

भारतातील किरकोळ बँकेचे भवितव्य, आव्हान आणि सध्यास्थिती**सहा.प्राध्यापक : फिरोज प्यारा साहाळा**

नेहरू महविद्यालय ,नेरपरसोपत, जिल्हा . यवतमाळ

सारांश :-

सर्व सामान्यांसाठी रिटेल बँकिंग हा बँकिंग चा सर्वात दृश्यमान चेहरा आहे . भारतातील रिटेल बँकिंगने अलिकडच्या काळात विकासाचे प्रदर्शन केले आहे आणि एकुणच बँकिंग उद्योगातील एक प्रमुख चालक म्हणून उदयस आले आहे . किरकोळ बँकिंग च्या तरतुदीच्या संदर्भ घ्या वैयक्तित ग्राहकां ऑफर केलेली बँकिंग उत्पादने आणि सेवा विशेषतः गैर - उद्योजक हेतुसाठी किरकोळ बँकिंग ताळेबंदाच्या दोन्ही बाजूंच्या उत्पादनाचा समावेश असतो . उदा . अतिरिक्त मालमत्ता बाजुला कर्ज आणि तारण खातीकर्जावर (वैयक्तिक, गृह निर्माण , वाहन आणि शैक्षणिक) निश्चीत बचत खाते . किरकोळ बँकिंग मध्ये क्रेडीट कार्ड डिपोजिटरी सर्विसेस आणि इतर पॅरा बँकिंग उत्पादने व सेवांचा समावेश आहे. वि .आइ . झेड - विमा उत्पादने , भांडवली बाजाराची उत्पादने इ. व्यक्तितना अशा प्रकारे किरकोळ बँकिंग सेवा बँकिंगच्या उत्क्रांतीच्या मध्यंतरी टप्या टप्यात असलेल्या बँकिंग सेवांशी व्यापकपणे संबंधित असतात. तर किरकोळ बँकिंगवाढीसाठी अभूतपूर्व संधि देणारी आव्हाने ही तितकीच चिंताजनक आहेत. ग्राहक संरक्षण आघाडी वर कठोर नियामक आवश्यकता संथगतीची जागतीक अर्थव्यवस्था आणि ग्राहकांच्या वाढत्या अपेक्षेतील जोखीम याचा अर्थ असा आहे की बँकांनी वाढीसाठी नाविन्य आणले पाहिजे. हा भारतातील रिटेल बँकिंग च्या विविध बाबिं विषयी मुख्यत्वे भवितव्य, आव्हाने वताज्या (Current) ट्रेड विषयी आहे .

कीवर्ड :- किरकोळ बँकिंग , उत्पादने आणि सेवा , आव्हान , सध्या स्थिती**प्रस्तावना**

किरकोळ बँकिंग :- किरकोळ बँकिंग म्हणजे

एक प्रकारचे ग्राहक बँकिंग होय. किरकोळ बँकिंग म्हणजे अशा व्यक्ती आणि लहान व्यवसायासाठी बँकिंग सेवांच्या तरतुदीचा संदर्भ आहे जिथे वित्तिय संस्था मोठ्या संख्येने कमी मूल्याच्या व्यवहारावर व्यवहार करतात. हे घाऊक बँकिंगच्या विपरित आहे जेथे ग्राहक मोठ्या प्रमाणात आहेत , बहुतेक वेळा बहुराष्ट्रीय कंपन्या , सरकारी संस्था आणि सरकारी उद्योग आणि वित्तिय संस्था अल्प प्रमाणात मूल्य असलेल्या व्यवहारात व्यवहार करते . किरकोळ बँकिंगच्या स्वभाव हा खुपच व्यापक आहे - याचा अर्थ वैयक्तिक ग्राहकांशी असलेल्या व्यावसायिक

बँकांचे व्यवहार आणि स्थितीवीवरणा च्या दायित्वे आणि संपत्ती या दोन्ही बाबींचा संदर्भ आहे .वैयक्तिक ग्राहकांना देऊ केलेल्या बँकिंग उत्पादने आणि सेवांच्या तरतुदीचा संदर्भ दायित्व बाजुला बँकिंग नेहमीच किरकोळ असते म्हणजेच बँकांनी मोठ्या संख्येने रिटेल ठेवीदारां कडून आपले संसाधने वाढविले आहेत. त्या अर्थाने जेव्हा आपण रिटेल बँकिंग बद्दल बोलतो तेव्हा आमचे लक्ष मालमत्ता बाजुवर म्हणजेच किरकोळ विभागाला कर्ज देणे अशा प्रकारे संपूर्ण रिटेल बँकिंग मध्ये उत्पादनांचा ऑफर करणे , ताळेबंद च्या दोन्ही बाजू उदा. निश्चित चालु/बचत खाती मालमत्ता बाजुवर आणि तारण कर्ज (उदा. वैयक्तिक, गृह निर्माण, वाहन आणि शैक्षणिक) किरकोळ बँकिंग मध्ये क्रेडीट कार्ड डिपोजिटरी सर्विसेस आणि इतर पॅरा बँकिंग उत्पादने सेवांचा समावेश

आहे.वि .आइ . झेड- विमा उत्पादने ,भांडवली बाजाराची उत्पादने इ. व्यक्तित्ना अशा प्रकारे किरकोळ बँकिंग सेवाविस्तृतपणे परस्पररित्या संबंधित आहे. बँकिंग उत्क्रांती च्या मधल्या टप्प्यात प्रदान केलेल्या बँकिंग सेवांना येथे नमुद करणे संदर्भित आहे की बऱ्याच विकसनशील देशांमधील वास्तविक अर्थव्यवस्था केवळ दरम्यान च्या टप्प्यात नव्हेतर प्रगत टप्प्यात देऊ केलेल्या उत्पादनांची आणि सेवांची मागणी करण्यासाठी पुरेसे परिपक्व आहेत . आणि म्हणूनच किरकोळ बँकिंग अर्थव्यवस्थेच्या उपभोग आणि सट्टेबाजीशी संबंधित सर्व उत्पादने व सेवा स्वीकारणे या कार्यक्षेत्रात प्रासंगिक झाले आहे. सर्व सामान्यांसाठी रिटेल बँकिंगहा सर्वातदृश्यमान चेहरा आहे . ही सेवा सामान्यतः भौतिक वीट आणि मोर्टरशाखाआणि सर्वव्यापी ए .टी. एम वर दिले जाते. (Physical Brickand Mortar Branches and at the Ubiquitous ATMs) किरकोळ बँकिंग साठी वितरण चॅनल आता शाखा व एटीएम पूरते नसुन दुरध्वनी आणि सर्वात गतिने वाढणारी चॅनल म्हणजे व्याज होय. खंर तर पश्चिमे कडील काही किरकोळ बँका पूर्णपणे इंटरनेट द्वारेच काम करतात आणि सर्वसाधारण पणे भौतिक दुकानात जाऊन ग्राहकांना सेवा देण्याची सोय नसतांही ज्या बँका किरकोळ ग्राहकांवर लक्ष केंद्रीत करतात त्या तुलनेने कमी आहे. तर किरकोळ बँकिंग क्रिया सामान्यतः स्वतंत्र विभागा तून घेतल्या जातात . किरकोळ बँक सामान्यतः किरकोळ ग्राहकां द्वारे सुरु होते जी सर्व सामान्य लोक असतात आणि हळूहळू अशा एका टप्प्यातून पदवीधर होवून “ क्लास रिटेल बँकिंग” मध्ये जाते.परंतु “मास रिटेल बँकिंग” ही अशी एक अवस्था आहे ज्या मध्ये बँका प्रमाणित बँकिंग उत्पादने आणि सेवा देत असते. बँका ग्राहक या टप्प्यामध्ये पुरेसा ब्रॉड ग्राहक बेस तयार करण्याचा

प्रयत्नात असतात जो दुसऱ्या बाजुला क्लास रिटेल बँकिंग ला अर्थसहाय्य देणारा स्थिर स्रोत म्हणून काम करू शकतो,ज्या टप्प्यात बँका एका विशिष्ट ग्राहका वर लक्ष बऱ्याच बँकांमध्ये लघु कर्जदार आणि एस.एम.इ ग्राहकांना देण्यात आलेल्या बँकिंग सेवामास रिटेल बँकिंगचा एक भाग आहे . काही कालावधीत किरकोळ बँकिंग वर्ग व्यक्ती किंवा शेतीसाठी किंवा लघु उद्योगांसाठी(SMEs) उद्योजकांच्याउद्देशाने बँकिंग वर्ग आणि बँकिंग मध्ये आपला वर्ग बदलू शकते . हे विशेषतः आहे की सेवा पूरवठा करणाऱ्याबाबतीत किरकोळ बँकिंग चे अनेक पैलू आहे. (लहान मुल्यांचे व्यवहार मोठ्यासंख्येने) आणि जोखीम व्यवस्थापन पध्दती (स्कोअरिंग मॉडेल,मॉडेल आधारित भांडवली मुल्यांकन) वैयक्तिक उद्योगांद्वारे चालवल्या जाणाऱ्या छोट्या व्यवसायां नाही लागू आहे .

किरकोळ बँकिंगची वैशिष्ट्ये :-

रिटेल बँकिंग अंतर्गत उत्पादने व सेवा प्रमाणित करायला हवा दुसऱ्या शब्दात म्हणजे “ ऑफ -द - शेल्फ “ उत्पादने कोणत्याही सानूकूलना शिवाय आहेत ,तुलनात्मकते साठी त्यांना ब्रॉडेड रिटेल स्टोअर मध्ये ऑफर केलेल्या उत्पादनाशी समतुल्य करुया .किरकोळ स्टोअर मध्ये तुम्ही काय पाहता व किंमत टॅग वर काय नमुद आहे यासाठी तुम्ही देय करा. ऑफर केलेली उत्पादने व सेवांबद्दल एक सारखी पारदर्शकता आणि भेदभाव नसतो. म्हणुनच किरकोळ बँका द्वारे देऊ केलेल्या उत्पादनांमध्ये ही अशीच वैशिष्ट्ये असली पाहिजेत . अलीकडील रिटेलबँकिंग चे उद्दिष्टे आहे कार्यक्षम पध्दतीने सेवा देणे . कारण माँस रिटेल बँकिंग मध्ये एखाद्या व्यक्तित्या गटाला शिक्षण देण्याचे हेतु आहे . बँकांना समोर जाण्यासाठी योग्य व्यवस्था, रचना , मनुष्यबळ आणि प्रक्रिया असणे,गट वैशिष्ट्ये व गट वर्तण , लक्ष्य आणि ग्राहकांसाठी गट गतिशिलता आवश्यक आहे .

रिटेल बँकिंग मध्ये वाढती व्याज :- बँकांना रिटेल बँकिंगच्या शब्दांकडे वाढणारी आवड समजून घेण्यासाठी आपण प्रथम बँकिंग कशी विकसित होते हे समजणे आवश्यक आहे. विकसित बाजारपेठ गेल्या काही वर्षात बँकिंग च्या विकास खालील तीन टप्प्यात झाल्याचे दिसून येते. हे तीन टप्पे संबंधित कार्य क्षेत्राती

१) प्रथम चरण :- या टप्प्यात बँका मुख्यतः मूलभूत सेवा म्हणजे बचत कार्याची तरतूद आणि उत्पादक कामांसाठी पतपरवठा करण्यात गुंतलेली होती आणि पैसे पाठविण्यासह पेमेंट सेवा सुलभ आहे .

२) दुसरा टप्पा :- प्रथम टप्प्यात दिल्या जाणाऱ्या सेवा व्यतिरिक्त, बँका या व्यतिरिक्त उपभोगाच्या उद्देशाने कर्ज देण्यास पात्र ठरल्या विमा इत्यादि सारख्या विशिष्ट पॅरा बँकिंग सेवा देण्यासही बँकेने सुरुवात केली. अशा सेवांची मागणी मुख्यत्वे अर्थव्यवस्थेच्या गुंतवणूकीच्या नेतृत्वात वाढीच्या टप्प्यात उपभोगाच्या वाढीच्या टप्प्यात बदल झाल्यामुळे उद्भवली. अर्थव्यवस्था आणि समाजाच्या विकासाच्या या टप्प्यावर किरकोळ बँकिंग च्या पुनरुत्थान होते.

३) प्रगत टप्पा :- बँकांनी या टप्प्यात व उच्च बचत आणि गुंतवणूक उत्पादने संपत्ती व्यवस्थापन उत्पादने आणि संरचित उत्पादने या दोन्ही व्यक्ती व लघु व्यवसाय व कॉर्पोरेट्सना प्रदान करण्यास सुरुवात केली आहे .

भारतातील किरकोळ बँकिंगचे भविष्य :-

भारतातील किरकोळ बँकांनी अलिकड च्या काळात विकासाचे प्रदर्शन केले आहे. आणि बँकिंग उद्योगातील एक प्रमुख चालक म्हणून उदयास आले आहे. खर तर ही वाढ वैयक्तिक संपत्ती, लोकसंख्याशास्त्रीय नफा, वेगवान आय .टी. विकास वित्तिय बाजारपेठे च्या विकासाला दिली जाते. रिटेल बँकिंगचे भविष्य ग्राहकांना दिलेल्या विशिष्ट सेवांचा संदर्भ आहे . जसे बचत आणि खाती तपासणे क्रेडिट कार्ड व डेबिट कार्ड आणि कर्ज ग्राहकांकडून डिजिटल वाहिन्यांकडून वित्तीय सेवा मिळवण्याच्या वाढत्या

इच्छेमुळे नविन बँकिंग तंत्रज्ञानात वाढ झाली असून ती संपूर्ण किरकोळ बाजारपेठ पूर्ण नव्याने बदलत आहे. किरकोळ बँकांची परिचालन क्षमता सुधारण्याच्या दृष्टीने तंत्रज्ञानाचा सकारात्मक परिणाम मार्केटवर होत आहे . भारतासारखा विकनशील अर्थव्यवस्थेत अफाट वैशिष्ट्ये आहे. यात महत्वाचे योगदान आयत घटका चे आहे . यामुळे मध्यम वर्गा ची वाढ व उच्च उत्पन्न व्यक्तित्वा सक्तीत सतत वाढ होऊन किरकोळ बँकिंग क्षेत्रात भरीव वाढ होईल . किरकोळ कर्ज हा किरकोळ बँकिंगचा एक भाग आहे . किरकोळ बँकिंग मध्ये किरकोळ ठेवीदार महत्वाची भुमिका बजावतात. रिझर्व्ह बँक आर्थिक समावेशनाबद्दल विशेष विचार करित असल्यामुळे संपूर्ण बँकिंग उद्योग किरकोळ बँकिंग कडे पहात आहे . आर्थिक समावेशाच्या अनुषंगाने उद्योगमुख व्यवसायाची संधी किरकोळ बँकिंग क्रेडीट इतिहासा बद्दल घरगती माहिती बँकांकडे ग्राहकांच्या नाते संबंधाची गोपनीता कायम ठेवण्यासाठी ग्राहकांची पत विसयक माहिती सामायिक करण्याचा पारंपारिक प्रतिकार असतो. सी.आई.बी.आई. एल २००० साली भारतात समावेश करण्यात आली. सी.आई.बी.आई. एल.चे मुख्य उद्दिष्टे कर्ज देणे व माहिती प्रसारित करणे आहे. किरकोळ बँका स्पर्धात्मक राहण्यासाठी बँकिंग-एझ-ए-सर्व्हिस जागेवर प्लॅटफॉर्म बाजारात आणत आहे. आपला कास्ट कमी कण्यासाठी आणि ऑपरेशन्स मध्ये कार्य कुशलता प्राप्त करण्या करीता, वाढती बाजारपेठ स्पर्धा आणि तांत्रिक नव कल्पनांचा सामना करण्यासाठी बँका आऊट सोर्सिंगचा वापर करीत आहे . त्यामुळे किरकोळ बँकिंग क्षेत्रात आऊटसोर्सिंग एक महत्वाचा घटक बनला आहे. भारतात रिटेल बँकिंगचे भविष्य हे उत्पादन किंवा सेवांचा लाभ घेणाऱ्या व समाजाच्या सर्वांगीण विकासासाठी वैयक्तिक ग्राहकांच्या विकासास मदत करते . एवढेच नाही तर बँकांच्या तळाशी असलेल्या ओळी सुधारण्या साठी किरकोळ बँकिंग हे प्रभावी साधन असल्याचे सिद्ध झाले आहे . असा प्रकारे भारतात किरकोळ बँकिंग व्यवसायाला वाव आहे .

रिटेल बँकिंगचे फायदे :-

- १) चालु व बचत खात्यांव्यतिरिक्त किरकोळ बँकिंग मधील ठेवी तुलनात्मक दृष्ट्या स्थिर आहे. या कोअर ठेवी आहे
- २) रिटेल बँकिंग मुळे बँकांचे सहाय्यक व्यवसाय वाढण्यास मदत होते.
- ३) चालु व बचत खात्यांच्या बाबतीत व्याज असंवेदनशील व कमी करार आहे.
- ४) किरकोळ विभाग हा फंडच्या विकासासाठी उत्तम असे मार्ग आहे परंतु फंड कमी किंमतीचे आहे.
- ५) सक्षम ग्राहक तळ तयार करण्यास मदत करते .
- ६) जेव्हा बँकिंग उत्पादने व सेवांना जास्त मागणी असते तेव्हा किरकोळ बँकिंग ला उच्च विपणन प्रयत्नांची आवश्यकता नसते.
- ७) ग्राहक कर्ज कमी जोखीमची असते आणि NPAची कमतरता असते.
- ८) विशाल ग्राहक बेश विविध पोर्टफोलिओ मुळे बँकेचा धोका कमी होतो.
- ९) परवडणाऱ्या पतातून बँकिंग विभाग लोकांच्या जीवन शैलीची व लोकांच्या आकांक्षा पूर्ण करतो.
- १०) उत्पादकता कामात गुंतवणूकीच्या माध्यमातून देशाच्या आर्थिक पुनरुत्थानास मदत होते.
- ११) कर्जाची रक्कम तुलनेत कमी असल्याने पत जोखीमेत भिन्नता येते .
- १२) उत्पादनांच्या नवीन शोध घेण्यासाठी बँकांना किरकोळ बँकिंगचे पोषण उपलब्ध आहे.

किरकोळ बँकिंगचे दोष :-

- १) जर प्रणाली पूरेशे मजबूत नसेल तर मोठ्या संख्येने ग्राहकांचे व्यवस्थापन करण्यात समस्या उद्भवू शकतात.
- २) स्वताची आणि नवीन आर्थिक उत्पादने डिझाईन करणे बँके साठी खूप महाग आणि वेळ खाऊ आहे.

- ३) आज ग्राहकां द्वारे शाखा बँकिंग करण्या पेक्षा नेट बँकिंग ला अधिक पसंती दर्शवितात.
- ४) तंत्रज्ञानात मोठ्याप्रमाणात गुंतवणूक करुण ही तिचा योग्य स्तरावर उपयोग करण्यास बँका सक्षम नाही.
- ५) दीर्घ मुदती कर्जांना परत फेडीची मुदत असते परत फेडीची योग्य ती पाठपूरावा न झाल्यास NPAहोवू शकतो.
- ६) मोठ्या संख्येने बँक देखरेख करण्यासाठी आणि पाठपूरावा करण्यासाठी बँका मानव संसाधन विभागा कडे मोठ्या प्रमाणात वळत (उतरत) आहे .
- ७) नवीन वित्तीय उत्पादनांच्या डिझाईन मध्ये प्रचंड भांडवल गुंतवणूक आवश्यक आहे.
- ८) म्युच्युअल फंड इत्यादी सारख्या इतर अनेक आर्थिक उत्पादने ग्राहकांना स्वता च्या शब्दांकडे आकर्षित करतात.

भारतात रिटेल बँकिंगच्या संधी :-

अ) दरडोईउत्पन्नात वाढ :- मागील काही वर्षात दरडोई उत्पन्नात वाढ झाली असून भविष्यातही ती वाढत राहिल अशी अपेक्षा आहे. मागील पिढ्यांपेक्षा आजचे तरुन वर्गांना वैयक्तिक कर्ज घेण्यास अधिक सोयीस्कर आहे. आर्थिक वाढ आणि अधिकरोजगारांमुळे त्यांची खरेदी शक्ती (क्षमताही) वाढली आहे.तसेच भारताच्या GDP चांगला दराने वाढेल अशी अपेक्षा आहे.

ब) उत्पादने आणि सेवांमध्ये नावीन्य:- रिटेलविभागात नावीन्यपूर्णतेला अधिक वाव आहे. कारण बँकांनी आपल्या ग्राहकांना अधिकाधिक उत्पादने व सेवा उपलब्ध करुन दिल्या आहे. बाजारातील मागणीशी जुळण्यासाठी आणि या स्पर्धात्मक युगात टिकण्यासाठी बँकां आपल्या उत्पादनांच्या सेवात निरंतर सुधारणा करू शकतात.

क) वाढती अर्थव्यवस्था :- किरकोळ बँकिंगला भारतासारख्या विकसनशील अर्थव्यवस्थेत प्रचंड संधी आहे. ए.टी.केर्नी, ग्लोबल मिलीगंट

(जागतीक व्यवस्थापन) सल्लागार फर्मने उद्योन्मुख बाजार पेठांमधील भारताचा दुसरा सर्वात आकर्षक किरकोळ गंतव्यस्थान म्हणून ओळख दिला. या संदर्भात भारतीय मध्यमवर्गीचा उदय हा महत्वाचा घटक आहे. मध्यम ते उच्च उत्पन्न असणाऱ्या भारतीय कुटुंबांची टक्केवारी वाढतच जाणे अपेक्षित आहे.

ड) भविष्यातील वाढ : - डिजिटल चॅनल, उत्पादने आणि व्यवसाय मॉडेलचा अवलंब करणे, एस एम इ द्वारे सादर न केलेली संधी, किरकोळ पतात वाढ, परवडणारी बँकिंग प्रस्तावाचा विकास या संधी भविष्यातील वाढीस परिभाषित करतात. एकत्रितपणे या संधी उद्योन्मुख बाजार पेठा आणि बँकांच्या एकुण विकासाच्या ७० टक्याहून अधिक वाढवतील. या संधींना मिळालेल्या उत्तम प्रतिसादामुळे विकसीत व अविकसीत मधला अंतर वाढेल असे ओलिव्हर वायमनच्या अहवालात म्हटले आहे.

भारतात रिटेल बँकिंगच्या आव्हाने:-

१) ग्राहक संरक्षण व किंमत: चेक रिटर्नसाठी कमीत कमी शिल्लक शुल्क न राखण्यासाठी शुल्क आकारले जाते आणि असे शुल्क आकारले जाते जिथे कोणतीही सेवा ग्राहकांना कोणताही व्यवहार न केल्यास पुरवले जाते. हे खर आहे कि ग्राहकाला मिनीमम राशी न राखण्या साठी एकदा शुल्क आकार ले जाते. पण नंतर असे का करावे. इतके की अखेरीस त्याचे संतुलन निगेटिव्ह होते.

किरकोळ बँकिंगचे मॉडेल यशस्वी होण्यासाठी मुख्य भेदभाव, जोखीम आधारित, स्पर्धात्मक व मुल्यवान असाव्यात चुकीच्या ग्राहकांना उत्पादनांची विक्री केल्याबद्दल अनेक तक्रारी रिझर्व्ह बँकेकडून प्राप्त झाल्या आहे.

२) एम आय एस ची अपुरीता :- कोणत्याही व्यवसायाच्यायशासाठी महत्वपूर्ण आयात म्हणजे त्याच्या विविध घटकांबद्दल अचुक सातत्यपूर्ण आणि दाणेदार माहिती. भारतीय बँकांमधील माहिती

प्रणाली प्राथमिक असल्यामुळे ठोस निर्णय घेण्याऐवजी निर्णय घेण्याची शक्यता आहे.

३) खर्चात कपात :- नियामक दबाव वाढत असताना बँकांना त्याच्या अर्थसंकल्पातील एक मोठा भाग उर्वरित अनुपालन आणि अधिक प्रगत माहिती सुरक्षा पध्दती तयार करण्यासाठी खर्च करण्यास भाग पाडले जाते. हे विशेषतः छोट्या संस्थांसाठी आहे. स्पर्धासाठी नवनिर्मितीसाठी दबाव वाढला असून आपण कल्पणा करू शकता की बँकां कर्च कमी करण्याची प्रत्येक संधी शोधत आहेत.

४) ग्राहकाचे एकल दृश्य :- स्पर्धा करण्यासाठी किरकोळ बँकांनी संघटनेत धोरणात्मक नियोजन करण्यासाठी ग्राहक अंतर्दृष्टी वापरणे आवश्यक आहे. चॅनल व उत्पादनांमध्ये संपूर्ण ग्राहक जिवनशक्ती समजून घेणे आणखी एक महत्वाचे आव्हान आहे. ग्राहकांचे उत्तम अनुभव, निष्ठावाढविणे आणि मंथन कमी करण्याबरोबरच, नाविण्यपूर्ण गुंतवणूकीची योग्य संधी शोधणे देखील आवश्यक आहे. ज्यामुळे वाढ होण्यास मदत होईल.

५) ग्राहक राखून ठेवणे :- ग्राहक राखून ठेवणे हे सर्वात मोठे आव्हान आहे. हार्वर्ड बिझिनेस रिव्ह्यू मध्ये रिचर्ड व सासर यांच्या संशोधनानुसार ग्राहक धारणा वाढल्यामुळे बँकिंग व्यवसाय नफा, विमा, दलाली, आणि ग्राहक क्रेडिट कार्ड बाजारातील टक्के वाढू शकतो. अशा प्रकारे बँकांना ग्राहक टिकवून ठेवून बाजारातील वाटा वाढविण्यावर भर देण्याची गरज आहे.

६) कर्मचारी प्रतिबद्धता व धारणा :- कार्यक्षमता सुधारण्यासाठी किरकोळ बँकिंग ला डेटा सुरक्षितता सुधारण्यासाठी नवीन ग्राहक केंद्रित उपाय नवीन ग्राहक विभागातील बाजारपेठे ची उत्पादने आणि रीमॉडल अंतर्गत प्रक्रिया विकसित करण्याकरीता अभिनव विचारवंतांची गरज असते. स्पर्धाकांकडून सक्रियपणे भरती केली जातील. म्हणून संघटनांनी त्यांचे कर्मचारी प्रतिबद्धता समजून घेणे आणि त्यांना अक्वल स्थानी मजबूत रणनीती विकसित करणे महत्वाचे आहे.

७) **संस्थात्मक सिलोस** :- पीडब्ल्यूसीने नमूद केल्याप्रमाणे किरकोळ बँकिंग वाढीसमोरील एक आव्हान म्हणजे पारंपारिक सिलोसमध्ये उत्पादनांची सुरुवात व देखभाल केली जाते. ज्यामुळे व्यवसायिक मॉडेल बनू शकते. उदा. क्रेडिट कार्ड सामान्यता वैयक्तिक कर्जापेक्षा वेगळे असते. ऑनलाइन बँकिंग बऱ्याचदा वीट आणि मोटार शाखांपेक्षा खूपच वेगळी असते. क्रॉस सेलींग वाढीसाठी आवश्यक असतांना त्यास समर्थन देण्यासाठी पध्दतशीर विक्री प्रक्रिया झालेली नाही.

निष्कर्ष :-

किरकोळ बँकिंगमध्ये सतत नवनिर्मिती करण्याची आवश्यकता आहे. किरकोळ बँकिंगच्या जागेवर जागतिक त्सुनामीमुळे झालेल्या अशांततेच्या पार्श्वभूमीवर रिटेल बँकिंगची जागा ओएसिस (नीरस) असल्याचे दिसून आले. किरकोळ बँकिंगद्वारे प्राप्त ग्राहक ठेवी बहुतेक बँकांसाठी स्थिर निधीचा अत्यंत महत्वाचा स्रोत आहे. किरकोळ बँकिंगजागेत जाण्यासाठी व संबंधित राहण्यासाठी बँकांनी नावीन्यपूर्ण आणि प्रयोगांची सीमा पुढे ठेवणे आवश्यक आहे.सशक्त ग्राहक बँक संबंधातील सर्वात आवश्यक घटकांपैकी एक म्हणजे बँकांच्या ग्राहकांच्या गरजा व आवडी निवडी. तसेच त्याचा आकार आणि त्यांचा ग्राहक आधार मोठ्या प्रमाणात वाढल्यामुळे बँकां त्यांच्या ग्राहकांच्या गरजा व त्यांची प्राधान्य जवळून समजून घेण्यापासून दुर गेले आहे. अल्टर्नेट डिलिव्हरी चॅनल्सच्या प्रसारामुळे बँकांना शक्य नसल्यामुळे सर्व वाहिन्या त्यांच्या ग्राहकांना त्यांच्या सेवा देण्यासाठी देऊ शकतात.कदाचित ग्राहकांनी विशिष्ट मार्ग निवडले असावेत असा आशा आहे. बँकांसाठी चॅनल सेगमेंट अजॅष्टिक आहे अशा उत्पाद पध्दतीची रचना करणे ही त्यांच्या समोर आव्हान आहे . भारतातील बँकिंग क्षेत्र दाखवून देत आहे आणि मला आशा आहे की ते या व्यवसायाच्या मार्गावर काम करत राहिल.

संदर्भ :-

- १) www.rbi.org.in
- २) 'कॅस्टमर सर्विस इन रिटेल बँकिंग इन इंडिया'- मनोज जोशी
- ३) 'रोल ऑफ रिटेल बँकिंग इन इंडियन इकॉनामी'- डॉ. आर श्रीनिवास राव
- ४) 'इन्ट्रोडक्सन ऑफ रिटेल बँकिंग इन इंडिया'- आर. मिश्रा,दिल्ली
- ५) रिटेल बँकिंग संधी आणि आव्हाने -गोपीनाथ श्यामला २००५
- ६) RBI Report on Trend and Progress of Banking in India 2018-2019 & 2019-20