

सेन्ट्रल मंथन

• खंड 8 • अंक - 1 • मार्च, 2023

बए दौर की मार्केटिंग



विशेष
अकार्षण-
ग्राहक सेवा
और संपर्क



सेन्ट्रल बैंक ऑफ इंडिया
Central Bank of India

1911 से आपके लिए "केंद्रित" "CENTRAL" TO YOU SINCE 1911



दिनांक 8 मार्च 2023 को केंद्रीय कार्यालय द्वारा आयोजित अंतर्राष्ट्रीय महिला दिवस के अवसर पर माननीय प्रबंध निदेशक एवं मुख्य कार्यकारी अधिकारी श्री एम.वी. राव एवं कार्यपालक निदेशक श्री विवेक वाही तथा श्री एम वी मुरली कृष्ण.



दिनांक 20 मार्च 2023 को केंद्रीय कार्यालय द्वारा दिल्ली में आयोजित अखिल भारतीय राजभाषा सम्मेलन के अवसर पर उपस्थित सुश्री अंशुली आर्या, आईएएस, सचिव (राजभाषा विभाग) गृह मंत्रालय, भारत सरकार एवं हमारे कार्यपालक निदेशक श्री राजीव पुरी.

नए सौर की
मार्केटिंग



G20



सेन्ट्रल बैंक
ऑफ इंडिया
और सोसाइटी

Central Bank of India

प्रधान संरक्षक

श्री एम. वी. राव

प्रबंध निदेशक एवं मुख्य कार्यकारी अधिकारी

संरक्षक

श्री विवेक वाही

कार्यपालक निदेशक

श्री वाजीर पुढ़ी

कार्यपालक निदेशक

श्री एम. वी. कुमारी कृष्ण

कार्यपालक निदेशक

उप संरक्षक

श्री-श्री रामेश्वर

महाप्रबंधक (मासंच / राजभाषा)

संपादक

श्री वाजीर वार्ष्य

सहायक महाप्रबंधक (राजभाषा)

सहायक संपादक

श्री-श्री छाया पुष्टि

श्री-श्री अनिता थ्रूरे

श्री लक्ष्मी कुमार



विषय-सूची

► प्रबंध निदेशक एवं मुख्य कार्यकारी अधिकारी, श्री एम.वी. राव का संदेश	2
► कार्यपालक निदेशक, श्री विवेक वाही का संदेश	3
► कार्यपालक निदेशक, श्री राजीव पुरी का संदेश	4
► कार्यपालक निदेशक, श्री एम वी मुरली कृष्ण का संदेश	5
► महाप्रबंधक (राजभाषा) का संदेश	6
► संपादकीय	7
► डिजिटल परिप्रेक्ष्य में वित्तीय समावेशन	8
► नये दौर की बैंकिंग	10
► अजगैबीनाथ - सुल्तानगंज से देवघर बैद्यनाथ धाम की यात्रा	12
► सूचना का अधिकार अधिनियम (विशेष संदर्भ : सार्वजनिक बैंक)	15
► ग्राहक सेवा एवं संपर्क	18
► नए युग की बैंकिंग	20
► नये दौर की मार्केटिंग	22
► सूर्यकांत त्रिपाठी 'निराला'	23
► नारी शक्ति	24
► बदलते बैंकिंग परिवेश में ग्राहक संतुष्टि	27
► सावित्रीबाई फुले	29
► सफरनामा	30
► भूटान यात्रा का अविस्मरणीय संस्मरण	32
► कविता-नीड़	33
► मार्केटिंग और राजभाषा	34
► अखिल भारतीय राजभाषा सम्मेलन की कुछ झलकियां	37
► राजभाषा गतिविधियां	39



प्रबंध निदेशक एवं मुख्य कार्यकारी अधिकारी, श्री एम.वी.राव का संदेश

प्रिय सेन्ट्रलाइट साथियों,

सर्वप्रथम मैं वित्त वर्ष 2022-23 हेतु हमारे बैंक के शानदार परिणामों के लिए समस्त सेन्ट्रलाइटों को हार्दिक बधाई देता हूँ। अब नया वित्त वर्ष 2023-24 प्रारंभ हो चुका है। आप सभी को नए लक्ष्य दिए जा चुके हैं। शाखा प्रबंधक अपनी टीम के सभी सदस्यों को लक्ष्यों की जानकारी दें। प्रत्येक शाखा को कारगर रणनीति के साथ, सभी सदस्यों को एक टीम के रूप में उत्साहपूर्वक कार्य करते हुए अपने सभी लक्ष्यों को बढ़े मार्जिन से प्राप्त करना है।

विगत कुछ दिनों में हुई इंटरनल फ्रॉड की घटनाएं बहुत चिंताजनक हैं, इसलिए हर लेबल पर बैंक के सिस्टम और प्रोसिजर का पूर्ण अनुपालन करें। जरा सी चूक और लापरवाही का गलत इरादे वाले सदस्य दुरुपयोग कर सकते हैं। इसलिए यह ध्यान रखें कि कोई भी कर्मचारी सिस्टम का गलत लाभ उठाकर फ्रॉड जैसा कार्य करने में सफल न हो पाए। इससे बैंक की आर्थिक हानि होती है, साथ ही बैंक की इमेज पर प्रतिकूल प्रभाव पड़ता है। इंटरनल फ्रॉड सहन नहीं किए जा सकते हैं। ऐसा करने वाले कार्मिकों को किसी भी स्थिति में माफ नहीं किया जाएगा और उन्हें कड़ी सजा दी जाएगी।

बैंक की प्रगति के लिए इसके व्यवसाय में वृद्धि आवश्यक है। प्रत्येक शाखा बैंक का व्यवसाय बढ़ाने के लिए अपने

यहां अधिक से अधिक नए खाते खुलवाएं। सभी शाखाएं कासा जमा बढ़ाने पर विशेष फोकस करें। स्कूल, कालेजों के छात्रों, गृहणियों और पेशनरों के खाते खुलवाएं। निकट भविष्य में सेवानिवृत्त होने वाले कर्मचारियों के खाते खुलवाएं। अपनी शाखा के इन-ऑपरेटिव खातों को पुनः ऑपरेटिव करने पर जोर दिया जाए। हमारे बैंक के पुराने ग्राहकों को पुनः अपने साथ जोड़ने के लिए भी प्रभावी उपाय करें।

बैंक के लोन पोर्टफोलियो को बढ़ाने के लिए नए और अच्छे खातों की ओर ध्यान दें। बैंक के ग्राहकों को विभिन्न रिटेल प्रोडक्टों की पूरी जानकारी प्रदान करें। शाखा में या ऑनलाइन मिलने वाली लोन एप्लीकेशनों पर शीघ्रतापूर्वक कार्यवाही की जाए। बैंक के रिटेल प्रोडक्टों को लोकप्रिय बनाएं। साथ ही ग्राहक सेवा को सर्वोत्तम बनाने का हर संभव उपाय करें।

हार्दिक शुभकामनाओं सहित।



(एम. वी. राव)

प्रबंध निदेशक एवं मुख्य कार्यकारी अधिकारी



कार्यपालक निदेशक, श्री विवेक वाही का संदेश

प्रिय सेन्ट्रलाइट साथियों,

वित्त वर्ष 2022-23 के हमारे बैंक के अच्छे वित्तीय परिणामों के लिए मैं आप सभी को हार्दिक बधाई देता हूं और अपने माननीय एमडी एवं सीईओ श्री एम वी राव के विजनरी निर्णय और कुशल नेतृत्व के लिए उन्हें हार्दिक धन्यवाद देता हूं.

किसी भी बैंकिंग संस्था की प्रगति के लिए निरंतर व्यवसाय वृद्धि आवश्यक होती है. व्यवसाय बढ़ाने के लिए अन्य बहुत सारे कारकों के साथ मार्केटिंग का भी महत्वपूर्ण योगदान होता है. मार्केटिंग के माध्यम से हम अपने प्रोडक्ट की जानकारी सीधे अपने वर्तमान ग्राहकों तथा संभावित ग्राहकों तक पहुंचाते हैं. नागरिकों से भी मिला जाता है, उन्हें अपने प्रोडक्ट के विषय में विस्तार से समझाया जाता है, उनके प्रश्नों का संतोषजनक उत्तर दिया जाता है. अर्थात् उन्हें अपना ग्राहक बनाने का हर संभव प्रयास किया जाता है.

आज हमारे बैंक के पास समाज के हर वर्ग की समस्त आवश्यकताओं के अनुसार प्रोडक्ट उपलब्ध हैं. हमारी ब्याज दर भी बहुत कॉम्पिटेटिव है. शाखाएं क्रेडिट वृद्धि पर विशेष

ध्यान दें. अच्छे लोन प्रणोजन समय की मांग है. प्राप्त ऋण आवेदनों पर जल्दी से जल्दी कार्रवाई की जाए. क्रेडिट बढ़ाने से बैंक का सीडी रेशो बढ़ेगा. हमारी लाभ प्रदत्ता बढ़ेगी. बैंक की बैलेंसशीट बेहतर होगी.

हमें अपनी ऑडिट रिपोर्ट की कमियां भी निर्धारित समय में दूर कर लेनी चाहिए. हमारी हाउस कीपिंग इत्यादि अपडेट रखनी चाहिए. हमारे परिसर स्वच्छ एवं आकर्षक बनाएं रखें तो हर व्यक्ति को अच्छा लगेगा. सभी ग्राहकों को सर्वोत्तम ग्राहक सेवा प्रदान करें. हमारी सर्वोत्तम ग्राहक सेवा ही हमारे ग्राहक को हमसे जोड़कर रखती है तथा हमारे लिए निरंतर नए ग्राहक भी प्रदान करती है.

हार्दिक शुभकामनाएं



(विवेक वाही)
कार्यपालक निदेशक



कार्यपालक निदेशक, श्री राजीव पुरी का संदेश

प्रिय सेन्ट्रलाइट साथियों,

सबसे पहले मैं हमारे बैंक द्वारा वित्त वर्ष 2022- 23 के लिए घोषित शानदार कामकाजी परिणामों के लिए सभी सेंट्रलाइटों को हार्दिक बधाई देता हूं. मैं इसके लिए माननीय एमडी एवं सीईओ श्री एम.वी राव को उनके प्रभावी नेतृत्व और विजनरी निर्णयों के लिए हार्दिक ध्येयाद देता हूं.

आज की बैंकिंग, आदमी के मोबाइल में समा चुकी है. ऐसे दौर में भी मार्केटिंग का महत्व दिन प्रतिदिन बढ़ता जा रहा है. हमें भी अपनी मार्केटिंग टीम को और अधिक असरदार बनाना आवश्यक है. आंचलिक और क्षेत्रीय कार्यालयों तथा शाखाओं में मार्केटिंग के लिए नामित किए गए सदस्यों को परिणामदायक कार्य करना चाहिए. हमारी मार्केटिंग टीमों के सभी सदस्यों को बैंक के समस्त प्रोडक्टों की पूरी जानकारी होनी चाहिए. नागरिकों से प्राप्त लीड्स का निरंतर फॉलोअप करना चाहिए. मार्केटिंग के माध्यम से शाखा में आने वाले व्यक्तियों पर शाखाओं को पूरा ध्यान देना चाहिए. उनके ऋण आवेदन अथवा अन्य बैंकिंग कार्यों को जल्दी से जल्दी पूरा किया जाए.

हमें अपने ऋण खातों पर विशेष ध्यान देना आवश्यक है. ऋण खातों की मॉनिटरिंग एवं उधार कर्ताओं से नियमित

संपर्क और खातों का फॉलोअप किया जाना चाहिए. तनावग्रस्त आस्तियों (स्ट्रेस्ड असैट्स) पर फोकस कर वसूली प्रक्रिया के माध्यम से एनपीए को न्यूनतम करना होगा.

हम सब जानते हैं कि बैंकिंग सेवा उन्मुख कार्य है. सेवा में तनिक सी चूक से ग्राहक को शिकायत का अवसर मिल जाता है. ग्राहकों की शिकायत का शीघ्र संतोषजनक समाधान देना आवश्यक है. इसी प्रकार आंतरिक लोकपाल, बैंकिंग लोकपाल एवं उपभोक्ता अदालतों से प्राप्त प्रकरणों पर शीघ्र कार्यवाई की जाए.

मानव संपदा प्रबंधन एक अति संवेदनशील एवं महत्वपूर्ण कार्य है सभी कार्मिकों से अनुशासन अपेक्षित है. यह भी ध्यान रखें कि कार्मिकों के आवेदनों, अवकाश इत्यादि पर शीघ्र कार्यवाई, परिवेश को सकारात्मक बनाते हैं.

हार्दिक शुभकामनाएं.



(राजीव पुरी)
कार्यपालक निदेशक



कार्यपालक निदेशक, श्री एम वी मुरली कृष्ण का संदेश

प्रिय सेन्ट्रलाइट साथियों,

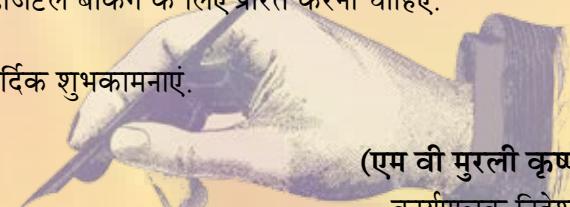
माननीय एमडी एवं सीईओ सर के नेतृत्व में बैंक ने वर्ष 2022-23 के दौरान उत्कृष्ट प्रदर्शन किया है। इसके लिए मैं सम्माननीय एमडी एवं सीईओ सर के प्रति आभार व्यक्त करते हुए आप सभी सेन्ट्रलाइट साथियों को हार्दिक बधाई देता हूं।

समय बहुत तेजी से बदल रहा है। समय और प्रौद्योगिकी के विकास के साथ-साथ बैंकिंग भी बदल रही है। इसी प्रकार इस दौर में मार्केटिंग के तौर तरीके भी बदल रहे हैं। आज स्मार्टफोन के माध्यम से समाज का बहुत बड़ा वर्ग सोशल मीडिया से जुड़ गया है तथा यह संख्या लगातार बढ़ती जा रही है। वर्तमान में मार्केटिंग के लिए सोशल मीडिया को एक प्रभावी माध्यम माना जाने लगा है। इसके माध्यम से एक साथ बहुत बड़े वर्ग से संपर्क साधा जा सकता है। इसी प्रकार बड़े-बड़े आयोजनों, खेलों, उत्सवों और मेलों का प्रायोजन करने एवं उनमें सक्रिय सहभागिता करने को भी मार्केटिंग का एक रूप माना जाने लगा है। वास्तव में आजकल अधिक से अधिक दृश्यता (विजिबिलिटी) भी मार्केटिंग समझी जाने लगी है क्योंकि कहा जाता है 'जो दिखता है वह बिकता है।'

हमें कृषि एवं ग्रामीण क्षेत्र की ओर पर्याप्त ध्यान देना चाहिए। यह सरकार की प्राथमिकता और देश की आवश्यकता है। साथ ही हमारे भी व्यवसाय का एक महत्वपूर्ण स्रोत है। अभी हाल ही में हमने नए केसीसी जारी करने और केसीसी नवीनीकरण हेतु डिजिटल यात्रा प्रारंभ की है। सभी शाखाएं डिजिटल यात्रा अपनाने हेतु किसानों के मध्य जागरूकता उत्पन्न करें। इसी तरह रिटेल क्षेत्र पर ध्यान दिया जाना है। देश में आवास, वाहन, शिक्षा, उच्च शिक्षा इत्यादि के क्षेत्र निरंतर प्रगति की ओर अग्रसर हैं। इससे हमें रिटेल व्यवसाय के अवसर बनते हैं। हमें अपने रिटेल बिजनेस पर बहुत अधिक ध्यान देना चाहिए।

इसके अतिरिक्त हमें अपने ग्राहकों को डिजिटलीकरण के संबंध में जागरूक बनाना चाहिए। उन्हें एम पासबुक, मोबाइल बैंकिंग, नेट बैंकिंग इत्यादि की विस्तृत जानकारी देकर डिजिटल बैंकिंग के लिए प्रेरित करना चाहिए।

हार्दिक शुभकामनाएं।



(एम वी मुरली कृष्ण)
कार्यपालक निदेशक



महाप्रबंधक (राजभाषा) का संदेश

प्रिय सेन्ट्रलाइट साथियों,

वित्त वर्ष 2022-23 के शानदार परिणामों के साथ हमारे सम्माननीय प्रबंध निदेशक एवं मुख्य कार्यकारी अधिकारी श्री एम.वी राव एवं तीनों कार्यपालक निदेशकगणों के कुशल नेतृत्व में हमारा प्रिय बैंक अब प्रगति के पथ पर तीव्र गति से आगे बढ़ रहा है।

वर्तमान बैंकिंग कड़ी प्रतिस्पर्धा के दौर में है. ऐसे में नए ग्राहक बनाना तो चुनौतीपूर्ण है ही साथ ही विद्यमान ग्राहकों को अपने साथ बनाए रखना और भी अधिक चुनौतीपूर्ण है. हमारी सर्वोत्तम ग्राहक सेवा ही ऐसी चुनौती से निपटने में कारगर सिद्ध होगी. इस क्रम में हमारे प्रोडक्टों के लिए प्रभावी मार्केटिंग भी परिणाम दायक होती है।

हम एक महान बैंकिंग संस्था में कार्यरत हैं. किसी भी संस्था के कर्मचारी उसकी सफलता का आधार होते हैं. कहा जाता है कि “एक संतुष्ट कर्मचारी संस्था की सफलता की रीढ़ होता है.” विगत दिनों हमारे बैंक ने अपने कर्मचारियों के हित में अनेक उपाय किए हैं. इनमें प्रमुखतः अनुकंपा के आधार पर नियुक्ति, होटल प्रवास की पात्रता में वृद्धि,

आरएफए में वृद्धि, सभी संवर्गों हेतु पदोन्नति प्रक्रिया इत्यादि सम्मिलित हैं. हमारा उच्च प्रबंधन कार्य स्थल को बेहतर बनाने के प्रयास निरंतर कर रहा है।

हमें यह समझना होगा कि कर्मचारियों का हित उनकी संस्था के हित से जुड़ा हुआ होता है. जब कर्मचारी अच्छा कार्य करते हैं तब संस्था का परिणाम अच्छा होता है. जब संस्था का परिणाम बेहतर होता है तब कर्मचारियों की सुविधाएं बढ़ती हैं. यह द्विपक्षीय व्यवस्था होती है. इस व्यवस्था में सबकी अपनी-अपनी भूमिकाएं निर्धारित होती है. अपने-अपने कर्तव्य निर्धारित होते हैं. हमें अपने कर्तव्य पूर्ण निष्ठा से निभाने होते हैं. इस क्रम में कार्मिकों अधिकार स्वतः प्राप्त हो जाते हैं.

हार्दिक शुभकामनाओं सहित.



(पॉपी शर्मा)

महाप्रबंधक - राजभाषा



संपादकीय



प्रिय साथियों,

सर्वप्रथम अभी-अभी घोषित वित्तीय वर्ष 2022 के लिए हमारे बैंक के अत्यंत उत्साहजनक वित्तीय परिणामों के लिए आप सभी को हार्दिक बधाई। यह हमारे सम्माननीय प्रबंध निदेशक एवं मुख्य कार्यकारी अधिकारी तथा हमारे उच्च प्रबंधन की दूरदृष्टि और उनके कुशल मार्गदर्शन का ही सुपरिणाम है।

बैंकिंग हमें समाज के सभी वर्गों से जोड़ती है, साथ ही हमें विनम्रता एवं शिष्टतापूर्ण व्यवहार करने हेतु प्रेरित करती है। एक बैंक कर्मी के नाते हमसे अपने सभी ग्राहकों के साथ मधुर व्यवहार करना अपेक्षित होता है। हमारा व्यवहार जितना अच्छा होगा हमारे ग्राहकों का बैंक से जुड़ाव उतना ही अधिक होगा और ग्राहक अधिक संतुष्ट होगा।

कहा जाता है कि संतुष्ट ग्राहक हमारा चलता फिरता विज्ञापन है।

इसके अतिरिक्त संतुष्ट ग्राहक के माध्यम से हमें निरंतर नए ग्राहक मिलते रहते हैं। शाखा में अपने काउंटर पर कार्य करते हुए सर्वोत्तम ग्राहक सेवा प्रदान करना भी मार्केटिंग का ही एक रूप है। अपने संतुष्ट ग्राहकों को बैंक के अन्य

प्रोडक्टों के लिए प्रेरित किया जाना भी अच्छी मार्केटिंग होती है। इसी प्रकार अपने परिचितों मित्रों इत्यादि को समय-समय पर बैंक के विभिन्न प्रोडक्टों की जानकारी देते रहना भी मार्केटिंग ही कहलाती है।

शाखा में आने वाले ग्राहकों को एटीएम, पासबुक प्रिंटिंग मशीन, कैश डिपॉजिट मशीन एवं सिक्का वितरण मशीन इत्यादि की जानकारी देते हुए एमपासबुक एप तथा मोबाइल बैंकिंग एप और इंटरनेट बैंकिंग की सूचना भी दी जाए। ग्राहकों को इन सुविधाओं का प्रयोग करने के लिए प्रेरित किया जाए। इससे ग्राहकों का श्रम और समय दोनों की बचत होती है। साथ ही शाखा परिसर को सदैव आकर्षक स्थिति में रखना भी आवश्यक है।

शुभकामनाओं सहित,



राजीव वार्ष्य
सहायक महाप्रबंधक - राजभाषा



डिजिटल परिप्रेक्ष्य में वित्तीय समावेशन

- श्री राजू तिवारी
प्रबंधक - परिचालन विभाग
क्षेत्रीय कार्यालय, हुबली



करीब 50 साल पहले यानी पांच दशक पूर्व जब इंदिरा गांधी ने बैंकों का राष्ट्रीयकरण कर भारत में बैंकिंग के नए दौर की शुरुआत की थी, उस समय जिस उदारीकरण की पीठ पर आर्थिक व वित्तीय आत्मनिर्भरता की नींव रखी गई थी उसकी एक व्यापक स्तर पर झ़िलक 'आजादी का अमृत महोत्सव' के इस 'अमृत काल' के दौरान राष्ट्र की बढ़ती ताकत और आर्थिक प्रगति में आज देखने को मिल रही है। बैंकों ने वैश्विक महामारी के दौर में भूख से जूझते एक बड़े आकार के निम्न वर्ग को जिस प्रकार से सरकारी कार्यों के माध्यम से राशन-पानी की आपूर्ति की, वह उस आर्थिक निर्भरता की एक देन थी। कारोबारियों द्वारा कार्पोरेट नियंत्रित बैंकिंग व्यवस्था को सरकारी प्रक्रिया के तहत व्यवसायिक घरानों के हाथों में सौंपने की दिशा में जब व्यवस्था आगे बढ़ रही है, सार्वजनिक क्षेत्र के बैंक अभी भी अपना मूल चरित्र बचाए हुए हैं। किसी-न-किसी रूप में समाज के सबसे निचले पायदान पर खड़े व्यक्ति को बैंकिंग व्यवस्था विशेषकर सरकारी बैंक अभी भी सस्ते दर पर जन-धन खातों के माध्यम से लाभ पहुंचा ही रही है। समय जैसे-जैसे बदला बदला है बैंकिंग का स्वरूप और परिवेश भी उसी अनुरूप में ग्राहक सेवार्थ होता चला आया है। यह एक अत्यंत ही महत्वपूर्ण तथ्य है कि वित्त वर्ष 2021-22 और 2022-23 के दौरान सरकारी क्षेत्र के बैंकों ने रिकॉर्ड आय अर्जित की है। हालिया स्टेट बैंक द्वारा घोषित नतीजों के अनुसार दिसंबर 2022 तिमाही के दौरान भारतीय स्टेट बैंक ने अब तक के अपने बैंकिंग इतिहास में किसी भी तिमाही के दौरान सर्वाधिक आय अर्जित की है। आजादी के बाद एक बहुत लंबे अंतराल के बाद सार्वजनिक क्षेत्र के बैंकों ने इस प्रकार का उत्कृष्ट प्रदर्शन दिखाया है। भारतीय रिजर्व ने एक आंतरिक कार्यदल बनाया था जिसका मुख्य सुझाव यह था कि भारत में कॉर्पोरेट घरानों को बैंक खोलने की इजाजत दी जाए इसका मकसद साफ और स्पष्ट था मुझे पति और पूँजीपति का पुरजोर समर्थन भारतीय रिजर्व बैंक के पूर्व गवर्नर रघुराम राजन और पूर्व डिप्टी गवर्नर श्री विजय आचार्य ने खुले तौर पर इस प्रस्ताव का विरोध किया यह कॉर्पोरेट बैंकिंग दरअसल बड़े आकार के क्रोनी कैपिटल जम्मू का ही एक परिमार्जित और परिष्कृत रूप है। कॉर्पोरेट बैंक के आने से बड़े-बड़े समूह अपने मनपसंद व्यावसायिक घरानों को लोन दे सकेंगे। तब जो वास्तविक स्थिति बनेगी वह हितों का टकराव नियम के स्पष्ट खिलाफ होगी और यह स्थिति आरबीआई और उसके स्थापना के मूल अस्तित्व पर ही प्रश्नचिन्ह खड़ा करेगी। हालिया दिनों में सार्वजनिक क्षेत्र के

बैंकों की एनपीए बढ़ोत्तरी की दिशा में अप्रत्याशित बढ़ोत्तरी देखी गई है जिससे कई बड़े आर्थिक व्यवसायिक संगठन दिवालिया होने की कगार पर पहुंच गए हैं। इन परिस्थितियों पर पर्दा ढालने के लिए बैंकों का विलय और अधिग्रहण की परंपरा शुरू हुई है विगत दशकों के दौरान भारतीय अर्थव्यवस्था में खासकर सार्वजनिक क्षेत्र के बैंक और सरकारी उपक्रम में इसे अधिक स्पष्टता के साथ देखा जा सकता है। बड़े व्यावसायिक घरानों को न सिर्फ देश में अपितु विदेशों में भी कारोबार बढ़ाने के नाम पर लाखों करोड़ों का कर्ज कई बार और बार-बार दिया गया है इनमें से अधिकांश लोन जो स्वीकृत किए गए हैं सबालों के घेरे में आज भी विद्यमान है। आई.एल. एंड.एफ.एस. में निवेशकों का लगभग एक लाख करोड़ रुपया ढूब गया इसी तरह एक और कारोबारी समूह डी एच एफ एल के निवेशकों का 65000 करोड़ रुपया इसी प्रकार की आर्थिक असमानता आधारित कॉरपोरेट संस्कृति को समर्थन देने वाली नीति की भेट चढ़ गई। हालिया वित्तीय परिदृश्य पर अगर सरसरी निगाहों से गौर करें तो दर्जनों की संख्या में गैर बैंकिंग वित्तीय कंपनियां दिवालियापन की कगार पर पहुंच गई हैं। इन परिस्थितियों में रिजर्व बैंक की साख पर कुछ जरूर उठाएं। अब इस वित्तीय अभिभावक अर्थात् भारतीय रिजर्व बैंक को कुछ जरूरी कदम एहतियातन उठाने ही पड़ेंगे जिससे आर्थिक स्वायत्ता और कारोबार में सुगमता जैसी स्वच्छंदता उसी अनुरूप में नैसर्गिक रूप से बनी रहे जिसकी परिकल्पना पांच दशक पूर्व उदारीकरण निजीकरण और वैश्वीकरण का सिद्धांत प्रतिपादित करते समय एक व्यापक निम्न मध्यम वर्ग समूह को लंबी अवधि के लिए ध्यान में रखकर काम में बनाई गई थी। सार्वजनिक क्षेत्र के बैंकों का भी उनके अपने ग्राहकों के प्रति जिम्मेदारी का अहसास असल रूप में जमीनी स्तर पर महसूस की जाने की अत्यंत आवश्यकता है। नियामक वित्तीय संस्थाओं को भी चाहिए कि बदलते आर्थिक बैंकिंग परिवेश में अपने दायित्व का निर्वहन तटस्थ होकर बिना किसी पूर्वाग्रह या पूर्व धारणा के वित्तीय मानकों और मापदंडों के अनुरूप ही करें।

किसी भी देश के आर्थिक विकास का मुख्य आधार ही उस देश का बुनियादी ढाँचा होता है। यदि बुनियादी ढाँचा ही कमज़ोर हो तो कितना भी प्रयास किया जाए व्यवस्था को मज़बूत नहीं बनाया जा सकता है। यही कारण है कि किसी भी देश की अर्थव्यवस्था में विकास एवं उन्नति हेतु किये जाने वाले प्रयासों को बल प्रदान करने

के लिए नीति निर्माताओं द्वारा एक ऐसे मार्ग का अनुसरण किया जाता है जिसके माध्यम से सरकार आम आदमी को अर्थव्यवस्था के औपचारिक माध्यम में शामिल कर सके।

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

इसके तहत देश के प्रत्येक नागरिक को अर्थव्यवस्था की मुख्यधारा में शामिल करने का प्रयास किया जाता है। ऐसा इसलिये ताकि गरीब आदमी को बचत करने के साथ-साथ विभिन्न वित्तीय उत्पादों में सुरक्षित निवेश करने के लिये प्रोत्साहित किया जा सके।

जन-धन योजना

- बैंकिंग सेवाओं की पहुँच में वृद्धि करने और यह सुनिश्चित करने के लिये कि सभी परिवारों के पास कम से कम एक बैंक खाता हो, प्रधानमंत्री श्री नरेन्द्र मोदी द्वारा 15 अगस्त, 2014 को प्रधानमंत्री जन-धन योजना नामक एक राष्ट्रीय वित्तीय समावेशन मिशन की घोषणा की गई।
- इस योजना को 28 अगस्त, 2014 को औपचारिक रूप में शुरू किया गया।
- अगस्त, 2017 के मध्य तक इस योजना के अंतर्गत तकरीबन 29.48 करोड़ बैंक खाते खोले गए, जो अपने-आप में एक बहुत बड़ी उपलब्धि है।
- ध्यातव्य है कि इन खातों में से तकरीबन 17.61 करोड़ खाते ग्रामीण/अर्द्धशहरी क्षेत्रों और शेष 11.87 करोड़ खाते शहरी क्षेत्रों में खोले गए।
- जन-धन योजना के तहत खाता खोलने पर मिलने वाले अतिरिक्त लाभ
- ग्राहक को एक रुपे (RUPAY) डेबिट कार्ड ज्ञारी किया जाता है जिसमें 1 लाख रुपये का बीमा कवर होता है।
- इसके अतिरिक्त, खाते को छः महीने तक संतोषजनक रूप में संचालित करने पर ग्राहक को 5,000 रुपए की ओवर ड्राफ्ट सुविधा भी प्रदान की जाती है।
- ग्राहकों को एक विशेष समय तक खाता खोले रखने के लिये 30,000 रुपए का जीवन बीमा भी दिया गया है।

अटल पेंशन योजना

- इस योजना को वर्ष 2015 में 18 से 40 आयु वर्ग के सभी खाताधारकों के लिये शुरू किया गया था।

- इस स्कीम के अंतर्गत अभिदाता को मासिक पेंशन की गारंटी प्रदान की जाती है।
- इसके तहत केंद्र सरकार द्वारा भी कुल अंशदान के 50 प्रतिशत का योगदान किया जाता है, बशर्ते कि यह 1000 रुपए प्रतिवर्ष से अधिक न हो।

वरिष्ठ पेंशन बीमा योजना

- वे सभी अभिदाता जिन्होंने 15 अगस्त, 2014 से 14 अगस्त, 2015 तक वी.पी.बी.वाई. में अभिदान किया है, उन्हें 9 प्रतिशत का सुनिश्चित गारंटी रिट्न प्रदान किया जाएगा।

प्रधानमंत्री मुद्रा योजना

- इस योजना को गैर-कारपोरेट लघु व्यापार क्षेत्र को औपचारिक वित्तीय सुविधाएँ प्रदान करने के लिये अप्रैल 2015 में शुरू किया गया।
- इस स्कीम का मुख्य उद्देश्य भारतीय अर्थव्यवस्था के गैर वित्तपेषित क्षेत्र को प्रोत्साहित करना एवं बैंक वित्तपोषण सुनिश्चित करना है।

स्टैंड-अप इंडिया

- इस योजना को अनुसूचित जाति, अनुसूचित जनजाति तथा महिला उद्यमियों द्वारा हरित क्षेत्र उद्यमों के लिये 10 लाख रुपए से 1 करोड़ रुपए तक के बैंक ऋण तथा पारिवारिक सहायता प्रदान करने के लिये शुरू किया गया।
- ध्यातव्य है कि इस योजना के अंतर्गत अगस्त 2017 के मध्य तक 38,477 ऋण धारकों को लगभग 8,277 करोड़ रुपए के ऋण वितरित किये जा चुके हैं।

वेंचर कैपिटल स्कीम

- सरकार द्वारा अनुसूचित जाति/जनजाति वर्ग के लोगों को रोजगार मांगने के बजाए रोजगार देने की दिशा में प्रयत्न करते हुए इस योजना को प्रारंभ किया गया है।
- इस योजना के तहत सरकार द्वारा अनुसूचित जाति/जनजाति के लोगों को समर्थ बनाते हुए आत्मनिर्भरता प्रदान करने तथा अन्य लोगों को रोजगार प्राप्त करने में सक्षम बनाने का कार्य किया जा रहा है। इस योजना के तहत ब्याज की दर 10 प्रतिशत से घटाकर 8 प्रतिशत कर दी गई है।
- इस योजना का मूल मंत्र अनुसूचित जाति/जनजाति के लोगों को रोजगार आश्रित न रहकर रोजगार उपलब्ध कराने में सक्षम बनाना है।



नये दौर की बैंकिंग



- अर्पण बाजपेयी,
प्रबंधक,
क्षेत्रीय कार्यालय, विजयवाडा

इंटरनेट के आगमन से वैश्विक बैंकिंग क्षेत्र में एक इलेक्ट्रोनिक क्रांति आयी है। इस संचार चैनल को गतिशील और लचीली प्रकृति के साथ साथ इसकी सर्वव्यापी पहुंच ने लोगों को विभिन्न बैंकिंग गतिविधियों का लाभ उठाने में सहायता की है। इंटरनेट बैंकिंग उत्पादों और सेवाओं के वितरण चैनलों में एक प्रमुख वितरण चैनल है। वर्तमान में उपभोक्ता की मांग और प्रतिस्पर्धा के माहौल के कारण बैंकिंग उत्पादों और सेवाओं की इलेक्ट्रॉनिक डिलीवरी की प्रवृत्ति बढ़ी है। इंटरनेट ने वित्तीय लेनदेन विकास बैंकों की सहायता करने पहुंच अधिक करने हेतु एक आदर्श मंच दिया है। इलेक्ट्रॉनिक वित्त ने बैंकों के लिए अपने ग्राहक आधार का विस्तार करने और अपने व्यापार को तर्कसंगत बनाने के लिए काफी अवसर प्रदान किये गये हैं जिससे ग्राहकों के समय और धन की भी बचत होती है।

बैंकों के डिजिटल उत्पाद इस प्रकार हैं -

इंटरनेट बैंकिंग - यह सबसे उपयोगी उत्पाद है। इसके जरिए हम घर बैठे बैठे आसानी से अपने खाते से किसी दूसरे व्यक्ति को पैसे भेज सकते हैं और यह पूरी तरह से सुरक्षित भी है। इसमें जब हम किसी व्यक्ति को भुगतान करते हैं तब पासवर्ड और ओटीपी दोनों मांगा जाता है। दोनों सही होने पर ही भुगतान हो सकता है।

मोबाइल ऐप - मोबाइल के अधिक उपयोग को देखते हुए विभिन्न बैंकों ने विभिन्न ऐप आरंभ किए। इन ऐपों को ग्राहकों की जरूरतों को ध्यान में रखकर ही बनाया गया है। इसके द्वारा पैसों का अंतरण, पासबुक, बिल का भुगतान, रिचार्ज, मियादी खाता खुलवाना इत्यादि काफी आसानी से किया जा सकता है। इसके लिए संबंधित बैंकों के ऐप्स को सिर्फ मोबाइल में डाउनलोड करने की आवश्यकता है।

एटीएम कार्ड - पहले ग्राहक अपने लेनदेन के लिए शाखा में आने हेतु बाध्य थे परन्तु एटीएम के आने के बाद एक क्रांति आई है। सभी प्रमुख स्थानों में एटीएम की सुविधा उपलब्ध है और ग्राहक इसके माध्यम से एक कार्ड के जरिए छोटी मोटी

रकम निकाल सकता है। इसके लिए उन्हें बैंकों में जाने की जरूरत नहीं है। अब तो तकनीक इतनी बढ़ गई है कि एटीएम से पैसे निकालने के लिए कार्ड की भी जरूरत नहीं है। सिफेर एक कोड जनरेट हो जाएगा। उसके द्वारा एटीएम से पैसे निकाले जा सकते हैं।

क्रेडिट कार्ड - डेबिटकार्ड को इस्तेमाल करने के लिए खाते में शेष राशि का उपलब्ध होना आवश्यक है। परन्तु क्रेडिट कार्ड में निर्धारित सीमा के हिसाब से न्यूनतम बीस दिन और अधिकतम पचास दिनों के उधार का लाभ बिना ब्याज के लिया जा सकता है जैसे ऑनलाइन खरीदारी, टिकट बुकिंग आदि। बैंकों में तीन तरह के कार्ड उपलब्ध हैं क्लासिक, गोल्ड, प्लेटिनयम।

पीओएस मशीन - यह मशीन एक इलेक्ट्रॉनिक डिवाइस होती है जो हमारे एटीएम कार्ड, डेबिट कार्ड, क्रेडिट कार्ड के जरिए किसी भी व्यक्ति से भुगतान स्वीकार करने का काम करती है। इसके द्वारा बिना कैश के व्यापार किया जा सकता है तथा ग्राहकों को अपने पास कैश रखने की आवश्यकता नहीं होती है। इसमें सारा भुगतान ऑनलाइन होता है जिससे कर की चोरी नहीं हो सकती है।

भीप ऐप और भारत क्यू आर कोड - भीप ऐप में सभी बैंक खातों का इस्तेमाल किया जा सकता है। इसके लिए सिर्फ इस ऐप को स्मार्टफोन में इंस्टॉल करना होता है। इसके बाद बैंक खाते में दिए हुए मोबाइल नंबर से लागिन करके एक पासवर्ड बनाया जाता है। किसी अन्य व्यक्ति को पैसे भेजने के लिए उसका पंजीकृत मोबाइल नंबर सत्यापित करना होता है। वर्तमान में क्यूआर कोड भुगतान करने का सबसे आसान तरीका बनाया गया है। इसके लिए पहले भीप ऐप डाउनलोड करना होता है उसके बाद अपना बैंकिंग ऐप खोलकर क्यूआर कोड को स्कैन करना होता है। इसके बाद जितनी राशि का भुगतान करना है यह राशि टाइप करनी होगी, फिर चार अंकों का कोड टाइप करना होगा। इसके बाद पैसों का भुगतान हो जाएगा और मर्चेंट और ग्राहक दोनों को तुरंत भुगतान का नोटिफिकेशन मिल जाएगा।

डोर स्टेप बैंकिंग - आज के परिवेश में इस सुविधा ने काफी योगदान दिया है. यह एक ऐसा ऐप है जिसे हम अपने स्मार्टफोन पर आसानी से डाउनलोड कर सकते हैं. इसके बाद अपने खाते में दिए हुए मोबाइल के जरिए हम इसे खोल सकते हैं. इसमें बहुत सारी सुविधाएं उपलब्ध हैं जैसे चेक मंगवाना, खाते का विवरण, जीवन प्रमाणपत्र जमा करना इत्यादि. इसके लिए हमें बैंक जाने की आवश्यकता नहीं है. सिर्फ उस सुविधा का चिह्नित करके सबमिट बटन दबाना है और उस संबंधित शाखा में हमारा अनुरोध पहुंच जाएगा. इसके बाद डोर स्टेप बैंकिंग से जुड़े हुए कर्मचारी से हमारी सुविधा को हम तक पहुंचा देगा. इसके बदले में उसे कमीशन ग्राहक द्वारा प्राप्त होती है. डोर स्टेप बैंकिंग भी अब गति पकड़ रही है. यह ऐप बुजुर्गों, पेंशनधारियों में काफी लोकप्रिय हुआ है क्योंकि अब उन्हें जीवन प्रमाणपत्रों को जमा करने के लिए शाखा नहीं जाना पड़ता.

डिजिटल बैंकिंग के लाभ - डिजिटल बैंकिंग से कागजी कार्यवाही में बेकार के खर्च से मुक्ति मिल रही है. अतः इस माध्यम से हम पर्यावरण को संरक्षित कर सकते हैं. भारत गांवों का देश है और हर गाँव में शाखा खोलना संभव नहीं है परंतु डिजिटल बैंकिंग द्वारा हम कम आय वाले ग्रामीण व्यक्तियों तक आसानी से पहुंच पा रहे हैं. आज इंटरनेट उपयोगकर्ताओं में वृद्धि हुई है जिसका लाभ डिजिटल बैंकिंग को मिला है. इससे हर चीज की सही सूचना लोगों तक पहुंच रही है. देश में विमुद्रीकरण लागू होने के बाद लोगों में डिजिटल के प्रति रुझान अधिक हुआ है. आजकल हर व्यक्ति कैशलेस तरीकों का अपनाने में लगा हुआ है. आजकल हर खरीद डेबिट कार्ड, क्रेडिटकार्ड, पीओएस, भीप ऐप इत्यादि द्वारा की जा रही है. अतः यह सिद्ध होता है कि आज का युग डिजिटल युग है जिससे बैंक भी अछूता नहीं रहा है. ग्राहकों के समय और धन दोनों की बचत करते हुए इसका महत्व दिन प्रतिदिन अधिक होता ही जा रहा है.



अजगैबीनाथ - सुल्तानगंज

से देवघर बैद्यनाथ धाम की यात्रा



सुल्तान गंज का सांस्कृतिक इतिहास काफी प्राचीन है। भारत गंगा नदी के तट पर बसा हुआ है, जो धर्म, संस्कृति एवं कला के स्रोत के रूप में विख्यात है। यहाँ बाबा अजगैबी नाथ का विश्व प्रसिद्ध प्राचीन मंदिर है जो गंगा की धारा में स्थित है। उत्तरवाहिनी गंगा होने के कारण सावन के महीने में लाखों को वरियां देश के विभिन्न भागों से गंगा जल लाने के लिए यहाँ आते हैं। यह गंगाजल झारखण्ड राज्य के देवघर स्थित बाबा बैद्यनाथ को चढ़ाते हैं। बाबा बैद्यनाथ धाम भगवान शिव के बारह ज्योतिर्लाङों में एक माना जाता है। सुल्तान गंज हिंदू तीर्थ के अलावा बौद्ध पुरावशेषों के लिए भी विख्यात है। सन् 1853 ई. में रेलवे स्टेशन के निर्माण के दौरान यहाँ से मिली बुद्ध की लगभग 2 टन वजनी 2 मीटर ऊँची ताम्र प्रतिमा आज बर्मिंघम संग्रहालय में रखी है। इस प्रतिमा में महात्मा बुद्ध के शीश पर कुंचित केश है परंतु उसके चारों ओर प्रभामंडल नहीं है। सुल्तानगंज में स्थित यह ताम्र प्रतिमा नालंदा शैली की प्रतीत होती है। परंतु रखाल दास बनर्जी ने इसे पाटली पुत्र शैली में निर्मित माना है।

सुल्तानगंज में दो पहाड़ियाँ हैं जिनमें से एक को अजगैबी नाथ की पहाड़ी तथा दूसरी को मुरली पहाड़ी कहा जाता है। इन दोनों पहाड़ियों की चट्ठानों पर उत्कीर्ण, ब्राह्मण और बौद्धधर्म की कलाकृतियों से इस स्थान की धार्मिक स्थिति की जानकारी मिलती है। इन दोनों पहाड़ियों की चट्ठानों पर उत्कीर्ण, ब्राह्मण मूर्तियों में से शेशशायी विष्णु, वराह, रेवेन्तु, गरुड़, उमा-महेश्वर, परशुराम, सूर्य, गणेश, पदचिन्ह और शिलालेख आदि विशेष रूप से दर्शनीय हैं। सुल्तानगंज के आस-पास के क्षेत्रों से धर्मचक्र, प्रवर्त्तन मुद्रा एवं भूमि स्पर्श मुद्रा में प्रतिमाएं प्राप्त हुई हैं। इन कलाकृतियों से सुल्तानगंज के सांस्कृतिक वैभव की

वीरेन्द्र कुमार यादव

सदस्य हिन्दी सलाहकार समिति,
भारत सरकार सह अध्यक्ष अंतर्राष्ट्रीय हिन्दी
परिषद, 153-एम आई जी, लोहिया नगर
कंकड़बाग, पटना - 800020



पहचान होती है।

अंग प्रदेश को हृदय स्थली सुल्तानगंज अनगिनत धार्मिक एवं अति प्राचीन ऐतिहासिक धरोहरों को अपने दामन में समेटे हुए है। चीनी यात्री हवेनसांग के अनुसार हिरण्यपुरी हिरण्य जनपद के नाम से जाना जाता था। ऐसा कई ग्रन्थों में भी वर्णित है। यह वही क्षेत्र है, जहां दैत्यराज बली ने भगवान बामन को साढ़े तीन डग जमीन दान किया था। भगवान बामन ने तीन डग में संपूर्ण धरती को नाप लिया और आधिपत्य जमा लिया फिर बामन ने आधा डग कहाँ रखे बली से पूछा तो बली ने अपना शरीर आगे कर दिया था और उनका साढ़े तीन डग का वचन राजा बली ने देहदान कर पूर्ण किया था।

यहाँ श्रृंगी ऋषि के पिता विभाण्डक ऋषि वाल्मीकी कालीदास से लेकर विद्यापति समान महान विभूति महादेव के शरणागत होते रहे हैं। यहीं महात्मा बुद्ध जीवन पर्यन्त प्रतिवर्ष थे चतुरमास बिताया करते थे।

बताया जाता है कि यहाँ तीन धनुष थे जिसमें एक 'जरा', जो जरासंध के पास था, दूसरा 'अजगब' जो सुल्तानगंज गंगा के बीच शिव मंदिर स्थल पर था और तीसरा 'गांडीव' जो अर्जुन के पास था। किवदंती यह बताता है सीता का स्वयंवर रचाने के लिए मिथिला के राजा जनक यहीं से 'अजगब' धनुष को उठा ले गये थे।

सुल्तानगंज गंगा की दूसरी जन्म स्थली भी कहा जाता है। राजा भगीरथ ने अपने वंश के साठ हजार पुत्रों के उद्धार के लिए कठिन तपस्या की थी, जिस कारण गंगा अवतरित होकर धरती पर अविरल बहने लगी। गंगोत्री से मचलती हुई गंगा तीव्र वेग से

आ रही थी कि सुल्तानगंज के वर्तमान जहाँगीरा गाँव में जहान्वी मुनि तपस्या में लीन थे, जहान्वी आश्रम को बहा ले गयी. जिससे मुनि की तपस्या भंग हो गयी. क्रोधित जहान्वी मुनि अंजलि में गंगा को लेकर पी गये. इससे राजा भगीरथ उदास हो गये और जहान्वी मुनि को मनाने के लिए घोर तपस्या की. इसके बाद जहान्वी मुनि अपने त्रिशूल से जाँघ को चीरकर गंगा को धरती पर उतार दिया. इसी कारण गंगा का नाम जहान्वी यानि गंगा का हो गया, पुर्नजन्म हो गया और गंगा यहाँ उत्तरवाहिनी हो गयी. चरक संहिता में जहान्वी की चर्चा है जाँघ को चीर कर गंगा को निकालने के कारण इस जगह का नाम जहाँगीरा हुआ. यह स्थान आज भी इसी नाम से एक गाँव के रूप में बसा हुआ है.

जहान्वी ऋषि आश्रम में शरीर छोड़ देने के बाद, शिष्य अजगैबी उत्तर वाहिनी गंगा का जल बाबा बैद्यनाथ के ज्योतिर्लिंग पर जल चढ़ाते, लगातार चढ़ाते रहे, जब वे 100 वर्ष के हो गए तो शिव भगवान से कष्ट देखा नहीं गया तो उन्होंने अजगैबी को रोकने के लिए, जब वह जल जड़ाने सूझ्या पहाड़ पहुँचा, उसी समय शंकर भगवान ने गधे का रूप धारण कर प्यास से तड़पने लगा, यह देखकर अगजैबी ने गधे के मुँह में जल को लगा दिया. शंकर जी प्रकट हो गये गले से लगा लिया. शिवजी बोले आश्रम पर रहकर ही तुम पूजा करो. वहीं मैं तुमसे प्रतिदिन मिलुँगा. अंत समय आ गया है, तुम्हारी समाधि सुल्तानगंज में बनेगी, पहले तुम्हारा नाम होगा है, पहले तुम्हारी पूजा होगी तब हम पर जलाभिशेक होगा.

पौराणिक कथा के अनुसार अजगैबीनाथ धाम सुल्तानगंज से सर्वप्रथम दशानन रावण ने पवित्र गंगा जल लेकर पैदल को वर यात्रा कर बाबा बैद्यनाथ धाम जाकर जलाभिशेक किया था. इसके बाद भगवान राम ने स्वंयं काँवर लेकर पैदल यात्रा करते हुए बाबा बैद्यनाथ का जलाभिशेक किया उसी समय से यहाँ को वर यात्रा की शुरूआत हुई बतायी जाती है.

बाद में पालवंश के शासक नारायणपाल ने अंग जनपद के विभिन्न हिस्सों में अनेक हिंदू देवी-देवताओं के मंदिर का निर्माण करवाया. उसी में से एक अजगैबीनाथ पहाड़ी पर भगवान शंकर का और उस पहाड़ी के सामने वाली पहाड़ी पर देवी पार्वती के मंदिर का निर्माण कराया. यहाँ पहाड़ी के चारों ओर 108 शिवलिंग की खुदाई की गई है और मूर्ति के नीचे लिखी भाषा की लिखावट ब्राह्मी लिपि है.

सुल्तानगंज को सूफी महा सिद्धपीठ भी माना जाता है. सूफी

परंपरा में वाराणसी के बाद इसे दूसरा स्थान प्राप्त है. यह सिद्धपीठ गंगातट पर स्थित है जो शमशान घाट के नाम से जाना जाता है. यहाँ लोग आज भी सिद्ध प्राप्त करते हैं.

भगवान शिव का सबसे प्रिय और सबसे पावन महीना सावन है. इस माह में कांवर यात्रा की शुरूआत भी सुल्तानगंज से की जाती है, जिसका अंतिम मंजिल देवघर का बैद्यनाथ मंदिर है. जो 105 कि. मी. है.

वैसे तो काँवर में पवित्र नदियों से जलभर कर देवताओं पर जल चढ़ाने की परम्परा न्युनाधिक रूप में सारे राज्य में, संपूर्ण देश में प्रचलित है. जहाँ तक देवघर में ज्योतिर्लिंग पर गंगा जल और विष्वाल पत्र चढ़ाने का प्रसंग है और वह भी विशेषकर सावन में - अति प्रचारित और विश्व विख्यात है. देवघर की महिमा तीनों लोक में विख्यात है. द्वादश ज्योतिर्लिंगों में बैद्यनाथ स्थित ज्योतिर्लिंग नवम है. बैद्यनाथ धाम से शिव की प्रशस्ति के कारण इस ज्योतिर्लिंग को बैद्यनाथ ज्योतिर्लिंग भी कहा जाता है. इसे सब कोई कामदा लिंग बैद्यनाथ के नाम से भी जानते हैं. ये चितामणि के समान भक्तों के सभी मनोरथों को पूरा करने वाले हैं.

रावण अपने को अमर बनाने के लिए माता के आदेश से कैलाश पुरी गये. रावण की तपस्या से प्रसन्न होकर शिव ने अपनी कामना लिंग को ले जाने के लिए कह दिया, परंतु उसे निर्देश दे दिया कि मार्ग में उसे जहाँ रख दोगे वहीं रह जऊँगा. शिव के निर्णय से सुरलोक में हलचल मच गयी. सुर संसद की बैठक हुई. तथ्य हुआ कि रावण अपने बल विक्रम से यों ही हमारे ऊपर भारी है, अगर ज्योतिर्लिंग को ले जाने में सफल हुआ तो हमारी मुसीबत और बढ़ेगी. फलत् विष्णु और वरुण देव आगे आये. रावण वायुमार्ग से जा रहे थे. उन्हे जोर से लघुशंका लगी. नीचे उतरे, अहीर (गवाला) जिनका नाम बैद्यनाथ था जो कि कहा जाता है विष्णु के रूप थे, रावण ने शिवलिंग को उन्हे थमा दिया. लघुशंका निवृति करने चला गया. इधर उन अहीर बैद्यनाथ ने ज्योतिर्लिंग को अधिक भारी अनुभव होने पर भूमि पर रख दिया. रावण काफी विलंब के बाद लौटा तो पूरी शक्ति लगाकर भी उसे न उखाड़ सका और निराश होकर मूर्ति पर अपना अंगूठा गड़ा कर पुनः त्रिकुटाचल पर जाकर घोर तपस्या की उसके बाद लंका चला गया. रावण गुफा त्रिकुटाचल पर स्थित है. इधर ब्रह्मा विष्णु आदि देवताओं ने शिवलिंग को झारखण्ड के इसी बन प्रांत में प्रतिष्ठित कर दिया. बैद्यनाथ अहीर के नाम से ये बैद्यनाथ धाम हो गया.

विश्व के सभी शिव मंदिरों के शीर्ष पर त्रिशूल लगा दिखता है मगर बैद्यनाथ धाम परिसर के शिव पार्वती, लक्ष्मी नारायण व अन्य सभी मंदिरों के शीर्ष पर पंचशूल लगे हैं। यहां प्रति वर्ष महाशिवरात्रि के दो दिन पूर्व बाबा मंदिर, माँ पार्वती व लक्ष्मी नारायण के मंदिरों से पंचशूल उतारे जाते हैं। इस दौरान पंचशूलों को स्पर्श करने के लिए भक्तों की भीड़ उमड़ पड़ती है। बैद्यनाथ धाम परिसर में स्थित अन्य मंदिरों के शीर्ष पर स्थित पंचशूलों को महाशिवरात्रि के कुछ दिनों पहुँच ही उतार लिया जाता है। सभी पचंशूलों को नीचे लाकर महाशिवरात्रि से एक दिन पूर्व विशेष रूप से उनकी पूजा की जाती है और तब सभी पंचशूलों को मंदिरों पर यथा स्थापित कर दिया जाता है। इस दौरान बाबा व पार्वती मंदिरों के गठबंधन को हटा दिया जाता है। महाशिवरात्रि के दिन नया गठबंधन किया जाता है। गठबंधन के लाल पवित्र कपड़े को प्राप्त होने के लिए भी भक्तों की भीड़ उमड़ पड़ती है। महाशिवरात्रि के दौरान बहुत ज्यादा श्रद्धालु सुल्तानगंज से कॉवर में गंगा जल भर कर पैदल चलकर और 'बोल बम' के जयघोष करते हुए बैद्यनाथ धाम पहुँचते हैं। कॉवरीयां के कई प्रकार होते हैं। जिसमें सबसे कठिन और साधनामय कार्य 'डाक बम' का है। जो सीधे सुल्तानगंज के गंगाटट पर कॉवर उठाते हैं और देवघर में बाबा को गंगा जल चढ़ाकर विराम लेते हैं, इसे खड़ा कॉवर भी कहा जाता है। दूसरे प्रकार के कॉवरधारी सामान्य गति से चलते हैं। मार्ग से मात्र फलाहार दुर्घाहार करके रास्ता नापते हैं। तीसरे प्रकार के कॉवरधारी बीस-तीस से लेकर चालीस-पचास के टोली में चलते हैं। मार्ग में विराम लेते हैं। मनपसंद खाना खाते हैं और तीन चार दिनों में पहुँचते हैं। एक चौथे प्रकार के भी कॉवरधारी हैं, ये पवित्र कॉवर लिए चलते हैं। आगे-आगे बाहन चलता है। जिसपर उनके बच्चे रहते हैं, खाने-पीने का समान रहता है। ट्रांजिस्टर, माइक बजता चलता है। निश्चित पड़ाव पर वाहन रुकता है। नौकर-चाकर रसोई तैयार करके रखते हैं। सबसे कठिन कार्य 'डाक बम' का है। इसमें तो अनेक कमज़ोर शरीर वाले बाबाधाम आते-आते शिवधाम की ओर कूच कर जाते हैं।

सावन मास में ही क्यों कॉवरियों का सैलाब उमड़ता है। सावन महीने में ही समुद्रमंथन हुआ था। भगवान शंकर ने संसार के कल्याण के लिए हलाहलका पान किया राजा भगीरथ ने गंगा को स्वर्ग से ही पृथ्वी पर लाया गंगा को इस तीव्र धारा को भगवान शंकर ने अपने मस्तक पर रोका और जटों में बाँधा। फलत: उन्हें गंगा बहुत प्रिय है। बाद में भगीरथ अपने पितरों के उद्धार के लिए भगवान आशुतोश से अपनी तपस्या के द्वारा गंगा

को पाया। भगवान शिव को विष्वलव पत्र बहुत पसंद है। उसमें तीन पत्ते होते हैं। जो ब्रह्मा, विश्व, महेश के सम्मिलन के प्रतीक हैं। सावन का मास ऐसे ही सुहावना होता है। बेल के पादप नये-नये ताजे विष्वलव पत्तों से सजे रहते हैं। गरजते आकाश और बरसते पावस में यात्रा सरल सुगम और प्राणदायक बन जाता है।

कॉवर तो एक प्रतीक मात्र है। यह कर्म की निरंतरता का परिचायक है। मानव का लक्ष्य की ओर बढ़ने की प्रेरणा यही कॉवर देता है। सृष्टि के मूल में कर्म है। अतः चारों पुरुषार्थ इसी के माध्यम से प्राप्त होते हैं। यह संदेश कॉवर एक साथ देता है। यह कर्मयोग एवं भक्तियोग के बीच समन्वय स्थापित करता है। कॉवर लेकर चलने वाला भक्त मार्ग में एकांकी नहीं रहता है। वह अपने सहयात्री का सुख-दुःख बाँटकर अपनी मंजिल की ओर बढ़ता है। कॉवरिया पथ में जिस तरह की सद्बावना दिखती है वह कहीं और नहीं दिखती। कॉवरधारियों में कोई जाति नहीं होती न कोई श्रेणी होती है। संपूर्ण शरीर के सरीया अछादित श्रद्धा की मूर्ति और आस्था की प्रतिमा होता है। पथरिले दुरूह और पग-पग पर थका देने वाले मार्ग के अवरोधों को पार करके जब भक्तजन बाबा के प्रागंण में पहुँचते हैं तो उनके जीवन की साध पूरी हो जाती है। कुल मिलाकर बाबा बैद्यनाथ की ओर जाने वाले कॉवरियां प्रेम सहानुभूति भाईचारा और सद्बाव का अद्भुत नजारा पेश करते हैं। यह यात्रा भले ही कुछ दिनों के किए क्यों न हों पर यात्रायों में जैसी प्रतिबद्धता और सद्भावना दिखती है उसकी भारत में कोई दूसरी मिशाल आसानी से नहीं ढूँढ़ जा सकती।

सुल्तान गंज से शुरू होने वाली बैद्यनाथ धाम तक की यात्रा पूरे भारत का प्रतिनिधित्व करती है। सांसारिक जीवन में आदमी एक दूसरे से कटकर भले ही रहता आ रहा है पर जब कॉवर लेकर बाबा धाम की ओर प्रयाण करता है तो उसकी कटूता समाप्त हो जाती है। बाबा की सेवा में लगा कॉवरियों का यह जत्था उन्हें भारत की अन्य धारों से अलग करता है।

वासुकिनाथ अपने शिव मंदिर के लिए जाना जाता है। बैद्यनाथ मंदिर की यात्रा तब तक अधूरी मानी जाती है, जब तक वासुकिनाथ में दर्शन नहीं किये जाते हैं। यह मान्यता हाल-फिलहाल में प्रचलित हुई है। पहले ऐसी मान्यता का प्रचलन नहीं था न ही पुराणों में ऐसा वर्णन है। यह मंदिर देवघर से 42 कि० मी० दूर जरमुण्डी के पास स्थित है। यहां पर स्थानीय कला को विभिन्न रूपों में देखा जा सकता है। वासुकिनाथ मंदिर के परिसर में अन्य छोटे-छोटे मंदिर भी हैं।



सूचना का अधिकार

अधिनियम

(विशेष संदर्भ : सार्वजनिक बैंक)



रोहित कुमार
विधि अधिकारी
क्षेत्रीय कार्यालय, हुबली

आरटीआई (सूचना का अधिकार) एक कानूनी अधिकार है जो नागरिकों को सार्वजनिक प्राधिकरणों द्वारा रखी गई जानकारी तक पहुंचने का अधिकार देता है। आरटीआई की अवधारणा दुनिया भर में कई वर्षों से विकसित हो रही है। भारत 2005 में एक राष्ट्रीय आरटीआई कानून बनाने वाले पहले देशों में से एक था, जिसे तब से संशोधित और मजबूत किया गया है। भारतीय आरटीआई कानून को अन्य देशों के लिए समान कानून अपनाने के लिए एक मॉडल के रूप में व्यापक रूप से माना जाता है।

तब से, दुनिया भर के कई देशों ने आरटीआई कानूनों के अपने स्वयं के संस्करण लागू किए हैं, जिनमें बांग्लादेश, नेपाल, श्रीलंका और दक्षिण अफ्रीका शामिल हैं। हालांकि, कई देशों में आरटीआई कानूनों का कार्यान्वयन और प्रवर्तन एक चुनावी बना हुआ है। संयुक्त राष्ट्र ने आरटीआई के महत्व को पहचाना है और इसे सुशासन और पारदर्शिता को बढ़ावा देने के साधन के रूप में सतत विकास लक्ष्यों (एसडीजी) में शामिल किया है। एसडीजी देशों को आरटीआई कानूनों को अपनाने और लागू करने के लिए प्रोत्साहित करते हैं, और यह सुनिश्चित करते हैं कि वे प्रभावी रूप से लागू हैं।

भारत में, सूचना का अधिकार (आरटीआई) आंदोलन 1990 के दशक में शुरू हुआ और 2000 के दशक की शुरुआत में इसमें तेजी आई। व्यापक भ्रष्टाचार, पारदर्शिता की कमी और शासन में जवाबदेही की कमी के कारण सरकारी संस्थानों में जनता का विश्वास कम हुआ, जिसके परिणामस्वरूप भारत में आरटीआई की आवश्यकता उत्पन्न हुई।

भारत में आरटीआई के उद्देश्य का पता राजस्थान के एक जमीनी संगठन मजदूर किसान शक्ति संगठन (एमकेएसएस) से लगाया जा सकता है, जिसने 1994 में सरकारी रिकॉर्ड तक पहुंच की मांग के लिए एक आंदोलन शुरू किया था। एमकेएसएस का मानना था कि भ्रष्टाचार को रोकने के लिए पारदर्शिता और जवाबदेही आवश्यक थी और यह सुनिश्चित करना कि सार्वजनिक संसाधनों

का उपयोग लोक कल्याण के लिए किया जा रहा है। सूचना के लिए एमकेएसएस की मांग को शुरू में सरकारी अधिकारियों के विरोध के साथ पूरा किया गया था, लेकिन समूह कायम रहा, और इसके प्रयासों के कारण 2000 में राजस्थान सूचना का अधिकार अधिनियम लागू हुआ।

राजस्थान में एमकेएसएस के अभियान की सफलता के बाद, आरटीआई की मांग देश के अन्य हिस्सों में फैल गई, और 1996 में लोगों के अधिकार के लिए राष्ट्रीय अभियान (एनसीपीआरआई) बनाने के लिए कई नागरिक समाज संगठन एक साथ आए। 2005 में, भारतीय संसद ने सूचना का अधिकार अधिनियम पारित किया, जो 12 अक्टूबर, 2005 को लागू हुआ। भारत में आरटीआई अधिनियम नागरिकों को सार्वजनिक प्राधिकरणों से जानकारी मांगने का अधिकार देता है और सार्वजनिक अधिकारियों को एक निश्चित समय सीमा के भीतर जानकारी प्रदान करना अनिवार्य बनाता है। इस अधिनियम ने देश में भ्रष्टाचार, सत्ता के दुरुपयोग और कुप्रशासन के अन्य रूपों को उजागर करने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाई है। इसने पारदर्शिता और जवाबदेही को बढ़ावा देकर शासन में सुधार करने में भी मदद की है।

भारत में सूचना का अधिकार (आरटीआई) अधिनियम की धारा 8 सूचना की कुछ श्रेणियों के प्रकटीकरण से छूट प्रदान करती है। यह खंड बैंकों की दक्षता सुनिश्चित करने के लिए महत्वपूर्ण है क्योंकि यह एक ओर पारदर्शिता और जवाबदेही की आवश्यकता और दूसरी ओर कुछ संवेदनशील सूचनाओं की सुरक्षा की आवश्यकता के बीच संतुलन बनाता है। आरटीआई अधिनियम की धारा 8 उन सूचनाओं की श्रेणियों को सूचीबद्ध करती है जिन्हें प्रकटीकरण से छूट प्राप्त है। इनमें ऐसी सूचनाएं शामिल हैं जो भारत की संप्रभुता और अखंडता, राज्य की सुरक्षा, देश के सामरिक, वैज्ञानिक या आर्थिक हितों आदि पर प्रतिकूल प्रभाव डालती हैं। यह अनुभाग उस जानकारी को भी छूट देता है जो किसी व्यक्ति की गोपनीयता का उल्लंघन करती है या किसी

तीसरे पक्ष की प्रतिस्पर्धी स्थिति को नुकसान पहुँचाती है।

सार्वजनिक कार्यालयों के कुशल कामकाज को सुनिश्चित करने के लिए धारा 8 के तहत प्रदान की गई छूट आवश्यक है क्योंकि यह अधिकारियों को संवेदनशील जानकारी को सार्वजनिक प्रकटीकरण से बचाने की अनुमति देती है। उदाहरण के लिए, यदि कोई सरकारी एजेंसी राष्ट्रीय सुरक्षा से संबंधित संवेदनशील परियोजना पर काम कर रही है, तो परियोजना से संबंधित कुछ विवरणों का खुलासा करना सार्वजनिक हित में नहीं हो सकता है। धारा 8 के तहत प्रदान की गई छूट एजेंसी को अन्य क्षेत्रों में पारदर्शिता और जवाबदेही बनाए रखते हुए ऐसी जानकारी को प्रकटीकरण से बचाने की अनुमति देती है।

इसके अलावा, धारा 8 यह भी सुनिश्चित करती है कि बैंक तुच्छ या तंग करने वाले आरटीआई आवेदनों से प्रभावित न हों जो उनकी दक्षता को बाधित कर सकते हैं। धारा 8 के तहत प्रदान की गई छूट सार्वजनिक अधिकारियों को संवेदनशील जानकारी का खुलासा किए बिना ऐसे आवेदनों को अस्वीकार करने की अनुमति देती है जो बैंकों के वाणिज्यिक हितों को नुकसान पहुँचा सकती है।

केंद्रीय सूचना आयोग (सीआईसी) भारत में सूचना के अधिकार (आरटीआई) अधिनियम के तहत स्थापित एक स्वतंत्र निकाय है, जो अधिनियम के कार्यान्वयन और प्रवर्तन को सुनिश्चित करने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है। आरटीआई अधिनियम के तहत सीआईसी सर्वोच्च प्राधिकरण है और सार्वजनिक प्राधिकरणों से सूचना मांगने वाले नागरिकों द्वारा दायर अपीलों और शिकायतों पर निर्णय लेने के लिए जिम्मेदार है। केंद्रीय सूचना आयोग (सीआईसी) भारत में एक स्वतंत्र वैधानिक निकाय है जिसके पास सार्वजनिक प्राधिकरणों द्वारा रखी गई जानकारी तक पहुँचने के उनके अधिकार के संबंध में व्यक्तियों से शिकायतें प्राप्त करने और पूछताछ करने की शक्ति है। सीआईसी ने उचित प्राधिकरण के बिना किसी और के बैंक खाते की जानकारी तक पहुँचने के मामले में कई निर्णय जारी किए हैं। सीआईसी के पास सूचना के प्रकटीकरण का आदेश देने, अधिनियम का उल्लंघन करने वाले सरकारी अधिकारियों पर दंड लगाने और अधिनियम के कार्यान्वयन को निर्देशित करने वाली मिसालें निर्धारित करने की शक्ति है। सीआईसी के फैसलों का आरटीआई अधिनियम के कार्यान्वयन पर महत्वपूर्ण प्रभाव पड़ा है और इससे भारत में सार्वजनिक कार्यालयों की पारदर्शिता और जवाबदेही को मजबूत

करने में मदद मिली है। उदाहरण स्थापित करने और आरटीआई अधिनियम को लागू करने में सीआईसी की भूमिका यह सुनिश्चित करने के लिए आवश्यक है कि नागरिकों के पास सार्वजनिक अधिकारियों को जवाबदेह ठहराने और लोकतांत्रिक प्रक्रिया में भाग लेने के लिए आवश्यक जानकारी तक पहुँच हो।

सूचना का अधिकार (आरटीआई) अधिनियम की धारा 8 में ऐसे प्रावधान हैं जो बैंकों और अन्य वित्तीय संस्थानों की दक्षता के लिए आवश्यक हैं। यह खंड सूचना के प्रकटीकरण में छूट से संबंधित है जो संभावित रूप से इन संस्थानों के हितों को नुकसान पहुँचा सकता है। खाता विवरण, व्यापार रहस्य और गोपनीय व्यावसायिक योजनाओं जैसी संवेदनशील जानकारी की गोपनीयता बनाए रखने के लिए यह महत्वपूर्ण है। आरटीआई अधिनियम मानता है कि वित्तीय संस्थानों का अपने ग्राहकों के साथ एक प्रत्ययी संबंध है, और उनकी विश्वसनीयता बनाए रखने के लिए उनके हितों की रक्षा करने की आवश्यकता है। विस्तृत मामले का विश्लेषण और आरटीआई अधिनियम की धारा 8 की व्याख्या बैंकों और अन्य वित्तीय संस्थानों के हितों की रक्षा में इस धारा की प्रासंगिकता पर प्रकाश डालती है। प्रकटीकरण से आवश्यक छूट प्रदान करके, धारा 8 यह सुनिश्चित करता है कि वित्तीय संस्थान सुचारू रूप से कार्य कर सकें और बाजार में अपनी प्रतिस्पर्धी बढ़ात बनाए रख सकें।

श्री कमल कांत झा बनाम भारतीय स्टेट बैंक (सीआईसी / एमए/ए/2013/001956, 22 नवंबर, 2013): इस मामले में, सीआईसी ने माना कि किसी तीसरे पक्ष की सहमति के बिना बैंक खातेकी जानकारी प्रदान करना उनकी गोपनीयता का उल्लंघन होगा और सूचना प्रौद्योगिकी अधिनियम, 2000 की धारा 72 और 72ए के तहत जुर्माना लगाया जाएगा।

उचित प्राधिकरण के बिना किसी और के बैंक खाते की जानकारी तक पहुँचना अवैध माना जाता है और प्रासंगिक कानूनों के तहत दंड को आकर्षित कर सकता है। किसी और के बैंक खाते की जानकारी तक पहुँचने का प्रयास करने से पहले उचित प्राधिकरण प्राप्त करने या कानूनी सलाह लेने की सलाह दी जाती है।

भारतीय रिजर्व बैंक बनाम जयंतीलाल एन. मिस्त्री (2016 एससीसी ऑनलाइन एससी 1781): इस मामले में सुप्रीम कोर्ट ने कहा कि निजता के अधिकार में बैंक खाते की जानकारी सहित व्यक्तिगत जानकारी की सुरक्षा का अधिकार शामिल है। अदालत ने आगे कहा कि ऐसी जानकारी तक अनधिकृत

पहुँच निजता के अधिकार का उल्लंघन हो सकती है और इसके परिणामस्वरूप नागरिक और आपराधिक दंड हो सकते हैं।

सुप्रीम कोर्ट के ये मामले बैंक खाते की जानकारी की गोपनीयता बनाए रखने के महत्व को स्थापित करते हैं और ऐसी जानकारी के अनधिकृत उपयोग या प्रकटीकरण के लिए संभावित नागरिक और आपराधिक दंडों को उजागर करते हैं। किसी और के बैंक खाते की जानकारी तक पहुँचने का प्रयास करने से पहले उचित प्राधिकरण प्राप्त करने या कानूनी सलाह लेने की सलाह दी जाती है।

मास्टर निर्देश - अपने ग्राहक को जानें (केवाईसी) निर्देश, 2016 (6 अगस्त, 2020 को अपडेट किया गया): आरबीआई का यह मास्टर निर्देश बैंकों को अपने ग्राहक को जानिए (केवाईसी) मानदंडों को लागू करने के लिए दिशानिर्देश प्रदान करता है, जिसमें ग्राहकों की गोपनीयता सुनिश्चित करना शामिल है। 6 अगस्त, 2020 को जारी इस मास्टर निर्देश का अद्यतन संस्करण ग्राहक की जानकारी को अनधिकृत पहुँच और प्रकटीकरण से बचाने के महत्व पर जोर देता है।

आरबीआई की अधिसूचना संख्या आरबीआई/2020-21/19 डीबीआर.एमएल.बीसी.सं.2/14.01.001/2020-21 दिनांक 6 अगस्त, 2020: आरबीआई द्वारा सभी बैंकों और अन्य विनियमित संस्थाओं को जारी की गई इस अधिसूचना में जोर दिया गया है ग्राहक की जानकारी की गोपनीयता बनाए रखने का महत्व और ऐसी जानकारी के अनधिकृत उपयोग या प्रकटीकरण को रोकने के लिए उचित उपायों की आवश्यकता।

आरबीआई के ये दिशानिर्देश और अधिसूचनाएं वर्तमान नियामक ढांचे को दर्शाती हैं और बैंक खाते की जानकारी की गोपनीयता बनाए रखने के महत्व पर जोर देती है। किसी और के बैंक खाते की जानकारी तक पहुँचने का प्रयास करने से पहले इन दिशानिर्देशों का पालन करने और कानूनी सलाह लेने की सलाह दी जाती है।

सूचना का अधिकार (आरटीआई) अधिनियम, 2005 की धारा 8 उन छूटों या आधारों की एक सूची प्रदान करती है जिन पर जन सूचना अधिकारी (पीआईओ) या सरकारी विभाग द्वारा सूचना को रोका जा सकता है। लोक सूचना अधिकारी मांगी गई सूचना को अस्वीकार कर सकता है यदि वह निम्नलिखित छूटों में से किसी के अंतर्गत आती है:

1. भारत की संप्रभुता और अखंडता, राज्य की सुरक्षा, रणनीतिक, वैज्ञानिक या आर्थिक हित, विदेशी राज्य के साथ संबंध या किसी अपराध के लिए उकसाना: यह छूट आरटीआई अधिनियम की धारा 8 (1) (ए) के तहत आती है।
 2. ऐसी जानकारी जो किसी अदालत या न्यायाधिकरण द्वारा स्पष्ट रूप से प्रतिबंधित है या जिसके प्रकटीकरण से अदालत की अवमानना हो सकती है: यह छूट आरटीआई अधिनियम की धारा 8(1)(बी) के तहत आती है।
 3. सूचना जो संसद या राज्य विधानमंडल के विशेषाधिकार का उल्लंघन कर सकती है: यह छूट आरटीआई अधिनियम की धारा 8(1)(सी) के अंतर्गत आती है।
 4. सूचना जो गोपनीयता के उल्लंघन या गोपनीयता के आक्रमण का कारण बन सकती है: यह छूट आरटीआई अधिनियम की धारा 8(1) (जे) के अंतर्गत आती है।
 5. ऐसी जानकारी जो व्यक्तिगत जानकारी से संबंधित है, जो किसी भी सार्वजनिक गतिविधि या हित से संबंधित नहीं है, या गोपनीयता के अनुचित आक्रमण का कारण बनती है: यह छूट आरटीआई अधिनियम की धारा 8(1)(जे) के तहत आती है।
 6. सूचना जो गोपनीय या व्यावसायिक रूप से संवेदनशील है, और इसका खुलासा तीसरे पक्ष की प्रतिस्पर्धी स्थिति को नुकसान पहुँचाएगा: यह छूट आरटीआई अधिनियम की धारा 8(1)(डी) और (ई) के तहत आती है।
 7. सूचना जो जांच की प्रक्रिया या अपराधियों की गिरफ्तारी में बाधा डाल सकती है: यह छूट आरटीआई अधिनियम की धारा 8(1)(एच) के अंतर्गत आती है।
- यह नोट करना महत्वपूर्ण है कि यदि मांगी गई सूचना इन छूटों में से किसी एक के अंतर्गत आती है, तब भी लोक सूचना अधिकारी सूचना प्रदान कर सकता है यदि व्यापक सार्वजनिक हित प्रकटीकरण से होने वाले नुकसान से अधिक हो। इसके अतिरिक्त, पीआईओ को मांगी गई सूचना को अस्वीकार करने के लिए एक स्पष्ट औचित्य प्रदान करना चाहिए।



ग्राहक सेवा एवं संपर्क



नवीन कुमार झा

मुख्य प्रबंधक

क्षेत्रीय कार्यालय, विशाखापट्टनम

बैंकिंग क्षेत्र का आधार ही विश्वास है। ग्राहकों का विश्वास आपके यानि बैंक के प्रति। इस विश्वास को अर्जित करने का एकमात्र तरीका है - एक बेहतर ग्राहक सेवा। एक ग्राहक आपके बैंक की सेवाएँ लेना जारी रखेगा या नहीं, यह तय करने में ग्राहक सेवा सबसे महत्वपूर्ण कारक है। एक वर्ल्ड-क्लास ग्राहक सेवा मुहैया कर हम एक सफल बैंक के रूप में एक लंबा रास्ता तय कर सकते हैं।

बैंकिंग में एक अच्छी ग्राहक सेवा क्या है ?

ग्राहक सेवा बैंकिंग कार्यों का सबसे महत्वपूर्ण कर्तव्य है। शीघ्र और कुशल सेवा से अच्छे जनसंपर्क विकसित होंगे, शिकायतें कम होंगी और व्यापार में वृद्धि होगी। बैंकिंग उद्योग में गुणवत्तापूर्ण ग्राहक सेवा प्रदान करना महत्वपूर्ण है क्योंकि यह ग्राहकों को महत्वपूर्ण महसूस कराता है, आपको उनकी आवश्यकताओं को अधिक प्रभावी ढंग से पूरा करने में मदद करता है और आपके समग्र ग्राहक प्रतिधारण में सुधार करता है।

ग्राहकों की जरूरतों का पूरा ध्यान देना पहली बार में मुश्किल लग सकता है, मुख्य रूप से ऐसा लग सकता है कि इसमें कर्मियों और परिचालनों को शामिल करने के लिए अधिक लागत की आवश्यकता है। हालाँकि, आज की प्रौद्योगिकी-संचालित दुनिया में, बैंक समय और धन बचाने के लिए प्रौद्योगिकी का लाभ उठा सकते हैं।

ग्राहक सेवा को बेहतर बनाने के लिए सर्वप्रथम हमें उसमें उत्पन्न समस्याओं पर ध्यान देने की जरूरत है -

1. प्रत्येक ग्राहक को व्यक्तिगत सेवा अनुभव प्रदान करने में सक्षम न होना

अधिकांश ग्राहक (व्यक्तिगत और छोटे व्यवसाय) बैंकिंग संस्थानों को बड़ी, गैर-मानव संस्थाओं के रूप में देखते हैं जो उनकी व्यक्तिगत समस्याओं की परवाह नहीं करते हैं। अगर हम गैर करेंगे तो यह धारणा पूरी तरह से सही नहीं है। लेकिन पूर्ण रूप से गलत भी नहीं है। वित्तीय मामले अक्सर संवेदनशील होते हैं, और प्रत्येक वित्तीय स्थिति के अनुरूप दृष्टिकोण की आवश्यकता होती है। इसलिए प्रत्येक ग्राहक के पास प्रश्नों के

समान सामान्य सेट के साथ पहुंचना और उन्हें वित्तीय समाधानों के समान सेट की पेशकश करना ही आपको एक मशीन का रूप देती है।

2. धीमी सेवा वितरण एवं लंबी प्रतीक्षा समय:

एक अन्य सामान्य क्षेत्र जहां अधिकांश बैंकिंग संस्थान विफल होते हैं, वह सेवा वितरण और प्रतीक्षा समय है। अधिकतर जब कोई ग्राहक सहायता के लिए बैंक को कॉल करता है, तो उन्हें लंबे आईवीआर के माध्यम से नेविगेट करना पड़ता है और फिर ग्राहक सेवा प्रतिनिधि से जुड़ने के लिए प्रतीक्षा करनी पड़ती है। कभी-कभी, इन ग्राहक सेवा प्रतिनिधियों को ग्राहकों की समस्या को वापस बैंक या किसी विशेष विभाग में भेजने की आवश्यकता हो सकती है जो केवल ग्राहकों के प्रतीक्षा समय और हताशा में वृद्धि करता है।

3. ग्राहकों की समस्याओं को हल करने में कमी:

बैंकों में ग्राहक सेवा प्रतिनिधि बड़ी मात्रा में क्वेरीज़ और एक लंबा टर्नआरउड समय देखते हैं। और ये प्रश्न सरल और जटिल दोनों तरह की समस्याओं की एक विस्तृत श्रृंखला को कवर करते हैं। वित्तीय संस्थान अधिक सीधे मुद्दों को हल करने के लिए प्रौद्योगिकी का लाभ उठाकर तेजी से प्रतिक्रिया और समाधान समय प्राप्त कर सकते हैं, उदाहरण के लिए:

ग्राहकों को विस्तृत एफएक्यू और नॉलेज बेस प्रदान करें, जिससे वे स्व-सेवा(सेल्फ सर्विस) का इस्तेमाल कर सकें; रीयल-टाइम समस्या निवारण में सहायता के लिए आईवीआर और चैटबॉट्स का उपयोग करें।

जैसा कि हमने ऊपर उल्लेख किया है, बैंकिंग उद्योग ग्राहक सेवा के मुद्दों के एक खास पैटर्न से ग्रस्त है। और इस प्रकार, इन समस्याओं को हल करने के लिए प्रौद्योगिकी और पारस्परिक कौशल दोनों को शामिल करते हुए एक सामरिक दृष्टिकोण की भी आवश्यकता होती है।

- ग्राहकों से सीधा संपर्क में रहने वाले कर्मचारियों/अधिकारियों को उद्योग-विशिष्ट ज्ञान से परिचित कराना -

ऐसे कर्मचारियों को सेवाओं की पूरी शृंखला के बारे में पता होना चाहिए तथा साथ ही साथ बाज़ार के रुझानों के बारे में भी ज्ञात होना चाहिए जिससे वह ग्राहकों को सुझाव दे सकें तथा समझा सकें कि कैसे उनकी संस्था ग्राहक के लिए बेहतर विकल्प है। उनके पास अपने ग्राहकों से सही सवाल पूछने की क्षमता होनी चाहिए और उन्हें बेहतर निर्णय लेने में मदद करने के लिए उचित रूप से उनकी ज़रूरतों का आकलन करना आना चाहिए।

- संपर्क संचार में स्पष्टता एवं पारदर्शिता -

हमने यह पहले भी कहा है - बैंकिंग की नींव विश्वास है। और विश्वास स्थापित करने का सबसे अच्छा तरीका स्पष्ट और पारदर्शी तरीके से संचार करना है। इसलिए, शुरुआत के लिए, वित्तीय संस्थानों के सभी कर्मचारियों को शब्दजाल से बचना चाहिए। अपने ग्राहकों से इस तरह बात करें जैसे कि आप किसी मित्र या परिवार के किसी सदस्य से बात कर रहे हों। फिर, यह सुनिश्चित करने के लिए कि वे अपने वित्तीय निर्णयों के निहितार्थों को समझते हैं, हर बार बातचीत करते समय उनके साथ दोबारा जाँच करें।

बाद में गलतफहमी से बचने के लिए बातचीत का लिखित रिकॉर्ड बनाए रखें। बैंकिंग के कुछ क्षेत्र जो भ्रामक हो सकते हैं उनमें शामिल हैं: ब्याज दरों की गणना, ओवरड्राफ्ट सुरक्षा के विभिन्न रूपों को समझना, यह निर्धारित करना कि कौन से ऋण उत्पाद सर्वोत्तम हैं, क्रेडिट स्कोर को समझना, ऑनलाइन और दूरस्थ बैंकिंग विकल्पों का उपयोग करना।

सुनिश्चित करें कि आप ग्राहक को इन सूचनाओं को बार-बार समझाने के लिए तैयार रहें जब तक कि उनके पास पूर्ण स्पष्टता न हो।

- ग्राहकों से सीधा संपर्क में रहने वाले कर्मचारियों/अधिकारियों के तकनीकी साक्षरता में सुधार -

आज बैंकों में बहुत सारी बातचीत किसी न किसी तरह की तकनीक से संचालित होती है। इसलिए, एक अच्छे ग्राहक सेवा प्रतिनिधि को उपयोग की जा रही तकनीक का गहन ज्ञान होना चाहिए और ग्राहक को आसानी से प्रौद्योगिकी प्लेटफॉर्म का उपयोग करने के लिए मार्गदर्शन करना चाहिए। उदाहरण के लिए, किसी ग्राहक को केवल एटीएम/इंटरनेट बैंकिंग/मोबाइल ऐप का उपयोग करने के लिए निर्देशित करने के बजाय, पहले उनसे पूछें कि क्या वे प्लेटफॉर्म का अवलोकन करना चाहेंगे। और यदि वे करते हैं, तो उन्हें उसी का एक सरल व्यक्तिगत डेमो दें।

- अपने ग्राहकों को स्व-सेवा (सेल्फ सर्विस) के इस्तेमाल के लिए शिक्षित एवं प्रेरित करें -

स्व-सेवा एक नया ग्राहक सेवा चलन है जो सभी उद्योगों में तूफान ला रहा है। स्व-सेवा मॉडल को अपनाने में पहला कदम एक व्यापक ज्ञान का आधार बनाना है जो आपके ग्राहकों को जानकारी खोजने, समस्याओं का निवारण करने और उन्हें हल करने में मदद कर सकता है।

- समय के साथ बदलाव को स्वीकार कर आगे बढ़ने की आवश्यकता

वित्तीय सेवाओं का परिदृश्य निरंतर प्रवाह में है, लगभग हर दिन नए रुझान और विनियामक उपाय सामने आ रहे हैं। यह सुनिश्चित करने के लिए कि आपका वित्तीय संस्थान सर्वोत्तम संभव ग्राहक अनुभव प्रदान करता है, आपको उद्योग की नब्ज पर अपनी उंगली रखनी होगी और बदलने के लिए लचीला रहना होगा - इसका मतलब है कि लगातार नई तकनीक को सुधारने और अपनाने के तरीकों की तलाश करना। अपने ग्राहकों की बात सुनकर, खुले दिमाग से, और स्मार्ट निवेश करके, आप अपने बैंक या वित्तीय संस्थान में असाधारण ग्राहक सेवा की गारंटी दे सकते हैं।

- हिन्दी राजभाषा एवं स्थानीय भाषाओं का महत्व

इस संबंध में आरबीआई की एक बहुत ही स्पष्ट पहल ग्राहक सेवा को बेहतर बनाने के लिए हिंदी पर महत्वपूर्ण जोर देना है। कारण और औचित्य अत्यंत सरल और बोधगम्य है। सर्कुलर, ग्राहक केंद्रित पैम्फलेट, नोटिस और अधिसूचना आदि में राजभाषा का उपयोग व्यापक वर्ग के लोगों का ध्यान खींचता है और उन्हें बैंकिंग उत्पादों के प्रति आकर्षित करता है। इसके अलावा, बैंकिंग प्रौद्योगिकी के साथ-साथ द्विभाषी सॉफ्टवेयर के उपयोग के माध्यम से हिंदी के उपयोग की वकालत की गई है, जो ग्राहकों को स्व-सेवालित इलेक्ट्रॉनिक प्लेटफॉर्म तक पहुंचने में सक्षम बनाएगी। आधिकारिक भाषा, और स्थानीय भाषाओं का उपयोग भी एक बेहतर ग्राहक सेवा के अभिन्न अंग है।

अंततः: बैंकिंग उद्योग में गुणवत्तापूर्ण ग्राहक सेवा प्रदान करना महत्वपूर्ण है क्योंकि यह ग्राहकों को महत्वपूर्ण महसूस कराता है, आपको उनकी आवश्यकताओं को अधिक प्रभावी ढंग से पूरा करने में मदद करता है और आपके समग्र ग्राहक प्रतिधारणा में सुधार करता है।



नए युग की बैंकिंग



भारत में बैंकिंग क्षेत्र में एक सेवा प्रधान क्षेत्र है जिसका उद्देश्य वस्तुओं का निर्माण व विक्रय न होकर सेवाएं प्रदान करना है। बैंकिंग सेवाओं की उपयुक्तता, प्रभावकारिता एवं लाभदायकता हेतु यह अत्यंत आवश्यक हो जाता है कि बैंक कर्मचारियों को बैंकिंग विधियों, नीतियों, प्रक्रियाओं व व्यवहारों का पर्याप्त ज्ञान हो।

एक नये विकासोन्मुखी वातावरण की रचना हेतु हमारे बैंक वर्तमान में अपनी गतिविधियों एवं प्रतिक्रियाओं में समय की पुकार के अनुकूल क्रांतिकारी परिवर्तन करने में सतत् प्रयत्नशील है। इस हेतु बैंक कर्मचारियों के शिक्षण एवं प्रशिक्षण हेतु देश में अनेक प्रशिक्षण संस्थाओं की स्थापना की जा चुकी है।

वर्तमान में हमारे बैंक विकास की नित नई अवस्थाओं की ओर अग्रसर हो रहे हैं। बैंकिंग क्षेत्र में बैंकों द्वारा शाखाओं के विस्तार, व्यापार वृद्धि और तीव्र मार्केटिंग को देखते हुए बड़े स्तर पर रोजगार की संभावनाएं उभर रही हैं। देश में कई बैंक केम्पस सिलेक्शन के माध्यम से युवाओं की भर्ती करके उन्हें पूर्व प्रशिक्षण प्रदान करवा रहे हैं।

यह स्थिति बैंक कर्मियों के सेवानिवृत्त होने के कारण खाली हो रहे पदों को भरने के लिये सहायक हो रही है। फीस आधारित आय में वृद्धि की माँग को देखते हुए बैंक बीमा पॉलिसी, म्युचअल फण्ड योजना और अन्य योजनाओं के वितरण जैसी गतिविधियों पर बल दे रहे हैं।

कोर बैंकिंग सोल्युशन और नये युग की बैंकिंग को देखते हुए पब्लिक सेक्टर बैंक नये क्षेत्र जैसे टेली-कालिंग, डायरेक्ट मार्केटिंग और टेक-सोल्युशन के क्षेत्र में रोजगार में वृद्धि कर रहे हैं। यह कहना अब अधिक तर्कसंगत है कि भारत का बैंकिंग क्षेत्र एक आकर्षक एवं नये कलेवर के रूप में हम सभी को आकर्षित कर रहा है।

बैंकिंग सुधार का प्रथम दौर: सार्वजनिक व्यापारिक बैंकों के राष्ट्रीयकरण की असफलताओं को ध्यान में रखकर भारत सरकार ने 14 अगस्त, 1991 को देश की कार्यप्रणाली एवं वित्तीय प्रणाली की संरचना में सुधार करने के लिए आवश्यक सुझाव देने हेतु श्री एम. नरसिंहम की अध्यक्षता में एक समिति गठित की, जिसने अपनी रिपोर्ट 20 नवम्बर, 1991 को प्रस्तुत की।

समिति ने व्यापारिक बैंकों की गिरती लाभदायकता के लिए सार्वजनिक दायित्वों से बंधे होने के कारण गिरती ब्याज से आय निरन्तर बढ़ती हुई बैंकों की परिचालन लागत को उत्तरदायी माना है। समिति ने बैंकिंग प्रणाली में राजनीतिक एवं प्रशासनिक हस्तक्षेप को भी बैंकों की घटती लाभदायकता के लिए दोषी माना है समिति की मुख्य सिफारिशों को देश के बैंकिंग ढाँचे में आधारभूत

परिवर्तन करने, बैंकों को अपने क्रियाकलापों में पूर्ण स्वायत्तता देने, बैंक के लिए सर्वाधिक तरलता अनुपात को धीरे-धीरे घटाकर 25 प्रतिशत तक लाने, रियायती ब्याज दरों को समाप्त करने साथ हेतु प्राथमिक लक्ष्यों के पुन निर्धारण करने तथा इसे कुल साख के 10 प्रतिशत तक सीमित करने की सिफारिश की गई है।

समिति ने पूँजी बाजार में त्वरित एवं प्रभावपूर्ण उदारांकण की सिफारिश की है। विकास से सम्बद्ध वित्तीय संस्थाओं के संबंध में यह कहा गया है कि इन संस्थाओं को प्रतियोगी दरों पर बाजार से ही संसाधन जुटाने चाहिये। समिति ने निजी क्षेत्र के अन्तर्गत नये बैंकों के विस्तार पर कोई नियन्त्रण नहीं लगाया। बैंकों के ढाँचे को पुनर्निर्मित करके यह सुझाव दिया कि सार्वजनिक क्षेत्र के बैंक जो कि लाभकारी गतिविधियाँ सम्पन्न करते हैं को अपनी पूँजी बढ़ाने के लिये पूँजी बाजार में बिना किसी रोकटोक के प्रवेश करने की अनुमति दी जानी चाहिए।

समिति ने बैंकिंग व्यवस्था पर रिजर्व बैंक तथा वित्त मंत्रालय के बैंकिंग विभाग के दोहरे नियंत्रण की व्यवस्था को समाप्त करने और बैंकिंग व्यवस्था पर नियंत्रण हेतु सार्वजनिक संस्था की सिफारिश की है। सार्वजनिक क्षेत्र के बैंक के प्रबन्धक मण्डल में सरकार का प्रतिनिधि होना आवश्यक है।

यद्यपि केन्द्र सरकार ने नरसिंहम समिति की सिफारिशों को ध्यान में रखते हुये अनेक वित्तीय परिवर्तनों का समावेश बजट के अन्तर्गत किया है। वित्तीय क्षेत्र के अन्तर्गत लाभकारी प्रभावों का विगत वर्षों के बजटों से परिवर्तन के संकेत मिलते हैं।

चूँकि बैंकों के कामकज में पारदर्शिता आयी है तथा उनकी वास्तविक वित्तीय स्थिति का अध्ययन भी होता है लेकिन भारतीय बैंकिंग क्षेत्र अभी भी अनेक दुर्बलताओं से ग्रसित है जिससे न तो उसका स्वस्थ विकास हो पा रहा है और न ही स्तर में लेन-देन का त्वरित निपटारा करने में सक्षम है। राष्ट्रीयकृत बैंकों के समक्ष कड़ी चुनौती है कि वे उच्च कोटि की सेवा में एवं ऋण वसूली सम्बन्धित क्रियाओं को सम्पन्न करें।

बैंकिंग सुधार का द्वितीय दौर: वैश्वीकरण के परिप्रेक्ष्य में बैंकिंग सुधारों के लिए गठित दूसरी नरसिंहम समिति ने अपनी रिपोर्ट 23 अप्रैल, 1998 को केन्द्रीय वित्त मंत्री को सुपुर्द की। आर्थिक समीक्षा के अनुसार भारतीय बैंकिंग प्रणाली में सुधार लाने की आवश्यकता पर बल देते हुए कहा गया कि महत्वपूर्ण उपलब्धियों के बावजूद

हमारी बैंकिंग प्रणाली को अन्तर्राष्ट्रीय स्तर की प्रतिस्पर्धा में आने के लिए सुधारों की आवश्यकता है।

इसके लिये वित्तीय निषादन को बढ़ाने और उच्च क्षमता को प्राप्त करने में उपायों को अपनाने की आवश्यकता है। समिति ने पूँजी खाते में रूपये की पूर्ण परिवर्तनीयता से पूर्व देश में मजबूत व प्रभावी वित्तीय व्यवस्था विकसित करने का सुझाव दिया।

इसके अलावा बैंकों की परिसम्पत्तियों की गुणवत्ता में सुधार, गैर निषादन परिसम्पत्तियों में कमी, पूँजी पर्याप्तता अनुपात में वृद्धि, बैंकों को राजनीति से मुक्त करने, आदि के परिपेक्ष्य में बैंकिंग क्षेत्र को सुदृढ़ बनाने की दिशा में प्रयास प्रारम्भ हो गये हैं।

इसी प्रकार बैंकिंग प्रणाली को सुदृढ़ करने हेतु पूँजी पर्याप्तता अपेक्षाओं में ऋण जोखिमों के अतिरिक्त बाजारीय जोखिम को भी ध्यान में रखा गया है। वित्तीय क्षेत्र में जो व्यापक सुधार पिछले वर्षों में किये गये वे समग्र आर्थिक सुधारों का एक भाग रहे हैं। वित्तीय का समग्र औचित्य वित्तीय प्रणाली की दक्षता एवं कार्यकुशलता को सुधारना एवं एक ऐसी प्रतियोगी प्रणाली विकसित करना था जिससे विकास का मार्ग प्रशस्त हो सके।

इस सन्दर्भ में कुछ सीमा तक बैंकिंग क्षेत्र में आम उपभोक्ताओं को अपने धन को अनुकूलतम संसाधनों में निवेश करने के पर्याप्त अवसर उपलब्ध हो रहे हैं। बैंकिंग क्षेत्र में म्यूचुअल फंड योजनाएँ सार्वजनिक क्षेत्र के अतिरिक्त निजी क्षेत्र द्वारा भी संचालित की जा रही हैं।

भारत में बैंकों की लाभदायकता: समग्र जमाओं में बैंक साख का योगदान सराहनीय है। चूँकि समग्र जमाएँ एवं बैंक साख की असमानताओं से बैंकिंग क्षेत्र की वित्तीय स्थिति मजबूत नहीं कही जा सकती है। ऐसे बैंकों की भागीदारी भारतीय अर्थव्यवस्था में अधिक होनी चाहिए।

बैंकिंग सुधारों के समक्ष चुनौतियाँ: बैंकिंग सुधारों के लागू होने के पश्चात् से वाणिज्यिक बैंकों के प्रदर्शन में निरंतर सुधार हो रहा है। घरेलू और अन्तर्राष्ट्रीय परिस्थितियों में परिवर्तन वित्तीय सेवाओं के सार्वभौमिक एकीकरण व अन्य सापेक्षिक कारणों से वाणिज्यिक बैंकों के समक्ष अभी भी कुछ चुनौतियाँ शेष हैं।

आर्थिक सुधारों के दूसरे दौर में यह प्रयास होना चाहिये था कि बैंकिंग क्षेत्र इन चुनौतियों का सामना स्वयं अपने संसाधनों से करने में समर्थ व सक्षम बन सकें, किन्तु ऐसा संभव नहीं हो सका। वर्तमान में प्रौद्योगिकी के प्रभावी प्रयोग की चुनौती, मानव संसाधन विकास की चुनौती, पारदर्शिता और प्रकटीकरण बढ़ते हुए बैंक घोटालों के नियंत्रण की चुनौती बढ़ती प्रतिस्पर्धा की चुनौती तथा गैर निषादन सम्पत्तियों में वृद्धि की चुनौती आदि भारतीय अर्थव्यवस्था के समक्ष गम्भीर चुनौतियों हैं।

उक्त चुनौतियाँ विश्वव्यापी बैंकिंग क्षेत्र के मार्ग में बाधक हैं, अतएव भारत को चाहिए कि प्रत्यक्ष विदेशी निवेश एवं सहयोग की भावना

पर कार्य करे।

बैंकिंग सुधार में सरकार द्वारा निर्णय: बैंकिंग सुधार हेतु उपयुक्त समितियों के परिप्रेक्ष्य में भारत सरकार और रिजर्व बैंक ने बैंकिंग एवं वित्तीय क्षेत्र के सुदृढीकरण की दिशा में कार्य प्रारम्भ कर दिया है। इस दिशा में निम्नलिखित निर्णय लिये गये- घोषित मौद्रिक एवं साख नीति में सरकारी प्रतिभूतियों के सम्पूर्ण पोर्टफोलियो बाजार को चिन्हित किया गया है।

गैर निषादनकारी परिसम्पत्तियों को 5 प्रतिशत के स्तर पर लाने के लिए ऋण वसूली न्यायाधिकरणों को मजबूत किया गया है साथ ही परिसम्पत्तियों के वर्गीकरण, आय निर्धारण, जोखिम आदि के सम्बन्ध में विवेकपूर्ण उपायों की घोषणा भारतीय रिजर्व बैंक द्वारा की जायेगी।

इसके अलावा बैंकिंग कानूनों को अधिक प्रभावी बनाने हेतु उनमें संशोधन करने के सुझाव दिये गये हैं। घोषित मौद्रिक एवं साख नीति के अन्तर्गत बैंकों एवं वित्तीय संस्थाओं को पूर्ण पारदर्शिता तथा खुलेपन के साथ कार्य करने के लिये पूँजी पर्याप्तता को सुदृढ़ किया जाना आवश्यक समझा गया।

इसी प्रकार बैंकों को परामर्श दिया जा रहा है कि वे साख जोखिम, बाजार जोखिम, भाकर व्यवस्था अब लागू नहीं होगी किन्तु प्रतिमानों में छूट दी गई है। इस प्रकार अधिकांश बैंकों ने अपना ध्यान देश के महानगरों पर केन्द्रित किया है। यह बैंक अपनी सीमित शाखाओं में नवीनतम प्रौद्योगिकी का इस्तेमाल करते हैं।

अतः निष्कर्ष के रूप में कहा जा सकता है कि यद्यपि हमारी अर्थव्यवस्था वैश्वीकरण की दिशा में अग्रसर हो चुकी है परन्तु इस दिशा में किये गये बैंकिंग सुधारों की रणनीति में कहीं न कहीं प्रयासों की सफलता में संदेह होता है। हमारे दृष्टिकोण से भारत में वित्तीय सुधारों के अन्तर्गत संरचनात्मक परिवर्तन होने चाहिये साथ ही वित्तीय उदारीकरण में साख उपयोग एवं ब्याज दरों पर लगे नियंत्रणों को हटाना भी आवश्यक होगा।

चूँकि आर्थिक उदारीकरण की इसी प्रक्रिया के दौरान देश में सामाजिक आर्थिक परिवृद्धश्य में मध्यम वर्ग परिमाणात्मक रूप से बढ़ा है एवं उनकी आकांक्षाओं में वृद्धि हुई है। वित्तीय सुधारों के दौर में भारतीय अर्थव्यवस्था के साथ-साथ देश की बैंकिंग प्रणाली भी संक्रमणकाल से गुजर रही है एवं अपने विकास के मोड पर खड़ी है।

चूँकि भारतीय बैंकिंग क्षेत्र ने लोगों की आवश्यकताओं के अनुरूप इस दौर में प्रतिकूल आर्थिक मंदी के बावजूद अपनी वित्तीय स्थिति एवं प्रबंध स्तर में सुधार के प्रति गहरी प्रतिबद्धता का परिचय दिया है।

अन्ततः निष्कर्ष स्वरूप यही कहा जा सकता है कि बैंकिंग क्षेत्र में पूर्ण पारदर्शिता एवं दक्षता के साथ स्वयं को पुर्णसंगठित करना होगा। उच्च लाभप्रदता के साथ तेजी से विकसित हो रहे व्यवसाय को संभालने में आमूल-चूल परिवर्तन की महती आवश्यकता है।



नये दौर की मार्केटिंग

आधुनिक युग में मार्केटिंग बहुत तेजी से बदल रहा है। नयी तकनीकों व इंटरनेट के आविष्कार से मार्केटिंग का दृष्टिकोण बदल गया है। इसे नये दौर की मार्केटिंग के नाम से जाना जाता है। इसमें उन तकनीकों का इस्तेमाल किया जाता है जो आधुनिक जीवनशैली के साथ जुड़े हुए हैं। इसमें वेबसाइट, सोशल मीडिया, ईमेल व डिजिटल माध्यमों का इस्तेमाल किया जाता है। नये दौर की मार्केटिंग अपने उत्पाद या सेवाओं को लोगों तक पहुंचाने में बहुत उपयोगी सिद्ध होती है।

बैंकिंग उद्योग भी नए दौर की मार्केटिंग का अच्छा उदाहरण है। आजकल बैंकिंग उद्योग में उपलब्ध सभी सुविधाओं को डिजिटल माध्यम से प्रदान किया जाता है। इससे बैंकों की ग्राहक संख्या में वृद्धि होती है व साथ ही ग्राहकों को अधिक सुविधाएं उपलब्ध होती हैं जो उनके जीवन को सरल बनाने में मदद करती हैं। बैंकों ने वेबसाइट, एप्लीकेशन व सोशल मीडिया के माध्यम से अपने ग्राहकों को संबोधित करना शुरू किया है। उन्होंने अपने ग्राहकों के लिए नई तकनीकों का इस्तेमाल किया है जिससे ग्राहकों को सरल तरीके से उनकी सेवाओं व खातों का प्रबंधन करने में मदद मिलती है। बैंकों ने इस नए दौर की मार्केटिंग के माध्यम से अपने ग्राहकों के अनुभव को बेहतर बनाने के लिए कई सुविधाएं प्रदान की हैं।

नये दौर की मार्केटिंग के माध्यम से व्यापारियों को भी नई तकनीक का सहारा मिलता है जिससे वे अपने उत्पादों या सेवाओं का विपणन कर सकें। इलॉन मस्क जैसे उदाहरणों को देखा जा सकता है कि उन्होंने ट्रिवटर जैसे सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म का उपयोग करके अपने उत्पादों का विपणन किया है। ट्रिवटर के माध्यम से वह न केवल अपने उत्पादों की जानकारी साझा करते हैं बल्कि उनकी दिशा-निर्देशन करते हुए बाजार में लोगों के ध्यान को अपनी ओर खींचते हैं।

आजकल यह भी देखा जा रहा है कि कंपनियां फेमस यूट्यूबर और अन्य सोशल मीडिया इंफ्लुएंसर्स के साथ सहयोग करती हैं ताकि वे अपने उत्पादों का प्रचार कर सकें। युवा इन्फ्लुएंसर्स के

हर्षित शर्मा
सहायक प्रबंधक-आईटी
ज्ञानार्जन एवं विकास विभाग,
केन्द्रीय कार्यालय, मुंबई।



माध्यम से उन्हें अपने उत्पादों का विपणन करने में सफलता मिलती है क्योंकि युवा उम्र के लोग आमतौर पर उनके प्रति आकर्षित होते हैं। इस तरह से, सोशल मीडिया विपणन और युवा इंफ्लुएंसर्स के माध्यम से विपणन, बड़ी कंपनियों को अपने उत्पादों या सेवाओं का विपणन करने का एक नया तरीका प्रदान करता है। इस तरह के मार्केटिंग के माध्यम से, उन्हें अपने उत्पादों का ब्रॉडिंग, प्रचार और विपणन करने का मौका मिलता है और उन्हें लोगों के बीच बढ़ी हुई उपस्थिति का लाभ भी होता है।

वर्तमान समय में, सोशल मीडिया विपणन का उपयोग विभिन्न सरकारी संस्थाएं भी अपनी सेवाओं और योजनाओं को लोगों तक पहुंचाने के लिए सोशल मीडिया का उपयोग करती हैं। सरकार अपने अधिकारों, सरकारी योजनाओं और सेवाओं से जुड़ी जानकारी को आम जनता के बीच पहुंचाने के लिए विभिन्न सोशल मीडिया हैंडल्स पर वीडियो और संदेश शेयर करती है। इसके अलावा, सरकार अपने विभिन्न संस्थानों और मंत्रालयों के आधिकारिक ट्रिवटर अकाउंट के माध्यम से लोगों से बातचीत भी करती है। इस तरह से, सोशल मीडिया का उपयोग करके सरकार अपनी नीतियों और कार्यक्रमों को जनता तक पहुंचाती है और लोगों को उनके अधिकारों और सेवाओं से अवगत कराती है।

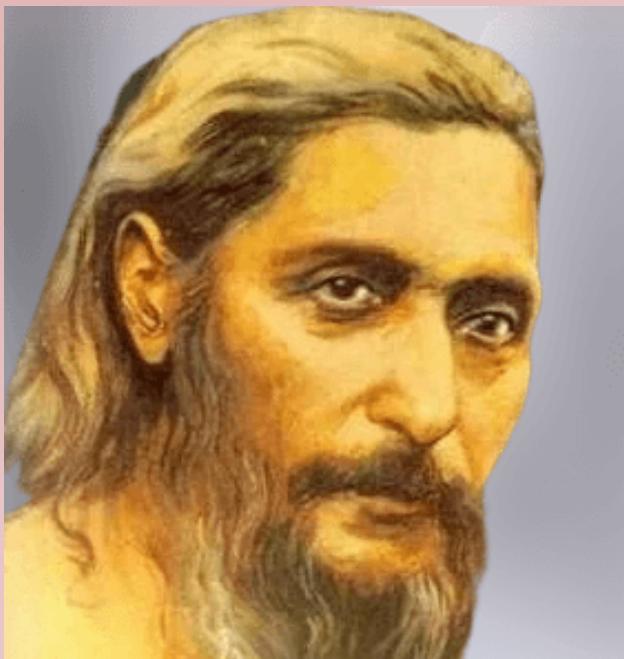
सोशल मीडिया विपणन न केवल दूसरे व्यवसायों की सहायता करता है बल्कि यह आज एक व्यवसाय भी बन गया है। सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म जैसे फेसबुक, ट्रिवटर और इंस्टाग्राम आज अपने उपयोगकर्ताओं के साथ निजी जानकारी का उपयोग करते हुए उन्हें उनकी रुचि के अनुसार विज्ञापन दिखाते हैं। इसके द्वारा फेसबुक और यूट्यूब जैसे सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म विज्ञापनों से अपनी आमदनी बढ़ाते हैं।

इससे पहले टेलीविजन, रेडियो और प्रिंट मीडिया ही मुख्य जारीदार होते थे, लेकिन सोशल मीडिया के आने के बाद से विज्ञापन विपणन में एक नया युग शुरू हो गया है। इससे नए उत्पादों की पहचान करना, उनकी उन्हें बिक्री करना और उन्हें सफल बनाना आसान हो गया है। इससे दुनिया भर में लाखों लोगों

के लिए नए रोजगार के अवसर पैदा हुए हैं। डिजिटल मार्केटिंग एक नया कौशल है, जिससे लोग अपने आपको बेहतर रूप से साबित कर सकते हैं और अपने व्यवसाय या उद्यम को सफल बनाने में सक्षम हो सकते हैं। डिजिटल मार्केटिंग के जरिए लोगों को उत्पाद और सेवाओं के बारे में जानकारी देने के साथ-साथ, लोगों को अपने उत्पाद या सेवा को बेहतरीन रूप से विज्ञापित करने का एक बड़ा अवसर प्रदान करता है।

अंततः, सोशल मीडिया नए युग की नई तकनीक है, जो बदलते

दौर में विपणन और प्रचार करने के नए ढंगों को संभव बनाता है। इससे न केवल व्यवसाय और उद्यमों को लाभ होता है, बल्कि आम जनता भी इससे अच्छी तरह से लाभ उठा सकती है। सोशल मीडिया के द्वारा सरकारें अपने कामों को लोगों तक पहुंचाती हैं, और युवाओं को अपने पसंदीदा सोशल मीडिया इन्फ्लुएंसर्स के माध्यम से उत्पादों के बारे में बताते हैं। सोशल मीडिया का विपणन उभरते हुए व्यवसायों के लिए आवश्यक है और इससे नई संभावनाएं खुलती हैं जो आगे जाकर भविष्य बदल सकती हैं।



सूर्यकांत त्रिपाठी 'निराला'

“बाल झबरे, दृष्टि पैनी, फटी लुंगी, नग्न तन,
किन्तु अन्तर्दीप्त था आकाश-सा उन्मुक्त मन”

नागर्जुन की यह पंक्तियाँ हिंदी साहित्य के कालजयी रचनाकार और छायावाद के प्रमुख स्तम्भ कवि महाप्राण सूर्यकांत त्रिपाठी 'निराला' को समर्पित हैं। निराला का जन्म 21 फरवरी, 1897 ई. को पश्चिम बंगाल के मेदनीपुर जिले के महिषादल नामक गाँव में हुआ। निराला ने प्रायः समस्त साहित्यिक विधाओं में अपनी रचना का कौशल प्रस्तुत किया है कविताएं, खंड काव्य, उपन्यास, कहानी, निबंध, आलोचना, संस्मरण, अनुवाद आदि में उनकी साहित्यिक कृतियाँ उपलब्ध हैं। उन्होंने 14 काव्यसंग्रह रचना की जिनमें अनामिका, परिमल, राम की शक्ति पूजा (खण्ड काव्य), सरोज स्मृति (खण्ड काव्य)

आदि प्रमुख हैं, उनके लगभग 8 उपन्यास हैं जिनमें अप्सरा, अलका, चोटी की पकड़ आदि प्रमुख हैं, उनकी 5 कहानी संग्रह तथा 6 निबंध और आलोचना के ग्रन्थ हैं, इसके साथ ही साथ उनके दर्जनों अनुदित पुस्तकें भी हमारे समक्ष उपस्थित हैं। महाप्राण निराला को मरणोपरांत पद्म विभूषण पुरस्कार से भी सम्मानित किया गया। निराला फक्कड़ाना मिज़ाज़ के व्यक्ति थे। उनकी प्रकृति 'जो पाया सो लुटाया' वाली प्रकृति थी।

निराला का व्यक्तित्व उनकी ही कविता "राम की शक्ति पूजा" की पंक्तियों में स्पष्ट दिखाई देता है - "वह एक और मन रहा राम का जो न थका / जो नहीं जानता दैन्य, नहीं जानता विनय / कर गया भेद वह मायावरण प्राप्त कर जय"। उनकी कविता में नवजागरण का संदेश है - "जागो फिर एक बार / सिंह की गोद से छिनता रे शिशु कौन ? / मौन भी क्या रहती वह/ रहते प्राण रे अजान।" डॉ. भगीरथ मिश्र के अनुसार- 'निराला की अधिकांश कविताओं की पृष्ठभूमि में राष्ट्रीयता का रंग विद्यमान मिलेगा।' निराला की कविता प्रगतिशील चेतना से ओतप्रोत है, उनकी कविता 'वह तोड़ती पत्थर'- "नहीं छायादार/ पेड़ वह जिसके तले बैठी हुई स्वीकार/... गुरु हथौड़ा हाथ/ करती बार बार प्रहार/ सामने तरुमालिका अट्टालिका प्राकार।" तो वहीं दूसरी ओर शोषक पूंजीपतियों का विरोध करते हुए वे लिखते हैं - अबे सुन बे गुलाब / भूल मत, जो पाई खुशबू रंगों आब / खून चूसा खाद का तूने अशिष्ट / डाल पर इतरा रहा कैपिटलिस्ट। निराला ने भारत की दरिद्रता को भी अपनी कविता में स्थान दिया है- वह आता / दो टुक कलेजे के करता पछताता पथ पर आता/ पेट पीठ दोनों मिलकर हैं एक/ चल रहा लकुटिया टेक रामविलास शर्मा निराला के विषय में कहते हैं - 'निराला ओज और औदात्य के कवि है।' इस प्रकार निराला का साहित्य हिंदी साहित्य की वह अमूल्य निधि है जिसे निराला जैसे महाप्राण कवि ही रच सकते हैं।



नारी शक्ति



अनिल नायक

मुख्य प्रबंधक

क्षेत्रीय कार्यालय जबलपुर

भारत अपने इतिहास और संस्कृति की वजह से पूरे विश्व में एक विशेष स्थान रखता है। हमारा यह देश सांस्कृतिक, राजनीतिक, अर्थिक, सैन्य शक्ति आदि क्षेत्रों में विश्व के बेहतरीन देशों में शामिल है। वैसे तो आजादी के बाद देश की इन स्थितियों में सुधार की पहल हुई लेकिन हालिया समय में इन क्षेत्रों में पहल तेज हुई है। इसके लिए समाज के मानव संसाधन को लगातार बेहतर, मजबूत व सशक्त किया जा रहा है और समाज की आधी आबादी स्त्रियों की है, इस बाबत उनके लिए विशेष प्रयास किए जा रहे हैं। डॉ. अंबेडकर ने कहा था कि यदि किसी समाज की प्रगति के बारे में सही-सही जानना है तो उस समाज की स्त्रियों की स्थिति के बारे में जानो। कोई समाज कितना मजबूत हो सकता है, इसका अंदाजा इस बात से इसलिए लगाया जा सकता है क्योंकि स्त्रियों किसी भी समाज की आधी आबादी हैं। बिना इन्हें साथ लिए कोई भी समाज अपनी संपूर्णता में बेहतर नहीं कर सकता है।

आधी आबादी के रूप में महिलायें

भारत में विभिन्न संस्कृतियों का संगम है। स्त्री हर संस्कृति के केंद्र में होकर भी केंद्र से दूर है। सिमोन डी बेवॉयर का कथन है, “स्त्री पैदा नहीं होती, बनाई जाती है।” समाज अपनी आवश्यकता के अनुसार स्त्री को ढालता आया है। उसके सोचने से लेकर उसके जीवन जीने के ढांग को पुरुष अभी तक नियंत्रित करता आया है और आज भी करने की कोशिश करता रहता है। पितृसत्तात्मक समाज ने यह सब अपने अनुसार तय किया है। जब-जब सशक्तिकरण का सवाल उठता है तब-तब समाज ही कठघरे में खड़ा होता है। समाज में लगातार बदलावों के लिए संघर्ष चलता रहता है।

मातृसत्तात्मक समाज

भारत व समूचा विश्व पितृसत्तात्मक समाज के ढांचे में रहता आया है। यहाँ यह स्पष्ट कर देना आवश्यक है कि जब हम महिलाओं के सशक्तिकरण की बात कर रहे हैं, तो उसका आशय यह नहीं है कि अब पितृसत्तात्मक समाज को बदल कर मातृसत्तात्मक समाज में बदल दिया जाए। भारत में पूर्वोत्तर की खासी व कुछ अन्य जनजातियों में मातृसत्तात्मक समाज की अवधारणा देखी जाती

है जहाँ नारी की प्रधानता है। विश्व की कुछ जनजातियों जैसे चीन की मोसुओ, कोस्टा रिका की ब्रिब्रि जनजाति, न्यू गुयाना की नागोविसी जनजाति मातृसत्तात्मक है। यहाँ महिलायें ही राजनीति, अर्थव्यवस्था व सामाजिक क्रियाकलापों से जुड़े निर्णय लेती हैं।

महिला सशक्तिकरण का आधार- विश्व में नारी आंदोलन व भारत में इसका प्रभाव

विश्व में नारी आंदोलन की नींव 19वीं शताब्दी में ही रखी गई। पश्चिम के कई राष्ट्र उस दौर में इस आंदोलन में भागीदार बने। नारी आंदोलन जब सामने आए तब ही स्त्री सशक्तिकरण की एक अवधारणा दुनिया के समक्ष प्रमुखता से आई। इसलिए स्त्री सशक्तिकरण को समझने के लिए नारी आंदोलन को समझना भी अतिआवश्यक है। सरल शब्दों में कहें तो नारी आंदोलन की शुरुआत समाज द्वारा नारी को निम्नतर समझने से हुई। नारीवाद का महत्वपूर्ण सिद्धांत है कि इस पितृसत्तात्मक समाज में स्त्री को हीन दर्जा प्राप्त है। यह समाज ही उसके लिए जीवन जीने के नियम और स्वरूप को गठित करता है। स्त्री के स्वतंत्र व्यक्तित्व को नकार देता है। नारी आंदोलन किसी पुरुष का नहीं बल्कि पितृसत्तात्मक विचार का विरोध करता है। यह आंदोलन मानता है कि स्त्री को भी पुरुष के बराबर सम्मान, अधिकार व अवसर मिले। नारी आंदोलन लैंगिक असमानता के स्थान पर इस अवधारणा को मानता है कि स्त्री भी एक मनुष्य है। मनुष्य होने के साथ-साथ वह दुनिया की आधी आबादी है। सृष्टि के निर्माण में उसका भी उतना ही सहयोग है जितना कि पुरुष का।

नारी आंदोलन का पहला चरण 19वीं सदी का उत्तराधि और बीसवीं सदी के प्रारंभ होने का है। अमरीका के शहरी, उदारवादी और औद्योगिक माहौल में महिलाओं के लिए समान अवसर उपलब्ध कराना इसका पहला उद्देश्य था। दूसरी लहर साठ के दशक से शुरू हुई मानी जाती है। इसमें यह पहचान की गयी कि कानून व वास्तविक असमानताएं दोनों आपस में जटिलतापूर्वक जुड़ी हुई हैं एवं इन्हे दूर किया जाना चाहिए। तीसरी लहर नब्बे के दशक से प्रारंभ होती है। यह द्वितीय लहर की प्रतिक्रिया के फलस्वरूप

उत्पन्न हुई। इसमें दूसरी लहर के द्वारा नारीत्व की दी हुई परिभाषा को चुनौती दी गई। वैश्विक रूप में जिस प्रकार नारीवाद को देखा जा रहा था, उसे गढ़ा जा रहा था, उसी क्रम में उसी के साथ भारत में भी महिलाओं की स्थितियों को लेकर लगातार समाज सुधार के व्यापक प्रयास हो रहे थे। लेकिन इसका स्वरूप वैसा नहीं था जैसा वह पश्चिम में रहा है। भारत में नवजागरण अर्थात् उत्त्रीसर्वी शताब्दी के उत्तरार्ध से इसकी शुरुआत मानी जाती है जो 1915 के आस पास तक रहती है। यह उत्थान समाज सुधार व राष्ट्रीय आंदोलन के साथ जुड़कर आगे बढ़ रहा था। इसमें अंधविश्वासों के विरुद्ध आवाज, बाल विवाह, सती प्रथा व देवदासी प्रथा के खिलाफ आवाज आदि की बात उठाई गई। राजा राम मोहन राय, स्वामी विवेकानंद, ईश्वर चंद्र विद्यासागर, ज्योतिबा व सावित्रीबाई फुले, पंडिता रमाबाई जैसे लोगों ने तत्कालीन समाज के अनुसार स्त्रियों की समस्याओं को दूर कर उनके लिए एक अनुकूल माहौल बनाकर व उनको सशक्त करने की दिशा में महत्वपूर्ण कार्य किया।

भारत में स्त्री को सशक्त करने की दिशा में नारी आंदोलनों का दूसरा दौर जो लगभग भारत में गांधी के आगमन के साथ आरंभ होता है वह 1915 से आरंभ हुआ माना जाता है। यह वो दौर था जब महिलाएं एक आव्वान पर सक्रिय रूप से भागीदारी कर रही थीं। यह वही दौर है जब 1917 में भारतीय महिला संघ की स्थापना हुई। इस समय गांधी व अंबेडकर जी द्वारा महिलाओं को समाज की मुख्य धारा में लाने का प्रयास सराहनीय रूप से देखा जाता है। महात्मा गांधी बड़े व्यावहारिक रूप से पर्दा प्रथा, बाल विवाह, दहेज प्रथा उन्मूलन व विधवाओं की समस्याओं तथा छुआछूत के उन्मूलन की बात कर रहे थे। दूसरी ओर ऐसे ही कार्य डॉ. अंबेडकर कर रहे थे जहाँ उन्होंने मताधिकार दिलाना, लैंगिक भेदभाव को समाप्त करना व समानता के अधिकार को दिलाने में उनकी एक महत्वपूर्ण भूमिका निभाई।

भारत में इसका तीसरा चरण जो अभी तक देखा जा सकता है उसके प्रमुख बिंदु महिलाओं के सामाजिक-राजनीतिक-आर्थिक जीवन में समानता से जुड़े हुए है। इस प्रकार भारत में महिला सशक्तिकरण की दिशा में नारीवादी आंदोलन ने एक मुख्य भूमिका निभाई है। वर्तमान समय में अनेक क्षेत्रों में महिलाओं के सशक्त होने के तमाम पहलू व उसमें आने वाली चुनौतियाँ भी कम नहीं हैं।

सशक्त होने का वास्तविक आशय

पूरे विश्व में 8 मार्च को अंतर्राष्ट्रीय महिला दिवस मनाया जाता है। हरिशंकर परसाई जी के व्यंग्य की पंक्ति है कि ”दिवस कमजोरों

के मनाए जाते हैं, मजबूत लोगों के नहीं।” सशक्त होने का आशय केवल घर से बाहर निकल कर नौकरी करना या पुरुषों के कंधे से कंधा मिलाकर चलना भर नहीं है। सशक्त होने का आशय यहाँ पर उसके निर्णय ले सकने की क्षमता का आधार है कि वह अपने निर्णय स्वयं ले रही है या इसके लिए वह किसी और पर निर्भर है। इसी प्रकार आज आर्थिक रूप से सशक्त होना भी बहुत आवश्य है। यदि वह आर्थिक रूप से स्वतंत्र नहीं है तो वह कभी भी सशक्त नहीं हो सकेगी, इसलिए यह एक और अन्य महत्वपूर्ण पहलू है।

भारत में महिलाओं को आज सभी क्षेत्रों में वैधानिक रूप से समान अधिकार प्राप्त है लेकिन समाज में उन्हें आज भी इसके लिए संघर्ष करना पड़ता है। सामाजिक रूप से आज भी हमारे समाज का मूल पितृसत्ता के रूप में मौजूद है। ग्रामीण क्षेत्रों में पितृसत्तात्मक ढाँचा आज भी बहुत मजबूत है। समय-समय पर खाप पंचायतें या इसकी जैसी ही अन्य संस्थाएँ महिलाओं के वस्त्र पहनने को लेकर मोरल पुलिसिंग के तमाम प्रावधान सुझाते रहते हैं। धर्म भी इसमें कई बार अपनी भूमिका अदा करता है। धार्मिक स्थलों पर महिलाओं के प्रवेश को वर्जित करना इसके ताजातरीन परिणाम हैं। सबरीमाला या अन्य धर्म के स्थलों पर प्रवेश न करना मौलिक अधिकारों का उल्लंघन है। धर्म-जाति के गठजोड़, रूढ़ि व अंधविश्वास ने महिलाओं को और शोषित किया है।

राजनीति का क्षेत्र इतिहास से वर्तमान तक पुरुषों के एकाधिकार का क्षेत्र रहा है। कभी भी इस पर महिलाओं का एकाधिकार स्थापित नहीं हुआ। राजनीति घरेलू चारदिवारी से बाहर निकल समाज को संचालित करने वाली, दिशा देने का कार्य करती है। विश्व के हर कोने में पूरे समाज में राजनीतिक पदों पर पुरुषों को ही देखा गया। भारतीय समाज भी इससे अलग नहीं है। आदिम समय से चली आ रही पुरुष प्रधान परंपरा अभी भी सतत कायम है। भारत में राष्ट्रपति से ज्यादा व्यावहारिक पद प्रधानमंत्री का माना जाता रहा है, इस पद पर केवल एक महिला का आ पाना सब कुछ उजागर करता है।

महिलाओं का आर्थिक रूप से सशक्त होना उनके पूरे भविष्य को तय करता है। यदि हम अपने निर्णय स्वयं ले सकते हैं तो सही मायने में हम पूरी तरह से आजाद हैं। अनेक मसलों पर हमारा निर्णय निर्भरता की वजह से प्रभावित होता है। भारतीय सामाजिक संरचना में महिलायें काम करने के लिए बाहर नहीं जाया करती थीं, इसलिए कोई आर्थिक स्वतंत्रता उनके पास नहीं थी। पैसे के लिए वे अपने घर के पुरुषों यथा पिता, भाई, पति या पुत्र पर निर्भर रहा करती थीं। आज ये परिस्थितियाँ बदली हैं। महिलायें घरों से बाहर निकली हैं, पढ़ कर सभी क्षेत्रों में नौकरियां कर रही हैं।

सरकारी व निजी क्षेत्र में वे समान वेतन पर काम कर रही हैं लेकिन निजी क्षेत्रों में कई बार, कई जगहों पर उन्हें आज भी भेद-भाव का सामना करना पड़ता है। पूरे फिल्म उद्योग में पुरुष सितारों की फीस कि तुलना में महिलाओं की फीस काफी कम है। ऐसी असमानताएँ निजी क्षेत्रों में आज बरकरार हैं, जिसे दूर किए जाने की जरूरत है। फिल्म निर्देशन, उद्यमिता एवं कार्पोरेट के मुखिया जैसी जगहों पर इक्का-दुक्का उदाहरण छोड़ कर केवल पुरुषों का ही वर्चस्व है जो दर्शाता है कि पुरुष प्रधानता के लक्षण मौजूद हैं।

भारत में महिलाओं के शिक्षा के प्रयास आधुनिक काल के शुरुआती दौर में ही हुए जिसका प्रसार अब लगातार देखने को मिलता है। आज के भारत में ग्रामीण क्षेत्रों की बच्चियाँ भी अब पढ़ने जाने लगी हैं। ग्रामीण क्षेत्रों में जातिगत अवधारणाएँ अभी भी बलवती हैं जिनके बावजूद निचली जाति की लड़कियाँ भी अब प्राथमिक विद्यालय की ओर रुख कर रही हैं जो कि एक सकारात्मक संकेत है लेकिन उसका एक बड़ा हिस्सा आज भी घरेलू काम-काज तक ही सीमित है। शहरों और ग्रामीण क्षेत्रों की महिलाओं की स्थितियों में अंतर आज भी विद्यमान है। पूरे देश में महिलाओं की स्थिति को सशक्त करने में इस तरह के मौजूद अंतर को पाटना अभी बेहद जरूरी है।

वर्तमान समय में महिला अपनी बेहतरी की ओर बढ़ रही है परंतु

हमेशा से स्त्री की स्थिति इतनी निम्नतर नहीं थी। वैदिक काल से लेकर वर्तमान काल को देखें तो स्त्री ने सम्माननीय जीवन पहले भी जिया है। एक सशक्त जीवन की गवाह वह पहले भी रह चुकी है।

उत्तरवैदिक काल से स्त्री की स्थिति में एकाएक बदलाव नहीं हुए। स्त्री पर अनगिनत अंकुश लगाए जाने लगे। मध्यकाल तक आते-आते स्त्री की स्थिति दयनीय हो चुकी थी। हालांकि भारतीय इतिहास में भक्ति आंदोलन के समय में महिलाओं के प्रति सकारात्मक दृष्टिकोण विकसित हुआ लेकिन लगातार हो रहे आक्रमणों के बीच महिलाओं को पुनः घरों में कैद किया गया। किसी भी आक्रमण में सर्वाधिक शोषित महिलायें ही रहीं। बाद में एक हरम में कई रानियों को रखने का रिवाज सामान्य हो गया। भोग की वस्तु के रूप में तब्दील हो चुकी स्त्री की दशा को सुधार करने की कोशिश फिर आधुनिक काल में ही शुरू हुई। एक लंबे प्रयास व कई आंदोलनों से गुजरते हुए महिलाओं ने अपने अधिकारों के लिए खुद लड़कर अपने लिए अनेक नए अवसरों का रास्ता खोला। अभी सामाजिक-आर्थिक-राजनीति और सांस्कृतिक रूप से कई जगहों पर इनके साथ समानता का व्यवहार किया जाना बाकी है, जो इस सभ्य समाज में उनका हक़ है। महिलाओं के लिए संभावनाओं का बड़ा द्वार अभी भी उनके इंतजार में है जो लगातार उनके सशक्त होते रहने से ही खुल सकेगा।

राजभाषा अधिनियम 1963 की धारा (3)3 के अंतर्गत अनिवार्य रूप से द्विभाषी जारी किए जाने वाले काग़ज़ात

1	सामान्य आदेश	General Orders
2	संकल्प	Resolution
3	परिपत्र	Circulars
4	नियम	Rules
5	प्रशासनिक या अन्य प्रतिवेदन	Administrative or other reports
6	प्रेस विज्ञप्तियाँ	Press Release/Communiques
7	संविदाएँ	Contracts
8	करार	Agreements
9	अनुज्ञाप्तियाँ	Licences
10	निविदा प्रारूप	Tender Forms
11	अनुज्ञा पत्र	Permits
12	निविदा सूचनाएँ	Tender Notices
13	अधिसूचनाएँ	Notifications
14	संसद के समक्ष रखे जाने वाले प्रतिवेदन तथा काग़ज़ पत्र	Reports and documents to be laid before the Parliament



बदलते बैंकिंग परिवेश में ग्राहक संतुष्टि

सुनील कुमार शर्मा

मुख्य प्रबंधक

आंचलिक कार्यालय- कोलकाता



पिछले तीन दशकों में बैंकिंग जगत में बहुत परिवर्तन आए हैं। एक समय था जब बैंकों तक गिने चुने आदमियों की पहुँच थी तथा उनका क्षेत्र बहुत सीमित था। वस्तुतः राष्ट्रीयकरण के बाद ही वे देश की गरीबी दूर किए जाने के विभिन्न कार्यक्रमों के माध्यम से राष्ट्रीय विकास से सम्बद्ध हुए। बैंकिंग क्षेत्र के अंतर्गत व्याप्त रही विभिन्न कमियों तथा कठिनाइयों सम्बन्धी सुधारों का दौर नब्बे के दशक में शुरू हुआ। बैंकिंग जगत में इसके साथ साथ तकनीकी का भी तेजी से प्रवेश हुआ तथा वर्ष 2000 के आरम्भ के साथ ही बैंक शाखाएँ सी.बी.एस. स्वरूप में आने लगी। इसके बाद बैंकिंग उद्योग में मानों तकनीकी क्रांति ही आ गई, इलेक्ट्रॉनिक बैंकिंग का नया दौर शुरू हुआ। विभिन्न नये नये आविष्कार सामने आए। आज स्थिति यह है कि लेन-देन आदि कार्यों के लिए व्यक्ति को बैंक शाखा में जाने की आवश्यकता ही नहीं रह गई है। इंटरनेट एवं मोबाइल बैंकिंग एक आम बात हो चुकी है। बैंकिंग सेवाएँ आज आम आदमी के लिए सर्वथासुलभ हैं। सरकार की वित्तीय समावेशन की नीति तो हर घर परिवार को बैंकिंग से जोड़ने पर अभिलक्षित ही है। बैंकों का कार्य भी आज केवल रूपए पैसे के लेनेदेन तक ही सीमित नहीं रह गया है अपितु आज वहाँ मार्केटिंग की एक स्पष्ट व्यावसायिक अवधारणा विकसित हो चुकी है। बैंकों द्वारा अपने मौजूदा एवं संभावित ग्राहकों को लक्ष्य कर उनकी आवश्यकता एवं अपेक्षा के अनुरूप नए नए उत्पाद एवं सेवाएँ उपलब्ध कराई जा रही हैं।

ग्राहक संतुष्टि के विभिन्न आयाम तथा ग्राहक सेवा विषयक अपेक्षाएँ :

वस्तुतः उक्त परिप्रेक्ष्य में ग्राहक सेवा बहुत महत्वपूर्ण हो गई है। आज ग्राहक को बैंक की उपलब्धता की चिंता नहीं है बल्कि बैंक को ही अच्छे ग्राहक की उपलब्धता की चिंता है। बैंक ग्राहक सेवा से ऊपर उठकर अब ग्राहक संतुष्टि पर ध्यान दे रहे हैं। ग्राहक संतुष्टि के विभिन्न आयामों तथा ग्राहक सेवा विषयक अपेक्षाओं को मुख्यतः निम्नांकित बिन्दुओं/ मदों के तहत देखा जा सकता है :

1. काउंटर सेवाएँ :

किसी बैंक शाखा में प्रवेश करने पर बैंक के ग्राहक अथवा आगंतुक का सामना सबसे पहले वहाँ के काउंटर पर

उपस्थित व्यक्ति से ही होता है। आज हर कोई व्यक्ति व्यस्त है, किसी के पास भी व्यर्थ करने के लिए समय नहीं है तथा स्वाभाविक है कि उसकी अपेक्षा एवं आकांक्षा यही रहती है कि कम से कम समय में उसका कार्य सही रूप में पूरा हो जाए। वह अपेक्षानुरूप निर्धारित समय सीमांतर्गत कार्य निष्पादन चाहता है। नगदी जमा करने, पैसा निकालने, ड्राफ्ट बनवाने या धनराशि को कहीं भेजने यानी उसका अंतरण करने ये फिर अपने खाते का स्टेटमेंट प्राप्त करने अथवा पास बुक का अद्यतन कराए जाने आदि से सम्बन्धित या अन्य कोई भी कार्य हो, उसकी अपेक्षा यही रहती है कि वह अपना काम करे/कराए और जाए। निस्संदेह, तकनीकी उन्नयन के फलस्वरूप इन सब कार्यों में अब बहुत कम समय लगने लगा है, परंतु तदनुरूप ग्राहक की अपेक्षाएँ भी बढ़ गई हैं और इन समस्त कार्यों में कोई भी अनापेक्षित / अनावश्यक विलम्ब तुरंत शिकायत का हेतु बनता है। ईमानदारी, कर्तव्यनिष्ठा एवं कार्य-दायित्व का यथासमय निष्पादन अत्यावश्यक है। यहाँ यह उल्लेख करना भी विशेष रूप से आवश्यक है कि ग्राहक अपने साथ समुचित, अच्छा एवं भद्र व्यवहार भी चाहता है। काउंटर पर बैठा कोई अधिकारी / कर्मचारी यदि अस्वीकार्य व्यवहार करता है तो इसका सीधा असर व्यवसाय पर पड़ता है। एक अच्छे ग्राहक को जुटाने में बहुत समय लगता है जबकि उसके दूटने में पाँच मिनट भी नहीं लगते हैं। ग्राहकों की अधिकतर शिकायते व्यवहार को लेकर होती हैं।

- शाखा / कार्यालय में पास बुक प्रिंटर स्टेशनरी सामग्री, चैक बुक एवं फॉर्म आदि का उपलब्ध रहना बहुत जरूरी है।

ऐसा न होने पर ग्राहक सेवा पर विपरीत प्रभाव पड़ता है, शिकायतें होती हैं, व्यवसाय प्रभावित होता है तथा ग्राहकों के मध्य होने वाली तदविषयक पारस्परिक चर्चा से बैंक की छवि पर प्रतिकूल प्रभाव पड़ता है। कभी अपवादः ऐसा हो जाए तो वह अलग बात है लेकिन सामान्यतः ऐसा होना स्वीकार्य नहीं माना जा सकता है। ये छोटी-छोटी मदे अवश्य लग सकती हैं, लेकिन व्यवहार में तथा एक ग्राहक की दृष्टि से इनका महत्व कहीं अधिक है।

3. ऋण स्वीकृति तथा संवितरण :

आज बैंकों का एक बहुत बड़ा दायित्व एवं व्यावसायिक आवश्यकता अपनी आस्तियों यानी ऋणों में अभिवृद्धि करना तथा अपनी आय एवं लाभप्रदता को बढ़ाना भी हो गया है। अच्छे एवं पात्र ऋणकर्ताओं की पहचान कर उनकी ऋण आवश्यकताओं की बैंक नियमानुसार पूर्ति करना बहुत आवश्यक है। यहाँ यह उल्लेख किया जाना भी प्रासंगिक होगा कि ऋण देते समय दिए जाने वाले अनावश्यक एवं अनापेक्षित छुट / रियायत तथा बरती गई अवांछित शिथिलताएँ अथवा कितिपय व्यक्तियों द्वारा प्राप्त किए गए अवांछित लाभ या सुविधाएँ आगे चलकर बैंक के लिए बहुत घातक सिद्ध होती है तथा ऐसी स्थिति में ऋण खाते को एन.पी.ए. में बदलते देर नहीं लगती है। प्रतिस्पर्द्धा के मौजूदा दौर में किसी भी बैंक के लिए खराब होते खातों और एन.पी.ए. के बढ़ते बोझ को वहन कर पाना संभव नहीं रह गया है। कहने का तात्पर्य यह है कि इनसे बचना बहुत जरूरी है।

4. ग्राहक शिकायतें एवं उनका त्वरित एवं सही निष्पादन :

यह सर्वथा सम्भव नहीं होता है कि कोई भी संस्थान या संगठन अपने सभी ग्राहकों / उपभोक्ताओं को हमेशा पूर्णतः संतुष्ट रख सके। कोई न कोई मद या स्थिति ऐसी अवश्य उत्पन्न हो जाती है या फिर संवादहीनता (कॉम्प्यूनिकेशन गैप) उत्पन्न हो जाती है कि बैंक का कोई ग्राहक या बैंक परिसर में आने वाला कोई व्यक्ति किसी छोटी बड़ी बात पर असहमत या नाराज हो जाए और फलस्वरूप मुख्यालय आदि किसी स्तर पर शिकायत कर दे। नियमादि अपेक्षाओं के दायरे में रहकर इन शिकायतों पर तुरंत ध्यान दिया जाना जरूरी है। पारदर्शिता के वर्तमान समय में सूचना का अधिकार अधिनियम से लेकर विभिन्न एजेंसियाँ एवं फोरम मौजूद हैं जहाँ तक ग्राहक आदि की पहुँच बहुत आसान है तथा ऐसा होने पर बैंक के समय एवं श्रम दोनों का ही अनावश्यक व्यय होता है। साथ ही संस्थान की छवि पर अप्रिय प्रभाव तो पड़ता ही है।

आधुनिकतम सेवाओं, वस्तु-सामग्री, स्वचालित इलेक्ट्रॉनिक मशीनों आदि की अपेक्षाएँ : बैंकिंग उद्योग में आज बहुत प्रतिस्पर्द्धा मौजूद है। प्रत्येक ग्राहक आधुनिकतम सेवाओं एवं आधुनिकतम मशीनों की उपलब्धता चाहता है। अगर वह नगदी जमा कराने आता है तो उसकी अपेक्षा यही रहती है कि बैंक में आधुनिकतम नोट काउंटिंग मशीन मौजूद हो जिससे उसकी नगदी तुरंत गिनी जा सके। बैंक में सिंगल विंडो सुविधा हो जिससे कि उसके सारे काम एक ही जगह खड़े खड़े पूरे हो सकें, एक काउंटर से दूसरे काउंटर तक

न जाना पड़े। ई-कियोस्क हो जिससे कि रात दिन किसी भी समय वह अपनी सुविधा एवं सुलभता के अनुरूप पैसा जमा कर सके या निकाल सके। ऑन-लाइन / मोबाइल बैंकिंग सम्बन्धी ग्राहक अपेक्षाओं की पूर्ति होना आवश्यक है। इस प्रकार की नवीनतम एवं आधुनिकतम सुविधाएँ उपलब्ध रहने से इसका सीधा असर बैंक की व्यावसायिक अभिवृद्धि पर पड़ना स्वाभाविक है। व्यावसायिक दौड़ में अन्य से बेहतर करना ही होगा।

5. बैंक शाखाओं के कामकाज का समय :

आवश्यक है कि शाखाएँ निर्धारित समय पर सेवाओं के लिए तत्पर रहे। वर्तमान समय में कोई भी ग्राहक अनावश्यक प्रतीक्षा/ विलम्ब पसंद नहीं करता। इससे बैंक ग्राहकों को तो सुविधा होगी ही, साथ ही इमेज बिल्डिंग, प्रतिष्ठा बढ़ने के साथ-साथ बैंक को व्यावसायिक लाभ भी होगा, नए ग्राहकों की संख्या में भी बढ़ोतरी होगी।

6. सरकारी योजनाओं के कार्यान्वयन में कामकाजी सहभागिता एवं सहयोग :

राष्ट्रीय विकास कार्यों को अभिलक्षित कर सरकार द्वारा चलाई जाने वाली विभिन्न योजनाओं का क्रम अत्यंत सक्रिय रूप से जारी है। अपेक्षा यह है कि बैंक द्वारा इनमें निष्ठापूर्वक सहयोग दिया जाए, इससे बैंक को लाभ होगा। उदाहरण के लिए सरकार द्वारा जारी की गई सुकन्या, एपीवा, प्रधान मंत्री जन-धन योजना, विभिन्न बीमा एवं पेंशन योजनाएँ आदि सरकार द्वारा समजोत्थान को दृष्टिगत करते हुए दूरदर्शितापूर्वक तैयार की गई हैं। प्रधान मंत्री जन धन योजना में यदि 472 मिलियन से अधिक खाते खुले हैं और 1.75 लाख करोड़ से अधिक जमा हुआ है तो उससे बैंकों का व्यावसायिक सीमा विस्तार ही हुआ है। गैस सब्सिडी योजना को यदि बैंक खाते से जोड़ा जाता है तो उसका पैसा बैंक ही तो आएगा जो कितने भी समय के लिए रहे उसकी जमाराशियों में तो शामिल रहेगा। फलस्वरूप ग्राहक भी संतुष्ट रहेगा कि सही समय और सही स्थान पर पर उसका पैसा आ रहा है।

7. सूचना का अधिकार अधिनियम तथा ग्राहक सेवा के विशिष्ट परिप्रेक्ष्य में तत्सम्बन्धित अनुपालन :

यह ध्यान देना आवश्यक है कि आज सूचना का अधिकार अधिनियम, उपभोक्ता फॉरम जैसी व्यवस्थाएँ भी मौजूद हैं जो ग्राहक की सुलभ पहुँच में हैं तथा ग्रहक के प्रति बैंक का उत्तरदायित्व निर्धारित करने में सक्षम हैं। सूचना का अधिकार अधिनियम का उपयोग करते हुए वस्तुस्थिति की जानकारी

तथा आवश्यक सूचना प्राप्त कर ग्राहक बैंक को माननीय न्यायालय के समक्ष खड़ा कर सकता है। अतः जरूरी है कि नियमानुसार सही कार्य-निष्पादित कर ग्राहक वर्ग को संतुष्ट रखा जाए।

उल्लेखनीय है कि आज ग्राहक को इस बात से कम मतलब है कि कौन सा बैंक कितने साल पुराना है तथा किस बैंक का आकार कितना बड़ा या छोटा है। उसे अपने काम के यथासमय एवं सक्षम निष्पादन से ज्यादा मतलब है। ग्राहक यही देखता है कि उसका काम कितना जल्दी और कितने अच्छे तरीके से कितनी सुविधा के साथ पूरा हो पाता है। तथा कार्य की गुणवत्ता विषयक संतुष्टि के

समक्ष वह कई बार उसमें निहित लागत की भी परवाह नहीं करता है। सार्वजनिक क्षेत्र के भारतीय बैंकों तथा कर्तिपय विदेशी बैंकों द्वारा प्रदान की जाने वाली सेवाओं की तुलना इस सन्दर्भ में रोचक हो सकती है। यहाँ तक कि जो सकने की गुंजाइश अवश्य है कि किस बैंक का सेवा प्राप्त करने वाला वर्ग (क्लाइंटेल) कैसा है लेकिन ऐसी तमाम संभावनाओं के बावजूद यह कहना बेमानी नहीं होगा कि सार्वजनिक क्षेत्र के भारतीय बैंकों में भी सभी ग्राहक एक जैसे नहीं हैं। समाज के उच्च वर्ग के बहुत से व्यक्ति एवं उनके परिजन हमारे महत्वपूर्ण ग्राहक हैं। महत्वपूर्ण आवश्यकता यही है कि हम अपने सभी ग्राहकों को संतुष्ट रखें, सभी को समान आदर दें।

सावित्रीबाई फुले

प्राचीन समय से ही भारत में पढ़ने- लिखने की आज्ञादी एक वर्चस्वादी वर्ग को ही थी। और समाज का शेष हिस्सा शिक्षा से वंचित रहा। भारत में स्त्रियों की भी दशा कर्तिपय ऐसी ही थी। ऐसे समय में 3 जनवरी, 1831 ई. को महाराष्ट्र के सतारा जिले के नायगांव में सावित्रीबाई फुले का जन्म हुआ।

मात्र नौ वर्ष की आयु में उनका विवाह तेरह वर्षीय ज्योतिबाफुले के साथ हुई, और फिर इस दंपत्ति ने भारत का इतिहास बदल कर रख दिया। 1848 ई0 में पुणे के भिडेवाडिया में भारत के सर्वप्रथम बालिका विद्यालय की स्थापना कर इन्होंने भारत में स्त्री शिक्षा का द्वारा खोल दिया और सावित्रीबाई फुले बन गयी भारत की पहली महिला शिक्षिका। इस शिक्षण कार्य में उनका साथ फातिमा शेख ने भी दिया था।

शिक्षिका के रूप में जब वे विद्यालय में पढ़ाने जाती थी तो रास्ते में इनपर मल-मूत्र, पत्थरों से प्रहार किया जाता था। प्रहार करने वालों का कहना था कि - 'ये हमारी लड़कियों को बिगड़ रही हैं।' परन्तु फिर भी उन चोटों को खाकर भी सावित्रीबाई ने लड़कियों को पढ़ाना जारी रखा। ये उनके अदम्य साहस और दृढ़ संकल्प का ही फल है कि आज भारत की लड़कियां हर एक क्षेत्र में अव्वल स्थान पर हैं।

सावित्रीबाई फुले ने ज्योतिबा फुले की सहायता से जनवरी 1848 ई. से मार्च 1852 ई. तक अठारह बालिका विद्यालयों की

स्थापना बिना किसी आर्थिक सहयोग के की, जो तत्कालीन परिस्थिति में एक बहुत बड़ी सामाजिक और शैक्षणिक क्रांति थी। इस प्रकार सावित्रीबाई फुले ने स्त्री की स्वाधीनता, अधिकार और स्वतंत्रता की नींव समाज में शिक्षा के द्वारा स्थापित की।

सावित्रीबाई ने वर्ष 1852 में महिलाओं के अधिकारों के बारे में जागरूकता बढ़ाने के लिये 'महिला सेवा मंडल' की स्थापना की। तथा उन्होंने वर्ष 1854 में 'काव्य फुले' और वर्ष 1892 में 'बाबन काशी सुबोध रत्नाकर' का प्रकाशन किया। अपनी कविता 'गो, गेट एजुकेशन' में वह उत्पीड़ित समुदायों से शिक्षा प्राप्त करने और उत्पीड़न की जंजीरों से मुक्त होने का आग्रह करती है।

उन्होंने विधवा पुनर्विवाह का समर्थन करते हुए बाल विवाह के खिलाफ एक साथ अभियान चलाया। तथा उन्होंने वर्ष 1873 में पहला सत्यशोधक विवाह शुरू किया- दहेज, ब्राह्मण पुजारी या ब्राह्मणवादी रीति-रिवाज के बिना विवाह।

इस प्रकार उन्होंने सामाजिक परिवर्तनों की वकालत की और प्रचलित रूढ़िवादी परम्पराओं के खिलाफ कदम भी उठाया। सत्यशोधक समाज के माध्यम से उन्होंने अनुसूचित जाति और महिलाओं के कल्याणार्थ कई विद्यालयों की स्थापना कर उन्हें शोषक परंपरा से अवगत कराने का प्रयास किया।



सफरनामा

ज्ञानेन्द्र सोनकर

(वरिष्ठ प्रबंधक)

मुद्रा तिजोरी

क्षेत्रीय कार्यालय, हुबली



आ

ज से कुछ 9 साल पहले की बात है, जहाँ भी मैं जाता था क्या करने का इरादा है? बात तब की है जब मैंने इंडिया के एक रेप्यूटेड कॉलेज से अपनी इंजीनियरिंग की डिग्री पूरी कर ली थी। गेट का एक अच्छा स्कोर कार्ड मेरे हाथ में था जो मुझे इंडियन इंस्टिट्यूट ऑफ साइंस, इंडियन इंस्टिट्यूट ऑफ टेक्नोलॉजी या किसी अच्छे नेशनल इंस्टिट्यूट ऑफ टेक्नोलॉजी में एडमिशन दिला सकता था। पर एक अच्छे कॉलेज से बिना जॉब के निकलने के बाद मैंने और किसी अच्छे कॉलेज में जाकर आगे की पढ़ाई करने की जगह नौकरी की तैयारी करना ज्यादा अच्छा समझा। बहुत सारे रिटेन एक्जाम्स के रिजल्ट मेरे पक्ष में थे पर अभी भी वो सवाल मेरे सामने आ ही जाता था 'आगे क्या करने का इरादा है'।

आज भी याद है मुझे आने वाले रविवार का इंतजार मेरे हाथ में तीन मैके या तो मैं इंडियन इंस्टिट्यूट ऑफ साइंस में रिसर्च प्रोग्राम के इंटरव्यू के लिए जाता या इंजीनियरिंग सर्विस एग्जामिनेशन की परीक्षा देता या तो आई बी पी एस पी.ओ. की परीक्षा देता। पहले तो मैंने अपनी ही फील्ड के बेस्ट एग्जाम इंजीनियरिंग सर्विस एग्जामिनेशन को क्रैक करने की योजना बनाई। दो दिन निकल जाने के बाद मुझे समझ आया की इस एग्जाम की वो तैयारी दो दिन में नहीं हो सकती। फिर मैंने बैंगलौर में रिसर्च प्रोग्राम को फाइनल किया। पर एक मिडिल इनकम फॅमिली के स्टूडेंट की तंग जेब और रेलवे के सख्त रिजर्वेशन नियमों के साथ बैंगलौर जाना भी संभव न हो सका। फिर बचे हुए 1-2 दिन मैंने आई बी पी एस पी.ओ. को देने का फैसला किया। पैटर्न बदला हुआ था और एग्जाम थोड़ा कठिन भी आया था। पेपर थोड़ा बुरा हुआ था फिर भी थोड़े से मार्जिन के साथ मैंने बैंक का लिखित एग्जाम क्लियर कर लिया था।

अब बारी थी इंटरव्यू की, जिसकी मुझे ज़रा भी जानकारी नहीं थी। हालांकि टेक्निकल इंटरव्यूज में मेरा रेट ऑफ कन्वर्जन काफी अच्छा रहा था। देलही कॉलेज ऑफ इंजीनियरिंग के इलेक्ट्रिकल इंजीनियरिंग डिपार्टमेंट के हेड ऑफ डिपार्टमेंट ने मेरा इंटरव्यू लेते ही बोल दिया था ही ईज द बेस्ट कैडिंडेट फॉर एम.टेक. पर अपने फील्ड से अलग हट के ये मेरा पहला इंटरव्यू था। तैयारी तो की पर अंदाज़ वही हरफनमौला था। सवालों के जवाब तो सही दिए पर अंत में एक सवाल के जवाब में यह भी बोल दिया कि बैंक की जॉब करते हुए दूसरा एग्जाम क्रैक कर के नौकरी छोड़ दूंगा। उन्हें पता था कि बैंक में आने के बाद किसी और एग्जाम की तैयारी

संभव नहीं, शायद इसीलिए वो मेरा जवाब सुनकर मुस्कुराए और मेरा रिजल्ट पॉजिटिव रहा।

बैंक में ज्वाइनिंग होते ही मुझे बैंक ने जयपुर धूमने का मौका दिया। वहां 21 दिन तक हमारी ट्रेनिंग चली। नए दोस्त बने, बहुत कुछ सीखा। हालांकि अभी भी मुझे बैंक का काम पता नहीं था। ट्रेनिंग के आखिरी हफ्ते में मुझे कोचीन की पोस्टिंग मिली। तब मुझे ये भी नहीं पता था की कोचीन और कोच्ची एक ही है। मैं केरल के नाम और हाई लिटरेसी रेट के अलावा वहां के बारे में कुछ नहीं जानता था। दिल्ली से केरल जाने के लिए मैं पहली बार फ्लाइट पर बैठा था।

बैंक तो मैंने ज्वाइन कर ली थी। फिर भी मैं बैंक, बैंक के काम और अपने कामों से शायद अभी भी अनभिज्ञ था। धीरे धीरे समय बीतता गया। मैंने यहाँ कई सारे नए दोस्त बनाए बैंक ने मुझे गॉड्स ओन लेंड - केरल धूमने का मौका दिया। कई सारे अच्छे लोगों से मिलवाया और बुरे लोगों के बारे में मुझे याद नहीं। सोचने का एक नया तरीका सिखाया। एक तरफ मैंने प्रकृति का सौंदर्य देखा तो दूसरी तरफ ऊँची ऊँची इमारतें। एक तरफ ऊँचे ऊँचे पहाड़ देखे तो दूसरी तरफ समुद्र। कुल मिला के ऐसा लगा जैसे बैंक ने मुझे दुनिया देखने का मौका दिया हो। पर मेरे लिए अभी भी बैंक एक 10 से 6 या 7 बजे की ड्यूटी ही थी।

दिन बीतने लगे, मैंने भी काफी धूम लिया और अब मुझे घर की याद आने लगी थी। जब घर पहुंचा तो वही समाज जो मुझसे कभी पूछता था कि अब आगे क्या करोगे वो अब पूछ रहा था अब दोबारा कब आओगे?, केरल कैसा है?, नौकरी कैसी चल रही है?, बैंक की जॉब कैसी चल रही है? और सबसे बड़ी बात ये कि आज मैं उस काबिल बन गया था कि मैं उनकी सेवा कर सकूँ जिन्होंने मुझे उस लायक बनाया था। आज मैं इस काबिल बन गया था कि राखी बांधने के बाद अपनी बहन कि थाली में अपनी मेहनत का कुछ रख सकूँ। किसी दुकान पर जाऊं तो किसी चीज कि क्रवालिटी देखूँ उसका प्राइस टैग नहीं। अपने अभिभावकों के ख्वाब पूरे कर सकूँ। साथ में मेला देखने गए बच्चों को उनका आनंद दिला सकूँ। दोस्तों के साथ की गई पार्टी में बिल का कुछ भाग शेयर कर सकूँ। बाइक में अपने पैसे का पेट्रोल डला सकूँ बल्कि पूरी बाइक ही अपने पैसों से खरीद सकूँ। और शायद सबसे बड़ी बात के मेरे शिक्षकों को गर्व से कहलवा सकूँ कि मैं उनका विद्यार्थी हूँ। अपने अभिभावकों

के सामने खड़े होने वाले सवाल बेटा / भाई / भतीजा / भांजा क्या कर रहा है ? को बेटा / भाई / भतीजा / भांजा की पोस्टिंग कहाँ है ? में बदल सकूँ । उनका सर गर्व से ऊँचा रख सकूँ । अब मुझे बैंक की इस नौकरी और उसकी देन क्या है ये समझ आ चुका था । मुझे ये भी समझ आ चुका था कि बैंक देश और देश की जनता के लिए भी भलाई का कार्य कर रहा था । वो चाहे किसी को शिक्षा के लिए सबल बनाना हो या किसी के सपनों में चार पहिये लगाना, किसी के सर पर छत लानी हो या किसी के व्यापार में सहायता, किसानों को खेती में सहयोग करना हो या किसी को सरकारी लाभ की एक एक पाई देनी हो, बैंक अपने समस्त कर्तव्यों का निर्वहन भली भांति कर रहा था । सन 2014 के बाद से बैंक द्वारा समाज की भलाई के लिए किए जाने वाले कार्यों में एक क्रान्तिकारी परिवर्तन आ गया था । चाहे वह पी.एम.जे.डी.वाई. एकाउंट्स के द्वारा बैंक खातों से वंचित लोगों को बैंक से जोड़ना हो या पी.एम.ई.जी.पी. स्कीम द्वारा देश को स्वावलम्बी बनाना हो या ए.टी.एम. में हमेशा पैसा रख कर लोगों की जरूरत में उनके काम आना हो या ए.पी.वाई. द्वारा अनआर्गनिझड सेक्टर को उनके बुढ़ापे में पेंशन का लाभ देना हो या गरीबों के लिए 12 और 320 जैसी छोटी सी राशि में 2 लाख रुपये तक का बीमा देना हो ।

छुट्टियाँ खत्म हो चुकी थी , मै वापिस आ चुका था और अब मुझे समझ आ चुका था कि बैंक ने मुझे क्या दिया है । अब मेरे लिए बैंक की नौकरी सिर्फ नौकरी नहीं थी मुझे बैंक के लिए अपना कर्तव्य समझ आ चुका था । अब मुझे बैंक का प्रॉफिट देख कर खुशी होने लगी थी और बैंक का नुकसान होने पर दुःख । अब मैंने समझ लिया था के मुझे सिर्फ एकाउंट्स नहीं खुलवाने बल्कि बैंक का कासा भी बढ़ाना है । अब मुझे सिर्फ लोन नहीं देना बल्कि उसकी रिकवरी के लिए भी आश्वस्त होना है । बैंक में मैं केवल जमा निकासी करवाना ही नहीं बल्कि उसके केंश को रिटेंशन लिमिट में रखना भी है जिससे की वो एनशेयर्ड लिमिट में रहे और साथ ही ट्रेजरी उस पैसे का सदृश्योग कर सके । ऐसा लोन करना जिसके लिए हमें कम से कम कैपिटल रिजर्व रखनी पड़े । मुझे धनी लोगों को नहीं बल्कि उन निर्धनों को भी बैंक से जोड़े रखना है जिन्हें कहीं से भी अपने जीवन यापन के लिए आर्थिक सहायता आनी है या किसी को ये आर्थिक सहायता भेजनी है मुझे सिर्फ बड़े-बड़े लोगों को ही नहीं बल्कि एक गरीब किसान, पथ विक्रेता और किसी महत्वाकांक्षी परिश्रमी स्वावलम्बी को भी लोन देना है । मुझे एक गरीब के बच्चे को भी उसकी पढ़ाई के लिए पूरी मदद करनी है । मुझे डिजिटल इंडिया का सपना सच करने में पूर्ण सहयोग देना है । मुझे कुछ ऐसा करना है कि बैंक प्रॉफिट तो कमाए पर साथ में अपने मौलिक कर्तव्यों का भी निर्वहन करता रहे ।

इसके अतिरिक्त मुझे यह भी लगता है कि सर्विस देने के क्षेत्र में होने के कारण अच्छी कस्टमर सर्विस भी हमारा एक बहुत बड़ा कर्तव्य है । हमें कस्टमर / देश के पैसे की सुरक्षा को ध्यान में रखते हुए हर एक कस्टमर को सुविधा के साथ वांछनीय सेवाएं प्रदान करनी

चाहिए । हमारी सर्विस ऐसी होनी चाहिए कि बैंक से बाहर जाते हुए हर एक कस्टमर हमे फॉर्मलिटी वाला थैंक्स नहीं बल्कि हमारी सर्विस के लिए हमे रियल में थैंक्स बोले । हमें अपने सीनियर्स का इंस्ट्रक्शन मानते हुए बैंक/ जनता / देश के भले के लिए काम करते रहना चाहिए । मेरा मानना है कि कैंपेन एकजाम्स की तरह होता है और कस्टमर सर्विस स्टडी की तरह होती है । जब तक आपकी स्टडी यानि कि कस्टमर सर्विस अच्छी नहीं होगी तब तक आपके एजाम यानि की कैंपेन अच्छे नहीं जा सकते । बैंक के प्रति हम सबका ये दायित्व है कि

1. यह संस्था ऐसे कार्य करे की यह अपने कर्मचारियों के साथ साथ और लोगों के लिए भी रोजगार का सृजन कर सके ।
2. जनता अपने पैसों और अन्य मूल्यवान वस्तुओं को बैंक में रख कर ऐसी चैन की नींद सो सके जैसी वे उन वस्तुओं को घर पर रख कर न सो सके ।
3. लोग हम पर ऐसा भरोसा कर सके की वे हमे बिना रिसीविंग के भी पैसा जमा करने के लिए दे दे ।
4. बैंक अपने विभिन्न लोन्स के द्वारा लोगों के अच्छी शिक्षा, घर, गाड़ी, व्यापार आदि सपने पूरे कर सके ।
5. बैंक जन कल्याण के साथ अपना मुनाफा भी कमा सके ।
6. यद्यपि हम अपनों से दूर रहे किन्तु लोगों को ऐसी सर्विस दे ताकि उन्हें अपनों से दूर न होना पड़े या उस दूरी का एहसास न हो । उन्हें यह न लगे की उनके माता- पिता या बेटा- बेटी होते या उनका कोई रसूखदार रिश्तेदार होता तो उनका काम आसानी से हो सकता था ।
7. लोगों का हम पर ये भरोसा बना रहे कि यद्यपि इनका सारा व्यापार पैसों का है फिर भी इस संस्था में भ्रष्टाचार नहीं है ।
8. हमारी एक मुश्त निपटान जैसी योजनाएं मानवता के लिए एक उदाहरण के रूप में पेश की जाए ।
9. यद्यपि इतने सारे पैसों वाला जगह होने के कारण इसमें सुरक्षा के कड़े इंतजाम होने चाहिए पर ये आगे भी ऐसी रहे जिससे इसमें हर एक इंसान आज के जैसे बिना किसी भय के आ सके ।
10. देश की कितनी ही संस्थाएं जैसे की इनकम टैक्स डिपार्टमेंट, पुलिस डिपार्टमेंट आदि महत्वपूर्ण सूचनाओं के लिए हमें संपर्क करे और हमारी उन सूचनाओं पर भरोसा करे ।
11. विगत वर्षों में सारे विश्व ने मंदी की मार झेली है किन्तु भारतीय अर्थव्यवस्था अपनी बैंकिंग प्रणाली के कारण उससे अछूत रही है और आगे भी ऐसी मंदी के दौर को हँसते हँसते झेल जाए ।

75 आजादी का अमृत महोत्सव

भूटान यात्रा का अविस्मरणीय संस्मरण

हैप्पीनेस कैपिटल ऑफ वर्ल्ड इज भूटान.....

भारत के पश्चिम बंगाल के उत्तर दिशा में अलीपुरद्वार जिला है जिसकी सीमा में एक छोटा सा शहर जयगांव है जो भूटान का प्रवेश द्वार है। भूटान जाने के लिए फोटो आईडी के रूप में बोटर कार्ड या पासपोर्ट आवश्यक है भूटान सरकार के एंबेसी द्वारा आवश्यक रूप से जांच पड़ताल करके लगभग 1 से 2 घंटे के समय में आपको ऑन एराइबल परमिट (इमीग्रेशन वीजा) दे देता है। अब आप भूटान के फुंसलिंग शहर से घूमने की शुरुआत कर सकते हैं। अरे यह क्या.... मोबाइल के सारे नेटवर्क गायब हो गए और मोबाइल में एक भारतीय समय और एक भूटान का समय दिखने लगा, दोनों समयों में आधा घंटे का अंतर भी दिखा। अब हम फूंसलिंग से भूटान की राजधानी थिंपू की ओर प्रस्थान करने के लिए आतुर थे। भूटान विशुद्ध रूप से कई पहाड़ और पहाड़ियों का लैंड लॉक देश है। यहां पर रेल यातायात नहीं है लेकिन भूटान के पारों शहर में एक छोटा सा अंतर्राष्ट्रीय हवाई अड्डा है। पहाड़ों की मनमोहक हरियाली और जगह-जगह पानी के झरने मन को खूब सुकून दे रहे थे। औद्योगिक उत्पादन नगण्य होने से प्रदूषण भी नगण्य है। हमने 3 दिन के प्रवास में लगभग 15 घंटे कार से यात्रा की। जिसमें कार ड्राइवर ने दो या तीन बार ही हॉर्न बजाया होगा और वह भी 2 से 3 सेकंड के लिए। अतः यह सिद्ध हो जाता है कि पूरा भूटान ध्वनि प्रदूषण से भी मुक्त है। दुनिया का एकमात्र देश भूटान जो 1 वर्ष में जंगलों से लगभग 6 से 7 मिलियन टन ऑक्सीजन पैदा करता है जबकि खपत केवल 2.2 मिलियन टन ही है। अतः यह भी सिद्ध हो जाता है कि यहां पर वायु प्रदूषण भी नहीं है। अतः आप भूटान को विश्व का ग्रीनेस्ट कंट्री भी कह सकते हैं। भूटान के पुनाखा शहर में दो नदियों का संगम है यहां पर आप राफिंग भी कर सकते हैं इस नदी में यदि आप ₹1 का सिक्का डाले तो भी नदी के तलहटी में वह दिख जाएगा। अतः भूटान जल प्रदूषण से भी मुक्त है। भूटान में जगह-जगह पर 5 रंगों (नीला, लाल, पीला, हरा और सफेद) के झाँडे लगे मिले तो गाइड ने बताया कि झाँडे के 5 कलर का अर्थ है पृथ्वी, आकाश, जल, अग्नि और वायु को इंडिकेट करता है। यहीं तो रामचरितमानस में भी लिखा है। क्षिती जल पावक गगन समीरा। पंच रचित अति अधम शरीरा ॥ भूटान

कैलाश सोनी
महाप्रबंधक - उत्तर बंग क्षेत्रीय ग्रामीण बैंक
(सेन्ट्रल बैंक ऑफ इंडिया द्वारा प्रायोजित)
कूचबिहार, प. बंगाल



की आबादी लगभग 7 से 8 लाख के करीब है जिसमें 20 जिले हैं। भूटान में 75% बौद्ध धर्म अपनाने वाले लोग हैं जो अपने धार्मिक समृद्धता को समेटे हुए आध्यात्म में पूर्णतया लिप्त हैं जो मंदिर मठ की सेवा में कार्यरत है। इन मंदिरों में फटी जींस, हाफ पेंट, स्किन टाइट कपड़े, स्लीवलैस शर्ट आदि पहनने वालों का प्रवेश वर्जित है। तंबाकू की बिक्री और सेवन भी वर्जित है। प्लास्टिक की थैली, दारू की खाली बोतल, धातु के डिब्बे, यूज एंड थो वाले कुकरी, पान गुटखा आदि कचरे को निर्दिष्ट स्थानों पर ही रखना जरूरी है। लघुशंका के लिए जगह-जगह पर बने सुलभ कांप्लेक्स में ही ₹10 की भारतीय मुद्रा देकर ही उपयोग कर सकते हैं। भारतीय मुद्रा और भूटानी मुद्रा दोनों ही पूर्ण रूप से परिवर्तनीय हैं। पूरे भूटान में ट्रैफिक सिग्नल नहीं हैं लेकिन ट्राफिक का सेंस आफ हूमर बहुत ज्यादा है। जेबरा क्रॉसिंग में पैदल चलने वाले लोगों को देख कर कोई भी वाहन तुरंत रुक जाएगा पूरे भूटान में, राजा से लेकर सामान्य जनता (स्त्री और पुरुष) तक के कपड़ों का पहनावा भी एक जैसा है जैसे भारतीयों में कुर्ता धोती। जोकि विलासिता से परे है अतः यह सिद्ध हो जाता है कि सभी भूटानी मानसिक प्रदूषण से भी दूर हैं। रोमांचक, अविस्मरणीय, प्राकृतिक आकर्षण से भरपूर, पर्वतों की शिखर श्रंखला माला वो भी 360 डिग्री में, घाटियों और वादियों की सुन्दरता और विराटता को निहारते हुए लगभग 5 घंटे की यात्रा तय करके भूटान की राजधानी थिंपू में पहुंचे। होटल थिंपू रेजिडेंसी में महिला स्टाफ द्वारा हमारा स्वागत सत्कार हुआ उनके बेलकम से हमारी थकान भी काफूर हो गई। थोड़े आराम के बाद, राजधानी थिंपू की शाम जो गुलाबी ठंड का लिबास ओढ़े हुए थी इसी में हम लोग मार्केटिंग के लिए चल दिये। दो-तीन घंटे मार्केटिंग करने के बाद होटल में ही डिनर किया और विश्राम के मोड पर आए तो कब सुबह हो गई पता ही नहीं चला। बड़ी ही मनभावन सुबह लग रही थी, पहाड़ों और बादलों की अठखेलियां मन को मोह रही थीं। यह देखने में इतना मशगूल हो गया था कि चाय की चुस्कियां कब खत्म हो गई पता ही नहीं चला। स्नान ध्यान करके पेट भरा नाश्ता किया। होटल से चेक आउट करके अब हम लोग जहां पर महात्मा बुद्ध की 51 मीटर ऊंची प्रतिमा के प्रांगण में पहुंचे। विशालकाय प्रतिमा मानो पहाड़ों और बादलों को चुनौती दे रही हैं कि हम भी बड़े हैं। भगवान बुद्ध के इस प्रतिमा के गर्भ ग्रह में विभिन्न

साइज की 11000 बुद्ध की प्रतिमाएं रखी गई हैं। इस मंदिर में बस यही एक संदेश था.....

काम क्रोध मद लोभ सब। नाथ नरक के पंथ ॥

सात्विक ऊर्जा से ओतप्रोत होकर हम सभी ने पूनाखा शहर की ओर प्रस्थान किया। इस शहर की भौगोलिक स्थिति पहाड़ की तलहटी में है। इस मंदिर में प्रवेश के लिए ₹500 प्रति व्यक्ति का टिकट था और सामान्य वेशभूषा के साथ ही प्रवेश कर सकते हैं। मंदिरों और मठों की समृद्धता और अध्यात्मिकता तो प्रकृति की गोद में ही स्थित होती है जहां शांत वातावरण के साथ जल का अविरल स्रोत हो। मंदिर के अंदर जाकर एक ऐसी दिव्य ऊर्जा की अनुभूति हो रही थी कि हम थोड़ी देर भगवत् भजन के लिए बाध्य हो गए। एक बात मुझे और भी आलौकिक लगी कि भूटान में सभी मंदिरों और राजा से लेकर रंक तक के सभी घरों की आर्किटेक्चर एक जैसी दिखने को मिली। अब पुनः अगले पड़ाव पारो शहर के तरफ चल दिए। लगभग चार-पांच घंटे का सफर करने के बाद नियत रिसोर्ट में पहुंचे तो यहां भी महिला स्टाफ द्वारा स्वागत सत्कार किया गया। फिर हमने थोड़ा रेस्ट किया यहां का डिनर तो खूब स्वादिष्ट और मनभावन रहा। यहां के रिसोर्ट वाले भी पर्यटकों का खूब ध्यान रखते हैं ठंड से बचने के लिए बिछोना के नीचे इलेक्ट्रिक कंबल

और हॉट ब्लोअर की फैसिलिटी से रूम के तापमान को समान्य रखते हैं ताकि पर्यटक अपनी यात्रा की थकान भूल जाए और मखमली वातानुकूलित बिस्तर में सुख की नींद ले सके। पारो शहर भूटान के सुंदरतम शहरों में से एक शहर है यहां पर टाइगर नेस्ट मॉनेस्ट्री जो पर्यटकों को आकर्षित करती है टाइगर नेस्ट मॉनेस्ट्री एक बड़े पहाड़ के मध्य में स्थित है इस मंदिर में एक गुफा है। मान्यता है कि बौद्ध धर्म के गुरु रिनपोचे बाधिन में सवार होकर आए थे और यहां पर उन्होंने तपस्या की थी। इस मॉनेस्ट्री पर आने जाने में लगभग 10 माइल का रास्ता है जो ट्रैकिंग द्वारा पूरा किया जाता है जिसमें पूरे दिन का समय लग जाता है। अतः हम लोग दूर से प्रणाम करके अगले पड़ाव की ओर फुंसलिंग की ओर चल दिए। रास्ते में एक छोटा सा आयरन ब्रिज मिला जो एक नदी पर बना था। नदी का पानी अत्यंत शीतल और मन को आकर्षित करने वाला था अतः वही नदी के किनारे बैठ कर थोड़ा नाश्ता किया और फिर अपलक इस अविस्मरणीय दृश्य को निहारते रहे। मन मस्तिष्क के साथ कैमरा में छवि को कैद किया। शाम होते होते हम सभी फुंसलिंग शहर आ गए। भूटान सरकार द्वारा नियत समय के लिए दिया गया हमीग्रेशन वीज़ा को वापस देखकर हमने अपनी कार से जयगांव से कूचबेहर की ओर प्रस्थान कर लिया। अब आप ही बताएं कि उक्त स्थान ही वर्ल्ड का हैप्पीनेस कैपिटल है न.....

नीड़

एक नीड़ के निर्माण में पंछी जब निकलता है,
अंजान गलियों में हर रोज भटकता है,
चुनने को तिनका-तिनका हर रोज संघर्ष करता है,
कभी भींगत बारिश में,
जाड़े में कभी ठिरुतर है.

कड़ी दोपहर में वो थोड़ी सी छाँव को तरसता है,

- एकांत श्रीवास्तव
सहायक प्रबंधक
क्षेत्रीय कार्यालय- वारंगल



समय गुजरता है ऐसे जैसे पुष्प कुम्हलाता है.
इसी भाग दौड़ में उसका पुरा यौवन झड़ जाता है.

हुआ अधेड़ अब वो पंछी
पूर्ण हुआ उसका निर्माण
जिस नीड़ को दिया जीवन
उसमें उसके लिए नहीं था शेष कोई स्थान.

75 आजादी का अमृत महोत्सव

मार्केटिंग और राजभाषा



पदम सिंह

प्रभारी, सेवा समर्थन शाखा,
सेंट्रल बैंक भवन, पहली मंजिल, लाल
दरवाजा, अहमदाबाद-380001

'भाषा' मानव जीवन का अभिन्न अंग हैं और अभिव्यक्ति का एक सशक्त माध्यम भी, क्योंकि भाषा सम्प्रेषण का संवहन करती है, सम्प्रेष्य को उसके गृहता तक पहुँचना 'भाषा' का मुख्य प्रयोजन है। हिंदी सहज, सरल और अभिव्यक्ति की राजभाषा है इसमें हमारी संवेदनाओं को अभिव्यक्ति करने की पूर्ण सामर्थ्य एवं लयबद्धता है। हिंदी ने अपनी मौलिकता एवं सुबोधता के बल पर ही राष्ट्र की संस्कृति और साहित्य को जीवंत बना रखा है। अपने विशिष्ट गुण के कारण वह अनेकता के होते हुए भी राष्ट्र को एकता के सूत्र में बांधे हुए हैं।

प्रतिस्पर्धा के इस नए दौर में किसी भी व्यवसाय को सफलता की सीढ़ी चढ़ने के लिए मार्केटिंग का सहारा लेना अति आवश्यक बन गया है। वर्तमान समय में किसी भी प्रगतिशील अर्थव्यवस्था में दो तरह की कंपनियां होती हैं एक वह कंपनी जो अपने सामान की खरीद और बिक्री करती है और दूसरी वे कम्पनियां जो अपनी सेवा की खरीद और बिक्री करती हैं।

उदाहरण के लिए समझ सकते हैं कि जैसे एक मोबाइल फोन निर्माण करने वाली कंपनी अपने फोन यानी कि सामान का विक्रय करना चाहती है, जबकि एक ऑनलाइन माध्यम से शिक्षा प्रदान करने वाली कंपनी जैसे कि बाइजू अपनी सेवा को लोगों तक पहुंचाना चाहती है। मार्केटिंग का तात्पर्य होता है कि किसी भी कंपनी के द्वारा किया गया ऐसा कोई भी काम जो उस कंपनी की खरीदी और बिक्री को प्रभावित करें, मुख्यतया उसमें बढ़ोतरी करे।

लोकप्रिय पत्रिका द न्यूयॉर्क टाइम्स ने मार्केटिंग को इस प्रकार परिभाषित किया है "यह कहानी सुनाने की एक कला होती है जो लोगों को अपनी जेब खाली करने के लिए मजबूर कर देती है।"

मार्केटिंग माध्यम के रूप में हिंदी का प्रयोग कोई नई बात नहीं है, अभिव्यक्ति की क्षमता पाते ही, जन-कथा एवं पुराण कथा के रूप में हिंदी मार्केटिंग का माध्यम बन गई थी। भारतीय नेता हिंदी की शक्ति को समझते थे, इसलिए उन्होंने मार्केटिंग के विभिन्न माध्यम, रंगमंच, प्रकाशन, प्रसारण, फिल्में, जनसभा संबोधन सभी में हिंदी का व्यापक प्रयोग कर विदेशी शासन के विरुद्ध सशक्त जन आंदोलन चलाया था।

ज्ञान, अनुभव संवेदना, विचार, अभिनव परिवर्तनों की साझेदारी ही मार्केटिंग है। मार्केटिंग साधारण जनता के लिए होता है। इससे संदेश तीव्रतम गति से लोगों तक पहुंचता है। इसका रूप लिखित या मौखिक हो सकता है। इसके द्वारा जनसामान्य की प्रतिक्रिया का पता चलता है एवं इसका प्रभाव बहुत गहरा होता है। यह खरीदी और बिक्री में बहुत ही उपयोगी है।

मान लीजिए आप की एक कंपनी है जो कि मोबाइल फोन का निर्माण करती है अब आप बड़े सेलिब्रिटी और अलग प्रकार के यूनिक विज्ञापन का उपयोग कर अपनी कंपनी की इमेज को लोगों के सामने इस तरीके से प्रस्तुत करते हैं कि एक बार आपके फोन को खरीदने के लिए मजबूर हो जाए, यदि बाद में आपके फोन की सेवा उनको पसंद आती है तो वह आपकी कंपनी का दूसरा फोन भी खरीद सकते हैं।

किसी भी नई कंपनी के उद्भव के पीछे मार्केटिंग एक बहुत बड़ा योगदान पेश करती है। आखिर मार्केटिंग का महत्व क्या होता है। प्रतिस्पर्धा के दौर में बेहतरीन सेवाएं प्रदान करने वाली कंपनी भी पुरानी कंपनियों में लोगों के द्वारा जताए गए विश्वास के सामने ठहर नहीं पाती है, इसी कारण नई कंपनी मार्केटिंग का सहारा लेकर अपने सामान को लोगों तक पहुंचाती है।

हिंदी की मार्केटिंग क्षमता अतुलनीय है। मार्केटिंग हमारे वातावरण के साथ शारीरिक, मानसिक और सामाजिक स्तर पर एक प्रकार की अन्तःक्रिया है। मार्केटिंग के रूप में प्रचलन में है - प्रिंट मार्केटिंग, दूसरा है- इलेक्ट्रॉनिक मार्केटिंग। आजकल हिंदी का प्रसार वैश्विक व्यवसायीकरण के कारण निरंतर हर तरफ हो रहा है एवं संख्या बल के आधार पर हिंदी आर्थिक एवं वाणिज्यिक कार्यों की भाषा बनती जा रही है, विश्व भाषा बन रही है।

मुख्यतया मार्केटिंग दो प्रकार की होती है बिजनेस टू बिजनेस मार्केटिंग और बिजनेस टू कंजूमर मार्केटिंग।

मार्केटिंग के कुछ और पहलू भी होते हैं जिनमें डिजिटल मार्केटिंग, एफिलिएट मार्केटिंग, बिजनेस मार्केटिंग और ई-मार्केटिंग तथा चेन मार्केटिंग शामिल होती है। डिजिटल मार्केटिंग ई-मार्केटिंग का ही

एक दूसरा रूप होता है. इसमें भी कंपनी का प्रचार-प्रसार करने के लिए डिजिटल माध्यमों का इस्तेमाल किया जाता है.

एफिलिएट मार्केटिंग में भी डिजिटल माध्यम का ही इस्तेमाल किया जाता है परंतु इसमें कम पैसे खर्च करके कंपनी अपने व्यापार को बढ़ाती है यह एक तरीके से दक्षता आधारित होती है, जिसमें एक कंपनी एक या एक से अधिक एफिलिएट्स बनाती है और उन एफिलिएट्स के माध्यम से कंपनी के सामान की बिक्री होने पर उनको कुछ कमीशन प्रदान किया जाता है.

डिजिटल मार्केटिंग का तात्पर्य होता है कोई भी कंपनी और सेवा प्रदाता अपनी कंपनी की ब्रांडिंग के लिए इंटरनेट तथा कंप्यूटर और मोबाइल डिवाइस का इस्तेमाल करे.

ई - मार्केटिंग के अंतर्गत दो प्रकार की मार्केटिंग आती है एक इंटरनेट मार्केटिंग और दूसरी ऑनलाइन मार्केटिंग, हालांकि सुनने में दोनों एक ही नाम लगते हैं परंतु यह अलग-अलग है.

ई - मार्केटिंग के कुछ फायदे

- ♦ आपको अपना टारगेट कस्टमर बेस बहुत ही तेज और सस्ते तरीके से प्राप्त हो जाता है.
- ♦ इसके साथ ही इसमें मार्केटिंग कॉस्ट भी बहुत कम लगती है.
- ♦ इसके माध्यम से हम केवल एक देश में नहीं बल्कि पूरे विश्व में भू क्षेत्र चुनाव भी कर सकते हैं.
- ♦ बेहतर मार्केटिंग मैनेजमेंट

चैन मार्केटिंग - नेटवर्क मार्केटिंग का ही एक दूसरा नाम होता है जिसे मल्टी लेवल मार्केटिंग भी कहते हैं. इसके अंतर्गत एक व्यक्ति कुछ लोगों के संपर्क में होता है और वह कुछ लोग अन्य कुछ लोगों के संपर्क में होते हैं. इस प्रकार एक पिरामिड नुमा चेन का निर्माण होता है, जो कि कंपनी के व्यवसाय में मदद करती है.

अन्य प्रकार की मार्केटिंग का इस्तेमाल कोई कंपनी लोगों के प्रति अपने विश्वास को बढ़ाने और उनके मन में कंपनी की इमेज सुधारने के लिए भी कर सकती है, परंतु बिजनेस मार्केटिंग का इस्तेमाल पूर्णतया व्यापार में फायदे के लिए ही किया जाता है.

मार्केटिंग के सभी माध्यमों में हिंदी ने मजबूत पकड़ बना ली है. चाहे वह हिंदी के समाचार पत्र हो, रेडियो हो, दूरदर्शन हो, हिंदी सिनेमा हो या विज्ञापन हो सर्वत्र हिंदी छायी हुई है. ग्रिट मार्केटिंग में समाचार पत्र एवं पत्रिकाएं आती है. स्वतंत्रता के बाद समाज में राजनैतिक जागृति, सामाजिक, धार्मिक, आपाराधिक, आर्थिक गतिविधियों एवं घटनाओं के प्रति जन सामाज्य की जिज्ञासा में वृद्धि

हो रही है. समाचार पत्रों ने भारत स्वतंत्रता आंदोलन को हिंदी के माध्यम से बहुत गति प्रदान की थी. स्वतंत्रता के बाद हिंदी को राजभाषा घोषित करने के कारण हिंदी समाचार पत्र एवं पत्रिकाओं का निरंतर प्रसार बढ़ता जा रहा है.

पत्रिकाओं ने समाज में साहित्यिक चेतना सम्बोधित की है. अधिकांश समाचार पत्रों में पृथक से साहित्यिक पृष्ठों के प्रकाश द्वारा हिंदी साहित्य की विभिन्न विधाओं में श्रेष्ठ रचनाओं का प्रकाश किया जा रहा है. विदेशों में सभी प्रमुख शहरों से हिंदी पत्रिकाएं निरंतर छपती रहती है. भारत लगभग 140 करोड़ की जनसंख्या वाला यह विशाल और अत्यंत प्राचीन राष्ट्र है. उनकी मार्केटिंग संबंधी समस्त आवश्यकताओं एवं अधिकारों की भरपाई अखबार ही करते रहेंगे. ग्रिट मार्केटिंग ही उन्हें लोकतांत्रिक अधिकार एवं जानकारी प्रदान करेगा. अखबार आज भी सस्ते हैं, भविष्य में भी सस्ते रहेंगे. आज भी इनकी पहुंच सर्वहारा वर्ग के उस आखिरी आदमी तक है, जो सूचना पाने की पिपासा में पक्कि के आखिरी छोर पर खड़ा है. यदि सूचना पहुंचाने का कार्य कोई बखूबी कर सकेगा तो वे अखबार ही होंगे. अर्थात मार्केटिंग का कोई सस्ता और सर्वसुलभ साधन है, तो वह ग्रिट मार्केटिंग ही है, अखबार और पत्र-पत्रिकाएँ ही है.

इलेक्ट्रॉनिक मार्केटिंग में आकाशवाणी, दूरदर्शन एवं इंटरनेट पर भी हिंदी का वर्चस्व बढ़ता जा रहा है. हिंदी का प्रयोजनमूलक रूप का निरंतर विकास हो रहा है. अंग्रेजी चैनल धीरे-धीरे विज्ञापन के लिए हिंदी को अपना रहे है. विज्ञान पर आधारित कार्यक्रम नेशनल ज्योग्राफी एवं डिस्कवरी भी हिंदी में प्रसारित की जा रही है.

मार्केटिंग के लिए अलग-अलग प्रकार की स्ट्रेटेजी और टिप्प - अलग-अलग कंपनियों का तरीका अलग अलग होता है, पर किसी भी कंपनी को एक बेहतर मार्केटिंग कंपनी बनने के लिए इन 4 चीजों पर मुख्यतया फोकस करना चाहिए -

1. कीमत - ज्यादा से ज्यादा कस्टमर को आकर्षित करने के लिए कंपनी को अपने सामान की कीमत अपने प्रतिद्वंद्वियों की तुलना में थोड़ी कम रखनी चाहिए.
2. जगह - किसी भी कंपनी को अपना वर्कशॉप उसी स्थान पर बनाना चाहिए जहां पर बेहतर इंफ्रास्ट्रक्चर जैसे कि बिजली, पानी और परिवहन उपलब्ध हो. किसी भी क्षेत्र में बेहतरीन परिवहन सुविधाओं का होना अति आवश्यक है, क्योंकि इसी माध्यम से कंपनी को कच्चा माल और ग्राहकों को तैयार किया हुआ माल पहुंचाने में आसानी होती है. साथ ही बेहतरीन ट्रांसपोर्ट कंपनी के मुनाफे को बढ़ाने के साथ-साथ कस्टमर पर बढ़ने वाले खर्च को भी कम करता है.

3. सामान - अपने प्रतिद्वंद्वियों से तुलनात्मक रूप से सिर्फ कीमत को कम रखना ही काफी नहीं होता, बल्कि आपको अपने मुनाफे को कम करके प्रोडक्ट को भी बेहतर बनाना होता है, नहीं तो यदि आप एक बार मार्केटिंग के सहारे से अपने सामान को बेचने में सफल भी हो जाते हैं तो फिर वह कस्टमर दोबारा आपका सामान खरीदने में रुचि नहीं लेगा।
4. प्रमोशन - प्रमोशन के अंतर्गत आप नई-नई तकनीकों का इस्तेमाल कर सकते हैं जैसे कि ग्राहकों के लिए लॉटरी व्यवस्था और कैशबैक की व्यवस्था और एक सामान खरीदने पर दूसरे सामान में कुछ छूट का प्रावधान किया जा सकता है।

हिंदुस्तान में दूरदर्शन 70 के दशक से हुआ है। इसे सूचना देने, ज्ञान का प्रसार करने एवं मनोरंजन का साधन मानकर बढ़ावा दिया गया। हिंदी की साहित्यिक कृतियों में उपन्यास, नाटक, कहानी, कविता, कवि सम्मेलन आदि के माध्यम से दूरदर्शन ने हिंदी के प्रचार-प्रसार में महत्वपूर्ण योगदान दिया। रामायण, महाभारत, कौन बनेगा करोड़पति आदि धारावाहिकों के द्वारा हिंदी घर-घर तक पहुंच गयी है। मार्केटिंग के क्षेत्र में दूरदर्शन आधुनिक कालीन कल्पवृक्ष की भूमिका में दिखाई देती है। हिंदी को जन-जन तक पहुंचाने में इसका योगदान नकारा नहीं जा सकता।

रेडियो के जरिये हिंदी ने भौगोलिक सीमाओं को भी पर किया। इसके माध्यम से विदेशों में भी हिंदी पहुँच गई। बी.बी.सी. लंदन तक हिंदी ने रेडियो के माध्यम से शाखा फैला दी। आवाज की दुनिया के इस दोस्त ने न केवल हिंदी के वर्तमान को सुगठित बनाया बल्कि उसका भविष्य उज्ज्वल बनाने में भी योगदान किया है।

मैं आपसे एक बात पूछना चाहूंगा, क्या आप सेल्स और मार्केटिंग को एक ही तो नहीं समझते हैं? यदि आप ऐसा समझते हैं तो बताना चाहूंगा यह गलत है क्योंकि सेल्स और मार्केटिंग दो अलग-अलग चीजें होती हैं।

सेल्स का मतलब होता है कोई भी कंपनी अपने गुड्स और सर्विसेज को बेच चुकी है जबकि मार्केटिंग का मतलब होता है अपने गुड्स और सर्विस को बेचने के लिए लोगों में जागृति लाना अर्थात् उन्हें प्रभावित करना।

मार्केटिंग किसी भी कंपनी की उन्नति में पहला पड़ाव होता है, जबकि सेल्स इसका अगला पड़ाव होता है। मार्केटिंग की सहायता से भी सेल्स में बढ़ोतरी की जा सकती है।

इसे आप एक उदाहरण के माध्यम से समझिए जैसे कि एक मोबाइल कंपनी की सेल्स में वह मोबाइल फोन सम्मिलित होंगे जो वह बेच चुके हैं जबकि मार्केटिंग में वह फोन आएंगे जो कि प्रचार प्रसार के माध्यम से भविष्य में बिकने की संभावना है।

फैक्स, सेल्युलर, पेजर, दूरमुद्रक, इलेक्ट्रॉनिक टाइपराइटर, दूरभाष तथा अन्य अनेक विद्युतीय माध्यमों ने भी हिंदी में मार्केटिंग को नई शक्ति एवं नई दिशा प्रदान की है। यांत्रिक तथा इलेक्ट्रॉनिक उपकरणों द्वारा हिंदी के कार्य का बढ़ावा देने के उद्देश्य से अब मंत्रालयों, विभागों-उपक्रमों, बैंकों तथा अन्य सरकारी संस्थाओं में आविष्कार किये जा रहे हैं तथा उनसे जनमानस वर्ग अवगत कराया जा रहा है। इस प्रकार हिंदी प्रिंट मार्केटिंग व इलेक्ट्रॉनिक मार्केटिंग का विस्तार एक सार्थक एवं सकारात्मक है।

मार्केटिंग माध्यमों के इस व्यापक प्रसार काल में भाषा की भूमिका एकदम विशिष्ट है। भारतीय परिदृश्य में विशेष रूप से हिंदी भाषा की भूमिका एकदम व्यापक तर रही है। वैश्विक स्तर पर अपनी जगह बना रही है। विशेषतः नए पुराने मार्केटिंग माध्यमों की सम्प्रेषण के रूप में हिंदी ने अपनी क्षमता का लगातार विस्तार किया है। हिंदी ने बीसवीं तथा इक्कीसवीं सदी में क्रमशः पत्रकारिता, सिनेमा, रेडियो, टेलीविजन, कम्प्यूटर, विज्ञापन, इंटरनेट जैसे सभी मार्केटिंग माध्यमों में अपनी शक्ति का विस्तार किया है। मार्केटिंग माध्यमों की गुणवत्ता को हिंदी ने व्यापक संदर्भ दिया है।

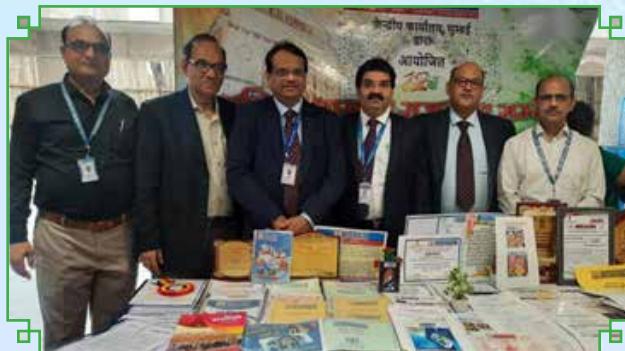


श्री संदीप यादव, सहायक प्रबंधक राजभाषा मुंबई की बहन अंतरा यादव ने मार्च 2023 में सीबीएसई बोर्ड की 12 वीं की परीक्षा 94.8 प्रतिशत के साथ उत्तीर्ण की है सेंट्रलाइट परिवार उनके उज्ज्वल भविष्य की कामना करता है।

केंद्रीय कार्यालय मुंबई द्वारा दिनांक 20 मार्च 2023 को दिल्ली में

श्री राजीव पुरी, कार्यपालक निदेशक की अध्यक्षता में आयोजित अखिल भारतीय राजभाषा सम्मेलन में
सुश्री अशुली आर्या, आईएएस, सचिव (राजभाषा) मुख्य अतिथि तथा श्री बी एल मीना निदेशक राजभाषा
विशेष अतिथि थे. सम्मेलन की कुछ झलकियां





राजभाषा गतिविधियां



दिनांक 09.02.2023 को आंचलिक कार्यालय लखनऊ द्वारा तैयार राजभाषा सूक्षियों का पोस्टर का विमोचन करते हुए आदरणीय कार्यपालक निदेशक श्री विवेक वाही एवं अन्य वरिष्ठ अधिकारीगण.



चेन्नई आंचलिक कार्यालय में आयोजित राजभाषा सम्मेलन के दौरान हिंदी पोस्टर का विमोचन करते हुए अंचल प्रमुख श्री व्ही व्ही नटराजन, सहायक महाप्रबंधक- राजभाषा श्री राजीव वार्ष्णेय एवं अन्य सेन्ट्रलाइट.



दिनांक 15 फरवरी, 2023 को श्री अजय कुमार सिंह, अंचल प्रमुख द्वारा कोलकाता अंचल के राजभाषा सम्मेलन का उद्घाटन किया गया.



नराकास, बैंक बरेली के तत्वावधान में सेन्ट्रल बैंक आफ इंडिया, क्षेत्रीय कार्यालय बरेली द्वारा दिनांक 28.02.2023 को आशुभाषण प्रतियोगिता का आयोजन किया गया.



गृह मंत्रालय, राजभाषा विभाग, क्षेत्रीय कार्यान्वयन कार्यालय, उत्तरी क्षेत्र नई दिल्ली के सहायक निदेशक श्री नरेन्द्र सिंह मेहरा जी द्वारा महेन्द्रगढ़ शाखा का राजभाषा निरीक्षण किया.



वित्तीय वर्ष 2022-23 में राजभाषा हिंदी के उत्कृष्ट कार्यान्वयन के लिए सेन्ट्रल बैंक आफ इंडिया, कानपुर क्षेत्र को नराकास बैंक कानपुर द्वारा तृतीय पुरस्कार एवं प्रमाणपत्र प्रदान किया गया.



नगर राजभाषा कार्यान्वयन समिति, तिरुवल्ला द्वारा हमारे बैंक को वर्ष 2022-23 के लिए राजभाषा में उत्कृष्ट कार्य हेतु प्रथम पुरस्कार प्राप्त हुआ.



दिनांक 27/03/2023 को आंचलिक कार्यालय गुवाहाटी में द्वारा राजभाषा सम्मेलन का आयोजन किया गया.



दिनांक 09 जनवरी 2023 को आंचलिक कार्यालय पुणे द्वारा राजभाषा सम्मेलन का आयोजन किया गया.



17 जनवरी, 2023 को संसदीय राजभाषा समिति द्वारा सेन्ट्रल बैंक ऑफ इंडिया भोपाल अंचल का राजभाषाई निरीक्षण किया गया। इस दौरान संसदीय राजभाषा समिति द्वारा एिप्पणी सहायिका का विमोचन किया गया। इस अवसर पर श्री स्मृति रंजन दाश, महाप्रबन्धक केन्द्रीय कार्यालय मुम्बई, श्री तरसेम सिंह जीरा, अंचल प्रमुख, श्री धारासिंग नायक, के., उप महाप्रबन्धक, श्री राजीव वार्ष्ण्य, सहायक महाप्रबन्धक, केन्द्रीय कार्यालय, श्री संजय लाम्बा, मुख्यप्रबन्धक, भोपाल अंचल एवं अन्य सेन्ट्रलाइट उपस्थित थे।



नराकास बैंक राजकोट द्वारा सेन्ट्रल बैंक ऑफ इंडिया को उत्कृष्ट राजभाषा कार्यान्वयन हेतु शील्ड प्रदान की गई।

राजभाषा हिंदी के प्रयोग के लिए वर्ष 2023-24 का वार्षिक कार्यक्रम

क्र. सं.	कार्य विवरण	“क” क्षेत्र	“ख” क्षेत्र	“ग” क्षेत्र
1.	हिंदी में मूल पत्राचार (ई-मेल सहित)	1. ‘क’ क्षेत्र से ‘क’ क्षेत्र को 100% 2. ‘क’ क्षेत्र से ‘ख’ क्षेत्र को 100% 3. ‘क’ क्षेत्र से ‘ग’ क्षेत्र को 65% 4. ‘क’ क्षेत्र से ‘क’ व ‘ख’ क्षेत्र के राज्य / संघ राज्य क्षेत्र के कार्यालय / व्यक्ति 100%	1. ‘ख’ क्षेत्र से ‘क’ क्षेत्र को 90% 2. ‘ख’ क्षेत्र से ‘ख’ क्षेत्र को 90% 3. ‘ख’ क्षेत्र से ‘ग’ क्षेत्र को 55% 4. ‘ख’ क्षेत्र से ‘क’ व ‘ख’ क्षेत्र के राज्य / संघ राज्य क्षेत्र के कार्यालय / व्यक्ति 90%	1. ‘ग’ क्षेत्र से ‘क’ क्षेत्र को 55% 2. ‘ग’ क्षेत्र से ‘ख’ क्षेत्र को 55% 3. ‘ग’ क्षेत्र से ‘ग’ क्षेत्र को 55% 4. ‘ग’ क्षेत्र से ‘क’ व ‘ख’ क्षेत्र के राज्य / संघ राज्य क्षेत्र के कार्यालय / व्यक्ति 55%
2.	हिंदी में प्राप्त पत्रों का उत्तर हिंदी में दिया जाना	100%	100%	100%
3.	हिंदी में टिप्पणी	75%	50%	30%
4.	हिंदी माध्यम से प्रशिक्षण कार्यक्रम	70%	60%	30%
5.	हिंदी टंकण करने वाले कर्मचारी एवं आशुलिपिक की भर्ती	80%	70%	40%
6.	हिंदी में डिक्टेशन/की बोर्ड पर सीधे टंकण (स्वयं तथा सहायक द्वारा)	65%	55%	30%
7.	हिंदी प्रशिक्षण (भाषा, टंकण, आशुलिपि)	100%	100%	100%
8.	द्विभाषी प्रशिक्षण सामग्री तैयार करना	100%	100%	100%
9.	जर्नल और मानक संदर्भ पुस्तकों को छोड़कर पुस्तकालय के कुल अनुदान में से डिजिटल सामग्री अर्थात् हिंदी ई-पुस्तक, सोडी/डीवीडी, पैनड्राइव तथा अंग्रेजी और क्षेत्रीय भाषाओं से हिंदी में अनुवाद पर व्यय की गई राशि सहित हिंदी पुस्तकों की खरीद पर किया गया व्यय	50%	50%	50%
10.	कंप्यूटर सहित सभी प्रकार के इलेक्ट्रॉनिक उपकरणों की द्विभाषी रूप में खरीद	100%	100%	100%
11.	वेबसाइट द्विभाषी हो	100%	100%	100%
12.	नागरिक चार्टर तथा जन सूचना बोर्डों आदि का प्रदर्शन द्विभाषी हो	100%	100%	100%
13.	(i) मंत्रालयों/विभागों और कार्यालयों तथा राजभाषा विभाग के अधिकारियों (उ.स./निदे./सं.स.) द्वारा अपने मुख्यालय से बाहर स्थित कार्यालयों का निरीक्षण (कार्यालयों का प्रतिशत) (ii) मुख्यालय में स्थित अनुभागों का निरीक्षण (iii) विदेश में स्थित केंद्र सरकार के स्वामित्व एवं नियंत्रण के अधीन कार्यालयों/उपक्रमों का संबंधित अधिकारियों तथा राजभाषा विभाग के अधिकारियों द्वारा संयुक्त निरीक्षण	25% (न्यूनतम) 25% (न्यूनतम) 25% (न्यूनतम)	25% (न्यूनतम) वर्ष में कम से कम एक निरीक्षण	25% (न्यूनतम) 25% (न्यूनतम)
14.	राजभाषा संबंधी बैठकें (क) हिंदी सलाहकार समिति (ख) नगर राजभाषा कार्यान्वयन समिति (ग) राजभाषा कार्यान्वयन समिति			वर्ष में 2 बैठकें वर्ष में 2 बैठकें (प्रति छमाही एक बैठक) वर्ष में 4 बैठकें (प्रति तिमाही एक बैठक)
15.	कोड, मैनुअल, फॉर्म, प्रक्रिया साहित्य का हिंदी अनुवाद	100%	100%	100%
16.	मंत्रालयों/विभागों/कार्यालयों/बैंकों/उपक्रमों के ऐसे अनुभाग जहां संपूर्ण कार्य हिंदी में हों	40%	30%	20%
		(न्यूनतम अनुभाग) सार्वजनिक क्षेत्र के उन उपक्रमों/नियमों आदि, जहां अनुभाग जैसी कोई अवधारणा नहीं है, “क” क्षेत्र में कुल कार्य का 40%, “ख” क्षेत्र में 25% और “ग” क्षेत्र में 15% कार्य हिंदी में किया जाए		



सेन्ट्रल बैंक ऑफ इंडिया
Central Bank of India

1911 से आपके लिए "केंद्रित" "CENTRAL" TO YOU SINCE 1911



कतारों से मुक्ति पाएँ डिजिटल बैंकिंग अपनाएँ



अपनी सुविधा के लिए हमारी डिजिटल बैंकिंग सुविधाओं का उपयोग करें और एक विलक्ष के साथ आसान, आनंदमय बैंकिंग का लाभ उठाएँ।

www.centralbankofindia.co.in

