पी. एण्ड एस. बैंक राजभाषा

अंकुर

अक्तूबर–दिसंबर, 2014

ग्राहक सेवा विशेषांक

नववर्ष 2015 की आप सबको हार्दिक शुभकामनाएँ

੧ੴ ਸ੍ਰੀ ਵਾਹਿਗੁਰੂ ਜੀ ਕੀ ਫਤਹਿ ॥

पंजाब एण्ड सिंध बैंक

ਪੰਜਾਬ ਐਂਡ ਸਿੰਧ ਬੈਂਕ

Punjab & Sind Bank

पी.एस.बी.

(राजभाषा विभाग)

भारतीय रिज़र्व बैंक

राजभाषा शील्ड पुरस्कार

भारतीय रिज़र्व बैंक के गवर्नर डॉ. रघुराम राजन, वर्ष 2012-13 की 'ख' क्षेत्र की राजभाषा शील्ड (प्रोत्साहन पुरस्कार), बैंक के अध्यक्ष एवं प्रबंध निदेशक श्री जतिंदरबीर सिंह, आई.ए.एस. को प्रदान करते हुए।

बैंक को वर्ष 2012-13 की 'ख' क्षेत्र की भारतीय रिज़र्व बैंक राजभाषा शील्ड (प्रोत्साहन पुरस्कार) प्राप्त हुई। भारतीय रिज़र्व बैंक के गवर्नर डॉ. रघुराम राजन, श्री एस. एस. मुन्द्राः उप गवर्नर, श्री के. के. वोहरा, कार्यकारी निदेशक, राजभाषा शील्ड के साथ बैंक के अध्यक्ष एवं प्रबंध निदेशक श्री जतिंदरबीर सिंह, आई.ए.एस. तथा महाप्रबंधक (राजभाषा) श्री आर. सी. नारायण।

पंजाब एण्ड सिंध बैंक

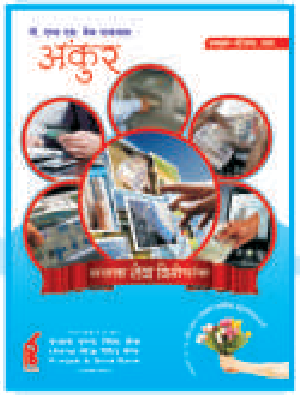
प्रधान कार्यालय राजभाषा विभाग की हिंदी पत्रिका

राजभाषा अंकुर

(केवल आंतरिक वितरण हेतु)

'बैंक हाऊस', प्रथम तल, 21, राजेन्द्र प्लेस, नई दिल्ली-110 125

अक्तूबर–दिसंबर, 2014



मुख्य संरक्षक

श्री जतिन्दरबीर सिंह, आई.ए.एस.

अध्यक्ष एवं प्रबंध निदेशक

संरक्षक

श्री एम. के. जैन एवं श्री के. के. सौंसी

कार्यकारी निदेशक

मुख्य संपादक

श्री आर. सी. नारायण

महाप्रबंधक (राजभाषा)

संपादक व प्रकाशक

श्री राजिंदर सिंह बेवली

मुख्य प्रबंधक

प्रभारी, राजभाषा

संपादक मंडल

श्री कुलदीप सिंह खुराना

वरिष्ठ प्रबंधक, राजभाषा

श्री त्रिलोचन सिंह, डॉ. नीरू पाठक

प्रबंधक

श्री सोनी कुमार

राजभाषा अधिकारी

पंजीकरण सं. : एफ. 2(25) प्रैस. 91

'राजभाषा अंकुर' में प्रकाशित सामग्री में दिए गए विचार संबंधित लेखकों के अपने हैं। पंजाब एण्ड सिंध बैंक का प्रकाशित विचारों से सहमत होना जरूरी नहीं है। सामग्री की मौलिकता एवं कॉपी राइट अधिकारों के प्रति भी लेखक स्वयं उत्तरदायी है।

मुद्रक : मोहन प्रिंटिंग प्रेस

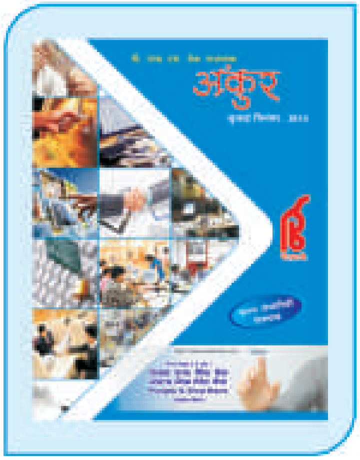
5/35ए, कीर्ति नगर औद्योगिक क्षेत्र, नई दिल्ली-110015

फोन : 98100 87743

विषय-सूची

क्र.सं.	विवरण	पृष्ठ सं.
1.	संपादक मंडल / विषय-सूची	1
2.	आपकी कलम से	2
3.	संपादकीय	3
4.	ग्राहक सेवा का बदलता स्वरूप / कविता	4-5
5.	गतिविधियाँ	6
6.	राष्ट्रीय एकता दिवस	7
7.	ग्राहक सेवा : करणीय-अकरणीय/मैं और मेरी जिज्ञासा	8-9
8.	ग्राहक सेवा और विपणन	10-11
9.	ग्राहक सेवा में भाषा का महत्व	12
10.	नव-नियुक्त/नामित राजभाषा.....	13
11.	ग्राहक सेवा-शिकायतें एवं निवारण	14
12.	दिल्ली बैंक नराकास	15
13.	बदलते परिवेश में बैंकिंग का योगदान	16
14.	अंकुर विमोचन/शाखा उद्घाटन	17
15.	बैंकिंग के विभिन्न परिवेश और ग्राहक सेवा	18-19
16.	ग्राहक - सेवा : एक विचार	20
17.	अ. एवं प्र.नि.का. पंजाब दौरा	21
18.	स्वच्छ भारत अभियान	22
19.	महाऋण अभियान	23
20.	गुरु नानक देव जी का प्रकाश-उत्सव	24
21.	बैंकिंग सेवा क्षेत्र, उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम	25-26
22.	नववर्ष 2015	27
23.	ग्राहक संबंध कुछ ऐसे भी......	28-29
24.	मस्तिष्क-मंथन आयोजन	30
25.	राजभाषा प्रयोग-आपसी संवाद-सार्थक दिशा आयोजन	31
25.	ग्राहकों की अपेक्षाएं बैंक कार्मिकों के उत्तरदायित्व	32-33
26.	हिंदी कार्यशालाएं	34-35
27.	ग्राहक सेवा-एक दृष्टिकोण / क्या हैं जिंदगी/जय मच्छर चालीसा	36-37
28.	काव्य मंजूषा	38-39
29.	ग्राहक सेवा एवं बैंक की लाभप्रदता	40-41
30.	ग्राहक सेवा और बैंकिंग	42
31.	ग्राहक सेवा - एक नज़र	43
32.	नेहरू हॉकी टूर्नामेंट	44

आपकी कलम से



आपके कुशल नेतृत्व में पंजाब एंड सिंध बैंक द्वारा प्रकाशित पत्रिका अंकुर हमें प्राप्त हुई। पत्रिका को आद्योपांत पढ़ने पर विभिन्न लेख पठनीय व संग्रहणीय लगे। पत्रिका की रूप-सज्जा अत्यंत आकर्षक है। पत्रिका में प्रकाशित लेख 'अविमुक्त नगरी काशी' अत्यंत ही रोचक है। सूचना 'प्रौद्योगिकी और हिंदी की संभावनाएं' विषय पर लिखा गया लेख राजभाषा के विकास हेतु उपयोगी है। पत्रिका की उत्तरोत्तर उन्नति की मंगल कामनाओं सहित।

सर्वज्ञ शेखर गुप्ता
मंडल प्रबंधक व महाविद्यालय प्रभारी
केनरा बैंक, गुड़गांव, हरियाणा

आपके द्वारा प्रेषित हिंदी पत्रिका 'अंकुर' का जुलाई-सितंबर 2014 का सूचना प्रौद्योगिकी विशेषांक अंक प्राप्त हुआ। बहुत-बहुत धन्यवाद। पत्रिका का मुखपृष्ठ विशेषांक की सार्थकता को साकार करता है। पत्रिका की साज-सज्जा बहुत ही सुंदर एवं आकर्षक है। पत्रिका में सूचना प्रौद्योगिकी पर दिये गये लेख ज्ञानप्रद और संग्रहणीय हैं। जो लेखकों की विद्वता और अनुभव का परिचायक हैं। इसके लिए लेखक गण बधाई के पात्र हैं। काशी पर प्रस्तुत लेख हमें इसकी प्राचीनता, धार्मिकता और सामाजिक समरसता का अनुभव कराता है। पत्रिका में चित्रों की झाँकी के द्वारा राजभाषा कार्यान्वयन की गति का पता चलता है। इस सुंदर अंक को प्रकाशित करने के लिए आपको एवं संपादक मंडल को हार्दिक बधाई। मैं कामना करता हूँ कि पत्रिका की यह उत्कृष्टता सदैव बनी रहे।

अम्बरीश कुमार सिंह
मुख्य प्रबंधक (राजभाषा)
कॉर्पोरेशन बैंक, मंगलूर, कर्नाटक

हमें आपके बैंक के राजभाषा विभाग द्वारा प्रकाशित राजभाषा अंकुर के जुलाई-सितंबर 2014 अंक की प्रति प्राप्त हुई। आपकी यह पत्रिका न सिर्फ पृष्ठ सज्जा एवं बहुरंगी प्रस्तुति के कारण सुंदर एवं मोहक बन पड़ी है, बल्कि इसमें समाहित विविध प्रकार की सामग्री एवं जानकारी के कारण बेहद रोचक एवं आकर्षक बन पड़ी है।

पत्रिका में प्रस्तुत लेख यथा - प्रौद्योगिकी एवं आम आदमी, बैंकिंग उद्योग में सूचना प्रौद्योगिकी का महत्व तथा सुरक्षित बैंकिंग के लिए सुरक्षित वेबसाइट ब्राउजिंग और उपाय आदि की विषय सामग्री न केवल गंभीरता से युक्त है बल्कि ज्ञान वर्धक भी है। एक प्रकार से यह अंक बैंकिंग एवं प्रौद्योगिकी को समर्पित लगता है। यह सामग्री रोचक एवं ज्ञानदायक है।

हम 'राजभाषा अंकुर' के जुलाई-सितंबर 2014 अंक के सफल प्रकाशन पर आपकी समस्त टीम को कोटिशः हार्दिक बधाई एवं शुभ कामनाएं देते हैं। यह भी आशा करते हैं कि भविष्य में भी अंकुर निरंतर फूलती व फलती रहेगी।

डॉ. अमर सिंह सचान
राजभाषा अधिकारी
राष्ट्रीय आवास बैंक
लोधी रोड, नई दिल्ली-110003

पत्रिका का कलेवर आकर्षक है। इस सूचना प्रौद्योगिकी विशेषांक में सरल भाषा के प्रयोग से बैंक में सूचना प्रौद्योगिकी के उपयोग को समझाया गया है। 'नेट बैंकिंग एवं मोबाइल बैंकिंग-कुछ सावधानियां', ज्ञानवर्धक है। 'सुरक्षित बैंकिंग के लिए सुरक्षित वेबसाइट ब्राउजिंग और उपाय शीर्षक लेख से सभी कर्मचारी लाभान्वित होंगे। राजभाषा से संबंधित गतिविधियों का सचित्र कवरेज आकर्षक है। 'अंकुर' के उत्कृष्ट प्रकाशन के लिए संपादक मंडल को हार्दिक बधाई।

प्रदीप चतुर्वेदी
मुख्य प्रबंधक (राजभाषा)
यूको बैंक, कोलकाता

फूल बाँटने वाले हाथों से खुशबू कभी समाप्त नहीं होती।

संपादकीय

साथियो,

जब यह विशेषांक आपके हाथों में होगा, वर्ष 2015 का शुभारंभ हो चुका होगा। सर्वप्रथम आपको वर्ष 2015 की हार्दिक शुभकामनाएं।

''पी.एस.बी.-जहाँ सेवा ही जीवन ध्येय है'', हमारे बैंक का स्लोगन है, वस्तुतः बैंकिंग जैसे उपक्रम में सेवा से पर्याय ग्राहक सेवा ही है। इसी विचार को ध्यान में रखकर तिमाही पत्रिका, राजभाषा अंकुर, ''ग्राहक सेवा विशेषांक'' के रूप में प्रकाशित करने का निर्णय लिया गया है। जैसाकि हम जानते हैं कि आज के परिवेश में देश एवं समाज के उत्थान में बैंकों की भूमिका अत्यंत अहम है। आज न केवल बड़े उद्योग या धनवान लोग ही बैंक से जुड़े हैं बल्कि मध्यम तथा निम्न श्रेणी के लोग भी बैंक से जुड़ रहे हैं। आधार-कार्ड के द्वारा, जन-धन योजना के द्वारा समाज के सभी वर्ग, बैंक से किसी न किसी रूप में जुड़ गए हैं। इस प्रकार यह कहना अतिश्योक्ति न होगा कि व्यक्ति, समाज तथा देश का विकास बैंकों से ही होकर गुज़रता है और केवल वही बैंक विकास की राह पर चल पाता है जिसका प्रत्येक ग्राहक संतुष्ट हो। यहाँ मुझे रहीम का एक दोहा याद आ रहा है कि

ऐसी बानी बोलिए, मन का आपा खोए।
औरन को सीतल करे, आपहु सीतल होए।।

अर्थात् शब्द, बोली, भाषा-संप्रेषण के सर्वाधिक महत्वपूर्ण अंग हैं। कहने का तात्पर्य यही है कि बैंक के लिए ग्राहक महत्वपूर्ण है और ग्राहक से संप्रेषण के लिए भाषा, किंतु भाषा ऐसी हो जो उनकी अपनी हो और जिसमें आत्मीयता भी हो।

मुझे यह बताते हुए अत्यंत प्रसन्नता हो रही है कि हाल ही में राजभाषा के क्षेत्र में दो बड़ी उपलब्धियाँ हासिल हुई हैं पहली हमारे बैंक को भारतीय रिज़र्व बैंक द्वारा आयोजित रिज़र्व बैंक राजभाषा शील्ड प्रतियोगिता के अंतर्गत वर्ष 2012-13 के भाषिक क्षेत्र ''ख'' के लिए बैंक को प्रोत्साहन पुरस्कार प्राप्त हुआ है। यह पुरस्कार भारतीय रिज़र्व बैंक के गवर्नर डॉ. रघुराम राजन के कर कमलों से हमारे बैंक के अध्यक्ष एवं प्रबंध निदेशक महोदय श्री जतिंदरबीर सिंह जी ने ग्रहण किया तथा दूसरी उपलब्धि गृह मंत्रालय, राजभाषा विभाग द्वारा भाषिक क्षेत्र ''ख'' के लिए उत्तर-प्रदेश के महामहिम गवर्नर श्री राम नायक जी के कर कमलों द्वारा राजभाषा शील्ड प्राप्त हुई है। आप सभी बधाई के पात्र हैं।

प्रस्तुत अंक में विभिन्न लेखों, कार्टून, कविताओं तथा चित्रों आदि के माध्यम से ग्राहक के साथ बैंक कार्मिक के व्यवहार एवं संप्रेषण पर विशेष बल दिया है। मुख्य महाप्रबंधक श्री जी. एस. सचदेवा के लेख में आप उनकी बैंक की संपूर्ण यात्रा में ग्राहक सेवा के विभिन्न रूपों के जीवंत दर्शन कर पाएंगे। श्री बी. एस. ढींगरा, आंचलिक प्रबंधक जालंधर के लेख ''ग्राहक सेवा करणीय-अकरणीय'' में ग्राहक से व्यवहार को विस्तार से समझाने का प्रयास किया गया है। श्री वी. एस. मिश्रा का लेख ''ग्राहक सेवा-एक दृष्टिकोण'', श्री पवन जैन का लेख - ''ग्राहक सेवा और बैंकिंग'', आदि सभी लेख ग्राहक सेवा के अलग-अलग पहुओं को स्पर्श कर, ज्ञानवर्धन भी करते हैं। ग्राहक सेवा में उत्कृष्टता अर्थात् बैंक व्यवसाय में वृद्धि, इस मूल-मंत्र को ध्यान में रख कर ही राजभाषा अंकुर ग्राहक सेवा विशेषांक के रूप में प्रकाशित की जा रही है। राजभाषा अंकुर के माध्यम से मैं अपने सभी स्टाफ सदस्यों को आह्वान करता हूं कि अपने सभी ग्राहकों को अच्छी से अच्छी सेवा प्रदान करें तथा अपने बैंक के स्लोगन को चरितार्थ कर, बैंक को सर्वोच्च शिखर तक पहुँचाएं।

आशा है पत्रिका आपको पसंद आएगी तथा पत्रिका के बारे में आप अपनी राय हमें अवश्य भेजेंगे ताकि हम इस पत्रिका को पाठकों की रुचि तथा आवश्यकतानुसार ढाल सकें।

आपका,

(आर. सी. नारायण)
महाप्रबंधक (राजभाषा)

ग्राहक सेवा का बदलता स्वरूप

जी. एस. सचदेवा

लगभग 38 वर्ष पूर्व जब मैंने पंजाब एण्ड सिंध बैंक की सेवा ग्रहण की थी, उस समय ग्राहक सेवा की संकल्पना तथा संभावना अलग थी। ग्राहक सेवा का मूलमंत्र था, मुस्कुराहट के साथ सेवा अर्थात् बैंक में आए ग्राहक का प्रसन्नता के साथ स्वागत करना, बैठने के लिए स्थान देना तथा पानी व चाय की पेशकश करना, यह सभी अच्छी ग्राहक सेवा के कुछ आवश्यक घटक समझे जाते थे। विशेषतः हमारे बैंक में ग्राहक से आत्मीयता तथा व्यक्तिगत संपर्क, ग्राहक सेवा के लिए सबसे प्रभावी उपकरण थे। हमें सिखाया जाता था कि बैंक में ग्राहक के हित को ध्यान में रखकर ऐसा वातावरण बनाया जाए जिससे कि उसे ऐसा लगे कि वह अपने ही घर में है। ग्रामीण तथा अर्धशहरी क्षेत्रों में जहाँ समय की आपाधापी नहीं होती थी तथा सेवा की मुस्तैदी भी कोई मुद्दा नहीं होता था, वहाँ भी सेवा की गुणवत्ता को ही प्राथमिकता दी जाती थी, जबकि सेवा की लागत तथा तत्परता को कम महत्व दिया जाता था।

काल का पहिया लगातार यूँ ही चलता रहा। मुझे याद है जब मैं वर्ष 1990 की शुरुआत में जिला-फरीदकोट के समस्याग्रस्त क्षेत्र की ग्रामीण शाखा में शाखा प्रभारी था, तब पंजाब में आतंकवाद तथा अलगाववाद शिखर पर था तथा बैंकों में बैंक शटर में एक बड़े छेद या एक छोटी खिड़की के माध्यम से ही बैंकिंग कार्य अथवा पैसे का लेन-देन किया जाता था। किंतु हमारे बैंक में ऐसे समय में भी कुछ सम्मानित किसान हमेशा शाखा के अंदर आना पसंद करते थे, कुछ देर बैठना और एक कप चाय के साथ बैंक की तरक्की के लिए विचार-विमर्श करते थे। बैंक के साथ आत्मीयता उनके लिए प्रतिष्ठा का विषय था। इसीलिए ऐसे अशांत समय में भी ग्राहकों ने बैंक के स्टाफ सदस्यों के साथ व्यक्तिगत संपर्क बनाए रखा। पासबुक को हाथ से लिखकर देना तथा लेन-देन की विवरणी देना, ऐसे छोटे-छोटे कार्य ग्राहक को खुश करने के प्रयास थे। उनकी अपेक्षाएं बहुत थोड़ी थीं। बैंक कितनी ब्याज दर वसूल रहा है, अन्य प्रभार क्या हैं एवं कितने हैं, इन सबकी जानकारी लेना भी वह आवश्यक नहीं समझते थे, उनके लिए तो बैंक से लोन मिलना ही अपने आप में एक बड़ी उपलब्धि होती थी।

20वीं सदी के अंतिम दौर में कंप्यूटर मशीन का एएलपीएम रूप ही सामने आया। यह एक क्रांति थी। अपने आप (खुद) राशि का बैलेंस तथा ब्याज की गणना ने बैंक कर्मचारियों के काम को एक तरफ

बहुत आरामदायक बनाया तो दूसरी ओर ग्राहकों के खाते के ब्यौरों में क्रांतिकारी परिवर्तन किया। रुपए के लेन-देन संबंधी रिपोर्ट पहले से अधिक स्पष्ट तथा सूचनाप्रद होने के साथ, बहुत ही कम समय में बन जाती थी। लेकिन अब भी ग्राहक, विशेषकर जमा किए रूपये पर मिलने वाले ब्याज की दर एवं ब्याज तथा लोन पर लौटाए जाने वाले शुल्क संबंधी जानकारी से बहुत ज्यादा संतुष्ट थे। यह विश्वास किया जाता था कि ब्याज और शुल्क रिज़र्व बैंक ऑफ इंडिया द्वारा नियंत्रित किए जाते हैं और सभी बैंकों में समान रूप से लागू किए जाते हैं और बैंक इस तरह के शुल्कों को बदल नहीं सकते हैं।

21वीं शताब्दी की शुरुआत बैंकिंग-तंत्र के विस्तार, ग्राहकों की संख्या में वृद्धि और ग्राहकों की सेवाओं के दायरे में वृद्धि का साक्ष्य बना। सभी बैंक जिनका मुख्य उद्देश्य अन्य साथी बैंकों को पछाड़ कर आगे बढ़ना था, ने ग्राहकों को मिलने वाली सेवाओं के विस्तार, जमा राशि और दिए गए अग्रिम पर मिलने वाली ब्याज की दर के बारे में ग्राहकों को शिक्षित किया। ग्राहकों को उनकी प्रतिष्ठा, स्तर तथा महत्त्व के बारे में बताया जिसने ग्राहकों की आशाओं को और अधिक बढ़ाया।

निजी और विदेशी बैंकों के आगमन ने न सिर्फ बैंक सेवाओं में क्रांतिकारी परिवर्तन किए बल्कि उनका और अधिक विस्तार किया। निजी और विदेशी बैंकों में 'कही भी बैंकिंग, एटीएम, क्रेडिट कार्ड, ई-रेमिटेन्स के रूप में अत्यधिक उन्नतिशील उच्च-प्रौद्योगिकी का आविर्भाव हुआ जिसने सरकारी बैंकों को भी इसे अपनाने के लिए बाध्य किया। इस तथ्य के बावजूद सार्वजनिक क्षेत्र के बैंकों के ऊपर

एक बड़े जनमानस के लिए बैंकिंग की सामाजिक जिम्मेदारी का बोझ था फिर भी यह अनुमान रहता था कि इस तरह के संसाधनों का एक खास हिस्सा प्राथमिकता क्षेत्रों के उपयोग के लिए किया जाएगा जो कि कम उत्पाद का क्षेत्र था। मूलभूत बैंकिंग का प्रावधान, कहीं भी बैंकिंग, एटीएम, डेबिट कार्ड, क्रेडिट कार्ड तथा इंटरनेट बैंकिंग और मोबाईल बैंकिंग का अनुकरण एक तरफ ग्राहकों को उच्च प्रौद्योगिकी की ओर आकर्षित करता है तो दूसरी तरफ ग्राहकों को बैंकों से मिलने वाली सेवाओं के प्रति सजग और उनकी माँगों के बारे में शिक्षित करता है। चेहरा विहीन एटीएम, न मुस्कराने वाली इंटरनेट बैंकिंग और अभिवादन न करने वाली मोबाईल बैंकिंग आज के युग की ज़रूरत बन गई है, जिसने पुराने विचार ''मुस्करा कर प्रदान की जाने वाली सेवा'' को ध्वस्त कर दिया केवल ''समय'' ही, बैंकिंग सेवाओं की ज़रूरत बन गया है।

आगे क्या? यह उत्तर देना कठिन है। क्या यह एक पूर्ण चक्र के रूप में घूम कर एक बिंदु पर पहुँचेगा जहाँ से यह शुरू हुआ था या यह एक नए आयाम को प्राप्त करेगा। नई पीढ़ी के दृष्टिकोण में बदलाव को ध्यान में रख कर यह संभावना है कि बैंकिंग सेवाओं में और अधिक उच्च-प्रौद्योगिकी का समावेश होगा। सभी बैंक तथा अन्य वित्तीय परिचालक एक ही मंच पर होंगे और स्वतंत्रतापूर्वक बैंकिंग लेन-देन का आनन्द उठा रहे होंगे। रुपये-पैसे का कैश लेन-देन गायब हो जाएगा और इसके स्थान पर डेबिट/क्रेडिट कार्ड द्वारा लेन-देन अपने उच्च शिखर पर होगा। ज्यादा से ज्यादा खरीदारी ई-सेल के माध्यम से होगी। शाखा बैंकिंग का विचार एकदम कम हो जाएगा और इसके बदले में छोटे सर्विस केंद्रों का उदय होगा जो आधुनिक उपकरणों से सजे होंगे। इन केन्द्रों पर सिर्फ मशीनों द्वारा ही कार्य होगा। फाइनेंशियल इन्क्लूज़न के समावेश, विशेषकर प्रतिष्ठित ''प्रधानमंत्री जन-धन योजना'' के माध्यम से एक बड़ी जनसंख्या जो बैंकिंग की सुविधाओं से वंचित थी, बैंकिंग की मुख्य धारा में समाहित हुई है। यह परियोजना एक धमाके के रूप में पहले ही शुरू हो चुकी है। बैंकिंग सेवाएं आने वाली सदी में समाज के सभी वर्गों के लिए उपलब्ध होंगी न कि कुछ विशेष लोगों के लिए। आने वाले समय में कुछ ही बैंक रहेंगे लेकिन एक मज़बूत वित्तीय शक्ति के रूप में, जो जीवन के विभिन्न चरणों में भारी भरकम निवेश के साथ मूलभूत सुविधाओं की ज़रूरत को भी पूरा करेंगे। आने वाली सदी बैंकिंग सेवाओं के पूर्ण रूप से बदले स्वरूप को देखेगी और यह एक ऐसी संस्था होगी जो तकनीकी रूप से अत्यधिक विकसित होगी लेकिन साथ ही उसका संचालन आसान और मज़ेदार होगा।

- मुख्य महा प्रबंधक,

कविता

पूजा शर्मा

तू एक सागर है, तू एक किनारा है,
किसी की चाहत है, किसी का सहारा है,
कोई तुझमें खोया है, कोई तेरे बिना बेसहारा है,
फिर भी तेरा हर मन से नाता बड़ा गहरा और प्यारा है।
मेरे मन के उदगारों को तेरे शब्दों से मिलकर,
बस तेरा ही तो एक सहारा मिल पाता है,
वरना ये तो केवल विचार है इनको तेरे सिवा,
कोई सुनना भी कहाँ चाहता है।
तू बन जाती है एक मीठी सी याद,
ओर खो जाती है मेरे इन शब्दों में बंधकर,
ले लेती है रूप चंद पंक्तियों का
मेरी ही कल्पना के कोरे रंगों में रंगकर।
मन जब भी कुछ नया देखता है,
कुछ नया सीखता है,
तब ये मुझे ही ढूंढकर बस
तुझसे ही ये पूछता है।
कि क्या मेरे विचारों को नया रूप मिला है,
क्या फिर इस सोच को नया मार्ग मिला है,
या फिर इस कल्पना का एक नया फूल खिला है।
या फिर मेरी लेखनी को नया एक वाक्य मिला है।
क्योंकि मेरी लेखनी मेरे विचार मेरी कल्पना,
सब तुझ ही में तो लीन है।
बस तुझे ही तो बताकर मेरे विचार
इन कोरे कागजों में विलीन हैं
जब कल्पना उभरती है, और कलम उठती है,
तब तेरी ही रचनाओं की नाव कभी चलती तो कभी रुकती है,
मेरी कल्पनाओं का आदि अंत या सार चाहे जो कुछ भी हो
इन्हें पढ़कर अपने में समेटने वाली एक तुम ही तो हो।
इन टूटी फूटी पंक्तियों को तेरे नाम का ही तो सहारा है,
क्योंकि तू ही एक सागर है तू ही एक किनारा है।

आँचलिक कार्यालय, लखनऊ

उपलब्धियाँ व गतिविधियाँ

नगर राजभाषा कार्यान्वयन समिति (बैंक) पटना द्वारा हमारे बैंक की शाखा फ्रेजर रोड, पटना को प्रथम पुरस्कार।

आंचलिक कार्यालय चेन्नै को नगर राजभाषा कार्यान्वयन समिति चेन्नै द्वारा राजभाषा शील्ड प्रतियोगिता मे द्वितीय पुरस्कार।

सी.बी.आर.टी. चंडीगढ़ में आयोजित रिकवरी मैनेजमेंट कार्यक्रम में महाप्रबंधक श्री एस. पी. एस. कोहली सहभागियों को संबोधित करते हुए।

दूसरों के प्रति वह व्यवहार कभी न करें जो हमें अपने लिए पसंद नहीं।

बैंक के प्रधान कार्यालय में राष्ट्रीय एकता दिवस का आयोजन

बैंक के प्रधान कार्यालय में 31 अक्तूबर 2014 को सरदार वल्लभ भाई पटेल की जयंती को राष्ट्रीय एकता दिवस के रूप में मनाया गया जिसमें बैंक के अध्यक्ष एवं प्रबंध निदेशक श्री जतिंदरबीर सिंह (आई.ए.एस.) ने बैंक के समस्त स्टाफ को राष्ट्रीय एकता की शपथ दिलाई। उनके साथ कार्यकारी निदेशक श्री किशोर साँसी, कार्यकारी निदेशक श्री मुकेश कुमार जैन तथा अन्य उच्चाधिकारी भी दिखाई दे रहे हैं।

राष्ट्रीय एकता दिवस शपथ

मैं सत्यनिष्ठा से शपथ लेता हूँ कि मैं राष्ट्र की एकता अखण्डता और सुरक्षा के प्रति समर्पित रहूँगा और यह संदेश मैं अपने सभी देशवासियों तक पहुँचाने का प्रयत्न करूँगा। मैं राष्ट्र की एकता के लिए स्वर्गीय सरदार वल्लभ भाई पटेल जी की दूर-दृष्टि तथा उनके द्वारा देश की एकता के लिए किए गए कार्यों को सच्चे मन से लागू करने की भी शपथ लेता हूँ। मैं संकल्प लेता हूँ कि अपने देश की आंतरिक सुरक्षा को सुनिश्चित करने के लिए मैं अपना योगदान सदैव देता रहूँगा।

ग्राहक सेवा : करणीय-अकरणीय

बी. एस. ढींगरा

किसी भी संस्था की सफलता, उसकी ग्राहक सेवा की उत्कृष्टता तथा ग्राहकों की संतुष्टि के स्तर पर निर्भर करती है, ग्राहक सेवा जितनी श्रेष्ठ होगी, ग्राहकों के आनंद और अनुभूति का स्तर भी उतना ही अधिक होगा, परिणामतः संस्था उतनी ही तेज़ी से प्रगति करेगी।

आज बैंकिंग उद्योग प्रतिस्पर्धा के दौर से गुज़र रहा है। तकनीक एवं सेवाओं की लागत की दृष्टि से सभी बैंक समान स्तर पर कार्य कर रहे हैं। कड़ी प्रतिस्पर्धा और उन्नत तकनीक के इस दौर में अपना अस्तित्व बनाए रखते हुए कारोबार को निरंतर बढ़ाने के लिए, बैंक को न केवल अपने वर्तमान ग्राहकों को बनाए रखना है, बल्कि अधिक से अधिक ग्राहकों को अपने साथ निरंतर जोड़ना है। इसके लिए नए क्षेत्रों की अनवरत तलाश तथा सेवा के क्षेत्र में निरंतर सुधार के साथ, ग्राहकों की अपेक्षाओं से अधिक एवं उम्मीद से बढ़कर, ग्राहक सेवा प्रदान करनी होगी क्योंकि प्रतिस्पर्धा के इस युग में विजेता वही होगा, जो ग्राहकों का दिल जीत सकेगा। ग्राहक बैंक का एक सजीव विज्ञापन है, जिसके माध्यम से हमारे विद्यमान एवं संभावित ग्राहकों के बारे में सकारात्मक संदेश मिलता है।

हमें अपने ग्राहकों के संतुष्टि स्तर में वृद्धि का निरंतर प्रयास करना होगा। बेहतरीन ग्राहक सेवा प्रदान करने के लिए, हम क्या करें और क्या न करें इसका ध्यान रखना होगा।

ग्राहक सेवा-करणीय

- हमारे ग्राहक अलग-अलग वर्ग, व्यवसाय, शिक्षा एवं व्यक्तित्व वाले होते हैं। उनकी बात ध्यान से सुनें, भली-भांति समझें तथा शीघ्र समाधान करने का प्रयास करें यदि कोई ग्राहक अनावश्यक बात करे तो भी उसे धैयपूर्वक सुन लें, ऐसे ग्राहकों के अभिमान की तुष्टि उन्हें प्रसन्न करती हैं।
- ग्राहक से बहस न करें बल्कि उसका विश्वास जीतने का प्रयास करें। कुछ ग्राहक स्वभाव से ही तीखे, क्रोधी व बहसवाली प्रवृत्ति के होते हैं, उनके साथ बातचीत करते हुए विशेष संयम का परिचय देते हुए, पहले उनकी बात को पूर्ण रूप से सुन कर उसका समुचित हल निकालें।
- यदि ग्राहक ऐसे कार्य की मांग करता है, जो नियमानुसार न होकर असम्भव होता है, ऐसे में धैर्य के साथ अपनी बात समझाते हुए, बैंक के नियम से अवगत कराएं व शालीनता से उसे अपनी असमर्थता प्रगट करें।
- अपने कार्य एवं व्यवहार में पारदर्शिता, ईमानदारी तथा अपनापन लाएं।
- ग्राहक को क्षमता से अधिक का वादा न करें, लेकिन उसकी अपेक्षा से अधिक का प्रयास करें।
- ग्राहक के साथ बैंक के एक सम्मानित सदस्य के रूप में व्यवहार करें उसकी आवश्यकताओं को समझें। उसके साथ मित्रतापूर्वक संबंध स्थापित करने के साथ, उसकी व्यवसायिक एवं उपयोग से संबंधित आवश्यकताओं का आकलन करने का प्रयास करें। उसकी आवश्यकता को भांपकर, बैंक के संबंधित उत्पादों एवं सेवाओं का संक्षिप्त परिचय देते हुए उसकी उत्सुकता जगाएं।
- अपने बैंक के उत्पाद, बैंकिंग कार्य व तकनीक के विषयों की समुचित जानकारी रखें, इससे ग्राहकों को सही एवं उपयोगी सूचना दे पाएंगे।
- अब सी.बी.एस. के माध्यम से सभी शाखाएं जुड़ गई हैं अतः अपनी शाखा के ग्राहक एवं दूसरी शाखा के ग्राहक में भेदभाव न रखते हुए बैंक के नियमानुसार, सभी ग्राहकों को त्वरित एवं उत्तम ग्राहक सेवा प्रदान करें, जिससे ग्राहक के मन में शाखा विशेष की ही नहीं, सम्पूर्ण बैंक की छवि बने।
- ग्राहकों को सर्वोत्तम सेवा प्रदान करने तथा अपने उत्पादों और सेवाओं को अधिकाधिक आकर्षक बनाने हेतु, उनसे सुझाव प्राप्त करने की दृष्टि से, शाखाओं में ग्राहक संगोष्ठी का आयोजन करना चाहिए, इसमें ग्राहकों के विचार एवं सुझाव प्राप्त करने चाहिए, ग्राहक सेवा में निरंतर सुधार लाना तथा बैंक उत्पादों एवं सेवाओं को और लोकप्रिय बनाना सम्भव होता है।
- ग्राहक की शिकायत, ग्राहक सेवा में सुधार/फीडबैक के रूप में सुनें तथा उसकी शिकायतों का समयबद्ध तरीके से निवारण

करें। ध्यान रखें ग्राहकों के पास बहुत से विकल्प उपलब्ध हैं। उनकी शिकायत का त्वरित निवारण करेंगे तो वे आपके साथ बने रहेंगे अन्यथा आप उन्हें खो देंगे।

- स्टाफ की कार्यदक्षता एवं व्यवहार कुशलता के साथ-साथ शाखा का परिदृश्य एवं रख-रखाव आदि भी ग्राहक के मनोमस्तिष्क को प्रभावित करते हैं, और ग्राहक सेवा के स्तर पर निर्धारण करते हैं अतः बेहतरीन ग्राहक सेवा के लिए करणीय है -

1. शाखा का परिसर स्वच्छ व रख-रखाव व्यवस्थित होना चाहिए।
2. शाखा में ग्राहकों के बैठने एवं प्रतीक्षा करने के लिए उचित स्थान की व्यवस्था होनी चाहिए।
3. शाखा में प्रदर्शित विभिन्न सेवा शुल्कों की दरें, ब्याज दरें, विदेशी विनिमय की दरें, कार्य समय का विवरण आदि समय-समय पर अद्यतन करते रहना चाहिए जिससे ग्राहकों को सही सूचना हमेशा उपलब्ध रहे। ग्राहक सेवा के उपरोक्त बिंदुओं को ध्यान में रखते हुए बैंक के व्यवसाय को उच्च स्तर पर ले जाया जा सकता है।

ग्राहक सेवा-अकरणीय

- शाखा में विलम्ब से पहुंचकर, ग्राहक को प्रतीक्षा न करवाएँ।
- ग्राहक के प्रति लापरवाह न रहें। काम के समय चाय पीते रहना, अखबार पढ़ना, व्यक्तिगत फोन/बातें करते रहना, कभी न करें।
- ग्राहक से बहस न करें।
- ग्राहक को ग़लत आश्वासन न दें।
- ग्राहक को अपने कार्य में बाधा न समझें
- शाखा में फाइलें, रजिस्टर, पुराना रिकॉर्ड आदि अव्यवस्थित रूप से न रखें।
- बैंक की योजनाओं/उत्पादों के बारे में बेखबर न रहें।

बेहतरीन ग्राहक सेवा प्रदान करने का संकल्प करें और ग्राहकों को उत्कृष्ट सेवा प्रदान कर, बैंक के कारोबार में निरंतर वृद्धि करें।

- आँचलिक प्रबंधक, जालंधर

मैं और मेरी जिज्ञासा

कैप्टन प्रकाश चन्द

वक्त के साथ-साथ बदलते चेहरे,
रास्ते, गली और मौहल्ले,
अब आदमी से बन गए हैं-
मैं कितना भी चाहू, छू नहीं पाता हूँ,
गुज़रते पलों को, धरती के छोरों को।

छू लेते हैं, उड़ते बादल,
पंछी और धूप।
इन सबको, लेकिन -
मैं बस ताकता रह जाता हूँ,
अनछुए पलों को,
अनजान रास्तों को, अनजान चेहरों को।

जिंदगी की जद्दोजहद में,
मैं कछुए सा सुस्त हो,
मीलों चलता हूँ,
लेकिन
पृथ्वी की अंतहीन परिधि को,
आज भी अंजान, अनछुआ,
और अंतहीन पाता हूँ

मैं ब्रह्म और ब्रह्मांड के बीच बैठा,
मात्र एक बिंदू हूँ,
जो अपने अस्तित्व से अन-विध्य हुआ,
ब्रह्मांड को पाना चाहता हूँ।

वरिष्ठ प्रबंधक, आँचलिक कार्यालय, देहरादून

ग्राहक सेवा और विपणन

राकेश चंद्र नारायण

बैंकिंग क्षेत्र में विपणन का बहुत अधिक महत्त्व है। हाल ही में घोषित प्रधानमंत्री जन-धन योजना के तहत जनवरी 2015 तक 7.5 करोड़ खाते खोलने का लक्ष्य हो या ऋण और जमा राशियों की विशिष्ट योजनाएं, चालू खाते, बचत खाते (सीएएसए) खोलने की जिम्मेदारी हो या वित्तीय समावेशन के लक्ष्य। बैंक कर्मचारियों को ग्राहकों के साथ सदैव बेहतर संबंध रखना अत्यावश्यक होता है। इस परिप्रेक्ष्य में हमें विपणन में ग्राहक सेवा की भूमिका समझने की आवश्यकता है।

'उत्पाद विपणन' और 'बैंक विपणन' में बहुत अंतर होता है। इसे एक उदाहरण से समझा जा सकता है। मान लीजिए कोई उपभोक्ता 'लक्स' साबुन लेने के लिए किसी दुकान में जाता है। दुकानदार यदि सेवा में कोताही बरतता है तो उपभोक्ता इस त्रुटिपूर्ण सेवा के लिए दुकानदार से नाराज़ होगा किंतु वह इसके उत्पादक 'यूनीलीवर' से कोई शिकायत नहीं करेगा। इससे उलट यदि कोई ग्राहक बैंक में किसी सेवा से असंतुष्ट है। जैसे मान लें कि ग्राहक पैसा निकालने के लिए जाता है और वहां का खजांची उसकी सेवा में कोताही बरतता है तो ग्राहक न सिर्फ खजांची से बल्कि बैंक से भी नाराज़ हो जाएगा। बैंक तो अपनी सेवाएं बेचते हैं। अतः शाखाओं में काम करने वाले कर्मचारियों से ही बैंक की छवि बनती या बिगड़ती है।

ग्राहक संतुष्टि, ग्राहक को अपने पास बनाए रखना तथा उन्हें व्यक्तिगत सेवा प्रदान करना बैंकों के लिए आवश्यक है। ग्राहकों के बारे में अधिक से अधिक जानने तथा उन्हें उत्कृष्ट सेवाएं देने वाले बैंकों ने अच्छा प्रदर्शन किया है। ग्राहक को ऐसा लगना चाहिए कि बैंक के लिए वह सबसे महत्वपूर्ण है। इससे ही उसकी निष्ठा प्राप्त की जा सकती है। एक संतुष्ट ग्राहक बैंक का सबसे अच्छा राजदूत होता है। वो हमारी गलतियों को माफ़ भी कर देता है और नए-नए ग्राहकों को बैंक से जोड़ता भी है।

ग्राहक सेवा का उत्कृष्ट नमूना मैंने बचपन में देखा था। हमारे मोहल्ले में एक दुकान थी। उस दुकान का मालिक ही उसका प्रबंधक था। वह ज्यादा पढ़ा-लिखा नहीं था, पर उसकी सेवा दृष्टि, ग्राहकों के साथ दोस्ताना व्यवहार तथा वितरण प्रबंधन बेमिसाल थे। सेवा उसके लिए पारस्परिक शक्ति थी - सेवा और उत्पाद प्रदान करने की उसकी शक्ति तथा उसे व्यापार देने की ग्राहकों की शक्ति। यह कहा

जाता था कि मेरे ग्राहक मेरे पड़ोसी हैं तथा अनमोल हैं। उन्हें धोखा देना तथा असंतुष्ट करना उतना ही अनुचित है, जितना किसी परिवार में झगड़े की शुरूआत करना।

वह हमेशा बच्चों के प्रति वात्सल्य और बड़ों के लिए प्रेमभाव रखता था। सेवा में यदि कोई त्रुटि होती तो वह अच्छी तरह जानता था कि उसे कैसे ठीक करना है। जब भी कोई ग्राहक शिकायत करता था तो उसका पहला प्रयास होता था उसे ठीक करना। भले ही इस काम के लिए कठिनाई के साथ-साथ उसे कुछ हानि ही क्यों न उठानी पड़े।

इस प्रकार धीरे-धीरे उसके ग्राहकों का दायरा बढ़ता गया। समावेशन, ग्राहकों से संबंध जोड़ना, उन्हें शिक्षित करना, ग्राहकों पर भरोसा करना, उन्हें हर्षित करना, धैर्य रखना तथा उदार दृष्टिकोण अपनाना उसकी सफलता के मूलमंत्र थे। उसकी यह पहल अमरीकी मूल प्रजाति की स्वेट लॉज जैसी शुद्धिकरण समारोह की तरह थी। अमरीकी मूल प्रजाति की एक पुरानी परंपरा जिसमें वहाँ के मूल निवासी एक ऐसे स्नान गृह का निर्माण करते थे, जिसमें वे गर्म भाप लेकर ईश्वर से अपनी गलतियों की माफी मांगते थे और शुद्धिकरण की प्रार्थना करते थे।

आज हर बैंकर को भी उस दुकानदार जैसा बनना होगा। बैंक का काउंटर उस बैंक का स्वागत कक्ष हुआ करता है और हर स्टाफ सदस्य उसका स्वागत अधिकारी। काउंटर पर बैठे कर्मचारी को अपने काउंटर को एक अवसर के रूप में देखना चाहिए और सोचना चाहिए कि ग्राहक के माध्यम से वह किस प्रकार से संबंध विकसित कर सकता है। उसे ग्राहक को पूर्ण संतुष्ट करने का मौका हाथ से

गवाना नहीं चाहिए। काउंटर स्टाफ में धीरज, शिष्टाचार और प्रतिभा कूट-कूट कर भरी होनी चाहिए। अध्ययन से यह बात भी सामने आई है कि जिस बैंक के स्टाफ सदस्य शिष्ट एवं सहयोगी हैं, वहाँ के अधिकतर ग्राहक संतुष्ट हैं। काउंटर पर बैठे हर स्टाफ सदस्य को मुस्कुराहट सहित सेवा देनी चाहिए। मुस्कुराहट किसी भी व्यक्ति की एक अमूल्य निधि होती है और ग्राहक की शंकाओं का समाधान, यदि बैंक कर्मचारी मुस्कुराते हुए और अपनत्व की भावना से करेंगे तो निश्चित रूप से ग्राहक अपने आपको हेय नहीं समझेंगे उन स्टाफ सदस्यों को अपनी परेशानियाँ बेझिझक बता पाएंगे। इस प्रकार बैंकर का ग्राहक के प्रति आत्मविश्वास बढ़ेगा जो हमें दूरगामी परिणाम देगा।

आज जब बैंकिंग का व्यवसाय इतना बढ़ चुका है, जो बैंक इस कौशल को अपनाएंगे वे व्यवसाय में बने रह सकते हैं। इस तरह की सेवाओं से ही हम नए ग्राहकों को अपने व्यवसाय में शामिल कर सकते हैं तथा मौजूदा ग्राहकों को बनाए रख सकते हैं और उनके साथ संबंधों का विस्तार कर सकते हैं। एक अच्छा बैंकर अपने ग्राहक के साथ रिश्ते विकसित करता है, संबंधों को पोषित करता है, दिए जा रहे फायदों में इज़ाफा करता है और अपनी सेवाओं को निरंतर बेहतर बनाता रहता है। इस तरह हम अपने व्यापार को प्रतिस्पर्धा से सुरक्षित रख सकते हैं।

विपणन में यह जरूरी है कि हम जानें कि हमारा ग्राहक चाहता क्या है?उसके अनुसार ही उत्पाद या सेवा की रचना की जानी चाहिए। अगर हम ऐसे उत्पाद बाज़ार में लाते हैं जो दूसरे बैंकों में तो सफल हैं लेकिन हमारे ग्राहक समूह के लिए उपयुक्त नहीं तो हम ऐसे उत्पादों को उन ग्राहकों को बेच नहीं पाएंगे।

हर शाखा के हर कर्मचारी को बैंक के उत्पादों की पूर्ण जानकारी आवश्यक है। क्या हमने ऐसी कोई दुकान देखी है जिसमें दुकानदार को ही यह पता न हो कि वह कौन-कौन सा सामान बेच रहा है।

साथ ही बैंकर को यह भी समझना होगा कि हर ग्राहक दूसरे ग्राहक से अलग है और हर ग्राहक का संतुष्टि स्तर भी अलग है।

बैंकिंग विशेषज्ञों द्वारा यह पाया गया है कि आज किसी बैंक में 34 प्रतिशत ग्राहक उसके नाम के कारण हैं, और शेष 66 प्रतिशत ग्राहक कर्मचारियों के व्यवहार, बैंक की योजनाओं, ब्याजदरों, ग्राहकों की ज़रूरतों और बैंक में प्रयोग की गई अद्यतन सूचना प्रौद्योगिकी आदि के आधार पर आकर्षित होते हैं। ग्राहक केंद्रित दृष्टिकोण ही बैंक विपणन की आधारशिला है। इस दृष्टिकोण के साथ ही कोई भी बैंक आधुनिक कड़े प्रतिस्पर्धात्मक वातावरण में अग्रणी बना रह सकता है।

पंजाब एंड सिंध बैंक की पंच लाइन **'जहाँ सेवा ही जीवन ध्येय है'** हमें हमेशा उत्कृष्ट सेवा देने के लिए प्रेरित करती है। गुरु ग्रंथ साहिब की निम्नलिखित पंक्तियाँ भी दृष्टव्य हैं :

'विच दुनिया सेवा कमाइये,
तां दरगह बैसण जाइऐ'

- महाप्रबंधक

पाठकों से निवेदन

बैंक के राजभाषा विभाग द्वारा राजभाषा हिंदी के प्रचार-प्रसार एवं प्रोत्साहन हेतु 'पी.एस.बी. राजभाषा अंकुर' पत्रिका का विगत दो दशकों से सफल प्रकाशन किया जा रहा है। इस प्रकाशन में राजभाषा हिंदी के साथ-साथ आर्थिक, सामाजिक, आध्यात्मिक, बैंकिंग, कंप्यूटर एवं मानव-संसाधन से जुड़े लेखों के प्रकाशन के साथ-साथ हास्य-व्यंग्य, कविता, ग़ज़ल का प्रकाशन किया जाता है। स्टाफ़-सदस्यों के बच्चों को प्रेरित करने के लिए उनकी शैक्षिक उपलब्धियाँ, स्केच, पेंटिंग को भी यथोचित स्थान प्रदान किया जाता है। इसे बहुआयामी, प्रेरक और प्रोत्साहन माध्यम बनाने के लिए सभी का सहयोग एवं मार्गदर्शन अपेक्षित है। राजभाषा विभाग में आपके मूल लेख, कविताएं, सुझाव एवं प्रतिक्रियाएं सादर आमंत्रित हैं। कृपया रचना के साथ मौलिकता प्रमाण-पत्र भेजना न भूलें।

मुख्य संपादक

पी.एस.बी. राजभाषा अंकुर

पंजाब एण्ड सिंध बैंक, प्र.का. राजभाषा विभाग

'बैंक हाऊस' प्रथम तल, 21, राजेन्द्र प्लेस, नई दिल्ली-110 125

ग्राहक सेवा में भाषा का महत्व

चंचल रानी

ग्राहक सेवा में भाषा के महत्त्व को आंकते हुए हिंदी का स्थान सर्वोपरि है। बैंकिंग के क्षेत्र में हिंदी का प्रयोग मुख्यतः दो स्तरों पर होता है। एक राजभाषा और दूसरी जनभाषा के स्तर पर। राजभाषा के रूप में सभी केंद्रीय कार्यालयों और सार्वजनिक क्षेत्र के उपक्रमों के समान बैंकों से भी अपेक्षा की जाती है कि बैंकिंग संबंधी तमाम तकनीकी और गैर-तकनीकी प्रलेख अंग्रेज़ी के साथ-साथ हिंदी में भी जारी किए जाएं।

बैंक के सभी अधिकारी और विशेषज्ञ अंग्रेज़ी में शिक्षित और दक्ष होने के कारण प्रत्येक प्रलेख का मसौदा आरंभ में अंग्रेज़ी में ही तैयार करते हैं। इसके अतिरिक्त भारत में आधुनिक बैंकिंग के आरंभिक काल से ही अंग्रेज़ी बैंकिंग कार्यकलाप का माध्यम रही है। इस प्रकार वर्षों तक बैंकिंग व्यवहार का माध्यम बने रहने के कारण अंग्रेज़ी में बैंकिंग संबंधी शब्दावली, वाक्य-विन्यास और मुहावरे अत्यंत सटीक, सार्थक, संक्षिप्त और उपयुक्त हो गए हैं। दूसरी ओर हिंदी की नवनिर्मित यौगिक शब्दावली भी प्रचलन के अभाव में जटिल, मालूम पड़ती है।

राजभाषा के रूप में सांविधिक दायित्वों के अनुपालन के लिए सभी बैंकों में हिंदी विभाग खोले गए हैं। अगर बैंकिंग क्षेत्र में कार्यशाला या शिविर के माध्यम से बैंकिंग हिंदी का व्यावहारिक प्रशिक्षण दिया जाए तो यह बहुत उपयोगी सिद्ध हो सकता है।

प्रशिक्षण, ज्ञान बढ़ाता है, भ्रम मिटाता है, हममें आत्मविश्वास जगाता है, वैयक्तिक संतोष देता है और अधिकाधिक जिज्ञासा के लिए हमें ललचाता है।

बैंकिंग के क्षेत्र में भाषा के प्रयोग का दूसरा स्तर है जनभाषा का स्तर। तमाम सार्वजनिक क्षेत्रों में जनता से सीधे जुड़े हुए मुख्यतः तीन क्षेत्र है : डाकतार, रेलवे और बैंक। पहले दो क्षेत्र ऐसे हैं जिनमें प्रतियोगिता का अभाव है। डाकतार विभाग और रेलवे अगर जनता के साथ संप्रेषण में विफल भी होते हैं तो भी जनता के पास कोई विकल्प नहीं है। इन्हें आवश्यक कार्यों के लिए उक्त संस्थाओं पर निर्भर होना ही होगा, किंतु बैंकों की स्थिति भिन्न है। अगर अमुक बैंक की ग्राहक सेवा संतोषजनक नहीं है तो ग्राहक उस बैंक को छोड़कर दूसरे बैंक में अपना खाता खोल लेगा और इस प्रकार बेहतर सेवा के लिए उसके पास अनेक विकल्प हैं। ऐसी स्थिति में बैंकों के लिए यह नितांत आवश्यक है कि वे ग्राहक सेवा का स्तर बेहतर बनाए रखें।

अब जबकि बैंकों का विस्तार अर्धशहरी और ग्रामीण क्षेत्रों में तेज़ी से होने लगा है, यह स्वाभाविक हो गया है कि बैंक के अधिकारी अपने अधिकाधिक व्यवहार में जनभाषा का प्रयोग करें। हिंदी निश्चय ही एक ऐसी जनभाषा है जो इस देश के अधिकांश राज्यों में बोली और समझी जाती है। इस प्रकार जनता के साथ संपर्क के लिए जनभाषा हिंदी के प्रयोग की व्यापक संभावनाएं हैं। जनभाषा का प्रयोग ग्राहक सेवा का ही एक महत्वपूर्ण अंग समझा जाने लगा है।

ग्राहकों की संतुष्टि संप्रेषण पर निर्भर है। ग्राहक सेवा के संबंध में भाषा और कुछ नहीं विशुद्ध संप्रेषण ही है और इसलिए यह व्यक्त या अव्यक्त अभिव्यक्ति का सरलतम माध्यम है। ऐसा है तभी तो किसी कवि ने कहा है :

कहत, नटत, रीझत, खिझत, मिलन, खिलत, लजियात।
भरे मौन में करत हैं नैनन ही सौं बात।।

भाषा की अपनी एक पहचान होती है जो मानव मन और संस्था को जोड़े रखती है। ठीक वैसे ही जैसे आम ग्राहक अपने बैंक से जुड़ा महसूस करता है। पहचान के संकट से उबरकर वह बैंकिंग व्यवहार में आत्मीयता ढूंढता है और यह बिना मूल्य आत्मीयता बखूबी दी जा सकती है अंग्रेज़ी से परे, ज़मीन से जुड़ी भारतीय भाषा का प्रयोग ग्राहकों के साथ बातचीत में, पत्र-व्यवहार में, दैनिक कार्य-व्यापार में सुनिश्चित कर अपनी भाषा के ज़रिए प्राप्त अपनेपन का यह अहसास कष्ट में भी उसे अपने बैंक से दूर कतई नहीं जाने देगा, ठीक वैसे ही, जैसे वृक्ष से टपककर उसका फल दूर नहीं जा गिरता, पास ही कहीं पड़ा हुआ होता है।

अपनी भाषा के संबंध में भारतेन्दु हरिश्चन्द्र के इस विचार को भी सदैव ध्यान में रखना चाहिए जो उन्होंने इसके बारे में लिखा है :-

'निज भाषा उन्नति अहे, सब उन्नति के मूल
बिन निज भाषा ज्ञान के, मिटे न हिय के शूल।'

अतः कहा जा सकता है कि ग्राहक सेवा में भाषा का अपना एक अलग ही महत्व है।

- शाखा दिल्ली रोड, सोनीपत

महत्वपूर्ण यह नहीं कि हम क्या कर रहे हैं, बल्कि यह है कि कितनी समग्रता से कर रहे हैं।

प्रधान-कार्यालय, राजभाषा विभाग द्वारा

"नव-नियुक्त राजभाषा अधिकारियों/नामित अधिकारियों के लिए पुनश्चर्या प्रशिक्षण कार्यक्रम"

महाप्रबंधक श्री एस. पी. एस. कोहली को पुष्प गुच्छ भेंट करते हुए श्री रमिन्दर जीत सिंह, आँचलिक प्रबंधक, चंडीगढ़।

ज्योति प्रज्वलन करते हुए एल.एच.ओ., चंडीगढ़ के महाप्रबंधक श्री एस. पी. एस. कोहली।

शिक्षा के बिना की गई कल्पना के पंख तो होते हैं पर पैर नहीं।

ग्राहक सेवा - शिकायतें एवं निवारण

एस. पी. एस. कलसी

ग्राहक सेवा बैंकिंग उद्योग का केन्द्र बिंदु है। इस बात को नकारा नहीं जा सकता कि ग्राहक सेवा के बिना बैंकों का अस्तित्व ही नहीं होता अर्थात् ग्राहक ही बैंकिंग जगत की आत्मा होते हैं। बैंकों में ग्राहक सेवा का महत्व एक महासागर समान है और इसमें उतरने से पहले ग्राहक के महत्व पर ध्यान केंद्रित करना अत्यंत आवश्यक है। एक प्रसिद्ध मैनेजमेंट सलाहकार अर्ल नाइटिंगेल के इस कथन से स्पष्ट है - "ग्राहक ही प्रधान है ग्राहक ही भगवान है।" व्यापारिक जगत तथा सामाजिक जगत का यह आधारभूत नियम है कि जितनी लगन से आप अपने ग्राहक की सेवा करेंगे उतना ही मीठा फल पाएंगे। बैंकिंग उद्योग में आज के समय की सबसे सही आवश्यकता ग्राहक को आकर्षित करने और उसे अपने साथ जोड़े रखने की है। वर्तमान में ग्राहकों को अपने से जोड़े रखना एक बहुत बड़ी चुनौती है। अपने ग्राहकों को बेहतर सेवाएं प्रदान करने के लिए बैंकों को अपने स्टाफ-सदस्यों को चुस्त-दुरुस्त करना चाहिए ताकि वह ग्राहकों की वित्तीय आवश्यकताओं को त्वरित एवं प्रभावी रूप से पूरा कर सकें तथा ग्राहक, बैंक से पूर्ण रूप से संतुष्ट हो सकें। ऐसा माना जाता है कि एक संतुष्ट ग्राहक ही बैंक या किसी संस्था का फ्री-एजेंट होता है, वह अपने साथ अन्य कई ग्राहकों को लेकर आता है।

अध्ययन के तहत यह पाया गया है कि 90 प्रतिशत ग्राहक किसी प्रकार की शिकायत नहीं करते हैं। तथापि सूक्ष्म दृष्टि से देखा जाए तो अत्यधिक रूप से परेशान हुए ग्राहक ही, बैंक के अधिकारियों के पास अपनी शिकायत दर्ज कराने पहुँचते हैं। भले ही बैंक की सभी शाखाओं में बोर्ड लगाए गए हैं जिस पर उन बैंक अधिकारियों के नाम दर्शाए गए हैं जिनसे शिकायत दर्ज करने हेतु संपर्क किया जा सकता है, परंतु यह देखने में आया है कि अधिकांश मामलों में ग्राहक को यह जानकारी ही नहीं होती कि किस प्रकार से शिकायत दर्ज की जानी है।

आंतरिक प्रक्रिया

क) शिकायत दर्ज करने के लिए निम्न बातों की जानकारी होनी चाहिए :

1. शिकायत कैसे की जाए।
2. शिकायत कहां पर की जाए।
3. शिकायत किसके पास दर्ज की जाए।
4. शिकायत दर्ज करने के उपरांत उत्तर की उम्मीद कब की जाए।
5. शिकायत के निवारण हेतु किस व्यक्ति से संपर्क किया जाए।
6. शिकायत के नतीजे से संतुष्ट न होने पर क्या करना चाहिए।

ख) ग्राहक के किसी भी प्रश्न का उत्तर देने में बैंक का स्टाफ सहायक होगा।

ग) इस बारे में बैंक की वेबसाइट से शिकायतों के निपटान संबंधी प्रक्रिया की विस्तृत जानकारी मिल सकती है ताकि शिकायतों का उचित रूप से तथा तुरंत निपटान करने में मदद मिले।

घ) उस अधिकारी का नाम शाखा में दर्शाया जाए जिससे शिकायत करने के मामले में संपर्क किया जा सके। यदि शिकायत का निपटान शाखा स्तर पर न हो सके तो, ऐसी स्थिति में आँचलिक प्रबंधक/प्रमुख नोडल अधिकारी (पी.एन.ओ.) से, शाखा में दर्शाए गए उनके पते पर संपर्क किया जाए।

ङ) यदि शिकायत लिखित रूप में प्राप्त होती है तो एक सप्ताह के भीतर पावती/उत्तर देने का प्रयत्न करना चाहिए। यदि शिकायत निर्दिष्ट किए गए टेलीफोन हेल्प-डेस्क अथवा ग्राहक सेवा नम्बर पर दी गयी है, तो शिकायत संदर्भ संख्या दी जाए और उचित समय अवधि के भीतर इस संबंध में हुई प्रगति की जानकारी दी जाए।

च) मामले की जांच करने के बाद अंतिम रूप से उत्तर भेजा जाए अथवा यह स्पष्ट किया जाए कि उत्तर देने में अधिक समय क्यों लगेगा और शिकायत प्राप्त होने के 30 दिनों के भीतर ऐसा करने का प्रयास किया जाए और फिर भी यदि संतुष्टि न हो तो, यह बताया जाए कि शिकायत के संबंध में आगे क्या कार्रवाई की जाए।

छ) शिकायत दर्ज करने के 30 दिन के भीतर यदि संतोषजनक जवाब नहीं मिलता तो शिकायत के निवारण हेतु कोई अन्य विकल्प अपनाया जा सकता है और इसके लिए बैंकिंग लोकपाल योजना के तहत भारतीय रिज़र्व बैंक द्वारा नियुक्त बैंकिंग लोकपाल से संपर्क किया जा सकता है।

इस संबंध में बैंक की वेबसाइट पर बैंकिंग लोकपाल योजना प्रदर्शित की गयी है। इसके प्रति अनुरोध के आधार पर नाममात्र खर्चे पर उपलब्ध करवायी जाएगी। वेबसाइट पर बैंकिंग लोकपाल का नाम और संपर्क करने का ब्यौरा, जिसके अधिकार क्षेत्र के अंतर्गत शाखा आती है, की जानकारी शाखाओं में प्रदर्शित की जाए।

विचारों और सुझावों के आदान-प्रदान के लिए आवधिक आधार पर नियमित रूप से ग्राहकों के साथ बैठकों का आयोजन करने का प्रयास किया जाए।

शाखा स्तरीय ग्राहक सेवा समिति की आयोजित होने वाली मासिक बैठक की तिथि, शाखाओं में प्रदर्शित की जाए ताकि ग्राहक अपनी इच्छानुसार इन बैठकों में उपस्थित हो सकें।

इस बात में कोई संदेह नहीं कि ग्राहकों द्वारा की गयी शिकायतों का निपटान तुरंत तथा सकारात्मक ढंग से करना आवश्यक होता है। तथापि ग्राहक सेवा में सुधार तथा स्टाफ द्वारा सक्रिय रूप से कार्य करना ही समय की मांग है ताकि शिकायतें कम से कम हों।

- प्रधानाचार्य, सीबीआरटी, चंडीगढ़

सिर्फ सुनने की नहीं बल्कि ध्यान से सुनने की आदत डालें।

दिल्ली बैंक नगर राजभाषा कार्यान्वयन समिति में हमारे बैंक की उपलब्धियाँ

दिल्ली बैंक नराकास की 41वीं बैठक के शुभारंभ के समय ज्योति प्रज्ज्वलित करते महा प्रबंधक श्री आर. सी. नारायण। चित्र में नराकास अध्यक्ष श्री सुखदेव राज शर्मा, नराकास सचिव श्री प्रेम चन्द शर्मा व पंजाब नैशनल बैंक के प्रशिक्षण केन्द्र के प्रधानाचार्य श्री एस. एस. आर. जैदी भी दिखाई दे रहे हैं।

19.12.2014 को आयोजित दिल्ली बैंक नराकास पुरस्कार वितरण समारोह में बैंक की हिंदी गृह पत्रिका 'राजभाषा अंकुर' को प्रोत्साहन पुरस्कार प्राप्त हुआ। वित्त मंत्रालय, वित्तीय सेवाएं विभाग के संयुक्त निदेशक डॉ. वेद प्रकाश दूबे व नराकास अध्यक्ष श्री सुखदेव राज शर्मा के कर कमलों द्वारा शील्ड व प्रमाण-पत्र ग्रहण करते महाप्रबंधक श्री आर. सी. नारायण व मुख्य प्रबंधक (राजभाषा) श्री राजिंदर सिंह बेवली। चित्र में नराकास सचिव श्री प्रेम चन्द शर्मा भी दिखाई दे रहे हैं।

सार्वजनिक क्षेत्र के बैंकों की पत्रिका 'बैंक भारती' में प्रकाशित उत्कृष्ट आलेख के लिए बैंक के महाप्रबंधक श्री आर. सी. नारायण को प्रथम पुरस्कार से सम्मानित किया गया। वित्त मंत्रालय, वित्तीय सेवाएं विभाग के संयुक्त निदेशक डॉ. वेद प्रकाश दूबे व नराकास अध्यक्ष श्री सुखदेव राज शर्मा जी के हाथों प्रमाण-पत्र प्राप्त करते हुए श्री आर. सी. नारायण।

दिल्ली बैंक नराकास के तत्वावधान में आईडीबीआई बैंक द्वारा आयोजित अंतर बैंक 'तसवीर की बात' प्रतियोगिता में डॉ. नीरू पाठक (प्रबंधक) ने प्रथम स्थान प्राप्त किया। पुरस्कार प्रदान करते हुए वित्त मंत्रालय, वित्तीय सेवाएं विभाग के संयुक्त निदेशक डॉ. वेद प्रकाश दूबे व नराकास अध्यक्ष श्री सुखदेव राज शर्मा तथा आईडीबीआई बैंक के मुख्य महा प्रबंधक श्री यशपाल गुप्ता।

नराकास गौरव

श्री अजय अरोड़ा, मुख्य प्रबंधक, प्रधान कार्यालय, एटीएम विभाग, ने दिल्ली बैंक नराकास द्वारा आयोजित अंतरबैंक हिंदी प्रतियोगिताओं में चार पुरस्कार प्राप्त किए जिनमें से तीन प्रथम पुरस्कार हैं। अंकुर परिवार की ओर से श्री अजय अरोड़ा को बहुत-बहुत बधाई।

आज, कल के कर्मों का परिणाम है और भविष्य आज के कर्मों पर आधारित है।

बदलते परिवेश में बैंकिंग का योगदान

पी. षण्मुगम

आधुनिक भारत के आर्थिक एवं सामाजिक परिवेश में खासकर बैंकिंग क्षेत्र का योगदान, अपनी वास्तविक विकासोन्मुख आर्थिक विकास व अन्य वित्तीय सेवाएं प्रदान करने मात्र से नहीं, बल्कि देश की आर्थिक व्यवस्था को विश्व भर में आगे बढ़ाने का प्रयास करने में है। सभी को यह ज्ञातव्य है कि उदारीकरण, निजीकरण व वैश्वीकरण का बैंकिंग प्रणाली पर काफी असर पड़ा है। इसका कारण है कि वित्तीय मार्केट में आजकल प्रतिस्पर्धात्मक वातावरण की छाप है और इसलिए बैंकों को तो अपनी परम्परागत प्रणाली से थोड़ा चूक जाना होता है यानि आम तौर पर नवोन्मेष का प्रभाव उभर आया है। हाल ही में प्रौद्योगिकी विकास ने बैंकिंग क्षेत्र में इतना गहरा प्रभाव डाल दिया है कि प्रतिभूतियाँ, ग्राहक सूचना, वित्तीय समावेशन, ऋण व अग्रिम संबंधी कामकाज आदि में प्राथमिकता दिखाने की ज़रूरत हो गई है और इस प्रकार की नवीनतम गतिविधियों के कारण बैंकों को निम्न पहलुओं पर ध्यान देने की आवश्यकता पड़ गई है।

- ग्राहकों की आवश्यकता के अनुसार बैंकों में नये उत्पादों को विकसित करना।
- अधिक संख्या में ग्राहक की सुविधा हेतु ए.टी.एम. सहित शाखाएं खुलवाना।
- सही एवं आकर्षक विज्ञापन से विपणन माध्यम के जरिए नए उत्पादों को प्रचलित करना।
- निकटतम(या) पड़ोसी बैंकों के साथ संधि करके ए.टी.एम. सुविधा का विस्तार करना।
- बैंक के सूचना प्रबंधन में विकास लाकर, ग्राहकों तक उपलब्ध करवाना।

आज की स्थिति ऐसी है कि सार्वजनिक क्षेत्र में बैंकों को विभिन्न प्रकार की चुनौतियों का सामना करना पड़ता है और इसमें सबसे बड़ी चुनौती ग्राहक सेवा है। यहाँ यह भी स्मरणीय है कि बैंकों को एक ओर से वर्तमान ग्राहकों की संतुष्टि के लिए कार्य करना है तथा दूसरी ओर भावी ग्राहकों को अपने नये उत्पादों से परिचित करके बैंक की विशिष्ट सुविधाओं को उन्हें प्रदान करने का प्रयास करना जरूरी है।

तत्काल बैंकिंग प्रणाली तो परम्परागत बैंकिंग से थोड़ा भिन्न प्रकार का तरीका अपनाते हैं जिसमें सी.बी.एस., टेलीफोन बैंकिंग, मोबाईल बैंकिंग, इंटरनेट बैंकिंग, ऑन-लाइन बैंकिंग, डोर टू डोर बैंकिंग आदि बेहतरीन चीजों के अलावा ग्राहकों की विदेशी पूँजी को भी अपने ही बैंक के लाभप्रद उत्पाद के रूप में बदलवाने की क्षमता रखना है। यही उपलब्धियाँ आजकल के ग्राहकों की अपेक्षाएँ बन गई है। हम सब जानते हैं कि 'ग्राहक सेवा से जुड़े हुए व्यवसाय का आधार ग्राहक ही है'। उपयुक्त इस तथ्य को ध्यान में रखते हुए बैंकरों को अपनी वास्तविक दृष्टिकोण में बदलाव लाकर निम्न प्रकार के कार्यकलापों द्वारा कार्यक्षेत्र को विस्तारित करने का प्रयास जारी रखना है, तभी तो बैंक के कारोबार में बढ़ावा आने की संभावना है। कार्यकलाप इस प्रकार है :-

सही कार्मिक प्रबंधन, तत्काल व न्यूनतम तकनीक को अपनाना, वित्तीय ज्ञान से स्टाफ को अद्यतन करना, उचित ग्राहकों को पहचानना, ए.टी.एम. सुविधाओं में विकास, आन–लाइन, मोबाईल, फोन आदि भिन्न–भिन्न प्रकार की बैंकिंग में ग्राहकों की सुरक्षा पर विशेष ध्यान, क्रेडिट एवं डेबिट कार्ड के प्रयोग में सरलता एवं सहजता लाने की कोशिश और इन सब के अलावा ग्राहक संबंधी शिकायतों को यथाशीघ्र निपटाने का तरीका आदि शामिल है।

बैंकों को यह भी स्मरण रखना पड़ता है कि चाहे वर्तमान ग्राहक हो अथवा भावी ग्राहक हो, उनके पास बैंकिंग सुविधाओं की जानकारी उपलब्ध है और यह भी नहीं, भिन्न-भन्न बैंकों के कारोबार के बारे में तुलनात्मक ढंग से विश्लेषण करने की क्षमता रखते हैं। क्योंकि वे चाहते हैं कि उन्हें कम ही अवधि में न्यूनतम एवं विशिष्ट वित्तीय सुविधाएँ प्राप्त हो जाएं। इसलिए बैंकों के लिए यह जरूरी है कि नवीनतम सूचना प्रणाली का सही इस्तेमाल करते हुए ग्राहकों की मांग के अनुरूप रणनीति बनाएँ और नये-नये बैंकिंग उत्पादों को विकसित करें। साथ ही साथ अपने उत्पादों को इतनी क्षमता से प्रसारित करें कि जिसकी वजह से ग्राहक बैंक की उत्कृष्ट सेवाओं से आकृष्ट हो जाएँ। अंत में यही एक सुझाव है कि बैंकों को ग्राहकों के लाभ को ध्यान में रखते हुए अपना कार्य करना चाहिए।

- आंचलिक कार्यालय, चेन्नै

विमोचन

वित्त मंत्रालय, वित्तीय सेवाएं विभाग के संयुक्त निदेशक डॉ. वेद प्रकाश दुबे और भारतीय रिज़र्व बैंक के महाप्रबंधक डॉ. रमाकांत गुप्ता 'राजभाषा अंकुर' जुलाई-सितंबर (आई.टी. विशेषांक) अंक का विमोचन करते हुए। चित्र में बैंक के महाप्रबंधक श्री राकेश चंद्र नारायण, मुख्य प्रबंधक (राजभाषा) श्री राजिंदर सिंह बेवली व अन्य अधिकारी भी दिखाई दे रहे हैं।

राजभाषा विभाग, गृह मंत्रालय, भारत सरकार द्वारा दिल्ली में 10.11.2014 को आयोजित समस्त बैंकों में आई.टी. क्षेत्र में हिंदी के प्रयोग में हुई प्रगति के संबंध में विशेष राजभाषा समीक्षा बैठक के दौरान भारतीय रिज़र्व बैंक के महाप्रबंधक डॉ. रमाकांत गुप्ता के सानिध्य में बैठे बैंक के महाप्रबंधक श्री राकेश चंद्र नारायण।

नई शाखाएँ

आंचलिक प्रबंधक, जालंधर, श्री भूपेन्द्र सिंह ढींगरा, नई शाखा साहलों, जालंधर का उद्घाटन करते हुए।

कार्यकारी निदेशक महोदय श्री मुकेश जैन तथा आँचलिक प्रबंधक श्री आर. के. बंसल, नई शाखा - महसाना, मुंबई के उद्घाटन के अवसर पर।

अहंकार का भाव एक ऐसा बाम है जो मूर्खता के दर्द को कम कर देता है।

बैंकिंग के विभिन्न परिवेश और ग्राहक सेवा

हरीश कुमार सहगल

बैंकिंग में नई-नई तकनीकों के आगमन से इस क्षेत्र को काफी फ़ायदा हुआ है। एटीएम के आगमन से लेकर फोन, इंटरनेट और मोबाईल बैंकिंग तक पिछले दो दशकों के दौरान 'कभी भी, कहीं भी' बैंकिंग की अवधारणा को जन्म मिला। बैंकों द्वारा भी प्रयास किए गए कि ग्राहक अधिक से अधिक इन सुविधाओं का प्रयोग करें और इस संबंध में किए गए अध्ययनों में स्वयं सेवा और बहुगामी बैंकिंग अपनाए जाने के संकेत मिलते हैं।

इस प्रक्रिया में ब्रांच बैंकिंग/बैंकिंग लेन-देन परिचालन के कई तरीकों में से एक है कई ब्रांचों (शाखाओं) को बैंकों द्वारा कम कर दिया गया है फिर भी विश्व के अधिकतर भागों में ब्रांच (शाखा) बैंकिंग का महत्वपूर्ण माध्यम है। ब्रांच बैंकिंग की प्रसिद्धि के पीछे कई कारण हैं जिनमें से मुख्यतः वृद्ध और तकनीक से कम परिचित ग्राहकों के साथ व्यक्तिगत स्तर पर अंतःक्रिया करना है। इसके अलावा भी वैकल्पिक माध्यमों की तुलना में ब्रांच की सेवा योग्यता अधिक है। जहाँ जटिल या उच्च राशि का लेन-देन करने वालों के लिए वित्तीय सलाहकार भी उपलब्ध रहते हैं परंतु सबसे महत्त्वपूर्ण है कि आज भी ग्राहक अपनी ब्रांच और उसमें कार्य करने वाले लोगों के द्वारा अपने बैंक से जुड़ते हैं। एक महत्वपूर्ण बैंकिंग माध्यम के रूप में ब्रांच, ग्राहक सेवा संतुष्टि और अनुभव की गुणवत्ता में महत्वपूर्ण भूमिका निभाती है। इसलिए ग्राहकों से सत्यनिष्ठा बनाए रखने के लिए बैंकों को ब्रांच की सेवाएँ बेहतर करनी चाहिए ताकि ग्राहक न केवल संतुष्ट हो बल्कि खुश भी रहें।

पब्लिक, ब्रांच का जीवन रक्त है ब्रांच द्वारा प्रदत्त सेवाओं और संतुष्टि का स्तर इसके द्वारा किए जाने वाले प्रयासों पर निर्भर है। तकनीक एक हद तक सहायता कर सकती है परंतु अंततः ब्रांच की सेवाएं ही सर्वश्रेष्ठ मानी जाती हैं। इसलिए सेवा के प्रति कर्मचारियों की प्रतिबद्धता को बेहतर करना ग्राहक संतुष्टि की ओर बढ़ाया जाने वाला पहला कदम है।

भावी लाभ की आशा को बढ़ावा

जैसा कि पहले व्यक्त किया गया है, बैंक की शाखाओं को ग्राहक सेवा से ज्यादा का लक्ष्य रखना चाहिए। संतुष्टि वह स्थिति है जहाँ ग्राहक की उम्मीदें पूरी होती हैं। यह सेवा का निम्नतम गुणज है। दूसरी ओर खुशी तब उत्पन्न होती है जब भावी लाभ की आशा को बढ़ावा मिलता है। जब ग्राहक ज्यादा मांग रखते हैं और प्रयोगात्मक दशाएँ बैंकों को उन्हें पूरा करने पर बाध्य करती हैं। ग्राहक आशाएँ ऐसे लक्ष्य हैं जिन्हें पूरा करने के लिए बैंकों को अपने कर्मचारियों को प्रशिक्षित करना चाहिए।

उत्पाद और सेवाएँ दर्शाना

शोध से ज्ञात होता है कि खराब सेवाएँ और उत्पाद, इनमें सबसे बड़ा योगदान सही उत्पाद का प्रस्ताव देना और संप्रेषण, संतुष्टि एक सकारात्मक प्रभाव है। आज अधिकतर बैंक अपने उत्पाद और सेवाएँ दिखाने के लिए इलेक्ट्रॉनिक माध्यम का प्रयोग करते हैं।

ऐसा ही प्रयास उन्हें शाखाओं में भी करना चाहिए। आकर्षक उत्पाद साहित्य और प्रदर्शन के द्वारा आने वाले ग्राहकों में अतिरिक्त उत्पाद खरीदने की रुचि पैदा होगी। ग्राहक शाखाओं से कह सकते हैं कि वो उत्पाद प्रस्तुति के लिए कुछ समय दें। इस संबंध में डेनमार्क के एक बैंक का उदाहरण दिया जा सकता है, जहाँ शाखाओं में ग्राहकों को एक बेहतर अनुभव प्रदान किया गया। उनके इस कौशल के भाग के रूप में बैंक ने अपने उत्पादों को शैल्फ पर इस प्रकार प्रदर्शित किया जैसे कि वे कोई वस्तु हों ताकि ग्राहकों का ध्यान आकर्षित हो सके।

वितरण प्रतिबद्धता बनाए रखना :

कुछ बैंक ग्राहक सेवा गतिविधियों के लिए सख्त समयसारणी बनाते हैं और कुछ बैंक ऐसा नहीं करते। ऐसे बैंक जिन पर सेवा स्तर बनाए रखने का कोई दबाव नहीं होता वो सामान्यतः अपने ग्राहकों को निराश करते हैं और फिर वे ग्राहक बेहतर सेवा प्रदान करने वाले दूसरे बैंकों की ओर आकर्षित हो जाते हैं। ऐसे बैंकों को अपने कर्मचारियों को बेहतर सेवाएँ प्रदान करने के लिए प्रशिक्षित करना चाहिए और एक सख्त समय-सारणी का पालन भी करना चाहिए।

ग्राहकों की निष्ठा बनाना

कुछ ग्राहक बैंक परिवर्तित कर लेते हैं वे ऐसा इसलिए करते हैं क्योंकि वे सेवा से संतुष्ट नहीं होते। जबकि सेवाओं से संतुष्ट ग्राहक बैंक के प्रति निष्ठावान रहते हैं चाहे इसके लिए उन्हें कुछ अधिक भुगतान भी करना पड़े। समय के साथ-साथ ग्राहक बैंक की वकालत

करते हुए दूसरे लोगों को भी ग्राहक बनने की सिफारिश करते हैं।

इसलिए आज के प्रतियोगी बैंकिंग वातावरण में ग्राहक की निष्ठा सुनिश्चित करने से ज्यादा कुछ महत्वपूर्ण चीजें है। जबकि सेवाओं द्वारा ही ग्राहकों की निष्ठा को जीता जा सकता है तथापि अन्य कई माध्यम हैं जैसे कि बैंक केवल ग्राहकों के खातों का आकार देखकर ही नहीं बल्कि ग्राहकों के साथ संबंधों की लंबी अवधि को भी आंकते हुए उनके लिए आकर्षक योजनाएँ व इनाम उपलब्ध करवा सकते हैं।

विश्वसनीय सेवा उपलब्ध करवाना :

विश्वसनीयता, सेवा गुणवत्ता का एक अभिन्न अंग है जब ग्राहक देखते हैं कि पहली बार में ही सभी ठीक हो रहा है तो बैंक और स्टाफ में उनका आत्मविश्वास बढ़ता जाता है। स्टाफ के पर्याप्त प्रशिक्षण से ज्ञान और कठिन परिस्थितियों को सरल करने में सहायता मिलती है।

ग्राहकों से बिना भेदभाव बरताव करना :

यदि बैंक अपने उच्च स्तरीय ग्राहकों को व्यक्तिगत सेवाएँ और विशेष बैंकिंग स्तर प्रदान करता है तो अच्छा है परंतु इससे नियमित ग्राहकों का नुकसान नहीं होना चाहिए। सभी ग्राहकों के साथ बिना भेदभाव के आदर के साथ व्यवहार किया जाना चाहिए। इसलिए चाहे बैंक अपने बड़े ग्राहकों को बेहतर अवसर प्रदान करें तो भी उन्हें सुनिश्चित कर लेना चाहिए कि ब्रांच में प्रत्येक ग्राहक को वही सेवाएं मिले।

शिकायतों पर प्रतिक्रिया

पारंपरिक बैंकिंग के समय में शाखा का स्टाफ अपने ग्राहकों को अच्छे से जानता था क्योंकि आपस में उनका अक्सर आमना-सामना होता रहता था। परंतु अन्य माध्यमों के आ जाने से ग्राहक और बैंक कर्मचारियों में दूरी बढ़ गई है और 'नो योर कस्टमर' के द्वारा ग्राहक की जानकारी तो मिलती है परंतु नज़दीकी नहीं बढ़ पाती। यह एक मुद्दा बन सकता है। जब एक ग्राहक ब्रांच में आता है। पुराने समय में स्टाफ हर स्थिति से परिचित होता था क्योंकि ग्राहकों के लेन-देन द्वारा स्टाफ उसमें संलिप्त रहता था। आज यदि एक ग्राहक की शिकायत कॉल सेंटर में दर्ज की जाती है तो हो सकता है या नहीं भी हो सकता कि ब्रांच को इसकी जानकारी हो। इसलिए जब ग्राहक अपनी शिकायत के संबंध में ब्रांच में जानकारी मांगने आते हैं तो उन्हें फोन बैंकिंग या किसी अन्य माध्यम पर संपर्क करने के लिए कहा जाता है सभी माध्यमों को एक ही मंच पर एकीकृत करके इसे समाप्त किया जा सकता है ताकि सभी सेवा निष्पादकों को ग्राहक सूचना सभी माध्यमों पर प्राप्त हो सके चाहे वो कहीं भी उत्पन्न हुई हो।

निम्नलिखित संरचनात्मक मुद्दे भी ग्राहकों को बेहतर अनुभव उपलब्ध करवाने में शाखा की सहायता कर सकते हैं :

साधन :

पर्याप्त पार्किंग सुविधा, बैठने की व्यवस्था, टोकन व्यवस्था और अन्य साधनों यथा पीने के पानी की उपलब्धता छोटी-छोटी चीज़ें हैं परंतु यह एक आरामदायक ब्रांच बैंकिंग अनुभव का महत्वपूर्ण पक्ष है यह आश्चर्यजनक प्रतीत हो सकता है परंतु तथ्य यही है कि कई ग्राहक असुविधा अथवा सुविधाओं की कमी के कारण बैंक बदल लेते हैं।

सिस्टम और पेरिफेरल :

शाखाओं में पर्याप्त हार्डवेयर, कम्प्यूटर सिस्टम और सहायतार्थ व्यवस्थाएँ यथा जेनरेटर आदि होने चाहिए ताकि संरचनात्मक समस्याओं के कारण कार्य-व्यवहार में बाधा न उत्पन्न हो।

निष्कर्ष :

यद्यपि बैंकों द्वारा ग्राहकों को अपने दैनिक लेन-देन के कार्यों को स्वयं सेवा माध्यमों के द्वारा करने के लिए प्रोत्साहित किया जाना चाहिए तथापि किसी भी स्थिति में उन्हें अपनी शाखाओं से नज़र अंदाज़ नहीं करना चाहिए। आज भी ग्राहकों के एक बड़े वर्ग के लिए शाखा अथवा ब्रांच, बैंकिंग का प्राथमिक माध्यम है जब उन्हें कोई जटिल बैंकिंग कार्य करना होता है तो इलैक्ट्रॉनिक बैंकिंग का प्रयोग करने वाले ग्राहकों को भी शाखा जाने की ज़रूरत पड़ती है और स्टाफ़ से परामर्श करना पड़ता है। इसलिए शाखाओं का स्टाफ़ इनकी सबसे बड़ी परिसंपत्ति है।

यदि वैकल्पिक माध्यमों पर ध्यान केंद्रित करने से शाखाओं की गुणवत्ता कम होती है तो बैंक का व्यवसाय और प्रतिष्ठा दोनों को ही नुकसान हो सकता है और दूसरे माध्यमों में कोई भी नई खोज या तकनीक गिरती हुई ग्राहक संतुष्टि की पूर्ति नहीं कर सकती।

- अध्यक्ष एवं प्रबंध निदेशक सचिवालय, नई दिल्ली

ग्राहक-सेवा : एक विचार

इन्दरपाल कौर

आज के वैश्वीकरण तथा सार्वभौमिकरण के युग में बैंकों की भूमिका में अहम बदलाव आया है। बिल गेट्स का कथन था कि वह दिन दूर नहीं जब बैंक घर-घर जाकर ग्राहकों को अपने उत्पाद बेचेंगे तथा अन्य सेवाएं प्रदान करेंगे। अन्य शब्दों में ग्राहक का महत्त्व बहुत बढ़ गया है।

ग्राहक के संबंध में महात्मा गांधी के विचार कुछ इस प्रकार से रहे :-

"A Customer is the most important visitor on our premises.
He is not dependent on us. We are dependent on him.
He is not an interruption in our work. He is the purpose of it.
He is not an outsider in our business. He is part of it.
We are not doing him a favour by serving him.
He is doing us a favour by giving us an opportunity to do so"

अर्थात् "ग्राहक हमारे परिसर में आने वाला सर्वाधिक महत्त्वपूर्ण व्यक्ति होता है। वह हमारे ऊपर निर्भर नहीं है, हम उसके ऊपर निर्भर हैं। वह हमारे कार्य में बाधा नहीं है, वह तो हमारे कार्य का उद्देश्य है। वह हमारे व्यवसाय के लिए बाहरी व्यक्ति नहीं , वह तो इसका अंग है। हम उसकी सेवा कर उसके ऊपर अहसान नहीं कर रहे होते, वही अपनी सेवा का अवसर देकर हम पर अहसान कर रहा होता है।"

उपरोक्त कथन से यह बात स्पष्ट है कि महात्मा गांधी जैसी महान हस्ती ने भी ग्राहक को सर्वोच्च स्थान दिया है अर्थात ग्राहक ही सर्वोपरि है। गांधी जी द्वारा कही बात आज सार्थक प्रतीत होती है।

बैंक अपने ग्राहकों से एवं ग्राहकों के लिए कारोबार करता है। दूसरे शब्दों में कह सकते है कि बैंक सेवान्मुख होते हैं। बैंकिंग उद्योग एक सेवा उद्योग है और बैंकिंग व्यवसाय की धमनियों का रक्तसंचार ग्राहक है। सेवा क्षेत्र सबसे प्रतिस्पर्धात्मक है और बैंकों में प्रतिस्पर्धा निरंतर बढ़ती ही जा रही है। प्रतिस्पर्धा के इस युग में "जो जीता वही सिकंदर" है। बढ़ती हुई प्रतिस्पर्धा के कारण मीडिया व सूचना प्रौद्योगिकी ने ग्राहक को अत्यंत सचेत व सावधान कर दिया है। ग्राहक निरंतर जागरूक बनता जा रहा है। किसी भी व्यावसायिक संस्था के लिए, ग्राहकों को बनाना जितना आवश्यक होता है, उससे ज़्यादा ज़रूरी अपने ग्राहकों को अपने साथ जोड़े रखना होता है। बैंकों के पास दीर्घ अवधि तक अपने ग्राहकों को बनाए रखने के लिए एक ही विकल्प होता है और वह है कि अपने ग्राहकों की ज़रूरतों के अनुसार उत्पाद व सेवाएं प्रदान करना।

यदि हम ग्राहक सेवा पर नज़र डालें तो आज ग्राहकों में मोबाइल बैंकिंग, नेट बैंकिंग व प्लास्टिक बैंकिंग का प्रचलन है। हर व्यक्ति बैंकों द्वारा उपलब्ध करवायी जा रही इन सुविधाओं का लाभ उठा रहा है। ग्राहक के समय व ऊर्जा की बचत हो रही है। वह कम समय में घर अथवा कार्यस्थल पर बैठे "एक बटन के क्लिक" से ही बैंकिंग कर सकता है। एक व्यापारी बैंक में आए बगैर ही अपना काम करते-करते ही बैंक में खाता खुलवा सकता है। उसका खाता बैंक द्वारा घर आकर खोला जा सकता है। बैंकिंग का परिदृश्य ही बदल गया है। आज बैंकों को ग्राहक की आवश्यकता एवं इच्छा के अनुसार उत्पाद व सेवाएं देनी होंगी, तभी वह ग्राहक को पूर्ण रूप से संतुष्ट कर पाएंगे।

यह बात बिल्कुल सही है कि किसी भी संगठन की सफलता उसके द्वारा प्रदान की जा रही ग्राहक सेवा पर ही निर्भर करती है। बेहतर ग्राहक सेवा ही ग्राहक की संतुष्टि का मूल मंत्र है।

- सीबीआरटी, चंडीगढ़

कार्टूनिस्ट - प्रदीप कुमार राय, प्रधान का., सतर्कता विभाग

तन्मयता से काम करना अच्छी ग्राहक सेवा का एक गुर है।

अध्यक्ष एवं प्रबंध निदेशक महोदय की पंजाब की विभिन्न शाखाओं के ग्राहकों के साथ बैठकें

शाखाओं में अध्यक्ष एवं प्रबंध निदेशक महोदय का भावभीना स्वागत

अध्यक्ष एवं प्रबंध निदेशक महोदय ग्राहकों को संबोधित करते हुए।

मनुष्य के मन में संतोष होना स्वर्ग की प्राप्ति से बढ़कर है, उससे बढ़कर संसार में कुछ नहीं है।

बैंक में स्वच्छ भारत अभियान का शुभारंभ

प्रधानमंत्री श्री नरेन्द्र मोदी के स्वच्छ भारत अभियान के दौरान बैंक के अध्यक्ष एवं प्रबंध निदेशक श्री जतिंदरबीर सिंह, (आई.ए.एस.) के साथ कार्यकारी निदेशक श्री किशोर सॉसी अन्य उच्चाधिकारियों व स्टाफ सदस्यों ने स्वच्छता संबंधी शपथ ली। सफाई अभियान का शुभारंभ बैंक के प्रधान कार्यालय राजेन्द्र प्लेस, नई दिल्ली के आस-पास के क्षेत्रों से किया गया।

स्वच्छ भारत

एक कदम स्वच्छता की ओर

आदमी जितना महान होगा उतना ही नम्र होगा।

बैंक की विभिन्न शाखाओं में

महाऋण अभियान

की कुछ झलकियाँ

शिक्षित मूर्ख अशिक्षित मूर्ख से ज्यादा मूर्ख होता है।

प्रधान कार्यालय स्तर पर आयोजित श्री गुरु नानक देव जी के प्रकाश-उत्सव की कुछ झलकियाँ

बैंकिंग सेवा क्षेत्र, उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम

राजीव कुमार राय

आज के आधुनिक युग एवं परिवेश में, बैंकिंग सेवाओं में क्रांतिकारी परिवर्तन आए हैं। प्राचीन बैंकिंग से आज की बैंकिंग एकदम अलग एवं भिन्न है। मानव सभ्यता के विकास तथा सूचना प्रौद्योगिकी के उद्गम के साथ बैंकिंग की सारी परिभाषाएं ही बदल गई हैं। पूर्व में, बैंकों का कार्य मात्र ग्राहकों से पैसा लेकर, दूसरे ग्राहकों को उधार देना था। लेकिन आज के आधुनिक युग में, बैंकों के कार्यों में बहुत विस्तार हुआ है और वह सामाजिक दायित्व के साथ-साथ देश की आर्थिक व्यवस्था में सुधार हेतु अपना योगदान दे रहे हैं।

हमारे देश की आबादी, विश्व में चीन के बाद सबसे बड़ी आबादी है। लेकिन सभी देशवासियों के पास बैंकिंग सेवाओं का अभाव है। सरकार चाह कर भी सभी से संपर्क नहीं कर पा रही थी और इसी लिए, बैंकों में वित्तीय समावेशन का प्रादुर्भाव हुआ। वित्तीय समावेशन का मुख्य उद्देश्य सभी देशवासियों को बैंकों से जोड़ना और आर्थिक मकड़जाल से बाहर लाने का एक प्रयास है। इसी को दृष्टि में रखते हुए, प्रधानमंत्री, श्री नरेन्द्र मोदी ने प्रधानमंत्री जन-धन योजना का शुभारंभ किया ताकि प्रत्येक देशवासी का अपना एक बैंक खाता हो और सरकारी सहायता सीधे तौर पर दी जा सके। इस योजना के अंतर्गत बैंकों ने अनेक व्यक्तियों के खाते खोले और अपना ग्राहक आधार बढ़ाया। प्रधानमंत्री जन-धन योजना के अंतर्गत निरंतर खाते खोले जा रहे हैं।

आज के आधुनिक युग के बढ़ते बाज़ारवाद के दौर में उपभोक्ता संस्कृति देखने को मिल रही है, लेकिन उपभोक्ताओं में जागरूकता की कमी है। सेवाओं में व्यवधान या पर्याप्त सेवा न मिलने से उन्हें परेशानियों का सामना करना पड़ता है। हालांकि सरकार कहती है, जब आप पूरी कीमत देते हैं तो कोई भी वस्तु वज़न में कम न लें। यह स्लोगन सरकारी दफ्तरों में देखने को मिल जाएगा। सरकार ने उपभोक्ताओं को संरक्षण देने के लिए कई क़ानून बनाए हुए हैं, लेकिन इसके बावजूद उपभोक्ताओं से पूरी कीमत वसूलने के बाद उन्हें सही वस्तुएं और वाजिब सेवाएं नहीं मिल पा रही हैं। भारत में 24 दिसंबर राष्ट्रीय उपभोक्ता दिवस के रूप में मनाया जाता है, क्योंकि उपभोक्ताओं को शोषण से बचाने के लिए 24 दिसंबर, 1986 को उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम-1986 लागू किया गया। इसके अलावा 15 मार्च को देश में विश्व उपभोक्ता अधिकार दिवस के तौर पर मनाया जाता है। भारत में इसकी शुरुआत 2000 से हुई।

गौरतलब है कि उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम-1986 में उत्पाद और सेवाएं शामिल हैं। उत्पाद वे होते हैं, जिनका निर्माण या उत्पादन किया जाता है और जिन्हें थोक विक्रेताओं या खुदरा व्यापारियों द्वारा उपभोक्ताओं को बेचा जाता है। सेवाओं में परिवहन, टेलीफोन, बिजली, निर्माण, बैंकिंग, बीमा, चिकित्सा-उपचार आदि शामिल हैं। आम तौर पर ये सेवाएं पेशेवर लोगों द्वारा प्रदान की जाती हैं, जैसे चिकित्सक, इंजीनियर, वास्तुकार, वकील, बैंक आदि। इस अधिनियम के कई उद्देश्य हैं, जिनमें उपभोक्ताओं के हितों और अधिकारों की सुरक्षा, उपभोक्ता संरक्षण परिषदों एवं उपभोक्ता विवाद निपटान अभिकरणों की स्थापना शामिल है। उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम में यह स्पष्ट किया गया कि उपभोक्ता कौन है और किन-किन सेवाओं को इस क़ानून के दायरे में लाया जा सकता है। इस अधिनियम के प्रावधानों के मुताबिक, किसी भी वस्तु को कीमत देकर प्राप्त करने वाला या निर्धारित राशि का भुगतान कर किसी प्रकार की सेवा प्राप्त करने वाला व्यक्ति उपभोक्ता है। अगर उसे खरीदी गई वस्तु या सेवा में कोई कमी नज़र आती है तो वह ज़िला उपभोक्ता फोरम की मदद ले सकता है। इस अधिनियम की धारा-2(1) (डी) के अनुबंध (2) के मुताबिक, उपभोक्ता से आशय उस व्यक्ति से है, जो किन्हीं सेवाओं को शुल्क के एवज़ प्राप्त करता है, लेकिन सर्वोच्च न्यायालय ने 1997 को अपने एक फैसले में कहा कि इस परिभाषा में वे व्यक्ति भी शामिल हो सकते हैं, जो इन सेवाओं से लाभान्वित हो रहे हों।

यह क़ानून उपभोक्ताओं के लिए एक राहत बनकर आया है। 1986 से पहले उपभोक्ताओं को दीवानी अदालतों के चक्कर लगाने पड़ते थे। इसमें समय के साथ-साथ धन भी ज़्यादा खर्च होता था। इसके अलावा उपभोक्ताओं को कई तरह की परेशानियों का सामना करना पड़ता था। इस समस्या से निपटने और उपभोक्ताओं के हितों के संरक्षण के लिए संसद ने ज़िला स्तर, राज्य स्तर और राष्ट्रीय स्तर पर विवाद पारितोष अभिकरणों की स्थापना का प्रस्ताव पारित किया। यह जम्मू-कश्मीर के अलावा पूरे देश में लागू है। जम्मू-कश्मीर ने इस संबंध में अपना अलग क़ानून बना रखा है। इस अधिनियम के तहत

तीन स्तरों पर अभिकरणों की स्थापना की गई है, जिला स्तर पर ज़िला मंच, राज्य स्तर पर राज्य आयोग और राष्ट्रीय स्तर पर राष्ट्रीय आयोग। अब उपभोक्ताओं को वकील नियुक्त करने की ज़रूरत नहीं है। उन्हें अदालत की फीस भी नहीं देनी पड़ती है। इन अभिकरणों द्वारा उपभोक्ता का परिवाद निपटाने की सेवा पूरी तरह निःशुल्क है। इन तीनों अभिकरणों को दो प्रकार के अधिकार हासिल हैं। पहला धन संबंधी अधिकार और दूसरा क्षेत्रीय अधिकार। ज़िला मंच में 20 लाख रुपये तक के वाद लाए जा सकते हैं। राज्य आयोग में 20 लाख से एक करोड़ रुपये तक के मामलों का निपटारा किया जा सकता है, जबकि राष्ट्रीय आयोग में एक करोड़ रुपये से ज़्यादा के मामलों की शिकायत दर्ज कराई जा सकती है। यह धन संबंधी अधिकार है। जिस ज़िले में विरोधी पक्ष अपना कारोबार चलाता है या उसका ब्रांच ऑफिस है या वहां कार्य कर रहा है तो वहां के मंच में शिकायती पत्र दिया जा सकता है। इसे क्षेत्रीय अधिकार कहते हैं। उपभोक्ता को वस्तु और सेवा के बारे में एक शिकायत देनी होती है, जो लिखित रूप में किसी भी अभिकरण में दी जा सकती है।

कुछ ही वर्षों में इस कानून ने उपभोक्ताओं की समस्याओं के समाधान में महत्वपूर्ण भूमिका निभाई है। इसके माध्यम से लोगों को शोषण के खिलाफ़ आवाज़ बुलंद करने का साधन मिल गया। इसमें 1989, 1993 और 2002 में संशोधन किए गए, जिन्हें 15 मार्च, 2003 को लागू किया गया। संशोधनों में राष्ट्रीय आयोग और राज्यों के आयोगों की पीठ का सृजन, सर्किट पीठ का आयोजन, शिकायतों की प्रविष्टि, सूचनाएं जारी करना, शिकायतों के निपटान के लिए समय सीमा का निर्धारण, भूमि राजस्व के लिए बकाया राशियों के समान प्रमाण-पत्र मामलों के माध्यम से निपटान अभिकरण द्वारा मुआवज़े की वसूली का आदेश दिया जाना, निपटान अभिकरण द्वारा अंतिरम आदेश जारी करने का प्रावधान, ज़िला स्तर पर उपभोक्ता संरक्षण परिषद की स्थापना, ज़िला स्तर पर निपटान अभिकरण के संदर्भ में दंडात्मक न्याय क्षेत्र में संशोधन और नकली सामान/निम्न स्तर की सेवाओं के समावेश को अनुचित व्यापार प्रथाओं के रूप में लेना आदि शामिल है। उपभोक्ता संरक्षण (संशोधन) अधिनियम-2002 के बाद राष्ट्रीय उपभोक्ता विवाद निपटान आयोग ने उपभोक्ता संरक्षण विनियम-2005 तैयार किया।

उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम ने उपभोक्ताओं को अधिकार दिया है कि वे अपने हक़ के लिए आवाज़ उठाएं। इसी क़ानून का नतीजा है कि अब उपभोक्ता जागरूक हो रहे हैं। इस क़ानून से पहले उपभोक्ता बड़ी कंपनियों के खिलाफ़ बोलने से परहेज करता था, लेकिन अब ऐसा नहीं है।

उपभोक्ताओं की समस्याएं

- टेलीविजन और पत्र-पत्रिकाओं में गुमराह करने वाले विज्ञापनों के द्वारा वस्तुओं तथा सेवाओं का ग्राहकों की मांग को प्रभावित करना।
- बिक्री के बाद सेवाओं को अनुचित रूप से देना।
- कीमत में छुपे हुए तथ्य शामिल होना।
- कमज़ोर उपभोक्ताएं सेवाएं, जिसके कारण उपभोक्ता को परेशानी हो।
- बिक्री और सेवाओं की शर्तों और निबंधनों का पालन न करना।
- उत्पाद के बारे में झूठी या अधूरी जानकारी देना।

उपभोक्ताओं के अधिकार

- जीवन एवं संपत्ति के लिए हानिकारक सामान और सेवाओं के विपणन के खिलाफ़ सुरक्षा का अधिकार।
- सामान अथवा सेवाओं की गुणवत्ता, मात्रा, क्षमता, शुद्धता, स्तर और मूल्य जैसा भी मामला हो, के बारे में जानकारी का अधिकार, ताकि उपभोक्ताओं को अनुचित व्यापार पद्धतियों से बचाया जा सके।
- जहां तक संभव हो उचित मूल्यों पर विभिन्न प्रकार के सामान तथा सेवाओं तक पहुंच का आश्वासन।
- उपभोक्ताओं के हितों पर विचार करने के लिए बनाए गए विभिन्न मंचों पर प्रतिनिधित्व का अधिकार।
- अनुचित व्यापार पद्धतियों या उपभोक्ताओं के शोषण के विरुद्ध निपटान का अधिकार।
- सूचना संपन्न उपभोक्ता बनने के लिए ज्ञान और कौशल प्राप्त करने का अधिकार।
- अपने अधिकार के लिए आवाज़ उठाने का अधिकार।

- आँचलिक कार्यालय, देहरादून

ग्रेगोरियन कैलेंडर पर आधारित नववर्ष एक जनवरी को मनाया जाता है किंतु विश्व के अलग-अलग देशों में नववर्ष को लगभग 70 अलग-अलग समय पर मनाया जाता है। हमारे देश में भी खान-पान, वेशभूषा, भाषा की विविधता के साथ नववर्ष के शुभांरभ में भी विविधता है। भारतवर्ष में नववर्ष, सर्वाधिक प्रचलित विक्रम संवत चैत्र माह की शुक्ल पक्ष प्रतिपदा से आरंभ होता है। भारत सरकार ने शक संवत प्रणाली को अपनाया है। विभिन्न प्रांतों में भी नववर्ष अलग-अलग समय पर मनाया जाता है लेकिन इसके साथ ही पहली जनवरी को नया साल पूरे जोश और जश्न से मनाया जाता है।

गुजरात में नववर्ष 'बेस्तु बरस' दीपावली के अगले दिन मनाया जाता है। इस दिन लोग घरों को रंगोली तथा फूलों से सजाते हैं।

कर्नाटक में नववर्ष 'उगादि' चैत्र माह के पहले दिन मनाया जाता है। इस दिन लोग तरह-तरह के स्वादिष्ट व्यंजन बनाते हैं।

महाराष्ट्र में नववर्ष 'गुढ़ी पाड़वा' चैत्र मास के पहले दिन मनाया जाता है। इस दिन लोग घर में रंगोली बनाते हैं तथा ध्वजा फहराते हैं।

असम में नववर्ष 'बिहु' बसंत ऋतु के आगमन पर मनाया जात है। इस दिन लोग गाय की पूजा करते हैं तथा ईश्वर की वंदना कर आगामी वर्ष के समृद्ध होने की कामना करते हैं।

पंजाब में नववर्ष 'बैसाखी' (14 अप्रैल) को 10वें गुरु, गुरु गोबिंद सिंह की याद में मनाते हैं। इस दिन किसान समृद्ध फसल के लिए ईश्वर से प्रार्थना करते हैं।

उड़ीसा में नववर्ष 'महा विशुव संक्रांति' 13 अप्रैलको मनाया जाता है। इस दिन लोग तुलसी तथा भगवान शिव की पूजा करते हैं तथा राहगीरों की जल-सेवा के लिए घरों के बाहर जल से भरे मटके रखते हैं।

नववर्ष 2015 की आप सभी को हार्दिक शुभकामनाएं

अपने शब्दों के माध्यम से आप पुलों का निर्माण भी कर सकते हैं और दीवारें भी खड़ी कर सकते हैं।

ग्राहक संबंध : कुछ ऐसे भी...

राजिंदर सिंह बेवली

किसी ने कितना सही कहा है 'कल, जो बीत गया उस पर बहुत सोचना और दुःख करना ठीक नहीं और कल, जो अभी आया ही नहीं उसकी चिंता में समय व्यर्थ करने से कोई फायदा नहीं। सबसे महत्वपूर्ण है : 'आज'। अतः वर्तमान पर ही अपनी शक्ति लगानी चाहिए। जो ऐसा करते हैं, निश्चित रूप से बुद्धिमान होते हैं।

आप सोच रहे होंगे कि मैं समय प्रबंधन की बात करने वाला हूँ। यह सही है कि उचित समय प्रबंधन के बिना 'ग्राहक संबंध प्रबंधन' भी सार्थक नहीं हो सकता क्योंकि प्रत्येक ग्राहक का समय कीमती होता है। बैंकिंग एक 'सेवा उद्योग' है और 'वस्तु' उद्योग की तुलना में 'सेवा' उद्योग में ग्राहक संबंधों का महत्व काफी अधिक होता है। ग्राहक सेवा एक कभी न खत्म होने वाली प्रक्रिया है। ग्राहक सेवा की एक सीढ़ी चढ़ें तो आगे और कई घुमावदार सीढ़ियां दिखाई देनी शुरू हो जाती हैं जिनका कहीं अंत नहीं होता। आर्थात ग्राहक सेवा अपने आपमें परिपूर्ण है, यह कभी भी नहीं कहा जा सकता। सदैव ही इसमें किसी न किसी सुधार की संभावना बनी रहती है।

आपने देखा होगा कि दादा-दादी के खाते जिन बैंकों में रहे होते हैं, प्रायः बच्चों के खाते भी उन्हीं बैंकों पाए जाते हैं। ऐसा क्यों होता है। कारण सीधा सा है कि ग्राहक का एक रिश्ता सा बैंक के साथ बन जाता है और यह रिश्ता बैंक में बैठे स्टाफ सदस्यों से हो जाता है उनकी आदतें उनसे अपनत्व ही ऐसे संबंधों को आगे बढ़ाता है। हाँ यह और भी है कि यदि उस शाखा विशेष की ग्राहक सेवा अच्छी नहीं है तो इसका प्रतिकूल असर न केवल उस शाखा पर बल्कि पूरे बैंक पर पड़ता है। आज नए ग्राहक से अधिक ज़रूरी हो गया है पुराने ग्राहकों को सहेज कर रखना। प्रायः पुराने ग्राहक अपना बैंक नहीं बदलते, यदि वे बैंक की बैंकिंग सेवाओं से संतुष्ट हैं। ऐसे ग्राहक, बैंक को अपना ही परिवार मानने लगते हैं फिर भी समय और प्रतिस्पर्धा के चलते आज बैंकों से ग्राहक की उम्मीदें बहुत अधिक हो गई हैं। हालांकि नित नई सूचना प्रौद्योगिकी की तकनीकों के प्रयोग से बैंकों की ग्राहक सेवा में सकारात्मक असर होता है फिर भी व्यवहार विज्ञान अपने आपमें बहुत ही महत्वपूर्ण होता है। आज कोई बैंक यह नहीं कह सकता कि 'ग्राहक संबंध प्रबंधन' के क्षेत्र में उसने पूर्णता हासिल कर ली है। ग्राहक को बैंक में लाना, उसे बनाए रखना और फिर ग्राहक संतुष्टि और अंततः ग्राहक आह्लाद। आज का युग ग्राहक को आह्लादित करने का युग है।

हालांकि बैंक आज के युग में काफी जागरूक हैं फिर भी ग्राहक संबंधों के लिए व्यवहार विज्ञान के निम्नलिखित उपाय बहुत ही कारगर सिद्ध हो सकते हैं :

1. **नए ग्राहकों को आकर्षित करना :** हालांकि ऊपर कहा गया है कि पुराने ग्राहक को बनाए रखना अपेक्षाकृत आसान होता है और ऐसे ग्राहक बैंक के विज्ञापन का काम भी करते हैं, किंतु इसका अर्थ यह नहीं है कि नए ग्राहक कम महत्वपूर्ण है। नए ग्राहक को भी यदि हम लक्ष्य बनाने के स्थान पर व्यवहार कुशलता से काम लें तो अधिक कारगर हो सकता है। रॉल्फ वाल्डो इमर्सन और उनका बेटा बछड़े को तबेले में ले जाना चाहते थे। एक आगे से उसकी रस्सी खींच रहा था तो दूसरा पीछे से धक्का लगा रहा था। बछड़ा था कि आगे बढ़ने को तैयार ही नहीं था, क्योंकि उसे उसकी मर्जी के विरुद्ध वहाँ ले जाया जा रहा था। एक घास काटने वाली यह सब देख रही थी। उसने कहा कि आपका यह काम मैं कर देती हूँ। उसने थोड़ा सा घास हाथ में लिया और बछड़े को कुछ घास खिलाते और कुछ का लालच देते हुए आगे ले गई और बछड़ा खुशी-खुशी आगे चलता चला गया।

   बैंक को भी ऐसी ही युक्तियाँ लगानी होंगी और यह युक्तियाँ शाखा प्रबंधक या स्टाफ सदस्य विशेष पर निर्भर करेगा। यदि इस ढंग से नए ग्राहकों को लाया जाएगा तो निश्चय ही जहाँ एक ओर बैंक का कासा (CASA) बढ़ेगा वहीं दूसरी ओर ऐसे खोले गए खाते लंबे समय तक बैंक में ही रह पाएंगे।

2. **एनएलपी मॉडल के सिद्धांतों को ध्यान में रखना :** ग्राहक संबंधों को सुदृढ़ बनाने की यह एक बहुत ही महत्वपूर्ण मद है। एनएलपी का अर्थ न्यूरो लिंग्विस्टिक प्रोग्रामिंग। यह मॉडल हमें यह बताता है कि क्यों कुछ लोग अधिक सफल हो जाते हैं और क्यों कुछ उतने सफल नहीं हो पाते हैं। इस मॉडल के प्रयोग से बैंक को ग्राहकों से संबंध बनाने में अपनी कूटनीति बनाने में आसानी रहती है। हमारा मस्तिष्क सूचनाओं को दृश्य, श्रवण और अनुभूति के माध्यम से ग्रहण करता है। एनएलपी से इस बात का ज्ञान होता है कि कैसे सकारात्मकता से और प्रोत्साहनपरक ढंग से ग्राहक के समक्ष अपना पक्ष रखा जाए ताकि ग्राहक उसे ध्यान से सुने और अपनी सहमति दे। साथ ही एनएलपी मॉडल ग्राहक के हाव-भाव (बॉडी लैंग्वेज) समझने में मदद देता है ताकि ग्राहक का आदर उसी की मंशा के अनुरूप किया जाए।

   एनएलपी की दूसरी मद यानि कि 'लिंग्विस्टिक' ग्राहक संबंध प्रबंधन की एक बहुत ही मज़बूत कड़ी हो सकती है। हम ग्राहक से किस भाषा का, कैसे शब्दों का, और कैसी शैली का प्रयोग करें इस बात का ज्ञान हमारी सफलता या कम सफलता की बुनियाद रखता है। एनएलपी हमें

हमारी स्वयं की तथा सामने वाले लोगों द्वारा प्रयोग में लाई जाने वाली भाषा और उसकी अदायगी के प्रति सचेत करता है। ग्राहक, बैंकर के लिए सबसे महत्वपूर्ण होता है। कई बार ऐसा होता है कि एक ही बात एक ढंग से कहने से बात बन जाती है जबकि अदायगी के दूसरे ढंग से कहे जाने से वही बात बिगड़ जाती है। उदाहरण के लिए 'लगता है आप समझे नहीं' से बात बिगड़ सकती है जबकि 'लगता है मैं आपको अपनी बात समझा नहीं पा रहा हूँ' से बात का सकारात्मक असर हो सकता है। इसलिए कोई भी शब्द, कोई भी वाक्य बोलने से और ख़ासकर उसकी अदायगी से सामने वाले पर बहुत प्रभाव पड़ता है, जो 'ग्राहक संबंध प्रबंधन' का एक बहुत ही प्रभावी तरीका हो सकता है। हम दूसरों पर जो प्रभाव छोड़ते हैं उसके लिए हम स्वयं ही जिम्मेदार होते हैं।

3. **सकारात्मकता के पत्र लिखना :** बैंकों द्वारा ग्राहकों को किश्त न जमा करवाने संबंधी, या खाते में कमियां संबंधी स्मरण पत्र तो डाले जाते हैं लेकिन ग्राहक से अच्छे और दीर्घकालीन संबंध बनाए रखने के लिए ज़रूरी होता है, अच्छे अवसरों पर भी उन्हें याद रखना। जैसे ग्राहक के या उनके परिवार के सदस्यों के जन्मदिन पर या बच्चों के परीक्षा परिणाम अच्छे आने पर बधाई संदेश भेजना या फिर बच्चों के दसवीं या बारहवीं की परीक्षा के लिए उन्हें शुभकामनाएं भेजना या फिर अन्य सुअवसरों पर भी बैंक की ओर से याद करना। इस प्रकार रिश्तों में प्रगाढ़ता आती है और ऐसा ग्राहक सदा के लिए बैंक का ही हो जाता है और उसके जानकारों में भी यह संदेश जाता है जिसके फलस्वरूप वे भी बैंक के ग्राहक बनने की ओर अग्रसर होते हैं। कई बार तो इस प्रकार के पत्र हमारे स्मरण-पत्रों से भी अधिक प्रभावी सिद्ध होते हैं। पत्रों में संबोधन का विशेष महत्व होता है। हर ग्राहक का पृथक अस्तित्व होता है। हरियाणा के 'ताऊ' को 'ताऊ' संबोधन से जो खुशी मिलेगी वो 'डियर सर' से नहीं हो पाएगी। इसी प्रकार कभी-कभी आर्मी ऑफिसर को 'ब्रिगेडियर साहब' या 'मेजर साहब' संबोधन से जो खुशी मिलगी वो उन्हें अन्य संबोधनों से नहीं मिल सकती। यह सभी कुछ व्यक्तिगत संबंधों पर निर्भर करता है और इनसे ग्राहक संबंधों में प्रगाढ़ता आती है।

4. **ग्राहकों के नाम याद रखना :** नाम याद रखना एक ऐसी कला है जिसने अमेरिकी इतिहास में राष्ट्रपति तक बना दिए। शाखा के हर स्टाफ सदस्य को अधिक से अधिक ग्राहकों के नाम याद रखने की कोशिश करनी चाहिए। अक्सर बड़ी पार्टियों के नाम तो याद रख लिए जाते हैं किंतु छोटे-छोटे ग्राहक भी बैंकर के लिए उतने ही महत्वपूर्ण होने चाहिए।

नाम याद रखने की विधि : मैंने 100 से अधिक अपने सत्रों में सहभागियों से एक सवाल पूछा कि बोरवैल में बहुत बच्चे गिरे थे, सभी कार्यक्रमों में एक नाम 'प्रिंस' ही बताया गया। क्यों?क्योंकि प्रिंस के उस दिन के दृश्य सभी की आंखों में थे कि कैसे उस तक ऑक्सीजन पहुँचाई गई, कैसे उस तक दूध भेजा गया, कैसे वह कीड़े को मार रहा था। बस यही फार्मुला यदि हम अपने ग्राहकों के लिए अपना लें तो नाम याद रखना याद हो जाएगा मान लीजिए आज आपके सामने 'मनोज' नाम का एक ग्राहक आया। आप देखिए कि आप और कितने 'मनोज' को जानते हैं। हो सकता है आपके घर दूध देने मनोज आता हो या आपका कोई दोस्त मनोज हो, फिल्म कलाकार 'मनोज कुमार' और क्रिकेटर 'मनोज प्रभाकर' को कौन नहीं जानता। बस आपके दिमाग में 5 या 6 जितने भी मनोज आएं, आप इस नए 'मनोज' को उन सबके साथ अपनी पसंद का कोई काम करवा दें। जैसे डांस करवा सकते हैं, पार्टी में डिनर करवा सकते हैं। तो बस यह मनोज आपके दिमाग में चित्रित हो जाएगा और अगली बार जब कभी भी यह नया मनोज मिलेगा, निश्चय ही आपको उसका नाम ध्यान आ जाएगा। उल्लेखनीय है कि किसी भी व्यक्ति के लिए उसका नाम बहुत महत्वपूर्ण हुआ करता है।

5. **न कहने की कला :** यह सही है कि बैंक में हर ग्राहक का काम नहीं हो सकता किंतु ग्राहक को ऐसा अहसास होना चाहिए कि मेरा काम ही ऐसा था जो नहीं हो सकता था लेकिन बैंक ने अपनी ओर से कोई कसर नहीं छोड़ी। अच्छा होगा यदि ऐसे में बैंक स्टाफ सदस्य ग्राहक को बैंक की अन्य योजनाओं आदि की जानकारी देकर (या जैसी भी स्थिति हो) भी उसे उसके काम होने के करीब पहुँचने में मदद कर सकता है लेकिन टालमटोल की नीति किसी भी सूरत में ठीक नहीं कही जा सकती। न कहने की कला में भी यदि बैंकर ग्राहक से संबंध बेहतर बनाए रखने में कामयाब रहता है तो वह व्यक्ति बैंक के लिए आगे भी विज्ञापन के रूप में काम करता रहेगा।

वास्तव में जैसा हम सोचते हैं, वैसा हो जाता है। बैंक का कोई भी स्टाफ सदस्य यदि ग्राहक संबंध प्रबंधन के बारे में सकारात्मक सोचेगा तो वह उस दिशा में कदम बढ़ाएगा और हर बढ़ाए गए कदम से उसकी मंज़िल निकट आती चली जाएगी। ऐसा नहीं है कि इस प्रबंधन में विपरीत परिस्थितियां नहीं मिलेंगी। किंतु किसी भी परिस्थिति में आत्मविश्वास बनाए रखना आवश्यक होता है। यदि पहले ही यह सोच लेंगे कि इस समस्या का समाधान नहीं निकल सकता तो यकीन मानिए समाधान कभी नहीं निकलेगा और यदि समाधान निकालने की सोच लेंगे तो उसे खोजना शुरू करेंगे और आज नहीं तो कल उसका भी कोई न कोई उपाय निकल ही आएगा। आवश्यकता होगी धीरज की, सकारात्मक सोच की और निर्णय लेने की क्षमता की, और ऐसा होने पर बैंक के अपने ग्राहकों से संबंध चिरस्थायी हो जाएंगे।

मुख्य प्रबंधक, प्रधान कार्यालय, राजभाषा विभाग

वित्त मंत्रालय : वित्तीय सेवाएं विभाग के निर्देशानुसार प्रधान कार्यालय तथा आंचलिक कार्यालयों में

''मस्तिष्क मंथन के विशेष सत्र''

मुख्य महाप्रबंधक श्री जी. एस. सचदेवा, महाप्रबंधक (राजभाषा) श्री आर. सी. नारायण के साथ अपने विभागों के स्टाफ सदस्यों का मस्तिष्क मंथन सत्र लेते हुए।

प्रधान कार्यालय योजना एवं विकास विभाग के महाप्रबंधक श्री ए. पी. एस. तेजी सत्र लेते हुए।

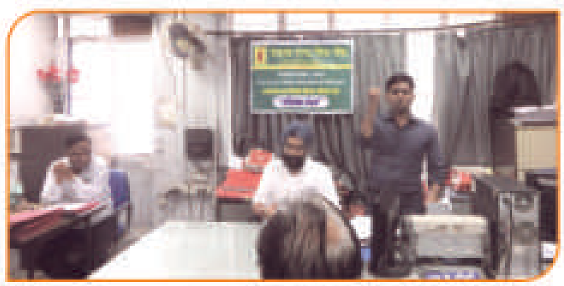
प्रधान कार्यालय, सामान्य प्रशासन विभाग

सी.बी.आर.टी. चंडीगढ़

आंचलिक कार्यालय, हरियाणा

आंचलिक कार्यालय, बरेली

आंचलिक कार्यालय, अमृतसर



आंचलिक कार्यालय, भोपाल

सहभागी

उस शत्रु को पराजित करना बहुत मुश्किल है जो आपके दिमाग में घर कर चुका है।

वित्त मंत्रालय : वित्तीय सेवाएं विभाग के निर्देशानुसार ''राजभाषा प्रयोग-आपसी संवाद-सार्थक दिशा'' के विशेष सत्र

सी.बी.आर.टी. चंडीगढ़

स्थानीय प्रधान कार्यालय, चंडीगढ़

आंचलिक कार्यालय, भोपाल

आंचलिक कार्यालय, गुरदासपुर

आंचलिक कार्यालय, बरेली

आंचलिक कार्यालय, अमृतसर

आंचलिक कार्यालय, चंडीगढ़

आंचलिक कार्यालय, जालंधर

सहभागी

ग्राहकों की अपेक्षाएं : बैंक कार्मिकों के उत्तरदायित्व

सोनी कुमार

वर्तमान युग तकनीकी का युग है। आज जिस रफ़्तार से मानुषिक कार्यक्षेत्र में सूचना एवं तकनीक का महत्व बढ़ता ही जा रहा है उसी रफ़्तार से मनुष्य की अपेक्षाएं भी बढ़ रही हैं और इस आधुनिक एवं तीव्र गतिशील युग में हर आदमी चाहता है कि वह अपना हर काम चुटकियों में निपटा ले और इस प्रतियोगी दौर में और आगे बढ़ता जाए। बैंकिंग क्षेत्र, जो कि वित्त से जुड़ा होने के कारण हमारी अर्थव्यवस्था का एक महत्वपूर्ण अंग हैं, में जबसे तकनीकी ने कदम रखा है तबसे बैंकिंग की रफ़्तार कई गुना बढ़ गई है और बैंकों में परस्पर प्रतिस्पर्धा भी बढ़ चुकी है या यूं कहें कि इस समय बैंकों के बीच प्रतिस्पर्धा चरम पर हैं।

बैंकिंग में कंप्यूटर का प्रयोग एक अद्‌भुत प्रयोग साबित हुआ है और सूचना प्रौद्योगिकी के नए आयामों का तो बैंकिंग में चमत्कारिक प्रभाव पड़ा है। आज बैंकिंग में अगर, 'बैंकिंग कहीं भी, कभी भी' की संकल्पना सच हो रही है तो यह सिर्फ सूचना प्रौद्योगिकी के कारण ही संभव हो पाई है। सूचना प्रौद्योगिकी के बढ़ते प्रयोग के कारण बैंक ग्राहकों की बैंकर्स/बैंको के प्रति आकांक्षाएं भी बढ़ रही हैं। वैसे तो बैंक ग्राहक, जो ऑन-लाईन बैंकिंग का अच्छी प्रकार प्रयोग करना जानते हैं, उनको बैंक में आने की आवश्यकता कम ही पड़ती है लेकिन यदि उनको किसी कारणवश बैंक में आना भी पड़े, तो उनकी यही अपेक्षा रहती है कि अपने जिस काम के लिए वे बैंक में आए हैं उसके बारे में उन्हें बैंक कर्मिकों से त्वरित समाधान मिले। इसके अतिरिक्त बैंक के रोज़मर्रा के ग्राहक, जो अभी ऑन-लाईन बैंकिंग से दूर हैं, को तो अधिकांशतः बैंक में किसी न किसी काम से आना ही पड़ता है फिर चाहे वे नया खाता खुलवाने के लिए आएं, किसी जमा, किसी भुगतान या किसी धन-अंतरण हेतु या फिर सरकार की नई योजनाओं से संबंधित किसी काम के लिए आएं। क्योंकि किसी भी संस्थान का व्यापार 'ग्राहक' आधारित होता है या महात्मा गांधी जी के शब्दों में कहें कि 'ग्राहक राजा है।' इसीलिए इस लिहाज़ से बैंकों को सतर्क रहने की आवश्यकता है और अपने कार्मिकों को दिए जाने वाले प्रशिक्षण में 'ग्राहक से व्यवहार' विषय पर भी आवश्यक प्रशिक्षण दिए जाने की आवश्यकता है। क्योंकि इस प्रतियोगी युग में ग्राहक को बनाए रखने के लिए सबसे अधिक आवश्यक है उससे आत्मीय संबंध बनाना, जो तभी संभव है जब उससे हमारा व्यवहार अच्छा होगा। 'ग्राहक सेवा' व्यापार वृद्धि के लिए एक महत्वपूर्ण घटक है।

ध्यान देने की बात यह है कि हर व्यक्ति किसी न किसी रूप में ग्राहक होता है। इस दायरे में आप, मैं और हम, सभी आते हैं। अतः यहाँ प्राथमिकता से इस बात को सोचना चाहिए कि हम ग्राहक के रूप में न केवल किसी दूसरे व्यक्ति के लिए अपितु अपने लिए भी ग्राहक सेवा में आवश्यक सुधार कर रहे हैं। क्योंकि हम भी कभी न कभी, कहीं न कहीं इस प्रकार की समस्याओं से रू-ब-रू होते हैं और यदि सभी संस्थान/संगठन इस पर गंभीरता से विचार करते हुए आवश्यक कदम उठाएंगे तो समस्याएं कम होंगी तथा उसके मुताबिक हमें भी इस तरह की कठिनाईयों का सामना कम करना पड़ेगा। यहाँ इस तरह की बात हम केवल अपने स्वार्थ में न सोचते हुए संपूर्ण राष्ट्र की ओर ध्यान दें। क्योंकि इससे कहीं न कहीं अर्थव्यवस्था भी प्रभावित होती है। बैंकिंग लोकपाल योजना की वर्ष 2010-11 की वार्षिक रिपोर्ट में प्रकाशित आँकड़ों के अनुसार रिज़र्व बैंक, बैंकिंग लोकपाल के माध्यम से एक शिकायत निवारण पर लगभग 3619/- रु. तथा बैंक स्तर पर हुई निवारण कार्रवाई में लगभग 15000/- रु. का खर्च करता है। (साभार भा.रि.बैंक, बैंकिंग चिंतन-अनुचिंतन, अक्तूबर-दिसंबर 2013 अंक)

ग्राहकों को अक्सर होने वाली परेशानियाँ :

- इंटरनेट बैंकिंग का दुष्प्रयोग
- एटीएम संबंधी सेवाओं में कमियाँ (यथा-एटीएम में कैश न होना, एटीएम का सुचारू रूप से संचालित न होना आदि)

- क्रेडिट/डेबिट कार्ड का गुम होना तथा उससे ग्राहक को वित्तीय हानि होना।
- एटीएम, क्रेडिट/डेबिट कार्ड प्रयोग पर बिना पूर्व सूचना सेवा प्रभार लगाना
- बिना पूर्व सूचना खातों में सेवा प्रभार लगाना।
- ग्राहकों द्वारा ऋण/अग्रिम की चुकौती नियमित रूप से न करने पर बिना आवश्यक संपर्क/संवाद स्थापित किए बिना होने वाले विवाद।
- बैंक कार्मिकों का ग्राहकों के प्रति उपेक्षित व्यवहार आदि।

बैंक कार्मिकों के उत्तरदायित्व :

- बैंक कार्मिकों को चाहिए कि सर्वप्रथम वह ग्राहकों के प्रति अपने व्यवहार में आवश्यक सुधार करें। क्योंकि आज ग्राहकों के पास ढेरों विकल्प हैं। इसलिए यह हमारा ही उत्तरदायित्व बनता है कि यदि हम अपने संस्थान के व्यापार में अधिक से अधिक बढ़ोतरी करना चाहते हैं तो हमें अपने वर्तमान ग्राहकों के साथ-साथ नए ग्राहकों को अपने नियमित ग्राहक बनाने के लिए उनके साथ ग्राहक और संस्थान के बीच सेवा-आदाता और सेवाप्रदाता के रूप में आत्मीय संबंध स्थापित/विकसित करने होंगे और वह तभी संभव होगा जब हम अपने व्यवहार में आवश्यक सुधार करेंगे, स्वयं को ग्राहकों के प्रति विनम्र बनाएंगे। हमें एक बात को अच्छी तरह से समझना होगा कि हमारे लिए हर एक ग्राहक महत्वपूर्ण है। फिर चाहे वह शतपति हो या करोड़पति।
- बेहतर होगा कि हम अपनी शाखाओं में आने वाले प्रत्येक ग्राहक को समान दृष्टि से देखें, सभी को समान महत्व दें। सभी ग्राहक हमारे लिए महत्वपूर्ण हैं। इस दिशा में उचित होगा यदि हम एक विशेष संपर्क अधिकारी अलग से ग्राहकों के लिए नियुक्त कर सकेंगे। इसके दो फायदे होंगे-पहला ग्राहकों की सभी समस्याओं का समाधान उन्हें एक ही काउंटर पर मिल जाएगा और दूसरा हमारे अन्य सेवा काउंटर भी बाधित नहीं होंगे।
- प्रत्येक कार्मिक इसके लिए हर संभव कोशिश करे कि ग्राहकों की प्रत्येक समस्या का समाधान उन्हें तुरंत दिया जाए।
- यह भी सुनिश्चित करना होगा कि ऋण/अग्रिम जैसे मामलों में ग्राहकों को नाममात्र लेकिन आवश्यक दस्तावेज़ी प्रक्रिया से गुज़रना पड़े ताकि ग्राहक कागज़ी कार्रवाई से कम जुझें और उनकी ऋण संबंधी आवश्यकता की शीघ्र पूर्ति हो सके।
- इंटरनेट बैंकिंग से संबंधित और अधिक सुगम विकल्पों को तलाशा जाए ताकि वित्तीय लेन-देन हर समय ग्राहकों की पहुँच में हो लेकिन साथ ही हमें यह भी सुनिश्चित करना होगा कि इंटरनेट बैंकिंग को सरल और सुरक्षित बैंकिंग बनाए जाए।
- ग्राहकों से उनकी ही भाषा में संवाद स्थापित किया जाए तथा आवश्यक सामग्री भी उनकी ही भाषा में उपलब्ध करवाई जाए।
- इस बात पर भी आवश्यक ध्यान देने की जरूरत है कि ग्राहकों को किसी भी तरह से गुमराह न किया जाए।
- ग्राहकों की बैंकिंग के प्रति जागरूकता/शिक्षा की प्रति भी आवश्यक ध्यान दिया जाए।

यूँ तो ग्राहक सेवा में आवश्यक सुधार हेतु समय-समय पर कई समितियाँ भी बनाई गई यथा-तलवार समिति (1975), गोईपोरिया समिति (1990), तारापोर समिति (2003) तथा दामोदरन समिति। इसके अतिरिक्त उपभोक्ता संरक्षण की दिशा में सरकार द्वारा उठाया गया एक अहम कदम भी अधिनियम के रूप में पारित किया गया - उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम, 1986 - प्रावधान, उपचार एवं लाचारगी। इन सब उपायों के फलस्वरूप हालांकि ग्राहक सेवा में काफी सुधार हुआ है तथापि इसमें अभी और अधिक सुधार की आवश्यकता है या यूँ कहें कि जब तक ग्राहक की संतुष्टि नहीं होती तब तक कार्मिकों द्वारा दी गई सेवा को संतुष्टिप्रद ग्राहक सेवा नहीं कहा जा सकता। बेहतर नहीं होगा कि हम इस तथ्य को गंभीरता से समझें कि ग्राहक अमूल्य है और वह हमारे संस्थान की पूंजी है और इसे सहेजना ही हर कार्मिक का परमधर्म है क्योंकि वही आपके और हमारे संस्थान की पहचान का आधार भी है।

अंत में निष्कर्ष रूप में यही कहना चाहूँगा कि यदि हम ग्राहक को संतुष्ट करने में सफल होते हैं तो निश्चित ही हम दूसरे संस्थान की अपेक्षा अपने संस्थान की एक स्पष्ट और निष्पक्ष छवि ग्राहक के समक्ष रख पाएंगे और निश्चित ही ग्राहक हमारा नियमित ग्राहक होगा और जितने ज्यादा हमारे ग्राहक होंगे उतना ही ज्यादा हमारा व्यापार होगा। जिससे निश्चित ही लाभ भी अधिक होगा। जिससे हम सुदृढ़ राष्ट्रनिर्माण में भी अपना अमूल्य योगदान देने में समर्थ होंगे।

- प्रधान कार्यालय, राजभाषा विभाग

हिंदी कार्यशालाएँ

आँचलिक कार्यालय, चंडीगढ़

आँचलिक कार्यालय, अमृतसर

आँचलिक कार्यालय, लुधियाना

आँचलिक कार्यालय, बरेली

आँचलिक कार्यालय, पटियाला

सहभागी

हिंदी कार्यशालाएँ

सीबीआरटी चंडीगढ़

आँचलिक कार्यालय, मुम्बई

आँचलिक कार्यालय, जालंधर

आँचलिक कार्यालय, नारायणा, नई दिल्ली

आँचलिक कार्यालय, लखनऊ

सहभागी

अनुभव ऐसा शिक्षक है जो पहले परीक्षा लेता है और बाद में पाठ पढ़ाता है।

ग्राहक सेवा - एक दृष्टिकोण

वी. एस. मिश्रा

सेवा के क्षेत्र में ग्राहक सेवा की आनिवार्यता पर महात्मा गांधी की यह टिप्पणी सर्वथा अनुकूल है कि ग्राहक हमारे कार्य में व्यवधान नहीं अपितु मुख्य कारक होता है। महात्मा गांधी ने तो इससे अधिक भी कहा जो अक्षरशः सत्य है परंतु ग्राहक सेवा के विषय में जमीनी स्तर पर खासकर परिवहन व बैंकिंग सेवाओं में जो कुछ दृष्टिगत होता है, उससे ऐसा कहना अपराध होगा। यह सत्य है क्योंकि बैंकों का व्यवसायिक आधार ग्राहकों की संतुष्टि से विस्तृत होता है और बैंकिंग कार्य-कलापों द्वारा अर्जित लाभांश ग्राहकों की जेब से ही आता है, यह सर्व ज्ञात है किंतु व्यवहारिकता में सर्वाधिक उपेक्षा इसी तथ्य की होती है।

सेवा वस्तुतः संकल्प की अवधारणा से निःसृत होता है। प्राचीन काल से ही विप्र-सेवा, गरीब-सेवा, पशु-सेवा इत्यादि का लंबा सांस्कृतिक इतिहास रहा है और सच पूछा जाए तो भारतीय वाङ्मय में सेवावृत्तियों के आख्यान भरे हुए हैं। इस सेवा के मूल में होता था अमूर्त स्वर्ग व मोक्ष की प्राप्ति। ये दोनों उपलब्धियाँ जीवनकाल में संभव नहीं हो सकती थीं, किंतु बैंकों में ग्राहक सेवा के माध्यम से प्राप्त प्रतिफल तुरंत जीवनकाल में ही भोग्य भौतिक पदार्थों के रूप में उपलब्ध हो जाता है। उत्कृष्ट ग्राहक सेवा का अर्थ संस्था की लोकप्रियता और ग्राहकों की संरक्षा जो विभिन्न बैंकिंग क्रिया-कलापों के माध्यम से लाभ में परिवर्तित हो जाता है और इस लाभ से कर्मचारी व उनके परिवार का उदर पोषण होता है व तमाम आवश्यकताओं की पूर्ति होती है। इस दृष्टिकोण से देखा जाए तो ग्राहक सेवा अपने आप में व्यक्तिगत सफलता की गारंटी है।

इतनी स्पष्टता के बावजूद यदि बैंकों में ग्राहक सेवा की गुणवत्ता का क्षरण होता है तो इसे नासमझी के अतिरिक्त क्या कहा जाए। कालिदास की कथा है जिसमें कालिदास जिस डाल पर बैठे थे उसी को काट रहे थे। इसके मनोरंजक पक्ष से व कालिदास को महामूर्ख समझने में कतई भूल नहीं होती पर ग्राहक सेवा का क्षरण क्या इसी तरह की मूर्खता नहीं है कि आप जिस आधार से अपना जीवन पोषित कर रहें है, उसी को नष्ट करने पर तुले हुए हैं।

यह कालिदास वाली मूर्खता के व्यापीकरण का प्रमुख कारण है कि मनुष्य सफलता के लिए हमेशा सबसे लघु पथ का अनुगमन करना चाहता है। उसे भविष्य चाहिए, धन चाहिए, अच्छी जीवन शैली

चाहिए लेकिन उसके लिए संकल्प नहीं चाहिए। जैसे ही संकल्प की पुण्य रास अपने हाथ में थामते हैं, निष्काम सेवा का स्रोत प्रवाहित होने लगता है। संकल्प के स्थान पर खुशामद, भाई-भतीजावाद को प्रोत्साहन मिलने से संकल्प का आधार ही बिखर जाता है और यही कारण है कि बैंकों में अपने-अपने कैरियर के उत्थान के लिए सेवा संकल्प से अधिक दूसरी बातें महत्वपूर्ण हो जाती हैं। यदि वेतन संवर्धन और भविष्य का पद सोपान व्यक्ति विशेष के सेवा निष्ठा के वस्तुनिष्ठ विश्लेषण से जोड़ दिया जाए तो स्वभाविक सेवावृत्ति का स्वतः ही जन्म हो जाएगा जो उस व्यक्ति के चारित्रिक उदारता और संस्था की व्यवसायिक सफलता दोनों को पुष्ट करेगा।

तीसरी बात है कि नवयुग में अधीरता का प्राबल्य हो गया है। यह अधीरता बैंक कर्मियों में व्याप्त है क्योंकि किसी पुण्य संकल्प के अभाव में जैसे-तैसे काम निपटा कर और अन्य उपायों से अपनी उपयोगिता प्रमाणित कर कार्मिक संतुष्ट हो जाते हैं। इक्कीसवीं शताब्दी के संचार विकास से मनुष्य की संवेदनशीलता दुष्प्रभावित हुई है। संवेदना के अभाव में किसी व्यक्ति के आग्रह को समझना ही दुष्कर है, निपटाना तो बहुत दूर की बात है और इसलिए बैंक कर्मी ग्राहकों की उस पीड़ा को स्वीकार ही नहीं कर पाते जिससे सेवा तो प्रभावित होगी ही। अन्य प्रतियोगी विसंगात्मक वातावरण के प्रभाव से हम स्वतः ही ग्राहकों का वर्गीकरण करके किसी के प्रति उदात और दूसरों के प्रति अनुदार व्यवहार करने लगते हैं जो सर्वजन सेवा के सिद्धांतों के प्रतिकूल है। इस तरह ग्राहक भी अपनी स्थिति का आकलन नहीं कर पाता और उत्तेजना में स्वयं सेवा भंग का कारण बन जाता है। वस्तुतः सेवक व सेवित के मध्य सेवा एक परस्पर भाव

है, जिसका आनंद दोनों को मिलना चाहिए और मिलता भी रहा है। सुमिरों से दशा, मगन गौरिसा, में सेवक शंकर अपने सर पर भगवान के कर स्पर्श से रोमांचित हो रहे हैं और कर स्पर्श के माध्यम से भगवान का सेवक के प्रति प्रेम बहुगुणित हो रहा है। भक्त व भगवान का यह परस्पर भाव उस विनम्र सेवा से उत्पन्न होता है जिसे हनुमान व्यक्त करते हैं।

सो सब तव प्रताप रघुराई। नाथ न कछू मोरि प्रभुताई।।

जब यह भाव उत्पन्न होता है ग्राहक सेवा के संदर्भ में तो इस भाव की उत्पत्ति से ही सेवा उत्कृष्ट, निर्मल और उपयोगी सिद्ध हो सकता है। तभी तो महात्मा गांधी कहते हैं कि ग्राहक हमें सेवा का अवसर देकर अनुग्रहीत करता है।

वर्तमान युग में जब मशीनें जीवन के प्रत्येक क्षेत्र में स्वयं अपने जनक मनुष्य को पीछे छोड़ती हुई प्रतीत हो रही हैं तब भी बैंकों में काउंटर के पीछे बैठे बैंक कर्मचारी की हल्की सी मुस्कान का जो प्रभाव ग्राहक पर पड़ता है उसका जवाब तो मशीन के पास भी नहीं होता। अन्य बैंकों की तुलना में तकनीकी रूप से पिछड़ने के बावजूद हमारे बैंक का लाभार्जन व वर्तमान प्रतिस्पर्धा में बने रहना स्वयं इस बात का प्रमाण है। आदिकाल से भारत में अनवरत चली आ रही सेवा-संस्कृति, पश्चिमी देशों के मशीनीकरण से कहीं आगे है।

- आंचलिक कार्यालय, भोपाल

क्या है ज़िंदगी

प्रतीक गोयल

जब हम खुश हैं, तब बहुत प्यारी लगती है ज़िंदगी।
जब हम उदास हैं, तब बहुत दुख भरी लगती है ज़िंदगी।

जब हम सोच में डूबे रहे, तब बहुत गहरी लगती है ज़िंदगी।
जब हालात बुरे हो जाएं, तब मुश्किलों से लड़ना है ज़िंदगी।

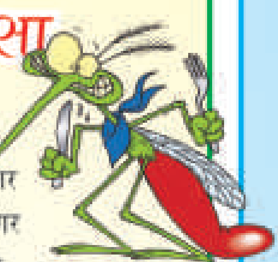
जब दुनिया सच्ची लगे, तब मासूम लगती है ज़िंदगी।
जब कुछ समझ में ना आये, तब घोर अंधेरा है ज़िंदगी।

जब किसी के सामने झुकना पड़े, तब खामोशी से भरी है ज़िंदगी।
जब बहुत कुछ सहना पड़े, तब लाचार सी लगती है ज़िंदगी।

जब रास्ता नज़र आए, तब नई सुबह नई दिशा है ज़िंदगी।
सच पूछो तो साथियों परेशानियों के सामने
खुद को ढालना ही है ज़िंदगी।

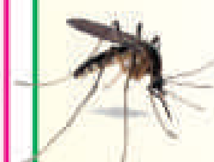
- शाखा बहादुरगढ़

जय मच्छर चालीसा



दीशा भगत

जय मच्छर भगवान उजागर
तुम हो अति रोगों के सागर
नगर दूत अति बलधामा
तुमसे जीत न पाया गामा
गुप्त रूप धर तुम खा जाते
सूक्ष्म रूप धर तुम खा जाते
मधुर-मधुर खुजलाहट आवे
सबकी गाल लाल पड़ जावे
मलेरिया के तुम हो दाता
तुम खटमल के छोटे भ्राता
कोई जगह ऐसी न छोड़ी
जहाँ ना रिश्तेदारी जोड़ी
मच्छरदानी काम न आवे
डीडीटी ना असर दिखावे
जय-जय जय मच्छर भगवाना
श्री झींगुर है तुमरे नाना
भेदभाव ना तुमको आवे
प्रेम तुम्हारा कोई पावे
जो जन मच्छर चालिसा गावे
तन-मन से विघिनलकार को चैन ना पावे



- सुपुत्री रवि कुमार

ध्येय जितना महान होता है, उसका रास्ता उतना ही लंबा और बीहड़ होता है।

काव्य-मंजूषा

प्यार का इंतजार

मनजीत सिंह मल्होत्रा

(यह एक सत्य घटना है जिसका मार्मिकता से वर्णन किया जा रहा है कि कैसे एक माता-पिता अपनी बेटी के जन्म पर जब वह मात्र तीन दिन की थी, अस्पताल में छोड़ कर चले जाते हैं क्योंकि वह एक लड़की थी। नम आँखों से वह इंतज़ार करती है और मन ही मन में शायद कुछ इस प्रकार सोचती है।)

जब मैं इस संसार में आई, किसी ने भी परिवार में खुशी नहीं मनाई,
सबके चेहरे उदास थे, दुःखों के लक्षण उनके चेहरों पर साफ थे।
उदासी भावनाओं को प्रकट कर रही थी,
कारण इसका, मैं लड़की थी।
मन में, मैं यह सोच रही थी, क्या लड़की होना पाप है!
क्या माता-पिता एवं परिवार के लिए, लड़की एक अभिशाप है!
सब्र करो, मुझे बड़ा होने दो, आपकी अपेक्षा से अधिक खड़ा होने दो,
मेरे जन्म को पाप समझ बैठे, अभी से मेरे व्यक्तित्व को अभिशाप समझ बैठे।
ना करना मेरे विवाह आदि की चिन्ता, हमेशा आपको प्यार करूँगी,
पुत्री होने के बावजूद भी, पुत्र की कमी न महसूस होने दूँगी।
यह केवल आश्वासन नहीं, अपितु यह दृढ़ निश्चय है, हमेशा आपका मान रखूँगी,
जीवन में जितनी भी विपत्तियाँ आएंगी, सबका मैं संहार करूँगी।
मन में यह आ रहा है, जब मैं स्कूल से आऊँगी,
आप उत्सुकता से इंतज़ार करेंगे,
लेकिन क्यों दिल में पीड़ा उठ रही है, कैसा आप व्यवहार करेंगे।
बेटी का पैदा होना तो मात्र संयोग है, समाज क्यों सोचता है कि यह एक वियोग है।
मुझे अकेला छोड़ने से पहले, मेरी नम आंखों में देख तो लेते,
इन तीन दिनों में आए कष्टों पर, ममता भरे क्षणों को ही याद कर लेते।
आज भी मेरी नम आँखें, तरस रही हैं आपके दुलार को,
आशा की किरण फिर जग जाएगी, आपके कोमल-मधुर प्यार को।
इन पीड़ादायक क्षणों को, अनन्त खुशियों में बदल दो,
समाज में उत्पन्न इस बुराई एवं कलंक को बदल दो।
भविष्य में किसी को दुःख न पहुँचे, बेटी के जन्म को कोई ग़लत न सोचे,
इन्हीं आकांक्षाओं एवं अपेक्षा से इंतज़ार करूँगी,
आशा है बेटी के जन्म पर खुशी का इज़हार करोगे।

- भूतपूर्व मुख्य प्रबंधक,
ऑ.का. देहरादून

काव्य-मंजूषा

क्षणिकाएँ

परविंदर कौर

प्यार वो जज्बा है
जो किसी विरले को
समझ आता है-
खुदा के बाद
बस उसका ही नाम
आता है -
तुम क्या समझोगे
मोती है ये सागर का
डूबने को हो जो तैयार
बस उसके ही
हाथ आता है।

तबाहियाँ तो दबे पाँव
जा रही थीं
न जाने मेरे घर का पता
किसने बता दिया।
छलकता जाम था
मेरे तो हाथ में
न जाने जहर की बूंदों को
किसने मिला दिया।
तिनके जोड़ के रखे थे
घर बनाने को
एक बेइमान चिंगारी ने
उन्हें जला दिया।
वादे बहुत किए थे
मुहब्बत के उसने मगर
जुल्म इस कदर किये
कि वफा का नाम ही
भुला दिया।

रोते बिलखते लोगों को
अक्सर देखा है
आँख में तिनका भी पड़े
तो संभल नहीं पाते
पर लोग ऐसे भी
देखे है हमने
आँख से खून टपकता है
पर रो नहीं पाते।

कहते हैं जब किसी की
'माँ' मर जाती है
तो वो बच्चे जल्दी
सयाने हो जाते हैं
पर हम तो भोले ही रहे
सरल भाव से
हम सब पर विश्वास
करते रहे
और सब हमें छलते रहे।

अंदर का शोर
इस कदर परेशां करेगा
ये एहसास ही न था
कहे अनकहे बुझे-बुझे से लफ्ज
मेरे इर्द-गिर्द - यहाँ वहाँ बिखरे थे
उठा कर समेट लाई हूँ
छूना-मत टूट जाएंगे
और बुझती रहेगी किरचें
बरसों तलक।

-प्रधान कार्यालय : सामान्य प्रशासन विभाग

खुशी की तलाश

वीणा मरण्डी

अपने दुःख को भूलाने,
जब निकली मैं घर से
ज़िंदगी की नयी आस में,
मैं चली, खुशी की तलाश में।

चलते–चलते देखा एक दुखयारी को,
सोचा – शायद! इसे भी चाहिए खुशी,
उसे साथ लेकर चली मैं,
दोनों चले खुशी की तलाश में।

आगे देखा लाचार माँ को,
भूख से बिलखते मासूम बच्चे को,
मैंने सोचा–शायद!
ये भी लगे हैं दुःख भूलाने को,
ये भी निकले हैं, खुशी की तलाश में।

ज़िंदगी की आस में,
खुशी की तलाश में,
ना जाने कितने दुःख मिले,
शहरों में, रास्तों में,
बस्ती की गलियों में।

एक तरफ लाचारी का दुःख,
एक तरफ भुखमरी का दुःख,
एक तरफ गरीबी का दुःख,
दुःख ही दुःख थे कदम–कदम पर।

इनके दुःख को देखा तो,
मुझे ख़्याल आया,
मेरा दुःख इनके सामने कितना है तुच्छ
अपने दुःखों को भूलाकर
अब निकलना होगा इनकी खुशी की तलाश में।

- अनुपालन विभाग

ग्राहक सेवा एवं बैंक की लाभप्रदता

परमजीत सिंह बेवली

आजकल बैंकिंग उद्योग में तेजी से विस्तार हो रहा है। ग्राहकों की न केवल संख्या बढ़ रही है बल्कि उनकी आवश्यकताओं और अपेक्षाओं में विविधता भी बढ़ रही है। आज का ग्राहक बैंक की मेहरबानी का मोहताज नहीं है। वह अब पहले से विवेकी और चयन पसंद भी है। उपभोक्ता संरक्षण अधिनियम 1986 की शुरूआत के साथ ही ग्राहक के पक्ष में एक और तत्व जुड़ गया है तथा इस तरह से राष्ट्रीयकृत बैंकों का कार्य और भी चुनौतीपूर्ण हो गया है। अतः आज की परिस्थिति विशेष में ग्राहक की स्थिति "राजा" के समान हो गई है। अत्यधिक व्यवसायिकता और उद्यम कौशल ही ग्राहक को संतोष प्रदान करने में सहायक हो सकता है। बैंकों में ग्राहक-सेवा एवं बैंक की लाभप्रदता बदलते समय के साथ परिवर्तित होता छाया-चित्र है। आज के समय में प्रतिस्पर्धा बहुत अधिक है। जैसे प्रत्येक मनुष्य आगे बढ़ने की इच्छा रखता है वैसे ही सभी बैंकों को भी अपने लाभ के मार्ग को पहचान कर आगे बढ़ना है। अन्यथा हानि होने पर बैंक पिछड़ सकता है। तथा उसे दूसरे बैंक की लाभप्रदता के आगे मैदान छोड़कर भागने को विवश होना पड़ सकता है, जो कोई भी बैंक नहीं चाहता। भारतीय बैंकिंग आज बाज़ारोन्मुख हो गई है। जिसमें बैंकिंग कारोबार का केन्द्र-बिंदु ग्राहक है। ग्राहक को आधार मानकर ही उत्पादों की गुणवत्ता एवं मूल्य निर्धारित किए जा रहे हैं। अतः स्पष्ट है कि आज ग्राहक सबसे महत्वपूर्ण घटक हो गया है। आर्थिक जगत में हुए उदारीकरण तथा वैश्वीकरण के फलस्वरूप आज बैंकिंग उद्योग में जो प्रतिस्पर्धा हो रही है, उसमें ग्राहक का स्थान सबसे महत्वपूर्ण हो गया है। अन्य सेवाएं समान होने के बावजूद, ग्राहक सेवा ही वह बिंदु है जो एक बैंक को दूसरे बैंक से बेहतर बनाता है। भारत में जहाँ बैंकिंग व्यवसाय को प्रारंभ में ग्राहक की स्थिति अवांछित व्यक्ति की तरह थी वही इक्कीसवीं शताब्दी के चालू दशक में ग्राहक ही सर्वोपरि हो गया है।

पहले बैंक उन लोगों को बैंकिंग सुविधाओं में प्राथमिकता देते थे जिनका आर्थिक आधार मजबूत था। परंतु आज स्थिति पूरी तरह बदल गई है। इन परिवर्तित परिस्थितियों में बैंक की अपनी कार्य प्रणाली तथा सोच में बदलाव करने हेतु बाध्य कर दिया है। आज जिस ग्राहक सेवा को उत्कृष्ट माना जा रहा है, कल वह पुरानी हो जाएगी। अतः बैंकिंग उद्योग में निरंतर शोध एवं तकनीकी का विकास करके ग्राहकों को अच्छी सेवा देने की पहल ही सर्वोपरि होगी। सभी बैंकों को इस ओर सोचने पर बाध्य होना पड़ेगा।

ग्राहक सेवा एवं लाभ प्रदता का स्वरूप :

आज समस्त बैंकों का दायरा बहुत ही व्यापक हो गया है कि हर वर्ग के व्यक्ति को किसी न किसी रूप में, बैंक सेवाओं की आवश्यकता होती है। सभी बैंक अपने-अपने मूल्यवान ग्राहकों को उनकी आशाओं एवं अपेक्षाओं के अनुरूप सर्वोत्तम एवं संतोषजनक सेवाएं उपलब्ध कराने की कोशिश करते हैं। ग्राहक सेवा का स्वरूप निम्नानुसार है जिन पर अग्रसर होकर अधिक से अधिक लाभप्रदता प्राप्त की जा सकती है। बैंक कर्मी अपने मूल्यवान ग्राहकों के साथ उनकी भाषा में उनका मन जीतने का प्रयास करते हैं क्योंकि यह सबसे कारगर उपाय है, इससे बैंक के कारोबार में असीमित वृद्धि की संभावनाएं निहित हैं, सभी बैंक अपनी-अपनी लाभप्रदता में वृद्धि कर सकते हैं। बैंकों के पूछताछ काउंटर के अतिरिक्त, द्विभाषी अथवा त्रिभाषी सूचना पट्टों की सहायता से बैंक ग्राहकों को अपनी-अपनी जमा-योजनाओं की जानकारी देते हैं और नए-नए खाते खोलने के फार्म भरने में सहायता प्रदान कर सकते हैं।

प्राथमिकता प्राप्त क्षेत्रों जैसे - कृषक, लघु व्यापार तथा सरकार द्वारा प्रायोजित योजनाओं जैसे पीएम, जीपी योजना, स्वर्ण जयंती ग्रामीण स्वरोजगार योजना एवं स्वर्ण जयंती शहरी रोजगार योजना के अंतर्गत जरूरतमंद लक्ष्य-समूहों को संतोषजनक ग्राहक सेवा उपलब्ध करवाकर बैंक अपनी लाभप्रदता में वृद्धि कर सकते हैं। वैयक्तिक एवं सेवा-क्षेत्र के पात्र ग्राहकों को रुपए 15000/- तक के बाहरी चैक तत्काल जमा योजना के अंतर्गत खाते में अविलम्ब जमा कर, बैंक अपने व्यापारिक कारोबार में वृद्धि कर लाभप्रदता की ओर अग्रसर हो सकते हैं।

बैंकों को थोड़े समय के लिए बड़ी मात्रा की जमा-राशियाँ प्राप्त होने की सम्भावनाएं भी होती हैं। बैंक इस प्रकार की मूल्यवान सेवाएँ प्रदान कर, अपनी लाभ प्रदता में वृद्धि कर सकते हैं।

आज वैश्वीकरण तथा उदारीकरण का दौर है, इसलिए बैंकिंग व्यवसाय का स्वरूप ही बदल गया है, इस समय ग्राहक, एटीएम की

सुविधा, इंटरनेट बैंकिंग, ऑन-लाईन ड्राफ्ट बनवाने, रकम अंतरित कराने, चैक-बुक प्राप्त करने तथा खातों में शेष-राशि मालूम करने की सुविधाएँ फोन बैंकिंग कहीं-भी, कभी भी बैंकिंग क्रेडिट एवं डेबिट कार्ड की सुविधाएं, किसान क्रेडिट कार्ड के साथ एटीएम सुविधा, शाखा के अलावा चेक संग्रहण सुविधा तथा मुफ्त काल सेंटर की सुविधा आदि बैंकिंग सुविधाएं चाहता है - बैंक उपरोक्त प्रकार की सुविधाएँ अपने ग्राहकों को प्रदान कर, लाभप्रदता की ओर अग्रसर हो सकते हैं।

आधुनिक ग्राहक एक ही शाखा में एक ही काउंटर पर सभी प्रकार की सुविधाएँ चाहता है। जिससे उसके समय की बचत हो। शाखाओं को कम्प्यूटरीकृत करके इस प्रकार की ग्राहक सेवा प्रदान करके बैंकों की लाभप्रदता में बढ़ोतरी हो सकती है। मूल्यवान ग्राहक हमेशा ही अपना हित एवं लाभ चाहता है, बैंक कर्मचारियों को अपने प्रत्येक उत्पाद की पूर्ण एवं सही जानकारी होनी चाहिए। ग्राहक सेवा दक्ष ही नहीं बल्कि त्रुटिरहित भी होनी चाहिए। अपने मूल्यवान ग्राहक को अपना उत्पाद विक्रय करते समय बैंक कर्मचारियों को बैंक के लाभ के साथ-साथ मूल्यवान ग्राहक के लाभ की बात भी करनी चाहिए। इस प्रकार ग्राहक को अधिक संतुष्टि होती है। ग्राहक भी बैंक के साथ आत्मीयता महसूस करता है।

इसके साथ आज का मूल्यवान ग्राहक, असुविधाजनक परिसर में जाना पसंद नहीं करता। बैंक परिसर में मूल्यवान ग्राहक अनुकूल वातावरण पाकर असुविधाजनक महसूस करता है। यह सब परिसर में बैठने की समुचित व्यवस्था, आकर्षक फर्नीचर उपलब्ध कराकर, हल्का-हल्का संगीत बजाकर तथा सुंदर-सुंदर पौधे रखकर किया जा सकता है। कुल मिलाकर ग्राहक जब भी शाखा में आए उन सबका मन एवं हृदय प्रफुल्लित हो उठे। उपरोक्त समुचित प्रबंध उपलब्ध करवाकर बैंक अपने मूल्यवान ग्राहकों से व्यापारिक कारोबार प्राप्त कर सकते है तथा लाभप्रदता की ओर अग्रसर हो सकते हैं।

ग्राहक-सेवा : ग्राहक उन्मुख हो :

वास्तव में एक ग्राहक हमसे क्या चाहता है? इस विषय पर पूर्ण रूप से विचार करना अत्यंत आवश्यक है। वैश्वीकरण व प्रतियोगिता के इस युग में ग्राहक की अपेक्षाएँ बहुत ऊँची हैं, मूल्यवान ग्राहक अपेक्षा करता है कि स्टाफ विनम्र हो, उनके चेहरे पर मुस्कान हो तथा ग्राहकों का आदर करें। बैंकों का समस्त स्टाफ कार्यकुशल हो। समस्त बैंकों का प्रमुख उद्देश्य अब लाभार्जन करना ही रह गया है, इसी के द्वारा बैंक की कार्यक्षमता का निर्धारण भी किया जाने लगा है इसीलिए बैंकों को अपना अस्तित्व बनाए रखना बहुत कठिन हो गया है। यह भी पूर्णरूप से तय है कि भविष्य में वही बैंकर सफल होंगे जो अपनी योजनाओं व नीतियों को बाजारोन्मुख एवं ग्राहकोन्मुख बनाएंगे। इससे ग्राहक बैंक की सेवाओं से संतुष्ट होगा तथा बैंक की छवि भी सुधरेगी व लाभप्रदता भी बढ़ेगी।

यदि सभी बैंक विपणन में ग्राहक-सेवा हेतु नई-नई तकनीकी सुविधाओं का प्रयोग करें तो कोई कारण नहीं कि बैंकिंग उद्योग भी ऊँचाइयों को न छू सके और अपने निर्धारित प्रतिमानों को प्राप्त न कर सके। लाभप्रदता निश्चित रूप से होगी तथा समयानुसार लाभप्रदता में वृद्धि होगी।

उपसंहार :

समस्त बैंकों का एक उद्देश्य है कि उत्तम ग्राहक सेवा द्वारा बैंकिंग उद्योग में लाभप्रदता प्राप्त की जा सकती है और निश्चय रूप से लाभप्रदता प्राप्त करेंगे यह हमारा एक उद्देश्य है। साथ ही समस्त, बैंक कर्मचारीगण प्रण लें कि अपने-अपने बैंक के समस्त ग्राहकों को निश्चित रूप से एक प्रकार की उत्तम ग्राहक सेवा प्रदान कर समस्त ग्राहकों का दिल जीतेंगे। वर्तमान समय में बैंकिंग वातावरण गहन प्रतिस्पर्धात्मक एवं लाभपरक हो गया है। बैंकों को अपने मूल्यवान ग्राहकों से शिकायत मिलने के पश्चात् 24 घंटे के अंदर-अंदर निपटान करने का प्रयास करना होगा। ग्राहकों से मधुर संबंध बनाने होंगे और बैंक के समस्त कर्मचारियों को उत्तम ग्राहक सेवा प्रदान करने के लिए प्रशिक्षित करना होगा। उत्तम ग्राहक सेवा द्वारा ही बैंकिंग उद्योग में लाभप्रदता निश्चित है। बैंक अपने कॉर्पोरेट विज़न प्राप्त कर एक सुदृढ़ एवं सक्रिय बैंक के रूप में उजागर हो सकते हैं। बैंक का मिशन योजनाबद्ध ढंग से निधियों की औसत लागत को घटाते हुए पूंजी पर प्रतिस्पर्धात्मक समंजित जोखिम नियंत्रण द्वारा प्रतिफल को बढ़ाना एवं प्रचालन लागत में कमी कर अग्रिम तथा निवेशों से आय को बढ़ाना निश्चित रूप से बैंक का मिशन होना चाहिए। अंत में समस्त बैंकों को लाभप्रदता की दृष्टि से ग्राहक सेवा में उत्कृष्टता हासिल करने हेतु पूर्ण रूप से प्रयत्न करना होगा।

रुको मत - चलते रहो। बुझो मत - जलते रहो।
मूल्यवान ग्राहकों को-उत्तम ग्राहक सेवा प्रदान करते रहो।

यही हमारा लक्ष्य होना चाहिए।

- सेवानिवृत्त अधिकारी

कर्तव्य को भूल जाने वाला, लक्ष्य प्राप्ति नहीं कर सकता।

ग्राहक सेवा और बैंकिंग

पवन कुमार जैन

बैंक एक व्यापारिक संस्था है जिसका अस्तित्व ग्राहकों पर निर्भर करता है इसलिए हम सदैव ग्राहक सेवा और उनसे जुड़ी सुविधाओं पर बल देते हैं। बैंकिंग के इतिहास पर यदि दृष्टिपात करें तो पिछले 50 वर्षों में जहाँ इसने काफी प्रगति की है, वहीं इसके स्वरूप में आमूल-चूल परिवर्तन भी हुआ है। पहले जहाँ हम मोटे-मोटे लेजरों पर खातों का हिसाब रखते थे, पासबुक और खाता विवरणी हाथों से तैयार की जाती थी, चिट्ठी-पत्री भी हाथ से लिखी जाती थी। वहीं आज बैंकिंग काउंटर से बाहर निकलकर हमारी जेबों और उंगुलियों तक पहुँच गई है। ऐसे में ज़रूरी हो गया है कि हम ग्राहक सेवा पर विचार करते समय बैंकिंग के उत्पादों पर भी अपनी नज़र रखें। बैंक में आने वाले ग्राहक हर वर्ग के होते हैं। एक खोमचे लगाने वाले से लेकर बहुत बड़े उद्योगपति तक बैंक से जुड़े होते हैं। अतः बैंक की योजनाएं और सुविधाएं सभी वर्ग के ग्राहकों को ध्यान में रखकर बनाई जाती हैं। आज प्रधानमंत्री जन-धन योजना के अंतर्गत उन लोगों को भी जोड़ा जा रहा है जो बैंक के अंदर प्रवेश करते समय हिचकिचाते थे या उन्हें बैंक में खाते खोले जाने की आवश्यकता और लाभों के बारे में किंचित मात्र भी जानकारी नहीं थी।

हालांकि बैंक का निहित उद्देश्य लाभ कमाना ही होता है लेकिन राष्ट्रीयकरण के बाद से बैंक के उद्देश्यों में सामाजिक सरोकारों से जुड़ना भी हो गया है। प्राथमिकता क्षेत्र के अंतर्गत सरकारी योजनाओं को क्रियान्वित करना और समाज के हर तबके को विभिन्न योजनाओं के माध्यम से वित्त प्रदान करना भी बैंक के अनिवार्य कार्यों में शामिल है। इसलिए बैंक के नीति-नियंताओं, योजना एवं विकास विभाग तथा प्रशिक्षण विभाग को अपने कार्मिकों को उनकी आवश्यकतानुसार योजनाएँ बनानी होंगी तथा उनके क्रियान्वयन के लिए उन्हें मार्गदर्शित एवं प्रशिक्षित भी करना होगा तभी हमें अपेक्षित परिणाम प्राप्त होंगे।

यदि हमने किसी ग्रामीण शाखा में ऐसे कार्मिकों को पदस्थ कर दिया जो कि उस क्षेत्र की भाषा, भूगोल एवं वित्त संबंधी आवश्यकताओं की जानकारी नहीं रखता है तो फिर वह चाहकर भी बेहतर सेवाएं ग्राहकों को दे पाने में अक्षम होगा। इसलिए मानव-संसाधन विभाग को इस दृष्टि से भी सचेत रहना होगा।

कार्टूनिस्ट – प्रदीप कुमार साव, प्रधान का., सतर्कता विभाग

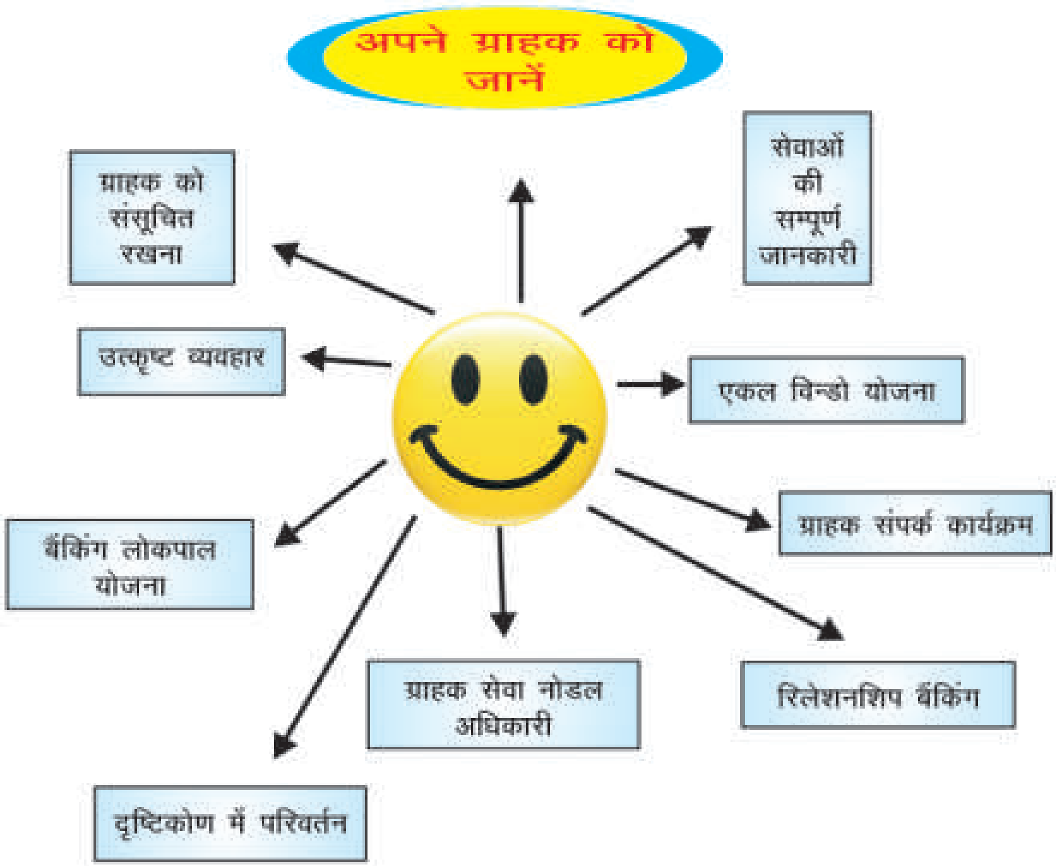
जैसे कि ऊपर चर्चा की गई है आज हम नेट बैंकिंग, मोबाईल बैंकिंग, एटीएम और अन्य तकनीकी सुविधाओं से लैस हैं। हमारे ग्राहक भिन्न-भिन्न वर्गों से आते हैं। कुछ ग्राहक तो इन तकनीकों की पूरी जानकारी रखते हैं किंतु अधिकांश ग्राहक इस तकनीक से परिचित नहीं होते हैं, इसलिए अपने ग्राहकों को तकनीक से जोड़ने के लिए तथा इस तकनीक के अपेक्षित परिणाम पाने के लिए यह भी ज़रूरी है कि बैंक अपने ग्राहकों को तकनीक की संक्षिप्त एवं सारगर्भित जानकारी दे ताकि बैंक को इस तकनीक पर किए गए निवेश का लाभ मिल सके और ग्राहक भी पूरी शिद्दत के साथ जुड़ सकें। हमें यह नहीं मान लेना चाहिए कि केवल तकनीक को ला देने भर से ही वो बैंक में लागू हो जाती है। इसके लिए शाखा स्तर पर कार्मिकों द्वारा अपने ग्राहकों को इसकी जानकारी दी जाए।

आज जिस तरह बैंकिंग में कपट और जालसाजी की घटनाएँ सामने आ रही हैं। हमें इन घटनाओं को रोकने के लिए ज़रूरी कदम उठाने चाहिए, ताकि ग्राहकों का धन सुरक्षित रहे।

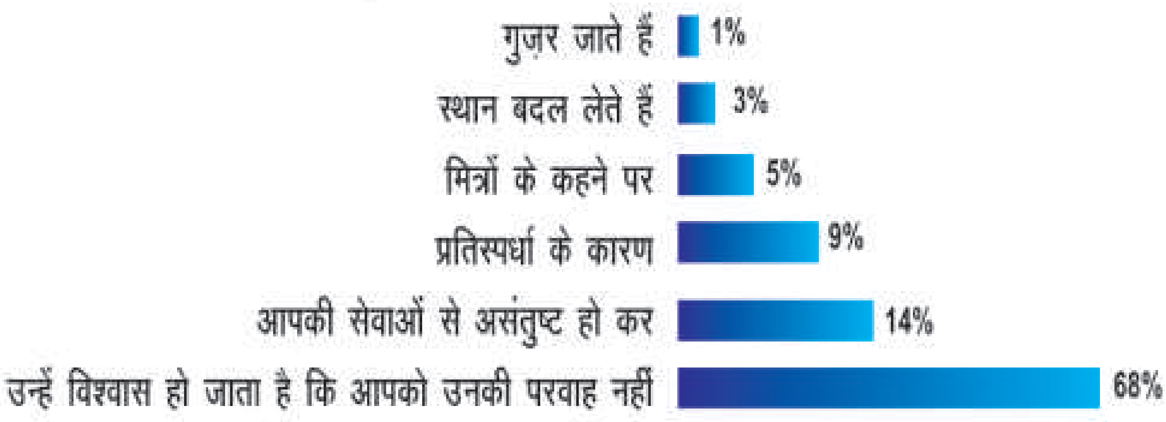
ग्राहक सेवा के उपायों पर केवल औपचारिक क्रियान्वयन करना, मासिक बैठक भर कर लेना और शिकायतों का निपटान कर लेना भर ही नहीं है। बल्कि बैंक के व्यापार को सुरक्षित रूप से आगे बढ़ाना भी हमारा प्राथमिक दायित्व है।

- शाखा वाशी, मुम्बई

ग्राहक सेवा - एक नजर



ग्राहक छोड़ कर क्यों चले जाते हैं?



नेहरू सीनियर हॉकी टूर्नामेंट 2014

में बैंक ने द्वितीय स्थान प्राप्त किया

अध्यक्ष एवं प्रबंध निदेशक श्री जतिन्दरबीर सिंह, कार्यकारी निदेशक श्री मुकेश जैन तथा बैंक के अन्य उच्चाधिकारियों के साथ बैंक की हॉकी टीम।

बैंक के हॉकी टीम के खिलाड़ियों को सम्मानित करते हुए बैंक के उच्चाधिकारी

उत्तर प्रदेश के राज्यपाल महामहिम श्री राम नायक, लखनऊ में, वर्ष 2013-2014 के दौरान राजभाषा नीति के श्रेष्ठ कार्यान्वयन हेतु 'ख' क्षेत्र ''बैंक'' श्रेणी के अंतर्गत आँचलिक कार्यालय, चंडीगढ़ को राजभाषा शील्ड (द्वितीय पुरस्कार) प्रदान करते हुए। शील्ड प्राप्त कर रहे हैं, उप महाप्रबंधक श्री टी. पी. एस. वालिया

कैलेंडर, वर्ष 2015

का विमोचन करते हुए
अध्यक्ष एवं प्रबंध निदेशक श्री जतिंदरबीर सिंह (आई.ए.एस.)
कार्यकारी निदेशक एवं अन्य उच्चाधिकारीगण