

PAGLAGO NG E-COMMERCE: KULTURA NG PAMIMILI SA DIGITAL NA PANAHOON

by:

Maureen T. Adan,

Teacher II, St. Francis National High School

Sa kasalukuyang panahon, ang e-commerce ay nagsisilbing makabagong paraan ng pamimili. Sa pamamagitan ng mga app tulad ng Shopee, Lazada, at TikTok Shop, ang mga mamimili ay may kakayahang makabili ng mga produkto nang hindi na kinakailangang lumabas ng bahay. Ang kaginhawaan at mabilis na proseso ng pagbili sa mga online platforms ay nagbigay ng malaking pagbabago sa ating kultura ng pamimili, na naging mas accessible at mas abot-kaya para sa marami.

Ngunit, gaya ng anumang teknolohiya, may mga kalakip ding hamon ang e-commerce na kinakailangang pagtuunan ng pansin. Isa sa pinakamalaking bentahe ng e-commerce ay ang kakayahan ng mga mamimili na mamili 24/7. Hindi na kailangang maghintay ng regular na oras ng operasyon ng mga tindahan dahil ang online shopping ay bukas anumang oras.

Sa mga app tulad ng Shopee at Lazada, maaari nang mag-browse ang mga mamimili mula sa kanilang mga smartphone o computer at makapag-order ng mga produkto sa loob lamang ng ilang minuto. Ang convenience na dulot ng online shopping ay hindi matatawaran, lalung-lalo na sa mga taong may abalang iskedyul.

Bukod pa rito, ang e-commerce ay nagbigay ng oportunidad sa maliliit na negosyo na maabot ang mas malaking merkado. Sa pamamagitan ng mga app na ito, ang mga negosyante, kahit maliliit, ay may pagkakataon na magbenta ng kanilang mga produkto sa buong bansa at maging sa international market.

Ang mga platform na ito ay nagbigay sa kanila ng isang mas malawak na pagkakataon upang

mapalago ang kanilang negosyo at magtagumpay. Sa kabila ng mga adbentaheng dulot nito, may mga isyu at hamon pa rin na dulot ang mabilis na paglago ng e-commerce. Isa na dito ang problema

sa kalidad ng produkto. Bagamat ang mga app na tulad ng Shopee, Lazada, at TikTok Shop ay may mga sistema ng feedback at review, hindi pa rin maiiwasan na may mga pagkakataong ang mga produkto na binibili online ay hindi tumutugma sa inaasahan o sa mga ipinapakita sa mga larawan ng nagbebenta. Ito ay nagiging sanhi ng pagkapagod at pagkabigo sa mga mamimili, na nag-aabala sa mga return procedures at refund claims. Ang kakulangan sa personal na karanasan sa pamimili ay isa ring isyu. Sa pisikal na tindahan, nakakakita tayo at nahahawakan ang mga produkto bago bilhin. Sa online shopping, ito ay hindi posible, kaya't ang mga mamimili ay madalas na umasa lamang sa mga larawan at deskripsyon ng produkto na maaaring hindi ganap na tumugma sa aktwal na itsura nito.

Panghuli, isang isyu na hindi rin matatawaran ay ang "overconsumption" o sobrang pagbili ng mga produkto. Dahil sa mga discount, flash sales, at mga nakakatuwang promosyon na iniaalok ng mga e-commerce platforms, madalas ay napapaengganyo ang mga mamimili na bumili ng mga bagay na hindi nila talaga kailangan.

Ang kakayahang mag-shop nang madali ay nagiging sanhi ng hindi kailangang paggastos, na maaaring magdulot ng mga financial na problema sa mga hindi mag-iingat. Tila nga't ang e-commerce ay hindi na malalayo sa ating pang-araw-araw na buhay. Habang patuloy na dumarami ang mga gumagamit nito, mahalaga na magtulungan ang mga platform, negosyante, at mga mamimili upang mapanatili ang integridad ng online shopping. Ang pagpapabuti ng transparency sa mga produkto, masusing pagsusuri ng

mga review, at pag-iwas sa labis na pagbili ay ilan lamang sa mga hakbang upang mapanatili ang mga positibong aspeto ng e-commerce.

Sa huli, ang e-commerce ay isang malakas na kasangkapan sa pagbabago ng ating shopping

kultura. Sa tamang pag-gabay at responsableng paggamit, maaari itong magbigay ng malawak na

oportunidad para sa lahat.

References:

Department of Trade and Industry. Understanding e-Commerce in the Philippines.

Department of Trade and Industry.

<https://ecommerce.dti.gov.ph/madali/thebasics.html>

The Official Website of DepED Division of Bataan

Hashemi-Pour, C. 2024. What is e-commerce? TechTarget.

<https://www.techtarget.com/searchcio/definition/e-commerce>