

ศูนย์รวมตำราแปลจากทั่วโลก

● นำเสนอเมื่อ 12 ก.ค. 2553

ความต้องการความรู้และตำราจากต่างประเทศสำหรับวงการการศึกษามีมากขึ้น จึงมีบริการดาวน์โหลดฟรีออนไลน์ โดยมีอาชีพ ผู้มีประสบการณ์นานกว่าสิบปี จนเทียบชั้นเป็นคู่แข่งกับศูนย์หนังสือชั้นนำ และเว็บขายหนังสือระดับโลกอย่าง อะมาซอนดอตคอม มีเป้าหมายเป็นแหล่งผลิต จำหน่าย และเป็นศูนย์รวมตำราแปลชั้นนำจากทั่วโลก

บริษัทสำนักพิมพ์ท็อปจำกัด www.toptextbook.com

สุพจน์ รัตนาพันธุ์ ผู้บริหารของสำนักพิมพ์ เปิดเผยว่าก่อตั้งขึ้นเมื่อ 3 เมษายน 2545 โดยนำประสบการณ์ทำหนังสือเรียนมานานกว่า 2 ทศวรรษ จากสำนักพิมพ์ทั้งในและต่างประเทศ มากำหนดเป้าหมายเป็นแหล่งผลิตจำหน่ายและศูนย์รวมตำราแปลชั้นนำจากทั่วโลก และได้ผลิตตำราวิชาการ ลิขสิทธิ์ที่ได้รับความนิยมจากทั่วโลกจากทุกสำนักพิมพ์ เรียบเรียงเป็นภาษาไทย โดยเฉพาะศาสตร์หลัก ได้แก่ วิทยาศาสตร์ ฟิสิกส์ เคมี คณิตศาสตร์ ชีววิทยา สิ่งแวดล้อม วิศวกรรมศาสตร์-ไฟฟ้า เครื่องกล โยธา อุตสาหการ คอมพิวเตอร์ และเทคโนโลยีสารสนเทศ การจัดการ บริหารธุรกิจ การบริหาร การตลาด การเงิน การบัญชี โลจิสติกส์ สถาปัตยกรรมศาสตร์ ออกแบบ ศิลปะ ภาษา คู่มือสอบ เตรียมสอบ หนังสืออ่านนอกเวลา หนังสืออ้างอิง พจนานุกรม ปทานุกรม ดิกชันนารีหนังสือเด็ก และหนังสือแพทย์ ที่แยกมาเปิดเว็บต่างหากที่ www.topmedicalbook.com

สิ่งที่ถือเป็นจุดเด่นและความแตกต่างของท็อป อยู่ที่การเป็นศูนย์รวมตำราแปลจากทุกสำนักพิมพ์ทั่วโลก ครอบคลุมทุกสาขาโดยเฉพาะสาขาวิทยาศาสตร์ วิศวกรรมศาสตร์ แพทยศาสตร์ พยาบาลศาสตร์ บริหาร บัญชีการเงิน คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ สถาปัตยกรรมศาสตร์ และหนังสือสอนภาษา อีกด้านคือการเป็น ผู้นำเขาและจำหน่ายตำรา (เท็กซบูค) จากต่างประเทศ ทั้งจาก เอเชีย สหรัฐอเมริกา อังกฤษ ครอบคลุมทุกสาขา

สุพจน์บอกว่า นอกจากธุรกิจผลิตจำหน่ายตำรา ในอนาคต จะจำหน่ายฐานข้อมูลและสื่อการศึกษาออนไลน์อีกด้วย

สำหรับช่องทางจำหน่ายหนังสือของสำนักพิมพ์ท็อป ปัจจุบันมีหน้าร้าน 2 สาขา คือ ราม อินทรา และจตุจักร ส่วนช่องทางออนไลน์มี 3 เว็บไซต์ คือ www.toptextbook.com; www.topmedicalbook.com และ www.elttopbook.com

ส่วนการจำหน่ายผ่านทางอินเทอร์เน็ต เริ่มจากความต้องการเผยแพร่ และเพิ่มช่องทางจำหน่ายหนังสือที่สำนักพิมพ์ท็อปผลิตขึ้น ตั้งแต่ปี 2545 ต่อมาเมื่อลูกค้าถามถึงหนังสือของสำนักพิมพ์ว่าแปลจากเล่มใด มีฉบับภาษาอังกฤษขายหรือไม่ ขณะเดียวกันก็มีผู้ต้องการใช้หนังสือต่างประเทศ แต่ไม่มีผู้บริการนำเขาหรือมีก็ไม่ทันเวลา ในฐานะที่มีประสบการณ์ทำธุรกิจกับสำนักพิมพ์ต่างประเทศมาก่อน จึงเริ่มเจรจานำหนังสือต่างประเทศมาขายด้วยแบบออร์เดอร์ ทู ออร์ เดอร์ หรือตามคำสั่งซื้อ และพัฒนามาสู่การเปิดร้านค้า ตำราเรียนและ เท็กซบูคออนไลน์เต็มรูปแบบ

ระบบการขายผ่านอินเทอร์เน็ต ออกแบบให้เป็นเสมือนหน้าร้านที่ค้นหาได้สะดวกทุกที่ ทุกเวลา
ว่ามีหนังสือที่ต้องการหรือไม่ กลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่สืบคนผ่านระบบนี้ได้แก่ นิสิตนักศึกษาระดับปริญญาตรี
และปริญญาโท อาจารย์ผู้สอนในสถาบันการศึกษาทั้งของรัฐและเอกชน ทั้งสองระดับ รวมถึงห้องสมุด/มหาวิทยาลัย
ราชวมงคล ราชภัฏ วิทยาลัยเทคนิค

“การซื้อขายผ่านอินเทอร์เน็ตจะเป็นลูกค้ารายย่อย
ที่สั่งผ่านหน้าร้านเป็นลูกค้าที่ดูจากอินเทอร์เน็ตหรือร้านหนังสือทั่วไปมาก่อน และจะเป็นผู้ซื้อจำนวนมากหลายเล่ม
หรือซื้อยกห้อง” สุพจน์อธิบายช่องทางการขายทั้งสองระบบที่เอื้อต่อกัน

นักการตลาดออนไลน์บางคนเคยสรุปว่า ระบบการค้าขายผ่านอินเทอร์เน็ตทำให้ผู้ค้ารายเล็ก หรือใหญ่
มีโอกาสเสมอกัน ท็อป ก็อยู่ในสถานะนั้น สุพจน์บอกว่า
เขามีคู่แข่งที่ต้องปรับตัวตลอดเวลาทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยเฉพาะกลยุทธ์การตั้งราคา
จะมีเจ้าหน้าที่ของเว็บคู่แข่งคอยเทียบเคียงและปรับตัวอยู่ตลอดเวลา โดยเว็บไซต์ที่เห็นเป็นคู่แข่งของ
www.toptextbook.com มีทั้ง www.chulabook.com และ www.amazon.com
ซึ่งเป็นเว็บจำหน่ายหนังสือชื่อดังระดับโลก

สำหรับข้อมูลทางเทคนิคการทำเว็บ ท็อป เลือกใช้เว็บสำเร็จรูป และเพิ่มส่วนที่ต้องการเข้าไป
มีการอัปเดต หรือปรับปรุงข้อมูลทุกวัน รวมถึงการเพิ่มหนังสือใหม่ แจกหนังสือหมด หนังสือแนะนำเข้ามาใหม่
เมื่อลูกค้ามีคำสั่งซื้อก็มีระบบอีเมล ตอบรับอัตโนมัติทันที เพื่อยืนยันว่ามีสินค้าและพร้อมส่ง แล้วให้ชำระเงิน
ส่วนบริการส่งสินค้า มีทั้งส่งไปรษณีย์ด่วนพิเศษ หรือ บริษัทขนส่งส่งให้ถึงมือ

มีบริการลูกค้าสัมพันธ์ (ซีอาร์เอ็ม) หลังการขาย และการจัดการฐานข้อมูลลูกค้า ซึ่งกำลังพัฒนา
โดยมีเว็บอะมาซอน เป็นต้นแบบ

ในฐานะที่เป็นผู้ทำผ่านประสบการณ์ พาณิชยอิเล็กทรอนิกส์ ตั้งแต่ช่วงต้นมาจนปัจจุบัน สุพจน์
แนะนำผู้กำลังเริ่มต้นธุรกิจออนไลน์ ว่า สิ่งที่ต้องคำนึงถึงก็คือลูกค้าไม่เห็นและไม่รู้จักเรา ดังนั้น
ขั้นแรกต้องเริ่มจากสินค้าที่มีอยู่ในมือก่อน และมองกลุ่มลูกค้าเดิมเป็นหลัก เพราะเชื่อถือเราอยู่แล้ว
หรือเป็นเพียงแต่แนะนำสินค้าขึ้นไปขายในโลกออนไลน์ สิ่งที่ต้องเตรียมต่อไปก็คือระบบการจัดการสั่งซื้อ
(หาสินค้าให้ลูกค้า) และจัดส่งสินค้าที่ถูกต้องรวดเร็ว และสภาพดี หลังจากนั้นจึงค่อยขยายสินค้า
และฐานลูกค้าออกไป

สรุปว่า ก่อนจะถึงวันเติบโตใหญ่ ต้องเริ่มต้นแบบ ค่อยเป็นค่อยไป

โอกาสเทียบชั้นระดับบิ๊กไม่ใช่เรื่องเกินฝัน.

วีระพันธ์ โทมปัญญา

VeeraphanT@Gmail.com

ที่มา เดลินิวส์