AGRICULTURAL CO-OPERATIVE STAFF TRAINING INSTITUTE

Sponsored by : The Tamil Nadu State Apex Co-operative Bank Ltd

Assisted under Co-operative Development Fund of NABARD

Accredited by Centre for Professional Excellence in Co-operatives, C-PEC BIRD -LUCKNOW

ATTITUDE
SKILL
KNOWLEDGE

ACSTI

Post Box No.5 MADHAVARAM MILK COLONY,CHENNAI-600 051
Phone:044-2555 7737
E-mail : acsti.tnsc@gmail.com
Web: www.acstitnsc.in

AGRICULTURAL COOPERATIVE STAFF TRAINING INSTITUTE MADHAVARAM, CHENNAI

TRAINING PROGRAMME ON

"CUSTOMER RETENTION IN TECHNOLOGICAL ENVIRONMENT"

FOR PACCS

TABLE OF CONTENT

Sl.No.	Topic	Page No.
1	வாடிக்கையாளர் சேவை (CUSTOMER SERVICE)	1
2	உங்கள் வாடிக்கையாளரை அறிதல் (KNOW YOUR CUSTOMER)	15
3	ருபே விவசாயக் கடன் அட்டை (RuPay KCC)	35
4	இலக்க வங்கியியல் (DIGITAL BANKING)	47
5	வங்கி சந்தைப்படுத்தல் (BANK MARKETING)	76
6	தொடர்பு திறன் (COMMUNICATION SKILL)	83
7	மன அழுத்த மேலாண்மை (STRESS MANAGEMENT)	85

வாடிக்கையாளர் சேவை
(CUSTOMER SERVICE)

முன்னுரை :

மாறிவரும் இன்றைய வங்கி சூழலில் வங்கிகள் தாராளமயமாக்கல், தனியார் மயமாக்கல் மற்றும் உலக மயமாக்குதல்ஆகிய கொள்கைகளை ஏற்றுக்கொண்டு அதன் மாற்றங்களின் தாக்கங்களை எதிர்கொள்ளும் நிலையில் வாடிக்கையாளரின் சேவைக்கான தேவைகள் மாறுபடுகிறது

உலகளாவிய வணிகம், தனியார் மற்றும் அயல் நாட்டு வங்கிகள் வங்கி சந்தையில் ஈடுபடும்போது வணிக போட்டிகள் அதிகரிக்கின்றன. இந்த போட்டியில் ஈடுபடுவதால் வங்கிகள் தங்கள் வாடிக்கையாளரின் சேவையின் தரத்தை உயர்திக்கொள்வது அவசியமாகிறது. எந்த ஒரு வடிக்கையாளரும் எந்த ஒரு வங்கியிலும் அல்லது எந்த ஒரு இடத்திலும் இன்றைய வணிக சூழ்நிலையில் வரிசையில் நின்று தனது சேவையை பெற விரும்புவது இல்லை. தொழில் நுட்ப உத்திகளின் தாக்கத்தில் வணிக மேம்பாடுகளை மேற்கொள்ளும் வங்கி அமைப்புகள் வாடிக்கையாளரை பூகோள அடிப்படையில் தரம் பிரித்து சேவை வழங்குதலை மறுக்க முடியாது.

தனி நபர்கள், தொழில் நிறுவனங்கள், நகராட்சி மற்றும் பஞ்சாயத்து அமைப்புகள், சேவை நிறுவனங்கள் போன்ற பலதரப்பட்ட வங்கி வாடிக்கையாளர்களும் வங்கிகளிடம் இருந்து உலக தரம் வாய்ந்த வாடிக்கையாளர் சேவையை எதிர்பார்க்கிறார்க. இன்றைய சூழ்நிலையில் எதிர்பார்த்த சேவைகளை பெற முடியாமல் திருப்தியின்மை காரணமாகவே அந்தந்த வங்கிகளிடமிருந்து வாடிக்கையாளர்கள் வெளியேறுவது அதிகரித்திருக்கிறது.

தேச தந்தை மஹாத்மா காந்தி அவர்கள் வாடிக்கையாளர் சேவை பற்றி ‘‘வடிக்கையாளரே உங்களது முதலாளி, அவர் வங்கிகளை நம்பி இல்லை, நாமே அவரை சார்ந்திருக்கிறோம், நாம் வாடிக்கையாளருக்கு சாதகமாக எதுவும் செய்வதில்லை, மாறாக வடிக்கையாளரே அவருக்கு சேவை செய்யும் வாய்ப்பை நமக்கு ஏற்படுத்தி தருகிறார்’’ என்று கூறியிருக்கிறார்கள். இதனை நினைவு கூர்ந்து வங்கி பணியாளர்கள் வாடிக்கையாளர் சேவையை செய்ய வேண்டும்.

வாடிக்கையாளர் – ஒரு புதிர்

மனித மனங்களை அளவிடுவதும் அவரவர் எதிர்பார்ப்புக்கு ஈடாக ஒவ்வொரு வடிக்கையாளரையும் திருப்தி படுத்துவது என்பதும் மிகவும் கடினமானதாகும் வடிக்கையாளருடைய எண்ணங்கள் மற்றும் வங்கி சேவையில் அரவரது மனதில் இருக்கும் எதிர்பார்ப்புகள் வெளிப்படையாக பகிர்ந்துகொள்ள படாமல் இருப்பதால் வாடிக்கையாளர்கள் வங்கிகளை பொறுத்தவரையில் எப்போதும் ஒரு புதிராகவே இருக்கிறார்கள்.

வங்கிகள் அயல்நாட்டு வங்கிகளாகவோ தனியார் வங்கிகளாகவோ பொதுவுடைமை வங்கிகளாகவோ கூட்டுறவு வங்கிகளாகவோ அல்லது பிராந்திய ஊரக வங்கிகளாகவோ இருந்தாலும் அதன் வாடிக்கையாளர்களை அடிப்படையில் கட்டணம் செலுத்தி சேவை பெறுவோர் மற்றும் கட்டணம் இன்றி சேவையை நுகர விரும்புவோர் என இரண்டு வகைகளாக பிரிக்கலாம். இன்றைய தொழில் நுட்ப சூழ்நிலையில் நகர்புறத்தை சார்ந்த பல வாடிக்கையாளர்கள் கட்டணம் செலுத்தி சேவை பெறுவதில் விருப்பம் உடையவராய் இருக்கிறார்கள். அதே சமயத்தில் கிராமப்புற ஏழை எளிய மக்களால் தொழில் சார்ந்த முன்னேற்றமான இந்த

சேவைகளை கட்டணம் செலுத்தி பெறுவதில் மிகுந்த சிரமம் இருக்கிறது. பல வங்கிகள், கட்டணத்தின் கீழ் சேவை அல்லது கட்டணமில்லாத சேவை இவற்றை தேர்ந்தெடுப்பதை வாடிக்கையாளரின் விருப்பத்திற்கே விட்டுவிடுகின்றன.

மாறிவரும் வங்கி சூழலில் வாடிக்கையாளர்கள் ஊடகங்களின் தாக்கத்தினாலும் வலைத்தளங்களின் உதவியாலும் வங்கியியல் பற்றிய பல்வேறு கருத்துக்களில் சிறந்த விழிப்புணர்வு உடையவர்களாக இருக்கிறார்கள் இத்தகைய திறம்படைத்த வாடிக்கையாளர்களை வங்கிகள் தனது வணிக வளையத்திற்குள் தக்க வைத்துக்கொள்வது மிகவும் கடினமாக இருக்கிறது தக்கவைத்துக்கொள்ளும் முயற்சியோடு வங்கிகள் புதிய வாடிக்கையாளர்களை கவர்ந்து இழுக்கும் பணியிலும் ஈடுபட வேண்டியுள்ளது.

வங்கியியல் அமைப்பு – மாற்றங்கள்

வங்கி பணி நாட்டின் நிலையான பொருளாதார வளர்ச்சிக்கு இன்றியமையாத இடைநிலைப்பட்ட ஒரு பணியாகும். வங்கிகள் பொது மக்களிடமிருந்து வைப்புகளை பெற்று பெற்ற வைப்புகளிலிருந்து பொது மக்களுக்கு கடன் வழங்கியோ அல்லது அனுமதிக்கப்பட்ட இனங்களில் முதலீடுகள் செய்தோ தங்களின் வணிகத்தை செய்து வருகின்றன.

இந்தியாவில் ஏழை எளிய வறுமை கோட்டின் கீழ் இருக்கும் மக்களின் வாழ்க்கை தரத்தை மேம்படுத்தும் நோக்கோடு அவர்களுக்கு உதவும் வகையில் மத்திய அரசால் வங்கிகள் 1969 ஆம் ஆண்டு தேசிய மயமாக்கப்பட்டன.

உலக பொருளாதார நடவடிக்கைகளை பின்பற்றி இந்தியாவில் 1991 ஆம் ஆண்டு பொருளாதார மாற்றங்கள் அறிமுகப்படுத்தப்பட்டபோது 27 பொது துறை வங்கிகள், 70 ஆயிரத்துக்கு மேல் கிளைகளை கொண்ட தனியார் வங்கிகள் ஏறத்தாழ 14500 கிளைகளை கொண்ட பிராந்திய ஊரக வங்கிகள் சுமார் 850 கிளைகளை கொண்ட 30 மாநில கூட்டுறவு வங்கிகள் 12652 கிளைகளை கொண்டு இயங்கும் மத்திய கூட்டுறவு வங்கிகள் 36 அயல்நாட்டு வங்கிகள் ஆகியவற்றுடன் இயங்கும் வங்கி அமைப்பு தொடர்ந்து வங்கி பணியாற்றி வாடிக்கையாளர் சேவையில் ஈடுபட்டு வருகிறது.

வாடிக்கையாளர் சேவை என்றால் என்ன ?

வாங்கிப்பணியை பொறுத்த வரையில் வடிக்கையாளர்களின் தேவைகளை முழுமையாக அறிந்து தொடர்ச்சியாக அவர் திருப்தி பெரும் வண்ணம் ஆற்றக்கூடிய பணித்திறனே வாடிக்கையாளர் சேவை என்று அழைக்கப்படும்.

வாடிக்கையாளர் சேவை டெமிங், கிராஸ்பி, தகுச்சி போன்ற ஆசிரியர்கள் வாடிக்கையாளர் சேவை பற்றிய வரையறைகளை பல்வேறு வழிகளில் விளக்கியிருக்கிறார்கள். நிகழ்காலத்திலும் எதிர்காலத்திலும் வடிக்கையார்களின் தேவைகளை அறிந்து அவைகளை திருப்திப்படுத்துவதே வாடிக்கையாளர் சேவை என்று டெமிங் வரையறை செய்கிறார்.

வாடிக்கையாளர் சேவை என்பது அவர்களின் தேவைகளை உறுதிப்படுத்தும் செயல் என கிராஸ்பி வரையறுக்கிறார்.

ஆக வாடிக்கையாளர் சேவை என்ற கருத்தின் சாராம்சம் வாடிக்கையாளரை திருப்திப்படுத்துவது என்பது உறுதியாகிறது.

வங்கிகளை பொறுத்தவரை வாடிக்கையாளர் சேவை என்பது இன்றியமையாததாக அமைவது ஏனெனில் வங்கிகள் பணத்தை ஆதாரமாக கொண்டு வணிகம் செய்கின்றன. வேறுபட்ட எண்ணங்களையும் நிதி நடவடிக்கைகளையும் தேவைகளையும் எதிர்பார்ப்புகளையும் கொண்டிருக்கும் மக்களை மையமாக வைத்து வணிகம் செய்யும் வங்கிகள் தங்கள் வணிகத்தில் தொடர்ச்சியாக வெற்றி பெற வாடிக்கையாளரை திருப்தி படுத்தும் சேவையையே திறவுகோலாக பயன்படுத்துகிறது.

வங்கிகள் தங்கள் வாடிக்கையாளர்களை தக்க வைத்துக்கொள்ள முழுமையான தரமான வாடிக்கையாளர் சேவையை வழங்குவது இன்றைய சூழ்நிலையில் கட்டாயமாகிறது.

வாடிக்கையாளர் சேவையை உறுதிப்படுத்தும் காரணிகள்

வாடிக்கையாளர் சேவையை உறுதிப்படுத்தும் காரணிகளாக கீழ் காணும் நான்கு கருத்துக்களை வரையறுக்கலாம்.

- வாடிக்கையாளரை எது திருப்தி படுத்துகிறது என்பதை உணர்தல்
- தீர்மானிக்கும் காரணியை அளவிட்டு வகைப்படுத்துதல்
- தொடர்ச்சியாக இந்த இரண்டையும் கண்காணித்து மேம்படுத்துதல்

- வாடிக்கையாளர்களின் பின்னூட்ட கருத்துக்களை பெற்று அவர்களின் தேவையையும் பணியில் அவர்கள் பெற்ற திருப்தியையும் ஒருங்கிணைப்பதை உறுதிப்படுத்துதல்.

வாடிக்கையாளர் ஒருங்கிணைப்பு

தற்பொழுது வங்கிகளில் கணினி சார்ந்த தொழில்நுட்பம் அன்றாட பணிகளில் அதிகமாக பயன்படுத்தப்பட்டு வருகிறது. இலக்கயியல் வங்கியியல், மைய வங்கியியல் தீர்வு, மின்னணு சேவை பரிமாற்றங்கள், நெகிழி அட்டைகளை பயன்படுத்துதல், தானியங்கி பணம் வழங்கும் இயந்திரங்களை பயன்படுத்துதல், வளைய வங்கியியல் உபயோகம், கைபேசி வங்கியியல் அறிமுகம் ஆகியவை வங்கிகளுக்கும் வாடிக்கையாளர்களுக்கும் இடையே உள்ள நேர்முக தொடர்புகளில் பெரிய இடைவெளியை ஏற்படுத்தியிருக்கிறது.

இந்த சூழ்நிலையில் வங்கி பணியாளர்களுக்கு ஒவ்வொரு வாடிக்கையாளரின் தேவைகளையும், மனதில் ஓடும் நிதி சம்பந்தமான எண்ணங்களையும் அறிந்து அவற்றை நிறைவேற்றுவது என்பது மிகவும் கடினமாகிறது. இது வாடிக்கையாளர் சேவையில் தொய்வை ஏற்படுத்துகிறது. தொழில்நுட்ப உத்திகளால் ஏற்பட்டிருக்கும் இந்த பெரிய இடைவெளியை குறைத்து வாடிக்கையாளரை தன்வயப்படுத்தி அவரது தேவைகளை நிறைவேற்ற வங்கிகள் தற்போது பல்வேறு முயற்சிகளை மேற்கொள்கின்றன.

வாடிக்கையாளரை திருப்திப்படுவதற்கு சிறந்த வழி என்பது அவரை நேரடியாக தொடர்புகொண்டு சேவைகளில் இருக்கும் குறைகளைப்பற்றி நேரடி கருத்து பரிமாற்றத்தின் மூலம் அறிந்து கொள்வதே ஆகும். பல்வேறு நிதி நிறுவனங்கள் தற்போது சேவைகள் பற்றிய வினாக்கள் அடங்கிய

படிவங்களை வாடிக்கையாளர்களுக்கு நேரடியாகவோ அல்லது மின்னஞ்சல் மூலமாகவோ அனுப்பி பணி குறைபாடுகளை அவர்கள் வழங்கும் பின்னூட்டங்களின் மூலம் அறிந்து அதை சீர் செய்யும் நடவடிக்கைகளில் ஈடுபடுகின்றன. வாடிக்கையாளர் தேவைகளை சேவைகளின் மூலம் திருப்தி செய்ய இது ஒரு தலை சிறந்த வழியாகும்.

வாடிக்கையாளர்களின் தேவைகளை கள பணியாளர்கள் மூலம் அறிந்து பூர்த்தி செய்ய மேற்கொள்ளும் முறைகள் இரண்டாவது வழியாகும். அவ்வாறு களப்பணியாளர்கள் நியமிக்கப்படும்போது களப்பணியாளர்கள் வாடிக்கையாளர்களிடம் இருந்து பெற்ற விவரங்களை கிளை மேலாளர் தனியாக சேர்த்து மாதாந்திர அடிப்படையில் தனி அறிக்கை தயாரித்து அதன் அடிப்படையில் நடவடிக்கை எடுக்கலாம்.

வங்கி சேவைகளைப்பற்றிய வாடிக்கையாளர்களின் எண்ணங்களும் தீர்மானிப்புகளும் ஒருவருக்கொருவர் வேறுபடுவதோடு இடத்திற்கு இடம் , காலத்திற்கு காலம் வேறுபடுகிறது. வாடிக்கையாளரின் சேவை பற்றிய கருத்து அவரின் மன நிலை, மன தீர்மானம் ஆகியவற்றை பொறுத்தே இருக்கும். உதாரணமாக ஒரு வாடிக்கையாளர் நடு இரவில் பணம் பெறுவதற்காக ஒரு தானியங்கி பணம் வழங்கு முனையத்தை அடைந்து சேவை பெற விழையும் பொழுது அது செயல்படவில்லை என்றால் அந்த வங்கி வழங்கும் சேவையின் மீது அதிருப்தி அடைகிறார். அவசரமாக பணிக்கு செல்லும்போது பணம் எடுக்க விரும்பி தானியங்கி பணம் வழங்கு முனையத்தை அணுகுபவர்கள் தொழில்நுட்ப காரணங்களினால் அந்த முனையம் தற்காலிகமாக செயல்படாமல் இருக்கும் நிலையை

பார்க்கும்போது வெறுப்படைந்து அந்த வங்கியின் சேவையில் அதிருப்தி அடைவதை அன்றாட வாழ்வில் நாம் பார்க்கிறோம்.

வாங்கியாளருக்கும் வடிக்கையாளருக்கும் இடையே உள்ள நல்லுறவு, மனிதத்தின் அடிப்படையில் உருவாகிறதே தவிர குளிரூட்டப்பட்ட கண்ணாடி அறை அமைப்பினாலோ பளிங்கு கற்களால் ஆன ஆடம்பர உட்புற அலங்கார உட்கட்டமைப்பு வாசித்திகளினாலோ அல்ல.

தற்போதைய வாடிக்கையாளரை தக்க வைத்துக்கொள்ள உதவும் காரணிகள் பின்வருமாறு

- வாடிக்கையாளரின் வங்கி பரிவர்த்தனையில் அந்த வங்கியில் அவருக்கு ஏற்பட்ட முன்னனுபவம்
- அந்த வங்கி வழங்கும் சேவைகளை பற்றிய வாடிக்கையாளரின் முழு அறிதல்
- வங்கி சேவைகளுக்கான எளிய அணுகுமுறைகள்
- போட்டி வங்கியாளர்களுடைய சேவைகள் மற்றும் பணிகள் பற்றிய முழுமையான அறிவு, அனுபவம்.
- குறிப்பிட்ட வங்கியில் வங்கி சேவை பெறுவதை வாடிக்கையாளர் பெருமையாக சொல்லிக்கொள்ள கூடிய அளவிற்கு உயர்த்தப்பட்ட வங்கியின் தர அடையாளம்
- வங்கியினுடைய பொதுவான உட்கட்டமைப்பு, தோற்றம் மற்றும் வசதி
- வங்கிகள் வழங்கும் கூடுதல் சேவைகள் மற்றும் பிற மதிப்பு கூட்டப்பட்ட சேவைகள்

தீர்மானிக்கும் காரணியை அளவிட்டு வகைப்படுத்துதல்

தீர்மானிக்கும் காரணியை அளவிட்டு வகைப்படுத்துவது என்பது வாடிக்கையாளர் சேவையை திறம்பட செய்வதை அளவிடுவதற்கு உரிய அளவுகோலாகும். வங்கியினுடைய உட்கட்ட ஆய்வு மூலம் வாடிக்கையாளரிடம் இருந்து பல்வேறு வழிகளில் பெறப்பட்ட பின்னூட்டு கருத்துக்களை அடிப்படையாக கொண்டு வங்கிகள் வாடிக்கையாளர் சேவை தரத்தை தீர்மானிக்கும் காரணிகளை அடையாளப்படுத்தி வகைப்படுத்துவதோடு தொடர்ந்து கண்காணிக்க வேண்டும்.

ஒரு வங்கி அல்லது வங்கி கிளையின் வாடிக்கையாளர் சேவையின் தரத்தை கீழ்காணும் செயல்கள் நிர்ணயிக்கும்

- மூன்று நிமிடங்களுக்கு குறைவாக வங்கிகளில் காசோலைகளுக்கு எதிராக பணம் வழங்குதல்
- பெரும் வைப்புகள் எந்தவிதமான பண மதிப்பு வகைப்பாட்டில் இருந்தாலும் அவைகளை பெற்று கொண்டு பத்து நிமிடங்களுக்குள் ஒப்புகை வழங்குதல்
- அனைத்து விசாரணைகளுக்கும் ஐந்து நிமிடங்களுக்குள் பதில் அளித்தல்
- வரும் தொலைபேசி அழைப்புகளுக்கு மூன்று மணி ஓசை எழுவதற்குள் பதில் அளித்தல்
- அழைப்புகளை இரண்டு முறைகளுக்கு மேல் மாற்றாமல் இருத்தல்
- பெரும் செய்திகளை ஆவணப்படுத்தி செய்தி எழுப்பியவருக்கு அதன் சம்பந்தமான பதிலை முப்பது நிமிடத்திற்குள் அளித்தல்
- கடன் விண்ணப்பங்களை பரிசீலித்து கடன் வழங்குவதற்கு எடுத்துக்கொள்ளும் நேரம்

- எந்த ஒரு சேவை சம்பந்தமான செயலிலும் எடுக்கப்பட்ட முடிவுகளை சம்பந்தப்பட்ட வாடிக்கையாளருக்கு அறிவிக்க எடுத்துக்கொள்ளப்படும் கால இடைவெளியின் அளவு
- கடன் வேண்டி வரும் விண்ணப்பங்களோடு இணைக்க கேட்கப்படும் ஆவணங்களின் எண்ணிக்கை
- கடன் விண்ணப்பித்தவருக்கும் கடன் விண்ணப்பித்த கிளைக்கும் செயல் அலுவலகத்திற்கும் இடையே நடைபெறும் தொடர்புகளின் எண்ணிக்கை
- கடன் கேட்பை முடிவு செய்ய செயல் அலுவலகம் எடுத்துக்கொள்ளும் கால அளவு

வாடிக்கையாளரின் புகார் முறையீடுகள் – தவிர்ப்பதற்கான வழிமுறைகள்

- வங்கிகள் மற்றும் அதன் கிளைகள் கீழ்காணும் நடவடிக்கைகளை மேற்கொள்ளுவதன் மூலம் வாடிக்கையாளர்களிடம் இருந்து வரும் புகார்களை கட்டுப்படுத்தவோ அல்லது தவிர்க்கவோ முடியும்
- வாடிக்கையாளர்களிடம் இருந்து பெரும் காசோலை மற்றும் வரைவோலைகளை அவ்வப்போது சரியான முறையில் கையாண்டு பணமாக்கி கொடுத்தல்
- வங்கி நேரடி சேவையில் பணம் பெறுவது பணம் வழங்குவதில் துரிதமான நடவடிக்கைகளை மேற்கொள்ளுதல்
- வரைவோலைகள் மற்றும் எழுப்பப்பட்ட நகல் வரைவோலைகளை குறித்த காலத்திற்குள் வழங்குதல்
- வங்கி பணியாளர்களின் நேர்மறையான அணுகுமுறை
- வடிக்கையாளரிடமிருந்து பெறப்பட்ட கட்டளை முறைப்படி பின்பற்றி அமுல்படுத்துதல்

- வைப்பு கணக்குகளின் மீதான வட்டி தொகையை சரியாக வழங்குதல் மற்றும் போலியான பண வழங்குதல்களை தவிர்க்க நடவடிக்கை மேற்கொள்ளுதல்
- முறிக்கப்பட்ட உத்தரவாதங்கள், கடன் உறுதி கடிதங்கள் ஆகியவற்றை சரியான காலத்தில் அமுல்படுத்துதல்
- கடன் வழங்குவதற்கு தேவையான ஆவணங்களை எண்ணிக்கையில் குறைவாகவும் ஒரே நேரத்திலும் பெற்று கொள்ளும் வழக்கத்தை பின்பற்றுதல்
- வங்கி சந்தையில் அமுலில் இருக்கும் நியாயமான வட்டி விகிதத்தை பின்பற்றி சரியான சமயத்தில் கடன் வழங்குதல்

தொடர்ச்சியாக கண்காணித்து மேம்படுத்துதல்

தீர்மானிக்கும் காரணிகளை அளவிட்டு வகைப்படுத்திய பின் தொடர்ந்து காரணிகளின் செயல்பாடுகளையும் தாக்கங்களையும் கண்காணிப்பது அவசியமாகும். வெவ்வேறு அடுக்குகளில் கண்காணித்தலை அமுல் படுத்தும் போது தேவைப்படும் முக்கியமான தரவுகளை ஆவணப்படுத்த வேண்டும். இதில் ஏற்படும் முக்கியமான மாற்றங்களை திருத்தி அமைப்பதற்காக வங்கியின் தலைமைக்கு பரிந்துரைக்க வேண்டும்.

வாடிக்கையாளர்களின் பின்னூட்ட கருத்துக்களை பெறுதல்

மாறிவரும் வங்கி சூழ்நிலையில் எந்த ஒரு வங்கியும் செயலற்று இருக்கும் நிலையில் இருக்க முடியாது. அனைத்து வங்கிகளுக்கும் வாடிக்கையாளர்களே முக்கியமான பங்கேற்பாளர்களாக செயல்படுவதால் வங்கிகள் தனது வடிக்கையாளர்களுடைய தொடர்புகளை அவ்வப்போது மாற்றி திறம்படதக்கதாக வைத்து கொள்வது இன்றியமையாததாகிறது.

வங்கிகளே வாடிக்கையாளர்களை சார்ந்து இருக்கின்றதே ஒழிய வாடிக்கையாளர்கள் வங்கியை சார்ந்து இல்லை என்ற தேச பிதாவின் கருத்தினை முழுமையாக அறிந்திருக்கும் வங்கிகள் எப்போதும் வாடிக்கையாளர்களின் பின்னூட்ட கருத்துக்களை பெற்று தங்களின் சேவை தரத்தை மேம்படுத்துகின்றன.

வாடிக்கையாளர்களுக்கு சலிப்பை ஏற்படுத்துபவை

வங்கி வாடிக்கையாளர்கள் பொதுவாக வங்கியினுடைய சேவைகளில் கீழ்காணும் சூழ்நிகலைகளால் சலிப்படைகிறார்கள்

- மோசமான சேவை மனப்பான்மை
- நீண்ட வரிசை
- வாடிக்கையாளர்களின் தேவைகளை பூர்த்தி செய்ய இயலாமை
- சரியான உட்கட்ட வசதியின்மை
- வாடிக்கையாளர்களின் தேவைகளை கரிசனத்துடன் அணுகாமல் இருப்பது

மேம்படுத்தப்பட்ட வாடிக்கையாளர் சேவையால் வங்கி அடையும் நன்மைகள்

வாடிக்கையாளர் சேவையின் தரம் மேம்படுத்தப்படும் பொழுது பணியாளர்கள் அனைவரும் ஒருங்கிணைந்து தங்களின் எல்லைகளை தாண்டி வாடிக்கையாளர்களுக்கு சேவை வழங்க முனைவதில் ஈடுபடுவதால் பணியாளர்களுக்கு இடையே இருக்கும் இடைவெளி குறைந்து வங்கி நிர்வாகத்தின் பல்வேறு நிலைகளிலும் ஒரு குழு ஒற்றுமை உணர்வு உருவாகிறது. இந்த நிலை வாடிக்கையாளரின் சேவையை நோக்கிய ஒரு பொதுவான வழிமுறையையும் நிர்வாகத்திற்கும் பணியாளர்களுக்கும்

இடையே குழு மனப்பான்மையையும் ஏற்படுத்தி அதை பரவலாக்கும் தன்மையை உருவாக்குகிறது.

பரிவர்த்தனை சம்பந்தமாக உடனடியாக பணியாளர்களால் வழங்கப்படும் நிதி ஆலோசனைகள் வாடிக்கையாளர்களை மகிழ்விக்க செய்கின்றன. வங்கி பணியாளர்கள் தாங்கள் வழங்கும் வங்கி சேவைகளில் பதிலிகளை அறிமுகப்படுத்தி வாடிக்கையாளரை பயனடைய செய்யும் முயற்சியில் ஈடுபடுவது வாடிக்கையாளரை இரட்டிப்பு மகிழ்ச்சிக்கு உள்ளாக்குகிறது.

வாடிக்கையாளரின் சரியான தரவுகளை தொழில் நுட்ப உத்திகளை பயன்படுத்தி தற்போதைய நிலைக்கு மாற்றிக்கொள்வதாலும், இந்த செயலை துரிதமாகவும் வாடிக்கையாளர்களின் தேவைகளுக்கு ஏற்றமாதிரி அமைத்து கொள்வதாலும் வங்கிகள் சந்தை படுத்துதல் மற்றும் வாய்ப்புகள் அதிகரிக்கும் வங்கி சூழலில் செயல்படுத்தி வாடிக்கையாளர் எதிர்பார்த்த மாதிரி அவரை திருப்தி செய்ய முடிகிறது.

வாடிக்கையாளர் அறிதலின் கீழ் வங்கிகள் பெரும் விவரங்கள் மிகவும் உபயோகமுள்ளதாய் இருப்பதால் வங்கிகள் வாடிக்கையாளரை தொலைபேசி மூலமோ மின் அஞ்சல் மூலமாகவோ உடனடியாக தொடர்பு கொண்டு தங்களது புதிய வங்கி சேவைகளை சிறப்பான முறையில் சந்தைப்படுத்த முடிகிறது. வங்கிகள் வாடிக்கையாளர்களுக்கு கட்டணம் இல்லாமல் நிதி ஆலோசகர்களாக செயல்படுவது தரமான வாடிக்கையாளர் சேவையில் ஒன்றாகும்.

வங்கிகள் பணியாளர்களின் அறிவு, திறன், தொடர்புகொள்ளும் ஆற்றல் மற்றும் அணுகுமுறை இவற்றை மிகுந்த பணித்திறன் தகுதியுடன் வளர்த்து வருவதால் வாடிக்கையாளர் சேவையில் பயன்படுத்தப்படும் காலம் மற்றும் வளத்தின் அளவை குறைக்க முடிகிறது.

உங்கள் வாடிக்கையாளரை அறிதல்
(KNOW YOUR CUSTOMER)

வங்கியின் வாடிக்கையாளர்களே, வங்கியின் அடித்தளம், புதிய வாடிக்கையாளர்களை வங்கிக்குள் அனுமதிக்கும் போது, குற்றப் பின்னணி உள்ள வாடிக்கையாளர்களைத் தவிர்ப்பதும் நல்ல வாடிக்கையாளர்களை சேர்த்துக் கொள்வதும்தான் வங்கியாளர்கள் கடைப்பிடிக்க வேண்டிய மிக முக்கியமானவழிமுறை. இதற்காக வடிவமைக்கப்பட்டதுதான் Know Your Customer (KYC) Norms எனப்படுகிற ''உங்கள் வாடிக்கையாளரை அறிக" விதிமுறைகள்.

அறிமுகம் (Introduction)

வங்கியாளர்கள் KYC Norms எனப்படும் ''உமது வாடிக்கையாளரை அறிதல்'' பற்றிய விதிமுறைகள் குறித்து தெளிவாக அறிந்து கொள்வது மிகவும் அவசியம்.

- நல்ல, சிறந்த வாடிக்கையாளர்களைப் பாதுகாத்தல்
- தவறான வாடிக்கையாளர்களைக் களையெடுத்து வெளியேற்றுதல் மற்றும் தவிர்த்தல்

மேற்கண்ட செயல்முறைகளால் வங்கியைப் பாதுகாத்தல் இவையே KYC விதிமுறைகளின் முக்கிய நோக்கங்கள். எனவே, வங்கிகள் வணிகத்தில் கவனம் செலுத்துவதைப் போலவே

- வாடிக்கையாளர் உடனான நல்லுறவு
- அவர்களது தேவைகள் மற்றும் விருப்பங்களை அறிந்து கொள்ளுதல்

போன்றவற்றில் அதீத கவனம் செலுத்த வேண்டியது அவசியம். வங்கியின் கறை படியாத செயல்பாடுகள் வாயிலாக, வாடிக்கையாளர்கள் மற்றும் வங்கியாளர்களிடையே பெருந்தன்மையான உறவை உறுதிப்படுத்தி வங்கி வணிகத்தை மேற்கொள்ளவே இந்த KYC விதிமுறைகள். இந்த அடிப்படைக் கோட்பாடு சிறிதும் பிறழாமல் பின்பற்றப்பட வேண்டும்.

இந்திய ரிசர்வ் வங்கியின் அணுகுமுறை மற்றும் நோக்கங்கள் **(RBI's Approach and Objectives)**

வாடிக்கையாளரை அறிதல் என்பது வங்கியியலின் அடிப்படைக் கோட்பாடு வாடிக்கையாளர் பற்றிய அதிகபட்சமான விவரங்களை சேகரித்துப் பெற்று:

- இந்திய மற்றும் வங்கியின் சட்ட விதிமுறைகளுக்கு கட்டுப்பட்டவராக வாடிக்கையாளர், வங்கியாளர் மற்றும் இவர்களது உறவு அமைத்தல்
- வாடிக்கையாளர்களின் தேவைகளை அறிதல்
- அவர்களுக்குப் பொருத்தமான சேவைகளை வழங்குதல்
- வாடிக்கையாளர்களது வணிக அளவு, விருப்பங்கள் போன்றவற்றின் அடிப்படையில் அவர்களை வகைப்படுத்தி, வங்கியின் வணிகத்தை மேம்படுத்துதல் போன்றவற்றை நிறைவேற்ற வேண்டும்.

வாடிக்கையாளர் பற்றிய விவரங்களைப் பயன்படுத்தி, அவர்களுடைய பரிவர்த்தனைகளை நுணுக்கமாகக் கண்காணித்து, சட்டத்திற்குப் புறம்பான கணக்குகளை அடையாளம் காணுதல் – வாடிக்கையாளரை அறிதல் பற்றிய விதிமுறைகளின் நோக்கங்களில் முக்கியமான ஒன்றாகும்.

வங்கிகளின் சேவைகளை முறைகேடாகப் பயன்படுத்தி, கறுப்புப் பணத்தை வெள்ளையாக்குதல் போன்ற குழப்பங்கள் பெருகி வரும் இன்றைய சூழலில் – ''உமது வாடிக்கையாளரை அறிதல்'' பற்றிய விதிமுறைகள் அதிக முக்கியத்துவம் பெறுகிறது. அதன் விளைவாக புதிய பரிமாணங்களும் தகுந்த வழிகாட்டுதல்களும் அறிமுகம் ஆகியுள்ளன.

தற்பொழுது பெருகி வரும் திட்டமிட்ட பொருளாதாரக் குற்றங்கள். உலகப் பொருளாதாரலம் மற்றும் அமைதிக்கு பெரும் அச்சுறுத்தலை ஏற்படுத்தியுள்ளன. இதனை எச்சரிக்கை மணியாக எடுத்துக் கொண்ட இந்திய ரிசர்வ் வங்கி, தகுந்த ஆடீநுவுகளுக்குப் பிறகு வங்கிகளுக்கு பல்வேறு வழிகாட்டுதல்களையும் அறிவுறுத்தல்களையும் வழங்கியுள்ளது.

பல்வேறு பொருளாதாரக் குற்றங்கள் பற்றிய விழிப்புணர்வையும், ''உமது வாடிக்கையாளரை அறிதல்'' பற்றிய விதிமுறைகள் மற்றும் ரிசர்வ் வங்கயின் வழிகாட்டுதல்கள் பற்றிய தெள்ளிய அறிவையும் ஒவ்வொரு வங்கியாளரும் பெற்றிருக்க வேண்டியது அவசியம்.

- நாட்டுக்குள்ளும், உலக அளவிலும் வங்கிகளைப் பயன்படுத்தி ‘‘பணச்சலவை (Money Laundering)’’ போன்ற பொருளாதாரக் குற்றங்கள் நிகழ்வதை தடுத்தல்
- வாடிக்கையாளர்களின் தரம் மற்றும் தன்மைகளை வங்கிகள் உரிய முறையில் அறிந்துகொண்டு, தங்களுக்கு நேரக் கூடிய ஆபத்துகளை கூர்மையாகத் தவிர்த்துக் கொள்ள உதவுதல் போன்றவையே ரிசர்வ் வங்கியின் நோக்கங்களாகும். அதன்படி
- அனைத்து வங்கிகளும் தங்களுக்குப் பொருத்தமான ‘‘உமது வாடிக்கையாளரை அறிதல்’’ பற்றிய கொள்கைகளை நிர்வாக அளவில் வகுத்துக் கொள்ள வேண்டும்.
- வங்கி வணிகத்தில் ஈடுபடும் அனைத்து கிளைகள் மற்றும் பிரிவுகள் அந்தக் கொள்கைகளின் அடிப்படையிலான விதிமுறைகளை எச்சரிக்கையுடன் கூடிய கவனத்துடன் பின்பற்ற வேண்டும்.

ரிசர்வ் வங்கி வகுத்துள்ள ‘‘உமது வாடிக்கையாளரை அறிதல்’’ பற்றிய கொள்கைகள் வாடிக்கையாளர் பற்றிய அறிதல் கொள்கைகள் இந்திய ரிசர்வ் வங்கியால் மேம்படுத்தப்பட்டு 25.2.2016 அன்று கட்டாயமான வழிகாட்டுதலாக அடையாளப்படுத்தப் பட்டது.

இந்த கொள்கைகளில் அவ்வப்போது ஏற்படும் மாற்றங்களை இந்திய ரிசர்வ் வங்கி மேம்படுத்தியுள்ளது. வாடிக்கையாளர் அறிதல் கொள்கைகளில் முக்கியமான தூண்களாக

1. வாடிக்கையாளர் ஏற்புக் கொள்கை
2. வாடிக்கையாளரை அடையாளப்படுத்துதல்
3. இடர் மேலாண்மை மற்றும்
4. பரிவர்த்தனைகளை கண்காணித்தல்.

ஆகியவை அமைந்துள்ளது.

அ. வாடிக்கையாளர் ஏற்புக் கொள்கை (Customer Acceptance Policy – CAP)

வாடிக்கையாளரை ஏற்பது அல்லது ஏற்க மறுப்பது பற்றிய தேர்வு முறைகளை இந்தக் கொள்கை வரையறுக்கிறது

- இதன்படி, அறியப்படாத புனையப்பட்ட பெயர்கள் மற்றும் இரவல் பெயர்களில் (Anonymous/Fictitious/Benami Names) கணக்குகள் தொடங்கப்படக் கூடாது.

- கணக்குத் தொடங்கப்படும்போது, விண்ணப்தாரரின் அடையாளம், முகவரி போன்ற விவரங்களுக்கான ஆதாரங்களை வங்கி முழு கவனத்துடன் ஆராய்ந்து அவற்றுக்கான ஆவணங்களைப் பெற வேண்டும். இந்த விதிமுறைகளுக்குக் கட்டுப்படாத விண்ணப்பங்கள் கண்டிப்பாக தவிர்க்கப்பட வேண்டும்.

- விண்ணப்பம் மற்றும் ஆவணங்களின் நம்பகத் தன்மையில் குறைகள் காணப்படும் பட்சத்தில், எந்தவித சுய சமாதானமும் (Compromise) செய்து கொள்ளாமல் நிராகரித்துவிட வேண்டும்.

- முன்னரே உள்ள கணக்குகளிலும் கூட இத்தகைய தவறுகள் காணப்படின் அந்த கணக்குகள் தொடரப்படக் கூடாது.

- விண்ணப்பதாரரின் அடையாளத்தை உறுதி செய்யும்போது, குற்றப் பின்னணி உள்ளவர்கள், தீவிரவாத அமைப்புகள் போன்று தடை செய்யப்பட்ட இயக்கங்கள், சட்ட மீறல் குற்றமுள்ளவர்கள் போன்றவர்கள் வங்கி வட்டத்துக்குள் வந்துவிடாத வண்ணம் எச்சரிக்கை கையாளப்பட வேண்டும்.

- மற்றொரு நபர் அல்லது அமைப்பின் சார்பாக கணக்கினை இயக்க ஒரு வாடிக்கையாளரோ அல்லது புதிய மனிதரோ நியமிக்கப்படும்போது அதன் அவசியத்தையும், பின்னணியையும் தெளிவுற ஆராய வேண்டும். கணக்கில் நிகழும் பரிவர்த்தனைகளின் எண்ணிக்கை, பண அளவு, சட்ட மீறல் இல்லாமை போன்றவை கண்காணிக்கப்பட வேண்டும்.

- வங்கி பெறும் விவரங்கள் மற்றும் ஆவணங்கள், கறுப்புப் பணப் பரிமாற்றத் தடைச்சட்டம் (Prevention of Money Laundering

Act) மற்றும் இடர் மேலாண்மை (Risk Management) போன்றவற்றை கவனத்தில் கொண்டே அமைய வேண்டும்.

ஆ. வாடிக்கையாளர் அடையாளம் காணும் வழிமுறை (Customer Identification Process)

- புதிய கணக்கு துவங்கும்போதும் அல்லது முன்னரே உள்ள கணக்குகளை ஆய்வு செய்யும் போதும் – வங்கியாளர் கடைப்பிடிக்க வேண்டிய வழிமுறைகள்

- வாடிக்கையாளரை அடையாளம் காணுதல் என்பது – சமர்ப்பிக்கப்பட்ட நம்பகத்திற்குரிய ஆவணங்கள் மற்றும் தகவல்களை சரி பார்த்து அவரது அடையாளங்களை உறுதி செய்தலே ஆகும்.

- வங்கிக்கு ஒரு புதிய வாடிக்கையாளர் அனுமதிக்கப்படும் போதும், கவனத்தில் எடுத்துக் கொள்ள வேண்டிய வகையில் நிகழும் பரிவர்த்தனைகளின் போதும், முன்னரே உள்ள வாடிக்கையாளரின் அடையாளச் சான்று ஆவணங்களின் உண்மைத் தன்மையில் ஐய்யப்பாடுகள் ஏற்படும் போதும் – வங்கி வகுத்துள்ள கொள்கையில் மற்றும் விதிமுறைகளில் இருந்து சிறிதளவும் பிறழாமல் செயல்பட வேண்டும்,

- வாடிக்கையாளர் ஒரு இயல்பான தனி மனிதர் (Natural Person) எனில், அவரது அடையாளம், முகவரி, தொழில் போன்று கொடுக்கப்பட்டுள்ள தகவல்களை உறுதி செய்யும் நம்பகத் தன்மை உள்ள ஆவணங்கள் பெறப்பட வேண்டும்.

- வாடிக்கையாளர் சட்டப்பூர்வமாக செயல்படும் அமைப்பு அல்லது நிறுவனம் (Legal Persons) எனில்,

  - அந்த அமைப்பின் சட்டரீதியான தகுதிநிலை (Legal Status) உகந்த ஆவணங்கள் வாயிலாக சரிபார்க்கப்பட வேண்டும்.

  - அத்தகைய அமைப்பின் சார்பாக செயல்படக் கோருகிறவர்களுக்கு அமைப்பு வழங்கியுள்ள அங்கீகாரம் முறையாக உள்ளதா எனவும், அவரது அடையாளத்தையும் உரிய ஆவணங்கள் வாயிலாக உறுதி செய்ய வேண்டும்.

- அமைப்பின் உரிமை எவருக்கு உரியது என்பதையும், அதன் கட்டமைப்பையும் நன்கு புரிந்து கொள்ள வேண்டும். பின்னர், அந்த அமைப்பின் சார்பாக செயல்படும் தனிநபர் (Natural Person) அனைத்து தகுதிகளும் உள்ளவரா என்பதைத் தீர்மானிக்க வேண்டும்.

அலுவலக ரீதியாக மதிப்புள்ள ஆவணங்கள் (Officially Valid Documents –OVD)

இந்திய அரசு **6** ஆவணங்களை அலுவலக ரீதியாக மதிப்புள்ள ஆவணங்கள் அடையாளச் சான்றாவணமாக அறிவித்துள்ளது. இவையானவ

- கடவுச்சீட்டு (பாஸ்போர்ட்)
- ஓட்டுநர் உரிமம்
- வாக்காளர் அடையாள அட்டை
- வருமானவரிக் கணக்கு அட்டை,
- UIDAI வழங்கும் ஆதார் அட்டை மற்றும்
- NREGA வழங்கும் பணி அட்டை

இவற்றுள் ஏதாவது ஒன்றை அடையாளச் சான்றாவணமாக அளிக்கலாம். இவற்றில் வாடிக்கையாளரின் முகவரியும் இருக்குமானால், அதுவே முகவரிச் சான்றாவணமாக ஏற்றுக் கொள்ளப்படும். முகவரி இல்லாத பட்சத்தில் முகவரியுடன் கூடிய வேறொரு சான்றாவணத்தை அளிக்க வேண்டும்.

அலுவலக ரீதியாக மதிப்புடைய ஆவணங்கள் எதுவும் இல்லாத பட்சத்தில், வங்கிக் கணக்கை (கட்டுப்பாடுகளுடன் கூடிய சிறு கணக்குகள்) தொடங்க முடியும். அடையாளச் சான்றாவணத்திற்குப் பின்வரும் ஆவணங்களில் ஏதாவது ஒன்றைக் கொடுத்து சாதாரண வங்கிக் கணக்கைத் தொடங்க முடியும்.

(1) மத்திய/மாநில அரசுத் துறைகள், சட்டரீதியான/நெறிமுறை அதிகாரிகள் பொதுத்துறை நிறுவனங்கள், பட்டியலிடப்பட்ட வணிக வங்கிகள், பொதுத் துறை நிதி நிறுவனங்கள் வழங்கிய புகைப்படத்துடன் கூடிய அடையாள அட்டை (அல்லது)

(2) கெசட் அதிகாரி கையொப்பமிட்டு அத்தாட்சி அளிக்கும் கடிதம் (புகைப்படத்துடன்) முகவரிச் சான்றிற்குப் பின்வரும் ஏதாவது ஒரு ஆவணம்

- சமீபத்திய இரண்டு மாத காலத்திற்குரிய பயன்பாட்டு பில்கள் (உம். மின்சாரம், தொலைபேசி, கைபேசி, சமையல் எரிவாயு, குடிநீர் வரி போன்றவை).

- சொத்து/நகராட்சி வரி ரசீது

- அஞ்சல் அலுவலக சேமிப்புக் கணக்கு/வங்கிக் கணக்கு அறிக்கை

- பொதுத் துறை அலுவலகங்கள்/அரசுத் துறைகள் வழங்கும் முகவரியுடன் கூடிய ஓய்வு ஊதிய ஆணைகள்.

- மத்திய/மாநில அரசுத் துறைகள் சட்டரீதியான நெறிமுறையாளர்கள் பட்டியலிடப்பட்ட வணிக வங்கிகள், பொதுத் துறை நிறுவனங்கள், பொதுத் துறை நிதி நிறுவனங்கள், பங்குப் பரிவர்த்தனை நிலையத்தில் பட்டியலிடப்பட்ட குழுமங்கள் தத்தம் பணியாளர்களுக்குக் குடியிருப்புக்காக வழங்கும் ஆணைகள் அலுவலக ரீதியாக இத்தகு நிறுவனங்களுடன் குடியிருப்புக்காக ஏற்படுத்திக் கொள்ளும் உரிமத்திற்கான ஒப்பந்தங்கள்.

- அயல்நாட்டு ஆட்சிப் பரப்பெல்லையுடைய அரசுத் துறைகள் அல்லது இந்தியாவிலுள்ளஅயல்நாட்டுத் துாதரங்கள் வழங்கும் ஆவணங்கள்.

மேலே குறிப்பிட்டவை பொதுவான வழியாகாது. இவ்வாறு எளிமையாக்கப்பட்ட செயல்முறையை ஒரு வாடிக்கையாளர்களுக்காக ஏற்றுக்கொள்ளலாமா என்பது வங்கியின் முடிவிற்கு விடப்படுகிறது.

பெயர் மாற்றப்பட்டு, அலுவலக ரீதியாக மதிப்புடைய ஆவணங்கள் புதிய பெயரில் இல்லாவிட்டால், வங்கிக் கணக்கைத் தொடங்க மாநில அரசு வழங்கும் திருமணப் பதிவுச் சான்றிதழ் /பெயர் மாற்றம் அறிவிக்கப்பட்ட அரசிதழ் ஆகியவற்றுடன் பழைய பெயரில் உள்ள ஏதாவது மதிப்புடைய சான்றாவணத்தின் நகலுடன் (சான்றொப்பமிடப்பட்டது) வங்கியிடம் அளிக்கலாம். திருமணம் அல்லது பெயர் மாற்றம் செடீநுதவர்கள்

மேற்குறிப்பிட்ட வகையில் வங்கியை அணுகி புதிய பெயரில் கணக்குத் தொடங்கலாம்.

கணக்குத் தொடங்கும்போதும், ரூ.50,000/–க்கு அதிகமான பணம்/பணம் சாரா பரிவர்த்தனைகளில் வருமான வரிக் கணக்கு எண் குறிப்பிடப்பட வேண்டும். உள்நாட்டில் ரூ.50,000/–மும் அதற்கும் அதிகமாகப் பணம் அனுப்பும்போது, அயல்நாட்டுக்குப் பணம் அனுப்பும்போதும் அத்தகைய பரிவர்த்தனைகளுக்கு KYC நடைமுறையைப் பூர்த்தி செய்வது அவசியம்.

வங்கியில் கணக்கு வைத்திராத வந்துபோகும் வாடிக்கையாளர்கள் தங்களின் அடையாளம் மற்றும் முகவரி சான்றாவணங்களை வங்கியில் காட்டியே ரூ.50,000 மற்றும் அதற்கும் அதிகமான மூன்றாம் நபர் நிதிப் பொருட்களை வங்கியிடமிருந்து வாங்க முடியும். வங்கியில் கணக்கு வைத்திருக்கும் வாடிக்கையாளர்கள் மூன்றாம் நபர் நிதிப்பொருட்களை வங்கியிடமிருந்து வாங்க முடியும். வங்கியில் கணக்கு வைத்திருக்கும் வாடிக்கையாளர்கள் மூன்றாம் நபர் நிதிப் பொருட்களை வாங்கும்போது KYC நடைமுறை தேவையில்லை.

ஆயினும், வங்கிக் கணக்கில் பற்று வைத்து ரூ.50,000 மற்றும் அதற்கும் அதிகமான மதிப்புள்ள மூன்றாம் நபர் நிதிப்பொருட்கள் சார்ந்த பரிவர்த்தனைகளை (பணமாற்றம்/காசோலை கொடுத்து தங்கம்/பிளாட்டினம் வாங்குதல் போன்றவை) மேற்கொள்ளும்போது, வருமானவரிக் கணக்கு எண்ணைக் குறிப்பிட வேண்டியது அவசியம். இதுவந்து போகும் வாடிக்கையாளருக்கும் பொருந்தும்.

வங்கிகள் KYC பதிவேடுகளில் உள்ள விவரங்களை அவ்வப்போது திருத்தியமைத்து சரிவர பராமரிப்பது அவசியமாகும். வங்கிக்கணக்கு மேலாண்மையில் இது முக்கியமானது. இடர்வரவு மதிப்பீட்டின்படி, வங்கிகள் KYC தகவல்களைப் புதுப்பிக்கும் காலவரையறை நிர்ணயிக்கப்படும். இதனால் வங்கிக் கணக்குகளில் மோசடிகள் நிகழ்வதும் தடுக்கப்படும்.

இ. வாடிக்கையாளரின் பரிவர்த்தனைகளை கண்காணித்தல் (Monitoring of Customer Transaction)

வாடிக்கையாளரின் பரிவர்த்தனைகளைக் கண்காணிப்பது என்பது மிக முக்கியமானதும், அவசியமானதும் ஆகும்.

- வங்கி வகுத்துள்ள கொள்கையின்படி, வழக்கமான பரிவர்த்தனைகளின் தன்மை மற்றும் அளவு (Type and Size) மதிப்பீடு செய்யப்பட வேண்டும். வாடிக்கையாளருக்கு சட்டரீதியாக அனுமதிக்கப்பட்டுள்ள நடவடிக்கை எல்லைகளைக் கடந்து பரிவர்த்தனைகள் (Abnormal Transactions) நிகழும்போது, அவை உடனடியாக அடையாளம் காணப்பட வேண்டும். அடுத்த கட்ட விசாரணைகள் மேற்கொள்ளப்பட வேண்டும்.

- நாட்டின் சட்டத்திற்கும், பொருளாதாரத்திற்கும் ஊறு விளைவிக்கும் வகையில் நிகழும் வழக்கத்திற்கு மாறான, பெரிய அளவிலான பரிவர்த்தனைகள் மீது தனிக் கவனம் செலுத்தப்பட வேண்டும்.

- ஒரு பரிவர்த்தனை தனிப்பட்ட முறையில் பார்க்கும்போது, அனுமதிக்கப்பட்ட சட்ட வரம்புகளுக்குள் இருப்பதாகத் தோன்றும். ஆனால், இத்தகைய பல பரிவர்த்தனைகள் மிகவும் திறமையுடன் ஒரு தொகுப்பாக நிகடிநத்தப்பட்டு, பெரும் பொருளாதாரக் குற்றங்கள் நிகழ வாய்ப்பு உள்ளது.

- சாதாரணமாக ஒரு வாடிக்கையாளர், அவரது தகுதி மற்றும் அவர் மேற்கொள்ளவும் வழக்கமான நடவடிக்கைகளுக்குப் பொருந்தாத வகையில் திடீரென பெரிய அளவிலான தொகைகள் அடங்கிய பணப் பரிவர்த்தனைகளை நிகடிநத்தும்போது, வங்கி அதிகமான எச்சரிக்கையுடன் கவனம் செலுத்த வேண்டும்.

- அடையாளம் காணப்பட்ட வாடிக்கையாளரின் வருமானம், சராசரியாக கணக்கில் உள்ள இருப்புத் தொகை ஆகிய இவற்றுக்குப் பொருந்தாத வகையில் பெரும் தொகைகளுடன் வழக்கத்திற்கு அதிகமான எண்ணிக்கையில் பரிவர்த்தனைகள் நிகழ்த்தப்படும் கணக்குகள் உன்னிப்பாக கவனிக்கப்பட வேண்டும். அந்தக் கணக்குகள், சட்டத்திற்குப் புறம்பான கறுப்புப் பணத்தை வெள்ளையாக்குவதற்குப் பயன்படுத்தப்படலாம்.

➢ ரூ.10.00 இலட்சம் மற்றும் அதற்கும் மேலான பணப் பரிவர்த்தனைகள், வங்கியில் முறையாக பதிவு செய்யப்பட வேண்டும். அவற்றில் சந்தேகத்திற்கு உரியவற்றைக் கண்டறிந்து நடவடிக்கை மேற்கொள்ள, ஓர் உள் கண்காணிப்பு முறையை (Internal Monitoring System) மேற்கொள்ள வேண்டும்.

உங்கள் வாடிக்கையாளரை அறிதலில் அடுத்த முக்கியமானதோர் அம்சம் “இடர் மேலாண்மை (Risk Management)” ஆகும். நீண்ட காலமாக வங்கிகள் பல இதன் முக்கியத்துவத்தை உணராமல் இருந்தன. சமீப காலமாக வங்கிகள் இது குறித்த விழிப்புணர்வை ஏற்படுத்துவதோடு முழு கவனத்துடனும் எச்சரிக்கையிடன் செயல்பட வலியுறுத்தப்பட்டு வருகிறது. இது பற்றி காண்போம்.

ஈ. இடர் மேலாண்மை (Risk Management)

வங்கியில் பல்வேறு வகையான வாடிக்கையாளர்கள் உள்ளனர். அவர்களை அடையாளம் காணும் பொருட்டு பெறப்படும் தகவல்கள் மற்றும் ஆவணங்கள், ரிசர்வ் வங்கியின் வழிகாட்டுதல்களின்படி அமைந்திட வேண்டும். வங்கி, தனது வாடிக்கையாளர்களை

1. குறைந்த இடர் (Low Risk) வாடிக்கையாளர்கள்

2. நடுத்தர மற்றும் அதிக இடர் (Medium and High Risk) வாடிக்கையாளர்கள்

என வகைப்படுத்திக் கொள்ள வேண்டும்.

- குறைந்த இடர் **(Low Risk)** வாடிக்கையாளர்கள் சாதாரண தனி பர்கள் மற்றும் சட்டப்பூர்வமான அமைப்புகள் இந்த வகையில் அமைவர்.
-
- இவ்வகையினரின் அடையாளம் மற்றும் வருமான ஆதாரம் போன்றவற்றை எளிதாக உறுதி செய்ய முடியும். பெறப்பட்ட அடையாளம் மற்றும் தகவல்களுக்கு இணங்க, இத்தகைய கணக்குகளின் பரிவர்த்தனைகள் அமையும்.

- மாத ஊதியம் பெறுவோர், அரசுத் துறைகள், அரசுக்குச் சொந்தமான நிறுவனங்கள், சட்ட அமைப்புகள் போன்ற வாடிக்கையாளர்கள் இந்த வகையில் அடங்குவர்.

- இந்த வகையினர், வங்கியின் அடிப்படைத் தேவைகளான அடையாளம், முகவரி போன்ற தகவல்களைப் பூர்த்தி செய்தால் போதுமானது. பெரும் பணக்காரர்கள் (High Networth Indviduals) இந்த வகையில் இடம்பெற மாட்டார்கள்.

நடுத்தர மற்றும் அதிக இடர் **(Medium and High Risk)** வாடிக்கையாளர்கள் சராசரியைவிட அதிகப்படியான இடர்களை வங்கிக்கு ஏற்படுத்தக் கூடிய தன்மை பொதிந்தவர்களாக இவ்வகை வாடிக்கையாளர்கள் அமைவர்.

⇨ வாடிக்கையாளர்களின் பின்னணி
⇨ மேற்கொள்ளும் செயல்பாடுகளின் இயல்பு
⇨ பணி, தொழில் மற்றும் வாழும் இடம்
⇨ சொந்த நாடு
⇨ நிதி ஆதாரங்குலூ
⇨ பரிவர்த்தனைகளின் அளவு மற்றும் பரிவர்த்தனைகளுக்கு இடையேயான கால இடைவெளிகள்

⇨ குறிப்பாக சட்ட வரம்புகளை மீறுகிய பெரிய அளவிலான பரிவர்த்தனைகள்
போன்றவற்றை அடிப்படையாக வைத்து இத்தகைய வாடிக்கையாளர்கள் தரம் பிரிக்கப்படுவர்.

இத்தகைய வாடிக்கையாளர்களை அடையாளம் காணும் போதும், கணக்கினை கண்காணிக்கும் போதும் மிகுந்த எச்சரிக்கை கடைப்பிடிக்க வேண்டும்.

நடுத்தர மற்றும் அதிக இடர் (Medium and High Risk) வாடிக்கையாளர்கள் வகையில் சில உதாணங்கள் பின்வருமாறு:

⇨ அயல்நாடு வாழ் இந்தியர்கள்

⇨ பெரும் செல்வந்தர்கள் (High Networth Persons)

⇨ அரசு ஆட்சிப் பொறுப்பில் உள்ளோர் (Pottentials)

⇨ அறக் கட்டளைகள் மற்றும் சேவை நிறுவனங்கள்

⇨ அயல்நாடுகளில் நன்கொடை வசூலிக்கும் அரசு சாரா நிறுவனங்கள் (NGOs)

⇨அயல்நாடுகளில் வணிகம் செய்யும் நிறுவனங்கள்

⇨உள்நாட்டு மற்றும் வெளிநாட்டு அரசியல் பிரபலங்கள்

⇨ ஒரே குடும்பத்தினர் பெரும்பாலான பங்குகளைத் தன் வசம் வைத்திருக்கும் நிறுவனங்கள்

⇨செயல்படா துணைவர்களைக் கொண்ட நிறுவனங்கள் (Firms with Sleeping Partners)

⇨ சந்தேகத்திற்குரிய நேரடி தொடர்பு இல்லாத வாடிக்கையாளர்கள் (Non-face-to-face customers with dubluous reputation) போன்றவர்கள் இந்த வகையில் அடங்குவர்.

சிறுகணக்கு (SMALL ACCOUNT)

சிறுகணக்கு துவங்க சமீபத்தில் எடுக்கப்பட்ட வாடிக்கையாளர் புகைப்படத்துடன் வங்கி அதிகாரி முன்னிலையில் கையொப்பம்/கைநாட்டு வைத்து சிறுகணக்கைத் தொடங்கலாம்.

- சிறுகணக்குகளில் எந்தவொரு சமயத்திலும் நிலுவைத் தொகை ரூ.50,000/–ஐ விட அதிகமாக இருக்கக்கூடாது.

- ஒரு ஆண்டில் வரவு வைக்கப்பட்ட மொத்தத் தொகை ரூ.1,00,000/–க்கும் அதிகமாக இருக்கக்கூடாது.

- ஒரு மாதத்தில் கணக்கிலிருந்து எடுக்கப்பட்ட பணம் அல்லது மாற்றப்பட்ட பணம் ரூ.10,000/–ஐ விட அதிகமாக இருக்கக்கூடாது.

- அயல்நாட்டிலிருந்து வரும் பணம் இத்தகு கணக்குகளில் வரவு வைக்கப்பட மாட்டாது.

- முதலில் இத்தகு கணக்குகள் 12 மாதங்கள் வரை மட்டுமே செயல்பாட்டில் இருக்கும். அதன்பின்னர் கணக்கு வைத்திருப்பவர் கணக்குத் தொடங்கி ஒரு வருடத்திற்குள் எதாவது அடையாளச் சான்றாவணத்திற்கு விண்ணப்பித்ததற்கான சான்றைக் காட்டும்பட்சத்தில் மேலும் 12 மாதங்களுக்கு செயல்பாட்டுடன் விளங்கும். KYC க்கு தேவையான ஆவணங்களைத் தராவிட்டால், வங்கியால் வாடிக்கையாளரின் இக்கணக்கினை தொடங்க முடியாது.

பல்வகை கணக்குகள் மற்றும் பெறப்பட வேண்டிய ஆவணங்கள்

தனி நபர்கள், நிறுவனங்கள், அரசுத் துறைகள், அறக்கட்டளைகள், சேவை நிறுவனங்கள் என பல்வகை கணக்குகள் வங்கிகளில் துவங்கப்படுகின்றன. கணக்குகளை இயக்குகிறவர்களின் அடையாளச் சான்றுக்காக புகைப்படத்துடன் கூடிய அடையாளச் சான்றும், முகவரிக்கான சான்றும் அடிப்படையாக பெறப்படுவது வழக்கம். தவிர, பொதுவாக வங்கிகளில் துவங்கப்படும் கணக்குகள் மற்றும் பெறப்பட வேண்டிய ஆவணங்கள் (அசல் ஆவணங்களோடு ஒப்பிடப்பட்டு உறுதி செடீநுயப்பட்ட நகல்கள் (Copies verified with originals) பற்றி வங்கியாளர்கள் தெளிவுற அறிந்திருக்க வேண்டும்.

தனிநபர் கணக்குகள் (Individual Accounbts)

பெயருக்கான ஆதார ஆவணங்கள் **(Name Proof)**

1. கடவுச் சீட்டு (Passport)
2. வருமான வரி நிரந்தரக் கணக்கு எண் அட்டை (PAN)
3. வாக்காளர் அடையாள அட்டை,
4. ஓட்டுநர் உரிமம்,
5. வங்கிக்கு ஏற்புடைய அடையாள அட்டை
6. விண்ணப்பதாரரின் அடையாளம் மற்றும் முகவரியை உறுதி செடீநுது அங்கீகரிக்கப்பட்ட பொது அதிகாரம் உடையவர் அல்லது அரசுப் பணியில் உள்ளவர் வங்கிக்கு திருப்தியளிக்கும் வகையில் வழங்கும் கடிதம்,
7. ஆதார் அட்டை

நிரந்தர முகவரி மற்றும் இதர விவரங்கள் குறித்த ஆவணங்கள் பற்றியும், நிறுவனங்கள், அறக்கட்டளைகள் போன்ற பல்வகை கணக்குகளுக்கான ஆவணங்கள் பற்றியும் இனி காணலாம்.

தனிநபர் கணக்குகள் (Individual Accounbts)

சரியான நிரந்தர முகவரிக்கான ஆதார ஆவணங்கள்

1. தொலைபேசி கட்டணச் சீட்டு,
2. பிற வங்கிக் கணக்குப் புத்தகம்,
3. அங்கீகரிக்கப்பட்ட பொது அதிகாரம் உடையவர் அல்லது அலசுப் பணியில் உள்ளவர் வங்கிக்கு திருப்தியளிக்கும் வகையில் வழங்கும் கடிதம்,
4. குடும்ப அட்டை,
5. மின் கட்டணச் சீட்டு,
6. வங்கிக்கு ஏற்புடைய வகையில் வேலை அமர்த்துனரிடம்(Employer) இருந்து கடிதம்,
7. ஆதார் அட்டை

நிறுவனங்களின் கணக்குகள் (Instituitonal Accounts)

நிறுவனத்தின் பெயர், வணிகம் மேற்கொள்ளும் இடம், தகவல் தொடர்புக்கான முகவரி, தொலைபேசி மற்றும் மின்னஞ்சல் எண்கள் போன்றவற்றுக்கான ஆதார ஆவணங்கள்

1. நிறுவனம் சட்டப்பூர்வமாக ஒருங்கிணைக்கப்பட்ட சான்றிதடிந (Certificate of Incorporation),
2. அமைப்பு முறையின் விதிகள் மற்றும் முறைகள் (Memorandum and Articles of Association)
3. வங்கியில் கணக்கு தொடங்க, நிர்வாகக் குழு இயக்குநர்கள் நிறைவேற்றிய தீர்மானம்,
4. கணக்கை இயக்க அங்கீகாரம் வழங்கப்பட்டவர்களின் அடையாளம்,
5. பவர் ஆப் அட்டார்னி,
6. மின் கட்டணச் சீட்டு,
7. வருமான வரி நிரந்தரக் கணக்கு எண் ஒதுக்கப்பட்ட கடித நகல்
8. தொலைபேசி கட்டணச் சீட்டின் நகல்

போன்றவை நிறுவனத்தின் சட்டப்பூர்வ பெயர் **(Legal Name)** மற்றும் முகவரி, அனைத்து கூட்டாளர்களின் **(Partners)** பெயர்கள் மற்றும் முகவரிகள், நிறுவனம் மற்றும் கூட்டாளர்களின் தொலைபேசி எண்கள் போன்றவற்றுக்கான ஆதார ஆவணங்கள்

பதிவு செய்யப்பட்ட நிறுவனம் ஆயின்,

1. பதிவுச் சான்றிதடிந

2. கூட்டாண்மைப் பத்திரம்

3. நிறுவனத்தின் சார்பில் வணிக செயல்பாடுகளை மேற்கொள்ளவும் கூட்டாளர் அல்லது பணியாளருக்கு வழங்கப்பட்ட பகர அதிகார ஆவணம்,

4. கூட்டாளர்கள் மற்றும் பகர அதிகார ஆவணம் வழங்கப்பட்டவர்களின் அடையாளம் மற்றும் முகவரிகளை உறுதி செடீநுயும் ஆவணங்களில் ஏதேனும் ஒன்று,

5. நிறுவனம் மற்றும் கூட்டாளர்களின் பெயர்களில் உள்ள தொலைபேசிகளின் கட்டணச் சீட்டுகள் போன்றவை

புதிய வாடிக்கையாளர் அனுமதிக்கப்படும்போது, வாடிக்கையாளர் பற்றிய முக்கியத்துவம் வாய்ந்த விவரங்கள் (Qualitative Data about Customers) தெளிவுற அறியப்பட்டு வங்கியில் பதிவு செய்யப்பட வேண்டும்.

வங்கி பெற வேண்டிய முக்கிய விவரங்கள் பற்றிய பகுதியில் அறக்கட்டளைகள் மற்றும் தொண்டு நிறுவனங்கள் கணக்குகளுக்கான ஆதார ஆவணங்கள் பற்றியும், மேற்கொண்டு பின்பற்ற வேண்டிய KYC விதிமுறைகள் பற்றியும் இனி காணலாம்.

அறக்கட்டளைகள் மற்றும் தொண்டு நிறுவனங்களுக்கான கணக்குகள்

பொறுப்பாட்சியர் **(Trustees)** தீர்வு செடீநுபவர்கள் (**Settlers**) , பயனாளிகள் மற்றும் கையொப்ப அங்கீகாரம் பெற்றவர்களின் பெயர்கள், நிறுவனர் **(Founder),** இயக்குநர்கள், மேலாளர்கள் மற்றும் பயனாளிகளின் பெயர்கள் மற்றும் முகவரிகள், தொலைபேசி மற்றும் மின்னஞ்சல் எண்கள் போன்றவற்றுக்கான ஆதார ஆவணங்கள்:

பதிவு செய்யப்பட்ட நிறுவனம் ஆயின்,

1. பதிவுச் சான்றிதழ்,

2. நிறுவனத்தின் சார்பில் வங்கிச் செயல்பாடுகளை மேற்கொள்வோருக்கு வழங்கப்பட்ட பகர அதிகார ஆவணம் (Power of Attorney),

3. பொறுப்பாட்சியர்கள், தீர்வு செய்பவர்கள், பயனாளிகள், பகர அதிகாரம் வழங்கப்பட்டவர்கள், நிறுவனர், இயக்குநர்கள் மற்றும் மேலாளர்களின் அடையாளம் மற்றும் முகவரிகளை உறுதி செய்யும் ஆவணங்கள்,

4. வங்கியில் கணக்கு தொடங்க, நிர்வாக அமைப்பு நிறைவேற்றிய தீர்மானம்,

5. தொலைபேசிகளின் கட்டணச் சீட்டுகள்

புகைப்படங்கள்

புதிய கணக்குகள் தொடங்கப்படும் போது ஒவ்வொரு விண்ணப்பதாரரிடம் இருந்தும் அவரது சமீபத்திய புகைப்படம் பெறப்பட வேண்டும். அந்த புகைப்படம் வங்கிக்கு திருப்தியளிக்கும் வகையில் அமைய வேண்டும். கணக்கு தொடங்கப்படும் போதே புகைப்படம் பெறப்பட வேண்டுமே அல்லாது, பின்னர் ஒரு தேதியில் அதனைப் பெறுவது கூடாது.

அறக்கட்டளைகள், நிறுவனங்கள் போன்றவற்றின் வங்கிக் கணக்குகளை நிர்வகிப்பவர்களிடம் இருந்து புகைப்படங்கள் பெறப்பட வேண்டும். சில பெண்கள் முகத்தை மூடி பர்தா (Pardanashin Women) அணியும் வழக்கம் உடையவர்களாக இருப்பர். அவர்களிடமும் கட்டாயமாக புகைப்படம் பெறப்பட்டு உறுதி செய்யப்பட வேண்டும்.

ஓட்டுநர் உரிமம், கடவுச் சீட்டு போன்றவற்றின் நகல்கள் புகைப்பட ஆதாரமாகாது.

முதிரா வயதினர் (Minor) கணக்குகளைப் பொருத்த வரை, அவரது காப்பாளரின் (Guardian) புகைப்படம் மட்டுமே பெறப்பட வேண்டும். அந்த முதிரா வயதினர் சட்டப்பூர்வ வயது முதிர்வை அடையும்போது, அவரது புகைப்படம் பெறப்பட்டு, காப்பாளரின் மேலொப்பம் (Counter Signature) பெறப்பட வேண்டும்.

புதிய விண்ணப்பப் படிவம் பெறப்பட்டு, அன்றைய நிலையில் உள்ள வாடிக்கையாளர் விவரக் குறிப்பு (Customer Profile) உருவாக்கப்பட வேண்டும்.

வாடிக்கையாளரது புகைப்படம் விண்ணப்பப் படிவத்தில் ஒட்டப்பட வேண்டும். வங்கி அலுவலரின் முன்னிலையில் வாடிக்கையாளர் கையொப்பம் பெறப்பட வேண்டும்.

கல்வி பயிலாதவரிடம் பெருவிரல் பதிவு பெறப்பட வேண்டும். கையொப்பம்/பெருவிரல் பதிவுகளின் ஒரு பகுதி புகைப்படத்தின் மீதும், எஞ்சிய பகுதி விண்ணப்பத்தின் மீதும் அமைய வேண்டும்.

ஒரு சிறிய, வட்ட வடிவ, வங்கி இரப்பர் முத்திரை புகைப்படத்தின் கீடிநப்பகுதியில் இடப்பட வேண்டும். அதன் ஒரு பகுதி புகைப்படத்தின் மீதும், எஞ்சிய பகுதி விண்ணப்பத்தின் மீதும் அமைய வேண்டும்.

கணக்குகளைக் கண்காணித்தல் (Monitoring of Accounts):

நம் நாட்டில் உள்ள ரிசர்வ் வங்கி போன்று ஒவ்வொரு நாட்டிலும் ஒரு மத்திய வங்கி (Central Bank) உள்ளது. அத்தகைய வங்கிகள் பல்வேறு ஆடீநுவுகளை மேற்கொண்டு தொடர்ந்து புதுப்புது நடவடிக்கைகளை மேற்கொண்டாலும், கறுப்புப் பணப் பரிமாற்றங்களும், பொருளாதாரக் குற்றங்களும், தீவிரவாத அமைப்புகள் தங்கள் பயங்கரவாத செயல்களுக்கான பணத் தேவைகளுக்காக கோடிக் கணக்கில் பணத்தைக் குவித்துக் கொள்வதும் தொடர்ந்து உலகெங்கிலும் நிகடிநந்து கொண்டுதான் இருக்கின்றன.

எந்தக் புற்றில் எந்தப் பாம்பு இருக்குமோ என்பதைப் போல், எந்தக் கணக்கில் எந்தக் குற்றம் நடக்கிறதோ என்கிற எச்சரிக்கை உணர்வுடனே எப்போதும் செயல்பட வேண்டும்.

புதிய வாடிக்கையாளர் அனுமதிக்கப்படும்போது, வங்கி பெற வேண்டிய முக்கிய விவரங்கள் பற்றிய பகுதிகளில் அறக்கட்டளைகள் மற்றும் தொண்டு நிறுவனங்கள் கணக்குகளுக்கான ஆதார ஆவணங்கள் மற்றும் புகைப்படம் பெறுதல் பற்றி கண்டோம். மேற்கொண்டு பின்பற்ற வேண்டிய KYC விதிமுறைகளைப் பற்றி இனி காண்போம்.

KYC விதிமுறைகளை சரிவர புரிந்துணர்ந்து செயல்படாத வங்கியாளர்களின் நாட்டுக்கும், வீட்டுக்கும் பேரிடர்கள் ஏற்பதுவது தவிர்க்க முடியாதது. ஏனவே, அத்தகைய பேரிடர்களை தவிர்க்கவும், பொருளாதாரக் குற்றங்களைத் தடுக்கவும், வங்கியாளர்கள் அனைத்து கணக்குகளையும் எச்சரிக்கையுடன் கண்காணிக்க வேண்டியது மிக மிக அவசியம்.

அடிப்படையாக, ஒரு புதிய கணக்கு தொடங்கப்படும்போது, வங்கியைப் பயன்படுத்தி, முறைகேடுகள் செடீநுயும் நோக்கம் அந்த

வாடிக்கையாளருக்கு இல்லை என்பதை உறுதி செய்து கொள்ள வேண்டும். அடுத்து முன்னரே உள்ள கணக்குகள் தற்போது உள்ள KYC விதிமுறைகளுக்கு உட்படாதவை எவையெவை என்பதைக் கண்டறிந்து, அவற்றையும் தற்போதைய நிலைக்கு உட்படுத்த வேண்டும். அனைத்து கணக்குகளையும் முறையாகக் கண்காணித்து, தவறான வாடிக்கையாளர்களைத் தவிர்ப்பதுடன், தேவையெனில் சட்டப்பூர்வ நடவடிக்கைகளுக்கு உட்படுத்த வேண்டும்.

உலகப் பொருளாதாரம் மற்றும் கலாச்சாரம் போன்றவற்றின் ஊடே வீசி வரும் மாற்றம் என்கிற காற்று வங்கிகளின் தாழ்வாரங்களில் வீசிடவும் தவறவில்லை. இந்த மாற்றம் என்கிற காற்று சில அழிவுகள் மற்றும் சரிவுகள் என்கிற மாசுகளையும் தூவிடத் தவறவில்லை.

வங்கியாளர் – வாடிக்கையாளர் உறவு என்பது பாரம்பரியமாக ஒருவர் மீது ஒருவர் கொண்டுள்ள நம்பிக்கை மற்றும் மரியாதையே ஆகும். அமைதியாகச் சென்றுகொண்டிருந்த வங்கி வணிகம் காலப் போக்கில் சில வாடிக்கையாளர்கள் செய்யும் முறைகேடுகளால் பதற்றம் மிகுந்ததாக மாறி விட்டது.

வங்கியாளர்கள் பெரும்பாலும் அறியாமலும் சில தருணங்களில் அறிந்தேகூட, கறுப்புப் பணத்தை வெள்ளையாக்கும் குற்றச் செயல்களுக்குக் கருவியாகி விடுகின்றனர். காலப் போக்கில் புதிதாக உருவாகிவிட்ட வஞ்சகம் மற்றும் தந்திரங்கள் நிறைந்த வாடிக்கையாளர்கள், அவர்களுக்குக் கிடைக்கும் சட்ட விரோதமான கறுப்புப் பணத்தை வங்கிகள் வாயிலாக வெள்ளையாக்கும் யுக்திகளை கண்டுபிடித்துக் கொண்டனர். இத்தகைய செயல்களில் சம்பந்தப்படும் பெருந்தொகைகளிலான கறுப்புப் பணம், பயங்கரவாதச் செயல்களுக்குப் பயன்பட்டு சமுதாயத்தில் பெரும் சீர்குலைவுகளை ஏற்படுத்துகிறது.

இந்தச் சூழலில், வங்கிகளைப் பயன்படுத்தி கறுப்புப் பணத்தை வெள்ளையாக்கும் குற்றச் செயல்களை எதிர்த்துப் போராட வேண்டிய கட்டாயம் ஏற்பட்டுள்ளது. பல்வேறு மோசடிகளைச் சந்தித்துவிட்ட கூர்ந்த அனுபவத்தோடு வங்கிகள் தங்கள் அடிப்படைகளை நோக்கித் திரும்பியுள்ளன.

நிதி நிறுவனங்கள் ஒருங்கிணைந்து விழிப்புணர்வுடன் இந்தச் சூழலை எதிர்கொள்ள ஒரேசீரான சட்டங்கள் உருவாக்கப்பட்டுள்ளன. வங்கியின் செயல்பாட்டு முறைகளில் கூர்ந்த கவனம் செலுத்தப்படுகிறது.

இதன் வாயிலாக, சட்ட விரோதச் செயல்களில் ஈடுபடும் வாடிக்கையாளர்களைக் களையெடுத்து, நல்ல வாடிக்கையாளர்களைப் பாதுகாக்க வேண்டிய அவசியத்தை வங்கிகள் உணர்ந்திருக்கின்றன.

இந்தச் சூழலில், 'உங்கள் வாடிக்கையாளரை அறிதல்' விதிமுறைகளைக் குறிக்கும் KYC என்கிற மூன்றெழுத்துச் சொல் வங்கியாளர்களின் தாரக மந்திரமாகி விட்டது. எனவே, வங்கியாளர்கள் இந்த விதிமுறைகளை தெளிவாகப் புரிந்துகொண்டு, உன்னிப்பான கவனத்துடன் செயல்படுத்திட வேண்டும்.

ருபே விவசாயக் கடன் அட்டை

(Rupay Kisan Credit Card)

அறிமுகம்

விவசாயிகளுக்கு விரைவாகவும், எளிதாகவும் பயிர்க் கடன் மற்றும் சாகுபடி சார்ந்த செலவினங்களுக்கு கடன் கிடைக்கும் வண்ணம் விவசாயக் கடன் அட்டை திட்டத்தை **1998–99**ஆம் ஆண்டில் மத்திய அரசு அறிமுகப்படுத்தியது. மேலும், வங்கிகள் மைய வங்கியியல் தீர்வு மற்றும் ஏடிஎம் வசதி, ஏடிஎம் டெபிட் கார்டு, ஆகிய வசதிகளை அறிமுகப்படுத்தியதுடன் விவசாயிகளும் நவீன வழியில் இத்திட்டத்தின் பயன்பாட்டினைக் கொண்டு விவசாயிகள் அவர்களுக்குத் தேவையான கடன் வசதிகளைப் பெறும் பொருட்டு, மத்திய அரசு ருபே விவசாயக் கடன் அட்டை திட்டத்தை **2012–13** இல் அறிமுகப்படுத்தியது. ருபே விவசாயக் கடன் அட்டை என்பது இதர ஏடிஎம் கார்டுகள் போல் ஏடிஎம்கள் மூலம் விவசாயக் கடனின் பகுதியை ரொக்கமாக எடுக்கலாம், மற்றும் ருபே விவசாயக் கடன் அட்டைகளைக் கொண்டு அவர்கள் உரம் மற்றும் பூச்சி மருந்து ஆகியவைகளைக் கொள்முதல் செய்வதற்கு இக்கடன் அட்டைகளைப் பயன்படுத்திக் கொள்ளலாம்.

தொடக்க வேளாண்மைக் கூட்டுறவுக் கடன் சங்கங்கள் உறுப்பினர்களுக்கு பயிர்க் கடன்கள் வழங்கி வருகின்றன. பயிர்க் கடனில் ஒரு பகுதி வேளாண் இடுபொருட்களாகவும், மற்றொரு பகுதியான சாகுபடி செலவினம் ரொக்கமாகவும் வழங்கப்படுகிறது. தற்போது பணமில்லா பரிவர்த்தனைகளை ஊக்குவிக்கும் பொருட்டும், மேலும் பயிர்க் கடன்

தொகையிலிருந்து விவசாயிகள் செலவிடும் சாகுபடி செலவினங்களை பணமில்லா பரிவர்த்தனைகள் மூலம் செலவிடுவதை ஊக்குவிக்கும் பொருட்டு இந்திய அரசு ருபே விவசாயக் கடன் அட்டை திட்டத்தை செயல்படுத்த தெரிவித்தது.

ருபே விவசாயக் கடன் அட்டைகள் வங்கிகளால் மட்டுமே வழங்க இயலும் என்பதால், தொடக்க வேளாண்மைக் கூட்டுறவுக் கடன் சங்கங்களில் பயிர்க் கடன் பெறும் விவசாயிகளுக்கு மத்தியக் கூட்டுறவு வங்கியில் சேமிப்புக் கணக்கு துவக்கி, மத்தியக் கூட்டுறவு வங்கிகள் தொடக்க வேளாண்மைக் கூட்டுறவு கடன் சங்க விவசாய உறுப்பினர்களுக்கு ருபே விவசாய கடன் அட்டை வழங்கப்படும். இந்தக் கணக்கில் பயிர்க் கடனின் ரொக்கப் பகுதி வரவு வைக்கப்படும்.

ருபே விவசாயக் கடன் அட்டையைக் கொண்டு இந்தியாவிலுள்ள எந்தவொரு ஏடிஎம் இயந்திரத்திலும், மைக்ரோ ஏடிஎம் இயந்திரத்திலும் பணப் பரிவர்த்தனைகளை மேற்கொள்ளலாம்.

செயலாக்கம்

நபார்டு வங்கி, தனது அலுவலக சுற்றறிக்கை எண் **248** நாள் **11.12.2014** வாயிலாக ருபே விவசாயக் கடன் அட்டை வழங்குவது சம்பந்தமான செயலாக்க மாதிரிகளை விளக்கியுள்ளது. இதில் நம் மாநிலத்தில் செயல்படுத்தப்படும் முறை குறித்துக் கீழே காண்போம்.

தமிழ்நாட்டில் ருபே விவசாயக் கடன் அட்டை வழங்குதல் குறித்த படிநிலைகள்

- தொடக்க வேளாண்மைக் கூட்டுறவுக் கடன் சங்க உறுப்பினர்களுக்கு மாவட்டமத்தியக் கூட்டுறவு வங்கியில் கேசிசி–சேமிப்புக் கணக்கு துவக்கப்பட வேண்டும். இக்கணக்கிற்கு மத்தியக் கூட்டுறவு வங்கியால் தொடக்க வேளாண்மைக் கூட்டுறவுக் கடன் சங்க உறுப்பினர்களுக்கு ருபே விவசாயக் கடன் அட்டைகட்டணம் ஏதுமின்றி வழங்கப்படும்.தனிப்பட்ட அடையாள எண் (PIN mailer) உறுப்பினரின் வீட்டிற்கு தபால்மூலம் அனுப்பி வைக்கப்படும்.கேசிசி–சேமிப்புக் கணக்கிற்கு குறைந்த பட்ச நிலுவைத் தொகை ஏதும் பராமரிக்கத் தேவையில்லை.
- ஒவ்வொரு தொடக்க வேளாண்மைக் கூட்டுறவுக் கடன் சங்கத்திற்கும் மாவட்ட மத்தியக் கூட்டுறவு வங்கியில் டிஜிட்டல் உறுப்பினர் பதிவேடு (Digital Member Register) பராமரிக்கப்பட வேண்டும். இப்பதிவேட்டில் தொடக்க வேளாண்மைக் கூட்டுறவுக் கடன் சங்க உறுப்பினர் வாரியாக நிலம் சம்பந்தப்பட்ட விவரங்கள், பயிர் விவரம், கடன் தொகை, ரொக்க அளவு, இடுபொருட்களுக்கான தொகை, போன்ற விவரங்கள் ஏற்றப்படும்.
- தொடக்க வேளாண்மைக் கூட்டுறவுக் கடன் சங்க உறுப்பினர்கள் பயிர்க் கடனுக்கான விண்ணப்பத்தினை சங்க செயலரிடம் அளிக்க வேண்டும்.
- உறுப்பினரின் விண்ணப்பம் பரிசீலிக்கப்பட்டு, கடனளவு நிர்ணயிக்கப்படும்.
- நிர்ணயிக்கப்பட்ட கடனளவு ரொக்கம் மற்றும் இடுபொருட்களுக்கான தொகை என இரண்டாகப் பிரிக்கப்படும்.

- இடுபொருட்களுக்கான பற்று எழுதப்பட்டு, இடுபொருட்கள் வழங்கப்படும்.
- மீதமுள்ள ரொக்கத் தொகையை உறுப்பினர் வாரியாக பட்டியலிட்டு, மத்தியக் கூட்டுறவு வங்கியின் கிளை மேலாளருக்கு காசோலையுடன் அனுப்பி வைக்கப்படும். காசோலை மற்றும் பட்டியல் பெற்ற மத்தியக் கூட்டுறவு வங்கிக் கிளை மேலாளரால், தொடக்க வேளாண்மைக் கூட்டுறவுக் கடன் சங்கத்தின் பயிர்க் கடன் காசுக் கடன் கணக்கில் பற்று வைத்து, பட்டியிலில் குறிப்பிடப்பட்டுள்ள உறுப்பினர்களின் கேசிசி–சேமிப்புக் கணக்கில் வரவு வைக்கப்படும். வரவு வைக்கப்பட்ட விவரம், உறுப்பினர்களுக்கு கைபேசி வாயிலாக குறுந்தகவல் மூலம் அனுப்பி வைக்கப்படும்.
- குறுந்தகவல் செய்தி பெற்ற உறுப்பினர், இந்தியாவில் உள்ள எந்தவொரு ஏடிஎம் இயந்திரத்திலும் பணப் பரிவர்த்தனை மேற்கொள்ளலாம்.
- மேலும், தங்களுக்குத் தேவைப்படும் இடுபொருட்களுக்குத் தேவையான கட்டணத்தை ருபே விவசாயக் கடன் அட்டை மூலமாகச் செலுத்தலாம்.
- தொடக்க வேளாண்மைக் கூட்டுறவுக் கடன் சங்கங்கள் எப்பொழுதெல்லாம் உறுப்பினர்களக்கு கடனளவு நிர்ணயிக்கின்றதோ, அப்பொழுதெல்லாம் மத்தியக் கூட்டுறவு வங்கியில் உள்ள டிஜிட்டல் உறுப்பினர் பதிவேட்டில் கடனளவை உடனுக்குடன் பதிவேற்ற வேண்டும். இப்பதிவேற்றல் முறையை தொடக்க வேளாண்மைக் கூட்டுறவுக் கடன் சங்கங்கள் அதற்காக அளிக்கப்படும் இணையதளம் வாயிலாகவும் செய்ய முடியும்.

- உறுப்பினர், ஏடிஎம் இயந்திரத்திலோ அல்லது மின்னணு விற்பனைக் கருவி(PoS-Point of Sale) இயந்திரத்திலோ பணப் பரிவர்த்தனை மேற்கொள்ளும் போது உறுப்பினரின் கேசிசி–சேமிப்புக் கணக்கிலும், டிஜிட்டல் உறுப்பினர் பதிவேட்டில் உள்ள உறுப்பினர் கணக்கிலும் பற்று வைக்கப்படும்.

- உறுப்பினர்களின் பரிவர்த்தனைகள் மத்தியக் கூட்டுறவு வங்கியிலிருந்து தொடக்க வேளாண்மைக் கூட்டுறவுக் கடன் சங்கங்களுக்கு அனுப்பி வைக்கப்படும். இவ்விவரங்களை தொடக்க வேளாண்மைக் கூட்டுறவுக் கடன் சங்கங்கள் தங்களுடைய பதிவேடுகளிலும், கணினியிலும் பதிவேற்றம் செய்து கொள்ள வேண்டும்.
- ருபே விவசாயக் கடன் அட்டை பெற்ற உறுப்பினர்கள், தங்கள் அட்டையைப் பயன்படுத்தி வங்கியால் அனுப்பப்படும் தனிப்பட்ட அடையாள எண்ணை (PIN mailer) மாற்றம் செய்து கொள்ள அறிவுறுத்த வேண்டும்.
- உறுப்பினர்கள் பயிர்க் கடனைத் திருப்பிச் செலுத்தும்போது அதை தொடக்க வேளாண்மைக் கூட்டுறவுக் கடன் சங்கத்திலேயே செலுத்த வேண்டும். இப்பரிவர்த்தனைகளை Excel file வாயிலாக மத்தியக் கூட்டுறவு வங்கிக்கு அனுப்ப வேண்டும். மத்தியக் கூட்டுறவு வங்கி இப்பரிவர்த்தனைகளை டிஜிட்டல் உறுப்பினர் பதிவேட்டில் பதிவேற்றம் செய்யும்.
- உறுப்பினர்கள் இந்தியாவில் உள்ள எந்தவொரு ஏடிஎம் இயந்திரத்திலும் மாதம் ஒன்றுக்கு மெட்ரோ நகரங்களில் மூன்று முறை

அல்லது பிற இடங்களில் ஐந்து முறை கட்டணமில்லாமல் பரிவர்த்தனைகளை மேற்கொள்ளலாம். அதற்கு மேல் பரிவர்த்தனைகள் மேற்கொள்ளும்பொழுது கட்டணம் செலுத்த வேண்டியிருக்கும்.

- மின்னணு விற்பனைக் கருவி (PoS-Point of Sale) இயந்திரத்திலோ அல்லது இணையவழியிலோ (Ecommerce) செய்யப்படும் பரிவர்த்தனைகளுக்கு எண்ணிக்கை கட்டுப்பாடு கிடையாது.

ரூபே விவசாயக் கடன் அட்டை வழங்குதலில் தொடக்க வேளாண்மைக் கூட்டுறவுக் கடன் சங்கங்களின் பங்கு

1. உறுப்பினர்களின் கடன் விண்ணப்பத்தினைப் பரிசீலித்தல்
2. பரிசீலிக்கப்பட்ட விண்ணப்பத்தினை நிர்வாகக் குழுவிற்குச் சமர்ப்பித்தல்
3. கடன் வழங்குதல்
4. கடன் வசூலித்தல்
5. மத்தியக் கூட்டுறவு வங்கியின் டிஜிட்டல் உறுப்பினர் பதிவேட்டில் உடனுக்குடன் தரவினை ஏற்றுதல்

ரூபே விவசாயக் கடன் அட்டையின் பயன்கள்

1. இக் கடன்அட்டைகள் எந்தவித கட்டணமும் இன்றி தொடக்க வேளாண்மைக் கூட்டுறவுக் கடன் சங்க உறுப்பினர்களுக்கு வழங்கப்படுகிறது.
2. இக் கடன் அட்டையைப் பயன்படுத்தி இந்தியா முழுவதிலுமள்ள எந்தவொரு ஏடிஎம் இயந்திரத்திலும் பணம் எடுக்கலாம். தங்களுடைய

இடுபொருட்களுக்கான தொகையை PoS (Point of Sale) இயந்திரம் வாயிலாக ருபே விவசாயக் கடன் அட்டையை உபயோகப்படுத்தி செலுத்தலாம்.

3. பணப் பரிவர்த்தனை செலுத்தியவுடன் கைபேசிக்கு குறுந்தகவல் பெறலாம். அதனால், தங்கள் கணக்கில் உள்ள நிலுவைத் தொகையை உடனுக்குடன் அறிய முடியும்.
4. இனி வருங்காலங்களில், இக்கணக்கில் அரசின் மானியம், பயிர் காப்பீடு இழப்பீட்டுத் தொகை போன்ற அரசு சார் பணப் பரிவர்த்தனைகள் நடைபெறும்.
5. இதன் மூலம் மத்தியக் கூட்டுறவு வங்கிகள் அளிக்கும் அனைத்து வகையான நிதிச் சேவைகளையும் பெற முடியும்.
6. நாளுக்கு நாள் அதிகரித்து வரும் ரொக்கமில்லா பணப் பரிவர்த்தனைகளை தொடக்க வேளாண்மைக் கூட்டுறவுக் கடன் சங்க உறுப்பினர்களும் செய்ய முடியும்.

ருபே விவசாயக் கடன் அட்டை உறுப்பினருக்கான விபத்துக் காப்பீட்டுத் திட்டம்

ருபே விவசாயக் கடன் அட்டை வைத்திருப்போருக்கு இந்திய தேசிய பரிவர்த்தனை நிறுவனத்தால் (National Payments Corporation of India) விபத்துக் காப்பீடு அளிக்கப்படுகிறது. இத்திட்டத்தின் விவரங்கள் கீழே கொடுக்கப்பட்டுள்ளன.

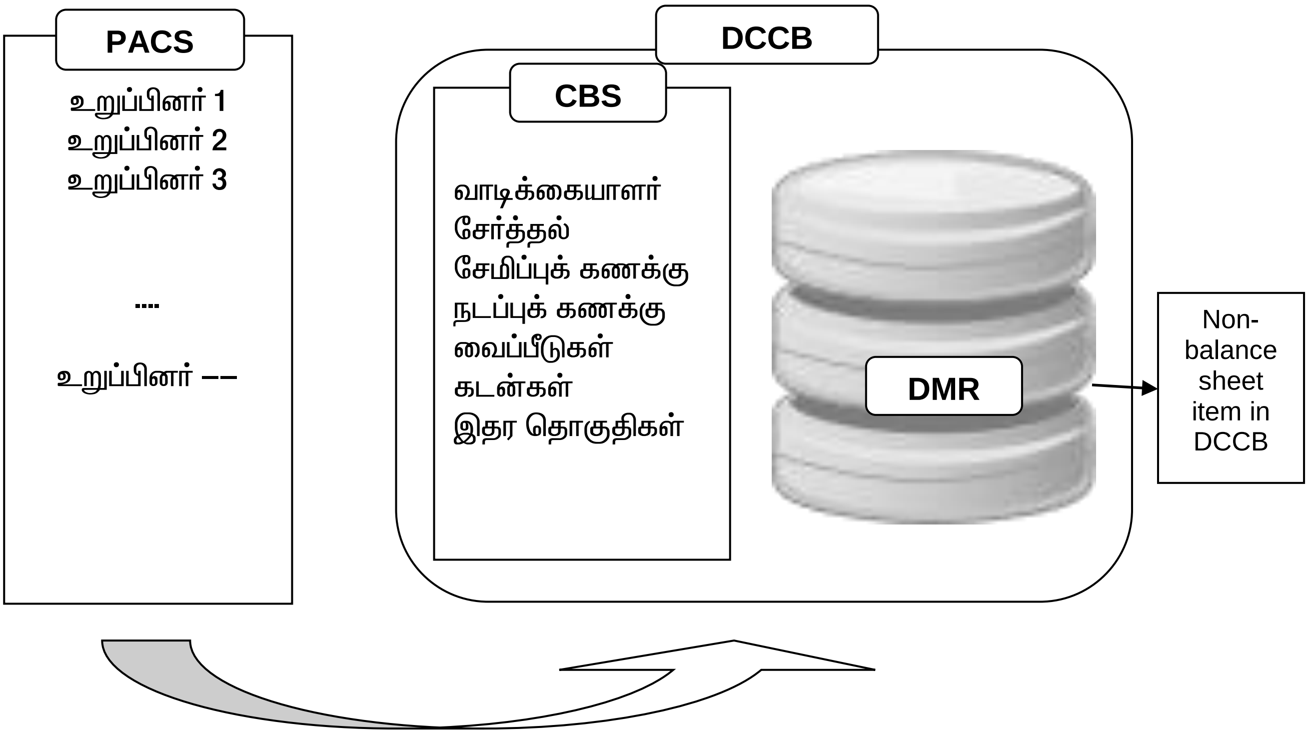
திட்ட விவரங்கள்

- உறுப்பினர்,விபத்து ஏற்பட்டு உயிரிழந்தாலோ அல்லது விபத்தில் நிரந்தர உடல் ஊனமுற்றாலோ காப்பீட்டுத் தொகை ரூ.1 இலட்சம் வரை வழங்கப்படும்.
- மத்திய அரசின் இன்சூரன்ஸ் நிறுவனமான New India Assurance Company நிறுவனத்தின் வாயிலாக இத்திட்டம் செயல்படுத்தப்படுகிறது.
- இத்திட்டத்தின் மூலம் உறுப்பினர் பயன் அடையவேண்டுமானால், விபத்து நடைபெற்ற நாளிலிருந்து 90 நாட்கள் முன்னதாகக் குறைந்தபட்சம் ஒரு முறையாவது ருபே விவசாயக் கடன் அட்டையை, ஏதாவதொரு ஏடிஎம் இயந்திரத்திலோ அல்லது PoS (Point of Sale) இயந்திரத்திலோ உபயோகப்படுத்தி இருக்க வேண்டும்.
- விபத்து நடைபெற்ற நாளிலிருந்து 90 நாட்களுக்குள் காப்பீட்டுத் தொகை கோரிக்கை விண்ணப்பத்தினை (Claim Form)மத்தியக் கூட்டுறவு வங்கி வாயிலாக இன்சூரன்ஸ் நிறுவனத்திற்கு அளிக்க வேண்டும்.

Step 1

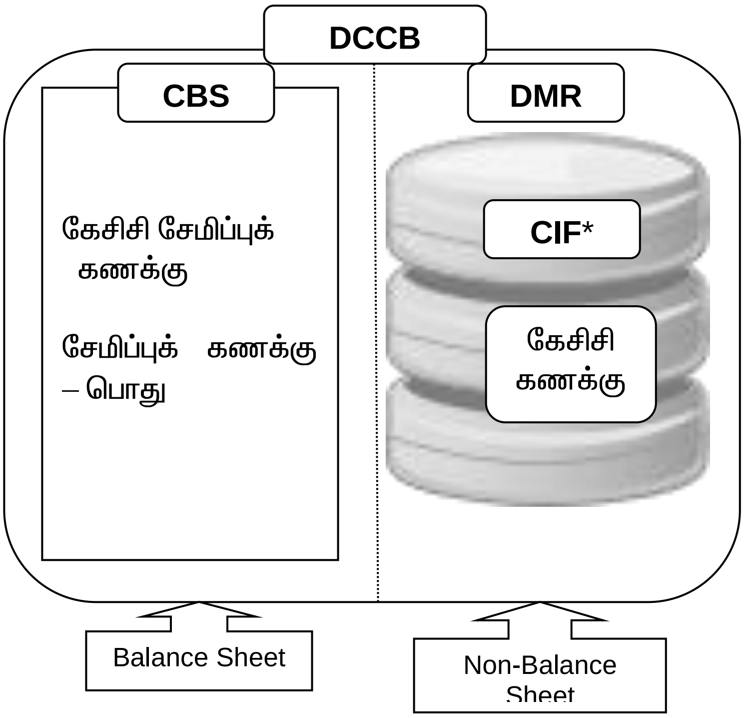
மத்தியக் கூட்டுறவு வங்கியில் டிஜிட்டல் உறுப்பினர் பதிவேடு (Digital Member Register-DMR) உருவாக்கம்

1. மத்தியக் கூட்டுறவு வங்கி CBS மென்பொருளில் சங்க வாடிக்கையாளர்களுக்கு சிறப்பு வாடிக்கையாளர் வகை (customer type) உருவாக்குதல்
2. சங்க வாடிக்கையாளர்களின் சேமிப்புக் கணக்கிற்கு சிறப்பு கணக்கு வகை (product type) உருவாக்குதல்
3. டிஜிட்டல் உறுப்பினர் பதிவேட்டில் சங்க உறுப்பினர்களுக்கு கேசிசி கணக்கு (product) உருவாக்குதல்



Step 2	**டிஜிட்டல் உறுப்பினர் பதிவேட்டில் தரவு உருவாக்குதல் / ஏற்றுதல் (DMR Data creation / loading)**

1. சங்க உறுப்பினர்களின் KYC தகவல்கள் சரிபார்க்கப்பட்டபின் மத்தியக் கூட்டுறவு வங்கியில் கணக்கு துவக்கப்படும்.
2. விவசாயிகளின் KCC கணக்கு DMRல் துவக்கப்படும்.
3. விவசாயிகளின் DMR கணக்கிற்கும், தொ.வே.கூ.க. சங்கங்கள் மத்தியக் கூட்டுறவு வங்கியிலுள்ள சேமிப்புக் கணக்கிற்கும் இணைப்பு ஏற்படுத்துதல்.



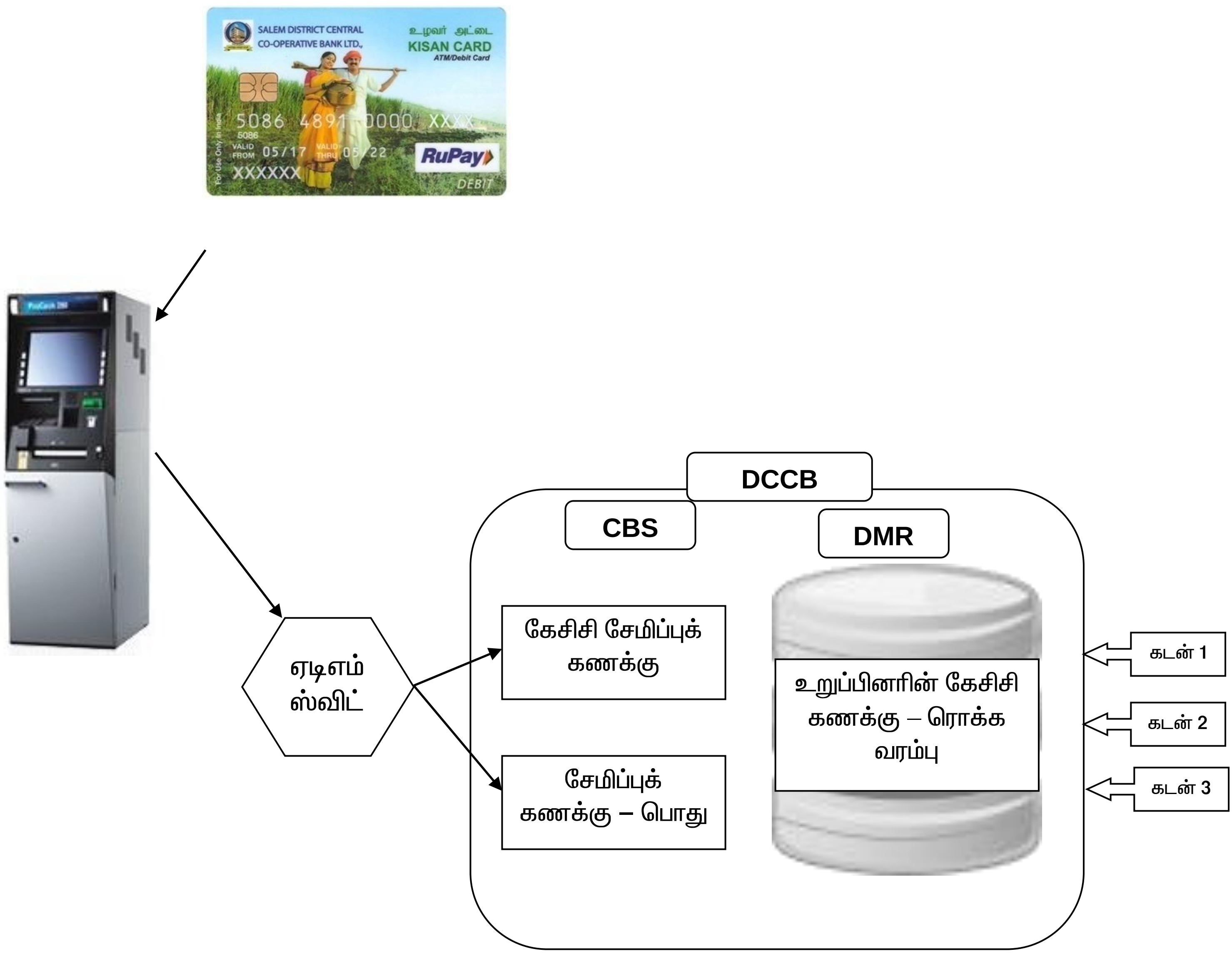
* Customer Information file

Step 3

உறுப்பினர் கடனைத் திருப்பிச் செலுத்தும்போது டிஜிட்டல் உறுப்பினர் பதிவேட்டில் தரவினை மேம்படுத்துதல் (DMR data updation)

1. மத்தியக் கூட்டுறவு வங்கியின் CBS வாயிலாக DMR கணக்கினைப் பார்க்க முடியும்.
2. சங்க உறுப்பினர்களின் கணக்கு, மத்தியக் கூட்டுறவு வங்கியின் CBS மற்றும் DMRல் வரவு செலவு செய்யப்படும்.
3. தொடக்க வேளாண்மைக் கூட்டுறவுக் கடன் சங்கங்கள், தாங்கள் வைத்துள்ள உறுப்பினர் கடன் கணக்கில் நடக்கும் வரவு செலவினை மத்தியக் கூட்டுறவு வங்கியில் உள்ள DMR கணக்கிற்கு ஃபைல் வாயிலாக பதிவேற்றம் செய்யலாம்.
4. அதேபோல், மத்தியக் கூட்டுறவு வங்கியில் உறுப்பினர்களின் கணக்கில் நடக்கும் வரவு செலவினை ஃபைல் வாயிலாக பதிவிறக்கம் செய்யலாம்.

ருபே விவசாயக் கடன் அட்டை பரிவர்த்தனை ஓட்டம்
(RUPAY KCC TRANSACTION FLOW)



இலக்க வங்கியியல்

(DIGITAL BANKING)

மின்னணு வங்கியியல் என்பது காலம் தொட்டு நடைமுறையில் இருக்கும் பணப்பரிமாற்றம், காசோலை வழங்குதல் மற்றும் அனைத்து வங்கிச் சேவைகளையும் வாடிக்கையாளர்களுக்கு கணினி மூலம் வழங்குதல் ஆகும். நமது நாட்டில் 1980–க்கு முன்பு அனைத்து வங்கிப் பணிகளும் கைமுறை செயல்பாட்டின் மூலமே நடைபெற்றது. வங்கிக் கணக்கினை பதிவதற்கு பேரேடு(Ledger)மற்றும் புத்தகம் (Register) ஆகியவை பயன்படுத்தப்பட்டது.

ஆகையால் ஒரு வாடிக்கையாளர் அவரது வங்கிக் கிளைக்குள் சென்றதும் அவருடைய கணக்கு எண் பராமரிக்கப்படும் பேரேடு எந்த கவுண்ட்டரில் உள்ளதோ அந்தக் கவுண்ட்டருக்கு சென்று அவரது பணப் பரிவர்த்தனைகளை செய்யத் தொடங்க வேண்டும், இதன் காரணமாக சில கவுண்ட்டர்களில் சில சமயங்களில் வாடிக்கையாளர்களே இல்லாமலும், சில கவுண்ட்டர்களில் வாடிக்கையாளர்கள் நீண்ட வரிசையில் நின்று பணப் பரிவர்த்தனை செய்யக் கூடிய சூழ்நிலை இருந்தது. இக்கால கட்டத்தில் வங்கி வாடிக்கையாளர் ஒவ்வொருவரும் பணப் பரிமாற்றத்திற்கு பல மணி நேரம் வங்கி கவுண்ட்டரில் செலவழிக்கும் நிலையே இருந்தது.

இந்திய ரிசர்வ் வங்கி, வங்கிகளில் வாடிக்கையாளர் சேவையை மேம்படுத்துவதற்காக பல குழுக்களை அமைத்தது. அக்குழுக்கள் வங்கிகளை கணினிமயமாக்குவதன் மூலம் பரிவர்த்தனை நேரத்தைக்

குறைக்க முடியும் என்றும் அதனால் வாடிக்கையாளர் சேவையை மேம்படுத்த முடியும் என்றும் பரிந்துரைத்தன. இதன் தொடர்ச்சியாக **1990–ம்** ஆண்டுக்குப் பிறகு பல வங்கிகள் படிப்படியாகக் கணினிமயமாக்கப்பட்டன.

முழுக்கிளை தானியக்கம்

(TOTAL BRANCH AUTOMATION - TBA)

கைமுறை செயல்பாடுகளில் உள்ள குறைகளை நிவர்த்தி செய்வதற்காக கிளையின் அனைத்து செயல்பாடுகளையும் கணினிமயமாக்கும் முறை செயல்படுத்தப்பட்டது. அதாவது ஒவ்வொரு கிளையில் உள்ள அனைத்து வாடிக்கையாளர்களின் கணக்கு விவரங்களும் அந்தக் கிளையிலேயே வைக்கப்பட்டிருக்கும் கணினி சர்வரில் உள்ள தரவுத் தளத்தில் (DATA BASE) சேமித்து வைக்கப்பட்டன. அந்தக் கிளையில் உள்ள அனைத்து கணினிகளும் இந்த சர்வருடன் நெட் வொர்க் மூலம் இணைக்கப்பட்டன. இதன் மூலம் வங்கி ஊழியர் எந்த கவுண்ட்டரில் இருந்தாலும் எல்லா வாடிக்கையாளர் கணக்கு எண்ணையும் அணுக (ACCESS) முடியும்.எனவே வங்கி வாடிக்கையாளர் எந்த கவுண்ட்டரில் வேண்டுமானாலும் பணப் பரிவர்த்தனை செய்ய முடியும். இந்த கணினிமயமாக்கல் முறை முழுக்கிளை தானியக்கம் (TOTAL BRANCH AUTOMATION – TBA) என்று அழைக்கப்பட்டது.

TBA முறையில் உள்ள குறைபாடு

இந்த முறையில் ஒவ்வொரு கிளையில் உள்ள கணக்கு விவரங்கள் அந்தக் கிளையில் உள்ள சர்வரிலேயே பாதுகாக்கப்படுகின்றன. எனவே ஒரு கிளை வாடிக்கையாளர் அதே வங்கியின் மற்றொரு கிளையில் இருந்து அவரது கணக்கில் பரிவர்த்தனை செய்ய இயலாது.

மேலும் தரவு பாதுகாப்பிற்காக தினமும் அனைத்து கணக்கு விவரங்களும் குறுந்தகடு மற்றும் டேட்புகளில் சேமிக்கப்பட்டு (BACKUP) தலைமை அலுவலகத்திற்கு அனுப்பப்படவேண்டும்.

இதற்கு தீர்வாக மைய வங்கியியல் தீர்வு (CBS) என்ற தொழில் நுட்பம் அறிமுகப்படுத்தப் பட்டது.

தொடக்க வேளாண்மைக் கூட்டுறவுக் கடன் சங்கங்களில் நடைமுறைப்படுத்தப்பட உள்ள மைய வங்கியியல் தீர்வுக்கான கட்டமைப்பு (CBS Architecture)

அ) தரவு அனுப்பப்படும் / பெறப்படும் விவரம்

தொடக்க வேளாண்மைக் கூட்டுறவுக் கடன் சங்கம் → மாவட்ட மத்தியக் கூட்டுறவு வங்கி → மத்திய தரவு மையம்

ஆ) செயல்படுத்துதல் / கண்காணிப்பு நிறுவனங்கள்

மத்திய அரசு
↓
நபார்டு வங்கி
↓
மாநில அரசு
↓
தலைமைக் கூட்டுறவு வங்கி
↓
மாவட்ட மத்தியக் கூட்டுறவு வங்கி
↓
தொடக்க வேளாண்மைக் கூட்டுறவுக் கடன் சங்கம்

இ) மென்பொருள் நிறுவனங்கள்

தேசிய தொடக்க வேளாண்மைக் கூட்டுறவுக் கடன் சங்க மென்பொருள் நிறுவனம் (National Level PACS Software Vendor – NLPSV)

தேசியதரவு களஞ்சிய நிறுவனம் (National Level Data Repository Vendor – NLDRV)

↓

ஒருங்கிணைப்பாளர்
(System Integrator – SI)

Role:

- வன்பொருள் வழங்கல்/நிறுவுதல்
- மென்பொருள் நிறுவுதல்
- பணியாளர்களுக்கு பயிற்சி அளித்தல்
- தரவு மேலாண்மை (data digitization and migration)

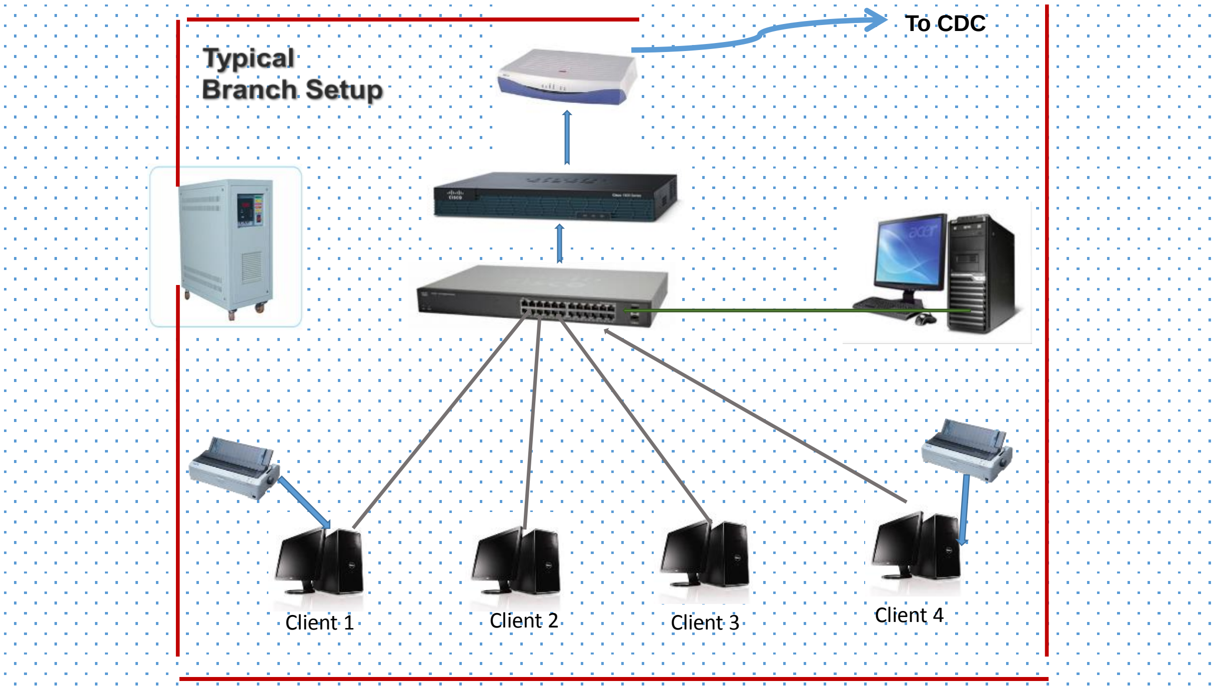
↓

தொடக்க வேளாண்மைக் கூட்டுறவுக் கடன் சங்கம்

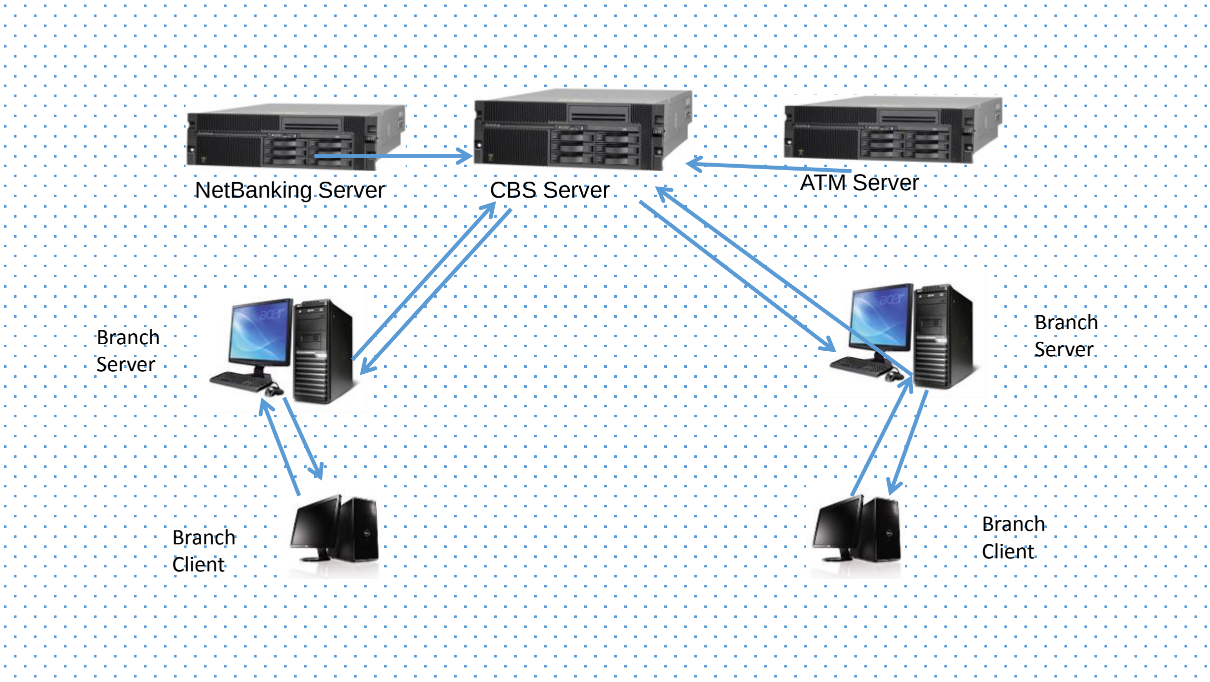
(Core Banking Solutions - CBS)

மைய வங்கியியல் தீர்வு முறையில் ஒரு வங்கியின் அனைத்து கிளைகளும் நெட் வொர்க் மூலம் இணைக்கப்பட்டிருக்கும். அந்த வங்கியின் அனைத்து கிளைகளிலும் உள்ள அனைத்து கணக்குகளின் விவரங்களும் நாட்டின் ஏதாவது ஒரு இடத்தில் உள்ள தரவு தளத்தில் (Data Base) வைக்கப்பட்டிருக்கும். இதன் காரணமாக வாடிக்கையாளர் அவ்வங்கியின் வேறு எந்த ஒரு கிளையிலிருந்தும் அவரது கணக்கில் பற்று, வரவு செய்ய இயலும். எனவே வங்கிக் கிளையின் வாடிக்கையாளர் அவ்வங்கியின் வாடிக்கையாளர் ஆகிவிடுகிறார்.

<u>மைய வங்கியியல் கட்டமைப்பு</u>



<u>மைய வங்கியியலில் பரிவர்த்தனை நடைபெறும் விதம்</u>



மின்னணு பணப் பரிமாற்றம்

(ELECTRONIC FUND TRANSFER (EFT)

மைய வங்கியியல் தீர்வு முறையில் ஒரு வங்கியின் வெவ்வேறு கிளைகளில் உள்ள கணக்கு எண்களுக்கு இடையில் பணப் பரிமாற்றம் செய்யலாம். ஆனால் இம்முறையில் ஒரு வங்கிக் கணக்கிலிருந்து மற்றொரு வங்கிக் கணக்கிற்கு நேரடியாக பணப் பரிமாற்றம் செய்ய இயலாது.

இதற்கு தீர்வாக மின்னணுப் பணப் பரிமாற்ற முறையில் ஒரு வங்கிக் கணக்கிலிருந்து மற்றொரு வங்கிக் கணக்கிற்கு இந்திய ரிசர்வ் வங்கியின் மூலம் பணப் பரிமாற்றம் செய்ய இயலும்.

இதில் இரண்டு வழி முறைகள் உள்ளன.

1) **NEFT (National Electronic Fund Transfer)**
2) **RTGS (Real Time Gross Settlement)**

இம்முறையில் பணப் பரிமாற்றம் (IFSC)என்ற குறியீடு பயன்படுத்தப்படுகிறது.இதன் மூலம் ஒரு வங்கி மற்றும் அதன் கிளையை அறிந்து கொள்ள இயலும்.

இது ஒரு பதினோரு இலக்க எண்ணாகும்.இதன் முதல் நான்கு இலக்கங்கள் ஆங்கில எழுத்துகளைக் கொண்டு அந்த வங்கியை அறிவதற்கு பயன்படுகிறது. ஐந்தாவது இலக்கம் “0” வாக (பூஜ்ஜியமாக) இருக்கும். கடைசி 6 இலக்கங்கள், எண்களைக் கொண்டு, அந்த வங்கியின் கிளையை அறிய பயன்படுகிறது.

NEFT, RTGS முறையில் பணப் பரிவர்த்தனை செய்வதற்கு பணம் செலுத்த வாடிக்கையாளர் கீழ்க்கண்ட தகவல்களை அதற்கான விண்ணப்பத்தில் பூர்த்தி செய்ய வேண்டும்.

1) அனுப்ப வேண்டிய தொகை
2) பற்று செய்ய வேண்டிய பணம் அனுப்புபவரின் கணக்கு எண்
3) பயனாளி வாடிக்கையாளரின் வங்கி மற்றும் அதன் கிளையின் பெயர்
4) பணம் சென்று சேர வேண்டிய வங்கியின் IFSC குறியீடு
5) பயனாளி வாடிக்கையாளரின் பெயர்
6) பயனாளி வாடிக்கையாளரின் கணக்கு எண்
7) அனுப்புபவரிடமிருந்து பெறுபவருக்கு அனுப்ப வேண்டிய தகவல் ஏதாவது இருப்பின்

உடனடி பணப் பரிவர்த்தனை சேவை

(Immediate Payment Service - IMPS)

IMPSசேவையை ரிசர்வ் பேங்க் ஆப் இந்தியா (RBI) மற்றும் இந்தியன் பேங்கர்ஸ் அசோசியேசன் (IBA) ஆகியவை இணைந்து ஏற்படுத்தி இருக்கும் நேஷனல் பேமண்ட்ஸ் கார்ப்பரேஷன் ஆப் இந்தியா (NPCI) வழங்குகிறது.

IMPSசேவை மூலம் ஒரு வங்கிக் கணக்கிலிருந்து மற்றொரு வங்கிக் கணக்கிற்கு உடனுக்குடன் ஒரு நாளின் 24 மணி நேரமும் பணம் அனுப்ப முடியும். (24 X 7 X 365)

IMPSமூலம் கீழ்க்கண்ட சேவைகளைப் பெற முடியும்.

1) பணம் அனுப்புதல்
2) பணம் பெறுதல்
3) வணிக நிறுவனங்களுக்கு பணம் செலுத்துதல்
4) பயணச் சீட்டிற்கு பணம் செலுத்துதல்
5) கடன் அட்டைக்கு பணம் செலுத்துதல்
6) கல்லூரி மற்றும் பள்ளிக் கட்டணம் செலுத்துதல்
7) இணையதள வர்த்தகம் செய்தல்

IMPS மூலம் பணப் பரிமாற்றத்தை கீழ்க்கண்ட சேனல்கள் மூலம் செய்யலாம்.

i) கைபேசி (Mobile Phone)
ii) வலையதளவங்கிச் சேவை (Internet Banking)
iii) ATM

கீழ்க்கண்ட முறைகளில் IMPSபரிவர்த்தனை செய்ய இயலும்.

1) பயன் பெறுபவரின் கைபேசி எண் மற்றும் எம்.எம்.ஐ. டி. (MMID)

(MMID என்பது மொபைல் மணி ஐடெண்டிபையர் என்பது ஒரு 7 இலக்க எண். இந்த எண் பயனாளியின் கைபேசி எண். எந்த வங்கியில் உள்ள கணக்கில் இணைக்கப்பட்டுள்ளதோ அந்த வங்கியால் வழங்கப்படுகிறது. ஒரு கைபேசி எண்ணிற்கு வெவ்வேறு வங்கியின் MMID–க்களை பெற முடியும்)

2) பயன் பெறுபவரின் கணக்கு எண் மற்றும் ஐ.எப்.எஸ். குறியீடு(IFSC)

3) பயன் பெறுபவரின் ஆதார் எண்

<u>பணப் பரிவர்த்தனை வரம்பு</u>–

IMPS மூலம் ஒரு நாளைக்கு ரூபாய் 5 இலட்சம் வரை பணப் பரிமாற்றம் செய்ய இயலும்.

*99 #சேவை

*99 #சேவை எ;னபது NPCI–ஆல் தொடங்கப்பட்ட ஒரு எளிமையான பணப் பரிவர்த்தனை சேவை ஆகும்.

இந்தச் சேவை USSD (அன்ஸ்ரக்சர்டு சப்ளிமெண்டரி சர்வீஸ் டேட்டா) தொழில் நுட்பத்தில் வேலை செய்கிறது. இந்த தொழில் நுட்பம் GSM (குளோபல் சிஸ்டம் பார் மொபைல் கம்யூனிகேஷன்ஸ்) கைபேசிக்காக பிரத்யேகமாக உருவாக்கப்பட்டது.

<u>*99 #சேவையின் அம்சங்கள் :–</u>

1) இணையதள வசதி இல்லாமல் செயல்படிக்கூடியது.
2) தொலைபேசி சேவை வழங்கும் எல்லா நிறுவனத்திடமும் ஒரே குறியீடாக *99 #ஐ பயன்படுத்தலாம்.
3) இந்த சேவைக்கு குறுந்தகவலுக்கான (SMS) கட்டணம் மட்டுமே வசூலிக்கப்படும்.
4) இந்த சேவையை பயன்படுத்தும் பொழுது ரோமிங் கட்டணம் கிடையாது.
5) 24 மணி நேரமும் சேவையை பெற முடியும்.
6) இந்த சேவையை பெறுவதற்கு கைபேசியில் எந்த ஒரு செயலியையும் பதிவிறக்கம் செய்யத் தேவையில்லை.

இச்சேவையின் மூலம் அரசின் நோக்கமான அனைவருக்கும் நிதிச் சேவை என்ற இலக்கை அடைய முடியும்

*99 #சேவை மூலம் கீழ்க்கண்ட சேவைகளை பெற முடியும்.

1) நிதி சார்ந்த சேவைகள்

2) நிதி சாரா சேவைகள்

3) மதிப்பு கூட்டப்பட்ட சேவைகள்

1) நிதி சார்ந்த சேவைகள்:–

a) **P2P (Person to Person)**ஒரு நபரிடமிருந்து மற்றொரு நபருக்கு பயனாளியின் கைபேசி எண் மற்றும் **MMID**மூலம் அனுப்ப முடியும்.

b) **P2A (Person to Account)**பயனாளியின் கணக்கு எண் மற்றும் IFSC மூலம் பணத்தை அனுப்பலாம்.

c) **P2U (Person to UIDAI)** பயனாளியின் ஆதார் எண் மூலம் ஆதார் எண் இணைக்கப்பட்டுள்ள வங்கிக் கணக்கிற்கு பணத்தை அனுப்ப இயலும்.

2) நிதி சாரா சேவைகள்:–

- கணக்கு எண்ணில் உள்ள நிலுவைத் தொகை அறிதல்.
- கணக்கின் குறு அறிக்கையை பெறுதல் (Mini Statement)
- உபயோகிப்பாளரின் **MMID**அறிதல்
- MPIN (Mobile Personal Identification Number)உருவாக்குதல்.
- MPIN-ஐ மாற்றுதல்
- ஒரு முறை மட்டும் உபயோகிக்கக் கூடிய கடவுச் சொல் (OTP) உருவாக்குதல்

<u>பணப் பரிவர்த்தனை வரம்பு:-</u>

***99** #சேவையின் மூலம் ஒரு பரிவர்த்தனையில் ரூபாய் ஒன்று முதல் ரூபாய் 5000/– வரை பணத்தை மாற்ற இயலும்.

3) **மதிப்புக் கூட்டப்பட்ட சேவைகள்:-**

QSAM (Query Service on Aadhar Mapper)சேவை.

***99 *99** #சேவை.இச்சேவை மூலம் உபயோகிப்பவரின் ஆத்ார் எண் எந்த வங்கியின் கணக்கு எண்ணுடன் இணைக்கப்பட்டுள்ளது என்பதை அறிய முடியும்.

ஒருங்கிணைக்கப்பட்ட பணப் பரிமாற்ற இடைமுகம்

(Unified Payment Interface - UPI)

இது ஒரு கைபேசி செயலி ஆகும்.

- 24 மணி நேரமும் உடனுக்குடன் பணப் பரிமாற்றம் செய்ய இயலும்.
- உபயோகிப்பாளர் அவருடைய மெய்நிகர் முகவரியை (Virtual Payment Address)ஏற்படுத்திக் கொள்ள முடியும்.
- மெய்நிகர் முகவரி என்பது உபயோகிப்பாளரின் கணக்கு எண்ணைக் குறிக்கக் கூடிய **email**–IDபோன்ற ஒரு தனிப்பட் முகவரி ஆகும். உதாரணமாக ஸ்டேட் பேங்க் ஆப் இந்தியாவில் உள்ள கணக்கு எண்ணிற்கு உருவாக்கப்படும் மெய் நிகர் முகவரி பெயர் @sbiஅதாவது ramesh@sbi என்று இருக்கும்.
- UPIமூலம் பணப் பரிமாற்றம் செய்யும் பொழுது பயனாளியின் கணக்கு எண்ணை முதலிலேயே பதிவு செய்திருக்கத் தேவையில்லை.
- UPIமூலம் கீழ்க்கண்ட வழிகளில் பணப் பரிமாற்றம் செய்யலாம்.

1) பயனாளியின் மெய்நிகர் முகவரி மூலம்
2) பயனாளியின் கணக்கு எண் மற்றும் IFS Code மூலம்
3) பயனாளியின் கைபேசி எண் மற்றும் MMIDமூலம்
4) பயனாளியின் ஆதார் எண் மூலம்

UPI – PIN

UPI – PIN என்பது ஒரு 6 இலக்க கடவுச் சொல். இது நாம் முதல் முறையாக UPIசெயலியில் பதிவு செய்யும் பொழுது நம்மால்

உருவாக்கப்படுவது UPIமூலம் பணப் பரிவர்த்தனை செய்யும் பொழுது இந்த எண்ணை உபயோகப்படுத்த வேண்டி இருக்கும்.

<u>பணப் பரிவர்த்தனை வரம்பு:-</u>

UPIமூலம் ஒரு நாளைக்கு ரூபாய் ஒரு இலட்சம் வரை பணப் பரிமாற்றம் செய்ய இயலும்.

<u>பீம் செயலி</u> (BHIM-APP)

பாரத் இண்டர்பேஸ் பார் மணி என்பது ஒரு கைபேசி செயலி ஆகும். இதன் மூலம் ஒரு வங்கிக் கணக்கிலிருந்து மற்றொரு வங்கிக் கணக்கிற்கு உடனுக்கடன் 24 மணி நேரமும் பணப் பரிமாற்றம் செய்ய முடியும்.

இந்தச் செயலியின் மூலம் கீழ்க்கண்ட சேவைகளைப் பெற முடியும்.

1) பணம் அனுப்புதல்:-

உபயோகிப்பாளர் கீழ்க்கண்ட வழிகளில் பணத்தை அனுப்ப முடியும்.

a) மெய்நிகர் முகவரி (VPA)

b) கணக்கு எண் மற்றும் IFS Code

c) பயனாளியின் ஆதார் எண்

d) QR Code

2) பணம் கேட்டுப் பெறும் வசதி (Request Money)

உபயோகிப்பாளர் மெய் நிகர் முகவரி மூலம் பணம் பெறுவதற்கான கோரிக்கையை அனுப்பலாம்.

3) ஸ்கேன் செய்து பணம் அனுப்பும் முறை:-

உபயோகிப்பாளர் QR Code–ஐ ஸ்கேன் செய்து பணத்தை அனுப்ப முடியும்.

இந்த செயலியில் உபயோகிப்பாளர் தனது மெய் நிகர் முகவரியை மற்றொரு வங்கிக் கணக்குடன் இணைக்கலாம்.

பீம் செயலியை உபயோகிப்பதற்கான வழிமுறைகள்:-

Step–1

பீம் செயலியை கூகுள் பிளே ஸ்டோர் மூலம் பதிவிறக்கம் செய்து கொள்ள வேண்டும்.

Step–2

உபயோகிப்பதற்கான மொழியை தேர்வு செய்ய வேண்டும் (குற்போது 13 மொழிகளில் ஏதாவது ஒன்றை தேர்வு செய்யலாம்).

Step–3

வங்கிக் கணக்கில் இணைக்கப்பட்டுள்ள கைபேசி எண்ணை கொண்டுள்ள சிம் கார்டை தேர்வு செய்ய வேண்டும்.

Step–4

செயலியில் உள் நுழைவதற்கான கடவுச் சொல்லை உருவாக்க வேண்டும்.

Step–5

கணக்குஎண் விருப்பப்பட்டியல்**(Option)**மூலம் தேவையான வங்கிக் கணக்கு எண்ணை இணைக்க வேண்டும்.

Step–6

வங்கியின் பற்று அட்டையின் கடைசி **6** எண்கள் மற்றும் அட்டையின் முடிவு காலம் **(Maturity Date)** ஆகியவற்றைக் கொண்டு **UPI Pin**–ஐ உருவாக்க வேண்டும்.

Step–7

நமது கைபேசி எண்**@UPI**என ஒரு மெய் நிகர் முகவரி(**e.g. 94441 09125 –UPI**) தாமாகவே உருவாகிவிடும்.

பணப் பரிவர்த்தனை வரம்பு–

பீம் செயலியின் மூலம் ஒரு பரிவர்த்தனையில் ரூபாய் **20,000/–** வரையிலும், ஒரு நாளைக்கு சுமார் ரூபாய் **1,00,000/–** வரையிலும் பணப் பரிமாற்றம் செய்ய இயலும்.

TNSC வங்கியின் வலையவங்கிச் சேவை
(RETAIL NET BANKING)

தொடக்கவேளாண்மைக் கூட்டுறவுக் கடன் சங்கங்களுக்குபயன்பாட்டுச் சேவைகள் (Utility Bill Payments) வழிகாட்டி

தலைமைக் கூட்டுறவு வங்கி, தொடக்கவேளாண்மைக் கூட்டுறவுக் கடன் சங்கங்களுக்குபயன்பாட்டுச் சேவைகளை (Bill Payments facilities) வழங்கி வருகிறது.

கணக்குஇயக்கும் வழிமுறைகள்

- ஒவ்வொருதொடக்கவேளாண்மைக் கூட்டுறவுக் கடன் சங்கத்திற்கும் இச்சேவைக்கென ஒருநடப்புக் கணக்குதலைமை வங்கியில்தொடங்கவேண்டும். (பயன்பாட்டுச் சேவைக் கணக்கு)
- சங்கப் பணியாளர் ஒருவருக்குநடப்புக் கணக்கினை வலைய வங்கியியல் மூலமாகஇயக்கஅதிகாரம் வழங்கி நிர்வாகக் குழு தீர்மானம் நிறைவேற்றவேண்டும்.
- கணக்கைஇயக்கும் அதிகாரம் பெற்றவருக்குகடவுச் சொல் (password) வழங்கப்படும். இதனைக் கொண்டு பயன்பாட்டுச் சேவைக் கணக்கின் மூலம் இச்சேவையை வாடிக்கையாளருக்கு வழங்க இயலும்.
- கடவுச் சொல்லைப் பயன்படுத்தித்தான் பயன்பாட்டுச் சேவைக் கணக்கினை இயக்கமுடியும். எனவே பணப்பரிவர்த்தனைகள்அனைத்தும் கடவுச் சொல் மூலமேநடைபெறும். எனவே, வலைய வங்கியியல் மூலம் நடைபெறும் பணப்பரிவர்த்தனைகளுக்குதொடக்கவேளாண்மைக் கூட்டுறவுக் கடன் சங்கம் மட்டுமேபொறுப்பாகும்.

- தமிழ்நாடுமாநிலத் தலைமைக் கூட்டுறவு வங்கி, இச்சேவையைவழங்கும் வசதியைஏற்படுத்தித் தருபவர் மட்டுமே. எனவே, தமிழ்நாடுமாநிலத் தலைமைக் கூட்டுறவு வங்கிக்கு எந்தவிதபணச் சுமையோமற்றும் நிதிப் பொறுப்போதொடக்கவேளாண்மைக் கூட்டுறவுக் கடன் சங்கங்கள்வலைய வங்கியியல் மூலம் மேற்கொள்ளும் பணப்பரிவர்த்தனைகளுக்கு கிடையாதுஎன்பதனைதெளிவாகப் புரிந்துகொள்ளவேண்டும். (No financial responsibility and no financial liability for TNSC Bank)
- தமிழ்நாடுமாநிலத் தலைமைக் கூட்டுறவு வங்கிக்கு Bill Desk வணிகக் கூட்டாளர் (Aggregator) வழங்கும் எல்லாசேவைகளும் தொடக்கவேளாண்மைக் கூட்டுறவுக் கடன் சங்கங்களுக்கும் வழங்கப்படும்.

பயன்பாட்டுச் சேவைகணக்கிற்கு பணம் செலுத்தும் முறை

- பயன்பாட்டுச் சேவைநடப்புக் கணக்கிற்குத் தேவையான பணத்தை தொடக்க வேளாண்மைக் கூட்டுறவுக் கடன் சங்கம் NEFT மூலம் மத்தியக் கூட்டுறவு வங்கி வழியாகமாற்றம் செய்யவேண்டும்.
- பயன்பாட்டுச் சேவைநடப்புக் கணக்கில் ரொக்கஇருப்பு இருக்கும் பட்சத்தில்மட்டுமேவாடிக்கையாளர்களுக்குச் சேவைவழங்கஇயலும் என்பதால், இந்நடப்புக் கணக்கில் போதியரொக்கஇருப்பைதொடக்கவேளாண்மைக் கூட்டுறவுக் கடன் சங்கங்கள்பராமரிக்கவேண்டும்.

நிர்வாகக் குழு மற்றும் பணியாளர்களின் முக்கியபொறுப்பு

1. இச்சேவைநடப்புக் கணக்கில் நடைபெறும் அனைத்துபணப் பரிவர்த்தனைகளுக்கும் தொடக்கவேளாண்மைக் கூட்டுறவுக் கடன் சங்கங்கள்பொறுப்பாகும்.
2. பணியாளர்கள் ஓய்வு பெறும்போது, தமிழ்நாடுமாநிலத் தலைமைக் கூட்டுறவு வங்கிக்கு, அப்பணியாளரின் யூசர் ஐ.டி. (User id), கடவுச் சொல்லை நிறுத்தம் செய்ய தெரிவிக்க வேண்டும். அப்பணிக்கு வேறு பணியாளரை நிர்வாகக் குழுவின் தீர்மானம் மூலம் நியமனம் செய்யவேண்டும். புதியபணியாளர்களுக்கு புதிய யூசர் ஐ.டி. மற்றும் கடவுச் சொல்லைப் பெற்றுக் கொள்ளவேண்டும். இதற்குச் தொடக்கவேளாண்மைக் கூட்டுறவுச் கடன் சங்கமும், நிர்வாகக் குழுவுமே முழு பொறுப்பாகும்.
3. பணியாளர் பணியில் இடைநீக்கம் செய்யப்பட்டாலோ அல்லது நீண்ட விடுமுறையில் செல்ல நேர்ந்தாலோ, தமிழ்நாடு மாநிலத் தலைமைக் கூட்டுறவு வங்கிக்கு, அப்பணியாளரின் யூசர் ஐ.டி., கடவுச் சொல்லை நிறுத்தம் செய்ய தெரிவிக்க வேண்டும். அப்பணிக்கு வேறு பணியாளரை நிர்வாகக் குழுவின் தீர்மானம் மூலம் நியமனம் செய்ய வேண்டும். புதிய பணியாளர்களுக்கு புதிய யூசர் ஐ.டி. மற்றும் கடவுச் சொல்லைப் பெற்றுக் கொள்ள வேண்டும். இதற்குச் சங்கம் மற்றும் நிர்வாகக் குழு முழு பொறுப்பாகும்.
4. துமிழ்நாடு மாநிலத் தலைமைக் கூட்டுறவு வங்கி வழங்கும் வலைய வங்கியியல் விதிமுறைகள் மாறும் போது, அம்மாற்றம் தொடக்க வேளாண்மைக் கூட்டுறவுக் கடன் சங்கங்களின் தனிநபர் வலைய வங்கியியல் சேவைக்கும் பொருந்தும்.

கடவுச் சொல்பாதுகாப்பு

1. கடவுச் சொல் என்முத தொடக்க வேளாண்மைக் கூட்டுறவுக் கடன் சங்கத்தின் தீர்மானத்தின்படி வழங்கப்படுகிறது. ஏனவே பயன்பாட்டுக் கணக்கினை இயக்குபவர் கடவுச் சொல்லைப் பாதுகாப்பாக வைத்திருக்க வேண்டும்.
2. கடவுச் சொல்லை எங்கும் எழுதி வைக்கக் கூடாது. ஆதனை நினைவில் நிறுத்திக் கொள்ள வேண்டும்.
3. கடவுச் சொல்லை மறந்தால் அதனை வலைய வங்கியியலின் மூலம் மாற்றிக் கொள்ளலாம்.
4. கடவுச் சொல்லை அடிக்கடி மாற்றம் செய்ய வேண்டும். இதன் மூலம் கடவுச் சொல் பாதுகாப்பு பெறுகிறது என்பதைத் தெரிந்து கொள்ளவும்.
5. கடவுச் சொல் 90 நாட்களுக்கு மட்டுமே செல்லுபடியாகும். எனவே, 90 நாட்களுக்கு ஒருமுறை கட்டாயமாக கடவுச் சொல்லை மாற்றம் செய்ய வேண்டும்.
6. கடவுச் சொல் என்பதனைஇரகசியமாக வைத்துக் கொள்ள வேண்டும். கடவுச் சொல்லை யாருடனும் பகிர்ந்து கொள்ளக் கூடாது.
7. தொடக்க வேளாண்மைக் கூட்டுறவுக் கடன் சங்கத்தின் பயன்பாட்டுக் கணக்கினை நாள்தோறும் முறைப்படி நேர் செய்யவேண்டும்.
8. சங்கம் www.tnscbank.net என்ற இணையதளத்தில் Log-in செய்து (மெனு–Account -> Statement of Accounts) நடப்புக் கணக்கு பரிவர்த்தனைகளை சரிபார்த்து நாள்தோறும் PDF அச்சுப் பிரதி எடுத்து கோப்பில் வைக்க வேண்டும்.

நடப்புக் கணக்குபரிவர்த்தனையைசரிபார்க்க மற்றும் கணக்கு அறிக்கையைஅச்சுப் பிரதிஎடுத்தல் குறித்த விவரம்

சங்கப் பணியாளர் / அனுமதிக்கப்பட்ட பணியாளர் www.tnscbank.net என்ற இணையதளத்தில் log-in செய்து, வலைய வங்கியியல் யூசர் ஐ.டி. மற்றும் கடவுச் சொல்லை உபயோகித்து, ஒவ்வொரு தேதிக்கும் வலைய வங்கியியல் மூலம் மேற்கொண்ட பரிவர்த்தனை பணிகளின் விவரங்களை கீழ்க்கண்டவாறு பதிவிறக்கம் செய்து, தனியாக பதிவேட்டில் ஒட்டி வைக்க வேண்டும். இந்தப் பரிவர்த்தனை விவரங்கள் சங்க கணக்குகளில் வரவு செலவு செய்ய ஆதாரமாக இருக்கும்.

Log In ⟶ Menu ⟶ Accounts ⟶ Statement of Accounts ⟶ select 'A/c. No.' ⟶
Give 'From Date' & 'To Date' ⟶Format Type ⟶ Select 'PDF' ⟶ Click 'Download' ⟶
Save on Desktop ⟶ Take Print

- இந்தக் கணக்கு அறிக்கையில் (Statement of Accounts)சங்கம் அன்றைய தேதியில் மேற்கொண்ட வரவு செலவுகள்அனைத்தும் இடம் பெறும்.
- இதனை, சங்கம் அன்றைய தேதிய பற்றுச் சீட்டுடன் (Vouchers) ஒப்பிட்டு சரிபார்த்துக் கொள்ளவேண்டும்.
- கணக்கு அறிக்கையை (PDF) அச்சுப் பிரதி எடுத்து தணிக்கைக்காக கோப்பில் சேர்க்க வேண்டும்.
- மேற்கண்டவாறு பதிவிறக்கம் செய்து தனியாக பதிவேட்டில் பராமரித்து, சங்க கணக்குகளில் வரவுசெலவு செய்வதை ஆய்வு அலுவலர்கள் உறுதி செய்து கொள்ள வேண்டும்.

ஆதார் மூலம் பணப் பரிவர்த்தனைசேவை
(Aadhaar Enabled Payment System (AEPS)

ஆதார் எண்ணைக் கொண்டு வங்கி சார்ந்த பணப் பரிவர்த்தனைகளை மேற்கொள்ளும் சேவையே AEPS எனும் சேவையாகும். மைக்ரோஏடிஎம் மற்றும் மின்னணு விற்பனைக் கருவி (PoS-Point of Sale) வாயிலாக கீழ்க்கண்ட சேவைகளை வாடிக்கையாளர் பெறமுடியும்.

1. இருப்பு விசாரணை (Balance Enquiry)
2. பணம் எடுத்தல் (Cash withdrawal)
3. பணம் செலுத்துதல் (Cash deposit)
4. ஒரு ஆதார் எண்ணிலிருந்து மற்றொரு ஆதார் எண்ணிற்கு பணப் பரிவர்த்தனை (Aadhaar to Aadhaar Fund Transfer)

இச்சேவையைப் பெறுவதற்கு வாடிக்கையாளர் தங்கள் கணக்கில் ஆதார் எண்ணை இணைத்திருக்க வேண்டும்.

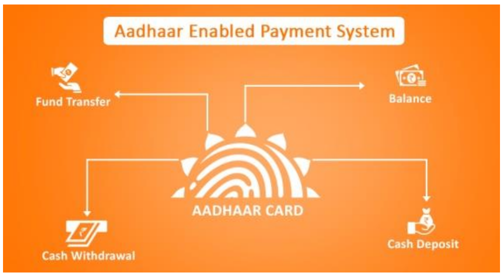
வருங்காலத்தில் ஒவ்வொருதொடக்க வேளாண்மைக் கூட்டுறவுக் கடன் சங்கத்திற்கும் மைக்ரோஏடிஎம் அல்லது மின்னணு விற்பனைக் கருவி (PoS-Point of Sale) அளிக்கப்படும். சங்கங்கள், தங்களுடைய வாடிக்கையாளர்களுக்கு மட்டுமல்லாமல் இதர வங்கி வாடிக்கையாளர்களுக்கும் மேற்கூறிய சேவைகளை வழங்கமுடியும். இதனால் அச்சங்கங்கள் இதர வங்கிகளிடமிருந்து சேவைக் கட்டணம் பெற்று, தங்களுடைய நிதியாதாரத்தை மேம்படுத்தமுடியும்.

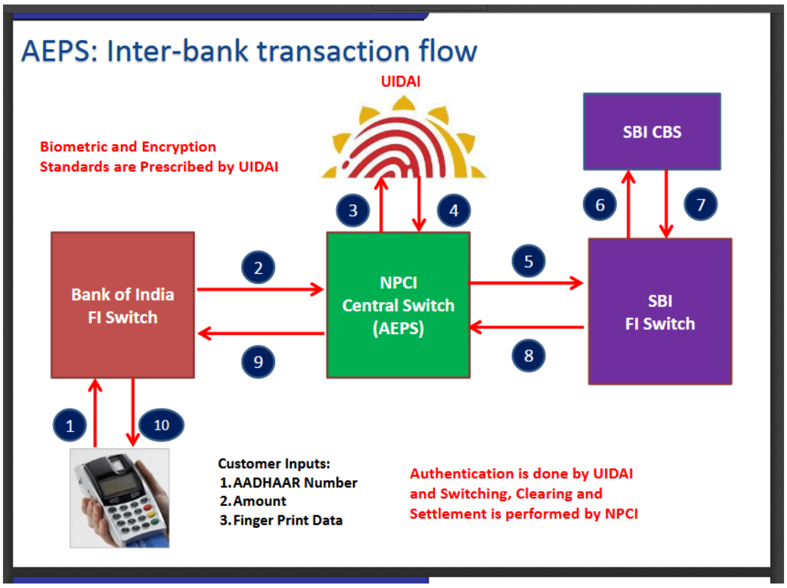
இச் சேவையை உபயோகப்படுத்தி, சங்க உறுப்பினர்கள் தங்களுடைய ருபே விவசாயக் கடன் அட்டையை உபயோகப்படுத்தி பணப் பரிவர்த்தனைகளை மேற்கொள்ளலாம்.

இச்சேவைசெயல்படும் விதம்

1. வாடிக்கையாளர் தங்களுடைய வங்கிக் கணக்கில் ஆதார் எண்ணை இணைக்க வேண்டும்.
2. இச்சேவை அளிக்கும் வங்கிக் கிளையிலோ, வணிகமுகவர்களிடமோ (Business Correspondents) சென்று, தங்களுடைய ஆதார் எண்ணையும், வங்கி விவரங்களையும் தெரிவிக்கவேண்டும்.
3. பின்னர், தங்களுடைய விரல்ரேகையைப் பதியவேண்டும்.
4. இவ்விரல்ரேகை, ஆதார் அட்டை வழங்கிய இந்திய தனித்துவ அடையாள ஆணையத்தின் (Unique Identification Authority of India) கணினியில் ஏற்கனவே உள்ள ரேகையுடன் ஒப்பிட்டுப் பார்க்கப்படும்.
5. இரண்டு ரேகைகளும் சரியாக இருப்பின், வாடிக்கையாளர் தங்களுடைய கணக்கைக் கொண்டு மேற்கூறிய நான்கு விதமான சேவைகளைப் பெறலாம்.

இச்சேவையைப் பற்றிய தொழில் நுட்ப விளக்கம் கீழே கொடுக்கப்பட்டுள்ளது.





மைக்ரோ ஏடிஎம் இயந்திரம்

ஏடிஎம் இயந்திரத்தின் சிறிய பதிப்பே மைக்ரோ ஏடிஎம். மைக்ரோ ஏடிஎம் இயந்திரம் ஜிபிஆர்எஸ் வாயிலாக வங்கியுடன் இணைக்கப்பட்டிருக்கும். இதன் மூலம் வங்கிச் சேவைகளை எந்தவொரு இடத்திலும், எந்தவொரு நேரத்திலும் வாடிக்கையாளர்களுக்கு அளிக்க முடியும்.

இந்த இயந்திரத்தின் வாயிலாக டெபிட் கார்டு, கிரடிட் கார்டு மற்றும் ஆதார் எண் மூலமாக கீழ்க்காணும் வங்கிச் சேவைகளை வாடிக்கையாளர்கள் பெறமுடியும்.

மைக்ரோஏடிஎம் இயந்திரத்தின் மூலம் மேற்கொள்ளப்படும் வங்கிச் சேவைகள்

1. பணம் டெபாசிட் செய்தல்
2. பணம் எடுத்தல்

3. பணம் அனுப்புதல்
4. பணம் கையிருப்புவிசாரணை
5. இ–கேஒய்சிவாயிலாகசேமிப்புக் கணக்குதுவக்கம்

மைக்ரோஏடிஎம் இயந்திரம் எப்படி இயங்குகிறது ?

1. வாடிக்கையாளரின் டெபிட் கார்டு அல்லது கிரடிட் கார்டை மைக்ரோ ஏடிஎம் இயந்திரத்தில் தேய்க்க வேண்டும். அல்லது ஆதார் அட்டை உடன் கைரேகையை அழுத்த வேண்டும். இதன் மூலம் வாடிக்கையாளர் சரிபார்ப்பு நடைபெறும்.
2. சரிபார்ப்பு முடிந்தவுடன், வாடிக்கையாளருக்குத் தேவைப்படும் பரிவர்த்தனைகளை இந்த இயந்திரம் காண்பிக்கும்.
3. வாடிக்கையாளருக்குத் தேவைப்படும் பரிவர்த்தனை விருப்பத்தைத் தேர்வு செய்த பின்னர், அதற்கான பரிவர்த்தனை நடைபெறும்.
4. பரிவர்த்தனை வெற்றிகரமாக முடிந்த பின், மைக்ரோ ஏடிஎம் இயந்திரத்தில் அதற்குண்டான தகவல் அந்த இயந்திரத்திலுள்ள திரையில் காட்டப்படும். ஆதற்கான இரசீது உடனுக்குடன் அச்சடித்து வாடிக்கையாளர்க்குத் தரப்படும்.
5. பரிவர்த்தனை நிறைவு பெற்ற பின்னர், வங்கியிலிருந்து வாடிக்கையாளர்களுக்கு குறுந்தகவல் செய்தி அனுப்பப்படும்.

தொடக்கவேளாண்மைக் கூட்டுறவுக் கடன் சங்கங்களில் மைக்ரோ ஏடிஎம் நிறுவுவதால் ஏற்படும் நன்மைகள்

1. ருபே விவசாயக் கடன் அட்டை வாயிலாக பணம் எடுக்க விரும்பும் உறுப்பினர்களுக்கு சங்க அளவிலேயே பணம் அளிக்கலாம். இதற்கான பரிவர்த்தனை மத்தியக் கூட்டுறவு வங்கியில் நடைபெறும்.
2. இந்த இயந்திரத்தைப் பயன்படுத்தி எந்தவொரு இடத்திலும் வங்கிச் சேவைகளை அளிக்கமுடியும்.
3. இச்சேவை அளிப்பதால் சங்கங்களுக்கு வருவாய் கிடைக்கும்.
4. பயோமெட்ரிக் முறையும் இருப்பதால் வாடிக்கையாளரின் ஆதார் எண் மற்றும் கைரேகையைப் பயன்படுத்தி வங்கிச் சேவை அளிக்கும்போது பாதுகாப்பானதாக இருக்கும்.
5. கிராமபுறப் பகுதிகளில் அரசின் டிஜிட்டல் நிதி பரிவர்த்தனைகளை ஊக்குவிக்க இயலும்.
6. தமிழ்நாடு அரசின் முதியோர் ஓய்வூதியத் திட்டம் (Old age pension) தொடக்க வேளாண்மைக் கூட்டுறவுக் கடன் சங்கங்களின் வாயிலாக அளிக்க முடியும்.
7. எந்தவொரு ஏடிஎம் டெபிட் கார்டையும் பயன்படுத்தி இதன் மூலம் பணப் பரிவர்த்தனை செய்யலாம்.

வங்கி சந்தைப்படுத்தல்

(BANK MARKETING)

வங்கி சந்தைப்படுத்தல் என்பது வாடிக்கையாளர்களின் தேவைகளை லாபகரமாக திருப்திபடுத்தும் வகையில் வங்கியின் தயாரிப்புகளை வழங்குவது, விளம்பரப்படுத்துவது மற்றும் விற்பனை செய்வது போன்ற ஒரு செயலாகும்.

வங்கி சந்தைப்படுத்தல் மேலாண்மை என்பது தனிப்பட்ட மற்றும் நிறுவன இலக்குகளை சந்திக்கும் பரிமாற்றங்களை உருவாக்க யோசனைகள், பொருட்கள் மற்றும் சேவைகளின் வடிவமைப்பு, விலை நிர்ணயம், ஊக்குவிப்பு மற்றும் விநியோகம் ஆகியவற்றை திட்டமிட்டு செயல்படுத்தும் செயல்முறையாகும். அடிப்படையில், மார்க்கெட்டிங் என்பது ஏற்கனவே இருக்கும் மற்றும் சாத்தியமான வாடிக்கையாளர்களின் தேவைகள் மற்றும் கோரிக்கைகளை மனதில் கொண்டு தயாரிப்புகள் மற்றும் சேவைகளை விற்க வடிவமைக்கப்பட்ட ஒரு வணிக நுட்பமாகும். சந்தைப்படுத்தல் ஐந்து கருத்துகளை அடிப்படையாகக் கொண்டது:

1. தயாரிப்பு கருத்து
2. தயாரிப்பு கருத்து
3. சந்தைப்படுத்தல் கருத்து
4. சமூக சந்தைப்படுத்தல் கருத்து
5. விற்பனை கருத்து

வங்கி சந்தைப்படுத்தல்

வங்கி சந்தைப்படுத்தல் என்பது நிறுவனத்தின் குறிக்கோள்களுக்கு ஏற்ப, போட்டியாளர்களை விட திறமையாகவும் திறமையாகவும் வாடிக்கையாளர்களின் நிதித் தேவைகள் மற்றும் விருப்பங்களை பூர்த்தி செய்யும் சேவைகளை வழங்குவதை நோக்கமாகக் கொண்ட செயல்பாடுகளின் கூட்டுத்தொகை ஆகும். வங்கியில் சந்தைப்படுத்தல் நுட்பங்களைப் பயன்படுத்துவது என்பது, வாடிக்கையாளர் திருப்தியை அதிகரிக்க மக்கள், தயாரிப்புகள் அல்லது சேவைகள், விலைகள்,

விற்பனை மேம்பாடு, கிளை மற்றும் விநியோகக் கொள்கைகளைப் பயன்படுத்தி வாடிக்கையாளர் உறவின் குறிப்பிட்ட தேவைகளை திருப்திப்படுத்த வாடிக்கையாளரை அடைய ஒரு ஒருங்கிணைந்த நிறுவன முயற்சியாகும்.

ஒரு போட்டி சந்தையில், வங்கிகள் தங்கள் சேவைகளை நாடு முழுவதும் உள்ள அலுவலகங்கள் மூலம் நிர்வாகத்தால் ஆட்சேர்ப்பு செய்யப்பட்ட விற்பனையாளர்கள் மூலம் விற்கின்றன.

இந்தியாவில் வங்கி சந்தைப்படுத்தல்

- ஆரம்பத்தில், சந்தைப்படுத்தல் என்ற கருத்து இந்திய வங்கித் துறையில் விளம்பரம் மற்றும் விற்பனை ஊக்குவிப்பு வடிவத்தில் அறிமுகப்படுத்தப்பட்டது. வங்கி சந்தைப்படுத்துதலுக்கான முதல் பெரிய படி 1971 இல் பாரத ஸ்டேட் வங்கியால் தொடங்கப்பட்டது.

- வாடிக்கையாளர் குழுக்களின் குறிப்பிட்ட தேவைகளைப் புரிந்து கொள்வதற்காக SBI குழுப் பிரிவை முன்னோடியாகக் கொண்டுள்ளது. கடன் வாங்குபவர் வாடிக்கையாளர்களை செயல்பாடு மற்றும் நான்கு முக்கிய சந்தைப் பிரிவுகள், அதாவது. வணிக மற்றும் நிறுவன, சிறு தொழில் மற்றும் வர்த்தகம், விவசாயம் மற்றும் தனியார் மற்றும் சேவை வங்கி.

- பாரம்பரிய சேவைகளில், அடமானக் கணக்குகள், மாணவர் கடன்கள், தவணைகள் போன்ற சில திட்டங்கள்.

- வெளிநாட்டு வங்கிகளும் இந்தியாவில் பல்வேறு சந்தைப்படுத்தல் நுட்பங்களை வெற்றிகரமாகப் பின்பற்றி நிதியைத் திரட்டி நுகர்வோர் கடனை மேம்படுத்துகின்றன.

- விடுதலைக்குப் பிறகு, நிதித் துறையில், குறிப்பாக வங்கித் துறையில் போட்டி கணிசமாக அதிகரித்தது.

- பழைய தனியார் துறை வங்கிகள், புதிய தலைமுறை வங்கிகள் மற்றும் வெளிநாட்டு வங்கிகளுடன் பொதுத்துறை வங்கிகளும் தங்கள் சந்தைப்படுத்தல் உத்தியை புதுப்பித்துள்ளன.

- போட்டி தர வேறுபாடுகளுக்கு வழிவகுக்கிறது, ஏனெனில் சில போட்டியாளர்கள், குறிப்பாக வெளிநாட்டு வங்கிகள் மற்றும் புதிய தனியார் வங்கிகள், மேம்பட்ட தகவல் தொழில்நுட்பத்தைப் பயன்படுத்தி உயர்தர அடிப்படை மற்றும் வெளிப்புற சேவைகளை வழங்குகின்றன.
- ஆக்கிரமிப்பு சந்தைப்படுத்தல் மற்றும் தொழில்நுட்ப கண்டுபிடிப்புகள் தனியார் வங்கிகள் வங்கி சந்தையில் நுழைய உதவுகின்றன.

- பெரும்பாலான வங்கிகளின் நிர்வாகத்திற்கு போட்டிச் சூழலில் சந்தைப்படுத்தல் பற்றிய அறிவும் அனுபவமும் இல்லை. கடந்த காலத்தில், டெபாசிட் திரட்டுதல் மற்றும் டெபாசிட் இலக்குகளை அடைவதில் முக்கிய கவனம் செலுத்தப்பட்டது.

- மார்க்கெட்டிங் உத்தி இதுவரை டெபாசிட்களில் இருந்து கடன் வரிகளை விரும்பும் மிக முக்கியமான வாடிக்கையாளர்களாக மாறியுள்ளது, சந்தையில் இருந்து பணம் திரட்டுவது, அதிக தொழில்நுட்பம் சார்ந்த தயாரிப்புகளை வழங்குவது மற்றும் தொழில்முறை ஊழியர்களை பணியமர்த்துவது மற்றும் தக்கவைப்பது.

இந்தியாவில் வங்கி சந்தைப்படுத்தல் உத்திகள்

புள்ளியியல் சந்தைப்படுத்தல்

நுகர்வோர் பார்வையாளர்களின் முக்கியத்துவம் மற்றும் நிதி விற்பனையாளர்களுக்கான தரவு முன்னெப்போதையும் விட முக்கியமானது. கடந்த காலத்தில், பெரும்பாலான நிதிச் சந்தையாளர்கள் பெரிய தரவுகளுக்கான அணுகலைக் கொண்டிருக்கவில்லை, ஏனெனில் அவர்கள் தாக்கத்தை ஏற்படுத்துவதற்கான திறன்கள் மற்றும் வரவு செலவுத் திட்டம் இல்லை. புதிய கருவிகள் மற்றும் தொழில்நுட்பங்கள் அனைத்து அளவிலான நிறுவனங்களுக்கும் மேம்பட்ட பகுப்பாய்வுகளை அணுகக்கூடியதாக

ஆக்குகின்றன, அதே நேரத்தில் டிஜிட்டல் சேனல்கள் மற்றும் தனிப்பயனாக்கப்பட்ட சலுகைகளுக்கான விருப்பம் ஆகியவை முதலீட்டு வெற்றிக்கு தரவு பகுப்பாய்வுகளை கட்டாயமாக்குகின்றன.

மொபைல் ஒருங்கிணைப்பு

மொபைல் வங்கி அல்லது கடன் சங்கத்தின் சந்தைப்படுத்தல் திட்டத்தின் ஒரு பகுதியாக மாறியுள்ளது, ஏனெனில் நுகர்வோர் தங்கள் விசாரணைகள், கொள்முதல் மற்றும் வாங்குதல்களில் கணிசமான பகுதியை தங்கள் ஸ்மார்ட்போன்கள் மூலம் நடத்துகிறார்கள். மொபைலுக்கு உகந்த மற்றும் பதிலளிக்கக்கூடிய இணையதளம் இதில் அடங்கும், மேலும் தனிப்பயன் பயன்பாடுகள் மற்றும் மொபைல் பிரச்சாரங்களும் இதில் அடங்கும். சில்லறை வணிகம் மற்றும் பிற தொழில்களில் உள்ள முன்னணி நிறுவனங்கள் ஏற்கனவே இருப்பிட அடிப்படையிலான சலுகைகள் மற்றும் விற்பனை அறிவிப்புகளை அனுப்ப மொபைலைப் பயன்படுத்துகின்றன. நுகர்வோர் ஆன்லைன் மற்றும் மொபைல் பேங்கிங் சேனல்களுக்குச் செல்லும்போது, சந்தைப்படுத்தல் வரவு செலவுத் திட்டங்களும் இதைப் பின்பற்ற வேண்டும்.

முதலீட்டின் மீதான வருவாயில் அதிக கவனம் செலுத்துதல் (ROI)

வெற்றியை அளவிட, சந்தைப்படுத்தல் பிரச்சாரங்கள் அளவிடப்பட வேண்டும். மேம்பட்ட கருவிகள் இப்போது வாடிக்கையாளரின் கொள்முதல் பாதையைப் பார்த்து, முடிவெடுக்கும் செயல்பாட்டில் எந்த சேனல்களின் கலவையைப் பயன்படுத்தியது என்பதை தீர்மானிக்க முடியும். பெரும்பாலான நிறுவனங்கள் செலவுகளைக் குறைப்பதால், சந்தைப்படுத்தல் முதலீட்டின் மீதான வருவாயை சரிபார்க்க வேண்டிய அவசியம் மிகவும் முக்கியமானதாக இருந்ததில்லை. சில வருவாயை சந்தைப்படுத்தல் முன்முயற்சிகளுடன் இணைப்பது நிதி சந்தைப்படுத்துபவர்களுக்கு "லூப்பை மூடும்". அதே சந்தைப்படுத்துபவர்கள் இப்போது தங்கள் வரவு செலவுத் திட்டங்களை இந்த திறனை பிரதிபலிக்க வேண்டும்.

தனிப்பயனாக்கம்

சிறந்த நுகர்வோர் அனுபவம் மற்றும் மேம்பட்ட தரவு பகுப்பாய்வுக்கான சாத்தியக்கூறுகளுடன், வரும் ஆண்டுகளில் தனிப்பட்ட தொடர்புகளுக்கு முன்னுரிமை அளிக்கப்பட வேண்டும். தனிப்பயனாக்கத்தின் நன்மைகள் அதிகரித்த பதில்கள் மற்றும் மாற்று விகிதங்கள், பிராண்ட் விசுவாசம் மற்றும் மீண்டும் மீண்டும் வாடிக்கையாளர்கள், பரந்த அணுகல் மற்றும் அதிகரித்த பொருத்தம். வாடிக்கையாளர்கள் தங்கள் தனிப்பட்ட சூழ்நிலையின் அடிப்படையில் தனிப்பயனாக்கப்பட்ட தீர்வுகளை நிகழ்நேரத்தில் ஈர்க்கிறார்கள். மின்னஞ்சல்களில் இருந்து மிகவும் பொருத்தமான உள்ளடக்கத்தை நுகர்வோர் எதிர்பார்க்கின்றனர். அதிகப்படியான தனிப்பட்ட ஆன்லைன் மற்றும் மொபைல் விளம்பரங்களை நுகர்வோர் பொறுத்துக்கொள்ள மாட்டார்கள்.

ஆப்டிகல் சேனலின் சந்தைப்படுத்தல்

மல்டி–சேனல் அல்லது மல்டி–சேனலுக்கு கூடுதலாக, சந்தைப்படுத்துதலில் ஆப்டிகல் சேனலின் கருத்து, நுகர்வோரின் பார்வையில் அவருக்குச் சிறந்த சேனலைப் பயன்படுத்தி நுகர்வோர் வாங்கும் மற்றும் வாங்கும் செயல்முறையைத் தொடர்புகொண்டு ஆதரிக்கும் திறனைக் குறிக்கிறது. . பொது நோக்கம் டிஜிட்டல் மற்றும் இயற்பியல் விநியோக சேனல்கள் மற்றும் டிஜிட்டல் மற்றும் மீடியா தகவல் தொடர்பு சேனல்களுக்கு இடையே சிறந்த அனுபவத்திற்காக தடையற்ற மாற்றத்தை ஆதரிப்பதாகும்.

நுகர்வோர் எவ்வாறு சந்தைப்படுத்துதலைப் பெறுகிறார்கள் என்பதற்கும் வங்கிகள் மற்றும் கடன் சங்கங்கள் எவ்வாறு செய்திகளை அனுப்புகின்றன என்பதற்கும் இடையே உள்ள இடைவெளியில் நிதிச் சந்தைப்படுத்துபவர்கள் ஒற்றைச் சேனல் சந்தைப்படுத்தலுக்கு அப்பால் பார்க்க வேண்டும்.

சமூக மீடியா மெயின்ஸ்ட்ரீம்

சமூக ஊடக சந்தைப்படுத்தல் நிதித் துறையில் முக்கிய நீரோட்டமாக மாறியுள்ளது, ஏனெனில் இன்று பெரும்பாலான பெரியவர்கள் சமூக

ஊடகங்களைப் பயன்படுத்துகின்றனர். அனைத்து சமூக வலைப்பின்னல்களிலும், பேஸ்புக் சந்தைப்படுத்துபவர்களிடையே மிகவும் பிரபலமானது, ஏனெனில் நெட்வொர்க் மிகப்பெரியது மற்றும் நெட்வொர்க் மிகவும் மேம்பட்ட விளம்பர அமைப்பை உருவாக்கியுள்ளது. குயஉநடிடிம இன் தரவு மற்றும் இலக்கு கருவிகள் சந்தையாளர்கள் தங்கள் சமூக பிரச்சாரங்களை தனிப்பயனாக்க உதவுகின்றன.

ட்விட்டர், ஸ்னாப்சாட் மற்றும் இன்ஸ்டாகிராம் ஆகியவை மக்கள்தொகையின் சில பிரிவுகளிடையே மிகவும் பிரபலமாகி வருகின்றன. சமூக ஊடக பிரச்சாரங்களை விற்பனையுடன் இணைப்பதே நிதிச் சந்தையாளர்களுக்கு தற்போதைய சவாலாக உள்ளது. இந்த சவால் பெரும்பாலான சந்தையாளர்கள் சமூக சந்தைப்படுத்துதலில் அதிக முதலீடு செய்வதைத் தடுக்கிறது.

வங்கி சந்தைப்படுத்தலின் நன்மைகள்

இன்றைய வேகமான மற்றும் அதிக போட்டி நிறைந்த நிதிச் சந்தையில், வங்கிகள் மற்றும் பிற நிதி நிறுவனங்கள் தனித்து நிற்கவும் வாடிக்கையாளர்களை ஈர்க்கவும் தங்களால் முடிந்த அனைத்தையும் செய்ய வேண்டும். இதை அடைவதற்கான மிகச் சிறந்த வழிகளில் ஒன்று பயனுள்ள சந்தைப்படுத்தல் மற்றும் பிராண்டிங் ஆகும். இருப்பினும், ஒரு வெற்றிகரமான சந்தைப்படுத்தல் உத்தியை உருவாக்குவது மற்றும் செயல்படுத்துவது எப்போதும் எளிதானது அல்ல, குறிப்பாக வங்கிகள் மற்றும் நிதி நிறுவனங்களுக்கு. இங்குதான் மார்க்கெட்டிங் ஏஜென்சியின் சேவைகள் விலைமதிப்பற்றதாக இருக்கும்.

இன்றைய பொருளாதாரத்தில் வங்கி மார்க்கெட்டிங் மற்றும் மார்க்கெட்டிங் ஏஜென்சிகள் மிக முக்கியமானதாக இருப்பதற்கான சில காரணங்கள் இங்கே:

1. மார்க்கெட்டிங் மற்றும் பிராண்டிங் நிபுணத்துவம்: சந்தைப்படுத்தல் ஏஜென்சிகள் சமீபத்திய சந்தைப்படுத்தல் போக்குகள், நுட்பங்கள் மற்றும் தொழில்நுட்பங்களை நன்கு அறிந்த நிபுணர்களின்

குழுவைக் கொண்டுள்ளன. அவர்கள் நிதித் துறையைப் பற்றிய ஆழமான புரிதலைக் கொண்டுள்ளனர் மற்றும் ஒரு வலுவான பிராண்டை உருவாக்குவதற்கும் பயனுள்ள சந்தைப்படுத்தல் பிரச்சாரத்தை உருவாக்குவதற்கும் என்ன தேவை என்பதை அறிவார்கள். இந்த அறிவு வங்கிகள் தங்கள் இலக்கு பார்வையாளர்களை திறம்பட அடையவும், தங்கள் போட்டியாளர்களிடமிருந்து தங்களை வேறுபடுத்திக் கொள்ளவும் உதவும்.

2. செலவு குறைந்த தீர்வுகள்:

மார்க்கெட்டிங் ஏஜென்சியை பணியமர்த்துவது, உங்கள் சொந்த மார்க்கெட்டிங் குழுவை ஒன்றிணைப்பதை விட செலவு குறைந்ததாக இருக்கும். ஏஜென்சிகள் பொதுவாக சந்தை ஆராய்ச்சி, பிராண்டிங், விளம்பரம், பொது உறவுகள் மற்றும் சமூக ஊடக மேலாண்மை போன்ற பல்வேறு சேவைகளை ஒரே கூரையின் கீழ் வழங்குகின்றன. இந்த பணிகளை தனித்தனியாக செய்ய தனிநபர்களை பணியமர்த்துவதை விட குறைந்த செலவில் அனைத்து மார்க்கெட்டிங் சேவைகளையும் வங்கிகள் பயன்படுத்த அனுமதிக்கிறது.

3. சமீபத்திய தொழில்நுட்பங்கள் மற்றும் கருவிகளுக்கான அணுகல்:

சந்தைப்படுத்தல் ஏஜென்சிகள் சமீபத்திய தொழில்நுட்பங்கள் மற்றும் கருவிகளில் முதலீடு செய்கின்றன, அவை பயனுள்ள சந்தைப்படுத்தல் பிரச்சாரங்களை இயக்க உதவுகின்றன. மார்க்கெட்டிங் ஏஜென்சியுடன் கூட்டாளியாக இருக்கும் வங்கிகள் இந்த அதிநவீன கருவிகளை அணுகி தங்கள் போட்டியை விட முன்னேற உதவும்.

4. சிறந்த தெரிவுநிலை மற்றும் அணுகல்:

சமூக ஊடகங்கள், டிஜிட்டல் விளம்பரம் மற்றும் பிற ஆன்லைன் தளங்கள் போன்ற பல்வேறு சந்தைப்படுத்தல் சேனல்களைப் பயன்படுத்தி வங்கிகள் அதிக பார்வையாளர்களை அடைய மார்க்கெட்டிங் ஏஜென்சிகள் உதவலாம். இந்த அதிகரித்த தெரிவுநிலை மற்றும் அணுகல் வங்கிகள் அதிக வாடிக்கையாளர்களை ஈர்க்கவும், தங்கள் பிராண்டை உருவாக்கவும் உதவும்.

தொடர்பு திறன்
(COMMUNICATION SKILL)

தற்போதைய உலகத்தில் நாம் செய்யும் ஒவ்வொரு வேலைக்கும் ஒவ்வொரு தகுதி தேவைப்படும். ஆனால் எந்தத் துறையாக இருந்தாலும் நமக்குத் தேவைப்படக்கூடிய ஒரு தகுதி... தொடர்பு திறன் (Communication Skills). அதற்கான அடிப்படைகள்:

1. கேளுங்கள்

நீங்கள் மற்றவர்களிடம் பேசும்போது, முதலில் அவர்கள் சொல்வதை கேளுங்கள். அதிகமாக பேசுவதை விட அதிகமாக கேட்பது மிக முக்கியமானது. ஒவ்வொரு விஷயத்திற்கும் சரியான விளக்கங்களை கேளுங்கள், தெளிவாகும்வரை கேட்டு தெரிந்து கொள்ளுங்கள்.

2. கவனமாக இருங்கள்

ஒரு நேரத்தில் ஒருவருடன் மட்டும் பேசுங்கள். மின்னஞ்சலில் பதிலளித்துக்கொண்டு இருக்கும்போது தொலைபேசியில் வேறு யாருடனும் பேசிக்கொண்டு இருக்காதீர்கள். இதனால் கவனம் சிதறுவதுடன், நீங்கள் கூற வரும் விஷயங்களை சரியான முறையில் கூற முடியாது.

3. எப்படி பேசுவது என்ற தெளிவுடன் இருங்கள்

நீங்கள் சாதரணமாக உங்களின் நண்பரிடம் பேசுவதை போன்றே, உங்கள் முதலாளியுடனும் பேசுவது சரியான முறை ஆகாது. முக்கியமாக நீங்கள் அனுப்பும் குறுஞ்செய்தி, மின்னஞ்சல் போன்றவை. அவற்றை உங்கள் நண்பருக்கு அனுப்பும்போது வார்த்தைகளை ‘how r u' என்றெல்லாம் டிஜிட்டல் மொழியில் சுருக்கி அனுப்பலாம்; ஆனால் அதேபோல் உங்கள் உயரதிகாரிகளுக்கு அனுப்புவது தவறு.

4. உடல் மொழி

மற்றவர்களுடன் பேசுகையில் பேசுவதை போன்று உடல்மொழியும் மிக முக்கியம். அசௌகர்யத்தில் கைகளைக் கட்டிக்கொண்டோ கவனத்தை வேறு இடத்தில் வைத்துக்கொண்டோ பேசக் கூடாது. கண்களை நேருக்கு நேர் பார்த்து, உறுதியான குரலில், தெளிவாகப் பேச வேண்டும்.

5. குறிப்பெடுத்துக் கொள்ளுங்கள்

என்னதான் நீங்கள் நினைவாற்றலுடன் இருந்தாலும், ஒரு விஷயத்தை மற்றவர்களிடம் வெளிப்படுத்தும் முன் குறிப்பெடுத்துக் கொள்ளுங்கள். இதன்மூலம் நீங்கள் கூற வரும் எந்த விஷயத்தையும் தவற விட மாட்டீர்கள், மற்றும் தெளிவுடன் கூறுவீர்கள்.

அதிகமாகப் புரியவைக்க வேண்டிய விஷயங்களுக்கு மின்னஞ்சலை பயன்படுத்தாமல் கால் செய்து பேசலாம்.

அனைவரையும் உங்களுக்கு சமமாக பாவித்து பேசுங்கள். யாரையும் கீழ்மையாக நினைத்து பேசாதீர்கள்.

என்ன பேசினாலும் நேர்மறை வார்த்தைகள், எண்ணத்துடனும், புன்னகையுடனும் பேசுங்கள்.

பேசுவதற்கு முன், அந்த வார்த்தைகள், விஷயம் சரிதானா என்று யோசியுங்கள். ஒரு விஷயத்தை ஏன் சொல்கிறீர்கள், அதை எப்படி சொல்கிறீர்கள் என்பதில் கவனம் செலுத்தினால், உரையாடலால் ஏற்படும் அசௌகர்யங்களை தவிர்க்கலாம்.

மன அழுத்த மேலாண்மை
(STRESS MANAGEMENT)

மன அழுத்தம் என்பது பாதகமான அல்லது சூழ்நிலைகளால் ஏற்படும் மன அல்லது உணர்ச்சி அழுத்தத்தின் நிலை ஆகும். இதன் எதிர்வினைகளாக சவாலான சூழ்நிலைகளைச் சமாளிப்பதிலும், ஆபத்தை எதிர்கொள்வதிலும் தடுமாற்றத்தை உடல் எதிர்கொள்ளும்.

இருப்பினும், மன அழுத்தம் நாள்பட்டதாக மாறும்போது, அது உடல் மற்றும் மன ஆரோக்யத்தில் பாதகமான விளைவுகளை ஏற்படுத்தும். இந்தியா பல்வேறு கலாசாரங்கள், மொழிகள் மற்றும் வாழ்க்கை முறைகளைக் கொண்ட நாடு. நாட்டின் வேகமான வளர்ச்சியால் வேகமான வாழ்க்கை முறை, வேலை அழுத்தம் மற்றும் சமூக நெறிமுறைகள் காரணமாக மன அழுத்தம் இந்தியாவில் பரவலாக உள்ளது.

மன அழுத்தம் என்றால் என்ன? மன அழுத்தம் என்பது ஒரு சவாலான அல்லது சூழ்நிலைக்கு ஏற்ப உடல் மற்றும் உணர்ச்சி அளிக்கும் உடனடி பதில். மனதால் உணரப்பட்டஅச்சுறுத்தல்கள் அல்லது ஆபத்தை சமாளிப்பதுற்கு உடலின் இயல்பான எதிர்வினைதான், மனஅழுத்தம்.

வேலை அழுத்தம், நிதிப் பிரச்னைகள், உறவுச் சிக்கல்கள், உடல்நலக் கவலைகள் மற்றும் அதிர்ச்சிகரமான நிகழ்வுகள் போன்ற பல்வேறு காரணிகளால் மன அழுத்தம் ஏற்படலாம்.

உடல் மன அழுத்தத்தில் இருக்கும்போது, அது அட்ரினலின் மற்றும் கார்டிசோல் போன்ற ஹார்மோன்களை வெளியிடுகிறது. இது உடலை சமாளிப்பதற்கான எதிர் தாக்குதலை நடத்துவதற்கு தயார்படுத்துகிறது. இவ்வாறு சுரப்பிகளின் இந்த திடீர் பதில் குறுகிய கால சூழ்நிலைகளை சமாளிக்க உதவியாக இருக்கும். ஆனால், நாள்பட்ட மன அழுத்தம் உடல் மற்றும் மன ஆரோக்யத்தில் பாதகமான விளைவுகளை ஏற்படுத்தும்.

மன அழுத்தம் எப்படி ஏற்படுகிறது?

வேலை அழுத்தம், நிதிச் சிக்கல்கள், உறவுச் சிக்கல்கள், உடல்நலக் கவலைகள் மற்றும் அதிர்ச்சிகரமான நிகழ்வுகள் போன்ற பல்வேறு காரணிகளால் மன அழுத்தம் ஏற்படலாம். இந்தக் காரணிகளால் உடலில் திடீர் பதிலைத் தூண்டுவதற்கு ஆயத்தமாக அட்ரினலின் மற்றும் கார்டிசோல் போன்ற ஹார்மோன்களின் சுரப்பு அதிகமாகும். இப்படி நாள்பட்ட மன அழுத்தம் உயர் இரத்த அழுத்தம், இதய நோய், மன அழுத்தம் மற்றும் பதட்டம் போன்ற உடல் மற்றும் மனநலப் பிரச்னைகளுக்கு வழிவகுக்கும்.

மன அழுத்தத்தை எப்படி சமாளிப்பது?

மன அழுத்தத்தை சமாளிக்க பல்வேறு வழிகள் உள்ளன, அவை:

உடற்பயிற்சி: வழக்கமான உடற்பயிற்சி, இயற்கையான மனநிலையை அதிகரிக்கும் எண்டோர்பின்களை வெளியிடுவதன் மூலம் மன அழுத்தத்தைக் குறைக்க உதவும்.

தியானம்: தியானம் மனதை அமைதிப்படுத்தவும், மன அழுத்தத்தைக் குறைக்கவும் உதவும்.

ஆழ்ந்த சுவாசம்: ஆழ்ந்த மூச்சுப் பயிற்சிகள் இதயத் துடிப்பைக் குறைத்து உடலைத் தளர்வடையச் செய்வதன் மூலம் மன அழுத்தத்தைக் குறைக்க உதவும்.

நேர மேலாண்மை: சரியான நேர மேலாண்மை, பணிகளுக்கு முன்னுரிமை அளித்து, பணிச்சுமையைக் குறைப்பதன் மூலம் மன அழுத்தத்தைக் குறைக்க உதவும்.

உறவுகளின் ஆதரவு: மன அழுத்த பாதிப்பு உள்ளவர்களுக்கு உறவுகளின் ஆதரவு சமூகத்தில் ஒரு பாதுகாப்பான மன நிலையை உருவாக்கும். உறவுகள் உணர்ச்சிபூர்வமான ஆதரவை வழங்குவதன் மூலம் மன அழுத்தத்தைக் குறைக்க உதவும்.

ஆரோக்யமான வாழ்க்கை முறை: ஆரோக்யமான உணவை

உட்கொள்வது, போதுமான தூக்கம், மது மற்றும் போதைப்பொருட்களைத் தவிர்ப்பது மன அழுத்தத்தைக் குறைக்க உதவும்.

மன அழுத்தத்திற்கான சிகிச்சைகள் என்ன?

மன அழுத்தத்திற்கு பல்வேறு சிகிச்சைகள் உள்ளன, அவை:

உளவியல் சிகிச்சை: பேச்சு சிகிச்சை என்றும் அழைக்கப்படும் உளவியல் சிகிச்சையானது, அடிப்படை உணர்ச்சி மற்றும் உளவியல் சிக்கல்களைக் கண்டறிந்து தீர்வு காண்பதன் மூலம் மன அழுத்தத்தை நிர்வகிக்க தனிநபர்களுக்கு உதவும்.

மருந்து: மன அழுத்த எதிர்ப்பு மருந்துகள் மற்றும் பதட்ட எதிர்ப்பு மருந்துகள் போன்ற மருந்துகள் கடுமையான சந்தர்ப்பங்களில் மன அழுத்த அறிகுறிகளை நிர்வகிக்க உதவும்.

மன அழுத்த மேலாண்மை திட்டங்கள்: மன அழுத்த மேலாண்மை திட்டங்கள் தனிநபர்கள் சமாளிக்கும் உத்திகளை உருவாக்க மற்றும் அன்றாட வாழ்க்கையில் மன அழுத்தத்தை நிர்வகிக்க உதவும்.

இந்தியாவில் மன அழுத்தம்: இந்தியா பல்வேறு கலாச்சாரங்கள், மொழிகள் மற்றும் வாழ்க்கை முறைகளைக் கொண்ட நாடு. வளர்ந்துவரும் நாடாக இருப்பதால், வேகமான வாழ்க்கை முறை, வேலை அழுத்தம் மற்றும் சமூக நெறிமுறைகள் காரணமாக மன அழுத்தம் இந்தியாவில் பரவலாக உள்ளது. இந்தியர்கள் பெரும்பாலும் தனிப்பட்ட வாழ்க்கையை விட வேலைக்கு முன்னுரிமை கொடுக்கிறார்கள். இது நீண்ட வேலை நேரம் மற்றும் அதிக மன அழுத்த நிலைக்கு வழிவகுக்கிறது.

வெற்றி மற்றும் சமூக எதிர்பார்ப்புகளை பூர்த்தி செய்வதற்கான அழுத்தம் மன அழுத்தத்தை ஏற்படுத்தும். மேலும், மனநலப் பிரச்னைகளை பற்றிய விழிப்புணர்வு இன்மையால் சமூகத்தால் ஏற்படும் சிறிய களங்கம் கூட இந்தியாவில் மன அழுத்தத்திற்கு வளைவகுக்கிறது. இதுவே மன அழுத்தத்தை சமாளிப்பதற்கு சிகிச்சை பெறுவதை கூட சவாலாக ஆக்குகிறது.

மன அழுத்தம் என்பது சவாலான சூழ்நிலைகளை சமாளிக்க உடலின் இயல்பான நிலையை எதிர்கொள்ளமுடியாத மனநிலையாகும். இதற்கு உடற்பயிற்சி, தியானம், ஆழ்ந்த சுவாசம், நேர மேலாண்மை, சமூக ஆதரவு மற்றும் ஆரோக்கியமான வாழ்க்கை முறை போன்ற மன அழுத்தத்தை சமாளிக்க பல்வேறு வழிகள் உள்ளன.

****

TNSC BANK

TNSC BANK

Post Box No.5 MADHAVARAM MILK COLONY,CHENNAI-600 051
Phone:044-2555 7737
E-mail : acsti.tnsc@gmail.com
Web: www.acstitnsc.in