ಶಾಪಿಂಗ್ ಟಿಪ್ಸ್

‘ಲಕ್ಕಿ ಡ್ರಾನಲ್ಲಿ ನೀವು ಗೆದ್ದಿದ್ದೀರಿ. ನಿಮಗಾಗಿ ಸ್ಪೆಷಲ್ ಡೀಲ್ ಇದೆ’ ಎಂದು ಯಾರಾದರೂ ನಿಮಗೆ ಕರೆ ಮಾಡಬಹುದು. ಇಪ್ಪತ್ತು ಸಾವಿರ ರೂಪಾಯಿ ಬೆಲೆಯ ಮೊಬೈಲ್ ಅನ್ನು ಕೇವಲ ಎಂಟು ಸಾವಿರ ರೂಪಾಯಿಗೆ ಕೊಡುವುದಾಗಿ ಅವರು ಹೇಳಬಹುದು. ಆರ್ಡರ್ ದೃಢೀಕರಿಸಲು ನಿಮ್ಮ ಇ-ಮೇಲ್‌ಗೆ ಬರುವ ಲಿಂಕ್ ಅನ್ನು ಕ್ಲಿಕ್ ಮಾಡಿ ಎಂದು ಸೂಚಿಸಬಹುದು. ಕ್ಲಿಕ್ ಮಾಡಿದರೆ, ನಿಮ್ಮ ವೈಯಕ್ತಿಕ ಮಾಹಿತಿಗಳು ಕಳುವಾಗುವ ಅವಕಾಶಗಳೂ ಇವೆ. ಕೆಲವು ಸಲ ಬುಕಿಂಗ್ ನೆಪದಲ್ಲಿ ಚೆಂದದ ಮಾತಿನ ಮೂಲಕ ಒಂದಿಷ್ಟು ಹಣ ಕಿತ್ತರೂ ಆಶ್ಚರ್ಯವಿಲ್ಲ.

ಭಾವಿಸೋಣ. ಆದರೆ, ಇದರೊಟ್ಟಿಗೆ ಹೆಚ್ಚುತ್ತಿರುವ ಆನ್‌ಲೈನ್ ವಂಚನೆಗಳು ಕಳವಳ ಹುಟ್ಟಿಸುವಂತಿವೆ. ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ನೆಟ್‌ನಲ್ಲಿ ಕೆಡವಲು ವ್ಯಾಪಾರಿಗಳು, ಮಾರಾಟ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ಮಾತ್ರವಲ್ಲ, ಸೈಬರ್ ವಂಚಕರೂ ಸಜ್ಜಾಗಿ ನಿಂತಿದ್ದಾರೆ.

ಈ ದಶಕದ ಕ್ರಾಂತಿ

ಇ–ಕಾಮರ್ಸ್ ಹೊಸತಾಗಿ ಕಂಡರೂ ನಿಜಕ್ಕೂ 1979ರಲ್ಲೇ ಅದು ಶುರುವಾಗಿತ್ತು. ಮೈಕೆಲ್ ಆಲ್ಡ್‌ರಿಚ್ ಎಂಬಾತ ದೇಶೀಯ ಟಿ.ವಿ. ಸೆಟ್ ಅನ್ನು ಫೋನ್ ಲೈನ್ ಜೊತೆ ಜೋಡಿಸಿ, ಆನ್‌ಲೈನ್ ಶಾಪಿಂಗ್ ಮಾದರಿಯ ವ್ಯವಹಾರ ನಡೆಸಿದ್ದ. 1995ರಲ್ಲಿ ‘ಅಮೆಜಾನ್’ ಆರಂಭವಾಯಿತು. ಅಮೆಜಾನ್ ಮತ್ತು ಇಬೇಗಳನ್ನು ಆರಂಭದ ಆನ್‌ಲೈನ್ ರಿಟೇಲ್ ಮಳಿಗೆಗಳು ಅನ್ನಬಹುದು. ಆದರೆ, ಇದಕ್ಕೂ ಹಿಂದೆಯೇ 1994ರಲ್ಲಿ ಪಿಜ್ಜಾ ಹಟ್ ಮೊದಲ ಆನ್‌ಲೈನ್ ಶಾಪಿಂಗ್ ಶುರು ಮಾಡಿತ್ತು. ಇನ್ನು ನೆಟ್‌ಫ್ಲಿಕ್ಸ್ ಅನ್ನುವುದು ಮೊದಲ ಆನ್‌ಲೈನ್ ಡಿವಿಡಿ ಚಂದಾ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯ ರಿಟೇಲರ್ ಆಗಿದೆ.

ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಫ್ಲಿಪ್‌ಕಾರ್ಟ್ ಮೊದಲು ಇಂಗ್ಲಿಷ್ ಪುಸ್ತಕಗಳನ್ನು ಆನ್‌ಲೈನ್‌ನಲ್ಲಿ ಮಾರಾಟ ಮಾಡುವ ಜಾಲತಾಣವಾಗಿತ್ತು. ಅದೀಗ ಅಮೆಜಾನ್ ಜೊತೆ ಸ್ಪರ್ಧೆಗೆ ನಿಂತಿದೆ. ಈ ಜಾಲತಾಣಗಳು, ಪುಸ್ತಕಗಳ ಜೊತೆಗೆ ಜಾಗತಿಕ ಅಂಗಡಿ ಮಳಿಗೆಗಳ ಸರಕುಗಳಿಗೆಲ್ಲ ವೇದಿಕೆಯಾಗಿವೆ. ಕಳೆದ ಒಂದೆರಡು ದಶಕಗಳಿಂದ ಮಂದಗತಿಯಲ್ಲಿದ್ದ ಆನ್‌ಲೈನ್ ಶಾಪಿಂಗ್ ಉದ್ಯಮವು ಇಂದು ಮಲ್ಟಿಬಿಲಿಯನ್ ಡಾಲರ್ ವಹಿವಾಟು ನಡೆಸುತ್ತಿದೆ. 2018ರಲ್ಲಿ ವಿಶ್ವದಲ್ಲಿ 180 ಕೋಟಿ ಜನ ಆನ್‌ಲೈನ್ ಗ್ರಾಹಕರಾಗಿದ್ದರು. ಜಗತ್ತಿನ ಇ–ರಿಟೇಲ್ ಸೇಲ್ಸ್ 2.8 ಲಕ್ಷ ಕೋಟಿ ಡಾಲರ್‌ನಷ್ಟಿತ್ತು. 2021ರ ಹೊತ್ತಿಗೆ 4.8 ಶತಕೋಟಿ ಡಾಲರ್ ವಹಿವಾಟು ಇಲ್ಲಿ ಸಾಧ್ಯವಾಗಲಿದೆ ಎಂದು ಅಂದಾಜು ಮಾಡಲಾಗಿದೆ.

ಮೊಬೈಲ್ ಬಂದ ಮೇಲೆ ಆನ್‌ಲೈನ್ ಶಾಪಿಂಗ್‌ಗೆ ದೊಡ್ಡ ಶಕ್ತಿ ಬಂದಂತೆ ಆಗಿದೆ. 2018ರ ಅಂಕಿಅಂಶಗಳ ಪ್ರಕಾರ, ಶೇ. 50ರಷ್ಟು ಗ್ರಾಹಕರ ವಹಿವಾಟು ಮೊಬೈಲ್ ಮೂಲಕವೇ ನಡೆದಿದೆ. ಆ ಸಂಖ್ಯೆ ಈಗ ಇನ್ನಷ್ಟು ದೊಡ್ಡದಾಗಿದೆ. ಅಗ್ಗದ ದರಕ್ಕೆ ಮೊಬೈಲ್ ನೆಟ್ ಸಿಗುತ್ತಿದ್ದು, ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಮಹಾನಗರಗಳು ಮಾತ್ರವಲ್ಲ, ಸಣ್ಣಪುಟ್ಟ ನಗರಗಳಿಗೂ ಇಕಾಮರ್ಸ್ ಕಂಪನಿಗಳು ಮುಟ್ಟಿವೆ. ಚೀನಾದ ‘ತಬಾವೋ’ ಆನ್‌ಲೈನ್ ಮಾರ್ಕೆಟ್ ಪ್ಲೇಸ್‌ನಲ್ಲಿ ನಂ.1 ಸ್ಥಾನದಲ್ಲಿದೆ. ಅಲಿಬಾಬಾ, ಅಮೆಜಾನ್, ಇಬೇ ಸೈಟುಗಳು 2018ರಲ್ಲಿ ವಿಶ್ವದ ಆನ್‌ಲೈನ್ ಸೇಲ್ಸ್‌ನಲ್ಲಿ ಶೇ. 50ರಷ್ಟು ಪಾಲನ್ನು ಆವರಿಸಿಕೊಂಡಿದ್ದವು.

ಆನ್‌ಲೈನ್ ಶಾಪಿಂಗ್ ಬೆಳವಣಿಗೆಯಲ್ಲಿ ಸೋಷಿಯಲ್ ಮೀಡಿಯಾಗಳ ಪಾತ್ರ ದೊಡ್ಡದು. ಒಂದು ವಸ್ತುವನ್ನು ಖರೀದಿಸಬೇಕೇ ಅಥವಾ ಬೇಡವೇ ಎನ್ನುವುದನ್ನು ಸಾಮಾಜಿಕ ಜಾಲತಾಣಗಳ ವೇದಿಕೆಯಲ್ಲೇ ಗ್ರಾಹಕರು ನಿರ್ಧರಿಸುತ್ತಾರೆ. ಫೇಸ್‌ಬುಕ್‌ನ 54 ಪರ್ಸೆಂಟ್ ಸದಸ್ಯರು ಇ–ಕಾಮರ್ಸ್ ಜಾಲತಾಣಗಳಲ್ಲಿ ತಮಗೆ ಬೇಕಾದ ಉತ್ಪನ್ನಗಳಿಗಾಗಿ ಬ್ರೌಸ್ ಮಾಡುತ್ತಾರೆ. ಅಂತರ್ಜಾಲ ಬಳಸುವ ಶೇ. 80 ಜನರು ಸರಕು ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಾಗಿ ಆನ್‌ಲೈನ್ ಅನ್ನೇ ನೆಚ್ಚಿಕೊಂಡಿದ್ದಾರೆ.

ಇ–ಕಾಮರ್ಸ್ ಬೆಳೆಯುತ್ತಿರುವ ದೇಶಗಳಲ್ಲಿ ಭಾರತವು ಮುಂಚೂಣಿಯಲ್ಲಿದೆ. ಸೌದಿ ಅರೇಬಿಯಾ, ಇಂಡೋನೇಷಿಯಾ, ಆಸ್ಟ್ರೇಲಿಯಾ, ಫಿಲಿಪ್ಪಿನ್ಸ್ ನಂತರದ ಸ್ಥಾನದಲ್ಲಿವೆ. ಕೋವಿಡ್ ಬಿಕ್ಕಟ್ಟಿನಿಂದಾಗಿ ಗ್ರಾಹಕರು ತಮ್ಮ ನಡವಳಿಕೆಯನ್ನು ಬದಲಿಸಿಕೊಂಡಿದ್ದಾರೆ. 2020ರ ಮಾರ್ಚ್‌ನಲ್ಲಿ ಅಮೆರಿಕದ ಶೇ. 42 ಜನರು ದಿನಸಿ ಮತ್ತು ಅಗತ್ಯದ ವಸ್ತುಗಳ ಖರೀದಿಗೆ ಆನ್‌ಲೈನ್ ಮೊರೆ ಹೋಗಿದ್ದರು. ಅಮೆರಿಕ ಮಾತ್ರವಲ್ಲ, ಭಾರತ ಸೇರಿದಂತೆ ಬಹುತೇಕ ದೇಶಗಳಲ್ಲಿ ಆನ್‌ಲೈನ್ ಶಾಪಿಂಗ್ ತ್ವರಿತ ವೇಗದಲ್ಲಿದೆ. ಶೆಟ್ಟರ ಅಂಗಡಿಗಳಿಗೆ ಮಾಲ್‌ಗಳು ಬಾಗಿಲು ಹಾಕಿಸಿದರೆ, ಮಾಲ್‌ಗಳಿಗೆ ಈಗ ಇ–ಕಾಮರ್ಸ್ ವೇದಿಕೆಗಳೇ ಶತ್ರುಗಳಾಗಿವೆ. ಇದು ಯಾರೂ ಊಹಿಸದ ವೇಗ. ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದ ಶಕ್ತಿ.

ಟೈಮ್ ಪಾಸ್, ಧ್ಯಾನವೂ ಹೌದು!

‘ಸಂತೋಷ ಅನ್ನುವುದು ಹಣದಲ್ಲಿಲ್ಲ, ಆದರೆ

ಶಾಪಿಂಗ್ ಟಿಪ್ಸ್

ಹಬ್ಬದ ಸೀಸನ್‌ನಲ್ಲಿ ಭರ್ಜರಿ ಶಾಪಿಂಗ್ ಮಾಡುವ ಆಸೆ ಸಹಜ. ಇಂಥ ಸಂದರ್ಭವನ್ನು ವಂಚಕರು ಬಳಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಾರೆ. ನಿಮ್ಮ ಕ್ರೆಡಿಟ್ ಕಾರ್ಡ್ ಮಿತಿಯನ್ನು ಜಾಸ್ತಿ ಮಾಡುತ್ತೇವೆ, ಇಲ್ಲವೇ ಹೊಸ ಕ್ರೆಡಿಟ್ ಕಾರ್ಡ್ ನೀಡುತ್ತೇವೆ ಎನ್ನಬಹುದು. ಅಥವಾ ನಿಮ್ಮ ಕಾರ್ಡ್ ಬ್ಲಾಕ್ ಆಗಿದೆ ಎನ್ನುತ್ತಾ ನಿಮಗೆ ಸಹಾಯ ಮಾಡುವ ನೆಪದಲ್ಲಿ ವಂಚನೆಗೆ ಸಾಕಾಗುವಷ್ಟು ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಪಡೆಯುವ ಅವಕಾಶಗಳೂ ಇವೆ.