

AI पोर्टल के माध्यम से भारतीय बैंकिंग सेक्टर के विकास का एक अध्ययन

Dr Manoj Kumar Bhoj

Assistant Professor - Commerce

Government Degree College Gururabanj, Almora, Uttarakhand .

manojbhojalm1977@gmail.com

सारांश, भारत की हालिया पॉलिसी कोशिशें, जैसे कि नेशनल स्ट्रेटेजी फॉर आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस, इंडिया AI मिशन, AI फॉर इंडिया 2.0 और स्किल इंडिया AI पोर्टल, AI और उससे जुड़ी टेक्नोलॉजी की संभावनाओं का फायदा उठाने की कोशिश करती हैं, साथ ही उनसे जुड़े खतरों और समस्याओं को भी पहचानती हैं रिजर्व बैंक ऑफ इंडिया ने AI/ML और उससे जुड़ी टेक्नोलॉजी की क्षमता को माना है। यह सुझाव दिया गया है कि बैंक लगातार जांच-पड़ताल और कुशल KYC/AML रेगुलेटरी मॉनिटरिंग के लिए इन्हें सही तरीके से शामिल करें। जैसा कि हेनलीन और कपलान ने बताया है, AI को उसकी इंटेलिजेंस की कैटेगरी (कॉग्निटिव, इमोशनल और सोशल इंटेलिजेंस) के आधार पर एनालिटिकल, इंसानों से प्रेरित या इंसानों जैसा AI कहा जा सकता है, या उसके विकास के चरण के आधार पर आर्टिफिशियल नैरो, जनरल या सुपर इंटेलिजेंस कहा जा सकता है। इंसानों के बराबर आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस (AI) बनाने की मौजूदा कोशिश तब शुरू हुई जब पता चला कि इलेक्ट्रॉनिक कंप्यूटर सिंबल और नंबर को संभाल सकते हैं। यह लक्ष्य इस बात को माने बिना भी हासिल किया जा सकता है कि इंसानी और मशीन इंटेलिजेंस एक जैसी हैं। फजेलन ने बताया कि कई AI रिसर्चर ने मजबूत AI या इंसानी बुद्धि के बराबर आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस हासिल करने की कोशिश की है। कमजोर AI, मजबूत AI की तुलना में कम महत्वाकांक्षी है, जिससे यह कम उथल-पुथल मचाने वाला होता है।

मुख्य शब्द, AI, AI/ML, IndusInd, Google Home, डेटा-ड्रिवन, डिवाइस आदि।

परिचय, आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस (AI) ने सिरी (Siri) और एलेक्सा (AleX) जैसी टेक्नोलॉजी के साथ जबरदस्त कमर्शियल सफलता हासिल की है और फाइनेंशियल सर्विस बिजनेस पर भी असर डाला है। कस्टमर एक्सपीरियंस को बेहतर बनाने के लिए, इंडसइंड (IndusInd) अब ग्राहकों को एलेक्सा का इस्तेमाल करके अपने बैंक अकाउंट्स को एक्सेस करने की सुविधा देता है। इंडियोरेंस सेक्टर ने कंज्यूमर्स के लिए Google Home का इस्तेमाल करके अपने क्लेम की प्रोग्रेस को वेरिफाई करना आसान बना दिया है। कस्टमर्स अब लंबे फोन कॉल का इंतजार करने के बजाय आसान वॉइस या टेक्स्ट इंस्ट्रक्शन्स के जरिए बातचीत कर सकते हैं। ये डिवाइस समय बचाते हैं और बिजनेस को अपने ग्राहकों के व्यस्त शेड्यूल को पूरा करने में मदद करते हैं। पर्सनलाइजेशन एक और अहम फायदा है जो AI कस्टमर एक्सपीरियंस में देता है। AI-पावर्ड कस्टमर रिलेशनशिप मैनेजमेंट पर बात करते समय यह सवाल उठता

है AI-पावर्ड कस्टमर रिलेशनशिप मैनेजमेंट क्या है? बैंक कस्टमर रिलेशनशिप मैनेजमेंट को बेहतर बनाने के लिए आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस का फायदा कैसे उठा सकते हैं? हार्वर्ड बिजनेस रिव्यू में एरिक कोल्सन की रिपोर्ट के अनुसार, कई ऑर्गनाइजेशन्स ने कुशल कस्टमर रिलेशनशिप मैनेजमेंट के लिए डेटा-ड्रिवन अप्रोच अपनाया है। डेटा बैंकों को बेहतर फैसले लेने में मदद कर सकता है, जिससे क्लाइंट के साथ बेहतर रिश्ते बनते हैं, लेकिन इसे सही ढंग से प्रोसेस किया जाना चाहिए। कई लोग मानते हैं कि प्रोसेसर इंसान होते हैं। डेटा-ड्रिवन शब्द का मतलब है कि डेटा को इंसानी प्रोसेसिंग के लिए सॉर्ट और समराइज किया गया है। AI आधुनिक एल्गोरिदम और मशीन लर्निंग तकनीकों का इस्तेमाल करके बड़ी मात्रा में डेटा की तेजी से और भरोसेमंद तरीके से जांच कर सकता है, जिससे यह डेटा-ड्रिवन कस्टमर रिलेशनशिप मैनेजमेंट को बेहतर बनाने के लिए एक बहुत काम का टूल बन जाता है। कई स्टडीज आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस की भूमिका की जांच करती हैं। हालाँकि, भारतीय बैंकिंग इंडस्ट्री में AI&पावर्ड कस्टमर रिलेशनशिप मैनेजमेंट पर बड़े पैमाने पर रिसर्च की कमी है। AI& पावर्ड कस्टमर रिलेशनशिप मैनेजमेंट के इस्तेमाल पर विचार करते समय मुख्य सवाल यह उठता है।

शोध पूर्व साहित्यक अवलोकन

Rui Murta 2025 AI निर्णय लेने की प्रक्रिया और पर्सनलाइज्ड बैंकिंग अनुभव को बेहतर बनाने में मदद करता है। डीप लर्निंग एल्गोरिदम क्लाइंट डेटा से महत्वपूर्ण जानकारी निकालते हैं, जिसमें व्यवहार के पैटर्न, पसंद और ट्रांजैक्शन हिस्ट्री शामिल हैं, जिससे पर्सनलाइज्ड इंटरैक्शन और प्रोडक्ट के सुझाव संभव होते हैं।

Shaikh et al., 2024 चौटबॉट और वर्चुअल असिस्टेंट 24/7 मदद और रियल-टाइम में समस्याओं का समाधान देते हैं, जिससे रिस्पॉन्सिवनेस और सुविधा बढ़ती है। AI क्लाइंट सेगमेंटेशन को ऑटोमेट करके और मार्केटिंग कम्युनिकेशन को ऑप्टिमाइज करके बैकएंड ब्रड गतिविधियों में मदद करता है, जिसके परिणामस्वरूप अधिक फोकस्ड और सफल कस्टमर इंटरैक्शन होता है। चौटबॉट का चुनाव बहुत महत्वपूर्ण है क्योंकि हर स्थिति के लिए अलग तरह के चौटबॉट की जरूरत होती है। चौटबॉट्स के आने से मौजूदा सेवाओं में सुधार हुआ है और कई ग्राहकों के साथ बातचीत करना आसान हो गया है। ये मॉर्गेज लोन, कार्ड की जानकारी आदि जैसे प्रोडक्ट्स के ऑफर और फायदों के बारे में जानकारी देते हैं। इसके अलावा, चौटबॉट्स ने मौजूदा ग्राहकों को अतिरिक्त सुविधाएँ दी हैं, जैसे कि सैंपल स्क्रीनिंग के साथ प्रोडक्ट मार्केटिंग। अंत में, चौटबॉट्स को ग्राहकों के अक्सर पूछे जाने वाले सवालों के जवाब देने के लिए आसान बनाया गया बार-बार आने वाले अनुरोधों के कारण इन सवालों के जवाब ऑटोमेट करने की जरूरत थी। सतीश और अन्य, 2020 AI&पावर्ड फ्रॉड डिटेक्शन सॉल्यूशन आधुनिक बैंकिंग ब्रड का एक अहम हिस्सा बन गए हैं, जो रियल-टाइम मॉनिटरिंग और प्रेडिक्टिव एनालिटिक्स की सुविधा देते हैं। AI की बड़ी मात्रा में ट्रांजैक्शनल और लोकेशन-बेस्ड डेटा का विश्लेषण करने की क्षमता बैंकों को धोखाधड़ी वाली गतिविधियों का पता लगाने और भविष्य के जोखिमों का अनुमान लगाने में मदद करती है।

श्रीहरि सुबुधि, 2019 जोखिम को पहले से कम करने का यह तरीका वित्तीय नुकसान को काफी हद तक कम करता है और साथ ही डिजिटल बैंकिंग सेवाओं में ग्राहकों का भरोसा बढ़ाता है। वित्तीय संस्थानों में आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस (AI) फैसला लेने की गति और गुणवत्ता को बढ़ाता है, डिफॉल्ट दरों को कम करता है और ग्राहकों की सुरक्षा को बेहतर बनाता है। हालाँकि, इसके लिए नैतिक मानदंडों पर फिर से विचार करने और रेगुलेटरी सिस्टम में बदलाव करने की भी जरूरत है। AI जोखिम के आकलन में तेजी लाकर, मशीन लर्निंग के जरिए कुशल क्रेडिट स्कोरिंग की सुविधा देकर, संदिग्ध गतिविधियों का पता लगाकर, रोजमर्रा के कामों को ऑटोमेट करके और सेवाओं को पर्सनलाइज करके बैंकों के फैसला लेने की प्रक्रिया को बेहतर बनाता है।

मीना और अन्य, 2024 इससे अंततः ग्राहकों की वफादारी और संतुष्टि बढ़ती है और संबंध बेहतर होते हैं। बैंकों के वित्तीय फैसले लेने में आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस बहुत महत्वपूर्ण है। यह जोखिम के आकलन, ग्राहक सेवा देने और नए फिनटेक एप्लिकेशन बनाने के लिए प्रेडिक्टिव मॉडलिंग को बढ़ाता है। इसके परिणामस्वरूप बैंकिंग कामकाज बेहतर जानकारी के साथ और कुशलता से होता है।

शोध विधि

उस शोध पत्र में मुख्यतया इंडियन बैंकिंग सेक्टर में आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस (AI) से चलने वाले कस्टमर रिलेशनशिप मैनेजमेंट के एप्लीकेशन को इवैल्यूएट करने के लिए एक लिटरेचर रिव्यू टेक्निक का इस्तेमाल करती है। बड़े टॉपिक पहचानने, रिसर्च बॉडी के बारे में बताने और बैंकिंग एप्लीकेशन में AI के नतीजों का आकलन करने के लिए एक लिटरेचर-बेस्ड मेथड का इस्तेमाल किया गया। यह मेथड बैंकिंग में AI से चलने वाले बूड से जुड़े कस्टमर रिलेशनशिप मैनेजमेंट टेक्निक, यूज केस और इश्यू को पूरी तरह समझने में मदद करता है। इंडियन बैंकिंग सेक्टर में AI से चलने वाले CRM पर लिमिटेड रिसर्च को देखते हुए, स्टडी का मकसद बैंकिंग बिजनेस में इस टेक्नोलॉजी की इंपॉर्टेंस को हाईलाइट करना है। रिव्यू में गूगल स्कॉलर, स्कोपस, सरकारी पब्लिकेशन और बैंक वेबसाइट के सोर्स शामिल हैं।

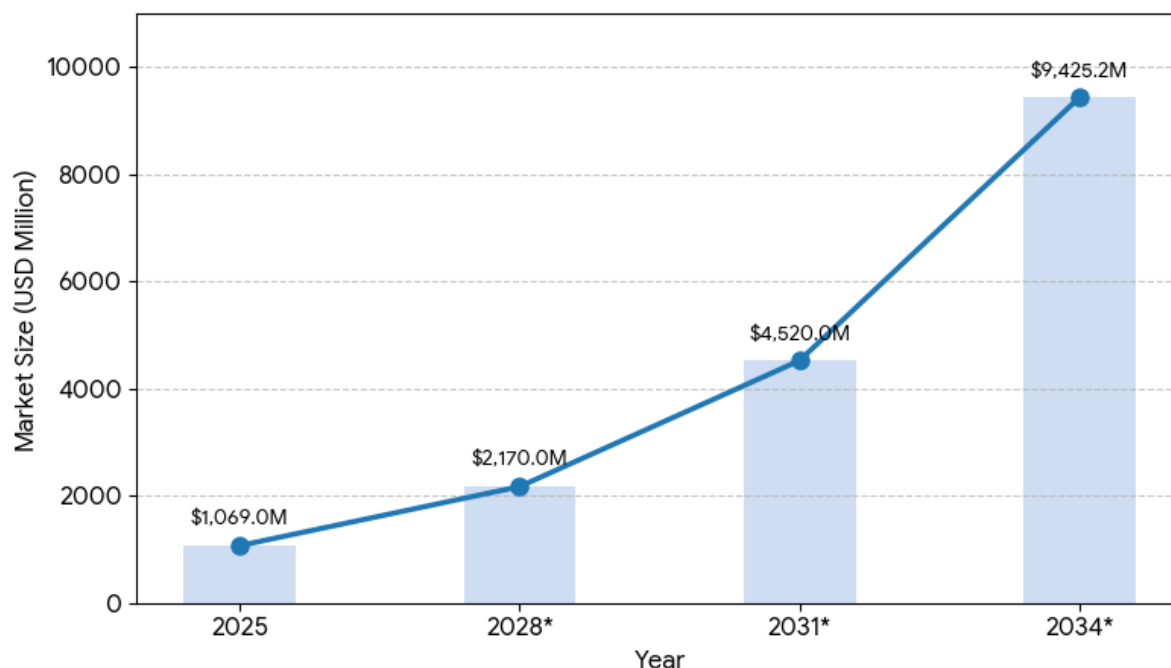
डैस्के बैंक बेहतर एंगेजमेंट पाने के लिए AI-पावर्ड रिकमेंडेशन सिस्टम और प्रेडिक्टिव कम्युनिकेशन मॉडल का इस्तेमाल करता है। AI कस्टमाइज्ड प्रोडक्ट सुझाव, टारगेटेड विज्ञापन और डिमांड फोरकास्टिंग को ऑटोमेट करके डिजिटल सेल्स को बदल देता है। जैसे-जैसे टेक्नोलॉजी और पर्सनलाइजेशन के बारे में ग्राहकों की उम्मीदें बदल रही हैं, AI इन जरूरतों को पूरा करने, लॉयल्टी बढ़ाने और पर्सनलाइज्ड फाइनेंशियल समाधानों के जरिए अपनापन महसूस कराने के लिए बहुत जरूरी हो गया है। डेटा से चलने वाला इमोशनल जुड़ावरू एक मजबूत कस्टमर रिलेशनशिप क्लाइंट के लक्ष्यों के साथ इमोशनल जुड़ाव पर निर्भर करता है। AI बैंकों को समय पर, पर्सनलाइज्ड और इमोशनली इंटेलिजेंट सुझाव देकर इसे हासिल करने में मदद करता है। रिसर्च से पता चलता है कि कस्टमर ऐसी प्रोएक्टिव मदद को सच्ची देखभाल, भरोसा बनाने और लंबे समय तक चलने वाली लॉयल्टी के रूप में देखते

है। ऑपरेशन की लागत कम करना और रेवेन्यू बढ़ाना AI इंटेलिजेंट सिस्टम के साथ फ्रंटलाइन कस्टमर एंगेजमेंट को ऑटोमेट करके, लाखों इंटरैक्शन में रिस्क बांटकर काफी कॉस्ट सेविंग करता है।

भारतीय बैंकिंग क्षेत्र, इंडियन बैंकिंग सेक्टर में **आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस एआई का बाजार आकार** 2025 तक 1069 मिलियन अमेरिकी डॉलर 8900 मिलियन अमेरिकी डॉलर से अधिक रहने का अनुमान है। IMARC ग्रुप के पूर्वानुमान के अनुसार 2034 तक **बाजार का आकार** 2654% की CAGR से बढ़कर 9425.2 मिलियन अमेरिकी डॉलर हो जाएगा। बैंकों में AI के इस्तेमाल (अडॉप्शन) और उसके कारण होने वाले विकास का विस्तृत अध्ययन नीचे दिया गया है। बैंकों में इस्तेमाल के बाद उसके कारण होने वाले विकास का विस्तृत अध्ययन नीचे दिया गया है। भारतीय बैंकिंग में AI **बाजार के आकार में वृद्धि** (2025-2034) नीचे दिये गये Graph के माध्यम से आप भारतीय बैंकिंग और BFSI (Banking, Financial Services, and Insurance) सेक्टर का AI का evaluation और Projected Growth को समझ सकते हैं। IMARC *रिसर्च ग्रुप द्वारा 2028, 2031 और 2034 के लिए 26.54% CAGR का अनुमानित विकास दर (CAGR) एआई अपनाने के प्रमुख प्रदर्शन मेट्रिक्स* में परिवर्तन बैंकों जैसे एचडीएफसी आईसीआईसीआई वीकेएसजे एसबीआई ईएसए एआई मॉडल डिसलॉय होने के बाद विभिन्न परिनियोजन क्षेत्र में उल्लेखनीय एलक्यूकेकेजे एनएस के एक्स के जीएस

मीट्रिक / संचालन	पूर्व-एआई युग (अभी तक)	पोस्ट-एआई प्रभाव (2025-2026 प्रभाव)	स्रोत / बेंचमार्क
ग्राहक समस्या का समाधान	मैन्युअल / विलंबित (घंटे)	सामान्य प्रश्नों में से 60-70% का समाधान तुरंत हो जाता है।	लिंगडइन / बीएफएसआई रुझान
डेटा प्रोसेसिंग समय	धीमे पुराने फ्रेमवर्क	प्रोसेसिंग समय में 30% की कमी	टेक्नावियो उद्योग रिपोर्ट

India AI in BFSI Market Growth Forecast (USD Million)



कस्टमर एंगेजमेंट बढ़ाना AI यूजर-फ्रेंडली फीचर्स के जरिए पर्सनलाइज्ड सामान और सर्विसेज को बेहतर बनाएगा। यह सीधा कस्टमर कनेक्शन बिना ज्यादा फिजिकल इंटरैक्शन की जरूरत के लॉयल्टी को बढ़ावा देता है। बैंक चैटबॉट जैसे एडवांस्ड AI का इस्तेमाल सोफिस्टिकेटेड एप्लिकेशन्स में भी कर सकते हैं (सिंह, 2019)। डेविड ग्रिफिथ्स के अनुसार, डिजिटल मार्केटिंग के अलावा, आसान ट्रांजैक्शन के लिए स्माइल-टू-पेज आइडेंटिफिकेशन या आसान रिक्वेस्ट को हैंडल करने वाले कन्वर्सेशनल बॉट जैसे सॉल्यूशन कस्टमर एक्सपीरियंस को बेहतर बना रहे हैं। इसके अलावा, बड़े पैमाने पर पर्सनलाइजेशन बैंकों को क्लाइंट की मांगों का अनुमान लगाने और बहुत ज्यादा कस्टमाइज्ड सर्विस देने में मदद करता है, जिससे कस्टमर एंगेजमेंट बेहतर होता है और प्रोडक्ट इनोवेशन, अपसेलिंग और क्रॉस-सेलिंग के लिए नए रास्ते खुलते हैं। AI के साथ काम शुरू करने से पहले आपको डेटा और डेटा आर्किटेक्चर की अच्छी समझ होनी चाहिए। एक IBM रिपोर्ट CRM में आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस (AI), आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस (AI) टेक्नोलॉजी अभी CRM सिस्टम के लिए जरूरी हैं, जिसमें चैटबॉट, नेचुरल लैंग्वेज प्रोसेसिंग (NLP), और मशीन लर्निंग कस्टमर इंटरैक्शन और ऑपरेशनल एफिशिएंसी को बेहतर बनाने में अहम भूमिका निभाते हैं। NLP चैटबॉट और वर्चुअल असिस्टेंट को कस्टमर के साथ मतलब की बातचीत करने में मदद करता है, जिससे सर्विस एफिशिएंसी और सैटिस्फैक्शन बेहतर होता है और मशीन लर्निंग एल्गोरिदम CRM सिस्टम को पैटर्न और ट्रेंड खोजने के लिए बड़े डेटासेट का एनालिसिस करने देते हैं, जिससे पर्सनलाइज्ड कस्टमर एक्सपीरियंस और सोच-समझकर फैसले लेने में आसानी होती है।

बैंकिंग और फाइनेंशियल इंडस्ट्री की डेटा रिचनेस और बड़ा कस्टमर बेस इसे डेटा-ड्रिवन फैसले लेने में AI और मशीन लर्निंग का फायदा उठाने के लिए सही बनाता है (सिंह, 2019)। मशीन लर्निंग, आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस का एक सबसेट है, जो कम से कम इंसानी दखल के साथ डेटा से जानकारी निकालने के लिए एल्गोरिदम का इस्तेमाल करता है। Apple का Siri, Amazon का Alexa और Google Assistant जैसे एप्लिकेशन मशीन लर्निंग का उदाहरण हैं। बैंकिंग और फाइनेंस सेक्टर इसका इस्तेमाल ऑटोमेटेड लेंडिंग, फ्रॉड का पता लगाने, फैसले लेने और कस्टमर सपोर्ट के लिए करता है। बड़े डेटासेट का एनालिसिस करने और कीमती जानकारी निकालने के लिए AI तकनीकें बहुत जरूरी हैं। ये तरीके कोरिलेशन, ट्रेंड और पैटर्न की पहचान करने के लिए मशीन लर्निंग एल्गोरिदम का इस्तेमाल करते हैं। सुपरवाइज्ड लर्निंग, एक पॉपुलर तरीका है, जो क्लासिफिकेशन या प्रेडिक्शन के लिए लेबल किए गए डेटा पर सिस्टम को ट्रेन करता है। इसके उलट, अनसुपरवाइज्ड लर्निंग एल्गोरिदम को बिना पहले से लेबल किए डेटा में रिश्तों और स्ट्रक्चर को खोजने की अनुमति देता है।

बैंकों को सबसे पहले अपने पास मौजूद डेटा को समझना चाहिए क्योंकि डेटा लेबलिंग महंगी होती है। लेबल किए गए डेटा के साथ, सुपरवाइज्ड मशीन लर्निंग को लागू करना काफी आसान हो जाता है। सुपरवाइज्ड लर्निंग मॉडल बनाने के बाद, बैंक 1% का और ज्यादा फायदा उठाने के लिए दूसरे मॉडलों पर विचार कर सकते हैं, जिससे मशीन लर्निंग प्रोग्राम एक फायदेमंद शुरुआती बिंदु बन जाता है।

AI के काम करने और नतीजे देने के लिए डेटा सबसे जरूरी चीज है। AI को सिर्फ उस नजरिए से देखने के बजाय, बैंकों को उस क्षेत्र पर विचार करना चाहिए जहाँ वे मशीन लर्निंग लागू करना चाहते हैं। बिना किसी मकसद के आगे बढ़ने के बजाय, यह समझना जरूरी है कि बैंक के पास पहले से किस तरह का डेटा और आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस मौजूद है। डेटा रणनीति के बिना AI को लागू करना नाकाम हो जाएगा, जिससे पैसे और मेहनत की बर्बादी होगी। ग्राहकों के व्यवहार को समझने के लिए मशीन लर्निंग का असरदार ढंग से इस्तेमाल करने के लिए, बैंकों को डेटा को एक साथ लाने से पहले उसे लगातार बेहतर और पूरा करना होगा। इससे सिस्टम में सही डेटा का प्रवाह सुनिश्चित होता है, जिससे मशीन लर्निंग एल्गोरिदम असरदार ढंग से सीख पाते हैं। सही तरीके से डेटा की कमियाँ को भरना

AI आधारित CRM को बेहतर गवर्नेंस स्ट्रक्चर की जरूरत है। रेगुलेटरी नियमों का पालन करने के लिए 'एक्सप्लेनेबल AI' (Explainable AI) बहुत जरूरी है क्योंकि यह AI से लिए गए फैसलों को ज्यादा पारदर्शी और समझने लायक बनाता है। AI को अपनाने के लिए FinTech इनोवेशन जरूरी हैं क्योंकि वे यह पक्का करते हैं कि टेक्नोलॉजी इंसानी फैसले लेने की क्षमता को बेहतर बनाए, न कि उसे पूरी तरह से बदल दे। दुनिया भर की सरकारें AI के सही इस्तेमाल को बढ़ावा देने के लिए सक्रिय रूप से कानून बना रही हैं क्योंकि वे इसे आर्थिक बदलाव का एक मुख्य कारण मानती हैं। भारत में इस मदद में पैसा, कानून और विज्ञान शामिल हैं। डिजिटल इंडिया, नीति आयोग

का वित्त और AI टास्क फोर्स जैसे बड़े प्रोजेक्ट आधारित समावेशी विकास के लिए एक स्पष्ट योजना देते हैं। नेशनल डेवलपमेंट फाउंडेशन से मिलने वाली भारी फंडिंग से अलग-अलग क्षेत्रों में के विकास में तेजी आने की उम्मीद है (C India] 2021)। RBI] SEBI और IRDA^c ने सुरक्षित इनोवेशन टेस्टिंग के लिए रेगुलेटरी सैंडबॉक्स लागू किए हैं।

निष्कर्ष, नतीजे बताते हैं कि AI-पावर्ड समाधान कर्मचारियों को जोखिम का आकलन करने, धोखाधड़ी का पता लगाने और क्रेडिट मूल्यांकन करने में मदद करते हैं, जिससे मानवीय निर्णय पर निर्भरता कम होती है और उपभोक्ता संबंधों को बेहतर बनाने के लिए निर्णय लेने की सटीकता में सुधार होता है। मशीन लर्निंग एल्गोरिदम जटिल वित्तीय पैटर्न का पता लगाते हैं जिन्हें लोग शायद न देख पाएँ, जिससे ज्यादा सक्रिय और जानकारीपूर्ण निर्णय लेना संभव हो पाता है। बैंकों को इस बात का ध्यान रखना चाहिए कि वे अपने समाधानों को बेहतर बनाने के लिए AI का कितना इस्तेमाल करें AI के सुझावों पर बहुत ज्यादा निर्भर रहने से कर्मचारियों की आलोचनात्मक सोच और समझ-बूझ का इस्तेमाल करने की क्षमता सीमित हो सकती है, जिससे निर्णय लेते समय कुछ महत्वपूर्ण बातें छूट सकती हैं (वेबर और अन्य, 2024)। इस स्टडी में AI-पावर्ड CRM के सिर्फ एक पहलू पर गौर किया गया। भविष्य की रिसर्च में बैंक की मुनाफेदारी, कुल परफॉर्मेंस और कर्मचारियों की परफॉर्मेंस से जुड़े AI के अन्य इस्तेमाल के तरीकों की जाँच की जा सकती है। ये नतीजे बैंकों को कस्टमर रिलेशनशिप मैनेजमेंट के लिए AI को अपनाने का मूल्यांकन करने और बेहतर संबंधों व निर्णय लेने की प्रक्रिया के लिए टेक्नोलॉजी के इस्तेमाल के बारे में ग्राहकों को जानकारी देने में मदद कर सकते हैं। बैंकिंग कामकाज का एक पहलू कस्टमर रिलेशनशिप मैनेजमेंट (CRM) है, जिसका मकसद ग्राहकों को बनाए रखना और उन्हें बेहतरीन सेवाएँ देना है। आजकल, बैंक इस काम के लिए AI-पावर्ड CRM का इस्तेमाल करते हैं, और रिसर्च से पता चलता है कि AI&पावर्ड CRM से ग्राहकों को फायदा होता है। यह स्टडी दिखाती है कि भारतीय बैंकों को डिजिटल इकोसिस्टम में खुद को कैसे देखना और स्थापित करना चाहिए ताकि वे अपने ग्राहकों के साथ लंबे समय तक चलने वाले, सार्थक संबंध बना सकें। आज की कड़ी प्रतिस्पर्धा और डिजिटल दुनिया में मजबूत ग्राहक वफादारी के लिए सिर्फ वित्तीय सेवाओं से ज्यादा की जरूरत है इसका लिए इमोशनल इंटेलिजेंस, ग्राहकों की जरूरतों के हिसाब से बातचीत और लाइफस्टाइल में तालमेल बिठाने की भी जरूरत है। आखिर में, डिजिटल युग में ग्राहकों के साथ बेहतरीन संबंध बनाए रखने के लिए बैंकों को सिर्फ सेवा प्रदाता (service provider) से कहीं ज्यादा बनना होगा। उन्हें जानकारी रखने वाले, सक्रिय (proactive) और सहानुभूति रखने वाले दोस्त के तौर पर विकसित होना होगा। AI और डेटा-आधारित जानकारी का इस्तेमाल करके, बैंक ग्राहकों के भावनात्मक जुड़ाव में एक खास जगह बना सकते हैं और सामान्य वित्तीय लेन-देन को ग्राहकों के लिए बेहद खास जीवन अनुभवों में बदल सकते हैं ।

संदर्भ ग्रन्थ सूची

- एलेक्स एवेलर, ई., और जोर्डाओ, आर. वी. डी. (2024) फ़ैसला लेने की प्रक्रिया में आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस की भूमिका दुनिया के सबसे बड़े स्टॉक एक्सचेंजों के वित्तीय विश्लेषण और उतार-चढ़ाव के पूर्वानुमान पर एक अध्ययन।
- अरुण कुमार मिट्टापेल्ली (2025)। फाइनेंस का भविष्य CRM, साइबर सुरक्षा और बैंकिंग इकोसिस्टम में AI&आधारित इनोवेशन जर्नल ऑफ आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस, मशीन लर्निंग एंड डेटा साइंस, 3(2583–9888), 5.
- बानीहानी, आई., अलावादी, एस., और एल्मराय्यान, एन. (2024)। AI और फ़ैसला लेने की प्रक्रिया हेल्थकेयर, वित्तीय और टेक्नोलॉजी सेक्टर में लिटरेचर रिव्यू। जर्नल ऑफ डिजीजन सिस्टम्स, 33(1)
- भट्टाचार्य, सी., और सिन्हा, एम. (2022) कस्टमर एक्सपीरियंस को बेहतर बनाने के लिए बैंकिंग में आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस की भूमिका।
- चक्रवर्ती, एस., और दत्ता, पी. के. (2024) डेवलपमेंट मैनेजमेंट। द इंडियन इकोनॉमी / 75, 23(4),
- चंद्रत्रेय, डॉ. ए., पाटिल, डॉ. एस. जे., अंभुले, डॉ. एच. ए., जयभय, एम. डी., और श्रीवास्तव, डॉ. पी. (2024)। कस्टमर रिलेशनशिप मैनेजमेंट में AI-आधारित प्रेडिक्टिव एनालिटिक्स। नैनोटेक्नोलॉजी परसेप्शन्स,
- कॉलिन्स, सी., डेनेही, डी., कॉनबॉय, के., और मिकालेफ, पी. (2021). सूचना प्रणाली अनुसंधान में कृत्रिम बुद्धिमत्तारु एक व्यवस्थित साहित्य समीक्षा और अनुसंधान एजेंडा।