं बल्कि हमें ऐसा करने का अवसर देकर वह हम पर कृपा करता है’।

अतः वर्तमान समय में बैंक केवल निक्षेप तथा ऋण के ब्याज अंतर पर अपना अस्तित्व बनाए नहीं रख सकते हैं। अब ये महत्वपूर्ण नहीं है कि हम क्या सेवाएँ देते हैं बल्कि हम यह सेवाएँ किस प्रकार देते हैं यह ज्यादा महत्वपूर्ण है। आज के प्रतिस्पर्धी

‘कोई ग्राहक हमारे परिसर में सबसे महत्वपूर्ण आगन्तुक है। वह हम पर निर्भर नहीं हम उस पर निर्भर हैं। वह हमारे कार्य में बाधा नहीं है, बल्कि वह इसका उद्देश्य है। वह हमारे व्यवसाय में बाहरी व्यक्ति नहीं है, वह इसका एक हिस्सा है। उसकी सेवा कर हम उस पर कोई कृपा नहीं करते हैं बल्कि हमें ऐसा करने का अवसर देकर वह हम पर कृपा करता है’।

वातावरण में नवीन ग्राहक पाना एवं पुराने ग्राहकों को उत्कृष्ट सेवा प्रदान कर उन्हें बनाए रखना चुनौतीपूर्ण कार्य है। आधुनिक बैंकिंग में जहाँ बढ़ती साक्षरता, प्रतिस्पर्धात्मक वातावरण, उपभोक्तावाद का बोलबाला है हमें ग्राहकों की अपेक्षाओं में हो रही वृद्धि को अपनी उत्कृष्ट सेवा

के द्वारा तुष्ट करना ही होगा।

अतएव संस्थागत उत्थान एवं लाभप्रदता के लिए सदैव यह याद रखना है कि एक संतुष्ट ग्राहक ही एक सफल व्यावसायिक संस्थान की धुरी है। इसके लिए संस्थान के सभी कार्मिक चाहे वह किसी भी विभाग के क्यों न हों - एक अहम् भूमिका निभा सकते हैं।

बैंकिंग के बदलते परिवेश में ग्राहक सेवा

⊙ महेंद्र पाल शर्मा

सहायक महाप्रबंधक
भारतीय रिजर्व बैंक, मुंबई

भारतीय अर्थव्यवस्था में बैंकिंग एक अभिन्न अंग है। प्रारंभिक दौर में इसमें पूंजीपतियों का अधिपत्य रहा तथा ग्राहक सेवा की भावना गौण थी। लेकिन बैंकों के राष्ट्रीयकरण के बाद इस अवधारणा में परिवर्तन आया और इस दौर में बैंकों के सामाजिक दायित्व एवं ग्राहक सेवा के प्रति समर्पण की भावना की नींव पड़ी। 1991 में प्रारंभ किए गए आर्थिक सुधार कार्यक्रम एवं वैश्वीकरण की ओर अग्रसर होने से तकनीकी साधनों का उपयोग बैंकों में होना शुरू हुआ। वर्तमान समय में बैंकिंग का स्वरूप पूरी तरह बदल चुका है। भारत में बैंकिंग क्षेत्र वैश्वीकरण, निजीकरण, उदारीकरण तथा प्रतिस्पर्धा के दौर से गुजर रहा है। बैंकों में जैसे-जैसे तकनीकी उपयोग बढ़ता जा रहा है वैसे-वैसे ग्राहकों की बैंकों से अपेक्षाएं भी बढ़ती जा रही हैं। आज इस प्रतिस्पर्धा के युग में अद्यतन और समुन्नत तकनीक को अपनाना जरूरी हो गया है। यदि किसी बैंक या वित्तीय संस्था द्वारा जागरूकता में कमी, देरी या लापरवाही की जाती है तो उसे काफी नुकसान हो सकता है और उसकी **लाभप्रदता** भी प्रभावित हो सकती है। विदेशी बैंकों तथा निजी बैंकों के पास पहले से ही **उन्नत तकनीकी** सुविधाएं उपलब्ध हैं। इस समय बैंकों तथा वित्तीय संस्थाओं की सबसे बड़ी चुनौती ग्राहक संतुष्टि है। ग्राहक और बैंकर का एक अटूट संबंध है जो एक दूसरे के बिना अधूरा है। ग्राहकों के लिए उत्तम एवं **दक्ष** सेवा प्रदान करना ही बैंकिंग उद्योग की पहचान बन गई है।

ग्राहक सेवा के आवश्यक तत्व

- ⊙ ग्राहकों की समस्याओं तथा शिकायतों का तत्काल समाधान।
- ⊙ ग्राहक द्वारा अपेक्षित सभी सूचनाएं तुरंत देना।
- ⊙ ग्राहकों के खातों और लेनदेन की गोपनीयता तथा खातों की सुरक्षा बनाए रखना।
- ⊙ विभिन्न योजनाओं की पूरी तथा सही जानकारी देना।

- ⊙ ऋण देते समय सभी नियमों तथा कानूनी जानकारी देना।
- ⊙ कर्मचारियों में अनुशासन एवं विनम्रता का होना।
- ⊙ ग्राहकों के आवेदनों पर शीघ्र कार्रवाई।
- ⊙ अद्यतन तकनीकी का उपयोग तथा वेबसाइट को अद्यतन रखना।
- ⊙ ग्राहक के साथ राजभाषा हिंदी या ग्राहक की भाषा में संवाद करना।
- ⊙ ग्राहकों के लिए सुलभ एवं आकर्षक योजनाएं बनाना।
- ⊙ बैंक कर्मियों को बैंक के सभी उत्पादों तथा कानूनी नियमों आदि की पूरी जानकारी होना तथा तकनीकी उपकरणों को प्रचालित करने का प्रशिक्षण।

उत्तम ग्राहक सेवा के उपाय

- ⊙ ग्राहकों से मित्रवत, सम्माननीय, शिष्ट, मधुर एवं सहयोग पूर्ण व्यवहार किया जाना चाहिए।
- ⊙ बैंकों में ग्राहकों के बैठने के लिए समुचित व्यवस्था की जानी चाहिए तथा अन्य आवश्यक सुविधाएं जैसे पीने का शीतल जल, स्टेशनरी आदि भी उपलब्ध होनी चाहिए।
- ⊙ बैंकर का प्रथम लक्ष्य **त्वरित** एवं मुस्कान सहित सेवा प्रदान करना होना चाहिए।
- ⊙ बैंक कर्मियों को बैंक के सभी उत्पादों की पूर्ण एवं सही जानकारी होनी चाहिए ताकि वे ग्राहकों को भी उनकी पूर्ण एवं सही जानकारी दे सकें। इसके लिए उन्हें प्रशिक्षण दिया जा सकता है।
- ⊙ बैंक के उत्पादों के विक्रय के समय बैंक के लाभों के साथ-साथ ग्राहकों के लाभ की भी बात करनी चाहिए।
- ⊙ एकल काउंटर सुविधा प्रदान करके भी ग्राहकों को बेहतर

सुविधाएं दी जा सकती हैं।

- ग्राहकों की शिकायतों का समाधान शीघ्रताशीघ्र किया जाना चाहिए तथा समय-समय पर उनसे फीड बैक भी प्राप्त करना चाहिए।
- ग्राहक सेवा ग्राहकोन्मुखी होनी चाहिए तथा बैंकों को ग्राहकों का विश्वास जीतना चाहिए।
- ऋण प्रक्रिया तथा कार्यप्रणाली सरल होनी चाहिए।
- शाखाओं में पूछताछ काउंटर / सहायता डेस्क होनी चाहिए साथ ही वेबसाइट अद्यतन रहनी चाहिए।
- बैंक कर्मियों के लिए मानव संसाधन विकास कार्यक्रमों को सुदृढ़तापूर्वक लागू किया जाना चाहिए।

तकनीकी माध्यम से बेहतर ग्राहक सेवा

कम्प्यूटर और दूसरे इलेक्ट्रॉनिक माध्यमों के आगमन से बैंकिंग क्षेत्र में बहुत बदलाव आ चुका है। आज बैंकिंग क्षेत्र में कई आधुनिक सेवाएं उपलब्ध हैं, जैसे:-

एटीएम

इसके माध्यम से ग्राहक किसी भी समय अपनी आवश्यकता के अनुसार धन राशि निकाल सकते हैं। शाखा में जाकर धन राशि निकालने की तुलना में इससे समय और श्रम दोनों की बचत होती है। बैंकों द्वारा अब मोबाइल ए.टी.एम. की सुविधा भी शुरू की जा चुकी है।

इंटरनेट बैंकिंग

यह एक ऐसा माध्यम है जिसके द्वारा ग्राहक कार्यालय से या घर बैठे ही इंटरनेट से खाते के विवरण, निधि अंतरण, भुगतान रोकने आदि जैसे कार्य सुविधापूर्वक कर सकते हैं।

मोबाइल बैंकिंग

इसके माध्यम से ग्राहक मोबाइल से अपने खाते के बैलेंस की जानकारी तथा अन्य सुविधाओं का लाभ उठा सकते हैं।

वीसैटस्

जनवरी-मार्च 2008

बैंकों में सूचनाओं का आदान-प्रदान करने हेतु वी-सैटस् का उपयोग किया जा रहा है। शाखाओं को एक दूसरे से जोड़ने के लिए क्लस्टर तथा राउटर आदि का उपयोग किया जा रहा है ताकि ग्राहकों को नवीनतम सुविधाएं प्रदान की जा सकें। इसकी वजह से एनी ब्रांच बैंकिंग, कोर बैंकिंग आदि जैसी सुविधाएं भी ग्राहक को मिल रही हैं।

इलेक्ट्रॉनिक क्लियरिंग सिस्टम एवं इलेक्ट्रॉनिक फंडस ट्रांसफर

इसके माध्यम से चेक या वारंट के बिना ही ब्याज, लाभांश तथा अन्य भुगतानों की राशि ग्राहक के खाते में जमा कर दी जाती है। इलेक्ट्रॉनिक फंडस् ट्रांसफर के द्वारा इलेक्ट्रॉनिक संकेत कोड के माध्यम से राशि का शीघ्र अंतरण कर दिया जाता है।

रियल टाइम ग्रॉस सेटलमेंट

यह एक एकीकृत भुगतान और निपटान विधि है जो हाल ही में भुगतान, निपटान एवं समाशोधन के लिए शुरू की गई है। इससे अंतर बैंक भुगतान, स्वयं के खातों में अंतरण, बहुपक्षीय शुद्ध निपटारा समूह एवं ग्राहकों के भुगतान और निपटान अतिशीघ्र किए जा रहे हैं।

सहायक सेवाएं

बैंक अपने ग्राहकों के अलावा अन्य व्यापारियों, व्यक्तियों को सहायक सेवाएं जैसे यात्री चेक, उपहार चेक, अदायगी आदेश, ड्राफ्ट, वेस्टर्न यूनियन मनी ट्रांसफर, क्रेडिट कार्ड आदि की सेवाएं भी प्रदान कर रहे हैं।

यह सत्य है कि बैंकों में ग्राहकों की अपेक्षाओं को पूरा करने में कम्प्यूटरीकरण ने काफी बोज़ अपने उपर ले लिया है परन्तु इसके बावजूद मानव संसाधन एक अप्रत्यक्ष दबाव में है, क्योंकि ग्राहकों की अपेक्षाओं में भी वृद्धि हुई है। ग्राहक के विकास में बैंक कर्मियों द्वारा सेवा देने के विषय में सम्पूर्ण समर्पण की आवश्यकता है, अतः इसके लिए बैंक कर्मियों को उत्प्रेरित करना होगा। बैंकों में मानव संसाधन से जुड़े कार्यक्रमों को और सुदृढ़तापूर्वक लागू करना होगा। एक संतुष्ट कर्मि ही संतोषजनक

सेवा दे सकता है। आज जब सभी बैंक बासल अपेक्षाओं के अनुसार न्यूनतम **पूंजी पर्याप्तता** के प्रति गंभीर है वहां मानव पूंजी में भी किसी प्रकार का हास उचित नहीं है। आवश्यकता इस बात की है कि इस पूंजी को बैंकिंग व्यवसाय में इस प्रकार लगाया जाए जिससे ग्राहक संतुष्टि के साथ लाभप्रदता भी बढ़ सके।

आज के समय में बैंकों को उत्कृष्ट ग्राहक सेवा प्रदान करने के लिए व्यावसायिक नजरिया अपनाने की जरूरत है। बैंकों का सम्पूर्ण कारोबार ग्राहकों पर आधारित है। अतः बैंकों के लिए अपनी लाभप्रदता बढ़ाने तथा प्रतिस्पर्धी बाजार में टिके रहने एवं चुनौतियों का सामना करने के लिए मजबूत **ग्राहक आधार** बनाना बहुत ही आवश्यक हो गया है। तकनीकी के माध्यम से सेवा प्रदान करने से बैंक को तो फायदा होगा ही साथ ही ग्राहकों को शीघ्र सेवा मिलेगी तथा समय की बचत भी होगी। इसके अलावा हमें यह भी ध्यान रखना है कि हमारे देश में साक्षरता दर कम है, अतः बैंकों का यह भी दायित्व है कि कम पढ़े-लिखे और अनपढ़ ग्राहकों के साथ कोई भेदभाव न हो। इसके लिए बैंक आम आदमी को बैंकिंग के दायरे में लाने के लिए **वित्तीय साक्षरता** अभियान चलाएं ताकि देश की अधिक से अधिक जनता बैंकिंग सुविधा का लाभ उठा सके।

बैंकों के साथ-साथ भारत सरकार तथा भारतीय रिज़र्व बैंक भी ग्राहक सेवा के महत्व को समझते हुए अच्छी से अच्छी

ग्राहक सेवा उपलब्ध कराने के लिए कृत संकल्प है। हाल ही में भारतीय रिज़र्व बैंक ने अपने यहां ग्राहक सेवा विभाग की भी स्थापना की है जो बैंकों को ग्राहक सेवा के विषय में दिशा-निर्देश जारी करने के साथ-साथ ग्राहकों से प्राप्त शिकायतों के शीघ्र समाधान तथा निपटान के लिए भी आवश्यक कदम उठाता है। भारत सरकार के वित्त मंत्रालय ने भी इस दिशा में आवश्यक दिशा-निर्देश जारी किए हैं। आज सबसे बड़ी आवश्यकता है ग्राहकों की आवश्यकता का पूर्व अनुमान करना और उसके अनुरूप बैंकिंग उत्पाद तैयार करना। बाजार अब क्रेता बाजार के रूप में उभर रहा है। आज खुदरा बैंकिंग, टेली बैंकिंग, रूम सर्विस बैंकिंग, तत्काल बैंकिंग आदि कितने नए नाम और आयाम बैंकिंग को मिल रहे हैं। ग्राहक सेवा को भी इसके साथ कदम से कदम मिलाकर चलना होगा। जैसा कि हम जानते हैं कि एक संतुष्ट ग्राहक कई ग्राहकों को हमारे साथ जोड़ सकता है जबकि एक असंतुष्ट ग्राहक कई ग्राहकों को हमसे तोड़ सकता है।

अंत में निष्कर्ष के रूप में हम यह कह सकते हैं कि आधुनिक तकनीक का उपयोग और मानव संसाधन की पूरी क्षमताओं का उपयोग करते हुए ही उत्तम ग्राहक सेवा प्रदान की जा सकती है। अतः हमें तकनीकी उपयोग के साथ-साथ मानव संसाधन का भी सम्मान करना होगा ताकि वे ग्राहकों का सम्मान कर सकें।



प्रयुक्त शब्दावली

लाभप्रदता	Profitability	अद्यतन	Latest
उन्नत तकनीकी	Advanced Technology	पूंजी पर्याप्तता	Capital Adequacy
दक्ष	Efficient	ग्राहक आधार	Customer Base
त्वरित	Speedy	वित्तीय साक्षरता	Financial Literacy



संकलन : सावित्री सिंह

सहायक महाप्रबंधक,
कृषि बैंकिंग महाविद्यालय, पुणे

वित्तीय समावेशन के इस दौर में जहां हर तबके, हर गांव और देश के दूरदराज क्षेत्रों के निवासियों तक बैंकिंग सेवाओं को उपलब्ध कराने की बात कही जा रही है ऐसे में ग्राहक सेवा सभी गतिविधियों के केंद्र में एक महत्वपूर्ण अंग के रूप में उभर रही है। यूं देखा जाए तो वित्तीय समावेशन का सपना तभी साकार हो सकता है जब लोगों को दी जानेवाली सेवा में इतना दमखम हो कि वह उन्हें अपनी ओर आकर्षित कर सके। अतएव हम कह सकते हैं कि वित्तीय समावेशन के संकल्प को पूरा करने की सबसे अहम शर्त बेहतर ग्राहक सेवा प्रदान करना बन जाती है। आइए इस बार हम कुछ ऐसी संकल्पनाओं की चर्चा करें जो बनी तो हैं आम शब्दों से लेकिन ग्राहक सेवा के संदर्भ में उनके मायने बदल जाते हैं।

Customer Service ग्राहक सेवा

ग्राहक सेवा किसी भी संगठन द्वारा ग्राहक की अपेक्षाओं की पूर्ति के लिए किए जाने वाले प्रयासों का वह समूह है जिससे वह ग्राहक को संतुष्टि प्रदान करता है। संगठन में आम तौर पर किसी भी सेवा के पीछे कई लोगों का योगदान शामिल होता है जबकि प्रत्यक्ष रूप में एक समय पर एक ही व्यक्ति उसे प्रदान करता दिखाई देता है।

Behavior व्यवहार

ऐसे किसी भी लेनदेन में जहां एक पक्ष सेवा प्रदान करने वाला और दूसरा सेवा का लाभ उठानेवाला हो वहां उनका एक दूसरे के प्रति रवैया उनके व्यवहार को प्रभावित करता है। इसलिए व्यवहार ग्राहक के अनुभव की गुणवत्ता पर असर डालनेवाला महत्वपूर्ण कारक है क्योंकि सेवा देनेवाला जैसा व्यवहार करेगा उसके अनुसार ही उस सेवा के प्रति ग्राहक की सोच बनेगी।

Body Language शारीरिक भाव भंगिमा

हम एक दूसरे तक अपनी बात पहुंचाने के लिए शब्दों का सहारा लेते हैं लेकिन अकेले शब्द इस जिम्मेदारी को पूरा करने में असमर्थ रहते हैं। हमारी पूरी बात को सही मायने में दूसरों तक संप्रेषित करने का काम बिना शारीरिक भाव भंगिमा के संभव नहीं हो सकता। ग्राहक सेवा में यह बहुत ही जरूरी हो जाता है कि सेवा प्रदान करनेवाला ग्राहक के शब्दों के साथ-साथ उसकी भाव-भंगिमा को भी समझे और साथ ही अपने शारीरिक हावभाव भी ऐसे रखे जिससे ग्राहक स्वयं को सहज महसूस करे और दी गई सेवा से संतुष्ट हो सके।

Code of Practice आचार संहिता

कई ट्रेड एसोसिएशन अपने सदस्यों के लिए एक मानक आचार संहिता तय कर लेते हैं और उनकी यह अपेक्षा रहती है कि उनके सदस्य ग्राहकों के साथ व्यवहार करते समय उस संहिता का पालन करें। इस संहिता को किसी नियम अथवा अधिनियम का दर्जा हासिल नहीं रहता बल्कि यह मोटे तौर पर ग्राहकों की समस्याओं का निदान कैसे किया जाए और ग्राहकों की शिकायतों से कैसे निपटा जाए इसके बारे में दिशानिर्देश प्रदान करती है।

Competitor प्रतिस्पर्धी

यदि एक संगठन के समान ही कोई दूसरा संगठन सेवा या उत्पाद प्रदान करता है तो वह संगठन पहलेवाले संगठन का प्रतिस्पर्धी कहलाता है। इस स्थिति में ग्राहक के सामने सेवा या उत्पाद का विकल्प मौजूद रहता है और यदि वह एक सेवा प्रदाता से संतुष्ट नहीं होता तो तुरंत दूसरे प्रदाता का रुख कर

लेता है। इसलिए ग्राहक को अपने साथ जोड़े रखने के लिए बेहतर ग्राहक सेवा जरूरी है।

Complaint शिकायत

जब ग्राहक प्रदान की गई सेवा या उत्पाद से संतुष्ट नहीं होता तो अपना असंतोष दर्शाने के लिए वह शिकायत करता है जो किसी भी संगठन की ग्राहक सेवा की सफलता अथवा असफलता का परिचायक है। संगठन को नियंत्रित करनेवाले निकाय भी ग्राहकों की शिकायतों के आधार पर ही संगठन की सफलता को आंकते हैं।

Consistent Service निरंतर सेवा

ग्राहक की संतुष्टि इस बात पर भी निर्भर करती है कि उसे एक बार प्रदान की गई सेवा में निरंतरता बनी रहे। वह उस सेवा के स्तर में सुधार देखना चाहता है लेकिन उसमें गिरावट उसे मंजूर नहीं होती। इसलिए संगठन ग्राहक से प्राप्त सुझावों के आधार पर अपनी ग्राहक सेवा में सुधार करने के इच्छुक रहते हैं और यह प्रयास करते हैं कि ग्राहक सेवा के स्तर में निरंतरता बनी रहे।

Continuous Improvement सतत सुधार

ज्यादातर संगठन अपने प्रतिस्पर्धियों से एक कदम आगे रहना चाहते हैं इसलिए वे अपनी ग्राहक सेवा में सतत सुधार पर जोर देते हैं। ग्राहक से मिलनेवाले फीडबैक के आधार पर वे ग्राहक की अपेक्षाओं और संतुष्टि का पता लगाकर अपनी ग्राहक सेवा को सतत बेहतर करने का प्रयास करते हैं। इस कार्य में वे अपने फ्रंटलाइन स्टाफ और सपोर्ट स्टाफ दोनों की मदद लेते हैं।

Customer Charter ग्राहक चार्टर

कई संगठन अपने ग्राहकों को दी जानेवाली सेवाओं का एक विवरण तैयार करते हैं जिसे ग्राहक चार्टर का नाम दिया जाता है। यह एक तरह से संगठन की सेवाओं का ब्यौरा होता है जिसका लाभ कोई भी ग्राहक उठा सकता है।

Customer Expectations ग्राहक की अपेक्षाएं

एक ग्राहक किसी संगठन से क्या चाहता है और कैसे चाहता है इस पर उस संगठन की सेवा योजना निर्भर करती है। ग्राहक की अपेक्षाओं को पूरा करने के लिए ही संगठन अपनी सेवाओं में निरंतर सुधार करने का प्रयास करता है। ग्राहक की अपेक्षाएं ही हैं जो ग्राहक सेवा के मानदण्ड को तय करती हैं। यदि संगठन ग्राहक की अपेक्षाओं पर खरा उतरता है तो निश्चित रूप से ग्राहक उसकी सेवाओं से संतुष्ट नजर आयेगा।

Customer Experience ग्राहक का अनुभव

ग्राहक का अनुभव अर्थात् प्राप्त सेवाओं के प्रति वह कैसा महसूस करता है और क्या सोचता है। किसी भी लेनदेन से जुड़े ग्राहक के अनुभव उस संगठन के साथ भविष्य में उसके संपर्क और अपेक्षाओं को प्रभावित करते हैं। इस तरह से हम कह सकते हैं कि आज की बेहतर ग्राहक सेवा कल के ग्राहक विस्तार की नींव है।

Customer Feedback ग्राहक का फीडबैक

ग्राहक का फीडबैक औपचारिक और अनौपचारिक दोनों तरीके से प्राप्त किया जा सकता है। प्रश्नावली के माध्यम से एकत्रित किया गया फीडबैक औपचारिक और ग्राहक की यदा कदा की गई टिप्पणी अनौपचारिक फीडबैक को दर्शाते हैं। इसके आधार पर संगठन ग्राहक के अनुभवों का पता लगा सकते हैं और ग्राहक सेवा में सुधार की दिशा में प्रयास कर सकते हैं।

Customer Information ग्राहक जानकारी

कई बार संगठन ग्राहक से जुड़ी जानकारी जैसे कि उसका नाम, व्यवसाय, पता और उसके द्वारा चुने गए उत्पाद एवं सेवाओं आदि का डाटाबेस तैयार करते हैं ताकि ग्राहक को बेहतर और निजी सेवा प्रदान की जा सके। लेकिन ऐसा करते समय ग्राहक से जुड़ी जानकारियों की गोपनीयता को बनाए रखने पर सेवा प्रदाता संगठन को ध्यान देना होगा।

Customer Loyalty ग्राहक निष्ठा

संगठन की उत्कृष्ट ग्राहक सेवा ग्राहकों को अपने साथ बांधकर रखने में सफल होती है। ऐसी स्थिति में सेवा से संतुष्ट ग्राहक भी अन्य किसी सेवा प्रदाता के प्रति लगाव न रखकर बार-बार पुराने प्रदाता के पास ही आना चाहता है। संगठन को चाहिए कि वे ऐसे ग्राहकों की निष्ठा को बनाए रखने के लिए उन्हें विशेष ग्राहक सेवा प्रदान करें और अपने साथ उन्हें बांधें रखें। आपदा की स्थिति में निष्ठावान ग्राहक संगठन की मदद को भी आगे आने से नहीं हिचकिचाते।

Customer's Preference ग्राहक की प्राथमिकता

हर ग्राहक की अपनी एक निजी पसंद-नापसंद होती है, अपना नज़रिया होता है और तदनुसार उसकी अपेक्षाएं भी बदलती रहती हैं। किसी भी संगठन के लिए हर ग्राहक की पसंद-नापसंद को हमेशा ध्यान में रखकर उसके अनुसार सेवा प्रदान करना संभव नहीं है। लेकिन जब भी ऐसा हो उस समय ग्राहक को विकल्प प्रदान कर ग्राहक के संतुष्टि स्तर को ऊपर उठाया जा सकता है।

Customer's Rights ग्राहक के अधिकार

व्यक्ति की जब एक बार किसी संगठन के ग्राहक के रूप में पहचान बन जाती है तब उसे कानूनन कई अधिकार मिल जाते हैं जो उसके हितों की रक्षा करते हैं। अक्सर ग्राहक सेवा को ग्राहक अधिकार के परिप्रेक्ष्य में तौला जाता है जो कि सही नहीं है क्योंकि ग्राहक सेवा उसके अधिकारों को ध्यान में रखकर नहीं दी जाती बल्कि वह तो संगठन की अपनी नीतियों, योजनाओं एवं प्रयासों का परिणाम होती है।

Customer Relationship ग्राहक संबंध

जब एक ही ग्राहक को एक से अधिक बार सेवा प्रदान की जाए तो सेवा प्रदाता और उस ग्राहक के बीच एक संबंध विकसित हो जाता है जिससे ग्राहक की उस संगठन के लिए निष्ठा पैदा हो जाती है। संगठन के लिहाज से ऐसे संबंध का विकसित होना काफी फायदेमंद होता है क्योंकि एक नया ग्राहक बनाने से बेहतर होता है मौजूदा ग्राहक के साथ ज्यादा लेनदेन करना। इसमें जोखिम से बचाव के साथ ही आपसी समझ के मजबूत होने की वजह से कारोबार में तेजी भी आती है।

Internal and External Customers

आंतरिक एवं बाह्य ग्राहक

संगठन के अपने सदस्य जब उसकी सेवाओं का लाभ उठाते हैं तो वे आंतरिक ग्राहक कहलाते हैं लेकिन जब उस संगठन से इतर कोई व्यक्ति उसकी सेवा का उपभोग करता है तो वह बाह्य ग्राहक की श्रेणी में आता है। संगठन के लिहाज से तो बेहतर यही रहता है कि वह आंतरिक एवं बाह्य दोनों ग्राहकों की संतुष्टि का पूरा - पूरा ख्याल रखे।

Mission Statement ध्येय(मिशन) वाक्य

मिशन वाक्य किसी भी संगठन के उद्देश्य और प्रयोजन का सूत्र वाक्य होता है। हम इसे यूं भी कह सकते हैं कि यह संगठन के उत्पाद एवं सेवा का दर्पण होता है और उसके अस्तित्व पर प्रकाश डालता है। अक्सर मिशन वाक्य में ग्राहक सेवा पर जोर दिया जाता है ताकि ग्राहकों के प्रति संगठन की प्रतिबद्धता को स्पष्ट किया जा सके।

Problem in Customer Service

ग्राहक सेवा में समस्या

ग्राहक सेवा में समस्या तब आती है जब ग्राहक की अपेक्षा को ग्राहक सेवा पूरा नहीं कर पाती। यह ग्राहक सेवा की मांग को पूरा करने में संगठन की अक्षमता या ग्राहक अपेक्षा के उच्च स्तर के कारण भी हो सकता है। ऐसी स्थिति में समस्या का तुरंत पता लगाकर ग्राहक संतुष्टि की दृष्टि से उसका निदान किया जाना चाहिए।

Reliable Customer Service विश्वसनीय ग्राहक सेवा

अधिकतर ग्राहक किसी भी संगठन द्वारा प्रदान की जानेवाली सेवा की विश्वसनीयता को बहुत अहमियत देते हैं। वे ऐसी सेवा चाहते हैं जिसके लिए उन्हें दोबारा सेवा प्रदाता तक दौड़ न लगानी पड़े। मिलनेवाली सेवा की विश्वसनीयता उनकी संतुष्टि पर असर डालती है जो अंततः ग्राहक सेवा की गुणवत्ता को प्रभावित करता है।

Queue Management कतार प्रबंधन

जब कई ग्राहकों को एक ही समय पर एकसमान ग्राहक

सेवा दी जानी हो तो ग्राहक सेवा का सिद्धांत कहता है कि 'पहले आए पहले पाए' के आधार पर सेवा प्रदान की जाए। ऐसे में कतार प्रणाली का पालन किया जाना अच्छा रहता है। आमने सामने दी जानेवाली सेवाओं में इस सिद्धांत को अपनाने से उच्च ग्राहक संतुष्टि प्राप्त की जा सकती है।

Regulation and Regulator विनियम और नियामक

उत्पाद या सेवा प्रदान करनेवाले किसी भी संगठन को संबंधित कारोबार को नियंत्रित करनेवाले विनियमों और नियामक इकाइयों के अनुसार कार्य करना पड़ता है। कोई कोर्ट या न्यायाधीश विनियमकों के पालन के लिए बाध्य नहीं करता बल्कि उस कारोबार के लिए निर्धारित प्रक्रिया के अनुसार सेवा या उत्पाद प्रदान करना उत्कृष्ट ग्राहक सेवा का परिचायक होता है। अतएव संगठन क्षेत्र विशेष पर लागू विनियमों से बंधे होते हैं और उनसे यह अपेक्षा की जाती है कि वे कम से कम निर्धारित स्तर की सेवा या उत्पाद अवश्य प्रदान करेंगे।

Service Deliverer सेवा प्रदाता

संगठन का वह व्यक्ति जो ग्राहक को प्रत्यक्ष रूप में सेवा या उत्पाद प्रदान करता है वह सेवा प्रदाता कहलाता है हालांकि उस सेवा या उत्पाद से कई अन्य लोग अप्रत्यक्ष रूप से जुड़े हो सकते हैं। हर संगठन में ऐसे सेवा प्रदाताओं के लिए अलग-अलग पदनाम मौजूद हैं। ग्राहक सेवा पर सबसे पहला असर इन

व्यक्तियों का होता है अतएव संगठनों को इनके चयन में काफी सावधानी बरतनी चाहिए।

Service Provider सेवा प्रदायक

ग्राहक को सेवा या उत्पाद प्रदान करनेवाला संगठन ही सेवा प्रदायक कहलाता है। इस प्रक्रिया में केवल एक ही व्यक्ति की भूमिका नहीं होती बल्कि पूरी टीम का योगदान रहता है। हां प्रत्यक्ष रूप में यह हो सकता है कि एक ही व्यक्ति सेवा प्रदान कर रहा हो। इस टीमवर्क में सहायक दल की भूमिका महत्वपूर्ण होती है जबकि वह ग्राहक की नजरों से हमेशा ओझल ही रहते हैं।

Transactional Analysis (TA) व्यवहार विश्लेषण

व्यवहार विश्लेषण (आम तौर पर इसे टीए के रूप में जाना जाता है) वह ढांचा है जिसमें दो व्यक्तियों के बीच आपसी लेनदेन के दौरान के उनके व्यवहार का अध्ययन किया जाता है। ग्राहक के साथ कारोबार करते समय यह विश्लेषण महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है। इससे ग्राहक की प्रतिक्रिया के कारणों का पता लगाने में आसानी होती है खासकर जब उनसे जुड़ी किसी समस्या का हल ढूंढना होता है।

ग्राहक सेवा विभाग

बैंकिंग के क्षेत्र में ग्राहक सेवा को सुधारने के लिए रिज़र्व बैंक जोरदार तरीके से प्रयास कर रहा है। तदनुसार, वह बैंकों और रिज़र्व बैंक के भीतर भी ग्राहकों के अधिकारों की रक्षा, ग्राहक सेवा की गुणवत्ता में बढ़ोत्तरी एवं शिकायत निवारण प्रणाली को मजबूत करने के लिए उपाय कर रहा है। तथापि, बैंकों और रिज़र्व बैंक में ग्राहक सेवा से संबंधित गतिविधियों को इसके विभिन्न विभागों द्वारा निभाया जा रहा था। ग्राहक सेवाओं के प्रावधान में अपनी पहल को बढ़ाने के क्रम में, बैंकों और रिज़र्व बैंक में ग्राहक सेवा से संबंधित सभी गतिविधियों को एक विभाग में लाने का निर्णय लिया गया है। अतः 1 जुलाई 2006 से रिज़र्व बैंक ने ग्राहक सेवा विभाग (सीएसडी) नाम से एक नये विभाग का गठन किया है। केवल ग्राहक सेवा पर ध्यान केंद्रित करने वाले नए विभाग का गठन रिज़र्व बैंक द्वारा ग्राहक सेवा प्रदान किए जाने पर दिए गए महत्व को दर्शाता है। ग्राहक सेवा विभाग के कार्यों में शामिल हैं :

- बैंकों एवं रिज़र्व बैंक द्वारा ग्राहक सेवा एवं शिकायत निवारण केंद्र से संबंधित अनुदेशों/ सूचना का प्रचार

- रिज़र्व बैंक के विभिन्न कार्यालयों/विभागों द्वारा दी जा रही सेवाओं के संबंध में शिकायत निवारण प्रणाली का निरीक्षण।
- बैंकिंग लोकपाल (बीओ) योजना का प्रशासन।
- भारतीय बैंकिंग संहिता तथा मानक बोर्ड (बीसीएसबीआई) के लिए केंद्रीय विभाग के तौर पर कार्य करना।
- रिज़र्व बैंक को सीधे तौर पर प्राप्त बैंकों में ग्राहक सेवा संबंधी शिकायतों पर निवारण सुनिश्चित करना।
- ग्राहक सेवाओं एवं शिकायत निवारण के संबंधित मामलों पर बैंकों, भारतीय बैंक संघ, बीसीएसबीआई, बीओ कार्यालयों और रिज़र्व बैंक के विनियामक विभागों के बीच संपर्क करना।

बैंकिंग लोकपाल कार्यालयों में निपटारी गई शिकायतों से विभाग को आवधिक रूप से प्राप्त फीडबैक रिज़र्व बैंक में नीतिगत पहलुओं के लिए एक महत्वपूर्ण इनपुट हो गया है।

स्रोत : भारतीय रिज़र्व बैंक की वार्षिक रिपोर्ट, 2006-07

बैंकों में उत्पाद- नवीनताएं

○ डॉ. सुरेश कुमार
उप महाप्रबंधक (राज.)
भारतीय स्टेट बैंक, मुंबई

पिछले कुछ समय में बैंकिंग- कारोबार कहीं ज्यादा प्रतिस्पर्धी हो गया है। ग्राहकों के साथ अच्छे संबंध रखना सफलता का मंत्र बन गया है। आय बढ़ाने के लिए बैंक अपने ग्राहकों को संतुष्ट करने के नए-नए तरीके खोज रहे हैं, जैसे कि ग्राहक संतुष्टि को सर्वोच्च प्राथमिकता देना। अन्य सेवा उन्मुख कंपनियां भी प्रतिस्पर्धा में कूदकर उसे कड़ा बना रही हैं। बैंक तत्काल पहुंच और सुगमता के साथ कम लागत पर अधिकतम सेवा प्रदान कर ग्राहकों को आकर्षित करने की कोशिश कर रहे हैं। इसके लिए वे तकनालाजी की सहायता ले रहे हैं। आज तकनालाजी ही बाज़ार की अगुआई कर रही है।

पिछली चौथाई सदी में विनियमन और तकनालाजीगत सुधार ही बैंकिंग में व्यापक नवीनता के लिए जिम्मेदार हैं। 70 के दशक में पर्सनल कम्प्यूटरों की शुरुआत और एटीएम के प्रादुर्भाव ने बैंक-प्रबंधन का ध्यान आकर्षित किया। 80 के दशक में विनियमन संबंधी परिवर्तनों ने उद्योग की संवृद्धि को तेज किया, फिर बैंकों द्वारा बाज़ार में एकीकृत उपस्थिति पर ध्यान केंद्रित करने पर डाउनसाइजिंग ने उसे गति दी जिसकी परिणति उल्लेखनीय विलय-गतिविधियों में हुई। हाल के तकनालाजीगत सुधार बैंकों के फोकस की जड़ में हैं और साथ ही उनके उल्लेखनीय निवेश का लक्ष्य भी। हाल के अनुमानों के अनुसार बैंक और उनकी वित्तीय सेवा कंपनियों की बिरादरी इस साल लगभग 7 बिलियन डालर ग्राहक संबंध प्रबंधन (सीआरएम) पर खर्च करेगी और अगले कुछ सालों तक उसे 14 प्रतिशत प्रति वर्ष तक बढ़ाएगी। (बैंकिंग इनोवेशंस-डजसीआरएम क्वालीफाई, डब्ल्यूडब्ल्यूडब्ल्यू.सीआरएम2डे.कॉम)

बैंकिंग - क्षेत्र की जरूरतों की समझ और बदलती प्रवृत्तियां उत्पाद-नवीनताओं की ओर अग्रसर करती हैं। प्रतिस्पर्धा का सामना करने के लिए हर बैंक को नवीन उत्पादों का सहारा लेना होगा।

ग्राहक संतुष्टि की दृष्टि से तकनालाजी की भूमिका बहुत महत्वपूर्ण है। वह ग्राहकों को बेहतर और त्वरित सेवा करने में बैंक-प्रबंधन और स्टाफ को बहुमूल्य मदद देती है। वह सेवाओं की गुणवत्ता, संपदा- प्रबंधन, ब्रांड - निर्माण, टैकनो - बैंकिंग, सीआरएम-प्रथाओं और उभरती उत्पाद-नवीनताओं जैसे कि ई-बैंकिंग, टेली-बैंकिंग, एटीएम, क्रेडिट कार्ड्स आदि में सहायता प्रदान करती है।

सेवाओं के कारगर सुपुर्दगी माध्यम

पिछली दो सदियों में बैंक जोखिम-प्रबंधन के कार्य में व्यस्त रहे हैं। तकनालाजीगत बदलाव, प्रतिद्वंदी बाज़ारों की नई घुसपैठ और ग्राहकों की युवा पीढ़ी अन्य उद्योगों को वित्तीय सेवाओं में ज्यादा संलग्न होने के लिए बाध्य कर रही हैं। इलेक्ट्रॉनिक और सूचना-प्रौद्योगिकी क्षेत्रों ने बैंकिंग और वित्तीय सेवा क्षेत्रों को ग्राहकों से संवाद सुचारु बनाने में बहुत मदद की है। विभिन्न सुपुर्दगी माध्यमों, जैसे कि मोबाइल बैंकिंग, टेली बैंकिंग, शाखा- बैंकिंग, ई-बैंकिंग, एटीएम और क्रेडिट कार्ड आदि के एकीकरण ने बैंकों को अपनी लागत और श्रम घटाने में सहायता की है और उनके लिए अपने ग्राहकों को कारगर तरीके से सेवा प्रदान करना आसान बनाया है। इनमें से कुछ सुपुर्दगी-माध्यमों की चर्चा नीचे की जा रही है।

ई-बैंकिंग

ई-बैंकिंग इंटरनेट बैंकिंग का संक्षिप्त नाम है। इसमें ग्राहकों को अपने बैंकिंग लेनदेन करने के लिए इंटरनेट पर जाने की सुविधा मिलती है। इंटरनेट बैंकिंग के प्रारंभिक दिनों में उसका उपयोग बैंक के वेब पेज द्वारा अपने उत्पादों और सेवाओं की जानकारी देने मात्र के लिए किया जाता था। पर आजकल वह निधि- अंतरण के अलावा वित्तीय उत्पादों और सेवाओं की ऑनलाइन खरीद हेतु खातों तक पहुंचने के लिए इस्तेमाल होती है। इसे 'लेनदेनपरक (ट्रैंजैक्शनल) ऑनलाइन बैंकिंग', भी कहा जाता है।

ई-बैंकिंग 24X7 (यानी चौबीसों घंटे सातों दिन) आधार पर काम करती है। इसके द्वारा ग्राहक अपने बैंकिंग लेनदेन अपने दफ्तर या घर से ही संपन्न कर सकते हैं। उन्हें व्यक्तिगत रूप से बैंक की शाखा में जाने की जरूरत नहीं रहती। दूसरी ओर इससे बैंकों की स्थान, टैलर मशीनों और श्रम संबंधी लागत घटती है तथा लाभ, सेवा की गुणवत्ता और गति बढ़ती है।

एक ओर जहां मशीनों के उभार और तकनालाजीगत रणसज्जा ने जिंदगी आसान बना दी है, वहीं दूसरी ओर वह कष्ट और पीड़ा भी लेकर आई है क्योंकि अपराधी इनके कारगर प्रयोग द्वारा लोगों और व्यवसायों को बेहिसाब नुकसान भी पहुंचा रहे हैं। जाहिर है, इंटरनेट बैंकिंग के साथ सुरक्षा के अभाव जैसी कमियां भी जुड़ी हैं। वह इंटरनेट - धोखाधड़ियों और फिशिंग जैसे साइबर-अपराधों को जन्म भी देती है जिसके द्वारा ग्राहकों के यूजरनेम्स, पासवर्ड्स, एकाउंट आईडीज, क्रेडिट कार्ड डिटेल्स आदि चुरा लिए जाते हैं।

ऑटोमैटिड टैलर मशींस

शाखा की लेनदेन लागतें घटाने के लिए प्रायः सभी बैंकों ने ऑटोमैटिड टैलर मशीनें (एटीएम) लगा ली है। बैंकिंग लेनदेन करने, उन पर नज़र रखने और उनका प्रबंधन करने की दृष्टि से एटीएम बहुत लाभदायक हैं। वे मिनी बैंकों की तरह होती हैं। पैसा निकालने के अलावा ग्राहक उनमें पैसा जमा भी करवा सकता है और अपने खाते की शेष राशि का पता लगा सकता है जिससे उसका और बैंक दोनों का समय और श्रम बचता है।

लेकिन एटीएम के साथ भी कार्ड जैमिंग, कार्ड स्किमिंग, कार्ड स्वैपिंग, वेबसाइट स्पूफिंग, भैतिक हमले और पिन नंबर विषयक कठिनाइयां जुड़ी हैं।

क्रेडिट कार्ड

क्रेडिट कार्ड दुनिया में 1920 से प्रचलन में हैं। उपभोक्ताओं की बढ़ती दिलचस्पी के साथ इस प्लास्टिक मुद्रा का चलन भी बढ़ता जा रहा है। ग्राहकों के लिए यह ज्यादा उपयोगी है क्योंकि एक सीमा तक यह धात्विक/कागजी मुद्रा को गैरजरूरी बना देती है और नकदी तथा खरीदारी संबंधी जरूरतें पूरी कर देती

है। यह ग्राहकों को आसानी से ज्यादा खरीदारी करने के लिए प्रोत्साहित करती है। ग्राहकों के साथ नियमित संबंध कायम रखने के लिए बैंकों को शेष-अंतरण सुविधाएं, कार्ड के अधिक प्रयोग के लिए प्रोत्साहन, नई पेशकशें और उत्पाद, अन्य कंपनियों के साथ संयुक्त ब्रांड वाले कार्ड जैसी सुविधाएं प्रदान करनी चाहिए।

क्रेडिट कार्ड ग्राहकों को आसान और सुविधाजनक ऋण उपलब्ध कराते हैं। वे उन्हें अप्रत्याशित चोरियों, धोखाधड़ियों, साइबर-अपराधों और व्यापारिक त्रुटियों से भी बचाते हैं। वे नकदी पर निर्भरता कम करते हैं और बैंकिंग-गतिविधियों में पारदर्शिता और सुरक्षा बढ़ाते हैं।

किंतु कार्डधारक की लापरवाही उसकी चोरी का खतरा भी पैदा करती है जो उसका दिवाला भी निकाल सकती है। देरी से भुगतान के लिए लिया जाने वाला शुल्क, चेक बाउंस फीस, कैश क्रेडिटस, बैलेंस ट्रांसफर और क्रेडिट लिमिट की बढ़ोतरी आदि इसके कुछ अवगुण हैं जो कार्डधारकों को भुगताने पड़ते हैं।

ऋणों और क्रेडिट-भुगतानों की वसूली के संबंध में रिज़र्व बैंक के दिशानिर्देश

ऋणों और क्रेडिट-भुगतानों की वसूली के संबंध में रिज़र्व बैंक ने हाल ही में कुछ दिशानिर्देश जारी किए हैं, जो इस प्रकार हैं:-

‘ऋणदाताओं के लिए उचित व्यवहार संहिता पर जारी दिशानिर्देशों के अनुसार बैंकों को सूचित किया गया था कि ऋणों की वसूली के मामले में (क) ऋणदाता अनुचित उत्पीड़न, जैसे कि ऋणकर्ताओं को अनुचित समय पर बार-बार टोकना, ऋण वसूली के लिए बल-प्रयोग आदि, का सहारा न लें, (ख) बैंक सुनिश्चित करें कि उनके द्वारा ऋण-वसूली के लिए रखे गए एजेंट ऐसी हरकतों से बचे जिनसे बैंक की निष्ठा और प्रतिष्ठा को ठेस पहुंचती हो, (ग) उनके एजेंट अपने ऋण-वसूली के प्रयासों में किसी भी व्यक्ति के खिलाफ मौखिक या शारीरिक किसी भी तरह से डराने-धमकाने या उत्पीड़न का सहारा न लें, जिसमें ऋणकर्ताओं को सरे-आम नीचा दिखाने की कोशिश ऋणकर्ताओं/क्रेडिट कार्ड धारकों के परिजनों, संदर्भदाताओं

और मित्रों की निजता भंग करना, धमकी भरी और गुमनाम कॉलें करना या झूठी और गुमराह करने वाली बातें करना शामिल हैं।’

टेली बैंकिंग

बैंक अगर अन्य बैंकों की प्रतिस्पर्धा में खड़े रहना चाहते हैं तो उन्हें ग्राहकों की जरूरतें पूरी करनी होंगी। आईसीआईसीआई, एचडीएफसी, एचएसबीसी और एसबीआई जैसे विभिन्न बैंक विभिन्न लेनदेनों और अन्य सुविधाओं के संबंध में ग्राहकों का फोन पर मार्गदर्शन करते रहते हैं। बैंकों द्वारा टेली-बैंकिंग के जरिये प्रदान की जाने वाली मुख्य सेवाएं इस प्रकार हैं:-

- बैलेंस या हाल के लेनदेन जांचना,
- एक खाते से दूसरे खाते में धन का अंतरण,
- गैस, बिजली, पानी, क्रेडिट कार्ड आदि के नियमित बिलों का भुगतान,
- कोई स्थायी आदेश या डायरेक्ट डेबिट निर्दिष्ट, परिवर्तित या निरस्त करना,
- कार्ड या पिन नंबर बदलने के लिए आदेश देना,
- खाता-विवरण, चेक बुक आदि के लिए आदेश देना,
- विदेशी मुद्रा के अंतरण के लिए आदेश देना,
- बैंक द्वारा ऑफर किए जाने वाले अन्य उत्पादों या सेवाओं की जानकारी प्राप्त करना।

टेली-बैंकिंग एक सुविधाजनक बैंकिंग सेवा है जिसे ग्राहक किसी भी स्थान से प्राप्त कर सकते हैं। यह साल के हर दिन काम करती है और प्रयोग में आसान है।

मोबाइल बैंकिंग

मोबाइल बैंकिंग समाज के सभी वर्गों से संबद्ध लोगों में

लोकप्रिय होती जा रही है। इसे चलता-फिरता बैंक भी कहा जाता है। इस समय ज्यादातर बैंक अलर्ट सुविधा और अनुरोध सुविधा जैसी विभिन्न प्रकार की सेवाएं मोबाइल बैंकिंग के अंतर्गत उपलब्ध करा रहे हैं। अलर्ट सुविधा ग्राहकों के खातों में होने वाले उल्लेखनीय लेनदेनों की सूचना देती है और ग्राहक जहाँ भी जाता है, उसे खाते में होने वाली गतिविधियों से अवगत रखती है। अनुरोध सुविधा ग्राहक को खाते के संबंध में पूछने की सुविधा देती है। बैंक ये सुविधाएं निःशुल्क उपलब्ध कराते हैं।

इस माध्यम में सुरक्षा और सुविधा दोनों हैं और यह निधियों के अंतरण, स्टॉक-मूल्यों की जानकारी, यहां तक कि स्टॉक ट्रेडिंग के लिए भी उपयोगी है।

मोबाइल बैंकिंग के लिए कोई एक तकनालाजी इस्तेमाल नहीं की जाती। इसमें अलग-अलग तकनालाजियों का इस्तेमाल होता है। लिहाजा सिस्टम को सपोर्ट करने वाली आम मोबाइल बैंकिंग एप्लीकेशंस और तकनालाजी विकसित किए जाने की जरूरत है। साथ ही बैंकों को भी मोबाइल बैंकिंग चैनल को सपोर्ट करने वाले सिस्टम रखने की जरूरत है।

टेली बैंकिंग बनाम मोबाइल बैंकिंग

मोबाइल बैंकिंग ग्राहकों को मोबाइल फोन के द्वारा बैंकिंग सेवाओं का इस्तेमाल करने की सुविधा देती है। यह लेनदेन करने का एक माध्यम है। दूसरी ओर, टेली बैंकिंग ग्राहकों को बैंक की लोकेशन से अपने लेनदेनों के बारे में पूछताछ करने की सुविधा प्रदान करती है। यह एक सेवा-प्रदाता है जो ग्राहकों की जिज्ञासाओं का समाधान करता है।

निष्कर्ष यह कि तकनालाजी बैंकिंग का चेहरा बदल रही है, जिससे मनुष्य का महत्व कम होता जा रहा है। तकनालाजीगत पहलू को डील करते हुए हैकिंग, स्पाफ मेल्स, फिशिंग और पहचान की चोरी जैसी धोखाधड़ियों से सावधान रहना जरूरी है।

भारतीय बैंकों में मानव संसाधन प्रबन्धन

○ डॉ. नरेंद्र पाल सिंह
रीडर, वाणिज्य संकाय
साहू जैन कॉलेज, नज़ीबाबाद

बैंकिंग क्षेत्र में सुधार प्रक्रिया के लागू होने से सरकार एवं भारतीय रिज़र्व बैंक द्वारा बैंकों को और अधिक परिचालनगत और संगठनात्मक स्वतन्त्रता प्रदान की गई है किन्तु साथ ही बैंकों में आपसी प्रतिस्पर्धा भी अपनी चरम सीमा पर पहुंच गयी है। आज बैंकों द्वारा अपने ग्राहकों को पर्याप्त एवं उचित ग्राहक सेवायें प्रदान करना, इलैक्ट्रॉनिक बैंकिंग तथा नवीनतम सूचना प्रौद्योगिकी को अपनाना उनकी अनिवार्यता बन गयी है। वित्तीय सेवाओं के क्षेत्र में बढ़ती प्रतिस्पर्धा ने बैंकों को अपने ग्राहकों को प्रदान की जा रही सेवाओं में सूचना एवं प्रौद्योगिकी उन्मुख विस्तार करने को प्रेरित किया है। आज का ग्राहक बैंक शाखाओं

एवं कार्यालयों में लाइन में खड़ा न होकर इलैक्ट्रॉनिक सेवाएं जैसे कम्प्यूटर, एटीएम, इन्टरनेट, फोन बैंकिंग, होम बैंकिंग आदि सुविधाएं प्राप्त करना चाहता है। बैंकों ने भी अपने ग्राहकों को उनके खातों में लेन-देन की जानकारी, विभिन्न खातों में राशि के अन्तरण की सुविधा, मियादी जमा रसीदें बनाने हेतु प्रार्थना पत्र तथा अन्य सुविधायें इन्टरनेट के द्वारा प्रदान करना शुरू कर दिया है। उम्मीद की जाती है की सूचना एवं प्रौद्योगिकी के क्षेत्र में हो रहे नये-नये आविष्कारों से बैंकों के सामने अपनी व्यवसाय वृद्धि के नये-नये अवसर पैदा होंगे और इन्टरनेट जैसी सुविधाओं का बैंकों पर दूरगामी प्रभाव भी अवश्य पड़ेगा। लेकिन सोचने की बात यह है कि क्या बैंकों में कम्प्यूटर तथा अन्य इलैक्ट्रॉनिक मशीने लगाने से ही इनका काम चल जायेगा ? इलैक्ट्रॉनिक मशीनों से अपेक्षित परिणाम तभी प्राप्त हो सकते हैं जबकि मानव संसाधन द्वारा इनका सही उपयोग किया जाये।

आने वाले समय में बैंकिंग व्यवसाय में मानवीय संसाधन विकास का महत्व और अधिक हो जायेगा क्योंकि जैसे-जैसे सूचना प्रौद्योगिकी में सुधार होगा वहीं दूसरी ओर नवोन्मेषी और

मानव संसाधन प्रबन्ध के अन्तर्गत बैंकों द्वारा मानव शक्ति नियोजन, अधिकारियों एवं कर्मचारियों की भर्ती, चयन, कार्य पर नियुक्ति, पदोन्नति, स्थानान्तरण, पदावनति, सेवा समाप्ति, प्रशिक्षण एवं मूल्यांकन जैसे महत्वपूर्ण बिन्दुओं पर विचार किया जाना चाहिए।

सृजनात्मक बैंकिंग का स्थायित्व भी बढ़ जायेगा। बैंकिंग व्यवसाय के बारे में यह सोचना कि बुद्धिमान और सृजनात्मक व्यक्तियों की आवश्यकता नहीं होगी पूरी तरह समाप्त हो जायेगा और बुद्धिजीवी व्यक्ति ही निर्णायक भूमिका अदा करेंगे। बैंकों द्वारा विगत दशक में स्वैच्छिक सेवा निवृत्ति योजना को लागू कर अपने मानवीय संसाधन में काफी कमी की है जिसमें बहुत सा अच्छा स्टाफ भी इस योजना के अन्तर्गत बैंकों से बाहर हो गया है। अतः बैंकों के लिए अपने मानव संसाधनों का सर्वोत्तम प्रयोग आवश्यक हो गया है। बैंकों को अपनी आवश्यकतानुरूप पर्याप्त मात्रा में अच्छे एवं कुशल अधिकारियों एवं कर्मचारियों

की उपलब्धता हेतु विचार करना होगा और उनको उनकी निपुणता के अनुरूप स्थान एवं समय पर तैनात करना होगा। मानव संसाधन प्रबन्ध के अन्तर्गत बैंकों द्वारा मानव शक्ति नियोजन, अधिकारियों एवं कर्मचारियों की भर्ती, चयन, कार्य पर नियुक्ति, पदोन्नति, स्थानान्तरण, पदावनति, सेवा समाप्ति, प्रशिक्षण एवं मूल्यांकन जैसे महत्वपूर्ण बिन्दुओं पर विचार किया जाना चाहिए। कार्य मूल्यांकन एवं योग्यता अंकन नापने की सुनियोजित आन्तरिक प्रणाली लागू की जानी चाहिए तथा कार्य निष्पादन का मूल्यांकन, योग्य एवं भिन्न व्यक्ति द्वारा किया जाना चाहिए। यदि अधिकारियों एवं कर्मचारियों में कोई कमियां देखने को मिलती हैं तो उन्हें सुधारने का मौका दिया जाना चाहिए, साथ ही कर्मचारियों में नेतृत्व तथा विकास, शिक्षा, अभिप्रेरणा, मनोबल बढ़ाने हेतु पर्याप्त व्यवस्था की जानी चाहिए।

मानव संसाधन प्रबन्धन की आवश्यकता

समुचित मानव संसाधन प्रबन्धन, ग्राहकों और कर्मचारियों में पर्याप्त सन्तोष उत्पन्न कर, बैंकों की कार्यपद्धति एवं लाभप्रदता को भी प्रभावित करता है। मानव संसाधन का उचित प्रबन्ध किये

बिना कोई भी संगठन चाहे कितनी ही नवीनतम मशीनें, प्रौद्योगिकी अथवा अन्य साधनों को अपना ले, लेकिन सफलता प्राप्त नहीं कर सकता है और बैंकों का व्यवसाय तो पूर्णतः ग्राहक सन्तुष्टि और मानवीय सम्बन्धों पर आधारित है। अतः बैंकों के लिए मानव संसाधन का पूर्णतः विकास आज की प्रमुख आवश्यकता बन गयी है। मानव सम्बन्धों की सहायता से बैंकिंग उद्योग में अधिकारी एवं कर्मचारी दोनों ही उच्च मनोबल द्वारा अधिक व्यवसाय, तत्परता से अधिक कुशल सेवा का लक्ष्य, परस्पर सहयोग, संस्था की लाभप्रदता आदि सभी को बढ़ाते हैं और संस्था के अन्तिम उद्देश्यों को प्राप्त करने में सफल होते हैं। प्रत्येक बैंक को अपने विकास एवं अस्तित्व को बनाये रखने हेतु अन्य बैंकों से कड़ी प्रतिस्पर्धा करनी पड़ रही है तथा ग्राहकों द्वारा दिन प्रतिदिन नयी-नयी दक्षतापूर्ण एवं त्वरित सेवायें कम लागत पर मांगी जा रही हैं। अतः मानवीय सम्बन्धों का लक्ष्य एवं उद्देश्य, प्रबन्धन के उन समस्त निर्णयों को, जो कि मानव मात्र के साथ व्यवहार करने वाली क्रियाओं से सम्बन्धित है, मानवोचित एवं मानवोन्मुखी बनाना है ताकि न्यूनतम लागत पर उच्चतर उत्पादकता, श्रेष्ठ सेवा और अधिकतम मानवीय सन्तोष के बीच अच्छे तालमेल की स्थापना की जा सके। अतः मानवीय संसाधन प्रबन्धन की आवश्यकता के प्रमुख कारण निम्न हो सकते हैं :

- ⦿ बैंकों में शाखा स्तर पर ग्राहक एवं कर्मचारियों के बीच अच्छे मानवीय सम्बन्धों की स्थापना के लिए
- ⦿ बैंकों द्वारा निर्धारित अपने लक्ष्यों की पूर्ति के लिए
- ⦿ बैंकों द्वारा अपने कर्मचारियों में कार्य सन्तुष्टि की भावना उत्पन्न करने के लिए
- ⦿ बैंकों द्वारा अपने कर्मचारियों को प्रदत्त कार्य में उनका पूर्ण सहयोग प्राप्त करने के लिए
- ⦿ बैंक कर्मियों के गिरते मनोबल को बढ़ाने एवं स्थायित्व प्रदान करने के लिए
- ⦿ बैंकों की सम्पूर्ण कार्यपद्धति एवं कार्यक्षमता में विकास करने के लिए

- ⦿ बैंकों द्वारा अपनी मानवशक्ति का सही दिशा में एवं सर्वोत्तम क्षमता के साथ प्रयोग करने के लिए
- ⦿ बैंकों द्वारा अपने ग्राहकों को बनाये रखने एवं नये ग्राहकों को आकर्षित करने हेतु उत्कृष्ट एवं त्वरित सेवा प्रदान करने के लिए
- ⦿ बैंकों द्वारा कर्मचारियों के मन में संस्था के प्रति अपनत्व की भावना का विकास करने के लिए
- ⦿ बैंकों द्वारा अपनी मानव शक्ति का समुचित प्रयोग कर वर्तमान में हो रही प्रतियोगिता का मुकाबला करने के लिए
- ⦿ बैंकों द्वारा अपनी मानव संसाधन की सीमान्त उत्पादकता न्यूनतम लागत स्तर पर लाने के लिए
- ⦿ बैंकों द्वारा पर्यवेक्षण एवं निर्देशन में कमी करने हेतु
- ⦿ बैंकों द्वारा कर्मचारियों की गतिशीलता में विकास करने हेतु
- ⦿ बैंकों द्वारा अपनी योजना बनाने तथा लक्ष्यों का निर्धारण एवं क्रियान्वयन करने के लिए
- ⦿ बैंकों द्वारा अपनी जमा संग्रहण एवं व्यवसाय वृद्धि करने हेतु
- ⦿ बैंकों द्वारा ऋणों की वसूली एवं खर्चों पर नियन्त्रण करने के लिए
- ⦿ बैंकों द्वारा धोखा-धड़ियों के मामलों का पता लगाने हेतु
- ⦿ बैंकों द्वारा अपने कर्मियों की मानसिकता में परिवर्तन कर टीम भावना को विकसित करने के लिए
- ⦿ बैंकों द्वारा लाभप्रदता के साथ अपने सामाजिक दायित्वों को पूरा करने हेतु

ग्रामीण क्षेत्र में मानवीय संसाधन प्रबन्धन

हमारे देश में व्यावसायिक बैंकों का आधे से अधिक व्यवसाय एवं शाखायें ग्रामीण एवं अर्द्धशहरी क्षेत्रों में स्थित हैं और इनका प्रमुख व्यवसाय भी गांव तथा छोटे-छोटे कस्बों में

रहने वाले ग्राहकों पर आधारित है। प्रायः देखने में आता है कि बैंकों में नियुक्त कर्मचारी ग्रामीण क्षेत्रों में अपनी नियुक्ति से पीछे हटते हैं और यदि उनको स्थानान्तरित कर भी दिया जाये तो अधिकांशतः अवकाश पर रहते हैं तथा अपने कार्य निष्पादन में पूरी रुचि नहीं लेते, इसके पीछे महत्वपूर्ण कारण ग्रामीण क्षेत्रों में अच्छी शिक्षा व स्वास्थ्य सेवाओं तथा बुनियादी सुविधाओं का अभाव माना जाता है। अधिकांश कर्मचारी ग्रामीण क्षेत्रों में न रहकर अपने आवास नजदीकी शहरी क्षेत्रों में रखते हैं और वहीं से प्रतिदिन शाखा में आना-जाना करते हैं। परिणामस्वरूप ये कर्मचारी बैंक को पर्याप्त समय नहीं दे पाते और कार्य के प्रति अभिरुचि भी कम हो जाती है किन्तु जो कर्मचारी ग्रामीण क्षेत्रों में रहकर अपने कार्य को अंजाम देते हैं तो उनके व्यक्तित्व का विकास, समाचार पत्रों के न मिलने, नयी व आधुनिक सुविधाओं की कमी, बाहरी क्षेत्रों का पूर्ण ज्ञान न होना आदि के कारण बाधित हो जाता है और वे हीन भावना से ग्रसित हो जाते हैं जिसका प्रभाव उनकी कार्यक्षमता पर भी पड़ता है। अतः बैंकों को चाहिए कि चयन

प्रक्रिया के समय यह ध्यान दिया जाये कि ग्रामीण एवं अर्द्धशहरी क्षेत्रों में कार्य करने के लिए इन्हीं क्षेत्रों के व्यक्तियों की नियुक्ति की जाये और समय-समय पर उनको प्रशिक्षित भी किया जाये। बैंक द्वारा अपने अधिकारियों को तो प्रशिक्षित किया जाता है जबकि ग्राहकों से सीधा सम्पर्क लिपिकों का होता है और उन्हें समुचित प्रशिक्षण नहीं दिया जाता है अतः कर्मचारियों के ज्ञान संवर्द्धन, कार्यकुशलता में वृद्धि, सकारात्मक सोच हेतु प्रशिक्षण की आवश्यकता है। प्रतिस्पर्धा के इस वातावरण में बैंक कर्मियों की ग्रामीणों के प्रति नकारात्मक सोच तथा त्रुटिपूर्ण दृष्टिकोण के कारण बैंकों का कार्य प्रभावित हो जाता है, उसे सकारात्मक रूप में बदलने की आवश्यकता है। इसके लिए यह आवश्यक है कि नियुक्ति व स्थानान्तरण के समय उपयुक्त कर्मियों की नियुक्ति की जाये तो वह अच्छे परिणाम दे सकते हैं। ग्रामीण क्षेत्रों में कार्य करने हेतु कर्मियों को विशेष कैडर देकर उनको मानसिक रूप से ग्रामीण व अर्द्धशहरी क्षेत्रों में काम करने के लिए पहले से ही तैयार किया जा सकता है। इन क्षेत्रों में

कार्य करने वालों की एक स्पष्ट स्थानान्तरण नीति बनायी जाये और यह अनिवार्य कर दिया जाये कि एक निश्चित समय तक कार्मिक ग्रामीण क्षेत्र में कार्य करेगा तथा इस नीति का अनुपालन पूर्णतः ईमानदारी से किया जाये अन्यथा असन्तोष बढ़ जायेगा और बैंकिंग व्यवसाय भी प्रभावित होगा। ग्रामीण क्षेत्रों में कार्य करने वाले लोगों को विशेष प्रोत्साहन भी दिया जाना चाहिए जैसे कि ग्रामीण क्षेत्र भत्ता, पदोन्नति में वरीयता, परिवार को शहरी क्षेत्र में रखने की अनुमति, मानव संसाधन हेतु प्रशिक्षण आदि की व्यवस्था सुनिश्चित कर बैंक अपने मानव संसाधन का प्रबन्धन सही रूप में कर सकते हैं।

मानवीय सम्बन्धों का कुशल प्रबन्धन

मानवीय सम्बन्धों में यह बात भी ध्यान रखने योग्य है कि कर्मचारियों को उनकी योग्यता के अनुरूप ही कार्य सौंपा जाये जिससे वह कार्य के प्रति सन्तुष्ट होंगे और कुछ समय पश्चात उस कार्य में विशेष योग्यता एवं दक्षता प्राप्त कर लेंगे।

कोई भी संस्था मानवीय सम्बन्धों के कुशल प्रबन्धन के बिना विकास नहीं कर सकती है। बैंकिंग व्यवसाय में भी आज जिस कदर प्रतिस्पर्धा बढ़ी है, मानवीय संसाधनों के कुशल प्रबन्धन के बिना उत्पादकता, लाभप्रदता एवं कार्य कुशलता के प्रमाणों को

पूरा कर पाना सम्भव नहीं है। मानवीय संसाधन एवं सम्बन्धों का अधिकाधिक सदुपयोग ही अच्छे परिणाम दे सकता है। इसके लिए सर्वप्रथम हम अपने कर्मचारियों के बारे में अच्छी तरह जानें, उनकी योग्यता एवं कुशलता का पूरा फायदा उठाने हेतु उनके व्यक्तित्व की पूरी पहचान करें। यदि प्रबन्धक अपने समस्त स्टाफ के बारे में पूर्ण जानकारी रखता है तो वह स्टाफ से उतना ही करीब होकर बैंक के कार्यों में अधिक रुचि लेने हेतु प्रोत्साहित कर सकता है। मानवीय सम्बन्धों में यह बात भी ध्यान रखने योग्य है कि कर्मचारियों को उनकी योग्यता के अनुरूप ही कार्य सौंपा जाये जिससे वह कार्य के प्रति सन्तुष्ट होंगे और कुछ समय पश्चात उस कार्य में विशेष योग्यता एवं दक्षता प्राप्त कर लेंगे। यदि जरूरी हो तो उन्हें समय-समय पर प्रशिक्षण भी दिलाया जाये। मानवीय सम्बन्धों में प्रगाढ़ता लाने हेतु स्टाफ से संवाद भी स्थापित करना होगा जो भी आदेश अथवा निर्देश दें, स्पष्ट हो। बात करते समय क्रोध, चिन्ता, दुख, चेहरे पर उदासी आदि भावों को प्रकट न करे। स्टाफ के आग्रह अथवा

अनुरोध को भी अस्वीकार न किया जाये। अपने लक्ष्यों की प्राप्ति हेतु कर्मचारियों को योगदान की बजाय भागीदारी हेतु प्रेरित किया जाये। समय-समय पर कर्मचारियों द्वारा अनुभव की जा रही समस्याओं अथवा परेशानियों को भी नजर-अंदाज न करें और आगे नीति निर्धारण में इन बातों का पूरा ध्यान रखा जाये। अपने अधीनस्थ कर्मचारियों को उनके अधिकार एवं कर्तव्यों का समय-समय पर बोध कराते रहना चाहिए। अधिकारों का प्रत्यायोजन भी सुनिश्चित किया जाये जिससे कर्मचारियों में कार्य के प्रति विश्वास एवं जिम्मेदारी की भावना विकसित होती है। अधीनस्थ कर्मचारियों से भी समय-समय पर मन्त्रणा करनी चाहिए और सीखने-सिखाने का वातावरण बनाये रखना चाहिए। अपने स्टाफ में सुरक्षा की भावना बनाये रखें चाहे उनके द्वारा थोड़ी बहुत गलती भी की गयी हो, बाद में उन पर कार्यवाही सुनिश्चित कर सकते हैं। अच्छे कार्यों के लिए श्रेय देकर उन्हें सम्मानित करें और उपलब्धियों हेतु किसी आयोजन पर उनकी सराहना एवं पुरस्कार दें जिससे उनके मनोबल में वृद्धि होगी। बैंक कर्मियों से समय-समय पर उनके व्यक्तिगत जीवन के बारे में भी बातें करें जिसमें ज्यादा समय भी नहीं लगता परन्तु इसका प्रभाव कर्मचारियों के व्यवहार में अवश्य होता है। अधिकारी वर्ग को स्वयं में ईमानदारी, सच्चाई, कर्तव्यनिष्ठा जैसे आदर्शों को अपनाकर अपना व्यक्तित्व निखारना होगा और आदर्श प्रस्तुत करना होगा। खाने के नाम पर घंटों शाखा से नदारद होना अपने अधीनस्थ कर्मियों को अपने घरेलू कार्यों में लगाये रखना, स्टाफ को मिलने का समय देकर प्रतीक्षा कराना, उनके साथ दुर्व्यवहार करना, स्वयं ही नियमों का पालन न करना, इससे कार्यालय का वातावरण दूषित तो होगा ही साथ ही कर्मचारी भी कार्य के प्रति लापरवाह हो जायेंगे। अधिकारियों एवं कर्मचारियों सभी का मधुर व्यवहार, कार्य के प्रति कर्तव्यनिष्ठा और ईमानदारी, आपसी सम्बन्धों को सहज बनाना, आदि मानवीय सम्बन्धों के कुशल प्रबन्धन हेतु आवश्यक हैं।

शाखा स्तर पर मानवीय समस्या एवं उनका समाधान

बैंक की कार्मिक नीतियां, श्रमिक संगठनों की प्रवृत्तियां

एवं कार्यपद्धति तथा शाखा प्रबन्धकों की कार्यशैली, शाखा स्तर पर आपसी सम्बन्धों को प्रभावित एवं नियन्त्रित करती है। अधिकांश शाखा प्रबन्धकों की शाखा स्तर पर मानवीय सम्बन्धों में महत्वपूर्ण भूमिका होती है किन्तु आज प्रबन्धक कर्मचारियों, श्रमिक संघों और प्रबन्ध तन्त्र के बीच अपने को असहाय महसूस करते हैं। बैंकों में मानवीय समस्याओं एवं मतभेदों के प्रमुख क्षेत्र निम्न हो सकते हैं :

- उच्च स्तर पर किये गये समझौतों को बैंक कर्मियों द्वारा लागू न किये जाने के सम्बन्ध में विवाद।
- छुट्टियों सम्बन्धी सुविधा के अनियोजित प्रयोग और उसे चुपचाप स्वीकार कर लेने की प्रवृत्ति।
- कार्यप्रणाली में परिवर्तन करने पर बैंक कर्मियों द्वारा विवाद।
- शाखा प्रबन्धक द्वारा अपने पूर्ववर्ती शाखा प्रबन्धक द्वारा नियम एवं नीतियों के विपरीत दिये गये लाभों एवं सुविधाओं को वापस लेना।
- बैंक कर्मियों द्वारा समयोपरि भत्ते की मांग, अधिकार के रूप में करना और प्रबन्धक द्वारा शान्ति बनाये रखने हेतु मांग स्वीकार कर लेना।
- कार्यों का स्पष्ट विभाजन जिससे लिपिकों और अधिकारियों के बीच मतभेद उत्पन्न न हों।
- बैंक कर्मियों द्वारा आवश्यकता न होने पर भी स्थानापन्न कार्य व्यवस्था की मांग करना।
- बैंक कर्मियों द्वारा कार्यविधि एवं प्रक्रिया में परिवर्तन किए जाने का विरोध करना।
- कार्य पर विलम्ब से आना, अनुशासनहीनता, अनुचित कार्य प्रणालियों का प्रयोग, सहनशक्ति का अभाव, कर्मचारियों के बीच कार्यों एवं दायित्वों का असमान आबंटन, समय पर देयराशियों का भुगतान न करना आदि मानवीय समस्यायें एवं विवाद पैदा करते हैं।

उक्त मानवीय समस्याओं के समाधान हेतु एक आदर्श प्रक्रिया अथवा संहिता विकसित की जानी चाहिए जिसमें सर्वप्रथम समस्या के समाधान के लिए यह जरूरी है कि परिवेदनाग्रस्त कर्मचारी अथवा उनके समूह एवं अधिकारियों से समस्या के बारे में सहानुभूतिपूर्वक सुनवायी की जाये तदुपरान्त समस्या से सम्बन्धित सभी तथ्य एकत्रित किये जायें। तथ्यों को प्राप्त कर एक निश्चित अवधि में उनका समुचित विश्लेषण कर व्यवहारिक समाधान खोजा जाये और यह समाधान पूर्णतः स्पष्ट होना चाहिए जो कि कर्मचारी एवं अधिकारियों को लाभप्रद एवं न्यायसंगत महसूस हो। समस्या का हल निकालने के साथ ही उसका समुचित अनुगमन किया जाना चाहिए कि समस्या के हल से वांछित परिणाम मिले हैं अथवा नहीं और भविष्य में ऐसी समस्याओं की पुनरावृत्ति पर यह समाधान लागू किया जा सकता है अथवा नहीं।

मानव संसाधन जोखिम

हाल ही के वर्षों में बैंकों द्वारा नयी तकनीक, कम्प्यूटरीकरण, इन्टरनेट, सूचना प्रौद्योगिकी बहुत ही तेजी से शाखा स्तर तक लागू की गयी है तथा प्रतिस्पर्धा और लाभप्रदता पर आये दबाव के कारण अधिकांश बैंकों द्वारा स्वैच्छिक सेवा निवृत्ति की योजनायें भी मानव संसाधन के सम्मुख प्रस्तुत की गई हैं और इन बैंकों को कर्मचारियों की ओर से कल्पनातीत रूप से भारी प्रतिसाद भी मिला है। बैंक अपनी लागतों में कमी करने एवं कार्यक्षमता को बढ़ाने हेतु अपने स्टाफ को 25 से 30 प्रतिशत कम करने का लक्ष्य लेकर चल रहे हैं। स्वैच्छिक सेवा निवृत्ति की इस योजना के अन्तर्गत बैंकों द्वारा अपने कार्य कुशल, सजग, निपुण एवं दक्ष और अपरिहार्य स्टाफ को खो देने का जोखिम बना रहा है क्योंकि ऐसी परिस्थितियों में अधिकांश अच्छा स्टाफ ही स्वैच्छिक सेवा निवृत्ति योजना में बाहर जाने की सोचता है। अतः इस योजना के बाद सभी बैंकों को अपने व्यवसाय और क्रियाकलापों को नये सिरे से व्यवस्थित करना पड़ेगा और उपयुक्त दक्ष एवं कार्यकुशल मानव संसाधन की खोज करनी होगी तथा उन्हें

उच्च वेतनमान एवं स्तरों पर नियोजित करना होगा। बैंकों के सामने यह जोखिम भी बनी रहेगी कि पुराना स्टाफ स्वैच्छिक सेवा निवृत्ति योजना के अन्तर्गत बाहर जाकर अन्यत्र बैंकों में पुनः नियोजन प्राप्त कर ले और अपने पुराने बैंक की आन्तरिक जानकारी नये बैंक को देकर पुराने बैंक का अहित न कर दे। बैंकों के सामने अपने कुशल एवं दक्ष कर्मियों को बनाये रखना, उनका सही रूप से नियोजन तथा अपने व्यवसाय के पुनर्नियोजन का जोखिम विद्यमान है और अपने अपरिहार्य स्टाफ के खो जाने की चुनौती भी बरकरार रहेगी जिसका प्रबन्धन बैंकों को कुशलतापूर्वक करना होगा।

मानवीय सम्बन्धों को बेहतर बनाने के सुझाव

बैंकों में प्रतियोगिता का स्तर इस सीमा तक पहुँच गया है कि यदि कोई बैंक अपने ग्राहकों की अवहेलना करता है तो ग्राहक तुरन्त ही बैंक बदल लेते हैं। ग्राहकों के सम्पर्क में रहकर, उनसे बातचीत करके, ग्राहक सेवा के स्तर में समूचे सुधार करके बैंक न केवल पुराने ग्राहकों को बनाये रख सकते हैं बल्कि नये ग्राहकों को भी आकर्षित कर सकते हैं। इन सभी कार्यों में मानव संसाधन की भूमिका अहम होती है। बैंकों को, प्रतिस्पर्धी बैंक की सेवाओं के बारे में सूचनायें एकत्र कर, उनसे बेहतर सेवायें प्रदान करनी होंगी और यह कार्य मानव संसाधन के बिना पूरा नहीं हो सकता। आज का ग्राहक इलैक्ट्रॉनिक

बैंकिंग जैसे एटीएम, इन्टरनेट बैंकिंग जैसी तकनीकी सेवायें भी चाहता है और बैंकों के साथ प्रत्यक्ष रूप से व्यक्तिगत सम्बन्ध भी रखना चाहता है। शिष्टाचार, आत्मीयता, सम्मान, मित्रता की भावना आदि का प्रदर्शन मानव संसाधन द्वारा ही किया जा सकता है, कम्प्यूटर द्वारा नहीं। अतः मानवीय सम्बन्धों को बेहतर बनाने के कुछ सुझाव निम्न हो सकते हैं :

⇒ बैंक शाखाओं में प्रबन्धकों को चाहिए कि सभी कर्मियों के साथ समान व्यवहार करने की नीति अपनायें। यदि प्रबन्धक और अधिकारीगण स्वयं अनुशासित एवं कार्य के प्रति सजग एवं गम्भीर हैं तो लिपिक एवं अधीनस्थ कर्मचारी स्वतः ही अनुशासित हो जायेंगे।

- ⇒ बैंकों में प्रत्येक कर्मचारी को यथायोग्य सम्मान दें एवं उचित व्यवहार करें चाहे वह किसी भी पद पर तैनात हो। किसी भी कर्मचारी अथवा उसकी समस्याओं की उपेक्षा करना, उसके प्रति उदासीन होना अथवा दुर्व्यवहार एवं नकारात्मक दृष्टिकोण रखना असम्मानजनक व्यवहार का परिचायक होता है। अतः प्रत्येक कर्मियों की समस्याओं एवं शिकायतों को ध्यानपूर्वक एवं सहानुभूति के साथ सुनना एवं निवारण करना आवश्यक है।
- ⇒ यदि कोई कर्मचारी बैंक शाखा में अशान्ति पैदा करे तो उसको सामने बैठकर बातचीत द्वारा समझाकर समस्या एवं विवाद का हल करें तथा एकतरफा निर्णय लेने से बचना चाहिए क्योंकि इसका अन्य कर्मचारियों पर भी गलत प्रभाव पड़ता है।
- ⇒ बैंकों में किसी भी स्तर पर अनुशासनहीनता एवं अवज्ञा को अनदेखा नहीं करना चाहिए तथा अधिकारियों को निष्पक्ष किन्तु दृढ़ होना चाहिए। किसी एक कर्मियों का दोष किसी दूसरे के मत्थे न मढ़ें, सराहना करने में कंजूसी न बरतें, स्टाफ अथवा ग्राहकों को झूठे आश्वासन न दें और अनावश्यक रूप से कर्मचारियों को परेशान न किया जाये। गलती मान लेना कमजोरी की निशानी मानकर न चलें।
- ⇒ अधिकारियों की कथनी और करनी में भेद नहीं होना चाहिए। सौहार्द्रता एवं विकास का वातावरण बैंक एवं कर्मचारियों के विकास के लिए अति आवश्यक है। अतः प्रबन्धकों को चाहिए कि वह कर्मचारियों एवं ग्राहकों में यह विश्वास विकसित करे कि प्रबन्धक जो कहेगा वह करेगा भी।
- ⇒ शाखा प्रबन्धकों को अपने व्यवहार में अनौपचारिकता रखनी चाहिए तथा अपने अधीनस्थ कर्मियों के साथ व्यक्तिगत सम्बन्धों को विकसित कर, शाखा की संस्कृति एक परिवार के रूप में विकसित करे। आपसी पारिवारिक समारोहों में भी शाखा प्रबन्धकों को शामिल होना चाहिए।
- ⇒ शाखा स्तर पर आपसी विश्वास और निष्ठा का होना अति आवश्यक है जो अधीनस्थ कर्मचारी यह देखते हैं कि शाखा प्रबन्धक विचार विमर्श करने में रुचि रखते हैं और उनका व्यवहार निष्ठापूर्ण है तो आपसी विचार विमर्श की संस्कृति और मजबूत होती चली जायेगी।
- ⇒ शाखा प्रबन्धक को कर्मचारियों के बारे में आत्मीयता की भावना रखनी होगी तथा उद्देश्यप्रदता एवं प्रतिबद्धता की भावना का विकास करना होगा और स्वयं को आत्मप्रेरित तथा स्वीकार्य बनाना होगा।
- ⇒ शाखा प्रबन्धक को चाहिए कि वह बैंक कर्मियों के अनुचित दबाव के आगे न झुके और कर्मचारियों के कल्याण सम्बन्धी कार्यों में उनके संघों के प्रतिनिधियों को भी शामिल करे।
- ⇒ शाखा प्रबन्धकों को प्रयास करना चाहिए कि वे पारस्परिक विश्वास और निष्ठा की भावना का विकास कर कार्य के वातावरण को मानवीय बनाये तभी कर्मचारी अपने सुशब्द एवं संगठित अस्तित्व की आकांक्षाओं को पूरा कर सकते हैं।
- ⇒ आवश्यकता से अधिक अथवा आवश्यकता से कम कर्मचारी होने की स्थिति में शाखा प्रबन्धक द्वारा अपने मानव संसाधन की आवश्यकता का निर्धारण ठीक प्रकार से किया जाये।
- ⇒ शाखा प्रबन्धक द्वारा मानव संसाधन की उचित तैनाती तथा उसके कार्य के बीच परस्पर तालमेल बैठाया जाये।
- ⇒ शाखा प्रबन्धक द्वारा मानव संसाधन का कार्य एवं दायित्वों का आबंटन समान रूप से किया जाये।
- ⇒ शाखा प्रबन्धकों द्वारा कर्मचारियों के साथ विचार विमर्श करके प्रत्येक कर्मचारी के दैनिक कार्य का लक्ष्य निर्धारित किया जाये।
- ⇒ शाखा में कर्मचारियों द्वारा आपसी बातचीत, टेलीफोन आदि के कारण समय की बर्बादी को रोकने के लिए कड़ी निगरानी व्यवस्था बनायी जाये।
- ⇒ शाखा प्रबन्धकों को कर्मचारियों से कार्य कराने के लिए

उनके सामने चुनौती रखनी होती है, तभी वे कार्य करते हैं, अतः योग्य एवं कुशल कर्मचारियों को अभिप्रेरित करके लक्ष्य प्राप्ति को सुनिश्चित करना चाहिए ।

- ⇒ प्रबन्धकों को कर्मचारियों पर यह विश्वास रखना चाहिए कि उनमें कार्यक्षमता की असीम सम्भावनायें हैं और इस दृष्टिकोण से कुछ कर्मचारियों को नाकारा होने से बचाया जा सकता है तथा विश्वास पैदा करके उनकी क्षमता के विकास में सहयोग किया जा सकता है ।
- ⇒ कर्मचारियों की गलतियों को दुरुस्त करने के लिए पहले उस कर्मचारी की अच्छाईयों को बताना चाहिए, बाद में त्रुटियों पर चर्चा करनी चाहिए ताकि कर्मचारी अपनी आलोचनाओं पर उग्र रूप धारण न करे और रक्षात्मक दृष्टिकोण न अपनाये ।
- ⇒ शाखा में यदि कोई कर्मचारी गलती करता है तो उसको सभी कर्मचारियों के सामने दण्डित न किया जाये बल्कि बाद में अलग से बुलाकर उसे गलती का अहसास कराया जाये ।
- ⇒ शाखा में यदि कोई नया कर्मचारी अपने कार्य को सही अंजाम नहीं दे रहा है तो प्रबन्धक को यह नहीं सोचना चाहिए कि वह कर्मचारी कार्य करना नहीं चाहता बल्कि उसे मार्गदर्शन देकर कार्य के प्रति रूचि पैदा करनी चाहिए ।
- ⇒ शाखा प्रबन्धक को किसी कर्मचारी की पिछली गलतियों को बार-बार नहीं दोहराना चाहिए, उससे कर्मचारी में चिडचिड़ापन एवं अरूचि पैदा हो जाती है । अच्छा कार्य

करने वाले कर्मचारियों की बार-बार प्रशंसा करनी चाहिए तथा उच्च अधिकारियों से कर्मचारियों का परिचय कराते समय कर्मचारियों का अनुभव, योग्यता एवं खूबियों के बारे में अवश्य बताना चाहिए ।

किसी भी संगठन की सफलता इस बात पर निर्भर करती है कि वह आर्थिक वातावरण में हो रहे परिवर्तनों के साथ अपने आप को कितना जल्दी ढाल लेता है। जो बैंक इन परिवर्तनों को जितनी जल्दी आत्मसात् करेगा वह प्रतिस्पर्धा के इस दौर में उतनी जल्दी ही अपने प्रतिस्पर्धियों से आगे निकल जायेगा और यह कार्य मानव संसाधन के महत्वपूर्ण योगदान के बिना सम्भव नहीं हो सकता है । मानव संसाधन का भरपूर लाभ उठाने के लिए मानव संसाधन प्रबन्धन की नीति बैंकों को पूरी तरह पारदर्शी, प्रेरणादायी एवं सकारात्मक सोच के साथ विकसित करनी होगी ताकि सभी कर्मचारी यह महसूस कर सकें कि वे भी बैंक का एक हिस्सा है और प्रत्यक्ष एवं अप्रत्यक्ष रूप में निर्णयन प्रक्रिया में उनकी भी कहीं न कहीं हिस्सेदारी है। आज बैंकों में इस बात को नहीं झुंठलाया जा सकता कि बैंकों का कार्य नवीनतम सूचना प्रौद्योगिकी के बिना नहीं चल सकता और एक कम्प्यूटर ही कई कर्मचारियों के कार्य को शुद्धता एवं दक्षता के साथ पूरा कर सकता है किन्तु उसको चलाने के लिए भी तो मानव संसाधन की ही आवश्यकता है। यदि मानव संसाधन कुशल नहीं है तो इलेक्ट्रानिक बैंकिंग कार्य प्रणाली बेकार साबित होगी। मानवीय संसाधन की उपयोगिता तो नई रणनीति तैयार करने और नीतिगत फैसला लेने में हमेशा ही बनी रहेगी और आने वाले समय में बैंक कर्मी सेवा प्रदायक या इलेक्ट्रानिक मशीनों के चालक ही नहीं अपितु सर्जनशील बैंकर भी होंगे और इसके लिए अनुकूल वातावरण तैयार करना बैंकों के लिए सबसे बड़ी चुनौती होगी ।





**हम समय से पीछे
नहीं रहना चाहते**
- प्रधानाचार्य
श्री कौस्तुभ मणि सरकार

यूबीआई अर्थात युनाइटेड बैंक ऑफ इंडिया के केंद्रीय प्रशिक्षण संस्थान में यहां के प्रधानाचार्य श्री कौस्तुभ मणि सरकार जिस गर्म जोशी से आपका स्वागत करेंगे वह जीवन भर याद रखनेवाला क्षण हो सकता है। सहज पर सुलझे विचार वाले श्री सरकार निश्चल भाव से बच्चों की सी मासूमियत के साथ अपने प्रशिक्षण संस्थान का परिचय देते हैं और बताते हैं अपने सपनों की कहानी -

- ⊙ हमने समय के साथ अपने को तैयार किया है अब हमारा मुख्य फोकस है सीबीएस क्योंकि वह बैंक की प्राथमिकताओं में से एक है।
- ⊙ हमारे प्रशिक्षण संस्थान का महत्व यहां आनेवाले सहभागियों के एन्ट्री एवं एक्जिट परफार्मेंस के अन्तर में देख सकते हैं, यही हमारी सफलता की कहानी है।
- ⊙ हम मोटिवेशनल फिल्म दिखाते हैं - और केस स्टडीज के माध्यम में रोजमर्रा की समस्याओं का समाधान भी करते हैं।
- ⊙ लगातार यह प्रयास रहता है कि हम प्रशिक्षण की आवश्यकताओं का पता लगाते रहें और अपने कार्यक्रम उसी हिसाब से चलाते रहें।
- ⊙ इस प्रशिक्षण महाविद्यालय को हमारा सेन्टर ऑफ एक्सीलेंस बनाने का सपना है और शायद हमारे बैंक का विज़न भी यही है।
- ⊙ ग्राहकों को प्रशिक्षण देने का काम हमारे मार्केटिंग वाले करते हैं- हां, हम अवेयरनेस की कार्यशालाएं जरूर चलाते हैं।
- ⊙ हमने एक्सपर्ट फैकल्टी का एक पैनल भी बना रखा है जिन्हें हम आमंत्रित करते रहते हैं।
- ⊙ हमें पता है कि हमें अभी बहुत कुछ करना है और संकाय भी लाने हैं - विशेषज्ञ लाने हैं- पर हम समय से पीछे नहीं रहना चाहते - यही हमारी मंशा है।

श्री सरकार से हुई बातचीत के साथ-साथ महाविद्यालय का परिचय भी मिला जो पाठकों की जानकारी के लिये संक्षेप में प्रस्तुत है।

ऐतिहासिक धरोहर का प्रतीक: यूबीआई का प्रशिक्षण महाविद्यालय

दूर से देखने पर लगता है कि शरत बाबू के किसी उपन्यास में वर्णित जमींदार का विशाल महल जिसके सामने हराभरा लॉन उसकी खूबसूरती को और अधिक बढ़ा रहा है। यह कोलकाता के बीच में अपनी ऐतिहासिक धरोहर को सहेजे हुए युनाइटेड बैंक ऑफ इंडिया का शीर्षस्थ प्रशिक्षण केंद्र है। वर्ष 1973 से प्रारंभ हुआ यह प्रशिक्षण महाविद्यालय बैंकिंग जगत में समय-समय पर हुए विभिन्न परिवर्तनों का साक्षी रहा है क्योंकि इसने वहीं पढ़ाया है जो बैंकिंग की मांग रही है। लॉन में फैले बगीचे को लगातार कई वर्षों तक पुरस्कार भी मिलता रहा है- यही वह लॉन है जहां इस वक्त आप खड़े हैं और देख रहे हैं उस महाविद्यालय को जो उत्कृष्टता का केंद्र होना चाहता है, जो सूचना का भंडार होना चाहता है, जो दक्षता बढ़ाने में प्रेरक होना चाहता है, जो कर्मचारियों को अपने कार्पोरेट लक्ष्य पाने के लिये तैयार करना चाहता है - यही है इसका विज़न और यही है इसका मिशन।

इस विज़न और मिशन को असली जामा पहनाने के लिये कटिबद्ध हैं - इसके वर्तमान प्रधानाचार्य श्री कौस्तुभ मणि सरकार। जैसा कि इनके नाम से प्रतिध्वनित होता है कि कौस्तुभ मणि की तरह वे महाविद्यालय को अपने विचारों से, अपनी गतिविधियों से और अपने व्यवहार से आलोकित किये हुए हैं। उनके इस मिशन को पूरा करने के लिये उनके साथ है सात कटिबद्ध संकाय सदस्य जिनका चुनाव एक कड़े प्रतिस्पर्धात्मक मूल्यांकन के बाद होता है। वैसे यह बात भी है कि महाविद्यालय जरूरत के अनुसार, समय-समय पर अतिथि संकाय सदस्यों को भी आमंत्रित करता है जो प्रतिष्ठित संस्थानों से आते हैं।

इस महाविद्यालय की एक और विशेषता है- और वह है क्षेत्रीय स्तर पर 'रोविंग फैकल्टी' बनाये रखना - जो कि क्षेत्र विशेष की प्रशिक्षण संबंधी आवश्यकताओं की पूर्ति करते हैं। महाविद्यालय इन रोविंग फैकल्टी के लिये अलग से प्रशिक्षण

आयोजित करता रहता है।

चलिये, आपको यहां चलने वाले अलग-अलग कार्यक्रमों की भी जानकारी दे दें- यहां चलाये जा रहे कार्यक्रम प्रमुखतः सात क्षेत्रों के जुड़े होते हैं- प्रबंधन विकास, आईटी और उससे सम्बद्ध गतिविधियां, विदेशी मुद्रा, ऋण प्रबंधन, जोखिम प्रबंधन, मार्केटिंग, कृषि ऋण और सूक्ष्म वित्त। इसके अलावा महाविद्यालय कई तरह की कार्यशालायें भी आयोजित करता रहता है। वर्षभर में महाविद्यालय लगभग 250 कार्यक्रम आयोजित करता है। यहां पर अधीनस्थ स्टाफ के लिये 'युनाइटेड आलोक' और 'युनाइटेड मित्र' जैसे कार्यक्रम चलाये जाते हैं।

अन्य प्रशिक्षण संस्थानों की तरह यह भी बाहरी कार्यक्रम आयोजित करता रहता है। साथ ही, यहां के संकाय-सदस्य अन्य सरकारी उपक्रमों में भी आमंत्रित किये जाते रहते हैं।

कार्यक्रम संचालन के अलावा, महाविद्यालय मासिक आधार पर एक जर्नल (यूबीआई बुलेटिन) प्रकाशित करता है जो कि दूरस्थ प्रशिक्षण के लिये साधन के रूप में कार्य करता है। जर्नल को देखने से पता लगता है कि हर महीने यह विषय विशेष को समर्पित रहता है अर्थात् थीम आधारित होता है। इसमें प्रधान कार्यालय से जारी नीतिगत परिपत्रों का सारांश भी जानकारी के लिये दिया जाता है। प्रशिक्षण कार्यक्रमों के लिये अलग-अलग विषयों पर तैयार किये गये हैण्डआउट सन्दर्भ साहित्य के रूप में दिये जाते हैं।

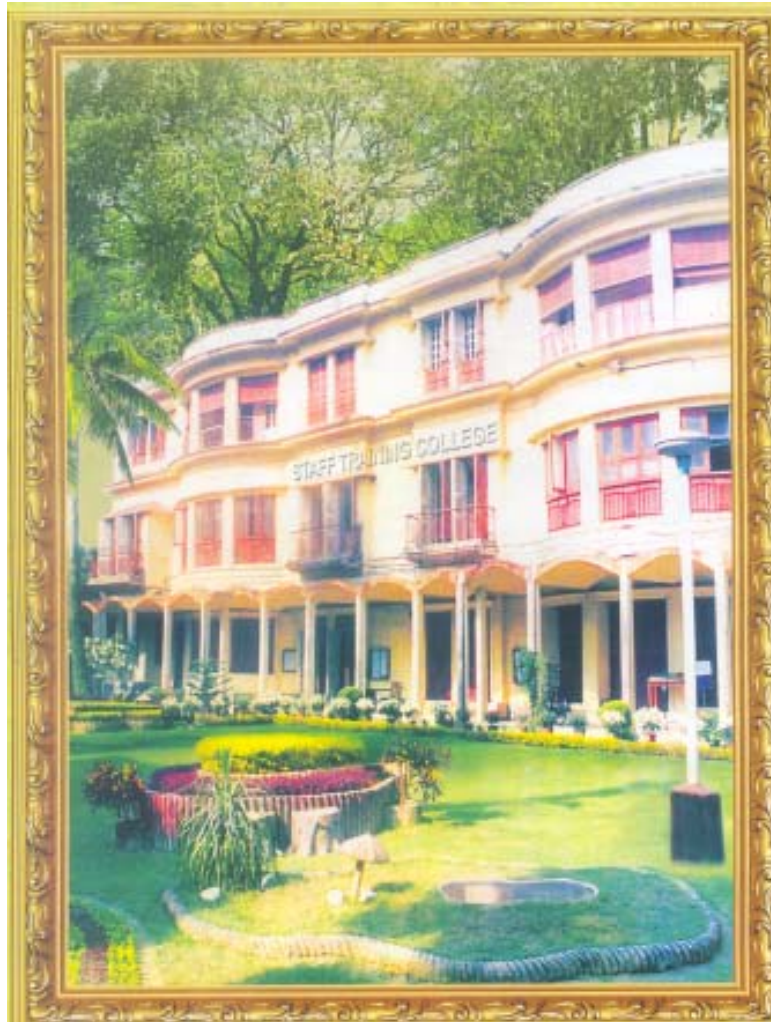
महाविद्यालय में सम्मेलन कक्ष और तीन कम्प्यूटर लैब सहित आठ व्याख्यान कक्ष है जो पूरी तरह से आधुनिक सुविधाओं से युक्त हैं। बाहर से देखने पर भवन जितना ऐतिहासिक दिखता है, व्याख्यान कक्ष अंदर से उतने ही आधुनिक हैं। सम्मेलन कक्ष में सौ सहभागी भाग ले सकते हैं। जिसमें विडियो कान्फ्रेस की सुविधा उपलब्ध है जिसके माध्यम से उच्च प्रबंध तंत्र सहभागियों से सीधे जुड़ते हैं। आधुनिक कम्प्यूटर लैब के साथ पूर्णतः

समर्पित इन्टरनेट सुविधा भी उपलब्ध है। यहां कैन्टीन है तो डॉक्टर भी है और है सहभागियों के रहने का हॉस्टल अर्थात् छात्रावास। हां इस महाविद्यालय की कमजोरी है - कमजोर पुस्तकालय - जी हां, यहां के पुस्तकालय को और समृद्ध करने की जरूरत है- और संभवतः महाविद्यालय का प्रबंध तंत्र इस तरफ सोच भी रहा है।

महाविद्यालय को सुचारू रूप से चलाने के लिये प्रशिक्षण सलाहकार समिति काम करती है जिसमें बैंक के अध्यक्ष एवं प्रबंध निदेशक के साथ - साथ कार्यपालक निदेशक, महाप्रबंधक सदस्य के रूप में जुड़े हुए हैं जो बैंकिंग उद्योग में आ रहे

बदलाव के साथ-साथ प्रशिक्षण की सलाह देती है- ताकि यह महाविद्यालय अपने कर्मचारियों को बैंकिंग के वर्तमान से जोड़े रख सके। आप एक बार इस ऐतिहासिक धरोहर को देखने जरूर आ सकते हैं और महसूस कर सकते हैं यहां की हवाओं में रचा बसा प्रशिक्षण का माहौल और इतिहास का दर्पण .. यह भवन कोलकता की इतिहास की किताबों का एक सशक्त पन्ना है जो अपनी कहानी स्वयं कहता है - कभी आकर देखिये।

प्रस्तुति : **पुष्पकुमार शर्मा**



परिचालन जोखिम और बैंक

© विजय प्रकाश श्रीवास्तव

संकाय-सदस्य, स्टाफ ट्रेनिंग कालेज,
बैंक ऑफ इंडिया, भोपाल

प्रत्येक कारोबार में अनिश्चितताएं होती हैं और इसे जोखिमों का सामना करना पड़ सकता है। यह कोई जरूरी नहीं कि कारोबार में केवल ऐसी स्थितियां आएँ जिनके विषय में पहले सोच लिया गया हो। स्थितियां हट कर भी हो सकती हैं जिनकी कल्पना तक न की गई हो।

यदि बैंकिंग उद्योग पर नजर डालें तो यह बात पूरी तरह सच नजर आती है। आज बैंकिंग का जो स्वरूप है वह परंपरागत बैंकिंग से काफी भिन्न है। वैश्वीकरण, उदारीकरण एवं अविनियमित अर्थव्यवस्था के इस दौर में बैंकिंग उद्योग की एक नयी तस्वीर उभर कर सामने आ रही है। आधुनिक बैंकिंग पहले से ज्यादा परिष्कृत बन चुकी है पर इसमें जटिलताएं भी अब ज्यादा हैं।

एक तरफ बैंकिंग में होने वाले परिवर्तनों एवं दूसरी ओर बैंक से बाहर के परिदृश्य पर मौजूद बदलावों ने बैंकिंग को अधिक चुनौतीपूर्ण बना दिया है। बैंकिंग कारोबार में जोखिम बढ़ते जा रहे हैं। जोखिम से आशय उन अनिश्चितताओं से है जो प्रतिकूल या आशा से भिन्न परिणामों के रूप में सामने आती हैं। किसी भी अन्य कारोबार की भांति बैंकिंग कारोबार में भी जोखिम की सम्भावनाओं से इन्कार नहीं किया जा सकता। जोखिम का परिमाण कम या अधिक हो सकता है और इनकी प्रकृति भी भिन्न हो सकती है।

परिचालन जोखिम से आशय

बैंकिंग कारोबार को जिन मुख्य जोखिमों का सामना करना होता है वे हैं - **तरलता जोखिम**, **बाज़ार जोखिम**, **ब्याज दर जोखिम**, **ऋण जोखिम एवं परिचालन जोखिम**। परिचालन जोखिम वह जोखिम है जो आंतरिक प्रक्रियाओं, प्रणालियों, कर्मचारियों में दोष या इनकी असफलता के कारण उत्पन्न होती

है। बाहरी घटनाएं भी परिचालन जोखिमों को जन्म दे सकती हैं। कुछ देशों में परिचालन जोखिम को संव्यवहार जोखिम के नाम से भी जाना जाता है।

जून 2004 में बासेल II करार आने तक परिचालन जोखिम की कोई निश्चित परिभाषा नहीं थी और न ही इस पर ज्यादा ध्यान दिया गया था। परन्तु अब वैश्विक बैंकिंग में बैंकों की पूंजी पर परिचालन जोखिम प्रभार एक अनिवार्यता हो गई है, अतः बैंक इस जोखिम को गंभीरता से लेने लगे हैं।

जोखिम प्रबंधन के अंतर्राष्ट्रीय विशेषज्ञ प्रोफेसर हैंस गीगर ने परिचालन जोखिम को दो प्रकार से परिभाषित किया है। उनकी दूसरी परिभाषा यहां पहले दी गई परिभाषा से मेल खाती है लेकिन पहली परिभाषा में वे ऐसे सभी जोखिमों को परिचालन जोखिम मानते हैं जो ऋण जोखिम या बाज़ार जोखिम में न आते हों। यह परिभाषा परिचालन जोखिमों के दायरे को व्यापक बना देती है।

बासेल II के मानदण्डों में परिचालन जोखिम में कानूनी जोखिमों को शामिल किया गया है लेकिन सामरिक एवं प्रतिष्ठात्मक जोखिमों से इसे अलग रखा गया है।

बढ़ती चुनौतियाँ

बैंकों के कारोबार में बढ़ती विविधता एवं प्रौद्योगिकी के उत्तरोत्तर दखल से बैंकों के सामने बाज़ार एवं ऋण जोखिमों से भिन्न जोखिमों की चुनौतियां ज्यादा होंगी। मोबाइल बैंकिंग, इंटरनेट बैंकिंग, इलैक्ट्रॉनिक कामर्स, एटीएम वगैरह के बढ़ते चलन से परिचालन जोखिमों का बढ़ना अवश्यंभावी है। बैंकिंग उद्योग में आउटसोर्सिंग, **विलयन**, **अधिग्रहण**, **समेकन** की प्रवृत्तियां भी परिचालन जोखिमों की बढ़ती सम्भावनाओं की ओर

हमारा ध्यान दिलाती हैं ।

भारतीय बैंकिंग एक नए युग में प्रवेश कर रही है । भारत के बैंक अंतर्राष्ट्रीय कारोबार की सम्भावनाओं का लाभ लेने को उद्यत हैं, उनकी कार्यप्रणाली में आमूलचूल परिवर्तन देखने को मिल रहा है। इन सब को देखते हुए बैंकों को अन्य सभी जोखिमों के साथ परिचालन जोखिमों के प्रति भी सजग रहना होगा एवं जरूरी एहतियाती उपाय करने होंगे। तभी वे खुद को अधिक मजबूत बना सकते हैं एवं नुकसानों से बच सकते हैं।

परिचालन जोखिम उत्पन्न होने के पीछे कई कारण हो सकते हैं। परिभाषा को देखते हुए कुछ कारण यहां गिनाए गए हैं :-

- ◆ कर्मचारियों, ग्राहकों या अन्य व्यक्तियों द्वारा की गई धोखाधड़ी
- ◆ धोखाधड़ी के इरादे के बगैर कर्मचारियों, ग्राहकों द्वारा कोई गलती या चूक
- ◆ आंदोलन, हड़ताल, तालाबंदी
- ◆ योग्य/अनुभवी कर्मचारियों की कमी या उनके द्वारा बैंक छोड़कर चले जाना
- ◆ स्वास्थ्य व सुरक्षा संबंधी समस्याएं
- ◆ लागतों का गलत आकलन
- ◆ प्रभार वसूलने की प्रक्रिया में दोष
- ◆ बैंक के विभागों के बीच समन्वय का अभाव
- ◆ आंकड़े जुटाने एवं इनके रख-रखाव में दोष
- ◆ अक्षम प्रौद्योगिकी, अपर्याप्त नेटवर्क, दूरसंचार प्रणाली में रुकावट, सूचना प्रणाली में जटिलता
- ◆ दायित्वों/कार्यों का अनुपयुक्त आबंटन
- ◆ संगठनात्मक प्रणाली, रिपोर्टिंग पद्धति आदि में जटिलता
- ◆ बदलावों को बगैर तैयारी एवं पूर्व प्रशिक्षण के लागू करना

परिचालन जोखिमों का आकलन अनुमानों पर ही निर्भर करेगा। जोखिमों की निश्चित भविष्यवाणी नहीं की जा सकती। परिचालनों से होने वाली हानियां बहुआयामी हो सकती हैं । इस जोखिम का आकलन करना निहायत ही पेचीदा है।

- ◆ उत्पादों को सरल की बजाय जटिल बनाना
- ◆ कारोबार की मात्रा में अत्यधिक उतार चढ़ाव
- ◆ प्राकृतिक आपदाएं
- ◆ अन्य पक्ष द्वारा अपने वचनों को न पूरा करना
- ◆ कानूनी जवाबदेही
- ◆ विनियामक एवं अनुपालन शर्तें
- ◆ ग्राहकों से जुड़ी जानकारी का दुरुपयोग
- ◆ मनी लांडरिंग आदि

उपर्युक्त कारणों में से कई ऐसे हैं जिनका बैंकों को अपनी सामान्य कार्यप्रणाली के दौरान भी सामना करना पड़ता है। अतः परिचालन जोखिमों को बैंकिंग में कभी-कभार उत्पन्न होने वाली समस्या न मानकर बैंकिंग प्रणाली के एक पहलू के रूप में देखा जाना चाहिए। इस दृष्टिकोण के साथ बैंक ऐसे जोखिमों से निपटते हुए खुद को हमेशा तैयार रखेंगे ।

परिचालन जोखिमों का आकलन

परिचालन जोखिमों का आकलन अनुमानों पर ही निर्भर करेगा। जोखिमों की निश्चित भविष्यवाणी नहीं की जा सकती। परिचालनों से होने वाली हानियां बहुआयामी हो सकती हैं । इस जोखिम का आकलन करना निहायत ही पेचीदा है। बाजार एवं ऋण जोखिमों का दायरा सीमित है लेकिन परिचालन जोखिमों में काफी विविधता देखने को मिलती है।

बैंकिंग में परिचालन जोखिम व्यक्तियों, प्रक्रियाओं, प्रणालियों की वजह से एवं बाहरी घटनाओं के कारण उत्पन्न हो सकते हैं और इनके लिए कोई सांख्यिकीय मॉडल अपनाना अधिक व्यावहारिक नहीं लगता। यह अनिश्चितता परिचालन जोखिम के आकलन को कठिन भले ही बना दे, आकलन के महत्व को कम नहीं कर सकती। इस आकलन में जोखिम के विभिन्न प्रकारों के घटित होने की **प्राथिकता** की गणना करनी होगी, इसके भावी वित्तीय

प्रभाव का अनुमान लगाना होगा और यह देखना होगा कि इन जोखिमों को दूर रखने के लिए आंतरिक नियंत्रण कितने प्रभावी हो सकते हैं। जोखिमों की तीव्रता की माप कर उन्हें हल्के जोखिम, अत्यधिक गंभीर जोखिम के रूप में वर्गीकृत करने का प्रावधान मौजूद है।

जोखिमों को कम करना एवं जोखिम प्रबंधन

बैंकिंग उद्योग में परिचालन जोखिमों की उपेक्षा से बैंकों को काफी आर्थिक क्षति उठानी पड़ सकती है एवं इनकी ख्याति को भी नुकसान पहुँच सकता है। अतः प्रत्येक बैंक के पास परिचालन जोखिमों के कारगर प्रबंधन की समुचित व्यवस्था होनी चाहिए। इसके निम्नलिखित लाभ होंगे -

- परिचालन जोखिमों की सम्भावना कम होगी।
- परिचालन जोखिम उत्पन्न होने पर भी कारोबार में निरंतरता सुनिश्चित की जा सकेगी।
- बैंक की कार्यप्रणाली चुस्त दुरुस्त बनेगी।
- कारोबार के विभिन्न पक्षों में बेहतर तालमेल होगा।
- निर्णय लेने में सुविधा होगी।
- बैंक अपने पूंजीगत संसाधनों का बेहतर उपयोग कर सकेगा।
- बैंक के जोखिम प्रबंधन विभाग के दायित्वों में निम्नलिखित मुख्य रूप से शामिल हैं - जोखिम के संकेतों को पहचानना, प्रणालियों एवं प्रक्रियाओं की समय-समय पर जाँच, **कारोबार में निरंतरता एवं आपदा प्रबंधन** हेतु योजना निर्माण तथा परिचालन जोखिमों से होने वाली हानि का अभिलेख रखना। बैंक की नयी योजनाओं को बाजार में लाने से पहले इस विभाग को परिचालन जोखिमों के दृष्टिकोण से इन योजनाओं की जांच करनी चाहिए।

मानकीकृत दृष्टिकोण में आय को इसके स्रोतों के अनुसार आठ भागों में विभाजित किया गया है। ये स्रोत हैं - कापेरिट वित्त, व्यापार एवं बिक्री, रिटेल बैंकिंग, वाणिज्यिक बैंकिंग, भुगतान एवं निपटान, एजेंसी सेवाएं, आस्ति प्रबंधन तथा खुदरा ब्रोकरेज। यहां प्रत्येक आय के लिए गुणक अलग-अलग हैं।

- कारोबार में निरंतरता हेतु योजना के होने से कारोबार में व्यवधान की अवधि को कम से कम किया जा सकेगा एवं दिन प्रतिदिन के कार्य में बैंकों को बाधाओं से मुक्त रखने में मदद मिलेगी।

परिचालन जोखिम एवं बासेल II

बासेल I करार में परिचालन जोखिम हेतु जोखिम पूंजी के प्रावधान का कोई उल्लेख नहीं था। बासेल II करार में इस पहलू पर ध्यान दिया गया है एवं परिचालन जोखिम हेतु न्यूनतम पूंजी निर्धारित की गई है। बैंकिंग कारोबार की प्रकृति एवं मात्रा के अनुसार परिचालन जोखिम में भी परिवर्तन होंगे। बासेल II के लागू होने से बैंक अपने कारोबार के विभिन्न क्षेत्रों में जोखिमगत मूल्य (वैल्यू एट रिस्क) की गणना कर सकेंगे एवं तदनुसार इस हेतु आवश्यक पूंजी आबंटित कर सकेंगे।

परिचालन जोखिम के संदर्भ में बासेल II में तीन दृष्टिकोणों का उल्लेख है। ये हैं - प्रारम्भिक संकेतक दृष्टिकोण (बेसिक इंडिकेटर अप्रोच), मानकीकृत दृष्टिकोण (स्टैंडर्डाइज्ड अप्रोच) एवं उन्नत प्रबंधन दृष्टिकोण (एडवांस्ड मैनेजमेंट अप्रोच)।

उपर्युक्त में सबसे सरल प्रारंभिक संकेतक दृष्टिकोण है। इसके अंतर्गत बैंक के पिछले तीन वर्षों की सकल आय के वार्षिक औसत को एक निश्चित गुणक, जो भारत के लिए 15 प्रतिशत है, से गुणा कर परिचालन जोखिम हेतु पूंजी की आवश्यकता निर्दिष्ट की जाती है। मानकीकृत दृष्टिकोण में आय को इसके स्रोतों के अनुसार आठ भागों में विभाजित किया गया है। ये स्रोत हैं - कापेरिट वित्त, व्यापार एवं बिक्री, रिटेल बैंकिंग, वाणिज्यिक बैंकिंग, भुगतान एवं निपटान, एजेंसी सेवाएं, आस्ति प्रबंधन तथा खुदरा ब्रोकरेज। यहां प्रत्येक आय के लिए गुणक अलग-अलग हैं। उन्नत प्रबंधन दृष्टिकोण के अन्तर्गत एक बैंक परिचालन जोखिम के अनुमान एवं आकलन हेतु स्वनिर्मित प्रणाली का उपयोग कर सकता है। परन्तु इस दृष्टिकोण को लागू करने के लिए विनियामक संस्था द्वारा लागू मात्रात्मक एवं गुणात्मक शर्तों को पूरा करना जरूरी है। इनमें से कुछ महत्वपूर्ण शर्तें इस

प्रकार हैं -

- ⦿ सुविकसित एवं स्पष्ट जोखिम प्रबंधन प्रणाली जो बैंक की जोखिम प्रबंधन की दैनंदिन प्रक्रिया में समाहित हो ।
- ⦿ परिचालन जोखिम मॉडल हेतु सख्त प्रक्रिया एवं इस मॉडल को समय-समय पर अद्यतन करते रहना ।
- ⦿ कारोबार के विभिन्न क्षेत्रों में परिचालन जोखिम से होने वाली हानि का विश्लेषण करने की पर्याप्त क्षमता ।

उन्नत प्रबंधन दृष्टिकोण में परिचालन जोखिम प्रबंधन हेतु बैंक का एक प्रारंभिक लक्ष्य विनियामक पूँजी अपेक्षा को न्यूनतम रखना है । इसे हासिल करने के लिए बैंकों को परिष्कृत जोखिम मॉडल विकसित करने की आवश्यकता है । ऐसे मॉडलों की विश्वसनीयता इससे तय होगी कि पूर्व की हानि के आंकड़ों एवं प्रत्येक कारोबार क्षेत्र में हानि की संभावनाओं के वितरण की पहचान के आधार पर भावी हानियों की भविष्यवाणी कहां तक की जा सकती है ।

उन्नत प्रबंधन दृष्टिकोण को अपनाने के लिए भारतीय बैंकों को पहले से तैयारी करनी होगी । उन्हें परिचालन जोखिम प्रबंधन

हेतु एक व्यवस्थित प्रणाली विकसित करने, आंतरिक एवं बाह्य दोनों स्रोतों से हानि के आंकड़े एकत्र करने एवं हानि के वितरण के मॉडल तैयार करने पर ध्यान देना होगा ।

बैंकों के सामने जोखिम दो प्रकार से आया करते हैं । एक वे जोखिम जिनकी **बारंबारता** ज्यादा होती है पर जोखिम की तीव्रता उतनी नहीं होती । दूसरे जोखिम वे हैं जिनकी बारंबारता कम होती है लेकिन जोखिम से होने वाली हानि बड़ी होती है । पहले वर्ग के जोखिम ज्यादा देखने को मिलते हैं और इनकी भविष्यवाणी करना आसान होता है । लेकिन दूसरे वर्ग के जोखिमों की भविष्यवाणी कर पाना काफी कठिन है ।

यदि भारत में सार्वजनिक क्षेत्र के बैंकों को देखा जाय तो उनकी कार्यप्रणाली में काफी समानता है । उनके सामने आने वाले परिचालन जोखिम भी मिलते-जुलते ही होंगे । अतः इन बैंकों को आपस में उन जानकारीयों का आदान-प्रदान जरूर करना चाहिए जिनसे वे सीख सकें एवं परिचालन जोखिम सहित सभी जोखिमों से दूर रहने में उन्हें मदद मिले । वर्तमान समय में बैंकों को जिस प्रकार के जोखिम का सामना करने की संभावना सबसे अधिक है । वह परिचालन जोखिम ही है परन्तु सावधानी बरत कर परिचालन जोखिमों से बचना अपेक्षाकृत आसान भी है ।

प्रयुक्त शब्दावली

तरलता जोखिम	Liquidity Risk	समेकन	Consolidation
बाजार जोखिम	Market Risk	प्रायिकता	Probability
ऋण जोखिम	Credit Risk	कारोबार निरंतरता	Business Continuunity
परिचालन जोखिम	Operational Risk	आपदा प्रबंधन	Disaster Management
विलयन	Merger	प्रावधान	Provision
अधिग्रहण	Acquisition	बारंबारता	Frequency

आर्थिक उदारीकरण और किसान *

☉ सुबह सिंह यादव
बैंक ऑफ बड़ौदा
अंचल कार्यालय, जयपुर

आर्थिक उदारीकरण से अभिप्राय है विभिन्न स्तरों पर नियंत्रण समाप्त करना। आर्थिक गतिविधियों में राज्य के हस्तक्षेप को कम करना तथा राष्ट्रीय सहायता को क्रमशः कम करके अन्ततः समाप्त करना है। उदारीकरण के अन्तर्गत कर की दरों को कम करना, कर प्रणाली का सरलीकरण भी एक प्रमुख कार्यबिन्दु होता है। उदारीकरण की प्रक्रिया अर्थव्यवस्था को विदेशी प्रतिस्पर्धा के लिये खोलने तथा बाज़ार शक्तियों को मुक्त बाज़ार की अनुमति प्रदान करने के रूप में परिणत होती है। आर्थिक उदारीकरण का अर्थ कई बार केवल बड़ी संख्या में कम्पनियों अथवा बहुराष्ट्रीय निगमों को आमंत्रित करने से लगाया जाता है जो कि उपयुक्त नहीं है। व्यापक रूप में आर्थिक उदारीकरण का अर्थ है अपनी स्वयं की आर्थिक शक्ति को अन्ततः समेकित करने के लिये अर्थव्यवस्था को खोलना। इस परिप्रेक्ष्य में विदेशी कम्पनियों को आमंत्रण स्वयं में एक साधन है, साध्य नहीं।

उदारीकरण तथा किसान के प्रति हमारा दृष्टिकोण इस मान्यता पर आधारित है कि उभरता हुआ व्यापार साम्राज्य भारत के लिये चुनौती और अवसर दोनों ही है। चुनौतियां इस तथ्य से विस्तृत होती हैं कि आर्थिक उदारीकरण एक गहन रूप में विभाजित विश्व का जन्म संस्कार है। एक ऐसे विश्व का जन्म जहां विकसित देशों को विकासशील देशों पर अधिक लाभ प्राप्त है। सुधारों और उदारीकरण के प्रति भारतीय दृष्टिकोण ऐसा प्रभावशाली आर्थिक विकास हासिल करने का रहा है जो अंततः कृषि क्षेत्र के अनेक पक्षों तक स्वयं जा पहुंचेगा। छोटे किसानों के लिये उपयोगी प्रौद्योगिकी और उनके लिये नई कृषि रणनीतियों के विकास में निवेश से भूख और गरीबी की समस्या से गंभीरतापूर्वक निपटा जा सकेगा जो आर्थिक विकास के मार्ग

में सबसे बड़ी बाधा है।

कृषि उदारीकरण के उद्देश्य

वस्तुतः कृषि में प्रयुक्त संसाधनों की उत्पादकता बढ़ाना उदारीकरण का प्रमुख लक्ष्य है। विभिन्न फसलों और उन क्षेत्रों के मध्य संसाधनों के बेहतर आबंटन के जरिये उनकी उत्पादकता को बढ़ाना और प्रौद्योगिकी अपनाना इस उदारीकरण का एक अन्य अंगीभूत ध्येय है। इसके अतिरिक्त निर्यातोन्मुखी नीति पर बल देने से उत्पादन प्रसंस्करण और विपणन में नई प्रौद्योगिकी अपनाने से क्षेत्र के अनुसार फसलें तय करने (कृषि निर्यात जोन) को प्रोत्साहन मिलेगा, लेकिन वर्षा पर निर्भर क्षेत्रों में नमी संरक्षण को उच्च प्राथमिकता देने की आवश्यकता है ताकि इस हेतु नवीन पद्धतियां अपनाई जा सकें और यह तभी संभव होगा जब कृषि में विविधता लाई जाये। उसमें डेयरी तथा अन्य पशु-उत्पादों, बागवानी एवं फूलों की खेती आदि को सम्मिलित किया जाये क्योंकि इन वस्तुओं की मांग में उतार-चढ़ाव नहीं आता अथवा अनाज की तुलना में उसके प्रतिकूल होने के अवसर कम रहते हैं।

आर्थिक उदारीकरण और किसान

विगत डेढ़ दशक से यह भारत में एक उत्तेजनापूर्ण मुद्दा एवं प्रासंगिक विषय रहा है। 11वीं पंचवर्षीय योजना के दृष्टिकोण-पत्र ने किसानों के गौरव और विश्वास को फिर से बहाल करने के तथ्य को दृढ़ता से रेखांकित किया है। राष्ट्रीय किसान आयोग ने कृषि के सर्वांगीण विकास के लिये किसानों के लिए एक व्यापक राष्ट्रीय नीति की सिफारिश की है जिसमें उन्हें सलाह, तकनीकी, कृषि-ऋण तथा विपणन सेवायें देने के साथ-साथ व्यापक संपत्ति एवं कृषिगत सुधारों के लिये आवाहन किया है।

* भारतीय रिज़र्व बैंक द्वारा आयोजित सरकारी क्षेत्र के बैंकों के लिए अंतर बैंक निबंध स्पर्धा वर्ष 2006-07 में क्षेत्र 'क' में प्रथम पुरस्कार प्राप्त निबंध।
पत्रिका के अनुरूप संपादित।

ऐसी स्थिति में 'आर्थिक उदारीकरण और किसान' जैसा विषय स्वाभाविक एवं रूचिप्रद प्रतीत होता है।

उदारीकरण और कृषि के बढ़ते कदम

भारत में आर्थिक उदारीकरण की ओर त्वरित कदम उठाने के उद्देश्य से कतिपय उपाय किये गये जिसके अन्तर्गत बासमती चावल के लिये न्यूनतम निर्यात मूल्य को समाप्त करना और सामान्य चावल का अपना शासिल है। प्रथम बार मार्च 1994 में खुले लाइसेंस के अन्तर्गत पामोलिन का 65 प्रतिशत आयात शुल्क की दर से आयात किया और तेल-निर्यात बिल्कुल बन्द कर दिया गया।

कपास के आयात पर शुल्क, आयात-शुल्क की दर पर लाया गया। भारतीय कृषि के अन्य महत्वपूर्ण उत्पादों के साथ-साथ जूट आयात - निर्यात दोनों से मुक्त रहा है। अब प्राकृतिक रबर का खुले रूप से निर्यात किया जा सकता है, लेकिन आयात प्रतिबंधित है। प्रसंस्करण को बढ़ावा देने के लिये प्रसंस्कृत खाद्यपदार्थों के निर्यात को भी बहुत उदार बना दिया गया। कृषि व्यापार के उदारीकरण में अनेक समस्याओं का सामना करना पड़ रहा है और कृषि के अंतर्गत मान्य समूह का भाग विश्व व्यापार की सुविधा से वंचित रहा है। नई अन्तर्राष्ट्रीय व्यापार प्रणाली के अन्तर्गत भारत द्वारा एकपक्षीय उदारीकरण से उभरे आयामों को तीन भागों में बांटा जा सकता है-

- ⊙ व्यापार को मुक्त करने के संभावित परिणाम एवं वांछित रणनीति से संबंधित आयाम
- ⊙ श्रेणी में विश्व व्यापार संगठन के प्रावधानों का भारतीय कृषि पर असर
- ⊙ श्रेणी में खाद्य सुरक्षा सुनिश्चित करने एवं गरीबी को कम करने से संबंधित पहलू एवं दृष्टिकोण

आर्थिक उदारीकरण का किसानों पर प्रभाव

- ⊙ उदारीकरण के बाद ग्रामीण क्षेत्र तथा ग्रामीण किसान इनपुट (आगत) आवश्यकताओं की पूर्ति तथा अपने उत्पाद को बेचने के लिये शहरी, राष्ट्रीय तथा अन्तर्राष्ट्रीय बाजारों

से जुड़ गये। उदारीकरण से आगत-निर्गत (इनपुट-आउटपुट) कुशलता तथा प्रौद्योगिकीय एवं संस्थागत नवोन्मेष जैसे लाभ प्राप्त हुये हैं। साथ ही इससे अस्थिर आय, लघु/सीमान्त किसानों का बहिर्गमन(वर्जन) तथा सामाजिक तनाव को जन्म मिल सकता है। अन्तर्राष्ट्रीय प्रतिस्पर्धा / उन्मुखता के माध्यम से आनेवाले आर्थिक उदारीकरण जीविका के विविधीकरण को संभव न बनाकर 'विशिष्टीकरण' को प्रोत्साहन देता है जो छोटे किसानों के हित में नहीं है।

- ⊙ इसके अतिरिक्त गरीब किसान के लिये बाजार में सहभागिता हेतु पूंजी तक पहुंच, सूचना तथा प्रौद्योगिकी का अभाव होता है। इस संदर्भ में आर्थिक उदारीकरण का प्रभाव इस बात पर निर्भर करेगा कि आर्थिक वृद्धि श्रमगहन है अथवा पूंजीगहन, तकनीकी / जैव तकनीकी की प्रगति कैसी है? अन्तर्राष्ट्रीय बाजारों में किसानों का क्या महत्व है? बुनियादी ढाँचा तथा संगठन एवं संस्थाओं के अर्थ में गरीब किसानों के लिये बाजार प्रवेश का स्तर कैसा है?
- ⊙ कृषि उदारीकरण सीरियल से हटकर फसली प्रारूप के विविधीकरण को जन्म देंगे और इस प्रकार राष्ट्रीय स्तर पर खाद्य सुरक्षा के लिये खतरा दिखाई देगा। कृषि निर्यातों के खुलने से खाद्य कीमतें बढ़ेंगी और इस प्रक्रिया में अल्पकाल में गरीब किसान ही त्रस्त होंगे।
- ⊙ इनपुट सब्सिडी हटाने का वायदा फसल उत्पादन की घोषणा की ओर अग्रसर होगा जिससे संसाधन-विहीन किसानों को काफी तकलीफ होगी। इसके अतिरिक्त ट्रांस नेशनल कॉरपोरेशन्स बीज बाजार पर प्रभुत्व स्थापित कर सकते हैं जिसका किसानों पर हानिकारक प्रभाव पड़ेगा। उदारीकरण के अन्तर्गत 'प्लान्ट ब्रीडर्स राइट्स' के किसान बीजों के विकसित करने एवं बेचने पर विपरीत प्रभाव सामने आयेंगे।
- ⊙ विश्व बाजार के एकीकरण के साथ कुछ समस्याएं हमारी झोली में आती ही हैं। विकसित देशों द्वारा विशाल मात्रा में दी जाने वाली सब्सिडी ने विश्व वस्तु कीमतों में अवसाद पैदा कर दिया है। वस्तुओं की निम्न कीमतों से न केवल

उन विकासशील देशों के राजस्व में कमी होती है जो प्राथमिक वस्तुओं का निर्यात करते हैं, अपितु यह विकासशील देशों के लिए भी खतरा पैदा करती है क्योंकि ऐसी स्थिति में विकसित देशों से सब्सिडी प्राप्त आयातों की भरमार आने लगती है।

- विश्व कृषि बाजार में एकीकरण की दूसरी प्रमुख समस्या यह है कि इससे भारतीय घरेलू बाजार विश्व बाजारों में होने वाले उच्चावचनों से प्रभावित होगा। यदि कृषि व्यापार के माध्यम से सम्प्रेषित विश्व कीमत उतार-चढ़ाव भारत में कृषि उत्पादों की घरेलू कीमत में अस्थायित्व बढ़ाकर कृषि कीमतों को सट्टे के तत्व से प्रभावित कर देगा तो ऐसी स्थिति में भारतीय किसानों को गंभीर निहितार्थों का सामना करना पड़ सकता है।
- आर्थिक उदारीकरण के समस्यापरक आयामों के समानान्तर एक अन्य पहलू यह है कि विकसित देश अपने किसानों को जो पहले से ही काफी अच्छी स्थिति में हैं, विभिन्न प्रकार का भारी भरकम अनुदान देते हैं। अमेरिका कपास-उत्पादन में जितना अनुदान वहाँ के किसानों को देता है, भारत तथा अन्य विकासशील देशों में उतना कपास का उत्पादन भी नहीं होता। जर्मनी, फ्रांस, ब्रिटेन आदि विकसित देशों की स्थिति भी न्यूनाधिक मात्रा में ऐसी ही है।
- यदि विकसित एवं विकासशील देशों द्वारा दी जानेवाली सब्सिडी की संरचना को दृष्टिगत किया जाये तो विदित होता है कि विकसित देशों में सब्सिडी का स्तर काफी ऊंचा है। विश्व व्यापार संगठन द्वारा आंकलित यह सब्सिडी 'कृषि पर अनुबंध' को क्रियान्वित करने के पूर्व जापान में 72 प्रतिशत, यूरोपीय देशों में 37 प्रतिशत तथा अमेरिका में 26 प्रतिशत थी। अभी भी इसमें कोई सार्थक गिरावट नहीं आयी है। ऐसी स्थिति में चूंकि आर्थिक उदारीकरण के फलस्वरूप विकासशील एवं विकसित देश व्यापार खेल में समतल मैदान पर नहीं खड़े हैं, अतः भारत के किसान स्वभावतः इससे कुप्रभावित हो रहे हैं।
- जहां एक ओर बाह्य उदारीकरण जो अर्थव्यवस्था को विश्व बाजार में संबद्ध करने पर बल देता है और कृषि निर्यातों के

लिये नवीन अवसर प्रदान कर सकता है, वहीं यह और भी कठिन परिस्थितियों के खतरे का संकेत देता है। इससे भारतीय किसान विश्व बाजार की कीमतों से प्रभावित होंगे। अधिकांश विकासशील देशों को तो अभी तक यह भी नहीं मालूम कि नवीन उभरते हुये परिदृश्य में उनसे क्या आशा की जाती है।

- भविष्य में भारतीय किसान के सम्मुख दो खतरे हैं, एक है कृषि में कम होता निवेश और दूसरी चुनौती है अनुसंधान की। कृषि में जितना सकल उत्पादन होता है, उसका एक-दो प्रतिशत खर्च कृषि अनुसंधान पर होना चाहिये। अभी तक यह व्यय 0.8 प्रतिशत है। हमारे किसानों की चिंता कुछ और भी है, कुछ विकसित देशों द्वारा निर्यात सब्सिडी ऊंची दर पर दी जाती है, इससे घरेलू उत्पाद प्रभावित होता है।
- भारत की आपत्तियों का एक मुख्य क्षेत्र बौद्धिक परिसंपदा संबंधी करार है। एकाधिकार बौद्धिक परिसंपदा अधिकार की महत्वपूर्ण सुरक्षा है। अतः एकाधिकार के बेहतर संरक्षण की मांग की जा रही है। इसकी ओर निवेश उपाय संबंधी व्यापार करार व्यापार प्रभाव को विकृत करनेवाली निवेश प्रथाओं में बहुदेशीय अनुशासन लागू करने का प्रयास करता है।
- इसके अतिरिक्त कृषि समझौते में अनेक प्रकार के असंतुलन हैं। आलोचकों का यह तक कहना है कि इसके अद्वितीय समझौतों में विकासशील देशों द्वारा तो अनेक रियायतें दी गईं, उन्हें बदले में अल्पतम प्रतिफल मिले। इससे घरेलू उत्पादन निरूत्साहित होगा तथा आयातों को प्रोत्साहन मिलेगा। यही नहीं हमारे किसान काफी सीमा तक कुप्रभावित होंगे। कई विकसित देशों में प्रशुल्क का स्तर ऊंचा होने के कारण विकासशील देशों की बाजार पहुंच भी कम हो जायेगी।
- आर्थिक उदारीकरण के बाद भारत के निर्यातकों की परेशानियां बढ़ गई हैं। अन्तर्राष्ट्रीय स्तर पर उसे डटे रहने के बाद यह जरूरी हो गया है कि भारतीय कृषि में आमूलचूल परिवर्तन किया जाये। किसानों की उत्पादन-क्षमता बढ़ाने के अतिरिक्त भारत के निर्यात का प्रतिशत तभी बढ़ सकता है जब विकसित देशों द्वारा निर्यात में दिए जाने वाले अनुदान में कटौती हो।

आर्थिक उदारीकरण द्वारा किसानों को प्रदत्त अवसर

उदारीकरण तथा किसानों के पास उपलब्ध विकल्पों के परिप्रेक्ष्य में अब अधिकतर किसान अपनी उपज को सरकार के अतिरिक्त अन्य एजेंसियों को ऊंची कीमत पर आसानी से बेच सकते हैं। किसानों के पास उपलब्ध कई अन्य विकल्पों के चलते सरकार के लिये अब भी प्रमुख कृषि तथा बागवानी उपज के न्यूनतम समर्थन मूल्य से ऊपर जा सकती है तथा किसान सरकारी मण्डियों की अपेक्षा इन स्थानों पर अपनी उपज बेच सकते हैं।

कृषि क्षेत्र के व्यापार में उदारीकरण के साथ विश्व व्यापार में प्रतियोगिता के द्वार खोल दिये हैं। इसके अन्तर्गत कृषि समझौते का उद्देश्य व्यापार शुल्क तथा कृषि अनुदान में कमी लाकर बाजार तक पहुंचाना है। भारत के लिये सम्पूर्ण कृषि उपाय अभी तक कृषि उत्पाद के कुल मूल्यों की अनुबंधित सीमा 10 प्रतिशत से नीचे है जिसे अभी रियायत की आवश्यकता नहीं है। कृषि के संबंध में समझौते की व्यवस्था ने भारतीय कृषि एवं इस पर आधारित उद्योगों के लिये प्रतियोगितात्मक तरीके से धन कमाने के अवसर प्रदान कर दिये हैं।

आर्थिक उदारीकरण ने हमारे किसानों के उत्पादन को विश्वभर के बाजारों में पहुंच बनाने के नये अवसर प्रदान किये हैं। आवश्यकता है कि इन बाजार पहुंच अवसरों को वास्तविकता में परिणित करने की, जिसके लिये कृषि क्षेत्र में उन सभी रूकावटों को दूर करना पड़ेगा जो कृषि बाजारों के क्रियाकलापों के एकाधिकार बढ़ाती हैं। ये बाधाएं कानूनी या नीति प्रेरक होती हैं।

उदारीकरण के बाद अस्तित्व में आयी उन्मुक्त बाजार व्यवस्था के व्यापक परिप्रेक्ष्य में भारतीय किसान अपनी अन्तर्निहित शक्तियों से विश्व बाजार को प्रभावित कर सकता है। जब हम अभाव की अर्थव्यवस्था से बहुलता की अर्थव्यवस्था की ओर प्रगति करते हैं तो हमारे लिये निर्यात बाजार में उपलब्ध विपुल अवसरों का लाभ उठाना संभव तथा आवश्यक दोनों ही है। लेकिन साथ ही हमारा किसान विश्व बाजारों में हो रहे कीमत उच्चावचनों का भी सामना कर रहा है। हमारा किसान उस

स्थिति में अर्थ व्यापार व्यवस्था से उत्पन्न कमियों को दूर कर कृषि में स्वतंत्र विश्व व्यापार संभाव्य को प्राप्त कर सकता है, बशर्ते इसे राष्ट्रीय मिशन के रूप में देखें।

वास्तव में उदारीकरण भारतीय किसानों को इस बात के लिये बाध्य कर रहे हैं कि वे अपना ध्यान 'आपूर्ति प्रेरक' की अपेक्षा 'बाजार प्रेरक' की ओर परिवर्तित करें। इस दिशा में कृषि का वाणिज्यिकरण न केवल आवश्यक अपितु अपरिहार्य है।

यह सच है कि भारत ने उच्च प्रौद्योगिकी के क्षेत्र में देरी से प्रवेश किया लेकिन फिर भी इसके पास उच्च प्रौद्योगिकी संबंधी संचयी विशेषताओं का लाभ है। हमारे पास विशाल जनशक्ति, जैव विविधता, लम्बी तटीय रेखा, सुस्थापित वित्तीय बाजार, शक्तिशाली अनुसंधान आधार, कृषि के उच्च केंद्रों का तन्त्र तथा विस्तृत मानव पूंजी उपलब्ध है। आर्थिक उदारीकरण ने हमें ऐसा अवसर प्रदान किया है कि उपयुक्त योजना तैयार करके भारतीय कृषि के सर्वाधिक संवेदनशील भाग को यथासंभव संभाव प्रदान किया जा सकता है।

आर्थिक उदारीकरण के बाद तो हमारे किसान निम्नांकित गैर-परंपरागत, कृषि उत्पादनों पर ध्यान संकेद्रित करके निर्यात संभाव्य का दोहन कर सकते हैं-

- लम्बे आकार का सफेद चावल, विशेषकर बासमती चावल
- दाल एवं रातिब
- प्रसंस्करित साग सब्जियां जैसे - टमाटर पेस्ट, सूखे टमाटर
- अंगूर, आम का ताजा फल रस जैसे - लीची, सपोटा, अमरूद, सीताफल एवं उष्ण शुष्क फल
- काजू एवं अखरोट जैसे शुष्क फल एवं मसाले
- पशुधन उत्पाद जैसे- भैंस, भेड तथा बकरी मांस एवं जानवर की खाल
- सजावटी पुष्प के रूप में पुष्प कृषि

- ⊙ उच्च मूल्यवाली जड़ी-बूटी एवं औषधीय संबंधी पौधे। आज कई प्रख्यात कम्पनियां जड़ी-बूटी उत्पाद बेचने में दिलचस्पी ले रही हैं
- ⊙ कुछ पारम्परिक खाद्य-सामग्री- जैसे- पापड़, आचार आदि भी किसानों को अतिरिक्त आय प्रदान कर सकते हैं।

उदारीकरण प्रक्रिया में जब कृषि विकास के मुद्दों का समाधान करने की कोशिश होती है तो उसे एक-दूसरे से जुड़ी अनेक चुनौतियों का सामना करना पड़ता है। कृषि-उत्पादन में वृद्धि के ऐसे तरीकों का पता लगाना जो ग्रामीण क्षेत्रों में रोजगार सृजन के माध्यम से गरीब जनता के लिये भोजन उपलब्ध कराने में भी सहायक हो, एक कठिन चुनौती बनी हुई है। कृषि क्षेत्र में देशज सुधारों, छोटे किसानों के उत्पाद में विविधीकरण, खाद्य व्यापार में उदारीकरण और उच्च मूल्यवाली कृषि आपूर्ति श्रृंखलाओं से छोटे किसानों को जोड़ने पर जोर देते रहने से ग्रामीण आय में निश्चित वृद्धि होगी। आर्थिक विकास, समानता और प्राकृतिक संसाधनों के दीर्घकालीन प्रबंधन में निवेश की महती भूमिका है। छोटे किसानों के लिये उपयोगी प्रौद्योगिकी और उनके लिये कृषि रणनीतियों के विकास में निवेश से किसानों की गरीबी की समस्या से गम्भीरतापूर्वक निपटा जा सकेगा। इस प्रक्रिया में प्रभावी नीतिगत सुधारों के

जरिये कृषि क्षेत्र को निरंतर समर्थन जारी रखने की भूमिका को इससे ज्यादा महत्व मुश्किल से दिया जा सकता है। जब तक आपूर्ति पक्ष की बाधाओं को हटाया नहीं जाता तथा सार्वजनिक वितरण प्रणाली को पुनसंचारित नहीं किया जाता तब तक कृषि/ उदारीकरण एक धमकी बनकर अन्य क्षेत्रों में सुधार प्रक्रियाओं को बाधित करेगी।

यह सच है कि आर्थिक उदारीकरण के कदमों की आलोचना हुई है, लेकिन हमें यह ध्यान रखना चाहिये कि आर्थिक उदारीकरण अभी भी शैशव अवस्था में है और किसानों द्वारा इसके लिये लाभ उठाने के लिये कुछ और समय लगेगा। इस प्रकार नियंत्रित एवं प्रतिबन्धात्मक युग में वापिस जाने की अपेक्षा हमारे किसानों को पर्याप्त लचीला होना होगा ताकि इस प्रकार की कार्य-नीतियों के प्रति संवेदनशील हो सके जो कृषि विकास को संवर्धित करने के साथ-साथ राष्ट्र को भी लाभान्वित कर सकें तथा इससे भी अधिक उन गरीब किसानों को जो उत्पादन तथा विपणन के मांग एवं पूर्ति पक्षों के तीव्र गति से परिवर्तित होते परिदृश्य को एक खुले बाजार वातावरण की विभिन्न परिस्थितियों से समायोजित करने में समर्थ हो सकें।

बैंकिंग चिंतन-अनुचिंतन

के स्वामित्व और अन्य ब्यौरों का विवरण
फार्म IV

1. प्रकाशन का स्थान : मुंबई
 2. प्रकाशन की अवधि : तिमाही
 3. सम्पादक, प्रकाशक का नाम : डॉ. दीपाली पंत जोशी
 - राष्ट्रीयता : भारतीय
 - पता : बैंकर प्रशिक्षण महाविद्यालय, भारतीय रिज़र्व बैंक, वीर सावरकर मार्ग, दादर, मुंबई - 400 028.
 4. उन व्यक्तियों के नाम और पते : बैंकर प्रशिक्षण महाविद्यालय, भारतीय रिज़र्व बैंक, वीर सावरकर मार्ग, दादर, जो इस पत्रिका के मालिक है मुंबई - 400 028.
- मैं डॉ. दीपाली पंत जोशी एतद्वारा यह घोषणा करती हूँ कि उपर्युक्त विवरण मेरी जानकारी और विश्वास के अनुसार सत्य है।

ह/-

डॉ. दीपाली पंत जोशी

प्रकाशक

दिनांक : 31 मार्च 2008



पुस्तक का नाम	: माइक्रोफाइनेंस
लेखक का नाम	: डॉ. जयप्रकाश मिश्र
प्रकाशक	: आधार प्रकाशन, पंचकूला (हरियाणा)
पृष्ठ संख्या	: 313
मूल्य	: चार सौ रुपये
संस्करण	: प्रथम (2007)

जनसाधारण के जीवन-स्तर में सुधार के सुसंगठित प्रयासों के बावजूद गरीबी विश्व के एक बड़े भाग में आज भी गंभीर समस्या बनी हुई है। यह मानवता के लिए एक बहुत बड़ा अभिशाप है। गरीबी उन्मूलन में माइक्रोफाइनेंस की भूमिका और उसके महत्व को स्वीकार करते हुए वर्ष 2005 को माइक्रोक्रेडिट वर्ष घोषित किया गया था। भारत सरकार तथा भारतीय रिजर्व बैंक ने माइक्रोफाइनेंस व्यवस्था के माध्यम से गरीबों को अधिकाधिक ऋण उपलब्ध कराने के लिए बैंकों को निर्देश जारी किये हैं। नाबार्ड द्वारा यह योजना देश में 1992 से ही एक सुनियोजित कार्यक्रम के रूप में कार्यान्वित की जा रही है। यह ध्यान रखने योग्य बात है कि भारत और दक्षिण एशिया के देश माइक्रोफाइनेंस के केवल प्रेरणास्रोत और नवोन्मेष के ही स्रोत ही नहीं हैं बल्कि वे दुनिया में सबसे ज्यादा संख्या में गरीबों के निवासस्थान भी हैं।

डॉ. जय प्रकाश मिश्र द्वारा लिखित 'माइक्रोफाइनेंस' नामक पुस्तक का उद्देश्य गरीबी उन्मूलन के एक अत्यंत महत्वपूर्ण अस्त्र (माइक्रोफाइनेंस) के विभिन्न पहलुओं की जानकारी देना है। अभी तक हिन्दी में ऐसी एक भी पुस्तक नहीं है जिसमें केवल माइक्रोफाइनेंस का विशद विवरण दिया गया हो। इस विषय से संबंधित सारी सामग्री अभी तक प्रायः अंग्रेजी की पुस्तकों में ही कैद है। आशा है इस पुस्तक से हिन्दी जगत माइक्रोफाइनेंस व्यवस्था की बेहतर जानकारी प्राप्त कर सकेगा तथा गरीबी उन्मूलन के क्षेत्र में वित्तीय व्यवस्था का बेहतर

उपयोग करके लाभान्वित हो सकेगा।

सुगमता हेतु यह पुस्तक 13 अध्यायों में विभाजित है जिनमें भारत की ग्रामीण गरीबी का परिदृश्य, माइक्रोफाइनेंस संबंधी भारतीय और वैश्विक परिवेश, माइक्रोक्रेडिट और माइक्रोफाइनेंस, माइक्रोफाइनेंस व्यवस्था के विभिन्न मॉडल, नीतिगत समर्थन, स्वयं सहायता समूहों का निर्माण, माइक्रोइंश्योरेंस (दायित्व, जोखिम और अवसर) माइक्रोफाइनेंस व्यवस्था से जुड़े कुछ अन्य महत्वपूर्ण सवाल, विनियमन और पर्यवेक्षण, माइक्रोफाइनेंस पर खान समिति की रिपोर्ट की महत्वपूर्ण बातें, उपलब्धियां, चुनौतियां और कठिनाइयां तथा कुछ अन्य उपयोगी अनुबंधों के अंतर्गत विषयों/ सामग्री को समाविष्ट किया गया है।

गरीबी उन्मूलन की दिशा में माइक्रोफाइनेंस की भूमिका दिनानुदिन और व्यापक होती जा रही है। गरीबी उन्मूलन और माइक्रोफाइनेंस से जुड़ी तमाम समस्याओं के अध्ययन के जिज्ञासुओं के लिए डॉ. मिश्र की यह पुस्तक वास्तव में अत्यंत उपयोगी संदर्भ ग्रंथ है। प्रत्येक अध्याय में विवेचित सामग्री को तर्कसंगत रूप से तथा विश्लेषणात्मक पृष्ठभूमि के साथ प्रस्तुत करने की चेष्टा की गई है। इस दृष्टि से बाज़ार में हिन्दी में इस विषय पर उपलब्ध यह एकमात्र पुस्तक है, ऐसा कहने में कोई संकोच नहीं है। पुस्तक में विवेचित विषयों पर अंग्रेजी में अनेक पुस्तकें बाज़ार में उपलब्ध हैं। इस दृष्टि से लेखक का प्रयास अत्यंत सराहनीय है।

इस पुस्तक में शामिल किए गए सभी अध्याय निर्विवाद रूप से अत्यंत उपयोगी हैं, तथापि इसमें माइक्रोफाइनेंस के 'विनिमयन और पर्यवेक्षण' तथा 'माइक्रोफाइनेंस व्यवस्था से जुड़े कुछ अन्य महत्वपूर्ण सवाल' नामक अध्यायों में संबंधित समस्याओं से जुड़े व्यापक पहलुओं पर सूक्ष्म विश्लेषणात्मक दृष्टि डाली गई है। 'भारत की ग्रामीण गरीबी का परिदृश्य' शीर्षक अध्याय में भारत के संदर्भ में विशेष सामग्री उपलब्ध कराई गई है जिससे पुस्तक की उपयोगिता और भी बढ़ गई है।

पुस्तक के अनुबंध में माइक्रोफाइनेंस की सुविधा का उपयोग करते समय प्रयोग में लाये जाने वाले विभिन्न फॉर्म भी शामिल किए गए हैं। अंत में शब्दावली के अंतर्गत पुस्तक में प्रयुक्त विभिन्न हिन्दी शब्दों के अंग्रेजी पर्याय भी दे दिए गए हैं जिससे पाठकों को इस तकनीकी विषय को समझने में सुगमता होगी।

जिज्ञासु पुस्तक के विभिन्न अध्यायों में व्यवस्थित की गई सामग्री का आकलन स्वयं भी करें तो बेहतर होगा। पुस्तक में अधिकांश स्थलों पर आंकड़े अधिकांशतः 2005-06 तक की अवधि की स्थिति दर्शाते हैं। इस प्रकार लेखक ने पुस्तक में नवीनतम आंकड़े शामिल करने का प्रयास किया है। पुस्तक में विभिन्न अंशों का विवेचन संगत एवं विश्लेषणात्मक तर्कों पर आधारित है और इनके अध्ययन से भारतीय अर्थव्यवस्था के कई अनसुलझे प्रश्नों की पाठकों को जानकारी मिलेगी। पुस्तक में शामिल ग्रामीण परिवारों में गरीबी की स्थिति, ग्रामीण और शहरी संपत्ति की स्थिति, कुछ देशों में आय का वितरण, गरीबी के संबंध में योजना आयोग का आकलन, आर्थिक सुधार और गरीबी, दसवीं योजना और गरीबी, वर्ष 2006-07 के लिए गरीबी का अनुमान, गरीबी हटाने में असफलता के कारण तथा गरीबी उन्मूलन के विभिन्न कार्यक्रम इत्यादि ऐसे विषय हैं जो भारतीय अर्थव्यवस्था के लिए हमेशा समीचीन और प्रासंगिक बने रहेंगे। यह इस बात का भी सूचक है कि लेखक ने इसमें नवीनतम सूचनाएँ उपलब्ध कराने की भरसक चेष्टा की है।

पुस्तक में शामिल विषय तकनीकी स्वरूप का होने के बावजूद थोड़ा ध्यान देने पर कही गई बात का अभीष्ट अर्थ पाठक को आसानी से समझ में आ जाता है। वस्तुतः आर्थिक व तकनीकी विषयों पर हिंदी में सहज, सरल और प्रवाहमयी भाषा

में अर्थ की सद्यः-संप्रेषणीयता में सक्षम लेखन की आज नितान्त आवश्यकता है। बाज़ार में ऐसे तकनीकी विषयों पर जो पुस्तकें उपलब्ध हैं उनकी भाषा पर अनुवाद की छाप प्रायः इतनी गहरी होती है कि वस्तुतः कई जगहों पर वाक्य अपना उद्दिष्ट अर्थ संप्रेषित ही नहीं कर पाते या उनका अर्थ समझने के लिए पाठक को बड़ी माथापच्ची करनी पड़ती है। डॉ. मिश्र की इस पुस्तक में प्रयुक्त भाषा सरल, सहज तथा अर्थ संप्रेषित करने में सक्षम है, यह बड़ी प्रसन्नता की बात है। कुल मिलाकर, इसे एक अच्छीपुस्तक की श्रेणी में रखा जा सकता है।

◎ अरुणा नायक

प्रबंधक,

भारतीय रिज़र्व बैंक, मुंबई

पुस्तक का नाम	: बैंक प्रबंधन के नैतिक आयाम
लेखक का नाम	: डॉ. चंद्रशेखर व्यास
प्रकाशक	: कान्सेप्ट पब्लिशिंग कम्पनी, नई दिल्ली
पृष्ठ संख्या	: 236
मूल्य	: पांच सौ रुपये
संस्करण	: प्रथम (2007)

मानव जैसे-जैसे प्रगति करता गया है, जैसे-जैसे उसका बौद्धिक विकास होता गया है तो उसके साथ ही प्रत्येक शताब्दी में महत्वपूर्ण सामाजिक, दार्शनिक और आध्यात्मिक प्रतिमान भी स्थापित होते चले गए हैं। इन परिवर्तनों ने केवल समाज विशेष ही नहीं अपितु मानव प्रजाति को गहराई से प्रभावित किया है। संसार ने दार्शनिकता के बाद औचित्यपरक तर्कशास्त्र का युग देखा, यदि धार्मिकता की आंधी चली तो चार्वाक भी अपने

दर्शन के साथ प्रसिद्ध हुए। प्रसिद्ध समाजशास्त्री इमेन्युएल कान्ट ने कहा है 'Religion is Morality recognised as a Divine command' तो दूसरी ओर एमर्सन कहते हैं 'The Mind of this age has fallen away from theology to morals. I conceive it an advance' इन सभी परिवर्तनों का प्रभाव मानव जीवन पर तो पड़ना स्वाभाविक ही था, आज के युग में इनका प्रभाव संस्थानों पर भी स्पष्ट दिखाई दे रहा है। जहां एक ओर कतिपय पाश्चात्य दार्शनिकों और समाजशास्त्रियों ने 'Fear is the mother of Mortality' माना तो वहीं इसकी आवश्यकता से भी इन्कार नहीं किया जा सकता।

समीक्षाधीन पुस्तक में कुल 8 अध्याय हैं और इनमें नैतिकता तथा अन्य सामाजिक वर्जनाओं का विशद वर्णन किया गया है। हालांकि नैतिकता अपने आप में एक अमूर्त भाव है तथापि यह पग पग पर प्रकट होता है और मानव जीवन में इसकी उपयोगिता और महत्व से इन्कार नहीं किया जा सकता है। नैतिकता अपने आप में परिभाषा लिए होती है, बाह्य कलेवर से समाज इसका नियंत्रण होता है और व्यक्ति अनुपालनकर्ता। ऐसे गूढ़ और चिन्तन मनन योग्य विषय को बैंकिंग और संस्थाओं के साथ जोड़ कर लेखक द्वारा किया गया विवेचन सराहनीय है।

प्रथम अध्याय में नीतिशास्त्र तथा इसकी आवश्यकता को रेखांकित करते हुए व्यापार और बैंकिंग के नीतिशास्त्र या यों कहिए नीति-पूरी तरह से व्यक्ति और समाज सापेक्ष होती है। किसी भी समाज की नीति व्यक्ति को प्रभावित करते हुए भी स्वयं व्यक्ति से प्रभावित होती है- इसका सांगोपांग वर्णन करते हुए व्यापार और बैंकिंग की नीतियों तथा व्यक्ति (अर्थात् - प्रबंधन) के अन्योनाश्रित संबंधों का खुलासा किया गया है। व्यापार का प्राथमिक उद्देश्य लाभ कमाना है लेकिन यह लाभ अनैतिक नहीं होना चाहिए यही इस प्रथम अध्याय का सारभूत तत्व प्रतीत होता है। अर्वाचीन चिन्तकों में आचार्य चाणक्य ने भी यही कहा था 'अन्यायोपर्जित वित्तं दशवर्षाणि तिष्ठति, प्राप्यते एकादशे वर्षे मूल सहितं विनश्यति।'

दूसरे अध्याय में नैतिकता पर धार्मिक और दार्शनिकता परक दृष्टिकोण से विचार किया गया है। पाश्चात्य और भारतीय

दार्शनिकों तथा विचारकों ने नैतिकता की प्रासंगिकता के बारे में जो विमर्श किया है उसका बड़ी ही रोचकता से वर्णन हुआ है। साथ ही नैतिकता के मनोवैज्ञानिक पक्ष पर विचार करते हुए प्रमुख नैतिक सिद्धांतों का उल्लेख हुआ है। व्यक्ति और समाज एक दूसरे पर आश्रित हैं। एक पक्ष में होने वाला परिवर्तन या एक पक्ष को हुआ नुकसान दूसरे पक्ष को भी अवश्य प्रभावित करता है। यहीं से व्यवस्था का सूत्रपात होता है और फिर जीवन में यम और नियम कितने स्वाभाविक प्रतीत होने लगते हैं। इससे न केवल समाज व्यवस्थित होता है अपितु व्यक्ति भी तनाव मुक्त रहता है।

तीसरे अध्याय में नैतिकता क्यों पर विचार किया गया है। वस्तुतः नैतिकता क्यों होनी चाहिए, क्या कोई अज्ञात अथवा ज्ञात भय हमें नैतिक होने के लिए बाध्य करता है, या फिर नैतिक होना निहायत ही जरूरी है। क्या नैतिकता स्वार्थ का परित्याग कराती है, या फिर नैतिकता के दायरे में रहते हुए भी कामना और स्वार्थ को अपरिमित न बनाकर जीवन को सफलता की ओर ले जाया जा सकता है। अच्छाई और सफलता तथा नैतिकता के सह संबंधों के विरोधत्व को बड़ी खूबी और बारीकी से प्रस्तुत किया गया है। बैंकिंग में नैतिकता किस प्रकार की होनी चाहिए और उसका क्या औचित्य है। व्यापार में नैतिकता कितनी घातक हो सकती है इसका भी विचार करना- और फिर यह निचोड़ की नैतिकता के साथ भी व्यापार और विकास हो सकता है, अन्यथा परिणाम क्षणिक या अस्थायी तौर पर भले ही चकाचौंध पैदा करने वाले हों, कालांतर में शून्य के अलावा कुछ नहीं है। नैतिकता और तार्किकता दोनों की महती आवश्यकता इस अध्याय का सूत्रवाक्य हैं।

चौथे अध्याय में नैतिकता के प्रति संस्थान के दायित्व का वर्णन है। आखिर संस्थान भी कानूनी तौर पर एक व्यक्ति ही तो है। इसमें संस्थान की नैतिकता का मुख्य आधार प्रबंध तंत्र को माना गया है। यदि प्रबंध तंत्र में नैतिकता होगी तो संस्थान की नैतिकता में कोई दो राय नहीं रहेगी। लेखक का यह कथन एकदम सटीक है कि 'संस्थान आर्थिक संस्थाएं होने के साथ मानवीय संस्थाएं भी होते हैं, और वे समाज तथा अपने कर्मचारियों के प्रति कम जिम्मेदार नहीं होते'। वस्तुतः संस्थान की नीतियों से

ही उसका नैतिक विवेक निर्धारित होता है। जब संस्थान विवेकशील होंगे तो व्यक्ति विवेकशील होगा और जब व्यक्ति विवेकशील होगा तो संस्थान की नीतियां नैतिकतापूर्ण कपटरहित होंगी। आज के संदर्भ में पारदर्शिता, सूचना का अधिकार आदि नियम, कायदे इसी ओर इशारा करते हैं।

संस्थान की यही विवेकशीलता उसे समाज सापेक्ष और हितकारी दर्जा भी प्रदान करती है। संस्थान हैं तो समाज की प्रगति होगी तो संस्था उससे लाभान्वित अवश्य होगी। क्योंकि संस्था को होने वाले लाभ समाज को ही मिलते हैं, यदि पूर्ण रूप से न भी मिले तो भी थोड़ा बहुत प्रभाव जरूर पड़ता है। इन्ही सन्दर्भों में विभिन्न बैंकों द्वारा समाज के लिए हितकारी योजनाओं को लागू करने से लेकर स्वयं बैंकों के लिए नीतियों के निर्धारण का विवेचन किया गया है।

पांचवें अध्याय में बैंकिंग के नैतिक विचारों की आवश्यकता पर बल देते हुए मुख्य नैतिक विचारों का वर्णन किया गया है। इस विमर्श में सर्वाधिक रोचक तथ्य यह है कि इसमें बैंकिंग के दोनों पक्षों अर्थात् बैंक और ग्राहक दोनों को नैतिक दायित्वों का बोध कराया गया है। दोनों के लिए नैतिक विवेकशीलता की आवश्यकता पर बल देते हुए कतिपय नैतिक मानदंडों का उल्लेख किया है। मूल तथ्य यह कि बैंकिंग में नैतिकता एक दिशा मार्ग नहीं है; अपितु, दोनों ही पक्षों को नैतिक दायित्वों का बोध होना चाहिए और दोनों पक्षों द्वारा इन नियमों का पालन मन, वचन और कर्म से करने की अनिवार्यता पर प्रकाश डाला गया है। संस्थान के स्तर पर यह नैतिकता एक और सोपान चढ़ती है कि एक संस्था का दूसरी संस्था के प्रति क्या दायित्व है।

छठे अध्याय में नैतिक प्रणाली का बैंकों में विकास क्रम बताया गया है। इसमें आचार संहिताओं के गुणों का विशद वर्णन किया गया है। इस वर्णन क्रम में संस्था और कर्मचारी दोनों के लिए आचार संहिता निर्धारण, निरूपण और सैद्धांतिक विवेचन किया गया है। इस अध्याय में संस्था के लिए आचार संहिता के निर्धारण और उसके अनुसार आचरण तथा कर्मचारी अर्थात् व्यक्ति के लिए चरित्रगत दृढ़ता पर बल दिया गया है। सम्भवतया यह प्रथम पुस्तक है जिसमें चरित्रगत दृढ़ता से आशय-ईमानदारी, अचौर्य, समर्पण, कर्तव्यनिष्ठा, सदाचार आदि से है।

सातवें अध्याय में नैतिक बैंकिंग के लक्ष्य की ओर बढ़ते कदम और इसके लिए सत-प्रयासों का उल्लेख है। नैतिक लक्ष्यों की प्राप्ति दुरूह और कठिन तो है असंभव नहीं यही तथ्य इस अध्याय का वर्ण्यविषय है। इसके बाद उपसंहार देते हुए परिशिष्ट में विभिन्न उदाहरणों से आचरण निर्धारण किया गया है।

कुल मिलाकर यह पुस्तक हिंदी प्रेमियों के लिए एक अनुपम उपहार है। यदि 'हित' सह 'साहित्य' को माने तो यह एक विलक्षण साहित्य है। प्रबंधन की सांगोपांग व्याख्या को नई दिशा प्रदान करने में यह पुस्तक सक्षम है। यह पुस्तक संग्रहणीय तो है ही पठनीय और अनुकरणीय भी है।

⊙ के. पी. तिवारी

प्रबंधक

भारतीय रिज़र्व बैंक, जयपुर

पुस्तकें मार्गदर्शक ही नहीं मित्र भी होती हैं।

केंद्रीय बैंकिंग

ओवरहीटिंग और मौद्रिक नीति

मुद्रास्फीति में उतार-चढ़ाव मांग-आपूर्ति की विसंगतियों पर निर्भर करते हैं। इस संदर्भ में, अर्थव्यवस्था में ओवरहीटिंग की संकल्पना मौद्रिक नीति के संचालन में बहुत महत्वपूर्ण भूमिका अदा करती है। ओवरहीटिंग अर्थव्यवस्था वह अर्थव्यवस्था होती है जो बहुत तेजी से बढ़ रही है और उसकी उत्पादक क्षमता उसके परिणामी मांग दबावों के साथ नहीं चल पाती। मुद्रास्फीति दबावों के उभरने को आम तौर पर ओवरहीटिंग के पहले संकेतों के रूप में देखा जाता है। इस संदर्भ में, नीति निर्माता सावधानीपूर्वक आउटपुट अंतर का विश्लेषण करते हैं अर्थात् संभावित या पूरी क्षमता आउटपुट की तुलना में चालू आउटपुट का आधिक्य। यदि मौद्रिक प्राधिकारी समझता है कि अप्रयुक्त क्षमता है, तो वृद्धि द्वारा उत्पन्न मांग में वृद्धि का सामना स्फीतिकारक दबावों के बिना किया जा सकता है, और इसलिए, हो सकता है कि ओवरहीटिंग के विरुद्ध कार्रवाई करने की जरूरत ही न पड़े। दूसरी ओर, यदि पूरी क्षमता की तुलना में मांग ज्यादा है तो मौद्रिक नीति को सख्त करने की जरूरत पड़ेगी ताकि अर्थव्यवस्था को मंद किया जा सके और ओवरहीटिंग को कम किया जा सके।

हालांकि, ओवरहीटिंग की संकल्पना विश्लेषणात्मक तौर पर सीधी-सादी है, लेकिन इसके क्रियान्वयन से कई मुद्दे जुड़े हैं। समुचे विश्व में, आउटपुट अंतरों और मुद्रास्फीति के बीच संबंध धूमिल होने के प्रमाण मिलते हैं। इसके अतिरिक्त, किसी अर्थव्यवस्था के संभावित आउटपुट के आकार और दिशा को पहचान पाना अधिकाधिक कठिन होता जा रहा है। विशेषकर, वैश्वीकरण ने विभिन्न अर्थव्यवस्थाओं की आपूर्ति संभाव्यता में विस्तार किया है, विशेषकर उभरती हुई अर्थव्यवस्थाओं में। हाल ही में, ऐसा प्रतीत होता है कि पहले की तुलना में चालू सकारात्मक आपूर्ति आघात ने संभावित आउटपुट की संकल्पनाओं को और धूमिल कर दिया है। बढ़ते वैश्वीकरण को देखते हुए,

इस बात के कुछ प्रमाण हैं कि देशी मुद्रास्फीति अब अधिकाधिक देशी मांग-आपूर्ति असंतुलों के साथ-साथ वैश्विक मांग-आपूर्ति असंतुलों से प्रभावित हो रही है।

भारत जैसी विकासशील अर्थव्यवस्था के लिए बृहत बेरोजगारी/संसाधनों के न्यून उपयोग तथा संभावित आउटपुट के स्पष्ट आकलन के अभाव में ये संकल्पनाएं तथा मुद्दे और भी जटिल हो जाते हैं। इसलिए ओवरहीटिंग की संकल्पना विकसित अर्थव्यवस्थाओं की तुलना में भारत जैसे देशों में मौद्रिक नीति के लिए बहुत अधिक मार्गदर्शन प्रदान नहीं करती। इसके अतिरिक्त संरचनात्मक परिवर्तन में गुजर रही अर्थव्यवस्था में संभावित आउटपुट के बारे में स्पष्ट निर्णय देना कठिन है। इन अनिश्चितताओं के बावजूद, मौद्रिक निर्णय लेने होते हैं और नीति प्राधिकारियों को गैर-त्वरणशील मुद्रास्फीति से जुड़ी संभावित वृद्धि का आकलन करना होता है। इसके लिए अंतर्निहित वृद्धि प्रक्रिया के संरचनात्मक तथा चक्रीय घटकों को अलग करके देखना जरूरी है।

मौद्रिक प्रबंधन को ऐसे असंतुलों पर भी ध्यान देना होता है जो अस्थायी स्वरूप के होते हैं। केंद्रीय बैंक के सामने चुनौती होती है- कुछ संरचनात्मक सख्तियों की उपस्थिति में उच्चतर वृद्धि पथ की ओर इस प्रकार अग्रसर होना कि वास्तविक मुद्रास्फीति और स्फीतिकारक प्रत्याशाओं पर नियंत्रण रखा जा सके और वे एक दूसरे में वृद्धि न कर दें। यदि आपूर्ति संबंधी प्रतिक्रियाएं नम्य न हो तो, वे अतिरिक्त मांग के रूप में दिखलाई पड़ सकती हैं, जिसके कारण स्फीतिकारक दबाव हो सकते हैं और स्फीतिकारक प्रत्याशाएं बढ़ सकती हैं। इस पृष्ठभूमि में, वृद्धि की गति को कम किए बिना, मुद्रास्फीति को कम रखते हुए संरचनात्मक परिवर्तन का प्रबंध करना आगामी समय में भारत में मौद्रिक नीति के लिए एक प्रमुख चुनौती होगा।

भारतीय रिज़र्व बैंक की वार्षिक रिपोर्ट, 2006-07 से साभार

वित्तीय शिक्षा

वित्तीय शिक्षा वह प्रक्रिया है जिसके जरिए वित्तीय उपभोक्ता/निवेशक, वित्तीय उत्पादों और संकल्पनाओं के बारे में अपनी समझ का दायरा बढ़ाते हैं और इस तरह से अर्जित कौशल एवं आत्म विश्वास की वजह से अपने वित्तीय कल्याण हेतु सार्वजनिक सूचना के आधार पर विकल्प का चुनाव कर सकते हैं। वैश्वीकरण की बढ़ती हुई प्रवृत्ति के मद्दे नजर वित्तीय क्षेत्र के विकास और वित्तीय शिक्षा के बीच व्याप्त अंतर को तीन तरह की पहल करते हुए कम किया जा सकता है नामतः, संस्थागत क्रियाविधि, सुपुर्दगी क्रियाविधि और प्रयासों का विकेंद्रीकरण।

हाल ही के वर्षों में वित्तीय बाजारों के ज्यादा जटिल हो जाने से वित्तीय शिक्षा का महत्व और ज्यादा बढ़ गया है। साथ ही, कुछ लोगों के पास विशिष्ट जानकारी होने से आम आदमी के लिए यह लगातार मुश्किल होता जा रहा है कि वह पूर्णतया स्पष्ट सूचना के आधार पर अपने विकल्प के संबंध में निर्णय ले सके। इसलिए, पूरी दुनिया के केंद्रीय बैंकों ने वित्तीय शिक्षा अभियान शुरू किए हैं। उक्त अभियान के अंतर्गत कॉमिक पुस्तकें, एनिमेशन फिल्में, प्रदर्शनियां, स्कूली बच्चों के लिए प्रतियोगिताएं तथा उनके लिए केंद्रीय बैंक का भ्रमण आयोजित करना शामिल हैं ताकि वे देश की अर्थव्यवस्था के संदर्भ में केंद्रीय बैंक की भूमिका तथा बचत, निवेश और वित्तीय आयोजना जैसी संकल्पनाओं को समझ सकें।

भारत में साक्षरता का स्तर कम होने तथा जनसंख्या का अधिकांश हिस्सा औपचारिक वित्तीय प्रणाली के दायरे से बाहर होने की वजह से वित्तीय शिक्षा की बहुत ज्यादा आवश्यकता है। साथ ही, आर्थिक और वित्तीय क्षेत्र में हुए सुधारों की वजह से लोगों के पास भारी मात्रा में खर्च करने लायक रकम भी पहुंच गई है। कतिपय वित्तीय मध्यस्थों द्वारा ऋण और निवेश क्षेत्रों में उपलब्ध करवाए गए विविध तरह के नये उत्पादों की वजह से यह आवश्यक हो गया है कि निवेशकर्ता को हर उत्पाद की अर्थव्याप्ति और आपूर्तिकर्ता के बारे में पूरी जानकारी हो ताकि वह निवेश के मामले से पूर्ण सूचना के आधार पर निर्णय ले सके। इसी तरह, जो लोग औपचारिक वित्तीय प्रणाली से नहीं जुड़ पाए हैं उन्हें भी इस बारे में शिक्षित किया जाना जरूरी है कि बैंकिंग क्या है और विकास की प्रक्रिया में सहभागी होने

तथा उससे लाभान्वित होने के लिए बैंक से उनका जुड़ना कितना जरूरी है। दूसरे शब्दों में, यह कहा जा सकता है कि वित्तीय समावेशन और वित्तीय स्थिरता के संवर्धन हेतु वित्तीय शिक्षा एक बहुत ही महत्वपूर्ण अंग है।

रिज़र्व बैंक ने *वित्तीय साक्षरता परियोजना* नाम से एक परियोजना शुरू की है। उक्त परियोजना का लक्ष्य यह है कि केंद्रीय बैंक और सामान्य बैंकिंग संकल्पनाओं के बारे में विद्यालयों और महाविद्यालयों के छात्र-छात्राओं, महिलाओं, ग्रामीण और शहरी गरीबों, सुरक्षा कार्मिकों तथा वरिष्ठ नागरिकों सहित विभिन्न लक्ष्य समूहों को जानकारी दी जाए। इस बहुदेशीय परियोजना को दो हिस्सों में लागू किया जाना प्रस्तावित है। इनमें से पहला हिस्सा अर्थव्यवस्था, रिज़र्व बैंक और उसकी गतिविधियों पर केंद्रित रहेगा जबकि दूसरा हिस्सा सामान्य बैंकिंग पर। मूल सामग्री हिंदी और अंग्रेजी में तैयार की जाएगी जिसे क्षेत्रीय भाषाओं में भी प्रस्तुत किया जाएगा। प्रस्तुतियों, पैम्फलेट, ब्रोशर और फिल्मों के माध्यम से बैंकों, स्थानीय शासन तंत्र, विद्यालयों और महाविद्यालयों के अलावा रिज़र्व बैंक की वेबसाइट के जरिए लक्ष्य समूहों के बीच संबंधित सूचना का प्रचार-प्रसार किया जाएगा। आम आदमी को बैंकिंग के बारे में आगाह रखने के लिए रिज़र्व बैंक ने अब एक वेबसाइट भी शुरू की है जो 13 भाषाओं में उपलब्ध है। रिज़र्व बैंक विभिन्न अन्य तरीकों से भी जनसामान्य तक पहुंचने के प्रयास कर रहा है। उदाहरणार्थ, रिज़र्व बैंक के हैदराबाद कार्यालय ने सामान्य रूप से जनसामान्य में और विशेष रूप से स्कूली बच्चों, महाविद्यालयों के विद्यार्थियों, किसानों, महिलाओं और देहाती लोगों के बीच वित्तीय शिक्षा के प्रसार के लिए मल्टी मॉडल (पोस्टर्स, पुस्तिकाओं, मल्टि मिडिया प्रस्तुतीकरण, विडियो फिल्म, प्रदर्शन, कम्प्यूटर खेलों के माध्यम से जानकारीपूर्ण प्रदर्शन), बहुभाषीय (अंग्रेजी, हिंदी, तेलगु और उर्दू) और कस्टमाइज्ड इंटरएक्टिव कार्यनीति (प्रदर्शनों में स्टॉल, पाठशालों, महाविद्यालयों, देहातों में जाकर, बैंकों, व्यापारियों, किसानों, एसएचजी से मिलकर रिज़र्व बैंक में दौरों का आयोजन करके) बनाई है।

भारतीय रिज़र्व बैंक की वार्षिक रिपोर्ट, 2006-07 से साभार

वर्ष 2007-08 के केंद्रीय बजट में वित्त मंत्री ने वरिष्ठ नागरिकों के लिए एक नया उत्पाद - प्रतिगामी बंधक शुरू करने की घोषणा की थी। यह उत्पाद किसी वरिष्ठ नागरिक, जो किसी मकान का स्वामी है, को अपने मकान के बंधक के बदले ऋण की चुकौती अथवा सेवा शुल्क अदा किए बिना अपने जीवन काल तक मकान का स्वामी और अधिभोक्ता रहते हुए निरंतर मासिक आय प्राप्त करने में सहायता करता है। सिद्धांततः, प्रतिगामी बंधक किसी मकान को एक परिसंपत्ति और विशिष्ट रूप से मकान में उसके स्वामी की ईक्विटी के रूप में मुद्रीकृत करता है। प्रतिगामी बंधक वायदा बंधक के ठीक उल्टा है जिसमें मासिक आधार पर ब्याज के साथ ऋण राशि के मूलधन का भुगतान करना अपेक्षित है। इससे उधारकर्ता को अपने मकान की ईक्विटी बनाए रखने में सहायता मिलती है और मकान की कीमत बढ़ती रहती है। लेकिन प्रतिगामी बंधक में ऐसी कोई मासिक चुकौती नहीं करनी पड़ती है और इस प्रकार कर्ज बढ़ता जाता है। अतः मकान की ईक्विटी एक अत्यंत न्यून कीमत तक घट जाती है जब तक कि संपत्ति का मूल्य बढ़ना जारी नहीं रहे। अतः प्रतिगामी बंधक को अक्सर बढ़ता हुआ कर्ज और घटती हुई ईक्विटी कहा जाता है।

प्रतिगामी बंधक रखे जाने की उत्पत्ति को विकसित देशों में देखा जा सकता है जहाँ जीवन के उच्चतर स्तर, स्वास्थ्य संरक्षण तक बेहतर पहुंच और उच्चतर आयु के कारण 65 वर्ष से अधिक आयु वाले लोग जनसंख्या के बड़े भाग हैं। पेंशन की लगातार बढ़ती हुई लागत बूढ़े लोगों के स्वास्थ्य की देख-भाल ने अमरीका, ब्रिटेन और ऑस्ट्रेलिया में बीमा कंपनियों को प्रतिगामी बंधक शुरू करने की ओर प्रेरित किया। भारत में राष्ट्रीय आवास बैंक ने वरिष्ठ नागरिकों के लिए हाल ही में प्रतिगामी बंधक ऋणों (आरएमएल) पर दिशानिर्देश निर्धारित किए हैं। प्रतिगामी बंधक ऋण, प्राथमिक ऋण दात्री संस्थाओं यथा, अनुसूचित बैंक और राष्ट्रीय आवास बैंक के पास पंजीकृत आवास वित्त कंपनियों (एचएफसी) द्वारा दिया जाना है। प्राथमिक ऋणदात्री संस्थाओं को उधारकर्ता के बारे में उनकी व्यक्तिगत अवधारणा और वाणिज्यिक निर्णय के अनुसार इस मामले में स्वतंत्रता होगी।

प्रतिगामी बंधक योजना की निम्नलिखित विशेषताएं हैं। उधारदाता, उधारकर्ता को आवधिक भुगतान (एकमुश्त भुगतान सहित) करता है, उदाहरणार्थ - किसी पारंपरिक बंधक की तुलना में भुगतान प्रक्रिया विपरीत हो जाती है। ऐसी योजना में भुगतान का स्वरूप निम्नलिखित प्रकार का हो सकता है- या तो आवधिक भुगतान (मासिक, तिमाही, छमाही, वार्षिक) जिसका निर्णय प्राथमिक ऋणदात्री संस्था और उधारकर्ता

के बीच प्रत्यक्षतः पारस्परिक आधार पर किया जाता है अथवा एक या एक से अधिक श्रृंखलाओं में एकमुश्त भुगतान या पारस्परिक सहमति के आधार पर उपलब्धता अवधि के साथ ऋण व्यवस्था जिसमें उधारकर्ता द्वारा आहरण किया जाए। ऋण की अदायगी की अपेक्षा नहीं है अर्थात् संपत्ति को अधिकार में रखते हुए जब तक उधारकर्ता जीवित रहता है उसे किसी किश्त या ब्याज का भुगतान नहीं करना पड़ता है। ऋण की चुकौती उधारकर्ता और पति/पत्नी (एक सह-दायित्व धारक) की मृत्यु के उपरांत की जायेगी अथवा स्थायी रूप से जाने पर संपत्ति की बिक्री के माध्यम से की जाएगी। ऋण की मूल राशि और संचित ब्याज का समायोजन किए जाने के बाद अतिरिक्त राशि मृतक की संपदा में शामिल की जाएगी। यह ऋण अधिकतम 15 वर्षों की अवधि का होगा और बिना किसी पूर्व भुगतान प्रभार के किसी भी समय संचित ब्याज के साथ इसका पूर्व भुगतान किया जा सकेगा। उधारकर्ता (ओं) को दिये जाने वाले प्रतिगामी बंधक ऋण पर प्रभारित की जानेवाली ब्याज दर (आवधिक विराम सहित) जोखिम अवधारणा, ऋण मूल्य नीति और उधारकर्ता के परिप्रेक्ष्य में विशिष्टता के आधार पर प्राथमिक ऋणदात्री संस्था द्वारा सामान्य तरीके से निर्धारित की जाएगी। निर्धारित और अस्थिर ब्याज दरें उधारकर्ता के समक्ष प्राथमिक ऋणदात्री संस्थाओं द्वारा एक पारदर्शी तरीके से शर्तों के प्रकटन के अधीन प्रस्तुत की जाएं।

इस योजना के मुख्य लाभ ये हैं कि वरिष्ठ / ज्येष्ठ नागरिक जिनके पास अपना मकान है लेकिन अप्रत्याशित एकमुश्त व्यय जैसे कि मकान का नवोन्मेषीकरण/ मरम्मत, अस्पताल का व्यय आदि पूरा करने के लिए पर्याप्त आय नहीं है, को उसे पूरा करने में सहायता मिलती है। उधारकर्ता की मृत्यु के बाद भी पति अथवा पत्नी उस मकान में रह सकते हैं। यदि पति या पत्नी सह-उधारकर्ता हैं, तो उन्हें लगातार भुगतान (ऋण की संस्वीकृति से 15 वर्षों तक) प्राप्त होता रहेगा। प्रतिगामी बंधक से प्राप्त भुगतान 'ऋण'माना जाएगा, कर की दृष्टि से 'आय' नहीं। अपना मकान रखने वाले वरिष्ठ नागरिकों के लिए ऐसी योजना सामाजिक सुरक्षा के लिए एक आंशिक प्रतिस्थापन है और यह विशेषतः उन लोगों के लिए लाभदायक होगी जिनके पास सहायता के लिए कोई परिवार नहीं है या परिवार सहायता करने की इच्छा नहीं रखता है। तथापि, इस योजना में आवधिक आधार पर बंधक रखी गई संपत्ति का पुनर्मूल्यन शामिल है जो उधारदाता द्वारा संपत्ति के स्थान और इसकी भौतिक स्थिति के आधार पर निर्धारित की जा सकती है। अतः ऐसी योजना की सफलता उधारदाता द्वारा संपत्ति के मूल्यांकन/मूल्य निर्धारण पर आधारित होगी।

व्यष्टि, छोटे और मध्यम उद्यमों के विकास अधिनियम, 2006 के प्रमुख उपबंध

एमएसएमईडी अधिनियम, 2006 उद्यमों को मुख्यतः (1) विनिर्माण उद्यमों और (2) सेवा उद्यमों में श्रेणीबद्ध करता है। इन दो व्यापक श्रेणियों को आगे व्यष्टि उद्यम, लघु उद्यम और मध्यम उद्यम में वर्गीकृत किया गया है जिसका आधार संयंत्र और मशीनरी तथा उपस्कर, जैसा भी मामला हो, में किए गए निवेश का स्तर होता है।

1. विनिर्माण उद्यम

(क) व्यष्टि (विनिर्माण) उद्यम : सामान के विनिर्माण / उत्पादन, प्रसंस्करण या परिरक्षण करने वाले वे उद्यम जिनका संयंत्र और मशीनरी में निवेश 25 लाख रुपए से अधिक नहीं है।

(ख) लघु (विनिर्माण) उद्यम: सामान के विनिर्माण / उत्पादन, प्रसंस्करण या परिरक्षण करने वाले वे उद्यम जिनका संयंत्र और मशीनरी में निवेश 25 लाख रुपए से अधिक किंतु 5 करोड़ रुपए से अधिक नहीं है।

(ग) मध्यम (विनिर्माण) उद्यम: सामान के विनिर्माण / उत्पादन, प्रसंस्करण या परिरक्षण करने वाले वे उद्यम जिनका संयंत्र और मशीनरी में निवेश 5 करोड़ रुपए से अधिक किंतु 10 करोड़ रुपए से अधिक नहीं है।

2. सेवा उद्यम

(क) व्यष्टि (सेवा) उद्यम : सेवा प्रदाता ऐसे उद्यम जिनका उपस्कर में निवेश 10 लाख रुपए से अधिक नहीं है।

(ख) लघु (सेवा) उद्यम : सेवा प्रदाता ऐसे उद्यम जिनका उपस्कर में निवेश 10 लाख रुपए से अधिक किंतु 2 करोड़ रुपए से अधिक नहीं है।

(ग) मध्यम (सेवा) उद्यम : सेवा प्रदाता ऐसे उद्यम जिनका उपस्कर में निवेश 2 करोड़ रुपए से अधिक किंतु 5 करोड़ रुपए से अधिक नहीं है।

3. लघु और व्यष्टि (सेवा) उद्यमों में छोटे पथ और जलपरिवहन परिचालक, छोटे कारोबार, पेशेवर एवं स्वनियोजित व्यक्ति और अन्य सभी सेवा उद्यम शामिल हैं। मध्यम उद्यम एसएमई क्षेत्र में शामिल होने के बावजूद मध्यम उद्यमों को दिया गया ऋण प्राथमिकता प्राप्त क्षेत्र में शामिल नहीं किया जाता।

4. व्यष्टि और लघु उद्यमों को भुगतान में विलंब

लघु और सहायक उद्योग उपक्रमों के प्रति विलंबित भुगतान पर भारतीय में बैंकिंग की प्रवृत्ति एवं प्रगति संबंधी रिपोर्ट, 2006-07 से साधार

ब्याज अधिनियम, 1998 के मौजूदा प्रावधानों को एमएसएमईडी अधिनियम के तहत निम्नवत मजबूत बनाया गया है:

(क) क्रेता को उसके और आपूर्तिकर्ता के बीच हुए लिखित करार की तिथि को या उसके पहले या यदि इस बाबत लिखित करार न हुआ हो तो तय दिन से पहले भुगतान करना होगा। विक्रेता और क्रेता के बीच हुआ करार 45 दिन से अधिक का नहीं होगा।

(ख) यदि क्रेता आपूर्तिकर्ता को राशि का भुगतान नहीं कर पाता है तो वह आपूर्तिकर्ता को तय दिनांक या करारबद्ध दिनांक से रिज़र्व बैंक के द्वारा अधिसूचित बैंक दर के तीन गुना की दर पर मासिक अंतराल पर चक्रवृद्धि ब्याज का भुगतान करेगा।

(ग) आपूर्तिकर्ता द्वारा आपूर्ति किए गए माल या दी गई सेवा के लिए क्रेता को उक्त (ख) में दर्शाए अनुसार राशि और उसके ब्याज का भुगतान करना होगा।

(घ) किसी भी देय राशि के बाबत विवाद होने की स्थिति में संबंधित राज्य सरकार द्वारा गठित व्यष्टि और लघु उद्यम सरलीकरण परिषद के पास मामला भेजा जाएगा।

5. व्यष्टि, लघु और मध्यम उद्यमों (एमएसएमई) के लिए राष्ट्रीय बोर्ड

अधिनियम में एमएसएमई के केंद्रीय मंत्री की अध्यक्षता में व्यष्टि, लघु और मध्यम उद्यमों (एमएसएमई) के लिए राष्ट्रीय बोर्ड के गठन का भी प्रावधान है जिसमें पणधारकों का पर्याप्त प्रतिनिधित्व होगा। इस बोर्ड के दायित्व निम्नवत होंगे: (I) व्यष्टि, लघु और मध्यम उद्यमों के संवर्धन और विकास को प्रभावित करने वाले कारकों की जांच करना, और -(II) संवर्धन और विकास को सुगम बनाने की दृष्टि से केंद्र सरकार के कार्यक्रमों और नीतियों की समीक्षा करना और ऐसे उद्यमों की प्रतिस्पर्धा बढ़ाना तथा ऐसे उद्यमों पर उसके प्रभाव को देखना तथा उससे संबंधित मामलों पर सिफारिश करना।

अधिनियम में सचिव (एमएसएमई), भारत सरकार की अध्यक्षता में सलाहकार समिति के गठन का भी प्रावधान है जो राष्ट्रीय बोर्ड द्वारा उसे भेजे गए मामलों की जांच करेगी और उस पर सिफारिश करेगी तथा व्यष्टि, लघु तथा मध्यम उद्यमों से संबंधित मामलों पर केंद्र सरकार और राज्य सरकारों को सलाह भी देगी।

6. व्यष्टि, लघु और मध्यम उद्यमों का ज्ञापन

अधिनियम में सामान के विनिर्माण या उत्पादन करने वाले या सेवा देने वाले व्यष्टि या लघु या मध्यम उद्यमों की स्थापना करने की इच्छा रखने वाले व्यक्तियों द्वारा ज्ञापन प्रस्तुत करने की क्रियाविधि भी निर्धारित की गई है।

लेखकों से

इस पत्रिका का उद्देश्य बैंकिंग और उससे संबंधित विषयों पर हिन्दी में मौलिक सामग्री उपलब्ध कराना है। बैंकिंग विषयों पर हिन्दी में मूल रूप से लिखनेवाले सभी लेखकों से सहयोग मिले बिना इस उद्देश्य की पूर्ति कैसे होगी? हमें इसमें आपका सक्रिय सहयोग चाहिए। बैंकिंग विषयों पर हिन्दी में मूल रूप से लिखे स्तरीय लेखों की हमें प्रतीक्षा रहती है। साथ ही, अर्थशास्त्र, वित्त, मुद्रा बाज़ार, पूंजी बाज़ार, वाणिज्य, विधि, मानव संसाधन विकास, कार्यपालक स्वास्थ्य, मनोविज्ञान, परा बैंकिंग, कम्प्यूटर, सूचना प्रौद्योगिकी आदि क्षेत्रों से जुड़े विशेषज्ञ इन विषयों पर व्यावहारिक या शोधपूर्ण मौलिक लेख भी हमें प्रकाशनार्थ भेज सकते हैं। प्रकाशित लेखों और पुस्तक समीक्षाओं पर सांकेतिक मानदेय देने की व्यवस्था है। कृपया प्रकाशनार्थ सामग्री भेजते समय यह देख लें कि :-

- ❖ सामग्री बैंकिंग और उससे संबंधित विषयों पर ही है।
- ❖ उसमें दी गयी जानकारी उपयोगी और अद्यतन है एवं अधिकतम 8 टंकित पृष्ठों में है।
- ❖ लेख यदि संभव हो तो फ्लायिंग में आकृति / एपीएस फॉन्ट में भेजने की व्यवस्था की जाए।
- ❖ वह कागज़ के एक ओर स्पष्ट अक्षरों में लिखित अथवा टंकित है।
- ❖ यथासंभव सरल और प्रचलित हिंदी शब्दावली का प्रयोग किया गया है और अप्रचलित एवं तकनीकी शब्दों के अर्थ कोष्ठक में अंग्रेजी में दिये गये हैं।
- ❖ यह प्रमाणित करें कि लेख मौलिक है, प्रकाशन के लिए अन्यत्र नहीं भेजा गया है और 'बैंकिंग चिंतन-अनुचिंतन' में प्रकाशनार्थ प्रेषित है।
- ❖ लेख में शामिल आंकड़ों, तथ्यों आदि के संबंध में स्रोत का स्पष्ट उल्लेख करें।
- ❖ प्रकाशन के संबंध में यह सुनिश्चित करें कि जब तक लेख संबंधी अस्वीकृति की सूचना प्राप्त नहीं होती, संबंधित लेख किसी अन्य पत्र-पत्रिका में प्रकाशनार्थ न भेजा जाए।

प्रकाशकों से

जो प्रकाशक अपनी पुस्तक की समीक्षा करवाना चाहते हैं वे कृपया अपनी पुस्तकों की दो प्रतियां भिजवाने की व्यवस्था करें।

पाठकों से

इस पत्रिका को आप निःशुल्क प्राप्त कर सकते हैं। इसके लिए आपको लिखित रूप में "कार्यकारी संपादक, बैंकिंग चिंतन अनुचिंतन" से अनुरोध करना होगा। आपका पत्र मिलते ही आपका नाम डाक सूची में शामिल कर लिया जाएगा और तदनंतर आपको पत्रिका निरंतर मिलती रहेगी। आपसे अनुरोध है कि अपने सहयोगियों को भी यह जानकारी प्रदान करें तथा अपनी मांग से हमें तत्काल अवगत कराएं ताकि हम तदनुसार प्रतियों का मुद्रण कर सकें। पुराने पाठक कृपया पत्राचार करते समय अपनी सदस्यता संख्या का उल्लेख अवश्य करें।