ఆర్డర్ చేసిన గంట లోపలే డెలివరీ. రోజువారీ అవసరాలకు కావాల్సిన సరుకులు ఏవైనా తెప్పించుకునే సౌలభ్యం. ఇంట్లోంచి తెప్పించుకున్నా ఎక్కువ డబ్బులు చెల్లించాల్సిన అవసరం లేకపోవడం... ఇదే క్విక్ కామర్స్! దీన్ని కొనుగోలు రంగంలో మూడో తరంగా భావిస్తున్నారు. మొదటి తరంలో ఎవరికి కావాల్సిన వస్తువులు వారే తెచ్చుకునేవారు. ఇంట్లో కావాల్సిన వస్తువులన్నీ దొరికేలా ఏదన్నా సూపర్ మార్కెట్‌కి వెళ్లడం... అక్కడ నచ్చినవి, కావల్సినవి తీసుకోవడం ఇది తొలి తరం కొనుగోలు. ఇక రెండో తరంలో, ఏదన్నా కంపెనీ వినియోగదారుడి దగ్గర ఆర్డర్ తీసుకుని ఒక రెండుమూడు రోజులలో తను కోరిన సరుకులను అందించేవాళ్లు. మొదటి రెండు తరాల్లోనూ వినియోగదారులను ఆకర్షించేందుకు డిస్కౌంట్లు బాగా ఉపయోగపడ్డాయి. డీమార్ట్ దగ్గర నుంచి ఫ్లిప్‌కార్ట్ వరకూ విజయవంతం అయ్యింది ఇక్కడే. ఇక మూడో తరానికి వచ్చేసరికి వేగానిదే ప్రాధాన్యం. ఇందులో దొరికే వస్తువులు, రాయితీలు తక్కువగానే ఉంటాయి కానీ... ఎంత త్వరగా వస్తుందనేదే ఎంపికను ప్రభావితం చేస్తుంది. అందుకే ఈ క్విక్ కామర్స్ సంస్థలు వచ్చిన మొదట్లో వస్తువును అందించేందుకు 90 నిమిషాలు పడితే దాన్ని రానురానూ పది నిమిషాలకు తగ్గించాల్సి వచ్చింది. ఇంతకీ వీటి ప్రభావం ఏమిటి? పనిలో తీరుతెన్నులెలా ఉన్నాయి? లాభనష్టాల సంగతేంటి? చూద్దాం రండి!

కిరాణాలకు రణమే!

'అప్పిచ్చువాడు వైద్యుడు' అన్న పదబంధం సామెతగా బలపడిపోయింది కానీ, అప్పిచ్చువాడు, వైద్యుడు, పారే నది లేని ఊరికి వెళ్లొద్దు అని సుమతీ శతకం. ఇందులో అప్పిచ్చు షావుకారు మరెవరో కాదు.. ఆ ఊరి కిరాణ కొట్టు యజమానే! కొన్ని వందల ఏళ్లుగా ఊళ్లోని కిరాణా దుకాణాలే, ఇంటి అవసరాలను ఆదుకుంటూ వస్తున్నాయి. ఊహ తెలిసిన ప్పటి నుంచీ అలవాటయ్యే కిరాణా, కేవలం కొట్టు మాత్రమే కాదు. తర్వాత నెలలో బిల్లు చెల్లించే క్రెడిట్ కార్డు, అవసరంలో అప్పిచ్చి ఆదుకునే ఆప్తమిత్రుడు, ఇంటిల్లిపాదీ మంచిచెడులను పరామర్శించే శ్రేయోభిలాషి. కొవిడ్ సమయంలో పెద్దపెద్ద సూపర్ మార్కెట్లు మూతపడితే ఆదుకున్నది ఆ కిరాణాలే. కానీ, అవే ఇప్పుడు అంపశయ్య మీద ఉన్నాయి. AICPDF సంస్థ ప్రకారం గడిచిన సంవత్సరంలో రెండు లక్షల కిరాణా దుకాణాలు మూతపడ్డాయి. వీటిలో దాదాపు సగం పెద్ద నగరాలకు చెందినవే. క్విక్ కామర్స్ అందుబాటులోకి రావడమే ఈ పరిణామానికి కారణం. వినియోగదారులు కిరాణా దుకాణాలకు వెళ్లడాన్ని సగానికి సగం తగ్గించేశారని మరో నివేదిక చెబుతోంది. సాధారణంగా దీపావళికి కొట్లన్నీ కిటికిటలాడిపోతాయి. కానీ ఈసారి మాత్రం చీకట్లు రాజ్యమేలాయి. అదే సమయంలో క్విక్ కామర్స్ సేవలు గతంతో పోలిస్తే ఏకంగా 250 శాతం ఎక్కువ అమ్మకాలను నమోదు చేశాయి.

ఎదుగుదలకు సాక్ష్యాలు!

- మన దేశంలో వచ్చిన తొలి క్విక్ కామర్స్ సంస్థలలో ఒకటిగా గ్రోఫర్స్‌ని గుర్తిస్తారు. ముందు ఆన్‌లైన్‌లో సరుకులను అందించిన గ్రోఫర్స్, తర్వాత క్విక్ కామర్స్‌గా మారింది. ముందు 90 నిమిషాల్లో డెలివరీ అనే ప్రయోగాన్ని మొదలుపెట్టారు. అదేమంత లాభసాటి కాకపోవడంతో క్రమంగా పది నిమిషాలకు సమయాన్ని తగ్గించారు. అయినా కూడా నష్టాలు

తప్పలేదు. ఏటికేడు వస్తున్న నష్టాలు భరించలేక చాలామంది ఉద్యోగులను సైతం తొలగించారు. ఎన్నో ఒడుదొడుకుల మధ్య 'బ్లింకిట్' అంటూ పేరు మార్చి జొమాటోకి అమ్మారు. ఇప్పుడా సంస్థ వేగం పుంజుకుంది.
- ఫుడ్ డెలివరీ యాప్‌గా స్విగ్గీ గురించి పరిచయం అవసరం లేదు. 2020లో ఇన్‌స్టామార్ట్ పేరుతో క్విక్ కామర్స్ మొదలుపెట్టింది సంస్థ. కేవలం రెండు నగరాల్లో మొదలైన ఇన్‌స్టామార్ట్ సేవలు ఇప్పుడు 40కి పైగా నగరాలకు విస్తరించాయి. సరుకుల నుంచి గృహోపకరణాల వరకూ దాదాపు 20 వేల రకాల సామగ్రి అందిస్తున్నది ఇన్‌స్టామార్ట్. వస్తువులను అందించే సమయాన్ని రోజురోజుకూ మెరుగుపరుచుకుంటూ ప్రస్తుతానికి సగటు డెలివరీ సమయాన్ని 13 నిమిషాలకు తగ్గించుకుంది.
- కొవిడ్ సమయంలో ఇంటి దగ్గరికే సేవలను అందించాల్సిన సందర్భం బలపడింది. దీన్ని ఉపయోగించుకుని 2021లో మొదలైన జెప్టో అనూహ్యమైన వృద్ధిని సొంతం చేసుకుంటున్నది. ఈ ఆగస్టు నాటికి ఈ కంపెనీ విలువ నాలుగు వేల కోట్లకు చేరుకుంది.

నిరుద్యోగులకు వరమా శాపమా!

పది నిమిషాల్లో వస్తువును అందించడం వినియోగదారులకు వరమే కావచ్చు. కానీ, దాన్ని అందించేవారి మీద ఎలాంటి ఒత్తిడి ఉంటుందో ఊహించుకోవచ్చు? పట్టణాల్లో రద్దీ చాలా ఎక్కువ... దాన్ని తట్టుకుని పది నిమిషాల్లో డెలివరీ చేయడం అంటే ప్రతిసారీ పోరాటమే. పోనీ అందుకు అందే పారితోషికం నగరంలోని జీవనవ్యయానికి సరిపోతుందా అంటే... పెట్రోలు ఖర్చులు, బండి మీద పెట్టుబడి పోను మిగిలేది అరకొరే! అందుకే క్విక్ కామర్స్ సేవలను కొంతమంది 'టెన్ మినిట్ మర్డర్'గా విమర్శిస్తారు. అటు వినియోగదారుడూ, ఇటు పెట్టుబడిదారుడూ సంతృప్తి పడుతున్న ఈ రంగంలో నష్టపోతున్నది కార్మికులే అన్నది మరికొందరి భావన. 'మన జీవితంలో చాలా వస్తువుల కోసం

రెండు నుంచి ఆరు గంటల వరకూ ఎదురుచూడటంలో తప్పులేదు. వాటిని కేవలం పది నిమిషాల్లో అందించే సేవల వల్ల శ్రామికుల మీద తీవ్ర ఒత్తిడి పడుతుంది' అనే ట్వీట్ ఆమధ్య సంచలనంగా మారింది. ఆ అభిప్రాయాన్ని ప్రముఖ వ్యాపారవేత్త ఆనంద్ మహీంద్ర సైతం బలపరిచారు. ఇలాంటి పరిస్థితులున్నాయని తెలిసినా కూడా నిరుద్యోగులకు ఇదే అవకాశం మిగులుతున్నది. చదువుకు తగిన ఉద్యోగం దొరకక, చాలారోజులు నిరుద్యోగంతో విసిగి వేసారేవారికి ఇదే ఆఖరి ఆశగా మారుతున్నది. ప్రభుత్వ ఉద్యోగాలు తగ్గిపోవడం, చాలా ఉద్యోగాలను కృత్రిమ మేధ కబళించడం కూడా ఈ రంగం వైపు అడుగులు వేయిస్తున్నది. ఇలా ప్రత్యేకమైన పనివేళలు, వేతనం, సౌకర్యాలు లేకుండా పనిచేసే ఇలాంటి రంగాలలో ఉద్యోగులను 'గిగ్ వర్కర్స్' అంటారు.

క్విక్ కామర్స్‌లో ఉండే గిగ్ వర్కర్స్‌కి మరిన్ని సమస్యలు ఉంటాయి. డెలివరీ సమయం ఎక్కువ ఉంటే వారి రేటింగ్ తగ్గుతుంది, ఒత్తిడి పెరుగుతుంది. పైగా కాలుష్యంలో తిరుగుతూ అనారోగ్యాల మధ్య ఎదురీదుతూ కూడా సంస్థల నుంచి ఎలాంటి సహకారం లభించదు. డెలివరీ చేస్తూ ప్రమాదానికి గురైనా, సమస్యలతో సెలవలు పెట్టినా... సానుభూతి లభించదు సరికదా డ్యూటీ సరిగా చేయడం లేదనే చివాట్లు తప్పకపోవచ్చు. ఇక జీతానిది మరో ముఖ్యమైన సమస్య. నలభై వేల వరకూ, యాభై వేల వరకూ సంపాదించవచ్చని ఊరిస్తూ ఉద్యోగాలిచ్చే కంపెనీల్లో అందులో సగం రావడం కూడ గగనంగా మారుతున్నది. న్యూయార్క్ టైమ్స్ లాంటి పత్రికలు సైతం భారతీయ క్విక్ కామర్స్ రంగంలోని కార్మికుల కష్టాల గురించి కథనాలు రాశాయి. కానీ, వాటికి పరిష్కారాలు మాత్రం లభించే పరిస్థితులు లేవు. గిగ్ వర్కర్స్ అసంఘటిత కార్మిక రంగంలోకి వస్తారు కాబట్టి... వారికంటూ సంఘాలు కానీ, సమాజం నుంచి మద్దతు కానీ శూన్యమే.

లెక్కలేని లాభాలు!

- మనకు ఇష్టమైన సరుకు, ఇష్టమైన బ్రాండ్‌లో దొరకాలి అంటే షాపుల వెంట తిరగాలి. కానీ, క్విక్ కామర్స్‌లో కొన్ని వేల వస్తువులను మన మొబైల్ స్క్రీన్ మీదే ఎంపిక చేసుకోవచ్చు.
- కొవిడ్ తర్వాత వినియోగదారుల తీరు మారింది. డెలాయిట్ ఇన్‌సైట్స్ ప్రచురించిన ఓ నివేదికలో... 50 శాతం మంది వినియోగదారులు ఓ రూపాయి ఎక్కువ పెట్టయినా సరే, తమ ఇళ్ల దగ్గరకే వస్తువులు