



बैंकिंग चिंतन-अनुचिंतन

बैंकिंग पर व्यावसायिक जर्नल



वर्ष 31 अंक 2
अप्रैल - सितंबर 2019



बैंकिंग चिंतन-अनुचिंतन

विषय सूची

● संपादक - मंडल		1
● संपादकीय		2
● भाषण		
➤ केंद्रीय बैंकों की बढ़ती हुई भूमिका	शक्तिकान्त दास	4
● लेख		
➤ डिजिटल बैंकिंग - भविष्य एवं संभावनाएँ	नौशाबा हसन	11
➤ सोशल मीडिया और बैंकिंग	बिकाश कुमार मिश्रा	18
➤ अवैध जमा योजनाओं के कारोबार पर पाबंदी	सतीश कुमार सिंह	25
➤ बैंकिंग कारोबार की विशिष्टताएँ : विपणन रणनीति के संदर्भ में	विजय प्रकाश श्रीवास्तव	29
➤ बैंक-ग्राहक संबंध प्रबंधन	डॉ. प्रशांत रामटेके	34
➤ डिजिटल बैंकिंग के परिप्रेक्ष्य में सतर्कता	श्रीनिवास कृष्णन	40
➤ एसएमएस, ईमेल और फिशिंग के माध्यम से धोखाधड़ी	देवाशीष मजुमदार	45
● रेग्युलेटर की नज़र से	ब्रिज राज	48
● घूमता आईना	के. सी. मालपानी	53
● पुस्तक समीक्षा	ब्रिज राज	57
● लेखकों से / पाठकों से		—

श्री काज़ी मुहम्मद ईसा द्वारा भारतीय रिज़र्व बैंक, राजभाषा विभाग, केंद्रीय कार्यालय, सी-9, आठवीं मंज़िल, बांद्रा कुर्ला संकुल, बांद्रा (पूर्व), मुंबई 400 051 के लिए संपादित और प्रकाशित तथा अल्को कॉर्पोरेशन, मुंबई से मुद्रित।
 इंटरनेट: <https://www.rbi.org.in/hindi> पर भी उपलब्ध।
 E-mail: rajbhashaco@rbi.org.in फोन: 022-26572801

संपादक - मंडल

संरक्षक



साधना वर्मा

मुख्य महाप्रबंधक
राजभाषा विभाग
भारतीय रिज़र्व बैंक, केंद्रीय कार्यालय, मुंबई

अध्यक्ष



श्रीमोहन यादव

मुख्य महाप्रबंधक
बैंकिंग विनियमन विभाग
भारतीय रिज़र्व बैंक, केंद्रीय कार्यालय, मुंबई

प्रबंध संपादक



क्राज़ी मुहम्मद ईसा
महाप्रबंधक
राजभाषा विभाग
भारतीय रिज़र्व बैंक, मुंबई

उप प्रबंध संपादक



डॉ. सावित्री सिंह
उप महाप्रबंधक
राजभाषा विभाग
भारतीय रिज़र्व बैंक, मुंबई

कार्यकारी संपादक



के. पी. तिवारी
उप महाप्रबंधक
राजभाषा विभाग
भारतीय रिज़र्व बैंक, मुंबई

सदस्य-सचिव



राहुल राजेश
प्रबंधक
राजभाषा विभाग
भारतीय रिज़र्व बैंक, मुंबई

सदस्य



ब्रिज राज
महाप्रबंधक एवं
बैंकिंग लोकपाल
भारतीय रिज़र्व बैंक,
क्षेत्रीय कार्यालय, पटना



सतीश चन्द्र रथ
उप महाप्रबंधक एवं
संकाय-सदस्य
रिज़र्व बैंक स्टाफ महाविद्यालय
(आरबीएससी), चेन्नै



गौतम प्रकाश
उप महाप्रबंधक एवं
संकाय-सदस्य
कृषि बैंकिंग महाविद्यालय
(सीएबी), पुणे



दिवाकर झा
सहायक महाप्रबंधक
एवं संकाय
स्टेट बैंक ग्रामीण बैंकिंग
संस्थान, हैदराबाद



राजीव जमुआर
मुख्य प्रबंधक एवं संकाय
यूनियन बैंक स्टाफ
महाविद्यालय,
बेंगलुरु

संपादकीय कार्यालय



भारतीय रिज़र्व बैंक
राजभाषा विभाग, केंद्रीय कार्यालय,
बांद्रा-कुर्ला संकुल, मुंबई-400051
कॉर्पोरेट ईमेल: rajbhashaco@rbi.org.in

तकनीकी सहयोग



आशीष पूजन
प्रबंधक, डीईआईओ
भारतीय रिज़र्व बैंक, मुंबई



अभय मोहिते
सहायक प्रबंधक, डीईपीआर
भारतीय रिज़र्व बैंक, मुंबई

इस पत्रिका में प्रकाशित लेखों में दिए गए विचार संबंधित लेखकों के हैं। यह आवश्यक नहीं है कि भारतीय रिज़र्व बैंक उन विचारों से सहमत हो। इसमें प्रकाशित सामग्री को उद्धृत करने पर भारतीय रिज़र्व बैंक को कोई आपत्ति नहीं है, बशर्ते स्रोत का उल्लेख किया गया हो।

....संपादकीय



प्रिय पाठको,

मानव समस्त प्राणियों में इसलिए श्रेष्ठ है क्योंकि वह सदैव ज्ञान का अनुसंधान करता रहता है। वह जीवन को केवल सहज गति से ही नहीं जीना चाहता है बल्कि वह विविध प्रकार के ज्ञान अर्जित करने की तलाश में रहता है, जिससे वह अपनी जिज्ञासाओं की संतुष्टि कर सके और विकास की ऊंचाइयां छू सके। ज्ञान की अनेक शाखाओं के उदय के पीछे मानव मस्तिष्क की यही पृष्ठभूमि है। ज्ञानार्जन के लिए हम चिंतन-मनन, अध्ययन-अध्यापन, पठन-पाठन, लेखन-श्रवण, अनुभव-अनुभूति इत्यादि करते हैं और विशेष ज्ञान की खोज करते हैं। यह विशेष ज्ञान ही मानव की सबसे बड़ी उपलब्धि है। अर्थशास्त्र का ज्ञान भी इसी प्रकार का ज्ञान है।

आज हमारा अर्थशास्त्र व्यापक स्वरूप धारण कर चुका है। बैंकिंग, वित्त, व्यापार, निवेश, क्रय-विक्रय, वाणिज्य, विपणन, ऋण आदि सभी अर्थशास्त्र के ही अंग हैं। अर्थशास्त्र के इन क्षेत्रों में बैंकिंग से संबन्धित ज्ञान के प्रसार में हिन्दी में प्रकाशित 'बैंकिंग चिंतन-अनुचिंतन' पत्रिका अत्यंत महत्वपूर्ण भूमिका निभा रही है। आज बैंकिंग जगत में यह पत्रिका काफी लोकप्रिय हो रही है। बैंकिंग स्टाफ प्रशिक्षण केन्द्रों/महविद्यालयों/संस्थानों के अनेक संकाय-सदस्य इसमें प्रकाशित सामग्री को अपने व्याख्यानों में उपयोग में ला रहे हैं। अकादमिक क्षेत्र, अनुसंधान क्षेत्र आदि में इसका उपयोग किया जा रहा है। हिन्दी माध्यम

की परीक्षाओं और साक्षात्कार में भी परीक्षार्थी इसकी सामग्री का लाभ उठा रहे हैं। ये बातें हमें और प्रेरणा प्रदान करती हैं कि हम पत्रिका में अधिक स्तरीय, गुणवत्तापूर्ण एवं संदर्भों के साथ पुष्ट सामग्री प्रस्तुत करें।

इस प्रकार, यह पत्रिका बैंकिंग विषयों में जानकारी प्रसारित करने के साथ-साथ, हिन्दी के प्रचार-प्रसार में भी अप्रतिम योगदान दे रही है। पत्रिका का प्रकाशन हिन्दी के प्रचार-प्रसार में मील का पत्थर साबित हुआ है। इस वर्ष हिन्दी दिवस के अवसर पर रिज़र्व बैंक के माननीय गवर्नर महोदय ने अपने संदेश में कहा है कि हम सभी का सम्मिलित दायित्व है कि हम बैंकिंग और वित्तीय संदर्भों से संबन्धित जन-सूचनाओं, संदेशों और उपयोगी जानकारियों को हिन्दी भाषा और क्षेत्रीय भाषाओं के माध्यम से प्रचारित-प्रसारित करें और बैंकिंग योजनाओं, बैंकिंग सुविधाओं, ग्राहकों की शिकायत निवारण प्रणालियों इत्यादि की सामग्री को हिन्दी और क्षेत्रीय भाषाओं में भी तैयार कराएँ।

एक प्रकार से देखें तो हम पाते हैं कि यह पत्रिका माननीय गवर्नर महोदय के संदेश को काफी पहले से आत्मसात किए हुए है और बैंकिंग एवं वित्तीय विषयों को हिन्दी में प्रचारित-प्रसारित करने का कार्य कर रही है। हम बैंकों का यह दायित्व

है कि हम अर्थ के साथ-साथ अपने आर्थिक ज्ञान को भी बढ़ाएँ। ऐसे ही संदर्भ में संस्कृत के एक श्लोक में बहुत प्रासंगिक बात कही गई है:

क्षणशः कणशश्चैव विद्यामर्थं च साधयेत् ।

क्षणत्यागे कुतो विद्या कणत्यागे कुतो धनम् ॥

अर्थात् क्षण-क्षण विद्या के लिए और कण-कण धन के लिए प्रयत्न करना चाहिए। समय नष्ट करने पर विद्या और साधनों को नष्ट करने पर धन कैसे प्राप्त हो सकता है।


आज दुनिया में आर्थिक परिदृश्य बड़ी तेजी से बदल रहे हैं। चुनौतियों और परिवर्तनों का दौर साथ-साथ चल रहा है। इन्हीं बिन्दुओं को रेखांकित करते हुए पत्रिका में केंद्रीय बैंकों की बढ़ती भूमिका पर माननीय गवर्नर महोदय का एक बहुत ही समसामयिक भाषण प्रकाशित किया जा रहा है। पुस्तक समीक्षा स्तंभ में डॉ. रवि एन. मिश्रा द्वारा लिखित एक महत्वपूर्ण पुस्तक की सारगर्भित समीक्षा भी दी जा रही है। अन्य स्तरीय और पठनीय आलेख बैंकिंग उद्योग के मौजूदा संदर्भों को प्रस्तुत करते हैं जो पाठकों के लिए उनकी मानसिक खूराक का हिस्सा बनेंगे और उनका ज्ञान-वर्धन करेंगे।

पिछले संपादकीय में हमने उल्लेख किया था कि पत्रिका के संपादक-मंडल के पुनर्गठन का कार्य जारी है। अब इसके संपादक-मंडल के पुनर्गठन का कार्य पूरा कर लिया गया है, जिसमें दो नए सदस्य श्री दिवाकर झा, सहायक महाप्रबंधक एवं संकाय-सदस्य, स्टेट बैंक ग्रामीण बैंकिंग संस्थान, हैदराबाद और श्री राजीव जमुआर, मुख्य प्रबंधक एवं संकाय-सदस्य,

यूनियन बैंक स्टाफ महाविद्यालय, बंगलुरु शामिल हो गए हैं। इसके अलावा, श्री ब्रिज राज, महाप्रबंधक एवं बैंकिंग लोकपाल, भारतीय रिजर्व बैंक, पटना को सदस्य के रूप में मनोनीत किया गया है। हम नए सदस्यों एवं संपादक-मंडल के सभी सदस्यों का हार्दिक स्वागत करते हैं। साथ ही, हम पिछले संपादक-मंडल के सदस्यों श्री चरणजीत सिंह, महाप्रबंधक, ओरिएंटल बैंक ऑफ कॉमर्स, गुरुग्राम; श्री जवाहर कर्णावट, महाप्रबंधक, बैंक ऑफ बड़ौदा, मुंबई; श्री राकेश चंद्र नारायण, यूनाइटेड बैंक ऑफ इंडिया, कोलकाता; श्री जनमेजय पटनायक, उप महाप्रबंधक, सेंट्रल बैंक ऑफ इंडिया, भोपाल और डॉ. अजित कुमार, उप महाप्रबंधक, भारतीय रिजर्व बैंक, मुंबई के प्रति उनके बहुमूल्य योगदान के लिए हृदय से आभारी हैं।

हमें आशा है, यह अंक आपको पसंद आयेगा। सुधी पाठकों से हमारा आग्रह है कि वे हमें अपनी प्रतिक्रिया से अवगत कराएँ। हम एक बार पुनः निवेदन करना चाहेंगे कि हमें पत्रिका के लिए पर्याप्त संख्या में स्तरीय आलेखों की सतत आवश्यकता है। मुझे विश्वास है, लेखकों से हमें इस दिशा में पूर्ण सहयोग प्राप्त होगा।

शुभकामनाओं सहित,


(काजी मु. ईसा)
महाप्रबंधक एवं
प्रबंध संपादक

केंद्रीय बैंकों की बढ़ती हुई भूमिका *



शक्तिकान्त दास, गवर्नर, भारतीय रिज़र्व बैंक

आईएएस अधिकारियों के लिए मिड करियर कार्यक्रम के पंचम चरण के उद्घाटन हेतु यहाँ लाल बहादुर शास्त्री राष्ट्रीय प्रशासन अकादमी में आकर मुझे बहुत खुशी हो रही है। इस महती प्रशिक्षण संस्था के साथ मेरी भी बहु-सी सुखद यादें जुड़ी हुई हैं। मैं भी 1980 में आईएएस का कार्यग्रहण करने के बाद यहाँ आया था। मैं इस अकादमी के निदेशक श्री संजीव चोपड़ा और संकाय सदस्यों के प्रति कृतज्ञ हूँ कि उन्होंने इस भव्य समारोह को संबोधित करने हेतु मुझे आमंत्रित किया।

2. मैं इस बारे में आश्चस्त हूँ कि आप में से प्रत्येक ने कठिन परिश्रम किया है और अपने लंबे करियर के मार्ग में कई मुकाम हासिल किए होंगे। आप इस समय जहाँ पर हैं, वह आपके करियर का एक महत्वपूर्ण स्थल है क्योंकि अब आप भारतीय प्रशासनिक संरचना में और भी उच्चतर भूमिकाओं और जिम्मेदारियों के लिए तैयारी कर रहे हैं। मैं समझता हूँ कि आप में से अधिकांश ने लगभग 28 से 31 वर्ष इस सेवा में गुजार दिये होंगे। अब आप केंद्र और राज्य सरकारों के शीर्षस्थ पदों पर जाने वाले होंगे। इन स्तरों पर आप पर नीति-निर्माण के

साथ-साथ, प्रमुख कार्यक्रमों और स्कीमों के कार्यान्वयन को भी दिशा देने का दायित्व भी रहेगा। आपको विभिन्न नीतिगत विकल्पों के औचित्य को सावधानी से तौलते हुए और उनका आकलन करते हुए, सरकार को भावी दिशा पर सलाह देनी होगी। ऐसी उच्च पोजीशन में अपनी भूमिका निभाते हुए यह बहुत जरूरी है कि आप राष्ट्रपिता महात्मा गांधीजी की दो बातों का हमेशा ध्यान रखें: (i) “वह परिवर्तन स्वयं बनो जो तुम देखना चाहते हो।” और (ii) “आपने जिस किसी भी निर्धनतम और सबसे ज्यादा असहाय व्यक्ति को देखा हो, उसका चेहरा याद कीजिये और स्वयं से पूछिए कि जो कदम आप उठाने जा रहे हैं, क्या उसके लिए यह किसी भी प्रकार से उपयोगी होंगे?”

3. नेतृत्व के वरिष्ठ ओहदे में आपके पास इस राष्ट्र के लोगों के जीवन में एक बदलाव लाने की शक्ति रहेगी। साथ ही उन लोगों के जीवन में भी बदलाव लाने की शक्ति आपके पास रहेगी जिनका आप नेतृत्व करेंगे। तय कर लीजिये कि आप उनके विश्वसनीय सलाहकार बनें और अपनी टीम को मार्ग दिखाइये, प्रेरित कीजिये कि वे स्वयं को राष्ट्र की सेवा में

* 17 जून, 2019 को लाल बहादुर शास्त्री राष्ट्रीय प्रशासन अकादमी, मसूरी में श्री शक्तिकान्त दास, गवर्नर, भारतीय रिज़र्व बैंक द्वारा दिया गया भाषण

समर्पित करें। मेरी आपको यही सलाह रहेगी कि आप विभिन्न स्तरों पर हमारी इस ब्यूरोक्रेसी के कार्यचालन में प्रणालीगत बदलावों का सूत्रपात करें ताकि लोक योजनाओं और नीतियों की डिलिवरी को और भी सुधारा जा सके। सर्वाधिक महत्वपूर्ण यह है कि पारदर्शिता लाने और भ्रष्टाचार को जड़ से मिटाने का काम आपकी सर्वोच्च प्राथमिकता बने।

4. किसी भी प्रकार का नीति-निरूपण एक प्रकार से सीखने की प्रक्रिया ही है, और नीति-निर्माता अतीत के अनुभवों से मार्गदर्शन प्राप्त करते हैं। इसलिए आज मैंने बोलने के लिए जो विषय चुना है, वह है - “केंद्रीय बैंकों की बढ़ती हुई भूमिका”।

केंद्रीय बैंकों का आविर्भाव

5. केंद्रीय बैंकिंग की शुरुआत काफी पहले 17वीं शताब्दी में सन् 1668 में स्वीडन के रिक्सबैंक की स्थापना के साथ हुई, और तब से मौद्रिक प्राधिकरणों की भूमिका और कार्यचालनों में बहुत से बदलाव हो चुके हैं। प्राचीनतम केंद्रीय बैंकों में से कुछेक की स्थापना तो सरकारों को युद्धकालीन वित्तपोषण प्रदान करने और उनकी देनदारियों का प्रबंधन करने के लिए हुई थी। तब से इनकी भूमिका समय के साथ-साथ क्रमिक रूप से विकसित होती गई है। अब ये आधुनिक काल के ऐसे केंद्रीय बैंकों में रूपांतरित हो गए हैं, जो कीमत और वित्तीय स्थायित्व हासिल करते हुए संधारणीय आर्थिक संवृद्धि में मदद करने के लक्ष्य को सामने रखते हुए कार्य करते हैं।

6. भारत के मामले में हिल्टन-यंग आयोग (1926) ने भारतीय रिज़र्व बैंक की स्थापना के लिए अपनी सिफ़ारिश की थी, और इस बैंक को विशुद्ध केंद्रीय बैंकिंग के कार्य सौंपे जाने थे। लेकिन इसका भी काफी पुराना इतिहास है क्योंकि सन् 1773 से ही भारत में ऐसी बैंकिंग संस्था स्थापित करने

के प्रयास शुरू हो गए थे, जिसमें केंद्रीय बैंक के भी कुछ तत्व विद्यमान हों। परिणामस्वरूप रिज़र्व बैंक की स्थापना हुई और इसने अपना कार्य 01 अप्रैल, 1935 से आरंभ कर दिया। भारतीय रिज़र्व बैंक अधिनियम, 1934 के तहत इसके कार्यचालन को सांविधिक आधार प्रदान किया गया। मूल रूप में इसकी स्थापना शेयर धारकों के बैंक के रूप में हुई थी, तथा 1949 में इसका राष्ट्रीयकरण कर दिया गया। इसके बाद समय के साथ-साथ इसकी भूमिका में बदलाव होते रहे और यह अर्थव्यवस्था के योजनाबद्ध विकास में सहायता देने से लेकर पूर्ण सेवादाता केंद्रीय बैंक के रूप में कार्यरत है।

विश्वव्यापी वित्तीय संकट के दौरान केंद्रीय बैंकों की भूमिका

7. अब मैं संकट काल के दौरान केंद्रीय बैंकों की भूमिका पर विस्तार से कुछ कहना चाहूँगा। यद्यपि यह सत्य है कि संकट के कारण सुधार भी होते हैं, तथापि अनुभवों से तो यही दिखाई देता है कि अन्य बाहरी और जटिल कारक भावी वित्तीय संकटों की तरफ ले जा सकते हैं। उदाहरण के लिए, सन् 1997 में हुए पूर्वी-एशियाई संकट के दौरान बहुत-सी उदीयमान अर्थव्यवस्थाओं में विनियमन और पर्यवेक्षण की अपर्याप्तताओं से सीख लेने के बावजूद, सन् 2008 में उन्नत देशों से आरंभ हुए विश्वव्यापी संकट को टाला नहीं जा सका। यद्यपि इस संकट के सर्वाधिक समसमान लक्षणों में चालू खाते में बड़े घाटे, राजकोषीय असंतुलन, अत्यधिक लीवरेज से हुई समष्टि-आर्थिक कमजोरियाँ और वित्तीय संस्थानों का अपर्याप्त विनियमन और पर्यवेक्षण ही थे, लेकिन कहीं ज्यादा प्रखरता और गहराई लिए हुए यह सचमुच विश्वव्यापी प्रकार का ही था।

8. विश्वव्यापी वित्तीय संकट का प्रभाव कई देशों में जिस तेजी से संचरित हुआ, उस गति को देखते हुए नीतिगत प्रतिसाद करने के लिए एक बार फिर केंद्रीय बैंक ही सामने आए। हालांकि इस बार वित्तीय बाजारों में आयी खलबली को रोकने के लिए केंद्रीय बैंकों द्वारा आदर्श मौद्रिक नीतिगत प्रतिसाद पर्याप्त नहीं थे। सन् 2007 की गर्मियों में प्रमुख केंद्रीय बैंकों ने पारंपरिक मौद्रिक नीति उपायों को अपनाते हुए ब्याज दरों को कम कर दिया। लेकिन आर्थिक स्थिति धराशायी होती गई और केंद्रीय बैंकों को अपने पारंपरिक नीतिगत उपायों की किट में इतनी गुंजाइश नहीं बची कि वे अपने देश के वित्तीय स्थायित्व का बचाव कर सकें। इस प्रकार केंद्रीय बैंकों ने प्रणालीगत जोखिमों को काबू में करने के लिए अपारंपरिक नीतिगत उपायों के माध्यम से मात्रात्मक सहजता (Quantitative easing) लाने का उपाय अपनाते हुए बैंकिंग प्रणाली में भरोसा बढ़ाया और आर्थिक मंदी को नियंत्रित किया। लिखतों और परिचालन लक्ष्यों की दृष्टि से ये नीतिगत उपाय अपारंपरिक थे।¹ निसंदेह, केंद्रीय बैंकों ने जो मात्रात्मक सहजता अपनाई, वह केंद्रीय बैंकिंग के आधुनिक इतिहास में सर्वाधिक निर्भीक नीतिगत उपायों में से एक था। एक और अपारंपरिक उपाय था- नीतिगत ब्याज की ऋणात्मक दरों का प्रयोग, यद्यपि इसका प्रयोजन अलहदा उद्देश्यों को प्राप्त करना था। इन अपारंपरिक नीतिगत उपायों का प्रभाव अब सर्वविदित है क्योंकि अंतरराष्ट्रीय वित्तीय प्रणाली में सृजित चलनिधि की बड़ी मात्रा उदीयमान बाजार अर्थव्यवस्थाओं (ईएमई) में प्रतिलाभ की प्रत्याशा में

लगाई गई, जिससे इन अर्थव्यवस्थाओं में उत्थान और पतन चक्रों का सृजन हुआ।

संकट के प्रति विनियामक प्रतिसाद

9. पर्यवेक्षी और विनियामक परिप्रेक्ष्य में देखें तो इस संकट ने प्रणाली में कुछ अहम कमजोरियों को उजागर कर दिया। बैंकिंग पर्यवेक्षण पर बासेल समिति (बीसीबीएस) ने इन दुर्बलताओं को सारगर्भित रूप से प्रस्तुत किया है: तुलनपत्र में शामिल और इससे इतर लीवरेज की अत्यधिक मात्रा और उसके साथ पूंजी-आधार के स्तर और गुणवत्ता में क्रमिक गिरावट; चलनिधि का अपर्याप्त बफर; चक्रीयता-समर्थक डिलीवरेजिंग प्रक्रिया; और जटिल लेन-देनों के व्यूह के माध्यम से प्रणालीबद्ध संस्थानों से अंतर्संबद्धता।² बासेल-III व्यवस्था के रूप में जिस विश्वव्यापी विनियमन प्रतिक्रिया ने आकार ग्रहण किया, उसका फोकस पूंजी के स्तर और गुणवत्ता में बढ़ोतरी करने, बैंक लीवरेज पर काबू रखने, बैंक चलनिधि को सुधारने और चक्रीयता-समर्थक तत्वों को परिसीमित करने के साथ-साथ, विनियमों में समष्टि-विवेकपूर्ण तत्वों को जोड़ने पर रहा।

10. पारंपरिक रूप से विवेकपूर्ण मार्ग अपनाते हुए बासेल-III सुधारों के कार्यान्वयन में भारत की प्रक्रिया समयबद्धता और अपेक्षाओं की दृष्टि से कुछ कठोर रही है। वित्तीय क्षेत्र के विनियमन हेतु भारतीय दृष्टिकोण को स्वदेशीय कारकों और नीतिगत प्राथमिकताओं का मार्गदर्शन बरकरार रहा। इस प्रकार भारतीय रिज़र्व बैंक ने पूंजी अपेक्षाओं, प्रति-चक्रीय

¹ उदाहरण के लिए वित्तीय संस्थानों को उधार देना, क्रेडिट बाजारों के लिए लक्ष्यबद्ध चलनिधि प्रावधान, लोक और निजी आस्तियों की एकमुश्त खरीद, सरकारी बॉन्ड की खरीद और फॉरवर्ड गाइडेन्सा

² बैंकिंग पर्यवेक्षण पर बासेल समिति (2010) : “बासेल-III : ए ग्लोबल रेग्युलेटरी फ्रेमवर्क फॉर मोर रेजिलिएंट बैंक्स ऐन्ड बैंकिंग सिस्टम्स”, दिसंबर।

पूँजी बफर, लीवरेज अनुपात, चलनिधि कवरेज अनुपात और निवल स्थायी निधियाँ अनुपात की एक व्यवस्था लागू की है।³ अभी हाल ही में बड़े जोखिमों के बारे में दिशानिर्देश जारी हुए, जो 01 अप्रैल, 2019 से लागू हो चुके हैं।

11. भारत सहित सभी उदीयमान बाजार अर्थव्यवस्थाओं में दबाव का एक और सोपान 2013 के मध्य में टेपर-वार्ता अवधि के दौरान दिखाई दिया। भारतीय अर्थव्यवस्था उस समय बहुत जर्जर थी क्योंकि लगभग 10 प्रतिशत की उच्च स्फीति दर थी और चालू खाते का बड़ा घाटा जीडीपी के 4.7 प्रतिशत पर था। रिज़र्व बैंक ने बहुत से नीतिगत उपायों का सहारा लिया जिसमें मौद्रिक कसाव, स्वर्ण आयात पर प्रतिबंध, सरकारी क्षेत्र की तेल कंपनियों के लिए विशेष डॉलर स्वैप विन्डो, विदेशी मुद्रा अनिवासी (बैंक) डिपॉजिट आकर्षित करने हेतु विशेष रियायती विन्डो, बैंकों द्वारा विदेशी उधार लेने की सीमा में बढ़ोतरी, और सरकारी ऋणों में विदेशी संस्थागत निवेश सीमाओं को बढ़ाना शामिल था।

हमने क्या सीखा?

12. विश्वव्यापी अर्थव्यवस्था का सामना करने वाले इन नीतिगत मुद्दों के लिए कोई अद्वितीय समाधान नहीं है, तथापि हम तीन मोटे-मोटे निष्कर्ष निकाल सकते हैं:

(i) प्रथम, जैसा कि हम पहले ही चर्चा कर चुके हैं, कि सामान्य समय के साथ-साथ संकट के समय केंद्रीय बैंकों की भूमिका बहुत महत्वपूर्ण होती है। यद्यपि केंद्रीय

बैंकों को सौंपे गए कार्य सामान्य और दबाव – दोनों ही अवधियों में मोटे तौर पर एक जैसे ही रहते हैं, तथापि संकट के काल में स्पर्धी उद्देश्यों और नीतिगत उपायों के चयन के साथ कुछ गुरुता जुड़ जाती है।

(ii) दूसरे यह कि केंद्रीय बैंकों द्वारा संवाद करना अहम हो जाता है, हालांकि संकट काल और सामान्य काल में यह अलग-अलग हो सकता है। इससे न केवल निर्णयों को अधिक पारदर्शी तरीके से संप्रेषित करने में मदद मिलती है बल्कि इससे केंद्रीय बैंकों के वर्तमान और भावी नीतिगत रुख का संकेत भी मिल जाता है। वस्तुतः संकट काल के दौरान केंद्रीय बैंकों द्वारा जो अपारंपरिक मौद्रिक उपाय किए गए, उन्होंने मुख्यतया भरोसे और संकेतक चैनलों के माध्यम से काम किया। यूएस फेडरल रिज़र्व द्वारा 16 दिसंबर 2008 को जो वक्तव्य दिया गया, उसमें बाजारों के लिए स्पष्ट भावी मार्गदर्शन प्रदान किया गया। दूसरी तरफ यूएसफेड ने मई 2013 में मौद्रिक नीति (जो टेपर टैट्रम के नाम से विख्यात है) को सामान्य बनाने का संकेत मात्र दिया और कई उदीयमान बाजार अर्थव्यवस्थाओं से पोर्टफोलियो का बहिर्वाह शुरू हो गया।⁴ इससे इक्विटी, ऋण और मुद्रा बाजारों में अत्यधिक अस्थिरता आ गई। दरअसल, मौद्रिक नीति समायोजन को आंशिक रूप से हटाने के बारे में स्पष्ट अग्रिम संवाद के माध्यम से उदीयमान बाजार अर्थव्यवस्थाओं में ऐसी अस्थिरताओं से बचा जा सकता था।

³ पहली अप्रैल, 2020 से लागू किए जाने हैं।

⁴ मुख्यतया पाँच उदीयमान बाजार देशों, यथा- ब्राज़ील, भारत, इंडोनेशिया, दक्षिण अफ्रीका और तुर्की (जिन्हें 'पंच-भंगुर' (Fragile Five) का नाम दिया गया) से यह बहिर्वाह हुआ।

भारतीय संदर्भ में देखें तो वर्तमान और बदली हुई समष्टि-आर्थिक स्थिति के आकलन के आधार पर 'नीतिगत रेपो दर' और 'रुख' में परिवर्तन की दृष्टि से, रिज़र्व बैंक अपने मौद्रिक नीति निर्णयों पर संवाद करता है। मौद्रिक नीति पर अपने रुख को, 04 प्रतिशत +02 प्रतिशत के मध्यावधिक स्फीति लक्ष्य को प्राप्त करने के अधिदेश के अनुरूप रखते हुए- निरपेक्ष, समायोजक अथवा अनुसंशोधित कसावट के रूप में अभिव्यक्त किया जाता है, और साथ ही संवृद्धि के उद्देश्य को ध्यान में रखा जाता है। रिज़र्व बैंक अपने नीतिगत रुख को, इसका औचित्य बताते हुए, जानकारी देते हुए और विश्लेषण करते हुए स्पष्ट करता है ताकि बाजार के सहभागी और हितधारक बदलती हुई स्थिति के बारे में रिज़र्व बैंक के आकलन को और अधिक स्पष्ट ढंग से समझ सकें।

- (iii) तीसरे यह कि यह विश्वव्यापी आर्थिक संकट इस तथ्य का भी प्रमाण था कि समष्टि-आर्थिक स्थायित्व के लिए विश्वव्यापी और स्वदेशीय- दोनों स्तरों पर नीतियों का समन्वय महत्वपूर्ण होता है। केंद्रीय बैंकों के बीच और स्वदेशीय कार्यक्षेत्र में मौद्रिक और राजकोषीय प्राधिकरणों के बीच केवल बेहतर समन्वय ही है, जिससे अतिशयता और न्यूनता के प्रतिकूल परिणामों पर काबू किया जा सकता है। तथापि यह तथ्य तो रह ही जाता है कि अधिकांश नीति-निर्माताओं (मौद्रिक और राजकोषीय) को स्वदेशीय अधिदेश मिले होते हैं, ऐसे में यदि अंतरराष्ट्रीय परिणाम स्वदेशीय नीतिगत प्राथमिकताओं के साथ संघर्षी प्रतीत हों तो अंतरराष्ट्रीय समन्वय को हासिल कर पाना कठिन हो जाता है। इसलिए समन्वय की सफलता प्रमुख हितधारकों द्वारा नीतियों के

निपुण अनुसंशोधन पर निर्भर करेगी।

वर्तमान संदर्भ में समस्याएँ

13. यहाँ तक कि विश्वव्यापी वित्तीय संकट का एक दशक से भी ज्यादा समय बीत जाने और टेपर टैट्रम (नीतियों को शिथिल बनाने की प्रक्रिया) के छह वर्ष के बाद भी विश्वव्यापी अर्थव्यवस्था अभी तक सुस्थिर संवृद्धि-पथ पर नहीं है। सन् 2017 में उठान के बाद तो यह प्रमाण मिल रहे हैं कि विश्वव्यापी संवृद्धि और व्यापार कमजोर पड़ते जा रहे हैं। व्यापार तनावों का कोई समाधान नहीं हो पाने और ब्रेक्सिट गतिविधियों से समूचे क्रियाव्यापार पर और भी गिरावट का जोखिम पड़ता दिखाई दे रहा है। यद्यपि सन् 2019 के आरंभ में विश्व औद्योगिक उत्पादन और व्यापार की मात्रा में कमजोरी के संकेत दिखाई दिये, बहुत-से ओईसीडी देशों में अन्य कारोबारी अनुमान संकेतकों में भी नरमी रही है। इन कारकों को संज्ञान में लेते हुए अंतरराष्ट्रीय मुद्रा कोष, विश्व बैंक और ओईसीडी ने अपने नवीनतम आकलनों में सन् 2019 के लिए संवृद्धि अनुमानों में संशोधन किया है। इसी प्रकार यह भी अनुमान लगाया गया है कि विश्वव्यापी व्यापार अगले दो वर्षों में मामूली गति से बढ़ेगा। यह अनुमान कई प्रमुख अर्थव्यवस्थाओं में निवेश के धीमे परिदृश्य के अनुरूप ही है।

14. यद्यपि अभी विश्व की अर्थव्यवस्था को संकट-पूर्व के संवृद्धि-पथ पर अभी आना बाकी है, तथापि भारत ने विगत तीन वर्ष में उपभोग और निवेश मांग द्वारा संचालित प्रबल संवृद्धि का प्रदर्शन बरकरार रखा हुआ है। हालांकि अभी हाल ही की अवधि में 2018-19 की दूसरी छमाही में हमने गति में कुछ कमी देखी है, क्योंकि संवृद्धि के कुछ प्रेरकों, खासकर निवेश और निर्यातों में धीमापन आया। प्रत्याशा है कि चुनावी

मौसम के साथ जुड़ी राजनैतिक अस्थिरता के समापन के साथ ही आर्थिक सुधारों की निरंतरता हमारी अर्थव्यवस्था में कुछ संकेतकों में विद्यमान कमजोरी को दूर करने की तरफ ले जाएगी।

15. निवेश परिदृश्य को सुधारकर संवृद्धि में फिर से प्राण फूंकने के लिए अन्य बातों के साथ-साथ स्वस्थ वित्तीय क्षेत्र एक अहम भूमिका निभाता है। इस परिप्रेक्ष्य में रिजर्व बैंक ने बैंकिंग और गैर-बैंकिंग दोनों ही क्षेत्रों में सुधार करने पर अत्यधिक नीतिगत ध्यान दिया है। बैंकिंग प्रणाली की आघात-सहनीयता को बढ़ाने के लिए हमने विनियामक और पर्यवेक्षी व्यवस्थाओं को मजबूत करने हेतु कई कदम उठाए हैं। दबावग्रस्त आस्तियों का निपटारा करने के लिए नए दिशानिर्देश जारी किए जा चुके हैं जो क्रेडिट संस्कृति में सुधारों को कायम रखेंगे।

16. गैर-बैंकिंग क्षेत्र में रिजर्व बैंक हाल ही में दिशानिर्देशों के प्रारूप के साथ आया है, ताकि एनबीएफसी के लिए प्रबल चलनिधि व्यवस्था की जा सके। हम उनकी विनियामक और पर्यवेक्षी व्यवस्था को नए तरीके से देख रहे हैं। हमारा यह प्रयास है कि विनियमन और पर्यवेक्षण का इष्टतम स्तर बनाए रखें ताकि एनबीएफसी क्षेत्र को वित्तीय रूप से आघात-सहनीय और प्रबल बनाया जा सके। रिजर्व बैंक इस क्षेत्र के क्रियाकलापों और कार्यनिष्पादन की देखरेख जारी रखेगा, जिसमें प्रमुख संस्थाओं और अन्य क्षेत्रों के साथ उनके अंतः-संबंधों पर फोकस रखा गया है। वित्तीय स्थायित्व को बरकरार रखने के लिए कोई भी जरूरी कदम उठाने में रिजर्व बैंक संकोच नहीं करेगा।

17. हम शहरी सहकारी बैंकों की वाणिज्यिक व्यवहार्यता को सुधारने के लिए कई कदम उठा रहे हैं। इन उपायों में

व्यापक स्तर पर शहरी सहकारी बैंकों के लिए छत्र-संगठन (Umbrella Organisation) और केंद्रीय धोखाधड़ी रजिस्ट्री (Centralised Fraud Registry) की स्थापना और गवर्नेंस में सुधारों के प्रस्ताव हैं। हम इस क्षेत्र में स्वैच्छिक समामेलन (Voluntary Merger) और समेकन को भी प्रोत्साहन दे रहे हैं ताकि परिचालन लागतों को कम किया जा सके और जोखिमों का विविधीकरण हो सके और पूंजी में किफायत रहे।

मुद्रास्फीति और संवृद्धि के उद्देश्यों के बीच पारस्परिक क्रिया

18. अब अंत में मैं भारतीय रिजर्व बैंक अधिनियम, 1934 के तहत दिये गए अधिदेश के संदर्भ में रिजर्व बैंक की भूमिका पर प्रकाश डालना चाहूंगा: “बैंक नोट निर्गमन को नियंत्रित करने और भारत में मौद्रिक स्थायित्व सुनिश्चित करने की दृष्टि से आरक्षित निधि रखना और सामान्यतया देश की मुद्रा और ऋण प्रणाली का इसके लाभ हेतु परिचालन”। इस अधिदेश की व्याख्या समय-समय पर कीमतों में स्थिरता, वित्तीय स्थायित्व और आर्थिक संवृद्धि को बरकरार रखने के रूप में की जाती रही है, जिसमें विद्यमान समष्टि-आर्थिक स्थितियों के सापेक्षतया आर्थिक संवृद्धि को भी ध्यान में रखा गया है। रिजर्व बैंक की इस भूमिका का पुनर्कथन मई, 2016 में रिजर्व बैंक अधिनियम में किए गए संशोधन के अनुसार इस प्रकार किया गया, यथा- “मौद्रिक नीति का प्राथमिक उद्देश्य संवृद्धि के प्रयोजन को ध्यान में रखते हुए कीमत में स्थिरता बनाए रखना है।” इसलिए रिजर्व बैंक में हमारा यही प्रयास है कि स्फीति पर लोचशील नियंत्रण के विधान के तहत कीमत स्थिरता सुनिश्चित करने के साथ-साथ, स्फीति को नियंत्रण में रखते हुए संवृद्धि पर फोकस करें।

19. स्फीति नियंत्रण की लोचशील व्यवस्था में मुद्रास्फीति और संवृद्धि उद्देश्यों के बीच एक सौम्य संतुलन रखने की आवश्यकता है। मुद्रास्फीति और संवृद्धि पर सापेक्षिक जोर दिया जाना विद्यमान समष्टि-आर्थिक परिदृश्य, मुद्रास्फीति और संवृद्धि संबंधी दृष्टिकोण और प्राप्त हो रहे डेटा से मिलने वाले संकेतों पर निर्भर करता है। विश्वव्यापी वित्तीय संकट के बाद यह मान्यता बनी कि वित्तीय स्थायित्व के लिए केवल कीमतों की स्थिरता पर्याप्त नहीं हो सकती और इसलिए मौद्रिक नीति के लिए वित्तीय स्थायित्व एक अन्य अहम विचारधारा के रूप में सामने आया, हालांकि ज्यूरी गण अभी भी इस पर विचार कर रहे हैं कि इसे मौद्रिक नीति के सुस्पष्ट उद्देश्य में शामिल किया जाए अथवा नहीं। यह तथ्य तो रहेगा ही कि यद्यपि मौद्रिक नीति का फोकस मुख्यतया मुद्रास्फीति और संवृद्धि पर रहता है, तथापि इसकी आंतरिक विषयवस्तु हमेशा ही वित्तीय स्थायित्व ही रही है।

समापक निष्कर्ष

20. यद्यपि भारत इस विश्वव्यापी संकट से सापेक्षतया बचा ही रहा, लेकिन इसमें आत्मसंतोष की कोई गुंजाइश नहीं है। बहुत-सी बहुपक्षीय संस्थाओं के सदस्य के रूप में भारत ने **जी-20** और बासेल समिति के तत्त्वावधान में अंतरराष्ट्रीय विनियामक और पर्यवेक्षी व्यवस्था के तहत संकट उपरांत सुधारों में सक्रिय सहभागिता की है। अंतरराष्ट्रीय मानकों और सर्वोत्तम परिपाटियों को चरणबद्ध रूप से, और जहां भी जरूरी हो, अपनी स्वदेशीय स्थितियों के अनुसार इनमें अनुसंधान करके इनको अंगीकृत करने के लिए भारत प्रतिबद्ध है।

21. रिज़र्व बैंक के दृष्टिकोण से देखें तो सभी हितधारकों के साथ प्रभावी संवाद और समन्वय पर हमारा फोकस निरंतर रहेगा ताकि कीमत स्थिरता, संवृद्धि और वित्तीय स्थायित्व के व्यापक समष्टि-आर्थिक उद्देश्यों को हासिल किया जा सके। ■

डिजिटल बैंकिंग - भविष्य एवं संभावनाएँ

● नौशाबा हसन

सूचना और संचार प्रौद्योगिकी के विभिन्न क्रान्तिकारी नवोन्मेषों ने आज बी.एफ.एस.आई. अर्थात बैंकिंग, फाइनेंशियल सर्विसेस एवं इंश्योरेंस सेक्टर को पूरी तरह से पुनःपरिभाषित कर के रख दिया है। बीते दशकों में यदि भारत में सबसे ज्यादा किसी सेवा में नवोन्मेषी परिवर्तन हुए हैं तो वह बैंकिंग सेवा ही है। सदियों पूर्व पारंपरिक ढंग से प्रारंभ हुई बैंकिंग, आज प्रौद्योगिकी नवोन्मेषों की वजह से एक नए कलेवर में हमारे समक्ष मौजूद है। बीते वर्षों में बैंकिंग ने अपनी डिजिटल यात्रा में अनेक पड़ाव पार किये हैं।

बिल गेट्स ने कहा था- 'बैंकिंग जरूरी है, परंतु बैंक नहीं'। डिजिटल नवोन्मेषों ने वास्तव में बैंकों को आज अमूर्त संस्थाओं में परिवर्तित कर दिया है। नई सहस्राब्दि में तकनीक के बढ़ते हुए प्रयोगों ने समस्त भौगोलिक सीमाएं पार कर डाली हैं और पूरा विश्व मानो एक माऊस के क्लिक पर आकर ठहर गया है।



मुख्य प्रबन्धक एवं संकाय
ज्ञानार्जन एवं विकास संस्थान
भारतीय स्टेट बैंक, रायपुर

अब बैंकिंग करने के लिए हमें कहीं जाने की आवश्यकता ही नहीं होती। घर बैठे मोबाइल फोन, लैपटॉप, वॉईस एसिस्टेंट तथा स्मार्टवॉच (वियरेबल्स) जैसे ओमनी-चैनल्स ने वित्तीय लेन-देन को सर्वव्यापक बना दिया है।

भारतीय बैंकिंग जगत में इस समय बदलावों का दौर चल रहा है। नये निजी/ विदेशी बैंक, भुगतान बैंक एवं लघु वित्त बैंक, बैंकों का समामेलन, फिनटेक स्टार्ट-अप्स, जी.एस.टी., सकारात्मक व्यवधान पैदा करती तकनीकों आदि ने बैंकिंग की दिशा एवं दशा में चहुंमुखी परिवर्तन ला दिए हैं। आज बैंकों से इतर कई गैर-बैंकिंग संस्थाएं भी विविध सेवाएं/ उत्पाद, बेहतर दक्षता, गति एवं वहनीय अर्थात अत्यंत कम लागत पर ग्राहकों को उपलब्ध कराने की होड़ में लगी हुई हैं। संप्रति डिजिटल आर्थिक परिदृश्य में अनेक प्रौद्योगिकीय नवोन्मेष दृष्टिगोचर होते हैं। संक्षेप में चर्चा करें इन भविष्योन्मुखी डिजिटल बैंकिंग नवोन्मेषों की:

- 1. कूट-मुद्रा:** कूट-मुद्रा/ क्रिप्टोकॉइन्स ऐसी अंकीय या वर्चुअल मुद्रा होती है जिसमें कूटलेखन (इंक्रिप्शन) तकनीक का प्रयोग किया जाता है, उदाहरण : बिटकॉइन।
- 2. वितरित लेजर तकनीक:** यह तकनीक बारंबार दोहराए गए, साझा और सिंक्रोनाइज किए गए डाटा का सर्वसम्मति से वितरित प्रयोग सुनिश्चित करती है। वर्ल्ड बैंक द्वारा जारी एक रपट में ब्लॉकचेन को इस तकनीक का ही एक स्वरूप बताया गया है।

3. क्राउड फंडिंग: किसी परियोजना के लिए इंटरनेट के जरिए बड़ी संख्या में लोगों से थोड़ी-थोड़ी मात्रा में जुटाई गई राशियों से निधीयन।

4. पीयर-टू-पीयर लेंडिंग: वित्तपोषण की विधि जो किसी वित्तीय संस्था की मध्यस्थता के बिना ही लोगों को धन उधार लेने और उधार देने में सक्षम बनाती है।

5. स्मार्ट कांटेक्ट्स (अनुबंध): ऐसे कंप्यूटर प्रोटोकॉल/अनुबंध जो स्वयं-निष्पादित एवं स्वयं सत्यापित होते हैं।

6. क्लाउड कम्प्यूटिंग: ऐसी तकनीक जिसमें कम्प्यूटिंग, डाटा एक्सेस से लेकर डाटा स्टोरेज तक सारा काम नेटवर्क पर ही होता है।

7. ई-एग्रीगेटर्स: ई-एग्रीगेटर्स खुदरा ग्राहकों को विविध वित्तीय/ गैर-वित्तीय उत्पाद जैसे बीमा, बंधक और अन्य उत्पादों की तुलना के लिए इंटरनेट पर एक मंच प्रदान करते हैं।

8. रोबो एडवाइस: स्वचालित ढंग से धन-प्रबंधन प्रदाताओं द्वारा निवेशकों को विभिन्न वित्तीय सलाह उपलब्ध कराने की प्रक्रिया।

9. ई-ट्रेडिंग: वह प्रक्रिया जिसमें वित्तीय कंपनियों कंप्यूटरों के माध्यम से ऑटोमेटेड कारोबारी ट्रेडिंग करती हैं।

10. बिग डाटा: ऑनलाइन डाटा का ऐसा संग्रहण, जिसका उपयोग संस्थाओं द्वारा अपने उपभोक्ताओं के व्यवहार को समझने के लिये किया जाता है।

11. एनालिटिक्स: सांख्यिकी, कंप्यूटर प्रोग्रामिंग और ऑपरेटिंग रिसर्च के अनुप्रयोग पर आधारित वह प्रक्रिया जिसके तहत व्यापक आंकड़ों में से अर्थपूर्ण चीजों या पैटर्न की खोज कर उसकी विवेचना की जाती है और उसे इस अनुरूप बनाया जाता है ताकि उससे कुछ अर्थपूर्ण निर्णय लिए जा सकें।

12. आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस: कृत्रिम तरीके से विकसित की गई बौद्धिक क्षमता जिसमें चैटबॉट्स, रोबोटिक प्रोसेस ऑटोमेशन (आर.पी.ए.) तथा ह्यूमेनोइड्स (रोबोट्स) जैसी तकनीकें प्रयुक्त होती हैं।

यह कहना गलत नहीं होगा कि संप्रति हमारा देश एक डिजिटल क्रांति के दौर से गुजर रहा है। मेक इन इंडिया, स्टार्टअप इंडिया एवं डिजिटल इंडिया जैसे अभियानों ने हमारे देश की दीर्घकालिक वित्तीय प्रगति का नया मार्ग प्रशस्त किया है। नए दौर के डिजिटल भुगतान प्रसार में यू.पी.आई., भारत बिल भुगतान प्रणाली, नेशनल यूनिफाइड प्लेटफार्म, आधार इनेबल्ड पेमेंट सिस्टम, भारत क्यू.आर. कोड, आदि ने नए अध्याय जोड़े हैं।

हमारे देश में मोबाइल और इंटरनेट उपयोगकर्ताओं की संख्या में भविष्य में और तेजी आने की संभावना है। सरकारी काम-काज में भी डिजिटल संव्यवहार को बढ़ावा दिया जा रहा है, जिससे डिजिटल बैंकिंग को और अधिक बल प्राप्त हुआ है।

भारत में कुल डिजिटल भुगतान बाजार वर्ष 2023 तक लगभग एक ट्रिलियन अमेरिकी डॉलर तक पहुंच जाएगा, जिसमें डिजिटल बैंकिंग के विभिन्न साधनों की एक महत्वपूर्ण भूमिका होगी। नीति आयोग के सी.ई.ओ. श्री अमिताभ कांत ने तो यहाँ तक कहा है कि वास्तविक बैंकों के दिन अब समाप्त हो रहे हैं और जो बैंक वर्ष 2020 तक डिजिटल बैंकिंग नहीं अपनाएंगे, वे समाप्त हो जाएंगे।

कुछ डिजिटल नवोन्मेष जो भविष्य में बैंकिंग को नई दिशा देंगे, निम्नानुसार हैं:

1. आधार नंबर को ग्राहकों के खाते से जोड़ा जा रहा है। भविष्य में इसे यू.पी.आई. से जोड़कर अंतर्निहित क्षमता सृजित की जा सकती है जिससे आगे चल कर **खाता संख्या**

सुवाह्यता (पोर्टेबिलिटी) संभव हो सकेगी।

2. **डिजिटल पोर्टेबल शाखाएं** प्रचलन में आ चुकी हैं। ये शाखाएं स्वयं-सेवा मशीनों जैसे अकाउंट ओपनिंग कियोस्क, पासबुक प्रिंटर इत्यादि से लैस होती हैं। ये शाखाएं आसानी से परिवहन योग्य होती हैं और इसे किसी भी क्षेत्र में केवल सात दिनों में लागू किया जा सकता है। इसके अलावा केनेरा बैंक की कैंडी जैसी अन्य बैंकों की शाखाएं भी हैं, जहाँ सामान्य शाखाओं के भीतर ही एक 'फ्रिजीटल' बाज़ार को प्रारंभ करने का प्रयास किया गया है। इन शाखाओं में न्यूनतम मानवीय हस्तक्षेप के, विभिन्न मशीनों के माध्यम से ही बैंकिंग प्रक्रियाओं को पूर्ण किया जाता है।

3. बी.आई. इंटेलिजेंस सर्वेक्षण के अनुसार 71% मिलेनियल्स बैंकिंग के लिए **बैंकिंग-एप** को अपरिहार्य मानते हैं। विभिन्न सेवाएं प्रदान करने वाले ये एप बैंकिंग को तीव्र एवं सरल बनाने की अभिनव पहल हैं। आज यह एप बैंकिंग से परे विभिन्न लाइफस्टाइल गतिविधियां जैसे यात्रा, कैब एवं मूवी टिकट बुकिंग सुविधाएं भी उपलब्ध करवा रहे हैं।

4. जब कतिपय विशेषीकृत वित्तीय संस्थाएं अपने कारोबारी मॉडल के रूप में सूचना एवं संचार प्रौद्योगिकी का नवोन्मेषी प्रयोग करती हैं, तब उन्हें **फिनटेक** कहा जाता है। बैंक नवोन्मेषी फिनटेक्स से टाई-अप कर ग्राहकों को कई उपयोगी सेवाएं उपलब्ध करा रहे हैं।

5. **सोशल मीडिया** के इस दौर में बैंकिंग भी अब सोशल हो चली है। कई बैंक विभिन्न सोशल-प्लेटफार्म जैसे ट्विटर, फेसबुक, इन्स्टाग्राम, पिंट्रेस्ट आदि पर अपनी मजबूत उपस्थिति दर्ज कराते हुए 24x7 ग्राहकों से जुड़े होते हैं।

6. **ब्लॉकचेन** का अनुप्रयोग बैंकिंग में लोन-सिंडिकेशन, ट्रेड-फाईनेंस, लेटर ऑफ क्रेडिट, बैंक-गारंटी, पीयर-टू-पीयर

लेंडिंग, ट्रेजरी जैसे कार्य-कलापों में बढ़ता ही जा रहा है। यस बैंक ब्लॉकचेन का प्रयोग वेंडर वित्तपोषण में धोखाधड़ी प्रबंधन हेतु भी कर रहा है। बैंक-एरा नामक स्टार्ट-अप ने तो दुनिया का पहला ब्लॉकचेन आधारित बैंक भी स्थापित कर दिया है। एस.बी.आई. जैसे कई भारतीय बैंक तो ब्लॉकचेन कंसोर्शियम (बैंकचेन) बनाने में भी जुट गए हैं। यह कंसोर्शियम संचालन दक्षता में सुधार करने के साथ साथ तनावग्रस्त आस्तियों के प्रबंधन के लिए भी कार्य करेगा।

7. आज कई भारतीय बैंकों में **रोबोट्स** हेल्प-डेस्क पर काम करना शुरू कर चुके हैं। कई बैंक स्वाभाविक भाषा प्रसंस्करण तकनीक से दक्ष चैटबॉट्स का प्रयोग कस्टमर-सपोर्ट सेवा प्रदान करने में कर रहे हैं। चैटबॉट्स अनेक स्रोतों से बैंकिंग जानकारियों को समेकित कर ग्राहकों द्वारा पूछे गए सवालों के जवाब लगभग 0.4 सेकंड से भी कम समय में देने में सक्षम होते हैं। पूरी संभावना है कि भविष्य में बैंकों के कॉल-सेंटर/कांटेक्ट-सेंटर में हमें मनुष्यों की जगह सिर्फ रोबोट्स ही नज़र आयें! शंघाई में तो चाईना कन्स्ट्रक्शन बैंक ने अपनी 'बिना मानवीय हस्तक्षेप के रोबोट्स द्वारा औप्रेटेड' शाखा भी खोल दी है, जहाँ 'लिटिल ड्रैगन' नामक ह्युमनोइड बैंकिंग का काम-काज करते हैं। जे.पी.मॉर्गन अपने बोट "कॉइन" का प्रयोग बैंक-ऑफिस कार्यकलापों हेतु भी कर रहे हैं।

8. **ट्रेड्स (TReDS)**: TReDS अर्थात व्यापार प्राप्य बट्टा प्रणाली, जिसके तहत बिल इलेक्ट्रॉनिक रूप में स्वीकार किए जाते हैं ताकि एम.एस.एम.ई. इकाइयां अपनी व्यापार प्राप्तियों को अविलम्ब भुना सकें। ओमिडियर नेटवर्क और बी.सी.जी. द्वारा "क्रेडिट डिसरप्टेड: डिजिटल एम.एस.एम.ई. लेंडिंग इन इंडिया" शीर्षक रिपोर्ट में अनुमान लगाया गया है कि भारत में एम.एस.एम.ई. इकाइयों को डिजिटल ऋण उपलब्ध करवाने

की सालाना क्षमता वर्ष 2023 तक 80-100 बिलियन डॉलर तक पहुंच जाएगी। भविष्य में डिजिटल तकनीकें एम.एस. एम.ई. वित्तपोषण में निश्चित रूप से परिवर्तनकारी सिद्ध होंगी।

10. आज सभी बैंक बढ़-चढ़ कर **ग्राहक संबंध प्रबंधन सॉफ्टवेयर (सी.आर.एम.) एवं बिग डाटा एनालिटिक्स** का प्रयोग कर ग्राहक की आवश्यकताओं का 360 डिग्री विश्लेषण एवं लीड जेनरेशन जैसे तरीकों से सेवा गुणवत्ता में सुधार ला रहे हैं।

11. **डिजिटल लॉकर** से उपयोगकर्ता कहीं से भी और कभी भी अपने दस्तावेजों को सुरक्षित रख सकते हैं। ऐसे बैंकिंग कार्य-कलाप जहाँ दस्तावेजों की प्रमाणित प्रतियाँ देना अनिवार्य होता है, वहाँ डिजि-लॉकर का यू.आर.एल. दे सकते हैं व दस्तावेजों पर ई-हस्ताक्षर कर सकते हैं।

12. **वित्तीय समावेशन:** भारत सरकार ने प्रौद्योगिकीय नवोन्मेष पर बल देते हुए कई पहलें की हैं जैसे प्रत्यक्ष आय हस्तांतरण(डी.बी.टी.), डिजिटल विलेज, बायोमेट्रिक भुगतान, बिजनेस करेस्पॉण्डेंट, भुगतान बैंक आदि। यह सब ऐसी डिजिटल योजनाएं हैं जो भविष्य में वित्तीय समावेशन में डिजिटल बैंकिंग को और बढ़ावा देंगी। भविष्य में डिजिटल बैंकिंग के कार्य-कलाप कुछ इस प्रकार हो सकते हैं:

1. आज जब ग्राहक हमारी शाखाओं में जाते हैं या हमें फोन करते हैं, तो कई बार हमारे पास दृष्टि या आवाज से उन्हें पहचानने की क्षमता नहीं होती और ना ही हम ये अंदाज़ा लगा सकते हैं कि उनकी हमसे क्या अपेक्षाएं हैं। भविष्य में ग्राहक जब किसी उच्च तकनीक युक्त शाखा में प्रवेश करेगा तो दरवाजे पर ही बायोमेट्रिक स्कैनर से उसकी पहचान कर ली जाएगी। फिर हार्डवेयर ट्रांसमीटर की सहायता से कृत्रिम बुद्धिमतायुक्त मशीनें ना केवल स्टाफ को उस ग्राहक का परिचय

ही देंगी बल्कि एनालिटिक्स की सहायता से उसके आने के प्रयोजन का भी पता लगाया जा सकेगा बैंक खाते को आधार कार्ड से जोड़ देने पर ग्राहक को परिचालन हेतु भौतिक रूप से पासबुक, चेकबुक आदि की आवश्यकता नहीं होगी। ग्राहक की बायोमेट्रिक पहचान ही उसकी लॉगइन आई.डी. का काम करेगी। ग्राहकों के कार्यों को विभिन्न किओस्क अंजाम देंगे। लेन-देन में अंतिम परिणाम के लिए सुरक्षित ओ.टी.पी. की सुविधा रहेगी, जो ग्राहक के पंजीकृत मोबाइल में आयेगा, उसके बाद ग्राहक जो जानकारी या सेवा चाहेगा, उसको तत्काल मिल जाएगी। प्राकृतिक भाषा प्रसंस्करण कौशल और आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस की सहायता से बैंक अपने ग्राहकों को लेवल-1 सेवाएं ऐसे मूल्यों पर उपलब्ध करवा पाएंगे जो पारंपरिक बैंकों के लिए वर्तमान स्तर पर उपलब्ध कराना लगभग असंभव प्रतीत होता है।

2. बैंकिंग में **सोशल मीडिया के इंटीग्रेशन** से बैंक सदैव अपने ग्राहकों के साथ सम्पर्क में रह पाएंगे। कोई व्यक्ति यदि अपने फेसबुक-वाल में कार की तस्वीर पोस्ट करता पाया जायेगा तो डाटा वेयरहाउस की टीम उसके संव्यवहार के आधार पर प्री-अप्रूव्ड ऋण की सीमा तय करेगी, तत्पश्चात टेलीकॉलिंग सिस्टम से उस व्यक्ति को उस आशय सूचना दे दी जाएगी। बैंक अपनी ऋण-प्रक्रिया को एकीकृत करते हुए ग्राहकों को एक केन्द्रीय स्थान से ही ऋण सुविधा उपलब्ध कराएंगे एवं सुरक्षित वीडियो चैट तकनीकों के माध्यम से ऑनलाइन संवाद करेंगे। इलेक्ट्रॉनिक दस्तावेजों पर सुरक्षित रूप से हस्ताक्षर करने के लिए ग्राहकों को ई-हस्ताक्षर तकनीक उपलब्ध कराई जायेगी। अधिकांश बैंकिंग स्टेशनरी के ई-फॉर्म होंगे, जिनका डिजिटल स्टोरेज किया जायेगा। इस प्रकार बैंकिंग पेपरलेस हो जायेगी जिसका एक बड़ा फायदा यह होगा कि दस्तावेजी धोखाधड़ी के मामले बहुत कम हो जायेंगे।

3. डिजिटल बैंकिंग के बढ़ते अनुप्रयोग आगामी वर्षों में अग्रिम व्यवसाय में भी देखने को मिलेंगे। ऋण-वसूली के समय फेसबुक जियो-लोकेटर से ग्राहक की लोकेशन का सटीक अनुमान लगा कर उससे संपर्क किया जा सकेगा। सोशल मीडिया की सहायता से ग्राहक का क्रेडिट स्कोर आदि निकालना और शेयर करना भी संभव हो सकेगा।

4. भारत में व्हाट्सएप का एक बड़ा ग्राहक आधार है और प्रतिदिन लगभग 200 मिलियन उपयोगकर्ता इस एप का प्रयोग करते हैं। डिजिटल बैंकिंग में नवोन्मेष की नई कड़ी संभवतः व्हाट्सएप पेमेंट की हो सकती है। श्री नंदन नीलेकणि के अनुसार “सम्प्रति बैंकिंग क्षेत्र व्हाट्सएप मोमेंट में है, अब यह बैंकर्स के लिए है कि वह इस विचार का स्वागत करें।” व्हाट्सएप पी-टू-पी भुगतान आने वाले दिनों में भुगतान क्रांति का एक नया अध्याय लिखने को तैयार है।

5. भविष्य के डिजिटल बैंक ग्राहकों को कई क्रॉस-प्लेटफॉर्म सेवाओं से सुसज्जित दक्ष मार्केट-प्लेस अत्यंत लागत-साध्य मूल्य पर उपलब्ध करवा पाएंगे। ऐसे बैंकों की कुछ प्रमुख विशेषताएँ निम्नानुसार होंगी:

- ❖ **ग्लोबल ऑनबोर्डिंग:** मोबाइल एप आधारित ई-के.वाई.सी. की सहायता से सम्पूर्ण विश्व में कहीं भी ग्राहकों/उपयोगकर्ताओं की ऑनबोर्डिंग की जा सकेगी।
- ❖ **सार्वभौमिक वॉलेट:** एक ऐसा सरल वॉलेट जिसमें वास्तविक मुद्राओं के अतिरिक्त कूटमुद्राओं का भी प्रयोग एवं सहज हस्तांतरण संभव हो सकेगा।
- ❖ **सार्वभौमिक कार्ड:** एकल, सार्वभौमिक कार्ड जिसे उपयोगकर्ता दुनिया के किसी भी ऑनलाइन/ऑफ़लाइन पॉइंट्स पर देश अथवा करेंसी की सीमा से परे प्रयोग कर सकेंगे।

❖ **सर्विस-एग्रीगेटर:** यदि कोई बैंक उपभोक्ता के जीवन का केन्द्र-बिंदु होना चाहता है, तो उसे उपभोक्ता की सभी वित्तीय आवश्यकताओं को पूर्ण करने में सक्षम होना चाहिए। उसे अपने ग्राहक के ई-कॉमर्स इतिहास, यात्रा इतिहास, चिकित्सा सूचना इत्यादि को वित्तीय अंतर्दृष्टि से देखना आना चाहिए। आने वाले समय में बैंक इन सभी आवश्यकताओं को नवोन्मेषी एप से पूरा करेंगे, साथ ही एक विकेंद्रीकृत तीसरे पक्ष के एकीकृत बाजार मंच की तरह कार्य करते हुए अपने ग्राहकों को शेयर क्रय-विक्रय, संपत्तियों की खरीद-फरोख्त एवं अन्य सेवाएँ भी उपलब्ध करवाएंगे।

साइबर सुरक्षा एवं अन्य चिंताएं: आधुनिक डिजिटल बैंकिंग की कई तकनीकें विनियामक मुक्त परिवेश में कार्य करने वाली होती हैं, साथ ही इन प्रणालियों में कोई प्रवर्तक भी नहीं होता है जिसके चलते इनमें जोखिम और बढ़ जाता है, विशेष रूप से तब, जब ऐसी प्रणालियों का परिचालन अंतरराष्ट्रीय स्तर पर होता है। डिजिटल क्रांति ने जहाँ हमारी बैंकिंग के तौर-तरीकों को सुगम बनाया है वहीं इससे जुड़े कई प्रकार के खतरे जैसे फिशिंग, रैनसमवेयर, मैलवेयर, सोशल इंजीनीयरिंग, ए.टी.एम./ मोबाइल बैंकिंग/ वॉलेट संबंधी साइबर धोखाधड़ी के विभिन्न मामले भी सामने आए हैं। कई बैंकों में हो रही अनेक घटनाएं आइसबर्ग की मिसाल बन गई हैं। फाईनेंशियल एक्सप्रेस समाचारपत्र में दिनांक बारह जुलाई 2019 में छपी एक खबर के अनुसार वित्त राज्य मंत्री अनुराग ठाकुर ने राज्यसभा में एक लिखित जवाब में सूचित किया है कि वित्तीय वर्ष 2016-17 में ए.टी.एम./ डेबिट कार्ड, क्रेडिट कार्ड और इंटरनेट बैंकिंग लेनदेन में 1 लाख रुपये से अधिक की धोखाधड़ी के कुल 1,367 मामले, वित्तीय वर्ष 2017-18 में इन धोखाधड़ियों के कुल 2,127 मामले और वित्तीय वर्ष

2018-19 में ऐसे 1,477 मामले दर्ज किये गए हैं। जुनिपर रिसर्च की एक शोध के अनुसार वर्ष 2019 तक साइबर क्राइम के कारण वैश्विक क्षति लगभग 2.1 ट्रिलियन डॉलर के बराबर हो सकती है। धोखाधड़ी के इन मामलों पर काबू पाने के लिए ग्राहक-जागरूकता ही सबसे बड़ा हथियार होती है। भविष्य में बैंकों के लिए ग्राहक जागरूकता एवं उनके हितों की सुरक्षा एक बड़ी जिम्मेदारी होंगे। बैंक बायोमेट्रिक स्कैन के जरिये एक हद तक ग्राहक प्रमाणीकरण कर सकते हैं। इसके अतिरिक्त भविष्य में ग्राहकों की पहचान अन्य उपायों से भी संभव हो सकेगी जैसे उनके फोन पकड़ने का तरीका, किसी वाक्य को कहने का लहजा आदि। भविष्य में बैंकों हेतु यह आवश्यक होगा कि वे वित्तीय साइबर धोखाधड़ी से बचने के लिए ऐसी मजबूत रणनीतियाँ बनाएं।

वित्तीय क्षेत्र में डिजिटल तकनीकों के बढ़ते प्रयोगों ने जहां एक ओर कार्यप्रणाली में दोहराव को हटाकर सुगमता एवं तेजी बढ़ाई है वहीं दूसरी ओर इसकी वजह से मानव बल में कमी करने की आशंकाएं भी उभरने लगी हैं, यह आने वाले दिनों में चिंता का एक विषय हो सकता है।

यदि आप मैनुअल बैंकिंग के युग में ग्राहकों को नाराज करते थे तो वे इसे अपने छह दोस्तों को बताते थे, किन्तु यदि आप अपने इंटरनेट वाले ग्राहकों को नाराज करते हैं, तो वे इसे अपने छह हजार दोस्तों को बता कर उन्हें आपसे दूर कर सकते हैं। -जेफ़ बेजोस (सी.ई.ओ. अमेज़न.कॉम)

डिजिटल साधनों से जहाँ उत्तम ग्राहक-सेवा सुनिश्चित की जा सकती है, वहीं ग्राहक असंतोष/ शिकायत की किसी भी घटना का प्रभाव आज पहले से कहीं ज्यादा जटिल रूप में सामने आता है। ऐसी स्थिति में बैंकों के लिए अत्यधिक सजग एवं अद्यतन रहना अनिवार्य हो गया है, अन्यथा ग्राहक-आधार

खोने में ज्यादा समय नहीं लगता। बदलते समय की यह मांग है कि बैंक डिजिटल पटल पर ग्राहकों की किसी भी मांग को अनदेखा ना करें एवं विश्वसनीयता के नए प्रतिमान स्थापित करें।

भावी रणनीतियाँ: जैसा कि मैंने पहले कहा है कि सम्प्रति हमारा देश एक भुगतान-क्रांति के दौर से गुज़र रहा है। यह क्रांति वास्तविक धरातल में ना होते हुए आभासी वास्तविकता की क्रांति है जिसका केन्द्र-बिंदु डिजिटल बैंकिंग है। पिछले साठ वर्षों से डिजिटल क्रांति आंकड़ों के संग्रहण, विश्लेषण और प्रस्तुतीकरण पर केन्द्रित थी और आने वाले समय में यह आई.टी. के 'टी' अर्थात तकनीक पर केंद्रित होगी। इस क्रांति में भाग लेने एवं उसका लाभ उठाने हमें कतिपय रणनीतिक कार्यवाहियाँ करनी होंगी जो इस प्रकार हैं:

1. देश के टियर I और टियर II केन्द्रों की ही तरह टियर III से टियर VI तक के केंद्रों पर भी डिजिटल चैनलों की **पर्याप्त उपलब्धता** सुनिश्चित की जाए। चूंकि आवश्यकता वित्तीय-समावेशन से एक कदम आगे बढ़कर डिजिटल समावेशन की हो चली है, अतएव यह अत्यंत आवश्यक है कि नगरों एवं महानगरों की तरह ही डिजिटल चैनल्स, कस्बों एवं ग्रामों में भी अपनी सशक्त उपस्थिति दर्ज करवाएं।

2. डिजिटल चैनल यथापरिभाषित कहीं भी और कभी भी उपलब्ध होने चाहिए, जिसके लिए उनकी **परस्पर परिवर्तनीयता** एक अनिवार्य कारक है। विभिन्न अंतर-संबंध एप्लीकेशन व्यवसाय के आवश्यकतानुसार लचीले होने चाहिए तथा उनके बीच कोई अंतराल चक्र भी नहीं होना चाहिए। डिजिटल चैनल्स को लेकर एक असंतोष की बात जो सामने आती है उसका एक कारण यह होता है कि कनेक्टिविटी डाउन है या कैश अनुपलब्ध है। बैंकों को यथासंभव यह प्रयास

करने चाहिए कि ऐसी घटनाएं कम से कम हों ताकि ग्राहकों एवं आम जनता का विश्वास इनकी उपलब्धता और सहूलियत को लेकर अक्षुण्ण बना रहे।

निष्कर्ष: डार्विन के विकासवाद का सिद्धांत प्रतिपादित करता है कि प्रकृति में अनुकूल गुण आगे बढ़ते हैं और प्रतिकूल गुण धीरे-धीरे लुप्त होते जाते हैं। इस सिद्धांत को बैंकिंग में लागू करें, तो हम इससे कई समानांतर निष्कर्ष निकाल सकते हैं, जिनमें एक यह है कि कालांतर में प्रतिकूल प्रौद्योगिकी खत्म होती जायेगी जबकि दक्ष और लचीली प्रौद्योगिकी अधिक मज़बूत होकर उभरेगी। भविष्य में ऐसी डिजिटल बैंकिंग ही सफल होगी जो निम्नलिखित 6 'A' को स्वयं में समाहित किए हो:

- ✓ Accessibility (पहुँच)
- ✓ Availability (उपलब्धता)
- ✓ Acceptability (स्वीकार्यता)
- ✓ Affordability (वहनीयता)

- ✓ Assurance (विश्वसनीयता) एवं
- ✓ Appropriateness (उपयुक्तता)

डिजिटल बैंकिंग के परिप्रेक्ष्य में 'Sky is the limit' वाली बात एकदम सही प्रतीत होती है। वैकल्पिक वितरण चैनल की राह चलती डिजिटल बैंकिंग एनालिटिक्स, ब्लॉकचेन एवं आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस के पड़ाव छूती, भविष्य के नवीन परिवर्तनों की ओर अग्रसर हो चली है। डिजिटल बैंकिंग में परिवर्तन अत्यंत तेज़ी से होते हैं अतएव यह आवश्यक है कि बैंको में आई.टी. प्रणाली त्वरित एवं नवोन्मेषमुखी हो जहां लेन-देन की बढ़ती मात्रा को सुरक्षित रूप से संचालित करने विभिन्न एप्लीकेशंस में दक्ष कनेक्टिविटी तथा ग्राहक संबंधी गोपनीयता बरकरार रखने के तमाम उपाय किये गए हों। भविष्य की डिजिटल बैंकिंग अप्रतिम संभावनाओं से परिपूर्ण है जिसके सकारात्मक अनुप्रयोगों से न केवल उत्तम ग्राहक सेवा सुनिश्चित की जा सकेगी बल्कि बदलते समय की मांग के अनुसार बैंकिंग की सफल पुनर्संरचना भी की जा सकेगी। ■

सोशल मीडिया और बैंकिंग

● बिकाश कुमार मिश्रा

पिछले हजार वर्ष के इतिहास में मानव जाति ने कई असाधारण और चौंका देने वाले आविष्कार किए। धरती के आकार का पता लगाने से लेकर उसका व्यास मापने तक, गुरुत्वाकर्षण बल का पता लगाने से लेकर बिजली की खोज तक, आसमान में उड़ान भरने से लेकर चाँद पर उतरने तक आदि। ऐसे कई आविष्कारों ने समाज का रंग और रूप पूरी तरह से बदल दिया। हर एक शताब्दी इतिहास में अपनी किसी न किसी महत्वपूर्ण घटना, खोज व आविष्कार के लिए दर्ज हुई। ऐसे ही, 21वीं शताब्दी को हम अगर 'इंटरनेट और सोशल मीडिया' का युग कहें तो ये गलत नहीं होगा। आज बिना लंबी कतार में लगे, घर बैठे रेल और हवाई टिकट बुक हो जाते हैं, घर बैठे विश्व के कोने-कोने की जानकारी मिल जाती है, हजारों मिल दूर रह रहे अपने साथी और रिश्तेदार से बात की जा सकती है, घर बैठे पसंदीदा वस्तुएं खरीदी जा सकती

हैं, घर बैठे ही हम ताजमहल भी देख लेते हैं और मिस्र का पिरामिड भी। इंटरनेट के बाद विज्ञान और तकनीक ने ऐसे कई खोज किए जिसने मानव जीवन को सरल और सुगम बना दिया और इन खोजों में सूचना और संचार के क्षेत्र में और आज के संदर्भ में सबसे उत्तम और प्रबल आविष्कार अगर कुछ है तो वह है सोशल मीडिया।

सोशल मीडिया – एक परिचय

सोशल मीडिया इंटरनेट पर आधारित वेब एप्लीकेशन का ऐसा समूह है जिसके माध्यम से हम घर बैठे दुनिया के किसी भी हिस्से में रह रहे लोगों के साथ जुड़ सकते हैं, अपनी बात उन तक पहुंचा सकते हैं और जानकारी साझा कर सकते हैं। ब्लॉग, माइक्रो ब्लॉग, विकी, सोशल नेटवर्किंग साइट्स, फोटो शेयरिंग साइट्स, इंस्टेंट मैसेजिंग, वीडियो शेयरिंग साइट्स, पॉडकास्ट, विगोट्स, वर्चुअल वर्ल्ड जैसे सोशल मीडिया के कई रूप हैं।

दुनिया भर में आज अरबों लोग, संवाद करने और जानकारी साझा करने के लिए सोशल मीडिया का उपयोग करते हैं। यह व्यक्तिगत स्तर पर जहां मित्रों और परिवार के साथ संवाद करने, नई चीजें सीखने, अपनी रुचियों को विकसित करने और मनोरंजन का उपयोगी माध्यम है वहीं पेशेवर स्तर पर अपने ज्ञान को किसी विशेष क्षेत्र में बढ़ाने और अन्य पेशेवरों के साथ जुड़कर अपने प्रोफेशनल नेटवर्क का निर्माण करने के लिए भी बेहद कारगर है, उद्योग जगत के लिए भी सोशल



सहायक, भारतीय रिज़र्व बैंक
कोलकाता

मीडिया ग्राहक के साथ संपर्क बनाए रखने, कंपनियों द्वारा दी जा रही सेवाओं पर ग्राहक की प्रतिक्रिया जानने और ब्रांड की छवि को बनाने में बहुत लाभकारी सिद्ध हो रहा है।

इंटरनेट के विस्तार के बाद सिक्स डिग्रीस, फ्रेंडस्टर, ऑर्कुट आदि जैसे कई सोशल मीडिया प्लैटफॉर्म आए पर 2003 में आई लिंकडइन और 2004 में आई फेसबुक उनमें से सबसे सफल रही। पिछले 10 वर्षों में सोशल मीडिया के क्षेत्र में काफी तेजी से प्रगति हुई है, फेसबुक के साथ ही यू ट्यूब, ट्विटर, इन्स्टाग्राम, स्नेपचैट, व्हाट्सएप जैसे कई सफल सोशल मीडिया प्लैटफॉर्म आज मौजूद हैं।

सोशल मीडिया का विस्तार

इंटरनेट और सोशल मीडिया ने बीते वर्षों में काफी प्रगति की है। शुरुआती दिनों में भी सोशल मीडिया की उपयोगिता इस बात से ही लगाई जा सकती है कि ओरेकल जैसी विश्व स्तरीय कंपनी ने लिंकडइन से ही जेफ़ ई का प्रोफ़ाइल देख कर उन्हें सीएफ़ओ नियुक्त किया था।

जुलाई 2019 में www.wearesocial.com द्वारा प्रकाशित रिपोर्ट, «ग्लोबल डिजिटल रिपोर्ट 2019» के अनुसार जुलाई 2019 के अंत तक दुनिया की करीब 56% आबादी अर्थात् 433 करोड़ लोग अब इंटरनेट का उपयोग करते हैं और इस आबादी का लगभग 82% हिस्सा अर्थात् तकरीबन 353 करोड़ लोग अब सोशल मीडिया पर मौजूद हैं।

आज प्रधानमंत्री का कोई संदेश हो या किसी कंपनी की नीतियों में आया कोई बदलाव, प्रिंट और इलैक्ट्रॉनिक मीडिया से पहले ये जानकारी सोशल मीडिया के माध्यम से लोगों तक पहुंच जाती है। आज ढेरों कंपनियां अपने नए प्रोडक्ट्स को लॉन्च करने के लिए सोशल मीडिया के मंच का लाभ उठा रहीं हैं। सोशल मीडिया के बढ़ते प्रभाव ने ग्राहक सेवा और ब्रांड की छवि बढ़ाने में काफी योगदान दिया है। व्यापार और दैनिक

जीवन में बढ़ते प्रौद्योगिकी के इस्तेमाल ने बहुत लोगों को सोशल मीडिया और इंटरनेट से जोड़ा है। बैंक भी अब समझने लगे हैं कि सोशल मीडिया, समग्र व्यवसाय बढ़ाने के लिए उनकी रणनीति का एक प्रमुख हिस्सा बन सकता है।

भारत में सोशल मीडिया की स्थिति

भारत भी इंटरनेट और सोशल मीडिया के प्रभाव से अछूता नहीं है। जनवरी 2019 में वी आर सोशल और हूटस्यूट द्वारा प्रकाशित रिपोर्ट, 'ग्लोबल डिजिटल रिपोर्ट 2019' के अनुसार भारत में 2018 के अंत तक आबादी का 41% अर्थात् करीब 55 करोड़ इंटरनेट उपयोगकर्ता थे और इन 55 करोड़ इंटरनेट उपयोगकर्ता में से करीब 31 करोड़ सोशल मीडिया उपयोगकर्ता थे। भारत में 2018 में सोशल मीडिया उपयोगकर्ता की संख्या में वृद्धि दर 24% थी जो वैश्विक वृद्धि दर, 9% से कहीं ज्यादा है। जून 2018 में गूगल द्वारा जारी डेटा पॉइंट्स के अनुसार भारत में हर महीने 1 करोड़ नए उपयोगकर्ता इंटरनेट से जुड़ रहे हैं।

आज सरकारें भी डिजिटल मीडिया और सोशल मीडिया पर जोर दे रही हैं। डिजिटल इंडिया के निर्माण के साथ ही मोबाइल बैंकिंग, इंटरनेट बैंकिंग, यूपीआई, सोशल मीडिया बैंकिंग जैसे विषयों पर आज जितना जोर है, शायद ही पहले कभी रहा होगा। आज सभी सरकारी और गैर सरकारी सेवाएं इंटरनेट के माध्यम से सीधे लोगों के घरों तक पहुंच रही हैं। इन आंकड़ों से पता चलता है कि सोशल मीडिया हमारे जीवन में कितनी गहरी पैठ बना चुका है। गौर करने वाली बात यह है कि भारत की आबादी का आधे से ज्यादा हिस्सा युवा है और तकनीक के मामलों में पहले से ज्यादा जानकार और समझदार है, ऐसे में सोशल मीडिया उपयोगकर्ताओं की संख्या में 24% की वृद्धि दर इस बात का प्रमाण है कि भारत, भविष्य में बाजार के लिए संभावनाओं का एक अथाह सागर है।

बैंकिंग का बदलता स्वरूप

भारतीय अर्थव्यवस्था ने पिछले दो दशक में लंबी छलांग लगाई है। आज भारत विश्व अर्थव्यवस्था में एक महत्वपूर्ण स्थान रखता है। निस्संदेह इस कायाकल्प में बैंकिंग प्रणाली ने अहम भूमिका निभाई है। न केवल हमारी बैंकिंग संपत्तियों में लगातार वृद्धि हुई है, बल्कि क्षेत्र के तीव्र समेकन से नए तरह के बैंकिंग उत्पाद व समाधान भी सामने आए हैं। नतीजतन आज उनको भी बैंकिंग सुविधाएं प्राप्त हुई हैं, जो कभी इससे अछूते थे।

बैंकों के राष्ट्रीयकरण के बाद ग्राहक सेवा, बुक कीपिंग और एमआईएस रिपोर्टिंग में सुधार के लिए भारतीय बैंकिंग क्षेत्र में कंप्यूटरीकरण की आवश्यकता महसूस हुई। 1988 में, भारतीय रिज़र्व बैंक ने तत्कालीन गवर्नर डॉ सी रंगराजन की अध्यक्षता में बैंकों में कम्प्यूटरीकरण पर एक समिति बनाई।

1991-92 में अर्थव्यवस्था में हुए सुधार के बाद निजी और विदेशी बैंकों की बढ़ती प्रतिस्पर्धा के कारण कंप्यूटरीकरण की प्रक्रिया में तेजी आई। कई वाणिज्यिक बैंकों ने दौड़ में बने रहने के लिए डिजिटल ग्राहक सेवाओं की ओर बढ़ना शुरू कर दिया।

बैंकों ने शुरुआत में स्टैंडअलोन पीसी के साथ सूचना प्रौद्योगिकी का उपयोग शुरू किया और फिर लैन कनेक्टिविटी को अपनाया। आगे चलकर, बैंकों ने कोर बैंकिंग की ओर रुख किया और शाखा बैंकिंग पूरी तरह से बदल गई। कोर बैंकिंग सॉल्यूशन (सीबीएस) से बैंक, ग्राहकों को 'कहीं भी और किसी भी समय बैंकिंग' की सुविधा का लाभ देने में सक्षम हुए। नई डिजिटल तकनीकों से बैंकों को बहुत लाभ हुआ है। एनईएफटी, ईसीएस, सीटीएस, आरटीजीएस, आईएमपीएस, इंटरनेट बैंकिंग, मोबाइल बैंकिंग, यूपीआई, ई-बैंकिंग और

सोशल मीडिया के परिणामस्वरूप बैंकिंग लागत में भारी कमी आई है और आय बढ़ाने में मदद मिली है। उपलब्ध आंकड़ों के अनुसार, शाखा बैंकिंग पर प्रति लेन-देन (ट्रांज़ैक्शन) की लागत 70 से 75 रुपये के बीच है जबकि यह लागत एटीएम पर 15 से 20 रुपये, ऑनलाइन बैंकिंग पर 2 रुपये तक और मोबाइल बैंकिंग पर 1 रुपये या उससे भी कम होने का अनुमान है। 'कहीं भी और किसी भी समय बैंकिंग' की सुविधा के कारण ग्राहक संख्या में भी वृद्धि हुई है। डिजिटल इजेशन और तकनीक के इस्तेमाल ने मानव त्रुटि को कम किया है। एक मजबूत और सक्षम रिपोर्टिंग सिस्टम के साथ अब किसी भी समय डेटा का उपयोग और विश्लेषण संभव है।

आज बैंक अपने ग्राहकों को तेज़ और सबसे बेहतर बैंकिंग सुविधाएं देना चाहते हैं। बैंक ये समझते हैं कि आज ग्राहक बैंकिंग सेवाओं का लाभ अपनी सुविधा अनुसार कहीं से भी और कभी भी पाना चाहता है। ऐसे में बैंक डिजिटल तकनीक का अलग-अलग तरीकों से लाभ उठा रहे हैं। आज सभी बैंक, ऑनलाइन बैंकिंग, मोबाइल बैंकिंग, एटीएम जैसी सुविधाओं के साथ साथ सोशल मीडिया के माध्यम से भी ग्राहकों से जुड़ रहे हैं और ग्राहक की सुविधा और रुचि के अनुसार उन्हें सेवाएं दे रहे हैं।

बैंकिंग में सोशल मीडिया की उपयोगिता

आज व्यापार जगत के लिए सोशल मीडिया सिर्फ एक चाहत नहीं बल्कि आवश्यकता बन चुकी है। यदि बैंक आज सोशल मीडिया का सहारा नहीं लेंगे, तो वह दुनिया की आधी आबादी तक पहुंचने के एक तेज़, सस्ते और प्रभावी तरीके से वंचित रह जाएंगे।

विश्व भर के 3700 महत्वपूर्ण मार्केटर्स को लेकर किए गए एक अध्ययन में 92% ने ये स्वीकार किया कि उनके व्यापार के

लिए सोशल मीडिया बेहद महत्वपूर्ण है, 66% ने ये बताया कि उन्होंने ट्विटर, यू-ट्यूब और लिंकडइन नेटवर्क के उपयोग को अपग्रेड और विस्तारित करने की योजना बनाई है। उनमें से 93% ने फेसबुक का उपयोग किया है और उनमें से 68% सोशल नेटवर्क को और बेहतर तरीके से जानना चाहते हैं।

आज के दौर में जहां हर कंपनी अपने प्रतिद्वंदी से एक कदम आगे रहना चाहती है, ऐसे में सोशल मीडिया एक बेहद ही प्रभावकारी भूमिका निभा सकता है। बैंकिंग क्षेत्र में सोशल मीडिया की उपयोगिता को निम्न तरीके से समझा जा सकता है:

1. ग्राहक/उपभोक्ता के साथ संबंध स्थापित करना

आज की युवा पीढ़ी को बैंकों से अलग उम्मीदें हैं, जो मोबाइल और लैपटॉप/कम्प्यूटर के माध्यम से बैंकिंग सेवाओं को पाना चाहती है। आज ज्यादातर लोग बैंक में नया खाता खोलने और अन्य बैंकिंग सेवाओं की जानकारी के लिए शाखा में जाने के बजाय अपने मित्रों और अपने परिचितों से सलाह लेते हैं और इसीलिए आज ग्राहक इस जानकारी को इकट्ठा करने, अनुभव साझा करने और बैंकिंग सेवाओं पर निर्णय लेने के लिए एक माध्यम के रूप में सोशल नेटवर्किंग, सोशल बुकमार्किंग और सोशल शॉपिंग का पहले से कहीं ज्यादा इस्तेमाल कर रहे हैं। अतः आज बैंकिंग और अन्य संगठनों के लिए यह एक सुनहरा अवसर है कि वे मार्केटिंग, सेल्स और ग्राहक सेवा के पुराने पारंपरिक तरीकों से आगे बढ़कर सोशल मीडिया के माध्यम से भी अपने ग्राहक से जुड़ें, पहले से अधिक सहयोगी और पारदर्शी छवि के साथ ग्राहक के साथ बेहतर रिश्तों का निर्माण करें, ग्राहक की आवश्यकताओं और समस्याओं को सुनें और उनका निवारण करें।

2. उपभोक्ता शिक्षण

सोशल मीडिया सूचना प्रवाह के लिए एक बहुत ही तेज, सस्ता और इंटरैक्टिव मंच प्रदान करता है और इस मंच के माध्यम से बैंक, बैंकिंग से संबन्धित प्राथमिक जानकारी, बैंकिंग नियमों, केवाईसी, नए बैंकिंग प्रोडक्ट्स, क्रेडिट/डेबिट कार्ड के उपयोग, नकली नोट की पहचान, इंटरनेट बैंकिंग और मोबाइल बैंकिंग संबंधी जानकारी तथा पासवर्ड और पिन जैसी महत्वपूर्ण सूचना की गोपनीयता संबंधी जानकारी को आसानी से उपभोक्ता तक पहुंचा सकते हैं।

3. उपभोक्ता संबंधी जानकारी और अंतर्दृष्टि

सोशल मीडिया बैंकों के लिए अपने मौजूदा और संभावित ग्राहकों से संबन्धित जानकारी पाने का एक बेहद ही समृद्ध स्रोत है। आज तकनीक के माध्यम से बैंक सोशल मीडिया से बेहद ही जरूरी और महत्वपूर्ण जानकारी प्राप्त कर सकते हैं, जैसे:

- सोशल मीडिया पर हो रही बातचीत पर डाटा एनालिटिक्स, टेक्स्ट एनालिटिक्स टूल आदि का उपयोग करके ग्राहक जनसांख्यिकी (डेमोग्राफी), बैंकिंग सेवाओं और प्रोडक्ट्स पर उपभोक्ता के दृष्टिकोण, ट्रेंड्स आदि की जानकारी आसानी से प्राप्त की जा सकती है।
- ब्रांड की छवि को प्रभावित कर सकने वाले सोशल मीडिया पर कमेंट, बातचीत के बीच उभरते विषय इत्यादि की पहचान करके बैंक संबन्धित कार्रवाई कर ऐसे जोखिम से बच सकता है।

4. नए ग्राहक जोड़ना

सोशल मीडिया बैंक के लिए नए ग्राहक अर्जित करने में कारगर साबित होता है। सोशल मीडिया बिग डाटा, डाटा एनालिटिक्स

एवं अन्य तकनीक के माध्यम से उपभोक्ताओं की जरूरतों को समझते हुए उनके लिए अधिक प्रासंगिक प्रोडक्ट्स और ब्रांड्स उनको दिखाता है। जो प्रोडक्ट्स और ब्रांड्स लोग पसंद करते हैं, वो उनके ही माध्यम से उनके अन्य मित्रों और अन्य लोगों तक पहुंचती है, इस प्रकार सोशल मीडिया के माध्यम से ही एक ब्रांड और उसके प्रोडक्ट्स लाखों करोड़ों लोगों तक पहुंच जाता है। लोग उस प्रोडक्ट के बारे में तो जानते ही हैं, साथ ही अपने मित्रों और अन्य लोगों से उसके बारे में जानकारी भी प्राप्त कर पाते हैं। इस प्रकार सोशल मीडिया किसी ब्रांड की छवि, उसकी प्रतिष्ठा और ब्रांड में लोगों का विश्वास बढ़ा कर उस ब्रांड के लिए नए ग्राहक अर्जित करने में एक महत्वपूर्ण भूमिका अदा करती है।

5. संभावनाओं (लीड जनरेशन) और बिक्री में वृद्धि

सोशल मीडिया संभावित ग्राहकों के लिए किसी व्यापार और उसके उत्पादों में रुचि व्यक्त करने का आसान और कारगर तरीका है। व्यवसाय के लिए संभावनाओं में वृद्धि सोशल मीडिया का इतना महत्वपूर्ण लाभ है कि कई सोशल नेटवर्क इसके लिए विशेष रूप से लीड विज्ञापन का प्रारूप डिज़ाइन करते हैं और अलग-अलग ब्रांड उस प्रारूप का उपयोग करते हैं। उदाहरण के लिए, रेनॉल्ट यूरोप ने फेसबुक पर लीड विज्ञापन का ही उपयोग किया जिससे लोग सीधे फेसबुक से ही किसी नए मॉडल की जानकारी या टेस्ट ड्राइव बुक करने में सक्षम थे।

6. आंतरिक संवाद

नई पीढ़ी के ग्राहक की तरह ही युवा पीढ़ी के बैंक कर्मचारियों के लिए भी सोशल मीडिया एक पसंदीदा माध्यम है। बैंक इसका लाभ उठाते हुए अपने कर्मचारियों में नई ऊर्जा भरने, सहयोग की भावना को बढ़ावा देने और बैंक कर्मियों को बैंक के लक्ष्य के साथ जोड़ कर एक साथ आगे बढ़ने के लिए

प्रोत्साहित कर सकता है।

साथ ही, प्राप्त लक्ष्य, सफलताओं, त्रुटियों और विफलताओं को एक दूसरे के साथ साझा करने के लिए भी सोशल मीडिया का उपयोग किया जा सकता है। समान हितों या संबंधित भूमिका वाले कर्मी एक-दूसरे से सीखने और एक दूसरे के समर्थन के लिए भी सोशल मीडिया पर ग्रुप आदि के माध्यम से जुड़े रह सकते हैं।

7. प्रतिक्रिया

सोशल मीडिया के माध्यम से बैंक अपने ग्राहक को दी जा रही सेवाओं पर ग्राहक की प्रतिक्रिया जान सकता है, कोई भूल होने पर उसमें सुधार कर सकता है।

सोशल मीडिया पर बैंकिंग की अब तक की स्थिति

बैंकिंग व्यापार में ग्राहकों के साथ संवाद और सूचना का आदान-प्रदान आवश्यक है। सोशल मीडिया वित्तीय संस्थानों और ग्राहकों के बीच संवाद का एक महत्वपूर्ण माध्यम बन कर उभरा है। आज सभी बैंक ट्विटर और फेसबुक जैसे मंच पर मौजूद हैं। भारतीय रिज़र्व बैंक भी ट्विटर और यू-ट्यूब पर नियमित जानकारी और सूचना उपलब्ध कराता रहता है। भारतीय रिज़र्व बैंक की वार्षिक रिपोर्ट के अनुसार, ट्विटर पर सबसे ज्यादा फॉलो किए जाने वाले सेंट्रल बैंकों में भारतीय रिज़र्व बैंक का पाँचवां स्थान है।

द फ़िनान्शियल ब्रांड, पावर 100 के नाम से जारी एक रैंकिंग में वित्तीय संस्थानों को सोशल मीडिया पर उनकी सक्रियता, उनके फेसबुक पेज और पोस्ट पर लाइक्स, ट्विटर पर उनके फॉलोवर्स की संख्या आदि जैसे कई पैमानों पर जाँचा जाता है। वर्ष 2018 की दूसरी तिमाही के अंत में जारी पावर 100 रैंकिंग के अनुसार भारतीय स्टेट बैंक ने विश्व भर में पहला स्थान प्राप्त किया है। भारत में मौजूद निजी क्षेत्र के बैंकों में यस

बैंक, आईसीआईसीआई बैंक, कोटक महिंद्रा बैंक, एक्सिस बैंक और एचडीएफसी बैंक ने भी इस बैंकिंग में शुरुआती 10 बैंकों में अपनी जगह बनाई है। ये उपलब्धि भारतीय बैंकों द्वारा सोशल मीडिया संबंधी बनाई गयी उनकी रणनीतियों की सफलता को दर्शाती है।

बैंक, ग्राहक की सुविधा को देखते हुए नियमित अंतराल पर सोशल मीडिया पर आधारित नए-नए एप्लिकेशन बना रहे हैं, जिससे ग्राहक के लिए बैंकिंग सेवाएं और भी ज्यादा सरल हो गई हैं। सोशल मीडिया आधारित बैंक एप्लिकेशन के कुछ उदाहरण इस प्रकार हैं:

सोशल पे: अप्रैल 2018 में आईसीआईसीआई बैंक ने सोशल पे लॉन्च किया जिसका उपयोग एनआरआई द्वारा व्हाट्सएप और ई-मेल जैसे सोशल मीडिया के माध्यम से भारत में अपने दोस्तों और परिवार को पैसे भेजने के लिए किया जा सकता है।

केपे(KayPay): कोटक महिंद्रा बैंक द्वारा लॉन्च किया गया एप्लिकेशन केपे(KayPay) सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म पर आधारित मनी ट्रांसफर सेवा है, जिसके माध्यम से फेसबुक यूजर्स अपने फेसबुक फ्रेंडलिस्ट से किसी को भी उनके खाता संख्या या अन्य विवरण जाने बिना पैसे भेज सकते हैं।

एसबीआई मिंगल: एसबीआई मिंगल एक सोशल बैंकिंग एप्लिकेशन है, जिससे एसबीआई ग्राहक बैंक के आधिकारिक फेसबुक पेज और ट्विटर हैंडल के माध्यम से बेसिक बैंकिंग गतिविधियों जैसे बैलेन्स जानना, चेक बुक के लिए अनुरोध करना, पैसे भेजना आदि का लाभ ले सकते हैं।

चुनौतियाँ व समाधान

सोशल मीडिया के उपयोग से मिलने वाले लाभ तो अनेक हैं, लेकिन साथ ही इससे जुड़े जोखिम और चुनौतियों को भी नकारा नहीं जा सकता।

हैकिंग, स्नीफिंग और स्पूफिंग बैंकों और ग्राहकों के लिए सबसे बड़ा खतरा है, जिससे निपटने के लिए बैंकों को मजबूत प्रणाली विकसित करनी होगी।

भारत जैसे देश में, जहां अधिकांश आबादी गाँव में रहती है, सभी को ई बैंकिंग और सोशल मीडिया से जोड़ना एक बड़ी चुनौती है।

ऑनलाइन बैंकिंग में सबसे बड़ी बाधा पुरानी पीढ़ी और ज्यादातर ग्रामीण क्षेत्रों के लोगों द्वारा पारंपरिक बैंकिंग विधि की प्राथमिकता है। ऑनलाइन लेन-देन में पैसा खोने का डर ई-बैंकिंग के उपयोग में बाधा है।

बैंकों में नवीन और बदलती प्रौद्योगिकियों से निपटने के लिए बैंक कर्मचारियों में पर्याप्त ज्ञान और कौशल की कमी एक प्रमुख चुनौती है। डिजिटल और सोशल मीडिया के दौर में बैंकों को सभी स्तरों पर अपने स्टाफ सदस्यों को प्रशिक्षण देने की आवश्यकता है।

सोशल मीडिया पर मौजूदगी और ग्राहक के साथ संबंध स्थापित करना ही पर्याप्त नहीं है। डेटा सुरक्षा, गोपनीयता, ब्रांड की प्रतिष्ठा और कानूनी जोखिम ऐसे क्षेत्र हैं जिस पर पैनी नजर रखना अनिवार्य है। जब ग्राहक बैंक से मिल रही सेवाओं या उसके प्रोडक्ट्स के बारे में अपने अनुभव व राय सोशल मीडिया पर साझा करता है तो ये बातें मुख्यतः उसके व्यक्तिगत अनुभवों से जुड़ी होती हैं और सार्वजनिक होती है जिस पर बैंक का नियंत्रण नहीं होता और ऐसे व्यक्तिगत अनुभव बैंक की प्रतिष्ठा बढ़ा भी सकते हैं और बहुत हद तक उसकी छवि को हानि भी पहुँचा सकते हैं।

बिग डाटा, डाटा एनालिटिक्स व विशेषज्ञों की मदद से सोशल मीडिया पर बैंक के प्रति उत्पन्न हो रही किसी नकारात्मक भावना और विचार का पता तो लगाया जा सकता है, फिर भी

बैंक कुछ सकारात्मक कदम उठाए, उससे पहले और बेहद ही तेज गति से उसकी छवि प्रभावित हो सकती है। किसी ग्राहक द्वारा सोशल मीडिया पर बैंक के खिलाफ की गयी शिकायत चंद मिनटों में वायरल हो सकती है, ऐसे में बैंकों को चाहिए कि वे सोशल मीडिया के माध्यम से असंतुष्ट ग्राहकों द्वारा आधिकारिक शिकायत दर्ज कराने से पहले उनके साथ जुड़ें, उनके समस्याओं का निवारण करें।

अतः बैंकों को सोशल मीडिया पर कोई नई पहल करने से पहले अपने लक्ष्य, बैंकिंग नियमों, डेटा सुरक्षा, वेबसाइट गोपनीयता नीति, ट्रैफिक से संबन्धित कुकीज, स्थान और संचार डेटा, थर्ड पार्टी लिंक और व्यक्तिगत डेटा संग्रहित करने से संबन्धित नियमों के अनुपालन के साथ-साथ साइबर क्राइम जैसे कई खतरों, बाधाओं और सोशल मीडिया के प्रभाव का व्यापक अध्ययन करना चाहिए। साथ ही नए तकनीकों को अपनाने के साथ-साथ बैंकों को अपने कर्मचारियों को भी सोशल मीडिया से जुड़ी बैंकिंग के पक्षों पर व्यापक प्रशिक्षण देना चाहिए ताकि सोशल मीडिया के प्रयोग में बैंक द्वारा कोई चूक न हो।

भविष्य:

विश्व बाजार ने पिछले दशक में उद्योग जगत में एआई (Artificial Intelligence) और मशीन लर्निंग जैसी तकनीकों के इस्तेमाल में जिस गति से प्रगति की है, बैंक उसमें पिछड़े नजर आते हैं। मोबाइल एप्लिकेशन और ऑनलाइन बैंकिंग सेवा के अलावा बैंकिंग क्षेत्र में पिछले दशक में कोई और बड़ी उपलब्धि नजर नहीं आती और भारत की जनसांख्यिकी (डेमोग्राफी) को देखते हुए जहाँ आधी से ज्यादा आबादी 30 वर्ष से कम उम्र की है और तकनीकी रूप से पहले

के मुकाबले अधिक जानकार और समझदार हैं, बैंको के पास बेहतर अवसर है कि वो बैंकिंग को एक नया आयाम दें।

सोचिए, ग्राहकों की समस्याओं के समाधान के लिए अगर चौबीसों घंटे बैंक का कोई प्रतिनिधि मौजूद रहे, नैचुरल लैंग्वेज प्रोसेसिंग स्किल्स, आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस (एआई), चैटबॉट्स और वर्चुअल एजेंट जैसे तकनीक की मदद से बैंक इसे बेहद ही कम कीमत में हकीकत में बदल रहे हैं, जो परंपरागत बैंकिंग के साथ कभी संभव नहीं था।

यह सिर्फ एक शुरुआत भर है। एआई-आधारित चैटबॉट्स को एक-एक ग्राहक को नजर में रख के तैयार किया जा सकता है। पारंपरिक बैंकों के विपरीत, सोशल मीडिया के माध्यम से ग्राहक को केंद्र में रखते हुए बैंक अपने कामकाज और रणनीतियों को डिजाइन कर सकते हैं। भविष्य में टेक्नोलॉजी ही बैंकिंग के तौर-तरीकों को तय करेगी। इसमें बिग डाटा, क्लाउड कंप्यूटिंग, स्मार्ट फोन व इसी प्रकार के अन्य आविष्कार शामिल हैं। बैंकों के साथ ग्राहकों का संपर्क व लेन-देन बहुमार्गी के बजाय सर्वमार्गी होगा।

व्यक्तिगत संपर्क के लिए वीडियो कॉन्फ्रेंसिंग का सहारा लिया जाएगा, ग्राहकों की पहचान व धोखाधड़ी से बचने के लिए चेहरा पहचानने वाली फेस डिटेक्शन तकनीक का इस्तेमाल होगा, ग्राहकों की पसंद व पृष्ठभूमि समझने के लिए उनके सोशल नेटवर्क का सहारा लिया जाएगा। उसी के अनुसार उन्हें उत्पाद, सेवाएं, सुविधाएं व रियायतें ऑफर की जाएंगी। इस डिजिटल युग में जो बैंक टेक्नोलॉजी के उपयोग में जितना आगे होगा, उसका कारोबार भी उतनी ही तेजी से बढ़ेगा। ■

अवैध जमा योजनाओं के कारोबार पर पाबंदी

● सतीश कुमार सिंह

अनियमित जमा योजनाओं, पॉजी और चिट-फंड योजनाओं को एक अध्यादेश के जरिये 21 फरवरी, 2019 से सरकार ने प्रतिबंधित कर दिया है। पूर्व में यह कानून लोकसभा में पारित हो गया था, लेकिन राज्यसभा में पारित नहीं हो सका था। नये अध्यादेश के तहत वैसी जमा योजनाओं की जांच की जायेगी, जिसके जरिये गरीब, निरक्षर एवं अजागरूक लोगों से पैसा ठगने का काम किया जा रहा है। इस अध्यादेश से बिना पंजीकरण के अवैध रूप से चलायी जा रही जमा योजनाओं पर लगाम लगाने में मदद मिलेगी। अध्यादेश के प्रावधानों के मुताबिक वैध जमा निकायों की सूची तैयार करने एवं गरीबों को वित्तीय रूप से जागरूक करने का भी काम किया जायेगा, क्योंकि ऐसी योजनाओं की मदद से काला कारोबार करने वालों की गतिविधियों को रोकने में मदद मिलेगी।



मुख्य प्रबंधक, आर्थिक अनुसंधान विभाग
भारतीय स्टेट बैंक, कॉरपोरेट केंद्र, मुंबई

नये अध्यादेश के प्रावधानों में हर उस निकाय के लिये पंजीकरण कराना अनिवार्य कर दिया गया है, जो आम आदमी से जमा लेने का कारोबार करता है। नये अध्यादेश के अस्तित्व में आने के बाद से गैर-पंजीकृत निकायों द्वारा जमा लेने पर रोक लगा दी गई है। अगर कोई निकाय अध्यादेश में मौजूद निर्देशों का उल्लंघन करेगा तो उसपर सख्त कार्रवाई किये जाने का प्रावधान अध्यादेश में है। अध्यादेश के प्रावधान किसी एजेंट या विज्ञापन के जरिये धोखाधड़ी करने पर भी रोक लगाते हैं। अब गैर-पंजीकृत निकाय अखबारों में या टेलीविजन में अपनी योजना के प्रचार-प्रसार हेतु विज्ञापन नहीं दे सकेंगे।

अध्यादेश के प्रमुख प्रावधान

अध्यादेश के लागू होने से अनियमित जमा योजनाएँ पूरी तरह गैर-कानूनी हो गई हैं। इसमें अनियमित जमा योजनाएँ चलाने वालों के खिलाफ कड़ी सजा और भारी जुर्माने के प्रावधान किये गये हैं। इसमें बेईमानी से कमाये गये पैसों की वसूली के भी प्रावधान किये गये हैं। इस अध्यादेश का मकसद देश में फर्जी योजनाओं की मदद से ठगी करने से जुड़ी समस्याओं से निपटना है। आमतौर पर ऐसी योजनाएँ चला रही कंपनियां नियामक के स्तर पर मौजूद खामियों का फायदा उठाती हैं। कड़े कानूनों के अभाव में चिटफंड या पॉजी योजनाओं में निवेश करने वालों को ठगा जा रहा है। अध्यादेश में नियमित तौर पर जमा योजनाओं से जुड़ा एक ऑनलाइन डाटा बेस तैयार करने की भी बात कही गई है। जरूरत पड़ने पर दोषी व्यक्ति की संपत्ति को बेचकर जमाकर्ताओं का पैसा लौटाने का प्रावधान

भी इस अध्यादेश में है। अध्यादेश में इस तरह की योजनाओं का प्रचार-प्रसार करने वाली मशहूर शख्सियतों के खिलाफ भी कड़ी से कड़ी कार्रवाई करने की बात कही गई है।

कानून बनाने के पूर्व प्रयास

अनियमित जमा व बचत योजनाओं को गैर-कानूनी बनाने संबंधी अनियमित जमा योजना पाबंदी विधेयक-2018 को पिछले वर्ष लोकसभा में पारित किया गया था, लेकिन राज्यसभा में पारित नहीं होने की वजह से यह कानून का रूप नहीं ले सका। इस विधेयक का मकसद अनियमित जमा व बचत योजनाओं वाली चिटफंड कंपनियों एवं पॉजी योजनाओं पर रोक लगाना था।

चिटफंड योजना का इतिहास

चिटफंड योजनाओं की शुरुआत एक बचत योजना के रूप में भारत के केरल राज्य में किसानों के एक समूह द्वारा की गई थी। व्यवस्थित रूप से वर्ष 1830 से 1835 के दौरान यह प्रचलन में आया। इस तरह, यह एक भारतीय अवधारणा है, लेकिन आज इसका संचालन विश्व के कुछ अन्य देशों में भी किया जा रहा है। चीन में यह चीनी लॉटरी के नाम से जाना जाता है। यह व्यवस्था श्रीलंका और म्यांमार में भी प्रचलन में है। पुर्तगाल में भी इस तरह की योजना चलन में है।

योजना को मूर्त रूप देने की विधि

चिटफंड एक्ट 1982 के तहत चिटफंड से जुड़े व्यक्ति या व्यक्तियों के समूह के बीच एक समझौता किया जाता है, जिसमें एक निश्चित रकम या वस्तु एक निश्चित समय में किशतों में जमा की जाती है। फिर उसे नीलामी के माध्यम से किसी एक व्यक्ति को दिया जाता है, जिसे लौटाने के प्रावधान होते हैं। लाभ की राशि को अन्य सदस्यों के बीच वितरित किया जाता है। चिटफंड एक्ट के अनुसार इस योजना को किसी संस्था या

व्यक्ति के जरिये आपसी संबंधियों या दोस्तों के बीच चलाया जाता है, लेकिन इसके माध्यम से ठगी का काम भी किया जाता है। कई बार यह पॉजी योजना में तब्दील हो जाता है।

चिट फंड योजना के जरिये ठगी

आमतौर पर चिटफंड कंपनियां पांच साल में पैसा दोगुना करने का लालच निवेशकों को देती हैं। हालाँकि, रिज़र्व बैंक और सेबी ने ऐसी कंपनियों के खिलाफ कई बार कार्रवाई की है, पर वे रक्तबीज की तरह फिर से खड़े हो जाते हैं। ऐसी कंपनियों का साम्राज्य छत्तीसगढ़, मध्य प्रदेश, राजस्थान, पश्चिम बंगाल, झारखंड, उत्तराखंड, बिहार, उत्तर प्रदेश आदि राज्यों में फैला हुआ है। सेबी और रिज़र्व बैंक के अनुसार मध्यप्रदेश में एक भी चिटफंड कंपनी पंजीकृत नहीं है। बावजूद इसके, सैकड़ों फर्जी कंपनियां वहाँ सक्रिय हैं। हाईकोर्ट ने मध्यप्रदेश में चिटफंड कंपनियों को प्रतिबंधित कर रखा है। देखा गया है कि आलीशान दफ्तर, एजेंट के शानदार रहन-सहन और जमा रकम को दो से तीन गुना करके देने के दावे के जरिये ये कंपनियां मुख्य तौर पर छोटे शहरों एवं कस्बाई इलाकों के लोगों को अपने जाल में फँसाते हैं।

क्यों नहीं होती चिटफंड कंपनियों के खिलाफ कार्रवाई

यह देखा गया है कि चिटफंड कंपनियाँ रिश्वत और राजनीतिक संरक्षकों की मदद से पुलिस कार्रवाई से बच जाती हैं। हालाँकि, जब मामला ज्यादा गंभीर हो जाता है तो सरकार को कार्रवाई करने के लिये मजबूर होना पड़ता है। उदाहरण के तौर पर जुलाई 2014 से मई 2018 के बीच इस तरह की योजनाओं में ठगी के 978 मामले सामने आये थे, जिनमें से अकेले 326 पश्चिम बंगाल राज्य से जुड़े थे। स्थिति बदतर होने के बाद पश्चिम बंगाल की सरकार थोड़ी सख्त हुई। गौरतलब है कि पश्चिम बंगाल और उड़ीसा में रोज वैली ने पॉजी योजना के

माध्यम से 60,000 करोड़ रुपये का घोटला किया है, जबकि पश्चिम बंगाल के ही शारदा समूह ने 10 लाखों लोगों को 10,000 करोड़ से अधिक का चूना लगाया है।

देश भर में 10 लाख से भी अधिक गैर पंजीकृत चिटफंड कंपनियां

हालाँकि, देश में कितनी गैर-पंजीकृत चिटफंड कंपनियां सक्रिय हैं, इसका आकलन करना संभव नहीं है, लेकिन ऑल इंडिया एसोसिएशन ऑफ चिट फंड्स के एक अनुमान के मुताबिक 10 लाख से अधिक ऐसी चिटफंड कंपनियाँ देश में सक्रिय हैं। बिजनेस स्टैंडर्ड की 20 जनवरी 2013 के अंक में प्रकाशित एक रिपोर्ट के मुताबिक गैर-पंजीकृत चिटफंड कंपनियों का साइज 30 लाख करोड़ रुपये से अधिक का है, जबकि पंजीकृत चिटफंड कंपनियों का साइज 30,000 करोड़ रुपये का है। कार्पोरेट कार्य मंत्रालय, भारत सरकार के मुताबिक 31 अक्टूबर, 2014 तक भारत में कुल 5,000 चिटफंड कंपनियां पंजीकृत थीं।

क्या है पोंजी योजना

इस योजना का नामकरण इटली के चार्ल्स पोंजी नामक व्यक्ति के नाम पर हुआ था, जिसका पूरा नाम कारलोस जियेन्नों गिवोवानी गुग्लिम्बो टोबाल्डो पोंजी था। पोंजी ने प्रथम विश्वयुद्ध की समाप्ति के बाद यूरोपीय मौद्रिक व विनिमय अव्यवस्था का फायदा उठाते हुए अमेरिका में पोंजी नाम से एक योजना शुरू की। उसने इटली, कनाडा, अमेरिका आदि देशों में निवेश पर अधिक प्रतिफल का लालच देकर लोगों को ठगा। इसके तहत उसने 45 दिनों में प्रत्येक निवेशक को 50 प्रतिशत तक का प्रतिफल देने का लालच दिया। कालांतर में पोंजी ने “द सिक्युरिटीज एक्सचेंज” नाम से एक कंपनी बनाई, जिसमें निवेश के लिये लोगों की भारी भीड़ उमड़ी और हजारों

निवेशकों ने उसमें पैसा लगाया। बाद में निवेशकों का पैसा डूब गया। इस योजना के ज्यादा कुख्यात होने पर वर्ष 1964 में आक्सफोर्ड इंग्लिश डिक्शनरी को डिक्शनरी में इस शब्द को शामिल करना पड़ा।

ठगी का तरीका

पोंजी योजना के तहत निवेश पर आकर्षक प्रतिफल का लालच देकर लोगों को ठगा जाता है। जमा योजनाओं द्वारा ठगी को अंजाम देने के लिये कंपनियाँ सतर्कता से काम करती हैं। इसके लिये सबसे पहले वैसे स्थानीय व्यक्ति का चयन किया जाता है, जो लंबे समय से बेरोजगार होता है, लेकिन इलाके में उसकी छवि अच्छी होती है।

आमतौर पर 85 प्रतिशत लोग भरोसे या पहचान के होने के कारण इस तरह की योजनाओं में निवेश करते हैं। परिवार के किसी सदस्य के आग्रह पर भी ऐसी योजनाओं में निवेश करने के मामले देखे जाते हैं। अमूमन ऐसी जमा योजनाओं का प्रचार-प्रसार नामचीन लोग करते हैं, जिससे आम लोगों का भरोसा योजना पर अटूट होता है। शुरुआत में निवेशकों को निवेश पर अच्छा प्रतिफल दिया जाता है। जब लोगों को कंपनी पर पूरा भरोसा हो जाता है तो कंपनियाँ अपना कारोबार समेटकर रफूचक्कर हो जाती हैं।

आमतौर पर छोटे एवं मझौले किसान और मजदूर ऐसी योजनाओं के झांसे में आ जाते हैं। आंध्र प्रदेश, तमिलनाडु, महाराष्ट्र, गोवा, उत्तराखंड एवं पंजाब के किसानों ने एमु फार्मिंग के नाम पर बड़ी संख्या में अपनी पूँजी से हाथ धोया है। पूर्वोत्तर के कुछ राज्यों में बकरी पालन योजना के नाम पर ठगी की गई है। हॉली डे रिसॉर्ट और चाय बागान का स्वामित्व दिलाने के नाम पर भी ठगी की जा रही है। निवेशकों को फँसाने के लिये मुफ्त विदेश यात्राओं का भी प्रलोभन दिया जाता है।

पहचान कैसे करें पॉजी योजनाओं की

पॉजी योजना की पहचान करना आसान नहीं है, क्योंकि इसकी कोई निश्चित रूप-रेखा नहीं होती है। हालाँकि, ऐसी निवेश योजनाओं में सतर्कता और विवेक का इस्तेमाल करने से ठगी से बचा जा सकता है। यदि कोई योजना अधिक प्रतिफल देने का लालच दे रही है तो निवेश से पहले सतर्कता बरतने की जरूरत है। अगर कोई कंपनी किसी योजना को सरकारी नियमों के तहत संचालित किये जाने का दावा बार-बार कर रही है तो उसमें फर्जीवाड़े की गुंजाइश हो सकती है। यदि किसी योजना का ज्यादा प्रचार-प्रसार किया जा रहा है या फिर उसमें 15 प्रतिशत से अधिक प्रतिफल देने का दावा किया जा रहा है तो वह फर्जी हो सकती है। ऐसी स्थिति में पूरी जांच-पड़ताल के बाद ही निवेश करना चाहिए।

निवेशक भी दोषी

चिटफंड या पॉजी योजना चलाने वाली कंपनियों में पैसा जमा कराना कानूनन गलत है। प्राइज चिट्स एंड मनी सकुलेशन स्कीम बैनिंग एक्ट 1978 के सेक्शन 3 में यह प्रावधान किया गया है। इसके अंतर्गत मनी सकुलेशन या चिटफंड कंपनियों का सदस्य बनना अपराध है।

इसलिए लोगों को चाहिए कि वे ऐसी कंपनियों से दूर रहें, क्योंकि यदि किसी ने ऐसी कंपनी का फॉर्म भरा है तो पुलिस उसे मुजरिम मान सकती है। पैसा लगाने वालों के लिये भी उतनी ही सजा का प्रावधान है, जितना कंपनी चलाने वालों

के लिये।

अधिकांश पुलिसवालों को कानून की जानकारी नहीं

निवेशकों को ठगी का शिकार बना रही चिटफंड और पॉजी योजना चलाने वाली कंपनियों के खिलाफ प्राइज चिट्स एंड मनी सकुलेशन स्कीम बैनिंग एक्ट 1978 के तहत कार्रवाई किये जाने का प्रावधान है। अगर इस एक्ट के तहत चिटफंड कंपनियों के खिलाफ कार्रवाई की जायेगी तो उनके कानून के शिकंजे से बचने की संभावना कम होगी, लेकिन अधिकांश पुलिसवाले जानकारी के अभाव में ऐसा नहीं करते हैं।

निष्कर्ष

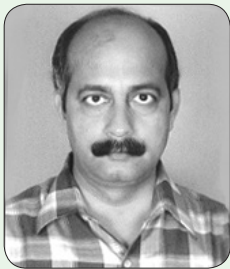
मौजूदा समय में चिटफंड कंपनियां, पॉजी योजनाओं एवं अन्य अनियमित योजनाओं के द्वारा लोगों को ठगा जा रहा है। कॉरपोरेट गवर्नेंस की कमियों और नियामकीय चूकों का फायदा उठाकर ऐसी कंपनियां फर्जीवाड़े को अंजाम दे रही हैं। जमीन, सोना, बकरी पालन आदि में निवेश जैसी फर्जी योजनाओं के माध्यम से घोटालेबाज लोगों को बेवकूफ बनाने का काम कर रहे हैं। सच कहा जाये तो यह डरा-धमकाकर नहीं, वरन सपने दिखाकर लूटने का कारोबार है। खैर, देर से ही सही, लेकिन सरकार ने अनियमित जमा योजनाओं, पॉजी और चिटफंड योजनाओं पर लगाम लगाने के लिये 21 फरवरी, 2019 को एक अध्यादेश को अमली जामा पहनाया है। माना जा रहा है कि इसके कड़े प्रावधानों की वजह से लाखों लोग ठगे जाने से बच सकेंगे। ■

बैंकिंग कारोबार की विशिष्टताएँ : विपणन रणनीति के संदर्भ में

● विजय प्रकाश श्रीवास्तव

दुनिया में विविध प्रकार के कारोबार हैं। इनमें समानताएँ भी हैं और विभिन्नताएँ भी। करीब से देखें तो पाएंगे कि प्रत्येक कारोबार की अपनी विशिष्टताएँ हुआ करती हैं। अन्य बातों के साथ, इन विशिष्टताओं से भी यह निर्धारित होता है कि उत्पाद अथवा सेवा की मांग कैसी रहेगी, ग्राहक इसके प्रति क्या दृष्टिकोण रखेंगे तथा बाजार की प्रवृत्तियों के अनुसार इसमें क्या बदलाव लाए जा सकेंगे। इन विशिष्टताओं को पहचान कर ही विपणन हेतु प्रभावी नीतियाँ तैयार की जा सकती हैं। कारोबार की सफलता में इन नीतियों का कितना योगदान होता है, हम इससे भलीभांति परिचित हैं।

वर्तमान समय उदारीकरण एवं उपभोक्तावाद का है। अब व्यापार के गिने-चुने क्षेत्रों में ही एकाधिकार, जिसे हम मोनोपोली कहते हैं, देखने को मिलता है। ऐसे कुछ क्षेत्र छोड़ दें तो बाकी हर जगह उत्पादों एवं सेवाओं की बहुतायत है



संकाय सदस्य (सेवानिवृत्त)
बैंक ऑफ इंडिया
मुंबई

जिससे प्रतियोगिता का स्वरूप अत्यधिक व्यापक हो चुका है। यह प्रतियोगिता की ही देन है कि ग्राहकों के सामने विकल्पों की कमी नहीं है। ऐसे माहौल में बाजार में अपनी हिस्सेदारी बनाए रखना और फिर इसे बढ़ाना निहायत ही चुनौती भरा होता है। इस चुनौती का सामना करने में मदद विपणन अर्थात् मार्केटिंग से ही मिल सकती है। प्रबंधन गुरु पीटर ड्रुकर विपणन को व्यापार के मूल उद्देश्यों में मानते हैं।

विपणन नीतियाँ कारोबार की प्रकृति एवं विशिष्टताओं को ध्यान में रख कर निर्धारित की जानी चाहिए। कारोबार की प्रकृति को देखते हुए, इसके लिए बाजार कैसा है, का ध्यान रखना भी जरूरी है। जिस प्रकार से भौतिक वस्तुओं को बेचा जा सकता है, जरूरी नहीं कि उसी प्रकार से सेवाओं की भी बिक्री की जा सके। यही कारण है कि सेवाओं के विपणन के लिए हमें अलग से पुस्तकें देखने को मिलती हैं। विपणन के कुछ सामान्य सिद्धान्त सभी प्रकार के व्यापार में लागू हो सकते हैं। परंतु व्यापक विपणन नीतियाँ कारोबार विशेष एवं इससे जुड़े विभिन्न पक्षों को ध्यान में रख कर ही तय की जानी चाहिए। कारोबार की सफलता अन्य बातों के साथ, इससे भी तय होगी।

एक देश की अर्थव्यवस्था में बैंकों का जो महत्व है उससे हम भली-भांति परिचित हैं। साथ ही जनता के सभी वर्गों के लिए भी बैंक सेवाओं की उपयोगिता कम नहीं है। बैंकों का

जुड़ाव जनता के प्रत्येक वर्ग के साथ है। इनमें किसान, मजदूर, वेतनभोगी, पेशेवर लोग, व्यवसायी, उद्योगपति आदि सभी शामिल हैं। किसी अन्य सेवा उद्योग की व्यापकता बैंकिंग जैसी नहीं है। इसके साथ बैंकिंग व्यवसाय के साथ कुछ ऐसे पहलू जुड़े हैं जो इसे अन्य व्यवसायों से अलग करते हैं। इन्हें समझ कर बैंकिंग के लिए उपयुक्त विपणन नीतियाँ तय की जा सकती हैं।

अनिवार्यता : विकसित देशों की तुलना में भारत में बैंकिंग सुविधाओं का विस्तार कम है। जन-धन योजना के कार्यान्वयन से पूर्व देश की करीब आधी आबादी का अपना बैंक खाता नहीं था। अब बैंक खाता रखना अनिवार्यता बनती जा रही है। नवंबर 2016 में केंद्र सरकार द्वारा 500 व 1000 रुपए के पुराने नोटों को चलन से बाहर करने की घोषणा के पीछे यही उद्देश्य था कि लोग बैंक खातों के जरिए ही लेन-देन करने का रास्ता अपनाएं। एक बड़े वर्ग के लिए बैंक खाते की अनिवार्यता पहले से बनी हुई है। औपचारिक क्षेत्र में नियोजक अपने कर्मचारियों को वेतन एवं अन्य अधिलाभों का भुगतान बैंक खातों के जरिए ही करते हैं। सरकारी योजनाओं जैसे नरेगा आदि में भी हितार्थी को देय राशि खाते में ही जमा की जाती है। इस प्रकार बैंकिंग सुविधाओं को अपनाना अब एक प्रकार से सभी के लिए अनिवार्य है।

समानता/एकरूपता: बैंकिंग में सेवाओं/उत्पादों की समानता भी इसका एक अद्वितीय पहलू है। सभी वाणिज्यिक बैंकों के पास कमोबेश एक ही प्रकार के उत्पाद या सेवाएँ हैं जैसे बचत खाता, चालू खाता, मीयादी जमा खाता, आवास ऋण खाता, वाहन ऋण खाता, शैक्षणिक ऋण खाता, नकद उधार खाता वगैरह। अगर इन पर ब्याज दरों/ सेवा प्रभारों की तुलना करें तो

इनके बीच भी ज्यादा अंतर देखने को नहीं मिलेगा। विविधता या अंतर का यह अभाव विपणन के रास्ते में चुनौतियाँ खड़ा करता है। अगर एक बैंक के पास बगल के बैंक जैसे ही उत्पाद हैं तो वह ग्राहकों को किस प्रकार आकर्षित करे, यह एक गंभीर प्रश्न है। ज्यादातर मामलों में बैंक ग्राहक सेवा को ही विपणन में विभेदक (डिफरेंशिएटर) तत्व मानते हैं।

विगत कुछ वर्षों में कई बैंकों ने अपनी सरल योजनाओं में कतिपय फीचर (बीमा सुरक्षा आदि), रियायतें (धनप्रेषण, सेवा प्रभारों में छूट) व निःशुल्क सेवाएँ (क्रेडिट कार्ड आदि) जोड़ कर इन्हें तुलनात्मक रूप से आकर्षक बनाने की कोशिश की है। आगे इस तरह के प्रयोग ज्यादा देखने को मिल सकते हैं।

निरंतरता : ग्राहक से लंबे समय तक जुड़े रहने के जितने अवसर बैंकों को उपलब्ध हैं, उतने शायद ही और व्यापारिक संगठनों को। इसके कई उदाहरण दिए जा सकते हैं। ग्राहक बैंक में एक बचत खाता खोलता है जो अधिकांश मामलों में 20-25 वर्षों या इससे भी लंबी अवधि के लिए संचालित किया जाता है। वैकल्पिक वितरण चैनलों की उपलब्धता के बावजूद ग्राहक का बैंक शाखा में आना-जाना लगा रहता है। दीर्घावधि के इस रिश्ते के दौरान बैंक ग्राहक को अपने अन्य उत्पाद बेच सकता है तथा ग्राहक की जान पहचान के और लोगों तक पहुँच सकता है। इसे कस्टमर लाइफ टाइम वैल्यू के साथ जोड़ कर देखा जाना चाहिए। हजार रुपए से एक बचत खाता खोलने वाले युवा ग्राहक को सिर्फ इसी मूल्य का ग्राहक नहीं समझा जाना चाहिए। जोर इस बात पर होना चाहिए कि ग्राहक से उत्कृष्ट संबंध बनाकर रखते हुए आगे चल कर उससे या उसके जरिए कितना और व्यवसाय हासिल किया जा सकता है। बैंक के लिए यही ग्राहक की लाइफ टाइम वैल्यू

होगी। बैंक में कार्यरत लोगों ने ऐसे बहुसंख्यक मामले देखे होंगे जिनमें ग्राहक और बैंक के बीच सम्बन्धों की शुरुआत सिर्फ एक बचत या किसी अन्य खाते के साथ हुई और आगे चल कर ग्राहक ने मीयादी जमा खाता खोला, बैंक की ऋण योजनाओं में शामिल हुआ तथा और कई लोगों के खाते खुलवाए। यह दर्शाता है कि बैंकों के पास अपनी सेवाओं के विपणन के कितने अधिक अवसर उपलब्ध हैं। आजीवन एक ही बैंक का ग्राहक बने रहने वालों की संख्या कम नहीं है हांलाकि बढ़ती प्रतियोगिता के कारण अब ग्राहकों के एक बैंक से दूसरे बैंक में चले जाने की संभावना बढ़ती जा रही है। निरंतरता का एक और पहलू भी है। दुकानें और कारखाने जरूरी नहीं कि लंबे समय के लिए स्थापित किए जाएं। घाटा उठाने अथवा किसी अन्य कारण से उनका बंद होना आश्चर्य का विषय नहीं होता। लेकिन किसी बैंक पर हमेशा के लिए ताला लगे तो यह बड़ी घटना मानी जाती है। आज भारत सहित दुनिया के कई देशों में ऐसे बैंक हैं जो 100 से भी अधिक वर्षों से अस्तित्व में हैं। बैंक स्थायी ढांचे के रूप में स्थापित किए जाते हैं और इस प्रकार उनका स्थायित्व अर्थात् सस्टेनिबिलिटी उन्हें एक विशिष्ट श्रेणी में खड़ा करता है तथा ग्राहकों का विश्वास जीतने का एक महत्वपूर्ण आधार भी है।

प्रामाणिकता : बैंकों को अपने उत्पादों को प्रामाणिक बनाने पर विशेष ध्यान देना होता है। बहुत सारे भौतिक उत्पाद ऐसे हैं जिनके निर्माताओं द्वारा बड़े-बड़े दावे किए जाते हैं पर जिनकी प्रामाणिकता स्थापित नहीं होती। विज्ञापनों व प्रचार के जरिए ये उत्पादन बेचे जाते हैं पर इनमें लोगों का भरोसा मजबूत नहीं होता। तुलनात्मक रूप से बैंक योजनाओं में काफी स्पष्टता एवं पारदर्शिता होती है। उदाहरण के लिए ब्याज दरों, प्रक्रिया

शुल्क एवं अन्य प्रभारों को पहले से निर्धारित किया गया होता है। ग्राहकों के संदर्भ हेतु ये विवरण लिखित रूप में व बैंकों की वेबसाइट पर दिए गए होते हैं। दरों में बदलाव की सूचना भी नियमानुसार उपलब्ध कराई जाती है। सेवा प्रभार परिभाषित हैं तथा कंप्यूटर आधारित प्रणाली प्रायः इसकी गणना स्वतः ही कर लेती है। इन मामलों में कहीं भी बैंक से किसी प्रकार की गलती होती है तो बैंक इसका सुधार कर ग्राहक को वाजिब रकम वापस कर देते हैं। इन सब बातों से ग्राहक के मन में भरोसा रहता है और विपणन की राह आसान हो जाती है। भारतीय रिजर्व बैंक, बैंकिंग कोड एवं मानक बोर्ड (बी सी एस बी आई) जैसे संगठन यह सुनिश्चित करते हैं कि बैंक उत्पादों की प्रामाणिकता बनी रहे एवं व्यवसाय बढ़ाने के लिए उनके द्वारा ग्राहकों को झूठे वादे न किए जायें।

अल्प मार्जिन : बैंकिंग एक ऐसा कारोबार है जिसमें अधिकांश अन्य कारोबारों की तुलना में लाभ का मार्जिन अत्यल्प है। बाजार से खरीदी जाने वाली बहुत सारी वस्तुओं के लिए हमें लागत मूल्य से कई गुना कीमत चुकानी होती है। नामी ब्रांड के साबुन, शैम्पू, टूथपेस्ट आदि को लें। अधिकांश मामलों में ये लागत मूल्य की अपेक्षा 7-8 गुना मूल्य पर बेचे जाते हैं। बीमा भी बैंकिंग की भांति सेवा उद्योग है जो जोखिम सुरक्षा से लाभ कमाने का जरिया है। इस कारोबार में भी कारोबार के मॉडल के हिसाब से लाभ कमाने के अधिक अवसर होते हैं। एयरलाइन्स अपनी सीटों की अलग-अलग कीमतें वसूल करती हैं। यात्रा की तिथि या समय के आस-पास टिकटों की कीमत शुरुआती कीमतों से बहुत ज्यादा होती है। त्योहारों व छुट्टियों में टिकटों की ज्यादा मांग होने पर यात्रियों को अधिक मूल्य चुकाना होता है। ऐसे अवसर बैंकिंग में नहीं के बराबर हैं।

इसमें पूर्व वर्णित उदाहरणों की भांति भेदभाव नहीं किया जाता। मार्जिन की अल्पता आगे के उदाहरण से समझी जा सकती है। सावधि जमा पर यदि बैंक 6-7 प्रतिशत का ब्याज दे रहे हैं तो खुदरा ऋणों पर 9 से 12 प्रतिशत का ब्याज वसूल किया जा रहा है। इस प्रकार यहाँ मार्जिन 3-4 प्रतिशत से अधिक का नहीं है। बैंकों की आय का मुख्य जरिया जमा पर देय व ऋणों पर प्राप्य ब्याज में अंतर है जिसे बैंकिंग की भाषा में निवल ब्याज (नेट इंटेरेस्ट) मार्जिन कहते हैं। इस अल्प मार्जिन की भरपाई तभी हो सकती है जब बैंक कारोबार का विस्तार करें। कई व्यापारी अल्प मार्जिन पर कारोबार करने को तैयार रहते हैं बशर्ते कि सौदे का आकार बड़ा हो। बैंक भी अगर ज्यादा ऋण प्रदान करें तो कम मार्जिन के बावजूद ज्यादा आय अर्जित कर सकते हैं। हाँ, ऋणों की गुणवत्ता पर ध्यान देना जरूरी है।

निःशुल्क / किफ़ायती सेवा: बैंकों द्वारा उनके ग्राहकों को उपलब्ध कराई जाने वाली बहुत सी सेवाओं के लिए कोई शुल्क नहीं लिया जाता। खासकर सरकारी बैंक अपनी सेवाओं के लिए शुल्क के मामले में काफी उदार हैं। एक सीमा तक चेकों के उपयोग, खाते में जमा किए जाने वाले चेकों की वसूली आदि हेतु ग्राहकों से कोई अतिरिक्त राशि नहीं ली जाती। ड्राफ्ट जारी करने, एनईएफटी / आरटीजीएस से निधियों का अंतरण भी या तो निःशुल्क है या इसके लिए बहुत कम कीमत चुकानी पड़ती है। एटीएम / डेबिट कार्ड भी निःशुल्क जारी किए जा रहे हैं। और तो और क्रेडिट कार्ड भी मुफ्त में देने का चलन बन पड़ा है। दुनिया के शायद ही किसी देश में लोगों को ऐसी अल्प लागत पर बैंकिंग सुविधाओं का लाभ मिलता होगा। बैंकिंग सेवाओं के विपणन के समय इन तथ्यों को ग्राहकों के ध्यान में लाया जा सकता है।

उच्च/विविध जोखिम: बैंकिंग कारोबार में एक तरफ मार्जिन कम है तो दूसरी तरफ जोखिम ज्यादा है। बैंकिंग के लिए जोखिम के जितने स्वरूप हैं उतने शायद ही किसी अन्य कारोबार के लिए हों। परिचालन जोखिम, बाज़ार जोखिम, ब्याज दर जोखिम, ऋण जोखिम, धोखाधड़ी जोखिम आदि से सभी बैंकर परिचित हैं। परिचालन जोखिम के अंतर्गत मानव संसाधन जोखिम पर बैंक पहले अधिक ध्यान नहीं देते थे, परन्तु आज यह भी बैंकों की चिंताओं में शामिल है। साइबर जोखिम आज नई चुनौतियाँ खड़ी कर रहा है। सबसे गंभीर बात यह है कि सावधानियाँ अपना कर जोखिमों को कम तो किया जा सकता है परंतु इनसे पूरी तरह बचा नहीं जा सकता। आज बैंकों के सामने ऐसे कर्जदारों की लंबी फेहरिस्त है जिन्होंने अपनी जरूरत दिखाकर उनसे ऋण लिया पर इसे चुकाने में आनाकानी कर रहे हैं। इस प्रकार अनुत्पादक आस्तियों के रूप में परिवर्तित हो चुके ऋणों से आज समूचा बैंकिंग उद्योग परेशान है। बैंकिंग में जोखिम की संभावना विपणन के लिए कई चुनौतियाँ खड़ी करती है। इनमें एक है सही ग्राहकों का चुनाव। नए ग्राहक जोड़ना आज बैंकिंग कारोबार की प्राथमिकता है पर यह सुनिश्चित करना जरूरी है कि इनमें ऐसे तत्व न हों जिनका मकसद बैंक को धोखा देना हो। साथ ही ग्राहकों के जमा व ऋण खाते खोलते समय अनुपालन के सभी पक्षों पर पूरा ध्यान देना चाहिए। इनमें अपने ग्राहक को जानें, ऋण स्वीकृति पूर्व एवं पश्चात निरीक्षण, सही दस्तावेज़ लेना आदि शामिल है। साथ ही ग्राहकों के साथ लेन-देन को सुरक्षित बनाने पर ध्यान देना जरूरी है ताकि धोखाधड़ी करने वालों के हाथ कोई ऐसा सूत्र न लगे जिससे बैंक या इसके ग्राहकों को नुकसान पहुंचाया जा सके। सभी बैंकों में जोखिम प्रबंधन की प्रणाली मौजूद है जिसे और भी मजबूत करने की जरूरत है।

ग्राहक सेवा के अतुलनीय मानक : बैंकिंग सेवा उद्योग है और इसलिए इसमें ग्राहक सेवा के महत्व को बखूबी समझा जा सकता है। भारतीय रिज़र्व बैंक देश में बैंकिंग कारोबार का विनियमन करता है और इस विनियमन के तहत ग्राहक सेवा के कड़े प्रतिमान स्थापित किए गए हैं। बैंकों को अपनी सेवाओं में पूरी पारदर्शिता बरतने एवं ग्राहकों की सुविधाओं का पूरा ध्यान रखने को कहा गया है। साथ ही वित्त मंत्रालय एवं रिज़र्व बैंक के निर्देशों पर सभी बड़े व मझोले बैंकों ने ग्राहक शिकायत निवारण प्रणाली स्थापित कर रखी है। वास्तव में देखा जाय तो बैंक ग्राहकों को उनकी संबन्धित शिकायतों के निवारण के लिए जितने मंच उपलब्ध हैं उतने किसी अन्य सेवा या उत्पाद के ग्राहकों को उपलब्ध नहीं हैं। ग्राहक बैंकिंग से संबन्धित अपनी शिकायतें बैंक शाखा, इसके नियंत्रक कार्यालय एवं प्रधान कार्यालय को कर सकते हैं। शिकायत भारतीय रिज़र्व बैंक या इसके द्वारा नियुक्त लोकपाल को की जा सकती है। वित्त मंत्रालय भी इन शिकायतों को स्वीकार करता है। इसके अतिरिक्त उपभोक्ता अदालतों में भी शिकायत दायर की जा सकती है।

ग्राहक शिकायतों के निवारण हेतु उपलब्ध कराया गया यह व्यापक तंत्र बैंकों को सजग करता है कि जहां तक हो सके वे ग्राहकों को शिकायत का कोई अवसर न दें और यदि कोई शिकायत आती है तो उसका प्रारम्भिक स्तर पर समाधान कर दें। शिकायत ऊपर जाने पर इस पर कार्यवाही पूरी करने में ज्यादा समय एवं श्रम लगा करता है। विपणन प्रयासों में भी इस शिकायत निवारण तंत्र की उपलब्धता का लाभ लिया जा सकता है। अगर ग्राहक के मन में यह विश्वास स्थापित किया जा सके कि बैंक उनकी सुविधाओं का पूरा ख्याल रखेगा और कोई शिकायत होने पर इसकी विधिवत सुनवाई के लिए प्रणाली मौजूद है तो ग्राहक बैंक की सेवाएँ लेने के लिए अधिक तत्पर होंगे तथा बैंक के लिए नए ग्राहक जोड़ना आसान होगा।

सार्वजनिक क्षेत्र के बैंकों का व्यापक नेटवर्क है तथा उनके पास ग्राहकों का एक विशाल आधार पहले से मौजूद है। उनकी विश्वसनीयता भी तुलनात्मक रूप से अधिक है। यह सब पहलू इन बैंकों के लिए बैंकिंग सेवाओं के विपणन को अपेक्षाकृत आसान बना देते हैं जिसका इन्हें पूरा लाभ उठाने की जरूरत है। ■

बैंक-ग्राहक संबंध प्रबंधन

● डॉ. प्रशांत रामटेके

बैंकिंग सेवा का लाभ समाज के हर तबके तक पहुंचना चाहिए, इस उद्देश्य को ध्यान में रखते हुए सन् 1969 व सन् 1980 में बैंकों का राष्ट्रीयकरण किया गया। राष्ट्रीयकरण से पूर्व बैंकों के ग्राहक केवल बड़े लोग ही थे और यह सेवा निर्धन एवं ग्रामीण जनता के पहुंच के बाहर थी। निर्धन एवं ग्रामीण जनता महाजनों व साहूकारों के चंगुल में फंसी हुई थी। भारतीय भूभाग के सभी लोगों को बैंकिंग के दायरे में लाने के लिए ही बैंकों का राष्ट्रीयकरण किया गया और सफलता के नतीजे हमारे सामने हैं।

भारतीय रिज़र्व बैंक द्वारा वित्तीय समावेशन पर जोर दिया जा रहा है और इस संबंध में सभी वाणिज्यिक बैंकों को यथोचित दिशानिर्देश जारी किए गए हैं। नो फ्रिल खाते खोलकर सभी को बैंकिंग की सेवा मुहैया करवानी है। भारतीय रिज़र्व बैंक के दिशानिर्देशों के अनुसार बैंकों को नये लाइसेंस जारी करते समय यह शर्त रखी गयी है कि ग्रामीण क्षेत्र में आवश्यक अनुपात में उनके द्वारा शाखाएं खोली जाएं। बैंकरहित क्षेत्र को बैंकयुक्त क्षेत्र में परिवर्तित करना है।



प्रबंधक, भारतीय रिज़र्व बैंक
नागपुर क्षेत्रीय कार्यालय

राष्ट्रीयकरण से पूर्व और उसके पश्चात के माहौल में तेजी से परिवर्तन आये हैं। इस परिप्रेक्ष्य में ग्राहक संबंध प्रबंधन महत्वपूर्ण हो जाता है।

ग्राहकों और बैंकों के बीच वार्तालाप प्रक्रिया में सुधार लाने हेतु ग्राहक संबंध प्रबंधन तकनीक का इस्तेमाल किया जाता है। अधिक विशेषीकृत सेवाएं प्रदान करके ग्राहकों को लुभाने एवं आकर्षित करने के लिए बैंकों के बीच प्रतिस्पर्धा बढ़ी हुई है। ग्राहक संबंध प्रबंधन एक व्यापक दृष्टिकोण है जो ग्राहकों के हर पहलू को छूता है। ग्राहक संबंध प्रबंधन से ग्राहकों के साथ आपसी लाभदायक संबंधों का निर्माण होता है।

आज की सूचना क्रांति के दौर में एक ऐसे ग्राहक वर्ग का उदय हुआ है जो विशेषीकृत रूप से त्वरित सेवा चाहता है। ग्राहक संबंध प्रबंधन कोई नई संकल्पना नहीं है। यह पहले से ही अस्तित्व में है। लेकिन हाल के दिनों में इसका महत्व बढ़ गया है।

ग्राहक संबंध प्रबंधन किसी भी व्यवसाय के लाभदायक हित के लिए आवश्यक है एवं इसमें समय के अनुसार यथोचित परिवर्तन होते हैं। संपूर्ण जगत में वैश्वीकरण के कारण ग्राहक संबंध प्रबंधन में नई दिशा प्राप्त हुई है। ग्राहक संबंध प्रबंधन एक सतत प्रक्रिया है।

भारतीय उद्योग परिसंघ द्वारा हाल ही में आयोजित सर्वे के अनुसार बढ़ते आस्ति गुणवत्ता दबाव एवं कड़ी विनियामक अपेक्षाओं के फलस्वरूप बैंकों की लाभप्रदता में कमी आ सकती है। इस परिप्रेक्ष्य में ग्राहक संबंध प्रबंधन महत्वपूर्ण हो जाता है।

परिभाषा

“ग्राहक संबंध प्रबंधन लाभप्रदता, राजस्व, प्रतिधारण तथा ग्राहक संतुष्टि में अनुकूल वृद्धि के लिए व्यवसाय रणनीति के रूप में निर्मित है। ग्राहक संबंध प्रबंधन संव्यवहारों से ज्यादा संबंधों पर केंद्रित है।”- एडवर्ड डी.जॉन

“लाभ बढ़ाने एवं ग्राहक निष्ठा के निर्माण के लिए ग्राहक संबंध प्रबंधन, व्यवहार प्रक्रिया तथा ग्राहक रणनीति को एक सूत्र में बांधता है।”- रिग्बी रिचलड व शेफ्टर

ग्राहक संबंध प्रबंधन का उद्देश्य

- क) सर्वोत्तम ग्राहकों की पहचान करके गुणवत्तायुक्त विक्रय का निर्माण तथा स्पष्ट लक्ष्य एवं उद्देश्य के साथ विपणन अभियान का कार्यान्वयन
- ख) ग्राहकों के साथ वैयक्तिक संबंध स्थापित करना एवं अत्यंत लाभदायक ग्राहकों को उच्च स्तरीय ग्राहक सेवा प्रदान करना
- ग) ग्राहकों की आवश्यकता के बारे में कर्मचारियों को जानकारी प्रदान करना तथा बैंक एवं ग्राहकों के बीच संबंध स्थापित करना
- घ) ग्राहक अपकर्षण को रोकना एवं उनके साथ दीर्घकालीन संबंध बनाए रखना

ग्राहक संबंध प्रबंधन

बैंकिंग प्रौद्योगिकी

निजी और विदेशी बैंकों ने नई प्रौद्योगिकी एवं तकनीक को अपनाया है। आज राष्ट्रीय स्तर पर परिचालित होनेवाले अधिकांश बैंकों द्वारा ग्राहक संबंध प्रबंधन के लिए कम्प्यूटर सॉफ्टवेयर सीआरएम का इस्तेमाल किया जा रहा है जिसमें ग्राहकों से जुड़ी समस्त सूचनाएं एकत्र रहती हैं और बैंक ग्राहक के साथ संबंधों को मधुर बनाने के लिए उनके जन्मदिवस, विवाह, त्यौहार आदि दिनों पर बधाई कार्ड, एसएमएस, ई-मेल

इत्यादि द्वारा ग्राहक संबंध को मजबूत बनाने का प्रयास करते हैं।

बैंक सेवाओं की उपलब्धता

ग्राहकों की सामाजिक व आर्थिक पृष्ठभूमि को ध्यान में रखते हुए सहज, सुलभ व प्रतिस्पर्धात्मक दरों पर बैंक सेवाओं की उपलब्धता आज समय की मांग है। भारतीय मध्यम वर्ग की प्रवृत्ति में बदलाव आए हैं। उनमें व्याप्त बदलाव के अनुसार बैंक की सेवा एवं उत्पादों में भी बदलाव आवश्यक है।

सक्रिय ग्राहक व्यवसाय विकास

वर्तमान परिप्रेक्ष्य में कोई भी व्यवसाय उनके पास ग्राहक पधारने की राह नहीं देख सकता। इस प्रतिस्पर्धा के माहौल में उन्हें ही ग्राहकों को अपनी ओर आकर्षित करना है और इस दिशा में सही पहल करनी है।

ग्राहकों के साथ संबंध स्थापित करना

संतुष्ट ग्राहक अपने साथ नये ग्राहक जोड़ता है। प्रति-विक्रय (क्रास सेलिंग) एवं उपरि बिक्री (अपसेलिंग) की सतत प्रक्रिया के कारण व्यवसाय के आकार में वृद्धि होती है। उत्कृष्ट ग्राहक संबंध प्रबंधन की बुनियाद बैंक राजस्व, लाभप्रदता एवं ग्राहक संतुष्टि के बीच संतुलन स्थापित करता है। सभी ग्राहकों के साथ विशेषतः महत्वपूर्ण ग्राहकों के साथ मधुर संबंध होने चाहिए।

ग्राहक संबंध प्रबंधन की आवश्यकता

परिवर्तन संसार का नियम है। इसमें कोई भी संगठन अपवाद नहीं है। ग्राहकों की इच्छा, अभिलाषा एवं अपेक्षाएं दिनों दिन बदलती जाती हैं। अतः यह किसी भी व्यवसाय के लिए आवश्यक है कि वे बाजार में होने वाले परिवर्तनों को अपनाएं। किसी भी बैंकिंग संगठन के लिए ग्राहक एक जीवन रेखा है। ग्राहक प्रतिधारण लागत से ग्राहक सृजन लागत ज्यादा है। अतः बैंकिंग संगठन के लिए यह आवश्यक है कि वे ग्राहकों को बनाए रखें।

ग्राहक संबंध स्थापित करना काउंटर पर कार्य करनेवाले कर्मचारियों का ही नहीं बल्कि सभी का दायित्व है। वर्तमान परिप्रेक्ष्य में ग्राहकों की अपेक्षाओं में आमूलचूल परिवर्तन हुआ है।

सूचना तकनीक के आगमन से ग्राहकों की अपेक्षाओं और चाहत में वृद्धि हुई है। वे केवल पारंपारिक उत्पादों से ही संतुष्ट नहीं हैं। उनमें नवोन्मेषी उत्पादों की चाह है।

उदारीकरण, वैश्वीकरण एवं निजीकरण के प्रभाव से प्रतिस्पर्धा का माहौल निर्माण हुआ है और इस वजह से बाजार का स्वरूप भी बदल गया है। विक्रेता, बाजार का क्रेता, बाजार में परिवर्तन हुआ है।

ग्राहक संबंध का समुचित प्रबंधन न सिर्फ बैंक की व्यावसायिक लाभप्रदता के लिए जरूरी है वरन आज के प्रतिस्पर्धी युग में बैंक के अस्तित्व के लिए भी अपरिहार्य बन चुका है। इसमें बाजार विश्लेषण, नियोजन एवं नियंत्रण आवश्यक हो गया है।

ग्राहक संबंध प्रबंधन प्रभावी बनाने के उपाय

यथार्थवादी लक्ष्य तय करना

ग्राहक संबंध प्रबंधन को किसी संगठन पर बलपूर्वक नहीं लादा जा सकता। इसके लिए सही योजना व धीरज की आवश्यकता होती है। इसके सफल कार्यान्वयन के लिए सुनियोजित चरणबद्ध कार्यक्रम की आवश्यकता होती है। तत्पश्चात्, इस पर निरंतर निगरानी भी रखनी चाहिए।

वरिष्ठ प्रबंधन स्तर की सहायता प्राप्त करना एवं बनाए रखना

किसी भी संगठन में वरिष्ठ प्रबंधन स्तर की सहायता के बिना ग्राहक संबंध प्रबंधन का कार्यान्वयन सफल रूप से नहीं किया जा सकता। ग्राहक संबंध प्रबंधन का प्रारंभ कुछ हद तक जटिल है, किन्तु इसके लाभ अत्याधिक हैं।

कार्य प्रक्रिया का विश्लेषण

व्यावसायिक सेवा संगठन में सीआरएम समाधान की स्थापना से पूरे संगठन की प्रक्रिया एवं कार्यविधि के मूल्यांकन के लिए अच्छे अवसर प्राप्त होते हैं। सीआरएम समाधान में स्थानांतरित होनेवाले आंकड़ों की सही तरीके से समीक्षा, विश्लेषण एवं जांच की जानी चाहिए।

बैंकों के लिए ग्राहक संबंध प्रबंधन: सिद्धांत

- क) विपणन प्रबंधन के संदर्भ में विशेष लक्ष्य समूह के लिए विपणन एवं वितरण घटक परिभाषित करना
- ख) अभियान प्रबंधन के संदर्भ में विपणन एवं वितरण परिदृश्य की योजना एवं कार्यान्वयन
- ग) व्यवसाय साझेदार प्रबंधन के संदर्भ में भूमिका एवं संबंधों के साथ ग्राहकों की जानकारी दर्ज करना एवं उसे अद्यतन करना
- घ) उत्पाद प्रबंधन के संदर्भ में उत्पाद एवं प्रति-विक्रय के संबंध में जानकारी प्रदान करना
- च) संविदा प्रबंधन के संदर्भ में संविदाओं का सृजन
- छ) पारस्परिक क्रिया के संदर्भ में भूमिका आधारित प्रक्रिया के साथ कर्मचारियों को सहायता प्रदान करना
- ज) आंकड़ा (डाटा) प्रबंधन के संदर्भ में ग्राहक उन्मुख सूचना प्रौद्योगिकी की स्थापना

ग्राहक संबंध प्रबंधन के लाभ

- क) ग्राहकों के साथ मधुर संबंधों को बनाए रखता है
- ख) ग्राहक विकर्षण को कम करता है
- ग) संगठन की साख में वृद्धि लाता है

ग्राहक संबंध प्रबंधन की सीमाएं

- क) यह काफी जटिल प्रक्रिया है
- ख) पारंपरिक वित्तीय सेवाएं व्यवसाय प्रतिमान उत्पाद केंद्रित हैं, न कि ग्राहक केंद्रित

- ग) ग्राहक संबंध प्रबंधन में अधिक लागत की आवश्यकता होती है
- घ) परिवर्तन के लिए विरोध
- च) अनुपयुक्त ग्राहक संबंध प्रबंधन उपाय सेवा प्रदाता का चयन

यद्यपि, ग्राहक संबंध प्रबंधन की कुछ सीमाएं हैं, किन्तु समग्र रूप से अवलोकन करने पर हम पाते हैं कि इसके लाभ असिमित है।

ग्राहक के दृष्टिकोण में परिवर्तन

सूचना प्रौद्योगिकी के आगमन, मीडिया क्रांति एवं खुली अर्थव्यवस्था के कारण ग्राहकों के विकल्प एवं जागरूकता के स्तर में अभूतपूर्व वृद्धि हुई है। 25 वर्ष पूर्व पीटर ड्रकर ने कहा है कि व्यवसाय का उद्देश्य ग्राहकों को आकर्षित करना एवं बनाए रखना है। भारत के संदर्भ में पिछले 25 वर्ष में ग्राहकों के प्रति आमूलचूल परिवर्तन हुए हैं। आज सभी बैंकों के लिए यह प्रश्न पैदा हुआ है कि इस प्रतिस्पर्धा के माहौल में किस तरह से ग्राहक सेवा प्रदान की जाए। यह देखा गया है कि लगभग सभी बैंकों के उत्पाद समान हैं किन्तु इसमें निर्णायक घटक है- सेवा। टॉम पीटर्स ने इस बात पर जोर दिया है कि सभी को ग्राहकों को सुनना चाहिए और ग्राहकों की अपेक्षा के अनुसार कार्य करना चाहिए।

ग्राहक संबंध प्रबंधन के उपाय

सीआरएम का लक्ष्य नये ग्राहक बनाना, प्रति ग्राहक बिक्री बढ़ाना, लागत कम करना, ग्राहक संबंध एवं निष्ठा में वृद्धि करना है। सीआरएम में 10 प्रतिशत रणनीति और 90 प्रतिशत कार्रवाई है। ग्राहक संबंध प्रबंधन एवं ग्राहक संबंध विपणन संकल्पनाएं बैंकिंग क्षेत्र में बहुत प्रासंगिक हो गई हैं। ग्राहक संबंधों का लाभपूर्ण विपणन किया जा सकता है। क्रॉस सेलिंग

इसका सर्वाधिक उपयुक्त उदाहरण है।

बैंक शाखाओं के बढ़ते स्वचालन जैसे मोबाइल बैंकिंग, वर्चुअल बैंकिंग, इंटरनेट बैंकिंग से संबंधित प्रौद्योगिकी प्रबंधन परिवर्तित हुए हैं। सीआरएम सॉफ्टवेयर में सारी जानकारी जमा की जाती है। सॉफ्टवेयर में विभिन्न कार्मिकों द्वारा बिक्री, विपणन, ग्राहक शिकायत, प्रशिक्षण, व्यावसायिक विकास, मानव संसाधन प्रबंध, निष्पादकता मूल्यांकन इत्यादि से जुड़े तथ्य सूचनाएं एवं जानकारी निरंतर डाली जाती है। इस प्रकार प्राप्त सूचना के आधार पर बैंक बेहतर तरीके से ग्राहकों को लक्षित विपणन प्रणाली तैयार कर सकते हैं और अपने ग्राहकों को अच्छी सेवाएं प्रदान कर सकते हैं। ग्राहक संबंध बैंकों के कुशल प्रबंधन एवं सफल संचालन का मानदंड है जिसके लिए निम्नलिखित उपाय किए जा सकते हैं:

संरचना में परिवर्तन

कार्मिकों में नौकरशाही के स्थान पर ग्राहक सेवा उन्मुखी प्रवृत्ति विकसित करनी चाहिए एवं हमेशा मुस्कान एवं आदरभाव के साथ ग्राहकों को सेवा प्रदान करना चाहिए।

आंतरिक सुधार

बैंकों का आंतरिक रखरखाव साफ-सुथरा होना चाहिए। यह भावना विकसित होनी चाहिए कि साफ-सफाई को कार्यालय के रूप में नहीं बल्कि अपने घर के रूप में समझें। हमारा अधिकतम समय कार्यालय में ही व्यतीत होता है। कार्यालय ही हमारे लिए एक दूसरे घर के समान है। विद्यमान लालफीताशाही, नौकरशाही एवं संव्यवहार में होनेवाले विलंब को दूर किया जाना आवश्यक है।

कर्मचारी प्रशिक्षण

अक्सर ग्राहकों को एक बोझ के रूप में देखा जाता है। इस रवैये में बदलाव लाने के लिए कर्मचारियों को यथोचित प्रशिक्षण प्रदान करने की आवश्यकता है।

तकनीकी विकास

आज के दौर की बैंकिंग में केंद्रीयकृत नेटवर्किंग प्रचालन, कोर बैंकिंग सोल्यूशन तथा चौबीस घंटे सेवाप्रदाता प्रणालियों का समावेशन है, जो कम से कम मानवीय हस्तक्षेप से बेहतर ग्राहक संबंध बनाए रखने में सहायक है। किन्तु मानवीय व्यवहार एवं संबंधों की जगह मशीनी संबंध हासिल नहीं कर सकते। तथापि, बैंकिंग प्रौद्योगिकी जैसे एटीएम, टेलीफोन बैंकिंग, इमेज प्रोसेसिंग, इलेक्ट्रॉनिक डाटा इंटरचेंज, ईसीएस इत्यादि द्वारा ग्राहक संबंधों का आधार रखा जा सकता है और इसे मानवीय संबंधों द्वारा मजबूती दी जा सकती है।

ग्राहक संबंध के बारे में विनियामक प्रावधान

भारत में बैंकों के ग्राहकों को उत्कृष्ट स्तर की सेवा प्राप्त हो, इसके लिए सरकार, भारतीय रिज़र्व बैंक, भारतीय बैंक संघ, बैंकिंग लोकपाल, उपभोक्ता अदालत आदि की एक व्यापक नियंत्रणात्मक एवं पर्यवेक्षकीय संरचना विद्यमान है। ग्राहक को अपने बैंक संबंधी प्रचालनों से हुई किसी भी असुविधा से उसकी सुरक्षा एवं उसकी शिकायत के निवारणार्थ उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम 1986, बैंकिंग लोकपाल योजना 2006 तथा सूचना का अधिकार अधिनियम 2005 आदि कानूनों का आधार प्राप्त है।

विपणन नीति

नैतिकता एवं मूल्यों पर आधारित समग्र विपणन नीति का निर्माण करके उसके सफल कार्यान्वयन के लिए प्रयास किए जाने चाहिए। विक्रय केवल एक ही संव्यवहार में समाप्त नहीं होता है, बल्कि यह संव्यवहारों की एक श्रृंखला है जो ग्राहकों के साथ दीर्घकालीन संबंधों का मार्ग प्रशस्त करता है। इससे नतीजा यही निकलता है कि बैंकर किसी उत्पाद एवं सेवा का विक्रेता नहीं है बल्कि वह उसका समाधान प्रदाता है। जब कोई ग्राहक वित्तीय मामलों में समस्या से ग्रसित है तब वह बैंक में आता है। बैंक का यह कर्तव्य है कि वे उसे अपनी सेवा के

माध्यम से यथोचित समाधान प्रस्तुत करें।

ग्राहक संबंध प्रबंधन में सुधार लाने के लिए बैंकों द्वारा उठाए गए कदम:

मांग एवं आपूर्ति प्रबंधन

ग्राहकों के लाभार्थ ज्यादातर बैंकों ने बहुविध सुपुर्दगी चैनल जैसे एटीएम, टेलीफोन बैंकिंग एवं इंटरनेट बैंकिंग की सेवाएं प्रारंभ की हैं। तथापि, भारत के परिप्रेक्ष्य में पारंपरिक बैंकिंग जैसे शाखा बैंकिंग को पूर्ण रूप से नहीं हटाया जा सकता। भारत के बहुसंख्य लोग ग्रामीण क्षेत्र में निवास करते हैं और वे अधिक संख्या में निरक्षर हैं। कुछ बैंकों द्वारा प्रातः 8 बजे से शाम 8 बजे तक या 24 घंटे तक की भी बैंक सेवा मुहैया कराई जा रही है। बैंक सीआरएम के इस्तेमाल से ग्राहकों का वर्गीकरण भौगोलिक, आर्थिक, सामाजिक इत्यादि आधार पर कर सकते हैं जिसके नीति-निर्धारण में पेंशन, सेवानिवृत्ति, बच्चों की शिक्षा, विवाह आदि एवं कुछ बैंकों द्वारा कामकाजी महिलाओं के लिए विशेष प्रकार के क्रेडिट कार्ड की सुविधा तथा विद्यार्थियों को ध्यान में रखकर शैक्षिक ऋण आदि शामिल हैं।

ग्राहक शिकायतों का प्रबंधन

ग्राहक शिकायतों को बैंकों द्वारा गंभीरता से लिया जा रहा है। कुछ बैंकों द्वारा उनके वरिष्ठ प्रबंध तंत्र अर्थात् अध्यक्ष एवं कार्यपालक निदेशक द्वारा भी इस पर निगरानी रखी जाती है। भारतीय रिज़र्व बैंक द्वारा स्थापित बैंकिंग लोकपाल द्वारा भी इस पर निगरानी रखी जा रही है। भारतीय रिज़र्व बैंक ने भी ग्राहक सेवा की महत्ता को स्वीकार करते हुए एक उपभोक्ता शिक्षण और संरक्षण विभाग की स्थापना की है।

ग्राहक को बनाए रखना

ग्राहक विकर्षण की रोकथाम के लिए खतों को बंद करने संबंधी कारणों का भी पता लगाया जाता है।

उत्पाद एवं सेवाएं

ग्राहकों की बदलती आवश्यकताओं के अनुरूप एवं उनकी विशेष आवश्यकताओं को ध्यान में रखते हुए अधिकतम बैंक अपने खुदरा संविभाग (रिटेल पोर्टफोलियो) पर ध्यान केंद्रित कर रहे हैं। परंपरागत से परे नवोन्मेषी उत्पाद एवं सेवाएं ग्राहकों को प्रदान की जा रही हैं।

आज के ग्राहकों की अपेक्षा

सेवा सुपुर्दगी तंत्र में तकनीकी हस्तक्षेप के कारण ग्राहक भी कुछ हद तक तकनीक विशेषज्ञ बन गए हैं एवं एटीएम, इंटरनेट, किऑस्क आदि के माध्यम से कहीं पर भी, किसी भी समय बैंकिंग का लाभ लेना चाहते हैं। तथापि, ध्यान देने योग्य बात यह है कि ग्राहक सेवा के लिए केवल तकनीक ही उपाय नहीं है। बैंकिंग जैसे सेवा उद्यम के लिए संव्यवहार में मानवीय संवेदना एवं उत्साह साफ झलकना चाहिए। ग्राहक को ऐसा प्रतीत होना चाहिए कि वह शाखा में सबसे अधिक प्रिय है। मानवीय पहलू, मुस्कान, सौहार्दपूर्ण, मित्रवत् व्यवहार आदि आज के ग्राहकों की अपेक्षाएं हैं। नई पीढ़ी के निजी व विदेशी बैंकों के आगमन के कारण राष्ट्रीयकृत बैंकों का एकाधिकार समाप्त होने के कगार पर है। बाजार में उपलब्ध कई बैंकों के कारण ग्राहकों के पास अनेक विकल्प मौजूद हैं। इसलिए सही रणनीति की आवश्यकता है।

उपसंहार

ग्राहक संबंध प्रबंधन को पूर्ण रूप से कार्यान्वित करने के लिए प्रशिक्षण एवं तकनीक अनिवार्य है। आज के ग्राहक की मांग है- त्वरित एवं अल्प लागत पर सेवा। ग्राहक संबंध प्रबंधन

एक समग्र संकल्पना है जिसकी सहायता एक साफ्टवेयर के माध्यम से की जाती है।

ग्राहक संबंध प्रबंधन ही ग्राहक केंद्रित संगठन के निर्माण की नींव है। ग्राहक आधार एवं विक्रय क्षमता में वृद्धि के लिए ग्राहक संबंध प्रबंधन महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है और इससे बैंक की लाभप्रदता में वृद्धि होती है। बढ़ती स्पर्धा, विनियमन एवं इंटरनेट से ग्राहकों की शक्ति में अभूतपूर्व वृद्धि हुई है। तकनीक के उद्गम से चार दीवारों के भीतर सीमित बैंकिंग अब सभी के लिए खुली हुई है एवं ग्राहक एक बैंक से दूसरे बैंक में आसानी से स्थानांतरित हो सकते हैं। ग्राहकों को बनाए रखना बड़ी चुनौती है और इसके चलते ही वर्तमान परिप्रेक्ष्य में ग्राहक संबंध प्रबंधन महत्वपूर्ण हो जाता है।

विभिन्न बैंकों की बहुतायत बैंकिंग सेवाओं एवं उत्पादों से ग्राहकों की अपेक्षाएं और भी बढ़ गई हैं। शाखाओं, किऑस्क, एटीएम, इंटरनेट, इलेक्ट्रॉनिक बैंकिंग, स्मार्ट कार्ड, कॉल सेंटर एवं टेलीफोन बैंकिंग से ग्राहक संबंध प्रबंधन को विकसित किया जा सकता है।

ग्राहक संबंध प्रबंधन में भाषा भी अहम भूमिका निभाती है। यदि हम ग्राहकों की भाषा में ही संव्यवहार करेंगे तो ग्राहक संबंध प्रबंधन सफल होगा।

भारतीय उद्योग परिसंघ द्वारा हाल ही में किए गए सर्वे के अनुसार, बढ़ता आस्ति गुणवत्ता दबाव एवं कड़ी विनियामक अपेक्षाओं के फलस्वरूप बैंकों की लाभप्रदता में कमी आ सकती है। अतः ग्राहक संबंध प्रबंधन आज के समय की बड़ी मांग है। ■

डिजिटल बैंकिंग के परिप्रेक्ष्य में सतर्कता

● श्रीनिवास कृष्णन

संचार माध्यमों व सूचना प्रौद्योगिकी में हुए तकनीकी विकास के चलते, आज हमारी सम्पूर्ण बैंकिंग व्यवस्था मोबाइल के एक छोटे से 'एप' में सिमट गई है। आज इन 'एप्स' के जरिए कोई भी व्यक्ति, बैंक में अपना खाता खुलवाने से लेकर, विभिन्न बिलों का भुगतान करने, ऋण का आवेदन पत्र बैंक को सम्मिलित करने तक के सभी कार्य, यूं ही चुटकियों में कर सकता है। तकनीकी विकास के फलस्वरूप इन स्थितियों में निर्मित, आम आदमी का मोबाइल, कम्प्यूटर नेट से किया गया यह बैंकिंग संव्यवहार ही अब 'डिजिटल बैंकिंग' बन गया है।

विमुद्रीकरण के पश्चात्, नकदी के अभाव से, आज हम सब भारतीय नकदी मुक्त संव्यवहार (Transaction) करने को तत्पर हो गए हैं। इस तरह आज हमारी यह सम्पूर्ण भारतीय अर्थव्यवस्था तकनीक की मदद से किए जाने वाले डिजिटल भुगतानों व डिजिटल बैंकिंग की दिशा में तेजी से बढ़ रही है।



प्रबंधक, विजया बैंक
वडाला सिंहण शाखा
जिला जामनगर, गुजरात

काले धन को समाप्त करने, कर चोरी को रोकने और सार्वजनिक जीवन में शुचिता स्थापित कर, हमारे सभी संव्यवहारों को अधिक पारदर्शी बनाने के लिए भी, आज सरकार द्वारा देश में 'डिजिटल बैंकिंग' को अत्यधिक महत्व प्रदान किया जा रहा है। प्रधानमंत्री खुद इस डिजिटल बैंकिंग को मजबूती से प्रोत्साहित कर रहे हैं। सरकार के इन तमाम प्रयासों के बाद, आज आम आदमी को उन चुनौतियों के प्रति सतर्क और तैयार किया जाना जरूरी है जो इस 'डिजिटल बैंकिंग' व 'डिजिटल भुगतान' के रास्ते में आती हैं। ज्ञात हो कि अक्टूबर, 2016 में विभिन्न बैंकों के लगभग तीस लाख डेबिट कार्डों के ब्यौरे चुराने का सनसनीखेज मामला सामने आया था। वित्तीय सुरक्षा में सेंध की इस अभूतपूर्व घटना के कुछ दिनों बाद ही, नोटबंदी की घटना हो गई और हमारी सरकार ने 'डिजिटल बैंकिंग' व 'डिजिटल भुगतान' के माध्यम से देशीय अर्थव्यवस्था को नकदी मुक्त अर्थव्यवस्था बनाने की प्रक्रिया प्रारंभ कर दी।

'डिजिटल बैंकिंग' से आशय तकनीक की मदद से बैंक को ग्राहक के दरवाजे पर पहुँचाना है। तकनीकी साधनों की बदौलत, आज हम घर बैठे ही खाता खुलवाने, राशि जमा करने, नकदी अंतरित करने, ऋण हेतु निवेदन करने जैसे, विभिन्न प्रकार की बैंकिंग सेवाओं को पा सकते हैं और यही 'डिजिटल बैंकिंग' है। प्रबन्धन संस्था 'प्राइस वाटर कूपर' के अनुसार इस समय भारत में लगभग 1,70,000 बैंकिंग शाखाएं,

1,80,000 एटीएम, 3,57,000 बैंक मित्र और लगभग 1.1 मिलियन पाइन्ट ऑफ सेल्स (भुगतान बैंक) कार्यरत हैं जो हमारे नागरिकों को डिजिटल बैंकिंग की विभिन्न सुविधाएं प्रदान कर रहे हैं। इस डिजिटल बैंकिंग के अन्तर्गत मोबाइल बैंकिंग, नेट बैंकिंग, एटीएम जैसे सभी प्रकार के तकनीकी साधन आते हैं।

जब कोई व्यक्ति बैंकिंग की विभिन्न सेवाएं जैसे नकदी जमा, नकदी प्रेषण व बिल भुगतान आदि को बैंक शाखाओं में जाकर पूर्ण करता है तो उसकी इन बैंकिंग सेवाओं की सुरक्षा की जिम्मेदारी बैंक शाखा व उसके कर्मचारियों पर होती है परन्तु जैसे ही वह डिजिटल बैंकिंग द्वारा बैंक की इन तमाम सेवाओं को स्वयं ही सम्पन्न करता है तो वह स्वयं की जिम्मेदारियों पर इन सेवाओं का उपयोग करता है। इस तरह डिजिटल बैंकिंग की थोड़ी-सी भी लापरवाही अथवा गलती से उसे अपने वर्षों की गाढ़ी कमाई से हाथ धोना पड़ सकता है। इस तरह डिजिटल बैंकिंग ने जहां आम आदमी की जिन्दगी को बहुत ज्यादा आसान बना दिया है, वहीं उसे इन डिजिटल बैंकिंग सेवाओं को अत्यधिक सतर्कता व सुरक्षा के साथ सम्पन्न करने की जिम्मेदारी भी सौंपी है।

देश में नोटबंदी के बाद से ही चेक, एटीएम, डेबिट कार्ड, क्रेडिट कार्ड का प्रयोग बहुत अधिक बढ़ गया है। इसके साथ ही लोग अब ऑनलाइन खरीदी, नेट बैंकिंग, पेटिएम, मोबिक्विक, फ्रीचार्ज जैसी विभिन्न डिजिटल बैंकिंग सुविधाओं का बहुतायत में प्रयोग कर रहे हैं। ऐसे में इन विभिन्न डिजिटल बैंकिंग सेवाओं के प्रति बहुत अधिक सचेत व सतर्क रहने की जरूरत है। डिजिटल बैंकिंग की सेवाओं में अक्सर तकनीकी खामियों और ग्राहक की लापरवाही के कारण, ग्राहक की गोपनीय वित्तीय सूचनाओं के चोरी होने व उसके गलत व्यक्तियों के हाथ में पड़ने का डर सदैव रहता है। डिजिटल

भुगतान व डिजिटल बैंकिंग सेवाओं के ऐसे ही कुछ खतरे व जोखिम निम्न प्रकार से हैं :

1) वित्तीय सूचनाओं का चोरी होना

जब कोई व्यक्ति कम्प्यूटर पर नेट बैंकिंग के माध्यम से रोकड़-अंतरण, बिल भुगतान जैसे विभिन्न प्रकार की डिजिटल बैंकिंग संव्यवहारों को सम्पन्न करता है तो अक्सर कम्प्यूटर हैकरों के कारण, उसके इन संव्यवहारों व अन्य वित्तीय सूचनाओं के चोरी होने का डर बना रहता है। यही नहीं, बहुत बार कम्प्यूटर वायरसों के कारण उसकी इन सूचनाओं के नष्ट होने या उसके खराब होने का डर भी रहता है।

2) कार्ड का क्लोन तैयार होना

डिजिटल बैंकिंग के दौरान जब कोई व्यक्ति एटीएम डेबिट कार्ड या क्रेडिट कार्ड द्वारा कोई भुगतान करता है तो इससे उसके डेबिट, क्रेडिट कार्ड के क्लोन बनने का खतरा बना रहता है। यही नहीं, नकली कार्ड के तैयार होने तथा कार्ड को स्वाइप किए जाने के दौरान कार्ड की सूचनाओं के चोरी होने का डर बना रहता है। कार्ड के पिन नम्बर के खो जाने अथवा भूल जाने की स्थिति में ग्राहक को इसे बैंक से प्राप्त करने के लिए भी बहुत अधिक मशक्कत करनी पड़ती है।

3) चेक चोरी होना, नकली चेक बनना आदि

डिजिटल बैंकिंग के माध्यम से चेक द्वारा बैंकिंग संव्यवहार किए जाने की स्थिति में, चेक के जाली होने, उसमें हस्ताक्षर के जाली होने, आदि की आशंका बनी रहती है और आज बैंकर स्वयं डिजिटल बैंकिंग के इस जोखिम को वहन कर रहे हैं। डिजिटल बैंकिंग में चेकों के समाशोधन के सन्दर्भ में 'सीटीएस' समाशोधन के अन्तर्गत अब सभी बैंकों को चेकों के 'श्वते-श्याम रूप' ही कम्प्यूटर के स्क्रीन में दिखाई पड़ रहे

हैं। इससे अक्सर इन चेकों में हस्ताक्षर आदि के स्पष्ट न दिखने और चेक में की गई छेड़छाड़ के न दिखने की आशंका बनी रहती है।

4) एटीएम पिन नम्बर का खो जाना अथवा उसका गलत इस्तेमाल :

डिजिटल बैंकिंग में अक्सर एटीएम डेबिट, क्रेडिट कार्डों के पिन नम्बर के खो जाने व उसके गलत व्यक्तियों के हाथ पहुंचने की आशंका बनी रहती है। अक्सर बहुत बार ई-मेल, एसएमएस आदि के माध्यम से किए जाने वाले डिजिटल बैंकिंग संव्यवहारों के पूरे विवरण हैकर बड़ी आसानी से चुरा लेते हैं। इस तरह इन सूचनाओं के गलत व्यक्तियों के हाथ में पड़ने पर, पिन नम्बरों व पासवर्डों के दुरुपयोग का और ग्राहकों की अपनी गाढ़ी कमाई के पैसों के खो जाने का डर रहता है।

5) अन्य :

इसके अलावा बहुत से बैंकों के 'डिजिटल बैंकिंग' संव्यवहारों हेतु प्रयुक्त किए जाने वाले कम्प्यूटर के साफ्टवेयर और मोबाइल के एप, सुरक्षा के कड़े प्रतिमानों को अपनाए जाने के फलस्वरूप 'यूजर फ्रेंडली' नहीं हैं। जिसके कारण गांव के गरीब कमजोर अशिक्षित लोगों को और कई बार शहर के संभ्रांत शिक्षित व्यक्तियों को भी इनका उपयोग करने में कई प्रकार की दिक्कतों का सामना करना पड़ता है और ऐसी स्थिति में अक्सर उन्हें इस हेतु किसी तीसरे पक्ष की सहायता लेनी पड़ती है, जिससे बहुत बार इस तीसरे पक्ष द्वारा पासवर्ड एवं पिन नम्बरों के दुरुपयोग का डर बना रहता है। यही नहीं, अब बहुत से अपराधी तत्व के लोग लॉटरी, पुरस्कार आदि का झांसा देकर, लोगों के पासवर्ड व पिन नम्बरों पर सेंध लगा रहे हैं और उनके खातों से हजारों-लाखों रुपए अनधिकृत रूप से अपने खातों में अंतरित कर रहे हैं।

इस तरह 'डिजिटल बैंकिंग' संव्यवहार आज जोखिमपूर्ण बन गए हैं, जिसका निराकरण किया जाना बहुत जरूरी है।

भारतीय रिज़र्व बैंक और सरकार ने डिजिटल बैंकिंग की सेवा प्रदाता कम्पनियों पर, डिजिटल बैंकिंग में प्रयुक्त साधनों के सम्बन्ध में कुछ दिशानिर्देश जारी किए हैं। भारतीय रिज़र्व बैंक और सरकार ने कहा है कि डिजिटल माध्यमों पर ग्राहकों के आंकड़ों (डेटा) को 128 बिट एन्क्रिप्ट प्रणाली के तहत एन्क्रिप्ट किया जाना बेहद जरूरी है। सेबी ने भी मोबाइल माध्यमों और वायरलेस एप्लीकेशन प्लेटफॉर्म के जरिए होने वाले वित्तीय कारोबार के लिए 64 बिट या 128 बिट एन्क्रिप्शन का आदेश दिया है। यह माना जाता है कि 128 बिट एन्क्रिप्ट किए गए डेटा को समझ पाना लगभग असंभव है। आज हमारे देश की प्रायः सभी डिजिटल बैंकिंग प्रणालियां 128 बिट एन्क्रिप्ट एप्लीकेशन का ही प्रयोग कर रही हैं।

इस तरह हमारी सरकार, भारतीय रिज़र्व बैंक, बैंक, मोबाइल कम्पनियां और साइबर सुरक्षा तंत्र डिजिटल बैंकिंग को अधिक सुरक्षित बनाए रखने के प्रयासों में लगी हुई हैं, फिर भी अपराधी तत्व के लोग, लोगों की वित्तीय सूचनाओं में सेंध लगाकर, उन्हें हासिल करने में कामयाब हो रहे हैं। इसलिए, हमें ही डिजिटल बैंकिंग सेवाओं के उपयोग के दौरान अधिक सतर्क व जागरूक रहना होगा। नकदी के मामले में अगर आपने कोई नकली नोट स्वीकार कर लिया तो यह एकाध नोट का मामला हो सकता है किन्तु यदि आपने डिजिटल बैंकिंग की सेवाओं के दौरान कोई गलती कर दी तो यह एकाध नोट का मामला नहीं हो सकता है। हो सकता है कि आप अपनी जिन्दगी भर की कमाई या भविष्य निधि के पूरे पैसों से ही हाथ धो बैठें। चूँकि पैसा हमारा है, इसलिए हमें ही डिजिटल बैंकिंग की सेवाओं का उपयोग करने के दौरान अधिक सतर्क व होशियार रहना होगा।

इस तरह डिजिटल बैंकिंग की सेवाओं का उपयोग करने के दौरान आम आदमी को पूर्ण रूप से सावधान व सतर्क होना जरूरी है। अपने डिजिटल बैंकिंग के पासवर्ड को कभी किसी के साथ साझा न करना और उसे विभिन्न समय अंतरालों में बदलते रहना, ऐसे कुछ सतर्कता के उपाय हैं जिन्हें अपनाकर ही हम डिजिटल बैंकिंग सेवाओं को अपने लिए अधिक उपयोगी व लाभकारी बना पाएंगे। संक्षेप में डिजिटल बैंकिंग में सतर्कता के ऐसे ही कुछ उपाय कुछ इस तरह हैं :-

1) साइबर कैफे में डिजिटल बैंकिंग न करें

व्यक्ति को कभी-भी साइबर कैफे में जाकर डिजिटल बैंकिंग की सेवाओं का उपयोग नहीं करना चाहिए, क्योंकि हैकर हमेशा ऐसे ही मौकों की तलाश में रहते हैं और इससे आपकी वित्तीय सूचनाएं गलत व्यक्ति के हाथ में पड़ने की पूरी संभावना बनी रहती है। डिजिटल बैंकिंग की सेवाएं हमें हमेशा ही अपने पर्सनल कम्प्यूटर अथवा अपने मोबाइल से ही सम्पन्न करने चाहिए। इससे हमारे डिजिटल बैंकिंग के संव्यवहार अधिक सुरक्षित होंगे।

2) एंटी-वायरस साफ्टवेयर का इस्तेमाल

जब भी आप अपने मोबाइल से या कम्प्यूटर से कोई डिजिटल बैंकिंग संव्यवहार करते हैं तो यह बहुत ही जरूरी है कि आप पहले जांच लें कि उस मोबाइल या कम्प्यूटर में एंटीवायरस साफ्टवेयर मौजूद है और वह अद्यतन है। यह इसलिये, क्योंकि हैकर्स अक्सर वायरसों के जरिए आपके खातों को हैक कर देते हैं और आपके खाते की राशि को अपने अन्य खातों में अंतरित कर देते हैं।

3) पासवर्ड साझा न करना :

ग्राहक को चाहिए कि वह डिजिटल बैंकिंग के पासवर्डों व पिन

नम्बर को कभी किसी के साथ साझा न करें और न ही उसे ऐसे किसी जगह लिखकर रखें, जिससे वह किसी और की नजर में पड़े। सुरक्षा की दृष्टि से उसे अपने पासवर्डों व पिन नम्बरों को विभिन्न समय अंतरालों में बदलते भी रहना चाहिए, इससे ये अपराधियों की नजर में नहीं आएं और हम डिजिटल बैंकिंग को अधिक सुरक्षित तरीके से करने में कामयाब होंगे।

4) पासवर्ड सेव न करना

अगर ग्राहक डिजिटल बैंकिंग की सेवाओं के माध्यम से किसी को कोई भुगतान करना चाहता है या वह अपने खाते का विवरण देखना चाहता है तो उसे इसके लिए हमेशा अपना पर्सनल कम्प्यूटर या अपना स्वयं का मोबाइल ही उपयोग करना चाहिए। दोस्त आदि के मोबाइल से, साइबर कैफे के कम्प्यूटर से डिजिटल बैंकिंग की सेवाओं का उपयोग नहीं करना चाहिए। यही नहीं उसे अपने पासवर्डों व पिन नम्बरों को कभी भी कम्प्यूटर या मोबाइल पर सेव नहीं करना चाहिए।

6) लाटरी, पुरस्कारों के झांसे से बचें

बहुत बार ग्राहकों के पास, उनके लाटरी का पुरस्कार जीतने या अन्य कई आकर्षक ऑफर, ई-मेल, एसएमएस अथवा कई बार फोन से सीधे आते हैं। इस स्थिति में ग्राहक को विशेष सावधानी बरतनी चाहिए। ऐसे ई-मेल अथवा एसएमएस सन्देशों का उसे बिल्कुल भी जवाब नहीं देना चाहिए और उसे इन ई-मेलों और एस.एम.एस. सन्देशों को बिल्कुल भी नहीं खोलना चाहिए, क्योंकि अक्सर इन्हें भेजने वाले लोग हैकर्स होते हैं जो इन ई-मेलों व एस.एम.एस. सन्देशों के मार्फत ऐसे वायरसों को ग्राहक के पास भेजते हैं जिससे इन ई-मेलों व एसएमएस सन्देशों के खुलते ही ये वायरस सक्रिय हो जाते हैं और वे हैकरों को कम्प्यूटर व मोबाइल को हैक करने में मददगार साबित होते हैं। इस तरह साइबर अपराधी तत्व के

लोग कम्प्यूटर व मोबाइल को 'हैक' कर, डिजिटल बैंकिंग सेवाओं का उपयोग करने वाले ग्राहकों को नुकसान पहुँचा सकते हैं।

7) बैंक का अधिकारी बन ठगना

बहुत बार हैकर्स और साइबर अपराधीगण, फोन पर स्वयं को बैंक के अधिकारी बताते हुए, लोगों से उनके डिजिटल बैंकिंग के पासवर्डों व पिन नम्बरों को हासिल करने का प्रयास करते हैं। ग्राहक को चाहिए कि यदि उसके पास ऐसा कोई फोन कॉल आता है तो वह उन्हें कभी भी डिजिटल बैंकिंग सेवाओं का पासवर्ड अथवा पिन नम्बर नहीं बताएं क्योंकि कभी भी आपका बैंक, आपसे डिजिटल बैंकिंग सेवाओं का पासवर्ड अथवा पिन नम्बर नहीं मांगेगा। इसके साथ ही ऐसे साइबर अपराधों को रोकने के लिए यह जरूरी है कि ग्राहक तुरन्त ही ऐसी संदिग्ध गतिविधियों की जानकारी बैंक को प्रदान करें और इसकी एफ.आई.आर. नजदीक के पुलिस थाने में दर्ज कराए।

8) अनियमितता

अंत में ग्राहक से यह अपेक्षा की जाती है कि वह डिजिटल बैंकिंग सेवाओं के माध्यम से हर बार अपने खाते की सूक्ष्म निगरानी करे और यदि उसे अपने खाते में किसी प्रकार की कोई अनियमितता दिखाई पड़ती है तो वह इसकी सूचना तुरन्त ही अपने बैंक को दे। ई-मेल और एस.एम.एस. के माध्यम से उसे हमेशा अपने बैंक के सम्पर्क में रहना चाहिए तथा बैंक को

उसकी डिजिटल बैंकिंग सेवाओं के सम्बन्ध में अपनी राय और उसे और अधिक सुरक्षित व फ्रेंडली बनाने के बारे में अपने सुझाव भी देने चाहिए।

सारांशतः आज की इस तेज रफतार भरी जिन्दगी में, जहां प्रत्येक मिनट हमारे लिए बहुत ही कीमती बन गया है, वहां डिजिटल बैंकिंग की सेवाएं हमारे लिए एक वरदान बन गई हैं। अब हम डिजिटल बैंकिंग सेवाओं के माध्यम से अपने सभी कार्य घर बैठे मिनटों में निपटा रहे हैं। एक अनुमान के अनुसार विमुद्रीकरण के बाद देश में ऑनलाइन डिजिटल भुगतान और डिजिटल बैंकिंग सेवाओं का उपयोग करने वाले लोगों की संख्या 300 प्रतिशत बढ़ गई है। आज देश में नेट बैंकिंग, डेबिट कार्ड, क्रेडिट कार्ड, मोबाइल बैंकिंग आदि जैसी डिजिटल बैंकिंग सेवा संव्यवहारों की कुल राशि लगभग रु.1.2 लाख करोड़ है और इनमें से 95 प्रतिशत से अधिक संव्यवहार पूर्ण रूप से सफल हो रहे हैं। जो यह बताते हैं कि हमारा प्रशासन, बैंक और साइबर सुरक्षा तंत्र डिजिटल बैंकिंग सेवाओं में सुरक्षा के मानकों का कड़ाई से पालन कर रहा है। इस तरह हम यह कह सकते हैं कि आज हमारे देश में डिजिटल बैंकिंग संव्यवहार की प्रणालियां पूर्णतः सुरक्षित हैं और हमें इस सम्बन्ध में कतई घबराने की जरूरत नहीं है। बस, आवश्यकता सिर्फ इस बात की है कि हम डिजिटल बैंकिंग की सेवाओं का उपयोग करने के सम्बन्ध में सावधानी और सतर्कता बरतें। ■

एसएमएस, ईमेल और फिशिंग के माध्यम से धोखाधड़ी

● देवाशीष मजुमदार

आधुनिक युग में विज्ञान के नए आविष्कारों ने न सिर्फ मानव विकास को और अधिक गति प्रदान की बल्कि हमारे आस-पास के परिवेश के हर पहलू में अपनी उपस्थिति दर्ज की है। यह कहना अतिशयोक्तिपूर्ण नहीं होगा कि विज्ञान आज हमारे जीवन के सभी आयामों में मौजूद है। फ्रिज के ठंडे पानी से लेकर रसोई गैस में बनाया गया खाना एवं अपने प्रियजनों से मोबाइल में की गई बातों से लेकर दफ्तर एवं स्कूल ले जाने वाली मोटर गाड़ी का प्रयोग भी विज्ञान की देन है। आज के युग में हम सभी प्रत्यक्ष एवं परोक्ष रूप से विज्ञान पर आश्रित हैं।

यदि हम बैंकिंग परिप्रेक्ष्य में विज्ञान के आविष्कारों की बात करें तो पाएंगे कि पिछले कुछ दशकों से बैंकिंग जगत 'ब्रिक बैंकिंग' से 'डिजिटल बैंकिंग' के रूप में स्थापित हो गया है। जीवन के हर पहलू की भांति, बैंकिंग जगत भी विज्ञान के माध्यमों के बखूबी प्रयोग से अत्यंत आधुनिक एवं नवीन रूप में हम सभी



सहायक प्रबंधक
कॉर्पोरेट कार्यनीति और बजट विभाग
भारतीय रिज़र्व बैंक, केंद्रीय कार्यालय, मुंबई

के समक्ष प्रस्तुत है। आज के समय में विरले ही कोई व्यक्ति ऐसा होगा जिसके द्वारा बैंकिंग सेवाओं का प्रयोग न किया जा रहा हो। यदि हम पिछले एक दशक में बैंकिंग सुविधाओं का विश्लेषण करें तो यह पाएंगे कि वर्तमान समय में पूर्व की तुलना में अधिकतर बैंकिंग अंतरणों को इंटरनेट एवं एसएमएस बैंकिंग के माध्यम से निष्पादित किया जा रहा है। आने वाले समय में इनकी संख्या में और भी अधिक वृद्धि होने का अनुमान है।

प्रतिस्पर्धा के इस युग में आज बैंकिंग के प्रायः सभी अंतरणों को इंटरनेट के माध्यम से डिजिटाइज्ड रूप में निष्पादित किया जा रहा है। बदलते परिवेश में आज बैंक के ग्राहकों की अपेक्षाएँ भी बैंक से काफी बढ़ गई हैं। आज के समय के बैंकिंग में ग्राहक बैंकों द्वारा प्रदत्त सेवाओं का 24X7 प्रयोग कर अपने बैंकिंग अंतरणों को निष्पादित कर सकता है। आज के आधुनिक युग में बैंक के तकरीबन आधे से अधिक कार्य तकनीक के माध्यम से ही पूर्ण किए जा रहे हैं।

जिस प्रकार संसार के सभी पहलुओं में पक्ष एवं विपक्ष का गुण विद्यमान होता है, ठीक उसी तरह इंटरनेट और फोन बैंकिंग के भी कुछ नकारात्मक प्रभाव हैं। आज साइबर धोखाधड़ी एवं उनका निवारण सभी बैंकों के लिए एक बड़ी चुनौती बनकर उभरी है। वर्तमान युग में बैंकिंग के ई-माध्यम हमारे दैनिक जीवन के महत्वपूर्ण एवं अभिन्न अंग बन चुके हैं परंतु इनमें निहित जोखिमों को नकारा भी नहीं जा सकता है। यद्यपि, बैंकिंग लेन-देनों एवं तकनीकी अंतरणों के संबंध में भारतीय रिज़र्व बैंक एवं अन्य नियामक संस्थाओं द्वारा समय-समय पर दिशानिर्देश जारी किए जाते हैं, तथापि इन जोखिमों के संबंध

में जागरूकता एवं निर्धारित मानदंडों का प्रयोग सभी ग्राहकों से अपेक्षित है।

इस आलेख में हम इंटरनेट और फोन बैंकिंग के माध्यम से होने वाली धोखाधड़ियों एवं उनसे बचने के उपाय के संबंध में विस्तार से चर्चा करेंगे।

एसएमएस बैंकिंग: यदि हम पिछले कुछ वर्षों के आंकड़े प्राप्त करें तो यह पाएंगे कि बैंकिंग सेवाओं के अधिकांश अंतरण एसएमएस एवं फोन बैंकिंग के माध्यम से निष्पादित किए जा रहे हैं। कुछ सर्वेक्षणों के अनुसार भविष्य में इन आंकड़ों की संख्या में और भी अधिक वृद्धि होने का अनुमान है। इन बढ़ते आंकड़ों के साथ इन अंतरणों में धोखाधड़ी की संभावना में भी वृद्धि होना निश्चित है।

एसएमएस बैंकिंग सेवाओं से संबंधित धोखाधड़ी से बचने के लिए हमें इन माध्यमों के प्रयोग संबंधी सभी निर्धारित मानदंडों का अनुपालन करना चाहिए, जिससे किसी भी प्रकार की अप्रिय स्थिति से बचा जा सके। हम इसके साथ मोबाइल बैंकिंग एवं एसएमएस बैंकिंग से संबंधित कुछ बिन्दु प्रदान कर रहे हैं, जिनके उचित अनुपालन से आप इनसे संबंधित धोखाधड़ी से अपने आप को सुरक्षित रख सकते हैं:

- अपने मोबाइल में सदैव एंटीवायरस का प्रयोग करें।
- आपके फोन के गुम हो जाने की स्थिति में तत्काल इसकी सूचना पुलिस को दें।
- आपके फोन में ऐसा पासवर्ड सेट करें, जिसका अनुमान कोई और आसानी से न लगा पाए।
- किसी भी अपरिचित लिंक के माध्यम से बैंकिंग अंतरण निष्पादित न करें।
- सार्वजनिक स्थानों में उपलब्ध वाई-फाई के प्रयोग से बचें।
- किसी अनजान दूरभाष नंबर से प्राप्त फाइलों को न खोलें एवं इसकी सूचना सभी संबंधितों को दें।

- अपने मोबाइल फोन को नियमित अंतराल में अद्यतन करें।
- अपने फोन बैंकिंग पासवर्ड को नियमित अंतराल में बदलें।
- अपना फोन नंबर बार-बार न बदलें।
- आपके बैंकिंग से जुड़ी जानकारी एवं आंकड़े फोन में सहेज करके न रखें।
- किसी भी अनजान व्यक्ति को अपने बैंकिंग आंकड़ों यथा एटीएम कार्ड नंबर, पिन आदि की जानकारी फोन में प्रदान न करें।

ईमेल के माध्यम से धोखाधड़ी: वर्तमान समय में डिजिटल माध्यमों से की जाने वाली धोखाधड़ियों में ईमेल का प्रयोग सबसे अधिक किया जा रहा है। अवांछनीय तत्वों के द्वारा नकली एवं जाली (फेक) ईमेल आईडी बनाकर किसी व्यक्ति को लिंक भेजा जाता है, जिसे महज क्लिक करने से उस व्यक्ति की सभी निजी जानकारी अवांछनीय तत्वों के पास पहुँच जाती है एवं वे इनके माध्यम से अपने निजी स्वार्थ के लिए इन सूचनाओं का दुरुपयोग करते हैं।

किसी भी व्यक्ति की यह ज़िम्मेदारी है कि वह अपने बैंकिंग अंतरणों के लिए इंटरनेट बैंकिंग जैसे मंच को प्रयोग में लाने से पहले अपने आप को जागरूक करें। जागरूकता एक ऐसा माध्यम है, जिसके सही ज्ञान से बैंकिंग संबंधी धोखाधड़ियों को पूर्ण रूप से रोका जा सकता है।

आम जनता तक बैंकिंग के व्यापक विस्तार को ध्यान में रखते हुए यह सरकार/ नियामक संस्थाओं/ बैंकों/ ग्राहक प्रतिनिधियों की सामूहिक ज़िम्मेदारी है कि वे बैंकिंग उपभोक्ताओं को साइबर सुरक्षा से संबंधित मुद्दों पर जागरूक करें। इन समस्याओं से निपटने हेतु जन-स्तर पर कार्यशालाओं एवं संगोष्ठियों का आयोजन कराया जाना चाहिए, जिससे भारी संख्या में लोगों को इस प्रकार की अप्रिय घटनाओं से बचने हेतु प्रशिक्षित

किया जा सके।

ईमेल के माध्यम से होने वाली धोखाधड़ियों में बचने के लिए ग्राहकों द्वारा निम्नलिखित बिन्दुओं का अनुपालन सुनिश्चित किया जाना अपेक्षित है:

- किसी भी अपरिचित आईडी से प्राप्त ईमेल के अटैचमेंट को न खोलें।
- ईमेल के माध्यम से कभी भी अपने बैंक खातों एवं पिन/पासवर्ड की जानकारी साझा न करें। बैंक कभी भी अपने ग्राहकों से इनकी जानकारी नहीं मांगता।
- साइबर कैफे या अन्य सार्वजनिक स्थानों पर ईमेल आईडी के प्रयोग से परहेज करें।
- किसी भी ईमेल आईडी को खोलने से पहले उसकी प्रामाणिकता सुनिश्चित करें।
- पॉप अप के माध्यम से किसी भी ईमेल को न खोलें।
- प्रामाणिक इंटरनेट माध्यमों से ही अपना ईमेल आईडी लॉगिन करें।
- नियमित अंतराल में अपने ईमेल आईडी के पासवर्ड को बदलें।
- कोशिश करें कि एक ईमेल आईडी को अधिक कम्प्यूटरों अथवा मोबाइल फोनों के माध्यम से लॉगिन न करें।
- अपने कम्प्यूटरों एवं मोबाइल फोनों में हमेशा एंटीवाइरस अपडेट करें।

फिशिंग: फिशिंग ईमेल के माध्यम से ही किया जाने वाला एक ऐसा साइबर क्राइम है, जिसमें अपराधी द्वारा पीड़ित व्यक्ति को फर्जी ईमेल, टेलीफोन, टेक्स्ट आदि के जरिये संपर्क किया जाता है एवं उनकी व्यक्तिगत जानकारी को एकत्रित कर उनका प्रयोग अपने व्यक्तिगत स्वार्थ के लिए किया जाता है। अटैकर मालिसियस लिंक या अटैचमेंट डिस्ट्रीब्यूट करने के लिए फिशिंग ईमेल का उपयोग करता है, जो विभिन्न

प्रकार के फंक्शन कर सकता है, जिसमें पीड़ितों से लॉगिन क्रेडेंशियल्स या बैंक अकाउंट इनफॉर्मेशन की चोरी शामिल है। फिशिंग अब साइबर क्रिमिनल्स में लोकप्रिय है, क्योंकि किसी कम्प्यूटर के डिफेंस को तोड़ने की कोशिश करने के बजाय फिशिंग ईमेल पर मालिसियस लिंक भेजकर किसी को फंसाना आसान है। फिशिंग अटैक आमतौर पर सोशल नेटवर्किंग तकनीकों को अपना माध्यम बनाते हैं, जो ईमेल या अन्य इलेक्ट्रॉनिक कम्युनिकेशन मेथड पर लागू होते हैं, जिनमें सोशल नेटवर्क, एसएमएस टेक्स्ट मैसेजेस और अन्य इंस्टेंट मैसेजिंग मोड आदि शामिल हैं। सफल फिशिंग मैसेजेस, जो आमतौर पर किसी प्रसिद्ध कंपनी से होने के रूप में दर्शाए जाते हैं और ऑरिजनल मैसेजेस से उनकी तुलना करना मुश्किल होता है। फिशिंग ईमेल में कॉर्पोरेट लोगो और डाटा होता है, जिससे वह ईमेल असली लग सके। फिशिंग मैसेजेस में मालिसियस लिंक को भी इस तरह से डिजाइन किया जाता है जैसे कि वह ऑरिजनल बैंक या ऑर्गनाइजेशन से ही हों !

सभी बैंकिंग ग्राहकों को इंटरनेट बैंकिंग के प्रयोग से पहले उनके माध्यम से होने वाली सभी प्रकार की घटनाओं के संबंध में पूर्ण रूप से जागरूक होना चाहिए, जिससे वो अग्रसक्रिय होकर किसी भी प्रकार की अप्रिय स्थिति को टाल सकें।

आज के आधुनिक युग में बैंकिंग जगत एक नए परिवर्तन के दौर से गुजर रहा है और आने वाले समय में इन अंतरणों में और भी अधिक परिवर्तन आएंगे। तकनीक और बैंकिंग का यह समावेश निश्चित रूप से हम सभी के जीवन का एक अभिन्न अंग बन चुका है। परंतु इस सत्य को नहीं नकारा जा सकता है कि इनसे संबंधित घटनाओं की संख्या में भी बहुत वृद्धि हुई है। ऐसे में यह हम सभी का दायित्व है कि इस प्रकार की घटनाओं से सचेत होकर सभी प्रकार के बैंकिंग मंच में इनका सावधानीपूर्वक प्रयोग करें और किसी भी प्रकार की अप्रिय स्थिति से निपटने के लिए सतर्क रहें। ■

रेग्युलेटर की नज़र से

● ब्रिज राज

[रेग्युलेटरी एजेंसी विधायिका द्वारा बनाई गई एक सरकारी संस्था होती है, जिसका निर्माण विशिष्ट कानूनों को लागू करने और प्रवर्तित करने के लिए किया जाता है। इस प्रकार की एजेंसी के पास अर्ध-विधायी (Quasi-legislative), कार्यकारी (Executive) और न्यायिक (Judicial) कार्य करने की शक्तियाँ प्राप्त होती हैं। अतः क्षेत्र विशेष के विकास में इनकी महत्वपूर्ण भूमिका होती है। वित्तीय क्षेत्र की रेग्युलेटरी एजेंसियों की भूमिका और भी महत्वपूर्ण होती है। इनकी इस भूमिका को मद्देनजर रखते हुए संपादकीय समिति ने इनकी भूमिका के बारे में एक नया स्तम्भ शुरू करने का निर्णय लिया। इसमें वित्तीय क्षेत्र के विभिन्न विनियामकों द्वारा की गई पहल को शामिल किया जाता है। इसकी शुरुआत जून 2015 के अंक से की गई। प्रस्तुत है इस कॉलम का लेख।]

वित्तीय विवरणों के 'लेखे पर टिप्पणियां' में प्रकटीकरण - आस्ति वर्गीकरण और प्रावधानीकरण में विचलन

भारतीय रिज़र्व बैंक ने 01 अप्रैल, 2019 को सभी वाणिज्यिक बैंकों (क्षेत्रीय ग्रामीण बैंकों को छोड़कर) को उपर्युक्त विषय पर दिनांक 18 अप्रैल, 2017 के अपने परिपत्र बैंवि.बीपी. बीसी.सं.63/21.04.018/2016-17 के संदर्भ में दिशानिर्देश जारी किया कि इसके बाद से बैंक तब प्रकटीकरण करें, जब कि निम्नलिखित शर्तों में से कोई एक या दोनों पूरे होते हों:

i) एनपीए के लिए भारतीय रिज़र्व बैंक द्वारा मूल्यांकित अतिरिक्त प्रावधानीकरण अपेक्षा संदर्भित अवधि के लिए प्रावधान और आकस्मिक व्यय पूर्व रिपोर्ट किए गए

निवल लाभ के 10 प्रतिशत से अधिक हों, तथा

ii) भारतीय रिज़र्व बैंक द्वारा चिन्हित अतिरिक्त सकल एनपीए संदर्भित अवधि के लिए प्रकाशित वृद्धिशील सकल एनपीए के 15 प्रतिशत से अधिक हों।

भारतीय रिज़र्व बैंक के 18 अप्रैल, 2017 के उक्त परिपत्र में दिए गए शेष सभी अनुदेश अपरिवर्तित रहेंगे।

मुद्रा तिजोरी हेतु न्यूनतम मानक

भारतीय रिज़र्व बैंक द्वारा 8 अप्रैल, 2019 को सभी बैंकों के अध्यक्ष / प्रबंध निदेशक / मुख्य कार्यकारी अधिकारी को जारी दिशानिर्देश के अनुसार नई मुद्रा तिजोरी स्थापित करने के लिए निम्नलिखित न्यूनतम मानक निर्धारित किए गए हैं:

i) कम से कम 1500 वर्गफुट का स्ट्रांग रूम / वॉल्ट का क्षेत्रफल। कम से कम 600 वर्ग फुट उनके लिए जो केंद्र / राज्य सरकार / अन्य उपयुक्त प्राधिकारी द्वारा परिभाषित पहाड़ी / दुर्गम क्षेत्रों में स्थित हैं।

ii) 6,60,000 बैंकनोट प्रतिदिन की प्रसंस्करण क्षमता। 2,10,000 बैंकनोट प्रतिदिन उनके लिए जो पहाड़ी / दुर्गम क्षेत्रों में स्थित हैं।

iii) स्वचालन को अपनाने तथा सूचना प्रौद्योगिकी समाधानों



महाप्रबंधक एवं बैंकिंग लोकपाल
भारतीय रिज़र्व बैंक, पटना

के लिए अनुकूलता।

- iv) जमीनी वास्तविकता और समुचित प्रतिबंधों के अनुरूप रिज़र्व बैंक के विवेकानुसार रु. 10 बिलियन की तिजोरी शेष सीमा।
- v) निर्माण आदि के संबंध में दिनांक 14 नवंबर, 2008 के परिपत्र डीसीएम (सीसी) सं. जी-18/03.39.01/2008-09 के माध्यम से जारी अन्य मौजूदा तकनीकी विशिष्टताओं का पालन।

मुद्रा तिजोरी स्थापित करने वाले इच्छुक बैंक उपर्युक्त न्यूनतम मानक सुनिश्चित करेंगे। मुद्रा तिजोरी खोलने के संबंध में अन्य अनुदेश यथावत रहेंगे।

रिज़र्व बैंक ने गैर-बैंकिंग वित्तीय कंपनियों के लिए लोकपाल योजना शुरू की

भारतीय रिज़र्व बैंक की 26 अप्रैल, 2019 को जारी अधिसूचना के तहत 04 अप्रैल, 2019 को मौद्रिक नीति वक्तव्य की विकासात्मक और विनियामक नीतियों के विवरण के पैरा 11 में की गई घोषणा के अनुसार, भारतीय रिज़र्व बैंक (रिज़र्व बैंक) ने गैर-बैंकिंग वित्तीय कंपनियों (एनबीएफसी) के लिए लोकपाल योजना, 2018 (योजना) की कवरेज को पात्र, जमा न स्वीकारने वाली गैर-बैंकिंग वित्तीय कंपनियों (एनबीएफसी-एनडी), जिनके पास 26 अप्रैल, 2019 की अधिसूचना के अनुसार ग्राहक इंटरफ़ेस में 100 करोड़ या उससे अधिक की परिसंपत्ति है, तक बढ़ा दिया है।

गैर-बैंकिंग वित्तीय कंपनी-इंफ्रास्ट्रक्चर फाइनेंस कंपनी (एनबीएफसी-आईएफसी), कोर इन्वेस्टमेंट कंपनी (सीआईसी), इंफ्रास्ट्रक्चर डेट फंड-नॉन बैंकिंग फाइनेंशियल कंपनी (आईडीएफ-एनबीएफसी) और लिक्विडेशन के तहत एनबीएफसी को इस योजना के दायरे से बाहर रखा गया है।

रिज़र्व बैंक अधिनियम 1934 की धारा 45-आईए के तहत रिज़र्व बैंक के साथ पंजीकृत एनबीएफसी के खिलाफ शिकायतों के निवारण के लिए 23 फरवरी, 2018 को योजना शुरू की गई थी और जमा स्वीकार करने वाली सभी एनबीएफसी को शुरू में इसमें शामिल किया गया था। इस योजना के तहत एनबीएफसी द्वारा सेवाओं में कमी से संबंधित शिकायतों के निपटारे के लिए एक लागत रहित और त्वरित शिकायत निवारण तंत्र प्रदान किया गया है। एनबीएफसी लोकपाल कार्यालय चार मेट्रो केंद्रों पर अर्थात चेन्नई, कोलकाता, मुंबई और नई दिल्ली में कार्य कर रहे हैं और संबंधित क्षेत्रों के ग्राहकों की शिकायतों का निपटान कर रहे हैं।

यह योजना एक अपीलीय तंत्र भी प्रदान करती है जिसके तहत शिकायतकर्ता / एनबीएफसी के पास, लोकपाल के निर्णय के खिलाफ सक्षम अपीलीय प्राधिकारी के पास अपील करने का विकल्प होता है। पूरी योजना रिज़र्व बैंक की वेबसाइट पर उपलब्ध है।

जोखिम प्रबंधन प्रणाली - एनबीएफसी के लिए मुख्य जोखिम अधिकारी (सीआरओ) की नियुक्ति

भारतीय रिज़र्व बैंक ने 16 मई, 2019 को सभी गैर-बैंकिंग वित्तीय कंपनी-निवेश और ऋण कंपनियों, इंफ्रास्ट्रक्चर वित्त कंपनियों, एमएफ़आई, फैक्टर्स एवं इंफ्रास्ट्रक्चर ऋण निधि को दिशानिर्देश जारी किया कि 50 बिलियन रुपए से अधिक आस्ति आकार वाली एनबीएफसी, स्पष्ट विनिर्दिष्ट भूमिका और उत्तरदायित्व प्रदान कर, सीआरओ की नियुक्ति करें। प्रत्यक्ष ऋण मध्यस्थता में एनबीएफसी की बढ़ती हुई भूमिका को ध्यान में रखते हुए, एनबीएफसी के लिए जोखिम प्रबंधन को बेहतर करना होगा। सीआरओ से यह अपेक्षित है कि वह स्वतंत्र रूप से कार्य करे ताकि जोखिम प्रबंधन के उच्च मानकों को सुनिश्चित किया जा सके। इस संबंध में एनबीएफसी

निम्नलिखित निर्देशों का कड़ाई से अनुपालन करेंगे:

- i) सीआरओ एनबीएफसी के पदानुक्रम में वरिष्ठ अधिकारी होगा और उसके पास जोखिम प्रबंधन के क्षेत्र में आवश्यक और यथोचित व्यावसायिक योग्यता / अनुभव रहेगा।
- ii) सीआरओ की नियुक्ति एनबीएफसी के बोर्ड के अनुमोदन से नियत कार्यकाल के लिए की जाएगी। सीआरओ को सिर्फ बोर्ड के अनुमोदन से ही कार्यकाल पूरा होने से पहले स्थानांतरित किया जा सकता है/ उसके पद से हटाया जा सकता है और इस प्रकार के अवधिपूर्व स्थानांतरण/ हटाए जाने की सूचना गैर-बैंकिंग पर्यवेक्षण विभाग के उस क्षेत्रीय कार्यालय को देनी होगी, जिनके क्षेत्राधिकार में एनबीएफसी पंजीकृत है। सूचीबद्ध एनबीएफसी द्वारा सीआरओ के पदग्रहण में किसी प्रकार के बदलाव की रिपोर्टिंग स्टॉक-एक्सचेंज में भी करनी होगी।
- iii) बोर्ड सीआरओ की स्वतंत्रता सुनिश्चित करने के लिए नीतियां बनाएगा। इस संबंध में, सीआरओ की रिपोर्टिंग सीधे एमडी एवं सीईओ / बोर्ड की जोखिम प्रबंधन समिति (आरएमसी) को होगी। अगर सीआरओ एमडी एवं सीईओ को रिपोर्ट करता हो तो आरएमसी कम-से-कम तिमाही आधार पर एमडी एवं सीईओ की उपस्थिति के बिना सीआरओ से मिलेगी। सीआरओ एनबीएफसी के कारोबारी कार्यक्षेत्र के साथ कोई रिपोर्टिंग संबंध नहीं रखेगा और उसे कोई व्यावसायिक लक्ष्य नहीं दिये जाएंगे। इसके अतिरिक्त कोई दोहरे उत्तरदायित्व का प्रावधान नहीं होगा अर्थात् सीआरओ को कोई अन्य उत्तरदायित्व नहीं दिया जाएगा।
- iv) सीआरओ जोखिमों की पहचान, मापन और उसे कम करने की प्रक्रिया से जुड़ा रहेगा। सीआरओ द्वारा सभी ऋण उत्पादों (खुदरा एवं थोक) का अंतर्निहित और

नियंत्रण जोखिमों के दृष्टिकोण से वेटिंग किया जाएगा। ऋण प्रस्तावों पर निर्णय लेने के संबंध में सीआरओ की भूमिका केवल सलाहकार होने तक सीमित रहेगी।

- v) उच्च मूल्य के प्रस्तावों के लिए ऋण मंजूरी प्रक्रिया में समिति की कार्यपद्धति को अपनाने वाले एनबीएफसी में, यदि सीआरओ ऋण मंजूरी प्रक्रिया में निर्णय लेने वालों में से एक है, तो उसे मताधिकार की शक्ति प्राप्त होगी और ऐसे सभी सदस्य जो ऋण मंजूरी प्रक्रिया के भाग हैं, वे ऋण प्रस्ताव से संबंधित जोखिम परिप्रेक्ष्य सहित सभी पहलुओं के लिए वैयक्तिक रूप से और पृथक रूप से उत्तरदायी होंगे।

राष्ट्रीय इलेक्ट्रॉनिक निधि अंतरण (एनईएफटी) और तत्काल सकल निपटान (आरटीजीएस) सिस्टम्स - शुल्क का समापन

भारतीय रिज़र्व बैंक द्वारा 11 जून, 2019 को सभी आरटीजीएस और / या एनईएफटी में भाग लेने वाले सदस्य बैंकों के अध्यक्ष / प्रबंध निदेशक / मुख्य कार्यपालक अधिकारी को जारी दिशानिर्देश के अनुसार, डिजिटल निधियों के लेन-देन को गति प्रदान करने के लिए यह निर्णय लिया गया कि दिनांक 1 जुलाई, 2019 से आरटीजीएस प्रणाली का उपयोग करते हुए आउटवर्ड लेन-देन करने के लिए बैंकों पर भारतीय रिज़र्व बैंक द्वारा लगाए जाने वाले प्रसंस्करण शुल्क और परिवर्ती समय संबंधी लिए जाने वाले शुल्क और भारतीय रिज़र्व बैंक द्वारा एनईएफटी प्रणाली में प्रसंस्कृत लेन-देन पर भारतीय रिज़र्व बैंक द्वारा लिए जाने वाले प्रसंस्करण शुल्क को भी भारतीय रिज़र्व बैंक द्वारा समाप्त कर दिया जाएगा। साथ ही, बैंकों को यह सूचित किया गया कि वे दिनांक 1 जुलाई, 2019 से आरटीजीएस और एनईएफटी प्रणालियों का उपयोग करते हुए लेन-देन करने पर अपने ग्राहकों को लाभ प्रदान करें।

एटीएम हेतु सुरक्षा उपाय

भारतीय रिज़र्व बैंक द्वारा 14 जून, 2019 को समस्त बैंकों के अध्यक्ष / प्रबंध निदेशक / मुख्य कार्यकारी अधिकारी को जारी दिशानिर्देश के अनुसार, एटीएम परिचालन में जोखिम को कम करने तथा सुरक्षा को बढ़ाने के उद्देश्य से कुछ उपायों को नीचे सूचीबद्ध किया गया है :

- i) सभी एटीएम नकदी पुनःपूर्ति हेतु केवल डिजिटल वन टाइम कॉम्बिनेशन (ओटीसी) लॉक के साथ परिचालित किए जाएंगे।
- ii) हवाई अड्डे आदि जैसे उच्च सुरक्षा परिसरों, जहां पर्याप्त सीसीटीवी कवरेज हो तथा राज्य / केंद्रीय सुरक्षा कार्मिकों द्वारा संरक्षित हो, के अतिरिक्त सभी एटीएम 30 सितंबर, 2019 तक एक संरचना (दीवार, स्तम्भ, फर्श आदि) से ग्राउंड किए जाएंगे।
- iii) बैंक, समय पर अलर्ट तथा त्वरित प्रतिक्रिया सुनिश्चित करने के लिए, एटीएम में व्यापक ई-निगरानी तंत्र को कार्यान्वित करने पर भी विचार कर सकते हैं।

उपरोक्त उपायों को भारतीय रिज़र्व बैंक तथा कानूनी प्रवर्तन एजेंसियों द्वारा जारी मौजूदा अनुदेशों, प्रथाओं तथा मार्गदर्शन के अतिरिक्त लागू किया जाएगा। समय सीमा का पालन न करने / गैर अनुपालन करने पर दण्ड लगाने सहित विनियामक कार्रवाई की जाएगी।

सिक्कों को स्वीकार करना

भारतीय रिज़र्व बैंक द्वारा 26 जून, 2019 को समस्त बैंकों के अध्यक्ष / प्रबंध निदेशक / मुख्य कार्यकारी अधिकारी को जारी दिशानिर्देश के अनुसार, रिज़र्व बैंक को बैंक शाखाओं द्वारा सिक्के स्वीकार नहीं करने की शिकायतें लगातार प्राप्त हो रही हैं, जिससे जनता को काफी असुविधा हो रही है। इस संदर्भ में

भारतीय रिज़र्व बैंक के दिनांक 15 फरवरी, 2018 के परिपत्र डीसीएम (आरएमएमटी) सं. 2945/11.37.01/2017-18 तथा नोटों व सिक्कों के विनिमय की सुविधा विषय पर दिनांक 02 जुलाई 2018 के मास्टर परिपत्र डीसीएम (एनई) सं.जी-2/08.07.18/2018-19 के पैराग्राफ 1(घ) के संदर्भ में यह सूचित किया गया था कि कोई भी बैंक शाखा उनके काउंटर पर प्रस्तुत किए गए छोटे मूल्यवर्ग के नोटों तथा/अथवा सिक्कों को स्वीकार करने हेतु मना नहीं करें।

बैंकों को पुनः सूचित किया गया कि वे अपनी सभी शाखाओं को उनके काउंटर पर लेन-देन अथवा विनिमय हेतु प्रस्तुत किए जाने वाले सभी मूल्यवर्ग के सिक्कों को स्वीकार करने हेतु तुरंत निर्देशित करें तथा इस मामले में कड़ाई से अनुपालन सुनिश्चित करें।

बासल III पूंजी विनियमावली - लीवरेज अनुपात का कार्यान्वयन

भारतीय रिज़र्व बैंक द्वारा 28 जून, 2019 को सभी अनुसूचित वाणिज्यिक बैंक (आरआरबी, एलएलबी, भुगतान बैंक और लघु वित्त बैंक को छोड़कर) को जारी दिशानिर्देश में, अपने 6 जून, 2019 के द्वितीय द्वि-मासिक मौद्रिक नीति वक्तव्य 2019-20 के साथ जारी विकासात्मक और विनियामकीय नीतियों पर वक्तव्य में घोषणा का संदर्भ लेते हुए, सूचित किया गया कि न्यूनतम लीवरेज अनुपात घरेलू व्यवस्थित रूप से महत्वपूर्ण बैंकों (DSIBs) के लिए 4% और अन्य बैंकों के लिए 3.5% रखने का निर्णय लिया गया है।

लीवरेज अनुपात के साथ पूंजीगत आकलन और एक्सपोजर आकलन दोनों को तिमाही-आधार पर सूचित किया जाना है। हालांकि, बैंकों को हर समय आवश्यक न्यूनतम लीवरेज अनुपात बनाए रखना है। यह दिशानिर्देश 1 अक्टूबर, 2019 से

शुरू होने वाली तिमाही से प्रभावी होंगे।

एटीएम का उपयोग - निःशुल्क एटीएम लेन-देन - स्पष्टीकरण

भारतीय रिज़र्व बैंक द्वारा 14 अगस्त, 2019 को सभी क्षेत्रीय ग्रामीण बैंकों सहित सभी अनुसूचित वाणिज्य बैंक / शहरी सहकारी बैंक / राज्य सहकारी बैंक / जिला केंद्रीय सहकारी बैंक / लघु वित्त बैंक / पेमेंट बैंक / व्हाइट लेबल एटीएम ऑपरेटर्स को जारी दिशानिर्देश के अनुसार, भारतीय रिज़र्व बैंक के संज्ञान में यह बात आई है कि ऐसे लेन-देन जो तकनीकी कारणों, एटीएम में नकदी की अनुपलब्धता इत्यादि के कारण विफल हुए हैं, उन्हें भी निःशुल्क एटीएम लेन-देन की संख्या में शामिल कर लिया जाता है।

अतः एतद्वारा, यह स्पष्ट किया जाता है कि ऐसे लेन-देन जो

तकनीकी कारणों जैसे कि हार्डवेयर, सॉफ्टवेयर, संचार संबंधी समस्याओं; एटीएम में करेंसी नोटों की अनुपलब्धता; और अन्य विफल लेन-देन जिनके लिए बैंक / सेवा प्रदाता को सीधे तौर पर / पूर्णतया उत्तरदायी ठहराया जा सकता है; अमान्य पिन / सत्यापन; इत्यादि को ग्राहक के लिए वैध एटीएम लेनदेन के रूप में नहीं गिना जाएगा। परिणामतया कोई शुल्क नहीं लगाया जाएगा।

गैर-नकद आहरण लेन-देन (जैसे कि बैलेंस एनक्वायरी, चेक बुक संबंधी अनुरोध, करों का भुगतान, निधि अंतरण आदि), जो 'ऑन-अस' लेन-देन कहलाता है (अर्थात्, जब कार्ड का उपयोग उसी बैंक के एटीएम में किया जाता है जिसने वह कार्ड जारी किया है) वह भी निःशुल्क एटीएम लेन-देन की संख्या का हिस्सा नहीं होगा। ■

लेखकों से

हमारा निरंतर प्रयास रहता है कि 'बैंकिंग चिंतन-अनुचिंतन' में बैंकिंग विषयों पर स्तरीय, समसामयिक और नवीनतम आलेख प्रकाशित किए जाएँ। इसी क्रम में लेखकों से हमारा अनुरोध है कि वे कृपया पत्रिका के आगामी अंकों के लिए डिजिटल बैंकिंग में उपभोक्ता संरक्षण (Consumer Protection in Digital Banking), साइबर धोखाधड़ी (Cyber Fraud), सुरक्षित डिजिटल बैंकिंग (Safe Digital Banking), डिजिटल बैंकिंग लोकपाल योजना (Digital Banking Ombudsman Scheme), एनबीएफसी लोकपाल योजना (NBFC Ombudsman Scheme), आईबीसी (IBC), पूंजी पर्याप्तता (Capital Adequacy), बैंकों में पूंजी अंतःप्रवाह (Capital Infusion in Banks), बैंकों का विलय (Banks' Merger) आदि जैसे व्यापक और समसामयिक विषयों पर स्तरीय और अद्यतन आलेख भेजें।

2. लेखक अपने आलेखों में नवीनतम और अद्यतन आंकड़ों (Latest & updated Data) का ही उपयोग करें और उनके स्रोत/संदर्भ/वेबपेज आदि का स्पष्ट और पूरा उल्लेख करें। आलेख कमोबेश 05 से 10 पृष्ठ के हों और यूनिकोड मंगल फॉन्ट (12 पॉइंट) में टंकित हों। आलेख सॉफ्टकॉपी में ईमेल rajbhashaco@rbi.org.in पर भेजे जाएँ तो बेहतर होगा। आलेखों के साथ अपना पूरा डाक पता, ईमेल और अपना संक्षिप्त परिचय एवं फोटो भी अवश्य भेजें। हमें आपके आलेखों की प्रतीक्षा रहेगी।

- प्रबंध संपादक

धूमता आईना

● के. सी. मालपानी



सरकारी क्षेत्र के 10 बैंकों के विलय की घोषणा

सरकार ने सरकारी क्षेत्र के बैंकों को विश्वस्तरीय और मजबूत बनाए जाने की दिशा में बड़ा कदम उठाते हुए हाल ही में सरकारी क्षेत्र के 10 बैंकों का विलय कर चार बड़े बैंक बनाए जाने की घोषणा की। विलय प्रक्रिया पूरी हो जाने के बाद देश में सरकारी बैंकों की संख्या घटकर 12 रह जाएगी।

ओरियंटल बैंक ऑफ कॉमर्स और युनाइटेड बैंक आफ इंडिया का पंजाब नेशनल बैंक में; सिंडिकेट बैंक का केनरा बैंक में; आंध्रा बैंक और कॉरपोरेशन बैंक का यूनियन बैंक के साथ एवं इलाहाबाद बैंक का इंडियन बैंक के साथ विलय किया जाएगा।

विलय के बाद 17.95 लाख करोड़ रुपये के कुल कारोबार के साथ पंजाब नेशनल बैंक दूसरा, 15.20 लाख करोड़ रुपये के कुल कारोबार के साथ केनरा बैंक चौथा, 14.59 लाख करोड़ रुपये के कुल कारोबार के साथ यूनियन बैंक पांचवां और



सहायक महाप्रबंधक
भारतीय रिज़र्व बैंक, निरीक्षण विभाग
केंद्रीय कार्यालय, मुंबई

8.08 लाख करोड़ रुपये के कुल कारोबार के साथ इंडियन बैंक सातवां सबसे बड़ा बैंक बन जाएगा।

इससे पहले वर्ष 2017 में भारतीय स्टेट बैंक में उसके पांच अनुषंगी बैंकों का विलय किया गया था। इसके बाद बैंक ऑफ बड़ौदा में देना बैंक और विजया बैंक के विलय का फैसला किया गया जो 1 अप्रैल, 2019 से प्रभावी हो चुका है। उक्त विलय प्रक्रिया के पूरा हो जाने के बाद सरकारी क्षेत्र के बैंकों में भारतीय स्टेट बैंक, बैंक ऑफ बड़ौदा, पंजाब नेशनल बैंक, केनरा बैंक, यूनियन बैंक, इंडियन बैंक, बैंक ऑफ इंडिया, सेंट्रल बैंक ऑफ इंडिया, इंडियन ओवरसीज बैंक, पंजाब एंड सिंध बैंक, बैंक ऑफ महाराष्ट्र और यूको बैंक रह जाएंगे।

फार्च्यून ग्लोबल 500 सूची में रिलायंस बनी शीर्ष भारतीय कंपनी

रिलायंस इंडस्ट्रीज लिमिटेड फार्च्यून ग्लोबल 500 सूची में शामिल होने वाली शीर्ष भारतीय कंपनी बन गयी है, इस वर्ष सूची में रिलायंस 106वें स्थान पर रही है और इसकी रैंकिंग में 42 स्थानों का सुधार हुआ है। इससे पहले इंडियन आयल कॉरपोरेशन फार्च्यून ग्लोबल 500 सूची में शीर्ष भारतीय कंपनी थी।

रिलायंस का राजस्व 62.3 अरब डॉलर से बढ़कर 82.3 अरब डॉलर हो गया जबकि इंडियन आयल कॉरपोरेशन का राजस्व 65.9 अरब डॉलर से बढ़कर 77.6 अरब डॉलर रहा।

इस सूची में शामिल अन्य भारतीय कंपनियां हैं - आयल एंड नेचुरल गैस कॉर्पोरेशन (160वां स्थान), भारतीय स्टेट बैंक (236वां स्थान), टाटा मोटर्स (265वां स्थान), भारत पेट्रोलियम कॉर्पोरेशन लिमिटेड (275वां स्थान) तथा राजेश एक्सपोर्ट्स (495वां स्थान)।

इस सूची में शीर्ष दस स्थानों पर रही कंपनियां हैं -

1. वालमार्ट (अमेरिकी रिटेल कंपनी) 2. सिनोपेक ग्रुप (चीनी सरकारी तेल व गैस कंपनी) 3. रॉयल डच शैल (डच कंपनी) 4. चाइना नेशनल पेट्रोलियम 5. स्टेट ग्रिड 6. सऊदी अरामको (सऊदी अरब की तेल कंपनी) 7. ब्रिटिश पेट्रोलियम (ब्रिटिश तेल व गैस कंपनी) 8. एक्सॉन मोबिल 9. वॉक्सवैगन 10. टोयोटा मोटर्स।

फार्च्यून ग्लोबल 500 एक वार्षिक रैंकिंग है, इसमें विश्व भर की 500 कंपनियों को उनके राजस्व के आधार पर शामिल किया जाता है। इस सूची को फार्च्यून नामक अमेरिकी पत्रिका द्वारा तैयार किया जाता है।

प्रधानमंत्री किसान मान-धन योजना (पीएमकेएमवाई) की शुरुआत

प्रधानमंत्री किसान मान-धन योजना (पीएमकेएमवाई) जम्मू-कश्मीर और लद्दाख सहित पूरे देश में लागू की गई है। दो हेक्टेयर तक भूमि रखने वाले लघु और सीमांत किसान इस योजना में शामिल हो सकते हैं। 18 से 40 साल तक के किसान योजना में भाग ले सकते हैं। यह स्वैच्छिक और भागीदारी वाली योजना है। इसमें किसानों को उनकी आयु के मुताबिक 55 रुपये से लेकर 200 रुपये तक का मासिक योगदान करना होगा। केन्द्र सरकार भी उनके लिये बराबर की राशि का योगदान देगी। यह राशि एक पेंशन कोष में जमा होगी और 60 वर्ष की आयु पूरी होने पर उन्हें तीन हजार रुपये मासिक पेंशन दी जायेगी।

इस योजना के पंजीयन की प्रक्रिया बेहद आसान है। कोई भी किसान जो इस योजना से जुड़ना चाहता है वह अपना आधार कार्ड, खसरा-खतौनी की नकल तथा बैंक पासबुक अथवा बैंक खाते की जानकारी के साथ कॉमन सर्विस सेंटर (CSC) पर जाकर पंजीयन करा सकता है। अभिप्रमाणन की प्रक्रिया पूरी हो जाने के बाद, किसान का पीएमकेएमवाई पेंशन कार्ड तथा विशेष पेंशन खाता संख्या तैयार हो जाएगी। इस योजना की घोषणा 2019-20 के बजट में की गयी थी। इस पेंशन निधि का परिचालन जीवन बीमा निगम द्वारा किया जाएगा।

सीबीडीटी ने आयकर विभाग द्वारा अपील दाखिल करने की मौद्रिक सीमा बढ़ाई गई

मुकदमेबाजी को कम करने के लिए सीबीडीटी ने विभिन्न ट्रिब्यूनलों में विभागीय अपील दायर करने के लिए न्यूनतम मौद्रिक सीमा को बढ़ा दिया है। आयकर अपीलिय न्यायाधिकरण में अपील दायर करने की मौद्रिक सीमा को 20 लाख रुपये से बढ़ाकर 50 लाख रुपये कर दिया गया है। इसी तरह उच्च न्यायालयों में मामला दायर करने की सीमा को दोगुना कर एक करोड़ रुपये कर दिया गया है। उच्चतम न्यायालय में अपील दायर करने की सीमा को भी एक करोड़ से बढ़ाकर दो करोड़ रुपये किया गया है। करदाताओं की शिकायतों-मुकदमों को कम करने के लिए यह सीमा बढ़ाई गई है।

ईपीएफओ ने की पेंशन को लेकर अहम घोषणा

कर्मचारी भविष्य निधि संगठन (ईपीएफओ) ने कर्मचारी पेंशन योजना (ईपीएस) के तहत पेंशन की राशि में कुछ हिस्सा एकमुश्त लेने की व्यवस्था (कम्युटेशन) को फिर से बहाल करने के प्रस्ताव पर मंजूरी दी है। इस कदम से उन पेंशनभोगियों को लाभ होगा जिन्होंने कम्युटेशन व्यवस्था का विकल्प चुना था और 2009 से पहले सेवानिवृत्ति पर एक मुश्त राशि प्राप्त की थी। इसके बाद ईपीएफओ ने 2009 में इस प्रावधान को

वापस ले लिया था।

‘कम्युटेशन’ व्यवस्था के तहत सामान्य रूप से मासिक पेंशन में अगले 15 साल की एक तिहाई राशि की कटौती की जाती है और यह राशि पेंशनभोगी को एकमुश्त दे दी जाती है। उसके 15 साल बाद पेंशनभोगी पूरी पेंशन पाने का हकदार हो जाता है। ईपीएफओ के केंद्रीय न्यासी बोर्ड (सीबीटी) की हाल ही में हुई एक बैठक में कम्युटेशन के तहत एक मुश्त राशि लेने के 15 साल बाद पेंशनभोगी की पूरी पेंशन बहाल करने के लिए ईपीएस, 95 में संशोधन के प्रस्ताव को मंजूरी दी गई। माना जाता है कि इससे 6.3 लाख पेंशनभोगियों को लाभ होगा।

सीएसआर पर गठित उच्च स्तरीय समिति ने सरकार को अपनी रिपोर्ट सौंपी

कॉर्पोरेट सोशल रिस्पॉन्सिबिलिटी पर गठित उच्च स्तरीय समिति ने अपनी रिपोर्ट हाल ही में सरकार को सौंप दी है। इसका गठन कॉर्पोरेट मामलों के सचिव इंजेती श्रीनिवास की अध्यक्षता में किया गया था। समिति ने सीएसआर पर किये जाने वाले व्यय को कर में कटौती योग्य बनाए जाने, खर्च न की जा सकी शेष राशि को 3-5 वर्षों की अवधि के लिए आगे ले जाए जाने का प्रावधान करने, एसडीजी प्लस फ्रेमवर्क (जिसमें खेलों को बढ़ावा देने, वरिष्ठ नागरिकों के कल्याण, दिव्यांगजन के कल्याण, आपदा प्रबंधन एवं धरोहर संरक्षण को भी शामिल किया जाएगा) को अपनाकर अनुसूची सात को सतत विकास लक्ष्यों (एसडीजी) के साथ संयोजित करना, राष्ट्रीय प्राथमिकताओं एवं स्थानीय क्षेत्र की वरीयताओं में संतुलन बैठाना, 5 करोड़ अथवा उससे ज्यादा के सीएसआर दायित्व के लिए प्रभाव आकलन अध्ययन कराना और कॉर्पोरेट कार्य मंत्रालय (एमसीए) के पोर्टल पर कार्यान्वयन करने वाली एजेंसियों का पंजीकरण कराना इस समिति की प्रमुख सिफारिशों में शामिल हैं।

समिति ने कहा है कि यदि किसी कंपनी की सीएसआर से जुड़ी निर्दिष्ट धनराशि 50 लाख रुपये से कम हो तो उसे सीएसआर समिति के गठन से छूट दी जानी चाहिए। समिति ने यह भी सिफारिश की है कि सीएसआर के अनुपालन का उल्लंघन किए जाने को एक दीवानी अपराध माना जाना चाहिए और इसे पेनल्टी या जुर्माने वाली व्यवस्था में शामिल कर देना चाहिए।

सीएसआर की व्यवस्था संबंधी कंपनी अधिनियम, 2013 की धारा 135 में की गयी है। इस नियम के अनुसार 500 करोड़ रुपये निवल मालियत अथवा 1000 करोड़ रुपये से अधिक टर्नओवर अथवा 5 करोड़ से अधिक शुद्ध लाभ करने वाली कंपनी को पिछले तीन वर्षों के शुद्ध लाभ के औसत का कम से कम 2% सीएसआर सम्बन्धी कार्यों के लिए खर्च करना होता है। सीएसआर गतिविधियों के ब्यौरे सातवीं अनुसूची में दिए गए हैं।

ओएनजीसी बनी सार्वजनिक क्षेत्र की सबसे लाभदायक कंपनी

आयल एंड नेचुरल गैस कॉर्पोरेशन, इंडियन आयल कॉर्पोरेशन को पीछे छोड़ते हुए अब भारत के सार्वजनिक क्षेत्र की सबसे ज्यादा लाभ कमाने वाली कंपनी बन गयी है। वित्त वर्ष 2018-19 में ओएनजीसी का शुद्ध लाभ 34% की वृद्धि के साथ 26,716 करोड़ रुपये रहा। इसके पहले वित्त वर्ष 2016-17 तथा 2017-18 में इंडियन आयल कॉर्पोरेशन देश के सार्वजनिक क्षेत्र की सबसे अधिक लाभदायक कंपनी थी। 31 मार्च, 2019 को समाप्त वर्ष में इंडियन आयल कॉर्पोरेशन का लाभ 17,274 करोड़ रुपये रहा।

ओएनजीसी एक सरकारी बहुराष्ट्रीय तेल व गैस कंपनी है, पहले इसका मुख्यालय देहरादून में स्थित था, अब इसका मुख्यालय दिल्ली में स्थित है। इसका प्रशासनिक नियंत्रण

केन्द्रीय पेट्रोलियम व प्राकृतिक गैस मंत्रालय के पास है। यह देश की सबसे बड़ी तेल व गैस खोज तथा उत्पादन कंपनियों में से एक है।

प्रधानमंत्री जनधन खातों में जमा राशि एक लाख करोड़ रुपये के पार पहुंची

प्रधानमंत्री जन धन योजना के तहत खोले गये खातों में जमा धन राशि 102645.70 करोड़ रुपये हो गयी। प्रधानमंत्री जन धन योजना के तहत कुल 36.89 करोड़ खाते खोले गये हैं। गौरतलब है कि इनमें से 50% से अधिक खाते महिलाओं के हैं।

इस योजना को 28 अगस्त, 2014 को शुरू किया गया था और इसका उद्देश्य वित्तीय समावेशन को बढ़ावा देकर बैंकिंग सुविधाओं को निर्धन तथा वंचित वर्ग तक पहुंचाना था। डायरेक्ट बेनिफिट ट्रांसफर (DBT) के लिए भी इस योजना की उल्लेखनीय भूमिका रही है। इस योजना के तहत खाता खोलने पर कोई न्यूनतम शेष राशि बनाए रखने की अपेक्षा नहीं की जाती है। साथ ही, कुछ शर्तों के साथ 10,000 रुपए तक का ओवरड्राफ्ट, रुपे डेबिट कार्ड और 2 लाख रुपये के दुर्घटना बीमा कवर की सुविधा भी दी जाती है।

रिज़र्व बैंक द्वारा सरकार को 1,76,051 करोड़ रुपये के अधिशेष का अंतरण किया जाएगा

हाल ही में, रिज़र्व बैंक द्वारा सरकार को 1,76,051 करोड़ रुपये का अधिशेष अंतरित किए जाने का निर्णय लिया गया। इसमें वर्ष 2018-19 के लिये 1,23,414 करोड़ रुपये अधिशेष के रूप में और 52,637 करोड़ रुपये आधिक्य प्रावधान के रूप में चिन्हित किए गए हैं। आधिक्य प्रावधान की राशि रिज़र्व बैंक के आर्थिक पूंजी फ्रेमवर्क (ईसीएफ) के आधार पर निर्धारित की गई है।

इस संबंध में, रिज़र्व बैंक के पूर्व गवर्नर बिमल जालान की अध्यक्षता में एक समिति गठित की गई थी। समिति की सिफारिशों पर गौर करते हुए रिज़र्व बैंक ने 52,637 करोड़ रुपये का अधिशेष सरकार को अंतरित करने का फैसला किया है। समिति ने अपनी रिपोर्ट में संशोधित आर्थिक पूंजी नियम की हर पांच साल में समीक्षा करने की सिफारिश भी की है। तथापि, रिज़र्व बैंक के जोखिमों और परिचालनीय माहौल में महत्वपूर्ण बदलाव होने पर बीच में भी समीक्षा की जा सकती है। समिति ने वित्त वर्ष 2020-21 से रिज़र्व बैंक के लेखा वर्ष (जुलाई-जून) को वित्त वर्ष (अप्रैल से मार्च) के साथ समायोजित किए जाने की सिफारिश भी की है।

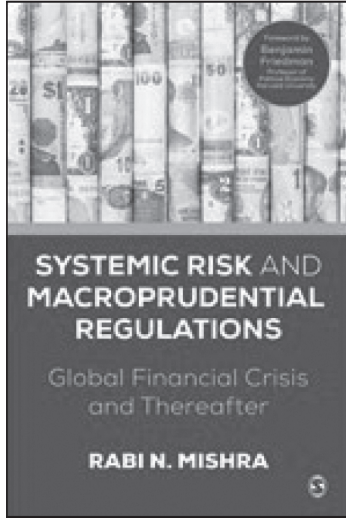
भारतीय शिल्पकारों के लिए 'फ्लिपकार्ट समर्थ' पहल

हाल ही में, भारतीय ई-कॉमर्स कंपनी फ्लिपकार्ट ने अपने प्लेटफार्म पर भारतीय शिल्पकारों को बढ़ावा देने के लिए 'फ्लिपकार्ट समर्थ' नामक पहल की शुरुआत की है। 'फ्लिपकार्ट समर्थ' भारत के कारीगरों, बुनकरों और हस्तशिल्प उत्पादकों को ई-कॉमर्स पर लाने के उद्देश्य से की गई एक महत्वपूर्ण पहल है। इस पहल के द्वारा शिल्पकारों, बुनकरों तथा हस्तशिल्प से संबंधित सामान बनाने वाले लोगों को इन्टरनेट पर अपना सामान बेचने के लिए प्रोत्साहित किया जायेगा।

'फ्लिपकार्ट समर्थ' प्रतिष्ठित एनजीओ और सरकारी निकायों और आजीविका मिशन के साथ मिलकर बड़ी संख्या में ग्रामीण उद्यमियों तक पहुंचने के लिए काम करेगा। इसमें महिलाओं द्वारा चलाए जा रहे उद्यमों, दिव्यांग उद्यमियों, कारीगरों और बुनकरों पर खास ध्यान दिया जाएगा, जिनको अक्सर कार्यशील पूंजी की कमी, खराब बुनियादी ढांचे और अपर्याप्त प्रशिक्षण जैसी बाधाओं का सामना करना पड़ता है। ■

पुस्तक समीक्षा

● ब्रिज राज



पुस्तक : सिस्टेमिक रिस्क ऐण्ड माइक्रोप्रूडेंशियल रेग्यूलेशंस – ग्लोबल फाइनेंशियल क्राइसिस ऐण्ड देअरआफ्टर

लेखक : डॉ. रवि एन. मिश्रा, कार्यपालक निदेशक, भारतीय रिज़र्व बैंक, मुंबई

प्रकाशक : SAGE India

पृष्ठ : 508

मूल्य : ₹1,445

निः संदेह, 1929 की भारी महामंदी के बाद सबसे भयंकर वित्तीय मंदी, वैश्विक वित्तीय मंदी ने वित्तीय स्थिरता बनाए रखने के लिए आवश्यक अन्य साधनों एवं मंदी-पूर्व विवेकपूर्ण अपेक्षाओं की सीमाओं को उजागर किया। साथ ही, प्रणालीगत जोखिमों, अर्थात् संपूर्ण वित्तीय प्रणाली को प्रभावित करने की क्षमता रखने वाली घटनाओं का अनुमान

न लगा पाने और उनसे जूझने में हुई नाकामी, मंदी-पूर्व विनियामक और पर्यवेक्षी व्यवस्था की एक प्रमुख विफलता थी। प्रणालीगत जोखिम, विनियामकों के संदेह के घेरे के अंतर्गत नहीं थे, क्योंकि माइक्रोप्रूडेंशियल विनियमन व्यक्तिगत संस्थानों की स्थिरता पर केंद्रीकृत थे। मंदी के बाद, सम्पूर्ण विश्व के प्राधिकारियों ने वित्तीय विनियमन और पर्यवेक्षण को सशक्त किया है और एक मैक्रोप्रूडेंशियल दृष्टिकोण अपनाया है, जो समग्र रूप से वित्तीय प्रणाली की स्थिरता और वास्तविक अर्थव्यवस्था पर उसके प्रभाव पर केंद्रीकृत रहती है। इस पृष्ठभूमि में, यह पुस्तक “सिस्टेमिक रिस्क ऐण्ड माइक्रोप्रूडेंशियल रेग्यूलेशंस – ग्लोबल फाइनेंशियल क्राइसिस ऐण्ड देअरआफ्टर” समकालीन विषय पर आधारित है और लेखक के अनुसार “स्थिरता के नए दौर की ओर बढ़ने के क्रम में, यह पुस्तक मंदी को अपने मस्तिष्क में दृढ़ता से बनाए रखने का एक प्रयास है।”



महाप्रबंधक एवं बैंकिंग लोकपाल
भारतीय रिज़र्व बैंक, पटना

यह पुस्तक वैश्विक वित्तीय मंदी के कारणों और प्रभावों, बैंकों और वित्तीय संस्थानों को सशक्त करने के लिए लागू किए गए विनियामक सुधारों और अन्य संरचनात्मक सुधारों के बारे में चर्चा करती है। यह प्रणालीगत जोखिमों के विभिन्न स्रोतों और परिष्कृत मैक्रोप्रूडेंशियल विनियमों के माध्यम से उन्हें प्रबंधित करने के संबंध में विस्तार से जानकारी प्रदान करती है। हावर्ड विश्वविद्यालय के सुप्रसिद्ध प्रो. बेंजामिन एम. फ्रेडमैन द्वारा इस पुस्तक का प्राक्कथन दिया गया है और लेखक द्वारा एक भूमिका दी गई है। यह किताब चार भागों में बांटी गई है और इसमें दस अध्याय हैं। भाग I मंदी के बाद वित्तीय विनियामक सुधारों (अध्याय 1-2) पर केन्द्रित है, भाग II मैक्रोप्रूडेंशियल पॉलिसी के माध्यम से प्रणालीगत जोखिम के प्रबंधन (अध्याय 3-6) पर, भाग III वित्तीय मंदी के प्रबंधन पर (अध्याय 7) और भाग IV अंतर्राष्ट्रीय नीति निर्माण में समन्वय (अध्याय 8-10) पर केंद्रित है।

अध्याय 1 उन विनियामक सुधारों से संबंधित है, जो वित्तीय मंदी के उपरांत पूंजी, चलनिधि को सशक्त करने तथा बैंकों की रिंग-फेंसिंग और समाधान के उपायों के लिए लागू किए गए थे। अध्याय 2 अन्य संरचनात्मक सुधारों से संबंधित है, जिन्हें मंदी के उपरांत लागू किया गया था। अध्याय 3 प्रणालीगत जोखिम के विभिन्न स्रोतों के संबंध में जानकारी प्रदान करता है और परिष्कृत मैक्रोप्रूडेंशियल विनियमों के माध्यम से उन्हें प्रबंधित करने और मौद्रिक नीति प्राधिकारी के साथ उसके समन्वय के बारे में विस्तृत जानकारी देता है। अध्याय 4 मंदी के निवारण की तैयारी में सहायक, उसके पूर्वानुमान हेतु चेतावनी प्रणाली के महत्व से संबंधित है। अध्याय 5 वित्तीय क्षेत्र के पर्यवेक्षकों और केंद्रीय बैंकों द्वारा मैक्रो स्तर पर स्ट्रेस-टेस्टिंग के महत्व पर प्रकाश डालता है, जो कमजोर कड़ी को पहचानने और किसी

अनिश्चित घटना के लिए पर्याप्त सुरक्षात्मक उपाय तैयार करने में सहायक है। अध्याय 6 नीति निर्माता संस्थानों द्वारा अपनाए जाने वाले मैक्रोप्रूडेंशियल विनियमों के विभिन्न साधनों के संबंध में जानकारी प्रदान करता है। अध्याय 7 किसी संभावित वित्तीय मंदी की प्रतिक्रिया स्वरूप मानक परिचालनात्मक प्रणाली / नीतिगत उपाय से संबंधित है। अध्याय 8-10 नीति निर्माण में समन्वय से संबंधित हैं, जहां वैश्विक वित्तीय नीति निर्माण संस्थानों के बीच बेहतर समन्वय की परिकल्पना की गई है। “केंद्रीय बैंकों के लिए संभावित चिंताएँ” पर एक ज्ञानप्रद उपसंहार केंद्रीय बैंकों के समक्ष आने वाले वित्तीय क्षेत्र के संभावित जोखिमों को सूचीबद्ध करता है।

डॉ. मिश्रा अपनी अद्वितीय और पाठकों को अपनी लेखनी के साथ बांधे रखने की लेखन शैली के माध्यम से प्रणालीगत जोखिम और उसके प्रबंधन हेतु मैक्रोप्रूडेंशियल विनियमों और उनकी अवधारणाओं को समझने के लिए एक उत्तम ढांचा तैयार करते हैं। मैक्रोप्रूडेंशियल नीति, वैश्विक वित्तीय मंदी के परिणामस्वरूप वित्तीय प्रणाली के विनियमन में हुए अनुकरणीय बदलाव को दर्शाती है और यह पुस्तक अत्युत्तम उदाहरणों और इस विषय पर वास्तविक दुनिया के परिप्रेक्ष्य की सहायता से इस नीति के विकास को वर्णित करती है। इस पुस्तक में इस क्षेत्र में किए गए शैक्षिक कार्यों का व्यापक रूप से उपयोग किया गया है जो नए छात्रों एवं शोधकर्ताओं के लिए एक वरदान साबित होगा। इस पुस्तक में समय-पूर्व चेतावनी प्रणाली पर एक अध्याय में 17 मैक्रो फाइनेंशियल वैरिएबल के लिए सीमाओं को निर्धारित किया गया है जो प्रमुख संकेतक के रूप में अच्छे ढंग से कार्य करते हैं। इससे वित्तीय क्षेत्र में नीति निर्माताओं को प्रभावी समय-पूर्व चेतावनी प्रणाली को निर्धारित करने में सहायता मिलेगी।

संबंधित विषय के सभी पहलुओं को उत्कृष्टता से समेटती हुई यह किताब अपने आप में अनूठी है और केंद्रीय बैंकों, विनियामकों और नीतिनिर्माताओं के लिए अत्यंत उपयोगी सहायक पुस्तक सिद्ध होगी। इस विषय पर किए गए उत्तम शोध और गहरे ज्ञान के कारण यह पुस्तक बैंकों, शिक्षाविदों और विद्यार्थियों के लिए भी लाभकारी रहेगी। इस पुस्तक को सुप्रसिद्ध पूर्व केंद्रीय बैंकों और भारत और विदेश, दोनों के सुशिक्षित शिक्षकों से काफी सराहना मिली है। मैं 'प्रणालीगत

जोखिम' के विषय तथा 'मैक्रोप्रूडेंशियल विनियमों' के माध्यम से इसका समाधान समझने तथा वैश्विक रूप से एक सुरक्षित वित्तीय प्रणाली का निर्माण करने हेतु, भविष्य में वित्तीय मंदी की स्थिति से बचने के उपायों के बारे में जानने के लिए इस प्रेरक पुस्तक की अनुशंसा करता हूँ।

(इस समीक्षा में व्यक्त किए गए सभी विचार व्यक्तिगत हैं तथा भारतीय रिज़र्व बैंक के नहीं हैं) ■

बैंकिंग चिंतन-अनुचिंतन

सदस्यता फार्म

प्रबंध संपादक

बैंकिंग चिंतन-अनुचिंतन

भारतीय रिज़र्व बैंक

राजभाषा विभाग, केंद्रीय कार्यालय,

सी-9, दूसरी मंज़िल, बांद्रा कुर्ला संकुल,

बांद्रा (पूर्व), मुंबई - 400 051

महोदय,

मैं तीन वर्षों के लिए 'बैंकिंग चिंतन-अनुचिंतन' का ग्राहक बनना चाहता / चाहती हूँ। आपसे अनुरोध है कि निम्नांकित ब्योरे के अनुसार मुझे नियमित रूप से पत्रिका भेजें।

सदस्यता क्रमांक (यदि पहले से सदस्य हैं) _____

नाम (स्पष्ट अक्षरों में) : श्री / श्रीमती / कुमारी _____

पता (स्पष्ट अक्षरों में) : _____

केंद्र _____ पिनकोड _____

मो. नं. _____ टेलीफोन नं. (कार्यालय) _____ निवास _____

फैक्स नं. _____ एसटीडी कोड _____

ई मेल पता _____

दिनांक ____/____/____

भवदीय / या

(हस्ताक्षर)

लेखकों से / पाठकों से

इस पत्रिका का उद्देश्य बैंकिंग और उससे संबंधित विषयों पर हिंदी में मौलिक सामग्री उपलब्ध कराना है। बैंकिंग विषयों पर हिंदी में मूल रूप से लिखने वाले सभी लेखकों से सहयोग मिले बिना इस उद्देश्य की पूर्ति संभव नहीं है। हमें इसमें आपका सक्रिय सहयोग चाहिए। बैंकिंग विषयों पर हिंदी में मूल रूप से लिखे स्तरीय लेखों की हमें प्रतीक्षा रहती है। साथ ही, अर्थशास्त्र, वित्त, मुद्रा बाज़ार, वाणिज्य, विधि, मानव संसाधन विकास, कार्यपालक स्वास्थ्य, मनोविज्ञान, परा-बैंकिंग, कंप्यूटर, 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 मानदेय देने की व्यवस्था है। लेखकों से यह भी अनुरोध है कि वे प्रकाशनार्थ सामग्री भेजते समय यह देख लें कि :

1. क. सामग्री बैंकिंग और उससे संबंधित विषयों पर ही है। लेख मौलिक विचारों पर आधारित हो अथवा किसी विचारधारा की मौलिक समीक्षा हो।
 - ख. लेख में किसी समसामयिक बैंकिंग समस्या पर प्रतिपक्षात्मक (कॉन्ट्रारियन) विचार भी व्यक्त किए जा सकते हैं बशर्ते प्रतिपक्षात्मक विचारधारा का उद्देश्य आलोचनात्मक न होकर समीक्षात्मक हो या समस्या के बहुपक्षीय आयामों की संभावनाओं से जुड़ा हुआ हो।
 - ग. लेख बैंकिंग व्यवस्था से जुड़ी किसी सर्वश्रेष्ठ ग्लोबल प्रैक्टिस पर आधारित हो ताकि नवोन्मेष (इनोवेशन) को प्रोत्साहन मिले।
 - घ. लेख ऐसी बैंकिंग विचारधारा, व्यवस्था या पद्धति पर आधारित हो, जिससे भारतीय बैंकिंग ग्लोबल स्तर पर स्पर्धात्मक बने।
 - ङ. लेख भारतीय बैंकिंग में अपनाई गई ऐसी सर्वश्रेष्ठ पद्धतियों के बारे में हो जिसका अन्य देश अनुकरण कर सकें।
2. लेख में दिए गए तथ्य, आंकड़े अद्यतन हों एवं उनके स्रोत के बारे में स्पष्ट लिखा जाना चाहिए।
3. क. लेख न्यूनतम 5 पृष्ठों के हों तथा यूनिकोड में टंकित हों।
 - ख. वह कागज की एक ओर स्पष्ट अक्षरों में लिखित अथवा टंकित हो।
 - ग. यथासंभव सरल और प्रचलित हिंदी शब्दावली का प्रयोग किया गया हो और अप्रचलित एवं तकनीकी शब्दों के अर्थ कोष्ठक में अंग्रेजी में दिए गए हों।
 - घ. लेख यदि संभव हो तो यूनिकोड फॉन्ट में rajbhashaco@rbi.org.in नामक ई-मेल आईडी पर भेजने की व्यवस्था की जाए।
4. यह प्रमाणित करें कि लेख मौलिक है, प्रकाशन के लिए अन्यत्र नहीं भेजा गया है और 'बैंकिंग चिंतन-अनुचिंतन' में प्रकाशनार्थ प्रेषित है।
5. लेखक अपने पत्राचार का पता, ई-मेल आईडी एवं टेलीफोन / मोबाइल नंबर अवश्य दें।
6. प्रकाशन के संबंध में यह सुनिश्चित करें कि जब तक लेख की अस्वीकृति सूचना प्राप्त नहीं होती, संबंधित लेख किसी अन्य पत्र-पत्रिका में प्रकाशनार्थ न भेजा जाए।

केंद्रीय बैंकों की बढ़ती हुई भूमिका

डिजिटल बैंकिंग - भविष्य एवं संभावनाएँ

सोशल मीडिया और बैंकिंग

अवैध जमा योजनाओं के कारोबार पर पाबंदी

बैंकिंग कारोबार की विशिष्टताएँ : विपणन रणनीति के संदर्भ में

बैंक-ग्राहक संबंध प्रबंधन

डिजिटल बैंकिंग के परिप्रेक्ष्य में सतर्कता

एसएमएस, ईमेल और फिशिंग के माध्यम से धोखाधड़ी

रेग्युलेटर की नज़र से

घूमता आईना

पुस्तक समीक्षा