

हमारे बैंक को राष्ट्रीय राजभाषा पुरस्कार



महामहिम राष्ट्रपति श्री प्रणव मुखर्जी के कर कर्मालों से श्रेष्ठ राजभाषा कार्यान्वयन हेतु वर्ष 2010-11 के लिए 'इंदिरा गांधी राजभाषा शील्ड' का द्वितीय पुरस्कार प्राप्त करते हुए बैंक के अध्यक्ष एवं प्रबंध निदेशक महोदय श्री डी. सरकार, उनके साथ खड़े हैं माननीय श्री सुशील कुमार शिन्धे, केंद्रीय गृह मंत्री तथा श्री जितेन्द्र सिंह, केंद्रीय गृह राज्य मंत्री, भारत सरकार.



माननीय डॉ. डी. सुब्बाराव, गवर्नर, भारतीय रिज़र्व बैंक से श्रेष्ठ राजभाषा कार्यान्वयन हेतु वर्ष 2010-11 के लिए 'ख' व 'ग' क्षेत्र में प्रथम पुरस्कार तथा 'क' क्षेत्र में चतुर्थ पुरस्कार हेतु शील्ड प्राप्त करते हुए बैंक के अध्यक्ष एवं प्रबंध निदेशक महोदय श्री डी. सरकार, उनके साथ खड़े हैं (बाएं से बाएं) श्री एस.के.जैन, कार्यपालक निदेशक, श्री डी.के.जैन, महाप्रबंधक (कार्मिक व मार्ग) तथा श्री अरुण श्रीवास्तव, प्रभारी, राजभाषा कार्यान्वयन प्रभाग, के.का.

खुदरा बैंकिंग - विविध आयाम

खुदरा बैंकिंग - विविध आयाम



अरुण श्रीवास्तव

नवल दीक्षित

यूनियन बैंक  **Union Bank**
ऑफ इंडिया
अच्छे लोग, अच्छा बैंक **of India**
Good people to bank with



यूनियन बैंक  **Union Bank**
ऑफ इंडिया
अच्छे लोग, अच्छा बैंक **of India**
Good people to bank with

खुदरा बैंकिंग - विविध आयाम



राजभाषा कार्यान्वयन प्रभाग

केंद्रीय कार्यालय, मुंबई - 400 021
फोन : 022 22896610/22896612
फैक्स: 022-22048632

email:arunsrivastava@unionbankofindia.com

स्टाफ महाविद्यालय

बन्नरघट्टा रोड, बेंगलूर - 560083
फोन : 080-22639001/22639022
फैक्स: 080-22639098

email:navalkishored@unionbankofindia.com

खुदरा बैंकिंग - विविध आयाम

संरक्षक

- ❖ डी. सरकार
अध्यक्ष एवं प्रबंध निदेशक

मार्गदर्शन

- ❖ एस.एस. मूंदड़ा
कार्यपालक निदेशक
- ❖ एस.के. जैन
कार्यपालक निदेशक

विशेष सहयोग

- ❖ डी.के. जैन
महा प्रबंधक (कार्मिक एवं मा.सं.)
- ❖ अरविन्द बोपटे
महा प्रबंधक (खुदरा बैंकिंग)
- ❖ पी.एस.एन.एम. शर्मा
प्राचार्य, स्टाफ महाविद्यालय, बेंगलूर

प्रधान संपादक

- ❖ अरुण श्रीवास्तव
प्रभारी, राजभाषा कार्यान्वयन प्रभाग,
केंद्रीय कार्यालय, मुंबई.

संपादक

- ❖ नवल दीक्षित
राजभाषा प्रभारी, स्टाफ महाविद्यालय, बेंगलूर

मुखपृष्ठ संकल्पना

- ❖ प्रदीप सिंह
राजभाषा प्रभारी, क्षेत्रीय कार्यालय, देहरादून.

प्रथम संस्करण : दिसम्बर, 2012

मुद्रक : लावण्या मुद्रणा, बेंगलूर, फोन : 9845410347

इस पुस्तक में प्रकाशित आलेखों में व्यक्त विचार संबंधित लेखकों के हैं. यूनियन बैंक ऑफ इंडिया प्रबंधन की उनसे सहमति आवश्यक नहीं है. स्रोत का उल्लेख करने पर इस पुस्तक में प्रकाशित आलेखों को पूर्णतया या आंशिक तौर पर उद्धृत किये जाने पर बैंक को कोई आपत्ति नहीं होगी.

संपादन
अरुण श्रीवास्तव
नवल दीक्षित





 **यूनियन बैंक**
ऑफ़ इंडिया

डी.सरकार

अध्यक्ष एवं प्रबंध निदेशक

अत्यन्त प्रसन्नता की बात है कि हमारा बैंक वर्ष 2008 से एक महत्वपूर्ण व सामयिक बैंकिंग विषय पर प्रति वर्ष राजभाषा हिन्दी में एक पुस्तक प्रकाशित कर रहा है, जिसमें पाठकों के लिए हमारे प्रतिभावान स्टाफ सदस्यों के उच्च कोटि के लेखों का संग्रह प्रस्तुत किया जाता है। इस वर्ष इस सार्थक रचना यात्रा का हमारा पांचवां और अगला महत्वाकांक्षी कदम है, यह पुस्तक-खुदरा बैंकिंग-विविध आयाम।

आज के निरन्तर परिवर्तनशील और कड़े प्रतिस्पर्धी दौर में बैंकिंग जगत में नित नवीन खोजें व प्रयोग जारी हैं, जिनसे ग्राहक सेवा के नए आयाम रचे जा सकें। खुदरा बैंकिंग भी ग्राहक सेवा का अभिन्न पहलू बनता जा रहा है, जिसमें हम अपने ग्राहकों को नवीन तकनीक के माध्यम से सरलतापूर्वक अपने उत्पाद पहुंचाते हैं। आज बैंकिंग की चुनौतियों व आर्थिक मंदी का सामना खुदरा बैंकिंग जैसी अवधारणा को कार्य रूप देकर ही किया जा सकता है। ऐसी परिस्थितियों में इस प्रकाशन का महत्व स्वतः सिद्ध हो जाता है।

मुझे आशा ही नहीं वरन् पूर्ण विश्वास है कि हमारे पाठकगण इस पुस्तक की सामग्री का उपयोग अपना ज्ञान विकसित करने के लिए अवश्य करेंगे, साथ ही इसे रोचक और उपयोगी पाएंगे। मैं इसके सभी रचनाकारों को हार्दिक बधाई एवं शुभकामनाएं देता हूँ और आशा करता हूँ कि इनका अप्रतिम सहयोग हमें अपने आगामी प्रकाशनों के लिए भी प्राप्त होता रहेगा। मैं केंद्रीय कार्यालय, मुंबई के राजभाषा कार्यान्वयन प्रभाग एवं स्टाफ कॉलेज, बेंगलूर के इस उत्तम प्रयास की सराहना करता हूँ।

शुभकामनाओं सहित,

डी. सरकार



 **यूनियन बैंक**
ऑफ़ इंडिया

एस.एस. मूंदड़ा

कार्यपालक निदेशक

मुझे अत्यन्त प्रसन्नता है कि हमारा बैंक “खुदरा बैंकिंग-विविध आयाम” नामक पुस्तक का प्रकाशन कर रहा है। इसमें बैंक के रचनाकर्मी स्टाफ सदस्यों ने अपना लेखन सहयोग दिया है। मौलिक रूप से हिन्दी में लिखे गए लेख जनसाधारण को समझ में आने वाली शैली में लिखे गए हैं। मुझे विश्वास है कि इससे लोगों की यह शिकायत दूर होगी कि हिन्दी में बैंकिंग जैसे आवश्यक विषय पर पुस्तकों का अभाव है।

खुदरा बैंकिंग आज की बैंकिंग का पर्याय बनती जा रही है, ऋण हो या जमा योजनाएं, सभी खुदरा बैंकिंग की परिधि के भीतर आती हैं। खुदरा बैंकिंग में आधुनिक तकनीक का योगदान भी अप्रतिम है, जिसके माध्यम से हम ग्राहक सेवा के नए आयाम पा सकते हैं और नित नई खुदरा योजनाओं व नए उत्पादों को सफलतापूर्वक अपने ग्राहकों तक पहुंचा सकते हैं। जाहिर है कि जन-जन की बैंकिंग जनता की भाषा में ही अपनी राह बना सकती है, क्योंकि खुदरा बैंकिंग के हमारे लक्षित ग्राहकों के एक बड़े वर्ग की भाषा भी हिन्दी ही है।

मैं आशा रखता हूँ कि हमारे पूर्ववर्ती प्रकाशनों की तरह पाठकगण इसका भी स्वागत करेंगे। मैं इस उत्कृष्ट कार्य के लिए सभी लेखक स्टाफ सदस्य, केंद्रीय कार्यालय के राजभाषा कार्यान्वयन प्रभाग तथा स्टाफ कॉलेज, बेंगलुरु को साधुवाद देता हूँ और अपेक्षा करता हूँ कि यह उत्तम शृंखला जारी रखी जाएगी।

हार्दिक शुभकामनाओं सहित,

एस.एस. मूंदड़ा



 यूनियन बैंक

यूनियन बैंक
ऑफ इंडिया  Union Bank
of India

एस.के.जैन कार्यपालक निदेशक

यूनियन बैंक के कुशल कार्मिकों द्वारा लिखे गए खुदरा बैंकिंग लेखों का संग्रह “खुदरा बैंकिंग-विविध आयाम” पाठकों के सम्मुख प्रकाशित रूप में आ रहा है, इसका मुझे आनन्द और गौरव अनुभव हो रहा है. इन लेखों में बैंकिंग के इस महत्वपूर्ण एवं नवीन विषय पर प्रकाश डाला गया है.

आज का युग बाजार केन्द्रित हो गया है, ऐसी स्थिति में खुदरा बैंकिंग द्वारा हम अपने ग्राहक आधार को बढ़ा सकते हैं और प्रति विक्रय अर्थात क्रास-सेलिंग के माध्यम से वर्तमान और संभावित ग्राहकों को भी अपने उत्पादों के प्रति आकर्षित कर सकते हैं. हमें जनता के लिए बनाए गए उत्पाद जन-जन की भाषा यानी हिन्दी में ही प्रचारित करने होंगे, जिससे ये व्यापक वर्ग तक पहुंच सकें. इस विषय पर हिन्दी में पुस्तक का प्रकाशन खुदरा उत्पादों के व्यापक प्रचार-प्रसार में काफी सहायक होगा. निश्चित ही बैंक के राजभाषा कार्यान्वयन प्रभाग और स्टाफ कॉलेज, बेंगलूर का यह कार्य स्तुत्य है तथा मैं इससे सम्बद्ध स्टाफ सदस्यों की सराहना करता हूँ.

मुझे पूर्ण आशा है कि बैंकिंग और राजभाषा के इस संयुक्त कदम को हमारे पाठकगण रुचिकर, ज्ञानवर्धक और उपयोगी पाएंगे तथा इसके पहले प्रकाशित चार पुस्तकों की भांति इसे भी अपने पाठकों का दुलार प्राप्त होगा.

हार्दिक शुभकामनाओं सहित,

एस.के.जैन

सम्पादक की कलम से....

इक्कीसवीं सदी का आर्थिक, व्यापारिक, व्यावसायिक और औद्योगिक परिदृश्य बाजार का रूप लेता जा रहा है, साथ ही यह वैश्विक प्रभाव ग्रहण करके अत्यन्त प्रतिस्पर्धी वातावरण निर्मित कर रहा है. ऐसे में बैंकिंग के क्षेत्र में शाखाओं का सुपर बाजार में रुपान्तरण एक स्वाभाविक प्रक्रिया नजर आती है. प्रतिस्पर्धा का कारगर समाधान वित्तीय सुपर बाजार में परिवर्तित होकर ही संभव रह गया है, साथ ही स्टाफ का व्यावसायिक कौशल व विशेषज्ञता भी वक्त की मांग है.

विकास के पथ पर मानव ज्यों-ज्यों आगे बढ़ रहा है, हर क्षेत्र में नई विधाएं/शाखाएं/उप शाखाएं विकसित हो रही हैं. अतः बैंकिंग में भी नई शाखाओं/उप शाखाओं का विकास होना स्वाभाविक है और इन्हीं में एक उप शाखा है खुदरा बैंकिंग. आधुनिक बैंकिंग में खुदरा बैंकिंग ने अपनी महत्वपूर्ण पैठ बना ली है. भारत में सार्वजनिक क्षेत्र के बैंकों के साथ-साथ कई विदेशी बैंक, निजी बैंक, वित्तीय संस्थाएं, यहां तक कि गैर वित्तीय संस्थाएं भी अनेक स्तरों पर रिटेलिंग में लगे हैं. ऐसे में उत्तम ग्राहक सेवा और ग्राहकों की आवश्यकताओं के अनुसार नई योजनाएं और उत्पाद लाना व ग्राहक आधार बढ़ाकर लाभप्रदता बढ़ाना अत्यन्त महत्वपूर्ण है, साथ ही समय-समय पर उत्पादों का मूल्यांकन भी इसका आवश्यक अंग है.

विभिन्न ऋण योजनाओं के साथ-साथ अल्प लागत जमा योजनाओं का विपणन भी खुदरा बैंकिंग का क्षेत्र है. नवीन सूचना तकनीक के विकास जैसे इंटरनेट, एटीएम, क्रेडिट कार्ड, डेबिट कार्ड, ई-कामर्स, टेली बैंकिंग, सी.बी.एस आदि ने हमारा मार्ग सरल बनाया है. राजभाषा की संगत से खुदरा बैंकिंग की सुविधाएं वंचित व जनसाधारण तक पहुंचाने में असीम मदद करेगी. ऐसे महत्वपूर्ण विषय पर यह पुस्तक आपके समक्ष रखते हुए हमें हार्दिक प्रसन्नता का अनुभव हो रहा है, जिसमें भारत में खुदरा बैंकिंग का स्वरूप, खुदरा उत्पादों का विपणन, उभरती प्रवृत्तियां, अवसर एवं चुनौतियां, खुदरा बैंकिंग में धोखाधड़ी रोकथाम के उपाय तथा बचत, निवेश एवं पूंजी निर्माण में खुदरा बैंकिंग के योगदान आदि विषयों सहित इसके विभिन्न पहलुओं पर रोचक एवं सारगर्भित जानकारी सरल व सहज शब्दों में प्रस्तुत की गई है.

हमारा यह प्रयास हमारे सर्वोच्च कार्यपालकों की प्रेरणा व मार्गदर्शन का परिणाम है, जिसके लिए हम उनका हृदय से आभार व्यक्त करते हैं. हम अपने उन कुशल स्टाफ सदस्यों के प्रति भी हार्दिक आभार व्यक्त करते हैं, जिनके सारगर्भित लेखों व अप्रतिम सहयोग से हम इस पुस्तक को आकार दे सके हैं. हम आशा करते हैं कि भविष्य में भी इस श्रृंखला को जारी रखने में हमें उनका सहयोग एवं स्नेह इसी प्रकार प्राप्त होता रहेगा. साथ ही इस पुस्तक के प्रकाशन में प्रत्यक्ष या अप्रत्यक्ष रूप से सहयोग करने वाले सभी साथियों के प्रति भी हम कृतज्ञतापूर्ण आभार व्यक्त करते हैं.

आशा है कि पुस्तक में प्रस्तुत जानकारी पाठकों के लिए अत्यंत उपयोगी व लाभप्रद सिद्ध होगी.



नवल दीक्षित



अरुण श्रीवास्तव

अनुक्रम

○ खुदरा उत्पाद - यूनियन बैंक विजन एवं पहल - अरविन्द बोपटे	1
○ भारत में खुदरा बैंकिंग - एक परिदृश्य - संतोष श्रीवास्तव	5
○ खुदरा बैंकिंग क्षेत्र में उभरते आयाम / पहलू - एच.एन.सक्सेना	13
○ खुदरा बैंकिंग-वित्तीय समावेशन के विकास हेतु प्रभावी साधन - संजय कुमार चटर्जी	19
○ भारत के आर्थिक विकास में खुदरा बैंकिंग का महत्व - डॉ.मीना कुमारी	25
○ खुदरा बैंकिंग - अवसर एवं चुनौतियां - कल्याण कुमार	31
○ खुदरा बैंकिंग में ग्राहक संपर्क प्रबंधन की भूमिका - निधि सोनी	38
○ यू.एस.वित्तीय संकट के उपरांत वैश्विक खुदरा वित्तीयन - गणेश तिवारी	42
○ खुदरा बैंकिंग - आय सृजन का सशक्त माध्यम - डॉ.चेतना पांडेय	49
○ खुदरा बैंकिंग एवं वैकल्पिक वितरण चैनल - रश्मि बाला गुप्ता	58

○ शिक्षा ऋण - देश का परिसंपदा संवर्धक - उज्ज्वल कान्त	67	○ खुदरा बैंकिंग - बैंकों की पहली प्राथमिकता क्यों है? - प्रदीप सिंह	143
○ सामाजिक बैंकिंग में खुदरा बैंकिंग का महत्व एवं प्रभाव - शिव कुमार शुक्ला	72	○ खुदरा बैंकिंग - जमा उत्पाद - हृषीकेश मिश्रा	152
○ वाणिज्यिक बैंकों में खुदरा ऋण का क्रमिक विकास - ब्रजेश कुमार तिवारी	78	○ खुदरा बैंकिंग में प्रौद्योगिकी का प्रभाव - संजय एम. चावला	159
○ ग्रामीण भारत में खुदरा ऋण की संभावनाएं - विशाल झाझड़िया	84	○ खुदरा बैंकिंग में धोखाधड़ी - रोकथाम के उपाय - एन.जयराम	166
○ खुदरा बैंकिंग उत्पादों का विपणन - डी.आर. शर्मा	90	○ खुदरा क्षेत्र को ऋण देते समय बरती जाने वाली सावधानियां - सुनैना	175
○ आवास वित्त - भारतीय परिदृश्य - शंभू नाथ झा	97	○ खुदरा अग्रिमों में अपनाये जाने वाले अनुश्रवण एवं वसूली उपाय - अ.ना.नंजुंड कुमार	181
○ खुदरा बैंकिंग - ऋण उत्पाद - नरेंद्र सिंह परमार	103	○ खुदरा ऋण - वहनीय लागत पर सभी को आवास - मुदिता गुप्ता	186
○ खुदरा बैंकिंग में समुचित सावधानियां - टी.के.चक्रवर्ती	110	○ खुदरा ऋण - भारत में प्रतिगामी बंधक की संभावनाएं - संदीप गुप्ता	196
○ क्रास सेलिंग - खुदरा बैंकिंग उत्पादों की सुपुर्दगी का प्रभावी माध्यम - आई.के.वेणुगोपालन	115		
○ खुदरा बैंकिंग एवं ग्राहक व्यवहार - राम गोपाल सागर	119		
○ खुदरा बैंकिंग - प्राथमिकता प्राप्त क्षेत्र का संवर्द्धक तत्व/कारक - दयानंद चौधरी	125		
○ खुदरा बैंकिंग से बचत, निवेश एवं पूंजी निर्माण को बढ़ावा - एस.एस. यादव	132		
○ खुदरा बैंकिंग-संतुलित सामाजिक विकास का आधार - ममता मल्होत्रा	137		

खुदरा उत्पाद - यूनियन बैंक विजन एवं पहल

अरविन्द बोपटे

विगत 93 वर्षों में हमारे बैंक ने विभिन्न परिस्थितियों का सामना किया है तथा हर परिस्थिति में अपेक्षाओं पर खरा उतरने में सफल हुआ है. पिछला दशक बैंकिंग में प्रौद्योगिकी के प्रादुर्भाव के कारण बैंकिंग प्रथाओं एवं सेवाओं में मुख्य परिवर्तनों का दौर रहा है. दुनिया भर में, बैंकों द्वारा अपने ग्राहकों के साथ मजबूत रिश्ते कायम करना समय की मांग है. कार्पोरेट ग्राहकों से लेकर वैयक्तिक ग्राहकों की आवश्यकताओं की पूर्ति करते समय यूनियन बैंक ऑफ इंडिया का खुदरा संवर्ग की ओर हमेशा विशेष ध्यान रहा है. यूनियन बैंक का विजन भी यही है:

*हमारे पसंदीदा क्षेत्रों में हम बनें
लोगों की पसंद का पहला बैंक,
ग्राहकों के साथ हितकारी
चिरकालीन रिश्तों के साथ
कार्यप्रणाली में
अनवरत करते हुए सुधार.*

भारतीय खुदरा बैंकिंग के कुछ विशिष्ट लक्षण इस प्रकार हैं:

- विशाल युवा जनसंख्या - लगभग 65% व्यक्ति 35 वर्ष से कम आयु वर्ग के हैं
- एकल परिवारों की संख्या में बढ़ोत्तरी के चलते परिवारों की संख्या में वृद्धि
- व्यक्तियों की उच्च प्रयोज्य आय
- खुदरा ऋण बाजार 'खरीदार का बाजार' बन गया है

इस स्थिति ने एक ओर जहां हमारे लिए अनेक अवसरों को जन्म दिया है, वहीं दूसरी ओर ग्राहक निष्ठा बनाए रखने, ग्रामीण व अर्ध शहरी जनसंख्या को लक्ष्य समूह के अंतर्गत लाने, एनपीए घटाने व धोखाधड़ी रोकने जैसी विभिन्न चुनौतियां भी हमारे समक्ष खड़ी कर दी हैं।

उपर्युक्त परिप्रेक्ष्य में खुदरा ऋण कारोबार में सुदृढ़ संवृद्धि हेतु निम्नांकित प्रमुख कारक होंगे:

- ग्राहक अपेक्षाओं के अनुरूप उत्पाद तैयार करना तथा उन्हें कार्यान्वित करना
- डाटा माइनिंग तथा सीआरएम जैसी तकनीक का उपयोग करना, ताकि प्रति विक्रय के जरिये अपेक्षित प्रगति सुनिश्चित की जा सके
- प्रभावी संवितरण चैनल
- संवर्धित ग्राहक सेवा हेतु उत्कृष्ट विपणन तथा विक्रय क्षमता

ग्राहकों को अपनी आयोजना के केंद्रबिंदु में रखते हुए हमारे बैंक द्वारा अनेक पहल की गयीं, ताकि ग्राहकों को आकर्षक शर्तों पर अपेक्षित उत्पाद तथा सेवाएं प्रस्तुत की जा सकें।

खुदरा ग्राहकों की ऋण सुविधाओं संबंधी अपेक्षाओं की पूर्ति हेतु बैंक द्वारा गृहनिर्माण ऋण, वाहन ऋण, शिक्षा ऋण, संपत्ति के पेटे ऋण, वरिष्ठ नागरिकों हेतु ऋण आदि जैसी विभिन्न योजनाएं आरंभ की गयी हैं, जो निम्नलिखित हैं।

यूनियन होम	-	गृहनिर्माण ऋण
यूनियन माइल्स	-	वाहन ऋण
यूनियन एज्यूकेशन	-	शिक्षा ऋण
यूनियन मॉर्गेज	-	संपत्ति के पेटे ऋण
यूनियन रिवर्स मॉर्गेज	-	वरिष्ठ नागरिकों हेतु संपत्ति के पेटे ऋण
यूनियन कम्फर्ट	-	व्यक्तिगत ऋण
यूनियन शेयर	-	शेयरों के पेटे ऋण
यूनियन कैश	-	पेंशनरों हेतु वैयक्तिक ऋण

यूनियन हेल्थ - चिकित्सकों हेतु ऋण

यूनियन स्माइल - वेतन एवं पेंशन खाताधारकों हेतु ओवरड्राफ्ट सुविधा

यूनियन बैंक की देश भर में फैली हुई लगभग 3200 शाखाओं के जरिये इन उत्पादों की उपलब्धता सुनिश्चित करायी जाती है। खुदरा ऋणों के अंतर्गत बेहतर टर्न अराउंड टाइम सुनिश्चित करने के लिए बैंक द्वारा विशेष खुदरा ऋण शाखाओं की स्थापना की गयी है। इन शाखाओं को यूनियन लोन पाइंट(यूएलपी) के नाम से जाना जाता है।

इस प्रकार की पहली रिटेल आस्ति शाखा अर्थात यूएलपी वर्ष 2007-2008 के दौरान खोली गयी। तब से विभिन्न केंद्रों पर नयी यूएलपी शाखाएं खोली गयीं। आज बैंक की 57 यूनियन लोन पाइंट शाखाएं हैं। इन शाखाओं में समर्पित विपणन टीम उपलब्ध है, जो ग्राहकों से संपर्क करती है तथा उन्हें ऋण योजना तथा ऋण लेने की प्रक्रिया के बारे में समझाते हुए ग्राहकों की मदद करती है। समय समय पर इस माडल में सुधार करते हुए यह सुनिश्चित किया गया है कि ग्राहकों को ऋण लेने की संपूर्ण प्रक्रिया में कोई परेशानी न हो। फिलहाल हमारा बैंक किसी क्षेत्र विशेष हेतु रिटेल लेंडिंग परिचालनों की संपूर्ण प्रक्रिया को केंद्रीकृत करने की संभावनाओं का मूल्यांकन कर रहा है।

यूनियन बैंक ने खुदरा लेंडिंग स्तर पर भी प्रौद्योगिकी का व्यापक इस्तेमाल किया है। सभी खुदरा ऋण, लेंडिंग आटोमेशन सॉल्यूशन (लैस) नामक आनलाइन ऋण मूल्यांकन प्रोसेसिंग प्रणाली के जरिये प्रोसेस किये जाते हैं। फाइलों की वास्तविक आवाजाही की अपेक्षा प्रस्तावों की ऑनलाइन प्रोसेसिंग के कारण ऋणों की शीघ्र प्रोसेसिंग सुनिश्चित की जाती है, साथ ही इस सिस्टम का सबसे फायदेमंद पहलू यह है कि इसके अंतर्गत ग्राहक अपने आवेदन की सही स्थिति का पता लगा सकता है। इस प्रकार यह एक पूर्णतया पारदर्शी प्रक्रिया है। यूनियन बैंक द्वारा गृहनिर्माण ऋणों, वाहन ऋणों, शिक्षा ऋणों तथा संपत्ति के पेटे ऋणों के लिए भी ऑनलाइन ऋण आवेदन आरंभ किये गये हैं। इस सुविधा की मुख्य विशेषता यह है कि इसके जरिये ग्राहक अपनी आय के आधार पर पात्र ऋण राशि एवं ईएमआई तथा ब्याज दर जैसे अन्य ब्यौरे की जानकारी प्राप्त कर सकता है। यह सुविधा लेंडिंग आटोमेशन सॉल्यूशन (लैस) के साथ संबद्ध की गयी है, जिससे त्वरित निस्तारण समय सुनिश्चित किया जा सकेगा।

यूनियन होम बैंक की प्रमुख खुदरा ऋण योजना है। बैंक की रीब्रांडिंग प्रक्रिया को आगे बढ़ाते हुए यूनियन होम हेतु विशेष अभियान आरंभ किया गया था। इसे '10 ऑन 10 होम लोन' अभियान नाम दिया गया था। इस अभियान में यूनियन होम उत्पाद के 10 लक्षणों को प्रमुखता से दर्शाया गया है, जो निम्नानुसार हैं:

- उच्चतर ऋण पात्रता
- अनुकूल ईएमआई
- पूर्व अदायगी पर कोई पेनाल्टी न होना
- टॉप अप सुविधा
- ऑनलाइन ऋण आवेदन सुविधा
- आकर्षक ब्याज दरें
- अदायगी हेतु विभिन्न विकल्पों की उपलब्धता
- 5 दिनों में ऋण मंजूरी
- 24 घंटे ग्राहक सहायता
- सरल प्रक्रिया

आज यूनियन बैंक अपनी कार ऋण योजना-यूनियन माइल्स के अंतर्गत सबसे कम ब्याज दर प्रस्तुत करता है. बैंकिंग उद्योग में ऋण की उच्च मात्रा तथा लंबी अदायगी अवधि के कारण बैंक छोटी कारों से लेकर लग्जरी संवर्ग तक की कारों की खरीद के लिए भी ऋण उपलब्ध कराने में सक्षम है.

शिक्षा ऋण - यूनियन एज्यूकेशन के अंतर्गत बैंक द्वारा भारतीय बैंक संघ (आईबीए) की मॉडल एज्यूकेशन योजना को अपनाया गया है. हमारा बैंक प्रमुख प्रबंधन एवं तकनीकी संस्थानों के छात्रों के बीच विशेष रूप से लोकप्रिय है, क्योंकि बैंक इस संवर्ग के लिए उनकी अपेक्षानुकूल योजना प्रस्तुत करता है.

यूनियन रिवर्स मार्गेज योजना के अधीन हमारा बैंक ऐसे दो भारतीय बैंकों में से एक है जो एन्युटी योजना से संबद्ध रिवर्स मार्गेज ऋण प्रस्तुत करते हैं. यह योजना स्टार यूनियन दाई-इची लाइफ इन्श्योरेंस कंपनी लिमिटेड के साथ टाई अप के जरिये प्रस्तुत की जा रही है. खुदरा ऋण संविभाग के अधीन अन्य उत्पाद भी ग्राहकों की अपेक्षानुरूप उपलब्ध कराये जा रहे हैं.

यूनियन बैंक के विजन के अनुरूप आगे बढ़ते हुए बैंक के खुदरा ऋण कार्य का उ-ेश्य यह सुनिश्चित करना है कि बैंक के उत्पाद एवं कार्यप्रणाली ग्राहकों की बदलती अपेक्षाओं तथा आर्थिक परिस्थितियों के अनुकूल हो. इससे यह सुनिश्चित हो सकेगा कि न केवल राष्ट्रीय बाजार बल्कि अंतर्राष्ट्रीय बाजार में भी सर्वोच्च रिटेल बैंकों में हमारे बैंक का नाम शामिल हो.

अरविन्द बोपटे, महा प्रबंधक, खुदरा बैंकिंग विभाग, केंद्रीय कार्यालय

भारत में खुदरा बैंकिंग - एक परिदृश्य

संतोष श्रीवास्तव

भारतीय बैंकिंग अपने शैशवकाल से होते हुए, आज परिपक्वता की ओर अग्रसर है. विश्व स्तर पर भारतीय बैंकिंग अपनी पहचान बना चुकी है. भारत में बैंकिंग व्यवस्था का आरंभ 02 जून 1806 को “बैंक ऑफ कोलकाता” की स्थापना के साथ हुआ. तबसे आज तक बैंकिंग व्यवस्था में बहुत बदलाव आ चुके हैं. आज के वैश्वीकरण, भूमंडलीकरण, उदारीकरण एवं प्रतिस्पर्धा के दौर में भारतीय बैंकिंग नये आयामों को छूने को बेताब है.

बैंकों के लिए ग्राहकों का महत्व एवं खुदरा बैंकिंग का प्रादुर्भाव

महात्मा गांधी ने ग्राहकों के महत्व को प्रतिपादित करते हुए कहा था “ग्राहक हमारा भगवान है, वह हमारे लिए नहीं, बल्कि हम उसके लिए हैं.” एक समय में बैंकिंग सिर्फ बड़े ग्राहकों तक ही सीमित थी. 19 जुलाई 1969 को राष्ट्रीयकरण के बाद बैंकिंग के लिए सामान्य एवं छोटे ग्राहकों के लिए भी द्वार खुल गये और सामाजिक बैंकिंग ने पिछड़े, ग्रामीण एवं गरीब ग्राहकों को बैंकों से जोड़ने में अभूतपूर्व सहयोग दिया. इसी के साथ यह भी महसूस किया गया कि बड़े ग्राहकों को अग्रिम प्रदान करने के अलावा अब मध्यम एवं छोटे ग्राहकों की जरूरतों की तरफ भी ध्यान दिया जाये एवं उन्हें भी आसान तथा कम ब्याज दरों पर ऋण उपलब्ध करवाये जायें, इसी अवधारणा के चलते भारतीय बैंकिंग में “खुदरा बैंकिंग(Retail Banking)” का प्रादुर्भाव हुआ. खुदरा बैंकिंग के चलन के लिए एक तर्क यह भी दिया जाता है कि “बैंकों ने यह महसूस किया कि उनके पास पूंजी पर्याप्तता है तब इसका अधिकतम एवं जनोन्मुखी उपयोग किया जाये. इस दृष्टिकोण को ध्यान में रखते हुए एवं ग्राहकों की उपभोक्तावादी मनोवृत्ति को पहचानते हुए भारत में खुदरा बैंकिंग की शुरुआत हुई.” चाणक्य ने भी कहा है कि “धन की सदगति उसके विस्तार में है.” इस तरह से बैंकों से जहां उससे अधिकाधिक

ग्राहक जुड़े, वहीं बैंकों के लाभ में वृद्धि हुई और ग्राहकों को सुविधाजनक तरीके से ऋण मिलने लगे।

खुदरा बैंकिंग का अर्थ

खुदरा का शाब्दिक अर्थ “फुटकर” या छोटी मात्राओं में अपने उत्पाद बेचना है। खुदरा बैंकिंग की सबसे बड़ी विशेषता इसका उपभोक्ता-उन्मुख होना है। इसमें उत्पाद एवं सेवाएं, उपभोक्ता की आवश्यकताओं के अनुरूप तैयार की जाती हैं। इसके अलावा समय-समय पर उपभोक्ताओं की जरूरत एवं मनोवृत्ति का सर्वे भी किया जाता है। इस तरह से खुदरा बैंकिंग सांस्कृतिक, शैक्षिक, सामाजिक और विभिन्न वित्तीय पृष्ठभूमि वाले व्यक्तियों की मिली-जुली आवश्यकताओं की पूर्ति का एक साधन है।

खुदरा बैंकिंग उत्पाद एवं सेवाएं

भारत में खुदरा बैंकिंग का दायरा समय के साथ काफी विस्तृत होता गया। उपभोक्ताओं की जरूरतों को देखते हुए बैंकों ने निम्न उत्पाद एवं सेवाओं को इसमें शामिल किया है:

- ❖ लघु उद्योग व्यवसाय
- ❖ बुटीक / ब्यूटी पार्लर चलाने हेतु महिलाओं को ऋण
- ❖ वरिष्ठ नागरिकों को पेंशन पर ऋण
- ❖ विवाह / इलाज आदि हेतु ऋण
- ❖ वैयक्तिक बैंकिंग (बड़े एवं मध्यम कॉर्पोरेट ग्राहकों को दी जाने वाली बैंकिंग सुविधाओं को छोड़कर)
- ❖ एटीएम मशीन सेवाएं
- ❖ इन्टरनेट बैंकिंग सेवाएं
- ❖ इलेक्ट्रॉनिक निधि अंतरण सेवाएं
- ❖ सामाजिक सेवा बैंकिंग सेवा
- ❖ मर्चेन्ट बैंकिंग सेवा
- ❖ डीमैट खाते सेवा

- ❖ प्लास्टिक कार्ड (डेबिट/क्रेडिट/स्मार्ट/किसान कार्ड आदि)सुविधा सेवाएं
- ❖ होम बैंकिंग सेवा
- ❖ मोबाइल बैंकिंग सेवा
- ❖ बैंक इन्श्योरेंस सेवा:

वर्तमान समय में बैंक शाखाओं के माध्यम से बीमा उत्पादों का विपणन करते हैं। एक सर्वे के अनुसार भारत में लगभग 52 करोड़ बीमा योग्य जनसंख्या है, जबकि अभी लगभग 12 करोड़ जनसंख्या ही बीमा के अंतर्गत कवर हुई है। बैंकिंग उद्योग के पास अच्छा नेटवर्क है, इसलिए बिना अतिरिक्त खर्च के बैंक, खुदरा बैंकिंग के अंतर्गत इन्हें उपभोक्ताओं को उपलब्ध करवा रहे हैं।

- ❖ नाममात्र के शुल्क सहित सेवाएं:

खुदरा बैंकिंग के अंतर्गत बैंक नाममात्र के शुल्क सहित सेवाएं भी ग्राहकों को उपलब्ध करवा रहे हैं। इसमें स्कूल / कालेज फीस / बिजली / पानी / टेलीफोन बिल जमा करना. चेक बुक, बैंक ड्राफ्ट जारी करना, बचत / जमा खातों के साथ दुर्घटना बीमा, एटीएम/डेबिट/क्रेडिट कार्ड आदि जारी करना शामिल है।

भारत में खुदरा बैंकिंग की सफलता के अपेक्षित बिन्दु

आज का बाजार, नवीनता की तरफ आकर्षित हो रहा है। विज्ञापनों की दुनिया ने उपभोक्ताओं को चौंधिया दिया है, लेकिन आज का ग्राहक जागरूक है और उसके सामने बहुत सारे विकल्प खुले हैं। प्रतिस्पर्धा के इस दौर में खुदरा बैंकिंग भी आज कई चुनौतियों का सामना कर रही है। खुदरा बैंकिंग की सफलता के अपेक्षित बिन्दु निम्न हैं;

- उत्पादों में नवीनता लाना
- ग्रामीणोन्मुख खुदरा बैंकिंग को प्राथमिकता देना
- सेवाओं में तत्परता लाना
- अच्छे बैंक- ग्राहक संबंध स्थापित करना
- बाजार अनुसंधान पर जोर देना

- नवीनतम प्रौद्योगिकी का उपयोग करना
- ग्राहकों को विश्वसनीय सेवाएं प्रदान करना
- बैंकों में नवीन तकनीक में दक्ष मानव संसाधन की पदस्थी करना

भारत में खुदरा बैंकिंग में वृद्धि के कारण

जहां सुविधा एवं लाभ होता है वहां वृद्धि के कारण मौजूद रहते हैं। आज के समय में खुदरा बैंकिंग आम उपभोक्ता की मुख्य जरूरत बन गयी है। भारत में खुदरा बैंकिंग वृद्धि के कारण निम्नानुसार हैं;

- मध्यम वर्ग की आय में बढ़ोत्तरी होना
- गिरती हुई ब्याज दरों का दौर चलना
- आवासीय ऋणों में ग्राहकों को किश्तों एवं ब्याज पर आयकर में टैक्स छूट की सुविधाएं मिलना
- रियल एस्टेट में भारी मांग एवं भू-आवास में तीव्र वृद्धि होना
- ग्राहकों को बैंकों से खुदरा ऋण प्राप्त करने में आसानी होना
- अधिक से अधिक ग्राहकों के बैंकों से जुड़ने की संभावना बढ़ना
- बैंकों की निगाह में खुदरा बैंकिंग के लिए बृहद क्षेत्र मिलने की संभावना होना
- खुदरा बैंकिंग से बैंकों के लाभ में वृद्धि होना
- खुदरा बैंकिंग में गैर निष्पादक आस्तियों (एनपीए) की संभावना कम होना
- प्रतिस्पर्द्धा के दौर में, बैंकों द्वारा ग्राहकों को आकर्षक योजनाएं प्रस्तुत करना

भारत में खुदरा बैंकिंग की आवश्यकता

उपभोक्तावादी संस्कृति के विकास से उपभोक्ताओं की तीव्र गति से बढ़ती जरूरतों एवं बैंकों को खुदरा बैंकिंग से होने वाले लाभ को देखते हुए यह महसूस किया जा रहा है कि भारत में खुदरा बैंकिंग की आवश्यकता दिनों-दिन बढ़ती जा रही है। खुदरा बैंकिंग के मध्यमवर्गीय जनता से जुड़े होने के कारण आज भारत में खुदरा बैंकिंग एक आवश्यकता बन गई है। एक अध्ययन में यह बात सामने आयी कि जिन बैंकों ने खुदरा बैंकिंग को जितनी

जल्दी अपनाया, उन्होंने इसके माध्यम से उतना ही अधिक व्यवसाय पाया और लाभ कमाया। इस क्षेत्र में भारतीय स्टेट बैंक प्रथम रहा तथा एचडीएफसी एवं आईसीआईसीआई बैंकों ने इसके माध्यम से काफी लोकप्रियता पायी और अपना व्यवसाय बढ़ाया। इसीलिए अन्य बैंकों ने भी खुदरा बैंकिंग की तरफ ध्यान दिया।

भारत में खुदरा बैंकिंग बाजार में प्रतिस्पर्द्धा से ग्राहकों को लाभ

खुदरा बैंकिंग के लिए सभी बैंक अपनी अपनी रणनीति बनाने, ग्राहकों को आकर्षित करने एवं नवीन उत्पाद बाजार में लाने के लिए लालायित हैं, इससे ग्राहकों को निम्न लाभ हो रहे हैं:

- ✓ कुछ बैंकों द्वारा ग्राहकों से प्रोसेसिंग व्यय नहीं लिया जा रहा है, इससे ग्राहकों को आर्थिक लाभ हो रहा है।
- ✓ कुछ बैंक ग्राहकों को ब्याज दरों में अतिरिक्त छूट का लाभ दे रहे हैं।
- ✓ कुछ बैंक अपने उत्पादों के साथ ग्राहकों को अतिरिक्त सुविधाएं दे रहे हैं।

खुदरा बैंकिंग व्यवसाय बढ़ाने हेतु प्रयास

- ग्राहकों को खुदरा बैंकिंग से संबंधित योजनाओं एवं उत्पादों की जानकारी, पैम्पलेट, विज्ञापन, बैनरों, साइन-बोर्डों के माध्यम से देनी चाहिए।
- बैंकों द्वारा आवासीय ऋण योजनाओं हेतु आवास मेले आयोजित करने चाहिए, जिसमें भवन निर्माताओं, आर्किटेक्ट एवं इंजीनियर को शामिल कर उनके प्रोजेक्टों को प्रचारित करना चाहिए, ताकि ग्राहकों को एक ही जगह पूर्ण जानकारी प्राप्त हो सके।
- कार, दोपहिया वाहन एवं अन्य टिकाऊ उपभोक्ता वस्तुओं के विक्रय हेतु बैंकों द्वारा सीधे डीलरों से सम्पर्क कर अपने शाखा परिसरों में स्टाल लगा कर, ग्राहकों को सीधे ऋण वितरित किया जाना चाहिए।
- वर्तमान प्रतिस्पर्द्धा के दौर में बैंकों को एक ही योजना लम्बे समय तक नहीं चलानी चाहिए, समय समय पर, बाजार की स्थिति को देखते हुए, उसमें परिवर्तन करना चाहिए, ताकि ग्राहकों का आकर्षण बना रहे।

- बैंकों को ऋण वितरण प्रक्रिया को आसान बनाना चाहिए तथा वही कागजात ग्राहकों से मांगने चाहिए, जो वैधानिक तौर पर आवश्यक हों। ज्यादा कागजी कार्रवाई से ग्राहक बैंकों से कटने लगते हैं।
- बैंकों द्वारा शाखा एवं क्षेत्रीय / अंचलीय / केन्द्रीय कार्यालयों के बीच समन्वय बनाये रखना चाहिए, ताकि खुदरा ऋण प्रकरणों में निर्णय लेने में विलम्ब न हो।
- बैंकों / शाखाओं के मार्केटिंग विभाग के कर्मचारियों को समय समय पर राज्य / केन्द्रीय सरकार / व्यावसायिक संस्थानों / स्कूल / कालेजों में जा कर अपने उत्पादों की जानकारी देना चाहिए एवं “स्पाट पर मंजूरी” जैसी सुविधाएं उपलब्ध करवाना चाहिए।
- बैंकों को अपने मार्केटिंग कर्मचारियों को प्रशिक्षण देना चाहिए, ताकि वह प्रभावी तरीके से मार्केटिंग कर सकें।
- खुदरा बैंकिंग के लिए पूंजी पर्याप्तता हेतु, बैंकों को कम लागत की जमा राशियों के संग्रहण पर अपना ध्यान केन्द्रित करना चाहिए। इसके लिए आकर्षक घरेलू बचत योजनाएं प्रस्तुत करनी चाहिए।
- ग्राहकों की संख्या एवं आवश्यकता को देखते हुए बैंकों को अलग से “खुदरा बैंकिंग शाखाएं” खोलना चाहिए।
- समय-समय पर भारतीय रिजर्व बैंक के दिशानिर्देशों के अनुसार “खुदरा बैंकिंग” के लिए योजनाओं में परिवर्तन लाना चाहिए।

भारतीय खुदरा बैंकिंग-भविष्य की चुनौतियां

भारतीय अर्थव्यवस्था को सुदृढ़ता प्रदान करने में खुदरा बैंकिंग ने महत्वपूर्ण योगदान दिया है। साथ ही सामाजिक दायित्व भी निभाया है। भारतीय खुदरा बैंकिंग के सामने निम्न चुनौतियां हैं:

- ◆ बैंकों में बढ़ती धोखाधड़ी के कारण योग्य ग्राहकों को चयन करने की चुनौती
- ◆ उपभोक्ताओं को दिये गये ऋणों की वसूली की चुनौती
- ◆ बैंकों में खुदरा बैंकिंग के लिए योग्य मार्केटिंग कर्मचारियों की तैनाती की चुनौती

- ◆ खुदरा बैंकिंग के अंतर्गत लागत, मूल्य एवं लाभप्रदता में तालमेल स्थापित करने की चुनौती
- ◆ खुदरा बैंकिंग के अंतर्गत उत्पादों की गुणवत्ता, विविधीकरण और विश्वसनीयता की चुनौती
- ◆ ग्राहकों / उपभोक्ताओं को आकर्षित करने की चुनौती

भारत में खुदरा बैंकिंग का भविष्य

भारत में खुदरा बैंकिंग का भविष्य उज्ज्वल है, क्योंकि आने वाले समय में इससे और ज्यादा ग्राहक जुड़ जायेंगे। भारत में खुदरा बैंकिंग के बढ़ने के कारण निम्नानुसार हैं;

- भारत में प्रतिव्यक्ति आय में लगातार वृद्धि हो रही है, जिससे ऋण वापसी की उनकी शक्ति में वृद्धि हो रही है और वह निश्चित हो कर खुदरा ऋण ले रहे हैं।
- आने वाले समय में भारत में युवा वर्ग के बढ़ने और बहुराष्ट्रीय कम्पनियों के भारत में आने से युवाओं के लिए नौकरी के मौके बढ़ेंगे, जो कॉर्पोरेट एवं प्रोफेशनल क्षेत्रों में कार्य करते हुए, उपभोक्ता वस्तुओं की खरीद के लिए ऋण लेंगे।
- विवाह योग्य जनसंख्या में वृद्धि होने से विवाह में उपभोक्ता वस्तुओं की मांग बढ़ेगी और इसी के साथ उपभोक्ता ऋण में वृद्धि होगी।
- खुदरा ऋण के लिए, उपभोक्ताओं की बैंकों पर निर्भरता बढ़ गई है, क्योंकि यहां आसान शर्तों एवं ब्याज दर पर ऋण मिल जाते हैं।
- सेवानिवृत्त एवं बुजुर्ग व्यक्तियों के पेंशन का भुगतान बैंकों के माध्यम से होने से, वह उपभोक्ता वस्तुओं की खरीदारी खुदरा ऋण लेकर कर रहे हैं एवं ऋण का भुगतान अपनी पेंशन के माध्यम से करवा रहे हैं, इससे एक बड़ा वर्ग खुदरा बैंकिंग के क्षेत्र में बैंकों से जुड़ गया है।
- वर्तमान समय में महिला / युवाओं का उद्यमिता की तरफ रुझान बढ़ा है, इससे भी खुदरा ऋण की मांग बढ़ी है।

इस तरह से हम देखते हैं कि भारत में खुदरा बैंकिंग ने महत्वपूर्ण स्थान बना लिया है। बदलते परिवेश में बैंकों को उपभोक्ताओं की आवश्यकताओं का आकलन करते

हुए, अपनी रणनीति बनानी चाहिए. खुदरा बैंकिंग में मार्केटिंग के महत्व को देखते हुए मार्केटिंग टीम तैयार कर उन्हें प्रशिक्षित करने, खुदरा बैंकिंग के लिए उत्पादों की आकर्षक योजनाएं बनाने जैसे कार्यों में बैंकों को सक्रिय रहना चाहिए, ताकि खुदरा बैंकिंग व्यवसाय की चुनौतियों से निपटने में वह स्वयं सक्षम महसूस करें. भारत में बैंकों के लिए खुदरा बैंकिंग का परिदृश्य बहुत लुभावना, आकर्षक एवं लाभकारी है तथा हम उम्मीद करते हैं कि आने वाले समय में भारतीय बैंक खुदरा बैंकिंग के मामले में ग्राहकों की कसौटियों पर खरे उतरेंगे और उपभोक्ता, खुदरा बैंकिंग के माध्यम से ऋण, सुविधाएं एवं सेवाएं प्राप्त कर, जीवनस्तर को ऊंचा उठाते हुए, गौरवान्वित होंगे

खुदरा बैंकिंग क्षेत्र में उभरते आयाम / पहलू

एच.एन.सक्सेना

अपने देश में पिछले कई सालों से अच्छी आर्थिक तरक्की हो रही है, जिसके कारण लोगों की खरीदने की शक्ति बढ़ रही है. साथ ही लघु बचतों का भी निवेश, बैंकिंग क्षेत्र में होने की संभावना है. इसके साथ-साथ खुदरा एवं वैयक्तिक बैंकिंग जरूरतों यथा गृह ऋण, धन प्रबंधन, बीमा उत्पाद एवं अन्य खुदरा बैंकिंग उत्पादों की मांग में अभूतपूर्व वृद्धि होने की संभावना है.

सन् 2026 ई. तक भारतवर्ष की जनसंख्या लगभग 1400 मिलियन होगी. तीस प्रतिशत भारतीय जो अभी 15 वर्ष से कम उम्र के हैं, वे अगले 5-10 वर्षों में बैंकेबल होंगे. भारत वर्ष एक युवा देश है.

एक सर्वेक्षण के अनुसार सन् 2020 तक औसत भारतीयों की उम्र 29 वर्ष होगी. जबकि चीन, यूएसए में 37 वर्ष, पश्चिमी यूरोप में 45 वर्ष और जापान में 48 वर्ष होगी. जेन वाय(Gen.Y) ग्राहकों के लिए बैंकों को तैयारी करनी होगी. साथ ही वित्तीय समावेशन की ओर की गयी सक्रिय पहल से बैंकिंग सुविधाओं से वंचित ग्राहकों(Unbanked Customers) का बैंकिंग से जुड़ाव भी खुदरा बैंकिंग क्षेत्र के लिए एक बहुत बड़ी उम्मीद और अवसर प्रदान करने की ओर अग्रसर है. हर तरह के ग्राहकों की जरूरतों को ध्यान में रखते हुए व्यापारिक मॉडल अपनाने पड़ेंगे.

बैंकों को अपनी कार्यप्रणाली में काफी बदलाव लाने पड़ेंगे. युवा ग्राहकों की विभिन्न जरूरतों के अनुसार एक छत के नीचे सभी वित्तीय उत्पाद उपलब्ध कराने होंगे. खुदरा बैंकिंग के क्षेत्र में काफी क्रांतिकारी बदलाव आ रहे हैं. यह अपने साथ काफी अच्छे अवसरों के साथ काफी चुनौतियां भी लेकर आ रहे हैं.

शाखागत बैंकिंग, ए.टी.एम., इन्टरनेट, कॉल सेंटर, मोबाइल एवं वेब आधारित सेवाओं के द्वारा वर्तमान में विभिन्न बैंक अपने ग्राहकों से व्यवहार कर रहे हैं. इन सब चैनलों

में शाखागत संव्यवहार का बड़ा ही महत्वपूर्ण स्थान है। लेकिन ग्राहकों की सोच एवं जरूरतों में आ रहे बदलाव के कारण एवं तकनीक में तरक्की होने के कारण खुदरा बैंकिंग चैनलों में काफी बदलाव आये हैं।

वर्तमान आर्थिक संकट के युग में बैंकों को अधिक लागत वाले व्यापारिक मॉडल से कम लागत वाले मॉडल की तरफ जाना जरूरी होगा। इस प्रतियोगितात्मक युग में कम लागत का व्यवसायिक मॉडल एवं ग्राहकों के लिए उत्तम सेवा देना आवश्यक होगा।

ग्राहकों की सहूलियत के लिए बैंकों द्वारा विभिन्न चैनलों के एकीकरण का चलन होता जा रहा है। इसके द्वारा ग्राहकों को उनके पसंदीदा प्रोडक्ट्स एवं सेवाएं कम लागत पर मुहैया कराये जा सकते हैं। इसके परिणामस्वरूप लागत में कमी एवं ग्राहक संतुष्टि में वृद्धि होगी।

यद्यपि बैंकों की भौतिक मौजूदगी खुदरा उत्पाद की वृद्धि में महत्वपूर्ण स्थान रखती है, किन्तु वैकल्पिक डिलीवरी माध्यमों से बैंक अपनी लागत को कम कर अपनी उत्पादकता एवं मुनाफे में वृद्धि कर सकते हैं।

तकनीकी वृद्धि एवं ग्राहकों की पसंद में बदलाव (ग्राहकों को उनकी जरूरत एवं सहूलियत के अनुसार 24X7 सेवा प्रदान करना) ने बैंकों के समक्ष शाखागत बैंकिंग से हटकर अन्य माध्यमों के द्वारा बैंकिंग मॉडल विकसित करने की चुनौती प्रस्तुत की है।

ऊपर वर्णित स्थिति के कारण आज बैंकों के समक्ष अपनी शाखा की संरचना (Layout), ग्राहक सेवा व कार्मिकों को प्रशिक्षित करने आदि की चुनौतियां खड़ी हैं।

बैंक आज अपने विक्रय(Sales) को ऑनलाइन माध्यमों से ज्यादा फोकस कर रहे हैं, जिससे ज्यादा से ज्यादा ग्राहक इस माध्यम को पसंद कर रहे हैं। तकनीक उन्नयन और इनके सुरक्षित एवं संरक्षित उपयोग से मोबाइल बैंकिंग सेवाओं में भी वृद्धि हो रही है। ए.टी.एम. आज न केवल नकदी निकासी का माध्यम है बल्कि आज संपूर्ण बैंकिंग इससे संभव है।

ये सभी नये-नये बैंकिंग माध्यम ग्राहकों को उत्तम संतुष्टि प्रदान कर रहे हैं, हम लोग कुछ महत्वपूर्ण प्रवृत्तियों (trends) का वर्णन करेंगे।

1. सभी बैंकों को अपनी ऑन लाइन उपस्थिति, जो कि सुरक्षित एवं अति विकसित तकनीक पर आधारित हो, को विकसित करना होगा।
2. मोबाइल बैंकिंग को और सहज बनाया जाना, जो कि अधिक सुरक्षित एवं ग्राहकों के लिए सुगम्य और आसान हो।

3. शाखा विस्तार के साथ-साथ वेब आधारित विभिन्न सेवाओं का विकास करना भी जरूरी है।
4. ग्राहकों को उत्तम सेवा एवं इस प्रतिस्पर्धात्मक माहौल में अपने ग्राहकों को अपने साथ बनाये रखना एवं नये ग्राहकों को जोड़ने के लिए विभिन्न डिलीवरी चैनलों का एकीकरण करना भी अति आवश्यक है।
5. विभिन्न संवर्गों के ग्राहकों की विभिन्न जरूरतों एवं उत्पादों के उन्नयन हेतु हमें ग्राहकों के विश्लेषण हेतु अधिक ध्यान देना पड़ेगा।

अब हम लोग उपरोक्त प्रवृत्तियों(Trends) पर विस्तारपूर्वक चर्चा करेंगे :

प्रवृत्ति 1 (Trend-1)

उन्नत तकनीक के सहारे अपने बाजार हिस्से एवं अपनी उपस्थिति को बढ़ाया जाना, आज ऑनलाइन बैंकिंग चैनल बैंकिंग व्यवस्था का एक अभिन्न अंग है। इसके कारण ग्राहकों को खुदरा बैंकिंग की विभिन्न सुविधाएं कहीं भी-कभी भी उपलब्ध हैं। दैनंदिन संव्यवहार लगभग इंटरनेट बैंकिंग, मोबाइल बैंकिंग के माध्यम से संभव है।

बैंकों को इस माध्यम के द्वारा अपने ग्राहकों को अधिक से अधिक सहूलियत देनी होगी। ग्राहकों की बदलती जरूरतों के मे-नजर इसमें भी बदलाव लाते रहना होगा।

इसका मुख्य लक्ष्य नये ग्राहकों को अपनी ओर आकर्षित करना एवं पुराने ग्राहकों को अपने साथ जोड़े रखना है। इससे लागत में काफी कमी लायी जा सकती है।

प्रवृत्ति 2 (Trend-2)

मोबाइल बैंकिंग संव्यवहार में और अधिक निवेश करना, जिससे कि बैंक खुदरा बैंकिंग में नये-नये उत्पाद ला सकें एवं साथ ही साथ लागत कम हो सके।

स्मार्ट फोन के अविष्कार एवं लोगों में इसके बढ़ते प्रचलन से आज मोबाइल बैंकिंग से लगभग सभी वित्तीय संव्यवहार संभव हैं, जो ग्राहक कहीं भी-कभी भी अपनी सहूलियत के अनुसार इस्तेमाल कर सकता है।

इसके माध्यम से बैंक काफी कम लागत पर उन क्षेत्रों में भी अपनी पहुंच बना सकते हैं, जहां कि बैंकों की भौतिक मौजूदगी नहीं है। वित्तीय समावेशन में भी इसका बहुत ही अहम् योगदान है। अतः बैंकों को इस क्षेत्र में अधिक से अधिक निवेश करने की जरूरत है जो कि अच्छे-अच्छे उत्पाद एवं डिलीवरी के सुरक्षित माध्यम उपलब्ध करा सकेंगे।

अपने देश में इसका बहुत ही व्यापक अवसर(scope) है, जो कि खुदरा बैंकिंग उत्पादों को सफलतापूर्वक एवं सुरक्षित रूप से सुदूर गांवों तक पहुंचा सकता है।

प्रवृत्ति 3 (Trend -3)

शाखागत बैंकिंग की बराबरी में ऑनलाइन चैनलों को लाने के लिए अधिक प्रयास किये जाने की जरूरत है। आज के माहौल में सभी बैंक इस ओर प्रयासरत हैं एवं काफी निवेश भी कर रहे हैं। इससे परिचालन लागत में काफी कमी आएगी और इस प्रतियोगितात्मक माहौल में यह लाभ हम अपने ग्राहकों को भी दे सकते हैं।

साथ ही साथ इसके चलन से हमारे खुदरा ग्राहक अपनी सहूलियत के अनुसार 24x7 कभी भी संव्यवहार कर सकते हैं। इस चैनल के माध्यम से बैंक अपनी आय को बढ़ा सकते हैं। इन माध्यमों से बैंक अपने विभिन्न तृतीय पक्ष उत्पाद(Third party products) उपयुक्त ग्राहकों को बेच सकते हैं, जिसके लिए शाखा के अलावा ऑन लाइन माध्यमों के द्वारा भी उत्तम सेवा देने की जरूरत है।

ऑन लाइन माध्यम आज ग्राहकों के साथ संव्यवहार का मुख्य बिंदु हैं, अतः बैंकों को ग्राहकों की अपेक्षाओं के बारे में सूक्ष्म विश्लेषण करने की आवश्यकता है एवं उससे अच्छी तरह से निपटने के लिए रणनीति बनानी पड़ेगी।

प्रवृत्ति 4 (Trend-4)

बहु माध्यमों (Multi Channel) का सफलतापूर्वक एकीकरण करना, जिससे ग्राहकों को उत्तम सेवा दी जा सके और बाजार में अपनी खास जगह बनी रहे।

आज बैंकों के समक्ष खुदरा बैंकिंग के सफल विपणन एवं ग्राहक संतुष्टि के लिए चैनल प्रबंधन (channel management) एक अहम बिंदु है।

इसके लिए बैंकों को -

- ✓ किसी भी डिलीवरी चैनल(Delivery channel) में निवेश करने के पूर्व इसका व्यापक विश्लेषण कर लेना जरूरी है।
- ✓ सही ग्राहकों के लिए सही माध्यमों का चुनाव करना जरूरी है। इससे ग्राहकों में संतुष्टि एवं बैंकों का व्यवसाय एवं मुनाफा बढ़ सकेगा।
- ✓ डिलीवरी चैनल(Delivery Channel) का डिजाइन बनाते समय ग्राहकों की जरूरत पर केंद्रित सोच(Approach) होनी चाहिए।

- ✓ ग्राहकों की संतुष्टि एवं प्रसन्नता हेतु सभी डिलीवरी चैनलों का एकीकरण होना आवश्यक है। इसके लिए मुख्य रूप से तीन कदम उठाये जाने चाहिए।

- बैंकों को चैनल उत्कृष्टता(Channel excellence) प्रत्येक स्पर्श बिंदु(Touch points) पर प्राप्त करनी होगी।
- सभी चैनलों पर जानकारीयां मानकीकृत (Standardised) रूप में रखनी होंगी।
- ग्राहकों के पास ऐसी सुविधा उपलब्ध करानी होगी, जिससे वे अपनी मर्जी से ऑन लाइन विभिन्न चैनलों का उपयोग कर सकें।

प्रवृत्ति 5 (Trend-5)

ग्राहक संबंधों को उन्नत करने हेतु बैंकों को ग्राहक विश्लेषण साधनों(Customer Analytical tools) पर निवेश बढ़ाना होगा।

नयी पीढ़ी के बैंक ग्राहकों से जुड़े डाटा बेस का विश्लेषण कर ग्राहकों की रुचि एवं उनकी जरूरतों में बदलाव का अध्ययन करते हैं। इसके लिए डाटा वेयर हाउसिंग और डाटा माइनिंग तकनीक का उपयोग करते हैं। साथ ही साथ इस विश्लेषण से ग्राहकों के लिए उपयोगी व उनकी रुचि के अनुसार विभिन्न उत्पादों का निर्माण करते हैं एवं उनका प्रति विक्रय(Cross selling) भी करते हैं।

डाटा माइनिंग(Data Mining) और डाटा वेयरहाउसिंग(Data Warehousing) से ग्राहकों की बदलती जरूरतों एवं बदलती रुचियों पर पैनी नजर रखी जा सकती है। इसके लिए ग्राहक विश्लेषण साधन(Customer Analytical Tool) में सभी बैंक निवेश कर रहे हैं। आज जो बैंक अपनी कार्यप्रणाली में ग्राहक सेवा उत्तमता को आधार बनाएगा एवं ग्राहकों को मुस्कान सहित सेवा दे सकेगा, वही बैंक खुदरा बैंकिंग के क्षेत्र में अपनी जगह बना पाएगा।

आज बैंक ग्राहकों का वर्गीकरण आयु, लिंग, नेटवर्थ आदि के आधार पर कर रहे हैं। इन्हीं आधार पर ग्राहकों को सेवाएं भी दी जा रही हैं।

सभी मुख्य बैंकों में ग्राहक विश्लेषण साधन में निवेश करने की प्रवृत्ति बढ़ रही है।

हम लोगों ने कुछ प्रमुख प्रवृत्तियों पर चर्चा की जो कि आज खुदरा बैंकिंग परिवेश में मुख्य हैं.

आज इस गला काट प्रतियोगिता के माहौल में उत्तम और त्वरित सेवा प्रदान करना सफल होने का सबसे बड़ा मंत्र है, साथ ही वित्तीय उत्पादों का ग्राहकों की बदलती अभिरुचि एवं जरूरतों के अनुसार लगातार उन्नयन एवं परिवर्तन सफलता की चाबी है. नये नये डिजिटल चैनलों का अविष्कार एवं उनके साथ मूल्यवर्धित सेवाओं (Value added services) को बढ़ाते रहना एक अहम् जिम्मेदारी का कार्य है.

बड़े पैमाने पर बाजार का अध्ययन (Market research) भी बहुत जरूरी है. आज के माहौल में खुदरा बैंकिंग में अपार संभावनाएं हैं. जो बैंक ऊपर वर्णित प्रवृत्तियों को सफलतापूर्वक लागू करेगा. उसकी सफलता सुनिश्चित है.

खुदरा बैंकिंग

- वित्तीय समावेशन के विकास हेतु प्रभावी साधन

संजय कुमार चटर्जी

बैंकिंग एवं अन्य वित्तीय सेवाओं का भारतीय अर्थव्यवस्था के संदर्भ में हाल के कुछ वर्षों में द्रुतगति से विकास हुआ है. तथापि जब हम देश की समग्र अभिवृद्धि की बात करते हैं तो परिणाम संतोषजनक नहीं लगते, क्योंकि हमारे देश की जनसंख्या का बहुत बड़ा भाग विशेषतः कमजोर वर्ग, जिनकी आय अत्यंत अल्प है, वित्तीय क्षेत्र के द्वारा प्रदत्त मूल सुअवसरों एवं सेवाओं से वंचित हैं. अतः कमजोर वर्ग को सामाजिक उत्थान से जोड़ने हेतु इन गरीब तबकों को वित्तीय सुविधाएँ प्रदान करना अत्यंत आवश्यक है. देश का समग्र विकास तभी संभव है जब अर्थव्यवस्था के विकास का समान अवसर प्रत्येक नागरिक को मिले. अतः देश की अर्थव्यवस्था की समग्र अभिवृद्धि हेतु वित्तीय समावेशन एक सर्वोत्तम साधन है, जो वित्तीय सेवाओं से वंचित कमजोर आय समूह को वहीनीय लागत पर खुदरा बैंकिंग सहित वित्तीय सेवाएँ प्रदान करता है. इन विभिन्न वित्तीय सेवाओं में ऋण, जमा, बीमा एवं भुगतान व विप्रेषण सुविधाएँ शामिल हैं. वित्तीय समावेशन का उद्देश्य कम आय वर्ग की सीमा में आने वाले समूह को संगठित वित्तीय व्यवस्था के क्रियाकलापों के अंतर्गत लाना है.

अनुभवजन्य अध्ययन से पता चलता है कि वित्तीय वंचन के एक बड़े हिस्से का उच्चतर गरीबी अनुपात, आय में व्यापक असमानता एवं निम्न साक्षरता दरों से प्रत्यक्ष संबंध है. अतः वित्तीय समावेशन अब विकल्प न रहकर अनिवार्य हो गया है.

वित्तीय समावेशन को लागू करने हेतु भारत सरकार ने डॉ सी रंगराजन की अध्यक्षता में एक समिति गठित की. समिति ने 4 जनवरी 2008 को अपनी अंतिम रिपोर्ट प्रस्तुत की. समिति द्वारा वित्तीय समावेशन को इस प्रकार वर्णित किया है "कमजोर वर्ग

एवं निम्न आय समूहों को वहनीय लागत पर वित्तीय सुविधाएँ उपलब्ध कराना तथा जो वास्तव में ऋण के पात्र हैं उन्हें समय पर पर्याप्त ऋण सुविधा प्रदान करना” वित्तीय समावेशन कहलाता है।

अतः वित्तीय समावेशन का कार्य क्षेत्र बढ़ाए जाने की आवश्यकता है, जिसके लिए विभिन्न खुदरा बैंकिंग उत्पाद प्रभावी साधन हैं।

वित्तीय समावेशन को बैंक एवं अन्य सेवा प्रदायकों हेतु व्यवहार्य कारोबार सुअवसर की संज्ञा दी जा सकती है बशर्ते कि सेवा प्रदाता अपने उत्पाद संवितरित करने हेतु ग्राहक के द्वार पर सेवा प्रदान करें।

परंपरागत रूप से यह माना जाता है कि वित्तीय सेवाओं के अंतर्गत गरीब व्यक्तियों को शामिल करना लाभप्रद नहीं है, क्योंकि यह धारणा है कि अर्द्धशहरी ग्रामीण क्षेत्रों में दलित व गरीब व्यक्तियों को तथा महानगरीय शहरों में झुग्गी-झोपड़ी वालों को वित्तीय सेवाएँ प्रदान करना कारोबार सुअवसर की दृष्टि से लाभप्रद नहीं है। इन लोगों को निम्नांकित तर्कों के आधार पर वित्तीय सेवाओं से बाहर रखा गया कि;

- इनके पास कोई परिसंपत्तियां नहीं है अथवा बहुत कम परिसंपत्तियां हैं।
- इनके पास संपार्श्विक प्रतिभूति देने हेतु कुछ नहीं है।
- इन्हें कारोबार का कोई अनुभव नहीं है।
- इन्हें वित्तीय सेवाएँ प्रदान करने हेतु प्रशिक्षित नहीं किया जा सकता है।
- इनकी कोई साख नहीं है।
- वे कम शिक्षित अथवा अशिक्षित होने के कारण बैंकिंग के बारीक पहलुओं को नहीं समझ सकते हैं।

इन धारणाओं से इस विश्वास को बल मिलता है कि संपूर्ण अभिवृद्धि एवं विकास हेतु समावेशी संवृद्धि आवश्यक है तथा वित्तीय वंचितों को वित्तीय व्यवस्था के अधीन लाना अति आवश्यक है। जैसा कि नोबेल पुरस्कार विजेता प्रो. मो. यूनस ने इस पक्ष का समर्थन करते हुए लिखा है कि क्रेडिट मनुष्य का अधिकार है तथा गरीब व्यक्ति अपने रोजगार द्वारा आय सृजित कर गरीबी से बाहर आ सकते हैं। अतः इस प्रकार की वित्तीय व्यवस्था के विकास की तत्काल आवश्यकता है, जो गरीब व्यक्ति की आवश्यकताओं पर ध्यान दे अर्थात् उन्हें वहनीय लागत पर वित्तीय सेवाएँ विशेषकर ऋण एवं बीमा सेवाएँ सुलभ कराए, गरीब व्यक्तियों के जीवन-निर्वाह के लिये आजीविका के अवसर बढ़ाए तथा उन्हें समर्थ

बनाए। इस प्रकार के सशक्तिकरण से अर्थव्यवस्था का दीर्घकालिक सामाजिक विकास होता है। इसके अलावा वित्तीय समावेशन के जरिये भुगतान प्रणाली व जमा एवं बीमा इत्यादि जैसे सुरक्षित तंत्र से जुड़कर उन्हें औपचारिक पहचान मिलती है।

अतः देश में समावेशी अभिवृद्धि प्राप्त करने हेतु वित्तीय समावेशन अत्यावश्यक है। इस उद्देश्य की प्राप्ति हेतु हमें वित्तीय समावेशन पहलों का दायरा बढ़ाने की आवश्यकता है, ताकि ग्रासरूट स्तर के लोगों तक इसकी पहुंच सुनिश्चित की जा सके। उक्त के संदर्भ में यह सुनिश्चित करना आवश्यक है कि वित्तीय सेवाओं का दायरा विशेषकर खुदरा बैंकिंग उत्पादों को लक्ष्य समूह के प्रत्येक व्यक्ति के अनुरूप बनाना होगा। इनमें से कुछ सेवाएँ निम्न हैं।

- (1) केवाईसी मानदंडों में ढील के साथ कुछ बैंक खाते खोलने की सुविधा जैसे नो फ्रिल खाते / लघु खाते, जिनमें कुछ नियत विशिष्ट सीमा तक संव्यवहार में केवाईसी मानदंडों को उदारीकृत किया जाए। उक्त सीमा से परे ग्राहकों को सलाह दी जाये कि वे केवाईसी मानदंडों का पालन करें। खातों को बायोमेट्रिक स्मार्ट कार्ड द्वारा परिचालित कर सकते हैं जहाँ संव्यवहार की अधिप्रामाणिकता खाताधारक की फिंगर प्रिंट पर आधारित होती है, जो कार्ड के दुरुपयोग को रोकता है। इसमें सन्निहित चिप संव्यवहार को स्टोर करता है। इन खातों में अत्यंत आवश्यकता पड़ने पर / आपात स्थिति में ओवरड्राफ्ट का भी प्रावधान हो सकता है।
- (2) स्मार्ट कार्ड धारक को उनके कारोबार की अपेक्षाओं, व्यक्तिगत आवश्यकताओं के अनुसार जैसे बच्चों की शिक्षा, परिवहन वाहन की खरीद, ऋण के भुगतान के लिये रिवाल्विंग आधार पर अल्पावधि ऋण दिया जा सकता है। ये ऋण संपार्श्विक प्रतिभूति रहित होंगे, किंतु उधारकर्ता समूह बीमा योजना के अंतर्गत बीमित किया जाएगा।
- (3) इलेक्ट्रॉनिक फंड अंतरण तथा अन्य विप्रेषणों हेतु विप्रेषण उत्पाद जैसे
 - (ए) बायोमेट्रिक कार्ड से बायोमेट्रिक कार्ड तक विप्रेषण सुविधा
 - (बी) बायोमेट्रिक कार्ड से कार्ड रहित खाते हेतु विप्रेषण सुविधा
- (4) 25/-रुपये जैसी छोटी कोर राशि सहित आवर्ती फ्लेक्सी जमा खाता खोलना, जिसे कतिपय सीमा के अध्यक्षीन 10 बार आगे बढ़ाया जा सके तथा उसे परिपक्वतापूर्व बंद करने पर कोई पेनाल्टी न हो।

- (5) ग्राहक से प्रतिभूति, ऋण का उद्देश्य या ऋण के अंतिम उपयोग के आग्रह के बिना उसे जनरल परपज क्रेडिट कार्ड के रूप में झंझटमुक्त उद्यमशील ऋण उपलब्ध कराना.
- (6) सूक्ष्म बीमा (जीवन एवं गैर जीवन).
- (7) संयुक्त देयता समूह एवं स्वयं सहायता समूहों को सूक्ष्म ऋण.

केवल बैंक खाता होना ही वित्तीय समावेशन का परिचायक नहीं हो सकता है, बल्कि सूक्ष्म अर्थों में उक्त में से कोई भी एक सेवा प्रदान कर कुछ सीमा तक इसे प्राप्त किया जा सकता है. जबकि “व्यापक वित्तीय समावेशन” का उद्देश्य तभी पूरा होगा जब कि उन्हें समग्र सेवाओं के समूह की उपलब्धता सुनिश्चित की जाए.

उक्त उद्देश्य की प्राप्ति हेतु निम्न रणनीति अपनायी जा सकती है;

- (ए) बैंकिंग समुदाय द्वारा बैंक सुविधा रहित लोगों को बैंकिंग क्षेत्र में शामिल करने हेतु विभिन्न कस्टमाइज्ड उत्पादों को आगे बढ़ाने हेतु स्वैच्छिक प्रयास करना.
- (बी) और भी महत्वपूर्ण है कि लोगों द्वारा स्वयं यह मांग की जाये कि उन्हें प्रतिस्पर्धी एवं वहनीय दरों पर बैंकिंग एवं वित्तीय सेवायें प्रदान करने हेतु बैंक, वित्तीय संस्थाएँ एवं सेवा प्रदायक क्षेत्र स्वयं आगे आएँ.

वित्तीय समावेशन पहल न केवल व्यक्तियों को वित्तीय समावेशित करने व उनके सशक्तिकरण हेतु मददगार साबित होगी, बल्कि वित्तीय बाजार प्रतिभागियों को भी दीर्घकालिक कारोबार सुअवसर उपलब्ध कराने में इसके दूरगामी परिणाम होंगे. सामान्य धारणा के विपरीत वित्तीय समावेशन व्यवहार्य कारोबार संविभाग का सशक्त माध्यम है, क्योंकि विशाल अप्रयुक्त बाजार को बैंकिंग सेवाओं के अंतर्गत लाया जाना है. प्रथम दृष्टया वित्तीय समावेशन को पिरामिड के निचले स्तर पर राशि पहुंचाने के माध्यम के रूप में देखा जाता है. अतः ऐसे कारोबार मॉडल तैयार किये जाएँ, जो प्रारंभिक चरण में स्वयं समर्थित हों तथा दीर्घावधि में लाभप्रदायक हों. यहाँ यह ध्यान रखना अनिवार्य है कि सेवाएँ वहनीय लागत पर प्रदान की जायें .

वित्तीय क्षेत्र से बाहर समूह को उनकी ऋण आवश्यकताओं हेतु औपचारिक वित्तीय सेवाएँ प्रदान करने की आवश्यकता है, विशेषकर वित्तीय क्षति के समय जब

वे साहूकार जैसी अनौपचारिक वित्तीय व्यवस्था के चंगुल में फंस जाते हैं तथा उसके बाद वे उनके ऋण पाश में ऐसे जकड़ जाते हैं जहां से बाहर आना बहुत मुश्किल होता है. ऐसे समूहों के लिए उनकी आवश्यकता के अनुरूप विभिन्न खुदरा ऋण उत्पाद तैयार किये जाने चाहिए. चूंकि, प्रतिभूतिकृत ऋण के समर्थन हेतु उनके पास कोई संपार्श्विक प्रतिभूति उपलब्ध नहीं होती है. अतः इस उद्देश्य हेतु खुदरा ऋण उत्पादों को उनकी जमाराशि से संबद्ध किया जा सकता है, जहाँ ऋण राशि जमाराशि की मात्रा के गुणकों में होगी.

यहाँ तक कि लघु उद्यम वृत्ति हेतु भी ऋण प्रदान किया जा सकता है. ये योजनाएँ जेएलजी/एसएचजी अवधारणा के साथ प्रारंभ की जा सकती हैं. साथ ही साथ वैयक्तिक हिताधिकारी का ऋण इतिहास विकसित किया जाते रहना चाहिए, ताकि आगे चलकर होनहार उद्यमियों को अधिक ऋण उपलब्ध कराते हुए उनकी सहायता की जा सके.

पुरानी बैंकिंग प्रथाओं से अलग हटकर उत्पाद व कार्यप्रणाली में भी नवीनता लाए जाने की आवश्यकता है. उदाहरण के लिए सफल ग्रामीण बैंकिंग कारोबारियों ने पाया कि ऑन लाइन डिवाइस के साथ संग्रहण स्टाफ को डोर टू डोर भेजना ज्यादा प्रभावी है. ग्रामीण घर उनके नकदी प्रवाह प्रोफाइल के अनुसार बंटे हुए हैं जैसे किसान उनकी चक्रीय आय के अनुसार उच्च जोखिम के अंतर्गत आते हैं तथा मछुआरों की अस्थिर दैनिक आय होती है. अतः ग्राहक की अपेक्षा के अनुसार तथा उनके नकदी प्रवाह प्रोफाइल को ध्यान में रखते हुए उत्पाद डिजाइन किये जायें. ग्रामीण घरों में सभी वित्तीय उत्पादों की आवश्यकता होती है, अतः उनके लिये एक ही छत के नीचे सभी उत्पाद सुलभ हों. अतः बैंक इन ग्राहकों की आवश्यकताओं को रखकर एक ही चैनल के अंतर्गत ऋण व जमा उत्पाद उपलब्ध कराएँ. इस संबंध में वित्तीय साक्षरता को प्राप्त करना इस योजना का सबसे महत्वपूर्ण व आवश्यक अंग है, जो बैंक व ग्राहक दोनों के लिये भी अत्यंत हितकर है.

आरंभिक तौर पर वित्तीय संस्थाओं की शाखाओं द्वारा ये सेवाएँ न प्रदान कर इसके लिए बिजनेस फेसिलिटेटर / बिजनेस कारेस्पोंडेण्ट्स को डोर टू डोर सेवा प्रदान करने हेतु लगाया जाये. प्रभावी सुपुर्दगी चैनल के रूप में सूचना एवं संप्रेषण तकनीक को इसके साथ काम में लाया जा सकता है. वित्तीय समावेशन जब बड़े पैमाने पर अपने लक्ष्य को प्राप्त कर लेगा तो इस प्रकार का वातावरण बन जायेगा, जहाँ वित्तीय समावेशन सामाजिक दायित्व के बजाय कारोबार सुअवसर बन जायेगा और वित्तीय समावेशन की अपेक्षानुसार खुदरा बैंकिंग उत्पाद समय की धारा के अनुसार नवोन्मेष की ओर अग्रणी होगा, जिससे

देश के ग्लोबल बाजार नियंता आकर्षित हो अंततोगत्वा रोजगार में वृद्धि तथा अन्य आर्थिक चैनलों में अभिवृद्धि हेतु आगे आयेंगे.

उक्त विवेचना से स्पष्ट है कि खुदरा बैंकिंग वित्तीय समावेशन के विकास हेतु एक प्रभावी साधन है जो न केवल देश के आर्थिक उत्थान में सहायक है वरन् जनता के जीवन स्तर को ऊँचा उठाने में इसकी कारगर भूमिका है.

भारत के आर्थिक विकास में खुदरा बैंकिंग का महत्त्व

डॉ. मीना कुमारी

भारत कृषि प्रधान देश है जहाँ अधिकांश जनता गाँवों में रहती है. राष्ट्रीयकरण के पश्चात् देश के छोटे-छोटे गाँवों व कस्बों में भी बैंक की शाखाएँ खुल गईं, जिसके फलस्वरूप इन गाँवों व कस्बों में रहने वाले निम्न व मध्यम वर्गीय परिवारों से बैंक की जमाराशियों में बहुत अधिक वृद्धि हुई. इसी के कारण आज बैंकों को देश के निम्न व मध्यमवर्गीय परिवारों में अपने व्यापार की अपार संभावनाएँ नजर आने लगी हैं. इसे सामाजिक बैंकिंग का नाम दिया गया है.

इस नये सामाजिक बैंकिंग परिवेश में बैंकों ने अपने दरवाजे निम्न व मध्यमवर्गीय परिवारों के लिये खुदरा बैंकिंग के रूप में पूर्णतः खोल दिये हैं. खुदरा बैंकिंग के अंतर्गत अब बैंक, ए टी एम व कोर बैंकिंग के माध्यम से कहीं भी व कभी भी बैंकिंग सुविधा प्रदान करने के साथ ही, निम्न व मध्यम वर्गीय परिवारों को उनकी छोटी-छोटी आवश्यकताओं हेतु ऋण दे रहे हैं. इसके साथ ही वे उन्हें आवास व वाहन जैसी परिसंपत्तियों को खरीदने के लिये भी ऋण प्रदान कर रहे हैं. भारतीय रिज़र्व बैंक द्वारा प्रकाशित बैंकिंग प्रवृत्ति व प्रगति संबंधी रिपोर्ट 2008-09 के अनुसार खुदरा बैंकिंग ऋणों की वृद्धि दर 2004-05 व 2005-06 में सबसे अधिक अर्थात् 40 प्रतिशत वार्षिक रही. आज खुदरा उत्पाद से लोग अपनी जिंदगी को सजा रहे हैं तथा जीने की शैली निखार ला रहे हैं. जीवन शैली क्या है जीवन को सुख-सुविधा संपन्न बनाना है. जीवन शैली को बदलने की लालसा ने देश के सामान्य नागरिक को अपनी आर्थिक स्थिति में सुधार के प्रति सचेत करने लगी. परिणामस्वरूप कृषि प्रधान भारतीय अर्थव्यवस्था में अस्सी के प्रारंभिक दशक में बदलाव आना शुरू हुआ. शिक्षा का व्यापक प्रचार-प्रसार होने से लोग व्यवसाय हेतु एक शहर से

दूसरे राज्यों के शहरों में जाने लगे. भूमंडलीकरण, सरकार की उदारकृत नीतियों से व्यापक आर्थिक-सामाजिक परिवर्तनों को बल मिला. जिसके परिणामस्वरूप *वर्तमान ही जीवन है* सिद्धांत की ओर लोगों का झुकाव बढ़ा. *जब चाहें तब ऋण उपलब्ध है* इस वाक्य ने जादुई शक्ति का कार्य किया.

खुदरा बैंकिंग से अभिप्राय

ग्राहक की आवश्यकतानुसार बैंकिंग उत्पाद (सेवाएँ) उपलब्ध कराना. कहीं भी, कभी भी, किसी भी रूप में उसकी बैंकिंग आवश्यकता को पूरा करना.

खुदरा बैंकिंग में विभिन्न खुदरा जमा योजनाएँ, खुदरा ऋण, ए टी एम सुविधा, कैंश ट्री सुविधा, क्रेडिट कार्ड, डेबिट कार्ड, आवास ऋण, वाहन ऋण, वैयक्तिक ऋण, शिक्षा ऋण, बहुशहरी चैक, आरटीजीएस, लॉकर, सुरक्षित अभिरक्षा सेवाएँ, आधुनिक प्रौद्योगिकी का प्रयोग करके दी जाने वाली विशिष्ट सेवाएँ, क्रॉस सेलिंग, जीवन और गैर जीवन बीमा उत्पादों का विपणन, मचूचुअल फंड आदि से जुड़ी सेवाएँ, डिपाजिटरी सेवाएँ, डिमेट सुविधाएँ, कमीशन एवं शुल्क आधारित उत्पाद, ई - बैंकिंग और ऐसी अनेक अन्य सेवाएँ शामिल हैं जो किसी भी वैयक्तिक ग्राहक की जरूरतों को पूरा करने का काम करती हैं.

स्वतंत्रतापूर्व व्यक्ति की औसत आय कम थी तथा उनकी मानसिकता भी ऋण लेने की नहीं थी, क्योंकि उस समय ऋण के इतने सुगम साधन उपलब्ध न थे और न ही उपभोक्तावादी संस्कृति अस्तित्व में थी. साहूकार-महाजन से कर्ज लेकर ब्याज देने की अस्पष्ट प्रणाली ने सामान्य जन-जीवन में ऋण के प्रति एक स्वाभाविक नीरसता ला दी थी. विश्व के सबसे बड़े गणतंत्र में आर्थिक परिवर्तनों के फलस्वरूप एक ही परिवार के पति-पत्नी दोनों ही नौकरी व्यवसाय से जुड़ने लगे, जिससे न केवल परिवार की आर्थिक स्थिति में सुधार हुआ बल्कि ऋण चुकौती की क्षमता में भी अभिवृद्धि हुई. जहाँ तक उपभोक्ता ऋणों का प्रश्न है, एक वक्त था जब भारत एशियाई क्षेत्र में एक ऐसे बाजार के रूप में गिना जाता था जिसका सबसे कम दोहन हुआ है. वाणिज्यिक बैंकिंग उद्योग ने कम दोहन किये गये बाजारों में असीम संभावनायें देखी और उपभोक्ता की जरूरतों को पूरा करने के लिये कमर कस कर खड़े हो गये. इस बात को दोहराने की आवश्यकता नहीं है कि पिछले कुछ वर्षों के दौरान बैंकों ने अपनी सारी शक्ति खुदरा बैंकिंग पर लगा दी है.

यदि हम ऐतिहासिक परिप्रेक्ष्य में देखें, तो पाते हैं कि नब्बे के दशक के शुरुआती वर्षों के दौरान प्रतिबंधात्मक विनियामक परिवेश और सरकार की कड़ी नीतियों के कारण भारत में सरकारी क्षेत्र के बैंक और अन्य अनुसूचित बैंक ही सबसे बड़े उधारकर्ताओं के

रूप में नजर आते थे. यहाँ तक कि शुरुआती दौर में निजी संस्थाओं के प्रवेश के बाद भी प्रतिस्पर्धा इतने वृहद् रूप में न थी और ऋण में वृद्धि के जरिए लगातार अर्थव्यवस्था के विकास पर जोर नहीं दिया जाता था. इसलिये बैंक इस बात की आवश्यकता ही महसूस नहीं करते थे कि जिन क्षेत्रों तक उनकी पहुँच नहीं है, वहाँ प्रवेश करने के बारे में सोचें. भारत सरकार की आर्थिक नीतियों से तथा भूमंडलीकरण के प्रभाव से बंद दरवाजे खुल गये, जिससे विदेशों के अंतर्राष्ट्रीय स्तर के बैंकों, कंपनियों आदि के लिये देश में आने का रास्ता खुल गया. निजी बैंकों ने भी अपना अस्तित्व स्थापित करना आरंभ किया. वर्ष 1988 से बैंकिंग की नई क्रांति शुरू हुई एवं बासल -2 का प्रादुर्भाव हुआ. अमेरिका के *लोन एंड सेविंग्स* ने बैंकिंग जगत को एक नई सोच और समझदारी से कार्य करने की नवीन प्रणालियों पर चिंतन का आधार प्रदान किया. वित्त मंत्रालय, भारत सरकार और भारतीय रिज़र्व बैंक ने बैंकों की ब्याज दर में कमी लाकर ऋण लेना और आसान कर दिया. आर्थिक क्रांति के फलस्वरूप उद्योग जगत की गतिशीलता में तेजी से उछाल जारी है. आर्थिक प्रगति और उद्योग जगत की बहुविध तीव्र गति से प्रति व्यक्ति आय में उल्लेखनीय वृद्धि हुई है. क्रास सेलिंग में निरंतर अभिवृद्धि एवं लोकप्रियता इसका ज्वलंत उदाहरण है .

भारत में आर्थिक निष्पादन में आए सुधार ने विश्व के अन्य देशों की भारत के प्रति धारणा को बदलकर रख दिया है. अब समसामयिक धारणा यह है कि भारत सतत उच्च विकास दर की राह भर चल रहा है, और इसका आधार उच्च घरेलू बचत दर, उद्यमशीलता और प्रबंधशीलता की बेहतर गुणवत्ता और उत्पादकता पर आर्थिक सुधारों का संचयी प्रभाव है.

भारत एक विशाल देश है. बढ़ती हुई आबादी निःसंदेह चिंताजनक है, लेकिन भारत की इस विशाल जनसंख्या और लगातार वृद्धि का एक सकारात्मक पहलू भी है, जो भारत के लिये बहुत लाभप्रद है. यदि हम भारत की विशाल जनसंख्या की संरचना पर एक नजर डालें, तो हम पाते हैं कि 35 वर्ष आयु तथा इससे अधिक आयु की जनसंख्या का अनुपात 70:30 आता है. वर्तमान भारत युवा भारत है. आज के भारत की जनसंख्या में युवाओं की संख्या अधिक है 'जो भाया सो पाया' के घोषणाद के साथ यह पीढ़ी खुदरा उत्पादों के निष्ठावान ग्राहक के रूप में उभर रही है. खुदरा उत्पादों के दृष्टिकोण भी यह युवा वर्ग अपनी अच्छी जगह बनाये हुए है. इन्हीं कारणों से भविष्य में खुदरा बाजार में मांग बढ़ोत्तरी से इंकार नहीं किया जा सकता है.

भारत उदय की संभावनाओं को देखते हुए उपभोक्ता सामानों की कंपनियाँ भारत में अधिक रुचि लेने लगी हैं तथा यहाँ के बाजारों में अपनी पकड़ मजबूत करने में प्रयासरत

हैं. इस प्रकार विश्व का एक गंतव्य भारत बनता जा रहा है. इस तरह वर्तमान में सेवा क्षेत्र से ज्यादा पैसा मिल रहा है तथा कृषि तथा विनिर्माण जो मूलभूत क्षेत्र हैं, उनमें ज्यादा बढ़ोत्तरी नहीं हो रही है. वर्तमान दौर बदलाव का युग है तथा जीवन शैली में हो रहे परिवर्तन के साथ ऋण भार की क्षमताओं में भी क्रमशः हो रही वृद्धि से रिटेल उत्पाद में भी सामयिक बदलाव हो रहा है.

खुदरा बैंकिंग के महत्त्व के कारण

आय व क्रय शक्ति में अभिवृद्धि - भारत में मध्यवर्गीय परिवारों की संख्या में और उनकी आय और क्रयशक्ति में वृद्धि लगातार जारी है, जो खुदरा बैंकिंग उत्पादों के प्रमुख उपभोक्ता हैं.

ब्याज के फैलाव में कमी - ब्याज की दरों में कमी के कारण ब्याज के फैलाव में कमी हो गई है, परंतु खुदरा ऋणों पर ब्याज की दर आज भी कार्पोरेट ऋण पर ब्याज की दर से अधिक है.

अच्छी वसूली - खुदरा ऋणों की वसूली की स्थिति अच्छी है और गैर निष्पादनकारी आस्तियों का प्रतिशत अन्य ऋणों की अपेक्षा काफी कम है.

नई-नई उपभोक्ता वस्तुओं का बाजार में प्रवेश - बाजार में नित्य नई उपभोक्ता वस्तुएँ प्रवेश कर रही हैं, जो ग्राहकों को अपनी ओर आकर्षित करती हैं और जिन्हें खरीदने के लिये ऋण की आवश्यकताएँ बढ़ रही हैं.

बेहतर जीवन स्तर - जीवन स्तर में वृद्धि और वृद्धिशील आय ही खुदरा बैंकिंग के व्यवसाय में वृद्धि का एक प्रमुख कारण है.

कम परिचालन लागत - रिटेल बैंकिंग की परिचालन लागत अन्य उत्पादों की अपेक्षा कम है. अतः यह बैंकों हेतु लाभप्रद है.

लोकप्रियता में अभिवृद्धि - रिटेल बैंकिंग उत्पाद बैंक के जनाधार को बढ़ाते हैं और उसे जनता के बीच स्थापित करते हैं तथा बैंक को लोकप्रियता प्रदान करते हैं.

प्रभावी नियंत्रण - खुदरा बैंकिंग जनसामान्य की बैंकिंग है जिसके उपभोक्ता अधिकांशतः निम्न, अल्प व मध्य आय वर्ग के हैं. उन पर बैंक का नियंत्रण अधिक प्रभावशाली रहता है.

उत्पादों की प्रति बिक्री - खुदरा बैंकिंग ग्राहकों का आधार बढ़ाती है, जिससे उत्पादों की प्रति बिक्री (क्रास सेलिंग) संभव है.

नकदी में आधिक्य - सी आर आर और एस एल आर कम होने से बैंकों के पास अत्यधिक तरलता उपलब्ध होती है.

औद्योगिक ऋणों की गिरती मांग - मंदी के कारण औद्योगिक क्षेत्र में ऋण की मांग में कमी है.

व्यापक बाजार - सामान्यतः खुदरा बैंकिंग का निर्माण विभिन्न वर्गों के ग्राहकों की आवश्यकताओं को ध्यान में रखकर किया जाता है. अतः इसका विपणन क्षेत्र अत्यंत विस्तृत है. ग्राहकोन्मुखी उत्पाद एवं खुदरा बैंकिंग से संबंधित उत्पाद / सेवाएँ ग्राहकोन्मुखी होती हैं, अतः इनको बेचना सरल है.

कम व सरल औपचारिकताएँ - खुदरा बैंकिंग से संबंधित ग्राहकों हेतु बैंकिंग से संबंधित औपचारिकताओं को पूरा करना सुगम है. इसलिये इनके प्रति उनका झुकाव अधिक है.

अधिकतम ग्राहक संतुष्टि - आज बैंक ग्राहक की मांग और अपेक्षा के अनुसार अपने उत्पादों में विविधता, गुणवत्ता ला रहे हैं, क्योंकि अधिकतम ग्राहक संतुष्टि उनका लक्ष्य है.

कम लागत और कम प्रयास में अधिक आय - खुदरा उत्पाद में क्रास सेलिंग से आय में बढ़ोत्तरी होती है तथा लागत में कमी आती है.

उक्त विवेचन से स्पष्ट है कि पिछले कुछ वर्षों के दौरान विकासशीलता की प्रवृत्ति ने भारत में जोर पकड़ा. साक्षरता बढ़ी, शिक्षा का स्तर बढ़ा, उद्योग-धंधों, कृषि क्षेत्र का विकास हुआ, निम्न व मध्य वर्ग की आय में वृद्धि हुई, मध्य वर्ग का दायरा विस्तृत हुआ. महिलाओं की शिक्षा पर अधिक जोर दिये जाने के कारण समाज के हर क्षेत्र में उनकी सक्रिय भागीदारिता सुनिश्चित हुई है. दुहरी आय वाले परिवारों की संख्या बढ़ी है. एकल परिवारों की संकल्पना ने भी जोर पकड़ा. वैयक्तिक आय बढ़ी, जीवन शैली में परिवर्तन आया, जरूरतों का रूप बदला, सुख-सुविधाओं और विलासिता की वस्तुओं को बटोरने की प्रवृत्ति बढ़ी और भारतीय समाज एक नये रूप में अत्यधिक संभावनाओं से भरा उपभोक्ता बनकर उभरा. पर्याप्त बचत न होने पर भी इस वर्ग ने अपना मकान, वाहन, कम्प्यूटर, टी वी, फ्रिज, इत्यादि अनेकों साधनों को अपने घर में लाने के सपने देखने शुरू किये, ऐसी अनेक स्थितियों में बैंक उनकी मदद करने आगे आए-विभिन्न खुदरा उत्पाद लेकर. इस प्रकार खुदरा उत्पाद ने भारत के आर्थिक विकास में अहम् भूमिका निभाई है. भारत विश्व की एक महाशक्ति के रूप में उभरा है. सूचना प्रौद्योगिकी, आर्थिक उदारीकरण, मुक्त-व्यापार,

भूमंडलीकरण, शिक्षा के प्रचार-प्रसार, संचार माध्यम इत्यादि ने भारतीय समाज को एक नई सोच दी है।

आर्थिक शक्ति के रूप में उभरते भारत का यह शैशव काल है। संपूर्ण परिवेश सर्वोत्तम की मांग और पूर्ति में व्यस्त है। भारत एक नई भोर के रूप में उदीयमान है। खुदरा बैंकिंग की संभावनाएँ प्रचुर हैं तथा इससे जुड़े खतरे कम हैं। भावी बैंकिंग में एक सशक्त और निर्णायक भूमिका खुदरा बैंकिंग की होगी, जिसमें कौशल, समय और सही ग्राहकों के चयन इस क्षेत्र में प्रगति के आधार होंगे।

खुदरा बैंकिंग - अवसर एवं चुनौतियाँ

कल्याण कुमार

खुदरा बैंकिंग से तात्पर्य व्यक्तिगत एवं छोटे व्यापारियों को बैंकिंग सेवा प्रदान करना है, जहाँ वित्तीय संस्थाएँ कम मूल्य के संव्यवहार अधिक संख्या में करते हैं। इस प्रकार खुदरा बैंकिंग अधिक से अधिक लोगों तक बैंकिंग सुविधा उपलब्ध कराये जाने की एक प्रक्रिया है।

वस्तुतः खुदरा बैंकिंग लोगों से, लोगों के लिए एवं लोगों के द्वारा उपलब्ध करायी जाने वाली बैंकिंग है। विगत वर्षों में भारत वर्ष में खुदरा बैंकिंग का बहुत विकास हुआ है। वस्तुतः खुदरा बैंकिंग इकीसवीं सदी का अविष्कार है।

खुदरा बैंकिंग की मुख्यतःतीन विशेषताएँ हैं:

- विविध उत्पाद जैसे कि जमा, क्रेडिट कार्ड, बीमा, निवेश, ऋण आस्तियाँ इत्यादि,
- इन विविध उत्पादों के विपणन हेतु विभिन्न चैनल जैसे कि काल सेंटर, शाखाएँ, इंटरनेट और किओस्क इत्यादि,
- विविध ग्राहक समूह जैसे व्यक्तिगत ग्राहक, छोटा व्यवसाय एवं कार्पोरेट इत्यादि।

भारत वर्ष में खुदरा बैंकिंग में काफी क्रांतिकारी परिवर्तन आ रहे हैं। खुदरा बैंकिंग उत्पादों में ग्राहकों की सुविधा को ध्यान में रखते हुए काफी बदलाव लाये जा रहे हैं।

भारत वर्ष में खुदरा बैंकिंग में मुख्यतया निम्नलिखित उत्पाद शामिल हैं :

खुदरा जमा उत्पाद

बचत खाते, चालू खाते, संचयी खाते, मीयादी जमा खाते, अनिवासी भारतीय खाते, कार्पोरेट वेतन खाते, डीमैट खाते, अवयस्क खाते, वरिष्ठ नागरिक खाते.

खुदरा ऋण उत्पाद

वैयक्तिक ऋण, शिक्षा ऋण, वाहन ऋण, गृह ऋण, बंधक ऋण आदि.

खुदरा सेवाएं

लाकर्स, डिपॉजिटरी सेवाएं, क्रेडिट कार्ड, डेबिट कार्ड, उपहार कार्ड, इंटरनेट बैंकिंग, मोबाइल बैंकिंग, फोन बैंकिंग, कहीं भी कभी भी बैंकिंग सेवाएं, विभिन्न टैक्स भुगतान सेवाएं.

- विभिन्न कार्ड : क्रेडिट, डेबिट, एटीएम एवं गिफ्ट कार्ड
- गृह ऋण
- वैयक्तिक ऋण
- कंज्यूमर ऋण
- शिक्षा ऋण
- वाहन ऋण
- बीमा
- डीमेट सेवा
- ऑन लाइन सेवाएं
- विभिन्न टैक्स भुगतान सेवा इत्यादि

खुदरा बैंकिंग का भारत वर्ष में काफी अच्छा भविष्य है. लगभग सभी मुख्य बैंकों की कुल आस्तियों का 20 प्रतिशत खुदरा बैंकिंग प्रभाग से है. इनकी वृद्धि दर अप्रत्याशित रूप से 30-35 प्रतिशत प्रतिवर्ष की दर से है. इतने विकास के कुछ मुख्य कारण निम्नलिखित हैं :

- क्रांतिकारी तकनीक
- प्राइवेट एवं विदेशी बैंकों का उद्भव
- स्पर्धात्मक माहौल

- बैंकिंग उत्पादों एवं सेवाओं में नवोन्मेष उत्पाद
- अच्छी आर्थिक वृद्धि
- ब्याज दरों का डीरेगुलेशन
- ग्राहक वाद
- मध्यम वर्ग की जीवन शैली में बदलाव
- लाभप्रदता एवं उत्पादकता पर अधिक जोर
- कम एनपीए पर अधिक जोर
- ग्राहकों में डेमोग्राफिक बदलाव
- जेन नेक्स्ट एवं युवा वर्ग का अधिक होना

उपरोक्त वर्णित कारणों की वजह से खुदरा बैंकिंग में काफी क्रांतिकारी तरक्की हुई है.

चुनौतियां एवं अवसर

ठीक ही कहा गया है कि चुनौतियां ही अवसर को जन्म देती हैं. खुदरा बैंकिंग के परिदृश्य में जो बदलाव आये हैं, ये सब अपने साथ काफी चुनौतियां भी लेकर आये हैं.

खुदरा बैंकिंग के भारत वर्ष में विकसित होने की असीम संभावनाएं हैं. मध्यम वर्ग के लोगों की जीवन शैली में काफी बदलाव आया है. भारत वर्ष अपेक्षाकृत देशों की तुलना में युवा देश है. युवाओं के अधिक संख्या में होने के कारण भी खुदरा बैंकिंग की वृद्धि को बल मिला है. अधिक पढ़े-लिखे एवं तकनीकी रूप से अधिक शिक्षित युवा वर्ग की आमदनी अधिक है. साथ ही साथ उनमें खर्च करने की उपभोक्तावाद नीति भी है.

भारत वर्ष में खुदरा बैंकिंग का अंश भारत वर्ष के कुल सकल घरेलू उत्पाद का महज 7% है, जबकि अन्य एशियाई देशों यथा दक्षिण कोरिया (55 प्रतिशत), ताइवान (52 प्रतिशत), मलेशिया (33 प्रतिशत) तथा थाई लैंड (18 प्रतिशत) है. अतः भारत वर्ष में खुदरा बैंकिंग के विकास की बहुत संभावनाएं हैं. लगातार काफी वर्षों से भारत वर्ष का सकल घरेलू उत्पाद लगभग 6-9% की दर से बढ़ रहा है.

इतनी तीव्र विकास की संभावनाएं कुछ चुनौतियों को भी जन्म देती हैं. कुछ प्रमुख चुनौतियां निम्नलिखित हैं :

- ग्राहकों को अपने साथ रोके रखना एक प्रमुख चुनौती है। हावर्ड बिजनेस रिव्यू में रिचर्डेल्ड और सासर के द्वारा किये गये अनुसंधान के अनुसार यदि 5 प्रतिशत ग्राहकों को रोके रखा जाए तो बैंकिंग मुनाफे में 35 प्रतिशत की वृद्धि, बीमा एवं ब्रोकेरेज में 50 प्रतिशत की वृद्धि एवं क्रेडिट कार्ड व्यापार में 125 प्रतिशत की वृद्धि संभव है। अतः भारतीय बैंकों के सामने अपने वर्तमान ग्राहकों को अपने साथ रोके रखना, अपने ग्राहक आधार को बढ़ाना एवं नये ग्राहकों को अपने साथ जोड़ना एक प्रमुख चुनौती है।
- अपनी क्षमता से अधिक ऋण लेने की प्रवृत्ति खतरनाक साबित हो सकती है एवं इसके कारण बैंकों की अनुत्पादक आस्तियों में वृद्धि संभव है। आईसीआईसीआई बैंक, जोकि खुदरा बैंकिंग के परिप्रेक्ष्य में एक अग्रणी बैंक है, का सन् 2000 ई. में खुदरा बैंकिंग का प्रतिशत पूरे बैलेंस शीट का 1 प्रतिशत था, जोकि सन 2006 में बढ़ कर 67 प्रतिशत हो गया। इसके चलते सभी बैंकों में होड़ लग गयी। इस अंधी दौड़ का नतीजा अच्छा नहीं रहा और अनुत्पादक आस्तियों में बेतहाशा वृद्धि हुई। प्रमुख विदेशी बैंक एचएसबीसी को 2011 की प्रथम छमाही में खुदरा बैंकिंग व्यवहार में चार मिलियन डॉलर का नुकसान हुआ, जबकि सन 2010 प्रथम छमाही में यह नुकसान 49 मिलियन डॉलर का था। खुदरा बैंकिंग के महारथी आईसीआईसीआई बैंक को सन् 2011 की प्रथम तिमाही में रु. 84.14 करोड़ का नुकसान खुदरा बैंकिंग प्रभाग से हुआ, जबकि पिछले वर्ष यह नुकसान रु. 217.33 करोड़ का था। अतः बैंकों को सुरक्षित ऋण वितरण सुनिश्चित करना होगा।
- बढ़ती ब्याज दर भी बैंकों के समक्ष एक अहम चुनौती है। इसके चलते अनुत्पादक आस्तियों में बेतहाशा वृद्धि हुई है।
- शिक्षा ऋण में भी अनुत्पादक आस्तियाँ काफी बढ़ी हैं। कुल शिक्षा ऋण 43000 करोड़ में लगभग 1600 करोड़, जो कि लगभग 45 प्रतिशत है, अनुत्पादक आस्तियां बढ़ी हैं।
- सूचना तकनीक में क्रांतिकारी आविष्कारों से खुदरा बैंकिंग क्षेत्र में क्रांतिकारी बदलाव आये हैं।
- सूचना तकनीक क्रांति ने यह संभव कर दिया है कि बैंकिंग सेवा कहीं भी और कभी भी मुहैया करायी जा सकती है। आज पूरी की पूरी बैंकिंग आरटीजीएस, निधि अंतरण, बिलों का भुगतान, टैक्स अदायगी आदि सभी बैंकों के

इंटरनेट बैंकिंग और मोबाइल बैंकिंग से संभव है। किन्तु नेटवर्क को सुरक्षित, सुगम्य और सुविधाजनक बनाये रखने की एक चुनौती भी है।

- मुख्य चुनौती विभिन्न संव्यवहारों को शाखा एवं डाटा केंद्रों के बीच तकनीकी ढंग से संभालने की है। सूचना तकनीक व्यवस्थापकों के समक्ष साइबर क्राइम से बचाने की चुनौती है, ताकि ग्राहकों का व्यवस्था पर विश्वास मजबूत हो सके।
- 'अपने ग्राहक को जानिये' और मनी लान्ड्रिंग एक अहम चुनौती है। खुदरा बैंकिंग में संव्यवहार की रकम हालांकि कम होती है, किन्तु गलत तरीके से कमाये गये काले धन का इस क्षेत्र में भी होना संभव है। अतः बैंकों के समक्ष केवाईसी एवं धनशोधन एक मुख्य चुनौती है।
- बैंकों के समक्ष काफी स्पर्धात्मक माहौल है, प्राइवेट एवं विदेशी बैंकों के होने से काफी प्रतियोगितात्मक माहौल बना है। अतः बैंकों के समक्ष अपनी ब्रांड इमेज (साख) को उत्तम बनाये रखने की चुनौती है। बैंकों को उत्तम ग्राहक सेवा भी देना है। सही कथन है 'एक अच्छा ग्राहक मिलने में महीनों लग सकते हैं किन्तु उसे खोने में क्षण भर लगता है।' अतः बैंकों के समक्ष ग्राहक की आवश्यकता के अनुसार अपनी सेवाओं एवं उत्पादों में निरंतर बदलाव करते रहने की भी एक अहम चुनौती है।
- बैंकों में खुदरा बैंकिंग क्षेत्र के लिये कुशल, तकनीकी रूप से दक्ष लोगों की भी कमी है। इस तरह के लोगों की कमी भी एक अहम चुनौती है।
- बैंकों को अपने तमाम कार्यों के लिये दूसरे वेंडर पर निर्भर रहना पड़ता है। बैंकों की गतिविधियां यथा हार्डवेयर और साफ्टवेयर, एटीएम में नकदी रखना एवं अन्य रखरखाव हेतु बैंक दूसरे वेंडरों पर निर्भर हैं। बैंकों के समक्ष इनकी गुणवत्ता को बनाये रखने की भी चुनौती है।
- साख रिपोर्ट का सही समेकन होना भी एक अहम चुनौती है। सभी बैंकों के बीच ग्राहकों की क्रेडिट हिस्ट्री का आपस में आदान-प्रदान किया जाना आवश्यक है। इससे ग्राहकों द्वारा बैंकों को गलत सूचनाएं देकर एक ही उद्देश्य के लिए कई बैंकों से ऋण प्राप्त कर लेने की घटनाओं को कम किया जा सकेगा।

बैंकों के समक्ष इन चुनौतियों को अवसर में बदलने की जरूरत है। जो बैंक इन

चुनौतियों को जितने अच्छे तरीके से हैंडल करेंगे वे बैंक खुदरा बैंकिंग क्षेत्र में उतनी ही अधिक तरक्की करेंगे।

भारत वर्ष में खुदरा बैंकिंग के क्षेत्र में असीम संभावनाएं हैं। अपने देश में जीडीपी की दर में लगातार वृद्धि, साथ ही कोर इंफ्रास्ट्रक्चर क्षेत्र में संभावित वृद्धि यह दर्शाती है कि आने वाले समय में खुदरा बैंकिंग में व्यापक अवसर हैं। भारतवर्ष में सकल घरेलू उत्पाद में लगातार वृद्धि हो रही है। इस कारण लोगों की क्रय शक्ति बढ़ रही है। इससे खुदरा बैंकिंग क्षेत्र में बैंकों के समक्ष अपार संभावनाएं हैं।

वर्ष 2020 तक 70-75 मिलियन नए मध्यम वर्ग का उदय होगा। एक मैक किन्से सर्वेक्षण के अनुसार वर्ष 2017 तक ग्रामीण भारत की औसत खपत शहरी भारत के वर्ष 2005 की औसत खपत के बराबर हो जाएगी। भारतवर्ष के श्रमिक वर्ग की वृद्धि, जनसंख्या वृद्धि दर से अधिक होगी। जनसंख्या शहरों में अधिक एवं शिक्षित होगी।

इस वजह से बैंकिंग क्षेत्र में लघु बचतों का अच्छा निवेश होगा तथा साथ ही खुदरा एवं वैयक्तिक बैंकिंग जरूरतों यथा गृह ऋण, धन प्रबंधन, बीमा एवं आस्ति प्रबंधन जैसी गतिविधियों की अधिक मांग होगी।

बी सी जी के एक सर्वेक्षण के अनुसार वर्ष 2020 तक भारतवर्ष में बंधक ऋण एवं धन प्रबंधन क्षेत्र में 10 गुनी वृद्धि संभावित है। उस समय तक गृह निर्माण ऋण का स्तर 40 लाख करोड़ तक पहुंचने की संभावना है। ऐसे प्रतिस्पर्धात्मक माहौल में जो बैंक, ग्राहक सेवा उत्कृष्टता में विश्वास रखेगा, वही सफल होगा।

भारतीय रिज़र्व बैंक ने ग्राहक सेवा, शिकायत निवारण प्रणाली एवं तकनीक के समुचित प्रयोग हेतु दामोदरन समिति का गठन किया। इनकी अनुशंसाएं आ गयी हैं और जो बैंक इन अनुशंसाओं का पालन ईमानदारी से करेंगे, वही मार्केट लीडर होंगे।

वर्ष 2026 तक भारतवर्ष की जनसंख्या लगभग 1400 मिलियन होगी। तीस प्रतिशत भारतीय, जो अभी 15 वर्ष से कम उम्र के हैं, वे अगले 5 से 10 वर्ष में 20 से 25 वर्ष के होंगे। एक सर्वेक्षण के अनुसार वर्ष 2020 तक औसत भारतीय की उम्र 29 वर्ष होगी, जबकि चीन, अमेरिका में 37 वर्ष, पश्चिमी यूरोप में 45 वर्ष और जापान में 48 वर्ष होगी।

अगली पीढ़ी के युवा ग्राहकों के लिए बैंकों को तकनीकी उन्नयन करना होगा। बैंकों को उनकी जरूरतों के अनुसार व्यापारिक माडल अपनाने होंगे। यह तभी संभव होगा, जब बैंक लोगों में, तकनीक में एवं सेवा स्तर में समुचित निवेश करेगा। युवा ग्राहकों

की विभिन्न जरूरतों के अनुसार एक छत के नीचे सभी वित्तीय उत्पाद उपलब्ध कराने होंगे।

एक सर्वेक्षण के अनुसार यदि सकल घरेलू उत्पाद में एक प्रतिशत की वृद्धि होती है, तो गृह ऋण में 3 प्रतिशत एवं शिक्षा ऋण में 5 प्रतिशत की वृद्धि होती है।

बारक्लेज वेल्थ इनसाइट रिपोर्ट 2008 के अनुसार, वर्ष 2017 तक भारतवर्ष में 4,11,000 मिलियन होंगे, जिनकी कुल परिसंपत्तियां लगभग 75000 लाख करोड़ होंगी।

ऊपर वर्णित स्थिति यह दर्शाती है कि आने वाले वर्षों में भारतवर्ष में जो अभूतपूर्व बदलाव संभावित है, वह बदलाव खुदरा बैंकिंग क्षेत्र में अपार संभावनाएं लेकर आ रहा है। साथ ही भारतीय बैंकों के समक्ष अच्छे अवसर के साथ-साथ चुनौतियां भी लेकर आ रहा है। जो भारतीय बैंक इन चुनौतियों का निराकरण, प्रबंधन जितनी अच्छी तरह से करेगा तथा ग्राहक सेवा उत्कृष्टता को अपना मंत्र बनाएगा, वही बैंक इस प्रतिस्पर्धात्मक माहौल में सफल हो पाएगा।

इसमें सफल होने के लिए बैंकों को निम्नलिखित कदम तत्काल उठाने चाहिए:

- विभिन्न उत्पादों में लगातार उन्नयन करते रहना चाहिये, जो ग्राहकों की बदलती सोच एवं जरूरतों के अनुसार होने चाहिए।
- ग्राहकों को उत्तम व त्वरित सेवा देने की जरूरत है, इस गहन प्रतिस्पर्धात्मक माहौल में ग्राहकों को संतुष्ट नहीं बल्कि खुश होना चाहिए, तभी बैंकिंग में कोई भी बैंक अपनी जगह बनाये रख सकेगा।
- नये नये डिलीवरी चैनलों का होना बहुत आवश्यक है।

खुदरा बैंकिंग में ग्राहक संपर्क प्रबंधन की भूमिका

निधि सोनी

विख्यात विपणन गुरु टोनी ऐलिंगज़ैन्ड्रीआ ने बहुत सही कहा है कि “किसी उत्पात की कीमत एवं गुणवत्ता आपको प्रतिस्पर्धा के खेल में उतारती है, किन्तु प्रतिस्पर्धा के इस खेल में जीत केवल बेहतर ग्राहक सेवा से ही संभव है.”

वैश्विक आर्थिक नीतियों ने व्यावसायिक प्रतिस्पर्धा को स्थानीय से अंतर्राष्ट्रीय बना दिया है. कोई भी संस्था ग्राहक को नजरन्दाज करके बाजार में अपना अस्तित्व नहीं बचा सकती है. ग्राहक की मर्जी का उत्पाद, उत्कृष्ट ग्राहक सेवा और अधिकतम ग्राहक संतुष्टि प्रदान करके ही यह जंग जीतना संभव है. जब बैंक कर्मचारियों द्वारा बैंकिंग संबंधी उत्पाद सीधे ग्राहकों को बेचे जाते हैं तो उसे **खुदरा बैंकिंग** या **रिटेल बैंकिंग** कहा जाता है. नए ग्राहक बनाने या वर्तमान ग्राहकों को खुदरा उत्पाद बेचने के लिए यह आवश्यक है कि इस काम को करने वाले बैंक कर्मियों के ग्राहकों के साथ रिश्ते आत्मीय लेकिन प्रॉफेशनल हों. बैंकिंग उत्पाद बेचने के लिए ग्राहकों के निरंतर संपर्क में रहना जरूरी है. पुनः संपर्क स्थापित करने के लिए उन तक पहुंचना आवश्यक है. यहीं से **ग्राहक संपर्क प्रबंधन का रोल शुरू होता है.**

ग्राहक संपर्क एक ऐसा तरीका है जिससे ग्राहकों तक हर संभव माध्यम से जैसे-विपणन माध्यमों, बिक्री, ग्राहक सेवा एवं फील्ड सपोर्ट द्वारा पहुंचा जा सकता है. किसी भी बैंक के दो प्रकार के ग्राहक होते हैं आंतरिक और बाह्य. हमारे ही बैंकिंग संस्थान में काम करने वाले अन्य सहकर्मी, उनके परिवारजन आदि आंतरिक ग्राहक होते हैं. शेष सभी बाह्य ग्राहक होते हैं. आंतरिक ग्राहकों से आत्मीय व्यवहार से होने वाला लाभ दो तरह से काम करता है. पहला खुदरा उत्पाद अपने सहकर्मियों को भी बेचे जा सकते हैं, दूसरा आपसी सामंजस्य की भावना से जब हम सहकर्मियों के साथ सहयोग करेंगे तो वे भी हमारे

काम में सहयोग करेंगे. इससे बाहरी ग्राहकों को त्वरित सेवाएं मिलेंगी और उनका काम जल्दी होगा. आपसी ताल-मेल और अच्छे काम को देखकर ग्राहकों के मन में स्वतः ही बैंक की अच्छी छवि बनेगी. इससे हमें अपना ग्राहक आधार बढ़ाने में भी सहायता मिलेगी.

बाहरी ग्राहकों को त्वरित सेवाएं प्रदान कर निश्चित ही मजबूत रिश्ते तो बनाए जा सकते हैं. लेकिन ध्यान रखने वाली बात यह है कि बैंक के ग्राहकों से मधुर और मजबूत रिश्ते एक बार का काम नहीं हैं, बल्कि यह एक निरंतर प्रक्रिया है. इसमें निरंतर, समय-समय पर ग्राहक संपर्क का बड़ा योगदान है. ग्राहक संपर्क के लिए समय-समय पर ग्राहकों से संवाद होना आवश्यक है. ग्राहकों से संबंधित जनसांख्यिकीय, सामाजिक एवं आर्थिक आँकड़ों संबंधी जानकारी बैंक के पास उपलब्ध होती है. इसका उपयोग ग्राहकों को अन्य खुदरा उत्पादों जैसे-एटीएम कार्ड, इंटरनेट बैंकिंग, मोबाइल बैंकिंग, होम लोन, पर्सनल लोन, वाहन ऋण, शिक्षा ऋण, विवाह ऋण, बीमा विक्रय की क्रॉस सेलिंग हेतु किया जा सकता है. बैंक की शाखा को केवल बैंकिंग ट्रांजेक्शन तक सीमित न करते हुए हमें उसे **क्रॉस सेलिंग केंद्र** बनाना चाहिए.

ग्राहक सेवा प्रतिनिधि किसी भी शाखा के लिए एकल संपर्क बिंदु (**सिंगल पॉइंट ऑफ कांटेक्ट**) का काम करता है. बैंक संबंधी समस्त विक्रय एवं सेवाओं संबंधी उत्पाद इसी के द्वारा ग्राहकों को बेचे जाते हैं. ग्राहकों के साथ वार्तालाप के दौरान ग्राहक सेवा प्रतिनिधि ग्राहकों की आवश्यकताओं को समझ सकता है और उसी के अनुसार ऐसे खुदरा उत्पाद, जो ग्राहकों की आवश्यकताओं के लिए सर्वोत्तम हों, उन्हें बेच सकता है. **अतः ग्राहक सेवा प्रतिनिधि को बैंक के समस्त उत्पादों की जानकारी होना आवश्यक है. साथ ही उसे तकनीकी ज्ञान होना अति आवश्यक है.** तकनीकी ज्ञान ग्राहक सेवा प्रतिनिधि को सक्षम और शक्तिशाली बनाता है. इससे बैंक के ग्राहकों के सवालों के जवाब देने में अधिक सहायता मिलेगी. ग्राहकों को उनके सवालों के सही जवाब देकर एवं उत्कृष्ट ग्राहक सेवा द्वारा संतुष्ट किया जा सकता है. इस प्रकार ग्राहक सेवा प्रतिनिधि ग्राहक की संतुष्टि स्तर को ग्राहक के आनंद में परिवर्तित करने की क्षमता रखता है. एक संतुष्ट ग्राहक जहाँ अन्य लोगों से बैंक की तारीफ कर और अधिक ग्राहक बनाने में मदद करता है, वहीं एक असंतुष्ट ग्राहक अन्य ग्राहकों के मन में बैंक के बारे में नकारात्मक सोच को बढ़ाता है. बैंकों में लिखा हुआ होता है **“यदि आप असंतुष्ट हो तो हमसे कहिए, संतुष्ट हो तो सब से कहिए”**. यह शायद इसीलिए है, क्योंकि एक संतुष्ट ग्राहक बिना लागत का बड़ा प्रभावी विज्ञापन होता है.

उत्कृष्ट ग्राहक सेवा के लिए प्रसिद्ध हमारे बैंक ने इसी परंपरा को आगे बढ़ाते हुए, हाल ही में अपने अधिकांश खुदरा ऋण प्रस्ताव(रिटेल लेंडिंग प्रस्ताव)जैसे यूनियन होम लोन, यूनियन माइल्स, यूनियन मॉर्टगेज और यूनियन एजुकेशन को लैस प्रणाली द्वारा प्रोसेस किए जाने की प्रक्रिया प्रारंभ की है. अतः अब ग्राहक स्वयं ही ऋण हेतु आवेदन ऑन लाइन प्रस्तुत कर सकता है, इस प्रकार ऋण उपलब्ध होने की पूरी प्रक्रिया में लगने वाले औसत समय (टीएटी-टर्न अराउंड टाइम) को कम किया जाता है. साथ ही ऑन लाइन ऋण प्रस्ताव भरना पूरी तरह कस्टमर फ्रेंडली होने के कारण औसत तकनीकी ज्ञान होने पर भी भरा जा सकता है. त्वरित सेवा ग्राहक संपर्क को प्रभावी बनाती है.

व्यक्तिगत रूप से किये गये सम्प्रेषण द्वारा बैंक के प्रति ग्राहकों की वफादारी निम्नलिखित तरीकों से भी बढ़ाई जाती है:

- **फोन कॉल, ई-मेल, एस एम एस अलर्ट द्वारा**
समय-समय पर ग्राहकों के डाटा बेस में उपलब्ध संपर्क जानकारी के आधार पर फोन कॉल, ई-मेल, एस एम एस द्वारा विभिन्न सेवाओं के बारे में अलर्ट कर सचेत किया जाता है.
- **कॉल सेंटर में उपलब्ध फ्रंट आफिस सोल्युशन नामक सॉफ्टवेयर**
यह एक ऐसा सॉफ्टवेयर है जिसके द्वारा ग्राहकों संबंधी समस्त जानकारी स्टोर की जाती है. जब बैंक के कॉल सेंटर में कोई ग्राहक फोन लगाता है तो बैंक के कर्मचारी के सामने ग्राहक की समस्त जानकारी इस सॉफ्टवेयर द्वारा उपलब्ध हो जाती है. अतः ग्राहक को खुदरा उत्पादों के बारे में जानकारी, इससे संबंधी शंकाओं का समाधान एवं सही खुदरा उत्पाद के चयन हेतु सही सलाह देकर बैंक कार्य-कुशलता का परिचय देता है.
- **पठनीय सामग्री ग्राहकों को प्रेषित कर**
नवीन खुदरा उत्पादों के लॉच होते ही इससे संबंधी पठनीय सामग्री जैसे-लीफलेट, ब्रोशर, न्यूज लेटर, पत्रक आदि ग्राहक के पते पर प्रेषित किए जाने से ग्राहक को उस उत्पाद के बारे में जानकारी हो जाती है.
- **डोर टू डोर सेलिंग**
होम विजिट कर चुने हुए ग्राहकों को खुदरा उत्पाद बेचे जा सकते हैं.
- **बाजार/पब्लिक प्लेस में कैनपी/ प्रदर्शनियों में स्टॉल लगाकर उत्पाद बेचना**
ग्राहक संपर्क प्रबंधन अधिकारियों द्वारा बाजारों / सामूहिक स्थलों में शामियाना

लगाकर खुदरा उत्पाद बेचे जा सकते हैं. इन कैनपियों में ग्राहक को सही उत्पाद खरीदने हेतु परामर्श दिया जाता है. ग्राहक संपर्क प्रबंधकों से ग्राहक खुलकर अपनी शंकाओं का समाधान प्राप्त कर सकता है. इस प्रकार उसके द्वारा किया जाने वाला निवेश सुरक्षित हाथों में होगा, इस बात से वह संतुष्ट महसूस करता है.

- **कॉलेजों / स्कूलों के वेतन खाते अपने बैंक में खोलने हेतु निरंतर संपर्क** स्थापित किया जाता है. इस शृंखला में निरंतर बैंक की उपस्थिति(विजिबिलिटी) बनाए रखने एवं इमेज बिल्डिंग करने हेतु स्कूल/ कॉलेजों की गतिविधियाँ बैंक द्वारा भी प्रायोजित की जा सकती हैं.

इनके अलावा निश्चित ही विज्ञापनों जैसे आडिओ-विजुअल पब्लिसिटी, आउट डोर पब्लिसिटी होर्डिंग्स, बस शेल्टर, प्रिन्ट पब्लिसिटी जैसे अखबारों में विज्ञापन, पोस्टर डिस्प्ले भी ग्राहक के दिमाग में बैंक के खुदरा उत्पादों की विजिबिलिटी और इमेज बनाने में मदद करते हैं. इन संचार माध्यमों पर हालांकि बहुत अधिक खर्च किया जाता है, किन्तु इसका प्रभाव जो किसी ग्राहक पर पड़ता है, उसकी तुलना किसी और माध्यम से नहीं की जा सकती है.

संक्षेप में खुदरा बैंकिंग में ग्राहक संपर्क के कुछ फायदे इस प्रकार हैं:

1. व्यक्तिगत संपर्क द्वारा ग्राहकों को सेवाएं प्रदान करने से ग्राहक अधिक संतुष्ट महसूस करता है. इससे निश्चित ही बैंक की अच्छी छवि बनती है और ग्राहक की बैंक के प्रति वफादारी बढ़ती है.
2. बैंक की अच्छी छवि से ग्राहकों की संख्या में बढ़ोतरी होती है, जो कि कारोबार की दृष्टि से बहुत अच्छा है.
3. बैंक की सेवाओं को अधिक कार्यकुशलता से प्रदान किया जाता है.
4. खुदरा बाजार में फैले हमारे प्रतिद्वंदियों के बारे में जानकारी प्राप्त कर एवं हमारे बैंकिंग के विपणन तंत्र में व्याप्त कमजोरियों के बारे में भी पता लगाकर उसे आने वाले समय में बेहतर बनाया जा सकता है.
5. ग्राहक संपर्क, बाजार में हमारे खुदरा उत्पादों की पकड़ मजबूत कर बैंक को दीर्घकालिक कारोबारी लाभ प्रदान करता है.

यू.एस वित्तीय संकट के उपरांत वैश्विक खुदरा वित्तीयन

गणेश तिवारी

मानव विकास व उत्थान में खुदरा ऋण का अत्यंत महत्वपूर्ण योगदान है। साथ ही बैंकिंग जगत में खुदरा ऋण का भी उतना ही प्रमुख महत्व है। मानव अपने जन्म के साथ ही तीन मूलभूत आवश्यकताएं - 'रोटी, कपड़ा व मकान' लेकर आता है। बैंकिंग जगत में खुदरा ऋण के अनेकों प्रकार व परिभाषाएँ समय-समय पर बैंकों व केंद्रीय नियामकों (भारिबैं/फेडरल बैंक) द्वारा दिये गये हैं/समझाए गये हैं। सरल शब्दों में हम कह सकते हैं कि इन तीनों जरूरतों की पूर्ति जिस फायनेंस से या जिस ऋण से होती है, वह 'खुदरा ऋण' कहलाता है। मूलतः यदि एक सामान्य व्यक्ति की आँखों से देखें, तो खुदरा ऋण वह खंड है, जो मानव की उक्त मूलभूत जरूरतों को पूरा करता है। इसी परिप्रेक्ष्य में खुदरा ऋणों के कुछ प्रमुख गुणों पर चर्चा करना हमारी विषय-वस्तु के लिए समीचीन होगा -

खुदरा ऋण का महत्व

खुदरा ऋण बैंकिंग मानदंडों के अनुसार सामान्यतया परिमाण में छोटा और संख्या में ज्यादा होता है। इसके महत्व निम्नलिखित हैं।

1. व्यक्तिगत व व्यापारिक दोनों तरह के लाभार्थियों के लिए समान रूप से महत्व का है, क्योंकि जहां एक तरफ व्यक्तिगत ऋणियों को उनकी मूलभूत आवश्यकता **रोटी**(लघु एवं मध्यम कृषि खुदरा ऋण) और **कपड़ा**(उपभोक्ता/वैयक्तिक ऋण) और **मकान**(आवास ऋण-नये निर्माण/मरम्मत/नवीकरण आदि) प्रदान कराता है, तो दूसरी तरफ व्यापारिक खुदरा ऋण (लघु व्यापार, खुदरा व्यापार आदि) असंख्य बेरोजगारों को रोजगार मुहैया कराने के साथ समर्थ व समृद्ध समाज का निर्माण करता है।

2. खुदरा ऋण बैंकों के लिए विशेष महत्व का है, क्योंकि इन ऋणों में जोखिम कम होता है। चूंकि ये छोटे-छोटे ऋण अधिक से अधिक लोगों को दिये गये होते हैं और सभी लोग एक साथ ऋण डिफाल्ट नहीं करते हैं। इसके अलावा ये ऋण प्रायः उनको दिये जाते हैं, जिनकी एक निश्चित आय होती है तथा भुगतान की किश्त सुनिश्चित रहती है।
3. खुदरा ऋण बैंकों के लिए अधिक फायदेमंद कारोबार है, क्योंकि प्रायः इसमें ब्याज तुलनात्मक रूप से अधिक मिलता है, ऋण डिफाल्ट कम होता है व विभिन्न बैंकिंग प्रोडक्ट्स की क्रॉस-सेलिंग के अवसर रहते हैं, जिससे ब्याज के साथ-साथ शुल्क आधारित लाभ भी अधिक मिलता है, जैसे गृह ऋण लेने वाला ग्राहक कार ऋण भी आसानी से ले सकता है, नर्सिंग होम के लिए ऋण लेने वाला डाक्टर (चिकित्सक), एम्बुलेंस ऋण भी आसानी से ले सकता है इत्यादि। और यही वे ग्राहक हैं जिन्हें हम सुड लाइफ, यूनिन के बी सी इत्यादि भी आसानी से प्रदान कर सकते हैं।
4. खुदरा ऋण में बैंकों को तुलनात्मक रूप से कम समय लगता है, उदाहरणार्थ यदि एक संस्था के 100 कर्मचारी हैं, तो एक निरीक्षण में ही एक स्थान से सभी का ड्यू डिलीजेंस हो सकता है और व्यवहारिक रूप से एक ऋण के लिए लगने वाले समय में 100 ऋणी लाभान्वित हो सकते हैं।
5. खुदरा ऋण बैंकों का ग्राहक आधार बढ़ाता है, और बैंकों का ब्रांड मूल्य बढ़ाने में प्रचार का कार्य करता है, जिससे सबसे प्रभावी ढंग से व कम खर्च में बैंक की ब्रांड वैल्यू व छवि बढ़ती है। खुदरा ऋणों की ऐसी बहुत सारी विशेषताएँ व महत्व हैं जिसके कारण बैंकिंग का यह खंड बैंक व समाज दोनों के लिए अत्यंत आवश्यक है।

यू.एस वित्तीय संकट के उपरांत वैश्विक खुदरा वित्तीयन

जैसा कि सर्व विदित है कि औद्योगिक क्रांति ब्रिटेन से आरंभ हुई थी, परन्तु बाद के समय में अमेरिका ने इसकी अगुवाई की और समाजवाद के स्थान पर पूरे विश्व में पूँजीवाद को खड़ा किया। संपूर्ण विश्व के बड़े-बड़े पूँजीपतियों ने अमेरिकी कंपनियों में पैसा लगाया, वहाँ अपने बड़े-बड़े उद्योग घराने स्थापित किये, द्विपक्षीय व्यापारिक संबंध बनाए, जिससे अमेरिका विश्व की प्रमुख आर्थिक शक्ति बन गया। विश्व के सभी प्रमुख औद्योगिक घरानों ने या तो अमेरिका में अपनी उत्पादन इकाई लगायी या सारी दुनिया के चुनिंदा व प्रतिभाशाली महत्वपूर्ण लोग अमेरिकी समृद्धि से खिंचते हुए वहाँ गये और वही के होकर

रह गये. उन्होंने अपनी प्रतिभा व अत्यंत मेहनत से अमेरिकी राष्ट्रीय उत्पाद को दुनिया में सबसे बड़ा व समृद्ध बनाया और उस अत्यंत बड़ी अर्थ व्यवस्था व आर्थिक रूप से सुदृढ़ नागरिकों की बैंकिंग आवश्यकताओं की पूर्ति के लिए सभी बैंकों ने अपना मुख्य विस्तार कार्यक्रम अमेरिका में चलाया, जिससे अमेरिका पूरे यूरोप को पछाड़ते हुए बैंकिंग, औद्योगिक उत्पादन व पूँजीवाद में विश्व का मुखिया बन गया. विभिन्न बैंकों ने वहाँ के समृद्ध नागरिकों के लिए बड़े ही आक्रामक व आकर्षक उत्पाद नये-नये पैकेज व फीचर के साथ आरंभ किये.

इस बैंकिंग व आर्थिक रफ्तार ने अमेरिकी अर्थजगत में क्रांति का कार्य किया व देखते-देखते अमेरिका समस्त विश्व बैंकिंग व विदेशी मुद्रा संव्यवहार का लगभग 30-40% टर्नओवर अकेले करने लगा. न्यूयार्क शेयर बाजार (NYSE) पर लिस्टिंग करने हेतु विश्व की कंपनियों में मानो होड़ लग गई और जो कंपनी न्यूयार्क शेयर बाजार में सूचीबद्ध हो जाती थी, उसका लाभ व टर्न ओवर कई गुना बढ़ जाता था. इसी सबने नव-धनाध्य वर्ग का एक बहुत बड़ा तबका अमेरिकी नागरिकों (अप्रवासी व मूल निवासी) के रूप में दिया, जिनको अपने बैंकिंग खुदरा उत्पाद बेचने के लिए हार्वर्ड शिक्षित मैनेजमेंट स्नातकों के बीच में जंग सी छिड़ गयी, जो बाद के दिनों में एक चूहा दौड़ में बदल गई, जहां तमाम सम्यक जांच, बैंकिंग के मूलभूत लेखा सिद्धांतों आदि को ताक पर रखकर सिर्फ बैलेंस शीट साइज बढ़ाने में बहुत सारे बड़े-बड़े बैंकिंग सूरमा लग गये. इस दौर में संपत्ति की वास्तविक कीमत को बढ़ा-चढ़ाकर तथा ऋणों की चुकता करने की क्षमता (जो कि कुल आय पर नहीं बल्कि व्यय के लिये उपलब्ध आय पर आधारित होती है) को बिना ध्यान में रखे लाखों की संख्या में गृह-ऋण, क्रेडिट कार्ड ऋण, उपभोक्ता ऋण, बंधक ऋण, रिवर्स बंधक ऋण इत्यादि बाँटे गये, जिनका गलत आधार अचानक 2008 के दौरान उस समय दुनिया की जानकारी में आया जब बैंकिंग जगत के अगुवा बहुत सारे बैंकों ने अपने को दिवालिया घोषित करना शुरू कर दिया. उनके यह घोषणा करने कि उनकी आस्तियां (Assets) उनकी देयताओं (Liabilities) से बहुत कम हैं और उनके पास आगे और ऋण देने के लिए तरलता व आस्तियां दोनों ही नहीं हैं, ने सारी दुनिया को सकते में डाल दिया. इन डूबते बैंकों ने न चाहते हुए भी बताया कि जिन आस्तियों के आधार पर (आय अर्जित करने वाली आस्तियां यथा भू संपत्ति, मकान, व्युत्पन्न आदि) हम आय हिसाब में ले रहे हैं और उसके आधार पर आगे ऋण देते हैं, उन परिसंपत्तियों का मूल्य ही अधिक बताया हुआ है और वे अनुमानित आय से कई गुनी कम आय देने वाली हैं. यानी की आय का हिसाब सिर्फ बहियों में था और हकीकत में परिसंपत्तियां उतनी आय देने की हालत में ही नहीं थीं. इन बैंकों में प्रमुख रूप से रुग्ण होने वाले नामों में किसी समय के सितारे 'लेहमान ब्रदर्स', गोल्डमैन सैशे, एआईजी, जे. पी. मॉरगन आदि बैंक थे. इस संकट का प्रभाव इतना

व्यापक व विनाशकारी था कि इसे 1929 की गहन मंदी से भी बड़ा माना गया और इसे नाम दिया गया 2008 अमरीकन सब प्राइम संकट. चूँकि अमेरिकी अर्थव्यवस्था का प्रत्यक्ष या अप्रत्यक्ष संबंध विश्व के बहुत सारे देशों से है, अतः इस संकट का सीधा या अप्रत्यक्ष नकारात्मक प्रभाव बहुत सारे देशों पर भी हुआ. जिसमें यूरोपीय देश व लेटिन अमेरिकी देश प्रमुख हैं. भारत भी इससे अछूता नहीं रहा है और शेष विश्व बाजार के साथ हम भी अब तक पूरी तरह अमेरिकन क्राइसिस से उबर नहीं पाये हैं.

2008 के इस अमेरिकी वित्तीय संकट का कितना व्यापक असर खुदरा वित्त पर हुआ है, इसके लिए तमाम आर्थिक शोध व लेख प्रकाशित हुए हैं.

ड्यूक विश्वविद्यालय, राष्ट्रीय आर्थिक शोध ब्यूरो (NBER) की सुश्री मंजू पुरी के 2010-11 में प्रकाशित शोध लेख में यह स्पष्ट उल्लेख है कि 2006-2008 के पूर्व सभी बैंकों में असंख्य बचत खाते खुले और असंख्य खुदरा ऋण आवेदन आये और ऋण वितरित हुए. यह लेख (जो मुख्यतः जर्मन संदर्भ में शोध पर आधारित है) बताता है कि खुदरा उधारी सीधे-सीधे मांग पूर्ति सिद्धांत पर चलती है. 2008 के वित्तीय संकट के पूर्व बैंकों के खुदरा उत्पाद की आपूर्ति बहुत बहुत ज्यादा थी, जो उस वक्त की मांग के अनुपात में थी या उससे भी अधिक थी, जबकि 2008 के बाद बैंकों ने रिटेल उधारी कम कर दी. यह भी देखा गया जिन बैंकों में बचत खाता धारक ऐसे व्यक्ति हैं, जिनका अमेरिकी सब प्राइम बाजार में पूँजी का बड़ा हिस्सा लगा है. उन बैंकों में आपूर्ति अधिक रोक दी गई (मांग के मुकाबले), वनस्पत उन बैंकों के, जिनके बचत खाता धारकों का अमेरिकी सब प्राइम बाजार में कम निवेश में था.

इस परिप्रेक्ष्य में यह बताना सामयिक है कि यद्यपि अमेरिका में असंख्य भारतीय (NRIs) हैं, तथापि इन भारतीयों की संपत्ति का बहुत कम प्रतिशत अमेरिकी सब प्राइम बाजार में निवेशित था, जिससे अन्य कई देशों के मुकाबले हमारे देश में अमेरिका संकट का खुदरा वित्त पर उतना अधिक नकारात्मक असर नहीं हुआ, जितना सीधे जुड़े देशों / नागरिकों का. यद्यपि खुदरा ऋण की मांग में कमी आयी है, लेकिन प्रभावित व अप्रभावित (अमेरिकी संकट से जुड़े खाताधारकों का) बैंकों की स्थिति कोई बहुत भिन्न नहीं थी. यह पाया गया कि अप्रभावित बैंकों की तुलना में प्रभावित बैंकों ने तुलनात्मक रूप से अधिक ऋण आवेदन निरस्त किये. यह प्रभाव खुदरा/ उपभोक्ता बैंकों की तुलना में छोटे व तरलता युक्त फंड की कमी वाले बैंकों व बंधक ऋण बैंकों में अधिक प्रभावी था.

ग्लोबल रिटेल बैंकिंग में अमेरिकी वित्तीय संकट का व्यापक असर निम्न आंकड़ों से परिलक्षित होता है:

“सन् 2008 में ग्लोबल रिटेल बैंकिंग की कुल परिसंपत्तियां लगभग 90880 अरब अमेरिकी थीं। इन आस्तियों में वित्तीय संकट के पूर्व (2004-2008) की अवधि में वार्षिक वृद्धि दर 16.4% थी, जबकि वर्ष 2008-2013 (वित्तीय संकट के बाद की अवधि) में सिर्फ 9 से 9.5 प्रतिशत अनुमानित है। लगभग 7% की नकारात्मक वृद्धि अमेरिकी संकट के रिटेल बैंकिंग पर प्रभाव दर्शाने के लिए पर्याप्त है।

विश्व के सर्वोच्च 10 रिटेल बैंक 2008 में 1031 अरब अमेरिकी डालर का राजस्व प्राप्त किये जो कि 2007 के स्तर से 1.7% कम था। यह वही दौर था जब अमेरिकी वित्तीय संकट विश्व परिदृश्य पर उभरा। इन बैंकों ने 2008 में सिर्फ 20.6% का परिचालन लाभ दर्ज किया जो कि 2007 के 150 अरब अमेरिकी डालर के सापेक्ष काफी कम था। साथ ही 2008 में इन 10 प्रमुख वैश्विक रिटेल बैंकों का शुद्ध लाभ 33.9 अरब अमेरिकी डालर था, जबकि 2007 में यह 112 अरब अमेरिकी डालर के स्तर पर था। इससे भी महत्वपूर्ण तथ्य यह है कि इन रिटेल बैंकों का औसत परिचालन मार्जिन 2007 के 14.3% के सापेक्ष 2008 में सिर्फ 2% ही रह गया और नेट मार्जिन 2007 के 10.7% के उल्लेखनीय स्तर से घट कर 2008 में सिर्फ 3.3% रह गया।

यद्यपि वैश्विक आर्थिक परिक्षेत्र में उच्च मध्यम वर्ग के तेजी से बढ़ते वृद्धि दर के कारण कुल रिटेल बैंकिंग आस्ति में 2008 (90880 अरब अमेरिकी डालर) से 2013 में (144153 अरब अमेरिकी डालर) 58.6% की वृद्धि अनुमानित है। परंतु 2008-2013 की अवधि में सीएजीआर सिर्फ 9.7% आंकी जा रही है, जो कि 2004-2008 में 16.4% थी। स्पष्टतया अमेरिकी वित्तीय संकट ने रिटेल बैंकर्स को आगाह किया कि अंधाधुंध चूहा दौड़ से प्राप्त वृद्धि की तुलना में स्थिर व गुणवत्तापूर्ण आस्तियां सृजित करना दीर्घावधि में बैंकों के स्वस्थ विकास के लिए कारगर कदम है।

प्रमुख रिसर्च संस्था अर्न्स्ट एंड यंग के मार्च 2012 में किए शोध पर आधारित रिटेल बैंकों के ग्राहकों के एक सर्वेक्षण से यह तथ्य प्रकाश में आया है कि अमेरिकी वित्तीय संकट के उपरांत वैश्विक स्तर पर 40% ग्राहकों का विश्वास बैंकिंग उद्योग जगत पर कम हुआ है। यह सर्वेक्षण 35 देशों में मार्च 2012 में लगभग 28500 ग्राहकों के फीडबैक पर आधारित है, जिसमें अमेरिकी ग्राहकों में लगभग 50% स्पेन और इटली के ग्राहकों में क्रमशः 76% और 72% का विश्वास बैंकों पर कम हुआ है। इन लोगों ने अमेरिकी वित्तीय संकट से ध्वस्त हुए मजबूत बैंकों को इसका एक प्रमुख कारण बताया है। उपरोक्त संदर्भ में आज हम बैंकर्स का मुख्य कार्य इस कम हुए विश्वास को पुनः स्थापित करना है।

इस परिप्रेक्ष्य में एक महत्वपूर्ण बात यह प्रकाश में आई कि इस संकट में ‘बैंक ग्राहक पारस्परिक संबंध’ आपूर्ति पक्ष के प्रभाव की नकारात्मकता को दूर करने का एक प्रभावी माध्यम/जरिया है।

हम अपने इस लेख में विभिन्न देशों के आंकड़ों, ग्राफों व ऐतिहासिक डेटा को संकलित नहीं कर रहे हैं, तथापि भविष्य में खुदरा ऋण के कुछ प्रभावी तरीकों व फोकस क्षेत्र को दृष्टिगत रखते हुए इस महत्वपूर्ण बैंकिंग खंड के मानदण्डों, दिशानिर्देशों के अनुरूप त्वरित रूप से गुणवत्ता के गुणावगुण के आधार पर विश्लेषण करते हुए खुदरा ऋणों को प्रभावी ढंग से आगे बढ़ाना है, जिससे एक समृद्ध व वृहद् बैंक व समाज का निर्माण हो।

यद्यपि जनसंख्या अवस्थिति व स्थानीय बैंकिंग दिशानिर्देशों के अनुरूप गुण-दोष के आधार पर त्वरित व उचित निर्णय लेना ही बैंकों में रिटेल ऋण वृद्धि का प्रमुख उत्प्रेरक होता है। तथापि, कुछ प्राथमिकताएँ व रिटेल उधारी के लिए ध्यान दिये जाने वाले क्षेत्र निम्नवत् हो सकते हैं,

1. लगातार बढ़ते एचएनआई(HNI) को लक्ष्य करें।
2. “रिटेल वर्ग विशेष के लिए न होकर जन समूह के लिए हैं” इस तथ्य को प्रत्येक बैंकर को समझते हुए अपनी शाखा की सामाजिक व ग्राहक प्रोफाइल अद्यतन रखना अत्यंत महत्वपूर्ण है, क्योंकि यही वह कच्चा माल है, जिससे वे अपने खुदरा उत्पाद त्वरित गति से प्रसारित कर सकते हैं।
3. नवोन्मेष बढ़ने, प्रति संव्यवहार लागत घटने व ग्राहकों की मासिक आय लगातार बढ़ने से वेतन भोगियों को टारगेट करना होगा, क्योंकि सुरक्षित खुदरा ऋण बढ़ाने में सर्वाधिक प्रतिशत वेतन भोगी वर्ग का होता है।
4. आज बैंकिंग ‘उत्पाद’ (Product) से उठकर ‘ग्राहक’ पर केंद्रित है। सभी बैंकों के उत्पाद लगभग एक जैसे हैं, किन्तु अंतिम विजेता वही होगा, जो रोटी, कपड़ा और मकान को इसकी प्राथमिकता के क्रम में रखते हुए अपने ‘ग्राहकों को और उनकी जरूरतों को सबसे बेहतर समझेगा’ और सबसे पहले उस जरूरत को पूरा करने हेतु आगे आएगा।
5. खुदरा ऋण को बेहतर ढंग से डिलीवर करने के लिए किफायत एक महत्वपूर्ण पैरामीटर है, हम निधि की लागत जितनी कम करेंगे, उतना ही अधिक खुदरा वित्त बढ़ा सकेंगे। यहां खुदरा वित्त में यह तथ्य अक्सर दिखता है कि ग्राहक

10.50% व 10.40% में प्रायः चुनाव 10.40% ब्याज का ही करता है. भले ही एक छोटे खुदरा ऋण यथा 5 लाख से कम हेतु इस अंतर का कुल प्रभाव ज्यादा न हो.

6. आज का मानव वैश्विक नागरिक बनता जा रहा है. हमें भी अपना बाजार नजरिया स्थानीय से बढ़ाकर वैश्विक करना होगा. आज भारतीय ब्रांड और भारतीय बैंक विश्व स्तर पर पहचान बना रहे हैं. हमें भी इसका फायदा उठाते हुए वैश्विक खुदरा ऋण दाता बनना चाहिये, जिससे किसी एक देश/एक क्षेत्र का वित्तीय संकट (उदाहरणार्थ अमेरिकी वित्तीय संकट सरीखी कोई बाधा) विकास के रथ को रोक न पाये.

खुदरा बैंकिंग - आय सृजन का सशक्त माध्यम

डॉ. चेतना पांडे

खुदरा बैंकिंग वैयक्तिक ग्राहकों को बैंकिंग चैनलों द्वारा दी जाने वाली विभिन्न प्रकार की सुविधाएं हैं जो कि थोक व्यापार के विपरीत उपभोक्ता वर्ग की आवश्यकताओं एवं मांग की पूर्ति करती है. खुदरा बैंकिंग द्वारा वैयक्तिक रूप से ग्राहकों को बैंकिंग चैनलों से जोड़ कर उन्हें दैनिक जीवन में विभिन्न आवश्यकताओं की पूर्ति हेतु सुविधाएं प्रदान करती है. सामान्यतया आय के साधनों के बढ़ जाने से प्रत्येक व्यक्ति निजी जीवन में एक घर, एक वाहन एवं उपभोक्ता इलेक्ट्रॉनिक उपकरणों की आवश्यकता महसूस करता है. वैश्विक स्तर पर टेक्नोलोजी के विस्तार के फलस्वरूप विभिन्न प्रकार की वस्तुएं बाजारों में उपलब्ध हैं जिन्हें मुख्य रूप से युवा वर्ग आज आवश्यकता की श्रेणी में रखता है.

खुदरा बैंकिंग की उत्पत्ति भी परंपरागत बैंकिंग से ही हुई है, जो भारत वर्ष में 1900 के दशक से धीरे धीरे विस्तृत होने लगी. इसके दो मुख्य कारण थे. प्रथम वैश्वीकरण के फलस्वरूप विभिन्न विदेशी निर्माता कंपनियों का देश में आगमन, जिसके फलस्वरूप बाजारों का विस्तार एवं उपभोक्ता की प्रति व्यक्ति आय में वृद्धि. आवश्यकता ही आविष्कार की जननी है, अतः आय उपार्जन के साधनों के विस्तृत होने के फलस्वरूप बाजार में विभिन्न उपभोक्ता वस्तुओं की उपलब्धता बढ़ गयी एवं प्रत्येक व्यक्ति इन साधनों का उपभोग करने के लिए वित्तीय संस्थाओं की ओर उपभोक्ता ऋणों के लिए प्रयास करने लगा. जहाँ परंपरागत बैंकिंग एक विशिष्ट प्रकार के ग्राहक वर्ग को सुविधाएं देती थी, जिनमें प्रमुख रूप से उत्पादन क्षेत्र में संलग्न या खुदरा व्यापार से जुड़ी इकाइयों को कच्चे माल की पूर्ति हेतु सुविधाएं दी जाती थीं. पर समय के साथ साथ उन्हें व्यापार के अलावा अन्य वस्तुओं की आवश्यकताओं की पूर्ति उपलब्ध करायी गयी, जिसमें वाहन एवं गृह निर्माण हेतु पूँजी मुख्य रूप से शामिल थे. अतः बैंकिंग उद्योग ने उपभोक्ता वस्तुओं के क्रय हेतु मासिक किस्तों

पर ऋण उपलब्धता कराई एवं खुदरा बैंकिंग का आरंभ किया। वैश्विक स्तर पर ही नहीं पर भारत वर्ष में भी खुदरा बैंकिंग उद्योग के महत्वपूर्ण अंश के रूप में उभर कर आयी एवं 2000 से 2010 के दशक में इस उद्योग में गुणात्मक वृद्धि भी हुई।

विश्व स्तर पर मंदी के दौर से प्रभावित होने के फलस्वरूप विभिन्न उद्योगों में स्थिरता उत्पन्न हो गयी थी, पर जैसे जैसे वैश्विक स्तर पर आर्थिक संकट की स्थिति सुधरने लगी, कई बाजार इस आर्थिक मंदी से उबरने के क्रम में जो मुख्य रूप से अमेरिकी अर्थव्यवस्था से नहीं जुड़े हैं, आर्थिक व्यवस्था की विभिन्न इकाइयों को सुदृढ़ बनाने हेतु प्रयासरत हुए, जिससे उनका सकल घरेलू उत्पाद, प्रति व्यक्ति आय एवं राष्ट्रीय आय में बढ़ोतरी हो। भारतीय अर्थव्यवस्था मुख्यतया सामान्य देशों की अपेक्षा जनसंख्या की उपभोग क्षमता पर आधारित रहती है। यही कारण है कि विकसित देशों की विस्तृत कम्पनियाँ भी भारत को एक विशेष बाजार के रूप में देखती हैं। सामान्य जीवन स्तर एवं जीवन शैली में भी कई बदलाव आए हैं और प्रत्येक नागरिक दैनिक जीवन में बदलाव चाहता है। अतः वे भी सूचना प्रौद्योगिकी एवं तकनीकीकरण के फलस्वरूप अपनी निजी आवश्यकताओं में तकनीकीकृत वस्तुओं का उपभोग करने लगे हैं। साथ ही वित्तीय बाजारों में भी कई सुधार एवं बदलाव आए जिनके द्वारा ग्राहकों के घरों तक बैंकिंग चैनलों को पहुँचाने हेतु सरकार एवं वित्तीय संस्थाओं ने कई कदम उठाए हैं।

बोस्टन कन्सल्टिंग ग्रुप, फिक्की एवं आइबीए ने संयुक्त रूप से 2010 में भारतीय बैंकिंग 2020 (Indian Banking 2020, Making the Decade's Promise come true) विषय पर रिपोर्ट जारी की है, जिसमें बैंकिंग उद्योग में दस मुख्य परिवर्तनों की ओर ध्यानाकर्षित किया है, जिनके मुख्य बिंदु इस प्रकार हैं:

1. रिटेल बैंकिंग भारतीय जनसांख्यिकी लाभांश से अधिकाधिक रूप से लाभान्वित होगी। बंधकों की संख्या भी 2020 तक 40 लाख तक बढ़ जाएगी।
2. सम्पन्न व्यक्तियों की घरेलू इकाइयों की वृद्धि के फलस्वरूप संपत्ति का विस्तार होगा एवं संपत्ति प्रबंधन की आवश्यकता 10 गुनी बढ़ जाएगी।
3. अगला दस अरब (The Next Billion) उपभोक्ता वर्ग उभर कर वित्तीय संस्थाओं से कम खर्च वाले वित्तीय उत्पादों की मांग करेगा, जो कि बैंकिंग उद्योग के लिए भी चुनौती होगी।
4. शाखाओं एवं एटीएम का विस्तार क्रमशः दो गुना एवं पांच गुना करना होगा, ताकि बैंकिंग चैनलों से जुड़ी असंख्य आबादी की आवश्यकताओं की पूर्ति की जा

सके। वित्तीय समावेशन भी उपभोक्ता जनसंख्या में वृद्धि करेंगे। बैंकों को लघु खर्चों वाले छोटे छोटे ग्राहक सेवा केन्द्रों या शाखाओं का विस्तार करना पड़ेगा।

5. मोबाइल बैंकिंग एवं इंटरनेट बैंकिंग का विस्तार होगा।
6. बैंकों को ग्राहक व्यवहार या संबंध प्रबंधन तकनीक तथा डाटा वेयरहाउसिंग हेतु ठोस कदम उठाने होंगे, जिससे ग्राहक अभिग्रहण व्यय कम या नियमित किया जा सके। साथ ही जोखिम प्रबंधन सुदृढ़ किया जा सके।
7. निवल ब्याज अर्जित (NIM) में गिरावट को रोकने के लिए बैंकिंग उद्योग की विभिन्न इकाइयों को आय स्रोतों में वृद्धि लानी होगी एवं कार्यक्षमता एवं कार्यकुशलता में प्रवीणता लानी होगी।
8. खुदरा व्यापार एवं खुदरा बैंकिंग उद्योग में वृद्धि होने के फलस्वरूप उत्पादन क्षमता में वृद्धि होगी जिनमें लघु एवं मध्यम उद्योगों का योगदान विशेष रूप से बढ़ेगा एवं इन उद्योगों को लाभप्रदता एवं विकास हेतु नए माडलों की खोज करनी होगी। साथ ही बैंकिंग उद्योग को भी एस एम ई क्षेत्र के विकास हेतु ठोस कदम उठाने होंगे।
9. निवेश बैंकिंग दस गुनी बढ़ेगी एवं कार्पोरेट कम्पनियाँ भी बैंकों से लेनदेन हेतु एवं अल्पावधि वित्तपोषण बैंकिंग, जो उन्हें पूँजी बाजारों में निवेश एवं संचालन में मदद करे, हेतु बैंकिंग उद्योगों पर निर्भर होगी।
10. आधारभूत संरचनात्मक क्षेत्र में वित्तपोषण बढ़ेगा, जो 45 खरब से अधिक होगा तथा जिसका लगभग 50 प्रतिशत लाभांश बैंकिंग क्षेत्र को मिलेगा एवं बैंकों को अपने आस्तित्व देयता प्रबंधन एवं जोखिम प्रबंधन को उच्च स्तरीय बनाना होगा।

यदि हम इन सभी दस बिन्दुओं पर विचार करें तो एक बात साफ उभर कर आती है कि वर्तमान दशक उपभोक्ता वर्ग का है एवं BRIC ब्रिक देशों को यदि सफलतम आर्थिक रूप से सुदृढ़ होते या विकसित होते देशों की ओर सम्पूर्ण विश्व का ध्यानाकर्षण करना है तो मुख्य रूप से तीन विशेषताएं प्रतिबिम्बित होती हैं:

1. जनसंख्या का आधिक्य एवं आय अर्जन हेतु विभिन्न देशों में पलायन जिससे राष्ट्रीय घरेलू उत्पाद में बढ़ोतरी।
2. आय अर्जन के साथ-साथ बचत करने की क्षमता एवं दक्षता में विकास।
3. उपभोग करने की क्षमता में बढ़ोतरी जो सेवा एवं उत्पादन क्षेत्रों में सकल घरेलू उत्पाद बढ़ाने में मददगार।

अतः खुदरा बैंकिंग इन तीन बिन्दुओं पर आधारित है, क्योंकि यह मुख्य रूप से जनसंख्या विस्तार पर उपभोक्ता वर्ग की आवश्यकताओं की पूर्ति करता है तथा बचत निवेश द्वारा उन्हें विभिन्न उत्पादों को उपभोग करने में भी मदद करता है। इन बिन्दुओं पर विचार करने के उपरांत खुदरा बैंकिंग आय अर्जन के सशक्त माध्यम के रूप में परिलक्षित होता है।

आय अर्जन के दो मुख्य स्रोत हैं - (1) उपलब्ध स्रोतों द्वारा आय अर्जन के साधनों को सशक्त बनाना जिनमें ब्याज अथवा गैर ब्याज संबंधित आय शामिल है (2) गैर परिचालनात्मक व्ययों में कटौती करना।

1. बैंकों का विकास उनसे जुड़े ग्राहकों के विकास पर निर्भर करता है। वर्तमान परिवेश में बैंकों द्वारा नीतिगत मौलिक परिवर्तन भी ग्राहकों के विचारों, अपेक्षाओं और आवश्यकताओं के आधार पर उत्पादों के निर्माण और आबंटन पर निर्भर करता है। बैंकों एवं ग्राहकों का संबंध संव्यावहारिक बैंकिंग पर निर्भर करता है। ग्राहकों की सौदा शक्ति सामान्य रूप से कम होती है एवं बैंक अपने उत्पादों का निर्माण एवं उन पर लगाए व्यय के मद्देनजर ब्याज निर्धारण करते हैं, ताकि आय अर्जन अधिकाधिक हो सके, साथ ही बाजार में प्रतिस्पर्धा भी स्वस्थ रूप से बनी रहे।
2. थोक बैंकिंग की अपेक्षा, ये ऋण प्रतिभूतियों से सुरक्षित होते हैं, अतः बैंकों को इन आस्तियों हेतु प्रावधानीकरण भी कम करना पड़ता है, ताकि मुनाफा बढ़ सके।
3. यदि अनर्जक अग्रिम या ऋण की बात करें तो चूँकि खुदरा बैंकिंग में आस्तियों का विस्तार विस्तृत स्तर पर होता है, अतः अनर्जक अग्रिम होने की संभावना सामान्य रूप से कम होती है और यदि किसी कारणवश ये अग्रिम अनर्जक होते हैं तो उनसे जुड़ी प्रतिभूतियों की बिक्री कर या निपटान कर बैंक ऋण वसूली कर लेते हैं। इन आस्तियों में बैंकों का फंड भी सामान्यतया कम होता है। यदि एक बड़ा कार्पोरेट ऋण अनर्जक हो जाए तो बैंकों की एक बड़ी राशि अनर्जक हो जाती है, जो कि बैंकों के तुलन पत्र एवं लाभ हानि खाते को सीधे रूप से प्रभावित करती है। वहीं कई खुदरा ऋणों को मिलाकर भी यदि अनर्जक घोषित किया जाए तो इतना गहरा प्रभाव आय अर्जन पर नहीं पड़ता है।
4. खुदरा बैंकिंग का एक नया आयाम उभर कर आ रहा है, जिसमें वित्तीय संकट के प्रभावों से सशक्त हो ग्राहक वर्ग अधिक आय वाले बचत निवेशों के प्रति

जागरूक हो रहा है एवं उनका वित्तीय व्यवहार अल्पावधि उपभोक्तावाद की अपेक्षा दीर्घावधि एवं सुरक्षित बचत निवेशों, बीमा निवेशों तथा सेवानिवृत्त होने के उपरांत आय अर्जन से जुड़े निवेशों की ओर बढ़ रहा है, जहाँ खुदरा बैंकिंग के कई आयाम खुल रहे हैं। बैंकों द्वारा इन सभी सुविधाओं को प्रदान करने के माध्यम से शुल्क आधारित आय अर्जन करने के अवसर मिलते हैं जिससे बैंकों के लाभ हानि खाते और सुदृढ़ हो रहे हैं, साथ ही बैंकों द्वारा एकबारगी परिचालनात्मक व्यय, जिनमें मुख्य रूप से टेक्नालोजी पर उठाए गए व्ययों एवं खर्चों की पूर्ति स्वतः होती जाती है।

5. उत्पादों के निर्माण एवं सृजन पर उठाए गए व्यय भी कम होते हैं, जो मुख्य रूप से बाजारों की मांग, प्रतिस्पर्धा एवं विपणन तंत्र पर निर्भर करता है। बैंकों का विपणन तंत्र एवं ग्राहक संव्यवहार तंत्र जितना सुदृढ़ होगा, बैंकों को उतने ही कम व्यय पर विस्तृत सेवा के अवसर मिलेंगे एवं आय सृजन के माध्यम बढ़ेंगे व प्रतिस्पर्धा में भी अग्रसर रहने का अवसर प्राप्त होगा।

उत्पादों के आधार पर खुदरा बैंकिंग के कई प्रारूप हैं, जिनके द्वारा आय अर्जन के स्रोत तय होते हैं।

विभिन्न उत्पाद माडल इस प्रकार हैं:

- ए) खुदरा देयता उत्पाद तीन प्रकार के हैं - बचत जमा खाते, चालू खाते तथा सावधि जमा खाते इत्यादि, जो ग्राहकों को खुदरा बचत की प्रवृत्ति प्रदान करते हैं तथा साथ ही तरलता भी बनाये रखते हैं। वर्तमान परिप्रेक्ष्य में विभिन्न बचत खातों के साथ अन्य सुविधाएं प्रदान करते हैं- जैसे एटीएम/ डेबिट कार्ड/ क्रेडिट कार्ड/ मल्टीसिटी चेक सुविधा, इंटरनेट बैंकिंग, टेलीफोन एवं मोबाइल बैंकिंग के साथ बीमा योजनाओं का भी समागम होता है। ग्राहकों को इन विभिन्न सुविधाओं का लाभ किसी एक स्थान पर मिलता है, उन्हें कई सेवाएं या तो मुफ्त मिलती हैं या अल्प शुल्क पर मिलती हैं। बचत जमा योजना के संग एटीएम अथवा डेबिट कार्ड बैंकिंग क्षेत्र में प्रवेश स्तर के उत्पाद हैं जिसके माध्यम से बैंकों के ग्राहक स्तर का विकास होता है। बासल II के सिद्धांतों को बैंकों द्वारा लागू करने की प्रक्रिया में बैंकों को विभिन्न आस्तियों हेतु पूंजी निर्माण की आवश्यकता बढ़ गयी है। साथ ही बेस रेट बैंकों द्वारा निष्पादित संचालन व्ययों पर निर्भर करता है। अतः जिन बैंकों का बचत एवं चालू जमा योजनाओं में

ग्राहकों द्वारा निवेश अधिक होगा, उन्हें संचालन व्यय एवं ब्याज प्रभार कम देना होगा, पूंजी की उपलब्धता बढ़ेगी, साथ ही बेस रेट को अन्य बैंकों की अपेक्षा अधिक आकर्षक बनाने में सहयोग मिलेगा।

बी) खुदरा आस्ति उत्पाद अथवा खुदरा ऋण उत्पादों द्वारा जिनमें मुख्यतया गृह निर्माण या खरीद हेतु ऋण, वैयक्तिक वाहन ऋण, मासिक वेतन अथवा पेंशन पर आधारित विभिन्न वैयक्तिक आवश्यकताओं की पूर्ति हेतु ऋण, बंधक रख वार्षिक आय पर आधारित बंधक ऋण, शिक्षा ऋण, मासिक किराये के आधार पर व्यवसाय या वैयक्तिक आवश्यकताओं की पूर्ति हेतु ऋण इत्यादि कई खुदरा उत्पाद शामिल हैं, बैंक अपने परिसंपत्ति संविभाग का 20-25 प्रतिशत ऋण आवंटन इन क्षेत्रों में करते हैं, क्योंकि खुदरा ऋणों में दो संभावनाएं उत्पन्न होती हैं. (1) ये संभवतः अल्पावधि या निश्चित अवधि के लिए होते हैं अतः बैंकों को अपने आस्ति-देयता प्रबंधन में सुविधा होती है तथा उनका ग्राहक स्तर विस्तृत होता है. अतः यदि कुछ ऋण अनर्जक हो जाएं तो बैंकों के मुनाफों पर सामान्यतया कम प्रभाव पड़ता है. साथ ही इन पर ब्याज प्रभार बड़े कॉर्पोरेट ऋणों की अपेक्षा अधिक होता है, जिससे बैंकों की आय अर्जन की संभावनाएं अधिक होती हैं. ग्राहकों द्वारा सौदा शक्ति भी कम होती है क्योंकि सामान्य रूप से सभी बैंकों की ब्याज दरों में कोई विशेष अंतर नहीं होता है. आधार प्रतिफल अथवा उत्कृष्ट प्रतिभूति आय भी सामान्यतया अधिकाधिक होती है. बैंकों को इन उत्पादों के निर्माण में कोई विशेष लागत नहीं उठानी पड़ती है एवं ग्राहकों के संतुष्टि स्तर में वृद्धि लाकर एवं मार्केटिंग की विभिन्न तकनीकों द्वारा ग्राहक सेवा सुविधा स्तर में वृद्धि लाई जा सकती है.

सी) अतिरिक्त खुदरा उत्पाद एवं सेवाएं-बैंकों द्वारा विशिष्ट टेक्नोलॉजी या तकनीकी के प्रयोग के फलस्वरूप विभिन्न शाखाएं एवं डिजीलरी चैनल कोर बैंकिंग द्वारा जुड़े होते हैं. कोर बैंकिंग सुविधा के फलस्वरूप कई प्रकार के तकनीकी उत्पादों का उद्गम हुआ, जिनमें मुख्यतया एटीएम, टेलीफोन बैंकिंग, मोबाइल बैंकिंग, क्रेडिट कार्ड, इंटरनेट बैंकिंग, शेयर दलाली सेवाएं, बुलियन लेन-देन सेवाएं, बीमाकरण संबंधित सेवाएं इत्यादि कई प्रकार के उत्पाद बैंकों ने ग्राहक सेवा हेतु बनाये हैं. इन पर बैंकों को गैर-ब्याज आय तो मिलती ही है, साथ ही ग्राहक सेवा स्तर में भी वृद्धि होती है. इंटरनेट के जरिए घर बैठे ग्राहक रेल अथवा हवाई जहाज टिकट बुक

करते हैं, बिजली एवं अन्य उपयोगिता बिल जमा कर सकते हैं, खरीद बिक्री कर सकते हैं. इन सभी सेवाओं द्वारा ग्राहकों को सुविधा शुल्क देना पड़ता है जो बैंकों के लिए आय अर्जन का सशक्त माध्यम है. आज विभिन्न बैंकों के 63000 एटीएम कार्यरत हैं जिन्हें 2 लाख अन्य खोलने के लिए बैंकों पर बल दिया जा रहा है. बैंकों को प्रति लेन-देन पर ग्राहकों को अल्प शुल्क देना पड़ता है जो ग्राहकों को सुविधा शुल्क के रूप में देने में विशेष आपत्ति नहीं रहती. अतः जितने ज्यादा लेन-देन की संख्या में वृद्धि होगी, आय अर्जन क्षमता बढ़ती जाती है. धनोपार्जन के फलस्वरूप सामान्य नागरिकों की आय अर्जन क्षमता बढ़ी है एवं धन संपदा का भी विकास हुआ है. बैंकों द्वारा धन संपदा प्रबंधन की सुविधाएं भी दी जाती हैं, जिससे ग्राहकों को विभिन्न पूंजी निवेश में अधिकाधिक लाभ अर्जन हो सके, साथ ही उनका भविष्य सुरक्षित हो एवं सुविधाओं द्वारा बैंकों के आय अर्जन के स्रोत भी बढ़े हैं. साथ ही साथ ग्राहकों का विश्वास संस्थाओं के प्रति बढ़ा है, क्योंकि वे अपनी आय एवं धन संपदा के सुरक्षित निवेश हेतु आश्वस्त रहते हैं. उनकी व्यक्तिगत आवश्यकताओं की समयानुकूल पूर्ति होती है. क्रेडिट कार्ड अथवा डेबिट कार्ड की सुविधा ग्राहकों को अतिरिक्त कैश रखने से रोकती है जिससे मुद्रा प्रवाह भी बना रहता है. मुद्रा में तरलता रहती है. रिज़र्व बैंक भी एवं राष्ट्रीय स्तर पर सरकार भी इन चैनलों के प्रयोग के स्तर एवं संख्या बढ़ाने हेतु बैंकों को अधिक से अधिक मात्रा में एटीएम खोलने के लिए प्रोत्साहित कर रहे हैं, जो आय अर्जन के सशक्त माध्यम के रूप में उभर कर आ रहा है.

खुदरा बैंकिंग को सशक्त आय अर्जन का माध्यम बनाने हेतु बैंकों को कुछ ठोस कदम उठाने होंगे.

- सेवा स्तर में वृद्धि, जिससे ग्राहकों को विशेष रूप से आकर्षित किया जा सके.
- प्रतिस्पर्धा के मद्देनजर ग्राहकों को उनकी आवश्यकतानुसार उत्पादों एवं सेवाओं में निरंतर सुधार एवं निर्माण.
- तकनीकी को अधिकतम लाभप्रद बनाने का प्रयास करना चाहिए जिससे संचालन व्यय कम किया जा सके.

- मार्केटिंग क्षेत्र में निरंतर शोध एवं सुधार हो, ताकि ग्राहक संबंध में प्रगाढ़ता आए एवं ग्राहकों पर बैंकों का विश्वास बढ़े.
- खुदरा बैंकिंग आज शहरी क्षेत्रों तक सीमित है. इसका विस्तार ग्रामीण अथवा अर्ध शहरी क्षेत्रों में भी हो, क्योंकि उन क्षेत्रों में प्रति व्यक्ति आय में भी वृद्धि हो रही है एवं वे बैंकिंग सुविधाओं से वंचित हैं.
- ग्राहक चलित बैंकिंग हेतु ग्राहक संबंध प्रबंधन का विस्तार किया जाए जिसमें ग्राहकों को उनकी आवश्यकता के आधार पर उचित दर पर बैंकिंग उपलब्ध हो सके. साथ ही उनसे संबंधों में प्रगाढ़ता आए एवं उनका पलायन रोका जा सके. ग्राहक संबंध प्रबंधन हेतु विभिन्न बैंक कुछ महत्वपूर्ण कदम उठाते हैं जैसे;
 1. ग्राहकों की जरूरतों की विस्तृत जानकारी, टेक्नालॉजी या उनके द्वारा प्रश्नोत्तरों के आधार पर ग्राहकों का विवरण प्राप्त करना तथा आधारभूत आंकड़ों को संग्रहित करना.
 2. इन आँकड़ों के आधार पर ग्राहकों को विभिन्न खंडों में विभाजित करना.
 3. ग्राहकों से जुड़ी सूचनाओं के आधार पर उत्पादों का निर्माण अथवा ग्राहकों तक सूचना प्रबंधन करना.
 4. उनकी आवश्यकताओं और देयता क्षमता के आधार पर सेवाओं की उपलब्धता उचित दर पर करना.
 5. ग्राहक संतुष्टि स्तर विस्तार करने हेतु समुचित सेल्स एवं सर्विस प्रदान करना.
 6. उपस्थित ग्राहकों द्वारा अन्य ग्राहकों तक अपनी पहुँच बढ़ाना.
 7. परिवर्तनशीलता का विशेष ध्यान रखते हुए ग्राहकों को लाभप्रदता के आधार पर विभाजित करना एवं विशेषीकृत सेवा द्वारा अधिक लाभप्रद ग्राहकों को पलायन अथवा असंतुष्ट होने से रोकना. साथ ही कम लाभप्रद ग्राहकों को भी समुचित सेवा देना ताकि वे असंतुष्ट होकर बैंकों का प्रतिकूल प्रचार न करें.

इन सभी माध्यमों से बैंक अपने आय अर्जन के स्रोत खुदरा बैंकिंग द्वारा बढ़ा सकते हैं, क्योंकि आय के स्रोत तभी बढ़ेंगे जब संचालन, कार्यकुशलता अथवा दक्षता अधिकतम हो, ग्राहकों एवं कर्मचारियों से अधिकाधिक मूल्य संग्रहित हो तथा प्रतिस्पर्धा की दौड़ में

अग्रसर रहने की क्षमता हो. अनर्जक आस्तियों को न्यूनतम करने हेतु सशक्त माध्यम उपलब्ध हो, शुल्क पर आधारित आय के स्रोतों का समुचित चयन एवं विकास, डिलीवरी चैनलों का समुचित एवं दक्षतापूर्ण प्रयोग तथा तकनीकी का विस्तृत उपयोग एवं कार्यकुशलता बढ़ाने की क्षमता का विकास हो.

अतः यदि बैंकिंग सेवा क्षेत्र इन सभी बिन्दुओं पर समग्रता पूर्वक विचार करें तो आय अर्जन की क्षमता में विकास निश्चित है एवं खुदरा बैंकिंग आय अर्जन के सशक्त माध्यम के रूप में उभर कर सामने आयेगा.

खुदरा बैंकिंग एवं वैकल्पिक वितरण चैनल

रश्मि बाला गुप्ता

आधुनिक तकनीक ने बैंकों के लिए विकास के अनेक द्वार खोल दिये हैं। कल तक जो महज कल्पना की बात थी वह आज हकीकत में बदल गई है। पहले प्रत्येक नए विचार को जन्म लेते ही विरोध का सामना करना पड़ता था और उस विचार को वास्तविकता के धरातल पर आते-आते लगभग पूरी लॉबी के विरोध का सामना करना पड़ता था। आज भी पुरानी पीढ़ी, नए विचारों को दिल से स्वीकार नहीं करती, लेकिन नई पीढ़ी, जो कि टेक्नोसेवी है, हर नए प्रोडक्ट, नई तकनीक को खुले मन से स्वीकार करने में कोई संकोच नहीं करती है। नित नए प्रयोग करने और नई तकनीक से जुड़ने की इच्छा सदैव उनके मन में बनी रहती है। साथ ही इस नई पीढ़ी के लोगों के मन में पुरानी पीढ़ी को भी अपने साथ आगे ले जाने की भावना बनी रहती है।

सरकारी बैंकों ने भी परिवर्तन के इस दौर को तहेदिल से स्वीकार किया है। इन बैंकों ने न केवल अपनी कार्यपद्धति में बदलाव किया है, बल्कि अपनी पहचान को भी आधुनिकता प्रदान की है। आज हम देख रहे हैं कि कई विदेशी बैंकों और साथ ही निजी बैंकों ने भारतीय बाजार में अपने कदम जमाने प्रारंभ कर दिये हैं। वित्तीय क्षेत्र में कड़ी प्रतिस्पर्धा का दौर चल रहा है। ऐसे वक्त में अपने आप को सबसे बेहतर साबित करने के लिए बैंकों ने परम्परागत बैंकिंग से हट कर ऐसे प्रोडक्ट्स पर ध्यान केन्द्रित करना प्रारंभ कर दिया है, जो आकर्षक हों, कम लागत के हों तथा साथ ही ग्राहक सेवा के स्तर पर खरे उतरें। बैंकों ने नई पीढ़ी को जोड़ने के लिए तकनीकी विकास का हाथ थामकर नए युग में प्रवेश किया तो मानों एक समग्र क्रांति ही देश में आ गई हो।

विभिन्न बैंकों द्वारा कोर बैंकिंग साल्युशन के अपनाते ही अलग-अलग फैली-बिखरी शाखाएं एक मजबूत जाल की तरह आपस में एक दूसरे से जुड़ गई हैं। शाखाओं की पहचान ही मानो समाप्त हो गई है। अब कोई शाखा नहीं है, सिर्फ बैंक है। इसके साथ ही प्रारंभ

हुआ क्रांतिकारी बदलावों का और एटीएम जैसी नयी-नयी सुविधाओं का दौर, जिसके माध्यम से आम आदमी लाभान्वित हुआ है और बैंकों के साथ जुड़ता गया है। बैंकिंग पद्धति के प्रति उस आम आदमी का विश्वास बढ़ता गया है। बैंकों ने भी तकनीक में बदलाव की अपनी यात्रा को यहीं पर विराम नहीं दिया है। बैंकों द्वारा एटीएम को आगे और अधिक विकसित करते हुए इसे वर्चुअल बैंकिंग का रूप प्रदान कर दिया गया है।

तकनीक के नए संसाधनों के साथ बैंक की पहुंच खुदरा क्षेत्र में भी बढ़ गई है। एक बड़ा परिवर्तन यह हुआ है कि पहले ग्राहक बैंक के पास आता था, जबकि अब बैंक ग्राहक तक पहुंच रहा है। आज ग्राहकों के पास विकल्प है और साथ ही मोल-भाव करने की शक्ति भी ग्राहक को प्राप्त है। आज ग्राहक अपने को मिलने वाली सुविधाओं के आधार पर बैंक का चयन करता है। ग्राहक सेवा अच्छी हो तो ग्राहक बैंक के साथ जुड़ने और जुड़े रहने में बिल्कुल भी संकोच नहीं करता है।

प्रतिस्पर्धा और उच्च तकनीक के इस दौर में आज बैंक खुदरा क्षेत्र में अपनी पकड़ मजबूत कर रहे हैं। घर बैठे, इंटरनेट के माध्यम से समस्त बैंकिंग सुविधाएं प्राप्त करना आज ग्राहक की प्राथमिकताओं में से है। बैंकों ने भी इस सुविधा को तेजी से अपने समस्त ग्राहकों को उपलब्ध कराने का बीड़ा उठाया है। इस प्रकार बैंकों ने अपनी पुरानी परम्परागत छवि में समय के साथ बड़ा बदलाव किया है। वितरण के कई नए चैनलों ने आम आदमी के लिए बैंकिंग से जुड़ने के नए आयाम खोल दिये हैं, अब आम आदमी इन नए-नए चैनलों के माध्यम से विकास की सीढ़ी पर तेजी से आगे बढ़ने लगा है। बैंकिंग के विभिन्न उत्पाद और वितरण के ये नए-नए चैनल जैसे जन-मानस में अपनी जगह तेजी से बना रहे हैं और विकास के पथ पर प्रगति का रास्ता प्रशस्त कर रहे हैं।

- इंटरनेट बैंकिंग सुविधा
- एटीएम डेबिट कार्ड
- किओस्क
- क्रेडिट कार्ड की सुविधा
- मोबाइल बैंकिंग
- पॉस (पीओएस)
- एनईएफटी / आरटीजीएस

इंटरनेट बैंकिंग अथवा ई-बैंकिंग:

तकनीकी उन्नति ने ग्राहक को वर्चुअल बैंकिंग सुविधा उसके अपने डेस्कटॉप/लेपटॉप पर उपलब्ध करा दी है। आज सभी प्रमुख अग्रणी बैंकों ने अपने ग्राहकों को इंटरनेट बैंकिंग की सुविधा प्रदान कर दी है। जिसके माध्यम से ग्राहक अपने घर पर अथवा कार्यस्थल पर निम्नलिखित बैंकिंग सुविधाओं का आनंद ले सकता है:

- खाता/ट्रांजेक्शन की रियल टाइम जानकारी
- खाते का स्टेटमेंट देखना/प्रिंट प्राप्त करना
- बैंक के ही स्वयं के या अन्य के खाते में राशि अंतरित करना
- भारत में कहीं भी किसी भी बैंक के खाते में आरटीजीएस/ एनईएफटी द्वारा राशि अंतरित करना
- प्रत्यक्ष एवं अप्रत्यक्ष करों का भुगतान
- विभिन्न प्रकार के बिलों का भुगतान जैसे बिजली के बिल, टेलीफोन बिल, बीमा प्रीमियम का भुगतान, म्यूचुअल फण्ड की किश्तों का भुगतान, क्रेडिट कार्ड के बिलों का भुगतान, स्कूल/ कॉलेज की फीस का भुगतान।
- धार्मिक संस्थानों को दान एवं चंदा
- ऑनलाइन हवाई यात्रा टिकट/रेल यात्रा टिकट बुकिंग
- ऑन लाइन शॉपिंग

इंटरनेट बैंकिंग ने नई सुविधाओं के साथ रिटेल और कार्पोरेट दोनों ही सेक्टरों में अपनी जगह बना ली है। लेकिन आम आदमी विशेषकर पुरानी जनरेशन के लोग टेक्नोसेवी नहीं होने के कारण उपलब्ध सुविधाओं का उपयोग पूर्ण रूप से नहीं कर पा रहे हैं। लेकिन वास्तव में जिन लोगों ने इन सुविधाओं को अपना लिया है, उनके लिए बैंकिंग न केवल सुविधाजनक हो गयी है वरन सुरक्षित भी हो गयी है। कभी भी कहीं भी खाते के संचालन की सुविधा ने बैंकिंग को समय के बंधन से मुक्त कर दिया है। ई-बैंकिंग, अपने पासवर्ड आधारित एन्क्रिप्शन, सिक्वोर्ड सॉफ्टवेयर, इलेक्ट्रॉनिक हस्ताक्षर एवं इलेक्ट्रॉनिक टोकन आदि उच्च सुरक्षा मानकों के कारण बैंकिंग ट्रांजेक्शन करने के लिए एवं अपने खाते पर रियल टाइम नजर रखने के लिए एक पसंदीदा माध्यम बन गयी है। ग्राहक का स्वयं के खाते पर नियंत्रण हो गया है। आधुनिक तकनीक के माध्यम से सुरक्षित तरीके से निधि

का अंतरण करने की सुविधा उपलब्ध हो जाने से लेनदेन की गति बढ़ गई है। ई-बैंकिंग की प्रमुख विशेषताएं निम्नानुसार हैं:

- ई-बैंकिंग के उपयोग के कारण जाली चेक/ड्राफ्ट द्वारा धोखाधड़ी पर रोक लगाई जा सकती है।
- बिजली, टेलीफोन के बिल आदि ऑनलाइन जमा करने की सुविधा के कारण बहुमूल्य समय की बचत होती है।
- एक बार रजिस्ट्रेशन की औपचारिकता पूर्ण करने के बाद टैक्स भुगतान, फण्ड ट्रांसफर आदि बड़ी सुगमता से किया जा सकता है।

ई-बैंकिंग कम लागत में उत्तम सेवा उपलब्ध करवाने वाला माध्यम है। नया खाता खोलते समय ही ग्राहक से बातचीत कर एवं प्रोडक्ट की जानकारी देकर उसकी आवश्यकतानुसार सभी सुविधाएं ग्राहक को प्रदान करवा देना ग्राहक एवं बैंक दोनों के हित में माना गया है। इसी प्रकार इलेक्ट्रॉनिक हस्ताक्षर एवं इलेक्ट्रॉनिक टोकन को सुरक्षित रखने के संबंध में भी ग्राहकों को पहले से ही सतर्क कर देने से धोखाधड़ी की संभावना से बचा जा सकता है।

एटीएम

ऑटोमेटिक टेलर मशीन, नकद राशि आहरित करने का पसंदीदा माध्यम है। विश्व के करोड़ों लोगों द्वारा इसे स्वीकार किया गया है। इसके स्वरूप में भी तेजी से परिवर्तन हो रहा है। पहले एटीएम मशीन का उपयोग सिर्फ नकद राशि आहरित करने हेतु किया जाता था, लेकिन अब एटीएम मशीन के माध्यम से अनेक प्रकार की अन्य बैंकिंग सुविधाएं भी प्राप्त की जा सकती हैं।

- ऑलटाइम मनी अर्थात कभी भी राशि आहरित करने की सुविधा
- खाते में शेष राशि की जानकारी प्राप्त करना
- खाते में किये गए संव्यवहारों का संक्षिप्त विवरण
- मोबाइल रिचार्ज करवाने की सुविधा
- सिक्कों का वितरण
- एनईएफटी
- अन्य खातों में राशि अंतरित करना

- चेक बुक रिक्वेस्ट
- सावधि जमारसीद बनवाने का अनुरोध
- अशिक्षित तथा ग्रामीण ग्राहकों की सुविधा के लिए बॉयोमेट्रिक संचालन युक्त स्थानीय भाषा में निर्देशन के एटीएम
- बोलने वाले एटीएम

आज हम देख रहे हैं कि एटीएम ने बैंक के कार्यभार को न केवल कम किया है, बल्कि ग्राहकों को राशि आहरित करने के लिए बैंकों के कारोबारी समय की निर्भरता के बंधन से मुक्त भी किया है। आज बैंक का ग्राहक कभी भी कहीं भी सिद्धांत के आधार पर आवश्यकता पड़ने पर किसी भी बैंक के एटीएम से राशि आहरित कर सकता है। एटीएम के माध्यम से सिक्कों के वितरण की सुविधा भी उपलब्ध हो गई है और दृष्टिहीन लोगों के लिए बोलने वाले एटीएम भी अब बैंकों द्वारा स्थापित किये जाने लगे हैं।

यूनियन बैंक द्वारा समाज के निचले तबके एवं अशिक्षित वर्ग को भी आधुनिक तकनीक से जोड़ने की दिशा में ठोस कदम उठाये गए हैं। इसी क्रम में हाल ही में स्थानीय भाषा में बोलने वाला एटीएम सिवागंगाई शाखा तमिलनाडु में स्थापित किया गया है। जिससे ऐसे ग्रामीण क्षेत्रों में जहां साक्षरता का अनुपात बहुत ही कम है, अथवा जहां लोग स्थानीय भाषा के अलावा और कोई भाषा नहीं समझते हैं उन्हें भी 24 X 7 सरल एटीएम सुविधा उपलब्ध हो गई है। इस सुविधा की मुख्य बातें निम्नानुसार हैं:

- यह बहुत ही सरल नकदी वितरण मशीन है।
- यह बोलने वाली बायो-मेट्रिक मशीन है और फिंगर प्रिंट वेरिफिकेशन पर कार्य करती है।
- यह स्थानीय भाषा में निर्देश देती है।
- टच स्क्रीन मॉनिटर के कारण ट्रांजेक्शन सरलता से किया जा सकता है।
- जैसे-जैसे मशीन निर्देश पढ़कर सुनाती है, स्क्रीन पर वह आप्शन ग्लो करने लगते हैं, जिससे ग्राहक अपनी जरूरत के विकल्प का चुनाव कर सकता है।
- इसमें डीप-टाइप कार्ड रीडर लगा है, जिससे मशीन कार्ड को नहीं पकड़ती है।

- बैंक ने नई सीरीज के आकर्षक डिजाइन के किसान एटीएम कार्ड भी जारी किये हैं, जिनके द्वारा नकदी आहरण एवं खाते में शेष की जानकारी प्राप्त की जा सकती है।

किओस्क

ग्राहकों को बैंक के विभिन्न देयताओं एवं ऋण से संबंधित प्रोडक्ट्स की जानकारी उपलब्ध करवाने हेतु इंटरएक्टिव किओस्क मशीनें लगायी गयी हैं।

क्रेडिट कार्ड

बैंकों द्वारा त्वरित ऋण सुविधा उपलब्ध करवाने वाले माध्यम का नाम क्रेडिट कार्ड है। बैंक अपने सम्मानीय ग्राहकों को यह सुविधा उपलब्ध करवाते हैं। एक निश्चित ऋण सीमा के क्रेडिट कार्ड धारक को खरीदारी करने के पश्चात उस राशि को अपनी सुविधानुसार चुकाने की सुविधा उपलब्ध करवाते हैं। आवश्यकता पड़ने पर एटीएम से एक निश्चित राशि भी नकद प्राप्त की जा सकती है। यह एक महत्वपूर्ण उत्पाद है, जो पीओएस और भुगतान गेटवे का पूरक है तथा बैंक की शुल्क आधारित आय का महत्वपूर्ण स्रोत है। क्रेडिट कार्ड पर ग्राहक को फ्लेक्सी भुगतान की सुविधा दी जाती है अर्थात् न्यूनतम राशि का भुगतान करके विलंब शुल्क से ग्राहक बच जाता है। एड-ऑन कार्ड की सुविधा भी उपलब्ध है।

सुविधाएं

- नकदी साथ में रखने से जेब कटने का खतरा एवं नुकसान की संभावना रहती है। कार्ड से भुगतान करना आसान और सुविधाजनक रहता है।
- अधिकांश व्यापारी, शो रुम, कार्पोरेट्स, होटल्स आदि क्रेडिट कार्ड के माध्यम से ही भुगतान स्वीकार करते हैं।
- आनलाइन रेलवे एवं हवाई यात्रा के टिकट की बुकिंग की जा सकती है।
- कालेज फीस का भुगतान किया जा सकता है।
- विदेशों में भी क्रेडिट कार्ड स्वीकार किये जाते हैं, जिससे अनावश्यक रूप से नकद राशि साथ में लेकर चलने का जोखिम कम हो जाता है।
- क्रेडिट कार्ड फोटो आईडी कार्ड के रूप में भी स्वीकार किये जाते हैं।

डेबिट कार्ड

सभी बचत खाताधारकों को खाते के साथ डेबिट कार्ड की सुविधा उपलब्ध है। व्यक्तिगत एवं प्रोप्रायटरी फर्म के खातों में भी डेबिट कार्ड की सुविधा उपलब्ध है। डेबिट कार्ड के द्वारा ग्राहक बैंक में जमा अपनी राशि का उपयोग बैंक से आहरित किये बगैर कर सकता है। इसके माध्यम से निम्न सुविधाएं प्राप्त की जा सकती हैं:

- नकद राशि का आहरण
- खाते में शेषराशि की जानकारी प्राप्त करना
- मिनी स्टेटमेंट प्राप्त करना
- पिन नंबर बदलना
- कार्ड से जुड़े हुए, बैंक के अन्य खातों में राशि का अंतरण
- मोबाइल बैंकिंग के लिए रजिस्ट्रेशन
- यूटिलिटी बिलों का भुगतान
- चेकबुक के लिए आवेदन
- विभिन्न प्रकार के करों का भुगतान

डेबिट कार्ड, ग्राहक को कभी भी धन आहरण की सुविधा उपलब्ध करवाता है। ग्राहक किसी भी एटीएम के माध्यम से यह सुविधा प्राप्त कर सकता है। धन आहरण के अतिरिक्त खरीदारी के लिए भी डेबिट कार्ड का उपयोग किया जा सकता है।

मोबाइल बैंकिंग

वर्चुअल बैंकिंग की ओर तकनीकी उन्नति की राह में मोबाइल बैंकिंग एक महत्वपूर्ण पड़ाव है। आज के दौर में जब बच्चे भी मोबाइल सुविधाओं के बारे में बहुत कुछ जानते हैं। सरल और सस्ती मोबाइल सेवाओं के चलते सामाजिक स्टेटस से बाहर निकलकर आम आदमी के जीवन में मोबाइल ने अपनी जगह बना ली है और आज मोबाइल मनुष्य के जीवन का एक आवश्यक अंग बन गया है। अब तो मोबाइल पर इंटरनेट की सुविधा उपलब्ध होते ही मोबाइल बैंकिंग की राह और भी आसान हो गई है।

मोबाइल बैंकिंग एक बहुत ही सुविधाजनक, सुरक्षित और कहीं भी कभी भी बैंकिंग का एक सशक्त माध्यम है। ग्राहक एक बटन के क्लिक से निम्नलिखित सुविधाओं का लाभ प्राप्त कर सकता है:

- खाते में अपना बैलेंस देख सकता है।
- मिनी स्टेटमेंट का प्रिंट प्राप्त कर सकता है।
- अपने बैंक अथवा अन्य बैंक के किसी अन्य खाते में राशि अंतरित कर सकता है।
- विभिन्न प्रकार के बिलों का भुगतान कर सकता है।
- हवाई यात्रा / फिल्म की टिकट बुक कर सकता है।
- धार्मिक संस्थानों एवं विभिन्न प्रकार के ट्रस्टों को डोनेशन भेज सकता है।
- स्कूल अथवा कॉलेज शुल्क की राशि का भुगतान कर सकता है।
- चेक का भुगतान रोकने के निर्देश जारी कर सकता है।
- चेक की स्थिति का पता कर सकता है।
- किसी शाखा अथवा एटीएम की लोकेशन के बारे में जानकारी हासिल कर सकता है।
- नई चेक बुक प्राप्त करने के लिए आवेदन कर सकता है।
- सावधि जमाराशि खाता खोलने के लिए आवेदन कर सकता है।
- मोबाइल रिचार्ज कर सकता है।
- क्रेडिट अथवा डेबिट कार्ड के लिए आवेदन कर सकता है।
- ऋण सुविधा के लिए आवेदन कर सकता है।
- एमपिन बदल सकता है।

(नोट: सभी सेवाएं एसएमएस एवं जीपीआरएस पर उपलब्ध हैं)

अब तो एक मोबाइल नंबर से दूसरे मोबाइल नंबर पर मोबाइल बैंकिंग द्वारा भी राशि अंतरित करने की सुविधा भी उपलब्ध हो गई है। इसका सबसे बड़ा लाभ यह है कि जिसे राशि अंतरित की जा रही है, उसका खाता बैंक में हो यह आवश्यक नहीं है, जिस व्यक्ति को राशि भेजी जा रही है वह किसी भी एटीएम पर जाकर आवश्यक जानकारी और पिन नंबर देकर राशि प्राप्त कर सकता है। इसमें एक दिन में रु.5000/- से लेकर रु.25000/- तक की राशि अंतरित की जा सकती है एवं सम्पूर्ण राशि एक ही बार में आहरित करना आवश्यक होता है।

पीओएस टर्मिनल

विभिन्न व्यापारिक संस्थान, होटल्स, अस्पताल आदि जो भी कार्ड के माध्यम से भुगतान स्वीकार करते हैं, वे पीओएस के माध्यम से अपने बैंक से जुड़े रहते हैं एवं कार्ड स्वैप करते ही उतनी राशि उनके खाते में जमा हो जाती है। अधिकांश मध्यम और बड़े व्यापारिक संस्थान पीओएस सुविधा का लाभ उठा रहे हैं। यूनियन बैंक ने ग्रीन चैनल बैंकिंग के तहत पीओएस को प्रमोट करने के लिए ऐसे गांवों में जहां बैंक और एटीएम की सुविधा उपलब्ध नहीं है, पीओएस की सुविधा उपलब्ध करवा दी है। जिससे बैंक के खाताधारक रु. 1000/- तक की राशि का भुगतान प्राप्त कर सकते हैं।

बैंकिंग सेवाओं के अन्य चैनल जहां बैंकिंग सेवाओं को ग्राहकों और बैंक दोनों के लिए सरल, सहज एवं कास्ट सेविंग बना रहे हैं, वहीं भविष्य में बैंकिंग सेवाओं के परिदृश्य में एक बहुत बड़े बदलाव का भी प्रारंभ कर रहे हैं। तकनीकी उन्नति समय के बेहतर इस्तेमाल के रास्ते बना रही है। ग्राहक के बारे में अनेक जानकारी जो पहले अनेक स्रोतों से एकत्र करनी पड़ती थी, वह अब सिबिल के माध्यम से सिर्फ एक क्लिक करने पर प्राप्त हो जाती है। ग्राहक के साथ बैंक के संबंध अब सिर्फ और सिर्फ प्रोफेशनल होते जा रहे हैं। पहले जो आत्मीयता का संबंध ग्राहकों का बैंक के स्टाफ सदस्यों के साथ होता था, वह अब अतीत की बात हो गई है। ग्राहक भी अब संबंधों के नाते किसी एक बैंक से बंधने के बदले, जहां बेहतर सुविधा मिले वहां अपना खाता शिफ्ट कर लेता है। आने वाले वक्त में मोबाइल नंबर पोर्टिबिलिटी की तरह बैंक के खाते भी पसंद न आने पर दूसरे सर्विस प्रोवाइडर बैंक में शिफ्ट करने की सुविधा उपलब्ध हो जाएगी। जिस तरह किसी भी बैंक के एटीएम द्वारा आप अपने खाते से राशि आहरित कर सकते हैं, उसी तरह बैंक का खाता नंबर एक यूनियवर्सल नंबर बन जाएगा। आप किसी भी बैंक में खाता शिफ्ट करें आपके खाते का नंबर नहीं बदलेगा। बैंक की शाखाएं सीमित हो जाएंगी। ग्राहक की सभी मूलभूत जानकारी एक कॉमन पोर्टल पर उपलब्ध होगी और ग्राहक किसी भी आउटलेट से समस्त बैंकिंग सुविधाएं और ऋण आदि प्राप्त कर सकेगा। आने वाले वक्त में ग्राहक सिर्फ एक बार खाता खुलवाने के लिए ही बैंक आएगा और उसके बाद सारी बैंकिंग सुविधाएं उसे बैंक में आए बगैर ही प्राप्त होती रहेंगी।

रश्मि बाला गुप्ता, वरिष्ठ प्रबंधक, क्षेत्रीय कार्यालय, इन्दौर

शिक्षा ऋण - देश की परिसंपदा का संवर्धक

उज्जवल कान्त

“ग्रीस के मशहूर दार्शनिक अरस्तू का कहना था कि किसी भी देश का भविष्य उस देश के नौजवानों की शिक्षा पर निर्भर करता है। हमारे देश की पूर्व प्रधानमंत्री स्वर्गीय श्रीमती इंदिरा गांधी जी का मानना था कि शिक्षा ना सिर्फ लोगों को रोजगार दिलाने तथा जीवनयापन करने में मदद करती है, बल्कि लोगों को एक चरित्रवान मनुष्य भी बनाती है।”

हर विकसित राज्य अथवा देश में वहां का साक्षरता प्रतिशत अन्य विकासशील देश की तुलना में काफी अच्छा होता है।

इस तरह शिक्षा देश के विकास का एक मापक होती है। आज भारत में कुल 634 डिग्री प्रदान करने वाले विश्वविद्यालय हैं। 2010-2011 के आँकड़ों के मुताबिक कुल 1,69,75,000 लोग शिक्षा प्रणाली से जुड़े हुए हैं, उनमें से 86 प्रतिशत लोग स्नातक तक की पढ़ाई करते हैं, पर केवल 12 प्रतिशत लोग स्नातकोत्तर तथा केवल 1 प्रतिशत लोग अनुसंधान से जुड़े हैं। 2009 के आँकड़ों के मुताबिक शिक्षा पर सकल घरेलू उत्पाद का 3.77 प्रतिशत खर्च होता है, जिसमें से 32.5 प्रतिशत उच्च शिक्षा के लिए खर्च होता है। 2011-2012 के आँकड़ों के मुताबिक सरकार ने 520 अरब रुपये शिक्षा पर खर्च किये हैं।

एनएसएसओ के सर्वे के अनुसार 1999 से 2009 के बीच ग्रामीण क्षेत्र में शिक्षा के खर्च में 378 फीसदी तथा शहरी क्षेत्र में 345 फीसदी तक की वृद्धि हुई। नये आँकड़ों के अनुसार भारत में लगभग 1.86 करोड़ लोग उच्च शिक्षा ग्रहण कर रहे हैं। आँकड़ों की सहायता से हम यह देख सकते हैं कि कैसे उच्च शिक्षा में कम लोगों की भागीदारी है,

और इसका साफ कारण लोगों में उच्च शिक्षा प्राप्त करने के लिए पर्याप्त संसाधन की कमी होना होता है। आज शिक्षा केवल ज्ञान प्राप्ति का ही साधन नहीं रह गयी है, अपितु आज का युवा बेहतर शिक्षा के साथ-साथ रोजगारोन्मुख शिक्षा को वरीयता देता है। इस रोजगारपरक शिक्षा का उच्च गुणवत्ता का होना और इस गुणवत्ता को निरंतर बनाये रखना अति आवश्यक है, जिससे छात्र इस प्रकार की शिक्षा ग्रहण कर अपना भविष्य संवार सके।

शिक्षा मानव के विकास के लिए बहुत जरूरी है। उच्च शिक्षा का तात्पर्य प्रबंधन, तकनीकी, जैसी शिक्षा से है। उच्च शिक्षा देश के विकास में काफी महत्वपूर्ण भूमिका निभाती है। भारत में लगभग 26478 इंस्टीट्यूट हैं, जो उच्च शिक्षा प्रदान करते हैं। यह आँकड़ा विश्व में सबसे अधिक है। हमारे देश में गुणवत्ता वाले शैक्षणिक संस्थानों की कमी होने के कारण लोग उच्च शिक्षा प्राप्त करने के बावजूद बेरोजगार रह जाते हैं। हमारे यहां विश्व में सबसे अधिक शैक्षणिक संस्थानों के बावजूद हर वर्ष अच्छे रोजगार अवसर की तलाश में लाखों छात्र विदेश में शिक्षा ग्रहण करने जाते हैं। इनमें से अधिकांश छात्र अमेरिका तथा ब्रिटेन जाते हैं। आँकड़ों के मुताबिक हर वर्ष लगभग 2 अरब रुपये भारतीय छात्रों द्वारा पढ़ाई के लिए विदेश में खर्च किए जाते हैं।

ज्यादा से ज्यादा लोगों को उच्च शिक्षा से जोड़ने के लिए सरकार ने अपनी पंचवर्षीय योजना में नये विश्वविद्यालय खोलने की मंजूरी दी है। हमारे देश में छात्र-शिक्षक अनुपात 22.0 है, यह आँकड़ा दूसरे देश के अनुपात के मुकाबले काफी ज्यादा है। भारत सरकार इस अनुपात को कम करने के लिए नये शिक्षकों कि नियुक्ति कर रही है।

शिक्षा पर हो रहे खर्च को देखते हुए सरकार निजी क्षेत्रों की मदद से गुणवत्ता वाले शैक्षणिक संस्थान आरंभ करने की पहल कर रही है। इससे ना सिर्फ सरकार का खर्च कम होगा बल्कि छात्र के लिए आधुनिक शिक्षा तथा बेहतर नौकरी के अवसर बढ़ जाएंगे।

हमारे देश में बहुत से ऐसे विश्वविद्यालय हैं जो कम से कम खर्च में बेहतर शिक्षा प्रदान करने के लिए मशहूर हैं। बहुत से ऐसे विश्वविद्यालय हैं जो सार्वजनिक निजी (पी पी पी मॉडल) पर स्थापित होते हैं। इसलिये यहां शिक्षा का खर्च तो कम है लेकिन गुणवत्ता से किसी भी प्रकार का समझौता नहीं किया जाता है।

बहुत से ऐसे विश्वविद्यालय हैं, जहां अन्तर्राष्ट्रीय स्तर कि अधोसंरचना, अच्छा वातावरण और सांस्कृतिक व खेल गतिविधियों की पर्याप्त सुविधाएं हैं, जिनमें शिक्षण,

प्रशिक्षण और व्यक्तित्व का विकास होता है। विश्वविद्यालय अपने छात्रों को वैश्विक संभावनाओं से लैस कराता है और साथ ही साथ उन्हें स्थानीय परिस्थितियों के बारे में गहन जानकारी देता है। कॉलेज का उद्देश्य गुणवत्ता पूर्ण विश्वस्तरीय शिक्षा की मदद से भविष्य में आने वाली चुनौतियों का सामना करने के लिए तैयार करना, छात्रों में नेतृत्व की क्षमता को उजागर करना, टीम भावना, अनुशासन और सौम्यता से काम करने के गुणों को जाग्रत करना है।

आजकल कई सारे ऐसे कॉलेज हैं, जहां छात्रों को उद्योग जगत में आने वाली चुनौतियों का ज्ञान दिया जाता है, ताकि छात्र अपने को सक्षम बना सकें। छात्रों को विदेशी भाषा का प्रशिक्षण दिया जाता है तथा उन्हें नवीनतम टेक्नॉलाजी व सॉफ्टवेयर के विषय में जानकारी दी जाती है, छात्रों में नेतृत्व की क्षमता बढ़ाने के लिए लीडरशिप लैबोरेटरी पर कार्यशाला का आयोजन कराया जाता है। कॉलेज पुस्तकालय में नवीनतम पुस्तकें तथा जर्नल उपलब्ध हैं, कॉलेज का ट्रेनिंग व प्लेसमेंट विभाग छात्रों को, शिक्षा पूरी करने के पश्चात उद्योग जगत के लिए प्रशिक्षित करता है।

लोगों को शिक्षा प्राप्त करने के बाद रोजगार चाहिए होता है और ऐसे में उनका ध्यान व्यावसायिक शिक्षा की ओर जाता है, व्यावसायिक शिक्षा लोगों में रोजगार सुनिश्चित करती है, व्यावसायिक शिक्षा काफी महँगी होती है और ऐसे में बैंकों ने शिक्षा ऋण के माध्यम से काफी अहम भूमिका निभाई है। शिक्षा ऋण का उद्देश्य गरीब तथा जरूरतमन्द छात्र को शिक्षा प्राप्त कराना तथा मेधावी छात्र को तकनीकी तथा उच्च शिक्षा प्राप्त कराना होता है। शिक्षा ऋण, छात्र की ट्यूशन फीस, किताबों का खर्च, छात्रावास शुल्क, मेस शुल्क तथा पढ़ाई के दौरान जरूरत पड़ने वाली अन्य चीजों की आवश्यकताओं की पूर्ति करता है। हमारे देश में तकनीकी, प्रबंधन तथा व्यवसाय के बहुत से ऐसे कॉलेज हैं जहां फीस काफी अधिक है, यहां दाखिले के बाद छात्र बैंक से ऋण लेकर पढ़ाई पूरी करते हैं और फिर नौकरी लगने के बाद उस ऋण को चुका देते हैं। इस तरह वे शिक्षा ऋण की मदद से उच्चतर शिक्षा तथा अच्छी नौकरी प्राप्त करते हैं।

तकनीकी तथा प्रबंधन के कॉलेजों में दाखिले के बाद छात्र भारत में शिक्षा प्राप्त करने के लिए 10 लाख तथा विदेश में शिक्षा प्राप्त करने के लिए 20 लाख तक ऋण प्राप्त कर सकते हैं। चार लाख तक की रकम तक शिक्षा ऋण लेने में कोई मार्जिन की आवश्यकता नहीं है तथा चार लाख के ऊपर देश में शिक्षा प्राप्त करने के लिए 5 प्रतिशत तथा विदेश में शिक्षा प्राप्त करने के लिए 15 प्रतिशत तक के मार्जिन का प्रावधान है।

बैंक से शिक्षा ऋण प्राप्त करने के लिए छात्रों में निम्नलिखित पात्रता होनी चाहिए.

1. छात्र एक भारतीय नागरिक हो.
2. तकनीकी, प्रबंधन अथवा व्यवसाय के कॉलेज में उसे दाखिला मिला हो.
3. भारत में या विदेश में स्नातक या स्नातकोत्तर के कोर्स में उसे दाखिला मिला हो.

हमारे देश में आईआईएम, एमडीआई, एसपीजेआईएम में दाखिला प्राप्त छात्र रु.15 लाख तक तथा आईआईबीएम में दाखिला प्राप्त छात्र रु.20 लाख तक शिक्षा ऋण प्राप्त कर सकते हैं.

आईआईटी, एनआईटी, बिट्स (पिलानी, गोवा, दुबई, हैदराबाद) सिम्बोसिस(पुणे तथा बंगलोर), आईआईएस(बंगलोर), वीआईटी(वेल्लोर) तथा एनआईएटी में दाखिला प्राप्त छात्र रु.7.50 लाख तक शिक्षा ऋण ले सकते हैं.

शिक्षा ऋण की वापसी कोर्स समाप्त होने के एक वर्ष के बाद या फिर नौकरी लगने के 6 महीने के बाद (दोनों में से जो पहले हो) आरंभ होती है. शिक्षा ऋण कोर्स समाप्त होने के 5-7 वर्ष के अंदर चुकता करना होता है.

इस तरह छात्र शिक्षा ऋण की मदद से उच्च शिक्षा प्राप्त कर अपने सपनों को साकार करते हैं तथा अच्छी नौकरी प्राप्त कर देश की अर्थव्यवस्था में भी भागीदारी निभाते हैं.

बैंकों ने शिक्षा ऋण के महत्व को समझते हुए मार्च 2011 तक कुल 42808 करोड़ रुपये शिक्षा ऋण दिये.

शिक्षा ऋण वितरण के आंकड़ों से हम यह देख सकते हैं कि कैसे छात्र शिक्षा ऋण की मदद से देश तथा विदेशों में उच्च शिक्षा प्राप्त करते हैं. उच्च शिक्षा तथा अच्छी नौकरी प्राप्त कर वे देश की अर्थव्यवस्था में महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं. बहुत सारे छात्र कुछ वर्ष कार्य करने के उपरांत आगे चलकर खुद का कारोबार आरंभ कर देते हैं. इस तरह वे अपने कारोबार में हजारों लोगों को रोजगार देकर देश की अर्थव्यवस्था के साथ साथ परिसंपदा संवर्द्धन में महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं.

शिक्षा ऋण की सहायता से छात्र पहले खुद अपने सपनों को साकार करते हैं और फिर अपने परिवार तथा आने वाली पीढ़ियों का भविष्य भी संवारते हैं. एक शिक्षित मनुष्य

अपने गुणों द्वारा अपने समाज तथा अपने देश को विकसित करने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है. किसी भी देश की प्रगति में उस देश की शिक्षा का स्तर काफी मायने रखता है. यहां बैंकों ने अपने शिक्षा ऋण नामक अस्त्र से हजारों छात्रों को उच्च शिक्षा प्रदान करने तथा उनके सपनों को साकार करने के साथ साथ देश का एक मजबूत ढांचा प्रदान करने तथा विकास के मार्ग पर ले जाने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाई हैं.

इस तरह हम कह सकते हैं शिक्षा ऋण देश की परिसंपदा संवर्द्धक है.

सामाजिक बैंकिंग में खुदरा बैंकिंग का महत्व एवं प्रभाव

शिव कुमार शुक्ला

सामाजिक बैंकिंग का वास्तविक तादात्म्य बैंकिंग सुविधाओं का समाज के उस तबके तक पहुँच है, जो समाज के महत्वपूर्ण भाग का प्रतिनिधित्व करते हुए भी इनके लाभ से वंचित है। सामाजिक बैंकिंग की भारतीय बैंकिंग इतिहास में शुरुआत बैंकों के राष्ट्रीयकरण से हुई, जब बैंक के क्रिया कलापों में आधारभूत परिवर्तन परिलक्षित हुए। परिणामस्वरूप क्लास बैंकिंग, मास बैंकिंग की ओर अग्रसारित हुआ है।

सामाजिक बैंकिंग के दो स्तंभ हैं विकास और सामाजिक न्याय, जिसका उद्देश्य गरीबों के जीवन स्तर का उन्नयन, गरीब व अमीर के बीच बढ़ती असमानता को दूर करना तथा आस्तियों का समान वितरण है। समाज की अधिकांश अंशधारिता आर्थिक रूप से कमजोर और वंचित वर्गों का प्रतिनिधित्व करती है, जिनको वित्तीय समावेशन के तहत लाने में खुदरा बैंकिंग की अहम भूमिका है।

खुदरा बैंकिंग

खुदरा बैंकिंग का भारतीय बैंकिंग में प्रभावी आगमन 21 वीं सदी की देन माना जा सकता है। ज्यादातर भारतीय बैंकों का व्यवसाय संघटन वस्तुतः खुदरा बैंकिंग ही है, जिसके अंतर्गत खुदरा जमा उत्पाद, खुदरा ऋण उत्पाद, क्रेडिट कार्ड, डेबिट कार्ड, बीमा उत्पाद, म्यूचुअल फंड व अन्य सेवाएं आती हैं। इस प्रकार व्यक्तिगत ग्राहक की समस्त आवश्यकताओं की पूर्ति करने वाली विधा को खुदरा बैंकिंग के नाम से उद्बोधित किया जाता है। इससे यह स्पष्ट होता है कि खुदरा बैंकिंग उन सभी उत्पादों और सेवाओं का संमिश्रण है जो बैंकों के तुलन पत्र के न केवल आस्तियों वरन देयताओं के टॉप लाइन शीर्षों का प्रतिनिधित्व करता है। चूँकि देश की वित्तीय आस्तियों का तीन चौथाई बैंकिंग

क्षेत्र के हाथ में है, अतः बैंक केवल कार्पोरेट जगत के सहारे नहीं रह सकते, जो कम से कम ब्याज पर ऋण की आशा रखते हैं। यही कारण है कि बैंकों ने अपने आपको खुदरा सेक्टर में मजबूत तरीके से उतारा है। वस्तुतः यह ग्राहक व बैंक दोनों के लिए लाभप्रद है।

बैंकों ने अब अपनी प्राथमिकताओं को खुदरा क्षेत्र में रेखांकित करना शुरू कर दिया है जिसके निम्न कारण हो सकते हैं।

1. अधिक स्प्रेड (कीमत लागत अन्तर) होने के कारण लाभप्रदता में वृद्धि होती है।
2. जोखिम का स्प्रेड (कीमत लागत अन्तर) अधिकाधिक उधारकर्ताओं तक फैलना, जिससे एनपीए होने की संभावना कम हो जाती है और एनपीए हो जाने की स्थिति में भी मात्रात्मक असर कम पड़ता है।
3. जमा उत्पादों का विकेंद्रीकरण होने के कारण आस्तियों व देयताओं के बीच असंतुलन की संभावना कम रहती है।
4. अग्रिमों पर प्रतिफल अधिक होने से लाभप्रदता बढ़ती है।
5. क्रॉस सेलिंग का अच्छा अवसर प्राप्त होता है।
6. सभी उत्पादों का कार्ड रेट पर विपणन किया जाता है।
7. ब्याज दरों व अन्य प्रभारों पर ग्राहकों से समझौता करने संबंधी झंझटों से मुक्ति मिलती है।
8. उत्पादों का अच्छा विन्यास, जहाँ एक ओर विपणन को आसान बनाता है वहीं दूसरी ओर कम समय में ग्राहक तक सुपुर्दगी ग्राहक संतुष्टि का आधार बनती है।

सामाजिक बैंकिंग में खुदरा बैंकिंग का महत्व

जीवन की मूल आवश्यकताओं में **रोटी, कपड़ा और मकान** के अतिरिक्त शिक्षा एवं स्वास्थ्य प्रमुख हैं। खुदरा बैंकिंग इन सभी आवश्यकताओं की पूर्ति हेतु तत्पर है। इसके सभी ऋण उत्पाद यथा गृह निर्माण ऋण, शिक्षा ऋण, स्वास्थ्य ऋण, वरिष्ठ नागरिकों हेतु विशेष ऋण, रिवर्स मॉर्गेंज, पेंशन ऋण, पर्सनल ऋण, वाहन ऋण, बंधक ऋण इत्यादि सामाजिक बैंकिंग की मूलभूत आवश्यकताओं के अनुरूप हैं।

सामाजिक बैंकिंग का एक मुख्य प्रयोजन बैंकिंग सेवाओं को उन ग्रामीण और अविकसित क्षेत्रों तक प्रसारित करना है, जो अब तक देश की अर्थव्यवस्था की मुख्य धारा में शामिल नहीं हो सके हैं. इस वर्ग को नो फ्रिल, स्माल फ्रिल, नो फ्रिल ओवरड्राफ्ट जैसी सुविधाओं के जरिये वित्तीय समावेशन के तहत देश की मुख्य धारा से जोड़ा जा सकता है.

गृह निर्माण क्षेत्र

खुदरा बैंकिंग का सबसे बड़ा भाग लगभग 50 प्रतिशत इसी क्षेत्र की देन है. इस क्षेत्र में सर्वाधिक दोहन की संभावनाएँ हैं. एक सर्वे के अनुसार भारत में लगभग 5 करोड़ लोगो को घर की जरूरत है. शहरी क्षेत्र में जहाँ जनसंख्या घनत्व अधिक है, वहाँ तो अधिवास इकाइयों की काफी कमी है. बैंकों का इस क्षेत्र में रुझान होने के अन्य कारण इस प्रकार हैं:

1. हाउसिंग ऋण में आस्तियों का मॉर्गेज होने के कारण तथा घर के प्रति आत्मिक लगाव होने से आस्तियों के अनुत्पादक होने की संभावना कम होती है.
2. लगातार ब्याज दरों में कमी ने मध्यम वर्ग में विशेष रूप से जागरुकता लाई है कि उनका भी अपना घर हो. इन्हीं आवश्यकताओं व इच्छाओं के फलस्वरूप बैंकों को भी त्वरित ऋण सुपुर्दगी के लिए लालायित किया है.
3. सरकार ने भी आवास ऋण में ब्याज अनुदान प्रदान कर इसे बढ़ावा दिया है. ऐसे सभी आवास ऋण 1% ब्याज अनुदान के पात्र होंगे जिनकी प्रोजेक्ट कीमत रु.25 लाख तथा ऋण राशि रु.15 लाख से अधिक न हो.
4. सरकार ने आयकर (ब्याज राशि रुपए 150000/- तक) में छूट देकर आवास ऋण को और ग्राहकोन्मुख बना दिया है.
5. ऋण की मात्रा, उसकी चुकौती अवधि (अधिकतम 25-30 वर्ष) व चुकौती के विभिन्न तरीके ग्राहक की आय स्रोत के अनुरूप उपलब्ध हैं.
6. बैंकों में गला-काट प्रतिस्पर्धा से ग्राहकों को कम ब्याज दर पर ऋण की उपलब्धता के साथ साथ फिक्स्ड एवं फ्लोटिंग ब्याज दरों का विकल्प भी प्राप्त हुआ.
7. 10 लाख से अधिक आबादी वाले महानगरीय केंद्रों में हाउसिंग के लिए दिए जाने वाले रु.25 लाख तक के ऋण तथा अन्य केंद्रों में हाउसिंग के लिए दिए जाने वाले

रु.15 लाख तक के ऋणों को सरकार ने प्राथमिकता प्राप्त क्षेत्र उधार में शामिल किया है.

8. आर्थिक दृष्टि से कमजोर वर्गों तथा निम्न आय ग्रुप के गृहनिर्माण प्रोजेक्ट को दिया जाने वाला ऋण प्राथमिकता प्राप्त क्षेत्र में के अंतर्गत वर्गीकृत किया जाता है, बशर्ते कि प्रति इकाई लागत रु.5 लाख से अधिक न हो.

शिक्षा क्षेत्र

खुदरा बैंकिंग के तहत बैंकों ने सरकार के दिशानिर्देशों के मुताबिक शिक्षा ऋण को महत्व देते हुए इन ऋणों को प्राथमिकता क्षेत्र में शामिल किया है, जिसके तहत व्यक्तिगत रूप से 10 लाख तक के ऋण भारत में अध्ययन हेतु और 20 लाख तक के ऋण विदेश में अध्ययन हेतु प्राथमिकता प्राप्त क्षेत्र में रिपोर्ट के लिए पात्र होंगे. भारत सरकार ने शिक्षा ऋण के लिए वित्तीय वर्ष 2009-10 से ब्याज अनुदान योजना जारी की है, जिसके तहत 100% ब्याज अनुदान राशि ऋण की अधिस्थगन अवधि तक प्रदान की जाती है. इस योजना के लाभार्थी तकनीकी और व्यावसायिक शिक्षा प्राप्त करने के इच्छुक वे छात्र/छात्रा होंगे जो आर्थिक रूप से कमजोर वर्ग (जिनकी पैतृक आय रु.4.5 लाख प्रति वर्ष से अधिक न हो) के अंतर्गत आते हैं बशर्ते कि उन्हें भारत के किसी मान्यता प्राप्त शिक्षण संस्थान में प्रवेश मिला हो. यह योजना केवल उन ऋणों के लिए उपलब्ध होगी जिन्हें अनुसूचित वाणिज्यिक बैंकों ने 01.04.2009 के बाद मंजूर किया हो.

स्वास्थ्य क्षेत्र

स्वस्थ समाज किसी देश की समृद्धि का प्रमुख मानक माना जाता है और बैंकों ने इस क्षेत्र में अप्रतिम योगदान दिया है, चाहे वो अस्पताल खोलने के लिए ऋण हो या उसके अंतर्गत आने वाले समस्त उपयोगी उपकरणों की खरीद. साथ ही छोटी जगहों के लिए क्लीनिक एवं नर्सिंग होम, डाक्टरों के लिए व्यक्तिगत वाहन, मरीजों के लिए एम्बुलेंस या अन्य मिनी बसें, पैथोलोजी, पोली क्लीनिक, डायग्नोस्टिक सेंटर, फिजियोथेरेपी सेंटर और स्वास्थ्य से संबंधित अन्य आवश्यकताओं की पूर्ति हेतु बैंकों ने ऋण सुविधाएं प्रदान की हैं, जो सामाजिक बैंकिंग का ही पर्याय हैं. इस प्रकार के ऋणों को अधिक बढ़ावा देने हेतु सरकार ने भी प्रोत्साहन का काम किया है तथा समस्त ऋणों को सीजीटीएमएसई योजना के तहत भी गारंटीकृत किया है. सरकार के इस कदम ने बैंकों को इस क्षेत्र के अंतर्गत ऋण वितरण करने हेतु उत्साहित किया है.

वरिष्ठ नागरिकों हेतु बैंकों द्वारा प्रदत्त सुविधाएं

मीयादी जमाओं में सामान्य से अधिक ब्याज दर

वरिष्ठ नागरिकों हेतु बैंकों ने 1 वर्ष या उससे अधिक अवधि की समस्त मीयादी जमा योजनाओं में 0.5% अधिक ब्याज दर देकर इस वर्ग को महत्व प्रदान किया है।

वरिष्ठ नागरिकों हेतु रिवर्स मार्गेज ऋण योजना

पाश्चात्य देशों की तर्ज पर भारत में भी यह योजना आरंभ की गयी, जिसके तहत 60 वर्ष या उससे अधिक आयु वाले वरिष्ठ नागरिकों, जिनके पास अपनी स्वयं के द्वारा खरीद की हुई संपत्ति हो, को इस योजना के अंतर्गत ऋण प्रदान किया जाता है, जिनके साथ उनके जीवन साथी (पति / पत्नी) को भी सह ऋणी बनाया जा सकता है।

इस योजना का उद्देश्य असहाय वृद्धों की मदद करना, उनकी आय में वृद्धि करना, उनके बच्चों द्वारा उनकी सहायता न कर पाने की स्थिति में उन्हें आर्थिक स्वावलंबन प्रदान करना तथा अचानक आयी स्वास्थ्य समस्या के इलाज के लिए आवश्यक धनराशि की आवश्यकता की पूर्ति आदि प्रमुख उद्देश्य हैं। परंतु यहां पर यह ध्यान दिया जाना आवश्यक है कि इस ऋण राशि का दुरुपयोग न हो।

इस योजना के तहत उधारकर्ता को अपनी संपत्ति को सही स्थिति में बनाए रखने के लिए उसकी देखरेख की जिम्मेदारी लेनी होती है तथा उस संपत्ति पर अधिभारित सभी कर व समस्त बिल या अन्य किसी प्रकार की देयताओं का निर्वहन उसे स्वयं करना होता है।

यह योजना यद्यपि पश्चिमी देशों में काफी सफल है, परंतु भारतीय परिदृश्य में इसे अपेक्षित सफलता नहीं मिल पायी है, जिसका कारण भारतीय जन मानस का सामाजिक एवं सांस्कृतिक परिवेश है। भारतीय परिवेश में घर या संपत्ति को व्यावसायिक दृष्टिकोण से ज्यादा महत्व नहीं दिया जाता, बल्कि उसका सांस्कृतिक मूल्य अधिक होता है। कहने का तात्पर्य यह है कि कोई भी वरिष्ठ नागरिक अपने जीवन के अंतिम चरण में अपने घर को बैंकों में गिरवी या बंधक रखकर उसके एवज में प्राप्त ऋण का उपभोग सामाजिक रूप से अच्छा नहीं मानते हैं।

लेकिन बदलते परिवेश में इस योजना के महत्व को नकारा नहीं जा सकता है, क्योंकि बदलता हुआ भारतीय समाज एवं वर्तमान रोजगार के अभिनव अवसर बच्चों को चाहे अनचाहे उनके माता पिता से से दूर कर रहे हैं। परिणामस्वरूप माता पिता की

वृद्धावस्था में उनकी आर्थिक जरूरतों के लिए यह योजना अत्यंत लाभप्रद सिद्ध हुई है तथा इसमें अप्रतिम सफलताओं की संभावनाएं विद्यमान हैं।

पेंशन प्राप्त कर रहे वरिष्ठ नागरिकों हेतु योजना:

पेंशन प्राप्त कर रहे वरिष्ठ नागरिकों और अन्य लोगों के लिए भी बैंकों द्वारा उनकी पेंशन की एवज में आवश्यकतानुरूप ऋण सुविधाएं प्रदान की जा रही हैं। यही नहीं बैंकों के जमा एवं अन्य ऋण उत्पाद भी समाज के वरिष्ठ नागरिकों की जरूरतों के अनुरूप उपलब्ध हैं।

भारतीय समाज के बहुत बड़े अंश के रूप में विद्यमान किसान और मजदूर वर्ग खुदरा बैंकिंग सेवाओं से विशेष रूप से लाभान्वित हो रहा है, क्योंकि यह क्षेत्र सरकार के प्राथमिकता प्राप्त क्षेत्र का हिस्सा है तथा बैंकों द्वारा इसके तहत निर्धारित बेंचमार्क को पूरा करने की बाध्यता है। इसके कारण बैंकों ने वित्तीय समावेशन के तहत जमा और ऋण सुविधाओं की शृंखला से इस तबके को जोड़ने के साथ साथ वित्तीय साक्षरता हेतु एफएलसीसी, रुडसेटी, वीकेसी जैसे अन्य तमाम कदम भी उठाए हैं। खुदरा बैंकिंग के ये समस्त उत्पाद इस क्षेत्र में विद्यमान अपार दोहन संभावनाओं के साथ साथ सामाजिक बैंकिंग में खुदरा बैंकिंग के महत्व को प्रतिपादित करते हैं। **भारतीय परिदृश्य में यह निर्विवादित सत्य हमारे पूज्य बापू, महात्मा गांधी ने भी कहा कि भारत की आत्मा गाँव में निवास करती है।** इस प्रकार खुदरा बैंकिंग का महत्व समाज के हर क्षेत्र में रेखांकित होता है। तथापि, बैंकों द्वारा इस क्षेत्र में अभी बहुत कुछ किया जाना शेष है, जिसके लिए बैंकों को निरंतर प्रयास बनाए रखने की आवश्यकता है।

वाणिज्यिक बैंकों में खुदरा ऋण का क्रमिक विकास

बृजेश कुमार तिवारी

हमारा देश एक कृषि प्रधान देश है। आज भी हमारे देश की 70% आबादी गांवों में रहती है। हमारे देश की जनसंख्या लगभग 125 करोड़ है तथा देश की आधी से ज्यादा आबादी कृषि पर निर्भर है। स्वतंत्रता के पश्चात देश में औद्योगिक क्रान्ति तथा सामाजिक विकास की गति को बढ़ाने के उद्देश्य से 1969 में 14 बैंकों को राष्ट्रीयकृत किया गया, तथा इसके पश्चात् 6 और बैंकों का राष्ट्रीयकरण 1980 में किया गया। इसके पहले ये बैंक निजी क्षेत्र के अधीन थे।

हालांकि बैंकों का राष्ट्रीयकरण सामाजिक एवं औद्योगिक विकास के उद्देश्य से किया गया था, परन्तु बैंक इस उद्देश्य को प्राप्त करने में असफल रहे। बैंकिंग सुविधा कुछ विशिष्ट लोगों को प्राप्त हो सकी, समाज का एक बहुत बड़ा हिस्सा बैंकिंग सुविधाओं से वंचित रहा। बैंकिंग व्यवस्था एवं प्रणाली इस तरह की थी कि बैंक लाभप्रदता इत्यादि पर कोई ध्यान नहीं देते थे। बैंक कुछ बड़े व्यापारियों को ही ऋण सुविधा प्रदान करते थे।

सन् 1991 में उदारीकरण की नीति ने बैंकिंग जगत में भूचाल सा ला दिया। बैंकों को अपने मापदंड बदलने पड़े। बैंकों को लाभप्रदता, अनर्जक आस्तियों आदि का आकलन करना अनिवार्य हो गया। उदारीकरण एवं वैश्वीकरण ने विश्व अर्थव्यवस्था को एक नई दिशा में मोड़ना शुरू किया। निजी क्षेत्र के बैंक तकनीकी सुविधाओं से युक्त बाजार में आ गये। आईसीआईसीआई, एचडीएफसी बैंकों ने घरेलू बाजार में एक नई क्रान्ति सी ला दी। सभी बैंकों का ध्यान खुदरा ग्राहकों की तरफ गया।

खुदरा ऋण की आवश्यकता

उदारीकरण के बाद बैंकों ने अपने व्यापार को बढ़ाने, जोखिम से बचने तथा लाभ अर्जन करने के उद्देश्य से खुदरा ऋण प्रदान करने शुरू किए। खुदरा ऋण की आवश्यकता निम्न कारणों से हुई।

सामाजिक एवं आर्थिक विकास

हमारा देश एक प्रजातन्त्र देश है। प्रजातन्त्र में प्रजा का सामाजिक एवं आर्थिक विकास सरकार का मुख्य मुद्दा होता है। बैंकों का राष्ट्रीयकरण वास्तविकता में देश में सामाजिक एवं आर्थिक विकास के साथ-साथ औद्योगिकरण को बढ़ावा देने के लिए किया गया। सरकार लगातार बैंकों पर सामाजिक एवं आर्थिक विकास के लिए विभिन्न कार्यक्रमों के माध्यम से दबाव डालती है तथा बैंक भी अपने इस कर्तव्य का निर्वाह करने में काफी सक्रिय हो रहे हैं।

बैंकों का विस्तार

उदारीकरण के पश्चात बैंकों में अपना विस्तार करने की प्रेरणा आयी है, जिससे वे नये-नये ग्राहकों को अपने तरफ लुभा रहे हैं। कार ऋण योजना, हाउसिंग ऋण, शिक्षा ऋण इत्यादि के माध्यम से बैंक नये-नये ग्राहक लुभाने में जुटे हुए हैं तथा विभिन्न क्षेत्रों में नयी-नयी शाखाएं खोल रहे हैं।

तकनीकी विकास

तकनीकी विकास जैसे इंटरनेट बैंकिंग इत्यादि से बैंकिंग जगत में क्रान्ति आ गयी है। बैंकों का ग्राहकों तक पहुंचना आसान एवं सस्ता हो गया है। बैंक इन तकनीकों के माध्यम से घर बैठे ग्राहकों को ऋण तथा अन्य बैंकिंग सुविधाएं प्रदान कर सकते हैं।

प्रतिस्पर्धा का प्रभाव

सन् 1991 ई. में देश की उदारीकरण नीति से बैंकिंग जगत में 'भूचाल' आ गया। नये नये निजी क्षेत्र बैंक जैसे कि आईसीआईसीआई बैंक, एचडीएफसी बैंक इत्यादि नई तकनीक के साथ बाजार में प्रवेश कर गए। इससे अन्य वाणिज्यिक बैंकों को बाजार में अपना वर्चस्व बनाए रखने के लिए बाजार में नये तथा प्रतिस्पर्धाकारी उत्पाद लाने पड़े। इस तरह बैंकों का ध्यान खुदरा ऋण की तरफ गया। बैंक विभिन्न स्कीमों के माध्यम से खुदरा

ग्राहकों को अपनी तरफ लुभाने में जुट गए. बैंक दिन प्रतिदिन नये-नये प्रकार के उत्पाद बाजार में ला रहे हैं तथा ग्राहकों को लुभाने में जुटे हैं.

जोखिम से बचना

बैंक प्रायः बड़े-बड़े उद्योगपतियों को ही ऋण दे रहे थे. उन ऋणों की अनर्जक आस्तियों में परिवर्तित होने पर बैंकों को बहुत बड़ा नुकसान हो रहा था, इसलिए बैंक कुछ गिने-चुने ग्राहकों पर अपनी निर्भरता को कम करना चाहते थे. कई ग्राहकों को ऋण देने से बैंक के जोखिम में कमी आती है. किसी एक ग्राहक के ऋण न अदा करने की परिस्थिति में भी बैंकों को अन्य ग्राहकों से आय होती रहेगी तथा बैंक का व्यापार चलता रहेगा.

जनता की आय में वृद्धि एवं औद्योगिक विकास

उदारीकरण तथा वैश्वीकरण से देश में औद्योगिक विकास बहुत तेजी से हो रहा है. रोजगार में बढ़ोत्तरी के साथ-साथ नये-नये क्षेत्रों में निवेश एवं विकास की संभावनाएं बढ़ी हैं. लोगों की आय में काफी बढ़ोत्तरी हुई है. आय में वृद्धि होने से, कार ऋण, मकान ऋण इत्यादि की जरूरतें बढ़ी हैं. इन जरूरतों को पूरा करने के लिए लोग बैंकों की तरफ बढ़े, जिससे खुदरा ऋण में विकास शुरू हुआ.

सरकार की नीतियां

सरकार ने समय-समय पर सामाजिक एवं आर्थिक विकास के उद्देश्य से बैंकों के माध्यम से तरह-तरह की योजनाएं चलाई. प्राथमिकता प्राप्त क्षेत्र, कृषि क्षेत्र इत्यादि में 40% एवं 18% जैसे लक्ष्य बैंकों को दिए गए हैं. बैंकों को ये लक्ष्य प्राप्त करने के लिए छोटे-छोटे किसानों, व्यापारियों को ऋण प्रदान करना होता है. इससे खुदरा ऋण में विकास हो रहा है.

बैंकिंग नियमों में परिवर्तन

बैंकों को अंतर्राष्ट्रीय मानदंडों के अनुसार अपनी एकाउंटिंग विधि में बदलाव लाना पड़ा. पहले बैंक अनर्जक आस्तियों पर भी लाभ बुक कर लेते थे, परन्तु नये नियमों के अनुसार बैंक अनर्जक आस्तियों पर लाभ नहीं दिखा सकते, बल्कि उसके लिए बैंकों को अपनी बाकी आय का कुछ प्रतिशत का प्रावधान अनर्जक आस्तियों के लिए करना पड़ेगा. इससे बैंक वास्तविक लाभ को ही दिखा सकते हैं. इससे बैंकों ने धीरे-धीरे अपना ग्राहक आधार बढ़ाना शुरू किया तथा खुदरा ग्राहकों की तरफ बढ़े. खुदरा ग्राहकों में ऋण के एनपीए होने के अवसर कम होने के साथ-साथ जोखिम भी कम होता है.

हम जानते हैं कि बैंक किसी देश के सम्पूर्ण विकास में सबसे बड़ी भूमिका अदा करते हैं. बैंकिंग सुविधा हर व्यक्ति तक पहुंचाकर देश का आर्थिक एवं सामाजिक विकास किया जा सकता है. हमारे देश की वाणिज्यिक बैंकों ने इस बात को समझा तथा धीरे-धीरे खुदरा ग्राहकों को अपनी तरफ आकर्षित करने में जुट गए. क्रेडिट कार्ड, शिक्षा ऋण, स्वयं सेवी ऋण, वाहन ऋण इत्यादि उत्पादों के माध्यम से बैंक खुदरा ग्राहकों को अपने तरफ लुभाने में जुटे हैं.

खुदरा ऋण के फायदे

खुदरा ऋण के विकास से बैंक के साथ-साथ ग्राहकों तथा देश को बहुत सारे लाभ मिल रहे हैं. खुदरा ऋण से निम्न फायदे हैं.

बैंकों की पहुंच में बढ़ोत्तरी

उदारीकरण के बाद से बैंकों ने खुदरा ग्राहकों पर काफी ध्यान देना शुरू किया तथा बैंक अपने आप को प्रतिस्पर्धा में आगे बढ़ने के उद्देश्य से अपने विस्तार पर ध्यान देने लगे. पिछले कई सालों से सभी वाणिज्यिक बैंक बहुत सारी नयी-नयी शाखाएं खोलने के साथ-साथ, बिजनेस करस्पोंडेंट तथा अन्य नई तकनीकी माध्यम से ग्राहकों तक पहुंचने की कोशिश में लगे हुए हैं.

नये-नये उत्पादों का विकास

वाणिज्यिक बैंकों के खुदरा ऋण के विकास से बैंकिंग क्षेत्र में बहुत सारे नये-नये उत्पादों का जन्म हुआ. हाउसिंग ऋण, वैयक्तिक ऋण, वाहन ऋण, कंप्यूटर ऋण इत्यादि नये उत्पाद बाजार में आए.

ऋण प्राप्त करने में आसानी

खुदरा ऋण से पूर्व सामान्य ग्राहकों को ऋण प्राप्त करना बहुत कठिन होता था तथा ऋण सुविधा सिर्फ कुछ गिने-चुने व्यक्तियों एवं उद्योगों को उपलब्ध थी. वहीं आज कोई भी व्यक्ति बैंक के पास जाकर अपनी जरूरत के मुताबिक ऋण प्राप्त कर सकता है.

रोजगार में वृद्धि

खुदरा ऋण के माध्यम से बहुत सारे नये उद्योग धन्धे खुल रहे हैं. बहुत सारे कारीगर एवं छोटे उद्यमी जहां एक तरफ अपने धन्धे में बढ़ोत्तरी कर रहे हैं, वहीं बहुत सारे बेरोजगार लोग सरकारी कार्यक्रमों की मदद तथा बैंकों से ऋण लेकर नये उद्योग खोल

रहे हैं. इस तरह से वाणिज्यिक बैंक खुदरा ऋणों के माध्यम से देश में रोजगार पैदा करने में महत्वपूर्ण भूमिका अदा कर रहे हैं.

प्रतिस्पर्धा से लड़ने की क्षमता

आज बैंकिंग उद्योग बहुत प्रतिस्पर्धात्मक हो गया है. खुदरा ऋण के विभिन्न उत्पादों के माध्यम से बैंक अपना वर्चस्व स्थापित करने में सफल हो रहे हैं. हर बैंक अपनी प्राथमिकता के आधार पर उत्पादों में परिवर्तन करके ग्राहकों को आकृष्ट करने में जुटे हुए हैं.

ग्राहक आधार में बढ़ोत्तरी तथा ग्राहकों को अपने साथ बनाए रखना

जहां खुदरा ऋण बैंकों को नए ग्राहक बनाने में आसानी हो रही है, वहीं पुराने ग्राहकों को अपने साथ बनाए रखने में भरपूर मदद मिल रही है. एक अन्तर्राष्ट्रीय समीक्षा के अनुसार यदि ग्राहकों को बनाए रखने में 5% की वृद्धि करते हैं तो इससे बैंकिंग व्यवसाय की लाभप्रदता में 35%, बीमा और दलाली में 50% एवं उपभोक्ता क्रेडिट कार्ड में 125% की वृद्धि हो सकती है.

बैंकों की लाभप्रदता में वृद्धि

खुदरा ऋण के माध्यम से जहां बैंक अपने जोखिम का विकेंद्रीकरण कर रहे हैं, वही आय के स्रोतों में बढ़ोत्तरी हो रही है और बैंकों को व्यापार के नित नये आयाम मिल रहे हैं. इससे बैंकों की लाभप्रदता तथा कुल कारोबार में उल्लेखनीय वृद्धि हो रही है.

इस तरह से हम देखते हैं कि खुदरा ऋण की आवश्यकता के कारण बहुत ही महत्वपूर्ण हैं तथा इससे बैंकों तथा ग्राहकों दोनों को ही बहुत सारे फायदे हैं.

हमारे देश में वाणिज्यिक बैंकों ने खुदरा ऋण पर बहुत जोर दिया है. सभी बैंकों ने खुदरा ऋण विभाग अपने-अपने मुख्य कार्यालयों तथा क्षेत्रीय कार्यालयों में स्थापित किए हैं. जिससे खुदरा ऋण का विकास किया जा सके. आज सभी बैंक खुदरा ऋण के लिए बहुत सारे उत्पाद बाजार में ला चुके हैं तथा समय-समय पर इन उत्पादों में बदलाव लाने के साथ-साथ इनके विपणन एवं ग्राहकों तक पहुंचाने में काफी प्रयत्नरत हैं. खुदरा ऋण अपने देश में दिन-प्रतिदिन बढ़ रहा है, इसमें नये-नये आयाम जुड़ रहे हैं तथा बैंक नये-नये ग्राहकों को लुभाने में लगे हैं. भारतीय रिज़र्व बैंक तथा भारत सरकार इसमें पारदर्शिता लाने तथा ग्राहकों को उनका अधिकार दिलाने की दिशा में कार्यरत हैं.

खुदरा ऋण किसी समाज एवं देश की अर्थव्यवस्था को सुधारने में महत्वपूर्ण भूमिका अदा करता है. यह देश के सामाजिक एवं आर्थिक विकास के लिए बहुत ही आवश्यक है.

हालांकि हमारे देश में वाणिज्यिक बैंकों के माध्यम से खुदरा ऋण का क्रमिक विकास हो रहा है, परन्तु अभी हमें बहुत सारे नये कदम उठाने हैं. हमें इसमें लगातार नये प्रयोग करने की आवश्यकता है. इसमें लगातार सुधार की जरूरत है. हमें अति गरीब तथा पिछले एवं ग्रामीण क्षेत्रों में हर व्यक्ति तक इस उत्पाद को पहुंचाने की आवश्यकता है, जिससे समाज एवं देश का कोई भी वर्ग इस लाभ से वंचित न रह सके. खुदरा ऋण में कारगर वृद्धि हेतु ग्राहकों के हितों को सर्वोच्च प्राथमिकता दी जानी चाहिए.

अतः हमें खुदरा ऋण के विकास में और बहुत सारे नये कदम उठाने की आवश्यकता है तथा वाणिज्यिक बैंकों को इस जिम्मेदारी को निभाने में और अधिक सक्रिय होने की आवश्यकता है.

ग्रामीण भारत में खुदरा ऋण की संभावनाएं

विशाल झाझड़िया

भारत गाँवों का देश है। इस कथन की सत्यता को गाँवों में आवास कर रही 58% आबादी सार्थक करती है। इतने बड़े जन समूह से व्यापार की संभावना तलाशना आज के कठिन प्रतिस्पर्धात्मक युग में न केवल जरूरी है, बल्कि निहायत जरूरी है, ताकि विकास के आयाम व दर को बढ़ाये व बनाये रखा जा सके। खुदरा ऋण - एक ऐसा ऋण, जो किसी व्यापार या संगठन की बजाय एक व्यक्ति को दिया जाता है, जिसे वो किस्तों में चुकाता है।

1991 के आर्थिक सुधारों के बाद सर्वाधिक वृद्धि दर से विकास करने वाले देशों में भारत एक है, जिसका प्रभाव विश्व के भौगोलिक व आर्थिक पटल पर बढ़ती उसकी उपस्थिति साबित करती है। खुदरा ऋण की वृद्धि दर 22-30% तक रही है, जिसका मुख्य कारण वर्तमान की आधुनिक कम्प्यूटरीकृत तकनीकें एवं नई खोजें हैं, जिसके कारण खुदरा ऋण में संख्यात्मक के साथ गुणात्मक परिवर्तन भी हुए हैं।

भारत में सकल घरेलू उत्पाद(GDP) के प्रतिशत के आधार पर देखा जाये तो भारत का खुदरा ऋण जीडीपी का 8% ही है, जो कि अन्य एशियाई देशों की तुलना में काफी कम है। जैसे -

दक्षिणी कोरिया	-	जीडीपी का 55%
ताईवान	-	जीडीपी का 33%

अतः इसमें विकास की संभावनाएं ग्राहक साख सुविधा के बाद में वर्तमान दौर में सर्वाधिक जरूरी बन पड़ी हैं। सन् 1969 में बैंकों का राष्ट्रीयकरण इसीलिए किया गया था ताकि ऋण व साख सुविधाओं को गाँवों तथा सुदूर के अगम्य हिस्सों तक के आम आदमी

तक पहुंचाकर उन्हें इस विकास की धारा से जोड़ा जा सके, लेकिन वर्तमान में ऐसा हुआ नहीं।

वित्तीय समावेशन एक संपूर्ण अर्थ व्यवस्था के विकास का तरीका है, जिसमें ग्रामीण खुदरा ऋण, सूक्ष्म वित्तीय संस्थाओं व गैर बैंकिंग वित्तीय संस्थाओं द्वारा प्रदान करवाया जाता है। ग्रामीण खुदरा ऋण आज एक संवेदनशील व संभावनाओं वाला क्षेत्र है लेकिन इसमें वृद्धि दर बहुत कम रही है, जैसी वृद्धि दर शहरी खुदरा ऋण में रही है वैसी नहीं। इसके लिए प्रावधान काफी पहले से है। जैसे -

- भारतीय रिजर्व बैंक की धारा 54 के अनुसार ग्रामीण साख में वृद्धि के लिए हर बैंक को प्रयास करना चाहिए, जो सभी बैंकों के लिए आवश्यक था।
- भारतीय स्टेट बैंक अधिनियम, 1955 के तहत सरकारी संस्थाओं को सरकारी सहायता प्रदान करवाने के लिए इसमें प्रावधान किये गये हैं। इसमें मुख्यतः प्राथमिक कृषि सहकारी साख समितियां थीं, जो किसानों को सीधी सुविधा उपलब्ध करवाती थीं।
- ग्रामीण क्षेत्र में क्षेत्रीय स्तर की साख सुविधाओं का ध्यान रखने के लिए 1975 में क्षेत्रीय ग्रामीण बैंकों की स्थापना की गई।
- इसी प्रयास में व्यापारिक बैंकों तथा संस्थाओं के वित्तीय समावेशन के प्रयास को सहायता देते के लिए सन् 1982 में राष्ट्रीय कृषि एवं ग्रामीण विकास बैंक - नाबार्ड की स्थापना की गई।

ग्रामीण ऋण उतना विकसित नहीं हो पाया है, जिसकी संभावना थी। उसे समझने के लिए वर्तमान स्थिति व ऋण ढांचे की विफलता का कारण जानना जरूरी है।

ग्रामीण बैंक - संख्या >38000 (40%)

50,000/- वार्षिक आय वाले ग्रामीण व्यक्तियों के बैंक में खाते - 26%

इसी आय वर्ग के व्यक्ति बैंकों से ऋण ले पाते हैं - सिर्फ 13%

गैर पारम्परिक ऋण - 54% ग्रामीण लेते हैं।

स्थानीय क्षेत्रीय बैंक	ग्रामीण जमाओं को स्वीकार करना. उन जमाओं को उसी क्षेत्र की गतिविधियों में निवेशित करना	इनमें पुनर्वित्त को शामिल नहीं किया गया है.
स्वयं सहायता समूह	गैर सरकारी व मध्यवर्तियों की मदद से बचत, साख व ऋण आपूर्ति	उत्तर प्रदेश, बिहार, उत्तर पूर्वी राज्यों में इनकी अनुपस्थिति
एनजीओ/एमएफआई को सामूहिक ऋण	ये संस्थाएं फिर ऋण स्वयं सहायता समूह को देंगी	एनजीओ/एमएफआई, वित्तीय मध्यस्थता निभाने लायक नहीं
सहयोगी ढाँचा	सूक्ष्म वित्तीय संस्थाएं - खुदरा ऋण से संबंधी सभी कार्य-शुरु करने से पूर्व उसके पुनः प्राप्त होने तक कार्य करती हैं. बस यह ऋण बैंक की बहियों में लिखा जाता है.	दुगुना एक्सपोजर बढ़ा दिया, जिससे ऋण देना जोखिम भरा हो गया.
किसान क्रेडिट कार्ड	3-5 साल तक के लिए ऋण सुविधा किसान को प्रदान की जाती है.	बिक्री केंद्र पर कियोस्क व कार्ड को स्वीकारोक्ति

वर्तमान में नया ढांचा जो उभरा है वो है -

व्यापारिक फेसिलिटेटर मॉडल - जो संभावित ग्राहक की पहचान, उसकी साख का मूल्यांकन, उसका ऋण प्राप्ति के लिए लेखन का कार्य करते हैं.

व्यापारिक कोरेस्पोंडेंट मॉडल - इसमें सूक्ष्म वित्तीय संस्थाएं व गैर बैंकिंग वित्तीय संस्थाएं आती हैं, जो ऋण वितरण का कार्य करती हैं.

ग्रामीण साख में वृद्धि में बैंकर की दृष्टि से समस्याएं :

- किसान की ऋण अदायगी सामर्थ्य की अनिश्चितता.
- ग्रामीण लोगों की अनियमित एवं अस्थिर आय.
- ग्रामीणों की वित्तीय साख के बारे में अधूरी व गैर भरोसे मंद जानकारी.
- सम्पाश्विक का अभाव.
- लेनदेन लागत का ज्यादा होना - ग्रामीण क्षेत्र में ऋण की मात्रा कम होती है तथा जोखिम ज्यादा, जिससे लाभ प्रतिशत गिर जाता है.

- ग्रामीणों में साक्षरता का अभाव भी ऋण देने संबंधी कानूनी बाध्यताओं को पूरा करने में बाधक है.
- कमजोर सरकारी व नीतिगत (प्रवर्तन) ढांचा, जो लघु किसानों को साथ नहीं लेता. जैसे - सन, 2002 में आये कानून (Securitisation & Reconstruction Law) ने अदालत के बाहर ऋण संबंधित मामलों को सुलझाने का अवसर दिया, लेकिन ये अवसर छोटे ऋणों के लिए नहीं था अर्थात् ग्रामीण भारत इस नियम से लाभावित नहीं होता है.
- सरकारी नीतियों की लचरता भी ग्रामीण क्षेत्रों में निवेश की पद्धति को बढ़ाती हुई प्रतीत नहीं होती है. उदाहरण हेतु बढ़ता हुआ वित्तीय घाटा तथा सरकार की घाटे की नीति, बैंकों को सरकारी परिसम्पत्तियां खरीदने हेतु प्रेरित करते हैं. क्योंकि ये निश्चित, सरल व अन्य क्षेत्रों से 200-400% ज्यादा लाभ देने वाला है.
- भारतीय रिज़र्व बैंक की एक शाखा को 15-20 गाँवों को साख व ऋण सुविधा देनी है, वाली नीति भी बैंकों में प्रतिस्पर्धा व उनके कार्य क्षेत्र की नियमित व संकुचित करती है.

ग्राहक (ग्रामीण) बैंक के पास नहीं जाता - क्योंकि

- लचीले उत्पादों का अभाव : किसान आज सिर्फ ऋण सुविधा ही नहीं चाहता है, वो चाहता है, बैंक उसके साथ में फसलों का बीमा, स्वास्थ्य बीमा की सुविधा भी प्रदान करे.
- लेनदेन लागत : आमतौर पर ग्रामीणों के लिए पोस्ट ऑफिस 2-5 कि.मी. दूर तक होता है, जिसके कारण वहां तक जाना व आना उनके लिए मंहगा होता है.
- सम्पाश्विक प्रतिभूति : ज्यादातर ग्रामीणों के पास इनका अभाव होता है, दरअसल वे जमीन के मालिक होते हैं, लेकिन उनके पास जरूरी कागजात नहीं होते, जो बैंक के दायरे को पूरा नहीं करते.
- इनका पुराना व्यक्तिगत अनुभव बैंकों से अच्छा नहीं होता है क्योंकि पहले इनको ऋण सुविधा नहीं मिली होती है.

आज सभी बैंक ऊपर गतिशील शहरी नौकरीपेशा वर्ग को लक्ष्य करके चल रहे हैं तथा साथ में मध्यम शहरी व स्वयं उद्यमी लोगों व क्षेत्रों पर भी ध्यान दिया जा रहा है, लेकिन बड़े शहरों के उच्च मध्यम, उच्च आयवर्गी लोग बैंकों के लाभ का प्रमुख हिस्सा बन रहे हैं. लेकिन इस पर अति निर्भरता, बैंकों के लचीलेपन को घटा रही है.

इसलिए दो संभावनाएं बनी हैं :

1. अभी के व्यापार क्षेत्र में गैर सृजित क्षेत्र को विकास की राह में लाना.
2. ग्रामीण क्षेत्र को हासिल करना.

तथा इसे संजीदा, सुलभ, सरल आर्थिक व्यवहार द्वारा पूरे देश में फैलाना.

आज बैंकों का पारम्परिक दृष्टिकोण बदल रहा है. वे सोचने लगे हैं कि हजारों ग्रामीण वर्ग के खातों से कुछ 'ए' व 'बी' वर्ग के खाते बेहतर हैं.

लेकिन ग्रामीण ऋण व साख एक बहुत महत्वपूर्ण निधि है, क्योंकि अगर गत दशक ग्राहक साख का था, तो अगला दशक 2020 तक ग्रामीण ऋण का होने वाला है.

इसके लिए प्रभावी उपाय

ग्राहक पर ज्यादा केंद्रीकरण

क्योंकि ग्राहक अब किसी शाखा का ग्राहक नहीं रह गया है वो एक बैंक का ग्राहक है, जो कभी भी, कहीं भी और किसी भी वक्त अपना व्यवहार कर सकता है.

अपने ग्राहक को जानिये (KYC) द्वारा भी भारतीय रिज़र्व बैंक का मुख्य उद्देश्य अपने ग्राहक पर ध्यान केंद्रित कर उसे उसकी सुविधा के हिसाब से अलग-अलग योजनाएं उपलब्ध करवाना है.

क्षेत्र पर केंद्रीकरण

किसी एक बैंक द्वारा संपूर्ण ग्रामीण ढांचा बैंकिंग दायरे में नहीं लाया जा सकता. इसलिए इस दशक में ये संभावना बलवती है कि हर बैंक किसी विशिष्ट क्षेत्र को लक्षित करे.

उत्पाद केंद्रीकरण

बैंकों को चाहिए कि वे अपने उत्पादों को ग्रामीण क्षेत्रों की जरूरतों के हिसाब से

तय करें तथा उनमें जरूरी लचीलापन लायें. अपने उत्पादों को कम कीमत पर ग्रामीणों तक पहुंचाने की संभावना इस तरह से भी देखी जा सकती है.

भारत में बैंकों की शाखाओं का विशाल जाल फैला हुआ है, जो सबसे सकारात्मक पहलू है. ढांचा मौजूद है, बस उसमें संस्थागत एवं नीतिगत बदलाव करने की जरूरत है. ग्रामीण लोग जल्दी उधार लेते हैं. कम (ऋण) उधार लेते हैं तथा उसे छोटी किस्तों में लम्बे समय तक देते हैं. इस तरह उनके लिए विशिष्ट उत्पाद बनने चाहिए.

- एक साथ कई वित्तीय सुविधाएं दी जानी चाहिए. बीमा, सुरक्षा, स्वास्थ्य ताकि ग्रामीण आकर्षित हों.
- बैंक में खाता खोलने का तरीका छोटा व सरल हो.
- बेहतर मानव संसाधन उपयोग, क्षेत्रीय लोगों का चयन कर उनको ज्यादा उपयोग में लेना, ताकि वे ग्राहक के घर तक जाकर बैंक का व्यापार बढ़ा सकें. हो सकता है कि ये महंगा लगे कि 'घर तक बैंकिंग' एक ग्रामीण क्षेत्र में, लेकिन बेहतर ऋण वसूली तथा बाहर से किरायाकृत लोगों की तुलना में ये सेवा सस्ती एवं प्रभावी साबित हो सकती है.
- ग्रामीण क्षेत्रों में भी आधुनिक सुविधाओं को पहुंचाया जाये ताकि जो ऋण उपलब्धि ग्रामीण क्षेत्रों में देर से होती है वो जल्दी और समय पर हो सके.
- इसके अलावा ग्रामीण क्षेत्र के प्रमुख क्षेत्रीय साहूकारों से लिखित में भी लिया जा सकता है कि वो किसी व्यक्ति से किसी प्रकार का ऋण व्यवहार वर्तमान में नहीं रखते हैं.
- इसके साथ ही प्रोत्साहन एवं प्रोन्नति के लिए स्पर्धा की भावना को बढ़ा कर भी भविष्य की संभावनाएं - तलाशी जा सकती हैं.
- आधुनिक तकनीकें - मोबाइल जो बैंक की शाखाओं से ज्यादा जल्दी आम जन तक पहुंच गया है, को भी प्रभावी माध्यम बनाकर हम उसे ग्रामीण साख व ऋण लक्ष्य प्राप्ति में सहायक बना सकते हैं.

खुदरा बैंकिंग उत्पादों का विपणन

डी.आर.शर्मा

खुदरा बैंकिंग :

ग्राहकों की आवश्यकतानुसार बैंकिंग उत्पाद(सेवाएं) उपलब्ध कराना, कहीं भी, कभी भी, किसी भी रूप में उनकी बैंकिंग आवश्यकताओं को पूरा करना ही खुदरा बैंकिंग है. वर्तमान समय की मांग है खुदरा बैंकिंग. उत्पादों का सामान्य लोगों तक सफलतापूर्वक विपणन. खुदरा बैंकिंग ऐसी बैंकिंग है जो जन सामान्य की आवश्यकताओं को जानने के बाद ग्राहकोन्मुखी रूप से तैयार की गई है. इससे बैंक का आधार बढ़ता है. इसमें जोखिम की सम्भावना कम तथा लाभप्रदता की सम्भावना अधिक होती है.

बदलते परिवेश में बड़े कार्पोरेट ग्राहक तथा संस्थागत ग्राहकों की बैंकों पर निर्भरता कम हो गई है, क्योंकि ये कम्पनियां शेयर बाजार से धन जुटा लेती हैं. इन क्षेत्रों में बैंक की भूमिका कम होने के कारण सभी बैंक अपनी लाभप्रदता बढ़ाने के लिए खुदरा बैंकिंग पर ध्यान केंद्रित कर रहे हैं. बैंक की ब्याज दरों में लगातार कमी होने के कारण बैंकों की लाभप्रदता पर दबाव बढ़ रहा है. अतः बैंक ऐसे क्षेत्रों की तलाश कर रहे हैं, जिसमें जोखिम कम तथा लाभप्रदता अधिक हो. इस परिप्रेक्ष्य में खुदरा बैंकिंग आदर्श क्षेत्र सिद्ध हो रहा है.

विपणन :

विपणन वह प्रक्रिया है जो उत्पादों को उत्पादकों से उपभोक्ता तक पहुँचाती है. ग्राहकों की वर्तमान तथा भावी आवश्यकताओं का पता लगाना, उनके अनुरूप उत्पादों का निर्माण करना तथा ग्राहकों को अधिकतम सन्तुष्टि प्रदान करना ही विपणन है. विपणन एक वृहद संकल्पना है तथा विक्रय उसका अंग है. विपणन बहुत अधिक व्यापक गतिविधि

है. जिसका प्रारम्भ उपभोक्ता की आवश्यकता से होता है. अतः हम कह सकते हैं कि ग्राहकों की अपेक्षाओं का पता लगाना, उनके अनुरूप योजना बनाना तथा इस प्रकार सेवाएं प्रदान करना जिससे ग्राहकों को अधिकतम सन्तुष्टि प्राप्त हो तथा संगठन को भी अधिकतम लाभ हो, ही विपणन है.

बैंक विपणन :

बैंक विपणन वह तकनीक है, जिसमें स्रोतों व सेवाओं का प्रबन्ध इस प्रकार किया जाता है कि ग्राहक भी सन्तुष्ट रहे और बैंक के लक्ष्य भी प्राप्त कर लिए जाएं. राष्ट्रीय बैंक प्रबंधन संस्थान के अनुसार "बैंक विपणन एक समग्र कार्य है जो बैंक को निर्देश देता है कि वे अपने संगठनात्मक उद्देश्यों को ध्यान में रख कर ग्राहकों की वित्तीय आवश्यकताओं से संबंधित सेवा अपने प्रतियोगियों से अधिक दक्षतापूर्वक एवं प्रभावशाली ढंग से प्रदान कर उन्हें सन्तुष्ट करें.

खुदरा बैंकिंग विस्तार की सम्भावनाएं

देश में लगभग 20 करोड़ मध्यवर्ग है जिन्हें खुदरा बैंकिंग सेवाएं प्रदान की जा सकती हैं.

- उपभोक्तावाद का विकास होने के कारण लोग अपनी आवश्यकता की वस्तुएं बैंक से ऋण लेकर खरीद रहे हैं, जबकि कई वर्ष पूर्व ऋण सुविधा उपलब्ध न होने के कारण आर्थिक शक्ति होने पर ही वस्तुएं खरीदते थे. विडम्बना यह है कि भारत का खुदरा ऋण घरेलू उत्पाद का मात्र 2 प्रतिशत ही है, जबकि अमेरिका, कोरिया, ताईवान आदि देशों का यह 50 प्रतिशत से भी अधिक है. चूंकि भारत में जनसंख्या का बहुत बड़ा भाग ग्रामीण एवं अर्धशहरी क्षेत्रों में निवास करता है, अतः इन क्षेत्रों में खुदरा बैंकिंग विकसित किए जाने की अपार सम्भावनाएं हैं.

खुदरा बैंकिंग सेवाएं

खुदरा बैंकिंग सेवाओं का दायरा बहुत विकसित है. इसमें लघु उद्योग व्यवसाय, कृषि वैयक्तिक बैंकिंग आदि शामिल हैं. खुदरा बैंकिंग के अन्तर्गत प्रदान की जाने वाली प्रमुख सेवाएं निम्नानुसार हैं:

- आवास ऋण
- वाहन ऋण
- उपभोक्ता ऋण

- वैयक्तिक ऋण
- शिक्षा ऋण
- मोर्टगेज ऋण
- रिवर्स मोर्टगेज

इसके अतिरिक्त होम बैंकिंग, इलेक्ट्रॉनिक समाशोधन सेवा, इलेक्ट्रॉनिक निधि अंतरण, इन्टरनेट बैंकिंग, बैंक इन्श्योरेंस, मोबाइल बैंकिंग, वृद्धों के लिए सुपर जमा योजना, मर्चेन्ट बैंकिंग, डी-मेट सेवा इत्यादि।

आवास ऋण

समय की मांग को देखते हुए हर बैंक आवास ऋण पर अपना ध्यान केंद्रित कर रहा है। आवास ऋण लेने वाले उधारकर्ता के 100,000 रुपये प्रति वर्ष तक के मूलधन का भुगतान आयकर अधिनियम के तहत आयकर की गणना करते समय कर निर्धारण की सकल आय में से घटा दिया जाता है। आवास ऋण के अन्तर्गत दीर्घकाल तक किस्तों के भुगतान से बैंकों को दीर्घकाल तक लाभ प्राप्त होता रहता है। जो कि बैंक की आय का बहुत अच्छा स्रोत है। इससे एक ओर जहां लाभार्थी का फायदा है वहीं दूसरी ओर बैंक को भी लाभ होता है।

वाहन ऋण

उदारीकरण तथा भूमंडलीकरण के कारण उद्योगों में तेजी से विकास हो रहा है। लोगों के रहन सहन के स्तर में सुधार हो रहा है। वाहनों में मुख्यतः कार एवं दुपहिया वाहनों की मांग बढ़ी है। वाहन उत्पादक कम्पनियों ने भी वाहनों के उत्पादन में वृद्धि की है। ऐसे में वाहनों की खरीद को सरल बनाने के लिए बैंक वाहन ऋण देने में महत्वपूर्ण भूमिका निभा रहे हैं। ऋणी ग्राहक की जरूरत को पूरा करने के साथ-साथ बैंक की आय में भी पर्याप्त वृद्धि हुई है। अतः बैंक कार्मिकों को इस ऋण के लिए ग्राहकों में चेतना जागृत करनी चाहिए। बैंकिंग क्षेत्र में प्रतिस्पर्धा के कारण बैंक क्षेत्रकर्मियों को चतुराई तथा प्रयासों से अपने बैंक से इस ऋण को उपलब्ध कराने के लिए ग्राहकों को प्रेरित करना चाहिए।

उपभोक्ता ऋण

बैंक अब ग्राहकों को उनकी आवश्यकता एवं सुविधानुसार किसी भी समय एवं किसी भी कार्य के लिए (बिना किसी विशिष्ट उद्देश्य के) ऋण प्रदान करते हैं। उपभोक्ता वस्तुओं की निरन्तर बढ़ती मांग को देखते हुए बैंक अपने ग्राहकों को उपभोक्ता वस्तुएं यथा

टेलीविजन, वाशिंग मशीन, रेफ्रिजरेटर, एयरकंडिशनर, कम्प्यूटर आदि खरीदने के लिए ऋण प्रदान करते हैं। अतः इस ऋण के लिए बैंक को जनता में इस तरह से विपणन करना चाहिए ताकि बैंक को इससे अधिक से अधिक लाभ प्राप्त हो।

शिक्षा ऋण

इस योजना के अंतर्गत वे छात्र लाभ प्राप्त कर सकते हैं जो भारत के नागरिक हों तथा जिन्हें पात्र पाठ्यक्रमों में प्रवेश मिल गया हो। इस योजना का उद्देश्य जरूरतमंद मेधावी छात्रों को पूर्णकालिक स्नातक/ स्नातकोत्तर के पाठ्यक्रमों को पूरा करने के लिए ऋण प्रदान करना है। इससे छात्रों को आर्थिक सहायता मिलने के साथ-साथ बैंक को ऋण के ब्याज से आय प्राप्त होती है जिससे बैंक के लाभ में वृद्धि होती है।

स्वचालित गणक मशीन

स्वचालित गणक मशीन द्वारा सप्ताह के सातों दिन, दिन के चौबीस घंटे नकद भुगतान करना, जमाराशियाँ स्वीकार करना, लेन देन, खातों में शेष राशि सम्बन्धी जानकारी प्रदान करना आदि सेवाएं प्रदान की जाती हैं। स्वचालित मशीने एक दूसरे के साथ इस प्रकार जुड़ी हुई हैं कि किसी भी एक बैंक के ग्राहक को उसका एटीएम कार्ड दूसरे बैंक के एटीएम कार्ड के लिए प्रयोग में लाने की सुविधा मिल सके। इस प्रणाली द्वारा नकदी आहरण, नकदी जमा करना, खाते में शेष राशि की जानकारी, चैक बुक प्राप्त करना, खाता विवरण प्राप्त करना आदि सेवाएं शामिल हैं।

पेमेन्ट कार्ड

यह कार्ड एक तरह से पोर्टेबल पासबुक की तरह है, जिसमें ग्राहक के खाते में वर्तमान शेष राशि तथा नवीनतम लेन देन का ब्यौरा रहता है। ये कार्ड कई प्रकार के होते हैं जैसे क्रेडिट कार्ड, डेबिट कार्ड, स्मार्ट कार्ड आदि। क्रेडिट कार्ड के अन्तर्गत उधार खरीद का भुगतान एक निश्चित अवधि में करना होता है, जबकि डेबिट कार्ड के अन्तर्गत ग्राहक का खाता सीधे ही नामे हो जाता है।

होम बैंकिंग

इसके अन्तर्गत बैंक का कोई भी ग्राहक घर बैठे-बैठे ही अपना खाता देख सकता है। अपेक्षित धन राशि अन्तरण करने के लिए अपने पर्सनल कम्प्यूटर के माध्यम से बैंक को आदेश दे सकता है। वह अपने खाते से अन्य के खाते में राशि जमा करने का आदेश भी दे सकता है।

संक्षेप में कहा जा सकता है कि रिटेल बैंकिंग के कारण ही बैंकों के कुल व्यापार में वृद्धि हो रही है. वर्तमान में खुदरा बैंकिंग की निम्न कारणों से जरूरत है:

1. लोगों की आय व क्रय शक्ति में वृद्धि : मध्य वर्गीय परिवारों की आय में निरन्तर वृद्धि हो रही है, जो रिटेल बैंकिंग उत्पादों के प्रमुख उपभोक्ता हैं.
2. ब्याज के फैलाव में कमी : ब्याज की दरों में कमी के कारण ब्याज के फैलाव में कमी हो गई है.
3. अच्छी वसूली : खुदरा ऋणों की वसूली अच्छी है तथा इसमें गैर निष्पादक आस्तियों का प्रतिशत अन्य ऋणों की तुलना में कम है.
4. नयी-नयी उपभोक्ता वस्तुओं का प्रवेश : बाजार में नित्य नयी-नयी वस्तुएं आ रही हैं, जो ग्राहकों को अपनी ओर आकर्षित करती हैं, जिन्हें खरीदने के लिए ऋण की आवश्यकता बढ़ रही है.
5. जीवन स्तर में सुधार : जीवन स्तर में सुधार के फलस्वरूप रिटेल बैंकिंग के व्यवसाय में वृद्धि हो रही है.
6. कम परिचालनात्मक लागत : रिटेल बैंक उत्पादों की परिचालनात्मक लागत कम है. इसलिए इससे बैंकों को लाभ अधिक होता है.
7. ग्राहकोन्मुख : रिटेल बैंक उत्पाद ग्राहकों की आवश्यकताओं को ध्यान में रख कर परिचालित किए जाते हैं. अतः इनका विपणन आसान होता है.

रिटेल बैंकिंग उत्पादों का विपणन

रिटेल बैंकिंग उत्पादों के विपणन के लिए बैंक को निम्नानुसार प्रभावशाली नीति अपनानी चाहिए:

1. बैंक कार्मिकों का ग्राहकों के प्रति मित्रतापूर्वक व्यवहार होना चाहिए.
2. ग्राहक को हर मुलाकात में यह अनुभव होना चाहिए कि बैंक के कर्मचारी उनकी आवश्यकताओं / समस्याओं के हल के प्रति संवेदनशील हैं और उनकी मदद करने के लिए तैयार हैं.
3. रिटेल बैंकिंग के उत्पादों की जानकारी बैंक के सभी कार्मिकों को दी जानी चाहिए, जिससे वे ग्राहकों की जिज्ञासा को सन्तुष्ट कर सकें. इसके लिए प्रशिक्षण कार्यक्रम, सेमिनार, संगोष्ठी आदि का आयोजन किया जाना चाहिए.

4. सप्ताह में एक दिन प्रत्येक स्टाफ सदस्यों की बैठक आयोजित करनी चाहिए जिसमें सभी कर्मचारियों को बैंक के नए उत्पादों की जानकारी देनी चाहिए.
5. ऋण आवेदन पत्र सरल, संक्षिप्त, सर्व समावेशी हो. यह एक पुस्तिका के रूप में होना चाहिए जिससे एक ही बार में पूरी जानकारी ग्राहकों को मिल सके.
6. रिटेल बैंकिंग उत्पादों की जानकारी बैंक को अपनी वेब साइट पर उपलब्ध करानी चाहिए.
7. रिटेल बैंकिंग खातों की विवरणियाँ, देय किस्तों का माँग पत्र, ब्याज प्रमाणपत्र, परिपक्वता पत्र स्वतः ही ग्राहक को समय पर मिल जाना चाहिए.
8. ऋण आवेदन का निपटान शीघ्र ही करना चाहिए तथा ऋण स्वीकृति/ अस्वीकृति की सूचना तुरन्त ही ग्राहक को देनी चाहिए.
9. शाखा को ग्राहकों से लगातार संपर्क बनाए रखना चाहिए. उन्हें बैंक के नए-नए उत्पादों की जानकारी देते रहना चाहिए.
10. ग्राहकों की मीयादी जमा राशि की परिपक्वता तिथि से कुछ समय पूर्व या ऋण की अन्तिम किस्त जमा करने से पहले उनसे संपर्क करना चाहिए तथा उन्हें बैंक के अन्य उत्पादों की जानकारी देकर आकर्षित करना चाहिए.
11. ग्राहकों से लम्बे व मजबूत रिश्ते बनाने चाहिए.
12. जो ग्राहक ऋण का भुगतान समय से पूर्व करें उन्हें अन्य ऋण में रियायत दी जाए.
13. अच्छे ग्राहकों को प्रत्येक तिमाही में सम्मानित करना चाहिए.
14. रिटेल बैंकिंग उत्पादों का अधिक विपणन करने वाली शाखाओं को पुरस्कृत करना चाहिए.
15. विद्यालय, महाविद्यालयों तथा विश्वविद्यालयों में बैंकिंग उत्पादों के स्टाल लगाने चाहिए.
16. इस बात का प्रयास किया जाए कि ग्राहकों को उनकी रुचि के अनुसार सही समय तथा सही स्थान पर सस्ता उत्पाद या अधिक आय वाला उत्पाद तुरन्त उपलब्ध हो.

अन्त में कहा जा सकता है कि रिटेल बैंकिंग व्यवसाय में सफलतापूर्वक कारोबार

करने के लिए बैंकों को सस्ता उत्पाद, उन्नत ग्राहक सेवा तथा उच्च तकनीक के साथ ग्राहकों के समक्ष प्रस्तुत करना होगा तभी वे उसकी ओर आकर्षित होंगे।

इसके अतिरिक्त बैंकों को समय-समय पर यह पता लगाते रहना होगा कि बाजार में क्या-क्या आवश्यकता है तथा उन्हें पूरा करने के लिए क्या उपाय अपनाने हैं। प्रतिस्पर्धा में टिके रहने के लिए यह आवश्यक है कि खुदरा बैंकिंग की कुछ सेवाओं में विशिष्टता प्राप्त हो। बैंक को चाहिए कि वे अपनी शाखाओं को वित्तीय सुपर शाप में परिवर्तित करें, जिससे ग्राहकों को विभिन्न उत्पाद एक ही स्थान पर उपलब्ध हो सकें। प्रतियोगिता के इस युग में खुदरा बैंकिंग और विपणन ही किसी बैंक को बढ़त दिला सकते हैं।

महात्मा गाँधी द्वारा हमारे देश के विषय में सुझायी गयीं आर्थिक नीतियों जैसे ग्रामोदय, सर्वोदय आदि इस रिटेल बैंकिंग के महामन्त्र से साकार की जा सकती हैं।

आवास वित्त - भारतीय परिदृश्य

शंभू नाथ झा

हम अपने पूर्वजों से सुनते आ रहे हैं कि मनुष्य के जीवन निर्वहन के लिए रोटी, कपड़ा और मकान का होना अत्यंत आवश्यक है। यह एक नारा ही नहीं अपितु परम सत्य व प्रासंगिक तथ्य है। वर्तमान परिदृश्य में रोटी व कपड़ा लगभग हर किसी को नसीब हो जाता है, क्योंकि इसके लिए बहुत ज्यादा धन की जरूरत नहीं होती है, परंतु तीसरा व शायद सबसे महत्वपूर्ण किसी भी व्यक्ति के लिए आवास होता है, जहां वह अपने रोजमर्रा के कार्य व दिन भर की थकान के बाद विश्राम करके अपने आप को सुकून प्रदान करता है तथा अपने परिवार के सभी सदस्यों के लिए एक मर्यादित जिंदगी जीने के लिए आश्रय प्रदान करता है।

अपना आवास होना हर किसी के जीवन का एक बड़ा सपना होता है, जहां लोग अपने जीवन भर की पूंजी का एक बड़ा भाग इसे पाने के लिए समर्पित करता है। भारतीय परिदृश्य में आज भी देश की जनसंख्या का एक बड़ा भाग या तो किराए के मकान में या फिर कच्चे या फूस के मकान में अपना जीवन निर्वहन करता है। इस प्रकार के मकान में रहने वाले व्यक्ति को मौसम की हर विपरीत परिस्थिति (अंधाधुंध बारिश या आँधी-तूफान के समय) में कठिनाइयों का सामना करना पड़ता है। अतः आवास का आशय यहाँ पक्के मकान से है।

भारत के योजना आयोग के एक तथ्य के अनुसार भारत में 11वीं पंचवर्षीय योजना के अंत तक लगभग 24.7 मिलियन मकान की आवश्यकता थी, जो 12वीं पंचवर्षीय योजना के अंत तक बढ़कर 28 मिलियन तक पहुँच गयी है। यह आंकड़ा भारतीय दृष्टिकोण से बेहद दुर्भाग्यपूर्ण है, क्योंकि जहाँ एक तरफ हमने विश्व में प्लेग रोग की तरह फैल चुकी मंदी, जिसने दुनिया भर के दिग्गज देशों यथा अमरीका, ब्रिटेन, फ्रांस, जर्मनी इत्यादि को घुटने टेकने पर मजबूर कर दिया, वहीं हमने एक मजे हुए खिलाड़ी की भाँति मंदी को मात देते हुए पिछले 6-7 वर्षों से लगातार अपनी विकास दर 6-7% के आसपास बनाए रखी

है। हमारी अर्थव्यवस्था तेजी से विकसित होती अर्थव्यवस्था में चीन के बाद दूसरे स्थान पर है। वहीं इस प्रकार का आवासीय असंतुलन हमारी विकास दर पर सवालिया निशान खड़ा करता है, अतः हमें इस बात पर अधिक बल देना होगा कि भारत में आवासीय असंतुलन को दूर किया जाए।

आवास, जो कि विनिर्माण क्षेत्र का हिस्सा है, भारत में यह कृषिजनित रोजगार के बाद दूसरा सबसे अधिक रोजगार सृजन करने वाला क्षेत्र है। अतः आवासीय संरचना में बढ़ोतरी से न सिर्फ रोजगार में वृद्धि होगी, बल्कि यह भारतीय अर्थव्यवस्था में सुदृढ़ीकरण का इंजन साबित होगा। परिणामस्वरूप लोग बेहतर ढंग से जीवन-यापन कर सकेंगे तथा भारत में अधिक से अधिक शहरीकरण का स्वरूप विकसित होगा, फलस्वरूप भारत की विकास दर में वृद्धि जमीनी स्तर पर प्रासंगिक होगी।

भारत ने स्वतन्त्रता प्राप्ति के बाद विभिन्न क्षेत्रों में काफी प्रगति की है और अपनी एक विश्वस्तरीय पहचान स्थापित की है, लेकिन आवास क्षेत्र में अभी भी एक आमूलचूल परिवर्तन की जरूरत है। हमारा देश जो कि विश्व की दूसरी सबसे बड़ी जनसंख्या वाला देश है और यहाँ की जनसंख्या वृद्धि दर भी काफी ऊँची है तथा पहले के विपरीत यहाँ के परिवार का स्वरूप संयुक्त परिवार से एकल परिवार के तरफ परिवर्तित हो रहा है, परिणामस्वरूप परिवार बसाने के लिए भी उतनी ही मात्रा में मकानों की जरूरत है। मकान बनाने के लिए एकबारगी एक मोटी रकम की आवश्यकता होती है, जिसे कोई भी मध्यमवर्ग या निम्नवर्गीय परिवार जुटाने में प्रायः असमर्थ होते हैं। वह इस रकम को जुटाने के लिए ऋण का सहारा लेते हैं, परिणामस्वरूप आज के भारतीय परिदृश्य में आवास के लिए धन की व्यवस्था के लिए आवास ऋण ही एक उपयुक्त साधन है, जो लोगों की आकांक्षा को पूरा कर उनके सपनों को साकार कर सकता है। अतः यह कहा जा सकता है कि भारत में आवास ऋण की असीम संभावनाएँ हैं, जिनके परिणाम दूरगामी व लाभप्रद हैं।

चूँकि, आवास वित्त प्रत्यक्ष रूप से हमारी अर्थव्यवस्था को प्रभावित करता है, अतः इसके लिए हमारे देश की अर्थव्यवस्था निर्धारक संस्था यथा केंद्र सरकार के वित्त मंत्रालय व भारतीय रिज़र्व बैंक ने कई ठोस व महत्वपूर्ण कदम उठाए हैं, जो आवास वित्त के लिए जरूरतमन्द व्यक्तियों को उत्साहित व प्रेरित करता है। मिसाल के तौर पर ग्राहकों द्वारा लिए गए आवास ऋण व उस पर अदायगी के रूप में चुकाई गई ब्याज की राशि (अधिकतम एक लाख पचास हजार रुपए सालाना) को आयकर अधिनियम 1961 की धारा 24(बी) के तहत कर योग्य आमदनी में से घटाया जा सकता है, जो कि कर योग्य ग्राहकों के लिए संजीवनी की तरह काम करता है। एक आकलन के अनुसार भारत में आवास ऋण

लेने वाले लोगों में से 35% लोग आयकर में उपर्युक्त छूट होने के कारण आवास ऋण लेते हैं, जिससे उनको दोहरा फायदा मिलता है, और भारत की आवासीय संरचना में भी वृद्धि होती है। इसके अतिरिक्त भारत सरकार द्वारा आवास निर्माण हेतु अनेकों लोकलुभावन परियोजनाएँ चलाई जा रही हैं, उन्हीं में से एक परियोजना का नाम है-राजीव गांधी ग्रामीण आवास योजना, जिसके अंतर्गत गरीब परिवारों के आवास के लिए 1.30 लाख की एक परियोजना है, जिनमें 50 हजार रुपए केंद्र सरकार व 20 हजार रुपये संबंधित राज्य सरकार अनुदान के रूप प्रदान करती है तथा 50 हजार रुपये बैंक से आवास ऋण के रूप में ग्राहकों को लेने की व्यवस्था की गई है। शेष 10000 रुपये लाभार्थी को लगाना होता है। हाल ही में प्रधानमंत्री द्वारा की गयी घोषणा के अनुसार अब इस योजना को शहरी क्षेत्रों में भी लागू किया जाएगा तथा पाँच लाख रुपये तक की ऋण सीमा पर ब्याज अनुदान दिया जाएगा। चूँकि भारत में आवास ऋण प्रदान करने में यहाँ के बैंक एक अग्रणी भूमिका निभाते हैं और आवास ऋण बैंक व ग्राहक के बीच एक लंबे समय का बंधन होता है, क्योंकि सामान्यतया आवास ऋण की चुकौती अवधि 10-15 वर्ष (अधिकतम 25 वर्ष) तक होती है, अतः ऋण लेने से पहले ग्राहक बैंक द्वारा ली जाने वाली ब्याज दर, ऋण की सीमा, ऋण अदायगी की अवधि व विभिन्न तरह के शुल्क के बारे में पता करता है। इसी प्रकार बैंक भी ऋण मंजूरी से पहले ग्राहक के बारे में उसका पूरा इतिहास पता करता है। उल्लेखनीय है कि भारतीय बैंकों को ऋण वितरण व ऋण वसूली में महारथ हासिल है। भारतीय बैंक सन् 2008 के अमेरिका के सब-प्राइम संकट जैसी किसी संभावना से बचने के लिए, अपने ग्राहकों का निम्न ब्यौरा इकट्ठा करता है:

(ए) ग्राहक की पात्रताएं

उम्र, नौकरी, नौकरी का प्रकार, मासिक आमदनी, ऋण अदायगी की क्षमता, यदि व्यवसाय है, तो उसका प्रकार व उसका भविष्य, बैंक के साथ उसका वित्तीय इतिहास व परिवार का स्वरूप इत्यादि।

(बी) ऋण उद्देश्य

जैसे कि नया घर खरीदना, नए सिरे से घर का निर्माण करना, जमीन खरीद कर उस पर नया मकान बनाना, पुराने घर को नए सिरे से मरम्मत करना इत्यादि।

(सी) ऋण सीमा

बैंक किसी भी ऋण को प्रदान करने से पहले उस घर का या बनाए जाने वाले घर का अपने एक अधिकृत मूल्यांकनकर्ता से मूल्यांकन रिपोर्ट तैयार कराता है और उसी के आधार पर उस ग्राहक की ऋण सीमा निश्चित करता है। साथ ही ग्राहकों से मार्जिन मनी

के रूप में 10-20% (ऋणदाता बैंक पर निर्भर) तक उस घर में निवेश करने को कहा जाता है.

(डी) ऋण अवधि

ग्राहकों की उम्र सीमा व उनकी अदायगी क्षमता के अनुसार उनकी ऋण अदायगी अवधि तैयार की जाती है.

यद्यपि, भारत सरकार व भारतीय रिज़र्व बैंक ने ग्राहकों की सुविधा के लिए अनेकों कदम उठाए हैं, तथापि, निम्नलिखित कुछ सामान्य समस्याएँ हैं, जिनसे ग्राहकों को आए दिन दो-चार होना पड़ता है यथा;

1. शुरुआती दौर में आवेदन अस्वीकृति: चौकाने वाला परंतु कटु सत्य यह है कि भारत में आवास ऋण के लिए उत्सुक अधिकांश व्यक्तियों के ऋण आवेदन पत्र शुरुआती दौर की बाधाएँ ही नहीं पार कर पाते हैं जिनका प्रमुख कारण बैंक द्वारा माँगे जाने वाले समुचित दस्तावेजों का अभाव, आमदनी की कसौटी इत्यादि है.
2. अपेक्षित ऋण की मंजूरी न होना:- बैंक ग्राहक की मासिक आय, वित्तीय साख, रोजगार के प्रकार, अन्य लम्बित ऋण इत्यादि को ध्यान में रखकर उसकी ऋण सीमा निर्धारित करता है, जो ग्राहकों के लिए एक परेशानी का सबब होता है, और उसे अपनी आवासीय परियोजना के लिए जितना धन चाहिए, बैंक उसकी पात्रता को आधार बनाकर उसकी अपेक्षित सीमा से कम ऋण मंजूर करता है.
3. ब्याज दर की दुविधा: यद्यपि ब्याज दर की अनेकों विसंगतियाँ भारतीय रिज़र्व बैंक द्वारा दूर कर दी गयीं हैं, फिर भी ग्राहकों के लिए एक भ्रम की स्थिति बनी रहती है कि वह बैंक द्वारा दी जाने वाली नियत दर को या फिर अस्थिर दर को अपनाए.
4. प्रॉपर्टी के मूल्यांकन में अनियमितता: प्रायः देखा गया है कि बैंक द्वारा अधिकृत मूल्यांकनकर्ता ग्राहकों की प्रॉपर्टी का उचित मूल्यांकन नहीं करता और उसकी प्रॉपर्टी का मूल्य कम करके आँकता है, जिससे ग्राहक को अपेक्षित व जरूरत के अनुसार ऋण नहीं मिल पाता. परिणामस्वरूप, उसे ऋण स्वीकृति के समय डाउन पेमेंट के अलावा स्वीकृत ऋण व प्रॉपर्टी के वास्तविक मूल्य का अंतर प्रॉपर्टी के लिए तुरंत अदा करना पड़ता है.
5. आयकर रिटर्न प्रमाण पत्र:- लगभग सभी बैंक आवास ऋण वितरित करने से पहले ग्राहकों से पिछले कम से कम तीन साल का आयकर रिटर्न प्रमाण पत्र संलग्न

करने को कहते हैं, जो अमूमन भारतीय ऋण ग्राहकों के लिए एक टेढ़ी खीर जैसा होता है.

ध्यान देने वाली बात यह है कि उपर्युक्त वर्णित समस्याओं को कम से कम किया जाए तथा ग्राहकों को सुगम तरीके से उसकी योग्यता के अनुसार उचित ऋण मिले. हालांकि, भारतीय रिज़र्व बैंक द्वारा उठाए गए कदमों से ग्राहकों को फायदा पहुँच रहा है. वर्तमान समय में ग्राहकों के पास अनेकों विकल्प उपलब्ध हैं जैसे पहले ग्राहकों को अपना आवास ऋण समय पूर्व बंद करने पर मोचन निषेध शुल्क(तत्कालीन राशि पर लगभग 1-2 प्रतिशत) देना पड़ता था, अब यह शुल्क समाप्त कर दिया गया है(हालांकि नियत ब्याज दर पर अभी भी यह शुल्क लागू है).

अतः इस कदम से टीजर ऋण की प्रथा लगभग समाप्त हो गयी है. ग्राहक परेशान होने की स्थिति में अपना ऋण दूसरे बैंक में भी स्थानांतरित कर सकता है. हालांकि ग्राहकों को ऋण स्थानांतरण का कदम काफी सोच-समझ कर उठाना चाहिए, क्योंकि यदि वह अपने ऋण को दूसरे बैंक में स्थानांतरित करता है, तो उसे फिर नए सिरे से प्रक्रिया शुल्क, कागजात शुल्क, टाइटल डीड के रूप में अतिरिक्त खर्च वहन करना पड़ता है.

भारतीय रिज़र्व बैंक ने रुपये 25 लाख तक की ऋण सीमा वाले आवास को प्राथमिकता क्षेत्र में शामिल कर लिया है. बैंक के लिए यह अनिवार्य है कि वह अपने कुल ऋण का 40 प्रतिशत प्राथमिकता प्राप्त क्षेत्र को प्रदान करे. बैंकों के लिए भी किसी अन्य ऋण की अपेक्षा आवास ऋण वितरण करना ज्यादा सुगम व लंबे समय के लिए तथा सुरक्षित होता है, क्योंकि आवास ऋण में बैंक उस आवास का पूरा दस्तावेज बंधक के रूप में अपने पास रखता है, और ग्राहक द्वारा पूरा ऋण चुकाने के बाद ही उस दस्तावेज को उसे वापस करता है. यदि ग्राहक ऋण चुकाने में लंबे समय तक असमर्थ रहता है, तो बैंक उस प्रॉपर्टी को संदर्भित ग्राहक को सूचित कर नीलामी कर बकाया ऋण को सफलतापूर्वक वसूल कर सकता है. भारतीय अर्थव्यवस्था आज जिस दौर से गुजर रही है, उस दौर में आवास सेक्टर नई बुलंदियों को छूने जा रहा है, क्योंकि आवास का मूल्य आने वाले समय में बढ़ेगा ही, न कि घटेगा.

जहां तक ग्राहकों को सुविधा प्रदान करने की बात है, तो बैंक द्वारा यह निर्धारित किया गया है कि यदि ग्राहक अपनी नियत ईएमआई से ज्यादा पैसा अदा करना चाहता है, या फिर एकबारगी ज्यादा रकम जमा करना चाहता है, तो वह बैंक से गुजारिश कर अपनी ईएमआई की रकम को कम करवा सकता है. परंतु किसी भी ग्राहक के लिए फायदेमंद यही होता है कि वह अपनी रोजमर्रा की आमदनी में से कुछ अतिरिक्त धन

निकालकर उसे अपनी ईएमआई में शामिल करे जिससे कि उसकी रकम अदायगी की अवधि घट जाती है, साथ ही उसे ब्याज के रूप के कम राशि अदा करनी पड़ती है, साथ ही वह बैंक से जल्दी ऋणमुक्त हो जाता है।

उदाहरण के तौर पर, यदि किसी व्यक्ति ने बैंक से 50 लाख रुपये का 10% वार्षिक ब्याज दर से 20 वर्ष के लिए आवास ऋण लिया है। यदि वह अपनी नियत ईएमआई में 1000 रुपये अतिरिक्त जमा करता है, तो वह 20 वर्ष के बजाय 18 वर्ष व 10 माह में ही ऋणमुक्त हो जाता है, साथ ही उसे 4 लाख 70 हजार रुपये की बचत भी होती है।

इस प्रकार कहा जा सकता है कि भारत में आवास वित्त की अपार संभावनाएं विद्यमान हैं, जिनका दोहन किए जाने की आवश्यकता है। यद्यपि सरकार द्वारा इस दिशा में आवश्यक कदम उठाए जा रहे हैं, तथापि, अभी बहुत कुछ किया जाना शेष है, ताकि सरकारी दायित्व पूर्ति के साथ हर व्यक्ति को घर का सपना साकार हो सके।

खुदरा बैंकिंग - ऋण उत्पाद

नरेंद्र सिंह परमार

बैंकों का राष्ट्रीयकरण करने के पीछे सरकार का निहितार्थ क्लास बैंकिंग के स्थान पर मास-बैंकिंग को बढ़ावा देना था। फलस्वरूप, हमारे देश में बैंकिंग सेवाओं का विस्तार एक खास सीमित वर्ग से आगे बढ़ा एवं हर आम और अपार जरूरतमंद तक पहुंचा। लेकिन इतना ही पर्याप्त नहीं था, अतः 'वित्तीय समावेशन' की परिकल्पना ने जन्म लिया। अर्थात् सरकार ने तय किया कि बैंकिंग सेवाएं सिर्फ पढ़े-लिखे जरूरतमंद लोगों तक ही सीमित न हों, अपितु देश का हर परिवार, हर नागरिक बैंक से जुड़े। गरीब, अमीर, अनपढ़, पढ़ा-लिखा, युवा, वयस्क, सेवारत, सेवानिवृत्त, मजदूर, किसान, विद्यार्थी, कारोबारी आदि-आदि। अर्थात् कोई छूटे नहीं, कोई भी वंचित न रहे।

राष्ट्रपिता महात्मा गांधी का सपना था - 'कतार में खड़े अंतिम व्यक्ति को ध्यान में रखकर देश की विकास योजनाओं को तय किया जाए।' सर्वहारा-वर्ग कभी भी, कहीं भी छूटने न पाए। उसे भी सपने देखने और सपनों को पूरा करने के उचित अवसर मिलें। उसके मन की बगिया में भी आशा के फूल खिलें और महकें : **छोटा- सा दिल, छोटी सी आशा, आसमानों को छू-लेने की आशा...**

... और आशा भरे ऐसे सपनों का संचरण प्रत्येक देशवासी के दिलो-दिमाग में हो। उसके इन्हीं सपनों को पूरा करने के लिए, बैंकों ने लोगों की जरूरत एवं क्षमताओं के अनुरूप, जमा एवं ऋण योजनाओं के विविध उत्पाद प्रस्तुत किए हैं। इस लेख में चूंकि हमारा विषय 'खुदरा बैंकिंग-ऋण उत्पाद' है, अतः हम विषय विशेष की सीमा में रहते हुए, यहाँ सिर्फ खुदरा बैंकिंग से संबंधित प्रमुख ऋण उत्पादों की बात करेंगे।

खुदरा ऋण उत्पादों की चर्चा करने से पहले हम संक्षेप में यह जान लें कि खुदरा ऋण क्या होता है ? शब्दकोशों या विषयकोशों की परिभाषा के अनुसार, ऐसे ऋण जो कारोबारियों या संस्थानों के बजाय व्यक्तिगत उपभोक्ताओं या ग्राहकों को दिए जाते हैं, वे

खुदरा ऋण कहलाते हैं। इस परिभाषा को स्पष्ट करने के साथ-साथ एक कदम और आगे बढ़कर कहें तो खुदरा ऋण का अंतिम उपयोग (End use) उधारकर्ता द्वारा अपनी संबंधित आवश्यकता की पूर्ति के लिए ही किया जा सकता है। किसी विकास या कारोबारी गतिविधि (Developmental or business activity) करके लाभ कमाने के उद्देश्य में इस ऋण राशि का उपयोग नहीं किया जा सकता।

वस्तुतः, एक ओर जहाँ थोक-ऋण या यूँ कहें कि बड़े ऋण सामान्यतः विशाल कारोबारी घरानों, संस्थाओं को दिए जाते हैं या फिर किसी तृतीय पक्ष (जैसे कि एसएचजी आदि) के माध्यम से वास्तविक उपभोगकर्ताओं तक पहुँचते हैं, तो दूसरी ओर खुदरा ऋण उसके प्रत्यक्ष उपभोगकर्ता ग्राहक को सीधे ही प्रदान किये जाते हैं। इस फंडे को थोक व्यापारी (Wholesale trader), खुदरा व्यापारी (Retail trader) तथा ग्राहक या उपभोक्ता (Consumer) के उदाहरण से आसानी से समझा जा सकता है। थोक व्यापारी कोई माल-सामान खरीदकर या तो यथावत स्वरूप में खुदरा व्यापारी को बेच देता है अथवा कच्चेमाल के रूप में नये उत्पाद तैयार करने में उसका उपयोग करता है / उसका मूल्य संवर्धन (Value addition) करता है और उसके बाद आगे खुदरा व्यापारी को बेचता है, जो इस कड़ी को आगे बढ़ाते हुए खुदरा ग्राहक (Retail customer) अर्थात् उसके वास्तविक उपभोक्ता (Real consumer) को बेचता है। ठीक इसी प्रकार, बैंकों द्वारा खुदरा ऋण सीधे उसके वास्तविक उपभोगकर्ताओं अर्थात् खुदरा ग्राहकों को दिए जाते हैं। इस प्रकार खुदरा ऋणों में बैंक और ग्राहक (उपभोक्ता) का रिश्ता सीधा (वन टू वन) होता है। उनके बीच थोक व्यवसायी अथवा फुटकर व्यापारी नामक बिचौलिया नहीं होता। इसमें दोनों ही पक्षों को लाभ मिलता है। एक ओर, ग्राहक को अपनी जरूरत विशेष के अनुरूप बिना किसी की मध्यस्थता के अत्यंत आकर्षक शर्तों व न्यूनतम ब्याज दरों पर ऋण मिल जाता है, तो वहीं दूसरी ओर, बैंक अल्पतम मार्जिन पर ऋण प्रदान करते हुए न केवल हर आम और खास के सपनों को पूरा करने में सहभागी बनता है, अपितु अपना ग्राहक आधार बढ़ाकर 'वित्तीय समावेशन' की सरकारी नीति को सफल बनाने में भी सक्रिय योगदान करता है।

आइये, अब हम बात करते हैं बैंकों में उपलब्ध विभिन्न खुदरा ऋण उत्पादों/सुविधाओं, ऋण योजनाओं की। कहने की आवश्यकता नहीं कि हमारे देश में कार्यरत विभिन्न बैंकों ने अपने विद्यमान व संभावित ग्राहकों की हर छोटी-बड़ी जरूरतों को ध्यान में रखकर अलग-अलग नाम पहचान देते हुए खुदरा ऋण उत्पादों की अत्यंत आकर्षक व ग्राहक मैत्रीपूर्ण (Customer friendly) शृंखलाएं प्रस्तुत की हैं। बैंकों के खुदरा ऋणों की इन शृंखलाओं में शामिल विभिन्न उत्पाद नामक कड़ियों का क्रमवार संक्षिप्त ब्यौरा इस प्रकार है :

1. आवास ऋण (Home Loan)

'एक छोटा-सा घर हो अपना' - इसका सपना हर कोई देखता है, जिसे पूरा करने के लिए बैंकों ने विभिन्न नामों से आवास ऋण की सुविधा अपने विद्यमान एवं भावी ग्राहकों के लिए उनकी आवश्यकता, पात्रता व पुनर्भुगतान क्षमता के अनुरूप विविध विकल्पों में प्रस्तुत की है। इस ऋण योजना के अंतर्गत न केवल नया मकान / फ्लैट बनवाने या खरीदने के लिए, अपितु विद्यमान मकान की मरम्मत कराने, उसमें सुधार या विस्तार कराने के लिए भी ऋण दिया जाता है। इतना ही नहीं, मान्य संस्थाओं से आवंटित / बेचे गये प्लॉटों की खरीद के लिए भी यह ऋण उपलब्ध कराया जाता है। अन्य किसी बैंक या वित्तीय संस्था आदि से लिए गए ऋण की चुकौती के लिए भी बैंक इस योजना के तहत आवास ऋण देते हैं।

बदलते समय के नये संदर्भों में, आमतौर पर यह देखने में आता है कि एक परिवार के सभी सदस्य एक ही स्थान (शहर) में प्रायः नहीं रह पाते। ऐसी स्थिति में, नया या कहें कि दूसरे स्थान पर भी अपना घर हो, तो कितना अच्छा लगेगा ! इसी सपने को साकार करने के उद्देश्य से, दूसरा मकान या फ्लैट खरीदने के लिए भी बैंकों द्वारा द्वितीय आवास ऋण की सुविधा उपलब्ध करायी जाती है।

2. वाहन ऋण (Vehicle Loan)

आज की भागदौड़ भरी जिन्दगी में अपने गंतव्य पर शीघ्रतिशीघ्र पहुंचने की जल्दी प्रायः हर किसी को होती है। अतः 'अपना घर' होने से पहले 'अपना वाहन' होने की तमन्ना रहती है। ग्राहक की इस प्राथमिक जरूरत और उसके पात्रता मानदंडों के मद्देनजर दुपहिया (बाइक/स्कूटर) अथवा चौपहिया वाहन (कार/जीप) खरीदने के लिए उसे यह ऋण सुविधा बैंकों द्वारा उपलब्ध करायी जाती है। बेशक, यह सुविधा नये वाहन खरीदने के लिए है, किन्तु पुराने चौपहिया वाहन (जो नियत सीमा से अधिक पुराना न हो) की खरीद के लिए भी ऋण सुविधा दी जाती है।

3. शिक्षा ऋण (Education Loan)

शिक्षा (पढ़ाई) न केवल ज्ञानार्जन या रोजगार के लिए आवश्यक होती है, बल्कि व्यक्ति और समाज की सभ्यता व उसके समग्र विकास के साथ-साथ जीवन-मूल्यों की उत्कृष्टता के लिए भी वह उतनी ही अपरिहार्य है। इस फलक पर अर्थ आड़े न आए, इसकी चौकस व्यवस्था बैंकों ने विभिन्न आकर्षक शिक्षा ऋण-योजनाओं के माध्यम से प्रस्तुत की है। हम सभी जानते हैं कि वर्तमान में शिक्षा बहुत महंगी हो गयी है। खास परेशानी तब सामने आती है जब बच्चों को किसी उच्च व्यवसायोन्मुखी या तकनीकी पाठ्यक्रम में भेजना हो। इसी परेशानी

का समाधान बैंकों ने अपनी शिक्षा ऋण योजनाओं में दिया है। ऋण पात्रता पूरी करने वाले बच्चों को, आगे मान्यता प्राप्त पाठ्यक्रम के लिए, ऋण प्रदान किया जाता है। देश के अंदर या विदेश में अध्ययन के लिए ऋण उपलब्ध कराया जाता है, तथा आईआईएम, आईआईटी व अन्य कुख्यात संस्थाओं से कोर्स करने हेतु एवं कामर्शियल पाइलट आदि प्रशिक्षण कार्यक्रमों के लिए विशेष पैकेजों की सुविधा भी उपलब्ध है।

4. संपत्ति के आडमान के एवज में ऋण (Loan Against Mortgage of Property)

आवास, वाहन, शिक्षा जैसी विशेष उद्देश्यपरक ऋण सुविधाओं से हटकर यह एक ऐसी ऋण सुविधा है जो विभिन्न प्रकार के व्यक्तिगत खर्चों / जिम्मेदारियों को पूरा करने के प्रयोजन को ध्यान में रखकर उपलब्ध करायी गयी है। ये खर्चे विवाह-समारोह, चिकित्सा, बच्चों की उच्च शिक्षा या फिर किसी अप्रत्याशित व्यय से संबंधित हो सकते हैं। इतना ही नहीं, अपनी नाजुक वित्तीय स्थिति को स्थायित्व देने या सुदृढ़ बनाने के लिए भी इस ऋण सुविधा का लाभ उठाया जा सकता है। यह ऋण व्यक्ति को अपनी रिहायसी या वाणिज्यिक परिसंपत्ति (जमीन/भूखंड/मकान) के विरुद्ध दिया जाता है। ऋण का स्वरूप मीयादी ऋण अथवा एसओडी सुविधा के तौर पर हो सकता है, किंतु वेतनभोगी वर्ग के मामलों में एसओडी की सुविधा नहीं दी जाती।

5. प्रतिगामी बंधक (Reverse Mortgage) यानी कि बुढ़ापे की लकड़ी

यह खुदरा ऋण उत्पाद एक खास मकसद को ध्यान में रख कर बनाया गया है। ऐसे बुजुर्ग लोगों के लिए, जिनके सर पर छत तो अपनी है किंतु आजीविका या जीवनयापन के आर्थिक स्रोत पर्याप्त नहीं हैं। जीवनयापन की जरूरतों को पूरा करने के लिए अपने मकान को बेच दें, तो रहेंगे कहां? रहने रख दें, तो ऋण की किस्त कहां से चुकाएं? संतान है नहीं या फिर है तो उसने उनसे मुंह मोड़ लिया है, इसलिए नहीं होने के बराबर हैं। अपने बेगाने बन गये हैं। जीवन की डगर पर अंतिम पड़ाव के नजदीक पहुंच रहे ऐसे बुजुर्गों के लिए आशा की किरण के तौर पर बैंकों ने 'रिवर्स मार्गेज' नामक उनके अत्यंत काम का ऋण उत्पाद प्रस्तुत किया है, जिसमें कोई वरिष्ठ नागरिक अपने स्वामित्व वाली प्रधान आवासीय संपत्ति (मकान/फ्लैट) के पेटे, एकल या अपने जीवित जीवन साथी के साथ संयुक्त रूप से, ऋण प्राप्त कर सकता/सकती है। संपत्ति को बैंक के पक्ष में आड़मानित करने पर एक निश्चित ऋण रकम का भुगतान मासिक आधार पर उसे किया जाता है, जो एक अतिरिक्त आमदनी के रूप में उसे मिलती है तथा उसका उपयोग वह अपने हिसाब से दिन-प्रतिदिन की जरूरतों को पूरा करने अथवा अपने आवास में मरम्मत / विस्तार करने,

चिकित्सा व्यय, बीमा या अन्य किसी आवश्यकता आदि को पूरा करने के लिए कर सकता /सकती है। इस ऋण योजना में, आकस्मिक चिकित्सकीय-व्यय/इलाज आदि की जरूरतों में, कुल पात्र ऋण का एकमुश्त भुगतान दिए जाने का प्रावधान भी है।

उक्त ऋण योजना के अंतर्गत ली गयी ऋण राशि का पुनर्भुगतान/चुकोती ऋण अवधि के दौरान सुविधानुसार कभी भी की जा सकती है, जिसके लिए कोई पूर्व-भुगतान दंड नहीं लगाया जाता। ऋणकर्ता(ओं) का अवसान होने के बाद भी संपत्ति के वारिस यदि बैंक के ऋण को चुकाने में रुचि नहीं लेते या असमर्थ हैं, तो बैंक उस संपत्ति का निपटान, नियत प्रक्रिया के अनुसार, करके अपना ऋण समायोजित कर लेगा तथा यदि उसके बाद कोई राशि बचती है तो उसे ऋणकर्ता(ओं) के कानूनी वारिस(सों) को दे देगा।

6. कम्फर्ट ऋण(Comfort Loan) मतलब सुविधा ऋण

मुख्यतः वेतनभोगियों अर्थात् राज्य/केंद्र सरकार के कार्यालयों/विभागों तथा सुरक्षा-पुलिस बलों / स्वायत्त निकायों/ संयुक्त क्षेत्र के उपक्रमों/ निगमों/शिक्षण संस्थानों/ लिमिटेड कंपनियों के कर्मचारियों को ध्यान में रखकर प्रस्तुत की गयी यह एक सहज ऋण सुविधा है, जो विविध व्यक्तिगत व्ययों और उपभोक्ता वस्तुओं की खरीद के प्रयोजन से बनायी गयी है। उधारकर्ता की नियमित आय होनी चाहिए तथा बैंक की जिस शाखा से वह ऋण लेता है, उसमें उसका वेतन खाता होना चाहिए और मासिक वेतन सीधे ही उस खाते में नियमित रूप से जमा होना चाहिए, ताकि ऋण राशि की चुकोती नियत मासिक किस्तों में समय पर हो सके।

वस्तुतः यह ऋण सुविधा 'वेतन बचत खाता' के साथ लिंक है, जिसके माध्यम से एक वेतनभोगी अपनी जरूरी उपभोक्ता वस्तुओं की खरीद करने के लिए या फिर ऐसे व्यक्तिगत खर्चों के लिए ऋण प्राप्त कर सकता है, जिनकी पूर्ति वह अपनी बचत/जमापूंजी को प्रभावित किए बिना करना चाहता है।

7. नकदी अग्रिम (Cash Advance)

यह ऋण उत्पाद ऐसे सरकारी/अर्धसरकारी उपक्रमों/बैंकों तथा प्रतिष्ठित निजी संगठनों के सेवा निवृत्त/पेंशन-भोगी कर्मचारियों के लिए प्रस्तुत किया गया है जिनकी निश्चित आय/पेंशन का भुगतान बैंक के माध्यम से (उनके खाते में) होता है। अधिकतम नियत सीमा के अंदर उसकी दैनंदिन वित्तीय आवश्यकताओं की पूर्ति हेतु यह ऋण दिया जाता है तथा उसकी चुकोती निश्चित समान मासिक किस्तों में की जाती है।

8. चिकित्सकीय सेवा कार्य हेतु ऋण(Loan for Providing Good Health)

चिकित्सा व स्वास्थ्य क्षेत्र में सेवा कार्य से जुड़े व्यक्तियों अर्थात डॉक्टर संवर्ग को अपनी क्लीनिक में उपयोग के लिए नये उपकरण / मशीनें क्रय करने या क्लीनिक हेतु परि सर खरीदने तथा/अथवा उसमें मूलभूत सुविधाएं(Infrastructure) जुटाने व फर्निशिंग करवाने जैसे प्रयोजनों के लिए यह विशिष्ट ऋण उत्पाद डिजाइन किया गया है।

9. खुशी सदैव बनी रहे(Loan to Keep Smile)

सेवा निवृत्त या वेतनभोगी संवर्ग के ऐसे कर्मचारी जिनकी पेंशन/वेतन बैंक के माध्यम से (खाते में) आता है, उन्हें आकस्मिक चिकित्सकीय-व्यय एवं अन्य व्ययों जैसे कि बिजली, पानी, टेलीफोन के बिलों का भुगतान अथवा बच्चों की स्कूल फीस आदि जमा करने के लिए उनके मासिक वेतन/पेंशन की 90% तक राशि उनके खाते में अग्रिम के तौर पर जमा कर दी जाती है ताकि वे अपने उपर्युक्त भुगतानों को समय पर कर सकें, और इस प्रकार देरी के लिए उन्हें कोई दंड नहीं लगे/कोई प्रभार न भरना पड़े, अर्थात हर बैंक चाहता है कि उसके ग्राहकों के चेहरों पर खुशी हमेशा, हर स्थिति में बरकरार रहे। अग्रिम की यह रकम उनकी अगली पेंशन/वेतन जमा प्राप्त होने पर एक साथ अथवा उनके अनुरोध पर 2-3 मासिक किस्तों में चुकता कर ली जाती है तथा आगे भी, आवश्यकतानुसार इस क्रम को बनाये रखा जा सकता है।

10. अतिरिक्त आवास ऋण(Home Top up)

बैंकों ने अपने ऐसे विद्यमान आवास ऋण धारकों (गृहऋण स्वामियों)के लिए, जो नियमित व सही ढंग से अपने आवास ऋण की न्यूनतम निधारित किस्तें भर चुके हैं, अपने मकान की मरम्मत / नवीनीकरण / सुधार / फर्निशिंग आदि के लिए एक मीयादी ऋण के तौर पर 'होम लोन टॉप-अप' की अतिरिक्त सुविधा प्रस्तुत की है। निस्संदेह, मकान को टॉप-टॉप बनाये रखने में बैंकों का यह 'टॉप-अप' ऋण विद्यमान आवास ऋण खातेदारों की समयानुकूल जरूरत के लिए एक विशेष व अतिरिक्त आकर्षण है।

बैंकों के 'खुदरा बैंकिंग- ऋण उत्पादों' के बारे में निष्कर्ष रूप में यह कहना अतिशयोक्ति नहीं होगी कि अपने विद्यमान एवं संभावित ग्राहकों की बहुआयामी गतिविधियों एवं ऋण जरूरतों के मुताबिक (Tailor made) खुदरा ऋण योजनाओं की एक लंबी सीरीज बैंकों ने प्रस्तुत की है, जो ग्राहकों के फीडबैक के आधार पर न केवल तैयार की गयी है/ जोड़ी-घटाई गयी है, अपितु उनकी विशेषताओं (Features) में जरूरी रददोबदल भी समय की मांग व ग्राहकों की सुविधा/ सोच/ आवश्यकता अनुसार की जाती रही है/की जाती रहेगी।

एकल व्यक्तियों (Individuals) की आधारभूत व प्राथमिक(Basic & primary) ऋण जरूरतों को यथासंभव पूरा करने के लिए खुदरा ऋण योजनाएँ गढ़ने और उन्हें क्रियान्वित कराने के लिए अधिकतर बैंकों के कॉर्पोरेट ऑफिसों में "खुदरा बैंकिंग" नाम से पूर्ण-विकसित (Full-fledged) विभाग कार्यरत है, जो उनकी समुद्रपारीय शाखाओं/प्रतिनिधि कार्यालयों सहित, देशभर में फैले शाखा-कार्यालयों के नेटवर्क के माध्यम से, अपनी सक्षम, कुशल व प्रशिक्षित मार्केटिंग टीमों के सन्नित प्रयास/सहयोग से, खुदरा बैंकिंग ऋण सेवाओं के विस्तार के लिए कटिबद्ध हैं।

उपर वर्णित खुदरा ऋण योजनाओं में से अधिकतर का एक अन्य आकर्षक पहलू यह भी है कि अगर उधारकर्ता अपनी सत्यापन योग्य वैध आय के स्रोत से ऋण की समय-पूर्व चुकौती करता है, तो उस पर कोई 'पूर्व भुगतान दंड' नहीं लगाया जाता। इसके अतिरिक्त, कई बैंकों ने विभिन्न खुदरा ऋणों हेतु ऑन-लाइन आवेदन सुविधा भी उपलब्ध करायी हुई है। निस्संदेह, बैंकों की यह विशिष्ट गतिविधि एक ओर हर आम और खास की खुदरा ऋण जरूरतों को पूरा करते हुए अपने बैंकिंग कारोबार व ग्राहक आधार को बढ़ाने/ मजबूत करने में सहभागी है, तो दूसरी ओर, राष्ट्र की समग्र प्रगति हेतु सरकार की 'वित्तीय समावेशन' जैसी प्राथमिक वचनबद्धता/विकास-नीति को क्रियान्वित/सफल व साकार करने में महत्वपूर्ण भूमिका निभा रही है।

खुदरा बैंकिंग में समुचित सावधानियाँ

टी.के.चक्रवर्ती

आधुनिक युग के बैंकिंग परिवेश में सभी बैंकों द्वारा खुदरा क्षेत्र में ऋण प्रदान करना एक आकर्षक माध्यम है, जिससे न केवल विभिन्न वर्गों के ग्राहकों को आकृष्ट किया जा सकता है, बल्कि अपने कई उत्पाद एक ही ग्राहक को बेचे जा सकते हैं। खुदरा ऋण का लक्ष्य समूह विस्तृत होने के कारण, जिनके पास प्रयोज्य आय (Disposable income) काफी है, यह क्रेडिट प्रसार के लिये अच्छा स्रोत है। बढ़ती हुई आय तथा अपने जीवन निर्वाह में सुधार की अपार इच्छा यह बताती है कि खुदरा ऋण के प्रसार में असीमित संभावना है। 'कल की कमाई को आज खर्च' की संस्कृति ने खुदरा ऋण को बल प्रदान किया है। बैंकों के काम काज में तकनीक के आगमन से इसकी सुपुर्दगी पर अनुकूल प्रभाव पड़ा है। चूँकि खुदरा ऋण की राशि का आकलन संपूर्णतः आय के पैमाने एवं जीविका(sustenance)राशि पर आधारित है, तथापि इसकी सुपुर्दगी काफी सरलीकृत है। चूँकि खुदरा ऋण की राशि सामान्यतः छोटी होती है तथा विभिन्न ग्राहकों को ऋण दिये जाते हैं। अतएव बैंकों का जोखिम स्प्रेड हो जाता है तथा एन पी ए का अनुपात भी काफी कम रहता है और इसे आवश्यक सम्यक सावधानी के द्वारा नगण्य किया जा सकता है। सम्यक सावधानी इस प्रकार परिभाषित कर सकते हैं- 'वित्तीय एक्सपोजर लेने से पूर्व किसी व्यक्ति अथवा कारोबार अथवा किसी संपत्ति के बारे में जाँच पड़ताल' खुदरा ऋण के जोखिम में कमी का यह नाजुक पक्ष है। वस्तुतः खुदरा ऋण संविभाग में हम अपने ग्राहक को जानें(केवाईसी) से अपने उधारकर्ता को जानने की ओर उन्मुख होते हैं। आवेदक की भुगतान करने की क्षमता उसकी आयकर विवरणी से / संपत्ति कर विवरणी / मासिक वेतन विवरणी / फॉर्म 16 इत्यादि से परखी जायेगी तथा ऋणी ऋण चुकाने का इच्छुक है या नहीं, इसका मूल्यांकन उसका खाता विवरण, बाजार सूचना इत्यादि से किया जायेगा। अतः इन सभी दस्तावेजों में सम्यक सावधानी बरतनी आवश्यक है।

सम्यक सावधानी क्यों आवश्यक है ?

किसी भी ऋण पालिसी की सर्वोच्च प्राथमिकता है कि ऋण आस्तियाँ सुरक्षित रहें, परफारमिंग हो एवं मानक रहें। खुदरा ऋण के साथ विभिन्न प्रकार के जोखिम जुड़े होते हैं, विशेषकर उधारकर्ता जोखिम, चूककर्ता जोखिम, कारोबार जोखिम, इन सभी प्रकारों के जोखिम को कम करने का एक महत्त्वपूर्ण पहलू सम्यक सावधानी(इयू डिलिजेंस) है। अतएव इयू डिलिजेंस की आवश्यकता को समझते हुए निम्न कदम उठाये जाने चाहिए।

(1) ऋण खाता खोलने का उपयुक्त फॉर्म प्राप्त करना

इससे ग्राहक की पहचान होगी। उक्त फॉर्म से यह सुनिश्चित होगा कि मूल्यांकन हेतु अपेक्षित डाटा संग्रहित किया गया है। इसके अतिरिक्त सभी संलग्न अनुपूरक दस्तावेज की जाँच से यह पुष्टि होगी कि सभी आवश्यक दस्तावेज प्राप्त हो गये हैं। ऋण फॉर्म में दिये गये विवरण की जाँच/संबद्ध अनुपूरक दस्तावेजों में प्राप्त डाटा से की जायेगी जिससे दोनों में तारतम्यता का पता चलेगा। यदि तारतम्यता नहीं है तो यह उधारकर्ता की निष्ठा में संदेह पैदा करेगी। यहाँ यह भी संभव है कि अनेक अनुरोध के बावजूद उधारकर्ता ने कुछ दस्तावेजों को प्रस्तुत न किया हो। इससे यह संदेह पैदा होता है कि क्या वह कुछ छुपाने की कोशिश कर रहा है ? उपरोक्त के द्वारा उधारकर्ता के बारे में राय बनाने में मदद मिलेगी।

(2) समर्थित दस्तावेजों की संवीक्षा

उधारकर्ता के मूल कागजात से समर्थित दस्तावेजों को अधिप्रमाणित किया जाये तथा सत्यापित किया जाये। सदैव इस बात का ध्यान रखे कि उधारकर्ता द्वारा प्रस्तुत कागजात जारीकर्ता प्राधिकारी से सत्यापित करने बाद ही लें। प्राप्त कोटेशन की वेतन पर्ची / पहचान पत्र / आयकर विवरणी से क्रास जाँच करे। जाँच बिंदु के समय स्पष्टीकरण प्राप्त किया जाये कि यह टिप्पणी भविष्य में स्पष्टीकरण हेतु आवेदक के कागजात पर नोट करें।

(3) आवेदक से साक्षात्कार

आवेदक के संदर्भ में जाँच हेतु इसकी सबसे अधिक सार्थकता है। आवेदक द्वारा प्रस्तुत आवेदन प्रपत्र / समर्थित दस्तावेजों से यदि कुछ सूचना प्राप्त न हुई हो, दस्तावेजों पर जाँच के दौरान यह लिखा गया हो कि *स्पष्टीकरण मांगा जाये* तो ऐसी जानकारी हम साक्षात्कार के दौरान ले सकते हैं। जैसे आवेदक का विगत इतिहास, उसके परिवार के विषय में जानकारी, बैंक / अन्य बैंकों के साथ पूर्व में उसका संव्यवहार इत्यादि जैसी जानकारी ली जा सकती है। आवेदक का ज्ञान-कौशल तथा उसकी अभिवृत्ति के बारे

में भी साक्षात्कार द्वारा अनुमान लगाया जा सकता है. आवेदक के साथ लिये गये इंटरव्यू को विधिवत् रिकॉर्ड किया जाये. आवेदक का 4-सी अर्थात कैपिटल, कैपेसिटी, कैरेक्टर, कोलेटरल की जाँच की जाये

(4) बाजार में पूछताछ

आवेदक द्वारा किये जाने वाले कारोबार के बारे में बाजार की संभाव्यता / आवेदक के ट्रैक रिकॉर्ड के बारे में नियोक्ता से / कर्मचारियों से / आवेदक के साथ डीलिंग कर रहे अन्य व्यक्ति तथा अन्य स्रोतों के माध्यम से पता लगाया जाये. आवेदक के संबंध में किये गये निरीक्षण को विधिवत् रिकॉर्ड किया जाये तथा उसे रिकॉर्ड में रखा जाये. आवेदक के आवास / कारोबार स्थल के निरीक्षण के दौरान उसके द्वारा दिये गये पते की प्रामाणिकता / वर्तमान व्यवसाय / उसके लाइफस्टाइल इत्यादि के बारे में जानकारी प्राप्त की जाये.

(5) आवेदक के वर्तमान बैंकर से गोपनीय रिपोर्ट

यह रिपोर्ट आईबीए के निर्धारित प्रपत्र में प्राप्त की जाये.

(6) सिबिल /क्रीसिन फैक साइट /भा.रि.बैंक चूककर्ताओं की जाँच

इस साइट के द्वारा जाँच करने पर आवेदक की यदि कोई साख हिस्ट्री है तो उसका पता लगाया जा सकता है.

प्रतिभूति के रूप में ऑफर की गई संपत्ति के संबंध में सम्यक सावधानी

गिरवी रखी जाने वाली संपत्ति के संबंध में भी उसी प्रकार सम्यक सावधानी बरतनी आवश्यक है जैसी आवेदक /सह -आवेदक /गारंटीकर्ता बंधकग्राही के संबंध में बरतनी आवश्यक है. इस हेतु निम्न कदम उठाये जायें.

- (1) सिबिल साइट से सिबिल मोरगोज चेक रिपोर्ट की जाँच की जाये.
- (2) (ए) संपत्ति की एनईसी / सर्च रिपोर्ट प्राप्त की जाये तथा वास्तविकता को सुनिश्चित करने हेतु मूल्यांकन रिपोर्ट के साथ उसकी तुलना की जाये. यह सुनिश्चित करें कि हक विलेख की शृंखला संपूर्ण है. पिछले हक विलेख की प्रमाणित असली प्रति(टू प्रति) प्राप्त की जाये. जाली हक विलेख के पेटे सतर्कता बरतने हेतु यह सलाह दी जाती है कि उप रजिस्ट्रार के कार्यालय से इसके हस्ताक्षर की प्रामाणिकता हक विलेख में प्रयुक्त सील, स्टैम्प पेपर इत्यादि की जाँच की जाये.

(बी) संपत्ति की मूल्यांकन रिपोर्ट प्राप्त की जाये

इसमें आवश्यक है कि मूल्यांकनकर्ता द्वारा यह पता लगाया जाए कि हाल में उस स्थल के आस-पास हुए 2 या 3 संपत्ति की खरीद-बिक्री किस रेट पर हुई है तथा तदनुसार रिपोर्ट प्राप्त की जाए .

(3) संपत्ति की साइट पर विजिट करना

संपत्ति की साइट पर विजिट कर उसका भौतिक सत्यापन किया जाये. ताकि संपत्ति के स्वामित्व, कब्जा, मूल्यांकन, बाजार संभाव्यता, भूमि का प्रकार(क्या वह बंधक किया जा सकता है) इत्यादि के बारे में जानकारी प्राप्त की जाए. संपत्ति की निरीक्षण रिपोर्ट तैयार की जाये.

(4) विक्रय करार की प्रामाणिकता का सत्यापन

यदि मकान / फ्लैट की खरीद की जानी है, तो बिल्डर के बैंक ग्राउंड के बारे में जानकारी प्राप्त की जाये.

आवेदक को ऋण संवितरण से पूर्व चरण में केवल सम्यक सावधानी को परिभाषित नहीं कर सकते. आवासीय ऋण के मामले में यह ऋण संवितरण के दौरान जारी रह सकता है तथा वास्तुकार से प्राप्त ऋण के अंतिम उपयोग का सत्यापन करने तथा म्युनिसिपल प्लैनर रिपोर्ट प्राप्त की जाये जिसमें संवितरण के प्रत्येक चरण में बिल्डिंग विनियामक की अनुपालना की पुष्टि हो, वाहन ऋण के मामले में ऋण संवितरण पश्चात् चरण में उपयुक्त प्राधिकारी से पंजीकृत बैंक प्रभार प्राप्त करते समय जैसे आर टी ओ में बैंक प्रभार पंजीकृत करना, बैंक क्लॉज शर्तों सहित व्यापक बीमा कागजात प्राप्त करना.

विभिन्न ऋण योजनाओं के अंतर्गत कुछ अतिरिक्त सम्यक सावधानी निम्न बरती जा सकती है .

1. यूनिजन होम

- संवितरण के प्रत्येक चरण पर. वास्तुकार से अथवा म्युनिसिपल प्लैनर की रिपोर्ट जिसमें संवितरण के प्रत्येक चरण में बिल्डिंग विनियामक की अनुपालना की पुष्टि हो, प्राप्त की जाये.
- बैंक वित्त से खरीदे गये मकान / फ्लैट का बीमा प्राप्त करना.
- पिछले 3 माहों की वेतन पर्ची की संवीक्षा तथा पिछले 3 वर्षों के आयकर विवरणी की संवीक्षा.

- संपत्ति की बाउंडेशन का भौतिक सत्यापन करना / मूल्यांकन कर्ता / अधिवक्ता रिपोर्ट से क्रास जाँच करना.
- नियोक्ता से वेतनपर्ची की प्रामाणिकता के संदर्भ में सत्यापन तथा जो व्यक्ति वेतन पर्ची पर हस्ताक्षर करता है / ऐसा करने हेतु वचनपत्र प्राधिकृत है.
- बिल्डिंग मैटेरियल खरीद हेतु दिये गये कोटेशन की जाँच करना तथा कार्य उपरांत भौतिक सत्यापन करना तथा बिल प्राप्त करना .

(2) यूनिजन माइल्स

- बीजक का सत्यापन
- पिछले 3 माहों की वेतन पर्ची की संवीक्षा तथा पिछले 3 वर्षों के आयकर विवरणी की संवीक्षा
- बैंक वित्त से खरीदे गये वाहन का निरीक्षण. इंजन नम्बर/चेसिस नम्बर की आर सी पुस्तिका /बीमा कवर नोट से जाँच.

(3) यूनिजन एजुकेशन

- विद्यार्थी ने जिस भारतीय / विदेशी संस्थान में दाखिला लिया है वह संस्थान मान्यता प्राप्त है या नहीं, इसकी जाँच करना आवश्यक होगा.

इयू डिलिजेंस पर एक उदाहरण

एक शाखा द्वारा मकान बनाने हेतु एक व्यक्ति को ऋण प्रदान किया गया था. उस व्यक्ति के पास दो प्लॉट अगल-बगल में थे, जिस प्लॉट पर ऋणी को मकान बनाना था और बैंक के पास मोरगेज था, उसके बजाय उसने अपने दूसरे प्लॉट पर काम शुरू किया. शाखा द्वारा निरीक्षण के दौरान प्लॉट की चहारदीवारी की जाँच नहीं की गई. इस प्रकार बैंक का चार्ज उस बने हुए मकान पर नहीं रहा.

निष्कर्ष

उक्त विवेचना से स्पष्ट है कि खुदरा ऋण के संबंध में बैंकों द्वारा बरती जाने वाली सम्यक सावधानी से न केवल खाता एन पी ए होने से बच सकता है वरन् बैंक संभावित हानि से बच सकते हैं.

टी.के.चक्रवर्ती, मुख्य प्रबंधक(संकाय), स्टाफ प्रशिक्षण केंद्र, गुड़गाँव

प्रति विक्रय (क्रास सेलिंग) - खुदरा बैंकिंग उत्पादों की सुपुर्दगी का प्रभावी साधन

आई.के.वेणुगोपालन

भारत में बैंकों द्वारा खुदरा बैंकिंग को महत्वपूर्ण संवृद्धि कारक के रूप में चिह्नित किया गया है. इसका मुख्य कारण कार्पोरेट बैंकिंग जैसे अन्य स्रोतों से राजस्व आय का नकारात्मक रुख दिखाई देना है, क्योंकि अपनी अत्यधिक सौदेबाजी क्षमता तथा उनके लिए उपलब्ध वैकल्पिक वित्तीय अवसरों के कारण कार्पोरेट बैंकिंग की तरफ से बैंकों पर दबाव अधिक तथा आय के अवसर कम होते जा रहे हैं. खुदरा बैंकिंग के अंतर्गत जमा उत्पाद, आवास ऋण, वाहन ऋण, उपभोक्ता वस्तु ऋण, वैयक्तिक ऋण, बंधक तथा शेयरों के पेटे ऋण, क्रेडिट कार्ड, डेबिट कार्ड, बिल भुगतान सेवा, निवेश परामर्शकारी सेवाएं आदि जैसे उत्पादों की व्यापक शृंखला शामिल है.

बैंकों के खुदरा बैंकिंग की ओर बढ़ते इस रुझान के कई कारण हैं, जिनमें से कुछ निम्नवत हैं:

- बेहतर आय तथा संशोधित लाभप्रदता
- व्यापक ग्राहक आधार
- बदलती जीवन शैली तथा लोगों की बढ़ती आकांक्षाएं
- वर्धित उत्पादन गतिविधियों के जरिये राष्ट्र के आर्थिक पुनरुद्धार में सहायता

- मांग आधारित अर्थव्यवस्था में न्यूनतम विपणन प्रयास
- बढ़ता मध्यम वर्ग व वृद्धिशील उपभोक्तावाद
- प्रति व्यक्ति आय में बढ़ोत्तरी तथा क्रय क्षमता में वृद्धि
- भारतीय अर्थव्यवस्था का शहरीकरण
- वहनीयता व कर प्रोत्साहन
- निधियों के विनियोजन हेतु अच्छे अवसर
- निम्न जोखिम सोच तथा जोखिमों का विकेन्द्रीकरण
- नवोन्मेष उत्पाद विकास
- प्रौद्योगिकीकृत प्रगति
- जनसांख्यिकी लाभांश या जनसंख्या में युवा वर्ग का बाहुल्य

इस क्षेत्र में विद्यमान विभिन्न संवृद्धि अवसरों पर विचार करते हुए बैंक इस क्षेत्र में अपना बाजार हिस्सा बढ़ाने हेतु आक्रामक विपणन नीति अपना रहे हैं। इस उभरते क्षेत्र में उद्यम करने वाले बैंकों हेतु महत्वपूर्ण घटकों में उनका व्यापक वितरण नेटवर्क, निम्न परिचालन लागत, निम्न निधि लागत, व्यापक उत्पाद संविभाग, विपणन क्षमताएं, उचित ऋण मूल्यांकन तंत्र और जोखिम मूल्यांकन पद्धतियां, त्वरित प्रोसेसिंग तथा संवितरण के संबंध में उच्च सेवा स्तर, लचीली प्रौद्योगिकी, विविधीकृत संवितरण चैनल, मजबूत ब्रांड उपस्थिति, वसूली उपाय तथा अच्छी प्रति विक्रय क्षमताएं आदि प्रमुख हैं। इसमें वही बैंक सफल होंगे जो अपने ग्राहकों को अच्छी तरह समझ सकें तथा लक्षित ग्राहकों की आवश्यकताओं के अनुरूप उत्पाद डिजाइन कर उन तक पहुंचा सकें। लोगों की अपेक्षानुरूप उत्पाद व सेवाएं उपलब्ध कराते हुए उन्हें सम्हालने की बड़ी चुनौती बैंकों के समक्ष है।

प्रभावी प्रौद्योगिकी द्वारा संचालित प्रति विक्रय बैंकों हेतु महत्वपूर्ण संवृद्धि रणनीति बन गया है। बैंक प्रति विक्रय से जुड़े फायदों को समझ गए हैं तथा वे इसे विद्यमान ग्राहकों को बनाए रखने व विक्रय सुधार के साधन के रूप में देखते हैं। इसमें व्याप्त संभावनाओं को महसूस करते हुए कई बैंकों ने अब अपनी शाखाओं को प्रति विक्रय हेतु लक्ष्य देने आरंभ कर दिये हैं। बैंकिंग विशेषज्ञ अपने खुदरा घटक विस्तार हेतु इसे व्यवहार्य विपणन रणनीति मानते हैं।

अपने विद्यमान ग्राहकों को अतिरिक्त उत्पाद व सेवाएं उपलब्ध कराना प्रति विक्रय कहलाता है। उदाहरण के लिए किसी बचत खाता धारक को स्टाफ सदस्यों द्वारा वैयक्तिक ऋण, क्रेडिट कार्ड, बीमा पॉलिसी या म्यूचुअल फंड योजना लेने हेतु प्रोत्साहित करना प्रति विक्रय कहलाएगा। बैंक अपने संपूर्ण संविभाग का प्रयोग ग्राहकों की अपेक्षाओं की पूर्ति व उन्हें तदनु रूप उत्पादों के विक्रय हेतु करते हैं। इस अवधारणा से ग्राहक व बैंक दोनों का फायदा होता है। जहां ग्राहक को ऐसा उत्पाद मिलता है, जिससे उसकी समस्या का समाधान होता है, वहीं बैंक को अपने विद्यमान ग्राहकों से अतिरिक्त विक्रय का अवसर प्राप्त होता है तथा साथ ही इससे अपने विद्यमान ग्राहकों का बनाए रखने में भी उन्हें मदद मिलती है।

कुछ अध्ययनों से पता चला है कि यदि कोई ग्राहक कई उत्पाद व सेवाओं का उपयोग करता है तो उसके विद्यमान संस्था को छोड़कर दूसरे प्रतिस्पर्द्धियों के पास जाने के अपेक्षाकृत कम अवसर रहते हैं।

प्रति विक्रय के कई प्रकार हैं जैसे:

1. किसी खाते में सेवाएं उपलब्ध कराते समय हमें ग्राहकों की अतिरिक्त आवश्यकताओं का पता चलता है, जिनका पहले उत्पाद व सेवाओं का कोई लेना देना नहीं है। उदाहरण के लिए कोई बचत खाता धारक मकान खरीदने का इच्छुक हो सकता है, जिसे लिए हम उसे आवास ऋण उपलब्ध करा सकते हैं।
2. संबद्ध सेवाओं का विक्रय - जब हम ग्राहकों को यह समझा सकते हैं कि उनके द्वारा लिए गए उत्पाद या सेवा के अलावा अतिरिक्त उत्पाद लेने पर पहले उत्पाद का मूल्यवर्धन हो जाएगा, जैसे कोई ग्राहक जिसने आवास ऋण ले रखा है यदि ऋण सुरक्षा बीमा पॉलिसी लेता है तो किसी दुर्भाग्यपूर्ण स्थिति में उसका परिवार सुरक्षित रहेगा
3. एकल उत्पाद या सेवाओं के बजाय समाधान(सॉल्यूशन) का विक्रय - ऐसा तब होता है जब हम कुछ सेवाओं के साथ पैकेज प्रस्तुत करते हैं जैसे संस्थापन सेवा या 1 वर्ष के लिए उत्पाद की सर्विसिंग आदि। उदाहरणार्थ बचत खाते के साथ इंटरनेट बैंकिंग सेवा उपलब्ध कराना। प्रति विक्रय ग्राहक व बैंक दोनों के लिए फायदे का सौदा है तथा इससे लागत में भी कमी आती है। कहा जाता है कि किसी विद्यमान ग्राहक को बनाए रखने के बजाय नया ग्राहक लाने में चार गुनी लागत आती है। इससे ब्रांड निष्ठा में सुधार होता है, लाभप्रदता बढ़ती है, ग्राहक रिटेंशन में वृद्धि होती है, मुख प्रचार में सुधार होता है तथा समग्र ग्राहक संतुष्टि में वृद्धि होती

है. ग्राहक को यह फायदा होता है कि उन्हें उत्पाद व सेवाओं के लिए अन्यत्र कहीं नहीं भटकना पड़ता है जिससे उनके कीमती समय व ऊर्जा दोनों की बचत होती है तथा साथ ही उन्हें कम लागत पर उत्पाद व सेवाएं प्राप्त होती हैं. इसके अलावा ग्राहकों को अपने बैंक से खास देख रेख, मूल्य में छूट, वैयक्तिक उत्पाद व सेवाएं आदि प्राप्त होती हैं. इस प्रकार प्रति विक्रय से ग्राहक व संस्था के बीच संबंधों की डोर मजबूत करने में मदद मिलती है.

प्रति विक्रय के उक्त फायदों के साथ इसमें कुछ ऐसे अवरोध हैं जो सफल प्रति विक्रय में बाधा पहुंचाते हैं. कुछ कार्यपालकों का मानना है कि कारोबार संवृद्धि विपणन अधिकारियों का कार्य है तथा फील्ड में जाकर नये ग्राहकों को लाना उनकी जिम्मेदारी है. इसके अलावा, प्रति विक्रय संबंधी पहल में इस बात का भी अंदेशा है कि यदि कभी किसी गलत उत्पाद की सिफारिश हो जाए, तो इससे ग्राहक असंतुष्टि का खतरा रहता है. यदि ज्यादा प्रति विक्रय किया जाए तथा वह भी विशेष रूप से टेली-मार्केटिंग के जरिये किया जाए तो ग्राहक द्वारा इसे उनका उत्पीड़न या उनकी प्राइवैसी में अनुचित हस्तक्षेप की संज्ञा दी जा सकती है.

बैंकों को चाहिए कि प्रति विक्रय अवसरों को लाभप्रद कारोबार संवृद्धि घटक के रूप में देखने से पूर्व वे इन मुद्दों पर समुचित विचार करें.

खुदरा बैंकिंग में अनेक उत्पाद एक दूसरे के संपूरक हैं तथा विद्यमान ग्राहकों को प्रति विक्रय की पूरी संभावना है. खुदरा बैंकिंग के अंतर्गत यह चुनौती है कि हम अपने ग्राहकों से किस प्रकार प्रभावी आत्मीय व्यवहार कर सकते हैं, ताकि हम अपनी लागत में कटौती करते हुए अधिकतम ग्राहक संतुष्टि सुनिश्चित कर सकें. ऐसे खुदरा बैंक, जो खुदरा बैंकिंग क्षेत्र में विजय प्राप्त करना चाहते हैं, के लिए प्रति विक्रय की भूमिका व उसके महत्व को अनदेखा नहीं किया जा सकता है.

खुदरा बैंकिंग एवं ग्राहक व्यवहार

राम गोपाल सागर

भारत गांवों का देश है. गांव खेतों पर टिके हैं. इसीलिए यह कृषि प्रधान देश बन गया. जैसे जैसे शहरीकरण का दौर चला, गांव कुछ सिमटते गए तथा खेती का स्वरूप बदल गया है. गांवों में सुख सुविधाओं और खेती के आधुनिकीकरण में बैंकों की भूमिका प्रमुख रही है.

वास्तव में तो बैंकों पर आम जनता की नजर 19 जुलाई 1969 के बाद पड़ी. इससे पहले तो गिने चुने वर्ग के हितों से बैंकों का जुड़ाव था. उनका लक्ष्य अपने कारोबार और लाभ में बढ़ोत्तरी तक सीमित था. राष्ट्रीयकरण के बाद बैंकों को यह एहसास दिलाया गया कि वे देश की जनता के हर वर्ग के लिए हैं. उन्हें केवल लाभ के लिए नहीं अपितु देश की तरक्की में भी भागीदारी निभानी है. निचले स्तर से जुड़े विकास के हर पहलू को उन्नत बनाना है. और इसी अवधारणा के चलते बैंकों का रुख क्लास बैंकिंग से मास बैंकिंग की तरफ हो गया.

पर यह क्या ? बैंकों ने जैसे अपनी उर्वरता, अपनी क्षमता सब सरेण्डर कर दी हो. वे जनता से तो जुड़ते गए, पर अपनी रफ्तार की तरफ उन्होंने ध्यान नहीं दिया. कोई दूरदर्शी सोच नहीं रखी. बस एक प्रकार से सरकारी नीति नियमों के तहत इन्हें ढकेलते रहे. यह एक शून्य काल था, जहां न बैंक तरक्की की राह पर थे और न ही देश. आर्थिक ढांचा बुरी तरह चरमरा गया था. सन् 1990 तक अंतर्राष्ट्रीय स्तर की सोच व नीति के लिहाज से गुमनाम से चल रहे थे. यह सचमुच चिंतनीय घड़ी थी.

फिर देश ने उसांस भरी और सन् 1991 की उदारीकरण की नीति के साथ गर्जना कर सचेत हो गया. इस अनायास आई परिवर्तन की दौड़ में कई लोग शामिल होने से

कतरा रहे थे. कभी सोचा भी नहीं था कि आराम तलब, तनावरहित जिंदगी के बीच ऐसा जोर का झटका लगेगा. जिन्होंने परिवर्तन को पूजा, स्वागत किया वे धड़ल्ले से आगे बढ़ गए. जो बहस-तकरार और गुणदोषों की परख में पड़े रहे वे पीछे छूट गए. जब तक चीजें बदलेंगी नहीं, सुधार की गुंजाइश नहीं होगी. उदारीकरण की तेज आंधी ने देश में एक नई चेतना और ऊर्जा से भरी पीढ़ी को जन्म दिया. आधुनिक, प्रौद्योगिकी की विधाएं तेजी से फैलीं और धीरे धीरे बैंकों ने, देश ने आर्थिक प्रगति की रफ्तार पकड़ ली.

वर्ष 1991-1992 में आरंभ हुई आर्थिक सुधार की प्रक्रिया के परिणामस्वरूप उदारीकरण, निजीकरण एवं वैश्वीकरण का दौर आरंभ हुआ. भारतीय अर्थव्यवस्था के विकास में तीव्रता आयी एवं वित्तीय तथा औद्योगिक बाजार में एक नया बदलाव आया. उद्योगों के विस्तार के साथ-साथ रोजगार के नए अवसर उत्पन्न हुए. सकल घरेलू उत्पाद में वृद्धि के साथ-साथ प्रति व्यक्ति आय में भी वृद्धि हुई. आधारभूत संरचनाओं का विस्तार एवं सुदृढ़ीकरण, तीव्र शहरीकरण तथा मध्यम आय वर्ग समूह का तीव्र विस्तार होने के कारण बाजार में एक व्यापक ग्राहक आधार निर्मित हुआ. चूंकि बैंकों की प्रगति का आधार ग्राहक है, अतः सुधारों की दौड़ में हर बैंक नए नए तरीकों से अपना ग्राहक आधार बढ़ाने में जुट गया और ग्राहक आधार में आशातीत बढ़ोत्तरी हुई. बाजार में औद्योगिक उत्पादों की मांगों में वृद्धि के साथ-साथ बैंकिंग उत्पादों की मांग में भी तीव्र वृद्धि आयी.

आर्थिक उदारीकरण के परिणामस्वरूप भारतीय औद्योगिक घरानों एवं बड़े कॉर्पोरेट्स के लिए वित्तीय संसाधन जुटाने के नए वैकल्पिक द्वार खुल गए. भारतीय उद्योग, वित्तीय संसाधनों की पूर्ति के लिए शीघ्र मौद्रिक बाजार, पूंजी बाजार एवं अंतर्राष्ट्रीय संस्थागत ऋणदाताओं से वित्तीय संसाधनों की व्यवस्था करने लगे. बैंकिंग क्षेत्र में उदारीकरण के पश्चात नए निजी एवं विदेशी बैंकों का उदय हुआ. बैंक संसाधनों के अभिनियोजन में अत्यधिक प्रतिस्पर्द्धा होने लगी, फलस्वरूप इन अभिनियोजनों से उत्पन्न आय भी घटने लगी.

उपरोक्त कारणों एवं अपार संभावनाओं से पूर्ण मध्यम आयवर्ग के समूह की ओर बैंकों का ध्यान गया. यह सचमुच दूरदर्शी खोज थी. इसमें विशाल बाजार छुपा था. इस वर्ग की आवासीय, शैक्षणिक एवं उपभोक्ता वस्तुओं के वित्तपोषण हेतु एक नयी रिटेल ऋण क्रांति का उद्भव हुआ. समसामयिक सूचना, प्रौद्योगिकी के क्षेत्र में आए क्रांतिकारी बदलाव व विकास ने इस विशाल बाजार के लिए उत्पाद अन्वेषण, उत्पाद वितरण एवं जोखिम प्रबंधन में अत्यधिक सहूलियत और पूर्ण संरचना तंत्र के विकास में मदद की.

इस मध्यम समूह को लक्षित कर बैंकों ने इसे लाभान्वित करने व स्वयं की पूंजी सही प्रयोजन के लिए निवेश कर आय अर्जित करने की योजनाओं को आधार दिया. बैंकों ने रिटेल ऋणों से जुड़े फायदे खोजे. जैसे,

1. विस्तृत बाजार समूह : चीन के बाद विश्व में भारतीय अर्थव्यवस्था सबसे तेजी से वृद्धि करने वाली अर्थव्यवस्था है. इसके साथ-साथ 18-60 वर्ष के उम्र समूह में सबसे ज्यादा जनसंख्या इस देश में है, जो कि खुदरा ऋण के लिए बेहतर संभाव्य ग्राहक हैं.
2. उच्च लाभप्रदता : खुदरा ऋण उत्पादों की कम लागत से जुड़ी अंतर्निहित विशेषताओं के कारण, औद्योगिक एवं संस्थागत ऋणों की तुलना में खुदरा ऋण पर ब्याज ज्यादा मिलता है.
3. जोखिम का विविधीकरण : ऋण जरूरत के आकार की न्यूनता एवं विस्तृत ग्राहक आधार के कारण ऋण चूक संबंधी जोखिम का भी विविधीकरण हो जाता है. अतः जोखिम प्रबंधन के मूल सिद्धांत जोखिम विविधीकरण का स्वतः अनुपालन हो जाता है.
4. क्रॉस सेलिंग की अपार संभावनाएं : आज का बैंक एक वित्तीय सुपर बाजार के रूप में परिवर्तित हो चुका है. अतः रिटेल ऋण के ग्राहकों के बीच बैंक के अन्य उत्पादों की क्रॉस सेलिंग का अच्छा अवसर प्राप्त होता है.
5. अर्थव्यवस्था वृद्धि में सहयोगी : व्यक्तियों द्वारा उपभोक्ता सामग्री की खरीद और उनकी अन्य विकासात्मक आवश्यकताओं की पूर्ति के लिए वित्तीय सहायता की उपलब्धता, इन आवश्यकताओं से जुड़ी वस्तुओं की नई मांग पैदा करती है तथा औद्योगिक विकास के लिए सहायक सिद्ध होती है. अतः खुदरा ऋण, अर्थव्यवस्था के सार्वभौमिक विकास में भी मदद करता है. बैंक देश की अर्थव्यवस्था की रीढ़ होने के कारण खुदरा ऋणों से बैंकों को इसके विविध लाभ एवं नए व्यवसाय के अवसर प्राप्त होते हैं.
6. मध्यम वर्ग का जीवन स्तर : इन ऋण सुविधाओं से इस वर्ग के रहन सहन में क्रांतिकारी परिवर्तन आया. इतना ही नहीं उनके सामाजिक स्तर में भी सम्मानजनक स्थिति बनने लगी. आवास, वाहन, उपभोक्ता वस्तुओं व शिक्षा ऋणों ने इस वर्ग को राहत की सांस दी. वे इसके सहारे पूरे जोश व ऊर्जा के साथ प्रगति की दौड़ में शामिल हो गए.

वर्तमान परिदृश्य

वैश्वीकरण के कारण एक ओर जहां अर्थव्यवस्था के विकास की नई संभावनाएं उपलब्ध हुई हैं, वहीं अर्थव्यवस्था एवं अंतर्राष्ट्रीय बाजार की जटिलता के कारण नई चुनौतियां भी सामने आयी हैं। आज के दौर में बैंकिंग क्षेत्र के समक्ष सबसे बड़ी चुनौती लाभप्रदता की वृद्धि को कायम रखना एवं प्रभावशाली जोखिम प्रबंधन पद्धति का विकास है। लाभ केंद्र के रूप में माने जाने वाले ट्रेजरी परिचालन का लाभ अर्जन एवं बैंक के समग्र लाभ में योगदान घटता जा रहा है। इसका सबसे बड़ा कारण विगत वर्षों में विश्व अर्थव्यवस्था में आयी मंदी के दौर, नित्य नए प्रावधान संबंधी नियमों का समावेश एवं अंतर्राष्ट्रीय मुद्रा एवं पूंजी बाजार में आयी अनिश्चितता है। बैंकों को अपने लाभांतर को मजबूत बनाए रखने के लिए कड़ा संघर्ष करना पड़ रहा है।

इन विकट परिस्थितियों का मुकाबला करने में अपने जोखिम के प्रति सचेत होने की दृष्टि से नई प्रौद्योगिकी काफी मददगार सिद्ध हो रही है। सूचना तकनीकी में आए विकास के कारण ही आज बैंकिंग क्षेत्र की मदद के रूप में सिबिल एवं यूआईडीएन जैसी पद्धतियों का प्रादुर्भाव हुआ है और बैंक उनका उपयोग धोखाधड़ी रोकने एवं ऋण गुणवत्ता में सुधार लाने के लिए सुविधापूर्ण तरीके से कर रहे हैं। बैंकिंग उद्योग सीबीएस एवं सीआरएम जैसी सुविधा उपलब्ध कराने वाले सॉफ्टवेयरों के कारण खुदरा ऋण की गहराइयों को छूने का प्रयास कर पा रहा है। ग्राहकोन्मुखी उत्पाद एवं सेवाओं में निरंतर सुधार के लिए हर बैंक प्रयासरत है और प्रतिस्पर्द्धा में आगे रहने के लिए हर जरूरी कदम उठा रहा है। खुदरा बैंकिंग में छिपी संभावनाओं के कारण ही सभी बैंक, यहां तक कि निजी एवं विदेशी बैंक भी अपनी शाखाओं का विस्तार देश के विभिन्न भू भागों में कर रहे हैं। यहां ब्याज दरों का महत्व उतना नहीं जितना कि त्वरित व विश्वसनीय सेवाओं का है।

संभावनाएं

वर्ष 2010-11 के दौरान सकल घरेलू उत्पाद की वृद्धि दर, वित्तीय वर्ष 2009 के 6.8% की तुलना में 8.5% रही। वहीं वित्तीय वर्ष 2011-12 के दौरान इसमें गिरावट आई पर इतनी बड़ी अर्थव्यवस्था के लिए निराशा वाली बात नहीं थी। आगे भारत सरकार अर्थव्यवस्था में अच्छी वृद्धि होने की अपेक्षा करती है। इसके परिणामस्वरूप अर्थव्यवस्था के विभिन्न क्षेत्रों में बड़ी संख्या में रोजगारों का सृजन होगा तथा विकास के अवसर सुलभ होंगे। 120 करोड़ की जनसंख्या वाले इस देश में लगभग 65% जनसंख्या 15-64 वर्ष के वर्ग समूह में आती है। जनसंख्या का इतना बड़ा भाग युवा वर्ग के रूप में होना देश के लिए एक ऊर्जावान आस्ति के साथ साथ जननांकीय लाभांश के रूप में है। इस वर्ग के लिए

बैंकों की ओर से जितनी संभावनाएं तलाशी जाएंगी और उन्हें अर्थव्यवस्था के किसी भी क्षेत्र से जुड़ने के अवसर दिए जाएंगे तो देश की तरक्की में उल्लेखनीय उछाल आएगा। इसके लिए जोखिम रहित प्रणालियों के सहारे खुदरा ऋणों को विस्तार देने की सुदृढ़ दूरदर्शी योजना का कार्यान्वयन जरूरी होगा।

बैंकिंग एवं सेवा क्षेत्र के तीव्र विस्तार के बाद भी इस देश में बहुत से बैंकिंग उत्पाद एवं सेवाओं का समावेश देश के बड़े भू-भाग में होना बाकी है। बैंकिंग ऋणों के विस्तार के बाद भी खुदरा ऋण समस्त घरेलू उत्पादों में काफी कम है। खुदरा ऋण की संभावनाओं एवं अवसरों का पता केवल आवास ऋण की मौजूदा उपलब्ध बाजार से ही ज्ञात हो जाता है। आवास ऋण खुदरा ऋण पोर्टफोलियो का महत्वपूर्ण एवं सबसे मजबूत घटक है। मार्च 2009 में समस्त अनुसूचित वाणिज्यिक बैंकों के खुदरा ऋण में आवास ऋण का भाग 44% एवं सभी ऋणों में 9% था। मार्च 2004 से मार्च 2009 का सांख्यिकीय विश्लेषण दर्शाता है कि सकल घरेलू उत्पाद में 01 प्रतिशत की वृद्धि होने पर आवास ऋण में 03 प्रतिशत की एवं शिक्षा ऋण में 05 प्रतिशत तक की वृद्धि होती है। अगर आने वाले वर्षों में सकल घरेलू उत्पाद की विकास दर 9 प्रतिशत मानी जाए तो आवास ऋण एवं शिक्षा ऋणों की संभावित दर हमें इस क्षेत्र में छिपे अवसरों की ओर संकेत करती है।

एक अनुमान के अनुसार भारत वर्ष में करीब 2 करोड़ से अधिक आवासीय इकाइयों की कमी है। अगर सकल घरेलू उत्पाद में 9 से 10 प्रतिशत की दर से आने वाले वर्षों में वृद्धि करनी है तो 2020 तक प्रति व्यक्ति आय मौजूदा स्तर से चार गुनी हो जाएगी। मध्यम आय वर्गीय समूह का तेजी से विस्तार यही दर्शाता है कि आवास ऋण एवं सकल घरेलू उत्पाद का अनुपात तीव्रता से वृद्धि करेगा। आज भी भारत का मार्गेज ऋण एवं सकल घरेलू उत्पाद का अनुपात विकसित एवं अन्य विकासशील देशों की तुलना में काफी कम है। अमेरिका एवं ब्रिटेन में यह अनुपात लगभग 65%, वहीं मलेशिया एवं ताइवान जैसे विकासशील देशों में 35 प्रतिशत है, जबकि भारत में यह अनुपात 5 प्रतिशत के करीब ही है।

भारत का शिक्षित युवा वर्ग भारत की ज्ञान आधारित अर्थव्यवस्था का मजबूत स्तंभ है। नास्कोम के एक अध्ययन के अनुसार प्रतिवर्ष लगभग एक करोड़ छात्र विभिन्न डिप्लोमा, डिग्री एवं मास्टर डिग्री पाठ्यक्रमों में दाखिला लेते हैं, जो कि बैंकों के लिए शिक्षा ऋण में उपलब्ध अपार संभावनाओं की ओर इशारा करता है।

चुनौतियां

निश्चित है कि संभावनाओं के दोहन के मार्ग में चुनौतियां भी होंगी, जिनमें से प्रमुख

चुनौतियां निम्नलिखित हैं:

1. खुदरा ऋण उत्पाद वितरण में तेजी लाना एवं ग्राहकों से किये गए वादों के भीतर ही ऋण उपलब्ध कराना.
2. खुदरा ऋण उत्पाद का सतत अन्वेषण : बदलते परिवेश में आवश्यकताओं में भी बदलाव आता है और ग्राहकों की आवश्यकतानुसार निरंतर उत्पादों में सुधार लाना जरूरी होगा.
3. ऋण गुणवत्ता में सुधार : एन पी ए की आशंकाएं होंगी. एन.पी.ए. में वसूली एवं खातों को एन.पी.ए.में फिसलने से बचाने के लिए ऋण खातों की मॉनिटरिंग गुणवत्ता में सुधार लाना होगा.
4. धोखाधड़ी से बचाव के लिए हर स्तर पर सावधानी बरतनी होगी.
5. बैंक कर्मचारियों एवं अधिकारियों के बीच बिक्री-संस्कृति का तेजी से विकास करना एवं उनके ज्ञान एवं दक्षता का निरंतर सुदृढीकरण करना होगा. तभी ये ऐसे ऋणों की मार्केटिंग में दक्ष हो सकेंगे.
6. ग्राहक को ऋण जाल में फंसने से रोकना व उद्देश्यहीन व गुमराह हरकतों से उन्हें बचाना होगा.

निष्कर्ष यह है कि इस बदले बैंकिंग परिवेश में रिटेल ऋण बैंक के व्यवसाय एवं लाभ वृद्धि में महत्वपूर्ण योगदान करने वाला क्षेत्र है और इसमें भविष्य के लिए असीम संभावनाएं हैं. परन्तु इन असीम संभावनाओं के दोहन हेतु दक्षता, चुनौतियों से सामना करने की शक्ति की आवश्यकता होगी. इन सबमें ग्राहक के साथ जुड़ाव और बैंक के प्रति उसका लगाव ही महत्वपूर्ण दिशा तय करेगा. अतः यह जरूरी होगा कि खुदरा ऋणों की बढ़ोत्तरी के लिए ग्राहक व्यवहार को अधिक महत्व दिया जाए. जिस प्रकार का रुख और जरूरत ग्राहक की होगी तदनुसार ही ऋणों का स्वरूप बदलना होगा. ऐसी स्थिति में बैंकों की नीतियां और अपेक्षाएं भी बदलनी होंगी. भविष्य यह तय करेगा कि खुदरा बैंकिंग के किन पहलुओं की मांगों में कमी आएगी और कौन से ऐसे क्षेत्रों का प्रादुर्भाव होगा जिसके लिए नए सिरे से ऋणों की व्यवस्था करनी होगी. हर स्थिति में ग्राहक व्यवहार ही इन ऋणों की सही दिशा तय करेगा. धीरे धीरे मध्यम वर्ग समूह का दायरा बढ़ता जाएगा, उनकी मांग व जरूरतें भी बढ़ेंगी व बदलेंगी. और जैसे जैसे ग्राहक की क्रय शक्ति और जोखिम वहन करने की सृज्जबुद्धि बढ़ेगी ऋण के दायरे स्वमेव बढ़ जाएंगे. बैंकों की मजबूत लाभप्रदता के लिए खुदरा क्षेत्र भविष्य में फलदायी व निर्णायक होगा.

राम गोपाल सागर, मुख्य प्रबंधक (राभा), क्षे का अहमदाबाद

खुदरा बैंकिंग - प्राथमिकता प्राप्त क्षेत्र का संवर्धक तत्त्व / कारक

दयानंद चौधरी

बैंकिंग राष्ट्रीयकरण के पश्चात बैंकिंग सेवा का प्रवाह वर्ग-विशेष बैंकिंग (class banking) से जन-बैंकिंग (Mass Banking) की ओर होने लगा.

“खुदरा बैंकिंग से तात्पर्य वैयक्तिक बैंकिंग से है, जिसमें बैंकिंग प्रक्रिया की लेन और देन अर्थात जमा और ऋण के साथ अन्य मूल्यवर्धित बैंकिंग उत्पाद की सुविधाएँ जन-जन तक पहुँचायी जाती हैं. यह थोक बैंकिंग सेवा जो मुख्य रूप से कार्पोरेट (प्रोपराइटर, भागीदारी फर्म, प्राइवेट लिमिटेड कंपनी, पब्लिक लिमिटेड कम्पनी, संस्थाओं आदि) केंद्रित है, के विपरीत है”.

अब प्राथमिकता प्राप्त क्षेत्र का मूल उद्देश्य एवं इसकी परिभाषा क्या है ?

वर्ष 1968 में भारतीय लोकतंत्र में **उपेक्षित क्षेत्र** को देश की अर्थव्यवस्था में भागीदारी बढ़ाने के पुनीत उद्देश्य से **प्राथमिकता प्राप्त क्षेत्र** में परिभाषित किया गया. समय समय पर भारतीय एवं वैश्विक अर्थव्यवस्था में परिवर्तन के अनुसार इसके उत्पादों एवं बेंचमार्क को भारतीय रिज़र्व बैंक के निर्देशानुसार संशोधित किया जाता है. प्राथमिकता प्राप्त क्षेत्र की वर्तमान नीति सितम्बर, 2005 में श्री सी.एस.मूर्ति की अध्यक्षता में गठित आंतरिक कार्य दल द्वारा की गयी अनुशंसा पर आधारित है.

“भारतीय बैंकिंग व्यवस्था में प्राथमिकता प्राप्त क्षेत्र वह क्षेत्र है जो अधिकांश आबादी एवं कमजोर वर्ग को लाभान्वित करे तथा अधिक से अधिक रोजगार सृजन करे.”

“खुदरा बैंकिंग” एवं “प्राथमिकता प्राप्त क्षेत्र बैंकिंग” की परिभाषा एवं इसका उद्देश्य विश्लेषण से ही स्पष्ट होगा कि “खुदरा बैंकिंग किस प्रकार प्राथमिकता प्राप्त क्षेत्र के संवर्धक तत्व/कारक के रूप में कार्य कर रही है।

खुदरा बैंकिंग एवं प्राथमिकता प्राप्त क्षेत्र बैंकिंग की समानताएँ

	खुदरा बैंकिंग	प्राथमिकता प्राप्त क्षेत्र बैंकिंग
1.	यह बैंकिंग सुविधा एकल ग्राहक पर केंद्रित है	इसका उद्देश्य बहुसंख्य आबादी पर केंद्रित है तक बैंकिंग सुविधा पहुँचाना है।
2.	खुदरा उत्पाद बहुसंख्य आबादी के व्यापक मार्केट सेगमेंट को ध्यान में रखते हुए बनाया जाता है	यह उत्पाद बहुसंख्य आबादी के कमजोर वर्ग सेगमेंट को ध्यान में रखते हुए बनाया जाता है
3.	इसके उत्पाद का उद्देश्य विकास सह आय अर्जित करना है।	इसके उत्पाद का मुख्य उद्देश्य राष्ट्रीय विकास में बहुसंख्य आबादी को सहभागिता प्रदान करना है।
4.	यह लघु एवं मध्य आकार के व्यवसाय पर केंद्रित है	यह सूक्ष्म एवं लघु आकार के व्यवसाय पर केंद्रित है तथा मध्य एवं कार्पोरेट व्यवसाय का पोषक है।
5.	ग्राहकों को उत्पाद एवं सेवा (यथा ए टी एम इंटरनेट बैंकिंग, मोबाइल बैंकिंग आदि) दोनों रूप में प्रदत्त किया जाता है।	लगभग सभी उत्पाद आवश्यकतानुसार परिवर्तित आकार एवं रूप में सूक्ष्म एवं लघु व्यवसाय हेतु प्रदान किये जाते हैं।

“प्राथमिकता प्राप्त क्षेत्र बैंकिंग” का उदय उन्नीसवीं सदी में देश की अधिकांश आबादी एवं कमजोर वर्ग को रोजगार देने एवं भारतीय अर्थव्यवस्था की जड़ कृषि क्षेत्र एवं लघु उद्योग को मजबूती प्रदान करने हेतु हुआ। यह देश में सर्वाधिक रोजगार सृजन कर रही है तथा कमजोर वर्गों का आर्थिक उन्नयन कर उन्हें भी देश के आर्थिक विकास में भागीदार बना रही है।

“खुदरा बैंकिंग” का महत्व, जब बैंकिंग क्षेत्र को बीसवीं सदी में प्रतीत हुआ, तो ऐसा लगा जैसे बैंकिंग क्षेत्र को अपने व्यवसाय विस्तार करने का अकूत भंडार मिल गया

है। इसके बाद तो इन्हें अपने आँचल में समेटने की होड़ विभिन्न सरकारी एवं निजी क्षेत्रों के बैंकों में मची हुई है। जितना समेट रहे हैं उतना ही उनका आँचल छोटा पड़ जाता है। इससे भी अद्भुत बात यह है कि इनकी मजबूती उतनी ही बढ़ती जा रही है। इसका जीता जागता उदाहरण भारतीय स्टेट बैंक का 2011-12 का तुलन-पत्र एवं यूनियन बैंक की 2012-13 का Lending thrust area में सबसे अधिक आक्रामकता आरंभ से ही खुदरा ऋण की बढ़ती सीमा एवं घटते ब्याज दर की आरंभिक धमक से परिलक्षित हो रही है। यूनियन बैंक ने वित्तीय वर्ष 2012-13 हेतु रिटेल अग्रिम में 42% न्यूनतम वृद्धि का लक्ष्य रखा है।

“खुदरा बैंकिंग” जो परिभाषा से ही स्पष्ट है कि इसके मुख्य भाग हैं-व्यक्तिगत जमा, ऋण एवं ग्राहक तथा समय की मांग के अनुसार अन्य वित्तीय उत्पाद यथा डेबिट कार्ड, क्रेडिट कार्ड, ई-बैंकिंग, फोन बैंकिंग आदि। प्रत्येक खुदरा बैंकिंग उत्पाद प्रत्यक्ष / परोक्ष रूप से प्राथमिकता प्राप्त क्षेत्र के संवर्धक तत्व/कारक के रूप में कार्य करता है।

प्राथमिकता प्राप्त क्षेत्र के अन्तर्गत अग्रिम के निम्नलिखित क्षेत्र आते हैं:

1. कृषि ऋण-प्रत्यक्ष एवं अप्रत्यक्ष
2. सूक्ष्म एवं लघु उद्यम (Micro & Small Enterprises) - प्रत्यक्ष एवं अप्रत्यक्ष दोनों
3. शिक्षा ऋण
4. आवास ऋण / गृह निर्माण ऋण
5. कमजोर वर्ग / सूक्ष्म अग्रिम (Micro Credit)

खुदरा ऋण उत्पाद को विभिन्न बैंकों ने ग्राहक की मांग को ध्यान में रखते हुए बाजार में प्रस्तुत किया है। इनमें प्रमुख उत्पाद इस प्रकार हैं:

1. आवास ऋण / गृह निर्माण ऋण
2. शिक्षा ऋण
3. वाहन ऋण
4. किसान क्रेडिट कार्ड
5. चिकित्सा ऋण
6. वैकल्पिक डिलीवरी चैनल आदि

यद्यपि खुदरा ऋण उत्पादों की शृंखला काफी लम्बी है, पर हम ऊपर वर्णित मुख्य खुदरा ऋण उत्पादों के परिप्रेक्ष्य में देखेंगे कि यह किस प्रकार प्राथमिकता प्राप्त क्षेत्र के संवर्धक तत्त्व/कारक के रूप में कार्य करते हैं।

भारतवर्ष में प्राथमिकता प्राप्त क्षेत्र में सबसे प्रथम क्षेत्र है - **कृषि**।

कृषि संवर्धन के लिये निम्नांकित खुदरा ऋण उत्पाद भारतीय रिज़र्व बैंक के निर्देशानुसार बनाए गये हैं:

- I. **किसान क्रेडिट कार्ड** - विभिन्न राष्ट्रीयकृत बैंकों ने भारतीय अर्थव्यवस्था में कृषि के योगदान एवं 60%जनसंख्या की उस पर निर्भरता को देखते हुए किसानों के लिये बहु उद्देशीय खुदरा ऋण उत्पाद उपलब्ध करवाया है, जिसे “**किसान क्रेडिट कार्ड**” कहते हैं। इस क्रेडिट कार्ड का उपयोग किसान बिना कोई उपयोगिता बिल/वाउचर दिये किसी भी कृषि कार्य एवं उपभोग ऋण के लिये कर सकता है।
- II. **भूमिहीन क्रेडिट कार्ड** - कमजोर वर्ग के ग्रामीण जिनके पास कृषि योग्य भूमि नहीं है और जो दूसरे किसानों की भूमि को पट्टे पर लेकर मौखिक पट्टे पर या मजदूरी कर कृषि कार्य करते हैं, बिना किसी प्रतिभूति के रु.25000/-तक के भूमिहीन क्रेडिट कार्ड अग्रिम का उपयोग कर सकते हैं। इस सीमा के अन्दर 10% की आकस्मिक सीमा भी शामिल है।
- III. **जनरल क्रेडिट कार्ड** - यह ग्रामीण एवं अर्धशहरी नागरिकों के लिये रु.25000/-सीमा तक का झंझट रहित, बिना प्रतिभूति के उनके नकद आगमन के आधार पर निर्धारित क्रेडिट कार्ड सीमा है। इस अग्रिम को अप्रत्यक्ष कृषि ऋण के अंतर्गत वर्गीकृत किया जाता है।
- IV. **यूनियन बैंक की यूनियन शक्ति अग्रिम** - यह रु.10000/- तक की - ओवरड्राफ्ट ऋण सुविधा भूमिहीन ग्रामीण मजदूरों / कमजोर वर्गों के लिये है। बैंक ने भारत सरकार के भूमिहीन ग्रामीणों के लिये बचत खाता सह ओवरड्राफ्ट योजना के अनुसार यह सुगम खुदरा ऋण उत्पाद बनाया है, इस ओवरड्राफ्ट ऋण को प्राथमिकता प्राप्त क्षेत्र के अंतर्गत कमजोर वर्ग हेतु अप्रत्यक्ष कृषि ऋण के अंतर्गत वर्गीकृत किया जाता है।

इन खुदरा ऋण योजनाओं जिनमें चक्रीय निधि स्वीकृत की गयी है एवं में **ए टी एम** की सुविधा भी प्रदत्त की गयी है।

2. आवास ऋण/गृह निर्माण ऋण

कुल खुदरा ऋण में आवास ऋण/गृह निर्माण ऋण का अनुपात सबसे अधिक है। भारतीय रिज़र्व बैंक ने रु.25 लाख तक के ऋण को प्राथमिकता प्राप्त क्षेत्र के अंतर्गत रखा है, जो खुदरा ऋण का सबसे महत्व वाला क्षेत्र है। एक सर्वे के अनुसार आगामी 10-20 वर्षों में भारतीय मध्य वर्ग को लगभग 8 करोड़ आवास की आवश्यकता है। गृह निर्माण कार्य कुशल एवं अकुशल दोनों मजदूरों को रोजगार मुहैया कराता है। गृह निर्माण कार्य में आने वाली सामग्रियां अनेक कुटीर एवं लघु उद्योगों का पोषण करती हैं।

3. शिक्षा ऋण

गृह निर्माण ऋण के बाद खुदरा ऋण में शिक्षा ऋण का दूसरा स्थान है। भारतीय रिज़र्व बैंक ने देश में रु.10 लाख तथा विदेश शिक्षा हेतु रु.20 लाख तक के ऋण को प्राथमिकता प्राप्त क्षेत्र के अंतर्गत रखा है।

4. वाहन ऋण

यह खुदरा ऋण में सबसे लोकप्रिय ऋण है। यह प्राथमिकता प्राप्त क्षेत्र के अंतर्गत नहीं आता है, पर यह प्राथमिकता प्राप्त क्षेत्र के दूसरे सबसे महत्वपूर्ण घटक सूक्ष्म एवं लघु उद्यम (Micro & Small Enterprises) को संवर्धित करता है। उदाहरणार्थ कार ऋण-एक कार निर्माता कम्पनी, जो कि कार्पोरेट कम्पनी होती है, कार उत्पादन के लिये लघु उद्यमियों से अपेक्षित मानदंडों के अनुसार सहायक कल-पूर्व निर्धारित मूल्य पर क्रय करती है तथा कार निर्माण के पश्चात विक्रय हेतु डीलर को आपूर्ति करती है। इस प्रकार के पूरे चक्र को प्राप्त बैंकिंग सुविधा को चैनल फाइनांसिंग कहा जाता है। यहाँ कार निर्माता कम्पनी जो OEM(Original Equipment Manufacturing) कम्पनी है, को प्रदत्त बैंक सुविधा कार्पोरेट ऋण है एवं सहायकी उद्यमियों तथा सर्विस इंटरप्राइजेज को प्रदत्त बैंक सुविधा खुदरा ऋण है। यूनियन बैंक जो ओ ई एम के उत्पादन पूर्व सहायक इकाई को चैनल फाइनांसिंग के अंतर्गत रु.25.00 लाख से रु.5.00 करोड़ तक के खुदरा ऋण की सुविधा देती है, इस उत्पाद का नाम है-यूनियन **प्रोवयोर** तथा ओ ई एम के उत्पादन पश्चात डीलर को समान सीमा के अंतर्गत प्राप्त खुदरा ऋण सुविधा- **यूनियन सप्लाय** कहलाती है। दोनों खुदरा ऋण प्राथमिकता प्राप्त क्षेत्र के लघु उद्यम के अधीन आते हैं।

इसके बाद भी मूल उत्पाद के रखरखाव, सर्विसिंग, अन्य सूक्ष्म कार्य यथा टायर का पन्क्चर बनाना एवं हवा भरने का कार्य जिसके लिये **स्माल बिजनेस एवं पी एस ई** के तहत बैंकिंग सुविधा प्रदत्त की जाती है, प्राथमिकता प्राप्त क्षेत्र के **माइक्रो** एवं **लघु उद्यम** के अधीन आता है।

ग्रामीण एवं अर्धशहरी क्षेत्रों में चिकित्सकों को दिया गया कार ऋण भी प्राथमिकता प्राप्त क्षेत्र के माइक्रो एवं लघु उद्यम के अधीन आता है।

5. चिकित्सा ऋण

यूनियन बैंक द्वारा चिकित्सकों को क्लीनिक, चिकित्सा उपकरण, एंबुलेंस, कार आदि चिकित्सा सुविधा हेतु प्रदत्त रिटेल ऋण भी प्राथमिकता प्राप्त क्षेत्र के माइक्रो एवं लघु उद्यम के अधीन आता है।

माइक्रो फाइनांस/माइक्रो क्रेडिट

जहाँ माइक्रो फाइनांस सूक्ष्म जमा तथा सूक्ष्म क्रेडिट का समन्वय है, वहीं खुदरा ऋण जो कमजोर वर्ग के लोगों को दिया जाता है तथा जिसकी अधिकतम सीमा रु.50000/- तक है माइक्रो क्रेडिट कहलाता है। सभी प्रकार के माइक्रो क्रेडिट प्राथमिकता प्राप्त क्षेत्र के अंतर्गत आते हैं।

रिटेल बैंकिंग एवं वित्तीय समावेशन

एनएसएसओ(NSSO) के डाटा के अनुसार देश के 8.93 करोड़ घरों में से 4.60 करोड़ (51.4%) किसान परिवार हैं, जो बैंकिंग वित्तीय सुविधा से वंचित हैं। वित्तीय समावेशन भारतीय बैंकिंग उद्योग का वह सशक्त आंदोलन है, जिसका संवाहक रिटेल बैंकिंग है। भारतीय रिजर्व बैंक के निर्देशानुसार सभी भारतीय बैंक वित्तीय सुविधा से वंचित कमजोर वर्गों एवं किसानों तक उपयुक्त तथा न्यूनतम भार वाले रिटेल बैंक उत्पाद पहुँचाने में सतत प्रयत्नशील हैं, जो प्राथमिकता प्राप्त क्षेत्र का मूल उद्देश्य एवं आधार है।

ग्रामीण क्षेत्र में कृषि उत्पादन के बाद सबसे मुख्य सहायक कृषि गतिविधि, डेयरी व्यवसाय है। यूनियन बैंक में प्राथमिकता प्राप्त क्षेत्र के इस प्रभाग हेतु ग्रामीण कमजोर वर्गों के लिये दो रिटेल माइक्रो क्रेडिट उत्पाद हैं:

- ए) **कामधेनु** यह दुग्ध उत्पादन हेतु दूध बेचने वाले को दुधारू पशु क्रय करने के लिये रु.40000/- से रु.50000/- तक का मध्यावधि ऋण है।
- बी) **कल्पतरु** - यह दूध बेचने वालों के लिये न्यूनतम रु.10000/-से रु.5000/- के गुणक में अधिकतम रु.30000/-तक का मध्यावधि ऋण है जो दूध विक्रय के आय प्रवाह पर आधारित है।

यूनियन बैंक में शहरी गरीबों हेतु मुख्य माइक्रो क्रेडिट उत्पाद हैं:

- ए) **भाग्य** - यह फेरी लगाकर सामान बेचने वाले को रु.3000/- से रु.12000/- तक लघु अवधि वाला माइक्रो रिटेल ऋण है।
- बी) **सौभाग्य** - यह स्मार्ट कार्ड होल्डर को जमा से युक्त माइक्रो रिटेल बैंकिंग सुविधा है। इसमें रु.1000/-के गुणक में चक्रीय आधार पर रु.10000/- तक की लघु क्रेडिट सुविधा प्रदान की जाती है।

इस प्रकार माइक्रो रिटेल बैंकिंग से ले कर हाउसिंग रिटेल उत्पाद तक प्रत्येक खुदरा बैंकिंग उत्पाद प्राथमिकता प्राप्त क्षेत्र के संवर्धक तत्त्व/कारक के रूप में प्रत्यक्ष एवं अप्रत्यक्ष रूप से कार्य करता है।

प्राथमिकता प्राप्त क्षेत्र भारतीय अर्थव्यवस्था का आधार है तथा रिटेल बैंकिंग का विस्तार उसका संवर्धक है। जहाँ एशिया के अन्य देशों में कुल अस्तियों का 35% खुदरा ऋण है, वहीं भारत में यह मात्र 7% है। कुल भारतीय युवाओं का 41% अभी भी बैंकिंग सुविधा से वंचित है। मात्र 14% युवाओं को ही बैंक ऋण सुविधा प्राप्त है। भारतवर्ष में 70% युवाओं की जनसंख्या 35 वर्ष के नीचे है। इन्हें रोजगार से लेकर विभिन्न महत्वाकांक्षी उपभोक्ता सुविधाओं की चाहत एवं आवश्यकता है। अतः बैंकों के लिये रिटेल बैंकिंग क्षेत्र में अपार संभावनाएँ हैं। रिटेल बैंकिंग के विस्तार से प्राथमिकता प्राप्त क्षेत्र एवं भारतीय अर्थव्यवस्था दोनों सुदृढ़ होंगी। जैसे आवश्यकता आविष्कार की जननी है वैसे ही प्रत्येक खुदरा बैंकिंग उत्पाद प्राथमिकता प्राप्त क्षेत्र का संवर्धक/कारक है।

खुदरा बैंकिंग से बचत, निवेश एवं पूंजी निर्माण को बढ़ावा

एस.एस.यादव

विल रोजर्स ने कहा है, “सृष्टि के प्रारम्भ से तीन महान आविष्कार हुए हैं- आग, पहिया तथा केन्द्रीय बैंकिंग (There have been three great inventions since the beginning of time: fire, the wheel and central banking.)” इसमें कोई संदेह नहीं कि आग एवं पहिया के आविष्कार ने आदि मानव को सभ्य बनाया तथा सभ्यता के विकास को गति प्रदान की. सभ्यता की राह पर मनुष्य ज्यों-ज्यों आगे बढ़ा, उसकी परस्पर निर्भरता भी बढ़ती गई. लेकिन आपसी लेन-देनों के निपटारे का कोई मानक माध्यम न होने के कारण उसे वस्तुओं के माध्यम से लेन-देनों का निपटारा करना पड़ता था, जो काफी जटिल कार्य था. कहा जाता है कि आवश्यकता ही आविष्कार की जननी है. अतः विनिमय के माध्यम की आवश्यकता ने मुद्रा को जन्म दिया. मुद्रा की खोज ने विनिमय के कार्य को अत्यन्त आसान बना दिया, परिणामस्वरूप विभिन्न प्रकार की आर्थिक क्रियाओं के विकास की प्रक्रिया शुरू हो गई, जिसके प्रचालन, प्रबंधन एवं नियंत्रण के लिए बैंकिंग/केन्द्रीय बैंकिंग का जन्म हुआ. इस प्रकार तीसरी महान खोज- केन्द्रीय बैंकिंग या व्यापक अर्थों में कहें तो बैंकिंग के विकास ने सभ्यता के मुख्य घटक- आर्थिक विकास के पहिये को जैसे पंख लगा दिये तथा आज निरंतर प्रगति के साथ विश्व अर्थव्यवस्था आगे बढ़ रही है.

विकास के पथ पर मनुष्य जैसे-जैसे आगे बढ़ रहा है, हर क्षेत्र में नई विधाएं/शाखाएं विकसित हो रही हैं; तो भला बैंकिंग इससे अछूता कैसे रहे. इसमें भी नई शाखाएं/उप शाखाएं विकसित हो रही हैं, उन्हीं में एक है खुदरा बैंकिंग, जो हमारी इस चर्चा का विषय है. इससे पहले कि विषयगत- 'खुदरा बैंकिंग से बचत, निवेश

एवं पूंजी निर्माण को बढ़ावा' शीर्षक पर चर्चा आरम्भ करें, इनके मायने जान लेना उचित होगा.

खुदरा बैंकिंग

विकीपीडिया द्वारा दी गई परिभाषा के अनुसार खुदरा बैंकिंग वह बैंकिंग है, जिसमें बैंकिंग संस्थाएं, कार्पोरेट या अन्य बैंकों के माध्यम से नहीं; बल्कि सीधे ग्राहकों से बैंकिंग लेनदेन करती हैं. इसके अंतर्गत बचत एवं अन्य जमा खाते, बंधक एवं व्यक्तिगत ऋण तथा डेबिट एवं क्रेडिट कार्ड आदि सुविधाएं शामिल हैं.

यदि दूसरे पहलू से देखें, तो खुदरा बैंकिंग, वर्ग विशेष बैंकिंग (Class Banking) न होकर समूह/जन सामान्य बैंकिंग (Mass Banking) है, जिसमें आम जनता को उनके नजदीकी स्थानों पर न्यूनतम बैंकिंग सुविधाएं उपलब्ध करायी जाती हैं. इसके अंतर्गत बचत एवं मीयादी जमा खाते, बंधक ऋण (मार्गेज), व्यक्तिगत ऋण, डेबिट एवं क्रेडिट कार्ड आदि सुविधाएं प्रदान की जाती हैं. इसके दायरे को विस्तार देते हुए अब इसमें सम्पदा प्रबंधन, ब्रोकरेज, निजी बैंकिंग एवं सेवानिवृत्ति निवेश योजना जैसी सेवाओं को भी शामिल किये जाने की बात चल रही है. यहां हमारा आशय बैंकिंग सेवाओं के प्रकार या प्रकृति से न होकर इनसे लाभांशित होने वाले समुदाय से अधिक है, जिनकी पहुंच पहले बैंकिंग सेवाओं तक नहीं रही है या कम ही रही है.

बचत

किसी व्यक्ति की आय की दो परिणति होती है- उपभोग या बचत. यदि पूरी आय उपभोग पर खर्च हो जाती है, तो बचत कुछ भी नहीं होती है और यदि उपभोग पर कम व्यय होता है, तो बचत अधिक होती है. इस प्रकार बचत, आय का वह भाग है, जो उपभोग पर व्यय न होकर बचा लिया जाता है.

बचत (Saving) = आय (Income) - उपभोग (Consumption) {S = Y - C}

निवेश

निवेश, आय का वह भाग है, जो उपभोग पर व्यय न होकर उत्पादन में लगाया जाता है. किसी अर्थव्यवस्था के संदर्भ में निवेश से आशय है वास्तविक पूंजी की मात्रा में शुद्ध वृद्धि. वस्तुतः यह कुल आय का वह भाग है, जो वास्तविक पूंजी की मात्रा में वृद्धि के लिए प्रयुक्त होता है अर्थात् बचत; बशर्ते कि पूरी बचत, निवेश हो जाए.

निवेश = आय - उपभोग I = Y - C {अथवा I = S}

इस प्रकार देखते हैं कि निवेश का सीधा संबंध बचत से है। यदि बचत की पूरी रकम निवेश कर दी जाती है तो बचत व निवेश की मात्रा बराबर रहती है; लेकिन व्यवहार में ऐसा होता नहीं है। यदि बचत का कुछ भाग भावी जरूरतों को देखते हुए लोगों द्वारा अपने पास ही रख लिया जाता है, तो निवेश की मात्रा बचत से कम होती है। दूसरी तरफ निवेश के बेहतर विकल्प उपलब्ध होने पर लोग अपनी पुरानी बचतों को भी निवेश कर देते हैं। ऐसी स्थिति में निवेश की मात्रा बचत से अधिक हो जाती है। दूसरे शब्दों में कह सकते हैं कि निवेश में वृद्धि का अनुपात, बचत में वृद्धि के अनुसार नहीं होता है; बल्कि लोगों की बचत प्रवृत्ति (Propensity to save), उपभोग प्रवृत्ति (Propensity to Consume) तथा निवेश प्रवृत्ति (Propensity to invest) पर निर्भर करता है।

बचत प्रवृत्ति का अर्थ होता है आय एवं बचत के बीच अनुपात। अर्थात्

$$\text{औसत बचत प्रवृत्ति} = \text{बचत} / \text{आय}$$

इसी प्रकार उपभोग प्रवृत्ति का अर्थ है आय एवं उपभोग के बीच अनुपात।

$$\text{औसत उपभोग प्रवृत्ति} = \text{उपभोग} / \text{आय}$$

तथा

निवेश प्रवृत्ति (Propensity to Invest) का अर्थ है आय एवं निवेश के बीच अनुपात:

$$\text{औसत निवेश प्रवृत्ति} = \text{निवेश} / \text{आय}$$

पूंजी निर्माण

पूंजी निर्माण से आशय है किसी देश की पूंजी की मात्रा में बढ़ोत्तरी। यह उत्पादन का वह भाग है, जो उपभोग पर व्यय न होकर निवेश के रूप में आर्थिक विकास के लिए संसाधन उपलब्ध कराता है। दूसरे शब्दों में बचत ही निवेशित होकर पूंजी का निर्माण करती है।

अब प्रश्न यह उठता है कि क्या खुदरा बैंकिंग से बचत, निवेश तथा पूंजी निर्माण को बढ़ावा मिलता है, तो इसका स्पष्ट उत्तर है हां। खुदरा बैंकिंग, चाहे वह बचत एवं मीयादी जमा खातों के रूप में हो या फिर बंधक/व्यक्तिगत ऋण अथवा डेबिट एवं क्रेडिट कार्ड की सुविधा के रूप में हो, इससे छोटी-छोटी बचतों को बढ़ावा मिलता है और ये छोटी-छोटी बचतें बैंकिंग चैनल से होती हुई आर्थिक विकास के लिए पूंजी उपलब्ध कराने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाती हैं। तथापि यह निर्विवाद सत्य है कि बचत निवेश में तभी

परिणत होती है, जब लोगों के पास निवेश के लिए बेहतर सुविधा एवं विकल्प हों, उसके विषय में उन्हें विधिवत ज्ञान हो तथा वे निवेश करने के इच्छुक हों। पहले जब बैंकिंग सेवाओं का विस्तार नहीं हुआ था या बैंकिंग सेवाएं वर्ग विशेष तक ही सीमित थीं, उस समय वर्ग विशेष की एवं बड़ी-बड़ी बचतें ही बैंकिंग धारा से जुड़ पाती थीं और वही पूंजी निर्माण के रूप में आर्थिक विकास की मुख्य धारा में आती थीं। उस समय अधिसंख्य आबादी इन सेवाओं से वंचित थी, अतः उनकी बचत बहुत कम हो पाती थी और जो होती भी थी, वह उनके पास ही आलमारियों से लेकर जमीन के अंदर पड़ी रहती थी। उस समय प्रकार एवं विस्तार- दोनों ही दृष्टियों से खुदरा बैंकिंग का क्षेत्र सीमित होने के कारण आर्थिक विकास के लिए पूंजी उपलब्ध कराने में इसका योगदान सीमित था। हमारे देश में यह स्थिति राष्ट्रीयकरण से पहले तक रही। 1969 में देश के 14 बड़े बैंकों तथा 1980 में पुनः अन्य 6 बैंकों के राष्ट्रीयकरण के बाद छोटे-छोटे केन्द्रों, कस्बों में बैंकिंग सेवाओं का विस्तार हुआ। परिणामस्वरूप इन स्थानों का एक बड़ा तबका, जो पहले इन सेवाओं से वंचित था, बैंकों से जुड़ा और खुदरा बैंकिंग के जरिये उनकी बचतें बैंकों में आर्यीं।

हालांकि, अभी भी सुदूर ग्रामीण इलाकों में बैंकिंग सेवाओं का अपेक्षित विस्तार न होने के कारण वहां की ग्रामीण जनता बैंकिंग सुविधाओं से वंचित है। वर्ष 2011 में जारी भारतीय रिज़र्व बैंक की रिपोर्ट के अनुसार भारत की आधी आबादी बैंकिंग सुविधाओं से वंचित है। बैंकों में केवल 55% लोगों के ही जमा खाते हैं तथा ऋण खाते तो केवल 9% लोगों के ही हैं। अगर परिवारों की बात करें, तो देश के 14.50 करोड़ परिवारों के लिए अभी भी बैंकिंग सुविधाएं पहुंच से परे हैं। रिपोर्ट के अनुसार उस समय तक 14000 की जनसंख्या पर केवल एक बैंक शाखा उपलब्ध थी। रिपोर्ट जारी होने तक 6 लाख गांवों की सेवा के लिए ग्रामीण बैंकों सहित अनुसूचित वाणिज्यिक बैंकों की केवल 33495 ग्रामीण शाखाएं ही सेवा हेतु उपलब्ध थीं। उस समय तक देश की 18% जनसंख्या को ही डेबिट कार्ड की सुविधा तथा केवल 2% को क्रेडिट कार्ड की सुविधा प्राप्त थी। यदि बीमा सुविधा की बात करें; तो 20% से कम आबादी को जीवन बीमा की सुविधा तथा 9.6% को ही साधारण बीमा की सुविधा उपलब्ध थी। उल्लेखनीय है कि बैंकिंग सेवाओं से वंचित ये लोग खुदरा बैंकिंग के ही ग्राहक हैं।

यह सुखद पहलू है कि इन वंचित गांवों, परिवारों तथा लोगों तक बैंकिंग सुविधाओं का विस्तार करने के उद्देश्य से भारत सरकार द्वारा वित्तीय समावेशन की परिकल्पना शुरू की गई है, जिसके तहत बैंकों को निर्देश दिये गये हैं कि अपनी 25% नई शाखाएं बैंक रहित ग्रामीण केन्द्रों पर ही खोलें तथा मार्च 2012 तक 2000 से अधिक की आबादी वाले गांवों में बैंकिंग सुविधा उपलब्ध करायें। इसके अतिरिक्त सुदूर पिछड़े क्षेत्रों में न्यूनतम

लागत पर लोगों को डोर-स्टेप बैंकिंग सेवा उपलब्ध कराने के लिए बिजनेस कॉरिस्पॉण्डेंस (बीसी) की नियुक्ति करें। उल्लेखनीय है कि इन लक्ष्यों की प्राप्ति हेतु बैंकों द्वारा बड़े पैमाने पर वित्तीय समावेशन शाखाएं तथा ब्रिक्स एंड मोर्टर शाखाएं खोली जा रही हैं तथा बीसी की नियुक्ति कर 2000 से अधिक की आबादी वाले गांवों तक न्यूनतम बैंकिंग सुविधाएं उपलब्ध करायी गई हैं। इन पिछड़े इलाकों में केवाईसी मानदंडों में छूट देकर सभी परिवारों/अधिकाधिक लोगों को बैंकिंग सेवा के दायरे में लाने का प्रयास युद्ध स्तर पर चल रहा है, जिससे लोगों की छोटी-छोटी बचतें, जो अभी तक उनके पास बेकार पड़ी हुई थीं, खुदरा बैंकिंग के माध्यम से निवेशित होकर आर्थिक विकास की मुख्य धारा में आ रही हैं तथा पूंजी निर्माण में सहायक हो रही हैं।

आर्थिक विकास की बात चली है, तो यह जान लेना उचित होगा कि आर्थिक विकास में पूंजी निर्माण का योगदान क्या है? क्या इसके बिना आर्थिक विकास संभव नहीं है? इसके उत्तर के लिए निम्नलिखित तथ्यों पर दृष्टिपात करना उचित होगा :

- उद्योगों की स्थापना के लिए बड़े पैमाने पर पूंजी निवेश की आवश्यकता होती है, जो पूंजी निर्माण से ही सम्भव है।
- बड़े पैमाने पर पूंजी के निवेश से ही उत्पादन की नई तकनीकों का प्रयोग संभव हो पाता है।
- पूंजी की पर्याप्त उपलब्धता पर ही किसी अर्थव्यवस्था के लिए नयी परिकल्पनाओं, मानकों एवं उन्नत तकनीकों को अपनाना, लागू करना तथा तदनुसार परिवर्तन करना सम्भव हो पाता है।

इस प्रकार स्पष्ट है कि आर्थिक विकास के लिए पूंजी निर्माण आवश्यक है और पूंजी का निर्माण, निवेश पर निर्भर करता है। अर्थव्यवस्था के समग्र विकास के लिए आवश्यक है कि देश के हर क्षेत्र, वर्ग, समूह से निवेश प्राप्त हो, और यह तभी सम्भव है, जब सभी की बचतों को निवेश की ओर प्रवाहित करने की समुचित सुविधा व माहौल हो। खुदरा बैंकिंग ने हर क्षेत्र, वर्ग, समूह को बचत व निवेश का अवसर प्रदान कर इस कार्य को सरल व संभव बना दिया है। अतः यह अक्षरशः सत्य है कि खुदरा बैंकिंग से बचत, निवेश एवं पूंजी निर्माण को बढ़ावा मिलता है।

खुदरा बैंकिंग - संतुलित सामाजिक विकास का आधार

ममता मल्होत्रा

भारतीय अर्थव्यवस्था तेजी से बढ़ रही है। पिछले दिनों हुए आर्थिक संकट में भी भारत का जीडीपी रेट लगभग स्थिर रहा। पिछले कुछ सालों में खुदरा बैंकिंग क्षेत्र अत्यंत जरूरी, विकासशील और नवीन प्रक्रिया के तौर पर उभर कर आया है। इस क्षेत्र के विकास ने कई और क्षेत्रों को भी विकसित किया है जैसे सूचना तकनीकी क्षेत्र, आर्थिक और सामाजिक वातावरण, वित्तीय बाजारीय सुधार, मांग-आपूर्ति जैसे कारक।

आज के दौर में खुदरा बैंकिंग, बैंकिंग उद्योग का अहम हिस्सा है, जिसके अंतर्गत बैंक सीधे ग्राहक के संपर्क में रहता है और उसकी छोटी बड़ी जरूरतों की पूर्ति करता है। पिछले 10 सालों से लगभग सभी बैंक इस क्षेत्र पर काम कर रहे हैं। खुदरा बैंकिंग ने समाज को नए आयाम प्रदान किए हैं। भारतीय अर्थव्यवस्था पर भी इसका बहुत प्रभाव पड़ा है। खुदरा बैंकिंग के अंतर्गत कमर्शियल बैंक अपने छोटे छोटे ग्राहकों से व्यक्तिगत रूप से मिलता है और उसकी हर छोटी-बड़ी जरूरतों को ध्यान में रख कर अपने उत्पादों की जानकारी उसे देता है व उन उत्पादों से उसकी जरूरतें पूरी करता है।

खुदरा बैंकिंग में प्रवेश करना आसान है और बैंक भी आसानी से इस क्षेत्र में अपनी जगह बनाने में समर्थ हैं। भारतीय रिजर्व बैंक(भारिबैं) और भारतीय बैंक संघ(आईबीए) ऐसा बैंकिंग माहौल बनाने की अपनी पूरी कोशिश कर रहे हैं, जहाँ लेनदार और देनदार सभी का हित और रुचि बनी रहे। अभी हाल ही में सरकारी बैंकों ने सस्ती दरों पर गृह ऋण देने का बीड़ा उठाया है, जो यही दर्शाता है कि खुदरा बैंकिंग अब बैंक उधारी का बहुत जरूरी हिस्सा बन गया है।

कुछ सालों में जो विकास इस क्षेत्र में देखने को मिला है, वह यही दर्शाता है कि किस तरह लोग बैंकिंग क्षेत्र के साथ जुड़ रहे हैं और अपनी जरूरतों को पूरा कर रहे हैं। लगभग पूरे बैंक लोन का 1/5 वां हिस्सा खुदरा बैंकिंग में निवेशित है। कई निजी बैंकों ने लगभग 65% ऋण खुदरा बैंकिंग में निवेश किया है। कृषि ऋण से लेकर वाहन ऋण तक सभी छोटी बड़ी जरूरतों को पूरा करने के लिए बैंक पूरी तरह तैयार हैं। खुदरा ऋण मंडी अब बेचने वालों की मंडी की बजाय खरीददारों की मंडी बन गयी है। अब ग्राहक अपनी जरूरतों के लिए खुद ही बैंकों के पास आता है, वो भी अपनी शर्तों पर ऋण लेने के लिए।

बैंक सुविधाएं

आज बैंक कई नए उत्पादों के साथ अपना आस्ति संविभाग बनाते हैं और कई तरह की सुविधाएं प्रदान करते हैं। हर वर्ग के लिए अलग-अलग उत्पाद उपलब्ध हैं जैसे कृषि की छोटी-बड़ी जरूरतों के लिए फसल ऋण, यूजीसी ऋण, आर टी ऋण एवं आस्तियों में मियादी जमा, करंट और बचत खाते, अन्य जमा योजनाएं, डी मैट खाते, क्रेडिट कार्ड, डेबिट कार्ड, एटीएम कार्ड, वाहन ऋण, गृह ऋण, कम्फर्ट/निजी ऋण, बंधक ऋण, एस.ओ.डी.-एफ.डी.आर, शिक्षा ऋण, गोल्ड ऋण इत्यादि जैसे उत्पाद। ऋण ऐसी सुविधा है जिसके अंतर्गत एक रकम ग्राहक को दी जाती है जिससे वह अपनी जरूरत पूरी करता है। ये रकम एक निश्चित अवधि के लिए दी जाती है जिसका भुगतान किश्तों में होता है।

आज रिटेल बैंकिंग क्षेत्र तीन तरह के वर्ग में बंटा है।

- विभिन्न उत्पाद जैसे जमा योजनाएं, क्रेडिट कार्ड, बीमा, निवेश और प्रतिभूतियां;
- विभिन्न वितरण के माध्यम जैसे कॉल सेंटर, शाखा, इंटरनेट;
- विभिन्न ग्राहक वर्ग जैसे आम ग्राहक, छोटे व्यापारी और बड़े संयुक्त व्यापारी

खुदरा बैंकिंग ने कई बेहतर निवेश के साधन प्रदान किए हैं, सुरक्षा व तेजी से पैसों का स्थानांतरण जैसी सुविधाएं दी हैं। विदेशों में रहने वाले भारतीय भी अब भारत में पैसे आसानी से भेज सकते हैं। पहले ग्राहक बैंक की शाखा से जुड़ा होता था और शाखा का ग्राहक कहलाता था। लेकिन अब समय के साथ ग्राहक की परिभाषा भी बदल गयी है। अब ग्राहक बैंक का ग्राहक होता है। कहीं भी-कभी भी बैंकिंग ने सारी परिभाषाएं बदल दी हैं। अब ग्राहक इंटरनेट बैंकिंग, एटीएम बैंकिंग, फोन बैंकिंग, ऑनलाइन बैंकिंग, मोबाइल

बैंकिंग, ई-बैंकिंग इत्यादि से कभी भी बैंक से जुड़ सकता है। इस तकनीक ने युवा पीढ़ी को अपनी ओर आकर्षित किया है और बैंकों को नए ग्राहक मिले हैं।

विकासीकरण

खुदरा बैंकिंग के द्वारा घर में रहने वाले, अल्प विक्रय दुकानदार, पेंशन धारक, छोटे व्यापारी, इत्यादि सभी को बैंकिंग के साथ जोड़ने के लिए सरकार कई कदम उठा रही है। सालाना पॉलिसी 2005-06 के अंतर्गत वित्तीय निषेध और गरीब लोगों के लिए वित्तीय समावेशन की पॉलिसी पर जोर दिया गया।

भारत ऐसे देशों में गिना जाता है जहाँ 70% जनसंख्या 35 साल की आयु से नीचे है। साक्षरता और टेक्नोलोजी की बढ़ती मांग ने खुदरा बैंकिंग को और बढ़ावा दिया है। आज की युवा पीढ़ी ने अभी बचत बाद में खर्च की नीति को बदल दिया है। वह अब उसी समय खर्च करने में विश्वास रखती है। टेक्नोलोजी ने भी बहुत बड़ी भूमिका निभाई है। इसने लेन-देन के खर्च को बहुत कम कर दिया है। क्रेडिट कार्ड, डेबिट कार्ड, एटीएम, इंटरनेट, फोन बैंकिंग अथवा कोर बैंकिंग सोल्यूशंस(सीबीएस) को नया रूप दे दिया है, और आज के ग्राहक को नया अनुभव करने का मौका दिया है। इसी टेक्नोलोजी ने ग्राहकों की सारी जानकारी को कंप्यूटर में सँजो लिया है जिसे कभी भी और किसी भी शाखा में देखा जा सकता है। कोई भी जानकारी इसमें डाली जा सकती है।

कम ब्याज दरों ने भी रिटेल ऋण को बढ़ावा देने में योगदान दिया है। आज की तारीख में बैंकों के अग्रिम विभाग में बढ़ती गैर निष्पादित आस्तियों ने सभी को परेशान कर दिया है। लेकिन रिटेल ऋण के विभाग में विविधीकरण ने काफी हद तक इस खतरे को कम कर दिया है।

आकड़ों के हिसाब से रिटेल ऋण की लगभग 50% बकाया राशि गृह ऋण विभाग के अंतर्गत है। ये ऋण आवासिक संपत्ति के एवज में दिया जाता है जिसको बेचने में ज्यादा दिक्कत नहीं आती। कई सुविधाएं भी प्रदान की जा रही हैं जैसे ब्याज और मूल भुगतान में प्रोत्साहन दिये जाते हैं। गृह ऋण अथवा शिक्षा ऋण में 20 लाख रुपये तक के ऋण को प्राथमिकता प्राप्त क्षेत्र की श्रेणी में रखा गया है। 1997-98 से लेकर 2005-06 तक गृह ऋण का हिस्सा लगभग 27.7% से बढ़कर 51.6% हो गया। ज्यादातर ऋण पाँच से सात साल की अवधि के लिए होते हैं, जबकि गृह ऋण ज्यादा लंबे समय के लिए उपलब्ध हैं।

चुनौतियां

कई ग्राहक बैंकों से दूरी बनाए रखते हैं। इसका एक बड़ा कारण बैंकों की शर्तों

और नियमों की जटिलता है, जो साक्षर लोगों को भी उलझा देती है। निश्चित और अनिश्चित दरों का फर्क अभी भी लोगों की समझ से बाहर है। कम पढ़े लिखे लोगों के लिए तो ईएमआई ब्याज दरों को छुपाने का अच्छा तरीका है। कई लोगों को तो बैंकों द्वारा दी जा रही सुविधाओं के बारे में जानकारी नहीं है या फिर वे अलग-अलग सुविधाओं के बीच के फर्क को समझ नहीं पाते। अब ग्लोबल संकट की वजह से रिटेल ऋण में मंदी दिख रही है, खासकर गृह ऋण के क्षेत्र में।

कई बार बैंक, ग्राहकों को अधिक या छुपे हुए चार्ज लगा देते हैं, कभी बिना आवेदन किए क्रेडिट कार्ड भेज देते हैं, वसूली एजेंट द्वारा तंग कराते हैं या किसी भी तरह से परेशान करते हैं। ये सभी कारण भी ग्राहकों को बैंकों से दूर रखते हैं। मार्केट शेयर के लिए बैंकों में गलाकाट प्रतिस्पर्धा ने ऋण की गुणवत्ता को बहुत प्रभावित किया है। बैंकिंग लोकपाल के तहत अब बैंकों को ग्राहकों के साथ पूरी पारदर्शिता के साथ काम करना होगा, खासकर शर्तों और नियमों के बारे में जानकारी पूरी तरह साफ करनी होगी।

हमारे देश में खुदरा बैंकिंग जीडीपी का लगभग 7% है, जबकि अन्य एशियाई अर्थव्यवस्था में यह लगभग 35% है। अभी भी हम कई एशियाई देशों से बहुत पीछे हैं। ग्राहकों की तकनीकी एवं अन्य जरूरतों को पूरा करने के लिए बैंकों को भी अपने खुदरा बैंकिंग क्षेत्र को ज्यादा सक्षम और मजबूत बनाना होगा, तभी बैंक भी भारत के आर्थिक विकास में सहयोग देने के साथ-साथ खुद के लिए भी अच्छा मुनाफा कमा सकेंगे। आगे आने वाले समय में बैंकों को कुछ खास मुद्दों पर ध्यान देना होगा जैसे:

- ग्राहकों का टिके रहना
- छल कपट से बचना
- गाँव की आबादी को बैंकिंग से जोड़ना
- ज्यादा से ज्यादा जनसमूह तक पहुंचना
- ग्राहकों का खंडकरण करना
- जोखिम को कम करना
- नए उत्पाद लाना
- प्रतिस्पर्धा में बने रहना

आर्थिक समृद्धि और लोगों की खरीदने की क्षमता बढ़ने से ग्राहक को बहुत फायदा हुआ है। आर्थिक समृद्धि होने से भारतीय मध्यम वर्ग बहुत तेजी से विकास कर रहा है। आज की युवा पीढ़ी भी अपने लिए ऋण लेने में कोई संकोच नहीं करती है।

खुदरा बैंकिंग को बढ़ावा देने के लिए ही वित्तीय समावेशन, जिम्मेदार लेंडिंग, आर्थिक प्रवेश, दीर्घकालीन बचत, वित्तीय सामर्थ्य, ग्राहक सुरक्षा, विनिमय और वित्तीय अपराधों से सुरक्षा जैसी नीतियां बनायीं गयीं हैं, जिससे हर वर्ग आर्थिक रूप से आत्मनिर्भर हो जाए।

पहले ग्राहक आसानी से ऋण प्राप्त करने के कारण बैंकों के पास नहीं जाते थे। बैंकों और ऋण चुकाने के चक्कर से बचने के लिए लोग परिचितों से ही उधार ले लेते थे। उस समय बैंक भी कुछ ही उत्पादों के साथ ही ग्राहकों तक पहुंचने की कोशिश करता था। धीरे धीरे विकासीकरण से आई क्रांति ने ग्राहकों अथवा बैंकों का स्वरूप ही बदल दिया। अब बैंक नए उत्पादों के साथ निरंतर ग्राहक को अपनी ओर आकर्षित करने की कोशिश कर रहे हैं। अब तो आलम ये है कि सभी बैंक हमेशा प्रतिस्पर्धा में रहते हैं और निरंतर ग्राहक को आकर्षित करने के लिए आकर्षक स्कीम लाते रहते हैं। अब तो बैंक ब्याज दर की प्रतिस्पर्धा में भी पीछे नहीं हैं। ग्राहक की जरूरत और बजट के हिसाब से किसी भी बैंक से आसान शर्तों और नियमों पर ऋण लिया जा सकता है। बैंकों की मदद से अमीर-गरीब का फासला काफी कम हुआ है। मध्यम और निचला मध्यम वर्ग तेजी से विकास कर रहा है।

बैंकों की कार्यप्रणाली के अंतर्गत सभी वर्ग के लोगों को बैंकिंग प्रणाली से जोड़ने का प्रावधान है, किसानों से लेकर उच्च निवल संपत्ति ग्राहकों तक और संयुक्त बैंकिंग से अंतर्राष्ट्रीय बैंकिंग तक। अब एटीएम से कहीं भी और कभी भी पैसा निकाला जा सकता है, जिससे कुछ समय निकाल कर बैंक शाखा में भी जाने की जरूरत नहीं होती है। इंटरनेट बैंकिंग से घर बैठे ही खातों में पैसे डाले जा सकते हैं। ऑनलाइन भुगतान भी आसानी से किया जा सकता है। डी-मैट खाते में उसी वक्त पैसे ट्रान्सफर हो जाते हैं।

पिछले कुछ सालों में सरकारी और निजी बैंकों से वाहन ऋण और गृह ऋण की संख्या कई गुनी बढ़ गयी है। किशतों पर आसानी से ऋण मिलने की सुविधा ने ग्राहक को हर सुख सुविधा आसानी से खरीदने की आजादी दे दी है, जिसके अंतर्गत आप कुछ तत्काल अदायगी करके सामान घर ला सकते हैं और पैसे आसान किशतों में चुका सकते हैं। अब तो कई वाहन कंपनियां भी ग्राहकों को लुभाने के लिए आसान और बिना ब्याज दर पर लोन दे रही हैं। बड़ी-बड़ी निर्माण कंपनियां और बिल्डर अपनी परियोजना के साथ छोटे कस्बों में भी आ रहे हैं, जिससे शहरों और छोटे कस्बों में नौकरी की संभावनाएं बढ़ गयी हैं। बैंकों से आसान किशतों के चलते इनका धंधा भी अब चल निकला है। अब हर घर में कम से कम एक दुपहिया और एक चौपहिया वाहन तो जरूर खड़ा होता है।

शहरों के अलावा गांवों और कस्बों में भी बैंकिंग क्षेत्र तेजी से अपनी जगह बना रहे हैं। क्षेत्रीय ग्रामीण बैंक जगह जगह खोले जा रहे हैं। बैंकिंग सुविधाएं गांवों तक पहुंचाने की भरपूर कोशिशें की जा रही हैं। किसान विकास पत्र, यूजीसी ऋण, अन्य सुविधाओं को

ग्रामीण विकास के लिए इस्तेमाल किया जा रहा है। लगभग 60% लोग कृषि से जुड़े हैं और गांवों में रहते हैं। इन सभी की छोटी छोटी जरूरतें क्षेत्रीय ग्रामीण बैंक पूरा करते हैं जो सामाजिक और आर्थिक विकास में मददगार हैं। अगर चारों ओर नजर उठा कर देखें तो अब हर हाथ में एक मोबाइल फोन मिल जाएगा। रिक्शे वाले से लेकर सब्जी वाले तक सभी आसान किश्तों पर खुदरा बैंकिंग का फायदा उठा रहे हैं। वित्तीय समावेशन पर भी बहुत जोर दिया जा रहा है। कई नयी शाखाएं सिर्फ इसी कार्य के लिए खोली जा रही हैं, जो कि ग्रामीण क्षेत्र के विकास में मददगार साबित हो रही हैं। गांवों, कस्बों और छोटे शहरों में रहने वाले लोगों के आर्थिक विकास में बैंक अपना पूरा योगदान दे रहे हैं। यही आत्मनिर्भरता हमारे देश के आर्थिक और सामाजिक विकास में मददगार साबित हो रही है।

खुदरा बैंकिंग - बैंकों की पहली प्राथमिकता क्यों है

प्रदीप सिंह

यदि हमें जिस जमा राशि पर ब्याज ज्यादा मिले और कभी जरूरत पड़ने पर जो ऋण आसानी से प्राप्त हो जाये तो ये हमारी आवश्यकता की दृष्टि से प्राथमिकतायें ही बन जायेंगी, परंतु यदि विषय पर ध्यान दें तो इसे वृहत् रूप में देखना होगा कि आखिर ये प्राथमिकतायें किस प्रकार बनती हैं और यदि बैंक के संदर्भ में इस पर बात करें तो हमें और भी गहन मंथन करना होगा या यू कहें कि प्रारंभ की जानकारी के साथ चलते हुए हमें आज के परिवेश में आना होगा।

दुनियां में राजनीतिक सीमाओं को लांघते हुए व्यापार का जब देशों में परस्पर आदान प्रदान हुआ तो इसे कारोबार का वैश्वीकरण कहा गया, जिसके पदार्पण के साथ ही देश विदेश के मशहूर घरेलू उपयोग एवं व्यक्तिगत उपयोग के विभिन्न प्रसिद्ध उत्पादों की स्थानीय उपलब्धता बढ़ जाने के कारण लोगों में इनके प्रति उत्सुकता एवं लगाव बढ़ने लगा एवं वो उनकी खरीद हेतु मन बनाने लगे। इसके साथ ही उदारीकरण ने लोगों के मन में इन उत्पादों की सहज उपलब्धता के कारण खरीद हेतु उकसाने का प्रमुख कार्य किया। 1990 से पूर्व भारत में भी नरसिंहाराव की सरकार द्वारा उदारीकरण नीति को प्राथमिकता प्रदान करने के साथ ही भारत में तकनीकी साधक नई जैनरेशन के बैंकों का उद्भव प्रारंभ हो गया, जिनमें सबसे पहले ग्लोबल ट्रस्ट बैंक, जिसका बाद में ओरियंटल बैंक ऑफ कामर्स में विलय हो गया, यूटीआई बैंक (अब एक्सिस बैंक), आईसीआईसीआई बैंक और एचडीएफसी बैंक प्रमुख हैं।

यदि हम यह कहें कि बैंकों में रिटेल उत्पादों को तरजीह या प्राथमिकता क्यों दी गई है, तो पायेंगे कि जमाराशियों में जहां आज के परिवेश में अपने ग्राहकों से बचत खाता, चालू खाता, सावधि जमाराशियां प्राप्त करने के लिये बैंक लगातार प्रयासरत हैं और इनके संग्रहण के लिये विभिन्न परियोजनायें तैयार कर रहे हैं। इसका कारण यह है कि कम ब्याज

की जमाराशियों के संग्रहण से बैंक ब्याज के रूप में भुगतान किये जाने वाले अपने व्यय को कम कर पाएंगे.

वहीं ऋण के रूप में दी जाने वाली राशि को भी अब बैंक किसी कॉर्पोरेट कम्पनी को वित्त के रूप में देने के बजाय रिटेल उत्पाद के अंतर्गत आम व्यक्तियों को ऋण के रूप में देने पर ज्यादा जोर दे रहे हैं. इसकी वजह बेहद स्वभाविक है. रिटेल उत्पाद के रूप में कई व्यक्तियों को दी जाने वाली राशि पर जोखिम दर कॉर्पोरेट या कम्पनियों को दी जाने वाली ऋणराशि के समक्ष बेहद कम है. दूसरे अधिक लोगों में ऋण बांटने से बैंक का ग्राहक आधार भी मजबूत होता है. साथ ही मांग बढ़ती उपभोक्ता वस्तुओं के कारण बाजार में इनकी मांग भी बढ़ी है और प्रत्येक बैंक का लक्ष्य यही होता है कि वो अपने रिटेल उत्पाद के माध्यम से इन उपभोक्ता वस्तुओं को लोगों तक पहुंचाए. ऐसे में कई बड़ी कम्पनियों के साथ भी बैंक टाई-अप कर रहे हैं और समग्र रूप से ग्राहकों को लुभावने डिस्काउंट देने के साथ बाजार में अपने उत्पाद उतार रहे हैं.

इन बैंकों का उभरना केवल इस लिये नहीं था कि भारत में बैंकों की कमी थी, बल्कि भारत में रिटेल बैंकिंग की संभावनाओं को परखने के बाद ही इन बैंकों ने यहां के बाजार को भुनाने में पहल दिखाई.

अपने कारोबार को बढ़ाने के लिये विकसित देशों में जहां बैंकों द्वारा लक्षित उत्पादों में गर्मजोशी दिखाई नहीं देती है, वहीं विकासशील देशों के नागरिकों में इसके ठीक विपरीत बैंकों ने उनके लक्षित उत्पादों के प्रति बेहद रूचि दिखाई. यही वजह है कि निजी और विदेशी बैंक के लिये अपने कारोबार को बढ़ाने हेतु भारत पसंदीदा देश है.

बैंकों ने भी बाजार के रुख को भांप लिया और आनन फानन में ही सही इनमें एक-दूसरे से आगे बढ़ने की होड़ सी लग गई. यह एक दुर्घटनाजनक स्थिति थी जिसका खामियाजा कई निजी एवं विदेशी बैंकों को आर्थिक हानि के रूप में भोगना भी पड़ा. इन बैंकों ने बाजार को भुनाने के लिये उत्पादों की मार्केटिंग नहीं की बल्कि इन्हें बेचने का कार्य किया था.

यदि सहजता के साथ इस परिवर्तन को देखा जाए तो समाज में आया यह बदलाव बेहद स्वभाविक एवं सामयिक है. बैंकों की उदार नीतियों के कारण व्यक्ति की क्रय-क्षमता में आश्चर्यजनक बदलाव आया. सहज ऋण प्राप्ति ने लोगों का रुख बैंकों की ओर किया तथा बैंकों ने भी लुभावनी योजनाओं के साथ एक नयी संज्ञा को जन्म दिया, विपणन और यहीं से प्रारंभ हुआ है रिटेल उत्पादों का जन्म और प्रारंभ हुआ रिटेल युग. भारत में भी 1990 से 10 वर्षों तक औसतन लगातार 6.08 प्रतिशत की दर से आर्थिक वृद्धि को दर्ज

किया गया और विश्व के अधिकांश देशों में ऐसी आर्थिक प्रगति नहीं पाई गई. बीआरआईसी रिपोर्ट में भी ब्राजील, रूस, भारत और चीन में बैंकों के उज्ज्वल भविष्य का अनुमान लगाया था और भारत को इकोनोमिक सुपर पावर के रूप में संबोधित किया. यही नहीं ए.टी.कीरने, एक ग्लोबल प्रबंधन कंसल्टेंसी फर्म ने भी भारत को 30 उभरते बाजारों में से "द्वितीय सबसे प्रमुख एवं मनोहर रिटेल स्थान" का दर्जा दिया है.

रिटेल बैंकिंग वास्तव में है क्या, यदि परिभाषाओं के संबंध में देखें तो "ऐसी बैंकिंग जो वैयक्तिक हो अर्थात् किसी संस्था या कम्पनी के साथ न होकर सीधे व्यक्ति के साथ हो अर्थात् ऐसी बैंकिंग जो आम आदमी के जीवन से संबंधी आवश्यकताओं को पूरा करने के लिये हो.

इसे समझने के लिये हमें थोड़ा बैंकिंग को एक आम व्यक्ति की नजर से देखना होगा. यदि किसी कार्य का संबंध सीधे व्यक्ति के साथ है तो इसका आधार है उस व्यक्ति की आवश्यकताओं को संतुष्ट करना, न कि उसके द्वारा केवल लाभ कमाने का साधन बनना या उससे लाभ कमाना. यदि हम इसे बैंकिंग के संबंध में देखें, जहां कार्य का प्रमुख माध्यम धन होता है, तो परिभाषा में थोड़ा परिवर्तन आवश्यक हो जाएगा, क्योंकि बैंक के पास तो स्वयं का पैसा होता नहीं है, जैसाकि हम आप सभी यह जानते हैं कि बैंकें सामाजिक विकास का माध्यम भी हैं या यूं कहें कि समाज में रहने वाले व्यक्तियों के विश्वास का केंद्र हैं, जहां सम्पन्न व्यक्ति या अपनी जरूरत से ऊपर आय को बचत के रूप में बैंक में जमा करने वाले व्यक्ति जो अपना धन इस विश्वास के साथ जमा करते हैं कि आवश्यकता पड़ने पर उसे तुरंत प्राप्त कर सकेंगे और बैंकें उनसे मध्यस्थ होने के नाते मात्र सेवा प्रभार प्राप्त करती हैं.

अब समाज के दूसरे वर्ग के संबंध में भी बात कर लेते हैं. यह ऐसा वर्ग है, जिसे जीवन की आवश्यकताओं को पूरा करने के लिये धन की आवश्यकता है. परंतु उसकी अपनी पूंजी इतनी पर्याप्त नहीं है कि उससे वो अपनी आवश्यकताओं को पूरा कर सकें. ऐसे में बैंक व्यक्तियों द्वारा उसके पास रखे गये धन को इस वर्ग के व्यक्तियों को ऋण के रूप में उपलब्ध कराने का कार्य करता है और इन व्यक्तियों से सेवा प्रभार एवं ब्याज के रूप में राशि प्राप्त करता है.

चूंकि बैंक किसी अन्य व्यक्ति के धन को तृतीय पक्ष को उपलब्ध कराते हुए ब्याज के रूप में राशि प्राप्त कर लाभ अर्जित करता है, अतः उसका कुछ भाग बैंकों को ब्याज के रूप में उन्हें भी देना पड़ता है, जिनकी धनराशि का वह उपयोग करता है. आम व्यक्ति के अनुसार ब्याज के इस लेन देन के अंतर को ही लाभ कहा जाता है. बैंकिंग भाषा में इसे एनआईएम/निम(नेट इनकम मार्जिन) कहा जाता है.

आज के परिवेश में लाभार्जन ही किसी वित्तीय संस्था के सफल होने का आधार बन चुका है। बैंक इससे अछूते नहीं हैं। इसके लिये बैंकों के लिये आवश्यक है कि उन्हें कम ब्याज वाली एवं लम्बी अवधि की जमाराशियां प्राप्त हों जिससे अधिक निम को सुनिश्चित करते हुए छोटी अवधि के अधिक से अधिक ऋण दिये जा सकें।

यदि जमाराशियों की तरफ दृष्टि डालें तो कासा एक महत्वपूर्ण नाम है जिससे आज प्रत्येक बैंकर परिचित है। कासा अर्थात् करंट खाता एवं बचत खाता। व्यापार/कारोबार करने वाले व्यक्ति या संस्थायें करंट खाते का संचालन करते हैं जिसमें रखी जाने वाली राशि पर बैंकों द्वारा ब्याज नहीं दिया जाता है, बल्कि इस खाते से ब्याज रहित आय का सृजन होता है और बचत खाता एक बेहद लोकप्रिय बैंकिंग उत्पाद है जिसमें कभी भी धनराशि को जमा किया या निकाला जा सकता है और बैंकों द्वारा इन राशियों पर दिये जाने वाले ब्याज की दर भी न्यूनतम होती है जिससे ऋण पर लगाये जाने वाले ब्याज से अधिकतम निम की प्राप्ति होती है।

जहां तक बैंकों द्वारा जमाराशि के संग्रहण प्राथमिकताओं की बात है वहां कासा प्रथम स्थान पर है तथा लम्बी अवधि की जमाराशियां दूसरे और संस्थागत जमाराशियों का स्थान सबके बाद या आवश्यकता के आधार पर आता है। व्यक्तियों से प्राप्त जमाराशियां जहां बैंकों को सस्ती पड़ती हैं, वहीं संस्थागत जमाराशियों पर प्रतिस्पर्द्धात्मक ब्याज होने के कारण महंगा पड़ता है तथा इन जमाराशियों की अवधि भी कम होती है। ऐसे में मात्र आवश्यकता के आधार पर ही इनके संग्रहण पर बैंक जोर देते हैं न कि एक सामान्य बैंकिंग के लिये।

बैंकों द्वारा कारोबार को बढ़ाने के लिये रिटेल बैंकिंग को प्राथमिकता बनाने के कारणों की ओर दृष्टि डालें तो हमें निम्न बिंदुओं पर चर्चा करनी होगी;

1. घरेलू आवश्यकता
2. समाज में मध्यम आय वर्ग की बहुलता
3. बढ़ती प्रतिस्पर्द्धा
4. जनसंख्या का 35 प्रतिशत भाग युवा
5. शिक्षा से नजरिये में बदलाव
6. शहरीकरण

यू तो और भी कई कारण हो सकते हैं, परंतु उपरोक्त प्रमुख बिंदुओं पर मेरा मत निम्नवत है:

1. **घरेलू आवश्यकता** - जैसा कि पहले भी हमने देखा कि विकासशील देशों में पारिवारिक आवश्यकतायें बहुत हैं चाहे वो घरेलू सामान की हों या दैनिक उपयोग की या यू कहें कि जीवनयापन के लिये मूलभूत आवश्यकताओं के बाद जिसका पोषण व्यक्ति अपनी आय से कर ही लेता है। परंतु अन्य प्रमुख घरेलू आवश्यकताओं जैसे गृह निर्माण, वाहन खरीद, उच्च शिक्षा प्राप्त करना इत्यादि प्रमुख हैं, जिनकी पूर्ति के लिये अतिरिक्त धन की आवश्यकता को बैंकों ने महसूस किया और इन उत्पादों को नये नये कलेवर में प्रस्तुत कर जरूरतमंदों को लुभाने का कार्य करना प्रारंभ कर दिया।
2. **समाज में मध्यम आय वर्ग की बहुलता** - इसमें कोई अतिशयोक्ति नहीं कि समाज में यदि किसी वर्ग विशेष को अपने स्टेटस के लिये संघर्ष करना पड़ता है तो वह केवल मध्यम आय वर्ग ही है और विकासशील देशों में इसी वर्ग की बहुलता है तथा इसे अपने स्टेटस को बरकरार रखने में बेहद जददोजहद का सामना करना पड़ता है। बैंकों ने इस संघर्ष को ताड़ा और इस वर्ग के लिये रिटेल उत्पादों की झड़ी लगा दी, जिसमें घरेलू सामान की खरीद सबसे प्रमुख है चाहे वो टीवी की खरीद हो वाशिंग मशीन या फिर ओवन, फर्नीचर, कम्प्यूटर या लैपटाप की खरीद हो। यहां यह अवश्य जानना जरूरी है कि सार्वजनिक क्षेत्र के बैंकों में इन उत्पादों के विपणन के प्रति होड़ ज्यादा नहीं है, परंतु विदेशी या निजी बैंक इनमें सबसे आगे हैं, और चूंकि समाज के इस बहुलता आय वर्ग के लोगों की जरूरतों के प्रति सजग हैं, अतः इनकी लोकप्रियता भी उतनी ही अधिक है।
3. **बढ़ती प्रतिस्पर्द्धा** - समाज में टिके रहने के साथ-साथ एक अच्छे मकान का होना, बच्चों को अच्छी शिक्षा देने तथा एक अदद वाहन का घर में होना हर घर का सपना हो गया है। इसे अब किसी भी घर की न्यूनतम आवश्यकता के रूप में देखा जाने लगा है। अतः व्यक्ति चाहे वो किसी भी आय वर्ग का हो इन्हें प्राप्त करने के लिये कृत संकल्प रहने लगा है। समाज में लगी इस होड़ को भी बैंकों ने पहचान लिया है। एक समय था जब ये सब एक सामान्य व्यक्ति के लिये मात्र कल्पना का विषय होते थे परंतु बैंकों में रिटेल उत्पादों की उपलब्धता के साथ-साथ इन व्यवसायों में लगी कम्पनियों ने भी लोगों को दोनों हाथों से लिया और अपने उत्पादों के दामों को कम करते हुए उत्पादन को तेजी से बढ़ाकर बाजार में अपनी पकड़ बनाने की होड़ सी लगा दी है।
4. **जनसंख्या का 70 प्रतिशत भाग युवा** - रिटेल बैंकिंग को प्राथमिकता देने में बैंकों ने कोई देर नहीं लगाई, कारण, जैसा कि हमने पहले भी बताया कि बैंकों के उदार

होते ही आम आदमी की क्रय-शक्ति बढ़ जाने से बैंकिंग परिवेश में आये बदलाव ने बाजार में विभिन्न रिटेल उत्पादों का जमघट सा लगा दिया। भारत एक ऐसा देश है जिसकी आबादी वैसे भी विश्व में चीन के बाद दूसरे नंबर पर है और इसकी आबादी का 70 प्रतिशत से अधिक भाग युवा है जो 35 वर्ष की आयु तक का है। आज के युवा को वह सब चाहिये जिसकी कल्पना शायद ही पूर्व में कोई व्यक्ति करता हो, क्योंकि सीमित आय के अंदर ही जीवन यापन संभव था। परंतु आज उच्च से उच्च शिक्षा पैसे की मोहताज नहीं है, बैंकों ने छात्र छात्राओं के अध्यापन हेतु अपनी तिजोरियों को खोल सा दिया है, सरकार की नीतियों का भी दबाव है। परंतु यह तो रिटेल उत्पाद का मात्र एक उदाहरण है। युवाओं का दूसरा महत्वपूर्ण पसंदीदा उत्पाद है गृहनिर्माण, यह उत्पाद भी अपने आप में लुभावनापन लिये हुए है, जहां युवा अपने सपनों का महल तुरंत खड़ा कर लेना चाहता है वहीं बैंक लुभावने रूप में इस उत्पाद को परोसने में लगे हैं, चाहे वो ईएमआई के प्रकार हों या बीमा के लाभ या प्रोसेसिंग शुल्क को मुक्त करना आदि। इसमें महत्वपूर्ण तथ्य है कि आज की युवा पीढ़ी ने जहां अपनी क्रय-क्षमता को बढ़ाया है, वहीं ऋण के संबंध में भी इनकी सोच को बेहद सकारात्मक बनाया है, जब कि पूर्व के युवाओं में इसके प्रति बेहद नकारात्मक विचार थे। ऐसे में यदि इतनी बड़ी संख्या में युवा शक्ति की आवश्यकताओं को संतुष्ट करना है तो यकीनन रिटेल बैंकिंग ही एक मात्र साधन है।

5. **शिक्षा से नजरिये में बदलाव** - जी हां, शिक्षा के प्रभाव का भी हम आज के बैंकिंग परिवेश में अहसास कर सकते हैं। युवा शक्ति ने जिस प्रकार से अपने को शिक्षित किया है, उससे उनकी सोच में जबरदस्त बदलाव आया है। आज बैंकों द्वारा अपनाई गई तकनीकी और तकनीकी उत्पादों को इन युवाओं ने बड़ी ही सहजता के साथ अंगीकार किया है और रिटेल उत्पादों में क्रेडिट कार्ड, डेबिट कार्ड, इंटरनेट बैंकिंग और मोबाइल बैंकिंग इत्यादि का उपयोग बड़ी ही सहजता से प्रारंभ किया है। इसी वजह से कासा के अंतर्गत खाता खोलने के साथ ही ये सभी सुविधायें मुफ्त प्रदान की जाने लगी हैं। इस युवा पीढ़ी ने तो ऋणों को प्रगति से जोड़ कर देखा है न कि कमजोरी के रूप में। यही कारण है कि आज बैंकों में उपभोक्ता वस्तुओं के रिटेल उत्पादों का प्रचलन काफी आगे बढ़ चुका है।
6. **शहरीकरण** - बैंकों में रिटेल बैंकिंग को प्राथमिकता बनाने का एक यह भी प्रमुख घटक है। ग्रामों से व्यक्तियों का पलायन होना तथा ग्रामों का शहरीकरण, दोनों ही रिटेल बैंकिंग को प्राथमिकता देने वाले प्रमुख अवयव हैं।

7. **परिवारों का इकाई होना** - समाज में बदलाव का प्रमुख कारण है संयुक्त परिवारों का टूटना और इकाई के रूप में पलायन या पृथकीकरण। संयुक्त परिवार के टूटने से इकाई परिवारों की समग्र रूप से आवश्यक मदों की मांग भी कई गुना बढ़ गई है और इनका लाभ भी बैंकों ने रिटेल बैंकिंग के माध्यम से बखूबी उठाया है। जबकि पहले एक ही परिवार होने के कारण संयुक्त परिवार में इन वस्तुओं की संख्या कम होती थी।

उपरोक्त समस्त कारणों से बैंकों ने व्यक्तियों के साथ कारोबारी रिश्तों को तरजीह देना प्रारंभ कर दिया, जिससे रिटेल उत्पादों की भरमार के साथ बैंकिंग का एक नया युग प्रारंभ हो गया।

जैसा कि हमने देखा कि रिटेल बैंकिंग व्यक्तियों के साथ की गई बैंकिंग है और यह बैंकिंग, बैंक की बैलेंसशीट के दोनों ओर अर्थात् दायित्वों एवं आस्तियों दोनों प्रकार की होती है। जिसमें दायित्वों के रूप में सावधि जमाराशियां, बचत खाते, चालू खाते तथा आस्तियों के रूप में ऋण जैसे गृह निर्माण ऋण, पर्सनल ऋण, वाहन ऋण एवं शिक्षा ऋण के साथ-साथ विभिन्न बंधक के पेटे ऋण प्रमुख हैं। ये तो प्रमुख उत्पाद हैं ही, परंतु रिटेल के अनुषंगी उत्पाद भी आज के बैंकिंग परिवेश में महत्वपूर्ण स्थान रखते हैं। उपरोक्त समस्त उत्पादों एवं ग्राहक समूहों को हम निम्नानुसार विभाजित कर सकते हैं:

1. विविध उत्पाद - जमाराशियां, क्रेडिट कार्ड, बीमा, निवेश, प्रतिभूतियां

जमाराशियां जहां कम ब्याज दर की है वहीं बीमा, निवेश और प्रतिभूतियां गैर ब्याज आय का साधन हैं। क्रेडिट कार्ड एक अप्रत्यक्ष अग्रिम है जिस पर अधिक ब्याज लाभ होने की संभावनायें रहती हैं। चूंकि यह एक मूल्यवर्धित उत्पाद है, अतः संभावनायें लिखा गया है, क्योंकि ग्राहक एक निश्चित अवधि तक उपयोग में लाई गई (नकद को छोड़ कर) पूरी राशि को बिना किसी प्रभार के चुकता कर सकता है। इन्हें प्राप्त करने के लिये प्रभावी योजनाओं को तैयार कर एवं ग्राहकों की आवश्यकताओं के अनुरूप रिटेल योजनायें जारी की जाती हैं।

2. विविध चैनल - काल सेंटर, शाखा, इंटरनेट एवं कियोस्क

अपने ग्राहकों की पल-पल बैंकिंग की जानकारी प्रदान करने और ऑनलाइन परिचालन की सुविधा देने वाले ये तकनीकी रिटेल उत्पाद आज की भाग दौड़ की जिंदगी में प्रत्येक के लिये आवश्यक हो चले हैं, जिनके प्रति आज प्रत्येक व्यक्ति जागरूक है और उपयोगरत भी है।

3. विविध ग्राहक समूह - उपभोक्ता, लघु व्यवसाय एवं कॉर्पोरेट

जीवनोपयोगी वस्तुओं का उपभोग करने वाले को उपभोक्ता कहा गया है और यह उपभोक्ता रिटेल बैंकिंग को बढ़ाने वाला सशक्त स्तंभ है, या यूँ कहें कि इसी के चारों ओर घूमती है रिटेल बैंकिंग। इसकी आवश्यकताओं को पूरा करने के लिये ही रिटेल योजनायें बनाई जाती हैं और यह रिटेल बैंकिंग को प्राथमिकता प्रदान करने वाला प्रमुख स्रोत है। मध्यम दर्जे के व्यवसाय भी रिटेल लेंडिंग के उदाहरण हैं, वहीं बड़े उद्योगों ने अपने उत्पादों की बिक्री के लिये बैंकों के साथ टाई-अप व्यवस्था कर, आसान किस्तों पर उन उत्पादों को आम जनता को उपलब्ध कराने में सहयोग प्रदान किया, जिन्हें पाना कभी बेहद मुश्किल था। इनमें जहां वाहन की खरीद, शिक्षा ऋण, बंधक ऋण आदि प्रमुख हैं, वहीं घरेलू आवश्यकता की वस्तुओं जैसे फ्रिज, टीवी, वाशिंग मशीन इत्यादि उत्पादों की खरीद के लिये वित्त उपलब्ध कराने में सार्वजनिक क्षेत्र के कुछ ही बैंक सामने आये हैं।

रिटेल बैंकिंग आज सबसे महत्वपूर्ण बैंकिंग है। जन साधारण में बैंक को प्रिय बनाने के लिये यह बेहतर माध्यम भी है। आज प्रत्येक बैंक अपनी शाखाओं के विस्तार में जोर शोर के साथ लगा हुआ है, क्योंकि वह प्रत्येक नागरिक के समीप पहुंचना चाहता है, ताकि रिटेल बैंकिंग के अपने उत्पादों को उन तक पहुंचा कर शीर्ष बैंक के रूप में पहचान बना सके।

कासा के रूप में प्राप्त होने वाली अल्प ब्याज आय बैंकों के लिये किसी अमृत से कम नहीं होती है यही कारण है कि बैंक कासा(करंट खाता एवं बचत खाता) के रूप में जमाराशियों के संग्रहण पर जोर बनाये हुए हैं और तरह-तरह की योजनायें भी ला रहे हैं तथा शाखा खोलने वालों को शुल्करहित अन्य लाभ जैसे डेबिट कार्ड, क्रेडिट कार्ड का दिया जाना, इंटरनेट बैंकिंग की सुविधा एवं मोबाइल बैंकिंग की सुविधा इत्यादि प्रमुख हैं, को प्रदान करने के साथ-साथ उन पर मुफ्त बीमा दिये जाने पर भी जोर दे रहे हैं।

किसी भी बैंक का मजबूत होना केवल जमाराशियों के संग्रहण हेतु प्रोजेक्ट चलाने से ही संभव नहीं है, जरूरत है जमा किये गये धन को ऋण/अग्रिम के रूप में देना, जो कि एक मूलभूत सिद्धान्त है। रिटेल उत्पादों में सबसे अधिक प्रचलित उत्पादों में गृह निर्माण ऋण, शिक्षा ऋण तथा वाहन ऋण सम्मिलित हैं। हालांकि गृहनिर्माण ऋण में गत कुछ वर्षों से तेजी आई है, परंतु फिर भी अनुसूचित बैंकों के आंकड़ों को देखा जाये तो ये इन बैंकों के कुल गैर प्राथमिकता प्राप्त ऋण का मात्र 8 प्रतिशत है।

एक मेरे मित्र हैं जो सदैव शब्दों को छिन्न भिन्न करते रहते हैं। जब मैंने उनसे कहा कि मुझे रिटेल के संबंध में कुछ बताओ तो कुछ सोच कर बोले रि-टेल हां, Re+tail प्रथम का अर्थ है पुनः और दूसरे का अर्थ है पूंछ। और इसका मतलब है कि फिर से पूंछ, मैंने कहा कि मुझे तो कुछ समझ नहीं आया तो बोले, दुनियां की तरह बैंकें भी एक गोल दायरे में कार्य कर रही हैं। पहले तो वो ज्यादा से ज्यादा लाभ के लिये बड़े बड़े कॉर्पोरेट्स को या कम्पनियों को ऋण प्रदान करने की होड़ करती हैं और जब इनके ये ऋण खूंखार एनपीए के रूप में जकड़े नजर आने लगते हैं तो बैंकों का रूख पुनः 'टेल' की ओर हो जाता है अर्थात् उस ओर से जोखिम कम है। सीधे शब्दों में जब बैंक बड़े मुंह (कॉर्पोरेट्स या बड़ी कम्पनियों) की बजाए पूंछ(आम आदमी की आवश्यकतायें) की ओर खड़े होना पसंद करें तो उसे रि-टेल बैंकिंग कहते हैं, क्योंकि किसी भी जानवर के मुंह की ओर रहने में जोखिम ज्यादा है परंतु पूंछ की ओर बेहद कम होता है। मेरे सामने एक सरल और सहज परिभाषा ने जन्म लिया।

निश्चित रूप से कम ब्याज पर जमाराशियों को प्राप्त कर कम जोखिम के उपभोक्ता ऋणों को देकर बैंक न केवल समाज के उत्थान का कार्य कर रहे हैं, बल्कि आम जनता में बैंकिंग के प्रति आत्मविश्वास को भी बढ़ा रहे हैं। आज हम बैंकिंग विहीन क्षेत्रों में रहने वालों को बैंकिंग के साथ जोड़ने की मुहिम चला रहे हैं। इसका भी प्रमुख कारण है कासा, क्योंकि जितने ज्यादा नये ग्राहक बैंकों के साथ जुड़ेंगे उतना ज्यादा कासा बैंकों के पास होगा और बैंक कम जोखिम पर रिटेल ऋणों के माध्यम से कहीं ज्यादा लाभ कमाने की स्थिति में होंगे। इससे बैंकों के पास ग्राहक आधार तो बढ़ेगा ही, साथ ही पूंजी की तरलता और सुदृढ़ता भी बनी रहेगी।

मेरा मानना है कि मौजूदा परिस्थितियां यदि ऐसी ही बनी रहीं तो रिटेल बैंकिंग का भविष्य बेहद उत्साहवर्धक है। इस लेख में हमने अपने भारत देश को ध्यान में रखते हुए अपनी बात को रखा है, परंतु यदि विश्व की बात करें तो वह भी कोई अलग नहीं होगी। कमोबेश स्थितियां और परिस्थितियां प्रत्येक देश में एक समान हैं और एक ही समान सभी की आवश्यकतायें भी हैं। जैसा कि मैंने पूर्व में कहा कि यह एक चक्र है - कभी रिटेल युग तो कभी कॉर्पोरेट युग, परंतु इसमें कोई अतिशयोक्ति नहीं होगी कि जब-जब रिटेल युग रहेगा, आम आदमी के जीवन स्तर में सुधार होता रहेगा और समाज तरक्की कर पायेगा। मैं कोई आर्थिक मामलों का विशेषज्ञ नहीं हूँ परंतु एक आम आदमी के रूप में मैंने बैंकों में आये परिवर्तन पर अपनी बात रखी है।

खुदरा बैंकिंग - जमा उत्पाद

हृषीकेश मिश्रा

देश की अर्थव्यवस्था में बैंक का बहुत बड़ा योगदान है एवं यह प्रत्यक्ष रूप से बैंक पर निर्भर है। आज बैंक के बिना हम स्वस्थ, समृद्ध एवं अनुशासित समाज की परिकल्पना भी नहीं कर सकते। जीवन की प्रत्येक गतिविधि आज बैंकिंग उद्योग से जुड़ी हुई है। पारिवारिक जरूरतों से लेकर कृषि, व्यवसाय, उद्योग तथा आयात-निर्यात सभी क्षेत्रों की जरूरतें बैंक द्वारा पूरी की जाती हैं। भुगतान एवं निपटान का एक सशक्त माध्यम बैंक हैं। केंद्र एवं राज्य सरकारों की सभी योजनायें बैंक के द्वारा ही कार्यान्वित एवं निष्पादित की जाती हैं।

बैंकिंग क्या है ?

बैंकिंग वह प्रक्रिया है जिसमें उधार एवं निवेश के उद्देश्य से आम जनता से माँग किए जाने पर भुगतान योग्य जमाराशियों को स्वीकार किया जाता है। इस प्रकार बैंक के मुख्य रूप से दो महत्वपूर्ण कार्य हैं, जमा संग्रहण एवं ऋण या निवेश। खुदरा बैंकिंग से तात्पर्य समाज के हर वर्ग को बैंकिंग गतिविधियों से जोड़कर उनकी जीवनशैली में लगातार विकास कर देश को विकसित करना है। बैंकों के राष्ट्रीयकरण का एकमात्र उद्देश्य है कि खुदरा बैंकिंग एवं वित्तीय समावेशन के द्वारा समाज के पिछड़े एवं कमजोर वर्गों को उनकी जरूरत के अनुसार पर्याप्त एवं समय पर धन मिल सके तथा उन्हें बैंकिंग प्रणाली से जोड़ा जा सके।

जमा राशि के बिना हम बैंक की कल्पना नहीं कर सकते। जमा बैंकिंग उद्योग के लिए कच्चा माल है जिसे संग्रहित कर उसे अन्य उत्पादक क्षेत्रों एवं जरूरतमंद लोगों को ऋण प्रदान किया जाता है। इस प्रकार नई परियोजनाओं में निवेश कर न केवल परिसंपत्ति का सृजन बल्कि रोजगार का अवसर, प्रति व्यक्ति आय, सकल घरेलू उत्पाद में वृद्धि तथा

स्वस्थ, सुंदर एवं अनुशासित समाज का निर्माण होता है। जमाराशि बैंक के रक्त धमनी जैसा कार्य करती है। बैंक की समस्त गतिविधियाँ इसके द्वारा संग्रहित जमाराशि पर ही निर्भर करती हैं। जिस बैंक की जमाराशि जितनी अधिक होगी, वह उतना ही अधिक ऋण देने, निवेश करने एवं अन्य गतिविधियों का विस्तार कर सकने में सक्षम होगा। किसी भी उद्योग की सफलता के लिए कम लागत पर कच्चे माल की उपलब्धता का होना अनिवार्य है। निश्चय ही जमाराशि उन क्षेत्रों एवं ग्राहकों से संग्रहित की जाती है जिसके पास अपनी जरूरत से अधिक या भविष्य में उपयोग करने हेतु धन हो।

ग्राहकों की जरूरतों एवं उद्देश्यों को ध्यान में रखकर बैंकों द्वारा जमा उत्पाद का प्रारूप तैयार किया जाता है, जिससे वे अपनी आवश्यकता से अधिक की धनराशि जमा कर एवं भविष्य में उसका उपयोग अपनी सुविधानुसार सुगम रूप से कर सकें।

जमाएं मुख्यतः दो तरह की होती हैं - माँग जमा एवं मीयादी जमा। माँग जमाएं कहीं भी किसी भी समय माँग किए जाने पर भुगतान की जाती हैं, जबकि मीयादी जमाएं एक निश्चित अवधि के लिए होती हैं।

ग्राहकों के उद्देश्यों एवं आवश्यकतानुसार माँग जमा के मुख्य रूप से दो प्रकार के उत्पाद हैं- बचत जमा एवं चालू जमा, जिसे बैंक में कासा उत्पाद के नाम से जाना जाता है जो कि कम लागत वाली जमा योजना है। यह जमा उत्पाद का मूल एवं महत्वपूर्ण उत्पाद है, जिससे बैंक एवं ग्राहक दोनों पारस्परिक रूप से लाभान्वित होते हैं।

बैंक हेतु लाभ

- **कम लागत जमा :** चालू खाते पर किसी प्रकार के ब्याज का भुगतान नहीं किया जाता है तथा बचत जमा खाते पर सबसे कम ब्याज का भुगतान किया जाता है। अतः बैंक को ब्याज व्यय के कम होने से अधिक लाभ होता है। बैंक का टॉपलाइन तथा बॉटमलाइन मजबूत होता है।
- **ग्राहक आधार:** यह एक प्रारम्भिक संबंध उत्पाद है तथा बैंक - ग्राहक संबंध की शुरुआत चालू खाते एवं बचत खाते से होती है। वर्तमान ग्राहक अपने सगे संबंधियों, मित्रों तथा अन्य व्यक्तियों का खाता बैंक में खुलवाते हैं, जिससे बैंकों का ग्राहक आधार अनवरत बढ़ता रहता है।
- **आसान संचालन:** एक बार खाता खुल जाने के पश्चात इसका संचालन बैंक के लिए बहुत आसान होता है एवं ग्राहकों को वैकल्पिक चैनल से संव्यवहार करने का विकल्प उपलब्ध रहता है।

- **वैकल्पिक सुपुर्दगी चैनल:** वैकल्पिक चैनलों की संख्या अधिक होने के कारण शाखा में ग्राहकों की भीड़ कम होने लगी है जिससे कर्मचारियों को अन्य विकास कार्य में लगाया जा सके.

ग्राहक हेतु लाभ

- **नियमित आय का स्रोत:** बचत खाता पर रिजर्व बैंक द्वारा ब्याज का अविनियमन करने के पश्चात बैंक अब ब्याज दर निर्धारित करने के लिए स्वतंत्र हैं. ग्राहकों को खाते के प्रतिदिन शेष पर कम से कम चार प्रतिशत की दर से ब्याज मिलता है.
- **तरलता:** चालू एवं बचत जमा अत्यधिक तरल है, जिसे कहीं भी किसी भी समय उपयोग के लिए भुगतान लिया जा सकता है. ग्राहक अपने धन के नजदीक रहता है.
- **वैकल्पिक बैंकिंग माध्यम:** वर्तमान में वैकल्पिक चैनल की उपलब्धता के कारण ग्राहक आसानी से एवं स्वयं खाते का संचालन कर अपनी आवश्यकतानुसार धन का उपयोग करते हैं.
- **अन्य सुविधाएँ:** चेकबुक, एटीएम कार्ड, निधि अंतरण, बिल भुगतान, चेक संग्रह, नेफ्ट, आरटीजीएस, इलेक्ट्रॉनिक समाशोधन सेवा, स्थायी अनुदेश आदि सेवाओं का लाभ कासा के माध्यम ले सकते हैं.

बचत खाता

बचत जमा, जैसा की नाम से स्पष्ट है, व्यक्तिगत आवश्यकताओं जैसे बचत, वेतन, पेंशन, छात्रवृत्ति, मजदूरी, बिल भुगतान, चेक वसूली, धन अंतरण आदि की पूर्ति हेतु इस खाते का उपयोग किया जाता है, जिसमें सीमित लेनदेन किया जाता है. इस खाते से कहीं भी कभी भी अपने धन का भुगतान लेकर उपयोग किया जा सकता है.

समाज के हर तबके एवं क्षेत्र को ध्यान में रखकर बचत जमा के विभिन्न उत्पाद बैंकों द्वारा बनाए गए हैं, जिसका संक्षिप्त विवरण निम्नानुसार है:

1. **साधारण बचत जमा खाता:** आम आदमी को बचत करने के लिए उत्प्रेरित करने वाले इस खाते का उपयोग सभी प्रकार की जरूरतों को पूरा करने के लिए किया जा सकता है. इस खाते पर सभी प्रकार की सुविधा उपलब्ध है. साधारण खाते

में न्यूनतम मासिक शेष राशि बनाए रखने की बाध्यता होती है तथा प्रत्येक तिमाही सीमित लेनदेन किया जा सकता है, अन्यथा प्रति लेनदेन निश्चित राशि संबंधित बैंकों द्वारा प्रभारित की जाती है.

2. **नो फ्रिल खाता:** नो फ्रिल जैसा कि नाम से स्पष्ट है वह उत्पाद या सेवा है जिसमें उसकी लागत को कम रखने के उद्देश्य से अनावश्यक तत्व (फ्रिल यानि इंज़र) हटा लिया जाता है. यह खाता समाज के कमजोर वर्गों एवं मजदूरों की आवश्यकता पूरी करने के लिए है जिसमें लागत के रूप में न्यूनतम शेष राशि रखने की बाध्यता नहीं है. इस खाते में चेकबुक की सुविधा नहीं है तथा प्रति छमाही 30 लेनदेन से अधिक होने पर पाँच रुपये प्रति लेनदेन का अधिभार चुकाना पड़ता है. ग्राहक के सभी खातों के योग का शेष रु.50000/-एवं प्रतिवर्ष कुल जमा या निकासी एक लाख से अधिक नहीं की जा सकती है. रिजर्व बैंक के निर्देशानुसार इस खाते पर रु.500/-की ओवरड्राफ्ट सुविधा व्यक्तिगत खर्च हेतु निरंतरता के आधार पर उपलब्ध है.
3. **छोटा खाता(स्माल अकाउंट):** यह खाता समाज के उन वर्गों के लिए है जो रोजगार पाने के लिए गाँव से शहरों एवं महानगरों की ओर पलायन करते हैं तथा जिनके पास कोई भी पहचान पत्र, निवास का पता एवं परिचयकर्ता नहीं होता है. ग्राहक की घोषणा के आधार पर नो फ्रिल बचत खाता खोला जाता है, जिसमें उपरोक्त सभी नियम लागू हैं.यह खाता एक साल तक के लिए वैध रहता है, जिसे शाखा प्रबंधक अगले एक साल तक बढ़ा सकते हैं, तदुपरांत इसे नियमित केवाईसी दस्तावेज लेकर सामान्य खाते में परिवर्तित किया जा सकता है. इस खाते से एक माह में दस हजार से अधिक का भुगतान या अंतरण नहीं कर सकते हैं तथा विदेशों से विप्रेषण इस खाते में नहीं कर सकते हैं.
4. **वेतन बचत खाता:** इस उत्पाद में बचत खाता के पोर्टफोलियो को बढ़ाने की अपार क्षमता है. उत्पादन एवं सेवा क्षेत्रों के तेजी से बढ़ने से नौकरीपेशा लोगों की संख्या में भारी वृद्धि हो रही है. वेतनभोगियों की सभी प्रकार की वित्तीय जरूरतें रियायती दरों पर प्रदान/पूरी की जाती हैं तथा न्यूनतम शेष राशि रखने की बाध्यता नहीं है.
5. **एसबी टीयर उत्पाद :** बचत खाते में न्यूनतम शेष से अधिक राशि रखने वाले उच्चतर स्तर के ग्राहकों के लिए औसत तिमाही शेष पर आधारित विभिन्न श्रेणियों

के उत्पाद हैं, जिसमें प्रत्येक श्रेणी के साथ अतिरिक्त विशेष बैंकिंग लाभ एवं सुविधाएँ उपलब्ध हैं।

बचत खाते को औसत तिमाही शेष के आधार पर चार श्रेणियों में वर्गीकृत किया गया है जैसे क्लासिक, सिल्वर, गोल्ड एवं प्लैटिनम. औसत शेष राशि के आधार पर बचत खातों में अनेक प्रकार के लाभ दिये जाते हैं जैसे चेक पत्रों के रंग से लेकर एटीएम/डेबिट कार्ड/धन अंतरण से जुड़ी रियायतें/विशेष फायदे इत्यादि. भारतीय रिजर्व बैंक द्वारा घोषित बचत बैंक ब्याज में अविनियमन से ब्याज में फर्क, शेष के आधार पर बचत खातेदारों को विशेष लाभ और सुविधाओं की पेशकश आदि बैंक के जमा संग्रहण अभियान में एक महत्वपूर्ण साधन की तरह हैं।

चालू खाता

चालू जमा खाता माँग जमा का वह उत्पाद है जिसका उपयोग मुख्य रूप से व्यवसायिक लेनदेन के लिए किया जाता है एवं जमा राशि पर देय ब्याज शून्य है. इस खाते में लेनदेन की कोई सीमा नहीं है तथा ओवरड्राफ्ट एवं थर्ड पार्टी चेक जमा करने की सुविधा उपलब्ध है. यह खाता छोटे व्यवसायी एवं प्रोफेशनल के लिए उपयुक्त है. आजकल बैंकों द्वारा औसत मासिक शेष के आधार पर ग्राहकों को विभिन्न सेवाएं रियायती दर पर प्रदान की जाती हैं।

मीयादी जमा

एक निश्चित समय/अवधि के लिए स्वीकार की गयी जमा मीयादी जमा कहलाती है. हालाँकि ग्राहक इस जमा का भुगतान कभी भी ले सकता है. गृह निर्माण ऋण, शिक्षा ऋण, आधारभूत परियोजनाओं आदि के लिए बैंक द्वारा दीर्घ अवधि के लिए ऋण मंजूर किया जाता है जिसके लिए मीयादी जमा का होना अनिवार्य है, ताकि आस्ति एवं देयताओं की परिपक्वता का प्रबंधन किया जा सके. मीयादी जमा पर ब्याज दर उनकी अवधि के अनुसार संबंधित बैंकों द्वारा तय की जाती है. सामान्यतः जमा की अवधि न्यूनतम सात दिन तथा अधिकतम दस वर्ष होती है. परन्तु न्यायालय के आदेश एवं अवयस्क की जमाराशि अधिक अवधि के लिए भी स्वीकार की जाती है. ग्राहकों की जरूरतों के अनुसार मीयादी जमा के विभिन्न उत्पाद बैंकों में उपलब्ध हैं, जो निम्नानुसार हैं:

1. **अल्पावधि जमा:** जैसा कि नाम से स्पष्ट है यह जमा सात दिन से 179 दिन तक के लिए स्वीकार की जाती है तथा इस पर साधारण ब्याज का भुगतान परिपक्व होने पर किया जाता है.

2. **मीयादी जमा/सावधि जमा:** इसमें न्यूनतम जमा रु.1000/- कम से कम 180 दिन के लिये स्वीकार की जाती है तथा ब्याज का भुगतान परिपक्व होने पर किया जाता है.
3. **मासिक आय जमा योजना:** यह उत्पाद उन वर्गों के लिए उपयुक्त है जिन्हें उनकी जमा पर नियमित आय की जरूरत है, जिन्हें ब्याज का भुगतान मासिक, तिमाही, छमाही अथवा वार्षिक अंतराल पर किया जाता है.
4. **आवर्ती/संचयी जमा:** यह एक घरेलू बचत योजना है एवं छोटे निवेशकों को आसान मासिक किश्तों में जमा करने हेतु अभिप्रेरित करती है. नियमित आमदनी एवं बचत करने वाले ग्राहकों के लिए यह सबसे उत्कृष्ट उत्पाद है. छोटे-छोटे निवेशक अपने खर्च से भी कटौती कर इस खाते को खोल सकते हैं, जिसकी मासिक किश्त रु.50/-से शुरू होती है. बैंकों द्वारा अलग-अलग योजनायें ग्राहकों को आकर्षित करने के लिए बनायी गयीं हैं जैसे जमा के साथ बीमा तथा मिलियन जमा योजना आदि.
5. **जमा पुनर्निवेश योजना:** इस जमा उत्पाद पर सबसे अधिक ब्याज की आमदनी होती है. इस जमा में ब्याज का हर तिमाही पुनर्निवेश होकर चक्रवृद्धि दर से भुगतान किया जाता है.
6. **कर बचत जमा योजना:** यूनियन बजट, 2006 में बैंक जमा पर कर राहत के प्रावधान की शुरुआत की गयी थी. आयकर अधिनियम की धारा 80 सी के अंतर्गत ग्राहक बैंक में रुपए एक लाख मात्र जमा/निवेश कर आयकर का लाभ ले सकते हैं. जमा की अवधि न्यूनतम पाँच वर्ष से लेकर दस वर्ष तक है तथा आयकर में छूट होने के कारण ग्राहक इस जमाराशि का भुगतान पाँच वर्ष से पहले नहीं ले सकते हैं. यह उत्पाद आयकर के दायरे में आने वाले नौकरीपेशा वर्ग तथा छोटे व्यापारियों के लिए बहुत उपयुक्त है.

हाइब्रिड/फ्लेक्सी जमा खाता

माँग जमा एवं सावधि जमा का एकीकृत रूप फ्लेक्सी बचत खाता है, जो दोनों की विशेषताओं को मिश्रित/एकीकृत कर बनाया गया उत्पाद है. इसका संचालन सामान्य

चालू एवं बचत खाते की तरह किया जाता है। इस उत्पाद में ग्राहक के निर्देशानुसार निश्चित राशि एवं अवधि के लिए सावधि जमा स्वतः बन जाती है तथा भुगतान लेने पर स्वतः सावधि जमा का अंतरण चालू/बचत खाते में हो जाता है।

इस प्रकार बैंकों द्वारा समाज के प्रत्येक वर्ग एवं क्षेत्रों हेतु उपयोगी जमा उत्पाद उपलब्ध कराए गए हैं, जिसका लाभ वे अपनी जरूरत के अनुसार ले सकते हैं एवं अपनी बचत कर देश के निर्माण में सक्रिय सहभागिता निभा सकते हैं।

“आज की बचत कल की समृद्धि”

खुदरा बैंकिंग में प्रौद्योगिकी का प्रभाव

संजय एम. चावला

बैंकिंग और वित्त की दुनिया हमेशा प्रगति की ओर अग्रसर है तथा इसमें नित नये परिवर्तन देखने को मिलते हैं। वित्त के क्षेत्र में सबसे बड़ा परिवर्तन बैंकिंग कारोबार के दायरे में आया है। पारंपरिक रूप में बैंकिंग, अपने ग्राहकों का पैसा जमा करने, आधिक्य धन जरूरतमंद तथा उपयुक्त ग्राहकों को ऋण के रूप में प्रदान करने तथा उनका धन अंतरण करने से संबंध रखती है।

पारंपरिक व्यवसाय के अलावा, बैंक अब छोटे खाताधारकों से लेकर बड़ी कंपनी के खाता धारकों तथा गैर- ग्राहकों की, सभी प्रकार की वित्तीय और गैर वित्तीय जरूरतें पूरी करने के लिए सेवाओं की एक विस्तृत शृंखला प्रदान कर रहे हैं। बैंकों द्वारा प्रदान की गयी विभिन्न प्रकार की सेवाएं मुख्य रूप से बैंक के आकार और प्रकार पर निर्भर करती हैं। इसी वजह से बैंकों द्वारा प्रदान की जाने वाली सेवाओं में विभिन्नता देखने को मिलती है।

बैंकिंग क्षेत्र में प्रौद्योगिकी का उपयोग -

रिजर्व बैंक द्वारा आरंभिक पहल

एक विकासशील देश के केंद्रीय बैंक के रूप में भारतीय रिजर्व बैंक ने, बैंकिंग और वित्तीय क्षेत्र के विकास को अपने मुख्य लक्ष्य के रूप में अपनाया है। सन् 1950 से 1970 के दौर में संचालित “संस्थागत विकास” इस दृष्टिकोण की पहचान थी। सन् 1970 से 1980 के दशक में रिजर्व बैंक ने बैंकिंग क्षेत्र की उत्पादकता में सुधार पर ध्यान केंद्रित किया। यह आश्वस्त होने के बाद कि “प्रौद्योगिकी” उत्पादकता में सुधार के लिए महत्वपूर्ण कारक है, रिजर्व बैंक ने भारत में बैंकों द्वारा प्रौद्योगिकी के उपयोग को लोकप्रिय बनाने के लिए कई कदम उठाए। समय समय पर रिजर्व बैंक ने सन् 2008 के दशक के बाद प्रत्येक 5

वर्ष में एक बार बैंकों द्वारा प्रौद्योगिकी के उचित इस्तेमाल करने तथा उनकी परिस्थितियों और जरूरतों पर सिफारिश करने के लिए समितियों की नियुक्ति की। ये समितियां तथा समूह निम्नानुसार हैं:

- 1980 के दशक में रंगराजन समिति-1
- 1980 के दशक के अंतिम चरण में रंगराजन समिति-2
- 1990 के दशक में सराफ समूह
- 1990 के दशक के अंत में वसुदेवन समूह
- प्रारम्भिक 2000 के दशक में बर्मन समूह

इन समितियों और कार्य दलों की सिफारिशों के आधार पर, रिजर्व बैंक ने बैंकों के लिए उपयुक्त दिशानिर्देश जारी किए। 1980 के दशक में, बैंकों के बैंक ऑफिस के लिए प्रौद्योगिकी का उपयोग हावी रहा। यह लेनदेन के लेखांकन और एमआईएस के संग्रह के रूप में था। अंतर-बैंक भुगतान प्रणाली में, यह समाशोधन और निपटान-माइक्र प्रौद्योगिकी के उपयोग के रूप में था। 1990 के दशक में रिजर्व बैंक के निम्नांकित दो महत्वपूर्ण निर्णयों ने बैंकिंग परिदृश्य हमेशा के लिए बदल कर रख दिया:

- क) नए निजी क्षेत्र के बैंकों द्वारा तकनीक का शत प्रतिशत उपयोग-लाइसेंस के लिए एक प्रथम शर्त थी।
- ख) बैंकिंग प्रौद्योगिकी में विकास और अनुसंधान के लिए बैंकिंग प्रौद्योगिकी और अनुसंधान संस्थान (IDRBT) की स्थापना करना।

जब नए निजी क्षेत्र के बैंकों ने प्रौद्योगिकी संपन्न बैंकों के रूप में शाखा में प्रौद्योगिकी के आधार पर ग्राहकों के लिए नये उत्पादों की पेशकश की, तो इसका प्रभाव सभी बैंकों पर पड़ा। मल्टी चैनल बैंकिंग-एटीएम और पीसी बैंकिंग, क्रेडिट/डेबिट/स्मार्ट कार्ड, टेली बैंकिंग और इंटरनेट बैंकिंग द्वारा भारत में बैंकों ने “कहीं भी और कभी भी” (Anytime, Anywhere Banking) बैंकिंग की शुरुआत की। आईडीआरबीटी ने भारत में विशेष रूप से बैंकिंग और वित्तीय क्षेत्र के लिए एक क्लोज्ड यूजर ग्रुप नेटवर्क (closed user group network) के रूप में इनफिनेट(INFINET) नामक एक सुरक्षित संचार माध्यम स्थापित करने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाई।

बैंकिंग सेवा के बदलते चेहरे

उदारिकरण (Liberalization) भारतीय सेवा उद्योग के लिए कई महत्वपूर्ण परिवर्तन लाया है। भारतीय बैंकिंग उद्योग को उदारिकरण ने एक जबरदस्त सबक

सिखलाया है। उदारिकरण से पहले बैंक का उपयोग केवल पैसे जमा करने और पैसे निकालने के लिए किया जाता था। बैंक में ग्राहक सेवा के मानक दयनीय थे, परंतु ग्राहक के पास उसका विकल्प उपलब्ध नहीं था। उदारिकरण के बाद ग्राहक सेवा की दिशा बदल गयी है तथा अब यह उपभोक्ता उन्मुख (consumer oriented) बाजार बन गया है।

प्रौद्योगिकी, मानव प्रयास और गतिविधि के हर क्षेत्र में क्रांति ला रही है, जिनमें से एक उदाहरण है, सूचना प्रौद्योगिकी का पूंजी बाजार (capital market) में उपयोग। इंटरनेट बैंकिंग, बैंकिंग उद्योग को परिवर्तित कर रहा है और बैंकिंग गतिविधियों पर प्रमुख प्रभाव डाल रहा है। वेब(Web) जितना अन्य उद्योगों के लिए लाभदायी साबित हो रहा है, उससे कहीं अधिक यह खुदरा वित्तीय सेवाओं के लिए महत्वपूर्ण है।

भारत में खुदरा बैंकिंग समय के साथ साथ ग्राहकों की अपेक्षानुरूप कई खुदरा उत्पादों को नये रूप में प्रस्तुत कर रहा है, जिनमें भविष्य में अपेक्षानुरूप परिवर्तन किया जा सकता है। उदाहरणार्थ, आवास ऋण जो बहुत लोकप्रिय है, क्योंकि यह आपके मधुर स्वप्न को साकार करने में मदद करता है। बाजार में कुछ अन्य अभिनव उत्पाद दिखाई दे रहे हैं। व्यक्तिगत ऋण, शिक्षा ऋण और वाहन ऋण जैसे अन्य खुदरा बैंकिंग उत्पाद ऐसे उत्पाद हैं, जिनकी पेशकश लगभग हर बैंक और वित्तीय संस्थान कर रहा है। परंतु यह आवश्यक है कि ग्राहक इन ऋण उत्पादों के विभिन्न अंतर्निहित पहलुओं को जानें, जिनका इन उत्पादों के रंगीन विज्ञापनों में उल्लेख नहीं मिलता है। ग्राहकों के लिए इस उद्देश्य की पूर्ति प्रौद्योगिकी के उपयोग के द्वारा संभव हुई है।

बैंक अपने ग्राहकों को बैंकिंग चैनलों द्वारा इष्टतम सेवाएं तथा सुविधाएं प्रदान कर रहे हैं, जिसके कारण ग्राहकों को प्रोत्साहन मिल रहा है और बैंकों के परिचालन खर्चों में भी भारी कमी आ रही है। इंटरनेट के बढ़ते उपयोग के कारण यह उम्मीद की जाती है कि कई अन्य उद्योगों की तरह बैंकिंग उद्योग भी अपने ग्राहकों को शांखारहित सुविधाएं प्रदान कर सकेगा।

प्रौद्योगिकी जनित बैंकिंग सेवाएं

एसएमएस (SMS) बैंकिंग

एसएमएस बैंकिंग द्वारा बैंक अपने ग्राहकों को उनके खाते में हुए लेनदेन की जानकारी एक एसएमएस के रूप में उनके मोबाइल पर भेजते हैं, ताकि ग्राहक को उसके खाते में हुए किसी अनुचित या कपटपूर्ण लेनदेन की जानकारी तुरंत मिल सके तथा

तदनुसार वह बैंक को सूचित कर अपने खाते को सुरक्षित रख सके. बैंक अपने ग्राहकों को एसएमएस द्वारा उनके जन्म दिन पर बधाई के एसएमएस भी भेजता है तथा बैंक द्वारा आरंभ किए गए नए उत्पादों की जानकारी भी एसएमएस द्वारा ग्राहकों को उपलब्ध कराता है, जिससे खुदरा बैंकिंग के विपणन क्षेत्र में भारी प्रभाव पड़ा है.

प्लास्टिक धन

प्लास्टिक धन भारतीय खुदरा बैंकिंग बाजार के लिए एक विशेष उपहार है. इसके चलते ग्राहक को अपने साथ बहुत ज्यादा नकदी ले जाने की आवश्यकता नहीं रहती. अब कई नई सुविधाओं को प्लास्टिक धन में जोड़ा गया है, ताकि इसे और अधिक आकर्षक बनाया जा सके. यह “अभी खरीद और बाद में भुगतान” करने के सूत्र पर काम करता है. प्लास्टिक धन के कई प्रकार हैं जैसे क्रेडिट कार्ड, डेबिट कार्ड, स्मार्ट कार्ड, फोटो कार्ड, ग्लोबल कार्ड व पेट्रो कार्ड आदि.

- **क्रेडिट कार्ड** एक वित्तीय साधन है, जो एक से अधिक बार पैसे उधार लेने या क्रेडिट पर उत्पाद एवं सेवाएं खरीदने हेतु इस्तेमाल किया जाता है. बैंक, खुदरा स्टोर और अन्य व्यवसाय आम तौर पर इन्हें जारी करते हैं, जो क्रेडिट सीमा के आधार पर क्लासिक, गोल्ड, सिल्वर जैसे कार्डों के रूप में वर्गीकृत किये जाते हैं. इसमें जारीकर्ता संस्था ग्राहक की ओर से भुगतान करती है और ग्राहकों द्वारा इस ऋण का बाद में भुगतान किया जाता है.
- **चार्ज कार्ड** भी क्रेडिट कार्ड के रूप में लगभग एक ही सुविधाएं प्रदान करते हैं, बुनियादी फर्क यह है कि ग्राहक को चार्ज कार्ड द्वारा खरीद का भुगतान बैंक को तुरंत करना पड़ता है और आम तौर पर इसमें कोई क्रेडिट सीमा नहीं रहती है.
- **डेबिट कार्ड** ग्राहक खाते से जुड़ा हुआ रहता है और पैसे खाते से इस कार्ड के उपयोग पर ऑनलाइन डेबिट हो जाता है. ग्राहक सामान खरीद व एटीएम से पैसे निकालने के लिए इसका उपयोग कर सकते हैं.

मोबाइल बैंकिंग

मोबाइल फोन और सेलुलर सेवाओं के तेजी से बढ़ते बाजार का लाभ उठाते हुए, कई बैंक अपने ग्राहकों को मोबाइल बैंकिंग सेवाएं प्रदान कर रहे हैं. मोबाइल बैंकिंग के द्वारा ग्राहक अपने मोबाइल फोन से अपने खाते से लेनदेन कर सकता है. मोबाइल बैंकिंग विशेष रूप से उन लोगों के लिए अत्यंत उपयोगी हैं, जो अक्सर यात्रा पर रहते हुए उनके बैंकिंग लेनदेन का ट्रैक रख सकते हैं.

काल सेंटर

बैंक अपने काल सेंटर द्वारा ग्राहकों को खुदरा बैंकिंग उत्पादों की जानकारी प्रदान करता है तथा ग्राहक इसके द्वारा खुदरा बैंकिंग के उत्पाद संबंधी अपनी जिज्ञासाओं का उत्तर तुरंत प्राप्त कर सकता है और साथ ही अपनी शिकायतें भी दर्ज करा सकता है, ताकि उसे शीघ्र अपेक्षित समाधान प्राप्त हो सके. इसके अलावा वह काल सेंटर के जरिये अपने खाते में शेष राशि तथा निजी खातों में धन अंतरण की सेवाओं का भी लाभ उठा सकता है. काल सेंटर खुदरा बैंकिंग के क्षेत्र में ग्राहकों के लिए एक वरदान साबित हुआ है.

किसान क्रेडिट कार्ड (केसीसी)

कृषकों की कृषि उत्पादन संबंधी जरूरतों की पूर्ति हेतु नाबाई द्वारा वित्त वर्ष 1998-1999 में किसान क्रेडिट कार्ड (केसीसी) नामक एक अभिनव योजना शुरू की गयी थी. केसीसी ने किसानों के लिए महत्वपूर्ण कृषि सामग्री की खरीद को आसान बना दिया है. नियमित रूप से कृषि ऋण के अलावा, बैंकों ने ग्रामीण लोगों की जरूरतों के लिए कई अन्य उत्पाद भी तैयार किये हैं.

निजी क्षेत्र के बैंकों ने भी ग्रामीण बाजार की क्षमता का एहसास किया और 2000 के दशक में आईसीआईसीआई (ICICI) बैंक ने एटीएम मशीनों के साथ-साथ ग्रामीण तमिलनाडु में इंटरनेट कियोस्क स्थापित किए.

अनिवासी भारतीय सेवाएँ

अधिकांश भारतीयों के रिश्तेदार विदेश में होने के कारण बैंकों ने अनिवासी भारतीयों को भारत में पैसे भेजने के लिए धन अंतरण की सेवाओं में प्रमुख सुधार किया है. स्विफ्ट (SWIFT) सभी सार्वजनिक तथा निजी क्षेत्र के बैंकों के लिए अंतर्राष्ट्रीय वित्तीय संदेशों का आधार है. यह दुनिया भर में वित्तीय संदेशों के आदान प्रदान करने का एक बहुत ही सुरक्षित और तेज तरीका है. यह सब प्रौद्योगिकी के उपयोग के द्वारा ही संभव हो पाया है.

ई-बैंकिंग

ई-बैंकिंग, खुदरा बैंकिंग ग्राहकों के बीच तेजी से लोकप्रिय होती जा रही है. ई-बैंकिंग, बैंकों को उत्पादों के वितरण का सस्ता और तेज तरीका प्रदान करते हुए लागत में कटौती करने में मदद कर रही है. ग्राहक किसी भी समय या स्थान पर ई-बैंकिंग द्वारा

बैंकिंग सेवाओं का उपयोग कर सकते हैं। अब ग्राहक अपनी सुविधा के अनुसार डिमांड ड्राफ्ट, सावधि जमा आदि तैयार कर सकते हैं। रेल और हवाई टिकट भी प्राप्त कर सकते हैं, आरटीजीएस (RTGS) या नेफ्ट (NEFT) द्वारा धन अंतरण भी कर सकते हैं। अब उन्हें इन सेवाओं के लिए बैंक शाखा जाने की आवश्यकता नहीं है।

लेखा समाधान

बैंकों ने लेखांकन और बैंक ऑफिस कार्यों की गतिविधियों के शीघ्र व त्रुटिहीन निपटान हेतु प्रौद्योगिकी उपकरणों में काफी राशि निवेश की है, ताकि वे अपने कर्मचारियों के इस प्रकार की गतिविधियों में लगने वाले समय को बचा सकें। प्रौद्योगिकी द्वारा अंतर बैंक लेन देन निपटान में भी गति आयी है, जिससे खुदरा ग्राहकों को अपने व्यवसाय संबंधी लेनदेन में भारी सुविधा मिली है।

आंकड़े भंडारण और डाटा खनन (Data Warehousing and Data Mining) की मदद से अब बैंकों को यह पता लगाना आसान हो गया है कि उनके ग्राहकों को किन खुदरा उत्पादों की आवश्यकता है और वे इन उत्पादों के विपणन को बढ़ाने के लिए क्या रणनीति अपनाएं ?

आरटीजीएस (RTGS) / नेफ्ट (NEFT)

वास्तविक समय सकल निपटान प्रणाली ऐसी सुविधा है जिससे धन एक बैंक से दूसरे बैंक में वास्तविक समय और सकल आधार पर अंतरित हो जाता है। यह सुविधा भी खुदरा ग्राहकों के लिए काफी उपयोगी साबित हुई है और वे इसका भरपूर लाभ उठा रहे हैं। **नेफ्ट (NEFT)** सुविधा द्वारा धन का अंतरण सदस्य बैंक की कहीं भी स्थित शाखा में उपलब्ध किसी भी खाते में किया जा सकता है।

इष्टतम बैंकिंग चैनलों के संयोजन से बैंक अपने ग्राहकों को वित्तीय सेवाएं कुशलतम तथा सुविधाजनक तरीके से प्रदान कर रहे हैं, ताकि ग्राहक बैंक बदलने पर विचार न करें। भुगतान कार्ड के उपयोग में वृद्धि के साथ, एटीएम और पीओएस (POS) नेटवर्क का महत्व बढ़ा है, क्योंकि ग्राहक अब घर बैठे और चेक लिखे बिना लेनदेन इन सुविधाजनक साधनों के द्वारा संपन्न कर सकते हैं तथा इसके लिए किसी पूर्व निर्धारित समय व भौतिक स्थान की सीमा नहीं है, उदाहरण के लिए, वीजा कार्ड धारक दुनिया भर के लगभग 28 लाख स्थानों में भुगतान कर सकते हैं और 120 देशों में स्थित 820,000 एटीएम के जरिये अपने खतों से धन आहरण कर सकते हैं।

कई अन्य सूचना उन्मुख उद्योगों की तरह बैंक भी अपने सिस्टम में उपलब्ध जानकारी के प्रभावी प्रबंधन और उस पर सिस्टम द्वारा प्रतिक्रिया व्यक्त करने की

क्षमता पर निर्भर करता है। यही कारण है कि हाल के वर्षों में कई बैंकों ने ग्राहक संपर्क प्रबंधन प्रणाली (सीआरएम प्रणाली) में बड़े पैमाने पर निवेश किया है, ताकि वे अपने प्रमुख ग्राहक समूहों को बेहतर ढंग से समझ सकें, उनकी जरूरतों और मूल्यों के लिए विपणन सेवाएं प्रदान कर सकें तथा उनकी प्रतिक्रिया के अनुसार वितरण चैनलों में सुधार करते हुए उनके साथ दीर्घकालीन संबंध स्थापित कर सकें। यहां यह ध्यान दिया जाना आवश्यक है कि एक बार ग्राहक बैंक में पैसे जमा करा देता है तो वह उस पर नियंत्रण रखना चाहता है, जो कि सूचना प्रौद्योगिकी के माध्यम से बहुत आसानी से किया जा सकता है।

निष्कर्ष

प्रौद्योगिकी खुदरा बैंकिंग के विकास के लिए सबसे महत्वपूर्ण कारकों में से एक है। सूचना और संचार प्रौद्योगिकी का उपयोग, इलेक्ट्रॉनिक सूचना के प्रसार के लिए किया जा रहा है। बैंकिंग उद्योग प्रौद्योगिकी के उपयोग के साथ तेजी से बढ़ रहा है। एटीएम, ऑनलाइन बैंकिंग, टेलीफोन बैंकिंग, मोबाइल बैंकिंग, प्लास्टिक कार्ड बैंकिंग उत्पाद आदि खुदरा बैंकिंग क्षेत्र की आवश्यकताओं को पूरा कर रहे हैं। यह प्रौद्योगिकी के क्षेत्र में विकास के कारण ही संभव हो पाया है। निश्चित रूप से यह आने वाले वर्षों में हमारी जीवन शैली बदल देगा। समाज तेजी से व्यापार के संचालन के लिए इलेक्ट्रॉनिक लेनदेन पर निर्भर होता जा रहा है। ऑनलाइन चैनलों ने उपभोक्ताओं के व्यवहार पर गहरा प्रभाव डाला है। बैंक अब अपने एटीएम के द्वारा ग्राहक को अनेक सुविधाएं जैसे मोबाइल रीचार्ज, नेफ्ट द्वारा धन अंतरण, टैक्स भुगतान, आदि सेवाएं प्रदान कर रहे हैं। प्रौद्योगिकी उपकरणों की बैंकिंग उद्योग में अच्छी प्रयोग क्षमता है, जिसका भरपूर लाभ उठाया जाना चाहिए। तथापि, बैंकों को अपनी प्रौद्योगिकी आधारित सेवाओं के कार्यान्वयन में अत्यंत सावधानी रखनी होगी, ताकि ग्राहकों को कोई असुविधा का सामना न करना पड़े।

खुदरा बैंकिंग में धोखाधड़ी - रोकथाम के उपाय

एन.जयराम

“धोखाधड़ी” एक ऐसा शब्द है जो जिस व्यक्ति के भी कान में पड़ता है, उसके मन में एक उत्सुकता पैदा कर देता है. उसकी आंखें, कान और मन घटित धोखाधड़ी के बारे में जाने के उत्सुक हो जाते हैं. चाहे उसका इस धोखाधड़ी से प्रत्यक्ष या परोक्ष रूप से कुछ भी लेना देना न हो, न ही वह इससे प्रभावित हो, परंतु सामान्य रूप से सभी व्यक्ति यह जानने की इच्छा रखते हैं कि क्या, कब, कैसे और क्यों हुआ तथा क्या इसे टाला जा सकता था इत्यादि ? बैंकिंग में यह धोखाधड़ी प्रबंधन तंत्र के लिए कौतूहल का विषय बन जाती है कि बैंक द्वारा निर्धारित प्रभावी सिद्धांतों व कार्यप्रणालियों के बावजूद यह घटना कैसे घट गयी. इस प्रकार “धोखाधड़ी” शब्द की यह सामर्थ्य है कि यह प्रत्येक व्यक्ति को सोचने के लिए मजबूर कर देता है.

बैंक जनता की बड़ी धनराशियों से अपना कारोबार कर रहे हैं तथा इस संदर्भ में यह बहुत ही महत्वपूर्ण है कि यह कारोबार बहुत ही प्रभावी, कुशलक्षम व पारदर्शी तरीके से संचालित किया जाए, ताकि अपेक्षित उद्देश्य की प्राप्ति हो सके. इस प्रकार मैं अपने अधिकांश सत्रों में इस एक बात पर विशेष जोर देता हूँ कि “हमारा बैंक अपने कारोबार में कई गुनी वृद्धि करना चाहता है, अपनी लाभप्रदता बढ़ाना चाहता है, अपने समकक्ष बैंकों से प्रतिस्पर्धा करना चाहता है, परंतु निश्चित रूप से वह अपने निर्धारित सिद्धांतों एवं कार्यप्रणालियों की कीमत पर ऐसा नहीं करना चाहता है. हम स्वस्थ कारोबार संवृद्धि की आशा करते हैं.

इस विषय पर आगे चर्चा करने से पूर्व आइए हम धोखाधड़ी के विशेष लक्षणों को समझने की कोशिश करें.

धोखाधड़ी क्या है ?

धोखाधड़ी से तात्पर्य है -

- भूल चूक हेतु जानबूझकर किया गया कार्य
- जिसे किसी एक व्यक्ति या व्यक्तियों के समूह द्वारा संपादित किया जाता है.
- जिससे लोग / लोगों को कोई अनुचित लाभ हो सकता है
- इससे बैंक को मौद्रिक हानि हो सकती है या नहीं हो सकती है

धोखाधड़ी के परिणाम

- जब कोई धोखाधड़ी सामने आती है तो “विश्वास” शब्द की मूल संकल्पना को ठेस पहुंचती है,
- इससे मौद्रिक हानि से भी अधिक प्रभाव पड़ सकता है यानी इससे बैंक की साख दांव पर लग सकती है तथा फलस्वरूप बैंक को प्रतिष्ठा जोखिम का नुकसान हो सकता है.
- धोखाधड़ी की परिणति स्टाफ जवाबदेही के रूप में हो सकती है, जिससे संदर्भित स्टाफ या व्यक्ति की सामाजिक प्रतिष्ठा दांव पर लग सकती है तथा उससे उसके सामाजिक बहिष्कार की स्थिति भी उत्पन्न हो सकती है.
- स्टाफ सदस्य का मनोबल तथा ग्राहक के आत्मविश्वास पर प्रतिकूल प्रभाव पड़ सकता है.

धोखाधड़ी कौन करता है ?

वह व्यक्ति

- आंतरिक व्यक्ति - स्टाफ सदस्य हो सकता है.
- बाह्य - ग्राहक या बैंक से संबंधित कोई अन्य व्यक्ति हो सकता है या
- आंतरिक तथा बाह्य व्यक्ति जैसे वकील, वैल्यूअर, सनदी लेखाकार, बिल्डर आदि के बीच सांठगांठ

धोखाधड़ी कैसे हो सकती है ?

- ज्ञान व कुशलता की कमी
- दूसरों से मार्गदर्शन प्राप्त करने में हिचक
- तनाव के चलते कार्य का दबाव
- लापरवाही के कारण
- अनुशासनहीनता के कारण, जहां सिद्धांत व कार्यप्रणालियों को अनदेखा किया जाता है.

धोखाधड़ी का पता कैसे चलता है ?

सामान्यता धोखाधड़ी का पता निम्नांकित किसी एक या कई बातों से चल सकता है-

- शिकायत
- स्टाफ में परिवर्तन या जाब रोटेशन
- पुस्तकों या खाताबहियों के समाधान के समय
- आडिट या निरीक्षण के समय
- जब नियंत्रक कार्यालय के अधिकारी शाखा/कार्यालय में निरीक्षण हेतु आते हैं
- नियंत्रक विवरणियों की समुचित जांच के समय
- सबसे अधिक किसी व्यक्ति की प्रत्युत्पन्न मति व सतर्कता के कारण धोखाधड़ियों का पता चलता है.

इस लेख का मुख्य उद्देश्य है कि “**धोखाधड़ियों की रोकथाम कैसे की जाए**”?

इसका उत्तर बताना बिलकुल आसान है परंतु उस पर अमल करना कठिन है. तथापि, वास्तविकता यह है कि निम्नांकित बातों का पालन किसी भी कीमत पर किया जाना चाहिए

- सतर्क रहें तथा हमेशा समुचित सावधानी बरतें
- चौकस रहें सभी स्तरों पर “निवारक सतर्कता” का सदैव पालन करें
- धोखाधड़ी की जांच, जिसकी तुलना पोस्टमार्टम से की जाती है, के उपरांत सामने आयी कमियों का तत्काल नियंत्रण किया जाना चाहिए, ताकि ऐसी धोखाधड़ी की पुनरावृत्ति न हो.

- जहां धोखाधड़ी की जांच की तुलना पोस्टमार्टम से की जाती है, वहीं निवारक सतर्कता की तुलना बायोप्सी से की जाती है.

- अतः कहावत है कि “इलाज से परहेज बेहतर है”

भ्रष्टाचार या धोखाधड़ी एक ही सिक्के के दो पहलू हैं. “ट्रैन्स्पेरन्सी इन्टरनेशनल” (टीआई), एक वैश्विक नागरिक सामाजिक संस्था, जो भ्रष्टाचार के खिलाफ संघर्ष कर रही है, ने मूल्यांकन किये गये 183 देशों में भारत को 2010 में 78वें स्थान के मुकाबले 2011 में 95वें स्थान पर रखा है. इस दुखद स्थिति पर मैं कुछ महान विचारकों के विचार रखना चाहता हूँ-

- ज्ञान के बिना सत्यनिष्ठा कमजोर व बेकार है, जबकि सत्यनिष्ठा के बिना ज्ञान ज्यादा खतरनाक है - सैम्युअल जॉन्सन
- रोजगार हेतु लोगों की खोज करते समय उनमें तीन चीजें देखी जानी चाहिए; सत्यनिष्ठा, प्रतिभा एवं ऊर्जा. तथा यदि उनमें सत्यनिष्ठा नहीं है तो प्रतिभा व ऊर्जा आपको मार देगी - वारेन बफेट
- गति के साथ सत्यनिष्ठा व परिशुद्धता विद्यमान जन हित की रक्षा करने हेतु प्रमुख साधन हैं-अज्ञात

खुदरा बैंकिंग विशेषकर खुदरा ऋणों, जहां आवास ऋण, वाहन ऋण, बंधक ऋण तथा शिक्षा ऋण जैसे उत्पाद जिन्हें ग्राहक की अपेक्षा को ध्यान में रखकर तैयार किया गया है, में धोखाधड़ी किये जाने की अधिक गुंजाइश है. कल की आय को आज ही खर्च कर देने की आदत खुदरा बैंकिंग की मुख्य संकल्पना है. ये धोखाधड़ी प्रवण क्षेत्र हैं. यदि कुछ बातों का निष्ठापूर्वक पालन किया जाए तो धोखाधड़ी की घटनाओं को काफी हद तक रोका जा सकता है, जो इस प्रकार हैं-

- खाता खोलते समय ही केवाईसी मानदंडों का पालन किया जाए तथा बेनामी खातों से बचा जाए. आवेदक का ऋण वृत्तांत जानने हेतु सिबिल रिपोर्ट का सत्यापन अवश्य किया जाए.
- क्या कारोबारी स्थल बैंक के अधिकार क्षेत्र में आता है या नहीं, यदि नहीं तो आवेदन स्वीकार करने के कारण का औचित्य सिद्ध किया जाए.
- आवेदक को आवेदन प्राप्त होने संबंधी सूचना के साथ उसे उस पर चर्चा करने हेतु आमंत्रित करते हुए एक पत्र भेजा जा सकता है, जो पार्टी का सही पता जानने में काफी उपयोगी सिद्ध हो सकता है.

- ऋण आवेदन प्राप्त करने से खाता बंद होने तक हमेशा समुचित सावधानी बरती जानी चाहिए.
- उधारकर्ता तथा गारंटर के साथ साथ संबंधित संपत्ति पर भी सदैव ड्यू डिलिजेंस बरती जानी चाहिए.
- उधारकर्ता व गारंटर के बीच कारोबारी / व्यक्तिगत हित हमेशा संदिग्धता से परे होने चाहिए.
- सभी संबंधितों को इण्टरव्यू लेने की ऐसी कला व कौशल विकसित करना चाहिए, जिससे अधिकाधिक सूचनाएं प्राप्त की जा सकें.
- “यदि कोई व्यक्ति सही बोल रहा है तो उसे यह याद रखने की आवश्यकता नहीं है कि उसने पहले क्या कहा था”. किसी व्यक्ति का इण्टरव्यू लेते समय इस पहलू को ध्यान में रखा जाना चाहिए.
- निरीक्षण के समय पड़ोस से जांच की जानी चाहिए, यदि आवश्यक हो तो आवेदक / गारंटर की फोटोग्राफ भी उन्हें दिखाये जा सकते हैं.
- पात्रता मानदंड के मूल्यांकन हेतु सुनिर्धारित मानदंड विद्यमान हैं, जिनका निष्ठापूर्वक पालन किया जाना चाहिए.
- वेतन पर्चियों, पहचान पत्र, बिक्री कर, आयकर रिटर्न विवरणियों की वास्तविकता की जांच करते हुए उनकी परस्पर जांच की जानी चाहिए.
- उनके विद्यमान बैंक से पार्टि व गारंटर की साख रिपोर्ट प्राप्त करना.
- अन्य व्यक्तियों व समान गतिविधियों वाले व्यक्तियों से आवेदक/ आवेदकों के पूर्व वृत्त की जांच की जानी चाहिए.
- सिर्फ प्रत्यायोजित अधिकारों के अनुसार ही मंजूरी प्रदान की जानी चाहिए तथा किसी बिचलन के मामले में उसे उच्च प्राधिकारियों को संदर्भित किया जाना चाहिए.
- उधारकर्ता(ओं) व गारंटर(रों), दोनों को मंजूरी की निबंधन एवं शर्तें प्रेषित की जानी चाहिए तथा उन पर उनकी प्राप्ति एवं स्वीकृति प्राप्त कर रिकार्ड में रखी जानी चाहिए.

- बंधक सहित दस्तावेजीकरण संबंधी औपचारिकताएं पूरी गंभीरता के साथ पूरी की जानी चाहिए. कई बार इसमें समुचित गंभीरता का अभाव रहता है, जिससे धोखाधड़ी की संभावनाएं बढ़ जाती हैं.
- प्रभारों का पंजीकरण, जहां कहीं आवश्यक हो.
- मुख्तारनामा धारक(कों) को ऋण मंजूर करते समय अतिरिक्त ध्यान दिया जाना चाहिए. हमारा बैंक अपेक्षा करता है कि आवधिक डीबीसी सहित सभी दस्तावेजों पर मूल व्यक्तियों द्वारा हस्ताक्षर किये जाने चाहिए. मुख्तारनामा धारक केवल खाता परिचालित कर सकता है.
- विधिक राय देने वाले अधिवक्ता को छोड़कर अन्य विधि अधिकारी/ अधिवक्ता द्वारा बैंक के निर्धारित प्रारूप में दस्तावेजों की जांच की जानी चाहिए.
- ऋण संवितरण से पूर्व क्रेडिट प्रोसेसिंग ऑडिट(सीपीए) किया जाना चाहिए.
- ऋण संवितरण, मंजूरी शर्तों के अनुसार ही किया जाना चाहिए.
- संवितरण राशि हेतु बिल तथा रसीदें प्राप्त की जानी चाहिए तथा निधि के अंतिम उपयोग का सत्यापन किया जाना चाहिए. संवितरण के उपरांत निरीक्षण की रिपोर्ट संकलित की जानी चाहिए. यदि कोई कमियां पायीं जाएं तो उन्हें नियंत्रक कार्यालय के ध्यान में लाया जाना चाहिए तथा उस पर तत्काल कार्रवाई आरंभ की जानी चाहिए.
- वित्तपोषित परिसंपत्ति का आवधिक निरीक्षण तथा निरंतर अनुवर्ती कार्रवाई की जानी चाहिए.
- चूक के मामले में नियंत्रक कार्यालय के परामर्श से तत्काल वसूली उपाय आरंभ किये जाने चाहिए.

बंधक सृजित करते समय धोखाधड़ियों की रोकथाम

कई बार, बंधक करते समय ही धोखाधड़ी हो जाती है तथा इसका पता तब चलता है जब बैंक वसूली की कार्रवाई आरंभ करता है. प्रतिभूति के रूप में प्रस्तुत संपत्ति, प्राथमिक या संपार्श्विक हो सकती है. किसी भी मामले में किया गया बंधक निम्नांकित किसी एक या कई कारणों से अप्रवर्तनीय हो सकता है.

- कोई ढोंगी स्वयं को संपत्ति का मालिक बताते हुए बंधक करता है.
- संपत्ति का निरीक्षण नहीं किया गया, यदि किया गया है तो उसकी चहारदीवारी तथा लैंडमार्कों को नोट नहीं किया गया है.
- संपत्ति का ऑनलाइन सत्यापन, यदि संभव हो, नहीं किया गया.
- किसी गलत संपत्ति का निरीक्षण किया गया तथा संपत्ति के सही पते व उसके ब्योरे के सत्यापन में चूक की गयी.
- अधिवक्ता की विधिक राय पर अधिक निर्भरता तथा उसे सही तरीके से समझ पाने में स्टाफ की अक्षमता. विधिक राय बैंक के निर्धारित प्रारूप में नहीं प्राप्त की गयी. संपत्ति के स्पष्ट व विक्रय योग्य हक पर समुचित चर्चा नहीं की गयी. न्यूनतम 30 वर्ष हेतु स्वामित्व अधिकार का पता नहीं लगाया गया तथा मंजूरकर्ता प्राधिकारी ने संपूर्ण विधिक राय को ठीक से नहीं पढ़ा तथा उसके अनुसार कार्य नहीं किया.
- सर्च रिपोर्ट नहीं प्राप्त की गयी.
- पैनल वैल्युअर द्वारा बैंक के निर्धारित प्रारूप में संपत्ति का मूल्यांकन नहीं किया गया. संपत्ति के फोटोग्राफ सहित मूल्यांकन रिपोर्ट नहीं प्राप्त की गयी. मंजूरकर्ता प्राधिकारी ने मूल्यांकन रिपोर्ट की उस क्षेत्र में चल रही बाजार दरों के साथ तुलना नहीं की. संपत्ति मालिक के कब्जे में है, या किराये पर अथवा लीज पर दी हुई है, आदि जैसे कुछ मुद्दों पर चर्चा नहीं की गयी, जिनसे संपत्ति का मूल्य प्रभावित होता है. गलत इरादे से किये गये संपत्ति के अधिक मूल्यांकन से भी समस्याएं उत्पन्न होती हैं.
- फ्लैटों का वित्तपोषण करते समय अतिरिक्त ध्यान नहीं दिया गया तथा यह सुनिश्चित नहीं किया गया कि बिल्डर द्वारा वही फ्लैट अनेक खरीदारों को बेचा गया है.
- एक ही संपत्ति का अनेक वित्तीय संस्थाओं के पक्ष में अलग अलग बंधक सृजित करना.
- बैंक को किये गये बंधक संबंधी तथ्य को छिपाते हुए अन्य लोगों को संपत्ति का विक्रय.

- जालसाजी के इरादे से हक विलेख सृजित करने हेतु केवल सगे संबंधियों के पक्ष में विक्रय विलेख, पट्टा विलेख, या उपहार विलेख सृजित करना.
- संपत्ति का ही न होना.
- दो विक्रय विलेख तैयार करना, एक मालिक द्वारा तथा एक मुख्तारनामा धारक द्वारा.
- मुख्तारनामा धारक द्वारा किया गया बंधक, जहां मुख्तारनामा ही जाली है या प्रधान व्यक्ति द्वारा मुख्तारनामा वापस ले लिया गया है.
- किरायाकृत या तृतीय पक्ष संपार्श्विक प्रतिभूति स्वीकार करते समय उचित सावधानी नहीं बरती गयी है.
- जाली, नकली, जेराक्स, कलर जेराक्स दस्तावेज जमा करना. बंधक सृजन हेतु प्रस्तुत सभी मूल दस्तावेजों की वास्तविकता की संदिग्धता के परे जांच नहीं सुनिश्चित की गयी.
- मूल हक विलेखों के खो जाने संबंधी गलत सूचना देना / घोषणा करना, जबकि वास्तविकता में मूल दस्तावेज किसी अन्य वित्तीय संस्थाओं के पास पड़े हैं.
- संपार्श्विक बंधक(ईएम) मूल दस्तावेज जमा करते हुए नहीं किया गया.
- जहां कहीं आवश्यक है, नियंत्रक कार्यालय की सलाह के अनुसार संपार्श्विक बंधक को उप निबंधक कार्यालय(एसआरओ) में पंजीकृत नहीं कराया गया.
- संपार्श्विक बंधक (ईएम) को सरसई(सीईआरएसएआई) के पास पंजीकृत नहीं कराया गया. सरसई (सीईआरएसएआई) के पास पंजीकरण एसआरओ पंजीकरण का प्रतिस्थापन नहीं है.
- ईएम उपस्थिति रजिस्टर मेनटेन नहीं किया गया.
- सुरक्षित अभिरक्षा में रखे संपार्श्विक बंधक दस्तावेजों की आवधिक जांच, यहां तक कि खाते की समीक्षा व नवीकरण के समय भी नहीं की गयी. सत्यापन न किये जाने के फलस्वरूप हो सकता है कि सेफ कस्टडी से मूल दस्तावेजों को अनधिकृत रूप हटा लिया जाए.

उपर्युक्त उदाहरण केवल संकेत मात्र हैं तथा स्वयं में परिपूर्ण नहीं हैं।

अतिरिक्त ऐतिहासिकी उपाय

- आवास ऋणों विशेषकर फ्लैटों की खरीद से संबंधित आवास ऋणों हेतु बिल्डरों की पृष्ठभूमि की जांच की जानी चाहिए। यदि बिल्डरों द्वारा फ्लैट बनाने हेतु प्लॉट पीए द्वारा प्राप्त किया हो तो प्रस्ताव का अनुमोदन नियंत्रक कार्यालय द्वारा किया जाना चाहिए।
- वाहन ऋण के मामले में, कोटेशन की वास्तविकता का पता लगाया जाना चाहिए।
- पार्टि व डीलर(रों) के बीच सांठगांठ बैंक हित को नुकसान पहुंचा सकता है।
- शिक्षा ऋण के मामले में, ऐसे उदाहरण मिलते हैं जहां फीस के लिए मांगड्राफ्ट अवास्तविक शैक्षिक संस्थाओं के पक्ष में आहरित किये जाते हैं।

इस लेख में प्रस्तुत सभी उदाहरण धोखाधड़ियों से संबंधित सजीव मामलों से लिये गये हैं।

डेलोयडट द्वारा “भारतीय बैंकिंग धोखाधड़ी सर्वेक्षण 2012” के अनुसार बैंकों में धोखाधड़ी के मामलों में निरंतर वृद्धि हो रही है, जिनकी परिणति एनपीए के रूप में हो रही है तथा परिणामस्वरूप बैंकों की लाभप्रदता पर नकारात्मक असर पड़ रहा है। लेखापरीक्षा व निरीक्षण विभाग, सतर्कता विभाग, धोखाधड़ी जोखिम प्रबंधन विभाग को मानव संसाधन विभाग के साथ बेहतर समन्वय से बैंकों में धोखाधड़ी की घटनाओं संबंधी जोखिम कम करने की चुनौती से निपटना होगा। “सुखद, सुरक्षित व संरक्षित लेंडिंग हेतु शुभकामनाएं”।

खुदरा क्षेत्र को ऋण देते समय बरती जाने वाली सावधानियाँ

सुनैना

भारतीय बैंकिंग क्षेत्र में पिछले दिनों अभूतपूर्व परिवर्तन हुए हैं। उदारीकरण तथा वैश्वीकरण के बाद बैंकों ने अपना विस्तार, आम आदमी तक अपनी पहुँच और कम लागत पर अधिक लाभ कमाने के लिए जिस क्षेत्र की ओर सबसे अधिक ध्यान दिया है, वह रिटेल बैंकिंग ही है। कई लाख करोड़ के कारोबार के बावजूद अभी भी बाजार का बहुत बड़ा हिस्सा ऐसा है जिसका दोहन किया जाना अभी बाकी है। बहुत पहले महात्मा गांधी ने कहा था “ग्राहक हमारा भगवान है वह हमारे लिए नहीं हम उसके लिए हैं” इस तथ्य को बैंकों ने आज स्वीकार ही नहीं किया अपितु अपना आदर्श वाक्य भी बना लिया है। रिटेल बैंकिंग इसी का उदाहरण है।

खुदरा बैंकिंग क्या है?

ग्राहकों की बैंकिंग जरूरतों को व्यापक तौर पर ध्यान में रखना ही रिटेल बैंकिंग है। ग्राहकों की आवश्यकतानुसार बैंकिंग उत्पाद(सेवाएं) उपलब्ध कराना, कहीं भी, कभी भी, किसी भी रूप में उसकी बैंकिंग आवश्यकताओं को पूरा करना ही खुदरा बैंकिंग है। खुदरा बैंकिंग के क्षेत्र में भारत में जो उत्पाद प्रचलन में हैं, उनमें उपभोग हेतु ऋण, वाहन ऋण, शैक्षिक ऋण, लघु परिवहन परिचालकों को ऋण, छोटे व्यवसायियों को ऋण, बीमा योजनाएं और ए.टी.एम. सुविधा के अतिरिक्त क्रेडिट कार्ड, डेबिट कार्ड, प्रीपेड कार्ड, इंटरनेट बैंकिंग, टेली बैंकिंग और मोबाइल बैंकिंग जैसी सुविधाएं प्रदान करना शामिल है। वर्तमान में बैंकिंग क्षेत्र में खुदरा ऋणों का महत्व दिन प्रतिदिन बढ़ता जा रहा है और इस विषय में बैंकों के बीच प्रतिस्पर्धा भी बढ़ती जा रही है। प्रत्येक बैंक इस क्षेत्र में अपनी बढ़त बनाने के लिए आक्रामक नीतियाँ अपना रहा है।

जोखिम

किसी भी व्यवसाय में जोखिम जुड़ा रहता है। कोई भी व्यवसाय जोखिम उठाए बिना नहीं किया जा सकता है। खुदरा बैंकिंग ऋण भी इसका अपवाद नहीं है। जोखिम से अभिप्राय हानि की संभावना है, जो प्रतिकूल परिस्थितियों के कारण पैदा हो सकती है। इसका पूर्व अनुमान लगाना मुश्किल होता है, क्योंकि यह कुछ ऐसी बातों पर निर्भर करता है जो प्रबंधन के नियंत्रण से बाहर होती है, लेकिन एक सफल व्यवसायी को जोखिम का अनुमान लगाकर उनसे बचने तथा कम से कम हानि वहन करने के लिए कारगर कदम उठाने चाहिए। बैंकिंग क्षेत्र में जोखिम की मात्रा अधिक होती है। इस क्षेत्र में जहाँ एक ओर बैंकों का लाभार्जन होता है, वहीं दूसरी ओर यह क्षेत्र संवेदनशील, नाजुक तथा जोखिम पूर्ण है। बैंकों को इस विषय में विशेष सावधानी रखनी होगी। प्रत्येक ऋण खाते का निरंतर अनुश्रवण करना अनिवार्य है अन्यथा खाते के एन.पी.ए होने के आसार बन जाते हैं जो आज के समय में बैंक की ज्वलन्त समस्या है।

रिटेल ऋण करने की अंधी दौड़ ने बैंकों के लिए कई समस्याएं पैदा कर दी हैं। कुछ ऐसे भी मामले देखने को मिलते हैं, जहाँ उधारकर्ता एक ही उद्देश्य के लिए यथा आवास ऋण, वाहन ऋण आदि के लिए कई बैंकों से ऋण ले लेते हैं और फिर उन्हें लौटाने के बारे में कभी नहीं सोचते हैं। इस तरह बैंकों की अनर्जक आस्तियां बढ़ जाती हैं। इसी तरह क्रेडिट कार्ड के पैसे भरने में चूक एवं आवास ऋणों में कपट के मामले बढ़ते जा रहे हैं। अधिकतर बैंक अभिप्रेरणा की कमी तथा अच्छे ग्राहक खोजने के लिए रणनीतियों के अभाव जैसी समस्याओं से ग्रस्त हैं। बैंक अनुभवी कर्मचारियों के उस दल से काम चला रहे हैं जिनमें रिटेल व्यवसाय से जुड़ी तकनीकी तथा आवश्यक कौशल का अभाव है। इसके अतिरिक्त अन्य जोखिम निम्नानुसार हैं।

1. परिचालन जोखिम.
2. आस्ति जोखिम
3. असंतुलन जोखिम
4. गलत मूल्यन
5. कम होता लाभ

ऋण देते समय बरती जाने वाली सावधानियाँ

1. ऋण देते समय के.वाई.सी के मानदंडों का अनुपालन किया जाना अनिवार्य है।

2. ऋण देते समय दो व्यक्तियों से ऋणी की जानकारी प्राप्त की जाए.
3. ऋणी जहाँ सेवारत है, उस संगठन का नाम तथा उसकी सर्विस के बारे में जानकारी, कब से सेवारत है इत्यादि बातों की विस्तार से जानकारी प्राप्त करनी चाहिए.
4. ऋणी की वर्तमान मासिक परिलब्धियों का विवरण
5. उपलब्ध अन्य लाभ/ भत्ते/अनुलाभ की जानकारी
6. सेवानिवृत्ति की तारीख
7. ऋणी के परिवार का विस्तृत ब्यौरा

शैक्षिक ऋण देते समय निम्नलिखित सावधानियाँ बरती जानी चाहिए

1. ऋण संवितरण संबंधी डिमांड ड्राफ्ट / चेक के साथ महाविद्यालय/ विश्वविद्यालय प्राधिकारियों को सम्बोधित करते हुए एक पत्र भेजा जाए, जिसमें यह बताया जाए कि उक्त छात्र को हमारे बैंक द्वारा शैक्षिक ऋण की मंजूरी दी गई है।
2. महाविद्यालय/विश्वविद्यालय प्राधिकारियों से यह भी अनुरोध किया जाए कि यदि छात्र महाविद्यालय/ विश्वविद्यालय से अनुपस्थित रहता है या कालेज से निष्कासित कर दिया जाता है तो इसकी सूचना बैंक को दी जाए.
3. महाविद्यालय/ विश्वविद्यालय प्राधिकारियों से प्राप्त पावती को बैंक रिकार्ड में रखा जाए.
4. संबंधित छात्र को महाविद्यालय/ विश्वविद्यालय से यदि फीस की कोई वापसी प्राप्ति होती है तो इसे सीधे बैंक को भेजा जाए.

वाहन ऋण देते समय बरती जाने वाली सावधानियाँ

1. वाहन ऋण देते समय के.वाई.सी के नियमों का पालन किया जाना चाहिए.
2. ऋण देते समय कार कंपनी के प्राधिकृत डीलर द्वारा दिया गया कोटेशन ही मंजूर किया जाना चाहिए.

3. उप डीलरों द्वारा जारी कोटेशन स्वीकृत नहीं किया जाना चाहिए.
4. भुगतान संबंधी डिमांड ड्राफ्ट / बैंक चेक प्राधिकृत डीलर के नाम से जारी किया जाना चाहिए.
5. आर.टी.ओ की पुस्तक में बैंक / शाखा का ग्रहणाधिकार दर्ज होना चाहिए.
6. अविकल्पी मुख्तारनामा प्राप्त करना चाहिए.

ट्रेडर्स ऋण देते समय बरती जाने वाली सावधानियाँ

इस ऋण में जोखिम बहुत अधिक होता है, क्योंकि बैंक बंधक रखी गई संपत्ति के मूल्य से अधिक का ऋण प्रदान कर देते हैं तथा बंधक रखी गई संपत्ति का बैंक शाखा निरीक्षण नहीं करती है. इस प्रकार के ऋण देते समय निम्नलिखित सावधानियाँ बरती जानी चाहिए.

1. के.वाई.सी नियमों का अनुपालन किया जाना चाहिए.
2. बंधक रखी गई सम्पत्ति के मूल्य से अधिक का ऋण स्वीकृत नहीं करना चाहिए.
3. अनुमानित बिक्री वास्तविक बिक्री से अधिक नहीं दर्शायी जानी चाहिए.
4. ऋण वितरित करने से पूर्व बंधक रखी गयी संपत्ति का निरीक्षण किया जाना चाहिए.
5. बंधक रखी गई संपत्ति के संबंध में 30 वर्ष का एन.ओ.सी. प्राप्त किया जाना चाहिए.
6. बंधक रखी गई संपत्ति की पूरी टाइटल डीड होनी चाहिए.
7. बंधक रखी गई संपत्ति की सूचना पत्र द्वारा भेजी जानी चाहिए तथा संपत्ति का साइट प्लान देखा जाना चाहिए.
8. बिक्री आँकड़ों को पिछले तीन वर्षों के सेल टैक्स रिटर्न से मिलाना चाहिए.

गृह निर्माण ऋण देते समय बरती जाने वाली सावधानियाँ

यह माना जाता है कि गृह निर्माण ऋण संपार्श्विक प्रतिभूतियों के कारण काफी

सुरक्षित होते हैं, लेकिन इन ऋणों में काफी धोखाधड़ी(फ्राड) के मामले बढ़ते जा रहे हैं. इस प्रकार के ऋण देते समय निम्नलिखित सावधानियाँ बरती जानी चाहिए.

1. के.वाई.सी नियमों का अनुपालन किया जाना चाहिए.
2. यह जांच की जानी चाहिए कि ऋणी द्वारा एक ही फ्लैट पर कई बार विभिन्न बैंकों से विक्रय अनुबंध की जेरोक्स कापी के आधार पर ऋण न लिया गया हो.
3. ऋणी वर्तमान में जिस कार्यालय में कार्यरत है, उस कार्यालय की बारे में पूरी जानकारी हासिल करनी चाहिए.
4. परिवार के सदस्यों की आय का भी ब्यौरा हासिल करना चाहिए.
5. जिस भूखंड पर गृह निर्माण किया जाना है वह ऋणी के नाम पर रजिस्टर्ड होना चाहिए.
6. ऋण वितरित करने से पूर्व समस्त जरूरी कागजात प्राप्त कर लेने चाहिए.
7. बंधक रखी जाने वाली सम्पत्ति के बारे में पूरी जानकारी तथा आवश्यक कागजात प्राप्त करने चाहिए.
8. टाइटल डीड अधिकृत व्यक्ति / सम्पत्ति मालिक द्वारा की जानी चाहिए.
9. बिचौलियों का ऋण के लेन-देन में कोई स्थान नहीं होना चाहिए.
10. बंधक रखी गई जमीन का निरीक्षण किया जाना चाहिए.
11. उन मामलों में जहां आवेदक का बचत बैंक खाता हमारे बैंक में नहीं है, उनसे उन खातों का विवरण मंगाकर जांच करनी चाहिए जिसमें उसका वेतन जमा होता है. खाते के परिचालन व्यवहार तथा देयताओं की जानकारी प्राप्त करनी चाहिए.

जोखिम मैपिंग चार्ट :

ऋण प्रदान करने से पूर्व निम्नानुसार जोखिम मैपिंग चार्ट तैयार किया जाता है.

कम जोखिम	:	क्रेडिट स्कोर 80 प्रतिशत तथा उससे ऊपर
सामान्य जोखिम	:	क्रेडिट स्कोर 70 प्रतिशत से 79 प्रतिशत
मध्यम जोखिम	:	क्रेडिट स्कोर 60 प्रतिशत से 69 प्रतिशत

अधिक जोखिम	: क्रेडिट स्कोर 50 प्रतिशत से 59 प्रतिशत
काफी अधिक जोखिम	: क्रेडिट स्कोर 40 प्रतिशत से 49 प्रतिशत
उच्च जोखिम	: क्रेडिट स्कोर 40 प्रतिशत से कम

अन्त में कहा जा सकता है कि थोक बैंकिंग में जो जोखिम निहित होते हैं, वे सभी जोखिम इसमें निहित हैं, लेकिन इसमें साख जोखिम सबसे अधिक होता है। यह जोखिम बैंक के उत्पादों के विपणन से शुरू होकर बिक्री पूर्व तथा बिक्री बाद की सेवाओं तक बना रहता है। खुदरा बैंकिंग में एजेंटों की भूमिका भी जोखिम में डालती है। अतः यह अनिवार्य है कि बैंक की साख तथा गुणवत्ता बनाए रखने को प्राथमिकता दी जाए।

अतः जोखिम रूपी बीमारी को पहचानना तथा उसे अपने ज्ञान व अनुभव से नियंत्रित करना होगा, ताकि बैंकिंग प्रणाली पर प्रतिकूल प्रभाव न पड़े। इसके अतिरिक्त निरंतर सजग बने रहना, ऋणों का नियमित रूप से अनुश्रवण करते रहना तथा ऋणियों से लगातार संपर्क बनाए रखना ही इस बीमारी का सही इलाज है।

“जोखिम से मत घबरा,
बैंक का कारोबार बढ़ाता जा
अपनी सूझ बूझ से काम कर के
बैंक को ऊँचाइयों की ओर ले जाता जा”

खुदरा अग्रिमों में अपनाये जाने वाले अनुश्रवण एवं वसूली उपाय

अ.ना.नंजुण्ड कुमार

भारत में खुदरा बैंकिंग का समग्र बैंकिंग उद्योग के प्रमुख घटक के रूप में तेजी से विकास हुआ है तथा हाल ही में इस क्षेत्र में उल्लेखनीय संवृद्धि देखी गयी है। बैंकों की खुदरा बैंकिंग रणनीतियों में महत्वपूर्ण परिवर्तन देखा गया है। चूंकि बैंक आंतरिक संवृद्धि, अधिग्रहण तथा गठबंधन जैसी मिश्रित रणनीतियां अपना रहे हैं, जिससे बैंकों की विपणन रणनीतियों में आमूलचूल परिवर्तन आया है। सार्वजनिक क्षेत्र के बैंक अपने ग्रामीण शाखा नेटवर्क तथा ग्राहक आधार का लाभ उठाते हुए खुदरा बैंकिंग के क्षेत्र में प्रमुख हिस्सा सुनिश्चित करने हेतु आक्रामक रणनीतियां अपना रहे हैं। यह शाखा-बैंकिंग माडल ऋणदाताओं को आस्ति गुणवत्ता बनाए रखने में मददगार साबित हो रहे हैं।

बैंक भी खुदरा उत्पादों के प्रति विक्रय, पैकेज्ड विक्रय तथा प्रौद्योगिकी आधारित बैंकिंग जैसी नवोन्मेष रणनीतियां अपना रहे हैं। साथ ही नये विदेशी बैंक भी इस उच्च संवृद्धि क्षेत्र में प्रवेश कर रहे हैं। आज बाजार में आवास वित्त, वाहन वित्त, उपभोक्ता वस्तु ऋण, शिक्षा ऋण, अन्य वैयक्तिक ऋण, क्रेडिट कार्ड तथा बैंक-बीमा जैसे खुदरा बैंकिंग उत्पाद उपलब्ध हैं।

खुदरा ऋणों के बारे में चिंता करने का समय

अब हमारे खराब हो रहे खुदरा ऋणों के बारे में चिंता करने का समय है। जैसा कि हम देख सकते हैं कि खुदरा अग्रिमों में प्रतिदिन एनपीए बढ़ रहा है। इसका कारण बैंकों में इन ऋणों के बारे में आत्मसंतोष का पाया जाना है। बैंकों द्वारा स्वयं, विशेषकर निजी क्षेत्र के बैंकों तथा नियामक उपकरण प्रणाली विशेषकर क्रेडिट ब्यूरो यथा सिबिल इत्यादि के समन्वित प्रयासों से इस समस्या का समाधान किया जा सकता है।

पूर्व में खुदरा असफलता ऋणदाता की अत्यधिक आक्रमकता तथा कुछ विदेशी बैंकों तथा चूककर्ताओं के बीच पक्षपातपूर्ण सौदों का परिणाम रही है, जिन्होंने ऋण संस्कृति को दूषित कर दिया है। यह भी सत्य है कि ऋण ब्यूरो अपने प्रारंभिक काल में थे अर्थात् उनसे पर्याप्त सूचनाएं नहीं प्राप्त हो पा रही थी। आज हम दोनों पर बेहतर स्थिति में हैं। पहले बढ़ते खुदरा एनपीए का प्रमुख कारण वसूली वातावरण को क्षति थी, क्योंकि उधारकर्ताओं का उत्पीड़न एवं तदुपरांत उनकी आत्महत्याओं की रिपोर्ट के बाद भारतीय रिजर्व बैंक (आरबीआई) ने ऋणदाताओं की वसूली प्रक्रिया पर शिकंजा कस दिया था। यहां यह बात ध्यान देने योग्य है कि बैंकिंग प्रणाली ने इसका सहारा लेते हुए ऋण देने की अपनी गति धीमी कर दी परंतु वसूली वातावरण में कोई सुधार न करते हुए उसे वैसा ही छोड़ दिया जो यहां तक कि आज भी उसी स्थिति में है। जॉब का जाना तथा वेतन कटौती के कारण खुदरा ऋणों की गुणवत्ता दिन पर दिन खराब हो रही है तथा एनपीए बढ़ से बढ़तर अवस्था में जा रहे हैं। एनपीए तथ्य बनते जा रहे हैं जहां अपवाद नियम बन जाते हैं। इसमें औसत की बात छोड़िए बल्कि अधिकाधिक संख्या में बहुत अच्छे उधारकर्ताओं के जुड़ने के बावजूद भी एनपीए उधारकर्ताओं के प्रतिशत में कोई कमी नहीं आ पा रही है।

इसके अलावा सिबिल (CIBIL) तथा एक्सपेरियन (EXPERIAN) जैसे क्रेडिट ब्यूरो जो किसी उधारकर्ता के बारे में पूरी जानकारी उपलब्ध कराते हैं, का उद्भव भी खुदरा उधारदाताओं को सही ग्राहक के चयन में मदद कर रहा है। बैंक तथा गैर बैंकिंग वित्तीय संस्थाओं (एनबीएफसी) वाले 255 सदस्यों वाले देश का बृहद क्रेडिट ब्यूरो “सिबिल” लगभग 16 करोड़ ऋण खाते तथा लगभग 9.5 करोड़ ग्राहक कवर करता है। संसार के सबसे ज्यादा युवा जनसंख्या वाले देश भारत में खुदरा ऋणों के विस्तार की अपार संभावनाएं हैं। इस देश में 48 करोड़ से अधिक लोग 40 वर्ष से कम आयु के हैं। तथापि, खुदरा ऋणों का प्रतिशत मात्र 30% है। ऐसी आशा की जाती है कि वित्तदाताओं हेतु उपलब्ध लाभप्रदता वाले इस क्षेत्र में व्याप्त अप्रयुक्त यह मांग आने वाले वर्षों में खुदरा वित्त के क्षेत्र में वरदान सिद्ध होगी।

एनपीए कम करने हेतु अपनाए जाने वाले अनुश्रवण व वसूली उपाय

खुदरा ऋणों में एनपीए बढ़ोत्तरी के निम्नांकित कारण हैं :

- उधारकर्ताओं की पहचान में उचित ध्यान न दिया जाना
- आस्ति गुणवत्ता सुनिश्चित न किया जाना
- ऋण खातों में समय रहते अनियमितताओं का पता न लगाना

- त्वरित सुधारात्मक उपाय न किया जाना ताकि स्लिपेज का रोका जा सके
- उधार खातों के आचरण व निष्पादन पर निरंतर ध्यान की कमी

अनुश्रवण

सिबिल रिपोर्ट के उपरांत केवाईसी/ड्यू डिलीजेंस मानदंडों के अनुपालन के बाद उधार गतिविधि आरंभ होने के दिन से ही अनुश्रवण प्रक्रिया बैंकिंग का अभिन्न हिस्सा है। मंजूरकर्ता प्राधिकारी को किसी नये ग्राहक को ऋण मंजूर करने से पूर्व इन क्रेडिट ब्यूरो की रिपोर्टों पर अवश्य विचार करना है। आप सहमत होंगे कि कोई भी अग्रिम रातों रात खराब नहीं हो सकता है। खाता पर्याप्त संकेत करता है तथा हमें उनका अनुश्रवण करना है तथा उन संकेतों को पकड़ते हुए उपचारात्मक कार्रवाई करनी है ताकि स्लिपेज को एनपीए संवर्ग में जाने से रोका जा सके। बस हमें इन संकेतों को महसूस करते हुए खाते में अनियमितता खत्म करने हेतु त्वरित कार्रवाई करनी है।

बैंकों में उन्नत प्रौद्योगिकी के आने के बाद डिफाल्ट की प्रकृति के साथ रिपोर्ट जनरेट करते हुए खाते का अनुश्रवण आसान हो गया है। जैसे ही हमें खाते में डिफाल्ट का पता लगता है हम इस स्थिति में आ जाते हैं कि इन अनियमितताओं को सुधार हेतु क्या कार्रवाई की जानी है।

शिक्षा ऋण के मामले में संवितरण के दौरान बैंक को चाहिए कि वह छात्र का अंक पत्र प्राप्त करते हुए तथा कालेज/शैक्षिक संस्था, जहां छात्र अध्ययन कर रहा है, से फीडबैक लेते हुए छात्र की प्रगति का अनुश्रवण करता रहे।

वसूली

खुदरा अग्रिमों में किस्तों का भुगतान न किया जाना मुख्य डिफाल्ट होगा। चूककर्ता उधारकर्ताओं को सिस्टम जनरेटेड डिफाल्ट नोटिस भेजते हुए इन खातों में तत्काल अनुवर्ती कार्रवाई आरंभ की जानी चाहिए। यदि उधारकर्ता इस पर कोई प्रतिक्रिया नहीं करता है तो उधारकर्ता के यहां व्यक्तिगत दौरा करते हुए निम्नांकित कार्रवाई सुनिश्चित की जानी चाहिए।

- उधारकर्ता को नियमित किस्त अदा न करने के परिणामों के बारे में बताया जाना चाहिए।
- उधारकर्ता द्वारा नियमित किस्त अदा न करने के संबंध में उसके नियोक्ता से संपर्क किया जाना चाहिए तथा उसके कारणों का पता लगाया जाना चाहिए।

- हमारे विद्यमान उधारकर्ता, जो दोनों का दोस्त हो या उधारकर्ता के पड़ोसी के जरिये या मंदिर या पंचायत कार्यालय, सामुदायिक हॉल या किसी समुचित स्थान पर आयोजित क्षेत्र की सामुदायिक बैठकों में उधारकर्ता के नाम की घोषणा करते हुए उस पर नैतिक दबाव बनाया जाना चाहिए. ऐसा करने पर उधारकर्ता बैंक आने पर मजबूर होगा तथा क्षेत्र में अपनी छवि व नाम खराब होने से बचाने के लिए बैंक को देयराशि का भुगतान करेगा.
- जब ये सब तरीके काम न करें, तो हमें बैंक ऋण द्वारा बनायी गयीं आस्तियां जब्त करने की कार्रवाई करनी चाहिए. आवास ऋण व बंधक ऋण को छोड़कर सभी खुदरा अग्रिम चल आस्तियों हेतु किये जाते हैं. अतः उधारकर्ता को कोई पूर्व सूचना के बिना आस्ति जब्त कर ली जानी चाहिए. चल आस्ति का कब्जा लेते समय ये सब कार्रवाई इस प्रकार की जानी चाहिए कि उधारकर्ता के पड़ोसी को पता चलना चाहिए कि बैंक द्वारा आस्तियों का कब्जा ले लिया गया है. किसी भी हालत में जब्त आस्ति उधारकर्ता को तब तक नहीं लौटायी जानी चाहिए जब तक उसके द्वारा बैंक देयों की अदायगी न कर दी जाए.
- आवास व बंधक ऋणों के मामले में नोटिस जारी करने से आरंभ करते हुए उपर्युक्त सभी तरीके अपनाए जाने चाहिए. यहां आस्तियों का जब्तीकरण, सरफेसिया(SARFAESIA) के अंतर्गत नोटिस जारी करने के उपरांत ही किया जाना चाहिए. उधारकर्ता को सरफेसिया अधिनियम के अंतर्गत उल्लिखित सभी अवसर प्रदान किये जाने चाहिए. तथापि, यदि वह देयों की अदायगी नहीं करता है तो बैंक ऋण द्वारा सृजित संपत्ति का कब्जा ले लिया जाना चाहिए. एक बार संपत्ति का कब्जा लेने के बाद उधारकर्ता को तब तक नहीं लौटायी जानी चाहिए जब तक उसके द्वारा बैंक देयों की अदायगी न कर दी जाए. यदि वह निर्धारित अवधि के उपरांत भी देयों की अदायगी नहीं करता है तो संपत्ति नीलामी हेतु रखते हुए उसे बेच दिया जाना चाहिए. नीलामी की आगम राशि को देयों के पेटे समायोजित करते हुए यदि आधिक्य वसूली हो तो उसे उधारकर्ता को भुगतान किया जाना चाहिए. सामान्यतया कोई उधारकर्ता संपत्ति खोना नहीं चाहता है, अतः वह दबाव में होगा तथा निश्चित रूप से बैंक को देयों का भुगतान करेगा.
- यदि उधारकर्ता भागा हुआ है या उसने बैंक ऋण द्वारा सृजित संपत्ति बेच दी है, तो बैंक को क्षेत्र के पुलिस प्राधिकारियों के पास क्रिमिनल रिपोर्ट दर्ज करानी है तथा न्यायालय में तत्काल क्रिमिनल मुकदमा दायर करना चाहिए.

- शिक्षा ऋण के मामले में बैंक को, छात्र के माता पिता, ऋण प्राप्त करते समय छात्र द्वारा उपलब्ध कराए गए संदर्भों, शैक्षिक संस्था के प्राधिकारियों, संस्था के एल्युमिनी एसोसिएशन के साथ समन्वय से कोर्स पूर्ण होने के उपरांत छात्र के ठौर ठिकानो की जानकारी रखनी चाहिए. इससे बैंक को कोर्स पूर्ण होने के उपरांत छात्र की गतिविधियों की जानकारी प्राप्त करने में मदद मिलेगी. सामान्यता इस प्रकार के ऋण खाते में अतिदेयों की अदायगी नहीं की जाती है तथा खाता इसीलिए एनपीए बन जाता है क्योंकि बैंक को कोर्स पूर्ण होने के उपरांत छात्र के ठौर ठिकाने का पता नहीं होता है. वह नौकरी कर रहा हो सकता है परंतु ऋण की किस्तों का भुगतान नहीं कर रहा है. अतः छात्र के ठौर ठिकाने की जानकारी करना अत्यंत आवश्यक है. एक बार इसकी जानकारी मिल जाए तो बैंक ऋण की वसूली हेतु आसानी से अनुवर्ती कार्रवाई कर सकता है.

वह बैंक जिसका अनुश्रवण व वसूली तंत्र चुस्त दुरुस्त है, इस क्षेत्र में खूब फलेगा फूलेगा तथा अच्छी आय कमाएगा क्योंकि यह बैंक के लिए उच्च आय प्रदायक क्षेत्र है. अतः इस क्षेत्र में ऋण संविभाग के अंतर्गत एनपीए रोकने के लिए बैंकों को चाहिए कि वे अपने निकटतम नियंत्रक कार्यालय से लेकर कार्पोरेट कार्यालय तक के ऋण अनुश्रवण व वसूली विभागों को मजबूत करें. इस संबंध में कोई शिथिलता नहीं बरती जानी चाहिए. इस संबंध में शाखाओं की एप्रोच “लक्ष्य उन्मुख” न होकर “क्वालिटी उन्मुख” होनी चाहिए. गुणवत्तापूर्ण बनायी गयी एक आस्ति, बनाए गए चार खराब अग्रिमों के बराबर है.

कहा जाता है कि “इलाज से परहेज बेहतर है”.

खुदरा ऋण - वहनीय लागत पर सभी को आवास

मुदिता गुप्ता

मनुष्य अपने अस्तित्व में आने के साथ ही तीन महत्वपूर्ण जरूरतों से जूझने लगता है - रोटी, कपड़ा और मकान. बिना मकान के मनुष्य का जीवन सुखी, सुरक्षित और आरामदायक नहीं हो सकता. हममें से कितने लोग हैं जो एक आरामदायक आवास की सुविधा का लाभ उठा रहे हैं. एक साधारण मनुष्य आवासीय सुविधा या खुद के मकान की कल्पना अपने सम्पूर्ण सेवाकाल के दौरान करता रहता है- एक बंगला बने न्यारा. मनुष्य की इस प्राथमिक आवश्यकता को पूरा करने के लिए सरकार और अन्य वित्तीय संस्थानों द्वारा गंभीरतापूर्वक विचार किया जाना चाहिए. मकान की समस्या एक सामाजिक समस्या है जो समाज के सभी पहलुओं को प्रभावित करती है जैसे समाज में मनुष्य की पहचान, इज्जत और उसकी आर्थिक साख. बढ़ती हुई जनसंख्या, औद्योगिक एवं वाणिज्यिक गतिविधियों का विस्तार, शहरी क्षेत्रों में बड़े पैमाने पर लोगों का पलायन आदि के कारण मकानों की मांग दिन ब दिन बढ़ रही है.

विकसित देशों में यह पाया गया है कि अधिकतर मकानों का वित्तपोषण औपचारिक हाउसिंग फायनांस संस्थानों द्वारा किया जाता है जबकि भारत जैसे विकासशील देशों में फोर्मल हाउसिंग फायनांस सीमित है. सन् 1970 से भारत सरकार ने हाउसिंग फायनांस पर अधिक जोर देना प्रारंभ किया है और सरकार का उद्देश्य प्रत्येक व्यक्ति को मकान प्रदान करने का रहा है. तथापि, वित्त के अभाव में औसत भारतीय के पास एक मकान होने का स्वप्न केवल सपना ही बनकर रह जाता है. आज यह स्थिति हो गयी है कि जीवन भर कमाने के बाद भी एक व्यक्ति अपने खुद का मकान नहीं बना पाता. उसने जीवन पर्यंत जो निवेश किए हैं या जो बचत की है उन सब का उपयोग कर लेने के बाद भी वह एक मकान या फ्लैट खरीदने की स्थिति में नहीं होता.

मकान एक मानवीय अधिकार है:

सरकार द्वारा की गयी कई घोषणाओं में मकान के अधिकार को मान्यता प्रदान की गयी है:

1. यूनिवर्सल डिक्लरेशन ऑफ ह्यूमन राइट के अनुच्छेद 25 में यह उल्लेख है कि "प्रत्येक मनुष्य अपने तथा अपने परिवार के लिए स्वास्थ्य और सुख-सुविधाओं से युक्त पर्याप्त आवासीय सुविधा, भोजन, कपड़े और मकान का हकदार है.
2. मनुष्य की आवासीय सुविधा के बारे में 1976 के वेंकुर डिक्लरेशन के अनुसार "पर्याप्त आवास और नौकरी-सेवाएं मनुष्य का परम आवश्यक अधिकार है, जो कि सरकार को यह सुनिश्चित करने के लिए बाध्य करता है कि सभी लोगों को यह प्राप्त हो जो कि स्व-सहायता और सामुदायिक कार्रवाइयों के मार्गदर्शित कार्यक्रम के माध्यम से कम से कम लाभ के साथ सीधी सहायता के द्वारा हासिल किया जाए.

मकान खरीदने की सामर्थ्य

मकान की खरीद का मामला एक राष्ट्रीय समस्या के रूप में उभर रहा है, विशेषतया उन देशों में जहां तेजी से आर्थिक विकास हो रहा है. "खरीदने की सामर्थ्य" की अवधारणा बहुत ही व्यापक है और विविध आय ग्रुप पर आधारित विविध प्रकार के लोगों के लिए अलग अलग अर्थ में प्रयुक्त होती है.

मकान खरीदने की सामर्थ्य और कम लागत वाले मकान दोनों में काफी अंतर है. कम लागत वाले मकान सामान्य तथा आर्थिक रूप से पिछड़े वर्गों (EWS) पर लागू होते हैं. जिनमें कम से कम सुविधाएं होती हैं, जबकि मकान खरीदने की सामर्थ्य कम आय ग्रुप (LIG) और मध्य आय ग्रुप (MIG) पर लागू होता है.

भारत जैसे देश में मकान खरीदने की सामर्थ्य को परिभाषित करना एक मुश्किल कार्य है क्योंकि देश के प्रत्येक वर्ग किलोमीटर में बाजार के सिद्धांत (dynamics) में काफी भिन्नता है.

मकान खरीदने की सामर्थ्य को सामान्यतया मकान मालिक की आय के अनुपात में मकान की कीमत/किराए की दृष्टि से देखा जाता है. यह अनुपात विविध आय ग्रुप के लिए अलग-अलग है.

विकासशील देशों जैसे भारत में आवास उद्योग के लिए मुख्य मांग कारक

भारतीय अर्थव्यवस्था की तेजगति से हो रही वृद्धि और उसके परिणामस्वरूप प्रति व्यक्ति बढ़ती हुई आय के कारण शहरीकरण की गति बढ़ती जा रही है। विगत वर्षों में इसके साथ साथ बढ़ते हुए वित्तपोषण के फलस्वरूप मकान की मांग बढ़ती जा रही है। भारत में आवास के लिए मुख्य मांग कारक निम्नानुसार हैं

1. अनुकूल जनसांख्यिकी (demographics) से प्रभावित जनसंख्या वृद्धि.
2. हाउसिंग स्टॉक की भारी कमी - हाल के वर्षों में मकानों की आपूर्ति में हुई जबरदस्त वृद्धि के बावजूद भारत में मकानों की कमी है, विशेषतया शहरी क्षेत्रों में.
3. शहरीकरण: पारंपरिक ग्रामीण अर्थव्यवस्था से आधुनिक औद्योगिक अर्थव्यवस्था में रुपांतरण ही शहरीकरण है। भारत की शहरी जनसंख्या तेज गति से बढ़ती जा रही है। 2011 की जनगणना के अनुसार भारत में शहरी क्षेत्रों में निवास करने वाली जनसंख्या सन् 2001 में 27.78% से बढ़कर सन् 2011 में 31.16% हो गयी है। इस स्थिति के परिणामस्वरूप शहरी मूलभूत सुविधाओं पर दबाव बना है और मकान रहित कई लोग सड़कों पर बसर कर रहे हैं.
4. एकल परिवार अवधारणा का बढ़ता प्रभाव : रोजगार के लिए लोग गांवों से शहर की ओर पलायन कर रहे हैं जिससे संयुक्त परिवार टूटते जा रहे हैं और उनके स्थान पर एकल परिवार बढ़ते जा रहे हैं। जिससे शहरों में मकान की मांग बढ़ती जा रही है.
5. आय में वृद्धि के कारण मकान खरीदने की क्षमता बढ़ना : भारत में ठोस आर्थिक विकास के कारण जनसांख्यिकी (demographics) में परिवर्तन आया है। जिससे रोजगार के अवसर बढ़े हैं और आय के स्तर में वृद्धि हुई है। युवा वर्ग में खरीद शक्ति में वृद्धि हुई है। साथ ही कर्ज वहन करने की क्षमता भी पूर्ववर्ती पीढ़ी की तुलना में बढ़ी है। उपभोक्ता खरीद क्षमता में सुधार के साथ स्वच्छंद व्यवहार ने रिटैल हाउसिंग क्षेत्र में काफी योगदान दिया है.

गृह निर्माण वित्त प्रणाली

गृह निर्माण वित्त प्रणाली को हम आपूर्ति और मांग की परिभाषा में देख सकते हैं। गृह निर्माण वित्त एक मांग है जो आवासीय आवश्यकता से उत्पन्न होती है और आय स्तर और गृह-स्वामियों की सूचना पर निर्भर करती है। आपूर्ति के पहलू पर ध्यान दें, तो आवास वित्त के प्रावधान के बारे में विचार करने पर दो घटक सामने आते हैं.

1. ऐसे ऋणदाता द्वारा आवास- वित्त देना जिसके पास अपार निधियां हैं.
2. ऐसी अर्थव्यवस्था में निधियों का संग्रहण जिससे ऋणदाता संस्थान निधियों का उपयोग कर सकें. ऋणदाता संस्थान को आवास ऋण प्रदान करने का चयन करने से पूर्व उधारकर्ताओं के बारे में कुछ आवश्यक जानकारी होनी चाहिए जैसे
 - उधारकर्ताओं के बारे में जानकारी : ऋण प्रदान करने के लिए ऋणदाता के पास भावी उधारकर्ता की ऋण पात्रता की जानकारी होनी चाहिए, जिससे उधारकर्ता की भुगतान क्षमता का आकलन किया जा सके.
 - सम्पत्ति के मूल्यांकन की सक्षमता : सम्पत्ति का बाजार मूल्य ज्ञात करने की क्षमता होना बहुत ही आवश्यक है.
 - संपार्श्विक प्रतिभूति प्राप्त करने की क्षमता - ऋणकर्ता के पास ऐसी संपार्श्विक प्रतिभूति होनी चाहिए कि चुकौती न कर पाने की स्थिति में वह अपना धन वसूल सके.

भारत में आवास वित्त की संरचना

वर्तमान में भारत में जनता को आवास ऋण प्रदान करने के लिए कार्यरत संस्थाएं

- **वाणिज्यिक बैंक** भारतीय अर्थव्यवस्था में वाणिज्यिक बैंकों की एक अहम भूमिका है। बहुत बड़े नेटवर्क के साथ वाणिज्यिक बैंक देश भर में कार्य कर रहे हैं और वित्तीय प्रणाली में आवास नीति के अनुसार आवास ऋण प्रदान करने में इनकी अहम भूमिका है.
- **सहकारिता नीति** : सहकारी बैंकिंग क्षेत्र में राज्य स्तरीय बैंक कार्यरत हैं। जिला सहकारी बैंक और प्राइमरी शहरी सहकारी बैंक आवास वित्त प्रदान करते हैं। यद्यपि सहकारी बैंक और क्षेत्रीय ग्रामीण बैंक आवास क्षेत्र में ऋण देने के लिए अधिकृत हैं फिर भी इस क्षेत्र में वे सक्रिय नहीं हैं.

- **कृषि और ग्रामीण विकास बैंक** : कृषि और ग्रामीण विकास बैंक केवल ग्रामीण क्षेत्रों में कार्यरत हैं। प्रारंभ में आवास वित्त उनके कार्यक्षेत्र में नहीं था। 1980 के बाद से उन्होंने आवास वित्त पर जोर देना प्रारंभ किया। राष्ट्रीय आवास बैंक की स्थापना के साथ कई राज्यों ने अपने अधिनियम में संशोधन करते हुए ग्रामीण विकास बैंकों को ग्रामीण क्षेत्रों में आवास ऋण प्रदान करने की अनुमति प्रदान की।
- **विशेषीकृत आवास वित्त संस्थान** : कुछ ऐसी संस्थाएँ हैं जो हाउसिंग क्षेत्र की ही आवश्यकताओं की पूर्ति करती हैं। उन्हें हाउसिंग वित्त कंपनियों के रूप में सार्वजनिक, संयुक्त अथवा सहकारी हाउसिंग वित्तीय सोसायटी के ग्रुप में वर्गीकृत किया गया है। इस संवर्ग में मुख्य भूमिका हाउसिंग डेवलपमेंट वित्त निगम (HDFC) की है जिसके पास पूरे देश में कुल संवितरण का 50% हिस्सा है। एच डी एफ सी के पास व्यक्तिगत, सहकारी बिल्डरों और प्रमोटरों के लिए अलग अलग आवश्यकता के अनुसार कई प्रकार की हाउसिंग योजनाएँ हैं, जैसे हुडको, वाणिज्यिक और सहकारी बैंक ने विशेषकर निम्न और मध्यम आय समूह के लिए योजनाएँ तैयार की हैं।

एचएफसी बनाम बैंक

आवास वित्त के क्षेत्र में बैंक और एचएफसी के बीच कड़ी प्रतिस्पर्धा है। बैंकों की तुलना में एचएफसी को कई अड़चनों का सामना करना पड़ रहा है। एचएफसी की तुलना में बैंकों के पास कम लागत की निधियाँ उपलब्ध हैं, क्योंकि बैंकों का पूंजी पर्याप्तता अनुपात काफी अच्छा है। एचएफसी को प्रतिस्पर्धात्मक दरों पर एनएचबी द्वारा पुनर्वित्त प्राप्त नहीं होता।

खुदरा आवास ऋण - आवास खरीदने का एक सरल तरीका

भारत में आवास ऋण में तेजी से वृद्धि हो रही है। आवास ऋण अपने आप में एक बहुत बड़ा उद्योग है। आश्चर्य की बात नहीं है कि भारत में हाउसिंग ऋण का हिस्सा कुल खुदरा ऋण पोर्टफोलियो का 50% है। ये ऋण आवासीय सम्पत्ति के बंधक से सुरक्षित होते हैं जो कि बाजार में उचित मूल्य पर आसानी से बेचे जा सकते हैं। आवास ऋण निश्चय ही अन्य रिटैल ऋणों से भिन्न है। इसका कारण यह है कि मनुष्य यदि जीवन पर्यंत एक बार कोई बड़ा निवेश करता है तो वह है मकान बनाने पर ही करता है।

भारतीय बैंकिंग क्षेत्र अपने आप में इतना सुदृढ़ क्षेत्र है कि वह समाज के हर क्षेत्र को सेवा देने में सक्षम है। दिसंबर, 2011 के अनुसार भारतीय बैंकों का हाउसिंग सेक्टर में ऋण का हिस्सा रु.3786 बिलियन है जो कि पिछले वर्ष की तुलना में रु.410 बिलियन अधिक है। एचएफसी की भी इस क्षेत्र में 2010-11 के दौरान वृद्धिदर 21.71% रही है।

बैंकों द्वारा दिए जा रहे विविध प्रकार के आवास ऋण

- आवास खरीद ऋण: यह ऋण बैंकों द्वारा तैयार मकान खरीदने के लिए दिया जाता है।
- मकान की मरम्मत या नूतनीकरण के लिए ऋण: पहले से खरीदे गए मकान की मरम्मत या इसके नूतनीकरण के लिए यह ऋण दिया जाता है।
- मकान के विस्तार के लिए ऋण: विद्यमान मकान के विस्तार के लिए यह ऋण दिया जाता है।
- अन्य मकान के लिए ऋण: मकान खरीदने के बाद यदि कोई व्यक्ति यह चाहे कि उसे इस मकान के स्थान पर किसी दूसरे स्थान पर मकान खरीदना है तो वह सिक्योरिटी अंतरित करके अपने ऋण को दूसरे मकान के लिए परिवर्तित कर सकता है। इसके लिए यदि उसे और अधिक ऋण की आवश्यकता हो तो भी बैंक उसे ऋण प्रदान करते हैं।
- तात्कालिक पूरक ऋण (Bridge Loan): इस प्रकार का ऋण उधारकर्ता को नये मकान के लिए ऋण की आवश्यकता की उस समय पूर्ति करता है जब वह पुराने मकान को बेचने की प्रक्रिया में हो। यह ऋण सामान्यतया अल्पकालिक होता है।
- मकान निर्माण के लिए ऋण: यह ऋण मकान बनाने के लिए दिया जाता है।
- जमीन की खरीद के लिए ऋण: यह ऋण निर्माण के लिए खरीदी जाने वाली जमीन पर दिया जाता है जो कि निवेश के उद्देश्य से खरीदी गयी हो।

आवास ऋण प्राप्त करने की प्रक्रिया

भारत में आवास ऋण प्राप्त करने की प्रक्रिया बहुत ही सरल है। आवेदक अपनी सम्पत्ति के पेटे या यदि वह वेतनभोगी है तो अपनी आय को दर्शाते हुए ऋण के लिए

आवेदन कर सकता है. अधिकतम ऋणकर्ता संस्थाएं निम्नानुसार सरल प्रक्रिया अपनाती हैं:

1. ऋण के लिए आवेदन: निर्धारित आवेदन फॉर्म भर कर उधारकर्ता आवास ऋण के लिए आवेदन कर सकता है. सामान्यतया आवेदन फॉर्म में दी जाने वाली सूचनाएं सभी ऋण संस्थानों में एक जैसी होती हैं. जैसे व्यक्तिगत ब्योरे, आय के स्रोत, आस्तियों और देयताओं का विवरण, सम्पत्ति का ब्योरा आदि.
2. बैंक में प्रत्यक्षरूप से बातचीत करना: बैंक अधिकारियों के साथ रुबरु बात करना. इससे यदि कोई अतिरिक्त जानकारी बैंक को चाहिए तो उसका स्पष्टीकरण उसी समय हो सकता है.
3. सम्पत्ति और दस्तावेजों का सत्यापन: सत्यापन के समय यदि दस्तावेज उचित नहीं पाये गये तो बैंक आवेदन अस्वीकार भी कर सकते हैं.
4. ऋण मंजूरी: सभी दस्तावेजों के सत्यापन के पश्चात ही बैंक अधिकारी पूर्णरूपेण आश्वस्त होने पर ऋण मंजूरी के लिए हामी भरते हैं. उसके पश्चात सभी प्रकार की शर्तें और निबंधन जैसे ब्याज दर, चुकौती अवधि, ऋण रकम, फ्लोटिंग या स्थिर ब्याज दर आदि की जानकारी बैंक अधिकारी देते हैं.
5. मूल सम्पत्ति दस्तावेजों का प्रस्तुतीकरण.
6. ऋण संवितरण.

ऋण प्राप्त करने में जुड़ी लागत

आवास के लिए ऋण का आवेदन करते समय किसी भी व्यक्ति को बैंकों या वित्तीय संस्थाओं द्वारा लगाए जाने वाले प्रभारों पर ध्यान देना चाहिए. इन प्रभारों में प्रशासनिक शुल्क, प्रलेखीकरण प्रभार, ऋण पर ब्याज, चुकौती प्रभार, निर्धारित चुकौती अवधिपूर्व ऋण की वापसी पर लगने वाले प्रभार आदि शामिल होते हैं.

- **प्रक्रिया सह प्रशासनिक शुल्क-** पूंजीगत लागत के अलावा ऋणदाता द्वारा अन्य कई खर्चे किए जाते हैं जैसे: कानूनी प्रभार, टेक्निकल सत्यापन, ऋण प्रोसेसिंग प्रभार और अन्य विविध प्रभार. बैंक और अन्य वित्तीय संस्थाओं द्वारा लिए जाने वाले प्रभारों में विविधता होती है. सामान्यतया प्रोसेसिंग

और प्रशासनिक शुल्क ऋण रकम का 0.5% से 2% के बीच कम से कम रु. 5000/- होता है. कुछ आवास वित्त संस्थाएं अपने प्रमोशनल अभियान के दौरान प्रोसेसिंग प्रभार में छूट देती हैं.

- **ऋण पर ब्याज-** आवास ऋण पर दो प्रकार की ब्याज दरें होती हैं: स्थिर और अस्थिर. स्थिर दरें निर्धारित अवधि तक एक समान रहती हैं इसी प्रकार अस्थिर दरें बाजार में चल रही ब्याज दरों की गतिविधियों पर बदलती रहती हैं.
- **विलंबित चुकौती पर दांडिक ब्याज का भुगतान-** यदि चुकौती अवधि के निर्धारण अनुसार किश्तें समयानुसार नहीं आती हैं, तो विलंबित किश्तों पर दांडिक ब्याज लगाया जाता है. तथापि कई आवास ऋण देने वाली कंपनियां वास्तविक परिस्थितियों में थोड़ा बहुत विलंब हो जाने पर दांडिक ब्याज नहीं लगाती.
- **निर्धारित अवधि पूर्व भुगतान के प्रभार-** निर्धारित अवधि के पहले नियत किश्तों के अलावा भुगतान किया जाता है तो इससे आवास ऋण के ब्याज के बोझ से राहत मिलती है. ऋणियों को राहत देने के उद्देश्य से भारतीय रिजर्व बैंक ने बैंकों को यह निर्देश दिए हैं कि फ्लोटिंग दर पर लिए गए आवास ऋण पर नियत किश्तों के अलावा किए गए भुगतान पर दंड न लगाएं.
- **निर्धारित अवधि के पूर्व ऋण खाता बंद करने पर प्रभार-** यदि ऋण की चुकौती अनियमित हो या इसमें किसी प्रकार की चूक हो तो ऋण देने वाले बैंक ऋण राशि को वापस लेने का अधिकार रखते हैं. इस उद्देश्य से ऋण करार में समुचित धारा जोड़ दी गयी है.

भारत सरकार द्वारा आवास ऋण पर प्रोत्साहन : रु.10 लाख तक के आवास ऋण पर 1% की सहायता देना

वित्त मंत्रालय ने यह घोषणा की है कि रु. 10 लाख तक के आवास ऋणों पर 1% की सहायता दी जाए. इसके लिए रु. 1000 करोड़ के आबंटन की घोषणा की गयी है. उक्त घोषणा के फलस्वरूप भारत सरकार ने रु. 10 लाख तक के आवास ऋण पर ब्याज में सहायता देने की घोषणा की है बशर्ते कि इस यूनिट की लागत रु. 20 लाख से अधिक न हो.

इस योजना का उद्देश्य आवास ऋण पात्र उधारकर्ताओं को गृह निर्माण ऋण पर ब्याज की सब्सिडी प्रदान करना है और ऋण के लिए अतिरिक्त मांग को पैदा करना है।

भारत सरकार द्वारा कर का प्रोत्साहन

आवास ऋण में प्रगति का कारक मुख्य रूप से आवास ऋण पर भारत सरकार द्वारा दिए जाने वाले कर में राहत की घोषणा है। भारत सरकार कर का लाभ आवास ऋण प्राप्त करने वाले और आवास ऋण प्रदान करने वाले दोनों को देती है।

आवास ऋण उपभोक्ता निम्नानुसार कर का लाभ प्राप्त कर सकता है

आवास ऋण पर भुगतान किया गया ब्याज : आयकर अधिनियम, 1961 की धारा 24(बी) के अनुसार रु. 150000 तक भुगतान किए गए वार्षिक ब्याज को कर योग्य आय में से घटाया जाएगा।

आवास ऋण की मूल किश्तों पर आयकर की छूट : आयकर अधिनियम की धारा 80 सीसीई की धारा 80सी के अनुसार रु. 100000 की प्रिंसिपल चुकौती पर कुल आय में से छूट दी जाएगी।

ऋणदाता को भी कर में छूट दी जाएगी। भारतीय आयकर अधिनियम, 1961 की धारा 36(1)के अनुसार आवास ऋण प्रदान करने वाली किसी भी वित्तीय संस्था को भारत में आवासीय भवन निर्माण के लिए दीर्घवधि ऋण प्रदान करने के लिए इस कारोबार में लाभ में से 20% राशि(पहले यह 40 प्र.श.थी)की राशि को कर से छूट दी जाएगी। (computed under the head profits and gains of business or profession) यह कटौती केवल कंपनी की कुल पेड-अप शेयर पूंजी और इसकी सामान्य आरक्षितियों के लिए ही उपलब्ध होगी।

निष्कर्ष

सभ्यता के विकास के साथ साथ मनुष्य के लिए घर बनाना एक नैतिक अनिवार्य संसाधन के रूप में माना जाता है। चूंकि घर प्रत्येक व्यक्ति के जीवन को प्रभावित करता है अतः यह एक आवश्यक संसाधन बन गया है।

घर एक पीढ़ी-दर-पीढ़ी चलने वाली परिसंपत्ति है। शहरी जनसंख्या जो कि पूरी तरह से संघर्षमयी जीवन यापन कर रही है वह घर बनाने के लिए जिन्दगी भर जूझती है। अतः यह जरूरी है कि सभी के लिए एक घर का सपना नियमित रूप से पूरा होना चाहिए। भारतीय बैंकिंग क्षेत्र इस कार्य को बड़ी तीव्र गति से अंजाम दे रहा है जो समाज

के सभी वर्गों को चाहे वह गरीब हो या अमीर, आवास ऋण देने के लिए तत्परता से कार्य कर रहा है।

उपर्युक्त बातों से यह बात सामने आ रही है कि अब भी आवास ऋण क्षेत्र कई प्रकार से विकसित हो रहा है और अब भी विकास की सीढ़ियां पार कर रहा है। सरकार भी इस तरफ काफी प्रयास कर रही है और यह चाहती है कि देश में रहने वाले प्रत्येक व्यक्ति का अपना घर हो। भारतीय बैंक अर्थव्यवस्था में निहित रिटेल और परिसंपत्ति की मांग को बहुत ही शीघ्रता से भांप लेते हैं। देश में बैंकों द्वारा नयी नयी योजनाएं लायी जा रही हैं जो सभी वर्गों के लोगों के लिए लाभदायी हों। भारत में केवल बैंक ही लोगों को ऋण नहीं देते बल्कि सार्वजनिक आवास ऋण संस्थाएं और निजी वित्त संस्थाएं भी आवास ऋण दे रही हैं। अतः अब अपने खुद के आवास के लिए लोगों के सपने साकार हो पाएंगे। ये आवास ऋण अब लोकप्रिय हो रहे हैं क्योंकि ब्याज दर किफायती हैं और इनकी प्रक्रिया काफी आसान है। ऋणों की एक बहुत बड़ी शृंखला लोगों की उपार्जन क्षमता और आवश्यकता के अनुसार उनकी अभिलाषा पूर्ण कर सकती है।

खुदरा ऋण : भारत में प्रतिगामी बंधक की संभावनाएँ

संदीप गुप्ता



प्रस्तावना

किसी ने सच कहा है कि एक इंसान अपनी आधी जिंदगी पैसा कमाने में लगा देता है और इसके लिए अपनी सेहत गँवा देता है और फिर बची हुई आधी जिंदगी कमाए हुए पैसे से अपनी उसी सेहत को पाने में लगा देता है। लेकिन पाने, खोने और फिर पाने के इस सफर में इंसान उम्र के उन दो अति महत्वपूर्ण पड़ावों से होकर गुजरता है जिन्हें जवानी और बुढ़ापा कहते हैं। एक तरफ जवानी उस चढ़ते हुए सूरज की तरह होती है जिसके सामने सभी झुकते हैं और जब इंसान खुद को अपने रचयिता, ईश्वर तक से ऊपर समझने लगता है। जबकि बुढ़ापा ढलते सूरज की तरह होता है जब इंसान खुद को दयनीय, असहाय और निरीह समझने लगता है और उस समय उसे सिर्फ और सिर्फ ईश्वर का सहारा दिखाई देता है। जिसे उसने जवानी के जोश में कभी याद करना भी गवारा नहीं समझा था।

एक इंसान सारी उम्र एड़ियाँ घिस घिस कर कमाई करने और फिर उस कमाई में से बचा बचा कर अपने बुढ़ापे की सुरक्षा के लिए धन संसाधन जुटाता है। विशेषकर एक घर, ताकि उसमें रह कर वह अपना बुढ़ापा अच्छे से बिता सके। लेकिन बुढ़ापा आते ही उन संसाधनों, उसके बनाए घर पर बच्चे अपना हक जमाने लगते हैं और इंसान उन बच्चों के मोह के वशीभूत हो कर अपने लिए संचित उन संसाधनों का जी भर कर उपभोग नहीं कर पाता है और प्रत्यक्ष या परोक्ष रूप से वह अपने बच्चों पर आश्रित हो कर अपनी देखभाल के लिए उनका मुँह देखने लगता है। ऐसे में वे माता पिता तो भाग्यशाली हैं, जिनके बच्चे बुढ़ापे में उनकी तन मन धन से अच्छी देखभाल करते हैं, क्योंकि सामान्यतः बच्चे इस समय उम्र के उसी पड़ाव जवानी में होते हैं जिस समय इंसान परमपिता ईश्वर की महत्ता को नहीं समझता, तो फिर ऐसे में ईश्वर तुल्य माता पिता की महत्ता को क्या समझेगा। परन्तु बहुत से ऐसे भी हैं जो उनको दुत्कार देते हैं और उन्हें दर बदर की ठोकरें खाने के लिए छोड़ देते हैं।

ऐसे में बूढ़े हाथों को बैंक सहज, सुलभ उत्पाद उपलब्ध करवा कर सहारा प्रदान करते हैं। उनके खून पसीने तथा मेहनत की गाढ़ी कमाई से अर्जित घर जैसी अचल सम्पत्ति को एक कामधेनु गाय के रूप में सृजित करने के लिए बैंक एक बेहद आकर्षक सुविधा प्रदान करते हैं, जिसे प्रतिगामी बंधक (Reverse Mortgage) कहते हैं।

प्रतिगामी बंधक (Reverse Mortgage) क्या है ?

मई 2007 में भारतीय रिज़र्व बैंक की एक सब्सिडियरी नेशनल हाउसिंग बैंक द्वारा प्रतिपादित इस सुविधा के अन्तर्गत बैंक तथा हाउसिंग फाइनेंस कंपनियां;

- 60 वर्ष उम्र से अधिक के लोगों को अपनी जीविका के संसाधनों हेतु अतिरिक्त आय जुटाने के लिए।
- उनके अपने स्वामित्व वाले घर, जिसमें वे स्वयं निवास करते हैं, जिस पर पहले से कोई अधिभार न हो तथा जिस संपत्ति की आयु 20 वर्ष बाकी हो, के वर्तमान बाजारी मूल्य के आधार पर एक मुश्त तथा नियमित अवधि (मासिक, त्रैमासिक इत्यादि) आधार पर कम से कम 1.00 लाख तथा अधिकतम 1.00 करोड़ रुपये तक की राशि ऋण के रूप में प्रदान करते हैं, जिसकी अधिकतम अवधि 20 वर्ष तक हो सकती है।
- इस रकम तथा इस पर लगने वाले ब्याज की ऋणी द्वारा भुगतान करने की आवश्यकता नहीं होती है, क्योंकि ऋण तथा ब्याज की रकम, ऋण अवधि के

उपरांत या उससे पहले ऋणी की मृत्यु होने अथवा घर सदा के लिए छोड़ देने की स्थिति में उसे बेच कर प्राप्त कर ली जाती है।

- घर बेचने से प्राप्त राशि यदि ऋण तथा ब्याज से अधिक होती है तो उसका भुगतान ऋणी के वारिसों को कर दिया जाता है।
- इसके अतिरिक्त ऋणी के वारिस चाहें तो ऋण अवधि से पूर्व ऋण चुकता कर घर को बंधक मुक्त कर सकते हैं।
- ऋणी अपने ही घर में पूरे हक तथा सम्मान से रहता है।
- उसके लिए यह आवश्यक है कि वह उसकी समुचित देखभाल करता रहे तथा समय-समय पर देय टैक्स यथा जल, गृह कर इत्यादि का नियमित भुगतान करता रहे, अन्यथा बैंक को उसके ऋण की राशि में से भुगतान करना होगा।
- प्रत्येक पाँच वर्षों में संपत्ति का पुनः मूल्यांकन किया जाता है तथा पुनः मूल्यांकन पर संपत्ति के बढ़े मूल्य के अनुसार अधिक राशि का भुगतान किया जा सकता है।

भारत में प्रतिगामी बंधक (Reverse Mortgage)की स्थिति

अमेरिका तथा यूरोपीय देशों में बेहद सफल इस सुविधा का भारत में अभी बहुत अधिक प्रचलन देखने में नहीं आ रहा है। एनएचबी की वर्ष 2010-2011 वार्षिक रिपोर्ट के अनुसार यथा 30.06.2011 को 23 बैंक तथा 2 एचएफसी द्वारा अभी तक 8903 वरिष्ठ नागरिकों को रु.1740 करोड़ ऋण राशि वितरित की गयी है। (लगभग 19.54 लाख प्रति नागरिक)

इस स्थिति के कारण तथा संभावित उपाय

भारत में इस मद में अधिक व्यवसाय न होने के कई कारण हैं

- सर्वप्रथम बैंकों द्वारा इस सुविधा का जोर शोर से प्रचार प्रसार नहीं किया गया है।
- ऋण आंकलन, वितरण तथा समीक्षा प्रणाली पेचीदा होने तथा कानूनी उलझनों एवं पारदर्शिता के अभाव के चलते किसी ग्राहक को इससे अच्छा विकल्प घर को किराए पर दे कर किराया वसूलना आसान लगता है।
- पैतृक संपत्ति के लिए यह सुविधा उपलब्ध न होना।

- इन सबसे अधिक, भारत में आज भी बुजुर्गों के लिए पारिवारिक बंदिशों के चलते यह संभव नहीं हो पाता है कि वे अपने ही घर में बच्चों के साथ या अकेले रहते अपनी संपत्ति को बंधक कर सकें। अमेरिका तथा पश्चिमी देशों के मुकाबले जहाँ बुजुर्गों को अपनी संपत्ति का अपने हिसाब से इस्तेमाल करने में कोई पारिवारिक रुकावट का सामना नहीं करना पड़ता तथा जहाँ बच्चे उनकी निजता का सम्मान करते हुए उन्हें अपने हिसाब से स्वतंत्र जीवन व्यतीत करने का अवसर प्रदान करते हैं तथा उनके ऐसे निर्णय का विरोध नहीं करते, वहीं भारत में चली आ रही परंपरा के अधीन बुजुर्ग भावनात्मक लगाव या फिर सामाजिक बंदिशों के चलते बच्चों के साथ रहते हैं, जहाँ उनके बनाए घर पर बच्चे अपना अधिकार स्वयं मान लेते हैं क्योंकि वही उस संपत्ति के कानूनी वारिस होते हैं और बुजुर्ग उनके आश्रय तथा देख रेख में अपना जीवनयापन करते हैं। परन्तु उनके रहन सहन की गुणवत्ता सदा बच्चों के हाथ में रहती है। किसी प्रकार की असंतुष्टि की स्थिति में वे अपने हम उग्र साधियों के साथ अपनी परेशानी तो बाँट सकते हैं परन्तु सामाजिक बंधनों के चलते वह स्वतंत्र तथा प्रतिगामी बंधक ऋण सुविधा लेने जैसे ठोस कदम नहीं उठा पाते, क्योंकि ऐसा करने पर उन्हें अपने बच्चों के कोप का भाजन बनना पड़ सकता है, और चूंकि इस सुविधा का लाभ लेने पर अंततः उनके बच्चों को ही संपत्ति प्राप्त करने के लिए ऋण की चुकौती करनी पड़ेगी। वहीं ऐसे बुजुर्ग जो अकेले रहते हैं उन्हें इस सुविधा के अन्तर्गत धन तो मिल सकता है, परन्तु उनकी देखभाल तथा सेवा सुश्रुषा करने वाला कोई नहीं होता, इसलिए ऋण सुविधा की बजाए वे कोई किरायेदार रखना अधिक पसन्द करते हैं।

संभावनाएँ तथा निदान

- एक सर्वे के अनुसार वर्ष 2013 तक भारत में 10 करोड़ आबादी उन नागरिकों की होगी जो 60 वर्ष से अधिक की आयु के हैं, जबकि ऋण की इस मद में अभी तक मात्र 10,000 ग्राहक जुड़ सके हैं। इससे स्पष्ट है कि भारत में इस प्रकार की ऋण सुविधा के लिए अपार संभावनाएँ उपलब्ध हैं।
- इस मद में उपलब्ध संभावनाओं को व्यवसाय के रूप में परिवर्तित करने के लिए बैंकों तथा वित्तीय संस्थाओं को इस सुविधा को और अधिक सरल तथा आकर्षक बना कर इसका अधिक से अधिक प्रचार कर जन जागरूकता बढ़ानी चाहिए। इसके लिए धार्मिक स्थलों जैसे मंदिरों, गुरुद्वारों आदि या पुस्तकालयों, पार्कों में जहाँ बुजुर्ग अधिक आते हैं तथा अपना अधिक समय व्यतीत करते हैं, इस सुविधा के बारे में विस्तृत जानकारी प्रदान करनी चाहिए तथा उनसे बातचीत

कर उन्हें बेहतर जीवन यापन हेतु सुविधा के लाभ लेने हेतु प्रोत्साहित करना चाहिए।

- अधिक से अधिक सलाहकार शिविरों / केंद्रों का आयोजन करना चाहिए, ताकि लोगों के ज्ञान वृद्धि के साथ उनकी शंकाओं, भ्रान्तियों का समाधान किया जा सके।
- बच्चों पर ऋण चुकौती का आर्थिक बोझ न पड़े, इसके लिए ऋणी का ऋण राशि तक का व्यक्तिगत बीमा कर सुविधा को एक पैकेज के रूप में प्रस्तुत किया जाए, तो संभवतः यह सुविधा और अधिक आकर्षक हो सकती है।
- इसी प्रकार यदि देखा जाये तो जब किसी बुजुर्ग की आयु 60 वर्ष होगी तो उसके सबसे बड़े बच्चे की आयु 40 वर्ष के आस पास होगी। ऐसे में बुजुर्ग द्वारा लिया गया ऋण जब तक चुकौती के लिए पूरा होगा, तब तक वह बच्चा 60 वर्ष की आयु का हो जाएगा। बुजुर्ग की मृत्यु होने या न होने की स्थिति में वह संपत्ति बच्चे के नाम पर हस्तांतरित होना स्वाभाविक है। इस अवधि में संपत्ति का मूल्य कई गुना बढ़ जाना भी स्वाभाविक है। इससे यह संभव हो सकता है कि उसी संपत्ति पर नए मूल्य के अनुसार ऋण का निर्धारण कर, पूर्व में लिए गए ऋण की कटौती के पश्चात अन्तर राशि का ऋण दिया जा सकता है। इससे एक तरफ किसी पर आर्थिक बोझ नहीं पड़ेगा, साथ ही बैंक का ऋण भी अनवरत चलता रहेगा।

उपसंहार

अपनी सारी उम्र एक घर का सपना पूरा करने के लिए जब एक व्यक्ति अपनी कमाई और ऐशो आराम की जिंदगी से कटौती कर कर के उम्र की उस दहलीज पर पहुँचता है, जब वह अपने बनाए सपनों के महल में शांति से अपना बाकी जीवन गुजार सके, उस समय वही घर उसके लिए काल कोठरी बन कर रह जाता है, क्योंकि भौतिकतावादी आज के युग में श्रवण कुमार जैसे माता पिता भक्त संतान विरलों को ही नसीब होती है, वरना अधिकांशतः तो दिन रात पाल पोस कर बड़े किए अपने ही बच्चे इस तरह बर्ताव करने लगते हैं कि माता पिता उन पर एक बोझ तथा उसी घर के किरायेदार एवं अवांछित प्राणी लगने लगते हैं, ऐसे में हर पल उनके आश्रय के लिए मोहताज रहना मजबूरी होकर बेहद कष्टकारी हो जाता है।

बुजुर्गों को गर्व तथा सम्मान भरा जीवन व्यतीत करने के लिए सरकार द्वारा किया गया यह प्रयास बेहद सराहनीय तो है, लेकिन इसके पूर्ण प्रभावी होने के लिए और अधिक प्रयासों के आवश्यकता है। इसके लिए जहाँ एक तरफ सामाजिक चेतना का विकास करना

आवश्यक है, ताकि बच्चों एवं बुजुर्गों में समन्वय स्थापित हो कर बेहतर सामाजिक माहौल बन सके, वहीं उत्पाद को और अधिक सरल एवं आकर्षक बनाने का प्रयास करना चाहिए, ताकि अधिक से अधिक बुजुर्ग इससे लाभान्वित हो सकें।

उगते और चमकते सूरज की आभा तो सबको भाती है, लेकिन सूरज ढलने पर उभरे चन्द्रमा की भी अपनी और विशेष महत्ता है, जिसको इसका एहसास न हुआ हो तो वह एक रात चाँद के साथ बिता कर तो देखे इतना वात्सल्य, इतना स्नेह कि आत्मा तक आनंदित हो जाये।

