



यूनियन बैंक
ऑफ इंडिया
भारत सरकार का उपक्रम



Union Bank
of India
A Government of India Undertaking



कासा एवं कारोबार विकास



कासा एवं कारोबार विकास

मार्गदर्शन:



वी.जी.सेकर

प्राचार्य, कृषि बैंकिंग

महाविद्यालय

भारतीय रिज़र्व बैंक, पुणे



अरुण कुमार

महाप्रबन्धक (मासं)



जी.एन.दास

महाप्रबन्धक (मासं)

सम्पादन

 हृषीकेश मिश्रा, प्रमुख (ज्ञानार्जन एवं विकास)



यूनियन बैंक
ऑफ़ इंडिया
भारत सरकार का उपक्रम



Union Bank
of India

A Government of India Undertaking



मोबाइल बैंकिंग
सुर एप

केंद्रीय कार्यालय, यूनियन बैंक भवन,
239, विधान भवन मार्ग, नरीमन पाइंट, मुंबई- 400 021



यूनियन बैंक
ऑफ इंडिया
भारत सरकार का उपक्रम



Union Bank
of India
A Government of India Undertaking



ज्ञानार्जन एवं विकास प्रभाग
मानवं संसाधन विभाग
केंद्रीय कार्यालय, मुंबई- 400 021

सम्पादन सहयोग:

शिव कुमार शुक्ला, समप्र. (ज्ञानार्जन एवं विकास)
रामजीत सिंह, समप्र. (राभा)
विवेकानंद, मु.प्र.(राभा)
हिमाँशु शर्मा, स.प्र.(राभा)

समन्वयकर्ता:



महेश कुमार

सदस्य सचिव, हिंदी प्रशिक्षण समन्वय समिति
भारतीय रिज़र्व बैंक, कृषि बैंकिंग महाविद्यालय, पुणे

इस पुस्तक में शामिल आलेख में व्यक्त विचार लेखकों के निजी हैं, बैंक का इनसे सहमत होना जरूरी नहीं है।

हिंदी प्रशिक्षण समन्वय समिति, भारतीय रिज़र्व बैंक, कृषि बैंकिंग महाविद्यालय, पुणे के तत्वावधान में यूनियन बैंक ऑफ इंडिया द्वारा 'कासा एवं कारोबार विकास' विषय पर आयोजित अखिल भारतीय सेमिनार में प्राप्त आलेखों का संकलन

मुद्रक: डीजे मिडीयाप्रिंट अण्ड लॉजिस्टिक्स लिमिटेड
नवी मुंबई



(ए. मणिमेखलै)

प्रबंध निदेशक एवं मुख्य कार्यपालक अधिकारी
यूनियन बैंक ऑफ इंडिया

यह बड़े गर्व का विषय है कि यूनियन बैंक ऑफ इंडिया, ज्ञानार्जन एवं विकास प्रभाग, मानव संसाधन विभाग द्वारा 'कासा एवं कारोबार विकास' विषय पर हिन्दी प्रशिक्षण समन्वय समिति, भारतीय रिज़र्व बैंक, कृषि बैंकिंग महाविद्यालय, पुणे के सभी सदस्य बैंकों व वित्तीय संस्थानों के विद्वानों द्वारा लिखित निबंधों की संचयिका पुस्तक का प्रकाशन किया जा रहा है।

मैं इस पुस्तक के प्रकाशन को बैंकिंग क्षेत्र में एक महत्वपूर्ण उपलब्धि के रूप में देखती हूँ। यह पुस्तक बैंकिंग क्षेत्र में कासा एवं कारोबार विकास के क्षेत्र में कार्यरत विद्वानों के विचारों व अनुभवों का एक अनमोल खजाना है।

पुस्तक में 'कासा एवं कारोबार विकास' के विभिन्न पहलुओं पर विस्तृत चर्चा की गई है। इसमें कासा प्रबंधन, कारोबार विकास, उत्पाद एवं सेवा विकास, ग्राहक सेवा प्रबंधन, आदि विषयों पर महत्वपूर्ण जानकारी दी गई है।

मेरा मानना है कि 'कासा एवं कारोबार विकास' बैंकिंग क्षेत्र के लिए दो महत्वपूर्ण विषय हैं। आज 'कासा प्रबंधन' बैंकों के लिए एक महत्वपूर्ण चुनौती है। बैंकों को अपने ग्राहकों से अधिक से अधिक जमा राशि आकर्षित करने के लिए प्रभावी 'कासा प्रबंधन' की आवश्यकता होती है। 'कारोबार विकास' भी बैंकों के लिए एक महत्वपूर्ण लक्ष्य है। बैंकों को अपने कारोबार को बढ़ाने और नए ग्राहकों को आकर्षित करने के लिए नवाचार और विकास की आवश्यकता होती है।

इस पुस्तक में इन दोनों विषयों पर महत्वपूर्ण जानकारी संकलित की गई है। यह पुस्तक बैंकिंग क्षेत्र के सभी हितधारकों के लिए एक उपयोगी मार्गदर्शिका होगी।

मुझे विश्वास है कि यह पुस्तक बैंकिंग क्षेत्र के विकास में महत्वपूर्ण भूमिका अदा करेगी। मैं हिन्दी प्रशिक्षण समन्वय समिति, भारतीय रिज़र्व बैंक, कृषि बैंकिंग महाविद्यालय, पुणे के सभी सदस्य बैंकों व वित्तीय संस्थानों के विद्वानों को इस पुस्तक के प्रकाशन के लिए बधाई देती हूँ।

मुझे उम्मीद है कि इस पुस्तक के प्रकाशन से बैंकिंग क्षेत्र में 'कासा एवं कारोबार विकास' के क्षेत्र में नवाचार और विकास को बढ़ावा मिलेगा। इससे बैंकिंग क्षेत्र ज्यादा मजबूत और अधिक प्रतिस्पर्धी बनेगा।

धन्यवाद।



(निधु सक्सेना)
कार्यपालक निदेशक
यूनियन बैंक ऑफ़ इंडिया

‘कासा एवं कारोबार विकास’ विषय पर हिन्दी प्रशिक्षण समन्वय समिति, भारतीय रिज़र्व बैंक, कृषि बैंकिंग महाविद्यालय, पुणे के सभी सदस्य बैंकों व वित्तीय संस्थानों के विद्वानों द्वारा लिखित निबंधों की संचयिका पुस्तक के प्रकाशन पर मैं आप सभी को हार्दिक बधाई देता हूँ।

कासा एवं कारोबार विकास, बैंकिंग के दो प्रमुख स्तम्भ हैं। कासा बैंकिंग के लिए एक आधारभूत आवश्यकता है। यह बैंकों के लिए राजस्व का एक प्रमुख स्रोत भी है। कारोबार विकास बैंकों की वृद्धि और स्थिरता तथा संवहनीयता के लिए आवश्यक है।

यह पुस्तक कासा प्रबंधन, कारोबार विकास की रणनीतियाँ, और बैंकों के लिए चुनौतियाँ और अवसरों जैसे महत्वपूर्ण बैंकिंग आयामों पर अहम भूमिका प्रदान करेगी।

मुझे विश्वास है कि यह पुस्तक बैंकिंग क्षेत्र के लिए एक मूल्यवान संसाधन होगी। यह बैंकरों, प्रबंधकों, और अन्य हितधारकों को इन विषयों पर एक व्यापक और गहन समझ ही नहीं प्रदान करेगी बल्कि कासा एवं कारोबार संवर्धन में प्रेरक तत्व का भी काम करेगी। मैं इस पुस्तक के प्रकाशन में शामिल सभी विद्वानों और संपादकों को धन्यवाद ज्ञापित करता हूँ।

मैं आशा करता हूँ कि यह संचयिका पुस्तक कासा एवं कारोबार विकास के क्षेत्र में एक महत्वपूर्ण योगदान प्रदान करेगी।

आभार सहित,

निधु सक्सेना



(वी जी सेकर)

अध्यक्ष

हिंदी प्रशिक्षण समन्वय समिति
कृषि बैंकिंग महाविद्यालय
भारतीय रिज़र्व बैंक, पुणे



प्रिय साथियों,

मुझे यह जानकर अत्यंत प्रसन्नता हो रही है कि हिंदी प्रशिक्षण समन्वय समिति की 114^{वीं} बैठक में लिए गए निर्णय के अनुसरण में ज्ञानार्जन एवं विकास प्रभाग, यूनियन बैंक ऑफ इंडिया द्वारा सभी सदस्य बैंकों एवं वित्तीय संस्थानों हेतु एक अखिल भारतीय हिंदी सेमिनार का आयोजन किया जा रहा है।

संगोष्ठी के लिए चुना गया विषय “कासा और कारोबार विकास” वर्तमान परिस्थितियों में काफी प्रासंगिक है। प्रत्येक बैंक के पास एक स्थायी कारोबारी मॉडल होना चाहिए जो वित्त पोषण के सुस्थिर और विविध स्रोतों पर आधारित हो। ऐसे बैंक उच्च तरलता जोखिम से ज्यादा प्रभावित होते हैं जो बल्क जमा जैसे वित्त पोषण के अस्थिर और संकेंद्रित स्रोतों का उपयोग करके आगे बढ़ते हैं। भारतीय परिस्थितियों में कासा जमा का एक महत्वपूर्ण हिस्सा वित्त पोषण का स्थिर और प्रतिस्पर्धी स्रोत साबित हुआ है।

भारतीय रिज़र्व बैंक का यह सुनिश्चित करने का प्रयास रहा है कि बैंक जोखिम का आकलन करने के लिए नवीनतम टूल्स और तकनीकों का उपयोग करके अपने जोखिम प्रबंधन मानकों को उन्नत करें। तरलता जोखिम के मजबूत प्रबंधन के लिए, बैंकों के पास तरल परिसंपत्तियों का एक पोर्टफोलियो, मजबूत नकदी प्रवाह पूर्वानुमान और वित्त पोषण स्रोतों में विविधता लाने की आशा है। मुझे विश्वास है कि सेमिनार में एक सतत कारोबारी विकास रणनीति के तरीकों पर विचार-विमर्श किया जाएगा जो बैंकों को अनुचित जोखिमों से दूर रखने में सफल हो।

मैं, यूनियन बैंक के शीर्ष प्रबंधन को धन्यवाद चाहूंगा जिन्होंने हिंदी प्रशिक्षण समन्वय समिति, भारतीय रिज़र्व बैंक, पुणे के तत्वावधान में इस अखिल भारतीय हिंदी सेमिनार का आयोजन किया है। मुझे यह जानकर अति प्रसन्नता हुई कि यूनियन बैंक ऑफ इंडिया को इस सेमिनार हेतु 10 सदस्य बैंकों से कुल 43 प्रविष्टियां प्राप्त हुई हैं। प्रत्येक आलेख में विषय को नया आयाम प्रदान करते हुए बड़ी सरलता से बातें रखी गई हैं।

दिनांक 17 जनवरी, 2024 को इस अखिल भारतीय हिंदी सेमिनार का भौतिक रूप से आयोजन बेंगलूरु में किया जा रहा है। मैं अपनी ओर से इस कार्यक्रम की सफलता हेतु शुभकामनाएं देता हूँ।

आप सभी को नववर्ष की शुभकामनाओं सहित !



(अरुण कुमार)

महाप्रबंधक (मानव संसाधन विभाग)
यूनियन बैंक ऑफ इंडिया



आज के वैश्विक परिवेश में प्रभावी बैंकिंग प्रणाली अर्थव्यवस्था के लिए एक महत्वपूर्ण इकाई है जिसकी मानव संसाधन प्रबंधन एक महत्वपूर्ण इकाई है, जिसके माध्यम से किसी भी संस्था की मानव पूँजी का महत्तम उपयोग एवं विकास के द्वारा उससे **समृद्धि के नए शिखर** को प्राप्त किया जा सकता है।

इस पुस्तक के माध्यम से हमें नए दृष्टिकोण, सशक्त अनुसंधान, और कार्यशैली के विषय में विस्तृत ज्ञान प्राप्त होगा जो कि किसी भी संस्था की कारोबार समृद्धि को बढ़ाने में प्रभावी सिद्ध होगा।

कासा एवं कारोबार विकास बैंकिंग के महत्वपूर्ण पहलू हैं। कासा के माध्यम से जहाँ एक ओर बैंक अपने ग्राहकों को विभिन्न प्रकार की वित्तीय सेवाएँ एवं वित्तीय समावेशन प्रदान करता है वहीं दूसरी ओर ग्राहकों के अंदर बचत करने की प्रवृत्ति के विकास में सहायक होता है।

वर्तमान बदलते बैंकिंग परिवेश में प्रसन्नित ग्राहक सेवा एवं ग्राहक संतुष्टि के माध्यम से ही किसी संस्था के कारोबार विकास के पथ को सुनिश्चित किया जा सकता है।

इस पुस्तक में 'कासा बैंकिंग' और 'कारोबार विकास' की विभिन्न रणनीतियों एवं क्रियान्वयन के कई पहलुओं पर विस्तृत रूप से चर्चा की गई है जो बैंकिंग व्यवसाय वृद्धि में निश्चित रूप से कारगर सिद्ध होगी।

मैं इस पुस्तक के लेखकों और प्रकाशकों को बधाई देता हूँ और आशा करता हूँ कि यह पुस्तक बैंकिंग क्षेत्र में 'कासा बैंकिंग' और 'कारोबार विकास' को बढ़ावा देने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाएगी।

सादर,



(हृषीकेश मिश्रा)

प्रमुख, ज्ञानार्जन एवं विकास प्रभाग
यूनियन बैंक ऑफ इंडिया

यह अत्यंत हर्ष का विषय है कि हम 'कासा एवं कारोबार विकास' विषय पर हिन्दी प्रशिक्षण समन्वय समिति के सदस्य बैंकों और वित्तीय संस्थानों के संकाय सदस्यों के द्वारा लिखित निबंधों की संचयिका प्रकाशित कर रहे हैं।

कासा और कारोबार, इन दोनों के विकास को बेहतर ढंग से समझने एवं इसकी वृद्धि में अपना योगदान देने में यह संकलन निश्चित रूप से प्रेरक तत्व का काम करेगा। हिन्दी भाषा का सही उपयोग करके हम कासा एवं कारोबार के अध्ययन के क्षेत्र में न केवल गहरी समझ विकसित कर सकते हैं वरन इसके बढ़ोतरी में अपना योगदान दे सकते हैं।

इस पुस्तक के माध्यम से हम सभी को हिन्दी भाषा में निर्मित निबंधों का अद्भुत संग्रह उपलब्ध करा रहे हैं, जिससे सभी बैंकर साथियों को बैंक व्यवसाय में अपना अमूल्य योगदान देने में सहायता प्राप्त होगी। यह संकलन हमें हिन्दी भाषा में लेखन कौशल को बढ़ावा देने का भी एक माध्यम होगी, जो हमारे कर्मचारियों के बीच संवाद को मजबूत करेगी।

इस निबंध संचयिका के माध्यम से हम सभी कासा विकास की भावी रणनीतियाँ बनाने एवं कारोबार वृद्धि में गहरी समझ विकसित कर बैंक को एक नयी ऊँचाई पर ले जाने में अपनी अहम भूमिका अदा कर सकते हैं।

आप सभी का सहयोग हमारे इस प्रयास को सफल बनाने में महत्वपूर्ण है। हम सभी को आशा ही नहीं वरन पूर्ण विश्वास है कि यह संचयिका हमें एक नए दृष्टिकोण के साथ 'कासा एवं कारोबार विकास' की दिशा में एक सकारात्मक परिणाम देगी।

धन्यवाद।





(रामजीत सिंह)

सहायक महाप्रबंधक (राजभाषा)
यूनियन बैंक ऑफ इंडिया



‘कासा एवं कारोबार विकास’ विषय पर संचयिका पुस्तक में अखिल भारतीय सेमिनार हेतु बैंकिंग उद्योग के हमारे विद्वान संकाय सदस्यों द्वारा भेजे गए लेख संकलित किए गए हैं। बैंक हमारी विकासशील अर्थव्यवस्था का महत्वपूर्ण अंग है।

बैंक के माध्यम से आम जनता अपनी आवश्यकता के अनुसार कारोबार तथा अन्य जरूरतों के लिए ऋण सुविधा का लाभ उठा सकती है। ऋण उपलब्ध कराने के लिए सर्वप्रथम बैंक के पास डिपॉजिट होना चाहिए। इस डिपॉजिट में बैंक का ‘कासा’ अर्थात ‘चालू खाता-बचत खाता’ का हिस्सा जितना अधिक होगा बैंक की लाभप्रदता में उतनी ही वृद्धि होती है।

बैंकिंग क्षेत्र एक सार्वजनिक क्षेत्र है जिसमें आम जन की एक अहम भूमिका होती है। आम जन से संपर्क बढ़ाने के लिए भाषा एक सशक्त माध्यम है। किसी भी देश व क्षेत्र की भाषा, समृद्धि और विकास का माध्यम होती है, और हमारी राजभाषा हिन्दी भारतीय सांस्कृतिक विरासत की महत्वपूर्ण कडी है। बैंक के ‘कासा एवं कारोबार विकास’ में हिन्दी एवं क्षेत्रीय भाषाओं का महत्वपूर्ण योगदान है। हम अपने ग्राहकों को यदि उनकी भाषा में अपनी बैंकिंग योजनाओं की जानकारी प्रदान करेंगे तो वे बैंक के साथ आसानी से जुड़ सकेंगे, इससे हमारे ‘कासा’ पोर्टफोलियो में वृद्धि के साथ-साथ हम अपनी अन्य योजनाओं की क्रॉस सेलिंग कर सकते हैं। इस पुस्तक के माध्यम से हम सभी बैंकों एवं वित्तीय संस्थानों के विचारों को जान एवं समझ पाएंगे और अनुभवों को साझा कर सकेंगे।

आइए, हम सभी मिलकर अपनी भाषा को मजबूती से आगे बढ़ाएँ और कारोबार समृद्धि की दिशा में कदम आगे बढ़ाएँ। इस पुस्तक के माध्यम से ‘कासा एवं कारोबार विकास’ की दिशा में एक नई शुरुआत की जा रही है, इससे निश्चित ही बैंकिंग उद्योग के ‘कासा’ एवं ‘कारोबार विकास’ में वृद्धि सुनिश्चित हो सकेगी।

हार्दिक शुभकामनाओं सहित,



यूनियन बैंक
ऑफ़ इंडिया
भारत सरकार का उपक्रम



Union Bank
of India
A Government of India Undertaking



अनुक्रम

● कासा और व्यवसाय विकास- बैंक की लाभप्रदता का एक उपाय - श्री चंदन कुमार	01
● कासा एवं कारोबार विकास-वित्तीय समावेशन का माध्यम - श्री शेषान्त कुमार	05
● कासा एवं कारोबार विकास- 'बैंक की लाभप्रदता का एक उपाय' - श्री अमित मोहन अस्थाना	09
● कासा और कारोबार विकास- 'बैंक की लाभप्रदता के लिए एक उपाय' - श्री विजय बिष्ट	13
● कासा एवं कारोबार विकास- कुछ विचार - श्री हरप्रीत सिंह	17
● वित्तीय समावेशन का माध्यम - श्री नितिन भावसार	20
● कासा एवं कारोबार विकास- 'कारोबार संवृद्धि का उपाय' - श्री गंगा दत्त पंत	23
● कासा - बैंक की लाभप्रदता का एक उपाय - श्री तुषार माहेश्वरी	27
● कासा एवं कारोबार विकास- बैंक के डिजिटल उत्पादों का प्रचार - श्री अवधेश कुमार	31
● वित्तीय समावेशन का माध्यम - श्री संजय राज	35
● बैंक के डिजिटल उत्पादों का प्रचार - सुश्री नीतू सिंह	41
● बैंक के डिजिटल उत्पादों का प्रचार - श्री अंकित सहाय	45
● वित्तीय समावेशन का माध्यम - श्री अनिल कुमार	49
● कासा एवं कारोबार विकास-वित्तीय समावेशन का माध्यम - श्री रवि मिश्रा	54
● वित्तीय समावेशन का माध्यम - सुश्री ममता लक्ष्मीकांत उमाले	58

● कासा एवं कारोबार विकास- 'कारोबार संवृद्धि का उपाय' - श्री घनश्याम दास अहिरवार	62
● बैंक के उत्पादों का प्रतिविक्रय - श्री सुमित कुमार	66
● कासा और व्यवसाय विकास- आर्थिक विकास के लिए एक उत्प्रेरक - सुश्री शिल्पा प्रविण चंद्रिकापूरे	70
● कासा एवं कारोबार विकास- 'बैंक की लाभप्रदता का एक उपाय' - श्री शैलेन्द्र डबराल	74
● कासा एवं व्यवसाय विकास- बैंक के उत्पादों का प्रतिविक्रय - श्री सुनील कुमार	77
● कासा - बैंक की लाभप्रदता का एक उपाय - श्री विवेकानन्द सिंह	82
● बैंक की लाभप्रदता का एक उपाय - श्री प्रवीण कुमार	86
● भारत में वित्तीय समावेशन - चुनौतियाँ व समाधान - श्री रामदयाल कुमावत	90
● कासा एवं कारोबार विकास- 'वित्तीय समावेशन का माध्यम' - श्री जय घोष	95
● कासा एवं कारोबार विकास- 'बैंक के उत्पादों का प्रतिविक्रय' - श्री आशुतोष त्रिपाठी	99
● बैंक के उत्पादों का प्रतिविक्रय - श्री शैलेश कुमार	103
● कासा एवं कारोबार विकास- 'कारोबार संवृद्धि का उपाय' - श्री गौतम कुमार	106
● कासा और व्यवसाय विकास - श्री चंदन कुमार रे	110
● कासा एवं कारोबार विकास- 'बैंक की लाभप्रदता का एक उपाय' - श्री हरतोष कुमार श्रीवास्तव	116
● बैंक की लाभप्रदता का एक उपाय - श्री अख्तर रसूल अन्सारी	120

● कासा एवं कारोबार विकास- 'बैंक के उत्पादों का प्रतिविक्रय' - डॉ. सत्येन्द्र कुमार	124
● कासा एवं कारोबार विकास- बैंक के डिजिटल उत्पादों का प्रचार - श्री सुरेन्द्र कुमार केशव	129
● बैंक के उत्पादों का प्रतिविक्रय - श्री मो. नसीम अनवर	134
● बैंक उत्पादों का प्रतिविक्रय - श्री गगन वर्मा	138
● कारोबार संवृद्धि का उपाय - सुश्री अपर्णा शर्मा	142
● वित्तीय समावेशन के लिए एक माध्यम - श्री अखिलेश मैठानी	146
● कारोबार संवृद्धि का उपाय - श्री अनिल कुमार	149
● बैंक के डिजिटल उत्पादों का प्रचार - श्री हिमांशु पाटकार	153
● महिला सम्मान : बैंकिंग फॉर वुमेन से लेकर बैंकिंग ऑन वुमेन तक - श्री ऋषि प्रकाश	157

कासा एवं कारोबार विकास: बैंक की लाभप्रदता का एक उपाय

प्रस्तावना:

बैंकिंग उद्योग में, लाभप्रदता एक महत्वपूर्ण मापदंड है जो बैंकों की व्यावसायिक सफलता को निर्धारित करता है। बैंकों की लाभप्रदता को प्रभावित करने वाले कई कारक हैं, जिनमें से एक है कासा या चालू खाता और बचत खाता। कासा बैंकों के लिए एक महत्वपूर्ण संसाधन है जो उन्हें अपनी नकदी की आवश्यकताओं को पूरा करने, अपने ग्राहकों को बेहतर सेवा प्रदान करने और अपने कारोबार को बढ़ावा देने में मदद करता है।

बैंकिंग में कासा का सामान्य अर्थ करेंट अकाउंट एवं सेविंग्स अकाउंट अर्थात्-चालू खाता और बचत खाता होता है। इन खातों पर बैंक को बहुत कम ब्याज का भुगतान करना पड़ता है। बचत खाते पर ब्याज की दर सावधि जमा के आधे से भी कम होती है, वहीं चालू खाते में जमा धनराशि पर बैंकों को ब्याज का भुगतान नहीं करना पड़ता है, इसके विपरीत चालू खाता धारकों से उन खातों के संचालन के लिए बैंकों द्वारा कतिपय शुल्कों की वसूली की जाती है।



कासा अर्थात्- चालू खाता और बचत खाता, एक अपेक्षाकृत नया शब्द है जो 20वीं सदी के उत्तरार्ध में बैंकिंग उद्योग में लोकप्रिय हुआ। हालांकि, चालू खातों और बचत खातों का इतिहास बहुत पुराना है। चालू खातों का इतिहास 17वीं शताब्दी में इंग्लैंड में शुरू हुआ, जब बैंकों ने अपने ग्राहकों को अपने लेन-देन को सुविधाजनक बनाने के लिए खाते प्रदान करना शुरू किया। प्रारंभ में, चालू खातों पर कोई ब्याज नहीं दिया जाता था, और ग्राहकों को अक्सर शुल्क का भुगतान करना पड़ता था। हालांकि, 19वीं शताब्दी में, बैंकों ने अपने ग्राहकों को आकर्षित करने के लिए चालू खातों पर ब्याज देना शुरू किया। बचत खातों का इतिहास 19वीं शताब्दी में संयुक्त राज्य अमेरिका में शुरू हुआ। बचत खातों को आम तौर पर ग्राहकों को अपनी बचत को सुरक्षित रखने और ब्याज अर्जित करने के लिए एक सुविधाजनक तरीका प्रदान करने के लिए डिज़ाइन किया गया था।

कासा का उदय 20वीं सदी के उत्तरार्ध में हुआ, जब बैंकों ने अपनी नकदी की आवश्यकताओं को पूरा करने के लिए चालू खातों और बचत खातों का उपयोग करना शुरू किया। 1970 और 1980 के दशक में, बैंकों ने अपने ग्राहकों को अपने उत्पादों और सेवाओं के बारे में जागरूक करने के लिए विपणन और प्रचार पर अधिक ध्यान देना शुरू किया। इससे कासा खातों की लोकप्रियता में वृद्धि हुई।

आज, बैंकों के लिए कासा एक महत्वपूर्ण संसाधन है। कासा खातों में जमा धनराशि बैंकों को अपनी नकदी की आवश्यकताओं को पूरा करने, अपने ग्राहकों को बेहतर सेवा प्रदान करने और अपने कारोबार को बढ़ावा देने में मदद करती है। कासा के भविष्य की संभावनाएं उज्ज्वल हैं। जैसे-जैसे बैंक डिजिटल बैंकिंग और आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस में निवेश करना जारी रखते हैं, वे अपने ग्राहकों को अधिक आकर्षक और सुविधाजनक कासा उत्पाद और सेवाएं प्रदान करने में सक्षम होंगे। इससे कासा खातों की लोकप्रियता में और वृद्धि होने की उम्मीद है।



कासा एवं कारोबार विकास

कासा का महत्व

कासा बैंकों के लिए कई मायनों में महत्वपूर्ण है। सबसे पहले, यह बैंकों को अपनी नकदी की आवश्यकताओं को पूरा करने में मदद करता है। कासा खातों में जमा धनराशि बैंकों को अपने ग्राहकों को ऋण और अन्य वित्तीय उत्पाद प्रदान करने के लिए उपयोग कर सकते हैं। दूसरा, कासा बैंकों को अपने ग्राहकों को बेहतर सेवा प्रदान करने में मदद करता है। चालू खाते ग्राहकों को अपने लेन-देन को सुविधाजनक रूप से प्रबंधित करने की अनुमति देते हैं, जबकि बचत खाते ग्राहकों को अपनी बचत को बढ़ावा देने में मदद करते हैं। तीसरा, कासा जमा बैंकों को अपने ग्राहक आधार का विस्तार करने में मदद करता है। कासा खाते आमतौर पर बिना लागत अथवा कम लागत वाले खाते होते हैं, जिससे बैंकों को अपना ग्राहक आधार बढ़ाने में मदद मिलती है।

कासा और कारोबार विकास

कारोबार विकास के लिए भी कासा का महत्व बहुत अधिक है। कासा जमाराशि बैंकों को अपने नकदी प्रबंधन को बेहतर बनाने और अपने वित्तीय स्वास्थ्य को मजबूत करने में मदद करता है। चालू खाते व्यवसायों को अपने लेन-देन को ट्रैक करने और अपने खातों को आसानी से प्रबंधित करने की अनुमति देते हैं। बचत खाते व्यवसायों को अपनी बचत को बढ़ावा देने और अपने वित्तीय लक्ष्यों को प्राप्त करने में मदद करते हैं।

लाभप्रदता पर कासा का प्रभाव

कासा बैंकों की लाभकारिता को कई तरह से प्रभावित कर सकता है। सबसे पहले, कासा बैंकों को अपनी नकदी की लागत को कम करने में मदद करता है। बचत खाते पर बैंकों को बहुत कम ब्याज का भुगतान करना पड़ता है, जो उनकी लागत को कम करने में मदद करता है। दूसरा, कासा बैंकों को अपने ग्राहक आधार का विस्तार करने में मदद करता है। अधिक ग्राहक, बैंकों को अधिक लेन-देन और ऋण प्रदान करने के अवसर उत्पन्न करने में मदद करते हैं, जो उनकी आय को बढ़ाता है। तीसरा, कासा बैंकों को अपने ग्राहकों को बेहतर सेवा प्रदान करने में मदद करता है। बेहतर सेवा से ग्राहक संतुष्टि बढ़ती है, जो बैंकों को अधिक ग्राहकों को बनाए रखने में मदद करती है।

कारोबार विकास पर कासा का प्रभाव

कासा जमाराशि बैंकों को विभिन्न रूपों में कारोबार विकास में मदद करती है:

- नकदी प्रबंधन में सुधार: बैंकों को अपने लेन-देन को प्रबंधित करने और अपने खातों को आसानी से परिचालित करने में कासा जमाराशि से भरपूर मदद मिलती है। इससे बैंकों को अपने नकदी प्रवाह को बेहतर ढंग से समझने और अपने वित्तीय लक्ष्यों को प्राप्त करने में मदद मिलती है।
- वित्तीय स्वास्थ्य में सुधार: बैंकों को अपनी बचत को बढ़ावा देने और अपने वित्तीय स्वास्थ्य को मजबूत करने में कासा व्यापक रूप से मदद करता है। इससे बैंकों को अपने व्यवसाय को सुस्थिर और समयानुकूल बनाने में मदद मिलती है।
- ऋण प्रदान करना आसान: कासा जमाराशि से बैंकों को ऋण प्रदान करना आसान हो जाता है। जिन बैंकों के पास मजबूत कासा आधार होता है, उनके लिए अधिक आसानी से आसान शर्तों पर ग्राहकों को ऋण प्रदान करने की क्षमता का विकास होता है।
- ग्राहक सेवा में सुधार: कासा जमाराशि से बैंकों को अपनी ग्राहक सेवा को बेहतर बनाने में मदद मिलती है। कासा बैंकों के लिए एक महत्वपूर्ण संसाधन है जो उन्हें अपनी नकदी की आवश्यकताओं को पूरा

करने, अपने ग्राहकों को बेहतर सेवा प्रदान करने और अपने कारोबार को बढ़ावा देने में मदद करता है। इसलिए, बैंकों के लिए अपने कासा को बढ़ाना एक महत्वपूर्ण लक्ष्य है।

कासा जमाराशि में वृद्धि हेतु उपाय

- अपने ग्राहकों को आकर्षित करने के लिए बैंक आकर्षक उत्पाद और सेवाएं प्रदान करें। बैंकों को अपने ग्राहकों को आकर्षित करने के लिए ऐसे उत्पाद और सेवाएं प्रदान करनी चाहिए, जो उनकी आवश्यकताओं और बजट के अनुरूप हों। उदाहरण के लिए, बैंकों को अपने ग्राहकों को मुफ्त या कम लागत वाले चालू खाते और बचत खाते प्रदान करने चाहिए। इसके अलावा, बैंकों को अपने ग्राहकों को नकद पुरस्कार, कैशबैक और अन्य प्रोत्साहन प्रदान करके उन्हें अपने उत्पादों और सेवाओं का उपयोग करने के लिए प्रोत्साहित करना चाहिए।



- बैंकों को अपने ग्राहकों को बेहतर सेवा प्रदान करने पर ध्यान केंद्रित करना चाहिए। इसमें उनके लेन-देन को जल्दी और आसानी से पूरा करना, उनके प्रश्नों का उत्तर देना और उनके मुद्दों को जल्दी और प्रभावी ढंग से हल करना शामिल है। बैंकों को अपने ग्राहकों को प्रतिस्पर्धी दरों और शुल्कों पर उत्पाद और सेवाएं भी प्रदान करनी चाहिए।
- अपने ग्राहकों को अपने उत्पादों और सेवाओं के बारे में जागरूक करें। बैंकों को अपने ग्राहकों को अपने उत्पादों और सेवाओं के बारे में जागरूक करने के लिए सक्रिय रूप से काम करना चाहिए। इसमें विपणन और प्रचार के विभिन्न तरीकों का उपयोग किया जाना शामिल है। बैंकों को अपने ग्राहकों को अपने उत्पादों और सेवाओं के लाभों के बारे में बताना चाहिए और उन्हें यह समझाना चाहिए कि वे उनके लिए कैसे फायदेमंद हो सकते हैं।
- अपनी वितरण चैनल का विस्तार करें। बैंकों को अपनी वितरण चैनल का विस्तार करके अपने ग्राहकों तक पहुंच बढ़ानी चाहिए। इसमें अधिक शाखाओं और एटीएम खोलना, ऑनलाइन और मोबाइल बैंकिंग सेवाएं प्रदान करना और तीसरे पक्ष के वितरण भागीदारों के साथ भागीदारी करना शामिल है।
- अपनी ग्राहक सेवा टीम को मजबूत बनाएं। बैंकों को अपनी ग्राहक सेवा टीम को मजबूत बनाने पर ध्यान केंद्रित करना चाहिए। इसमें अच्छी तरह से प्रशिक्षित और अनुभवी प्रतिनिधियों की भर्ती करना और उन्हें आवश्यक संसाधन प्रदान करना शामिल है। बैंकों को अपने ग्राहकों के लिए ग्राहक आह्लाद प्रदान करने के लिए अपनी ग्राहक सेवा टीम को प्रतिबद्ध बनाना चाहिए।
- अपने उत्पादों और सेवाओं को सरल और समझने में आसान बनाएं। ग्राहकों को यह समझना चाहिए कि वे क्या खरीद रहे हैं और इससे उन्हें क्या लाभ होगा।
- अपने ग्राहकों को वैयक्तिकृत सेवाएं प्रदान करें। ग्राहकों को यह महसूस होना चाहिए कि उन्हें बैंक के लिए एक महत्वपूर्ण व्यक्ति माना जाता है।
- अपने ग्राहकों की प्रतिपुष्टि सुनें। ग्राहकों की प्रतिपुष्टि को ध्यान में रखें और अपने उत्पादों और सेवाओं को बेहतर बनाने के लिए इसका उपयोग करें।

इन उपायों को अपनाकर, बैंक अपने कासा को बढ़ा सकते हैं और अपने व्यवसाय को सफल बना सकते हैं।



कासा एवं कारोबार विकास

निष्कर्ष:

आस्तियों या अग्रिमों पर अर्जित कुल ब्याज आय और सावधि जमा और मांग जमा पर भुगतान किए गए ब्याज व्यय के बीच के अंतर को निवल ब्याज मार्जिन कहा जाता है, और इसे आय के औसत मूल्य के प्रतिशत के रूप में व्यक्त किया जाता है। कासा के राजस्व में वृद्धि से शुद्ध ब्याज मार्जिन में सुधार होगा, क्योंकि, निधियों की लागत अपेक्षाकृत किफायती है। उदाहरण के लिए, अधिकांश बैंक 8% से अधिक पर ऋण देते हैं, जबकि जमा दर केवल 3.5% है। हालाँकि, यह अंतर पूरी तरह से बैंकवार यह आंकड़ा अलग-अलग हो सकता है और वास्तविक उपलब्धि अन्य खर्चों पर भी निर्भर करती है।

कासा एक महत्वपूर्ण संसाधन है जो बैंकों को व्यावसायिक रूप से सफल होने में मदद कर सकता है। बैंकों को अपने कासा को बढ़ाने के लिए लगातार काम करना चाहिए। उच्च कासा अनुपात यह दर्शाता है कि बैंक की जमा राशि का एक बड़ा हिस्सा चालू और बचत जमा से प्राप्त हुआ है, जो कि निधीयन का एक किफायती स्रोत है। कई बैंक चालू खाता जमा पर कोई ब्याज नहीं दे रहे हैं और उनमें बचत बैंक जमा पर केवल 2.5 से 3.5% ब्याज दर प्रदान किया जाता है। इसलिए, उच्च कासा अनुपात निवल ब्याज मार्जिन को बढ़ाता है, जो बैंक की बेहतर परिचालन दक्षता का प्रतीक है और इससे लाभप्रदता बढ़ाने में महत्वपूर्ण योगदान मिलता है।

श्री चंदन कुमार
इंडियन बैंक

कासा एवं कारोबार विकास – वित्तीय समावेशन का माध्यम

वित्तीय समावेशन परिचय

वित्तीय समावेशन का अर्थ है बैंकिंग सेवाओं और वित्तीय उत्पादों की उपलब्धता और पहुंच प्रत्येक नागरिक तक सुनिश्चित करना। इसके माध्यम से हम सभी नागरिकों को औपचारिक वित्तीय क्षेत्र में शामिल करने के कदम उठाते हैं, ताकि वे बैंकिंग और वित्तीय सेवाओं का लाभ उठा सकें। यह एक ऐसी प्रक्रिया है जिसमें एक देश या समुदाय के सभी लोग, खासकर आर्थिक रूप से कमजोर और पिछड़े वर्ग के लोग, वित्तीय सेवाओं और साधनों की मुख्यधारा से जुड़े होते हैं, एवं उन्हें वित्तीय स्वाधीनता, सुरक्षा, और समृद्धि की दिशा में कदम बढ़ाने का मौका मिलता है। इसका तात्पर्य है कि वित्तीय समावेशन के माध्यम से, वित्तीय समृद्धि के अवसरों तक पहुंचने के लिए वित्तीय सेवाओं की सुलभता और पहुंच सुनिश्चित की जाती है।

वित्तीय समावेशन भारतीय अर्थव्यवस्था के लिए निम्नलिखित कारणों से अत्यंत महत्वपूर्ण है:

- गरीबी को कम करना: वित्तीय समावेशन से लोगों में बचत करने की आदत का विकास होता है, वे निवेश करना प्रारम्भ करते हैं तथा ऋण की उपलब्धता सुनिश्चित होती है। इससे उनकी आय बढ़ती है जिससे उनका जीवन स्तर भी सुधरता है।
- आर्थिक विकास को बढ़ावा: वित्तीय समावेशन से छोटे व्यवसायों एवं खुदरा ग्राहकों / निवेशकों को अपने विस्तार का अवसर प्राप्त होता है जिससे अर्थव्यवस्था में सामूहिक रूप से रोजगार और आय में वृद्धि होती है।
- सामाजिक न्याय और समावेशन: वित्तीय समावेशन से सभी नागरिकों को समान अवसर प्राप्त होते हैं। इससे समाज में असमानता को कम करने में मदद मिलती है एवं समरसता का माहौल बनता है।

भारत में वित्तीय समावेशन के स्तर को मापने के लिए वित्तीय वर्ष 2021 में भारतीय रिजर्व बैंक ने वित्तीय समावेशन सूचकांक जारी किया है जो की बैंकिंग सुविधाओं की पहुँच, उपयोग एवं गुणवत्ता के सिद्धांत पर आधारित है। यह सूचकांक वर्ष 2021 के अपने स्तर 53.90 से वर्ष 2022 में बढ़कर 56.40 हो गया एवं वर्ष 2023 में यह 60.1 के स्तर पर पहुँच चुका है।

वित्तीय समावेशन चुनौतियाँ

भारत में वित्तीय समावेशन के विस्तार में निम्नांकित चुनौतियाँ प्रमुखता से उभरी हैं:

- वित्तीय जागरूकता का अभाव: आज भी ग्रामीण इलाकों में आम जनमानस वित्तीय रूप से पूर्ण साक्षर नहीं हो सका है जिसकी वजह से अभी भी यह वर्ग वित्तीय मुख्यधारा से वंचित है। आज भी कई लोगों को बैंकिंग और वित्तीय सेवाओं के बारे में पर्याप्त जानकारी नहीं है। इससे वे इन सेवाओं और उत्पादों का लाभ उठाने में सक्षम नहीं होते हैं।
- बैंकिंग और वित्तीय सेवाओं की उच्च लागत: बैंकिंग एवं वित्तीय सेवाओं की लागत अथवा इनसे सम्बंधित शुल्क भी वित्तीय समावेशन की दिशा में एक प्रमुख बाधा हैं। इससे गरीब और वंचित वर्ग के लोगों को इन सेवाओं और उत्पादों का लाभ उठाने में कठिनाई होती है।



कासा एवं कारोबार विकास

- **बैंकिंग और वित्तीय सेवाओं तक पहुंच की कमी:** आज भी कुछ लोगों के पास बैंकिंग और वित्तीय सेवाओं तक पहुंच उपलब्ध नहीं है। इसका प्रमुख कारण आर्थिक असमानता, सुदूर इलाकों में निवास और तकनीकी चुनौतियां हैं।
- **बैंकिंग और वित्तीय सेवाओं के बारे में जटिल प्रक्रियाएं:** बैंकिंग और वित्तीय सेवाओं के बारे में जटिल प्रक्रियाएं भी एक बाधा हो सकती हैं। इससे लोगों को इन सेवाओं और उत्पादों का लाभ उठाने में कठिनाई होती है। उदाहरण के लिए, बैंक खाता खोलने के लिए आवश्यक दस्तावेज और प्रक्रियाएं जटिल हो सकती हैं।
- **बैंकिंग व्यवस्था में भरोसे की कमी:** बैंकिंग प्रणाली में भरोसे की कमी भी वित्तीय समावेशन की दिशा में एक प्रमुख अवरोधक है क्योंकि इससे लोग बैंकिंग और वित्तीय सेवाओं का लाभ उठाने से बच सकते हैं।

कासा एवं वित्तीय समावेशन

कासा वित्तीय समावेशन को बढ़ाने की दिशा में एक महत्वपूर्ण वित्तीय साधन है जो न केवल बचत को प्रोत्साहित करता है, बल्कि वित्तीय शिक्षा को बढ़ावा देता है और लोगों को वित्तीय अवसरों के प्रति जागरूक करता है। इसके माध्यम से लोग वित्तीय सुरक्षा के लिए खाते में धनराशि जमा कर सकते हैं, जिससे उन्हें वित्तीय रूप से आत्मनिर्भरता प्राप्त होती है।

कासा के माध्यम से मिलने वाले निम्नांकित लाभों के बारे में जनमानस को जागरूक करके हम उन्हें बैंकिंग सेवाओं की ओर आकर्षित कर सकते हैं जिससे व्यावहारिक रूप से उन्हें आर्थिक मुख्यधारा में लाया जा सकता है एवं वित्तीय समावेशन के स्तर को बढ़ाया जा सकेगा:

- **वित्तीय शिक्षा अथवा साक्षरता में वृद्धि:** कासा खातों का प्रबंधन और उपयोग अत्यंत सरल होता है, और इसके माध्यम से लोग वित्तीय रूप से साक्षर एवं जागरूक बनाते हैं। वे यह सीख पाते हैं कि कैसे उनके वित्तीय लक्ष्यों को पूरा करने के लिए वे नियमित रूप से बचत कर सकते हैं एवं इसके माध्यम से वित्तीय सुरक्षा प्राप्त कर सकते हैं। वित्तीय शिक्षा के माध्यम से वे अपनी जिज्ञासाओं के लिए सही उत्तर ढूंढने में सक्षम होते हैं और वित्तीय अवसरों को समझने में यह अत्यंत सहायक होता है। वे सीखते हैं कि कैसे अपने वित्तीय लक्ष्यों को पूरा करने के लिए धन बचाया जा सकता है और वित्तीय सुरक्षा कैसे प्राप्त की जा सकती है।
- **रकम का विवेकपूर्ण प्रबंधन:** कासा खातों के माध्यम से लोग बचत का विवेकपूर्ण प्रबंधन कर सकते हैं और अपनी बचत में वृद्धि हेतु उपयुक्त वित्तीय उपायों / संसाधनों का उचित चुनाव कर सकते हैं। इससे न केवल उन्हें निवेश के माध्यम से अधिक कमाई की संभावना भी मिलती है बल्कि उनकी वित्तीय दशा में आशातीत प्रगति होती है। कासा ने बचत को औपचारिक वित्तीय प्रणाली में समावेशित किया है जिससे सूदखोर साहूकारों से छुटकारा मिला है।
- **कासा खातों की सरल प्रक्रिया:** कासा खाते खोलना अपेक्षाकृत सरल है और इसके लिए न्यूनतम राशि की सीमा भी अत्यंत कम है। इसका अर्थ है कि सभी वर्गों के लोग, जिनमें गरीब और वंचित वर्ग के लोग भी शामिल हैं, कासा खाते खोल सकते हैं। साथ ही साथ कासा के अंतर्गत शून्य राशि पर भी बैंक खाता खोला जा सकता है, जिससे मुख्यधारा से कटे हुए लोग भी आसानी से इससे जुड़ सकते हैं।

- वित्तीय सुरक्षा की भावना का विकास: कासा खातों के माध्यम से लोग अपनी बचत को बैंकों में सुरक्षित रख सकते हैं जो पहले उनके घरों में उतनी सुरक्षित नहीं थी। इससे उन्हें अपनी रकम की सुरक्षा के बारे में चिंता करने की आवश्यकता नहीं होती है।
- न्यूनतम अथवा शून्य सेवा शुल्क: कासा खाते में किए गए लेन-देन पर बहुत कम अथवा शून्य शुल्क लगता है। इसका तात्पर्य है कि कासा खाताधारक अपने पैसे को सुरक्षित रख सकते हैं और बिना किसी अतिरिक्त लागत के लेन-देन कर सकते हैं।
- रकम का आसान एवं उचित प्रबंधन: कासा खातों के साथ विभिन्न प्रकार के वित्तीय उत्पादों और सेवाओं की पेशकश की जाती है। उदाहरण के लिए, डेबिट कार्ड, इंटरनेट बैंकिंग और मोबाइल बैंकिंग आदि। इन उत्पादों और सेवाओं के माध्यम से कासा खाताधारक अपने पैसे को आसानी से प्रबंधित कर सकते हैं और लेन-देन कर सकते हैं।
- वित्तीय इतिहास निर्माण में मदद: कासा खाते के माध्यम से लोग अपने वित्तीय इतिहास का निर्माण कर सकते हैं। बैंकिंग जगत में वित्तीय लेन देन के इतिहास से ग्राहकों को ऋण और अन्य वित्तीय उत्पादों के लिए भविष्य में आवेदन करने में मदद मिलती है।
- समतामूलक विकास को बढ़ावा देना: इसके माध्यम से कम आय वाले और आबादी के वंचित वर्गों को किफायती वित्तीय सेवाओं के प्रावधान के माध्यम से आर्थिक मुख्यधारा से जोड़ा जाता है जिससे समावेशी विकास को बढ़ावा मिलता है।

इस दिशा में प्रधानमंत्री जन धन योजना ने कासा के महत्व को स्पष्ट कर दिया है। इसे 28 अगस्त, 2014 को प्रारम्भ किया गया था और यह कमज़ोर एवं आर्थिक रूप से वंचित वर्गों को सुलभ वित्तीय सेवाएँ प्रदान करने के लिये वित्त मंत्रालय के नेतृत्व में विश्व स्तर पर सबसे बड़ी वित्तीय समावेशन पहलों में से एक है। जन धन खातों के माध्यम से 50 करोड़ से अधिक लोगों को औपचारिक बैंकिंग प्रणाली में शामिल किया गया है और लगभग 67% खाते ग्रामीण और अर्द्ध-शहरी क्षेत्रों में खोले गए हैं। इन खातों के लिये लगभग 35 करोड़ से अधिक रूपे कार्ड जारी किये गए हैं, जो 2 लाख रुपए का दुर्घटना बीमा कवर प्रदान करते हैं। गिनीज बुक ऑफ़ वर्ल्ड रिकॉर्ड्स ने इसकी सफलता को स्वीकार करते हुए यह माना है कि द्विवित्तीय समावेशन अभियान के हिस्से के रूप में एक सप्ताह में 18,096,130 बैंक खाते खोले गए हैं और यह सफलता भारत सरकार के वित्तीय सेवा विभाग द्वारा हासिल की गई।

अंत में मैं यह कहना चाहूंगा कि कासा एवं कारोबार विकास के लिए वित्तीय समावेशन महत्वपूर्ण है क्योंकि यह लोगों को अपनी आजीविका बढ़ाने और अपने सपनों को पूरा करने के लिए आवश्यक संसाधनों तक पहुंच प्रदान करता है। ऋण के माध्यम से, लोग अपने व्यवसाय को शुरू कर सकते हैं, अपनी शिक्षा को आगे बढ़ा सकते हैं, या अपने घरों में सुधार कर सकते हैं। बचत और जमा के माध्यम से, लोग अपने भविष्य के लिए धन जमा कर सकते हैं और बीमा के माध्यम से, लोग अप्रत्याशित घटनाओं से खुद को बचा सकते हैं।

भारत में, वित्तीय समावेशन की दिशा में काफी प्रगति हुई है। 2011 में, केवल 40% वयस्कों के पास बैंक खाते थे। आज, यह आंकड़ा लगभग 80% है। हालांकि, अभी भी बहुत कुछ किया जाना बाकी है। ग्रामीण क्षेत्रों में, वित्तीय समावेशन की दरें शहरी क्षेत्रों की तुलना में कम हैं और कम आय वाले लोगों और वंचित समूहों के लिए, वित्तीय सेवाओं तक पहुंच अभी भी एक चुनौती है। कासा के माध्यम से वित्तीय समावेशन को सुधारने के लिए सरकार, निजी क्षेत्र और नागरिकों को मिलकर काम करना होगा। सरकार को खाते खोलने की प्रक्रिया को सरल और आसान बनाने, खाते खोलने के लिए न्यूनतम राशि की आवश्यकता को कम करने,



कासा एवं कारोबार विकास

खाते पर शून्य अथवा न्यूनतम शुल्क लगाने, इन खातों के साथ विभिन्न प्रकार के वित्तीय उत्पादों और सेवाओं की पेशकश करने, जागरूकता बढ़ाने और वित्तीय साक्षरता कार्यक्रम चलाने के लिए नीतिगत उपाय करने होंगे। निजी क्षेत्र को इन खातों को अधिक सुलभ और किफायती बनाने के लिए नए उत्पादों और सेवाओं को विकसित करना होगा जिससे सभी लोगों को बैंकिंग और वित्तीय सेवाओं तक पहुंच प्रदान की जा सकती है। कासा एवं कारोबार विकास और वित्तीय समावेशन एक दूसरे के पूरक हैं एवं यह एक अधिक समृद्ध और समावेशी समाज बनाने में भी मददगार सिद्ध होगा।

- श्री शेषान्त कुमार
बैंक ऑफ बड़ौदा

कासा एवं कारोबार विकास : बैंक की लाभप्रदता का एक उपाय

आधुनिक बैंकिंग की जटिल दुनिया में, बचत और चालू खाते बैंक के संचालन के आधार रूप में खड़े हैं। ये दो प्रकार के जमा खाते बैंक और उसके ग्राहकों के बीच प्राथमिक इंटरफेस के रूप में कार्य करते हैं, धन के प्रवाह को सुविधाजनक बनाते हैं और उस आधार का निर्माण करते हैं जिस पर बैंक अपनी वित्तीय स्थिरता और लाभप्रदता को आकार देने में सक्षम बनते हैं।

दरअसल, कासा (CASA), जमा की लागत को कम कर लाभप्रदता में महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है। कासा(CASA) का 'CA', या चालू खाता, मुख्य रूप से कंपनियों, सार्वजनिक उद्यमियों के लिए है, जिनके पास प्रतिदिन कई बैंकिंग लेनदेन होते हैं। बैंक आम तौर पर चालू खाते में उच्च न्यूनतम शेष राशि बनाए रखने पर जोर देते हैं और चूंकि इसमें कई लेनदेन शामिल होते हैं, बैंक अमूमन CA के संचालन पर कुछ सेवा शुल्क भी लगाते हैं, क्योंकि लेनदेन के दौरान खाते में बनाए रखा शेष बहुत अस्थिर होता है। इन खातों में रखा पैसा परिचालन लागत को छोड़ देने पर बैंक को मुक्त प्राप्त होता है, क्योंकि इसपर कोई ब्याज नहीं दिया जाता।

वहीं एक बचत खाता, या CASA का "SA", गैर-व्यावसायिक लेनदेन के लिए व्यक्तियों और अन्य लोगों के लिय सबसे आम परिचालन खाता है। बैंक सामान्यतः अनुमत निकासी की कुल संख्या पर एक सीमा लगाते हैं और एक निश्चित न्यूनतम शेष राशि बनाए रखने की शर्त लगाते हैं।

इसमें कोई आश्चर्य की बात नहीं है कि प्रत्येक बैंक अपने CASA को बड़ाना चाहता है, क्योंकि कुल जमा देनदारी में CASA का एक बड़ा हिस्सा उसकी पैसे की लागत को कम कर देता है। वित्तीय वर्ष 2024 के प्रथम तिमाही में निजी ऋणदाताओं में, एचडीएफसी बैंक के पास अधिकतम CASA लगभग 42.60% है, उसके बाद इंदुसइंड बैंक का 39.90% है। सार्वजनिक क्षेत्र के बैंकों में, भारतीय स्टेट बैंक का CASA अनुपात उच्च है।

लाभप्रदता की दृष्टि से देखा जाए तो CASA में मुख्य निम्न बिन्दु परिलक्षित होते हैं—

१. **ब्याज आय (मुख्य चालक)** : ब्याज आय बैंकों के लिए राजस्व के प्राथमिक स्रोतों में से एक है और बचत तथा चालू खाते इस आय को उत्पन्न करने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं।

जब ग्राहक इन खातों में अपनी धनराशि जमा करते हैं, तो बैंक इन जमाओं का उपयोग अपनी उधार और निवेश गतिविधियों के लिए धन के स्रोत के रूप में करते हैं। बदले में, बैंक ग्राहकों को धनराशि रखने के लिए एक निश्चित ब्याज दर पर भुगतान करते हैं। एक बड़े ग्राहक आधार को आकर्षित करके और इन खातों को प्रभावी ढंग से प्रबंधित करके, बैंक कम लागत वाली धनराशि की एक स्थिर धारा का उपयोग ऋण, बंधक और बांड जैसी विभिन्न ब्याज अर्जित करने वाली परिसंपत्तियों में तैनाती के लिए कर सकते हैं।

२. **फीस और शुल्क - एक आकर्षक राजस्व स्रोत** : ब्याज आय के अलावा, बचत और चालू खातों से जुड़ी फीस और शुल्क बैंक की लाभप्रदता में महत्वपूर्ण योगदान देते हैं। बैंक खाताधारकों को प्रदान की जाने वाली सेवाओं के लिए विभिन्न शुल्क लेते हैं। इन शुल्कों में शामिल हैं ;

- खाता रखरखाव शुल्क
- ओवरड्राफ्ट शुल्क (चालू खाता)



कासा एवं कारोबार विकास

- एटीएम और लेनदेन शुल्क
- वायर ट्रांसफर शुल्क

ये शुल्क न केवल एक महत्वपूर्ण राजस्व स्रोत प्रदान करते हैं बल्कि बैंकों को अपने आय स्रोतों में विविधता लाने की भी अनुमति देते हैं, जिससे अकेले ब्याज आय पर उनकी निर्भरता कम हो जाती है।

३. **क्रॉस-सेलिंग के अवसर** : बुनियादी बातों से परे, बचत और चालू खाते, ग्राहकों के लिए बैंकिंग सेवाओं के व्यापक स्पेक्ट्रम में प्रवेश बिन्दु के रूप में कार्य करते हैं। एक बार जब कोई ग्राहक किसी बैंक के साथ खाता संबंध स्थापित कर लेता है, तो उसी संस्थान द्वारा पेश किये गए अन्य वित्तीय उत्पादों को तलाशने और हासिल करने की संभावना अधिक होती है। बैंक, क्रेडिट कार्ड, ऋण, बीमा और निवेश सेवाओं जैसे उत्पादों को क्रॉस-सेल करने के लिए इन संबंधों का लाभ उठाते हैं।

उदाहरण के लिए, एक बैंक, बचत खाता धारक को अच्छे बैलन्स के साथ व्यक्तिगत ऋण की पेशकश कर सकता है, जिससे वो ग्राहक को ऋण तक आसान पहुँच प्रदान कर ब्याज आय प्राप्त कर सकता है। यह सहजीवी संबंध बैंक की राजस्व धाराओं को बचत और चालू खातों से आगे ले जाने में महत्वपूर्ण योगदान करता है।

४. **ग्राहक संबंध — बैंकिंग लाभप्रदता की जीवन रेखा** : बचत और चालू खातों के द्वारा एक बड़ा ग्राहक आधार बनाए रखने का महत्व तत्काल लाभप्रदता से कहीं अधिक है। ये खाते अक्सर दीर्घकालिक ग्राहक संबंधों की नींव होते हैं और कई लाभ प्रदान करते हैं, जैसे :

- **धन का स्थिर स्रोत** : बचत और चालू खातों में लगातार जमा के साथ एक बड़ा ग्राहक आधार कम लागत वाले धन का स्थिर और भरोसेमंद स्रोत प्रदान करता है।
- **विपणन लागत में कमी** : बैंक मौजूदा ग्राहकों के साथ अपने संबंधों को बनाए रखने और उनका विस्तार करने के लिए साथ लागतों पर बचत कर सकते हैं।
- **रेफरल और वर्ड-ऑफ-माउथ मार्केटिंग** : संतुष्ट खाताधारक अपने दोस्तों और परिवार को बैंक की सेवाओं का रिफर करने की अधिक संभावना रखते हैं।

५. **निधि की लागत— एक प्रतिस्पर्धात्मक लाभ** : यह तो सर्वमान्य है कि बचत और चालू खातों के माध्यम से एकत्रित धनराशि बैंकों के लिए पूंजी के अपेक्षाकृत कम लागत वाले स्रोत का प्रतिनिधित्व करती है। अन्य वित्तीय संस्थानों से उधार लेने या बॉन्ड जारी करने की तुलना में, ग्राहक जमा को आकर्षित करना अक्सर लागत प्रभावी होता है। बैंक इन जमाओं का उपयोग उधारकर्ताओं को उच्च ब्याज दरों पर ऋण देने के लिए करते हैं, इस प्रकार खाताधारकों को दिए जाने वाले ब्याज और ऋण पर लगाए गए ब्याज के बीच फायदेमंद अंतर अर्जित कर सकते हैं। यह ब्याज-दर प्रसार, बैंक की लाभप्रदता में एक महत्वपूर्ण योगदानकर्ता है। इसके अलावा, इन कम लागत वाली जमाओं की उपस्थिति बैंकों को ऋणों पर आकर्षक ब्याज दरों और विभिन्न वित्तीय उत्पादों पर प्रतिस्पर्धी मूल्य निर्धारण का अवसर देती है। यह बैंकों को अधिक ग्राहकों को आकर्षित करने और लाभप्रदता को बढ़ा कर प्रतिस्पर्धात्मक व बढ़त हासिल करने की अनुमति देता है।



६. **तरलता प्रबंधन संतुलन** : प्रभावी तरलता प्रबंधन, बैंक के संचालन का एक महत्वपूर्ण पहलू है। बचत और चालू खाते इस संबंध में एक आवश्यक भूमिका निभाते हैं। लाभप्रदता अधिकतम करने के लिए इस संतुलन को बनाए रखन जरूरी है। बचत और चालू खाते धन का एक ऐसा स्थिर स्रोत हैं जिसपर बैंक अल्पकालिक तरलता जरूरतों को पूरा करने के लिए भरोसा कर सकते हैं।

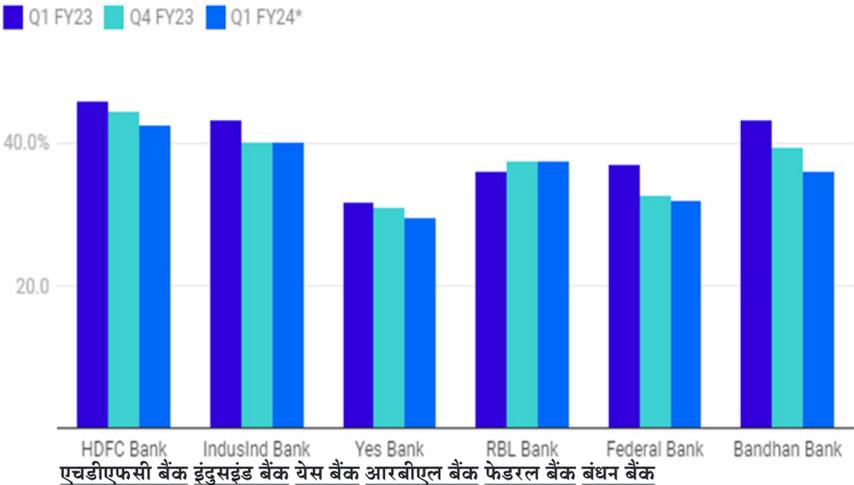
CASA लाभप्रदता और नियामक विचार- एक विवेकपूर्ण दृष्टिकोण

बैंकों को बचत और चालू खातों में जमा धन पर ब्याज अर्जित करने की क्षमता के साथ-साथ नियामक आवश्यकताओं को संतुलित करना होता है। इसके लिए संस्थान की सुरक्षा और सुदृढ़ता बनाए रखते हुए लाभप्रदता सुनिश्चित करने के लिए विवेकपूर्ण जोखिम प्रबंधन और लागू बैंकिंग नियमों का अनुपालन आवश्यक है।

CASA लाभप्रदता- तार्किक अवलोकन

अगर वित्तीय वर्ष 2024 के प्रथम तिमाही में, निजी क्षेत्र के बैंकों के कासा आँकड़े देखें, तो हम पाएंगे कि कासा में गिरावट हुई है ;

निजी क्षेत्र के बैंकों में CASA/कुल जमा अनुपात %- एक तुलनात्मक दृष्टि



वही इन बैंकों की लाभप्रदता इस तिमाही में बढ़ी है, इसका तात्पर्य यह नहीं कि कासा का लाभप्रदता से संबंध नहीं है वरन इसके इतर अन्य कारण भी अपना रोल रखते हैं, जैसे नेट इन्टरेस्ट मार्जिन (NIM), एक उच्च NIM अकेले किसी बैंक को लाभदायक नहीं बना सकता क्योंकि NIM का एक बड़ा हिस्सा परिचालन व्यय और क्रेडिट लागत में लग जाता है जिससे उधारकर्ताओं की क्षमता पर असर पड़ता है। जब कोई बैंक अपनी ऋण दर में कटौती करता है, तो उसकी ब्याज आय में गिरावट आती है, और यदि वह अपनी जमा दरों में समान अंतर से कटौती करने में सक्षम नहीं होता है, तो उसकी लाभप्रदता प्रभावित होती है। आम तौर पर, बढ़ती ब्याज दर के परिदृश्य में, बैंक अपनी ऋण दरें बढ़ाने की जल्दी में होते हैं, लेकिन जमाकर्ताओं को अधिक ब्याज देने में धीमे होते हैं। इसके विपरीत, जब दरें दक्षिण की ओर बढ़ती हैं, तो बैंक अपनी जमा दरों में तुरंत



कासा एवं कारोबार विकास

कटौती करते हैं, लेकिन जब उधारकर्ताओं को लाभ देने की बात आती है तो उन्हें समय लगता है। इसके पीछे एक वजह है कि ऋण दरों में किसी भी बढ़ोतरी या कटौती का प्रभाव तुरंत महसूस किया जाता है क्योंकि बैंक की संपूर्ण ऋण पुस्तिका का पुनर्मूल्यांकन किया जाता है। लेकिन जमा के मामले में ऐसा नहीं है क्योंकि नई दरें केवल तभी लागू होती हैं जब मौजूदा जमा परिपक्व होती है या नई जमा आती है। ऐसी स्थितियों में कासा बैंक के लिए रक्षक का कार्य करता है और लाभप्रदता सुनिश्चित कराता है।

निष्कर्ष : बचत और चालू खाते किसी बैंक की लाभप्रदता की धुरी है। वे दोधारी तलवार के रूप में काम करते हैं, जो ब्याज आय और शुल्कआधारित राजस्व, दोनों में महत्वपूर्ण योगदान देते हैं। इसके साथ ही, ये स्थाई ग्राहक संबंध बनाने और क्रॉस सेलिंग अवसरों का प्रवेश द्वार साबित हुए हैं। जब कासा को प्रभावी रूप से प्रबंधित किया जाता है तो ये धन का एक स्थिर और कम लागत वाला स्रोत प्रदान होता है जो बैंकों को प्रतिस्पर्धा और वित्तीय परिदृश्य में पनपने में सक्षम बनाता है।

बैंकिंग उद्योग के विकास के साथ, बैंक की लाभप्रदता को आकार देने में बचत और चालू खातों का महत्व बना हुआ है। जो बैंक इन खातों की पूरी क्षमता को समझते हैं और उनका लाभ उठाते हैं, वे निरंतर व्यापार-विकास और लाभप्रदता हासिल करने के लिए बेहतर स्थिति में रहते हैं और अंततः अर्थव्यवस्था में वित्तीय मध्यस्थों और नीति निर्धारकों के रूप में अपनी भूमिका निभाने में सक्षम बनते हैं।

संदर्भ :

- (1) आउटलुक पत्रिका में छपा आलेख *Punjab & Sind Bank Aims At CASA Ratio Of 35% By March 2023 (OUTLOOK अंक 4 दिसंबर 2022)*
- (2) *Casa NIM and Indian Banks (Mint ई-पेपर का आलेख दिनांक 09 MAY 2009)*
- (3) *रिसर्च पत्र Impact of Casa Deposit Growth on the Profitability of Banks-Study of Syndicate Bank द्वारा डा. बी. जानकीरमन प्रोफेसर, प्रबंधन शिक्षा विभाग, Nitte Meenakshi Institute of Technology, बंगलौर*
- (4) *BQ Prime ई-मगजीन दिनांक 05 जुलाई 2023 में श्री जसप्रीत कालरा का आलेख*
- (5) *रिजर्व बैंक की वेबसाइट पर उल्लिखित जानकारी*

- श्री अमित मोहन अस्थाना
पंजाब एण्ड सिंध बैंक

कासा और काराबोर विकास बैंकों की लाभप्रदता के लिए एक उपाय

चालू खाता बचत खाता (कासा) क्या है ?

कासा, चालू खाता और बचत खाता का संक्षिप्त रूप है, जो बैंक की जमा राशि के उस हिस्से को संदर्भित करता है जो चालू और बचत खाते के रूप में होता है। ये खाते किसी बैंक की बैलेंस शीट के देनदारी पक्ष के आवश्यक पक्ष हैं।

1. **चालू खाता:** चालू खाता एक प्रकार का जमा खाता है जिसका उपयोग आम तौर पर दिन-प्रतिदिन के व्यापारिक लेनदेन करने के लिए किया जाता है। यह व्यवसायों, कंपनियों, सार्वजनिक उद्यमों और उद्यमियों के लिए उपयुक्त है, जो बार-बार और त्वरित निकासी की अनुमति देता है। चालू खाते आम तौर पर जमा पर ब्याज नहीं देते हैं और उनके साथ कुछ शुल्क भी जुड़े हो सकते हैं।
2. **बचत खाता:** बचत खाता एक जमा खाता है जो व्यक्तियों को अपनी जमा राशि पर एक निश्चित राशि ब्याज अर्जित करते हुए अपनी बचत को सुरक्षित स्थान पर संग्रहित करने के लिए डिज़ाइन किया गया है। बचत खाते आम तौर पर व्यक्तिगत उपयोग के लिए होते हैं और अक्सर हर महीने किए जाने वाले लेनदेन की संख्या पर सीमाएं होती हैं। इन्हें निवेश का अपेक्षाकृत सुरक्षित और तरल रूप माना जाता है।

कासा जमा बैंकों के लिए महत्वपूर्ण हैं क्योंकि सावधि जमा या उधार के अन्य रूपों की तुलना में उनकी लागत कम होती है। परिणामस्वरूप, वे बैंक की समग्र लाभप्रदता में योगदान करते हैं। बैंक अक्सर अपनी निधि की लागत में सुधार करने और अपने समग्र वित्तीय प्रदर्शन को बढ़ाने के लिए अपनी रणनीति के हिस्से के रूप में अपनी कासा जमा राशि को बढ़ाने का प्रयास करते हैं।

चालू खाता बचत खाते (कासा) कैसे काम करते हैं

कासा एक गैर-सावधि जमा है, जिसका अर्थ है कि इसका उपयोग उपभोक्ता की रोजमर्रा की बैंकिंग और बचत आवश्यकताओं के लिए किया जाता है और इसकी कोई विशिष्ट परिपक्वता या समाप्ति तिथि नहीं होती है। यह तब तक वैध है जब तक खाताधारक इसे खुला रखना चाहता है।

यह सावधि जमा के विपरीत है, जैसे कि जमा प्रमाणपत्र (सीडी), जो एक निश्चित अवधि के लिए ग्राहक के पैसे का भुगतान करता है। परिपक्वता तिथि पर, बैंक या संस्थान सहमत ब्याज भुगतान के साथ पैसा लौटाता है।

कासा से बैंकों को कैसे लाभ होता है ?

कासा में जमा किया गया पैसा किसी भी समय निकाला या भुगतान किया जा सकता है। इस बीच, बचत हिस्से पर ब्याज, कुछ पैसे जमा पर रखने और समय के साथ इसमें जोड़ने के लिए प्रोत्साहन के रूप में कार्य करता है।

अधिकांश बैंक अपने ग्राहकों को न्यूनतम या औसत शेष राशि की आवश्यकताओं के आधार पर मुफ्त या छोटे शुल्क पर कासा खाते प्रदान करते हैं।

कासा खाता किसी बैंक के लिए सावधि जमा जारी करने की तुलना में धन जुटाने का एक सस्ता तरीका है, जो ग्राहकों को उच्च ब्याज दर प्रदान करता है। क्योंकि कासा जमा पर दिया जाने वाला ब्याज सावधि जमा की तुलना में कम है, बैंक की शुद्ध ब्याज आय (NII) अधिक है। इस प्रकार, कासा बैंकों के लिए वित्त पोषण का एक सस्ता स्रोत है।



कासा एवं कारोबार विकास

उनका मुख्य नुकसान अनिश्चितता है। ऑन-डिमांड जमा के मामले में, कोई बैंक यह सुनिश्चित नहीं कर सकता है कि वास्तव में उसके पास उधार देने के लिए कितना पैसा उपलब्ध होगा।

बैंकों के लिए कासा खाते के कुछ लाभ इस प्रकार हैं :

1. ऋण देने के लिए सबसे सस्ता उपलब्ध फंड
2. कासा जितना अधिक होगा, फंड की कुल लागत उतनी ही कम होगी
3. ब्याज मार्जिन में वृद्धि
4. ऋण पर प्रतिस्पर्धी ब्याज दर की पेशकश करने में सक्षम बनाता है
5. बड़ा ग्राहक आधार
6. क्रॉस सेलिंग के अवसर

कासा खाते से उपभोक्ताओं को कैसे लाभ होता है ?

कासा खातों को आसान बनाकर और लचीला बनाकर नियमित बचत को प्रोत्साहित करने के लिए डिज़ाइन किया गया है। कासा खाते का उपयोग करके, ग्राहक बेहतर तरलता के बदले में उच्च ब्याज दर छोड़ देते हैं। वे कुछ महीनों की अवधि के लिए अपना पैसा नहीं बांध रहे हैं। उपभोक्ताओं और छोटे व्यवसायों को भी समय के साथ बैंक के साथ कामकाजी संबंध बनाने का मौका मिलता है।

बैंक में कासा (चालू खाता और बचत खाता) रखने से ग्राहक विभिन्न तरीकों से लाभान्वित हो सकते हैं। कुछ प्रमुख लाभों में शामिल हैं:

1. **तरलता:** चालू और बचत खाते दोनों उच्च स्तर की तरलता प्रदान करते हैं, जिससे ग्राहकों को जरूरत पड़ने पर चेक, डेबिट कार्ड या ऑनलाइन ट्रांसफर के माध्यम से आसानी से और जल्दी से अपने फंड तक पहुंचने की सुविधा मिलती है।
2. **सुरक्षा और संरक्षा:** कासा खातों में धनराशि आमतौर पर घर पर नकदी रखने की तुलना में अधिक सुरक्षित मानी जाती है। जमा किए गए धन के लिए सुरक्षा की एक अतिरिक्त परत प्रदान करते हुए, बैंकों का अक्सर बीमा किया जाता है।
3. **वित्तीय अनुशासन:** बचत खाते ग्राहकों को समय के साथ बचत जमा करने के लिए एक सुरक्षित स्थान प्रदान करके वित्तीय अनुशासन को प्रोत्साहित कर सकते हैं, जिससे उन्हें अपने वित्तीय लक्ष्यों को प्राप्त करने और भविष्य के लिए योजना बनाने में मदद मिलती है।
4. **बैंकिंग सेवाओं तक पहुंच:** बैंक में कासा खाता होने से ग्राहकों को ऋण, क्रेडिट कार्ड, निवेश उत्पाद और वित्तीय सलाह जैसी विभिन्न अन्य बैंकिंग सेवाओं तक पहुंच मिलती है।
5. **सुविधा:** कासा खाते अक्सर ऑनलाइन बैंकिंग, मोबाइल बैंकिंग और एटीएम सुविधाओं की सुविधा के साथ आते हैं, जो ग्राहकों को अपने घरों से या यात्रा के दौरान विभिन्न बैंकिंग लेनदेन करने में सक्षम बनाते हैं।

भारतीय बैंकों में कासा जमा

भारत में बैंक, विशेष रूप से सार्वजनिक क्षेत्र के संस्थान, धन की कमी के कारण कम लागत वाले चालू खाता और बचत खाता (कासा) जमा को आकर्षित करने और उच्च दर वाले सावधि जमा के माध्यम से धन जुटाने से बचने के प्रयास तेज कर रहे हैं। वे नवीन तरीकों को नियोजित कर रहे हैं, जैसे प्रत्यक्ष बिब्री एजेंटों को तैनात करना, कर्मचारियों को प्रोत्साहन प्रदान करना, और बचत खाता धारकों के लिए रिलेशनशिप मैनेजर अवधारणाओं को पेश करना, जिन्हें उनकी जमा राशि पर 2%-3.5% से वाली ब्याज दरें मिलती हैं। दूसरी ओर, कई बैंकों के लिए सावधि जमा की दर 7- 8% को छू रही है। कासा ने फिर से प्रमुखता हासिल कर ली है क्योंकि कुल जमा में इसकी हिस्सेदारी घट रही थी। आंकड़ों से संकेत मिलता है कि जहां प्रमुख निजी और सार्वजनिक क्षेत्र के बैंकों ने जून को समाप्त तिमाही में कुल जमा में दोहरे अंक की वृद्धि दर्ज की, वहीं अधिकांश ऋणदाताओं के बीच कासा अनुपात में कमी आई।

जून तक एसबीआई की कुल जमा राशि सालाना आधार पर 12% बढ़कर 45.31 लाख करोड़ रुपये हो गई, लेकिन इसका कासा अनुपात एक साल पहले की तुलना में 45.33%से घटकर 42.88% हो गया। नतीजतन, बैंक अपने कासा पोर्टफोलियो का विस्तार करने के लिए नए रास्ते तलाश रहे हैं।

इंडियन ओवरसीज बैंक (IOB) शायद एकमात्र ऐसा बैंक बन गया है जो साल-दर-साल और तिमाही-दर-तिमाही आधार पर अपने कासा (चालू खाता-बचत खाता) अनुपात में सुधार करने में कामयाब रहा है क्योंकि चेन्नई मुख्यालय वाले बैंक ने मजबूत वृद्धि दर्ज की है। इस वित्तीय वर्ष की पहली तिमाही में शुद्ध लाभ और ब्याज आय, और संपत्ति की गुणवत्ता में सुधार। इस वित्तीय वर्ष की पहली तिमाही में बैंक का कासा अनुपात बढ़कर 44.14 प्रतिशत हो गया, जो एक साल पहले की तिमाही में 43.07 प्रतिशत और मार्च 2023 तिमाही में 43.74 प्रतिशत था। 30 जून, 2023 को कुल कासा बढ़कर ₹1,16,694 करोड़ हो गया, जो एक साल पहले ₹1,12,012 करोड़ था।

बैंकों की लाभप्रदता के लिए एक उपाय

कासा (चालू खाता और बचत खाता) एक शब्द है जिसका उपयोग बैंकिंग क्षेत्र में चालू और बचत खातों में जमा राशि को संदर्भित करने के लिए किया जाता है। कासा जमा बैंकों के लिए महत्वपूर्ण हैं क्योंकि वे आम तौर पर सावधि जमा या उधार के अन्य रूपों की तुलना में बैंक के लिए कम लागत वहन करते हैं। इस प्रकार, उच्च कासा अनुपात आम तौर पर बैंक के लिए धन की कम लागत का संकेत देता है, जो इसकी लाभप्रदता पर सकारात्मक प्रभाव डाल सकता है।

बैंक विभिन्न मैट्रिक्स के माध्यम से अपनी लाभप्रदता को परिभाषित करते हैं, जिनमें से कुछ प्रमुख संकेतक हैं:

- शुद्ध ब्याज मार्जिन (एनआईएम):** यह बैंकों द्वारा उत्पन्न ब्याज आय और उनके ऋणदाताओं को उनकी ब्याज-अर्जित परिसंपत्तियों की राशि के सापेक्ष भुगतान की गई ब्याज की राशि के बीच अंतर को मापता है। एक उच्च कासा उच्च एनआईएम में योगदान कर सकता है, क्योंकि इसमें आम तौर पर कम ब्याज का भुगतान शामिल होता है।
- संपत्ति पर रिटर्न (आरओए):** यह मीट्रिक दर्शाता है कि कोई बैंक मुनाफा कमाने के लिए अपनी संपत्ति का कितनी कुशलता से उपयोग कर रहा है। एक उच्च कासा अनुपात आमतौर पर ROA में सकारात्मक योगदान देता है, क्योंकि इसका तात्पर्य फंड की कम लागत से है।



कासा एवं कारोबार विकास

3. **इक्विटी पर रिटर्न (आरओई):** यह किसी बैंक की इक्विटी के संबंध में उसकी लाभप्रदता को मापता है। एक उच्च कासा अनुपात उच्च ROE में योगदान कर सकता है, क्योंकि इसका तात्पर्य बैंक की पूंजी के अधिक कुशल उपयोग से है।
4. **लागत-से-आय अनुपात:** यह उस लागत के अनुपात को दर्शाता है जो एक बैंक अपनी आय के संबंध में वहन करता है। एक उच्च कासा लागत-से-आय अनुपात को कम करने में मदद कर सकता है क्योंकि इसका तात्पर्य बैंक के लिए धन की कम लागत से है।
5. **प्रति शेयर आय (ईपीएस):** यह मीट्रिक सामान्य स्टॉक के प्रत्येक बकाया शेयर को आवंटित कंपनी के लाभ के हिस्से का प्रतिनिधित्व करता है। उच्च कासा अनुपात EPS पर सकारात्मक प्रभाव डाल सकता है, क्योंकि यह उच्च शुद्ध लाभ में योगदान कर सकता है।

संक्षेप में, कासा बैंक की लाभप्रदता का एक अनिवार्य घटक है क्योंकि यह धन की लागत के प्रबंधन में मदद करता है। हालाँकि, यह एकमात्र कारक नहीं है जो बैंक की लाभप्रदता निर्धारित करता है, और अन्य कारक जैसे ऋण पुस्तिका की गुणवत्ता, परिचालन दक्षता और जोखिम प्रबंधन प्रथाएं भी महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं।

- श्री विजय बिष्ट
यूनियन बैंक ऑफ इंडिया

कासा एवं कारोबार विकास: कुछ विचार

कासा से चालू खाता और बचत बैंक जमा का बोध होता है। इन दोनों जमाओं को बैंकिंग भाषा में क्रमशः बिना लागत एवं कम लागत वाली जमा कहा जाता है। बैंकिंग विनियम अधिनियम 1939 के अंतर्गत पंजीकृत वित्तीय सेवा कंपनी इस तरह की जमा रावश की पेशकश करने के लिए पात्र है। ये जमाएं जमाकर्ताओं को सावधि जमा एवं आवर्ती जमा की तुलना में कम ब्याज की पेशकश कर रही हैं जो बैंकों के लिए लाभप्रद हैं।

कासा अनुपात बैंक में चालू खाता और बचत खाता जमा से बनता है। उच्च कासा अनुपात का मतलब कम लागत से है क्योंकि बैंक आमतौर पर चालू खातों पर ब्याज नहीं देते हैं। बैंक जमा का एक बड़ा हिस्सा कासा से प्राप्त होता है। यह आम तौर पर माना जाता है कि उच्च कासा एक उत्कृष्ट शुद्ध ब्याज मार्जिन का संकेतक है। भारत में, इसका उपयोग बैंकों की लाभप्रदता का आकलन करने के एक उपाय के रूप में किया जाता है। बैंकों, विशेषकर सार्वजनिक क्षेत्र के बैंकों ने आक्रामक रूप से कम लागत वाले चालू खाता एवं बचत खाता (कासा) जमा पर कार्य करना शुरू कर दिया है। बैंक प्रत्यक्ष बिक्री अभिकर्ताओं की तैनाती तथा कर्मचारियों और अन्य लोगों को भत्ते देने जैसे नवोन्मेषी तरीकों का उपयोग कर रहे हैं।

बैंकों के लिए कासा अनुपात का महत्व:

उच्च कासा अनुपात बैंक के चालू एवं बचत जमा से प्राप्त बड़े हिस्से को दर्शाता है। यह बैंकों के लिए निधि का एक किफायती स्रोत है। कई बैंक चालू खाता जमा पर कोई ब्याज नहीं दे रहे हैं तथा बचत जमा पर मात्र 2.5 प्रतिशत ब्याज दे रहे हैं। इसलिए, उच्च कासा अनुपात शुद्ध ब्याज मार्जिन को बढ़ाता है, जो बैंक की बेहतर परिचालन दक्षता का प्रतीक है। यह लाभप्रदता बढ़ाने में योगदान देता है।

बैंक में कासा जमा में वृद्धि और गिरावट:

अनुसूचित वाणिज्यिक बैंकों के साथ भारतीय रिज़र्व बैंक (आरबीआई) जमा - मार्च, 2021 के आँकड़ों के अनुसार - पिछले वर्ष की तुलना में मार्च, 2021 में कासा जमा हिस्सेदारी बढ़कर 41.7 प्रतिशत से 43.7 प्रतिशत हो गई। भारतीय रिज़र्व बैंक के आँकड़े बताते हैं कि चालू खाता और बचत खाता (कासा) जमा में उच्च वृद्धि के कारण 2019-20 में 8.8 प्रतिशत की तुलना में 2020-21 के दौरान बैंक जमा में साल-दर-साल 11.9 प्रतिशत की वृद्धि हुई।

उदाहरणस्वरूप, एसबीआई की कुल जमा राशि जून के अंत तक साल-दर-साल 12% बढ़कर 45.31 रुपये हो गई, इसका कासा अनुपात एक वर्ष पहले के 45.33% से गिरकर 30 जून तक 42.88% हो गया। इसी तरह, जून के अंत तक एचडीएफसी बैंक की कुल जमा राशि वार्षिक आधार पर 19% से बढ़कर 19.13 ट्रिलियन रुपये हो गई, लेकिन इसी अवधि के दौरान इसका कासा अनुपात 45.80% से घटकर 42.50% हो गया। अन्य बड़े बैंकों में भी इसी तरह के रुझान देखे गए और इस प्रकार ऋणदाता अपनी कासा बुक को बढ़ाने हेतु नई रणनीति की खोज कर रहे हैं। महामारी से पहले की अवधि के दौरान, बैंकिंग प्रणाली में कासा अनुपात लगभग 40% हुआ करता था, महामारी के दौरान यह 44% तक चला गया और महामारी के बाद यह लगभग 42% - 43% के आसपास है। कुल जमा में इसकी हिस्सेदारी घटने के बाद कासा फिर से केंद्र में आ गया है।



कासा एवं कारोबार विकास

विमुद्रीकरण में कासा की भूमिका:

विमुद्रीकरण ने बैंकों की चालू और बचत बैंक जमा में वृद्धि की है। विमुद्रिकृत मुद्रा के रूप में बेहिसाब और लेखा कर भुगतान किया गया धन बैंकों में प्रवाहित हो रहा था और कासा जमा आधार काफी हद तक बढ़ गया था। इससे बैंकों को अप्रत्यक्ष रूप से अपनी जमा राशि बढ़ाने में मदद मिली, विशेषकर चालू एवं बचत बैंक जमा में। विमुद्रीकरण की घोषणा के बाद, बैंक जमा राशि में बढ़ोत्तरी हुई है। इसका परिणाम यह हुआ कि बैंकों ने अधिकांश जमा राशि नकदी के रूप में रख ली। इनमें से 70% से अधिक जमा पीएसयू बैंकों में किए गए थे और उनके जमा में अप्रत्याशित वृद्धि हुई थी जिसके कारण 31.03.2017 को समाप्त होने वाले इस वित्तीय वर्ष में उनके लिए धन की लागत कम हो गई, पिछले वित्तीय वर्ष की तुलना में वाणिज्यिक बैंकों का जमा 9.3% से बढ़कर 11.2% हो गया। इसका मुख्य कारण उच्च मूल्यवर्ग वाले मुद्रा नोटों का विमुद्रीकरण है। हालांकि ब्याज दरों में गिरावट आ रही थी लेकिन विमुद्रीकरण के कारण जमा राशि में बढ़ोत्तरी हुई है। साथ ही ग्राहक आधार में भी बढ़ोत्तरी हुई है। लोगों को प्रचलन से बाहर किए गए नोटों को लाकर बैंक में जमा करना पड़ा। इससे गैर ग्राहक को भी बैंक में अपना खाता खोलना पड़ा। परिणामस्वरूप जमा राशि के अलावा ग्राहक आधार में भी वृद्धि हुई।

कासा में डिजिटलीकरण एवं यूपीआई की भूमिका:

बैंक अपने व्यवसाय के विभिन्न क्षेत्रों में बदलाव लाने में मदद हेतु डिजिटल प्रौद्योगिकियों का उपयोग कर हैं। बैंकों में डिजिटल क्रांति अभी शुरू ही हुई है। अभी हम पहले चरण में हैं, जहाँ अधिकांश पारंपरिक बैंक अपने ग्राहकों को उच्च गुणवत्ता वाले वेब एवं मोबाइल साइट/ ऐप प्रदान कर रहे हैं। भारतीय रिजर्व बैंक (आरबीआई) के आँकड़ों के अनुसार, पिछले कुछ वर्षों में यूपीआई (एकीकृत भुगतान इंटरफेस) लेनदेन में शानदार उछाल बैंकिंग प्रणाली के कम लागत वाले चालू खाता, बचत खाता (कासा) जमा में वृद्धि का एक कारण हो सकता है। अनुसूचित वाणिज्यिक बैंकों की कासा जमा मार्च, 2019 के अंत में कुल जमा के 41.99 प्रतिशत से बढ़कर मार्च, 2022 के अंत में 45.15 प्रतिशत हो गई, जबकि यूपीआई लेनदेन का मूल्य वित्त वर्ष 2019 में रु. 8,76,703 करोड़ से लगभग 10 गुना बढ़कर वित्त वर्ष 2022 में रु. 84,15,900 करोड़ हो गया। उद्योग विशेषज्ञों का कहना है कि मोबाइल ऐप के माध्यम से लेनदेन की सुविधा के कारण, बैंक ग्राहक यूपीआई से जुड़े खातों में उच्च शेष राशि बनाए रख रहे हैं, जो खुदरा धन हस्तांतरण के साथ-साथ एक व्यापारी भुगतान प्रणाली भी है। ये शेष राशी बैंकों के लिए धन का एक सस्ता स्रोत है, क्योंकि वे औसतन बचत बैंक जमा पर केवल 2.70 - 3.00 प्रतिशत ब्याज देते हैं और चालू खातों पर कोई ब्याज नहीं दिया जाता है। उदाहरणस्वरूप, पहले यूपीआई उपयोगकर्ता केवल रु. 2000 की राशि रखते थे, जो लेनदेन करने के लिए आवश्यक होती है। लेकिन अब कई लेनदेन यूपीआई के माध्यम से होने लगे हैं, इसलिए उपयोगकर्ता यह सुनिश्चित कर रहे हैं कि उसके यूपीआई ऐप से जुड़े खातों में पर्याप्त शेष राशि है। इसलिए, यूपीआई से जुड़े खातों में बैलेंस भी बहुत तेजी से बढ़ रहा है।

बैंक की लाभप्रदता पर कासा जमा की वृद्धि:

वित्तीय संस्थान कासा के उपयोग को बढ़ावा देते हैं क्योंकि इससे उन्हें उच्च लाभ मार्जिन उत्पन्न करने में मदद मिलती है। चूंकि कासा जमा पर दिया जाने वाला ब्याज सावधि जमा पर दिए जाने वाले ब्याज और शुद्ध ब्याज आय (एनआईआई) से कम है, बैंक अपनी उधार गतिविधियों से अर्जित ब्याज आय और जमाकर्ताओं को

दिए जाने वाले ब्याज के बीच का अंतर अधिक है। शुद्ध ब्याज मार्जिन परिसम्पत्तियों या अग्रिमों पर अर्जित कुल ब्याज आय और सवधि जमा और मांग जमा पर भुगतान किए गए ब्याज व्यय के बीच का अंतर है, और इसे आय के औसत मूल्य के प्रतिशत के रूप में व्यक्त किया जाता है। कासा के राजस्व में वृद्धि से शुद्ध ब्याज मार्जिन में भी सुधार होगा क्योंकि फंड लागत अपेक्षाकृत सस्ती है। उदाहरणस्वरूप अधिकांश बैंक 8% से अधिक पर ऋण देते हैं, जबकि जमा दर केवल 3.5% है।

वर्तमान में भारतीय बैंकिंग कई बदलावों के दौर से गुजर रही है। जहाँ वैश्विक रूझान बढ़ती प्रतिस्पर्धा, उदारीकरण, बढ़ती ग्राहक अपेक्षाओं, मूल्य अंतर, बढ़ती मध्यस्थता, प्रतिस्पर्धी कीमतों और ऊँची कीमतों के कारण बैंकिंग गतिविधियों को प्रभावित कर रहे हैं। लाभप्रदता, उत्पादकता और वित्तीय दक्षता हासिल करना एक प्रमुख लक्ष्य बन गया है। आज के बाजारों में, ऋण जोखिम, बाजार जोखिम, ब्याज दर जोखिम और परिचालन जोखिम परिसंपत्ति देयता प्रबंधन और लाभप्रदता के क्षेत्रों में बैंकों के सामने वास्तविक चुनौतियाँ हैं। बैंकों को कुछ सावधानियाँ बरतनी होंगी क्योंकि कासा जमा एएलएम चुनौतियों को काफी हद तक बढ़ा देता है। अधिकांश बैंक बाजार की बदलती जरूरतों को पूरा करने के लिए विपरीत विशेषताओं वाले कई प्रकार के बचत उत्पाद पेश करते हैं। एएलएम चुनौती प्रत्येक उत्पाद के विभेदीकरण गुणों में निहित है। एएलएम का उद्देश्य ब्याज- संवेदनशील संपत्तियों और उनके वित्त स्रोतों (बचत जमा, इक्विटी और बाहरी ऋण) के बीच संतुलन बनाए रखना और लाभप्रदता को अधिकतम करने के अलावा ब्याज दर जोखिम को कम करना है। ग्राहकों को बेहतर सेवा के माध्यम से बचत और चालू खाता विपणन या एएलएम मिश्रण में बदलाव से तरलता पर नकारात्मक प्रभाव पड़ सकता है यदि उनका बारीकी से पालन नहीं किया जाता है।

निष्कर्ष:

आशा की जाती है कि कासा मॉडरेशन संभवतः वित्तीय वर्ष 2024 के द्वितीय तिमाही में जारी रहेगा क्योंकि सवधि जमा दरों में वृद्धि हुई है और लोग कासा के बजाय लिखत (इंस्ट्रूमेंट) में पैसा लगा रहे हैं। इसके अलावा, चूंकि अब देनदारियों का पुनर्मूल्यांकन शुरू हो गया है और परिसंपत्ति पक्ष का पुनर्मूल्यांकन ज्यादातर किया जाता है। ऐसी स्थिति में या तो बैंकों को ऋण वृद्धि पर धीमी गति से आगे बढ़ने की आवश्यकता होगी या उनके एनआईएम (शुद्ध ब्याज मार्जिन) में कमी आएगी। बैंकिंग क्षेत्र के लिए औसत एनआईएम वित्तीय वर्ष 24 के प्रथम तिमाही के दौरान 3.25% - 3.30% था और इस वित्तीय वर्ष में प्रत्येक तिमाही में 5 आधार अंक (बीपीएस) तक कम होने की उम्मीद है। एनआईएम वर्तमान में बहुत अधिक हैं और औसत के नियम के अनुसार 3% के नीचे की अपनी ऐतिहासिक प्रवृत्ति पर वापस आ जाएगा। यह स्पष्ट है कि केवल जमा में वृद्धि और ऋण की मांग ही किसी भी बैंक की लाभप्रदता में वृद्धि करेगी, चाहे उसका आकार कुछ भी हो। कासा एक कम लागत वाली जमा राशि है क्योंकि यह सवधि जमा के विपरीत जमा पर कम ब्याज दरें प्रदान करती है। जमा में इस प्रकार की वृद्धि शाखाओं की संख्या को लाभप्रद बनाए रखने में सकारात्मक वृद्धि दर्शाएगी तथा प्रसार (प्राप्त ब्याज - भुगतान किया गया ब्याज) बढ़ने पर शुद्ध ब्याज मार्जिन में वृद्धि होगी और परिचालन लाभ में अभूतपूर्व वृद्धि होगी।

- श्री हरप्रीत सिंह
यूको बैंक



कासा एवं कारोबार विकास (CASA & Business Development)

वित्तीय समावेशन का माध्यम (A Vehicle for Financial Inclusion)

ग्राहक किसी भी व्यवसाय का आधार होता है। बिना ग्राहक के हम किसी भी व्यवसाय की कल्पना नहीं कर सकते हैं। व्यवसाय चाहे नया हो या पुराना, ग्राहक ही उसके मूल में रहता है। यदि हम बैंकिंग की बात करें तो ग्राहक के साथ संबंधों का प्रथम सोपान ही कासा (CASA) है। यहाँ कासा का अभिप्राय “चालू खाता और बचत खाता (Current account & Saving Account)” है, जो कि लाभप्रदता का मुख्य आधार होता है। कासा, वित्तीय समावेशन का एक सशक्त माध्यम भी है। वित्तीय समावेशन को समावेशी वित्त पोषण भी कहते हैं। इसका मुख्य उद्देश्य उन सभी बाधाओं को दूर करना है जो वित्तीय क्षेत्र में सहभागिता से लोगों को दूर रखती है एवं बिना किसी भेदभाव के उनकी सभी आवश्यकताओं की पूर्ति हेतु वित्तीय सेवा उपलब्ध करती है और इसकी शुरुआत कासा से ही होती है।

वित्तीय समावेशन की आवश्यकता:

किसी भी सभ्य समाज में कमजोर व निम्न आय वर्ग के लोगों को उनकी आवश्यकतानुसार व समय पर वित्तीय सेवाएं तथा पर्याप्त ऋण उपलब्ध कराना आवश्यक होता है। यह अवधारणा महात्मा गांधी के अंत्योदय के विचारों पर आधारित है, जिसमें समाज के सबसे अंतिम छोर पर रहने वालों को भी आर्थिक विकास की मुख्य धारा से जोड़ा जा सके। वित्तीय समावेशन से आय में असमानता और गरीबी को कम किया जा सकता है। इसके अंतर्गत कम आय वाले व्यक्तियों को सस्ती दरों पर आपातकालीन ऋण, आवास ऋण, उपभोक्ता ऋण उपलब्ध कराया जाता है। वित्तीय समावेशन को बढ़ावा देने के लिए विशेष रूप से मोबाइल बैंकिंग और डिजिटल वॉलेट जैसी सुविधाएँ शुरू की गई हैं, जो ग्रामीण या दूर दराज वाले क्षेत्रों में रहने वाले उपभोक्ताओं को अपने मोबाइल फोन के माध्यम से वित्तीय सेवाओं तक पहुंचाने की सुविधा प्रदान करता है। परंतु, यह तभी संभव है, जब ग्रामीण भारत और अति निर्धन वर्ग के प्रत्येक नागरिक के पास बचत खाता हो। यह अमीर और गरीब दोनों के बीच के अंतर को कम करने में सहायक होता है। देश के कई हिस्सों में आज भी बैंकिंग सुविधाओं के अभाव में लोग गरीबी के कुचक्र को नहीं तोड़ पा रहे हैं, और साहूकारों के चंगुल में फंस जाते हैं। वित्तीय समावेशन का मुख्य उद्देश्य ग्रामीणों को बैंकिंग सेवाएं प्रदान कर उन्हें देश की मुख्य धारा से जोड़ना, शहरी व ग्रामीण क्षेत्र के गरीबों को बैंकिंग सेवाएं प्रदान करना, गरीबी उन्मूलन की योजनाओं को बैंकों के माध्यम से उन तक पहुंचाना तथा उन्हें साहूकारों के चंगुल से बचाना है। भारत की आबादी का एक बड़ा हिस्सा आज भी बैंकिंग औविधाओं से वंचित है। वित्तीय संसाधनों को ग्रामीण भारत तक पहुंचाना आज भी एक बहुत बड़ी चुनौती है।

कासा और वित्तीय समावेशन:

भारत सरकार द्वारा वित्तीय समावेशन को बढ़ावा दे गरीबों को सशक्त बनाने और उन्हें वित्तीय सुरक्षा प्रदान करने के लिए अनेकों योजनाएं शुरू की गयी। सरकार द्वारा वित्तीय समावेशन हेतु सर्वप्रथम पहल 1954 में सहकारी समितियों के गठन के साथ शुरू हुआ। वर्ष 1956 में जीवन बीमा कंपनियों, 1969 में निजी क्षेत्र के बैंकों और 1972 में सामान्य बीमा कंपनियों के राष्ट्रीयकरण के साथ वित्तीय समावेशन की दिशा में कुछ महत्वपूर्ण कदम उठाए गए। भारतीय रिजर्व बैंक द्वारा वित्तीय समावेशन की पहल में महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हुए बुनियादी बचत बैंक जमा खाते के रूप में नोफ्रिल खाते की अवधारणा प्रस्तुत की, जिसमें शून्य या न्यूनतम

राशि के साथ खाता खोलने का प्रावधान रखा। बैंकिंग सेवाओं को हर घर तक पहुंचाने व सभी परिवारों में कम से कम एक बैंक खाता खोलने की अवधारणा को अमली जामा पहनाने हेतु सरकार द्वारा 15 अगस्त, 2014 को “प्रधानमंत्री जन धन योजना” आरंभ की गयी। वर्तमान समय में प्रधानमंत्री जनधन योजना, प्रधानमंत्री जीवन ज्योति बीमा योजना, प्रधानमंत्री सुरक्षा योजना, अटल पेंशन योजना, सुकन्या समृद्धि योजना, प्रधानमंत्री वयं वंदना योजना आदि प्रमुख कदम हैं।

आज देश से गरीबी उन्मूलन के कार्य हेतु वित्तीय समावेशन को आर्थिक विकास के एक नए प्रतिमान के रूप में देखा जा रहा है। यह सरल नियमों व शर्तों पर समाज के वंचित लोगों तक बैंकिंग सेवाएँ पहुंचा रहा है, तथा देश के आर्थिक व सामाजिक विकास में महत्वपूर्ण भूमिका निभा रहा है। दस्तावेजों व प्रमाण पत्रों की अनुपलब्धता के कारण गरीब व्यक्ति बैंकों तक नहीं पहुंच पाते थे, परिणामस्वरूप वे वित्तीय सेवाओं का लाभ लेने से भी वंचित रह जाते थे। गरीबों के पास आमतौर पर आय प्रमाण पत्र, जन्म प्रमाण पत्र, स्थाई पता का प्रमाण पत्र आदि दस्तावेजों का अभाव रहता है, तथापि, दस्तावेजों की उपलब्धता के बावजूद भी उन्हें खाता खोलने व सरकारी योजनाओं के लाभ नहीं मिल पाता था। परिचालन हेतु मौद्रिक लेनदेन का भी अभाव रहता था। गौर से देखा जाए तो आज भी वित्तीय समावेशन में अनेकों बाधाएँ यथा दूर दराज के ग्रामीण क्षेत्र, हिमालय और उत्तर पूर्वी क्षेत्र, ग्रामीण क्षेत्रों में बिजली की कमी, न्यूनतम टेलीफोन व इंटरनेट सुविधा व नक्सल प्रभावित क्षेत्र आदि जहां आवागमन के बहुत कम साधन हैं।

कासा द्वारा कारोबार विकास :

वर्ष 2008 में रंगराजन समिति ने भारत में वित्तीय समावेशन को गति प्रदान करने का प्रस्ताव रखा। उनके प्रस्ताव के बाद से ही वित्तीय समावेशन की शब्दावली ने बैंकों में प्रवेश किया। तदनंतर, बैंकों ने अपनी कार्यप्रणाली में अभूतपूर्व सुधार करते हुए शाखाओं में वृद्धि के साथ ही अपने कर्मचारियों के व्यवहार में भी परिवर्तन लाया। इस योजना के तहत बैंकों ने 2000 से ऊपर की आबादी वाले ग्रामीण क्षेत्रों में अपनी शाखाएं खोली तथा 2000 से कम आबादी वाले क्षेत्रों में कारोबारी संवाददाता (बीसी) नियुक्त किए। ग्रामीणों को किसान क्रेडिट कार्ड, माइक्रो क्रेडिट कार्ड तथा रुपे डेबिट कार्ड लांच किया गया। इन प्रयासों से भारत में डिजिटल बुनियादी ढांचे का विकास तथा अभूतपूर्व परिवर्तन हुए तथा गरीबी उन्मूलन में सहायता मिली। वित्तीय समावेशन के तहत भारत सरकार द्वारा समय-समय पर चलाई जा रही योजनाओं से गरीबी को काफी हद तक दूर किया जा सका।

विगत कुछ वर्षों में वित्तीय समावेशन को सार्थक बनाने के लिए कुछ नए दिशा निर्देश भी जारी किए गए हैं। वर्ष 2006 में बैंकों को बैंक मित्र के माध्यम से बैंकिंग सेवा प्रदान करने की अनुमति प्रदान की गयी, वर्ष 2008 में निर्णय लिया गया कि बैंक शाखा से 15 किलोमीटर की दूरी तक बैंक मित्र शाखा खोली जाए, ताकि उसकी देखभाल प्रभावी तरीके से की जा सके, वर्ष 2009 में निजी व्यक्तियों को भी बैंक मित्र बनाने की अनुमति प्रदान कर दी गयी, तथा बैंक को नियत दर से सेवा शुल्क लगाने की अनुमति भी प्रदान की गई। बैंक मित्रों को प्रभावी तरीके से कार्य करने के लिए कमीशन देने की भी व्यवस्था की गयी। वर्ष 2010 में ट्राई और आरबीआई में समझौते के अंतर्गत मोबाइल बैंकिंग सेवा की शुरुआत की गयी, जिसमें ऐसी व्यवस्था की गई की ट्राई तकनीकी भाग को देखेगा एवं भारतीय रिजर्व बैंक (आरबीआई) बाकी कार्य देखेगा। इसी वर्ष कंपनीज एक्ट 1956 के अंतर्गत पंजीकृत कंपनियों को भी बैंक मित्र के रूप में कार्य करने की अनुमति प्रदान की गई। वर्ष 2011 में भारतीय रिजर्व बैंक ने आधार से जुड़े बैंक खाता खोलने के निर्देश जारी किए,



कासा एवं कारोबार विकास

जिससे डीबीटी के जरिए मनरेगा की मजदूरी तथा अन्य सामाजिक लाभ का भुगतान किया जा सके। वर्ष 2012 में भारत सरकार ने बैंक में खाता खोलने के लिए आधार कार्ड को फोटो एवं पते के प्रमाण पत्र के रूप में स्वीकार करने की अनुमति प्रदान की, इसके साथ ही भारत सरकार बैंक की शाखा खोलने के लिए सब सर्विस एरिया का प्रस्ताव भी लागू कर दिया। इसके तहत बैंक में खाता खोलकर सरकार द्वारा दी जाने वाली लाभ की राशि सीधे लाभार्थी के खाते में डालने का प्रावधान किया गया। इसी वर्ष आधार पेमेंट ब्रिज सिस्टम (APBS) भी लाया गया, जिसके तहत एक ही जगह से सामाजिक लाभ की राशि लाभार्थी के खाते में जमा कराई जा सकेगी। वर्ष 2013 में भारतीय रिजर्व बैंक ने खाता खोलने की प्रक्रिया को सरल बनाने के उद्देश्य से ई-केवाईसी की अनुमति प्रदान की। इसके अतिरिक्त ट्राई ने यूएसएसडी आधारित मोबाइल बैंकिंग सेवा के लिए भी दिशा निर्देश जारी किए।

किसी भी व्यवसाय का उद्देश्य लाभ अर्जित करना ही होता है। बैंकों के संदर्भ में ग्राहक व लाभप्रदता एक दूसरे के पूरक हैं। बैंकिंग व्यवसाय भी इससे अलग नहीं है और वहाँ भी लाभप्रदता अत्यंत आवश्यक है। ग्राहक केंद्रित योजनाओं पर कार्य कर कोई भी सेवा संस्थान लाभ कमा सकता है। बेहतर ग्राहक सेवा से बैंकों में कासा का आधार बढ़ता है, जो लाभप्रदता का मूल मंत्र है। अतः ग्राहक सेवा में जुड़े संस्थानों को अलग अलग प्रकार के कासा खातों पर ध्यान देना होगा, ताकि निरंतर लाभप्रदता बनाए रखा जा सके। ऐसे अनेक उदाहरण हैं कि लाभार्जन न होने से अनेकों संस्थान बंद हो गए अथवा उनका विलय हो गया। ग्राहक आधारित व्यवसाय में होने के कारण ग्राहकों पर फोकस कर, तदनुसार कार्य योजना बनाते हुए आवश्यक कार्रवाई करना आवश्यक है।

पिछले कुछ वर्षों के दौरान पूरे विश्व के साथ साथ भारत में भी बैंकिंग सेवाएँ बहुत तेजी से विकसित हुई हैं। आज भारत में स्मार्टफोन के माध्यम से सम्पूर्ण बैंकिंग की जा सकती है। इससे एक कदम आगे चैटबोट भी आ गया है, जो एक रिलेशनशिप अधिकारी की भूमिका निभाते हैं। नयी तकनीक के प्रयोग के साथ साथ अपने पुराने ग्राहकों को सुनना व समझना कि वे क्या चाहते हैं, ग्राहक केन्द्रीयकरण का ही एक जीवंत उदाहरण है। कासा निश्चित रूप से उत्पादों की बिक्री में योगदान देता है, जिससे संस्थान के लाभांश में वृद्धि होती है। आज, अपने अस्तित्व को बचाने के लिए बैंकों को कुशलता पूर्वक बैंकिंग सेवाएँ प्रदान कर लाभकारी कारोबार मॉडल विकसित करना ही होगा ताकि वे एक बड़े ब्रांड के रूप में स्थापित हो सकें। लाभप्रदता बढ़ाने के व उत्कृष्ट ग्राहक सेवा प्रदान करने के लिए संस्थानों को ग्राहक के साथ मिल उनको समझने की आवश्यकता है, ताकि वे सेवा का उत्कृष्ट अनुभव प्रदान कर सकें और संस्था का लाभार्जन बढ़े।

- श्री नितिन भावसार
यूनियन बैंक ऑफ इंडिया

कासा एवं कारोबार विकास: कारोबार संवृद्धि का उपाय

किसी भी देश की अर्थव्यवस्था के विकास में बैंकों का महत्वपूर्ण योगदान होता है। बैंक देश की अर्थव्यवस्था की रीढ़ का कार्य करते हैं। भारत जैसे विशाल देश में जिसकी भौगोलिक स्थिति का अर्थव्यवस्था पर प्रत्यक्ष प्रभाव पड़ता है, बैंक देश के प्रत्येक कोने में बैंकिंग सुविधाएं प्रदान करा रहे हैं। विश्व की पाँचवी सबसे बड़ी अर्थव्यवस्था बनने से पहले देश की अर्थव्यवस्था ने अनेक उतार-चढ़ाव देखे हैं परंतु मजबूत बैंकिंग तंत्र हमेशा सकारात्मक रूप से इनसे बाहर निकला है। 2008 का लेहमन ब्रदर्स का दिवालिया संकट हो या संयुक्त राज्य अमेरिका का बैंकिंग संकट हो, भारतीय बैंक हमेशा ही मजबूत होकर उभरे हैं। बैंकों की इस मजबूती के पीछे अनेक कारक हैं जिसमें सरकार की नीतियाँ, उच्च रिस्क प्रबंधन क्षमता, सक्षम व कुशल मैनेजमेंट, सुदृढ़ ऋण नीतियाँ आदि शामिल हैं। **परंतु हमारे देश में बैंकों की मजबूती के पीछे जो सबसे सफल कारक है वो है हम भारतवासियों की बचत की आदत।** एक आम भारतीय अपनी आय में से एक निश्चित हिस्सा बचाता है एवं उसे बैंकों में जमा करता है। संकट के समय यही जमा (डिपॉजिट) बैंकों के लिए वरदान बन जाता है।

बैंकों में जमा सावधि (टर्म) जमा या माँग (डिमांड) जमा के रूप में होता है। माँग या डिमांड जमा को लो कास्ट डिपॉजिट भी कहते हैं। बैंकों के लिए दोनों ही जमाओं का अपना महत्व है। जहाँ एक ओर सावधि जमा दीर्घ काल के लिए तरलता उपलब्ध करती है वहीं दूसरी ओर माँग या लो कास्ट जमा कम लागत में बैंकों को धन उपलब्ध करती है। जिसका सीधा असर बैंकों के लाभ पर पड़ता है। इसी माँग जमा का एक रूप होता है कासा (CASA) अर्थात् चालू खाता बचत खाता (करेंट अकाउंट सविंग अकाउंट)। किसी भी बैंक का उच्च कासा अनुपात दिखाता है कि बैंक कि जमा राशि का एक बड़ा अनुपात चालू व बचत जमा से प्राप्त हुआ है। जो कि बैंक के लिए एक किफायती स्रोत है। अधिकतर बैंक चालू खाते पर कोई ब्याज नहीं दे रहे हैं जबकि बचत खाते पर लाभभग 3 ब्याज दे रहे हैं। उच्च कासा अनुपात शुद्ध ब्याज मार्जिन को बढ़ाता है, जिससे बैंक कि बेहतर परिचालन क्षमता एवं लाभप्रदता का पता चलता है। कासा वृद्धि का शाखा वृद्धि के साथ तथा कासा वृद्धि का शुद्ध ब्याज मार्जिन (NIM) के साथ सीधा संबंध है।

कासा अनुपात : – बैंक के कुल डिपॉजिट से चालू खाते व बचत खाते की हिस्सेदारी कासा अनुपात कहलाती है। अर्थात्–

$$\text{कासा अनुपात} = \frac{\text{कासा जमा}}{\text{कुल जमा}}$$

कासा जमा बैंकों के साथ-साथ ग्राहकों के लिए भी बहुत लाभदायक रहता है। यह ग्राहकों को जरूरत के समय तुरंत तरलता उपलब्ध कराता है। साथ ही यह 24/7 उपलब्ध है व ग्राहक डिजिटल मोड से भी नगद प्राप्त करता है।

बैंकों के कारोबार विकास में कासा का योगदान: -

पिछले कुछ वर्षों में देखा गया है कि अधिक कासा संग्रहण वाले बैंक अधिक लाभ कमा रहे हैं। कासा अधिक होने से बैंक की तरलता की स्थिति बहुत अच्छी रहती है व बैंक को बिज़नेस निर्णय लेने में आसानी होती है। जिसका तात्कालिक प्रभाव बैंक के कारोबार पर पड़ता है। बैंकों में कारोबार संवृद्धि के लिए कासा का बहुत बड़ा योगदान रहता है। अधिक कासा होने से बैंक अच्छे ऋण प्रस्ताव में उधारकर्ता को कुछ छूट दे सकता है, यह छूट ब्याज में या प्रभारों में हो सकती है। इस प्रकार बैंक अधिक संख्या में बड़े ऋण प्रस्ताव जुटा सकता है। जिससे बैंक की आय में वृद्धि होगी। निम्न तालिका से स्पष्ट है कि मार्च 2023 में 12 सार्वजनिक क्षेत्रों के



कासा एवं कारोबार विकास

बैंकों के कासा व उनकी लाभप्रदता में सीधा संबंध है।

बैंक	कासा (मार्च 2023)
SBI	42.11%
PNB	41.99%
Canara Bank	33.48%
BOB	42.25%
UBI	35.62%
BOI	44.73%
Indian Bank	41.99%
CBI	50.18%
IOB	42.97%
UCO	37.82%
BOM	53.38%
PSB	33.59%

बैंकों के कारोबार संवृद्धि में कासा का बहुत अधिक योगदान रहता है। कासा बैंकिंग बिजनेस के लिए नींव के पत्थर का कार्य करता है। इसके अतिरिक्त उच्च कासा से बैंकिंग कारोबार में अनेक लाभ होते हैं जिसमें से मुख्य निम्न है:-

- 1) ग्राहक को बनाएँ रखना (retention):** - किसी भी ग्राहक केन्द्रित संस्था के लिए ग्राहक को बनाए रखना बहुत अधिक आवश्यक है। एक रिपोर्ट के अनुसार पुराने ग्राहक को बनाए रखने में नए ग्राहक को जोड़ने की अपेक्षा 60 % कम लागत आती है। सार्वजनिक क्षेत्रों के बैंकों का औसत ग्राहक आधार लगभग 12 करोड़ है जिसमें अधिकतर ग्राहक कासा ग्राहक हैं। ये कासा ग्राहक अन्य बैंकिंग सुविधाएं भी बैंक से ही प्राप्त करते हैं। कारोबार विकास में मौजूदा ग्राहक बहुत बड़ा योगदान देते हैं। इससे बैंक के व्यवसाय में वृद्धि होती है व बैंक की लाभप्रदता बढ़ती है। अतः कासा बैंक के ग्राहकों को जोड़ने के साथ-साथ लाभ में भी योगदान देता है।
- 2) डिजिटल प्लैटफॉर्म पर कासा उत्पादों का उपलब्ध होना:** - वर्तमान समय में ग्राहक सेवा से जुड़े किसी भी क्षेत्र में तकनीक के प्रयोग के बिना उपयुक्त परिणाम प्राप्त नहीं किए जा सकते हैं। और बैंकिंग में तो तकनीक ने पूरा ही परिदृश्य बदल दिया है। आज बिना डिजिटल उत्पादों के बैंकिंग की कल्पना भी नहीं की जा सकती है। बचत खाते एवं चालू खाते (कासा) के क्षेत्र में आज प्रत्येक बैंक नए उत्पाद लेकर आया है। जिससे ग्राहकों को बैंकों से जोड़ रखना आसान हो रहा है। ऑनलाइन खाता खोलने की सुविधा तो प्रत्येक बैंक दे रहा है। इसके अलावा कासा ग्राहकों के लिए विशिष्ट उत्पाद बैंक लेकर

आ रहे हैं। मोबाइल बैंकिंग के इस दौर में बचत खाता धारकों के लिए मोबाइल बैंकिंग आधारित उत्पाद एवं चालू खाता धारकों के लिए इंटरनेट बैंकिंग आधारित सुविधाएं सभी बैंक ग्राहकों को दे रहे हैं। स्टेट बैंक ऑफ इंडिया का योनो ऐप, एचडीएफसी बैंक का त्वरित ऑनलाइन बैंक खाता व यूनियन बैंक का डिजिटल बचत खाता एवं डिजिटल चालू खाता जो ग्राहक की डिजिटल यात्रा को सरल बनाता है। इस खाते को कोई भी व्यक्ति इंटरनेट बैंकिंग, मोबाइल ऐप व्थ्रु या फिर शाखा से भी खुलवा सकता है।

डिजिटल प्लैटफॉर्म पर कासा उत्पादों के उपलब्ध होने से बैंक को अनेक तरह से लाभ होता है। पहला बैंक की लागत में अत्यधिक कमी आ जाती है, जिसका परिणाम लाभ के रूप में दिखाई देता है। साथ ही बैंक डिजिटल उत्पादों के माध्यम से अपने ग्राहकों को जोड़े रख सकता है जो कि वर्तमान में एक बहुत बड़ी चुनौती है। इसके अलावा शाखा में ग्राहकों की आवक कम होने से स्टाफ अपना समय अन्य कार्यों में लगा सकते हैं, जिससे शाखा एवं बैंक के कारोबार में वृद्धि होती है। अतः कारोबार संवृद्धि में कासा डिजिटल माध्यम से भी बहुत अधिक सफल है।

- 3) **उच्च श्रेणी के ग्राहकों को विशेष सुविधाएं:** - कासा स्थिति अच्छी होने से ही बैंक अपने उच्च श्रेणी के ग्राहकों को ऋण व अन्य सुविधाओं में छूट दे सकते हैं। बैंक के बड़े ग्राहक जिनको बैंक ने बड़ी मात्रा में ऋण व अन्य सुविधाएं दी होती है वह अक्सर बैंक से ब्याज दरों में या प्रभार में छूट चाहते हैं। यदि बैंक का कासा अधिक है तो बैंक के लिए यह निर्णय लेना आसान हो जाता है। इससे यह ग्राहक बैंक के साथ ही रहते हैं व अन्य नया व्यवसाय अर्जित करने में मदद करते हैं। अतः कारोबार वृद्धि में कासा यहाँ पर एक महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है।
- 4) **स्टाफ हित एवं लाभ:** - कोई भी बैंक जो सफल है एवं लाभ अर्जित कर रहा है, अपने स्टाफ या कर्मचारियों को भी इसका लाभ देता है। यह लाभ प्रोत्साहन राशि के रूप में, तरक्की के रूप में होता है। यदि स्टाफ समय-समय पर प्रोत्साहन पाता है तो दुगुने उत्साह से कार्य करता है, जिसका परिणाम बैंक के अच्छे रिजल्ट के रूप में सामने आता है। अच्छा कासा अनुपात होने से कारोबार एवं लाभ में वृद्धि होगी एवं इसका फायदा स्टाफ सदस्यों को भी मिलेगा।
- 5) **नए ग्राहक जोड़ना में कासा का योगदान:** - व्यवसाय में वृद्धि के साथ-साथ यह जरूरी है कि पुराने ग्राहकों को बनाए रखने के साथ-साथ बैंकों में नए ग्राहक भी जोड़े जाएं। नए ग्राहक आने से ग्राहक आधार भी बढ़ता है एवं बैंक की ब्रांड -वैल्यू भी बढ़ती है। अच्छे कासा उत्पाद उच्च ग्राहक वर्ग को आकर्षित करने में सक्षम होते हैं। वर्तमान में प्रत्येक बैंक के पास विभिन्न प्रकार के ग्राहकों के लिए विशिष्ट उत्पाद उपलब्ध है। जैसे यूनियन बैंक ऑफ इंडिया ने हाई नेटवर्थ ग्राहकों के लिए बचत खाता एसबी एच एन आई उत्पाद (SB-HNI), महिलाओं के लिए उन्नति व समृद्धि, पेंशनर्स के लिए यूनियन सम्मान आदि उत्पाद लॉंच किए हैं, जिसमें अनेक सुविधाओं के साथ-साथ गोल्फ, जिम, हैल्थ चेक-अप आदि उपलब्ध हैं। इस प्रकार अच्छे उत्पादों के जरिये अच्छा ग्राहक वर्ग बैंक से जुड़ता है जिसका व्यवसाय में प्रत्यक्ष परिणाम दिखाई देता है।

आगे की राह: -

वर्तमान में भारतीय बैंकिंग कई बदलाव से गुजर रही है। बढ़ती प्रतिस्पर्धा, उदारीकरण, ग्राहक की बढ़ती



कासा एवं कारोबार विकास

अपेक्षाएँ, तेजी से बदलती तकनीक ग्राहकों आदि बैंकिंग गतिविधियों को प्रभावित कर रहे हैं। उचित प्रबंधन किसी भी व्यवसाय में बहुत आवश्यक होता है। बैंकिंग व्यवसाय में जमा का उचित प्रबंधन करने से जमाकर्ताओं एवं शेयरधारकों के धन का सही उपयोग किया जाता है। उचित फंड प्रबंधन एवं पेशेवर लोगों की सहायता से कासा (CASA) का समुचित उपयोग कारोबार वृद्धि के लिए किया जा सकता है। नोटबंदी की घोषणा के बाद बैंकों में तेजी से जमा बढ़ा जिसमें 70% से अधिक सरकारी बैंकों में जमा किए गए थे। यही स्थिति रु. 2000 के जमा होने की घोषणा के बाद हुई। कासा को लेकर सभी बैंकों में प्रतिस्पर्धा है, अतः उपलब्ध कासा का कारोबार विकास में सही उपयोग करना एवं कारोबार संवृद्धि प्राप्त करना, यही बैंकों के सामने चुनौती है। साथ ही यह सभी बैंकों के लिए एक अवसर भी है कि कासा के जरिये कारोबार विकास किया जाए और कारोबार संवृद्धि के एक बड़े संबल के रूप में अपनाया जाए। सभी भारतीय बैंक सफल रूप से ऐसा कर रहे हैं और यदि इसी तरह कासा को केंद्र में रखते हुए कार्य किया जाए तो बैंक के कारोबार विकास के साथ-साथ देश के विकास में यह बहुत बड़ी भूमिका निभाएगा।

- श्री गंगा दत्त पंत
यूनियन बैंक ऑफ इंडिया

CASA - बैंक की लाभप्रदता का एक उपाय

CASA (चालू खाता बचत खाता) क्या है ?

CASA एक सामान्य बैंक खाता है जिसमें से किसी भी समय धनराशि का उपयोग किया जा सकता है। CASA एक वित्तीय संस्थान में रखा गया वह जमा खाता है जो निकासी और जमा की अनुमति देता है, ताकि ग्राहकों को बैंक में अपना पैसा रखने के लिए आकर्षित किया जा सके। CASA का उद्देश्य बचत को बढ़ावा देना है। बचत खाते में समय समय पर निरंतर ब्याज मिलता रहता है जबकि चालू खाते पर बहुत कम या कोई ब्याज नहीं मिलता है।

CASA एक गैर-सावधि जमा है, जिसका अर्थ है कि इसका उपयोग उपभोक्ता की रोजमर्रा की बैंकिंग और बचत आवश्यकताओं के लिए किया जाता है और इसकी कोई विशिष्ट परिपक्वता या समाप्ति तिथि नहीं होती है। यह तब तक वैध है जब तक खाताधारक इसे खुला रखना चाहता है।

यह सावधि जमा (एफ डी) के विपरीत है, जो एक निश्चित अवधि के लिए ग्राहक के पैसे का भुगतान करता है। परिपक्वता तिथि पर, बैंक या संस्थान सहमत ब्याज भुगतान के साथ पैसा लौटाता है।

CASA कैसे काम करता है ?

CASA एक सामान्य बैंक खाते की तरह काम करता है, और खाते से पैसा किसी भी समय निकाला जा सकता है। सावधि जमा की तुलना में, CASA बैंकों के लिए धन जुटाने का एक सस्ता तरीका है। वित्तीय संस्थान CASA के उपयोग को प्रोत्साहित करते हैं क्योंकि इससे उन्हें उच्च लाभ मार्जिन उत्पन्न करने में मदद मिलती है। CASA सावधि जमा की तुलना में कम ब्याज दर का भुगतान करता है, जैसे कि सावधि प्रमाणपत्र चूँकि CASA जमा पर दिया जाने वाला ब्याज सावधि जमा पर दिए जाने वाले ब्याज से कम है, इसलिए बैंक द्वारा अपनी उधार गतिविधियों से अर्जित ब्याज आय और जमाकर्ताओं को दिए जाने वाले ब्याज के बीच का अंतर अधिक है।

CASA का उपयोग करके ग्राहक अधिक तरलता के लिए उच्च ब्याज दर का आदान-प्रदान कर सकते हैं। नकारात्मक पक्ष यह है कि इस बात को लेकर अनिश्चितता है कि जमाकर्ता अपनी धनराशि कब निकालेगा, इसलिए कोई बैंक यह सुनिश्चित नहीं कर सकता है कि वास्तव में उसके पास उधार देने के लिए कितना पैसा उपलब्ध होगा। अतः किसी बैंक को लंबी अवधि के वित्तपोषण के लिए CASA निधि का उपयोग नहीं करना चाहिए।

CASA में जमा किया गया पैसा किसी भी समय निकाला या भुगतान किया जा सकता है। इस बीच, बचत हिस्से पर ब्याज, कुछ पैसे जमा पर रखने और समय के साथ इसमें जोड़ने के लिए प्रोत्साहन के रूप में कार्य करता है।

अधिकांश बैंक न्यूनतम या औसत शेष आवश्यकताओं के आधार पर, अपने ग्राहकों को मुफ्त में या एक छोटे से शुल्क पर CASA की पेशकश करते हैं।

CASA अनुपात और इसका बैंक की लाभप्रदता में योगदान

किसी बैंक की लाभप्रदता निर्धारित करने के लिए उपयोग किए जाने वाले मैट्रिक्स में से एक CASA है क्योंकि CASA अनुपात इंगित करता है कि बैंक की कुल जमा राशि का कितना हिस्सा चालू और बचत दोनों खातों



कासा एवं कारोबार विकास

में है। CASA अनुपात धन जुटाने के लिए खर्च का एक संकेतक है, इस प्रकार यह बैंक की लाभप्रदता या लाभ उत्पन्न करने की संभावना को दर्शाता है।

यदि CASA अनुपात में वृद्धि होती है, तो इसका मतलब है कि बैंक के पास जमा का एक बड़ा हिस्सा है, जिसे बैंकों के लिए धन के सस्ते स्रोत के रूप में भी देखा जा सकता है।

CASA का अनुपात वर्तमान जमा और बचत जमा और कुल जमा के अनुपात से बनता है। उच्च CASA अनुपात का मतलब कम लागत है क्योंकि बैंक आमतौर पर चालू खातों पर ब्याज नहीं देते हैं। बचत खातों पर ब्याज दरें कम हैं और 3% के आसपास घटती-बढ़ती रहती हैं, लेकिन बहुत कम बैंक हैं जो 5% से अधिक की पेशकश करते हैं। यदि बैंक जमा का एक बड़ा हिस्सा इन फंडों से आता है, तो इसका मतलब है कि बैंक को ये फंड अपेक्षाकृत कम कीमत पर प्राप्त होंगे। यह आम तौर पर स्वीकार किया जाता है कि उच्च CASA एक उत्कृष्ट शुद्ध ब्याज मार्जिन का संकेत देता है। भारत में, इसका उपयोग बैंक की लाभप्रदता का आकलन करने के उपायों में से एक के रूप में किया जाता है।

इसलिए, उच्च CASA अनुपात शुद्ध ब्याज मार्जिन को बढ़ाता है, जो बैंक की बेहतर परिचालन दक्षता का प्रतीक है। यह लाभप्रदता बढ़ाने में योगदान देता है। उच्च CASA अनुपात का अर्थ है जमा की कम लागत, जिसके परिणामस्वरूप बेहतर शुद्ध ब्याज मार्जिन और बैंक की बेहतर परिचालन दक्षता होती है। बैंकिंग क्षेत्र के इस प्रतिस्पर्धी माहौल में, शुद्ध ब्याज मार्जिन को ऊंचा रखना बहुत मुश्किल है। जमाकर्ता ऊंची ब्याज दर की मांग कर रहे हैं और उधारकर्ता अधिक से अधिक प्रतिस्पर्धी मूल्य निर्धारण की मांग कर रहे हैं।

शुद्ध ब्याज मार्जिन पर CASA जमा के प्रभाव को हम इस प्रवृत्ति से बेहतर ढंग से समझ सकते हैं कि जब कोई बैंक अपनी ऋण दर में कटौती करता है, तो ब्याज आय में गिरावट आती है, और यदि वह बैंक लगभग समान दरों से अपनी जमा दरों में कटौती करने में सक्षम नहीं है, तो इसका एनआईएम प्रभावित होता है। आम तौर पर, बढ़ती ब्याज दर के परिदृश्य में, बैंक अपनी ऋण दरें बढ़ाने की जल्दी में होते हैं, लेकिन जमाकर्ताओं को अधिक ब्याज देने में धीमे होते हैं। इसके विपरीत, जब उधार की दरें घटती हैं, तो बैंक अपनी जमा दरों में तुरंत कटौती करते हैं, लेकिन जब उधारकर्ताओं को लाभ देने की बात आती है, तो उन्हें समय लगता है। इसके पीछे एक वजह है। ऋण दरों में किसी भी बढ़ोतरी या कटौती का प्रभाव तुरंत महसूस किया जाता है क्योंकि बैंक की संपूर्ण ऋण पुस्तिका का पुनर्मूल्यांकन किया जाता है, लेकिन जमा के मामले में ऐसा नहीं है क्योंकि नई दरें हैं। यह तभी लागू होता है जब मौजूदा जमा राशि परिपक्व होती है या नई जमा राशि आती है। यहां CASA जमा की भूमिका आती है। CASA अनुपात जितना अधिक होगा, ब्याज दर में उतार-चढ़ाव का नकारात्मक प्रभाव कम हो जाएगा।

CASA अनुपात और बैंक की लाभप्रदता में सुधार के लिए रणनीतियाँ

१. **ग्राहक सेवा:** जब एक संभावित जमाकर्ता चालू या बचत बैंक खाते में पैसा रखने का निर्णय लेता है, तो अगला निर्णय बैंक के चयन का होता है। ग्राहक सेवा पहला और सबसे महत्वपूर्ण कारक है जो जमाकर्ताओं के दिमाग में आता है। अन्य कारक तकनीकी श्रेष्ठता, अच्छे हायब्रिड देयता उत्पादों की उपलब्धता और एक ही छत के नीचे अन्य गैर-बैंकिंग निवेश उत्पादों की उपलब्धता हैं।

२. **बचत खाता जमा में सुधार :** अधिकतम संख्या में व्यक्तिगत खाते खोलना सबसे अच्छा विकल्प है। एच एन आई खाते एवं ऐसे खाते जिनमें न्यूनतम राशि अधिक रखने की आवश्यकता हो, को खोलने की उच्च प्राथमिकता को भी विकास के लिए एक मजबूत कारक के रूप में देखा जाता है। अभियानों को विभिन्न परिस्थितियों से मेल खाने वाली उपयुक्त रणनीतियों के साथ डिजाइन और लॉन्च किया जाना चाहिए।
३. **चालू खाता जमा में सुधार :** चालू खाता जमा में बेहतर वृद्धि के लिए खुदरा व्यापारियों और छोटे उद्योगों का अधिक से अधिक संख्या में चालू खाता खोलना एक रणनीति होनी चाहिए। इसके अतिरिक्त न्यूनतम औसत राशि अधिक रखने पर विशेष सुविधाओं वाले खातों की स्कीम होने से भी चालू खाते अधिक खुल सकेंगे।
४. **सेवाओं और प्रौद्योगिकियों में सुधार :** वर्तमान वित्तीय माहौल में, ग्राहक सेवा का स्तर और उन्नत प्रौद्योगिकियों की उपलब्धता सबसे महत्वपूर्ण कारक हैं जो किसी भी बैंक में संभावित जमा को आकर्षित करते हैं। ग्राहक सेवा के मोर्चे पर हमारा स्तर 10 साल पहले की स्थिति से काफी बढ़ गया है। लेकिन मानक अभी भी संतोषजनक नहीं है और इसे हासिल करने के लिए हमें बहुत लंबा रास्ता तय करना होगा, वह भी बहुत कम समय में। कर्मचारी को एक जानकार एवं ग्राहक अनुकूल परिस्मिति के रूप में विकसित करने के लिए प्रशिक्षण प्रक्रिया और प्रशिक्षण प्रणाली को विकसित और मजबूत करने की आवश्यकता है।
प्रौद्योगिकी वह पहलू है जहां अधिकतर सार्वजनिक क्षेत्र के बैंक निजी क्षेत्र के बैंकों से बहुत पीछे हैं। अधिकांश मामलों में उत्पाद और उपकरण उपलब्ध हैं, लेकिन ज्ञान की कमी के कारण हमारा स्टाफ उनका ठीक से उपयोग नहीं कर पाता है। कर्मचारियों को उत्पादों के बारे में उचित जानकारी प्रदान करने के लिए प्रशिक्षण की आवश्यकता है और ग्राहकों के लिए नई पीढ़ी के उत्पादों जैसे इंटरनेट बैंकिंग, मोबाइल बैंकिंग आदि के बारे में विभिन्न मीडिया और शाखाओं के माध्यम से जागरूकता कार्यक्रम आयोजित किया जा सकता है।
५. **नए हाइब्रिड उत्पादों का विपणन और विकास और मौजूदा उत्पादों का उचित विपणन :** आजकल, ग्राहक हर लेनदेन के लिए शाखा में नहीं आना चाहता है और वह बैंक से उम्मीद करता है कि उसकी जमा राशि इस तरह से रखी जाएगी कि उसे अधिकतम रिटर्न मिले। बैंकों के पास सेविंग्स के बहुत अच्छे हाइब्रिड उत्पाद हैं, जो बाजार में सर्वोत्तम उत्पादों में से एक है। इस प्रकार के उत्पादों का जोरदार विपणन किया जाना चाहिए। बेहतर विपणन और बेहतर तकनीकी सहायता के कारण ही सभी निजी बैंक एक ही उत्पाद के विभिन्न प्रकारों पर पूंजी लगा रहे हैं।
६. **एक ही छत के नीचे सभी वित्तीय सेवाएँ प्रदान करना :** वर्तमान में हम अपने ग्राहकों को केवल अपने बैंक से जुड़ी कंपनियों के लिए अन्य सुविधाएँ प्रदान कर रहे हैं जैसे बीमा, म्यूचुअल फंड आदि। इससे ग्राहकों के लिए अवसर सीमित हो जाते हैं और यदि कोई शहरी ग्राहक अन्य कंपनियों में निवेश करने की योजना बनाता है तो उसके प्रवासन की संभावना शुरू हो जाती है। सभी प्रमुख कंपनियों के उत्पादों की पेशकश करके ग्राहक को निवेश का अवसर प्रदान करना एक अच्छा विकल्प हो सकता



कासा एवं कारोबार विकास

है। यह एच डी एफ सी बैंक जैसे निजी बैंकों द्वारा लागू की गई सफल रणनीतियों में से एक है। यदि शहरी ग्राहकों के लिए उत्कृष्ट ग्राहक सेवा और बेहतर प्रौद्योगिकी द्वारा समर्थित संपूर्ण वित्तीय योजना प्रदान की जाएगी, तो यह निश्चित रूप से बचत बैंक जमा में सुधार करने में मदद करेगी।

७. **निष्क्रिय खातों को चालू करना** : आजकल बहुत कम ऐसी जनता है जिसका खाता किसी भी बैंक में नहीं है। इसलिए यदि किसी ग्राहक का खाता हमारे बैंक में निष्क्रिय अवस्था में है, इसका अर्थ यह है कि वह व्यक्ति किसी और वित्तीय संस्थान से अपने लेन देन कर रहा है। इसका कारण कुछ भी हो सकता है - हमारा व्यवहार, हमारे उत्पादों की गुणवत्ता, ग्राहक की समस्याओं का समय से निराकरण न होना इत्यादि। अतः ऐसे खातेधारकों से संपर्क कर के उनको अपेक्षित सेवाएँ देने से खातों को चालू किया जा सकता है जिसके परिणामवश CASA में निश्चित रूप से वृद्धि होगी क्योंकि जब ग्राहक खाते चालू रखेंगे, तो उनमें कुछ राशि भी अवश्य रखेंगे।

८. **विविध (संडरी) खातों में न्यूनतम राशि रखना** : अक्सर बैंकों के विविध खातों में बिना पूरी जांच पड़ताल के ग्राहकों की राशि को स्थानांतरित कर दिया जाता है और उसका फ़ौलों अप न करने के कारण करोड़ों रुपये की राशि पड़ी रहती है। यह राशि मुख्यतः CASA की होती है। इन खातों में पड़े रहने के कारण इसको CASA में नहीं जोड़ा जाता और इस प्रकार यह बैंक की लाभप्रदता को प्रभावित करती है। ऐसे खातों में राशि स्थानांतरित करने से बचना चाहिए और यदि किसी अपरिहार्य कारण से ऐसा किया भी गया है, तो उसे शीघ्र अतिशीघ्र उचित खाते में स्थानांतरित कर देना चाहिए।

उपरोक्त चर्चा से स्पष्ट है की बैंकों की लाभप्रदता को बढ़ाने के लिए CASA का कितना महत्वपूर्ण योगदान है। अतः सभी बैंक कर्मचारियों का ये दायित्व बनता है की वे अपने बैंक का CASA पोर्टफोलियो एवं CASA अनुपात बढ़ाने में महत्वपूर्ण योगदान दें क्योंकि बैंक लाभ में रहेंगे तो वे देश की अर्थव्यवस्था को सुदृढ़ बनाने में महत्वपूर्ण सहयोग दे सकेंगे।

- श्री तुषार माहेश्वरी
यूनियन बैंक ऑफ इंडिया

कासा एवं कारोबार विकास: बैंक के डिजिटल उत्पादों का प्रचार

"Good banking is produced not by good laws, but by good bankers." -Hartley Withers

"अच्छी बैंकिंग अच्छे कानूनों से नहीं, बल्कि अच्छे बैंकरों द्वारा की जाती है।" -हार्टले विदरर्स

CASA (चालू खाता, बचत खाता) एक शब्द है जिसका उपयोग बैंकिंग क्षेत्र में दो प्रकार के जमा खातों का वर्णन करने के लिए किया जाता है: जो कि चालू खाता और बचत खाता है। चालू खातों का उपयोग व्यवसायों और व्यक्तियों द्वारा दैनिक वित्तीय लेनदेन के लिए किया जाता है, जो असीमित जमा और निकासी की पेशकश करते हैं। बचत खाते व्यक्तियों को अपनी जमा राशि पर ब्याज अर्जित करने के साथ-साथ पैसे बचाने के लिए डिज़ाइन किए गए हैं। CASA खाते धन का एक स्थिर स्रोत प्रदान करके, तरलता बढ़ाकर, क्रॉस-सेलिंग के अवसर प्रदान करके, ग्राहक संबंध बनाने, उधार पर निर्भरता कम करने और आर्थिक विकास को प्रोत्साहित करके व्यवसाय विकास में महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं।

ये खाते बैंकों को कम लागत वाली जमाओं का निरंतर प्रवाह बनाए रखने में मदद करते हैं, जिससे वे प्रतिस्पर्धी दरों पर व्यवसायों और व्यक्तियों को अधिक उधार देने में सक्षम होते हैं। वे बैंकों को दीर्घकालिक ग्राहक संबंध बनाने, बाहरी उधार पर निर्भरता कम करने और नौकरी के अवसर पैदा करके और समग्र आर्थिक गतिविधि को बढ़ाकर आर्थिक विकास को प्रोत्साहित करने में भी मदद करते हैं।

अर्थात् बैंक के डिजिटल उत्पादों के प्रचार की बैंक के हर क्षेत्र में उपयोगिता है। अगले चरण में हम डिजिटल उत्पादों के हर क्षेत्र में प्रयोग देखेंगे।

"I dream of a Digital India where e-Commerce drives Entrepreneurship."

Narendra Modi

मैं एक ऐसे डिजिटल भारत का सपना देखता हूँ जहाँ ई-कॉमर्स उद्यमिता को बढ़ावा दे।

नरेंद्र मोदी

बैंक के डिजिटल उत्पादों के माध्यम से विभिन्न विभागों, उद्योगों, और व्यापारों में परिवर्तन आया है और इनसे प्रभावी समाधान हुए हैं, जिससे वित्तीय सशक्तिकरण, वित्तीय सेवाओं की पहुंच, और व्यवसाय की प्रगति में सुधार हुआ है। जिनका वर्णन अधोलिखित है।

डिजिटल ऑनबोर्डिंग

डिजिटल ऑनबोर्डिंग एक ऐसी प्रक्रिया है जो ग्राहकों को ऑनलाइन या मोबाइल ऐप के माध्यम से नए खाते खोलने की अनुमति देती है। यह प्रक्रिया आम तौर पर पारंपरिक इन-ब्रांच खाता खोलने की तुलना में बहुत तेज और अधिक सुविधाजनक होती है।

नियो बैंक

नियो बैंक मात्र एक डिजिटल-बैंक हैं जो विभिन्न प्रकार की नवीन सुविधाएँ और सेवाएँ प्रदान करते हैं। नियो बैंक उन बैंकों के लिए एक मूलभूत डिजिटल प्लेटफॉर्म प्रदान करते हैं जो CASA विकसित करना चाहते हैं और उनके ग्राहकों को उनकी आवश्यकताओं के हिसाब से वित्त सेवाओं का आनंद लेने की अनुमति देने का उद्देश्य है।



कासा एवं कारोबार विकास

वित्तीय सेवाएं:

डिजिटल उत्पादों से वित्तीय सेवाओं को विकसित किया है, जिसमें मोबाइल बैंकिंग ऐप्स, डिजिटल वॉलेट्स, और वर्चुअल पेमेंट सिस्टम्स इत्यादि आते हैं। इन सेवाओं के माध्यम से, लोग आसानी से लेन-देन कर सकते हैं, खातों की शेष राशि देख सकते हैं, और वित्तीय संचय कर सकते हैं।

ई-कॉमर्स:

ईकामर्स (इलेक्ट्रॉनिक कॉमर्स के रूप में भी जाना जाता है) उत्पादों या सेवाओं को खरीदने और बेचने, धन हस्तांतरण करने और इलेक्ट्रॉनिक माध्यम (इंटरनेट) पर डेटा स्थानांतरित करने की प्रक्रिया है। यह नेटवर्क लोगों को दूरी और समय की बाधा के बिना व्यापार करने की अनुमति देता है।

डिजिटल मार्केटिंग:

बैंकिंग में डिजिटल मार्केटिंग का इस्तेमाल ब्रांड जागरूकता बढ़ाने और प्रोफाइल को मजबूत करने के लिए किया जाता है। बैंक अपनी ऑनलाइन उपस्थिति मजबूत कर सकते हैं और ग्राहकों के साथ सोशल मीडिया पर बातचीत करके खुद को वित्तीय क्षेत्र में प्राधिकारी के रूप में स्थापित कर सकते हैं।

डिजिटल कौशल विकास:

डिजिटल अनुशासनिक संस्थानों और व्यवसायों के साथ मिलकर डिजिटल कौशल विकास को प्रोत्साहित करते हैं। वे डिजिटल ज्ञान और कौशल को प्रशिक्षण और शिक्षा के माध्यम से लोगों को प्रदान करते हैं, जिससे व्यक्तिगत और पेशेवर बैंकिंग का विकास हुआ है।

डिजिटल पेमेंट सिस्टम्स:

डिजिटल उत्पादों के माध्यम से सुरक्षित और आसान डिजिटल पेमेंट सिस्टम्स विकसित हुये हैं, जैसे कि डिजिटल वॉलेट्स, यूपीआई, और डिजिटल क्रिप्टोकरेंसी। इन सिस्टम्स के माध्यम से लोग ऑनलाइन लेन-देन कर सकते हैं, जो भुगतान प्रक्रिया को सुविधाजनक और सुरक्षित बनाता है।

उद्योग 4.0:

डिजिटल उत्पाद ने उद्योग 4.0 के साथ औद्योगिक कारोबार को भी बदल दिया है। वे अद्वितीय तरीकों से संचालित होने वाली स्मार्ट मशीनों, डिजिटल निगरानी, और औद्योगिक इंटरनेट ऑफ थिंग्स की तरफ बढ़ रहे हैं, जो उद्योग की उत्पादकता और उत्पादकता में सुधार कर रहे हैं।

वित्तीय सशक्तिकरण:

डिजिटल उत्पादों ने वित्तीय सशक्तिकरण को बढ़ावा देने में मदद की है, खासकर विकसित और अविकसित देशों में योगदान सरहनीय है। यह मध्यम वर्गीय कारोबारों और व्यक्तिगत खाता धारकों के माध्यम से लोगों को वित्तीय समृद्धि की ओर अग्रसर हो रहे हैं।

सामाजिक सुधार:

डिजिटल उत्पादों ने सामाजिक सुधार के लिए भी कई सामाजिक परियोजनाओं का समर्थन किया है, जैसे कि डिजिटल शिक्षा, व्यक्तिगत विकास, और स्वच्छता अभियान इत्यादि।

अवसर और रोजगार:

डिजिटल उत्पादों से बैंक में अवसर एवं रोजगार निम्नलिखित तरीकों से दिए जा सकते हैं:

नए उत्पादों और सेवाओं के विकास के लिए: डिजिटल प्रौद्योगिकी के विकास से बैंकों को नए उत्पादों और सेवाओं को विकसित करने में मदद मिलती है। इन नए उत्पादों और सेवाओं के विकास के लिए बैंकों को नए कर्मचारियों की आवश्यकता होती है।

डिजिटल उत्पादों के प्रबंधन के लिए: डिजिटल उत्पादों को विकसित करने के बाद, उन्हें प्रबंधित करने की आवश्यकता होती है। इसके लिए बैंकों को डिजिटल उत्पादों के प्रबंधन में अनुभवी कर्मचारियों की आवश्यकता होती है।

ग्राहकों को सहायता प्रदान करने के लिए: डिजिटल उत्पादों के उपयोग में ग्राहकों को सहायता प्रदान करने के लिए बैंकों को ग्राहक सहायता कर्मचारियों की आवश्यकता होती है।

डिजिटल उत्पादों से बैंक में उत्पन्न होने वाले अवसरों और रोजगार के कुछ विशिष्ट उदाहरण निम्नलिखित हैं:

डेटा विश्लेषक: बैंकों को अपने ग्राहकों की जरूरतों को समझने और उनके लिए बेहतर उत्पादों और सेवाओं को विकसित करने के लिए डेटा विश्लेषकों की आवश्यकता होती है।

डिजिटल मार्केटर: बैंकों को अपने डिजिटल उत्पादों को बढ़ावा देने और नए ग्राहक प्राप्त करने के लिए डिजिटल मार्केटर्स की आवश्यकता होती है।

वेब डेवलपर: बैंकों को अपने डिजिटल उत्पादों और सेवाओं को विकसित और प्रबंधित करने के लिए वेब डेवलपर्स की आवश्यकता होती है।

कस्टमर सपोर्ट प्रतिनिधि: बैंकों को अपने डिजिटल उत्पादों के उपयोग में ग्राहकों को सहायता प्रदान करने के लिए कस्टमर सपोर्ट प्रतिनिधियों की आवश्यकता होती है।

कुल मिलाकर, डिजिटल उत्पादों से बैंक में कई अवसर और रोजगार उत्पन्न होते हैं। डिजिटल प्रौद्योगिकी के विकास के साथ, बैंकों को अपने कारोबार को बढ़ाने और प्रतिस्पर्धात्मक लाभ प्राप्त करने के लिए डिजिटल उत्पादों पर ध्यान देने की आवश्यकता होगी। इससे बैंकों में नए अवसर और रोजगार उत्पन्न होंगे।

कासा और बैंक के कारोबार में डिजिटल उत्पादों के सहयोग के कई लाभ हैं, जिसको सुगमता से वर्णन किया जा सकता है।

ग्राहक सेवा में सुधार: डिजिटल उत्पाद ग्राहकों को अपने बैंकिंग लेनदेन को कहीं से भी और कभी भी करने की अनुमति देते हैं। इससे बैंकों को ग्राहकों की आवश्यकताओं को बेहतर ढंग से पूरा करने और उनकी सेवाओं को अधिक सुविधाजनक बनाने में मदद मिली है।

लागत में कमी: डिजिटल उत्पाद बैंकों को पारंपरिक बैंकिंग चैनलों को बनाए रखने और संचालित करने की लागत को कम करने में मदद करते हैं। इससे बैंकों को अपने ग्राहकों को अधिक प्रतिस्पर्धी दरों पर सेवाएं प्रदान करने में मदद मिलती है।

नई आय के अवसर: डिजिटल उत्पाद बैंकों को नए उत्पादों और सेवाओं की पेशकश करने की अनुमति देते हैं जो पारंपरिक बैंकिंग चैनलों के माध्यम से उपलब्ध नहीं हैं। इससे बैंकों को अपनी आय बढ़ाने में मदद मिल सकती है।

आनलाइन/ मोबाइल बैंकिंग: मोबाइल बैंकिंग ग्राहकों को अपने स्मार्टफोन या टैबलेट का उपयोग करके अपने बैंकिंग लेनदेन को करने की अनुमति दी है।

पेमेंट गेटवे: पेमेंट गेटवे ग्राहकों को ऑनलाइन खरीदारी करते समय अपने बैंक खातों से भुगतान करने की अनुमति दी है।



कासा एवं कारोबार विकास

क्रेडिट कार्ड : क्रेडिट कार्ड ग्राहकों को अपने लेनदेन के लिए बाद में भुगतान करने की अनुमति दी है।

डेबिट कार्ड : डेबिट कार्ड ग्राहकों को अपने बैंक खातों से सीधे लेनदेन करने की अनुमति दी है।

कासा और बैंक के कारोबार में डिजिटल उत्पादों का सहयोग बैंकों को अपने ग्राहकों को बेहतर सेवा प्रदान करने, लागत कम करने और नई आय के अवसरों का पता लगाने में मदद कर रहा है।

कासा और बैंक के कारोबार में डिजिटल उत्पादों के कुछ विशिष्ट उदाहरणों के माध्यम से कई तरह से सहयोग देता है जो इस प्रकार है:

ग्राहक सेवा में सुधार :

मोबाइल बैंकिंग और ऑनलाइन बैंकिंग ग्राहकों को अपने बैंकिंग लेनदेन को 24/7 करने की अनुमति देते हैं।

चैटबॉट और अन्य कृत्रिम बुद्धिमत्ता (एआई)-आधारित उपकरण ग्राहकों को अपने प्रश्नों के उत्तर देने और समस्याओं को हल करने में मदद कर रहा है।

व्यक्तिगत वित्त प्रबंधन(पीपीएम) उपकरण ग्राहकों को अपने वित्त की स्थिति जानने और अपनी वित्तीय स्थिति को बेहतर बनाने में मदद कर रहा है।

लागत में कमी :

डिजिटल उत्पादों को बनाए रखने और संचालित करने की लागत पारंपरिक बैंकिंग चैनलों की तुलना में कम होती है। डिजिटल उत्पाद बैंकों को अपने ग्राहकों को अधिक कुशलता से सेवा प्रदान करने में मदद करते हैं, जिससे लागत बचती है।

नई आय के अवसर :

बैंकों को नए उत्पाद और सेवाएँ पेश करने की आवश्यकता है, जो पारंपरिक बैंकिंग विधियों के माध्यम से उपलब्ध नहीं हैं, और अपने मौजूदा उत्पादों और सेवाओं को नवीनतम बनाए रखने की आवश्यकता है।

बैंकों के परिचालन में कासा और डिजिटल उत्पादों का एकीकरण ग्राहक सेवा, लागत में कमी और राजस्व सृजन में सुधार के लिए महत्वपूर्ण है। डिजिटल उत्पाद ग्राहक सेवा को बढ़ाते हैं और मूल्य वर्धित सेवाएं प्रदान करते हैं। CASA वित्तीय संरचना और विकास को स्थिर करता है, जबकि डिजिटल उत्पाद व्यवसायों को अपने क्षेत्र में अग्रणी बने रहने में मदद करते हैं। यह सहयोग मजबूत ग्राहक संबंधों को बढ़ावा देता है और सुविधाजनक वित्त सेवाएं प्रदान करता है, जिससे बैंकों और ग्राहकों दोनों को वित्त सेवाओं तक आसान और विश्वसनीय पहुंच के साथ लाभ की सुनिश्चितता प्रदान करते हैं।

“Digital India is the foundation for a new era of innovation, entrepreneurship, and economic growth.” – Nandan Nilekani

“डिजिटल इंडिया नवाचार, उद्यमिता और आर्थिक विकास के एक नए युग की नींव है।” - नंदन नीलेकणि

- श्री अवधेश कुमार
इंडियन बैंक

वित्तीय समावेशन का माध्यम

ऐतिहासिक परिप्रेक्ष्य:

रिजर्व बैंक ने अगस्त, 2021 में सरकारी एवं विभिन्न नियामकों के साथ परामर्श के बाद एक समग्र सूचकांक की संकल्पना पेश की थी। इसमें बैंकिंग, निवेश, बीमा, डाक सेवा और पेंशन क्षेत्र से जुड़े ब्योरे शामिल होते हैं।

भारतीय रिजर्व बैंक (आरबीआई) मार्च 2023 को समाप्त वर्ष के लिए वित्तीय समावेशन सूचकांक (एफआई-इंडेक्स) जारी किया है।

निष्कर्ष क्या हैं ?

आरबीआई ने एक बयान में कहा कि मार्च, 2023 में समाप्त वित्त वर्ष के लिए वित्तीय समावेशन सूचकांक 60.1 अंक रहा है जबकि मार्च, 2022 में यह 56.4 रहा था। इस दौरान सभी उप-सूचकांकों में वृद्धि दर्ज की गई है। बयान के मुताबिक, उपयोग एवं गुणवत्ता आयामों के विस्तार ने वित्तीय समावेशन सूचकांक में सुधार की दिशा में अहम भूमिका निभाई। इसके सभी उप-सूचकांकों (पहुंच, उपयोग और समानता) में सुधार देखा गया है।

वित्तीय समावेशन सूचकांक क्या है ?

के बारे में:

यह एक व्यापक सूचकांक है जिसमें सरकार और संबंधित क्षेत्रीय नियामकों के परामर्श से बैंकिंग, निवेश, बीमा, डाक के साथ-साथ पेंशन क्षेत्र का विवरण शामिल है।

इसे आरबीआई द्वारा 2021 में बिना किसी “आधार वर्ष” के विकसित किया गया था , और हर साल जुलाई में प्रकाशित किया जाता है।

उद्देश्य:

देश भर में वित्तीय समावेशन की सीमा को जानने के लिए।

एफआई-इंडेक्स सेवाओं की पहुंच, उपलब्धता और उपयोग में आसानी और सेवाओं की गुणवत्ता के लिए उत्तरदायी है, जिसमें 97 संकेतक शामिल हैं।

पैरामीटर:

यह 0 और 100 के बीच एक ही मान में वित्तीय समावेशन के विभिन्न पहलुओं पर जानकारी एकत्र करता है , जहां 0 पूर्ण वित्तीय बहिष्करण को दर्शाता है और 100 पूर्ण वित्तीय समावेशन को इंगित करता है।

इसमें तीन व्यापक पैरामीटर (कोष्ठक में दर्शाए गए वजन) शामिल हैं, जैसे, पहुंच (35%), उपयोग (45%), और गुणवत्ता (20%), इनमें से प्रत्येक में विभिन्न आयाम शामिल हैं, जिनकी गणना कई संकेतकों के आधार पर की जाती है।

सूचकांक सभी 97 संकेतकों के लिए सेवाओं की पहुंच, उपलब्धता और उपयोग में आसानी और सेवाओं की गुणवत्ता के प्रति उत्तरदायी है।

वित्तीय समावेशन सूचकांक का महत्व क्या है ?



कासा एवं कारोबार विकास

समावेशन का माप स्तर :

यह वित्तीय समावेशन के स्तर पर जानकारी प्रदान करता है और आंतरिक नीति निर्माण में उपयोग के लिए वित्तीय सेवाओं को मापता है।

विकास संकेतक :

इसे सीधे विकास संकेतकों में एक समग्र माप के रूप में उपयोग किया जा सकता है।

G20 संकेतकों को पूरा करें :

यह G20 वित्तीय समावेशन संकेतक आवश्यकताओं को पूरा करने में सक्षम बनाता है।

G20 संकेतक राष्ट्रीय और वैश्विक स्तर पर वित्तीय समावेशन और डिजिटल वित्तीय सेवाओं की स्थिति का आकलन करते हैं।

शोधकर्ताओं को सुविधा प्रदान करें :

यह शोधकर्ताओं को वित्तीय समावेशन और अन्य व्यापक आर्थिक स्तर के प्रभाव का अध्ययन करने की सुविधा भी देता है।

वित्तीय समावेशन को किफायती लागत पर कमजोर वर्गों और निम्न आय समूहों जैसे कमजोर समूहों द्वारा वित्तीय सेवाओं और समय पर और पर्याप्त ऋण तक पहुंच सुनिश्चित करने की प्रक्रिया के रूप में परिभाषित किया जा सकता है।

भारत जैसे विविधतापूर्ण देश में, वित्तीय समावेशन विकास प्रक्रिया का एक महत्वपूर्ण हिस्सा है। आजादी के बाद से, क्रमिक सरकारों, नियामक संस्थानों और नागरिक समाज के संयुक्त प्रयासों ने देश में वित्तीय-समावेशन जाल को बढ़ाने में मदद की है।

समय के साथ वित्तीय समावेशन की स्थिति में काफी सुधार हुआ है। हालाँकि, वित्तीय समावेशन सबसे गरीब लोगों तक नहीं पहुँच पाया है और इसमें कई बाधाएँ और चुनौतियाँ मौजूद हैं जिन पर तत्काल ध्यान देने की आवश्यकता है।

इस प्रकार, बैंक रहित आबादी का लाभ उठाने और उन्हें वित्तीय दायरे में लाने की बहुत बड़ी आवश्यकता और संभावना दोनों मौजूद है।

वित्तीय समावेशन पहल

जन धन-आधार-मोबाइल (JAM) त्रिमूर्ति

आधार, पीएमजेडीवाई के संयोजन और मोबाइल संचार में वृद्धि ने नागरिकों के सरकारी सेवाओं तक पहुंचने के तरीके को नया आकार दिया है।

मार्च 2023 में अनुमान के मुताबिक, जन धन योजना के तहत लाभार्थियों की कुल संख्या 50 करोड़ से अधिक हो गई है। इनमें 2 लाख करोड़ से ज्यादा डिपॉजिट हैं।

व्यक्तिगत पहचान की अवधारणा को महत्वपूर्ण रूप से बदलकर, आधार ने न केवल एक सुरक्षित और

आसानी से सत्यापन योग्यप्रणाली ला दी है, बल्कि इसे प्राप्त करना भी आसान है और साथ ही वित्तीय समावेशन प्रक्रिया में भी मदद मिली है।

सरकार ने वित्तीय समावेशन को बढ़ावा देने और देश में गरीबों और बैंक रहित लोगों को सशक्त बनाने के लिए वित्तीय सुरक्षा प्रदान करने के लिए कई प्रमुख योजनाएं भी शुरू की हैं।

इनमें प्रधानमंत्री मुद्रा योजना, स्टैंड अप इंडिया योजना, प्रधानमंत्री जीवन ज्योति बीमा योजना, प्रधानमंत्री सुरक्षा बीमा योजना और अटल पेंशन योजना शामिल हैं।

ग्रामीण और अर्ध-शहरी क्षेत्रों में वित्तीय सेवाओं का विस्तार

भारतीय रिजर्व बैंक (आरबीआई) और राष्ट्रीय कृषि और ग्रामीण विकास बैंक (नाबार्ड) ने ग्रामीण क्षेत्रों में वित्तीय समावेशन को बढ़ावा देने के लिए पहल की है।

इनमें सुदूर इलाकों में बैंक शाखाएं खोलना भी शामिल है।

किसान क्रेडिट कार्ड (KCC) जारी करना।

स्वयं सहायता समूहों (एसएचजी) को बैंकों से जोड़ना।

स्वचालित टेलर मशीनों (एटीएम) की संख्या बढ़ाना।

बैंकिंग का व्यवसाय संवाददाता मॉडल, आदि।

डिजिटल भुगतान को बढ़ावा।

एनपीसीआई द्वारा यूनिफाइड पेमेंट इंटरफेस (यूपीआई) को मजबूत करने से डिजिटल भुगतान पहले की तुलना में सुरक्षित हो गया है।

आधार-सक्षम भुगतान प्रणाली (ईपीएस) आधार सक्षम बैंक खाते (ईबीए) को माइक्रो एटीएम का उपयोग करके किसी भी स्थान पर और किसी भी समय उपयोग करने में सक्षम बनाती है।

अनस्ट्रक्चर्ड सप्लीमेंट्री सर्विस डेटा (यूएसएसडी) जैसे ऑफ़लाइन लेनदेन-सक्षम प्लेटफार्मों के कारण भुगतान प्रणाली को और अधिक सुलभ बना दिया गया है, जो बुनियादी मोबाइल हैंडसेट पर भी इंटरनेट के बिना मोबाइल बैंकिंग सेवाओं का उपयोग करना संभव बनाता है।

वित्तीय साक्षरता बढ़ाना

भारतीय रिजर्व बैंक ने “परियोजना वित्तीय साक्षरता” नामक एक परियोजना शुरू की है। परियोजना का उद्देश्य स्कूल और कॉलेज जाने वाले बच्चों, महिलाओं, ग्रामीण और शहरी गरीबों, रक्षा कर्मियों और वरिष्ठ नागरिकों सहित विभिन्न लक्षित समूहों तक केंद्रीय बैंक और सामान्य बैंकिंग अवधारणाओं के बारे में जानकारी प्रसारित करना है।

पॉकेट मनी भारतीय प्रतिभूति और विनिमय बोर्ड (सेबी) और नेशनल इंस्टीट्यूट ऑफ सिक्वोरिटीज मार्केट्स (एनआईएसएम) प्रमुख कार्यक्रम है जिसका उद्देश्य स्कूली छात्रों के बीच वित्तीय साक्षरता बढ़ाना है।

इसका उद्देश्य स्कूली छात्रों को पैसे के मूल्य और बचत, निवेश और वित्तीय योजना के महत्व को समझने



कासा एवं कारोबार विकास

में मदद करना है।

वित्तीय समावेशन : सफलता की कहानी

बैंकों तक पहुंच बढ़ी

विश्व बैंक के वैश्विक वित्तीय समावेशन डेटाबेस या ग्लोबल फाइंडेक्स रिपोर्ट (2021) के अनुसार, 2014 में अनुमानित 53% के मुकाबले 80% भारतीय वयस्कों के पास बैंक खाता है।

गुणक प्रभाव

इन पहलों ने लोगों तक वित्तीय सेवाओं की अंतिम-मील कनेक्टिविटी बढ़ाने के लिए बड़े बदलाव लाए हैं। समाज के वंचित और हाशिए पर रहने वाले वर्गों को वित्तीय संसाधनों तक पहुंच प्रदान करके, वित्तीय समावेशन में गरीबी को कम करने, रोजगार पैदा करने आदि की क्षमता है।

नागरिकों की सक्रिय भागीदारी बढ़ाना

पहले, निजी संस्थान गरीबों के साथ महत्वपूर्ण पैमाने पर ग्राहक के रूप में नहीं जुड़ते थे।

यह अब बदल गया है, और निजी खिलाड़ियों (पेटीएम, एयरटेल मनी और जियो मनी जैसे भुगतान बैंक) की सक्रिय भागीदारी रही है, क्योंकि उन्हें यह भी एहसास हुआ है कि गरीबों को वित्तीय दायरे में लाना उनके बिजनेस मॉडल के लिए भी फायदेमंद है।

वित्तीय सेवाओं का एकीकरण

प्रत्यक्ष लाभ अंतरण (डीबीटी) योजना के साथ जेएएम ट्रिनिटी का अभिसरण काफी हद तक सफल रहा है। इससे लक्षित और सटीक भुगतान के मामले में उल्लेखनीय सुधार हुआ है।

इसने प्रविष्टियों के दोहराव को कम करने और भुगतान के नकद मोड पर निर्भरता को कम करने में भी मदद की है।

संबद्ध चुनौतियाँ

बैंक खातों तक गैर-सार्वभौमिक पहुंच

बैंक खाते सभी वित्तीय सेवाओं का प्रवेश द्वार हैं। लेकिन, विश्व बैंक की एक रिपोर्ट के अनुसार, भारत में लगभग 190 मिलियन वयस्कों के पास कोई बैंक खाता नहीं है, जिससे भारत चीन के बाद बैंक रहित आबादी के मामले में दुनिया का दूसरा सबसे बड़ा देश बन गया है।

डिजिटल डिवाइड

डिजिटल प्रौद्योगिकी को अपनाने में सबसे आम बाधाएँ जो वित्तीय समावेशन को बढ़ावा दे सकती हैं:

उपयुक्त वित्तीय उत्पादों की अनुपलब्धता

डिजिटल सेवाओं का उपयोग करने के लिए हितधारकों के बीच कौशल की कमी

बुनियादी ढांचे के मुद्दे



कम आय वाले उपभोक्ता जो डिजिटल सेवाओं तक पहुंचने के लिए आवश्यक तकनीक का खर्च उठाने में सक्षम नहीं हैं

उदाहरण के लिए, जन धन योजना के परिणामस्वरूप कई निष्क्रिय खाते खुले हैं जिनमें कभी वास्तविक बैंकिंग लेनदेन नहीं हुआ था।

ऐसी सभी गतिविधियों से संस्थानों पर लागत आती है, और इस प्रकार, बड़ी परिचालन लागत केवल वास्तविक उद्देश्य के लिए हानिकारक साबित होती है।

इन प्रतिकूल परिणामों से बचने के लिए, यह महत्वपूर्ण है कि सभी हितधारक ऐसे कार्यक्रमों में उचित इरादे से भाग लें, न कि केवल इसके लिए।

अनौपचारिक और नकदी—प्रधान अर्थव्यवस्था

भारत में भारी नकदी वाली अर्थव्यवस्था है, यह डिजिटल भुगतान अपनाने के लिए एक चुनौती है।

इसके अलावा, अंतर्राष्ट्रीय श्रम संगठन (ILO) के अनुसार, भारत में लगभग 81% नियोजित व्यक्ति अनौपचारिक क्षेत्र में काम करते हैं।

लेनदेन के नकद मोड पर उच्च निर्भरता के साथ—साथ एक विशाल अनौपचारिक क्षेत्र का संयोजन डिजिटल वित्तीय समावेशन में बाधा उत्पन्न करता है।

वित्तीय समावेशन में लिंग अंतर

2022 ग्लोबल फाइंडेक्स डेटाबेस के अनुसार, 2022 में भारत में 15 वर्ष से अधिक उम्र के 83% पुरुषों के पास 77% महिलाओं की तुलना में एक वित्तीय संस्थान में खाते थे।

इसका कारण सामाजिक—आर्थिक कारक हैं, जिनमें मोबाइल हैंडसेट और इंटरनेट डेटा सुविधा की उपलब्धता महिलाओं की तुलना में पुरुषों में अधिक है।

ऋण प्रवेश का अभाव

कम आय वाले परिवारों और अनौपचारिक व्यवसायों को ऋण प्रदान करने में मुख्य बाधाओं में से एक उनकी ऋण पात्रता निर्धारित करने के लिए औपचारिक ऋणदाताओं के पास उपलब्ध जानकारी की कमी है। इसके परिणामस्वरूप ऋण की लागत अधिक हो जाती है।

उठाए जाने वाले कदम

बैंकिंग संवाददाता मॉडल को पुनर्जीवित करना

देश के हर कोने में शाखाएँ खोजने की अव्यवहार्यता को देखते हुए, संभावित ग्राहकों तक पहुँचने के लिए बैंक संवाददाताओं का उपयोग किया जाता है। हालाँकि, अपर्याप्त मुआवजा संरचना संवाददाता बैंकिंग को अनाकर्षक बनाती है।

इस प्रकार, बैंकिंग संवाददाताओं के लिए बेहतर मौद्रिक प्रोत्साहन बनाने के साथ—साथ उन्हें बेहतर प्रशिक्षण प्रदान करने की आवश्यकता है।



कासा एवं कारोबार विकास

JAM ट्रिनिटी का लाभ उठाना

परिवारों और अनौपचारिक व्यवसायों के लिए ऋण-योग्यता के मूल्यांकन में सुधार के लिए प्रौद्योगिकी का उपयोग किया जाना चाहिए।

उचित प्रौद्योगिकी को अपनाने के साथ एक नया डेटा-शेयरिंग ढांचा (जन धन और आधार प्लेटफार्मों का उपयोग करके), डेटा गोपनीयता बनाए रखने के लिए पर्याप्त सुरक्षा उपायों के साथ, ऋण तक आसान पहुंच सक्षम करने के लिए।

डेटा सुरक्षा व्यवस्था की आवश्यकता

अधिक डिजिटलीकरण के अलावा, देश में साइबर सुरक्षा और डेटा सुरक्षा व्यवस्था को मजबूत करने की भी आवश्यकता है।

विभेदित बैंकों का लाभ उठाना।

भुगतान बैंकों और छोटे वित्त बैंकों जैसे विभेदित बैंकों का लाभ वंचित क्षेत्रों में भुगतान प्रणालियों को बढ़ाने के लिए उठाया जा सकता है।

ग्रामीण क्षेत्रों के लिए यूएसएसडी को बढ़ावा देना

यूएसएसडी चैनल के माध्यम से भुगतान को बढ़ावा दिया जाना चाहिए (यूएसएसडी प्रक्रिया में किए गए शुल्क की प्रतिपूर्ति करके), क्योंकि इंटरनेट पर उनका लाभ यह है कि यह गैर-स्मार्टफोन उपयोगकर्ताओं के एक बड़े हिस्से को भी कवर कर सकता है।

भारत में, यूएसएसडी ग्रामीण क्षेत्रों में विशेष रूप से उपयोगी हो सकता है जहां कुछ क्षेत्रों में अभी भी इंटरनेट तक विश्वसनीय पहुंच नहीं है।

निष्कर्ष

भारत में वित्तीय समावेशन की सफलता के लिए एक बहुआयामी दृष्टिकोण होना चाहिए जिसके माध्यम से मौजूदा डिजिटल प्लेटफॉर्म, बुनियादी ढांचे, मानव संसाधन और नीति ढांचे को मजबूत किया जाए और नए तकनीकी नवाचारों को बढ़ावा दिया जाए।

यदि मौजूदा समस्याओं से निपटने के लिए पर्याप्त उपाय किए जाते हैं, तो वित्तीय समावेशन में गरीबों को आर्थिक विकास के लाभों को बढ़ाने की क्षमता है।

विकास के पिरामिड में सबसे निचले स्तर को वित्तीय समावेशन के माध्यम से मजबूत करने की जरूरत है, जिससे गरीबों की क्रय शक्ति बढ़े।

- नरेंद्र मोदी

- श्री संजय राज

सेन्ट्रल बैंक ऑफ इंडिया

“ बैंक के डिजिटल उत्पादों का प्रचार लेकर आए कासा, बढ़ाए कारोबार ”

भूमिका

बैंकिंग की इस निरंतर प्रगतिशील दुनिया में, प्रौद्योगिकी ने खेल के नियमों को पूरी तरह से परिवर्तित कर दिया है। आज की दुनिया में बैंक केवल ईट-गारे से बनी चमकदार इमारतों में बंद संस्थाएं नहीं रही, वे अब टेक-सेवा केंद्र बन चुके हैं जो आधुनिक ग्राहकों की जरूरतों को पूरा करने के लिए अनेकानेक डिजिटल उत्पादों और सेवाओं की पेशकश करते हैं। जैसे-जैसे बैंक इस डिजिटल युग में प्रवेश कर रहे हैं, वैसे-वैसे उनकी डिजिटल पेशकशों का प्रभावशाली प्रचार एक प्रमुख कार्यनीतिक अनिवार्यता बन गया है। इस लेख में हम “बैंक के डिजिटल उत्पादों का प्रचार, कैसे बढ़ाए कासा एवं कारोबार” पर चर्चा करेंगे और उन रणनीतियों को उजागर करेंगे जो अधिकतम आँखों को लुभाकर डिजिटल उत्पाद को अडोप्ट करवाने में सहायक सिद्ध हो रही हैं।

*“डिजिटल बनें! करें साकार, अपनी चहेती बैंकिंग का इमेजीनेशन,
ये डिजिटल सोल्यूशन ही तो है, आपका वित्तीय रिवोल्यूशन ।”*

प्रचार की पावर

1. **ग्राहक जागरूकता एवं सहभागिता** : डिजिटल उत्पादों को प्रचारित करने का सबसे प्रमुख कारण है ग्राहकों को ऐसे उत्पाद के अस्तित्व से अवगत करवाना, क्योंकि जब किसी वस्तु के अस्तित्व में होने पता चलेगा तभी तो किसी के मन में उसके उपयोग का विचार जन्म लेगा। अनेक ग्राहक अभी भी उनके बैंकों द्वारा उपलब्ध कारवाई जाने वाली डिजिटल सेवाओं की पूरी की पूरी श्रृंखला से अच्छी तरह अवगत नहीं हैं। इसलिए डिजिटल उत्पादों का प्रचार करने से न केवल ग्राहकों को इन पेशकशों के बारे में जानकारी मिलती है अपितु उन्हें सम्मानित ग्राहक के तौर पर यह एहसास होता है कि उनका बैंक प्रगतिशील पथ पर उनके साथ चल रहा है, वह स्वयं को एक उपभोक्ता से बढ़कर सहभागी के रूप में देखने लगता है, जिसकी वजह से उनको अधिक इंटरैक्टिव बैंकिंग सेवा का अनुभव होता है। इसी जुड़ाव की वजह से ग्राहक की बैंक के प्रति निष्ठा और संतुष्टि में वृद्धि होती है।

अल-रीस एवं जैक ट्राउट द्वारा लिखित पुस्तक ‘दी 22 इम्प्यूबल लॉ ऑफ मार्केटिंग’ का एक वाक्य में सारांश बताता है कि वास्तव में मार्केटिंग का संबंध उत्पाद (Product) से कहीं अधिक ग्राहक की मनो-धारणाओं (Perceptions) से है।

2. **ग्राहक अनुभव में सुधार करना** : प्रभावशाली प्रचार वह नहीं है जो केवल ग्राहकों को सूचना प्रदान करता है बल्कि यह उससे कहीं अधिक है। यह ग्राहकों के बैंकिंग अनुभव को अधिक सुविधाजनक, कुशल और उपयोगकर्ता के अनुकूल बनाकर उसे निरंतर बेहतर बनाते रहना है। यदि ग्राहक को उसके अनुकूल सेवाएं उपलब्ध होती हैं तो बैंक के प्रति उसका रवैया सुधरता है जिससे बैंक के प्रति उसका जुड़ाव और भरोसा बढ़ता है।

मार्केटिंग शोध में “प्रमोटर एम्प्लॉफिकेशन का सिद्धांत” बताता है कि प्रत्येक ग्राहक या तो आपका



कासा एवं कारोबार विकास

फैन है, या आलोचक, यदि वह उपलब्ध कारवाई जा रही सेवाओं से संतुष्ट है तो उसका वर्ड ऑफ माउथ बाजार में उपलब्ध प्रचार का सबसे बढ़ीया साधन है, वहीं इसके विपरीत ग्राहक असंतुष्टि दुष्प्रचार को बढ़ाती है।

- प्रतिस्पर्धी बने रहना** : आज बैंक एक-दूसरे के साथ कड़ी प्रतिस्पर्धा में हैं। जैसा कि इकनॉमिक्स का आधार वाक्य है कि संसाधन सीमित हैं लेकिन उपभोग की चाहत असीमित है, यही सिद्धांत बैंकिंग जगत पर भी लागू होता है। जमराशियों और गुणवत्तापूर्ण ऋण आवश्यकता वाले ग्राहकों की संख्या सीमित है जबकि बैंकों की कारोबारी अपेक्षाएं असीमित हैं, ऐसी परिस्थितियों में डिजिटल उत्पादों का प्रचार-प्रसार एक बैंक को अन्यो से बेहतर स्थिति में ला सकता है, विशेषकर उन ग्राहकों के मामलों में जो तकनीकी नवाचार को महत्व देते हैं। विशेष अपेक्षा वाले ग्राहकों को लक्षित करके उनकी आवश्यकताओं को संतुष्ट करते हुए सेवाएं उपलब्ध करवाना, अपने उत्पादों या सेवाओं को इंटरनेट के जरिए असंख्य दर्शकों तक पहुंचाने से अधिक प्रभावी होता है।

एक बड़े लेखक सेठ गोडिन कहते हैं कि अपने ग्राहकों के मन से जुड़ने वाली भाषा का प्रयोग करते हुए उन्हें एक प्लेटफॉर्म पर लाएं और एक कुनबे में बदल दें।

- लागत कम करना** : डिजिटल उत्पादों के उपयोग को प्रोत्साहित करने से बैंकों के लिए परिचालन लागत कम हो जाती है, क्योंकि लेन-देन और इंटरैक्शन को ऑनलाइन नियंत्रित किया जा सकता है, जिससे भौतिक शाखाओं को विजिट करने वाले ग्राहकों की संख्या कम हो जाती है। इस प्रकार लागत कम होने से बैंक की लाभप्रदता में वृद्धि होती है।

डिजिटल उत्पादों के प्रभावशाली प्रचार के लिए रणनीतियाँ

- शैक्षणिक सामग्री** : आकर्षक और सूचनाप्रद सामग्री तैयार की जानी चाहिए, जो आपके डिजिटल उत्पादों की विशेषताओं और लाभों पर प्रकाश डालती हो। ये उत्पाद कैसे काम करते हैं, यह समझाने के लिए स्पष्ट, सरल और आम जनमानस द्वारा उपयोग की जाने वाली भाषा का प्रयोग करें। उत्पादों में सामान्यतः उपयोग की जा रही साइन (चिन्ह) भाषा का उपयोग करें जैसे कि टेलीफोन के लिए फोन का सिम्बल आदि।
- सोशल मीडिया का लाभ उठाएं** : सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म व्यापक दर्शकों तक पहुंचने के लिए सोने की खान और शक्तिशाली उपकरण हैं। फेसबुक, ट्विटर, इंस्टाग्राम और लिंकडइन जैसे प्लेटफॉर्म पर अपने डिजिटल उत्पादों के बारे में नियमित रूप से पोस्ट करें। रुचि जगाने के लिए आकर्षक दृश्यों का उपयोग करें और सफल उत्पादों से संबंधित किस्से साझा करें साझा करें। इसका सबसे अच्छा उदाहरण महेंद्र ऑटोमोबिल के चेयरमैन आनन्द महिंद्रा हैं।
- प्रदर्शन वीडियो** : डिजिटल उत्पादों का उपयोग कैसे करें, इसका प्रदर्शन करने वाले छोटे, उपयोगकर्ता-अनुकूल वीडियो बनाएं। ये वीडियो आपकी वेबसाइट पर पोस्ट किए जा सकते हैं और सोशल मीडिया पर साझा किए जा सकते हैं। इन डिजिटल उत्पादों के उपयोग से होने वाले लाभों जैसे कि समय की बचत, किफायती और झंझटमुक्त बैंकिंग आदि को प्रचार का अभिन्न हिस्सा बनाए ताकि ग्राहकों को लुभाने में आसानी हो।

4. **ग्राहक प्रशंसापत्र** : संतुष्ट ग्राहकों को अपने डिजिटल उत्पादों के साथ अपने अनुभव साझा करने के लिए प्रोत्साहित करें। ग्राहकों के वास्तविक प्रशंसापत्र संभावित उपयोगकर्ताओं के लिए आकर्षक हो सकते हैं। विभिन्न डिजिटल उत्पाद डाउनलोड के लिए सुलभ करवाने वाले प्लेटफॉर्मों जैसे कि प्लेस्टोर आदि पर रिव्यू देने के लिए ग्राहकों को प्रोत्साहित करें एवं उनकी अपेक्षाओं के अनुरूप उत्पाद में निरंतर सुधार करते रहें।
5. **इन-ब्रांच प्रमोशन** : शाखाएं बैंकिंग का आधार हैं। अन्य सेवाएं पूर्णतः डिजिटल फॉर्मेट में परिवर्तित हो सकती हैं लेकिन बैंकिंग में भरोसे का मूलमंत्र ईट-गारे की शाखाएं बनी रहेंगी, क्योंकि धन का मामला ग्राहक के लिए सबसे अधिक महत्वपूर्ण है तथा शाखाएं ग्राहक को उनके पैसे की भौतिक सुरक्षा का आभास करती हैं। इसलिए अपनी भौतिक शाखाओं को न भूलें। जब ग्राहक आपकी शाखाओं में हों तो उन्हें अपनी डिजिटल पेशकशों के बारे में सूचित करने के लिए पोस्टर, फ्लायर्स और डिजिटल स्क्रीन का उपयोग करें।
6. **ईमेल मार्केटिंग** : मौजूदा ग्राहकों के लिए लक्षित ई-मेल कैम्पेन चलाएं, उन्हें अपने डिजिटल उत्पादों से परिचित कराएं। डिजिटल उत्पाद को अडॉप्ट करने के लिए प्रोत्साहन या विशेष प्रमोशन की पेशकश करें। ईमेल पर अधिक जानकारी संबंधी लिंक अवश्य साझा करें।
7. **वेबिनार और कार्यशालाएँ** : ग्राहकों को अपनी डिजिटल सेवाओं के बारे में शिक्षित करने के लिए वेबिनार या कार्यशालाएँ आयोजित करें। ये सत्र ग्राहकों की किसी भी दुविधा या गलतफ्रहमी का समाधान कर सकते हैं, साथ ही ग्राहकों से उत्पाद में सुधार अथवा ग्राहक अपेक्षा से संबंधित संवर्धन हेतु तत्काल फीडबैक भी लिए जा सकते हैं, जिसकी वजह से उत्पाद संशोधन में लगने वाला टी ए टी काम हो जाता है।
8. **प्रभावशाली लोगों के साथ टाई-अप करें** : अपने डिजिटल उत्पादों की समीक्षा और प्रचार करने के लिए वित्तीय और तकनीकी उद्योग में प्रभावशाली लोगों या विशेषज्ञों के साथ साझेदारी करें। प्रभावशाली लोग आपकी पेशकशों को बाजार में विश्वसनीयता प्रदान कर सकते हैं।
9. **विशेष उत्पादों के लिए लक्षित प्रचार** : विशेष उत्पादों के लिए विभिन्न सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म का उपयोग करके लक्षित प्रचार करें जैसे वाहन ऋणों के लिए सोशल मीडिया पर वाहनों के रिव्यू चैनलों का उपयोग करें, आवास ऋणों के लिए प्रॉपर्टी एडवाइजरों के सोशल मीडिया चैनलों का उपयोग करें आदि।
10. **सफलता और परिवर्तन को मापना**: अपने प्रचार प्रयासों की प्रभावशीलता का आकलन करने के लिए, नियमित रूप से प्रमुख प्रदर्शन संकेतक (के पी आई) को जाँचते रहें जैसे कि नए डिजिटल उत्पाद साइन-अप की संख्या, डिजिटल लेनदेन में वृद्धि और ग्राहक प्रतिक्रियाएं आदि। अपनी रणनीतियों को लगातार परिष्कृत करने के लिए इस डेटा का विश्लेषण करें।



कासा एवं कारोबार विकास

निष्कर्ष:

डिजिटल युग बैंकिंग उद्योग के लिए चुनौतियाँ और अवसर दोनों लेकर आया है। आज के दौर में सोशल मीडिया पर जब ग्राहक अपने द्वारा उपयोग की जा रही वस्तु या सेवा का कोई क्रिएटिव प्रचार देखता है तो उसके मन में संतुष्टि का एक भाव जन्म लेता है, इसलिए डिजिटलीकरण के इस युग में यदि हम कहें कि प्रचार ही वास्तव में सबसे महत्वपूर्ण उत्पाद है तो गलत नहीं होगा। अतः डिजिटल उत्पादों का प्रचार केवल एक विकल्प नहीं है बल्कि उन सभी उत्पाद पेशकशों की अधिकतम क्षमता का लाभ उठाने की अनिवार्य आवश्यकता है। सूचनात्मक सामग्री, सोशल मीडिया, शैक्षणिक सत्र और प्रोत्साहन के संयोजन का उपयोग करके, बैंक ग्राहक जागरूकता और जुड़ाव दोनों में वृद्धि कर सकते हैं। इसका परिणाम जीत की एक ऐसी स्थिति होगी, जहां इस डिजिटल युग में अधिक खुश ग्राहक और एक अधिक प्रतिस्पर्धी बैंक का तालमेल बैठ सकेगा।

सेठ गोडिन कहते हैं कि सुसंगत ग्राहकों को यदि कोई बेहतर उत्पाद बार-बार, लगातार और निरंतर डिलीवर किया जाए तो इससे उनका ध्यान आकर्षित करने में, भरोसा जीतने में और एक्शन को अंजाम देने में सफलता अर्जित होती है।

- सुश्री नीतू सिंह
बैंक ऑफ इंडिया

बैंक के डिजिटल उत्पादों का प्रचार

परिवर्तन का रहस्य अपनी सारी ऊर्जा को पुरानी व्यवस्थाओं से लड़ने में नहीं, बल्कि नयी व्यवस्थाओं के निर्माण पर केंद्रित करना है – सुकरात

तेजी से डिजिटल परिवर्तन के इस युग में, बैंक परंपरा और आधुनिकता के ऐसे चौराहे पर हैं, जो उन्हें अपने अस्तित्व के लिए लगातार विकसित हो रहे डिजिटल उत्पादों को अपनाने की अनिवार्यता का बोध करा रहे हैं। हम डिजिटल क्रांति के कगार पर खड़े हैं एवं अत्याधुनिक तकनीकों के माध्यम से बैंकिंग के पारंपरिक तरीकों को नया आकार दिया जा रहा है। ऑनलाइन बैंकिंग प्लेटफॉर्म, मोबाइल एप्लिकेशन, डिजिटल वॉलेट और एआई-संचालित वित्तीय टूल्स सिर्फ टूल्स नहीं हैं; वे अद्वितीय सुविधा और दक्षता का वादा करते हुए बैंकिंग में एक नए युग की आधारशिला हैं।

फिर भी, जो बड़ा सवाल है वह इन डिजिटल चमत्कारों के अस्तित्व के बारे में नहीं है, बल्कि व्यापक जनता के बीच उनकी स्पष्टता और प्रतिध्वनि के बारे में है। इन उत्पादों की प्रभावशीलता न केवल उनकी तकनीकी क्षमता पर निर्भर करती है, बल्कि इस बात पर भी निर्भर करती है कि उपभोक्ताओं द्वारा उन्हें कितने प्रभावी ढंग से अपनाया जाता है।

तकनीकी कौशल के इस युग में, बैंकों के पास डिजिटल उत्पादों का एक विशाल समूह हैं जो बैंकिंग की पारंपरिक सीमाओं से परे हैं एवं परस्पर जुड़े वित्तीय अनुभव के द्वार हैं :

ऑनलाइन बैंकिंग प्लेटफॉर्म (वित्तीय स्वतंत्रता का प्रवेश द्वार) : ऑनलाइन बैंकिंग प्लेटफॉर्म असंख्य वित्तीय सेवाओं के लिए वास्तविक प्रवेश द्वार के रूप में कार्य करते हैं। खाता प्रबंधन से लेकर फंड ट्रांसफर तक, वे उपयोगकर्ताओं को कुछ ही क्लिक के साथ अपने वित्तीय ब्रह्मांड को नेविगेट करने की क्षमता प्रदान करते हैं।

मोबाइल एप्लिकेशन(उंगलियों पर बैंकिंग) : मोबाइल एप्लिकेशन बैंक को आपकी मुट्ठी में लाते हैं, स्मार्टफोन को शक्तिशाली वित्तीय केंद्रों में बदल देते हैं। ऑन-द-गो लेनदेन और वास्तविक समय खाते की निगरानी की सुविधा सिर्फ एक विलासिता नहीं है बल्कि बैंकिंग का एक नया मानक है।

डिजिटल वॉलेट (लेन-देन का विकास) : डिजिटल वॉलेट ने हमारे लेन-देन के तरीके में क्रांति ला दी है। दैनिक जीवन में निर्बाध रूप से एकीकृत होकर, ये वॉलेट भौतिक नकदी और कार्ड लेनदेन से परे भुगतान करने का एक सुरक्षित और कुशल साधन प्रदान करते हैं।

यूपीआई (निर्बाध और त्वरित लेनदेन) : यूपीआई एक गेम-चेंजर के रूप में उभरा है, जो उपयोगकर्ताओं को सीधे अपने बैंक खातों से लेनदेन करने का एक सहज और त्वरित तरीका प्रदान करता है। इसने न केवल भुगतान को सरल बनाया है बल्कि डिजिटल भुगतान पारिस्थितिकी तंत्र में आधारशिला भी बन गया है।

ए आइ-संचालित वित्तीय टूल्स (स्मार्ट उपभोक्ताओं के लिए स्मार्ट फाइनेंस) : आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस सिर्फ एक प्रचलित शब्द नहीं है; यह बुद्धिमान वित्तीय टूल्स के पीछे प्रेरक शक्ति है जो खर्च करने के पैटर्न का विश्लेषण करते हैं, वैयक्तिकृत वित्तीय सलाह प्रदान करते हैं, और स्वचालन का एक स्तर प्रदान करते हैं जो बैंकिंग को वैयक्तिकृत अनुभव में बदल देता है।

प्रौद्योगिकी की प्रगति इस प्रकार से आती है कि आप उसे वास्तविक रूप से महसूस नहीं करते, यह हर दिन के जीवन का हिस्सा है जिसपर आप वाकई ध्यान नहीं देते।

बिल गेट्स



बैंकों के डिजिटल उत्पाद केवल तकनीकी नवीनताओं का संग्रह नहीं है परन्तु उपभोक्ताओं की बढ़ती अपेक्षाओं के प्रति एक रणनीतिक प्रतिक्रिया है। इसका महत्व ग्राहक अनुभव पर परिवर्तनकारी प्रभाव और इन उत्पादों द्वारा लाई गई अद्वितीय सुविधा में निहित है। जैसे आजकल ग्राहक तेजी से त्वरित समाधान चाहते हैं, वैसे ही ये डिजिटल उत्पाद ऐसे माध्यम हैं जो न केवल अपेक्षाओं को पूरा करते हैं बल्कि उससे भी अधिक सुविधायें प्रदान करते हैं। लंबी कतारों में इंतजार करने का युग लुप्त हो रहा है और एक नया युग जहां बैंकिंग अपने संरक्षकों की गतिशील जीवनशैली के साथ सहजता से जुड़ रहा है।

प्रचार रणनीतियाँ: डिजिटल उत्पादों को अपनाने के लिए एक उत्प्रेरक

डिजिटल वित्त के विशाल और प्रतिस्पर्धी क्षेत्र में, डिजिटल उत्पादों की सफलता, मात्र पूरी तरह से उनकी कार्यक्षमता पर ही निर्भर नहीं है बल्कि उनकी दृश्यता और इच्छित ग्राहकों के साथ समरसता पर निर्भर करता है। प्रभावी मार्केटिंग वह धुरी है जो एक अभूतपूर्व डिजिटल उत्पाद और उसके व्यापक रूप से अपनाने के बीच के अंतर को पाटती है। विपणन उत्पादों को तकनीकी उपयोगिता से ऐसे समाधान में बदल देता है जो उपभोक्ताओं की वास्तविक जीवन की चुनौतियों और आकांक्षाओं को संबोधित करता है।

रणनीतिक विपणन में बाजार की नब्ज को समझना, समस्या बिंदुओं की पहचान करना और डिजिटल उत्पादों को सहज समाधान के रूप में प्रस्तुत करना शामिल है। यह प्रौद्योगिकी की पेचीदगियों को ऐसी भाषा में अनुवाद करने के बारे में है जो अंतिम उपयोगकर्ताओं से बात करती है, जिससे वे न केवल उपभोक्ता बन जाते हैं बल्कि बैंकिंग में डिजिटल बदलाव की वकालत भी करते हैं।

“मार्केटिंग का उद्देश्य यह है कि आप ग्राहक को इतनी अच्छी तरह से जानें और समझें कि उनके लिए आपके उत्पाद या सेवा इतने सही हो की वह अपने आप बिक जाएं।” पीटर ड्रकर

इसे निम्नलिखित उदाहरणों से समझा जा सकता है :

1. बैंक ने उपभोक्ता धारणाओं को आकार देने में सोशल मीडिया की शक्ति को पहचानते हुए एक अभियान शुरू किया जो उत्पाद सुविधाओं से परे चला गया। संबंधित उपयोगकर्ता अनुभवों के माध्यम से वित्तीय सशक्तिकरण, सुरक्षा और सुविधा की कहानियां बताकर, बैंक ने मोबाइल ऐप डाउनलोड्स में पर्याप्त वृद्धि देखी।
2. बैंक ने विशिष्ट ग्राहक वर्गों को लक्षित करने के लिए रणनीतिक रूप से ईमेल मार्केटिंग का लाभ उठाया। ऑनलाइन बैंकिंग के लाभों पर प्रकाश डालते हुए वैयक्तिकृत संचार के माध्यम से, उन्होंने नामांकन में वृद्धि देखी, जिससे अपनाने में लक्षित संदेश की प्रभावशीलता साबित हुई।

डिजिटल आउटरीच के माध्यम से वित्तीय समावेशन को साकार करना

डिजिटल उत्पादों में भौगोलिक बाधाओं को पार करने और उन आबादी तक पहुंचने की अद्वितीय क्षमता होती है, जिन तक पहुंचने के लिए पारंपरिक बैंकिंग संरचनाओं को संघर्ष करना पड़ता है। मोबाइल एप्लिकेशन और ऑनलाइन प्लेटफॉर्म के माध्यम से, दूरदराज के क्षेत्रों में ऐसे व्यक्ति भी, जो की पहले वित्तीय सेवाओं से दूर थे, पहली बार इन सेवाओं का लाभ प्राप्त कर सकते हैं।

फिजिकल से डिजिटल बैंकिंग की ओर यह बदलाव सिर्फ एक तकनीकी छलांग नहीं है; यह समावेशिता की ओर एक छलांग है। डिजिटल उत्पाद सरल इंटरफ़ेस प्रदान करते हैं, जिससे वे तकनीकी साक्षरता के विभिन्न स्तरों वाले व्यक्तियों के लिए सुलभ हो जाते हैं। यह समावेशिता सिर्फ एक सामाजिक जिम्मेदारी नहीं है बल्कि

अपने ग्राहक आधार का विस्तार करने और दीर्घकालिक वफादारी को बढ़ावा देने वाले बैंकों के लिए एक रणनीतिक अनिवार्यता है।

यूपीआई ने सभी के लिए डिजिटल भुगतान को आसान, सुविधाजनक और किफायती बनाकर भारत की फिनटेक क्रांति में महत्वपूर्ण भूमिका निभाई है। यूपीआई एक वास्तविक समय डिजिटल भुगतान प्रणाली है जो उपयोगकर्ताओं को मोबाइल ऐप का उपयोग करके भारत में किसी भी दो बैंक खातों के बीच तत्काल भुगतान करने की अनुमति देती है। यूपीआई इंटरऑपरेबल है, जिसका अर्थ है कि उपयोगकर्ता भुगतान करने के लिए किसी भी यूपीआई-सक्षम ऐप का उपयोग कर सकते हैं, चाहे उनका बैंक कोई भी हो।

यूपीआई भारत में एक बड़ी सफलता रही है, अकेले जून 2023 में 5 बिलियन से अधिक लेनदेन संसाधित हुए हैं। यूपीआई अब भारत में सबसे लोकप्रिय भुगतान पद्धति है, जिसका योगदान सभी डिजिटल भुगतानों में 50% से अधिक है। यूपीआई का भारतीय अर्थव्यवस्था और समाज पर कई सकारात्मक प्रभाव पड़े हैं, जिनमें नकदी का कम उपयोग, वित्तीय समावेशन में वृद्धि, एवं ई-कॉमर्स के विकास को समर्थन शामिल हैं।

प्रौद्योगिकी सहजता को संभव बनाती है, लेकिन समावेशन के प्रति प्रतिबद्धता ही प्रौद्योगिकी को वास्तविकता प्रदान करती है।

– डेबरा रूह

यूपीआई अभी भी विकसित हो रहा है, और पाइपलाइन में कई नई सुविधाएँ और नवाचार हैं। उदाहरण के लिए, नेशनल पेमेंट्स कॉरपोरेशन ऑफ इंडिया (एनपीसीआई) यूपीआई का एक नया संस्करण विकसित करने पर काम कर रहा है जो और भी तेज़ और अधिक सुरक्षित होगा।

चुनौतियाँ व अवसर

बैंकिंग में डिजिटल उत्पादों का वादा बहुत बड़ा है, लेकिन उनके व्यापक रूप से अपनाने का मार्ग बाधरहित नहीं है। डिजिटल उत्पादों को बढ़ावा देने में बैंकों के सामने आने वाली चुनौतियाँ व अवसर निम्नलिखित हैं :

चुनौतियाँ :

तकनीकी बाधाएँ: प्रौद्योगिकी का तेजी से विकास एक डिजिटल विभाजन पैदा कर सकता है, जो कुछ लोगों या क्षेत्रों को पीछे छोड़ सकता है। डिजिटल उत्पादों के लाभ सार्वभौमिक रूप से सुलभ करने के लिए बुनियादी ढांचे, कनेक्टिविटी और डिजिटल साक्षरता के मुद्दों को संबोधित करना व सुनिश्चित करना महत्वपूर्ण है।

सुरक्षा चिंताएँ: जैसे-जैसे डिजिटल लेन-देन अधिक प्रचलित होता जा रहा है, वैसे-वैसे साइबर सुरक्षा के बारे में चिंताएँ भी बढ़ती जा रही हैं। डिजिटल प्लेटफॉर्म में विश्वास बनाना और बनाए रखना एक सतत चुनौती है जिसके लिए मजबूत सुरक्षा उपायों और सक्रिय संचार में निरंतर निवेश की आवश्यकता होती है।

परिवर्तन का विरोध: मानव व्यवहार स्वाभाविक रूप से परिवर्तन के प्रति प्रतिरोधी है। ग्राहकों को पारंपरिक बैंकिंग तरीकों से डिजिटल विकल्पों में बदलाव के लिए मनाने के लिए एक रणनीतिक दृष्टिकोण, स्पष्ट संचार और डिजिटल उत्पादों से मिलने वाले ठोस लाभों पर ध्यान देने की आवश्यकता होती है।

अवसर :

अनुकूलित डिजिटल समाधान: उपभोक्ताओं की विविध आवश्यकताओं को पहचानते हुए, बैंकों के लिए विशेष डिजिटल उत्पादों को विकसित करने और विपणन करने का अवसर है। वरिष्ठ नागरिकों या छोटे व्यवसायों जैसे विभिन्न ग्राहकों के लिए अनुकूलित डिजिटल समाधान, विकास के नए रास्ते खोल सकते हैं।



कासा एवं कारोबार विकास

फिनटेक स्टार्टअप के साथ सहयोग: फिनटेक स्टार्टअप के साथ साझेदारी करने से बैंकों को विकास का पूरा बोझ उठाए बिना अत्याधुनिक नवाचारों का लाभ उठाने का मौका मिलता है। सहयोग के परिणामस्वरूप पारस्परिक रूप से लाभप्रद पारिस्थितिकी तंत्र बन सकता है जो चपलता और नवीनता दोनों को प्रेरित करता है।

शिक्षा एवं जागरूकता अभियान: परिवर्तन के प्रतिरोध पर काबू पाने के लिए शिक्षा और जागरूकता में ठोस प्रयासों की आवश्यकता है। बैंकों के पास लक्षित अभियानों के माध्यम से अपने ग्राहकों को डिजिटल उत्पादों के लाभों, सुरक्षा सुविधाओं और सादगी के बारे में शिक्षित करने में सक्रिय भूमिका निभाने का अवसर है।

भविष्य का दृष्टिकोण: बैंकिंग सीमाओं से परे

जैसा कि हम बैंकिंग में डिजिटल पुनर्जागरण के शिखर पर खड़े हैं, यह जरूरी है कि हम अपनी नजरें तात्कालिक क्षितिज से परे रखें और कल्पना करें कि बैंक डिजिटल सेवा प्रदाताओं के रूप में क्या परिवर्तनकारी भूमिका निभा सकते हैं।

बैंकिंग का भविष्य महज लेन-देन से कहीं आगे तक फैला हुआ है; यह वैयक्तिकृत और समृद्ध अनुभव तैयार करने के बारे में है। डेटा के विशाल भंडार से लैस बैंक, अति-वैयक्तिकृत सेवाएं प्रदान करने के लिए कृत्रिम बुद्धिमत्ता (ए आइ) की शक्ति का उपयोग कर सकते हैं जो उपयोगकर्ता की जरूरतों को समझता है और अनुरूप वित्तीय सलाह का अनुमान लगाता है।

– जे पॉल गेट्टी

ब्लॉकचेन प्रौद्योगिकी की क्षमता का पता लगाने के लिए दुनिया भर के बैंक फिनटेक स्टार्टअप के साथ सहयोग कर रहे हैं। खुली बैंकिंग पहल में पारंपरिक बैंकों और फिनटेक स्टार्टअप के बीच सहयोग वित्तीय परिदृश्य को नया आकार दे रहा है। डेटा को सुरक्षित रूप से साझा करके, बैंक ग्राहकों को एक विस्तृत श्रृंखला की पेशकश कर रहे हैं।

निष्कर्ष

जैसे ही हम बैंकिंग में डिजिटल क्रांति की खोज पर पर्दा उठा रहे हैं, यह स्पष्ट है कि हम एक परिवर्तनकारी युग के मुहाने पर खड़े हैं। पारंपरिक बैंकिंग से डिजिटल नवाचार तक की यात्रा सिर्फ एक तकनीकी बदलाव नहीं है; यह एक गहन विकास है जो इस बात के सार को छूता है कि हम वित्तीय सेवाओं के साथ कैसे परस्पर प्रभाव डालते हैं और उन्हें कैसे समझते हैं।

बैंकिंग में डिजिटल यात्रा एक गंतव्य नहीं है बल्कि एक सतत यात्रा है – जो हम सभी को ऐसे भविष्य में अग्रणी बनने के लिए आमंत्रित करती है जहां वित्त सिर्फ डिजिटल नहीं है बल्कि गहराई से मानवीय है। हम बैंकिंग में एक नए युग की शुरुआत का स्वागत कर रहे हैं – एक ऐसा भविष्य जहां नित नई कल्पनाओं की सीमाओं को गढ़ा जा रहा है।

भविष्य इस बात पर निर्भर करता है कि आप आज क्या करते हैं। – महात्मा गांधी

- श्री अंकित सहाय
केनरा बैंक

सेमिनार का विषय कासा एवं कारोबार विकास

उप-विषय वित्तीय समावेशन का माध्यम

किसी भी देश की प्रगति का मुख्य आधार उस देश का आर्थिक बुनियादी ढांचा होता है। इसी कारण देश की अर्थव्यवस्था में विकास एवं उन्नति हेतु किए जाने वाले प्रयासों को बल प्रदान करने के लिए नीति निर्माताओं द्वारा एक ऐसे मार्ग का अनुसरण किया जाता है जिसके माध्यम से सरकार समाज के हर एक वर्ग को अर्थव्यवस्था के औपचारिक माध्यम में शामिल कर सके। वस्तुतः यही कारण है कि वित्तीय समावेशन के तहत यह सुनिश्चित करना संभव हो पाता है। वित्तीय समावेशन एक ऐसी संकल्पना है जिससे देश के सतत आर्थिक और सामाजिक विकास का मार्ग प्रशस्त होता है। वित्तीय समावेशन न केवल लोगों को बैंकिंग व्यवस्था से जोड़ता है अपितु देश के समावेशी विकास में भी महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है। यह समाज के कम आय वाले लोगों व मुख्य धारा से वंचित वर्गों के लोगों के जीवन स्तर को सुधारने पर जोर देता है। यही कारण है कि अगस्त, 2014 में जन-धन योजना के रूप में आरोपित बीज मात्र नौ वर्षों में एक विशालकाय वृक्ष का रूप ले चुका है और कासा (CASA) में दो लाख करोड़ रुपए से अधिक का योगदान कर रहा है।

जी-20, विश्व बैंक और संयुक्त राष्ट्र वित्तीय समावेशन को वैश्विक विकास का महत्वपूर्ण अंग मान चुके हैं। परिणामस्वरूप वित्तीय समावेशन आज एक वैश्विक एजेंडा बन गया है। भारत जैसे अनेक देशों में समावेशी विकास के लिए घोषित उपायों में वित्तीय समावेशन एक अहम स्थान रखता है। वर्ष 2008 में वित्तीय समावेशन पर बनी कमेटी ने इसको इस प्रकार से परिभाषित किया है — *यह कमजोर और वंचित लोगों को कम खर्च में एवं पर्याप्त व सही समय पर वित्तीय सेवाएँ तथा ऋण की उपलब्धता सुनिश्चित करने की प्रक्रिया है।* इसका उद्देश्य कम आय वाले समूहों को समान अवसर के प्रावधानों के साथ वित्तीय सेवाएँ उपलब्ध कराना है। समिति ने यह भी सुझाव दिया था कि एक निश्चित समय सीमा के अंदर वित्तीय समावेशन के कार्य को पूरा किया जाना चाहिए। इसी क्रम में वर्ष 2015 में एक दूसरी समिति ने वित्तीय समावेशन हेतु विज्ञान को “उन मूलभूत वित्तीय उत्पादों एवं सेवाओं के बास्केट तक आसान पहुँच के रूप में निर्धारित किया है जिसमें बचत, विप्रेषण, ऋण, लघु और सीमांत किसानों तथा कम आय वाले परिवारों के लिए उचित लागत पर सरकारी सहायता प्राप्त बीमा और पेंशन उत्पाद शामिल हों तथा इसमें सामाजिक नगदी अंतरण के माध्यम से पर्याप्त संरक्षण के साथ लघु और सीमांत उद्यमों के लिए औपचारिक वित्त की पहुँच बढ़ाई जाए जिसमें लागत कम करने व डिलीवरी में सुधार करने हेतु प्रौद्योगिकी पर अधिक बल दिया जाए।” स्पष्ट है कि अकेले वित्तीय समावेशन संकल्पना में ही व्यवसाय वृद्धि की असीम संभावनाओं का बाजार छिपा हुआ है।

किसी भी देश के समावेशी विकास के लिए वित्तीय समावेशन एक महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है। हम जानते हैं कि किसी भी देश की प्रगति बिना आर्थिक विकास के संभव नहीं है। आर्थिक विकास के इंजन को गति प्रदान करने का कार्य विभिन्न सरकारी योजनाओं का कार्यान्वयन कर रहीं बैंकों की शाखाओं के पदस्थ स्टाफ सदस्यों के दायित्वों के निर्वहन से हो पा रहा है। देश की प्रगति के लिए यह अत्यंत आवश्यक है कि सभी नागरिकों को एक समान आर्थिक विकास और सामाजिक एक रूपता बिना किसी भेदभाव और शर्त के बुनियादी बैंकिंग सेवाएँ उपलब्ध कराई जानी चाहिए। यदि समाज का एक बड़ा हिस्सा उपेक्षित रहता है और इस व्यवस्था से दूर रहता है तो देश की प्रगति की संकल्पना को अमली जामा पहनाना संभव नहीं होगा।



कासा एवं कारोबार विकास

पिछले दो दशकों में भारत और अन्य देशों में बैंकिंग और वित्तीय जगत में अभूतपूर्व बदलाव हुए हैं जिसकी किसी ने कल्पना भी नहीं की होगी। वित्तीय समावेशन के प्रति प्रत्येक देश की कार्यनीति और प्रगति अलग-अलग हैं क्योंकि सरकार की प्राथमिकताओं के महत्वपूर्ण बदलाव, नागरिकों की वित्तीय क्षमता और वित्तीय संव्यवहार को संचालित करने वाली सांस्कृतिक धारणा भिन्न-भिन्न है। हालांकि वित्तीय समावेशन की व्यावसायिक व्यवहारिकता स्थापित हो चुकी है और विश्व के अनेक देश अपनी आबादी के बढ़ावा हिस्से तक वित्तीय सेवाओं की पहुँच सुनिश्चित करने के लिए प्रयासरत हैं क्योंकि सम्पूर्ण वित्तीय समावेशन, आर्थिक समानता और आर्थिक प्रगति के लिए मार्ग प्रशस्त करता है।

भारत में वित्तीय समावेशन को बढ़ावा देने के उद्देश्य से वर्ष 2005 से भारतीय रिजर्व बैंक व राष्ट्रीय कृषि और ग्रामीण विकास बैंक मिलकर कई प्रकार के कार्यक्रम संचालित कर रहे हैं। लेकिन चिंगारी को आग बनाने का कार्य हुआ वर्ष 2014 में जब प्रधानमंत्री महोदय द्वारा अपने भाषण में प्रधानमंत्री जन-धन योजना की घोषणा की गई। इस योजना के अंतर्गत अगस्त, 2023 तक लगभग 50 करोड़ खाते खोले जा चुके हैं जिनमें लगभग



2,00,000 करोड़ रुपए की राशि भी जमा हो चुकी है। इसमें आधे से ज्यादा खाते महिलाओं द्वारा खोले गए हैं एवं एक तिहाई खाते ग्रामीण क्षेत्रों में खोले गए हैं। यह अपने आपमें एक चमत्कारी योजना है जिसमें न केवल लोगों के बचत खाते खोले जाते हैं बल्कि उनको आवश्यकता आधारित सूक्ष्म ऋण, रुपे डेबिट कार्ड, धन विप्रेषण की सुविधा के साथ विभिन्न सामाजिक तथा वित्तीय सेवाओं से भी जोड़ने का कार्य किया जाता है। ये सभी कारक देश की प्रगति में योगदान करते हैं एवं समावेशी विकास में सहायक सिद्ध होते हैं। स्पष्ट है कि बैंकों को प्रधानमंत्री जन-धन योजना द्वारा कासा (CASA) संग्रहण में काफी मदद मिली है।

वित्तीय समावेशन के अंतर्गत प्रदान की जाने वाली अनेक सुविधाओं का लाभ लेने के लिए सबसे पहले हमको उस सेवा की जानकारी होना बहुत ज़रूरी है। बिना वित्तीय साक्षरता के यह संभव नहीं है। आज वित्तीय साक्षरता

ने विश्व का ध्यान अपनी ओर आकृष्ट किया है जिसका कारण यह है कि एक जागरूक ग्राहक आत्मविश्वास से भरा होता है और उचित वित्तीय निर्णय लेने में सक्षम होता है। वित्तीय साक्षरता, ग्राहकों को विभिन्न वित्तीय उत्पादों, सही उत्पाद चुनने की क्षमता और शिकायत निवारण के लिए उपलब्ध तंत्र के विषय में जागरूकता रखने हेतु सक्षम बनाती है। आज समाज में बच्चों, वरिष्ठ नागरिकों, छोटे उद्यमियों आदि के मध्य वित्तीय जागरूकता बढ़ाने पर बल दिया जा रहा है। डिजिटल बैंकिंग के दौर में डिजिटल माध्यम के अधिक से अधिक प्रयोग के साथ-साथ साइबर सुरक्षा संबंधी जागरूकता को भी अधिकाधिक महत्व दिया जा रहा है।

वित्तीय समावेशन नीति के अंतर्गत सम्पूर्ण वित्तीय समावेशन के लिए बुनियादी ढांचे को मजबूत करने की बात



कही गई है। भारतीय विशिष्ट पहचान प्राधिकरण को विशिष्ट पहचान संख्या जारी करने के उद्देश्य से बनाया गया है, जिसको हम आधार नंबर के नाम से जानते हैं। यह डुप्लीकेट और फर्जी पहचान को समाप्त करने के लिए सभी निवासियों के लिए बायोमेट्रिक पहचान से जुड़ा हुआ है। आधार प्राधिकरण देश में लगभग सवा सौ करोड़ से अधिक लोगों को आधार संख्या जारी कर चुका है। इससे न केवल लोगों को पहचान मिली है बल्कि सरकार की तीन सौ से अधिक लाभकारी योजनाओं का लाभ वास्तविक समय में प्रत्यक्ष लाभ अंतरण (डीबीटी) द्वारा लाभार्थियों के बैंक खातों में बिना किसी मानवीय हस्तक्षेप के पहुंचाया जा रहा है। इससे न केवल भ्रष्टाचार पर लगाम लगी है बल्कि लाभार्थी को सीधे तौर पर लाभ प्राप्त हो रहा है। यदि पिछले वर्ष की बात की जाए तो डीबीटी के माध्यम से लगभग साढ़े पाँच लाख करोड़ रुपए की राशि लाभार्थियों के खातों में जमा हुई और मात्र एक साल में ही सरकार को लगभग पौने दो लाख करोड़ रुपए लाभ हुआ है। आप देख सकते हैं कि बैंकों को इससे कासा (CASA) संग्रहण में काफी मदद मिली है। नियमित रूप से खातों में पैसा जमा होता है। इन खातों में जमा धनराशि पर बैंक को अधिक खर्च नहीं करना पड़ता है अर्थात् अन्य जमाराशियों की अपेक्षा इनमें ब्याज दर कम ही रहती है।

इसके बाद सरकार ने अपनी राह डिजिटल इंडिया की ओर मोड़ी और वित्तीय समावेशन में एक नवोन्मेष का प्रादुर्भाव हुआ — जैम (जेएएम) ट्रिनिटी अर्थात् जन धन, आधार और मोबाइल। देश में आज सौ करोड़ से ऊपर मोबाइल फोन हैं और लगभग अस्सी करोड़ इंटरनेट के उपयोगकर्ता हैं। इस प्रगति को देखकर कहा जा सकता है कि ज्यादा से ज्यादा लोगों को सरकार की लाभकारी योजनाओं से जोड़ने के लिए भविष्य में जिस हथियार का उपयोग होने वाला है — वह है हमारे पास मौजूद मोबाइल फोन। मोबाइल नंबर फीड होने से ग्राहकों



कासा एवं कारोबार विकास

को बैंकिंग लेनदेन की जानकारी समय से प्राप्त हो जाती है। खाते में जमा होने वाली सब्सिडी की सूचना उनको प्राप्त हो जाती है। मोबाइल फोन होने से व्यक्ति का दायरा बढ़ता है और आर्थिक विकास के नए अवसर तलाश किए जा सकते हैं। आज सभी बैंक अपने डिजिटल उत्पादों को मोबाइल एप्लिकेशन के माध्यम से जारी कर रहे हैं। मोबाइल फोन बैंक से ज्यादा से ज्यादा ग्राहकों को जोड़ने में मदद करता है। डिजिटल बैंकिंग उत्पादों के उपयोगकर्ता अपने खातों में बैलेन्स भी नियमित रूप से रखते हैं जिससे आवश्यकता पड़ने पर उपयोग कर सकें। डिजिटल ऑनबोर्डिंग के माध्यम से बैंक कम समय और कम खर्च में अधिक ग्राहक आधार तैयार कर सकते हैं। इसलिए वित्तीय समावेशन का एक महत्वपूर्ण घटक, डिजिटल बैंकिंग भी कासा (CASA) संग्रहण में सहायता प्रदान करता है।

खाता खोलने व लाभ हस्तांतरण के साथ में ऋण की उपलब्धता भी आवश्यक है। इसके लिए वरदान साबित हुआ, 2015 में शुरू हुई प्रधानमंत्री मुद्रा योजना। पिछले साल प्रधामन्त्री मुद्रा योजना के अंतर्गत लगभग 15 हजार करोड़ रुपए का संवितरण छोटे उद्यमियों को हुआ है। आज देश तेजी से आगे बढ़ रहा है। आशाएँ, आकांक्षाएँ और उम्मीदें बढ़ रही हैं। विशेष रूप से महिलाओं और अनुसूचित जाति व अनुसूचित जनजाति समुदाय के संभावित उद्यमियों का एक बड़ा समूह है, जो स्वयं का उद्यम स्थापित करने के इच्छुक हैं और जीवन में प्रगति करना चाहते हैं। इसी समस्या के निदान तथा आर्थिक सशक्तिकरण व रोजगार सृजन पर आधारित स्टैंडअप इंडिया योजना की नींव रखी गई। इस योजना के अंतर्गत अगस्त 2023 तक 52000 हजार करोड़ से अधिक राशि के 2 लाख 20 हजार से अधिक ऋण आवेदनों को स्वीकृत किया जा चुका है।

कोविड काल में शुरू हुई प्रधानमंत्री स्वनिधि योजना के अंतर्गत देश में पहली बार पथिक विक्रेताओं को देश की वित्तीय व्यवस्था में सम्मिलित किया गया है। यह एक केंद्रीय क्षेत्र की योजना है जो किरायेदारों पर पूंजीगत ऋण की सुविधा उपलब्ध कराती है। इस योजना में पात्र व्यक्तियों को अधिकतम पचास हजार रुपए तक के ऋण की सुविधा उपलब्ध कराई जाती है। इस योजना में किसी भी प्रकार की प्रतिभूति देने की आवश्यकता नहीं होती है। इस योजना में सीजीटीएमएसई द्वारा गारंटी की सुविधा बैंक को उपलब्ध कराई जाती है। अगस्त 2023 तक लगभग 50 लाख पथिक विक्रेताओं को 8600 करोड़ रुपए के ऋण वितरित किए जा चुके हैं।

आज देश में मध्यम वर्ग का दायरा बढ़ रहा है। भारत में मध्यम वर्ग उपभोक्ताओं की संख्या 30 करोड़ का आंकड़ा पार कर चुकी है जिसके आगामी दस वर्षों में दोगुनी होने की संभावना है। निश्चित तौर पर आर्थिक और सामाजिक दृष्टि से एक नया भारत उभर रहा है। यह एक ऐसी विचारधारा को जन्म दे रहा है जो सभी के लिए आर्थिक अवसर, ज्ञान अर्थव्यवस्था, समग्र विकास और अत्याधुनिक, सुदृढ़ एवं डिजिटल बुनियादी ढांचे पर आधारित है। प्रधानमंत्री जन-धन योजना भारत में ही नहीं बल्कि पूरे विश्व में आर्थिक जगत के गलियारों में चर्चा का विषय बना हुआ है। वित्तीय समावेशन और वित्तीय सशक्तिकरण से भारत नए युग की एक ऐसी गाथा लिखने जा रहा है जो मानवता के इतिहास में समावेशन के वास्तुकला के रूप में परिलक्षित होगा और सामाजिक कल्याण का नया अध्याय रचेगा।



स्पष्ट है कि वित्तीय समावेशन द्वारा न केवल बैंक अपने ग्राहक आधार को बढ़ा रहे हैं साथ ही साथ बैंकों में कासा (CASA) संग्रहण भी उत्तरोत्तर बढ़ा रहा है। जमा के अतिरिक्त घोषित ऋण की अनेक योजनाओं जैसे मुद्रा योजना, स्वनिधि योजना इत्यादि के कारण हर स्तर के व्यक्ति को बैंक से जुड़ने का अवसर प्राप्त हो रहा है और लोगों के जीवन स्तर में सुधार हो रहा है। दोनों क्षेत्रों में प्रगति होने से बैंक का तुलन पत्र मजबूत हो रहा है जो व्यवसाय वृद्धि की नई कहानी लिख रहा है। आशा है कि इस अमृतकाल में वित्तीय समावेशन सफलता के नए कीर्तिमान गढ़ने के साथ-साथ बैंकों के लिए व्यवसाय वृद्धि के नए द्वार खोलने का कार्य करेगा।

- श्री अनिल कुमार
बैंक ऑफ बड़ोदा



कासा एवं कारोबार विकास

वित्तीय समावेशन का माध्यम

कासा जमा वह धनराशि है जो बैंक ग्राहकों के चालू और बचत खातों में जमा की जाती है। यह बैंकों के लिए धन का सबसे सस्ता और प्रमुख स्रोत है। बचत खाते वाले हिस्से पर चालू खातों की तुलना में अधिक ब्याज मिलता है। यह बैंकों के लिए धन का एक सस्ता स्रोत है। इस कारण से, वित्तीय विशेषज्ञ बैंक के वित्तीय स्वास्थ्य को समझने के लिए कासा अनुपात को भी देखते हैं, क्योंकि यह कम उधार लागत के साथ धन जुटाने की बैंक की क्षमता को दर्शाता है।

वित्तीय समावेशन एक ऐसी प्रक्रिया है जिसमें प्रबंधनीय लागत पर कई बैंकिंग सेवाएं प्रदान करना शामिल है, विशेष रूप से निम्न-आय समूहों और समाज के वंचित वर्गों के लिए। यह विभिन्न वित्तीय सेवाओं तक किफायती पहुंच सुनिश्चित करने और गरीब वर्गों और निम्न-आय समूहों जैसी वंचित आबादी को समय पर और पर्याप्त मात्रा में ऋण सुनिश्चित करने की प्रक्रिया है। वित्तीय सेवाओं में औपचारिक वित्तीय संस्थान से ऋण सुविधाएं, बचत, निवेश, बीमा आदि शामिल हैं। वित्तीय समावेशन को दुनिया भर में गरीबी उन्मूलन और तीव्र आर्थिक विकास के पीछे प्रमुख कारण के रूप में पहचाना जा सकता है। इसे “समावेशी वित्तपोषण” भी कहा जाता है, वित्तीय समावेशन का मुख्य उद्देश्य उन प्रतिबंधों को दूर करना है जो वित्तीय क्षेत्र में भाग लेने से लोगों को बाहर रखते हैं और किसी भी प्रकार के भेदभाव के बिना उनकी विशिष्ट आवश्यकताओं को पूरा करने के लिये वित्तीय सेवाओं को उपलब्ध कराना है।

भारतीय रिज़र्व बैंक ने वित्तीय समावेशन के लिए एक राष्ट्रीय रणनीति के छह रणनीतिक उद्देश्यों की पहचान की:

- (i) वित्तीय सेवाओं के लिए सार्वभौमिक पहुंच,
- (ii) वित्तीय सेवाओं का मूल गुलदस्ता प्रदान करना,
- (iii) आजीविका और कौशल विकास तक पहुंच,
- (iv) वित्तीय साक्षरता और शिक्षा,
- (v) ग्राहक सुरक्षा और शिकायत निवारण,
- (vi) प्रभावी समन्वय।

कासा एवं कारोबार विकास वित्तीय समावेशन का सशक्त माध्यम है, खासतौर पर उन लोगों के लिए जो सामाजिक और आर्थिक रूप से कमजोर हैं और जिनका बैंक खाता नहीं है। कासा से तात्कालिक लेन-देन करने की स्वतंत्रता उन्हें अपने रोजगार, व्यवसाय, और अन्य वित्तीय संबंधों को सुधारने की स्वतंत्रता प्रदान करती है। इसके साथ-साथ निम्नलिखित के द्वारा वित्तीय समावेशन और कासा को बढ़ाने में सहायक है:

1. **खाता खोलना:** वित्तीय समावेशन की प्रारंभिक चरण में, सबसे महत्वपूर्ण कदम है खाता खोलना गरीब और असहाय वर्ग के लोगों को बैंकों में खाता खोलने की सुविधा प्रदान की जाती है। यह उन्हें वित्तीय संसाधनों तक पहुंचने में सहायता प्रदान करता है। आधार, पीएमजेडीवाई के संयोजन और मोबाइल संचार में वृद्धि ने नागरिकों के सरकारी सेवाओं तक पहुंचने के तरीके को नया आकार

दिया। पीएमजेडीवाई 2014 में भारत सरकार द्वारा शुरू किया गया एक वित्तीय समावेशन कार्यक्रम जो किरायायती तरीके से बुनियादी बचत और जमा खाते, प्रेषण, ऋण, बीमा, पेंशन जैसी वित्तीय सेवाओं तक पहुंच सुनिश्चित करता है। योजना के तहत, बिना किसी अन्य खाते वाले व्यक्तियों द्वारा किसी भी बैंक शाखा या बिजनेस कॉरिस्पोंडेंट (बैंक मित्र) आउटलेट में एक बुनियादी बचत बैंक जमा (बीएसबीडी) खाता खोला जा सकता है। बैंकों की ओर से साझा किए गए नवीनतम रिपोर्टों के अनुसार, 09 अगस्त 2023 तक जन धन खातों की कुल संख्या 50 करोड़ को पार कर गई है। केंद्र सरकार ने बताया है कि इन खातों में से 56% खाते महिलाओं के हैं और 67% खाते ग्रामीण या अर्ध-शहरी क्षेत्रों में खोले गए हैं। केंद्र सरकार के अनुसार इन खातों में जमा राशि 2.03 लाख करोड़ रुपये से अधिक है और इन खातों में करीब 34 करोड़ रुपये कार्ड मुफ्त में जारी किए गए हैं। केंद्र सरकार ने बताया है कि पीएमजेडीवाई (प्रधानमंत्री जन धन योजना) खातों में औसत शेष राशि 4,076 रुपये है और 5.5 करोड़ से अधिक पीएमजेडीवाई खातों को डीबीटी लाभ प्राप्त हो रहा है। यह आकड़े कासा और कारोबार विकास की सक्षमता को दर्शाते हैं। पीएमजेडीवाई खाताधारकों को जारी किये गए कार्ड के साथ 1 लाख रुपए का दुर्घटना बीमा कवर, 28.8.2018 के बाद खोले गए नए पीएमजेडीवाई खातों के लिये 2 लाख रुपए तक बढ़ाया गया उपलब्ध है। यह प्रत्येक पात्र वयस्क को 10,000 रुपए की ओव्हरड्राफ्ट सुविधा प्रदान करता है। PMJDY खाताधारक, प्रत्यक्ष लाभ अंतरण, प्रधानमंत्री जीवन ज्योती बीमा योजना, प्रधानमंत्री सुरक्षा बीमा योजना एवं अटल पेंशन योजना के लिये योग्य हैं।

2. **माइक्रो वित्त:** माइक्रो वित्त संस्थानों छोटे उद्यमियों और गरीब लोगों को ऋण प्रदान करके उनके कारोबार की शुरुआत में सहायता करती हैं। इससे वह अपने व्यवसाय को विकसित करने के लिए प्रारंभिक पूंजी प्राप्त कर सकते हैं, बैंकों के लिए यह कासा बढ़ाने में सहायक होता है।
3. **मोबाइल वित्त:** मोबाइल वित्त सेवाएँ सबसे सीधे तरीके से लोगों को वित्तीय सेवाओं का उपयोग करने की स्वतंत्रता प्रदान करती हैं। इससे उन्हें अपने खाता संचालन, पैसे भेजना, विभिन्न बैंक सेवाओं का उपयोग करने की स्वतंत्रता मिलती है जो बैंक कारोबार बढ़ाने एवं कासा वृद्धि में सहयोग देती है।
4. **वित्तीय जागरूकता:** वित्तीय समावेशन का लक्ष्य लोगों को वित्तीय जागरूकता प्रदान करना भी है। उन्हें बचत के महत्व, निवेश के तरीके, वित्तीय नियम और ऋण के प्रकारों के बारे में जानकारी प्राप्त कराई जाती है ताकि वह सही वित्तीय निर्णय ले सकें। यह वित्तीय जागरूकता कासा वृद्धि में सहयोग करती है।
5. **बैंक सेवाएँ पहुंचाना:** गांवों और दूरदराज क्षेत्रों में बैंकों और वित्तीय संस्थानों की सेवाएँ पहुंचाने के लिए विशेष योजनाएँ बनाई गयी। इससे दूरदराज इलाकों में भी लोग वित्तीय सेवाओं का उपयोग कर सकते हैं। भारतीय रिजर्व बैंक (आरबीआई) और राष्ट्रीय कृषि और ग्रामीण विकास बैंक (नाबार्ड) ने ग्रामीण क्षेत्रों में वित्तीय समावेशन को बढ़ावा देने के लिए पहल की है।
6. **वित्तीय सहायता:** गरीब लोगों को सरकारी योजनाओं के माध्यम से वित्तीय सहायता प्रदान की जा रही है। यह सहायता उन्हें उच्च शिक्षा, उद्यमिता की शुरुआत या किसी विशेष विकास परियोजना के लिए प्राप्त हो सकती है।



कासा एवं कारोबार विकास

7. **निवेश संबंधित सेवाएँ:** गरीब वर्ग के लोगों को निवेश संबंधित सेवाएं प्रदान की जा रही हैं जिससे उन्हें सही निवेश के अवसर मिल सकें। यह उन्हें अधिक आर्थिक स्वतंत्रता प्रदान करता है, उनकी आर्थिक स्थिति में सुधार करता है और बैंक कासा बढ़ाने में एक मील का पत्थर साबित हुआ है।
8. **बीमा सेवाएँ:** वित्तीय समावेशन के अंतर्गत, लोगों को जीवन बीमा, स्वास्थ्य बीमा, और किसान बीमा जैसी विमुक्ति सेवाएं प्रदान की जा रही हैं। यह उन्हें अनुपस्थितियों से बचाव के लिए सुरक्षा प्रदान करती है।

इसके अतिरिक्त कासा कुछ और चीजों के द्वारा वित्तीय समावेशन को बढ़ने में सहायक सिद्ध हुआ है, जिनका विवरण निम्न है :

1. **मोबाइल वॉलेट:** मोबाइल वॉलेट्स का उपयोग कासा के वित्तीय समावेशन में कर सकते हैं। यह डिजिटल पेमेंट्स को संभव बनाता है जिससे लोग बैंक खाते के द्वारा अपनी वित्तीय संबंध बना सकते हैं।
2. **खुदरा बैंकिंग:** खुदरा बैंकिंग द्वारा सामाजिक रूप से कमजोर व्यक्ति वित्तीय सेवाओं का लाभ उठा सकते हैं।
3. **डायरेक्ट ट्रांसफर:** सरकारी योजनाएँ और विभिन्न कल्याणकारी योजनाएँ कासा का उपयोग करती हैं जैसे कि सीधे बैंक खातों में धन के संचालन के लिए। डीबीटी के जरिए सरकार पेंशन, एलपीजी की सब्सिडी के साथ अन्य प्रकार की सरकार योजना में मिलने वाला फायदा सीधे लाभार्थियों तक पहुंचा रही है। पैसा सीधे आधार वेरिफाइड बैंक खाते में डाला जाता है। नवीनतम आंकड़ों के अनुसार 2014 के बाद डीबीटी में योजनाएँ जोड़ने के बाद सरकार टैक्सपेयर्स के 2.73 लाख करोड़ रुपये बचाने में सफल हुई है।
4. **मोबाइल बैंकिंग:** मोबाइल बैंकिंग को एक खाते से दूसरे खाते में मौद्रिक लेनदेन पूरा करने के लिए मोबाइल या पोर्टेबल उपकरणों के उपयोग के रूप में परिभाषित किया जा सकता है। मौद्रिक संस्थानों, विशेष रूप से बैंकों द्वारा विभिन्न प्रकार की मोबाइल बैंकिंग सेवाएँ प्रदान की जाती हैं। मोबाइल बैंकिंग के कार्य उपयोगकर्ताओं और ग्राहकों को पहले लेनदेन करने की अनुमति देते हैं, जो संस्थानों के अनुसार अलग-अलग होते हैं। मोबाइल बैंकिंग सेवाएँ लोगों को उनके मोबाइल फ़ोन के जरिए खाता संचालन की स्वतंत्रता प्रदान करती हैं। यह कासा से संबंधित विभिन्न लेन-देन को संभव बनाती है।
5. **क्रेडिट कार्ड और ओवरड्राफ्ट:** व्यवसायी क्रेडिट कार्ड और ओवरड्राफ्ट सुविधा का उपयोग अपने बचत या चालू खातों से कर सकते हैं जो उन्हें वित्तीय संकल्प पूरा करने में मदद कर सकती हैं।
6. **उपयुक्तता और आसानी से पहुंच:** कासा से जुड़ी वित्तीय सेवाओं की उपयुक्तता और आसानी भी एक महत्वपूर्ण पहलू है। लोगों को अपने खाते का सही रूप से प्रबंधन करने की स्वतंत्रता देने से उनकी वित्तीय साक्षरता में वृद्धि होती है।
7. **व्यवसाय संवाददाता:** व्यवसाय संवाददाता बैंक प्रतिनिधि हैं। वे ग्रामीणों को बैंक खाते खोलने में मदद करते हैं। बिजनेस कारिसपॉण्डेंट्स को हर नए अकाउंट ओपनिंग के लिए बैंक से कमीशन मिलता है, उनके द्वारा किए गए हर ट्रांज़ैक्शन, हर लोन-एप्लिकेशन को प्रोसेस किया जाता है। बिजनेस कारिसपॉण्डेंट मोबाइल डिवाइस के द्वारा ग्रामीणों को बैंकिंग ट्रांज़ैक्शन में मदद करता है। (पैसा जमा करें,



बचत खाते, ऋण आदि से पैसा निकालें)। ग्रामीण अपने अंगूठे का निशान या इलेक्ट्रॉनिक हस्ताक्षर देता है और धन प्राप्त करता है। बचत और अन्य उत्पादों और शिक्षा और पैसे और ऋण परामर्श के प्रबंधन पर सलाह के बारे में जागरूकता पैदा करना। संभावित ग्राहकों की पहचान, प्राथमिक सूचना के सत्यापन सहित जमा के लिए विभिन्न रूपों का संग्रह और प्रारंभिक प्रसंस्करण भी उनके द्वारा किया जाता है और इस प्रकार यह मॉडल कासा के साथ-साथ वित्तीय समावेशन में भी सहायक है।

भारत में वित्तीय समावेशन की सफलता के लिये, एक बहुआयामी दृष्टिकोण अपनाया गया है जिसके माध्यम से मौजूदा डिजिटल प्लेटफॉर्म, बुनियादी ढाँचे, मानव संसाधन, और नीतिगत ढाँचे को मज़बूत किया गया और साथ-साथ नए तकनीकी नवाचारों को बढ़ावा दिया गया। कासा खातों के बढ़ने और कारोबार विकास से वित्तीय समावेशन के लक्ष्य पूर्ण करने में सहयोग प्राप्त हुआ है और गरीबों को भी आर्थिक विकास के लाभ प्राप्त करने में सुगमता मिली है।

इन्हीं सभी प्रयासों के फलस्वरूप भारतीय रिजर्व बैंक (आरबीआई) का समग्र वित्तीय समावेश सूचकांक मार्च, 2023 में बढ़कर 60.1 हो गया जो सभी मानकों में वृद्धि को दर्शाता है। आरबीआई का यह सूचकांक वित्तीय समावेश के विभिन्न पहलुओं से संबंधित आंकड़ों के संकलन पर आधारित है। इस सूचकांक को शून्य से लेकर 100 तक के मूल्य दायरे के आधार पर तैयार किया जाता है।

विश्व बैंक ने अपनी रिपोर्ट में कहा है कि केवल छह वर्षों में भारत ने 80% वित्तीय समावेशन दर हासिल की है, यह एक ऐसी उपलब्धि जिसमें डीपीआई के बिना लगभग पांच दशक लग जाते। रिपोर्ट में कहा गया कि भारत की वित्तीय समावेशन रणनीति जन-धन, आधार और मोबाइल की JAM तिकड़ी पर निर्भर करती है और वित्तीय सेवाओं तक पहुंच के लिए अधिक कारगर खाता खोलने (कासा) और भुगतान अनुप्रयोगों के लिए डिजिटल आईडी को एकीकृत करती है। इसके अलावा भारत में खोले गए नो-फ्रिल खातों की संख्या मार्च 2015 में 15 करोड़ से बढ़कर जून 2022 तक 46 करोड़ हो गई, जिसमें 26 करोड़ से अधिक खाते महिलाओं के हैं।

- श्री रवि मिश्रा
यूनियन बैंक ऑफ इंडिया



कासा एवं कारोबार विकास

वित्तीय समावेशन का माध्यम

वित्तीय समावेशन मुख्य रूप से समाज के आर्थिक रूप से वंचित वर्गों को बिना किसी अनुचित व्यवहार के विश्वसनीय वित्तीय समाधान प्रदान करने पर केंद्रित है एवं बैंक वित्तीय समावेशन को सफल बनाने का एक माध्यम है।

वित्तीय समावेशन को किसी भी प्रकार के भेदभाव के बिना समाज के प्रत्येक व्यक्ति को बैंकिंग और वित्तीय समाधान और सेवाएं प्रदान करने की विधि के रूप में वर्णित किया गया है। इसका मुख्य उद्देश्य किसी व्यक्ति की आय या बचत को देखे बिना उन्हें बुनियादी वित्तीय सेवाएं देकर समाज में सामान्य लोगों में शामिल करना है। वित्तीय समावेशन का उद्देश्य राष्ट्र में वित्तीय साक्षरता और वित्तीय जागरूकता में सुधार करना है एवं देश के आर्थिक रूप से वंचित लोगों के लिए डिजिटल वित्तीय समाधान लाना है। इस की सहायता से देश के बेहद दूरदराज के इलाकों में रहने वाले सबसे गरीब लोगों तक पहुंचने के लिए मोबाइल बैंकिंग या वित्तीय सेवाएं लाने का भी है।

वित्तीय समावेशन के लिए बिना किसी भेदभाव के वित्तीय समाधान प्रदान करना एवं यह बिना किसी छिपे लेन-देन या लागत के वित्तीय सहायता प्रदान करते समय पारदर्शी होने के लिए भी प्रतिबद्ध है। वित्तीय समावेशन करने के पीछे सरकार का यह उद्देश्य है कि समाज में हर कोई शामिल हो और विवेकपूर्ण ढंग से वित्तीय प्रबंधन में भाग लें।

भारत में ऐसे कई गरीब परिवार हैं जिनकी देश में वित्तीय सेवाओं तक पहुंच नहीं है। उन्हें बैंकों और उनके कार्यों की जानकारी नहीं होने से वे अपनी वित्तीय आवश्यकताओं के लिए साहुकारों पर निर्भर करते हैं, भले ही वे बैंकों के बारे में जानते हों, परंतु शिक्षा की कमी, संसाधनों की कमी की वजह से बैंकों से सेवाएं प्राप्त करने की पहुंच नहीं है। कोई बैंक किसी आवेदक को जमा या ऋण तभी प्रदान करेगा जब वह इन मानदंडों को पूरा करता हो। परंतु यह एक समूह है जो कि निर्धारित न्यूनतम पात्रता मानदंडों को पूरा नहीं कर सकते हैं और इसलिए यह बैंक की सेवाओं का लाभ लेने में असमर्थ है, बैंकों की न्यूनतम आय, न्यूनतम क्रेडिट स्कोर, आयु मानदंड और न्यूनतम वर्षों का कार्य अनुभव जैसी आवश्यकताएं होती हैं।

कासा और कारोबार विकास में वित्तीय समावेशन का महत्व

वित्तीय समावेशन के अंतर्गत वित्तीय संस्थानों की प्राथमिक भूमिका है अर्थव्यवस्था को तरलता प्रदान करना एवं यह उच्च स्तर की आर्थिक गतिविधि प्रदान करता है वित्तीय समावेशन से जहाँ एक ओर आर्थिक एवं सामाजिक रूप से पिछड़े लोगों को लाभ हुआ वहीं दूसरी ओर बैंकों के कारोबार में वृद्धि हुई है बैंकों के ग्राहक संख्या में वृद्धि हुई है।

वित्तीय समावेशन बैंक लाभप्रदता को प्रभावित करता है क्योंकि वित्तीय समावेशन में गरीबी को कम करने, इसलिए इसमें बैंक मुनाफे को बढ़ाने की भी क्षमता है। ग्राहकों के एक बड़े समूह तक सेवाएं विस्तारित करने से जमा और ऋण बढ़ सकते हैं, और इसलिए लाभप्रदता बढ़ सकती है।

वित्तीय समावेशन को बढ़ावा देने के लिए सरकार द्वारा विभिन्न योजनाओं को शुरू किया गया जिनमें कि योग्य प्रार्थी जैसे कि छोटा व्यवसाय करने वाले उद्यमियों को ऋण प्रदान करना शामिल है। लोन देना बैंकों का प्रमुख कार्य है एवं योजना की सहायता से बैंको को अपने लक्ष्य प्राप्त करने में आसान होती है एवं ग्राहक संख्या में वृद्धि होती है।

महिला सशक्तिकरण के लिए वित्तीय समावेशन के लक्ष्य:

वित्तीय समावेशन का तात्पर्य घर की वित्तीय प्रबंधन गतिविधियों में महिलाओं को शामिल करना भी है। इसका मानना है कि घर के पुरुषों की तुलना में महिलाएं वित्त को कुशलतापूर्वक संभालने में अधिक सक्षम हैं। इसलिए इसकी गतिविधियाँ महिलाओं को वित्तीय प्रबंधन में शामिल होने में मदद करके लक्षित करती हैं। ऐसे कई घर हैं जहाँ महिलाओं को पैसे के प्रबंधन में शामिल होने की अनुमति नहीं है। उन पर घर के पुरुषों का नियंत्रण होता है और उनसे केवल घरेलू कामकाज ही सम्भालने को कहा जाता है वित्तीय समावेशन का उद्देश्य निम्न आय वर्ग की महिलाओं में वित्तीय जागरूकता बढ़ाकर उन्हें सशक्त बनाना है। महिलाओं को भविष्य के उद्देश्यों के लिए अपने पैसे बचाने के सरल तरीके भी सिखाए जाते हैं। महिलाओं में बचत की इस आदत से उनके बैंकों में पैसा जमा करने की प्रवृत्ति बढ़ती है क्रेडिट के रूप में उन्हें एक नया लघु व्यवसाय उद्यम शुरू करने या नए व्यवसाय के लिए आवेदन करने के लिए प्रशिक्षण पाठ्यक्रम लेने में मदद करेंगे। इससे उनकी मासिक आय भी बढ़ेगी।

वित्तीय सेवाओं में बाधा

समाज के इस अछूते तबके के पास अपनी पहचान या आय के प्रमाण पत्र के लिए दस्तावेज़ भी उपलब्ध होते हैं एवं इनके विषय में प्रत्येक बैंक के पास कुछ अनिवार्य जानकारी शामिल होती है जिसमें ऋण आवेदन प्रक्रिया के दौरान या बैंक खाता खुलवाने की प्रक्रिया के दौरान प्रस्तुत करना आवश्यक होता है।

कई बार इन लोगों को कुछ सवालों के बारे में महत्वपूर्ण जानकारी नहीं होती है। उनके पास सरकार द्वारा आर्किटेक्चर के लिए आवेदन करने की भी सुविधा नहीं है इन आवश्यकताओं की पूर्ति के लिए ही सरकार द्वारा प्रयास किये जा रहे हैं।

वित्तीय समावेशन का उद्देश्य इन बाधाओं को दूर करना और समाज के कम आय वाले वर्गों को आर्थिक रूप से मूल्यवान वित्तीय सेवाएं प्रदान करना है ताकि वे अपनी आवश्यकताओं की पूर्ति के लिए धन प्राप्त करने के अन्य साधनों पर निर्भर हुए बिना वित्तीय रूप से स्वतंत्र हो सकें।

इसके अलावा, वित्तीय समावेशन गरीब लोगों के लिए औपचारिक और व्यवस्थित ऋण मार्ग विकसित करना चाहता है।

कई वर्षों तक, समाज के केवल मध्यम और उच्च वर्ग ही औपचारिक प्रकार के ऋण प्राप्त करते थे एवं आर्थिक व सामाजिक रूप से कमजोर लोग को ऋण के असंगठित और अनौपचारिक रूपों पर भरोसा करने के लिए मजबूर होते थे। उनमें से कई अशिक्षित थे और उन्हें वित्त के बारे में बुनियादी जानकारी भी नहीं थी और इसलिए, कई बार यह लोग समाज के लालची और अमीर लोगों से धोखा खाने को मजबूर होते थे। वित्तीय सहायता के नाम पर कई वर्षों से इन आर्थिक एवं सामाजिक रूप से पिछड़े वर्ग का शोषण किया जा रहा था।

इस तबके की प्रगति के लिए ही भारत में कई वित्तीय समावेशन योजनाएँ प्रस्तुत की गयी है।

भारत में वित्तीय समावेशन योजनाएँ

भारत सरकार द्वारा वित्तीय समावेशन के उद्देश्य से कई विशेष योजनाएँ शुरू की जा चुकी है। इन योजनाओं का उद्देश्य समाज के आर्थिक व सामाजिक रूप से पिछड़े वर्गों को आर्थिक सहायता प्रदान करना है।



कासा एवं कारोबार विकास

यह कई योजनाएं वित्तीय विशेषज्ञों और नीति निर्माताओं द्वारा काफी शोध के बाद, सरकार द्वारा वित्तीय समावेशन को ध्यान में रखते हुए योजनाएं शुरू की गयी है। इन योजनाओं को अलग-अलग वर्षों में शुरू किया गया है, यह योजनाएं निम्नलिखित है:

- 1) **प्रधानमंत्री जन- धन योजना (पीएमजेडीवाई):** यह योजना अगस्त 2014 में शुरू की गई थी, और वित्त मंत्रालय के अनुसार, सितंबर 2014 तक 4 करोड़ से अधिक बैंक खाते खोले गए थे। इस योजना के तहत, व्यक्तियों को दी जाने वाली कुछ वित्तीय सेवाएं जैसे कि पेंशन, बीमा और बैंकिंग हैं। इस योजना की सहायता से देश भर के लगभग सभी ऐसे लोग जो कि बैंक में खाता खोलने में असमर्थ थे उन सभी को इस योजना में जोड़ने का प्रयास किया गया जो कि अब भी जारी है।
- 2) **अटल पेंशन योजना (एपीवाई):** एक अन्य योजना जो कि भारत सरकार द्वारा शुरू की गई, वह है 'अटल पेंशन योजना' यह एक सामाजिक सुरक्षा कार्यक्रम है जिसका उद्देश्य सभी भारतीय नागरिकों को 60 वर्ष की आयु के बाद एक विश्वसनीय आय देना है। यह कहना गलत नहीं होगा कि यह एक पेंशन कार्यक्रम है जो मुख्य रूप से अनौपचारिक अर्थव्यवस्था में काम करने वालों को सेवा प्रदान करता है।
- 3) **स्टैंड अप इंडिया योजना:** यह एक अन्य योजना है जिसे वित्तीय समावेशन के लिए शुरू किया गया क्योंकि भारत में, चुनौतियां हमेशा उन उद्यमियों को परेशान करती रही हैं जो महिलाएं हैं या एससी/एसटी समुदाय के सदस्य हैं जो अपना खुद का व्यवसाय उद्यम शुरू करने के लिए ऋण प्राप्त करना चाहते हैं। वित्तीय समावेशन का उद्देश्य निम्न आय वर्ग की महिलाओं में वित्तीय जागरूकता बढ़ाकर उन्हें सशक्त बनाना भी है। हालांकि, एससी/एसटी समुदायों और महिलाओं के सामने आने वाली इन चुनौतियों को न केवल स्वीकार करने बल्कि उनका समाधान करने के एक नेक प्रयास में, प्रधान मंत्री नरेंद्र मोदी ने अप्रैल 2016 में स्टैंड-अप इंडिया योजना शुरू की। इस योजना का उद्देश्य प्रत्येक बैंक शाखा से कम से कम एक अनुसूचित जाति/अनुसूचित जनजाति और एक महिला उधारकर्ता को एक ग्रीनफील्ड उद्यम स्थापित करने के लिए रु 10 लाख से रु 1 करोड़ रुपये के बीच जिसमें सेवाएँ, विनिर्माण या व्यापार शामिल हो सकते हैं दिये जा सकते हैं।
- 4) **प्रधानमंत्री मुद्रा योजना (पीएमएमवाई):** इस योजना का उद्देश्य छोटे पैमाने के व्यवसायों को विस्तार और सफलता प्राप्त करने में मदद करना था इसे 2015 में किया गया था। लाभ और गैर-लाभकारी दोनों क्षेत्रों की कंपनियां इस योजना के तहत ऋण ले सकती हैं और अपना व्यवसाय शुरू करने के लिए 10 लाख रुपये तक का ऋण ले सकती हैं।
- 5) **प्रधानमंत्री सुरक्षा बीमा योजना (पीएमएसबीवाई):** एक अन्य योजना जो कि भारत के नागरिकों को बीमा पहुंच और कवरेज प्राप्त करने के लिए एवं उन्हें प्रोत्साहित करने के लिए सरकार द्वारा शुरू की गई थी। योजना के लिए न्यूनतम वार्षिक प्रीमियम 20 रुपये है और ग्राहकों को दो प्रकार के बीमा कवरेज दिए जाते हैं – दुर्घटना मृत्यु या पूर्ण विकलांगता और आंशिक विकलांगता बीमा कवर।
- 6) **सुकन्या समृद्धि योजना:** भारत में गिरते बाल लिंग अनुपात के मुद्दे को प्रभावी ढंग से संबोधित करने के लिए, भारत सरकार ने 22 जनवरी 2015 को एक सामाजिक अभियान शुरू किया। 'बेटी बचाओ बेटी पढ़ाओ' के नाम से जाना जाने वाला यह अभियान 'लड़कियों को बचाओ, लड़कियों को पढ़ाओ'

का संदेश देता है। यह राष्ट्रीय पहल स्वास्थ्य और परिवार कल्याण मंत्रालय, महिला एवं बाल विकास मंत्रालय और मानव संसाधन विकास मंत्रालय के बीच एक सहयोगात्मक प्रयास है। इसके अलावा भी कई अन्य योजनाएं हैं जिन्हे की भारत सरकार द्वारा वित्तीय समावेशन हेतु शुरु किया गया जैसे कि जीवन सुरक्षा बंधन योजना, अनुसूचित जाति (एससी) के लिए ऋण वृद्धि गारंटी योजना (सीईजीएस), सामाजिक क्षेत्र की पहल के तहत अनुसूचित जातियों के लिए उद्यम पूंजी कोष।

निष्कर्ष

अतः हम कह सकते हैं कि वित्तीय समावेशन का उद्देश्य लोगों को वित्तीय सेवाओं और उत्पादों को किफायती कीमतों पर सुरक्षित करने में मदद करना है जैसे जमा, फंड ट्रांसफर सेवाएं, ऋण, बीमा, भुगतान सेवाएं आदि। इसका उद्देश्य गरीब लोगों की जरूरतों को पूरा करने के लिए उचित वित्तीय संस्थान स्थापित करना है। एवं महिलाओं का सशक्तीकरण करना है, वित्तीय समावेशन का इरादा ऐसे कई संस्थान बनाने का भी है जो सस्ती वित्तीय सहायता प्रदान करें ताकि पर्याप्त प्रतिस्पर्धा हो ताकि ग्राहकों के पास चुनने के लिए बहुत सारे विकल्प हों। बैंकों के कारोबार एवं कासा लक्ष्यों की प्राप्ति में सहायक है, सस्ते वित्तीय उत्पाद और सेवाएँ प्रदान करने वाले संस्थानों की संख्या बहुत कम है। वित्तीय समावेशन का उद्देश्य समाज के आर्थिक रूप से वंचित वर्गों के बीच वित्तीय सेवाओं के लाभों के बारे में जागरूकता बढ़ाना है।

इसका उद्देश्य गरीब लोगों को उनकी व्यक्तिगत वित्तीय स्थितियों, घरेलू जरूरतों, प्राथमिकताओं और आय स्तरों के अनुसार अनुकूलित और कस्टम-निर्मित वित्तीय समाधान प्रदान करना है।

- सुश्री ममता लक्ष्मीकांत उमाले
बैंक ऑफ इंडिया



कासा एवं कारोबार विकास- कारोबार संवृद्धि का उपाय

कासा एवं कारोबार विकास - कासा एवं कारोबार विकास के लिये हमें सबसे पहले ग्राहक सेवा पर ध्यान देना होगा। अगर हमारी ग्राहक सेवा बेहतर होगी तो व्यवसाय में वृद्धि होगी एवं ग्राहकों को बेहतर सेवायें देने से ग्राहक संतुष्ट रहेंगे। एक संतुष्ट ग्राहक शाखा को अन्य व्यवसाय लाने में भी मदद करता है। वह अपने पास-पड़ोस में बैंक की बेहतर ग्राहक सेवाओं के बारे में बताता है।

व्यवसाय वृद्धि के लिए 3 'सी'

ए) ग्राहक सेवा

बी) ग्राहक संतुष्टि

सी) प्रसन्नित ग्राहक

जब हम ग्राहकों को ऐसी सेवाएं प्रदान करते हैं जिसमें ग्राहकों को अपनी अपेक्षा से अच्छी ग्राहक सेवाएं बैंक द्वारा दी जाती हैं इसे ही हम कस्टमर डिलाईट (प्रसन्नित ग्राहक) कहते हैं। जब एक बार आपने ग्राहक को इस प्रकार की सेवाएं दी तो वह अपने संपर्क में आने वाले लोगों को बैंक द्वारा दी जा रही सेवाओं के बारे में बताता है। इस प्रकार एक संतुष्ट ग्राहक बैंक को व्यवसाय वृद्धि में सहयोग प्रदान करता है। अतः ग्राहक सेवा को हमें देखना होगा कि शाखा में हमारे काउंटरों पर ग्राहक सेवा का क्या स्तर है।

कुछ प्रमुख ग्राहक सेवा कौशल निम्नवत हैं:-

1) धैर्य 2) सावधानी 3) स्पष्ट रूप से संवाद करने की क्षमता 4) उत्पादों का ज्ञान 5) सकारात्मक भाषा का उपयोग करने की क्षमता 6) अभिनय कौशल 7) समय प्रबंधन कौशल 8) ग्राहकों का पढ़ने की क्षमता

शाखाओं में ग्राहक 2 प्रकार के होते हैं

1) मौजूदा ग्राहक 2) नए ग्राहक

प्रत्येक ग्राहक की अलग-अलग जरूरतें और मानसिकता होती है। जिनमें ग्राहकों से संवाद करते समय उनसे निम्नवत प्रतिक्रियाएं मिलती हैं। 1) मुझे वह अभी चाहिए 2) मुझे यह पसंद नहीं है 3) मुझे ज्यादा अच्छी तरह पता है 4) मैं बाद में करूंगा।

मतलब हर ग्राहक की अपेक्षा का अलग स्तर होता है, तो हमको यह जानना होगा कि ग्राहक की मूल अपेक्षाएं क्या हैं।

ग्राहक की मूल अपेक्षाएं

1. ध्यान देने की जरूरत है
2. समय में सेवा की जरूरत है
3. सम्मान की जरूरत है
4. स्वच्छ वातावरण
5. कर्मचारी अच्छे कपड़े पहने और अच्छा व्यवहार करें

यह आवश्यक नहीं है कि इसका तुरंत समाधान देना है। अगर यह स्टाफ की क्षमता से परे है लेकिन ग्राहक की समस्या को स्वीकार करना और आश्वासन देना कि समस्या का निश्चित समय पर समाधान किया जायेगा। इस तरह का आश्वासन देना बहुत महत्वपूर्ण है।

हम एक बार जब इस प्रकार की मानक सेवाओं को हासिल कर लेते हैं तो अंतिम चरण कस्टमर डिलीवर्ड (प्रसन्नित ग्राहक) आता है।

कासा एवं कारोबार विकास में वृद्धि के लिए ग्राहकों को शाखा से जोड़ने के लिए हमें लगातार प्रयास करके कार्य-योजना बनानी होगी जिससे कासा एवं कारोबार विकास में सफलता होगी।

1. **कासा प्रोडक्टों का सभी काउंटर्स पर क्रॉस-सेलिंग करना-** क्रॉस-सेलिंग के माध्यम से जहां ग्राहक कोई एक अमुख सेवा हमसे लेता है एवं साथ में हम अन्य उत्पादों, प्रोडक्टों को भी ग्राहक को बेचते हैं और बेचने का प्रयास करते हैं। क्योंकि हमारे पास मानव-संसाधन सीमित है। जिस कारण हम क्रॉस-सेलिंग के माध्यम से हम कासा के विभिन्न प्रोडक्टों को एक ही काउंटर से बेचते हैं या प्रयास करते हैं। इससे हमारे कासा व्यवसाय में वृद्धि होती है।
2. **कासा उत्पादों का लीफलेट्स, हैण्डआउट्स के माध्यम से ग्राहकों को संदेश देना** बैंक की प्रमुख कासा स्कीमों एवं उत्पादों के संक्षिप्त में हैण्डआउट्स लीफलेट्स तैयार कर उनको काउंटर्स पर कार्यरत स्टाफ सदस्यों से ग्राहकों को दैनिक आधार पर हैण्डआउट्स, लीफलेट्स देने होंगे जिससे उन ग्राहकों को हमारे बैंक के विभिन्न प्रोडक्टों की जानकारी हो, क्योंकि अधिकांशतः काउंटर्स पर कार्यरत स्टाफ ग्राहकों से व्यवसाय वृद्धि हेतु इस तरह के कासा प्रोडक्टों के बारे में चर्चा नहीं करते हैं। हम इस तरह से हैण्डआउट्स, लीफलेट्स के माध्यम से ग्राहकों को अपने विभिन्न प्रोडक्टों को बेचकर कासा व्यवसाय वृद्धि कर सकते हैं।
3. **आस-पास के संगठन एवं एसोशिएशन से संपर्क कर कासा व्यवसाय वृद्धि करना** - शाखा के आस-पास जो भी संगठन एवं एसोशिएशन है उनसे संपर्क करके बैंक के विभिन्न कासा प्रोडक्टों को उनको उपलब्ध कराकर उनसे कासा व्यवसाय वृद्धि की जा सकती है।
4. **कासा व्यवसाय वृद्धि हेतु प्रौद्योगिकी के साथ ग्राहकों से व्यक्तिगत रूप से जुड़ना** - ग्राहकों को हम वॉट्सऐप ब्रॉडकास्ट के माध्यम से शाखा के महत्वपूर्ण ग्राहकों को कासा के विभिन्न नए प्रोडक्टों जैसे कासा डिजिटल स्कीम, लुभावने प्रोडक्टों की जानकारी शाखा में बैठकर ही उनको प्रौद्योगिकी के माध्यम से प्रदान कर सकते हैं जिससे ग्राहकों के साथ हमारे मधुर संबंध भी बनते हैं एवं हमारी कासा व्यवसाय में वृद्धि भी होती है।
5. **कासा व्यवसाय वृद्धि हेतु पुराने ग्राहकों को पुनः बैंक से जोड़ना** - हमें पुराने ग्राहकों से पुनः पहल करके उन ग्राहकों को पुनः जोड़ना होगा ताकि ऐसे ग्राहक जो पहले हमसे जुड़े थे लेकिन किन्ही कारणों से या तो हमसे लेन-देन नहीं कर रहे हैं या कर रहे हैं तो बहुत ही कम। ऐसे ग्राहकों को जोड़ने से जहां हमारी कासा व्यवसाय वृद्धि भी होगी और हमारे बैंक का ब्रांड वेल्यू भी अच्छी ग्राहक सेवा देने के कारण बढ़ेगी।



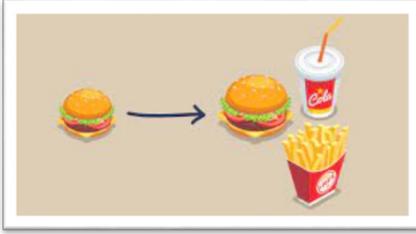
कासा एवं कारोबार विकास

6. **विशेष डेस्क के माध्यम से कासा व्यवसाय को बढ़ाना**— बैंक द्वारा समय-समय पर विभिन्न प्रकार के कैम्पों/शिविरों का आयोजन करने हेतु शाखाओं को निर्देश प्राप्त होते हैं जिनमें कासा अभियान, डिजी-पे, बीमा लॉगिन डे, रिटेल मान्सून जैकपॉट आदि विभिन्न अभियानों को चलाकर व्यवसाय बढ़ाने हेतु कहा जाता है। ऐसे कैम्पों/शिविरों के समय हमें विशेष डेस्क के माध्यम से स्टाफ को अलग से बैठाना होगा जो कि सिर्फ और सिर्फ इन्हीं कासा प्रोडक्टों को कैनवास करे और इस तरह के कैम्पों/शिविरों को सफल बनाने के साथ-साथ इन कासा प्रोडक्टों के माध्यम से कासा व्यवसाय बढ़ाया जा सके।
7. **कासा वृद्धि हेतु बैंक रहित क्षेत्रों का अन्वेषण करना** — शाखा के आस-पास का जो क्षेत्र है, उसमें भ्रमण कर यह पता लगाना होगा कि कौन से क्षेत्रों में बैंकिंग गतिविधियां अभी तक नहीं पहुंच पाई है या उन क्षेत्रों में बैंकिंग सुविधाएं उपलब्ध नहीं हैं। ऐसे क्षेत्रों में बिजनेस कॉरस्पोंडेन्ट की नियुक्ति करवाकर उस क्षेत्र में 'ग्राहक सेवा केन्द्र' की स्थापना कर कासा व्यवसाय में वृद्धि की जा सकती है।
बिजनेस करस्पोंडेन्ट के साथ-साथ हम बिजनेस फैसिलिटेटर की भी नियुक्ति कर सकते हैं जो कि स्थानीय जनता से भली-भांति परिचित होता है। बिजनेस फैसिलिटेटर आसानी से हमारे बैंक के विभिन्न कासा उत्पादों को स्थानीय जनता को बेच पाता है जिससे हमारी कासा व्यवसाय वृद्धि ऐसे बैंक रहित क्षेत्रों से आती है जहां हमारी पहले पहुंच नहीं थी।
8. **स्थानीय शिक्षण संस्थानों में बैंकिंग और संबंधित विषयों पर व्याख्यान** — स्थानीय स्कूलों/कॉलेजों में समय-समय पर बैंकिंग और विभिन्न संबंधित विषयों पर वहां जाकर वहां के विद्यार्थियों, स्कूल/कॉलेज के स्टाफ को बैंक की विभिन्न प्रकार की कासा योजनाओं एवं जानकारीयों से अवगत कराने से जहां एक ओर विद्यार्थियों में जागरूकता भी बढ़ती है एवं बैंक भी अपने विभिन्न कासा प्रोडक्टों की जानकारी देकर भविष्य में मिलने वाले व्यवसाय को भी अपने पक्ष में कर कासा व्यवसाय को बढ़ाता है।
9. **बहुउद्देशीय शिविरों का आयोजन कर कासा व्यवसाय को बढ़ाना** — शाखा स्तर में हमको विभिन्न शिविरों कासा कैम्प, क्रेडिट कैम्प, रिकवरी कैम्प आदि जैसे शिविरों में क्षेत्रीय/आंचलिक कार्यालय से क्षेत्रीय प्रबंधक/आंचलिक प्रबंधक को आमंत्रित कर साथ में स्थानीय अधिकारियों जिनमें मुख्य कार्यपालन अधिकारी जिला पंचायत/जनपद पंचायत, तहसीलदार/नायब-तहसीलदार कलेक्टर/अपर कलेक्टर को भी आमंत्रित कर इस तरह के कासा कैम्पों को सफल बनाकर अधिक से अधिक कासा व्यवसाय अर्जित किया जा सकता है। बशर्ते कि कासा कैम्प से पहले हम ग्राहकों तक इस तरह के कासा कैम्पों के बारे में विस्तृत जानकारी प्रचार-प्रसार कर पाये तभी यह सार्थक पहल होगी।
10. **सामाजिक/धार्मिक आयोजनों में भाग लेना एवं ऑर्गनाइज करना तथा कासा में वृद्धि करना** - क्षेत्रीय/आंचलिक कार्यालयों को ग्रामीण प्रचार-प्रसार हेतु आर्बिटल राशि में से अपने शाखा क्षेत्र में होने वाले विभिन्न क्रिया-कलापों, प्रतिस्पर्धाओं, कार्यक्रमों हेतु उच्च कार्यालयों से स्वीकृति पश्चात भाग लेना। इन कार्यक्रमों में बैंक का प्रतिनिधित्व करने से हमारे बैंक का प्रचार-प्रसार होता है एवं हम इन कार्यक्रमों के माध्यम से स्थानीय लोगों तक अपनी पहुंच बना पाते हैं जिससे कासा व्यवसाय वृद्धि में सहयोग प्राप्त होता है।

11. **मेलों और प्रदर्शनियों में जाकर कासा व्यवसाय का अन्वेषण करना** – शाखा के आस-पास समय-समय पर होने वाले विभिन्न मेलों और प्रदर्शनी बूथ के माध्यम से हम ग्राहकों को अपने विभिन्न कासा प्रोडक्टों को उन तक पहुंचा सकते हैं। जिनकी स्थानीय लोगों को जानकारी नहीं होती है ऐसे प्रोडक्टों को हम मेलों और प्रदर्शनी बूथ के माध्यम से प्रदान कर सकते हैं।
12. **दरवाजे से दरवाजे तक अभियान के माध्यम से ग्राहकों को कासा हेतु जोड़ना** – यदि हम कोविड-19 के समय को छोड़ दे तो डोर टू डोर अभियान आज भी ग्राहकों को बैंक से जोड़ने का एक सर्वश्रेष्ठ विकल्प है क्योंकि यहां जब हम घर-घर, दरवाजे-दरवाजे पर ग्राहकों के पास पहुंचते हैं तो ग्राहक भी बैंक के स्टाफ को देखकर अभिभूत होता है एवं हमारे विभिन्न कासा उत्पादों से जुड़ने हेतु सकारात्मकता दिखाता है।
13. **डोर-स्टेप बैंकिंग सेवाएं प्रदान कर कासा में वृद्धि करना** – इस डोर-स्टेप बैंकिंग सेवा के तहत हम ग्राहक को उसके घर पर ही कासा की विभिन्न सेवाएं जैसे बैंक खाते में पैसे जमा करना, पैसे निकालना, चेक जमा करना आदि सेवाएं हम खुद चलकर ग्राहकों को उनके घर ही उपलब्ध कराते हैं। वरिष्ठ नागरिक जो शाखा में नहीं आ सकते हैं उनको विभिन्न प्रकार की सेवाएं अर्थात् वित्तीय एवं गैर-वित्तीय सेवाएं प्रदान कर सकते हैं।
इसमें जहां एक ओर बैंक को सेवा-शुल्क के रूप में राशि मिलेगी जिससे हमारे बैंक का लाभ बढ़ेगा साथ ही साथ, हमारी कासा व्यवसाय में वृद्धि भी होगी।
14. **मल्टी-स्टोरेज बिल्लिंग एवं वाणिज्यिक परिसरों में स्टैण्डीज/केएनओपी के साथ कैम्प लगाकर कासा में वृद्धि करना**- हम सप्ताह में विभिन्न मल्टी-स्टोरेज बिल्लिंगों एवं वाणिज्यिक परिसरों में बैंक का स्टैण्डीज/केएनओपी लगाकर वहां के परिसरों में रहनेवाले लोगों के लिए बैंकिंग सुविधाओं के बारे में अवगत कराकर उनको हम अपने बैंक से जोड़ सकते हैं एवं हम अपने प्रोडक्टों को बेचकर बैंक के कासा व्यवसाय को बढ़ा सकते हैं।
15. **ग्राहक बैठकों का समय-समय पर आयोजन**- शाखा में ग्राहक बैठकों का एक निश्चित समय अंतराल पर आयोजन करते रहना चाहिए, जिससे हम ग्राहकों से जुड़े रहते हैं तथा उनसे हमें कासा व्यवसाय वृद्धि में भी सहयोग प्राप्त होता है।
ऐसी बैठकों में ग्राहक जहां हमारे द्वारा दी गई सेवाओं की गुणवत्ता के बारे में हमें अवगत कराते हैं, अच्छी सेवाओं की ग्राहक प्रशंसा भी करते हैं एवं जो उनकी तरफ से इस बैठक में सुझाव आते हैं, शिकायतें आती हैं। हमारे लिए उनकी ये प्रतिक्रियाएं हमारी ग्राहक सेवाओं को ओर बेहतर बनाने में सफल होने के साथ-साथ हम दिन प्रति-दिन कासा व्यवसाय वृद्धि करते हैं एवं कासा एवं कारोबार विकास को सफल बनाते हैं।

- श्री घनश्याम दास अहिरवार
सेन्ट्रल बैंक ऑफ इंडिया

बैंक के उत्पादों का प्रतिविक्रय



भूमिका- इस विषय की शुरुआत करने से पहले मुझे एक छोटी सी कहानी याद आ गई कि, किस तरह से, एक दुकानदार प्रतिविक्रय के तहत, एक ग्राहक, जो कि केवल एक सामान खरीदने आता है, उसको वह कई अन्य सामान भी बेच देता है। यह चुटकुला निम्नलिखित है

श्रीमान “पीटर” जिनकी पत्नी श्रीमती “रोजा” दस दिन के लिए अपने मायके चली गई थी, तो पीटर महाशय सुबह उठकर नाश्ते कि लिए ब्रेड खरीदने के लिए नजदीक ही स्थित एक डिपार्टमेंटल दुकान में जाते हैं। दुकानदार श्रीमान “राका”, उनको ब्रेड देने से पहले पूछता है कि, आज उनकी धर्मपत्नी ब्रेड लेने क्यों नहीं लेने आईं। तब पीटर ने उनको, अपनी धर्मपत्नी के अगले दस दिन के लिए मायके जाने के बारे में बताया। इतना पता चलने पर की श्रीमती रोजा अगले दस दिन के लिए बाहर गई है, दुकानदार ने पीटर से कहा की अगले दस दिन घर पर अकेले रहकर आप पक्का बोर हो जाओगे।

तब पीटर ने आह: भरते हुए जवाब दिया-सही फ़रमाया आपने अकेला आदमी इतने दिन घर पर करेगा ही क्या।

इस पर दुकानदार ने पीटर से कहा कि जनाब, यह समय मछलियां पकड़ने का है, इसलिए बेहतर है कि आप भी मछली पकड़ने समुद्र के किनारे जाओ तथा वहाँ अपना समय व्यतीत करो तथा अपनी बोरियत को मिटाओ।

तब पीटर कहता है कि, महाशय बात तो आप सही कह रहे हो, लेकिन मेरे पास तो मछली पकड़ने वाला कांटा तो है ही नहीं। इस पर दुकानदार ने तुरन्त ही मछली पकड़ने वाला कांटा तथा मछलियों वाला चारा निकालकर उसको दे दिया।

इसके बाद दुकानदार बोलता है कि जनाब, समुद्र किनारे धूप तो पक्का रहेगी तो बेहतर है कि आप एक बड़े साइज वाला छाता भी खरीद ही लो, ताकि आप कड़ाके की धूप से अपना बचाव कर सके। इस पर पीटर ने एक छाता भी देने की हामी भर दी।

इसके बाद दुकानदार बोलता है कि जनाब समुद्र किनारे बीयर पीने का तो मजा ही अलग है, तो इस पर पीटर ने उसको एक रैक बीयर का भी रखने के लिए बोल दिया।

तत्पश्चात दुकानदार ने कहा, श्रीमान बीयर के साथ नमकीन एवं चखना भी आप ले लीजिए अन्यथा उसके लिए आप को कहीं ओर भटकना पड़ेगा। इस पर पीटर ने नमकीन तथा भुने हुए काजु भी रखने के लिए बोल दिया।

अंत में, दुकानदार ने इन सब सामान को लेकर जाने के लिए एक बड़ी सी टोकरी भी खरीदने के लिए बोला ताकि यह सब सामान ले जाने में पीटर को आसानी रहे, इस पर पीटर ने टोकरी भी खरीदने के लिए हँस बोल दिया।

उपर्युक्त कहानी को पढ़कर यह निष्कर्ष निकलता है कि, पीटर महज एक ब्रेड का पैकेट लेने आया था। लेकिन दुकानदार ने उसको बातों में लेकर, मछली पकड़ने वाला कांटा, दाना, छाता, बीयर, खाने पीने का सामान, तथा एक टोकरी इत्यादि सामान भी बेच दिया तथा पीटर यह सब सामान खुशी- खुशी लेकर अपने घर चला गया। कहने का मतलब है कि एक बेहतरीन दुकानदार ने अपने एक ग्राहक को वह सामान भी बेच दिया जो कि वह लेने ही नहीं आया था।

कासा एवं कारोबार विकास में प्रतिविक्रय का एक महत्वपूर्ण स्थान है। कारोबार सम्बर्धन में प्रतिविक्रय एक अहम भूमिका निभा सकता है। ग्राहक को जौहरी की नजर से परख कर उसके लिए जो भी अन्य सेवाएँ जो कि वह लेने नहीं आया है, वो सब भी उसको उपलब्ध कराई जा सकती हैं।

उपलब्ध कहानी प्रतिविक्रय का एक बहुत ही बेहतरीन उदाहरण है। इसी प्रकार हमारे बैंकिंग क्षेत्र में भी हम हरेक ग्राहक के लिए कोई ना कोई उत्पाद एवं सेवा का प्रतिविक्रय कर सकते हैं। एक नए खाता खुलवाने वाले को ग्राहक को, हम जन धन सुरक्षा संबंधी बीमा योजना तथा अटल पेंशन योजना के फायदे बताकर उनको यह सब प्रतिविक्रय कर सकते हैं। एक निश्चित सेवा लेने वाले ग्राहक को हम उस से संबंधित अन्य सेवाएँ भी प्रदान कर सकते हैं। ग्राहकों के वित्त जोखिम के अनुसार, उनको विभिन्न प्रकार के बैंकिंग उत्पाद बेचे जा सकते हैं। उदाहरणतः क्रेडिट कार्ड, बीमा, मुचुयल फण्ड, विभिन्न ऋण सम्बंधी जरूरतों के उत्पाद ग्राहकों को दिए जा सकते हैं। इससे ना केवल बैंकों के कारोबार में वृद्धि होगी बल्कि ग्राहकों को भी एक ही छत के नीचे सभी वित्तीय जरूरतों का सामान उपलब्ध हो जाएगा।

बैंकों में प्रतिविक्रय से होने वाले लाभ - बैंकों में प्रतिविक्रय से विभिन्न प्रकार के लाभ होते हैं जोकि निम्न प्रकार से हैं:-

बैंक के कारोबार एवं आय में वृद्धि का एक स्रोत- प्रतिविक्रय से बैंकों के सम्पूर्ण कारोबार एवं आय में वृद्धि का एक स्रोत बढ़ जाता है उसी स्टाफ से अन्य उत्पाद एवं सेवाओं की विपणन एवं विक्रय करवाने से, नए स्टाफ की जरूरत भी नहीं रह जाती इससे नए स्टाफ पर होने वाला व्यय भी बच जाता है। एक ही ग्राहक को विभिन्न सेवाएँ प्रदान करने से उस ग्राहक से अधिकतम आय के साधन प्राप्त हो जाते हैं उदाहरणतः एक बचत खाते वाले ग्राहक को क्रेडिट कार्ड देना बैंक की आय का एक अन्य स्रोत उत्पन्न हो सकता है।

ग्राहकों को एक ही छत के नीचे सभी सुविधाएँ उपलब्ध होना- प्रतिविक्रय से ग्राहकों को एक ही छत के नीचे विभिन्न प्रकार की सुविधाएँ प्राप्त हो सकती हैं, इससे ना केवल ग्राहक सेवा सन्तुष्टि में गुणात्मक सुधार होता है, बल्कि उनको अलग अलग सेवाओं के लिए दूसरी जगह नहीं जाना पड़ता। इससे उनके बहुमूल्य समय एवं धन की भी बचत होती है। साथ ही साथ, उन उत्पाद एवं सेवाएँ जिनके बारे में ग्राहकों को कोई जानकारी नहीं है वो उन सबको बैंक की शाखा से ही प्राप्त कर सकते हैं तथा उन सेवाओं का लाभ उठा सकते हैं।

ग्राहक एवं बैंक के मध्यस्थ रिश्तों की पारस्परिक मजबूती- अक्सर यह पाया गया है कि जब कोई ग्राहक एक से अधिक बैंकिंग सेवाओं का लाभ लेता है तो उसका उस संस्थान (शाखा) के प्रति लगाव एवं जुड़ाव के रिश्तों में प्रगाढ़ता आ जाती है। इस प्रकार से, उनका आपसी व्यवसायिक रिश्ता भी गहरा हो जाता है तथा वह साधारण ग्राहक, उस बैंक का एक स्थायी एवं मूल्यवान ग्राहक बन जाता है। उसके अलावा वह उस शाखा के लिए अपने सगे सम्बंधियों तथा जानकार लोगों को भी जोड़ता है, जिससे शाखा एवं बैंक के लिए अन्य प्रकार के कारोबार लाने में भी महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है।



कासा एवं कारोबार विकास

बैंकों में प्रतिविक्रय सम्बंधी महत्वपूर्ण हिदायतें- उपर्युक्त कहानी के माध्यम से हमें यह ज्ञात होता है कि किसी भी सामान के प्रतिविक्रय से पहले हमें कुछ बिंदुओं पर गौर करना अत्यंत आवश्यक है उनमें से कुछ बिंदु निम्न प्रकार से हैं

बैंक द्वारा प्रचलित सभी उत्पाद एवं सेवाओं की जानकारी होना- किसी भी बैंकिंग सेवा या उत्पाद को किसी ग्राहक को बेचने से पहले सम्बंधित कर्मचारी या अधिकारी को बैंक द्वारा प्रदान की जाने वाले सभी उत्पाद एवं सेवाओं की विस्तृत जानकारी का होना अति महत्वपूर्ण एवं आवश्यक है। अक्सर यह देखा गया है कि, बहुत सारे कर्मियों को अपने बैंक द्वारा निहित उत्पादों की सम्पूर्ण जानकारी का अभाव होता है, जिसके कारण या तो वो सही समय पर ग्राहकों को सही उत्पाद प्रदान नहीं कर पाते अथवा वो जानकारी ना होने के कारण उस सेवा को देने से ही मना कर देते हैं। विभिन्न उत्पादों एवं सेवाओं के गुण तथा दोष के आधार पर पृथक्क करना भी अक्सर सभी कार्मिक नहीं कर पाते हैं, जिसके कारण बहुत से उत्पादों एवं सेवाओं का गलत विक्रय भी हो जाता है तथा इस कारण बहुत से ग्राहक शिकायतें भी देखने को मिलती हैं तथा साथ ही साथ बैंक के साख पर भी प्रतिकूल प्रभाव पड़ता है।

ग्राहक से संबंधित अधिकतम जानकारी का होना- किसी भी प्रकार के अन्य सेवाएँ तथा उत्पाद बेचने से पहले हमें अपने ग्राहक के बारे में अधिकतम जानकारी का होना अत्यंत आवश्यक है। उसके वित्तीय स्थिति का पता होना जरूरी है। इसके अलावा उसके, वित्तीय जोखिम लेने की क्षमता का पता लगाना भी जरूरी है। इसके अलावा उसके पारिवारिक माहौल एवं सम्पूर्ण पारिवारिक स्थिति का पता होना बेहतर सेवाएँ देने में सहायक हो सकता है। किसी भी ग्राहक को कोई गलत सेवा या उत्पाद देने से बैंक की साख पर नकारात्मक प्रभाव पड़ता है।

बिना किसी लालच तथा ग्राहक के जरूरतानुसार उत्पादों का प्रतिविक्रय- अक्सर यह देखा गया है कि, लक्ष्यों की प्राप्ति के दबाव में हम ग्राहकों को वो सभी उत्पादों एवं सेवाओं का विक्रय कर देते हैं, जो कि उनकी जरूरतों के हिसाब से ठीक नहीं होती हैं तथा इसी कड़ी में कई बार ग्राहक भी अपने आप को ठगा सा महसूस करता है। प्रायः यह भी देखा गया है कि जिन उत्पादों एवं सेवाओं में बैंक अथवा विक्रेता को ज्यादा कमीशन मिलता है वो ही सेवाएँ ज्यादा कमीशन प्राप्त करने के चक्कर ग्राहकों को बेच दी जाती हैं तथा यह ना केवल ग्राहकों के साथ एक धोखा है बल्कि अनैतिक व्यवसाय का भी एक उदाहरण है।

बेहतरीन बोलचाल की कला की आवश्यकता- प्रतिविक्रय को बेहतरीन तरीके से लागू करने के लिए बोलचाल की कला का अहम स्थान है। बेहतरीन बोलचाल शैली से ग्राहकों को कोई भी उत्पाद के गुण तथा दोष को अच्छे तरीके से समझाया जा सकता है। बोलचाल के सही तरीके से दी गई कोई भी जानकारी ग्राहक सेवा में भी चार चांद लगाने का काम भी करती है तथा वो भविष्य में होने वाले किसी भी व्यवहारिक शिकायतों से भी बचा जा सकता है।

बैंकों में प्रमुख प्रतिविक्रय के बेहतरीन उदाहरण- बैंकों में निम्न प्रकार के ग्राहकों को प्रतिविक्रय के लिए उत्साहित किया जा सकता है, जिससे ग्राहकों तथा बैंक के कारोबार में वृद्धि हो सकती है।

1. छोटे खाता धारकों को सामाजिक सुरक्षा सम्बंधी सेवाएँ जैसे प्रधानमंत्री सुरक्षा बीमा, प्रधानमंत्री जीवन ज्योति बीमा योजना एवं अटल पेन्शन योजना उपलब्ध करवाना।
2. ग्राहकों को सरकारी बचत योजनाएँ जैसे भविष्य निधि, सुकन्या समृद्धि योजना, वरिष्ठ नागरिक बचत योजना आदि के बारे में जागरूक करना तथा उनका निवेश इन योजनाओं में करवाना।



3. जिन खातों में लगातार लेने देन होता है अथवा नियमित आय वाले ग्राहकों के लिए क्रेडिट कार्ड की सुविधा लेने के लिए जागरूक करना।
4. कार तथा गृह ऋण वाले खाताधारकों के लिए पहले से ही अनुमोदित क्रेडिट कार्ड की सुविधा उपलब्ध करवाना।
5. जिन चालू खातों में अच्छा लेने देन होता है, उन ग्राहकों को व्यवसायिक ऋण की सुविधा लेने के लिए जागरूक करना।
6. सभी ग्राहकों के जरूरत के हिसाब से बीमा सुविधा तथा मुचुअल फंड की सेवाओं का लाभ दिया जा सकता है।
7. निवेश एवं कर बचत सम्बंधित योजनाओं की जानकारी देकर उनको उन सभी उत्पादों में निवेश के लिए जागरूक किया जा सकता है एवं उनका कर बचाया जा सकता है।
8. आवसमिक जरूरतों के हिसाब से बैंक के उपलब्ध उत्पाद जैसे सोने के आभूषणों पर ऋण की सुविधा, व्यक्तिगत ऋण एवं अन्य सेवाओं की जानकारी देकर बैंक का कारोबार बढ़ाया जा सकता है।
9. आर्टिफिसियल इंटेलिजेंस का उपयोग करके, बैंक में उपलब्ध ग्राहकों के संगणक का उपयोग करके उनके वित्तीय जरूरतों के हिसाब से बैंक की विभिन्न सुविधाओं को डिजिटली रूप से प्रदान कर सकते हैं।
10. ग्राहकों के कीमती सामान जैसे जरूरी कागजात, आभूषण एवं अन्य महत्वपूर्ण सामान की सुरक्षा के लिए लाकर जैसी सुविधाओं को लेने के लिए प्रेरित किया जा सकता है।

निष्कर्ष- उपलब्ध उदाहरणों से हम यह निष्कर्ष निकाल सकते हैं कि प्रतिविक्रय ग्राहकों एवं बैंकों दोनों के कारोबार के विकास में एक महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है। ग्राहकों को प्रतिविक्रय के जरिए उन सभी उत्पाद एवं सेवाओं को लाभ दिया जा सकता है जिसकी उसको सम्पूर्ण जानकारी ना हो। प्रतिविक्रय बैंकों की आय बढ़ाने में भी एक महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है। प्रतिविक्रय, ग्राहक एवं बैंक के पारस्परिक सम्बंधों को बढ़ाने में भी कारगर होता है। नई तकनीक का उपयोग करके तथा आर्टिफिसियल इंटेलिजेंस का सहारा लेकर बैंकों में ग्राहकों के संगणक को सूक्ष्मता से अध्ययन करके, प्रतिविक्रय को बढ़ाया जा सकता है। सभी बैंक के कार्मिकों के लिए यह जरूरी है कि वो अपने बैंक द्वारा दिए जा रहे विभिन्न उत्पादों एवं सेवाओं का सम्पूर्ण ज्ञान रखें ताकि समय पर हरेक ग्राहक को सभी उत्पाद एवं सेवाएँ प्रदान की जा सकें। सही बोलचाल की तकनीक भी ग्राहकों को प्रतिविक्रय के लिए बढ़ावा देती है। सही संचार कौशल का होना अधिक से अधिक ग्राहकों को अपनी तरफ खींचने का काम करती है तथा बैंक के कारोबार में सम्बर्धन का कार्य तथा उत्कृष्ट सेवा का भी एक माध्यम बनती है।

- श्री सुमित कुमार
केनरा बैंक



CASA और व्यवसाय विकास: आर्थिक विकास के लिए एक उत्प्रेरक

भारत में वित्तीय समावेशन और व्यवसाय विकास के क्षेत्र में बैंकों की भूमिका अत्यधिक महत्वपूर्ण है। बैंकों के पास वित्तीय संसाधनों का पूल होता है और उनके पास उन संसाधनों का सख्ती से उपयोग करने की क्षमता है। CASA (चालू खाता बचत खाता), बैंकिंग का एक मुख्य घटक इस प्रक्रिया में एक महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है। जैसा कि जॉन एफ कैनेडी ने एक बार कहा था, “परिवर्तन जीवन का नियम है और जो लोग केवल अतीत या वर्तमान को देखते हैं, वे निश्चित रूप से भविष्य को याद करते हैं।”

इस व्यापक लेख में, हम यह पता लगाएंगे कि CASA व्यवसाय विकास और आर्थिक विकास पर इसके बहुमुखी प्रभाव से कैसे जुड़ा हुआ है। हम बैंक की जिम्मेदारी के उपायों, क्रॉस-सेलिंग बैंक उत्पादों की रणनीति, डिजिटल बैंकिंग उत्पादों को बढ़ावा देने के महत्व, वित्तीय समावेशन के लिए एक वाहन के रूप में बैंकों की भूमिका और व्यवसाय विकास के समाधान के रूप में उनके योगदान पर विचार करेंगे।

CASA का महत्व:

चालू खाता और बचत खाता (CASA) एक शब्द है जिसका उपयोग आमतौर पर बैंकिंग उद्योग में बैंक की जमा राशि के अनुपात का प्रतिनिधित्व करने के लिए किया जाता है जो चालू खातों या बचत खातों में आयोजित किया जाता है। जैसा कि महात्मा गांधी ने एक बार कहा था, “आपको वह बदलाव होना चाहिए जो आप दुनिया में देखना चाहते हैं।” यह सिर्फ संख्याओं के बारे में नहीं है; इसका बैंकिंग पारिस्थितिकी तंत्र पर और बाद में, व्यापार विकास पर गहरा प्रभाव पड़ता है।

बैंक की जिम्मेदारी के लिए उपाय :

नैतिक अनिवार्यता

जैसा कि वॉरेन बफेट ने समझदारी से कहा, “एक प्रतिष्ठा बनाने में 20 साल लगते हैं और इसे बर्बाद करने में पांच मिनट लगते हैं।” यदि आप इसके बारे में सोचते हैं तो आप चीजों को अलग तरीके से करेंगे। बैंकों की समाज के प्रति एक अनूठी जिम्मेदारी है। वे केवल वित्तीय संस्थान नहीं हैं, बल्कि सार्वजनिक विश्वास के संरक्षक हैं। बैंक की जिम्मेदारी के लिए आवश्यक उपायों में से एक यह है कि ग्राहकों के धन को विवेकपूर्ण और नैतिक रूप से प्रबंधित करके इस विश्वास को बनाए रखा जाए। बैंकों को अपने ग्राहकों की जमा राशि की सुरक्षा करके उन्हें विवेकपूर्ण तरीके से निवेश करके और यह सुनिश्चित करके वित्तीय जिम्मेदारी का प्रदर्शन करना चाहिए कि बैंकिंग प्रणाली में जनता का विश्वास बना रहे।

वित्तीय घोटालों और कॉर्पोरेट कदाचार के युग में, बैंकों को सदाचार का प्रतीक होना चाहिए, जिम्मेदार वित्तीय व्यवहार के लिए एक उदाहरण स्थापित करना चाहिए। नैतिक बैंकिंग प्रथाएं केवल अनुपालन का मामला नहीं हैं; वे एक नैतिक अनिवार्यता हैं। एक बैंक जो इस जिम्मेदारी को पूरा करता है, वह अपने ग्राहकों और व्यापक समाज का विश्वास और सद्भावना हासिल करता है, व्यवसाय के विकास के लिए अनुकूल वातावरण को बढ़ावा देता है।

बैंक उत्पादों की क्रॉस-सेलिंग :

अनुरूप बैंकिंग की कला

जैसा कि स्टीव जॉब्स ने जोर दिया, “अपने ग्राहकों के पहले से कहीं ज्यादा करीब जाओ। इतने करीब कि आप उन्हें बताते हैं कि उन्हें क्या चाहिए, इससे पहले कि वे खुद इसे महसूस करें।” क्रॉस-सेलिंग बैंकों द्वारा अपने मौजूदा ग्राहकों को अतिरिक्त वित्तीय उत्पादों या सेवाओं की पेशकश करने के लिए उपयोग की जाने वाली एक रणनीति है। यह सिर्फ अधिक बेचने के बारे में नहीं है; यह मूल्य प्रदान करने के बारे में है। क्रॉस-सेलिंग बैंक उत्पादों की प्रक्रिया में ग्राहकों की अनूठी वित्तीय आवश्यकताओं और आकांक्षाओं को समझना और फिर उन्हें सबसे उपयुक्त समाधान प्रदान करना शामिल है।

बैंकों को अपने ग्राहकों के लिए वित्तीय सलाहकार की भूमिका निभानी चाहिए। ऐसा करके, वे सूचित वित्तीय निर्णय लेने में व्यक्तियों और व्यवसायों की सहायता कर सकते हैं। चाहे वह एक व्यवसाय ऋण, एक निवेश उत्पाद, या बीमा की पेशकश कर रहा हो, बैंक अपने ग्राहकों की वित्तीय भलाई को बढ़ा सकते हैं और उनके वित्तीय विकास में योगदान कर सकते हैं।

बैंक के डिजिटल उत्पादों का प्रचार :

डिजिटल क्रांति

जैसा कि बिल गेट्स ने एक बार कहा था, “बैंकिंग आवश्यक है, बैंक नहीं हैं।” दुनिया तेजी से डिजिटलीकरण को अपना रही है और बैंकिंग कोई अपवाद नहीं है। डिजिटल बैंकिंग उत्पादों और सेवाओं ने लोगों को अपने वित्त का प्रबंधन करने के तरीके को बदल दिया है। व्यापक दर्शकों तक पहुंचने के लिए इन डिजिटल उत्पादों को बढ़ावा देने और प्रसारित करने में बैंकों की महत्वपूर्ण भूमिका है।

डिजिटल उत्पादों को बढ़ावा देने से न केवल बैंकिंग की सुविधा बढ़ती है बल्कि वित्तीय समावेशन को भी बढ़ावा मिलता है। कई व्यक्तियों और व्यवसायों के लिए विशेष रूप से ग्रामीण या अल्पसेवित क्षेत्रों में डिजिटल बैंकिंग वित्तीय सेवाओं तक पहली और एकमात्र पहुंच हो सकती है। यह समावेशिता वित्तीय विकास और बाद में, व्यवसाय विकास की दिशा में एक महत्वपूर्ण कदम है।

वित्तीय समावेशन के लिए एक वाहन :

बैंकिंग सुविधाओं से वंचित लोगों को सशक्त बनाना

जैसा कि नेल्सन मंडेला ने एक बार स्पष्ट रूप से कहा था, “पैसा सफलता पैदा नहीं करेगा, इसे बनाने की स्वतंत्रता होगी।” वित्तीय समावेशन, सस्ती लागत पर वित्तीय सेवाओं तक पहुंच प्रदान करने की प्रक्रिया, आर्थिक विकास की आधारशिला है। बैंक वित्तीय समावेशन को चलाने के लिए अच्छी तरह से तैनात हैं और CASA इस प्रक्रिया में एक महत्वपूर्ण सहायक हो सकता है।

बैंक बैंकिंग सुविधा से वंचित और कम बैंकिंग सुविधा वाली आबादी तक पहुंच सकते हैं उन्हें वित्तीय रूप से आत्मनिर्भर बनने के लिए आवश्यक उपकरण और संसाधन प्रदान कर सकते हैं। बुनियादी बचत और चालू खातों के साथ-साथ डिजिटल बैंकिंग सेवाओं की पेशकश करके, बैंक लाखों लोगों को औपचारिक वित्तीय प्रणाली में ला सकते हैं। यह सशक्तिकरण न केवल व्यक्तियों और परिवारों का उत्थान करता है, बल्कि व्यवसाय के विकास के लिए एक उपजाऊ जमीन भी बनाता है, क्योंकि वित्तीय रूप से शामिल आबादी ऋण तक पहुंच सकती है, निवेश कर सकती है और उद्यमों का निर्माण कर सकती है।



कासा एवं कारोबार विकास

व्यापार विकास के लिए एक समाधान :

उद्यमशीलता की भावना का वित्तपोषण

जैसा कि विंस्टन चर्चिल ने एक बार प्रसिद्ध रूप से कहा था, “सफलता अंतिम नहीं है, विफलता घातक नहीं है: यह जारी रखने का साहस है जो मायने रखता है।” व्यवसाय विकास वित्त तक पहुंच से निकटता से जुड़ा हुआ है। छोटे और बड़े दोनों उद्यमियों को अपने उद्यमों को शुरू करने या विस्तार करने के लिए पूंजी की आवश्यकता होती है। बैंक व्यवसाय ऋण, क्रेडिट लाइन और वित्तीय सलाहकार सेवाओं के रूप में एक व्यापक समाधान प्रदान कर सकते हैं।

व्यवसायों की विशिष्ट आवश्यकताओं को पूरा करने के लिए वित्तीय समाधान तैयार करके, बैंक उद्यमशीलता की यात्रा में भागीदार बन जाते हैं। यह समर्थन न केवल व्यक्तिगत उद्यमियों की सहायता करता है, बल्कि राष्ट्र की आर्थिक प्रगति में भी योगदान देता है। व्यवसाय फलते-फूलते हैं, नौकरियां पैदा होती हैं और समग्र आर्थिक परिदृश्य पनपता है।

निष्कर्ष: व्यापार विकास में CASA लाभ

वित्त की गतिशील दुनिया में CASA या चालू खाता बचत खाता शब्द सिर्फ एक लेखांकन उपाय से अधिक का प्रतिनिधित्व करता है। यह बैंकिंग में एक महत्वपूर्ण तत्व का प्रतीक है जो व्यापार विकास और आर्थिक विकास को महत्वपूर्ण रूप से प्रभावित करता है। अब्राहम लिंकन के शब्दों में, “अपने भविष्य की भविष्यवाणी करने का सबसे अच्छा तरीका इसे बनाना है।” CASA एक भविष्य बनाने के लिए एक एवेन्यू प्रदान करता है जहां व्यवसाय फलते-फूलते हैं, उद्यमी पनपते हैं और अर्थव्यवस्थाएं समृद्ध होती हैं। यह वित्तीय आधार है जिस पर अनगिनत अवसरों का निर्माण किया जाता है, जो व्यक्तियों और निगमों को समान रूप से स्थिरता और संसाधन प्रदान करता है।

अंत में, CASA जिम्मेदार और नैतिक बैंकिंग प्रथाओं की दिशा में बैंकों का मार्गदर्शन करने वाले कम्पास के रूप में कार्य करता है। यह बैंकों को न केवल वित्तीय संस्थान बल्कि सामाजिक विश्वास के स्तंभ भी बनने का अधिकार देता है, जो वित्तीय अखंडता के लिए मानकों को स्थापित करता है। क्रॉस-सेलिंग, स्टीव जॉब्स की दृष्टि के साथ संरेखित एक रणनीति, अनुरूप वित्तीय समाधानों की पेशकश करके बैंकिंग अनुभव को समृद्ध करती है, इस प्रकार ग्राहक वित्तीय कल्याण और बाद में व्यावसायिक विकास में योगदान देती है।

डिजिटल युग, जैसा कि बिल गेट्स का सुझाव है, डिजिटल बैंकिंग उत्पादों को बढ़ावा देने के लिए अनिवार्य है। यह सिर्फ प्रौद्योगिकी के बारे में नहीं है, यह वित्तीय समावेशन के बारे में है, जिससे बैंकिंग सभी के लिए सुलभ हो सके। यह अधिक समावेशी और आर्थिक रूप से विकसित समाज की दिशा में एक महत्वपूर्ण कदम है।

नेल्सन मंडेला के शब्दों में, वित्तीय समावेशन वित्तीय स्वतंत्रता के माध्यम से सशक्तिकरण की अवधारणा का प्रतीक है। बैंकिंग को बैंकिंग सुविधा से वंचित और वंचित लोगों के लिए सुलभ बनाने में कासा की भूमिका व्यक्तिगत और सामुदायिक दोनों स्तरों पर आर्थिक विकास में योगदान देती है।

बैंकों द्वारा पेश किए गए व्यापार विकास के लिए समर्थन, जैसा कि विंस्टन चर्चिल द्वारा व्यक्त किया गया है, आर्थिक समृद्धि में CASA की भूमिका को रेखांकित करता है। व्यवसायों की विशिष्ट आवश्यकताओं को पूरा करने के लिए तैयार किए गए वित्तीय समाधानों की पेशकश करके बैंक उद्यमशीलता की सफलता और राष्ट्रीय आर्थिक प्रगति की यात्रा में भागीदार बन जाते हैं।



भविष्य संकेत देता है और यह व्यक्तियों और व्यवसायों दोनों के लिए अवसरों से भरा हुआ है। CASA सिर्फ एक लेखा शब्द नहीं है; यह वह नहर है जिसके माध्यम से वित्तीय स्थिरता, विकास और समृद्धि प्राप्त की जाती है। यह वह इंजन है जो आर्थिक विकास को आगे बढ़ाता है जिससे CASA परिवर्तन के लिए एक महत्वपूर्ण उत्प्रेरक बन जाता है।

जैसा कि हम वित्त की लगातार विकसित दुनिया के माध्यम से नेविगेट करते हैं, आइए हम इन महान नेताओं के ज्ञान को याद करें और आइए हम एक उज्ज्वल और अधिक समृद्ध भविष्य के लिए CASA की शक्ति का लाभ उठाने का प्रयास करें।

- सुश्री शिल्पा प्रविण चंद्रिकापूरे
बैंक ऑफ बड़ौदा



कासा एवं कारोबार विकास

कासा और कारोबार विकास

कासा: बैंक की लाभप्रदता का एक उपाय

बैंकिंग उद्योग में आज के दौर में बैंक जिस ओर अपनी कार्यनीति को केंद्रित कर रहे हैं वह है कासा। बैंकिंग जगत में बचत खाता (सेविंग्स) और चालू खाता (करेंट) को कासा कहा जाता है। भारत में जब से नये दौर के बैंक स्थापित हुए हैं तभी से ही कासा खाते खोले जाते हैं परंतु आज के दौर में कासा की मांग ज्यादा हो गई है, ऐसा इसलिए क्योंकि प्राइवेट और विदेशी बैंक आ जाने से बैंको में प्रतिस्पर्धा बढ़ गई है। ग्राहको को अपनी तरफ आकर्षित करने के लिये बैंक तरह-तरह की रियायतें प्रदान कर रहे हैं। रियायत प्रदान करने के कारण बैंको की आय में कमी आना स्वभाविक है। अब आय पर दबाव पड़ेगा तो बैंको को कहीं ना कहीं व्यय को नियंत्रण में लाना होगा जो कि कासा के माध्यम से लाया जा सकता है। कासा से ना सिर्फ व्यय को ही काबू में लाया जा सकता है अपितु नये आय के स्रोत भी बनाये जा सकते हैं।

कासा, जिसे कम व्यय जमा (लो कोस्ट डिपॉजिट) भी कहा जाता है क्योंकि बचत खाते में बैंक ज्यादा से ज्यादा तीन से चार प्रतिशत तक ही ब्याज प्रदान करते हैं और चालू खाते में कोई भी ब्याज नहीं दिया जाता। इस कारण से बैंको का ब्याज पर पड़ने वाला व्यय कम हो जाता है जिसके कारण बैंको का निम (नेट इंटरेस्ट मार्जिन) ज्यादा हो जाता है जो कि सीधा लाभ को बढ़ाने का काम करता है। कुछ प्रमुख बैंको का कासा और निम (जून 2023) कुछ इस प्रकार है :

बैंक	कासा प्रतिशत *	निम प्रतिशत *
स्टेट बैंक ऑफ इंडिया	42.88	3.47
बैंक ऑफ बड़ौदा	40.33	3.27
यूनियन बैंक ऑफ इंडिया	34.60	3.13
कैनरा बैंक	33.00	3.05
एच डी एफ सी बैंक	42.00	4.10

*स्रोत: विभिन्न बैंको के वैबसाइट पर उपलब्ध वित्तीय परिणाम

उपरोक्त सूची में आप देखेंगे कि जिस बैंक का कासा प्रतिशत ज्यादा है उसका निम भी ज्यादा है। जहां स्टेट बैंक और एच डी एफ सी बैंक ज्यादा कासा प्रतिशत के कारण ज्यादा निम बरकरार रख रहे हैं वहीं यूनियन बैंक और कैनरा बैंक का कासा कम होने के कारण निम भी कम है जो कि सीधा सीधा लाभप्रदता को प्रभावित करता है।

अभी हमने जाना कि कासा किस तरह ब्याज पर होने वाले व्यय को कम करने में मदद करता है अब हम जानेंगे कि किस तरह ये परिचालन व्यय को कम करने में मदद करता है, जब भी बैंक कोई नया मियादी जमा खाता खोलते हैं तो उसके लिये खाता खोलने की प्रक्रिया होती है जिसमें में कई तरह के व्यय होते हैं जैसे कि स्टाफ खर्च, लेखन सामग्री खर्च, समय खर्च आदि, यानि जब भी कोई ग्राहक नया मियादी जमा खाता खोलता है तो यह सब खर्च बैंक को वहन करना पड़ता है लेकिन कासा खातों में यह खर्च सिर्फ एक बार होता है उसके बाद सिर्फ परिचालन खर्च आता है जो कि बहुत ही मामूली होता है। इस तरह कासा के माध्यम से हम कम व्यय में ज्यादा लाभ कमा सकते हैं।

वहीं जब बैंक अपने ग्राहकों को कासा सेवाएँ डिजिटल रूप से देने लगते हैं तो परिचालन खर्च लगभग दस गुना कम हो जाता है क्योंकि ज़्यादातर काम ग्राहक अपने घर से ही कर लेता है।

अब तक हमने जाना कि कासा के कारण व्यय कैसे बचता है अब हम जानेंगे कि किस तरह कासा का उपयोग आय बढ़ाने में किया जा सकता है।

1. कासा के द्वारा विभिन्न प्रकार कि सेवाएँ प्रदान करके जैसे कि रकम प्रेषित करना (आर टी जी एस/ एन ई एफ टी / डिमांड ड्राफ्ट आदि), इनसे बैंक को कमिशन या फी के रूप में आय प्राप्त होती है।
2. कासा खातों में डिजिटल सेवाएँ प्रदान करने से परिचालन व्यय तो कम होता ही है साथ ही साथ जो समय शाखा और शाखा के कर्मचारियों का बचता है उसे अन्य कारोबार या उत्पादों को बेचने के लिए किया जा सकता है।
3. कासा खातों के माध्यम से बैंक अपने ग्राहकों को अच्छी तरह से जान पाते हैं और उनकी ऋण संबंधी जरूरतों को भी, इसका लाभ उठाते हुए बैंक अपने ऋण पोर्टफोलियो में वृद्धि कर सकते हैं।
4. कासा खातों का उपयोग करके बैंक अपने तथा अपने तृतीय पक्ष उत्पादों को क्रॉस सेल कर सकते हैं और कमिशन के रूप में आय कमा सकते हैं।

कासा बैंको का व्यय करने और आय बढ़ाने में उपयोगी है यह तो हम जान चुके हैं, परंतु सबसे बड़ा और पहला सवाल जो बैंको को परेशान करता है वह ये कि कासा को बढ़ाया कैसे जाये ?

आज के परिपेक्ष में अगर हम देखें तो स्थिति बहुत अलग है आज ग्राहक बैंक के पास नहीं जाता है वरन बैंक को ग्राहक के पास जाना होगा, अगर आप ग्राहक के पास नहीं जाएँगे तो कोई और आपका व्यापार लेकर जाएगा। अब आप ग्राहक के पास जाते हैं तो दूसरा सवाल यह होगा कि उसे उत्पाद कौनसा देना है ? इस सवाल को काफी हद तक आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस ने हल कर दिया है आज बैंक आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस और मशीन लर्निंग के माध्यम से जान सकते हैं कि ग्राहक का लेन देन कैसा है, वह सोशल मीडिया या गूगल पर क्या जानकारी चाहता है, उसका अन्य बैंक के साथ कैसा लेन देन है ? यह सब आज तकनीक के माध्यम से पता चल जाता है तो आपका दूसरा सवाल भी हल हो गया कि ग्राहक को कौन सा उत्पाद देना है।

अब तीसरा सवाल बैंकों के लिए यह होगा कि जो उत्पाद हम ग्राहक को दे रहे हैं क्या वह उसकी जरूरतें पूरी करता है या नहीं ? इसका हल तभी निकाला जा सकेगा जब आप ग्राहक और बाजार (मार्केट) को समझेंगे और उसके हिसाब से अपने उत्पाद तैयार करेंगे। मैं यहाँ पर कहना चाहूँगा कि उत्पाद को बनाना सबसे मुख्य काम है इसके लिए बैंक के कार्य नीति विभाग के कर्मचारी बहुत महत्वपूर्ण हैं। मैं यहाँ पर एक नीति का जिक्र करना चाहूँगा, इस नीति का नाम है डिज़ाइन थिंकिंग और इसे बैंकों को अपने कासा उत्पादों को बनाने में करना चाहिए। डिज़ाइन थिंकिंग वह नीति है जहाँ पर कोई भी संस्था उत्पाद बनाने से पहले अनुसंधान करती है और अपने ग्राहक के प्रति समानुभूति (एमपथी) रखती है, पहले ऐसा होता था कि बैंक ने एक उत्पाद बना दिया अब उसी उत्पाद को शाखाओं को ग्राहकों को बेचना है समान रूप से, परंतु अब जो उत्पाद हम तैयार कर रहे हैं पहले हमें ग्राहक को ध्यान में रखना है कि क्या उसे उत्पाद मे दी जा रही सेवाओं से लाभ होने वाला है ? क्या हमारा उत्पाद ग्राहक को लंबे समय की जरूरतों को पूरा कर पाएगा ?



कासा एवं कारोबार विकास

इसके बाद प्रबंधन को आपस में गहरा मंथन करके उत्पाद का प्रोटो टाइप तैयार करना चाहिए और पूर्ण रूप से उत्पाद को बाजार में उतारने से पहले उसका प्रयोगिक रूप से छोटे समूह में परीक्षण करना चाहिए। छोटे समूह के द्वारा प्राप्त सुझावों को उत्पाद में समाहित करने के बाद पूर्ण रूप से बाजार में उतारना चाहिए। अगर बैंक को लगता है कि प्रयोगिक रूप से बाजार में उतारने से ज्यादा सुझाव प्राप्त नहीं हो रहे हैं तो बैंक एक सर्वेक्षण करवा सकता है और उसके आधार पर अपना उत्पाद तैयार कर सकता है। इस तरह जब ग्राहक के उपयोग का कासा उत्पाद बैंक बाजार में उतारेंगे तो निश्चित ही वह अपने कासा में वृद्धि कर पाएंगे।

कासा बढ़ाने के कुछ उपाय:

आज के समय में ग्राहकों को दो चीजें चाहिए : द्रवता (लिकुइडिटी) और सुरक्षा, अगर उसे अपने धन का उपयोग करने है तो वह धन को ऐसी जगह रखना चाहेगा जहां उसे सुरक्षा भी मिले और द्रवता भी। अगर आपका बचत या चालू खाता ऐसी सेवाएँ देता है तो निश्चित ही ग्राहक उसे उपयोग करेगा। ग्राहक ये भी चाहता है कि विभिन्न सेवाओं को लेने के लिए उसे अलग-अलग बैंक या संस्था के पास ना जाना पड़े, जैसे ग्राहक चाहता है कि चाहे उसे बैंकिंग सेवा लेनी हो, इन्श्युरेंस सेवा लेनी हो, शेयर मार्केट में निवेश करना हो या बाजार से कुछ ऑनलाइन खरीददारी करनी हो सभी एक जगह से मिल जाएँ। वहीं कॉर्पोरेट ग्राहकों को चाहिए कि बैंकिंग सेवाओं के अतिरिक्त उनके कर्मचारियों के वेतन, उनके वेंडर के भुगतान, खाते में विभिन्न जगहों से निधि संग्रहण और उनकी रिपोर्ट ऑफिस में बैठे-बैठे ही मिल जाये। अगर यह सब सुविधाएं हम अपने बचत और चालू खातों के उत्पादों में प्रदान करते हैं और बैंक का कासा जमा निश्चित ही बढ़ेगा।

निष्कर्ष

आज के प्रतिस्पर्धी परिक्षेप में अगर बैंकों को सतत वृद्धि के साथ साथ लाभ कमाना है तो कासा जमा को बढ़ाना बहुत ही जरूरी है जिसके आभाव में बैंक लंबे समय तक लाभ में नहीं रह सकते, जब तक आप कम ब्याज दर पर जमा नहीं लेंगे आप अपने ऋण उत्पादों ग्राहकों को प्रतिस्पर्धी ब्याज दर पर उपलब्ध नहीं करा पाएंगे जिस वजह से बैंक अच्छे ऋण उपभोक्ताओं से भी वंचित हो सकता है। अतः बैंक का कासा ना सिर्फ व्यय कम करता है, ना सिर्फ आय के साधन बढ़ाता है परंतु बैंक के अन्य बिज़नेस को भी प्रभावित करता है। इसीलिए यह जरूरी है कि बैंक अपने कासा उत्पादों और सेवाओं को ग्राहकों को ध्यान में रखते हुए तैयार करें और अपने कासा और कासा प्रतिशत में इजाफा करते रहें।

- श्री शैलेन्द्र डबराल
यूनियन बैंक ऑफ इंडिया

कासा एवं व्यवसाय विकास : बैंक के उत्पादों का प्रतिविक्रय

कासा का मतलब चालू खाता बचत खाता है। यह एक शब्द है जिसका उपयोग चालू और बचत खातों में रखी गई जमा राशि का वर्णन करने के लिए किया जाता है। कासा बैंकों के लिए फंडिंग का एक बहुत ही महत्वपूर्ण स्रोत है, क्योंकि यह फंड का अपेक्षाकृत सस्ता और स्थिर स्रोत है। बैंक सावधि जमा, जैसे जमा प्रमाणपत्र, की तुलना में कासा जमा पर कम ब्याज दर का भुगतान करते हैं। ऐसा इसलिए है क्योंकि कासा जमा अधिक तरल हैं, जिसका अर्थ है कि जमाकर्ता किसी भी समय अपना पैसा निकाल सकते हैं। कासा जमा बैंकों के लिए महत्वपूर्ण हैं क्योंकि वे बैंकों को जमाकर्ताओं को भुगतान की तुलना में व्यवसायों और व्यक्तियों को अधिक ब्याज दर पर पैसा उधार देने की अनुमति देते हैं। बैंकों द्वारा जमा राशि पर भुगतान की जाने वाली ब्याज दर और ऋणों पर ली जाने वाली ब्याज दर के बीच यह अंतर उन मुख्य तरीकों में से एक है जिनसे बैंक लाभ कमाते हैं। कासा जमाएँ बैंकों के लिए भी महत्वपूर्ण हैं क्योंकि वे धन का एक स्थिर स्रोत प्रदान करते हैं। ऐसा इसलिए है क्योंकि कासा जमाकर्ता सावधि जमाकर्ताओं की तुलना में अपना पैसा अधिक समय तक बैंक में रखते हैं। यह स्थिरता बैंकों के लिए महत्वपूर्ण है क्योंकि यह उन्हें भविष्य के लिए योजना बनाने और अपने जोखिम का प्रबंधन करने की अनुमति देती है।

बैंकों में कासा की कुछ विशिष्ट भूमिकाएँ:

धन की लागत कम करें: कासा जमा बैंकों के लिए सावधि जमा की तुलना में धन का एक सस्ता स्रोत है, क्योंकि बैंक कासा जमा पर कम ब्याज दर का भुगतान करते हैं। इससे बैंकों को अपने फंड की कुल लागत कम करने की अनुमति मिलती है, जिससे अधिक मुनाफा हो सकता है।

तरलता में सुधार: कासा जमा धन का एक तरल स्रोत है, जिसका अर्थ है कि जरूरत पड़ने पर बैंक उन तक तुरंत पहुंच सकते हैं। यह बैंकों के लिए महत्वपूर्ण है क्योंकि यह उन्हें अपनी अल्पकालिक फंडिंग जरूरतों को पूरा करने और अपने तरलता अनुपात को बनाए रखने की अनुमति देता है।

लाभप्रदता बढ़ाएँ: कासा जमा बैंकों को जमाकर्ताओं को भुगतान की तुलना में अधिक ब्याज दर पर पैसा उधार देने की अनुमति देकर उनकी लाभप्रदता बढ़ाने में मदद कर सकता है। बैंकों द्वारा जमा राशि पर भुगतान की जाने वाली ब्याज दर और ऋणों पर ली जाने वाली ब्याज दर के बीच यह अंतर उन मुख्य तरीकों में से एक है जिनसे बैंक लाभ कमाते हैं।

क्रॉस सेलिंग

बैंकों में क्रॉस-सेलिंग मौजूदा ग्राहकों को अतिरिक्त या पूरक उत्पाद या सेवाएं प्रदान करने की प्रथा है। यह विभिन्न चैनलों के माध्यम से किया जा सकता है, जैसे शाखा का दौरा, फोन कॉल, ईमेल और डिजिटल बैंकिंग इत्यादि।

बैंक उत्पादों और सेवाओं की एक विस्तृत श्रृंखला को क्रॉस-सेल करते हैं, जिनमें शामिल हैं:

- जमा खाते
- ऋण उत्पाद
- क्रेडिट कार्ड



कासा एवं कारोबार विकास

- निवेश उत्पाद
- बीमा उत्पाद
- धन प्रबंधन सेवाएँ

बैंक क्रॉस-सेल करते हैं क्योंकि यह राजस्व और ग्राहक वफादारी बढ़ाने का एक बहुत प्रभावी तरीका है। अध्ययनों से पता चला है कि मौजूदा ग्राहक को बेचने की तुलना में नया ग्राहक प्राप्त करना पांच गुना अधिक महंगा है।

बैंक निम्नलिखित द्वारा प्रभावी ढंग से क्रॉस-सेल कर सकते हैं:

- अपने ग्राहकों की ज़रूरतों और वित्तीय लक्ष्यों को समझना
- ऐसे उत्पाद और सेवाएँ प्रदान करना जो उनके ग्राहकों की आवश्यकताओं के लिए प्रासंगिक हों
- ग्राहकों के लिए अतिरिक्त उत्पाद और सेवाएँ खरीदना आसान बनाना
- ग्राहकों को क्रॉस-सेल करने के लिए प्रोत्साहन प्रदान करना, जैसे छूट या लॉयल्टी पुरस्कार

बैंकों में क्रॉस-सेलिंग के कुछ उदाहरण:

- नया खाता खोलने वाले बैंक ग्राहक को क्रेडिट कार्ड या बचत खाता की पेशकश की जा सकती है।
- एक बैंक ग्राहक को जो बंधक लेता है उसे गृहस्वामी बीमा या जीवन बीमा की पेशकश की जा सकती है।
- म्यूचुअल फंड में निवेश करने वाले बैंक ग्राहक को निवेश सलाह या पोर्टफोलियो प्रबंधन सेवाएँ प्रदान की जा सकती हैं।

जीवन के विभिन्न चरणों में बैंकिंग उत्पादों की आवश्यकताएँ

जैसे-जैसे हम जीवन के विभिन्न चरणों से गुजरते हैं, हमारी बैंकिंग ज़रूरतें हमारे पूरे जीवन में बदलती रहती हैं। यहां बैंकिंग उत्पादों का एक सामान्य अवलोकन दिया गया है जो जीवन के विभिन्न चरणों में सबसे अधिक प्रासंगिक हो सकते हैं:

बचपन और किशोरावस्था

बचत खाता: बच्चों और किशोरों के लिए पैसे बचाने के बारे में सीखने के लिए बचत खाता एक अच्छी जगह है।

चेकिंग खाता: एक बार जब बच्चा काफी बड़ा हो जाता है तो उसे बजट और धन प्रबंधन के बारे में सिखाने के लिए चेकिंग खाता उपयोगी हो सकता है।

डेबिट कार्ड: डेबिट कार्ड बच्चों और किशोरों के लिए नकदी ले जाने के बिना खरीदारी करने का एक सुविधाजनक तरीका हो सकता है।

युवा वयस्कता

शिक्षा ऋण: छात्र ऋण युवा वयस्कों को कॉलेज या अन्य उच्च शिक्षा की लागत का भुगतान करने में मदद कर सकता है।

क्रेडिट कार्ड : क्रेडिट कार्ड क्रेडिट बनाने और खरीदारी करने के लिए एक उपयोगी उपकरण हो सकते हैं। हालाँकि, क्रेडिट कार्ड का जिम्मेदारी से उपयोग करना और अधिक खर्च करने से बचना महत्वपूर्ण है।

ऑटो ऋण : ऑटो ऋण युवा वयस्कों को कार खरीदने में मदद कर सकता है।

मध्य जीवन

बंधक : बंधक मध्य आयु वर्ग के वयस्कों को घर खरीदने में मदद कर सकता है।

व्यक्तिगत ऋण : व्यक्तिगत ऋण का उपयोग विभिन्न उद्देश्यों के लिए किया जा सकता है, जैसे घर के नवीनीकरण के लिए भुगतान करना, ऋण को समेकित करना या अप्रत्याशित खर्चों को कवर करना।

निवेश खाते : निवेश खातों का उपयोग सेवानिवृत्ति या अन्य वित्तीय लक्ष्यों के लिए बचत करने के लिए किया जा सकता है।

निवृत्ति

सेवानिवृत्ति खाते : सेवानिवृत्ति खाते, जैसे 401(के)एस और आईआरए, का उपयोग सेवानिवृत्ति आय के पूरक के लिए किया जा सकता है।

रिवर्स मॉर्टगेज : रिवर्स मॉर्टगेज घर मालिकों को आय प्राप्त करने के लिए अपने घर की इक्विटी के विरुद्ध उधार लेने की अनुमति देता है।

संपत्ति नियोजन : संपत्ति नियोजन सेवाएं सेवानिवृत्त लोगों को उनकी मृत्यु के बाद उनकी संपत्ति वितरित करने की योजना बनाने में मदद कर सकती हैं।

बेशक, ये सिर्फ सामान्य दिशानिर्देश हैं। विशिष्ट बैंकिंग ज़रूरतें आपकी व्यक्तिगत परिस्थितियों के आधार पर अलग-अलग होंगी। आपके लिए सर्वोत्तम बैंकिंग उत्पादों पर वैयक्तिकृत सलाह प्राप्त करने के लिए किसी वित्तीय सलाहकार से बात करना महत्वपूर्ण है।

क्रॉस-सेलिंग से बैंकों को कई लाभ मिलते हैं, जिनमें शामिल हैं :

राजस्व में वृद्धि : क्रॉस-सेलिंग से बैंकों को मौजूदा ग्राहकों से बिक्री उत्पन्न करके अपना राजस्व बढ़ाने में मदद मिल सकती है। जब किसी ग्राहक का पहले से ही किसी बैंक के साथ संबंध होता है, तो उनके उस बैंक से अतिरिक्त उत्पाद और सेवाएँ खरीदने की अधिक संभावना होती है।

बेहतर ग्राहक संतुष्टि : क्रॉस-सेलिंग से बैंकों को उनकी ज़रूरतों को पूरा करने वाले उत्पादों और सेवाओं की पेशकश करके ग्राहकों की संतुष्टि में सुधार करने में मदद मिल सकती है। जब बैंक अपने ग्राहकों की वित्तीय ज़रूरतों को समझते हैं तो वे उन्हें ऐसे उत्पाद और सेवाएँ बेच सकते हैं जो उन्हें अपने वित्तीय लक्ष्यों को प्राप्त करने में मदद करेंगे।

कम लागत : क्रॉस-सेलिंग से बैंकों को नए ग्राहक प्राप्त करने की आवश्यकता को समाप्त करके लागत कम करने में मदद मिल सकती है। किसी मौजूदा ग्राहक को बेचने की तुलना में नया ग्राहक प्राप्त करना अधिक महंगा है। क्रॉस-सेलिंग से बैंकों को अपने मौजूदा ग्राहक आधार पर ध्यान केंद्रित करके अपनी मार्केटिंग और बिक्री लागत कम करने में मदद मिल सकती है।



कासा एवं कारोबार विकास

मजबूत ग्राहक संबंध: क्रॉस-सेलिंग से बैंकों को अपने ग्राहकों के साथ मजबूत संबंध बनाने में मदद मिल सकती है। जब बैंक ग्राहकों को उन उत्पादों और सेवाओं की क्रॉस-सेल करते हैं जिनकी उन्हें आवश्यकता और महत्व है, तो ग्राहकों के बैंक के प्रति वफादार रहने की अधिक संभावना होती है।

ब्रांड निष्ठा में वृद्धि: क्रॉस-सेलिंग से बैंकों को अपने ग्राहकों की सभी वित्तीय जरूरतों के लिए वन-स्टॉप शॉप के रूप में स्थापित करके ब्रांड निष्ठा बढ़ाने में मदद मिल सकती है। जब ग्राहकों को अपनी जरूरत के सभी वित्तीय उत्पाद और सेवाएँ एक बैंक से मिल सकती हैं, तो उनके दूसरे बैंक में जाने की संभावना कम होती है।

विस्तृत कासा ग्राहक आधार एवं लाभ:

क्रॉस-सेल करने के अधिक अवसर: व्यापक ग्राहक आधार का मतलब है कि बैंकों के पास अपने ग्राहकों को उत्पादों और सेवाओं को क्रॉस-सेल करने के अधिक अवसर हैं। उदाहरण के लिए, व्यापक ग्राहक आधार वाले बैंक में ऐसे ग्राहक होने की अधिक संभावना होती है जो विभिन्न प्रकार के उत्पादों और सेवाओं, जैसे क्रेडिट कार्ड, व्यक्तिगत ऋण, बंधक और निवेश खातों में रुचि रखते हैं।

ग्राहकों की जरूरतों की बेहतर समझ: व्यापक ग्राहक आधार बैंकों को अपने ग्राहकों की जरूरतों को बेहतर ढंग से समझने की अनुमति देता है। अपने ग्राहकों की वित्तीय आदतों और प्राथमिकताओं पर डेटा एकत्र करके, बैंक उन ग्राहकों की पहचान कर सकते हैं जिनकी विशिष्ट उत्पादों और सेवाओं में रुचि होने की संभावना है। इस जानकारी का उपयोग प्रासंगिक क्रॉस-सेलिंग ऑफ़र वाले ग्राहकों को लक्षित करने के लिए किया जा सकता है।

बेहतर ग्राहक संबंध: एक व्यापक ग्राहक आधार बैंकों को अपने ग्राहकों के साथ मजबूत संबंध बनाने की अनुमति देता है। ग्राहकों को उनकी जरूरतों को पूरा करने वाले विभिन्न प्रकार के उत्पादों और सेवाओं की पेशकश करके, बैंक अपने ग्राहकों की सभी वित्तीय जरूरतों के लिए वन-स्टॉप शॉप के रूप में खुद को स्थापित कर सकते हैं। इससे ग्राहक निष्ठा और संतुष्टि में वृद्धि हो सकती है।

व्यापक कासा ग्राहक आधार बैंकों को अधिक प्रभावी ढंग से क्रॉस-सेल करने में मदद कर सकता है:

डेटा एनालिटिक्स:- व्यापक ग्राहक आधार वाला बैंक उन ग्राहकों की पहचान करने के लिए डेटा एनालिटिक्स का उपयोग कर सकता है जिनकी किसी विशेष उत्पाद या सेवा में रुचि होने की संभावना है। उदाहरण के लिए, एक बैंक उन ग्राहकों की पहचान कर सकता है जो घर पर डाउन पेमेंट के लिए बचत कर रहे हैं और उन्हें बंधक के लिए क्रॉस-सेलिंग ऑफ़र के साथ लक्षित कर सकते हैं।

प्रति ग्राहक अधिक उत्पाद:- व्यापक कासा ग्राहक आधार वाला बैंक ग्राहकों को विभिन्न प्रकार के विभिन्न उत्पाद और सेवाएँ प्रदान कर सकता है जो उनकी आवश्यकताओं को पूरा करते हैं। इससे ग्राहकों के लिए बैंक के साथ व्यापार करना अधिक सुविधाजनक हो सकता है और उन्हें अतिरिक्त उत्पाद और सेवाएँ खरीदने के लिए प्रोत्साहित किया जा सकता है।

ब्रांड प्रतिष्ठा:- व्यापक ग्राहक आधार वाला बैंक अपनी ब्रांड प्रतिष्ठा का उपयोग अधिक प्रभावी ढंग से क्रॉस-सेल करने के लिए कर सकता है। ग्राहक उस बैंक से उत्पाद और सेवाएँ खरीदने की अधिक संभावना रखते हैं जिसे वे जानते हैं और जिस पर उन्हें भरोसा है।



क्रॉस सेलिंग में नैतिकता

क्रॉस-सेलिंग के लिए यहां कुछ नैतिक दिशानिर्देश हैं:

पारदर्शिता:- जिन उत्पादों और सेवाओं की आप अनुशंसा कर रहे हैं उनके बारे में ग्राहकों के साथ पारदर्शी और ईमानदार रहें। प्रत्येक उत्पाद या सेवा की विशेषताओं, लाभों और जोखिमों को समझाएं और ग्राहकों के किसी भी प्रश्न का उत्तर दें।

आवश्यकता आधारित बिक्री:- ग्राहकों पर उन उत्पादों या सेवाओं को खरीदने के लिए दबाव न डालें जिनकी उन्हें आवश्यकता नहीं है या वे नहीं चाहते हैं। ग्राहकों को उनके विकल्पों पर विचार करने और स्वयं निर्णय लेने का समय दें।

गोपनीयता: ग्राहकों की गोपनीयता का सम्मान करें। ग्राहकों की जानकारी उनकी सहमति के बिना तीसरे पक्ष के साथ साझा न करें।

हितों के टकराव से बचें: उदाहरण के लिए, यदि आपकी उस उत्पाद या सेवा में वित्तीय रुचि है तो आपको किसी ग्राहक को किसी उत्पाद या सेवा की अनुशंसा नहीं करनी चाहिए।

निष्कर्ष

भारत एक बड़ी और विविध आबादी वाली एक बढ़ती हुई अर्थव्यवस्था है। यह भारत में बैंकों के लिए महत्वपूर्ण कासा एवं क्रॉस-सेलिंग अवसर प्रस्तुत करता है। बैंकों के लिए यह महत्वपूर्ण है कि वे अपने ग्राहकों को जिम्मेदार और नैतिक तरीके से उत्पादों और सेवाओं की क्रॉस-सेल करें। बैंकों को यह भी सुनिश्चित करना चाहिए कि वे ऐसे उत्पादों और सेवाओं की अनुशंसा कर रहे हैं जो उनके ग्राहकों के सर्वोत्तम हित में हैं। इसलिए हम कह सकते हैं कि कासा और क्रॉस सेलिंग भारतीय बैंकिंग की नींव और भविष्य हैं। जो बैंक इन क्षेत्रों में अच्छा प्रदर्शन करेंगे वे लंबे समय तक टिके रहेंगे और उन्हें प्रतिस्पर्धात्मक लाभ होगा।

- श्री सुनील कुमार
यूनियन बैंक ऑफ इंडिया



कासा बैंक की लाभप्रदता का एक उपाय

प्रस्तावना

किसी भी देश को चलाने के लिए वहाँ की अर्थव्यवस्था प्राणवायु होती है और किसी भी अर्थव्यवस्था को जिंदा रखने, आगे बढ़ने तथा फलने फूलने के लिए वहाँ की सुदृढ़ बैंकिंग प्रणाली बहुत जरूरी होती है। हमारे देश में आधुनिक बैंकिंग की शुरुआत 18 वीं सदी के मध्य में हुई। इसके बाद बैंकिंग व्यवस्था ने बहुत ही उतार-चढ़ाव देखे हैं। इसी क्रम में भारत की अर्थव्यवस्था को सुदृढ़ करने और सामाजिक विकास को जरूरी रफ्तार देने के लिए बैंकों का राष्ट्रीयकरण 1969 और 1980 में भारत सरकार द्वारा किया गया।

सन 1980 के अंत में विकृत बाजार तंत्र के कारण परिचालन और आवंटन संबंधी अक्षमताओं के चलते सार्वजनिक क्षेत्र के बैंकों की लाभप्रदता में गिरावट आई। वित्तीय प्रणाली की स्थिरता सुनिश्चित करने के लिए सार्वजनिक क्षेत्र के बैंकों की लाभप्रदता बढ़ाना आवश्यक हो गया। भारत में आर्थिक सुधार लाने के लिए सन 1991 में श्री नरसिम्हा राव सरकार द्वारा उदारवादी नीतियों को लागू किया गया। इस समय भारत आर्थिक संकट का सामना कर रहा था और भारत को आर्थिक सुधार की आवश्यकता थी।

बैंकों की लाभप्रदता समय के साथ बढ़ती घटती रही और सार्वजनिक क्षेत्र के बैंकों ने वित्तीय वर्ष 2015-16 से 2019-20 तक लगातार पाँच वर्षों में 2,07,329 करोड़ रुपये का सामूहिक घाटा दर्ज किया। वित्त वर्ष 2017-18 में सर्वाधिक घाटा 85,370 करोड़ रुपये का था। फिर बैंकिंग प्रणाली में तेजी से कार्य हुए और सार्वजनिक क्षेत्र के बैंकों ने वित्त वर्ष 2022 में 66,539 करोड़ रुपये का लाभ कमाया। वित्त वर्ष 2023 में सार्वजनिक बैंकों का लाभ 1,04,649 करोड़ रुपये हो गया जो की एक रिकार्ड लाभ है।

कासा और कासा का उदय

बैंकों का मुनाफा मुख्यतः दो कारणों पर निर्भर होता है जिसमें एक है उनकी आय और दूसरा है उनका खर्च। आय भी दो प्रकार के होते हैं वह हैं ब्याज आय और गैर ब्याज आय। खर्च के रूप में सबसे ज्यादा खर्च जमा राशियों पर अर्जित ब्याज की देनदारी होती है जो की बाजार से बैंक अपने पास जमा रखते हैं ताकि उनका निवेश कर सकें और आय उत्पन्न कर सकें।

ब्याज आय: बैंकों में आय का मुख्य स्रोत ब्याज आय है जो की ऋण और निवेश पर बैंकों को अर्जित होता है। यह आय केवल उन ऋण आस्तियों पर अर्जित होता है जो निष्पादित (performing) होते हैं। जब की गैर निष्पादित आस्तियाँ घाटे का कारण बनती हैं।

ब्याज खर्च: बैंकों का सबसे बड़ा और मुख्य खर्च जमा धन राशि पर ब्याज देना होता है।

इस प्रकार बैंक यदि ब्याज आय को ऋण और निवेश से बढ़ा दें और जमा धन राशि पर खर्च होने वाले ब्याज को कम कर दें तो बैंकों की लाभप्रदता बढ़ेगी। बैंकों के लाभ कमाने में ऋण और निवेश से अर्जित ब्याज और गैर ब्याज आय मुख्य हैं। बैंक ऋण को बढ़ाकर अच्छी आय कमाते हैं। परंतु ऋण की बहुत सारी सीमाएं हैं। यह सबको नहीं दिया जा सकता और इनका एक्सपोजर भी सरकार के नियमों के अनुसार रखना पड़ता है। ऋण पर ऋण जोखिम जुड़ा होता है और इसका उदाहरण पूर्व में बैंकों का घाटे में जाना था जब खराब लोन बहुत बढ़ गए थे और बैंकों की आय बहुत तेजी से घट गई थी। खराब लोन में आस्तियाँ, गैर निष्पादित आस्तियों में बदल जाती हैं और उन पर आय आना बंद हो जाता है साथ में बैंक को आरबीआई के नियमों

के अनुसार प्रोविजनिंग करनी पड़ती है जो की बैंक के दूसरे फंड को अवरुद्ध कर देते हैं जिनको बैंक निवेश कर आय अर्जित कर सकती थी।

इस प्रकार ऋण जोखिम से बचने तथा आय को बढ़ाने का दबाव, कम ब्याज खर्च पर आ टिका। बैंकों ने तब कम ब्याज व्यय वाले खातों को विचार में लाना शुरू कर दिया और ऐसे खाते थे चालू और बचत खाते। चालू खातों (CA = Current Accounts) और बचत खातों (SA = Savings Accounts) को ही संक्षेप में कासा (CASA) कहते हैं। इस प्रकार कासा की भूमिका प्रकाश में आयी। अतः यदि जमा राशि पर व्यय ब्याज को कम कर दिया जाए तो लाभप्रदता में बढ़ोत्तरी की जा सकती है। सावधि जमा पर ब्याज दर ज्यादा होता है जबकि चालू और बचत खातों पर ब्याज दर कम होता है। अर्थात कम ब्याज व्यय वाले जमा को बढ़ाएं तो लाभप्रदता बढ़ेगी और इसके लिए सबसे कारगर उपाय है चालू और बचत खातों जमा की बढ़ोत्तरी।

कासा के घटक और उनका विवरण

बैंकिंग शब्दावली में कासा का अर्थ चालू खाता और बचत खाता है जिसके बारे में ऊपर हम बात कर चुके हैं। यह बैंकिंग उद्योग में बैंक की लाभप्रदता और धन की लागत का आकलन करने के लिए उपयोग किया जाने वाला एक उपाय है। कासा बैंक की कम लागत वाली जमा है जो लाभप्रदता पर महत्वपूर्ण असर डालती है। कासा के दो घटक हैं चालू खाता और बचत खाता।

१. **चालू खाता:** चालू खाते बिना ब्याज वाले जमा खाते होते हैं। इन खातों का उपयोग आमतौर पर व्यक्तियों और व्यवसायों द्वारा रोजमर्रा के बैंकिंग लेन देन के लिए किया जाता है। इन खातों में जमा व निकासी बहुत सरल होते हैं। जमाकर्ता को इन खातों में रखे धनराशि पर ब्याज नहीं मिलता है। अतः ये खाते कम लागत वाले होते हैं। चूँकि इन खातों पर बैंकों को ब्याज का भुगतान नहीं करना पड़ता है इस प्रकार इन खातों के फंड को बैंक अन्यत्र निवेश कर अच्छा लाभ कमाते हैं।
२. **बचत खाता:** इस प्रकार के खातों का प्रयोग आम तौर पर आम जन मानस करती है। ये खाते ग्राहकों को ब्याज देने वाले खाते होते हैं जो सावधि जमा जैसी अन्य जमाओं की अपेक्षा कम ब्याज दर प्रदान करते हैं। इन खातों में हालाँकि बैंक कुछ ब्याज भुगतान करते हैं परंतु ये लागत आमतौर पर सावधि जमा की तुलना में बहुत कम होती है।

कासा अनुपात: कासा अनुपात की गणना चालू और बचत खातों में जमा राशि को बैंक में कुल जमा राशि से विभाजित करके की जाती है। कासा अनुपात यह बताता है कि बैंक के पास कुल जमा के सापेक्ष कम लागत वाले फंड की उपलब्धता कितनी है।

इसका सूत्र है:

$$\text{कासा अनुपात} = (\text{चालू जमा} + \text{बचत जमा}) \times 100 / \text{कुल जमा}$$

यह प्रतिशत में व्यक्त किया जाता है। उच्च कासा अनुपात यह बताता है की बैंक के पास कुल जमा के सापेक्ष कम लागत वाले फंड का अनुपात ज्यादा है।

लाभप्रदता में कासा का योगदान

बैंक जब लगातार घाटे में जाने लगे तब बैंकों के प्रबंधन ने इससे उबरने और आय को बढ़ाने का उपाय सोचा। तब बैंकों ने ब्याज मार्जिन और ब्याज स्प्रेड बढ़ाने पर और भी जोर देना शुरू कर दिया ताकि बैंकों की लाभप्रदता बढ़ाई जा सके और तब कासा का महत्व और भी बढ़ गया।



कासा एवं कारोबार विकास

बैंकों की लाभप्रदता निर्धारित करने में चालू खाता जमा और बचत खाता जमा महत्वपूर्ण घटक होते हैं। इसका प्रभाव सीधा शुद्ध ब्याज मार्जिन (एन आई एम) पर पड़ता है। शुद्ध ब्याज मार्जिन बैंकों की लाभप्रदता का एक मुख्य संकेतक है। आइए देखते हैं की कासा बैंक के लाभप्रदता को कैसे प्रभावित करती है।

निधि लागत (कॉस्ट ऑफ फंड): कासा में बैंक चालू खाता में सामान्यतया कोई ब्याज नहीं देते हैं और बचत खाता में बहुत कम ब्याज देते हैं। अतः ये निम्न लागत वाले जमा होते हैं जो कि सावधि जमा की तुलना में बैंक के खर्च में बचत करने वाले होते हैं।

शुद्ध ब्याज मार्जिन (नीम): शुद्ध ब्याज मार्जिन बैंक की लाभप्रदता का एक महत्वपूर्ण माप है जो की परिसंपत्तियों (ऋण और निवेश) पर अर्जित ब्याज और देनदारियों (जमा और उधार) पर भुगतान किये गए ब्याज के बीच के अंतर को बताता है। यह प्रतिशत में व्यक्त किया जाता है। इसका सूत्र इस प्रकार है :

शुद्ध ब्याज मार्जिन = (निवेश आय – ब्याज व्यय) / औसत कमाई वाली संपत्ति।

अतः जब बैंक की देनदारी कम हो जाएगी तब उसके शुद्ध ब्याज की कमाई बढ़ जाएगी।

शुद्ध ब्याज स्प्रेड: शुद्ध ब्याज स्प्रेड, ऋण आस्तियों और निवेश पर मिलने वाले ब्याज दर और जमा पर व्यय ब्याज दर का अंतर होता है जो की यह बताता है की बैंक के पास आय अर्जित करने का कितना दायरा है। ज्यादा अंतर मतलब ज्यादा आय और इस अंतर को कासा और ऋण आस्तियों को बढ़ा कर बढ़ाया जा सकता है। इस प्रकार शुद्ध ब्याज स्प्रेड में कासा का योगदान महत्वपूर्ण है।

पूँजी दक्षता, वित्तीय स्थिरता, जोखिम प्रबंधन तथा जोखिम न्यूनीकरण: कासा में जमा धन बैंक का एक स्थिर और निरंतर स्रोत है जो बैंक के संचालन और स्थिरता के लिए बहुत जरूरी हैं। कासा की स्थिरता बाजार के उतार चढ़ाव से जुड़े जोखिम को कम करने में मददगार साबित होती है जो की बैंक की लाभप्रदता को एक ठोस आधार देती है।

ग्राहक आधार वृद्धि और प्रतिविक्रय (क्रॉस सेलिंग) के अवसर: बैंक के कासा उत्पाद ग्राहक आधार को बढ़ाते हैं और बढ़े हुए ग्राहक कासा बढ़ाने में मददगार होते हैं। ये ग्राहक आज नहीं तो कल बैंक को और भी व्यवसाय जैसे लोन, कासा और अन्य उत्पाद बेचने का अवसर प्रदान करेंगे। यह ग्राहक आधार मौजूद ग्राहकों को और भी अन्य बैंकिंग उत्पाद और सेवाओं की प्रतिविक्रय (क्रॉस सेलिंग) के अवसर देता है। प्रतिविक्रय से शुल्क आय और अनेकों प्रकार के राजस्व प्रवाह में वृद्धि होती है जो समग्र लाभप्रदता में योगदान करती है।

महंगी उधारी पर कम निर्भरता: उच्च कासा अनुपात यानि की जब बैंक के पास ज्यादा कासा फंड रहेंगे तो बैंक को बाहरी उधारी वाले फंड पर निर्भरता कम होगी और बैंक की लाभप्रदता बढ़ेगी क्योंकि बाहरी उधारी लेने पर बैंक उस फंड पर महंगी ब्याज दर से ब्याज का भुगतान करती है जबकी यदि कासा बढ़ाया जाए तो ये भुगतान नहीं करना पड़ेगा।

प्रतिस्पर्धात्मक लाभ और मूल्य निर्धारण में लचीलापन: बैंक के पास जब कासा ज्यादा होगा तब बैंक अपने ऋण और निवेश उत्पादों को अधिक प्रतिस्पर्धी तरीके से कम ब्याज दर और आकर्षक रूप से ग्राहकों को दे सकेगा जिससे बैंक का ग्राहक आधार बढ़ेगा और साथ में लाभप्रदता भी।

तरलता: कासा के फंड के कारण बैंक के भीतर तरलता का निरंतर प्रवाह बना रहता है और बैंक को मुश्किलों का सामना नहीं करना पड़ता है। बैंक में किसी भी तरह की मुश्किल बैंक के संसाधन और लाभप्रदता पर बुरा असर डालती है।

विभिन्न बैंकों के कासा और लाभप्रदता का एक चार्ट

नीचे दिए गए चार्ट के माध्यम से राष्ट्रीयकृत बैंकों के कासा अनुपात और बैंक के व्यय ब्याज का संबंध दर्शाया गया है जो की प्रतिशत में है। यह चार्ट जून तिमाही 2023 के परिणाम पर आधारित है।

बैंक का नाम	कुल जमा (रुपये करोड़ में)	जमा पर दिया गया ब्याज (रुपये करोड़ में)	कासा अनुपात %	कुल जमा के मुकाबले दिया गया ब्याज प्रतिशत में (Int Paid % Of Deposit)
बैंक ऑफ महाराष्ट्र	244365	2449	50.97	1.00
सेंट्रल बैंक ऑफ इंडिया	363398	4049	49.76	1.11
बैंक ऑफ इंडिया	696544	7062	44.52	1.01
इंडियन ओवरसीज बैंक	264401	3102	44.14	1.17
एस बी आई	4531237	57070	42.88	1.25
पी एन बी	1297905	14577	41.90	1.12
बैंक ऑफ बड़ौदा	1199908	13691	40.33	1.14
इंडियन बैंक	621539	7346	40.26	1.18
यूको बैंक	249694	3215	38.10	1.29
यूनियन बैंक ऑफ इंडिया	1128052	14638	34.60	1.30
पंजाब एंड सिंध बैंक	114211	1578	31.69	1.38
केनरा बैंक	1192470	16338	30.56	1.37

उपरोक्त चार्ट से यह स्पष्ट है की जिन बैंकों का कासा अनुपात ज्यादा है उनका व्यय ब्याज प्रतिशत लगभग कम है अर्थात अधिक कासा मतलब अधिक लाभ।

उपसंहार :

इस प्रकार हम यह देख सकते हैं की कासा बैंकों की लाभप्रदता के लिए एक महत्वपूर्ण घटक है। कासा को अच्छी ग्राहक सेवा प्रदान करके और अधिक से अधिक चालू और बचत खाते खोलकर बढ़ाया जा सकता है। जितना कासा बढ़ेगा उसी क्रम में बैंक की लाभप्रदता भी बढ़ेगी।

संक्षेप में एक उच्च कासा और कासा अनुपात धन की लागत को कम करके, शुद्ध ब्याज मार्जिन को बढ़ाकर, प्रतिस्पर्धी ऋण दरों को सक्षम करने, पूँजी के उपयोग को अनुकूलित करने और स्थिरता और जोखिम शमन को बढ़ावा देकर बैंक की लाभप्रदता पर सकारात्मक प्रभाव डालता है। लाभप्रदता बढ़ाने और स्थायी वित्तीय स्थिति बनाए रखने के लिए बैंक अक्सर अपने कासा और कासा अनुपात बढ़ाने की रणनीतियों पर ध्यान केंद्रित करते हैं। इस प्रकार कासा बढ़ाना बैंक की लाभप्रदता बढ़ाने का एक उपाय है।

- श्री विवेकानन्द सिंह
यूको बैंक



बैंको की लाभप्रदता का एक उपाय

बैंक उस वित्तीय संस्था को कहते हैं। जहाँ लोग अपनी अपनी बचत राशि को सुरक्षा की दृष्टि से अथवा ब्याज कमाने के हेतु इन संस्थाओं में धनराशि जमा करते और आवश्यकतानुसार समय समय पर निकालते रहते हैं। बैंक इस प्रकार जमा से प्राप्त राशि को व्यापारियों एवं व्यवसायियों को ऋण देकर ब्याज एवं अन्य सेवाओं पर शुल्क के दावरा आय का अर्जन करते हैं। बैंकिंग के बिना किसी देश की अर्थव्यवस्था के बारे में सोचना भी असंभव है। बैंकिंग को देश की आर्थिक व्यवस्था की रीढ़ माना जाता है। बैंकिंग उद्योग वित्तीय क्षेत्र के सबसे आवश्यक वित्तीय स्तंभों में से एक है, यह अर्थव्यवस्था के कामकाज के लिए महत्वपूर्ण है। किसी देश के आर्थिक विकास के लिए यह महत्वपूर्ण है कि उसके व्यापार, औद्योगिक और कृषि वित्त पोषण आवश्यकताओं को अधिक प्रतिबद्धता और जिम्मेदारी के साथ संभाला जाए। परिणामस्वरूप, किसी देश की प्रगति का बैंकिंग के विकास से अटूट संबंध है। आज की अर्थव्यवस्था में, बैंकों को धन व्यापारियों के बजाय विकास के अग्रणी के रूप में देखा जाना चाहिए। वे अर्थव्यवस्था के कई क्षेत्रों में जमा जुटाने और ऋण वितरण में महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं।

यूनियन बैंक के प्रधान कार्यालय का उद्घाटन मुंबई में वर्ष 1921 में राष्ट्रपिता महात्मा गांधी के कर कमलों से संपन्न हुआ एवं इस अवसर पर उन्होंने कहा कि “हमारी राष्ट्रीय गतिविधियों में दक्षता के साथ करोड़ों रुपयों के प्रबंधन के लिए एक बड़े बैंक को चलाने की योग्यता होनी चाहिए। यद्यपि हमारे पास ज्यादा संख्या में बैंक नहीं हैं, परंतु इसका यह अर्थ कदापि नहीं है कि हम दक्षता के साथ करोड़ों रुपयों के प्रबंधन की योग्यता नहीं रखते हैं” उनके भविष्यदर्शी शब्दों ने उस बैंक की वृद्धि का अनुमान लगाया जो दशकों बाद सच साबित हुआ।

बैंकों को तीन प्रकारों में वर्गीकृत किया जाता है: खुदरा बैंक, वाणिज्यिक या कॉर्पोरेट बैंक और निवेश बैंक। अधिकांश देशों में बैंक राष्ट्रीय सरकार या केंद्रीय बैंक द्वारा शासित होते हैं।

आधुनिक बैंकिंग:

आधुनिक बैंकिंग ने पारंपरिक बैंकिंग से जुड़ी कई समस्याओं को ठीक कर दिया है। आधुनिक तकनीक के साथ, बैंक अधिक सुरक्षित लेनदेन, तेज़ धन हस्तांतरण और नई प्रकार की सेवाओं तक पहुंच प्रदान कर सकते हैं जो आपके वित्त का प्रबंधन करना आसान बनाते हैं। इसके अतिरिक्त, ऑनलाइन और मोबाइल बैंकिंग प्लेटफॉर्म ने ग्राहकों के लिए कहीं भी, कभी भी अपने वित्त पर नज़र रखना आसान बना दिया है। यह ग्राहकों को किसी भी उपकरण या स्थान से अपने खातों पर नियंत्रण रखने की अनुमति देता है और उन्हें दैनिक आधार पर अपने वित्त को बेहतर ढंग से प्रबंधित करने में मदद करता है। कुल मिलाकर, आधुनिक बैंकिंग पारंपरिक बैंकिंग विधियों की तुलना में अधिक सुविधा, लागत बचत, बेहतर सुरक्षा और बेहतर ग्राहक सेवा प्रदान करती है। डिजिटल बैंकिंग वित्त की दुनिया में ऐप्स और वेबसाइटों के द्वारा कुछ प्रमुख लाभ दिए गए हैं:

- i. किसी भी समय कहीं भी बैंकिंग
- ii. बेहतर सुरक्षा
- iii. ई-बैंकिंग
- iv. न्यूनतम लागत
- v. विशेष बैंकिंग – फुटकर बैंकिंग, कॉर्पोरेट बैंकिंग
- vi. मोबाइल बैंकिंग

- vii. ऑनलाइन बैंकिंग
- viii. केवल डिजिटल बैंक

बैंक की लाभप्रदता का प्रमुख स्तंभ-

i. कासा (चालू खाता बचत खाता) :

करेंट एकाउंट (सीए) यानी चालू खाते और सेविंग एकाउंट (एसए) यानी बचत खाते को मिला दें तो बनता है- सीएएसए यानी कासा। चालू खाते मुक्तया कंपनियां, फर्म व व्यापारी व उद्यमी रखते हैं जो हर दिन खाते से काफी लेन-देन करते हैं। जबकि बचत खाते में हमारे-आप जैसे आम लोग अपना धन जमा रखते हैं और इसका इस्तेमाल अमूमन गैर-व्यावसायिक कामों के लिए करते हैं। बैंक जहां चालू खाते में जमा रकम पर कोई ब्याज नहीं देते, वहीं बचत खाते की रकम पर वे न्यूनतम सालाना की दर से ब्याज देते हैं। इस तरह सावधि जमा या फिक्स्ड डिपॉजिट (एफडी) जैसे अन्य माध्यमों की तुलना में बैंकों के लिए कासा डिपॉजिट धन हासिल करने का सबसे सस्ता साधन है। नतीजतन, जिस बैंक की कुल जमाराशि में कासा जमा का हिस्सा जितना अधिक होता है, उस बैंक की जमा या फंड लागत उतनी ही कम होती है। अपने यहां बैंकों की कुल जमाराशि में कासा जमा का हिस्सा एक तिहाई से ज्यादा है। दिलचस्प बात यह है कि इस मामले में देश में कार्यरत विदेशी बैंक सबसे बेहतर स्थिति में हैं। उसके बाद क्रम से स्टेट बैंक व उसके सहयोगी बैंक, राष्ट्रीयकृत बैंक और निजी क्षेत्र के बैंक आते हैं। कुल जमा में कासा का घटता हिस्सा और इसकी वृद्धि दर में आ रही गिरावट बैंकिंग क्षेत्र के लिए चुनौती पेश कर सकता है। ऐसा इसलिए क्योंकि बैंकिंग क्षेत्र के लिए कासा जमा उनके लिए धन का सबसे सस्ता स्रोत है। अगर यह स्रोत सूखता है तो बैंकों के लिए धन के वैकल्पिक स्रोत हासिल करना न केवल मुश्किल होगा, बल्कि यह महंगा भी पड़ेगा। इसलिए बैंक अपनी कासा जमा को बढ़ाने पर खास ध्यान देते हैं। वित्तीय समावेश के तहत अधिक से अधिक खाते खोलना उनकी इसी कोशिश का एक हिस्सा है।

कासा (चालू खाता बचत खाता) में वृद्धि कारगर उपाय :

i. ग्राहक सेवा :

प्रबंध शास्त्री टेड लैविट ने ठीक ही कहा है – “किसी भी कारोबार का उद्देश्य नए ग्राहक पाना और उन्हें बनाए रखना है।” सेवा के बदले ग्राहक से बैंक को सेवाप्रभार, विनिमय, कमीशन, ब्याज आदि के रूप में लाभ प्राप्त होता है और इसी लाभ पर उसका अस्तित्व निर्भर है। बैंकिंग व्यवसाय एक विशिष्ट सेवा से जुड़ा है। सेवा का तात्पर्य है कि हम ग्राहक के साथ किस तरह पेश आते हैं एवं उनके साथ कैसा व्यवहार करते हैं। काउंटर सेवा वह महत्वपूर्ण एवं संवेदनशील संपर्क स्थल है, जहाँ से बैंक की साख बढ़ती या घटती है। काउंटर सेवा से सन्तुष्ट ग्राहक बैंक की पूंजी है, व्यापक विज्ञापन है और वह भी बिना किसी व्यय के।

ii. इलेक्ट्रॉनिक और सूचना-प्रौद्योगिकी का उपयोग : इलेक्ट्रॉनिक और सूचना-प्रौद्योगिकी क्षेत्रों ने बैंकिंग और वित्तीय सेवा क्षेत्रों को लाभप्रदता को बढ़ाने में बहुत मदद की है। विभिन्न सुपुर्दगी माध्यमों, जैसे कि मोबाइल बैंकिंग, टेली बैंकिंग, शाखा- बैंकिंग, ई-बैंकिंग, एटीएम और क्रेडिट कार्ड आदि के एकीकरण ने बैंकों को अपनी लागत और श्रम घटाने में सहायता की है और उनके लिए अपने



कासा एवं कारोबार विकास

ग्राहकों को कारगर तरीके से सेवा प्रदान करना आसान बनाया है। ई-बैंकिंग 24x7 (यानी चौबीसों घंटे सातों दिन) आधार पर काम करती है। इसके द्वारा ग्राहक अपने बैंकिंग लेनदेन अपने दफ्तर या घर से ही संपन्न कर सकते हैं। उन्हें व्यक्तिगत रूप से बैंक की शाखा में जाने की जरूरत नहीं रहती। दूसरी ओर इससे बैंकों की स्थान, टैलर मशीनों और श्रम संबंधी लागत घटती है तथा लाभ, सेवा की गुणवत्ता और गति बढ़ती है।

iii. सरकारी योजनाओं के कार्यान्वयन के द्वारा:

भारत सरकार सभी स्तरों पर समय-समय पर समाज के अनुपस्थित वर्ग के लिए कल्याण योजनाओं को चलाती रहती है। ये योजनाएं केन्द्र एवं राज्यों के बीच एक संयुक्त गठबंधन हो सकती है। इन योजनाओं के कार्यान्वयन के द्वारा बैंक गैर ब्याज आय के द्वारा लाभप्रदा को बढ़ा सकती है जैसे –

- ✓ फसल ऋण किसान क्रेडिट कार्ड किसान समृद्धि ऋण
- ✓ गोल्ड ऋण बहु-उपयोगी गोल्ड ऋण
- ✓ फार्म मशीनीकरण ऋण ट्रेक्टर ऋण कंबाइन हारवेस्टर ऋण संमिश्र लघु सिंचाई पॉवर टिलर का वित्तपोषणनाम
- ✓ राष्ट्रीय पेंशन प्रणाली (एनपीएस)-
- ✓ पब्लिक प्रविडेंट फंड (पीपीएफ)-
- ✓ सॉवरेन गोल्ड बॉन्ड क्या है
- ✓ सुकन्या समृद्धि खाते
- ✓ संबद्ध कार्यकलाप ...

iv. इलेक्ट्रॉनिक क्लियरिंग सिस्टम एवं इलेक्ट्रॉनिक फंड्स ट्रान्सफर

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

v. बैंक लाभ बढ़ाने के लिये कारोबार का मॉडल बदलकर:

बैंकों को अपना लाभ बढ़ाने और पूंजी का प्रतिफल सुधारने के लिये कारोबारी मॉडल शीघ्रता से बदलना होगा क्योंकि डिजिटल प्रौद्योगिकी के सहारे वित्तीय सेवाएं देने वाली कंपनियां बैंकों के लिए चुनौती बनती जा रही है। वित्तीय प्रौद्योगिकी क्षेत्र की कंपनियों और बड़ी प्रौद्योगिकी कंपनियों से मिल रही चुनौतियों को देखते हुए नीचे के एक तिहाई बैंकों को अपने कारोबार मॉडल पर नये सिरे से गौर करने और उसे बेहतर करने की जरूरत है। ये कंपनियां बैंकों की हिस्सेदारी पर कब्जा जमाती जा रही हैं। बैंकों को अत्याधुनिक विश्लेषण प्रणाली के साथ जोखिम प्रबंधन में सुधार जैसे रक्षात्मक कदम उठाने की जरूरत है। साथ ही लागत में कमी लाने के लिये आक्रमक तरीके से पहल करने की आवश्यकता है। बैंकों को विलय और अधिग्रहण के साथ-साथ भागीदारी के जरिये प्रतिस्पर्धी क्षमता बढ़ाने पर विचार करना चाहिए। साथ ही बैंकों को डिजिटल-कौशल अंतर को पाटने के लिये काम करना होगा।

vi. सहायक सेवाएं

बैंक अपने ग्राहकों के अलावा अन्य व्यापारियों, व्यक्तियों को सहायक सेवाएं जैसे यात्री चेक, उपहार चेक, अदायगी आदेश, ड्राफ्ट, वेस्टर्न यूनियन मनी ट्रांसफर, क्रेडिट कार्ड आदि की सेवाएं भी प्रदान कर रहे हैं। यह सत्य है कि बैंकों में ग्राहकों की अपेक्षाओं को पूरा करने में कम्प्यूटरीकरण ने काफी बोज़ अपने ऊपर ले लिया है। परन्तु इसके बावजूद मानव संसाधन एक अप्रत्यक्ष दबाव में है, क्योंकि ग्राहकों की अपेक्षाओं में भी वृद्धि हुई है। ग्राहक के विकास में बैंक कर्मी द्वारा सेवा देने के विषय में सम्पूर्ण समर्पण की आवश्यकता है, अतः इसके लिए बैंक कर्मियों को उत्प्रेरित करना होगा। बैंकों में मानव संसाधन से जुड़े कार्यक्रमों को और सुदृढ़तापूर्वक लागू करना होगा। एक संतुष्ट कर्मी ही संतोषजनक सेवा दे सकता है। आज जब सभी बैंक बासल अपेक्षाओं के अनुसार न्यूनतम पूंजी पर्याप्तता के प्रति गंभीर हैं वहां मानव पूंजी में भी किसी प्रकार का हास उचित नहीं है। आवश्यकता इस बात की है कि इस पूंजी को बैंकिंग व्यवसाय में इस प्रकार लगाया जाए जिससे ग्राहक संतुष्टि के साथ लाभप्रदता भी बढ़ सके।

निष्कर्ष :

वैश्वीकरण के दौर में बैंकों का स्वरूप लगातार बदल रहा है। पहले जहाँ बैंकों में लंबी-लंबी कतारें लगी रहती थीं, वहीं अब तकनीक ने इस कार्य को सरल और सुगम बना दिया है। तकनीक का प्रयोग करके पेमेंट बैंकों ने इस कार्य को और आसान बनाने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाई है। आधुनिक बैंकिंग विशेषकर कैशलेस अर्थव्यवस्था बैंकिंग लेन-देन के डिजिटलीकरण के दौर में साइबर धोखाधड़ी चिंता का विषय जरूर है। परन्तु सूचना प्रौद्योगिकी विभाग ने आईआईटी जैसे संस्थानों के साथ मिलकर विभिन्न तरीकों से इससे निपटने के प्रयास किये हैं। जन-धन योजना और डायरेक्ट बेनीफिट ट्रांसफर जैसी योजनाओं के माध्यम से बैंकिंग के जरिये वित्तीय समावेशन पर सरकार बहुत जोर दे रही है। जिससे बैंक के कासा वृद्धि हुई है।

ग्रामीण क्षेत्रों में बैंकों की पहुँच न हो पाना भी चिंता का विषय है। क्योंकि दुर्गम और कठिन क्षेत्र होने के कारण कई क्षेत्रों में अभी भी बैंकिंग सेवाएँ उपलब्ध नहीं हैं। सरकार ने बड़ी संख्या में बैंकिंग कॉरिस्पॉन्डेंट की नियुक्ति कर इस समस्या का समाधान करने का प्रयास किया है। ये बैंकिंग कॉरिस्पॉन्डेंट बैंकों तथा ग्रामीण जनता के बीच कड़ी का काम करते हैं। कुल मिलाकर भारत का आज का बैंकिंग स्वरूप बदलते परिवेश में नए स्वरूप को अपना रहा है। ऐसे में जरूरत इस बात की है कि आधुनिक बैंकिंग सामाजिक-आर्थिक विकास को और बेहतर बनाने में अपनी भूमिका निभाए।

आर्थिक उदारीकरण व वैश्वीकरण ने वर्तमान युग में टेक्नालाजी ने संपूर्ण जगत को वैश्विक ग्राम का रूप दे दिया है। यहाँ पर ग्राहकों की आकांक्षाएं चरम सीमा पर हैं, विशेषकर बैंकिंग क्षेत्र में निजी व विदेशी बैंकों के प्रवेश ने जहाँ प्रतिस्पर्धा को जटिल बनाया है वहीं ग्राहकों की दृष्टि से यह स्वागत योग्य है क्योंकि ग्राहक स्वयं के लिए उच्च स्तर चाहता है। ब्याज दरें और बैंक लाभप्रदता आपस में जुड़ी हुई हैं, बैंकों को कर्ज पर उच्च ब्याज दरों से लाभ होता है। जब कासा पर ब्याज दरें न्यूनतम होती हैं, तो बैंक अपने ग्राहकों को दिए जाने वाले ब्याज और निवेश या कर्ज से अर्जित लाभ के बीच अंतर के कारण अधिक लाभ कमाने में कारगर होता है।

- श्री प्रवीण कुमार
यूनियन बैंक ऑफ इंडिया



भारत में वित्तीय समावेशन: चुनौतियाँ व समाधान

“विकास के पिरामिड में गरीबों की क्रय शक्ति में सुधार करके वित्तीय समावेशन के माध्यम से सबसे निचली परत को मजबूत करने की आवश्यकता है” – प्रधानमंत्री श्री नरेन्द्र मोदी

प्रस्तावना:

किसी भी देश के आर्थिक विकास का मुख्य आधार उस देश का बुनियादी ढाँचा होता है। यदि बुनियादी ढाँचा ही कमजोर हो तो कितना भी प्रयास किया जाए व्यवस्था को मजबूत नहीं बनाया जा सकता है। यही कारण है कि किसी भी देश की अर्थव्यवस्था में विकास एवं उन्नति हेतु किये जाने वाले प्रयासों को बल प्रदान करने के लिये नीति निर्माताओं द्वारा एक ऐसे मार्ग का अनुसरण किया जाता है जिसके माध्यम से सरकार आम आदमी को अर्थव्यवस्था के औपचारिक माध्यम में शामिल कर सके।

दुनिया भर में हुए अनुसन्धान इस बात की ओर इशारा करते हैं कि वित्त की उपलब्धता से गरीबी को दूर करने और महिलाओं को आर्थिक रूप से सशक्त करने में मदद मिलती है।

वस्तुतः यही कारण है कि “वित्तीय समावेशन” के तहत यह सुनिश्चित किया जाता है कि अंतिम छोर पर खड़े व्यक्ति को भी आर्थिक विकास के लाभों से संबद्ध किया जा सके, कोई भी व्यक्ति आर्थिक सुधारों से वंचित न रहे।

वित्तीय समावेशन की पहुँच बिना किसी रुकावट के विकास के अंतिम पायदान पर खड़े व्यक्ति तक करने के लिये सरकार द्वारा ‘डिजिटल भारत’ अभियान प्रारंभ किया गया। भारत को डिजिटल रूप से सशक्त समाज व ज्ञान आधारित अर्थव्यवस्था के रूप में परिवर्तित करने के उद्देश्य से इस कार्यक्रम की नींव रखी गई। वित्तीय समावेशन और डिजिटल भारत के सम्मिलित लक्ष्यों को प्राप्त करने के लिये ही ‘जैम त्रयी’ (जनधन-आधार-मोबाइल) की आधारशिला रखी गई। वैश्विक महामारी COVID-19 के दौरान ज़रूरतमंदों तक सरकारी सहायता पहुँचाने में जैम त्रयी की भूमिका सराहनीय रही है।

वित्तीय समावेशन क्या है ?

वित्तीय समावेशन एक ऐसी प्रक्रिया है जिसके द्वारा सरकार आम आदमी को अर्थव्यवस्था के औपचारिक माध्यम में शामिल कर सकती है।

वस्तुतः वित्तीय समावेशन के तहत यह सुनिश्चित करने का प्रयास किया जाता है कि अंतिम छोर पर खड़े व्यक्ति को भी आर्थिक विकास के लाभों से संबंध किया जा सके ताकि वह व्यक्ति आर्थिक सुधारों के फल से वंचित न रहे।

वित्तीय समावेशन को वित्तीय सेवाओं तक पहुँचाने के अवसरों की उपलब्धता और समानता के रूप में परिभाषित किया गया है वित्तीय समावेशन मोटे तौर पर उचित लागत पर वित्तीय सेवाओं की एक विस्तृत श्रृंखला तक सार्वभौमिक पहुँच को संदर्भित करता है इसमें बैंकिंग उत्पादन के अलावा अन्य वित्तीय सेवाएं जैसे बीमा और इक्विटी उत्पाद शामिल हैं।

वित्तीय समावेशन की आवश्यकता क्यों है ?

- ❖ वित्तीय समावेशन के अभाव में बैंकों की सुविधा से वंचित लोग मज़बूरीवश अनौपचारिक बैंकिंग क्षेत्र से जुड़ने के लिये बाध्य हो जाते हैं। इन क्षेत्रों में ब्याज की दरें भी अधिक होती हैं और उधार दी गई राशि की मात्रा भी काफी कम होती है।
- ❖ चूँकि अनौपचारिक बैंकिंग ढाँचा कानून की परिधि से बाहर होता है, अतः उधार देने वालों और उधार लेने वालों के बीच उत्पन्न किसी भी विवाद का कानूनी तरीके से निपटान नहीं किया जा सकता।
- ❖ जहाँ तक सवाल है वित्तीय समावेशन के सामाजिक लाभों का तो आपको बताते चलें कि वित्तीय समावेशन के परिणामस्वरूप न केवल उपलब्ध बचत राशि में वृद्धि होती है, बल्कि वित्तीय मध्यस्थता की दक्षता में भी वृद्धि होती है। इतना ही नहीं नित नए व्यावसायिक अवसरों का सृजन करने की सुविधा भी प्राप्त होती है।
- ❖ इस परिस्थिति में सरकार द्वारा प्रायोजित सर्वसुलभ बैंकिंग प्रणाली के परिणामस्वरूप अधिक प्रतिस्पर्धी बैंकिंग परिवेश की तुलना में ग्रामीण क्षेत्रों में अधिक आर्थिक विविधीकरण में योगदान प्राप्त हुआ है।

वित्तीय समावेशन की पहल :

जनधन-मोबाइल- आधार : त्रयी

- ❖ आधार, प्रधानमंत्री जनधन योजना और मोबाइल संचार में वृद्धि ने नागरिकों तक सरकारी सेवाओं के पहुँचने का तरीका बदल दिया है।
- ❖ मार्च 2020 में अनुमान के अनुसार, जनधन योजना के तहत लाभार्थियों की कुल संख्या 380 मिलियन से अधिक रही है।

ग्रामीण और अर्द्ध-शहरी क्षेत्रों में वित्तीय सेवाओं का विस्तार :

भारतीय रिज़र्व बैंक और नाबार्ड ने ग्रामीण क्षेत्रों में वित्तीय समावेशन को बढ़ावा देने के लिये पहल की है। इनमें प्रमुख हैं—

- ❖ इनमें दूरदराज के इलाकों में बैंक शाखाएँ खोलना शामिल है।
- ❖ किसान क्रेडिट कार्ड जारी करना।
- ❖ बैंकों के साथ स्वसहायता-समूहों का जुड़ाव।
- ❖ ऑटोमेटेड टेलर मशीनों (एटीएम) की संख्या बढ़ाना।
- ❖ बैंकिंग क्षेत्र में व्यावसायिक अभिकर्ता मॉडल।
- डिजिटल पेमेंट को बढ़ावा
- ❖ भारतीय राष्ट्रीय भुगतान निगम (National Payments Corporation of India-NPCI) द्वारा यूनिकाइड पेमेंट इंटरफेस को मजबूत करने के साथ, पूर्व की तुलना में डिजिटल भुगतान को सुरक्षित बनाया गया है।



कासा एवं कारोबार विकास

- ❖ आधारसक्षम भुगतान प्रणाली, आधार सक्षम बैंक खाते को किसी भी समय और किसी भी स्थान पर माइक्रो एटीएम का उपयोग करने में सक्षम बनाती है।
- ❖ ऑफलाइन लेनदेन सक्षम करने वाले प्लेटफॉर्म अवसंरचनात्मक पूरक सेवा डेटा (Unstructured Supplementary Service Data-USSD) के कारण भुगतान प्रणाली को और अधिक सुलभ बनाया गया है, जिससे सामान्य मोबाइल हैडसेट पर भी इंटरनेट के बिना मोबाइल बैंकिंग सेवाओं का उपयोग करना संभव हो जाता है।
- वित्तीय साक्षरता बढ़ाना
- ❖ भारतीय रिज़र्व बैंक ने “वित्तीय साक्षरता” नामक एक परियोजना शुरू की है।
- ❖ इस परियोजना का उद्देश्य केंद्रीय बैंक और सामान्य बैंकिंग अवधारणाओं के बारे में विभिन्न लक्षित समूहों जिनमें स्कूल और कॉलेज जाने वाले बच्चे, महिलाएँ, ग्रामीण और शहरी गरीब, और वरिष्ठ नागरिक शामिल हैं, को वित्तीय जानकारी उपलब्ध कराना है।
- ❖ भारतीय प्रतिभूति और विनियम बोर्ड (Securities and Exchange Board of India-SEBI) और नेशनल इंस्टीट्यूट ऑफ़ सिक्योरिटीज मार्केट्स (National Institute of Securities Markets-NISM's) ने ‘पॉकेट मनी’ नामक एक प्रमुख कार्यक्रम लॉन्च किया है, जिसका उद्देश्य स्कूली छात्रों में वित्तीय साक्षरता बढ़ाना है।

- ❖ तालिका वित्तीय समावेशन योजना की प्रगति:

क्र. स.	ब्योरे	मार्च 2010	दिसम्बर 2021	दिसम्बर 2022
१.	गांवों में बैंकिंग आउटलेट-कुल शाखाएं	33378	53249	53159
२.	गांवों में बैंकिंग आउटलेट-कुल बीसी	34174	1844732	1679226
३.	गांवों में बैंकिंग आउटलेट-कुल(1+2)	67694	1900523	1734658
४.	बुनियादी बचत खाता (संख्या लाख में)	735	6631	6786
५.	बुनियादी बचत खाता में जमा राशि (रुपये करोड़ में)	5500	213646	240430

स्रोत: भारत में बैंकिंग की प्रवृत्ति और प्रगति पर रिपोर्ट 2023, भारतीय रिज़र्व बैंक

वित्तीय समावेशन से लाभ:

- ❖ विश्व बैंक की वैश्विक वित्तीय समावेशन डेटाबेस या ग्लोबल फाइंडेक्स रिपोर्ट-2017 के अनुसार, वर्ष 2014 में अनुमानित 53% भारतीय वयस्कों के अपेक्षा वर्तमान में 80% वयस्कों के पास एक बैंक खाता है।
- ❖ जहाँ एक ओर इससे समाज में कमज़ोर तबके के लोगों को उनकी ज़रूरतों तथा भविष्य की आवश्यकताओं के लिये धन की बचत करने, विभिन्न वित्तीय उत्पादों जैसे बैंकिंग सेवाओं, बीमा और पेंशन उत्पादों आदि में भाग लेकर देश के आर्थिक क्रियाकलापों से लाभ प्राप्त करने के लिये प्रोत्साहन प्राप्त होता है।

- ❖ वहीं दूसरी ओर इससे देश को “पूँजी निर्माण” की दर में वृद्धि करने में भी सहायता प्राप्त होती है। इसके फलस्वरूप होने वाले धन के प्रवाह से देश की अर्थव्यवस्था को गति मिलने के साथ साथ आर्थिक क्रियाकलापों को भी संवर्धन प्राप्त होता है।
- ❖ पूर्व में निजी वित्तीय संस्थान सीमित आय वाले ग्राहकों के साथ संलग्न नहीं थे, परंतु अब समय बदल गया है, और इस वर्ग के साथ भी निजी वित्तीय संस्थानों पेटीएम (Paytm), एयरटेल मनी और जियो मनी जैसे पेमेंट बैंक की सक्रिय भागीदारी हुई है, क्योंकि उन्होंने यह महसूस किया है कि गरीबों को वित्तीय दायरे में लाना उनके व्यवसाय मॉडल के लिये भी फायदेमंद है।
- ❖ वित्तीय समावेशन से सरकार को सरकारी सब्सिडी तथा कल्याणकारी कार्यक्रमों में अंतराल एवं हेराफेरी पर रोक लगाने में भी मदद मिलती है, क्योंकि इससे सरकार उत्पादों पर सब्सिडी देने के बजाय सब्सिडी की राशि सीधे लाभार्थी के खाते में अंतरित कर सकती है।

वित्तीय समावेशन के मार्ग में बाधाएं:

- ❖ **ग्राहक की बैंको तक पहुंच नहीं होना:** बैंक खाते सभी वित्तीय सेवाओं के लिये एक प्रवेश द्वार हैं। लेकिन विश्व बैंक की एक रिपोर्ट के अनुसार, भारत में लगभग 190 मिलियन वयस्कों के पास बैंक खाता नहीं है, जिससे भारत, चीन के बाद गैर बैंकिंग आबादी के मामले में दुनिया का दूसरा सबसे बड़ा देश बन गया है।
- ❖ **डिजिटल डिवाइड का बढ़ना:** कम आय वाले उपभोक्ता जो डिजिटल सेवाओं तक पहुंचने के लिये आवश्यक तकनीक का खर्च उठाने में सक्षम नहीं हैं। इन लोगों में तकनीकी कौशल की भी कमी है।
- ❖ **नीतियों के सुचारू क्रियान्वयन का अभाव:** जन धन योजना के परिणामस्वरूप कई हजार निष्क्रिय खाते खुल गए हैं, जिनमें वास्तविक बैंकिंग लेनदेन कभी नहीं हुआ। ऐसी सभी गतिविधियाँ संस्थानों का खर्च बढ़ती हैं और विशाल परिचालन लागत संस्थानों की वित्तीय स्थिति के लिये हानिकारक साबित होती हैं।
- ❖ **अनौपचारिक और नकद आधारित अर्थव्यवस्था:** भारत एक नकदी आधारित अर्थव्यवस्था है, जो डिजिटल भुगतान अपनाने की दिशा में एक चुनौती है। अंतर्राष्ट्रीय श्रम संगठन के अनुसार, भारत में लगभग 81% व्यक्ति अनौपचारिक क्षेत्र में काम करते हैं। लेनदेन के लिये नकदी आधारित अर्थव्यवस्था पर उच्च निर्भरता के साथ एक विशाल अनौपचारिक क्षेत्र का संयोजन डिजिटल वित्तीय समावेशन के लिये एक बाधा बन गया है।
- ❖ **सिस्टम में भरोसे की कमी:** समय-समय पर हुए बैंकिंग घोटाले और अनियमितताओं के कारण ग्रामीण परिवेश के लोगों के बीच में बैंकिंग सिस्टम के बारे में भरोसे की कमी है।

भारत में वित्तीय समावेशन हेतु हो रहे प्रयास :

- ❖ भारतीय रिजर्व बैंक (आरबीआई) ने 2004 में वित्तीय समावेशन के लिए रणनीतियों के आकलन हेतु खान आयोग की स्थापना की थी और आयोग की सिफारिश के अनुसार आरबीआई ने अधिक वित्तीय समावेशन प्राप्त करने की दृष्टि से बैंकों को एक बुनियादी “नो फ्रिल्स” बैंकिंग खाता उपलब्ध कराने के लिए प्रोत्साहित किया।



कासा एवं कारोबार विकास

- ❖ 50000 से कम की वार्षिक जमा राशि वाले खाता खोलने के इच्छुक लोगों के लिए केवाईसी मानदेय में छूट दी गई। सामान्य क्रेडिट कार्ड (जीसीसी) गरीबों और वंचितों को आसान क्रेडिट तक पहुंचने में मदद करने के लिए जारी किए गए।
- ❖ जनवरी 2006 में रिजर्व बैंक ने वाणिज्यिक बैंकों को वित्तीय और बैंकिंग सेवाएं प्रदान करने के लिए गैर सरकारी संगठनों एनजीओ /एसएचजी, सूक्ष्म वित्त संस्थानों और अन्य नागरिक समाज संगठनों की सेवाओं का उपयोग मदद के रूप में करने की अनुमति दी। इन बिचौलियों को वाणिज्यिक बैंकों द्वारा व्यापार सुविधाकरता यानी बीएफ या व्यापार संवाददाता यानि बीसी के रूप में इस्तेमाल किया जा सकता है।
- ❖ वित्तीय समावेशन की दिशा में एक योजनाबद्ध और संरक्षित दृष्टिकोण अपनाने के लिए बैंकों को प्रोत्साहित करने के उद्देश्य से वित्तीय समावेशन योजनाएं भारतीय रिजर्व बैंक द्वारा 2010 में शुरू की गई।
- ❖ आरबीआई ने नाबार्ड के साथ दो निधियों - वित्तीय समावेशन कोष (FIF) और वित्तीय समावेशन प्रौद्योगिकी कोष का गठन किया ताकि वित्तीय समावेशन की विभिन्न लागतों को पूरा किया जा सके।
- ❖ सरकारी योजनाओं के लाभार्थियों का सटीक लक्ष्यीकरण सुनिश्चित करने और रिसाव में कमी हेतु प्रत्यक्ष लाभ स्थानांतरण (DBT) दिसंबर 2014 से पूरे देश में लागू किया गया।
- ❖ वित्तीय समावेशन के लिए राष्ट्रीय मिशन अर्थात प्रधानमंत्री जनधन योजना अगस्त 2014 से शुरू की गई साथ ही सामाजिक सुरक्षा को ध्यान में रखते हुए प्रधानमंत्री जीवन ज्योति बीमा योजना, प्रधानमंत्री जीवन सुरक्षा योजना और अटल पेंशन योजना की भी शुरुआत की गई।
- ❖ वित्तीय समावेशन को और व्यापक बनाने के लिए आरबीआई ने 2015 में लघु वित्त बैंक (SFB) और भुगतान बैंक को बैंकिंग लाइसेंस जारी किये। सितंबर 2018 में इंडिया पोस्ट पेमेंट बैंक (आईपीपीबी) का शुभारंभ किया गया।
- ❖ सूक्ष्म लघु और मध्यम उद्योगों को आसान ऋण मुहिया करने हेतु प्रधानमंत्री मुद्रा योजना चलाई जा रही है साथ ही उद्यमी मित्र और psbloansin59minutes.com जैसे वेब पोर्टल भी लॉन्च किए गए हैं।
- ❖ इसके अलावा प्रौद्योगिकी का लाभ उठाते हुए विभिन्न तरह के मोबाइल सेवा प्रदाताओं को भुगतान बैंक हेतु मंजूरी दी है जिससे धन का प्रेषण आसान हुआ है।
- ❖ वित्तीय शिक्षा का प्रसार करने के लिए आरबीआई ने वित्तीय साक्षरता केन्द्रों (एफएलसी) और बैंकों की ग्रामीण शाखों के माध्यम से वित्तीय साक्षरता के लिए दिशा निर्देश जारी किए हैं।

निष्कर्ष :

आजादी के इस अमृत काल में भारत के लिए वित्तीय समावेशन का महत्व और भी बढ़ जाता है। आरबीआई द्वारा तैयार भारत के लिए वित्तीय समावेशन इंडेक्स 2023 में वित्तीय सेवा तक पहुंच उपयोग और गुणवत्ता के आधार पर इसे 60.10 मापा गया है। इसमें सुधार हेतु निरंतर प्रयास किए जाने की जरूरत है। इसके लिए वित्तीय साक्षरता डिजिटल लेनदेन मांग आधारित बैंकिंग उत्पाद को बढ़ावा देने के साथ-साथ अवसर-चलात्मककमियों को दूर किए जाने की आवश्यकता है।

- श्री रामदयाल कुमावत
पंजाब नेशनल बैंक

कासा और व्यापार विकास - वित्तीय समावेशन का माध्यम

प्रस्तावना

कासा और व्यापार विकास आर्थिक समावेशन के महत्वपूर्ण पहलु हैं। कासा और व्यापार विकास के माध्यम के रूप में आर्थिक समावेशन समृद्धि के पथ की ओर एक महत्वपूर्ण कदम है। वित्तीय समावेशन एक आर्थिक सुधारक के रूप में दुनिया भर में महत्वपूर्ण रूप से मान्यता प्राप्त किया है। इसका मकसद वित्तीय सेवाओं की पहुंच को बढ़ावा देना है ताकि आर्थिक समावेशन को बढ़ावा दिया जा सके। कासा और व्यापार विकास में वित्तीय समावेशन का अत्यधिक महत्व है। यह दोनों क्षेत्रों में समृद्धि और आर्थिक विकास को बढ़ावा देता है और उद्यमिता को प्रोत्साहित करता है। वित्तीय समावेशन एक महत्वपूर्ण प्रक्रिया है जो वित्तीय समृद्धि और आर्थिक विकास को बढ़ावा देने के लिए महत्वपूर्ण है। इसका एक महत्वपूर्ण हिस्सा कासा और व्यापार के विकास में भी होता है। इस निबंध में हम वित्तीय समावेशन के माध्यम के रूप में कासा और व्यापार के विकास के महत्व को जानेंगे। इसमें, हम कासा और व्यापार विकास के संदर्भ में वित्तीय समावेशन के महत्व पर चर्चा करेंगे और हम देखेंगे कि कासा और व्यापार विकास कैसे वित्तीय समावेशन को प्रोत्साहित करते हैं और आर्थिक समृद्धि में अपना योगदान देते हैं। हम यह भी देखेंगे कि कासा और व्यापार विकास के क्षेत्रों में वित्तीय समावेशन कैसे महत्वपूर्ण है और कैसे यह आर्थिक समृद्धि की ओर एक महत्वपूर्ण कदम है।

कासा का महत्व

कासा एक बड़ा भूमिका निभाता है जब बात वित्तीय समावेशन की होती है। कासा वित्त के प्रारंभिक चरण का महत्वपूर्ण हिस्सा होता है, खासकर उन लोगों के लिए जो बैंक खातों तक पहुंचने में समस्याएँ झेल रहे हैं। कासा सामाजिक समावेशन के लिए भी एक महत्वपूर्ण उपाय है, क्योंकि यह उन लोगों को भी वित्तीय सेवाओं की पहुंच दिलाता है जिन्हें पारंपरिक बैंकिंग से वंचित किया गया है।

1. **वित्तीय समावेशन का माध्यम:** कासा, वित्तीय समावेशन का महत्वपूर्ण माध्यम है। यह उन लोगों तक पहुंच बनाता है जिनके पास बैंक खाते नहीं होते हैं या जिनके लिए बैंक खाते खोलना कठिन होता है।
2. **व्यापार और लघु उद्योग:** कासा, व्यापार और लघु उद्योग के लिए आवश्यक है। यह किसी भी व्यवसाय के लिए लेन-देन के लिए आवश्यक होता है और इसके बिना व्यापार संचालित करना मुश्किल हो सकता है।
3. **सामाजिक सुरक्षा:** कासा सामाजिक सुरक्षा का महत्वपूर्ण हिस्सा है। यह उन लोगों के लिए आवश्यक होता है जिनके पास वित्तीय संसाधनों की कमी होती है। कासा सामाजिक सुरक्षा के रूप में कार्य करता है और आर्थिक समावेशन को बढ़ावा देता है।
4. **सहयोग और आर्थिक स्वतंत्रता:** कासा प्रणाली उन लोगों को सहयोग प्रदान करता है जो वित्तीय सेवाओं तक पहुंचने में विफल हो सकते हैं। यह लोगों को आर्थिक स्वतंत्रता प्राप्त करने में मदद करता है, जिससे उनका आर्थिक विकास होता है।
5. **लोकप्रियता और प्राथमिकता:** कासा प्रणाली का उपयोग विभिन्न लोगों द्वारा किया जा सकता है, खासकर वे लोग जो बैंक खातों की जानकारी नहीं रखते हैं।



कासा एवं कारोबार विकास

6. **व्यापार में प्रयास:** कासा प्रणाली का उपयोग व्यापार के सेगमेंट में बढ़ रहा है, खासकर छोटे व्यवसायों और व्यापारिक लोगों के बीच में।
7. **गरीबों के लिए सहायता:** कासा गरीब और असहाय व्यक्तियों को वित्तीय सहायता प्रदान करने का माध्यम है। यह उन्हें ऋण प्रदान करके छोटे व्यवसायों को स्थापित करने का अवसर प्रदान करता है।
8. **सामाजिक समावेशन:** कासा द्वारा सामाजिक समावेशन प्राप्त होता है, क्योंकि यह छोटे व्यवसायों को वित्तीय स्वतंत्रता प्राप्त करने में मदद करता है और उन्हें वित्तीय समृद्धि की ओर आगे बढ़ने का मौका प्रदान करता है।
9. **रोजगार के अवसर:** कासा के माध्यम से नए व्यवसायों की स्थापना होती है, जिससे रोजगार के अवसर प्रदान होते हैं और वित्तीय स्वतंत्रता प्राप्त करने में मदद मिलती है।

व्यापार विकास का महत्व

व्यापार विकास भी वित्तीय समावेशन का महत्व अच्छी तरह से समझता है। यह उद्यमिता को प्रोत्साहित करने में मदद करता है और व्यापारी को संचयन और लेन-देन की सुविधा प्रदान करता है। व्यापार विकास एक आर्थिक समृद्धि के लिए महत्वपूर्ण प्रक्रिया है जिसमें व्यापार और व्यवसाय के क्षेत्र में सुधार किया जाता है। यह उद्यमिता को प्रोत्साहित करता है और रोजगार के अवसर प्रदान करता है। व्यापार विकास द्वारा नए व्यवसायों की स्थापना और मौद्रिक समृद्धि होती है, जिससे समाज में वित्तीय समावेशन को बढ़ावा मिलता है।

1. **रोजगार:** व्यापार विकास रोजगार के अवसरों को बढ़ावा देता है। यह विभिन्न व्यापारिक गतिविधियों के लिए नौकरियों का स्रोत प्रदान करता है और लोगों को रोजगार के अवसर प्राप्त करने में मदद करता है।
2. **आर्थिक समृद्धि:** व्यापार विकास से आर्थिक समृद्धि होती है। यह नए व्यापारों को स्थापित करने में मदद करता है और आर्थिक विकास को प्रोत्साहित करता है।
3. **वित्तीय समावेशन:** व्यापार विकास वित्तीय समावेशन को बढ़ावा देता है। यह वित्तीय सेवाओं की पहुंच को बढ़ावा देता है और ज्यादा से ज्यादा लोगों को वित्तीय स्वतंत्रता प्राप्त करने में मदद करता है।
4. **व्यापारिक उत्थान:** व्यापार विकास के माध्यम से छोटे और मध्यम व्यवसायों को आर्थिक समृद्धि की ओर आगे बढ़ाने का अवसर मिलता है।
5. **डिजिटल व्यापार:** वित्तीय समावेशन के माध्यम से डिजिटल व्यापार को प्रोत्साहित किया जा सकता है, जिससे व्यापारी अधिक सुविधाओं का उपयोग कर सकते हैं।
7. **ऋण प्राप्ति:** व्यापार विकास से ऋण प्राप्ति के लिए सुविधाएं प्रदान की जा सकती हैं, जो नए व्यवसायों के लिए महत्वपूर्ण होती हैं।
8. **आर्थिक समृद्धि:** व्यापार विकास से आर्थिक समृद्धि होती है, क्योंकि यह नए व्यवसायों की स्थापना और आर्थिक विकास को प्रोत्साहित करता है।

9. **रोजगार के अवसर:** व्यापार विकास द्वारा नए व्यवसायों की स्थापना होती है, जिससे रोजगार के अवसर प्रदान होते हैं और लोगों को आर्थिक स्वतंत्रता प्राप्त होती है।
10. **वित्तीय समावेशन:** व्यापार विकास वित्तीय समावेशन को बढ़ावा देता है, क्योंकि यह वित्तीय सेवाओं की पहुंच को बढ़ावा देता है और व्यवसाय के क्षेत्र में वित्तीय स्वतंत्रता प्राप्त करने में मदद करता है।

कासा और व्यापार विकास का संबंध

कासा और व्यापार विकास का काफी गहरा संबंध है। कासा, व्यापार की आरंभिक आवश्यकता को पूरा करता है और व्यापार विकास से वित्तीय समावेशन को बढ़ावा देता है। व्यापार विकास न केवल आर्थिक समृद्धि का स्रोत होता है, बल्कि यह रोजगार के अवसर प्रदान करता है और वित्तीय स्वतंत्रता को प्रोत्साहित करता है। कासा और व्यापार विकास का संबंध बहुत मजबूत है क्योंकि यह व्यवसायी को वित्तीय स्वतंत्रता प्राप्त करने में मदद करता है और उसके व्यापार को विकसित करता है। कासा के माध्यम से वित्तीय सेवाओं की पहुंच बढ़ती है जिससे व्यवसायी वित्तीय स्वतंत्रता का आनंद उठा सकते हैं। यह वित्तीय समावेशन व्यापार को आर्थिक समृद्धि की ओर बढ़ावा देता है और नए व्यवसायों को उत्थान करने का एक महत्वपूर्ण रास्ता प्रदान करता है।

कासा वित्तीय समावेशन का महत्वपूर्ण हिस्सा है, खासकर उन लोगों के लिए जो बैंकिंग संस्थानों तक पहुंचने में कठिनाइयों का सामना कर रहे हैं।

1. **आर्थिक समावेशन:** कासा का प्रयोग वित्तीय समावेशन के लक्ष्यों को प्राप्त करने में मदद कर सकता है, खासकर उन लोगों के लिए जो बैंकिंग संस्थानों में खाता नहीं खोल सकते हैं।
2. **संवित्तीय प्रधानता:** कासा प्रणाली का उपयोग लोगों के लिए वित्तीय प्रधानता प्राप्त करने के लिए एक विकल्प के रूप में किया जा सकता है।
3. **व्यापार के लिए सहायक:** कासा प्रणाली छोटे व्यापारों और व्यवसायिक लोगों के लिए व्यापार के क्षेत्र में एक उपयोगी और सुलभ वित्तीय समावेशन के माध्यम के रूप में काम कर सकता है।

कासा वित्तीय समावेशन का महत्वपूर्ण माध्यम है जो वित्तीय सेवाओं की पहुंच को बढ़ावा देता है और लोगों को वित्तीय स्वतंत्रता प्राप्त करने में मदद करता है। कासा के माध्यम से वित्तीय संचयन और लेन-देन के लिए बैंकिंग सेवाओं का उपयोग बिना नकद के किया जा सकता है।

महत्वपूर्ण तत्व:

1. **वित्तीय स्वतंत्रता:** कासा के माध्यम से लोग अपने पैसे को बैंकों में सुरक्षित तरीके से रख सकते हैं, जिससे उन्हें वित्तीय स्वतंत्रता प्राप्त होती है।
2. **सुरक्षा:** कासा वित्तीय समावेशन की सुरक्षा को बढ़ावा देता है।
3. **सार्वजनिक कैशलेस प्रयास:** वित्तीय समावेशन के माध्यम से सार्वजनिक कैशलेस प्रयास को प्रोत्साहित किया जा सकता है, जैसे कि डिजिटल पेमेंट्स और डिजिटल वित्तीय सेवाएं।



कासा एवं कारोबार विकास

निष्कर्ष :

कासा और व्यापार विकास द्वारा वित्तीय समावेशन के महत्व को दर्शाया जा सकता है। कासा छोटे व्यक्तियों और व्यवसायों को वित्तीय स्वतंत्रता प्राप्त करने का माध्यम होता है, जबकि व्यापार विकास व्यवसायों को बढ़ावा देता है और आर्थिक समृद्धि को प्रोत्साहित करता है। इन दोनों के माध्यम से समाज में वित्तीय समावेशन को बढ़ावा मिलता है और आर्थिक विकास को समर्थन मिलता है। कासा और व्यापार विकास दोनों ही वित्तीय समावेशन के महत्व को समझते हैं और इसे आर्थिक समृद्धि की ओर एक महत्वपूर्ण कदम मानते हैं। इन दोनों के माध्यम से वित्तीय स्वतंत्रता प्राप्त होती है, व्यवसायी को संचयन और लेन-देन की सुविधा मिलती है, और व्यापार को आर्थिक समृद्धि की ओर बढ़ावा दिया जाता है। इसलिए, वित्तीय समावेशन के माध्यम से कासा और व्यापार विकास का संबंध महत्वपूर्ण है और इसे प्रोत्साहित किया जाना चाहिए। कासा और व्यापार विकास का महत्व वित्तीय समावेशन के माध्यम के रूप में आता है, खासकर उन लोगों के लिए जो वित्तीय सेवाओं तक पहुंचने में कठिनाइयों का सामना कर रहे हैं। कासा और व्यापार विकास का मिश्रण वित्तीय समावेशन के लक्ष्यों को प्राप्त करने में मदद कर सकता है और आर्थिक समावेशन को बढ़ावा देने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है।

- श्री जय घोष
यूनियन बैंक ऑफ इंडिया

कासा एवं कारोबार विकास – बैंक के उत्पादों का प्रतिविक्रय

परंपरागत बैंकिंग ग्राहकों से जमा राशियाँ प्राप्त करने और उन्हें ऋण उपलब्ध कराने तक ही सीमित थी। समय के साथ यह पाया गया की प्रायः जमा राशियाँ अधिक और ऋण की राशि कम होने के कारण, बैंकों की (जमा राशियों पर) ब्याज देयताएं अधिक एवं (ऋण पर) ब्याज प्राप्ति की राशि कम हो सकती हैं, जिसके कारण उन्हें लाभप्रदता बनाए रखना चुनौतीपूर्ण होगा।

ऐसे में कासा (चालू एवं बचत खातों) का महत्व बहुत अधिक हो जाता है क्योंकि ये खाते न मात्र कम लागत जमा (low cost deposits) के सिद्ध होते हैं, अपितु इन्हें जन-जन तक पहुंचाना भी सुगम है। यही कारण है की आज बैंक कासा खातों की लोकप्रियता और अधिक बढ़ाने के लिए इनमें नित नवीन विशेषताएँ जोड़ रहे हैं। कासा खातों का महत्व इसलिए भी है क्योंकि ये बैंक को अपने ग्राहकों में अपने यहाँ उपलब्ध अतिरिक्त उत्पादों का प्रतिविक्रय (cross-selling) करने का अवसर प्रदान करते हैं।

प्रतिविक्रय (क्रॉस-सेलिंग): प्रतिविक्रय मौजूदा ग्राहक आधार के लिए अतिरिक्त उत्पादों के विपणन की व्यवस्था है, ताकि हमारे ग्राहकों को लंबे समय तक बनाए रखा जा सके और आनंददायक अनुभव प्रदान किया जा सके। यह अत्यधिक आवश्यक है कि अधिकतम संख्या में उत्पादों और सेवाओं का प्रतिविक्रय बैंको द्वारा किया जाए। इससे न केवल बैंक के प्रति ग्राहकों की निष्ठा बढ़ेगी बल्कि बैंक को अतिरिक्त राजस्व भी प्राप्त होगा। इसके परिणामस्वरूप अंततः बैंक के प्रति ग्राहक उत्पाद (product per customer) में वृद्धि होती है।

बैंकों में कारोबार विकास: स्पष्ट है की बैंक एक व्यापारिक इकाई हैं और इनके पास ग्राहकों की बहुमूल्य जमा पूंजी होती है। उस पूंजी पर ग्राहकों निरापद रूप से ब्याज मिलता रहे ये भारत सरकार एवं भारतीय रिजर्व बैंक के नियामकों के साथ साथ बहुत हद तक इस बात पर निर्भर है की बैंक का कारोबार सतत रूप से बढ़ रहा हो। जहां तक सरकार एवं रिजर्व बैंक के नियामकों का प्रश्न है सभी बैंक इनका अनुपालन सुनिश्चित करते ही हैं। ऐसे में ये भी नितांत आवश्यक है की बैंकों के कारोबार में वृद्धि होती रहे। तभी बैंक लाभप्रदता बनाये रखते हुये ग्राहकों के प्रति अपने उत्तरदायित्वों का निर्वहन सुचारू रूप से कर सकेंगे।

जहां तक कारोबार में वृद्धि का प्रश्न है ये मुख्यतः 2 प्रकार से हो सकती है:

1. **नए ग्राहकों को अपनी बैंकिंग परिधि में लाना:** बैंको को निरंतर प्रयास करते रहना चाहिए की नए ग्राहकों को अपनी परिधि में लाया जाय। सभी बैंक अपने उत्पादों के आक्रामक विपणन के लिए ना-ना प्रकार के उपक्रम करते रहते हैं। और इस प्रयास में अन्य बैंकों से प्रतिस्पर्धा मिलना भी स्वाभाविक है। नए ग्राहकों तक पहुँचना कई बार चुनौतीपूर्ण और खर्चीला हो सकता है। और ऐसे में सही समय पर सही ग्राहक तक पहुँचना अत्यधिक महत्वपूर्ण है, अन्यथा संसाधन व्यर्थ भी हो सकते हैं।
2. **मौजूदा ग्राहकों में बैंक के उत्पादों का प्रतिविक्रय (cross-selling):** कारोबार बढ़ाने का एक सुगम तरीका मौजूदा ग्राहकों में बैंक के उत्पादों का प्रतिविक्रय है। यह कम खर्चीला भी है, क्योंकि मौजूदा ग्राहक तक पहुँचना नए ग्राहकों तक पहुँचने की तुलना में अधिक सुगम होता है। मौजूदा ग्राहक बैंक के पुराने संबंधी होते हैं, और इन्हें बैंक के उत्पादों के बारे में बताना भी आसान है। इन्हें बैंक के अन्य उत्पादों के बारे में बताना उचित भी है और आवश्यक भी। हाँ ये अवश्य ध्यान रखना चाहिए की ग्राहकों की आवश्यकताओं को केंद्र में रखकर ही उन्हें उत्पादों का विकल्प प्रदान किया जाये।



कासा एवं कारोबार विकास

बैंक के उत्पादों के प्रतिविक्रय की आवश्यकता: निस्संदेह बैंक के उत्पादों के प्रतिविक्रय की आवश्यकता निम्न कारणों में हैं:

- **गैर-ब्याज आधारित आय:** उत्पादों के प्रतिविक्रय का सबसे महत्वपूर्ण लाभ गैर-ब्याज आधारित आय है। गैर-ब्याज आधारित आय भी बैंक के लिए उतनी ही महत्वपूर्ण है जितनी की ब्याज आधारित आय, अतएव ये प्रतिविक्रय के महत्व को रेखांकित करती है। प्रतिविक्रय बैंक को गैर-ब्याज आधारित आय बढ़ाने का अवसर देता है। गैर-ब्याज आधारित आय, ब्याज आधारित आय की अपेक्षा कम जोखिम वाली होती है, और निश्चित रूप से इसका योगदान भी सीधे तौर पर बैंक की लाभप्रदता में है।
- **ग्राहकों हेतु विविध बैंक उत्पादों के उपलब्ध विकल्प:** प्रतिविक्रय बैंक को अपने ग्राहकों को एक ही छत के नीचे विविध उत्पादों का विकल्प प्रदान करने में सहायक है। प्रतिविक्रय हेतु बैंक को किसी अतिरिक्त आधारभूत ढांचे की आवश्यकता नहीं पड़ती और बैंक अपने उपलब्ध संसाधनों का उपयोग करते हुये ही अपने ग्राहकों को अतिरिक्त उत्पाद व सेवायें उपलब्ध करा सकता है।
- **ग्राहक प्रतिधारण (customer retention) में सहायक:** प्रतिविक्रय बैंक को अपने मौजूदा ग्राहकों को बनाए रखने में योगदान करता है। बैंक में उपलब्ध उत्पादों की विविधता ग्राहकों को बांधने में सहायक होती है और ग्राहकों को आवश्यकतानुसार उत्पाद उपलब्ध कराने से उनका संबंध बैंक से समय के साथ और प्रगाढ़ हो जाता है। कहना गलत नहीं होगा की आज की आधुनिक बैंकिंग में प्रतिविक्रय बैंकों को अपने ग्राहकों को बनाये रखने में महती भूमिका निभा रहा है।
- **ग्राहक आधार में वृद्धि का अवसर:** प्रतिविक्रय के माध्यम से बैंक अपने ग्राहक आधार में भी वृद्धि कर सकते हैं। ग्राहकों को हम जितनी अधिक विविधता के उत्पाद व सेवायें उपलब्ध कराएंगे, ग्राहक उतने अधिक संतुष्ट एवं प्रफुल्लित होंगे और हमारा एक संतुष्ट ग्राहक अन्य ग्राहकों के समक्ष हमारे बैंक का प्रचारक बन जाता है और उन्हे स्वतः ही हमारे पास तक ले आता है।
- **उत्पादों में नवाचार:** नवाचार किसी भी उद्योग में नितांत आवश्यक है और बैंकिंग भी इससे अछूता नहीं है। नवाचार के अभाव में किसी भी संस्थान अथवा संगठन को अपना अस्तित्व बचाए रखने में अत्यधिक कठिनाई का सामना करना पड़ता है। प्रतिविक्रय बैंक उत्पादों में नवाचार को बढ़ावा देता है, क्यूंकी अपने ग्राहक को अधिक से अधिक उत्पाद उपलब्ध कराने के लिए बैंक इनमें नित नवीन विशेषताएँ जोड़ते रहते हैं। बहुत से हाइब्रिड बैंक उत्पाद इसके प्रमाण हैं। जैसे: बचत खातों में चिकित्सा बीमा की सुविधा, व्हाट्सप बैंकिंग आदि।

बैंक उत्पादों के प्रतिविक्रय में कासा की भूमिका: बैंक उत्पादों के प्रतिविक्रय का महत्व समझने के पश्चात आइए जाने की इसमें कासा की भूमिका क्या है? कासा कम लागत जमा (low cost deposits) के होने के साथ-साथ बैंक उत्पादों के प्रतिविक्रय में महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं, इसे हम निम्न बिन्दुओं के माध्यम से समझ सकते हैं:

- **ग्राहकों तक बेहतर पहुँच:** कासा ग्राहकों तक बैंक की पहुँच बनाने का एक सशक्त माध्यम है। निस्संदेह कासा ग्राहकों को बैंक से जोड़ने का प्रथम सोपान है। कासा ग्राहकों की आधारभूत बैंकिंग आवश्यकता होने के साथ-साथ बैंकों के लिए मूल-भूत अवसर है। क्योंकि कासा के माध्यम से ग्राहक

आसानी से बैंकिंग परिधि में आ जाते हैं, इसलिए इसके आगे उन्हें अतिरिक्त बैंकिंग उत्पाद एवं सेवाओं का प्रतिविक्रय का मार्ग प्रशस्त हो जाता है। एक बार खाता खुल जाने के बाद ग्राहकों की आवश्यकता को ध्यान में रखते हुये उन्हें भिन्न बैंकिंग उत्पाद एवं सेवाओं से जोड़ा जा सकता है।

- प्रति ग्राहक उत्पाद (product per customer) बढ़ाने में सहायक:** प्रति ग्राहक उत्पाद एक ग्राहक द्वारा क्रय किए गए कुल उत्पादों के मूल्य को दर्शाता है। इसे वस्तुओं और सेवाओं की कुल बिक्री को ग्राहकों की कुल संख्या से विभाजित कर के भी प्राप्त किया जा सकता है। आज के समय जब बैंकिंग में प्रतिस्पर्धा अपने चरम पर है, विशेषकर निजी क्षेत्र के बैंकों से सरकारी बैंकों को कठिन प्रतिस्पर्धा मिल रही है, ऐसे में प्रति ग्राहक उत्पाद का महत्व बढ़ जाता है। जैसा की हमने पूर्व में समझा की नए ग्राहकों तक पहुँचने से सुगम मौजूदा ग्राहकों को अतिरिक्त उत्पाद प्राप्त कराना है, ऐसे में कासा बहुत सहायक होते हैं। उदाहरण के तौर पर खाता खुलते ही हम अपने सम्मानित ग्राहकों को आधारभूत उत्पाद जैसे की: एटीएम, चेक-बुक आदि प्रदान करने के साथ-साथ भिन्न प्रकार के डिजिटल बैंकिंग उत्पाद जैसे: मोबाइल बैंकिंग, इंटरनेट बैंकिंग आदि आसानी से प्रदान कर सकते हैं। इतना ही नहीं, इसके बाद ग्राहकों की आवश्यकतानुसार उन्हें अतिरिक्त सेवाएँ जैसे: तीसरे पक्ष के उत्पाद (Third Party Products), सरकार की सामाजिक सुरक्षा सेवायें (Social Security Schemes) आदि भी उपलब्ध कराई जा सकती हैं। प्रति ग्राहक उत्पाद की महत्ता को देखते हुये बहुत से बैंकों ने इसे वित्तीय वर्ष-दर-वर्ष अधिक से अधिक करने की रूपरेखा भी बनाई है।
- कम परिचालन लागत (Operational Cost):** उपरोक्त बिन्दु से ये स्पष्ट हो जाता है की जितना अधिक बैंक प्रतिविक्रय करेंगे, उनके प्रति ग्राहक उत्पाद उतना अधिक होगा और परिणामस्वरूप उनकी परिचालन लागत (operational cost) कम होगी। इसका सीधा और सकारात्मक प्रभाव बैंक के लाभप्रदता पर भी पड़ेगा।
- उत्पाद विविधीकरण (Product Diversification):** कासा के माध्यम से बैंक उत्पाद विविधीकरण कर सकता है। क्यूंकी इन खातों की मौजूदा विशेषताओं में परिवर्तन करना आसान होता है। उदाहरण के लिए बैंकों ने अपने चुनिन्दा कासा खातों में आधुनिक सेवायें जैसे पीओएस (POS) मशीनें आदि उपलब्ध कराना आरंभ कर दिया है। उत्पाद विविधीकरण से हम नए ग्राहकों को भी लुभा सकते हैं।
- डिजिटल उत्पादों का प्रसार:** डिजिटल उत्पादों का प्रसार न केवल बैंकों के लिए आवश्यक है, अपितु ये सरकार के ईज अजेंडा (EASE Agenda) के निर्देशों का अनुपालन कराना भी है। ऐसे में कासा खाते डिजिटल उत्पादों के प्रसार व प्रतिविक्रय में निर्णायक भूमिका निभा सकते हैं।

कासा और प्रतिविक्रय को बढ़ाने के उपाय: कासा और प्रतिविक्रय में वृद्धि हेतु बैंक निम्न उपाय अपना सकते हैं:

- सोशल मीडिया का माध्यम:** आज भारत विश्व में सर्वाधिक इंटरनेट उपयोगकर्ताओं वाले देशों में है। ऐसे में सोशल मीडिया का योजनाबद्ध और नैतिक प्रयोग बैंक को प्रतिस्पर्धा में आगे ले जा सकता है।
- भिन्न संस्थाओं से करार और आक्रामक विपड़न:** बैंक भिन्न संस्थाओं से करार कर उन्हें और उनके कर्मचारियों को उनकी आवश्यकतानुसार उत्पाद उपलब्ध कराकर अपने कारोबार में वृद्धि कर सकता है।



कासा एवं कारोबार विकास

- **कासा खातों हेतु विशिष्ट शिविर लगाना:** कासा खातों हेतु योजनाबद्ध तरीके से उचित समय (जैसे त्योहारों के अवसर) व स्थान पर विशिष्ट शिविर लगाकर प्रतिविक्रय को बढ़ावा दिया जा सकता है।
- **ग्राहक जागरूकता कार्यक्रम:** ग्राहकों को अपने उत्पादों के बारे में जानकारी देने के लिए ग्राहक जागरूकता कार्यक्रम समय समय पर चलाना भी उपयोगी है।

कासा, उत्पादों का प्रतिविक्रय और बैंकों के समक्ष चुनौतियाँ: निस्संदेह कासा खातों, और इनकी सहायता से होने वाले बैंक उत्पादों का प्रतिविक्रय का महत्व बैंक के कारोबार विकास में अत्यधिक है, परंतु इसके साथ बैंकों के समक्ष कुछ चुनौतियाँ भी हैं, जो इस प्रकार हैं:

- **ग्राहकों की आवश्यकताओं का सही आकलन:** ग्राहकों को प्रतिविक्रय के माध्यम से उत्पाद उपलब्ध कराना अच्छा है, परंतु इस प्रयास में यह बहुत आवश्यक है कि, ऐसा करते समय ग्राहकों की आवश्यकता को ही प्राथमिकता दी जाये। हमें ये कदाचित नहीं भूलना है कि ग्राहक और उनका हित ही सर्वोपरि है। ग्राहकों को उनकी आवश्यकता से इतर उत्पाद प्रदान करना बैंक और उसकी छवि हेतु हानिकारक हो सकता है। यह न केवल अनैतिक है, बल्कि ग्राहकों के प्रति बैंक के दायित्वों का उल्लंघन भी है।
- **ग्राहकों की विविध और बदलती अपेक्षाएँ एवं आवश्यकताएँ:** आज के इस प्रतिस्पर्धी काल में ग्राहक अत्यंत जागरूक व सजग है। उसकी अपेक्षाएँ एवं आवश्यकताएँ विविध भी हैं एवं तेजी से बदल भी रहीं है। ऐसे में उनका पूर्वानुमान और ग्राहकों का उनकी आवश्यकताओं के अनुसार वर्गीकरण समय रहते बैंकों को सतत रूप से करते रहना होगा, अन्यथा ग्राहकों को अपने साथ जोड़े रखना संभव नहीं हो पाएगा।

निष्कर्ष: कासा खातों का बैंक के कारोबार विकास में महत्व को रेखांकित करना सूर्य को दीप दिखाने के समान है और इनका योगदान बैंक उत्पादों के प्रतिविक्रय में भी अतुलनीय है। कासा खातों और इनकी सहायता से अपने उत्पादों का प्रतिविक्रय करना बैंकों के लिए जीवनदायी अमृत के समान है। ऐसे में आवश्यकता है बैंक कासा और प्रतिविक्रय दोनों की ही अपने कारोबार वृद्धि हेतु महत्ता को समझते हुये योजनाबद्ध रूप से कार्य करें।

- श्री आशुतोष त्रिपाठी
पंजाब नेशनल बैंक

बैंक के उत्पादों का प्रतिविक्रय (Cross Selling of Bank's products)

बैंकिंग सेवाएँ ग्राहकों के लिए आवश्यक हैं, और बैंकिंग संस्थान उनकी आर्थिक जरूरतों को पूरा करने में मदद करते हैं। बैंकों को अपने संग्रहित ग्राहकों को अधिक सेवाएँ प्रदान करने की आवश्यकता होती है। इसके लिए एक अद्वितीय और सुसंगत दृष्टिकोण क्रॉस सेलिंग हो सकता है, जिससे बैंक उत्पादों को प्रभावी रूप से नये ग्राहकों तक पहुँचाया जा सके। क्रॉस सेलिंग का मुख्य उद्देश्य ग्राहक की जरूरतों और आवश्यकताओं के आधार पर उन्हें सही और उपयुक्त बैंक उत्पादों और सेवाओं की ओर प्रवृत्त करना है। यह ग्राहकों के लिए लाभकारी है, क्योंकि वे अधिक सेवाएँ प्राप्त करते हैं और बैंक भी अधिक व्यापार बढ़ाता है। इस लेख के प्रारंभ में अब्राहम लिंकन द्वारा दिये गये वक्तव्य का उल्लेख करना चाहूँगा।

अगर मेरे पास एक पेड़ काटने के लिये आठ घंटे है, तो मैं छः घंटे कुल्हाड़ी तेज़ करने में लगाता।

**-अब्राहम लिंकन
हार्ड वर्क से स्मार्ट वर्क**

अब्राहम लिंकन द्वारा दिया गया उपरोक्त वक्तव्य आज के वर्तमान बैंकिंग परिदृश्य में पूर्णतः लागू होता है। वर्तमान दौर में “कार्य में बुद्धिमत्ता का प्रयोग” बेहतर परिणाम दे सकता है, सिर्फ कड़ी मेहनत बिना बुद्धिमत्ता के प्रदर्शन के शायद वांछित परिणाम न दे पाये। वर्तमान बैंकिंग एवं अर्थव्यवस्था के दौर में जहाँ अति कठिन प्रतिस्पर्धा का सामना सभी प्रतिस्पर्धी बैंकिंग कंपनियों को करना पड़ रहा है। वहाँ “ग्राहकों का विश्वास” हासिल करना अत्यंत ही आवश्यक है। इस दिशा में प्रभावी “क्रॉस सेलिंग” का प्रदर्शन मील का पत्थर सबित हो सकता है। वर्तमान बैंकिंग परिदृश्य में नये ग्राहकों को जोड़ना ही सिर्फ चुनौतीपूर्ण कार्य नहीं है बल्कि उन्हें अपने साथ लंबे समय तक जोड़े रखना ज्यादा चुनौतीपूर्ण है। इस प्रयोजन को साधने में प्रभावी “क्रास सेलिंग” प्रक्रिया काफी हद तक मददगार सबित हो सकती है। वर्तमान दौर में हम “डाटा एवं आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस” के महत्त्व से भली भाँति परिचित हैं। हमारे पास हमारे, लाखों करोड़ों ग्राहकों का समुचित विवरण (डेटा) उनकी आयु वर्ग, क्रय शीलता, आय वर्ग, आदि आदि समस्त विवरण उपलब्ध है। ग्राहकों से संबंधित यह आँकड़ा उस कोयले के समान है जिनको निखार एवं तराश कर हीरा बनाना हमारा कार्य एवं हमारी क्षमता पर निर्भर है। यह कार्य उस जौहरी की तरह है जो हीरा को तराश कर उसको उसके उचित मूल्य के काबिल बनाता है। कभी कभी हम हमारे पास मौजूद बहुमूल्य खजाने से अनभिज्ञ रहते हैं, और हमारे प्रतिस्पर्धी संस्थान उसे उसकी उचित कद्र कर अपने संस्थान से जोड़ने में कामयाब हो जाते हैं। क्रॉस सेलिंग की प्रक्रिया मूलतः अपने ग्राहकों के बारे में जानना है। क्रॉस सेलिंग की प्रक्रिया द्वारा हम अपने वर्तमान ग्राहकों को एक या एक से अधिक बैंकिंग उत्पाद या सेवा प्रदान करते हैं। वर्तमान दौर में हमारी समस्त बैंकिंग शाखाएँ एक छत के नीचे कई प्रकार के बैंकिंग उत्पाद एवं सेवा प्रदान करने में पूर्णतया सक्षम हैं। ये ग्राहक एवं बैंक दोनों के लिए लाभदायक परिस्थिति है।

प्रभावी रूप से बैंक के उत्पादों के प्रतिविक्रय (क्रॉस सेलिंग) हेतु निम्न जानकारी अत्यावश्यक है:

- ग्राहकों से संबंधित
- उत्पाद से संबंधित



कासा एवं कारोबार विकास

- बैंक में लागू वर्तमान प्रक्रिया से संबंधित
- प्रतिस्पर्धी बैंक के उत्पाद एवं सेवा संबंधित

प्रभावी क्रॉस सेलिंग की प्रक्रिया से ना सिर्फ बैंकिंग आय में वृद्धि की जा सकती है अपितु तुलनात्मक रूप से कम खर्च में अपने बैंकिंग उत्पाद को वर्तमान ग्राहकों को बेचा जा सकता है. पूर्व में किये गए “शोध कार्य” के आँकड़े यह परिलक्षित करते हैं कि जिन ग्राहकों के पास एक या एक से अधिक बैंकिंग उत्पाद हैं उनका बैंक से जुड़े रहने की संभावना तुलनात्मक रूप से ज्यादा है. उदाहरण के तौर पर अगर किसी ग्राहक के पास सिर्फ एक बैंकिंग उत्पाद है तो उसका बैंक के साथ लंबी अवधि तक जुड़े रहने की संभावना मात्र 15% है अगर किसी ग्राहक के पास दो बैंकिंग उत्पाद हैं तो उसका उस बैंक के साथ जुड़े रहने की संभावना 50% है और अगर किसी ग्राहक के पास उस बैंक के तीन या तीन से अधिक उत्पाद हैं तो उसका उस बैंक के साथ लंबी अवधि तक बने रहने की संभावना 80% से अधिक है. अतः यह निश्चित रूप से बैंक के लिए एक लाभकारी प्रयोजन है.

यहाँ मैं क्रॉस सेलिंग को प्रभावी तौर से सफलतापूर्वक कार्यान्वित करने हेतु “परेटो प्रिन्सिपल” पर प्रकाश डालने का प्रयास करूँगा. परेटो प्रिन्सिपल को 20:80 फॉर्मूला के तौर पर भी जाना जाता है. सामान्यतया परेटो प्रिन्सिपल यह बताता है कि किसी भी कंपनी का 20% उत्पाद उस कंपनी का 80% राजस्व प्रदान करता है. 20% ग्राहक किसी संस्थान को 80% राजस्व प्रदान करते हैं. यह सामान्यतया हमारे हर बैंकिंग शाखा में भी लागू होता है. अगर हम ध्यानपूर्वक अध्ययन करें तो हम पाएँगे कि हमारे शाखा में 20% ग्राहकों के पास हमारा 80% डिपॉजिट हैं एवं उसी शाखा में करीब 20% ग्राहकों के पास हमारा 80% ऋण खाता में योगदान है.

अब यहाँ, एक प्रश्न उत्पन्न होता है कि क्या हम अपने शाखा स्तर पर उन 20% ग्राहकों के बारे में पूर्णतः अवगत हैं जो हमें हमारे आय एवं राजस्व में 80% का योगदान दे रहे हैं. सफल एवं प्रभावी क्रॉस सेलिंग के लिए अत्यंत आवश्यक है कि हम अपने ग्राहकों के बारे में पूर्णतः अवगत रहे. साथ ही हमें हमारे उत्पाद के बारे में पूर्ण एवं समुचित जानकारी हो. इतना ही नहीं हमें अपने प्रतिस्पर्धी बैंक के उत्पादों एवं दिये जा रहे सेवाओं के बारे में भी समुचित जानकारी होनी चाहिए. तब ही हम तुलनात्मक अध्ययन करके अपने ग्राहकों को बेहतर उत्पाद प्रस्तुत कर सकते हैं. यह भी ध्यान रखने की आवश्यकता है कि जिन 20% ग्राहकों के बारे में हम चर्चा कर रहे हैं उन ग्राहकों में तुलनात्मक रूप से अधिक क्रय शीलता होती है और हमारा क्रॉस सेलिंग का प्रयास उन 20% प्रतिशत ग्राहकों के समक्ष होगा तो हमें निश्चय ही बेहतर परिणाम मिलेंगे.

यहाँ इस बात पर भी ध्यान रखने की आवश्यकता है कि ये क्रॉस सेलिंग की प्रक्रिया कतई नई प्रक्रिया नहीं है ना ही इसके लिए कोई विशेष तकनीक या ज्ञान की आवश्यकता है. हम अगर इर्द गिर्द देखें जहाँ सामान्यतया एक छोटा किराना व्यापारी जो एक आम मोहल्ले में अपनी दुकान चलाता है, उसे अपने दुकान के इर्द गिर्द रहने वाले ग्राहकों के बारे में लगभग लगभग पूरी जानकारी होती है, उसे अपने ग्राहकों की आय एवं क्रय शीलता के बारे में भी समुचित जानकारी होती है. अपने उत्पाद के बारे में भी जानकारी होती है, साथ ही उसे प्रतिस्पर्धा का भी सामना करना पड़ता है. इस प्रतिस्पर्धा के दौर में आगे बढ़े रहने के लिए वह अपने ग्राहकों के बारे में पूरी जानकारी रखता है, और उनके मुताबिक उनको उत्पाद बेचने का समुचित प्रयास करता है.

एक और छोटा किंतु प्रभावी उदाहरण के तौर पर पान विक्रेता का भी अध्ययन किया जा सकता है। एक छोटे पान विक्रेता की दुकान में जैसे ही कोई ग्राहक आता है, तो पान विक्रेता को उस ग्राहक की पसंद और नापसंदगी के बारे में पूरी जानकारी होती है। उस ग्राहक की उपस्थिति मात्र से ही पान विक्रेता अपने ग्राहक के पसंद अनुसार उत्पाद को उसके सामने प्रस्तुत करता है, और ग्राहक भी इस बात को पसंद करता है। एक चाय विक्रेता एक छोटी सी चाय की दुकान पर अपने ग्राहकों के बारे में समुचित जानकारी रखता है, जो उसके रोजमर्रा के ग्राहक है और उसी अनुसार उनको वो उत्पाद प्रस्तुत करने की चेष्टा करता है। इससे एक लगाव की प्रक्रिया भी आगे बढ़ती है जहाँ पर ग्राहक ये महसूस करता है कि विक्रेता मेरी पसंदगी और नापसंदगी के बारे में जानकारी रखता है, और एक रिश्ता क्रेता और विक्रेता के बीच में उत्पन्न हो जाता है, जो लंबी अवधि तक चलता है। अब यहाँ यह प्रश्न पैदा होता है कि एक छोटे से किराना व्यापारी, एक पान विक्रेता, एक चाय विक्रेता को अपने ग्राहकों के पसंद और नापसंद के बारे में समुचित जानकारी है, किंतु क्या हमें आज के वर्तमान दौर में हमारे बैंकिंग शाखा में जहाँ पर हमारे पास समस्त आँकड़े अपने ग्राहकों के बारे में मौजूद है, उनका पता, उनकी आय एवं आयु वर्ग, उनका मोबाइल और सूचना सम्पर्क. किंतु क्या हम यहाँ सुनिश्चित कर पाने की स्थिति में है कि हम अपने उन 20% ग्राहकों के बारे में पूर्णतः अवगत हैं, जो हमारे 80% व्यवसाय में भागीदार है। यहाँ हम से एक भूल “जाने - अनजाने” ये हो जाती है कि शायद हमें हमारे उन 20% ग्राहकों के बारे में समुचित जानकारी ना हो जो हमारी आय और राजस्व का 80% योगदान दे रहे हैं। किंतु हमारे प्रतिस्पर्धी बैंक को निश्चित रूप से यह पता है कि ये वो 20% ग्राहक है जो हमारे बैंक को 80% योगदान दे रहे हैं। यहाँ इस बात पर भी गौर करना वाजिब होगा कि शायद हमें हमारे उन 20% ग्राहकों के बारे में पूरी जानकारी ना हो परन्तु उन 20% ग्राहकों को ये जरूर एहसास है कि वो हमारे शाखा में शाखा के व्यवसाय में 80% योगदान दे रहे हैं, और शायद ये ही वजह है कि वो कभी कभी हमसे कुछ ज्यादा अपेक्षा रखते है। अब प्रश्न ये पैदा होता है कि अगर वो हमसे ज्यादा अपेक्षा रखते हैं, बेहतर व्यवहार, अधिमान्य उपचार की उम्मीद रखते है तो, क्या गलत है? शायद नहीं। यहाँ यह भी पूर्णतया व्यवहारिक एवं सत्य है कि ये हमारा बैंकिंग सेवा का दायित्व हमारे समस्त ग्राहकों के बारे में एक समान होना चाहिए। वो 80% ग्राहक जो हमें हमारे व्यवसाय का, हमारे राजस्व का 20% योगदान कर रहे हैं या वो 20% ग्राहक जिनके बारे में हम लगातार चर्चा कर रहे हैं, जो हमें हमारे व्यवसाय व राजस्व का 80% योगदान दे रहे हैं। मौजूदा समय की माँग है कि हम उन 20% ग्राहकों की पसंदगी और ना पसंदगी को कतई अनदेखा न करें। क्योंकि, उनके पास क्रय शक्ति का अभाव नहीं है, उनके द्वारा हम उनके सामाजिक एवं आर्थिक वर्ग में प्रवेश कर नये ग्राहकों को अपने बैंक के साथ जोड़ सकते है। अतः जब हम क्रॉस सेलिंग का प्रयास सही जगह करते है तो उसमें सफलता प्राप्त करने की संभावना तुलनात्मक रूप से ज्यादा होगी।

अंत में मैं एक उक्ति से अंत करना चाहूँगा:

“प्रयास करना महत्वपूर्ण है, लेकिन प्रयास कहाँ करना है इसका जानकारी होना ज्यादा महत्वपूर्ण है”

- श्री शैलेश कुमार
यूनियन बैंक ऑफ इंडिया



कासा एवं कारोबार विकास - कारोबार संवृद्धि के उपाय

शायद एक आम नागरिक कासा शब्द से अंजान हों, यह शब्द उनके लिए एक तकनीकी जार्गन हो सकता है। लेकिन बैंकों के लिए कासा वह शब्द है जिसके लिए उन्हें कड़ी मेहनत करनी है। कासा अर्थात् करेंट अकाउंट एवं सेविंग्स अकाउंट अर्थात् चालू खाते एवं बचत खाते, बैंकों की प्राणवायु है। यह बैंक के जमा का मेरुदंड है। कासा की महता इससे पता चलती है कि हर बैंक अब पूरे वर्ष कासा से संबन्धित विभिन्न कैम्पेन करती रहती है ताकि कासा लक्ष्यों की पूर्ति हो सके।

बैंकिंग के संदर्भ में भारतीय मानसिकता की बात करें तो भारतीय लोग बचत पर अधिक विश्वास करने वाले लोग हैं। संतानों की शिक्षा — दीक्षा, विवाह आदि के लिए एक आम भारतीय सदा ही वित्तीय चिंताओं से घिरा रहता है। वह भविष्य की बड़ी वित्तीय जरूरतों के लिए अपनी आय से थोड़ी-थोड़ी राशि बैंक में जमा करता है। भारतीय बैंकों के पास अपनी जमाराशि का एक बड़ा हिस्सा मध्यम वर्गीय परिवारों से आता रहा है।

वर्ष दो हजार के बाद बैंकिंग तकनीक के प्रचार प्रसार से और मोबाइल के लोकप्रिय होने से लोगों को अपने खातों की सीधी पहुँच मिलने लगी। अब वे बैंक के एप्प एवं इंटरनेट बैंकिंग के माध्यम से बचत एवं चालू खातों को विभिन्न मार्गों से उपयोग करने लगे।

वर्ष 2016 के नवंबर महीने में विमुद्रीकरण के बाद बैंकों में जमाराशियों का ढेर लग गया। सावधि जमा हो या अल्पावधि जमा सब लक्ष्य पूरे हो गए। लेकिन सबको पता था यह स्थिति बड़ी ही अस्थायी है। और हुआ भी यही। विभिन्न बैंकों के तुलन पत्र का अध्ययन करें तो पाते हैं कि लो कोस्ट डिजिट के आगमन से बैंकों की लाभ प्रदत्ता में भारी बढ़ोतरी हुई। किन्तु कोरोना के आने के बाद लोगों की वित्तीय निर्णय में काफी परिवर्तन आए।

हाल ही में आरबीआई की एक रिपोर्ट के अनुसार :-

- ✓ भारतीय परिवारों की वित्तीय बचत जीडीपी की तुलना में 2022-23 में घटकर 50 साल के निचले स्तर 5.1 फीसदी पर आ गई है।
- ✓ रुपये में यह बचत 13.77 लाख करोड़ है। आरबीआई आंकड़ों के मुताबिक, 2021-22 में परिवारों की वित्तीय बचत 7.2 फीसदी या 16.96 लाख करोड़ रुपये थी।
- ✓ कोरोना के दौरान 2020-21 में यह 11.5 फीसदी (22.8 लाख करोड़) और 2019-20 में 8.1 फीसदी पर थी।

बैंकों के लिए साथ ही नियामक के लिए भी यह एक खतरे की घंटी है, क्योंकि लोगों में कई प्रकार के ऋण लेकर जीवन शैली, यात्रा, महंगे गैजेट्स आदि पर खर्च करने का चलन बढ़ा है। साथ ही वेतन आदि से आय को भी वे अब बचत करने की बजाय उसे खर्च करने में उत्सुक दिखते हैं।

हालांकि कोई व्यक्ति अपनी धनराशि के उपयोग एवं निवेश के निर्णय के लिए स्वतंत्र है लेकिन फिर भी यह प्रवृत्ति लंबे समय के लिए अर्थ व्यवस्था एवं बैंकिंग के लिए ठीक नहीं है। यावज्जीवित सुखं जीवित, ऋणं कृत्वा घृतं पिबेत। अर्थात् जब तक जीवन है सुखों का उपभोग कर लेना चाहिए। यह मानसिकता विपन्नता और अस्थायी सुखों का संकेत करती है।

लोगों में बचत मानसिकता से ही बैंकों में धनराशि जमा होती है और वही जमा धनराशि से बैंक निवेश एवं ऋण आदि देते हैं।

कासा की विशेषताएं

- ग्राहकों को आवश्यकतानुसार धनराशि जमा करने और निकालने की अनुमति देता है।
- जमा पर ब्याज मिलता है हालाँकि आमतौर पर शुद्ध बचत खाते की तुलना में कम दर पर
- चेक बुक, डेबिट कार्ड और ऑनलाइन बैंकिंग सेवाएं जैसी सुविधाएं प्रदान करता है
- बैंकों को अपने नकदी भंडार का प्रबंधन करने में मदद मिलती है क्योंकि कासा खातों में जमा को स्थिर और दीर्घकालिक माना जाता है
- व्यक्ति, व्यवसाय और अन्य संगठन इसका उपयोग वित्तीय लेनदेन के लिए कर सकते हैं।

कासा के लाभ (“बिन कासा सब सून”)

- ग्राहकों को उनके बैंकिंग लेनदेन के लिए सुविधा और लचीलापन प्रदान करता है।
- जमा पर ब्याज का भुगतान किया जाता है, जिससे ग्राहकों को अपने पैसे पर रिटर्न अर्जित करने की अनुमति मिलती है।
- कासा खातों में जमा राशि अन्य प्रकार की जमाओं की तुलना में अधिक स्थिर होती है, वे बैंकों को अपनी तरलता प्रबंधित करने में मदद करते हैं।
- ग्राहकों के साथ दीर्घकालिक संबंध बनाने में मदद करता है, जिससे अधिक व्यावसायिक अवसर मिलते हैं

कासा कारोबार बढ़ाने के लिए बैंकों द्वारा अपनाई जाने वाली रणनीति:

- 1) ग्रामीण क्षेत्रों में पैठ बनाना।
- 2) मेट्रो एवं शहरों में विभिन्न विभागों / शिक्षा संस्थानों से संपर्क।
- 3) नए स्टार्ट अप के लिए कस्टमाइज्ड कासा उत्पाद
- 4) डिजिटल पीढी अर्थात युवाओं के लिए कासा को डिजिटल नवोन्मेषिता से जोड़ना
- 5) कासा खातों का उनके शेष राशि के आधार पर वर्गीकरण एवं मूल्य वर्धित सेवाएँ।

कासा और चुनौतियाँ

- उच्च रिटर्न वाले गैर बैंकिंग उत्पाद
- एनबीएससी द्वारा कासा उच्च ब्याज देना
- अत्यधिक प्रतिस्पर्धा
- शेयर मार्केट एवं म्यूचुअल फंड के आधार में वृद्धि
- अत्यधिक अनिश्चितता
- सरकारी जमा का धीरे धीरे रियल टाइम आधार पर खाते में आना और फिर योजनाओं में खर्च होना

कासा एवं शेयर बाजार

अब भारतीय लोग बैंकों में खासकर कासा में जमा रखने की बाजार निवेश के विभिन्न माध्यम ढूंढते हैं।



कासा एवं कारोबार विकास

बाजार में निवेशक रुचि दिखा रहे हैं। ये भी एक कारण है कि चालू वर्ष (2023) के सितंबर महीने में डीमैट खातों की संख्या में बढ़ोतरी देखी गई है। सितंबर महीने में डीमैट खाते बढ़कर 12.97 करोड़ हो गए हैं। सालाना आधार पर देखें तो ये 26 प्रतिशत की वृद्धि है।

डीमैट खातों की संख्या में हो रही इस बढ़ोतरी के पीछे कारणों पर नजर डालें तो मुख्य रूप से इक्विटी से मिल रहा आकर्षक रिटर्न एक कारण है। एनएसडीएल और सीडीएसएल के आंकड़ों के अनुसार, महीने के दौरान 30.6 लाख से ज्यादा डीमैट खाते खोले गए।

अगस्त में यह आंकड़ा 31 लाख था। यह लगातार दूसरा महीना है जब नए खुले डीमैट खातों की संख्या 30 लाख से ज्यादा रही।

आशय यह है कि निवेशक अब कासा में रकम रखने की बजाए उसे शेयर मार्केट एवं नए आईपीओ लगाना पसंद कर रहे हैं। हालांकि इससे कासा का आधार घटेगा लेकिन इसका एक सकारात्मक पहलू यह है कि शेयर बाजार में लेन देन भी कासा खाते से ही होता है अतः वहाँ पर धन राशि आती जाती रहती है और कई बार लंबे समय तक भी रहती है।

कासा एवं म्यूचुअल फंड

भारत में यूनिक म्यूचुअल फंड इन्वेस्टर्स की संख्या सितंबर महीने में 4 करोड़ यानी 40 मिलियन के आंकड़े को पार कर गई है। पिछले 21 महीनों में म्यूचुअल फंड इंडस्ट्री में करीब 1 करोड़ नए लोगों ने प्रवेश किया। म्यूचुअल फंड में निवेशकों की संख्या इस साल कुल आय कर फाइलिंग की लगभग 57 प्रतिशत है और देश में कुल जितने पैन कार्ड होल्डर्स हैं उनमें से 6.5 प्रतिशत लोग म्यूचुअल फंड में निवेश कर रहे हैं। सितंबर में इंडस्ट्री ने पहली बार सिप के जरिये 16,000 करोड़ रुपये से ज्यादा जुटाए हैं।

म्यूचुअल फंड में जाने वाला धन कासा से ही होकर जाता है, अतः इससे भी कारोबार विकास में मदद मिल सकती है।

कासा एवं प्रधानमंत्री जन-धन योजना

दुनिया के सबसे बड़े वित्तीय समावेशन मिशन प्रधानमंत्री जन-धन योजना के तहत 500 मिलियन का आंकड़ा पार कर लिया, इसकी शुरुआत के नौ साल बाद ₹ 2 लाख करोड़ से अधिक जमा और 55.5% से अधिक बैंक खाते महिलाओं के थे।

“जन धन-आधार-मोबाइल (जेएएम) आर्किटेक्चर ने आम आदमी के खातों में सरकारी लाभों को निर्बाध रूप से स्थानांतरित करने में सक्षम बनाया है। पीएमजेडीवाई खाते डीबीटी डप्रत्यक्ष लाभ हस्तांतरण, जैसी जन-केंद्रित पहल का आधार बन गए हैं और समाज के सभी वर्गों, विशेषकर वंचितों के समावेशी विकास में योगदान दिया है।

पीएमजेडीवाई का उपयोग गरीबों को बिना किसी लीकेज के कल्याण पैकेज वितरित करने के लिए किया गया है, जिसमें सीओवीआईडी -19 वित्तीय सहायता, पीएम-किसान, मनरेगा के तहत बढ़ी हुई मजदूरी और बीमा कवर शामिल हैं। राष्ट्रव्यापी कोविड लॉकडाउन के 10 दिनों के भीतर, लगभग 200 मिलियन महिला पीएमजेडीवाई खातों में डीबीटी के माध्यम से तीन महीने के लिए प्रति माह रूपए 500 की वित्तीय सहायता जमा की गई।

इस तरह से कासा के विकास में प्रधानमंत्री जन-धन योजना की भूमिका अभी और बढ़ेगी।

डिजिटल बैंकिंग एवं कासा

भारत में यूनिकाइड पेमेंट्स इंटरफेस (यूपीआई) ने भुगतान-व्यवस्था में एक क्रांति का सूत्रपात किया। यूपीआई भुगतान के आधिकारिक आंकड़ें दर्शाते हैं कि यूपीआई की ओर भारतीय नागरिकों का रुझान तेजी से बढ़ रहा है जो कि एक डिजिटल अर्थव्यवस्था हेतु अति सुखद संकेत है।

लोक कल्याणकारी योजनाओं के कार्यान्वयन में डिजिटल बैंकिंग ने अब तक महत्वपूर्ण भूमिका निभाई है। जनधन, आधार और मोबाइल के माध्यम से लगभग 52 मंत्रालयों की 300 से ज्यादा योजनाएं प्रत्यक्ष लाभ अंतरण (डीबीटी) के अंतर्गत आ चुकी हैं साथ ही 2014-2015 से 2021-2022 तक 23 लाख करोड़ रूपए की राशि सीधे लाभार्थियों के बैंक खातों में अंतरित की गई है। यह डिजिटल माध्यम से वित्तीय समावेशन का उत्तम उदाहरण है।

डिजिटलीकरण को और गति देने के लिए वर्तमान सरकार ने देश में अबतक 5.75 लाख किलोमीटर लंबी फाइबर केबल का जाल बिछाया है और पिछले 8 सालों में 1.80 लाख गांवों को इससे जोड़ने का काम किया गया है। यह डिजिटल विभाजन को पाटने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाएगी।

देश के प्रधानमंत्री श्री मोदी ने भी कई बार कहा है कि *प्रौद्योगिकी एक सेतु है*, न कि विभाजक।

डिजिटल होती दुनिया में साइबर अपराध एक गंभीर समस्या है। हैकरों द्वारा प्रायः उन्ही कंप्यूटर नेटवर्कों में सेंध लगाई जाती है, जिनका सुरक्षा-नेटवर्क कमजोर होता है। अतः तकनीक को उन्नत करते हुए तकनीकी रूप से सुदृढ़ नेटवर्क का निर्माण करना हमारी प्राथमिकता अवश्य होनी चाहिये, लेकिन उन्नत होती तकनीक से हैकर भी स्वयं को उन्नत करते जाते हैं और साइबर अपराध, पूर्णतः बंद हो जाएं यह शायद ही संभव हो पाए। ऐसे में साइबर सुरक्षा का आर्थिक पक्ष भी उतना ही महत्वपूर्ण है, जितना कि इसका तकनीकी पक्ष।

बिना साइबर तंत्र के मजबूती के बैंकिंग में व्यवसाय की वृद्धि की कल्पना भी नहीं की जा सकती।

निष्कर्ष

बैंकिंग कारोबार में कासा का स्तर हमेशा समान रहे यह संभव नहीं है। ब्लॉक चेन तकनीक एवं सीबीडीसी यानी ई-रूपी आने के बाद इसपर और भी प्रभाव पड़ेगा लेकिन फिर भी बैंकिंग में कासा की भूमिका नए रूप एवं नए कलेवर में देखने को मिल सकती है। उत्कृष्ट ग्राहक सेवा, यूपीआई का अधिक से अधिक प्रयोग आदि से कासा को बढ़ाया जा सकता है एवं अंतिम व्यक्ति तक वित्तीय समावेशन से आगे डिजिटल समावेशन से उसकी जेब की बजाए उसके खाते में आने और जाने वाला धन कासा को प्रासंगिकता प्रदान करता रहेगा। कारोबार संवृद्धि के उपायों में बीमा, स्वर्ण जमा योजना, नए उद्यमों के लिए नवोन्मेषी उत्पाद आदि महत्वपूर्ण हैं।

बैंकिंग भी संसार और प्रकृति की तरह ही परिवर्तनशील है। इसी परिवर्तन को अंगीकार कर के आगे बढ़ाना है।

कौन कहता है आसमान में सुराख नहीं हो सकता, एक पत्थर तो तबीयत से उछालो यारो !

- श्री गौतम कुमार
बैंक ऑफ बड़ौदा

कासा और व्यवसाय विकास

परिचय :

आधुनिक व्यवसाय के गत्यात्मक परिदृश्य में, वित्तीय संस्थान देश की आर्थिक विकास की धारा को अग्रसर करने और उद्यमशीलता की भावना को बढ़ावा देने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं। इस जटिल वित्तीय पारिस्थितिकी तंत्र के केंद्र में कासा (चालू खाता एवं बचत खाता) एक ऐसी मौलिक अवधारणा है जो बैंकों और व्यवसाय, दोनों के लिए समान रूप से अत्यधिक महत्व रखती है। चालू और बचत खाता (कासा) जमा राशि बैंकों के लिए धन के एक महत्वपूर्ण स्रोत का प्रतिनिधित्व करते हैं, लेकिन उनकी महत्ता वित्तीय साधनों के एक श्रृंखला से कहीं अधिक है। कासा एक शक्तिशाली उत्प्रेरक है जो व्यवसाय विकास और आर्थिक प्रगति के इंजन को गति प्रदान करता है। कासा जमा बैंकिंग व्यवस्था में आमजनता और व्यवसाय के भरोसे का प्रतीक है। यह समग्र रूप में, वित्तीय संस्थानों और उनके ग्राहकों के बीच सहजीवी-संबंध के प्रमाण के रूप में कार्य करता है।

इस आलेख के माध्यम से हम कासा जमा और व्यवसाय विकास के बीच जटिल अंतरसंबंधों पर प्रकाश डालने तथा आर्थिक परिदृश्य को आकार देने में कासा की महत्वपूर्ण भूमिका पर प्रकाश डालने तथा यह जानने का प्रयत्न करेंगे कि कासा क्यों महत्वपूर्ण है और यह किस प्रकार बैंक के व्यावसायिक स्रोतों, उभरते व्यवसाय/ बैंकिंग परिदृश्य में एक उत्प्रेरक के रूप में निर्बाध वित्तपोषण का आधार प्रदान करता है। इसके अलावा, हम कासा की समग्र स्थिति में सुधार लाने की रणनीतियों, अधिक कासा के अन्य पहलू और भारतीय बैंकों की कासा की वर्तमान स्थिति का पता लगाने की कोशिश भी करेंगे। तो, आइए कासा की बहुआयामी दुनिया की तलाश करें और यह जानने का प्रयास करें कि निरंतर विकासमान व्यावसायिक परिदृश्य में कासा किस प्रकार व्यवसाय विकास की आधारशिला के रूप में कार्य करता है।



कासा और बैंकों के लिए इसका महत्व

कासा अथवा चालू खाता एवं बचत खाता, बैंकों के जमा आधार का एक महत्वपूर्ण घटक है। यह चालू और बचत खातों से आने वाली जमा राशि के अनुपात को दर्शाता है। कासा कई कारणों से बैंकों के लिए महत्वपूर्ण है:

1. **स्थिर फंडिंग:** कासा जमा को बैंकों के लिए फंड का स्थिर और कम लागत वाला स्रोत माना जाता है। आम तौर पर जमा राशियों के अन्य स्वरूपों की तुलना में कासा जमा पर कम ब्याज देना पड़ता है, जिससे बैंकों के लिए यह कम लागत वाली जमा राशि का बहुत बड़ा स्रोत है।
2. **तरलता:** कासा खाते आसानी से सुलभ धनराशि प्रदान करते हैं; जिससे बैंक की तात्कालिक धनराशि की जरूरतों की पूर्ति, धन निकासी की जरूरतों की पूर्ति और कुशलतापूर्वक ऋण संवितरण सुनिश्चित किया जाता है।

3. **ग्राहक संबंध:** कासा खातों के माध्यम से ही अक्सर ग्राहकों का बैंक के साथ पहला संबंध स्थापित होता है। कासा के माध्यम से मजबूत ग्राहक संबंध बनाने से अन्य वित्तीय उत्पादों के लिए क्रॉस-सेलिंग के व्यापक अवसर मिलते हैं तथा उच्च कोटि की ग्राहक सेवा देने का मौका मिलता है।
4. **नियामक अनुपालन:** नियामकों द्वारा प्रायः न्यूनतम कासा जमा अनुपात की बाध्यता तय की जाती है, जिससे यह सुनिश्चित होता है कि बैंकों द्वारा एक स्थिर जमा आधार बनाए रखा जा सके और इससे नियामक आवश्यकताओं का अनिवार्य अनुपालन भी सुनिश्चित किया जा सके।
5. **जोखिम प्रबंधन:** कासा जमाराशि बैंकिंग व्यवस्था को स्थिरता प्रदान करते हैं, जिससे अस्थिर निधोयन के स्रोतों पर बैंक की निर्भरता को कम करके ब्याज दर जोखिम को कम किया जा सकता है।
6. **प्रतिस्पर्धात्मक बढ़त:** कासा का उच्च अनुपात मजबूत ग्राहक आधार और प्रभावी जमा रणनीतियों का प्रतीक है, इससे अन्य बैंकों की तुलना में बैंक को प्रतिस्पर्धात्मक बढ़त मिलती है।
7. **आर्थिक योगदान:** कासा खातों द्वारा दैनिक वित्तीय लेनदेन की सुविधा सहजतापूर्वक सम्पन्न हो पाती है और इससे राष्ट्रीय आर्थिक स्थिरता में व्यापक योगदान मिलता है।
8. **ब्रांड लॉयल्टी:** ग्राहकों की अपेक्षाओं के अनुरूप सुविधाजनक कासा उत्पादों की पेशकश से ग्राहक की निष्ठा में बढ़ोतरी होती है, जिससे उन्हें लंबे समय तक संबंधित बैंक के साथ बैंकिंग सेवाओं का उपयोग करने के लिए प्रोत्साहन मिलता है।

उपर्युक्त बिंदुओं के आधार पर समग्र रूप में हम यह कह सकते हैं कि कासा जमाराशि किसी भी बैंक के वित्तीय स्वास्थ्य और सफलता का अभिन्न अंग है, जो स्थिर फंडिंग, तरलता, ग्राहक संबंध, नियामक अनुपालन, जोखिम प्रबंधन, प्रतिस्पर्धात्मकता, आर्थिक योगदान और ब्रांड लॉयल्टी प्रदान करता है।

बैंकों के व्यवसाय के प्रमुख स्रोत

बैंक विभिन्न व्यावसायिक तरीकों से राजस्व और लाभ अर्जित करते हैं, जिनमें उधार से ब्याज आय, सेवाओं के बदले प्राप्त शुल्क और कमीशन सहित ट्रेजरी सेवाओं, बीमा और अन्य उत्पादों की बिक्री से आय, विदेशी मुद्रा सेवाओं, भुगतान प्रसंस्करण शुल्क, ऑनलाइन और मोबाइल बैंकिंग सेवाएं आदि शामिल हैं।

भविष्य में बैंकों के कारोबार को प्रभावित करने वाले प्रमुख तत्व

उभरते वैश्विक और भारतीय बैंकिंग परिदृश्य में, कई परस्पर सम्बद्ध कारकों का बैंकों के व्यवसाय संचालन पर महत्वपूर्ण प्रभाव पड़ना संभावित है। इन कारकों में नवीनतम तकनीकी प्रगति, विनियामक वातावरण में बदलाव, वृद्धिशील साइबर सुरक्षा जोखिम, आर्थिक स्थिति, ग्राहकों की बढ़ती अपेक्षाएं, फिनटेक और बड़े तकनीकी संस्थाओं से तीव्र प्रतिस्पर्धा, बदलती जनसांख्यिकी, वैश्विक व्यापार गतिशीलता, क्रेडिट जोखिम प्रबंधन, मौद्रिक नीति में उतार-चढ़ाव, व्यवधानों की स्थिति में परिचालन लचीलापन, डेटा गोपनीयता नियम और भू-राजनीतिक घटनाएं आदि शामिल हैं। जो बैंक नवाचार को अपनाकर, नियामक आवश्यकताओं का पालन करते हुए ग्राहक-केंद्रित दृष्टिकोण को प्राथमिकता देकर इस जटिल परिदृश्य को सफलतापूर्वक पार कर लेंगे, उन्हें इस निरंतर परिवर्तनशील वातावरण में फलने-फूलने का व्यापक अवसर उपलब्ध होगा।

यद्यपि राजस्व के उपर्युक्त स्रोतों के महत्व और बैंकिंग व्यवसाय को प्रभावित करनेवाले कारकों में बैंक के स्वरूप, आकार, स्थान और बाजार की स्थितियों के आधार पर भिन्नता हो सकती है, तथापि, वैश्विकपूर्ण ग्राहक आधार, ग्राहक सेवा, ग्राहक प्रतिधारण एवं निष्ठा और ग्राहक शिकायत निवारण तंत्र आज के बदलते



कासा एवं कारोबार विकास

बैंकिंग परिदृश्य में अत्यंत महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं। ग्राहक संबंध प्रबंधन के साथ, उपर्युक्त सभी स्रोत एवं कारक किसी भी बैंक के स्थायी/वृद्धिशील कासा आधार के समानुपाती होते हैं। निरंतर परिवर्तनशील वित्तीय परिदृश्य में जोखिम को प्रबंधित करने और लाभप्रदता सुनिश्चित करने के लिए राजस्व धाराओं का विविधीकरण भी बैंकों के लिए एक अन्य महत्वपूर्ण रणनीति है।

बैंक के विकास में उत्प्रेरक के रूप में कासा की भूमिका

वैश्विक और भारतीय बैंकिंग के गत्यात्मक परिदृश्य में, किसी भी बैंक के व्यवसाय विस्तार के लिए कासा एक महत्वपूर्ण उत्प्रेरक के रूप में कार्य करता है। चालू और बचत खातों में ग्राहकों की जमा राशि को मिलाकर, कासा धन का एक स्थिर और लागत प्रभावी स्रोत प्रदान करता है, जो बेहतर निवल ब्याज मार्जिन (एनआईएम) के माध्यम से बैंकों के वित्तीय स्वास्थ्य को मजबूत करता है। कासा वित्तीय उत्पादों की क्रॉस-सेलिंग और स्थायी ग्राहक संबंधों के पोषण के लिए एक प्रवेश द्वार के रूप में भी कार्य करता है, जो ग्राहक निष्ठा और जमा आधार को बढ़ावा देता है। कम उधार दरों और प्रभावी ब्याज दर जोखिम विविधीकरण के माध्यम से प्रतिस्पर्धात्मक बढ़त के साथ आधुनिक बैंकिंग युग में स्वस्थ कासा आधार का होना किसी भी बैंक के लिए अपरिहार्य है। बैंक के उत्पादों और सेवाओं की बिक्री में शीर्ष श्रेणी की सेवा प्रदान करते हुए कासा जमा को आकर्षित करने और उसे बनाए रखने के लिए डिजिटल परिवर्तन को सक्रिय रूप से अपनाए जाने से निश्चित रूप से बैंकों को स्थायी विकास और सफलता के पथ पर अग्रसर होने में मदद मिलेगी।

कासा को बेहतर बनाने की रणनीतियाँ

1. **ग्राहक जुड़ाव और संबंध प्रबंधन:** विश्वासपूर्ण बैंकिंग संबंध और निष्ठावान ग्राहक प्राप्त करने के लिए उत्कृष्ट ग्राहक सेवा प्रदान करें। व्यक्तिगत बातचीत और पारस्परिक संवाद के माध्यम से ग्राहकों के साथ नियमित रूप से जुड़ें। ग्राहकों की विशिष्ट आवश्यकताओं और प्राथमिकताओं को पूरा करने के लिए उत्पादों और सेवाओं में नवोन्मेषण हेतु हमेशा तैयार रहें।
2. **डिजिटल बैंकिंग समाधान:** उपयोगकर्ता-अनुकूल, सुविधा संपन्न ऑनलाइन और मोबाइल बैंकिंग प्लेटफॉर्म में निवेश मौजूदा समय की सबसे महत्वपूर्ण आवश्यकता है। ग्राहकों को खाते की शेष राशि का पता लगाने, धनराशि अंतरित करने और आसानी से लेनदेन करने के लिए प्रोत्साहित करने हेतु डिजिटल बैंकिंग चैनलों के उपयोग को बढ़ावा दें।
3. **प्रोत्साहन कार्यक्रम:** कासा ग्राहकों के लिए कैशबैक पुरस्कार, रियायत, या लॉयल्टी प्रोग्राम/बोनस प्वाइंट जैसे प्रोत्साहन की पेशकश करें। बचत खातों पर आकर्षक ब्याज दरों या खाते की शेष राशि के आधार पर स्तरीय ब्याज दरों की पेशकश करें।
4. **क्रॉस-सेलिंग और अपसेलिंग:** कासा ग्राहकों को अन्य बैंकिंग उत्पाद और सेवाएँ क्रॉस-सेल करें, जैसे खुदरा ऋण, क्रेडिट कार्ड, या निवेश उत्पाद। ग्राहकों के लिए आकर्षक पैकेज हेतु सेवाओं का पिटारा बनाएं।
5. **वित्तीय साक्षरता कार्यक्रम:** ग्राहकों को समय के साथ कासा जमा को बनाए रखने के लाभों के बारे में शिक्षित करें। ग्राहकों को सुचिन्तित निर्णय लेने में मदद करने के लिए वित्तीय साक्षरता कार्यशालाएं, वेबिनार का आयोजन करें अथवा ऑनलाइन संसाधन प्रदान करें।
6. **एटीएम और शाखाओं तक सुविधाजनक पहुंच:** ग्राहकों द्वारा उनके खातों में सुविधाजनक परिचालन को सहज बनाने के लिए एटीएम और शाखाओं का व्यापक नेटवर्क सुनिश्चित करें।

7. **शुल्क प्रबंधन:** मासिक रखरखाव शुल्क या एटीएम निकासी शुल्क या नकदी प्रबंधन शुल्क आदि की समीक्षा करें और यथासंभव उसे कम करें। एक निश्चित न्यूनतम शेष राशि बनाए रखने के लिए शुल्क छूट या रियायत प्रदान करें।
8. **कॉर्पोरेट और संस्थागत बैंकिंग:** व्यवसायों, निगमों और संस्थानों को कार्मिकों के वेतन के भुगतान और परिचालन उद्देश्यों के लिए कासा खाते हेतु प्रोत्साहित करने के लिए उनके साथ संबंध विकसित करें।
9. **विपणन अभियान:** कासा जमा रणनीति के तहत कासा खातों की सुरक्षा, सुविधा और लाभों के बारे में जन-जागरूकता अभियान चलाकर संभावित उच्च कासा जमाराशि वाले विशिष्ट जनसांख्यिकीय समूह को लक्षित करके विपणन अभियान का शुभारंभ करें।
10. **ग्राहक फीडबैक और निरंतर सुधार:** सर्वेक्षण या फीडबैक फॉर्म के माध्यम से कासा ग्राहकों से फीडबैक प्राप्त कर उत्पादों, सेवाओं और ग्राहक अनुभवों में सुधार लाएं।
11. **सामुदायिक सहबद्धता:** बैंक की मान-प्रतिष्ठा और दृश्यता बढ़ाने के लिए सामुदायिक कार्यक्रमों में सहभागिता करें तथा उन कार्यक्रमों को प्रायोजित करें। आमजनता में बैंक की अच्छी छवि बनाने के लिए कॉर्पोरेट सामाजिक जिम्मेदारी में व्यापक भागीदारी करें।
12. **फिनटेक पार्टनर्स:** नए कासा ग्राहकों को आकर्षित करने वाले नवोन्मेषी पेशकश के लिए फिनटेक कंपनियों के साथ साझेदारी करें। उन्नत डिजिटल बैंकिंग का अनुभव प्रदान करने के लिए फिनटेक क्षमताओं का लाभ उठाकर ग्राहकों का विश्वास हासिल करें।
13. **जोखिम प्रबंधन:** घाटे को कम करने के लिए परिचालन रहित /निष्क्रिय कासा खातों को प्रभावी ढंग से प्रबंधित/पुनर्जीवित करें। धोखाधड़ी और खाता सुरक्षा से संबंधित मुद्दों की तत्परतापूर्वक निगरानी करें और उनका समाधान उपलब्ध कराएं।
14. **कर्मचारी प्रशिक्षण:** कासा खातों को प्रभावी ढंग से बढ़ावा देने और ग्राहकों की जिज्ञासाओं के समुचित समाधान कर व्यवसाय हासिल के लिए बैंक कर्मचारियों को प्रशिक्षित एवं प्रोत्साहित करें। कर्मचारियों के प्रोत्साहन के लिए वार्षिक मूल्यांकन स्कोर को व्यक्तिगत/सामूहिक उपलब्धि से जोड़ने के लिए आंतरिक कार्यप्रणाली में समुचित संशोधन करें।
15. **प्रतिस्पर्धी मूल्य निर्धारण:** बाजार में अपनी प्रतिस्पर्धी उपस्थिति बनाए रखने के लिए बचत खातों पर दिए जानेवाले ब्याज दरों का नियमित रूप से आकलन और समायोजन करें।

कासा की अधिकता का दूसरा पहलू

कासा की अधिकता से हमारा तात्पर्य ऐसी स्थिति से है जहाँ किसी बैंक की कुल जमाराशि में कासा जमाराशि का अनुपात अत्यधिक हो जाता है। किसी भी बैंक में ऑन-डिमांड जमा की अधिकता का हानिकारक प्रभाव उस संस्था और समग्र वित्तीय प्रणाली दोनों पर ही पड़ता है। सबसे पहले, उनसे तरलता का जोखिम पैदा होता है, जिससे संभावित रूप से बैंक निकासी मांगों को पूरा करने में असमर्थ हो सकता है। दूसरे, इन निकासी मांगों को पूरा करने के लिए, बैंकों को तुरंत उधार लेना पड़ सकता है और इसके परिणामस्वरूप ब्याज दर का जोखिम बढ़ जाता है और इससे बैंक की लाभप्रदता प्रभावित होगी। यदि जनता का विश्वास कम हो जाए तो बैंक जोखिम की स्थिति में आ सकता है।

अत्यधिक कासा तुलनात्मक रूप से ऋण देने की क्षमता को प्रतिकूल रूप से प्रभावित करता है, जिससे आर्थिक विकास में बाधा आती है। अधिक जमाराशि आकर्षित करने के प्रयासों के कारण ब्याज दर में



कासा एवं कारोबार विकास

अस्थिरता आ सकती है। महंगे एकमुश्त निधीयन स्रोतों पर निर्भरता बढ़ सकती है। जमाराशि की अधिकता से जोखिमपूर्ण ऋण प्रथाओं और संभावित रूप से उच्च ऋण चूक की स्थितियाँ आ सकती हैं। अंततः यह बैंक की प्रतिष्ठा और शेयर की कीमत पर नकारात्मक प्रभाव डाल सकता है, जिससे बैंक के बारे में बाजार की धारणा प्रभावित हो सकती है। बेशक, इन जोखिमों को कम करने के लिए बैंकों द्वारा जोखिम प्रबंधन रणनीति, पूंजी पर्याप्तता और जमा वृद्धि की बारीकी से निगरानी की जाती है। बैंकिंग व्यवस्था में स्थिरता सुनिश्चित करने और जमाकर्ताओं के हितों की रक्षा के लिए नियामकों द्वारा भी जमा स्वीकार करने वाली संस्थाओं की निगरानी की जाती है।

सार्वजनिक क्षेत्र के बैंकों की वर्तमान कासा स्थिति (31.03.2022 तक)

कासा जमाराशि			कासा %		
बैंक का नाम	मात्रा	जीआर % (वर्ष दर वर्ष)	बैंक का नाम	मात्रा	कासा %
बैंक ऑफ महाराष्ट्र	1,17,036	24.58...	बैंक ऑफ महाराष्ट्र	1,17,036	57.85
यूनियन बैंक ऑफ इंडिया	3,77,193	12.40...	सेंट्रल बैंक ऑफ इंडिया	1,72,480	50.28
बैंक ऑफ बड़ौदा	4,33,646	11.69...	पंजाब नेशनल बैंक	5,33,654	47.43
केनरा बैंक	3,68,732	11.52...	भारतीय स्टेट बैंक	17,75,084	45.28
इंडियन ओवरसीज बैंक	1,13,877	11.46...	बैंक ऑफ इंडिया	2,45,464	45.02
यूको बैंक	87,661	9.68...	इंडियन ओवरसीज बैंक	1,13,877	43.44
पंजाब एंड सिंध बैंक	34,528	9.51...	इंडियन बैंक	2,47,926	41.77
बैंक ऑफ इंडिया	2,45,464	9.26...	बैंक ऑफ बड़ौदा	4,33,646	41.46
इंडियन बैंक	2,47,926	8.93...	यूको बैंक	87,661	39.42
पंजाब नेशनल बैंक	5,33,654	8.29...	यूनियन बैंक ऑफ इंडिया	3,77,193	36.54
भारतीय स्टेट बैंक	17,75,084	7.78...	केनरा बैंक	3,68,732	35.88
सेंट्रल बैंक ऑफ इंडिया	1,72,480	6.52...	पंजाब एंड सिंध बैंक	34,528	33.81

(हाल ही में वित्तीय सेवाएं विभाग द्वारा यह रेखांकित किया गया है कि सार्वजनिक क्षेत्र के बैंकों द्वारा उच्च दरों पर जमा प्रमाणपत्र (सीडी) के माध्यम से थोक जमा और धन जुटाया जा रहा है; जमा पुनर्मूल्यांकन की शर्तें भी इन बैंकों के पक्ष में नहीं हैं, जबकि उन्हें बाहरी बेंचमार्क दरों से जुड़े ऋणों के लिए बार-बार पुनर्मूल्यांकन की स्थिति से निपटना पड़ता है। यह भी कहा गया है कि कासा जमा में सार्वजनिक क्षेत्र के बैंकों की बाजार हिस्सेदारी वित्त वर्ष 2014 के 70% से गिरकर वित्त वर्ष 2022 में 58% हो गई है, जबकि बैंकिंग उद्योग में कासा जमा वित्त वर्ष 2014 के 34% से बढ़कर वित्त वर्ष 2022 में 45% हो गई है।) (संदर्भ: द न्यू इंडियन एक्सप्रेस)

उपसंहार

कासा जमाराशि किसी भी बैंक के व्यवसाय के विकास में महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है, क्योंकि यह धन का एक स्थिर और कम लागत वाला स्रोत है। व्यक्तियों और व्यवसायों के ऐसे खाते बैंकों को एक सतत जमा आधार प्रदान करते हैं, जिसका उपयोग उधार देने और निवेश गतिविधियों के लिए किया जाता है। ग्राहकों की जरूरतों के अनुरूप वित्तीय उत्पाद को प्रस्तुत किए जाने, मजबूत ग्राहक संबंध और नवोन्मेषी बैंकिंग सेवाएँ जैसी प्रभावी व्यवसाय विकास रणनीतियों को अपनाकर अपेक्षित मात्रा में कासा जमाराशि को आकर्षित किया जा सकता है और इसके परिणामस्वरूप बैंक की तरलता और लाभप्रदता दोनों की स्थिति सुदृढ़ होगी।



इसलिए, कासा और बैंकिंग व्यवसाय विकास दोनों ही परस्पर रूप से सह-संबद्ध हैं, जिसके कारण एक पक्ष की वृद्धि अक्सर दूसरे की सफलता का कारण बनती है और उनके इस पारस्परिक संबद्धता से वित्तीय बाजार में बैंक के समग्र प्रदर्शन और प्रतिस्पर्धात्मकता को बढ़ावा मिलता है।

- श्री चंदन कुमार रे
इंडियन बैंक



कासा एवं कारोबार विकास : बैंक की लाभ प्रदता का एक उपाय

कासा अनुपात बैंक में चालू खाता और बचत खाता जमा है। कासा का अनुपात वर्तमान जमा और बचत जमा और कुल जमा के अनुपात से बनता है। उच्च कासा अनुपात का मतलब कम लागत है क्योंकि बैंक आमतौर पर चालू खातों पर ब्याज नहीं देते हैं। बचत खातों पर ब्याज दरें कम हैं और 3% के आसपास घटती-बढ़ती रहती हैं, लेकिन बहुत कम बैंक हैं जो 5% से अधिक की पेशकश करते हैं। यदि बैंक जमा का एक बड़ा हिस्सा इन फंडों से आता है तो इसका मतलब है कि बैंक को ये फंड अपेक्षाकृत कम कीमत पर प्राप्त होंगे। यह आमतौर पर स्वीकार किया जाता है कि उच्च कासा एक उत्कृष्ट शुद्ध ब्याज मार्जिन का संकेत देता है। भारत में इसका उपयोग बैंक की लाभप्रदता का आकलन करने के उपायों में से एक के रूप में किया जाता है।

जमा बैंक के प्रति प्रतिबद्धता है। जमा दो प्रकार के होते हैं: सावधि जमा और मांग जमा। वेज फंड के मूल्य के आधार पर जमा “मांग” अभी भी दो प्रकार की होती है। ये “मुफ्त जमा” और “कम मूल्य वाली जमा” हैं, जिन्हें चालू खाते या बचत बैंक खाते के रूप में भी जाना जाता है। “मांग और समय” जमा, स्थानांतरण के लिए धन के अलावा, जैसे डीडी आदि बैंकों के लिए धन का मुख्य स्रोत हैं।

कुछ भारतीय बैंक इन दिनों कम कासा (चालू खाता बचत खाता) अनुपात से जूझ रहे हैं, जिससे निवेशकों में चिंता बढ़ गई है। निजी क्षेत्र के एक बैंक ने अपने बहु-तिमाही कम कासा अनुपात के कारण, मजबूत ऋण वृद्धि प्रक्षेपवक्र के बावजूद, वित्तीय वर्ष की शुरुआत में अपने शेयरों में 3 प्रतिशत से अधिक की गिरावट देखी।

बैंकों के लिए कासा अनुपात का महत्व :

कासा खाता एक ऐसा तरीका है जिसका उपयोग बैंक ग्राहकों को लुभाने के लिए करते हैं। उपयोगकर्ता की रोजमर्रा की बैंकिंग जरूरतों को पूरा करने के लिए बचत खाते और चेकिंग खाते दोनों की सुविधाओं का संयोजन। कासा खाता एक गैर-सावधि जमा है जिसमें सावधि जमा की तुलना में कम ब्याज दर होती है। यह खाते के बचत हिस्से पर औसत से अधिक रिटर्न प्रदान करता है। यह खाता अधिकतर पश्चिम और दक्षिण पूर्व एशिया में लोकप्रिय है।

कासा अनुपात का मतलब बैंक की कुल जमा राशि है जो चालू और बचत दोनों खातों में है। कासा अनुपात किसी बैंक की लाभप्रदता और धन जुटाने की क्षमता का संकेतक है। उच्च अनुपात का मतलब है कि बैंक की जमा राशि का एक बड़ा हिस्सा बचत और चालू खातों में है, जो उसे कम लागत पर पैसा प्राप्त करने में सक्षम बना सकता है। कासा अनुपात में गिरावट का मतलब है कि बैंक को पैसा जुटाने के लिए अन्य, अधिक महंगे विकल्पों की ओर रुख करना होगा।

बिजनेस इनसाइडर की एक रिपोर्ट के अनुसार, वित्त वर्ष 2014 के बाद से कुल जमा में कासा की हिस्सेदारी वित्त वर्ष 22 में सबसे अधिक 12.7 प्रतिशत थी। भारतीय रिज़र्व बैंक के आंकड़ों के अनुसार, तब से इसमें 106 आधार अंकों की भारी गिरावट देखी गई है। कुल जमा के हिस्से के रूप में बैंकों की कासा जमा सात साल के निचले स्तर 11.7 प्रतिशत पर पहुंच गई है।

एक उच्च कासा अनुपात दर्शाता है कि बैंक की जमा राशि का एक बड़ा हिस्सा चालू और बचत जमा से प्राप्त हुआ है जो कि फंड का एक किफायती स्रोत है। कई बैंक चालू खाता जमा पर कोई ब्याज नहीं दे रहे हैं और

बचत बैंक जमा पर केवल 3.5% ब्याज दर है। इसलिए, उच्च कासा अनुपात शुद्ध ब्याज मार्जिन को बढ़ाता है, जो बैंक की बेहतर परिचालन दक्षता का प्रतीक है। यह लाभप्रदता बढ़ाने में योगदान देता है।

शुद्ध ब्याज मार्जिन परिसंपत्तियों या अग्रिमों पर अर्जित कुल ब्याज आय और सावधि जमा और मांग जमा पर भुगतान किए गए ब्याज व्यय के बीच का अंतर है, और इसे आय के औसत मूल्य के प्रतिशत के रूप में व्यक्त किया जाता है। कासा के राजस्व में वृद्धि से शुद्ध ब्याज मार्जिन में सुधार होगा क्योंकि फंड लागत अपेक्षाकृत सस्ती है। उदाहरण के लिए अधिकांश बैंक 8% से अधिक पर ऋण देते हैं, जबकि जमा दर केवल 3.5% है। हालाँकि अंतर पूरी तरह से उपलब्ध नहीं है, वास्तविक उपलब्धि अन्य खर्चों पर निर्भर करती है।

चालू एवं बचत खाते प्रतिदिन संचालित किये जा सकते हैं। जमाकर्ताओं को पैसा निकालने के लिए नोटिस देने की जरूरत नहीं है। इसके विपरीत, सावधि जमा के लिए, पैसा बैंक के साथ सहमत एक विशिष्ट अवधि के लिए होता है। यदि कोई आवेदक परिपक्वता से पहले जमा राशि निकालना चाहता है, तो उसे जुर्माना देना पड़ सकता है। नियमानुसार, यह बैंक में जमा अवधि के लिए लागू ब्याज दर से एक प्रतिशत कम है। बैंक की डिमांड देनदारियां बैंक के एसेट देनदारी प्रबंधन पर दबाव डालते हुए किसी भी समय पैसे निकालने की सुविधा प्रदान करती हैं।

कासा जमा :

चालू खाता बचत खाते (कासा) एक प्रकार के गैर-सावधि जमा खाते हैं। कासा सावधि जमा की तुलना में कम ब्याज दर का भुगतान करता है, जैसे कि जमा प्रमाणपत्र और इस प्रकार यह वित्तीय संस्थान के लिए आय का एक सस्ता स्रोत है।

चालू खाता :

इसे वे लोग खोलते हैं जिनका नियमित लेन-देन होता है। इसे मांग जमा खाता भी कहा जा सकता है। भारत में, इसे शहरी, अर्ध-शहरी, शहरी और मेट्रो जैसे परिचालन क्षेत्र के आधार पर राशि जमा करके बनाया जा सकता है। चालू खाते में ग्राहकों या फर्म को ओवर ड्राफ्ट सुविधा का लाभ मिलता है लेकिन इस प्रकार के खातों में उनके खातों में ब्याज नहीं जोड़ा जाता है।

बचत खाता :

यह आमतौर पर वेतनभोगी लोगों द्वारा खोला जाता है जिनकी नियमित आय निश्चित होती है। इसका उद्देश्य बचत जुटाना है। यह खाताधारकों के लिए ब्याज जोड़ता है। भारत में आमतौर पर 4%–6% प्रति वर्ष की दर से शुल्क लिया जाता है।

वर्तमान में भारतीय बैंकिंग कई बदलावों के दौर से गुजर रही है, जहां वैश्विक रुझान बढ़ती प्रतिस्पर्धा, उदारीकरण, बढ़ती ग्राहक अपेक्षाओं, मूल्य अंतर, बढ़ती मध्यस्थता, प्रतिस्पर्धी कीमतों और ऊंची कीमतों के कारण बैंकिंग गतिविधि को प्रभावित कर रहे हैं। वृहत-अस्थिरता का अवसर. लाभप्रदता, उत्पादकता और वित्तीय दक्षता हासिल करना एक प्रमुख लक्ष्य बन गया है। आज के बाजारों में, ऋण जोखिम, बाजार जोखिम, ब्याज दर जोखिम और परिचालन जोखिम परिसंपत्ति देयता प्रबंधन और लाभप्रदता के क्षेत्रों में बैंकों के सामने वास्तविक चुनौतियाँ हैं।



कासा एवं कारोबार विकास

बैंकों को कुछ सावधानियां बरतनी होंगी क्योंकि कासा जमा ALM चुनौतियों को काफी हद तक बढ़ा देता है। अधिकांश बैंक बाजार की बदलती जरूरतों को पूरा करने के लिए विपरीत विशेषताओं वाले कई प्रकार के बचत उत्पाद पेश करते हैं। एएलएम चुनौती प्रत्येक उत्पाद के विभेदीकरण गुणों में निहित है। एएलएम का उद्देश्य ब्याज-संवेदनशील संपत्तियों और उनके वित्त स्रोतों (बचत, जमा, इक्विटी और बाहरी ऋण) के बीच संतुलन बनाए रखना और लाभप्रदता को अधिकतम करने के अलावा ब्याज दर जोखिम को कम करना है। ग्राहकों को बेहतर सेवा के माध्यम से बचत और चालू खाता विपणन या एएलएम मिश्रण में बदलाव से तरलता पर नकारात्मक प्रभाव पड़ सकता है यदि उनका बारीकी से पालन नहीं किया जाता है।

बैंक की लाभप्रदता पर कासा अनुपात का प्रभाव

वित्तीय संस्थान कासा के उपयोग को प्रोत्साहित करते हैं क्योंकि इस पर दिया जाने वाला ब्याज सावधि जमा पर दिए जाने वाले ब्याज से कम है। शुद्ध ब्याज आय (एनआईआई), जो कि बैंक अपनी उधार गतिविधियों से अर्जित ब्याज और जमाकर्ताओं को भुगतान की जाने वाली राशि के बीच का अंतर है, कासा खातों में अधिक होगी।

खाते जमाकर्ताओं को उच्च तरलता के लिए उच्च ब्याज दर का व्यापार करने देते हैं, जिससे उन्हें अपने धन तक तत्काल पहुंच मिलती है।

भारतीय रिज़र्व बैंक ने पिछले वर्ष में लगातार ब्याज दरों में बढ़ोतरी की है। इसने कई निवेशकों के लिए सावधि जमा को एक आकर्षक विकल्प बना दिया है। इससे कासा जमा अनुपात में गिरावट आई है, जिससे बैंक के शेयरों में उनके मजबूत प्रदर्शन के बावजूद गिरावट आई है।

कासा और व्यवसाय विकास को बढ़ाने के लिए प्रौद्योगिकी का उपयोग

बैंकों के लिए राजस्व सृजन रणनीतियों की कुंजी एक मजबूत, क्लाउड-नेटिव प्रौद्योगिकी प्लेटफ़ॉर्म में निहित है जो त्वरित निर्णय लेने के लिए कार्रवाई योग्य अंतर्दृष्टि प्रदान करने के लिए वास्तविक समय के डेटा को कैप्चर और विश्लेषण कर सकता है। बैंक इस जानकारी का उपयोग कासा जमा में वृद्धि करके और ग्राहकों को संबंध-आधारित अग्रिम और ऋण प्रदान करके ग्राहक जमा से अधिकतम मूल्य प्राप्त करने के लिए कर सकते हैं। यह दीर्घकालिक ग्राहक निष्ठा के लिए महत्वपूर्ण है। बैंक से सही मूल्य पाने वाले खुश ग्राहक अलग-अलग जरूरतों के लिए कई बैंकों के साथ काम करने के बजाय अपने सभी लेनदेन को एक ही बैंक में कवर करेंगे।

सही प्रौद्योगिकी मंच के साथ, बैंक शेष राशि का एक राष्ट्रीय पूल बनाकर और वास्तविक समय में ऋण ब्याज की अधिमाम्य दर निर्धारित करने के लिए उसका विश्लेषण करके ग्राहक के समुदाय या परिवार को आकर्षित कर सकते हैं, जिसका आनंद प्रत्येक समुदाय का सदस्य अपने ऋण पर ले सकता है।

सही उपकरण ग्राहक के संबंधों पर वर्तमान और ऐतिहासिक डेटा का विश्लेषण करके और ग्राहक द्वारा उपयोग किए जाने वाले ऋण उत्पाद की गहराई के साथ संयोजन करके अधिक अकेले ग्राहकों को लाने के लिए संबंध-आधारित तरजीही हितों को सक्षम कर सकते हैं।

बैंकों को ग्राहक को टेलीस्कोपिक दरें प्रदान करने में भी सक्षम बनाया जा सकता है, जहां ग्राहक/सामुदायिक शेष में वृद्धि से ग्राहक को वरीयता दरों तक पहुंच मिलती है।



बैंक सरल और आसानी से प्रबंधित होने वाले अभियानों के साथ अपने दायित्व कार्यक्रमों में सुधार कर सकते हैं जो आंतरिक रूप से बैंक के समग्र जमा स्तरों से संचालित होते हैं और वे ग्राहकों को स्थान और समय/ मौसम-आधारित अधिमान्य दरें दे सकते हैं, जिससे उन्हें हितों और एनआईएम को प्रभावित करने वाले बाहरी कारकों पर तुरंत प्रतिक्रिया देने में मदद मिलेगी।

इसके मूल में, सभी बैंकों में व्यवसाय मॉडल समान हैं। बैंक जमा राशि लेते हैं, और पैसा उधार देते हैं और अपने ऋण पर ब्याज पर अपनी लाभप्रदता बनाते हैं। जैसे-जैसे पूरा करना कठिन होता जा रहा है, बैंकों को अलग-अलग कुशल व्यवसाय मॉडल बनाने पर ध्यान केंद्रित करना चाहिए जो अधिकतम ब्याज-आधारित राजस्व लाते हैं और इसे हासिल करने के लिए एक मजबूत प्रौद्योगिकी आधार महत्वपूर्ण है।

- श्री हरतोष कुमार श्रीवास्तव
यूनियन बैंक ऑफ इंडिया



बैंक की लाभप्रदता का एक उपाय

आज के बैंकिंग क्षेत्र में प्रतिस्पर्धा में आगे बढ़ने के लिए, बैंकों को अपनी लाभकारिता को सुधारने और मापने के उपायों की जरूरत होती है। यहां हम कुछ ऐसे मापदंड और उपायों के बारे में चर्चा करेंगे जो एक बैंक के प्रतिस्पर्धिता में महत्वपूर्ण भूमिका निभा सकते हैं और बैंक को लाभकारिता को मापने में मदद कर सकते हैं:

1. शुद्ध ब्याज मार्जिन (NIM):

मापदंड: (NIM) बैंक की लाभकारिता का महत्वपूर्ण मापदंड होता है। इसका मतलब है कि ऋण और निवेशों से कमाए गए ब्याज आय और जमा और उधारणों पर चुकाने वाले ब्याज व्यय के बीच का अंतर होता है।

अधिक (NIM) एक बढ़ी हुई लाभकारिता की ओर सूचित करता है क्योंकि बैंक अपने ब्याज-कमाने वाले संपत्ति से अधिक कमा रहा है जितना कि वह ब्याज-होने वाली लायबिलिटी पर भुगतान कर रहा है।

उपाय: (NIM) को बढ़ावा देने के लिए बैंक को अपने ऋणों और निवेशों के ब्याज दरों को प्रबंधित करने और व्यय को कम करने का प्रयास करना चाहिए।

2. संपत्ति पर लाभ (ROA):

मापदंड: ROA बैंक की संपत्ति का उपयोग कितना प्रभावी तरीके से करता है, यह दर्शाता है। ROA यह मूल्यांकन करता है कि एक बैंक कैसे अपनी संपत्ति का उपयोग लाभ उत्पन्न करने के लिए करता है।

यह बैंक की शुद्ध आय को उसकी कुल संपत्ति के साथ का अनुपात है।

उपाय: ROA को बढ़ाने के लिए, बैंक को अपने संपत्ति का उपयोग और ऋण देने की प्रक्रिया को सुधारना चाहिए।

3. शेयरधन का अर्थ (ROE):

मापदंड: ROE दर्शाता है कि बैंक कैसे अपने शेयर होल्डर की पूंजी का उपयोग करके लाभ कमाता है। ROE एक बैंक के शेयर होल्डर के पूंजी निवेश पर कितना लाभ कमाते हैं, इसे मापता है।

यह बैंक की शुद्ध आय को उसके शेयर होल्डर की पूंजी के साथ का अनुपात है।

अधिक ROE प्रभावी तरीके से पूंजी लाभ उत्पन्न करने की क्षमता दर्शाता है।

उपाय: ROE को बढ़ाने के लिए, बैंक को अपने संपत्ति का सबसे अच्छा उपयोग करने के लिए कारणीय निवेश करना चाहिए।

4. कुशलता अनुपात:

मापदंड: कुशलता अनुपात बैंक की लाभकारिता की प्रदर्शन क्षमता को मापता है, क्योंकि यह दिखाता है कि बैंक कैसे अपने व्यय का अच्छा उपयोग कर रहा है। कुशलता अनुपात यह मापता है कि बैंक कैसे अपने वित्तीय लेन-देन के व्यय के रूप में कितने प्रतिशत का आय उत्पन्न करता है।

एक कम कुशलता अनुपात अच्छा है, क्योंकि यह सूचित करता है कि बैंक अपने व्यय को प्रभावी तरीके से नियंत्रित कर रहा है और अपने प्रोविजनल नियंत्रण की प्रक्रिया को सफलता पूर्वक चला रहा है।

उपाय: बैंक को कुशलता अनुपात को बढ़ावा देने के लिए अपने व्यय को प्रबंधित करना और प्रोविजनल नियंत्रण की प्रक्रिया को सुधारना चाहिए।

5. गैर-कार्यक्रिया ऋण (NPL) अनुपात:

मापदंड: (NPL) अनुपात बैंक के ऋण पोर्टफोलियो की गुणवत्ता को सूचित करता है। यह अनुपात बैंक के ऋण पोर्टफोलियो की गुणवत्ता को सूचित करता है।

यह ऋणों का प्रतिशत होता है जिन्हें समय पर वापस नहीं किया जा रहा है।

कम (NPL) अनुपात उच्च लाभकारीता के साथ जुड़ा होता है क्योंकि बैंक को कम क्रेडिट हानियों का सामना करना पड़ता है।

उपाय: बैंक को गैर-कार्यक्रिया ऋणों को नियंत्रित करने के लिए उचित प्रक्रियाओं को लागू करना चाहिए और ऋण वितरण की प्रक्रिया को सावधानी से प्रबंधित करना चाहिए।

6. शुल्क आय:

मापदंड: बैंक वित्तीय सेवाओं से शुल्क और कमीशन के माध्यम से आय कमाते हैं। बैंक वित्तीय सेवाओं जैसे कि धन संचालन, लेन-देन प्रसंचन, और खाता रखरखाव पर शुल्क और कमीशन से आय कमाते हैं।

एक विविध और महत्वपूर्ण शुल्क आय स्रोत सम्पूर्ण लाभकारिता को बढ़ावा देता है।

उपाय: बैंक को विविध और महत्वपूर्ण शुल्क आय स्रोतों का अच्छा उपयोग करके लाभकारिता को बढ़ावा देना चाहिए।

7. पूंजी संरचना:

मापदंड: पूंजी संरचना बैंक की स्थिरता और लाभकारिता के लिए आवश्यक है। पूंजी संरचना बैंक की स्थिरता और लाभकारिता के लिए आवश्यक है।

नियामक पूंजी अनुपात, जैसे कि बेरोजगारी III पूंजी पर्यापूर्ण पूंजी संवाहकों को लाभ हानियों का सामना करने के लिए पूर्ण पूंजी बफरों को भंग करने से रोकने के लिए पूंजी बफरों की आवश्यकता होती है।

उपाय: नियामक पूंजी अनुपात का सुनिश्चित होना चाहिए और पूंजी संरचना को समर्थन करने के लिए पूंजी बफरों की आवश्यकता होती है।

8. लिक्विडिटी प्रबंधन:

मापदंड: बैंकों को लिक्विडिटी को संतुलित रखने की आवश्यकता होती है, ताकि वे वित्तीय आपातकाल में सामयिक देन-देन को पूरा कर सकें।



कासा एवं कारोबार विकास

उपाय: बैंक को लिक्विडिटी को संतुलित रखने के लिए एक अच्छी वित्तीय नीति बनानी चाहिए और आपरेशनल लिक्विडिटी को प्रबंधित करना चाहिए।

9. जोखिम प्रबंधन:

मापदंड: प्रभावी जोखिम प्रबंधन अद्यतन वित्तीय लाभकारिता को सुनिश्चित करने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है, जिसमें ऋण जोखिम, बाजार जोखिम, और आपरेशनल जोखिम शामिल हैं।

उपाय: बैंक को जोखिमों का प्रबंधन करने और कम करने के तरीके अपनाने चाहिए, जिससे यदि कोई आकस्मिक हानि हो, तो बैंक स्थिर रह सके।

10. आर्थिक स्थितियाँ: - मापदंड: समग्र आर्थिक वातावरण, ब्याज दर के फ्लक्चुएशन, और मैक्रो-आर्थिक कारक बैंक की लाभकारिता पर महत्वपूर्ण प्रभाव डाल सकते हैं। - उपाय: बैंक को विभिन्न आर्थिक स्थितियों में अपनी रणनीतियों को अनुकूलित करने की आवश्यकता होती है, ताकि वे सफलता पाने के लिए अपनी रणनीतियों को बदल सकें।

संक्षेप में, एक बैंक की लाभकारिता को मापने के लिए उपर्युक्त मापदंड और उपाय महत्वपूर्ण हैं। ये मापदंड और उपाय एक बैंक के वित्तीय प्रदर्शन और टिकाऊता की समग्र झलक प्रदान करते हैं और प्रतिस्पर्धिता में उनकी महत्वपूर्ण भूमिका की जाँच करने में मदद करते हैं। इसलिए, बैंक के प्रतिस्पर्धी वित्तीय स्वास्थ्य की मूल मापदंडों और कारकों के साथ मापदंडों की महत्वपूर्ण सूची होती है जो उसकी लाभकारिता को मूल्यांकित करने में सहायक हो सकती है।

इन मापदंडों का पालन करने और उनके साथ बैंक की रणनीतियों को समर्थन करने से, एक बैंक अपने प्रतिस्पर्धी बैंकों के साथ मुकाबला करने में सफल हो सकता है और अधिक ग्राहकों को आकर्षित कर सकता है। इससे न केवल वित्तीय स्वास्थ्य में सुधार होता है, बल्कि यह बैंक के द्वारा उपयोगकर्ता की आवश्यकताओं को पूरा करने में भी मदद करता है।

इसलिए, यह महत्वपूर्ण है कि बैंक अपनी लाभकारिता के मापदंडों को समझें और उन्हें सुधारने के उपायों का पालन करें ताकि वह प्रतिस्पर्धा में बने रह सके और अपने ग्राहकों को संतुष्ट कर सके।

इसके साथ ही, बैंक को वित्तीय प्रदर्शन को नियमित रूप से मॉनिटर करने और सुधारने के लिए अपनी टीम को प्रशिक्षित रखना चाहिए। इससे बैंक अपने ग्राहकों को सबसे अच्छी सेवा प्रदान कर सकेगा और प्रतिस्पर्धी मार्केट में मजबूती से प्रतिस्पर्धा कर सकेगा।

अंत में, बैंक की लाभकारिता को मापने और सुधारने के लिए उपर्युक्त मापदंडों का महत्वपूर्ण भूमिका है। यह मापदंड बैंक की स्वास्थ्य और प्रतिस्पर्धा में महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं और इसके साथ ही वित्तीय स्वास्थ्य को सुनिश्चित करने में मदद करते हैं। बैंकों को यह समझना चाहिए कि उन्हें उपर्युक्त मापदंडों का पालन करके अपने वित्तीय प्रदर्शन को सुधारने की जरूरत होती है, ताकि वे प्रतिस्पर्धा में अग्रणी रह सकें और अपने ग्राहकों को अच्छी सेवा प्रदान कर सकें।

समापन :

बैंकों की लाभकारिता को मापने और बढ़ाने के लिए डिजिटलीकरण एक अत्यंत महत्वपूर्ण उपाय है। डिजिटल सेवाओं के प्रयोग के माध्यम से बैंक ग्राहकों के आवश्यकताओं को समर्थन कर रहे हैं और उनकी आवश्यकताओं को पूरा करने के लिए बेहतर सेवाएँ प्रदान कर रहे हैं। डिजिटल स्वाधीनता के साथ, बैंक शुद्ध ब्याज मार्जिन(NIM) को बढ़ा रहे हैं और अधिक लोगों को बांधने का मौका पा रहे हैं। इससे बैंकों की लाभकारिता बढ़ रही है और वे अधिक सुगमता के साथ अधिक सामर्थ्यपूर्ण बन रहे हैं। इसके रूप में, बैंकों को डिजिटलीकरण के साथ अपने वित्तीय प्रदर्शन को मापने और सुधारने के लिए उपयोगकर्ता-मित्र प्रौद्योगिकी का व्यवस्थापन करने और अपनी रणनीतियों को सुधारने के लिए अवसर प्राप्त है। इससे बैंकों के लाभकारिता में सुधार हो सकता है और उन्हें प्रत्यास्पर्धी मार्केट में एक महत्वपूर्ण भूमिका निभाने में सहायक हो सकते हैं।

अंत में, डिजिटलीकरण के माध्यम से बैंक की लाभकारिता को मापने और बढ़ाने के लिए उपर्युक्त उपाय बैंकिंग उद्योग के लिए अत्यधिक महत्वपूर्ण हैं। यह बैंकों को उनकी स्वास्थ्य को सुनिश्चित करने, उनके ग्राहकों को बेहतर सेवाएँ प्रदान करने और प्रतिस्पर्धा में उनकी स्थिति मजबूत करने में मदद करता है। इसके साथ ही, बैंकों को डिजिटलीकरण के साथ अपने वित्तीय प्रदर्शन को नियमित रूप से मॉनिटर करने और सुधारने के लिए अपनी टीम को प्रशिक्षित रखना चाहता है। इससे बैंक अपने ग्राहकों को सबसे अच्छी सेवा प्रदान कर सकेगा और प्रतिस्पर्धी मार्केट में एक महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है, जिसमें बैंक अपने ऋण जोखिम, बाजार जोखिम, और आपरेशनल जोखिमों का प्रबंधन करने के लिए सबसे अच्छा तरीका ढूँढता है। यही सही मार्ग है जिसके माध्यम से बैंक वित्तीय स्वास्थ्य को निरंतर सुधारकर प्रतिस्पर्धी मार्केट में मजबूती से प्रतिस्पर्धा कर सकता है और अपने ग्राहकों को अच्छी सेवा प्रदान कर सकता है।

इसलिए, डिजिटलीकरण के साथ बैंकों को अपने वित्तीय प्रदर्शन को मापने और सुधारने के लिए उपर्युक्त मापदंडों और उपायों का पालन करना आवश्यक है। इसके माध्यम से वे बैंकिंग उद्योग में अपनी प्रतिस्पर्धा में एक शिखर प्राप्त करने में सफल हो सकते हैं और अपने ग्राहकों को बेहतर सेवाएँ प्रदान कर सकते हैं। डिजिटल सेवाओं के माध्यम से वे अपने ग्राहकों की आवश्यकताओं को पूरा करने में मदद करते हैं और उन्हें बेहतर सुगमता प्रदान करते हैं।

इस प्रकार, डिजिटलीकरण बैंकों के लिए एक महत्वपूर्ण संवाद है और यह उन्हें उनकी लाभकारिता को सुधारने के लिए महत्वपूर्ण उपायों की पहचान करने में मदद कर सकता है। इसके साथ ही, बैंक को वित्तीय प्रदर्शन को नियमित रूप से मॉनिटर करने और सुधारने के लिए अपनी टीम को प्रशिक्षित रखना चाहिए ताकि वे अपने ग्राहकों को सबसे अच्छी सेवा प्रदान कर सकें। बैंकिंग के क्षेत्र में लाभ बढ़ाने के लिए बताए गए उपरोक्त उपायों का पालन करने से लाभकारिता को बढ़ाया जा सकता है।

- श्री अख्तर रसूल अन्सारी
बैंक ऑफ इंडिया



कासा एवं कारोबार विकास : बैंक के उत्पादों का प्रतिविक्रय

प्रस्तावना :-

किसी भी बैंक के वित्तीय स्वास्थ्य का आकलन करने के लिए कासा अनुपात एक अत्यंत महत्वपूर्ण मीट्रिक है। कासा, चालू खाता और बचत खाता का संक्षिप्त रूप है, जो कि बैंक के देयता पोर्टफोलियो का एक आवश्यक घटक है। चालू खाते जमाकर्ताओं को तत्काल तरलता प्रदान करते हैं, जबकि बचत खाते मामूली ब्याज दर प्रदान करते हैं। बैंकिंग में उचित मात्रा में कासा की हिस्सेदारी अत्यंत महत्वपूर्ण है, जिसके महत्व को कम करके नहीं आंका जा सकता। ये खाते न केवल बैंकों को धन का एक स्थिर स्रोत प्रदान करते हैं बल्कि उनकी ऋण गतिविधियों के लिए उत्प्रेरक के रूप में भी काम करते हैं।

उच्च कासा जमा से बैंक की धनराशि की लागत कम हो जाती है और परिणामस्वरूप लाभप्रदता में वृद्धि होती है। उच्च कासा अनुपात यह दर्शाता है कि एक बैंक अपने परिचालन के वित्तपोषण के लिए कम लागत वाली जमाओं पर अधिक निर्भर करता है। संक्षेप में, कासा खाते सावधि जमा या आवर्ती जमा की तुलना में बैंकों के लिए धन का एक सस्ता स्रोत हैं। यह लागत लाभ बैंक के शुद्ध ब्याज मार्जिन और लाभप्रदता पर महत्वपूर्ण प्रभाव डालता है।

कासा संवर्धन एवं कारोबार विकास में प्रतिविक्रय (क्रॉस-सेलिंग) की भूमिका :-

प्रतिविक्रय मौजूदा ग्राहकों को अतिरिक्त वित्तीय उत्पादों या सेवाओं को बढ़ावा देने और बेचने के लिए बैंकों द्वारा नियोजित एक रणनीतिक दृष्टिकोण है। यह रणनीति ग्राहकों के साथ पहले से स्थापित विश्वास और संबंधों का लाभ उठाकर उन्हें सेवाओं की एक विस्तृत श्रृंखला प्रदान करती है। बैंकों के लिए अपना राजस्व और लाभप्रदता बढ़ाने के लिए प्रतिविक्रय एक बहुत ही प्रभावी तरीका है। मैकिन्से एंड कंपनी के एक अध्ययन के अनुसार, प्रतिविक्रय से एक वर्ष के भीतर कासा जमा में 15-25% की वृद्धि हो सकती है। एक्सचर के एक अध्ययन में पाया गया कि बैंकों के लिए ग्राहक लाभप्रदता बढ़ाने के लिए प्रतिविक्रय सबसे प्रभावी तरीका है। वहीं डेलॉइट के एक अध्ययन में पाया गया कि मजबूत प्रतिविक्रय क्षमताओं वाले बैंकों में ग्राहक संतुष्टि और बैंक के प्रति निष्ठा अधिक होती है। यह आंकड़ा कासा वृद्धि पर प्रतिविक्रय के पर्याप्त प्रभाव को दर्शाता है।

1. कासा जमा में वृद्धि :-

प्रतिविक्रय ग्राहकों को बैंक के साथ कासा (चालू खाता एवं बचत खाता) खोलने और बनाए रखने के लिए प्रोत्साहित करती है। उदाहरण के लिए, यदि कोई बैंक किसी ग्राहक को म्यूचुअल फंड खाता, क्रेडिट कार्ड या निवेश उत्पाद प्रतिविक्रय करता है, तो ग्राहक क्रेडिट कार्ड पर भुगतान करने के लिए या म्यूचुअल फंड निवेश करने व इसकी आय के लिए अपने कासा खाते का उपयोग करने की अधिक संभावना रखता है। ऐसा इसलिए है क्योंकि ग्राहक के लिए किसी अन्य खाते की तुलना में अपने कासा खाते से भुगतान करना या निवेश करना अधिक सुविधाजनक होता है। उसी प्रकार बैंक जब कोई बंधक ऋण (मॉर्टगेज लोन) प्रदान करता है, तो वह उसी ग्राहक को बचत खाता या सावधि जमा खाता प्रतिविक्रय कर सकता है। बैंक के साथ ग्राहक के संबंधों के भीतर उत्पादों के इस विविधीकरण से कासा जमा में वृद्धि होती है। यह बैंकों के लिए एक बहुत ही अच्छी रणनीति है: ग्राहकों के पास अपने धन का प्रबंधन करने के लिए एक सुविधाजनक स्थान है, जबकि बैंकों को कासा खातों से जुड़ी स्थिर, कम लागत वाली जमा राशि से लाभ होता है।

2. कासा पोर्टफोलियो का विविधीकरण :-

प्रतिविक्रय बैंकों को अपने कासा पोर्टफोलियो में विविधता लाने में सक्षम बनाती है। विभिन्न उत्पाद, जैसे वेतन खाते, छात्र खाते और बुनियादी बचत खाते, विभिन्न ग्राहक वर्गों की आवश्यकताओं को पूरा कर सकते हैं। इन विशिष्ट उत्पादों को प्रतिविक्रय करके, बैंक एक विविध कासा आधार बनाते हैं जो अधिक स्थिर होता है और अक्सर होने वाले आर्थिक उतार-चढ़ाव के प्रति कम संवेदनशील होता है।

3. ग्राहक संतुष्टि में वृद्धि व बेहतर ग्राहक प्रतिधारण :-

प्रतिविक्रय से बैंकों को उनकी सभी वित्तीय जरूरतों के लिए वन-स्टॉप शॉप की पेशकश करके ग्राहकों की संतुष्टि में सुधार करने में मदद मिलती है। उदाहरण के लिए, जब कोई बैंक किसी ग्राहक को म्यूचुअल फंड खाता, बचत खाता और क्रेडिट कार्ड प्रदान करता है, तो ग्राहक को अपनी वित्तीय जरूरतों के लिए किसी और बैंक जाने की आवश्यकता नहीं होती है। संतुष्ट ग्राहकों द्वारा अपने बैंक के साथ बैंकिंग संबंध लंबे समय तक जारी रखने की संभावना अधिक होती है। प्रतिविक्रय मजबूत ग्राहक संबंध और बैंक के प्रति निष्ठा को बढ़ाने में मदद करता है। बैंक द्वारा समूहीकृत उत्पादों की पेशकश करके, ग्राहकों को बैंक के साथ अपने रिश्ते को बनाए रखने के महत्व व फायदों का एहसास होता है, जिससे उनके कासा खातों की लंबी अवधि और उनके जमा में निरंतर वृद्धि सुनिश्चित होती है। हार्वर्ड बिजनेस रिव्यू अध्ययन में पाया गया कि ग्राहक प्रतिधारण में केवल 5% सुधार से मुनाफा 25-95% तक बढ़ सकता है। यह ग्राहकों की संतुष्टि और प्रतिधारण पर प्रतिविक्रय के वित्तीय प्रभाव पर प्रकाश डालता है। प्रतिविक्रय ग्राहकों की संतुष्टि और निष्ठा में सुधार करने का भी एक अच्छा तरीका है।

4. नए ग्राहकों को आकर्षित करना व बेहतर ग्राहक अनुभव :-

प्रतिविक्रय से बैंकों को ग्राहकों को उत्पादों और सेवाओं की एक विस्तृत श्रृंखला की पेशकश करके अपने व्यवसाय की वृद्धि बढ़ाने में मदद मिलती है। इससे बैंकों को नए ग्राहकों को आकर्षित करने और मौजूदा ग्राहकों को बनाए रखने में मदद मिलती है। यह विभिन्न चैनलों के माध्यम से किया जा सकता है, जैसे प्रत्यक्ष विपणन, शाखा कर्मचारी, या डिजिटल प्लेटफॉर्म। प्रतिविक्रय बैंकों को ग्राहकों को उन उत्पादों और सेवाओं की पेशकश करके ग्राहक अनुभव को बेहतर बनाने में मदद कर सकती है जिनकी उन्हें आवश्यकता है और वे चाहते हैं। जब कोई ग्राहक अपने बैंक से प्राप्त उत्पादों और सेवाओं से खुश होता है, तो वह अपने दोस्तों और परिवार को बैंक की सिफारिश करने की अधिक संभावना रखता है।

5. शुल्क आय में वृद्धि :-

उत्पादों और सेवाओं के प्रतिविक्रय से उत्पन्न शुल्क से बैंक महत्वपूर्ण मात्रा में राजस्व अर्जित करते हैं। प्रतिविक्रय से बैंकों को अपनी शुल्क आय बढ़ाने में मदद मिल सकती है। उदाहरण के लिए, जब कोई बैंक किसी ग्राहक को क्रेडिट कार्ड बेचता है, तो उसे क्रेडिट कार्ड कंपनी से शुल्क मिलता है।

6. प्रतिस्पर्धात्मक लाभ :-

प्रभावी प्रतिविक्रय रणनीतियों को अपनाने वाले बैंक अपने ग्राहकों को वित्तीय समाधानों का एक व्यापक गुलदस्ता प्रदान करके प्रतिस्पर्धात्मक बढ़त हासिल करते हैं। यह नए व्यवसाय को आकर्षित



कासा एवं कारोबार विकास

करता है और मौजूदा ग्राहकों को बनाए रखता है। इसके अलावा, जो बैंक सफलतापूर्वक प्रतिविक्रय करते हैं, वे बाज़ार में अपनी अलग पहचान बनाते हैं और वन-स्टॉप वित्तीय सेवा प्रदाता होने की प्रतिष्ठा बनाते हैं।

7. जीवंत उदाहरण:-

प्रतिविक्रय के मामले में एचडीएफसी, आईसीआईसीआई व एसबीआई बैंक भारत के सबसे बड़े व सफल बैंकों में से एक है, एवं सिटीग्रुप व जेपी मॉर्गन चेज़ दुनिया के सबसे बड़े बैंकों में से एक है। इन बैंकों का अपने मौजूदा ग्राहकों को अपने उत्पादों के प्रतिविक्रय पर विशेष ध्यान है। ये बैंक व्यक्तिगत बैंकिंग, कॉर्पोरेट बैंकिंग, निवेश बैंकिंग और बीमा सहित उत्पादों और सेवाओं की एक विस्तृत श्रृंखला प्रदान करते हैं। इन सभी बैंकों का अपने ग्राहक संबंध प्रबंधन (सीआरएम) व डिजिटल बैंकिंग पर विशेष ध्यान रहा है, इनके पास प्रतिविक्रय विशेषज्ञों की एक समर्पित टीम है, जोकि डेटा एनालिटिक्स का उपयोग कर ग्राहकों की जरूरतों को पहचानने और सही उत्पादों और सेवाओं की सिफारिश करने के लिए उनके साथ मिलकर काम करती है।

वित्तीय वर्ष 2022-23 में एचडीएफसी बैंक की कासा जमा 15.5% बढ़कर रु. 14.6 लाख करोड़ हो गई एवं प्रतिविक्रय अनुपात 3.5 था, जिसका अर्थ है कि प्रत्येक ग्राहक ने औसतन बैंक से 3.5 उत्पाद खरीदे। इससे बैंक को अपना कासा अनुपात 52.2% तक बढ़ाने में मदद मिली। एसबीआई की कासा जमा 10.6% बढ़कर रु. 33.6 लाख करोड़ हो गई, एवं प्रतिविक्रय अनुपात 2.8 था, जिससे बैंक को अपना कासा अनुपात 45.6% तक बढ़ाने में मदद मिली, वहीं आईसीआईसीआई बैंक की कासा जमा 17.6% बढ़कर रु. 10.8 लाख करोड़ हो गई एवं प्रतिविक्रय अनुपात 3.2 था, इससे बैंक को अपना कासा अनुपात 50.1% तक बढ़ाने में मदद मिली, जो बैंकिंग उद्योग में सबसे अधिक में से एक है।

वहीं दूसरी ओर वैश्विक बैंक जैसे जेपी मॉर्गन चेज़, सिटीग्रुप दुनिया के सबसे बड़े बैंकों में से एक है, जिनका भी अपने ग्राहक संबंध प्रबंधन (सीआरएम) एवं उत्पादों और सेवाओं की प्रतिविक्रय पर विशेष ध्यान रहा है। 2022 में, जेपी मॉर्गन चेज़ की कासा जमा राशि 12% बढ़कर \$3 ट्रिलियन हो गई एवं प्रतिविक्रय अनुपात 3.4 था, जिससे बैंक को अपना कासा CASA अनुपात 51.2% तक बढ़ाने में मदद मिली, जबकि सिटीग्रुप की कासा जमा राशि 13% बढ़कर \$2 ट्रिलियन हो गई एवं प्रतिविक्रय अनुपात 3.2 था, इससे बैंक को अपना कासा अनुपात 49.5% तक बढ़ाने में मदद मिली। तीनों भारतीय बड़े बैंकों व दोनों वैश्विक बैंकों में यह वृद्धि बैंक के म्यूचुअल फंड, बीमा और क्रेडिट कार्ड जैसे उत्पादों के प्रतिविक्रय पर ध्यान केंद्रित करने से प्रेरित रही है।

प्रभावी प्रतिविक्रय के लिए रणनीतियाँ:-

ऐसी कई सर्वोत्तम तरीके हैं जिनको अपनाकर बैंक अपने ग्राहकों को उत्पादों और सेवाओं की प्रतिविक्रय कर सकते हैं।

1. **सही ग्राहकों को लक्षित करें**:- बैंकों को अपने प्रतिविक्रय प्रयासों को उन ग्राहकों पर लक्षित करना चाहिए जिनकी उनके द्वारा पेश किए जा रहे उत्पादों और सेवाओं में रुचि होने की सबसे अधिक संभावना है।

2. **ग्राहकों के लिए खरीदारी करना आसान बनाएं:-** बैंकों को ग्राहकों के लिए उन उत्पादों और सेवाओं को खरीदना आसान बनाना चाहिए जिनकी वे प्रतिविक्रय कर रहे हैं। यह ऑनलाइन और मोबाइल बैंकिंग विकल्प प्रदान करके किया जा सकता है।
3. **ग्राहक विभाजन और विश्लेषण:-** अपने ग्राहक आधार को विभाजित करने और उनकी प्राथमिकताओं को समझने के लिए बैंक उन्नत विश्लेषण और डेटा माइनिंग तकनीकों का उपयोग कर सकते हैं, जिससे ग्राहकों की ज़रूरतों और व्यवहारों की पहचान करके, प्रतिविक्रय प्रयासों को और अधिक प्रभावी ढंग से क्रियान्वित किया जा सके।
4. **वैयक्तिकृत पेशकशें:-** बैंकों को प्रत्येक ग्राहक के लिए अपने प्रतिविक्रय ऑफर को वैयक्तिकृत करना चाहिए। इससे ऑफर ग्राहक के लिए अधिक प्रासंगिक और आकर्षक हो जाएंगे। व्यक्तिगत ग्राहकों के लिए ऑफर और अनुशंसाओं को तैयार करने से सफल प्रतिविक्रय की संभावना बढ़ जाती है। ग्राहक के वित्तीय व्यवहार, प्राथमिकताओं और जीवनचक्र की घटनाओं को समझने के लिए बैंक डेटा एनालिटिक्स का उपयोग कर सकते हैं। यह उन्हें ग्राहकों की ज़रूरतों के अनुरूप लक्षित ऑफर पेश करने में सक्षम बनाता है। एक्सपेंचर के एक सर्वेक्षण में बताया गया है कि 75% ग्राहक ऐसे बैंक से खरीदारी करने की अधिक संभावना रखते हैं जो उन्हें नाम से पहचानता है, उनकी खरीदारी का इतिहास जानता है, और उनकी प्राथमिकताओं के आधार पर सिफारिशें प्रदान करता है। यह प्रतिविक्रय में वैयक्तिकृत पेशकशों के महत्व को रेखांकित करता है।
5. **प्रौद्योगिकी और स्वचालन:-** ग्राहकों की ज़रूरतों और प्राथमिकताओं की पहचान करने के लिए बैंकों को डेटा और एनालिटिक्स का उपयोग करना चाहिए। इससे उन्हें अपने प्रतिविक्रय प्रयासों को अधिक प्रभावी ढंग से लक्षित करने में मदद मिलेगी। कृत्रिम बुद्धिमत्ता (एआई) और मशीन लर्निंग जैसी प्रौद्योगिकी में प्रगति, प्रतिविक्रय रणनीतियों को बदल रही है। बैंक ग्राहक डेटा और व्यवहार का विश्लेषण करने के लिए इन प्रौद्योगिकियों का उपयोग कर रहे हैं, जिससे अधिक लक्षित और प्रभावी प्रतिविक्रय प्रयासों को सक्षम किया जा सके।
6. **व्यवहारिक अर्थशास्त्र और न्यूरोमार्केटिंग:-** व्यवहारिक अर्थशास्त्र और न्यूरोमार्केटिंग के लेंस के माध्यम से उपभोक्ता व्यवहार को समझना प्रतिविक्रय रणनीतियों को परिष्कृत करने के लिए मूल्यवान अंतर्दृष्टि प्रदान करता है। मनोवैज्ञानिक सिद्धांतों का लाभ उठाकर, बैंक ऐसे ऑफर डिज़ाइन कर सकते हैं जो अवचेतन स्तर पर ग्राहकों के साथ मेल खाते हैं, जिससे प्रतिविक्रय पहल की सफलता बढ़ जाती है।

चुनौतियाँ और नैतिक विचार :-

प्रतिविक्रय अत्यंतधिक फायदेमंद है, परंतु आक्रामक या भ्रामक रणनीति से संबंधित नैतिक चुनौतियाँ भी हैं। बैंकों को अपने बिक्री लक्ष्य हासिल करने और यह सुनिश्चित करने के बीच संतुलन बनाने की ज़रूरत है कि वे अपने ग्राहकों के सर्वोत्तम हित में काम कर रहे हैं। ग्राहकों की गोपनीयता और डेटा सुरक्षा की रक्षा के लिए प्रतिविक्रय को विभिन्न नियमों और दिशानिर्देशों का पालन करना होता है। प्रभावी प्रतिविक्रय और नियामक अनुपालन के बीच सही संतुलन बनाना बैंकों के लिए एक सतत चुनौती है।



कासा एवं कारोबार विकास

निष्कर्ष :-

प्रतिविक्रय बैंकों की एक मौलिक रणनीति है जो कासा संतुलन को बढ़ाने और बैंकिंग उद्योग में समग्र व्यवसाय विकास को चलाने की अपार संभावनाएं रखती है। ग्राहकों की जरूरतों के साथ उत्पादों को संरेखित करके, डेटा-संचालित अंतर्दृष्टि का लाभ उठाकर, और नैतिक प्रथाओं को नियोजित करके, बैंक ग्राहकों और संस्थान दोनों के लिए जीत-जीत परिदृश्य बनाने के लिए प्रतिविक्रय को अनुकूलित कर सकते हैं। केस अध्ययन और उदाहरण प्रतिविक्रय के ठोस लाभों को प्रदर्शित करते हैं, बैंकिंग और वित्तीय सेवाओं के भविष्य में इसकी महत्वपूर्ण भूमिका पर जोर देते हैं। बैंकों के लिए अपने कासा अनुपात, व्यवसाय वृद्धि और ग्राहक अनुभव को बढ़ाने के लिए प्रतिविक्रय एक प्रभावी रणनीति है। बैंक विभिन्न चैनलों, जैसे प्रत्यक्ष विपणन, शाखा कर्मचारी, या डिजिटल प्लेटफॉर्म के माध्यम से प्रतिविक्रय रणनीतियों को लागू कर सकते हैं।

- डॉ. सत्येन्द्र कुमार
बैंक ऑफ बड़ौदा

कासा एवं कारोबार विकास बैंक के डिजिटल उत्पादों का प्रचार

कासा का अर्थ होता है- करेंट एकाउंट (सीए) यानी चालू खाते और सेविंग एकाउंट (एसए) यानी बचत खाते को मिला दें तो बनता है सीएएसए यानी कासा (CASA)। बैंक की कुल जमाराशि में कासा जमा का हिस्सा कितना है, इससे उसकी लागत पर बहुत फर्क पड़ता है। यानी जितना ज्यादा कासा उतनी कम लागत, और जितना कम कासा उतनी ज्यादा लागत।

करेंट एकाउंट यानी चालू खाते मुख्यतया कंपनियों, फर्मों व व्यापारी व उद्यमी रखते हैं जो हर दिन खाते से काफी लेन-देन करते हैं। जबकि बचत खाते में हम-आप जैसे आम लोग अपना धन जमा रखते हैं और इसका इस्तेमाल अमूमन गैर-व्यावसायिक कामों के लिए करते हैं। बैंक जहां चालू खाते में जमा रकम पर कोई ब्याज नहीं देते, वहीं बचत खाते की रकम पर वे 3.5 फीसदी सालाना की दर से ब्याज देते हैं। इस तरह सावधि जमा या फिक्स्ड डिपॉजिट (एफडी) जैसे अन्य माध्यमों की तुलना में बैंकों के लिए कासा डिपॉजिट धन हासिल करने का सबसे सस्ता साधन है। नतीजतन, जिस बैंक की कुल जमाराशि में कासा जमा का हिस्सा जितना अधिक होता है, उस बैंक की जमा या फंड लागत उतनी ही कम होती है।

भारत में बैंकों की कुल जमाराशि में कासा जमा का हिस्सा एक तिहाई से ज्यादा है। दिलचस्प बात यह है कि कासा के मामले में देश में कार्यरत विदेशी बैंक सबसे बेहतर स्थिति में हैं। उसके बाद क्रम से स्टेट बैंक व उसके सहयोगी बैंक, राष्ट्रीयकृत बैंक और निजी क्षेत्र के बैंक आते हैं।

कुल जमा में कासा का घटता हिस्सा और इसकी वृद्धि दर में आ रही गिरावट बैंकिंग क्षेत्र के लिए चुनौती पेश कर सकता है। ऐसा इसलिए क्योंकि बैंकिंग क्षेत्र के लिए कासा जमा उनके लिए धन का सबसे सस्ता स्रोत है। अगर यह स्रोत सूखता है तो बैंकों के लिए धन के वैकल्पिक स्रोत हासिल करना न केवल मुश्किल होगा, बल्कि यह महंगा भी पड़ेगा। इसलिए बैंक अपनी कासा जमा को बढ़ाने पर खास ध्यान देते हैं। फाइनेंशियल इनक्लूजन या वित्तीय समावेश के तहत अधिक से अधिक खाते खोलना उनकी इसी कोशिश का एक हिस्सा है।

डिजिटलीकरण की आवश्यकता- बैंकिंग में डिजिटलीकरण बैंकिंग उद्योग के लिए सबसे अच्छी चीजों में से एक है। इसने बैंकिंग में सुविधा का साधन प्रदान किया है और कागज रहित होने में भी मदद की है। डिजिटल बैंकिंग के माध्यम से, व्यक्ति अपने स्मार्टफोन, डेस्क टॉप या किसी अन्य डिजिटल डिवाइस पर एक बटन के एक क्लिक से आसानी से लेनदेन कर सकते हैं, अपने खाते की शेष राशि की जांच कर सकते हैं या यहां तक कि स्थानांतरण भी कर सकते हैं।

डिजिटल बैंकिंग ग्राहक और बैंक दोनों के लिए फायदेमंद है:

- ग्राहक के लिए-
 - संचालन में आसानी
 - चौबीसों घंटे उपलब्धता
 - समय और लागत की बचत
 - नकली मुद्राओं से हानि का कोई जोखिम नहीं



कासा एवं कारोबार विकास

- बैंक के लिए—
 - लागत बचत (कास्ट सेविंग)
 - शाखाओं में ग्राहकों की भीड़ कम करना
 - उत्पादों की क्रॉस सेलिंग
 - बेहतर व्यवसाय प्रबंधन
 - बेहतर ग्राहक सेवा

लाभप्रदता का पहलू और संचालन में आसानी: बैंक में मैनुअल लेनदेन की लागत काफी अधिक है, जबकि डिजिटल चैनल के माध्यम से लेनदेन काफी कम है। सभी स्थितियों को स्थिर मानते हुए, हम पारंपरिक मैनुअल चैनल से डिजिटल चैनल पर स्विच करके लाभप्रदता में सुधार कर सकते हैं। मैनुअल से डिजिटल चैनल में शिफ्ट करने में सबसे बड़ी समस्या है मानसिकता की। यदि हम ग्राहक को डिजिटल चैनल का संचालन करने पर होने वाली सुविधा को प्रदर्शित कर सकें तो वह ग्राहक की मानसिकता को बदल सकता है और ग्राहक को मैनुअल से डिजिटल चैनल पर परिवर्तित करने में सहायता कर सकता है।

उदहारण के लिए यदि एक ग्राहक रूपए 10,000/- किसी अन्य को ट्रांसफर करने के लिए ब्रांच में जाता है तो उसे डिजिटल माध्यम का इस्तेमाल करने की सलाह और तरीका बताया जाता है। निःसंदेह पहली बार में ये शायद ग्राहक के लिए ये थोड़ा परेशानी भरा हो सकता है लेकिन थोड़ी सी मदद और निर्देशन से ग्राहक डिजिटल को अपना कर अपने काम आसानी से घर बैठे ही कर सकता है और दीर्घकालिक समय में ऐसे छोटे-छोटे कार्यों के लिए ब्रांच में नहीं आएगा जिससे बैंक की लाभप्रदता पर सकारात्मक प्रभाव पड़ता है।

भारत में फिनटेक (Fintech) का विकास: फिनटेक में मौलिक रूप से वित्तीय परिदृश्य परिवर्तन करने की क्षमता है ताकि उपभोक्ताओं को बेहतर सुविधाएं मिल सकें। और साथ ही साथ ग्राहकों को प्रतिस्पर्धी कीमतों पर विभिन्न प्रकार के वित्तीय उत्पाद मिल सकें और वित्तीय संस्थान अधिक कुशल बन सकें।

“भारत दुनिया में सबसे तेजी से बढ़ते फिनटेक बाजार के रूप में उभरा है और हाल ही में संपन्न हुए जी-20 शिखर सम्मेलन भी में भी इस बात को माना गया है”

आज, लोग जटिल वित्तीय कार्य भी बिना किसी बैंक/ बैंक कर्मचारी के संपर्क में आये कर रहे हैं, जैसे कि—

- पैसे भेजना या प्राप्त करना
- बिलों का भुगतान करना
- सामान और सेवाएँ खरीदना
- बीमा खरीदना
- शेयर बाजारों पर व्यापार करना
- बैंक खाते खोलना और
- स्मार्टफोन का उपयोग करके व्यक्तिगत ऋण के लिए ऑनलाइन आवेदन करना, इत्यादि

भारतीय फिनटेक उद्योग आज जिस रूप में खड़ा है वह परिणाम है—तकनीकी समर्थकों, नियामकों के अनूठे मिश्रण का और व्यावसायिक अवसरों के साथ—साथ कुछ अन्य विशेषताएँ जो भारत के लिए अद्वितीय है। भुगतान प्रणाली का नियामक रिजर्व बैंक है जिसने बढ़ी हुई दक्षता को सुनिश्चित करने के लिए कई उपाय किए ताकि सुरक्षित, सुलभ और किफायती पेमेंट सिस्टम की निर्बाध उपलब्धता सब को मिल सके और जनसंख्या के उन वर्गों की सेवा हो सके जो अब तक भुगतान प्रणालियों से अछूते हैं।

डिजिटल बैंकिंग का अर्थ- डिजिटल बैंकिंग पारंपरिक बैंकिंग सेवाओं का स्वचालन है। डिजिटल बैंकिंग बैंक के ग्राहकों को इलेक्ट्रॉनिक/ऑनलाइन प्लेटफॉर्म के माध्यम से बैंकिंग उत्पादों और सेवाओं तक पहुंचने में सक्षम बनाती है। डिजिटल बैंकिंग का अर्थ है सभी बैंकिंग परिचालनों को डिजिटल बनाना और बैंक की भौतिक उपस्थिति को एक स्थायी ऑनलाइन उपस्थिति के साथ प्रतिस्थापित करना, जिससे उपभोक्ता को शाखा में जाने की आवश्यकता समाप्त हो जाती है।

डिजिटल बैंकिंग के लाभ- एक तकनीकी उप-उत्पाद के रूप में डिजिटल बैंकिंग का उद्देश्य बैंक के ग्राहकों के लिए जीवन को आसान बनाना है। डिजिटल बैंकिंग के निम्नलिखित लाभ हैं:

- डिजिटल बैंकिंग उपभोक्ताओं को अपने घर से आराम से बैंकिंग कार्य करने में सक्षम बनाती है, चाहे वह एक बुजुर्ग हो जो लाइनों में इंतज़ार करते करते थक गया हो या एक व्यक्ति जो अपने काम को छोड़ कर यहाँ नहीं आना चाहता हो को भी यह सुविधा प्रदान करता है।
- डिजिटल बैंकिंग उपयोगकर्ता को बैंकिंग कार्यों तक पहुंच की 24/7 उपलब्धता के साथ, चौबीसों घंटे बैंकिंग कार्य करने की सुविधा देती है।
- डिजिटल बैंकिंग के विकास से बैंकिंग कागज रहित हो गई है। इससे कहीं न कहीं पर्यावरण को भी लाभ पहुंचा है। उपयोगकर्ता किसी भी समय अपने खाते में लॉग इन कर रिकॉर्ड की निगरानी कर सकता है।
- डिजिटल बैंकिंग उपयोगकर्ता को बिजली, गैस, फोन और क्रेडिट कार्ड जैसे नियमित उपयोगिता बिलों के लिए स्वचालित भुगतान सेट करने की अनुमति देता है। ग्राहक को अब नियत तिथियों को याद रखने की आवश्यकता नहीं है। ग्राहक आगामी भुगतानों और बकाया राशि पर अलर्ट/ ऑटो डेबिट का विकल्प भी चुन सकता है।
- ऑनलाइन शॉपिंग पोर्टल्स के साथ भुगतान चैनल अच्छी तरह से एकीकृत होने से ऑनलाइन शॉपिंग आसान हो गई है। इंटरनेट बैंकिंग ने ऑनलाइन भुगतान में महत्वपूर्ण योगदान दिया है।
- डिजिटल बैंकिंग सेवाओं का दूरस्थ क्षेत्रों तक विस्तार समग्र विकास की दिशा में एक कदम प्रतीत होता है। किफायती कीमतों पर स्मार्टफोन और दूरदराज के इलाकों में इंटरनेट पहुंच के साथ, ग्रामीण आबादी डिजिटल बैंकिंग सेवाओं का अधिकतम लाभ उठा सकती है।
- डिजिटल बैंकिंग- सक्षम फंड ट्रांसफर नकली मुद्रा के जोखिम को कम करता है।
- डिजिटल बैंकिंग की मदद से, उपयोगकर्ता एक बटन के क्लिक पर गुम हुए क्रेडिट कार्ड की रिपोर्ट कर सकता है और उसे ब्लॉक कर सकता है। यह लाभ बैंक के ग्राहकों के लिए उपलब्ध गोपनीयता और सुरक्षा को काफी मजबूत करता है।



कासा एवं कारोबार विकास

- कैशलेस समाज को बढ़ावा देकर, डिजिटल बैंकिंग काले धन के प्रसार को प्रतिबंधित करती है क्योंकि सरकार फंड गतिविधियों पर नज़र रख सकती है।

डिजिटल उत्पादों के प्रचार की रणनीति—

- **लोगों को इसके नफा—नुक्सान बताना** : यदि ग्राहक हमारी बातों से मत रखता है तो वह आज नहीं तो कल डिजिटल माध्यम को अपना लेता है। और साथ साथ हमारे द्वारा दी गयी हिदायतों जैसे की अपने पासवर्ड नियमित रूप से बदलना और अपने पासवर्ड को गोपनीय रखने के लिए संकेतों का पालन करने से अपने आपको वित्तीय नुकसान से बचा सकता है।
- **स्वयं भी इनका इस्तेमाल करना और ग्राहकों को मदद करना** : सबसे पहले हमें खुद इन डिजिटल उत्पादों को इस्तेमाल करना होगा तभी हम ग्राहकों को पूर्णतया संतुष्ट कर पाएंगे और इनके इस्तेमाल के लिए प्रेरित कर पाएंगे।
- **लोगों की डिजिटल उत्पादों को लेकर जो मानसिकता है उसको बदलना** : इसके लिए काफी परिश्रम करना होगा क्योंकि भारत जैसे देश में ये आसान नहीं है जहां लोग अभी पूरी तरह शिक्षित नहीं है।
- **लोगों को डिजिटल उत्पाद का इस्तेमाल करके दिखाना** : लोग तब ज्यादा सीखते है जब उन्हें कर के दिखाया जाता है तो ये हमारा फ़र्ज बनता है की हम उन्हें डिजिटल माध्यम का इस्तेमाल कर के दिखाए ताकि वो हमारा अनुसरण कर सके।
- **समय-समय पर कैंप का आयोजन करना** : कैंप लगा कर हम न केवल ज्यादा लोगों को कवर कर सकते है बल्कि इससे एक विश्वास की भावना भी उत्पन्न होती है जो बहुत ही जरूरी है।
- **हमारे ए टी एम् और अन्य प्रचार वाली जगहों पर डिजिटल उत्पादों से संबंधित सामग्री उपलब्ध कराना** : इससे लोग और भी जल्दी सीख सकते है।
- **ऐसे विडियो और ऑडियो तैयार करना जिससे लोगों को डिजिटल उत्पादों को इस्तेमाल करने में मदद मिले** : आज का युग रील्स और यूटूब विडियो का है ऐसे में वीडियोस से लोगों को सीखने में आसानी होती है।
- **जो लोग डिजिटल माध्यम का ज्यादा इस्तेमाल करे उन्हें पुरस्कृत करना** : इससे प्रतिस्पर्धा की भावना उत्पन्न होती है और लोग ज्यादा से ज्यादा डिजिटल माध्यम का इस्तेमाल करने लगते है।
- डिजिटल माध्यम के इस्तेमाल के लिए समय समय पर लोगों को प्रोत्साहित करना और इसका सही इस्तेमाल का तरीका बताना।
- इस प्रकार हम यह बात समझ गए है कि आज सभी बैंकों की जरूरत कासा है। केवल एक खाता खोल कर हम बहुत सारे उत्पाद एवं सेवाएँ ग्राहक को डिजिटल माध्यम से मुहैया करवा सकते हैं, जैसे कि:
- मोबाइल बैंकिंग
- नेट बैंकिंग
- व्हात्सप्प (whatsapp) बैंकिंग

- आधार सक्षम भुगतान प्रणाली (एईपीएस)
- यूनिफ़ाइड पेमेंट इंटरफ़ेस (UPI)- UPI वर्तमान में डिजिटल बैंकिंग का ट्रेंडिंग रूप है।
- पी पी एफ़ (PPF), पी एम् जे जे बी वाई (PMJJBY), पी एम् एस बी वाई (PMSBY) और सुकन्या समृद्धि जैसी योजनाओं का लाभ दे सकते हैं ।
- ऑनलाइन के वाई सी (KYC) करना
- ऐ एस बी आ (ASBA)
- तृतीय पक्ष उत्पाद (Third Party Products) को क्रॉस सेल करना- बीमा, म्यूच्युअल फण्ड इत्यादि
- सीनिअर सिटिज़न्स को डी एस बी एस (Door Step Banking Services) सेवा देना
- फ़ास्ट टैग (Fast Tag) की सुविधा देना
- स्कूल कॉलेज की ऑनलाइन फीस भरने जैसी सुविधा देना, पेमेंट गेटवे की सुविधा देना ।
- स्ट्रीट वेंडर्स को पी एम् स्वनिधि (PM Svanidhi) योजना का लाभ देना
- आर बी आई की डिजिटल करेंसी (CBDC- e Rupee) को डिजिटल माध्यम से देना
- **डिजिटल लेंडिंग (Digital Lending)** की सुविधा देना - जैसे की रिटेल लोन (आवास, कार, एजुकेशन एवं अन्य लोन), प्री अप्पूवड पर्सनल लोन, प्री अप्पूवड बिज़नेस लोन, प्री अप्पूवड क्रेडिट कार्ड , ई मुद्रा योजना और अन्य को डिजिटल माध्यम से अप्लाई करने की सुविधा देना और बिना शाखा में आये ही ग्राहक के खाते में क्रेडिट कर देना ।

इस प्रकार ये बात तो साफ़ है की बैंकों को ना केवल समाज के उन लोगों को बैंकिंग से जोड़ना होगा जो अभी तक इन सुविधाओं का लाभ न ले पाए हो बल्कि उनको डिजिटल बैंकिंग के प्रति भी जागरूक करना होगा तभी कासा और डिजिटल का सकारात्मक प्रभाव बैंकिंग पर पड़ेगा और देश को कैश लेस इकॉनमी बनाने की तरफ हम अग्रसर हो पाएंगे ।

- श्री सुरेन्द्र कुमार केशव
पंजाब नेशनल बैंक



बैंक के उत्पादों का प्रतिविक्रय

बैंक के उत्पादों के प्रतिविक्रय का अभिप्राय ग्राहकों से उसके ज़रूरत के अनुसार पूरक बैंकिंग उत्पाद बेचने से है जो उनकी आवश्यकताओं के साथ साथ उनके जीवन में विशेष अतिरिक्त सेवाएँ प्रदान करती है। उदाहरण के तौर पर यदि किसी ग्राहक से हम बचत खाता उत्पाद को बेचते हैं और उसी समय हम प्रतिविक्रय के माध्यम से मोबाइल बैंकिंग या इंटरनेट बैंकिंग के सुविधाओं से ग्राहक को अवगत करा के उन्हें उसके लिए पंजीकृत करा देते हैं, या फिर कोई इन्शुरेंस उत्पाद के बारे में बता कर वह उत्पाद उनके खाते से जोड़ देते हैं तो यह प्रतिविक्रय कहलाता है और इस तरह के प्रतिविक्रय से ग्राहक और बैंक दोनों परस्पर लाभान्वित होते हैं। प्रतिविक्रय की सबसे खास बात ये होती है की इससे कस्टमर को वैसे उत्पादों की जानकारी होती है जो की बैंक के पास उपस्थित तो होती है लेकिन किसी कारणवश वो जानकारी ग्राहक तक नहीं पहुँच पाती है। प्रतिविक्रय अगर ग्राहक के प्रोफ़ाइल एवं उनके ज़रूरत के अनुसार किया जाता है तो ग्राहक को उत्कृष्ट सेवा का अनुभव होता है और वो लंबे समय तक बैंक के साथ जुड़े रहते हैं।

आज प्रतिस्पर्धा के इस दौर में विशेषकर बैंकों में प्रतिविक्रय की भूमिका बहुत अधिक बढ़ गयी है, क्योंकि हर एक बैंक बाज़ार में अपने मार्केट हिस्सेदारी को अधिक से अधिक बढ़ाना चाहती है और उसके लिए उन्हे प्रति ग्राहक उत्पाद अनुपात को बढ़ाना अतिआवश्यक है। बैंकिंग में नए खोज एवं नए तकनीक के आने से प्रतिविक्रय का महत्व और अधिक बढ़ गया है क्योंकि नए तकनीक के माध्यम से ग्राहक तक पहुँचना, उनके ज़रूरत को समझना एवं उनके अनुसार उन्हे उत्पाद या सेवाएँ देना काफी आसान एवं सरल हो गया है।

बैंक के उत्पादों के प्रतिविक्रय के लिए प्रभावी कदम:

ग्राहकों के मांग एवं ज़रूरत के अनुसार बैंक में उत्पादों का निर्माण करना : प्रतिविक्रय में यह अतिआवश्यक है की हम ग्राहक से जिस बैंकिंग उत्पाद के विक्रय के लिए बात करें वह उत्पाद उनके वर्तमान ज़रूरत को पूर्ण करता हो। इससे ग्राहक उस उत्पाद को सुनने एवं समझने में अपनी रुचि बनाए रखते हैं। इसलिए बैंक में ये महत्वपूर्ण हो जाता है की नए उत्पाद के निर्माण के समय वो ग्राहक के रुचि का अध्ययन करें एवं वैसे उत्पाद का निर्माण करे जो उन्हे विशेष अतिरिक्त (value added) सेवाएँ प्रदान करती है।

ग्राहकों को निजीकृत सेवाएँ प्रदान करना : प्रतिविक्रय में ग्राहक सेवा की भूमिका अधिक महत्वपूर्ण होती है। यहाँ ग्राहकों को निजीकृत सेवाएँ प्रदान करने का अभिप्राय ग्राहकों के बारे में उपस्थित डाटा का विश्लेषण कर उनके अनुसार उत्पाद के साथ उनके समक्ष पहुँचने से है। बैंक को एस. टा. पी. (Segmentation, Targetting, and Positioning) के माध्यम से सही उत्पाद को सही ग्राहक तक पहुँचने में मदद मिलेगी और वो ग्राहक के वर्तमान ज़रूरत को संतुष्ट कर पाएंगे।

ग्राहकों से नियमित संपर्क स्थापित करना : प्रतिविक्रय में ग्राहकों से नियमित रूप से संपर्क स्थापित करना एवं विभिन्न माध्यमों से उनसे जुड़े रहना अतिआवश्यक होता है। जैसा की हम सभी जानते हैं कि सेवा के क्षेत्र में आपका नेटवर्क ही आपका नेटवर्थ होता है ठीक उसी प्रकार प्रतिविक्रयता में आपका ग्राहक के साथ अच्छे संबंध बहुत ज़रूरी होते हैं। बैंक में जब कभी हम ग्राहक के साथ नियमित रूप से जुड़े होते हैं तब ग्राहकों को समझने एवं उनसे चुनिन्दा उत्पाद को बेचने में काफी मदद मिलती है।

ग्राहक सेवा : बैंकों में ग्राहक सेवा ही एक ऐसा माध्यम है जो आपको दूसरे बैंक से भिन्न करती है। प्रभावी ग्राहक सेवा में ग्राहकों को सुनना, उनके मांग एवं ज़रूरत को समझना, उनके पूछे गए प्रश्नों का त्वरित जवाब देना, उनके समस्याओं का निदान करना एवं बाद में भी उनसे संपर्क स्थापित कर उनके अनुभव को जानना

आदि महत्वपूर्ण है। बैंक के उत्पाद के प्रतिविक्रयता में ग्राहकों के विश्वास को जीतना महत्वपूर्ण होता है और ये ग्राहक सेवा से ही संभव है।

डिजिटल माध्यम से बैंक के उत्पादों का प्रतिविक्रय करना : आज के दौर में ज्यादातर ग्राहक विशेष कर नौजवान ग्राहक डिजिटल के प्रति ज्यादा रुचि दिखाते हैं इसलिए बैंक के उत्पाद के प्रतिविक्रयता में डिजिटल माध्यम का उपयोग करना अधिक महत्वपूर्ण है। डिजिटल के उपयोग करने से ग्राहक स्वयं अपने ज़रूरत के अनुसार उत्पाद को चुन सकते हैं एवं बिलकुल ही प्रभावी एवं पारदर्शी रूप से उसके नियम एवं शर्तों को समझ सकते हैं जो कि ग्राहक एवं बैंक के अनुपालन के लिए बहुत ज़रूरी होता है।

बैंक के कर्मचारियों को प्रतिविक्रय के लिए प्रशिक्षित करना : बैंक के उत्पाद के प्रतिविक्रय के लिए बैंक के कर्मचारियों को नियमित रूप से प्रशिक्षित करना महत्वपूर्ण है। कर्मचारियों को प्रशिक्षण करते समय उन्हें बैंक के उत्पाद की पूरी जानकारी देना एवं साथ ही साथ उन्हें उत्पाद के यू एस पी (Unique Selling proposition) को समझाना ज़रूरी है जिससे की बाद में वो ग्राहक को उत्पाद की सही जानकारी दे सके और यू एस पी के अनुसार चुनिन्दा ग्राहक को टारगेट कर सके। प्रतिविक्रयता में विशेष करके जैसे कर्मचारी को प्रशिक्षित करना और भी अधिक महत्वपूर्ण है जो अपने रोज के दिनचर्या में ग्राहक से सीधा संपर्क स्थापित करते हैं एवं उन्हें बैंक के अलग अलग उत्पाद के बारे में बताते हैं।

बैंक के उत्पादों के प्रतिविक्रय के मार्ग में आने वाली चुनौतियाँ :

बैंक के ज्यादातर उत्पाद रुपयो-पैसों से संबन्धित होते हैं जिसमें ग्राहक को अपने कमाए हुए रकम को जमा करना होता है और यही वह कारण है जिससे कि बैंक के कर्मचारियों को प्रतिविक्रयता के मार्ग में कई चुनौतियों का सामना करना पड़ता है। ग्राहकों के प्रश्नों को सुनकर उन्हें समयानुसार समाधान करना एवं उन्हें उत्पाद के खरीदारी के लिए तैयार करना प्रतिविक्रयता में अधिक महत्वपूर्ण है। प्रतिविक्रयता के मार्ग में आने वाले कुछ प्रमुख चुनौतियाँ निम्नलिखित हैं:-

- प्रतिविक्रयता में ग्राहकों के विश्वास को जीतना महत्वपूर्ण है जो कि एक चुनौतीपूर्ण कार्य है। बैंक के उत्पाद के प्रतिविक्रयता में ग्राहक नए उत्पाद को संदेह की नज़र से देखते हैं। ग्राहकों को उत्पाद के प्रति उन्हें समझना एवं उन्हें उनके रकम के सुरक्षा का विश्वास दिलाना ज़रूरी है जिससे कि वे आसानी से उस उत्पाद को अपना सके।
- प्रतिविक्रयता में प्रायः ऐसा देखा गया है कि बैंक के कर्मचारीगण उत्पाद को बेचते समय ग्राहक को अधिक समय देते हैं एवं उनके प्रति अपने ध्यान को आकर्षित रखते हैं जिससे कि ग्राहक की उम्मीदें बैंक से बढ़ जाती हैं और बाद में ग्राहक के उस उम्मीद पर खरा उतरना कर्मचारियों के लिए एक चुनौतीपूर्ण कार्य होता है।
- प्रतिविक्रयता में ऐसा देखा जाता है की कंपनी ग्राहकों को छूट प्रदान करती है और उसी के अनुसार ग्राहक बैंक के उत्पाद के प्रतिविक्रयता में छूट की मांग करते हैं जो बैंकिंग अनुपालन के अनुसार काफी कठिन एवं चुनौतीपूर्ण है।
- प्रतिविक्रयता में हर एक ग्राहक घर पर एवं निजीकृत सेवाओं की मांग करते हैं जिसे पूरा करना बैंक के लिए चुनौतीपूर्ण है।



कासा एवं कारोबार विकास

- बैंकिंग व्यवसाय में अनुपालन की महत्वपूर्ण भूमिका होती है किन्तु प्रतिविक्रयता में ऐसा देखा गया कि ग्राहक को आकर्षित करने के लिए कभी-कभी बैंक के कर्मचारीगण अनुपालन में थोड़ी कमी कर देते हैं जो बाद में एक बड़ी चुनौती बन कर सामने आती है।

बैंक के उत्पादों के प्रतिविक्रय के लाभ :

बैंक के उत्पादों का प्रतिविक्रय किसी भी बैंकिंग संस्था के लिए सफलता की कुंजी होती है क्योंकि प्रतिविक्रय से ही बैंक प्रति ग्राहक अपने व्यापार में वृद्धि करता है। बैंक के उत्पादों के प्रतिविक्रय से ग्राहक को भी संतुष्टि का अनुभव होता है और वो अपने सारे बैंक से संबन्धित उत्पाद को एक ही बैंक से लेना पसंद करते हैं। बैंक के उत्पाद के प्रतिविक्रय के कुछ महत्वपूर्ण लाभ निम्नलिखित हैं:

- बैंकिंग उत्पाद के प्रतिविक्रय से बैंक में ग्राहकों के आधार में वृद्धि होती है क्योंकि प्रतिविक्रय में बैंक के कर्मचारीगण ग्राहकों से नियमित रूप से संपर्क बनाए रखते हैं जिससे की ग्राहकों का बैंक में अच्छे संबंध स्थापित होते हैं और वो बैंक के साथ लंबे समय तक बने रहते हैं।
- प्रतिविक्रय से बैंक के कर्मचारीगण को ग्राहकों के वर्तमान मांग एवं ज़रूरत के बारे में पता चलता है जिसे वो अपने संबन्धित अधिकारी तक पहुँचते हैं जिससे कि बैंक को ग्राहक केन्द्रित उत्पाद के विकास करने में मदद मिलती है।
- प्रतिविक्रय में ग्राहकों से बैंक के पूरक एवं नए उत्पादों को बेचना आसान हो जाता है और बैंक को इसमें अलग से कोई अतिरिक्त खर्च करने की ज़रूरत भी नहीं होती है।
- प्रतिविक्रय में हम बैंक के नए-नए एवं तकनीकी उत्पादों के साथ ग्राहक से संपर्क स्थापित करते रहते हैं जिससे कि ग्राहक बैंक के ब्रांड के प्रति वफादार हो जाते हैं और बैंक के प्रति उनके विश्वास में भी वृद्धि होती है।
- प्रतिविक्रय में आज-कल डिजिटल का प्रयोग बहुत तेज़ी से बढ़ रहा है और डिजिटल प्रचार के माध्यम से प्रतिविक्रय में भी वृद्धि हो रही है। प्रतिविक्रय बैंक को नए डिजिटल तकनीक के खोज एवं उसके निर्माण के लिए स्कोप प्रदान करती है।

सारांश :

ऊपर किए गए वर्णन से हम ये निष्कर्ष पाते हैं कि बैंकों में बैंक के उत्पादों का प्रतिविक्रय बहुत ही महत्वपूर्ण और आवश्यक है जो किसी भी बैंक के सफलता के लिए एक अतिआवश्यक कुंजी है। आज के बदलते बैंकिंग परिदृश्य में बैंक के लिए ये आवश्यक है कि बैंक नए-नए ग्राहक केन्द्रित उत्पाद का निर्माण करे और उसके प्रतिविक्रय के लिए बैंक के कर्मचारीगण को प्रशिक्षित एवं प्रोत्साहित करे। नए तकनीकों के खोज एवं उसके माध्यम से ग्राहकों के ज़रूरत को समझकर नए इन्नोवाटिव उत्पाद का निर्माण प्रतिविक्रय को और भी सरल एवं रूचिपूर्ण बना दिया है। अब उत्पादों के प्रतिविक्रय में ज़रूरत इस बात की है कि हम ग्राहकों से जो उत्पाद विक्रय के समय वादा करते हैं हम उस वादे पर खरे उतरे और ग्राहकों के समस्याओं का समाधान समयानुसार प्रदान करे। प्रतिविक्रय में कभी भी किसी भी ग्राहक को उत्पाद के बारे में ऐसी कोई भी गलत जानकारी न दे जो उसमें शामिल न हो। प्रतिविक्रय का अर्थ अतिरिक्त पूरक बैंक के उत्पादों को सही तरीके से विक्रय करने से है, जिससे कि बैंक एवं बैंक के उत्पादों के प्रति ग्राहक का विश्वास और भी अटूट बन सके



और वो लंबे समय तक बैंक से जुड़े रहे। आज बैंक में प्रतिविक्रय के माध्यम से ही बैंक के व्यापार में वृद्धि हो रही है। प्रतिविक्रय से बैंक को अपने में मौजूद शक्तियों और कमियों का विश्लेषण करने में मदद मिलती है जिससे कि वो अपने में ज़रूरी सुधार कर ग्राहकों को अच्छी सेवाएँ प्रदान करते हैं और ग्राहक को उत्कृष्ट बैंकिंग का अनुभव कराते हैं जिस तरह से शरीर को चलने के लिए आत्मा की ज़रूरत है ठीक उसी प्रकार से बैंक में व्यापार को आगे बढ़ाने एवं बैंक को एक सफल और प्रभावी बैंक बनाने के लिए उनके उत्पादों का प्रतिविक्रय अतिआवश्यक है।

- श्री मो. नसीम अनवर
यूनियन बैंक ऑफ इंडिया



बैंक उत्पादों का प्रतिविक्रय Cross selling of Bank's products

अच्छी बैंकिंग वह है जो ग्राहकों को नए संभावित उत्पादों की ओर प्रोत्साहित करती है
और उनकी आवश्यकताओं को पूरा करने में मदद करती है।

– आनंद महिंद्रा

बैंकिंग जगत में प्रतिविक्रय (क्रॉस सेलिंग) एक महत्वपूर्ण रणनीति है जिससे बैंक उपभोक्ताओं को विभिन्न वित्तीय उत्पादों के साथ अवगत किया जाता है। इस प्रक्रिया में, बैंक अपने ग्राहकों को न केवल बैंकिंग सेवाओं की पेशकश करता है, बल्कि विभिन्न वित्तीय उपायों को भी प्रस्तुत करता है, जैसे कि वित्तीय निवेश, आवास ऋण, और बीमा योजनाएं।

प्रतिविक्रय (क्रॉस सेलिंग) का लक्ष्य ग्राहकों को सही समय पर सही उत्पादों के बारे में सूचित करना होता है, जिससे कि उन्हें उनकी वित्तीय आवश्यकताओं के आधार पर उपयुक्त सेवाओं का लाभ समय पर मिल सके। प्रतिविक्रय का मुख्य उद्देश्य, ग्राहकों को वित्तीय योजनाओं के बारे में जागरूक करना और उनके वित्तीय स्वास्थ्य को बेहतर बनाना है।

प्रतिविक्रय का एक और महत्वपूर्ण फायदा बैंकों के लिए होता है, वह ग्राहक समृद्धि और वित्तीय स्थिरता में सुधार करके उनके साथ लंबे समय तक संबंध स्थापित करता है।

इसके रूप में, प्रतिविक्रय बैंकों के और उनके ग्राहकों के लिए एक विजयी यात्रा का हिस्सा बन सकता है, जिससे सभी को लाभ होता है। इसलिए, यह महत्वपूर्ण है कि बैंक कर्मचारियों को अपने ग्राहकों के लिए सही वित्तीय उपाय प्रस्तुत करने के लिए सचेत रहना चाहिए।

“जिस बैंक ने ग्राहक की आवश्यकताओं के अनुसार उत्पादों की अच्छी समझ रखी है,
वही बैंक सर्वोत्तम बैंक हो सकता है।”

– महात्मा गांधी

बैंक उत्पादों की प्रतिविक्रय (क्रॉस सेलिंग) के गुण व भविष्य की दिशा

बैंकों के उत्पादों की प्रतिविक्रय का भविष्य बेहद रोशन है और यह बैंक उद्योग में महत्वपूर्ण भूमिका निभा रहा है। बैंक उत्पादों के प्रतिविक्रय के भविष्य की महत्ता इस प्रकार है :

वित्तीय साक्षरता की बढ़ोतरी : प्रतिविक्रय के माध्यम से, ग्राहकों को वित्तीय ज्ञान में वृद्धि होती है, जिससे उन्हें अपने वित्तीय लक्ष्यों को पूरा करने के लिए सबसे उपयुक्त उत्पादों के बारे में जागरूक होता है।

तकनीकी उन्नति : डिजिटल प्रौद्योगिकी की बढ़ती उपयोगिता के साथ, बैंक क्रॉस सेलिंग के नेटवर्क को विस्तारित कर रहा है। इससे ग्राहकों को उत्पादों के बारे में जानकारी प्राप्त करने व सुविधाजनक और त्वरित तरीके से समस्याओं का समाधान कर पाने में सहायता मिलती है।

वित्तीय समृद्धि : प्रतिविक्रय के माध्यम से, बैंक उत्पादों के आवश्यकता और अपेक्षाओं के अनुसार ग्राहकों को उपाय दिए जा सकते हैं, जिससे उनकी वित्तीय समृद्धि बढ़ सकती है।

ग्राहक निष्ठा : सही समय पर सही सेवा प्रदान करके, बैंक ग्राहकों के बीच निष्ठा और विश्वास का निर्माण करता है, जो उन्हें बैंक के साथ लंबे समय तक रहने के लिए प्रोत्साहित करता है।

बैंक की आमदनी में वृद्धि: प्रतिविक्रय के माध्यम से बैंक अपनी आमदनी में वृद्धि कर सकता है, क्योंकि ग्राहक अधिक उत्पादों का उपयोग करते हैं और नए उत्पादों के लिए आवेदन कर सकते हैं।

इस प्रकार, बैंक उत्पादों की क्रॉस सेलिंग का भविष्य उज्ज्वल है और यह ग्राहकों के लिए भी लाभकारी है, क्योंकि यह उन्हें उनके वित्तीय लक्ष्यों को प्राप्त करने में मदद करता है।

प्रतिविक्रय (क्रॉस सेलिंग) के दोष

ग्राहकों पर अनुचित दबाव:

जिस तरह से प्रतिविक्रय का महत्व और दायरा बढ़ रहा है कुछ बैंक लक्ष्यों को पूरा करने के लिए अपने कर्मचारियों पर अनुचित दबाव डालते हैं, जो ग्राहकों को अनुचित या अधिक उत्पादों को खरीदने के लिए मजबूर कर सकता है।

अनुषंग उत्पादों की अत्यधिकता:

कुछ बैंक अपने ग्राहकों को अनुषंगिक उत्पादों की बहुत अधिकता करने के लिए प्रेरित कर सकते हैं, जो उनके वित्तीय स्थिति के लिए हानिकारक हो सकता है।

ग्राहकों की गोपनीयता का उल्लंघन:

कई बार, प्रतिविक्रय के अंतर्गत अन्य उत्पादों के लिए ग्राहकों की पात्रता का आकलन करने के लिए उनकी व्यक्तिगत जानकारी का अत्यधिक उपयोग किया जाता है, जो उनकी गोपनीयता का उल्लंघन होने का खतरा बढ़ सकता है और ऐसा होने पर हम अपने अच्छे ग्राहकों को खो सकते हैं।

समय और उपकरणों की अपव्ययिता:

अधिक उत्पादों की पेशकश के लिए अधिक समय और उपकरणों की आवश्यकता होती है, जो कर्मचारियों और ग्राहकों दोनों का समय व्यय कर सकता है।

बैंक के प्रति विश्वासघात की भावना :

यदि ग्राहकों को अधिक या अनुचित उत्पादों के बारे में गलत जानकारी दी जाती है, तो इससे उनके बैंक और उनके बीच विश्वासघात की भावना जन्म लेती है और रिश्ते लंबे समय तक नहीं चल पाते हैं।

बैंकिंग उत्पादों की प्रतिविक्रय (क्रॉस सेलिंग) के दोषों से बचने के सुझाव

सावधानी से अध्ययन :

बैंकिंग उत्पादों के बारे में सही जानकारी प्राप्त करने के लिए अध्ययन करें और संभावित उत्पादों के बारे में जानकारी लें।

ग्राहकों की आवश्यकताओं के आधार पर विचार:

ग्राहकों की वित्तीय जरूरतों और लक्ष्यों के अनुसार ही किसी भी उत्पाद का चयन करें, और उन्हें ध्यान में रखें जो वास्तविकता में उनके लिए उपयुक्त हैं।



कासा एवं कारोबार विकास

बैंक के पॉलिसी और नियमों का पालन :

बैंक की नियमों और विचारशीलता का पालन करें और कोई भी आत्म-स्वीकृत उत्पादों या सेवाओं की बात न मानें जो ग्राहकों की आवश्यकताओं और प्राथमिकताओं से मेल नहीं खाते। यह ग्राहकों के लिए भी नुकसानदायक है और इससे बैंक की भी छवि खराब होती है।

वित्तीय लक्ष्यों की स्पष्टता :

वित्तीय लक्ष्यों और योजनाओं को स्पष्ट रूप से निर्धारित किया जाना चाहिए ताकि ग्राहकों के लिए सही उत्पादों का चयन किया जा सके।

पुनः विचार की आवश्यकता :

किसी भी निवेश या वित्तीय उत्पाद की खरीदारी करने से पहले ध्यानपूर्वक पुनः विचार करना चाहिए, और जब तक पूरी तरह से संतुष्ट न हों, तब तक किसी भी उत्पाद की बिक्री व खरीदारी न करें।

वित्तीय सलाह :

यदि आप निश्चितता नहीं कर पा रहे हैं या आपको वित्तीय विवाद हैं, तो वित्तीय सलाह लेने के लिए वित्तीय पेशेवरों से मिलें और अपनी आवश्यकताओं व निवेश को सुरक्षित रखें।

प्रतिविक्रय (क्रॉस सेलिंग) के बैंक कर्मचारियों को लाभ

वित्तीय लाभ: प्रतिविक्रय द्वारा विभिन्न उत्पादों और सेवाओं की बेचते समय, विभिन्न उत्पादों के बीच संबंध बनते हैं जिससे बैंक को वित्तीय लाभ होता है। इससे कर्मचारियों के ज्ञान और विकास में भी वृद्धि होती है।

ग्राहक संतुलन: प्रतिविक्रय से ग्राहकों को विभिन्न उत्पादों और सेवाओं के बारे में जानकारी मिलती है, जिससे उनके लिए बेहतर विकल्प उपलब्ध होते हैं और वे संतुष्ट रहते हैं। इसका सीधा असर बैंक व ग्राहकों के रिश्तों पर पड़ता है और नीव को मजबूत बनाता है।

आजीविका (करियर) विकास: प्रतिविक्रय करने से बैंक कर्मचारियों का करियर विकसित होता है, क्योंकि उन्हें विभिन्न उत्पादों और सेवाओं के बारे में अधिक ज्ञान मिलता है और यह विभिन्न क्षेत्रों में उनकी कार्य क्षमताओं को बढ़ाता है।

समूहिक कार्य (टीम वर्क) क्षमता : प्रतिविक्रय के लिए समूहिक कार्य की आवश्यकता होती है, जिससे कर्मचारियों के बीच एकता और सहयोग बढ़ता है।

व्यक्तित्व विकास : प्रतिविक्रय से बैंक कर्मचारियों की बेचने की आदतें बढ़ती हैं जिससे उनका व्यक्तिगत और पेशेवर विकास होता है। साथ ही प्रोत्साहन मिलने पर उनका उत्साह बढ़ता है जो कि अंततः बैंक के व्यापार में वृद्धि को दर्शाता है।

प्रतिविक्रय (क्रॉस सेलिंग) के बैंक कर्मचारियों के लिए दोष

प्रतिष्ठा की कमी: कई बार, कर्मचारी प्रतिविक्रय करते समय अत्यधिक दबाव महसूस करते हैं और यह उनकी प्रतिष्ठा में कमी कर सकता है।

आदेशों के उल्लंघन का खतरा: कुछ बार कर्मचारी प्रतिविक्रय के लिए अन्य कार्यों के दबाव के चलते आदेशों का उल्लंघन भी कर सकते हैं, जो उनके लिए नकारात्मक प्रभाव डाल सकता है।

ग्राहकों के भरोसे की हानि: कई बार, ग्राहक यह महसूस कर सकते हैं कि कर्मचारी सिर्फ उत्पादों को बेचने

की कोशिश कर रहे हैं, जिसकी वजह से ग्राहकों को नुकसान भी हो सकता है और कर्मचारी अपने ग्राहकों का भरोसा खो सकते हैं।

कम समय और उत्साह: कर्मचारियों को प्रतिविक्रय के लिए अत्यधिक कामकाज और दबाव के बीच काम करना पड़ सकता है, जिससे उनके पास अपने उत्साह को बढ़ाने और अपने काम के लिए पर्याप्त समय नहीं मिल पाता।

कुछ अवैध प्रचारना का खतरा: अत्यधिक प्रतिविक्रय के प्रयासों में, कुछ कर्मचारी अवैध या अनुचित प्रचारना कर सकते हैं, जो नुकसानदायक हो सकता है और विशिष्टता या नियमों के उल्लंघन का कारण बन सकता है।

इन सभी दोषों के निवारण के लिए यह जरूरी है कि बैंक के उत्पादों की विशेषताओं और ग्राहकों की आवश्यकताओं के बीच संतुलन बना रहे और प्रतिविक्रय की वृद्धि व दरों को ध्यान में रखते हुये ही कर्मचारियों को लक्ष्य निर्धारित किए जाएँ।

हम सभी जानते हैं कि आज के समय में आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस (AI) यानि कृत्रिम बुद्ध जिसे मानव निर्मित सोच शक्ति भी कहा जाता है, का विकास के हर क्षेत्र में विशेष महत्व है। हमें यह भी जानने कि जरूरत है कि क्या “ए आई” बैंक उत्पादों का प्रतिविक्रय (क्रॉस सेलिंग) में भी सहायक हो सकती है।

कृत्रिम बुद्ध “ए आई” का बैंक उत्पादों के प्रतिविक्रय (क्रॉस सेलिंग) में महत्व:

ग्राहक डेटा विशेषज्ञता :

“ए आई” डेटा विश्लेषण की मदद से ग्राहकों की व्यक्तिगत आवश्यकताओं को समझता है, जिससे वित्तीय उत्पादों का अधिक उपयोग किया जा सकता है।

ग्राहक सुझाव :

“ए आई” वित्तीय सेवा प्रदाताओं को ग्राहकों को उनकी आवश्यकताओं के हिसाब से सही उत्पादों की सुझाव देने में मदद करता है, जिससे वे अधिक उपयोगिताओ को प्राप्त कर सकते हैं।

जानकारी की गहराई :

“ए आई” ग्राहक डेटा के प्रणालियों को संवादात्मक तरीके से विश्लेषित करता है ताकि यह बैंक/वित्तीय उत्पादों के लिए अधिक समर्पित और सार्थक सुझाव मिल सके।

कृत्रिम बुद्धिमत्ता नवाचार की माता है, जो समस्याओं के समाधान के लिए नई दिशाओं में मार्गदर्शन करती है।

सफल प्रतिविक्रय (क्रॉस सेलिंग) वही होती है जो ग्राहक की सार्थकता को प्राथमिकता देती है, न केवल उत्पादों की बिक्री की। क्रॉस सेलिंग से हम ग्राहकों को नए द्वार खोलने का मौका प्रदान करते हैं, जिससे उनका जीवन को आसान और सुविधाजनक बनाया जा सके।

- श्री गगन वर्मा
बैंक ऑफ इंडिया



कारोबार संवृद्धि का उपाय

कारोबार संवृद्धि अथवा व्यवसाय –विकास एक ऐसी प्रक्रिया है , जिसका उद्देश्य किसी कंपनी को आगे बढ़ाना, उसका विस्तार करना और उसे अधिक सफल बनाना है। इसमें नए व्यावसायिक अवसरों की तलाश करना, मौजूदा ग्राहकों के साथ संबंध बनाए रखना, रणनीतिक साझेदारी में प्रवेश करना और मुनाफे और बाजार में हिस्सेदारी को बढ़ावा देने के लिए अन्य योजनाएं तैयार करना इत्यादि शामिल है। व्यवसाय विकास एक बहुत बड़ा विस्तृत अवधारणा है। इसे सेल्स और मार्केटिंग के साथ भ्रमित नहीं किया जाना चाहिए।

सेल्स और मार्केटिंग में सिर्फ प्रोडक्ट ओरिएंटेशन होती है, जबकी बिजनेस डेवलपमेंट में बिजनेस को किस तरह से विकसित किया जाए, उन पहलुओं पर विचार किया जाता है। यह बहुत व्यापक विषय है। बिक्री और विपणन इसका एक हिस्सा है।

आखिर किस तरह से हम बिजनेस डेवलपमेंट कर सकते हैं, उसे देखने से पहले हमें ये देखना पड़ेगा कि बिजनेस शुरू और विकसित कैसे होता है।

किसी भी व्यवसाय को शुरू और विकसित करने से पहले विचार और नवाचार तथा अनुसंधान करना पड़ता है, उत्पाद नवीनता एक महत्वपूर्ण पहलू है। उत्पाद को ग्राहक के हिसाब से नवीनीकृत करा जाता है, ताकि ग्राहक प्रतिस्पर्धी उत्पाद की जगह हमारे उत्पाद को खरीदे।

बिजनेस डेवलपमेंट के मुख्य भाग ग्राहक है. हमें ग्राहक की पसंद के हिसाब से उत्पाद डिजाइन करने चाहिए. ग्राहक संतुष्टि हमारा उद्देश्य होना चाहिए। जब किसी प्रोडक्ट को बार-बार खरीदा जाता है तो प्रोडक्ट ब्रांड बन जाता है।

बाजार अनुसंधान और विश्लेषण, बिक्री और लीड जनरेशन, रणनीतिक साझेदारी और गठबंधन, रणनीतिक योजना और व्यवसाय मॉडलिंग, उत्पाद विकास और नवाचार, ग्राहक संबंध प्रबंधन, ब्रांड प्रबंधन और विपणन, नवाचार और उभरती प्रौद्योगिकियाँ, वित्तीय विश्लेषण और वित्त पोषण और विलय और अधिग्रहण, इत्यादि व्यवसाय विकास के कुछ महत्वपूर्ण भाग हैं।

अभी हमने देखा कि बिजनेस किन बातों पर निर्भर होता है, अब हम देखते हैं कि आखिर बिजनेस को कैसे विकसित किया जा सकता है।

हमें ऐसे क्या कदम उठाने चाहिए , जिससे व्यवसाय में उन्नति और प्रगति हो और हमारे उत्पाद ,ब्रांड में परिवर्तित हो जाए और ग्राहक हमारे साथ बने रहें। व्यवसाय विकास हेतु, हमें कुछ क्षेत्रों पर ध्यान देना होगा, जिनके आधार पर व्यवसाय- विकास शामिल हो सकता है। आइए, ऐसे कुछ प्रमुख बिंदुओं पर चर्चा करें

बाज़ार अनुसंधान और विश्लेषण: नए बाज़ार अवसरों की पहचान करने और प्रभावी रणनीति विकसित करने में मदद करती है।

बिक्री और लीड जनरेशन: बिक्री और लीड जनरेशन एक दूसरे से आनुपातिक है। इसमें बिक्री टीम के साथ समन्वय करके भावी और योग्य लीड को ग्राहक में बदलने के प्रयास किया जाता है।

रणनीतिक साझेदारी और गठबंधन: इसमें रणनीतिक गठबंधन, संयुक्त उद्यम या सहयोग बनाना शामिल है जो पारस्परिक रूप से लाभप्रद अवसर पैदा करते हैं।

उत्पाद विकास और नवाचार: इसमें बाजार अनुसंधान करना, ग्राहकों की प्रतिक्रिया एकत्र करना और नवाचार को बढ़ावा देने के लिए आंतरिक टीमों के साथ सहयोग करना शामिल है।

ग्राहक संबंध प्रबंधन: इसमें ग्राहक प्रतिधारण पहल, वफादारी कार्यक्रम और ग्राहक संतुष्टि बढ़ाने और व्यवसाय को दोहराने के लिए ग्राहक प्रतिक्रिया एकत्र करना शामिल है।

रणनीतिक योजना और व्यवसाय मॉडलिंग: इसमें विकास के अवसरों की पहचान करना, लक्ष्य निर्धारित करना और सतत विकास प्राप्त करने के लिए रणनीतियों को लागू करना शामिल है।

विलय और अधिग्रहण: इसमें संभावित तालमेल का मूल्यांकन करना, उचित परिश्रम करना और सौदे पर बातचीत करना और उसे क्रियान्वित करना शामिल है।

ब्रांड प्रबंधन और मार्केटिंग: इसमें प्रभावी मार्केटिंग अभियान बनाना, ऑनलाइन और ऑफलाइन चैनलों का प्रबंधन करना और डिजिटल मार्केटिंग तकनीकों का लाभ उठाना शामिल है।

➤ **स्पष्ट लक्ष्य और उद्देश्य** - हमारा उद्देश्य स्पष्ट होना चाहिए।

व्यवसाय विकास प्रयासों के लिए विशिष्ट उद्देश्यों और लक्ष्यों को परिभाषित करें। इन लक्ष्यों में राजस्व लक्ष्य, बाजार विस्तार लक्ष्य, ग्राहक अधिग्रहण लक्ष्य और उत्पाद या सेवा विकास उद्देश्य शामिल हो सकते हैं। स्पष्ट लक्ष्य निर्धारित करने से व्यवसाय विकास- प्रक्रिया पर ध्यान केंद्रित होता है, जिससे हम अपने बिजनेस पर और अधिक, अच्छे से केन्द्रित हो जाते हैं।

➤ **लीड उत्पन्न करें और और इसे ग्राहक में परिवर्तित करें-**

ऐसे व्यक्तियों या कंपनियों की पहचान करें, जो लक्षित बाजार मानदंडों पर फिट बैठते हैं और ग्राहक बनने की क्षमता रखते हैं। फिर, उनकी उपयुक्तता और संभावित मूल्य निर्धारित करने के लिए पूर्व निर्धारित मानदंडों के आधार पर लीड का मूल्यांकन करें और और इसे ग्राहक में परिवर्तित करें।

➤ **अच्छे संबंध बनाएं-** योग्य लीड के साथ संपर्क शुरू करें और प्रभावी संचार और सहभागिता के माध्यम से उनके साथ व्यापार- संबंध स्थापित करें।

➤ **बातचीत करें और व्यापार विस्तार करें-** ऐसे प्रस्ताव तैयार और वितरित करें जो कार्य के दायरे, मूल्य निर्धारण, वितरण और समयसीमा को रेखांकित करते हैं।

➤ **लगातार मूल्यांकन करें-** व्यवसाय विकास प्रयासों की प्रभावशीलता की लगातार निगरानी और मूल्यांकन करें। क्या ये रणनीति, बिजनेस की उन्नति में सहयोग देगी, कि नहीं। क्या रणनीति में बदलाव करना चाहिए, कि नहीं और अगर करना चाहिए तो क्या करना चाहिए और उसके लिए क्या कदम उठाने चाहिए

➤ **ग्राहक संबंध प्रबंधन-** इसमें ग्राहक संतुष्टि बढ़ाने और ग्राहक प्रतिधारण, ग्राहक वफादारी कार्यक्रम और ग्राहक प्रतिक्रिया इत्यादि शामिल है।

➤ **ग्राहक शिकायत समाधान-** ग्राहक किसी भी व्यावसायिक संगठन की रीढ़ होते हैं। ग्राहकों की संतुष्टि और प्रसन्नता, किसी भी संगठन का मुख्य उद्देश्य होना चाहिए, ग्राहकों की शिकायत का जल्दी से जल्दी समाधान करना चाहिए



कासा एवं कारोबार विकास

- **बाज़ार विश्लेषण-** बाज़ार के रुझान, ग्राहकों की ज़रूरतों और प्रतिस्पर्धी परिदृश्य के बारे में जानकारी हासिल करने के लिए व्यापक बाज़ार अनुसंधान करके शुरुआत करें। संभावित विकास के अवसरों की पहचान करने और बाजार की गतिशीलता को समझने के लिए डेटा का विश्लेषण और अतिरिक्त जानकारी इकट्ठा करनी चाहिए।
- **व्यवसाय का विविधीकरण-** व्यवसाय विविधीकरण से, किसी कंपनी के संचालन को, नए या असंबंधित उत्पादों, सेवाओं, बाजारों या उद्योगों में विस्तारित करना है। विविधीकरण का लक्ष्य अक्सर व्यवसाय के समग्र जोखिम को कम करना और राजस्व के नए स्रोत उत्पन्न करना होता है। विविधता लाकर, कोई व्यवसाय अपने निवेश को फैला सकता है और जोखिमों के प्रभाव को कम कर सकता है। जब किसी विशेष उत्पाद या सेवा के लिए बाजार संतृप्त हो जाता है, तो विविधता लाने से व्यवसाय को नए ग्राहकों तक पहुंचने में मदद मिल सकती है। विविधीकरण किसी एकल उत्पाद या बाज़ार पर निर्भरता को कम करके किसी व्यवसाय को स्थिर करने में मदद कर सकता है।
- **व्यापार बढ़ाना-** इसमें नई संपत्तियां खरीदना, नई इकाइयां खोलना, बिक्री कर्मियों को जोड़ना, विज्ञापन बढ़ाना, फ्रेंचाइजी जोड़ना, नए बाजारों में प्रवेश करना, नए उत्पाद या सेवाएं प्रदान करना और भी बहुत कुछ शामिल है।
- **विपणन और विज्ञापन-** एक प्रभावी व्यवसाय विपणन रणनीति किसी व्यवसाय के लिए उपभोक्ताओं की संख्या बढ़ाने के साथ-साथ विकास को बढ़ावा देने में मदद करती है। कुछ अलग-अलग मार्केटिंग रणनीतियों में प्रचार और विज्ञापन, मीडिया संबंध स्थापित करना और अन्य पहलू शामिल हैं।
- **विलय और अधिग्रहण-** रणनीतिक विलय और अधिग्रहण एक अलग व्यावसायिक समस्या का समाधान प्रदान करते हैं। विलय और अधिग्रहण से अधिग्रहणकर्ता एक नई उत्पाद-श्रृंखला, कुछ अतिरिक्त सुविधाएं, एक नए बाजार में प्रवेश, या विशेषज्ञता और बौद्धिक संपदा प्राप्त कर सकते हैं।
- **व्यवसाय विकास में वित्तीय विश्लेषण और वित्त पोषण-** वित्तीय विश्लेषण का उद्देश्य यह विश्लेषण करना है कि क्या कोई इकाई मौद्रिक निवेश की गारंटी देने के लिए पर्याप्त, स्थिर, तरल, विलायक या लाभदायक है। इसका उपयोग आर्थिक रुझानों का मूल्यांकन करने, वित्तीय नीतियां निर्धारित करने, व्यावसायिक गतिविधि के लिए दीर्घकालिक योजनाएं बनाने और निवेश के लिए परियोजनाओं या कंपनियों की पहचान करने के लिए किया जाता है।
- **नवीनतम प्रौद्योगिकियाँ-** प्रौद्योगिकी, सिस्टम, उत्पादों और सेवाओं की दक्षता बढ़ाने में मदद करती है। यह प्रक्रियाओं को ट्रैक और सुव्यवस्थित करने, डेटा प्रवाह को बनाए रखने और संपर्कों और कर्मचारी रिकॉर्ड को प्रबंधित करने में मदद करता है। वास्तव में, संचालन में यह बढ़ी हुई दक्षता लागत को कम करने के साथ-साथ व्यवसाय को तेजी से बढ़ने में सक्षम बनाती है।
- **डिजिटलीकरण** - डिजिटलीकरण किसी व्यवसाय की आंतरिक प्रक्रियाओं को बदलने और नए राजस्व और मूल्य-उत्पादक अवसर प्रदान करने के लिए डिजिटल प्रौद्योगिकियों का उपयोग करता है। इसमें मौजूदा एनालॉग जानकारी को डिजिटल प्रारूपों में डिजिटल बनाना और कुछ प्रक्रियाएं शामिल हैं, जिन्हें कंपनियां नवीनतम तकनीक और उपकरणों का उपयोग करके बेहतर प्रदर्शन कर सकती हैं।

- **कॉर्पोरेट सामाजिक उत्तरदायित्व-** कॉर्पोरेट सामाजिक उत्तरदायित्व, एक व्यवसाय मॉडल है जिसके द्वारा कंपनियां समाज और पर्यावरण को खराब करने के बजाय बढ़ाने वाले तरीकों से काम करने के लिए ठोस प्रयास करती हैं। कॉर्पोरेट सामाजिक उत्तरदायित्व समाज के विभिन्न पहलुओं को बेहतर बनाने के साथ-साथ कंपनियों के लिए एक सकारात्मक ब्रांड छवि को बढ़ावा देने में मदद कर सकता है।
- **व्यवसाय में स्थिरता-** व्यवसाय में स्थिरता, से तात्पर्य किसी विशेष बाजार में अपने परिचालन के परिणामस्वरूप होने वाले नकारात्मक पर्यावरणीय प्रभाव को कम करने की कंपनी की रणनीति से है। किसी संगठन की स्थिरता प्रथाओं का विश्लेषण आम तौर पर पर्यावरण, सामाजिक और शासन (ईएसजी) मेट्रिक्स के आधार पर किया जाता है।
- **वित्तीय विश्लेषण और फंडिंग:** इसमें फंडिंग विकल्प तलाशना, निवेश सुरक्षित करना या अनुदान के अवसरों की पहचान करना शामिल है।
- **नवाचार और उभरती प्रौद्योगिकियां:** इसमें विघटनकारी प्रौद्योगिकियों के संभावित प्रभाव का आकलन करना और उन्हें संगठन की विकास रणनीतियों में एकीकृत करना शामिल है।

अन्ततः, मैं यह कहना चाहती हूँ कि, हालाँकि विपणन और व्यवसाय -विकास शब्दों का परस्पर उपयोग किया जाता है, विपणन और व्यवसाय विकास वास्तव में दो बहुत अलग दृष्टिकोण हैं।

मार्केटिंग का ध्यान आपके उपभोक्ता, उनकी जागरूकता से वफादारी तक की यात्रा और उस वफादारी स्तर तक पहुंचने के लिए अपनाई जाने वाली रणनीतियों और युक्तियों पर है।

व्यवसाय विकास उन प्रक्रियाओं और कार्यों पर ध्यान केंद्रित करता है जो राजस्व के अवसरों को बढ़ाएंगे। मार्केटिंग भी व्यवसाय विकास का एक हिस्सा है।

व्यवसाय विकास, अपने में भी बहुत बड़ी विस्तृत अवधारणा है।

- सुश्री अपर्णा शर्मा
पंजाब नेशनल बैंक



वित्तीय समावेशन के लिए एक माध्यम

वित्तीय समावेशन को किसी भी प्रकार के भेदभाव के बिना समाज के प्रत्येक व्यक्ति को बैंकिंग और वित्तीय समाधान और सेवाएं प्रदान करने की विधि के रूप में वर्णित किया गया है। इसका मुख्य उद्देश्य किसी व्यक्ति की आय या बचत को देखे बिना उन्हें बुनियादी वित्तीय सेवाएं देकर समाज में हर किसी को शामिल करना है। वित्तीय समावेशन मुख्य रूप से समाज के आर्थिक रूप से वंचित वर्गों को बिना किसी अनुचित व्यवहार के विश्वसनीय वित्तीय समाधान प्रदान करने पर केंद्रित है। इसका इरादा असमानता के किसी भी संकेत के बिना वित्तीय समाधान प्रदान करना है। यह बिना किसी छिपे लेनदेन या लागत के वित्तीय सहायता प्रदान करते समय पारदर्शी होने के लिए भी प्रतिबद्ध है।

वित्तीय समावेशन चाहता है कि समाज में हर कोई शामिल हो और विवेकपूर्ण ढंग से वित्तीय प्रबंधन में भाग ले। भारत में ऐसे कई गरीब परिवार हैं जिनकी देश में वित्तीय सेवाओं तक पहुंच नहीं है। उन्हें बैंकों और उनके कार्यों की जानकारी नहीं है। भले ही वे बैंकों के बारे में जानते हों, लेकिन कई गरीब लोगों के पास बैंकों से सेवाएं प्राप्त करने की पहुंच नहीं है।

वे बैंकों द्वारा निर्धारित न्यूनतम पात्रता मानदंडों को पूरा नहीं कर सकते हैं और इसलिए, वे बैंक की सेवाओं को सुरक्षित नहीं कर पाएंगे। बैंकों की न्यूनतम आय, न्यूनतम क्रेडिट स्कोर, आयु मानदंड और न्यूनतम वर्षों का कार्य अनुभव जैसी आवश्यकताएं होती हैं। कोई बैंक किसी आवेदक को जमा या ऋण तभी प्रदान करेगा जब वह इन मानदंडों को पूरा करता हो। बहुत से गरीब लोग शिक्षा की कमी, संसाधनों की कमी, पैसे की कमी आदि के कारण बिना किसी पिछले रोजगार रिकॉर्ड के बेरोजगार हो सकते हैं।

समाज के आर्थिक रूप से वंचित इन लोगों के पास पहचान या आय के सत्यापन के लिए बैंकों को उपलब्ध कराने के लिए उचित दस्तावेज भी नहीं हो सकते हैं। प्रत्येक बैंक के पास कुछ अनिवार्य दस्तावेज होते हैं जिन्हें ऋण आवेदन प्रक्रिया के दौरान या बैंक खाता निर्माण प्रक्रिया के दौरान प्रस्तुत करना आवश्यक होता है। इनमें से कई लोगों को इन दस्तावेजों के महत्व के बारे में जानकारी नहीं है। उनके पास सरकार द्वारा स्वीकृत दस्तावेजों के लिए आवेदन करने की भी सुविधा नहीं है।

वित्तीय समावेशन का उद्देश्य इन बाधाओं को दूर करना और समाज के कम भाग्यशाली वर्गों को आर्थिक रूप से मूल्य वाली वित्तीय सेवाएं प्रदान करना है ताकि वे दान या धन प्राप्त करने के अन्य साधनों पर निर्भर हुए बिना वित्तीय रूप से स्वतंत्र हो सकें जो वास्तव में टिकाऊ नहीं हैं। वित्तीय समावेशन का उद्देश्य समाज के लोगों के बीच वित्तीय सेवाओं और वित्तीय प्रबंधन के बारे में जागरूकता फैलाना भी है। इसके अलावा, यह गरीब लोगों के लिए औपचारिक और व्यवस्थित ऋण मार्ग विकसित करना चाहता है।

कई वर्षों तक, समाज के केवल मध्यम और उच्च वर्ग ही औपचारिक प्रकार के ऋण प्राप्त करते थे। गरीब लोगों को ऋण के असंगठित और अनौपचारिक रूपों पर भरोसा करने के लिए मजबूर किया गया। उनमें से कई अशिक्षित थे और उन्हें वित्त के बारे में बुनियादी जानकारी नहीं थी और इसलिए, उन्हें समाज के लालची और अमीर लोगों ने धोखा दिया। वित्तीय सहायता के संदर्भ में कई गरीब लोगों का वर्षों से शोषण किया जा रहा है।

भारत सरकार वित्तीय समावेशन के उद्देश्य से कई विशेष योजनाएं शुरू कर रही है। इन योजनाओं का उद्देश्य समाज के कम भाग्यशाली वर्गों को सामाजिक सुरक्षा प्रदान करना है। कई वित्तीय विशेषज्ञों और नीति निर्माताओं द्वारा काफी योजना और शोध के बाद, सरकार ने वित्तीय समावेशन को ध्यान में रखते हुए योजनाएं शुरू कीं। ये योजनाएं अलग-अलग वर्षों में लॉन्च की गई हैं। आइए देश में वित्तीय समावेशन योजनाओं की एक सूची लें:

प्रधानमंत्री जन धन योजना (पीएमजेडीवाई)

अटल पेंशन योजना (एपीवाई)

प्रधानमंत्री वय वंदना योजना (पीएमवीवीवाई)

स्टैंड अप इंडिया योजना

प्रधानमंत्री मुद्रा योजना (पीएमएमवाई)

प्रधानमंत्री सुरक्षा बीमा योजना (पीएमएसबीवाई)

सुकन्या समृद्धि योजना

जीवन सुरक्षा बंधन योजना

अनुसूचित जाति (एससी) के लिए ऋण वृद्धि गारंटी योजना (सीईजीएस)

सामाजिक क्षेत्र की पहल के तहत अनुसूचित जातियों के लिए उद्यम पूंजी कोष

वरिष्ठ पेंशन बीमा योजना (वीपीबीवाई)

भारतीय रिजर्व बैंक देश में वित्तीय समावेशन को प्रभावी ढंग से करने के लिए विशेष कार्यक्रमों और योजनाओं पर काम करता है। यह वित्तीय समावेशन को सुचारू रूप से प्राप्त करने के लिए बैंक के नेतृत्व वाली रणनीति लागू करता है। भारत के केंद्रीय बैंक के पास भी कड़े नियम हैं जिनका पालन हर बैंक को करना होता है। आरबीआई अपने वित्तीय समावेशन उद्देश्यों को प्राप्त करने के लिए देश के प्रत्येक बैंक को योग्य सहायता भी प्रदान कर रहा है।

आइए अपने लक्ष्यों को प्राप्त करने के लिए आरबीआई द्वारा शुरू किए गए कुछ कार्यक्रमों पर एक नजर डालें:

आरबीआई ने प्रत्येक बैंक को समाज के आर्थिक रूप से कमजोर वर्गों के लिए बेसिक सेविंग बैंक डिपॉजिट (बीडीएसडी) खाते रखने का निर्देश दिया। ये नो-फ्रिल खाते हैं जहां खाताधारकों को कोई न्यूनतम शेष या न्यूनतम जमा राशि बनाए रखने की आवश्यकता नहीं होती है। ये खाताधारक किसी भी एटीएम या बैंक शाखा से नकदी निकाल सकते हैं। उन्हें दूसरों को धन प्राप्त करने और स्थानांतरित करने के लिए इलेक्ट्रॉनिक भुगतान चैनलों का उपयोग करने का अवसर भी दिया जाना चाहिए।

आरबीआई ने बैंकों से समाज के कम भाग्यशाली लोगों के लिए अपने ग्राहक को जानें (केवाईसी) नियमों को सरल बनाने के लिए भी कहा। ग्रामीण क्षेत्रों में ऐसे कई लोग हैं जो सख्त केवाईसी मानदंडों के कारण बैंक खाता खोलने में असमर्थ हैं। इसलिए, आरबीआई चाहता है कि बैंक केवाईसी आवश्यकताओं को सरल बनाएं, खासकर यदि कोई कम आय वाला व्यक्ति 50,000 रुपये से अधिक की राशि के साथ बैंक खाता खोलने में रुचि रखता है।



कासा एवं कारोबार विकास

यदि खातों में कुल क्रेडिट 1 वर्ष के लिए 1 लाख रुपये से ऊपर नहीं जाता है तो यह न्यूनतम केवाईसी मानदंड भी चाहता है। हाल ही में, बैंकों को आधार कार्ड को पहचान प्रमाण के साथ-साथ पते के प्रमाण के रूप में भी स्वीकार करने के लिए कहा गया है क्योंकि कम आय वर्ग के अधिकांश लोगों ने अपने नाम पर आधार कार्ड बनवा लिया है।

ग्रामीण क्षेत्रों में बैंक शाखाओं की कमी को ध्यान में रखते हुए आरबीआई ने ग्रामीणों को अच्छी बैंकिंग सेवाएं प्रदान करने के लिए सभी बैंकिंग संस्थानों को देश भर के गांवों में अधिक से अधिक शाखाएं खोलने के लिए कहा है। कई दूरदराज के गांव ऐसे हैं जहां न तो बैंक हैं और न ही अच्छी परिवहन सेवाएं हैं। इन क्षेत्रों के निवासियों के लिए बैंकिंग सेवाओं का लाभ उठाने के लिए दूर-दराज की बैंक शाखा तक जाना बहुत कठिन है। इसलिए, आरबीआई के अनिवार्य नियम के साथ, बैंक बैलेंस रखने के लिए गांवों और शहरों में बैंकों का अनुपात बांट रहे हैं।

वित्तीय समावेशन के माध्यम से राजस्व वृद्धि तलाशने का इससे बेहतर समय कभी नहीं रहा। जो बैंक आज इस अवसर का लाभ उठाते हैं - और रणनीतिक रूप से पेशकशों को अनुकूलित करने, नवीन चैनलों का लाभ उठाने और रचनात्मक रूप से जोखिम को कम करने में सक्षम हैं - वे बाजार हिस्सेदारी हासिल करने और आने वाले वर्षों में उभरते बाजार के विकास में परिवर्तनकारी भूमिका निभाने के लिए अच्छी स्थिति में होंगे। जो बैंक वित्तीय समावेशन के माध्यम से राजस्व चाहते हैं, वे न केवल प्रतिस्पर्धात्मक लाभ प्राप्त कर सकते हैं, बल्कि समावेशी विकास को चलाने में भी मदद कर सकते हैं।

- श्री अखिलेश मैठानी
यूनियन बैंक ऑफ इंडिया

कारोबार संवृद्धि का उपाय

व्यापार विकास केवल एक कंपनी के लिए ही नहीं होता, बल्कि यह समृद्धि, सामाजिक आर्थिक स्थिति, और राष्ट्रीय विकास के लिए एक महत्वपूर्ण घड़ी का समय है। व्यापार विकास का सही समाधान प्राप्त करने से न केवल एक उद्यमी की व्यवसायिक सफलता बढ़ती है, बल्कि समृद्धि और सामाजिक सांविकीकरण के रास्ते भी खुलते हैं।

बैंक व्यापार विकास के लिए महत्वपूर्ण स्रोत होते हैं, क्योंकि वे वित्तीय निर्धारण और उद्यमिता के संचालन के लिए जरूरी हैं। बैंक सेवाएं उद्यमिता और व्यावसायिक समुदायों के लिए आवश्यक हैं, जो उनके विकास और वृद्धि के लिए महत्वपूर्ण होते हैं। बैंकिंग व्यापार आजकल एक तेजी से बढ़ते आर्थिक संवाद के साथ एक महत्वपूर्ण सेवा है। यह सार्वजनिक नैतिकता और आर्थिक सुरक्षा के रूप में महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है। इस सामाजिक मिशन को पूरा करने के लिए, बैंकिंग व्यापार को सुधारने की आवश्यकता है। अनुभवी बैंकिंग प्रशासकों और वित्तीय विशेषज्ञों के साथ मिलकर यह समाधान प्रस्तुत किया जाएगा ताकि बैंकों के प्रशासनिक और उद्यमिताओं को व्यापार विकास में मदद मिल सके।

बैंकिंग व्यापार का विकास : आधुनिक युग में एक महत्वपूर्ण पहलू :-

1. **विश्लेषण और मार्गदर्शन** : व्यवसायिक विकास के लिए पहला कदम यह है कि बैंक विश्लेषण करें और उनके लिए संभावित विकास क्षेत्रों की जांच करें। इसके बाद उन्हें मार्गदर्शन देना चाहिए कि कौन-कौन सी विकास संभावनाएं हैं और कैसे उन्हें प्राप्त किया जा सकता है।
2. **विपणन और प्रचार-प्रसार** : विभिन्न वित्तीय सेवाओं और उत्पादों की व्यापक प्रचार-प्रसार योजना तैयार करें। विशेषकर डिजिटल माध्यमों का उपयोग करें ताकि बैंक की सेवाओं को लोगों तक पहुंचाया जा सके।
3. **ग्राहक संबंध** : ग्राहकों के साथ संबंध बनाएं और उनकी जरूरतों को समझें। उनकी प्रतिस्पर्धीयता बढ़ाने के लिए उन्हें विशेष सेवाएं और समाधान प्रदान करें।
4. **वित्तीय योजना और वित्तीय प्रबंधन** : बैंक के वित्तीय योजनाओं को माध्यम से व्यापारिक विकास के लिए अनुकूल बनाएं। इसमें वित्तीय संसाधनों की प्रबंधन की एक सटीक रणनीति तैयार करना शामिल है।
5. **कार्यसंगठन और संयोजन** : कार्यसंगठन में संयोजन बढ़ाने के लिए बैंक के विभागों और कर्मचारियों के बीच सही संवाद और संयोजन को प्रोत्साहित करें।
6. **तकनीकी विकास** : तकनीकी उन्नति को बढ़ावा दें ताकि बैंक अपनी सेवाओं को अधिक उपयोगी और प्रभावी बना सके और इसे लोगों तक पहुंचा सके।
7. **सामाजिक सरोकार** : सामाजिक उत्थान के लिए बैंक को सामाजिक सरोकारी कार्यों में भाग लेने के लिए प्रेरित करें ताकि समाज के प्रति उनकी जिम्मेदारी का पूरा उठाया जा सके।
8. **बैंकों की व्यापार विकास में महत्वपूर्ण भूमिका** : बैंकों का मुख्य कार्य होता है वित्तीय सेवाएं प्रदान करना और वित्तीय संचालन करना, लेकिन वे आगे बढ़कर उद्यमिता के लिए भी महत्वपूर्ण हैं। बैंकों को उद्यमिताओं को ऋण प्रदान करके, वित्तीय सलाह देकर, और उनके वित्तीय कार्यों का समर्थन



कासा एवं कारोबार विकास

करके उनके विकास को प्रोत्साहित करने का महत्वपूर्ण कार्य होता है। इसके अलावा, बैंक वित्तीय संसाधनों को उद्यमिता में निवेश के रूप में प्रयुक्त करने में मदद करते हैं, जिससे उद्यमिताओं को विकास और वृद्धि के लिए आवश्यक पूंजी प्राप्त होती है।

9. **बैंकों के व्यापार विकास के चुनौतियाँ:** बैंकों के व्यापार विकास को बढ़ाने के लिए कई चुनौतियाँ होती हैं। इनमें से कुछ मुख्य चुनौतियाँ निम्नलिखित हैं:
 1. **उद्यमिताओं के लिए सही सलाह और मार्गदर्शन की कमी:** बहुत से उद्यमी योजना बनाने और उन्हें अंजाम देने की प्रक्रिया में सही मार्गदर्शन नहीं प्राप्त कर पाते हैं। बैंकों को उद्यमिताओं को सही सलाह और मार्गदर्शन प्रदान करने में मदद करनी चाहिए।
 2. **संभावित उद्यमी क्षेत्रों की जांच:** बैंकों को उद्यमिताओं के लिए संभावित विकास क्षेत्रों की जांच करने और उन्हें प्राथमिकता देने की जरूरत होती है।
 3. **वित्तीय संसाधनों की उपलब्धता:** उद्यमी के पास अक्सर वित्तीय संसाधनों की कमी होती है, और उन्हें ऋण की आवश्यकता होती है। बैंकों को उद्यमी को वित्तीय संसाधनों के प्राप्ति के लिए सहायता प्रदान करनी चाहिए।
 4. **कम ब्याज दरें:** बैंकों के लिए ब्याज दरें एक महत्वपूर्ण मुद्दा हैं। अधिकांश बैंकों के लिए कम ब्याज दरें रखाने के चयन में मुद्दा है, लेकिन यह भी उनके लाभों को प्रभावित कर सकता है।
 5. **करंसी और निगरानी मामले:** सुरक्षा और निगरानी विशेष रूप से इंटरनेट बैंकिंग और डिजिटल लेन-देन के साथ अधिक महत्वपूर्ण हो गए हैं। बैंकों को साइबर हमलों से बचाने और डेटा सुरक्षित रखने के लिए तैयार रहना होता है।
 6. **कंपटीशन:** बैंकों के बीच कंपटीशन बढ़ रहा है, विशेष रूप से डिजिटल बैंकिंग विभाग में। वे नए और अधिक उपयोगकर्ता-मित्रक दिन-पर-दिन वितरण मॉडल विकसित कर रहे हैं।
 7. **आन्तर्राष्ट्रीय मुद्रा में चुनौतियाँ:** विदेश मुद्रा विपणी में संविदानिक मुद्रा और स्वर्ण निगरानी के मुद्दे बैंकों के लिए एक चुनौती हो सकते हैं।
 8. **रजता बढ़ोतरी:** सांविधानिक निगरानी के चलते, बैंकों को अधिक पूंजीगत कोषन की आवश्यकता हो सकती है, जिससे उन्हें अपने ऋण उधारणे की लागत में वृद्धि हो सकती है।
 9. **आपरेशनल चुनौतियाँ:** बैंकों के संचालन में अद्यतन और प्रौद्योगिकीकरण की आवश्यकता है, ताकि वे उपयोगकर्ताओं को बेहतर सेवाएं प्रदान कर सकें।
 10. **अधिकृत उपयोगकर्ता ज्ञान:** डिजिटल बैंकिंग के बढ़ते तरीकों की जानकारी और उपयोगकर्ता ज्ञान बढ़ाना महत्वपूर्ण है, ताकि लोग सुरक्षित और सही तरीके से डिजिटल वितरण का उपयोग कर सकें।

बैंकिंग व्यापार विकास के लिए समाधान :

बैंकिंग व्यापार के विकास के लिए कई कदम उठाए जा सकते हैं:

1. **डिजिटलीकरण और नई तकनीकों का उपयोग**: डिजिटलीकरण एक महत्वपूर्ण समाधान है, जिससे बैंकिंग सेवाएँ अधिक उपयोगकर्ता-मित्रक और सुविधाजनक बन सकती हैं। इंटरनेट और मोबाइल ऐप्लिकेशन के माध्यम से बैंकिंग सेवाओं को पहुंचाने से बैंकों के संचालन की लागत कम हो सकती है और उपयोगकर्ताओं को अधिक सुविधाएँ मिल सकती हैं। डिजिटल वितरण को बढ़ावा दें और ग्राहकों को ऑनलाइन बैंकिंग, मोबाइल बैंकिंग और डिजिटल लेन-देन के फायदे समझाएं। नवाचारी तकनीकों का उपयोग करके ग्राहकों को आसानी से उनकी आवश्यकताओं के अनुसार सेवाएं प्रदान करें।
2. **साइबर सुरक्षा**: बैंकों को अपनी साइबर सुरक्षा को सुदृढ़ करने के लिए निवेश करना होगा, ताकि उनके ग्राहकों के डेटा और धन की सुरक्षा सुनिश्चित हो सके। यह साइबर हमलों से बचाव के लिए नवाचारी सुरक्षा प्रौद्योगिकी का उपयोग करने का समय है।
3. **ग्राहक शिक्षा**: बैंकों को अपने ग्राहकों को उनके वितरण के तरीकों और सुरक्षा प्रक्रियाओं के साथ सही तरीके से आवगत कराना होगा। यह उनके लिए सुरक्षित वितरण का विश्वास बढ़ा सकता है।
4. **ग्राहक सेवा में उन्हें पूरी तरह से संतुष्ट करें**: बैंकों को ग्राहक सेवा को सुधारने और उपयोगकर्ता के मित्रक तरीके से सहायता प्रदान करने के लिए नवाचारी तरीके और तकनीकों का उपयोग करने की आवश्यकता है। ग्राहकों की सुनें और उनकी समस्याओं और अनुसंधानों का समाधान प्रदान करें। उचित और त्वरित ग्राहक सेवा प्रदान करने के लिए विभिन्न कार्यों में सुधार करें।
5. **वितरण का सुधारण**: वितरण सिस्टम को सुधारना, वितरण की गति और सुविधाओं को बढ़ाने के लिए महत्वपूर्ण है।
6. **वित्तीय सहायता**: बैंकों को वित्तीय सहायता प्रदान करने के लिए नए और स्थायी स्रोतों की खोज करने की आवश्यकता होती है, जिससे वे वित्तीय समृद्धि को बढ़ावा दे सकें।
7. **निगरानी**: निगरानी की सुदृढ़ और स्थायी तरीके से निगरानी की जरूरत है ताकि बैंकों के कार्यक्षेत्र में अनुकूलिती और सुरक्षितता सुनिश्चित हो सके।
8. **वित्तीय साक्षरता**: बैंकों को वित्तीय साक्षरता को बढ़ावा देने के लिए शिक्षा प्रदान करनी चाहिए। वित्तीय जागरूकता कार्यक्रम आयोजित करने से लोग अपने वित्तीय सवालों का सही उत्तर ढूंढ सकते हैं।
9. **डेटा विश्लेषण और बिजनेस इंटेलिजेंस**: व्यापार के लिए डेटा विश्लेषण और बिजनेस इंटेलिजेंस का उपयोग करें। डेटा के आधार पर ग्राहकों की प्राथमिकताओं और विचारों को समझें और उनकी सेवाओं और उत्पादों को अनुकूलित करें।
10. **ग्राहक सेवा में नवाचार**: ग्राहक सेवा में नवाचार लागू करें, जैसे कि AI और बॉट्स का उपयोग करना, ताकि ग्राहकों को बेहतर सेवा मिले और उनकी समस्याओं का त्वरित समाधान हो।
11. **बाजार अनुसंधान**: व्यापारी विकास के लिए बाजार अनुसंधान करें और नई व्यापारिक अवसरों की खोज करें। विभिन्न बाजारों की मांग और प्रस्तुत उत्पादों के बारे में अच्छे से समझें।



कासा एवं कारोबार विकास

12. **सामाजिक परिवर्तन का समर्थन:** व्यापारी उद्यमिता को सामाजिक परिवर्तन के लिए समर्थन दें, जैसे कि पर्यावरणीय उत्थान, सामाजिक संगठनों का समर्थन करना और सामाजिक कल्याण कार्यों में भाग लेना।
13. **वित्तीय योजना, वित्तीय उत्पादों वितरण और सेवाओं में नवाचार लाएं:** वित्तीय योजना बनाएं और संबंधित संस्थानों से वित्तीय सहायता प्राप्त करें, ताकि व्यापार का विस्तार किया जा सके। वितरण के लिए ठोस योजना बनाएं और नए बाजारों में प्रवेश के लिए उपायों को परिशीलित करें।
14. **संबंध नेटवर्किंग और साझेदारी:** व्यापारी संबंध बढ़ाएं और संबंध नेटवर्किंग करें, ताकि उन्हें नई संभावनाओं और साझेदारियों के लिए दरवाजा खुले। अन्य विभागों, व्यापारिक संगठनों और सरकारी निकायों के साथ साझेदारियों का विकास करें। संबंध नेटवर्क बढ़ाकर नए ग्राहकों को प्राप्त करें और अपनी पहचान को मजबूत करें।
15. **अधिक ग्राहकों को लाना निवेश और विकास:** बैंकों को अधिक ग्राहकों को आकर्षित करने के उपाय बनाने चाहिए, जैसे कि अधिक सुविधाएँ और योग्य वित्तीय सेवाएँ प्रदान करना। बैंक के अनुसार, विकास योजनाओं और उनकी प्राथमिकता को आगे बढ़ाना।
16. **लोन और डिपॉजिट बढ़ाना:** आकर्षक मार्केटिंग के द्वारा अपने बैंकिंग प्रोडक्ट्स को अधिकतम ग्राहकों को बेचना। थर्ड पार्टी प्रोडक्ट्स के द्वारा अधिकतम नॉन इंटररेस्ट अर्जित करना।
17. **सरकार प्रायोजित कार्य:** सरकार के सारे वित्तीय संबंधित और स्कीमटिक ऋण के लक्ष्य को पूरा करना।

सारांश: बैंकिंग व्यापार का विकास आर्थिक सुरक्षा और समृद्धि के लिए महत्वपूर्ण है। बैंकिंग व्यापार आजकल एक तेजी से बढ़ते आर्थिक संवाद के साथ एक महत्वपूर्ण सेवा है। यह सार्वजनिक नैतिकता और आर्थिक सुरक्षा के रूप में महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है। इसके लिए हमें तकनीकी सुधार, ग्राहक सेवा, वित्तीय सहायता, वित्तीय साक्षरता, और ग्राहकों को आकर्षित करने के उपाय अपनाने की आवश्यकता है। इसके माध्यम से, हम एक सशक्त बैंकिंग सेक्टर की दिशा में कदम बढ़ा सकते हैं और आर्थिक समृद्धि को बढ़ा सकते हैं।

- श्री अनिल कुमार
बैंक ऑफ इंडिया

बैंक के डिजिटल उत्पादों का प्रचार

प्रस्तावना :

आज के दौर में, डिजिटलीकरण का कार्यक्रम दुनिया के विभिन्न क्षेत्रों में स्थिर रूप से बढ़ रहा है, और बैंकिंग क्षेत्र इसमें कोई छूट नहीं दे रहा है। बैंकों के डिजिटल उत्पाद और सेवाओं का प्रसारण इस क्षेत्र में अत्यधिक महत्वपूर्ण हो गया है क्योंकि यह बैंकिंग के साथ-साथ वित्तीय सहायता को भी सुगम और पहुंचने वाली बनाता है। इस निबंध में, हम बैंकों के डिजिटल उत्पादों के प्रसारण के महत्व को और इसके प्रमुख पहलुओं को विचार करेंगे।

बैंकिंग का डिजिटलीकरण:

बैंकिंग के क्षेत्र में डिजिटलीकरण का आगमन एक महत्वपूर्ण परिवर्तन लाया है। इसके पहले, लोगों को अपने वित्तीय लेन-देन के लिए बैंक शाखाओं में जाना होता था, जो समय और ऊर्ध्व की भार होती थी। लेकिन डिजिटल बैंकिंग के आगमन के बाद, यह सब बदल गया है।

डिजिटल बैंकिंग के अंतर्गत, लोग अपने बैंक खातों का प्रबंधन और वित्तीय लेन-देन कर सकते हैं, उनके लिए बैंक के शाखाओं में जाने की आवश्यकता नहीं होती है। इसके अलावा, डिजिटल बैंकिंग उत्पाद जैसे कि मोबाइल एप्लीकेशन, इंटरनेट बैंकिंग, ई-वॉलेट्स, और अन्य डिजिटल सेवाएँ भी प्राप्त हो रही हैं।

इसके परिणामस्वरूप, बैंकों के डिजिटल उत्पादों का प्रसारण अत्यंत महत्वपूर्ण हो गया है। यह बैंकिंग सेवाओं को लोगों के द्वारा उपयोग किए जाने वाले आसान और सुगम बनाता है और इसके साथ ही बैंकों को अधिक ग्राहकों को आकर्षित करने का अवसर प्राप्त होता है। लेकिन बैंकों के डिजिटल उत्पादों का सही ढंग से प्रसारण करना महत्वपूर्ण है, ताकि वे वित्तीय सहायता की आवश्यकता रखने वाले लोगों के पास पहुंच सकें।

डिजिटल उत्पाद की परिभाषा:

डिजिटल उत्पाद वे वित्तीय सेवाएँ और उत्पाद हैं जो इंटरनेट और अन्य डिजिटल माध्यमों के माध्यम से प्राप्त की जा सकती हैं। इनमें डिजिटल खाता, इंटरनेट बैंकिंग, मोबाइल बैंकिंग ऐप्स, वित्तीय सलाह, इलेक्ट्रॉनिक लेन-देन, और अन्य ऑनलाइन वित्तीय सेवाएँ शामिल होती हैं।

बैंकों के डिजिटल उत्पादों का महत्व:

बैंकों के डिजिटल उत्पादों का महत्व बहुत बढ़ गया है, और यह कई तरह के कारणों से है।

- सुगमता: डिजिटल बैंकिंग के उत्पादों का प्रसारण सुगम और सहज होता है। लोग अपने मोबाइल डिवाइस या कंप्यूटर का उपयोग करके किसी भी समय अपने बैंक खातों का प्रबंधन कर सकते हैं। यह उनको बैंक के शाखाओं में जाने की आवश्यकता से मुक्त करता है और समय बचाता है।

डिजिटल युग में, सुगमता एक महत्वपूर्ण पारमाणिक बन गई है। बैंकों के डिजिटल उत्पादें सुगमता की दिशा में महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं, और यह तरीके से सुगमता को प्रमोट करने में मदद करते हैं:

○ सुपरइंटेडेंस की अधिक आवश्यकता नहीं:

- डिजिटल उत्पादें उपयोगकर्ताओं को सुपरइंटेडेंस और दिक्कतों से मुक्त करते हैं। उपयोगकर्ता अपने वित्त संबंधी मामलों को अपने स्वयं के अनुसरण कर सकते हैं, बिना किसी के साथ संपर्क किए।



कासा एवं कारोबार विकास

- समय की बचत:
 - डिजिटल उत्पादों के माध्यम से उपयोगकर्ता समय की बचत कर सकते हैं। उन्हें बैंक शाखाओं में लम्बी और व्यापक कतिपयन्तर कतिपयन्तर की आवश्यकता नहीं होती है, जिससे उनका समय और उपेक्षा दोनों की बचत होती है।
- जगह की बचत:
 - डिजिटल उत्पादों के माध्यम से, उपयोगकर्ता बिना किसी विशेष जगह पर जाए अपने वित्तीय लेन-देन कार्यों को संपादित कर सकते हैं। यह उनके लिए जगह की बचत का माध्यम बनता है और उन्हें अपने वित्तीय आवश्यकताओं को सुनिश्चित करने में मदद करता है।
- डिजिटल नेटवर्क की सुरक्षा:
 - बैंकों के डिजिटल उत्पाद डिजिटल नेटवर्क की सुरक्षा को महत्वपूर्ण रूप से ध्यान में रखते हैं। यह उपयोगकर्ताओं को सुरक्षित लेन-देन करने की स्वतंत्रता प्रदान करते हैं और उनकी वित्तीय जानकारी की रक्षा करते हैं।
- सुरक्षा: डिजिटल बैंकिंग के उत्पाद और सेवाएँ सुरक्षित होती हैं। बैंकों द्वारा लगाए गए सुरक्षा प्रक्रियाएँ और तकनीकी सुरक्षा उपाय खाताधारकों की वित्तीय सुरक्षा की गारंटी देते हैं।

बैंकों के डिजिटल उत्पादों की सुरक्षा, उनके महत्व का एक महत्वपूर्ण हिस्सा है। डिजिटल बैंकिंग उत्पादों का महत्व ही इसलिए है क्योंकि ये सुरक्षित, गुप्त, और आत्म-सुरक्षित होते हैं।
- सुरक्षा के लिए प्रौद्योगिकी:
 - बैंकों के डिजिटल उत्पाद विशेष तरीके से तैयार की जाती हैं ताकि उनकी सुरक्षा सबसे महत्वपूर्ण हो। इनमें उन्नत प्रौद्योगिकी शामिल होती है जैसे कि एनक्रिप्शन, ट्वो-फैक्टर आवेदन, बायोमेट्रिक आधार, और और्दण प्रतिबंधन।
- उपयोगकर्ता की सुरक्षा:
 - ये उत्पाद उपयोगकर्ताओं की सुरक्षा को महत्वपूर्ण रूप से ध्यान में रखते हैं। उपयोगकर्ताओं के खातों की सुरक्षा के लिए पूर्णतः निजी और गुप्तता नीतियों का पालन किया जाता है।
- गुप्त लेन-देन:
 - डिजिटल उत्पाद नकदी लेन-देन को सुरक्षित बनाते हैं। सभी वित्तीय लेन-देन गुप्त ढंग से होते हैं, जिससे विपरीत किसी अनधिकृत पहुँच से बचा जा सकता है।
- त्रुटि और चुराई की संरक्षा:
 - इन उत्पादों में त्रुटि और चुराई की संरक्षा भी महत्वपूर्ण होती है। इनमें व्यावसायिक उपयोगकर्ताओं की रक्षा के लिए मुख्य तौर से विशेषज्ञ निरीक्षकीय सुरक्षा की विवेचना की जाती है।

- डेटा सुरक्षा:
 - बैंकों के डिजिटल उत्पाद उपयोगकर्ताओं के व्यक्तिगत डेटा की सुरक्षा के लिए विशेष ध्यान देते हैं। उनमें उपयोगकर्ताओं के डेटा की गुप्तता की रक्षा करने के लिए विशेष सुरक्षा उपाय शामिल होते हैं।
 - तंत्रिक सुरक्षा:
 - डिजिटल उत्पाद नेटवर्क की सुरक्षा को भी महत्वपूर्ण ध्यान में रखते हैं। ये सुनिश्चित करते हैं कि हैकिंग और अनधिकृत पहुँच से बचा जा सके।
 - स्वार्थपरता: डिजिटल बैंकिंग के उपयोग से लोग स्वार्थपरता से बच सकते हैं। वे अपने वित्तीय लेन-देन को सुरक्षित तरीके से कर सकते हैं और वित्तीय लेन-देन के बड़े प्रमाणों में बैंक के शाखाओं में जाने की आवश्यकता नहीं होती है।
 - स्वतंत्रता: डिजिटल बैंकिंग के माध्यम से, लोग अपने वित्तीय प्रबंधन को स्वतंत्रता से कर सकते हैं। वे अपने खातों की स्थिति को बिना किसी आपातकाल में भी जान सकते हैं और आवश्यकता के हिसाब से लेन-देन कर सकते हैं।
- स्वतंत्रता एक महत्वपूर्ण पहलू है जो बैंकों के डिजिटल उत्पादों के महत्व को आधार बनाता है। इन उत्पादों के माध्यम से वित्तीय स्वतंत्रता को बढ़ावा मिलता है और उपयोगकर्ताओं को वित्तीय निर्णय लेने की स्वतंत्रता प्राप्त होती है।
- स्वतंत्रता का विकास:
 - डिजिटल बैंकिंग उत्पादों के माध्यम से लोग अपने वित्तीय कार्यों को अपनी स्वतंत्रता और स्वाधीनता से प्रबंधित कर सकते हैं। वे अपने खाते की स्थिति की जाँच करने, लेन-देन करने, बचत करने और निवेश करने के निर्णय अपने विचार के आधार पर ले सकते हैं, बिना किसी बैंक शाखा के जाने।
 - खाता प्रबंधन:
 - डिजिटल उत्पादों के माध्यम से उपयोगकर्ता अपने बैंक खाते को जब भी और कहीं से प्रबंधित कर सकते हैं। यह उन्हें लेन-देन इतिहास देखने, ट्रॉजैक्शन करने और वित्तीय स्थिति की निगरानी रखने की अनुमति देता है, जिससे उनका वित्तीय निर्णय बेहतरीन ढंग से लिया जा सकता है।
 - वित्तीय शिक्षा:
 - डिजिटल बैंकिंग उपयोगकर्ताओं को वित्तीय शिक्षा प्राप्त करने का मौका भी प्रदान करता है। वे वित्तीय लेन-देन के बारे में सीख सकते हैं, निवेश के विभिन्न विकल्पों को समझ सकते हैं, और वित्तीय योजनाएँ बना सकते हैं, जिससे उनकी वित्तीय स्थिति में सुधार हो सकता है।
 - पेपरलेस वित्तीय लेन-देन:
 - डिजिटल उपडॉ एक स्वतंत्रता प्रदान करते हैं क्योंकि वे पेपरलेस लेन-देन की सुविधा प्रदान करते हैं। इससे पेपर वेस्टेज कम होता है और प्राकृतिक संसाधनों की बचत होती है।



कासा एवं कारोबार विकास

- सुरक्षित लेन-देन:
 - डिजिटल उत्पादों लेन-देन को सुरक्षित बनाते हैं, जिससे लेन-देन करने वाले की सुरक्षा सुनिश्चित होती है। वे वित्तीय लेन-देन की सुरक्षा और गुप्ति की अधिक महत्वपूर्ण ध्यान में रखते हैं, जिससे उपयोगकर्ताओं की स्वतंत्रता बिना सुरक्षा संकट के प्राप्त होती है।
 - वित्तीय साक्षरता: डिजिटल बैंकिंग के माध्यम से वित्तीय साक्षरता को बढ़ावा मिलता है। यह उन लोगों को भी शामिल करता है जिन्होंने कभी पहले बैंकिंग सेवाओं का उपयोग नहीं किया था
 - व्यापार विस्तार:
व्यापार विस्तार एक महत्वपूर्ण पहलू है जिसे बैंकों के डिजिटल उत्पादों की प्रचारणा में महत्वपूर्ण भूमिका दी जाती है। डिजिटल उत्पादों के सहायक या सुविधाएँ प्रदान करने से बैंक व्यापार को बढ़ा सकते हैं, जो उनके ग्राहक बेस को बढ़ाने और नए ग्राहकों को प्राप्त करने में मदद करता है।
- नए ग्राहकों के आकर्षण:
 - डिजिटल उत्पादों के सही प्रचारणा से, बैंक नए ग्राहकों को आकर्षित कर सकता है। उन्हें अपने डिजिटल सेवाओं के साथ परिचित करा सकते हैं और उनके लिए आकर्षक योजनाएँ प्रस्तुत कर सकते हैं। यह नए ग्राहकों को बैंक की ओर प्रवृत्त करने के लिए प्रोत्साहित कर सकता है।
- वर्तमान ग्राहकों के लिए लंबे समय तक जुड़े रहने का प्रोत्साहन:
 - व्यापार विस्तार के माध्यम से वर्तमान ग्राहकों को लंबे समय तक अपने साथ जुड़े रहने के लिए प्रोत्साहित किया जा सकता है। बैंक डिजिटल उत्पादों के माध्यम से उन्हें आकर्षक सौभाग्यों की पेशकश करके उनके साथ के संबंध को मजबूत कर सकता है।
- उपयोगकर्ता अनुभव का सुधारणा:
 - व्यापार विस्तार के माध्यम से बैंक उपयोगकर्ताओं को बेहतर अनुभव प्रदान कर सकता है। वे उपयोगकर्ता के लिए वित्तीय उत्पादों को अनुकूलित करने के लिए उनकी आवश्यकताओं और आवश्यकताओं को समझ सकते हैं, जो उपयोगकर्ता के वित्तीय जीवन को सुखमय बनाने में मदद कर सकता है।

निष्कर्षण :

इन सभी कारणों से, बैंक के डिजिटल उत्पादों की महत्वपूर्णता बढ़ गई है, और इनकी प्रचारणा का महत्व भी बढ़ गया है। ये उत्पाद न केवल उपयोगकर्ताओं को सुविधा प्रदान करते हैं, बल्कि वित्तीय सशक्तिकरण की दिशा में एक महत्वपूर्ण कदम भी हैं। इसलिए, उन्हें सही तरीके से प्रमोट करना और उपयोगकर्ताओं तक पहुँचाना महत्वपूर्ण है।

- श्री हिमांशु पाटकार
यूनियन बैंक ऑफ इंडिया

महिला सम्मान : बैंकिंग फॉर वुमेन (Banking For Women) से लेकर बैंकिंग ऑन वुमेन (Banking On Women) तक

जेएएम ट्रिनिटी, डीबीटी और मनरेगा जैसी वित्तीय समावेशन नीतियों से सहायता प्राप्त महिला जमाकर्ताओं की संख्या बढ़ रही है। लेकिन महिलाएं अभी भी अपनी संख्या के अनुपात में बैंकिंग का हिस्सा नहीं हैं।

प्रस्तावना

महिलाओं को पुरुषों की तुलना में बेहतर बचतकर्ता माना जाता है, इस तथ्य के बावजूद कि उनकी आय कम है और कई महिलाओं के पास भुगतान वाले काम तक पहुंच नहीं है। घरों में उनकी भूमिकाओं को देखते हुए, महिलाएं अपने परिवारों के कल्याण के लिए अधिक अनुपात में बचत करती हैं, जिससे स्वास्थ्य, शिक्षा और रोजगार में प्रत्यक्ष सुधार होता है। डिजिटल वित्तीय सेवाओं ने लाखों लोगों के लिए अवसरों का विस्तार किया है। दुनिया भर में 300 मिलियन से अधिक महिलाएं हैं हालाँकि सम्पूर्ण वित्तीय समावेशन हासिल करने के लिए अभी भी बहुत काम करना बाकी है। लगभग एक अरब महिलाएं वित्तीय पहुंच में लगातार बाधाओं-जैसे पहचान दस्तावेज़, मोबाइल फ़ोन, डिजिटल कौशल, वित्तीय क्षमता, साथ ही अनुपयुक्त उत्पाद की वजह से औपचारिक वित्तीय सेवाएं नहीं प्राप्त कर पा रही हैं। ये चुनौतियाँ उन कानूनों और मानदंडों से और अधिक जटिल हो गई हैं जो एक महिला के अधिकार को कमजोर कर सकते हैं। औपचारिक रूप से विकसित होने के लिए श्रम बल में भाग लेना, परिसंपत्तियों को नियंत्रित करना, धन की स्थापना करना और उस तक पहुंच बनाना इनमें शामिल हैं। महिलाओं का समावेश देश के संदर्भ, सांस्कृतिक वातावरण, उपलब्ध बुनियादी ढांचे और पर निर्भर करता है। डिजिटल वित्तीय बाधाओं को दूर करने के लिए कई समाधानों पर विचार किया जा सकता है। इस आलेख में ऐसे ही कुछ उपायों और समाधानों को सुझाया गया है जिससे महिलाओं का वित्तीय समावेशन एवं राष्ट्रीय विकास दोनों निष्पादित हों। इससे पूर्व हम विगत आठ वर्षों में महिलाओं के वित्तीय समावेशन और आर्थिक भागीदारी के कुछ रुझानों को समझने का प्रयास करेंगे।

महिलाओं के वित्तीय समावेशन में रुझान और 2015 से आर्थिक भागीदारी

भारतीय रिज़र्व बैंक की एक हालिया रिपोर्ट, “अनुसूचित वाणिज्यिक बैंकों के पास जमा – मार्च 2023”, पुष्टि करती है कि भारत में महिलाएं अधिक बचत कर रही हैं क्योंकि महिलाओं के स्वामित्व वाले बैंक खातों में जमा पिछले वर्ष 19.8 प्रतिशत से बढ़कर 2023 में 20.5 प्रतिशत हो गई है। रिपोर्ट से पता चलता है कि 2019 और 2023 के बीच की अवधि में महिलाओं द्वारा प्रति व्यक्ति जमा में 4,618 रुपये की वृद्धि हुई है। कर्नाटक और केरल जैसे राज्य, जहां कार्यबल में महिलाओं की भागीदारी अधिक है, वहां महिलाओं द्वारा प्रति व्यक्ति जमा सबसे अधिक है, जबकि ओडिशा और मध्य प्रदेश जैसे राज्य पिछड़ गए हैं।

जबकि रुझान महिलाओं के खाता स्वामित्व में वृद्धि दर्शाते हैं –आर्थिक भागीदारी और लचीलापन—दो प्रमुख महत्वपूर्ण लैंगिक अंतर कायम है। ये अंतराल डीएफएस (डिजिटल फ़ाइनेंशियल सर्विसेस) और उत्पादों के उपयोग में सबसे अधिक स्पष्ट हैं - जैसे आधिकारिक आईडी (Official ID) के दस्तावेज़ीकरण, मोबाइल फोन जैसे महत्वपूर्ण एनेबलर्स तक पहुंच। लैंगिक समानता हासिल करने के लिए वित्तीय सेवाओं में महिलाओं के लिए डिजिटल लेनदेन तक पहुंच और उसका उपयोग करना आवश्यक है। इससे उद्यमियों को डिजिटल वित्त तक पहुंच प्राप्त होगी। डिजिटल अर्थव्यवस्था को सुनिश्चित करते हुए ऐसा किया जाना चाहिए की महिलाओं को ठोस मूल्य प्रदान हो, प्रतिभागियों (फर्मों और ग्राहकों सहित) के लिए सुरक्षित हो और इसमें समावेशी डिजिटल इनफ्रास्ट्रक्चर को आकार देने के लिए उत्प्रेरक के रूप में महिला उद्यमियों और नेताओं को शामिल किया गया हो।



कासा एवं कारोबार विकास

अप्रयुक्त बैंकिंग क्षमता (Untapped Banking Potential)

महिलाएँ बैंकों के लिए एक महत्वपूर्ण और अप्रयुक्त उपभोक्ता वर्ग हैं। माइक्रोफाइनेंस संस्थानों के वैश्विक नेटवर्क, महिला विश्व बैंकिंग की एक रिपोर्ट से पता चला है कि कैसे महिला जन धन ग्राहक पुरुषों की तुलना में अधिक लाभदायक हैं, क्योंकि महिलाएँ प्रतिबद्ध बचतकर्ता हैं। एक महिला जनधन ग्राहक का जीवनकाल राजस्व पुरुष की तुलना में कम से कम 12 प्रतिशत अधिक है। आरबीआई के आंकड़ों से यह भी पता चलता है कि व्यक्तियों को ऋण देने में महिलाओं की हिस्सेदारी में वृद्धि हुई है, जो 2019 में 21.1 प्रतिशत से बढ़कर 2023 में 22.9 प्रतिशत हो गई। महिलाओं को ऋण देने को प्राथमिकता देकर, महिला उद्यमियों द्वारा सामना किए जाने वाले वित्तपोषण अंतराल को संबोधित करने में कुछ प्रगति हुई है जैसे कि प्रधान मंत्री मुद्रा योजना, जो संपार्श्विक-मुक्त सूक्ष्म ऋण के माध्यम से महिलाओं को शामिल करने को बढ़ावा देती है। यदि देश में महिला उद्यमिता को गति दी जा सके, तो यह 2030 तक 150-170 मिलियन नौकरियाँ पैदा कर सकता है। इसके लिए, महिलाओं को ऋण तक पहुंच की आवश्यकता है जो केवल माइक्रोफाइनेंस तक सीमित नहीं है। रिपोर्ट के अनुसार, 100 मिलियन कम आय वाली महिलाओं को लघु-स्तरीय बचत अपनाने में सक्षम बनाकर, उनके घरों में 400 मिलियन कम आय वाले लोगों तक पहुंचा जा सकता है। इसे अर्थव्यवस्था में MULTIPLIER effect भी कहा जाता है। बैंक संभावित रूप से रुपये के अनुमानित प्रवाह को अनलॉक (UNLOCK) कर सकते हैं। 25,000 करोड़ (250 बिलियन) जमा राशि में वृद्धि दर्ज की गयी जबकि 20 मिलियन लाभार्थियों को 10,000 करोड़ (100 बिलियन) ओवरड्राफ्ट के रूप में वितरण किया गया।

बाधाएँ और अवसर (Barriers and Opportunities)

भारत में हर पांच में से एक महिला के पास अभी भी बैंक खाते तक पहुंच नहीं है और बैंक खातों के उपयोग में लिंग अंतर (Gender Gap) है। विश्व बैंक के ग्लोबल फाइंडेक्स डेटाबेस (Global Findex database) 2021 के अनुसार, भारत में महिलाओं के स्वामित्व वाले 32 प्रतिशत बैंक खाते अर्ध-निष्क्रिय (Dormant) या निष्क्रिय (Inoperative) हैं, जो किसी भी देश के लिए सबसे अधिक है।

नीतिगत उपाय तथा समाधान (Policy Measures)

अब कुछ समाधानों की चर्चा करें जो इन बाधाओं से निपटने में सहायक हो सकते हैं

१. आधिकारिक पहचान प्रणाली और दस्तावेजों को सार्वभौमिक बनाना

विनियमित वित्तीय और मोबाइल सेवाएँ प्राप्त करने के लिए अक्सर एक आवश्यकता होती है - आधिकारिक पहचान (आईडी) (या तो दस्तावेजी या डिजिटल)। वैश्विक स्तर पर, बैंक रहित पांच में से एक महिला का कहना है कि आईडी की अनुपलब्धता के कारण वे बैंक खाता खोलने में असमर्थ हैं। आधिकारिक आईडी तक महिलाओं की पहुंच सुनिश्चित करना तथा वयस्कों पर बाहरी शर्तें थोपने वाली नीतियों को खत्म करना नियामक संस्थाओं की प्राथमिकता होनी चाहिए।

२. महिलाओं को मोबाइल फोन पर सार्वभौमिक स्वामित्व की सुविधा प्रदान करना

समावेशी अंतरसंचालनीय डिजिटल वित्तीय भुगतान सेवाओं (Inclusive Interoperable Digital Financial Services) को सक्षम करें, लैंगिक समानता में योगदान करें और एक भरोसेमंद, मजबूत

डिजिटल वित्तीय प्रणाली का निर्माण करने में मदद करें। वित्तीय सेवाएं तेजी से प्रौद्योगिकी तक पहुंच पर निर्भर हो रही हैं, जैसे मोबाइल फोन, टैबलेट, डीएफएस और एक विश्वसनीय बिजली ग्रिड तक पहुंचने के लिए कंप्यूटर और अन्य उपकरण। मोबाइल फ़ोन डिजिटल वित्तीय समावेशन के तेजी से विस्तार के लिए एक चैनल उपलब्ध कराते हैं क्योंकि बहुत से लोगों के पास इसकी पहुंच नहीं है। मोबाइल फ़ोन स्वामित्व में लिंग अंतर मौजूद है सार्वजनिक नीतियां मोबाइल फ़ोन तक पहुंच में लैंगिक अंतर को कम करने में सहायक हो सकती हैं और महिलाओं के लिए फ़ोन डिवाइस और इंटरनेट सामर्थ्य बढ़ाने में।

३. व्यापक उपभोक्ता सुरक्षा का समर्थन करें, जो महिलाओं को संबोधित करती है

अ. वैसी आवश्यकताएँ जिनमें उत्पाद की कीमतों और शर्तों को स्पष्ट भाषा में प्रकट करने की आवश्यकताएँ शामिल हैं जैसे डेटा गोपनीयता और सुरक्षा सुनिश्चित करने के लिए उचित उपाय। वित्तीय उपभोक्ता सुरक्षा पहचान को आसान बनाकर डिजिटल वित्त से होने वाले जोखिमों को कम करती है।

ब. क्या कोई दिया गया उत्पाद/सेवा अपने इच्छित उपयोग के लिए उपयुक्त है, विशेष उपभोक्ता के लिए उपयुक्त है।

स.. जरूरतें, उचित मूल्य और सुरक्षित, साथ ही विकल्पों की तुलना करना, निवारण खोजना और महिलाओं की सुरक्षा सुनिश्चित करना

द. वित्तीय गोपनीयता और सुरक्षा।

कम आय वाली महिलाओं के लिए विशेष रूप से महत्वपूर्ण है कि वो अपने उत्पादों की शर्तों को स्पष्ट रूप से समझ सकें। यह जरूरी है उनके अपेक्षाकृत सीमित वित्तीय अनुभव और क्षमता को देखते हुए।

४. वित्तीय सेवा प्रदाता (Digital Service Providers) को प्रोत्साहन

विभिन्न वित्तीय संस्थानों से प्राप्त साक्ष्य और उत्पाद सुझाव देते हैं कि महिलाएं वित्तीय सेवाओं का अधिक बार और प्रभावी ढंग से तब ज्यादा प्रभावी उपयोग करती हैं जब उन्हें महिला बैंक कर्मचारियों द्वारा सेवा प्रदान की जाती है। वैसे प्रदाता जो वित्तीय संस्थानों में काम करने वाली महिलाओं का प्रतिनिधित्व बढ़ा सकते हैं उनको उचित प्रोत्साहन प्रदान करने की आवश्यकता है।

५. **सरकारी भुगतान के डिजिटलीकरण** से महिलाओं के वित्तीय समावेशन और आर्थिक भागीदारी को बढ़ावा देने में मदद मिल सकती है। 2019 में एक व्यापक समीक्षा के अनुसार महिलाओं के वित्तीय समावेशन पर G2P सरकार-से-व्यक्ति सामाजिक सुरक्षा भुगतान द्वारा बड़े पैमाने पर प्रभाव डाला जा सकता है। उदाहरण-मनरेगा भुगतान प्रणाली। प्रत्यक्ष लाभ अंतरण (डीबीटी) कार्यक्रम, जिसे महामारी के बाद से बढ़ाया गया है और भारत में लगभग सभी कल्याणकारी योजनाओं को कवर करता है। कार्यक्रम के तहत, सरकार द्वारा सीधे नागरिकों के बैंक खातों में नकद हस्तांतरण किया जाता है। इसने भारत में महिलाओं के वित्तीय समावेशन को बढ़ावा दिया है – इस बात के प्रमाण हैं कि जब लाभार्थियों को सरकार से भुगतान मिलता है तो उनके अधिक बचत करने और पैसे उधार लेने की भी क्षमता बढ़ती है।



कासा एवं कारोबार विकास

निष्कर्ष

महिलाओं के लिए बैंक खाते होना ही पर्याप्त नहीं है, अधिक महिलाओं को बचत, ऋण और बीमा जैसी आवश्यक वित्तीय सेवाओं तक पहुंच की आवश्यकता है। यहां अवसर की एक खिड़की है, महिलाओं के बीच जागरूकता और व्यवहार परिवर्तन को बढ़ावा देकर और यह सुनिश्चित करने के लिए कि वित्तीय सेवाओं में लिंग लेंस (Gender Lens) हो और महिलाओं की विशिष्ट आवश्यकताओं को पूरा किया जाए, उनकी पहुंच का विस्तार किया जाए। इसके परिणामस्वरूप देश को महत्वपूर्ण व्यापक आर्थिक लाभ मिल सकता है और महिलाओं को आर्थिक रूप से सशक्त बनाने में मदद मिल सकती है।

संदर्भ सूची

1. [saudig20_women.pdf \(gpfi.org\)](#)
2. [RBI report on growing women's deposits is a clarion call to bank on women better | ORF \(orfonline.org\)](#)
3. आरबीआई वैबसाइट

- श्री ऋषि प्रकाश
यूनियन बैंक ऑफ इंडिया



यूनियन बैंक
ऑफ इंडिया
भारत सरकार का उपक्रम



Union Bank
of India
A Government of India Undertaking



जीत है तुम्हारी...

अब
नारी की
बारी...



भारतीय महिला
उद्यमियों के
हौसलों को नमन

#PowerOfU

अधिक जानकारी के लिए मिस्ड कॉल दें: 9619333333



यूनियन मुद्रा | यूनियन प्रोग्रेस | यूनियन परिवहन
यूनियन एमएसएमई सुविधा | यूनियन नारी शक्ति | यूनियन जीएसटी गेन

टोल फ्री नंबर: 1800 2222 44 / 1800 425 1515 / 1800 425 3555 | 96666 06060 | www.unionbankofindia.co.in

[@unionbankofindia](#) [@UnionBankTweets](#) [@UnionBankinsta](#) [UnionBankofIndiaUtube](#) [@unionbankofindia](#) [@UnionBankinsta](#)