

ધોરણ X માટે પાઠ્યપુસ્તક

માઇક્રોફાઇનાન્સ એક્ટિવિટીવ

સેક્ટર: બીએફએસઆઈ

જોબ રોલ: માઇક્રોફાઇનાન્સ એક્ટિવિટીવ

(ફવોલિફિકેશન પેક: સંદર્ભ આઈડી. બીએસસી/ક્યૂ2401)



પીએસએસ સેન્ટ્રલ ઇન્સ્ટિટ્યુટ ઓફ વોકેશનલ એજ્યુકેશન

(શિક્ષણ મંત્રાલય, ભારત સરકાર હેઠળના એનસીઈઆરટીનું

એક ઘટક યુનિટ)

શ્યામલા હિલ્સ, ભોપાલ- 462 002, એમ.પી., ભારત

<http://www.પીએસએસસીઆઈવીઈ.ac.in>

ગાંધીજીનું તાવીજ

હું તમને એક તાવીજ આપીશ. જ્યારે પણ તમને શંકા હોય અથવા જ્યારે તમારી પોતાની જાત તમારી માટે અતિશય બની જાય, ત્યારે નીચેની કસોટી લાગુ કરો:

સૌથી ગરીબ અને નબળા માણસનો ચહેરો યાદ કરો જેને તમે જોયો હશે અને તમારી જાતને પૂછો કે તમે જે પગલું વિચારી રહ્યા છો તે તેના માટે કોઈ કામનું છે કે કેમ? શું તેને તેનાથી કંઈ મળશે?

શું તે તેને તેના પોતાના જીવન અને ભાગ્ય પર નિયંત્રણમાં પુનઃસ્થાપિત કરશે? બીજા શબ્દોમાં કહીએ તો, શું તે ભૂખ્યા અને આધ્યાત્મિક રીતે ભૂખ્યા લાખો લોકો માટે સ્વરાજ તરફ દોરી જશે?

પછી તમે તમારી શંકાઓ અને તમારી જાતને દૂર થતાં જોશો.

M. Gandhi

ધોરણ X માટે પાઠ્યપુસ્તક

માઇક્રોફાઇનાન્સ એક્ટિવિટીવ

સેક્ટર: બીએફએસઆઈ

જોબ રોલ: માઇક્રોફાઇનાન્સ એક્ટિવિટીવ

(ફવોલિફિકેશન પેક: સંદર્ભ આઈડી. બીએસસી/ક્યૂ2401)



પીએસએસ સેન્ટ્રલ ઇન્સ્ટિટ્યુટ ઓફ વોકેશનલ એજ્યુકેશન

(શિક્ષણ મંત્રાલય, ભારત સરકાર હેઠળના એનસીઈઆરટીનું

એક ઘટક યુનિટ)

શ્યામલા હિલ્સ, ભોપાલ- 462 002, એમ.પી., ભારત

<http://www.પીએસએસસીઆઈવીઈ.ac.in>

પ્રથમ આવૃત્તિ

સપ્ટેમ્બર, 2023

પીડી ...

© પીએસએસસીઆઈવીઈ, ભોપાલ
રાષ્ટ્રીય શૈક્ષણિક
સંશોધન અને તાલીમ પરિષદ 2023

સર્વાધિકાર આરક્ષિત 2023

- આ પ્રકાશનનો કોઈપણ ભાગ પ્રકાશકની પૂર્વ પરવાનગી વિના કોઈપણ સ્વરૂપમાં અથવા કોઈપણ માધ્યમથી, ઇલેક્ટ્રોનિક, મિકેનિકલ, ફોટોકોપી, રેકોર્ડિંગ અથવા અન્યથા પુનઃઉત્પાદન, પુનઃપ્રાપ્તિ પ્રણાલીમાં સંગ્રહિત અથવા પ્રસારિત કરી શકાશે નહીં.
- આ પુસ્તક એ શરતે વેચવામાં આવે છે કે આને પ્રકાશકની સંમતિ વિના, કોઈપણ પ્રકારના બાઈન્ડિંગ અથવા કવરના સિવાય જેમાં આ પ્રકાશિત છે, વેપારના માર્ગે, ઉધાર આપવામાં નહીં આવે, ફરીથી વેચવામાં નહીં આવે, ભાડા પર આપવામાં નહીં આવે અન્યથા નિકાલ કરવામાં આવશે નહીં.
- આ પ્રકાશનની સાચી કિંમત આ પૃષ્ઠ પર છપાયેલી કિંમત છે, રબર સ્ટેમ્પ અથવા સ્ટીકર દ્વારા અથવા અન્ય કોઈપણ માધ્યમ દ્વારા દર્શાવેલ કોઈપણ સુધારેલી કિંમત ખોટી છે અને તે અસ્વીકાર્ય હોવી

પ્રકાશન ટીમ

વડા, પ્રકાશન વિભાગ	:
મુખ્ય સંપાદક	:
ચીફ બિઝનેસ મેનેજર	:
મુખ્ય ઉત્પાદન અધિકારી (ઈન્ચાર્જ)	:
સંપાદક	:
ઉત્પાદન અધિકારી	:

પ્રસ્તાવના

રાષ્ટ્રીય અભ્યાસક્રમ ફેમવર્ક-2005 (એનસીએફ-2005) કાર્ય અને શિક્ષણને અભ્યાસક્રમના ક્ષેત્રમાં લાવવાની, આને શીખવાના તમામ ક્ષેત્રોમાં સામેલ કરવા અને સંબંધિત તબક્કામાં તેની પોતાની ઓળખ આપવાની ભલામણ કરે છે. આ સમજાવે છે કે કાર્ય જ્ઞાનને અનુભવમાં પરિવર્તિત કરે છે અને આત્મનિર્ભરતા, સર્જનાત્મકતા અને સહકાર જેવા મહત્વપૂર્ણ વ્યક્તિગત અને સામાજિક મૂલ્યોને ઉત્પન્ન કરે છે. કાર્ય દ્વારા વ્યક્તિ સમાજમાં પોતાનું સ્થાન મેળવવાનું શીખે છે. આ એક શૈક્ષણિક પ્રવૃત્તિ છે જેમાં સમાવેશની સહજ સંભાવના છે. તેથી, શૈક્ષણિક સેટિંગમાં ઉત્પાદક કાર્યમાં સામેલ થવાનો અનુભવ વ્યક્તિને સામાજિક જીવનની કિંમત અને સમાજમાં શેને મહત્વ આપવામાં આવે છે અને પ્રશંસા કરવામાં આવે છે, તેની પ્રશંસા કરવામાં મદદ કરશે. કાર્યમાં ભૌતિ અથવા અન્ય લોકો (મોટાભાગે બંને) સાથે અંતઃક્રિયાનો સમાવેશ થાય છે, આમ, કુદરતી પદાર્થો અને સામાજિક સંબંધો વિશે ઊંડી સમજણ અને વ્યવહારિક જ્ઞાનમાં વધારો થાય છે.

કાર્ય અને શિક્ષણ દ્વારા, સ્કૂલી જ્ઞાનને શાળાની બહારના વિદ્યાર્થીઓના જીવન સાથે સરળતાથી જોડી શકાય છે. આ પુસ્તકીય શિક્ષણના વારસામાંથી પણ હતીને, શાળા, ઘર, સમુદાય અને કાર્યસ્થળ વચ્ચેના અંતરને પૂરું કરે છે. એનસીએફ-2005 એ તમામ બાળકો માટે વ્યાવસાયિક શિક્ષણ અને તાલીમ (વીઈટી) પર પણ ભાર મૂકે છે, જેઓ તેમનું શાળાનું શિક્ષણ બંધ કર્યા પછી અથવા પૂર્ણ કર્યા પછી વધારાનું કૌશલ્ય પ્રાપ્ત કરવા માંગે છે અને/અથવા વ્યાવસાયિક શિક્ષણ દ્વારા આજીવિકા મેળવવા ઇચ્છે છે. વીઈટી પાસેથી ટર્મિનલ અથવા 'લાસ્ટ-રેસોર્સ' વિકલ્પને બદલે 'પસંદગીનું અને પ્રતિષ્ઠિત' વિકલ્પ પ્રદાન કરવાની અપેક્ષા છે.

આના અનુસરણમાં, એનસીઈઆરટી એ સમગ્ર વિષયના ક્ષેત્રોમાં કાર્યને પ્રભાવિત કરવાનો પ્રયાસ કર્યો છે અને દેશ માટે નેશનલ સ્કિલ ફ્વોલિફિકેશન ફેમવર્ક (એનએસક્યૂએફ) ના વિકાસમાં પણ યોગદાન આપ્યું છે, જે 27 ડિસેમ્બર 2013 ના રોજ સૂચિત કરવામાં આવ્યું હતું. આ એક ગુણવત્તા ખાતરી ફેમવર્ક છે જે જ્ઞાન, કૌશલ્ય અને વલણના સ્તરો અનુસાર તમામ લાયકાતોનું આયોજન કરે છે. એકથી દસ સુધી વર્ગીકૃત આ સ્તરોને અધ્યયન નિષ્પત્તિઓના સંદર્ભમાં વ્યાખ્યાયિત કરવામાં આવે છે, જે વિદ્યાર્થી પાસે હોવા જોઈએ, પછી ભલે તે ઔપચારિક, બિન-ઔપચારિક અથવા અનૌપચારિક શિક્ષણ દ્વારા પ્રાપ્ત કરવામાં આવ્યા હોય. એનએસક્યૂએફ શાળાઓ, વ્યાવસાયિક શિક્ષણ અને તાલીમ સંસ્થાઓ, ટેકનિકલ શિક્ષણ સંસ્થાઓ, કોલેજો અને યુનિવર્સિટીઓને આવરી લેતી રાષ્ટ્રીય માન્યતા પ્રાપ્ત લાયકાત પ્રણાલી માટે સામાન્ય સિદ્ધાંતો અને માર્ગદર્શિકા નિર્ધારિત કરે છે.

આ તે પૃષ્ઠભૂમિ હેઠળ છે કે પંડિત સુંદર લાલ શર્મા સેન્ટ્રલ ઇન્સ્ટિટ્યૂટ ઓફ વોકેશનલ એજ્યુકેશન (પીએસએસ સીઆઈવીઈ), એનસીઈઆરટીનો એક ઘટક, ભોપાલ એ ધોરણ IX થી XII સુધીના વ્યાવસાયિક વિષયો માટે અધ્યયન નિષ્પત્તિઓ આધારિત મોડ્યુલર અભ્યાસક્રમ વિકસાવ્યો છે. આ પાઠ્યપુસ્તક શિક્ષણ મંત્રાલયની માધ્યમિક અને ઉચ્ચતર માધ્યમિક શિક્ષણના વ્યવસાયીકરણની કેન્દ્રીય પ્રાયોજિત યોજના હેઠળ વિકસાવવામાં આવેલ છે.

આ પાઠ્યપુસ્તક નોકરીની ભૂમિકા માટે રાષ્ટ્રીય વ્યવસાયિક ધોરણો (એનઓએસ) ને ધ્યાનમાં રાખીને અને વ્યવસાય સંબંધિત અનુભવલક્ષી શિક્ષણને પ્રોત્સાહન આપવા માટે, અધ્યયન નિષ્પત્તિઓ-આધારિત અભ્યાસક્રમ મુજબ વિકસાવવામાં આવી છે. આનાથી વિદ્યાર્થીઓ જરૂરી કૌશલ્યો, જ્ઞાન અને વલણ પ્રાપ્ત કરી શકશે.

હું વિકાસ ટીમ, સમીક્ષકો અને તમામ સંસ્થાઓ અને સંગઠનોના યોગદાનને સ્વીકારું છું, જેમણે આ પાઠ્યપુસ્તકના વિકાસમાં સહયોગ આપ્યો છે.

એનસીઈઆરટી વિદ્યાર્થીઓ, શિક્ષકો અને માતા-પિતાના સૂચનોને આવકારશે, જે અમને અનુગામી આવૃત્તિઓમાં સામગ્રીની ગુણવત્તાને વધુ સુધારવામાં મદદ કરશે.

નવી દિલ્હી
સપ્ટેમ્બર 2023

દિનેશ પ્રસાદ સકલાણી
નિર્દેશક
રાષ્ટ્રીય શૈક્ષણિક સંશોધન
અને તાલીમ પરિષદ

પાઠ્યપુસ્તક વિશે

માઇક્રોફાઇનાન્સ એક્ઝિક્યુટિવ મુખ્યત્વે નાણાકીય રીતે બાકાત લોકોને માઇક્રોલોન્સ, માઇક્રો-સેવિંગ્સ, માઇક્રો-ઇન્સ્યોરન્સ અને માઇક્રો-પેન્શન વેચવા માટે જવાબદાર છે. કામ પરની વ્યક્તિ સંભવિત ગ્રાહક જૂથોને ઓળખે છે, સંભવિત સ્થાનોનું મૂલ્યાંકન કરે છે, સંભવિત ગ્રાહકોનો સ્ત્રોત બનાવે છે, અરજી અને લોન વિતરણ પ્રક્રિયામાં મદદ કરે છે અને ફી અને હપ્તાઓ એકત્રિત કરે છે. નોકરી માટે જરૂરી છે કે વ્યક્તિ ક્ષેત્રમાં કામ કરવા માટે સ્વ-પ્રેરિત હોય અને માઇક્રોફાઇનાન્સ ડિલિવરી અને ગ્રાહક સેવાને લગતી બહુવિધ પરિસ્થિતિઓને સંભાળવામાં સક્ષમ હોય.

માઇક્રોફાઇનાન્સ એક્ઝિક્યુટિવ બીએસએસઆઈ ક્ષેત્રમાં સંભવિત સ્થાનોનું મૂલ્યાંકન કરવા, સંભવિત ગ્રાહક જૂથોને ઓળખવા અને સ્ત્રોત કરવા, અરજી અને લોન વિતરણ પ્રક્રિયામાં મદદ કરવા, અને ફી અને હપ્તાઓ એકત્રિત કરવા, બેંકિંગ ઉત્પાદનો વિશે વાત કરીને બેંકો માટે નફો લાવવો, તેના સ્ત્રોતને ઓળખવા માટે સક્ષમ હશે. નવા ગ્રાહકોના સ્ત્રોત ઓળખવા, ગ્રાહકોને એપ્લિકેશન પ્રક્રિયા, રોકડ અને કેશલેસ વ્યવહારો, બેંકિંગ સેવાઓમાં મદદ કરવી, ગ્રાહક કેન્દ્રિત સેવા અભિગમ અને બેંકિંગ નીતિશાસ્ત્ર અને ટીમ વર્કમાં મદદ કરીને કામ કરી શકે છે. તેમની પાસે ઉત્કૃષ્ટ ઉત્પાદન જ્ઞાન, આંતરવ્યક્તિત્વ અને સાંભળવાની કુશળતા હોવી જરૂરી છે.

વિદ્યાર્થી પાઠ્યપુસ્તકને વ્યવસાયિક વિદ્યાર્થીઓ માટે ઉપયોગી અને પ્રેરણાદાયી શિક્ષણ-અધ્યયન સંસાધન સામગ્રી બનાવવા માટે વિષય અને ઉદ્યોગના નિષ્ણાતો અને શિક્ષણવિદોના યોગદાનથી વિકસાવવામાં આવી છે. માઇક્રોફાઇનાન્સ એક્ઝિક્યુટિવની નોકરીની ભૂમિકા માટે પાઠ્યપુસ્તકની સામગ્રીને નેશનલ ઓક્યુપેશનલ સ્ટાન્ડર્ડ્સ (એનઓએસ) સાથે સંરેખિત કરવા માટે પૂરતી કાળજી લેવામાં આવી છે, જેથી વિદ્યાર્થીઓ લાયકાત પેક (ક્યુપી) ના સંબંધિત એનઓએસ દર્શાવેલ પ્રદર્શન માપદંડો અનુસાર જરૂરી જ્ઞાન અને કૌશલ્ય પ્રાપ્ત કરી શકે. નિષ્ણાતો દ્વારા પાઠ્યપુસ્તકની સમીક્ષા કરવામાં આવી છે જેથી કરીને ખાતરી કરી શકાય કે સામગ્રી માત્ર એનઓએસ સાથે સંરેખિત નથી, પરંતુ તે ઉચ્ચ ગુણવત્તાની પણ છે. આ પાઠ્યપુસ્તક દ્વારા આવરી લેવામાં આવેલ 'માઇક્રોફાઇનાન્સ એક્ઝિક્યુટિવ' ની નોકરીની ભૂમિકા માટે એનઓએસ નીચે મુજબ છે:

1. બીએસસી/એન2404 પ્રાપ્તિપાત્ર એકત્રિત કરવા અને ફોલો-અપ
2. બીએસસી/એન9901 અસરકારક રીતે સંચાર કરવો અને ગ્રાહક-કેન્દ્રિત સેવા અભિગમ જાળવી રાખવું
3. બીએસસી/એન9903 અખંડિતતા અને નૈતિકતા જાળવવી
4. બીએસસી/એન9904 ટીમ વર્ક પર ધ્યાન કેન્દ્રિત કરવું

પાઠ્યપુસ્તકનું યુનિટ 1 પ્રાપ્તિપાત્રોનો સંગ્રહ આપે છે તે વિવિધ લોન વસૂલી પ્રક્રિયા, અને વસૂલી કર્યા પછી કેવી રીતે શાખાને જાણ કરવી તેમજ સમાધાન અપડેટ કરવા અને છેલ્લે કોઈપણ પ્રકારની છેતરપિંડી વિશે જાણ કરવા વિશે ચર્ચા કરે છે. યુનિટ 2 એટલે કે, ગ્રાહકોને લઘુ ધિરાણ સેવાઓ વિદ્યાર્થીઓને ગ્રાહક અને તેની નાણાકીય સુઢઢતા અને વેચાણ પછીની વિવિધ સેવા અને ગ્રાહક સેવા અને તેની ભૂમિકા સાથે કેવી રીતે વ્યવહાર કરવો અને છેલ્લે પુનઃપ્રાપ્તિ પ્રક્રિયા દરમિયાન સહાયતા વિશે શીખવામાં મદદ કરશે. યુનિટ 3 એ ગ્રાહક કેન્દ્રિત સેવા અભિગમ છે જેના હેઠળ વિદ્યાર્થી ગ્રાહક સંબંધ અને ફરિયાદ મેનેજમેન્ટ અને સામાજિક સાંસ્કૃતિક પ્રભાવ વિશે શીખશે અને ગ્રાહક સેવા શા માટે મહત્વપૂર્ણ છે અને છેલ્લે, તે નિયમિત ગ્રાહક અભિગમ માટે ખૂબ જ મહત્વપૂર્ણ છે. યુનિટ 4 અખંડિતતા, બેંકિંગ નીતિશાસ્ત્ર અને ટીમ વર્ક છે જેના હેઠળ વિદ્યાર્થી શીખશે કે નૈતિક વર્તણૂક જાળવવા અને તંદુરસ્ત ટીમ વિકસાવવા સાથે કંપનીની નીતિ મુજબ બેંકિંગ ટ્રેકશનની અખંડિતતા તેમજ ડેટા સુરક્ષા જાળવવી શા માટે મહત્વપૂર્ણ છે.

પુનમ વીરૈયા
આચાર્ય અને વડા
વેપાર અને વાણિજ્ય વિભાગ
પીએસએસસીઆઈવીઈ, ભોપાલ

પાઠ્યપુસ્તક વિકાસ ટીમ

સભ્યો

1. અભિષેક કુમાર સિંહ, મદદનીશ આચાર્ય (કરારગત), વેપાર અને વાણિજ્ય વિભાગ, પીએસએસ સેન્ટ્રલ ઇન્સ્ટિટ્યૂટ ઓફ વોકેશનલ એજ્યુકેશન, (એનસીઈઆરટી), ભોપાલ
2. દીક્ષા ચૌરસિયા, મદદનીશ આચાર્ય (કરારગત), વેપાર અને વાણિજ્ય વિભાગ, પીએસએસ સેન્ટ્રલ ઇન્સ્ટિટ્યૂટ ઓફ વોકેશનલ એજ્યુકેશન, (એનસીઈઆરટી), ભોપાલ
3. રાજીવ શર્મા, ભૂતપૂર્વ મદદનીશ જનરલ મેનેજર, સ્ટેટ બેંક ઓફ ઈન્ડિયા, ભોપાલ (એમ.પી.).
4. રજનીશ કુમાર, મદદનીશ જનરલ મેનેજર (બેંક ઓફ ઈન્ડિયામાંથી નિવૃત્ત), અરેરા કોલોની, ભોપાલ (એમ.પી.).
5. રાજીવ જૈન, નિદેશક , ટુબા ઇન્સ્ટિટ્યૂટ ઓફ સાયન્સ એન્ડ કોમર્સ, ભોપાલ
6. સંગમેશ હુગર, મદદનીશ આચાર્ય, વેપાર અને વાણિજ્ય વિભાગ, પીએસએસ સેન્ટ્રલ ઇન્સ્ટિટ્યૂટ ઓફ વોકેશનલ એજ્યુકેશન, ભોપાલ (એમ.પી.).

સભ્ય-સંયોજક

પુનમ વીરૈયા, આચાર્ય અને વડા, વેપાર અને વાણિજ્ય વિભાગ, પીએસએસ સેન્ટ્રલ ઇન્સ્ટિટ્યૂટ ઓફ વોકેશનલ એજ્યુકેશન, (એનસીઈઆરટી), ભોપાલ. કોમર્સ, પીએસએસ સેન્ટ્રલ ઇન્સ્ટિટ્યૂટ ઓફ વોકેશનલ એજ્યુકેશન, (એનસીઈઆરટી), ભોપાલ.

સમીક્ષકો

પ્રેમ નાથ મિશ્રા, નિવૃત્ત ચીફ મેનેજર, યુનિયન બેંક ઓફ ઈન્ડિયા, ઈ-8, બાવડિયા કલોન, ભોપાલ - 462 039 (એમપી)

સ્વીકૃતિઓ

રાષ્ટ્રીય શૈક્ષણિક સંશોધન અને તાલીમ પરિષદ (એનસીઈઆરટી) આ પાઠ્યપુસ્તકના વિકાસમાં સહકાર આપવા બદલ, પ્રોજેક્ટ એપુવલ બોર્ડ (પીએબી) ના તમામ સભ્યો અને ભારત સરકારના શિક્ષણ મંત્રાલયના અધિકારીઓનો આભાર વ્યક્ત કરે છે. કાઉન્સિલ અંજુમ સિબિયા, આચાર્ય અને ડીન (A), રંજના અરોરા, આચાર્ય અને અભ્યાસક્રમ અભ્યાસ વિભાગના વડા, આ પાઠ્યપુસ્તકની સમીક્ષા અને અંતિમ સ્વરૂપ આપવા માટે વર્કશોપના સંકલનમાં તેમના પ્રયત્નો માટે તેમના યોગદાનને સ્વીકારે છે. પરિષદ સમીક્ષા સમિતિના સભ્ય પ્રેમ નાથ મિશ્રા, નિવૃત્ત યીફ મેનેજર, યુનિયન બેંક ઓફ ઈન્ડિયા, ઈ-8, બાવડિયા કલ્પાન, ભોપાલને આ પુસ્તકના સુધારણા માટે કાળજીપૂર્વક મૂલ્યાંકન કરવા અને સૂચનો આપવા બદલ પણ સ્વીકારે છે. પરિષદ ઈપક પાલીવાલ, સંયુક્ત નિયામક, પીએસએસ સેન્ટ્રલ ઇન્સ્ટિટ્યૂટ ઓફ વોકેશનલ એજ્યુકેશન (પીએસએસસીઆઈવીઈ), ભોપાલનો પણ આ પાઠ્યપુસ્તકના વિકાસમાં સમર્થન અને માર્ગદર્શન આપવા બદલ આભાર વ્યક્ત કરવા માંગે છે. એ. શકરૈયા (નિવૃત્ત), વાણિજ્ય અને વેપાર વ્યવસ્થાપન વિભાગ, કાકટિયા યુનિવર્સિટી, વારંગલનો પાઠ્યપુસ્તકની તૈયારી દરમિયાન સતત પ્રોત્સાહન અને સમર્થન માટે ખાસ આભાર. પાઠ્યક્રમ સમન્વયકર્તા, પુનમ વીરૈયા, આચાર્ય અને વડા, વેપાર અને વાણિજ્ય વિભાગ, પીએસએસ સેન્ટ્રલ ઇન્સ્ટિટ્યૂટ ઓફ વોકેશનલ એજ્યુકેશન (પીએસએસસીઆઈવીઈ), ભોપાલની તેમના અથાક પ્રયાસો, આ પાઠ્યપુસ્તકના વિકાસમાં યોગદાન અને ફોટોગ્રાફ્સ પ્રદાન કરવા બદલ પ્રશંસા કરવામાં આવે છે (આકૃતિ. 1.1, 1.2, 1.3, 1.5, 1.6, 1.9, 2.2, 2.3, 2.4, 2.5, 2.6, 2.7, 3.1, 3.2, 3.3, 3.4, 3.5, 3.7, 3.8, 3.9, 3.13, 3.14, 3.15, 3.16, 4.1, 4.2, 4.3, 4.5) આ સિવાયની અન્ય છબીઓ ક્રિએટિવ કોમન્સ લાયસન્સમાંથી લેવામાં આવી છે, અને અમે અભિષેક કુમાર સિંહ અને દીક્ષા ચોરાસીયા, મદદનીશ આચાર્ય (કરારગત), વેપાર અને વાણિજ્ય વિભાગ, પીએસએસ સેન્ટ્રલ ઇન્સ્ટિટ્યૂટ ઓફ વોકેશનલ મેનેજમેન્ટ (પીએસએસસીઆઈવીઈ), ભોપાલના આ પાઠ્યપુસ્તકને વિકસાવવામાં મદદ કરવા માટે આભારી છીએ. અમે સુનિતા કોલી, કોમ્પ્યુટર ઓપરેટર ગ્રેડ III અને સંભવ જૈન, ડીટીપી ઓપરેટર (કરારગત) દ્વારા સામગ્રીના ટાઇપિંગ અને કંપોઝિંગમાં આપેલી સહાયનો પણ સ્વીકાર કરીએ છીએ. પરિષદ નકલ સંપાદન અને એનસીઈઆરટી ના _____ મૂલ્યવાન યોગદાનને પણ યોગ્ય રીતે સ્વીકારે છે. પરિષદ ભારતીય વ્યાવસાયિક વિદ્યાર્થીઓ માટે ગુણવત્તાયુક્ત પાઠ્યપુસ્તક પ્રદાન કરવાના ઉદ્દેશ્યને સાકાર કરવામાં નાણાકીય સહાય અને સહકાર માટે શિક્ષણ મંત્રાલયનો આભારી છે.

સંપાદકીય ટીમ
પીએસએસસીઆઈવીઈ, ભોપાલ



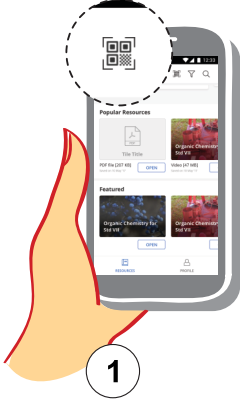
DIKSHA APP કેવી રીતે ડાઉનલોડ કરશો?

OPTION 1: આપના મોબાઇલના બ્રાઉઝર પર diksha.gov.in/app ટાઇપ કરો.

OPTION 2: ગૂગલ પ્લે-સ્ટોર પર DIKSHA NCTE શોધો અને ડાઉનલોડ બટન દબાવો.

QR કોડનો ઉપયોગ કરીને મોબાઇલ પર ડિજિટલ સામગ્રી કેવી રીતે પ્રાપ્ત કરવી?

DIKSHA App ચાલુ કરો | App ની સૂચનાનો સ્વીકાર કરો | યોગ્ય user profile પસંદ કરો



1 પુસ્તકમાં QR કોડને સ્કેન કરવા માટે QR કોડ આઈકનને દબાવો

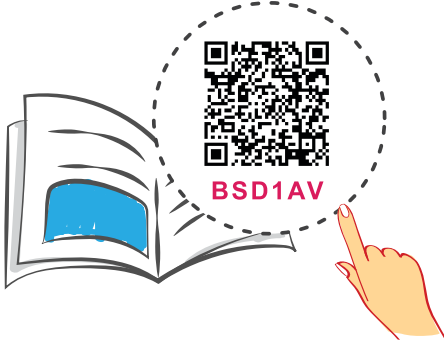


2 મોબાઇલ કેમેરાને QR કોડ પર કેન્દ્રિત કરો

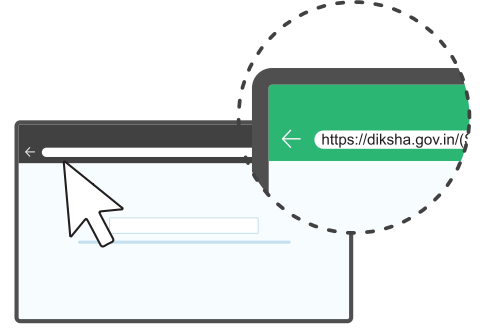


3 સ્કેન થયા બાદ સ્ક્રિન પર QR કોડથી લિંક કરેલી સામગ્રીની સૂચિ રજૂ થાય છે

ડેસ્કટોપ પર ડાયલ કોડનો ઉપયોગ કરીને ડિજિટલ સામગ્રી કેવી રીતે પ્રાપ્ત કરવી?



1 QR કોડ નીચે 6 અંકોનો કોડ હશે



2 "diksha.gov.in/gj/get" આપના બ્રાઉઝર પર ટાઇપ કરો



3 સર્ચબારમાં 6 અંકોનો QR કોડ લખો



4 ઉપલબ્ધ સામગ્રીની સૂચિ જુઓ અને કોઈ પણ નવી સામગ્રી પર ક્લિક કરો

અનુક્રમણિકા

શીર્ષક	પૃષ્ઠ સં.
પ્રસ્તાવના	(i)
પાઠ્યપુસ્તક	(j)
વિશેસ્વીકૃતિ	(vi)
યુનિટ 1: પ્રાપ્તિની વસૂલી	1
સત્ર 1: ઋણની પુનઃચુકવણીની વસૂલી	3
સત્ર 2: શાખાને જાણ કરવી	14
સત્ર 3: ઋણની પતાવટ	25
સત્ર 4: કાનૂની કાર્યવાહી અને પરિણામો	32
યુનિટ 2: ગ્રાહકો માટે માઇક્રોફાઇનાન્સ સેવાઓ	43
સત્ર 1: ગ્રાહકની નાણાકીય સુઘડતા	45
સત્ર 2: વેચાણ પછીની સેવાઓ	55
સત્ર 3: ગ્રાહક સેવાઓ	64
સત્ર 4: ડિફેલ્ટર વ્યવસ્થાપન પ્રક્રિયા	71
યુનિટ 3: ગ્રાહક-કેન્દ્રિત સેવા અભિગમ	79
સત્ર 1: ગ્રાહક સંબંધ અને ફરિયાદ વ્યવસ્થાપન	80
સત્ર 2: સામાજિક અને સાંસ્કૃતિક પાસાઓ	90
સત્ર 3: ગ્રાહક સેવા માટે કાર્યસ્થળ સંચાર	101
સત્ર 4: નિયમિત ગ્રાહક અભિગમ	113
યુનિટ 4: અખંડિતતા, બેંકિંગ નીતિશાસ્ત્ર અને ટીમ વર્ક	126
સત્ર 1: બેંકિંગ વ્યવહારોની અખંડિતતા	127
સત્ર 2: ગ્રાહક વ્યવસ્થાપન માહિતી સિસ્ટમ (એમઆઈએસ) અને ડેટા સુરક્ષા	135
સત્ર 3: નૈતિક વર્તન અને તેનું અમલીકરણ	143
સત્ર 4: ગ્રાહક સંબંધ	150
આન્સર કી	159
શબ્દાવલી	163
બેંકિંગ લઘુ શબ્દાવલી	165
વધુ વાંચન	167

યુનિટ 1: પ્રાપ્તિની વસૂલી

ભારતીય આર્થિક પરિદ્રશ્યમાં, માઇક્રોફાઇનાન્સની ભૂમિકા મહત્વપૂર્ણ અને પ્રશંસનીય છે. તેણે અર્થવ્યવસ્થાના સૌથી નીચલા સ્તરના લોકો સાથે જોડાણ બનાવ્યું છે. આ ભારતીય ગરીબોની નાણાકીય સ્થિતિ સુધારવાના ઉદ્દેશ્ય સાથે તેમની ઉત્પાદક પ્રવૃત્તિઓને ધિરાણ-સહાય પૂરો પાડે છે તેમજ અમુક અંશે વપરાશની જરૂરિયાતોનું ધ્યાન રાખે છે. માઇક્રોફાઇનાન્સની વ્યાવસાયિક પ્રવૃત્તિઓ દેશના લગભગ તમામ ભાગોને આવરી લે છે (આકૃતિ.1.1). માઇક્રોફાઇનાન્સએ મહિલાઓને ધિરાણની સુવિધાઓ આપીને તેમના સશક્તિકરણ કરવામાં મહત્વપૂર્ણ ભૂમિકા ભજવે છે.



આકૃતિ.1.1: ભારતમાં માઇક્રોફાઇનાન્સ પ્રવૃત્તિઓ

જો કે, વર્ષ 2010 માં, આંધ્ર પ્રદેશ રાજ્યમાં કેટલાક ધિરાણકર્તાઓ દ્વારા અપનાવવામાં આવેલી ખોટી વસૂલાત પદ્ધતિઓને કારણે આ ક્ષેત્રએ મુશ્કેલ સમયનો અનુભવ કર્યો હતો. બાદમાં, રાજ્યની ચૂંટણીઓમાં કેટલાક રાજકીય પક્ષો દ્વારા લોન માફીની ઘોષણાઓએ વસૂલાતના વાતાવરણને પ્રતિકૂળ અસર કરી હતી. દેશના વિવિધ ભાગોમાં કુદરતી આફતો પણ ગરીબોની વેદનાનું કારણ હતી. આવી બધી ઘટનાઓએ માઇક્રોફાઇનાન્સના ક્ષેત્રમાં લેણાંની વસૂલાતમાં અપરાધનું સ્તર વધાર્યું છે.

કોવિડ-19 રોગચાળાના ફાટી નીકળવાના કારણે ગરીબોની કમાણી પર પણ ખરાબ અસર કર્યો છે અને આ રીતે આ ક્ષેત્રના પુનઃપ્રાપ્તિ સમયપત્રકમાં વિક્ષેપ પડ્યો છે.

ભારતીય વસ્તીના સૌથી નીચલા વર્ગને ધિરાણ આપવાથી તેનું આકર્ષણ ઓછું થયું નથી. બેંકો અને અન્ય બિન-બેંકિંગ સંસ્થાઓ છેવાડાના વિસ્તારો સુધી પણ તેમની પહોંચ વિસ્તારીને લઘુ ધિરાણ પ્રદાન કરવામાં ખૂબ જ કાર્યશીલ છે. આ ક્ષેત્રમાં આવનારા સમયમાં વધુ વેપાર વિસ્તરણની સંભાવના છે. દર વર્ષે ઉધાર લેનારાઓની સંખ્યામાં વધારો સ્પષ્ટપણે આ ક્ષેત્રના આગળ પ્રસરવાના વિસ્તરણને દર્શાવે છે.

આ યુનિટ 'પ્રાપ્તિઓના સંગ્રહ' માં મુદ્દાઓ સાથે વ્યવહાર કરે છે. આમાં ચાર સત્રો છે જે લોનની પુનઃચુકવણી, શાખા રિપોર્ટિંગ, પતાવટ અને છેતરપિંડી રિપોર્ટિંગના સંગ્રહને સમજાવવા માટે તૈયાર કરવામાં આવ્યા છે. એવી અપેક્ષા રાખવામાં આવે છે કે આ યુનિટ ની સામગ્રી વિષય વિશે વિદ્યાર્થીઓની જાગૃતિમાં સુધારો કરશે.

સત્ર 1: ઋણની પુનઃચુકવણીની વસૂલી

માઇક્રોફાઇનાન્સ દેશના તમામ ઝોનમાંથી ઉધાર લેનારાઓ માટે નાણાકીય સેવાઓના નેટવર્કને વિસ્તૃત કરીને દેશના ગરીબ લોકોને મદદ કરી રહ્યું છે. ઘણી ધિરાણ સંસ્થાઓ ઓછી કમાણી કરનાર વ્યક્તિઓ અને જૂથોને ક્રેડિટ આપી રહી છે. માઇક્રોફાઇનાન્સ સંસ્થાઓ દ્વારા આપવામાં આવતી લોનના વિશિષ્ટ ગુણો નીચે દર્શાવેલ છે:

- i. ઉધાર લેનાર દીઠ ધિરાણ આપતી સંસ્થાઓનું ક્રેડિટ એક્સપોઝર નાનું અને ટૂંકા ગાળા માટે છે.
- ii. કોઈ કોલેટરલ સુરક્ષા સામાન્ય રીતે માંગવામાં આવતી નથી.
- iii. લોનની ચુકવણી વારંવાર હપ્તાઓ દ્વારા પ્રસ્તાવિત છે.
- iv. આવક ઉત્પન્ન કરતી પ્રવૃત્તિઓ અને અન્ય વપરાશ હેતુઓ માટે લોન આપવામાં આવે છે.

સંભવિત ઉધાર લેનારાઓ સામાન્ય રીતે પ્રમાણિક અને મહેનતુ વ્યક્તિઓ હોય છે પરંતુ તેઓનું નાણાકીય સાક્ષરતાનું નીચું સ્તર હોય છે. અન્ય કોમર્શિયલ બેન્કિંગ પ્રવૃત્તિ કરતાં માઇક્રોફાઇનાન્સ વધુ વ્યાજની કમાણી કરે છે. માઇક્રોફાઇનાન્સ ઓછી કમાણી કરતા લોકોના ઉત્થાન માટે ઘણું કરી રહ્યું છે પરંતુ તે દાન નથી. ધિરાણ આપતી સંસ્થાઓ વ્યવસાયિક એકમો છે અને વ્યાજની આવક સાથે તેમની મૂળ રકમની વસૂલાત માટે ચિંતિત છે.

વસૂલી પ્રક્રિયા

ઉધાર લેનારાઓ માટે તેમની આવક-કમાણી પ્રવૃત્તિ શરૂ કરવા અથવા ચાલુ રાખવા માટે ઋણનું વિતરણ મહત્વપૂર્ણ છે અને ધિરાણકર્તાઓ માટે તેમના ભંડોળને ધિરાણ વ્યવસાયમાં રહેવા માટે પુનઃચક્રીત કરવા માટે પુનઃચુકવણીની વસૂલી એટલી જ મહત્વપૂર્ણ છે. મુદતવીતી અથવા વસૂલી ન શકાય તેવી રકમો ધિરાણ વ્યવસાયના આવશ્યક ઘટકો છે. વસૂલી પ્રક્રિયા એ સતત ચાલતી પ્રક્રિયા છે, જે વહેલામાં વહેલી તકે પ્રાપ્તિઓને પુનઃપ્રાપ્ત કરવા માટે રચાયેલ છે. માઇક્રોફાઇનાન્સ સંસ્થાઓ (એમએફઆઈ) દ્વારા તેમના મુદતવીતીના સ્તરને ન્યૂનતમ રાખવા માટે વિવિધ વ્યૂહરચનાઓ અપનાવવામાં આવે છે (આકૃતિ.1.2). પુનઃચુકવણીની સમયસર પુનઃપ્રાપ્તિ ધિરાણકર્તાઓને તેમની પોતાની ચુકવણીની જવાબદારીઓ પૂરી કરવા અને તેમની સંપત્તિ-જવાબદારી વ્યવસ્થાપનની ખાતરી કરવા સક્ષમ બનાવે છે. અસરકારક વસૂલી પ્રક્રિયા વહીવટી ખર્ચમાં ઘટાડો કરે છે અને ઉધાર લેનારાઓમાં સારી પુનઃચુકવણી સંસ્કૃતિ બનાવે છે, જ્યારે નોંધપાત્ર વિલંબ પછી પણ પુનઃચુકવણી પ્રાપ્ત થતી નથી, નિયત તારીખો ઉપરાંત, સમસ્યાઓ વધતી જાય છે. વળતર મેળવવાની મુખ્ય ધિરાણ પ્રવૃત્તિના એક અભિન્ન ભાગ તરીકે પુનઃચુકવણીની વસૂલીની કલ્પના કરી શકાય છે.



આકૃતિ.1.2: વસૂલી પ્રક્રિયાનો પ્રવાહ ચાર્ટ

પુનઃયુકવણીની વસૂલાતની પ્રક્રિયામાં ઉધાર લેનાર પાસેથી સમગ્ર લેણાંની વસૂલાતને અસર કરવા માટે સંકલિત ઘણી પ્રવૃત્તિઓનો સમાવેશ થાય છે. આ પ્રક્રિયા એટલી લાગુ કરવામાં આવી છે કે લેણદાર સામે કોઈ ફરિયાદ વિના ધિરાણકર્તા દ્વારા પ્રાપ્તિઓ ઝડપથી પ્રાપ્ત થાય છે. ભાવિ વ્યાપાર વિચારણાઓને ધ્યાનમાં રાખીને સારા ગ્રાહક સંબંધો જાળવવાથી છૂટા કરી શકાય નહીં. સામાન્ય રીતે, વસૂલીની પ્રક્રિયામાં નીચેના પગલાં હોય છે:

- ઉધાર લેનાર વિશેની વિગતો તેમની ઓળખ જાણવા માટે એકત્રિત કરવામાં આવે છે. લોન-મંજૂર અને પુનઃયુકવણીના નિયમો અને શરતો, લોન મુદતવીતી થવાનું દેખીતું કારણ અને સિબિલ (કેડિટ ઇન્ફર્મેશન બ્યુરો ઇન્ડિયા લિ.), સીઆઈઆર (કેડિટ ઇન્ફર્મેશન રિપોર્ટ) વગેરેની સંબંધિત માહિતીની ખાતરી કરવામાં આવી છે.
- ઉધાર લેનારનું સ્થાન જાણવા અને અર્થપૂર્ણ ક્રિયાપ્રતિક્રિયા કરવા, ઉધાર લેનારાના દૃષ્ટિકોણ અને નાણાકીય સ્થિતિને સમજવા માટે તેમની વ્યક્તિગત મુલાકાત લેવામાં આવે છે. મુદતવીતીની વસૂલાતને અસર કરવા માટે શરૂ કરવામાં આવનારી કાર્યવાહીની ખાતરી કરો.
- લોન ખરાબ થવાના વાસ્તવિક કારણનું મૂલ્યાંકન કરવાનું છે જેથી કરીને પુનઃયુકવણી એકત્રિત કરવા માટે યોગ્ય કાર્યવાહી શરૂ કરી શકાય. તે જાણવું જરૂરી છે કે ઉધાર લેનાર સાથે વ્યવહાર કરવામાં આવે છે, તે સહકારી છે કે મનસ્વી ડિફોલ્ટર છે.
- ઉધાર લેનારને તેની/તેણીની હાલની નાણાકીય સ્થિતિ માટે સૌથી વધુ યોગ્ય પુનઃયુકવણી વિકલ્પ સૂચવવો જોઈએ. ઋણ લેનારાઓને તેમની વચ્ચે પુનઃયુકવણી સંસ્કૃતિ લાગુ કરવાના ઉદ્દેશ્ય સાથે સમયસર યુકવણીના ફાયદાઓ જણાવવામાં આવે છે.

- એમએફઆઈ સ્પષ્ટપણે ઉધાર લેનારની ચૂકવણી કરવાની ક્ષમતા અને જવાબદારીઓનું મૂલ્યાંકન કરે છે. ઉધાર લેનારને મુદતવીતીની ચૂકવણી કેવી રીતે અને ક્યારે કરવામાં આવશે તે નક્કી કરવામાં મદદ કરવામાં આવે છે.
- ઉધાર લેનારાઓને તેમની પુનઃચૂકવણીની પ્રતિબદ્ધતાઓ નિયમિતપણે યાદ અપાવવામાં આવે છે. ઉધાર લેનાર સંમત તારીખો પર ચૂકવણી કરે છે કે નહીં? જો પ્રતિબદ્ધતાઓ પૂરી ન થઈ હોય, ભલે આપેલા કારણો સાચા હોય અથવા ઉધાર લેનાર આમજ ચૂકવણી કરવાનું બીજું વચન આપે અથવા માત્ર ઘટનાસ્થળેથી ભાગી જાય. વસૂલી પ્રક્રિયાનો મુખ્ય હેતુ ચૂકવણી કરવાના વચનો ધરાવવાનો નથી. મુદતવીતી આક્રમકતા દ્વારા નહીં પરંતુ નિવેદન અને નિયમિત ફોલોઅપ દ્વારા વસૂલવામાં આવે છે.
- તમામ મુલાકાતો, ક્રિયાપ્રતિક્રિયાઓ, રીમાઇન્ડર્સ અને વાટાઘાટોનો રેકોર્ડ રાખવાની જરૂર છે. તમામ કાર્યવાહીઓ પૂર્વગ્રહ વિના કરવામાં આવે છે અને ધિરાણકર્તાની 'ઋણ પુનઃચૂકવણીની વસૂલી' નીતિ અને નિયમનકારની માર્ગદર્શિકાને અનુરૂપ હોય છે.
- ચૂકવણી કરવા માટે ફોલો અપ વધુ તીવ્ર બનાવવાનું છે. વસૂલી પ્રક્રિયામાં સંબંધિત તમામે સંપૂર્ણ સુમેળમાં કાર્ય કરવું જોઈએ. ઋણ મંજૂરી સત્તાધિકારીઓ, રિકવરી એજન્ટ્સ અથવા માઇક્રોફાઇનાન્સ એક્ઝિક્યુટિવ્સ વગેરેએ ઉધાર લેનારાઓ સાથે સમયસર અને સમન્વયિત રીતે વ્યવહાર કરવો જોઈએ, જેથી તેઓને પુનઃચૂકવવા માટે સમજાવી શકાય.
- ઉધાર લેનાર પાસે ઉપલબ્ધ અસ્કયામતોની તુલનામાં લેણાંની વસૂલાત માટેના અન્ય વિકલ્પો ખોજવામાં આવે છે. આ તે તબક્કો છે, જ્યારે ધિરાણકર્તા ગ્રાહકને હંમેશ માટે ગુમાવવાની કિંમતે પણ બાકી રકમની વસૂલાત માટે તમામ પ્રયાસો કરે છે. જો યોગ્ય માનવામાં આવે તો કાનૂની કાર્યવાહીનો પણ આશરો લઈ શકાય છે.
- વસૂલી પ્રક્રિયા કાયમ માટે ચાલુ રાખી શકાતી નથી. જો પરવાનગી આપેલ કાર્યવાહી નિષ્ફળ ગઈ હોય, તો ધિરાણકર્તાની નીતિ અનુસાર, બાકી રકમને નુકસાનગ્રસ્ત સંપત્તિ તરીકે ગણવામાં આવે છે અને તેને માંડવાળ કરવામાં આવે છે.

માઇક્રોફાઇનાન્સમાં, વ્યક્તિગત અથવા સ્વ-સહાય જૂથ/સંયુક્ત જવાબદારી જૂથના ઉધાર લેનારાઓને ઋણ આપવામાં આવે છે. જ્યારે પુનઃચૂકવણી બાકી હોય છે, ત્યારે ઉધાર લેનાર મુલાકાત કરવાં આવતાં માઇક્રોફાઇનાન્સ અધિકારી મારફતે ચૂકવણી કરે છે અથવા હપ્તાની રકમ જમા કરાવવા માટે ધિરાણકર્તાની શાખાની વ્યક્તિગત મુલાકાત લે છે. આજની ડિજિટલ-ટેકનોલોજી આધારિત આર્થિક પરિસ્થિતિમાં, ઋણ લેનારાઓને ઋણની ચૂકવણી કરવા માટે તેમના મોબાઇલ ફોનનો ઉપયોગ કરવા માર્ગદર્શન આપવામાં આવે તે આવશ્યક છે. દેશમાં મોબાઇલ ફોનનો વ્યાપક ઉપયોગ અને ઈન્ટરનેટ સુવિધાઓની સરળ ઉપલબ્ધતાએ ડીજિટલ એપ્સની એક્સેસને યુઝર-ફ્રેન્ડલી બનાવી છે. ભારત બિલ પેમેન્ટ સિસ્ટમ (બીબીપીએસ) ના ડિજિટલ પ્લેટફોર્મનો ઉપયોગ કરીને યુટિલિટી બિલ્સની જેમ લોનની ચૂકવણી કરી શકાય છે.

વસૂલી માટેની માર્ગદર્શિકા

દરેક માઇક્રોફાઇનાન્સ ધિરાણ આપતી સંસ્થાની ડિફોલ્ટ્સ સાથે વ્યવહાર કરવા માટે તેની પોતાની નીતિ હોય છે. ધિરાણકર્તાઓ માઇક્રોફાઇનાન્સ ઈન્સ્ટિટ્યુશન નેટવર્ક (એમએફઆઈએન) દ્વારા ઘડવામાં આવેલ માર્ગદર્શિકાઓનું અવલોકન કરીને, ઉધાર લેનારાઓ સાથે વ્યવસાયિક રીતે વ્યવહાર કરે છે. માઇક્રોફાઇનાન્સ ક્ષેત્ર જવાબદાર અને વાઇબ્રન્ટ બન્યું છે. ધિરાણકર્તાઓએ પહેલેથી જ સ્વીકાર્યું છે-

- બેંકમાં ક્રેડિટ ડેટા સબમિશન, ટૈનિક ધોરણે.
- નોન-પર્ફોર્મિંગ એસેટ (એનપીએ) ઉધાર લેનારાને વધુ ધિરાણ નહીં.
- ઉધાર લેનાર માટે નિર્ધારિત ક્રેડિટ મર્યાદાને ઓળંગવી નહીં.

હજુ પણ ઉધાર લેનારાઓ, નિયત તારીખો પર ચુકવણી કરવામાં ડિફોલ્ટ કરે છે. ધિરાણ આપતી સંસ્થાઓના અધિકારીઓ, જે વસૂલાત/પુનઃપ્રાપ્તિના કામમાં સંલગ્ન છે, તેઓએ ડિફોલ્ટિંગ લેનારાઓ સાથે વ્યવહાર કરતી વખતે નીચેની માર્ગદર્શિકાનું પાલન કરવું જરૂરી છે:

- સામાન્ય રીતે, ઉધાર લેનારનો તેની/તેણીની અનુકૂળતાની શાખા અથવા સ્થાન પર સંપર્ક કરવામાં આવશે.
- મુલાકાત લેનાર અધિકારી વસૂલાત માટે અધિકૃત વ્યક્તિ હોવો જોઈએ અને તે ઉધાર લેનારને તેની/તેણીની ઓળખ જાહેર કરશે.
- ઉધાર લેનારાની ગોપનીયતાનું સન્માન કરવામાં આવે છે.
- ઉધાર લેનાર સાથેની અંતઃક્રિયા કોઈ ધમકી કે બળજબરી વિના સરળ ભાષામાં હોવી જોઈએ.
- ઉધાર લેનારનો દિવસના સમયે સવારે 7 થી સાંજના 7 વાગ્યાની વચ્ચે અથવા ઉધાર લેનારની સંમતિ સાથે કોઈપણ સમયે સંપર્ક કરવામાં આવશે.
- ઉધાર લેનારની, ચોક્કસ સમયે અથવા સ્થાન પર કોલ ન કરવા માટેની વિનંતી, સામાન્ય રીતે સંમત થવી જોઈએ.
- મુલાકાતો અને વાર્તાલાપનો રેકોર્ડ બનાવવામાં આવશે.
- મુદ્દાઓને સૌહાર્દપૂર્ણ રીતે ઉકેલવાના પ્રયાસો કરવામાં આવશે.
- અયોગ્ય પ્રસંગોએ કોલ/મુલાકાત કરવામાં આવશે નહીં.

સામાન્ય રીતે, જામીનગીરી તરીકે મિલકતનું ગીરો ઉપલબ્ધ રહેશે નહીં તેથી જામીનના કબજાનો પ્રશ્ન ઊભો થતો નથી. ચુકવણીની રજા, હપ્તાની રકમમાં ઘટાડો અથવા લોન ખાતાની પુનઃરચના માટેની ઉધાર લેનારાઓની વિનંતીને યોગ્યતાના આધારે ધ્યાનમાં લેવી જોઈએ.

કાનૂની માર્ગદર્શિકા

બેંકો અને અધિકૃત ધિરાણ આપતી સંસ્થાઓ જિલ્લાના કલેક્ટર પાસે 'રિકવરી સર્ટિફિકેટ' ફાઇલ કરવાનું પસંદ કરે છે, જે રાજ્યના કાયદા મુજબ વસૂલાતને અસર કરે છે, કારણ કે વસૂલ કરવાની રકમ નાની છે અને કાનૂની દાવાનો ઉપાય કાનૂની અને અન્ય ખર્ચના વધારાના બોજ સાથે સમય લે છે.

ન્યાયાલયમાંથી હુકમનામું મેળવવાની પ્રક્રિયા લાંબી અને સમય માંગી લે તેવી છે. એકવાર હુકમનામું હાથમાં આવ્યા પછી, સમસ્યાઓનો અંત આવતો નથી. તેના અમલની પ્રક્રિયા ફરીથી સમય માંગી લે તેવી કવાયત છે જેમાં અજ્ઞાપ્તિ રકમ મેળવવાની કોઈ ખાતરી નથી. એમએફઆઈ એ વ્યવસાયિક એકમો છે, જે ઉધાર લેનારને કોઈપણ સજા કરતાં તેમના દેવાની વસૂલાત વિશે વધુ ચિંતિત છે. ઉધાર લેનાર સામે દાવો દાખલ કરવો એ ધિરાણકર્તા પાસેનો છેલ્લો ઉપાય છે. કાયદાની અદાલતમાં દાવો દાખલ કરતા પહેલા, નીચેના માર્ગદર્શિકાઓનું પાલન કરવામાં આવે છે:

- સમજાવટ, ઉધાર લેનાર/સંદર્ભ/કુટુંબના સભ્યો સાથે વ્યક્તિગત સંપર્ક, શાખા દ્વારા ડિમાન્ડ નોટિસ/રિમાઇન્ડર્સ અને/અથવા પેનલમાં સામેલ એડવોકેટ દ્વારા તમામ પ્રયાસો કરવામાં આવ્યા અને નિષ્ફળ ગયા. કાયદાની અદાલતમાં કાનૂની કાર્યવાહી શરૂ કરવા સિવાય અન્ય કોઈ વિકલ્પ ઉપલબ્ધ નથી.
- રનના દસ્તાવેજો સંપૂર્ણ અને લાગુ કરવા યોગ્ય છે. પેનલ પરના એડવોકેટ દ્વારા દસ્તાવેજોની અમલીકરણની તપાસ કરવામાં આવી છે.
- ત્યારપછી સક્ષમ અધિકારીની મંજૂરી સાથે રિકોલ નોટિસ જારી કરવામાં આવી છે.
- ધિરાણકર્તાએ ઉપલબ્ધ પ્રાથમિક જામીનનો નિકાલ કર્યો છે અને બાકી લોનની રકમમાં રકમ ફાળવી છે.
- ઉધાર લેનારની અસ્કયામતોની વિગતો બિડાણ કરવા માટે ન્યાયાલયમાં પ્રાર્થના કરવા માટે એકત્રિત કરવામાં આવી છે.
- વાટાઘાટો દ્વારા સમાધાન માટે પ્રયત્નો કરવામાં આવ્યા છે પરંતુ નિરર્થક.

સક્ષમ સત્તાધિકારી પાસેથી ફરિયાદ મંજૂર થયા બાદ પેનલમાં સામેલ એડવોકેટ મારફતે દાવો દાખલ કરવો જોઈએ. ધિરાણ આપતી સંસ્થાના કાનૂની અધિકારીએ ન્યાયાલયમાંથી હુકમનામું મેળવવા માટે એડવોકેટ સાથે ફોલોઅપ કરવું જોઈએ.

જો એવું લાગે કે કાનૂની આશ્રય પણ ઇચ્છિત પરિણામ લાવી શકતો નથી, તો લોનને નુકસાન સંપત્તિ જાહેર કરવામાં આવે છે અને સક્ષમ સત્તાધિકારીને કાનૂની કાર્યવાહી શરૂ ન કરવા અને નુકસાનને માંડવાળ કરવા માટે સંમત થાય છે.

બાયોમેટ્રિક સત્યાપન

એક અથવા વધુ વિશિષ્ટ જૈવિક લક્ષણોનું મૂલ્યાંકન કરીને વ્યક્તિને વિશિષ્ટ રીતે ઓળખી શકાય છે. આ જૈવિક ઓળખકર્તાઓમાં ફિંગરપ્રિન્ટ્સ, હાથ અને કાનની ભૂમિતિ, રેટિનાની પેટર્ન, વોઇસ પ્રિન્ટ અને લેખિત હસ્તાક્ષરોનો સમાવેશ થાય છે જેને બાયોમેટ્રિક સત્યાપન કહેવામાં આવે છે.

ફિંગરપ્રિન્ટ એ બાયોમેટ્રિક સત્યાપનના સૌથી જૂના સ્વરૂપોમાંનું એક છે. અંગૂઠાની છાપનો ઉપયોગ પ્રાચીન યીનમાં માટીની સીલ પર અનન્ય ઓળખકર્તા તરીકે થતો હતો. કોમ્પ્યુટરાઈઝડ ડેટાબેઝના વિકાસ અને એનાલોગ ડેટાના ડિજિટાઈઝેશનથી બાયોમેટ્રિક સત્યાપનને આગલા સ્તર પર લઈ ગયું છે.

બાયોમેટ્રિક સત્યાપનના પ્રકાર

બાયોમેટ્રિક્સ દ્વારા વ્યક્તિની ઓળખને ચોક્કસ અને સુરક્ષિત રીતે ચકાસવાની ઘણી રીતો છે. વધુ સામાન્ય પ્રકારની ચકાસણી પ્રણાલીઓ અને તકનીકોની સૂચિ નીચે આપેલ છે જેનો ઉપયોગ સચોટ અને વિશ્વસનીય યુઝર ઓથેન્ટિકેશનને સુગમ કરવા માટે કરવામાં આવે છે. (આકૃતિ. 1.3):



આકૃતિ.1.3: બાયોમેટ્રિક સત્યાપનના પ્રકાર

ફિંગરપ્રિન્ટ ઓળખ

બાયોમેટ્રિક પ્રમાણીકરણના સૌથી સામાન્ય સ્વરૂપોમાંનું એક ફિંગરપ્રિન્ટ આઈડી છે, જે તેની ઐતિહાસિક સફળતા અને વિશ્વસનીયતાને કારણે છે. આજકાલ લગભગ તમામ સ્માર્ટફોન ફિંગરપ્રિન્ટ ઓળખનો ઉપયોગ કરી રહ્યા છે જેથી વપરાશકર્તાઓની ઓળખ ઝડપથી ચકાસવામાં આવે.

ચહેરાની ઓળખ

વ્યક્તિના આઈડીને પ્રમાણિત કરવા માટે, ફેશિયલ રેકઝ્નીશન ચહેરાના લક્ષણોનું વર્ણન કરે છે અને સંગ્રહિત ચહેરાના બાયોમેટ્રિક ડેટા સાથે તેની તુલના કરે છે. વ્યક્તિના ચહેરા પર અનન્ય બિંદુઓની સંખ્યાને કારણે, ચકાસણીની સૌથી સામાન્ય પદ્ધતિઓમાંની એક છે.

આઇરિસ અને રેટિના પેટર્નની ઓળખ

આંખની કીકી (આઇરિસ) અને નેત્રપટલની (રેટિના) પેટર્ન ફિંગરપ્રિન્ટ્સની જેમ અનન્ય અને વૈવિધ્યસભર છે. આઇરિસ સ્કેનર લગભગ 200 અનન્ય બાયોમેટ્રિક્સ ફીચર્સ એકત્ર કરી શકે છે. આ ઓળખના આ સ્વરૂપની સુરક્ષા અને વિશ્વસનીયતાની તાકાત આપે છે; મોટાભાગની બેંકો એટીએમ વપરાશકર્તાઓને ચકાસવા માટે આઇરિસ અને રેટિના પેટર્ન ચકાસણી પદ્ધતિઓનો ઉપયોગ કરી રહી છે.

વોઇસ વેવફોર્મ રેકર્ડિંગ

બાયોમેટ્રિક સત્યાપન માત્ર ભૌતિક લક્ષણો દ્વારા જ નથી કરી શકાતું; વ્યક્તિનો અવાજ એકમાત્ર બાયોમેટ્રિક સૂચક હોઈ શકે છે જે સંસ્થાઓ માન્ય વપરાશકર્તાઓ માટે લાગુ કરી શકે છે. કેટલીક નાણાકીય સંસ્થાઓ ફોન પર ગ્રાહકોને ઓળખવા માટે વોઇસ રેકર્ડિંગનો ઉપયોગ કરે છે. અસ્કયામતો અથવા માહિતી કાઢવા માટે ફોન કોલ્સ એ સામાન્ય ફિશિંગ પ્રથા હોવાને કારણે, અવાજની ઓળખ જાણીતી વ્યક્તિઓ તરીકે ઢોંગ કરવાનો પ્રયાસ કરતા ગુનેગારોની સફળતાના દરને ઘટાડવામાં મદદ કરી શકે છે.

આઈ સ્કેનર

વિજ્ઞાનના સંશોધનો મુજબ દરેક માનવ આંખની અલગ અલગ પેટર્ન હોય છે અને આ આપણને બાયોમેટ્રિક ઓળખ માટે સંખ્યાબંધ તકો પૂરી પાડે છે. આમાં રેટિના, આંખની કિકી અને આંખની નસોના માપનો સમાવેશ થાય છે. આંખના સ્કેનિંગનો ઉપયોગ કરતી સંસ્થાઓ, ખાસ કરીને આઈરિસ રેકર્ડિંગ માટે, સરકારી અને કાયદા અમલીકરણ સ્તરે ચકાસણી માટે વ્યાપકપણે ઇન્સ્ટોલ કરવામાં આવે છે.

આ સમયે, આ બાયોમેટ્રિક ઓથેન્ટિકેશન પદ્ધતિ સૌથી વિશ્વસનીય બાયોમેટ્રિક ઓળખમાંની એક છે.

સમૂહ બેઠકોમાં બાયોમેટ્રિક સત્યાપન

'બાયોમેટ્રિક્સ'ની ટેકનોલોજી એ ઓળખ અને/અથવા ઓથેન્ટિકેશન હેતુઓ માટે સ્વચાલિત ઉકેલ છે. આ માહિતીનો ઉપયોગ કરે છે જે દરેક વ્યક્તિ માટે અલગ હોય છે અને તેમાં ઉચ્ચ સ્તરનું ડિટેક્શન અને સુરક્ષા કામગીરી સામેલ હોય છે. વિશિષ્ટ વ્યક્તિગત ગુણોનો ઉપયોગ ઓળખકર્તા તરીકે થાય છે. આ ટેકનોલોજીની મુખ્ય વિશેષતા જે તેને પરંપરાગત પ્રક્રિયાઓ કરતાં વધુ સ્વીકાર્ય બનાવે છે તે પાસ શબ્દોને યાદ ન રાખવા અથવા તેનો ઉપયોગ કરવાનો વિશેષાધિકાર છે. કોઈ ચોક્કસ વ્યક્તિની ઓળખ સ્થાપિત કરવા માટે કોઈપણ દસ્તાવેજના એક્સેસની જરૂર નથી. પાસવર્ડને સુરક્ષિત રાખવાનો તણાવ સંદંતર દૂર થાય છે. આ ટેકનોલોજી વિના કોઈ શંકા, મહત્વપૂર્ણ માહિતી અથવા દસ્તાવેજો સુધી અનધિકૃત વ્યક્તિઓની પહોંચને પ્રતિબંધિત કરે છે.

'બાયોમેટ્રિક્સ'માં મૂલ્યાંકન કરાયેલ માનવ શરીરની વિશિષ્ટ વિશેષતાઓ છે આંગળીની છાપ, હથેલીની રેખાઓ, કાનની ભૂમિતિ, રેટિના પેટર્ન, હસ્તાક્ષર વગેરે. અંગૂઠાની છાપનો ઉપયોગ અનાદિ કાળથી બાયોમેટ્રિક ઓળખકર્તા તરીકે થાય છે. બાયોમેટ્રિક્સની પ્રક્રિયામાં વ્યક્તિની લાક્ષણિકતાઓમાં વિશિષ્ટતા કેપ્ચર કરવાની અને ડેટા બેઝમાં તેને સેવ કરવાનો સમાવેશ થાય છે. જ્યારે સત્યાપન અથવા ઓથેન્ટિકેશનની આવશ્યકતા હોય, ત્યારે એક નવો રેકોર્ડ લેવામાં આવે છે અને ડેટાબેઝમાં પહેલાથી જ સેવ કરેલ રેકોર્ડ સાથે તેને ટેલી કરવામાં આવે છે. જો નવો રેકોર્ડ ડેટાબેઝમાં સેવ કરેલ રેકોર્ડ સાથે મેળ ખાય છે, તો વ્યક્તિની ઓળખની પુષ્ટિ થાય છે.

આ ટેકનોલોજીના કેટલાક ફાયદા નીચે દર્શાવેલ છે

- સુરક્ષા સંવેદનશીલ વિસ્તારોમાં અધિકૃત વ્યક્તિઓના પ્રવેશની ખાતરી કરવા માટે તે ખૂબ જ ઉપયોગી છે.
- આ વ્યક્તિઓની ઓળખમાં ઉચ્ચ સ્તરની ચોકસાઈ અને ઝડપ ધરાવે છે.

- બાયોમેટ્રિક ગુણોની ચોરી અથવા નકલ કરી શકાતી નથી અને તેથી ઉચ્ચ સ્તરની સુરક્ષા ઉપલબ્ધ છે.
- ટેકનોલોજીમાં અચાનક ફેરફારો થવાની સંભાવના નથી કારણ કે ડેટાબેઝમાં આવા રેકોર્ડનો લાંબા સમય સુધી ઉપયોગ કરી શકાય છે.
- બાયોમેટ્રિક્સ ઝડપી, ભરોસાપાત્ર, ઉપયોગમાં સરળ અને ખર્ચ અસરકારક છે. આ તકનીકનો ઉપયોગ કરવા માટે કોઈ વિશેષ કૌશલ્યની જરૂર નથી.
- ઘણા ઉદ્યોગો આ ટેકનોલોજીનો ઉપયોગ કરી શકે છે, જેમાં બદમાશોની ઓળખ માટે તપાસ એજન્સીઓનો સમાવેશ થાય છે.
- મોબાઇલ બેંકિંગમાં પણ યોગ્ય વ્યક્તિ દ્વારા બેંક ખાતાનું એક્સેસ સુનિશ્ચિત કરવામાં આવે છે. એટીએમ, કોમ્પ્યુટર વગેરેમાં અનધિકૃત પ્રવેશને અટકાવી શકાય છે.

સમૂહ બેઠકમાં બાયોમેટ્રિક સત્યાપનનો ઉપયોગ સભ્યોની હાજરીને ચિહ્નિત કરવા અને બેઠકની કાર્યનોંધની ચકાસણી માટે કરી શકાય છે. રેકોર્ડ કીપર સ્વ-સહાય જૂથો / સંયુક્ત જવાબદારી જૂથોની બેઠકમાં સભ્યોને તાલીમ આપી શકે છે. તે ટેકનોલોજીનો ઉપયોગ કરવામાં સભ્યોની ખચકાટ પણ દૂર કરશે.

પ્રાયોગિક સ્વાધ્યાય

પ્રવૃત્તિ 1: 'વસૂલી પ્રક્રિયા' દર્શાવવા માટે પ્રવાહ ચાર્ટ તૈયાર કરો.

આવશ્યક સામગ્રી: નોટબુક, પેન, પેન્સિલો, ઇરેઝર અને ઇન્ટરનેટનું એક્સેસ.

પ્રક્રિયા:

1. શિક્ષક વિદ્યાર્થીઓને ઉપલબ્ધ વાંચન સામગ્રીમાંથી વાંચવા અને વિષય પર એક ચાર્ટ તૈયાર કરવા કહેશે.
2. વિદ્યાર્થીઓ વસૂલી પ્રક્રિયાના વિષય પર ચાર્ટ તૈયાર કરશે.
3. વિદ્યાર્થીઓ વસૂલી પ્રક્રિયાના ચાર્ટમાં નીચેના પગલાંઓનો સમાવેશ કરશે:
 - a) ઉધાર લેનારની વ્યક્તિગત મુલાકાત
 - b) અપરાધના વાસ્તવિક ક્રિયાઓની ખાતરી કરવી
 - c) પુનઃચુકવણી વિકલ્પો સૂચવવા
 - d) પુનઃચુકવણીની પ્રતિબદ્ધતાઓ મેળવવી
 - e) ઉધાર લેનાર દ્વારા પ્રતિબદ્ધતાઓને પૂર્ણ કરવી
 - f) વસૂલી પ્રવૃત્તિઓનો રેકોર્ડ રાખવો
 - g) પુનઃચુકવણી માટે ફોલો અપ કરવું
 - h) પુનઃપ્રાપ્તિ માટે કાર્યવાહી શરૂ કરવી
4. વિદ્યાર્થીઓ ચાર્ટ શિક્ષકને સબમિટ કરશે.

5. શિક્ષક વિદ્યાર્થીઓ દ્વારા તૈયાર કરેલ 2-3 ચાર્ટ પસંદ કરશે.
6. શિક્ષક વર્ગખંડમાં વિષય વિશે ચર્ચા કરશે અને સમજાવશે.

પ્રવૃત્તિ 2: 'બાયોમેટ્રિક વેરિફિકેશન' દર્શાવતો કાગળ પર પ્રવાહ ચાર્ટ તૈયાર કરો.

આવશ્યક સામગ્રી: નોટપેડ, પેન, પેન્સિલ, ઇરેઝર અને ઇન્ટરનેટનું ઍક્સેસ.

પ્રક્રિયા:

1. શિક્ષક વિદ્યાર્થીઓના જૂથો બનાવશે.
2. જૂથના સભ્યો પોતાની વચ્ચે ચર્ચા કરશે અને વિષયને લગતા મુદ્દાઓ નોંધશે. નવીનતમ વિકાસ જાણવા માટે તેમના દ્વારા ઇન્ટરનેટનો ઉપયોગ કરી શકાય છે.
3. દરેક જૂથ બાયોમેટ્રિક સત્યાપનની પ્રક્રિયા ધરાવતો ચાર્ટ બનાવશે જેમાં નીચેના પગલાં શામેલ છે:
 - a) વ્યક્તિની લાક્ષણિકતાઓમાં વિશિષ્ટતા કેપ્ચર કરવી
 - b) ડેટા બેઝમાં તે જ સેવ કરવું
 - c) ચકાસવા માટે નવો રેકોર્ડ કેપ્ચર કરવો
 - d) ડેટા બેઝમાં સેવ કરેલ રેકોર્ડ સાથે તાજા રેકોર્ડને ટેલી કરવું
 - e) જો ટેલી થતું હોય, તો વ્યક્તિની ઓળખની પુષ્ટિ થાય છે.
4. દરેક જૂથમાંથી એક વિદ્યાર્થી વર્ગ સમક્ષ વિષય પર રજૂઆત કરશે.
5. અન્ય જૂથોના વિદ્યાર્થીઓ વિષયને સારી રીતે સમજવા માટે પ્રશ્નો પૂછશે.
6. શિક્ષક વક્તાઓને મદદ કરશે અને જરૂરી ફેરફારો સૂચવશે.
7. ચાર્ટ પર ફેરફારો સામેલ કરો અને તેને વર્ગ શિક્ષકને સબમિટ કરો.

તમારી પ્રગતિ ચકાસો

A. ખાલી જગ્યાઓ ભરો

1. માઇક્રોફાઇનાન્સમાં ધિરાણ લેનાર પ્રતિ ધિરાણ સંસ્થાઓનું ક્રેડિટ એક્સપોઝર _____ છે અને _____ સમયગાળા માટે છે.
2. આવક સૃજન _____ અને અન્ય _____ હેતુઓ માટે ઋણ આપવામાં આવે છે.
3. માઇક્રોફાઇનાન્સ ક્ષેત્ર જવાબદાર બન્યું છે અને _____ .
4. _____ - નો કાનૂની દાવો કાનૂની અને અન્ય ખર્ચાઓના વધારાના બોજ સાથે સમય માંગી લે તેવો છે.
5. બાયોમેટ્રિક ગુણોની ચોરી કરી શકાતી નથી અથવા _____ તેથી, ઉચ્ચ સ્તરની સુરક્ષા _____ છે.

B. બહુવિકલ્પીય પ્રશ્નો

1. માઇક્રોફાઇનાન્સમાં ઋણની પુનઃચુકવણી _____ દ્વારા પ્રસ્તાવિત કરવામાં આવે છે

- a) ઊચક રકમની પુનઃચુકવણી
b) લાંબી પુનઃચુકવણી અનુસૂચિ
c) વારંવાર હપ્તાઓ
d) આમાંથી કોઈ નહીં
2. માઇક્રોફાઇનાન્સમાં, સંભવિત ઉધાર લેનારાઓ નાણાકીય સાક્ષરતાનું _____ ધરાવે છે.
a) નીચું સ્તર
b) ઉચ્ચ સ્તર
c) સરેરાશ સ્તર
d) આમાંથી કોઈ નહીં
3. માઇક્રોફાઇનાન્સ ધિરાણકર્તાઓએ _____ બ્યુરોને ક્રેડિટ ડેટા સબમિટ કરવાનું પહેલેથી જ સ્વીકાર્યું છે.
a) માસિક ધોરણે.
b) ત્રિમાસિક ધોરણે.
c) દૈનિક ધોરણે.
d) આમાંથી કોઈ નહીં.
4. બાયોમેટ્રિક ટેકનોલોજીના ફાયદા છે:
a) પારદર્શિતા
b) સમય બચત.
c) ઝડપી કામ.
d) ઉપરોક્ત તમામ.
5. ન્યાયાલયમાંથી _____ મેળવવાની પ્રક્રિયા લાંબી અને સમય માંગી લે તેવી છે.
a) હુકમનામું
b) સલાહ
c) રકમ
d) આમાંથી કોઈ નહીં
- c. નીચેના વાક્યો સાચા છે કે ખોટા તે જણાવો
1. માઇક્રોફાઇનાન્સમાં, લોન માત્ર આવક સર્જન પ્રવૃત્તિઓ માટે આપવામાં આવે છે.
 2. માઇક્રોફાઇનાન્સ એ દાન નથી.
 3. ઉધાર લેનારની, ચોક્કસ સમયે અથવા સ્થાન પર કૉલ ન કરવા માટેની વિનંતી, સામાન્ય રીતે સંમત થવી જોઈએ.
 4. બાયોમેટ્રિક ટેકનોલોજીનો ઉપયોગ કરવા માટે કોઈ વિશેષ કૌશલ્યની જરૂર નથી.
 5. બાયોમેટ્રિક ટેકનોલોજી સુરક્ષા સંવેદનશીલ વિસ્તારોમાં અનધિકૃત વ્યક્તિઓના પ્રવેશને પ્રતિબંધિત કરી શકતી નથી.

B. કૉલમ સાથે મેળ કરો

કૉલમ A		કૉલમ B	
1	ચકાસણી	A	લાક્ષણિક

2	હુકમનામું	B	ભારત બિલ પેમેન્ટ સિસ્ટમ
3	બીબીપીએસ	C	ઓળખ માટે સ્વચાલિત ઉકેલ
4	વિશિષ્ટ	D	તપાસેલ
5	બાયોમેટ્રિક્સ	E	ન્યાયાલયનો હુકમ

E. ટૂંકા જવાબના પ્રશ્નો

1. માઇક્રોફાઇનાન્સ ઋણની વિશિષ્ટ વિશેષતાઓ શું છે?
2. માઇક્રોફાઇનાન્સમાં વસૂલી પ્રક્રિયાના પ્રથમ બે પગલાં સમજાવો.
3. મુદતવીતીની વસૂલી માટે ઉધાર લેનારનો ક્યાં સંપર્ક કરી શકાય?
4. મુદતવીતીની વસૂલાત માટે દાવો દાખલ કરતા પહેલા પાલન કરવા માટે કોઈપણ બે માર્ગદર્શિકા લખો?
5. 'બાયોમેટ્રિક્સ' શું છે અને તે કેવી રીતે કાર્ય કરે છે

F. લાંબા જવાબના પ્રશ્નો

1. બાયોમેટ્રિક ટેકનોલોજીના ફાયદાઓનું વર્ણન કરો.
2. માઇક્રોફાઇનાન્સમાં વસૂલી માટે માર્ગદર્શિકા પર એક નોંધ લખો..

B. તમારું પ્રદર્શન ચકાસો

1. માઇક્રોફાઇનાન્સમાં વસૂલી માટે વિવિધ માર્ગદર્શિકાઓ પર એક પ્રસ્તુતિ તૈયાર કરો.
2. કયું બાયોમેટ્રિક સત્યાપન ડેટાબેઝમાં ચોક્કસ પરિણામો આપે છે? નિર્દેશિત કરો

સત્ર 2: શાખાને જાણ કરવી

માઇક્રોફાઇનાન્સ સંસ્થા માટે, ખાસ કરીને, પરિચાલન જોખમ સહિત સંકળાયેલ જોખમોને ઘટાડવા માટે તેની પ્રક્રિયાઓમાં આંતરિક તપાસ અને નિયંત્રણો હોવા આવશ્યક છે. પરિચાલન જોખમ અયોગ્ય પદ્ધતિઓ, અપૂરતી પ્રણાલીઓ અને કાર્યકારી સ્ટાફ અથવા બહારથી બનેલી ઘટનાઓને કારણે ઉદભવે છે. આંતરિક તપાસ અને નિયંત્રણોની એક મજબૂત પ્રણાલી જેમાં શાખા અથવા ઉચ્ચ અધિકારીઓને રિપોર્ટિંગનો સમાવેશ થાય છે, તે પરિચાલન જોખમને નોંધપાત્ર રીતે ઘટાડે છે.

એકત્ર કરેલ રોકડ જમા કરવી

નીચે દર્શાવેલ કારણોને લીધે એમએફઆઈ માટે રોકડ વ્યવસ્થાપનની યોગ્ય પદ્ધતિ મહત્વપૂર્ણ છે (આકૃતિ.1.4):

- ઘણા રોકડ વ્યવહારો દરરોજ થાય છે, જેમાં રસીદ અને ચુકવણીનો સમાવેશ થાય છે.
- રોકડની લાલચ.
- રોકડનો દુરુપયોગ થવાની શક્યતાઓ વધારે છે.
- સખ્ત દેખરેખની ગેરહાજરીમાં, વ્યવહાર કરનાર વ્યક્તિઓ ચાલાકી કરે છે અને બેઈમાન થઈ જાય છે.



આકૃતિ.1.4: જમા કરાયેલી એકત્રિત રકમ

સ્ત્રોત: shorturl.at/hmx39

ઉધાર લેનારાઓ પાસેથી લોનની ચુકવણી એ એમએફઆઈ સાથે રોકડ સંચયનો મુખ્ય સ્ત્રોત છે. ચુકવણીઓ એમએફઆઈ બેંક ખાતામાં સીધા અથવા શાખાના કેશિયરને અથવા મુલાકાતી ફિલ્ડ સ્ટાફને, ઉધાર લેનારાઓ દ્વારા કરવામાં આવે છે. એવી અપેક્ષા રાખવામાં આવે છે કે ઉધાર લેનારાઓને લોન વિતરણ સમયે જ ચુકવણીની આવર્તન અને હપ્તાની રકમ વિશે સલાહ આપવામાં આવે.

- માઇક્રોફાઇનાન્સ એક્ઝિક્યુટિવ / મુલાકાત લેતા ફિલ્ડ સ્ટાફ
- પ્રાપ્ત રકમ માટે નંબરવાળી રસીદ જારી કરવી જોઈએ.
- ઉધાર લેનારના ખાતાવહી કાર્ડ અને રોકડ રસીદોના જર્નલમાં દરેક રસીદનો ઉલ્લેખ કરવો જોઈએ.
- એમએફઆઈ બેંક ખાતામાં અથવા શાખામાં જમા કરાવેલી વાસ્તવિક રોકડ સાથે દિવસની કુલ રસીદોને ટેલી કરવી જોઈએ.
- સુનિશ્ચિત કરવું જોઈએ કે દિવસની તમામ રોકડ રસીદોનો તેના/તેણી દ્વારા યોગ્ય રીતે હિસાબ રાખવામાં આવે છે.
- એમએફઆઈના બેંક ખાતામાં રોકડ જમા કરવાને તપાસવા કરવી જોઈએ અને નામાંકિત અધિકારી દ્વારા સાચી જણાય આવે છે.
- સુનિશ્ચિત કરો કે એમએફઆઈ ની નિર્ધારિત પ્રક્રિયાનો કોઈ ટૂંકા માર્ગ વિના અનુસરવામાં આવે છે.

જો એમએફઆઈ દ્વારા લેણદારોને સમયસર ચૂકવણી કરવામાં આવે, તો આનાથી તેની પ્રતિષ્ઠા વધે છે અને ઉધાર લેનારાઓ દ્વારા સમયસર પુનઃચૂકવણી તેની નાણાકીય સ્થિતિને મજબૂત કરે છે. એમએફઆઈમાં વિવિધ સ્તરે કાર્યકર્તાઓ દ્વારા પ્રવર્તમાન નિયમોનું પાલન, ઉધાર લેનારાઓનો વિશ્વાસ અકબંધ રાખે છે અને એવા કામદારોનું રક્ષણ કરે છે, જેઓ આપેલ પ્રક્રિયાઓનું અક્ષરશઃ પાલન કરે છે.

એક સામાન્ય એમએફઆઈ માં, ફિલ્ડ સ્ટાફ દ્વારા સવારના સત્રમાં સંગ્રહ કરવામાં આવતો હતો અને બપોરે 12 વાગ્યા સુધીમાં શાખામાં જમા કરવામાં આવતો હતો. શાખાના પદાધિકારી એકત્રિત કરેલી સંપૂર્ણ રકમ એમએફઆઈના બેંક ખાતામાં જમા કરાવી. ઋણ-વિતરણ માટે જરૂરી કોઈપણ રકમ આ હેતુ માટે બેંકમાં રાખવામાં આવેલ અન્ય કોઈ ખાતામાંથી અલગથી ઉપાડવામાં આવી હતી. દિવસના અંતે, શાખાના કેશિયર પાસે અવિતરિત ઋણને લગતી રોકડ બાકી રહે છે. કેશિયરે એમએફઆઈના લોકરમાં પણ, પૂર્વનિર્ધારિત મર્યાદા કરતાં વધુ રોકડ આખી રાત રાખવા માટે નિયુક્ત સત્તાધિકારી પાસેથી મંજૂરી મેળવવી આવશ્યક છે.

ડ્રોપ પર સાઇન ઓફ

'સાઇન ઓફ ઓન' નો અર્થ છે સત્તાવાર રીતે કોઈ વસ્તુ માટે સંમત થવું. ઉધાર લેનારાઓ પાસેથી ક્ષેત્રીય કાર્યકર્તાઓ દ્વારા એકત્રિત કરવામાં આવેલી રોકડ રજિસ્ટરમાં નોંધવી જોઈએ અને નિયત પ્રક્રિયા મુજબ શાખા, બેંક અથવા રોકડ ડ્રોપ સ્થળ પર જમા કરાવવી જોઈએ. ફિલ્ડ સ્ટાફે તેને પ્રક્રિયા મુજબ જમા કરાવેલ નાણાં મેળવ્યા પછી અને નામિત સુપરવાઈઝર દ્વારા ટ્રાન્ઝેક્શનની ચકાસણી મેળવ્યા પછી આખરે તેમના કામનો દિવસ સમાપ્ત કરવો જોઈએ.

એકત્રિત કરેલ રોકડ માટે એકાઉન્ટિંગ ઔપચારિકતાઓ

માઇક્રોફાઇનાન્સ લેનારાઓ પાસેથી હાલની લોનના હપ્તાઓની પુનઃપ્રાપ્તિ એ પુનઃચૂકવણીની પૂર્વ નિર્ધારિત તારીખો પર રોકડ સંચયનો મુખ્ય સ્ત્રોત છે. પુનઃપ્રાપ્તિ પ્રક્રિયામાં સંલગ્ન અધિકારીઓ એમ્પ્લોયર સંસ્થા દ્વારા નિર્ધારિત એકાઉન્ટિંગ ઔપચારિકતાઓ સાથે સારી રીતે વાકેફ છે. રોકડ આધાર અને ઉપાર્જિત આધાર એકાઉન્ટિંગની બે પ્રક્રિયાઓ છે જે વ્યવસાયિક વ્યવહારોને રેકોર્ડ કરવા માટે પ્રચલિત છે. જ્યારે રોકડ ખરેખર મળે છે અથવા ચૂકવવામાં આવે છે ત્યારે રોકડ આધાર પ્રણાલીમાં ટ્રાન્ઝેક્શન ચોપડાઓમાં નોંધવામાં આવે છે.

પરંતુ ઉપાર્જિત આધાર પ્રણાલીમાં, જ્યારે રકમ મેળવવાનો અધિકાર ઊભો થાય અથવા ખર્ચની રકમ ચૂકવવાની જવાબદારી આવે ત્યારે ટ્રાન્ઝેક્શન નોંધવામાં આવે છે. કંપનીઓ માટે તેમના ખાતાઓની જાળવણીમાં ઉપાર્જિત આધાર પ્રણાલી અપનાવવી એ કાનૂની બંધનકર્તા છે. કંપનીઓ સિવાયની માઇક્રોફાઇનાન્સ સંસ્થાઓ બેમાંથી કોઈપણ પદ્ધતિ અપનાવી શકે છે. જો કે, ઉપાર્જિત આધાર પ્રણાલી સૈદ્ધાંતિક રીતે વધુ સારો વિકલ્પ માનવામાં આવે છે.

રોકડ સંગ્રહ કાર્યમાં સંલગ્ન અધિકારીઓ દ્વારા રોકડનો યોગ્ય હિસાબ તમામ રીતે જરૂરી છે. મોટી સંખ્યામાં રોકડ પુનઃપ્રાપ્તિ વ્યવહારો અને રોકડનું કુદરતી આકર્ષણ ધિરાણ સંસ્થાની નિર્ધારિત પ્રક્રિયા સાથે, વ્યવહારોને તરત જ ચોપડામાં નોંધવાનું ફરજિયાત બનાવે છે. સૂચિત સંગ્રહ ઔપચારિકતાઓમાં સામાન્ય રીતે સમાવેશ થાય છે-

- ઉધાર લેનાર પાસેથી મળેલી કોઈપણ રકમ માટે મુદ્રિત અને નંબરવાળી રસીદ જારી કરવી.
- દૈનિક રોકડ સંગ્રહ શીટ અથવા પુસ્તકમાં સત્તાવાર કાઉન્ટરફોઇલ દાખલ કરવું અને સાચવવું.
- ઉધાર લેનારની પાસ બુકમાં આદ્યાક્ષરો સાથે એન્ટ્રી કરવી.
- સાથોસાથ, ઉધાર લેનારના લોન ખાતાવહીમાં કાર્ડમાં રોકડ રસીદ દર્શાવવી.
- કાઉન્ટરફોઇલ્સ અને રોકડ સંગ્રહ શીટ અથવા પુસ્તક સાથે એકત્રિત કરાયેલ તમામ રોકડનું મિલોન કરવું.
- કોઈપણ વિલંબ કર્યા વિના, પ્રચલિત સૂચનાઓ અનુસાર, શાખા કેશિયર સાથે અથવા એમએફઆઈ ના બેંક ખાતામાં એકત્રિત કરવામાં આવેલી સંપૂર્ણ રોકડનું જમા કરવું.
- જો રોકડ બેંકમાં જમા કરવામાં આવે તો, બેંક-રસીદની ડિપોઝીટ, ઉધાર લેનારાઓને જારી કરાયેલ રસીદના કાઉન્ટરફોઇલ, દૈનિક કલેક્શન શીટ અથવા બુક પર સ્વીકૃતિ હેઠળ, શાખા સુપરવાઇઝર /કેશિયર પાસે જમા કરવું .
- શાખામાં કેશિયર દ્વારા રોકડ રસીદો અને બેંક રસીદોનું મિલોન કરવું અને કેશ બુકમાં યોગ્ય એન્ટ્રીઓ કરવી. રોકડ વસૂલાત પછી ખાતાવહીમાં જાળવવામાં આવેલા વ્યક્તિગત ઉધાર લેનારાઓના ખાતામાં પ્રતિબિંબિત થાય છે.

રોકડ એકત્ર કરનારા અધિકારીઓએ ભાવિ રેકોર્ડ માટે દૈનિક સંગ્રહ શીટ્સ/બુક સાચવવી જોઈએ. નિયત પ્રક્રિયામાં કોઈ ટૂંકો માર્ગ અપનાવવામાં નહીં આવે.

ટીમ સાથે વાત કરવી

સંસ્થાઓમાં સમીક્ષા બેઠકની સંસ્કૃતિ સારી રીતે સ્થાપિત છે. જે બેઠકોમાં નિરસ સુપરવાઈઝર હાજરી આપે છે અને જેમાં સંસ્થાની અપેક્ષાઓ અને ટીમના સભ્યોની ખામીઓ વિશે ઘણી વાતો કરવામાં આવે છે, તે બેઠકનો હેતુ પૂરો કરતી નથી. સભ્યો તેમની રોજગારી અકબંધ રાખવા માટે લઘુત્તમ જરૂરી ધોરણ હાંસલ કરવાના પ્રયાસો કરે છે અને ટૂંક સમયમાં જ તેમના કાર્યમાં નવીનતા અને કુશળતા માટેની લાલસા ગુમાવી દે છે. આવી બેઠકો ખરા અર્થમાં પરસ્પર નથી હોતી. ટીમ પ્રેરિત નથી તેના બદલે સભ્યો તેમની ક્ષમતા કરતાં ઓછું પ્રદર્શન કરે છે. સુપરવાઈઝરની ફરજ એ છે કે ટીમને ઉત્સાહિત કરવી, સભ્યોને નિરાધાર ડરથી મુક્ત કરવાં, તેમની શંકાઓ દૂર કરવી, તેમની સમસ્યાઓ અને વિચારો સાંભળવા. સક્ષમ સુપરવાઈઝર સભ્યોના ઉન્નત પ્રદર્શન અને વ્યક્તિગત વિકાસ માટે પ્રયાસ કરે છે. તેમના વધુ સારા ઉત્પાદન માટે રોકડ સંગ્રહ સહિતની વિવિધ પ્રવૃત્તિઓ સાથે સંકળાયેલા ફિલ્ડ સ્ટાફ સાથે અરસપરસ બેઠક કરતી વખતે ધ્યાનમાં રાખવા માટે નીચે આપેલા કેટલાક મુદ્દાઓ છે.

- અંતઃક્રિયાત્મક બેઠકો નિયમિત અંતરાલ પર ગોઠવવી જોઈએ. આને યોગ્ય ગંભીરતા સાથે હાથ ધરવાની જરૂર છે અને અધિકૃત રેકોર્ડ તરીકે કાર્યનોંધ સાચવી રાખવાની રહે છે. રૂબરૂ, અંતઃક્રિયાત્મક બેઠકો સંદેશાવ્યવહારને ટેકસ્ટ સંદેશાઓ અથવા ઇ-મેઇલ્સ કરતાં વધુ સ્પષ્ટ અને અસરકારક બનાવે છે.
- સહભાગીઓને સરળ અને અર્થપૂર્ણ ભાષામાં સંબોધવા જોઈએ. જે કહેવામાં આવે છે તેઓ તે સાંભળે છે અને તે કેવી રીતે કહેવામાં આવે છે તે પણ નોંધે છે. યોગ્ય શારીરિક ભાષાનો ઉપયોગ ટીમના સભ્યોને આત્મવિશ્વાસ, પ્રામાણિકતા અને રસ દર્શાવે છે. માંગવામાં આવેલ કોઈપણ સ્પષ્ટતા, નજીવી હોઈ શકે છે, તે ઉચિત કૃપા સાથે પ્રદાન કરવી જોઈએ. તે પ્રેક્ષકોને વધુ સારું પ્રદર્શન કરવા માટે નવા વિચારો કેળવવા માટે પ્રોત્સાહિત કરશે.
- માહિતીપ્રદ ચાર્ટ અથવા વિઝ્યુઅલ ક્લિપિંગ્સ પ્રવર્તમાન પ્રક્રિયા/માર્ગદર્શિકામાં કોઈપણ માહિતી અથવા પુનરાવર્તનને સમજાવવા માટે પ્રદર્શિત કરી શકાય છે.
- ટીમના કોઈપણ સભ્ય દ્વારા પસંદ કરાયેલ અભિપ્રાય અથવા વિચારને સક્રિય રીતે સાંભળવું જોઈએ. કોઈ પણ સંજોગોમાં, મીટિંગમાં કોઈનું અપમાન અથવા અવગણના કરવામાં આવતી નથી. સભામાં સભ્યોને તેમના કામના અનુભવો શેર કરવા પ્રોત્સાહિત કરવા જોઈએ. સફળતાની વાર્તાઓ અથવા સમસ્યાઓનો સામનો કરવો પડે છે તે બધાએ રસપૂર્વક સાંભળવું જોઈએ.
- સભામાં સભ્યોની તેમના પ્રયત્નો અને સિદ્ધિઓ માટે પ્રશંસા થવી જોઈએ. કોઈપણ સભ્યને, જો ઠપકો આપવાની અથવા સાવધાન કરવાની જરૂર હોય, તો તેનો અલગથી, એક-થી-એક ક્રિયા પ્રતિક્રિયામાં સમજાવી જોઈએ. દરેક સમયે શિસ્ત જાળવવી જરૂરી છે.
- બેઠકનો સમયગાળો ટૂંકો રાખવો જોઈએ. જો કે, મહત્વપૂર્ણ મુદ્દાઓ પર ચર્ચા, સુધારેલી પ્રક્રિયાઓ અથવા માર્ગદર્શિકા અથવા નવા પ્રોજેક્ટ્સ, કોઈ બગાડ વિના પૂરતો સમય આપવો જોઈએ.

આનાથી કાર્યકારી કર્મચારીઓમાં જો કોઈ હોય તો, અંતર્ગત પ્રવાહોને અનુભવવામાં વ્યવસ્થાપનને મદદ મળશે.

નિરીક્ષકો અને ફિલ્ડ સ્ટાફ વચ્ચે નિયમિત અંતરાલે અર્થપૂર્ણ ક્રિયાપ્રતિક્રિયા સ્ટાફને સામેલ અને કાયાકલ્પ કરે છે.

ફોલો-અપ અને ડિફોલ્ટર પાસેથી મુદતવીતીની વસૂલાત

માઇક્રોફાઇનાન્સ સંસ્થાઓ તેમની વ્યવસાયિક પ્રવૃત્તિઓ અને વપરાશની જરૂરિયાતો માટે લોન આપીને ગરીબોની આર્થિક સ્થિતિ સુધારવામાં સતત સંલગ્ન રહે છે. ઉધાર લેનારાઓએ સૂચિત પુનઃચુકવણી સમયપત્રક મુજબ લોનની ચુકવણી કરવી જરૂરી છે. ધિરાણ વ્યવસાય હંમેશા મુદ્દલ અને વ્યાજની ચુકવણીમાં ડિફોલ્ટનું જોખમ ધરાવે છે. જેમ કે, એમએફઆઈ પણ ખરાબ ઋણની સમસ્યાનો સામનો કરી રહી છે. જ્યારે પુનઃચુકવણી બાકી હોય અથવા સમયસર પ્રાપ્ત ન થાય, ત્યારે પૂર્વનિર્ધારિત અનુસૂચિ મુજબ, અપરાધ થાય છે.



આકૃતિ.1.5: ફોલો-અપ કોલ

ઉધાર લેનારાઓ સાથે પુનઃચુકવણી માટે ફોલોઅપ કરવામાં આવે છે. જો પુનઃચુકવણી આગામી કે અપેક્ષિત ન હોય તો ફોલોઅપ હોવા છતાં, એવું કહી શકાય કે ઉધાર લેનારાએ ડિફોલ્ટ કર્યું છે (આકૃતિ. 1.5). મુદતવીતીની વસૂલાત મુશ્કેલ બની જાય છે કારણ કે એમએફઆઈ દ્વારા લંબાવવામાં આવેલી લોન કોલેટરલ મુક્ત હોય છે અને સામાન્ય રીતે કોઈપણ તૃતીય-પક્ષ ગેરંટી વિના હોય છે. વધુમાં, ધિરાણકર્તા ડિફોલ્ટ રકમની વસૂલાતને અસર કરવા માટે કોઈપણ ધમકીભર્યા અથવા બળજબરીનો ઉપયોગ કરી શકશે નહીં.

એમએફઆઈ માટે તેમના વહીવટી અને અન્ય ખર્ચાઓને પહોંચી વળવા અને તેમને કાર્યશીલ રાખવા માટે તેમના ભંડોળના સ્ટોકને પુનઃચક્રીત કરવા માટે લોનની સમયસર વસૂલાત મહત્વપૂર્ણ છે. અપરાધનું કારણ ગમે તે હોય, તેને શરૂઆતથી જ નિયંત્રિત કરવું જોઈએ. એમએફઆઈ એ સમયસર, અપરાધનું સંચાલન કરવા માટે યોગ્ય વ્યૂહરચના અપનાવવી જોઈએ.

ઉધાર લેનારાએ પુનઃચુકવણીની જવાબદારી ગંભીરતાથી લેવી જોઈએ. એમએફઆઈ એ

- સંસ્થામાં, નિર્ધારિત તારીખો પર, બાકી રકમની ચુકવણી ન કરવા પ્રત્યે કોઈ ઉદારતા ન રાખવાની સંસ્કૃતિ બનાવવી જોઈએ.
- ખાતરી કરો કે તમામ ઉધાર લેનારાઓ, જેમની ચુકવણી બાકી છે, સમયસર અને પુનરાવર્તિત રીમાઇન્ડર દ્વારા તેમનું ફોલોઅપ કરવામાં આવે, ફિલ્ડ સ્ટાફ દ્વારા વ્યક્તિગત સંપર્ક અને ગ્રામ પંચાયત દ્વારા.
- કાર્યકારી કર્મચારીઓને સમસ્યાનું નિરાકરણ કરનાર અને નમ્ર પરંતુ ઉધાર લેનારાઓનો વિશ્વાસ જીતવા માટે તેમની સાથે વ્યવહારમાં અડગ રહેવાની તાલીમ આપો. કાર્યકારી કર્મચારીઓએ સમયસર પુનઃચુકવણીને પ્રોત્સાહિત કરવી જોઈએ. સારા ગ્રાહક સંબંધો જાળવવા અને ઉધાર લેનારાઓની મુદત પડતી રકમ ઘટાડવા માટે ફિલ્ડ સ્ટાફને યોગ્ય પ્રોત્સાહનો આપવામાં આવી શકે છે. સંસ્થાના માર્ગદર્શિકાનું પાલન કરવા અને સંપત્તિની ગુણવત્તામાં બગાડ ટાળવા માટે સ્ટાફ મીટિંગમાં સમર્પિત કાર્યકરોની પ્રશંસા કરવી જોઈએ.
- સમયસર પુનઃચુકવણીની જરૂરિયાત અને ફાયદાઓ જેમ કે મોટી રકમની લોન, પુનરાવર્તિત લોન, નીચા વ્યાજ દર, સરકારી સબસિડી મેળવવા માટે સમર્થન વગેરે અને સમુદાયમાં સ્થિતિ પર ભાર આપવા માટે તેમના વિસ્તારમાં ઉધાર લેનારાઓ સાથે સમયાંતરે બેઠકો યોજો. પુનઃચુકવણીમાં વિલંબ માટે સંસ્થાની શૂન્ય સહિષ્ણુતાની છબી હોવી મહત્વપૂર્ણ છે.
- યોગ્ય કેસોમાં લોનની અવધિ, હપ્તાની આવર્તન અને/અથવા હપ્તાની રકમ બદલવામાં અચકાવું નહીં.

એવું માનવામાં આવે છે કે ગરીબ લોકો મૂળભૂત રીતે અપ્રમાણિક નથી પરંતુ કેટલીકવાર તેમના ઉધાર ખાતાઓ મુદતવીતી થઈ જાય છે અને બિન-કાર્યકારી સંપત્તિ પણ બની જાય છે. કારણ ગમે તે હોય; એમએફઆઈ એ સમગ્ર બાકી રકમની વસૂલાત માટે તેમના તમામ પ્રયાસો કર્યા. બાકી ચુકવણી ન કરવા માટેનું કારણ ડિફોલ્ટરોમાં અલગ અલગ હોય છે. સમય વીતવા સાથે, વસૂલી અધિકારીઓ પાસે ડિફોલ્ટર વિશેની તમામ સંબંધિત માહિતી હોય છે. શરૂઆતમાં ગ્રાહકને જાળવી રાખીને મુદતવીતીની વસૂલાત કરવા પર ભાર દેવામાં આવે છે પરંતુ એકવાર ખાતું એનપીએ તરીકે વર્ગીકૃત થઈ જાય, ધિરાણ સંસ્થાના તમામ પ્રયત્નો ડિફોલ્ટમાં રહેલી સમગ્ર રકમની વસૂલાત તરફ નિર્દેશિત થાય છે. ગ્રાહક જાળવી રાખવાનો મુદ્દો આ પ્રક્રિયામાં ખોવાઈ ગયો છે. એક વિશિષ્ટ એમએફઆઈ નીચે મુજબ અસરકારક વ્યૂહરચના અનુસરી શકે છે.

ડિફોલ્ટર્સને ચાર જૂથોમાં વિભાજિત કરવામાં આવે છે અને અલગ વ્યૂહરચના સાથે વ્યવહાર કરવામાં આવે છે.

ક્ર. સં	ડિફેલ્ટરની શ્રેણી	ચુકવણી ન કરવા માટે સંભવિત કારણો	લાગુ કરવાની થતી વ્યૂહરચના
1	ઉધાર લેનારાઓ જે લેણાં ચૂકવવા માટે તૈયાર અને સક્ષમ છે.	આ એ વ્યક્તિઓ છે જેઓ ચુકવણી કરવાનું ભૂલી ગયા છે અથવા ચુકવણીની તારીખો ભૂલી ગયા છે. જ્યારે યાદ અપાવવામાં આવે, ત્યારે આકસ્મિક રીતે કોઈ બીજાને ચૂકવણીનું કામ સોંપ્યું છે, એને પણ ચુકવણી કરવાની તસ્દી ન લીધી.	આવા ડિફેલ્ટરોને ગહન ચર્ચા કે કાઉન્સેલિંગ કર્યા પછી નવેસરથી ચુકવણીનું સમયપત્રક આપવું જોઈએ. મુદતવીતી વસૂલ કરી શકાય છે અને ગ્રાહકોને જાળવી શકાય છે.
2	ઉધાર લેનારા ઇચ્છુક છે પરંતુ બાકી રકમ ચૂકવવા સક્ષમ નથી.	આવી વ્યક્તિઓને કાં તો ધંધામાં નુકસાન થયું છે અથવા અણધારી કટોકટીનો સામનો કરવો પડ્યો છે અથવા કરેલું રોકાણ ખરાબ થયું છે. હાલમાં તેઓ આર્થિક કપરા સમયમાંથી પસાર થઈ શકે છે. આવક કરતાં ખર્ચ વધી ગયો છે.	આવા ઉધાર લેનારાઓના લોન ખાતાને પુનઃનિર્ધારિત કરવા અને શક્ય પુનઃચુકવણી વિકલ્પો સાથે વધારાના નાણાં માટે વિચારણા કરી શકાય છે. જો પુનઃનિર્ધારિત શરતો અનુસાર પુનઃચુકવણી સંતોષકારક જણાય તો ઉધાર લેનારાઓને લાંબા સમય સુધી જાળવી રાખવામાં આવી શકે છે.
3	ઉધાર લેનારા સક્ષમ છે પરંતુ બાકી રકમ ચૂકવવાનું ટાળે છે.	આવા ઉધાર લેનારાઓ તેમને પૂરી પાડવામાં આવતી સેવાની ગુણવત્તાથી નારાજ થઈ શકે છે અથવા લોનની મંજૂરીની શરતો સાથેના કેટલાક વણઉકેલાયેલા મુદ્દા પર ઉશ્કેરાઈ શકે છે. કેટલીકવાર, કેટલીક છૂટ મેળવવા માટે ચુકવણી કરવામાં આવતી નથી. બિન-ચુકવણી માટે ઓપરેશનલ ભૂલોને મુદ્દો બનાવવામાં આવે છે.	ધિરાણ આપનાર સંસ્થાએ જો સેવાની ગુણવત્તામાં કોઈ અભાવે ઉધાર લેનારને ઉશ્કેર્યો હોય અથવા લોનની મંજૂર કરેલી શરતોમાં કોઈ વણઉકેલાયેલ સમસ્યા હોય તો તેનું નિરાકરણ કરવાની જરૂર છે. જો આવી કોઈ સમસ્યા ન હોય તો, કાં તો કેસને લેણાંની વસૂલાત માટે ઋણ વસૂલી એજન્ટને મોકલવામાં આવે છે અથવા તરત જ કાનૂની કાર્યવાહી શરૂ કરવામાં આવે છે. ધિરાણ આપતી સંસ્થાની શરતો પર પણ વન-ટાઇમ સેટલમેન્ટની વાટાઘાટ કરી શકાય છે.

4	ઉધાર લેનારાઓ ન તો સક્ષમ છે કે ન તો ચૂકવવા તૈયાર છે	આવા ઉધાર લેનારાઓએ ખોટી રજૂઆત કે છેતરપિંડી કરીને લોન લીધી છે. ખોટા/નબળા મૂલ્યાંકન સાથે લોન મંજૂર કરવામાં આવી હશે. લોનની રકમનો દુરુપયોગ કરવામાં આવ્યો છે.	તેમની નેટવર્થની યોગ્ય વિચારણા કર્યા પછી તાત્કાલિક કાનૂની પગલાં લેવા જોઈએ. એમએફઆઈ એ વાટાઘાટો દ્વારા સમાધાનની શક્યતા શોધવી જોઈએ. આવા ઉધાર લેનારાઓથી વહેલી તકે છુટકારો મેળવવો જોઈએ.
---	----------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

આ વાત પર ભાર મૂકવો જરૂરી છે કે વાટાઘાટથી કરેલ પતાવટ ધિરાણ સંસ્થાના અધિકૃત અધિકારી દ્વારા મંજૂર થવી જોઈએ. સમગ્ર એડવાન્સ પાછું કરવાની નોટિસ એમએફઆઈના પેનલ પર એડવોકેટ દ્વારા મોકલવી જોઈએ. લેણાંની વસૂલાત માટે કાનૂની કાર્યવાહી એ સમય માંગી લે તેવી પ્રક્રિયા છે. આવક વસૂલાત પ્રમાણપત્ર ફાઇલ કરવા સહિતની કાનૂની કાર્યવાહી ધિરાણ આપનાર સંસ્થાના સક્ષમ અધિકારી દ્વારા મંજૂર થવી જોઈએ. જો, દાવો દાખલ કરવાનો જ છે; તમામ જરૂરી ઔપચારિકતાઓ એમએફઆઈના પેનલ પર એડવોકેટ દ્વારા પૂર્ણ થવી જોઈએ.

પ્રાયોગિક સ્વાધ્યાય

પ્રવૃત્તિ 1: "એકત્ર કરાયેલી રોકડની ડિપોઝિટ અને શાખાને જાણ કરવી"નું વર્ણન કરતું પેપર તૈયાર કરવું.

આવશ્યક સામગ્રી: નોટબુક, A-4 સાઇઝના સફેદ કાગળો, પેન, પેન્સિલો, ઇરેઝર અને ઇન્ટરનેટનું એક્સેસ.

પ્રક્રિયા:

1. શિક્ષક વિદ્યાર્થીઓને ઉપલબ્ધ વાંચન સામગ્રી વાંચવા અને વિષય પર પેપર/વિગતવાર નોંધ તૈયાર કરવા કહેશે.
2. વિદ્યાર્થીઓ નીચે આપેલા મુદ્દાઓને ધ્યાનમાં રાખીને એકત્ર કરાયેલી રોકડ જમા કરવા અને શાખાને જાણ કરવા પર એક પેપર તૈયાર કરશે:
 - a) ગ્રાહકો પાસેથી રોકડ એકત્રિત કરો.
 - b) ચકાસો અને રોકડ ગણો.
 - c) દરેક વ્યવહાર માટે સંપૂર્ણ રસીદો અથવા વાઉચર.
 - d) અંકિત મૂલ્યના વિભાજન સાથે ડિપોઝિટ સ્લિપ તૈયાર કરો.
 - e) રસીદો અને ડિપોઝિટ સ્લિપ સાથે કુલ રોકડનું સમાધાન કરો.
 - f) બેંકમાં રોકડ સુરક્ષિત રીતે પહોંચાડો
 - g) બેંકમાં રોકડ જમા કરો અને રસીદ મેળવો.
 - h) શાખાને વિગતવાર વ્યવહારોની જાણ કરો.
 - i) આંતરિક રેકોર્ડ અપડેટ કરો.
 - j) કોઈપણ વિસંગતતાઓને તાત્કાલિક સંબોધિત કરો.

3. વિદ્યાર્થીઓ યોગ્ય પદ્ધતિ અને માધ્યમ સાથે વર્ગમાં પેપર રજૂ કરશે.
4. અન્ય વિદ્યાર્થીઓના પ્રશ્નોના ઉત્તર આપશે.
5. શિક્ષક પ્રસ્તુતિ વિશે સૂચન કરશે અને સમજાવશે.
6. વિદ્યાર્થી શિક્ષક દ્વારા કરવામાં આવેલી ટિપ્પણીની નોંધ કરશે.
7. પેપરને અંતિમ રૂપ આપો અને તેને વર્ગ શિક્ષકને સબમિટ કરો.

પ્રવૃત્તિ 2: 'એમએફઆઈ' ની કાર્યકારી ટીમો સાથે ક્રિયાપ્રતિક્રિયા' દર્શાવતી ભૂમિકા ભજવવાની વ્યવસ્થા કરવી.
આવશ્યક સામગ્રી: નોટપેડ, પેન, પેન્સિલ, ઇરેઝર અને ઇન્ટરનેટનું એક્સેસ.

પ્રક્રિયા:

1. શિક્ષક વર્ગમાં વિદ્યાર્થીઓના 4 થી 5 જૂથો બનાવશે.
2. એમએફઆઈ'એસ ના કાર્યાલયોની મુલાકાત લેવા માટે કહો
3. જૂથના સભ્યો પોતાની વચ્ચે ચર્ચા કરશે અને તેઓ જે માહિતી એકત્રિત કરવા માગે છે તે સંબંધિત મુદ્દાઓ નોંધશે.
4. જૂથ ફિલ્ડ-સ્ટાફની ટીમ તરીકે કાર્ય કરશે જેના સભ્યો એમએફઆઈ પાસેથી કલેક્શન કાર્યમાં સંલગ્ન છે.
5. એમએફઆઈ એક સુપરવાઇઝર અથવા વરિષ્ઠ અધિકારી તરીકે સભ્યોની કામગીરીની સમીક્ષા કરવા માટે ટીમના સભ્યો સાથે વાર્તાલાપ કરે છે.
6. ભૂમિકા ભજવતા પહેલા, શિક્ષક ટીમના સભ્યો અને કાર્યકારી વરિષ્ઠ અધિકારીને સમીક્ષા બેઠક કેવી રીતે સંચાલિત કરવી અને ટીમના સભ્યો દ્વારા સંભવિત પ્રશ્નો અથવા સૂચનો અંગે માર્ગદર્શન આપશે.
7. ભૂમિકા ભજવ્યા પછી, શિક્ષક પ્રદર્શનનું મૂલ્યાંકન કરશે અને તેના સૂચનો/ ટિપ્પણીઓ ઉમેરશે.
8. જો જરૂરી હોય તો શિક્ષક વક્તાઓને મદદ કરશે.

તમારી પ્રગતિ ચકાસો

A. ખાલી જગ્યાઓ ભરો

1. આંતરિક તપાસ અને નિયંત્રણોની મજબૂત સિસ્ટમ, નોંધપાત્ર રીતે ઓપરેશનલ જોખમ- _____ .
2. લાયક કિસ્સાઓમાં, હપ્તાની _____ આવૃત્તિ અને/અથવા હપ્તાની રકમ બદલવા માટે.
3. અમુક _____ હાંસલ કરવા માટે પુનઃચુકવણી કરવામાં આવતી નથી
4. ધિરાણ આપનાર સંસ્થાએ _____ કરવું જરૂરી છે જો સેવાની ગુણવત્તામાં કોઈ અભાવે ઉધાર લેનારને ઉશ્કેર્યો હોય અથવા તો મંજૂર લોન શરતો સાથે _____ સમસ્યા હોય.
5. લેણાંની વસૂલાત માટે કાનૂની કાર્યવાહી સમય માંગી લે તેવી _____ છે.

B. બહુવિકલ્પીય પ્રશ્નો

1. સંસ્થાઓમાં સમીક્ષા બેઠકની સંસ્કૃતિ _____
 - a) નથી
 - b) સારી રીતે સ્થાપિત છે
 - c) હજુ સુધી સ્થાપિત કરવાની બાકી છે
 - d) આમાંથી કોઈ નહીં
2. ઉધાર લેનાર પાસેથી સમગ્ર અગ્રીમ પાછું લેવાની સૂચના એમએફઆઈ ના _____ દ્વારા મોકલવી જોઈએ.
 - a) મેનેજર
 - b) સુપરવાઈઝર
 - c) પેનલ પરના વકીલ
 - d) આમાંથી કોઈ નહીં
3. વાટાઘાટો દ્વારા કરેલ સમાધાન એમએફઆઈ ના _____ દ્વારા મંજૂર કરવામાં આવી શકે છે.
 - a) ફિલ્ડ સ્ટાફ
 - b) કેશિયર
 - c) અધિકૃત અધિકારી
 - d) આમાંથી કોઈ નહીં.
4. એમએફઆઈ એ, સંસ્થામાં નિર્ધારિત તારીખો પર લેણાંની ચુકવણી ન કરવા તરફ _____ સંસ્કૃતિ ઊભી કરવી જોઈએ.
 - a) નમ્રતા વિનાની
 - b) સહનશીલતાની
 - c) જતી કરવાની
 - d) ઉપરોક્તમાંથી કોઈ નહીં..
5. એમએફઆઈ એ _____ અપરાધનું સંચાલન કરવા માટે યોગ્ય વ્યૂહરચના અપનાવવી જોઈએ
 - a) અંતે
 - b) સમયસર
 - c) ઉધાર લેનારની સુવિધા અનુસાર
 - d) આમાંથી કોઈ નહીં.

C. નીચેના વાક્યો સાચા છે કે ખોટા તે જણાવો

1. ફિલ્ડ સ્ટાફ સાથેની બેઠકનો સમયગાળો ટૂંકો રાખવો જોઈએ.
2. માઇક્રોફાઇનાન્સમાં, કોઈપણ મુદતવીતી લોન ખાતામાં કોઈ પુનઃનિર્ધારણ અથવા વધારાના ફાઇનાન્સને ધ્યાનમાં લેવું જોઈએ નહીં.
3. સારા ગ્રાહક સંબંધો જાળવવા અને ઉધાર લેનારાઓની મુદત પડતી રકમ ઘટાડવા માટે ફિલ્ડ સ્ટાફને યોગ્ય પ્રોત્સાહનો આપવામાં આવી શકે છે.
4. સક્ષમ સુપરવાઈઝર તેમના સ્ટાફ સભ્યોના ઉન્નત પ્રદર્શન અને વ્યક્તિગત વિકાસ માટે પ્રયત્ન કરે છે.

5. રોકડ એકત્ર કરનારા અધિકારીઓએ દૈનિક સંગ્રહ શીટ્સ/બુક સાચવવા ન જોઈએ.

D. કોલમ સાથે મેળ કરો

કોલમ A		કોલમ B	
1	કોઈ ઉદારતા નહીં	A	મજબૂત
2	તુચ્છ	B	યોગ્ય
3	નિંદા	C	ચેતવણી
4	યોગ્ય	D	તુચ્છ
5	રોબસ્ટ	E	શૂન્ય સહિષ્ણુતા

E. ટૂંકા જવાબના પ્રશ્નો

1. એમએફઆઈ માટે યોગ્ય રોકડ વ્યવસ્થાપન શા માટે જરૂરી છે?
2. વસુલ કરેલ રોકડ માટે કોઈપણ ત્રણ એકાઉન્ટિંગ ઔપચારિકતાઓનું વર્ણન કરો.
3. વ્યવહારોના રોકડ આધાર અને ઉપાર્જિત આધાર એકાઉન્ટિંગ દ્વારા તમે શું સમજો છો?
4. ડિફોલ્ટર્સ સાથે કેવી રીતે વ્યવહાર કરવો કે જેઓ ન તો પૈસા ચૂકવવા તૈયાર છે અને ન તો સક્ષમ છે?
5. એમએફઆઈ એ ઉધાર લેનારાઓ પાસેથી બાકી રકમની વસૂલાતમાં સંલગ્ન ફિલ્ડ સ્ટાફને કેવા પ્રકારની તાલીમ આપવી જોઈએ?

F. લાંબા જવાબના પ્રશ્નો

1. કાર્યકારી કર્મચારીઓ સાથેની બેઠકોમાં અર્થપૂર્ણ ક્રિયાપ્રતિક્રિયાના લક્ષણોનું વર્ણન કરો.
2. 'ફોલો-અપ અને ડિફોલ્ટર્સ પાસેથી મુદતવીતીની વસૂલાત પર નોંધ લખો.

G. તમારું પ્રદર્શન ચકાસો

1. ઉધાર લેનારાઓ પાસેથી મુદતવીતીની વસૂલાત માટે ફોલોઅપ દર્શાવતી ભૂમિકા ભજવો.

સત્ર ૩: ઋણની પતાવટ

ધિરાણનો વ્યવસાય નિર્ધારિત તારીખો પર મુદ્દલ અને વ્યાજની ચુકવણીમાં ડિફોલ્ટના જોખમ સાથે સંકળાયેલો છે. કેટલાક ઉધાર લેનારાઓ તેમના નિયંત્રણની બહારની પરિસ્થિતિઓ કારણે પૂર્વનિર્ધારિત નિયત તારીખો પર બાકી ચુકવણી કરવામાં નિષ્ફળ જાય છે જ્યારે કેટલાક કોઈ અથવા પાયા વગરના કારણ વગર, ઇરાદાપૂર્વક ડિફોલ્ટ કરે છે. ધિરાણકર્તા તેની બાકી રકમ વસૂલ કરવા માટે સૌથી યોગ્ય પદ્ધતિ પસંદ કરે છે. પતાવટ એ મુદતવીતી વ્યવસ્થાપન માટે ડિફોલ્ટર્સ સાથે વ્યવહાર કરવાની એક પદ્ધતિ છે. સમાધાન પતાવટને સંપૂર્ણ પતાવટ માટે ધિરાણકર્તા તરફથી બલિદાનના તત્વ સાથેના વિવાદને ઉકેલવા માટે બે પક્ષો વચ્ચે થયેલા કરાર તરીકે સમજાવવામાં આવેલ છે. તે આ રીતે સમજાવી શકાય છે કે લોન પતાવટ-

- શું ધિરાણ આપતી સંસ્થા અને ઉધાર લેનાર વચ્ચે કરાર છે?
- શું કોઈપણ બળજબરી વગર, પરસ્પર સંમતિથી છે.
- શું ધિરાણકર્તા દ્વારા કુલ મુદતવીતી કરતાં ઓછી રકમ સ્વીકારવાની છે.
- શું ઋણની પૂર્ણ અને સંપૂર્ણ પતાવટ માટે છે
- અહીં ઉધાર લેનાર સંમત શરતો અનુસાર ચુકવણી કરવા સંમત થાય છે અને ધિરાણકર્તા શેષ બાકી લેણાંની માંડવાળ માટે સંમત થાય છે જે કુલ લેણાં અને ચુકવવા માટે સંમત થયેલ રકમનો તફાવત છે.

પતાવટ અપડેટ કરવું

ઋણ સમાપ્તિને ભૂલથી ઋણ પતાવટ તરીકે ન સમજવું જોઈએ. ઋણ સમાપ્તિમાં પૂર્વનિર્ધારિત પુનઃપ્રાપ્તિ અનુસૂચિ મુજબ સમગ્ર લેણાંની ચુકવણીનો સમાવેશ થાય છે. જ્યારે, ઋણ પતાવટમાં, કારણ ગમે તે હોય, ઉધાર લેનાર કાં તો મૂળ ચુકવણી અનુસૂચિ બદલવાની વિનંતી કરે છે અથવા સમગ્ર લેણાં કરતાં ઓછી રકમની ચુકવણી કરવાની ઓફર કરે છે. ધિરાણકર્તા નાણાંના સમય મૂલ્યને ધ્યાનમાં લઈને ચુકવણી કરવાની ઉધાર લેનારની નબળી ક્ષમતાને ધ્યાનમાં રાખીને સ્વીકારે છે. તેની અંતર્નિહિત કમાણી ક્ષમતા માટે નાણાં વહેલા પ્રાપ્ત કરવાની સલાહ આપવામાં આવે છે.

ઉધાર લેનારાઓ ઘણી વખત ઋણ પતાવટથી આકર્ષિત થાય છે અને તેને ઓછી રકમ ચુકવવાની અને ઋણમાંથી છૂટકારો મેળવવાની તક માને છે પરંતુ તે ખોટી માન્યતા છે. ઋણને સામાન્ય રીતે નોન-પર્ફોર્મિંગ એસેટ તરીકે ગણવામાં આવે છે, જો તે 90 દિવસથી વધુ સમયગાળા માટે મુદતવીતી રહે છે. ધિરાણ આપતી સંસ્થા સમગ્ર/આંશિક ઋણની રકમની પુનઃપ્રાપ્તિ અથવા માંડવાળ દ્વારા એનપીએમાંથી છૂટકારો મેળવવાના તમામ પ્રયાસો કરે છે. છૂટકારો મેળવવાના તમામ પ્રયાસો કરે છે. કોઈ પણ સંજોગોમાં, તેની જાણ સિબિલ અથવા એવી અન્ય સંસ્થાઓને કરવામાં આવે છે જે ક્રેડિટ રેટિંગ પ્રદાન કરે છે. પતાવટની રકમની વસૂલાત પછી, ઋણ વ્યવહાર આખરે સમાપ્ત થયો હોય તેવું લાગે છે. પરંતુ ક્રેડિટ રેટિંગ એજન્સીઓના રેકોર્ડમાં ઋણની સ્થિતિ સામાન્ય સમાપ્તિ તરીકે નહીં પણ 'પતાવટ કરેલ' તરીકે અપડેટ કરવામાં આવે છે. આ ડ્રોપ-ઇન ક્રેડિટ સ્કોર સાથે, અન્ય ધિરાણકર્તાઓને સાવચેતી અને અનિચ્છનીય ક્રેડિટ વર્તન દર્શાવે છે. આવી માહિતી ક્રેડિટ એજન્સીઓના સંગ્રહમાં સામાન્ય રીતે લગભગ 7 વર્ષ સુધી રહે છે. ઋણની સ્થિતિને પતાવટ કરેલ/માંડવાળ/માંડવાળ પછી પતાવટ કરેલ તરીકે અપડેટ કરવાથી ક્રેડિટ સ્કોરમાં ઘટાડો થશે.

ભવિષ્યમાં, અન્ય ધિરાણકર્તાઓ કાં તો કોઈપણ ક્રેડિટ સુવિધાનો ઇનકાર કરશે અથવા વ્યાજ દર/શરતો પર ક્રેડિટ આપવામાં આવશે નહીં. એકવાર ઉધાર લેનારનો ક્રેડિટ સ્કોર ઘટી જાય પછી, સ્કોરમાં સુધારો કરવામાં ઘણો સમય લાગે છે, 7 વર્ષ કે તેથી વધુ.

શંકાસ્પદ મુદતવીતી

સાદા શબ્દોમાં, મુદતવીતી લોન જે પુનઃપ્રાપ્ત નહીં કરી શકાય તેવી દેખાય છે, આંશિક અથવા સંપૂર્ણ શંકાસ્પદ નુકસાન છે. સમગ્ર રકમની વસૂલાત નિશ્ચિત નથી. શંકાસ્પદ લોન એ ધિરાણ સંસ્થાની બિન-કાર્યકારી સંપત્તિ છે. આનો અર્થ એ થયો કે ન તો વ્યાજની ચુકવણી અને ન મુદ્દલનો હપ્તો આગામી છે. શંકાસ્પદ સંપત્તિ એ એવી સંપત્તિ છે જે 12 મહિનાથી વધુ સમયથી બિનકાર્યક્ષમ છે. આવા લોન ખાતાઓમાં સમગ્ર મુદતવીતી રકમની ચુકવણી જોખમમાં છે. કોઈ માન્ય આવક નથી. ધિરાણ આપતી બેંકના ખાતા ચોપડાઓમાં શંકાસ્પદ લોન ચાલુ રાખવા માટે નોંધપાત્ર રીતે મોટી રકમની જોગવાઈની જરૂર પડે છે જે ધિરાણકર્તાની નફાકારકતા પર નકારાત્મક અસર કરે છે. આ શ્રેણીમાં, મુદતવીતી લોનની વસૂલાત માટે વાટાઘાટો અથવા સમાધાન પતાવટ એ સૌથી વધુ પસંદગીનો વિકલ્પ છે. ધિરાણ આપતી સંસ્થાના વસૂલાત વિભાગની સલાહ મુજબ આવા ખાતાઓમાં મહત્તમ વસૂલાત માટે સમાધાન ક્યારે અંતિમ કરવું તે નક્કી કરવું જોઈએ. બેંકોને મનસ્વી ડિફોલ્ટર્સ અથવા છેતરપિંડી કરનાર ઋણધારકો સાથે પણ મુદતવીતીની પતાવટ કરવાની પરવાનગી છે પરંતુ સક્ષમ અધિકારીની સંમતિથી, આવા ઋણ લેનારાઓ સામે ચાલુ રહેલ કાનૂની કાર્યવાહીના પૂર્વગ્રહ વિના. આરબીઆઈએ ક્રેડિટ અપરાધને માપવા માટે 'પોર્ટફોલિયો એટ રિસ્ક'ની વિભાવનાનો ઉપયોગ કર્યો છે.

શંકાસ્પદ મુદતવીતી કેસના કારણો

ગ્રામીણ અને અર્ધ-શહેરી વસ્તીને મોટાભાગે એમએફઆઈ દ્વારા સેવા આપવામાં આવે છે. ભારતમાં ગ્રામીણ અને અર્ધ-શહેરી વિસ્તારના ગરીબ વર્ગના ઋણ લેનારાઓ આર્થિક રીતે વધુ સાક્ષર નથી. ધિરાણકર્તા કોલેટરલ સિક્યોરિટી વિના નાની ટિકિટ લોન આપે છે. લોનના શંકાસ્પદ બનવાના મુખ્ય કારણો નીચે વર્ણવેલ છે.

- ધિરાણ ગેરશિસ્ત- અપૂરતી નાણાકીય સાક્ષરતા અને ઓછી આવકને કારણે ઉધાર લેનારાઓ પુનઃચુકવણી અનુસૂચિનું પાલન કરતા નથી. તેઓ સામાન્ય રીતે, વધુ ઉધાર લે છે. સ્થાનિક સાહુકારો, બળજબરીથી તેમના નાણાંની વસૂલાતને અસર કરે છે. તેમના વ્યાજ દર અતિશય છે. તેમને ચૂકવવા માટે, ઋણ લેનારાઓ એમએફઆઈ દ્વારા લંબાયેલી લોનની પુનઃચુકવણીમાં ડિફોલ્ટ કરે છે.
- નિયમિત આવકની અનુપસ્થિતિ- માઇક્રોફાઇનાન્સએ ગરીબો માટે ઔપચારિક નાણાકીય સેવાઓની સરળ એક્સેસ પ્રદાન કર્યું છે. પરંતુ કમાણીની પ્રવૃત્તિઓ અને વપરાશ માટે લંબાવવામાં આવેલી લોન, ઘણા કિસ્સાઓમાં ઇચ્છિત પરિણામો લાવી રહી નથી. બિનઆર્થિક કમાણી પ્રવૃત્તિ, નિયમિત આવક ન હોવી અને ઓછી કિંમત, ઘણા પ્રમાણિક ઉધાર લેનારને દેવાની જાળમાં ખેંચે છે. તેઓ ચૂકવણી કરવાનો ઇરાદો ધરાવે છે પરંતુ તેઓ તેમની પુનઃચુકવણીની જવાબદારીનું સન્માન કરવામાં સક્ષમ નથી. બદલામાં તેમના લોન ખાતાઓ શંકાસ્પદ બની જાય છે.

- ખામીયુક્ત મૂલ્યાંકન - ઘણી વખત, સાચા આકાંક્ષીની પસંદગી કરવામાં આવતી નથી અને/અથવા ધિરાણની જરૂરિયાતોનું યોગ્ય મૂલ્યાંકન કરવામાં આવતું નથી અને/અથવા પર્યાપ્ત ધિરાણ આપવામાં આવતું નથી અને/અથવા નિર્ધારિત પુનઃચુકવણી શેડ્યૂલ ધિરાણ કરતી- સંસ્થા દ્વારા, આવક સૃજન સાથે મેળ ખાતું નથી. ખામીયુક્ત મૂલ્યાંકન, જેમ કે, અન્યથા પ્રમાણિક ઉધાર લેનારને ડિફોલ્ટર બનવા માટે ફરજ પાડી શકે છે. આના પરિણામે સંબંધિત લોન ખાતું પુનઃચુકવણી માટે શંકાસ્પદ બને છે.
- નિયમિત દેખરેખ અથવા ફોલો-અપ ન કરવું- જો ઋણ ખાતાનું યોગ્ય રીતે નિરીક્ષણ કરવામાં આવતું નથી અથવા લેણાંની વસૂલાત માટે સમયસર ફોલોઅપ કરવામાં આવતું નથી; ખાતાની મુદતવીતી અને પુનઃચુકવણી માટે શંકાસ્પદ બનવાની પૂરતી શક્યતાઓ છે.
- રાજકીય ઘટનાઓ- ચૂંટણી દરમિયાન, કેટલાક રાજકીય પક્ષો ગરીબ લોકોની લોન માફ કરવાનું વચન આપે છે, જો તેઓ સત્તા હાંસલ કરે છે. આ પુનઃપ્રાપ્તિ વાતાવરણને બગાડે છે અને ઘણા ખાતા NPA અથવા પુનઃચુકવણી માટે શંકાસ્પદ બની જાય છે.
- કુદરતી આફતો- કુદરતી આફતો જો દેશના કોઈપણ ભાગમાં થાય છે, તો તે વિસ્તારના ઋણ લેનારાઓ પોતાની જાતને પતાવટ કરવાની પ્રાથમિકતાના કારણે અને નબળી આવકને કારણે લોનની પુનઃચુકવણીમાં ડિફોલ્ટ થઈ શકે છે. દાખલા તરીકે, કેરળ રાજ્યમાં 2018માં અભૂતપૂર્વ પૂર આવ્યું હતું. કેટલાક રાજ્યો તિતલી, ફાની અને ગજા જેવા ચક્રવાતોથી તબાહ થયા હતા. રોગચાળા કોવિડ-19ના ફેલાવાને કારણે વર્ષ 2020માં ઘણા મહિનાઓ સુધી દેશવાસીઓની આર્થિક પ્રવૃત્તિઓ ઠપ્પ થઈ ગઈ હતી. આવી પરિસ્થિતિઓમાં લોનના અપરાધમાં વધારો થવાનો છે. લેણાંની વસૂલાત માટે લોન શંકાસ્પદ બની શકે છે.

માંડવાળ કરવા માટે શંકાસ્પદ મુદતવીતી કેસોની ભલામણ કરવી

એમએફઆઈની સૌથી મોટી સંપત્તિ તેનો લોન પોર્ટફોલિયો છે. એમએફઆઈ માટે પોર્ટફોલિયોની ગુણવત્તા જાળવવી ખૂબ જ મહત્વપૂર્ણ છે. જોખમમાં પોર્ટફોલિયો પોર્ટફોલિયો ગુણવત્તાના અસરકારક માપદંડ તરીકે ઉભરી આવ્યો છે. પીએઆરમાં તમામ લોનનો સમાવેશ થાય છે જે મુદતવીતી છે. માઇક્રોફાઇનાન્સમાં, તેમાં શંકાસ્પદ અને નુકસાન સંપત્તિનો સમાવેશ થાય છે. જ્યારે એમએફઆઈ પાસે એવું માનવા માટે પૂરતા કારણો હોય છે કે લોનની સંપૂર્ણ બાકી રકમ વસૂલ કરી શકાતી નથી, ત્યારે તે અપેક્ષિત વણવસૂલ ન કરી શકાય તેવી લોનની રકમના આધારે, આંશિક રીતે અથવા સંપૂર્ણ રીતે લોનને 'માંડવાળ' કરવાનો આશરો લે છે. 'માંડવાળ' એ એક હિસાબ-પદ્ધતિ પ્રવૃત્તિ છે જે ધિરાણકર્તાના ખાતા ચોપડામાંથી શંકાસ્પદ/નુકસાન સંપત્તિને 'નફો અને નુકસાન' ખાતું ડેબિટ કરીને અથવા સંપત્તિને ખર્ચ તરીકે ગણીને ડેબિટ કરવા માટે છે. સામાન્ય ખાતાવહીમાં કોન્ટ્રા એન્ટ્રી પ્રતિબિંબિત થઈ શકે છે. રાઈટ-ઓફ પછી કોઈપણ લોન રિકવરી મળ્યા પછી, સામાન્ય ખાતાવહીમાં પ્રતિનોંધ તે મુજબ સમાયોજિત કરવામાં આવે છે. બેલેન્સ શીટની ફૂટ નોટ્સમાં માંડવાળ કરેલ લોનના આંકડાઓનો ઉલ્લેખ કરવામાં આવે છે. તે એમએફઆઈ ના કુલ લોનના આંકડાને એવી લોન દ્વારા કુગાવાથી અટકાવે છે જે વસૂલાત અંગે શંકાસ્પદ છે.

એમએફઆઈ, સામાન્ય રીતે, તેમના બોર્ડ દ્વારા માન્ય નીતિ અથવા નિયમનકારી ધોરણો અનુસાર, 180 દિવસથી વધુ સમયગાળા માટે મુદતવીતી થઈ ગયેલી લોનનું માંડવાળ કરે છે. આ તકનીકી માંડવાળ છે. જે લોનને શંકાસ્પદ/નુકસાનની અસ્કયામતો તરીકે વર્ગીકૃત કરવામાં આવી છે તે એમએફઆઈના મુખ્ય ખાતાબહીમાંથી કાઢી નાખવામાં આવે છે પરંતુ અંતિમ પતાવટ અથવા કાનૂની કાર્યવાહી દ્વારા વસૂલાત માટેના પ્રયાસો કરવા માટે અલગથી રેકોર્ડ રાખવામાં આવે છે. તે એમએફઆઈ દ્વારા ઉપયોગ માટે જોગવાઈની રકમ જારી કરે છે. કરના કારણોને લીધે એમએફઆઈ વચ્ચે માંડવાળના નિયમો અલગ હોઈ શકે છે.

લોનનું માંડવાળ (તકનીકી અથવા અંતિમ) માટે એમએફઆઈ ના ક્રેડિટ વિભાગ દ્વારા યોગ્ય સત્તાધિકારીની મંજૂરીની જરૂર રહે છે. તેમની મંજૂરી/પરવાનગી માટે, યોગ્ય રીતે ભલામણ કરાયેલ, ક્રેડિટ વિભાગને વિગતવાર દરખાસ્ત સબમિટ કરવી આવશ્યક છે. ધિરાણ વિભાગની ફરજ છે કે તે માંડવાળની મંજૂરી મુજબ સ્ટાફના ઉત્તરદાયિત્વના અહેવાલની તપાસ કરે. ઉઠાવવામાં આવેલ પ્રશ્નો, જો કોઈ હોય તો, નો જવાબ આપવો જરૂરી છે. ધિરાણ વિભાગને પુનઃપ્રાપ્તિ માટે કરવામાં આવેલા પ્રયાસો અને દરેક કેસમાં પુનઃપ્રાપ્તિ કરાયેલી રકમ વિશે, તકનીકી માંડવાળ પછી, સ્ટેટમેન્ટ મોકલીને, નિયત સમયાંતરે અપડેટ રાખવું જોઈએ.

પ્રાયોગિક સ્વાધ્યાય

પ્રવૃત્તિ 1: લોનની સ્થિતિ અને પતાવટને અપડેટ કરવા પર પેપર તૈયાર કરવું.

આવશ્યક સામગ્રી: નોટબુક, A4 સાઇઝના સફેદ કાગળો, પેન, પેન્સિલ, ઇરેઝર અને ઇન્ટરનેટનું ઍક્સેસ.

પ્રક્રિયા:

1. શિક્ષક વિદ્યાર્થીઓને ઉપલબ્ધ વાંચન સામગ્રી વાંચવા અને વિષય પર પેપર/વિગતવાર નોંધ તૈયાર કરવા કહેશે.
2. વિદ્યાર્થીઓ લોનની સ્થિતિ અને પતાવટને અપડેટ કરવા પર એક પેપર તૈયાર કરશે જેમાં નીચેના મુદ્દાઓ શામેલ હોવા જોઈએ:
 - a) ગ્રાહકો પાસેથી લોનની પુનઃચુકવણી મેળવો.
 - b) ચુકવણી વિગતો અને રકમ ચકાસો.
 - c) પ્રાપ્ત ચુકવણીઓ સાથે લોન રેકોર્ડ અપડેટ કરો.
 - d) કોઈપણ વિસંગતતાને ઓળખો અને તેને સંબોધિત કરો.
 - e) અપડેટ થયેલ લોનની સ્થિતિ વિશે ગ્રાહકોને સૂચિત કરો.
 - f) પતાવટ અને મુદતવીતી ખાતાઓ પર નજર રાખો.
 - g) શાખાને નિયમિત અહેવાલો આપો.
 - h) પતાવટ માટે સંબંધિત વિભાગો સાથે સંકલન કરો.
 - i) પતાવટ પૂર્ણ થયા પછી રેકોર્ડ અપડેટ કરો.
 - j) આંતરિક નીતિઓ અને નિયમોનું પાલન સુનિશ્ચિત કરો.
3. વિદ્યાર્થીઓ શિક્ષકને સબમિટ કરશે.

4. શિક્ષક વિદ્યાર્થીઓ દ્વારા તૈયાર કરેલ 2-3 પેપર પસંદ કરશે.
5. વિષય વિશે સમજાવવા માટે શિક્ષક વર્ગમાં ચર્ચા કરશે.
6. વિદ્યાર્થીઓને વધુ સારી સમજણ કેળવવા વિષય સંબંધિત પ્રશ્નો પૂછવા માટે પ્રોત્સાહિત કરવામાં આવશે.

પ્રવૃત્તિ 2: ક્રેડિટ વિભાગ સાથે સંકલનમાં માંડવાળ માટે શંકાસ્પદ મુદતવીતી કેસોની ભલામણ કરવા પર પ્રસ્તુતિ.

આવશ્યક સામગ્રી: નોટપેડ, પેન, પેન્સિલ, ઇરેઝર અને ઇન્ટરનેટનું ઍક્સેસ.

પ્રક્રિયા:

1. શિક્ષક વિદ્યાર્થીઓના જૂથો બનાવશે.
2. જૂથના સભ્યો એમની વચ્ચે ચર્ચા કરશે અને વિષયને લગતા મુદ્દાઓ નોંધશે.
3. ઇન્ટરનેટ ઍક્સેસ કરી શકાય છે અને પ્રસ્તુતિ માટે નીચેના મુદ્દાઓને ધ્યાનમાં લાવી શકાય છે:
 - a) પુનઃપ્રાપ્તિની ઓછી સંભાવના સાથે મુદતવીતી ખાતાઓને ઓળખો.
 - b) ગ્રાહકની નાણાકીય પરિસ્થિતિ અને ચુકવણી ન કરવાનાં કારણોનું વિશ્લેષણ કરો.
 - c) બાકી રકમની વસૂલાત માટે કરેલા પ્રયાસોને દસ્તાવેજીત કરો.
 - d) કેસની ચર્ચા કરવા માટે ક્રેડિટ વિભાગ સાથે સંકલન કરો.
 - e) શંકાસ્પદ મુદતવીતી ખાતાઓ લખવા માટે ભલામણો પ્રદાન કરો.
 - f) સહાયક દસ્તાવેજો અને વિશ્લેષણ પ્રસ્તુત કરો.
 - g) ક્રેડિટ વિભાગ સાથે નિર્ણય લેવાની પ્રક્રિયામાં સહયોગ કરો.
 - h) નિર્ણયનું દસ્તાવેજીકરણ કરો અને સંબંધિત રેકોર્ડ્સ અપડેટ કરો.
4. દરેક જૂથ વિષય પર વિગતવાર નોંધ કરશે અને દરેક જૂથમાંથી એક વિદ્યાર્થી વર્ગ સામે વિષય પર બોલશે. અન્ય જૂથોના વિદ્યાર્થીઓ વિષયને સારી રીતે સમજવા માટે પ્રશ્નો પૂછશે.
5. જો જરૂરી હોય તો શિક્ષક વક્તાઓને મદદ કરશે.
6. શિક્ષકે પ્રવૃત્તિ પહેલા પોતાની જાતને અપડેટ કરવી જોઈએ, જેથી કરીને પ્રસ્તુતિઓમાં મૂલ્યવર્ધન કરી શકાય.

તમારી પ્રગતિ ચકાસો

A. ખાલી જગ્યાઓ ભરો

1. ધિરાણનો વ્યવસાય _____ તારીખો પર મુદ્દલ અને વ્યાજની પુનઃચુકવણીમાં _____ ના જોખમ સાથે સંકળાયેલો છે.

2. _____ સંભાળવા માટે ડિફોલ્ટ્સ સાથે વ્યવહાર કરવાની એક પદ્ધતિ એ પતાવટ છે
3. _____ ઋણને લોન પતાવટ તરીકે ભૂલથી ન સમજવું જોઈએ.
4. અપૂરતી નાણાકીય _____ અને _____ આવકને કારણે ઉધાર લેનારાઓ પુનઃચુકવણીના સમયપત્રકનું પાલન કરતા નથી.
5. એમએફઆઈ ની સૌથી મોટી સંપત્તિ તેનું ઋણ _____ છે

B. બહુવિકલ્પીય પ્રશ્નો

1. સિબિલ અથવા અન્ય ક્રેડિટ રેટિંગ સંસ્થામાં પતાવટ કરેલ/માંડવાળ/માંડવાળ પછી પતાવટ કરેલ તરીકે ઋણની સ્થિતિ અપડેટ કરવાના પરિણામવારૂપે ઉધાર લેનારના _____ માં થશે.
 - a) ક્રેડિટ સ્કોરમાં કોઈ ફેરફાર નથી
 - b) ક્રેડિટ સ્કોરમાં ઘટાડો
 - c) ક્રેડિટ સ્કોરમાં વધારો
 - d) આમાંથી કોઈ નહીં
2. ઋણને સામાન્ય રીતે નોન-પર્ફોર્મિંગ એસેટ ગણવામાં આવે છે, જો તે _____ - કરતાં વધુ સમયગાળા માટે મુદતવીતી રહે છે.
 - a) 3 મહિના
 - b) 2 મહિના
 - c) 12 મહિના
 - d) આમાંથી કોઈ નહીં
3. માઇક્રોફાઇનાન્સએ _____ માટે ઔપચારિક નાણાકીય સેવાઓનું સરળ એક્સેસ પ્રદાન કર્યું છે.
 - a) ડિફોલ્ટ્સ
 - b) ધનવાન લોકો.
 - c) ગરીબો.
 - d) આમાંથી કોઈ નહીં.

C. નીચેના વાક્યો સાચા છે કે ખોટા તે જણાવો

1. ઋણ સમાપ્તિમાં પૂર્વ-નિશ્ચિત પુનઃચુકવણી શેડ્યૂલ મુજબ સમગ્ર લેણાંની ચુકવણીનો સમાવેશ થાય છે.
2. ઋણ પતાવટ એ ઋણ/દેવાની પૂર્ણ અને સંપૂર્ણ પતાવટ માટે છે.
3. બેંકોને મનસ્વી ડિફોલ્ટ્સ અથવા છેતરપિંડી કરનારા ઋણધારકો સાથે મુદત પડતી રકમની પતાવટ કરવાની પરવાનગી નથી.
4. કરના કારણોને લીધે એમએફઆઈ વચ્ચે માંડવાળના નિયમો અલગ-અલગ નથી.
5. માંડવાળ એમએફઆઈ દ્વારા ઉપયોગ માટે જોગવાઈની રકમ જારી કરે છે.

D. કોલમ સાથે મેળ કરો

કોલમ A		કોલમ B	
1	સિબિલ	A	યુનિક
2	પાર	B	પોર્ટફોલિયો એટ રિસ્ક
3	પ્રચાર	C	ક્રેડિટ ઈન્ફોર્મેશન બ્યુરો (ઈન્ડિયા) લિમિટેડ
4	અશક્ત	D	પ્રચાર
5	અભૂતપૂર્વ	E	ઘટાડેલું

E. ટૂંકા જવાબના પ્રશ્નો

1. ઋણ (લોન) પતાવટ સમજાવો.
2. કુદરતી આફતો અને રાજકીય ઘટનાઓ માઇક્રોફાઇનાન્સમાં લોનની સંપત્તિની ગુણવત્તાને કેવી રીતે અસર કરે છે?
3. માઇક્રોફાઇનાન્સમાં શંકાસ્પદ મુદતવીતી શું છે.
4. તકનીકી માંડવાળ શું છે?
5. ખામીયુક્ત મૂલ્યાંકન શું છે?

F. લાંબા જવાબના પ્રશ્નો

1. શંકાસ્પદ મુદતવીતી કેસોના કારણોનું વર્ણન કરો.
2. શંકાસ્પદ મુદતવીતી કેસોના 'માંડવાળ' પર નોંધ લખો.

G. તમારું પ્રદર્શન ચકાસો

1. લઘુ ધિરાણમાં, શંકાસ્પદ મુદતવીતી કેસોના કારણો અંગે વર્ગખંડમાં પ્રસ્તુતિ કરો.

સત્ર 4: કાનૂની કાર્યવાહી અને પરિણામો

ભારતમાં માઈક્રોફાઇનાન્સ ક્ષેત્ર ઝડપથી વિકસતું ક્ષેત્ર છે. આ ક્ષેત્રનો ગ્રોસ લોન પોર્ટફોલિયો 31મી માર્ચ 2023ના રોજ ₹348339 કરોડના સ્તરે પહોંચી ગયો છે. માઈક્રોફાઇનાન્સમાં માઈક્રો ક્રેડિટ, બચત ખાતાઓ અને માઈક્રો ઇન્શ્યોરન્સ ઉત્પાદનોનો સમાવેશ થાય છે. કેટલીક સંસ્થાઓમાં નાણાકીય અને વ્યવસાયિક સાક્ષરતાની જોગવાઈ પણ સામેલ છે. મુખ્ય ઉદ્દેશ્ય વાજબી નાણાકીય સ્થિતિ સાથે સ્વ-પ્રેરિત બનવા માટે માઈક્રોફાઇનાન્સ ઇચ્છુકોને મદદ કરવાનો છે. ઋણની ચુકવણીમાં ડિફોલ્ટર્સ સામે કાનૂની કાર્યવાહી અંગે વિચારણા કરતા પહેલા આ ક્ષેત્રમાં ધિરાણની વિશેષતાઓનો ઉલ્લેખ કરવો યોગ્ય છે. આ નીચે મુજબ છે-

- સામાન્ય રીતે, આ ઋણની રકમ નાની હોય છે.
- આ કોલેટરલ મફત ઋણ છે.
- જે સમયગાળા માટે ઋણ આપવામાં આવે છે તે ટૂંકો છે.
- ઇચ્છુકો ગરીબ છે.
- ઋણ આવક ઉત્પન્ન કરતી પ્રવૃત્તિઓ માટે આપવામાં આવે છે. ઋણનો ભાગ વપરાશ હેતુ માટે હોઈ શકે છે.

આ પણ હકીકત છે કે માઈક્રોફાઇનાન્સ એ દાન-લક્ષી વ્યવસાય નથી. ઉધાર આપેલા પૈસા વ્યાજ સાથે વસૂલ કરવાની જરૂર છે. ચુકવણી શેડ્યૂલનું પાલન ધિરાણકર્તાને ગરીબ લોકોની સેવા કરવા માટે, ફરી-ફરીથી ભંડોળનું આવર્તન કરવા સક્ષમ બનાવે છે. કેટલીકવાર, ઉધાર લેનારાના નિયંત્રણની બહારના કારણોને લીધે ઉધાર એનપીએ માં ફેરવાય છે. ધંધાકીય પ્રવૃત્તિમાં થયેલું નુકશાન અથવા ચોરી, આગ કે કોઈપણ કુદરતી આફતને કારણે થયેલું નુકસાન પ્રમાણિક ઉધાર લેનારને ડિફોલ્ટર બનવા દબાણ કરી શકે છે. કાયદેસરની કાર્યવાહી એ ડિફોલ્ટર્સ સાથે વ્યવહાર કરવાનો ઉપાય છે. કાયદાની સક્ષમ અદાલતમાં ખસેડીને કોઈપણ જમીન-કાયદો લાગુ કરવાની પ્રક્રિયા કાનૂની કાર્યવાહી છે. વસૂલાતપાત્ર લેણાં નાની રકમ હોવાથી, કાનૂની દાવો દાખલ કરવો જરૂરી નથી. અન્ય ઉપલબ્ધ વિકલ્પોનો ઉપયોગ કરી શકાય છે.

વીમાના દાવા માટે નુકશાનનો પુરાવો

ઋણ લેનારાઓ, જેઓ તેમના નિયંત્રણની બહારના કારણોસર, તેમના દ્વારા સહન કરેલ વાસ્તવિક નુકસાનને કારણે, બાકી ચૂકવણી કરવામાં અસમર્થ છે, તેઓ બાકીની વસૂલાત માટે કોઈ કડક કાયદાકીય પગલાંને પાત્ર નથી. તેના કારણો ચોરી, આગ, અન્ય કુદરતી આફતો અથવા ધંધાકીય નુકસાન હોઈ શકે છે. આવા કિસ્સાઓમાં, શાહુકાર અન્ય સુરક્ષા માટે શોધ કરે છે. વપરાશ લોનના સંદર્ભમાં, વ્યક્તિગત ઉધાર લેનારની વ્યક્તિગત સુરક્ષા સિવાય કોઈ સુરક્ષા ઉપલબ્ધ નથી.

ચોરીના કિસ્સામાં

વીમો એ જોખમનું સંચાલન કરવા માટેનું એક સાધન છે, જેનો ઉપયોગ મુખ્યત્વે અનિશ્ચિત નુકસાનની ઘટનાઓમાં રક્ષણ તરીકે થાય છે. વિગતવાર નિયમો અને શરતો ધરાવતો કરાર-દસ્તાવેજ, જેના આધારે વીમા કંપની દ્વારા વીમાધારકને વળતર આપવામાં આવશે તે વીમા પોલિસી છે.

વીમાધારકની મિલકતને થયેલા નુકસાન વિશે વીમાદાતાને જાણ કરવા માટે નુકસાનનો પુરાવો એક મહત્વપૂર્ણ દસ્તાવેજ છે. આ દસ્તાવેજના આધારે, વીમા કંપની ઘટનાની વાસ્તવિકતા અને નુકસાનની પુષ્ટિ કરવા માટે તેની તપાસ શરૂ કરે છે. સામાન્ય રીતે, આકૃતિ 1.6 મુજબ 'નુકસાનનો પુરાવો' ના દસ્તાવેજમાં નીચેની માહિતી માંગવામાં આવે છે.



આકૃતિ.1.6: વીમા દાવા માટે જરૂરી નુકસાનનો પુરાવો

ચોરીના કિસ્સામાં, અધિકારક્ષેત્ર ધરાવતા પોલીસ સ્ટેશનમાં પ્રથમ તપાસ અહેવાલ (એફઆઈઆર) દાખલ કરવો જરૂરી છે. સાથે સાથે વીમાદાતાને જાણ કરવી જોઈએ કે જેથી વ્યાપાર સ્થળના સર્વેક્ષણનું આયોજન કરવામાં આવે, જ્યાં 'ચોરી' થઈ છે. પોલીસ અધિકારીઓના તારણો વીમા કંપનીના નિર્ણયને અસર કરે છે. પોલીસ અને સર્વેચર દ્વારા તપાસ પૂર્ણ ન થાય ત્યાં સુધી પોલિસી ધારકે ગુનાની જગ્યાને છેડ્યા વિના ફોટોગ્રાફ્સ લેવા જોઈએ. ચોરીના કિસ્સામાં, માઇક્રોફાઇનાન્સ લેનારના પરિસરમાં, સ્ટોકનું છેલ્લું સ્ટેટમેન્ટ, બેંક એકાઉન્ટનું લેટેસ્ટ સ્ટેટમેન્ટ, એકાઉન્ટ બુક્સ, બિલ્સ, ઇનવોઇસ, સ્ટોક રજિસ્ટર, ફિક્સ એસેટ રજિસ્ટર, કેશ-મેમો વગેરે દાવા સાથે જમા કરવાના રહેશે. મૂળ વીમા પોલિસી અને એફઆઈઆર/તપાસ અહેવાલની નકલ કલેમ ફોર્મ સાથે જોડવાના રહેશે. સર્વેચરને પૂછવામાં આવેલ પ્રશ્નોના પ્રમાણિક પ્રતિભાવ સાથે સહકાર આપવો જોઈએ. આ તેને વાજબી રીતે વાસ્તવિક નુકસાનનું મૂલ્યાંકન કરવામાં મદદ કરશે. હકીકતોની ખોટી રજૂઆ

રજૂઆત કરીને વીમાના દાવામાંથી નફો મેળવવાનો પ્રયાસ કરવો એ બિલકુલ ઇચ્છનીય નથી. તે સલાહભર્યું છે કે ધિરાણ સંસ્થાએ દાવાની રજૂઆત અને પતાવટમાં મદદ પ્રદાન કરવી જોઈએ.

નુકશાનના કિસ્સામાં

જો ઉધાર લેનારને આગ અથવા અન્ય કોઈ કુદરતી આફતને કારણે નુકસાન થયું હોય, તો વીમા કંપની દ્વારા નુકસાનની ભરપાઈ કરવામાં આવશે એ શરતે કે આગનું જોખમ અને કુદરતી આફતોના અન્ય જોખમો આવરી લેવામાં આવ્યા હોય (આકૃતિ. 1.7).



આકૃતિ.1.7: નુકશાનના કારણો

સ્ત્રોત: shorturl.at/ARW04

જો આગના કિસ્સામાં કોઈ અયોગ્ય કાર્યની શંકા ન હોય, તો એફઆઈઆર દાખલ કરવાની કોઈ જરૂર નથી. પરંતુ દરેક કિસ્સામાં વીમા કંપનીને સૂચના મોકલવી જોઈએ, જેઓ તેમના પ્રતિનિધિને ખોટની ચકાસણી અને મૂલ્યાંકન કરવા મોકલી શકે છે. રોકડની ખોટનું મૂલ્યાંકન કરવા માટે, જો ઉપલબ્ધ હોય તો, રોકડ મેમો/સેલ રેકોર્ડની નકલો મેળવી શકાય છે. રોકડ મેમો અથવા કોઈપણ વેચાણ રેકોર્ડની ગેરહાજરીમાં, વાસ્તવિક નુકસાનને સાબિત કરવા માટેના કોઈપણ અન્ય દસ્તાવેજની વ્યવસ્થા કરવી જોઈએ. 'નુકશાનનો પુરાવો' / દાવાનું ફોર્મ તે મુજબ ભરવાનું અને વીમા કંપનીને સબમિટ કરવું જરૂરી છે.

જો ઉધાર લેનાર વ્યવસાયમાં નિષ્ફળ ગયો હોય અને નુકસાન થયું હોય અથવા ઋણ વ્યક્તિગત વપરાશના હેતુ માટે હતું અને તે બિન-કાર્યકારી સંપત્તિ બની ગયું હોય, તો પણ ઉધાર લેનારાના ખાતામાં બાકી રહેલી રકમની હદ સુધીની ખોટની ભરપાઈ કરી શકાય છે એ શરતે કે ઋણની મંજૂરીના સમયે, ઋણ સુરક્ષા વીમા પોલિસી પ્રસ્તાવિત અને લેવામાં આવી હોય . વીમા પોલિસીની નકલ ધિરાણકર્તા દ્વારા સાચવી રાખવામાં આવવી જોઈએ. આવી પોલિસી માટે, પ્રીમિયમ શરૂઆતમાં, એકવાર ચૂકવવાનું હોય છે. બાકી દેવાદારો અને ખર્ચનો હિસાબ થયેલ નુકસાન ઈંગિત કરી શકે છે. ભંડોળને અન્ય કોઈ પ્રવૃત્તિમાં ડાયવર્ઝન કરવું અથવા વપરાશના હેતુઓ માટે ભંડોળનો ઉપયોગ કરવો એ વ્યવસાયના નુકસાનનું કારણ હોઈ શકે છે. આવા કિસ્સાઓમાં, બેંક ખાતામાં પુનઃપ્રાપ્તિને અસર કરવા માટે દાવો ફાઇલ કરે છે.

બેંકો ઉધાર લેનારાના ખાતાઓમાં ક્રેડિટ ગેરંટી ફંડ ટ્રસ્ટ પાસેથી ગેરંટી મેળવી શકે છે જ્યાં કોઈ કોલેટરલ અથવા તૃતીય-પક્ષ ગેરંટી પ્રાપ્ત થતી નથી. ઉધાર લેનારનું એકાઉન્ટ ઓવરડ્યુ/એન.પી.એ.ના કિસ્સામાં, સીજીએફટીને તાત્કાલિક જાણ કરવામાં આવે છે. ફાઇનાન્સિંગ બેંક દ્વારા ગેરંટી માંગી શકાય છે.

વરિષ્ઠ વ્યવસ્થાપનને જાણ કરવી

એક વિગતવાર અહેવાલ અને ગ્રાહક દ્વારા દાખલ કરાયેલ એફઆઈઆરની નકલ, નિયત ફોર્મમાં અથવા અન્યથા, કંપનીના નિયમો અનુસાર, વરિષ્ઠ વ્યવસ્થાપનને મોકલવી જોઈએ. વરિષ્ઠ વ્યવસ્થાપનના અધિકારીઓ રિપોર્ટની તપાસ કરી શકે છે અને ગ્રાહક પાસેથી લેણાં વસૂલવા માટે ભવિષ્યની કાર્યવાહીની સલાહ આપી શકે છે. જ્યાં સુધી સંપૂર્ણ બાકી રકમ વસૂલવામાં ન આવે ત્યાં સુધી તેમને આગળની માહિતી વિશે પણ જાણ કરવી જોઈએ. કેટલાક કિસ્સાઓમાં શક્ય છે કે ન તો વીમા કંપનીએ બાકીની રકમ સંપૂર્ણ રીતે ચૂકવી હોય ન લેનાર બાકીની રકમ ક્લિયર કરવાની સ્થિતિમાં હોય. આવા ખાતાઓને ખોટ અસ્કયામત તરીકે ગણવામાં આવશે. આ અસ્કયામતોને, બાકી રકમને બદલે ખાતામાં નાખીને ધિરાણકર્તાની બેલેન્સ શીટમાંથી દૂર કરવાની જરૂર છે, જેના માટે વરિષ્ઠ વ્યવસ્થાપનની સંમતિ જરૂરી છે.

વિજિલન્સ સેલ/વિભાગને કપટપૂર્ણ પ્રવૃત્તિની જાણ કરવી

ઠરાદાપૂર્વકની કાર્યવાહી, અન્યને છેતરવાના હેતુથી, કર્તા દ્વારા ગેરકાયદેસર લાભો મેળવવા અથવા પીડિતને કાયદેસરના અધિકારને નામંજૂર કરવા માટે આયોજન કરવામાં આવ્યું છે, તે છેતરપિંડી છે.

જેમ છેતરપિંડી બહાર આવે છે, અધિકારીએ મેનેજરના ધ્યાન પર તેને લાવવું જોઈએ. હકીકતોની યોગ્ય ચકાસણી કર્યા પછી, તે નિયંત્રણ કચેરી દ્વારા, વિજિલન્સ સેલના ધ્યાન પર લાવવામાં આવે. ધિરાણ આપતી સંસ્થાની મુખ્ય કચેરી ખાતે વિજિલન્સ વિભાગ કાર્યરત છે. બેંકો/એમએફઆઈએ તેમના સંબંધિત બોર્ડને 1 લાખ અને તેથી વધુની રકમ સાથે સંકળાયેલી તમામ છેતરપિંડીઓની જાણ કરવી જરૂરી છે. રિપોર્ટિંગ વ્યાપક હોવું જોઈએ. તેમાં સંબંધિત અધિકારીઓની નિષ્ફળતા અને તેમની સામે લેવાયેલા પગલાંની સાથે તમામ હકીકતો અને આંકડાઓ હોવા જોઈએ (આકૃતિ. 1.8). દરેક બેંકે છેતરપિંડી શોધની તારીખથી 3 અઠવાડિયાની અંદર દરેક છેતરપિંડીના સંદર્ભમાં ફોડ મોનિટરિંગ રિટર્ન સબમિટ કરવાનું રહેશે. જો વિજિલન્સ વિભાગ/સેલ દ્વારા સૂચવવામાં આવે તો એફઆઈઆર દાખલ કરવી જરૂરી છે.

દરેક બેંક દ્વારા આરબીઆઈને ત્રિમાસિક છેતરપિંડીની બાકી રિપોર્ટ સબમિટ કરવામાં આવે છે.



આકૃતિ.1.8: રિપોર્ટ ચર્ચા

નીતિ પહેલ

2010 માં આંધ્ર પ્રદેશમાં માઇક્રોફાઇનાન્સ ક્ષેત્રને આંચકો લાગ્યો હતો. કટોકટીના કારણે રેગ્યુલેટરને હાલની માર્ગદર્શિકા પર ફરીથી વિચાર કરવાની ફરજ પડી હતી. આ વિકસતા ક્ષેત્રની ગતિને પુનર્જીવિત કરવા માટે, કેટલીક પહેલ કરવામાં આવી છે.

માઇક્રોફાઇનાન્સ ક્ષેત્ર દ્વારા સામનો કરવામાં આવતા પડકારોમાં નીચે મુજબનો સમાવેશ થાય છે:

1. એમએફઆઈ માટે ઓછા ખર્ચે ઋણ-સક્ષમ ભંડોળની અપૂરતી ઉપલબ્ધતા.
2. લક્ષિત ઈચ્છુકો દ્વારા વધુ ઉધાર.
3. નાણાકીય ઉત્પાદનો અને સેવાઓ વિશે ઈચ્છુકોની નાણાકીય સાક્ષરતાનો અભાવ.
4. નવા તકનીકી આધારિત ઉકેલો અપનાવવા ઈચ્છુકોનું અનિર્ણાયક વલણ
5. ઈચ્છુકો દ્વારા નવા ઉત્પાદનોની માંગ

આરબીઆઈ અને સરકાર દ્વારા વિસ્તારોમાં માઇક્રોફાઇનાન્સનો વ્યાપ અને પહોંચ વધારવા માટે નિમિત્ત છે. લેવામાં આવેલ કેટલીક પહેલ નીચે મુજબ છે-

1. MUDRA બેંકની સ્થાપના 2015 માં એમએફઆઈને નીચા વ્યાજ દરે ધિરાણ આપીને નાણાકીય સહાય કરવા માટે કરવામાં આવી હતી, જેથી તેઓ નાના અને ખૂબ નાના સાહસોને આગળ ધિરાણ આપવાની તેમની પ્રવૃત્તિઓ ચાલુ રાખી શકે.
2. આરબીઆઈ દ્વારા સ્વ-નિયમનકારી સંસ્થાઓને માન્યતા આપવામાં આવી હતી. હાલમાં બે સ્વ-સહાય જૂથો (SHGs) કાર્યરત છે, એટલે કે, માઇક્રોફાઇનાન્સ ઇન્સ્ટિટ્યુશન નેટવર્ક (એમએફઆઈN) અને સહ-ધન મિશન.
3. માઇક્રોફાઇનાન્સ વ્યવસાયનું સંચાલન કરતી કેટલીક સંસ્થાઓને RBI દ્વારા NBFC-એમએફઆઈ તરીકે નિયંત્રિત કરવામાં આવે છે અને કેટલીક સંસ્થાઓ લઘુ નાણાકીય બેંકોમાં પરિવર્તિત થઈ છે. સંબંધિત માર્ગદર્શિકા મૂકવામાં આવી છે.
4. સાર્વજનિક ક્રેડિટ રજિસ્ટ્રી ક્રેડિટને ઔપચારિક બનાવવા માટે શરૂ કરવામાં આવી છે. તે વ્યક્તિઓ અને કોર્પોરેટ ઉધાર લેનારાઓથી સંબંધિત માહિતીનો ભંડાર છે. ધિરાણકર્તાઓ પાસે આશાસ્પદ/ગ્રાહકો વિશે સંબંધિત માહિતી હોઈ શકે છે.

5. ગ્રામીણ તેમજ અર્ધ-શહેરી સ્થળોમાં ગરીબો માટે ધિરાણની ઉપલબ્ધતા સુધારવા માટે એમએફઆઈ માટે ધિરાણ મર્યાદા ઉધાર લેનાર ઈઠ રૂ 1.25 લાખ સુધી વધારવામાં આવી છે. તે વધુ ગ્રાહકો મેળવવા અને માઇક્રોફાઇનાન્સના વિસ્તરણમાં મદદ કરશે.
6. બેંકો અને એનબીએફસીએસ માટે જોખમો અને પુરસ્કારોને વહેંચવા માટે શરૂ કરાયેલ ઋણના સહ-ઉત્પત્તિનો ખ્યાલ. બેંકો તેમજ એનબીએફસીએસ માટે તેમના પરસ્પર લાભ માટે, વ્યવસાયિક દરખાસ્તો હાથ ધરવા માટે એકસાથે આવવું યોગ્ય છે.
7. માઇક્રોક્રેડિટ' ધિરાણને પ્રાથમિકતા ક્ષેત્રના ધિરાણ તરીકે ઓળખવામાં આવે છે.
8. એનબીએફસી -એમએફઆઈ ઉધાર લેનારાઓ માટે ઘરેલુ આવક માપદંડ સુધારેલ છે. સુધારેલી ઘરેલુ આવક મર્યાદા રૂ3 લાખ સુધીની છે.
9. અન્ય લોકો સાથે મળીને માઇક્રોફાઇનાન્સ ક્ષેત્રને નકદીકરણ સમર્થન આપવાના પ્રયાસરૂપે, આરબીઆઇએ 3 વર્ષ સુધી પોલિસી સાથે જોડાયેલા ફ્લોટિંગ રેપો દર પર “ઓન ટેપ ટીએલટીઆરઓ (ટાર્ગેટેડ લોગ-ટર્મ રેપો ઓપરેશન્સ)” સ્કીમ હેઠળ લાંબા ગાળા માટે ભંડોળ પૂરું પાડવાનું નક્કી કર્યું છે.
10. 31 માર્ચ, 2023 સુધી, કોઈ ડિફોલ્ટ વિના પ્રમાણભૂત અસ્કયામતો તરીકે વર્ગીકૃત કરાયેલી લોન, પુનર્ગઠન કવાયત માટે પાત્ર છે. એસેટની ગુણવત્તામાં બગાડ ટાળવા માટે, રોગચાળાના પગલે આ ઉપાય સૂચવવામાં આવ્યો છે. જો કે, સંલગ્ન કૃષિ પ્રવૃત્તિઓ આ જોગવાઈ દ્વારા આવરી લેવામાં આવતી નથી.
11. ચુકવણીઓ અને ઋણ વિતરણમાં માઇક્રોફાઇનાન્સ લાભાર્થીઓ દ્વારા ઇ-પેમેન્ટ્સ અને એટીએમ કાર્ડના ઉપયોગના પરિણામે એમએફઆઈ માટે સમયની બચત થઈ છે. હવે, એમએફઆઈ દ્વારા ગ્રાહક સંપાદન માટે વધુ સમય આપી શકાય છે.
12. માઇક્રોફાઇનાન્સમાં સક્રિય સંસ્થાઓએ 2019માં જવાબદાર ધિરાણ માટેનો કોડ લઈને આવ્યો છે. કેડિટ બ્યુરો (સિબિલ) ને દૈનિક ધોરણે ડેટા સબમિટ કરવો, ડિફોલ્ટર્સને કોઈ ધિરાણ નહીં, નિયત મર્યાદામાં ધિરાણ આપવું એ અન્ય પહેલ છે જેણે માઇક્રોફાઇનાન્સ ક્ષેત્રને વધુ જવાબદાર બનાવ્યું છે. માઇક્રોફાઇનાન્સ ક્ષેત્રમાં જવાબદાર ધિરાણ માટે નિયમો અને પ્રથાઓનો સ્વૈચ્છિક સમૂહ બનાવવો એ સીઆરએલ (સર્ટિફિકેટ રિવોકેશન લિસ્ટ) નો હેતુ છે.
13. આરબીઆઇએ એમએફઆઈને સુનિશ્ચિત કરવા સલાહ આપી છે કે ઋણની રકમ ઉધાર લેનારની ચૂકવણી કરવાની ક્ષમતા સાથે મેળ ખાતી હોવી જોઈએ.

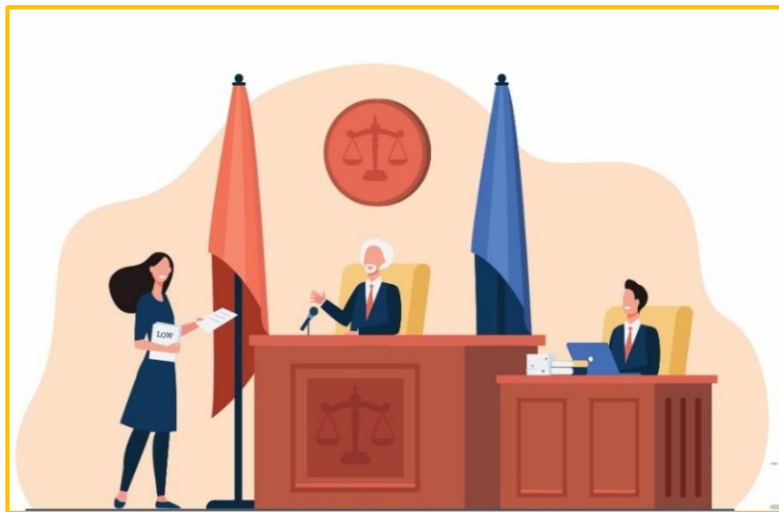
કાનૂની કાર્યવાહી માટે કાનૂની સેલ સાથે ફોલો-અપ કરવું

દરેક માઇક્રોફાઇનાન્સ સંસ્થાની પોતાની રિકવરી પોલિસી હોય છે. જેવું જ એકાઉન્ટ મુદતવીતી થાય છે, લેણાંની ચુકવણી ન કરવાનાં કારણો જાણવા અને ઉધાર લેનારાને ચુકવણી કરવા માટે સમજાવવા માટે

વ્યક્તિગત મુલાકાત લેવામાં આવે છે. એડવાન્સ રિકોલ કરવાની પરવાનગી, મેનેજર દ્વારા નોટિસ આપીને અથવા એમએફઆઈ ના સૂચિબદ્ધ એડવોકેટ દ્વારા કંટ્રોલિંગ ઓફિસ/હેડ ઓફિસના કાનૂની સેલ પાસેથી માંગવામાં આવે છે. એક યાદીપત્ર, યોગ્ય ફોર્મેટમાં, કાનૂની કાર્યવાહીની દરખાસ્ત અથવા માફી માટે, કાનૂની સેલમાં જમા કરવામાં આવે છે. યાદીપત્ર (આકૃતિ. 1.9) મંજૂર કરતા પહેલા કાનૂની સેલ ચોક્કસ પ્રશ્નો કરી શકે છે, જેનો જવાબ આપવો જોઈએ. સામાન્ય રીતે, એમએફઆઈ નીચેના કારણોસર લેણાંની વસૂલાત માટે દાવો દાખલ કરવાનું પસંદ કરશે નહીં:

1. લેણી રકમની વસૂલાત માટે મુકદ્દમો એ લાંબી પ્રક્રિયા છે.
2. ઉધાર લેનાર સામે હુકમનો અમલ મુશ્કેલ છે.
3. સામેલ રકમ નાની છે
4. કાનૂની ખર્ચમાં ડિફોલ્ટ થયેલ પૈસા પછી પણ વધુ માત્રામાં પૈસા વપરાઈ છે.
5. જો ઉધાર લેનારની પુનઃચૂકવવાની ક્ષમતા નથી, તો દાવો દાખલ કરવો નકામો છે.
6. રાજ્યો/કેન્દ્રશાસિત પ્રદેશોમાં, જ્યાં જાહેર નાણાં વસૂલાત અધિનિયમો અથવા કૃષિ ધિરાણ અધિનિયમો અમલમાં છે, 20 લાખ સુધીની બાકી રકમની વસૂલાત માટે, જિલ્લા કલેક્ટર/સક્ષમ અધિકારી પાસે વસૂલાત પ્રમાણપત્ર ફાઇલ કરવાની જરૂર છે.
7. મોટાભાગના ખાતાઓમાં, કોઈ સમાંતર અથવા તૃતીય-પક્ષ ગેરંટી હોતી નથી.

એમએફઆઈ તેમના કુલ પોર્ટફોલિયોના 15% અન્યને ધિરાણ આપી શકે છે, જ્યાં માલની પ્રાથમિક સુરક્ષા વગેરે સાથે કોલેટરલ, તૃતીય પક્ષ ગેરંટી લઈ શકાય છે. જો બાકીની વસૂલાત માટે આવા કોઈ કિસ્સામાં કાનૂની પગલાંની દરખાસ્ત કરવામાં આવે તો, ઉપલબ્ધ તમામ સિક્યોરિટીઝના નિકાલ પછી, બાકીની રકમ માટે યોગ્ય ન્યાયાલયમાં દાવો દાખલ કરી શકાય છે. દાવા અરજી કાનૂની સેલ દ્વારા મંજૂર કરવાની રહે છે. એમએફઆઈ ના સૂચિબદ્ધ એડવોકેટ મારફતે દાવો દાખલ કરવાનો રહે છે. કાનૂની સેલને દરેક સુનાવણી પર દાવોની પ્રગતિ સાથે માહિતગાર રાખવો જોઈએ.



આકૃતિ.1.9: ગ્રાહકને કાનૂની નોટિસ આપવી

જો કે, ઉધાર લેનાર/જામીનદારને સમજાવીને અથવા સમાધાન કરીને બાકી રકમ વસૂલવાના પ્રયાસો કરવા જોઈએ. જો સ્વીકાર્ય હોય તો સમાધાનની ઓફર, નિયંત્રણ અધિકારી/મુખ્ય કચેરીના સ્તરે મંજૂર કરવાની જરૂર છે.

પ્રાયોગિક સ્વાધ્યાય

પ્રવૃત્તિ 1: "ચોરીના કિસ્સામાં વીમા કંપની પાસેથી દાવો કરવા માટેના નુકશાનના પુરાવા અને વરિષ્ઠ મેનેજમેન્ટને જાણ કરવા" પર પ્રસ્તુતિ બનાવવી .

જરૂરી સામગ્રી: લખવાની પેન, ડેસ્કટોપ કોમ્પ્યુટર/લેપટોપ, ઈન્ટરનેટનું ઍક્સેસ, પુસ્તકો જેવી વાંચન સામગ્રી.

પ્રક્રિયા

1. વર્ગમાં કુલ વિદ્યાર્થીઓની સંખ્યાના આધારે, શિક્ષક વિદ્યાર્થીઓને પ્રત્યેક 5 થી 8 વિદ્યાર્થીઓના જૂથમાં વિભાજિત કરશે.
2. દરેક જૂથના સભ્યો વર્ગખંડમાં ભાષણ દ્વારા પ્રસ્તુતિ કરવા અને પ્રશ્નો વગેરેના જવાબ આપવા માટે જૂથનું પ્રતિનિધિત્વ કરવા માટે એક વ્યક્તિને પસંદ કરી શકે છે.
3. જૂથના તમામ સભ્યો વીમા કંપની પાસેથી ચોરીના કિસ્સામાં દાવો કરવા માટે નુકશાનના પુરાવા પર સામગ્રી એકત્રિત કરશે અને ઈન્ટરનેટ અને પુસ્તકોમાં ઉપલબ્ધ માહિતીનો ઉપયોગ કરીને વરિષ્ઠ મેનેજમેન્ટને જાણ કરશે અને નીચેના મુદ્દાઓ પર પ્રકાશ પાડવાનો પ્રયાસ કરશે:
 - a) વીમાદાતાનું નામ
 - b) વીમા પોલિસી નંબર
 - c) કવરેજની રકમ
 - d) નુકશાન માટે તારીખ અને કારણ
 - e) ખોવાયેલ માલની કિંમત માટે સહાયક દસ્તાવેજોની નકલો
 - f) માલમાં રસ ધરાવતા પક્ષો
 - g) માલ પરનો કોઈપણ ચાર્જ.
4. ગુપ્તના સભ્યો દ્વારા પ્રસ્તુતિ તૈયાર કરવામાં આવશે અને પસંદ કરેલ વિદ્યાર્થી દ્વારા ભાષણ આપવામાં આવશે.
5. આ રીતે, દરેક જૂથમાંથી એક વિદ્યાર્થી બોલશે અને વિદ્યાર્થીઓના પ્રશ્નોના જવાબ આપશે.
6. શિક્ષક વિષય પર સુધારાઓ/અતિરિક્ત ઇનપુટ્સ સૂચવીને પ્રસ્તુતિમાં મૂલ્ય ઉમેરશે.

પ્રવૃત્તિ 2: ચાર્ટની તૈયારી 'વસુલ ન કરી શકાય તેવા ઋણ પર કરાયેલ કોઈપણ કાનૂની કાર્યવાહી માટે કાનૂની સેલ સાથે ફોલોઅપ'

જરૂરી સામગ્રી: લખવાની પેન, ચાર્ટ પેપર સ્કેચ પેન, ડેસ્કટોપ કોમ્પ્યુટર/લેપટોપ, ઈન્ટરનેટનું ઍક્સેસ, પુસ્તકો જેવી વાંચન સામગ્રી.

પ્રક્રિયા:

1. શિક્ષક વિદ્યાર્થીઓને પુસ્તકો અને ઈન્ટરનેટ મારફતે ચાર્ટ તૈયાર કરવા માટે વિષય પર સંબંધિત માહિતી એકત્રિત કરવાની સૂચના આપશે.
2. સમૂહના તમામ સભ્યો વસૂલ ન કરી શકાય તેવા ઋણ પર કરવામાં આવેલ કોઈપણ કાનૂની કાર્યવાહી માટે કાનૂની સેલ સાથે ફોલોઅપ પર સામગ્રી એકત્રિત કરશે.
3. ચાર્ટ તૈયાર કરો અને નીચેના મુદ્દાઓને હાઇલાઇટ કરો:
 - a) વસૂલ ન કરી શકાય તેવા ઋણ ઓળખો.
 - b) વસૂલ કરવા માટે કરેલા પ્રયત્નોને દસ્તાવેજીત કરો.
 - c) આકારણી માટે કાનૂની સેલ સાથે સંપર્ક કરો.
 - d) જરૂરી દસ્તાવેજો પ્રદાન કરો.
 - e) કાનૂની સેલ મૂલ્યાંકન કરે છે અને ક્રિયાઓની ભલામણ કરે છે.
 - f) માઇક્રોફાઇનાન્સ એક્ઝિક્યુટિવ કાનૂની પગલાંનું સંકલન કરે છે.
 - g) કાનૂની કાર્યવાહી શરૂ કરો.
 - h) કાનૂની કાર્યવાહી અને દસ્તાવેજની પ્રગતિનું નિરીક્ષણ કરો.
4. વિદ્યાર્થીઓ શિક્ષક પાસે તૈયાર કરેલ ચાર્ટ જમા કરશે.
5. વિદ્યાર્થીઓ દ્વારા તૈયાર કરાયેલા ચાર્ટ શિક્ષક દ્વારા ચકાસવામાં આવશે, જે પછી કરવાના થતા સુધારા માટે સલાહ આપશે.
6. શિક્ષક વર્ગમાં વિષય પર ચર્ચા કરવા માટે એક કે બે ચાર્ટ પસંદ કરશે.

તમારી પ્રગતિ ચકાસો

A. ખાલી જગ્યાઓ ભરો

1. ઉછીના આપેલા પૈસા _____ સાથે _____ હોવા જોઈએ
2. માઇક્રોફાઇનાન્સની- _____ નબળી છે.
3. માઇક્રોફાઇનાન્સ ક્ષેત્રમાં _____ ધિરાણ માટે નિયમો અને પ્રથાઓનો સ્વૈચ્છિક સમૂહ બનાવવો એ _____ નો હેતુ છે
4. દરેક માઇક્રોફાઇનાન્સ સંસ્થાની પોતાની _____ - નીતિ હોય છે.

B. બહુવિકલ્પીય પ્રશ્નો

1. માઇક્રોફાઇનાન્સ ક્ષેત્રનો ગ્રોસ લોન પોર્ટફોલિયો પહેલાથી જ _____ પર 348339 કરોડના સ્તરને સ્પર્શી ગયો છે.
 - a) 31-03.2019.
 - b) 30મી જૂન, 2023.
 - c) 31મી માર્ચ, 2023.
 - d) આમાંથી કોઈ નહીં
2. સામાન્ય રીતે, માઇક્રોફાઇનાન્સમાં, સમાંતર _____ હોય છે.
 - a) સમર્થિત ઋણ.

- b) મફત ઋણ.
c) અને ગેરંટી સપોર્ટેડ ઋણ.
d) ઉપરોક્તમાંથી કોઈ નહીં
3. માઇક્રોફાઇનાન્સ ક્ષેત્રમાં, માટે ઋણ આપવામાં આવે છે.
a) આવક ઉત્પન્ન કરતી પ્રવૃત્તિઓ.
b) મુસાફરીના હેતુઓ.
c) મનોરંજક પ્રવૃત્તિઓ.
d) આવક ઉત્પન્ન કરતી પ્રવૃત્તિઓ અને આંશિક રીતે વપરાશના હેતુ માટે.
4. એનબીએફસી-એમએફઆઈ ગ્રામીણ ઉધાર લેનારાઓ માટે ઘરેલુ આવક માપદંડ આવક મર્યાદામાં સુધારેલ છે.
a) ₹ 1 લાખ
b) ₹ 1.60 લાખ
c) ₹ 2 લાખ
d) ઉપરોક્તમાંથી કોઈ નહીં
5. એમએફઆઈN છે.
a) ફાઇનાન્સ કંપની
b) સરકારી કંપની
c) એસઆરઓ
d) ઉપરોક્તમાંથી કોઈ નહીં
- B. નીચેના વાક્યો સાચા છે કે ખોટા તે જણાવો
1. માઇક્રોફાઇનાન્સ એ દાન-લક્ષી વ્યવસાય છે.
2. બાકીદાર (ડિફોલ્ટર) સાથે વ્યવહાર કરવા માટે કાનૂની કાર્યવાહી જ એકમાત્ર ઉપાય છે.
3. ઋણની વસૂલાત માટે દાવો એ લાંબી પ્રક્રિયા છે.
4. આરબીઆઈએ એમએફઆઈને આ સુનિશ્ચિત કરવા સલાહ આપી છે કે ઋણની રકમ ઉધાર લેનારની ચૂકવણી કરવાની ક્ષમતા સાથે મેળ ખાતી હોવી જોઈએ.
5. ઉધાર લેનાર સામે હુકમનામાનું અમલ મુશ્કેલ નથી.

D. કોલમ સાથે મેળ કરો

કોલમ A		કોલમ B	
1	તક	A	મહામારી
2	શેષ	B	માઇક્રો યુનિટ્સ ડેવલપમેન્ટ એન્ડ રિફાઇનાન્સ એજન્સી લિ.
3	દેશવ્યાપી રોગચાળો	C	સ્વ-નિયમનકારી સંસ્થા
4	એસઆરઓ	D	બાકી
5	મુદ્રા	E	યોગ્ય

E. ટૂંકા જવાબના પ્રશ્નો

1. અર્ધ-શહેરી સ્થળના ઉધાર લેનાર માટે સંશોધિત ધિરાણ મર્યાદા શું છે

2. પબ્લિક ક્રેડિટ રજિસ્ટ્રી શું છે
3. તમારા પોતાના શબ્દોમાં છેતરપિંડી વ્યાખ્યાયિત કરો.
4. માઇક્રોફાઇનાન્સ ક્ષેત્ર દ્વારા સામનો કરવામાં આવતા કોઈપણ 3 પડકારો લખો.
5. મુદ્દા શું છે?

F. લાંબા જવાબના પ્રશ્નો

1. 2010 પછી માઇક્રોફાઇનાન્સ ક્ષેત્રમાં કઈ નીતિ પહેલ કરવામાં આવી હતી?
2. માઇક્રોફાઇનાન્સ ક્ષેત્રમાં ડિફેલ્ટરો પાસેથી 'લેણીની વસૂલાત માટે કાનૂની કાર્યવાહીની અસરકારકતા' પર એક નોંધ લખો.

G. તમારું પ્રદર્શન ચકાસો

1. કાયદેસરની કાર્યવાહી સિવાય "ઉધાર લેનારાઓ પાસેથી વસૂલાત" પર વર્ગ-ખંડમાં ભાષણ દ્વારા રજૂઆત કરો.

યુનિટ 2: ગ્રાહકો માટે માઇક્રોફાઇનાન્સ સેવાઓ

વ્યવસાયિક સંસ્થાના સંદર્ભમાં, જેમ કે માઇક્રોફાઇનાન્સ કંપની, તમામ પ્રવૃત્તિઓ ગ્રાહકોને વિવિધ સેવાઓ પૂરી પાડવા તરફ નિર્દેશિત કરવામાં આવે છે. આ એકદમ સ્વાભાવિક છે, કારણ કે કોઈપણ વ્યવસાયિક સંસ્થાની આવક ગ્રાહકો પાસેથી આવે છે.

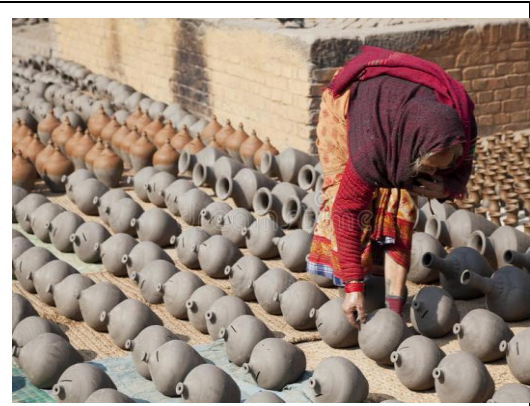
નફાકારક રેખા પર આવક ઉત્પન્ન કરવી એ કોઈપણ વ્યવસાયિક પ્રવૃત્તિનો મુખ્ય ઉદ્દેશ્ય હોવાથી, ગ્રાહકોને શક્ય તેટલી શ્રેષ્ઠ સેવાઓ પ્રદાન કરવી એ માઇક્રોફાઇનાન્સ કંપની માટે અત્યંત મહત્વનું છે.

આ યુનિટમાં ગ્રાહકોને માઇક્રોફાઇનાન્સ સેવાઓની ડિલિવરી સંબંધિત નીચેના પાસાઓની ચર્ચા કરવામાં આવશે (આકૃતિ. 2.1):

- ગ્રાહકોની નાણાકીય સુઢઢતા અને તેમની નાણાકીય જરૂરિયાતોનું મૂલ્યાંકન કરવા માટે માઇક્રોફાઇનાન્સ એક્ઝિક્યુટિવની ગ્રાહક ફોલો-અપ મુલાકાતો નિયત કરવી અને અમલીકરણ કરવું.
- વેચાણ પછીની સેવાઓનું મહત્વ, આ સેવાઓના પ્રકારો અને માઇક્રોફાઇનાન્સ એક્ઝિક્યુટિવ દ્વારા તેમની ડિલિવરી.
- ગ્રાહક ખાતાઓનું સંચાલન કરવું, ગ્રાહકોને હાલના અને નવા માઇક્રોફાઇનાન્સ ઉત્પાદનો વિશે સલાહ આપવી અને તેમની ફરિયાદો/પ્રશ્નોના જવાબ આપવા.
- લોન ડિફોલ્ટરો સાથે વ્યવહાર કરવો અને તેમના ડિફોલ્ટ લોન ખાતાની જાણ કરવી.



ગ્રાહકો સાથે વાતચીત કરતાં માઇક્રોફાઇનાન્સ એક્ઝિક્યુટિવ



માઇક્રોફાઇનાન્સ ગ્રાહક માટીનાં વાસણો બનાવવાની પ્રવૃત્તિમાં સંલગ્ન

આકૃતિ. 2.1: ગ્રાહકો સાથે માઇક્રોફાઇનાન્સ એક્ઝિક્યુટિવ ક્રિયાપ્રતિક્રિયા અને તેમની કામગીરી

માઇક્રોફાઇનાન્સ કંપનીની સેવા ડિલિવરી પ્રણાલીમાં કાર્યરત મુખ્ય કાર્યકારી એ માઇક્રોફાઇનાન્સ એક્ઝિક્યુટિવ છે. આથી આ સેવાઓનું સંચાલન કરતી આ કાર્યકારીની ભૂમિકાને ધ્યાનમાં રાખીને ગ્રાહકોને માઇક્રોફાઇનાન્સ સેવાઓની ડિલિવરીના ઉપરોક્ત પાસાઓ સમજાવવામાં આવશે.

આ યુનિટ ગ્રાહકોને માઇક્રોફાઇનાન્સ સેવાઓનો પરિચય આપવા પર ધ્યાન કેન્દ્રિત કરશે. પ્રથમ સત્ર ગ્રાહક અને તેની નાણાકીય સુદ્રઢતાને આવરી લે છે, બીજા સત્રમાં વેચાણ પછીની સેવાઓની જોગવાઈ સાથે વ્યવહાર કરવામાં આવે છે, ત્રીજું સત્ર ગ્રાહકોને સેવા અને અન્ય ઉત્પાદનો વિશે સલાહ આપવા વિશે સમજાવે છે અને ચોથું સત્ર ડિફોલ્ટર મેનેજમેન્ટ પ્રક્રિયા વિશે ચર્ચા કરે છે.

સત્ર 1: ગ્રાહકની નાણાકીય સુદ્રઢતા

માઇક્રોફાઇનાન્સ ઉત્પાદન માટે વર્તમાન માઇક્રોફાઇનાન્સ ગ્રાહકોની અરજીની પ્રક્રિયા કરતી વખતે તેમની નાણાકીય સુદ્રઢતાનું મૂલ્યાંકન કરવું, તેમજ ઉત્પાદનની ડિલિવરી પછી પણ, માઇક્રોફાઇનાન્સ એક્ઝિક્યુટિવનું ખૂબ જ મહત્વપૂર્ણ કાર્ય છે. આ કાર્ય સમયાંતરે, ચાલુ ધોરણે ચલાવવામાં આવે છે. આ કાર્યનું કાર્યક્ષમ ડિસ્ચાર્જ ગ્રાહક દ્વારા માંગવામાં આવેલ માઇક્રોફાઇનાન્સ સેવાની પ્રકૃતિ અને પ્રમાણનું ચોક્કસ મૂલ્યાંકન અને તેને અથવા તેણીને આપવામાં આવેલ માઇક્રોફાઇનાન્સ ઉત્પાદનના મહત્તમ ઉપયોગની ખાતરી આપે છે.

માઇક્રોફાઇનાન્સ એક્ઝિક્યુટિવને એવા ગ્રાહકો સાથે વ્યવહાર કરવો પડે છે જેઓ મુખ્યત્વે સમાજના નબળા વર્ગના હોય છે. આ ગ્રાહકો કુટીર ઉદ્યોગો, નાના પાયે ઉત્પાદન, નાની દુકાનો ચલાવનારા, માલ/કોમોડિટીનો વેપાર, કૃષિ અને સંલગ્ન પ્રવૃત્તિઓ વગેરે જેવી પ્રવૃત્તિઓમાં સંલગ્ન છે.

માઇક્રોફાઇનાન્સ ગ્રાહકોની નાણાકીય સુદ્રઢતાનું મૂલ્યાંકનનું સર્વોચ્ચ મહત્વ છે કારણ કે આમાંના મોટાભાગના ગ્રાહકો ગરીબી રેખાથી ઉપર આવવા માટે સંઘર્ષ કરી રહ્યા છે. વધુમાં, તેમાંના ઘણા નાણાકીય વ્યવસ્થાપનના મૂળભૂત સિદ્ધાંતોથી વાકેફ નથી, જેનું પાલન સમૃદ્ધિના માર્ગે શરૂ કરતી વખતે આવશ્યક છે.

માઇક્રોફાઇનાન્સ એક્ઝિક્યુટિવ દ્વારા ફોલો-અપ મુલાકાતોનું સમયપત્રક અને અમલ

ગ્રાહકની નાણાકીય સુદ્રઢતાનું મૂલ્યાંકન કરવા માટે માઇક્રોફાઇનાન્સ એક્ઝિક્યુટિવ દ્વારા લેવાના મુખ્ય પગલાં નીચે મુજબ છે:

મુલાકાત શેડ્યુલ કરવી: - મુલાકાત શેડ્યુલ કરવી એટલે ગ્રાહકની મુલાકાત લેવા માટેનો દિવસ અને સમય નક્કી કરવો. ગ્રાહકની મુલાકાતનું આયોજન કરતી વખતે, માઇક્રોફાઇનાન્સ એક્ઝિક્યુટિવે નીચેના પાસાઓને ધ્યાનમાં લેવાના હોય છે:

- મુલાકાતનો સમય: દરેક ગ્રાહક માટે આ વ્યક્તિગત રીતે નક્કી કરવાનું રહેશે જ્યારે તેનો/તેણીનો પ્રથમ વખત ટેલિફોન (મોબાઇલ) પર અથવા રૂબરૂ સંપર્ક કરવામાં આવે છે. દરેક ગ્રાહક પોતાની રીતે વ્યસ્ત રહે છે, કાં તો વ્યવસાયિક પ્રવૃત્તિઓમાં અથવા ખાનગી બાબતોમાં વ્યસ્ત રહેવું. ઉદાહરણ તરીકે, કૃષિ પ્રવૃત્તિઓમાં સંલગ્ન વ્યક્તિઓ પાકની વાવણી, સિંચાઈ, ખાતર/જંતુનાશકો/જંતુનાશકોનો ઉપયોગ, લણણી વગેરે જેવી પ્રવૃત્તિઓ કરવા માટે તેમના ખેતરએ જવા વહેલી સવારે નીકળી જાય છે. બીજી બાજુ, જ્યારે પાક ઉગીને તૈયાર છે, ત્યારે કેટલાક ખેડૂતો તેની રક્ષા કરવા માટે તેમના ખેતરોમાં રાતવાસો કરવાનું પસંદ કરે છે. ફરીથી, દુકાન ચલાવતી વ્યક્તિ પીક વેપાર સમય દરમિયાન માઇક્રોફાઇનાન્સ એક્ઝિક્યુટિવ સાથે કોઈ બાબતની ચર્ચા કરવા માટે ખૂબ વ્યસ્ત હોઈ શકે છે.
- માઇક્રોફાઇનાન્સ એક્ઝિક્યુટિવએ દરેક મુલાકાતનો સમય એવી રીતે નક્કી કરવાનો હોય છે કે તે ગ્રાહક માટે અનુકૂળ હોય, અને તે જ સમયે, પોતાને માટે પણ અસુવિધાજનક ન હોય.

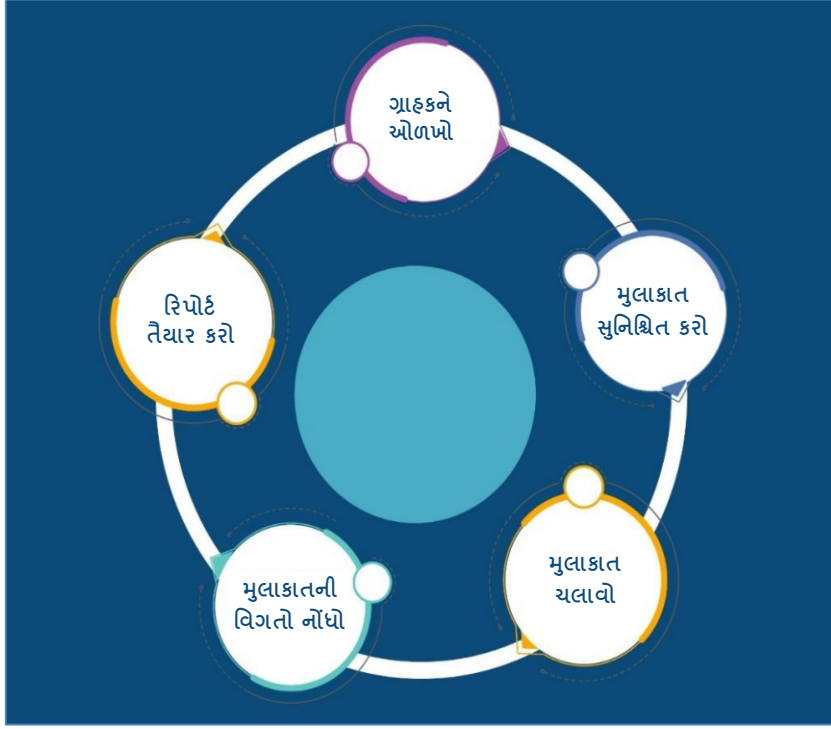
- મુલાકાતનો દિવસ: મુલાકાતના સમયની જેમ, જે દિવસે ગ્રાહકની મુલાકાત લેવાની છે તે દિવસે ગ્રાહકની ઉપલબ્ધતા અને તેની સગવડતાને ધ્યાનમાં રાખીને નક્કી કરવું પડશે. ઉદાહરણ તરીકે, માઈક્રોફાઇનાન્સ એક્ઝિક્યુટિવ એ શોધવું જોઈએ કે ગ્રાહક કયા દિવસે બજારની મુલાકાત લેવા, તેની પ્રોડક્ટ્સ વેચવા વગેરે માટે તેની મુલાકાતના સ્થળ/નિવાસસ્થાનથી દૂર રહે છે. આવા દિવસે મુલાકાત એ સમયના બગાડ સિવાય બીજું કંઈ નથી.
- મુલાકાતનું સ્થળ: મુલાકાત શેડ્યૂલ કરતી વખતે, માઈક્રોફાઇનાન્સ એક્ઝિક્યુટિવએ ગ્રાહક પાસેથી ખાતરી કરવી જોઈએ કે શું તે તેને કામના સ્થળે, તેના નિવાસસ્થાન અથવા અન્ય કોઈ સ્થળે મળવાનું પસંદ કરશે.
- ગ્રાહકને અગાઉથી જાણ કરવી: આ દિવસોમાં લગભગ દરેક વ્યક્તિ, ગ્રામીણ વિસ્તારોમાં પણ, મોબાઈલ ફોન ધરાવે છે. જો માઈક્રોફાઇનાન્સ એક્ઝિક્યુટિવ ગ્રાહકને મુલાકાત પહેલાં ફોન પર જાણ કરે તો જ તે યોગ્ય રહેશે.



આકૃતિ. 2.2: માઈક્રોફાઇનાન્સ એક્ઝિક્યુટિવ દ્વારા મુલાકાત

મુલાકાત નિષ્પાદિત કરવી

મુલાકાત શેડ્યૂલ કર્યા પછી, માઈક્રોફાઇનાન્સ એક્ઝિક્યુટિવએ તેને કાર્યક્ષમ અને વ્યવસ્થિત રીતે નિષ્પાદિત કરવાની હોય છે (આકૃતિ. 2.2). મુલાકાત અર્થપૂર્ણ છે તેની ખાતરી કરવા માટે, આકૃતિ. 2.3 માં દર્શાવ્યા પ્રમાણે નીચેની પ્રવૃત્તિઓ માઈક્રોફાઇનાન્સ એક્ઝિક્યુટિવ દ્વારા હાથ ધરવી જોઈએ:



આકૃતિ. 2.3: મુલાકાતનું સમયપત્રક બનાવવું અને અમલી કરવું

- દૈનિક સૂચિનું અવલોકન: 'દૈનિક સૂચિ' મૂળભૂત રીતે એક ડાયરી છે જેમાં ભવિષ્યમાં કરવામાં આવનારી પ્રવૃત્તિઓ નોંધવામાં આવે છે. દૈનિક સૂચિ ડાયરીની ઉપયોગિતા નીચેના ઉદાહરણમાં સમજાવવામાં આવી છે:
- ધારો કે 02-04-2023 ના રોજ એવું નક્કી કરવામાં આવ્યું છે કે ગ્રાહક 'A'ની તેની વ્યવસાયિક પ્રવૃત્તિઓના સ્તરનું નિરીક્ષણ કરવા માટે એક મહિના પછી મુલાકાત લેવાની રહેશે. પછી તારીખ 02-05-2023 ની સામે એક એન્ટ્રી કરવામાં આવશે જેમાં જણાવ્યું હતું કે "વ્યવસાય સ્તરનું નિરીક્ષણ કરવા માટે 'A' ની મુલાકાત લો". જ્યારે માઇક્રોફાઇનાન્સ એજન્ટ 02-05-2023 ના રોજ કામ શરૂ કરશે, ત્યારે દૈનિક સૂચિનો સંદર્ભ લેવા પર તેને ખબર પડશે કે તે દિવસે 'A' ની મુલાકાત લેવાની છે.
- અન્ય ગ્રાહકો વિશે સમાન એન્ટ્રીઓ દૈનિક યાદીમાં ચાલુ ધોરણે કરવામાં આવે છે. દરેક એન્ટ્રીમાં ઇચ્છિત મુલાકાતનો હેતુ પણ નોંધવામાં આવે છે.
- માઇક્રોફાઇનાન્સ એક્ઝિક્યુટિવએ આડેઘડ રીતે મુલાકાત લેવાનું ટાળવા માટે, દૈનિક સૂચિને સાવચેતીપૂર્વક જાળવી રાખવી જોઈએ અને દરરોજ તેને વાંચવું જોઈએ.
- ગ્રાહક વિશે માહિતી અપડેટ કરવી: માઇક્રોફાઇનાન્સ એક્ઝિક્યુટિવએ દરેક ગ્રાહક વિશેની તમામ સંબંધિત માહિતી રેકોર્ડ કરવા માટે એક રજિસ્ટર જાળવવું જોઈએ, જેમ કે:
 - i. ગ્રાહકનું નામ, તેના રહેઠાણ અને કાર્યસ્થળના સરનામા.
 - ii. તેમના દ્વારા લેવામાં આવતી માઇક્રોફાઇનાન્સ સુવિધાઓની વિગતો.
 - iii. આ સુવિધાઓને લગતા દસ્તાવેજોની યાદી, તેમની તારીખો અને અન્ય વિગતો સાથે. આ ખાસ કરીને લોન કરારો માટે સંબંધિત છે કારણ કે આ અમલની તારીખથી માત્ર ત્રણ વર્ષ માટે કાયદેસર

રીતે માન્ય છે દરેક લોન કરાર માટે, તેની કાનૂની માન્યતા ચાલુ રાખવાની ખાતરી કરવા માટે, આ સમયગાળાની સમાપ્તિ પહેલાં, ઉધાર લેનાર અને બાંધધરી આપનાર (જો કોઈ હોય તો) પાસેથી "પુનઃ પ્રવર્તન પત્ર" મેળવવાનો રહેશે.

iv. ગ્રાહકના ખાતાની સ્થિતિ. ઉદાહરણ તરીકે, લોન ખાતાના કિસ્સામાં, બાકી લેણાંની ચુકવણીમાં કોઈ બાકી છે કે કેમ.

• મુલાકાત હાથ ધરવી: ઉપરોક્ત પગલાં લીધા પછી માઇક્રોફાઇનાન્સ એક્ઝિક્યુટિવએ ગ્રાહકની મુલાકાત લેવી જોઈએ. મુલાકાત દરમિયાન તેણે આ કરવું જોઈએ:

i. ગ્રાહક સાથે તેના ખાતાની સ્થિતિ વિશે ચર્ચા કરવી.

ii. તેનું કામ કેવું ચાલી રહ્યું છે તે જાણો. આ ગ્રાહક સાથે ચર્ચા કરીને અને તેની વ્યવસાયિક પ્રવૃત્તિઓનું કાળજીપૂર્વક નિરીક્ષણ કરીને કરી શકાય છે. કાચા માલ અને અન્ય ઇનપુટ્સની ખરીદી, અર્ધ-પ્રોસેસ કરેલ અને તૈયાર માલનું સ્તર, કરેલ વેચાણ વગેરેની ખાતરી કરવા માટે એકાઉન્ટિંગ પુસ્તકોના અવલોકન દ્વારા વ્યવસાયિક પ્રવૃત્તિઓનું સ્તર પણ શોધી શકાય છે.

iii. ગ્રાહકના પ્રશ્નોના જવાબ આપો અને તેની જરૂરિયાતો, સમસ્યાઓ વગેરેની નોંધ કરો.

• મુલાકાત પછી: માઇક્રોફાઇનાન્સ એક્ઝિક્યુટિવએ મુલાકાતના તમામ તારણો તેના રજિસ્ટરમાં નોંધી લેવા જોઈએ અને જ્યાં જરૂર હોય ત્યાં જરૂરી કાર્યવાહી શરૂ કરવી જોઈએ. તેણે દૈનિક સૂચિમાં સૂચિત આગામી મુલાકાતની તારીખ અને હેતુ પણ નોંધવો જોઈએ.

માઇક્રોફાઇનાન્સ એક્ઝિક્યુટિવએ પણ તેમની કંપની દ્વારા નિર્ધારિત ફોર્મેટમાં મુલાકાત અંગેનો અહેવાલ તૈયાર કરવો જોઈએ અને તેના ઉપરી અધિકારીઓ પાસે જમા કરવો જોઈએ. તેમણે તેમની ટિપ્પણીઓ અને સૂચનાઓ અનુસાર જરૂરી કાર્યવાહી શરૂ કરવી જોઈએ.

ઉપરોક્ત તમામ પ્રવૃત્તિઓ પૂર્ણ કર્યા પછી, માઇક્રોફાઇનાન્સ એક્ઝિક્યુટિવએ પહેલાથી મુલાકાત લીધેલ ગ્રાહકની આગામી મુલાકાતની તારીખ અને તે માટેની કાર્યસૂચિ ડાયરીમાં લખવી જોઈએ.

સમયાંતરે ગ્રાહકોની નાણાકીય જરૂરિયાતોની સમીક્ષા કરો

માઇક્રોફાઇનાન્સ ગ્રાહકોની નાણાકીય જરૂરિયાતોનું સમયસર અને યોગ્ય મૂલ્યાંકન તેમના દ્વારા સુવિધાઓના સફળ અને ફળદાયી ઉપયોગની સંભાવનાને વધારે છે. માઇક્રોફાઇનાન્સ કંપની કે જેના માટે માઇક્રોફાઇનાન્સ એક્ઝિક્યુટિવ કામ કરે છે તેની પોલિસી મુજબ આ સમયાંતરે હાથ ધરવામાં આવે છે.

અહીં એ નિર્દેશ કરવો યોગ્ય રહેશે કે "માઇક્રો ફાઇનાન્સ" નો અર્થ ફક્ત લોનનું વિતરણ જ નથી. આજે માઇક્રોફાઇનાન્સમાં નબળા વર્ગોના લાભ માટે અન્ય વિવિધ નાણાકીય પ્રવૃત્તિઓનો પણ સમાવેશ થાય છે, જેમ કે તેમનામાં બચતની આદતને પ્રોત્સાહન આપવું અને તેમને આફતો સામે રક્ષણ આપવા માટે તેમને જીવન અને સામાન્ય વીમા કવચ પ્રદાન કરવું. ગ્રાહકને ઉપલબ્ધ કરવામાં આવેલી વિવિધ માઇક્રોફાઇનાન્સ સુવિધાઓના સંદર્ભમાં નાણાકીય સમીક્ષાની પ્રક્રિયાની અહીં ચર્ચા કરવામાં આવશે.

A. લોનના ગ્રાહકો

માઇક્રોફાઇનાન્સ સંસ્થાઓ ક્યાં તો વ્યક્તિઓને અથવા સ્વ-સહાય જૂથો (એસએચજી) અને સંયુક્ત જવાબદારી જૂથો (જેએલજી) જેવા વ્યક્તિઓના જૂથોને લોન આપે છે. ધિરાણ કરાયેલ જૂથના વ્યક્તિઓ/સભ્યો આર્થિક રીતે નબળા વર્ગના છે. તેમની પાસે નાણાકીય સાધનો મર્યાદિત છે અને તેમને આપવામાં આવતી લોન પણ નાની રકમની છે.

ઉધાર લેનારના પોતાના નાણાકીય સંસાધનોનો મહત્તમ ઉપયોગ, અને તેને આપવામાં આવેલી લોન, કોઈપણ કિંમતે સુનિશ્ચિત કરવી જોઈએ. જો આ સંસાધનોનો ઉત્પાદક રીતે ઉપયોગ કરવામાં ન આવે તો, જે પ્રવૃત્તિ માટે લોન આપવામાં આવે છે તે નફો પેદા કરવામાં નિષ્ફળ જશે અને ઉધાર લેનાર ગરીબીની જાળમાં ફરી જતો રહેશે. આને રોકવાનો શ્રેષ્ઠ માર્ગ એ છે કે સમયાંતરે ઉધાર લેનારની નાણાકીય જરૂરિયાતોની સમીક્ષા કરવી અને જ્યારે જરૂર પડે ત્યારે સંસાધનોની વ્યવસ્થા કરવામાં તેને મદદ કરવી. માઇક્રોફાઇનાન્સ એક્ઝિક્યુટિવ એ માઇક્રોફાઇનાન્સ લેનારની નાણાકીય જરૂરિયાતોનું મૂલ્યાંકન કરવા માટે યોગ્ય વ્યક્તિ છે, કારણ કે તે તેમની સાથે સંપર્કમાં રહે છે, લોનના પૂર્વ-મંજૂર તબક્કાથી તેના અંતિમ નાકળીકરણ સુધી સાથે રહે છે.

મંજૂરી પહેલાના તબક્કે, માઇક્રોફાઇનાન્સ એક્ઝિક્યુટિવ સૂચિત વ્યવસાય પ્રવૃત્તિ શરૂ કરવા માટે જરૂરી કુલ રકમનું પ્રમાણ શોધવામાં મદદ કરે છે, ઉધાર લેનારની પોતાના ભંડોળની એ રકમ જે તે ઉપયોગમાં લઈ શકે છે અને બાકીની રકમ જે માઇક્રોફાઇનાન્સ એજન્સી દ્વારા લોન તરીકે પ્રદાન કરવાની હોય છે. આગળ, તે આ માટે જરૂરી રકમનું મૂલ્યાંકન કરે છે:

- સ્થાયી અસ્કયામતોનું સંપાદન જેનો ઉપયોગ લાંબા ગાળા માટે થવાનો હોય છે, જેમ કે મશીનરી, દુકાન, ફર્નિચર, ઉત્પાદન પ્રવૃત્તિઓ માટે શેડ/બિલ્ડીંગ અને સંગ્રહ વગેરે. આ વસ્તુઓ માટે જરૂરી લોન સામાન્ય રીતે "ટર્મ લોન" ના સ્વરૂપમાં આપવામાં આવે છે, જે ખરીદવાની થતી અસ્કયામતોની પ્રકૃતિના આધારે એકસાથે અથવા થોડા તબક્કામાં વિતરિત કરવામાં આવે છે. આ લોન વર્ષોના સમયગાળામાં હપ્તાઓમાં ચૂકવવાપાત્ર છે, જેમ કે મંજૂરી સમયે નક્કી કરવામાં આવ્યું હતું.
- કાર્યકારી મૂડીની રોજિંદી જરૂરિયાત પૂરી કરવી (કાચા માલની ખરીદી માટે જરૂરી નાણાં અને અન્ય વ્યવસાય ખર્ચ જેમ કે મજૂર ખર્ચ, વીજળી ચાર્જ વગેરે. આ લોનને 'કેશ ક્રેડિટ' કહેવામાં આવે છે અને તે પ્રમાણમાં ટૂંકા ગાળાની હોય છે. કેટલીકવાર ફાઇનાન્સિંગ કંપની રોકડ ક્રેડિટ મર્યાદાને મંજૂરી આપે છે અને ગ્રાહકનું રોકડ ક્રેડિટ ખાતું ખોલે છે. ગ્રાહક મંજૂર મર્યાદા સુધીની કોઈપણ રકમ ઉપાડી લે છે અને કોઈપણ સમયે તેની પાસે રહેલ કોઈપણ ફાજલ નાણા પણ ખાતામાં જમા કરે છે. તેણે પોતાનું ખાતું એવી રીતે સંચાલિત કરવું પડશે કે ડેબિટ બેલેન્સ મંજૂર મર્યાદાથી વધુ ન હોય.

c. કેટલીકવાર માઇક્રોફાઇનાન્સ લેનારાઓને તેમના પોતાના અને તેમના પરિવારના સભ્યોના વ્યક્તિગત ખર્ચાઓને પહોંચી વળવા માટે વધારાના ભંડોળની જરૂર પડે છે. આ જરૂરિયાત વ્યક્તિગત લોનની મંજૂરી દ્વારા પૂરી થાય છે.

માઇક્રોફાઇનાન્સ લેનારાઓની ભંડોળની જરૂરિયાત ઓછી હોવાથી, ઉપરોક્ત તમામ જરૂરિયાતોને પહોંચી વળવા માટે સામાન્ય રીતે 'કમ્પોઝિટ લોન' મંજૂર કરવામાં આવે છે. આ લોન હપ્તામાં ચૂકવવાપાત્ર છે, જે સાપ્તાહિક, માસિક વગેરે હોઈ શકે છે. આ લોનનો સમયગાળો સામાન્ય રીતે એક થી ત્રણ વર્ષનો હોય છે.

મંજૂરી પછીના તબક્કે, માઇક્રોફાઇનાન્સ એક્ઝિક્યુટિવ વ્યવસાયિક સાહસોના ઉત્પાદન અને વેચાણના સ્તરોનું અવલોકન કરે છે. તે ઉધાર લેનાર પાસેથી પ્રતિસાદ પણ મેળવે છે અને ભંડોળની વધારાની જરૂરિયાતો શોધી કાઢે છે. જો આવી જરૂરિયાત નોંધવામાં આવે, તો તે ઉધાર લેનારને યોગ્ય સત્તાધિકારી દ્વારા મંજૂરી માટે વધારાની લોન સુવિધા માટે અરજી કરવાની સલાહ આપે છે.

B. વીમા ગ્રાહકો

જીવન વીમો વ્યક્તિના જીવનને ગુમાવવાના જોખમને આવરી લે છે અને સામાન્ય વીમો આગ, ચોરી, ધરતીકંપ અથવા અન્ય કોઈ દુર્ઘટના/આફતને કારણે અસ્કયામતો (જેમ કે મકાન, મશીનરી, ફર્નિચર, કાચો માલ, માલ વગેરે) ગુમાવવાનું જોખમ આવરી લે છે. માઇક્રોફાઇનાન્સ લેનાર માટે બંને પ્રકારના વીમા અનિવાર્ય છે. વીમાની ગેરહાજરીમાં, ઉધાર લેનારને મોટા જોખમનો સામનો કરવો પડે છે - કોઈપણ દુર્ઘટના અથવા આફત નાણાકીય વિનાશનું કારણ બની શકે છે, જેમાંથી તે ક્યારેય ઉભરી શકશે નહીં.

વીમો એ પણ ખૂબ જ મહત્વપૂર્ણ નાણાકીય જરૂરિયાત હોવાથી, માઇક્રોફાઇનાન્સ એજન્ટે ઉધાર લેનાર દ્વારા સામનો કરવામાં આવતા વિવિધ જોખમોને આવરી લેવા માટે જરૂરી રકમનું મૂલ્યાંકન કરવું જોઈએ. ત્યારપછી તેણે ફાઇનાન્સિંગ કંપની દ્વારા સૂચિબદ્ધ કરાયેલી વીમા એજન્સીઓમાંથી એક મારફતે જરૂરી વીમાની વ્યવસ્થા કરવી જોઈએ.

પ્રાયોગિક સ્વાધ્યાય

પ્રવૃત્તિ 1: "ગ્રાહકોને માઇક્રોફાઇનાન્સ એક્ઝિક્યુટિવની મુલાકાતનું સમયપત્રક અને અમલીકરણ" પર પ્રસ્તુતિ તૈયાર કરો.

આવશ્યક સામગ્રી: લેખન સામગ્રી, ચાર્ટ પેપર સ્કેચ પેન, ડેસ્કટોપ કોમ્પ્યુટર/લેપટોપ, ઈન્ટરનેટનું એક્સેસ, પુસ્તકો, સંશોધન પત્રો વગેરે જેવી વાંચન સામગ્રી (જો ઉપલબ્ધ હોય તો)

પ્રક્રિયા:

1. વર્ગમાં કુલ વિદ્યાર્થીઓની સંખ્યાના આધારે શિક્ષક વિદ્યાર્થીઓને દરેક પાંચથી આઠ વિદ્યાર્થીઓના જૂથમાં વિભાજિત કરશે.
2. દરેક જૂથના સભ્યો પ્રસ્તુતિ આપવા, પ્રશ્નોના જવાબ આપવા વગેરેમાં જૂથનું પ્રતિનિધિત્વ કરવા માટે બે વ્યક્તિઓને પસંદ કરી શકે છે.

3. જૂથના તમામ સભ્યો ઇન્ટરનેટ, પુસ્તકો અને અન્ય સંબંધિત પ્રકાશનો પર ઉપલબ્ધ માહિતીનો ઉપયોગ કરીને પ્રસ્તુતિ માટે સામગ્રી એકત્રિત કરશે અને નીચેના મુદ્દાઓ પર પ્રકાશ પાડશે:
 - a. ગ્રાહકોની ઓળખ
 - b. મુલાકાત શેડ્યુલ કરવી
 - c. મુલાકાત નિષ્પાદિત કરવી
 - d. મુલાકાતની વિગતો નોંધવી
 - e. અહેવાલની તૈયારી
4. બે અથવા ત્રણ સભ્યો એકસાથે બેસીને સામગ્રીને વ્યવસ્થિત રીતે અને યોગ્ય ક્રમમાં ગોઠવશે જેથી તેનો ઉપયોગ પ્રસ્તુતિ માટે કરી શકાય.
5. જૂથના સભ્યો દ્વારા પાવર પોઈન્ટ પર અથવા ચાર્ટ/સફેટ બોર્ડનો ઉપયોગ કરીને પ્રસ્તુતિ તૈયાર કરવામાં આવશે.
6. વર્ગમાં દરેક જૂથ દ્વારા વિષય પર પ્રસ્તુતિ કરવામાં આવશે. જૂથના સભ્યો તેમના સાથી વિદ્યાર્થીઓના પ્રશ્નોના જવાબ આપશે.
7. પ્રસ્તુતિ દરમિયાન શિક્ષક પણ હાજર રહેશે. તે/તેણી ચર્ચા થઈ રહેલ વિષય પર સુધારાઓ/વધારાના ઇનપુટ્સ સૂચવીને પ્રસ્તુતિમાં મૂલ્ય ઉમેરશે.

પ્રવૃત્તિ 2: નાના જૂથોમાં "માઈક્રોફાઇનાન્સ એક્ઝિક્યુટિવ દ્વારા ગ્રાહકની નાણાકીય જરૂરિયાતોની સમયાંતરે સમીક્ષા" વિષયની ચર્ચા કરો અને તેના પર પ્રસ્તુતિ તૈયાર કરો.

આવશ્યક સામગ્રી: લેખન સામગ્રી, ચાર્ટ પેપર, સ્કેચ પેન, ડેસ્કટોપ કોમ્પ્યુટર/લેપટોપ, ઇન્ટરનેટની ઍક્સેસ, પુસ્તકો, સંશોધન પત્રો વગેરે જેવી વાંચન સામગ્રી (જો ઉપલબ્ધ હોય તો)

પ્રક્રિયા:

1. વર્ગમાં કુલ વિદ્યાર્થીઓની સંખ્યાના આધારે શિક્ષક વિદ્યાર્થીઓને દરેક પાંચથી આઠ વિદ્યાર્થીઓના જૂથમાં વિભાજિત કરશે.
2. દરેક જૂથના સભ્યો પ્રસ્તુતિ કરવા, પ્રશ્નોના જવાબ આપવા વગેરેમાં જૂથનું પ્રતિનિધિત્વ કરવા માટે બે વ્યક્તિઓને પસંદ કરી શકે છે.
3. જૂથના તમામ સભ્યો ઇન્ટરનેટ, પુસ્તકો અને અન્ય સંબંધિત પ્રકાશનો પર ઉપલબ્ધ માહિતીનો ઉપયોગ કરીને પ્રસ્તુતિ માટે સામગ્રી એકત્રિત કરશે.
 - a) ગ્રાહકો સાથે સમયાંતરે નાણાકીય સમીક્ષાઓ શેડ્યુલ કરો.
 - b) ગ્રાહકો પાસેથી અપડેટ કરેલી નાણાકીય માહિતી એકત્રિત કરો.
 - c) નાણાકીય વિવરણ અને કામગીરીનું વિશ્લેષણ કરો.
 - d) ગ્રાહકની નાણાકીય જરૂરિયાતોમાં ફેરફારોને ઓળખો.

- e) યોગ્ય માઇક્રોફાઇનાન્સ ઉત્પાદનો અથવા ગોઠવણોની ભલામણ કરો.
- f) કોઈપણ વધારાની સેવાઓ અથવા સર્પોર્ટનો સંપર્ક કરો.
4. બે અથવા ત્રણ સભ્યો એકસાથે બેસીને સામગ્રીને વ્યવસ્થિત રીતે અને યોગ્ય ક્રમમાં ગોઠવશે જેથી તેનો ઉપયોગ પ્રસ્તુતિ માટે કરી શકાય.
5. જૂથના સભ્યો દ્વારા પાવર પોઈન્ટ પર અથવા ચાર્ટ/સફેટ બોર્ડનો ઉપયોગ કરીને પ્રસ્તુતિ તૈયાર કરવામાં આવશે.
6. વર્ગમાં દરેક જૂથ દ્વારા વિષય પર પ્રસ્તુતિ કરવામાં આવશે. જૂથના સભ્યો તેમના સાથી વિદ્યાર્થીઓના પ્રશ્નોના જવાબ આપશે.
7. પ્રસ્તુતિ દરમિયાન શિક્ષક પણ હાજર રહેશે. જે વિષય પર ચર્ચા કરવામાં આવી રહી છે તેના પર વધારાના ઇનપુટ્સ સુધારાઓ સૂચવીને તે/તેણી પ્રસ્તુતિમાં મૂલ્ય ઉમેરશે.

તમારી પ્રગતિ ચકાસો

A. ખાલી જગ્યાઓ ભરો

1. માઇક્રોફાઇનાન્સ ગ્રાહકો સામાન્ય રીતે સમાજના _____ વર્ગના હોય છે.
2. મોટાભાગના માઇક્રોફાઇનાન્સ ગ્રાહકો _____ થી ઉપર આવવા માટે સંઘર્ષ કરી રહ્યા છે.
3. માઇક્રોફાઇનાન્સ ગ્રાહકની નાણાકીય સુદ્રઢતાનું મૂલ્યાંકન ચાલુ ધોરણે, _____ કરવામાં આવે છે.
4. મુલાકાત સુનિશ્ચિત કરવાનો અર્થ છે ગ્રાહકની મુલાકાત માટે _____ નક્કી કરવું.
5. આગ, ચોરી, ધરતીકંપ અથવા અન્ય કોઈ દુર્ઘટના/આફતને કારણે અસ્કયામતો (જેમ કે મકાન, મશીનરી, ફર્નિચર, કાચો માલ, માલ વગેરે) ગુમાવવાના જોખમને _____ આવરી લે છે.

B. બહુવિકલ્પીય પ્રશ્નો

1. માઇક્રોફાઇનાન્સ ગ્રાહકો _____ જેવી પ્રવૃત્તિઓમાં સંલગ્ન છે.
 - a) કુટીર ઉદ્યોગો
 - b) નાના પાયે ઉત્પાદન
 - c) નાની દુકાનો ચલાવવી અને માલ/કોમોડિટીનો વેપાર કરવો
 - d) કૃષિ
2. ઉધાર લેનારની વ્યક્તિગત નાણાકીય જરૂરિયાતો _____ ની મંજૂરી દ્વારા પૂર્ણ થાય છે.
 - a) કાર્યકારી મૂડી લોન
 - b) ટર્મ લોન
 - c) વ્યક્તિગત લોન
 - d) ઉપરોક્તમાંથી કોઈપણ
3. માઇક્રોફાઇનાન્સ લેનારને તેની _____ જરૂરિયાત પૂરી કરવા માટે 'કમ્પોઝીટ લોન' મંજૂર કરવામાં આવે છે.
 - a) લાંબા ગાળાની નાણાકીય જરૂરિયાતો.
 - b) ટૂંકા ગાળાની નાણાકીય જરૂરિયાતો.

- c) ઉપરોક્ત બંને
d) આમાંથી કોઈ નહીં
4. 'માઈક્રોફાઈનાન્સ' શબ્દનો અર્થ _____ છે.
a) સમાજના નબળા વર્ગોને નાની લોન આપવી.
b) અન્ય ઉત્પાદનો જેમ કે ડિપોઝિટ અને વીમા યોજનાઓ ઉપલબ્ધ કરાવવી.
c) ઉપરોક્ત 'a' અને 'b' બંને.
d) આમાંથી કોઈ નહીં
5. ઉધાર લેનારની મુલાકાત દરમિયાન માઈક્રોફાઈનાન્સ એક્ઝિક્યુટિવની પ્રવૃત્તિઓમાં _____ નો સમાવેશ થાય છે.
a) ઉધાર લેનારની વ્યવસાયિક પ્રવૃત્તિઓ અને તેના સ્તરનું અવલોકન કરવું.
b) ઉધાર લેનારની વધારાની નાણાકીય જરૂરિયાતો શોધવી.
c) ઉપરોક્ત 'a' અને 'b' બંને.
d) આમાંથી કોઈ નહીં

C. નીચેના વાક્યો સાચા છે કે ખોટા તે જણાવો

- માઈક્રોફાઈનાન્સ ગ્રાહકની નાણાકીય સુદ્રઢતાની સમીક્ષા માઈક્રોફાઈનાન્સ એક્ઝિક્યુટિવ દ્વારા લોન માટે તેની અરજીનું મૂલ્યાંકન કરતી વખતે કરવામાં આવે છે.
- મંજૂર કરવાની માઈક્રોફાઈનાન્સ લોનની રકમ નાણાકીય આકારણી દ્વારા નક્કી કરવામાં આવે છે.
- કાર્યકારી મૂડી એ કાચા માલની ખરીદી અને અન્ય રોજિંદા વ્યવસાય ખર્ચ જેમ કે મજૂર ખર્ચ, વીજળી ચાર્જ વગેરે માટે જરૂરી નાણાં છે.
- માઈક્રોફાઈનાન્સ એક્ઝિક્યુટિવએ ઉધાર લેનારને તેના કામના સ્થળે જ મુલાકાત લેવી જોઈએ.
- લોન મંજૂર કર્યા પછી, માઈક્રોફાઈનાન્સ એક્ઝિક્યુટિવ મુખ્યત્વે લોનની મુદતવીતી રકમની વસૂલાત માટે ઉધાર લેનારનો સંપર્ક કરે છે.

D. કોલમ સાથે મેળ કરો

કોલમ A		કોલમ B	
1	કાર્યકારી મૂડીની સુવિધા	A	સ્થિર સંપત્તિનું ધિરાણ
2	મુલાકાત શેડ્યુલ કરવી	B	ઉધાર લેનારની વિગતો અપડેટ કરવી
3	ટર્મ લોન	C	ભવિષ્યની તારીખે કરવામાં આવનારી પ્રવૃત્તિઓની નોંધ લેવી
4	પૂર્વ મુલાકાત પ્રવૃત્તિ	D	રોજબરોજની વ્યાપારી પ્રવૃત્તિઓને ધિરાણ કરવું
5	દૈનિક સૂચિ	E	મુલાકાતનો દિવસ, સમય અને સ્થળ નક્કી કરવું.

E. ટૂંકા જવાબના પ્રશ્નો

1. ગ્રાહકની મુલાકાત લેતા પહેલા માઇક્રોફાઇનાન્સ એક્ઝિક્યુટિવએ કઈ તૈયારીઓ કરવી જોઈએ?
2. ઉધાર લેનારની મુલાકાત દરમિયાન, માઇક્રોફાઇનાન્સ એક્ઝિક્યુટિવને અમુક કાર્યો કરવા પડે છે. એ કયાં કાર્યો છે?
3. માઇક્રોફાઇનાન્સ એક્ઝિક્યુટિવ લોન પ્રોડક્ટના અરજદારની નાણાકીય જરૂરિયાતોનું મૂલ્યાંકન કેવી રીતે કરે છે?

F. લાંબા જવાબના પ્રશ્નો

1. ગ્રાહકની મુલાકાત શેડ્યુલ અને અમલ કરતી વખતે માઇક્રોફાઇનાન્સ એક્ઝિક્યુટિવ દ્વારા કઈ પ્રવૃત્તિઓ હાથ ધરવામાં આવે છે?
2. માઇક્રોફાઇનાન્સ એક્ઝિક્યુટિવ દ્વારા લોન અરજદારની નાણાકીય જરૂરિયાતોનું મૂલ્યાંકન કેવી રીતે કરવામાં આવે છે અને કયા તબક્કામાં થાય છે?

G. તમારું પ્રદર્શન ચકાસો

1. માઇક્રોફાઇનાન્સ એક્ઝિક્યુટિવની ગ્રાહક મુલાકાતના સમયપત્રક અને અમલીકરણને સમજાવતો ચાર્ટ તૈયાર કરો.
2. ગ્રાહકની નાણાકીય સુદૃઢતાની સમીક્ષામાં સામેલ પદ્ધતિઓ લખો.

સત્ર 2: વેચાણ પછીની સેવાઓ

સામાન્ય વ્યવસ્થાપન શબ્દમાં, કોઈપણ કંપની દ્વારા ઓફર કરવામાં આવતી સેવાઓ, જેમાં માઇક્રોફાઇનાન્સ કંપનીનો સમાવેશ થાય છે, તેને "ઉત્પાદનો" કહેવામાં આવે છે અને ગ્રાહકોને આ સેવાઓની ડિલિવરી તેમના "વેચાણ" તરીકે ઓળખવામાં આવે છે. ઉત્પાદનના વેચાણ પછી ગ્રાહકને પૂરી પાડવામાં આવતી વધારાની સુવિધાઓ અને સેવાઓને "વેચાણ પછીની સેવાઓ" કહેવામાં આવે છે.

ગ્રાહકોને વેચાણ પછીની સેવાઓ પૂરી પાડવામાં સામેલ પ્રક્રિયાને "વેચાણ પછીની પ્રક્રિયા" કહેવામાં આવે છે (આકૃતિ. 2.4). ઉપરોક્ત ખ્યાલો અને તેના અમલીકરણની હવે વિગતવાર ચર્ચા કરવામાં આવશે.



આકૃતિ. 2.4: વેચાણ પછીનો સર્વિસ કોલ

માઇક્રોફાઇનાન્સ એક્ઝિક્યુટિવ દ્વારા વેચાણ પછીની સેવા

માઇક્રોફાઇનાન્સ એક્ઝિક્યુટિવએ નીચેની વેચાણ પછીની સેવાઓને કાર્યક્ષમ અને અસરકારક રીતે નિર્વહન કરવાની હોય છે:

1. મંજૂર સુવિધાઓની સમયસર ડિલિવરી સુનિશ્ચિત કરવી: માઇક્રોફાઇનાન્સ એક્ઝિક્યુટિવ દ્વારા તે સુનિશ્ચિત કરવાનું હોય છે કે ગ્રાહકને મંજૂર કરાયેલ લોન સમયસર સારી રીતે વિતરિત કરવામાં આવે છે, કારણ કે કોઈપણ વિલંબ તેના વ્યવસાયિક પ્રવૃત્તિઓમાં વિક્ષેપમાં પરિણમી શકે છે. વધુમાં, કેટલાક ઇનપુટ્સની કિંમત મોસમી પરિબલ અથવા અન્ય કેટલાક કારણોસર વધી શકે છે. ઉદાહરણ તરીકે, એક નાની આતાની ચક્કી ચલાવવાનો ઇરાદો કરતો ઉધાર લેનાર તેમની લણણી સમયે અનાજ ખરીદવાનું પસંદ કરશે જ્યારે તેમના ભાવ સામાન્ય રીતે સૌથી નીચા સ્તરે હોય. લોન વિતરણમાં વિલંબથી તે સમયે તેની ખરીદ શક્તિ મર્યાદિત થઈ શકે છે અને તેને પછીથી ઊંચા ભાવે ખરીદી કરવા દબાણ કરી શકે છે. પરિણામે નફાકારકતામાં ઘટાડો તેને નિરાશ કરશે, ઉપરાંત તેના મનમાં ફાઇનાન્સિંગ કંપનીની નકારાત્મક છબી ઊભી કરશે.
2. વિસ્તારિત કરેલ લોન સુવિધાઓનો યોગ્ય ઉપયોગ કરવામાં ગ્રાહકને મદદ કરવી: માઇક્રોફાઇનાન્સ એક્ઝિક્યુટિવએ ખાતરી કરવાનો પ્રયાસ કરવો જોઈએ કે ગ્રાહકને ઉપલબ્ધ કરાયેલ ફાઇનાન્સનો ઉપયોગ તે હેતુ માટે કરવામાં આવે છે જેના માટે તે લેવામાં આવી છે અને સૂચિત વ્યવસાય પ્રવૃત્તિ સાથે અસંબંધિત કેટલીક આઇટમ પર ખર્ચ કરવા માટે નાણાં અન્યત્ર કોઈ બીજી જગ્યાએ નથી લગાવામાં આવતા. કેટલાક બિનઉત્પાદક અથવા વ્યક્તિગત વપરાશના સંપાદન માટે ભંડોળના ડાયવર્ઝનથી ટૂંકા ગાળામાં નીચો વેપાર સૃજનમાં પરિણમી શકે છે અને ભવિષ્યમાં અમુક સમયે એન્ટરપ્રાઇઝ બંધ થઈ શકે છે. જે વ્યવસાયિક પ્રવૃત્તિઓ માટે લોન આપવામાં આવી છે તેના નિયમિત દેખરેખ દ્વારા આને અટકાવી શકાય છે.
3. ધિરાણ કરાયેલ વ્યાપાર પ્રવૃત્તિ અંગે ગ્રાહક પાસેથી પ્રતિસાદ મેળવવો: તેમની મુલાકાત દરમિયાન, માઇક્રોફાઇનાન્સ એક્ઝિક્યુટિવએ ગ્રાહક સાથે તેની વ્યવસાયિક પ્રવૃત્તિઓની સ્થિતિ અંગે ચર્ચા કરવી જોઈએ. જો કોઈ પ્રતિફૂલ લક્ષણો જોવા મળે, તો તેણે ગ્રાહકને યોગ્ય રીતે સલાહ આપવી જોઈએ. જો તે જરૂરી માર્ગદર્શન આપવામાં અસમર્થ હોય, તો તેણે તેના ઉપરી અધિકારીઓને આ બાબતની જાણ કરવી જોઈએ અને તેમનો ટેકો અને હસ્તક્ષેપ લેવો જોઈએ.
4. વધારાની નાણાકીય આવશ્યકતાઓનું મૂલ્યાંકન કરવું અને તે માટે ગોઠવણ કરવી: જો ગ્રાહક સાથેની ચર્ચાઓ દર્શાવે કે તેની પાસે વ્યવસાયના સ્તરમાં વધારો, ઇનપુટ્સના ખર્ચમાં વધારો અથવા અન્ય કોઈ કારણોસર ભંડોળની અછત છે, તો માઇક્રોફાઇનાન્સ એક્ઝિક્યુટિવએ આ લોન મંજૂર કરતી સત્તાધિકારીના ધ્યાનમાં લાવવું જોઈએ. જો એવું લાગે કે કારણો સાચા અને વાજબી છે, તો મંજૂરી આપનાર સત્તાધિકારી લોનની માત્રા વધારવાનું વિચારી શકે છે.
5. ગ્રાહકને તેમની પાસે ઉપલબ્ધ અન્ય સુવિધાઓ વિશે માહિતી આપવી: માઇક્રોફાઇનાન્સ એક્ઝિક્યુટિવએ ગ્રાહકને તેમના માટે ઉપલબ્ધ વિવિધ જમા યોજનાઓ વિશે પણ માહિતી આપવી જોઈએ. તેણે વ્યક્તિની આર્થિક સ્થિતિને મજબૂત કરવામાં બચતની ભૂમિકા પર પ્રકાશ પાડવો જોઈએ. ગ્રાહકને ધીમે ધીમે તેનો સેવિંગ પોર્ટફોલિયો બનાવવાની સલાહ આપવી જોઈએ જે તેને વ્યક્તિગત સ્વભાવની અને તેના વ્યવસાયને લગતી, જે ભવિષ્યમાં ઊભી થઈ શકે તેવી નાણાકીય આકસ્મિકતાઓને પહોંચી વળવામાં મદદ કરી શકે.

6. ઉત્પાદન અને સંબંધિત સેવાઓમાં મૂલ્ય વર્ધન કરવું

ઉત્પાદન અથવા સેવામાં મૂલ્યવૃદ્ધિનો અર્થ એ છે કે તેના માટે ચાર્જ લીધા વિના અથવા વાજબી કિંમતે કેટલીક વધારાની સુવિધા અથવા સુવિધા પ્રદાન કરવી. ઉદાહરણ તરીકે, જો ટેલિવિઝન સેટ સાથે વધારાના સ્પીકર્સ પ્રદાન કરવામાં આવે છે, અને ચોક્કસ સમયગાળા માટે મફત મેન્ટેનન્સ પણ આપવામાં આવે છે, તો આને મૂલ્ય વર્ધન કહેવામાં આવશે.

વ્યાપારી જરૂરિયાતો માટે માઈક્રોફાઇનાન્સ લોનને કેટલીકવાર પર્સનલ લોન સાથે પુરક કરવામાં આવે છે જેથી ઉધાર લેનારની વપરાશની જરૂરિયાતો પૂરી થાય. ઉધાર લેનારના જીવન વીમા સાથે ધિરાણ કરાવેલી સંપત્તિઓ માટે વીમા કવચ પણ પ્રદાન કરી શકાય છે. આ મૂલ્યવર્ધનના ઉદાહરણો પણ છે.

7. ગ્રાહકના પ્રશ્નો/ફરિયાદો પર ધ્યાન આપવું અને તેમને ઉપરી અધિકારીઓના ધ્યાનમાં લાવવું

માઈક્રોફાઇનાન્સ એક્ઝિક્યુટિવએ ગ્રાહકોના તમામ પ્રશ્નોનો તાત્કાલિક જવાબ આપવો જોઈએ. તેણે પોતાની કંપનીની નીતિઓ, યોજનાઓ અને ઉત્પાદનોથી પોતાને સારી રીતે વાકેફ રાખવો જોઈએ જેથી કરીને ત્યાંને ત્યાં જ પ્રશ્નોના જવાબ આપી શકાય. જો કે, જો તે કોઈ પ્રસંગમાં આમ કરવામાં અસમર્થ હોય, તો તેણે મોબાઈલ ફોન પર/રૂબરૂમાં તેના ઉપરી અધિકારીઓનો સંપર્ક કરવો જોઈએ અને શક્ય તેટલી વહેલી તકે ગ્રાહકને જવાબ આપવો જોઈએ.

ગ્રાહકોની ફરિયાદોનો પણ તાત્કાલિક નિકાલ થવો જોઈએ, જ્યાં જરૂર જણાય ત્યાં ઉપરી અધિકારીઓની સલાહ લેવી જોઈએ. માઈક્રોફાઇનાન્સ એક્ઝિક્યુટિવ દ્વારા તે સમજવું જોઈએ કે ગ્રાહકની ફરિયાદોનો જવાબ આપવામાં નિષ્ફળતા માત્ર તેની પોતાની છબી જ નહીં, પરંતુ તે જે કંપની માટે કામ કરી રહ્યો છે તેની છબીને પણ ખરાબ કરશે.

જીવન વીમો અને સામાન્ય વીમો મેળવવાના ફાયદા પણ ગ્રાહકોના ધ્યાન પર લાવવા જોઈએ.

માઈક્રોફાઇનાન્સ એક્ઝિક્યુટિવએ તમામ મુલાકાતો દરમિયાન ગ્રાહકોને સમજાવતી વખતે સંદર્ભ માટે પોતાની કંપનીની ડિપોઝિટ અને વીમા યોજનાઓની તમામ વિગતોથી સ્વયંને સુસજ્જિત રાખવા જોઈએ. સંબંધિત પ્રચાર સામગ્રી, જેમ કે પત્રિકાઓ અને પેમ્ફલેટ, પણ માઈક્રોફાઇનાન્સ એક્ઝિક્યુટિવ પાસે ઉપલબ્ધ હોવી જોઈએ.

વેચાણ પછીની સેવાનું મહત્વ

ગ્રાહકને વેચાણ પછીની સેવાઓ પ્રદાન કરવી તે તેને ઉત્પાદન વેચવા જેટલું જ મહત્વપૂર્ણ છે. વેચાણ પછીની સેવાઓની કાર્યક્ષમ અને ઝીણવટભરી ડિલિવરીથી માઈક્રોફાઇનાન્સ કંપનીને સારી સંખ્યામાં લાભો પ્રાપ્ત થાય છે. તેમાંના કેટલાક છે (આકૃતિ. 2.5):



આકૃતિ. 2.5: વેચાણ પછીની સેવાઓનું મહત્વ

- i. ગ્રાહક વફાદારીનું સંવર્ધન અને પ્રોત્સાહન: જો ગ્રાહક સમાન અથવા અન્ય પ્રકારની સુવિધાઓ મેળવવા માટે ફરીથી કંપનીનો સંપર્ક કરે તો તેને સેવા પૂરી પાડતી કંપની પ્રત્યે "વફાદાર" કહેવામાં આવે છે. ઉદાહરણ તરીકે, વફાદાર લોન ગ્રાહક વધુ લોન સુવિધાઓ મેળવવા, ડિપોઝિટ ખાતા ખોલવા, વીમા ઉત્પાદનો ખરીદવા વગેરે માટે ફાઇનાન્સિંગ કંપનીનો સંપર્ક કરી શકે છે. તે જ સમયે, તે આવી સુવિધાઓની જરૂરિયાતવાળા અન્ય લોકોને કંપનીની ભલામણ કરે છે.
- ii. કંપનીની પ્રતિષ્ઠા વધારવી: જ્યારે ગ્રાહક ઉચ્ચ ગુણવત્તાની વેચાણ પછીની સેવાઓ મેળવે છે, ત્યારે તે સંતુષ્ટ અને ખુશ થાય છે. આવી સેવાઓ પણ 'ગ્રાહક આનંદ' માં પરિણમી શકે છે. આ સેવાઓ માત્ર વર્તમાન ગ્રાહકો પર જ નહીં, પણ સંભવિત ગ્રાહકો પર પણ અત્યંત અનુકૂળ છાપ ઊભી કરે છે. આ સ્વાભાવિક રીતે વ્યાપકપણે મોહિક પ્રચાર તરફ દોરી જાય છે, જે બદલામાં કંપનીની વ્યવસાયિક પ્રતિષ્ઠામાં નોંધપાત્ર વધારો કરે છે.
- iii. હાલના ઉત્પાદનમાં સુધારો: ગ્રાહકોને વેચાણ પછીની સેવાઓ પૂરી પાડતી વખતે, કંપનીના પ્રતિનિધિઓ વેચાયેલા ઉત્પાદનના નબળા મુદ્દાઓ વિશે તેમજ બજારમાં આવકાર્ય એવા સુધારાઓ વિશે પણ જાણતા હોય છે. આ માહિતી કંપનીને ઉત્પાદનની ખામીઓને દૂર કરવા અને તેમાં મૂલ્ય વર્ધિત સુવિધાઓ ઉમેરવા માટે સક્ષમ બનાવે છે.
- iv. નવા ઉત્પાદનનો વિકાસ: વેચાણ પછીની મુલાકાતો દરમિયાન, કંપનીના પ્રતિનિધિઓ ગ્રાહકોની નાણાકીય જરૂરિયાતો અને હાલના ઉત્પાદનો કેટલી હદે તેને પૂરી કરી રહી છે તે અંગે મૂલ્યવાન

પ્રતિસાદ મેળવી શકે છે તેઓ ગ્રાહકોની ઉભરતી જરૂરિયાતો અને કંપની પાસેથી તેમની અપેક્ષાઓ વિશે પણ જાણે છે. પ્રાપ્ત પ્રતિસાદના આધારે, કંપની નવા ઉત્પાદનનો પરિચય ડિઝાઇન કરી શકે છે જે પ્રસ્તુત કરવાથી વ્યવસાયમાં તેનો બજાર હિસ્સો વધવાની ખાતરી છે.

- v. ગ્રાહક સેવા પ્રક્રિયાને સુવ્યવસ્થિત બનાવવી: કંપની દ્વારા વેચાણ પછીની સેવાઓનું સતત અને સક્રિય આચરણ, અને તેની અસરકારકતાની સામયિક સમીક્ષા, કંપનીને ગ્રાહક સેવા પ્રક્રિયાને સુવ્યવસ્થિત કરવામાં અને તેને ગ્રાહકની આકાંક્ષાઓ સાથે સંરેખિત કરવામાં સક્ષમ બનાવી શકે છે.
- vi. વ્યાપાર વિકાસ: કાર્યક્ષમ વેચાણ પછીની વેચાણ સેવાઓના ઉપરોક્ત તમામ લાભોનો કુદરતી સહભાગ એ કંપનીના વ્યવસાયનો વિકાસ છે. ગતિશીલ અને પ્રગતિશીલ વેચાણ પછીની પ્રક્રિયાના સક્રિય અમલીકરણના પરિણામે નોંધપાત્ર વેપાર વૃદ્ધિ થશે.

પ્રાયોગિક સ્વાધ્યાય

પ્રવૃત્તિ 1: માઇક્રોફાઇનાન્સ એક્ઝિક્યુટિવના વિશેષ સંદર્ભ સાથે, વેચાણ પછીની સેવાઓના મહત્વ પર એક પ્રસ્તુતિ બનાવો.

આવશ્યક સામગ્રી: લેખન સામગ્રી, ચાર્ટ પેપર સ્કેચ પેન, ડેસ્કટોપ કોમ્પ્યુટર/લેપટોપ, ઈન્ટરનેટનો ઍક્સેસ, પુસ્તકો, સંશોધન પત્રો વગેરે જેવી વાંચન સામગ્રી (જો ઉપલબ્ધ હોય તો)

પ્રક્રિયા:

1. વર્ગમાં કુલ વિદ્યાર્થીઓની સંખ્યાના આધારે શિક્ષક વિદ્યાર્થીઓને દરેક પાંચથી આઠ વિદ્યાર્થીઓના જૂથમાં વિભાજિત કરશે.
2. દરેક જૂથના સભ્યો પ્રસ્તુતિ કરવા, પ્રશ્નોના જવાબ આપવા વગેરેમાં જૂથનું પ્રતિનિધિત્વ કરવા માટે બે વ્યક્તિઓને પસંદ કરી શકે છે.
3. તમામ જૂથના સભ્યો ઈન્ટરનેટ પર ઉપલબ્ધ માહિતી, પુસ્તકો અને અન્ય સંબંધિત પ્રકાશનોનો ઉપયોગ કરીને પ્રસ્તુતિ માટે "માઇક્રોફાઇનાન્સ એક્ઝિક્યુટિવના વિશેષ સંદર્ભ સાથે વેચાણ પછીની સેવાનું મહત્વ" વિષય પર સામગ્રી એકત્ર કરશે:
 - a) ગ્રાહકની વફાદારીનું સંવર્ધન અને પ્રોત્સાહન
 - b) કંપનીની પ્રતિષ્ઠા વધારવી
 - c) હાલના ઉત્પાદનોમાં સુધારો
 - d) નવા ઉત્પાદનોનો વિકાસ
 - e) ગ્રાહક સેવા પ્રક્રિયાને સુવ્યવસ્થિત કરવી
 - f) વ્યવસાય વિકાસ
4. બે અથવા ત્રણ સભ્યો એકસાથે બેસીને સામગ્રીને વ્યવસ્થિત રીતે અને યોગ્ય ક્રમમાં ગોઠવશે જેથી તેનો ઉપયોગ પ્રસ્તુતિ માટે કરી શકાય.

5. જૂથના સભ્યો દ્વારા પાવર પોઈન્ટ પર અથવા ચાર્ટ/સફેટ બોર્ડનો ઉપયોગ કરીને પ્રસ્તુતિ તૈયાર કરવામાં આવશે.
6. વર્ગમાં દરેક જૂથ દ્વારા વિષય પર પ્રસ્તુતિ કરવામાં આવશે. જૂથના સભ્યો તેમના સાથી વિદ્યાર્થીઓના પ્રશ્નોના જવાબ આપશે.
7. પ્રસ્તુતિ દરમિયાન શિક્ષક પણ હાજર રહેશે. તે/તેણી ચર્ચા કરવામાં આવી રહેલા વિષય પર સુધારાઓ/વધારાના ઇનપુટ્સ સૂચવીને પ્રસ્તુતિમાં મૂલ્ય ઉમેરશે.

પ્રવૃત્તિ 2: પ્રવૃત્તિ 1 માટે આપેલ વિષય પર વિદ્યાર્થીઓ દ્વારા રોલ પ્લે માટે આયોજન કરો.

આવશ્યક સામગ્રી: લેખન સામગ્રી, ચાર્ટ પેપર સ્કેચ પેન, ડેસ્કટોપ કોમ્પ્યુટર/લેપટોપ, ઇન્ટરનેટનું ઍક્સેસ, પુસ્તકો, સંશોધન પત્રો વગેરે જેવી વાંચન સામગ્રી (જો ઉપલબ્ધ હોય તો)

પ્રક્રિયા:

1. વર્ગમાં કુલ વિદ્યાર્થીઓની સંખ્યાના આધારે શિક્ષક વિદ્યાર્થીઓને દરેક પાંચથી આઠ વિદ્યાર્થીઓના જૂથમાં વિભાજિત કરશે.
2. દરેક જૂથના સભ્યો માઇક્રોફાઇનનાન્સ એક્ઝિક્યુટિવની ભૂમિકા ભજવવા માટે એક સભ્યને પસંદ કરશે, અને બીજો સભ્ય નિરીક્ષક તરીકે કામ કરશે. નિરીક્ષક રોલ પ્લેની કાર્યવાહીની પણ નોંધ લેશે. તે/તેણી મોબાઇલ ફોન અથવા અન્ય માધ્યમોનો ઉપયોગ કરીને કાર્યવાહીની ટૂંકી વિડિયો ક્લિપ્સ પણ બનાવી શકે છે.
3. બાકીના જૂથ સભ્યો માઇક્રોફાઇનનાન્સ ગ્રાહકો તરીકે કાર્ય કરશે - કેટલાક હાલના ગ્રાહકો તરીકે, અને અન્ય સંભવિત ગ્રાહકો તરીકે. રોલ પ્લે જૂથ પહેલાં, સભ્યો માઇક્રોફાઇનનાન્સ એક્ઝિક્યુટિવ સાથેની તેમની સંબંધિત ક્રિયાપ્રતિક્રિયા માટેના મુદ્દાઓ નોંધશે.
4. માઇક્રોફાઇનનાન્સ એક્ઝિક્યુટિવ હાલના/સંભવિત માઇક્રોફાઇનનાન્સ ગ્રાહકો સાથેની તેમની પ્રસ્તાવિત ચર્ચાના મુદ્દાઓ અને કેટલાક ડિપોઝિટ/લોન/વીમા ઉત્પાદનોની વિગતો લખીને પણ સ્વયંને તૈયાર કરશે જે તે તેમને ઓફર કરવા માગે છે.
5. રોલ પ્લે વખતે માઇક્રોફાઇનનાન્સ એક્ઝિક્યુટિવ અને માઇક્રોફાઇનનાન્સ ગ્રાહકો એકબીજા સાથે વાર્તાલાપ કરશે અને નિરીક્ષક કાર્યવાહી રેકોર્ડ કરશે.
6. શિક્ષક પણ સમગ્ર રોલ પ્લે દરમિયાન હાજર રહેશે અને દરેક જૂથ વિશે તેના અવલોકનો નોંધશે.
7. રોલ પ્લેના અભ્યાસ પછી, બધા વિદ્યાર્થીઓ એકસાથે બેસશે અને દરેક નિરીક્ષક તેમના જૂથના રોલ પ્લે પર રજૂઆત કરશે.
8. અંતે, શિક્ષક દરેક રોલ પ્લે પર તેના અવલોકનો આપશે, સાથે વધુ સુધારણા માટે સૂચનો પણ આપશે. વિદ્યાર્થીઓ દ્વારા માઇક્રોફાઇનનાન્સ એક્ઝિક્યુટિવની ભૂમિકાની સમજણમાં જોવા મળેલું અંતર શિક્ષક દ્વારા ભરવામાં આવશે.

તમારી પ્રગતિ ચકાસો

A. ખાલી જગ્યાઓ ભરો

1. માઇક્રોફાઇનાન્સ કંપની સહિત કોઈપણ કંપની દ્વારા ઓફર કરવામાં આવતી સેવાઓને _____ કહેવામાં આવે છે.
2. માઇક્રોફાઇનાન્સ એક્ઝિક્યુટિવ દ્વારા ખાતરી કરવાની રહેશે કે ગ્રાહકને મંજૂર કરવામાં આવેલી લોન સમયસર _____ છે.
3. લોનના નાણાંના _____ નો અર્થ છે કે તે સૂચિત વ્યવસાયિક પ્રવૃત્તિથી સંબંધિત ન હોય તેવી કેટલીક વસ્તુઓ પર ખર્ચ કરવો.
4. માઇક્રોફાઇનાન્સ એક્ઝિક્યુટિવ ગ્રાહકોની નાણાકીય જરૂરિયાતો અંગે પ્રતિસાદ મેળવી શકે છે. અને હાલના ઉત્પાદનો કેટલી હદ સુધી _____ સમાન છે.

B. બહુવિકલ્પીય પ્રશ્નો

1. માઇક્રોફાઇનાન્સ એક્ઝિક્યુટિવ દ્વારા આપવામાં આવતી વેચાણ પછીની સેવાઓમાં _____ સમાવેશ થતો નથી.
 - a) ઉધાર લેનારને ડિપોઝિટ યોજનાઓ સમજાવવી.
 - b) ઉધાર લેનારને વીમા ઉત્પાદનોનું વેચાણ કરવું.
 - c) ગ્રાહકના વ્યવસાય પરિસરની પૂર્વ-મંજૂરી મુલાકાત લેવી.
 - d) ઉધાર લેનારની વધારાની નાણાકીય જરૂરિયાતોનું મૂલ્યાંકન કરવું.
2. વેચાણ પછીની પ્રવૃત્તિઓને અસરકારક થવા માટે, માઇક્રોફાઇનાન્સ એક્ઝિક્યુટિવને _____ નું સારું જ્ઞાન હોવું જોઈએ.
 - a) તેની કંપનીની ગ્રાહક સંબંધિત નીતિઓ.
 - b) તેની કંપનીના ઉત્પાદનો અને સેવાઓ.
 - c) ઉપર 'a' અને 'b' બંને.
 - d) આમાંથી કોઈ નહીં
3. ગ્રાહકને વિતરિત કરવામાં આવતી પ્રોડક્ટ/સેવાની વિવિધ વિશેષતાઓ વિશે _____ કરવા પર વિગતવાર જણાવવી જોઈએ.
 - a) ઉત્પાદન વેચતી વખતે.
 - b) ઉત્પાદનની ડિલિવરી કરતી વખતે.
 - c) ઉત્પાદનના વેચાણ પછી.
 - d) ઉપરોક્ત તમામ તબક્કા દરમિયાન.
4. માઇક્રોફાઇનાન્સ એક્ઝિક્યુટિવની વેચાણ પછીની પ્રવૃત્તિઓમાં _____ નો સમાવેશ થાય છે.
 - a) ઉધાર લેનારની વ્યવસાયિક પ્રવૃત્તિઓનું અવલોકન કરવું અને તેમાં જરૂરી સુધારાઓ માટે સૂચનો કરવા, જો કોઈ હોય તો.
 - b) ગ્રાહકને તેના માર્કેટિંગ પ્રયાસોને વધુ અસરકારક બનાવવા વિશે સલાહ આપવી.
 - c) ઉપર 'a' અને 'b' બંને.
 - d) આમાંથી કોઈ નહીં

5. જો ગ્રાહક સાથેની ચર્ચાઓ દર્શાવે છે કે વ્યવસાયના સ્તરમાં વધારો થવાને કારણે તેની પાસે ભંડોળની અછત છે, તો માઇક્રોફાઇનાન્સ એક્ઝિક્યુટિવએ તેને _____ સલાહ આપવી જોઈએ.
- જ્યાં સુધી નવી લોન મંજૂર ન થાય ત્યાં સુધી તેની વ્યાપારી પ્રવૃત્તિઓમાં ઘટાડો કરવો.
 - લોન મર્યાદામાં ઘટાડો કરવા માટે અરજી કરવી.
 - ઉધાર લેનારને ઉપરોક્ત 'a' અથવા 'b' મુજબ સલાહ આપવામાં આવી શકે છે.
 - આમાંથી કોઈ નહીં.

C. નીચેના વાક્યો સાચા છે કે ખોટા તે જણાવો

- ઉત્પાદનના વેચાણ પહેલાં અને પછી ગ્રાહકને પૂરી પાડવામાં આવતી વધારાની સુવિધાઓ અને સેવાઓને "પોસ્ટ-સેલ સર્વિસીસ" કહેવામાં આવે છે.
- વેચાણ પછીની પ્રવૃત્તિઓ કંપનીના વ્યાપાર વૃદ્ધિમાં વધુ ફાળો આપતી નથી.
- ટીવી, રેફ્રિજરેટર્સ, વોશિંગ મશીન વગેરે જેવી ઉપભોક્તા ચીજવસ્તુઓનું ઉત્પાદન કરતી કંપનીઓ માટે વેચાણ પછીની પ્રવૃત્તિઓ વધુ મહત્વની છે. તેઓ સેવા પૂરી પાડતી કંપનીઓ માટે વધુ સુસંગત નથી.
- ઉત્પાદનમાં મૂલ્યવર્ધન કરવાનો અર્થ છે તેની વેચાણ કિંમત વધારવી.
- ઉધાર લેનારને ખૂબ મહત્વાકાંક્ષી ન બનવાની સલાહ આપવી તે માઇક્રોફાઇનાન્સ એક્ઝિક્યુટિવની એક મહત્વપૂર્ણ વેચાણ પછીની ફરજ છે કારણ કે તે વ્યવસાયિક પ્રવૃત્તિઓનું સ્તર ખૂબ વધારવું જોખમી છે - તે કાર્યકારી મૂડીની અછતમાં પરિણમી શકે છે અને/અથવા સ્થાપિત મશીનરી પર બિનજરૂરી તાણ લાવી શકે છે.

D. કોલમ સાથે મેળ કરો

કોલમ A		કોલમ B	
1	લોનની રકમનું વિચલન અટકાવવું	A	વ્યવસાયમાં નોંધપાત્ર વૃદ્ધિ
2	ગ્રાહકોને સેવાઓની ડિલિવરી	B	કંપનીની છબી ખરડવી
3	ગતિશીલ અને પ્રગતિશીલ વેચાણ પછીની સેવાઓનો એક વિભાગ-	C	વ્યવસાયિક પ્રવૃત્તિઓમાં વિક્ષેપ
4	ગ્રાહકની ફરિયાદો પર ધ્યાન દેવામાં નિષ્ફળતા	D	ઉધાર લેનાર અને તેના ખાતાની વ્યવસાયિક પ્રવૃત્તિઓનું નિયમિત નિરીક્ષણ
5	કાર્યકારી મૂડીનું વિચલન	E	'ઉત્પાદનો'નું વેચાણ

E. ટૂંકા જવાબના પ્રશ્નો

- કંપનીના "વફાદાર" ગ્રાહક કોણ છે?

2. ઉત્કૃષ્ટ વેચાણ પછીની સેવાઓ કંપનીની પ્રતિષ્ઠા કેવી રીતે વધારે છે?

B. લાંબા જવાબના પ્રશ્નો

1. વેચાણ પછીની સેવા શા માટે મહત્વપૂર્ણ છે?

2. માઇક્રોફાઇનાન્સ એક્ઝિક્યુટિવ દ્વારા પ્રદાન કરવામાં આવતી વેચાણ પછીની સેવાઓ વિગતવાર જણાવો.

C. તમારું પ્રદર્શન ચકાસો

1. વેચાણ પછીની સેવાઓના વિવિધ પાસાઓ પર લેખન તૈયાર કરો.

સત્ર ૩: ગ્રાહક સેવાઓ

આ સત્રમાં આપણે માઇક્રોફાઇનાન્સ કંપનીઓ (આકૃતિ . 2.6) સહિત વ્યાપારી સંસ્થાઓ દ્વારા પૂરી પાડવામાં આવતી ગ્રાહક સેવાના વિવિધ પાસાઓની ચર્ચા કરીશું.



આકૃતિ. 2.6: ગ્રાહક સેવા અને માઇક્રોફાઇનાન્સમાં તેની ભૂમિકા

ગ્રાહક સેવાઓ પ્રદાન કરવાની પ્રક્રિયામાં, માઇક્રોફાઇનાન્સ એક્ઝિક્યુટિવને:

ગ્રાહક ખાતાઓનું સંચાલન કરવું પડશે

ગ્રાહક ખાતાઓનું સંચાલન એ માઇક્રોફાઇનાન્સ અથવા અન્ય કોઈપણ પ્રવૃત્તિ સાથે સંકળાયેલી કંપનીનું એક મહત્વપૂર્ણ કાર્ય છે. એકાઉન્ટ વ્યવસ્થાપનમાં સામેલ કંપનીના પ્રતિનિધિઓને 'એકાઉન્ટ મેનેજર' અથવા 'રિલેશનશિપ મેનેજર' કહેવામાં આવે છે. દરેક એકાઉન્ટ મેનેજરને વેચાણ પછીની સેવાઓ પ્રદાન કરવાના હેતુથી કેટલાક ગ્રાહકોના ખાતાઓ સોંપવામાં આવે છે.

એકાઉન્ટ મેનેજરથી સંબંધિત કામ કંપની દ્વારા ગ્રાહકને સુવિધા પૂરી પાડવામાં આવ્યા પછી શરૂ થાય છે. ઉદાહરણ તરીકે, માઇક્રોફાઇનાન્સ કંપનીના કિસ્સામાં, લોનનું વિતરણ કર્યા પછી લોન એકાઉન્ટ મેનેજરનું કામ શરૂ થાય છે.

એકાઉન્ટ મેનેજરનું મૂળભૂત કાર્ય ખાતા ધારક સાથે લાંબા ગાળાના વ્યવસાયિક સંબંધો જાળવવાનું છે. તે સુનિશ્ચિત કરે છે કે ગ્રાહક તેને પૂરી પાડવામાં આવતી સેવાઓથી સંપૂર્ણ સંતુષ્ટ રહે છે અને કંપની સાથે વ્યવહાર કરવાનું ચાલુ રાખે છે, અને તેનો વ્યવસાય અન્યત્ર ખસેડતો નથી. આ કાર્યને "કસ્ટમર રીટેન્શન" કહેવામાં આવે છે, એટલે કે, ગ્રાહકને કંપની સાથે બનાવી રાખવો.

મોટી કંપનીઓમાં, વિવિધ એક્ઝિક્યુટિવ અથવા એક્ઝિક્યુટિવની ટીમોને સોર્સિંગ બિઝનેસ, ઉત્પાદનની ડિલિવરી, વેચાણ પછીની સેવાઓ પૂરી પાડવા, ગ્રાહક એકાઉન્ટ મેનેજમેન્ટ વગેરેના કાર્યો સોંપવામાં આવે છે.

માઇક્રોફાઇનાન્સ કંપનીમાં, એકાઉન્ટ મેનેજરનું કાર્ય માઇક્રોફાઇનાન્સ એક્ઝિક્યુટિવ દ્વારા તેના અન્ય કાર્યો જેમ કે નવો વ્યવસાય લાવવા અને સેવાઓની ડિલિવરીમાં મદદ કરવા ઉપરાંત ડિસ્ચાર્જ કરવામાં આવે છે. આ રીતે માઇક્રોફાઇનાન્સ એક્ઝિક્યુટિવ હાલના ગ્રાહકો સાથે સતત સંપર્કમાં રહે છે અને ખાતરી કરે છે કે તેઓ તેમની કંપની સાથે વ્યવહાર કરવાનું ચાલુ રાખે છે એટલું જ નહીં, પરંતુ કંપની દ્વારા ઓફર કરવામાં આવતી વધુ સુવિધાઓનો પણ લાભ લે છે.

ગ્રાહકોને માઇક્રોફાઇનાન્સ વિશે સલાહ આપવી

માઇક્રોફાઇનાન્સ એક્ઝિક્યુટિવ એ વર્તમાન અને સંભવિત ગ્રાહકોના ધ્યાનમાં લાવવું જોઈએ કે "માઇક્રોફાઇનાન્સ" શબ્દ માત્ર નાની લોન માટે જ નથી. આજે માઇક્રોફાઇનાન્સનો અર્થ એ થયો છે કે માઇક્રોફાઇનાન્સ એજન્સીઓ દ્વારા નબળા વર્ગોને ઉપલબ્ધ કરાવવામાં આવતી ડિપોઝિટ અને વીમા યોજનાઓ સહિતની સેવાઓની વિશાળ શ્રેણી છે.

માઇક્રોફાઇનાન્સ સંસ્થાઓ પણ ઉત્પાદનોનું "કોસ સેલિંગ" કરી રહી છે. મોટાભાગની માઇક્રોફાઇનાન્સ કંપનીઓ અમુક વીમા કંપનીઓ સાથે ટાઇ-એરેન્જમેન્ટ હોય છે. આવી વ્યવસ્થા હેઠળ, માઇક્રોફાઇનાન્સ કંપનીઓ તેમના પોતાના ગ્રાહકો અને સામાન્ય જનતા બંનેને વીમા કંપનીઓના ઉત્પાદનો વેચવા માટે તેમના શાખા નેટવર્ક અને કર્મચારીઓનો ઉપયોગ કરે છે.

માઇક્રોફાઇનાન્સ એક્ઝિક્યુટિવએ ગ્રાહકો/સંભવિત ગ્રાહકોને માત્ર વિવિધ લોન અને ડિપોઝિટ યોજનાઓ વિશે જ નહીં, પરંતુ તેની કંપની દ્વારા ઉપલબ્ધ કરાવવામાં આવતી વિવિધ વીમા યોજનાઓ વિશે પણ સલાહ આપવી જોઈએ.

ગ્રાહકોની તમામ ફરિયાદો અને પ્રશ્નોનો પ્રતિસાદ આપો જે પ્રકૃતિમાં પુનરાવર્તિત હોય

ગ્રાહક પ્રશ્નો અને ફરિયાદો સાથે તાત્કાલિક અને અસરકારક રીતે વ્યવહાર કરવાના મહત્વની ચર્ચા પહેલેથી જ કરવામાં આવી છે. આમાંની કેટલીક ફરિયાદો અને પ્રશ્નો પુનરાવર્તિત હોઈ શકે છે, એટલે કે, તે ફરીથી અને ફરીથી ઉભી થાય છે. આવી ફરિયાદો/પ્રશ્નો પર વિશેષ ધ્યાન આપવું પડશે અને તેની સાથે સારી રીતે વિચારેલી વ્યૂહરચના અનુસાર વ્યવહાર કરવો પડશે.

પુનરાવર્તિત ફરિયાદો

વારંવાર મળતી ફરિયાદ સૂચવે છે કે ગ્રાહકોને પૂરી પાડવામાં આવતી સેવાઓ અથવા તેમની ડિલિવરીમાં ગંભીર રીતે કૈક ખોટું છે. આવી ફરિયાદોનું બેદરકારીથી સમાધાન કરવાથી કંપની અને તેના કર્મચારીઓની છબી ખરાબ થવી સુનિશ્ચિત છે. પ્રતિફળ પ્રચારમાં પરિણમવા ઉપરાંત, આ ફરિયાદો પીડિત ગ્રાહકને કંપનીના ટોચના મેનેજમેન્ટ, રિઝર્વ બેંક ઓફ ઈન્ડિયા અને ભારત સરકાર જેવા ઉચ્ચ સ્તરે ફરિયાદને લઈ જવા માટે પ્રોત્સાહિત કરી શકે છે.

આનાથી ફરિયાદની ગંભીરતા વધે છે અને સ્થાનિક મેનેજમેન્ટ પર તેને તાત્કાલિક ઉકેલવા માટે ભારે દબાણ પડે છે. માઈક્રોફાઇનાન્સ એક્ઝિક્યુટિવ જેવા ગ્રાઉન્ડ લેવલ પરના કાર્યકર્તાઓ તેમની સામે શિસ્તભંગના પગલાં લેવાનું જોખમ ઉઠાવે છે.

માઈક્રોફાઇનાન્સ કંપનીઓ સહિત તમામ વ્યાવસાયિક સંસ્થાઓની ફરિયાદો સંભાળવા અને ગ્રાહકોની ફરિયાદોના નિરાકરણ માટે તેમની પોતાની નીતિઓ અને પ્રક્રિયાઓ હોય છે. ફરિયાદો અને તેના નિરાકરણનો યોગ્ય રેકોર્ડ પણ જાળવવામાં આવે છે, અને વિવિધ સમીક્ષા બેઠકો દરમિયાન તેની પર અવલોકન કરવામાં આવે છે.

માઈક્રોફાઇનાન્સ કંપનીમાં, જે કર્મચારી દૈનિક ધોરણે ગ્રાહકો સાથે વ્યવહાર કરે છે તે માઈક્રોફાઇનાન્સ એક્ઝિક્યુટિવ છે. જેમ ખબર છે કે ફરિયાદ પ્રકૃતિમાં પુનરાવર્તિત છે, તરત જ માઈક્રોફાઇનાન્સ એક્ઝિક્યુટિવએ પગલાં લેવા પડશે અને તેને વહેલી તકે ઉકેલવા માટે તમામ પ્રયત્નો કરવા પડશે. જો તે તેના સ્તરે આમ કરવામાં અસમર્થ હોય, તો તેણે તરત જ તેના ઉપરી અધિકારીઓના ધ્યાન પર લાવવું જોઈએ અને તેમની દરમિયાનગીરી લેવી જોઈએ. ઉદાહરણ તરીકે, જો ઉધાર લેનાર વારંવાર કાર્યકારી ભંડોળના અભાવની ફરિયાદ કરે છે, તો માઈક્રોફાઇનાન્સ એક્ઝિક્યુટિવએ વિગતવાર ચર્ચા કરવી જોઈએ અને, જો ફરિયાદ સાચી જણાતી હોય, તો વર્તમાન ધિરાણ સુવિધાઓમાં વૃદ્ધિ માટે મંજૂરી આપનાર સત્તાધિકારીને અરજી પ્રસ્તુત કરવામાં મદદ કરવી જોઈએ.

પુનરાવર્તિત પ્રશ્નો

ગ્રાહક તરફથી વારંવાર પ્રાપ્ત થતો પ્રશ્ન માઈક્રોફાઇનાન્સ એક્ઝિક્યુટિવના જ્ઞાનમાં અભાવ અને/અથવા અસરકારક સંચારની ગેરહાજરી તરફ ઈશારો કરે છે. આવી સ્થિતિમાં માઈક્રોફાઇનાન્સ એક્ઝિક્યુટિવએ તરત જ તેના ઉપરી અધિકારીઓનું માર્ગદર્શન લેવું જોઈએ અને શક્ય તેટલી ઝડપથી પ્રશ્નનો જવાબ આપવો જોઈએ. ઉમેરવાની જરૂર નથી, પુનરાવર્તિત પ્રશ્નનો જવાબ આપવામાં નિષ્ફળતા માત્ર માઈક્રોફાઇનાન્સ એક્ઝિક્યુટિવને જ નહીં, પરંતુ તેના ઉપરી અધિકારીઓ અને સમગ્ર કંપનીને પણ ખૂબ જ ખરાબ પ્રકાશમાં દર્શાવે છે.

માઈક્રોફાઇનાન્સના નવા ઉત્પાદનો વિશે ગ્રાહકોને માહિતી આપવી અને સલાહ આપવી

દરેક પ્રગતિશીલ કંપની બજારમાં સતત નવા અને નવીન ઉત્પાદનો/સેવાઓ રજૂ કરી રહી છે. આ કંપનીને હાલના ગ્રાહકોને જાળવી રાખવામાં અને નવા ગ્રાહકો લાવવામાં મદદ કરે છે. આ ઉત્પાદનોને હાલના અને સંભવિત ગ્રાહકોના જ્ઞાનમાં લાવવાથી કંપની માત્ર તેનો બજારહિસ્સો જાળવી રાખવા માટે જ નહીં, પરંતુ તે જ રીતે વધારવા માટે પણ સક્ષમ બનાવે છે.

ભારતમાં માઈક્રોફાઇનાન્સ કંપનીઓ સતત નવા અને નવીન ઉત્પાદનો/સેવાઓ પણ રજૂ કરી રહી છે. આ કંપનીઓ દ્વારા વિવિધ પ્રકારની લોન પ્રોડક્ટ્સ, ડિપોઝિટ સ્કીમ્સ અને વીમા યોજનાઓ આગળ લાવવામાં આવી રહી છે.

માઈક્રોફાઇનાન્સ એક્ટિવિટીવની ફરજ છે કે તે તમામ નવી અને નવીન ઉત્પાદનો/સેવાઓને તેના ગ્રાહકોના જ્ઞાનમાં તરત જ લાવશે અને તેનો વ્યાપક પ્રચાર કરે. આનાથી તેને કંપનીના વેપારને ઝડપથી વિકસાવવામાં અને તેના અંદાજિત વેપાર લક્ષ્યોને હાંસલ કરવામાં મદદ મળશે.

પ્રાયોગિક સ્વાધ્યાય

પ્રવૃત્તિ 1: "ગ્રાહક ખાતાઓનું સંચાલન" પર એક પ્રસ્તુતિ બનાવો.

આવશ્યક સામગ્રી: લેખન સામગ્રી, ચાર્ટ પેપર સ્કેચ પેન, ડેસ્કટોપ કોમ્પ્યુટર/લેપટોપ, ઇન્ટરનેટનું એક્સેસ, પુસ્તકો, સંશોધન પત્રો વગેરે જેવી વાંચન સામગ્રી (જો ઉપલબ્ધ હોય તો)

પ્રક્રિયા:

1. વર્ગમાં કુલ વિદ્યાર્થીઓની સંખ્યાના આધારે શિક્ષક વિદ્યાર્થીઓને દરેક પાંચથી આઠ વિદ્યાર્થીઓના જૂથમાં વિભાજિત કરશે.
2. દરેક જૂથના સભ્યો પ્રસ્તુતિ કરવા, પ્રશ્નોના જવાબ આપવા વગેરેમાં જૂથનું પ્રતિનિધિત્વ કરવા માટે બે વ્યક્તિઓને પસંદ કરી શકે છે.
3. જૂથના તમામ સભ્યો ઇન્ટરનેટ, પુસ્તકો અને અન્ય સંબંધિત પ્રકાશનો પર ઉપલબ્ધ માહિતીનો ઉપયોગ કરીને પ્રસ્તુતિ માટે સામગ્રી એકત્રિત કરશે અને નીચેના મુદ્દાઓ પર પ્રકાશ પાડશે:
 - a) ચોક્કસ રેકોર્ડ-કીપિંગ
 - b) નિયમિત દેખરેખ
 - c) સક્રિય સંચાર
 - d) લવચીક ચુકવણી વિકલ્પો
 - e) સમસ્યાનું નિરાકરણ
 - f) નાણાકીય પરામર્શ
 - g) લોનની પુનઃરચના
 - h) જોખમ આકારણી
4. બે અથવા ત્રણ સભ્યો એકસાથે બેસીને સામગ્રીને વ્યવસ્થિત રીતે અને યોગ્ય ક્રમમાં ગોઠવશે જેથી તેનો ઉપયોગ પ્રસ્તુતિ માટે કરી શકાય.
5. જૂથના સભ્યો દ્વારા પાવર પોઈન્ટ પર અથવા ચાર્ટ/સફેટ બોર્ડનો ઉપયોગ કરીને પ્રસ્તુતિ તૈયાર કરવામાં આવશે.
6. વર્ગમાં દરેક જૂથ દ્વારા વિષય પર પ્રસ્તુતિ કરવામાં આવશે. જૂથના સભ્યો તેમના સાથી વિદ્યાર્થીઓના પ્રશ્નોના જવાબ આપશે.
7. પ્રસ્તુતિ દરમિયાન શિક્ષક પણ હાજર રહેશે. તે/તેણી ચર્ચા કરી રહેલા વિષય પર સુધારાઓ/વધારાના ઇનપુટ્સ સૂચવીને પ્રસ્તુતિમાં મૂલ્ય ઉમેરશે.

પ્રવૃત્તિ 2: પાવર પોઈન્ટ પર અથવા ચાર્ટ પેપર પર “પુનરાવર્તિત ફરિયાદો સાથે વ્યવહાર કરવો” વિષય પર પ્રસ્તુતિ તૈયાર કરો

આવશ્યક સામગ્રી: લેખન સામગ્રી, ચાર્ટ પેપર સ્કેચ પેન, ડેસ્કટોપ કોમ્પ્યુટર/લેપટોપ, ઈન્ટરનેટનું ઍક્સેસ, પુસ્તકો, સંશોધન પત્રો વગેરે જેવી વાંચન સામગ્રી (જો ઉપલબ્ધ હોય તો)

પ્રક્રિયા:

1. વર્ગમાં કુલ વિદ્યાર્થીઓની સંખ્યાના આધારે શિક્ષક વિદ્યાર્થીઓને દરેક પાંચથી આઠ વિદ્યાર્થીઓના જૂથમાં વિભાજિત કરશે.
2. દરેક જૂથના સભ્યો પ્રસ્તુતિ કરવા, પ્રશ્નોના જવાબ આપવા વગેરેમાં જૂથનું પ્રતિનિધિત્વ કરવા માટે બે વ્યક્તિઓને પસંદ કરી શકે છે.
8. જૂથના તમામ સભ્યો ઈન્ટરનેટ પર ઉપલબ્ધ માહિતી, પુસ્તકો અને અન્ય સંબંધિત પ્રકાશનોનો ઉપયોગ કરીને પ્રસ્તુતિ માટે સામગ્રી એકત્રિત કરશે અને નીચેના મુદ્દાઓ પર પ્રકાશ પાડશે:
 - a) સમાન પેટર્ન ઓળખો
 - b) મૂળ કારણનું વિશ્લેષણ
 - c) ઉન્નત તાલીમ
 - d) સુધારેલ સંચાર ચેનલો
 - e) સક્રિય સમસ્યા સમાધાન
 - f) ક્લાયન્ટ ફીડબેક મિકેનિઝમ્સ
3. બે અથવા ત્રણ સભ્યો એકસાથે બેસીને સામગ્રીને વ્યવસ્થિત રીતે અને યોગ્ય ક્રમમાં ગોઠવશે જેથી તેનો ઉપયોગ પ્રસ્તુતિ માટે કરી શકાય.
4. જૂથના સભ્યો દ્વારા પાવર પોઈન્ટ પર અથવા ચાર્ટ/સફેટ બોર્ડનો ઉપયોગ કરીને પ્રસ્તુતિ તૈયાર કરવામાં આવશે.
5. વર્ગમાં દરેક જૂથ દ્વારા વિષય પર પ્રસ્તુતિ કરવામાં આવશે. જૂથના સભ્યો તેમના સાથી વિદ્યાર્થીઓના પ્રશ્નોના જવાબ આપશે.
6. પ્રસ્તુતિ દરમિયાન શિક્ષક પણ હાજર રહેશે. જે વિષય પર ચર્ચા કરવામાં આવી રહી છે તેના પર વધારાના ઇનપુટ્સ સુધારાઓ સૂચવીને તે/તેણી પ્રસ્તુતિમાં મૂલ્ય ઉમેરશે

તમારી પ્રગતિ ચકાસો

A. ખાલી જગ્યાઓ ભરો

1. _____ માં સામેલ કંપનીના પ્રતિનિધિઓને 'એક્ઝાઉન્ટ મેનેજર' અથવા 'રિલેશનશિપ મેનેજર' કહેવામાં આવે છે.
2. દરેક એક્ઝાઉન્ટ મેનેજરને _____ સેવાઓ પ્રદાન કરવાના હેતુથી કેટલાક ગ્રાહકોના ખાતાઓ સોંપવામાં આવે છે.
3. પ્રગતિશીલ કંપની બજારમાં સતત નવી અને નવીન _____ રજૂ કરી રહી છે.

4. ગ્રાહકનો કંપની સાથેનો કારોબાર _____, અને અન્યત્ર શિફ્ટ ન થાય તેની ખાતરી કરવાના કાર્યને "કસ્ટમર રીટેન્શન" કહેવામાં આવે છે.
5. હાલના અને સંભવિત ગ્રાહકોના જ્ઞાનમાં નવા અને નવીન ઉત્પાદનો/સેવાઓ લાવવાથી કંપનીને માત્ર તેનો બજારહિસ્સો જાળવી રાખવા માટે જ નહીં, પરંતુ _____ મેં સમાન રીતે જાળવી રાખવા માટે પણ સક્ષમ બનાવે છે.

B. બહુવિકલ્પીય પ્રશ્નો

1. જો કાર્યકારી ભંડોળના અભાવ અંગે ગ્રાહકની પુનરાવર્તિત ફરિયાદ હોય, તો માઇક્રોફાઇનાન્સ એક્ઝિક્યુટિવએ _____ કરવું જોઈએ.
 - a) પૂછપરછ અને વ્યવસાયિક પ્રવૃત્તિઓના અવલોકન દ્વારા ખાતરી કરો કે શું ફરિયાદ સાચી છે.
 - b) ધિરાણ સુવિધાઓમાં વૃદ્ધિ માટે અરજી કરવામાં ઉધાર લેનારને મદદ કરવી
 - c) ઉપર 'a' અને 'b' બંને
 - d) આમાંથી કોઈ નહીં
2. આજે માઇક્રોફાઇનાન્સનો અર્થ એવો થયો છે કે _____ થી સંબંધિત માઇક્રોફાઇનાન્સ એજન્સીઓ દ્વારા નબળા વર્ગો માટે સેવાઓની વિશાળ શ્રેણી ઉપલબ્ધ કરાવવામાં આવે છે.
 - a) લોન ઉત્પાદનો
 - b) વીમા અને ડિપોઝિટ યોજનાઓ
 - c) ઉપર 'a' અને 'b' બંને
 - d) આમાંથી કોઈ નહીં.
3. એક એકાઉન્ટ મેનેજર તરીકે, માઇક્રોફાઇનાન્સ એક્ઝિક્યુટિવને _____ .
 - a) હાલના ગ્રાહકો સાથે સતત સંપર્કમાં રહેવું પડશે.
 - b) ખાતરી કરવી પડશે કે તેઓ તેમની કંપની સાથે વ્યવહાર કરવાનું ચાલુ રાખે છે, અને કંપની દ્વારા ઓફર કરવામાં આવતી વધુ સુવિધાઓનો પણ લાભ લે છે.
 - c) ઉપર 'a' અને 'b' બંને
 - d) આમાંથી કોઈ નહીં
4. _____ તરફ ગ્રાહક પાસેથી વારંવાર પ્રાપ્ત થતા પ્રશ્ન.
 - a) માઇક્રોફાઇનાન્સ એક્ઝિક્યુટિવના જ્ઞાનમાં તફાવત.
 - b) અસરકારક સંચારની ગેરહાજરી.
 - c) ઉપર 'a' અને 'b' બંને
 - d) આમાંથી કોઈ નહીં
5. વીમા વ્યવસાય ચલાવવા માટે કોસ-સેલિંગ વ્યવસ્થામાં, માઇક્રોફાઇનાન્સ કંપનીઓ _____ .
 - a) કંપનીના વીમા ઉત્પાદનો વેચો જેની સાથે જોડાણની વ્યવસ્થા કરવામાં આવી છે.
 - b) વીમા કંપની માઇક્રોફાઇનાન્સ કંપનીના ઉત્પાદનોનું વેચાણ કરે છે
 - c) ઉપરોક્ત બંને 'a' અને 'b' સાચા વાક્ય છે
 - d) આમાંથી કોઈ નહીં.

C. નીચેના વાક્યો સાચા છે કે ખોટા તે જણાવો

1. લોન આપવામાં આવ્યા પછી લોન એકાઉન્ટ મેનેજરનું કામ શરૂ થાય છે.
2. એકાઉન્ટ મેનેજરનું મૂળભૂત કાર્ય ખાતાધારક સાથે લાંબા ગાળાના વ્યવસાયિક સંબંધો જાળવવાનું છે.
3. માઇક્રોફાઇનાન્સ એક્ઝિક્યુટિવએ વર્તમાન અને સંભવિત ગ્રાહકોના જ્ઞાનમાં લાવવું જોઈએ કે "માઇક્રોફાઇનાન્સ" શબ્દ માત્ર નાની લોન માટે જ નથી.
4. એક કંપની દ્વારા ગ્રાહકને સુવિધા પૂરી પાડવામાં આવે તે પછી એકાઉન્ટ મેનેજરથી સંબંધિત કાર્ય સમાપ્ત થાય છે.
5. માઇક્રોફાઇનાન્સ કંપનીના નારાજ ગ્રાહક પણ ભારતીય રિઝર્વ બેંકમાં ફરિયાદ કરી શકે છે.

D. કોલમ સાથે મેળ કરો

કોલમ A		કોલમ B	
1	પુનરાવર્તિત ફરિયાદો	A	ગ્રાહકો સાથે લાંબા ગાળાના વ્યવસાયિક સંબંધો જાળવી રાખે છે
2	વર્તમાન / સંભવિત ગ્રાહકોના જ્ઞાનમાં નવા અને નવીન ઉત્પાદનો અને સેવાઓ લાવવી	B	ઓપરેટિંગ સ્ટાફ તરફથી જ્ઞાનની ખામીઓ અને સંચાર કૌશલ્યના અભાવ તરફ ઈશારો કરવો
3	એકાઉન્ટ મેનેજર	C	ઝડપી વ્યવસાય વિકાસ અને બજેટ સિદ્ધિ

E. ટૂંકા જવાબના પ્રશ્નો

1. પુનરાવર્તિત પ્રશ્નો શું સૂચવે છે?
2. "ગ્રાહકોને નવા માઇક્રોફાઇનાન્સ ઉત્પાદનોની માહિતી અને સલાહ આપવી" પર ટૂંકી નોંધ લખો.

F. લાંબા જવાબના પ્રશ્નો

1. ગ્રાહક ખાતાઓનું સંચાલન કેવી રીતે કરવું જોઈએ? કૃપા કરીને વિસ્તૃત કરો.
2. "માઇક્રોફાઇનાન્સ વિશે ગ્રાહકોને સલાહ આપવી" પર એક નોંધ લખો.

G. તમારું પ્રદર્શન ચકાસો

1. "ગ્રાહક ખાતા વ્યવસ્થાપન" પર એક વ્યાપક લેખન તૈયાર કરો.

સત્ર 4: ડિફોલ્ટર મેનેજમેન્ટ પ્રક્રિયા

આ સત્રમાં ડિફોલ્ટર્સ સાથે વ્યવહાર કરવામાં માઇક્રોફાઇનાન્સ એક્ઝિક્યુટિવની ભૂમિકા અંગે ચર્ચા કરવામાં આવશે.

ડિફોલ્ટર

જ્યારે પણ ગ્રાહકને લોન મંજૂર કરવામાં આવે છે, ત્યારે ધિરાણકર્તા અને ઉધાર લેનાર વચ્ચે કરાર કરવામાં આવે છે. લોનની વિગતો અને તેને સંચાલિત કરતા નિયમો અને શરતો આ કરારમાં સમાવિષ્ટ કરવામાં આવે છે. બે મહત્વની વસ્તુઓ જે હંમેશા લોન કરારમાં દેખાય છે તે છે:

- લોનની રકમ અને તેના પર ચૂકવવાપાત્ર વ્યાજનો દર.
- લોન ક્યારે અને કેવી રીતે ચૂકવવી પડશે.

એક સમયગાળા માટે આપવામાં આવેલી લોન સામાન્ય રીતે હપ્તાઓમાં ચૂકવવાપાત્ર હોય છે જે એવી રીતે નિશ્ચિત કરવામાં આવે છે કે લોનની મૂળ રકમ અને લોન ખાતામાં સમયાંતરે લાગુ કરાયેલ વ્યાજ બંને, તેમની નિયત તારીખે તમામ હપ્તાઓ જમા કરાવવા પર ચૂકવવામાં આવે છે.

ડિફોલ્ટર એ ઉધાર લેનાર છે જે તેમની નિયત તારીખો પર નિર્ધારિત હપ્તાઓ/વ્યાજને અતિશય વિલંબ સાથે જમા કરવામાં અથવા જમા કરવામાં નિષ્ફળ જાય છે. લોન ખાતાઓમાં ડિફોલ્ટ મૂળભૂત રીતે બે પ્રકારના હોય છે:

- આ એવા સંજોગોને કારણે હોઈ શકે છે જે ઉધાર લેનારના નિયંત્રણની બહાર છે, અથવા
- ઉધાર લેનાર પાસે લોનની ચૂકવણી કરવા માટેનું સાધન છે પરંતુ તે જાણી જોઈને તેમ નથી કરી રહ્યો, આવા ઉધાર લેનારને "વિલકુલ ડિફોલ્ટર" કહેવામાં આવે છે.

ભારતીય રિઝર્વ બેંકએ ડિફોલ્ટર્સના લોન ખાતાઓ સાથે વ્યવહાર કરવા માટે વિગતવાર માર્ગદર્શિકા જારી કરી છે. લોન ખાતાઓને તેમના વર્તન અને સ્થિતિ અનુસાર વિવિધ શ્રેણીઓમાં વર્ગીકૃત કરવામાં આવે છે. આને "એસેટ ક્લાસિફિકેશન" તરીકે ઓળખવામાં આવે છે કારણ કે લોન એ ફાઇનાન્સિંગ એજન્સીની અસ્કયામતો છે - આ તેમના પોતાના ભંડોળનો ઉપયોગ કરીને આપવામાં આવી છે અને તેમની પાસે તેને પુનઃપ્રાપ્ત કરવાનો કાનૂની અધિકાર છે. ધિરાણ એજન્સીઓ દ્વારા વિસ્તરેલી લોનને નીચેની શ્રેણીઓમાં વર્ગીકૃત કરવામાં આવી છે:

- એક સ્ટાન્ડર્ડ એસેટ એ નોન-પર્ફોર્મિંગ એસેટનો એક પ્રકાર છે જે સામાન્ય વેપાર જોખમ સિવાયની કોઈપણ સમસ્યા અથવા જોખમને જાહેર કરતી નથી.
- જો કોઈ એસેટ 12 મહિના કરતા ઓછા અથવા તેના સમાન સમયગાળા માટે એનપીએ તરીકે રહે તો તેને સબ-સ્ટાન્ડર્ડ એસેટ તરીકે વર્ગીકૃત કરવામાં આવે છે.
- જો એસેટ 12 મહિનાના સમયગાળા માટે સબસ્ટાન્ડર્ડ શ્રેણીમાં રહી હોય તો તેને શંકાસ્પદ તરીકે વર્ગીકૃત કરવામાં આવશે.
- લોસ્ટ એસેટ એવી છે કે જ્યાં બેંક અથવા આંતરિક અથવા બાહ્ય ઓડિટર્સ અથવા આરબીઆઈ નિરીક્ષણ દ્વારા નુકસાનની ઓળખ કરવામાં આવ્યું હોય પરંતુ રકમ સંપૂર્ણ રીતે માંડવાળ કરવામાં આવી નથી.

બાકી રકમ વસૂલવા માટે, આરબીઆઈ સમયાંતરે નિર્દેશો જારી કરે છે. આ નિર્દેશોનું પાલન કરતી વખતે, બેંક જેવી વ્યાપારી સંસ્થાઓ પણ કાનૂની આશ્રય લે છે જેમ કે કોર્ટ કેસ દાખલ કરવા અને ભારતીય સંસદ દ્વારા પસાર કરાયેલા અધિનિયમના અમલીકરણ દ્વારા પુનઃપ્રાપ્તિની કાર્યવાહી શરૂ કરવી, જેમ કે SARFAESI (સિક્યોરાઇઝેશન એન્ડ રિકંસ્ટ્રક્શન ઓફ ફાઇનાન્શિયલ એસેટ્સ એન્ડ એન્ફોર્સમેન્ટ ઓફ સિક્યોરિટીઝ ઇન્ટરેસ્ટ) એક્ટ, 2002.

માઇક્રોફાઇનાન્સ લોન ખાતાના ડિફોલ્ટર

માઇક્રોફાઇનાન્સ લોન મોટે ભાગે એવી વ્યક્તિઓ અથવા વ્યક્તિઓના જૂથોને આપવામાં આવે છે જેમની નાણાકીય સ્થિતિ ખૂબ નબળી હોય. વધુમાં, તેમને આપવામાં આવેલી લોનની રકમ સામાન્ય જનતા અને વિવિધ વ્યવસાયિક સંસ્થાઓને આપવામાં આવેલી લોનની તુલનામાં ઘણી ઓછી હોય છે. લોનની અવધિ ભાગ્યે જ એક કે બે વર્ષથી વધી જાય છે.

માઇક્રોફાઇનાન્સ લોનના હપ્તા પણ નાની રકમના હોય છે અને તે સાપ્તાહિક/પાક્ષિક/માસિક ધોરણે એકત્રિત કરવામાં આવે છે. જો માઇક્રોફાઇનાન્સ એક્ઝિક્યુટિવ સતર્ક રહે અને લોન ખાતામાં લેણાંની વસૂલાત માટે તેમની કંપની દ્વારા સૂચવવામાં આવેલ પ્રક્રિયાનું કાળજીપૂર્વક પાલન કરે, તો ડિફોલ્ટની શક્યતા ઓછી છે.

લોનની નાની રકમ અને ઉધાર લેનારના અત્યંત મર્યાદિત નાણાકીય માધ્યમોને કારણે, સંપત્તિ વર્ગીકરણના ધોરણો કડક રીતે લાગુ કરવામાં આવતા નથી. જો કે, હપ્તાઓની ચુકવણીમાં ડિફોલ્ટ કરનાર ઉધાર લેનારોના ખાતાઓનું નજીકથી નિરીક્ષણ કરવામાં આવે છે અને નિયમિત ફોલો-અપ જાળવવામાં આવે છે.

અત્રે એ નોંધવું જોઈએ કે નિયમિત લોન ખાતાઓમાં પુનઃચુકવણી મેળવવાની પ્રક્રિયાને 'કલેક્શન' કહેવામાં આવે છે અને ડિફોલ્ટરોના લોન ખાતાઓમાં પુનઃચુકવણી મેળવવામાં સામેલ હોય તેને 'વસૂલાત' કહેવામાં આવે છે.

જ્યારે લોન ખાતાઓમાં લેણાંની વસૂલાત એ એક નિયમિત કાર્ય છે જે ફાઇનાન્સિંગ કંપની દ્વારા નિર્ધારિત સમયાંતરે હાથ ધરવામાં આવે છે, ડિફોલ્ટરના લોન ખાતામાં વસૂલાત માટે વધુ પ્રયત્નો, સમય અને આયોજનની જરૂર છે. સામાન્ય રીતે માઇક્રોફાઇનાન્સ કંપનીઓ દ્વારા અનુસરવામાં આવતી વસૂલાત પ્રક્રિયાની ચર્ચા પછીના ફકરાઓમાં કરવામાં આવી છે.

ડિફોલ્ટર્સની યાદી તૈયાર કરવી

વસૂલાત પ્રક્રિયામાં સૌથી મહત્વપૂર્ણ ભૂમિકા (આકૃતિ. 2.7) માઇક્રોફાઇનાન્સ એક્ઝિક્યુટિવ દ્વારા ભજવવામાં આવે છે. માઇક્રોફાઇનાન્સ કંપનીનો ચહેરો હોવા ઉપરાંત, તે જે ક્ષેત્રમાં કામ કરે છે તે વિસ્તારની આર્થિક સ્થિતિ, સંસ્કૃતિ અને સામાજિક નૈતિકતા વિશે ઘણું જાણે છે. લોન મંજૂર થવાથી લઈને લોન ખાતું બંધ થવા સુધી તે ઉધાર લેનારના સંપર્કમાં રહે છે.

વસૂલાત પ્રક્રિયા શરૂ કરતી વખતે માઇક્રોફાઇનાન્સ એક્ઝિક્યુટિવએ જે પહેલું પગલું ભરવાનું હોય છે તે ડિફોલ્ટર્સની વ્યાપક સૂચિ તૈયાર કરવાનું છે. ડિફોલ્ટર્સની યાદીમાં તમામ સંબંધિત વિગતો નોંધવા માટે તેણે ઉધાર લેનારના ખાતાવહી ખાતા, લોનના દસ્તાવેજો અને અન્ય શાખાના રેકોર્ડનું અવલોકન કરવું જોઈએ.



આકૃતિ 2.7: ડિજિટર વ્યવસ્થાપન પ્રક્રિયા

ડિજિટ કરનારા ઉધાર લેનારાઓની સૂચિમાં નીચેની વિગતો હોવી આવશ્યક છે:

- i. ઉધાર લેનારનું નામ, સરનામું અને ફોન નંબર.
- ii. પ્રવૃત્તિની દિશા જેમાં તે સંલગ્ન છે.
- iii. ઉધાર લેનારના તમામ લોન ખાતાઓની વિગતો, જેમ કે
 - ખાતા નંબર
 - લોન ખાતું ખોલવાની તારીખ
 - મંજૂર લોન સુવિધાઓના પ્રકાર અને મંજૂર લોનની રકમ
 - ખાતાઓમાં બાકી રકમ રજૂ કરવી
 - પુનઃચુકવણી માટે મુદતવીતી રકમ
 - અગાઉની ચુકવણીની તારીખો અને તેની રકમ.
- iv. એ તારીખો જ્યારે વસૂલાત નોટિસ ઉધાર લેનારને મોકલવામાં આવી/સોંપવામાં આવી.
- v. એ તારીખ જ્યારે ઉધાર લેનારાએ અગાઉ સંપર્ક કરવા પર પુનઃચુકવણી કરવાનું વચન આપ્યું હતું, અને સૂચિત ચુકવણીની રકમ.
- vi. દસ્તાવેજોનું નવીકરણ બાકી છે કે કેમ (લોન કરાર તેમના હસ્તાક્ષર કર્યાની તારીખથી ત્રણ વર્ષના સમયગાળા માટે માન્ય અને અમલપાત્ર રહે છે. તેમની સમાપ્તિની તારીખ પહેલાં, ઉધાર લેનારાઓ પાસેથી પુનર્જીવન પત્ર મેળવવો પડશે. આ પત્રની અક્રિયતા, આ પત્રની તારીખથી વધુ ત્રણ વર્ષ માટે દસ્તાવેજોની માન્યતા લંબાવે છે.

પુનરુત્થાન પત્રના મુદ્રિત ફોર્મ માઇક્રોફાઇનાન્સ સંસ્થાની તમામ શાખાઓમાં ઉપલબ્ધ છે.

ઉપર મુજબ ડિફોલ્ટ કરનાર ઉધાર લેનારાઓની યાદી તૈયાર કર્યા પછી, માઇક્રોફાઇનાન્સ એક્ઝિક્યુટિવ વસૂલાત પ્રક્રિયા સાથે આગળ વધી શકે છે.

કંપનીની નીતિ મુજબ માઇક્રોફાઇનાન્સ લોન પર ડિફોલ્ટના કિસ્સામાં વસૂલાત

માઇક્રોફાઇનાન્સ એક્ઝિક્યુટિવએ તેની કંપનીની વસૂલાત નીતિ અનુસાર વસૂલાત પ્રક્રિયા હાથ ધરવાની હોય છે. મોટાભાગની માઇક્રોફાઇનાન્સ કંપનીઓની વસૂલાત નીતિઓ નીચેની પ્રક્રિયા સૂચવે છે;

- ડિફોલ્ટિંગ લોન ખાતામાં વસૂલાત માટે પ્રક્રિયા કરતી વખતે, માઇક્રોફાઇનાન્સ એક્ઝિક્યુટિવએ તેમની સાથે નીચેના કાગળો રાખવા જોઈએ:
 - i. લોન ખાતાની તમામ વિગતો ઉપર દર્શાવેલ છે.
 - ii. ઉધાર લેનારને મોકલવામાં આવેલી છેલ્લી વસૂલાત નોટિસની નકલ.
 - iii. મુલાકાતની તારીખે તૈયાર કરાયેલ તાજી વસૂલાત નોટિસ, જેમાં લોન ખાતામાં બાકી રહેલી રકમ અને મુદતવીતી રકમની વિગતો બે નકલોમાં હોય છે. નોટિસની એક નકલ ઉધાર લેનારને સોંપવાની રહેશે અને અન્ય નકલ પર તારીખ સાથે ઉધાર લેનારની સહીઓ એક સ્વીકૃતિ તરીકે મેળવવાની રહેશે.
- માઇક્રોફાઇનાન્સ એક્ઝિક્યુટિવએ બળજબરી, ધમકીઓ અથવા વસૂલાતની અન્ય કોઈપણ ગેરકાયદેસર પદ્ધતિઓનો ઉપયોગ કરવો જોઈએ નહીં. તેના બદલે તેણે ડિફોલ્ટ ન ભરવાના ગેરફાયદા અને તેના લોન ખાતાને નિયમિત કરવાના ફાયદાઓ અંગે શિષ્ટ અને તાર્કિક રીતે ડિફોલ્ટ કરનાર ઉધાર લેનારને સલાહ આપવી જોઈએ.
- વસૂલાતની રકમ માઇક્રોફાઇનાન્સ એક્ઝિક્યુટિવ દ્વારા રોકડ/ચેક/કોઈ અન્ય સ્વરૂપે રૂબરૂમાં એકત્રિત કરવામાં આવી શકે છે, અથવા તે કંપનીની નીતિ મુજબ, ઉધાર લેનારને તે પોતે જમા કરાવવાની સલાહ આપી શકે છે. જો માઇક્રોફાઇનાન્સ એક્ઝિક્યુટિવ પોતે વસૂલાતની રકમ મેળવે છે, તો તેણે તેની કંપની દ્વારા નિર્ધારિત સમય મર્યાદામાં ઉધાર લેનારાના લોન ખાતામાં જમા કરાવવી જોઈએ. કોઈ પણ સંજોગોમાં તેણે તેની પાસે વસૂલ કરેલી રકમ નિયત સમય મર્યાદાથી વધુ રાખવી જોઈએ નહીં.

માઇક્રોફાઇનાન્સ લોનની લોન વસૂલાતની સ્થિતિનો રિપોર્ટ બ્રાન્ચ મેનેજરને આપવો

દરેક વસૂલાત માટેની મુલાકાત પછી માઇક્રોફાઇનાન્સ એક્ઝિક્યુટિવ દ્વારા સંપર્ક કરાયેલ તમામ ઉધાર લેનારાઓના ખાતામાં લોનની વસૂલાતની સ્થિતિની વિગતો દર્શાવતો અહેવાલ તૈયાર કરવો જોઈએ. અહેવાલ કંપનીની શાખાના મેનેજરને સબમિટ કરવો જોઈએ જેની સાથે માઇક્રોફાઇનાન્સ એક્ઝિક્યુટિવ જોડાયેલ છે.

સાપ્તાહિક/માસિક અને અન્ય અહેવાલો પણ કંપનીની નીતિ મુજબ સબમિટ કરવા જોઈએ.

પ્રાયોગિક સ્વાધ્યાય

પ્રવૃત્તિ 1: "ડિજિટલ મેનેજમેન્ટ પ્રક્રિયા" પર એક પ્રસ્તુતિ બનાવો.

આવશ્યક સામગ્રી: લેખન સામગ્રી, ચાર્ટ પેપર સ્કેચ પેન, ડેસ્કટોપ કોમ્પ્યુટર/લેપટોપ, ઈન્ટરનેટનું એક્સેસ, પુસ્તકો, સંશોધન પત્રો વગેરે જેવી વાંચન સામગ્રી (જો ઉપલબ્ધ હોય તો)

પ્રક્રિયા:

1. વર્ગમાં કુલ વિદ્યાર્થીઓની સંખ્યાના આધારે શિક્ષક વિદ્યાર્થીઓને દરેક પાંચથી આઠ વિદ્યાર્થીઓના જૂથમાં વિભાજિત કરશે.
2. દરેક જૂથના સભ્યો પ્રસ્તુતિ કરવા, પ્રશ્નોના જવાબ આપવા વગેરેમાં જૂથનું પ્રતિનિધિત્વ કરવા માટે બે વ્યક્તિઓને પસંદ કરી શકે છે.
3. જૂથના તમામ સભ્યો ઈન્ટરનેટ પર ઉપલબ્ધ માહિતી, પુસ્તકો અને અન્ય સંબંધિત પ્રકાશનોનો ઉપયોગ કરીને પ્રસ્તુતિ માટે સામગ્રી એકત્રિત કરશે અને નીચેના મુદ્દાઓ પર પ્રકાશ પાડશે:
 - a) ડિજિટલર્સની યાદી
 - b) વસૂલાત રકમ મેળવવી
 - c) વસૂલીની સ્થિતિની જાણ કરવી
4. બે અથવા ત્રણ સભ્યો સાથે બેસીને સામગ્રીને વ્યવસ્થિત રીતે અને યોગ્ય ક્રમમાં ગોઠવશે જેથી તેનો ઉપયોગ પ્રસ્તુતિ માટે કરી શકાય.
5. જૂથના સભ્યો દ્વારા પાવર પોઈન્ટ પર અથવા ચાર્ટ/સફેટ બોર્ડનો ઉપયોગ કરીને પ્રસ્તુતિ તૈયાર કરવામાં આવશે.
6. વર્ગમાં દરેક જૂથ દ્વારા વિષય પર પ્રસ્તુતિ કરવામાં આવશે. જૂથના સભ્યો તેમના સાથી વિદ્યાર્થીઓના પ્રશ્નોના જવાબ આપશે.
7. પ્રસ્તુતિ દરમિયાન શિક્ષક પણ હાજર રહેશે. તે/તેણી ચર્ચા થઈ રહેલ વિષય પર સુધારાઓ/વધારાના ઇનપુટ્સ સૂચવીને પ્રસ્તુતિમાં મૂલ્ય ઉમેરશે

પ્રવૃત્તિ 2: માઇક્રોફાઇનાન્સ લોન વસૂલી હેઠળ શાખા મેનેજરને કેવી રીતે જાણ કરવી તે દર્શાવો.

આવશ્યક સામગ્રી: લેખન સામગ્રી, ચાર્ટ પેપર સ્કેચ પેન, ડેસ્કટોપ કોમ્પ્યુટર/લેપટોપ, ઈન્ટરનેટનું એક્સેસ, પુસ્તકો, સંશોધન પત્રો વગેરે જેવી વાંચન સામગ્રી (જો ઉપલબ્ધ હોય તો)

પ્રક્રિયા:

1. વર્ગમાં કુલ વિદ્યાર્થીઓની સંખ્યાના આધારે શિક્ષક વિદ્યાર્થીઓને દરેક પાંચથી આઠ વિદ્યાર્થીઓના જૂથમાં વિભાજિત કરશે.
2. દરેક જૂથના સભ્યો પ્રસ્તુતિ કરવા, પ્રશ્નોના જવાબ આપવા વગેરેમાં જૂથનું પ્રતિનિધિત્વ કરવા માટે બે વ્યક્તિઓને પસંદ કરી શકે છે.

3. જૂથના તમામ સભ્યો ઇન્ટરનેટ પર ઉપલબ્ધ માહિતી, પુસ્તકો અને અન્ય સંબંધિત પ્રકાશનોનો ઉપયોગ કરીને પ્રસ્તુતિ માટે સામગ્રી એકત્રિત કરશે અને નીચેના મુદ્દાઓ પર પ્રકાશ પાડશે:
 - a) વિગતવાર લોન વસૂલીની સ્થિતિ પ્રદાન કરવી
 - b) અપરાધી ખાતાઓને હાઇલાઇટ કરવા
 - c) અમલી કરેલ વસૂલી વ્યૂહરચનાઓ રજૂ કરવી
 - d) વસૂલી પ્રયત્નોની પ્રગતિની જાણ કરવી
 - e) સામનો કરવામાં આવેલ પડકારો શેર કરવા
 - f) વસૂલી અભિગમમાં ગોઠવણોની ભલામણ કરવી
 - g) વસૂલાત કરેલ અને બાકી લોનનું નાણાકીય વિશ્લેષણ પ્રદાન કરવું
 - h) સુધારણા માટે સૂચનો ઓફર કરવા.
4. બે અથવા ત્રણ સભ્યો સાથે બેસીને સામગ્રીને વ્યવસ્થિત રીતે અને યોગ્ય ક્રમમાં ગોઠવશે જેથી તેનો ઉપયોગ પ્રસ્તુતિ માટે કરી શકાય.
5. જૂથના સભ્યો દ્વારા પાવર પોઈન્ટ પર અથવા ચાર્ટ/સફ્ટ બોર્ડનો ઉપયોગ કરીને પ્રસ્તુતિ તૈયાર કરવામાં આવશે.
6. વર્ગમાં દરેક જૂથ દ્વારા વિષય પર પ્રસ્તુતિ કરવામાં આવશે. જૂથના સભ્યો તેમના સાથી વિદ્યાર્થીઓના પ્રશ્નોના જવાબ આપશે.
7. પ્રસ્તુતિ દરમિયાન શિક્ષક પણ હાજર રહેશે. તે/તેણી ચર્ચા થઈ રહેલ વિષય પર સુધારાઓ/વધારાના ઇનપુટ્સ સૂચવીને પ્રસ્તુતિમાં મૂલ્ય ઉમેરશે

તમારી પ્રગતિ ચકાસો

A. ખાલી જગ્યાઓ ભરો

1. જ્યારે પણ કોઈ ગ્રાહકને લોન મંજૂર કરવામાં આવે છે, ત્યારે ધિરાણકર્તા અને લેનારા વચ્ચે એક _____ થાય છે.
2. જો માઈક્રોફાઇનાન્સ એક્ટિવિટી સતર્ક રહે અને લોન વસૂલાત માટે તેની કંપની દ્વારા સૂચવવામાં આવેલી પ્રક્રિયાનું કાળજીપૂર્વક પાલન કરે, તો _____ ની શક્યતા ઓછી છે.
3. લોનના હપ્તાઓ એવી રીતે નક્કી કરવામાં આવે છે કે લોનની મૂળ રકમ અને લોન ખાતામાં સમયાંતરે લાગુ કરાયેલ વ્યાજ બંને, તેમની નિયત તારીખો પર તમામ _____ જમા કરાવવા પર ચૂકવવામાં આવે છે.
4. માઈક્રોફાઇનાન્સ એક્ટિવિટી વચ્ચે બળજબરી, ધમકીઓ અથવા _____ ના અન્ય કોઈપણ ગેરકાયદેસર પદ્ધતિઓનો ઉપયોગ કરવો જોઈએ નહીં.
5. વસૂલી પ્રક્રિયા શરૂ કરતી વખતે માઈક્રોફાઇનાન્સ એક્ટિવિટી વને પહેલું પગલું _____ ની એક વ્યાપક સૂચિ તૈયાર કરવાનું છે.

B. બહુવિકલ્પીય પ્રશ્નો

- નીચેનામાંથી કયો અનિયમિત લોન ખાતાનો સંદર્ભ આપે છે?
 - સબ-સ્ટાન્ડર્ડ અસ્કયામતો
 - શંકાસ્પદ અસ્કયામતો
 - ઉપર 'a' અને 'b' બંને
 - આમાંથી કોઈ નહીં
- લોન કરાર તેમના હસ્તાક્ષર થયાની તારીખથી કેટલા વર્ષો સુધી માન્ય અને અમલી રહે છે?
 - ત્રણ વર્ષ
 - પાંચ વર્ષ
 - દસ વર્ષ
 - પંદર વર્ષ
- લોન દસ્તાવેજની માન્યતા અવધિ સમાપ્ત થાય તે પહેલાં, નીચેના દસ્તાવેજ ઉધાર લેનાર પાસેથી મેળવવાના રહેશે:
 - નવીનતમ લોન કરાર
 - ડિફોલ્ટ ન કરવાની બાંધધરી
 - પ્રોમિસરી નોટ
 - પુનરુત્થાન પત્ર
- લોન ખાતામાં વસૂલાત માટે પ્રક્રિયા કરતી વખતે, નીચેનામાંથી કયું તેની સાથે રાખવાની જરૂર નથી?
 - લોન ખાતાની વિગતો જેમ કે મુદતવીતી રકમ, ખાતામાં મળેલ અગાઉના હપ્તાઓ, દસ્તાવેજોની વિગતો અને લોનની રકમની અન્ય વિગતો.
 - મૂળ અથવા ફોટોકોપીમાં લોનના દસ્તાવેજો જો બાકી હોય તો.
 - અગાઉ મોકલેલ નોટિસની નકલો અને ડિફોલ્ટ કરનાર ઉધાર લેનારાને આપવા માટે નવી નોટિસ.
 - જો પુનરુત્થાન પત્ર ઉધાર લેનાર પાસેથી મેળવવાનો બાકી છે. તેનું યોગ્ય રીતે ભરેલું ફોર્મ.
- લોન ડિફોલ્ટરની મુલાકાત લેતી વખતે, માઇક્રોફાઇનાન્સ એક્ઝિક્યુટિવ દ્વારા નીચેનામાંથી કઈ કાર્યવાહી ન કરવી જોઈએ?
 - ઉધાર લેનારને નમ્ર અને સભ્ય સ્વરમાં સલાહ આપવી.
 - લોન ખાતાને નિયમિત ન કરવાના ગેરફાયદા તરફ ધ્યાન દોરવું.
 - સમયસર તમામ લેણાં જમા કરાવવાના ફાયદા સમજાવવા.
 - તેને મુદતવીતી રકમ જમા ન કરાવવાના ભયંકર પરિણામો અંગે ચેતવણી આપવી અને તેને લોન ખાતામાં બાકી રહેલ તમામ રકમ નકદી કરવા માટે કહેવું.

C. નીચેના વાક્યો સાચા છે કે ખોટા તે જણાવો

- માઇક્રોફાઇનાન્સ લેનારાઓને આપવામાં આવતી લોન સામાન્ય રીતે લાંબા ગાળાની હોય છે.
- ફાઇનાન્સ કંપની અથવા બેંકનું સંપત્તિ વર્ગીકરણ એટલે વિવિધ શ્રેણીઓમાં તેની ડિપોઝિટ અને લોન બંનેનું વર્ગીકરણ.

3. માઇક્રોફાઇનાન્સ એક્ટિવિટીવએ પોતાની સુવિધાનુસાર, વસૂલાત રકમ ઉધાર લેનારના લોન ખાતામાં જમા કરાવવી જોઈએ, જે કંપનીની શાખામાં જાળવવામાં આવે છે.
4. માઇક્રોફાઇનાન્સ એક્ટિવિટીવને ડિફોલ્ટ કરનાર ઉધાર લેનાર સાથે સખત રહેવું જોઈએ અને જ્યારે તે એકદમ આવશ્યક હોય ત્યારે જ તેને ઠપકો આપવો જોઈએ.
5. "વિલકુલ ડિફોલ્ટર" એ ઉધાર લેનાર છે જે થોડા દિવસો પછી ડિફોલ્ટ રકમ ચૂકવવા તૈયાર છે.

D. કોલમ સાથે મેળ કરો

કોલમ A		કોલમ B	
1	વસૂલાતની ખૂબ ઓછી તકો સાથે લોન	A	બાકી રકમની વસૂલી
2	નિયમિત લોન ખાતાઓમાં પુનઃચૂકવણી મેળવવાની પ્રક્રિયા	B	વ્યાજ સાથે હપ્તાની વસૂલી
3	ડિફોલ્ટર્સના ખાતામાં પુનઃચૂકવણી મેળવવાની પ્રક્રિયા	C	નુકસાન સંપત્તિ
4	ઉધાર લેનારના લોન ખાતામાં વસૂલાતની રકમ જમા કરવી	D	મનસ્વી ડિફોલ્ટર
5	જે વ્યક્તિ પાસે સાધન છે પરંતુ તે તેના લોન ખાતામાં મુદતવીતી રકમ જમા કરાવતો નથી	E	કંપનીની નીતિ મુજબ

E. ટૂંકા જવાબના પ્રશ્નો

1. "માઇક્રોફાઇનાન્સ લોનના ડિફોલ્ટર" પર ટૂંકી નોંધ લખો
2. લોન ડિફોલ્ટરની મુલાકાત લીધા પછી માઇક્રોફાઇનાન્સ એક્ટિવિટીવએ શું કરવું જોઈએ?

F. લાંબા જવાબના પ્રશ્નો

1. ડિફોલ્ટર વ્યવસ્થાપન પ્રક્રિયા સમજાવો.
2. માઇક્રોફાઇનાન્સ એક્ટિવિટીવની પ્રવૃત્તિઓ શું છે?
 - a. ડિફોલ્ટરની મુલાકાત લેતા પહેલા.
 - b. મુલાકાત દરમિયાન.

G. તમારું પ્રદર્શન ચકાસો

1. "ડિફોલ્ટિંગ લોન ખાતાનું સંચાલન" પર એક વ્યાપક નોંધ લખો

યુનિટ ૩: ગ્રાહક-કેન્દ્રિત સેવા અભિગમ

ગ્રાહકોને એવી વ્યક્તિઓ તરીકે સારી રીતે સમજી શકાય છે જે સામાન્ય રીતે તેમના પોતાના વપરાશ માટે માલ અથવા સેવાઓ ખરીદે છે. કોઈપણ વ્યવસાયમાં, અદ્યતન ઈન્ફ્રાસ્ટ્રક્ચર, નવીનતમ તકનીક, સમર્પિત કામદારો વગેરે તમામ ખર્ચ છે. માત્ર ગ્રાહકો નફો છે. આનંદિત ગ્રાહકો કોઈપણ વ્યવસાયની સફળતાનું સ્તર નક્કી કરે છે. આ કહેવું અતિશય નથી થાય કે ગ્રાહકો કોઈપણ વ્યવસાયમાં મુખ્ય ભૂમિકા ભજવે છે. બેન્કિંગ નાણાકીય સેવાઓ અને વીમા ક્ષેત્રના વ્યવસાયો પણ તેનાથી અપવાદ નથી.

ગ્રાહક કેન્દ્રિત સેવા અભિગમનો અર્થ એ છે કે સેવા-વ્યક્તિઓની ચોક્કસ માનસિકતા જે નિયોક્તા કંપનીની સંસ્કૃતિ દ્વારા બનાવવામાં આવી છે. સરળ શબ્દોમાં કહીએ તો, ગ્રાહકોના પ્રશ્નોને સૌથી યોગ્ય રીતે ધ્યાનમાં લેવું અને તેમને ઈચ્છિત માલ અથવા સેવાઓ ઝડપથી પૂરી પાડવી એ ગ્રાહક કેન્દ્રિત સેવા અભિગમ સંસ્કૃતિની મૂળભૂત બાબતો છે. ગ્રાહક-પ્રથમ અભિગમ અપનાવવો એ આ સંસ્કૃતિનો સાર છે. ઉત્પાદનનું યોગ્ય જ્ઞાન, વ્યવહારમાં પારદર્શિતા, ગ્રાહકોની સમસ્યાઓનું નિરાકરણ લાવવાના અભિગમ સાથે સંચાર કૌશલ્ય એ ગ્રાહક કેન્દ્રિત સેવા અભિગમની કેટલીક પૂર્વજરૂરીયાતો છે. આ સંસ્કૃતિમાં, ગ્રાહકોને પ્રાથમિકતા આપવામાં આવે છે, સેવા આપનાર વ્યક્તિઓ સહાયક વ્યક્તિ બને છે, ગ્રાહકની વિનંતીઓનો આદરપૂર્વક અને ઝડપથી ઉત્તર આપવામાં આવે છે અને સેવાઓ અથવા માલની માંગેલી ડિલિવરી પારદર્શક રીતે કરવામાં આવે છે. રસપ્રદ વાત એ છે કે, ગ્રાહક કેન્દ્રિત સેવાની માનસિકતા ઘણી વ્યક્તિઓ પાસે વ્યક્તિગત શ્રેષ્ઠતા તરીકે હોય છે. આવી વ્યક્તિઓને ગ્રાહકો સાથે સીધો વ્યવહાર કરતા વિભાગોમાં ફ્રન્ટ લાઇન વર્કર તરીકે ઓળખવાની જરૂર છે. જ્યારે ગ્રાહકોને યોગ્ય મહત્વ આપવામાં આવે છે, ત્યારે તેમની જાળવણી સરળ બને છે. આ જાણીતી હકીકત છે કે ગ્રાહકોનું નવું સંપાદન હાલના ગ્રાહકોને જાળવી રાખવા કરતાં મોંઘું છે. આ હેતુ નથી કે વ્યવસાયિક સંસ્થાઓ તેમની નીચલી ચિંતાઓને અવગણે, પરંતુ ગ્રાહક-પ્રથમ ચિંતાઓને ધ્યાનમાં રાખીને વ્યવસાય નીતિઓ અને પ્રથાઓ ઘડવી જોઈએ.

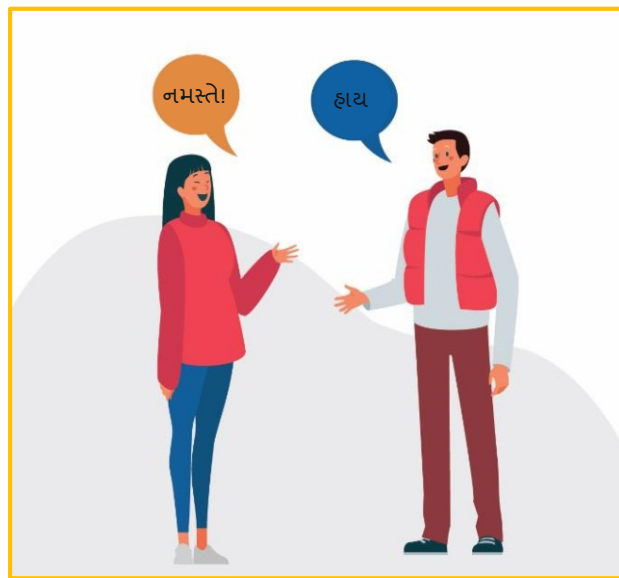
યુનિટને ચાર સત્રોમાં વિભાજિત કરવામાં આવ્યું છે. પ્રથમ સત્રમાં, 'ગ્રાહક સંબંધ અને ફરિયાદ વ્યવસ્થાપન' પર વાતચીત કૌશલ્ય પર ભાર મૂકીને ચર્ચા કરવામાં આવી છે. 'સામાજિક અને સાંસ્કૃતિક પાસું', સત્ર બે માં વિગતવાર આપવામાં આવ્યું છે. ત્રીજા સત્રમાં 'ગ્રાહક સંચાર અને તેનું મહત્વ' પર પૂરતો પ્રકાશ પાડવામાં આવ્યો છે. છેલ્લે ચોથું સત્ર 'ગ્રાહકોનું નિયમિત અભિગમ' વિષયને સમર્પિત કરવામાં આવ્યું છે. દરેક સત્રના વિષયવસ્તુમાં પ્રાયોગિક પ્રવૃત્તિઓ ઉમેરવામાં આવી છે પરંતુ શિક્ષકોને નમ્રતાપૂર્વક વિનંતી કરવામાં આવે છે કે તેઓ વિષયને વિસ્તૃત કરવા માટે તેમના દ્વારા જરૂરી લાગે ત્યાં આવી વધુ પ્રવૃત્તિઓ ગોઠવે.

સત્ર 1: ગ્રાહક સંબંધ અને ફરિયાદ વ્યવસ્થાપન

બેંકિંગ નાણાકીય સેવાઓ અને વીમા ક્ષેત્રના ગ્રાહકો સાથે વ્યવહાર કરતી વખતે, માઇક્રોફાઇનાન્સ એક્ઝિક્યુટિવ વિવિધ પ્રકૃતિ અને અપેક્ષાઓ ધરાવતા ઘણા ગ્રાહકો સાથે વાતચીત કરે છે. સંચાર કૌશલ્ય એમએફઈને ગ્રાહકો/ક્લાઈન્ટ સાથે સારા વ્યવસાયિક સંબંધો જાળવવામાં મદદ કરે છે અને તેમની ફરિયાદો અથવા અસંતોષને સારી રીતે સંબોધિત કરી શકાય છે.

સંચાર

હાય.. 'કોમ્યુનિકેશન' શબ્દના મૂળ બે લેટિન શબ્દો 'કોમ્યુનિસ' અને 'કોમ્યુનિકેર'માં શોધી શકાય છે. 'કોમ્યુનિસ' શબ્દનો અર્થ સામાન્ય અથવા શેરિંગ છે જ્યારે 'કોમ્યુનિકેર' નો અર્થ કંઈક સામાન્ય બનાવવું છે. અમેરિકન કોલેજ ડિક્શનરી અનુસાર, વાણી, લેખન અથવા સંકેતો દ્વારા વિચારો, અભિપ્રાય અથવા માહિતીની આપ-લે અથવા આદાનપ્રદાન એ સંચાર છે (આકૃતિ 3.1). આને લોકો અને તેમના પર્યાવરણ સાથેની ક્રિયાપ્રતિક્રિયાની પ્રક્રિયા તરીકે સમજી શકાય છે. સંચારની સૌથી યોગ્ય વ્યાખ્યા લેખક આઈ. એ. રિચાર્ડ્સ દ્વારા 1928 માં પ્રાધાન્ય આપવામાં આવી હતી જે છે કે "સંચાર ત્યારે થાય છે જ્યારે એક મન તેના વાતાવરણ પર કાર્ય કરે જેનાથી બીજું મન પ્રભાવિત થાય છે, અને એ બીજા મનમાં એક અનુભવ થાય છે જે પહેલા મનના અનુભવ જેવો હોય છે અને અંશતઃ એ અનુભવને કારણે થાય છે." અન્ય લોકોને/થી માહિતી/સંદેશા આપવા/પ્રાપ્ત કરવા માટે વપરાતી પ્રક્રિયા સંચાર છે. આમાં શારીરિક હાવભાવ/મુદ્રા દ્વારા સંદેશાઓની આપ-લે અને લાગણીઓના પ્રદર્શનનો પણ સામેલ છે. સંચારની પ્રક્રિયામાં બોલવા, લખવા અથવા વાંચવા જેવી પ્રવૃત્તિઓનો ઉપયોગ કરી શકાય છે. માહિતી/સંદેશાઓના વિનિમયમાં દૃશ્ય, ગ્રાફ, ચાર્ટ, ચહેરાના ભાવ, શારીરિક ભાષા વગેરે મહત્ત્વની ભૂમિકા ભજવે છે.



આકૃતિ 3.1: સંચાર

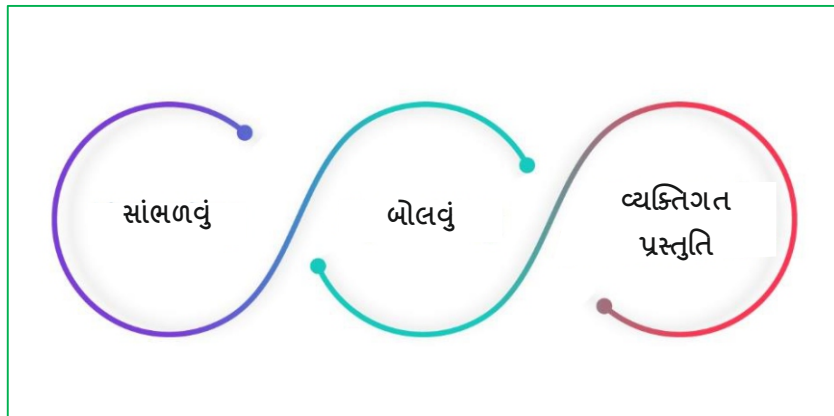
સરળ શબ્દોમાં કહીએ તો, વ્યક્તિ દ્વારા અન્યના મનમાં સમજણ પેદા કરવા માટે કરવામાં આવતી તમામ ક્રિયાઓ સંચાર છે. વાતચીતની પ્રક્રિયામાં વાણી, શ્રવણ, સમજણ, શબ્દો, છબીઓ, પ્રતીકોના હાવભાવ વગેરે ખૂબ જ સામેલ છે.

સંચારના બે મુખ્ય પ્રકાર છે જેમ કે. મૌખિક અને બિન-મૌખિક. મૌખિક સંચારમાં, શબ્દો અથવા વાણીનો ઉપયોગ સંદેશાઓ પહોંચાડવા માટે થાય છે જ્યારે દ્રશ્ય, ચહેરાની અભિવ્યક્તિ, હાવભાવ વગેરે બિન-મૌખિક સંચારમાં સામેલ છે. સંચાર થાય તે માટે પ્રેષક, પ્રાપ્તકર્તા અને એક માધ્યમ જરૂરી છે. પ્રેષકને સંદેશ મોકલવા અને ઉપયોગ કરવા માટેના માધ્યમ વિશે બધું જ જાણવું જોઈએ. વિચારો સૌપ્રથમ પ્રેષકના મનમાં આવે છે જે સ્વયંની ધારણા પ્રમાણે વિચારોને સંદેશમાં બદલે છે. સંદેશ મૌખિક અથવા બિન-મૌખિક માધ્યમ દ્વારા પ્રાપ્તકર્તાને પહોંચાડવામાં આવે છે. પ્રાપ્તકર્તા તેની ધારણા અનુસાર સંદેશને સમજે છે અને જો તે પ્રતિસાદ આપવાનું પસંદ કરે છે, તો તેને દ્વિ-માર્ગી સંચાર તરીકે ઓળખવામાં આવે છે, અન્યથા એક-માર્ગીય સંચાર.

વ્યક્તિ જન્મથી જ વાતચીત કરવાનું શરૂ કરે છે. સંદેશાવ્યવહારનો ઇતિહાસ ઘણો જૂનો છે. 'ગુફા ચિત્રો' એ પ્રાચીન સમયના બિન-મૌખિક સંદેશાવ્યવહારનું ઉદાહરણ છે. આ પેઇન્ટિંગ્સનો ઉપયોગ મહત્વપૂર્ણ સંદેશાઓ આપવા માટે કરવામાં આવતો હતો. ભાષાઓના વિકાસ સાથે મૌખિક-સંચારનો વિકાસ થયો. એકબીજાને સારી રીતે સમજવા અને પરસ્પર લાગણીઓ વહેંચવા માટે કુદરતે મનુષ્યને સંચાર પ્રક્રિયા સાથે આશીર્વાદ આપ્યા છે જે કુદરતી છે.

સંચાર કૌશલ્ય

જ્યારે આ કૌશલ્યોથી સજ્જ હોય, ત્યારે વ્યક્તિ અન્ય લોકો સાથે અસરકારક રીતે સંપર્ક કરવા સક્ષમ બને છે. સંચારની પ્રક્રિયામાં, અન્યને સમજવાની અને તેમના દ્વારા સમજવાની વધુ સારી સ્થિતિ, પ્રાપ્ત થાય છે. વિવિધ સંચાર કૌશલ્ય શીખવું અને તેનો અભ્યાસ, સંચારમાં નિપુણતા પ્રાપ્ત કરવામાં મદદ કરે છે. નીચે અમુકની ચર્ચા કરવામાં આવી છે (આકૃતિ 3.2).



આકૃતિ. 3.2: સારા સંચાર કૌશલ્યની રચના

- i. સાંભળવું: વ્યક્તિએ સક્રિય શ્રોતા હોવો જોઈએ. ધ્યાનપૂર્વક સાંભળવું એ સક્રિય શ્રવણ છે જે ન તો ફક્ત વિષય અથવા મુદ્દાને સારી રીતે સમજવામાં મદદ કરે છે પરંતુ તે વક્તાને પણ પ્રોત્સાહિત કરે છે. સામાન્ય રીતે, લોકો ઉતાવળમાં પ્રતિક્રિયા સાંભળે છે જે યોગ્ય નથી. પોતાના મહત્વને દર્શાવવાને બદલે વિષય/મુદ્દાના જ્ઞાનને વધારવા માટે પ્રશ્નો પૂછી શકાય છે. સારા શ્રોતાઓને તેમના સહકર્મીઓ માન આપે છે. સારા શ્રોતાઓ માટે નીચેના ફાયદાઓ ઉપલબ્ધ છે:
 - a. તેઓ સમિષ્ટ વિષય/સમસ્યાઓને અન્ય કરતા વધુ સારી રીતે સમજે છે.
 - b. તેઓ નિર્ણય લેવા માટે વધુ સારી સ્થિતિમાં છે.
 - c. તેઓ વિકલ્પો સૂચવવા માટે પૂરતા આશ્ચસ્ત છે.
 - d. તેઓ વક્તાઓ/અન્ય લોકોને ભાષણ/વાતચીત પૂર્ણ કરવા માટે પ્રેરિત કરે છે અને તેમને જણાવે છે કે તેઓ (વક્તાઓ)ની વાત યોગ્ય રીતે સાંભળવામાં આવી છે.
 - e. ફરિયાદો ઓછી છે.
 - f. ગ્રાહકોના અસંતોષને દૂર કરવા માટે સક્રિય શ્રવણ એ એક મહત્વપૂર્ણ સાધન છે. સારા સાંભળનાર અધિકારીઓ ગ્રાહકો પ્રતિ વધુ વિચારશીલ પ્રતિસાદ આપે છે.

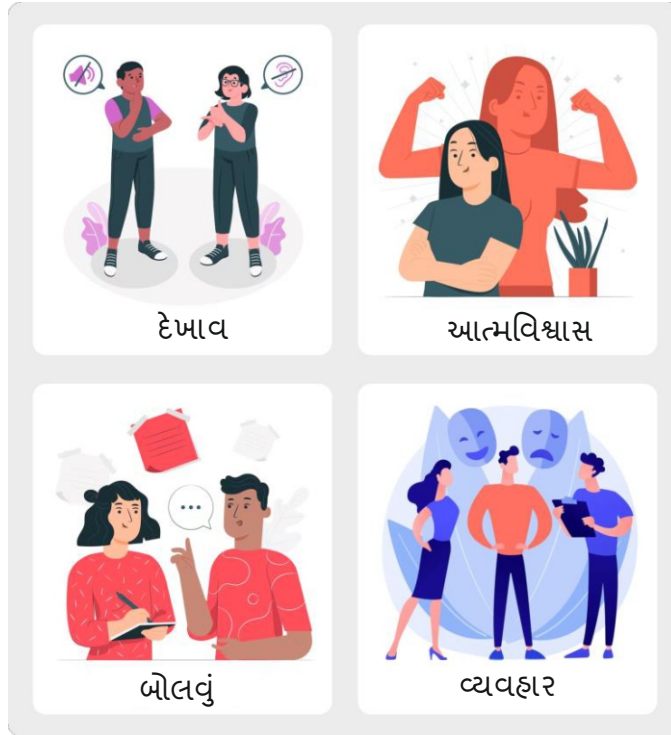
માઇક્રોફાઇનાન્સ એક્ઝિક્યુટિવ્સ કોઈ અપવાદ નથી. જો તેઓ સક્રિય શ્રવણ શીખે અને અભ્યાસ કરે, તો ગ્રાહકો સાથેની તેમની સમસ્યાઓ ઘટશે. તેઓને સહકર્મીઓ અને ગ્રાહકો તરફથી આદર મળશે.

- ii. બોલવું: માઇક્રોફાઇનાન્સ એક્ઝિક્યુટિવ માટે 'બોલવાની કુશળતા' વિકસાવવી ખૂબ જ મહત્વપૂર્ણ છે. ઘણી વાર તેમને ગ્રાહકો, સહકર્મીઓ અને વરિષ્ઠો સાથે વાતચીત કરવાની જરૂર પડે છે. આવા કૌશલ્યોથી સજ્જ વ્યક્તિઓ વિચારશીલ અને પ્રેરક રીતે વાતચીત કરવામાં સક્ષમ હોય છે. શું બોલવું તે નક્કી કરવા માટે વિષય / મુદ્દા વિશે યોગ્ય જ્ઞાન જરૂરી છે. બોલતી વખતે, પ્રસંગ અને ગ્રાહકોને અનુરૂપ ભાષા, બોલી અને યોગ્ય શબ્દોની કાળજીપૂર્વક પસંદગી જરૂરી છે. શ્રોતાઓ પર હકારાત્મક અસર કરવા માટે નાના વાક્યો અને સરળ શબ્દો ખૂબ જ ઉપયોગી છે. તેમ છતાં તે મહત્વનું છે, 'કોઈ કેવી રીતે બોલે છે'.

પ્રસંગ અને ગ્રાહકોની સ્થિતિને ધ્યાનમાં લેતા, ગ્રાહકો સાથેની વાતચીતમાં અવાજની યોગ્ય પીચ અને ટોનનો ઉપયોગ કરવો જોઈએ. અવાજની સ્પષ્ટતા અને વોલ્યુમ વક્તાનો આત્મવિશ્વાસ દર્શાવે છે. વાણી ગ્રાહકો પર લાંબા સમય સુધી અસર છોડે છે. અન્ય લોકો સાથે વાતચીત કરતી વખતે, વક્તાની શારીરિક ભાષા સહાયક હોવી જોઈએ. રસપ્રદ વાત એ છે કે, ક્યારેક મૌન શ્રેષ્ઠ ભાષણ છે. આપણા શબ્દો કે અવાજથી કોઈને દુઃખ ન થવું જોઈએ. માઇક્રોફાઇનાન્સ એક્ઝિક્યુટિવને તેની જાણ હોવી જોઈએ.

iii. વ્યક્તિગત પ્રસ્તુતિ

આ એક સંચાર સંબંધિત કૌશલ્ય છે જે પ્રથમ ધારણાને અસર કરવામાં સક્ષમ છે જે અન્ય લોકો તમારા વિશે રાખે છે. સારી વ્યક્તિગત રજૂઆતની પૂર્વશરત છે 'સ્વ-વિશ્વાસ'. જે વ્યક્તિઓ સ્વયંમાં વિશ્વાસ રાખે છે તેઓ નિખાલસ આત્મવિશ્વાસ ધરાવે છે. આત્મવિશ્વાસુ વ્યક્તિઓ જ્યારે સ્વયંને તે રીતે રજૂ કરે છે જેવા તેઓ છે, ત્યારે તે અન્ય લોકો પણ તેમને એવા જ સમજે છે. આત્મવિશ્વાસ હોવો એ એક ગુણ છે પરંતુ અહંકાર એ સ્વીકાર્ય લક્ષણ નથી. સરળ શબ્દોમાં કહીએ તો, વ્યક્તિગત રજૂઆત એ અન્ય લોકો સમક્ષ આપણું એક્સપોઝર છે. એક સારા વ્યક્તિગત પ્રસ્તુતકર્તાને આત્મવિશ્વાસ અને આત્મ-સન્માનની જરૂર હોય છે. તેણે પોતાને એવી રીતે જ જાણવા અને સ્વીકારવા પડશે. તેણે તેના પાત્રના હકારાત્મક અને નકારાત્મક પાસાઓથી સારી રીતે વાકેફ હોવું જોઈએ. તેને હાંસલ કરવા અને તેની મર્યાદાઓને સંભાળવા માટે તેની ક્ષમતાઓ પર વિશ્વાસ કરવો જરૂરી છે. તેણે બીજા તેના વિષે શું અભિપ્રાય રાખે છે તે વિશે વધુ પડતું વિચારવું જોઈએ નહીં. જો કે, માઇક્રોફોનના અક્ષયક્યુટિવ તેના નિયુક્ત, ગ્રાહકો અને સહકર્મીઓને યોગ્ય મહત્વ આપે છે.



આકૃતિ. 3.3: સંચારની રીતો

વ્યક્તિગત પ્રસ્તુતિનું કૌશલ્ય પ્રાપ્ત કરી શકાય છે અને સુધારી શકાય છે. નીચેના પરિબલો તમારા વિશે અન્ય લોકોની ધારણાને પ્રભાવિત કરે છે (આકૃતિ 3.3).

- દેખાવ: સારા કપડાં પહેરવા અને પ્રભાવશાળી શારીરિક ભાષા અન્ય લોકો પર બહત મેળવવામાં સક્ષમ બનાવે છે.
- આત્મવિશ્વાસ: હાંસલ કરવા અને તણાવપૂર્ણ પરિસ્થિતિઓને સંચાલિત કરવા માટે પોતાની ક્ષમતાઓ પર વિશ્વાસ રાખવાથી અન્ય લોકોનો પણ તમારા પર વિશ્વાસનું સ્તર વધે છે.

- બોલવું: શું બોલાયું છે અને કેવી રીતે બોલાયું છે, અન્ય લોકો પર લાંબા સમય સુધી છાપ બનાવી રાખે છે. ભાષણમાં શબ્દોની યોગ્ય પસંદગી વિરોધીઓના અભિપ્રાયને પણ પ્રભાવિત કરી શકે છે.
- વર્તણૂક: અન્ય લોકો સાથે તમારું વર્તન એમની ઉપર બનેલી તમારી ધારણાને અસર કરે છે. સારું વર્તણૂક સૂચવે છે કે તમે બીજાને કેટલું મહત્ત્વ આપો છો. તમારે અન્ય લોકો સાથે એવું જ વર્તન કરવું જોઈએ જે તમે યાહો છો કે બીજા તમારી સાથે વ્યવહાર કરે.

સારી પ્રસ્તુતિ કૌશલ્ય ધરાવતી વ્યક્તિઓ (આકૃતિ 3.4) સહકર્મીઓ તરફથી આદર અને ગ્રાહકો તરફથી તેમના વ્યાવસાયિક વલણની પ્રશંસા મેળવે છે.



આકૃતિ. 3.4: ટીમ સાથે પ્રસ્તુતિ

ગ્રાહકની વધતી ચિંતાઓનું સમાધાન કરવું

ગ્રાહક વૃદ્ધિને એવી પરિસ્થિતિ તરીકે સમજી શકાય કે જેમાં ગ્રાહક કર્મચારીની વાતચીતથી નારાજ હોય અને ઈચ્છે કે કોઈ ઉચ્ચ અધિકારી આ સમસ્યાને ઉકેલે. માઇક્રોફાઇનાન્સ એક્ઝિક્યુટિવ આવી પરિસ્થિતિઓમાં આવી શકે છે. આવી ફરિયાદોને સાવધાની સાથે ધ્યાનમાં લેવી જરૂરી છે. ગ્રાહક સ્પર્ધક પાસે જઈ શકે છે, જો ફરિયાદ-મામલો ગ્રાહકના સંતોષ મુજબ ઉકેલાય નહીં.

સામાન્ય રીતે, નીચેના કારણોસર ફરિયાદો ઊભી થઈ શકે છે: (અહીં અધિકારી માઇક્રોફાઇનાન્સ એક્ઝિક્યુટિવ છે)

- અધિકારીની જાણકારીનો અભાવ
- ગ્રાહકને કોઈપણ સ્પષ્ટીકરણ વગર 'ના' કહેવામાં આવે છે
- અધિકારીનું નીચું આત્મવિશ્વાસ સ્તર

- અધિકારીનું વલણ સ્વીકાર્ય નથી
- અધિકારી પોતાની ભૂલ સ્વીકારતા નથી
- અધિકારીનો અવાજ સ્પષ્ટ નથી

ગ્રાહકની વધતી ચિંતાઓને દૂર કરવા માટે, નીચેના પગલાંઓ અનુસરી શકાય છે:

1. વહેલામાં વહેલી તકે ફરિયાદ સ્વીકારો.
2. સમસ્યાને ઉકેલવા માટે તમારી ફરજ સ્વીકારો.
3. ગ્રાહકને સલાહ આપો કે તમે સમસ્યાનું સમાધાન કેવી રીતે કરવા માંગો છે.
4. ગ્રાહકને સમસ્યાઓ ઉકેલવા માટે લાગતો અંદાજિત સમયગાળો જણાવો.
5. જો ઘણા ગ્રાહકો સમાન પ્રકારના મુદ્દાઓ ઉઠાવતા હોય, તો ઉચ્ચ મેનેજમેન્ટએ દરમિયાનગીરી કરીને ઉપચારાત્મક પગલાં લેવાની જરૂર છે.
6. જો ઉચ્ચ સ્તરે ઉણપની શંકા હોય, તો આંતરિક તપાસની ભલામણ કરવામાં આવી શકે છે.
7. ટેકનિકલ ભૂલોને કારણે ગ્રાહકને થયેલ કોઈપણ નુકસાનની ભરપાઈ પૂછ્યા વિના કરવી જોઈએ.

જે ગ્રાહકો ફરિયાદ કરે છે તેઓ ઘણા સારા છે કારણ કે તેઓ એવા લોકોની તુલનામાં સુધાર કરવાની તક આપે છે જે સૂચના આપ્યા વગર જતા રહે છે.

ગ્રાહક સંભાળવા પર સારા વ્યવહાર વિશે સહકર્મીઓને શિક્ષિત કરો

માઇક્રોફાઇનાન્સ એક્ઝિક્યુટિવ તરીકે કામ કરતી વખતે, તમે જુદા જુદા સ્વભાવ અને વલણના ગ્રાહકોને મળશો. તે બધા સાથેનો અનુભવ દરેક સમયે સુખદ ન હોઈ શકે. એક પ્રામાણિક વિશ્લેષણ તમને તમારી ભૂલોથી માહિતગાર કરશે, કારણ કે ગ્રાહક સેવાના ક્ષેત્રમાં પ્રથમ સિદ્ધ સત્ય 'ગ્રાહક હંમેશા સાચો' છે. અપ્રિય અનુભવોમાંથી શીખેલા પાઠ ગ્રાહકોને સંભાળવા માટે તમારી કુશળતાને સુધારવામાં ઘણી મદદ કરે છે. તમારે તમારા સહકર્મીઓને શિક્ષિત કરવા માટે આવા અનુભવો શેર કરવા જોઈએ. જો ક્રિયાપ્રતિક્રિયા માટે સહકર્મીઓ સાથેની માસિક બેઠકો ગોઠવવામાં આવે તો તે પૂરતું છે.

જ્ઞાન એ શક્તિ છે. સહકર્મીઓને કંપનીના વેપાર પરિપત્રો અને સૂચનાઓનું નિયમિતપણે પાલન કરવાની ટેવ કેળવવા પ્રોત્સાહિત કરવા જોઈએ. અન્ય સહકર્મીઓ સાથે ચર્ચા કરીને સમજણમાં રહેલી ખામીઓ પૂર્ણ કરી શકાય છે. ગ્રાહકો, સહકર્મીઓ અને વરિષ્ઠો સાથેની ક્રિયાપ્રતિક્રિયા તમને અને તમારા સહકર્મીઓને આત્મવિશ્વાસના સ્તરમાં સુધારા સાથે અદ્યતન રાખશે. સહકર્મીઓને અહંકાર વિના પ્રમાણિક અને પારદર્શક વ્યવસાયિક વ્યવહારનું મહત્વ યાદ અપાવવું જોઈએ. સક્રિય શ્રવણની અસરો ઉદાહરણો સાથે પ્રકાશિત કરવી જોઈએ. મદદ કરવા અને સમસ્યાઓ હલ કરવાનો અભિગમ, ગ્રાહકની ફરિયાદોને નોંધપાત્ર રીતે ઘટાડે છે.

પ્રાયોગિક સ્વાધ્યાય

પ્રવૃત્તિ 1: સંચાર કૌશલ્ય દર્શાવવા માટે રોલ પ્લે

આવશ્યક સામગ્રી: નોટબુક, પેન, પેન્સિલ, ઇરેઝર

પ્રક્રિયા:

1. શિક્ષકએ એક વિદ્યાર્થીને માઇક્રોફાઇનાન્સ એક્ટિવિટીની ભૂમિકા અને બીજા વિદ્યાર્થીને સંભવિત ઉધાર લેનારની ભૂમિકા સોંપવી જોઈએ.
2. ઉધાર લેનાર રૂ.25000ની લોન માટે ઔપચારિકતાઓ પૂર્ણ કરવા માટે એમએફઈ પાસે આવ્યો છે. .
3. એમઈ એ લોન માટે સમર્થક પાસેથી જરૂરી માહિતી એકત્રિત કરવાની છે. એમઈ દ્વારા માંગવામાં આવેલી માહિતી પર પ્રસ્તાવકર્તા નારાજગી દર્શાવે છે.
4. વર્ગખંડમાં રોલ પ્લેની વ્યવસ્થા કરવાની છે. અન્ય વિદ્યાર્થીઓ એમઈ અને સૂચિત ઉધાર લેનાર તરીકે ભૂમિકા ભજવી રહેલા વિદ્યાર્થીઓના સંચારમાં ખામીઓ નોંધશે.
5. રોલ પ્લે પૂર્ણ થયા પછી, શિક્ષક થોડા વિદ્યાર્થીઓને તેમના અવલોકનો રજૂ કરવા કહેશે.
6. અવલોકનો સાંભળ્યા પછી, શિક્ષક સારાંશ આપશે અને વાતચીત કેવી રીતે સુધારવી તે સમજાવશે.

પ્રવૃત્તિ 2: સંચારમાં શારીરિક ભાષાના મહત્વ પર વર્ગખંડમાં પ્રસ્તુતિ

આવશ્યક સામગ્રી:

1. ઇન્ટરનેટ સુવિધાનું એક્સેસ
2. પ્રસ્તુતિ સાધનો જેમ કે ઓવરહેડ પ્રોજેક્ટર, ડીજીટલ પોઇન્ટર વગેરે. જો આ સાધનો ઉપલબ્ધ ન હોય તો, ચાર્ટ પેપર અને સામાન્ય પોઇન્ટરનો ઉપયોગ કરી શકાય છે.
3. સાદા કાગળો, સ્કેચ પેન, પેન, પેન્સિલ વગેરે.

પ્રક્રિયા:

1. શિક્ષક વિદ્યાર્થીઓના જૂથો બનાવશે.
2. જૂથના સભ્યો એકબીજા સાથે ચર્ચા કરશે અને વાતચીતમાં શારીરિક ભાષાના મહત્વને લગતા મુદ્દાઓ નોંધશે. વિષયની તેમની સમજને પૂરક બનાવવા અને નીચેના મુદ્દાઓ પર પ્રકાશ પાડવા માટે તેમના દ્વારા ઇન્ટરનેટનો ઉપયોગ કરી શકાય છે:
 - a) અમૌખિક સંકેતોની સમજણમાં વધારો કરે છે
 - b) વિશ્વાસ અને સંબંધ બનાવે છે
 - c) આત્મવિશ્વાસ અને વ્યવસાયિકતાને પ્રતિબિંબિત કરે છે

- d) રસ અને સંલગ્નતા દર્શાવે છે
 - e) સત્તા અને વિશ્વસનીયતા સ્થાપિત કરવામાં મદદ કરે છે
 - f) સમજાવટ અને પ્રભાવને વધારે છે
 - g) સંબંધ નિર્માણને સુગમ બનાવે છે
3. દરેક જૂથ પાવરપોઈન્ટ/ચાર્ટ પેપરનો ઉપયોગ કરીને વિષય પર પ્રસ્તુતિ તૈયાર કરશે.
 4. તૈયાર કરેલ પ્રસ્તુતિની શિક્ષક સાથે ચર્ચા કરવામાં આવશે.
 5. દરેક જૂથના બે અથવા ત્રણ સભ્યો વર્ગ સમક્ષ પ્રસ્તુતિ રજૂ કરશે, અને જૂથના બાકીના વિદ્યાર્થીઓ તેમના સહપાઠીઓને પૂછેલા પ્રશ્નોના જવાબ આપશે.
 6. શિક્ષકે પ્રવૃત્તિ પહેલા પોતાની જાતને અપડેટ કરવો/કરવી જોઈએ, જેથી કરીને પ્રસ્તુતિઓમાં મૂલ્યવર્ધન કરી શકાય.

તમારી પ્રગતિ ચકાસો

A. ખાલી જગ્યાઓ ભરો

1. _____ શબ્દનો અર્થ સામાન્ય અથવા વહેંચણી છે.
2. સંચાર એ લોકો અને તેમના પર્યાવરણ સાથે ક્રિયાપ્રતિક્રિયાની પ્રક્રિયા તરીકે _____ હોઈ શકે છે.
3. જ્યારે _____ કૌશલ્યોથી સજ્જ હોય, ત્યારે વ્યક્તિ અન્ય લોકો સાથે અસરકારક રીતે _____ કરવામાં સક્ષમ બને છે.
4. સામાન્ય રીતે, લોકો ઉતાવળમાં પ્રતિક્રિયા _____ જે _____ નથી
5. _____ અનુભવોમાંથી શીખેલો પાઠ ગ્રાહકને હેન્ડલ કરવા માટે તમારા _____ માં સુધારો કરવામાં ઘણો મદદગાર રહે છે.

B. બહુવિકલ્પીય પ્રશ્નો

1. 'કોમ્યુનિકેશન' શબ્દના મૂળ બે લેટિન શબ્દોમાં શોધી શકાય છે
 - a) 'કોમ્યુનિસ' અને 'કોમ્યુનિકેર'
 - b) કોમ્યુનિટી અને કોમ્યુનિકેર
 - c) કોમ્યુનિસ અથવા કોમ્યુનલ
 - d) કોમ્યુનિટી અને કોમ્યુનલ
2. તમારા વિશે અન્ય લોકોની ધારણાને પ્રભાવિત કરતા પરિબલો છે
 - a) દેખાવ અને આત્મવિશ્વાસ
 - b) દેખાવ, આત્મવિશ્વાસ અને બોલવું
 - c) આત્મવિશ્વાસ અને વર્તન
 - d) દેખાવ, આત્મવિશ્વાસ, બોલવું અને વર્તન
3. જો ફરિયાદ-મામલો ગ્રાહકના સંતોષ મુજબ ઉકેલાયો નથી
 - a) ગ્રાહક ખુશ હોઈ શકે છે
 - b) ગ્રાહક હરીફ પાસે જઈ શકે છે

- c) ગ્રાહક ફરિયાદ કરવાની બીજી તકની રાહ જુએ છે
d) ઉપરોક્તમાંથી કોઈ નહીં
4. જો માઈક્રોફાઈનાન્સ એક્ઝિક્યુટિવ સક્રિય સાંભળવાનું શીખે અને અભ્યાસ કરે
a) ગ્રાહકો સાથેની તેમની સમસ્યાઓ વધશે
b) ગ્રાહકો સાથેની તેમની સમસ્યાઓ ઓછી થશે
c) ગ્રાહકો તેમને ટાળશે
d) એમએફઈ તુચ્છની લાગણી અનુભવશે
5. સામાન્ય રીતે, નીચેના કારણો લીધે ફરિયાદો ઊભી થઈ શકે છે
a) અધિકારીના જ્ઞાનનો અભાવ
b) અધિકારીનું નીચું આત્મવિશ્વાસનું સ્તર
c) અધિકારીનું ઉદાસીન વલણ
d) ઉપરોક્ત તમામ

C. નીચેના વાક્યો સાચા છે કે ખોટા તે જણાવો

1. અન્ય લોકોને/થી માહિતી/સંદેશા આપવા/પ્રાપ્ત કરવા માટે વપરાતી પ્રક્રિયા સંચાર છે.
2. સંચારની પ્રક્રિયા વાંચન જેવી પ્રવૃત્તિનો ઉપયોગ કરી શકતી નથી.
3. માઈક્રોફાઈનાન્સ એક્ઝિક્યુટિવ માટે 'બોલવાની કુશળતા' વિકસાવવી મહત્વપૂર્ણ નથી.
4. ભાષણમાં શબ્દોની યોગ્ય પસંદગી વિરોધીઓના અભિપ્રાયને પણ પ્રભાવિત કરી શકે છે.
5. ગ્રાહકની વધેલી ચિંતાઓને દૂર કરવા માટે, વહેલામાં વહેલી તકે ફરિયાદ સ્વીકારો.

D. કોલમ સાથે મેળ કરો

કોલમ A		કોલમ B	
1	સંચાર કરવું	a	નુકસાની ચૂકવવી
2	વળતર	b	પાત્ર
3	મર્યાદા	c	કંઈક સામાન્ય બનાવવું
4	સ્વભાવ	d	વાત કરવી
5	વાતચીત	e	પ્રતિબંધ

E. ટૂંકા જવાબના પ્રશ્નો

1. માઈક્રોફાઈનાન્સ એક્ઝિક્યુટિવ્સને કેવી રીતે સંચાર કૌશલ્ય મદદરૂપ થાય છે?
2. આત્મવિશ્વાસ શું છે?
3. ગ્રાહક સેવાના ક્ષેત્રમાં પ્રથમ સિદ્ધ સત્ય શું છે?
4. સક્રિય શ્રવણનો અર્થ શું છે?

F. લાંબા જવાબના પ્રશ્નો.

1. માઇક્રોફાઇનાન્સ એક્ટિવિટી માટે જરૂરી સંચાર કૌશલ્ય પર નોંધ લખો?
2. 'વ્યક્તિગત પ્રસ્તુતિ' કૌશલ્ય સમજાવો?
3. "ગ્રાહકોની વધતી ચિંતાઓને કેવી રીતે દૂર કરવી" પર એક નોંધ લખો?

G. તમારું પ્રદર્શન ચકાસો

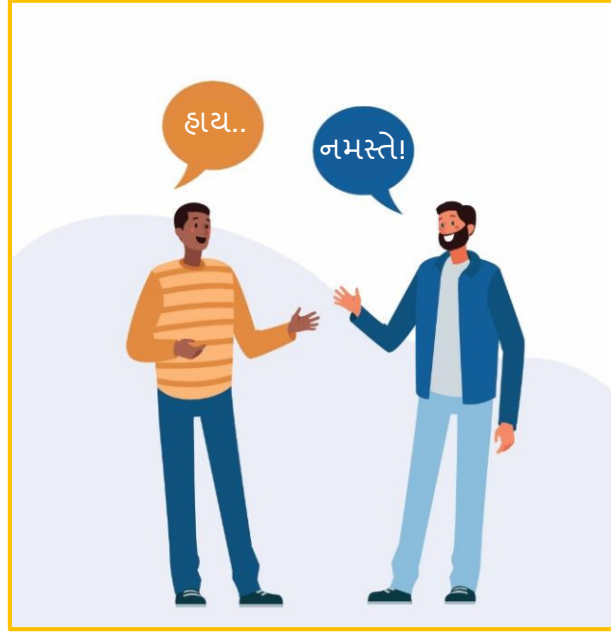
1. ગ્રાહકોની વધતી ચિંતાઓને દૂર કરવા વર્ગ-ખંડમાં ભાષણ આપો.

સત્ર 2: સામાજિક અને સાંસ્કૃતિક પાસાઓ

સંચાર એ વ્યાપક વિષય છે. માઈક્રોફાઈનાન્સ એક્ઝિક્યુટિવ્સને સારા સંચારના ચોક્કસ પરિબલોની જાણકારી હોવી જોઈએ.

ભાષા પ્રત્યે સંવેદનશીલતા

આપણને અન્ય લોકો સાથે વાતચીત કરવામાં ધન્યતા અનુભવવી જોઈએ. આ પ્રક્રિયામાં ભાષા એક મહત્વપૂર્ણ પરિબલ છે. વિવિધ ભાષાઓમાં અભિવ્યક્તિ માટે વિવિધ નિયમોનું પાલન કરવું જરૂરી છે (આકૃતિ. 3.5). ભાષા પ્રત્યેની સંવેદનશીલતા એ જાણવું અથવા સ્વીકારવું છે કે ચોક્કસ ભાષામાં અભિવ્યક્તિ પોતે જ અનન્ય છે. એવું પણ કહી શકાય કે અભિવ્યક્તિ માટે વપરાતી ભાષાની વિશિષ્ટતા અને વિશિષ્ટ લક્ષણોનું ધ્યાન રાખવું એ ભાષાની સંવેદનશીલતા છે. જ્યારે વાતચીતમાં વિવિધ ભાષાઓનો ઉપયોગ કરવામાં આવે છે ત્યારે તફાવતો થાય છે કારણ કે વિવિધ ભાષાઓમાં અભિવ્યક્તિને વાક્યની રચના માટે, ભાષા-વિશિષ્ટ નિયમોના સમૂહનું પાલન કરવાની જરૂર રહે છે.



આકૃતિ. 3.5: ભાષા

માઈક્રોફાઈનાન્સ એક્ઝિક્યુટિવ્સે ધ્યાનમાં રાખવું જોઈએ કે-

1. અન્યો સાથેની ક્રિયાપ્રતિક્રિયામાં ઉપયોગમાં લેવાતી ભાષા સર્વસમાવેશક અને પૂર્વગ્રહ-મુક્ત હોય.
2. ભાષા-વિશિષ્ટ વ્યાકરણ અને રચનાના સામાન્ય નિયમો મૌખિક સંચારમાં અવલોકન કરવામાં આવે છે.
3. એવા શબ્દોનો ઉપયોગ કરવો કે જેનું અર્થઘટન અભિપ્રેત અર્થ કરતા અલગ ન કરી શકાય.
4. ઉપયોગ કરાયેલી ભાષાથી અન્યની લાગણીઓને ઠેસ પહોંચવી ન જોઈએ.

5. લેખિત સંદેશાવ્યવહારમાં, આવા શબ્દસમૂહો અને શબ્દોનો ઉપયોગ કરવો જે કોઈને નારાજ ન કરે. જો કે, સંદેશાવ્યવહાર કરવાની તીવ્રતા ઓછી થતી નથી.
6. *સંચાર માટે યોગ્ય શબ્દો પસંદ કરવા માટે, ભાષા શબ્દકોશમાં ઉપયોગની નોંધોનો સંદર્ભ લઈ શકાય છે.
7. વૃદ્ધ લોકો, મહિલાઓ અને બાળકો સાથે વાતચીત કરતી વખતે વધુ કાળજી રાખવી. જો કે, આ વ્યક્તિઓને એવી છાપ ન મળવી જોઈએ કે તેઓને નબળા અને નિષ્ક્રિય ગણવામાં આવે છે.

હમેશા યાદ રાખો કે શબ્દોથી બનેલા ધા તલવારોના ધાવ કરતાં વધુ ઊંડા અને ગંભીર હોય છે.

લિંગ તરફ સંવેદનશીલતા

આ હકીકત છે કે પુરુષો અને સ્ત્રીઓની વિચારસરણી અને દૃષ્ટિકોણમાં ઘણો તફાવત છે. વિચારશીલ બનવું અને વિરોધી લિંગની લાગણીઓની પ્રશંસા કરવી એ લિંગ સંવેદનશીલતા છે (આકૃતિ. 3.6). વિરોધી લિંગ પ્રત્યેના આપણા વિચારો અને વર્તનને પ્રદર્શિત કરવામાં ભાષા દ્વારા મુખ્ય ભૂમિકા ભજવવામાં આવે છે. આપણામાંના ઘણા સંચારમાં પૂરતા સંવેદનશીલ નથી. પુરુષો અને સ્ત્રીઓની તુલના કરવી યોગ્ય નથી, દાખલા તરીકે, પુરુષો સક્રિય છે જ્યારે સ્ત્રીઓ નિષ્ક્રિય છે અથવા પુરુષો બળવાન અને અડગ છે અને સ્ત્રીઓ ડરપોક છે તેવું દર્શાવવું. આવી સામાન્ય ટિપ્પણીઓ, સ્ત્રીઓનું અંધકારમય આકૃતિ દોરે છે. આ સંચારમાં લિંગ અસંવેદનશીલતા છે.



આકૃતિ. 3.6: લિંગ પ્રત્યે સંવેદનશીલતા

સ્ત્રોત: shorturl.at/hGN24

વિજાતીય વ્યક્તિઓ સાથે વાતચીત કરતી વખતે માઇક્રોફાઇનાન્સ એક્ઝિક્યુટિવએ વધુ સાવચેત રહેવું જોઈએ. થોડા મુદ્દાઓ નીચે ઉલ્લેખિત છે:

1. બંને જાતિની વ્યક્તિઓમાં પરસ્પર આદરની ભાવના હોવી જોઈએ.

2. એક સરળ ભાષા, કાળજીપૂર્વક પસંદ કરેલ શબ્દો સાથે વિપરીત લિંગના લોકો સાથે વાતચીત મજબૂત બનશે.
3. ભાષામાં અન્ય લોકો માટે કોઈ પણ અસ્પષ્ટ શબ્દો અથવા અપમાનજનક ટિપ્પણીઓ ન હોવી જોઈએ.
4. અન્ય લોકો સાથે મજાકમાં પણ અંગત ટિપ્પણીઓ ટાળો.
5. વિજાતીય વ્યક્તિઓ સાથે સામાન્ય શિષ્ટાચારનું પાલન કરવું જોઈએ.
6. જ્યારે વિનંતી કરવામાં આવે ત્યારે, અન્ય લોકો માટે મદદનો હાથ લંબાવો.

દરેક પરિસ્થિતિમાં સ્ત્રીઓ સાથેની ક્રિયાપ્રતિક્રિયામાં શિષ્ટાચારની જરૂર છે. તેમને ચીડવવું એ દેશના કાયદા હેઠળ સજાપાત્ર છે. વિપરીત લિંગના લોકો પ્રત્યેની સંવેદનશીલતા હાસ્યાસ્પદ માન્યતાઓ અને ખોટા અભિપ્રાયોથી દૂર જઈ રહી છે. તેમાં અન્ય લોકો સાથે ક્રિયાપ્રતિક્રિયા કૌશલ્યનું જ્ઞાન મેળવવાનો સમાવેશ થાય છે.

સાંસ્કૃતિક સંવેદનશીલતા

લોકોના ચોક્કસ જૂથની સંસ્કૃતિ તેના વિચારો, પરંપરાઓ, રીતભાત અને સામાજિક વર્તન દ્વારા સારી રીતે ઓળખી શકાય છે. તે રાષ્ટ્રીયતા જેવું જ નથી. લોકોનો ઉછેર અને આસપાસના વાતાવરણ તેમની સંસ્કૃતિને પ્રભાવિત કરે છે. આપણી પોતાની સંસ્કૃતિ પ્રત્યેનો લગાવ સ્વાભાવિક છે. અન્ય સંસ્કૃતિઓ પ્રત્યે ઉદાસીન વલણ, જો કે, જરાય ઇચ્છનીય નથી. સાંસ્કૃતિક સંવેદનશીલતા એ જાણવું અને સભાન રહેવું છે કે વિવિધ સંસ્કૃતિઓમાં સમાનતા અને અસમાનતાઓ છે. ફક્ત, જાગૃતિ કે લોકો અલગ છે અને કોઈ સંસ્કૃતિ શ્રેષ્ઠ નથી અથવા અન્યથા. સંસ્કૃતિઓની તુલના જરૂરી નથી. સાંસ્કૃતિક સંવેદનશીલતા વિવિધ સંસ્કૃતિઓ પ્રત્યે જાગૃતિ પેદા કરે છે અને તેમાં વિવિધ સંસ્કૃતિના લોકો સાથે વાતચીત કરવાની રીતો અને માધ્યમોનો પણ સમાવેશ થાય છે. કોઈપણ સમુદાય અથવા સંસ્કૃતિ માટે કોઈ ભેદભાવ ન કરવો એ સાંસ્કૃતિક સંવેદનશીલતાનો સાર છે. વિવિધ સંસ્કૃતિઓમાં લોકોના પોતાના મૂલ્યો અને માન્યતાઓ હોય છે જે તેમની જાગૃતિને પ્રભાવિત કરે છે (આકૃતિ. 3.7). ભાષા અને બોલીની પણ તેમની ધારણા પર અસર હોય છે.



આકૃતિ 3.7: અંતર-સાંસ્કૃતિક સંચાર

વિવિધ સંસ્કૃતિના વ્યક્તિઓ સાથે વાતચીત કરતી વખતે માઇક્રોફાઇનાન્સ એક્ઝિક્યુટિવએ લવચીક અને ઉદાર વલણ રાખવો જોઈએ. તેમના પોતાના મૂલ્યો અને માન્યતાઓની સમીક્ષા એ સુનિશ્ચિત કરવા માટે આવશ્યક છે કે અન્ય સંસ્કૃતિના વ્યક્તિઓ સાથે તેમનો સંચાર કોઈપણ અવરોધ વિનાનો છે. વૈવિધ્યસભર સંસ્કૃતિના સમુદાયો પ્રત્યે આદર અને સંવેદનશીલ બનવું મહત્વપૂર્ણ છે. અન્ય સમુદાયોની વ્યક્તિઓ સાથે વાતચીત કરતી વખતે, એમએફઈ એ કાળજીપૂર્વક પસંદ કરેલ શબ્દોનો ઉપયોગ કરવો જોઈએ જેથી કરીને તેઓ અન્ય લોકોને સારી રીતે સમજી શકે. વ્યક્તિની સાંસ્કૃતિક સંવેદનશીલતા અન્ય સંસ્કૃતિના વ્યક્તિઓ સાથે સફળતાપૂર્વક કામ કરવાની ક્ષમતા અને રસ દર્શાવે છે. વિવિધ સમુદાયના સભ્યો સાથે કોઈપણ ભેદભાવ વિના સમસ્યાનું નિરાકરણ કરવાની વૃત્તિ સાથે વાતચીત પણ દેશમાં એકતાને મજબૂત બનાવે છે.

સામાજિક પરિબળો પ્રત્યે સંવેદનશીલતા

આપણું કુટુંબ, સંબંધીઓ, સમુદાય, સહકર્મીઓ વગેરે સામાજિક પરિબળો છે. આ પરિબળો આપણી જીવનશૈલી, વિચારો, રીતભાત અને રુચિઓને પ્રભાવિત કરે છે. આપણે જે સમુદાયના છીએ, એ સમુદાયમાં પ્રચલિત રીત-રિવાજો અને પ્રથાઓ અપનાવીએ છીએ. લોકોને તેમના સમુદાયના રિવાજો અને પ્રથાઓ પ્રત્યે સ્વાભાવિક સ્નેહ હોય છે. સામાજિક સંવેદનશીલતા અન્ય લોકો કેવું અનુભવે છે અને તેમના પરિપ્રેક્ષ્યને અવલોકન કરવા અને સમજવા માટે વ્યક્તિગત કુશળતાનો સંદર્ભ આપે છે. જાગૃત રહેવું અને અન્ય લોકો અને તેમના દૃષ્ટિકોણ પ્રત્યે યોગ્ય આદર દર્શાવવો, સામાજિક સંવેદનશીલતામાં સમાવિષ્ટ છે. એવું જાણવા મળ્યું છે કે ટેકનિકલ વિદ્યાશાખાઓ સાથે જોડાયેલા લોકોમાં માનવતા અને સામાજિક વિજ્ઞાન સાથે જોડાયેલા અન્ય લોકો કરતા ઓછી સામાજિક સંવેદનશીલતા હોય છે. ઉચ્ચ સ્તરની સામાજિક સંવેદનશીલતા વાળા સભ્યો વાળા જૂથોએ વધુ સામૂહિક બુદ્ધિ દર્શાવી છે.

માઇક્રોફાઇનાન્સ એક્ઝિક્યુટિવએ તેમના ગ્રાહકો સાથેના તેમના સંચારને અસરકારક બનાવવા માટે તેમના સમુદાયનું મનોવિજ્ઞાન, રિવાજો ખબર હોવા જોઈએ. એમએફઈ સંતુષ્ટ થશે જો ક્લાયન્ટ તેમને સારી રીતે સમજશે અને તેમના દૃષ્ટિકોણને સમજી શકતા હોય. સામાજિક ધોરણોનું જ્ઞાન અસરકારક મૌખિક સંચારમાં સક્ષમ બનાવે છે. કોઈ વિશેષ જૂથમાં ચોક્કસ વિષય પર ચર્ચા યોગ્ય ગણી શકાય પરંતુ બધામાં નહીં. દાખલા તરીકે, સ્વાસ્થ્યસંભાળ પ્રોફેશનલ્સની બેઠકમાં સ્વાસ્થ્ય સમસ્યાઓ વિશે વાત કરવામાં આવી શકે છે પરંતુ અન્ય વ્યવસાયિક બેઠકમાં તેની પ્રશંસા ન થઈ શકે.

સામાજિક સંવેદનશીલતાનું પ્રદર્શન કરતું, એક ઉદાહરણ

“નિયંત્રણ કચેરીમાં એક નાની બેઠકનું આયોજન કરવામાં આવ્યું અને તે બાદ ડિનરનું આયોજન કરવામાં આવ્યું. તમને તમારા સહકર્મીમાંના એક સાથે વાત કરવાનો મોકો મળ્યો. વાતચીત તમારા બંનેના કામ અને રુચિઓ વિશે હતી. બંનેએ એક પછી એક વાત કરી. જ્યારે એક વાત કરતો હતો ત્યારે બીજી વ્યક્તિ સક્રિય રીતે સાંભળતી હતી અને પ્રતિભાવ આપી રહી હતી. વાતચીત સમાપ્ત થયા પછી, તમને આનંદ અને મૂલ્યવાનની અનુભૂતિ થઈ. વાતચીતમાં તમે સમજી શકો છો કે તમે સારી રીતે સાંભળ્યું છે અને તમારી વાત પણ સારી રીતે સાંભળી છે.”

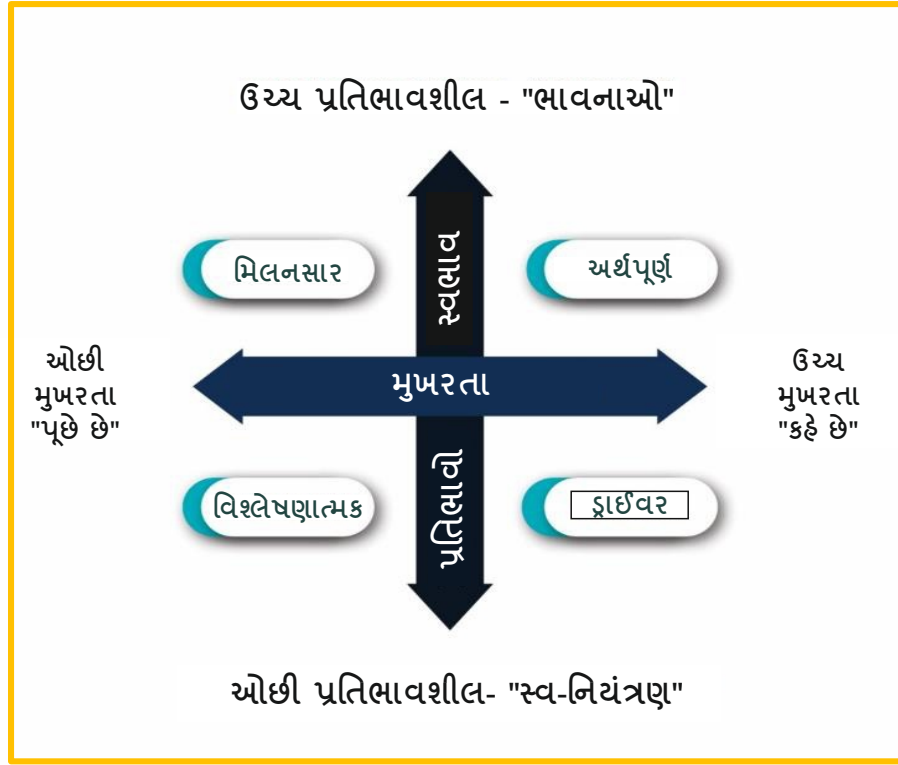
મનુષ્ય ધન્ય છે કેમ કે તેની પાસે અન્ય લોકો સાથે વાતચીત કરવા માટે સંચારનું સાધન છે. કેટલાક સામાજિક પરિબલો સંચારની શૈલી અને વલણમાં ફેરફારનું કારણ બની શકે છે.

સામાજિક તફાવતો

સામાજિક તફાવતો એ સમાજના લોકોમાં સામાજિક ગુણો અને પૂર્વગ્રહો પર આધારિત અસમાનતા છે. જાતિ, સંપ્રદાય, ધર્મ, જાતિ, સંસ્કૃતિ, ભાષા લિંગ વગેરે સહિત ઘણા તફાવતો છે. રાષ્ટ્રીય સંસાધનોનું અસમાન વિતરણ પ્રાદેશિક અસંતુલન પણ બનાવે છે. આ તફાવતો પૂર્વગ્રહનું કારણ બને છે. દાખલા તરીકે, જો ધનવાન વ્યક્તિઓને સમાજમાં ગરીબો કરતાં વધુ સન્માન અને માન્યતા મળે છે, તો તે સામાજિક તફાવતનું કારણ છે. સમાજમાં લોકો વચ્ચેનો ભેદભાવ અનેક સામાજિક બંધો અને અસમાનતાનું મૂળ છે. લિંગ, ત્વચાનો રંગ અને ચહેરાના દેખાવને લગતા પૂર્વગ્રહો ચોક્કસ સમુદાયમાં વ્યક્તિના જન્મને કારણે છે. કોઈ ચોક્કસ ધર્મ અથવા સંપ્રદાયમાં વિશ્વાસ ધરાવતી વ્યક્તિઓ, અન્ય ધર્મો અથવા સંપ્રદાયો સાથે જોડાયેલ વ્યક્તિઓ સાથે સામાજિક તફાવત હોઈ શકે છે. ગ્રામીણ સંસ્કૃતિ શહેરી સંસ્કૃતિથી અલગ પડે છે. આ તફાવતો લોકો દ્વારા બનાવવામાં આવ્યા છે. તે આશ્ચર્યજનક છે કે ભારતીય સામાજિક જીવનના લગભગ દરેક પાસાઓમાં વિવિધતાઓ અસ્તિત્વ ધરાવે છે. માઈક્રોફાઈનાન્સ એક્ઝિક્યુટિવ્સ અન્ય વ્યક્તિઓ સાથે તેમના સંચાર અને વર્તનમાં સંવેદનશીલ હોવું જરૂરી છે, જેઓ સામાજિક આધારો પર મતભેદ રાખે છે.

ગ્રાહકો

વિવિધ સામાજિક શૈલીઓના ગ્રાહકો સાથેના વ્યવહારમાં લવચીક હોવું જરૂરી છે. વિવિધ ગ્રાહકો સાથે સમાન સંચાર પદ્ધતિનો ઉપયોગ કરી શકાતો નથી. તેઓ સમાન ઝોક, વ્યક્તિત્વ અને વિચાર પ્રક્રિયા ધરાવતા નથી. તેમની વાતચીત અને નિર્ણય લેવાની ક્ષમતાઓ અલગ છે. વ્યક્તિગત ગ્રાહકોની સામાજિક શૈલીની વિશિષ્ટતાઓ જાણવી અને યોગ્ય માનસિકતા સાથે તેમના સુધી પહોંચવું આવશ્યક છે. ગ્રાહકોની શૈલીને અનુરૂપ અભિગમ અપનાવવાથી ચોક્કસપણે, વ્યવસાયિક પરિણામોની સંભાવનામાં વધારો થશે. ગ્રાહકો સાથે વ્યવહાર કરવાની રીતો સમજવા માટે વ્યવસાયિક પ્રવૃત્તિઓના ચોક્કસ ક્ષેત્રમાં વિવિધ સામાજિક શૈલીઓનું યોગ્ય જ્ઞાન મેળવવું જરૂરી છે. ગ્રાહકની સામાજિક શૈલી તેમની ક્રિયાપ્રતિક્રિયા પરથી સ્પષ્ટ થાય છે. લોકો સાથે વ્યવહાર કરવાની તેમની આ કુદરતી રીત છે. નીચે વર્ણવ્યા પ્રમાણે, ગ્રાહકોના વ્યક્તિત્વને સમજાવતા ચાર વિભાગો છે (આકૃતિ. 3.8).



આકૃતિ. ૩.૮: ગ્રાહકના ચાર વ્યક્તિત્વ

- i. મિલનસાર: સૌમ્ય સામાજિક શૈલીના ગ્રાહકોમાં સુખદ લક્ષણો હોય છે. તેઓ મૈત્રીપૂર્ણ, પ્રતિભાવશીલ અને લોક-લક્ષી છે. તેઓ સહકારી અને ઝડપી નિર્ણય લેનારા છે. તેમના અભિપ્રાયોનો આદર કરવો અને તેમના માટે ઉત્પાદન/સેવાની યોગ્યતા વિશે તેમને વાકેફ કરવા હિતાવહ છે. આવા ગ્રાહકો સાથે વ્યવહાર કરવા માટે ઓછા જોખમના ઉકેલો ઓફર કરવા એ યોગ્ય અભિગમ છે.
- ii. અભિવ્યક્ત: અભિવ્યક્ત સામાજિક શૈલીના લોકો આત્મવિશ્વાસ, અડગ અને સર્જનાત્મક હોય છે. તેઓ વધુ વાત કરવાનું પસંદ કરે છે અને તેમની લાગણીઓ અન્ય લોકો સુધી પહોંચાડવા માટે અધીરા હોય છે. સ્વભાવે તેઓ વિચારલક્ષી હોય છે. તેઓ સમજાવવા માટે આત્મવિશ્વાસ અને કુશળતા દર્શાવે છે. અન્ય લોકો તેમને આવેગજન્ય અને ચાલાકી કરનાર વ્યક્તિ તરીકે માને છે. આવા ગ્રાહકો સાથે ધીરજથી કામ લેવું જોઈએ. તેમને સંક્ષિપ્તમાં ઉત્પાદન/સેવાની સંબંધિત વિગતોની સલાહ આપો. અભિવ્યક્ત વ્યક્તિઓ તેમના ખરીદીના નિર્ણયોમાં પરિચિતોની ભલામણોને મહત્ત્વ આપે છે.
- iii. વિશ્લેષણાત્મક: વિશ્લેષણ સંતુલિત, વિચારશીલ અને જાગૃત છે. તેઓ તથ્યો અને ડેટા સાથે વધુ ચિંતિત છે. તેઓ જિજ્ઞાસુ છે પરંતુ તેમની ક્રિયાપ્રતિક્રિયામાં ખુલતા નથી. શોર્ટકટ્સને અવગણવામાં આવે છે તેના બદલે સ્ટાન્ડર્ડ ઓપરેટિંગ પ્રોસિજર (એસઓપીસ) તેમના દ્વારા અનુસરવામાં આવે છે. પ્રાધાન્યમાં, આવા ગ્રાહકો તેમની પોતાની ધારણા અને યુકાદાના આધારે નિર્ણયો લે છે. આવા ગ્રાહકો સાથે વ્યવહાર કરવા માટે ઉત્પાદન/સેવા વિશે આધારભૂત ડેટા સાથે સ્પષ્ટ અને વ્યાપક વિગતો જરૂરી છે.

તેઓ પ્રભાવિત થાય છે, જો ઉત્પાદન/સેવા વિશેની સંબંધિત માહિતી તેમને યોગ્ય ઉદાહરણો સાથે વ્યવસ્થિત રીતે પહોંચાડવામાં આવે.

- iv. ડ્રાઇવર: ડ્રાઇવરો નિર્ણાયક અને ક્રિયાલક્ષી લોકો છે. તેમનો અભિગમ કેન્દ્રિત અને સીધો છે. વધુ પડતા ખુલાસા અને લાંબા જવાબો તેમને અધીર બનાવે છે કારણ કે તેમને ઝડપી નિકાલ ગમે છે. તેઓ નિર્ણય લેવામાં ઝડપી છે, સ્વતંત્ર અને આત્મવિશ્વાસ વાળા છે. ઉત્પાદન/સેવા વિશેનો સંક્ષિપ્ત સારાંશ તેમના માટે નિર્ણય પર પહોંચવા માટે પૂરતો છે. તેઓ પોતાના સ્વ-નિર્ધારિત રીતે વસ્તુઓ કરવાનું પસંદ કરે છે. ડ્રાઇવરોની સામાજિક શૈલી ધરાવતા વ્યક્તિઓ સાથે વ્યવહારમાં કાર્યક્ષમ અને વ્યાવસાયિક અભિગમ અપનાવવો ઇચ્છનીય છે. ગ્રાહકોને તાર્કિક રીતે સમજાવો અને તેમનો સમય બચાવવા માટે લાંબી ચર્ચાઓ ટાળો. ઉત્પાદન/સેવા/સમસ્યા વિશેની માહિતીની સંક્ષિપ્તતા અને સુસંગતતા આવા ગ્રાહકોને સંતુષ્ટ બનાવે છે.

ઉપરી અધિકારીઓ: એવું જોવામાં આવે છે કે ઉપરી અધિકારીઓ, જેઓ તેમની ટીમના સભ્યો કરતાં સામાજિક રીતે અલગ, પૃષ્ઠભૂમિ ધરાવે છે તેઓ ઘણીવાર અલાયદું અનુભવે છે. અન્ય લોકો સાથે વ્યવહારમાં તેમની આંતરવ્યક્તિત્વ શૈલી વિશે અભિપ્રાયો શેર કરવા જોખમી છે. સ્ટાફના સભ્યો ઉપરી અધિકારીઓ સાથે તેમના કામના અનુભવને હળવા અને પ્રસન્ન બનાવા ઇચ્છે છે. સામાજિક રીતે અલગ ઉપરી અધિકારીઓ સાથે વ્યવહાર કરતી વખતે, આ ધ્યાનમાં રાખવું જોઈએ-

- i. વરિષ્ઠથી અતિમાનવ હોવાની અપેક્ષા નથી રાખવામાં આવતી.
- ii. તેમની સાથે નમ્ર અને આદરપૂર્ણ વાતચીત કરવી.
- iii. વરિષ્ઠ ના ગુણોની કદર કરવી.
- iv. સંસ્કૃતિ, જાતિ અથવા ધર્મ વિશે કોઈ નકારાત્મક ટિપ્પણી ન કરવી, વરિષ્ઠની પાછળ પણ, જે તેમની લાગણીઓને ઠેસ પહોંચાડે.
- v. સમુદાયની સારી પ્રથાઓની પ્રશંસા કરવી, જેનાથી ઉપરી વ્યક્તિ સંબંધિત છે.
- vi. સહકારી વલણ અપનાવવું અને જ્યારે પણ માંગવામાં આવે ત્યારે મદદનો હાથ લંબાવવો.
- vii. ઉપરી વ્યક્તિના અનુભવમાંથી શીખવું.
- viii. જો કોઈ વ્યક્તિ સમાન પદ પર હોય તો પોતાના વરિષ્ઠો સાથે તે જ રીતે વર્તવું જે રીતે તે ઇચ્છે છે.
- ix. તમારા વરિષ્ઠ વિશે અફવાઓ ન ફેલાવો.

વરિષ્ઠો સાથે આદરપૂર્ણ સંબંધ રાખવા તે મૂલ્યવાન છે.

સહકર્મી: કાર્યસ્થળ પર સહકર્મીઓ સાથેના જોડાણો આજીવન જીવંત રહે છે. સમય જતાં, કેટલાક સહકર્મીઓ સાથે મિત્રતા વિકસે છે. આ સંબંધ કિંમતી અને સ્વૈચ્છિક છે. અનુભવની વહેંચણી અને અન્ય ભાવનાત્મક મુદ્દાઓ એકબીજાને મદદ કરે છે, જેમાં એકલતાની લાગણી નથી. સહકર્મીઓ પસંદ કરી શકાતા નથી. જો કે, વ્યાવસાયિક મિત્રતા કોની સાથે ગહન થઈ શકે તે નક્કી કરી શકે છે.

સહકર્મીઓ વિવિધ સમુદાયો, જાતિઓ અને પ્રદેશોના હોઈ શકે છે, જેમાં વિવિધ રિવાજો અને પ્રથાઓ હોય છે. તેઓ વિવિધ ધર્મો કે સંપ્રદાયોમાં આસ્થા રાખી શકે છે

આવા સામાજિક રીતે અલગ સહકર્મીઓ સાથે વ્યવહાર કરતી વખતે, તે ધ્યાનમાં રાખવું જોઈએ-

- i. કોઈપણ સમયે, તેમનું અપમાન ન કરવું.
- ii. કોઈ ભેદભાવ વિના, તેમની સાથે અન્યોની જેમ સમાન રીતે વર્તવું.
- iii. તેમની લાગણીઓ કે ભાવનાઓને ઠેસ પહોંચાડવા અંગત ટિપ્પણી ન કરવી.
- iv. કોઈપણ સાંસ્કૃતિક તફાવત પર ટિપ્પણી કરવાનું ટાળવા માટે.
- v. જ્યારે પણ માંગવામાં આવે ત્યારે સહકારી બનો અને મદદનો વિસ્તાર કરો.
- vi. સારા કામ માટે અને તેમની નાની સિદ્ધિઓની પણ પ્રશંસા કરવી.
- vii. તેમના સમુદાયના સારા રિવાજો અને પ્રથાઓ શીખવા માટે.
- viii. તેમને કંપનીમાં આગળ વધવા, પ્રમોશન માટે પ્રોત્સાહિત કરવા.
- ix. સહકર્મીઓનો આદર કરો, બદલામાં આદર મેળવો.

પ્રાયોગિક સ્વાધ્યાય

પ્રવૃત્તિ 1: ભાષા, લિંગ અને સંસ્કૃતિ પ્રત્યેની સંવેદનશીલતા પર પ્રસ્તુતિ બનાવો

આવશ્યક સામગ્રી: લેખન પેન, નોટબુક, ડેસ્કટોપ કોમ્પ્યુટર/લેપટોપ, ઈન્ટરનેટનું ઍક્સેસ, વિષય પર વાંચન સામગ્રી.

પ્રક્રિયા:

1. વર્ગમાં કુલ વિદ્યાર્થીઓની સંખ્યાના આધારે શિક્ષક વિદ્યાર્થીઓને દરેક પાંચથી આઠ વિદ્યાર્થીઓના જૂથમાં વિભાજિત કરશે.
2. દરેક જૂથના સભ્યો પ્રસ્તુતિ કરવા માટે જૂથનું પ્રતિનિધિત્વ કરવા માટે એક વ્યક્તિને પસંદ કરી શકે છે.
3. સમાન જૂથની અન્ય વ્યક્તિએ પ્રશ્નોના જવાબ આપવામાં મદદ કરવી જોઈએ.
4. જૂથના તમામ સભ્યો "ભાષા, લિંગ અને સંસ્કૃતિ પ્રત્યે સંવેદનશીલતા" વિષય પર સામગ્રી એકત્રિત કરશે અને નીચેના મુદ્દાઓ પર પ્રકાશ પાડશે:
 - a) ભાષાની વિવિધતા
 - b) લિંગ સંવેદનશીલતા
 - c) સાંસ્કૃતિક જાગૃતિ
 - d) સમાવેશી સંચાર

- e) સશક્તિકરણ
- f) તાલીમ અને સંવેદના

5. પ્રસ્તુતિ માટે બધા એકસાથે બેસીને સામગ્રીને વ્યવસ્થિત રીતે અને યોગ્ય ક્રમમાં ગોઠવશે જેથી તેનો ઉપયોગ પ્રસ્તુતિ માટે કરી શકાય.
6. જૂથના સભ્યો દ્વારા તૈયાર કરાયેલ, ભાષણ દ્વારા પ્રસ્તુતિ કરવામાં આવશે. વિષય પર પ્રસ્તુતિ દરેક જૂથમાંથી એક સભ્ય દ્વારા અલગ-અલગ ભાષા કે બોલીનો ઉપયોગ કરીને ભાષા પ્રત્યે સંવેદનશીલ વર્તન દર્શાવવામાં આવશે.
7. લિંગ અને સંસ્કૃતિ પ્રત્યે સંવેદનશીલ વર્તણૂક દર્શાવવા માટે, વિવિધ સંસ્કૃતિ ધરાવતી મહિલા વિદ્યાર્થી અને અન્ય સમુદાયના વિદ્યાર્થીને પૂછીને પ્રવૃત્તિનું પુનરાવર્તન કરી શકાય છે. શિક્ષક વિષય પર સુધારાઓ/વધારાના ઇનપુટ્સ સૂચવીને પ્રસ્તુતિમાં મૂલ્ય ઉમેરી શકે છે. વિદ્યાર્થીઓ પોતાની નોંધ બનાવશે.

પ્રવૃત્તિ 2: ગ્રાહકના વ્યક્તિત્વ પર ચાર્ટની તૈયારી.

આવશ્યક સામગ્રી: લેખન પેન, પેન્સિલ, ચાર્ટ પેપર સ્કેચ પેન, ડેસ્કટોપ કોમ્પ્યુટર/લેપટોપ, ઇન્ટરનેટનું એક્સેસ, પુસ્તકો જેવી વાંચન સામગ્રી.

પ્રક્રિયા:

1. શિક્ષક વિદ્યાર્થીઓને ઉપલબ્ધ વાંચન સામગ્રી વાંચવા અને વિષય પર એક ચાર્ટ તૈયાર કરવા કહેશે.
2. વિદ્યાર્થીઓ સંગ્રહ પ્રક્રિયાના વિષય પર ચાર્ટ તૈયાર કરશે.
3. વિદ્યાર્થીઓમાં ગ્રાહકના ચાર અલગ અલગ વ્યક્તિત્વનો સમાવેશ થશે:
 - a) મિલનસાર
 - b) અભિવ્યક્ત
 - c) વિશ્લેષણાત્મક
 - d) ડ્રાઈવર
4. વિદ્યાર્થીઓ ચાર્ટ શિક્ષકને સબમિટ કરશે.
5. શિક્ષક વિદ્યાર્થીઓ દ્વારા તૈયાર કરેલ 2-3 ચાર્ટ પસંદ કરશે.
6. શિક્ષક વર્ગખંડમાં વિષય વિશે ચર્ચા કરશે અને સમજાવશે.

તમારી પ્રગતિ ચકાસો

A. ખાલી જગ્યાઓ ભરો

1. સંચારની પ્રક્રિયામાં ભાષા એક _____ પરિબળ છે.
2. જ્યારે સંચારમાં ભિન્ન _____નો ઉપયોગ કરવામાં આવે ત્યારે તફાવતો થાય છે.
3. મનુષ્ય _____ છે કે અન્ય લોકો સાથે _____ માટે સંચારનું સાધન છે.

4. સ્ટાફ સભ્યો _____ સાથે તેમના કામના અનુભવને હળવા અને પ્રસન્ન બનાવા ઈચ્છે છે.
5. કાર્યસ્થળ પર _____ સાથેના _____ સંબંધો જીવનભર જીવંત રહે છે.

B. બહુવિકલ્પીય પ્રશ્નો

1. ભાષા પ્રત્યેની સંવેદનશીલતા એ જાણવું અથવા સ્વીકારવું કે ચોક્કસ ભાષામાં અભિવ્યક્તિ _____ છે.
 - a) સમાન
 - b) મુશ્કેલ
 - c) સ્વયંમાં અનન્ય
 - d) સરળ
2. મિલનસાર સામાજિક શૈલી ગ્રાહકોમાં _____ હોય છે.
 - a) બિન-સહકારી વલણ
 - b) અપ્રિય લક્ષણો
 - c) સુખદ લક્ષણો
 - d) મૂંઝવણભરી વિચારસરણી
3. ડ્રાઇવરોનો અભિગમ _____ છે.
 - a) મૂંઝવણભર્યો
 - b) કેન્દ્રિત અને સીધો.
 - c) કરિયલક્ષિત નથી
 - d) નિર્ણય લેવામાં ધીમો
4. સમાજમાં લોકોમાં ભેદભાવ નિમ્નનું મૂળ કારણ છે -
 - a) ઘણા સામાજિક દુષણો અને અસમાનતા
 - b) ન્યાય
 - c) સમાનતા
 - d) ઉપરોક્તમાંથી કોઈ નહીં
5. અભિવ્યક્ત સામાજિક શૈલી વાળા લોકો _____ છે.
 - a) અડગ
 - b) વિચારલક્ષી
 - c) વાતોડિયા
 - d) ઉપરોક્ત તમામ

C. નીચેના વાક્યો સાચા છે કે ખોટા તે જણાવો.

1. વિશ્લેષણાત્મક સંતુલિત અથવા વિચારશીલ વ્યક્તિઓ નથી.
2. ડ્રાઇવરોને તેમના સ્વ-નિર્ધારિત રીતે વસ્તુઓ કરવાનું પસંદ નથી.
3. એક સમાવિષ્ટ અને પૂર્વગ્રહ મુક્ત ભાષાનો ઉપયોગ અન્ય લોકો સાથે ક્રિયાપ્રતિક્રિયામાં કરવાનો છે.
4. સહકર્મીઓ પસંદ કરી શકાતા નથી.
5. પુરુષો અને સ્ત્રીઓની સરખામણી કરવી યોગ્ય છે.

D. કોલમ સાથે મેળ કરો

કોલમ A		કોલમ B	
1	પૂર્વગ્રહ	A	મનાવવું
2	મનાવવું	B	સંક્ષિપ્તતા
3	સંક્ષિપ્તતા	C	સ્નેહ
4	ઝોક	D	બૃહદ મન વાળા
5	ઉદાર	E	પૂર્વગ્રહ (પ્રીજુડાઇસ)

E. ટૂંકા જવાબના પ્રશ્નો

1. ભાષા પ્રત્યે સંવેદનશીલતા શું છે?
2. લિંગ પ્રત્યેની સંવેદનશીલતા દ્વારા શું સમજાય છે?
3. 'મિલનસાર' ની સામાજિક શૈલી કેવી છે?
4. વિશ્લેષણાત્મક'ની સામાજિક શૈલી કેવી છે?
5. સામાજિક રીતે અલગ સહકર્મીઓ સાથે વ્યવહાર કરતી વખતે ધ્યાનમાં રાખવાના મુદ્દાઓ સમજાવો.

F. લાંબા જવાબના પ્રશ્નો

1. 'સંસ્કૃતિ' પ્રત્યે સંવેદનશીલતા પર એક નોંધ લખો.
2. સામાજિક તફાવતો' પ્રત્યે સંવેદનશીલતા પર નોંધ લખો.

G. તમારું પ્રદર્શન તપાસો

1. વર્ગમાં "વિવિધ સામાજિક શૈલીઓ" વિષય પર ભાષણ દ્વારા પ્રસ્તુતિ બનાવો.

સત્ર ૩: ગ્રાહક સેવા માટે કાર્યસ્થળ સંચાર

વ્યવસાયિક સંસ્થાઓ તેમની વ્યાવસાયિક પરિપક્વતા દર્શાવવામાં સક્ષમ છે જે ઘણી વાર તેમના ગ્રાહકો સાથે સંપર્ક કરે છે. તેઓ તેમના ગ્રાહકો દ્વારા આપવામાં આવેલા સૂચનો અને પ્રતિસાદને સાંભળે છે અને તેને મહત્વ આપે છે. ગ્રાહક સાથે પ્રભાવી સંચાર સફળતાની નવી ઊંચાઈઓ હાંસલ કરવા માટે એક વેપાર એકમબનાવી શકે છે.

કાર્યસ્થળ પર સંચાર

કોઈ કાર્યકારી સંસ્થામાં, વ્યક્તિ/જૂથ વચ્ચે વાણી, ઈ-મેઈલ, સંદેશાઓ, કોલ્સ, ચહેરાના ભાવ, હાવભાવ, સંકેતો વગેરે દ્વારા માહિતી, વિચારો અને લાગણીઓનું આદાનપ્રદાન એ કાર્યસ્થળ પર સંચાર છે. કર્મચારીઓને વધુ સારું પ્રદર્શન કરવા માટે પ્રોત્સાહિત કરવા માટે કાર્યસ્થળ પર સારો સંચાર આવશ્યક છે. વિવિધ સંસ્કૃતિ અને બેકગ્રાઉન્ડ વાળા કર્મચારીઓની પ્રવૃત્તિઓને એકીકૃત કરવા માટે સંચાર આવશ્યક છે.

કાર્યસ્થળ પર વાતચીત મદદ કરે છે-

- નિર્ધારિત ધ્યેયો અને વ્યવસાય-લક્ષ્યો હાંસલ કરવા.
- કર્મચારીઓને કામગીરી કરવા માટે ક્ષમતા વધારવા માટે પ્રોત્સાહિત કરવા.
- કર્મચારીઓ વચ્ચે ઉભી થતી શંકાઓ અને ગેરસમજ દૂર કરવા જે પાછળથી તકરાર સર્જી શકે છે
- સંસ્થાના વિઝન અને મિશનનો ફેલાવો કરવો.
- કર્મચારીઓના સાંસ્કૃતિક તફાવતોને કાળજી અને આદર સાથે વ્યવહાર કરવા માટે સંદેશ ફેલાવો.
- કામદારોને તેમની સમજણના અંતરને ભરવા માટે પ્રશ્નો કરવા માટે પ્રોત્સાહિત કરવા.
- સિદ્ધિ હાંસલ કરવા વાળાઓની પ્રશંસા કરવી અને અન્ય લોકો દ્વારા સામનો કરવામાં આવતી સમસ્યાઓ સાંભળવી.
- કર્મચારીઓને પ્રક્રિયા અથવા વ્યવહારમાં કોઈપણ ફેરફાર માટે બોલવા માટે પ્રોત્સાહિત કરવા, જો તે વ્યવસાય માટે ફાયદાકારક માનવામાં આવે.
- સંસ્થાની સુધારણા માટે સૂચનો કરવા.

ગ્રાહકને સાંભળવા અને તેમનો પ્રતિસાદ મેળવવા માટે કાર્યસ્થળ પર ગ્રાહક-મુલાકાતનું આયોજન કરવામાં આવશે. તેમના દ્વારા કરાયેલા સૂચનો આદરપૂર્વક સ્વીકારવા જોઈએ. સૂચનો પર લીધેલા પગલાંની જાણ સંબંધિત ગ્રાહકોને પહોંચી કરવી જોઈએ.

શેર કરેલ લક્ષ્યો હાંસલ કરવા માટે સ્ટાફની તાલીમ

જ્યારે લોકો સામાન્ય કારણ માટે અથવા પૂર્વનિર્ધારિત વ્યવસાય સ્તર અથવા લક્ષ્ય સુધી પહોંચવા માટે, જૂથ અથવા ટીમમાં સામૂહિક રીતે કામ કરે છે, તો તે લક્ષ્યની વહેંચણી છે. સ્ટાફ સભ્યો સંયુક્ત પ્રયાસો અને આદાનપ્રદાન કરાયેલ વિચારો સાથે ધ્યેય હાંસલ કરવાનો પ્રયાસ કરે છે. આદાનપ્રદાન કરાયેલ ધ્યેય એ સાથે મળીને કામ કરવાનું અંતિમ પરિણામ છે.

આ સ્ટાફને હાંસલ કરવા માટેનો સહિયારો હેતુ પૂરો પાડે છે. ધ્યેયો સ્ટાફને સારી રીતે જણાવવા જોઈએ. સામાન્ય લક્ષ્યો સ્ટાફ અને મેનેજમેન્ટને એકબીજાની નજીક આવવા માટે કહે છે. ધ્યેયો નક્કી કરવામાં અને હાંસલ કરવામાં સ્ટાફની સંડોવણી તેમનું મનોબળ વધારે છે અને તેમને ઉત્સાહિત કરે છે. તેઓ તેમની સંસ્થાના વ્યવસાય-સફળતામાં પ્રશંસા અને વધુ નિમિત્ત અનુભવે છે.

તાલીમ એ સંસ્થાની પ્રવૃત્તિઓ સાથે સારી રીતે જોડાયેલું કાર્ય છે (આકૃતિ. 3.9). તે આપેલ સેટ-અપમાં ઇચ્છિત દિશામાં પ્રદર્શન કરી શકે તે માટે તાલીમાર્થીઓની કુશળતા શીખવવાનો અને પોલિશ કરવાનો છે. તે ઔપચારિક રીતે, તાલીમાર્થીઓના વર્તનમાં ફેરફાર કરે છે. તાલીમ સહભાગીઓને તેમની હાલની સોંપણીઓ સાથે વધુ સારું પ્રદર્શન કરવામાં મદદ કરે છે અને તેમને ઉચ્ચ/સૂચિત જવાબદારીઓ નિભાવવામાં પણ સક્ષમ બનાવે છે. નવી ભરતી કરનારાઓને પ્રારંભિક કેશ તાલીમ કાર્યક્રમો દ્વારા સંસ્થાની સંસ્કૃતિ અને નોકરી-જ્ઞાનનો પરિચય કરાવવામાં આવે છે. તાલીમ એ વર્તમાન સ્તર અને આવશ્યક કૌશલ્યો, જ્ઞાન અને વલણ વચ્ચેના અંતરને દૂર કરવા માટે એક અસરકારક સાધન છે. તાલીમ વ્યક્તિઓને કારકિર્દીના વિકાસ માટે પણ વિકસાવે છે.

સંસ્થામાં સ્ટાફ તેમની જવાબદારીઓ સારી રીતે નિભાવી શકે તે માટે તેમને પૂરતી તાલીમ આપવી જરૂરી છે. નિયોક્તા પાસે કર્મચારીઓને ક્લાયન્ટ અને અન્ય લોકો સમક્ષ રજૂ કરતા પહેલા તેમને તાલીમ આપવાની નીતિ હોવી જોઈએ. ઇન્ડક્શન કોર્સ અને 'ઓન જોબ' તાલીમ સ્ટાફને સશક્ત બનાવે છે. પ્રારંભિક તાલીમ કાર્યક્રમો દરમિયાન સહકર્મીઓ અને અન્ય લોકો સાથેની ક્રિયાપ્રતિક્રિયા, તાલીમાર્થીઓના આત્મવિશ્વાસના સ્તરમાં વધારો કરે છે. નિયોક્તા-સંસ્થાની ગ્રાહક કેન્દ્રિત નીતિઓનો વાજબી વિચાર તાલીમાર્થીઓમાં પ્રસારિત કરવાની જરૂર છે. જ્યારે આવા પ્રશિક્ષિત સ્ટાફને વાસ્તવિક નોકરી પર મૂકવામાં આવે છે, ત્યારે ગ્રાહકોની વધતી ચિંતાઓને અસરકારક રીતે સંબોધવામાં આવે છે. ગ્રાહકોની ફરિયાદો પણ ઓછી થાય છે. જે વ્યક્તિઓ સંચાર કૌશલ્ય અને નોકરીનું પૂરતું જ્ઞાન મેળવે છે તેઓ તેમના ગ્રાહકોને સારી રીતે સંતુષ્ટ કરવામાં સક્ષમ હોય છે.



આકૃતિ.3.9: સ્ટાફ માટે તાલીમ મોડ્યુલ

સહકારી

તે એક અભિગમ છે જ્યારે લોકો સાથે મળીને કામ કરે છે. સહકારી વ્યક્તિને સહકાર્યકરો દ્વારા પસંદ કરવામાં આવે છે અને ઘણી વખત પ્રશંસા કરવામાં આવે છે (આકૃતિ. 3.10). તે તેના પદ સાથે જોડાયેલ ફરજો અને જવાબદારીઓથી સારી રીતે વાકેફ છે અને કાર્યક્ષમ રીતે કેવી રીતે પ્રદર્શન કરવું તે જાણે છે. તે પોતાના કામ અને આચરણથી સુપરવાઈઝરને સંતુષ્ટ રાખે છે. અમુક સમયે, તે સહકર્મીઓને તેમના કામમાં ખુશીથી મદદ કરે છે.



આકૃતિ. 3.10: સહકાર
સ્ત્રોત: shorturl.at/afhIV

ટીમમાં કામ કરતી વખતે, દરેક સભ્યનો સ્વતંત્ર ધ્યેય હોય છે જેમાં અન્ય લોકોના હસ્તક્ષેપ નથી હોતો. દરેકએ પોતાની ભૂમિકા ભજવવાની છે. સભ્યો વચ્ચે ઔપચારિક વાતચીત થાય છે. સામાન્ય રીતે, ક્રિયાપ્રતિક્રિયા તેમની નોકરીઓ સાથે અસંબંધિત બાબતો પર હોય છે. સભ્યો પ્રતિબદ્ધ છે અને તેમની સંસ્થા પ્રત્યે જવાબદાર અનુભવે છે. સહકારી વ્યક્તિઓ તેમના કામ માટે અન્ય પર ઓછો આધાર રાખે છે.

સંકલન

આ સુનિશ્ચિત કરવાની પ્રક્રિયા કે સંસ્થાના તમામ વિભાગો આપેલ સંસાધનોના કાર્યક્ષમ ઉપયોગ સાથે સંસ્થાકીય લક્ષ્યો હાંસલ કરવા માટે સુમેળમાં તેમની ફરજો બજાવે છે, એ સંકલન છે (આકૃતિ. 3.11). સંકલન કરવું એ ક્રિયાપદ છે.



આકૃતિ. 3.11: સંકલન
સ્ત્રોત: shorturl.at/adjNP

સંકલનની મહત્વની વિશેષતાઓ નીચે દર્શાવેલ છે.

- તે નિર્ધારિત પ્રવૃત્તિને હાંસલ કરવા માટે વિવિધ સ્ટાફ સભ્યોના પ્રયત્નોને એકીકૃત કરે છે. તે સુનિશ્ચિત કરવા માટે નિર્દેશનનો સમાવેશ કરે છે કે આયોજિત પરિણામો પ્રાપ્ત થાય છે.
- સંસ્થાના ઉદ્દેશ્યો હાંસલ કરવા માટે કાર્યની એકતા. આ એક છુપાયેલ બળ છે જે વિવિધ કાર્યકારી એકમોને એક જ ધ્યેય માટે કામ કરવા માટે એકસાથે રાખે છે.
- આ 'આયોજન' થી શરૂ થતી સતત પ્રક્રિયા છે. તે તમામ મેનેજમેન્ટ કાર્યોમાં પરોક્ષ રીતે સામેલ છે.
- આ મેનેજમેન્ટના દરેક સ્તર માટે જરૂરી છે. સ્તરો જેમ કે. ટોચ, મધ્યમ અને નીચલા તેમના કાર્યો કરવા માટે એકબીજા પર નિર્ભર છે.
- વિવિધ કાર્યકારી એકમોની ક્રિયાઓ અને પ્રયત્નોને સંસ્થાના ધ્યેયને હાંસલ કરવાના હેતુ સાથે સમાન દિશામાં સંરેખિત કરવાની જરૂર છે. કોઈ સંકલનથી સંસાધનોનો બગાડ થશે નહીં. જો કર્મચારીઓ વચ્ચે સહકાર અનુપસ્થિત હશે તો તે અસંતોષ તરફ દોરી શકે છે. સંકલન સાથે સહકાર જરૂરી છે.

નીચેના કારણોસર સંકલન મહત્વપૂર્ણ છે.

- સમય વીતવા સાથે, વિવિધ પ્રવૃત્તિઓની સંખ્યામાં વધારા સાથે સંસ્થા વિકસતી જાય છે અને મોટું કદ પ્રાપ્ત કરે છે. આનાથી કામના ભારણને સંભાળવા માટે વધુ પ્રયત્નોની જરૂર પડે છે. વિવિધ એકમો દ્વારા વધુ લોકોને રોજગારી આપવામાં આવે છે. વ્યક્તિગત એકમના ધ્યેયોને અમુક સમયે અગ્રતા મળી શકે છે. આ રીતે, બધાને અંતિમ ધ્યેય તરફ વાળવા માટે સંકલન જરૂરી બને છે.

- જ્યારે કોર્પોરેટ અલગ-અલગ સ્થળોએ તેની ઓફિસો ખોલે છે ત્યારે કર્મચારીઓ વચ્ચે વારંવાર વાતચીતની પરવાનગી ન હોઈ શકે. સંકલન આવી પરિસ્થિતિમાં કર્મચારીઓને સાથે રાખીને એકતામાં કામ કરવા મદદ કરે છે.
- જો વ્યવસાય નવા ઉત્પાદનો, નવા બજારો અને નવા વિભાગો સાથે વૈવિધ્યસભર છે, તો સંકલન સંસ્થાના લક્ષ્યોને સુમેળ કરે છે.
- વિવિધ જૂથો વચ્ચે સુમેળભરી તાલમેલ જાળવવા માટે, પ્રતિભાશાળી વ્યક્તિઓને એકસાથે લાવવા માટે સંકલન મહત્વપૂર્ણ છે.
- સંયુક્ત પ્રયાસો ભાગો કરતાં વધારે છે. સંકલન લોકોના સંયુક્ત પ્રયાસો દ્વારા તાલમેળ હાંસલ કરવામાં મદદ કરે છે.
- સંસ્થાના ઉદ્દેશ્યો હાંસલ કરવા માટે વ્યક્તિઓ વચ્ચે યોગ્ય કાર્ય ફાળવણી દ્વારા વિવિધ પ્રવૃત્તિઓમાં સંતુલન જાળવવામાં આવે છે.

સહયોગ

સમાન વસ્તુ બનાવવા અથવા હાંસલ કરવા તરફ નિર્દેશિત ઘણી વ્યક્તિઓની સંયુક્ત ક્રિયાઓ એ સહયોગ છે. એક વહેંચાયેલ હેતુ પ્રાપ્ત કરવા માટેવિવિધ કૌશલ્યો વાળા જૂથના સભ્યો દ્વારા કરાયેલ એક સંકલિત સંયુક્ત પ્રયાસ એ સહયોગ છે (આકૃતિ. 3.12). સહયોગ કરવો એ ક્રિયાપદ છે.



આકૃતિ. 3.12: સહયોગ

સ્ત્રોત: shorturl.at/ij249

સહયોગી ટીમમાં, લક્ષ્યો અને સંસાધનો વહેંચવામાં આવે છે. સમાન ધ્યેય હાંસલ કરવા માટે પ્રયત્ન કરતી વખતે જે સમસ્યાઓનો સામનો કરવો પડે છે તેના ઉકેલ માટે આવી ટીમમાં નેતૃત્વ પણ વહેંચવામાં આવે છે.

સહયોગમાં વિવિધ ક્ષેત્રોમાં નિપુણતા ધરાવતા જૂથના સભ્યો સાથે સમસ્યાનું નિરાકરણ સામેલ છે.

વૈવિધ્યસભર કૌશલ્ય ધરાવતા લોકોમાં એક સમસ્યા છે કે તેઓ અલગ રીતે વિચારવાની તાર સાથે જોડાયેલા છે જે તેમની વચ્ચે વાતચીત મુશ્કેલ બનાવે છે. વધુમાં, તેમની પ્રાથમિકતાઓ અલગ હોઈ શકે છે જે અસંમતિ પેદા કરે છે. સંકલન અને સહયોગની વિભાવના વહેંચાયેલ ધ્યેય હાંસલ કરવાની હદ જેવી જ દેખાય છે. વહેંચાયેલ ધ્યેયને પરિપૂર્ણ કરવા માટે, સહયોગી જૂથ-સભ્યો અસરકારક સંદેશાવ્યવહાર તેમને સામૂહિક રીતે સામેલ રાખે છે. પરસ્પર વિશ્વાસ, સ્વ-પ્રેરણા, સ્લિપ માટેની સહિયારી જવાબદારી અને જૂથના સભ્યો વચ્ચે અસરકારક સંચાર એ સહિયારા હેતુ માટે. સાથે મળીને કામ કરવા માટેની મુખ્ય ઉત્તેજના છે.

ગ્રાહકોની વફાદારી અને સંતોષ મેળવવા માટે સ્ટાફને તાલીમ આપવી

કોઈ પણ ગ્રાહક વિના વ્યવસાયના અસ્તિત્વની કલ્પના કરી શકાતી નથી. એક સમય માટે ગ્રાહક અમુક પ્રમોશનલ ઓફર અથવા ડિસ્કાઉન્ટ દ્વારા આકર્ષિત થઈ શકે છે. પરંતુ ગ્રાહક સાથે લાંબા ગાળાનો સંબંધ જાળવવો એટલું સરળ નથી. ગ્રાહક ક્રિયાપ્રતિક્રિયા, વર્તન અને નવીનતમ વ્યવસાય વ્યવહારના આધારે સંતોષ વ્યક્ત કરી શકે છે. પરંતુ વફાદાર ગ્રાહકો ભાવમાં ઉછાળ અથવા વેચાણના નબળા સમયગાળાને ધ્યાનમાં લીધા વિના પુનરાવર્તિત ગ્રાહકો છે. આ ગ્રાહકો આનંદિત ગ્રાહકો છે જેઓ સમયાંતરે વિકસ્યા છે. તેઓ કંપનીની સંસ્કૃતિથી વાકેફ છે. તેઓ સેવામાં વિલંબ માટે નારાજગી વ્યક્ત કરતા નથી જો એક કે બે પ્રસંગો પર આવી થયું હોય. તેઓ કંપનીમાં આદરપૂર્ણ વ્યવહારનો આનંદ માણે છે. તેઓ આજીવનના ગ્રાહકો છે, જેઓ કંપની સાથે મળીને પ્રગતિ કરવા ઈચ્છે છે. જો વૃક્ષના મૂળ પૂરતા મજબૂત ન હોય તો તે લાંબા સમય સુધી ટકી શકતું નથી. તેવી જ રીતે, એક મજબૂત વફાદાર ગ્રાહકનો આધાર કંપનીને નાણાકીય શક્તિ પ્રદાન કરે છે. આ એવા ગ્રાહકો છે જે પોતાની મરજીથી કંપનીના બ્રાન્ડ એમ્બેસેડર બને છે. તેમની સમીક્ષાઓ અને મૌખિક પ્રચાર કંપની માટે નવા ગ્રાહકોને આકર્ષે છે અને બદલામાં કંપનીના વેચાણમાં વધારો કરે છે. કેટલાક ગ્રાહકો સંતુષ્ટ દેખાય છે પરંતુ તેઓ વધુ સારા વિકલ્પોની શોધમાં રહે છે. કંપનીએ આવા ગ્રાહકોને સેવાની શ્રેષ્ઠતાથી સંતુષ્ટ રાખવાના છે જેથી તેઓ વફાદાર ગ્રાહકો બની જાય.

તાલીમ એ કંપનીની પ્રવૃત્તિઓ સાથે સંબંધિત એક કાર્ય છે જેનો હેતુ સેટ-અપમાં વ્યક્તિઓ/જૂથોના પ્રદર્શનને સુધારવાનો છે. તે શિક્ષણ દ્વારા વર્તનમાં ઔપચારિક અને કમબલ્ડ ફેરફાર છે. તાલીમ સહભાગીઓને તેમનું વર્તમાન કાર્ય અસરકારક રીતે કરવામાં મદદ કરે છે. પ્રારંભિક કેશ તાલીમ કાર્યક્રમોના માધ્યમથી નવા નિમણૂકોને કંપનીની સંસ્કૃતિ અને નોકરીના જ્ઞાનનો પરિચય આપવામાં આવે છે. તાલીમ એ વર્તમાન સ્તર અને આવશ્યક કૌશલ્યો, જ્ઞાન અને વલણ વચ્ચેના અંતરને દૂર કરવા માટે એક અસરકારક સાધન છે. ભરતી સમયે, યોગ્યતાના ઈચ્છિત સ્તર સાથે પ્રદર્શન કરવા માટે કોઈ પણ વ્યક્તિ સંપૂર્ણ નથી. ગ્રાહક સેવા શ્રેષ્ઠતા એ એક વિશેષતા છે જેના માટે કંપનીઓ ખૂબ જ ચિંતિત છે. ગ્રાહકોનો સંતોષ અને ગ્રાહક વફાદારી મેળવવા સમયાંતરે વેચાણ-કર્મચારીઓ અને તમામ ચિંતાઓ માટે વિશેષ તાલીમ કાર્યક્રમો ગોઠવવા જોઈએ.

સહભાગીઓએ શીખવું અને સમજવું જોઈએ -

- સક્રિય શ્રોતા બનો: ગ્રાહકોને સૌ પ્રથમ સાંભળો, પ્રતિક્રિયા આપવા માટે નહીં પરંતુ મુદ્દાને સમજવા માટે. આદર અને રસ સાથે વાતચીત કરો. શારીરિક ભાષાએ આત્મવિશ્વાસ પ્રતિબિંબિત કરવો જોઈએ.
- સમય બચાવો: ગ્રાહકનો સમય બચાવવા માટે માંગણી કરેલ ઉત્પાદન/સેવા ઝડપથી પહોંચાડવાની વ્યવસ્થા કરો.
- અપેક્ષાઓ કરતાં વધુ પ્રદાન કરો: જો ગ્રાહકને કોઈ વધારાનો લાભ આપી શકાય, તો પૂછ્યા વિના પ્રદાન કરો. ગ્રાહક સાથેના તાલમેલને વિકસાવવા અથવા તેને જાળવવામાં તે ખૂબ જ કામ આવે છે.
- સક્ષમ બનો: તમારી યોગ્યતાથી ગ્રાહકોની સમસ્યાઓનો ઝડપથી ઉકેલ લાવો.
- નમ્ર બનો: સૌજન્ય અને વ્યવસાયિક શિષ્ટાચાર સાથે ગ્રાહકોને સેવા આપો. તેઓ મૂલ્યવાન છે તેવું તેમને લાગવું જોઈએ.
- વિશ્વાસપાત્ર બનો: સ્પષ્ટ, સત્યવાદી અને પારદર્શક બનો. કોઈ પણ સમયે ગ્રાહકને છેતરવું ન જોઈએ
- સંબંધ વિકસાવો: ગ્રાહકને તેમના જીવનના ખાસ દિવસોમાં શુભેચ્છાઓ અથવા નાની ભેટ મોકલો. એક ફોન કોલ પણ તેમને ખુશ કરી દે છે.
- ગ્રાહકોના અભિપ્રાયોને મહત્ત્વ આપો: ગ્રાહકો દ્વારા આપવામાં આવેલા પ્રતિસાદ બદલ આભાર વ્યક્ત કરો, ભલે કંપનીની ટીકા હોય. ગ્રાહકના નકારાત્મક પ્રતિસાદ પર લેવાયેલા પગલાંની સલાહ આપો. ગ્રાહકની વફાદારી મેળવવા માટે આ ખૂબ જ આગળ વધે છે.
- લવચીક બનો: કંપની દ્વારા નિયમો સરળ કામગીરી માટે ઘડવામાં આવે છે અને અડચણો ઊભી કરવા માટે નહીં. ગ્રાહક વફાદારી મેળવવા માટે નાના વિચલનો સ્વીકારવા માટે તૈયાર રહો.

ગ્રાહક સેવા શ્રેષ્ઠતા એ સંતુષ્ટ અને વફાદાર ગ્રાહકો મેળવવાની ચાવી છે. તે કંપનીની સંસ્કૃતિનું અવિભાજ્ય તત્વ હોવું જરૂરી છે. "ગ્રાહક હંમેશા સાચો છે" એ સિદ્ધાંત હજુ પણ સાચો છે.

કોષિત ગ્રાહક સાથે વ્યવહાર કરવો

તમે તમારા ગ્રાહકોને કુદરતી સ્મિત સાથે સેવા આપવા અને વેચાણને સફળ બનાવવા માટે પૂરતા અનુભવી હોઈ શકો છો. વિવિધ મનોવિજ્ઞાન, સમજણ અને પૃષ્ઠભૂમિ ધરાવતા ગ્રાહકો તમારા ઉત્પાદનો અને સેવાઓનો વાજબી વિચાર મેળવવા માટે તમારી પાસે આવે છે. તમે ખીજાયા વિના તેમને સંતુષ્ટ કરવા માટે તેમના પ્રશ્નો અને વારંવાર પુછાયેલા પ્રશ્નોના જવાબ આપો છો (આકૃતિ. 3.13). પરંતુ એક ગ્રાહક, જે તમારા ઉત્પાદન/સેવા/વર્તણૂકથી નારાજ છે, જો તેને કાળજીથી સંભાળવામાં ન આવે તો તમારો આખો દિવસ બગાડી શકે છે.

કોપિત ગ્રાહક સાથે વ્યવહાર કરવો મુશ્કેલ બની જાય છે જ્યારે તમે તકરારને અંગત રીતે લો છો. તેમની સાથે વ્યવસાયિક રીતે વ્યવહાર કરો અને યાદ રાખો કે મતભેદ થાય છે અને ગ્રાહકને સંતુષ્ટ કરવા એ તમારા વ્યવસાયનો એક ભાગ છે.



આકૃતિ. 3.13: કોપિત ગ્રાહક સાથે વ્યવહાર

નીચે વર્ણવેલ ટીપ્સ તમને તણાવને દૂર કરવામાં અને કોપિત ગ્રાહકને સંતુષ્ટ કરવામાં મદદ કરશે.

તમારી શાંતિ બનાવી રાખો: ગ્રાહક ગુસ્સે અને હતાશ છે પરંતુ તમે જે રીતે પરિસ્થિતિ પર પ્રતિક્રિયા આપો છો તે તેની સાથેના ભાવિ સંબંધો માટે મહત્વપૂર્ણ છે. તમને કદાચ ગુસ્સે ભરાયેલો મેઈલ અથવા ફોન કોલ અથવા તમારા પર બુમાબુમ થઈ હોય, તમે શાંત રહો અને વ્યવસાયિક રીતે ભાગ લો. "આ બધું તમારી સાથે કેમ થાય છે" એ વિચારીને તમારી જાતને ઠપકો ન આપો. તેમનો ગુસ્સો અંગત રીતે લેવાની જરૂર નથી. આ બધું વ્યવસાયમાં છે. ગ્રાહક સેવાની શ્રેષ્ઠતામાં આક્રમક ન બનવું પણ અડગ હોવું એ એક ગુણ છે.

એક સારા શ્રોતા બનો: "કેવી રીતે કહેવામાં આવે છે" કરતાં "શું કહેવામાં આવે છે" પર ધ્યાન આપો. ગ્રાહકને તેનો ગુસ્સો બહાર કાઢવા દો. સક્રિય શ્રવણ તમને સંઘર્ષના મુખ્ય મુદ્દાઓને સમજવા માટે સક્ષમ બનાવશે. તમે વિકલ્પો નક્કી કરવા અથવા સૂચવવા માટે વધુ સારી સ્થિતિમાં હશો. સાંભળવાથી ગ્રાહકના આત્મવિશ્વાસનું સ્તર વધે છે અને તંગ પરિસ્થિતિને દૂર કરવામાં મદદરૂપ થાય છે. જો ગ્રાહક સાંભળવા માટે બિલકુલ તૈયાર ન હોય અથવા તમે સામેલ મુદ્દાઓને ઉકેલવાની સ્થિતિમાં ન હોવ, તો તેને વધુ વહીવટી સત્તાઓ સાથે તમારા વરિષ્ઠની મુલાકાત લેવા વિનંતી કરવામાં આવી શકે છે. નારાજ ગ્રાહકને ઘણા પ્રશ્નો પૂછવાનું ટાળો.

સંક્ષિપ્ત વર્ણન: ગ્રાહકના સંસ્કરણને સમજવા માટે, ફરીથી પુનરાવર્તન કરવું વધુ સારું છે. આ તમારા ગ્રાહકને એ હદે

આરામદાયક બનાવે છે કે સમસ્યાને યોગ્ય રીતે સાંભળવામાં આવી છે અને તેનો જવાબ આપવામાં આવશે. સક્રિય શ્રવણનું મુખ્ય પરિબલ સંક્ષિપ્ત વર્ણન છે.

આભારી બનો: વિવાદની બાબતને તમારા ધ્યાન પર લાવવા બદલ ગ્રાહકોનો આભાર માનવો તેમની સાથેના સંબંધને મજબૂત કરવા માટે ઘણી મદદ કરે છે.

તમારી ચિંતાઓ શેર કરો: ગ્રાહકને તેમના દ્વારા ઉઠાવવામાં આવેલ મુદ્દાઓ અને ફરિયાદોના નિરાકરણ માટે સૂચિત પગલાં વિશે તમારી ચિંતાઓ વિશે સલાહ આપો. તે દિશામાં થયેલી પ્રગતિ વિશે ગ્રાહકને માહિતગાર રાખો.

નિષ્ઠાવાન બનો: વિવાદાસ્પદ મુદ્દાઓને ઉકેલવા માટે તમારા પ્રામાણિક ઇરાદા દર્શાવો. જો ગ્રાહક અવાજ ઊંચો કરે અથવા ગુસ્સો બતાવે, તો વાતચીતમાં યોગ્ય શબ્દો પસંદ કરીને તંગ પરિસ્થિતિને દૂર કરવામાં જ સમજદારી છે. ગ્રાહકને ખાતરી આપો કે સમસ્યાઓનું નિરાકરણ વહેલી તકે કરવામાં આવશે. સમસ્યા હલ કરવા માટે નિષ્ઠાપૂર્વક કાર્ય કરો. કોઈ પણ સમયે, ગ્રાહકને અવગણવામાં આવવું જોઈએ નહીં.



આકૃતિ. 3.14: ક્રોધિત ગ્રાહકથી ખુશ ગ્રાહક

મુશ્કેલ અથવા ક્રોધિત ગ્રાહક સાથે વ્યવહાર કરતી વખતે ગ્રાહક ગુમાવવાના ડરથી આપણા નિર્ણય લેવામાં અથવા સમસ્યાના ઉકેલને અસર થવી જોઈએ નહીં. ડરને દૂર થવા દો અને ગ્રાહકને ખુશ કરવા પ્રક્રિયામાં ગ્રાહક સેવાની શ્રેષ્ઠતા પ્રાપ્ત કરવા માટે સામાન્ય સમજદારી સાથે કાર્ય કરો (આકૃતિ. 3.14).

પ્રાયોગિક સ્વાધ્યાય

પ્રવૃત્તિ 1: "કાર્યસ્થળ પર સંચાર" દર્શાવવા માટે વિદ્યાર્થીઓ દ્વારા એક રોલ પ્લે.

આવશ્યક સામગ્રી: લેખન પેન, નોટબુક, ડેસ્કટોપ કોમ્પ્યુટર/લેપટોપ, ઈન્ટરનેટનું એક્સેસ, વાંચન સામગ્રી જેમ કે પુસ્તકો, સામયિકો (જો ઉપલબ્ધ હોય તો).

પ્રક્રિયા:

1. શિક્ષકએ 10-15 વિદ્યાર્થીઓનું જૂથ બનાવવું અને તેઓને એવી રીતે બેસવાનું કહેશે કે જાણે તેઓ ફાઇનાન્સ ઓફિસમાં કામ કરતા હોય.
2. વિદ્યાર્થીઓને તેમની પસંદગીના વિષયો પર, તેમની વચ્ચે વાતચીત કરવા માટે કહેવામાં આવશે. અન્ય વિદ્યાર્થીઓ નિરીક્ષક તરીકે કામ કરશે.
3. 15-20 મિનિટની વાતચીત પછી, જૂથના સભ્યો તેમની લાગણીઓ અન્ય વિદ્યાર્થીઓ સાથે શેર કરશે.
4. જૂથના સભ્યો સિવાયના વિદ્યાર્થીઓ તેમના પ્રશ્નો, જો કોઈ હોય તો સ્પષ્ટતા માંગશે.
5. શિક્ષક જૂથના સભ્યો અને અન્ય વિદ્યાર્થીઓને તેમની સંબંધિત ભૂમિકામાં સહાય કરશે.

પ્રવૃત્તિ 2: "કોષિત ગ્રાહક સાથે કેવી રીતે વ્યવહાર કરવો તે દર્શાવવા માટે વિદ્યાર્થીઓ દ્વારા એક રોલ પ્લે

આવશ્યક સામગ્રી: લેખન પેન, નોટબુક, ડેસ્કટોપ કોમ્પ્યુટર/લેપટોપ, ઈન્ટરનેટનું એક્સેસ, વાંચન સામગ્રી જેમ કે પુસ્તકો, સામયિકો (જો ઉપલબ્ધ હોય તો).

પ્રક્રિયા:

1. વિદ્યાર્થીઓને વિષય પરની વાંચન સામગ્રી વાંચવાની સલાહ આપવામાં આવશે.
2. થોડા વિદ્યાર્થીઓ માઈક્રોફાઇનાન્સ એક્ઝિક્યુટિવ તરીકેની ભૂમિકા ભજવશે અને બીજા કેટલાક કોષિત/અસંતુષ્ટ ગ્રાહકો તરીકેની ભૂમિકા ભજવશે, જેમાં વિવિધ સમસ્યાઓ હશે.
3. એક સમયે, એક વિદ્યાર્થી માઈક્રોફાઇનાન્સ એક્ઝિક્યુટિવની ભૂમિકા ભજવશે અને અન્ય એક વિદ્યાર્થી કોષિત ગ્રાહક તરીકેની ભૂમિકા ભજવશે.
4. બાકીના વિદ્યાર્થીઓ નાટકના એકંદર પાત્રોનું અવલોકન કરશે.
5. વિદ્યાર્થીઓ વર્ગમાં પછીથી રજૂ કરવા માટે તેમનું અવલોકન નોંધશે.
6. જ્યાં જરૂર હોય ત્યાં શિક્ષક તેમને સલાહ આપીને ટેકો આપશે.

તમારી પ્રગતિ ચકાસો

A. ખાલી જગ્યાઓ ભરો

1. _____ ગ્રાહક સફળતાની નવી ઊંચાઈઓ હાંસલ કરવા માટે વેપાર એકમબનાવી શકે છે.

2. ગ્રાહક સેવામાં આક્રમક ન બનવું પણ અડગ બનવું એ _____ છે
3. ગ્રાહકોના _____ ને વ્યક્તિગત રીતે લેવાની જરૂર નથી.
4. કેટલાક ગ્રાહકો _____ લાગે છે પરંતુ તેઓ _____ વિકલ્પોની શોધમાં રહે છે.
5. મુશ્કેલ અથવા _____ ગ્રાહક સાથે વ્યવહાર કરતી વખતે ગ્રાહકને ગુમાવવાના ડરએ નિર્ણય લેવા અથવા સમસ્યાનું નિરાકરણને _____ કરવું જોઈએ નહીં.

B. બહુવિકલ્પીય પ્રશ્નો

1. વેપારના અસ્તિત્વની કલ્પના કરી શકાતી નથી-
 - a) કોઈ દલાલો નહીં
 - b) કોઈ ગ્રાહકો નથી
 - c) કોઈ મિત્રો નથી
 - d) ઉપરોક્તમાંથી કોઈ નહીં
2. તમને કદાચ ગુસ્સે ભરાયેલો મેલ અથવા ફોન કોલ અથવા તમારા પર બૂમાબૂમ કરવી, તમારી શાંતિ જાળવી રાખો અને.
 - a) ઘટનાસ્થળથી દૂર જાવ
 - b) ગુસ્સાથી વળતો જવાબ આપો
 - c) વ્યવસાયિક રીતે ભાગ લો
 - d) અન્ય વ્યક્તિને ભાગ લેવા માટે કહો
3. જો ગ્રાહકો દ્વારા આપવામાં આવેલ પ્રતિસાદમાં કંપનીની ટીકા હોય તો-
 - a) કોઈ ટિપ્પણીઓ વ્યક્ત કરશો નહીં
 - b) અજ્ઞાન રહો
 - c) આભાર વ્યક્ત કરો
 - d) ઉપરોક્તમાંથી કોઈ નહીં
4. કર્મચારીઓની પ્રવૃત્તિઓને એકીકૃત કરવા માટે, જેમની વિવિધ સંસ્કૃતિ અને પૃષ્ઠભૂમિ છે, એક આવશ્યક પરિબલ છે--
 - a) તેમની વચ્ચે, વાતચીત.
 - b) કોઈ ક્રિયાપ્રતિક્રિયા નથી.
 - c) કર્મચારીઓની બદલી
 - d) ઉપરોક્તમાંથી કોઈ નહીં
5. સહયોગી ટીમમાં, લક્ષ્યો અને સંસાધનો છે-
 - a) વહેંચાયેલ નથી
 - b) વહેંચાયેલ છે
 - c) લક્ષ્યો અને સંસાધનોની ઉપલબ્ધતા વચ્ચે કોઈ જોડાણ નથી
 - d) ઉપરોક્તમાંથી કોઈ નહીં

C. નીચેના વાક્યો સાચા છે કે ખોટા તે જણાવો

1. સક્રિય શ્રવણ તમને સંઘર્ષના મુખ્ય મુદ્દાઓને સમજવા માટે સક્ષમ બનાવશે.

2. કોષિત ગ્રાહક સાથે વ્યવહાર કરવો સરળ બની જાય છે જ્યારે તમે તકરારને અંગત રીતે લો છો
3. ગ્રાહક સેવા શ્રેષ્ઠતા એ સંતુષ્ટ અને વફાદાર ગ્રાહકો મેળવવાની યાવી છે.
4. જો ગ્રાહક અવાજ ઉંચો કરે અથવા ગુસ્સો બતાવે, તો વાતચીતમાં યોગ્ય શબ્દો પસંદ કરીને તંગ પરિસ્થિતિને દૂર કરવામાં સમજદારી છે.
5. ગ્રાહકની વફાદારી મેળવવા માટે કોઈ વિચલન સ્વીકારવા તૈયાર રહો.

D. કોલમ સાથે મેળ કરો

કોલમ A		કોલમ B	
1	મિશન	A	ફરજ
2	એકીકૃત	B	ચર્ચાસ્પદ
3	પોષિત કરવું	C	એકાગ્ર નથી
4	વિવાદાસ્પદ	D	સાથે મૂકવું
5	પ્રસાર	E	સંભાળ રાખવી

E. ટૂંકા જવાબના પ્રશ્નો

1. સંકલન સમજાવો.
2. સહયોગ શું છે?
3. કોષિત ગ્રાહક સાથે વ્યવહાર કરવા માટે સક્રિય શ્રવણ શા માટે જરૂરી છે?
4. પેરાફેસિંગ શબ્દ સમજાવો?
5. લક્ષ્યોની વહેંચણી શું છે?

F. લાંબા જવાબના પ્રશ્નો

1. ગ્રાહકની વફાદારી અને સંતોષ મેળવવા માટે સ્ટાફની તાલીમ પર એક નોંધ લખો.
2. સંકલનની પ્રક્રિયા અને તેનું મહત્વ સમજાવો.
3. કાર્યસ્થળ પર સંચારના ફાયદાઓનું વર્ણન કરો.

G. તમારું પ્રદર્શન તપાસો

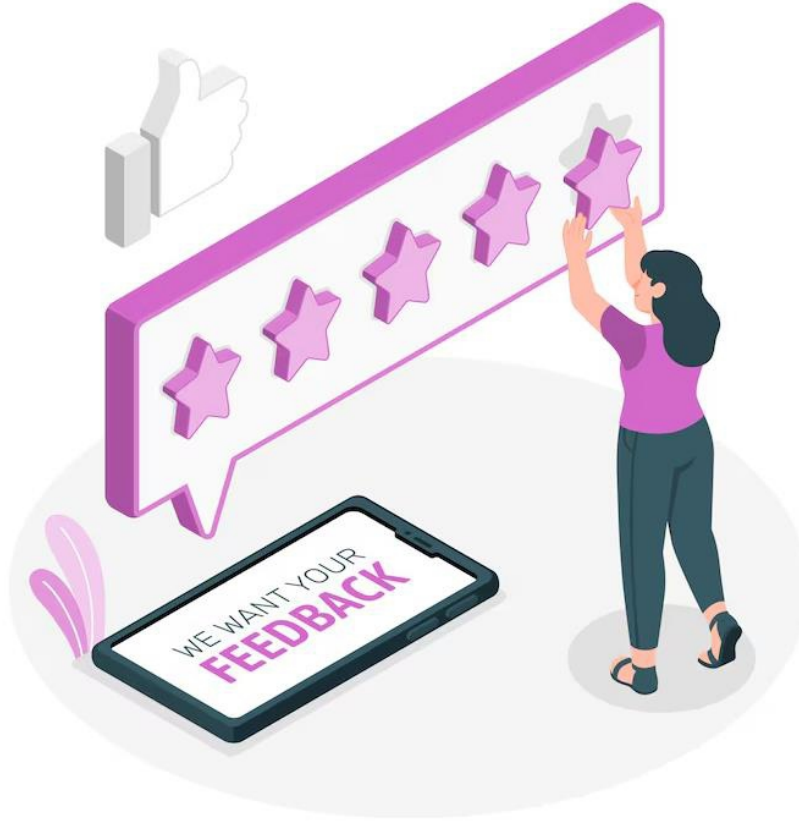
1. સહકાર, સંકલન અને સહયોગ પર ભાષણ દ્વારા પ્રસ્તુતિ કરો.

સત્ર 4: નિયમિત ગ્રાહક અભિગમ

અન્ય વ્યવસાયિક બાબતો કરતાં ગ્રાહક સંબંધિત મુદ્દાઓને પ્રાધાન્ય આપવા માટેની વ્યૂહરચના એ ગ્રાહક અભિગમ છે. આ ગ્રાહકોને તેમની અપેક્ષાઓ પૂરી કરવા માટે સુવિધા આપે છે. ગ્રાહક સૌથી પહેલાંની ફિલસૂફી ધરાવતી કંપની, તેના ગ્રાહકોને તમામ વ્યવસાયિક દરખાસ્તોમાં કેન્દ્રિય સ્થાને રાખે છે. ગ્રાહકોને મૂલ્યની અનુભૂતિ કરાવવી તે વ્યવસાયિક સંસ્કૃતિ છે. તે ટૂંકા ગાળાની વ્યવસાય વ્યૂહરચના નથી. તેમાં ગ્રાહકોની નાડી અનુભવવી અને ગ્રાહક સંબંધિત સમસ્યાઓને સક્રિય રીતે ઉકેલવાનો સમાવેશ થાય છે.

પ્રતિસાદ અને તેની વિશેષતાઓ

આ એક સાબિત હકીકત છે કે જે કંપની (વ્યવસાયિક એકમ) તેના ગ્રાહકોને મૂલ્ય આપે છે, તેમને સાંભળે છે અને ખુલ્લા મનથી તેમની સમસ્યાઓ સાથે વ્યવહાર કરે છે, આવી કંપની અન્ય કરતા વધુ ઝડપી ગતિએ આગળ વધે છે. પ્રતિસાદ એ વ્યવસાય એકમ (આકૃતિ. 3.15) દ્વારા ઓફર કરાયેલ ઉત્પાદનો અને સેવાઓની ગુણવત્તા વિશેની ટિપ્પણીઓ છે. પ્રામાણિક પ્રતિસાદ તમારી કંપની સાથેના ગ્રાહકના અનુભવ વિશે વિશ્વસનીય માહિતી પ્રદાન કરે છે. આ એક સૂચક છે જે કંપની વિશે માહિતી આપે છે, જેમ ગ્રાહક માને છે. પ્રતિસાદ એ આંખોનો બીજો સમૂહ જેવો છે જે કંપનીને તેની ખામીઓ વિશે જાગૃત બનાવે છે.



આકૃતિ. 3.15: પ્રતિસાદ

ગ્રાહકના પ્રતિસાદની વિશેષતાઓ જે તેને મહત્વપૂર્ણ બનાવે છે તે નીચે દર્શાવેલ છે.

- i. ઉત્પાદન/સેવા ગ્રાહકો માટે છે. તેમને સૌથી વધુ શું અનુકૂળ છે તે જાણવું મહત્વપૂર્ણ છે. ઉત્પાદન/સેવાના તે પાસાઓ વિશે પ્રતિસાદ ટિપ્પણીઓ આપે છે જેમાં સુધારાની જરૂર છે. અંતિમ વપરાશકર્તાના મતને અવગણી શકાય નહીં.
- ii. જ્યારે કોઈ ચોક્કસ ઉત્પાદન/સેવા/અનુભવ અંગે ગ્રાહકોનો અભિપ્રાય માંગવામાં આવે છે, ત્યારે તેઓ મૂલ્યવાન અને કંપની સાથે જોડાયેલા અનુભવે છે. જ્યારે ગ્રાહકોને લાગે છે કે તેમની વાત સાંભળવામાં આવે છે, ત્યારે બ્રાન્ડ સાથે જોડાણ સ્થાપિત થાય છે. તેઓ તેમનો સારો અનુભવ કંપની સાથે શેર કરે છે. આના પરિણામે વધુ સારું વેચાણ થઈ શકે છે. કંપનીએ ગ્રાહકોને જાણ કરીને નિર્ણય લેવા માટેના મંતવ્યો પર વાસ્તવમાં વિચારણા કરવાની નોંધ લેવી જોઈએ. ગ્રાહકો, અન્યથા, અવગણના અનુભવી શકે છે.
- iii. ઉત્પાદન/સેવા વિશે સારો પ્રતિસાદ તેમ છતાં વ્યક્તિગત ભલામણ છે. "મોંથી બોલેલા શબ્દ" નું મૂલ્ય ઓછો નથી આંકી શકાતો. રેફરલ્સ દ્વારા જાહેરાત મફત અને અસરકારક છે. ગ્રાહકોના સકારાત્મક પ્રતિસાદ દ્વારા નવા ગ્રાહકો મેળવી શકાય છે.
- iv. પ્રતિસાદ અન્ય પરિબલો પર ટિપ્પણી કરી શકે છે જે કદાચ કંપનીના ધ્યાનથી છટકી ગયા હોય. દાખલા તરીકે, પર્યાપ્ત પાર્કિંગ સ્થળની બિનઉપલબ્ધતા, પેકિંગની અસુરક્ષિત શૈલીઓ, વેબસાઈટ સાથેની સમસ્યાઓ વગેરે. જો ગ્રાહકોને 'એક્શન ટેકન' પ્રતિસાદ મળે છે, તો તેઓ પુનરાવર્તિત ગ્રાહકો બની જાય છે.
- v. નકારાત્મક પ્રતિસાદએ કંપનીમાં ગભરાટ ન સર્જવો જોઈએ. ગ્રાહકોએ સુધારવાની તક આપી છે. તકનો ઉપયોગ કરો અને ઉપચારાત્મક પગલાં લેવા માટે કાર્ય કરો. ગ્રાહકોને તેમના અપ્રિય અનુભવ માટે વળતર આપવાનું ક્યારેય ભૂલશો નહીં.
- vi. લોકો કોઈ ચોક્કસ ઉત્પાદન/સેવા ખરીદતા પહેલા રિવ્યૂમાંથી પસાર થાય છે. આ રિવ્યૂ ગ્રાહકોના પ્રતિસાદ છે, જે ઇલેક્ટ્રોનિક/પ્રિન્ટ મીડિયા અથવા સોશિયલ સાઈટ પર ઉપલબ્ધ છે. સકારાત્મક પ્રતિસાદ સંભવિત ગ્રાહકોને આકર્ષે છે.

કંપનીના એસઓપી મુજબ નિયમિત પ્રતિસાદ એકત્ર કરવાનું ગોઠવણ કરવું.

કોઈપણ પ્રક્રિયા અથવા પદ્ધતિમાં સામેલ પગલાં અને પ્રવૃત્તિઓ સમજાવવા માટે જરૂરી તમામ સૂચનાઓનો સમૂહ એસઓપી (સ્ટાન્ડર્ડ ઓપરેટિંગ પ્રોસિજર) તરીકે ઓળખાય છે. પ્રક્રિયા સંબંધિત જમીન કાયદાઓ પર વિશેષ ધ્યાન આપીને વિકસિત કરવામાં આવી છે અને દસ્તાવેજીકરણ કરવામાં આવી છે. એસઓપીસ માં નીતિઓ અને પ્રક્રિયાઓનો સમાવેશ થાય છે જે કંપની (વ્યાપાર એકમ) માં થતી તમામ પ્રવૃત્તિઓને લાગુ પડે છે. કંપનીના વિવિધ વિભાગોની કામગીરીમાં કયા અને કેવી રીતે ધોરણો જાળવવામાં આવશે તેનો પણ એસઓપી માં ઉલ્લેખ કરવામાં આવ્યો છે.

v. સોશિયલ મીડિયા: ગ્રાહકોના સ્પષ્ટ અભિપ્રાયો/પ્રતિસાદ ટ્વિટર, ફેસબુક, ઇન્સ્ટાગ્રામ, વગેરે પર ઉપલબ્ધ છે.

vi. કંપનીની વેબસાઈટ: ઓન-સાઈટ વિજેટથી સજ્જ કંપનીની વેબસાઈટ પર ગ્રાહકોનો પ્રતિસાદ તરત જ એકત્રિત કરી શકાય છે.

પ્રતિસાદનો સંગ્રહ એ નિરર્થક કવાયત છે જો તેમના પર કોઈ પગલાં લેવામાં ન આવે. જો પ્રતિસાદ સાંભળવામાં આવે અને તેના પર કાર્યવાહી કરવામાં આવે, તો ગ્રાહકો કંપનીને શ્રેષ્ઠમાં પરિવર્તિત કરી શકે છે.

ઝડપી નિર્ણય નિર્ધારણથી સમસ્યાઓનું નિરાકરણ કરવું

કોઈ સમસ્યા અથવા મુદ્દા પર ઉપલબ્ધ લોટમાંથી કોઈ વિકલ્પ પસંદ કરવા તરીકે નિર્ણય નિર્ધારણને સારી રીતે સમજી શકાય છે. આ એવી પ્રક્રિયા છે જેને અંતર્જ્ઞાન અથવા અમુક સ્વીકૃત તર્ક દ્વારા સમર્થન મળી શકે છે. અંતર્જ્ઞાનને 'ગટ ફીલિંગ' તરીકે વ્યાખ્યાયિત કરવામાં આવે છે જે વ્યક્તિ માટે વિશિષ્ટ છે. લોકો તેને તેમની ઈશ્વર પ્રદત્ત ભાવના તરીકે જાહેર કરી શકે છે પરંતુ તે જ્ઞાન, અનુભવ અને વ્યક્તિગત મૂલ્યોના મિશ્રણ તરીકે સમજાવવામાં આવે છે. વ્યક્તિની પોતાની પસંદ અને નાપસંદ પણ નિર્ણય નિર્ધારણ પ્રક્રિયામાં ભૂમિકા ભજવે છે. તર્કબદ્ધ નિર્ણયોમાં નિર્ણય લેવા વાળાનું ગહન મંથન અને સર્જનાત્મકતાનો સમાવેશ થાય છે. સર્જનાત્મકતાને કોઈ વસ્તુને ફરીથી વ્યાખ્યાયિત કરવાની કુશળતા અને બહુવિધ વિકલ્પો ઉત્પન્ન કરવાની ક્ષમતા તરીકે વર્ણવવામાં આવે છે.

ઝડપી નિર્ણય લેનારને તેની સંસ્થાની સંસ્કૃતિ વિષે ઇચ્છિત સ્તરનું વ્યાવસાયિક જ્ઞાન અને સમજ પ્રાપ્ત કરવાની જરૂર છે. નિર્ણય સાથે કોઈપણ ભાવનાત્મક જોડાણ વિના ઉકેલવા માટેની સમસ્યાઓ અથવા ઉકેલવા માટેના મુદ્દાઓ પર ધ્યાન કેન્દ્રિત કરવું એ અત્યંત મહત્વ છે. ગ્રાહકોની સમસ્યાઓના નિરાકરણ માટેના નિર્ણયો હેતુલક્ષી હોવા જોઈએ અને વ્યક્તિગત પસંદ-નાપસંદથી પ્રેરિત ન હોવા જોઈએ. માઇક્રોફાઇનઅન્સ એક્ઝિક્યુટિવ્સને વિવિધ પ્રકૃતિ અને વિવિધ મનોવિજ્ઞાનની વ્યક્તિઓ સાથે વ્યવહાર કરવો પડે છે. ગ્રાહકો, સામાન્ય રીતે, કાં તો અભણ હોય છે અથવા ઓછા સાક્ષર હોય છે અને આ રીતે, વાસ્તવિક મુદ્દાઓ સાથે છેડછાડ કરવામાં સક્ષમ નથી હોતા. તેઓ તેમની તમામ સમસ્યાઓના ઉકેલ માટે માઇક્રોફાઇનઅન્સ એક્ઝિક્યુટિવ્સ પર વિશ્વાસ રાખે છે. તેથી, આ એક્ઝિક્યુટિવ્સ પાસેથી અપેક્ષા રાખવામાં આવે છે કે તેમના ગ્રાહકોનો વિશ્વાસ અકબંધ રાખવા માટે મિત્ર, એક શુભેચ્છક અથવા પરામર્શકર્તા તરીકેની વિવિધ ભૂમિકાઓ ભજવે.

એક સારો નિર્ણય લેનાર તેમ છતાં સારો શ્રોતા હોય છે. ગ્રાહકોને આ વિચાર્યા વિના કે તેમની સમસ્યાઓ કેટલી તુચ્છ અથવા અન્યથા છે, ધ્યાનથી સાંભળવાનો અવસર આપવો જોઈએ. એક સક્રિય શ્રોતા નિર્ણય લેવા અને ક્લાયન્ટને વિકલ્પો સૂચવવા માટે વધુ સારી સ્થિતિમાં છે. ધ્યાનથી સાંભળવાથી ગ્રાહકોને તેમની વાત સાંભળવામાં આવી છે તેવો સંતોષ મળે છે. તે વિવાદો અને ફરિયાદોને ટાળે છે. સક્રિય શ્રવણ સમસ્યા ઉકેલનાર અથવા નિર્ણય લેનારના સન્માનમાં વધારો કરે છે અને તેમના ગ્રાહકો સાથેના વ્યવસાયિક બંધનને મજબૂત કરવામાં મદદ કરે છે.

નિર્ણયોમાં વિલંબ કરવો એ એક ખામી છે. ફરિયાદોના નિરાકરણમાં વિલંબ, ગ્રાહકના વિશ્વાસને અસર કરે છે. અતિશય વિલંબ મુદ્દાઓને જટિલ બનાવે છે. સમસ્યાઓને ઝડપથી ઉકેલવા માટે વ્યાવસાયિક જ્ઞાન, કુશળતા અને સામાન્ય સમજદારીનો ઉપયોગ કરો.

સક્રિય અભિગમ અને સહાનુભૂતિપૂર્ણ વલણ નિર્ણય લેનારને સમસ્યાઓના ઉકેલ માટે વધુ સજ્જ કરે છે. અહીં, સક્રિય એટલે વસ્તુઓનું પૂર્વાનુમાન કરવું અને તેને ઘટિત કરવું. સહાનુભૂતિપૂર્ણ વલણને સ્વયંને અન્યની પરિસ્થિતિમાં મૂકીને સમસ્યા/મુદ્દાની કલ્પના તરીકે સારી રીતે સમજી શકાય છે. વધુ પડતું જ્ઞાન અથવા ઘણી બધી માહિતી ભેગી કરવાથી તર્કસંગત નિર્ણયો લેવામાં અવરોધ આવી શકે છે. સામાન્ય પરિસ્થિતિઓમાં કેટલીક વ્યક્તિઓ નિર્ણય લેવામાં સિક્કો ઉછાળવાનો અથવા અમુક અંધશ્રદ્ધાનો આશરો લે છે જે આત્મવિશ્વાસનો અભાવ દર્શાવે છે.

ગ્રાહકો અને સહકર્મીઓ સાથેના વ્યવહારમાં સ્પષ્ટતા પ્રમાણિકતા અને પારદર્શિતાને પ્રોત્સાહન આપો

આ યુગમાં, ટેકનોલોજીએ જીવનના દરેક ક્ષેત્રમાં માહિતી મેળવવાનું સરળ બનાવ્યું છે. આપણે અન્ય લોકો સાથે ઓનલાઇન વધુ જોડાયેલા છીએ. ઈન્ટરનેટ સુવિધાએ માહિતીનું આદાન-પ્રદાન શક્ય બનાવ્યું છે અને સામાન્ય માણસનું જ્ઞાન સ્તર વધારવામાં યોગદાન આપ્યું છે. ઘણી વેબસાઇટ પર પણ ખોટી માહિતી મુકવામાં આવી રહી છે. તેણે ઓનલાઇન સામગ્રીઓ અંગે શંકા પેદા કરી છે. જો કોઈ કંપનીની વ્યવસાયિક વ્યવહારો અને મહત્વાકાંક્ષાઓ વિશે પારદર્શિતા અને સ્પષ્ટતા નથી, તો થઈ શકે છે કે તે ઉત્પાદનો/સેવાઓ વિશે કેટલીક મહત્વપૂર્ણ માહિતી છુપાવી રહી હોય. આવામાં વિશ્વસનીય અને સાચી માહિતી મેળવવી એ ઘણું જ જરૂરી બની જાય છે.

પ્રમાણિકતા, સ્પષ્ટતા અને પારદર્શિતા માટે ગ્રાહકોની અપેક્ષાઓ દિવસે દિવસે વધી રહી છે. વ્યવસાયિક સંસ્થાઓ કે જેઓ તેમના ધ્યેયો અને વ્યવસાય પ્રથાઓ વિશે પારદર્શિતા અને સ્પષ્ટતાનો અભાવ રાખે છે તે મોટાભાગે વિશ્વાસપાત્ર માનવામાં નથી આવતી. એક અભ્યાસ જાહેર કરે છે કે જો કંપની પારદર્શક રહેશે તો 85% અમેરિકન ગ્રાહકો કટોકટીમાં વ્યવસાયમાં બન્યા રહેશે. તમારા વ્યવસાયમાં ગ્રાહકોનો વિશ્વાસ અકબંધ રાખવા માટે, વ્યવહાર સ્પષ્ટ, પ્રમાણિક અને પારદર્શક હોવો જોઈએ. આ ધ્યાનમાં રાખવું વધુ સાડું છે કે ગ્રાહકોના વિના વ્યવસાય અસ્તિત્વહીન હશે.

વિશ્વાસ પુનઃસ્થાપિત કરીને, અસંતુષ્ટ ગ્રાહકના વલણમાં પરિવર્તન લાવવા માટે પ્રમાણિકતા, સ્પષ્ટતા અને પારદર્શિતાનો ઉપયોગ કરી શકાય છે. આજકાલ, ગ્રાહકો ફરિયાદ કરતા નથી પરંતુ શાંતિથી સ્પર્ધકો પાસે જાય છે. એક અભ્યાસ દર્શાવે છે કે 28 માંથી 1 અસંતુષ્ટ ગ્રાહકો, માત્ર ફરિયાદ કરે છે. ગ્રાહક સેવામાં ઉત્કૃષ્ટતાનો અમલ કરવા માટે સહાયક ટીમોએ આવા ગ્રાહકોથી જોડાવું જોઈએ કે જે પહેલેથી જ બહાર નીકળી ગયા છે અથવા તેમ કરવાનું આયોજન કરી રહ્યા છે.

ગ્રાહકો સાથે વ્યવહાર કરવાલ વાલી ગ્રાહક સેવા સહાયક ટીમોના કર્મચારીઓ તેમને સારી રીતે જાણે છે. તેઓ સૌ પ્રથમ જાણવા વાળા છે કે વસ્તુઓ ક્યાં ખોટી થઈ રહી છે. કયા ઉત્પાદનો બજારમાં પસંદ નથી આવી રહ્યા અથવા કયો વિભાગ ઈચ્છિત સ્તરની સેવાઓ પ્રદાન કરવામાં સક્ષમ નથી. વેચાણનો ગ્રાહક દરેક સમયે ઉપરની તરફ નથી જતો. વેચાણમાં ઘટાડો રોકી શકાય છે જો સ્પષ્ટતાના અભાવને દૂર કરવામાં આવે. ગ્રાહક સેવા ટીમ સાથેની નિયમિત વાતચીત વ્યવસાય-સંબંધિત મુદ્દાઓની તેમની સમજને વધારવા અને તેમના આત્મવિશ્વાસના સ્તરને વધારવા માટે મહત્વપૂર્ણ છે.

સહકર્મીઓ સાથે વ્યવહાર

સહકર્મીઓને આંતરિક ગ્રાહકો ગણવા જોઈએ. તેમને વ્યવસાયિક શિષ્ટાચારની તાલીમ આપવી જોઈએ. પ્રમાણિકતા, સ્પષ્ટતા અને પારદર્શિતાને પ્રોત્સાહન આપવા માટે ટૂંકા ગાળાની કાર્યશાળા પણ ગોઠવવી જોઈએ. વ્યાપાર વિશ્વમાં ફેરફારો વિશે સહકર્મીઓને અપડેટ કરવા માટે માહિતી - શેરિંગ સત્રો આયોજિત કરવામાં આવશે. માહિતીનો સંગ્રહ કરવો એ સ્પષ્ટતા અને પારદર્શિતાના ગુણોની વિરુદ્ધ છે. તેઓએ જીવન અને કાર્યમાં સંતુલન જાળવવાનું શીખવું જોઈએ. તેમને તાજગી આપવા માટે મનોરંજક પ્રવૃત્તિઓ ગોઠવવી જોઈએ. વ્યવસાયિક સંસ્કૃતિમાં સ્પષ્ટતા અને પારદર્શિતા વ્યવસ્થાપન સાથે સારા ઔદ્યોગિક સંબંધો જાળવવામાં મદદરૂપ થાય છે. આ બદલામાં સર્જનાત્મકતાને પ્રોત્સાહન આપે છે જેના પરિણામે વધુ સારું પ્રદર્શન થાય છે. સહકર્મીઓ સાથે કોઈપણ સામગ્રીની માહિતી છુપાવ્યા વિના સીધો સંચાર એ પારદર્શિતા તરફનું એક પગલું છે. તમારા સહકર્મીઓ સાથેના તમારા વ્યવહારમાં પારદર્શક રહેવું એ તમારી ભૂલોને પ્રમાણિકપણે સ્વીકારવું છે. જો તમારી પાસે તેમના પ્રશ્નો અથવા પ્રશ્નોના કોઈ જવાબ ન હોય તો સ્પષ્ટપણે સ્વીકારો. તમારી ક્રિયાઓ અને સંચાર કૌશલ્ય સાથે પ્રમાણિકતા, સ્પષ્ટતા અને પારદર્શિતા દર્શાવો. પ્રમાણિક બનવું મહત્વપૂર્ણ છે અને તમારી ક્રિયાઓ અને કાર્યો સાથે પ્રમાણિક દેખાવું પણ એટલું જ મહત્વપૂર્ણ છે. નવરાશના સમયમાં નમ્ર અને આદરપૂર્ણ ભાષાનો ઉપયોગ કરીને તમારા મંતવ્યો અન્ય લોકો સાથે શેર કરો. સારા શ્રોતા બનો. અન્યને પ્રતિક્રિયા આપવા માટે નહીં પરંતુ તેમના દૃષ્ટિકોણને સમજવા માટે સાંભળો. સ્પષ્ટતા, પ્રમાણિકતા અને નિખાલસતાની હિમાયત કરતા સમાન વિચારધારાના સહકર્મીઓને શોધો અને તેમના મૂલ્યવાન અનુભવમાંથી શીખવા માટે તેમના સુધી પહોંચો. સહકારી વલણ રાખો અને જ્યારે પૂછવામાં આવે ત્યારે તમારા સહકર્મીઓને તેમના કામમાં મદદ કરો. પારદર્શક હોવું એ સારી ગુણવત્તા છે પરંતુ ગુપ્ત પ્રકૃતિની કોઈપણ સંવેદનશીલ માહિતી સાથે વિભાજિત થવી જોઈએ નહીં. તેમના પ્રમાણિક અને સર્જનાત્મક વિચારો માટે અન્ય લોકોની પ્રશંસા કરો. પારદર્શક વાતચીત માટે તેમનો વિશ્વાસ જીતવા માટે અન્ય લોકો સાથે સાથસહકાર વધારો.

ગ્રાહકો અને સહકર્મીઓ સાથેના વ્યવહારમાં પ્રમાણિકતા, પારદર્શિતા અને સ્પષ્ટતાને પ્રોત્સાહન આપવા માટે નીચેના લક્ષણો આવશ્યક છે.

- i. વિશ્વસનીયતા: તમારે તમારા ગ્રાહકો અને સહકર્મીઓ પ્રત્યે સત્યવાદી હોવું જોઈએ. લોકોએ તમારા પર વિશ્વાસ કરવો જોઈએ. કોઈપણ વચનો, જો આપવામાં આવે, તો તે પૂરા કરવા જોઈએ જેથી કરીને અન્ય લોકોને છેતરવામાં ન આવે.
- ii. અસરકારક સંદેશાવ્યવહાર: અન્ય લોકોને સક્રિય રીતે સાંભળવાની સુવિધા પ્રદાન કરો અને તેમને ખાતરી આપો કે તેમની રુચિઓનું ધ્યાન રાખવા માટે કોઈ છે. એકતરફી સંચાર નકામો છે.
- iii. ગ્રહણશીલ: શક્ય તેટલી વહેલી તકે અન્યના કોલ્સ અને પ્રશ્નોનો જવાબ આપો. તમારો પણ સમય બચાવો અને અન્યોનો પણ, કારણ કે સમય કિંમતી છે. તમારા ગ્રાહકો અને સહકર્મીઓ માટે સુલભ બનવાથી તેઓને મૂલ્યવાનની અનુભૂતિ થાય છે.

- iv. સરળ અને સીધા બનો: જો કોઈ ભૂલ થઈ હોય, તો હકીકત છુપાવ્યા વિના સરળ શબ્દોમાં જણાવો. જો ઉપચારાત્મક પગલાં લેવામાં આવે અથવા સૂચિત કરવામાં આવે તો તે વધુ સારું છે.
- v. જ્ઞાનનું આદાનપ્રદાન: સંબંધિત ફેરફારો અને માહિતી ગ્રાહકો અને સહકર્મીઓને અપડેટ કરવા માટે પહોંચાડવી જોઈએ.
- vi. મુક્ત વિચારસરણી: ગ્રાહકો અને સહકર્મીઓને લગતી સમસ્યાઓને ધીરજ સાથે સાંભળો અને ખુલ્લા મનથી નિરાકરણ કરો.
- vii. નમ્ર બનો: તમારા સૌજન્યથી અન્ય લોકો પર સારી છાપ પડવી જોઈએ.

કંપનીને લાંબા સમય સુધી નફાકારક સ્થિતિમાં રાખવા માટે વ્યવસાયિક સંસ્કૃતિમાં સ્પષ્ટતા, પ્રમાણિકતા અને પારદર્શિતાને પ્રોત્સાહન આપવા માટે નિષ્ઠાવાન પ્રયાસો જરૂરી છે.

મિસ-સેલિંગ અને ખોટી માહિતીને ટાળવા માટે પ્રતિકૂળ સંજોગોમાં પણ ટીમને શિક્ષિત કરવી

મિસ-સેલિંગ એ ખોટું વેચાણ છે. આ એક વેચાણ પ્રથા છે જેમાં વેચાણ કરવા માટે જાણીજોઈને ઉત્પાદન/સેવા અથવા તેની યોગ્યતા વિશે ખોટી માહિતી ગ્રાહકને આપવામાં આવે છે. વેચાણ એજન્ટો દ્વારા કમિશન મેળવવું તેનું મુખ્ય કારણ જણાય છે. કેટલીકવાર, પ્રદર્શન લક્ષ્યો હાંસલ કરવા માટે, વેચાણ એજન્ટોને કોઈપણ રીતે વેચવા માટે પ્રેરિત કરવામાં આવે છે. નાણાકીય વર્ષની સમાપ્તિની અવધિ દરમિયાન વેચાણ લક્ષ્ય હાંસલ કરવા માટે સેવા પ્રદાતાના અધિકારીઓ ખૂબ જ સક્રિય બને છે. એવું જોવામાં આવે છે કે ખોટી રીતે વેચાણ-

- ગ્રાહક અને કંપની (સેવા પ્રદાતા) વચ્ચેના સંબંધને બગાડે છે.
- કંપનીની છબી ખરાબ કરે છે.
- કંપનીની અન્ય પ્રવૃત્તિઓ પર પ્રતિકૂળ અસર કરે છે.
- બ્રાન્ડ નામનું અવમૂલ્યન કરે છે.
- ગ્રાહકની જાળવણી અને ગ્રાહક સંપાદન મુશ્કેલ બનાવે છે.
- ગ્રાહકોને નુકસાન કરે છે.
- કંપનીમાં ગ્રાહકોના વિશ્વાસને ખરાબ કરે છે.

નાણાકીય ઉત્પાદનોના મિસ સેલિંગ સંબંધિત ઘણી ફરિયાદો રિઝર્વ બેંક ઓફ ઈન્ડિયાને પ્રાપ્ત થઈ હતી.

ખોટી માહિતી

આ નકલી માહિતી છે જે અન્ય લોકોને ગેરમાર્ગે દોરવાના અથવા છેતરવાના ઈરાદાથી આપવામાં આવે છે. આવી માહિતી આપણા રોજિંદા જીવનમાં ખૂબ જ સામાન્ય છે. જો કોઈ વ્યક્તિ કંઈક સાંભળે છે અને કંઈક બીજું શેર કરે છે, વગર આ જાણે કે જે કંઈપણ શેર કરવામાં આવ્યું છે તે ખોટું છે, તો આ ખોટી માહિતી ફેલાવવાનું ઉદાહરણ છે. એક અન્ય શબ્દ છે-દુષ્પ્રચાર જેનો અર્થ છે નકલી માહિતી, જે ઈરાદાપૂર્વક નુકસાન અથવા છેતરવાના હેતુથી પ્રસારિત કરવામાં આવે છે.

ટેક્નોલોજીએ માહિતીને ઝડપથી અને સરળ રીતે ફેલાવવાનું સંભવ બનાવ્યું છે. લોકો અધિકૃતતાની ચિંતા કર્યા વિના કોઈપણ માહિતી શેર કરવા માટે સોશિયલ સાઇટ્સનો ઉપયોગ કરે છે. ખોટી માહિતી દરેક માટે સમસ્યાઓ ઊભી કરે છે. જો કે, કોઈ પણ વ્યક્તિ દ્વારા જાણીજોઈને ખોટા ઈરાદાથી ખોટી માહિતી ફેલાવવામાં આવે છે. આ સમાજમાં અરાજકતા પેદા કરવા માટે વિનાશક અને શક્તિશાળી છે.

વ્યવસાયોમાં પણ, સહકર્મીઓ દ્વારા સત્ય જાણ્યા વિના નકલી માહિતી ફેલાવવામાં આવે છે. આ ક્યારેક ભાવનાત્મક ભંગાણ સર્જી શકે છે. પરંતુ પ્રમોટરો અથવા કોઈપણ એજન્સી દ્વારા હિતધારકોને આપવામાં આવેલ વ્યવસાય અંગેના નકલી સમાચાર હકીકતોને છુપાવી રહ્યા છે. આનાથી વેપાર એકમની વિશ્વસનીયતા નષ્ટ થઈ જાય છે.

મિસ સેલિંગ અને ખોટી માહિતી ટાળવા માટે કંપનીમાં સ્ટાફ અને તમામ સંબંધિત વ્યક્તિઓને તાલીમ આપવી જોઈએ. કારણ કે ગેરમાર્ગે દોરનારી અને અફવાઓ ફેલાવીને વેચાણને પ્રભાવિત કરવાથી ગ્રાહકોના વિશ્વાસને ઠેસ પહોંચે છે. મુશ્કેલ સમયમાં પણ, કંપનીએ કોઈપણ રીતે લક્ષ્યાંક હાંસલ કરવા વેચાણ/માર્કેટિંગ અધિકારીઓ પર દબાણ ન કરવું જોઈએ. નૈતિક વ્યવસાય પ્રથાઓ સાથે બાંધછોડ ન કરવી જોઈએ. સમયાંતરે તાલીમ/કાર્યશાળાઓ ગોઠવી શકાય છે-

- આ ખાતરી કરવી કે વેચાણ વ્યક્તિઓને ઉત્પાદનો અને સેવાઓનું યોગ્ય જ્ઞાન હોય.
- ખોટું વેચાણ અને ખોટી માહિતીના જોખમો અને પરિણામો વિશે જાગૃતિ લાવવી.
- કોઈપણ શોર્ટકટ ટાળવા માટે પ્રક્રિયાની ચેકલિસ્ટ કેવી રીતે તૈયાર કરવી, તે સમજાવવા માટે.
- પ્રક્રિયાનું યોગ્ય પાલન સુનિશ્ચિત કરવા માટે તમામ વેચાણ કરારોની દેખરેખ રાખવા માટે સુપરવાઈઝરને શિક્ષિત કરવા.

સેલ્સ એક્ઝિક્યુટિવ્સને સંભવિત ગ્રાહકો અને તેમની જરૂરિયાતોને કાળજીપૂર્વક ઓળખવા માટે કહેવું જોઈએ. ઉત્પાદન/સેવાની ડિલિવરી પછી ગ્રાહકો પાસેથી સંતોષ પત્ર મેળવવાની પ્રથા મિસ સેલિંગ ટાળવામાં મદદરૂપ થઈ શકે છે. નિયોજક કંપનીએ સેલ્સ સ્ટાફ અને અન્ય સંબંધિતો વચ્ચે આ સંદેશ ફેલાવવો જોઈએ કે મિસ સેલિંગ અને ખોટી માહિતી ટાળવી એ એક સદ્ગુણ છે.

શ્રેષ્ઠ ગ્રાહક સેવા દ્વારા કંપનીના બ્રાન્ડ મૂલ્યને વધારવું

કંપનીઓ તેમના ઉત્પાદનોને અન્ય લોકોથી વિશિષ્ટ કરવા માટે વિશેષ નામ અથવા ચિહ્ન અથવા પ્રતીકનો ઉપયોગ કરે છે. માલિકની પરવાનગી વિના બજારમાં અન્ય લોકો દ્વારા સમાન બ્રાન્ડના ચિહ્નનો ઉપયોગ કરી શકાતો નથી. બ્રાન્ડની કિંમત બ્રાન્ડ મૂલ્ય છે, જે બેલેન્સ શીટની એસેટ બાજુ પર કંપનીઓ નામશાખ તરીકે દર્શાવે છે. જો કે, બ્રાન્ડ વિશે ગ્રાહકના અભિપ્રાય અને લાગણીઓને બ્રાન્ડ ઇક્વિટી તરીકે ઓળખવામાં આવે છે. તે વ્યવસાયની બ્રાન્ડ ઇક્વિટી છે જે બ્રાન્ડ મૂલ્યને અસર કરે છે. જ્યારે ગ્રાહકો બ્રાન્ડ સાથે જોડાયેલા હોય છે, ત્યારે નવા ખેલાડીઓ બજારમાં પ્રવેશતા અચકાય છે.

ગ્રાહકોની પ્રોડક્ટને પસંદ અથવા નાપસંદ કરવાથી બજારમાં તેની દૃશ્યતા પર અસર થાય છે. બદલામાં બ્રાન્ડ મૂલ્ય વધે છે અથવા ઘટે છે. તેથી, બ્રાન્ડ મૂલ્ય માટે ગ્રાહક એ મુખ્ય પરિબલ છે. ગ્રાહકોના મંતવ્યો બજારમાં કંપનીઓના વેચાણ અને માર્કેટ શેરને અસર કરી શકે છે.

બ્રાન્ડના મૂલ્યને વધારવા માટે, બજારની સ્થિતિ અને યોગ્ય વ્યૂહરચનાઓ વિશે સંશોધનની જરૂર છે. તમામ કંપનીઓ ગ્રાહક કેન્દ્રિત અભિગમનું મૂલ્ય સમજે છે. ગ્રાહકો વિના વ્યવસાય અસ્તિત્વહીન છે. ગ્રાહક સેવાની શ્રેષ્ઠતા અથવા સાથીદારો કરતાં શ્રેષ્ઠ ગ્રાહક સેવા એ મુખ્ય પરિબલ છે જે તફાવત બનાવે છે. કંપનીનું બ્રાન્ડ મૂલ્ય વધારવા માટે નીચે કેટલીક ટિપ્સ આપવામાં આવી છે.

- i. ગ્રાહકોને સમજો: ઉત્પાદન/સેવાની પ્રકૃતિ અને લક્ષ્ય ગ્રાહકોનો અભ્યાસ કરો. ગ્રાહકોની પસંદ અને નાપસંદ, રુચિ, જરૂરિયાત, ખરીદશક્તિ, સામાજિક સંસ્કૃતિ વગેરેને સારી રીતે સમજવાની જરૂર છે. અતિરિક્ત સુવિધા તરીકે કંઈક વધારાનું હોવું જોઈએ. દાખલા તરીકે, પુરૂષો માટેના બોડી-લોશનમાં મેસ્ક્યુલાઇન સુગંધ ઉમેરી શકાય છે.
- ii. પ્રભાવશાળી લોગો: દર્શકો માટે વ્યવસાયનું પ્રતીક સરળ અને આકર્ષક હોવું જોઈએ. આને કંપનીના કાર્યોને પ્રતિબિંબિત કરવા માટે ડિઝાઇન કરવું જોઈએ.
- iii. જાહેરખબર: પ્રોડક્ટનું વ્યાપકપણે માર્કેટિંગ કરવા માટે, ઇલેક્ટ્રોનિક મીડિયા પર ટૂંકા, સરળ અને માહિતીપ્રદ વિડિયો મૂકી શકાય છે. આ વીડિયો નૈતિક હોવા જોઈએ. સોશિયલ સાઇટ્સ અને પ્રિન્ટ મીડિયા પર પોસ્ટ કરવામાં આવતી જાહેરાતોએ પ્રદેશની સંસ્કૃતિ માટે આદર ફેલાવવો જોઈએ અને કોઈની લાગણીઓને ઠેસ પહોંચાડવી જોઈએ નહીં.
- iv. ટેકનોલોજીનો ઉપયોગ: ઉત્પાદનો અને સેવાઓની મુખ્ય લાક્ષણિકતાઓ પ્રદર્શિત કરવા માટે એક પર્યાપ્ત રીતે ડિઝાઇન કરેલી વેબસાઇટ બનાવો. ગ્રાહકોને વેબસાઇટ પર તેમનો અનુભવ શેર કરવા કહો.
- v. ગુણવત્તા અને વિશ્વાસ જાળવો: તમારા માલ/સેવાઓની ગુણવત્તા સાથે ક્યારેય સમાધાન કરશો નહીં. ગ્રાહકોનો વિશ્વાસ અકબંધ રાખવા માટે, જાહેરાતોમાં આપેલા અથવા દર્શાવેલ વચનો અનુસાર પ્રદાન કરો.
- vi. સ્પર્ધાત્મક કિંમત: ઉત્પાદન/સેવાની કિંમત ગુણવત્તા સાથે મેળ ખાતી હોવી જોઈએ. કિંમતને અસર કરતા અન્ય પરિબલોમાં ઉત્પાદન/સેવાનો પ્રકાર, લક્ષ્ય ગ્રાહકો, સ્પર્ધકો દ્વારા ઓફર કરવામાં આવતી કિંમત વગેરે છે. એ પણ હકીકત છે કે ગ્રાહકો વધુ સારી ગુણવત્તાવાળા ઉત્પાદનો માટે વધુ ચૂકવણી કરવા તૈયાર હોય છે.

શ્રેષ્ઠ ગ્રાહક સેવામાં તમામ પરિસ્થિતિઓમાં ગ્રાહકોને સાંભળવાનો સમાવેશ થાય છે. તેમને ધન્યવાદ શબ્દ સાથે જવાબ આપો. જ્યારે તેઓ અમુક ખામીઓ દર્શાવે અથવા અસંમતિ દર્શાવે, ત્યારે તેમનો સમય બચાવવા માટે તરત જ તેમના પર ધ્યાન આપો. અસંતુષ્ટ ગ્રાહક ભૂલોને સુધારવા અને સુધારવાની તક આપે છે. ગ્રાહકની ફરિયાદોને ટોચની અગ્રતા પર ધ્યાનમાં લેવી જોઈએ.

ગ્રાહકોને તેઓ દ્વારા ઉપયોગ કરેલ ઉત્પાદન/સેવા વિશે સમીક્ષાઓ લખવા માટે પ્રોત્સાહિત કરો. ગ્રાહકોને બિઝનેસ સાઇટ પર અથવા ઈ-મેલ દ્વારા તેમનો પ્રતિસાદ મોકલવા માટે વિનંતી કરવામાં આવી શકે છે. પ્રતિસાદ સ્વીકારવો જોઈએ અને તેના પર કાર્યવાહી કરવી જોઈએ. ઘણા પુખ્ત વયના લોકોએ કહ્યું છે કે મૈત્રીપૂર્ણ ગ્રાહક સેવા તેમને બ્રાન્ડને પ્રેમ કરવા માટે રાજી કરે છે. ગ્રાહકો સાથે લાંબા ગાળાના સંબંધ રાખવા માટે વ્યવહારમાં સુસંગતતા જરૂરી છે.

જો ગ્રાહકોને ખુશ રાખવામાં આવે, તો તેઓ મૂલ્યવાન અને કંપની સાથે જોડાયેલા અનુભવે છે અને તેઓ ઉત્પાદનો/સેવાઓનું માર્કેટિંગ કરે છે, સ્વયં જ મૌખિક પ્રચાર કરે છે.

પ્રાયોગિક સ્વાધ્યાય

પ્રવૃત્તિ 1: "કંપની નીતિ મુજબ નિયમિત પ્રતિસાદ સંગ્રહનું આયોજન કેવી રીતે કરવું" પર પેપર પ્રસ્તુતિ

આવશ્યક સામગ્રી: લેખન પેન, નોટબુક, ડેસ્કટોપ કોમ્પ્યુટર/લેપટોપ, ઈન્ટરનેટનું એક્સેસ, વાંચન સામગ્રી જેમ કે પુસ્તકો, મેગેઝિન (જો ઉપલબ્ધ હોય તો)

પ્રક્રિયા:

1. શિક્ષક સંબંધિત વાંચન સામગ્રી વાંચ્યા બાદ, વિદ્યાર્થીઓને કંપનીની નીતિ મુજબ નિયમિત પ્રતિસાદ સંગ્રહનું આયોજન કેવી રીતે કરવું તે અંગે વિગતવાર નોંધ લખવા અને સબમિટ કરવાનું કહેશે.
2. વિદ્યાર્થીઓ લેખિતમાં નીચેની પ્રતિસાદ સંગ્રહ પદ્ધતિઓ પર પ્રકાશ પાડશે:
 - a) પ્રતિસાદ સર્વેક્ષણો
 - b) ઈ-મેલનો ઉપયોગ
 - c) ઉપયોગિતા પરીક્ષણ
 - d) ગ્રાહક ઇન્ટરવ્યુ
 - e) સોશિયલ મીડિયા
 - f) કંપનીની વેબસાઇટ
3. વિદ્યાર્થીઓ શિક્ષકને લેખન સબમિટ કરશે.
4. સબમિટ કરેલી નોંધો તપાસ્યા પછી, શિક્ષક વિદ્યાર્થીઓની સમજણ સ્તર વધારવા માટે ફરીથી વિષય પર ચર્ચા કરશે.
5. શ્રેષ્ઠ નોંધ લખનારને વર્ગમાં નોંધ વાંચવા માટે કહેવામાં આવશે અને અન્ય વિદ્યાર્થીઓને પ્રશ્નો પૂછીને તેમની શંકાઓ દૂર કરવા માટે પ્રોત્સાહિત કરવામાં આવશે.

પ્રવૃત્તિ 2: "વિપરીત સંજોગોમાં ટીમને મિસ સેલિંગ અને ખોટી માહિતી ટાળવા માટે કેવી રીતે શિક્ષિત કરવી" પર પ્રસ્તુતિ

આવશ્યક સામગ્રી: લેખન પેન, નોટબુક, ડેસ્કટોપ કોમ્પ્યુટર/લેપટોપ, ઈન્ટરનેટનું એક્સેસ, વિષય પર વાંચન સામગ્રી.

પ્રક્રિયા:

1. શિક્ષક વિદ્યાર્થીઓને વાંચન સામગ્રી વાંચીને, આપેલા વિષય પર ભાષણની તૈયારી કરવા કહેશે.
2. વિદ્યાર્થીઓ નીચેના મુદ્દાઓ પર પ્રકાશ પાડશે:
 - a) મિસ સેલિંગનો અર્થ
 - b) મિસ સેલિંગની અસરો
 - c) ખોટી માહિતીનો અર્થ
 - d) ખોટી માહિતીની અસરો
 - e) મિસ-સેલિંગ અને ખોટી માહિતીને કેવી રીતે દૂર કરવી.
3. શિક્ષક પ્રસ્તુતિ માટે તારીખ અને સમય નક્કી કરશે.
4. તદનુસાર, અનિયમિત રીતે, શિક્ષક થોડા વિદ્યાર્થીઓને વિષય પર ભાષણ આપવા માટે કહેશે.
5. શિક્ષક વિષય પર સુધારાઓ/ વધારાના ઇનપુટ્સ સૂચવીને પ્રસ્તુતિમાં મૂલ્ય ઉમેરી શકે છે.
6. અન્ય વિદ્યાર્થીઓ તેમની નોંધો બનાવશે.

તમારી પ્રગતિ ચકાસો

A. ખાલી જગ્યાઓ ભરો

1. અન્ય વ્યવસાયિક બાબતો પર ગ્રાહક સંબંધિત મુદ્દાઓને _____ આપવા માટેની વ્યૂહરચના એ ગ્રાહક અભિગમ છે.
2. પ્રતિસાદ એ વ્યવસાય એકમદ્વારા ઓફર કરાયેલ ઉત્પાદનો અને સેવાઓની ગુણવત્તા વિશેનો _____ છે.
3. _____ એ ખોટું વેચાણ છે.
4. સામાન/સેવાઓની ગુણવત્તા સાથે ક્યારેય _____ કરશો નહીં.
5. વ્યાપાર _____ --દર્શકો માટે સરળ અને _____ હોવું જોઈએ.

B. બહુવિકલ્પીય પ્રશ્નો

1. જ્યારે ગ્રાહકોને લાગે છે કે તેમની વાત સાંભળવામાં આવી છે, ત્યારે બ્રાન્ડ સાથેનું જોડાણ
 - a) સ્થાપિત થાય છે
 - b) સામેલ નથી
 - c) ખોટું
 - d) ઉપરોક્તમાંથી કોઈ નહીં
2. જ્યારે ગ્રાહકો અમુક ખામીઓ દર્શાવે છે અથવા અસંમતિ દર્શાવે છે, ત્યારે તેમના પર
 - a) આરામથી ધ્યાન આપો
 - b) ઝડપથી ધ્યાન આપો
 - c) કોઈ વધારાની કાળજી વિના ધ્યાન આપો
 - d) આમાંથી કોઈ નહીં

3. બ્રાન્ડ વિશે ગ્રાહકનો અભિપ્રાય અને લાગણીઓને _____ તરીકે ઓળખાય છે
- બ્રાન્ડ મૂલ્ય
 - બ્રાન્ડ એક્સેસેડર
 - બ્રાન્ડ ઇક્વિટી
 - આમાંથી કોઈ નહીં
4. ખોટી માહિતી અને મિસ સેલિંગ ટાળવું એ
- એક ગુણ છે
 - પ્રયત્નો ટાળવા
 - ખોટ કરવી
 - ઉપરોક્તમાંથી કોઈ નહીં
5. દુષ્પ્રસાર એટલે કે નકલી માહિતી ઇરાદાપૂર્વક _____ માટે મોકલવામાં આવે છે
- મુશ્કેલીઓ ઉભી કરવા માટે
 - નુકસાન
 - છેતરવા માટે
 - ઉપરોક્ત તમામ

C. નીચેના વાક્યો સાચા છે કે ખોટા તે જણાવો

- કંપનીઓ તેમના ઉત્પાદનોને અન્ય લોકોથી વિશિષ્ટ કરવા માટે વિશેષ નામ અથવા ચિહ્ન અથવા પ્રતીકનો ઉપયોગ કરે છે
- મિસ-સેલિંગ ગ્રાહકને જાળવી રાખવા અને ગ્રાહક પ્રાપ્તિને મુશ્કેલ બનાવે છે.
- ઉત્પાદનનું વ્યાપકપણે માર્કેટિંગ કરવા માટે ઇલેક્ટ્રોનિક મીડિયા પર માહિતીપ્રદ વિડિયો ન મૂકવો જોઈએ
- માહિતીનો સંગ્રહ કરવો એ સ્પષ્ટતા અને પારદર્શિતાના ગુણોની વિરુદ્ધ નથી.
- જ્યારે કોઈ ચોક્કસ ઉત્પાદન/સેવા/અનુભવ પર ગ્રાહકોનો અભિપ્રાય માંગવામાં આવે છે, ત્યારે તેઓ મૂલ્યવાન અને કંપની સાથે જોડાયેલા અનુભવે છે.

D. કોલમ સાથે મેળ કરો

કોલમ A		કોલમ B	
1	વ્યૂહરચના	A	સ્ટાન્ડર્ડ ઓપરેશન પ્રોસિજર
2	પ્રચાર	B	ભાગી જવું
3	ગભરાટ	C	અભિગમ
4	છટકવું	D	ફેલાવ
5	એસઓપી	E	આતંક

E. ટૂંકા જવાબના પ્રશ્નો

1. ટૂંકમાં સમજાવો, ખોટા વેચાણને કારણે થતી સમસ્યાઓ.
2. ખોટી માહિતી અને દુષ્પ્રચાર વચ્ચે તફાવત કરો.
3. "ઝડપથી નિર્ણય લઈને ગ્રાહકની સમસ્યાઓનું નિરાકરણ કેવી રીતે કરવું તેના પર ટૂંકી નોંધ લખો.
4. શ્રેષ્ઠ ગ્રાહક સેવા પર ટૂંકી નોંધ લખો. ગ્રાહકોના પ્રતિસાદનું મહત્વ.
5. "પ્રોએક્ટિવ અભિગમ" અને "સહાનુભૂતિપૂર્ણ વલણ" શબ્દોનો અર્થ શું છે?

F. લાંબા જવાબના પ્રશ્નો

1. ગ્રાહકો સાથેના વ્યવહારમાં સ્પષ્ટતા, પ્રમાણિકતા અને પારદર્શિતા પર નોંધ લખો.
2. શ્રેષ્ઠ ગ્રાહક સેવા દ્વારા બ્રાન્ડ મૂલ્ય વધારવા પર નોંધ લખો.

G. તમારું પ્રદર્શન તપાસો

1. વર્ગખંડમાં "વ્યવસાયમાં શ્રેષ્ઠ ગ્રાહક સેવાનું મહત્વ" વિષય પર પ્રસ્તુતિ કરો.

યુનિટ 4: અખંડિતતા, બેકિંગ નીતિશાસ્ત્ર અને ટીમ કાર્ય

બેકિંગ નીતિશાસ્ત્ર સારા ધોરણો અને નિયમોની ગોઠવણનો સંકેત આપે છે જે સીધા વ્યવસાય પર લાગુ થશે. "બેકિંગ નીતિશાસ્ત્ર" એ દિશાનિર્દેશો અને નૈતિક સિદ્ધાંતોનો સમૂહ છે જે વ્યક્તિગત અને સામૂહિક રીતે બેંક કર્મચારીઓના વર્તનને નિયંત્રિત કરે છે." કેટર મેકનામારા અનુસાર, એક સામાજિક અંગ હોવાને કારણે વ્યવસાયએ સામાન્ય લોકો અને વ્યવસાય ક્ષેત્રના હિતોને પ્રતિકૂળ રીતે સંચાલિત કરવું જોઈએ નહીં.

"ટૂંકમાં વ્યાપાર/બેકિંગ નૈતિકતાને વ્યવસાય, ઉદ્યોગ અથવા સંબંધિત ક્ષેત્રોમાં, પાયા અને માન્યતાઓને લગતા નૈતિક મુદ્દાઓની ઇરાદાપૂર્વકની તપાસ તરીકે દર્શાવી શકાય છે. નૈતિકતા એ વ્યવસાય અને ઉદ્યોગમાં ગુણોની ચોક્કસ સારવાર છે." - જોન ડોનાલ્ડસન. દરેક કોલિંગ અથવા મેળાવડા તેના વ્યક્તિઓ માટે અમુક રિવાજોની રૂપરેખા આપે છે. વ્યક્તિઓને એક ધોરણ આપવામાં આવે છે જેમાં તેઓએ કામ કરવું જોઈએ. આ દિશાનિર્દેશો મુખ્ય નાણાકીય અને સામાજિક સંજોગો દ્વારા પ્રભાવિત થાય છે. વિકસતી પરિસ્થિતિઓને અનુરૂપ ગર્ભિત નિયમોનું ક્યારેક ક્યારેક ઓડિટ કરવામાં આવે છે.

કોઈપણ તબક્કે બેંકોમાં કામ કરતા દરેક વ્યક્તિ માટે નૈતિકતા નિશ્ચિત હોવી જોઈએ અને તેના અમલીકરણને વખાણ-સજા પ્રણાલીથી જોડવું જોઈએ. નૈતિકતાના કોઈપણ ઉલ્લંઘનને વહેલામાં વહેલી તકે શોધી કાઢવામાં આવે અને તાત્કાલિક ઉપાયાત્મક પગલાં લેવા જોઈએ. નૈતિકતા સંપૂર્ણપણે વ્યાપક સૂચનો પર આધારિત હોવું જોઈએ કે શું પૂર્ણ કરવું જોઈએ અને શું ટાળવું જોઈએ. નૈતિકતા આ વિશ્વાસ પાર આધારિત હોવી જોઈએ કે શું સાચું છે.

યુનિટને ચાર સત્રમાં વિભાજિત કરવામાં આવ્યું છે. સત્ર-1માં, 'બેકિંગ નીતિશાસ્ત્ર અને ટીમ કાર્ય' પર ચર્ચા કરવામાં આવી છે જેમાં બેકિંગ વ્યવહારોમાં 'બેકિંગ અખંડિતતા અને ન્યાયીતા જાળવવા પર ભાર મૂકવામાં આવ્યો છે. સત્ર-2 માં ગ્રાહકની માહિતીના રક્ષણની વિગતવાર ચર્ચા કરવામાં આવી છે. સત્ર-3માં 'ગ્રાહકો અને સહકર્મીઓ સાથે નૈતિક વર્તન' પર પૂરતો પ્રકાશ પાડવામાં આવ્યો છે. સત્ર-4 'સ્વસ્થ ટીમ વાતાવરણનો વિકાસ' વિષયને સમર્પિત કરવામાં આવ્યો છે. 10મા ધોરણના વિદ્યાર્થીઓ માટે વાંચન સામગ્રીને ધ્યાનમાં રાખીને, સત્રોમાં સામગ્રીને યોગ્ય રીતે મર્યાદિત કરવાના પ્રયાસો કરવામાં આવ્યા છે. દરેક સત્રના વિષયવસ્તુમાં પ્રાયોગિક પ્રવૃત્તિઓ ઉમેરવામાં આવી છે પરંતુ શિક્ષકોને નમ્રતાપૂર્વક વિનંતી કરવામાં આવે છે કે તેઓ વિષયને વિસ્તૃત કરવા માટે તેમના દ્વારા જરૂરી લાગે તેવી વધુ જેવી પ્રવૃત્તિઓ ગોઠવે.

સત્ર 1: બેંકિંગ વ્યવહારોની અખંડિતતા

બેંકિંગ એ કોઈ સામાન્ય વ્યવસાય નથી. બેંકો "વિશેષ" વ્યવસાયિક એકમો છે જે નાણાકીય મધ્યસ્થી તરીકે, ઉત્પાદક સાહસો માટે ધિરાણ માટે બચતકારો પાસેથી નાણાં ઉછીના લે છે.

તેમાં નાણાંનો સમાવેશ થતો હોવાથી, બેંકિંગ વ્યવસાય ઘણા જોખમ સાથે સંકળાયેલો છે. બેંકો જાહેર વિશ્વાસ પર ચાલે છે, જે બદલામાં, નૈતિક સિદ્ધાંતો અને નૈતિક મૂલ્યોનું કાર્ય છે જે તેઓ અનુસરે છે. બેંકો જે નૈતિક સિદ્ધાંતોનું પાલન કરે છે, તે દરેક અન્ય નિગમ દ્વારા અપનાવવામાં આવેલ સિદ્ધાંતો કરતાં ઉચ્ચ ક્રમના હોવા જોઈએ.

બેંકિંગ અખંડિતતા

અખંડિતતા એ કોઈપણ કર્મચારી અને સમગ્ર તરીકે કોઈપણ આર્થિક સંસ્થા માટે અસરકારક કાર્યકારી સિદ્ધાંત છે.

પછી ભલે તે બેંક હોય, ગેટ અરાઉન્ડ ફંડ હોય કે લોન પ્રદાતા, ગ્રાહકો દ્વારા એવી કંપનીમાં નિવેશ કરવાની શક્યતા વધુ હશે જે અખંડિતતાના સિદ્ધાંતો અનુસાર કાર્ય કરે છે. મુખ્યત્વે નીચેનાને બેંકિંગ અખંડિતતા ગણવામાં આવે છે.

પરીક્ષણ અખંડિતતા

આપણને બેંકોની નેતૃત્વ સંસ્કૃતિ - અને વિશ્વાસ પાછો મેળવવા માટે લેવામાં આવેલા પગલાં બંનેનું મૂલ્યાંકન કરવાની રીતની જરૂર છે. આ તણાવ પરીક્ષણો અને પસંદગીની નિયમનકારી જવાબદારીઓનો મૂળભૂત ભાગ હોવો જોઈએ. કેટલીક બેંકોમાં ભ્રષ્ટાચાર વિરોધી અને રોકડ-શોધન વિરોધી નિયમો છે પરંતુ તેનો અમલ કરવા અંગેનો તેમનો ગીત અહેવાલ ખરાબ છે: નાણાકીય ગતિ મિશન દળ રોબોટિક રીતે તેની નીતિઓ સાથે ઓછા પાલનની સમીક્ષા કરે છે અને બેંકોએ હાલમાં રોકડ-વિરોધી શોધન માટે પતાવટમાં અબજો ગ્રીનબેક ચૂકવ્યા છે. નિષ્ફળતાઓ નિષ્ઠાપૂર્વક કહીએ તો બેંકોમાં વ્યવસ્થાપન પદ્ધતિ એક વ્યાપક, સર્વગ્રાહી માળખામાં અખંડિતતાને વ્યવહારમાં લાવામાં નિષ્ફળ રહી છે.

આ એક એવો મુદ્દો છે જે આંતરરાષ્ટ્રીય સ્તર પર પારદર્શિતાને મુદ્દો બનાવે છે, કારણ કે અમે આ વાતથી સહમત છીએ કે બેંક કોચિંગ માટે સક્રિય ઇચ્છા બતાવવા માંગીએ છીએ અને અખંડિતતાને મહત્ત્વ આપે છે. ઉચ્ચ-ગુણવત્તાના અભ્યાસમાં અમે સૂચવીએ છીએ કે બેંકોએ વારંવાર જાણ કરવી જોઈએ કે તેઓ કંપનીના તમામ સ્તરો પર પસંદગીની પ્રક્રિયામાં અખંડિતતા વધારવા માટે શું કરી રહ્યા છીએ, ભરતી અને જાહેરાતથી લઈને, વ્હીસલ બ્લોઈંગ સિસ્ટમ્સ અને એન્ટી-કેશ લોન્ડરિંગ નિયમોના પાલન સુધી. નિયુક્તિ: બેંકોએ 2013 માં તેના ભાગીદારો માટે ઉમેરવામાં આવેલી સિક્યોરિટીઝ અને ભંડોળ માટે ચાર્ટર્ડ ઇન્સ્ટિટ્યૂટની ફરજિયાત અખંડિતતાની ચકાસણી જેવી જ હાયરિંગ ટેસ્ટનો ઉપયોગ કરવો પડશે.

પગાર અને બોનસ:

નવી પુનઃચુકવણી મોડલની જરૂરિયાત છે જે અંતિમ સફળતા વિષે સંપૂર્ણપણે જાગૃત ન હોય. એવા લોકો માટે 'ઇન્ટિગ્રીટી બોનસ' હોવું જોઈએ જે સતત તેમની વિશ્વાસુ ફરજ નિભાવે છે અને આ ભાવિ બેંકર્સ માટે 'સાઇનિંગ બોનસ' અથવા 'એકંદર પર્ફોર્મન્સ બોનસ' જેટલું જ આકર્ષક હોવું જોઈએ. અનૈતિક વર્તણૂકને પ્રોત્સાહન આપવાને બદલે, કારણ કે તે ઝડપી જીત તરફ દોરી જાય છે,

બેંકોએ એકંદર પ્રદર્શન મૂલ્યાંકન, જાહેરાત અને ચૂકવણીના નિર્ણયોમાં બિન-આર્થિક એકંદર કામગીરીને ધ્યાનમાં લેવી પડશે.

પારદર્શિતા અને હિતોનો સંઘર્ષ:

મની લોન્ડરિંગ: બેંકોએ રાજકારણના ધિરાણમાં તેમના યોગદાનમાં પારદર્શિતા વધારવી જોઈએ અને હિતોના સંઘર્ષને ઘટાડવું જોઈએ. બેંકર્સ, રોકાણકારો અને બ્રોકર્સ પાસે તેમના બિન-જાહેર નાણામાં શું ભાગ છે, તેના પર સ્પષ્ટ નિયમો હોવા જોઈએ, જે ઇનસાઇડર ટ્રેડિંગને સંબોધિત કરશે. તાજેતરના મીડિયા પ્રચાર પછી, ગોલ્ડમેન સેચેટ તેના શોખ માર્ગદર્શિકાના પોતાના યુદ્ધને અપડેટ કરવા અને બેંકર્સ અને અન્ય કર્મચારીઓને પોતાના સ્વયંના ખાતાઓ પર વ્યક્તિગત શેર અને બોન્ડનો વેપાર કરવા પર પ્રતિબંધ મૂકવા માટે સમર્પિત છે.

બેન્ક માલિક અને નાણાંના સ્ત્રોત પર યોગ્ય ખંતની જવાબદારીઓનું પાલન સુનિશ્ચિત કરીને ભ્રષ્ટ રોકડના પ્રવાહને મર્યાદિત કરી શકે છે. બેંકોએ ઉપયોગી કબજાના સાર્વજનિક રજિસ્ટરના આગમન માટે માર્ગદર્શન આપવું પડશે. આનાથી તેમને યોગ્ય ધ્યાન આપવામાં મદદ મળશે. ઉપરાંત, આ તમને ભ્રષ્ટ નાણાથી તેમના દેવાને ચુકવવાથી બચાવી શકે છે.

અયોગ્ય વેપાર

અયોગ્ય વેપાર વ્યવહારને કોઈપણ વ્યાપારી એન્ટરપ્રાઇઝ અભ્યાસ અથવા કૃત્ય તરીકે વ્યાખ્યાયિત કરી શકાય છે જે ભ્રામક, છેતરપિંડી અથવા ખરીદનારને નુકસાન પહોંચાડે છે. આ પ્રથાઓમાં એવા કૃત્યો સામેલ હોય શકે છે જેને ગેરકાયદેસર ગણી શકાય, જેમાં ગ્રાહક સુરક્ષા કાયદાનું ઉલ્લંઘન કરનારા લોકોનો સમાવેશ થાય છે.

અયોગ્ય વેપાર વ્યૂહરચનાના થોડા ઉદાહરણો છે: સેવાનું ખોટું આકૃતિણ; બનાવટી બાંધ્યા વગરનું ભેંટ અથવા ઇનામ ઉત્પાદન ધોરણોનું પાલન ન કરવું; ખોટી જાહેરાત અને માર્કેટિંગ; અથવા ભ્રામક મૂલ્ય નિર્ધારણ.

બેંક નિયમનકારો દ્વારા ઉન્નત ચકાસણી અને ભ્રામક પરિવર્તન અભ્યાસ કાયદાના સંભવિત ઉલ્લંઘનોને ટાળવા માટે, નીચે નાણાકીય સંસ્થાના નિયમનકારો દ્વારા સલાહ આપવામાં આવેલી અમુક શ્રેષ્ઠ પદ્ધતિઓની વિસ્તારિત સૂચિ આપેલ છે: તમામ પ્રમોશનલ સામગ્રી, માર્કેટિંગ સ્કિપ્ટ્સ, ગ્રાહક કરારો અને જાહેરાતોની આયોજિત સમીક્ષા. બેંક અને કોઈપણ તૃતીય પક્ષ દ્વારા આ ખાતરી કરવા માટે કે તેઓ હવે બંને હકારાત્મક રીતે અને ચૂક બંને રીતે શરતોને ખોટી રીતે રજૂ કરતા નથી.

ખાતરી કરો કે તે સામગ્રીઓ હવે નિ:શંકપણે ભ્રામક શીર્ષકને સુધારવા માટે અલગ-અલગ પ્રશંસાપત્ર અથવા અસ્પષ્ટ કબૂલાતનો ઉપયોગ કરતી નથી. ગ્રાહકોની નજર એવા પ્રમુખ શબ્દો તરફ આકર્ષિત કરો, જેમાં અવરોધો અને શરતોનો સમાવેશ થાય છે જે ક્લાયન્ટને ઉત્પાદન વિશે જાણકાર પસંદગી કરવાની મંજૂરી આપવા માટે મહત્વપૂર્ણ છે. ઉત્પાદનોની શરતો અને ઉપલબ્ધતા પર તમામ ફેબ્રિક અવરોધો અથવા સ્થિતિઓને સાચી રીતે જાહેર કરો. ગ્રાહકોને કોઈપણ ખર્ચ, પરિણામો અથવા અલગ-અલગ કિંમતો અંગે સ્પષ્ટ અને યોગ્ય સમયસર સૂચિત કરો.

"પૂર્વે મંજૂર" અથવા "બાંધધરીકૃત" જેવા શબ્દોનો ઉપયોગ કરતા સમયે, વસ્તુતઃ પરની કોઈપણ સીમાઓ, શરતો અથવા અસ્વીકૃતિનો ખુલાસો હોય છે. ચોક્કસ રીતે ટેલિફોન નંબર અથવા મેઇલિંગ ડીલનો ખુલાસો કરો જેનો ઉપયોગ ક્લાયન્ટ કોઈપણ કોર્ટ કેસ અંગે બેંક અથવા 1/3-જન્મદિવસની ઉજવણી કરતી કંપનીનો સંપર્ક કરવા માટે કરી શકે છે,

અને કાર્યવાહીના ઉકેલ માટે યોગ્ય તકનીકો જાળવી શકે છે. વાસ્તવમાં, ગ્રાહકોને જણાવો કે ઉપભોક્તા માટે બેંક દ્વારા મંજૂરી આપવામાં આવેલ ખાતાની શરતો અગાઉ જાહેર કરવામાં આવેલી જાહેરાતની શરતો અથવા શબ્દસમૂહોની તુલનામાં ઘણું ઓછું અનુકૂળ છે.

પ્રેક્ષકોની સુવિધા અને આનંદને ધ્યાનમાં રાખીને વર્ગીકૃત જાહેરાતો, પ્રમોશનલ સામગ્રી, જાહેરાતો અને સ્ક્રિપ્ટો તૈયાર કરો. ઉત્પાદનની કિંમત, મૂલ્ય, ઉપલબ્ધતા, મૂલ્ય નાણાકીય બચત, ફાયદા અથવા શબ્દસમૂહો વિશે પ્રેક્ષકોને ગેરમાર્ગે દોરતા દાવાઓ, રજૂઆતો અથવા નિવેદનો કરશો નહીં.

ભ્રષ્ટ વ્યવહાર

ભ્રષ્ટાચાર એ અપ્રમાણિકતા અથવા કુટિલ ગુનાનો એક પ્રકાર છે જે કોઈ વ્યક્તિ અથવા નિગમનો ઉપયોગ કરીને સત્તાની ભૂમિકા સોંપવામાં આવે છે, જેથી કોઈના વ્યક્તિગત લાભ માટે ગેરકાયદેસર લાભ પ્રાપ્ત કરી શકાય અથવા શક્તિનો દુરુપયોગ કરી શકાય.

બેંકિંગ પ્રેક્ટિસનો અર્થ એ છે કે વિકેતાનો વેપાર ખંડ મુખ્યત્વે સામુદાયિક બેંકો, કાર્યકારી અને નિર્દેશક લાભ કાર્યક્રમ અને બેંક માર્કેટમાં બેંકની માલિકીના જીવન વીમા માટે વળતર પરામર્શ પર ધ્યાન કેન્દ્રિત કરે છે, જેમાં પ્રોત્સાહક પરામર્શ અને માલિકી ઉત્તરાધિકાર કાર્યક્રમોની ડિઝાઇનમાં બેંકો સાથે કામ કરવું સામેલ છે.

વિવિધ પ્રકારની વ્યવસાયિક બેંકિંગ સેવાઓમાં સામેલ છે:

વ્યવસાયિક ઋણ, ચેકિંગ એકાઉન્ટ્સ, બચત ખાતા, ડેબિટ અને ક્રેડિટ કાર્ડ્સ, સર્વિસ પ્રોવાઈડર સેવાઓ (ક્રેડિટ કાર્ડ પ્રોસેસિંગ, સમાધાન અને રિપોર્ટિંગ, કલેક્શન પર એક નજર), ટ્રેઝરી ઓફરિંગ (પેરોલ સેવાઓ, ડિપોઝિટ સેવાઓ, વગેરે).

અન્યાયી અથવા ભ્રષ્ટ વ્યવહારમાં સામેલ થવાથી બચો

આરબીઆઈની માર્ગદર્શિકાના આધારે વ્યક્તિગત બેંકો દ્વારા વિકસિત વાજબી અભ્યાસ કોડ આરબીઆઈએ આ માર્ગદર્શિકા જારી કર્યા પછી તમામ બેંકો અને નાણાકીય સંસ્થાઓ માટે નીચેની ક્રિયાઓ અમલમાં મૂકવાની સલાહ આપી છે. તમામ બેંકો અને નાણાકીય સંસ્થાઓએ તેમના પોતાના વાજબી અભ્યાસ કોડનો મુસદ્દો તૈયાર કરવાની જરૂર છે. તેમની પાસે દસ્તાવેજનો વ્યાપ વિકસાવવા અને વધારવાની સ્વતંત્રતા છે, પરંતુ આ વાતનું ધ્યાન રાખવું પડશે કે પ્રદાન કરેલ માર્ગદર્શિકાની અંતર્ગત ભાવનાનું કોઈ ઉલ્લંઘન ન થાય. આ વાજબી અભ્યાસ કોડને નિયામક મંડળની મંજૂરીની જરૂર પડશે.

વાજબી અભ્યાસ કોડને સંબંધિત વેબ સાઇટ્સ પર પોસ્ટ કરવું જોઈએ અને પ્રશંસનીય રીતે જાહેર કરવું જોઈએ. કોઈપણ વિવાદોના નિરાકરણ માટે એક ફરિયાદ નિવારણ પદ્ધતિ સંગ્રહિત કરવાની જરૂર છે. તે વિવાદોની તાત્કાલિક સમીક્ષા અને નિકાલ કરવાની જરૂર છે.

નિયામક મંડળ દ્વારા યોગ્ય વ્યવહાર ન્યાયાલયના પાલનનું સામયિક મૂલ્યાંકન કરવું જોઈએ અને એક સંકલિત ફાઇલ નિયમિતપણે તૈયાર અને સબમિટ કરવી જોઈએ. તદનુસાર, મોટાભાગની બેંકો અને નાણાકીય સંસ્થાઓએ ધિરાણકર્તાઓ માટે તેમનો પોતાનો વાજબી અભ્યાસ કોડ વિકસાવ્યો છે. આ કોડ મૂકવામાં આવ્યો છે અને સંબંધિત બેંકોની વેબસાઇટ પર જોઈ શકાય છે.

કંપનીની નીતિ મુજબ રેકોર્ડ્સ જાળવવા

રિઝર્વ બેંક ઓફ ઈન્ડિયા (આરબીઆઈ) એ બેંકોને કહ્યું છે કે તેઓ ગ્રાહકો સાથેના તમામ વ્યવહારોનો ટ્રાન્ઝેક્શનની તારીખથી ઓછામાં ઓછા 10 વર્ષ સુધીનો રેકોર્ડ રાખે. ગેરકાયદેસર પ્રવૃત્તિઓમાં સામેલ નાણાની રકમને બચાવવા માટે આને સમાપ્ત કરવામાં આવ્યું છે.

મની લોન્ડરિંગને રોકવા માટેના નિયમોનું પાલન કરીને વ્યવહારો કરવામાં આવે તે સુનિશ્ચિત કરવા માટે આરબીઆઈએ 1 જુલાઈ 2009ના રોજ બેંકોને જારી કરાયેલ કેવાયસી 'તમારા ગ્રાહકને જાણો' ભલામણોના અગ્રીમ રાઉન્ડમાં ફેરફાર કર્યો છે.

મની-લોન્ડરિંગની રોકથામ (વ્યવહારોની પ્રકૃતિ અને મૂલ્યના આંકડાઓની જાળવણી, માહિતી આપવા માટેની પદ્ધતિ અને રીત અને સમય અને બેંકિંગ વ્યવસાયો, નાણાકીય સંસ્થાઓ અને મધ્યસ્થીઓના ગ્રાહકોની ઓળખના ડેટાની ચકાસણી અને જાળવણી) નીતિઓ, 2005 પીએમએલએ (મની લોન્ડરિંગ એક્ટ 2002ની પૂર્વધારણા) માર્ગદર્શિકા પાત્ર વ્યવહારોના પુનર્નિર્માણને મંજૂરી આપશે - સ્થાનિક અથવા વૈશ્વિક બંને (જથ્થા અને સંબંધિત ફોરેક્સના પ્રકાર સહિત, જો કોઈ હોય તો)

આરબીઆઈએ તેના પરિપત્રમાં જણાવ્યું હતું - "જો જરૂરી હોય તો, આ તમને, ખોટા શોખથી સંબંધિત લોકો વિરુદ્ધ કાર્યવાહી કરવા માટે પુરાવા પ્રદાન કરવાની મંજૂરી આપે છે,"

જો કે, ગ્રાહકની ઓળખ અને તેના સરનાથી સંબંધિત હકીકતો (ઉદાહરણ તરીકે, પાસપોર્ટ, ઓળખ પત્ર, ડ્રાઇવિંગ લાઇસન્સ, પાન કાર્ડ, ઉપયોગિતા ચૂકવણી વગેરે જેવી ફાઇલોની નકલો) ખાતું ખોલતી વખતે અને વ્યવસાયિક એન્ટરપ્રાઇઝ કોર્ટિંગ દરમિયાન પ્રાપ્ત થયા હતા. આરબીઆઈએ કહ્યું તેમ 1 જુલાઈ 2009 ના ગ્રાસપ પરિપત્રમાં સૂચવ્યા મુજબ, એન્ટરપ્રાઇઝ ડેટિંગ સમાપ્ત થયા પછી ઓછામાં ઓછા 10 વર્ષ સુધી સાચવી રાખવાનું રહેશે.

વ્યક્તિગત ઉપયોગ માટે કંપનીના ફંડનો ઉપયોગ કરવાનું ટાળો

જો કે, સૌથી મોટું નુકસાન મોટાભાગે ઉચ્ચ મેનેજમેન્ટ હોદ્દા પર બેઠેલા લોકો દ્વારા કંપનીના ભંડોળનો દુરુપયોગ કરવાના કારણે થાય છે.

જ્યારે મેનેજરો અંગત ઉપયોગ માટે વ્યવસાયિક અસ્કયામતો લે છે, ત્યારે તેમની ક્રિયાઓ દ્વારા અપ્રમાણિકતાનું જે વાતાવરણ બને છે તેનાથી પણ કર્મચારીઓ માટે તેનું અનુસરણ કરવું સરળ બની જાય છે. ભલે કોઈ વ્યક્તિ નાનકડા સિક્કાના ડ્રોઅરમાંથી જમવા માટે પૈસા લઈ રહી હોય અથવા કંપનીની મૂલ્ય સીમાને ખાનગી ખાતામાં લઈ જઈ રહી હોય, જ્યાં સુધી લૂંટની ખબર ન પડે ત્યાં સુધી ગેરઉપયોગી રકમનો સ્કેલ અને આવર્તન વધતું રહે છે. કેટલાક અધિકારીઓ એટલા દોષરહિત નથી. તેઓને લાગે છે કે તેઓ વધુ લાયક છે, તેથી તેઓ વ્યવસાયમાંથી એ લે છે જે તેઓ ઈચ્છે છે અને ઘણીવાર તેમના કાર્યોને છુપાવવા માટે નકલી રેકોર્ડ બનાવે છે.

કેટલાક લોકો વેપાર ખર્ચ અને પરિવારના સભ્યો માટે વળતર તરીકે દાવો કરીને આંકડાઓને ભરવાથી સીધો ફાયદો નથી લેતા, જેમાંથી ઘણા વ્યવસાય માટે સૌથી નાની, જો કોઈ હોય તો, સેવાઓ પ્રદાન કરે છે. કંપનીના ભંડોળના દુરુપયોગની સાથે સાથે, આઈઆરએસ આવા પ્રકારના વ્યવહારોને કર ચોરી તરીકે માને છે. વ્યક્તિઓ તેમના કાર્યોને કરમાં ચુકવણીને ઘટાડવાની રમતનો ભાગ માનીને અસંમત હોય છે. તેને તાત્કાલિક અટકાવવું જોઈએ.

પ્રાયોગિક સ્વાધ્યાય

પ્રવૃત્તિ 1: બેંકિંગમાં અન્યાયી અને ભ્રષ્ટ પ્રથાઓ દર્શાવો

આવશ્યક સામગ્રી: પેન/પેન્સિલ, નોટબુક, પ્રેક્ટિસની ચેકલિસ્ટ

પ્રક્રિયા:

1. શિક્ષકની દેખરેખ હેઠળ આનું આયોજન થવું જોઈએ, જેમાં કેટલાક વિદ્યાર્થીઓ, વારાફરતી, બેંક કર્મચારી તરીકે ભૂમિકા ભજવશે, જેઓ અન્યાયી અને ભ્રષ્ટ વ્યવહારો અંગે ગ્રાહકો તરીકે ભૂમિકા ભજવી રહેલા અન્ય વિદ્યાર્થીઓ દ્વારા બેંકના વિવિધ પ્રશ્નો પર પુછપરછના જવાબો આપે છે
2. વર્ગમાં અનૌપચારિક જૂથો બનાવો અને દરેક જૂથમાંથી એક વિદ્યાર્થીને ગ્રાહક તરીકે ભૂમિકા ભજવવા કહો.
3. બાકીના વિદ્યાર્થીઓને ભ્રષ્ટાચાર સામે ફરિયાદ કરવાની પ્રક્રિયા અંગે સંક્ષિપ્તમાં જણાવો.
4. વિદ્યાર્થીઓને અન્યાયી અને ભ્રષ્ટ વ્યવહારોની પ્રકૃતિની યાદી બનાવવા માટે કહો જેમ કે:
 - a) સેવાનું ખોટું ઉદાહરણ
 - b) ઉત્પાદન સ્પષ્ટીકરણનું પાલન ન કરવું
 - c) ખોટી જાહેરાત
 - d) ખોટું માર્કેટિંગ
 - e) ભ્રામક મૂલ્ય નિર્ધારણ
5. શિક્ષક નિદર્શન વિશે ચર્ચા કરશે અને અંતિમ ટિપ્પણી આપશે.

પ્રવૃત્તિ 2: નીતિ મુજબ રેકોર્ડ જાળવવા માટે ફોર્મેટ તૈયાર કરો

આવશ્યક સામગ્રી: પેન/પેન્સિલ, નોટબુક, ચેકલિસ્ટ

પ્રક્રિયા:

1. વર્ગમાં 6 થી 7 વિદ્યાર્થીઓના અનૌપચારિક જૂથો બનાવો.
2. તેમને આરબીઆઈ માર્ગદર્શિકા અનુસાર કંપનીની નીતિ મુજબ રેકોર્ડ જાળવવાનો ચાર્ટ તૈયાર કરવા કહો.
3. ચાર્ટમાં નીચેના મુદ્દાઓ પર પ્રકાશ પાડવો આવશ્યક છે:
 - a) રેકોર્ડ રાખવા માટેનો સમયગાળો

- b) તમારા ગ્રાહકને જાણીના દસ્તાવેજો જેમ કે ગ્રાહકની ઓળખ અને તેનું સરનામું (દા.ત., પાસપોર્ટ, ઓળખ કાર્ડ, પાન કાર્ડ, ડ્રાઇવિંગ લાઇસન્સ, વગેરે)
- c) પ્રિવેન્શન ઓફ મની લોન્ડરિંગ એક્ટ
4. દરેક જૂથ શિક્ષકની હાજરીમાં વર્ગખંડમાં તેમનો ચાર્ટ રજૂ કરે છે.
5. શિક્ષકના માર્ગદર્શનમાં વિદ્યાર્થીઓ એકબીજા પાસેથી નોંધની આપ-લે કરશે.

તમારી પ્રગતિ ચકાસો

A. ખાલી જગ્યાઓ ભરો

- બેંકિંગ નીતિશાસ્ત્ર વ્યવસાય પર લાગુ આચરણની _____ સિસ્ટમ અને નિયમોનો સંદર્ભ આપે છે.
- સભ્યોને _____ આપવામાં આવે છે જેમાં તેઓએ કામ કરવાનું હોય છે.
- કર્મચારીઓની મૂળભૂત જરૂરિયાતો તેમજ મેનેજરો સંસ્થાઓને _____ માટે ફરજ પાડે છે
- સંસ્થાના નૈતિક મૂલ્યો લોકોની નજરમાં _____ બનાવે છે.
- નૈતિક મૂલ્યો માટેનો આદર મેનેજમેન્ટને નિર્ણય લેતી વખતે વિવિધ _____ ને ધ્યાનમાં લેવા માટે દબાણ કરશે.

B. બહુવિકલ્પીય પ્રશ્નો

- નૈતિક અધિકારીઓ સંમત થવા યોગ્ય છે, પ્રતિફળત સ્થિતિમાં મિત્રતા દ્વારા વ્યક્તિઓ અને સંસ્થાઓ પ્રત્યે નિષ્ઠા અને વફાદારી દર્શાવવી, સહાયતા કરવી અને જવાબદારી પ્રત્યે સમર્પણને _____ કહેવામાં આવે છે.
 - વફાદારી
 - અખંડિતતા
 - નિષ્પક્ષતા
 - જવાબદારી
- તમામ વ્યવહારોમાં નૈતિક દેખરેખ અને નિષ્પક્ષતા; તેઓ હવે મનસ્વી રીતે તાકાતનો ઉપયોગ કરતા નથી, અને કોઈપણ લાભ મેળવવા અથવા જાળવી રાખવા માટે ન તો હવે વધુપડતો અને ન અશિષ્ટ પદ્ધતિનો ઉપયોગ કરે છે અને ન કોઈ અન્યની ભૂલો અથવા ગૂંચવણોનો અયોગ્ય લાભ લઈ છે, જેમાં નીચેનામાંથી કયું સામેલ છે?
 - નૈતિક
 - સીઆરએમ
 - નિષ્પક્ષતા
 - જવાબદારી
- કમાણીનું 'સંમત' સ્તર મેળવવા માટે, તેઓ કૃત્રિમ રીતે ડિપોઝિટ ચાર્જ ઓછા રાખે છે અને ધિરાણની કિંમતો વધુ પડતી રાખે છે તો શું મહત્તમ કરવામાં આવે છે?
 - નૈતિક
 - સીઆરએમ
 - નિષ્પક્ષતા
 - જવાબદારી

- a) નેટ હોબી માર્જિન
- b) વફાદારી
- c) અખંડિતતા
- d) નિષ્પક્ષતા

2. કયા માર્ગદર્શિકામાં આ રૂપરેખા અને વાસ્તવમાં સુયોજિત કરવાની અપેક્ષા કરવામાં આવી છે કે શું લાગુ વર્તન માનવામાં આવશે?
- a) અખંડિતતા માર્ગદર્શિકા
 - b) એકાઉન્ટ માર્ગદર્શિકા
 - c) નીતિશાસ્ત્ર માર્ગદર્શિકા
 - d) ઉપરોક્ત તમામ

C. નીચેના વાક્યો સાચા છે કે ખોટા તે જણાવો

1. બેંકોની બેલેન્સ-શીટ અને નફા-નુકશાન ખાતાઓ સાથે અન્ય વૈધાનિક જાહેરાતોએ બેંકોના સાચા પરિદ્રશ્યને પ્રતિબિંબિત કરવું આવશ્યક છે.
2. નફાના સંમત સ્તરને હાંસલ કરવા માટે, બેંક કૃત્રિમ રીતે થાપણ દરો નીચા રાખે છે અને ધિરાણ દર ઊંચા રાખે છે જેથી એનઆઇએમ મહત્તમ કરી શકાય.
3. થાપણદાર તેની મહેનતથી કમાયેલા નાણાને બેંકમાં જમા કરે છે, 'સલામતી' માટે નહીં અને પછી 'રીટર્ન' માટે. 'સલામતી' દ્વારા અમારો મતલબ માત્ર ચોરી અથવા ઘરફોડ ચોરીથી નથી પણ પૈસાના આંતરિક મૂલ્યની સલામતી પણ છે.
4. બેંકોએ રાજકારણના ધિરાણ અને હિતોના સંઘર્ષને ઘટાડવા માટે તેમના યોગદાનમાં પારદર્શિતા વધારવી જોઈએ નહીં.
5. વાક્ય ગેરવાજબી વેપાર વ્યવહારને કોઈપણ વ્યવસાય અભ્યાસ અથવા કૃત્ય તરીકે વ્યાખ્યાયિત કરી શકાય છે જે ભ્રામક, કપટપૂર્ણ અથવા ઉપભોક્તાને ઇજા પહોંચાડે છે.
6. ભ્રષ્ટાચાર એ એક પ્રકારની અપ્રમાણિકતા અથવા ફોજદારી ગુનો છે જે કોઈ વ્યક્તિ અથવા સંસ્થા દ્વારા ગેરકાયદેસર લાભ પ્રાપ્ત કરવા અથવા પોતાના વ્યક્તિગત લાભ માટે સત્તાનો દુરુપયોગ કરવા માટે કરવામાં આવે છે.

D. કોલમ સાથે મેળ કરો

કોલમ A		કોલમ B	
1	અયોગ્ય વેપાર	A	ગેરકાયદેસર ગણી શકાય તેવા કૃત્યોનો સમાવેશ, જેમાં ગ્રાહક સુરક્ષા કાયદાનું ઉલ્લંઘન કરનારા લોકોનો સમાવેશ થાય છે.
2	ભ્રષ્ટ વ્યવહાર	B	1 જુલાઈ 2009 ના રોજ બેંકોને જારી કરાયેલ, 'તમારા ખરીદનારને જાણો' ભલામણોના ઉન્નત રાઉન્ડ વિવરણમાં પરિવર્તન
3	આરબીઆઈ	C	એકાઉન્ટિંગ સ્ટેટમેન્ટ
4	પી એન્ડ એલ અને બેલેન્સશીટ	D	નિષ્પક્ષતા

5	આચારસંહિતા	E	આ અપ્રમાણિકતા અથવા કુટિલ ગુણાનું એક સ્વરૂપ છે, જે કોઈ એવા વ્યક્તિ અથવા નિગમનો ઉપયોગ કરીને કરવામાં આવે છે, જેને ગેરકાયદેસર લાભ અર્જિત કરવા માટે સત્તાનો હોદ્દો સોંપવામાં આવ્યો છે.
---	------------	---	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

E. ટૂંકા જવાબના પ્રશ્નો

1. ભ્રષ્ટાચાર શું છે?
2. અખંડિતતા, વાજબી વ્યવહાર અને અયોગ્ય વેપારની વ્યાખ્યા આપો.

F. લાંબા જવાબના પ્રશ્નો

1. આરબીઆઈ અનુસાર વાજબી પ્રેક્ટિસ માટે આચાર સંહિતાનો ચાર્ટ તૈયાર કરો

G. તમારું પ્રદર્શન તપાસો

1. બેંકોમાં રેકોર્ડ જાળવવા માટે આરબીઆઈ માર્ગદર્શિકાનો ચાર્ટ તૈયાર કરો.
2. ભ્રષ્ટ વ્યવહારો પર ટૂંકી નોંધ લખો.

સત્ર 2: ગ્રાહક વ્યવસ્થાપન માહિતી સિસ્ટમ (એમઆઈએસ) અને ડેટા સુરક્ષા

એક વ્યવસ્થાપન હકીકત પ્રણાલી એ મિશ્ર પ્રક્રિયાઓનો એક સમૂહ છે જે ભરોસાપાત્ર, સંબંધિત અને સરસ રીતે તૈયાર ડેટા એકત્ર કરે છે અને ઉત્પન્ન કરે છે જે નિયુક્તની પસંદગીની પદ્ધતિને સમર્થન આપે છે. સારાંશમાં, આ પદ્ધતિઓનો સમૂહ છે જેના દ્વારા આંકડા પ્રાપ્ત થાય છે, તેની સંભાળ રાખવામાં આવે છે અને પસંદગી-નિર્માણ કાર્યો માટે ફાયદાકારક રીતે પ્રદર્શિત થાય છે. સંસ્થાની કામગીરીની સમીક્ષા અને નિયંત્રણ માટે મેનેજમેન્ટ સ્ટેટિસ્ટિક્સ સિસ્ટમ્સ ખૂબ જ ફાયદાકારક સાધનો છે.

આ માળખાંનો પ્રાથમિક ઉદ્દેશ એન્ટરપ્રાઇઝના દરેક તબક્કામાંથી એકત્ર કરાયેલ તમામ હકીકતો તૈયાર કરવાનો છે, તેનો સારાંશ આપવો અને તેને એવી રીતે આપવું કે જે બિઝનેસ એન્ટરપ્રાઇઝની નફાકારકતા અને ઉત્પાદકતા વધારવા માટે કરવામાં આવતી શ્રેષ્ઠ પસંદગીને મંજૂરી આપે અને તેમાં સુધારો કરે. આ માળખાં સામાન્ય રીતે કોમ્પ્યુટર આધારિત હોય છે જેમાં સરળ એક્સેલ શીટ્સ અથવા વધુ જટિલ પ્લેટફોર્મનો સમાવેશ થાય છે. ગેજેટ માટે સંચિત અને સંચિત તથ્યો સામાન્ય રીતે બહારના અને અંદરના બંને સ્ત્રોતોમાંથી આવે છે.

ગ્રાહક માહિતી

પરિબળો સ્થળ, શોખની ફી, લેઆઉટ, બેંકિંગ કલાકો, વગેરે જેવા તત્વોથી આગળ નીકળી જાય છે. બેંક પાસે લોકો, સંસ્થાઓ, ટ્રસ્ટો, કોમર્શિયલ એન્ટરપ્રાઇઝ કંપનીઓ, સત્તાવાળાઓ અને સ્થાનિક સંસ્થાઓ જેવા ગ્રાહકોની વ્યાપક વિવિધતા છે. બેંકો અમુક વ્યવહારો કરે છે, જે સમયગાળો એને જટિલતાના સંબંધમાં પણ વ્યાપકપણે બદલાય છે (આકૃતિ. 4.1). બેંક ગ્રાહક, અન્ય પ્રદાતા ઉદ્યોગની જેમ, અંતિમ પરિણામ ઝડપથી મેળવવામાં રસ રાખે છે.

બેંકિંગમાં વિશિષ્ટ સેવા નાણાકીય બાબતોમાં ગ્રાહકોની સમસ્યાઓનો ઉકેલવાનો એક માર્ગ બનાવે છે, અને ઝડપી પ્રદાતાની સૌથી વ્યાપક રીતે ઉપયોગમાં લેવાતા સ્તર ટ્રાન્ઝેક્શન એક્ઝિક્યુશનનો વીતી ગયેલો સમય છે. ઉદાહરણ તરીકે, રકમ જમા કરવા, સિક્કા ઉપાડવા, ગીરો અથવા ક્રેડિટ સુવિધાની મંજૂરી અને ઘણી અન્ય વસ્તુઓમાં લાગવા વાળો સમય એક ઉત્કૃષ્ટ પ્રદાતાની ઓળખ કરવાના માનદંડ છે.

બેંકિંગ ઉદ્યોગમાં એમઆઈએસ આ ઘટકની આસપાસ રહે છે. બેંકના ગ્રાહક ઉપાડ અથવા ચુકવણી પર પસંદગી કરવા માટે ખૂબ જ ઝડપથી ખાતાની ખ્યાતિને ઓળખવા માંગે છે. તે વ્યાજના વ્યાજબી ચાર્જ સાથે તેની ચોક્કસ જરૂરિયાત માટે લોન સહાય મેળવવા માટે જિજ્ઞાસુ છે. થોડા ગ્રાહકો ટેક્સ કન્સલ્ટિંગ અને ટેક્સ મેકિંગ પ્લાન વિશે જિજ્ઞાસુ હશે. ગ્રાહકોની મૂળ સંસ્થા સ્ટોક અને સિક્યોરિટીઝમાં રોકાણ કરવા માટે રોકાણ માર્ગદર્શનમાં રસ ધરાવી શકે છે.



આકૃતિ. 4.1: ડેટા સુરક્ષા

નાની રકમના ચાર્જ માટે અમુક સ્થળોએ જવાની અસુવિધા ટાળવા માટે, ગ્રાહકો ઇચ્છે છે કે કાઉન્ટર પર પ્રદાતા પડોશી નિકાય અને અધિકારીઓને ઊર્જા બિલ, ટેલિફોન બિલ, ટેક્સ અને જવાબદારીઓ ચૂકવે. પરિણામે, એમઆઈએસને કેરિયરની જરૂરિયાતોના વિસ્તરણની શોધમાં વિવિધ પ્રકારના ગ્રાહકોને અલગ પ્રદાતા પ્રદાન કરવા માટે સેવા વ્યૂહરચના શોધવા, નક્કી કરવા અને વિકસાવવા માટે ડિઝાઇન કરવામાં આવશે.

ગ્રાહક માહિતીનું રક્ષણ

ગ્રાહકની અપેક્ષાઓ અને ધારણાઓ અનુસાર ગ્રાહકની માહિતીનું રક્ષણ નીચેના પરિબલોની આસપાસ ફરે છે (આકૃતિ. 4.2):

ગ્રાહક- વ્યક્તિઓ, કંપની, સંસ્થાઓ, વગેરે. ઓપરેટર - ગૃહિણી, કર્મચારી, સંસ્થાના અધિકારી વગેરે.

બેંકના મેનેજમેન્ટે ગ્રાહક ડેટાબેઝ બનાવવો જોઈએ અને યોગ્ય સેવા બંડલ બનાવવા માટે ગ્રાહકોની ઈચ્છાઓનું ક્યારેક-ક્યારેક વિશ્લેષણ કરવું જોઈએ. ખાતાધારકોના વાહક ગ્રાહકો (ખાતા ધારકો) ખ્યાતિ અને તેની કામગીરી અંગે સતત સલાહ માંગે છે. મોટાભાગના ગ્રાહકો તેમના ખાતાનો ઉપયોગ નિયમિત ચૂકવણી માટે કરે છે જે બેલેન્સને અસર કરે છે. સામાન્ય રીતે ખાતામાં મોટી રકમ હોય છે અને તેનો વ્યવહાર હંમેશા કોઈપણ હેતુ માટે કરવામાં આવતો નથી.



આકૃતિ. 4.2: ગ્રાહક માટે ડેટા સુરક્ષા

ગ્રાહકોની માહિતીના રક્ષણ માટેના આરબીઆઈના નિયમો

પીએમએલ અધિનિયમ અને નિયમોની આવશ્યકતાઓના વિષય પર, ગ્રાહક ખાતાની માહિતીની રક્ષા, જાળવણી અને રિપોર્ટિંગ સંબંધિત અનુગામી પગલાં ઉપયોગમાં લેવાશે. સોદાની તારીખથી ઓછામાં ઓછા 5 વર્ષ સુધી ત્યાં અને ખરીદનાર વચ્ચે સ્થાનિક અને વિશ્વવ્યાપી વ્યવહારોની તમામ મહત્વપૂર્ણ માહિતી રાખો; ખાતું શરૂ કરતી વખતે અને બિઝનેસ એસોસિએશનના માર્ગની અવધિ માટે, એન્ટરપ્રાઇઝ કોર્ટિંગ સમાપ્ત થયા પછી ઓછામાં ઓછા પાંચ વર્ષ માટે ગ્રાહકની ઓળખ અને તેમના સરનામાં પર આધારિત રેકોર્ડ જાળવી રાખો; વિનંતી પર સક્ષમ સરકારને ઓળખના આંકડા અને વ્યવહારના રેકોર્ડ્સ ઉપલબ્ધ કરાવવા; મની લોન્ડરિંગ રોકથામ (રેકોર્ડની જાળવણી) માર્ગદર્શિકા, 2005 (પીએમએલએ માર્ગદર્શિકા, 2005)ના નિયમ 3 હેઠળ સૂચિત વ્યવહારોના યોગ્ય રેકોર્ડ રાખવાની એક મશીન શરૂ કરવી; વ્યક્તિગત વ્યવહારના પુનઃનિર્માણને મંજૂરી આપવા માટે પીએમએલએ નિયમ ત્રણ હેઠળ વ્યવહારની ઓળખમાં તમામ મહત્વપૂર્ણ તથ્યો રાખો, જેમાં નીચેનાનો સમાવેશ થાય છે: વ્યવહારોની પ્રકૃતિ; ટ્રાન્ઝેક્શનની માત્રા અને એ ચલણ કે જેમાં તેનું મૂલ્યવર્ગીત થયું; એ તારીખ કે જેના પર વ્યવહાર કરવામાં આવ્યો હતો; અને વ્યવહાર માટે પક્ષકારો.

ખાતા ડેટાની યોગ્ય સુરક્ષા અને જાળવણી માટે એક ઉપકરણ વિકસિત કરો જેનાથી રેકોર્ડને કોઈપણ સમસ્યા વિના એને દરેક પ્રસંગે જરૂરી અથવા તૈયાર સરકાર દ્વારા વિનંતી કરવામાં આવે ત્યારે ઝડપથી પુનઃપ્રાપ્ત કરી શકાય; પોતાના ગ્રાહકની ઓળખ અને વ્યવહારનો ડેટા રાખો, અને નિયમ 3 માં જણાવેલ વ્યવહારોના સંબંધમાં ડેટાને મુશ્કેલ અથવા સરળ લેઆઉટમાં રાખો.

આઈપી ઉલ્લંઘન ટાળો

આ પ્રકારની નબળાઈમાં, વપરાશકર્તા (બેંકના ગ્રાહક) ને એક ઈમેલ મોકલવામાં આવે છે જે વાસ્તવિક સ્ત્રોતથી આવે છે, આ તકનીક શક્તિશાળી છે કારણ કે તે ફાયરવોલને બાયપાસ કરે છે કારણ કે આઈપી (ઈન્ટરનેટ પ્રોટોકોલ) એડ્રેસ બાહ્ય હોવાનું જણાય છે.

આ પદ્ધતિ બાહ્ય પક્ષોને નાણાકીય સિસ્ટમ (સર્વર) સુધી પહોંચ આપે છે જે સમગ્ર તરીકે સિસ્ટમને નુકસાન પહોંચાડી શકે છે અથવા માહિતી ચોરી શકે છે.

ગ્રાહક સાથે પારદર્શક વ્યવહાર માટેના નિયમો

બેંકો ખરીદનારના રેકોર્ડ અંગે ગુપ્તતા જાળવશે જે બેંકર અને ગ્રાહક વચ્ચેના કરાર સંબંધના આધારે ઉદ્ભવે છે. સરકાર અને વિવિધ કોર્પોરેશનો તરફથી ડેટા/તથ્યો માટેની વિનંતીઓ વિશે વિચારવાની સાથે સાથે, બેંકોએ પોતાને સંતુષ્ટ કરવા પડશે કે જે ડેટા માંગવામાં આવી રહ્યો છે તે આ પ્રકારનો નથી કારણ કે તે બેંકિંગ વ્યવહારોની અંદર ગુપ્તતાને સંદર્ભિત કરતી કાનૂની માર્ગદર્શિકાની જોગવાઈઓનું ઉલ્લંઘન કરશે.

ઉપરોક્ત નિયમના અપવાદો નીચે મુજબ હશે: જ્યાં જાહેર કરવું એ નિયમનની બાધ્યતા હેઠળ છે જેમાં જનતાને જાહેર કરવાની ફરજ પડી શકે છે, બેંકનો શોખ જાહેર કરવાની માંગ કરે છે અને જ્યાં જાહેરાત ચોક્કસ અથવા ગ્રાહકની નિહિત સંમતિથી કરવામાં આવે છે. એનબીએફસીએસ એ આરબીઆઈ એક્ટ 1934 ના તબક્કા 45nb માં રજૂ કર્યા મુજબ રેકોર્ડની ગોપનીયતા જાળવશે.

ગ્રાહકો સાથે પારદર્શક વ્યવહાર માટેનું નિયમન

ભારત સરકારે સીઈઆરએસએઆઈ (સેન્ટ્રલ રજિસ્ટ્રી ઓફ સિક્યોરિટાઇઝેશન એસેટ રિકન્સ્ટ્રક્શન એન્ડ સિક્યોરિટી ઇન્ટરેસ્ટ ઓફ ઇન્ડિયા) ને ગેઝેટ અધિસૂચના નં. S. O. 3183(e) તારીખ 26 નવેમ્બર, 2015 દ્વારા સીકેવાયસીઆર તરીકે કામ કરવા અને તેના કર્ચો કરવા માટે અધિકૃત કરેલ છે. સીકેવાયસીઆર (સેન્ટ્રલ કેવાયસી રજિસ્ટ્રી) ની 'લાઇવ રન' 15 જુલાઈ, 2016 થી તબક્કાવાર રીતે નવા 'પુરુષ અથવા મહિલા દેવું' સાથે શરૂ થઈ શકે છે.

તદનુસાર, રેગ્યુલેટેડ એન્ટિટીઝ (આરઈ) અનુગામી પગલાં લેશે: એસસીબીએસ (અનુસૂચિત વાણિજ્યિક બેંકો) 1 જાન્યુઆરી, 2017 ના રોજ અથવા તે પછી ખોલેલા તમામ નવા કેરેક્ટર ઋણ પર અસર કરતા કેવાયસી આંકડાઓને પ્રિવેંશન ઓફ મની લોન્ડરિંગ (તથ્યોની જાળવણી) રૂલ્સ, 2005ની જોગવાઈઓના સંદર્ભમાં સીઈઆરએસએઆઈ સાથે નિરંતર ઉમેરશે. જોકે, એસસીબીએસને જાન્યુઆરી 2017 દરમિયાન ખોલવામાં આવેલા બાકી નાણાંની તારીખ આયાત કરવા માટે ફેબ્રુઆરી 1, 2017 સુધીનો સમય આપવામાં આવ્યો છે. એસસીબીએસ સિવાયના મની લોન્ડરિંગ (માહિતીનું સંરક્ષણ) નીતિઓ, 2005ના નિવારણની જોગવાઈઓના સંદર્ભમાં સીઈઆરએસએઆઈ સાથે એપ્રિલ 1, 2017 ના રોજ અથવા તે પછી ખોલવામાં આવેલા તમામ નવા પુરુષ અથવા સ્ત્રી ઋણથી સંબંધિત કેવાયસી રેકોર્ડ જોડી દેશે.

સિક્યોરિટાઇઝેશન એસેટ રિકન્સ્ટ્રક્શન એન્ડ સેફ્ટી ઇન્ટરેસ્ટ (સીઈઆરએસએઆઈ)ની અનિવાર્ય રજિસ્ટ્રી દ્વારા કેવાયસી આંકડા અપલોડ કરવા માટેની કાર્યકારી માર્ગદર્શિકા જારી કરવામાં આવી છે. એ જ રીતે, આરઈના ઉપયોગ માટે સીઈઆરએસએઆઈ દ્વારા વધુમાં 'એક પરિવેશ' પણ ઉપલબ્ધ કરાવવામાં આવ્યા છે.

પ્રાયોગિક સ્વાધ્યાય

પ્રવૃત્તિ 1: "ગ્રાહકની માહિતીના રક્ષણ માટે આરબીઆઈના નિયમો"નું વર્ણન કરતા પેપરની તૈયારી.

આવશ્યક સામગ્રી: નોટબુક, A-4 સાઇઝના સફેદ કાગળો, પેન, પેન્સિલો, ઇરેઝર અને ઇન્ટરનેટનું ઍક્સેસ.

પ્રક્રિયા:

1. શિક્ષક વિદ્યાર્થીઓને ઉપલબ્ધ વાંચન સામગ્રી વાંચવા અને "ગ્રાહકની માહિતીના રક્ષણ માટે આરબીઆઈના નિયમો" વિષય પર પેપર/વિગતવાર નોંધ તૈયાર કરવા કહેશે.
2. વિદ્યાર્થીઓ નીચેના મુદ્દાઓ પર પ્રકાશ પાડશે:
 - a) ગ્રાહકના ડેટાનો સુરક્ષિત સંગ્રહ
 - b) ગોપનીય માહિતી સુધી મર્યાદિત પહોંચ
 - c) સંવેદનશીલ ડેટાનું એન્ક્રિપ્શન
 - d) નિયમિત સુરક્ષા ઓડિટ
 - e) ડેટા સુરક્ષા નીતિનો અમલ
 - f) સંમતિ-આધારિત ડેટા વપરાશ
 - g) ડેટા ભંગની તાત્કાલિક જાણ કરવી
3. વિદ્યાર્થીઓ વિષય પર નોંધ તૈયાર કરશે અને શિક્ષકને સબમિટ કરશે.
4. શિક્ષક વિદ્યાર્થીઓ દ્વારા તૈયાર કરાયેલ 2-3 નોંધો પસંદ કરશે.
5. વિષય વિશે સમજાવવા માટે શિક્ષક વર્ગમાં ચર્ચા કરશે.
6. વિદ્યાર્થીઓને વધુ સારી સમજ માટે વિષય સંબંધિત પ્રશ્નો પૂછવા માટે પ્રોત્સાહિત કરવામાં આવશે.

પ્રવૃત્તિ 2: 'ગ્રાહક સાથે પારદર્શક વ્યવહાર' પર પ્રસ્તુતિ.

આવશ્યક સામગ્રી: નોટપેડ, પેન, પેન્સિલ, ઇરેઝર અને ઇન્ટરનેટનું ઍક્સેસ.

પ્રક્રિયા:

1. શિક્ષક વિદ્યાર્થીઓના જૂથો બનાવશે.

2. જૂથના સભ્યો પોતાની વચ્ચે ચર્ચા કરશે અને વિષયને લગતા મુદ્દાઓ નોંધશે. જો જરૂરી હોય તો, ઇન્ટરનેટ એક્સેસ કરી શકાય છે.
3. વિદ્યાર્થીઓ નીચેના મુદ્દાઓ પર પ્રકાશ પાડશે::
 - a) નિયમો અને શરતોની સ્પષ્ટ જાહેરાત
 - b) ઉત્પાદનો અને સેવાઓનું પ્રમાણિક પ્રતિનિધિત્વ
 - c) પારદર્શક કિંમત નિર્ધારણ માળખું
 - d) સુલભ માહિતી પ્રદાન કરવી
 - e) ગ્રાહકોને નાણાકીય વિકલ્પો વિશે શિક્ષિત કરવા
 - f) મુક્ત સંચાર ચેનલો
 - g) કોઈ ધુપી ફી અથવા શુલ્ક નહીં
4. દરેક જૂથ વિષય પર વિગતવાર નોંધ કરશે અને દરેક જૂથમાંથી એક વિદ્યાર્થી વર્ગ સમક્ષ વિષય પર બોલશે. અન્ય જૂથોના વિદ્યાર્થીઓ વિષયને સારી રીતે સમજવા માટે પ્રશ્નો પૂછશે.
5. જો જરૂરી હોય તો શિક્ષક વક્તાઓને મદદ કરશે.
6. શિક્ષકે પ્રવૃત્તિ પહેલા પોતાની જાતને અપડેટ કરવી જોઈએ, જેથી કરીને પ્રસ્તુતિઓમાં મૂલ્યવર્ધન કરી શકાય.

તમારી પ્રગતિ ચકાસો

A. ખાલી જગ્યાઓ ભરો

1. _____ સિસ્ટમ્સ કંપનીની કામગીરીની સમીક્ષા અને નિયંત્રણના હેતુ માટે ખૂબ જ ઉપયોગી સાધનો છે.
2. વિનંતી પર સક્ષમ અધિકારીઓને _____ અને વ્યવહાર ડેટા ઉપલબ્ધ કરાવો;
3. _____ હેઠળ નિર્ધારિત વ્યવહારોના સંબંધમાં તમામ જરૂરી માહિતી જાળવી રાખો-જેથી વ્યક્તિગત વ્યવહારના પુનઃનિર્માણની પરવાનગી મળી શકે, જેમાં નીચેનાનો સમાવેશ થાય છે: વ્યવહારોની પ્રકૃતિ;
4. આઈપી પદ્ધતિ બાહ્ય પક્ષોને નાણાકીય સિસ્ટમનું એક્સેસ આપે છે જે સમગ્ર તરીકે સિસ્ટમને નુકસાન પહોંચાડી શકે છે અથવા _____.

B. બહુવિકલ્પીય પ્રશ્નો

1. જે મિશ્ર પ્રક્રિયાઓનું સેટ છે જે ભરોસાપાત્ર, પ્રાસંગિક અને સરસ રીતે તૈયાર ડેટાને એકત્ર કરીને ઉત્પન્ન કરે છે જે નિયોક્તાની પસંદગીની પદ્ધતિને સમર્થન આપે છે.
 - a) એમઆઈએસ
 - b) સીઆરએમ
 - c) માહિતી પ્રણાલી
 - d) મેનેજમેન્ટ ડેક્ટ્સ સિસ્ટમ

2. સ્થળ, શોખની ફી, લેઆઉટ, બેંકિંગ કલાકો વગેરેની સાથે તત્વોથી આગળ શું નીકળી જાય છે?
- પરિબળો
 - મેનેજમેન્ટ
 - એમઓએસ
 - વ્યક્તિગત ડેટા
3. વ્યક્તિઓ, કંપની, સંસ્થાઓ વગેરેમાં આપણે શું સામેલ કરીએ છીએ. ઓપરેટર - ગૃહિણી, કર્મચારી, સંસ્થાના અધિકારી.
- મેનેજમેન્ટ
 - ગ્રાહક
 - બેંકિંગ પ્રણાલી
 - બેંક સ્ટેટમેન્ટ
4. મોટાભાગના ગ્રાહકો તેમના એકાઉન્ટનો ઉપયોગ શા માટે કરે છે
- બેલેન્સને અસર કરતી નિયમિત ચૂકવણી
 - ડિપોઝિટ
 - ઋણ
 - ઉપાડ
- c. નીચેના વાક્યો સાચા છે કે ખોટા તે જણાવો
- ખાતાધારકોને સેવા, ગ્રાહકને સ્થિતિ અને તેની કામગીરી અંગે સતત સલાહની જરૂર હોય છે.
 - એમઆઈએસએ વિવિધ પ્રકારની સેવાની માંગણીઓ ઇચ્છતા ગ્રાહકોની વ્યાપક શ્રેણીને વિશિષ્ટ સેવા પ્રદાન કરવા માટે સેવા વ્યૂહરચના ઓળખવા, નક્કી કરવા અને વિકસાવવા માટે રચાયેલ છે.
 - બેંકિંગમાં અનન્ય સેવાનો અર્થ મોટાભાગે નાણાકીય બાબતોમાં ગ્રાહકોની સમસ્યાઓનું નિરાકરણ કરવાનો છે, અને ઝડપી સેવાનું એકમાત્ર સૌથી વધુ ઉપયોગમાં લેવાતું માપદંડ એ વ્યવહારના અમલીકરણનો વીતી ગયેલો સમય છે.
 - મેનેજમેન્ટ ઇન્ફોર્મેશન સિસ્ટમ એ પ્રક્રિયાઓનો સમૂહ નથી કે જેના દ્વારા નિર્ણય લેવાના હેતુઓ માટે ઉપયોગી રીતે ડેટા મેળવવામાં આવે છે, વર્ગીકૃત કરવામાં આવે છે અને પ્રદર્શિત કરવામાં આવે છે.

D. કોલમ સાથે મેળ કરો

કોલમ A		કોલમ B	
1	ગ્રાહક માહિતી	A	એનબીએફસીએસ, આરબીઆઈ કાયદો એક્ટ 1934 ના તબક્કા 45nb માં રજૂ કર્યા મુજબ રેકોર્ડની ગોપનીયતા જાળવી રાખશે
2	ગ્રાહક માહિતી રક્ષણ	B	બેંકના મેનેજમેન્ટએ ગ્રાહક ડેટાબેઝ બનાવવો જોઈએ અને યોગ્ય સર્વિસ બંડલ બનાવવા માટે ગ્રાહકોની ઇચ્છાઓનું ક્યારેક-ક્યારેક વિશ્લેષણ કરવું જોઈએ.

3	આઈપી ઉલ્લંઘન	C	પરિબળો સ્થળ, શોખની ફી, લેઆઉટ, બેકિંગ કલાકો, વગેરે સાથે તત્વોથી આગળ નીકળી જાય છે.
4	ગ્રાહક સાથે પારદર્શક વ્યવહાર	D	સીકેવાયસીઆર દ્વારા ગેઝેટ સૂચના નં. S. O. 3183(e) તારીખ 26 નવેમ્બર, 2015. સીકેવાયસીઆરની 'લાઇવ રન' 15 જુલાઈ, 2016 થી અસર સાથે શરૂ થઈ શકે છે.
5	ગ્રાહકો સાથે પારદર્શક વ્યવહાર માટેનું નિયમન	E	આ પદ્ધતિ બાહ્ય પક્ષોને નાણાકીય સિસ્ટમ (સર્વર) સુધી પહોંચ આપે છે જે સમગ્ર તરીકે સિસ્ટમને નુકસાન પહોંચાડી શકે છે અથવા માહિતી ચોરી શકે છે.

E. ટૂંકા જવાબના પ્રશ્નો

1. તમે એમઆઈએસ વિશે શું જાણો છો?
2. સીકેવાયસીઆર શું છે?

F. લાંબા જવાબના પ્રશ્નો

1. આઈપી ઉલ્લંઘનનું વિગતવાર વર્ણન કરો.

G. તમારું પ્રદર્શન તપાસો

1. ગ્રાહકો સાથે પારદર્શક વ્યવહાર માટે નિયમનનો ચાર્ટ તૈયાર કરો
2. ગ્રાહક સાથે પારદર્શક વ્યવહાર માટેના નિયમોની યાદી બનાવો

સત્ર ૩: નૈતિક વર્તન અને તેનું અમલીકરણ

નૈતિકતા માપદંડો અને માપોની એક પ્રણાલી તરીકે ભિન્ન હોય શકે છે જે સાચા અને ખોટા અથવા સારા અને ખરાબ જેવા નૈતિક આધારો પર વ્યક્તિગત અને સામાજિક સંબંધોના અંતર્ગત મૂલ્યો, ધોરણો અને નિયમોની તપાસ કરે છે. વ્યવસાયિક નીતિશાસ્ત્ર એકબીજા સાથે અને સમાજ સાથે લાગુ વ્યવસાયના ફાળો આપનારાઓના સંબંધોનું નિયમન કરે છે, અને કંપનીની આંતરિક અથવા બહાર ઉદભવતી સમસ્યાઓના સમાધાન ચોક્કસ નીતિઓ લાદીને સંસ્થાકીય નૈતિકતા અને ધરેલું વર્તન સંસ્કૃતિને વ્યાખ્યાયિત કરે છે (આકૃતિ. 4.3).



આકૃતિ. 4.3: નૈતિક વર્તન

જુગાર દ્વારા ભંડોળ અને બચતની સુવિધાઓ રજૂ કરવી એ સમાજમાં એકીકૃત અને મધ્યસ્થી તરીકેની ભૂમિકા રજૂ કરવા વાળા પક્ષકારો અને તણાવપૂર્ણ મૂલ્ય સીમા વચ્ચે, બેંકો, બજારના એક ભાગ તરીકે, ખાસ કરીને અને સ્પષ્ટપણે નફાકારકતા અને ઉત્પાદકતાના ધોરણોને લક્ષિત કરે છે, જે તેમને આગ્રહ કરે છે. સકારાત્મક નિષ્ણાત અને સંસ્થાકીય નૈતિકતાના ખ્યાલો સાથે કડક પાલનમાં કાર્ય કરે છે?

બેંકિંગ પ્રણાલીની વૃદ્ધિ, સંતોષકારક બેંકિંગ સેવામાં વૃદ્ધિ, સ્ત્રોતોનો શ્રેષ્ઠ ઉપયોગ, બેંકો વચ્ચે નિષ્પક્ષ અને નિષ્ઠાવાન સ્પર્ધાત્મક વાતાવરણનું આગમન અને અયોગ્ય સ્પર્ધા અટકાવવાના લક્ષ્યાંકોથી હટીને, બેંકો પાસેથી અપેક્ષા કરવામાં આવે છે કે તેમના પરિવારના સભ્યોને કોઈ અન્ય અને વિભિન્ન એજન્સી સાથે, અને તેમના ગ્રાહકો, શેરધારકો અને કર્મચારીઓ સાથે આ નૈતિક ખ્યાલો અનુસાર બદલે.

ખોટી માહિતીની ખોટી રજૂઆત ટાળો

બેંકિંગ નીતિશાસ્ત્રના આ વિચારોનું મૂળભૂત કારણ બેંકોની તમામ પ્રકારની બાબતો અને સંબંધોમાં એકબીજા સાથે અથવા તેમના ગ્રાહકો, શેરધારકો અને કર્મચારીઓ સાથે અને વિવિધ વ્યવસાયો સાથે અમલમાં મૂકવાનો છે જે બેંકિંગની પ્રવર્તમાન લોકપ્રિયતા અને વિશ્વસનીયતાની ટકાઉપણાની ખાતરી આપવાનો છે. જાહેર જનતાની અંદરનો વ્યવસાય, અને નિષ્ણાત ગૌરવ તરીકે ઓળખાતી પ્રતિષ્ઠા અને વિશ્વસનીયતાની લાગણીઓને સુશોભિત કરવા અને જાળવી રાખવા, જેને નિષ્ણાત ગૌરવ કહેવામાં આવે છે, એને બેંકિંગ ક્ષેત્રમાં સંતુલન, સુસંગતતા અને આત્મવિશ્વાસને સુરક્ષિત અને જાળવી રાખવાનું છે.

ગ્રાહકો સાથે નૈતિક વર્તનનો અભ્યાસ

હવે માત્ર બચતકારોના અધિકારો અને શોખના રક્ષણાત્મક કાર્યો માટે જ નહીં, અને આર્થિક બજારોમાં સ્વ-ખાતરી, સ્થિરતા અને સુસંગતતાની ખાતરી કરવા, અને ડિપોઝિટ, ક્રેડિટ સ્કોર અને ફ્રી માળખાના અસરકારક સંચાલનને સુનિશ્ચિત કરવા, અને વ્યવહારો અને પ્રથાઓને અટકાવવાના કાર્ય માટે પણ, જે નેતૃત્વ પણ કરી શકે છે. આર્થિક પ્રણાલીમાં ભૌતિક ક્ષતિ અને નુકસાન સિવાય, જાહેર લાભો અને સામાજિક સોફ્ટવેરની દેખરેખ રાખવા અને પર્યાવરણને રક્ષણ માટે, બેંકોએ અહીં નીચે દર્શાવેલ સામાન્ય ધોરણો સાથે અનુસંધાનમાં કામ કરવું જરૂરી છે.

અખંડિતતા: પોતાના પરિવારના તમામ સભ્યોના સંચાલનમાં અખંડિતતાના સિદ્ધાંતને વળગી રહો; અને તટસ્થતા: "માનવ પ્રત્યેનો આદર એ સિદ્ધિનો આધાર છે." ના મૂળભૂત ઉપદેશથી હટવું, પોતાના કર્મચારીઓ અને ગ્રાહકો વચ્ચે ક્યારેય ભેદભાવ ન કરવો અને પક્ષપાતી વર્તનથી દૂર રહેવું; અને તેમની તકોની જોગવાઈમાં વંશીય મૂળ, વિશ્વાસ, નાણાકીય અને સામાજિક ખ્યાતિ અથવા જાતિના કોઈપણ ભેદભાવથી દૂર રહેવું.

વિશ્વસનીયતા: પોતાના ગ્રાહકોને તેમની તમામ સેવાઓ અને કામગીરીમાં પરસ્પર વિચારણાની અંદર સ્વચ્છ, સમજી શકાય તેવા અને સાચા તથ્યો પ્રદાન કરે છે અને પોતાના ગ્રાહક પ્રસ્તાવને સમયસર અને સંપૂર્ણ રીતે પૂરા કરે છે.

પારદર્શિતા: પોતાના ગ્રાહકોને પ્રામાણિકપણે, સમજણપૂર્વક અને યદ્યપિ તેમના અધિકારો અને જવાબદારીઓ, અને તેમને પ્રસ્તુત ઉત્પાદનો અને તકોથી સંબંધિત લાભો અને જોખમો વિશે માહિતી આપે છે; અને કોઈપણ ઉત્પાદન, વાહક અથવા સલાહ આપતા પહેલા, પોતાના ગ્રાહકોની નાણાકીય ક્ષમતા, સ્થિતિ અને ઇચ્છાઓની સફળતાપૂર્વક તપાસ કરે છે, અને આ કારણથી તેમની સેવાઓ અને ઉત્પાદનો પ્રદાન કરે છે.

પર્યાવરણ: તેમની તમામ પ્રવૃત્તિઓમાં, નફાકારકતાને સૌથી વધુ અસરકારક લક્ષ્ય બનાવતા નથી, પરંતુ જાહેર લાભોની દેખરેખ અને આસપાસના આદરના સિદ્ધાંતોના આલોકમાં સામાજિક અને સાંસ્કૃતિક પ્રસંગો અને પ્રવૃત્તિઓને ટેકો આપવા અને પ્રાયોજિત કરવામાં કષ્ટ લે છે.

સહકર્મીઓ

જાહેર સંસ્થાઓ અને કંપનીઓ સાથેના તેમના સંબંધોમાં, બેંકો પ્રામાણિકતા, ફરજ અને પારદર્શિતાના વિચારોને અનુરૂપ કાર્ય કરે છે અને તમામ હકીકતો, ફાઈલો અને માહિતીના ખુલાસાનો સામનો કરે છે જે ઓડિટ માટે માંગવામાં આવે છે અને લાગુ કાયદા અનુસાર યોગ્ય રીતે, સંપૂર્ણ અને સારી રીતે સમયસર કાર્યોનું સંચાલન કરે છે. આ તરફેણમાં સફળતા ખૂબ મોટી હોઈ શકે છે:

- સંબંધિત કાયદાઓ દ્વારા અધિકૃત માત્રામાં યોગ્ય અને વ્યવસ્થિત રીતે એકબીજા સાથે દરેક પ્રકારની માહિતી આદાનપ્રદાન કરો; અને કર્મચારીઓની ક્રિયાઓ.
- તમામ પ્રકારની ક્રિયાઓ અને પ્રથાઓથી દૂર રહેવું જે રોજગાર-સંબંધિત બાબતોમાં અયોગ્ય સ્પર્ધાને આવરી શકે છે; અને શ્રમ અધિનિયમ અને વિવિધ લાગુ કાયદાકીય માર્ગદર્શિકાઓ અને નિયમો અનુસાર રોજગારમાં કરાર અને ગતિની સ્વતંત્રતાઓ જાળવી રાખો, આ ખાતરી કરવા માટે સમસ્યારૂપ છે કે તેમનું રોજગાર હવે વિવિધ બેંકોની સેવાઓમાં કોઈપણ વિક્ષેપનું કારણ નથી;

અને અન્ય બેંકો દ્વારા તેમના ભૂતપૂર્વ કર્મચારીઓ વિશે વિનંતી કરાયેલ રેકોર્ડ પ્રદાન કરતી વખતે ચોક્કસપણે અને ઉદ્દેશ્યથી કાર્ય કરવું; અને

- આ ખાતરી કરવા માટે તમામ પ્રકારના પગલાં લો કે તેમના કર્મચારીઓ કે જેમણે અગાઉ અન્ય બેંકોમાં કામ કર્યું છે, તેઓ લાગુ બેંકિંગ નિયમો અનુસાર તેમની ગુપ્તતા અને બિન-પ્રકટીકરણ જવાબદારીઓનું પાલન કરીને તેમની પ્રવૃત્તિના ઉત્તરદાયિત્વને પૂરા કરે છે.

સ્પર્ધામાં કંપનીઓના ઉત્પાદનો અને સેવાઓને બદનામ કરવાનું ટાળો

બેંકિંગ ક્વાર્ટરની અંદર કાર્યરત તમામ સંબંધિત સંસ્થાઓ વચ્ચે એક માન્ય રેસ તરીકે વિરોધ, જે નાણાકીય પસંદગીઓમાં સ્વતંત્રતાની ખાતરી આપે છે, અને આ માટે, મુક્ત બજાર અર્થતંત્રની અંદર કરવામાં આવતી તેમની રમતો અને કામગીરીમાં, તેમના પોતાના મનોરંજનની સુરક્ષા ઉપરાંત, નીચેના વિચારોની ફેમમાં, તેઓ અન્યાયી વિરોધ લાદતા નિવેદનો અને વર્તનથી દૂર રહે છે :

- a) બેંકિંગ ઉદ્યોગમાં સામાન્ય વિશ્વાસની સ્થિરતા; અને
- b) બેંકિંગ ઉદ્યોગના સુધારણા માટે પ્રયત્નો કરવા; અને
- c) વિપક્ષી કાયદા દ્વારા આવશ્યક બજાર પરિવેશની સુરક્ષા.

આ સિદ્ધાંત માત્ર ગુનાહિત સંસ્થાઓ તરીકે બેંકો માટે માન્ય નથી, પરંતુ બેંકોના કર્મચારીઓના નિવેદનો અને વર્તણૂકો પર પણ તે લાગુ થાય છે. તેમના ગ્રાહકોને સેવાઓ પ્રદાન કરતી વખતે, બેંકો અન્ય નાણાકીય સંસ્થાના કર્મચારીને કોઈ આશીર્વાદ આપી શકતી નથી અથવા પ્રદાન કરી શકતી નથી.

નૈતિક અને અનૈતિક વ્યવહાર વચ્ચેના તફાવતમાં સુપરવાઇઝરની સલાહ લો

વૈશ્વિક ધોરણો અને દેશવ્યાપી લાગુ કાયદાકીય દિશાનિર્દેશો અને નીતિઓના માળખામાં, તેને અપરાધ, ભ્રષ્ટાચાર અને તુલનાત્મક વિવિધ કૃત્યોની આવકના લોન્ડરિંગ સામે લડવા માટે એક મહત્વપૂર્ણ ઉપદેશ તરીકે અપનાવો અને એકબીજા સાથે અને વિવિધ લાગુ સંસ્થાઓ સાથે સહકાર આપવા સ્વેચ્છાએ કાર્ય કરો અને કંપનીઓ અને ચિંતિત આદરણીય સરકાર, અને પોતાની સ્વયંની સંસ્થામાં ઇચ્છિત ગતિવિધિ કરે છે, અને પોતાના કર્મચારીઓ માટે તાલીમ કાર્યક્રમોનું આયોજન કરે છે; અને દુરુપયોગની નોંધ કરે છે: ઉપરી અધિકારીઓની સહાયથી તમારા અને તેમના ગ્રાહકોના આંતરિક આંકડાઓના દુરુપયોગથી બચવા માટે તમામ પ્રકારના પગલાં લો અને આગળ વધો.

પ્રાયોગિક સ્વાધ્યાય

પ્રવૃત્તિ 1: માહિતીની ખોટી રજૂઆત ટાળવા માટેની રીતો દર્શાવો.

આવશ્યક સામગ્રી: પેન/પેન્સિલ, નોટબુક, ચેકલિસ્ટ

પ્રક્રિયા:

1. દરેક વિદ્યાર્થીએ બેંકિંગ સેવા મુજબ ગ્રાહકના અધિકારોની યાદી બનાવવી જોઈએ.
2. ગ્રાહકોની વફાદારી અને વિશ્વાસ મેળવવા વિશે વિદ્યાર્થીઓને જણાવવા માટે સ્થાનિક શાખાના એક્ઝિક્યુટિવને આમંત્રિત કરવામાં આવી શકે છે. અન્યો પણ એક્ઝિક્યુટિવ પાસેથી શીખી શકે છે:
 - a) ગ્રાહકનું વર્તન
 - b) ગ્રાહકની જરૂરિયાત કેવી રીતે ઓળખવી?
 - c) ગ્રાહકને કેવી રીતે સંતુષ્ટ કરવું?
 - d) કઈ ભાષાનો ઉપયોગ થવો જોઈએ
 - e) ગ્રાહક કેવી રીતે અને ક્યારે ઉપરી અધિકારીઓનો ઉલ્લેખ કરે છે
3. વિદ્યાર્થીઓને જૂથો બનાવવા અને વિષય પર પ્રસ્તુતિઓ તૈયાર કરવા માટે કહેવામાં આવવું જોઈએ
4. સ્થાનિક શાખા એક્ઝિક્યુટિવ દ્વારા આપવામાં આવેલી માહિતી સાથે મેળ કરો.
5. શિક્ષક પ્રસ્તુતિ વિશે ટિપ્પણીઓ આપશે.

પ્રવૃત્તિ 2: રોજબરોજની પ્રક્રિયાઓમાં અને ગ્રાહકો અને સહકર્મીઓ સાથે વ્યવહારમાં નૈતિક રીતોનું પ્રદર્શન અને અભ્યાસ

આવશ્યક સામગ્રી: પેન/પેન્સિલ, નોટબુક, ચેકલિસ્ટ

પ્રક્રિયા:

1. બેંક કર્મચારી હંમેશા તેમના ગ્રાહક સાથે ન્યાયી વ્યવહાર કરે છે. પારદર્શિતા માટે નીચેની જાણ હોવી જોઈએ:
 - a. નિયમો અને વિનિયમો વિશે સંપૂર્ણ જાણકારી હોવી જોઈએ
 - b. ગ્રાહકને તેની જરૂરિયાત મુજબ શું જાણવું જોઈએ
 - c. હંમેશા સાચી માહિતી આપો
 - d. વાતચીત સમયે કશું છુપાવવું નહીં.
2. ઉપર મુજબની માહિતીની યાદી આપો
3. વર્ગમાં 6 થી 7 વિદ્યાર્થીઓના અનૌપચારિક જૂથો બનાવો
4. કેટલાક વિદ્યાર્થી ગ્રાહકની ભૂમિકા ભજવશે અને અન્ય બેંક કર્મચારી તરીકે ભૂમિકા ભજવશે.
5. શિક્ષક નિરીક્ષણ કરશે અને ટિપ્પણી આપશે.

તમારી પ્રગતિ ચકાસો

A. ખાલી જગ્યાઓ ભરો

1. નૈતિકતાને સાચા અને ખોટા અથવા સારા અને ખરાબ જેવા નૈતિક આધારો પર વ્યક્તિગત અને સામાજિક સંબંધોના અંતર્ગત મૂલ્યો, ધોરણો અને નિયમોની તપાસ કરતી માપદંડો અને પગલાંની _____ તરીકે વ્યાખ્યાયિત કરી શકાય છે.
2. બેકિંગ નીતિશાસ્ત્રના આ સિદ્ધાંતોનો મૂળભૂત હેતુ બેંકોના એકબીજા સાથે અથવા તેમના _____ સાથેના તમામ પ્રકારની બાબતો અને સંબંધોમાં લાગુ કરવાનો છે
3. _____ ના મૂળ સિદ્ધાંતને છોડીને, સફળતા તેમના કર્મચારીઓ અને ગ્રાહકો વચ્ચે ક્યારેય ભેદભાવ કરતી નથી
4. તેમના ગ્રાહકોને તેમની તમામ સેવાઓ અને કામગીરીમાં પરસ્પર વિશ્વાસની ફેમમાં સ્પષ્ટ-_____ પ્રદાન કરો, અને તેમની ગ્રાહક સેવાઓ સમયસર અને સંપૂર્ણ રીતે કરો.

B. બહુવિકલ્પીય પ્રશ્નો

1. સંબંધિત કાયદા દ્વારા અધિકૃત માત્રામાં યોગ્ય અને વ્યવસ્થિત રીતે એકબીજા સાથે દરેક પ્રકારની માહિતીનું આદાનપ્રદાન કરો; અને _____
 - a) કર્મચારીઓની ક્રિયાઓ
 - b) અખંડિતતા
 - c) વફાદારી
 - d) નિષ્પક્ષતા
2. આ સુનિશ્ચિત કરવા માટે તમામ પ્રકારના પગલાં લો કે તેમના કર્મચારીઓ કે જેઓ અગાઉ અન્ય બેંકોમાં કામ કરી ચુક્યા છે, _____ અનુસાર તેમની ગુપ્તતા અને બિન-પ્રકટીકરણ જવાબદારીઓના પાલનમાં તેમની પ્રવૃત્તિની જવાબદારીઓ પૂરી કરે છે.
 - a) સીઆરએમ
 - b) એમઆઈએસ
 - c) આરબીઆઈ
 - d) લાગુ બેકિંગ નિયમો
3. _____ વ્યક્તિગત અને સામાજિક સંબંધોના અંતર્ગત મૂલ્યો, ધોરણો અને નિયમોની સાચા અને ખોટા અથવા સારા અને ખરાબ જેવા નૈતિક આધારો પર તપાસ કરતા માપદંડો અને પગલાંની સિસ્ટમ તરીકે અલગ હોઈ શકે છે.
 - a) પ્રામાણિકતા
 - b) વફાદારી
 - c) નિષ્પક્ષતા
 - d) નૈતિકતા

C. નીચેના વાક્યો સાચા છે કે ખોટા તે જણાવો

1. નૈતિકતાને માપદંડો અને ઉપાયની સિસ્ટમ તરીકે વ્યાખ્યાયિત કરી શકાતી નથી, જે સાચા અને ખોટા

અથવા સારા અને ખરાબ જેવા નૈતિક આધારો પર વ્યક્તિગત અને સામાજિક સંબંધોના અંતર્ગત મૂલ્યો, ધોરણો અને નિયમોની તપાસ કરે છે.

2. લાગુ પડતા કાયદાઓ દ્વારા અનુમત હદ સુધી દરેક પ્રકારની માહિતીની એકબીજા સાથે ચોક્કસ અને વ્યવસ્થિત રીતે આપલે કરવી; અને કર્મચારીઓની હિલચાલ.
3. ઉપરી અધિકારીઓની મદદથી પોતાની અને તમારા ગ્રાહકોની આંતરિક માહિતીનો દુરુપયોગ અટકાવવા માટે તમામ પ્રકારના પગલાં અને કાર્યવાહી કરવાની જરૂર નથી.
4. તેમની કામગીરી દરમિયાન તેમના તમામ સંબંધોમાં અખંડિતતાના સિદ્ધાંતને વળગી રહો.

D. કોલમ સાથે મેળ કરો

કોલમ A		કોલમ B	
1	કર્મચારીઓની ક્રિયાઓ	A	વિરોધ કાયદા દ્વારા પરિવેશની આવશ્યકતા છે. ગુનાહિત સંસ્થાઓ તરીકે આ સિદ્ધાંત હંમેશા બેંકો માટે સૌથી વધુ અસરકારક નથી હોતો
2	લાગુ બેંકિંગ નિયમો	B	વ્યક્તિઓની નૈતિકતાની વિચારધારા કલમ પંચોતેરના બીજા ફકરાની જોગવાઈઓ પર આધાર રાખીને જારી કરવામાં આવે છે.
3	નીતિશાસ્ત્ર	C	આ માપદંડ અને કાર્યવાહીની એક યોજના તરીકે અલગ હોઈ શકે છે જે માનવ અને સામાજિક સંબંધોના પ્રાથમિક મૂલ્યો, ધારાધોરણો અને નિયમોને એવા નૈતિક આધારો પર સાચા અને ખોટા અથવા સારા અને ભયાનક તરીકે જોવે છે.
4	બેંકિંગ નિયમન નંબર 5411	D	જે લોકો અગાઉ અન્ય બેંકોમાં કામ કર્યું છે, તેઓ તેમની મૌન અને બિન-ખુલાસા ફરજની પરિપૂર્ણતામાં તેમની પ્રવૃત્તિની જવાબદારીઓનું પાલન કરે છે.
5	બજારનું રક્ષણ	E	સંબંધિત કાયદાઓ દ્વારા અધિકૃત માત્રામાં દરેક પ્રકારના બદલામાં યોગ્ય રીતે અને સ્થિરપણે સ્વિચ કરો અને સ્ટાફ ડીડના સભ્ય

E. ટૂંકા જવાબના પ્રશ્નો

1. સ્પર્ધામાં કંપનીઓના ઉત્પાદનો અને સેવાને બદનામ કરવાનું કેમ ટાળવું જોઈએ, તે જણાવો.
2. નૈતિકતા વ્યાખ્યાયિત કરો

3. કઈ રીતે એકબીજા સાથે દરેક પ્રકારની માહિતીની આપ-લે કરે છે, સમજાવો.

F. લાંબા જવાબના પ્રશ્નો

1. એક ચાર્ટ તૈયાર કરો જેમાં તે પરિસ્થિતિનું વર્ણન હોય જેમાં તમે તમારા સુપરવાઇઝર સાથે પરામર્શ કરશો.

G. તમારું પ્રદર્શન તપાસો

1. સહકર્મીઓમાં નૈતિક વર્તનની જરૂર કેમ છે તે જણાવો.

સત્ર 4: ગ્રાહક સંબંધ

બેંકોની શ્રેષ્ઠ સંપત્તિઓમાંની એક તેમના ગ્રાહકો વિશેની તેમની સમજ છે. બેંકો આ સકારાત્મક સુવિધાનો ઉપયોગ કરી શકે છે અને જીવનભરની સૌથી વધુ ફી અને સમૃદ્ધિ વાળા ગ્રાહકોની જાળવણી દ્વારા તેને મુખ્ય આક્રમક લાભમાં ફેરવી શકે છે. બેંક શાખાઓ, ક્રિઓસ્ક, એટીએમ, ઈન્ટરનેટ, ઈલેક્ટ્રોનિક બેંકિંગ સહિતના ટચ ફેક્ટરના વિશાળ સ્પેક્ટ્રમમાં બેંકો ગ્રાહક સંબંધો વધારી શકે છે અને કેન્ટર્સ સાથે સંપર્કમાં રહી શકે છે. ગ્રાહક સંબંધ વ્યવસ્થાપન (સીઆરએમ) એ ઉદ્યોગની અંદર તદ્દન નવી ઘટના નથી. કેટલાક વર્ષોથી, બેંકોએ મુખ્યત્વે તેમની સાખ વધારવા માટે સીઆરએમમાં મોટા પ્રમાણમાં રોકાણ કર્યું છે. ભવિષ્યમાં, નામ સુવીધાઓ માત્ર મૂલ્ય ઘટાડા અને કાર્યક્ષમતામાં સુધારો કરવાને બદલે વધુ વિકસિત થશે. ગાર્ટનર ગ્રૂપના અનુસંધાનમાં, 80 ટકા થી વધુ બેંકો તક પરિવહન ચેનલો અને આવક સુવિધાઓ તરીકે તેમની નામ સુવિધાઓ વધારશે, જેનો ઉપયોગ વર્તમાન ઉત્પાદનો અને સેવાઓના પરિવહન માટે થશે. પરંતુ સફળ થવા માટે, બેંક ગ્રાહક સેવા કોલ્સને હેન્ડલ કરવાની ક્ષમતા કરતાં વધુ ઈચ્છે છે. આ સંપૂર્ણ સીઆરએમ અભિગમ ઈચ્છે છે જેમાં બેંકના તમામ વિભાગોનો સમાવેશ કરવામાં આવે.

ટીમ કાર્ય અને તેની વિશેષતાઓ

સીઆરએમ ટીમના વિઝનને વ્યવસ્થાપન સાથે શેર કરીને બેંકમાં લીડર્સ/મેનેજર્સે મહત્વની ભૂમિકા ભજવવી જોઈએ. નેતાઓની ભૂમિકા સીઆરએમ (આકૃતિ. 4.4) ના અમલીકરણ માટે સહાયકની હોવી જોઈએ.



આકૃતિ. 4.4: ટીમ કાર્ય
સ્ત્રોત: shorturl.at/fHPS4

અસરકારક નેતૃત્વ કુશળતાથી સીઆરએમ પહેલને સફળતા મળે છે. નવીન મેનેજર્સ તેમની ટીમ સાથે કામ કરે છે, તેમની ટીમની સલાહ લઈને નિર્ણયો લે છે, જ્યારે હજુ પણ જૂથ પર નિયંત્રણ જાળવી રાખે છે તેમજ સીઆરએમ અમલીકરણ અને વ્યૂહરચનાઓ સાથે સંબંધિત સંસ્થાના તમામ પ્રતિસાદોની પ્રશંસા કરે છે અને લોકોને તેમાં એકીકૃત કરવાનો પ્રયાસ કરે છે કારણ કે સીઆરએમએ સંચારનું મૂળ આધાર છે, મેનેજરઆ સંચાર કોચિંગ કુશળતા અને કર્મચારીઓ સાથે સમજણ કોઈપણ બેંકમાં સીઆરએમ અમલીકરણમાં મહત્વપૂર્ણ છે.

તંદુરસ્ત ટીમ પર્યાવરણ વિકસાવવું

સમજાવટ, નિર્ણય અને પસંદગી કરવાની ક્ષમતા એ મહાન સંચાલનના પ્રાથમિક લક્ષણો છે. જ્યારે એન્ટરપ્રાઈઝ શરૂ કરવામાં હળવો ખતરો હોઈ શકે છે પરંતુ આશ્રયદાતા ખચકાટ અનુભવે છે અથવા ઠીક થવાની સ્થિતિમાં નથી, અથવા યોગ્ય રીતે નિર્ણય લેવાની સ્થિતિમાં નથી, ત્યારે આને અસરગ્રસ્ત વ્યક્તિને સાંભળીને મંદ પરામર્શ દ્વારા કનેક્શન સુપરવાઈઝર દ્વારા તેનું અનુસરણ કરવું જોઈએ અને સંભવિત ખરીદનારના પક્ષમાં રહીને તેની શંકા દૂર કરવામાં મદદ કરવી અને તેને આ અનુભૂતિ કરાવીને પ્રસન્ન કરવા કે તે સાચી દિશામાં જઈ રહ્યો છે અને તે તેની જરૂરિયાતો પસંદ કરવામાં સાચો છે.

આ સંદર્ભમાં નીચેના મુદ્દાઓ મદદરૂપ થઈ શકે છે:

1. તમામ માનવ સંસાધનોને આ કહેવું કે તમામ ઉપલોક્તાઓને યોગ્ય સુનાવણી આપવામાં આવે અને તેને તમામ તબક્કે સમર્થન મળવું જોઈએ.
2. ગ્રાહકો મેળવવા અને તેમની નજીક રહેવાના માર્ગો અને માધ્યમો ઓળખવા જોઈએ અને તેનો અભ્યાસ કરવો જોઈએ.
3. ગ્રાહકોને યોગ્ય આદર આપવો જોઈએ. તેમના વિશેની તમામ સંબંધિત માહિતી તેમની પાસેથી નમ્ર અને સ્વતંત્ર અભિગમ સાથે એકત્રિત કરવી જોઈએ. તેમના પ્રતિભાવને યોગ્ય મૂલ્ય આપવું જોઈએ.
4. તમારી એકંદર કિંમતની અંદર પસંદગીના ઉત્પાદનો વધારવા અને ઉપલબ્ધ કરાવા માટે ગ્રાહકો દ્વારા બદલામાં આપવામાં આવેલ યોગ્ય જવાબ અને પ્રતિસાદનો હોવો જોઈએ.

પરસ્પર વિશ્વાસ બનાવવો

ગ્રાહક સાથેનો સંબંધ મુખ્યત્વે એકસાથે ઉપયોગી કોર્ટિંગ પર આધારિત હોવો જોઈએ (આકૃતિ. 4.5). કોઈ પણ બેંકે શ્રેષ્ઠ આવકની કમાણી કરવા તરફ ધ્યાન આપવું જોઈએ નહીં; જો કે, જાગૃતિને સેવા દ્વારા કમાણી કરવાના સૂત્ર સાથે ગ્રાહકોની સંપત્તિ સર્જન અથવા ખર્ચમાં વધારો કરવા માટે નિર્દેશિત કરવું જોઈએ. ઉદાહરણ તરીકે, આપણે એક બચત ખાતા વિશે વાત કરીશું જે ખરીદદારને વધુ વ્યાજ આપવા માટે 'નિર્ધારિત' કરવામાં આવેલ છે.

તે સુનિશ્ચિત કરે છે કે તમારા બચત ખાતામાં ચોક્કસ રકમથી ઉપરની કોઈપણ સ્થિરતા, કહો કે, ₹ 3,000 નિયમિતપણે સખત અને ઝડપી ડિપોઝિટમાં સ્થાનાંતરિત થાય છે જેથી તમને વધુ વળતર મળે, અને જ્યારે તમને તેની જરૂર હોય ત્યારે તે તમારા નાણાકીય બચત ખાતામાં પાછા નાખવામાં આવે.



આકૃતિ. 4.5: પરસ્પર વિશ્વાસ

કેટલીકવાર, અન્ય લાભો પણ વિસ્તૃત કરવામાં આવે છે, જેમ કે, ચોક્કસ રકમ અને ચોક્કસ મુદતથી ઉપરની ફિક્સ ડિપોઝિટ સ્કીમ સાથે મફત વ્યક્તિગત અકસ્માત વીમા કવરેજ. બેંકો હવે તેમની પ્રવૃત્તિઓને નીચે અને આગળ વધારવા માટે મર્યાદિત નથી; તેના બદલે તેઓ ગ્રાહકની તમામ જરૂરિયાતો માટે 'ઇન્ટીગ્રેટેડ ટોટલ પેકેજ સોલ્યુશન્સ' ઓફર કરવાના સૂત્ર સાથે કામ કરે છે.

બેંકો સિનેમાની ટિકિટ બુક કરવા, સોફ્ટવેર બિલ ચૂકવવા, કોલેજના ખર્ચ અને અન્ય ઘણી બધી વસ્તુ સુધી પહોંચી ગઈ છે. તેમના ગ્રાહકોના લાભ માટે જેઓ ખૂબ જ વ્યસ્ત છે અને આવા કામો માટે સમય નથી નીકાળી શકતા.

પરસ્પર વિશ્વાસ કેળવવા માટે ધ્યાનમાં રાખવાના પરિબળો

એવી ઘણી બધી પ્રવૃત્તિઓ નાણાકીય સંસ્થા દ્વારા ખર્ચવામાં આવેલા સમય અને પ્રયત્નોની દ્રષ્ટિએ યોગ્ય નથી. પરંતુ બેંકો પરસ્પર લાભ માટે આવી ઓફરો બંધ કરી રહી છે, જેનું અંતે નુકસાન જ થશે. શ્રીમંત લોકો તેમના અંગત બેંકરો પર તમામ પ્રકારની માંગણીઓ મૂકવાની નિર્ભરતામાં હોય છે અને નાણાકીય સંસ્થાને ન માત્ર નફો કમાવાનો છે પરંતુ સહાવનાના સંકેત તરીકે આવી વિનંતીઓનો જવાબ આપવો પડે છે અને કોઈ વાર આવી રમતો બેંકના દર-આધારિત નફામાં ભરી ટકાવારી જોડે છે. પરિપક્વ સંબંધમાં, આવી ચાર્જ-પ્રાથમિક કમાણી એ રોજિંદી સુવિધા છે અને આજકાલ બેંકિંગમાં ખૂબ જ જરૂરી છે જેમાં સ્પર્ધાને કારણે શોખનો ફેલાવો ઘટી રહ્યો છે અને ચાર્જ-આધારિત કમાણીથી નફો વધી શકે છે. પરંતુ વારંવાર, સમય, પ્રયાસ, પુરુષ અથવા સ્ત્રીની ઇચ્છાઓને ઓળખવા અને કસ્ટમ ડિઝાઇન કરેલ ઇન્ડિંગ સમાધાન આપવાના સન્દર્ભમાં ફી અતિશય હોય છે. ગ્રાહકોની જાળવણી અને વિસ્તૃત-સ્થાયી સંબંધ બાંધવો એ આ વિચારના નીચેના મુખ્ય ધોરણો છે.

વિચારોનું આદાનપ્રદાન, બચાવ કરો અને પુનર્વિચાર

સાનુકૂળ ખર્ચે મૂલ્યવર્ધિત સેવાઓની સ્થિતિ દ્વારા ક્લાયન્ટ સંબંધમાં સતત સુધારો. સંચાલનની કાર્યક્ષમતા અને અસરકારકતાને વધારવાના ઉદ્દેશ્યથી ફાઇનાન્સ, સિસ્ટમ ઇન્ટિગ્રેશન, માનવ સંસાધન વ્યવસ્થાપન વગેરેના ક્ષેત્રોમાં વ્યાપાર પ્રક્રિયાઓ ઓટોમેટેડ અને ઓપ્ટિમાઇઝ કરવાની છે.

સુધારણાનો સૌથી અસરકારક માર્ગ નવીનતા અને પરિવર્તન વ્યવસ્થાપનમાં નિહિત છે. આજની સફળ સંસ્થાઓએ નવીનતાને પ્રોત્સાહિત અને વધારવું જોઈએ અને પરિવર્તનની કળામાં નિપુણતા મેળવવી જોઈએ. કંપનીઓ કે જેઓ તેમની સુગમતા, સ્વયંસ્ફુરિતતા અને અણધારીતા ધરાવે છે, તેઓ સામાન્ય રીતે તેમની પ્રથમ-વર્ગમાં સુધારો કરે છે અને આધુનિક સેવાઓ અને ઉત્પાદનોના સતત પ્રવાહ સાથે બજારની આસપાસના તેમના સ્પર્ધકોને હરાવી દે છે. તેઓ વિજેતા બની શકે છે. લક્ષિત કરવા માટેના સૌથી મહત્વપૂર્ણ ક્ષેત્રો છે: જાહેરાત અને માર્કેટિંગની અસરકારકતા વધારવી.

1. જાહેરાતની અસરકારકતા વધારવી.
2. મલ્ટિચેનલ ટ્રિગર સંચાલિત જાહેરાત અને માર્કેટિંગને લાગુ કરવું.
3. વ્યૂહાત્મક પસંદગી કરવામાં મદદ કરવા માટે વ્યૂહાત્મક પૃથ્થકરણ ક્ષમતા અને ગ્રાહકો દ્વારા માંગવામાં આવતા વધતા સ્તરના પ્રદાતાને સપ્લાય કરવાની ક્ષમતા પ્રદાન કરવી.
4. વધુમાં, ક્લાયન્ટની ઇચ્છાઓને વધુ સારી રીતે વ્યાખ્યાયિત કરવા અને યોગ્ય ઉત્પાદનો અને સેવાઓનો પુરવઠો પૂરો પાડવા માટે સ્પષ્ટ મૌખિક વિનિમય ગેજેટ અને કર્મચારીઓની ભાગીદારીનું નિર્માણ કરવું એ પણ એટલું જ મહત્વપૂર્ણ છે.

ટીમના સભ્યોના કાર્યને સમર્થન આપવું

ઉપભોક્તા કોર્ટિંગ નિયંત્રણ ઉપભોક્તાને બિઝનેસ એન્ટરપ્રાઇઝના હિતના બિંદુ પર મૂકવાનું સંચાલન કરે છે જે તેની ઇચ્છાઓ પૂરી કરશે, તેને સંતોષશે અને આ કારણોસર સહાયક ટીમના સહભાગીઓની મદદથી તેની આવકમાં વધારો કરશે. સીઆરએમ ગ્રાહકની જરૂરિયાતોથી વાકેફ છે અને તેને લોકો, પેઢી, સંસાધનો અને એન્ટરપ્રાઇઝ યુક્તિઓ સાથે સંકલિત કરે છે. આ એજન્સીની અંદરના હાલના આંકડાઓ પર ધ્યાન કેન્દ્રિત કરે છે અને ગ્રાહકો સાથેના સંબંધોને સુધારવા માટે તેનો ઉપયોગ કરે છે. બેકિંગ સીઆરએમ આશ્રયદાતાના સંજ્ઞાનને હળવું કરવા માટે તથ્યો અને વિશ્લેષણાત્મક ગિયરનો ઉપયોગ કરે છે. આથી, બેંકો સીઆરએમને અમલમાં મૂકે તે અત્યંત આવશ્યક છે જેનાથી સર્વાંગી મહત્તમ લાભ સરળતાથી થશે.

જૂથ નિર્ણય નિર્ધારણ

જૂથ નિર્ણય નિર્ધારણને સામૂહિક નિર્ણય નિર્ધારણ અથવા સહયોગી નિર્ણય નિર્ધારણ તરીકે પણ ઓળખવામાં આવે છે (આકૃતિ. 4.6). આ એક એવી પરિસ્થિતિનો સામનો કરે છે જ્યારે વ્યક્તિઓ સામૂહિક રીતે વિકલ્પોમાંથી કોઈ નિર્ણય લે છે. ત્યારે નિર્ણયની જવાબદારી કોઈ એક વ્યક્તિ પર નથી રહેતી જે જૂથનો સભ્ય હોય. ક્લાયન્ટ કોર્ટિંગ મેનેજમેન્ટ જવાબ તકનીકો અને વ્યવસાયિક એન્ટરપ્રાઇઝ પ્રવૃત્તિઓ માટે વ્યવસાયિક એન્ટરપ્રાઇઝ ઓટોમેશનને સમર્થન આપે છે, માર્ગદર્શિકા કાર્યોથી છુટકારો મેળવે છે અને પ્રક્રિયાનો સમય ઘટાડે છે. પ્રોસેસિંગ ક્ષમતાઓ દ્વારા સીધા જ ટર્નઅરાઉન્ડ અને પ્રોસેસિંગ સમયમાં ડિસ્કાઉન્ટમાં ઘટાડો લાવે છે, આઉટપુટ વધારે છે અને કાર્યોને ઝડપથી આગળ વધવાની મંજૂરી આપે છે.

ડેટાના બહુભાષી નેટ-આધારિત સંપૂર્ણ એકલ ભંડાર દૂરસ્થ બેંકર્સને એકીકૃત રીતે સહયોગ અને વ્યવહાર કરવા સક્ષમ બનાવે છે.



આકૃતિ. 4.6: જૂથ નિર્ણય નિર્ધારણ

સ્ત્રોત: shorturl.at/ESY23

સંઘર્ષ સાથે ઉત્પાદકતાપૂર્વક વ્યવહાર કરો

બેંકોએ ગ્રાહકોને ઓળખવા, તેમની જરૂરિયાતોને પૂરી કરવા માટે ઉત્પાદનો અને સેવાઓને તૈયાર કરવા અને તેમને આ ઉત્પાદનો વેચવાની જરૂર છે. સીઆરએમ બેંકોની આંતરિક એપ્લિકેશનોના રેકોર્ડ્સનું વિશ્લેષણ કરીને અથવા આશ્રયદાતાની નફાકારકતાનું મૂલ્યાંકન કરવા અને પાત્ર જીવનશૈલી પસંદગીઓ, નફાના સ્તરો અને અન્ય સંબંધિત માપદંડોના સન્દર્ભમાં સંપૂર્ણ ગરહક પ્રોફાઇલ ડિઝાઇન કરવા માટે બાહ્ય કાર્યક્રમમાંથી રેકોર્ડ અપલોડ કરવાની સહાયથી અભિયાન વ્યવસ્થાપન દ્વારા આ હાંસલ કરે છે.

સંપૂર્ણ રીતે આ પ્રોફાઇલ્સના આધારે, બેંકો સૌથી વધુ સંભવિત ગ્રાહકો અને ક્લાયન્ટ ખંડથી વાકેફ થઈ શકે છે અને તે ગ્રાહકો સુધી પહોંચવા અને આ સંબંધોના આજીવન મૂલ્યને મહત્તમ કરવા માટે કેન્દ્રિત, કસ્ટમાઇઝ્ડ મલ્ટિ-ચેનલ જાહેરાત અભિયાન ચલાવી શકે છે.

આ દિવસોમાં, ક્લાયન્ટ અધિક પાત્ર રસ, પ્રતિભાવ અને ઉત્પાદન કસ્ટમાઇઝેશનની રાહ જોઈ રહ્યા છે, પરંતુ તે ઓફરિંગ માટે ઉચ્ચ દર ચૂકવવા તૈયાર નથી. તેઓ ઈચ્છુક હોઈ શકે છે, પરંતુ બેંકો સાથે લાંબા ગાળાના સંબંધ બાંધવા માટે કે જે અલગ-અલગ અને વધુ વ્યક્તિગત ઓફર કરે છે. આ તે જગ્યા છે જ્યાં ઇલેક્ટ્રોનિક બેંકિંગ સ્પર્ધાત્મક લાભ આપી શકે છે. ઇલેક્ટ્રોનિક બેંકિંગમાં સફળ સીઆરએમ અમલીકરણ તમામ ગ્રાહક સંપર્ક બિંદુઓ, કર્મચારીઓની ટિપ્પણીઓ અથવા તો શેરધારકોની ધારણાઓના આંકડાઓને જોડવાની ઇચ્છા રાખે છે.

જો અસરકારક રીતે અને નવીન રીતે ઉપયોગ કરવામાં આવે તો આ અભિગમ બેંકોને ગ્રાહકને સૌથી યોગ્ય ઉત્પાદનો અને સેવાઓ પહોંચાડવા માટેની વ્યૂહરચના વિકસાવવામાં સક્ષમ બનાવશે.

પ્રાયોગિક સ્વાધ્યાય

પ્રવૃત્તિ 1: "ઉત્પાદકતામાં સુધારો કરવા માટે સંઘર્ષનો સામનો કેવી રીતે કરવો" નું વર્ણન કરતા પેપરની તૈયારી.

આવશ્યક સામગ્રી: નોટબુક, A-4 સાઇઝના સફેદ કાગળો, પેન, પેન્સિલો, ઇરેઝર અને ઇન્ટરનેટનું ઍક્સેસ.

પ્રક્રિયા:

1. શિક્ષક વિદ્યાર્થીઓને ઉપલબ્ધ વાંચન સામગ્રી વાંચવા માટે અને "ઉત્પાદકતામાં સુધારો કરવા માટે સંઘર્ષનો સામનો કેવી રીતે કરવો" વિષય પર પેપર/વિગતવાર નોંધ તૈયાર કરવા કહેશે.
2. વિદ્યાર્થીઓ નીચેના મુદ્દાઓ પર પ્રકાશ પાડશે:
 - a) મુક્ત સંચાર
 - b) સંઘર્ષ નિવારણ તાલીમ
 - c) મધ્યસ્થી અને વાટાઘાટો
 - d) અંતર્ગત મુદ્દાઓને સંબોધિત કરવા
 - e) ઉકેલો પર ધ્યાન કેન્દ્રિત કરવું
3. વિદ્યાર્થીઓ વિષય પર નોંધ તૈયાર કરશે અને શિક્ષકને સબમિટ કરશે.
4. શિક્ષક વિદ્યાર્થીઓ દ્વારા તૈયાર કરાયેલ 2-3 નોંધો પસંદ કરશે.
5. વિષય વિશે સમજાવવા માટે શિક્ષક વર્ગમાં ચર્ચા કરશે.
6. વિદ્યાર્થીઓને વધુ સારી રીતે સમજવા માટે વિષય સંબંધિત પ્રશ્નો પૂછવા માટે પ્રોત્સાહિત કરવામાં આવશે.

પ્રવૃત્તિ 2: "ધ્યેયો સિદ્ધ કરવા માટે ટીમના સભ્યોને સમર્થન" પર પ્રસ્તુતિ.

આવશ્યક સામગ્રી: નોટપેડ, પેન, પેન્સિલ, ઇરેઝર અને ઇન્ટરનેટનું ઍક્સેસ.

પ્રક્રિયા:

1. શિક્ષક વિદ્યાર્થીઓના જૂથો બનાવશે.
2. જૂથના સભ્યો એકબીજાની વચ્ચે ચર્ચા કરશે અને "ધ્યેયો સિદ્ધ કરવા માટે ટીમના સભ્યોને સમર્થન" વિષય સાથે સંબંધિત મુદ્દાઓ નોંધશે. જો જરૂરી હોય તો, ઇન્ટરનેટ ઍક્સેસ કરી શકાય છે.
3. વિદ્યાર્થીઓ નીચેના મુદ્દાઓ પર પ્રકાશ પાડશે:
 - a) લક્ષ્ય નિર્ધારણ
 - b) તાલીમ અને વિકાસ

- c) સલાહ અને માર્ગદર્શન
 - d) પ્રતિનિધિ મંડળ
 - e) પ્રતિસાદ અને માન્યતા
 - f) પ્રેરણા
4. દરેક જૂથ વિષય પર વિગતવાર નોંધ કરશે અને દરેક જૂથમાંથી એક વિદ્યાર્થી વર્ગ પહેલાં વિષય પર બોલશે. અન્ય જૂથોના વિદ્યાર્થીઓ વિષયને સારી રીતે સમજવા માટે પ્રશ્નો પૂછશે.
 5. જો જરૂરી હોય તો શિક્ષક વક્તાઓને મદદ કરશે.
 6. શિક્ષકએ પ્રવૃત્તિ પહેલા પોતાની જાતને અપડેટ કરવી જોઈએ, જેથી પ્રસ્તુતિઓમાં મૂલ્યવર્ધન કરી શકાય.

તમારી પ્રગતિ ચકાસો

A. ખાલી જગ્યાઓ ભરો

1. ઇચ્છિત ઉત્પાદનો ડિઝાઇન, વિકાસ અને પૂરી પાડવા માટે ગ્રાહકો દ્વારા આપવામાં આવતી માહિતી અને પ્રતિસાદ માટે - _____ યોગ્ય _____ હોવી જોઈએ
2. બેંકો હવે કોઈ _____ નથી - જમા અને એડવાન્સ કરવાની તેમની પ્રવૃત્તિઓ
3. ગ્રાહક સંબંધ વ્યવસ્થાપન ગ્રાહકને તેની જરૂરિયાતો પૂરી કરવા માટે સંસ્થાના _____ પર મૂકવાનું સંચાલન કરે છે.
4. બેંકોએ તેમની જરૂરિયાતો પૂરી કરવા માટે ગ્રાહકો, _____ અને સેવાઓને ઓળખવાની અને તેમને આ ઉત્પાદનો વેચવાની જરૂર છે

B. બહુવિકલ્પીય પ્રશ્નો

1. બેંકોની શ્રેષ્ઠ સંપત્તિઓમાંની એક તેમની ગ્રાહકોની સમજ છે
 - a) ગ્રાહક સંબંધ
 - b) એમઆઈએસ
 - c) અંગત સંબંધ
 - d) પ્રેરણા
2. આ એક સંપૂર્ણ અભિગમ ઈચ્છે છે જેમાં બેંકની અંદરના તમામ વિભાગોનો સમાવેશ કરવામાં આવે.
 - a) મૂલ્ય
 - b) સીઆરએમ
 - c) માહિતીનું કેલ્સિફિકેશન
 - d) નેતૃત્વ
3. અસરકારક કુશળતા સીઆરએમ પહેલની સફળતામાં પરિણમે છે
 - a) એમઆઈએસ
 - b) સ્નેહ
 - c) પ્રેરણા
 - d) નેતૃત્વ

4. નેતાઓની ભૂમિકા સીઆરએમની બાબતમાં સહાયક તરીકેની હોવી જોઈએ.

- સંબંધ
- વ્યવસ્થાપક
- જાળવણી
- અમલીકરણ

C. નીચેના વાક્યો સાચા છે કે ખોટા તે જણાવો

- સીઆરએમ ટીમના વિઝનને મેનેજમેન્ટ સાથે શેર કરીને બેંકમાં લીડર્સ/મેનેજરએ મહત્વની ભૂમિકા ભજવવી જોઈએ.
- ગુણવત્તાયુક્ત નેતૃત્વના લક્ષણો માટે સમજાવટ, નિર્ણય અને નિર્ણય નિર્ધારણ ક્ષમતા જરૂરી નથી.
- તમામ કર્મચારીઓને આ જણાવવામાં આવે છે કે તમામ ગ્રાહકોને યોગ્ય સુનાવણી આપવામાં આવે અને તેને તમામ સ્તરેથી સમર્થન મળવું જોઈએ.
- બેંકે તેનું ધ્યાન માત્ર નફો કમાવવા તરફ કેન્દ્રિત કરવું જોઈએ, પરંતુ સેવા દ્વારા કમાણી કરવાના સૂત્ર સાથે ગ્રાહકોની સંપત્તિ નિર્માણ અથવા મૂલ્યવર્ધન પર ધ્યાન કેન્દ્રિત કરવું જોઈએ.

D. કોલમ સાથે મેળ કરો

કોલમ A		કોલમ B	
1	જાહેરાતની અસરકારકતા વધારવી	A	આ આશ્રયદાતાની નફાકારકતાનું મૂલ્યાંકન કરી શકે છે અને પાત્ર જીવન-શૈલી પસંદગીઓ, નફાના સ્તરો અને અન્ય સંબંધિત માપદંડોના સંદર્ભમાં સંપૂર્ણ ગ્રાહક પ્રોફાઇલ ડિઝાઇન કરી શકે છે.
2	પરસ્પર વિશ્વાસ	B	ડેટાના બહુભાષી નેટ-આધારિત સંપૂર્ણ એકલ ભંડાર દૂરસ્થ બેંકર્સને સહયોગ કરવા અને એકીકૃત વ્યવહાર કરવા સક્ષમ બનાવે છે.
3	સહાય ટીમ સભ્ય કાર્ય	C	જે તેની ઈચ્છાઓ પૂરી કરશે, તેને સંતુષ્ટ કરશે અને આ કારણોસર ટીમના સહભાગીઓની સહાયતાથી પોતાની આવકમાં વધારો કરશે.
4	જૂથ નિર્ણય નિર્ધારણ	D	લક્ષિત કરવા માટેના સૌથી મહત્વપૂર્ણ ક્ષેત્રો છે: જાહેરાત અને માર્કેટિંગની અસરકારકતા વધારવી.
5	સંઘર્ષ સાથે ઉત્પાદક રીતે	E	આવી ઘણી બધી પ્રવૃત્તિઓ નાણાકીય સંસ્થા દ્વારા ખર્ચવામાં આવેલા સમય અને પ્રયત્નોની દ્રષ્ટિએ યોગ્ય નથી.

E. ટૂંકા જવાબના પ્રશ્નો

1. ગ્રાહકો વધુ વ્યક્તિગત ધ્યાન, પ્રતિભાવ અને ઉત્પાદન કસ્ટમાઇઝેશનની અપેક્ષા રાખે છે, છતાં આ સેવાઓ માટે પ્રીમિયમ ચૂકવવા તૈયાર નથી. સ્પષ્ટ કરો
2. તમે સીઆરએમ વિષે શું સમજો છો?

F. લાંબા જવાબના પ્રશ્નો

1. કિફાયતી ખર્ચે ઇચ્છિત ઉત્પાદનો ડિઝાઇન, વિકાસ અને પ્રદાન કરવા માટે ગ્રાહકો દ્વારા પ્રદાન કરવામાં આવેલ માહિતી અને પ્રતિસાદ માટે યોગ્ય પુનઃપ્રક્રિયાનો સંપૂર્ણ ચાર્ટ તૈયાર કર.

G. તમારું પ્રદર્શન તપાસો

1. ઇલેક્ટ્રોનિક બેઝિકિંગના ફાયદાઓ કહો.

આન્સર કી

યુનિટ 1: પ્રાપ્તિનો સંગ્રહ

સત્ર 1: ઋણની પુનઃચુકવણીની વસૂલી

- A. ખાલી જગ્યાઓ ભરો: 1. નાની, ટૂંકી 2. પ્રવૃત્તિઓ, વપરાશ 3. જીવંત 4. ઉપાય 5. અનુકરણ કરેલ, ઉપલબ્ધ
- B. બહુવિકલ્પીય પ્રશ્નો: 1. c 2. a 3. c 4. d 5. a
- C. નીચેના વાક્યો સાચા છે કે ખોટા તે જણાવો: 1. ખોટું 2. સાચું 3. સાચું 4. સાચું 5. ખોટું
- D. કોલમ સાથે મેળ કરો: 1. D 2. E 3. B 4. A 5. C

સત્ર 2: શાખાને જાણ કરવી

- A. ખાલી જગ્યાઓ ભરો: 1. ઘટાડે છે 2. ઋણનો સમયગાળો 3. રિબેટ્સ 4. ઉકેલ, સમાધાન ન કરેલ 5. પ્રક્રિયા
- B. બહુવિકલ્પીય પ્રશ્નો: 1. b 2. c 3. c 4. a 5. b
- C. નીચેના વાક્યો સાચા છે કે ખોટા તે જણાવો: 1. સાચું 2. ખોટું 3. સાચું 4. સાચું 5. ખોટું
- D. કોલમ સાથે મેળ કરો: 1. E 2. D 3. C 4. B 5. A

સત્ર 3: ઋણની પતાવટ

- A. ખાલી જગ્યાઓ ભરો: 1. ડિફોલ્ટ, સુનિશ્ચિત 2. મુદતવીતી 3. સમાપ્તિ 4. સાક્ષરતા, ઓછું 5. પોર્ટફોલિયો
- B. બહુવિકલ્પીય પ્રશ્નો: 1. c 2. c 3. c
- C. નીચેના વાક્યો સાચા છે કે ખોટા તે જણાવો: 1. સાચું 2. સાચું 3. ખોટું 4. ખોટું 5. સાચું
- D. કોલમ સાથે મેળ કરો: 1. C 2. B 3. D 4. E 5. A

સત્ર 4: કાનૂની કાર્યવાહી અને પરિણામો

- A. ખાલી જગ્યાઓ ભરો: 1- પુનઃપ્રાપ્ત; વ્યાજ 2- આકાંક્ષીઓ 3- જવાબદાર, સીઆરએલ 4-વસૂલાત
- B. બહુવિકલ્પીય પ્રશ્નો: 1-c 2-b 3-d 4-b 5-c.
- C. નીચેના વાક્યો સાચા છે કે ખોટા તે જણાવો: 1-ખોટું 2-ખોટું 3-સાચું 4-સાચું 5-ખોટું
- D. કોલમ સાથે મેળ કરો: 1-E 2-D 3-A 4-C 5-B.

યુનિટ 2: ગ્રાહકો માટે માઇક્રોફાઇનાન્સ સેવાઓ

સત્ર 1: ગ્રાહકની નાણાકીય સુઘડતા

- A. ખાલી જગ્યાઓ ભરો: 1. નબળું 2. ગરીબી રેખા 3. સમયાંતરે
4. દિવસ અને સમય 5. સામાન્ય વીમો
- B. બહુવિકલ્પીય પ્રશ્નો: 1. a 2. c 3. c 4. d 5. c
- C. નીચેના વાક્યો સાચા છે કે ખોટા તે જણાવો: 1. ખોટું 2. સાચું 3. સાચું 4. ખોટું 5. ખોટું
- D. કોલમ સાથે મેળ કરો: 1. D 2. E 3. A 4. B 5. C

સત્ર 2: વેચાણ પછીની સેવાઓ.

- A. ખાલી જગ્યાઓ ભરો: 1. "ઉત્પાદનો" 2. વિતરિત 3. ડાયવર્ઝન 4. પરિપૂર્ણ
- B. બહુવિકલ્પીય પ્રશ્નો: 1. c 2. c 3. d 4. c 5. d
- C. નીચેના વાક્યો સાચા છે કે ખોટા તે જણાવો: 1. ખોટું 2. ખોટું 3. ખોટું 4. ખોટું
5. ખોટું
- D. કોલમ સાથે મેળ કરો 1. D 2. E 3. A 4. B 5. C

સત્ર 3: ગ્રાહક સેવાઓ.

- A. ખાલી જગ્યાઓ ભરો: 1. ખાતા વ્યવસ્થાપન 2. સેલ્સ બાદ 3. ઉત્પાદનો/સેવાઓ
4. બાકી 5. વધારો
- B. બહુવિકલ્પીય પ્રશ્નો: 1. c 2. c 3. c 4. c 5. a
- C. નીચેના વાક્યો સાચા છે કે ખોટા તે જણાવો: 1. સાચું 2. સાચું 3. સાચું 4. ખોટું
5. સાચું
- D. કોલમ સાથે મેળ કરો: 1. B 2. A 3. C

સત્ર 4: ડિફોલ્ટર વ્યવસ્થાપન પ્રક્રિયા

- A. ખાલી જગ્યાઓ ભરો: 1. કરાર 2. ડિફોલ્ટ 3. હપ્તાઓ 4. વસૂલાત 5. ડિફોલ્ટર્સ
- B. બહુવિકલ્પીય પ્રશ્નો: 1. c 2. a 3. d 4. b 5. d
- C. નીચેના વાક્યો સાચા છે કે ખોટા તે જણાવો: 1. ખોટું 2. ખોટું 3. સાચું 4. ખોટું
5. ખોટું
- D. કોલમ સાથે મેળ કરો: 1. C 2. A 3. B 4. E 5. D

યુનિટ ૩: ગ્રાહક-કેન્દ્રિત સેવા અભિગમ

સત્ર ૧: ગ્રાહક સંબંધ અને ફરિયાદ વ્યવસ્થાપન

- A. ખાલી જગ્યાઓ ભરો: 1- કોમ્યુનિસ. 2- સમજાયું. 3- સંચાર, ક્રિયાપ્રતિક્રિયા. 4- સાંભળવું, સાચું. 5. અપ્રિય, કુશળતા.
- B. બહુવિકલ્પીય પ્રશ્નો: 1- a, 2- d, 3- b, 4- b, 5- d.
- C. નીચેના વાક્યો સાચા છે કે ખોટા તે જણાવો: 1- સાચું. 2- ખોટું. 3- ખોટું. 4- સાચું. 5- સાચું.
- D. કોલમ સાથે મેળ કરો: 1-c. 2-a. 3-e. 4-b. 5-d

સત્ર ૨: સામાજિક અને સાંસ્કૃતિક પાસાઓ

- A. ખાલી જગ્યાઓ ભરો: 1- મહત્વપૂર્ણ 2- ભાષાઓ 3- ધન્ય, ક્રિયાપ્રતિક્રિયા 4- ઉપરી અધિકારીઓ 5- વિકસિત, સહકર્મીઓ
- B. બહુવિકલ્પીય પ્રશ્નો: 1-c. 2-c. 3-b. 4-a. 5-d
- C. નીચેના વાક્યો સાચા છે કે ખોટા તે જણાવો: 1- ખોટું. 2- ખોટું. 3- સાચું. 4- સાચું. 5- ખોટું
- D. કોલમ સાથે મેળ કરો: 1- E. 2- A. 3- B. 4- C. 5- D.

સત્ર ૩: ગ્રાહક સેવા માટે કાર્યસ્થળ સંચાર

- A. ખાલી જગ્યાઓ ભરો: 1- સંચાર. 2- સદ્ગુણ, શ્રેષ્ઠતા. 3- ગુસ્સો. 4- સંતુષ્ટ, વધુ સારું. 5- અસર, ક્રોધિત.
- B. બહુવિકલ્પીય પ્રશ્નો: 1- b. 2- c. 3- c. 4- a. 5- b.
- C. નીચેના વાક્યો સાચા છે કે ખોટા તે જણાવો: 1- સાચું. 2- ખોટું. 3- સાચું. 4- સાચું. 5- ખોટું.
- D. કોલમ સાથે મેળ કરો: 1- A. 2- D. 3- E. 4- B. 5- C.

સત્ર ૪: નિયમિત ગ્રાહક અભિગમ

- A. ખાલી જગ્યાઓ ભરો: 1- અગ્રતા 2- ટિપ્પણીઓ 3- મિસ સેલિંગ. 4- સમાધાન 5- પ્રતીક, આકર્ષક.
- B. બહુવિકલ્પીય પ્રશ્નો: 1- a 2- b. 3- c. 4- a. 5- d
- C. નીચેના વાક્યો સાચા છે કે ખોટા તે જણાવો: 1- સાચું 2. સાચું 3. ખોટું 4. ખોટું 5. સાચું
- D. કોલમ સાથે મેળ કરો: 1 - C. 2 - D. 3 - E. 4 - B. 5-A

યુનિટ 4: અખંડિતતા, બેંકિંગ નીતિશાસ્ત્ર અને ટીમ કાર્ય

સત્ર 1: બેંકિંગ વ્યવહારોની અખંડિતતા.

- A. ખાલી જગ્યાઓ ભરો: 1. નૈતિક સિદ્ધાંતો 2. ધોરણ 3. નૈતિક લક્ષી
4. વિશ્વસનીયતા 5. આર્થિક, સામાજિક અને નૈતિક પાસાઓ.
- B. બહુવિકલ્પીય પ્રશ્નો: 1 - a. 2 - c. 3 - a. 4 - c.
- C. નીચેના વાક્યો સાચા છે કે ખોટા તે જણાવો: 1. સાચું 2. સાચું 3. ખોટું 4. ખોટું 5. સાચું 6. સાચું.
- D. કોલમ સાથે મેળ કરો: 1 - A. 2 - E. 3 - B. 4 - C. 5 - D

સત્ર 2: ગ્રાહક વ્યવસ્થાપન માહિતી સિસ્ટમ (એમઆઈએસ) અને ડેટા સુરક્ષા

- A. ખાલી જગ્યાઓ ભરો: 1. વ્યવસ્થાપન માહિતી 2. ઓળખ રેકોર્ડ્સ 3. પીએમએલ નિયમ 3
4. માહિતીની ચોરી.
- B. બહુવિકલ્પીય પ્રશ્નો: 1 d 2 a 3 b 4 a.
- C. નીચેના વાક્યો સાચા છે કે ખોટા તે જણાવો: A. સાચું B. સાચું C. સાચું D. ખોટું
- D. કોલમ સાથે મેળ કરો: 1 - C. 2 - B. 3 - E. 4 - A. 5 - D

સત્ર 3: નૈતિક વર્તન અને તેનું અમલીકરણ

- A. ખાલી જગ્યાઓ ભરો: 1. સિસ્ટમ 2. ગ્રાહકો, શેરધારકો અને કર્મચારીઓ 3. માનવ આધાર પ્રત્યે આદર
4. સમજી શકાય તેવું અને સચોટ માહિતી.
- B. બહુવિકલ્પીય પ્રશ્નો: 1-a, 2- d, 3- d
- C. નીચેના વાક્યો સાચા છે કે ખોટા તે જણાવો: 1. ખોટું 2. સાચું 3. ખોટું 4. સાચું
- D. કોલમ સાથે મેળ કરો: 1- E. 2 - D. 3 - C. 4 - B. 5 - A.

સત્ર 4: ગ્રાહક સંબંધ.

- A. ખાલી જગ્યાઓ ભરો: 1. રી-એક્શન, કિફાયતી કિંમત 2. પ્રતિબંધિત 3. ફોકલ પોઈન્ટ
4. અનુરૂપ ઉત્પાદનો
- B. બહુવિકલ્પીય પ્રશ્નો: 1-a 2- b 3- d 4- d.
- C. નીચેના વાક્યો સાચા છે કે ખોટા તે જણાવો: 1. સાચું 2. ખોટું 3. સાચું 4. ખોટું
- D. કોલમ સાથે મેળ કરો: 1 - D. 2 - E. 3 - C. 4 - B. 5 - A.

શબ્દાસૂચિ

કાર્યસૂચિ: કાર્યક્રમ, યોજના અથવા વસ્તુઓની યોજના.

સંઘર્ષ: બે અથવા વધુ વિચારો, ઇચ્છાઓ, લડાઈ અથવા દલીલ વચ્ચેનો તફાવત

વિશ્વસનીયતા: કોઈની પાસે એવો ગુણ છે જે લોકોને ભરોસો અથવા વિશ્વાસ અપાવે છે

ગ્રાહક પ્રશ્નો: ગ્રાહકો દ્વારા કરવામાં આવેલી પૂછપરછ અથવા તેમના દ્વારા પૂછવામાં આવેલા પ્રશ્નો.

ભંડોળનું ડાયવર્ઝન: ભંડોળનો ઉપયોગ જે હેતુ માટે કરવામાં આવ્યો હતો તે સિવાયના અન્ય હેતુ માટે કરવો.

નૈતિક મૂલ્યો: નૈતિક મૂલ્ય કોઈ વસ્તુની મહત્વની ડિગ્રી દર્શાવે છે

નૈતિકતા: નૈતિકતા એ નૈતિક સિદ્ધાંતોની પ્રણાલી છે

નિષ્પાદિત: કોઈ કાર્યને તેની સમાપ્તિ સુધી પહોંચાડવું

પ્રતિસાદ: લોકોની પ્રતિક્રિયા અને કોઈ બાબત અંગે તેમનો અભિપ્રાય મેળવવો.

ઉદાહરણ તરીકે, ગ્રાહકોને આપવામાં આવતી સેવાઓ અંગે તેમના તરફથી પ્રતિસાદ મેળવવો.

નાણાકીય સુદૃઢતા: કોઈ વ્યક્તિ અથવા કોઈ અન્ય સંસ્થા જેવી કે પેઢી, કંપની વગેરેની નાણાકીય સ્થિતિનું સ્વાસ્થ્ય.

સામાન્ય વીમો: એક વીમો જે આગ, ચોરી, ધરતીકંપ અથવા અન્ય કોઈ દુર્ઘટના/આફતને કારણે અસ્કયામતો (જેમ કે મકાન, મશીનરી, ફર્નિચર, કાચો માલ, માલ વગેરે) ગુમાવવાના જોખમને આવરી લે છે.

લિપ્ત: કોઈ વસ્તુ માટે સમર્પિત થઈ જવું

પ્રમાણિકતા: પ્રમાણિક રહેવાની અને મજબૂત નૈતિક સિદ્ધાંતો ધરાવવાની ગુણવત્તા

જીવન વીમા: એક વીમો જે વીમાકૃત વ્યક્તિના જીવનને ગુમાવવાના જોખમને આવરી લે છે.

લોન ડિફોલ્ટર: લોન મંજૂર કરતી વખતે નિર્ધારિત ચુકવણી શેડ્યૂલ મુજબ લોનના હપ્તાઓ અને/અથવા લોન પરના વ્યાજની ચુકવણી કરવામાં નિષ્ફળ રહેનાર વ્યક્તિ અથવા અન્ય કોઈ સંસ્થા.

વફાદારી: વ્યક્તિ અથવા સંસ્થાને મક્કમ અને સતત સમર્થન અથવા નિષ્ઠા આપવી અથવા દર્શાવવી.

સાવચેતીપૂર્વક: કાળજીપૂર્વક, પદ્ધતિસર

સમયાંતરે: નિયમિત સમયાંતરે, સમય-સમયે.

વેચાણ પછીની સેવાઓ: ગ્રાહકોને ઉત્પાદન અથવા સેવા વેચ્યા પછી પૂરી પાડવામાં આવતી સેવાઓ.

પૂર્વ-વેચાણ સેવાઓ: સંભવિત ગ્રાહકોને ઉત્પાદન અથવા સેવા વેચતા પહેલા પૂરી પાડવામાં આવતી સેવાઓ.

ઉત્પાદક રીતે: ઘણું બધું કરવું અથવા હાંસલ કરવું: સખત મહેનત કરવી અને સારા પરિણામો મેળવવા

રિવ્યૂ: ફરી એક વાર જોવું, ફરીથી તપાસ કરવી અથવા પુનઃમૂલ્યાંકન કરવું.

શેડ્યુલિંગ: વિવિધ કાર્યો ક્યારે કરવાનાં છે અને તે કયા ક્રમમાં કરવાના છે તેનું આયોજન કરવું.

સ્ત્રીમલાઈનિંગ: વધુ કાર્યક્ષમ બનાવવું

અયોગ્ય વેપાર: વ્યવહારો લાભ મેળવવા અથવા નફો મેળવવા માટે ભ્રામક, કપટપૂર્ણ અથવા અન્યથા અનૈતિક પદ્ધતિઓનો ઉપયોગ કરીને વ્યવસાયોનો સંદર્ભ આપે છે.

બેંકિંગની ટૂંકી પરિભાષા

- CPS= કસ્ટમર પોઇન્ટ સર્વિસીસ
- KYC = નો ચોર કસ્ટમર
- CIF = કસ્ટમર ઇન્ફોર્મેશન ફાઇલ
- MFIN = માઇક્રોફાઇનાન્સ ઇન્સ્ટિટ્યૂશન નેટવર્ક
- SHG = સેલ્ફ હેલ્પ ગ્રૂપ્સ
- JLG = જોઇન્ટ લાયબિલિટી ગ્રૂપ્સ
- ATM = ઓટોમેટેડ ટેલર મશીન
- MFI = માઇક્રોફાઇનાન્સ ઇન્સ્ટિટ્યૂશન
- MFE = માઇક્રોફાઇનાન્સ એક્ઝિક્યુટિવ
- NPA = નોન-પર્ફોર્મિંગ એસેટ
- IMPS = ઇમિડિયેટ પેમેન્ટ સર્વિસ
- MMID = મોબાઇલ મની આઇડેન્ટીફાયર
- BC = બેન્કિંગ કરસ્પોન્ડેન્ટ્સ
- FD = ફિક્સડ ડિપોઝિટ
- PAN Card = પેરમનેન્ટ એકાઉન્ટ નંબર કાર્ડ
- CIBIL = ક્રેડિટ ઇન્ફોર્મેશન બ્યુરો ઇન્ડિયા લિમિટેડ
- FIR = ફર્સ્ટ ઇન્ફોર્મેશન રિપોર્ટ
- CGFT = ક્રેડિટ ગેરંટી ફંડ ટ્રસ્ટ
- PAR = પર્ફોર્મન્સ એન્ડ અકાઉન્ટેબિલિટી રિપોર્ટિંગ
- AEPS = આધાર અનેબલ્ડ પેમેન્ટ સિસ્ટમ
- DRA = ડેબ્ટ રિકવરી એજન્ટ
- MUDRA = માઇક્રો યુનિટ્સ ડેવલપમેન્ટ એન્ડ રીફાઇનાન્સ એજન્સી લિમિટેડ.
- NBFC = નોન-બેન્કિંગ ફાઇનાન્શ્યલ કંપની
- TLTRO = ટાર્ગેટેડ લોન્ગ-ટર્મ રેપો ઓપરેશન્સ
- CRL= સર્ટિફિકેટ રેવોકેશન લિસ્ટ
- NPS = નેશનલ પેન્શન સિસ્ટમ
- PFRDA = પેન્શન ફંડ રેગ્યુલેટરી એન્ડ ડેવલપમેન્ટ ઓથોરિટી
- PMJJBY = પ્રધાન મંત્રી જીવન જ્યોતિ બીમા યોજના
- PMSBY = પ્રધાન મંત્રી સુરક્ષા બીમા યોજના

- APY = અટલ પેન્શન યોજના
- PMMY = પ્રધાન મંત્રી મુદ્રા યોજના
- SOP = સ્ટાન્ડર્ડ ઓપરેટિંગ પ્રોસિજર
- DICGC = ડિપોઝિટ ઇન્શ્યોરન્સ એન્ડ ક્રેડિટ ગેરંટી કોર્પોરેશન
- EMI = ઇક્વેટેડ મંથલી ઇન્સ્ટોલમેન્ટ
- NIM = નેટ ઇન્ટરેસ્ટ માર્જિન
- PLR = પ્રાઈમ લેન્ડિંગ રેટ
- BPLR = બેન્ચમાર્ક પ્રાઈમ લેન્ડિંગ રેટ
- STDR = સ્પેશ્યલ ટર્મ ડિપોઝિટ રિસ્પીટ
- RD = રીકરીંગ ડિપોઝિટ
- FI = ફાઇનાન્શ્યલ ઇન્સ્ટિટ્યૂશન
- IP = ઇન્ટરનેટ પ્રોટોકોલ
- PMLA = પ્રિવેન્શન ઓફ મની લૉડેરિંગ એક્ટ
- CERSAI = સેન્ટ્રલ રજિસ્ટ્રી ઓફ સિક્યોરિટાઈઝેશન એસેટ રિકંસ્ટ્રક્શન એન્ડ સિક્યોરિટી ઇન્ટરેસ્ટ ઓફ ઇન્ડિયા
- CKYCR = સેન્ટ્રલ કેવાયસી રજિસ્ટ્રી
- OTP = વન-ટાઈમ પાસવર્ડ
- SCBS = શેડ્યુલ્ડ કમર્શિયલ બેન્ક્સ
- RES = રાઈટ્સ એન્ડ એસ્પેશ્યલી
- CRM = કસ્ટમર રિલેશનશિપ મેનેજમેન્ટ

વધુ વાંચન અને સંદર્ભો

- આઇ એમ પાંડે દ્વારા નાણાકીય વ્યવસ્થાપનની આવશ્યકતાઓ
- આર કે શર્મા દ્વારા એકાઉન્ટ્સ પર્સોનલ માટે નાણાકીય વ્યવસ્થાપન.
- એમ વાય ખાન દ્વારા ભારતીય નાણાકીય વ્યવસ્થા.
- માઇક્રોફાઇનાન્સ: અ રીડર બાય ડેવિડ હુલ્મે; થેન્ક ઓમ અરુણ રુટલેજ, 2009.
- આરબીઆઈની અધિકૃત વેબસાઇટ અને ઇન્ટરનેટ પર અન્ય સંબંધિત સાઇટ્સ.
- આરબીઆઈની અધિકૃત વેબસાઇટ, ઇન્ટરનેટ પરની અન્ય સંબંધિત સાઇટ્સ અને બેર કાયદાકીય કૃત્યો.
- માઇક્રોફાઇનાન્સ રિવોલ્યુશન: એન ઓવરવ્યૂ, સેનગુપ્તા, રાજદીપ; ઓબુયોન, કેગ ફેડરલ રિઝર્વ બેંક ઓફ સેન્ટ લૂઇસ રિવ્યુ, વોલ્યુમ. 90, નંબર 1, જાન્યુઆરી-ફેબ્રુઆરી 2008.
- નાણાકીય વ્યવસ્થાપન - સિદ્ધાંતો અને વ્યવહાર, એસ એન મહેશ્વરી, સુલતાન ચંદ એન્ડ સન્સ, નવી દિલ્હી