



INTERNATIONAL JOURNAL OF CREATIVE RESEARCH THOUGHTS (IJCRT)

An International Open Access, Peer-reviewed, Refereed Journal

भारतीय बैंकिंग क्षेत्र में सूचना प्रौद्योगिकी

(Information Technology in Indian Banking Sector)

डॉ. अर्जुन लाल, असिस्टेंट प्रोफेसर, व्यावसायिक प्रशासन श्री र. क. पा. राजकीय स्नातकोत्तर महाविद्यालय, किशनगढ़ (अजमेर) राजस्थान

सार (Abstract)

भारतीय बैंकिंग इंडस्ट्री में बहुत बड़ा बदलाव आया है। बैंकिंग में कई नए-नए ट्रेंड्स देखने को मिले हैं। पिछले कुछ दशकों में बैंकिंग सेक्टर में कई महत्वपूर्ण बदलाव हुए हैं। आज के इस युग में भारतीय बैंकिंग सिस्टम को दुनिया भर में एक अच्छी तरह से विकसित और अच्छी तरह से रेगुलेटेड बैंकिंग सिस्टम माना जाता है। आज भारतीय बैंकिंग इंडस्ट्री ज़्यादा मज़बूत और प्रभावी है और प्रतियोगिता के दबाव का सामना करने में सक्षम है। ज़्यादा जानकारी देने और पारदर्शिता के साथ, भारतीय बैंकिंग इंडस्ट्री धीरे-धीरे अकाउंटिंग, कॉर्पोरेट गवर्नेंस और रिस्क मैनेजमेंट में सबसे अच्छे तौर-तरीके अपनाने की दिशा में बढ़ रही है। यह पेपर भारत में बैंकिंग सेक्टर के नए ट्रेंड्स की जांच करता है। इसमें बैंकिंग सेक्टर के लिए विभिन्न अवसरों पर भी चर्चा की गई है। यह पेपर बैंकिंग सेक्टर के संबंध में इन्फॉर्मेशन टेक्नोलॉजी (IT) पर भी चर्चा करता है, क्योंकि यह बैंकिंग सेक्टर में महत्वपूर्ण भूमिका निभाती है। इसके अलावा, बैंकिंग सेक्टर की भविष्य की संभावनाओं पर भी आवश्यक ज़ोर दिया गया है। वर्तमान युग में भारतीय बैंकिंग प्रणाली देश की अर्थव्यवस्था और देश के संपूर्ण आर्थिक विकास का मुख स्तम्भ है वर्तमान में बैंकों के जरिए ही सभी ग्राहकों को इंटरनेट बैंकिंग, मोबाइल बैंकिंग और अन्य प्रकार की सेवाओं के जरिए मोबाइल के द्वारा घर बैठे सेवाएं और उनके खातों के संबंध में सही में सटीक जानकारी उपलब्ध कराई जा रही है वर्तमान की तकनीक के दौर में बैंक अपने ग्राहकों को बहुत सारी सुविधाएं दे रहे हैं इससे वे अपनी परिचालन क्षमता का भी विस्तार कर पा रहे हैं सूचना प्रौद्योगिकी की आज के युग की बहुत महत्वपूर्ण आवश्यकता है जिसके बिना बैंकिंग लेनदेन अधूरे माने जाते हैं

कुंजी शब्द (Keywords)- बैंकिंग प्रणाली, इंटरनेट बैंकिंग, मोबाइल बैंकिंग, परिचालन क्षमता, सूचना प्रौद्योगिकी, बैंकिंग इंडस्ट्री, ई-बैंकिंग

I. प्रस्तावना (Introduction)

भारत में बैंक सबसे पुराने, सबसे बड़े और तेज़ी से बढ़ने वाले वित्तीय सेक्टर हैं। बैंक किसानों, व्यापारियों, उद्यमियों, सरकार और समाज के अन्य वर्गों की ज़रूरतों को पूरा करते हैं। बैंक उत्पादक कामों के लिए फाइनेंशियल संसाधन जुटाकर देश की आर्थिक वृद्धि में योगदान देते हैं। बैंकिंग वह प्रक्रिया या गतिविधि है, जिसका इस्तेमाल बैंक ग्राहकों को सेवाएँ देने के लिए करते हैं। भारत में बैंकिंग इंडस्ट्री का इतिहास बहुत पुराना है। बैंक लोन देने या निवेश करने के मकसद से जमा राशि को स्वीकार करते हैं, और चेक, ड्राफ्ट या किसी अन्य तरीके से निकासी की सुविधा देते हैं। आजकल, बैंक ग्राहकों को बेहतर, कुशल, लगातार, पारदर्शी और तेज़ गति से सेवाएँ देने के लिए इलेक्ट्रॉनिक माध्यमों का इस्तेमाल कर रहे हैं। ई-बैंकिंग या इंटरनेट बैंकिंग, इलेक्ट्रॉनिक बैंकिंग का एक रूप है, जो इंटरनेट के ज़रिए ग्राहकों को फाइनेंशियल सेवाएँ देता है। ई-बैंकिंग उपभोक्ताओं को इंटरनेट, टेलीफ़ोन या इलेक्ट्रॉनिक डिलीवरी के माध्यम से आसानी और कम लागत पर ट्रांज़ैक्शन करने का फ़ायदा देती है। सूचना प्रौद्योगिकी की सहायता से ही भारत आर्थिक सम्पन्न और लगातार उन्नति के प्रयासों पर अग्रसर होता जा रहा है भारत में सूचना

प्रौद्योगिकी का तीव्र गति से विकास हो रहा है इसका मुख्य कारण है विभिन्न प्रयोगों का अनुसंधान करके विकास की गतिविधि को बढ़ाया जा रहा है इलेक्ट्रॉनिक्स, डिजिटल उपकरण की सहायता से इस क्षेत्र में लगातार नए-नए प्रयोग हो रहे हैं आज के इस आधुनिक युग में ई-कॉमर्स की ई-शॉपिंग ई-गवर्नंस ई-बैंकिंग ई-मेडिसिन आदि इलेक्ट्रॉनिक माध्यमों का तेजी से विकास हो रहा है वर्तमान समय में बैंकिंग क्षेत्र की ऑनलाइन के जरिए अपने बैंक के सभी अधिकांश कार्य कर पा रहे हैं सूचना प्रौद्योगिकी का बैंकिंग क्षेत्र में बहुत ही महत्वपूर्ण स्थान है

II. संबंधित साहित्य का पुनरावलोकन (Review of Literature)

- डेनियल (1999) ने अपने शोध पत्र में कई विकसित देशों में ई-बैंकिंग को खुदरा बैंकिंग में एक माध्यम के रूप में बताया है
- अरोड़ा (2003) ने अपने शोध पत्र में बैंकिंग क्षेत्र में टेक्नोलॉजी प्रयोग को एक महत्वपूर्ण क्रिया बताया है, उन्होंने नए बैंकिंग उत्पादों और सेवाओं में तकनीक के प्रभाव को विस्तार से बताया है
- डॉ. सतीश तानाजी भोसले, डॉ. बी एस सोबत “Technological development in India Banking Sector” इस शोध पत्र में बदलती हुई भारतीय अर्थव्यवस्था में बैंकों की महत्वपूर्ण भूमिका को बताया है, इसलिए विभिन्न बैंकों को वैकल्पिक रूप में लाभ प्राप्त करने के लिए उन्हें अपनी क्षमता का विकास जरूर करना चाहिए

III. शोध के उद्देश्य (Objective of the Study)

- भारतीय बैंकिंग क्षेत्र में सूचना प्रौद्योगिकी के महत्व को जानना
- भारतीय बैंकिंग क्षेत्र में सूचना प्रौद्योगिकी के द्वारा हो रहे महत्वपूर्ण बदलाव की समीक्षा करना
- भारतीय बैंकिंग क्षेत्र में सूचना प्रौद्योगिकी के जरिए लोगों को मिल रहे फायदों की व्याख्या करना
- भारतीय बैंकिंग उद्योग में हाल के रुझानों का अध्ययन करना।
- बदलते परिवेश में बैंकों के सामने आने वाली विभिन्न चुनौतियों को उजागर करना।
- भारतीय बैंकिंग उद्योग के लिए उपलब्ध अवसरों का अध्ययन करना।

IV. शोध पद्धति (Research Methodology)

- यह अध्ययन सेकेंडरी डेटा (द्वितीयक डेटा) इकट्ठा करके भारत में बदलते बैंकिंग परिदृश्य के विश्लेषण पर आधारित है। सेकेंडरी डेटा के स्रोतों में बैंकिंग से संबंधित किताबें, RBI की सालाना रिपोर्ट, विभिन्न वेबसाइटें और शोध पत्रों, पत्र पत्रिकाओं एवं प्रकाशनों आदि शामिल हैं।

V. भारत में बैंकिंग के हाल के ट्रेंड (Recent Trends in Banking in India)

भारतीय बैंकिंग इंडस्ट्री ने खुद को बड़े पैमाने पर बदल लिया है। वर्तमान में बैंकिंग सेक्टर में देखे गए कई नए ट्रेंड इस तरह हैं:

इलेक्ट्रॉनिक पेमेंट सर्विसेज़ (Electronic Payment Services): आजकल हम ई-गवर्नेंस, ई-मेल, ई-कॉमर्स, ई-टेल वगैरह जैसे कुछ कॉन्सेप्ट देख रहे हैं। इसी तरह, US में ई-चेक शुरू करने के लिए एक नई टेक्नोलॉजी विकसित की जा रही है, जो आखिरकार पारंपरिक पेपर चेक की जगह ले लेगी। भारत में, ई-चेक शुरू करने के लिए, विनिमय साध्य विलेख अधिनियम में पहले ही बदलाव किया जा चुका है, जिसमें ट्रेंकेट चेक और ई-चेक इंस्ट्रूमेंट शामिल हैं।

रियल टाइम ग्राँस सेटलमेंट (Real Time Gross Settlement) (RTGS): भारत में मार्च 2004 से रियल टाइम ग्राँस सेटलमेंट सिस्टम शुरू किया गया था, जिसके ज़रिए बैंक अपने अकाउंट से दूसरे बैंक के अकाउंट में राशि ट्रांसफर करने के लिए इलेक्ट्रॉनिक निर्देश दे सकते हैं। RTGS सिस्टम को RBI मेटेन और ऑपरेट करता है और यह बैंकों के बीच कुशल और तीव्र फंड ट्रांसफर का एक नायाब तरीका देता है, जिससे उनके फाइनेंशियल कार्य

आसान हो जाते हैं। जैसा कि नाम से पता चलता है, बैंकों के बीच फंड ट्रांसफर “रियल टाइम” आधार पर होता है। इसलिए, पैसा तुरंत लाभार्थी तक पहुंच सकता है।

इलेक्ट्रॉनिक फंड ट्रांसफर (Electronic Fund Transfer) (EFT): इलेक्ट्रॉनिक फंड ट्रांसफर (EFT) एक ऐसा तरीका है जिसके तहत कोई भी व्यक्ति जो किसी दूसरे व्यक्ति/कंपनी वगैरह को भुगतान करना चाहता है, वह अपने बैंक से संपर्क कर सकता है और नकद भुगतान कर सकता है या अपने अकाउंट से सीधे रिसीवर/लाभार्थी के बैंक अकाउंट में राशि ट्रांसफर करने के लिए निर्देश दे सकता है। ऐसे ट्रांसफर के लिए निर्देश देते समय बैंक को रिसीवर का नाम, बैंक अकाउंट नंबर, खाते का प्रकार, बैंक का नाम, शहर, ब्रांच का नाम आदि जैसी पूरी जानकारी देनी चाहिए ताकि रकम बेनिफिशियरी के अकाउंट में सही तरीके से और तेज़ी से पहुंच सके।

इलेक्ट्रॉनिक क्लियरिंग सर्विस (Electronic Clearing Services) (ECS): इलेक्ट्रॉनिक क्लियरिंग सेवा एक रिटेल पेमेंट सिस्टम है, जिसका इस्तेमाल एक जैसी प्रकृति के विशाल पेमेंट/रसीद करने के लिए किया जा सकता है, खासकर जहां हर एक पेमेंट पुनरावृत्ति नेचर का हो और राशि काफ़ी कम हो। यह सुविधा कंपनियों और सरकारी विभागों के लिए है ताकि वे बड़ी मात्रा में भुगतान कर सकें या प्राप्त सकें।

ऑटोमैटिक टेलर मशीन (Automatic Teller Machine) (ATM): ऑटोमैटिक टेलर मशीन भारत में सबसे पॉपुलर डिवाइस है, जिससे ग्राहक हफ़्ते के 7 दिन, 24 घंटे अपना पैसा निकाल सकते हैं। यह एक ऐसा डिवाइस है जिससे ATM कार्ड वाले कस्टमर बिना किसी इंसान से बात किए रोज़ाना बैंकिंग ट्रांज़ैक्शन कर सकते हैं। कैश निकालने के अलावा, ATM का इस्तेमाल यूटिलिटी बिलों के पेमेंट, अकाउंट के बीच फंड ट्रांसफर, अकाउंट में चेक और कैश जमा करने, बैलेंस जानने वगैरह के लिए किया जा सकता है।

पॉइंट ऑफ़ सेल टर्मिनल (Point of Sale Terminal): पॉइंट ऑफ़ सेल टर्मिनल एक कंप्यूटर टर्मिनल है जो बैंक में कंप्यूटराइज़्ड कस्टमर इन्फॉर्मेशन फ़ाइलों और मैग्नेटिकली एन्कोडेड प्लास्टिक ट्रांज़ैक्शन कार्ड से ऑनलाइन जुड़ा होता है जो कंप्यूटर को कस्टमर की पहचान बताता है। ट्रांज़ैक्शन के दौरान, कस्टमर के खाते से डेबिट किया जाता है और रिटेलर के खाते में कंप्यूटर द्वारा खरीदारी की रकम क्रेडिट की जाती है।

टेली बैंकिंग (Tele Banking): टेली बैंकिंग कस्टमर को टेलीफ़ोन पर सभी नॉन-कैश बैंकिंग करने की सुविधा देती है। इस डिवाइस के तहत आसान सवालों और ट्रांज़ैक्शन के लिए ऑटोमैटिक वॉयस रिकॉर्डर का इस्तेमाल किया जाता है। मुश्किल सवालों और ट्रांज़ैक्शन के लिए, मैन्ड फ़ोन टर्मिनल का इस्तेमाल किया जाता है।

मोबाइल वैन बैंकिंग (Mobile Van Banking): टेक्नोलॉजी में तरक्की के साथ, एक पूरा बैंक साइड राइट लैपटॉप को कम्प्रेस कर सकता है, जिसे किसी भी समय एक तरीके से ले जाया जा सकता है, जिससे सेलुलर बैंकिंग में कई ऑप्शन डेवलप हुए हैं। कई बैंकों ने मोबाइल/मोटरसाइकिल बैंकिंग भी शुरू की है।

लॉबी बैंकिंग (Lobby Banking): रिसेप्शन बैंकिंग एक वर्ल्ड-वाइड-वेब बैंकिंग कियोस्क, सेल फ़ोन बैंकिंग, चेक ड्रॉप कैपेबिलिटी और ATM देती है, ये सभी एक कस्टमाइज़्ड लॉबी, जैसे कि एक जगह में होते हैं। इसका मतलब है मशीन पर आधारित, स्टाफ़-लेस बैंकिंग, जहाँ हर ट्रांज़ैक्शन आम तौर पर सिर्फ़ सेल्फ़-मैनेज्ड मशीनों से किया जाता है।

इलेक्ट्रॉनिक डाटा इंटरचेंज (Electronic Data Interchange) (EDI): इलेक्ट्रॉनिक डाटा इंटरचेंज, ट्रेडिंग पार्टनर्स के बीच एक स्टैंडर्ड, कंप्यूटर प्रोसेस्ड, यूनिवर्सली एक्सेप्टेड फ़ॉर्मेट में परचेज़ ऑर्डर, इनवॉइस, शिपिंग नोटिस, रिसीविंग एडवाइस वगैरह जैसे बिज़नेस डॉक्यूमेंट्स का इलेक्ट्रॉनिक एक्सचेंज है। EDI का इस्तेमाल वित्तीय जानकारी और भुगतान को इलेक्ट्रॉनिक फ़ॉर्मेट में भेजने के लिए भी किया जा सकता है। बैंकों ने इंडस्ट्री में हुए बदलावों पर तुरंत जवाब दिया; खासकर नई पीढ़ी के बैंकों ने। इस ट्रेड के जारी रहने से टेक्नोलॉजी का इस्तेमाल करके ज़्यादा कस्टमाइज़ेशन के साथ पूरे बैंकिंग ऑपरेशन्स को फिर से डिफ़ाइन और री-इंजीनियर किया गया है। जैसे-जैसे टेक्नोलॉजी बैंकिंग को आसान बनाती है, कस्टमर बैंकिंग सर्विसेज़ आसानी से एक्सेस कर सकते हैं और

किसी भी समय और किसी भी जगह से बैंकिंग ट्रांज़ैक्शन कर सकते हैं। आजकल फ़िज़िकल ब्रांचों का महत्व कम होता जा रहा है।

VI. Challenges (चुनौतियां)

ग्राहक संतुष्टी (Customer Satisfaction) : आज इस सेक्टर में ग्राहक अपनी सेवा में ज़्यादा वैल्यू चाहते हैं, क्योंकि उनके पास इसमें दूसरे विकल्प भी होते हैं। इसलिए हर बैंक को अपने ग्राहक संतुष्टीकरण का विशेष ध्यान रखना होगा।

व्यक्तिगत सेवा देना (To Provide personal services): आज के समय में बैंकों से कई सर्विस देने की मांग है, जिसके लिए उन्हें अपनी सेवाओं में विस्तार करना होगा, जैसे फाइनेंशियल संभावनाओं के साथ सोशल बैंकिंग, सेलेक्टिव अपग्रेडेशन, कंप्यूटराइजेशन और इनोवेटिव मैकेनाइजेशन, बेहतर कस्टमर सर्विस, असरदार प्रबंधकीय कल्चर, इंटरनल सुपरविज़न और कंट्रोल, मजबूत संगठन आदि। इसलिए बैंकों को उन कस्टमर को पूरी व्यक्तिगत सेवाओं को देने में सक्षम होना चाहिए जो अपनी उम्मीदों के साथ आते हैं।

रिटेल लेंडिंग (Retail Lending): हाल ही में बैंकों ने कस्टमर विभाजन अपनाया है जिससे उनके उत्पाद संग्रह को अच्छी तरह से अनुकूल करने में मदद मिली है। इस तरह रिटेल लेंडिंग एक फोकस क्षेत्र बन गया है, खासकर कंज्यूमर ड्यूरेबल्स, हाउसिंग, ऑटोमोबाइल वगैरह की फाइनेंसिंग के मामले में। रिटेल लेंडिंग ने जोखिम को कम करने और बेहतर रिकवरी रेट के साथ बैंकों की कमाई बढ़ाने में भी मदद की है।

भारतीय ग्राहक (Indian Customers) : आज इंडियन बैंकिंग सेक्टर के लिए सबसे बड़ा मौका भारतीय ग्राहक हैं। भारतीय कस्टमर अब कम उम्र में ही अपनी जीवनशैली की ख्वाहिशों को पूरा करना चाहते हैं, जिसमें इक्विटी और डेट का सही कॉम्बिनेशन हो, वे शहरों, कस्बों और गांवों यानी ग्रामीण इलाकों को प्रतिनिधित्व करते हैं। कंज्यूमर गुड्स कंपनियां पहले से ही इस संभावना का फायदा उठा रही हैं, ताकि बैंक इस मौके का पूरा फायदा उठाकर इस लक्ष्य को पूरा करने के लिए समाधान दे सकें।

प्रौद्योगिकी चुनौतियां (Technological Challenges): लोगो को टेक्नोलॉजी के बारे में जानकारी की कमी की वजह से कस्टमर इसका इस्तेमाल तेजी से नहीं कर पा रहे हैं। ई-डिलीवरी चैनल विकसित करने के लिए सही इंफ्रास्ट्रक्चर की भी कमी है।

सिक््योरिटी समस्या (Security Problems) : ई-बैंकिंग का मुख्य नुकसान इसके आस-पास की सिक््योरिटी समस्या है। यह सच है कि ऑनलाइन ट्रांज़ैक्शन करने में फिज़िकल ब्रांच में ट्रांज़ैक्शन करने के मुकाबले बहुत ज़्यादा जोखिम होता है। ऐसा हैकिंग समस्या और आइडेंटिटी चोरी की वजह से होता है।

VII. Opportunities (मौके/अवसर)

बैंकिंग सेक्टर के विकास के लिए नए ट्रेंड्स जो अलग-अलग अवसर लाते हैं, वे नीचे बताए गए हैं:

इंटरनेट बैंकिंग (Internet Banking): यह साफ़ है कि ऑनलाइन फाइनेंस बढ़ेगा और डेटा माइनिंग टेक्नोलॉजी पर आधारित बैंकिंग सेवाओं, शेयर ट्रेडिंग, इंश्योरेंस, लोन जैसे प्रोडक्ट्स के मामले में कन्वर्जेंस बढ़ेगा। कभी भी, कहीं भी बैंकिंग आम हो जाएगी और इसे अपग्रेड करना होगा, इस अपग्रेड में बैंक परम्परागत बैंकिंग सेवाओं के अलावा अलग इंटरनेट बैंकिंग सेवाएं लॉन्च कर सकते हैं।

रिटेल लेंडिंग (Retail Lending): हाल ही में बैंकों ने कस्टमर सेगमेंटेशन अपनाया है जिससे उनके प्रोडक्ट फोलियो को अच्छी तरह से कस्टमाइज़ करने में मदद मिली है। इस तरह रिटेल लेंडिंग एक फोकस एरिया बन गया है, खासकर कंज्यूमर ड्यूरेबल्स, हाउसिंग, ऑटोमोबाइल्स वगैरह की फाइनेंसिंग के मामले में। रिटेल लेंडिंग ने रिस्क को कम करने और बेहतर रिकवरी रेट के साथ बैंकों की कमाई बढ़ाने में भी मदद की है।

ग्रामीण इलाके के ग्राहक (Rural area Customers): भारत की कुल आबादी का 70% हिस्सा बैंकिंग सेक्टर के लिए एक ऐसा मार्केट है जिसका इस्तेमाल नहीं हुआ है। सभी शहरी क्षेत्रों में बैंकिंग सेवाएं आ गई हैं, लेकिन बैंक अभी कुछ ही बड़े गांवों में पहुंचे हैं। इसलिए बैंकों को आने वाले कुछ सालों में ग्रामीण बाजार का फायदा उठाना चाहिए।

विभिन्न चैनल की पेशकश (Offering various channel): बैंक अपने बैंकिंग और अन्य सेवाओं जैसे एटीएम, स्थानीय शाखाएं, टेलीफोन बैंकिंग, मोबाइल बैंकिंग, वीडियो बैंकिंग आदि तक पहुंचने के लिए कई चैनल की पेशकश कर सकते हैं ताकि बैंकिंग व्यवसाय को बढ़ाया जा सके।

VIII. बैंकिंग में सूचना प्रौद्योगिकी (Information Technology in Banking)

भारतीय बैंकिंग उद्योग आईटी क्रांति से गुजर रहा है। बैंकिंग नियामक और प्रतिस्पर्धी कारणों के संयोजन ने भारतीय बैंकिंग उद्योग में कुल बैंकिंग परिचालन के महत्व को और बढ़ा दिया है। सूचना प्रौद्योगिकी मूल रूप से बैंकिंग में दो अलग-अलग तरीकों से उपयोग की जाती है, पहला है संचार और कनेक्टिविटी में और दूसरा है, बिजनेस प्रोसेस री इंजीनियर में। बैंकों को न सिर्फ कस्टमर सहयोगी, कुशल और प्रतियोगी बिजनेस के लिए टेक्नोलॉजी के बेहतर इस्तेमाल की ज़रूरत है, बल्कि उन्हें तेज़ी से बदलते परिवेश और ग्लोबल होते माहौल में नए उत्पाद और नई तरह की सेवाएं देने के लिए भी टेक्नोलॉजी की ज़रूरत है। इन्फॉर्मेशन टेक्नोलॉजी भारतीय बैंकों को नए सिस्टम बनाने का मौका देती है, जो कस्टमर की कई तरह की ज़रूरतों को पूरा करते हैं, जिनमें से कई ऐसी हैं, जिनके बारे में आज सोचा भी नहीं जा सकता।

- बैंकों के लिए टेक्नोलॉजी को लागू करने के फ़ायदों का अंदाज़ा लगाना और उन्हें पता लगाना बहुत ज़रूरी होता जा रहा है। बैंकों को सावधानी और सुरक्षा के साथ टेक्नोलॉजी का इस्तेमाल करना चाहिए।
- बैंकों में टेक्नोलॉजी के बढ़ते इस्तेमाल से "सिक््योरिटी" की चिंताएँ भी पैदा हुई हैं। इस वजह से किसी भी तरह की गड़बड़ी या दुर्घटना से बचने के लिए, बैंकों के पास नेटवर्क सिक््योरिटी और इंटरनल सिक््योरिटी सहित एक अच्छी तरह से डॉक्यूमेंटेड सिक््योरिटी पॉलिसी होनी चाहिए।
- इन्फॉर्मेशन टेक्नोलॉजी एक्ट का पास होना बैंकिंग सेक्टर के लिए एक वरदान साबित हुआ है, और बैंकों को ऐसे नियमों और रेगुलेशन का पालन करना चाहिए। देश के ग्राहक कानूनों में ई-बिजनेस को शामिल करने की भी कोशिश की जानी चाहिए।

IX. भविष्य की संभावनाएँ (Future Prospects)

आज हर कोई यह मानता है कि टेक्नोलॉजी बैंकिंग के भविष्य की चाबी होने वाली है। आज बैंकिंग में जो भी उपलब्धियाँ हैं, वे IT के बिना मुमकिन नहीं होतीं। इसलिए, ज़रूरी बात यह है कि मौजूदा माहौल में बदलते समय बैंकों को बदलाव के बिंदु को सही व ठीक से समझना होगा और उसी के अनुसार बदलाव के लिए सही दूरगामी रास्ता ढूँढना होगा। हालाँकि, बैंकों में टेक्नोलॉजी को अपनाना तेज़ी से जारी है, लेकिन इसका विस्तार मोटे तौर पर मेट्रो और शहरी इलाकों में ज़्यादा है। इसके लिए ज़्यादा से ज़्यादा लोगों को आकर्षित करने के लिए क्षेत्रीय भाषाओं में ज़्यादा से ज़्यादा प्रोग्राम और सॉफ़्टवेयर विकसित किए जा सकते हैं।

X. निष्कर्ष (Conclusion)

आज बैंकिंग को Information Technology के इस्तेमाल से फिर से परिभाषित और री-इंजीनियर किया गया है और यह पक्का है कि बैंकिंग का भविष्य लगातार प्रोडक्ट और प्रोसेस इनोवेशन के साथ ग्राहकों को और भी बेहतर सर्विस देगा। इस तरह, इंडस्ट्री में बैंकिंग मार्केट में टेक्नोलॉजी से एक बड़ा बदलाव आया है और आखिर में इसका सीधा असर बैंकर्स के लेवल पर भी पड़ा है, जिससे उनका ध्यान परम्परागत बैंकिंग से सुविधाजनक बैंकिंग और

“मास बैंकिंग से फर्स्ट क्लास बैंकिंग” में बदल गया है। इस बदलाव ने आम आदमी की सुलभ पहुंच को भी बढ़ाया है।

References: -

1. Anubhauthi, A. (2011). Marketing Features in Banking. Retrieved from <http://www.marketingblog.com>
2. Asika, N. (2006). Research Methodology in the Behavioural Sciences. Lagos: Longman Publishers.
3. Dr. B. Charumathi, Banking & Indian Financial System. www.freebookcentre.net/business/banks
4. Dr. Shubhra Gupta, Marketing of Banking Services (2010), Indus Valley Publications, Jaipur, New-Delhi.
5. Dr. Sravana, University of Calicut, Kerala, Service Marketing.
6. Dr. Nishikant Jha, Dr. Jayprakash Verma, Dr. Rupal Shroff – Service Marketing. Himalaya Publishing House Mumbai.
7. A Palmer, Principles of Services Marketing, McGraw- Hill Book Company, UK, 1994.
8. Sawant, B.S. (2011), Technological Developments in Indian Banking Sector, Vol.1, Issue. IX/Sept; 11pp.1-4
9. Shastri, R.V. (2003), “Recent Trends in Banking Industry: IT Emergence”, Analyst, (March), pp. 45-46.
10. Shetty (2006), “The Information Systems as a Competitive Weapon”, Communications of the ACM, Vol. 27, December 1984, pp. 1193-1201.
11. Sobol, M. and Cron, W. (1983), “The Relationship Between Computerization and Performance: A Strategy for Maximizing Economic Benefits of Computerization”, Information and Management, Vol. 6, 1983
12. Andrade, C “Banking products and services” in Indian institute of banking and Finance, Mumbai.