

# वीजग्राहक झाले डिजिटल

म. टा. प्रतिनिधी, मुंबई

कोरोना लॉकडाऊन काळात वीज देयके हा चर्चेचा विषय होता. तसे असले तरी याच काळात वीज देयक व समस्यांबाबत ग्राहक झपाट्याने डिजिटल झाल्याचे दिसले आहे. त्यात तिपटीने वाढ झाली. सरकारी महावितरण कंपनीच्या डिजिटायझेशनचा आकडा मात्र अद्यापही फार कमी आहे.

वीज देयकांचा डिजिटल पद्धतीने भरणा करावा, यासाठी सर्वच वीज वितरण कंपन्यांनी मोठ्या प्रमाणावर प्रसार सुरू केला. डिजिटल भरणाचा उपयोग कोरोना लॉकडाऊन काळात दिसून आला. त्यामुळे प्रामुख्याने खासगी कंपन्यांच्या ग्राहकांनी या काळात डिजिटल भरणा तसेच डिजिटल तक्रार पद्धतीचा अधिक उपयोग केला. मुंबईत सर्वाधिक ३० लाख ग्राहकसंख्या असलेल्या अदानी इलेक्ट्रिसिटी मुंबई लिमिटेडच्या (ईईएमएल) ५.५० लाख ग्राहकांनी डिजिटल व्यासपीठाचा वापर केला. तसेच अन्य १ लाख ग्राहकांनी कंपनीच्या वॉट्सअप सेवेचा वापर केला. या डिजिटल सेवा वापरात ४०० टक्के वाढ झाली. लॉकडाऊनमध्ये ग्राहकांना प्रत्यक्षात ग्राहक तक्रार



निवारण केंद्रात जाता न आल्याने ग्राहक आपोआपच डिजिटलकडे वळले. त्यातून त्यांच्या तक्रारीचे निराकरणही झाले, असे कंपनीच्या प्रवक्त्यांनी सांगितले.

ईईएमएलच्या ५.५० लाख ग्राहकांपैकी एकूण ३.७० लाख ग्राहकांनी यावर्षी संकेतस्थळाद्वारे संपर्क साधला. गेल्यावर्षी अशा ग्राहकांची संख्या अवघी ८० हजार इतकी होती. दीड लाख ग्राहकांनी कंपनीच्या चॅटबॉट इलेक्ट्रा सेवेचा वापर केला. गेल्या वर्षीच्या तुलनेत हा आकडा दहापट मोठा आहे. यावर्षी २८ हजार १९६ ग्राहकांनी द्विटरद्वारे कंपनीशी संपर्क साधला तर, १९३३ जणांनी फेसबुकद्वारे

ईईएमएलच्या सेवा प्राप्त केल्या. २०१८मध्ये फक्त १८ ग्राहकांनी फेसबुकच्या माध्यमातून कंपनीशी संपर्क साधला होता, तर ७९८३ ग्राहकांनी द्विटरचा वापर केला होता, हे विशेष.

असे सर्व असले तरी सरकारी महावितरणाचा हा आकडा फार मोठा नाही. महावितरणाचे राज्यभरात २.२० कोटी ग्राहक आहेत. त्यातील फक्त अडीच ते तीन टक्के ग्राहकांनी कोरोना लॉकडाऊनदरम्यान तसेच आतापर्यंत डिजिटल पद्धतीने देयकांचा भरणा केला आहे. यापेक्षा अधिक ग्राहक देयक भरणासाठी डिजिटल पद्धतीचा वापर करीत नसल्याचे दिसून आले आहे.