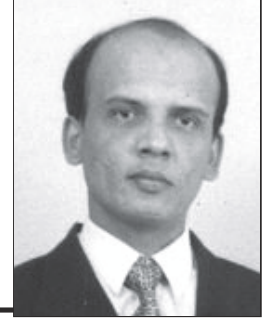




पूर्ण प्रतिस्पर्धामा नेपाल टेलिकम



उत्तम प्रसाद कोइराला
दूरसञ्चार कार्यालय, ठिमी

मोहन आकाशवाणीको नामबाट सेवा सुरुआत भई आजसम्मको नेपाल टेलिकमको इतिहासलाई हेर्दा कम्पनी हुनभन्दा पछिको समयबाहेक नेपाल टेलिकमको विकास मन्दगतिमा भएको देखिन्छ । विशेषगरी दूरसञ्चारको क्षेत्रलाई व्यवस्थित गर्नको लागि दूरसञ्चार प्राधिकरणको स्थापना भएको हो । प्राधिकरणको स्थापनापश्चात् दूरसञ्चारको क्षेत्रमा सेवाप्रदायकहरू थपिए, जसको फलस्वरूप जनताले सेवा चयनको अवसर प्राप्त गरे र साथै गुणस्तरको सेवा दिन सेवाप्रदायकहरू प्रतिस्पर्धामा उत्रन बाध्य भए । यसैअनुरूप प्रतिस्पर्धामा उत्रेको नेपालको सबैभन्दा जेठो संस्था नेपाल टेलिकम हो । पूर्ण प्रतिस्पर्धामा उत्रनका लागि नेपाल टेलिकमले ग्राहकसेवामा समर्पित, राष्ट्र निर्माण हाम्रो लक्ष्यजस्ता नारा राखेको छ । यी नारालाई सार्थक बनाउनका लागि व्यवस्थापन पक्षको साथसाथै नेपाल टेलिकमका सम्पूर्ण कर्मचारीले तन-मन लगाएर आफ्नो कार्यको उत्तरदायित्व सधैं सम्भन्नु र पालना गर्नु आवश्यक छ ।

नेपाल टेलिकममा काम गर्ने केही उच्चपदस्थ पदाधिकारीबाट आफ्नो संस्थालाई ह्वेल माछासँग दाँज्ने गरेको देखिन्छ । समुद्रमा उक्त माछाको प्रवेशसँगै साना माछालाई ठूलो माछाले खान्छ तर प्रतिस्पर्धामा उत्रिएका कम्पनीहरू आफ्नो लगानी त्यसै गर्दैनन् । उनीहरूले त्यसको केही सोच, भविष्यका कार्ययोजना, बजारको वर्गीकरण, ग्राहकको क्रयशक्तिजस्ता महत्वपूर्ण तत्वहरूको अध्ययन गरेका हुन्छन् । पूर्ण प्रतिस्पर्धामा कुनै कम्पनीलाई पनि कमजोर सम्भन्नु कम्पनीका लागि घातकसिद्ध हुन्छ ।

नेपाल टेलिकमको कार्ययोजनालाई केलाउँदा यसका केही महत्वपूर्ण कार्यहरू जस्तै- सेवा वितरण, नयाँ-नयाँ प्रविधिको सेवा प्रयोग तथा वितरण, सेवा विस्तारको योजना, मूल्य समायोजनको रणनीतिजस्ता कार्यहरूबाट हेर्दा यो कम्पनी पूर्ण प्रतिस्पर्धामा उत्रेको देखिन्छ ।

ग्राहकको मागलाई हेर्ने हो भने यसको आकर्षण भन्नु बढेको देखिन्छ । नेपाल टेलिकमले वितरण गरेको सेवामध्ये मोबाइल त्यसमा

पनि नमस्ते प्रि-पेडको माग अत्यधिक छ । यसको वितरण स्थितिलाई हेर्दा २०६० सालको पहिलो चरणको ७० हजार सिम बिक्री गर्न एक साता लागेको थियो भने २०६३ चैतमा एकै दिनमा ९० हजार सिम बिक्री भई ठूलो संख्याका ग्राहकले रिक्त हात फर्कनुपरेको थियो । यसरी प्रतिस्पर्धामा उत्रेको कम्पनीबाट सेवा खरिदका लागि आएको ग्राहक फर्कनु सुखद अनुभूति होइन । यसका लागि व्यवस्थित योजनाको आवश्यकता देखिन्छ भने व्यवस्थापनले यस्तो अवस्थालाई ग्राहकको आकर्षण भनेर पन्छिनु हुन्न ।

नेपाल टेलिकमले खरोरुपमा पूर्ण प्रतिस्पर्धामा उत्रनका लागि अझ आकर्षक योजनाका साथ बजार अध्ययन गर्नु आवश्यक छ । यसका लागि कम्पनीले ध्यान दिनुपर्ने केही महत्वपूर्ण पक्षहरू यसप्रकार छन् :

१. नयाँ-नयाँ प्रविधिको आगमन गराउनु ।
२. समयसापेक्ष मूल्य परिवर्तन गर्नु ।
३. ग्रामीण क्षेत्रलाई विशेष प्राथमिकता दिनु ।
४. शहरी क्षेत्रमा माग्नेबित्तिकै दूरसञ्चारका जुनसुकै सेवा प्रदान गर्नु ।
५. प्रत्येक कर्मचारीलाई आफ्नो कार्यको दायित्व महसुस गराउन आवश्यक पहल गर्नु ।
६. ग्राहकको गुनासा आत्मसात् गर्नु ।
७. सेवा लिन आएका ग्राहकलाई आफू आएको ठाउँको अनुभूति गराउने योजना ल्याउनु आदि ।

जुनसुकै कम्पनीको आर्थिक वातावरण ग्राहकसंख्यामा भर पर्दछ । सेवा बिक्री गर्ने कम्पनीको Assets भनेकै सेवा खरिद गर्ने तथा सेवा प्रयोगकर्ता हुन् । अतः सेवा खरिद गर्ने व्यक्तिले सेवा लिएको छु भन्ने नभई सेवा प्रयोग गरेको छु भन्ने कुराको महसुस गरेको हुनुपर्दछ । तब मात्र पूर्ण प्रतिस्पर्धाको कम्पनी नेपाल टेलिकम गुणस्तरीय सेवाको नाराका साथ बजार प्रवर्द्धनमा सधैं एक पाइला अघि हुनेछ ।