सेन्ट्रलाइट

सेन्ट्रल बैंक ऑफ़ इंडिया
Central Bank of India
1911 से आपके लिए "केंद्रित" "CENTRAL" TO YOU SINCE 1911

केवल आंतरिक परिचालन के लिए

CENTRALITE

खंड / Vol. 46 • अंक - 04 दिसंबर 2024 / December 2024

ग्राहक संतुष्टि एवं मूल्य संवर्धन

वैंक के 114 वें स्थापना दिवस के अवसर पर बैंक के संस्थापक सर सोराबजी पोचखानावाला जी की प्रतिमा पर माल्यार्पण करते हुए प्रबंध निदेशक एवं मुख्य कार्यकारी अधिकारी श्री एम वी राव एवं कार्यपालक निदेशक श्री विवेक वाही, श्री एम वी मुरली कृष्णा एवं श्री महेन्द्र दोहरे.

वैंक के 114 वें स्थापना दिवस के अवसर पर ''सेन्ट्रल गान'' का लोकार्पण करते हुए प्रबंध निदेशक एवं मुख्य कार्यकारी अधिकारी श्री एम वी राव एवं कार्यपालक निदेशक श्री विवेक वाही, श्री एम वी मुरली कृष्णा एवं श्री महेन्द्र दोहरे.

सेन्ट्रल बैंक ऑफ इंडिया की तिमाही गृह-पत्रिका
A Quarterly House - Journal of Central Bank of India
प्रकाशन तिथि - 15.02.2024 • खंड / Vol. 46 - 2024 • अंक - 4 • दिसंबर / December 2024

.. न हि ज्ञानेन सदृशं ..

संपादक
पॉपी शर्मा

संपादक मंडल
वास्ती वेंकटेश
एस. के. गुप्ता
एस. एच. अय्यूबी
राजीव वार्ष्णेय

संपादकीय सहायक
हितेन्द्र धूमाल
अनिता धुर्वे

Editor
Poppy Sharma

Editorial Board
Vasti Venktesh
S. K. Gupta
S. H. Ayubi
Rajiv Varshney

Editorial Assistant
Hitendra Dhumal
Anita Dhurve

ई-मेल / E-mail
centralite1982@gmail.com

इस पत्रिका में प्रकाशित रचनाओं से बैंक का सहमत होना आवश्यक नहीं है.

Articles Published in this magazine does not necessarily contain views of the Bank.

विषय-सूची / CONTENTS

माननीय प्रबंध निदेशक एवं मुख्य कार्यकारी अधिकारी का संदेश 4
माननीय कार्यपालक निदेशक श्री विवेक वाही का संदेश 5
माननीय कार्यपालक निदेशक श्री एम. वी. मुरली कृष्णा का संदेश 6
माननीय कार्यपालक निदेशक श्री महेंद्र दोहरे का संदेश 7
संपादकीय 8
माननीय महाप्रबंधक सुश्री पॉपी शर्मा जी का साक्षात्कार 9
इमर्जिंग बिज़नेस: वर्तमान परिदृश्य और भविष्य की संभावनाएं 12
संगति - एक दोधारी तलवार 18
बैंकिंग सेक्टर में नेतृत्त्व का महत्व........ 19
A Good bank to A Great Bank: Central Bank of India Foundation Day: 21st December 21
''ग्राहक संतुष्टि और मूल्य संवर्धन'' 22
श्री अन्न (मिलेट्स) का उत्पादन: स्वर्णिम भारतीय इतिहास एवं भविष्य की रणनीति 27
कविता - किसान 30
ग्राहक संतुष्टि और मूल्य संवर्धन बैंकिंग में उभरते व्यवसायों की आधारशिला 31
ग्राहक संतुष्टि : हमारा परम लक्ष्य 32
कविता - छठ........ 33
महिला उद्यमिता: महिलाओं का व्यवसायिक क्षेत्र में योगदान और चुनौतियाँ 34
शिक्षा ऋण का महत्व 36
समय प्रबंधन 38
रेसिपी - चंद्रकला........ 40
इमर्जिंग बिज़नेस (उभरते हुए व्यापार) 42
यात्रा वृतांत - गोवा का सफर 45
अंतर्राष्ट्रीय दिव्यांगजन दिवस (आईडीपीडी 2024) 48
मानव संसाधन पहल दिसंबर 2024 50
ग्राहक संतुष्टि की आवश्यकता 52
ग्राहक संतुष्टि एवं मूल्य संवर्धन 53
बैंक के 114वें स्थापना दिवस की झलकियां........ 55
सतर्कता जागरूकता सप्ताह........ 56
ग्राहक संतुष्टि और मूल्यवर्धन का प्रभाव........ 57

डिज़ाइन, संपादन तथा प्रकाशन : सुश्री पॉपी शर्मा, सेन्ट्रल बैंक ऑफ इंडिया, चन्दरमुखी, नरीमन पॉईंट, मुंबई - 400 001 के लिए तथा उनके द्वारा उचीथ ग्राफिक प्रिंटर्स प्राईवेट लिमिटेड. आइडियल इंडस्ट्रीयल इस्टेट, मथुरादास मिल्स कंपाऊंड, सेनापती बापट मार्ग, लोअर परेल, मुंबई - 400 013.

Designed, Edited and Published by Ms. Poppy Sharma for Central Bank of India, Chandermukhi, Narimanpoint, Mumbai - 400 001 Designed and Printed by him at Uchitha Graphic Printers Pvt. Ltd. 65, Ideal Industrial Estate, Mathuradas Mills Compound, Senapati Bapat Marg, Lower Parel, Mumbai - 400 013.

माननीय प्रबंध निदेशक एवं मुख्य कार्यकारी अधिकारी का संदेश

प्रिय सेन्ट्रलाइट्स,

हमें गर्व है कि सेन्ट्रल बैंक ऑफ इंडिया अपनी गौरवशाली परंपराओं को संजोते हुए, आधुनिक समय की आवश्यकताओं और चुनौतियों के अनुरूप नवाचार सहित अपनी स्थापना के 114वें वर्ष में प्रवेश कर प्रगति के पथ पर अग्रसर है. बैंक की सफलता का मूल आधार आप सभी की अथक मेहनत, प्रतिबद्धता और समर्पण है.

आज के प्रतिस्पर्धात्मक दौर में ग्राहक संतुष्टि हमारे व्यवसाय का मूल स्तंभ है. ग्राहक केवल हमारे सेवा उपभोक्ता नहीं, बल्कि हमारी प्रगति के सहभागी और बैंक की विकास यात्रा के साक्षी हैं. उनकी अपेक्षाओं को समझना और उन्हें श्रेष्ठ समाधान व विशिष्ट सेवाएं प्रदान करना हमारी सर्वोच्च प्राथमिकता है. ग्राहकों को व्यक्तिगत अनुभव देना, उनकी समस्याओं का शीघ्र समाधान करना और डिजिटल सेवाओं को सुगम बनाना हमारा प्रमुख लक्ष्य है.

बैंक के व्यवसाय को बढ़ाने के लिए न केवल मौजूदा ग्राहकों को बेहतर सेवाएं दीजिए, बल्कि नए ग्राहकों को पुन: अपने साथ जोड़ने के लिए भी ठोस प्रयास किए जाए. वित्तीय समावेशन को बढ़ावा देते हुए ग्रामीण और शहरी क्षेत्रों में अधिक से अधिक लोगों तक पहुंच बनाना हमारी प्राथमिकता है. साथ ही, क्रॉस-सेलिंग और अपसेलिंग के माध्यम से ग्राहकों को अधिक मूल्य प्रदान करने के प्रयासों को भी तेज कीजिए.

मूल्य संवर्धन का उद्देश्य ग्राहक को ऐसा अनुभव प्रदान करना है जो उन्हें हमारे साथ जुड़े रहने में गर्व का अनुभव कराए. इसके अंतर्गत वित्तीय सलाह, विशेष उत्पाद और समर्पित सेवाएं शामिल हैं, जो ग्राहकों को न केवल संतोष देती हैं, बल्कि उनके विश्वास को भी सुदृढ़ करती हैं.

इसके साथ ही, इमर्जिंग बिजनेस हमारे बैंकिंग क्षेत्र में नए लक्ष्य प्राप्ति का मार्ग प्रशस्त करता है. डिजिटल बैंकिंग और फिनटेक के साथ साझेदारी ने हमारे कामकाज में क्रांति लाई है. ग्रीन बैंकिंग और हरित परियोजनाओं में निवेश हमारे समाज और पर्यावरण के प्रति हमारी जिम्मेदारी को दर्शाता है. एमएसएमई और स्टार्टअप को समर्थन देना, साथ ही वित्तीय समावेशन को बढ़ावा देना, न केवल हमारे व्यवसाय को स्थिरता प्रदान करता है, बल्कि हमारे बैंक को समाज के हर वर्ग से जोड़ता है.

आप सब मिलकर ग्राहकों की संतुष्टि और उभरते व्यवसाय के इन अवसरों को अपनाते हुए सेन्ट्रल बैंक ऑफ इंडिया को नई ऊंचाइयों पर पहुंचाने में अपना सम्पूर्ण योगदान दें.

(एम.वी. राव)
प्रबंध निदेशक एवं मुख्य कार्यकारी अधिकारी

माननीय कार्यपालक निदेशक श्री विवेक वाही का संदेश

प्रिय सेन्ट्रलाइट साथियो,

नववर्ष 2025 एवं गणतंत्र दिवस की हार्दिक शुभकामनाओं सहित मैं तीसरी तिमाही के दौरान सम्माननीय प्रबंध निदेशक एवं मुख्य कार्यकारी अधिकारी श्री एम. वी. राव के कुशल नेतृत्व में सभी सेन्ट्रलाइट के दृढ़ परिश्रम के फलस्वरूप बैंक द्वारा प्रदर्शित बेहतर कामकाजी परिणामों के लिए आप सभी को हार्दिक बधाई देता हूं.

बैंकिंग सेवा का कार्य है, सेवा आधारित उद्योग है. दूसरे अर्थों में बैंकिग व्यवसाय, सेवा केन्द्रित होता है. वर्तमान बैंकिंग प्रतिस्पर्धात्मक भी है. जिसके कारण ग्राहक के पास अब बैंकिंग कार्यों के लिए विकल्प उपलब्ध हैं. इसमें निजी क्षेत्र के बैंक अपनी एग्रेसिव मार्केटिंग से ग्राहकों को आकर्षित करने के भरपूर प्रयास करते हैं.

इन परिस्थितियों में नये ग्राहकों को अपने साथ जोड़ने और पुराने ग्राहकों को अपने साथ बनाए रखने के लिए सर्वोत्तम ग्राहक सेवा प्रदान करना ही, व्यवसाय प्राप्त करने का सर्वश्रेष्ठ माध्यम होता है. यद्यपि सभी स्टाफ सदस्य इस बात को जानते हैं, लेकिन किन्हीं अवसरों पर चूक कर जाते हैं. जिससे ग्राहक के बैंक से दूर होने के आसार बन जाते हैं. जो अंततः बैंक के व्यवसाय पर विपरीत प्रभाव डालता है. बैंक की प्रगति के लिए आवश्यक है कि हमारी ग्राहक सेवा, ग्राहक संतुष्टि के स्तर की होनी चाहिए, आप बैंक के हर ग्राहक को संतुष्ट करना ही अपना ध्येय रखिये,

आप जानते ही हैं कि एक संतुष्ट ग्राहक चलता-फिरता विज्ञापन होता है. स्टाफ सदस्यों द्वारा मुस्कुराकर ग्राहकों का स्वागत, उनकी पूछताछ का संतोषजनक जवाब, साथ ही उनकी समस्याओं को ध्यानपूर्वक सुनकर समाधान देना ही ग्राहक सेवा को बेहतर बनाता है.

बेहतर ग्राहक सेवा ग्राहकों को बैंक से जोड़े रखती है और संतुष्ट ग्राहक हमारे व्यवसाय के लिए मूल्य संवर्धन का एक महत्वपूर्ण घटक होता है. संतुष्ट ग्राहक बैंक के लिए नये ग्राहक जोड़ सकता है अर्थात् हमारी व्यवसाय वृद्धि में सहयोग दे सकता है. व्यवसाय वृद्धि से लाभ बढ़ता है. इसलिए आप सदैव ग्राहक संतुष्टि को सर्वोच्च प्राथमिकता दें और इस माध्यम से अपने बैंक का व्यवसाय एवं लाभ बड़ाने में योगदान दें.

आगामी पर्वो की हार्दिक शुभकामनाओं सहित,

(विवेक वाही)
कार्यपालक निदेशक

माननीय कार्यपालक निदेशक श्री एम. वी. मुरली कृष्णा का संदेश

प्रिय सेन्ट्रलाइट साथियो,

सर्वप्रथम मैं माननीय एमडी एवं सीईओ श्री एम वी राव जी को वर्तमान वित्त वर्ष 2025 की तीसरी तिमाही में हमारे बैंक द्वारा दर्शाए गए अच्छे परिणामों के लिए हार्दिक बधाई देता हूं जिनके कुशल नेतृत्व में बैंक ने शानदार कार्य किया है. मैं सभी सेन्ट्रलाइट को भी उनके निष्ठापूर्ण प्रयासों के लिए बधाई देता हूं.

बैंकिंग व्यवसाय में ग्राहक सबसे महत्वपूर्ण होता है. साथ ही उत्कृष्ट ग्राहक सेवा ही ग्राहक को अपने साथ बनाए रखने में सर्वाधिक महत्वपूर्ण भूमिका निभाती है. ग्राहक को जितनी अच्छी ग्राहक सेवा दी जाएगी, ग्राहकों की संख्या में उतनी ही वृद्धि होगी और बैंक का व्यवसाय उतना ही बढ़ेगा तथा लाभ भी बढ़ेगा. हम इसे ऐसे भी कह सकते हैं कि हमारी उत्कृष्ट ग्राहक सेवा ही बैंक के लिए मूल्य संवर्धन का कार्य करती है. इसलिए ग्राहक सेवा में निरंतर सुधार आवश्यक है. ग्राहकों से मित्रवत व्यवहार कीजिए. उनकी समस्याओं को ध्यानपूर्वक सुनिए. सही उत्तर और समाधान दीजिए. जो व्यक्ति कार्यालय में आता है, चाहे वह ग्राहक हो अथवा न हो, उससे शिष्टाचार पूर्वक व्यवहार किया जाए. संभव है भविष्य में वह हमारा ग्राहक बन जाए.

इस क्रम में यह भी आवश्यक है कि बैंक व्यवसाय के नए क्षेत्रों की निरंतर खोज करे और उनमें विकास की संभावनाओं की तलाश करते हुए उन्हें बढ़ावा दे. इस दिशा में हमारे बैंक ने इमर्जिंग बिजनेस के क्षेत्र में नवीन पहल की थी और आज हम इमर्जिंग बिजनेस के क्षेत्र में बैंकिंग जगत में अग्रणी पंक्ति में खड़े हैं. इस क्षेत्र में हमारा व्यवसाय निरंतर बढ़ता जा रहा है. यह सराहनीय है. हम इस क्षेत्र को निरंतर बढ़ावा दे रहे हैं. हम शीघ्र ही साधारण बीमा तथा जीवन बीमा दोनों क्षेत्रों में प्रवेश करने जा रहे हैं. जो हमारे व्यवसाय के लिए लाभकारी होगा.

अंत में बैंक के 114वें स्थापना दिवस, नव वर्ष 2025, गणतंत्र दिवस, मकर संक्रांति एवं अन्य पर्वों की हार्दिक बधाई देते हुए मैं आशा करता हूं कि आप इस प्रिय बैंक को अच्छे बैंक से महान बैंक बनने की प्रक्रिया में अधिकतम योगदान प्रदान करेंगे.

हार्दिक शुभकामनाओं सहित.

(एम वी मुरली कृष्णा)
कार्यपालक निदेशक

माननीय कार्यपालक निदेशक श्री महेंद्र दोहरे का संदेश

प्रिय सेन्ट्रलाइट साथियो,

मैं अपनी बात का प्रारंभ आदरणीय एमडी एंड सीईओ सर के कुशल नेतृत्व के प्रति आभार व्यक्त करते हुए आप सभी को वित्त वर्ष की तीसरी तिमाही में बैंक द्वारा दर्शाए गए शानदार कार्य-परिणामों के लिए हार्दिक बधाई देते हुए करना चाहता हूं.

व्यवसायिक दृष्टिकोण से ग्राहक सर्वाधिक महत्वपूर्ण होता है. ग्राहक से ही व्यवसाय होता है, फलता-फूलता है, बढ़ता है. ग्राहक के बिना व्यवसाय असंभव होता है. हर व्यवसायी अपने ग्राहकों के प्रति संवेदनशील होता है.

यदि हम ग्राहक के दृष्टिकोण से देखें तो वह सदैव प्रतिस्पर्धी दरों पर और शीघ्रता के साथ बेहतर सेवा चाहता है. यह स्पष्ट है कि ग्राहक किन तथ्यों को प्राथमिकता देता है. सेन्ट्रल बैंक ऑफ इंड़िया एक व्यवसायिक बैंक है. वर्तमान बैंकिंग की गलाकाट स्पर्धा के दौर में सेन्ट्रल बैंक ऑफ इंड़िया के सभी उत्पाद प्रतिस्पर्धी दरों पर उपलब्ध हैं. बेहतर सेवा के साथ ग्राहक के कार्य का शीघ्र निपटान ग्राहक को संतुष्ट करता है.

हमारे बैंक परिसर में आने वाले किसी भी व्यक्ति के साथ स्टाफ सदस्यों का व्यवहार मधुर होना चाहिए. संभव है कि आगंतुक हमारा ग्राहक न हो किंतु कार्मिकों का बेहतर व्यवहार उसे हमारा ग्राहक बनने के लिए प्रेरित करेगा. मौजूदा ग्राहकों के साथ कार्मिकों का अपनत्वपूर्ण व्यवहार उनके साथ अटूट संबंध बनाता है.

कार्मिकों के अच्छे व्यवहार से ग्राहक स्वत: ही बैंक का प्रचार करता है तथा अन्य लोगों को भी बैंक का ग्राहक बनने के लिए प्रेरित करता है. हम कह सकते हैं कि ऐसे संतुष्ट ग्राहक वास्तव में हमारे मूल्य संवर्धक बन जाते हैं.

एक व्यवसायिक बैंक में कार्य करते हुए हमारा उद्देश्य बैंक के व्यवसाय में वृद्धि करके लाभ अर्जित करना है. इस स्थिति में ग्राहक संतुष्टि के माध्यम से हम बैंक का मूल्य संवर्धन सहजता से कर सकते हैं जो अंतत: हमारे बैंक के हित में होगा.

आगामी पर्वों की हार्दिक शुभकामनाओं सहित,

(महेंद्र दोहरे)
कार्यपालक निदेशक

संपादकीय

प्रिय सेन्ट्रलाइट साथियों,

सर्वप्रथम तीसरी तिमाही के शानदार परिणामों हेतु माननीय एमडी एवं सीईओ सर एवं तीनों कार्यपालक निदेशकों को बधाई देते हुए उनके नेतृत्व में कार्यरत आप सभी सेन्ट्रलाइट को भी बधाई देती हूं.

सेन्ट्रल बैंक ऑफ इंडिया के परिवार का हिस्सा होना हमरे लिए गर्व की बात है. यह बैंक अपनी समृद्धशाली परंपराओं और उत्कृष्ट ग्राहक सेवा के लिए जाना जाता है.

आज के प्रतिस्पर्धात्मक बैंकिंग परिदृश्य में ग्राहक संतुष्टि ही हमारे व्यवसाय का आधार है. बैंक के व्यवसाय में वृद्धि के लिए आप सभी संभावनाओं का भरपूर उपयोग कीजिए. वित्तीय समावेशन को बढ़ावा देते हुए नए ग्राहकों को जोड़ने, क्रॉस-सेलिंग और अपसेलिंग को प्रोत्साहित करने, तथा ग्रामीण और शहरी दोनों क्षेत्रों में अपने उत्पादों की पहुंच बढ़ाने की दिशा में सामूहिक प्रयास कीजिए.

इसके साथ ही, उभरते व्यवसाय वाले क्षेत्रों में अपनी सक्रिय भागीदारी सुनिश्चित करनी आवश्यक है. डिजिटल बैंकिंग सेवाओं का विस्तार, ग्रीन बैंकिंग परियोजनाओं में निवेश, और एमएसएमई एवं स्टार्टअप्स को सशक्त बनाना आपकी प्राथमिकताएं होनी चाहिए. साथ ही, कृषि और ग्रामीण विकास के लिए विशेष उत्पादों का प्रचार-प्रसार करते हुए बैंक की भूमिका को और मजबूत करना आवश्यक है.

इसके अतिरिक्त, ऋण वितरण में तेजी, उच्च गुणवत्तापूर्ण सेवा के साथ डिजिटल ऋण समाधानों को बढ़ावा देना, तथा ग्राहक-अनुकूल प्रक्रियाओं को लागू करना बैंक के व्यवसायिक विस्तार में सहायक सिद्ध होगा. आपके ग्राहकों की बदलती जरूरतों को समझते हुए उनके लिए वैयक्तिकृत समाधान विकसित करने पर विशेष ध्यान देना होगा. सेवाओं को यूजर फ्रेंडली बनाते हुए अधिकतम डिजीटलीकरण पर जोर देना आवश्यक है.

ये महान बैंक अब अपनी स्थापना के 114वें वर्ष में प्रवेश कर चुका है. इस अवसर पर, मैं आप सभी को बधाई देना चाहती हूं, जो अपने समर्पण और प्रतिबद्धता के साथ सेन्ट्रल बैंक ऑफ इंडिया को नई ऊंचाइयों पर ले जा रहे हैं. आप समस्त सेन्ट्रलाइट ग्राहकों की संतुष्टि को प्राथमिकता देते हुए बैंक के व्यवसाय को स्थिरता और प्रगति की ओर अग्रसर कीजिए.

अभी हाल ही में बैंक ने सभी संवर्गों की पदोन्नति प्रक्रिया प्रारंभ की है, शीघ्र ही ये प्रक्रिया सम्पन्न की जाएगी. हमारा प्रयास है कि परिणाम एवं प्रतिनियुक्तियां भी निर्धारित समय पर सम्पन्न हों.

(पॉपी शर्मा)
महाप्रबंधक - राजभाषा

यदि तुम में सहनशक्ति है तो तुम में किसी बात की कमी नहीं - नारायण दास

माननीय महाप्रबंधक

सुश्री पॉपी शर्मा जी का साक्षात्कार

साक्षात्कार कर्ता: श्री राजीव वार्ष्णेय
सहायक महाप्रबंधक- राजभाषा

1. **मैडम अभी-अभी दिसंबर 2024 तिमाही के कार्यकारी परिणाम घोषित हुए हैं. सेन्ट्रल बैंक ऑफ़ इंडिया के परिणाम पर आप क्या कहना चाहेंगी?**

दिसंबर 2024 के परिणाम हमारी संस्था की स्थिर प्रगति को दर्शाते हैं. वर्ष दर वर्ष आधार पर, हमने मुनाफे में उल्लेखनीय वृद्धि और सकल एनपीए में महत्वपूर्ण कमी देखी है. यह हमारे वित्तीय अनुशासन और जोखिम प्रबंधन की प्रतिबद्धता का प्रमाण है. ये परिणाम हमारे कर्मचारियों की मेहनत और हितधारकों के विश्वास का प्रमाण हैं.

2. **क्या सेन्ट्रल बैंक ऑफ़ इंडिया का गोल्डन टाइम प्रारंभ हो चुका है.**

मुझे पूर्ण विश्वास है कि सेन्ट्रल बैंक ऑफ इंडिया का स्वर्णिम युग शुरू हो चुका है. निरंतर वित्तीय प्रगति, डिजिटल नवाचार, और कर्मचारी कल्याण पर ध्यान केंद्रित करके, हम एक परिवर्तनकारी यात्रा पर हैं. चुनौतियों के बीच अनुकूलन और ग्राहक-कर्मचारी संतोष बनाए रखना, बैंक के उज्ज्वल भविष्य की गारंटी है.

3. **सेन्ट्रल बैंक ऑफ इंडिया ने मानव संपदा प्रबंधन (एचसीएम) में काफी काम किया है. इस दिशा में अभी आपकी और क्या योजनाएं हैं?**

एचसीएम में हमारा ध्यान कर्मचारी जुड़ाव बढ़ाने और भविष्य के लिए तैयार कार्यबल बनाने पर केंद्रित है. हम एआई और डिजिटल प्लेटफॉर्म का उपयोग करके उन्नत प्रशिक्षण मॉड्यूल पेश करने की योजना बना रहे हैं. इसके अलावा, हम आंतरिक प्रक्रियाओं को सरल बनाने, नेतृत्व के अवसरों को बढ़ावा देने, और प्रतिभा अधिग्रहण और प्रतिधारण कार्यक्रम जैसे कदमों के माध्यम से कर्मचारियों को और अधिक सशक्त बनाने की योजना बना रहे हैं.

4. **एक संतुष्ट कर्मचारी संस्था की सफलता का आधार होता है, इस पर आपके विचार क्या है.**

बिल्कुल! एक संतुष्ट कर्मचारी किसी भी सफल संगठन की नींव होता है. सेन्ट्रल बैंक ऑफ इंडिया में, हम कर्मचारी कल्याण, विकास, और संतोष को प्राथमिकता देते हैं. मुफ्त काउंसलिंग, स्वास्थ्य जांच, और ऑनलाइन वेलनेस प्रोग्राम जैसे प्रयास हमारे सकारात्मक और सहायक कार्य वातावरण बनाने की प्रतिबद्धता को दर्शाते हैं.

5. **स्टाफ कल्याण में सुधार के लिए सेन्ट्रलाइटों से आपकी क्या अपेक्षाएं हैं?**

मैं उम्मीद करता हूं कि हर सेंट्रलाइट एक सहयोगात्मक और समावेशी कार्यस्थल बनाने में सक्रिय भागीदारी करें. कर्मचारियों की ओर से कल्याण कार्यक्रमों को बेहतर बनाने के सुझाव हमेशा स्वागत योग्य हैं. इसके अलावा, मैं सभी से टीम वर्क को प्राथमिकता देने,

नवाचार अपनाने, और एक-दूसरे का समर्थन करने की अपील करती हूं.

6. आप इस पत्रिका (सेन्ट्रलाइट) की संपादक हैं, इसमें बहुत सुधार हुआ है, अब आगे क्या योजना है.

हमें यह बताते हुए गर्व हो रहा है कि सेंट्रलाइट पहले ही ई-पत्रिका में परिवर्तित हो चुकी है, जिससे यह सभी कर्मचारियों के लिए किसी भी समय, कहीं भी सुलभ हो गई है. आगे, हम इसकी सामग्री को इंटरएक्टिव मल्टीमीडिया फीचर्स, कर्मचारियों की कहानियों, और उद्योग विशेषज्ञों की अंतर्दृष्टि के साथ समृद्ध करने की योजना बना रहे हैं. हमारा उद्देश्य इसे एक अधिक गतिशील और आकर्षक मंच बनाना है, जो सहयोग को बढ़ावा देता है और सेंट्रलाइट परिवार को जोड़ता है.

7. स्टाफ संबंधी कार्य डिजिटल रूप में और बेहतर करने के लिए क्या कदम उठाये जा रहे हैं?

हमने पहले ही सभी प्रमुख प्रशासनिक कार्यों को एचआरएमएस में एकीकृत कर लिया है. आगे, हम प्रणाली की दक्षता और उपयोगकर्ता अनुभव को और बढ़ाने के लिए इसे निरंतर सुधारने और विस्तार करने की योजना बना रहे हैं, ताकि यह कर्मचारियों की बदलती जरूरतों को पूरा कर सके.

8. पदोन्नति / स्थानांतरण के क्षेत्र में सेन्ट्रल बैंक ऑफ इंडिया ने काफी सराहनीय प्रयास किया है. इस दिशा में अब आपकी क्या अपेक्षाएं हैं?

हम पदोन्नति और स्थानांतरण प्रक्रियाओं को और अधिक डिजिटल बनाने पर ध्यान केंद्रित कर रहे हैं, ताकि मैन्युअल हस्तक्षेप को न्यूनतम किया जा सके और पारदर्शिता सुनिश्चित हो सके. क्षेत्र-आधारित भर्ती एक और पहल है जिसे हम पेश कर रहे हैं, जिससे एक सुव्यवस्थित और परेशानी-मुक्त अनुभव मिलेगा. हमारी दृष्टि एक निष्पक्ष और योग्यता-आधारित प्रणाली की है जो कर्मचारियों को सशक्त बनाती है और संगठनात्मक लक्ष्यों के साथ संरेखित होती है.

9. हमारे बैंक के थीम सॉंग के लिए आपके प्रयास सफल हुए हैं. सेन्ट्रल गान पर लोगों की प्रतिक्रिया कैसी मिल रही है.

सेंट्रल सॉन्ग को प्रतिक्रिया बेहद सकारात्मक मिली है. इसने कर्मचारियों और ग्राहकों के बीच गर्व और जुड़ाव की

संतोष से सर्वोत्तम सुख प्राप्त होता है - पतंजलि

भावना को बढ़ावा दिया है. यह गीत हमारे साझा दृष्टिकोण और एकता का प्रतीक है, जो सेंट्रल बैंक परिवार के साथ गहराई से प्रतिध्वनित होता है.

10. मैडम, सेन्ट्रल बैंक ऑफ इंडिया में राजभाषा कार्यान्वयन के संबंध में आपके विचार.

राजभाषा का कार्यान्वयन हमारी प्राथमिकता है. हम इसे प्रोत्साहित करने के लिए प्रशिक्षण कार्यक्रम, प्रतियोगिताएं, और प्रोत्साहन प्रदान करते हैं. यह न केवल हमारी भाषाई विरासत को संरक्षित करता है बल्कि आम जनता के साथ हमारे संबंधों को भी मजबूत करता है.

11. सेन्ट्रल बैंक ऑफ इंडिया ने हर क्षेत्र में न्यूनतम एक महिला शाखा के रूप में स्थापित किया है. इस दिशा में आपकी आगे और क्या योजना है.

हम महिला कर्मचारियों को नेतृत्व प्रशिक्षण कार्यक्रम प्रदान करके और मेंटरशिप अवसर बनाकर सशक्त बनाने की योजना बना रहे हैं. हमारा उद्देश्य एक ऐसा कार्यस्थल बनाना है जो लिंग-निरपेक्ष हो और महिलाओं को प्रमुख भूमिकाएँ निभाने के लिए प्रेरित करे.

12. इसी क्रम में वन टू वन एवं प्रैक्टो पर आपके विचार.

ये दोनों पहल कर्मचारी कल्याण को बढ़ावा देने में महत्वपूर्ण हैं. परामर्श सेवाएं मानसिक स्वास्थ्य संबंधी चिंताओं को संबोधित करती हैं, जबकि प्रैक्टो यह सुनिश्चित करता है कि कर्मचारियों को गुणवत्तापूर्ण स्वास्थ्य सेवा उपलब्ध हो. हम इन कार्यक्रमों के बारे में जागरूकता बढ़ाने का लक्ष्य रखते हैं, ताकि हर कर्मचारी इन सुविधाओं का लाभ उठा सके.

13. आपने हैबिल्ड के माध्यम से स्टाफ सदस्यों हेतु ऑनलाइन योग प्रशिक्षण की नि:शुल्क सुविधा प्रारंभ की है. लगभग एक वर्ष बाद आप इसे किस तरह देखती हैं.

ये दोनों पहल कर्मचारी कल्याण को बढ़ावा देने में महत्वपूर्ण हैं. परामर्श सेवाएं मानसिक स्वास्थ्य संबंधी चिंताओं को संबोधित करती हैं, जबकि प्रैक्टो यह सुनिश्चित करता है कि कर्मचारियों को गुणवत्तापूर्ण स्वास्थ्य सेवा उपलब्ध हो. हम इन कार्यक्रमों के बारे में जागरूकता बढ़ाने का लक्ष्य रखते हैं, ताकि हर कर्मचारी इन सुविधाओं का लाभ उठा सके.

14. महाप्रबंधक (मासंप्र) के रूप में सेन्ट्रल बैंक आफ इंडिया में कार्य वातावरण को और बेहतर बनाने की दिशा में क्या किया जाना अपेक्षित है?

हमारा लक्ष्य खुले संवाद को बढ़ावा देकर, उपलब्धियों को पहचानकर, और कार्य-जीवन संतुलन को प्रोत्साहित करके कर्मचारी जुड़ाव को बढ़ाना है. हम कार्यालय अवसंरचना को उन्नत करने और व्यावसायिक और व्यक्तिगत विकास के अवसर प्रदान करने पर भी काम कर रहे हैं, ताकि कार्यस्थल को और अधिक उत्पादक और संतोषजनक बनाया जा सके.

15. मैडम, फुर्सत के क्षणों में आप क्या करना पसंद करती हैं?

अपने अवकाश के समय में, मुझे पढ़ना, साइकिल चलाना, और गायन का अभ्यास करना पसंद है. ये गतिविधियां मुझे आराम करने और अपने व्यावसायिक उत्तरदायित्वों के बीच संतुलन बनाए रखने में मदद करती हैं.

16. मैडम, आपकी रुचियां क्या-क्या है?

अपने व्यावसायिक दायित्वों के अलावा, मुझे बेकिंग, बागवानी, और संगीत की खोज जैसे रचनात्मक कार्यों में रुचि है. ये शौक मुझे अपनी रचनात्मकता को व्यक्त करने और इससे जुड़े रहने में मदद करते हैं.

इमर्जिंग बिज़नेस: वर्तमान परिदृश्य और भविष्य की संभावनाएं

प्रस्तावना :

इमर्जिंग बिज़नेस (उभरता व्यवसाय) उन व्यावसायिक गतिविधियों को संदर्भित करता है जो नई प्रौद्योगिकियों, नवाचारों और वैश्विक आर्थिक बदलावों से प्रेरित होती हैं. डिजिटल परिवर्तन, टिकाऊ विकास, और वैश्वीकरण के साथ, इन व्यवसायों का महत्त्व तेजी से बढ़ रहा है. ये व्यवसाय न केवल आर्थिक विकास में योगदान देते हैं, बल्कि रोजगार के नए अवसर और समाज में बदलाव भी लाते हैं.

इमर्जिंग बिज़नेस के क्षेत्र :

1. आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस और मशीन लर्निंग :

आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस (AI) और मशीन लर्निंग (ML) व्यवसाय की प्रक्रिया को स्वचालित, तेज़ और सटीक बना रहे हैं.

- एआई से संबंधित वैश्विक बाजार का मूल्य 2023 में लगभग $150 बिलियन आंका गया और यह 2030 तक $1.5 ट्रिलियन तक पहुँचने की उम्मीद है.
- उद्योग जैसे स्वास्थ्य सेवा, ई-कॉमर्स, और वित्तीय सेवाएँ एआई-आधारित समाधानों को अपनाकर अपनी उत्पादकता बढ़ा रहे हैं.

2. ग्रीन और टिकाऊ व्यवसाय :

स्थायी विकास की ओर बढ़ते कदमों के साथ, ग्रीन बिज़नेस जैसे सोलर और विंड एनर्जी, इलेक्ट्रिक वाहन (EV), और रीसाइक्लिंग सेवाएं तेजी से बढ़ रही हैं.

- 2024 तक वैश्विक सौर ऊर्जा बाजार $223 बिलियन तक पहुँचने की उम्मीद है.
- इलेक्ट्रिक वाहनों की बिक्री में 2023 की तुलना में 35% वृद्धि दर्ज की गई.

3. फिनटेक और डिजिटल भुगतान:

फिनटेक ने पारंपरिक वित्तीय सेवाओं को डिजिटल रूप से उपलब्ध कराने में क्रांति ला दी है.

- 2023 में, भारत में यूपीआई लेन-देन ने प्रति माह 10 अरब का आँकड़ा पार कर लिया.
- डिजिटल भुगतान बाजार 2026 तक $10 ट्रिलियन तक पहुँचने का अनुमान है.

4. ई-कॉमर्स और ऑनलाइन खुदरा व्यापार :

ई-कॉमर्स ने खरीदारी के पारंपरिक तरीकों को बदल दिया है.

- भारत में ई-कॉमर्स उद्योग 2023 में $60 बिलियन का था और 2030 तक यह $200 बिलियन तक पहुँच सकता है.
- अमेज़न, फ्लिपकार्ट और अन्य प्लेटफ़ॉर्म ने छोटे और मध्यम व्यवसायों को वैश्विक बाजार में प्रवेश करने का अवसर प्रदान किया है.

5. स्वास्थ्य सेवा और बायोटेक्नोलॉजी:

कोविड-19 महामारी के बाद स्वास्थ्य सेवाओं में निवेश और नवाचारों में वृद्धि हुई है.

- टेलीमेडिसिन उद्योग का मूल्य 2023 में $90 बिलियन था और 2030 तक $400 बिलियन तक पहुँचने की उम्मीद है.
- जीन थेरेपी और वैक्सीन अनुसंधान में निवेश बढ़ रहा है.

इमर्जिंग बिज़नेस को बढ़ावा देने वाले कारक :

इमर्जिंग बिज़नेस (उभरते व्यवसाय) वैश्विक अर्थव्यवस्था में तेजी से अपना स्थान बना रहे हैं. इन्हें बढ़ावा देने के लिए कई सामाजिक, तकनीकी, आर्थिक और राजनीतिक कारक जिम्मेदार हैं. इन कारकों का विश्लेषण निम्नलिखित है:

कारक	विवरण	प्रभाव
1. डिजिटल परिवर्तन	डिजिटल टेक्नोलॉजी ने व्यवसायों को नई ऊँचाइयों तक पहुँचाया है.	ऑनलाइन व्यवसाय शुरू करने में आसानी.
	इंटरनेट कनेक्टिविटी: 2023 में, विश्व में 5.4 बिलियन लोग इंटरनेट का उपयोग कर रहे थे.	वैश्विक स्तर पर बाजार तक पहुँच.
	ऑटोमेशन: क्लाउड कंप्यूटिंग, डेटा एनालिटिक्स, और आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस (AI) ने व्यापार प्रक्रियाओं को तेज और प्रभावी बना दिया है.	डिजिटल भुगतान और ई-कॉमर्स का तेज़ी से विकास.
2. नवाचार और प्रौद्योगिकी	प्रौद्योगिकी में तेजी से हो रहे नवाचार ने इमर्जिंग बिज़नेस के लिए नए अवसर खोले हैं.	उत्पादकता में वृद्धि.
	5G तकनीक, आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस, ब्लॉकचेन, और घ्दऊ जैसे नवाचार व्यवसायों को उन्नत बना रहे हैं.	अनुकूलित ग्राहक अनुभव.
	3-D प्रिंटिंग और बायोटेक्नोलॉजी ने उत्पादन प्रक्रियाओं और स्वास्थ्य सेवाओं को सरल बनाया है.	पारंपरिक व्यवसाय मॉडलों का स्थान ले रहे हैं.
3. सरकारी समर्थन और नीतियाँ	मेक इन इंडिया और स्टार्टअप इंडिया जैसी योजनाएँ.	छोटे और मध्यम व्यवसायों (SMEs) को बढ़ावा.
	कर में छूट और सब्सिडी.	विदेशी निवेश आकर्षित करना.
	एकल खिड़की मंजूरी प्रणाली.	रोजगार के नए अवसर.
4. वैश्वीकरण और बाजार तक आसान पहुँच	वैश्वीकरण ने व्यवसायों को सीमाओं से परे जाकर काम करने का अवसर दिया है.	विभिन्न देशों में उत्पाद और सेवाओं की माँग.
	अंतर्राष्ट्रीय व्यापार समझौतों और मुक्त व्यापार नीतियों ने वैश्विक बाजार को सुलभ बनाया है.	बहुराष्ट्रीय साझेदारी और सहयोग.
	लॉजिस्टिक्स और आपूर्ति श्रृंखला का डिजिटलीकरण.	आयात और निर्यात की प्रक्रिया में आसानी.
5. उपभोक्ता व्यवहार में बदलाव	ऑनलाइन खरीदारी और डिजिटल भुगतान का चलन.	ग्राहक-केंद्रित व्यवसाय मॉडल.
	स्थायी और पर्यावरण-अनुकूल उत्पादों की माँग.	डेटा-आधारित निर्णय लेने का चलन.
	सेवा-आधारित व्यवसायों का विकास.	लघु व्यवसायों का बढ़ता प्रभाव.
6. वित्तीय समावेशन और फिनटेक का उदय	डिजिटल बैंकिंग और फिनटेक समाधानों ने वित्तीय सेवाओं तक पहुँच को सरल बना दिया है.	छोटे व्यवसायों को आर्थिक मदद.
	भारत में UPI (यूनिफाइड पेमेंट्स इंटरफेस) के माध्यम से लेनदेन 2023 में 10 अरब प्रति माह से अधिक हो गया.	तेज़ और सुरक्षित लेनदेन.

कारक	विवरण	प्रभाव
	क्राउडफंडिंग और वेंचर कैपिटल फंड्स ने स्टार्टअप्स को नई पूंजी तक पहुँच प्रदान की है.	पारंपरिक वित्तीय प्रणालियों की तुलना में अधिक पारदर्शिता.
7. सामाजिक और पर्यावरणीय चेतना	ग्रीन एनर्जी और सोलर पावर आधारित व्यवसाय.	ग्रीन स्टार्टअप्स का उदय.
	पर्यावरण-अनुकूल उत्पाद और सेवाओं की माँग.	कार्बन फुटप्रिंट को कम करने वाले व्यवसायों को प्राथमिकता.
	टिकाऊ विकास के लिए वैश्विक सहयोग.	अंतर्राष्ट्रीय बाजार में प्रतिस्पर्धा बढ़ी.
8. शिक्षा और कौशल विकास	उद्यमिता को बढ़ावा देने के लिए शिक्षा और कौशल विकास में निवेश बढ़ रहा है.	नए उद्यमियों का उदय.
	डिजिटल स्किल्स: कोडिंग, डिजिटल मार्केटिंग, और डेटा एनालिटिक्स जैसे कौशल की माँग.	व्यवसाय संचालन में नवीनता.
	स्टार्टअप इन्क्यूबेटर्स और बिज़नेस एक्सेलरेटर प्रोग्राम्स.	वैश्विक प्रतिस्पर्धा के लिए तैयार युवा.
9. महामारी और डिजिटलीकरण में तेजी	कोविड-19 महामारी के बाद डिजिटलीकरण में तेजी आई.	पारंपरिक व्यवसाय मॉडलों का स्थान डिजिटलीकरण ने लिया.
	टेलीमेडिसिन, ऑनलाइन एजुकेशन, और वर्क फ्रॉम होम जैसे व्यवसाय मॉडल लोकप्रिय हुए.	नई जरूरतों और अवसरों का उदय.
	ई-कॉमर्स और ऑन-डिमांड सेवाओं का अभूतपूर्व विकास.	व्यवसायों की कार्यक्षमता और पहुँच बढ़ी.
10. वैश्विक निवेश और साझेदारी	निवेशकों और कंपनियों का ध्यान उभरते बाजारों पर बढ़ रहा है.	आर्थिक विकास को बढ़ावा.
	2023 में, भारत में स्टार्टअप्स ने ₹30 बिलियन का निवेश आकर्षित किया.	उभरते व्यवसायों को नए बाजारों में प्रवेश का अवसर.
	अंतर्राष्ट्रीय कंपनियाँ नई साझेदारियाँ कर रही हैं.	नवाचार और विकास में तेजी.

इमर्जिंग बिज़नेस की चुनौतियाँ और जोखिम: तथ्यात्मक विश्लेषण :

इमर्जिंग बिज़नेस को उनकी नवीनता और अनिश्चितता के कारण कई चुनौतियों और जोखिमों का सामना करना पड़ता है. इनका गहन विश्लेषण इस प्रकार है:

चुनौतियाँ और जोखिम	तथ्य	कारण	प्रभाव
1. प्रारंभिक पूंजी की कमी	सीबी इनसायड (2023) की रिपोर्ट के अनुसार, लगभग 38% स्टार्टअप वित्तीय संसाधनों की कमी के कारण विफल हो जाते हैं.	निवेशकों का जोखिम लेने से बचना.	व्यवसाय की धीमी शुरुआत.
	शुरुआती चरणों में निवेश जुटाना कठिन होता है, खासकर उन क्षेत्रों में जो तकनीकी या नवाचार-आधारित हैं.	स्पष्ट और सटीक व्यवसाय मॉडल की कमी.	नवाचार में बाधा.
2. प्रतिस्पर्धा का दबाव	स्टेटीस्ट (2023) के अनुसार, वैश्विक स्तर पर हर साल लगभग 300 मिलियन नए व्यवसाय शुरू होते हैं, जिससे प्रतिस्पर्धा तीव्र हो जाती है.	सीमित बाजार हिस्सेदारी.	छोटे व्यवसायों का बाजार से बाहर हो जाना.

चुनौतियाँ और जोखिम	तथ्य	कारण	प्रभाव
	उभरते हुए क्षेत्रों में बड़ी कंपनियाँ पहले से ही संसाधन और तकनीकी बढ़त रखती हैं.	बड़े ब्रांड्स द्वारा छोटे व्यवसायों को अधिग्रहण या समाप्त करने की प्रवृत्ति.	नवाचार के अवसरों में कमी.
3. प्रौद्योगिकी अपनाने की गति	डीलोयट सर्वे (2023) के अनुसार, 45% उभरते व्यवसाय प्रौद्योगिकी में तेजी से हो रहे बदलावों के साथ तालमेल नहीं बिठा पाते.	तकनीकी ज्ञान का अभाव.	ग्राहक की बदलती अपेक्षाओं को पूरा न कर पाना.
	नई तकनीकों का सही समय पर न अपनाना व्यवसाय को अप्रासंगिक बना सकता है.	नई प्रौद्योगिकी को अपनाने की उच्च लागत.	प्रतिस्पर्धा में पिछड़ना.
4. नियामक और कानूनी चुनौतियाँ	विश्व बैंक रिपोर्ट (2022) के अनुसार, 60% स्टार्टअप नियामक अनुपालन में विफल होने के कारण वित्तीय दंड का सामना करते हैं.	उद्योग-विशिष्ट विनियमों की जटिलता.	व्यवसाय संचालन में रुकावट.
	भारत में हर साल 10% स्टार्टअप बदलती सरकारी नीतियों के कारण बंद हो जाते हैं.	विभिन्न बाजारों के लिए अलग-अलग कानून.	कानूनी विवादों में समय और धन की हानि.
5. बाजार अनिश्चितता और आर्थिक अस्थिरता	आईएमएफ रिपोर्ट (2023) के अनुसार, वैश्विक मंदी के दौरान नए व्यवसायों की विफलता दर 25% तक बढ़ जाती है.	उपभोक्ता मांग में गिरावट.	राजस्व में कमी.
	कोविड-19 महामारी के दौरान 40% छोटे व्यवसाय बंद हो गए.	आपूर्ति श्रृंखला में बाधाएँ.	व्यवसाय को स्थायी नुकसान.
6. ग्राहक अधिग्रहण और विश्वास का निर्माण	Harvard Business Review (2022) की रिपोर्ट के अनुसार, 70% नए व्यवसाय अपने पहले 2 वर्षों में ग्राहक आधार बनाने में असफल रहते हैं.	सीमित मार्केटिंग बजट.	ग्राहक संख्या और ब्रांड वैल्यू में कमी.
	ग्राहक विश्वास की कमी के कारण ब्रांड की पहचान स्थापित करना चुनौतीपूर्ण हो सकता है.	ग्राहकों की बढ़ती अपेक्षाएँ.	बाजार में प्रवेश की प्रक्रिया लंबी हो जाती है.
7. मानव संसाधन और कौशल की कमी	लिंक्डइन वर्क फोर्स रिपोर्ट (2023) के अनुसार, 50% स्टार्टअप कुशल श्रमिकों की कमी का सामना करते हैं.	प्रतिभाशाली पेशेवरों को आकर्षित करने में कठिनाई.	उत्पादकता में कमी.
	विशेष रूप से तकनीकी और अनुसंधान आधारित व्यवसायों में यह समस्या अधिक गंभीर है.	प्रतिस्पर्धी कंपनियों का कर्मचारियों को अधिक वेतन की पेशकश.	व्यवसाय के विकास में देरी.
8. साइबर सुरक्षा और डेटा गोपनीयता	सिसको सायबर सिक्योरिटी रिपोर्ट (2023) के अनुसार, हर साल 60% छोटे व्यवसाय साइबर हमलों का शिकार होते हैं.	साइबर सुरक्षा में निवेश की कमी.	ग्राहकों का विश्वास खोना.
	औसतन, साइबर हमले के बाद व्यवसाय को उबरने में $200,000 का खर्च आता है.	डेटा प्रबंधन में त्रुटियाँ.	कानूनी और वित्तीय नुकसान.
9. नवाचार का दबाव	पीडब्ल्यूसी इनोवेशन रिपोर्ट (2023) के अनुसार, 72% नए व्यवसाय ग्राहकों की अपेक्षाओं को पूरा करने के लिए नियमित नवाचार करने में असफल रहते हैं.	सीमित अनुसंधान और विकास बजट.	बाजार में पिछड़ना.
	निवेशकों और ग्राहकों की मांग नवाचार के प्रति दबाव बढ़ा देती है.	विशेषज्ञता की कमी.	दीर्घकालिक अस्तित्व पर संकट.

इमर्जिंग बिज़नेस में भविष्य की संभावनाएँ :

इमर्जिंग बिज़नेस (उभरते व्यवसाय) न केवल वर्तमान में आर्थिक वृद्धि का प्रमुख स्रोत बन रहे हैं, बल्कि भविष्य में भी इनका विस्तार और प्रभाव और अधिक बढ़ने की संभावना है. विभिन्न प्रौद्योगिकीय, सामाजिक, और आर्थिक बदलाव इन व्यवसायों के लिए नए अवसर पैदा कर रहे हैं.

विस्तार के क्षेत्र	संभावनाएँ	आँकड़े
1. आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस (AI) और मशीन लर्निंग (ML)	AI-आधारित समाधान: स्वास्थ्य सेवा, वित्तीय प्रबंधन, और स्मार्ट सिटी परियोजनाओं में AI का अधिक उपयोग होगा. स्वचालन: व्यवसाय प्रक्रियाओं को सरल बनाने और लागत कम करने के लिए AI आधारित टूल्स का व्यापक इस्तेमाल होगा. जनरेटिव AI: कंटेंट निर्माण, डिजाइन, और ग्राहक सहायता जैसे क्षेत्रों में AI का महत्वपूर्ण योगदान होगा.	2030 तक, AI-आधारित उद्योग का वैश्विक मूल्य $1.5 ट्रिलियन तक पहुँचने की उम्मीद है.
2. ग्रीन टेक्नोलॉजी और टिकाऊ विकास	नवीकरणीय ऊर्जा: सोलर, विंड, और बायोमास एनर्जी व्यवसायों की बढ़ती माँग. कार्बन फुटप्रिंट कम करने वाली तकनीकें: कंपनियाँ पर्यावरण-अनुकूल उत्पादों और प्रक्रियाओं को अपनाएंगी. इलेक्ट्रिक वाहन (EV): EV उत्पादन और चार्जिंग इन्फ्रास्ट्रक्चर में बड़े निवेश होंगे.	2024 तक, सोलर एनर्जी बाजार $223 बिलियन तक पहुँचने की संभावना है. 2030 तक, वैश्विक EV बाजार की कीमत $800 बिलियन तक पहुँच सकती है.
3. फिनटेक और डिजिटल भुगतान	डिजिटल बैंकिंग: पारंपरिक बैंकिंग की जगह डिजिटल प्लेटफ़ॉर्म लेंगे. ब्लॉकचेन और क्रिप्टोकरेंसी: सुरक्षित और पारदर्शी लेनदेन के लिए ब्लॉकचेन तकनीक का अधिक उपयोग. फिनटेक इनोवेशन: पर्सनलाइज्ड वित्तीय सलाह, बीमा, और निवेश सेवाओं में फिनटेक का विस्तार.	2026 तक, डिजिटल भुगतान उद्योग $10 ट्रिलियन तक पहुँचने की उम्मीद है. ब्लॉकचेन का वैश्विक बाजार 2030 तक $400 बिलियन तक बढ़ सकता है.
4. हेल्थकेयर और बायोटेक्नोलॉजी	टेलीमेडिसिन: रिमोट क्षेत्रों में स्वास्थ्य सेवाएँ उपलब्ध कराने के लिए टेलीमेडिसिन का विस्तार. पर्सनलाइज्ड मेडिसिन: जेनेटिक डेटा और AI के उपयोग से व्यक्तिगत उपचार योजनाएँ. जीन थेरेपी: लाइलाज बीमारियों के उपचार में बायोटेक्नोलॉजी का उपयोग.	2030 तक, वैश्विक हेल्थकेयर AI बाजार $200 बिलियन तक पहुँच सकता है. बायोटेक्नोलॉजी उद्योग 2028 तक $3 ट्रिलियन तक बढ़ने की संभावना है.
5. ई-कॉमर्स और ऑनलाइन खुदरा व्यापार	डायरेक्ट-टू-कंज्यूमर (D2C) मॉडल: ब्रांड्स अपने उत्पाद सीधे ग्राहकों को बेचेंगे. लोकल ई-कॉमर्स: छोटे और मध्यम व्यवसायों को डिजिटल प्लेटफ़ॉर्म पर लाने के प्रयास. पर्सनलाइज्ड खरीदारी अनुभव: AI और डेटा एनालिटिक्स के माध्यम से ग्राहकों को अनुकूलित उत्पाद और सेवाएँ प्रदान करना.	भारत में ई-कॉमर्स बाजार 2030 तक $200 बिलियन तक पहुँच सकता है. ग्लोबल ऑनलाइन रिटेल का हिस्सा 2027 तक 30% तक बढ़ सकता है.
6. मेटावर्स और वर्चुअल रियलिटी (VR)	वर्चुअल वर्कस्पेस: मेटावर्स के माध्यम से रिमोट वर्क को अधिक इंटरैक्टिव और प्रभावी बनाया जाएगा. एंटरटेनमेंट और गेमिंग: वर्चुअल रियलिटी आधारित गेम और इवेंट्स का विस्तार. रियल एस्टेट और शिक्षा: वर्चुअल विज़ुअलाइजेशन से खरीदारी और सीखने के अनुभव बेहतर होंगे.	2030 तक, मेटावर्स का बाजार मूल्य $1 ट्रिलियन तक पहुँच सकता है. VR और AR तकनीक में निवेश 2027 तक $200 बिलियन तक बढ़ने की उम्मीद है.

वह मूर्खों में बड़ा मूर्ख है जो यह मानता है कि इस संसार में भारी सुख ही सुख है - समर्थ रामदास

विस्तार के क्षेत्र	संभावनाएँ	आँकड़े
7. एडटेक (शिक्षा प्रौद्योगिकी)	ऑनलाइन लर्निंग: स्कूलों व विश्वविद्यालयों में डिजिटल प्लेटफ़ॉर्म का अधिक उपयोग. एआई आधारित शिक्षण: व्यक्तिगत शिक्षण पद्धतियाँ और परीक्षा विश्लेषण. स्किल डेवलपमेंट: प्रोफेशनल कोर्सेस और अपस्किलिंग प्लेटफ़ॉर्म की बढ़ती माँग.	2028 तक, एडटेक बाजार $400 बिलियन तक पहुँच सकता है. भारत में ऑनलाइन शिक्षा का बाजार 2025 तक $5 बिलियन तक बढ़ने की संभावना है.
8. ऑन-डिमांड सेवाएँ और गिग इकोनॉमी	गिग वर्कर्स की माँग: फ्रीलांसिंग और अनुबंध आधारित नौकरियों का विस्तार. ऑन-डिमांड सेवाएँ: खाना डिलीवरी, ग्रोसरी, और राइड-शेयरिंग जैसी सेवाओं का बढ़ना. प्लेटफ़ॉर्म-आधारित बिज़नेस मॉडल: उबर, स्विगी जैसे प्लेटफ़ॉर्म का क्षेत्रीय और वैश्विक विस्तार.	2027 तक, गिग इकोनॉमी का वैश्विक मूल्य $450 बिलियन तक पहुँच सकता है. भारत में गिग वर्कफोर्स 2025 तक 24 मिलियन तक बढ़ने की उम्मीद है.
9. साइबर सुरक्षा और डेटा गोपनीयता	साइबर सुरक्षा समाधान: व्यवसायों की सुरक्षा और डेटा प्रबंधन में निवेश. डेटा एनालिटिक्स: सुरक्षित डेटा संचरण और उपयोग के लिए नई तकनीक. क्लाउड-आधारित सुरक्षा: व्यवसायों को क्लाउड इन्फ्रास्ट्रक्चर अपनाने में मदद.	2028 तक, साइबर सुरक्षा बाजार $500 बिलियन तक पहुँच सकता है. 2024 तक, 90% व्यवसाय क्लाउड-आधारित सुरक्षा समाधानों को अपनाएँगे.
10. कृषि और एग्रो-टेक्नोलॉजी	सटीक कृषि (Precision Farming): ड्रोन, सेंसर, और AI का उपयोग. हाइड्रोपोनिक्स और वर्टिकल फार्मिंग: शहरी क्षेत्रों में कृषि की नई तकनीकें. कृषि बाज़ार डिजिटलीकरण: किसानों को सीधा बाजार से जोड़ने वाले प्लेटफ़ॉर्म.	2025 तक, एग्रो-टेक का बाजार $25 बिलियन तक पहुँचने की उम्मीद है. वैश्विक स्मार्ट कृषि बाजार 2027 तक $20 बिलियन तक बढ़ सकता है.

निष्कर्ष :

इमर्जिंग बिज़नेस को बढ़ावा देने वाले ये कारक न केवल व्यवसायों की वृद्धि को प्रेरित करते हैं, बल्कि वैश्विक अर्थव्यवस्था में उनके योगदान को भी बढ़ाते हैं. प्रौद्योगिकी, सरकारी नीतियाँ, और वैश्विक बाजार तक पहुँच जैसे कारकों ने नए व्यवसायों के लिए अनुकूल वातावरण तैयार किया है.

इमर्जिंग बिज़नेस में अनगिनत अवसर मौजूद हैं, लेकिन इन्हें सफलतापूर्वक चलाने के लिए चुनौतियों और जोखिमों को समझना और उनसे निपटने की रणनीति बनाना आवश्यक है. वित्तीय स्थिरता, प्रौद्योगिकी अपनाने, और ग्राहकों का विश्वास बनाए रखना इन व्यवसायों के लिए अनिवार्य है. जोखिम प्रबंधन और दीर्घकालिक दृष्टिकोण से इमर्जिंग बिज़नेस भविष्य में बड़े अवसर पैदा कर सकते हैं.सही नीतियों, निवेश, और नवाचारों के साथ, ये व्यवसाय न केवल आर्थिक विकास को बढ़ावा देंगे बल्कि समाज में स्थायी और सकारात्मक बदलाव भी लाएँगे.

डा. ललित फरक्या
वरिष्ठ प्रबन्धक
क्षेत्रीय कार्यालय, औरंगाबाद (महाराष्ट्र)

संगति - एक दोधारी तलवार

एक सुबह, कार्यालय में एक छोटा लड़का अपने जीवन के उद्देश्य, अपनी भविष्य की योजनाओं, लक्ष्यों और उपलब्धियों के बारे में बात करते समय बहते पानी की तरह बेचैन था . वह इस बारे में स्पष्ट था कि वह अपने समय और क्षमता का उपयोग कैसे करना चाहता है. अगली सुबह, वह केवल उन नवीनतम फिल्मों के बारे में बात कर रहा था जो उसने नहीं देखी थीं, उन पेस्ट्री के बारे में जो उसने लंबे समय से नहीं खाई थीं और वह अपने वीडियो गेम में अगले लेवल को पार करने से कितना चूक गया था . यह इस बारे में नहीं है कि क्या सही है और क्या गलत है, बल्कि यह है कि 24 घंटों में क्या बदल गया है. जिन लोगों के साथ वह 'एक दिन पहले' था और जिन लोगों से वह 'अगले दिन' मिला, उनसे सारा फर्क पड़ा.

जिन लोगों के साथ आप रहते हैं उनकी संगति एक दोधारी तलवार है. इसमें आपको बनाने की शक्ति भी है और आपको नष्ट करने की भी शक्ति है. जिन लोगों के साथ हम घिरे रहते हैं उनकी संगति का हमारे सोचने के तरीके, महसूस करने के तरीके, दूसरों को देखने के तरीके, खुद को देखने के तरीके, अपने वर्तमान और हम जो भविष्य बनाएंगे, उस पर जबरदस्त असर पड़ता है.

आपका आज केवल आपके बीते हुए कल से आकार नहीं लेता; आपका आज कई मायनों में उन लोगों से आकार लेता है जिनके साथ आपने अपना कल बिताया (या निवेश किया). आपका कल उन लोगों से आकार लेगा जिन्हें आप अपना आज देते हैं

गुरुकुल का एक शिष्य जो नियमित सेवा में था, उसने अचानक गुरुकुल जाना बंद कर दिया. कुछ हफ्ते बाद, गुरुजी ने उससे मिलने का फैसला किया. वह एक सर्द शाम थी.

गुरुजी ने उस शिष्य को घर में अकेला पाया, धधकती आग के सामने बैठा. उस शिष्य ने गुरुजी जी का स्वागत किया और उन्हें जलती हुई सिगड़ी के पास एक बड़ी कुर्सी पर ले गया और इंतजार करने लगा. गुरुजी ने खुद को सहज किया, लेकिन कुछ नहीं कहा.

कुछ मिनटों के बाद, गुरुजी ने चिमटा लिया, ध्यान से एक चमकता हुआ अंगारा उठाया और एक तरफ रख दिया. फिर वह बिना कुछ कहे अपनी कुर्सी पर वापस बैठ गए.

वो शिष्य मुग्ध होकर देखता रहा. अकेले अंगारे की चमक धीरे-धीरे कम हो गई, और जल्द ही वह ठंडा और मृत हो गया. प्रारंभिक अभिवादन के बाद से एक भी शब्द नहीं बोला गया था. गुरुजी ने जाने के लिए तैयार होने से ठीक पहले, उस ठंडे बुझे हुए अंगारे को उठाया और उसे वापस आग के बीच में रख दिया. तुरंत ही, वह अपने चारों ओर जलते अंगारों की रोशनी और गर्मी से एक बार फिर चमकने लगा. जैसे ही गुरुजी जाने के लिए तैयार हुए , तब उस शिष्य ने कहा, मेरे घर आने के लिए बहुत-बहुत धन्यवाद, विशेष रूप से उग्र उपदेश के लिए. मैं अगले ही दिन से गुरुकुल वापस आऊंगा.

हम जैसी संगति में रहते हैं वैसे ही बन जाते हैं. यदि हम उस गति से नहीं बढ़ रहे हैं जिस गति से हम बढ़ सकते हैं और यदि हम उस आदर सम्मान और गरिमा के साथ जीवन नहीं जी रहे हैं जिसके साथ हम जी सकते हैं तो हमें एक साहसिक निर्णय लेना होगा चाहे वह वो समाज हो जिससे हम संबंधित हैं जिन लोगों से हम जुड़े हैं या जिस परिवार से हम जुड़े हैं, उसकी संगति अगर यह हमें नहीं बना रही है, तो हमें खुद को एक अलग जगह पर स्थानांतरित करना होगा जहां से हम आगे बढ़ सकें. यह एक कठिन निर्णय है, लेकिन ज़रूरी भी है

अर्पण उपमन्यु
प्रबंधक - मा. सं. वि.
क्षेत्रीय कार्यालय, इंदौर

बैंकिंग सेक्टर में नेतृत्व का महत्व

पिछले लगभग 10-15 वर्षों के दौरान, पारंपरिक-बैंकिंग बाजार हिस्सेदारी के लिए अधिक प्रतिस्पर्धात्मक हो गई है, पारंपरिक बैंकों ने सीखा है कि सफल होने के लिए, उन्हें न केवल सजग और नवोन्मेषी होना चाहिए, बल्कि उस विश्वास और नेतृत्व को बनाए रखना चाहिए जो उन्होंने चुनौतीपूर्ण समय के माध्यम से पुनर्निर्माण के लिए संघर्ष करते हुए बनाया था.

बैंकिंग क्षेत्र में हो रहे तकनीकी परिवर्तनों के बावजूद, इसका नेतृत्व अभी भी उस भरोसे के लिए सर्वोपरि है जो हमारी आधुनिक आर्थिक प्रणाली की नींव है. इस भरोसे की ताकत की परीक्षा 2008-11 के वित्तीय संकट के दौरान हुई थी. वैश्विक अर्थव्यवस्था परीक्षण में सफल रही, और 2020 ने दिखाया कि कई बैंकिंग और नियामक परिवर्तनों ने वित्तीय क्षेत्र को वैश्विक महामारी शटडाउन की चुनौतियों का सामना करने में मदद करने के लिए तैयार किया है.

हमारे देश में जनता बैंकिंग को एक महान पेशे के रूप में देखती हैं और परिवारों को उनकी आवश्यकता पूर्ति करने में मदद करने में उनकी भूमिका की सराहना करते हैं.

कोविड-19 महामारी ने बैंकिंग के भविष्य के बारे में कुछ प्रश्नों को स्पष्ट कर दिया है. शायद अब महामारी के दौरान बैंकों द्वारा अपने ग्राहकों के लिए ऑनलाइन बैंकिंग को आसान बनाने की आवश्यकता से प्रेरित होकर, मोबाइल उपकरणों द्वारा किए गए बैंकिंग लेनदेन अधिक आम होते जा रहे हैं. बैंकों पर ऋणों को प्रशासित करने और छोटे व्यवसायों की उधार लेने की लागत को कम करने के तरीके खोजने की जिम्मेदारी है, जबकि वे अपनी स्थिरता बनाए रखने के लिए काम कर रहे हैं और यह सुनिश्चित कर रहे हैं कि वे मांग को पूरा करने के लिए व्यवसायों की सेवा करने के लिए पर्याप्त रूप से लचीले ऐसे में बैंकों की सफलता के लिए दूरदर्शी और साहसी नेतृत्व आवश्यक होगा.

कोविड-19 महामारी ने बैंकों को एक बार फिर आर्थिक सुर्खियों में ला दिया . दुनिया भर के बैंक अर्थव्यवस्थाओं, व्यवसायों और व्यक्तियों को महामारी के वित्तीय प्रभाव से बचने में मदद करने के उद्देश्य से नियामक और राजकोषीय रणनीतियों का समर्थन करने के लिए आवश्यक भागीदार के रूप में शामिल हो रहे हैं. बैंकिंग क्षेत्र के शीर्ष नेतृत्व स्तरों पर स्थापित ईमानदारी और स्पष्टवादिता की संस्कृति हमारी अर्थव्यवस्था में विश्वास सुनिश्चित करने के लिए महत्वपूर्ण है और किसी भी व्यक्तिगत संस्थान के लिए एक महत्वपूर्ण सफलता कारक है. बैंकिंग-क्षेत्र की अखंडता और वर्तमान में मौजूद विश्वास के बिना, महामारी संकट और विकराल हो सकता था. कल्पना कीजिए कि अगर 2009 में महामारी आई होती तो हमें आर्थिक पुनर्निर्माण की यात्रा पर अभी मीलों चलना होता.

एक सशक्त नेतृत्व अभी भी मायने रखता है , इसकी आज भी उतनी ही आवश्यकता है जितनी पहले थी.

नेतृत्व एक अत्यंत जटिल और व्यापक विषय है जिसे किसी देश, समुदाय, समाज या व्यावसायिक इकाई के साथ टैग किया जा सकता है. नेतृत्व सृजन, कल्पना, अभिव्यक्ति, संचार आदि से जुड़े मानवीय गुणों पर ध्यान केंद्रित करता है जो किसी स्थिति या स्थिति में कुशलतापूर्वक नेतृत्व करने या कार्य करने के लिए किसी व्यक्ति से अपेक्षित होते हैं. बैंकिंग या वाणिज्यिक बैंकिंग का व्यवसाय स्वामित्व पैटर्न, एजेंसी व्यवस्था और शासन संरचना के संदर्भ में अन्य सभी प्रकार के व्यवसायों से भिन्न है; और इस प्रकार नेतृत्व को अलग ढंग से समझा जाना चाहिए. बैंकिंग के लिए प्रदर्शन मानदंड स्पष्ट रूप से भिन्न हैं और वित्तीय, आर्थिक और सामाजिक मानदंडों की विस्तृत श्रृंखला से जुड़े हैं.

हालिया वैश्विक वित्तीय और आर्थिक संकट के दौरान बैंक की विफलताओं के संदर्भ में नेतृत्व दृष्टिकोण के महत्व पर नए सिरे से ध्यान केंद्रित किया गया; ऐसे में प्रासंगिक विशेष रूप से परिवर्तन की आवश्यकता पर जोर है. प्रतिस्पर्धी लाभ सुनिश्चित करने के लिए

बैंकिंग व्यवसाय में बदलती आवश्यकता को ध्यान में रखते हुए, ग्राहक व्यवहार, प्रौद्योगिकी और प्रतिस्पर्धा तेजी से विकसित हो रही है; इसलिए, बैंक प्रबंधन को चुनौतियों के लिए तैयार रहना चाहिए और बदलाव को अपवाद के बजाय एक आदर्श के रूप में देखना शुरू करना चाहिए. इस संदर्भ में, नेतृत्व दृष्टिकोण की पहचान करना एक महत्वपूर्ण क्षेत्र है जिसे विभिन्न आयामों से देखा जा सकता है. व्यापक नेतृत्व दृष्टिकोण को अलग किया जा सकता है: लेन-देन संबंधी दृष्टिकोण; परिवर्तनकारी दृष्टिकोण; और अहस्तक्षेप दृष्टिकोण. सभी दृष्टिकोणों की अपनी विशिष्ट विशेषताएं, फायदे और नुकसान हैं. कई अध्ययन इस तथ्य की ओर इशारा करते हैं कि एक ही दृष्टिकोण हर समय और सभी स्थितियों में काम नहीं कर सकता है. ऐसी कोई नेतृत्व शैली नहीं है जो हर स्थिति के लिए आदर्श हो; और इस प्रकार उन उपकरणों और कार्यों को आँख बंद करके अपनाना अविवेकपूर्ण होगा जो एक सेटिंग में दूसरे सेटिंग में सफल रहे. समय के साथ, बाहरी और आंतरिक कारोबारी माहौल में बदलाव के अनुरूप बैंक के व्यापक नेतृत्व दृष्टिकोण को बदला जाना चाहिए. इसके अलावा, किसी संस्थान या बैंक में किसी निश्चित समय या किसी निश्चित स्थिति में एक से अधिक दृष्टिकोण प्रासंगिक हो सकते हैं. हालिया वित्तीय संकट के अनुभवों के अनुरूप, बैंकिंग उद्योग की भविष्य की चुनौतियों का समाधान करने के लिए, परिवर्तन और नवीन मानसिकता की आवश्यकता को नेतृत्व दृष्टिकोण के अभिन्न अंग के रूप में मान्यता दी गई है. आज बैंकों को नवप्रवर्तन और परिवर्तन की आवश्यकता को नज़रअंदाज़ नहीं करना चाहिए; और मुख्य रूप से सहभागी दृष्टिकोण पर भरोसा करना चाहिए.विश्व स्तर पर बड़ी संख्या में बैंक 2007-2009 के वित्तीय और आर्थिक संकट का शिकार हुए और इनमें से कई को बचाने के लिए सरकारों को बेल-आउट पैकेज लेना पड़ा. हालाँकि, कुछ बैंकों ने बहादुरी से काम किया और मुख्य रूप से अपने नेतृत्व दृष्टिकोण और बोर्डों की गतिशील भूमिकाओं के कारण व्यवसायों के पतन से उबर गए; जबकि कुछ मामलों में, नेतृत्व विफल रहा और बैंकों को बचाने के लिए हस्तक्षेप करने के अलावा कोई रास्ता नहीं था. कई अध्ययनों के प्रमुख निष्कर्षों से पता चलता है कि बैंकिंग में निरंकुश नेतृत्व शैली का बैंक और उसके व्यवसाय पर विनाशकारी प्रभाव पड़ता है. इसके अलावा, यह स्थापित किया गया है कि कोई भी सर्वोत्तम नेतृत्व दृष्टिकोण नहीं है जिसे पूरे बैंकिंग उद्योग के लिए सामान्यीकृत किया जा सके, और सर्वोत्तम अभ्यास का चयन करने के लिए, व्यवसाय की स्थिति का विश्लेषण करने की सिफारिश की जाती है. बैंकिंग उद्योग के संदर्भ में, भावनात्मक बुद्धिमत्ता एक महत्वपूर्ण आवश्यकता है. भावनात्मक बुद्धिमत्ता 'समूह नेतृत्व' में विशेष रूप से सहायक होती है, जहाँ बैंकिंग व्यवसाय की तरह सहकर्मियों के समूह का सामूहिक योगदान महत्वपूर्ण होता है. यह नौकरी से संतुष्टि और कुशल सेवा वितरण से जुड़ा है. नौकरी से संतुष्टि भावनात्मक अनुभव से जुड़ी होती है जिसे कर्मचारी के नौकरी के अनुभव से उत्पन्न सकारात्मक या वांछनीय भावनात्मक स्थिति के रूप में परिभाषित किया जाता है. कई अध्ययनों से पता चला है कि बैंक कर्मचारी की भावनात्मक बुद्धिमत्ता का उच्च स्तर बैंक के स्थान की परवाह किए बिना ग्राहक सेवा पर सकारात्मक प्रभाव डालता है.

बैंकिंग एक अत्यधिक विनियमित और संवेदनशील उद्योग है जहां नेतृत्व के दृष्टिकोण को अलग तरह से देखा जाना चाहिए. बैंकिंग उद्योग का मार्गदर्शन करने के लिए, बैंक बोर्डों और शीर्ष और वरिष्ठ अधिकारियों को दृढ़ नियमों का अनुपालन करते हुए और जोखिमों को संबोधित करते हुए प्रदर्शन करना चाहिए. बदलते अप्रत्याशित व्यापार चक्रों में सभी व्यवसायों में से बैंक और वित्तीय संस्थान बहुत संवेदनशील और अशांत हो गए हैं. कई समानताओं के बावजूद, नेतृत्व दृष्टिकोण बैंकिंग के मूल सिद्धांतों के परिप्रेक्ष्य से देखने की मांग करता है जो अधिकांश व्यवसायों से स्पष्ट रूप से भिन्न हैं.

विश्व के अन्य बैंकिंग उद्योगों की तरह ही भारत का बैंकिंग उद्योग अव्यवस्थित उतार-चढ़ाव के साथ काफी आगे बढ़ गया है. इस क्षेत्र ने परिवर्तनों को अपनाया, कई चुनौतियों का सामना किया और अपने रास्ते पर लचीलापन दिखाया. समय की आवश्यकता के अनुरूप, बैंकिंग उद्योग को सभी प्रमुख हितधारकों: बोर्ड, शीर्ष प्रबंधन और बैंक कर्मचारियों के लिए क्षमता विकास या अद्यतन प्रयासों की आवश्यकता है - बेहतर प्रदर्शन और नई चुनौतियों का सामना करने के लिए एक निरंतर अभ्यास. बैंकिंग उद्योग के सामने आने वाली कई चुनौतियों के बावजूद, आने वाले दिनों में भारत के अधिक जीवंत बैंकिंग क्षेत्र के बारे में आशावादी होने का हर कारण मौजूद है.

राकेश कुमार सिंह
क्षेत्रीय प्रमुख
गोरखपुर

विनम्रता से सब कुछ खरीद सकते हैं.

A Good bank to A Great Bank: Central Bank of India Foundation Day: 21st December

"Central Bank of India" is the first Swadeshi Bank in India. The bank was born during the **Swadeshi Movement** and was founded by the visionary **Sir Sorabji N. Pochkhanawala** on 21st December 1911.

At that time, British firms predominantly hired British employees, while Indians were limited to lower ranks. Despite the gradual Indianisation process, British officers continued to enjoy special privileges. For instance, as Secretary and Treasurer of the bank, a European received a salary of Rs. 2000 per month, whereas the highest rank an Indian could aspire to—Head Clerk—earned only Rs. 125 per month. Sir Sorabji found this discrimination unjust, as his experience, abilities, and qualifications were not fairly valued during his tenure as a clerk in a Chartered bank. This inspired him to establish an all-Indian bank to challenge the myth of European intellectual superiority. Thus, Central Bank of India was born.

Central Bank of India was the first commercial bank fully owned and managed by Indians. **Sir Sorabji N. Pochkhanawala**, the founder, single-handedly laid down and established the standards, framework, and vision of this first Swadeshi bank.

The bank has introduced several innovative products and services over the years, earning it the title of **"pioneer of the Indian banking system"**.

As a token of appreciation, the British Government conferred knighthood upon Sir Sorabji N. Pochkhanawala in 1934 for the valuable services rendered by the bank. This was the first time a banker—Indian or European—outside the Imperial Bank was honoured in this manner.

Innovations by Central Bank of India

The bank has been an innovator, introducing many firsts in the Indian banking sector, including:

- The first to open special accounts for women and children to promote thrift and savings (1921).
- The first to establish a library (1922) to empower employees with knowledge and information.
- The first to engage in the buying and selling of gold bars.
- The first to introduce a ladies' department (1924).
- The first to construct a safe deposit vault (1926).
- The first to establish a subsidiary, Central Bank Executor & Trustee Company Pvt. Ltd. (1929).
- The first to launch a recurring deposit scheme (1962).
- The first to introduce a credit card (1980 – Central Card).
- The first to issue debit cards (December 2001).

Legacy and Recognition

Despite its glorious past and rich legacy, Central Bank of India firmly believes that a service organization should not be evaluated by its size, business volume, or history but by the quality of its products and services.

This philosophy has earned the bank numerous awards from GOI, IBA, etc. A few of them are given as under:

- Skoch Award (Gold Category) for HR technological transformation.
- Recognition as the Best Organization for Women (2024).
- Awards for Customer Delight, MSME Financing, Financial Inclusion, Digital Banking Services, EASE, Rajbhasha etc.

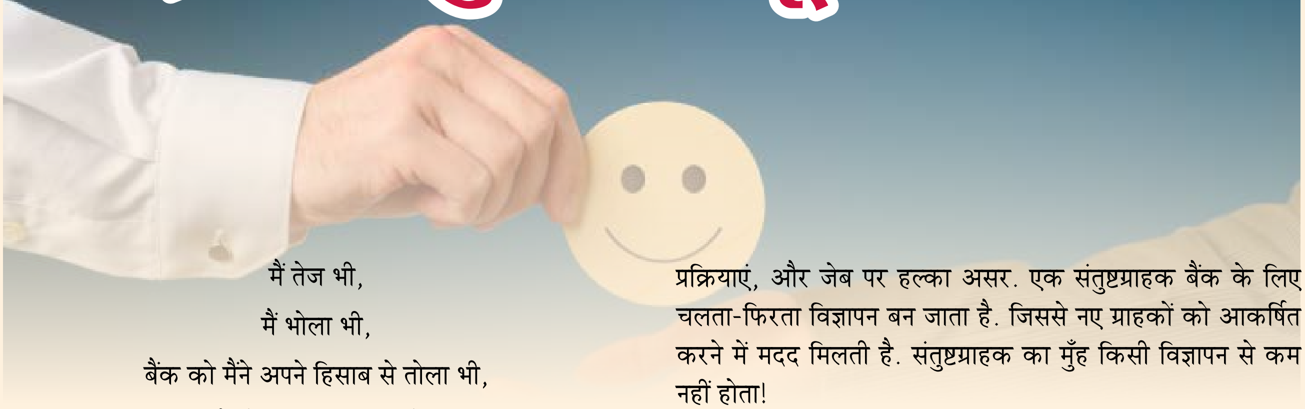
Vision: From Good to Great

With a vision "to be the central for banking and financial needs of all" Central Bank of India serves the nation by blending its century-old values with modern technologies and best banking practices. Various awards and achievements testify that Central bank of India is dedicated to its mission "to provide customers centric products and services by leveraging its human resources and technologies " and the bank's commitment to customer-centricity, change management, operational efficiency, and robust compliance practices.

Guided by a strong philosophical foundation, a clear vision, mission, and value statement, and supported by millions of loyal customers, the bank continues its journey from being a good bank to becoming a great bank.

Pradeep Patil
AGM, Central Bank of India
SSB, Chennai

''ग्राहक संतुष्टि और मूल्य संवर्धन''



मैं तेज भी,
मैं भोला भी,
बैंक को मैंने अपने हिसाब से तोला भी,
कभी बर्फ तो कभी आग का गोला भी.
नाराज़ हो जाऊं तो शेयर गिराऊं,
खुश हो जाऊं तो जेब भरवाऊं,
असंतुष्ट हो जाऊं तो पलट जाऊं,
संतुष्ट रहूं तो जिंदगी भर साथ निभाऊं.
अब बताओ, मैं कौन हूँ जो इतना महान कहलाऊं?''
(यह है - **ग्राहक**.)

ग्राहक, यानी वह व्यक्ति जो किसी भी व्यापार या सेवा का उपभोक्ता होता है. ग्राहक संतुष्टि और मूल्य संवर्धन व्यवसाय की सफलता के मुख्य स्तंभ हैं. जब ग्राहक संतुष्ट होता है, तो न केवल वह अपने अनुभव को दूसरों से साझा करता है, बल्किव्यापार को स्थायी लाभ भी देता है.

अब आइए इस विषय को दो हिस्सों में समझते हैं:

1. ग्राहक संतुष्टि
2. मूल्य संवर्धन

ग्राहक संतुष्टि

ग्राहक संतुष्टि का मतलब है, ग्राहक की अपेक्षाओं पर खरा उतरना या उन्हें बेहतर अनुभव प्रदान करना.

सामान्य दृष्टिकोण:

ग्राहक संतुष्टि एक ऐसी कुंजी है, जो किसी भी व्यवसाय का ताला खोल सकती है. बेहतरीन गुणवत्ता, उत्कृष्ट सेवा, औरसही कीमतें ग्राहक को दोबारा आने पर मजबूर करती हैं.

बैंकिंग के दृष्टिकोण से:

बैंकिंग में, ग्राहक संतुष्टि का अर्थ है - तेज और भरोसेमंद सेवाएं, सरल प्रक्रियाएं, और जेब पर हल्का असर. एक संतुष्टग्राहक बैंक के लिए चलता-फिरता विज्ञापन बन जाता है. जिससे नए ग्राहकों को आकर्षित करने में मदद मिलती है. संतुष्टग्राहक का मुँह किसी विज्ञापन से कम नहीं होता!

ग्राहक का 'दिल मांगे More'

लेकिन जैसे-जैसे समय बदलता जा रहा है, ग्राहक की उम्मीदें भी बढ़ रही हैं और ग्राहक संतुष्टि का मतलब भी बदल रहा है.

आजकल के दौर में ग्राहक संतुष्टि का मतलब सिर्फ यह नहीं कि ग्राहक को अच्छा अनुभव मिले, बल्कि यह भी कि वो हर बार खुद को एक VIP महसूस करे.

जैसे, अगर आप शोरूम में जाएं और सेल्समैन आपको देखकर कहे, ''वाह सर, आपकी पसंद तो बेमिसाल है!'', तो आपको लगेगा, ''ये तो मजा आ गया!'' यही वो 'मूल्य संवर्धन यानी value addition' है, जो ग्राहकों को न केवल खुश करता है, बल्किउनका लंबे समय तक का साथ हासिल करता है! उन्हें अच्छा खास और महत्वपूर्ण महसूस करवाना.

मूल्य संवर्धन (Value Addition)

ग्राहक संतुष्टि और मूल्य संवर्धन का गहरा संबंध है. अगर आप ग्राहक को सही उत्पाद या सेवा देते हैं, तो वह केवल लेन-देननहीं रह जाता, बल्कि एक अनुभव बन जाता है.

उदाहरण:

यदि कोई सस्ता स्मार्टफोन खरीदता है और उसके साथ एक स्टाइलिश कवर और बेहतरीन कस्टमर सर्विस मिलती है, तो वहकहेगा, ''पैसा वसूल!''

बैंकिंग में मूल्य संवर्धन:

बैंकिंग में, मूल्य संवर्धन का मतलब है - ग्राहकों की जरूरतों को समझकर उनके लिए सही समाधान प्रदान करना. उदाहरणके लिए, एक ग्राहक अपनी बचत जमा करने आता है, और बैंक उसे उच्च ब्याज दर, आसान ऑनलाइन सेवाएं, और निवेशयोजनाएं प्रदान करता है. तो वह कहेगा, ''यह बैंक तो मेरी जिंदगी को आसान बना रहा है!''

ग्राहक की संतुष्टि क्यों जरूरी है?

अगर ग्राहक खुश है तो वह सिर्फ सामान नहीं खरीदता, बल्कि अपने दोस्तों को भी बताता है कि ''यार, ये प्रोडक्ट और सर्विसबहुत बढ़िया है!'' और यही है वह मूल्य संवर्धन, जो व्यवसाय को न केवल बढ़ाता है, बल्कि एक सशक्त ब्रांड भी बनाता है.

ग्राहक जब संतुष्ट होता है, तो वह आपकी सबसे बड़ी विज्ञापन टीम बन जाता है, लेकिन अगर वह नाराज हो जाए, तोसोचिए - वह सोशल मीडिया पर ''फिल्मी'' अंदाज में आपकी दुकान के खिलाफ नई कहानी बना सकता है! इसलिए, यहबेहद जरूरी है कि ग्राहक को कभी भी निराश न करें, वरना सोशल मीडिया और ईमेल के जमाने में बहुत कम समय में आपके खिलाफ कशमीर से कन्या कुमारी तक ''हाय हाय'' के नारे लग जाएँगे .

ग्राहक संतुष्टि सिर्फ एक व्यापार की सफलता का पैमाना नहीं होती, बल्कि यह एक कस्टमर और बिजनेस के बीच का अटूटरिश्ता भी होती है. जैसे हम अपने पसंदीदा खाना खाने के बाद ''वाह, क्या बात है!'' कहते हैं, वैसे ही एक खुश ग्राहक अपनेअनुभव से कंपनी की तारीफ करते हुए कहता है, ''मुझे तो ऐसे ही चाहिए था!''

मूल्य संवर्धन का मतलब यह नहीं है कि आप ग्राहकों से महंगी कीमतें लें, बल्कि इसका मतलब यह है कि ग्राहक को ऐसा लगेकि वह जो पैसा दे रहा है, वो पूरी तरह से वाजिब है. जैसे अगर कोई आपके पास नया मोबाइल खरीदने आता है और आपउसे सिर्फ मोबाइल नहीं देते, बल्कि एक एक्स्ट्रा चार्जर, एक अच्छा कवर और फ्री इंस्टॉलेशन भी देते हैं, तो ग्राहक कहेगा, ''येतो पैसा वसूल हो गया!''

जब ग्राहक संतुष्ट होता है, तो वह आपके ब्रांड का ब्रांड एंबेसडर बन जाता है. लेकिन अगर वह नाराज हो गया, तो सोशलमीडिया पर कुछ ही समय में आपकी 'कहानी' वायरल हो सकती है.

'' ग्राहक एक 'फिल्म डायरेक्टर' की तरह होता है - जो सोशल मीडिया पर आपके बैंक की कहानी को अपनी मनपसंद फिल्मी अंदाज में पेश कर सकता है.''

इसलिए यह जरूरी है कि ग्राहक को कभी निराश न करें. उसे अच्छी सेवाएँ दें .

मूल्य संवर्धन का महत्व

मूल्य संवर्धन का अर्थ है, ग्राहक को यह अनुभव कराना कि उसने जो पैसा खर्च किया है, वह पूरी तरह से उचित था.

सर्विस का उदाहरण:

- मान लीजिए, एक ग्राहक आपके बैंक से लोन लेता है और उसे न केवल आसान प्रक्रियाएं मिलती हैं, बल्कि फाइनेंशियलसलाह और लचीले पुनर्भुगतान विकल्प भी मिलते हैं. तो वह ग्राहक खुद को विशेष महसूस करेगा.
- लेकिन अगर ग्राहक असंतुष्ट हुआ, तो यह स्थिति वैसी हो जाएगी जैसे किसी ने आपकी पसंदीदा चाय बनाई हो, पर उसमें चीनी डालना भूल गया हो! अब आपने किसी के लिए इतनी मेहनत से उसकी मनपसंद चाय भी बनाई पूरी मेहनत भी की और फिर चाय में चीनी डालना भूल गए .और बस चीनी की कमी की वजह से आपकी पूरी मेहनत बेकार हो गई . यहाँ चीनी ग्राहक संतुष्टि का भाव दे रही है.

ग्राहक संतुष्टि और मूल्य संवर्धन से ही ब्रांड की इज्जत और व्यापार की साख बनती है. एक खुश ग्राहक आपके बिजनेस कासबसे अच्छा प्रमोटर बन जाता है. और एक नाराज ग्राहक की बात सुनकर अच्छे से उसकी परेशानियों का समाधान किया जाए. क्योंकि, अंतत: ग्राहक को खुश देखना ही तो है!

ग्राहक संतुष्टि और मूल्य संवर्धन केवल सामान और सेवाओं तक सीमित नहीं है, बल्कि यह बैंकिंग सेवाओं में भी उतना हीमहत्वपूर्ण है. सोचिए, जब ग्राहक बैंक में अपना खाता खोलने आता है, तो उसे बस एक पासबुक और चेकबुक देने से कामनहीं चलता. ग्राहक को ऐसा महसूस होना चाहिए कि वह किसी खास चीज़ का हिस्सा बन गया है, जैसे एक ऱ्ह्ण क्लाइंट.

मान लीजिए, एक ग्राहक अपनी बड़ी बचत जमा करने आता है, और बैंक उसे एक अच्छा खाता विकल्प, सरल प्रक्रियाएं और आसान ऑनलाइन बैंकिंग सेवाएं प्रदान करता है. तो वह ग्राहक क्या कहेगा? ''ये बैंक तो मेरी सारी परेशानियां हल कर देताहै!'' यही है ग्राहक संतुष्टि. और जब वो संतुष्ट होता है, तो वह न केवल खुद वापिस आएगा, बल्कि अपने दोस्तों को भीबताएगा, ''यार, इस बैंक में तो कुछ खास बात है!''

बैंकिंग में मूल्य संवर्धन का मतलब यह नहीं है कि ग्राहकों से ज्यादा फीस ली जाए, बल्कि इसका मतलब है कि ग्राहकों कोऐसे उत्पाद और सेवाएं दी जाएं, जो उनके वित्तीय लक्ष्यों को पूरा करने में मदद करें. जैसे एक बैंक ग्राहकों को बेहतर ब्याजदरें, निवेश योजनाएं, और लोन की सुविधाएं देता है, तो ग्राहक समझता है कि उसका पैसा कहीं सुरक्षित और उत्पादक तरीकेसे बढ़ रहा है.

लेकिन अगर ग्राहक को बुरा अनुभव हो, जैसे लंबी लाइनों में खड़ा रहना, या फिर अप्रत्याशित चार्जेस, तो ग्राहक की संतुष्टिखतरे में आ जाती है. और आप जानते हैं, नाराज ग्राहक का सोशल मीडिया पर आकर बुरा अनुभव शेयर करना किसी बैंक केलिए अच्छा नहीं होता.

इसलिए, ग्राहकों को एक अच्छा अनुभव देने के लिए बैंक को हमेशा ध्यान रखना चाहिए कि हर एक ग्राहक को केवल वित्तीयसेवा नहीं, बल्कि एक अच्छा और सुलझा हुआ अनुभव भी मिले. एक खुश ग्राहक ही बैंक की सबसे बेहतरीन मार्केटिंग करता है!

मार्केटिंग:

मार्केटिंग को एक उदाहरण से समझते हैं :

हम ‘‘ RuPay प्लेटिनम डेबिट कार्ड’’ लॉन्च कर रहे हैं, जो ग्राहकों की रोजमर्रा की ज़रूरतों और खर्चों में विशेष लाभ प्रदान करेगा. इसकार्ड के साथ, ग्राहक को निम्नलिखित फायदे मिलेंगे:

1. स्विगी पर हर महीने ?100 की छूट, ताकि खाने के शौकीन ग्राहक बचत का लाभ उठा सकें.
2. सिलेंडर बुकिंग, बिजली बिल, मोबाइल रिचार्ज और घरेलू बिलों पर हर महीने ₹100 की छूट, जिससे रोजमर्रा के खर्चों में राहतमिले.
3. यह कार्ड ₹2400 के सालाना लाभ प्रदान करता है, जबकि इसकी वार्षिक फीस मात्र ₹354 है. तो कौन ₹354 देकर ₹2400 नहीं पाना चाहेगा .

साथ ही, बैंक ऐसे सामान्य उत्पाद भी पेश कर रहा है, जिनमें ग्राहकों को अच्छा औसत बैलेंस बनाए रखने पर डेबिट कार्ड और अन्यसेवाएं मुफ्त मिलेंगे . इससे ग्राहक संतुष्ट रहेंगे और बैंक के साथ लंबे समय तक जुड़े रहेंगे.

पर सवाल यह है कि सब ग्राहकों को पता कैसे चलेगा?

तो इसका जवाब है- मार्केटिंग

हमारा उद्देश्य ग्राहकों को यह महसूस कराना है कि उनकी कम फीस में भी उन्हें भरपूर लाभ मिल रहे हैं. इससे ग्राहक कार्ड की फीस कोबोझ न समझें, बल्कि इसे लाभकारी मानें. यह होता है अच्छी मार्केटिंग से.

अच्छी मार्केटिंग से हम ग्राहकों को आकर्षित करते है और हमें ग्राहक संतुष्टि और मूल्य संवर्धन में बड़े पैमाने पर वृद्धि करने का मौक़ा मिलता है जिससे बैंक को फ़ायदा होता है .

(यह एक उदाहरण है, केवल सोच समझाने के लिए.)

मार्केटिंग के तरीक़े

मार्केटिंग एक बहुत ही जरूरी कदम है. ऐसा न हो कि आपने अच्छा काम किया हो, लेकिन लोगों को उसके बारे में पता ही न चले. ग्राहकों तकअपनी सेवाओं और विशेषताओं को पहुंचाने के लिए इंटरएक्टिव और नई तकनीकों का उपयोग करें, जैसे:

1. **इंस्टाग्राम पर टैग करें और रोमांचक इनाम जीतें:**

   सोशल मीडिया पर ग्राहक अपनी संतुष्टि की कहानी शेयर करें और बैंक को टैग करें. इससे क्रिएटिव तरीकों से लोग बैंक के नाम औरसेवाओं से परिचित होंगे.

2. **टीवी विज्ञापन, सोशल मीडिया ऐड्स और कैंपेन:**

   बड़े और छोटे प्लेटफॉर्म्स पर नियमित प्रचार के जरिए अपनी उपस्थिति दर्ज कराएं.

3. **सोशल मीडिया इन्फ्लुएंसर्स या अन्य पार्टनर्स के साथ सहयोग:**

   लोकप्रिय इन्फ्लुएंसर्स की मदद से बैंक की सेवाओं को प्रमोट करें, ताकि अधिक युवा और डिजिटल यूजर्स को जोड़ा जा सके.

   उदाहरण: Apple जैसी बड़ी कंपनियां भी कोलैबोरेशन का सहारा लेती हैं, जिससे उनकी सेल्स और ग्राहक संतुष्टि दोनों बढ़ती हैं.

4. **व्हाट्सएप पर प्रमोशनल संदेश:**

   विशेष अवसरों (जैसे फाउंडेशन डे) पर ग्राहकों को आकर्षित करने के लिए छोटे-छोटे क्विज़, ऑनलाइन प्रतियोगिताएं औरजानकारीपूर्ण संदेश भेजें.

   इस तरह की रणनीतियों से ग्राहकों के बीच बैंक की पहचान मजबूत होगी और उनका विश्वास भी बढ़ेगा.

ग्राहक को ब्रांड एंबेसडर बनाना

व्यक्ति से व्यक्ति तक की मार्केटिंग सबसे प्रभावी है क्योंकि यह विश्वास पर आधारित होती है. इससे एक वफादार ग्राहक आधार बनताहै.

सोचिए:

अगर ग्राहकों को बेहतरीन सेवा देकर उन्हें स्थायी ब्रांड एंबेसडर बना लिया जाए, तो ये कांट्रैक्ट जीवनभर और पीढ़ियों तक चलता है.

हालांकि, ग्राहक को ब्रांड एंबेसडर बनाने के लिए मेहनत जरूरी है.

ग्राहकों को जोड़ने और बनाए रखने के लिए जरूरी कदम:

1. **बेहतरीन सेवाएं**
   - सबसे पहले, जो प्रोडक्ट या सर्विस आप दे रहे हैं, वह बेहतरीन होनी चाहिए.
   - अगर ग्राहक को हर बार उत्कृष्ट सेवा मिले, तो वह आपके साथ अपने रिश्ते को लंबा बनाए रखेगा.
2. **सही समय पर समाधान**
   - जब ग्राहक को सही समय पर समाधान मिलता है, तो वह संतुष्टि ग्राहक को बैंक से जोड़े रखने में मदद करती है.
   - यदि ग्राहक को सही तरीके से मार्गदर्शन किया जाए, तो चीजें बेहतर होती हैं.
3. **अच्छा व्यवहार**
   - ग्राहकों के साथ सम्मानजनक और मैत्रीपूर्ण व्यवहार बनाए रखें.
   - सहानुभूति और समझदारी से ग्राहकों की समस्याओं को सुनें और उनका समाधान करें.
4. पारदर्शिता और ईमानदारी
   - शुल्क, शर्तों और नियमों को स्पष्ट रूप से समझाएं.

- ग्राहकों के साथ किसी भी तरह की धोखाधड़ी से बचें.

इस प्रकार, बेहतरीन सेवाएं, समय पर समाधान और प्रभावी मार्केटिंग के जरिए ग्राहकों के साथ मजबूत रिश्ता बनाया जा सकता है.

ग्राहक का विश्वास: बैंक की सबसे बड़ी पूंजी ह्व

''व्यवहार के साथ-साथ, ग्राहक को कभी भी नुकसान वाली फीलिंग नहीं आनी चाहिए बैंक में. अगर एक रुपये भी बिना वजह कट जाए, तो विश्वास मानिए, सीधे दिल पर चोट लगती है. यह वही स्थिति होती है जैसे किसी ने आपके पैसों को बिना बताये ही लिया हो. अबसोचिए, ग्राहक का पैसा और विश्वास दोनों ही काफ़ी कीमती होते हैं, तो ये बहुत जरूरी है कि बैंक में उसे कभी ऐसा महसूस न हो कि कोईनुकसान हो गया है.

सिर्फ़ व्यवहार ही नहीं, बल्कि जब ग्राहक को बैंक के चार्ज़ेस महसूस होते हैं, तो यह एहसास होना चाहिए कि ''यार, बैंक तो ज्यादा कुछलेता नहीं, फिर भी मेरी सारी परेशानियां हल कर देता है.'' ग्राहक को यह समझना चाहिए कि बैंक उनके लिए किसी मददगार से कमनहीं. अगर बैंक की सेवाएं ऐसा अहसास दिलाती हैं, तो ग्राहक न केवल खुश रहेगा, बल्कि उसका विश्वास भी बैंक में मजबूत होगा.

''ज़िंदगी में पहले ही काफ़ी परेशानियाँ हैं भाई साहब! फिर अगर बैंक भी ऐसा लगने लगे कि यह और दुख बढ़ाने वाला है, तो ग्राहक बेचारा किधर जाएगा?''

इसलिए यह ज़रूरी है कि बैंक में न सिर्फ़ सही चार्जेस लगें, बल्कि वो ग्राहकों के लिए न्यायपूर्ण और समझदारी से तय किए गए हों. जब ग्राहकों को यह लगे कि उनके पैसे का सही इस्तेमाल हो रहा है, और हर परेशानी का हल मिल रहा है, तो बैंक का नाम और भी ऊंचा होता है. अगर बैंक ने ग्राहकों को केवल अपने फायदे के लिए नहीं, बल्कि उनके भले के लिए काम किया, तो वह ग्राहक हमेशा उसी बैंक के साथ रहेगा.

सिर्फ़ सेवाओं से नहीं, बल्कि सही व्यवहार और सही चार्जेस से ही बैंक अपने ग्राहकों को सदा के लिए अपना बनाया जा सकता है, और उन्हें कभी भी नुकसान या धोखे का एहसास नहीं दिलाना चाहिए.''

ग्राहक संतुष्टि और मूल्य संवर्धन को बैंक में कैसे बढ़ाएं?

हम ग्राहक संतुष्टि और मूल्य संवर्धन को बैंक में बढ़ाने और सुधारने के लिए कई प्रकार की innovative तरीकों को अपना सकते हैं. इनउपायों से न केवल ग्राहक खुश रहेंगे, बल्कि बैंक की ब्रांड इमेज भी मजबूत होगी. आइए जानते हैं कि हम क्या-क्या कर सकते हैं:

1. **कस्टमाइज्ड बैंकिंग सेवाएं:**

   हर ग्राहक की ज़रूरत अलग होती है. एक ही तरह की सेवाएं सभी के लिए उपयुक्त नहीं होतीं. इसलिए, बैंक को ग्राहक की व्यक्तिगतजरूरतों के अनुसार कस्टमाइज्ड सेवाएं देनी चाहिए. जैसे, उच्च आय वाले ग्राहकों के लिए प्रीमियम सेवाएं, छोटे कारोबारियों के लिएलोन और निवेश योजनाएं, आदि. इस तरह से ग्राहक को यह महसूस होगा कि बैंक उसे विशेष महत्व दे रहा है.

2. **डिजिटल सेवाओं का विस्तार:**

   आजकल डिजिटल बैंकिंग की महत्वता बहुत बढ़ गई है. बैंक को अपनी डिजिटल सेवाओं को बेहतर और आसान बनाना चाहिए. जैसेकि मोबाइल ऐप में नई सुविधाएं जोड़ना, ऑनलाइन लोन आवेदन प्रक्रिया को और सरल बनाना, या फिर 24/7 चैटबॉट सपोर्ट देना.इससे ग्राहक को अपनी बैंकिंग सुविधाएं कहीं से भी और कभी भी मिल सकती हैं, जो उनकी संतुष्टि को बढ़ाती है.

3. **ग्राहक शिक्षा और जागरूकता कार्यक्रम:**

   ग्राहक को सही वित्तीय निर्णय लेने के लिए जागरूक करना भी ग्राहक संतुष्टि का महत्वपूर्ण हिस्सा है. बैंक को वर्कशॉप्स, सेमिनार्स औरवेबिनार्स आयोजित करने चाहिए, जिसमें ग्राहकों को निवेश, बचत, और लोन के बारे में सही जानकारी दी जाए. इससे ग्राहक काविश्वास बढ़ेगा और वह अपनी वित्तीय जरूरतों के लिए बैंक का ही चयन करेगा.

4. **फीडबैक और सुधार की प्रक्रिया:**

   ग्राहकों से लगातार फीडबैक लेना और उसे गंभीरता से लागू करना बहुत ज़रूरी है. एक संतुष्ट ग्राहक ही आपके लिए सबसे अच्छाविज्ञापन बनता है. इसलिए, बैंक को एक मजबूत फीडबैक सिस्टम बनाना चाहिए, जिससे ग्राहक अपनी समस्याओं और सुझावों कोआसानी से साझा कर सकें, और बैंक उन पर त्वरित रूप से कार्रवाई कर सके.

5. **लो-कोस्ट और ट्रांसपेरेंट चार्जेस:**

   ग्राहक के मन में हमेशा यह सवाल होता है कि ''क्या ये चार्जेस सही है?'' इसलिए, बैंक को चार्जेस में पारदर्शिता रखनी चाहिए. कम औरस्पष्ट चार्जेस ग्राहकों को बैंक के प्रति विश्वास बढ़ाने में मदद करते हैं. इसके अलावा, कोई भी अतिरिक्त शुल्क या छिपे हुए चार्जेस नहींहोने चाहिए, ताकि ग्राहक को धोखा महसूस न हो.

6. **वफादारी पुरस्कार (Loyalty Programs):**

   ग्राहकों को अपनी वफादारी के लिए पुरस्कृत करना एक अच्छा तरीका है. बैंक को नियमित ग्राहकों के लिए विशेष लाभ जैसे कि रिवॉर्डपॉइंट्स, छूट, और विशेष डिपॉजिट रेट्स देने चाहिए. इससे ग्राहक को यह महसूस होगा कि बैंक उसकी अहमियत समझता है और उसेऔर बेहतर सेवाएं देने की कोशिश कर रहा है.

7. **ग्राहक सेवा में सुधार:**

   ग्राहक सेवा विभाग को हमेशा एक एक्सेलेंट अनुभव देने के लिए प्रशिक्षित किया जाना चाहिए. बैंक के कर्मचारियों को विनम्र और पेशेवरतरीके से ग्राहक से बात करने की ट्रेनिंग दी जानी चाहिए. किसी भी समस्या का समाधान तत्काल और प्रभावी ढंग से करना

चाहिए, ताकिग्राहक को कभी भी असंतुष्ट महसूस न हो.

इन सभी उपायों को अपनाकर हम बैंक में ग्राहक संतुष्टि और मूल्य संवर्धन को न केवल बढ़ा सकते हैं, बल्कि उसे बेहतर भी बना सकते हैं.जब ग्राहक संतुष्ट और मूल्यवान महसूस करेगा, तो वह न केवल आपकी सेवाओं का उपयोग करेगा, बल्कि दूसरों को भी आपके बैंक के बारे में बताएगा.''

मजेदार सुझाव प्रणाली

''हमारे बैंक में ग्राहकों के सुझावों और फीडबैक को हमेशा अहमियत दी जाती है, क्योंकि बिना उनकी राय के हम कैसे जान सकते हैं किहम क्या सही कर रहे हैं और कहां सुधार की जरूरत है? तो अब ग्राहक अपनी राय सीधे बैंक तक कैसे पहुंचा सकते हैं, इसके लिए कुछमजेदार और आसान तरीकें हो सकते हैं.

1. **सुझाव बॉक्स का डिजिटल अवतार:**

   हमें पुराने ज़माने का सुझाव बॉक्स तो याद होगा, जिसमें लोग अपने सुझाव डालते थे, पर फिर पता चलता था कि वो पेटी महीनों से खाली पड़ी थी. अब, उसे डिजिटल तरीके से बेहतर किया जा सकता है.

   कैसे? एक QR कोड या AI-बॉट तैयार करें, जो ग्राहकों से आसानी से फीडबैक ले सके. ग्राहक उस QR कोड को स्कैन कर सकते हैं और अपने सुझाव बिनाकिसी झिजक के दे सकते हैं. इस तरह से उनकी पहचान भी गुप्त रहती है, और वे खुद को कंफर्टेबल महसूस करेंगे.

2. **WhatsApp सुझाव सेवा:**

   आज के समय में लगभग हर व्यक्ति के पास WhatsApp है, तो बैंक को अपनी WhatsApp सुझाव सेवा शुरू करनी चाहिए.

   एक सरल नंबर पर ग्राहक अपने सुझाव भेज सकते हैं.

   इस सेवा के जरिए ग्राहकों को अपनी बात कहने का एक आसान और तेज़ तरीका मिलेगा.

   यदि ग्राहक को अपने सुझाव पर प्रतिक्रिया चाहिए, तो वह भी तुरंत प्राप्त कर सकता है.

3. **मजेदार ट्विस्ट के साथ AI बॉट:**

   बैंक का एक ऐसा AI बॉट हो, जो न केवल सवालों का जवाब दे बल्कि बातचीत में थोड़ा मजेदार अंदाज भी रखे.

   ग्राहकों को जरूरी जानकारी के साथ हल्की-फुल्की बातें भी मिलेगी, जो उनके अनुभव को बेहतर और यादगार बनाएगा.

   यह बॉट बैंकिंग सेवाओं में ग्राहकों की मदद करेगा और उन्हें अधिक जुड़े रहने का अनुभव देगा.

   सिर्फ फॉर्मल जवाब देने के बजाय, एक हल्का-फुल्का और इंटरएक्टिव तरीका अपनाया जाए, ताकि ग्राहक भी दिल से सुझाव दे और बैंक को फीडबैक मिले.

निष्कर्ष:

आज के प्रतिस्पर्धी माहौल में, ग्राहक संतुष्टि और मूल्य संवर्धन ही व्यवसाय की सफलता की कुंजी हैं.

''एक संतुष्ट ग्राहक ब्रांड का एंबेसडर बनता है.''

इसलिए, ग्राहकों को संतुष्ट रखना ही व्यापार की सबसे बड़ी उपलब्धि है.

आखिर में यही कहूंगी कि आजकल के इस डाइनेमिक माहौल में, जहां हर रोज़ आपके लाखों प्रतिस्पर्धी बाजार में कूद रहे हैं, वही जीवितरह सकता है, जिसके पास वफादार और अच्छे ग्राहक नाम की संजीवनी बूटी हो.''

रवीना जैन
प्रोबेशनरी ऑफिसर
क्षेत्रीय कार्यालय, अमृतसर

सेन्ट्रलाइट पढ़िए और आकर्षक इनाम जीतिए

कृपया QR कोड स्कॅन करें

दिनांक 10.03.2025 तक सर्वश्रेष्ठ 20 विजेताओं को राशि रु.500/- प्रदान कर पुरस्कृत किया जाएगा.

श्री अन्न (मिलेट्स) का उत्पादन: स्वर्णिम भारतीय इतिहास एवं भविष्य की रणनीति

श्री अन्न, जिसे हम मिलेट्स के नाम से भी जानते हैं, भारतीय इतिहास और संस्कृति का महत्वपूर्ण हिस्सा रहा है. यह अनाज भारतीय खेती के लिए एक महत्वपूर्ण स्तंभ है और इसका उत्पादन देश की खाद्य सुरक्षा में महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है.

भारत, कृषि प्रधान देश होने के साथ-साथ, अनाज उत्पादन में भी अग्रणी स्थान रखता है. इस अनाज उत्पादन में श्री अन्न, (मिलेट्स /मोटे अनाज) का महत्वपूर्ण योगदान रहा है. भारतीय श्री अन्न (मिलेट्स) पौष्टिकता से भरपूर समृद्ध, सूखा सहिष्णु फसल है जो ज्यादातर भारत के शुष्क एवं अर्ध-शुष्क क्षेत्रों में उगाया जाता है. यह एक छोटे बीज वाली घास के प्रकार का होता है जो वनस्पति प्रजाति से संबंधित हैं. श्री अन्न, छोटे दाने वाले अनाजों का समूह है, जिसमें बाजरा, ज्वार, रागी, मक्का, कोदो, कुटकी, सावा, कांगनी, और चना जैसी फसलें शामिल हैं. यह लाखों संसाधन रहित गरीब किसानों के लिए खाद्य एवं पशु-चारे का एक महत्वपूर्ण स्रोत हैं तथा भारत की पारिस्थितिक और आर्थिक सुरक्षा में महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है. इस श्री अन्न (मिलेट्स) को 'मोटा अनाज' या 'गरीबों के अनाज' के रूप में भी जाना जाता है.

श्री अन्न का उत्पादन भारत में हजारों वर्षों से हो रहा है. सिंधु घाटी सभ्यता के समय से ही इन फसलों की खेती की जाती रही है. ऋग्वेद और यजुर्वेद में भी इनका उल्लेख मिलता है. यह भोज्य पदार्थ बनाने के साथ अनुष्ठानों में भी उपयोग किए जाते थे. कालिदास ने अभियान शकुंतलम में कंगनी नामक मिलेट का उल्लेख किया है. जिसमें ऋषि कण्व को राजा दुष्यंत के महल में शंकुतला को विदा करते हुए कंगनी डालते हुए बताया गया है. यह शुभ शगुन की तरह होता है. सुश्रुत ऋषि ने भी अपनी संहिता में श्री अन्न के बारे में बताया है. कौटिल्य द्वारा अर्थशास्त्र में मिलेट्स खाने के कई फायदे बताए गए हैं. यह अनाज भारतीय खेती के लिए एक महत्वपूर्ण स्तंभ है और इसका उत्पादन देश की खाद्य सुरक्षा में महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है.

मिलेट्स में आने वाले अनाज दो तरह के होते हैं, इन्हें इनके आकार के हिसाब से दो भागों में बांटा गया है पहला बड़े दाने वाले मिलेट्स और दूसरा छोटे दाने वाले मिलेट्स. बड़े दानों वाले मिलेट्स में ज्वार और बाजरा शामिल है. वहीं दूसरी ओर छोटे दानों वाले मिलेट्स में रागी, कोदो, सांवा, कुटकी शामिल है.

हमारे पूर्वजों द्वारा अधिकतर इन्हीं अनाजों का सेवन किया जाता था, जिसके कारण वह हमेशा स्वस्थ रहते थे. लेकिन इन अनाजों को आज गेहूं और चावल ने पीछे छोड़ दिया है. समय के साथ ज्यादातर लोग गेहूं और चावल जैसे अनाज तक सीमित हो गए हैं और मोटे अनाज का इस्तेमाल काफी कम हो गया, जबकि भारत में कई तरह के मोटे अनाज की पैदावार होती है और भारत श्री अन्न का सबसे बड़ा उत्पादक और दूसरा सबसे बड़ा निर्यातक है.

मोटा अनाज सेहत के लिए बहुत फायदेमंद होता है, पेट को तमाम बीमारियों की जड़ माना जाता है. आज के समय में ज्यादातर लोगों को पेट से जुड़ी समस्याएं परेशान करती हैं. महीन अनाज का सेवन इसके बड़े कारणों में से एक है. महीन अनाज खाने में बेशक स्वादिष्ट लगता हो, लेकिन सेहत के मामले में मोटा अनाज कहीं ज्यादा गुणकारी है. मोटा अनाज फाइबर का अच्छा स्रोत होता है और आपके पेट के लिए बहुत अच्छा माना जाता है. इसके अलावा मोटे अनाज में मिनरल्स, विटामिन्स आदि तमाम पोषक तत्व गेहूं और चावल की तुलना में कहीं ज्यादा होते हैं. इन अनाजों की महत्वता देखते हुए इन्हें दोबारा से भारतीय थाली में लाने की कोशिश की जा रही है.श्री अन्न अत्यंत पौष्टिक होता है, इनमें प्रोटीन, फाइबर, विटामिन और खनिज तत्वों की प्रचुर मात्रा होती है, भारतीय श्री अन्न (मिलेट्स) स्वास्थ्यवर्धक और पौष्टिकता से भरपूर गेहूं और

चावल से बेहतर है और यह ग्लूटेन-मुक्त भी होते हैं और इनका ग्लाइसेमिक इंडेक्स निम्न होता है, जो इन्हें सीलिएक डिज़ीज़ या मधुमेह रोगियों के लिए अनुकूल बनाता है. अन्य अनाजों की तुलना में इसमें बेहतर सूक्ष्म पोषक तत्व एवं बायोएक्टिव फ्लेवोनोइड पाए जाते हैं. यह आयरन, जिंक तथा कैल्शियम जैसे खनिजों का उपयुक्त स्रोत है. श्री अन्न (मिलेट्स) का हाइपरलिपिडिमिया के प्रबंधन और रोकथाम और सीवीडी के जोखिम पर लाभकारी प्रभाव पड़ता है. श्री अन्न वजन घटाने, बीएमआई और उच्च रक्तचाप में सहायक पाया गया है. भारत में, श्री अन्न का सेवन आम तौर पर फलियों के साथ किया जाता है, जो प्रोटीन का परस्पर पूरक बनाता है तथा अमीनो एसिड सामग्री को बढ़ाता है, एवं प्रोटीन की समग्र पाचनशक्ति में सुधार करता है.

श्री अन्न के महत्वपूर्ण लाभ निम्न लिखित हैं :-

बाजरा : सबसे पहले बाजरा की बात करते हैं क्योंकि वर्ष 2023 को 'बाजरा का अंतर्राष्ट्रीय वर्ष' घोषित किया गया है. बाजरा फाइबर का अच्छा स्रोत है. इसके अलावा आपको बाजरा से कार्बोहाइड्रेट, पोटैशियम, आयरन, मैग्नीशियम और थोड़ी बहुत मात्रा में प्रोटीन भी मिल जाता है. इसके अलावा ये ग्लूटन फ्री होता है. ऐसे लोग जिन्हें गेहूं से एलर्जी है, वो भी इसे आराम से खा सकते हैं. लेकिन ये पचने में थोड़ा भारी होता है, इसलिए बजुर्गों को इसे सीमित मात्रा में खाना चाहिए.

कोदो : फाइबर का बेहतर सोर्स होने के साथ कोदो विटामिन बी और बी-6, फोलिक एसिड का भी अच्छा स्रोत है. इसके अलावा कैल्शियम, आयरन आदि अन्य पोषक तत्व भी पाए जाते हैं. हाई बीपी और कोलेस्ट्रॉल के मामले में ये काफी फायदेमंद है. इसके अलावा ये शरीर में एनर्जी बनाकर रखता है और वजन को नियंत्रित रखता है.

चीना : प्रोसो मिलेट को चीना और चेना जैसे नामों से जाना जाता है. आयरन, कैल्शियम और प्रोटीन जैसे गुणों से भरपूर चीना शरीर में खून की कमी को दूर करता है. इसके अलावा चीना में कम ग्लाइसेमिक इंडेक्स होता है. डायबिटीज के मरीजों के लिए ये काफी फायदेमंद है.

कुट्टू: हाई क्वालिटी प्रोटीन, कार्बोहाइड्रेट जैसे पोषक तत्वों से भरपूर कुट्टू काफी पाचक होता है. गैस, एसिडिटी, कब्ज जैसी परेशानियों को दूर करता है. शरीर को एनर्जी देता है और वजन कम करने में मददगार माना जाता है. इसके अलावा ये स्किन को हाइड्रेट रखने का काम करता है.

कंगनी : कंगनी को ककुम के नाम से भी जाना जाता है. ये ब्लड प्यूरीफायर और कब्ज की समस्या को दूर करने वाला है. जिनकी पाचन क्षमता कमजोर है, उनके लिए कंगनी काफी फायदेमंद है. ये लिवर फंक्शन को बेहतर बनाता है और कोलेस्ट्रॉल को कम करता है. इसे रक्तशोधक माना जाता है.

ज्वार : ज्वार आयरन, प्रोटीन और फाइबर का अच्छा स्रोत है. इसमें कैल्शियम भी भरपूर मात्रा में पाया जाता है. डायबिटीज के मरीजों, जोड़ों की समस्या से जूझ रहे लोगों के लिए ये काफी लाभकारी है. ये मांसपेशियों में दर्द की समस्या को भी कम करने का काम करता है.

सामा : सामा को भी पेट के लिए काफी अच्छा माना जाता है क्योंकि ये फाइबर से भरपूर होता है. ये आंतों को मजबूत रखता है, एसिडिटी को दूर करता है और स्किन डिजीज में काफी लाभकारी है.

कुटकी : विटामिन बी, कैल्शियम, आयरन और पोटैशियम से भरपूर होती है कुटकी. इसका इस्तेमाल आयुर्वेद में औषधि के रूप में भी किया जा सकता है क्योंकि ये एंटीसेप्टिक और एंटीबायोटिक का काम करती है. कुटकी के सेवन से खून साफ होता है और आंतों की सफाई होती है. ये वजन को भी नियंत्रित करती है.

रागी : रागी कैल्शियम का प्रमुख स्रोत है. इसमें आयरन और अन्य मिनरल्स भी पाए जाते हैं. बढ़ते बच्चों को अगर रागी का सेवन कराया जाए तो ये उनके शरीर को मजबूत करती है. इसके अलावा रागी हड्डियों के मरीजों के लिए लाभकारी है. ये मांसपेशियों की कमजोरी को दूर करती है. लेकिन पचने में रागी भारी है, इसलिए बुजुर्गों को इसका सेवन काफी संभलकर करना चाहिए.

रामदाना : रामदाना की अगर बात करें तो ये प्रोटीन और फाइबर से भरपूर माना जाता है. इसे राजगीरा के नाम से भी जाना जाता है. ये पेट की गर्मी को शांत करता है. अगर इसे वेजिटेबल्स के साथ दलिया के तौर पर खाया जाए तो ये वजन को कंट्रोल रखता है. ये बालों के लिए भी अच्छा माना जाता है. बालों को झड़ने और असमय सफेद होने से रोकता है.

मिलेट्स यानी मोटे अनाज खाने के कई सारे फायदे होते हैं. यह ब्लड शुगर को काम करता है, इसके अलावा ब्लड प्रेशर कंट्रोल करता है. डायरिया, कब्ज, अपच पेट के रोग, अल्सर जैसी समस्याओं से छुटकारा दिलाता है. साथ ही साथ इसमें कैंसर जैसी खतरनाक बीमारियों से लड़ने वाले पोषक तत्व पाए जाते हैं. मिलेट्स अनाज को अपनी डाइट में शामिल करने से आपके शरीर को कम मात्रा में अधिक पोषण मिल जाते हैं. मिलेट्स अनाजों में फाइबर, पोटैशियम, मैग्नीशियम, आयरन कैल्शियम जैसे अनेकों तत्व भरपूर मात्रा में पाए जाते हैं, जो हमारे शरीर को मजबूत और हमारे शरीर के आंतरिक अंगों को स्वस्थ रखते हैं. इन मोटे अनाजों के उपयोग से शरीर का वजन संतुलित रहता है. इसके अलावा इनमें मौजूद एंटीऑक्सीडेंट गुण शरीर के अंदर से विषैला पदार्थ को बाहर निकलते हैं.

मानव स्वास्थ्य की दृष्टि से देखे तो मिलेट्स अत्यंत उपयोगी साबित

होते हैं, क्योंकि इन अनाजों में तरह-तरह के पोषक तत्व जैसे की कैल्शियम, फाइबर, फास्फोरस, जिंक, कॉपर, आयरन, प्रोटीन, कार्बोहाइड्रेट, एंटीऑक्सीडेंट, विटामिन आदि अधिक मात्रा में मौजूद होते हैं. हम भोजन के रूप में जो भी खाते हैं, वह हमारे पेट में जाने के बाद ग्लूकोस के रूप में परिवर्तित होकर खून में मिल जाता है, जो शुगर का एक रूप होता है. आजकल के दौर में गेहूं चावल का उपयोग खाने के लिए अधिक मात्रा में किया जाता है, लेकिन इन अनाजों के मुकाबले मिलेट्स शरीर के लिए काफी फायदेमंद और गुणकारी साबित होता है. मिलेट्स शरीर में बढ़ने वाले अधिक ग्लूकोस को कम करता है. ग्लूटेन फ्री होने के कारण यह हमें अनेक तरह के रोगों से बचाता है. बाजरा, रागी, ज्वार, कंगनी जैसे तमाम श्री अन्न ताकत और इसके तमाम फायदों को देखते हुए सरकार की ओर से इसको प्रमोट किया जा रहा है और लोगों की थाली में फिर से वापस लाने का प्रयास किया जा रहा है.

चावल और गेहूं जैसी अन्य फसलों के मुकाबले मोटे अनाज की फसल को उगाने में काफी कम मेहनत लगती है. मोटे अनाज की फसल उगाने का सबसे बड़ा फायदा यह है, कि इस फसल को पानी की जरूरत नहीं होती. यह पानी की कमी के कारण न ही खराब होते हैं, और ना ही वर्षा के कारण इसे नुकसान होता है. यदि किसी कारण मोटा अनाज खराब होता है, तो यह चारे के रूप में पशुओं के काम आ जाता है. ज्वार और बाजार जैसी फैसले बेहद कम समय लागत और मेहनत में तैयार हो जाती है. इसके अलावा इन फसलों को उगाने के लिए किसी भी तरह के रासायनिक उर्वरक या कीटनाशक की आवश्यकता नहीं होती, जिससे इन अनाजों में मौजूद पोषक तत्व बरकरार रहते हैं.

श्री अन्न पारिस्थितिक परिस्थितियों की एक व्यापक श्रृंखला के लिए अत्यधिक अनुकूल है तथा यह फसल वर्षा-सिंचित क्षेत्र में अच्छी तरह से पनपता है; इस फसल को शुष्क जलवायु और पानी, उर्वरकों और कीटनाशकों की न्यूनतम आवश्यकता होती है. श्री अन्न (मिलेट्स) का उपयोग खाद्य पदार्थ के साथ-साथ पशु-चारे के रूप में दोहरे प्रयोजन के लिए भी किया जाता है, जो इसकी खेती को अधिक कुशल बनाता है. श्री अन्न (मिलेट्स) की खेती कार्बन फुटप्रिंट को कम करने में सहायता प्रदान करती है.

भारत मिलेट्स का सबसे बड़ा उत्पादक है, एवम दूसरा सबसे बड़ा निर्यातक है. भारत में श्री अन्न का उत्पादन मुख्य रूप से राजस्थान, आंध्र प्रदेश, कर्नाटक, तमिलनाडु, और महाराष्ट्र में होता है. राजस्थान में सबसे ज्यादा श्री अन्न उगाया जाता है. क्योंकि मिलेट्स की खेती करने के लिए अन्य फैसलों के मुकाबले कम पानी लगता है.प्रमुख श्री अन्न उत्पादक राज्यों के अतिरिक्त, अखिल भारत में कई छोटे श्री अन्न उत्पादक क्षेत्र भी स्थित हैं. इन क्षेत्रों में उत्तर प्रदेश, बिहार और मध्य प्रदेश राज्य शामिल हैं.

भारत विश्व में श्री अन्न के शीर्ष 5 निर्यातकों में से एक है. श्री अन्न का विश्व निर्यात 2020 में 400 मिलियन डॉलर से बढ़कर 2021 (आईटीसी व्यापार मानचित्र) में 470 मिलियन डॉलर हो गया है. भारत ने 2021-22 में 62.95 मिलियन डॉलर के मुकाबले वर्ष 2022-23 में 75.46 मिलियन डॉलर मूल्य के श्री अन्न (मिलेट्स) का निर्यात किया.

'समृद्ध पोषण – संपूर्ण पोषण', साल 2023 अंतर्राष्ट्रीय पोषक अनाज वर्ष की थीम लोगों को देसी अनाज का सेवन करना और उसकी दुनियाभर में खेती करने पर जोर दिया गया है. इसका उद्देश्य मोटे अनाज के योगदान के बारे में जागरूक करना है. मोटे अनाज का प्रमाण सबसे पहले सिंधु सभ्यता में पाए गए, जो की भोजन के लिए उगाए जाने वाली सबसे पहली फसल में से एक है. इस अनाज का उपभोग एशिया और अफ्रीका के करीब 60 करोड़ लोगों द्वारा किया जाता है. मोटे अनाज की खेती न केवल मनुष्यों के उपभोग के लिए फायदेमंद है, बल्कि इसकी खेती करना पर्यावरण के लिए भी हितकारी है. क्योंकि मोटे अनाज की फसल से निकलने वाली खली एवं चारे को जलाया नहीं जाता बल्कि यह पशुओं को खिला दिया जाता है. वहीं मिलेट्स को उगाने के लिए अन्य अनाजों से कम से कम 3 गुना कम पानी की आवश्यकता पड़ती है.

18 मार्च, 2023 को प्रधानमंत्री नरेंद्र मोदी ने नई दिल्ली स्थित भारतीय कृषि अनुसंधान परिषद के 'भारतीय कृषि विज्ञान परिसर' (एन.ए.एस.सी) के सुब्रह्मण्यम हॉल में दो दिवसीय वैश्विक मोटे अनाज/मिलेट (श्री अन्न) सम्मेलन का उद्घाटन किया. इस सम्मेलन में प्रधानमंत्री ने मोटे अनाज (श्री अन्न) पर स्मारक डाक टिकट व स्मारक सिक्के का विमोचन किया. साथ ही भारतीय मोटे अनाज (श्री अन्न) स्टार्ट-अप्स का संग्रह एवं बुक ऑफ मिलेट स्टैण्डर्ड का भी विमोचन किया. इसके अतिरिक्त एक प्रदर्शनी सह-क्रेता-विक्रेता समागम मण्डप का भी शुभारंभ किया. भारतीय कृषि अनुसंधान परिषद (आईसीएआर) के 'भारतीय कदन्न अनुसंधान संस्थान' (आईआईएमआर) को 'वैश्विक उत्कृष्टता केंद्र' घोषित किया. इस सम्मेलन में गुएना ने घोषणा किया है कि वह भारत के प्रौद्योगिकी और तकनीकी मार्गदर्शन में 200 एकड़ भूमि पर विशेष रूप से मोटे अनाज का उत्पादन करेगा. भारतीय कदन्न अनुसंधान संस्थान इसकी स्थापना वर्ष 1958 में हुई तथा यह हैदराबाद, तेलंगाना में स्थित है. मोटे अनाज पर अनुसंधान हेतु भारत सरकार की नोडल एजेंसी है. सरकार ने बाजरा के न्यूनतम समर्थन मूल्य में वृद्धि की है, जो किसानों के लिये एक बड़े मूल्य प्रोत्साहन के रूप में है. इसके अलावा उपज के लिये स्थिर बाज़ार प्रदान करने हेतु सरकार ने सार्वजनिक वितरण प्रणाली में मोटे अनाज को शामिल किया है. सरकार ने किसानों की सहायता हेतु बीज किट का प्रावधान शुरू किया है तथा किसान उत्पादक संगठनों के माध्यम

से मूल्य श्रृंखला का निर्माण किया है और बाजरा की बिक्री का समर्थन किया है.

G20 शिखर सम्मेलन में मिलेट्स (बाजरा, ज्वार, सावां, कोदो, रागी आदि) का महत्वपूर्ण स्थान रहा है. इस सम्मेलन में भारत ने अपनी सांस्कृतिक धरोहर को प्रदर्शित किया, जिसमें मिलेट्स के आधारित व्यंजनों को शामिल किया गया. यह न केवल भारत की समृद्ध खाद्य संस्कृति को प्रदर्शित करता है, बल्कि यह शिखर सम्मेलन के विषय 'वसुधैव कुटुंबकम' (एक पृथ्वी, एक परिवार, एक भविष्य) के साथ भी मेल खाता है. जी20 सम्मेलन में मिलेट की व्यंजनों को प्राथमिकता देना एक महत्वपूर्ण कदम है और यह स्वास्थ्य, पोषण, और पर्यावरण संरक्षण के क्षेत्र में सुधार की दिशा में प्रेरणा से भरा हुआ है. जी20 सम्मेलन में मिलेट को प्राथमिकता देना हमारे प्राकृतिक संसाधनों को संरक्षित रखने के साथ-साथ समृद्धि और समाज की बेहतरी की दिशा में एक महत्वपूर्ण कदम है.

भारत की 'मिलेट क्रांति मोटे अनाजों के स्वास्थ्य संबंधी और पर्यावरणीय लाभों के बारे में बढ़ती जागरूकता के साथ-साथ पारंपरिक कृषि अभ्यासों को पुनर्जीवित करने तथा छोटे पैमाने के किसानों को समर्थन देने के प्रयासों से प्रेरित है. इसे सार्वजनिक स्वास्थ्य में सुधार और सतत कृषि को बढ़ावा देने की देश की दोहरी चुनौतियों के समाधान के रूप में देखा जा रहा है. श्री अन्न, भारत के कृषि क्षेत्र में महत्वपूर्ण भूमिका निभा सकते हैं. श्री अन्न, पोषण सुरक्षा के लिए महत्वपूर्ण हैं. इनकी खेती से खाद्य सुरक्षा को मजबूत करने में मदद मिल सकती है. श्री अन्न की खेती से किसानों की आय में वृद्धि हो सकती है.

श्री अन्न, भारत के कृषि क्षेत्र का भविष्य हैं. इनकी खेती को बढ़ावा देकर, भारत कृषि क्षेत्र में आत्मनिर्भर बन सकता है. लोगों को मिलेट्स के स्वास्थ्य लाभों के बारे में जागरूक करना बहुत महत्वपूर्ण है. इसके लिए सोशल मीडिया, विज्ञापन, कार्यक्रम और वेबिनार आदि का उपयोग किया जा सकता है. मिलेट्स के आधारित व्यंजनों को प्रमोट करना, जैसे कि दलिया, पुलाव, खिचड़ी, रोटी, डोसा, इडली आदि. किसानों को मिलेट्स की खेती के बारे में जानकारी देना, जिससे उनकी उपज बढ़ सके. मिलेट्स के उत्पादन, प्रसंस्करण और उपयोग के नए तरीकों का अन्वेषण करना.

कुणाल प्रशांत
वरिष्ठ प्रबंधक
क्षेत्रीय कार्यालय दिल्ली, दक्षिण

किसान

एक गाँव में एक प्यारा किसान,

ईमानदारी और मेहनत है उसकी शान,

सूरज उगने से पहले, उठ जाता किसान,

सभी मवेशियों को भरपेट घास खिलाता किसान,

हल-बैल लेकर खेत जाता वों किसान,

एक गाँव में एक प्यारा किसान.

भूखे-प्यासे पसीना खेतों में बहाता किसान,

ताजे-ताजे फल एवं सब्जी उपजता किसान,

सभी लोगों को अनाज खिलाता किसान,

अपने तन की चिंता नहीं करता किसान,

परिवार को खुश रखने में रहता परेशान,

एक गाँव में एक प्यारा किसान.

हिम्मत कभी नहीं हारता वों किसान,

जाड़ा, गर्मी , वर्षा हर मौसम में,

खुद तपता, भींगता और ठिठुरता किसान,

एक गाँव में एक प्यारा किसान.

सुमन कुमार चौधरी
वरिष्ठ प्रबंधक
क्षेत्रीय कार्यालय, दरभंगा

ग्राहक संतुष्टि और मूल्य संवर्धन
बैंकिंग में उभरते व्यवसायों की आधारशिला

''सेवा या उत्पाद में गुणवत्ता वह नहीं है जो आप उसमें डालते हैं, बल्कि वह है जो ग्राहक उससे प्राप्त करता है.'' - पीटर ड्रकर

विकसित होती वित्तीय दुनिया में, बैंक अब केवल सेवा प्रदाता नहीं हैं, बल्कि भरोसे और मूल्य के संवाहक बन गए हैं. बैंकिंग के उभरते व्यवसायों के लिए, ग्राहक संतुष्टि और मूल्य संवर्धन सतत विकास के लिए अनिवार्य हैं.

आज के बैंकिंग ग्राहक लेन-देन से अधिक की अपेक्षा करते हैं. वे व्यक्तिगत समाधान, निर्बाध अनुभव, और डिजिटल दक्षता चाहते हैं. एआई-संचालित चैटबॉट, रीयल-टाइम वित्तीय ऐप्स और व्यक्तिगत सेवाओं जैसी नवाचारों ने संतोष को फिर से परिभाषित किया है, जिससे पहुंच में सुधार हुआ है और समय की बचत हुई है.

मूल्य संवर्धन पारंपरिक बैंकिंग सीमाओं से आगे जाता है. यह उन संबंधों को मजबूत करता है जो ग्राहक की आकांक्षाओं के अनुरूप होते हैं. वित्तीय साक्षरता कार्यक्रमों, पर्यावरण-अनुकूल बैंकिंग, और प्रधानमंत्री जन धन योजना जैसी सरकारी योजनाओं ने दिखाया है कि मूल्य-चालित दृष्टिकोण वित्तीय समावेशन और भरोसे को कैसे बढ़ाते हैं.

उभरते व्यवसाय तकनीक का उपयोग करके ग्राहक की आवश्यकताओं का पूर्वानुमान लगाते हैं. सुरक्षित लेन-देन के लिए ब्लॉकचेन, धोखाधड़ी का पता लगाने के लिए एआई, और व्यक्तिगत उत्पाद पेशकशों के लिए बिग डेटा एनालिटिक्स लंबी अवधि की वफादारी सुनिश्चित करते हैं. साथ ही, वे ब्रांड जो स्थिरता और सामाजिक भागीदारी को अपनाते हैं, आधुनिक ग्राहकों के साथ गहराई से जुड़ते हैं.

बैंकिंग में सफलता ग्राहकों की बात सुनने, तेजी से अनुकूलन करने, और लगातार उन्नत मूल्य प्रदान करने में निहित है. जैसा कहा जाता है, ''ग्राहक हमेशा सही होता है,'' लेकिन आधुनिक व्यवसायों को यह भी सुनिश्चित करना चाहिए कि ग्राहक समझे और मूल्यवान महसूस करें.

''कंपनी का लक्ष्य ऐसा ग्राहक सेवा होना चाहिए, जो केवल सबसे अच्छा न हो बल्कि अद्वितीय हो.'' - सैम वाल्टन

अंत में, ग्राहक संतुष्टि और मूल्य संवर्धन बैंकिंग के उभरते व्यवसायों को प्रेरित करने वाले दोहरे स्तंभ हैं. अपेक्षाओं से परे जाकर और नवाचार पर ध्यान केंद्रित करके, बैंक न केवल संबंधों को मजबूत करते हैं, बल्कि तेजी से बदलते बाजार में प्रतिस्पर्धात्मक बढ़त भी सुनिश्चित करते हैं.

सौरभ मेहता, वरिष्ठ प्रबंधक
शाखा प्रमुख- शाखा बांगरोद
रतलाम क्षेत्र

ग्राहक संतुष्टि : हमारा परम लक्ष्य

आज की तेज़ रफ़्तार दुनिया में, जहाँ तकनीकी प्रगति हमारे वित्तीय लेन-देन करने के तरीके को फिर से परिभाषित करती रहती है, बैंकिंग क्षेत्र का एक पहलू हमेशा से ही सर्वोपरि रहा है: ग्राहक संतुष्टि. आज पूरे भारत में 90 से भी ज़्यादा वाणिज्यिक बैंक मौजूद हैं. लोग अक्सर इस असमंजस में रहते हैं कि किस बैंक में जाएं किसमें नहीं. आज के इस प्रतिस्पर्धा वाले युग में एक- एक ग्राहकों की अत्यंत महत्वपूर्ण भूमिका हैं. यह कहना अतिश्योक्ति नहीं होगी कि ग्राहक संतुष्टि बैंकिंग उद्योग की जीवनरेखा है.

विश्वास और प्रतिष्ठा निर्माण:

बैंकिंग क्षेत्र में ग्राहक संतुष्टि महत्वपूर्ण क्यों है, इसका एक मुख्य कारण यह है कि इसका विश्वास और प्रतिष्ठा पर सीधा प्रभाव पड़ता है. एक संतुष्ट ग्राहक अपने बैंक पर भरोसा करने और दोस्तों और परिवार को इसकी सिफारिश करने की अधिक संभावना रखता है. सकारात्मक मौखिक सिफारिशें और एक मजबूत प्रतिष्ठा नए ग्राहकों को प्राप्त करने के लिए एक शक्तिशाली प्रेरक शक्ति हो सकती है.

ग्राहक प्रतिधारण:

मौजूदा ग्राहकों को बनाए रखना अक्सर नए ग्राहक प्राप्त करने की तुलना में अधिक लागत प्रभावी होता है. ग्राहक संतुष्टि के उच्च स्तर से ग्राहकों द्वारा वैकल्पिक बैंकिंग विकल्पों की तलाश करने की संभावना कम हो जाती है. जब ग्राहक अपने बैंक की सेवाओं से खुश होते हैं, तो वे बैंक बदलने के लिए कम इच्छुक होते हैं, जिससे स्थिर, दीर्घकालिक संबंध बनते हैं.

शिकायतों और विवादों में कमी:

संतुष्ट ग्राहकों द्वारा बैंक के साथ शिकायत दर्ज कराने या विवाद में शामिल होने की संभावना कम होती है. इससे न केवल बैंक के लिए समय और संसाधन बचते हैं, बल्कि एक सुचारू परिचालन वातावरण में भी योगदान मिलता है. कम शिकायतों का मतलब है कि कर्मचारी समस्याओं को हल करने के बजाय बेहतर सेवाएँ प्रदान करने पर ध्यान केंद्रित कर सकते हैं.

बढ़ी हुई वफ़ादारी और क्रॉस-सेलिंग के अवसर:

जो ग्राहक अपने बैंक से संतुष्ट हैं, वे उसी संस्थान द्वारा पेश किए जाने वाले अन्य उत्पादों और सेवाओं की खोज करने के लिए अधिक खुले हैं. यह बैंकों के लिए क्रॉस-सेल का अवसर प्रस्तुत करता है, चाहे वह क्रेडिट कार्ड, निवेश उत्पाद या बीमा की पेशकश हो. उच्च ग्राहक संतुष्टि से वॉलेट शेयर में वृद्धि हो सकती है.

ग्राहक के जीवनकाल में वृद्धि:

संतुष्ट ग्राहक अपने बैंक के साथ लंबे समय तक बने रहते हैं, जिसका अर्थ है कि ग्राहक का जीवनकाल मूल्य अधिक है. संतुष्ट ग्राहक के साथ दीर्घकालिक संबंध से समय के साथ बैंक के लिए महत्वपूर्ण राजस्व सृजन हो सकता है.

प्रतिस्पर्धात्मक लाभ:

बैंकिंग क्षेत्र में प्रतिस्पर्धा में लगातार वृद्धि के कारण, उत्कृष्ट ग्राहक सेवा प्रदान करना एक विभेदक के रूप में काम कर सकता है. जो बैंक लगातार ग्राहक संतुष्टि को प्राथमिकता देते हैं, वे बाजार में प्रतिस्पर्धात्मक बढ़त हासिल कर सकते हैं, नए ग्राहकों को आकर्षित कर सकते हैं और मौजूदा ग्राहकों को बनाए रख सकते हैं.

विनियामक अनुपालन:

कई बैंकिंग विनियम और मानक ग्राहकों के हितों की रक्षा के लिए बनाए गए हैं. ग्राहकों की संतुष्टि के उच्च स्तर को सुनिश्चित

न कोई किसी का मित्र है और न शत्रु. संसार में व्यवहार से ही लोग मित्र और शत्रु होते रहते हैं - नारायण पंडित

करने से बैंकों को इन विनियामक आवश्यकताओं को पूरा करने में मदद मिल सकती है, जिससे जुर्माने और दंड का जोखिम कम हो सकता है.

डेटा-संचालित सुधार:

ग्राहक संतुष्टि स्तरों की निगरानी से उन क्षेत्रों में मूल्यवान जानकारी मिलती है जिनमें सुधार की आवश्यकता हो सकती है. बैंक अपने उत्पादों, सेवाओं और समग्र ग्राहक अनुभव को बेहतर बनाने के लिए ग्राहक प्रतिक्रिया का उपयोग कर सकते हैं, जिससे सुधार का निरंतर चक्र चलता रहता है.

ग्राहकों और समाज के लिए आर्थिक लाभ:

एक मजबूत और स्थिर बैंकिंग क्षेत्र आर्थिक विकास और स्थिरता में योगदान देता है. जब ग्राहक अपने बैंकिंग अनुभव से संतुष्ट होते हैं, तो वे बचत करने, निवेश करने और समग्र अर्थव्यवस्था में सकारात्मक योगदान देने की अधिक संभावना रखते हैं.

बैंक के छवि निर्माण में ग्राहकों का योगदान:

यह याद रखना बहुत ज़रूरी है कि ग्राहक संतुष्टि इस बात का संकेत है कि बैंक का मौजूदा ग्राहक आधार बैंक की पेशकशों और परिचालन को स्वीकार करता है और उससे संतुष्ट है. इससे ग्राहक संतुष्टि से ग्राहक वफ़ादारी में बदलाव में मदद मिलती है और ब्रांड निर्माण में काफ़ी मदद मिलती है. शोध से पता चलता है कि ऐसे अनुमोदन करने वाले ग्राहकों की संख्या जितनी ज़्यादा होगी, बैंक की ब्रांड प्रतिष्ठा उतनी ही ज़्यादा होगी.

निष्कर्ष रूप में, हम यह कह सकते है कि ग्राहक संतुष्टि बैंकिंग क्षेत्र में सिर्फ़ एक प्रचलित शब्द नहीं है; यह पूरे उद्योग को एक साथ जोड़े रखने वाली मुख्य कड़ी है. संतुष्ट ग्राहक न केवल बैंकों को लाभ पहुँचाते हैं, बल्कि अर्थव्यवस्था में विश्वास, स्थिरता और विकास को बढ़ावा देने में भी महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं. ग्राहक कई तरह के होते हैं, हमें बिना किसी भेद- भाव के सबके प्रति संवेदनशील होकर कार्य करते रहना हैं. जैसे-जैसे बैंकिंग परिदृश्य विकसित होता है, ग्राहकों को संतुष्ट रखने के स्थायी महत्व को कभी कम न आँकें. यह बैंकों और उनके द्वारा सेवा प्रदान किए जाने वाले ग्राहकों दोनों के लिए फ़ायदेमंद है.

श्री सौम्यादीप्तो कुमार
(परिवीक्षाधीन अधिकारी)
क्षेत्रीय कार्यालय बरपेटा रोड

छठ

छोड़ चले पीछे आज फिर वो घाट
जोहनी पड़ेगी अब अगले वर्ष की बाट।
दो दिन की शोरगुल, अब थम चुकी है,
सन्नाटे की चादर गलियों में पसर गयी है ।

केल, नरियल, ईख समेत,
बने हैं अन्य पकवान ।
आखिर भक्तों की परीक्षा लेकर,
उदित हुए सूर्य भगवान ।

लिए सरों पर टोकरी, सूप और कोने,
लदे हैं, फलों से जो लगे हैं सब ढोने।
पाकर प्रसाद इस पूजन पावन का,
धन्य हुआ मन रंक और राजन का ।

सूने पड़ गए किनारे जलाशय के,
कुछ अधजले दीप पड़े हैं कोने पे ।
अनगिनत लोगों की भीड़ ओझल हो चुकी है,
नींद से अब उनकी आंख बोझल हो चुकी हैं।

कुछ यादें दिलों में समेटे,
कुछ मीठे अनुभव खुद से लपेटे ।
लिए चला वापिस घर की ओर,
धीरे-धीरे दूर हो रहा मुझसे शोर।

कुमार केशव कुसमाकर
लेहेरियासराय
दरभंगा क्षेत्रीय कार्यालय

महिला उद्यमिता: महिलाओं का व्यवसायिक क्षेत्र में योगदान और चुनौतियाँ

परिचय

आज के युग में महिला उद्यमिता ने न केवल समाज के आर्थिक ढांचे को मजबूती दी है, बल्कि यह महिलाओं के लिए सशक्तिकरण और आत्मनिर्भरता का प्रतीक भी बन चुकी है. पिछले कुछ दशकों में महिलाओं ने व्यवसाय और उद्योग के विभिन्न क्षेत्रों में अपनी पहचान बनाई है. पहले जहाँ महिलाओं को केवल घर की चार दीवारी तक सीमित माना जाता था, वहीं अब वे हर क्षेत्र में सफलतापूर्वक कार्य कर रही हैं. महिला उद्यमिता का मतलब केवल व्यवसाय शुरू करना नहीं है, बल्कि यह एक मानसिकता, आत्मविश्वास और अपनी क्षमता को पहचानने की प्रक्रिया है, जो समाज के लिए आर्थिक और सामाजिक बदलाव लाती है.

इस लेख में हम महिला उद्यमिता के महत्व, महिलाओं द्वारा किए गए योगदान, और इस क्षेत्र में आने वाली चुनौतियों पर चर्चा करेंगे.

महिला उद्यमिता का महत्व

महिला उद्यमिता का समाज और अर्थव्यवस्था पर गहरा प्रभाव पड़ता है. यह न केवल महिलाओं को आर्थिक स्वतंत्रता और आत्मनिर्भरता प्रदान करता है, बल्कि यह समाज में उनके स्थान को भी मजबूती से स्थापित करता है. महिला उद्यमिता के कुछ मुख्य महत्व इस प्रकार हैं:

1. आर्थिक स्वतंत्रता और आत्मनिर्भरता

जब महिलाएँ अपने व्यवसायों को चलाती हैं, तो उन्हें आर्थिक स्वतंत्रता मिलती है. यह उन्हें घर की जिम्मेदारियों से परे अपनी पहचान बनाने का अवसर प्रदान करता है. इसके अलावा, आर्थिक रूप से स्वतंत्र महिलाएँ अपने परिवारों के जीवन स्तर को सुधारने में भी मदद करती हैं.

2. सामाजिक सशक्तिकरण

महिला उद्यमिता महिलाओं को सशक्त बनाती है. यह उन्हें समाज में अपनी स्थिति को बदलने का अवसर देती है. महिला उद्यमिता से जुड़े महिलाएँ अपने समुदाय में एक उदाहरण प्रस्तुत करती हैं और यह दूसरे महिलाओं को भी अपने सपनों को पूरा करने के लिए प्रेरित करती हैं.

3. नवाचार और रचनात्मकता

महिलाएँ विभिन्न क्षेत्रों में नए विचारों, उत्पादों और सेवाओं का निर्माण करती हैं. उनकी व्यवसायिक दृष्टिकोण में नवाचार और रचनात्मकता की महत्वपूर्ण भूमिका होती है. यह नवाचार न केवल उन्हें व्यक्तिगत लाभ देता है, बल्कि समाज और देश की समृद्धि में भी योगदान करता है.

4. रोजगार का सृजन

जब महिलाएँ व्यापार शुरू करती हैं, तो यह सिर्फ उनकी अपनी आय का स्रोत नहीं बनता, बल्कि यह अन्य लोगों के लिए भी रोजगार के अवसर पैदा करता है. महिला उद्यमिता से उत्पन्न व्यापारों से समुदाय में आर्थिक गतिविधियाँ बढ़ती हैं, जिससे समग्र विकास होता है.

महिला उद्यमिता के क्षेत्र में महिलाओं द्वारा किए गए योगदान

महिलाओं ने उद्यमिता के क्षेत्र में अपने संघर्षों और परिश्रम से कई महत्वपूर्ण योगदान दिए हैं. उन्होंने विभिन्न क्षेत्रों में उत्कृष्टता हासिल की है और दुनिया भर में एक प्रेरणा स्रोत बनी हैं.

1. सूचना प्रौद्योगिकी और स्टार्टअप्स

सूचना प्रौद्योगिकी (IT) के क्षेत्र में महिलाओं की भागीदारी बढ़ी है. भारत में कई महिला उद्यमियों ने स्टार्टअप्स की शुरुआत की है, जैसे कि फाल्गुनी नायर (Nykaa) और ऋतु कपूर (Pepperfry) जैसी महिलाएँ जो अब एक बडी संस्थापक बन चुकी हैं. इन महिलाओं ने तकनीकी दृष्टिकोण से महत्वपूर्ण कार्य किए हैं और अन्य महिलाओं के लिए एक मार्गदर्शक के रूप में कार्य किया है.

2. फैशन और डिज़ाइन

महिला उद्यमियों ने फैशन और डिज़ाइन क्षेत्र में भी अपनी धाक जमाई है. कई महिलाएँ अब खुद का फैशन ब्रांड चला रही हैं और फैशन उद्योग में नया आयाम दे रही हैं. उदाहरण के लिए, साबीना कौर और राघवी गुप्ता जैसी महिलाएँ भारतीय फैशन उद्योग में सफल हैं.

बड़े बढ़ाई न करे, बड़े न बोले बोल.

3. स्वास्थ्य और खाद्य उद्योग

महिलाओं ने स्वास्थ्य और खाद्य उद्योग में भी महत्वपूर्ण भूमिका निभाई है. उषा रानी (Usha Rani) जैसे उदाहरणों ने यह साबित किया है कि महिलाएँ इस क्षेत्र में भी सफल हो सकती हैं. महिला उद्यमियों ने आयुर्वेद, जैविक खाद्य पदार्थ, और स्वास्थ्य सेवा के क्षेत्र में नए और प्रभावी समाधान प्रस्तुत किए हैं.

4. शैक्षिक क्षेत्र

महिलाओं ने शिक्षा के क्षेत्र में भी कई नई पहल की हैं. महिलाओं ने निजी शिक्षा संस्थानों की शुरुआत की है और शिक्षा के क्षेत्र में उच्च गुणवत्ता वाली सेवाएँ प्रदान की हैं. उदाहरण के लिए, कला गोयल, जो कि एक प्रसिद्ध शिक्षा उद्यमिता के रूप में जानी जाती हैं, ने शिक्षा के क्षेत्र में अपने अनूठे दृष्टिकोण से योगदान दिया है.

महिला उद्यमिता के रास्ते में आने वाली चुनौतियाँ

महिला उद्यमिता के क्षेत्र में महिलाओं के समक्ष कई चुनौतियाँ हैं. समाज में पारंपरिक सोच, असमान अवसर, और वित्तीय समर्थन की कमी जैसे कारक महिलाओं के व्यवसायिक विकास में बाधाएँ डालते हैं.

1. सामाजिक और सांस्कृतिक बाधाएँ

भारतीय समाज में आज भी पारंपरिक सोच हावी है, जहाँ महिलाओं को घर की जिम्मेदारियों तक सीमित कर दिया जाता है. ऐसे में महिला उद्यमिता को लेकर समाज में बहुत से पूर्वाग्रह और निराशाएँ होती हैं. महिलाएँ जब व्यवसाय शुरू करती हैं, तो उन्हें यह साबित करना पड़ता है कि वे किसी भी पुरुष से कम नहीं हैं.

2. वित्तीय समर्थन की कमी

महिला उद्यमिता के लिए सबसे बड़ी समस्या वित्तीय सहायता की कमी है. बैंक और वित्तीय संस्थाएँ अक्सर महिलाओं को ऋण देने में झिझकती हैं. इसके अलावा, निवेशकों और व्यापारियों का महिलाओं की परियोजनाओं में विश्वास की कमी होना भी एक बड़ी चुनौती है.

3. नेटवर्किंग और संपर्कों की कमी

महिला उद्यमियों के पास पुरुषों की तुलना में नेटवर्किंग और संपर्कों की कमी होती है. यह समस्या तब और बढ़ जाती है जब महिला उद्यमियों को अपने व्यवसाय के लिए आवश्यक संसाधन जुटाने में कठिनाई होती है.

4. समय प्रबंधन और व्यक्तिगत जीवन

महिला उद्यमिता में सबसे बड़ी चुनौती यह भी होती है कि वे अपने व्यक्तिगत जीवन और व्यवसाय को संतुलित करें. महिलाओं को परिवार की जिम्मेदारियों के साथ-साथ व्यवसाय को चलाने में बहुत संघर्ष करना पड़ता है.

5. शिक्षा और प्रशिक्षण की कमी

बहुत सी महिलाओं के पास आवश्यक व्यवसायिक शिक्षा और प्रशिक्षण की कमी होती है. व्यवसाय के लिए आवश्यक कौशल की कमी उन्हें उद्यमिता की राह पर आगे बढ़ने में रुकावट डालती है.

महिला उद्यमिता को प्रोत्साहित करने के उपाय

महिला उद्यमिता को प्रोत्साहित करने के लिए समाज, सरकार और विभिन्न संस्थाओं को मिलकर काम करना होगा. इसके लिए कुछ मुख्य उपाय निम्नलिखित हैं:

1. शिक्षा और कौशल विकास

महिलाओं के लिए उद्यमिता शिक्षा और कौशल विकास कार्यक्रमों की शुरुआत की जानी चाहिए. इस प्रकार की पहल महिलाओं को व्यवसाय शुरू करने के लिए तैयार कर सकती है.

2. वित्तीय सहायता और ऋण योजनाएँ

महिलाओं को ऋण और वित्तीय सहायता देने के लिए विशेष योजनाओं का कार्यान्वयन किया जाना चाहिए. बैंकों को महिलाओं के लिए ऋण प्रक्रियाओं को आसान और पारदर्शी बनाना चाहिए.

3. समाजिक जागरूकता और समर्थन

समाज को महिला उद्यमिता के महत्व के बारे में जागरूक किया जाना चाहिए. महिलाओं के लिए एक सकारात्मक माहौल बनाना और उनके संघर्षों को समझना समाज की जिम्मेदारी है.

4. नेटवर्किंग अवसरों का निर्माण

महिलाओं को नेटवर्किंग के अवसर प्रदान करने के लिए मंचों और कार्यक्रमों का आयोजन किया जाना चाहिए. इससे वे अन्य महिला उद्यमियों से संपर्क कर सकती हैं और व्यवसाय की दुनिया में अपने कदम मजबूत कर सकती हैं.

निष्कर्ष

महिला उद्यमिता केवल एक आर्थिक या व्यवसायिक कदम नहीं है, बल्कि यह समाज में बदलाव और सशक्तिकरण का प्रतीक है. महिलाएँ अब सिर्फ परिवार और समाज के लिए ही नहीं, बल्कि खुद के लिए भी संघर्ष कर रही हैं. हालांकि, इस मार्ग में कई चुनौतियाँ हैं, लेकिन यदि सही तरीके से सहयोग और समर्थन प्राप्त हो, तो महिलाएँ व्यवसाय के क्षेत्र में नई ऊँचाइयों तक पहुँच सकती हैं. महिला उद्यमिता को बढ़ावा देने के लिए जरूरी है कि समाज, सरकार और निजी क्षेत्र मिलकर काम करें और महिलाओं को उनके सपनों को साकार करने का अवसर प्रदान करें.

श्वेता सिन्हा
संकाय प्रमुख
सीएलडी पटना

शिक्षा ऋण का महत्व

मनुष्य के जीवन में जितना महत्त्व भोजन, कपड़े, हवा और पानी का है, उससे कहीं अधिक महत्त्व शिक्षा का है. शिक्षा से मानव विकास होता है. शिक्षा हमारी मानसिक, भावनात्मक, सामाजिक, और आध्यात्मिक विकास को बेहतर बनाती है. और यदि थोड़े पैसो के लिए किसी इंसान को आगे पढ़ने का अवसर न मिले तो इससे दुख की बात और क्या हो सकती है? किसी भी इंसान को पैसों की कमी के कारण पढ़ाई न छोड़नी पड़े इसलिए बैंकों ने शिक्षा के लिए ऋण देना शुरू कर दिया. छात्रों को उच्च शिक्षा प्राप्त करने के लिए प्रोत्साहन एवं वित्तीय सहायता की जरूरत है. आज उच्च शिक्षा पहले से कहीं अधिक महंगी है जिससे छात्रों को अपने पसंद के पाठ्यक्रम और कॉलेजों को वहन करना कठिन हो रहा है. प्रतिभाशाली भारतीय छात्रों को उच्च शिक्षा का खर्च वहन करने में वित्तीय चुनौतियों और कठिनाई का सामना करना पड़ता है. और यही उच्च शिक्षा यदि विदेशों में प्राप्त करनी है तब तो खर्च की कोई सीमा नहीं होती हैं.

शिक्षा ऋण छात्रों के लिए लाभकारी है क्योंकि वे आयकर अधिनियम, 1961 की धारा 80 ई का लाभ उठा सकते हैं. इसमें कहा गया है कि

ऋण आवेदक या उनके सह-आवेदक अपने शिक्षा ऋण पुनर्भुगतान विवरण घोषित करके अपने वार्षिक आयकर भुगतान पर एक निश्चित प्रतिशत छूट का लाभ उठा सकते हैं. इससे बोझ कम होगा और आपके निवेश को भुनाने की आवश्यकता भी समाप्त हो जाएगी. शिक्षा ऋण योजना का उद्देश्य राष्ट्रीय पिछड़ा वर्ग वित्त एवं विकास निगम ,सामाजिक न्याय एवं सशक्तिकरण मंत्रालय द्वारा पिछड़ा वर्ग के छात्रों को सक्षम प्राधिकारी द्वारा अनुमोदित स्नातक एवं उच्च स्तर पर व्यवसायिक/ तकनीकी शिक्षा प्राप्त करने हेतु ऋण उपलब्ध कराना है.

शिक्षा के बाद भुगतान-

छात्र ऋण लाभों में स्थगन अवधि शामिल है. स्थगन अवधि को पुनर्भुगतान अवकाश के रूप में भी जाना जाता है, जहाँ उधारकर्ता अपनी पढ़ाई के दौरान भुगतान करने के लिए बाध्य नहीं होता है. जो छात्र ईएमआई का भुगतान करने के इच्छुक हैं, वे भुगतान कर सकते हैं, लेकिन बैंक छात्रों को उनकी पढ़ाई की अवधि के दौरान ईएमआई का भुगतान करने के लिए बाध्य नहीं कर सकते. इसलिए चूँकि छात्रों को अपनी पढ़ाई की अवधि के दौरान भुगतान के बारे में चिंता करने की ज़रूरत नहीं होती है, इसलिए उन्हें अपनी पढ़ाई पूरी करने, खुद के लिए नौकरी पाने और फिर उसके अनुसार भुगतान करने का लाभ मिलता है.

व्यापक श्रेणी के व्यय कवर किये गये-

एजुकेशन लोन का सबसे बड़ा फायदा यह है कि यह कई तरह के खर्चों को कवर करता है. इसमें छात्र के रहने का खर्च, खाने का खर्च, संस्थान की फीस, यात्रा का खर्च (आना-जाना), अध्ययन सामग्री, लैपटॉप, लाइब्रेरी फीस और बहुत कुछ शामिल है.

अपना सिबिल स्कोर बनाएं- जैसे ही छात्र ऋण चुकाने की जिम्मेदारी लेते हैं, उन्हें अपना क्रेडिट इतिहास बनाने का एक शानदार अवसर मिलता है. यदि छात्र समय पर ईएमआई का भुगतान करके एकरूपता

और अनुशासन बनाए रखते हैं, तो वे एक अच्छी सिबिल रिपोर्ट बना सकते हैं. बैंक आमतौर पर ऋण देने से पहले आवेदक के सिबिल इतिहास और प्रोफ़ाइल पर विचार करते हैं. अच्छा सिबिल आपको भविष्य में अधिक ऋण राशि के साथ कम ब्याज दरों तक पहुँचने में मदद करेगा.

ये भारत में शिक्षा ऋण के कुछ लाभ हैं जिनका लाभ छात्र भारत में अध्ययन करने के लिए उठा सकते हैं. अधिकांश समय, शाखा प्रबंधक छात्रों को शिक्षा ऋण के लाभों के बारे में बताने में विफल रहते हैं. उदाहरण के लिए: स्थगन अवधि- इस अवधि के दौरान उधारकर्ता ऋणदाता को कोई भुगतान करने के लिए बाध्य नहीं होता है. लेकिन अधिकांश समय बैंक इनकी उपेक्षा करते हैं और छात्र अपनी अध्ययन अवधि के दौरान साधारण ब्याज का भुगतान करने के लिए धन की व्यवस्था करते हैं. इसलिए यह सलाह दी जाती है कि छात्र विद्यालोन के माध्यम से आवेदन करें.

जैसे कि हमारे बैंक का एक अत्यंत प्रचलित स्कीम सेन्ट- विद्यार्थी स्कीम है. हमारे बैंक के सेन्ट विद्यार्थी स्कीम का लाभ उठाते हुए विद्यार्थी देश- विदेशों में पढ़ने जाते है जिससे उन्हें एक सुनहरा भविष्य बनाने का मौका मिलता है. हमारा बैंक बहुत ही कम ब्याज में विद्यार्थियों को अपने मन पसंद जगह पढ़ने का अवसर बड़े ही आसानी से प्रदान करती हैं, जिससे यह कहना गलत नहीं होगा कि

किसी के सुनहरे भविष्य गढ़ने में हमारे बैंक का भी योगदान रहता है.

श्री सम्पद चैटर्जी
(परिवीक्षाधीन अधिकारी)
बरपेटा रोड शाखा

सेन्ट्रल बैंक ऑफ़ इंडिया
Central Bank of India
1911 से आपके लिए "केंद्रित" "CENTRAL" TO YOU SINCE 1911

बधाईयाँ

कुमारी आदित्री शर्मा, पुत्री श्री हर्ष शर्मा, वरिष्ठ प्रबंधक, आरपीसी विभाग , क्षेत्रीय कार्यालय रोहतक ने काठमान्डू नेपाल में आयोजित साउथ एशियन ओपन इन्टरनेशनल चैम्पियनशिप 2024 की आयोजित कंराटे चैम्पियनशिप में कास्य पदक प्राप्त किया है. सेन्ट्रलाइट परिवार आपके उज्जवल भविष्य की कामना करता है.

समय प्रबंधन

समय प्रबंधन जीवन का एक महत्वपूर्ण पहलू है, जो हमारे कार्यों को व्यवस्थित और प्रभावी तरीके से पूरा करने में मदद करता है. समय एक सीमित संसाधन है, और यह किसी के पास भी अनंत नहीं होता. हर व्यक्ति को एक दिन में 24 घंटे मिलते हैं, और यह इस पर निर्भर करता है कि हम उन 24 घंटों का कितनी अच्छी तरह उपयोग करते हैं. समय का सही प्रबंधन हमें अपने लक्ष्यों को हासिल करने, कार्यों को प्राथमिकता देने और व्यक्तिगत जीवन में संतुलन बनाए रखने में मदद करता है. इस लेख में हम समय प्रबंधन के महत्व, उसके लाभ और समय प्रबंधन के कुछ प्रभावी उपायों पर चर्चा करेंगे.

समय का महत्व

समय का मूल्य हर व्यक्ति को समझना चाहिए, क्योंकि एक बार बीता हुआ समय कभी वापस नहीं आता. जो लोग समय का सही उपयोग करते हैं, वे न केवल अपने कार्यों में उत्कृष्टता प्राप्त करते हैं, बल्कि अपने जीवन में भी संतुष्ट रहते हैं. समय का सही प्रबंधन न केवल कार्यों को प्राथमिकता देने में मदद करता है, बल्कि यह मानसिक शांति, स्वस्थ जीवनशैली और अधिक उत्पादकता भी सुनिश्चित करता है.

समय प्रबंधन हमें यह समझने में मदद करता है कि हमें किस कार्य को पहले करना है और किसे बाद में टाल सकते हैं. यह हमारी कार्यक्षमता को बढ़ाता है और हमारी ऊर्जा को सही दिशा में लगाता है. यदि समय का प्रबंधन ठीक से न किया जाए, तो हम अपने कार्यों को पूरा करने में विफल हो सकते हैं, जिससे तनाव, अवसाद और असफलता की स्थिति उत्पन्न हो सकती है.

समय प्रबंधन के लाभ

1. उत्पादकता में वृद्धि: यदि हम अपने समय का सही उपयोग करते हैं, तो हम अधिक कार्यों को कम समय में पूरी प्रभावशीलता के साथ कर सकते हैं. इससे हमारी उत्पादकता में वृद्धि होती है और हम ज्यादा से ज्यादा काम कर पाते हैं.
2. मानसिक शांति: जब हम अपने कार्यों को सही तरीके से और समय पर करते हैं, तो इससे मानसिक शांति मिलती है. समय का प्रबंधन हमें काम को स्थगित करने की प्रवृत्ति से बचाता है, जिससे मानसिक तनाव कम होता है.
3. बेहतर निर्णय लेने की क्षमता: समय प्रबंधन से हम कार्यों को सही प्राथमिकता देते हैं, जिससे बेहतर निर्णय लेने में मदद मिलती है. सही समय पर सही कार्य करना सफलता की कुंजी है.
4. समय की बचत: जब हम अपना समय अच्छी तरह से प्रबंधित करते हैं, तो हम कार्यों को जल्दी और कुशलता से पूरा करते हैं. इस प्रकार, हम अपने समय को बचाते हैं और बाकी समय का उपयोग अन्य आवश्यक कार्यों में कर सकते हैं.
5. लक्ष्य की ओर तेजी से बढ़ना: समय का सही प्रबंधन हमें हमारे दीर्घकालिक और संक्षिप्तकालिक लक्ष्यों के प्रति केंद्रित रखने में मदद करता है. जब हमें पता होता है कि हमें कब और क्या करना है, तो हम अपने लक्ष्यों को आसानी से प्राप्त कर सकते हैं.

समय प्रबंधन के उपाय

समय प्रबंधन कोई जटिल प्रक्रिया नहीं है, बल्कि यह एक आदत है जिसे हम अपने जीवन में शामिल कर सकते हैं. यहाँ कुछ प्रभावी उपाय दिए गए हैं, जो समय प्रबंधन में मदद कर सकते हैं:

1. कार्य की योजना बनाएं

समय प्रबंधन की पहली और सबसे महत्वपूर्ण बात यह है कि हम अपनी दिनचर्या की योजना बनाएं. हर दिन, सप्ताह और

महीने के लिए कार्यों की सूची तैयार करें. यह सूची हमें यह बताती है कि कौन से कार्य प्राथमिकता के हैं और उन्हें पहले करना चाहिए. कार्यों को सूचीबद्ध करने से यह भी सुनिश्चित होता है कि कोई भी महत्वपूर्ण कार्य न छूटे.

2. **कार्य की प्राथमिकता तय करें**

हमेशा यह याद रखें कि सभी कार्य समान रूप से महत्वपूर्ण नहीं होते. कुछ कार्य तत्काल और महत्वपूर्ण होते हैं, जबकि कुछ कार्य स्थगित किए जा सकते हैं. कार्यों को प्राथमिकता के आधार पर वर्गीकृत करें. "Eisenhower Matrix" एक बहुत प्रभावी उपकरण है, जिसके माध्यम से आप कार्यों को चार श्रेणियों में विभाजित कर सकते हैं:

- महत्वपूर्ण और तात्कालिक
- महत्वपूर्ण लेकिन तात्कालिक नहीं
- तत्कालिक लेकिन महत्वपूर्ण नहीं
- न तात्कालिक और न महत्वपूर्ण

इस तरह से कार्यों को प्राथमिकता देने से हम यह जान सकते हैं कि कौन से कार्य सबसे पहले करना चाहिए.

3. **समय सीमा निर्धारित करें**

प्रत्येक कार्य के लिए एक निश्चित समय सीमा निर्धारित करें. जब हमें पता होता है कि किसी कार्य को कितना समय देना है, तो हम उसे और अधिक कुशलता से कर सकते हैं. समय सीमा से कार्यों में विलंब कम होता है और हम अपना समय बचा पाते हैं. इसके अलावा, समय सीमा से कार्यों को स्थगित करने की प्रवृत्ति भी कम होती है.

4. **विलंब से बचें**

विलंब समय प्रबंधन का सबसे बड़ा दुश्मन है. कार्यों को टालना हमारी उत्पादकता को नष्ट कर देता है और समय की बर्बादी का कारण बनता है. यदि आप किसी कार्य को करना चाहते हैं, तो उसे तुरंत शुरू करें. छोटे कार्यों से शुरुआत करें, इससे आत्मविश्वास बढ़ेगा और बड़े कार्यों को भी जल्दी पूरा करने में मदद मिलेगी.

5. **विश्राम और ब्रेक लें**

समय प्रबंधन का मतलब सिर्फ काम करना नहीं है. कार्यों के बीच में छोटे-छोटे ब्रेक लें. लगातार काम करते रहने से मानसिक थकान हो सकती है और उत्पादकता में गिरावट आ सकती है. इसलिए, हर घंटे या डेढ़ घंटे के बाद छोटा ब्रेक लें और फिर काम पर वापस लौटें. यह आपकी ऊर्जा को बनाए रखेगा और मानसिक शांति प्रदान करेगा.

6. **''न'' कहना सीखें**

अक्सर हम अधिक कार्यों को स्वीकार कर लेते हैं, जिससे हम अपने समय का सही उपयोग नहीं कर पाते. आपको यह सीखना होगा कि कब ''न'' कहना है. जब आपको कोई कार्य असंवेदनशील लगे या आपकी प्राथमिकताओं के अनुरूप न हो, तो बिना किसी हिचकिचाहट के ''न'' कहें. इससे आपका समय बच जाएगा और आप अपने महत्वपूर्ण कार्यों पर ध्यान केंद्रित कर सकेंगे.

समय प्रबंधन में तकनीकी मदद

आज के डिजिटल युग में, समय प्रबंधन के लिए कई मोबाइल ऐप और सॉफ़्टवेयर उपलब्ध हैं जो समय का ट्रैक रखने और कार्यों की सूची बनाने में मदद करते हैं. आप Google Calendar, Todoist, Trello, और अन्य ऐप्स का उपयोग कर सकते हैं, जो आपके कार्यों की प्राथमिकता को प्रबंधित करने में मदद करते हैं और कार्यों को समय सीमा के भीतर पूरा करने की प्रेरणा देते हैं.

निष्कर्ष

समय प्रबंधन एक अत्यधिक महत्वपूर्ण कौशल है जो सफलता की कुंजी बन सकता है. यदि हम समय का सही उपयोग करें, तो हम अपनी उत्पादकता को बढ़ा सकते हैं, अपने लक्ष्यों को आसानी से प्राप्त कर सकते हैं, और मानसिक शांति भी पा सकते हैं. समय का सदुपयोग करने के लिए हमें अपनी दिनचर्या को व्यवस्थित करना होगा, कार्यों की प्राथमिकता तय करनी होगी, और कार्यों को समय पर पूरा करने के लिए प्रतिबद्ध रहना होगा. समय प्रबंधन के द्वारा हम अपने जीवन को अधिक संतुलित, सुखी और सफल बना सकते हैं.

सौरभ वर्मा
सहायक प्रबंधक, ऋण विभाग
क्षेत्रीय कार्यालय, पटना

रेसिपी

चंद्रकला

सामग्री:

भराई के लिए:-

मावा -	200 ग्राम
पाउडर चीनी -	2 बड़े चम्मच
कटे हुए बादाम -	1 बड़ा चम्मच
कटे हुए काजू -	2 बड़े चम्मच
नारियल पाउडर -	2 बड़े चम्मच
हरी इलायची पाउडर -	1/4 छोटा चम्मच
घी -	1 छोटा चम्मच

आटे के लिए:-

मैदा -	2 कप
घी -	2 बड़े चम्मच
बेकिंग सोडा -	2 चुटकी
नमक -	1 चुटकी
पानी	

चाशनी के लिए:-

चीनी -	1 कप
पानी -	1/2 कप
हरी इलायची पाउडर -	1/4 छोटा चम्मच

तलने के लिए तेल/घी

सजावट के लिए पिस्ता

आटा बनाएं -

सबसे पहले मैदा, नमक, बेकिंग सोडा और घी मिलाकर आटा गूंथ लें। आटा बनाने के लिए थोड़ा-थोड़ा करके पानी डालें।

15-20 मिनट के लिए अलग रख दें।

स्टफिंग बनाएं -

सबसे पहले घी में बादाम और काजू को भून लें।

फिर इसमें क्रम्बल किया हुआ खोया, चीनी पाउडर, इलायची पाउडर, नारियल पाउडर, भुने हुए बादाम और काजू मिलाएं।

अच्छी तरह से गूंथ लें। यह बहुत ज्यादा क्रम्बली नहीं होना चाहिए।

चाशनी बनाएं -

मध्यम आंच पर उबालकर चाशनी तैयार करें। इस मिठाई के लिए 1/2 तार की स्थिरता पर्याप्त है। यानी अगर आप अपनी उंगलियों के बीच एक बूंद की जांच करते हैं, तो एक तार बनता है और जल्दी से टूट जाता है। यह चिपचिपा होगा, पानी जैसा नहीं। चूल्हे को बंद करने के बाद इलायची पाउडर डालें।

बाहरी परत तैयार करें -

15-20 मिनट के बाद आटे को फिर से गूंथ लें ताकि यह बिना किसी दरार के चिकना और मुलायम हो जाए। रोल करें और बराबर आकार की गेंदों में विभाजित करें। धीरे से मोटी पूरियां बेलें। एक चौड़ी प्लेट में व्यवस्थित करें।

चंद्रकला / सूर्यकला का आकार देना -

सूर्यकला बनाने के लिए, पूरी के बीच में भरावन रखें, इसे दूसरी पूरी से ढक दें। सील करने के लिए किनारों को दबाएं और चित्र में दिखाए अनुसार लगातार मोड़ें।

मिठाई पकाना -

तेल / घी गरम करें और कुछ बैच तलें। तेल में डालने के बाद, मध्यम आंच पर पकाएं। एक समान भूरा होने के लिए पलटते रहें। तेल से निकाल कर चाशनी में 5-10 मिनट तक भिगो दें। मीठी चंद्रकला तैयार है। प्लेट में सजाएँ और पिस्ता से सजाएँ।

श्वेता सुमन
वरिष्ठ प्रबंधक
को लेंडिंग सेल, इमर्जिंग बिजनेस ब्रांच
केंद्रीय कार्यालय

सर्दियों हेतु मेथी के लड्डू

1 किलो मेथी के लड्डू बनाने के लिए -

सामग्री: मेथी 250 ग्राम, शुद्ध घी 1 किलो, सूखा नारियल 1 किलो (किस कर लेना है), गुड 1 किलो, गोंद 250 ग्राम, सुखे खजूर 1 किलो, काजू 250 ग्राम, बदाम 250 ग्राम, अलीव 50 ग्राम.

विधि: सबसे पहले मेथी दाने को साफ करके पिस लें फिर उसे दूध में भिगोकर रात भर या 4 घंटे तक रखें. सुबह उसे अपने हाथ से अलग अलग करें. एक कडाई में दो छोटे चम्मच घी लेकर उसमें मेथी डालकर अच्छे से भून लें. उसका कलर गुलाबी होने तक भून लें. उसमें से भुनने की सुगंध आने लगी तब समझ लेना मेथी अच्छे से भून गई है. फिर एक बडे से बर्तन में 1 किलो घी डालकर गरम करें उसी में हमें गोंद फ्राय करना है. गोंद को साफ करके उसी घी में फ्राय कर लें. घी में गुड को बारीक कर के डाल दें. गुड अच्छे से पिघला कर पाक तैयार कर लें. उसके बाद उसमें मेथी डाल दें और अच्छे से मिक्स कर लें. जिसमें उसकी कडवाहट कम हो जाए. बाद में उसमें बारीक कटे हुए खजूर, सुखा कदुकस किया हुआ नारीयल, फ्राय किया हुआ गोंद, काजू और

बदाम डालकर मिक्स करें. अलीव भूनकर पिस लें फिर उसे भी सामग्री में मिक्स कर लें. सभी सामग्री मिलाकर वापस धीमे आंच पर 10 मिनट तक थोडा भून लें. फिर नीचे उतार कर उसके लड्डू बना लें

ठंड के दिनों में यह लड्डू सेहत के लिए काफी अच्छे होते हैं.

चकली

सामग्री : चावल 1 किलो, चनादाल ½ किलो, मूंगदाल 1 कटोरी, उडद दाल 1 कटोरी, साबूदाना 1 कटोरी, पोहा 1 कटोरी, सूखा धनिया 2 चम्मच, जीरा 2 चम्मच, तिल 2 चम्मच.

उपर दी गई सभी सामग्री को अच्छे तरह धोकर सूखा लें (सूखा धनिया, जीरा छोडकर) फिर गैस पर बर्तन रखकर उस में सभी सामग्री को गुलाबी कलर आने तक अलग अलग भून लें. ठंडा होने के बाद सभी को एक साथ कर लें फिर से चक्की पर पिसवा लें.

अब आपके चकली बनाने हेतु आटा तैयार है , उसमें और लगने वाली सामग्री नीचे दी है. सामग्री :

1) 5 कटोरी चकली का आटा

2) तिखी लाल मिर्ची पावडर 2 चम्मच

3) तिल 2 चम्मच

4) नमक स्वादानुसार

5) आधी कटोरी तेल

6) हलदी 1 चम्मच

विधि: पहले एक बर्तन में 21/2 कटोरी पानी ले और उस बर्तन को कम आँच पर रखें उसमें आधी कटोरी तेल डालें. लाल मिर्ची पावडर. हलदी, नमक और तिल डाले. पानी खौलने लगे तो उसमें आटा डाल कर एक बडे चम्मच से अच्छे से मिला लें और उसमें 1 कटोरी ठंडा पानी डालकर बर्तन पर ढक्कन लगा लें. आंच बंद कर दें. 15 मिनट तक ऐसे ही रहने दें ताकि अपना चकली का आटा अच्छे से फुल जाए. उसे एक परात में निकालकर एक साथ हाथ से मिला लें. जैसे हम रोटी का आटा गूंथते है. फिर उसे चकली बनाने के साचे में डालकर एक पेपर पर चकली डाल लें और चकली तलने के लिए गैस पर तेल गरम कर लें और मिडियम आँच पर चकली फ्राय करें ताकि अंदर चकली कच्ची न रह जाए. इसी प्रकार सभी चकली फ्राय कर लें. इस प्रकार चकली बनाएंगे तो वह तेल नहीं छोडेगी और खाने में भी बेहत क्रिस्पी बनेगी.

सुश्री मनिषा टिके
पुस्तकालय - प्रबंधक
एसपीबीटी महाविद्यालय

इमर्जिंग बिज़नेस (उभरते हुए व्यापार)

आजकल, वैश्विक व्यापारिक परिप्रेक्ष्य में न केवल पारंपरिक व्यवसाय बल्कि कई नए और उभरते हुए व्यवसायों की भी गूंज सुनाई देती है। 21वीं सदी के इस डिजिटल युग में तकनीकी नवाचार, वैश्विक संपर्क और बदलती हुई ग्राहक प्राथमिकताएँ नए व्यापार अवसरों को जन्म दे रही हैं। यदि हम उभरते हुए व्यवसायों पर एक नजर डालें तो पता चलता है कि इनकी प्रकृति और विकास की गति काफी तेजी से बदल रही है। इसके साथ ही इन व्यवसायों के विस्तार और संभावनाओं के आंकड़े भी बहुत प्रभावशाली हैं।

उभरते हुए व्यापारों की पहचान

उद्योग जीवन चक्र में पाँच अलग-अलग चरण होते हैं- स्टार्ट-अप, विकास, शेकआउट, परिपक्वता और गिरावट।

उभरते उद्योग स्टार्ट-अप चरण का हिस्सा होते हैं क्योंकि ये व्यवसाय अपने शुरुआती चरण में न्यूनतम राजस्व उत्पन्न करते हैं, उपभोक्ता आधार की कमी होती है, आपूर्ति श्रृंखला अविकसित होती है और जनता नए उत्पाद से अपरिचित होती है।

इन व्यापारों की विशेषता यह है कि इनका बाजार तेजी से बढ़ रहा है और ये भविष्य में काफी अधिक संभावना रखते हैं। इनका मुख्य आकर्षण तकनीकी बदलाव, वैश्विक आपूर्ति श्रृंखला और उपभोक्ता की बदलती जरूरतों के साथ जुड़ा हुआ है।

इस लेख में 10 प्रमुख उभरते हुए व्यवसायों के बारे में बताया गया है -

1. ई-कॉमर्स (E-commerce)/ क्विक कॉमर्स (Quick-Commerce)

भारत में ई-कॉमर्स ने पिछले कुछ वर्षों में अद्वितीय वृद्धि देखी है। 2023 में भारतीय ई-कॉमर्स बाजार का आकार लगभग 84 बिलियन डॉलर (₹7.2 लाख करोड़) था, और 2027 तक यह बाजार लगभग 200 बिलियन डॉलर (₹16.8 लाख करोड़) तक पहुँचने का अनुमान है। ऑनलाइन शॉपिंग अब केवल एक विकल्प नहीं, बल्कि उपभोक्ताओं के जीवन का अभिन्न हिस्सा बन गई है। उदाहरण के लिए, 2023 में भारत में 150 मिलियन से अधिक ई-कॉमर्स खरीदार थे और यह संख्या 2025 तक बढ़कर 250 मिलियन के आसपास पहुँचने की संभावना है।

इसके अलावा, छोटे शहरों और गाँवों में भी इंटरनेट की पहुंच बढ़ने के साथ ही, अधिक उपभोक्ता ई-कॉमर्स का हिस्सा बन रहे हैं। ग्रामीण ई-कॉमर्स में 2023-24 के दौरान 40% तक वृद्धि देखी गई है।

प्रमुख ई-कॉमर्स प्लेटफॉर्म जैसे फ्लिपकार्ट, अमेज़ॅन, ब्लिंकिट, मिंत्रा, जेप्टो और अन्य स्थानीय खिलाड़ी इस क्षेत्र में अग्रणी भूमिका निभा रहे हैं।

2. फिनटेक (Fintech)

वित्तीय तकनीकी क्षेत्र में भी कई नए अवसर पैदा हो रहे हैं। भारत में फिनटेक का बाजार 2023 तक ₹ 8.3 लाख करोड़ से अधिक का हो चुका था और यह अनुमान है कि 2025 तक यह बाजार ₹ 10.5 लाख करोड़ तक पहुँच सकता है।

भारत में डिजिटल भुगतान 2022 में ₹125 लाख करोड़ तक पहुंच चुका था, और यह संख्या 2025 तक ₹200 लाख करोड़ तक पहुँचने का अनुमान है। भारतीय स्टार्टअप्स जैसे पेटीएम, गूगल पे, फोनपे, और अन्य फिनटेक कंपनियां इस क्षेत्र में अग्रणी हैं।

3. ब्लॉकचेन और क्रिप्टोकरेंसी (Blockchain and Cryptocurrency)

ब्लॉकचेन तकनीक और क्रिप्टोकरेंसी ने वित्तीय क्षेत्र के परिदृश्य को बदलने का कार्य किया है। भारत में ब्लॉकचेन तकनीक का उपयोग 2023 तक ₹ 2,000 करोड पहुंच चुका था, और यह 2027 तक ₹ 7,500 करोड़ पहुँचने का अनुमान है। क्रिप्टोकरेंसी में निवेश करने वाले भारतीयों की संख्या 2023 तक 20 मिलियन थी और यह संख्या

आगामी वर्षों में और बढ़ने की संभावना है।

भारत सरकार ने भी ब्लॉकचेन तकनीक के उपयोग को बढ़ावा देने के लिए कई योजनाएँ बनाई हैं, जिससे इस क्षेत्र में और भी अवसर पैदा हो सकते हैं।

4. पेमेंट एग्रीगेटर्स (Payment Aggregators)

भारत में पिछले कुछ वर्षों में नए पेमेंट एग्रीगेटर्स को मिले लाइसेंस ने डिजिटल भुगतान की दिशा में महत्वपूर्ण बदलाव लाए हैं। इन लाइसेंसों ने भुगतान उद्योग को संरचित और सुरक्षित बनाने में मदद की है, जिससे ग्राहकों और व्यापारियों दोनों के लिए फायदे हुए हैं।

भारतीय रिज़र्व बैंक (RBI) ने 2020 में पेमेंट एग्रीगेटर्स और पेमेंट गेटवे के लिए नियामक दिशा-निर्देश जारी किए थे जिसके बाद पिछले कुछ वर्षों में कई नए पेमेंट एग्रीगेटर्स को भारतीय रिज़र्व बैंक से लाइसेंस प्राप्त हुआ है जैसे रेजर पे, बिल डेस्क, पे यू, जोमैटो इत्यादि । इनमें से कुछ प्रमुख पेमेंट एग्रीगेटर्स ने व्यवसायों के लिए भुगतान समाधान प्रदान करने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाई है। 2023 के आंकड़ों के अनुसार, Razorpay भारत के 1,000,000 से अधिक व्यापारियों को सेवा प्रदान करता है और हर साल ₹10,000 करोड़ से अधिक के डिजिटल लेन-देन को प्रोसेस करता है।

5. सतत ऊर्जा और पर्यावरण व्यवसाय (Sustainable Energy and Environmental Businesses)

भारत सरकार ने 2030 तक 500 उें नवीकरणीय ऊर्जा (Renewable Energy) का लक्ष्य रखा है। भारत में सौर ऊर्जा का उत्पादन 2023 तक लगभग 70 उें था, और यह 2030 तक 280 उें तक पहुँचने की उम्मीद है। इसके अलावा, भारत में इलेक्ट्रिक वाहन (EV) बाजार में भी तेजी से वृद्धि हो रही है। 2023 में भारत में ई बिक्री 15 लाख यूनिट्स से अधिक हुई थी, और अनुमान है कि 2030 तक यह संख्या 3 करोड़ यूनिट्स तक पहुँच सकती है।

सतत ऊर्जा और पर्यावरण से संबंधित व्यापारों के लिए यह बहुत बड़ी संभावनाएँ उत्पन्न कर रहा है और यह क्षेत्र अगले दशक में निवेशकों के लिए एक आकर्षक अवसर बन सकता है।

6. स्वास्थ्य और कल्याण (Health and Wellness)

स्वास्थ्य और कल्याण के व्यवसाय में तेजी से वृद्धि हो रही है। 2023 में भारतीय हेल्थकेयर उद्योग का आकार ₹14.7 लाख करोड़ था, और यह 2025 तक ₹21.5 लाख करोड़ तक पहुँचने का अनुमान है। टेलीमेडिसिन का क्षेत्र भी तेजी से बढ़ रहा है। 2023 में भारत में टेलीमेडिसिन का बाजार ₹1,800 करोड़ था और यह 2028 तक ₹15,000 करोड़ तक पहुँच सकता है। प्रैक्टिस मैडिसिन, फर्स्टक्रिक, और डॉक्टर 24x7 जैसे प्लेटफॉर्म इस क्षेत्र में सक्रिय हैं।

इसके अलावा, फिटनेस ऐप्स और ऑनलाइन फिटनेस कोचिंग की मांग में भी वृद्धि हुई है। उदाहरण के लिए, 2023 में भारत में फिटनेस ऐप्स का उपयोग करने वाले लोगों की संख्या 5 करोड़ से अधिक थी, जो आने वाले वर्षों में दोगुना होने की संभावना है।

7. आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस और ऑटोमेशन (Artificial Intelligence and Automation)

आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस (AI) और ऑटोमेशन उद्योग ने बहुत तेजी से विकास किया है। AI का भारतीय बाजार 2023 तक ₹25,000 करोड़ से अधिक था, और यह 2027 तक ₹1.7 लाख करोड़ तक पहुँचने का अनुमान है। भारतीय कंपनियाँ जैसे कि टीसीएस, इनफोसिस और विप्रो एआई - आधारित समाधान प्रदान कर रही हैं, और इस क्षेत्र में कुछ नए स्टार्टअप्स जैसे कृत्रिम लोकस वायसा आदि भी अपनी जगह बना रहे हैं।

ऑटोमेशन से मैन्युफैक्चरिंग और उत्पादन प्रक्रियाओं को अधिक कुशल और कम लागत में किया जा सकता है। 2023 में, भारतीय उद्योगों ने ऑटोमेशन के लिए ₹3,000 करोड़ से अधिक का निवेश किया, और यह संख्या अगले कुछ वर्षों में कई गुना बढ़ने की उम्मीद है।

हाल ही में अक्टूबर 2024 में प्रसिद्ध कंप्यूटर वैज्ञानिक एंड्रयू एनजी के नेतृत्व वाले एआई फंड ने गुरुग्राम स्थित हेल्थकेयर स्टार्टअप 'जीवी' में निवेश किया है। इसके अतिरिक्त, एक सर्वेक्षण के अनुसार, 95% भारतीय कंपनियां अगले पांच वर्षों में एआई में अपने निवेश को बढ़ाने की योजना बना रही हैं, जिससे यह संकेत मिलता है कि भारत में एआई को तेजी से अपनाया जा रहा है।

8. एजुकेशन टेक्नोलॉजी (EdTech)

शिक्षा के क्षेत्र में टेक्नोलॉजी का प्रवेश और ऑनलाइन लर्निंग प्लेटफार्म्स ने एक नई क्रांति का आगाज किया है। 2023 में भारतीय EdTech बाजार का आकार ₹10,000 करोड़ था और यह 2025 तक ₹20,000 करोड़ तक पहुँचने की संभावना है।

भारत में ऑनलाइन शिक्षा लेने वाले छात्रों की संख्या 2023 में 9 करोड़ से अधिक थी, और यह संख्या 2025 तक 13 करोड़ तक पहुँचने का अनुमान है। इसके अलावा, शिक्षा क्षेत्र में AI और ML आधारित पर्सनलाइज्ड लर्निंग प्लेटफार्म्स का भी तेजी से विकास हो रहा है।

अनऐकेडमी, ऐलेन, टॉपर, सिम्पलिलर्न, कोर्सेरा कुछ प्रमुख एड-टेक प्लेटफॉर्म है जो छात्रों के लिए पर्सनलाइज्ड और इंटरएक्टिव लर्निंग प्रदान करता है।

9. कृषि-तकनीक (एग्रीटेक):

कृषि उत्पादकता बढ़ाने, किसानों की आय बढ़ाने और खाद्य सुरक्षा सुनिश्चित करने के लिए कृषि-तकनीक में निवेश बढ़ रहा है। प्रौद्योगिकी का उपयोग करके कृषि में सुधार लाने के लिए विभिन्न समाधान विकसित

किए जा रहे हैं, जैसे कि सटीक कृषि, कृषि डेटा विश्लेषण, और कृषि रोबोटिक्स। एआई और मशीन लर्निंग का उपयोग फसल की पैदावार का अनुमान लगाने, जल संसाधनों का कुशल प्रबंधन करने और रोगों का पता लगाने में किया जा सकता है।

स्टार्टअप्स भी कृषि-तकनीक के क्षेत्र में महत्वपूर्ण भूमिका निभा रहे हैं और नवीन समाधान विकसित कर रहे हैं।

10. इंटरनेट ऑफ थिंग्स (IoT)

IoT भौतिक उपकरणों, वाहनों, घरेलू उपकरणों और अन्य वस्तुओं के परस्पर जुड़े नेटवर्क को संदर्भित करता है जो सेंसर, सॉफ़्टवेयर और कनेक्टिविटी से जुड़े होते हैं, जिससे उन्हें डेटा एकत्र करने और उसका आदान-प्रदान करने की अनुमति मिलती है। IoT खुदरा और स्वास्थ्य सेवा से लेकर विनिर्माण और परिवहन तक के उद्योगों को बदल रहा है, जिससे दक्षता और नवाचार के नए स्तर संभव हो रहे हैं।

निष्कर्ष

उभरते हुए व्यवसायों की दिशा और गति बहुत तेजी से बदल रही है। तकनीकी विकास, वैश्विक कनेक्टिविटी और बदलते हुए उपभोक्ता व्यवहार के साथ नए व्यापार क्षेत्रों का उभार हो रहा है।

उभरते बाजारों में विकास और विस्तार चाहने वाले व्यवसायों के लिए अपार संभावनाएं हैं। ये अर्थव्यवस्थाएं, जो तेजी से विकास, बढ़ते मध्यम वर्ग और प्रौद्योगिकी तक बढ़ती पहुंच की विशेषता रखती हैं, निवेशकों और उद्यमियों के लिए रोमांचक अवसर प्रदान करती हैं। हालाँकि, इन क्षेत्रों में कारोबारी माहौल को नेविगेट करना भी अनूठी चुनौतियाँ प्रस्तुत करता है, जिनके लिए सावधानीपूर्वक विचार और रणनीतिक योजना की आवश्यकता होती है।

प्रत्येक बाजार की अनूठी विशेषताओं को समझकर, मजबूत स्थानीय भागीदारी बनाकर और दीर्घकालिक दृष्टिकोण अपनाकर, व्यवसाय उभरती अर्थव्यवस्थाओं के गतिशील और निरंतर विकसित होने वाले परिदृश्य में सफलता के लिए खुद को तैयार कर सकते हैं।

सुश्री नेहा अग्रवाल
वरिष्ठ प्रबंधक
आंचलिक कार्यालय, दिल्ली

यात्रा वृतांत - गोवा का सफर

गोवा देश का एक ऐसा राज्य है जहाँ हर राज्य के एवं दूसरे देश से सैलानी घूमने के लिए आते हैं. गोवा अपने खूबसूरत समुद्री तटों के लिए दुनिया भर में मशहूर है. गोवा भारत के सबसे छोटे राज्यों में से है. पश्चिम में अरब सागर से घिरा हुआ है. गोवा की राजधानी पणजी है. पहले यह पुर्तगाली कब्जे में था. 1962 में भारत का हिस्सा बन गया और 1987 में इसे राज्य का दर्जा मिला. यह स्थान शांतिप्रिय पर्यटकों और प्रकृति प्रेमियों को बहुत भाता है. गोवा एक छोटा सा राज्य है. यहाँ छोटे-बडे लगभग 40 समुद्री तट है. यह एक लोकप्रिय विदेशी और घरेलू यात्रा स्थल है. हमने भी अपना मन बना लिया गोवा घूमने का. गोवा जाने के लिए मुंबई से आप ट्रेन से, बस से या हवाई जहाज से भी जा सकते हैं.

हमने मुंबई से फ्लाइट ली और गोवा के एअरपोर्ट डैबोलिम पर पहुँचे. वहाँ से हमने एक निजी कार (गाडी) द्वारा पणजी पहुँचे. पणजी से हमने गोवा के अलग अलग जगहों पर घुमने का प्रोग्राम बनाया.

पालोलेम बीच: पालोलेम बीच दक्षिण गोवा में कैनाकोना क्षेत्र में एक सफेद रेत का स्वर्ग है. यहां का माहौल बड़ा शांत रहता है. यह गोवा के समुद्र तटों में एक है. यहाँ कतारों से लगे ताड के पेड है और लकडी की झोपडियाँ बनी हुई है. जो इस बीच की सुंदरता को बनाए रखती है.इस बीच पर बैठकर खूबसूरत सूर्यास्त का नजारा देख सकते हैं. इस बीच पर बहुत सारे पर्यटक विदेशी भी देखे जाते हैं. इसलिए इस बीच को फॉरेनर बीच भी कहा जाता है. पालोलेम समुद्र तट पर डॉलफिन देखने का भी लाभ उठा सकते हैं. बीच पर जाते समय सनग्लासेस और समस्क्रीन अवश्य अपने साथ रखें. पालोलेम बीच के पास एक छोटा सा टापू है जिस पर अमेरिकी आर्टिस्ट जैक टायलिक्की के द्वारा बनाई गई एक पत्थर की आकृति है जो पर्यटकों के आकर्षण का केन्द्र है. इस आकृति पर लिखा है ''गिव इफ यू कैन टेक इफ यू हैव टू'' इसे मनी स्टोन भी कहते हैं. लोग अपनी इच्छानुसार इसमें पैसे डाल सकते हैं या निकाल सकते हैं. यह बीच मडगाँव से 30 मिनट की ड्राइव दूरी पर है.

बागा बीच: यह बीच उत्तरी गोवा में स्थित है. यह गोवा का बहुत ही लोकप्रिय समुद्र तट है. बागा बीच का नाम बागा क्रीक के नाम पर रखा गया है, जो कि अरब सागर में बहती है. बागा बीच पैरासीलिंग , वाटर स्पोर्ट्स और बनाना राईड जैसे पानी के खेल आदि के लिए मशहूर है. यहाँ डॉल्फिन भी देखे जा सकते है. बागा बीच पर भूरी रेत और पाम के बहुत सारे पेड है. बीच के पास बहुत सारी झोपडियाँ और फिशिंग बोट देखने मिलते हैं. गोवा कार्निवल के दौरान इस बीच की रौनक और भी बढ जाती है. बागा बीच पर आने वाले पर्यटकों के लिए इस बीच की नाइट लाइफ ज्यादा आकर्षित करती है. यह बीच अगौडा फोर्ट से शुरु होकर चापोरा बीच तक फैला हुआ है. यह बीच गोवा की राजधानी पणजी से करीब 16 किलोमीटर दूर है. यह एक बहुत ही लोकप्रिय समुद्र तट है जहाँ बागा नदी का संगम समुद्र से होता है. इस बीच की भूरी रेत, पाम के पेड़, शांतिपूर्ण वातावरण पर्यटकों को अपनी ओर आकर्षित करता है.

दूधसागर वॉटरफॉल: भारत का चौथा सबसे ऊंचा वॉटरफॉल है. यह गोवा की मनडोवी नदी पर स्थित है. यह भगवान महावीर सेंक्चुरी और मोलम नेशनल पार्क में है. इसका पानी दूध जैसा सफेद है. इसलिए इसका नाम दूधसागर है. यहाँ हरियाली बहुत है. यहाँ हाईकिंग और ट्रैकिंग कर सकते हैं. इस वॉटरफाल में आप स्थान का आनंद उठा सकते हैं. घने जंगल की सैर कर सकते हैं. चट्टानों और झाडियों के अप्रतिम सौंदर्य की फोटो निकाल सकते हैं. दूधसागर वॉटरफाल के ऊपर से गुजरने वाली ट्रेन का नजारा भी सुंदर लगता है. दूधसागर वॉटरफाल को फिल्म ''चेन्नई एक्सप्रेस'' में भी दिखाया गया है. इतनी उँचाई से गिरता हुआ पानी ऐसा प्रतीत होता है जैसे पहाड से दूध की नदी प्रवाहित हो रही है. इस दूधसागर वॉटरफाल को भारत का चौथा सबसे उँचा वॉटरफाल माना जाता है.

बॉम जिसस बसिलिका - यह गोवा का मशहूर चर्च है. इसे 1594 और 1605 के बीच बनया गया है. बेसिलिका को मिशनरी सेंट फ्रांसिस जेवियर के अवशेषों को रखने के लिए भी जाना जाता है. जो 1541 से 1549 में गोवा में रहते थे. यह ओल्ड गोवा में स्थित है. इस चर्च में सेंट फ्रांसेस जेवियर (डेड बॉडी) के अवशेषों को सुरक्षित रखा गया है. यहाँ रखे अवशेष 400 सालों से सुरक्षित रखे हुए हैं. एक दशक में एक बार उन्हें निकाला जाता है. उनके शरीर को अभी भी अच्छे तरह से सजा कर एक ताबूत में समाधी के रूप में रखा गया है. यह चर्च गोवा का सबसे प्राचीन चर्च है. यह चर्च गोवा की राजधानी पणजी से लगभग 10 किलोमीटर की दूरी पर बेगिनिनिम नामक स्थान पर स्थित है. चर्च में बनी पेंटिंग और नक्काशी संत के जीवन शैली को दर्शाती है.

अगुआडा किला - यह गोवा की मनोरम पुर्तगाली वास्तुकला है. इसका निर्माण 17वीं शताब्दी में किया गया था. कहा जाता है कि इस किले को इसका नाम एक झरने से मिला है जिसका उपयोग पास से गुजरने वाले जहाजों के चालक दल अपने ताजे पानी के स्टॉक को फिर से भरने के लिए करते थे. अगुआडा का मतलब है पानी. इस किले का नाम पुर्तगाली शब्द अहुआ से लिया गया है. यहाँ बेहतर फोटोग्राफी की जा सकती है. यह किला अगुआडा बीच के नजदीक है. अगुआडा किले को अगुआडा जेल के रूप में भी इस्तेमाल किया जाता है. यह पणजी से लगभग 18 किलोमीटर की दूरी पर स्थित है. इस किले का दृश्य बहुत ही आकर्षित है, यह अरब सागर और मांडवी नदी के संगम को देखता हुआ प्रतीत होता है.

मंगेशी मंदिर - यह गोवा का प्राचीन शिव मंदिर है. इस मंदिर में सात मंजिल का दिया का टावर है. यह पणजी से 21 किलोमीटर दूर है. मान्यता है कि इस शहर की रचना भावान परशुराम ने की थी. कहते हैं परशुराम ने एक यज्ञ के दौरान अपने बाणों से समुद्र को कई स्थान पीछे धकेल दिया था. यही कारण है कि गोवा के कई स्थानों का नाम बाणस्थली है. इस मंदिर में भगवान शिव शिवलिंग रूप में मौजूद हैं. यह भी कहा जाता है कि यहाँ भगवान शिव बाघ के रूप में देवी पार्वती के सामने आये थे जिसे देखकर माता घबरा गई थी और उनके मुंह से रक्षाम गिरीश शब्द निकला तब से भगवान शिव यहाँ मंगिरीश के नाम से पूजे जाने लगे. इस मंदिर की स्थापना 18वीं सदी में की गई थी. यह मंदिर गोवा के एक मंदिर शांतादुर्गा की शैली में बना हुआ है. हर सोमवार यहाँ एक महाआरती भी की जाती है. सोमवार को यहाँ पालकी पर भगवान की प्रतिमा की यात्रा भी निकाली जाती है.

अंजुना बीच - यह गोवा का मशहूर बीच है, इस बीच पर लहराते ताड के वृक्ष और सफेद रेत सभी को आकर्षित करते है. यह बीच पणजी से लगभग 18 किलोमीटर की दूरी पर है. हर बुधवार को यहाँ मार्केट लगता है. जिसे साप्ताहिक बाजार कहा जाता है. इस बाजार में पुरानी वस्तुएँ बेची जाती है. अंजुना बीच ओजरान के गहने के लिए जाना जाता है. अंजुना बीच पर हिप्पी संस्कृति को लंबे समय से देखा जा रहा है. अंजुना बीच पर ट्रांस संगीत सुनकर आप अपने आप को मग्न होते हुए देखेंगे. समुद्र तट पर साहसिक खेलों का भी आप लुफ्त उठा सकते हो. अंजुना बीच पर 80 फीट ऊंचे टॉवर से बंजी जंपिंग, पैराग्लाइडिंग और विंड्सर्फिंग जैसे वाटर स्पोर्ट्स का भी आप मजा ले सकते हो. उसी के साथ आप योग, रेकी, आयुर्वेदिक मालिश जैसे क्रियाकलापों का भी आनंद उठा सकते हो.

चोराओ द्वीप -

यह द्विप मांडवी नदी के पास है. चोराओ द्विप को चूडामणि कहा जाता था जिसका अर्थ संस्कृत में कीमती पत्थर है. इस द्वीप में एक संस्कृत विद्यालय भी है. जब पुर्तुगालियों ने गोवा के द्वीपों में ईसाई धर्म को मजबूत करना शुरु किया तब कई हिन्दू लोग चूडामणि भाग गए . चोराओ द्वीप विश्व प्रसिद्ध सलीम अली पक्षी अभयारण्य का घर है.

डोना पाउला बीच - यह बीच लवर्स पैराडाइस के नाम से भी जाना जाता है. यह बीच हनीमून के लिए जाने वाले कपल्स के लिए बेहद खास है. यह एक प्रेम की निशानी के रूप में भी जाना जाता है. यह बीच गोवा की राजधानी पणजी में स्थित है. इस बीच का नाम में एक कहानी प्रचलित है. डोना पाउला ने प्रेम-प्रसंग में यहाँ की एक चट्टान से कूदकर अपनी जान गवा दी थी. इस बीच पर आप पैरासेलिंग, स्कीबॉब, विंडसर्फिंग, वॉटरस्कीइंग, स्विमिंग, स्पोर्ट्स फिशिंग, कयाकिंग, नौकायन आदि कर सकते है.

कैंडोलम बीच - इस बीच के आसपास बहुत सारे शानदार हॉटेल और रेस्टोरंट है. इस बीच पर विदेशी पर्यटक बहुत आते हैं. विदेशी पर्यटकों का यह पसंदीदा बीच है. यह गोवा के सबसे शांत समुद्र तटों में से एक माना जाता है. यह पणजी से करीब 15 किलोमीटर दूर है. गोवा के उत्तरी भाग में है. इसे गोवा के सबसे शांत समुद्र तटों में से एक माना जाता है. इस बीच पर रेत के टीलों और उन पर लगी छोटी-छोटी झाडियाँ से इसकी मनोहरता को एक अलग रूप देते हैं. इस बीच पर पिछ्ले 14 वर्षों से एक फँसा हुआ जहाज ''रिवर प्रिंसेस'' खडा है , और बीच के किनारे अगौडा किला है जिसे देखा जा सकता है.

गोवा में हमने गोवा के समुद्री तटों पर बहुत मस्ती की . बहुत सारी शॉपिंग भी की. फिर पणजी से हम कार द्वारा एअरपोर्ट पहुँचे तथा वहाँ से फ्लाइट से मुंबई आ गये. हमारा गोवा का सफर बेहतरीन रहा.

श्री सिवा प्रसाद सिंह
संकाय सदस्य
एसपीबीटी महाविद्यालय

अंतर्राष्ट्रीय दिव्यांगजन दिवस (आईडीपीडी 2024)

दिव्यांग व्यक्तियों के अंतर्राष्ट्रीय दिवस (आईडीपीडी) के अवसर पर, सेन्ट्रल बैंक ऑफ इंडिया, भुवनेश्वर क्षेत्रीय कार्यालय ने अपने दिव्यांग ग्राहकों के साथ उनके सेवा अनुभवों और अपेक्षाओं को समझने के उद्देश्य से एक ''विशेष बैठक'' आयोजित की थी। आईडीपीडी की घोषणा 1992 में की गई थी। संयुक्त राष्ट्र महासभा के प्रस्ताव के अनुसार, यह हर साल 3 दिसंबर को दुनिया भर में मनाया जाता है। इसका उद्देश्य दिव्यांग व्यक्तियों (पीडब्ल्यूडी) के लिए समावेशन,जागरूकता और पहुंच को बढ़ावा देना है और उनके लिए उपलब्ध सेवाओं को उसी तरह सुनिश्चित करने की आवश्यकता है जैसे किसी अन्य भारतीय नागरिक के लिए।

दिव्यांग व्यक्तियों के अधिकार अधिनियम 2016(आरपीडब्ल्यूडी) भारत में दिव्यांग को मुख्यधारा में लाने के लिए एक महत्वपूर्ण मील का पत्थर है। अधिनियम 21 प्रकार की विकलांगताओं को मान्यता देता है और ''दिव्यांग'' को एक विकसित और गतिशील अवधारणा के रूप में परिभाषित करता है। अधिनियम के अनुसार, 'दिव्यांग व्यक्ति' का तात्पर्य दीर्घकालिक शारीरिक, मानसिक,बौद्धिक या शारीरिक रूप से सवेदनहीन व्यक्ति से है, जो इन सभी कठिनाइयों के साथ अपने विचारों को समाज के समक्ष प्रस्तुत करने में और दूसरों के साथ समान रूप से समाज में उनकी पूर्ण और प्रभावी भागीदारी में बाधा उत्पन्न करता हैं। एक 'बाधा' को संचार, सांस्कृतिक, आर्थिक,पर्यावरणीय, संस्थागत, राजनीतिक, सामाजिक, व्यवहारिक और संरचनात्मक बाधा सहित किसी भी कारक के रूप में समझाया जा सकता है जो समाज में दिव्यांगों की पूर्ण और प्रभावी भागीदारी में बाधा डालता है।

अन्य सभी बाधाओं को दूर करने में मनोवृत्ति सबसे महत्वपूर्ण भूमिका निभाती है। दृष्टिकोण में बदलाव अन्य सभी बाधाओं को तोड़ सकता है और दिव्यांगों के लिए एक समावेशी समाज का निर्माण कर सकता है। लोकोमोटर दिव्यांग व्यक्ति व्हील चेयर के कारण दिव्यांग नहीं होता है, बल्कि किसी भवन में रैंप या लिफ्ट की सुविधा के अभाव के कारण दिव्यांग होता है। श्रवण बाधित व्यक्ति श्रवण हानि के कारण अक्षम नहीं होता है, बल्कि बंद कैप्शनिंग और सांकेतिक भाषा के अभाव के कारण दिव्यांग होता है। दृष्टिबाधित व्यक्ति दृष्टि की कमी के कारण दिव्यांग नहीं होता है, बल्कि ऑडियो लेबलिंग और सहायक तकनीकों के अभाव के कारण दिव्यांग होता है। इस प्रकार यह वह बाधा है (शारीरिक हानि नहीं) जो दिव्यांगों को समाज में घुलने-मिलने से रोकती है।

विश्व स्वास्थ्य संगठन के अनुसार, वैश्विक आबादी का लगभग 15% दिव्यांग है और किसी न किसी रूप में बाधाओं का सामना करना पड़ता है। सबसे अधिक आबादी वाला देश होने के नाते भारत में दिव्यांगों का एक बड़ा हिस्सा भी शामिल है। इस प्रकार यह निष्कर्ष निकाला जा सकता है कि हमारे ग्राहकों का एक महत्वपूर्ण हिस्सा वरिष्ठ नागरिक होगा या किसी प्रकार की दिव्यांगता से ग्रस्त होगा। इसलिए, उनके समावेशन और पहुंच पर विचार करना हम सभी के लिए विचारणीय है। जब हम दिव्यांगों के लिए समावेशन और समान अवसर के बारे में बात करते हैं, तो दो शब्दों का उपयोग अनिवार्य रूप से किया जाता

स्रोत: आरपीडब्ल्यूडी अधिनियम 2016, एनसीपीईडीपी हैंडबुक और विकलांग व्यक्तियों के सशक्तिकरण विभाग की वेबसाइट

है, अर्थात् पहुंच और उचित आवास। पहुंच सार्वभौमिक है जो सभी के लिए उपलब्ध है जबकि उचित आवास प्रत्येक मामले के आधार पर उपलब्ध कराया जाता है। उदाहरण के लिए, किसी भवन में रैंप/रेलिंग की उपस्थिति सुलभता है, जबकि व्हील चेयर पर बैठे व्यक्ति की सहायता के लिए एक एस्कॉर्ट की नियुक्ति उचित आवास है।

आइए सुलभ बैंकिंग प्रदान करने की व्यावहारिक स्थिति के बारे में बात करें। भूतल में शाखा का स्थान और रैंप सह रेलिंग की उपलब्धता से चलने-फिरने में अक्षम ग्राहकों, गर्भवती महिलाओं और जोड़ों की समस्या वाले वरिष्ठ नागरिकों को भी शाखा में आने में सुविधा होगी। कम ऊंचाई वाले काउंटरों का प्रावधान व्हील चेयर पर चलने वाले व्यक्तियों और बौनेपन वाले व्यक्तियों को काउंटर सेवा का लाभ उठाने के लिए सशक्त बनाएगा। नोटिस बोर्ड के साथ साइनेज और उचित लेबलिंग की उपस्थिति श्रवण बाधित व्यक्तियों को सशक्त बनाएगी। टैक्टाइल फ्लोर और टॉकिंग एटीएम दृष्टिबाधित व्यक्तियों को सशक्त बनाएंगे। श्रवण बाधित व्यक्तियों का मार्गदर्शन करने के लिए एलईडी टीवी पर सांकेतिक भाषा में बुनियादी बैंकिंग प्रक्रिया का प्रदर्शन किया जा सकता है। एक साधारण मानवीय स्पर्श के साथ उपरोक्त बिंदु चमत्कार कर देंगे।

हमारे बैंक ने ''वरिष्ठ नागरिकों, दिव्यांग व्यक्तियों और अक्षम व्यक्तियों के लिए ग्राहक सेवा पर नीति'' विकसित की है जो दिव्यांग ग्राहकों, वरिष्ठ नागरिकों और अक्षम व्यक्तियों के लिए उपलब्ध कराए जाने वाले विभिन्न पहुंच प्रावधानों के बारे में बात करती है। छोटे-छोटे विचार सहक्रियात्मक परिवर्तन ला सकते हैं। अब समय आ गया है कि हम दिव्यांग व्यक्तियों को देनदारियों के रूप में मानने के बजाय उन्हें हमारे समाज के अनछुए संसाधनों के रूप में पहचानना शुरू करें। यह न केवल हमारे संस्थान के भीतर समावेशन और बाधा मुक्त वातावरण के विचार को बढ़ावा देगा बल्कि हमारे प्रिय संस्थान को बैंकिंग उद्योग में एक उत्कृष्ट उदाहरण के रूप में स्थापित करेगा ।

संबित दास
वरिष्ठ प्रबंधक
क्षेत्रीय कार्यालय, भुवनेश्वर

कला प्रदर्शनी

कुमारी. रेयाशं दुदानी, पुत्री श्री चिराग दुदानी,
ग्राहक सेवा सहयोगी- बोपल शाखा, क्षेत्रीय कार्यालय, अहमदाबाद

सेन्ट्रल बैंक ऑफ़ इंडिया
Central Bank of India
1911 से आपके लिए "केंद्रित" "CENTRAL" TO YOU SINCE 1911

मानव संसाधन पहल दिसंबर 2024

1. **शाखा प्रमुखों के लिए विशेष भत्ते की शुरूआत कर्मचारी (परिपत्र संख्या 1643 दिनांक: 21.12.2024)**

हमारे शाखा प्रमुखों द्वारा किए गए कठिन परिश्रम, नेतृत्व और उत्कृष्टता के प्रति अटूट प्रतिबद्धता को देखते हुए हमारे बैंक ने शाखा प्रमुखों के लिए विशेष भत्ता शुरू करने की स्वीकृति दी है.

मासिक आधार पर देय विशेष भत्ते का विवरण निम्नानुसार है:-

क्र. सं.	शाखा की श्रेणी	पिछली तिमाही के दौरान वृद्धिशील आय से वेतन व्यय को कवर करने वाली शाखाएं	(सी) के अतिरिक्त अन्य शाखाएं
ए	बी	सी	डी
1	मध्यम शाखा	₹10,000/-	₹7,500/-
2	बड़ी शाखा	₹15,000/-	₹11,000/-
3	अधिक बड़ी शाखा	₹20,000/-	₹15,000/-

2. **हमारे बैंक के कर्मचारियों के लिए शोक अवकाश की शुरूआत. (परिपत्र संख्या 1642 दिनांक:21.12.2024)**

हमारे बैंक ने अपने कर्मचारियों के प्रति सहानुभूति और समर्थन को दर्शाते हुए औद्योगिक स्तर पर एक नए प्रकार के अवकाश ठशोक अवकाशठ को लागू किया है.

परिवार के सदस्यों की परिभाषा के संबंध में क्रमशः:12वें द्विपक्षीय समझौते के तथा 9वें संयुक्त नोट दिनांक 08.03.2024 के खंड 26 (vii) और खंड 9 (vii) में उल्लिखित प्रावधानों के अतिरिक्त, बैंक ने दामाद और पुत्रवधू की मृत्यु की स्थिति में भी 15 दिनों के भीतर अधिकतम 7 दिवस के शोक अवकाश की अनुमति देने का भी निर्णय लिया है.

3. **वित्त वर्ष 2024-25 के लिए अतिरिक्त कर्मचारी कल्याण योजना (परिपत्र संख्या 1641 दिनांक:21.12.2024)**

हमारा बैंक अपने कर्मचारियों के कल्याण के लिए कई योजनाएं लाता रहा है. अपने कर्मचारियों के कल्याण हेतु बैंक द्वारा वित्त वर्ष 2024-25 के लिए निम्नलिखित तीन अतिरिक्त कर्मचारी कल्याण योजनाएं शुरू की गईं है:-

ए) महिला कर्मचारियों और सभी कर्मचारियों की आश्रित बालिकाओं के लिए एचपीवी टीकाकरण की लागत की प्रतिपूर्ति की योजना.

बी) कर्मचारियों के 5 वर्ष तक की आयु के बच्चों के टीकीकरण के व्यय की प्रतिपूर्ति की योजना.

सी) आईबीए समूह स्वास्थ्य बीमा योजना नीति 2024 -25 चुनने वाले सेवानिवृत्त कर्मचारियों को वित्तीय सहायता.

4. **''कार्यस्थल पारिवारिक दिवस'' की शुरूआत. (परिपत्र संख्या 1640 दिनांक:21.12.2024)**

यह योजना केंद्रीय कार्यालय में प्रत्येक शाखा, प्रशासनिक कार्यालय और विभाग में लागू की जाएगी, जिसमें कर्मचारी के निकटतम परिवार के सदस्यों को गैर व्यस्त कार्य दिवस पर कार्यस्थल पर आमंत्रित किया जाएगा. इस कार्यक्रम में कार्यस्थल का निर्देशित कार्यालय दौरा, कर्मचारियों के कार्यदिवस की दिनचर्या, कार्यालयीन संस्कृति, कार्य प्रक्रिया आदि की गहन जानकारी शामिल होगी.

5. **''शोक राहत निधि योजना'' की शुरूआत कर्मचारी परिपत्र संख्या 1636 दिनांक:21.12.2024)**

सेवा के दैरान मृत कर्मचारी की मृत्यु पर शोक संतप्त परिवार को वित्तीय सहायता प्रदान करने की प्रतिबद्धता को मजबूत करने के लिए हमारे बैंक ने परिवार के सदस्यों को अतिरिक्त वित्तीय सहायता प्रदान करने के लिए ''शोक राहत निधि

अपनी प्रशंसा स्वयं करने से बेहतर है यह कार्य दूसरे करें.

योजना'' की शुरूआत की है.

6. **सेन्ट स्वदर्पण में कर्मचारियों द्वारा किए जाने वाले कुछ प्रतिपूर्ति दावों का स्वत: अनुमोदन. (कर्मचारी परिपत्र संख्या 1634 दिनांक:21.12.2024)**

सेवा वितरण में और अधिक सुधार करने एवं कर्मचारियों द्वारा किए गए कुछ दावों के प्रसंस्करण को सुव्यवस्थित करने के लिए बैंक ने कर्मचारियों (अधिकारियों एवं पंचाट कर्मचारियों) द्वारा सेन्ट स्वदर्पण में किए जाने वाले निम्नलिखित योजनाओं/भत्तों के दावों के स्वचालन की घोषणा की है-

ए) अधिकारियों एवं पंचाट कर्मचारियों के लिए परिवहन व्यय (पेट्रोल/डीजल की लागत)

बी) ब्रीफकेस/ऑफिस बैग की लागत

सी) रजत जयंती पुरस्कार

डी) वार्षिक चिकित्सा सहायता एवं वार्षिक नेत्र जांच

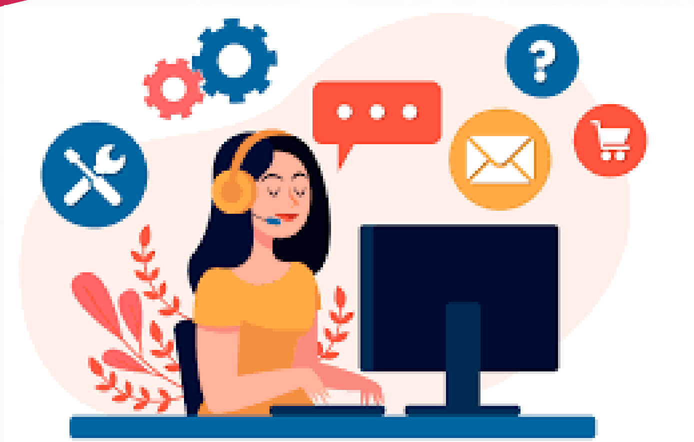
7. **ग्रीन बर्थडे इनिशिएटिव: कर्मचारी के जन्मदिन पर पौधा रोपण (कर्मचारी परिपत्र संख्या 1613 दिनांक:30.11.2024)**

इस योजना के तहत, प्रत्येक कर्मचारी के जन्मदिन के अवसर पर शाखाएं/क्षेत्रीय कार्यालय/आंचलिक कार्यालय/केंद्रीय कार्यालय स्वयं या किसी स्थानीय संगठन/एनजीओ, जो वृक्षारोपण गतिविधियों में संलग्न हैं, संबंधित कर्मचारी के नाम पर एक पौधा लगाएंगे. यह योजना बैंक के व्यापक पर्यावरण, सामाजिक एवं प्रशासनिक (ईएसजी) प्रयासों का हिस्सा हैं.

RAJASTHAN STATE BODY BUILDING ASSOCIATION
(Registered Under the Sports Act) (Approved by Govt.)
AFFILIATED WITH: INDIAN BODY BUILDERS FEDERATION
52nd MR. RAJASTHAN
State Body Building Championship
1st-2nd February 2025
JAIPUR
Events:
Mens Body Building, Mens Sports Physique, Mens Fitness Physique & Womens Model Physique
MERIT CERTIFICATE
Mr./Miss NISHU SHARMA of KOTA
Event SR. MEN'S SPORTS PHYSIQUE Category ABOVE 177 CMS. Place FIRST
STATE BODY BUILDING CHAMPIONSHIP
Held at Jaipur on 1st-2nd February 2025
This Certificate has been issued to him/her in recognition of his/her dedicated and devoted service for the promotion of Body Building Sport in our Nation.
NAVEEN YADAV
President
ASHOK AUDICHYA
Hon. Secretary

राजस्थान स्टेट बॉडी बिल्डिंग एसोसिएशन द्वारा बैंक के वरिष्ठ प्रबंधक श्री निशु शर्मा , कर्मचारी संख्या -143082, शाखा - मदुरै मुख्य शाखा को बॉडी बिल्डिंग प्रतियोगिता के 177 से.मी श्रेणी में प्रथम पुरस्कार हेतु स्वर्ण पदक एवं 52वां मिस्टर राजस्थान बनने का गौरव प्राप्त हुआ है. सेन्ट्रलाइट परिवार की ओर से उनकी इस उपलब्धि हेतु हार्दिक बधाई.

ग्राहक संतुष्टि की आवश्यकता



बैंकिंग,भारत में सेवा क्षेत्र का एक महत्वपूर्ण अंग है, बैंकिंग हर देश के आर्थिक विकास में बहुत महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है। तीव्र प्रतिस्पर्धा के इस दौर में, बैंक अपने ग्राहकों की ज़रूरतों को पहचानने और उन्हें प्रभावी ढंग से पूरा करने में बहुत सजग हैं। वे अपने ग्राहकों को उच्च गुणवत्ता वाली बैंकिंग सेवाएँ और उच्च तकनीक वाले नए उत्पाद प्रदान करके अपने प्रतिद्वंदियों से खुद को अलग करने के लिए लगातार प्रयास करते हैं और नई रणनीतियाँ विकसित करते हैं। हालाँकि, पिछले दो दशकों में भारत के बैंकिंग क्षेत्र में धीरे-धीरे सुधार हुआ है। लेकिन इसे कई चुनौतियों और कठिनाइयों का भी सामना करना पड़ रहा है, जैसे ग्राहकों की बढ़ती माँग और जागरूकता, बढ़ती प्रतिस्पर्धा, बढ़ती आबादी आदि। इनके अलावा, एक और महत्वपूर्ण चुनौती जिसका इस क्षेत्र को सामना करना पड़ रहा है, वह है तकनीकी परिवर्तन। जैसे-जैसे यह क्षेत्र तेजी से बढ़ रहा है, कई नए निजी बैंक उभरे हैं। इसलिए ग्राहकों को अपने उपयुक्त वित्तीय सेवा प्रदाता का चयन करने के लिए कई विकल्प मिल रहे हैं। बढ़ती ग्राहक जागरूकता के कारण, वे उन विशेष बैंकों का चयन करेंगे जो मानक सेवाएँ प्रदान कर सकते हैं और उनकी अपेक्षाओं को पूरा कर सकते हैं। भारतीय परिदृश्य में, जहाँ सभी बैंक लगभग समान उत्पाद और सेवाएँ प्रदान करते हैं, आवश्यकता आधारित कुशल ग्राहक सेवा और सेवा की गुणवत्ता किसी बैंक को अलग पहचान दिला सकती है।

आज की तेज़ रफ़्तार दुनिया में, जहाँ तकनीकी प्रगति हमारे वित्तीय लेन-देन करने के तरीके को फिर से परिभाषित कर रही है, बैंकिंग क्षेत्र में ग्राहक संतुष्टि हमेशा सर्वोपरि बना हुआ है। यह कहना अतिशयोक्ति नहीं होगी कि ग्राहक संतुष्टि बैंकिंग उद्योग की जीवनरेखा है। एक संतुष्ट ग्राहक अपने बैंक पर भरोसा करने और दोस्तों और परिवार को इसकी सिफ़ारिश करने की अधिक संभावना रखता है। सकारात्मक मौखिक सिफ़ारिशें और एक मजबूत प्रतिष्ठा नए ग्राहकों को प्राप्त करने के लिए एक शक्तिशाली प्रेरक शक्ति हो सकती है।मौजूदा ग्राहकों को बनाए रखना अक्सर नए ग्राहकों को प्राप्त करने की तुलना में अधिक लागत प्रभावी होता है। ग्राहक संतुष्टि के उच्च स्तर से ग्राहकों द्वारा वैकल्पिक बैंकिंग विकल्पों की तलाश करने की संभावना कम हो जाती है। जब ग्राहक अपने बैंक की सेवाओं से खुश होते हैं, तो वे बैंक बदलने के लिए कम इच्छुक होते हैं, जिससे स्थिर, दीर्घकालिक संबंध बनते हैं।

संतुष्ट ग्राहकों द्वारा अपने बैंक के साथ शिकायत दर्ज करने या विवादों में उलझने की संभावना कम होती है। इससे न केवल बैंक के लिए समय और संसाधन बचते हैं, बल्कि एक सुचारू परिचालन वातावरण में भी योगदान मिलता है। कम शिकायतों का मतलब है कि कर्मचारी मुद्दों को हल करने के बजाय बेहतर सेवाएँ प्रदान करने पर ध्यान केंद्रित कर सकते हैं। जो ग्राहक अपने बैंक से संतुष्ट हैं, वे उसी संस्थान द्वारा पेश किए जाने वाले अन्य उत्पादों और सेवाओं को पसंद करते हैं। यह बैंकों के लिए क्रॉस-सेल करने का अवसर प्रदान करता है, चाहे वह क्रेडिट कार्ड, निवेश उत्पाद या बीमा की पेशकश हो।

संतुष्ट ग्राहक अपने बैंक के साथ लंबी अवधि तक बने रहते हैं,संतुष्ट ग्राहक के साथ दीर्घकालिक संबंध समय के साथ बैंक के लिए महत्वपूर्ण राजस्व सृजन करते है।बढ़ते प्रतिस्पर्धी बैंकिंग क्षेत्र में, उत्कृष्ट ग्राहक सेवा प्रदान करना एक विभेदक के रूप में काम कर सकता है। जो बैंक लगातार ग्राहक संतुष्टि को प्राथमिकता देते हैं, वे बाजार में प्रतिस्पर्धात्मक बढ़त हासिल कर सकते हैं, नए ग्राहकों को आकर्षित कर सकते हैं और मौजूदा ग्राहकों को बनाए रख सकते हैं।कई बैंकिंग विनियम और मानक ग्राहकों के हितों की रक्षा के लिए बनाए गए हैं। ग्राहकों की संतुष्टि के उच्च स्तर को सुनिश्चित करने से बैंकों को इन विनियामक आवश्यकताओं को पूरा करने में मदद मिल सकती है, जिससे जुर्माना और दंड का जोखिम भी कम होता है।

एक मजबूत और स्थिर बैंकिंग क्षेत्र आर्थिक विकास और स्थिरता में योगदान देता है। जब ग्राहक अपने बैंकिंग अनुभवों से संतुष्ट होते हैं, तो वे बचत करने, निवेश करने और समग्र अर्थव्यवस्था में सकारात्मक रूप से योगदान देने की अधिक संभावना रखते हैं।ग्राहक संतुष्टि बैंकिंग क्षेत्र में केवल एक चर्चा का विषय नहीं है, यह सभी पक्षों को एक साथ जोड़े रखने वाली मुख्य कड़ी है।आज के डिजिटल युग में ग्राहक सेवा सक्रिय, तीव्र और निर्बाध होनी चाहिए, तथा इसमें व्यक्तिगत स्पर्श भी बनाए रखा जाना चाहिए। संतुष्ट ग्राहक न केवल बैंकों को लाभान्वित करते हैं, बल्कि अर्थव्यवस्था में विश्वास, स्थिरता और विकास को बढ़ावा देने में भी महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं।

नूतन कुमारी
प्रबंधक
श्रेत्रीय कार्यालय गोरखपुर

भीतर और बाहर दोनों ही स्तरों पर शांत रहनेवाला ही प्रसन्न रहता है - विश्वबंधु शास्त्री

ग्राहक संतुष्टि एवं मूल्य संवर्धन

If you do build a great experience, customers tell each other about that. Word of mouth is very powerful - Jeff Bezos

किसी भी कम्पनी का यदि सबसे प्रभावी एवं कम खर्च में प्रचार करने का तरीका है वर्ड ऑफ माउथ है. ऐसे ही वर्ड ऑफ़ माउथ के कई अनुभव मुझे भी प्राप्त हुए है. ऑनलाइन का नया जमाना शुरू हुआ तो मैंने भी इसमें हाथ आजमाने की सोची. चलो आओ कुछ खरीद कर देखे, हाथ ऐसे ही प्रयोग के लिए मचलते रहते है, फिर हम भी ऐसी वेबसाइट पर गए सोचना पड़ता है खरीदने से पहले, क्योंकि पैसे तो अपने है. घूमने फिरने का भारी शौक ठहरा. ऑफिस के काम से भी कभी - कभी यात्रा करनी होती है, सो सोचा की एक टॉइलेट्री किट ही खरीद लेते है. आर्डर हो गया तो पेमेंट मोड कैश ऑन डिलीवरी था. इतना भरोसा नहीं था ऑनलाइन पेमेंट पर, पहली बार जो था.

सही समय पर सामान डिलीवर हो गया. अब देखा जाये प्रोडक्ट कैसा हैं जब बैग आया तो बैग की ज़िप ख़राब थी, जिस बैग के चक्कर में सारा सामान आया था वो ही ख़राब निकला.

अब देखिये कस्टमर केयर का कमाल. चलो देखे चैट करके, कस्टमर केयर का कहना था कि सर इसकी वापसी संभव नहीं है,this item is not returnable. मैंने कहा बैग खराब है मैं बाकि समान को कैसे कैरी करूँगा, ठीक हैं सर हम आपको 10 प्रतिशत डिस्कॉउंट दे रहे है, नो नॉट एक्सेप्टेबल. ठीक है 20 परसेंट नॉट पॉसीबल. सो फाइनली प्रोडक्ट का रिप्लेसमेंट मिला विथ जीरो पेमेंट. तभी कम्पनी से जवाब आया एंड सर यू कैन कीप बोथ. हमेशा याद रहने वाला अनुभव. ऐसे ही कई नॉन रिटर्नेबल आइटम को मैंने कई सालो में रिटर्न किया है, टोमेटो सॉस से लेकर होम यूज़ आइटम. कपड़ो से लेकर जूतों तक. अब हम अच्छे प्राइम ग्राहकों की लिस्ट में शामिल हो गए है. हर बात पे क्लैरिटी एंड कस्टमर की हाई वैल्यू. A GREAT EXPERIENCE BUILDING AND I AM TELLING YOU WITHOUT TAKING COMPANY'S NAME | आज कोई प्रोडक्ट किसी और वेबसाइट पर सस्ता भी मिले तो मैं कही और से न लूं, ये कीमत की नहीं कस्टमर सर्विस की बात है. इसी तरह ऑनलाइन पैमेंट मेथड पर भी भरोसा धीरे धीरे बनता है. पहले हम छोटे अमाउंट के पेमेंट करते है, लो रिस्क. आपका बैंक और सर्विस प्रोवाइडर दोनों का भरोसा ही ट्रांजैक्सन को बढ़ता है और आपका आत्मविश्वास बढ़ता है. इसलिए आज ऑनलाइन ट्रांजैक्सन्स की भरमार है.

हमारे बुजुर्ग किसी दुकान पर सिर्फ सामान लेने नहीं जाते है, वो अपने मजबूत रिश्तो के चलते वहां जाते हैं. दुकानदार उनका हाल- चाल, चाय - पानी पूछता है और वे अपना दु:ख- सुख कहकर सामान लेकर ख़ुशी- ख़ुशी लौट आते है. कभी उधार सामान लेकर भी और हर महीने वेतन मिलने पर लौटा देते है. जैसे हम बैंक में करते है, लोन की ईएमआई लेकर. दुकानदार हर ग्राहक से यही कहता है बस सर आपके लिए, मैडम आपके लिए ये प्रोडक्ट इतने का है नहीं तो हम इसे इतने पैसे में बेचते ही नहीं है. ग्राहक इन्हीं मीठी बातों में आकर सामान खरीद लेता है. अक्सर माता - पिता किसी निश्चित दुकान से सामान लेने का ही कहते है क्योंकि प्रोडक्ट ही नहीं, वो दुकानदार व्यवहार का भी बहुत अच्छा है.

डेली डिस्काउन्ट्स और डेली सेविंग वाली जगह भी लोग अक्सर जाते है यहाँ कस्टमर, केयर के लिए नहीं बल्कि बड़े डिस्काउंट के लिए पहुंच जाता है यानि पैसे बचाने भी बहुत महत्वपूर्ण है, बेहतर अनुभव और बेहतर कीमत दोनों ही महत्व रखते है, जैसे कम इंटरेस्ट रेट के साथ जल्दी मिलने वाला लोन, क्योंकि गाड़ी तो भाई हम धनतेरस पर ही लेंगे.

अब मार्केट कितना बदल गया है, पहले का कस्टमर, मारा- मारा फिरता था कोई तो सुन लो भाई, आज सारे बिज़नेस कस्टमर के दर पर खड़े है, सर क्या आपको ये सुविधा चाहिए ? वो लोन चाहिये? खाने से लेकर गाने की, दूध से लेकर मिठाई तक, धागे से लेकर कपड़ो तक, सब कुछ आपके हमारे घर पहुंचने लगा है, अब सबकुछ कस्टमर को घर पर चाहिए. डेबिट कार्ड, क्रेडिट कार्ड, चेक बुक, स्टेटमेंट तक. लोन भी आप घर जाकर दे आओ, ऑनलाइन बुकिंग, होम डिलीवरी, सब कुछ डिलीवरी चैनल पर, उनकी बढ़ती क्षमताओं पर निर्भर हो गया है, कस्टमर त्वरित सुविधा चाहते है मतलब की प्रॉम्प्ट सर्विस.

"We see our customers as invited guests to a party, and we are the hosts. It's our job every day to make every important aspect of the customer experience a little bit better." - Jeff Bezos

शॉपिंग माल को देखिये, सब कुछ एक ही जगह पर, वेलकमिंग पीपल, ऑफर, एम्बिएंस, और बस यही तो कस्टमर को चाहिए, कस्टमर की हर जरुरत पूरी होती है.

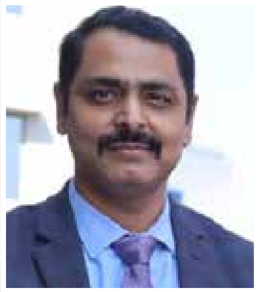
आज भी बिग डाटा और ए आई टूल्स का प्रयोग करके ग्राहकों को न सिर्फ सही और वैरायटी ऑफ़ प्रोडक्ट खरीदने में प्रेरित किया जा रहा है बल्कि कई तरह से कस्टमर को गाइड किया जाता है जैसे लाइव चैट, चैट बोट, कस्टमर फीडबैक टूल्स. कई बड़े होटल्स, सर्विस प्रोवाइडर्स कस्टमर फीडबैक के आधार पर कस्टमर से फोन पर बात करते है और प्रोडक्ट तथा सर्विस को बेहतर बनाने की कोशिश करते है.

END OF THE DAY COUSTOMER IS KING, अपने ग्राहकों को राजा जैसा अनुभव दिलाये और वो राजा की तरह आपको बिजनेस और रेवेन्यू देंगे.

प्रफुल्ल सिटोके
वरिष्ठ प्रबंधक (सू प्रो)
क्षेत्रीय कार्यालय, इंदौर

पदोन्नति

सेन्ट्रलाइट परिवार की ओर से हार्दिक बधाई



श्री रंजीत सिंह
उप महाप्रबंधक

सेवानिवृत्ति

सेवानिवृत्ति उपरांत सुखद एवं दीर्घायु जीवन हेतु मंगलकामनाएं...!!

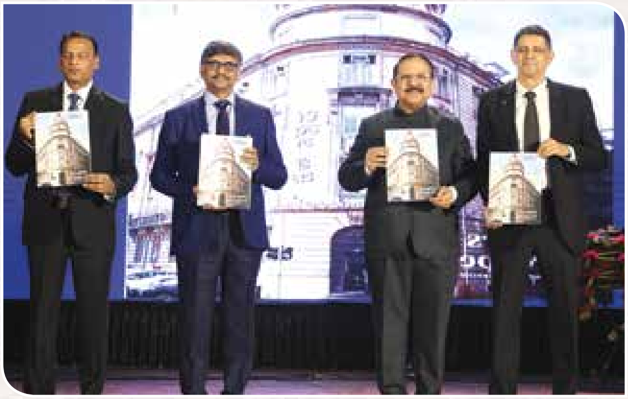
श्री एस एच अय्यूबी
उप महाप्रबंधक

श्री दिनेश पंत
उप महाप्रबंधक

राजेश मेहरा
उप महाप्रबंधक

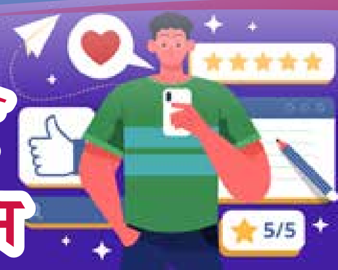
सिद्धार्थ सिंह
उप महाप्रबंधक

बैंक के 114वें स्थापना दिवस की झलकियां



सतर्कता जागरूकता सप्ताह

कोई भी वस्तु महान का आश्रय पाकर उत्कर्ष प्राप्त करती है - हर्ष



ग्राहक संतुष्टि और मूल्यवर्धन का प्रभाव

सार्वजनिक क्षेत्र के बैंक (PSBs) आर्थिक विकास में महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं, क्योंकि वे ग्रामीण और कम सेवा प्राप्त क्षेत्रों सहित समाज के एक बड़े वर्ग को वित्तीय सेवाएँ प्रदान करते हैं। प्रतिस्पर्धा में बने रहने और अपने सामाजिक एवं आर्थिक उद्देश्यों को पूरा करने के लिए ग्राहकों की संतुष्टि सुनिश्चित करना और मूल्यवर्धन आवश्यक है। सेंट्रल बैंक ऑफ़ इंडिया, जो देश के सबसे पुराने और सम्मानित सार्वजनिक क्षेत्र के बैंकों में से एक है, ने हमेशा ग्राहक संतुष्टि और मूल्यवर्धन को अपनी व्यावसायिक रणनीति के प्रमुख घटक के रूप में प्राथमिकता दी है। एक दीर्घकालिक विरासत वाले वित्तीय संस्थान के रूप में, इसने अपने ग्राहकों की बदलती आवश्यकताओं को पूरा करने के लिए निरंतर विकास किया है।

1. ग्राहक संतुष्टि

ग्राहक संतुष्टि का अर्थ है कि कोई बैंक सेवा वितरण, उत्पादों और समग्र अनुभव के संदर्भ में ग्राहक की अपेक्षाओं को कितनी अच्छी तरह पूरा या पार करता है। ग्राहक संतुष्टि, सेंट्रल बैंक ऑफ़ इंडिया की सेवा दर्शन की नींव है। बैंक समझता है कि संतुष्ट ग्राहक न केवल वफादार होते हैं बल्कि ब्रांड एंबेसडर के रूप में भी कार्य करते हैं। उच्च स्तर की संतुष्टि सुनिश्चित करने के लिए बैंक निम्नलिखित पहलुओं पर जोर देता है:

- **सेवा गुणवत्ता:** हमारा बैंक व्यक्तियों, व्यवसायों और ग्रामीण क्षेत्रों की विविध आवश्यकताओं को पूरा करने के लिए अनुकूलित वित्तीय समाधान प्रदान करता है।
- **डिजिटल परिवर्तन:** उपयोगकर्ता अनुभव को बढ़ाने के लिए, बैंक ने आधुनिक तकनीकों को अपनाया है, जैसे मोबाइल बैंकिंग, इंटरनेट बैंकिंग और यूपी आई सेवाएं, जो निर्बाध लेनदेन को सक्षम बनाती हैं।
- **शिकायत निवारण तंत्र:** बैंक ने ग्राहकों की शिकायतों का शीघ्र समाधान करने के लिए एक प्रभावी शिकायत निवारण प्रणाली लागू की है, जिससे विश्वास और संतोष मजबूत होता है।

ग्राहक संतुष्टि बनाए रखने में चुनौतियाँ:

- प्रशासनिक प्रक्रियाओं के कारण देरी।
- निजी बैंकों की तुलना में उन्नत तकनीक को अपनाने की सीमितता।
- निम्न सेवा गुणवत्ता की धारणा।
- कर्मचारियों पर अधिक कार्यभार जिससे सेवा वितरण प्रभावित होता है।

2. मूल्यवर्धन: ग्राहक अनुभव को बढ़ाना मूल्यवर्धन सेवाओं

और उत्पादों को बेहतर बनाकर ग्राहकों की अपेक्षाओं को पार करने और प्रतिस्पर्धात्मक बढ़त बनाने पर केंद्रित है। मूल्यवर्धन, सेंट्रल बैंक ऑफ़ इंडिया के ग्राहक संबंधों को बनाए रखने के दृष्टिकोण का एक अभिन्न हिस्सा है। बैंक का उद्देश्य मूल बैंकिंग सेवाओं से आगे बढ़कर ऐसे अतिरिक्त लाभ प्रदान करना है, जो ग्राहकों के लिए सार्थक मूल्य बनाते हैं। प्रमुख पहलों में शामिल हैं:

- **वित्तीय साक्षरता कार्यक्रम:** बैंक ग्राहकों को वित्तीय योजना, निवेश और सरकारी योजनाओं के बारे में शिक्षित करने के लिए जागरूकता कार्यक्रम आयोजित करता है।
- **विशेषी कृत उत्पाद:** शिक्षा ऋण, महिलाओं के लिए बचत योजनाएं और हरित जमा जैसी विशेष उत्पाद आवश्यकताओं का समर्थन करती हैं।
- **कॉर्पोरेट सामाजिक उत्तरदायित्व (CSR):** बैंक कौशल विकास कार्यक्रमों और पर्यावरणीय पहलों जैसे ण्एँ गतिविधियों के माध्यम से समुदाय संबंधों को मजबूत करता है और सतत विकास में योगदान देता है।बैंक की सामाजिक जिम्मेदारी के प्रति प्रतिबद्धता इसके व्यापार उत्तरदायित्व और स्थिरता रिपोर्ट में परिलक्षित होती है, जो हरित गतिविधियों और परियोजनाओं के वित्त पोषण में इसके प्रयासों को रेखांकित करती है।इन प्रयासों ने लाभ प्रदता बढ़ाने और अर्थपूर्ण ण्एँ गतिविधियों में संलग्न होकर सेंट्रल बैंक ऑफ़ इंडिया की वित्तीय वृद्धि और सामाजिक जिम्मेदारी दोनों को मजबूत किया है।
- **नवाचार बैंकिंग समाधान:** डोर स्टेप बैंकिंग, ई-के वाईसी और त्वरित ऋण स्वीकृतियाँ जैसी सुविधाएँ अतिरिक्त सुविधा प्रदान करती हैं, जिससे ग्राहक जुड़ाव में सुधार होता है।

ग्राहक संतुष्टि और मूल्यवर्धन का प्रभाव : सेंट्रल बैंक ऑफ़ इंडिया का ग्राहक संतुष्टि और मूल्यवर्धन पर ध्यान केंद्रित करने से कई लाभ प्राप्त हुए हैं:

- **बढ़ी हुई वफादारी-** खुश ग्राहक बैंकिंग संबंधों को जारी रखने और दूसरों को सेवाएँ सुझाने की अधिक संभावना रखते हैं।
- **सुधरी हुई प्रतिष्ठा-** सकारात्मक ग्राहक अनुभव बैंक की सार्वजनिक छवि और विश्वसनीयता में सुधार करते हैं।
- **व्यावसायिक वृद्धि** - संतुष्ट ग्राहक आधार बार-बार व्यापार और सिफारिशों के माध्यम से राजस्व बढ़ाता है।
- **वित्तीय समावेशन** - बैंक की पहलें कम सेवा प्राप्त और ग्रामीण आबादी को औपचारिक बैंकिंग क्षेत्र में एकीकृत करने में मदद करती हैं। सार्वजनिक क्षेत्र के बैंकों को बदलती ग्राहक अपेक्षाओं को पूरा करने और मूल्यवर्धित सेवाएँ प्रदान करने के लिए निरंतर विकसित होना चाहिए। प्रौद्योगिकी का लाभ उठाना, ग्राहक-केंद्रित रणनीतियों पर ध्यान केंद्रित करना और सेवा गुणवत्ता में सुधार करना संतुष्टि स्तरों को बढ़ा सकता है और प्रतिस्पर्धात्मक वित्तीय परिदृश्य में सतत विकास सुनिश्चित कर सकता है। हालांकि, सेंट्रल बैंक ऑफ़ इंडिया ने महत्वपूर्ण प्रगति की है, यह सेवागुणवत्ता को अपने व्यापक नेटवर्क में बनाए रखने और साइबर सुरक्षा संबंधी चिंताओं को संबोधित करने जैसी चुनौतियों का सामना करता है। इनसे निपटने के लिए, बैंक नवाचार करता रहता है और अत्याधुनिक तकनीकों को अपनाता है। भविष्य की रणनीतियों में एआई-आधारित ग्राहक सेवा, डिजिटल पेशकशों का विस्तार और साइबर सुरक्षा ढाँचों को मजबूत करना शामिल है।

ग्राहक संतुष्टि और मूल्यवर्धन भारत के केंद्रीय बैंक की वृद्धि और सफलता के लिए महत्वपूर्ण हैं। व्यक्तिगत सेवाओं, डिजिटल परिवर्तन और ण्एँ गतिविधियों पर ध्यान केंद्रित करके, बैंक ने अपने ग्राहकों और समाज पर सकारात्मक प्रभाव डाला है। आगे बढ़ते हुए, बैंक ग्राहक अनुभवों को बढ़ानेऔर मूल्य प्रदान करने के लिए प्रतिबद्ध है, जिससे यह एक विश्वसनीय वित्तीय भागीदार बना रहेगा।

प्रिया कुमारी
सहायक-प्रबंधक
क्षेत्रीय कार्यालय, मोतीहारी

राजभाषा हिंदी के प्रयोग के लिए वर्ष 2024-25 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 टिप्पण	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, सीडी/ 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)	25% (न्यूनतम)	25% (न्यूनतम)	25% (न्यूनतम)
	(ii) मुख्यालय में स्थित अनुभागों का निरीक्षण	25% (न्यूनतम)	25% (न्यूनतम)	25% (न्यूनतम)
	(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	वर्ष में कम से कम एक निरीक्षण		
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/निगमों 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 ऑफ़ इंडिया
Central Bank of India
"CENTRAL" TO YOU SINCE 1911
आपके सपने पूरे करें सेंट विद्यार्थी लोन के साथ
सभी शैक्षणिक खर्चों के लिए संपूर्ण कवरेज
₹50 लाख तक का लोन उपलब्ध
अपने उज्ज्वल भविष्य की ओर कदम बढ़ाएं।
GIVE US A MISSED CALL FOR LOAN ASSISTANCE
922 390 1111
CONNECT US ON WHATSAPP AT
998 097 1256
*Terms & Conditions apply
www.centralbankofindia.co.in