

# SMEs โตอย่างมีประสิทธิภาพกับ LinkPay

## สนับสนุนโดย เคเซอร์ และ วีซ่า



กรุงเทพฯ, ประเทศไทย, วันที่ 7 กรกฎาคม 2564 – เคเซอร์ (Ksher) ผู้เชี่ยวชาญเรื่องการบริหารด้านการบริการชำระเงินดิจิทัล ประกาศความร่วมมือสนับสนุนกับวีซ่า ให้ผู้ประกอบการธุรกิจสามารถรับชำระเงินผ่านระบบการชำระเงินแบบ LinkPay ได้สะดวกยิ่งขึ้น ภายใต้ความร่วมมือทางธุรกิจในครั้งนี้ เคเซอร์ มุ่งหวังที่จะให้ผู้ประกอบการทั้งขนาดเล็กและขนาดกลางตลอดจนผู้ค้ารายบุคคลสามารถเข้าถึงการชำระเงินในรูปแบบดิจิทัลได้อย่างทั่วถึงทั้งในตลาดระดับภูมิภาคและในตลาดโลก

LinkPay ออกแบบมาโดยเฉพาะสำหรับผู้ค้าออนไลน์ โดยที่กลุ่มผู้ค้าออนไลน์สามารถใช้บริการได้ไม่ว่าพวกเขาจะขายของอยู่ที่ใดก็ตาม เพียงผู้ซื้อแค่สแกนคิวอาร์โค้ด หรือคลิกที่ลิงค์เพื่อทำการชำระเงิน จากนั้นระบบจะพาไปที่หน้าเพจที่มีระบบความปลอดภัยเพื่อให้ลูกค้ากรอกรายละเอียดบัตรเครดิตหรือบัตรเดบิตเพื่อชำระเงิน ตลอดจนสามารถแชร์ข้อมูลเหล่านั้นไปยังแพลตฟอร์มอื่น ๆ ไม่ว่าจะเป็น Facebook Instagram LINE YouTube และ WhatsApp LinkPay ยังรองรับการชำระเงินจากการซื้อสินค้าแบบการขายออนไลน์ผ่าน Live streaming ซึ่งมีการเติบโตอย่างมากในปัจจุบัน

“บริษัทของเราใช้ระบบการรับชำระเงิน LinkPay กับลูกค้าต่างประเทศ ก่อนที่จะเราใช้ระบบนี้ เราประสบปัญหาเกี่ยวกับอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศและการรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิตออนไลน์ เรามีลูกค้าซื้อเครื่องประดับของเรามากมายทั้งในเอเชียและยุโรป ซึ่ง LinkPay สามารถช่วยแก้ปัญหาทั้งหมดที่กล่าวมาได้ ประสิทธิภาพของ LinkPay ทำให้เราสามารถทำธุรกรรมทางการเงินได้อย่างรวดเร็ว และระบบก็ยังช่วยจัดการสินค้าคงคลังของเราได้” คุณเปรมพิชัย อักษรภาพ ผู้บริหารจาก บริษัท หทัย จิวเวอรี่ กล่าว

คุณ ภิญโญภักตร์ โกมลาลาโชติ ผู้ช่วยผู้จัดการส่วนสนับสนุนการดำเนินงาน ห้างสรรพสินค้าญี่ปุ่น สยาม ทาคาชิมายะ กล่าวว่า “การแพร่ระบาดของโควิด 19 ทำให้จำนวนลูกค้ามาเดินห้างสรรพสินค้าลดลง เมื่อเราได้ลองใช้บริการชำระเงินออนไลน์ต่าง ๆ เราพบว่า LinkPay ของ Ksher มีความสะดวกรวดเร็วที่สุด เราสามารถสร้างลิงค์รับชำระจากโทรศัพท์ได้ ระบบมีการรองรับการติดตามสถานะการชำระเงินและการจัดส่งสินค้าให้กับลูกค้า บริการ LinkPay เป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้เราดำเนินธุรกิจต่อไปได้”

สาเหตุหลักของการเปลี่ยนพฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้อของออนไลน์มาจากการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ซึ่งในช่วงปีที่ผ่านมา ผู้บริโภคชาวไทยได้เปลี่ยนมาทำการชำระเงินแบบดิจิทัลในการช้อปปิ้งมากยิ่งขึ้น โดย 21 เปอร์เซ็นต์ ของนักช้อปปิ้งชาวไทยใช้คิวอาร์โค้ดเพื่อชำระเงินเป็นครั้งแรก ซึ่งจากการศึกษารั้งล่าสุดเรื่องทัศนคติการชำระเงินของผู้บริโภคประจำปีของวีซ่า (Visa Consumer Payment Attitudes Study) พบว่า มากกว่าสามในสี่ของผู้บริโภคชาวไทยได้ทำการชำระเงินผ่านคิวอาร์โค้ดอย่างน้อยหนึ่งครั้งต่อสัปดาห์ (77 เปอร์เซ็นต์) จากสถิติที่เพิ่มขึ้นเห็นได้ชัดว่ากลุ่มลูกค้าออนไลน์ต้องการความสะดวกและความรวดเร็วในการส่งลิงค์รับชำระเงิน อีกทั้งต้องมีความแม่นยำตรงกับระบบบัญชีของทางร้านค้า

สันติต จีรวงศ์ไกรสร รองกรรมการผู้จัดการอาวุโส บริษัท เคเซอร์ เพย์เมนท์ จำกัด ประเทศไทย กล่าวว่า “ในฐานะที่เราเป็นบริษัทชั้นนำที่เชี่ยวชาญเรื่องการบริการด้านการชำระเงินดิจิทัล เรายังคงเดินทางแสวงหาโอกาสและคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ที่จะช่วยเสริมศักยภาพการทำธุรกิจในประเทศไทย เป้าหมายหลักของเราคือการช่วยปูทางให้กับผู้ค้าสามารถเข้ามามีส่วนร่วมในสังคมใหม่อย่างเศรษฐกิจดิจิทัลนี้ได้ โดยทำให้การยอมรับการชำระเงินแบบดิจิทัลกลายเป็นเรื่องที่ยางและสะดวกขึ้น ความร่วมมือกับวีซ่าครั้งนี้แสดงให้เห็นว่าเราสามารถให้บริการด้านการชำระเงินออนไลน์ที่ไร้รอยต่อและมีความปลอดภัยมากยิ่งขึ้นให้กับผู้ค้าออนไลน์เกี่ยวกับเคเซอร์

เราคือผู้เชี่ยวชาญด้านการให้บริการการชำระเงินหลากหลายช่องทาง ดำเนินงานมากกว่า 9 ประเทศทั่วโลก ไม่ว่าจะเป็นหน้าร้านค้าหรือร้านค้าออนไลน์ เพื่อตอบโจทย์ธุรกิจในทุกรูปแบบ มุ่งเน้นการพัฒนากระบวนการชำระเงินเพื่อให้ผู้ประกอบการได้ใช้งานอย่างราบรื่น เข้าใจง่าย และครบครัน ให้ผู้ประกอบการได้ทำธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพและไร้ความกังวล เราเชื่อว่าการใช้เทคโนโลยีและดิจิทัลมาช่วยส่งเสริมธุรกิจ ให้รับชำระเงินได้อย่างสะดวก รวดเร็ว ปลอดภัย และไร้รอยต่อ นั้น เป็นเรื่องพื้นฐานสำคัญที่จะทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จได้มากยิ่งขึ้น

ข้อมูลเพิ่มเติมการใช้งาน LinkPay ภาษาอังกฤษ <https://www.ksher.com/linkpay?lang=en>

ข้อมูลเพิ่มเติมการใช้งาน LinkPay ภาษาไทย <https://www.ksher.com/linkpay>)

การศึกษาเรื่องทัศนคติการชำระเงินของผู้บริโภคประจำปี 2563 ของวีซ่า ซึ่งจัดทำโดย CLEAR ในนามของวีซ่าเมื่อเดือนกันยายน 2563 ในแปดประเทศทั่วทั้งภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ได้แก่ กัมพูชา อินโดนีเซีย มาเลเซีย เมียนมาร์ ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ ไทย และเวียดนาม กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 7,500 คน รวมทั้งผู้บริโภคในประเทศไทยจำนวน 1,000 ราย ที่มีอายุระหว่าง 18-65 ปี ครอบคลุมทุกระดับการศึกษา และมีรายได้ขั้นต่ำต่อคนที่ 15,000 บาท