



# 'ใบเสร็จดิจิทัล' รหัส (ไม่ลับ) ค่าปลีกยุคใหม่

● สุดา มั่งมีดี

ลูกค้าของแอปเปิลใช้วิธีนี้มาหลายปีแล้ว และล่าสุด  
มีร้านค้าปลีกจำนวนมากขึ้นกำลังตามรอย  
ยักษ์ใหญ่ไฮเทครายนี้ด้วยการอีเมลใบเสร็จไปยังลูกค้า

**ร**้านค้าที่มีสาขามากมาย รวมถึง  
นอร์ดสตรอมและแก๊ป เริ่มส่งใบเสร็จ  
ไปทางอีเมลเมื่อช่วง 2-3 เดือนที่ผ่านมา  
และแม้แต่ธุรกิจรายย่อยก็เริ่มใช้ทางเลือกที่  
เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมอย่างนี้เช่นกัน จนโฆษก  
นอร์ดสตรอมทำนายว่าภายในเวลา 5 ปี บรรดา  
ร้านค้าปลีก 60 เปอร์เซ็นต์ จะไม่ใช้กระดาษ

"วิธีการนี้ช่วยให้เกิดความแตกต่างมาก  
ถ้าลูกค้าต้องการประหยัดกระดาษ เราก็จัดส่ง  
ให้ทางอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งถือเป็นการประหยัด  
เวลาด้วย" โฆษกนอร์ดสตรอมระบุ

เรื่องนี้น่าจะดีสำหรับคนที่ไม่ชอบ  
ให้กระเป๋าตังค์เต็มไปด้วยใบเสร็จ แถมยัง  
อำนวยความสะดวกได้มากขึ้น แต่สำหรับลูกค้า

บางรายกลับไม่ค่อยพอใจวิธีใหม่นัก เพราะมองว่า  
แคชเชียร์ต้องเสียเวลามากขึ้นกับการถาม  
อีเมลแอดเดรสจากลูกค้าแต่ละคน ขณะที่ลูกค้า  
บางรายมองว่าวิธีนี้เป็นกลยุทธ์ที่จะทำการตลาด  
ทางออนไลน์ไปถึงลูกค้าโดยตรง

"เทคนิคนี้เป็นการพูดอย่างชาญฉลาดแทน  
การบอกว่า 'ผมจะรบกวนชีวิตส่วนตัวของคุณ  
โดยไม่ทำให้คุณลำบากใจได้อย่างไร' ฉันต้อง  
ยกนิ้วให้ร้านพวกนี้เลย เพราะวิธีนี้หลักแหลม  
มาก" **บริตต์ บีเมอร์** นักวิเคราะห์ด้านค้าปลีก ระบุ  
อย่างไรก็ตาม วิธีการนี้เป็นเพียงส่วนหนึ่งของ  
ความพยายามมากขึ้นของบรรดาผู้ค้าปลีก  
ในอันที่จะเข้าถึงลูกค้าทางอิเล็กทรอนิกส์ผ่าน  
สมาร์ตโฟนและคอมพิวเตอร์ของลูกค้า จาก  
ปัจจุบันที่บรรดาผู้ค้าปลีกพากันส่งไปรษณีย์

อิเล็กทรอนิกส์หรืออีเมล รวมถึงข้อความ  
ทางโทรศัพท์แจ้งโปรโมชั่นต่างๆ แก่ลูกค้า  
อีกทั้งบรรดาผู้ค้าปลีกยังมีเว็บไซต์และหน้าบน  
เฟซบุ๊ก ล่าสุดคือมีแอปพลิเคชันทางสมาร์ตโฟน  
ทั้งหมดนี้ก็เพื่อทำให้ร้านเป็นมากกว่าแค่  
อิฐหินปูนที่ตั้งอยู่เฉยๆ

โดยปกติแล้ว ใบเสร็จที่ส่งไปทางอีเมลจะ  
มีข้อเสนอพิเศษอย่างคูปองหรือโปรโมชั่นอื่นๆ  
แก่ลูกค้าด้วย ซึ่งลูกค้าอาจบดบังข้อเสนอหรือ  
โปรโมชั่นเหล่านี้ไปก็ได้ แต่ลูกค้าบางรายก็ไม่ชอบ  
ที่จะให้อีเมลแอดเดรสตัวเองแก่ร้านค้า

**รอนดา คูน** เล่าว่าเธอแสดงท่าที่ไม่พอใจ  
เมื่อพนักงานร้านแก๊ปถามว่าอยากให้อีเมล  
ไปทางอีเมลหรือไม่

"ฉันยอมรับว่าไม่อยากให้อีเมลแอดเดรส  
ใครไปง่ายๆ เพราะกลัวได้รับสแปมหรือจดหมาย  
ขยะ" คูนเล่าอย่างขำๆ กับพฤติกรรมของ  
ตัวเอง

แม้ข้อวิตกหรือข้อกังขาดังกล่าว ไม่ใช่  
เรื่องนอกเหนือเหตุผลหรือเกินเลยความจริง

แต่จอห์น ทัตบอดด์ รองผู้อำนวยการศูนย์การศึกษาและวิจัยค้าปลีก แห่งมหาวิทยาลัยอินดีแอนา แสดงความเห็นว่ามีร้านค้าปลีกร้านไหนที่จริงจังกับการสร้างสัมพันธ์กับลูกค้า จะฉวยโอกาสนำอีเมลแอดเดรสของลูกค้าไปใช้ในทางที่ผิด

"ลูกค้าไม่ต้องห่วงว่าบรรดาร้านค้าจะนำอีเมลแอดเดรสไปใช้ในทางที่ผิด เพราะสิ่งสำคัญที่สุดสำหรับร้านค้าทั้งหลาย คือการนำเสนอสิ่งที่จะสร้างความประทับใจแก่ลูกค้าเท่านั้น" ทัตบอดด์อธิบาย พร้อมเสริมว่าเรื่องนี้ไม่เกี่ยวกับการลดต้นทุน เพราะรายได้ของร้านค้าปลีกไม่ถึง 1 เปอร์เซ็นต์ หมดไปกับการใช้กระดาษและหมึกสำหรับออกใบเสร็จ

ในทางกลับกัน แรงผลักดันเบื้องหลังทางเลือกของการส่งใบเสร็จทางอีเมล คือการทำให้ร้านค้ามีความน่าเชื่อถือมากขึ้น ซึ่งวิธีนี้ใช้ได้ผลกับลิซ ฟอสเตอร์ สาวน้อยวัย 21 ซึ่งเล่าว่าทำใบเสร็จหายเป็นประจำ ดังนั้นจึงอยากให้ทางร้านส่งเป็นอีเมลไปมากกว่า

"สำหรับฉันแล้ว การเก็บรวบรวมใบเสร็จไว้เป็นเรื่องยากมาก" ฟอสเตอร์เล่าขณะเดินช้อปปิ้ง

เมื่อปี 2551 เบสต์บายและเทอร์เกจเริ่มทดลอง "ออลอิโทรนิก" เพื่อส่งใบเสร็จให้ลูกค้าทางอีเมล พร้อมประกาศว่าบริการของทางร้านถือเป็นหนึ่งในกิจกรรม "กรีน" เพราะช่วยให้ไม่มีการตัดต้นไม้ประมาณ 600,000 ต้น อันเป็นจำนวนกระดาษใบเสร็จที่ใช้ตามร้านในแอสซีบี โดยในการผลิตกระดาษ 1 ตันนั้นต้องใช้ต้นไม้ 15 ต้น น้ำ 19,000 แกลลอน และน้ำมัน 390 แกลลอน

ขณะที่ร้านอย่างฟินิชไลน์ ในอินดีแอนาโพลิส และเวราเบรตลีย์ในฟอร์ทเวย์น ก็มีแผนจะเริ่มทดลองแนวคิดของการใช้ใบเสร็จแบบไม่มีกระดาษ เช่นเดียวกับธุรกิจขนาดเล็กลหลายแห่ง อย่างร้านขายเครป ทรีเคย์สโตนปารีสในรัฐอินดีแอนา

ร้านค้าจำนวนมากมองว่า "ไบเสริจดิจิทัล" มีแนวโน้มจะขยายตัวอย่างรวดเร็ว ขณะที่ร้านค้าปลีกบางแห่งในอินดีแอนาโพลิสกำลังไปไกลถึงขนาดทดลองระบบที่ไม่ใช้ทั้งกระดาษและบัตรเครดิต พร้อมประกาศทางเว็บไซต์ว่าการออกใบเสร็จแบบกระดาษนั้นเป็นเรื่องของปีเรื่องเก่าตั้งแต่ของปีที่แล้ว



## วิธีการนี้ช่วยให้เกิดความแตกต่างมาก ถ้าลูกค้าต้องการประหยัดกระดาษ เราก็จัดส่งให้ทางอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งถือเป็นการประหยัดเวลาด้วย

การชำระเงินแบบใหม่ที่เรียกว่า "การ์ดเคส" นั้น ใช้เทคโนโลยีของโทรศัพท์มือถือและไอแพด โดยเปิดโอกาสให้ผู้ใช้ชำระเงินเงินค่าสินค้าด้วยการเพียงแค่นำไปยื่นแคชเชียร์ จ่ายเงิน แล้วใช้บัตรในแอปสแควร์ จากนั้นก็ให้ชื่อตัวเองไป

รูปของลูกค้าจะปรากฏขึ้นบนไอแพดของร้านค้า จากนั้นลูกค้าก็ได้รับใบเสร็จในรูปแบบของข้อความทางโทรศัพท์ อีกทั้งยังสามารถดูใบเสร็จได้ตลอดเวลาทางแอป

การ์ดเคส ซึ่งนำเสนอผ่านสแควร์ อันเป็นบริษัทของผู้ร่วมก่อตั้งทวีเตอร์นั้น เป็นของใหม่และมีใช้ในบางเมืองของสหรัฐเท่านั้น โดยในเมืองอินดีแอนาโพลิสนั้นมีร้านค้า 2 แห่งที่กำลังนำร่องใช้อยู่ รวมถึงทรีเคย์สโตนปารีส ซึ่งคอลลิ้น ดอบบี้ เจ้าของร้าน เล่าว่าลูกค้าจำนวนมากใช้บัตรเครดิตและใช้การ์ดเคสด้วย

ดอบบี้ว่ามาพบว่าภายในเวลา 10 ปี ร้านค้าปลีกส่วนใหญ่จะเสนอบริการใบเสร็จแบบไม่ใช่กระดาษ

"สิ่งต่างๆ ต้องมีพัฒนาการ ฉันคิดว่าคุณก็ต้องเป็นส่วนหนึ่งในนั้น และลูกค้าก็คาดหวังเช่นกัน จนทำให้ระบบใบเสร็จแบบไม่ใช่กระดาษ เป็นมาตรฐานใหม่ไป" ดอบบี้ระบุ

เรียบเรียงจาก ฮีฟฟิงตันโพสต์และอินดีสตาร์