



7697

ใบรับรองปัญหาพิเศษ

ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร

คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เรื่อง

การศึกษาอิเล็กทรอนิกส์ด้วยมาใช้เป็นช่องทางการตลาดสำหรับธุรกิจร้านจัดดอกไม้

A Study of Electronic Commerce to Be a Marketing Channel for Flower Arranging

ของ

นายธนา เหลืองอุดมชัย

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตร

วท.บ. (บริหารธุรกิจเกษตร)

เมื่อวันที่ 27 พฤษภาคม พ.ศ. 2541

อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ

(อาจารย์สุภาวดี ปิตทวิคองศา)

5/6/41

กรรมการปัญหาพิเศษ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์รังสรรค์ โนชัย)

5/6/41

หัวหน้าภาควิชา

(อาจารย์เสาวคนธ์ เลิศกาญจนะ)

5/6/41

ฉ/พ.

ร ๒๓๑๗

๒๕๔๐

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สำนักหอสมุดกลาง พระจอมเกล้าลาดกระบัง

ปัญหาพิเศษ

เรื่อง

การศึกษาอิเล็กทรอนิกส์มาใช้เป็นช่องทางการตลาดสำหรับธุรกิจร้านจัดดอกไม้
 A Study of Electronic Commerce to Be a Marketing Channel for Flower Arranging



T098136



ภาควิชาบริหารธุรกิจเกษตร

คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เพื่อความสมบูรณ์แห่งปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต (บริหารธุรกิจเกษตร)

ปพ.
๘๒๖๑๗

พ.ศ. 2541

๒๕๔๑

เลขหมู่.....

เลขทะเบียน 95136

วันเดือนปี 10 ๒๕๔๑

เอกสารนี้เป็นเอกสารสงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทคัดย่อ

ชื่อเรื่อง : การศึกษาอิเล็กทรอนิกส์ส์มาใช้เป็นช่องทางการตลาดสำหรับธุรกิจ
ร้านจัดดอกไม้

โดย : นายธนา เหลืองอุดมชัย

ชื่อปริญญา : วิทยาศาสตรบัณฑิต (บริหารธุรกิจเกษตร)

สาขาวิชาเอก : บริหารธุรกิจเกษตร

อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ : _____ 5 / 6 / 41

(สุภาวดี ปัตทวิทิงคา)

ธุรกิจร้านจัดดอกไม้กำลังขยายตัวเพื่อให้เพียงพอต่อความต้องการตลาด ที่มีแนวโน้มมากขึ้นเนื่องจากจำนวนประชากรที่เพิ่มมากขึ้น และความนิยมในการให้ดอกไม้ในโอกาสต่าง ๆ ที่เพิ่มมากขึ้นด้วย จากการที่ธุรกิจร้านจัดดอกไม้มีการขยายตัวมากขึ้น มีการแข่งขันที่รุนแรงขึ้น จึงทำให้มีการศึกษาหาวิธีการที่จะปรับปรุงแก้ไขในการให้บริการเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด และเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการ จากการเพิ่มช่องทางการตลาดโดยใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ (การทำการค้าผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต) ว่ามีความเป็นไปได้และสอดคล้องต่อการปฏิบัติเพียงไร

ในการศึกษาการเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการของร้านจัดดอกไม้จากการเพิ่มช่องทางการตลาดโดยใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ส์นี้จะเป็นการศึกษาถึงผลดีผลเสียของการใช้งาน ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน ผลที่ได้รับ รวมทั้งการจัดทำตัวอย่างโฮมเพจร้านจัดดอกไม้บนระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเพื่อให้เห็นการทำงานที่ชัดเจนขึ้น

จากการศึกษาพบว่าการที่นำอิเล็กทรอนิกส์ส์มาใช้เป็นช่องทางการตลาดของธุรกิจร้านจัดดอกไม้ จะส่งผลดีให้ร้านจัดดอกไม้สามารถเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการสนองความต้องการของผู้บริโภคได้มากยิ่งขึ้นในด้านความสะดวก และรวดเร็วในการสั่งซื้อดอกไม้ อันจะส่งผลดีให้มีการใช้บริการมากยิ่งขึ้นด้วย อีกทั้งในการศึกษาจะมีการเปรียบเทียบค่าใช้จ่ายและผลที่ได้รับว่ามีค่าใช้จ่ายมากน้อยเพียงไรเพื่อช่วยในการตัดสินใจ และประมาณค่าใช้จ่ายในการนำอิเล็กทรอนิกส์ส์ไปใช้เป็นช่องทางการตลาดของธุรกิจร้านจัดดอกไม้ รวมทั้งสามารถนำโฮมเพจร้านจัดดอกไม้ที่จัดตั้งขึ้นไปใช้ในการประกอบธุรกิจร้านจัดดอกไม้หรือประยุกต์ใช้กับธุรกิจอื่นได้อีกด้วย และในการจัดสร้างโฮมเพจของร้านจัดดอกไม้นี้ผู้ศึกษาใช้ภาษา HTML ซึ่งง่ายในการเรียนรู้ และใช้งาน ส่วนวิธีการทำงานของร้านทำงานโดยใช้อิเล็กทรอนิกส์ส์เมล์ซึ่งสะดวกในการสร้างและใช้งาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ได้ตีรวมทั้งเหมาะสมกับสภาวะการณ์ในปัจจุบันของประเทศไทยที่ยังไม่สามารถใช้การชำระเงินผ่านบัตรเครดิตบนอินเทอร์เน็ตได้

จากผลการศึกษาเรื่องนี้ ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะว่าในการนำอิเล็กทรอนิกส์ส่วณิขย์มาใช้งานโดยใช้เป็นช่องทางการตลาดนี้สามารถใช้ได้ดีในระดับหนึ่งในฐานะของการเพิ่มช่องทางการตลาดไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย อีกทั้งตอบสนองความพอใจและเพิ่มประสิทธิภาพของการบริการให้มีความสะดวก รวดเร็วยิ่งขึ้น แต่การใช้งานอิเล็กทรอนิกส์ส่วณิขย์ในประเทศไทยยังไม่เป็นที่แพร่หลายเนื่องจากเป็นเทคโนโลยีที่ใหม่ และไม่มีมาตรฐานรองรับอย่างเป็นทางการ ไม่สามารถใช้งานได้เต็มประสิทธิภาพคือ ในปัจจุบันการชำระเงินผ่านบัตรเครดิตยังไม่สามารถทำได้เนื่องจากต้องมีธนาคารภายในประเทศสนับสนุนการทำงานของระบบชำระเงินผ่านบัตรเครดิต และต้องได้รับการส่งเสริมจากภาครัฐบาล



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คำนิยม

การศึกษาและเรียบเรียงปัญหาพิเศษฉบับนี้ สำเร็จลงด้วยความเรียบร้อย ก็ด้วยความกรุณาให้คำปรึกษา ตลอดจนตรวจสอบแก้ไขความบกพร่องต่าง ๆ จากอาจารย์สุภาวดี ปัตทวิคองคา อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ และอาจารย์รังสรรค์ โนชัย อาจารย์กรรมการปัญหาพิเศษ ผู้เขียนขอกราบขอบพระคุณอาจารย์มาเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอขอบคุณผู้มีพระคุณทุกท่านที่ให้ความช่วยเหลือ ถวายกำลังใจด้วยความห่วงใยมาโดยตลอดในการจัดทำปัญหาพิเศษในครั้งนี้ ขอขอบคุณ คุณสมศักดิ์ เกตุยง ที่อำนวยความสะดวกในการใช้บริการห้องคอมพิวเตอร์ คุณธีระศักดิ์ ยอดบางเตย ที่ให้กำลังใจและร่วมจัดทำปัญหาพิเศษมาด้วยกัน

สุดท้ายนี้ หากปัญหาพิเศษฉบับนี้มีข้อผิดพลาดประการใด ผู้เขียนต้องขออภัยมา ณ โอกาสนี้ด้วย และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าปัญหาพิเศษฉบับนี้ คงจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่ต้องการศึกษาเกี่ยวกับเรื่องนี้บ้างไม่มากนักน้อย

ธนา เหลืองอุดมชัย

มิถุนายน 2541

สารบัญ

	หน้า
สารบัญภาพ	(4)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความสำคัญและปัญหา	1
วัตถุประสงค์	2
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
ขอบเขตการศึกษา	3
นิยามศัพท์	3
ตรวจเอกสาร	4
วิธีการศึกษา	5
บทที่ 2 สภาพทั่วไปของร้านจัดดอกไม้	6
ประเภทของร้านดอกไม้	6
การดำเนินธุรกิจร้านจัดดอกไม้	7
คุณสมบัติของผู้ดำเนินธุรกิจร้านจัดดอกไม้	7
แนวทางการจัดตั้งธุรกิจร้านจัดดอกไม้	8
การเลือกทำเลที่ตั้งของร้าน	9
การตกแต่งภายนอกร้าน	10
การตกแต่งภายในร้าน	10
การเตรียมจัดซื้อดอกไม้ใบไม้	11
การจัดดอกไม้	12
องค์ประกอบในการจัดดอกไม้	12
การส่งเสริมการขาย	14
สื่อที่ใช้ในการโฆษณา	14
การประชาสัมพันธ์	15
ช่องทางการตลาด	16

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 3 ลักษณะการทำงานและเครื่องมือที่ใช้ในการทำอิเล็กทรอนิกส์ อินเทอร์เน็ต	19
ความเป็นมาของการใช้งานอินเทอร์เน็ต	19
การเข้าสู่อินเทอร์เน็ต	20
อุปกรณ์ที่จำเป็นต้องใช้	20
การตลาดในอินเทอร์เน็ต	20
อิเล็กทรอนิกส์	21
รูปแบบการใช้งานอิเล็กทรอนิกส์	22
การประกอบการอิเล็กทรอนิกส์	23
SSL (Secure Sockets Layer)	21
ประโยชน์จากการใช้งาน SSL	23
SSL ในบราวเซอร์	24
SET (Secure Electronic Transaction)	25
ระบบการทำงานของข้อกำหนด SET	26
อิเล็กทรอนิกส์เมลล์ (Electronic Mail)	26
การทำงานของอิเล็กทรอนิกส์เมลล์	27
บทที่ 4 การออกแบบและสร้างแบบจำลองอิเล็กทรอนิกส์	28
การออกแบบสำหรับโฮมเพจร้านจัดดอกไม้	28
รายละเอียดของโฮมเพจร้านจัดดอกไม้	28
การทำงานของร้านจัดดอกไม้โดยใช้อิเล็กทรอนิกส์	28
ค่าใช้จ่ายในการจัดตั้งร้านค้าบนระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต	34
ค่าใช้จ่ายในการจัดสร้างโฮมเพจ	35
ค่าใช้จ่ายในการให้บริการอินเทอร์เน็ต	35
ค่าใช้จ่ายในการใช้โทรศัพท์	35
ค่าใช้จ่ายในการซื้อและติดตั้งอุปกรณ์ คอมพิวเตอร์ และ โมเด็ม	35
รวมค่าใช้จ่าย	36

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5 สรุปผลและเสนอแนะ	37
สรุป	37
เสนอแนะ	38
เอกสารอ้างอิง	39
ภาคผนวก	41
ก. พฤติกรรมการใช้บริการร้านจัดดอกไม้ในเขตกรุงเทพมหานคร	42
ข. ภาพแสดงหน้าจอโฮมเพจของร้านจัดดอกไม้	44



สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	การเจริญเติบโตของอินเทอร์เน็ต	2
2	ช่องทางการจัดจำหน่ายไม้ดอกจากแหล่งผลิตภายในประเทศ	17
3	ช่องทางการจัดจำหน่ายไม้ดอกจากแหล่งผลิตนอกประเทศ	18
4	แสดงให้เห็นกระบวนการทำธุรกิจผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต	22
5	แสดงระดับการทำงานของ SSL	23
6	แสดงการทำงานของระบบ SSL	25
7	ภาพแสดงการแนะนำหน้าร้าน	29
8	ภาพแสดงประเภทของสินค้าที่มีภายในร้านจัดดอกไม้	30
9	ภาพแสดงดอกไม้ที่มีรูปแบบการจัดแตกต่างกันเพื่อให้ลูกค้าเลือกซื้อ	31
10	ภาพขนาดใหญ่แสดงลักษณะรูปทรงของดอกไม้	32
11	ภาพแสดงหน้าจอสำหรับการสั่งซื้อสินค้า	33
12	ภาพแสดงการทำงานของร้านค้าดอกไม้ที่ใช้งานระบบอิเล็กทรอนิกส์	34

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญและปัญหาของการศึกษา

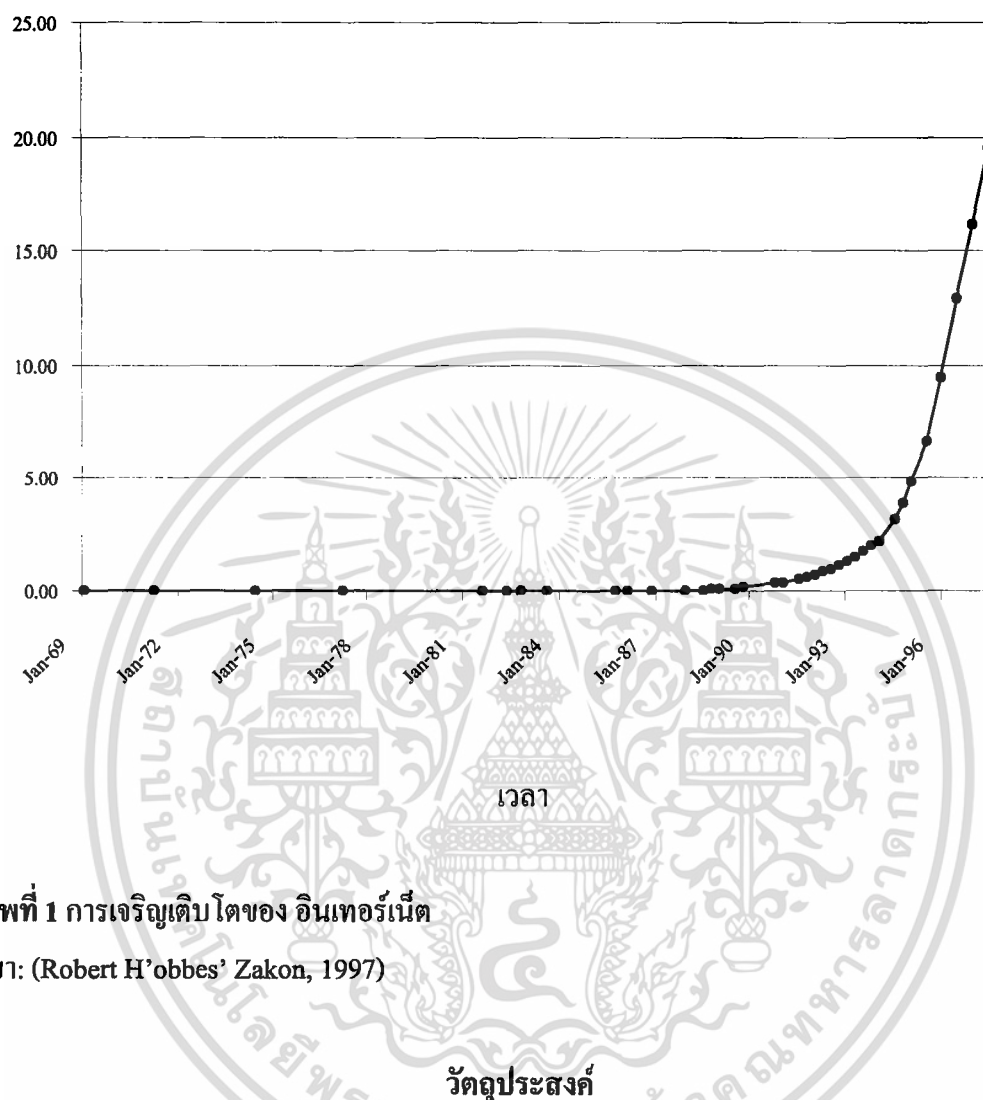
ร้านจัดดอกไม้เป็นธุรกิจประเภทหนึ่งที่มีความสนใจจากผู้ที่ต้องการประกอบกิจการเป็นของตนเองเนื่องจากเป็นอาชีพที่ให้ความเพลิดเพลินและสดชื่นระหว่างการทำงานเพราะผู้จัดดอกไม้สามารถใช้ความรู้สึกจินตนาการของตนเองได้อย่างอิสระ ในส่วนผลตอบแทนที่ได้รับนั้นค่อนข้างสูงเพราะเป็นธุรกิจบริการราคาจึงขึ้นอยู่กับความพึงพอใจของลูกค้านอกจากนี้ดอกไม้ยังสามารถใช้มอบให้กันได้หลากหลายเทศกาลและหลากหลายวาระ แต่การทำธุรกิจประเภทนี้ให้ประสบความสำเร็จมิได้เกิดขึ้นง่ายนัก เพราะใช้เพียงแค่ผู้จัดดอกไม้มาปักใส่แจกันหรือเข้าช่อดอกไม้แล้วตั้งแสดงไว้ เพื่อจำหน่ายแก่ลูกค้าเท่านั้น ยังต้องอาศัยองค์ประกอบอื่นๆที่ช่วยส่งเสริมให้ผู้ซื้อสนใจเข้าสั่งซื้อสินค้าอีกด้วยเช่น รูปแบบการตกแต่งร้าน การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ด้วยเหตุนี้ร้านจัดดอกไม้แต่ละร้านจึงพยายามหาวิธีสร้างจุดเด่นให้ร้านของตนเองและหาทางใช้สื่อใหม่ๆ เพื่อให้เข้าถึงลูกค้าได้อย่างทั่วถึง และสามารถขายผลงานของตนเองในระดับราคาที่สูง โดยที่ลูกค้าได้รับความพอใจและยินดีที่จะจ่าย

ในปัจจุบันมีผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านจัดดอกไม้มากกว่าเดิม เนื่องจากสภาพสังคมได้เปลี่ยนไป อารยธรรมตะวันตกได้เข้ามาในประเทศมากขึ้น อีกทั้งประชาชนได้รับการศึกษาและระดับรายได้ที่ดีขึ้น ทำให้มีการใช้บริการร้านจัดดอกไม้อย่างแพร่หลาย เช่น งานฉลองรับปริญญา งานฉลองความยินดีในวาระต่างๆ เป็นต้น

ปัญหาสำคัญที่ธุรกิจร้านจัดดอกไม้ในปัจจุบันกำลังประสบอยู่คือ ปัญหาทางด้านช่องทางการจำหน่ายคือมีช่องทางการจำหน่ายน้อยมีผลให้บริการและการเข้าถึงลูกค้าจำกัดในบริเวณแคบ การที่จะรับมือกับปัญหาเหล่านี้ทางผู้ประกอบการต่างหาวิธีใหม่ๆที่จะทำให้ธุรกิจของตนเองประสบความสำเร็จ หนทางหนึ่งที่น่าทำการศึกษาและนำมาประยุกต์ใช้คือ การนำอิเล็กทรอนิกส์มาใช้เป็นช่องทางการตลาด เนื่องจากในปัจจุบันการใช้งานระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตมีแนวโน้มสูงขึ้น และมีการประยุกต์ใช้กับระบบการค้ามากขึ้น (ภาพที่ 1) จะเห็นว่าอินเทอร์เน็ตมีการขยายตัวในอัตราที่เร็วมากในช่วงปี พ.ศ 2537 จนกระทั่งถึงปัจจุบัน และการที่นำระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตมาใช้จะสามารถเพิ่มประสิทธิภาพในการทำการค้า มีค่าใช้จ่าย รวมทั้งมีความเหมาะสมที่จะนำมาใช้กับธุรกิจร้านจัดดอกไม้ได้ดีเพียงใด เหล่านี้คือสิ่งที่จะได้ทำการศึกษาต่อไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จำนวน โฮสต์ (ล้านเครื่อง)



ภาพที่ 1 การเจริญเติบโตของ อินเทอร์เน็ต
ที่มา: (Robert H'obbes' Zakon, 1997)

วัตถุประสงค์

1. ศึกษาลักษณะทั่วไปของระบบอิเล็กทรอนิกส์และระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต
2. ศึกษาหน่วยธุรกิจร้านจัดดอกไม้ และประยุกต์ใช้อิเล็กทรอนิกส์เป็นช่องทางการตลาดของธุรกิจ
3. จัดทำตัวอย่างร้านจัดดอกไม้ที่เป็นไฮเพอร์ร้านค้าบนระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงขั้นตอนการทำงานการค้าบนระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต
2. ทราบถึงลักษณะทั่วไปของการประกอบการร้านจัดดอกไม้ และการจัดช่องทางการตลาด โดยใช้อิเล็กทรอนิกส์
3. สามารถนำตัวอย่างโฮมเพจมาประยุกต์ใช้กับหน่วยธุรกิจอื่นๆ ได้

ขอบเขตของการศึกษา

ศึกษารูปแบบธุรกิจร้านจัดดอกไม้ การนำอิเล็กทรอนิกส์มาใช้เป็นช่องทางการตลาดในธุรกิจร้านจัดดอกไม้ และพฤติกรรมการใช้บริการร้านรับจัดดอกไม้ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยอาศัยข้อมูลจากปัญหาพิเศษเรื่อง พฤติกรรมการใช้บริการร้านจัดดอกไม้ในเขตกรุงเทพมหานครของ องค์กร ชำนาญไพร ที่ได้ทำการศึกษาไว้ในปี พ.ศ. 2537

นิยามศัพท์

ช่อดอกไม้แบบถือ หมายถึง การจัดดอกไม้ให้ดูสวยงามเป็นช่อลงบนกระดาษรองแบบต่างๆ เช่นกระดาษแก้ว กระดาษสา อาจแซมด้วยใบไม้หรือผู้กริบิ้นตามความเหมาะสม อาจเรียกอีกอย่างว่าช่อบูเกต์ (bouquae)

ไม้ดอก หมายถึง ดอกไม้สด ไม้ตัดใบ และไม้กระถาง

ร้านจัดดอกไม้ หมายถึง การประกอบกิจการเพื่อทำการขายปลีกดอกไม้และรับจัดดอกไม้ และอาจขายสินค้าอย่างอื่นที่เกี่ยวข้อง เช่น ดอกไม้แห้ง แจกันสำหรับดอกไม้ ต้นไม้หรือไม้กระถาง มีบริการรับจัดดอกไม้เพื่อใช้ในโอกาสต่างๆ และมีเทคนิคการจัดดอกไม้ที่ดีเพื่อให้ดึงดูดใจลูกค้า อีกทั้งมีบริการส่งดอกไม้ที่รับจัดด้วย

อิเล็กทรอนิกส์ หมายถึง การทำธุรกิจบนระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

โฮมเพจ หมายถึง รูปแบบเอกสารที่เขียนขึ้นด้วยภาษา (Hyper Text Markup Language: HTML) จะสามารถแสดงผลได้บนโปรแกรมประเภทบราวส์เซอร์

ตรวจเอกสาร

บัณฑิร บัณฑิต (2537) แสดงความเห็นถึงการประกอบธุรกิจร้านรับจัดดอกไม้ สรุปได้ว่าในการเป็นเจ้าของกิจการร้านรับจัดดอกไม้ก็น่าสนใจมาก แต่การประกอบอาชีพนี้ก็ไม่ใช่เรื่องง่ายนัก ร้านรับจัดดอกไม้แต่ละร้านจึงต้องหาจุดเด่นให้กับร้านของตัวเอง นอกจากนั้นตัวทำเลก็นับว่ามีบทบาทต่อความสำเร็จการเลือกสถานที่ตั้งร้านส่งผลต่อจำนวนลูกค้าที่จะใช้บริการจากร้าน รวมไปถึงการเข้าหาลูกค้าอย่างชาญฉลาดแล้ว ร้านรับจัดดอกไม้นั้นก็สามารดดำเนินอยู่ในโลกธุรกิจอย่างมีชัยไปกว่าครึ่งหนึ่งแล้ว

Alex Laurie (1994)กล่าวถึงการทำธุรกิจค้าดอกไม้ทั้งในด้านการผลิต การจำหน่ายและรวมไปถึงการทำการตลาดด้วยว่าต้องมีการพัฒนาอยู่เรื่อยๆ ไม่หยุดนิ่งให้ทันต่อเหตุการณ์และการดำเนินธุรกิจในปัจจุบัน ไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาด้านการผลิตที่ต้องนำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาเพิ่มประสิทธิภาพ การจำหน่ายและการวางแผนการตลาดที่ดี

ศิริวรรณ (2537) กล่าวถึงการจับจ่ายใช้สอยต่างๆ บนระบบเครือข่าย เวอร์ลเวิดเว็บว่ามีลักษณะเป็นอินเทอร์เน็ตเพื่อการค้ามีการจัด หน้าจอคล้ายห้างสรรพสินค้า และร้านค้าเสมือนในการใช้งานจึงต้องใช้งบระบบดิจิทัลที่มีหลายประเภทให้เลือกใช้และรูปแบบการทำงานของระบบเงินดิจิทัลเหล่านั้น

บพิตร กฤตยาภิรณ (2539) กล่าวถึงร้านจัดดอกไม้ว่ามีความสำคัญในฐานะเป็นผู้กระจายไม้ดอกจากผู้ค้าส่งไปสู่ผู้บริโภคอีกต่อหนึ่งที่มีความสำคัญมาก เนื่องจากไม้ดอกจากผู้ค้าส่งส่วนใหญ่จะถูกขายผ่านร้านจัดดอกไม้ไปตัดแปลงขายต่อไป หากตลาดการขายปลีกผ่านร้านจัดดอกไม้มีการขยายตัวที่ดีจะส่งผลให้ร้านค้าส่งมีรายได้ที่ดีไปด้วย

องค์อร ชำนาญไพโร(2539) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้บริการร้านจัดดอกไม้ในกรุงเทพมหานคร ได้กล่าวถึงการจัดการทางด้านช่องทางการตลาดของร้านจัดดอกไม้ว่า ผู้ประกอบการไม่ควรพิจารณาเพียงทำเลที่อยู่ในแหล่งความเจริญเท่านั้น ควรมีการกระจายไปตามท้องถิ่นต่างๆ ในเขตกรุงเทพมหานครที่มีความเจริญเกือบทัดเทียมกันเพื่อหลีกเลี่ยงการแข่งขันที่รุนแรงในพื้นที่ที่มีการตั้งร้านอยู่มากเกินความต้องการ

David Angel and Brent Heslop (2539) กล่าวว่า มากกว่า 38 ล้านคนได้ใช้งาน อินเทอร์เน็ต ในปี พ.ศ. 2538 และจะเพิ่มเป็น 100 ล้านคนในปี พ.ศ. 2541 นี้ เนื่องจากว่าอินเทอร์เน็ตเป็นการสื่อสารที่รวดเร็ว นั่นคือในอนาคตธุรกิจจะหันมาใช้งานอินเทอร์เน็ต อินเทอร์เน็ตเพิ่มโอกาสที่จะปรับปรุงธุรกิจให้เกิดผลดี การทำการตลาดโดยไม่มีขีดจำกัด มีการตั้งร้านค้าทำธุรกิจกันบนอินเทอร์เน็ต จะเห็นได้ว่าบริษัทเหล่านั้นกำลังเจริญเติบโตอย่างมาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นิรนาม (2540) กล่าวไว้ในหนังสือพิมพ์คู่แข่งว่า เมื่อมีการ ใช้ World Wide Web เป็นที่แพร่หลาย นักการตลาดก็เริ่มเข้ามามีบทบาทในการใช้ WWW เป็นเครื่องมือในการสื่อสารอย่างหนึ่งในกระบวนการทางการตลาด กิจกรรมที่ใช้กันมากในขณะนี้คือ การใช้ Internet ในการโฆษณาเผยแพร่สินค้าและบริการบนเครือข่ายทั่วโลกและใช้เป็นเครื่องมือในการขายตรง (Direct Marketing) ผู้บริโภคที่เป็นสมาชิกเครือข่ายอินเทอร์เน็ต อีกทั้งยังเป็นแหล่งข้อมูลขนาดใหญ่ที่เป็นประโยชน์ต่อการตลาดอีกด้วย

วิธีการศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

- ข้อมูลปฐมภูมิ (primary data) เป็นข้อมูลการดำเนินงานและการจัดช่องทางการตลาดของร้านจัดดอกไม้ที่ได้จากการสัมภาษณ์ปากเปล่าจากผู้จัดการร้านสี่อะลี
- ข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data) จะเป็นการรวบรวมข้อมูลจากหนังสือในห้องสมุดและข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตที่เกี่ยวกับช่องทางการตลาดของร้านจัดดอกไม้ ข้อมูลเกี่ยวกับอิเล็กทรอนิกส์ และการนำข้อมูลของปัญหาพิเศษที่แสดงให้เห็นพฤติกรรมการใช้บริการร้านจัดดอกไม้มา ร่วมวิเคราะห์

การวิเคราะห์ข้อมูล

เป็นการนำข้อมูลทั้งปฐมภูมิและทุติยภูมิ มาวิเคราะห์เชิงพรรณนา เป็นการชี้ให้เห็นผลของการนำระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตมาใช้เป็นช่องทางการตลาด โดยวิธีการเปรียบเทียบผลดี ผลเสีย และค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานและจัดทำตัวอย่าง โสมเพจร้านค้าบนระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ที่อำนวยความสะดวกในการใช้บริการใช้บริการร้านจัดดอกไม้ โดยใช้เป็นช่องทางการตลาด

บทที่ 2

สภาพทั่วไปของร้านจัดดอกไม้

ในการจัดตั้งร้านจัดดอกไม้ จำเป็นที่จะต้องทราบเสียก่อนว่าร้านจัดดอกไม้มีกี่ประเภทและแต่ละประเภทมีรูปแบบการดำเนินงานเช่นไร ผู้ที่จะประกอบธุรกิจต้องมีคุณสมบัติและการเตรียมการเช่นไรบ้าง

ประเภทของร้านดอกไม้

ประเภทของร้านขายปลีกดอกไม้ในประเทศไทยแบ่งได้เป็น 3 ประเภท คือ

1. ร้านขายปลีกและแหล่งขายส่งดอกไม้ การดำเนินธุรกิจแบบนี้มีอยู่ทั่วไปในตลาดที่มีการขายผักและผลไม้ ดอกไม้ที่ขายเป็นดอกไม้ที่ยังไม่ได้ตัดและจัดเก็รดดอกไม้ ดอกไม้มีราคาถูกดอกไม้ที่ขายส่วนใหญ่เป็นดอกไม้ที่ปลูกในท้องถิ่นสามารถปลูกได้รอบชานเมือง กรุงเทพมหานคร เช่น กุหลาบ กล้วยไม้ ดาวเรือง เบญจมาศ บัว เยอบีร่าพันธุ์ไทยและหน้าวัว
2. ร้านรับจัดดอกไม้โดยไม่มีการขายปลีก การดำเนินธุรกิจโดยวิธีนี้จะไม่ขายปลีกดอกไม้ แต่จะเน้นในเรื่องการจัดดอกไม้เพื่อใช้ในงานศพเป็นส่วนใหญ่ มีทั้งที่จัดเป็นพวงหรีดและดอกไม้ประดับตามบริเวณงานศพในรูปแบบต่าง ๆ ร้านค้าที่ดำเนินธุรกิจโดยวิธีนี้มีสถานที่แน่นอน มักตั้งอยู่ใกล้วัดหรืออยู่ในบริเวณวัดที่มีเมรุ ดอกไม้ที่จัดเพื่อใช้ในงานศพและการถวายบังคมอาจะมีดอกไม้แห้งและบางส่วนที่ไม่ใช่ดอกไม้รวมอยู่ด้วย เช่น ใบตอง กาบกล้วยย้อมสีและไม้ย้อมสี โฟมและใบไม้ชนิดอื่น ๆ บางครั้งอาจมีการใช้ดอกไม้ย้อมสีและใช้สีพ่นดอกไม้ด้วย ร้านประเภทนี้อาจมีการรับจัดดอกไม้เพื่อใช้ในโอกาสอื่น ๆ ด้วย เช่น วันเกิด การเปิดห้างร้านหรือบริษัทใหม่
3. ร้านรับจัดดอกไม้และมีการขายปลีก การดำเนินธุรกิจโดยวิธีนี้จะขายดอกไม้ที่แปลกคุณภาพดีและราคาแพง เช่น แกลดีโอลีส คาร์เนชั่น จิบโซฟิลล่า เยอบีร่าสายพันธุ์ยุโรป สเตติส อาจมีดอกไม้ชนิดอื่น ๆ ที่สามารถปลูกได้ในภาคกลาง เช่น กุหลาบ เบญจมาศ หน้าวัว แต่จะมีคุณภาพดีกว่าขายตามแผงลอย ร้านขายปลีกดอกไม้ที่มีชื่อเสียงมากและอยู่ในย่านการค้าที่สำคัญและชุมชนของผู้มีฐานะทางเศรษฐกิจที่ดี เช่น สุขุมวิท สีลม บางรัก มีการรับจัดดอกไม้เพื่อใช้ในโอกาสต่าง ๆ และมีเทคนิคการจัดดอกไม้ที่ดี มีการจัดภายในร้านและหน้าร้านเป็นอย่างดี เพื่อให้เป็นที่ดึงดูดลูกค้าและมีการลงทุนสูงกว่าร้านขายปลีกทั้ง 2 ประเภทแรก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การดำเนินธุรกิจร้านจัดดอกไม้

ผู้ประกอบการร้านจัดดอกไม้ต้องมีการศึกษาองค์ประกอบต่าง ๆ ที่ช่วยทำให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้เป็นอย่างดีซึ่งองค์ประกอบต่าง ๆ นั้นมีมากมายดังต่อไปนี้

คุณสมบัติของผู้ดำเนินธุรกิจร้านจัดดอกไม้

ผู้ดำเนินธุรกิจร้านจัดดอกไม้ ตามความหมายนั้นคือผู้ที่ขายดอกไม้และรับจัดดอกไม้แต่ที่จริงนั้นยังมีอีกหลายประการที่มีความเกี่ยวข้องกับธุรกิจประเภทนี้ นั่นคือ ผู้ดำเนินร้านรับจัดดอกไม้ที่ดีต้องเป็นนักออกแบบ นักธุรกิจ ผู้ซื้อ ผู้ขาย ผู้ให้บริการและให้คำปรึกษา ดังนั้นถ้าผู้ดำเนินการต้องการประสบความสำเร็จในอาชีพนี้ควรมีคุณสมบัติ 3 ใน 4 ของคุณสมบัติดังต่อไปนี้

1. เป็นนักธุรกิจที่ดี ต้องเป็นผู้ที่ทราบถึงการดำเนินงานธุรกิจและทำประโยชน์ธุรกิจเพื่อเงิน ไม่ใช่ทำธุรกิจเพื่อความสนุก
2. เป็นนักออกแบบที่ดี คืองานที่ออกแบบและนำออกสู่ลูกค้าเป็นการสร้างชื่อเสียงของผู้ดำเนินธุรกิจร้านรับจัดดอกไม้
3. ต้องมีทุน ผู้ดำเนินธุรกิจร้านรับจัดดอกไม้ต้องมีทุนเพียงพอเพื่อดำเนินธุรกิจในระยะเริ่มแรกโดยไม่หวังผลกำไรตอบแทน จะต้องมิเงินสดอยู่ในมือพอเพียงพอซื้อของที่จำเป็นและสินค้าอื่นๆ
4. เป็นนักซื้อที่ดี มีความฉลาดและมีความรอบคอบในการจัดซื้อสิ่งของต่าง ๆ เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อการดำเนินธุรกิจ
5. มีความรักในธุรกิจที่กำลังทำ ไม่ใช่ทำร้านธุรกิจดอกไม้เพื่อเงินเพียงอย่างเดียวเท่านั้น ผู้ที่ดำเนินธุรกิจต้องชอบที่จะทำงานกับดอกไม้และคนด้วย
6. ต้องมีความสามารถที่จะพบกับคนและพูดกับคน ต้องเป็นผู้ขายที่มีมนุษยสัมพันธ์ดี
7. ต้องทราบวิธีการโฆษณา ต้องทราบว่าในการโฆษณาแต่ละครั้งมีค่าใช้จ่ายเท่าไร จะโฆษณาเมื่อไร ควรโฆษณาอะไรและใช้สื่อใด ตลอดจนทราบวิธีการจัดร้านทั้งภายในและภายนอกให้เป็นที่ดึงดูดใจลูกค้า
8. ต้องทราบวิธีการฝึกหัดและปฏิบัติต่อลูกจ้าง ต้องให้ลูกจ้างในร้านพอใจกับงานที่เขา กำลังทำอยู่ เพื่อให้ลูกจ้างได้ทำงานในปริมาณที่เหมาะสมและช่วยให้ธุรกิจดำเนินไปด้วยดี ทำให้ลูกจ้างทำงานอยู่ได้นาน ช่วยลดปัญหาค่าใช้จ่ายในการจัดหาลูกจ้างและฝึกลูกจ้างใหม่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

9. ต้องมีประสบการณ์ ผู้ดำเนินธุรกิจร้านรับจัดดอกไม้ควรมีประสบการณ์ในธุรกิจชนิดนี้มาก่อน วิธีการหาประสบการณ์ในด้านนี้คือการทำงานในร้านขายปลีกดอกไม้มาก่อน

10. เป็นพ่อค้า ผู้ดำเนินธุรกิจต้องรู้วิธีการขายสินค้าด้วยความถูกต้องในเรื่องของราคา เวลา ลูกค้า สถานที่และโอกาส

11. ต้องมีความรู้ในเรื่องการปฏิบัติต่อดอกไม้และต้นไม้ ผู้ดำเนินธุรกิจต้องทราบวิธีการที่จะทำให้ดอกไม้และต้นไม้มีอายุคงสภาพนาน ทั้งที่ขณะอยู่ที่ร้านหรือที่บ้านของลูกค้าที่ได้ซื้อดอกไม้ไปจากร้าน

12. ต้องเข้าร่วมกิจกรรมของงานสาธารณะ ควรสนใจและเข้าร่วมกิจกรรมของสังคมหรือสมาคมที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจที่ตนกำลังทำอยู่ เพื่อจะได้ทราบความเคลื่อนไหวในองค์การธุรกิจประเภทนี้ได้อย่างต่อเนื่อง

แนวทางการจัดตั้งธุรกิจร้านจัดดอกไม้

ผู้ที่ต้องการเริ่มต้นประกอบอาชีพร้านจัดดอกไม้ สามารถพิจารณาเลือกที่ตั้งของร้านได้ 2 กรณี คือ ลงทุนเพื่อซื้อต่อกิจการของร้านจัดดอกไม้เดิม และเริ่มลงทุนโดยการหาแหล่งทำเลที่ตั้งใหม่ ทั้งสองวิธีนี้มีข้อดีและข้อเสียแตกต่างกัน ดังนี้

กรณีที่เป็นการลงทุนซื้อต่อกิจการของร้านจัดดอกไม้เดิม มีข้อได้เปรียบคือ การลงทุนต่ำกว่าการเริ่มซื้อใหม่ทุกอย่าง อุปกรณ์เครื่องมือต่าง ๆ สามารถซื้อต่อได้ในราคาที่เป็นของเก่า ช่วยลดค่าใช้จ่ายการตกแต่งและจัดภายในร้านได้มาก ถ้าร้านเดิมมีลูกค้าเก่าอยู่แล้วยังส่งผลให้ช่วยประหยัดเวลาและเงินเพื่อใช้ในการโฆษณาหาลูกค้าใหม่ เพราะธุรกิจร้านจัดดอกไม้รายใหม่มักไม่ค่อยมีกำไรในปีแรกเนื่องจากมีลูกค้าน้อย อีกทั้งการประเมินผลและการทำบัญชีทำได้ง่าย ถ้าหากเป็นร้านที่เริ่มใหม่จะเป็นการยากที่จะทำการประเมินผลการลงทุนและการขาย ส่วนข้อเสียที่พบจากการซื้อต่อกิจการของร้านจัดดอกไม้เดิมที่มีอยู่ คือ ร้านที่ซื้อนั้นสร้างภาพพจน์การให้บริการไว้ ในการที่เราเข้ามาดำเนินการต่อส่งผลให้ผู้ใช้บริการติดอยู่กับภาพพจน์เก่าๆที่ไม่ดีเช่น ราคาสูงผู้ที่เคยใช้บริการอาจจะไม่กลับมาใช้บริการร้านนั้นอีกเลย

กรณีไม่สามารถซื้อต่อกิจการจากร้านเดิมในพื้นที่ที่ต้องการได้ และวางแผนตั้งร้านใหม่ ซึ่งการเริ่มต้นธุรกิจใหม่มีข้อได้เปรียบคือ ไม่มีความเสียหายที่เกิดขึ้นเนื่องจากการกระทำของร้านเดิม ทำให้สามารถวางแผนได้ดีกว่าและทันสมัยกว่า สามารถจัดการใหม่โดยไม่ต้องห่วงว่าจะเสียลูกค้าเก่าจากร้านเดิม แต่การเริ่มต้นธุรกิจใหม่มีข้อเสียเปรียบอยู่บ้าง คือ การลงทุนเริ่มต้นสูงมาก เนื่องจากยังไม่มีกรมหมื่นเวียนของการเงินเข้าบัญชีมาก ดังนั้นจึงต้องการเงินลงทุนสูงมาก และอาจประสบ

ปัญหาไม่ค่อยได้รับการสนับสนุนการเงินจากแหล่งเงินกู้เท่าที่ควร อีกทั้งเสียเวลาในการวางแผน และการจัดการต่าง ๆ ซึ่งเกี่ยวกับการขออนุญาตการก่อสร้าง การขออนุญาตตั้งร้านค้า การซื้อสินค้า เข้าร้าน การทำบัญชีสินค้าในร้าน การจ้างและฝึกคนงานในร้าน

การเลือกทำเลที่ตั้งของร้าน

การเลือกที่ตั้งสำหรับร้านจัดดอกไม้เป็นสิ่งหนึ่งที่มีความสำคัญมากที่สุด การจัดการในสิ่งอื่น ๆ ที่ได้ตัดสินใจแล้วอาจจะมีการเปลี่ยนแปลงได้ แต่ที่ตั้งของร้านไม่สามารถที่จะเปลี่ยนแปลงได้ง่าย ๆ เพราะที่ตั้งของร้านเพียงอย่างเดียวก็สามารถทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จหรือล้มเหลวได้ ในการเลือกที่ตั้งสำหรับร้านจัดดอกไม้ควรจะพิจารณาลงต่อไปนี้

1. ประชากร จำนวนประชากรในบริเวณที่ตั้งร้านจัดดอกไม้มีความสัมพันธ์โดยตรงกับร้านจัดดอกไม้ เชื้อชาติของประชากรในบริเวณร้านจัดดอกไม้ นับว่ามีความสำคัญ เนื่องจากบางเชื้อชาติมีความนิยมซื้อดอกไม้มากกว่าเชื้อชาติอื่น ๆ ทางด้านทัศนคติของประชากรที่มีต่อการใช้บริการก็เป็นตัวตัดสินใจเช่นกันต่อความสำเร็จหรือความล้มเหลวของธุรกิจ

2. ความก้าวหน้าของธุรกิจ ต้องพิจารณาว่าในบริเวณที่ตั้งร้านจัดดอกไม้มีความเจริญก้าวหน้ามากแค่ไหน ถ้าเป็นบริเวณที่ไม่มีธุรกิจมากจะมีผลกระทบอย่างมากต่อการขายดอกไม้

3. รายได้ของประชากร ประชากรในบริเวณที่ตั้งร้านจัดดอกไม้มีรายได้สูงจะมีศักยภาพในการซื้อดอกไม้มากกว่าประชากรที่มีรายได้ต่ำและปานกลาง แต่บางกรณีอาจจะสามารถขายดอกไม้ในชุมชนที่มีรายได้ต่ำหรือปานกลางมากกว่าชุมชนที่มีรายได้สูง เพราะศักยภาพในการซื้อดอกไม้ยังขึ้นอยู่กับเชื้อชาติและทัศนคติของประชากรที่มีต่อดอกไม้ด้วย

4. จำนวนร้านจัดดอกไม้ ต้องพิจารณาว่าบริเวณที่จะเลือกเป็นที่ตั้งสำหรับร้านนั้น มีจำนวนร้านที่ทำธุรกิจอย่างเดียวกันมากน้อยเท่าใด ร้านเหล่านั้นมีชื่อเสียงในด้านอะไรและการจัดการดีแค่ไหน เจ้าของร้านเป็นคนอย่างไร ดอกไม้ที่จัดมีคุณภาพอย่างไร ข้อมูลเหล่านี้ผู้เริ่มต้นธุรกิจการขายปลีกดอกไม้จะต้องพิจารณาให้มาก

5. ความสะดวกสบายในการคมนาคม ดอกไม้เป็นสินค้าที่เน่าเสียได้ง่ายและรวดเร็ว ดังนั้นที่ตั้งของร้านจะต้องไม่ไกลมากจากตลาดดอกไม้ หรือการคมนาคมระหว่างร้านรับจัดดอกไม้และตลาดขายส่งดอกไม้จะต้องมีความสะดวกและรวดเร็ว

6. ที่จอดรถสำหรับลูกค้า ถ้าร้านจัดดอกไม้ตั้งอยู่ในโรงแรม โรงพยาบาลหรือศูนย์ การค้า จะไม่มีปัญหาเรื่องที่จอดรถสำหรับลูกค้า แต่ถ้าที่ตั้งของร้านเป็นตึกแถวจะต้องคำนึงในเรื่องที่จอดรถของลูกค้า เพราะร้านจัดดอกไม้ที่ลูกค้าหาที่จอดรถยากจะทำให้ร้านมีลูกค้าใช้บริการน้อย



การตกแต่งภายนอกร้าน

ลักษณะภายนอกร้านจัดดอกไม้มีบทบาทสำคัญต่อการขายมาก เนื่องจากเป็นสิ่งที่สะดุดตาและดึงดูดลูกค้าเข้ามาในร้านและซื้อดอกไม้ในร้าน คาดว่ายอดขายที่ได้รับนั้นมีประมาณร้อยละ 35 ที่ได้จากลักษณะการตกแต่งภายนอกร้าน (รัตนา, 2537: 8)

สิ่งสำคัญ 5 ประการ ที่จะทำให้อาคารจัดดอกไม้เป็นจุดเด่นเมื่อมองในระยะไกล คือ

1. การทาสีหรือการก่อสร้าง ตกแต่งหน้าร้านจะต้องทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ เมื่อได้เห็นเป็นครั้งแรกซึ่งมีผลเชิงจิตวิทยาทางบวก
2. การให้แสงสว่างในเวลากลางคืนบริเวณหน้าร้านทำให้อาคารมีจุดเด่น เพราะคนทั่วไปชอบเดินผ่านร้านที่มีแสงสว่างมาก ๆ ซึ่งเป็นการโฆษณาให้ได้ทราบอีกทางหนึ่ง
3. ตู้โชว์กระจกหน้าร้านเป็นส่วนสำคัญที่สุดภายนอกร้าน เพราะเป็นจุดโฆษณาการรายได้ดีและเป็นการประหยัดเงินได้มากกว่าการโฆษณาด้วยวิธีอื่น ๆ ควรมีการออกแบบให้ดูง่ายและไม่สับสน
4. ป้ายชื่อของร้านควรจะชัดเจนและมองเห็นได้ง่าย
5. ดอกไม้ที่ตั้งหน้าร้านจะต้องดึงดูดลูกค้าเสมอ ถ้าหน้าร้านมีที่ว่างและตั้งวางของได้โดยไม่ผิดกฎหมาย ควรจะตั้งผลงานเพื่อจัดแสดงให้ผู้ที่ผ่านหน้าร้าน ได้ทราบถึงเทศกาลวันสำคัญ ๆ เช่น วันวาเลนไทน์ วันคริสต์มาส

การตกแต่งภายในร้าน

ภายในร้านจัดดอกไม้มีความสำคัญเช่นเดียวกับภายนอกร้าน เพราะภายในร้านสามารถทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจทั้งที่ดีและไม่ดี สีภายในร้านเป็นสิ่งสำคัญและต้องเป็นสีที่ทำให้ดอกไม้มีความเด่นมีเพิ่มขึ้น ไม่ใช่ลดความดึงดูดของดอกไม้ เพดานของร้านควรจะทำสีขาวเพื่อให้ภายในร้านมีความสว่างมากที่สุด การจัดตั้งโต๊ะเพื่อใช้เป็นตู้โชว์และจัดดอกไม้ ห่อดอกไม้ให้ลูกค้าตลอดจนคิดบัญชีควรแยกเป็นสัดส่วนและมีที่ว่างเพื่อความสะดวกของคนภายในร้านและการเดินชมสินค้าของลูกค้าภายในร้าน การจัดวางดอกไม้ต้องทำเป็นหมวดหมู่เพื่อง่ายสำหรับการขายและการเลือกซื้อของลูกค้า พื้นของร้านควรเป็นวัสดุที่ไม่ลื่นเป็ยกน้าง่ายสำหรับการเดินและทำความสะอาด พื้นในที่แบ่งเพื่อวัตถุประสงค์ต่าง ๆ ในการดำเนินงานนั้นขึ้นอยู่กับขนาดของธุรกิจที่กำลังดำเนินอยู่ ถ้ามีห้องสำหรับผู้จัดการหรือห้องสำหรับการควบคุมธุรกิจทั้งหมดภายในร้านจะ

ต้องแยกออกจากบริเวณการขายและบริเวณที่จัดดอกไม้ เพราะจะสะดวกต่อการขายและจัดดอกไม้ และยังมีประโยชน์ในการให้คำปรึกษาการใช้บริการของลูกค้าในเรื่องการใช้ดอกไม้

การให้แสงสว่างนั้น ควรมีแสงสว่างประมาณ 150-200 แรงเทียน หลอดไฟที่ใช้ภายในร้าน ควรเป็นหลอดไฟฟลูออเรสเซนต์ (fluorescent lamp) สีขาวนวล เพราะจะทำให้บรรยากาศภายในร้าน คล้ายกับมีแสงสว่างจากธรรมชาติ

ตู้โชว์ดอกไม้ภายในร้านเป็นสิ่งสำคัญที่สามารถควบคุมอุณหภูมิได้ ด้านหน้าเป็นกระจกและด้านหลังปิดทึบ ดอกไม้ที่สั่งซื้อและยังไม่ได้จัดให้ลูกค้ามักเก็บไว้ตู้นี้เพื่อทำให้คงสภาพ ที่สดอยู่เสมอ

การเตรียมจัดซื้อดอกไม้ไปไม้

ดอกไม้สดมีแหล่งเพาะปลูกที่สำคัญที่สำคัญ ดังนี้

1. กรุงเทพมหานครและนนทบุรี ได้แก่ กล้วยไม้ เยอบีร่า เบญจมาศ กุหลาบ
2. เพชรบุรี สมุทรปราการ สมุทรสาคร สมุทรสงคราม นครปฐม ได้แก่ กล้วยไม้ เยอบีร่า แอสเตอร์ เบญจมาศ หน้าวัว
3. เชียงใหม่ เชียงราย ส่วนใหญ่รับมาจากโครงการหลวงซึ่งเป็นผู้ผลิตรายใหญ่ ได้แก่ กล้วยไม้ คาร์เนชั่น แกลดิโอลัส เบญจมาศ จิโฆฟิลล่า ฟรีเซีย อัลสโตรัมเรีย ลิลลี่ มัม
4. ประเทศเนเธอร์แลนด์ ได้แก่ ทิวลิป เยอบีร่า เบญจมาศ ลิลลี่ ไฮริส
5. ประเทศไต้หวัน ได้แก่ กุหลาบ เบญจมาศ หน้าวัว

กรณีถ้าแหล่งผลิตที่อยู่ภายในประเทศ ร้านรับจัดดอกไม้สามารถติดต่อกับเกษตรกรผู้ปลูก ได้โดยตรงหรืออาจซื้อจากปากคลองตลาด แต่ถ้าเป็นแหล่งผลิตที่อยู่ต่างประเทศ สามารถติดต่อกับตัวแทนผู้นำเข้าไม้ตัดดอกที่สำคัญซึ่งอยู่ในรูปของบริษัทขนาดเล็ก หรือร้านดอกไม้ขนาดใหญ่ซึ่งนำเข้าโดยผ่านบริษัทนำเข้า (trading firm) เพื่อจำหน่ายให้ผู้บริโภคโดยตรงโดยไม่ผ่านตลาดขายส่ง การซื้อดอกไม้ นั้นควรติดต่อกับคนกลางคนเดียวเป็นประจำเมื่อพบว่าคนกลางนั้นเป็นบุคคลที่น่าเชื่อถือได้ ควรอธิบายให้คนกลางทราบว่าทางร้านต้องการดอกไม้ประเภทไหน บอกให้คนกลางได้ทราบถึงลักษณะของธุรกิจที่ตนกำลังดำเนินอยู่ เพื่อคนกลางจะได้ทราบคุณภาพ ปริมาณ และชนิดของดอกไม้ที่ต้องการ ส่วนราคาของดอกไม้ นั้นมีการเปลี่ยนแปลงทุก ๆ วัน ในตลาดกลาง ดังนั้นเวลาจึงเป็นเรื่องสำคัญ ถ้าเป็นไปได้ควรจะไปตลาดขายส่งและแหล่งปลูกด้วยตนเอง เพราะเจ้าของร้านจัดดอกไม้สามารถทราบราคาจริงของดอกไม้และทราบปริมาณของดอกไม้ที่ใช้แต่ละวัน

เมื่อทำการซื้อแล้วควรนำดอกไม้มาตัดก้านในเวลาเช้าตรู่ เวลาพลบค่ำหรือเวลาที่ไม่มีแสงแดด เพราะเป็นเวลาที่ดอกไม้ไม่มีน้ำและอาหารหล่อเลี้ยงอยู่เต็มที่ เมื่อตัดดอกไม้แล้วควรแช่น้ำทันที และตัดก้านออกเล็กน้อยเพื่อให้ก้านชุ่มน้ำน้อยที่สุด ควรใช้กรรไกรหรือมีดที่คมตัดเพราะจะไม่ทำให้เซลล์ของก้านเสียหาย ควรเก็บดอกไม้ไว้ในที่ที่มีอากาศโปร่งเย็น ไม่มีลมโกรกหรือแดดส่อง

การจัดดอกไม้

การจัดดอกไม้ เป็นส่วนที่สำคัญที่สุดในการประกอบอาชีพนี้ให้ประสบผลสำเร็จ ถึงแม้ว่าผู้ประกอบการได้มีการจัดตกแต่งหน้าร้าน การตกแต่งภายในร้านอย่างดีเพียงไร ถ้าหากฝีมือการจัดของผู้จัด ไม่มีคุณภาพตรงกับความต้องการของลูกค้าแล้ว ก็เป็นการยากที่จะทำให้ลูกค้าเชื่อใจในคุณภาพและกลับมาใช้บริการจากทางร้านอีก ดังนั้นจึงเป็นหน้าที่ของผู้จัดที่ต้องฝึกฝนเพื่อสร้างทักษะความชำนาญในการจัดให้แก่ตนเอง

องค์ประกอบในการจัดดอกไม้

การจัดดอกไม้ไม่ว่าจะเป็นผู้ที่เริ่มฝึกหัดจัดดอกไม้หรือผู้ที่ชำนาญ ควรทำการวางโครงการล่วงหน้าก่อนเริ่มจัด เพื่อเป็นการร่นระยะเวลาการจัดให้เร็วขึ้น ผลงานการจัดที่ปรากฏออกมาจะเสร็จเร็วกว่าการจัดตามอารมณ์โดยมิได้คิดแบบก่อน หลักสำคัญในการออกแบบควรมีองค์ประกอบสำคัญ 10 ประการ ดังนี้

1. สถานที่ (location) ควรรู้ว่าจะนำไปวางไว้สถานที่ใด ตำแหน่งใด หากไม่ทราบล่วงหน้า จะทำให้การจัดนั้นไม่สมบูรณ์ อาจสูงเกินความต้องการหรือเล็กเกินไป หรือไม่เหมาะสมกับสถานที่ที่ต้องการตกแต่ง

2. รูปทรง (form) การเลือกรูปทรงของดอกไม้ที่จัดอาจเลือกจากลายเส้น ควรมีการวาดเส้นหลายๆ ลักษณะเพื่อให้เกิดความรู้สึกเคลื่อนไหว โดยคำนึงถึงโอกาสในการใช้สอยเป็นสำคัญ รูปทรงที่นิยมจัดได้แก่ รูปทรงสามเหลี่ยมด้านเท่า หรือทรงปิระมิด รูปทรงสามเหลี่ยมมุมฉาก สามารถจัดได้ทั้งชายและหญิงโดยใช้มุมใดเป็นมุมฉากก็ได้ขึ้นอยู่กับตำแหน่งที่นำไปประดับ รูปทรงกลมซึ่งเป็นการจัดที่ได้รับความนิยมทุกสมัย รูปพระจันทร์เสี้ยวซึ่งเป็นการจัดดอกไม้ที่เน้นแนวโค้ง รูปแบบแนวตั้งซึ่งเป็นการจัดสำหรับตั้งประดับในตำแหน่งที่เนื้อที่จำกัดและภาชนะทรงสูง รูปแบบตัวเอสเป็นการจัดที่คำนึงถึงก้านดอกไม้หรือใบไม้เป็นสำคัญโดยก้านดอกไม้ควรมีความยาวและเหนียวพอที่จะตัดให้โค้งงอได้ รูปพระจันทร์คว่ำหรือเรียกอีกอย่างว่ารูปพัดที่กางออก นิยมจัดประดับบน

โต๊ะรับประทานอาหารหรือโต๊ะประชุมที่ต้องการบรรยากาศสดชื่น การจัดแบบนี้ควรจัดทรงเตี้ยเพื่อให้เห็นผู้สนทนา

3. สัดส่วน (shape) สัดส่วนในที่นี้หมายถึงการจัดดอกไม้ให้ให้ความเหมาะสมกับภาชนะถ้าหากว่าเป็นภาชนะทรงสูง สัดส่วนที่ดีคือ 1.5-2 เท่าของความสูงภาชนะ เช่น ภาชนะสูง 6 นิ้ว ช่อดอกยาวสุดควรจะเป็น 9-12 นิ้ว หลักเกณฑ์นี้อาจยืดหยุ่นได้ตามความเหมาะสม

4. จังหวะ (rhythm) การจัดดอกไม้ให้ได้ระยะและพอเหมาะกับระยะสายตานั้นควรใช้รูปทรงเดียวกันเป็นระยะ มีการจัดที่มีช่วงการจัดที่สัมพันธ์เป็นเรื่องเดียวกัน

5. สี (colour) แบ่งเป็นสองประเภทคือ สีอุ่น เช่นสี ชมพู แดง ส้ม ให้ความรู้สึกอบอุ่น และสีเย็นเช่นสีเหลือง ฟ้ำ ม่วง แต่ละสีจะให้ความรู้สึกแตกต่างกันไป เช่นให้ความรู้สึกเคลื่อนไหวโดยสีประเภทเย็นทำให้มองดูแล้วใกล้ แต่สีประเภทอุ่นมองดูแล้วไกลออกไป สีช่วยให้มองแล้วรู้สึกสดชื่นเช่น สีชมพู ขาว แดง ซึ่งนิยมใช้ในงานมงคล เช่นงานมงคลสมรส สีช่วยให้เกิดความรู้สึกหลากหลายเช่น สีขาวให้ความรู้สึกสุภาพ สีม่วงให้ความรู้สึกลึกลับ สียังช่วยบอกอุปนิสัยผู้จัดผู้ที่ชอบสีสดใสเป็นผู้ที่ชอบความทันสมัย เชื้อมั่นในตนเอง หากชอบสีอ่อนเป็นผู้ที่มีนิสัยเรียบร้อย ให้ความรู้สึกอ่อนโยน

6. ผิวสัมผัส (texture) ผิวสัมผัสมีส่วนช่วยในการจัด โดยภาชนะที่มีผิวหยาบ ควรใช้ดอกไม้ที่มีลักษณะแข็งและจัดแบบไม่หรูหรา ถ้าภาชนะผิวมันควรใช้ในงานหรูหรา ดอกไม้ที่จัดควรมีลักษณะบอบบาง

7. จุดเด่น (center of interest) จุดเด่นควรมีเพียงจุดเดียวเท่านั้น และไม่ควรมีการแข่งขันขององค์ประกอบอื่น เช่นการเลือกภาชนะที่มีลักษณะเรียบหรือหม่น ช่วยให้ดอกไม้ที่จัดเด่นชัดขึ้น ซึ่งสามารถสร้างจุดเด่นได้จากการใช้สี ขนาด รูปทรงที่แตกต่างกัน การจัดวางตำแหน่งของดอกไม้ที่ต้องการให้เด่นเป็นกลุ่มเดียวกัน เพื่อดึงดูดความสนใจ หรือการจัดให้มีที่ว่างล้อมรอบสิ่งที่เราต้องการให้เป็นจุดเด่น

8. ความแตกต่าง (difference) ช่วยให้การจัดดูแปลกตา ผู้ออกแบบอาจสร้างความสนใจโดยใช้ความแตกต่างเพื่อให้เกิดความสะดุดตาโดยใช้รูปร่าง ผิวสัมผัส สี เช่น ในการจัดดอกไม้อาจใช้สีเหลือง ใบไม้สีเขียวและภาชนะสีน้ำเงิน แต่การใช้ความต่างนั้นไม่ควรมีมากเกินไป เพราะหากมีความแตกต่างกันหลายจุดจะเกิดความสับสน

9. ความกลมกลืน (harmony) ผู้จัดต้องวางโครงการว่าควรจัดอย่างไรให้งดงามโดยพิจารณาประกอบกับ สี รูปทรง ความสมดุล จังหวะ จุดเด่น สถานที่และโอกาส

10. ความสมดุล (balance) ทำได้โดยจัดให้มีความสมดุลทั้งในด้านสี รูปทรง ตลอดจน ภาชนะที่ใช้ในการจัดดอกไม้ให้เหมาะสมและเข้ากับบรรยากาศ มีการวางตำแหน่งที่สมดุลและเหมาะสมกับสถานที่ด้วย

การส่งเสริมการขาย

การที่ร้านจัดดอกไม้จะประสบความสำเร็จได้คือนั้น นอกจากขึ้นอยู่กับฝีมือของผู้จัดแล้วยังขึ้นอยู่กับ การส่งเสริมการขายของร้านอีกด้วย ซึ่งการส่งเสริมการขายสามารถทำได้หลายวิธีคือ การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การจัดการเกี่ยวกับช่องทางการจำหน่ายทั้งผ่านตัวแทนจำหน่ายและการจำหน่ายโดยตรง ปัจจุบันการส่งเสริมการขายของธุรกิจร้านจัดดอกไม้มีไม่มากอาจมีเพียงการตีพิมพ์ประกาศในบริเวณใกล้เคียง และการโฆษณาผ่านสมุดหน้าเหลือง จะไม่มีการลงทุนโฆษณาที่ต้องใช้เงินลงทุนสูง หากมีการนำสื่อโฆษณาผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่มีการลงทุนต่ำแต่ให้ประสิทธิภาพสูงมาใช้งานจะเป็นการลงทุนที่คุ้มค่ามาก

สื่อที่ใช้ในการโฆษณา

1. สื่อหนังสือพิมพ์ เป็นสื่อที่นักธุรกิจให้ความสำคัญในด้านการโฆษณามาก เนื่องจากว่าสื่อหนังสือพิมพ์สามารถเข้าถึงคนทุกระดับชั้น หากว่ามีการซื้อหน้าหนังสือพิมพ์ใหญ่เท่าไรก็จะทำให้มีความน่าสนใจมากขึ้นเท่านั้น และยังคงมีการออกแบบที่สวยงาม มีการนำเสนอที่น่าสนใจ หากแต่ว่าสื่อหนังสือพิมพ์ต้องมีการเลือกกลุ่มลูกค้าที่มีความสนใจในหนังสือที่จะลง และมีระยะเวลาสั้น อีกทั้งผู้อ่านอาจเลือกอ่านเฉพาะที่สนใจจริงๆทำให้อาจพลาดโอกาสกลุ่มเป้าหมายไปได้

2. สื่อนิตยสารทำให้มองกลุ่มเป้าหมายได้ชัดเจนกว่าหนังสือพิมพ์ เช่นกลุ่มชาย หญิง วัยรุ่น และติดตามกลุ่มเป้าหมายได้ชัดเจนกว่านิตยสารส่วนใหญ่ต้องใช้เวลาอ่านที่ค่อนข้างนานจึงมีความเชื่อมั่นว่าเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ตรงประเด็นมากกว่า และการนำเสนอที่มีความสวยงาม แต่ติดที่ราคา นิตยสารที่มีคนอ่านมากก็จะทำให้การโฆษณามีราคาสูงไปด้วย

3. สื่อวิทยุมีความแตกต่างจากสื่อสิ่งพิมพ์ เพราะสื่อวิทยุสามารถบังคับให้ผู้ฟังสนใจในโฆษณาที่เผยแพร่ออกไปควบคู่กับรายการที่นำเสนอ ไม่เหมือนกับนิตยสารที่ผู้อ่านจะเลือกสนใจหรือไม่ก็ได้ และสื่อวิทยุสามารถที่จะสร้างความน่าสนใจได้เป็นอย่างดี เพราะเป็นสื่อเสียงที่เรียกความสนใจได้อีกทั้งยังได้รับการสนับสนุนจากดีเจ ด้วยการพูดถึงอย่างสม่ำเสมอ สินค้าและบริการที่ผ่านสื่อนี้จึงมักได้รับความสำเร็จเป็นอย่างดี และค่าเช่าออกอากาศทางสถานีไม่แพงนัก อยู่ใน

ราคาที่สามารถจะจ่ายได้ ธุรกิจบางประเภทได้รับความสำเร็จจากการโฆษณาทางวิทยุเป็นอย่างดี เช่น ธุรกิจเพลง ข้อจำกัดของวิทยุคือจะมีความสามารถในการเผยแพร่ได้เพียงบางพื้นที่ และผู้ที่รับฟังอาจไม่ใช่กลุ่มเป้าหมายที่แท้จริง หากต้องการให้มีความครอบคลุม จะต้องมีการเพิ่มรายจ่ายตามไปด้วย

4. การโฆษณาที่ดูว่าจะมีประสิทธิผล และอิทธิพลต่อกลุ่มเป้าหมายที่สุดคือการโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์ ซึ่งมีทั้งการเสนอทั้งภาพและเสียง และภาพเคลื่อนไหวเหมือนจริงมากที่สุด ความสามารถในการสื่อสารก็กว้างไกลไม่ว่าจะอยู่ที่ใดของประเทศ แต่ในการผลิตสื่อโฆษณาบางชิ้นมีค่าใช้จ่ายสูงมาก และในการออกอากาศก็ต้องใช้ค่าใช้จ่ายในการซื้อเวลา หากว่าเป็นเวลาที่มีความนิยม ค่าใช้จ่ายก็จะสูงตามไปด้วย ค่าใช้จ่ายที่ต้องเสียไปนี้จะถูกรวมไปในต้นทุนเป็นผลให้ราคาสินค้าสูงตามไปด้วย

5. การขายตรงโดยการส่งรายการสินค้าไปยังผู้บริโภค เป็นการเสียค่าใช้จ่ายที่ไม่ได้ผลเท่าใดนัก เนื่องจากผู้บริโภคอาจไม่ใส่ใจในสื่อนี้ บางครั้งถึงกับไม่เปิดดูเลย เป็นการหว่านพืชหวังผลที่มีความเสี่ยงสูงว่าจะไม่ได้การยอมรับ และตอบสนองตามที่คาดหมายไว้ การทำเช่นนี้มีข้อจำกัดทางด้านความกว้างของพื้นที่และลูกค้าที่มีความสนใจจริงอาจไม่ได้รับการติดต่อทำให้เสียโอกาสทางการตลาดไป อีกทั้งมีการสำรวจแล้วว่าการใช้สื่อประเภทนี้จะได้รับการตอบรับกลับมาเพียงร้อยละ 3 เท่านั้น

6. การใช้อินเทอร์เน็ตในการโฆษณา จะมีรูปแบบการใช้งานผ่านเว็บไซต์ที่มีการสื่อสารกว้างขวาง ครบวงจร สามารถให้ภาพ เสียง รายละเอียดของข้อมูลไม่มีข้อจำกัดของเวลาเช่นโทรทัศน์ วิทยุ เหมือนกับการใช้สื่อทุกอย่างที่กล่าวมาข้างต้น ในขณะที่มีการเข้าถึงทุกบ้านที่มีการใช้งานอินเทอร์เน็ต มีการตลาดกว้างขวางกว่าสื่ออื่นๆ มีลูกค้าที่ตรงกลุ่มเป้าหมาย แต่มีการลงทุนที่ต่ำและคุ้มค่าต่อการใช้งาน (จรรยา, 2540: 102)

การประชาสัมพันธ์

เป็นการโฆษณาทางอ้อม ซึ่งสามารถทำให้ลูกค้าสนใจร้านใดร้านหนึ่งเป็นพิเศษ การประชาสัมพันธ์ที่ดีนั้นจะทำให้ลูกค้ากลับมาซื้อดอกไม้จากร้านเดิมเพิ่มขึ้นอีกมาก สามารถทำได้หลายวิธีคือ

1. การสาธิตการจัดดอกไม้สด การทำดอกไม้แห้งและจัดดอกไม้แห้ง ให้กลุ่มของลูกค้าประจำ แม่บ้าน หรือสุภาพสตรีที่มีเวลาว่างและมีความสนใจในงานจัดดอกไม้ ซึ่งจัดสาธิตตามวันและเวลาที่มีสมาชิกส่วนใหญ่ว่างตรงกัน วิธีนี้ส่งผลทำให้ร้านเป็นที่รู้จักเพิ่มขึ้น

2. การบริจาคดอกไม้และต้นไม้ให้แก่หน่วยราชการ
3. การรับประกันคุณภาพของดอกไม้ที่ซื้อจากร้าน
4. การเขียนข้อความด้านหลังของบัตรอีดด้านหนึ่งของเจ้าของร้านเพื่อแสดงความเห็นใจตามเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นกับลูกค้า
5. การแนะนำคู่มือรักษาดอกไม้และต้นไม้
6. การให้ดอกไม้หรือต้นไม้ฟรีแก่ลูกค้าที่จ่ายเงินครั้งละมาก ๆ
7. การสอบถามหรือติดตามความพอใจของลูกค้าในคุณภาพของดอกไม้ที่ซื้อจากร้าน
8. การมีบริการเสริมพิเศษกับลูกค้าโดยไม่คิดค่าบริการ เช่น บริการส่งถึงที่ การตรวจสอบดอกไม้ให้อยู่ในสภาพที่ดีอีกครั้งหนึ่งก่อนที่ลูกค้านำออกจากร้าน
9. การเตรียมที่จอดรถยนต์ให้เพียงพอสำหรับลูกค้า
10. การสร้างบรรยากาศที่ดีกับลูกค้าขณะที่พูดทางโทรศัพท์ การรับฟังและชี้แจงคำร้องทุกข์ของลูกค้า
11. การเตรียมหนังสืออ่านเล่นหรือน้ำดื่ม จัดเตรียมให้ลูกค้าขณะนั่งรอ

ช่องทางการตลาด

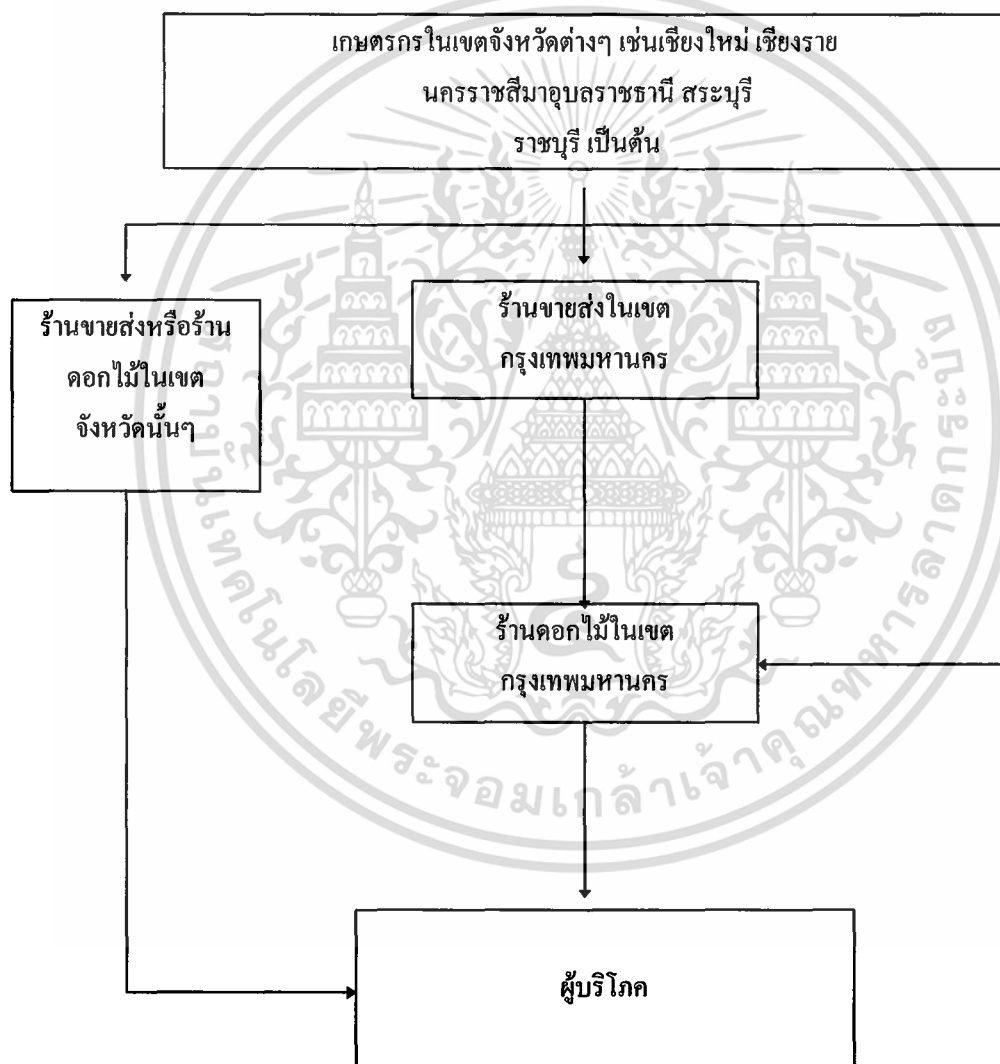
ช่องทางการค้าปลีกของร้านจัดดอกไม้ นั้นมักกำหนดทำเลที่ตั้งให้อยู่ในแถบชุมชนเมืองที่มีผู้บริโภคเป้าหมายอาศัยอยู่อย่างหนาแน่น ซึ่งการค้าขายสามารถจะเป็นไปได้อย่างคล่องตัว มีการจำหน่ายโดยการที่ลูกค้าเข้าไปเลือกสินค้าที่ร้านเนื่องจากต้องการเห็นรูปร่างหน้าตาของสินค้า เพื่อช่วยในการตัดสินใจอีกด้วย ส่วนในแถบที่มีการกระจายตัวของร้านจัดดอกไม้สูงนั้น กลุ่มผู้บริโภคมักจะเป็นผู้มีรายได้สูงและสนใจดอกไม้ที่มาจากต่างประเทศมากกว่าดอกไม้ในท้องถิ่นที่วางขายอยู่ทั่วไป

ร้านจัดดอกไม้ในแถบชุมชนที่หนาแน่นนั้น เชื่อมั่นว่าลูกค้าจำนวนมากจะเข้ามาเลือกซื้อสินค้าในร้านด้วยตนเอง แต่ในความเป็นจริงแล้วลูกค้าบางส่วนจะสั่งซื้อสินค้ามาทางโทรศัพท์เป็น ซึ่งอาจมีเหตุผลจากการที่ลูกค้าต้องการให้ทางร้านจัดส่งสินค้าให้และไม่สะดวกที่จะมาติดต่อด้วยตนเองจากปัญหาการจราจรที่ติดขัด ดังการศึกษาช่องทางการตลาดของร้านจัดดอกไม้พบว่า มีการเดินทางไปซื้อดอกไม้ที่ร้านร้อยละ 71.43 และอีกร้อยละ 25 เป็นการสั่งซื้อทางโทรศัพท์ ส่วนที่เหลือคือใช้ช่องทางอื่นๆ (องค์อร, 2539: 46)

ร้านจัดดอกไม้ในเมืองที่มีขนาดเล็กก็เช่นเดียวกัน ที่การขายสินค้านั้นมีทั้งการที่ลูกค้าเข้ามาซื้อด้วยตนเองและสั่งซื้อทางโทรศัพท์ การมีบริการจัดส่งสินค้าเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่ทำให้ผู้บริโภค

ที่อยู่นอกแหล่งชุมชน หรือไกลจากร้านจัดดอกไม้เหล่านี้ สามารถใช้บริการได้อย่างสะดวก ร้านจัดดอกไม้ในเมืองขนาดเล็กเหล่านี้จะได้ประโยชน์มากถ้าได้ตั้งอยู่ในบริเวณที่เป็นแหล่งธุรกิจหรือชุมชนของผู้มีรายได้สูง

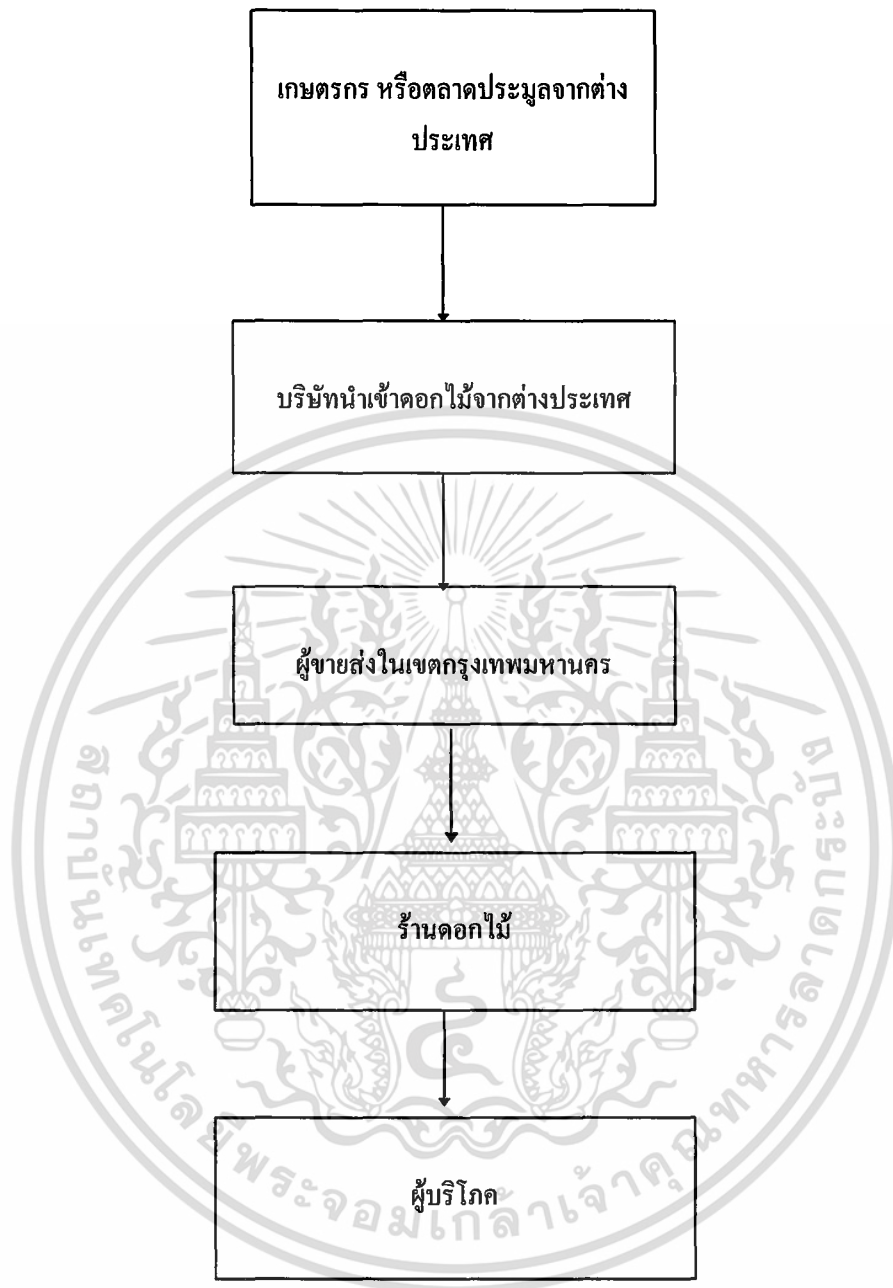
ภาพที่ 2 และภาพที่ 3 แสดงให้เห็นว่าธุรกิจร้านจัดดอกไม้ไม่มีความสำคัญในฐานะผู้กระจายดอกไม้สู่ผู้บริโภคและช่องทางการจำหน่ายของร้านดอกไม้



ภาพที่ 2 ช่องทางการจัดจำหน่ายไม้ดอกจากแหล่งผลิตภายในประเทศ

ที่มา: (บพิตร, 2539)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลง 95136 ต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 3 ช่องทางการจัดจำหน่ายไม้ดอกจากแหล่งผลิตต่างประเทศ

ที่มา: (บพิตร, 2539)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3

ลักษณะของการทำงานและเครื่องมือที่ใช้ในการทำอิเล็กทรอนิกส์สมัย

อินเทอร์เน็ต

ความเป็นมาของการใช้งานอินเทอร์เน็ต

จุดเริ่มต้นของอินเทอร์เน็ต เมื่อประมาณ ปี ค.ศ. 1946 คอมพิวเตอร์เครื่องแรกได้ถูกพัฒนาขึ้นที่มหาวิทยาลัยเพนซิลวาเนีย หลังจากนั้นคอมพิวเตอร์ได้ถูกใช้งานช่วยเหลือมนุษย์มากมาย

ในเดือนสิงหาคม ค.ศ. 1962 มีการบันทึกที่เขียนโดย I.C.R. Liklider Network แห่งสถาบันเทคโนโลยีแห่งแมสซาชูเซตส์ (Massachusetts Institute of Technology: MIT) โดยบันทึกได้กล่าวไว้ถึงการอภิปรายแนวคิดในเรื่องเครือข่ายกาแล็กติก (Galactic Network) จากแนวคิดบางอย่างแสดงให้เห็นถึงการเชื่อมโยงเครือข่ายคอมพิวเตอร์ทั่วโลกไว้ด้วยกัน ทำให้ผู้คนเข้าถึงข้อมูลข่าวสารและโปรแกรมได้เท่าเทียมกันไม่ว่าจะอยู่ที่ใดในโลก

ในปี ค.ศ. 1966 ได้เกิดโครงการดาร์ป้า (DARPA) ที่พัฒนาตามแนวคิดของเครือข่ายคอมพิวเตอร์และสร้างแผนงานที่ชื่อว่า อาร์ป้าเน็ต (ARPANET) ที่ใช้ทางการทหารขึ้น

ในปี ค.ศ. 1968 โครงการ DARPA ได้เปลี่ยน โครงสร้างมาเป็น ARPANET เต็มตัว และได้ใช้เทคโนโลยี การสวิตช์แพคเกจที่ใช้ชื่อว่าอินเทอร์เน็ตเฟซแมสเสสโปรเซสเซอร์ (Interface Message Processor: IMP) การออกแบบและสร้างเครือข่ายคอมพิวเตอร์ที่มีการรับส่งข้อมูลแบบแพคเกจได้มีความก้าวหน้าขึ้นตามลำดับ มีการกำหนดทีมออกแบบโดยเน้นทางด้านสถาปัตยกรรมโปรโตคอล (Protocol) การวางโทโปโลยี (Topology) การดูแลด้านเศรษฐศาสตร์ เพื่อให้การทำงานมีความก้าวหน้ามากยิ่งขึ้น

ปลายปี ค.ศ. 1969 เครือข่ายของ ARPANET ที่มีคอมพิวเตอร์หลัก 4 เครื่อง จึงถือว่าเป็นจุดเริ่มต้นของอินเทอร์เน็ตในเวลาต่อมา ในปีต่อๆมาได้มีการเชื่อมต่อคอมพิวเตอร์เข้ากับเครือข่าย ARPANET มากขึ้นเรื่อยๆ และได้รับการพัฒนาต่อมาให้สามารถใช้งานได้ดียิ่งขึ้น มีการพัฒนา โปรโตคอลที่เชื่อมโยงระหว่างเครื่องกับเครื่อง และซอฟต์แวร์อื่นๆประกอบ

ในเดือนตุลาคม ค.ศ. 1972 ได้มีการสาธิตเครือข่าย ARPANET โดยเน้นการสื่อสารที่ใช้ส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ หลังจากนั้นเครือข่าย ARPANET ก็ได้รับการพัฒนาต่อมาเรื่อยๆจนกระทั่งในปี ค.ศ. 1985 ได้มีการเปลี่ยนมาตรฐานการเชื่อมโยงเครือข่ายมาใช้ (Transmission Control Protocol /Internet Protocol: TCP/IP) และมีการเปลี่ยนชื่อเป็นอินเทอร์เน็ต จึงถือว่าเข้าสู่ยุคอินเทอร์เน็ตอย่างแท้จริง

การเข้าสู่อินเทอร์เน็ต

อินเทอร์เน็ตเป็นการเชื่อมต่อของเครือข่ายคอมพิวเตอร์ ที่มีทั้งขนาดเล็ก และขนาดใหญ่ เป็นจำนวนมากหลาย โดยใช้การเชื่อมต่อที่เป็นมาตรฐาน TCP/IP เมื่อใช้มาตรฐานเดียวกันแล้วทำให้การเชื่อมต่อสามารถกระทำได้โดยอิสระไม่ว่าจะอยู่ที่ใด

อุปกรณ์ที่จำเป็นต้องใช้

การใช้งานอินเทอร์เน็ตจำเป็นต้องมีอุปกรณ์เหล่านี้

1. เครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลพีซีหรือแมคอินทอช ที่สามารถเชื่อมต่อกับโมเด็มได้
2. โมเด็ม อุปกรณ์แปลงสัญญาณที่ใช้สำหรับการเชื่อมต่อคอมพิวเตอร์ให้ใช้งานกับสายโทรศัพท์ได้
3. โปรแกรมสื่อสาร ที่สามารถทำให้คอมพิวเตอร์ใช้งาน โมเด็มและทำการเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ตได้
4. สายโทรศัพท์รวมทั้งเลขหมาย และเลขหมายโทรศัพท์ของศูนย์ให้บริการอินเทอร์เน็ต

การตลาดในอินเทอร์เน็ต

ความสามารถในการโต้ตอบบนอินเทอร์เน็ต เราสามารถส่งภาพ เสียงและข้อความ ผ่านไปได้ทั่วโลกไม่ว่าจะมีระยะทางไกลสักเพียงไร มีผลให้ผู้ที่เราจะสื่อและทำการตลาดด้วยซึ่งมีอยู่ทั่วโลกและเขาเหล่านั้นมีการใช้งานอินเทอร์เน็ต เราสามารถทำการติดต่อกับเขาเหล่านั้น โดยการจัดทำ โฆษณาที่สามารถให้ความรู้ ข้อมูลข่าวสาร การทำการติดต่อสื่อสารที่มีราคาถูก และการทำการโฆษณาเพื่อเป็นการส่งเสริมการขายได้เป็นอย่างดี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นักการตลาดหลายคน กล่าวว่า การเพิ่มมูลค่าของสินค้าของตนที่มีการโฆษณาบนอินเทอร์เน็ตที่ดีที่สุดคือการที่บริษัทนำสินค้าที่ดีที่สุดไปสู่ลูกค้าในราคาที่ถูกที่สุด ทั้งนี้เพราะการจำหน่ายสินค้าผ่านทางอินเทอร์เน็ตจะทำให้ต้นทุนของสินค้าลดลง เนื่องจากสามารถตัดคนกลางออกไปได้ และนั่นทำให้ลูกค้าที่ดูโฆษณาและซื้อสินค้าผ่านทาง อินเทอร์เน็ตมีความภาคภูมิใจในการเลือกซื้อสินค้าของตนและพวกเขาจะกลับมาเยี่ยมชมเว็บไซต์นั้นอีก

อิเล็กทรอนิกส์พาณิชย์ (Electronic Commerce)

อิเล็กทรอนิกส์พาณิชย์ตามนิยามของหนังสือ Frontiers of Electronic Commerce ซึ่งแต่งโดย Caracota และ Winston ให้ความหมายไว้ว่า วิธีการหรือรูปแบบการทำธุรกิจสมัยใหม่เพื่อลดต้นทุนขององค์กร ผู้ขายและผู้บริโภค พร้อมๆ กับการปรับปรุงคุณภาพของสินค้าและบริการให้ถึงมือลูกค้าเร็วขึ้น โดยอาศัยเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ในการค้นหาข้อมูล เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจ ทั้งผู้บริโภค และผู้ประกอบการ รวมไปถึงการทำธุรกรรมซื้อขายโดยตรงผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ (บุญกร, 2540: 25)

อิเล็กทรอนิกส์พาณิชย์ได้มีการพัฒนาและกำลังเป็นที่แพร่หลายตามการเจริญเติบโตของอินเทอร์เน็ต อิเล็กทรอนิกส์พาณิชย์สามารถเปลี่ยนแปลงแนวคิดและรูปแบบการค้าขายในปัจจุบัน ในขณะที่การทำตลาดด้วยกลยุทธ์ทางการตลาด อันประกอบไปด้วย กลยุทธ์ระบบราคา การเลือกทำเลและการกระจายสินค้า กลยุทธ์การกำหนดตัวสินค้า และกลยุทธ์ส่งเสริมการขาย ไม่สามารถเพียงพอและทันต่อระบบธุรกิจในปัจจุบัน

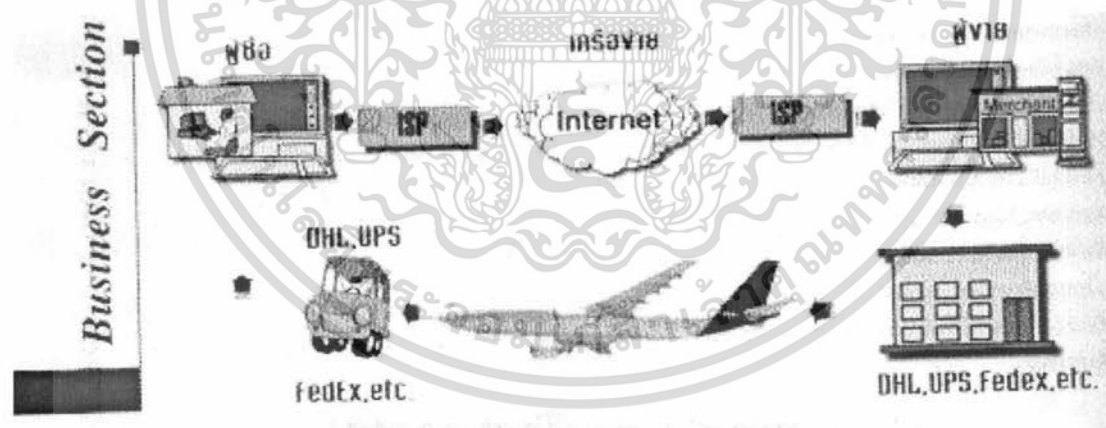
อิเล็กทรอนิกส์พาณิชย์จะสามารถก่อให้เกิดโอกาสและช่องทางใหม่ๆ ในการทำธุรกิจ จะเห็นได้จากการทำการซื้อของผ่านทาง เวิลด์ไวด์เว็บ ซึ่งมีรูปแบบของอิเล็กทรอนิกส์ โดยที่ผู้ขายจะมีหน้าร้านของตนอยู่บนเว็บไซต์ในอินเทอร์เน็ต ผู้ซื้อจะสามารถทำการสั่งซื้อผ่านทางเว็บไซต์นั้นๆ จากเครื่องคอมพิวเตอร์ที่ใดก็ได้ในโลก โดยมีรูปแบบการชำระเงินและรับของผ่านช่องทางต่างๆ

ในด้านกฎหมายของประเทศไทยขณะนี้ยังไม่มีกฎหมายที่จะมารองรับการจ่ายเงินบนระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตจึงทำให้ในประเทศไทยอิเล็กทรอนิกส์ยังไม่สามารถเติบโตได้เต็มที่ นักประกอบการในเมืองไทยมีการนำอิเล็กทรอนิกส์มาใช้แล้วโดยหลีกเลี่ยงปัญหาดังกล่าว โดยใช้ระบบการจ่ายเงินแบบอื่นๆ อาทิ ศูนย์หนังสือจุฬาฯ ให้ลูกค้าเลือกจ่ายเงินได้หลายรูปแบบ เช่น การโอนเงินเข้าบัญชีธนาคารของศูนย์หนังสือฯ และการเรียกเก็บเงินเมื่อรับสินค้า หรือของบริษัท

สามารถคอร์ปอเรชั่น ที่เปิดบริการไซเบอร์มอลล์ ใช้วิธีการชำระเงินผ่านบัตรเครดิตที่เอ็มของธนาคาร กรุงเทพฯ

รูปแบบการใช้งานอิเล็กทรอนิกส์

โดยทั่วไปการใช้งานอิเล็กทรอนิกส์จะมีรูปแบบการใช้งานดังรูปด้านล่างนี้คือทั้งผู้ซื้อและผู้ขายไม่ต้องมาเจอกันโดยตรง จะทำการสั่งซื้อของผ่านทางสื่ออินเทอร์เน็ต และหลังจากนั้น จะทำการชำระเงินและส่งมอบของกันในภายหลัง (ภาพที่ 4) เมื่อผู้ซื้อมีความประสงค์ที่จะซื้อสินค้าผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตจะต้องเข้าสู่ระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตก่อนเป็นอันดับแรกโดยผ่านผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต (Internet Service Provider: ISP) เมื่อทำการสั่งซื้อแล้วผู้ขายจะตอบรับการสั่งซื้อและต้องนำข้อมูลจากระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตมาใช้ในการจัดการสินค้าโดยเข้าสู่ระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตผ่าน ISP เช่นกัน หลังจากมีการตอบรับการสั่งซื้อแล้วผู้ขายจะทำการจัดส่งสินค้าให้กับ ผู้ซื้อโดยผ่านผู้ให้บริการส่งสินค้าต่างๆ เช่นพัสดุเก็บเงินปลายทาง ดีเอชแอล (DHL) ฟีดเด็ก (Fedex) ยูทีเอส (UPS) และการเก็บเงินอาจใช้บริการเก็บผ่านบัตรเครดิต พักดูเก็บเงินปลายทาง หรือเก็บด้วยตนเองกรณีที่ไม่ไกลจนเกินไป



ภาพที่ 4 แสดงให้เห็นกระบวนการการทำธุรกิจผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต
ที่มา: (ศิริวรรณ, 2537)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การประกอบการอิเล็กทรอนิกส์

ระบบที่ใช้มีหลายระบบไม่ว่าเป็นการสั่งซื้อผ่านอิเล็กทรอนิกส์ การสั่งซื้อสินค้าแล้วมีการชำระผ่านบัตรเครดิต หรือการใช้บัตรเครดิตที่ต้องนำเงินสดไปเข้าบัตรก่อนเมื่อมีการซื้อสินค้าก็จะมี การตัดจำนวนเงินออกจากบัตร การประกอบการจะต้องติดต่อผู้พัฒนาระบบเพื่อขอใช้งานจะมีการ ประกอบการโดยใช้ระบบดังต่อไปนี้

SSL (Secure Sockets Layer)

SSL คือระบบการเข้ารหัสลับข้อมูลอย่างหนึ่งซึ่งช่วยในการซื้อขายผ่านทางอินเทอร์เน็ตที่มีความปลอดภัยมากขึ้นข้อมูลที่อยู่ในรูปของชื่อ ที่อยู่ เบอร์โทรศัพท์ หมายเลขบัตรเครดิต จะถูกเข้ารหัสและส่งผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตอย่างปลอดภัย ตัวระบบของ SSL จะทำอยู่ในระดับล่าง (แต่ อยู่เหนือโปรโตคอล TCP/IP) ด้วยหลักการดังกล่าวทำให้ SSL สามารถใช้ได้กับแอปพลิเคชันทุกตัวที่ทำงานอยู่บนโปรโตคอลของ TCP/IP ซึ่งเป็นสื่อกลางการสื่อสารของเครือข่ายอินเทอร์เน็ต โดยจะไม่ยึดติดกับแอปพลิเคชันตัวใดตัวหนึ่ง (ภาพที่ 5)

HTTP	Telnet	NTP	FTP	MTP	SHTT	Etc....
SSL						
TCP/IP						

ภาพที่ 5 แสดงระดับการทำงานของระบบ SSL

ที่มา: (ศิริวรรณ, 2537)

ประโยชน์จากการใช้ SSL

หากทำการซื้อของผ่านอินเทอร์เน็ต และได้ส่งข้อมูลส่วนตัวประกอบหลักฐานการซื้อไปด้วย เช่น ชื่อ ที่อยู่ เบอร์โทรศัพท์ หมายเลขบัตรเครดิต โดยไม่ใช้รหัสลับการเข้าถึงข้อมูล (ไม่ว่าระบบใดก็ตาม) ข้อมูลที่ส่งไปนั้นมีโอกาสถูกดักรับโดยผู้ไม่ประสงค์ดีในระหว่างทางได้ เนื่องจากจำนวนผู้คนที่ร่วมใช้เครือข่ายอินเทอร์เน็ตนั้นมีอยู่มากมายมหาศาล หากมีเหตุการณ์ขโมยข้อมูลเกิดขึ้น การติดตามหาผู้กระทำความผิดนั้นยากเหลือคณานับ ดังนั้นการหามาตรการความปลอดภัยเพื่อ

ป้องกันข้อมูลรั่วไหล จึงดูเป็นทางออกที่ง่ายที่สุด ประโยชน์จากการใช้ SSL จะช่วยให้ข้อมูลที่ผู้ใช้ซื้อของผ่านทางอินเทอร์เน็ตนั้น ถูกส่งไปยังที่หมายปลายทางได้อย่างปลอดภัย การซื้อของผ่านทางอินเทอร์เน็ตนั้น จะใช้บัตรเครดิตแทนการชำระเงินด้วยเงินสด นั้นหมายความว่าเราจะต้องบอกหมายเลขบัตรเครดิตให้กับร้านค้าบนอินเทอร์เน็ตทราบด้วยพร้อมทั้งวันหมดอายุของบัตร บัตรเครดิตที่เป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไปบนอินเทอร์เน็ตได้แก่ บัตรเครดิตของ วีซ่า (visa) มาสเตอร์การ์ด (MasterCard) และ อเมริกันเอ็กซ์เพรส (AMEX) ส่วนบัตรเครดิตอื่นๆ ก็มีบางราย

SSL ในบราวเซอร์

เมื่อทราบหลักการโดยทั่วไปของระบบความปลอดภัยแล้ว จะมาลงลึกกันกับเทคโนโลยีและการทำงานของ SSL กัน ทั้งนี้ที่กรอกข้อมูลผ่านบราวเซอร์ที่สนับสนุนการทำงานของ SSL ให้สังเกตตรงมุมซ้ายล่างของบราวเซอร์ ตรงรูปกุญแจเดิมที่ดูแตกหักจะเปลี่ยนเป็นรูปกุญแจที่ต่อกันและแสดงผลเป็นสีฟ้า นั่นแสดงว่าบราวเซอร์ทางผู้ใช้งานได้ตกลงกับเว็บเซิร์ฟเวอร์ปลายทางได้แล้วว่า จะใช้ระบบ SSL ในการรับส่งข้อมูลกัน (ถ้าซอฟต์แวร์บนเว็บเซิร์ฟเวอร์ ปลายทางไม่ได้สนับสนุนการใช้ระบบ SSL ต่อให้ผู้ใช้งานมีบราวเซอร์ที่สนับสนุน SSL ระบบดังกล่าวก็จะไม่เป็นผล) และเมื่อบราวเซอร์ต้นทางของผู้ใช้กับเว็บเซิร์ฟเวอร์ปลายทางตกลงกันได้เสร็จสมบูรณ์แล้ว ผู้ใช้จึงเริ่มกรอกชื่อ ที่อยู่ เบอร์โทรศัพท์ หมายเลขบัตรเครดิต วันหมดอายุบัตรเครดิต ประเภทสินค้า ปริมาณการสั่งซื้อสินค้า แล้วก็ส่งข้อมูลชุดนี้ไปยังเว็บเซิร์ฟเวอร์ปลายทาง เมื่อเริ่มการส่งข้อมูลของผู้ซื้อ ระบบ SSL จะช่วยเข้ารหัสข้อมูลดังกล่าวด้วยการใช้ ระบบอัลกอริทึมของ RC4 (อัลกอริทึมคือวิธีการแก้ไขปัญหา หลักการ หรือกระบวนการที่เกี่ยวกับการคำนวณทางคณิตศาสตร์) ซึ่งอัลกอริทึมนี้ พัฒนาขึ้นโดย Ron Rivest หนึ่งในทีมผู้ก่อตั้งบริษัท RSA บริษัท RSA ย่อมาจากบุคคล 3 คนที่ ชื่อ Dr. Rivest Shamir และ Adleman โดยการเข้ารหัสดังกล่าวได้ใช้ข้อมูลที่ทำหน้าที่เป็นกุญแจประกอบเข้าไปในข้อมูลใช้งานถึง 40 กุญแจ หรือ 40 บิต (RC4-40 bit) ด้วยหลักการดังกล่าวทางบริษัทเน็ตสเคป (Netscape) ได้อ้างว่าเป็นการยากมากที่คนทั่วๆ ไปจะสามารถถอดรหัสดังกล่าวได้สำเร็จ (ภาพที่ 6)



ภาพที่ 6 แสดงการทำงานของระบบ SSL

ที่มา: (ศิริวรรณ, 2537)

SET (Secour Electronic Transaction)

SET เป็นระบบความปลอดภัยที่คิดค้นขึ้นจากบริษัทผู้ออกบัตรเครดิตรายใหญ่ของโลก อันได้แก่ วิซ่า (Visa) และมาสเตอร์การ์ด (Master Card) ซึ่งมีสมาชิกผู้ถือเป็นจำนวน 500 ล้านคน และ 300 ล้านคน ตามลำดับ นอกจากนี้ยังมีบริษัทชั้นนำในวงการข่าวสารและเทคโนโลยี (IT) หลายบริษัทเข้าร่วมพัฒนาในระบบนี้ด้วยอันได้แก่ ไมโครซอฟท์ (Microsoft) ไอบีเอ็ม (IBM) เน็ตสเคป (Netscape) ซาอิก (SAIC) จีทีอี (GTE) เทริซ่าซิสเต็ม (Terisa Systems) และ เวอร์ริไซน์ (VeriSign) ข้อกำหนดของระบบ SET นี้ได้ประกาศสู่สาธารณชนครั้งแรกเมื่อ 1 กุมภาพันธ์ 2539 และได้รับการแก้ไขข้อกำหนดใหม่และประกาศข้อกำหนดใหม่อีกครั้งในราวกลางปี 2539 ระบบนี้จะประกาศใช้อย่างเป็นทางการในเดือนมีนาคม 2540

วิธีการทำงานของระบบ SET จะเกี่ยวข้องกับการเข้ารหัสข้อมูลส่วนตัวผู้ถือบัตร เพื่อให้ส่งผ่านเข้าไปยังเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้อย่างปลอดภัย เมื่อเข้าสู่ระบบ SET ผู้ซื้อจะมีสิทธิ์เลือกซื้อสินค้ากับร้านค้าที่รองรับระบบ SET เท่านั้น ข้อมูลส่วนตัวทางการเงินของผู้ถือบัตรจะไม่สามารถล่วงรู้โดยร้านค้าผู้ขาย เพราะร้านค้าผู้ขายไม่มีอำนาจในการตรวจสอบข้อมูลดังกล่าว แต่ร้านค้าผู้ขายจะทราบเพียงว่าบัตรของผู้ซื้อรายนั้น มีความสามารถในการชำระเงินจริงซึ่งยืนยันโดยธนาคารผู้ออกบัตรและรับรองการจ่ายเงินโดยธนาคารฝ่ายร้านค้า โดยข้อมูลทั้งหมดจะได้รับการยืนยันและการตรวจสอบโดยศูนย์ตรวจสอบข้อมูล ข้อมูลที่ใช้ส่งผ่านระหว่างกันบนอินเทอร์เน็ตนั้นจะใช้เทคนิคการเข้ารหัสลับข้อมูลที่ว่านี้ได้มาจากเทคโนโลยีของบริษัท RSA Data Security ซึ่งบริษัทผู้คิดค้นระบบการเข้ารหัสลับข้อมูลที่มีชื่อเสียง

ระบบ SET นั้นเป็นระบบเปิด ผู้ออกบัตรรายใดสนใจนำไปประยุกต์ใช้ก็สามารถขอข้อมูลจากทาง Visa เพื่อไปพัฒนาแอปพลิเคชันต่อได้ เพราะนโยบายของ Visa และ MasterCard ต้องการให้ระบบ SET นี้เป็นมาตรฐานความปลอดภัยที่ใช้ได้กับบัตรเครดิตทั่วโลก ทั้งยังเปิดกว้างให้กับผู้

พัฒนาแอปพลิเคชันทั่วไปสามารถนำระบบ SET นี้ไปประยุกต์ใช้ กับแอปพลิเคชันของตนได้อีกด้วย

ระบบการทำงานของข้อกำหนด SET

องค์ประกอบหลักๆ แบ่งออกเป็น 5 ส่วน ได้แก่ ผู้ถือบัตร ธนาคารผู้ออกบัตร ร้านค้า ธนาคารฝ่ายร้านค้า และเกตเวย์การจ่ายเงิน (payment gateway) จากคำอธิบายในย่อหน้าข้างต้น ระบบการทำงานของ SET โดยภาพรวมจะคล้ายกับระบบการเปิด Invoice ของผู้ซื้อ และการขอ (letter of credit: L/C) โดยผู้ขาย ซึ่งระบบนี้เป็นระบบที่วงการธุรกิจนำเข้าและส่งออกใช้กันมานับสิบปีแล้ว เพียงแต่ระบบ SET จะมีขั้นตอนการเข้ารหัสข้อมูล และอินเทอร์เน็ตเข้ามาเกี่ยวข้อง

ในขั้นแรก ผู้ถือบัตรจะส่งข้อมูลผ่านอินเทอร์เน็ตไปขอซื้อของยังร้านค้าปลายทางพร้อมข้อมูลรูปแบบการชำระเงิน

ในขั้นที่สอง ร้านค้าปลายทางขอรับรองสถานะการชำระเงินของผู้ซื้อจากธนาคารผู้ออกบัตร โดยผ่านศูนย์ตรวจสอบข้อมูล คำตอบที่ร้านค้าได้รับนั้นคือ “ผ่าน” กับ “ไม่ผ่าน” โดยที่ร้านค้านั้นๆ จะไม่ทราบอะไรไปมากกว่านั้น

ในขั้นที่สาม เมื่อสถานะรับรองการชำระเงินของผู้ซื้อ “ผ่าน” ข้อมูลดังกล่าวจะวิ่งผ่านธนาคารฝ่ายร้านค้าและส่งตรงไปยังเกตเวย์การจ่ายเงินซึ่งคำว่า “เกตเวย์การจ่ายเงิน” นั้นจะอยู่ในรูปแบบของอุปกรณ์ที่ธนาคารฝ่ายร้านค้ากำหนดจ่ายเงิน หรือบุคคลที่สาม ที่ได้ตกลงไว้กับธนาคารฝ่ายร้านค้าก็เป็นได้ หรือได้รับคำสั่งการจ่ายเงินจากธนาคารผู้ออกบัตรก็ได้

ส่วนเครือข่ายที่ทำงานวนเป็นรูปสามเหลี่ยม ระหว่างศูนย์ตรวจสอบข้อมูล ธนาคารผู้ออกบัตร และธนาคารฝ่ายร้านค้านั้น จะเป็นเครือข่ายปิดที่มีระบบรักษาความปลอดภัยขั้นสูง เป็นระบบเครือข่ายที่ใช้ได้กับระหว่างธนาคารที่ได้ตกลงร่วมกันเท่านั้น เช่น ธนาคารผู้ออกบัตรและธนาคารฝ่ายร้านค้าผู้ขาย ณ ปลายทางเป็นต้น

อิเล็กทรอนิกส์เมลล์ (Electronic Mail: E-mail)

ทั้งนี้ในการทำการซื้อขายผ่านอินเทอร์เน็ตสามารถกระทำได้อีกหลายวิธีที่ค่อนข้างจะล้ำสมัยกว่าแต่ก็มีความน่าเชื่อถือและง่ายกว่าสองวิธีแรกเนื่องจากสองวิธีแรกยังไม่มีมาตรฐานการรองรับที่สมบูรณ์และในประเทศไทยก็ยังไม่เป็นที่นิยมแพร่หลาย จะสามารถใช้ได้ในบางประเทศเท่านั้น วิธีที่ว่าคือการทำธุรกรรมซื้อขายผ่านระบบ อิเล็กทรอนิกส์เมลล์

การทำงานของอิเล็กทรอนิกส์เมล์

การสั่งซื้อผ่านอินเทอร์เน็ตที่ใช้อิเล็กทรอนิกส์เมล์เป็นเครื่องมือในการสั่งซื้อนี้จะมีการทำงานที่ไม่ยุ่งยากและค่าใช้จ่ายที่ค่อนข้างต่ำอีกทั้งมีความน่าเชื่อถือที่สูงพอใช้ได้จะมีการทำงานดังต่อไปนี้

1. หลังจากที่มีการตัดสินใจที่จะซื้อสินค้าผ่านทางอินเทอร์เน็ตแล้วผู้ซื้อจะกรอกแบบฟอร์มสั่งซื้อที่ หน้าจอคอมพิวเตอร์และทำการส่งแบบฟอร์มนั้นมาสู่ผู้ขายโดยตรง
2. หลังจากที่ผู้ขายได้รับแบบฟอร์มนั้นมาก็จะจัดสินค้าตามที่ลูกค้าต้องการและกำหนดตามข้อตกลงต่างๆ ที่กำหนดไว้
3. ขั้นตอนการส่งมอบผู้ขายอาจนำสินค้านั้นไปส่งมอบด้วยตนเองหรือการใช้บริการต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นไปรษณีย์ หรือบริการเอกชนอื่นๆ
4. การเรียกเก็บเงินโดยการใช้บริการพัสดุเก็บเงินปลายทาง การเก็บเงินด้วยตัวเองหรือผ่านตัวแทน

บทที่ 4

การออกแบบและการสร้างโฮมเพจอิเล็กทรอนิกส์สำหรับร้านจัดดอกไม้

การออกแบบสำหรับโฮมเพจร้านจัดดอกไม้

การออกแบบโฮมเพจร้านจัดดอกไม้มีวัตถุประสงค์เพื่อชี้ให้เห็นการนำระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตมาใช้เป็นช่องทางในการจำหน่าย และการให้บริการลูกค้าโดยจะมีการจัดสร้าง โฮมเพจที่เป็นร้านค้า ใช้สำหรับทำการซื้อขาย การจัดสร้างโฮมเพจนี้ใช้โปรแกรมภาษา HTML (Hyper Text Markup Language) ในการเขียน และต้องใช้โปรแกรม เว็บเบราว์เซอร์ ในการอ่านเอกสาร HTML ในการเขียนภาษา HTML มีการใช้โปรแกรมอื่นช่วยในการสร้างเพื่อให้ร้านมีความน่าสนใจ มีความสวยงามเช่นการทำภาพเคลื่อนไหวโดยการใช้โปรแกรม Gif Animation , Ulead Cool 3D และใช้โปรแกรม Mail to ในการจัดการเกี่ยวกับรายการสินค้าที่ถูกสั่งซื้อ

รายละเอียดของโฮมเพจร้านจัดดอกไม้

ในการออกแบบร้านจัดดอกไม้ เพื่อเป็นร้านค้าใช้เป็นช่องทางการจำหน่าย จะแบ่งส่วนของโฮมเพจเป็นสองส่วนคือ

1. ส่วนของเนื้อหาข้อมูลของดอกไม้และสินค้าที่มีจำหน่ายภายในร้าน

ในส่วนนี้จะประกอบไปด้วย รูปภาพแสดงให้เห็นลักษณะของดอกไม้หรือสินค้า ราคา และรหัสในการสั่งซื้อ จะแบ่งเป็นประเภทของรูปแบบการจัด และประเภทของดอกไม้เพื่อความสะดวกในการค้นหา เช่น ดอกไม้เป็นช่อ ตะกร้า ดอกกุหลาบ

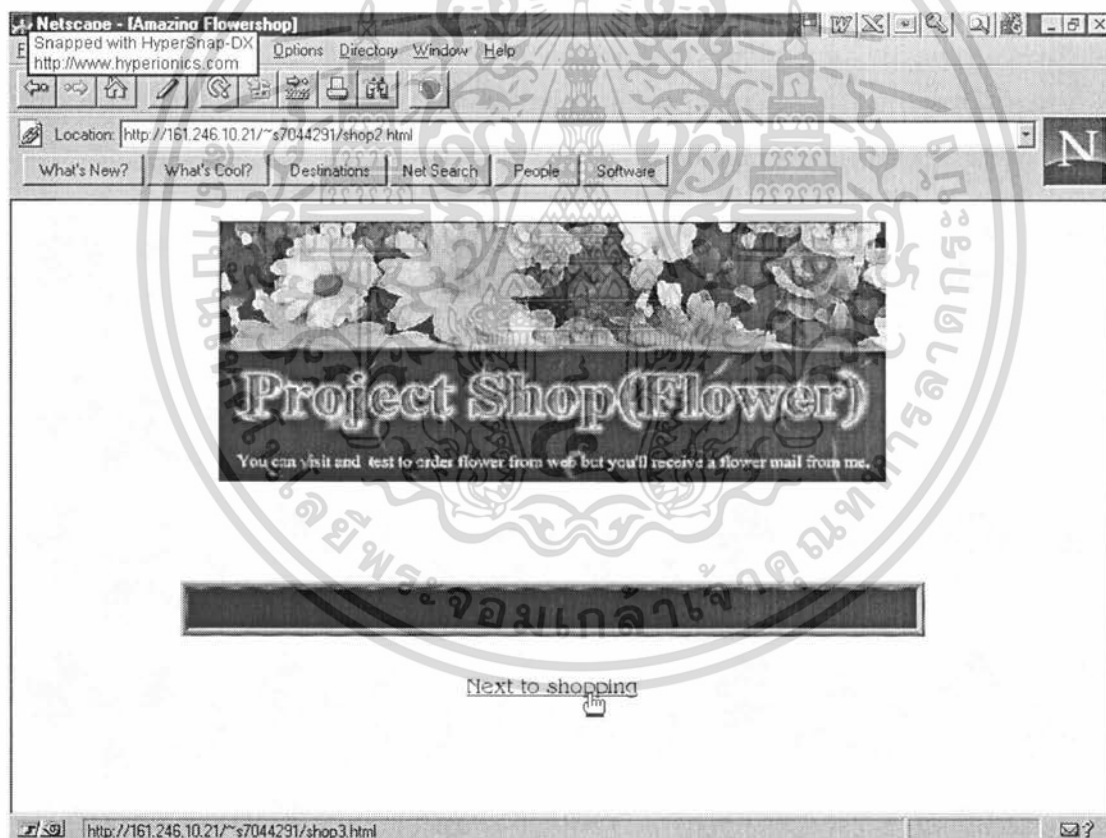
2. ส่วนของการสั่งซื้อสินค้าผ่านทางอินเทอร์เน็ต ด้วยอิเล็กทรอนิกส์เมล์ออเดอร์ จะประกอบไปด้วยข้อมูลที่จำเป็นในการสั่งซื้อได้แก่ ชื่อผู้สั่งซื้อ ชื่อผู้รับ วันเวลาในการส่ง ข้อความรวมทั้งการส่งข้อความติดต่อกับร้านเพื่อแนะนำต่างๆ

การทำงานของร้านค้าดอกไม้โดยใช้อิเล็กทรอนิกส์พาณิชย์

การทำงานของร้านค้าดอกไม้นี้จะใช้ระบบการรับคำสั่งซื้อผ่านทาง อิเล็กทรอนิกส์เมล์ เนื่องจากว่าการใช้ระบบ SET หรือ SSL จะมีความยุ่งยากในด้านมาตรฐานการใช้งานที่ยังไม่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สมบูรณ์เป็นผลให้การใช้งานอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทยยังไม่กว้างขวางเท่าที่ควร เมื่อลูกค้าเข้ามาที่โฮมเพจของร้านดอกไม้นี้ จะพบกับการแนะนำหน้าร้าน (ภาพที่ 7) และจะมีประเภทของสินค้าต่างๆ ให้เลือก (ภาพที่ 8) และ (ภาพที่ 9) เมื่อลูกค้าพบสินค้าที่ถูกใจ (ภาพที่ 10) จะสามารถสั่งซื้อได้ทันที โดยการกรอกข้อมูลการสั่งซื้อ (ภาพที่ 11) เมื่อกรอกข้อมูลเรียบร้อยแล้ว จะทำการส่งข้อมูลการสั่งซื้อมาที่ร้านในรูปแบบของอิเล็กทรอนิกส์เมล เมื่อทางร้านได้รับอิเล็กทรอนิกส์เมล ก็จะมีการตรวจสอบข้อเท็จจริงโดยการโทรศัพท์ หลังจากนั้นจะจัดการสินค้าตามที่ลูกค้าสั่ง และจัดส่งตามวันเวลา พร้อมทั้งเก็บเงินตามที่อยู่ของผู้สั่งซื้อสินค้าโดยใช้รถมอเตอร์ไซค์ส่งสินค้าและเก็บเงิน เพื่อความคล่องตัว แสดงภาพรวมการทำงาน (ภาพที่ 12) จะสามารถดูโฮมเพจของร้านได้ที่ <http://www.kmitl.ac.th/~s7044291/shop1.html> และ 161.246.15.43 หรือภาคผนวก ข.



ภาพที่ 7 ภาพแสดงการแนะนำหน้าร้าน

หน้าจอแรกที่เข้ามาในโฮมเพจเป็นภาพแสดงหน้าร้านเมื่อต้องการเข้าไปเพื่อซื้อดอกไม้ให้
ใช้เมาส์คลิกที่ next to shopping เป็นรูปมือเพื่อ ไปสู่หน้าต่อไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Snapped with HyperSnap-DX
http://www.hyperionics.com



MENU



Bunch for anytime any chance.....

Basket it have fruit snack etc. in basket.....

If you like Lily you can give it.....

Gift for all doll, balloon.....

Tulip & Sunflower.....



You like Rose?



Special one flower every day 1 month 2000 bath

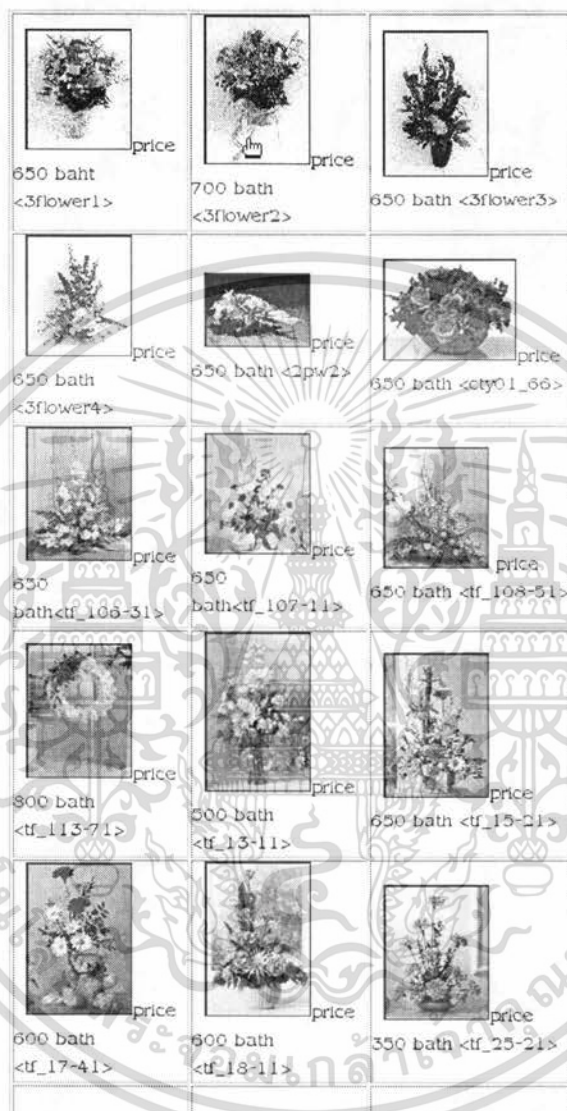
ภาพที่ 8 ภาพแสดงประเภทของสินค้าที่มีภายในร้านจัดดอกไม้

เมื่ออยู่ที่หน้าจอแสดงประเภทของสินค้าเราสามารถเลือกที่จะเข้าไปดูและเลือกซื้อดอกไม้ประเภทต่างๆได้โดยการนำเมาส์คลิกที่รูปภาพที่แยกประเภทของสินค้านั้นๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Snapped with HyperSnap-DX
http://www.hyperionics.com

Bunch



ภาพที่ 9 ภาพแสดงดอกไม้ที่มีรูปแบบการจัดแตกต่างกันเพื่อให้ลูกค้าเลือกซื้อ

เมื่อลูกค้าได้ดูรายละเอียดราคาดอกไม้แล้วหากต้องการดูรูปทรงที่ชัดเจนสามารถดูภาพขนาดใหญ่โดยการคลิกที่ภาพของดอกไม้ที่ต้องการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 10 ภาพขนาดใหญ่แสดงลักษณะรูปทรงของดอกไม้

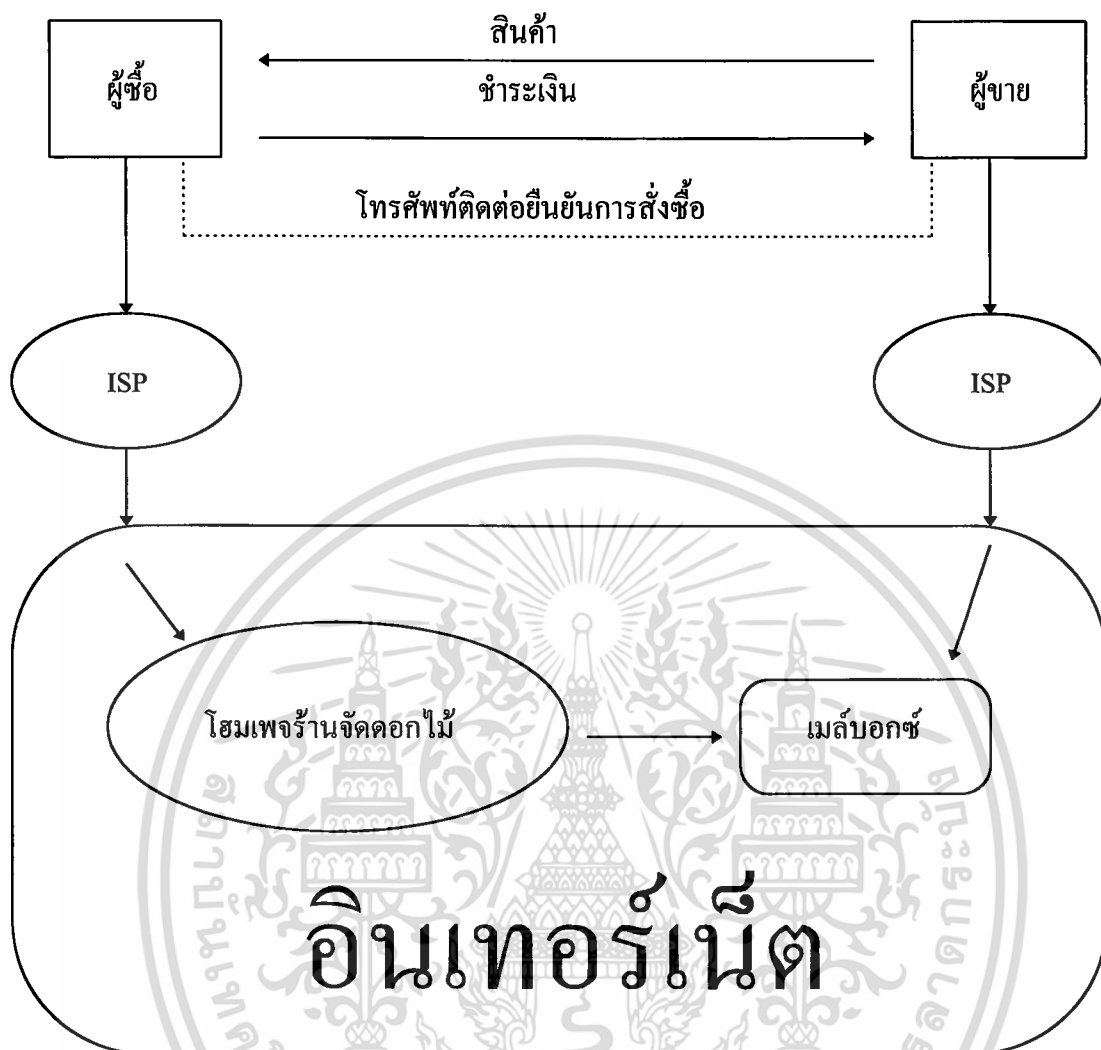
ภาพรูปทรงของดอกไม้ที่ชัดเจนยิ่งขึ้นหลังจากการคลิกเพื่อดูขนาด หากเรามีความพอใจเราสามารถทำการสั่งซื้อได้ในทันทีโดยการนำเมาส์ไปคลิกที่ order รูปมือ หลังจากนั้นจะเข้าสู่หน้าจอการสั่งซื้อ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 11 แสดงหน้าจอสําหรับการสั่งซื้อสินค้า

หน้าจอสําหรับการสั่งซื้อสินค้าผู้ซื้อจะต้องกรอกข้อมูลเกี่ยวกับผู้สั่งซื้อคือชื่อ ที่อยู่ เบอร์โทรศัพท์ อีเมล ชื่อผู้รับ ที่อยู่ และข้อมูลของสินค้าสินค้าที่ซื้อ เวลาที่ส่ง ข้อความจากผู้ส่งให้ผู้รับ หลังจากนั้นให้คลิกปุ่ม submit เพื่อส่งรายการการสั่งซื้อ ไปสู่ร้านจัดดอกไม้ หลังจากนั้นทางร้านดอกไม้จะดำเนินการตรวจสอบรายการสั่งซื้อ และจัดนำส่งพร้อมทั้งการจัดเก็บเงินด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 12 การทำงานของร้านค้าดอกไม้ที่ใช้งานระบบอิเล็กทรอนิกส์

ค่าใช้จ่ายในการจัดตั้งร้านค้าบนระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

ค่าใช้จ่ายที่ต้องจ่ายเพิ่มหากมีการใช้งานอิเล็กทรอนิกส์มาใช้เป็นช่องทางการตลาดแบ่งเป็น

1. ค่าใช้จ่ายในการจัดสร้างโฮมเพจ
2. ค่าใช้จ่ายในการให้บริการอินเทอร์เน็ต
3. ค่าใช้จ่ายในการใช้โทรศัพท์
4. ค่าใช้จ่ายในการซื้อและติดตั้งอุปกรณ์ในกรณีที่ไม่มี คอมพิวเตอร์และ โมเด็ม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ค่าใช้จ่ายในการจัดสร้างโฮมเพจ

ในการสร้างโฮมเพจเพื่อที่จะใช้เป็นช่องทางการตลาดหากต้องจ้างวานให้ผู้อื่นสร้างให้อาจมีค่าใช้จ่ายสูงประมาณ 15,000 บาท แต่หากสามารถสละเวลามาใช้ในการเรียนรู้ภาษา HTML จะลดค่าใช้จ่ายตรงนี้ไปได้

ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการอินเทอร์เน็ต

ค่าใช้จ่ายในการใช้งานอินเทอร์เน็ตนี้มีข้อกำหนดคือใช้งานเดือนละไม่เกิน 20 ชม. ส่วนอัตราค่าบริการนั้นได้จากการหาค่าเฉลี่ยจากผู้ให้บริการทั้งหมด 6 รายคือ

เคเอสซีอินเทอร์เน็ต	900 บาท
ซี.เอส. คอมมูนิเคชั่น	700 บาท + แรกเข้า 200 บาท
ลือกซอินโฟ	900 บาท + แรกเข้า 300 บาท
สยามโกลบอล แอ็กซิส	800 บาท + แรกเข้า 300 บาท
อินเทอร์เน็ตประเทศไทย	900 บาท + แรกเข้า 300 บาท
เอ-เน็ต อินเทอร์เน็ต	600 บาท + แรกเข้า 200 บาท

เพราะฉะนั้นค่าบริการรายเดือนประมาณ 800 บาท + ค่าธรรมเนียมแรกเข้าประมาณ 260 บาท

ค่าใช้จ่ายในการใช้โทรศัพท์

ค่าโทรศัพท์จะเป็นรายจ่ายที่เพิ่มขึ้นจากเดิมเป็นค่าโทรเข้าศูนย์ให้บริการอินเทอร์เน็ตและการโทรตรวจยืนยันข้อมูลการสั่งซื้อของลูกค้าซึ่งจะแปรผันตรงกับจำนวนลูกค้าหากมีลูกค้ามากจะทำให้ค่าใช้จ่ายในการใช้โทรศัพท์มากขึ้นด้วย จะประมาณไว้ 1,000 บาท

ค่าใช้จ่ายในการซื้อและติดตั้งอุปกรณ์ คอมพิวเตอร์ และโมเด็ม

ค่าใช้จ่ายในการซื้อเครื่องใหม่และติดตั้งประมาณ 32,000 บาท ได้อุปกรณ์ เครื่อง เฝ้าม 233 MMX หน่วยความจำ 32 เมกกะไบท์ ฮาร์ดดิสค์ 1.7 จิกะไบท์ โมเด็ม 56 k แต่หากว่ามีเครื่องที่ยังสามารถใช้งานได้ก็จะตัดค่าใช้จ่ายส่วนนี้ไปได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รวมค่าใช้จ่าย

รวมทั้งหมด	ตัดอุปกรณ์และค่าสร้างโฮมเพจ
ครั้งแรก 47,260 บาท	ครั้งแรก 260 บาท
1,800/เดือน	1,800/เดือน

ค่าใช้จ่ายทั้งหมดเก็บข้อมูลเดือนมกราคม พ.ศ. 2541 (นิรนาม, 2541)



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 5

สรุปและข้อเสนอแนะ

สรุป

จากแนวโน้มการใช้งานอินเทอร์เน็ตที่เพิ่มมากขึ้นมีผลให้อินเทอร์เน็ตถูกประยุกต์ไปใช้งานในหลายๆด้านไม่ว่าการศึกษา การให้ความรู้แม้กระทั่งการใช้เป็นสื่อโฆษณาและใช้เป็นช่องทางจำหน่าย การใช้งานอินเทอร์เน็ตที่เพิ่มมากขึ้นนี้มีผลให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายใหญ่ขึ้นด้วย ทำให้การใช้งานอิเล็กทรอนิกส์มีการขยายตัวตามและให้ประโยชน์ทั้งต่อผู้ซื้อและผู้ขาย สำหรับธุรกิจร้านจัดดอกไม้มีแนวโน้มที่ดีในการใช้งานอิเล็กทรอนิกส์ เนื่องจากมีความเหมาะสมของลักษณะลูกค้าและความต้องการที่ตอบสนองโดยอิเล็กทรอนิกส์ ไม่เพียงแต่ร้านดอกไม้เท่านั้นที่มีความเหมาะสมในการใช้งานอิเล็กทรอนิกส์ หากแต่ว่าธุรกิจอีกหลายประเภทที่มีความเหมาะสมในการใช้งาน เช่น ธุรกิจที่ต้องการให้ข่าวสารแก่ลูกค้า สินค้าที่ต้องการขายเป็นจำนวนมาก เพื่อลดต้นทุนโดยไม่ผ่านพ่อค้าคนกลาง สินค้าที่ต้องการรายละเอียดมาก และสินค้าที่มีความโดดเด่นในตัว

จากการศึกษาช่องทางการตลาดของธุรกิจร้านจัดดอกไม้ซึ่งมีช่องทางตลาดน้อยและแคบ คือการขายหน้าร้านและขายผ่านการใช้โทรศัพท์ จึงควรจะมีการเพิ่มช่องทางตลาดของธุรกิจร้านจัดดอกไม้โดยการนำอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ และจากข้อมูลกลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการร้านจัดดอกไม้เป็นกลุ่มลูกค้าที่มีอายุระหว่าง 21- 30 ปี มีการศึกษาที่ค่อนข้างสูงมีความรู้ดีและมีฐานะดีจะตรงกับกลุ่มผู้ที่ใช้งานอินเทอร์เน็ตซึ่งต้องอาศัยความรู้ที่มากพอสมควร และมีฐานะดี ความต้องการของลูกค้าโดยดูจากสถานที่ตั้ง วิธีการเลือกซื้อ และวิธีการสั่งซื้อจะได้ว่าลูกค้าต้องการซื้อสินค้าโดยสะดวก และได้รูปแบบตามต้องการ ซึ่งการนำอิเล็กทรอนิกส์มาใช้เป็นช่องทางตลาดสามารถตอบสนองความต้องการนี้ได้เป็นอย่างดี คือเมื่อลูกค้าเข้ามาที่โฮมเพจของร้านรับจัดดอกไม้ซึ่งสร้างขึ้นโดยใช้ภาษา HTML และ โปรแกรมเว็บเบราว์เซอร์ รวมทั้งโปรแกรมอื่นๆเพื่อช่วยให้ร้านมีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น และลูกค้าสามารถเลือกรูปแบบของดอกไม้ได้ตามต้องการ สามารถสั่งซื้อดอกไม้จากที่บ้านโดยไม่ต้องออกจากบ้าน เพราะสามารถสั่งซื้อได้โดยผ่านอิเล็กทรอนิกส์และจากการสร้างตัวอย่างโฮมเพจร้านจัดดอกไม้แสดงให้เห็นว่าการที่จะใช้งานอิเล็กทรอนิกส์ไม่ใช่เรื่องที่เป็นไปได้ยากจนเกินไปทั้งนี้ผู้ประกอบการจะเสียค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น 2,060 ถึง 59,060 บาท

ดังนั้นการนำอิเล็กทรอนิกส์มาใช้เป็นช่องทางการตลาดจึงมีความเหมาะสมทั้งในด้านการเพิ่มช่องทางการตลาดของธุรกิจร้านจัดดอกไม้ และอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า

เสนอแนะ

ในส่วนของการศึกษาในครั้งนี้เนื่องจากเวลามีจำกัดจึงทำให้ไม่สามารถทำการศึกษาถึงปริมาณผู้ที่ใช้งานอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทยที่แน่นอน รวมถึงพฤติกรรมการใช้งานด้วย อีกทั้งในการจัดทำตัวอย่างโฮมเพจร้านจัดดอกไม้ไม่สามารถทำการศึกษา และจัดทำโฮมเพจได้ทุกระบบของงานอิเล็กทรอนิกส์ หากว่าต้องการศึกษาให้ลึกกว่านี้ควรจะมีการสร้าง โฮมเพจที่ใช้งานทั้งสองระบบ เพื่อให้เห็นความแตกต่างในด้านการใช้งานของระบบที่ใช้อิเล็กทรอนิกส์ เมล์และระบบการใช้บัตรเครดิตมากยิ่งขึ้น และในส่วนของการพัฒนาหน้าจอโฮมเพจสามารถทำการพัฒนาต่อไปให้มีความน่าสนใจโดยการใช้โปรแกรมอื่นช่วย

โดยภาพรวมการใช้งานอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทยยังไม่เป็นที่นิยมเหมือนกับต่างประเทศต้องมีการส่งเสริมให้ประชาชนในชาติมีความรู้ในด้านการใช้งานอินเทอร์เน็ตและคอมพิวเตอร์มากยิ่งขึ้นจะทำให้การใช้งานอิเล็กทรอนิกส์มากขึ้นด้วย หากว่าประเทศไทยมีการใช้งานอินเทอร์เน็ตในระดับที่สูงพอ และได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐบาล มีการนำสินค้าเกษตรมาส่งออกโดยใช้อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อกลางในการซื้อขาย จะช่วยในการส่งเสริมการส่งออกมากยิ่งขึ้นด้วย อีกทั้งการใช้งานอิเล็กทรอนิกส์ยังมีปัญหาอยู่ที่มาตรฐานการชำระเงินผ่านบัตรเครดิต เนื่องจากขณะนี้ยังไม่มีธนาคารภายในประเทศธนาคารใดที่รับการชำระเงินผ่านบัตรเครดิตที่มีการทำธุรกรรมบนอินเทอร์เน็ต ต้องรอให้ธนาคารภายในประเทศยินยอมการทำธุรกรรมนี้เสียก่อน

เอกสารอ้างอิง

กรวิกา. “เส้นทางธุรกิจบนอินเทอร์เน็ต”. *Business Computer Magazine*. (มีนาคม 2538): 207-221.

กำชัย หลุยยะพงศ์. 2537. การศึกษาการดำเนินธุรกิจร้านดอกไม้ในเขตกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

จรวยพร แสงไชยและคณะ. 2540. *Advertising on The Internet*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ดอกหญ้า.

ตระการ แก้ววิมล. “อินเทอร์เน็ตสำหรับองค์กรธุรกิจ”. *Business Computer Magazine*. (มิถุนายน 2537): 108-114.

ภารดี รัตนอุดม. 2540. “การค้าทางอิเล็กทรอนิกส์”. *โดมทัศน์*. (มิถุนายน 2540): น. 31-39.

ยีน ภู่วรรณ. 2540. “ประวัติความเป็นมาของอินเทอร์เน็ต”. *Internet Magazine*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ ซี เอ็ด. น.30-37.

รัตนา เข้มแก่นจันทร์. 2537. *งานจัดดอกไม้*. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช จำกัด.

นิรนาม. 2540. “ช้อปปิ้งออนไลน์ แหล่งตลาดเสรีระดับโลก”. *Internet Today*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ เอ อาร์.

นิรนาม. 2541. “Advertising on the net”. *Internet Today*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ เอ อาร์. น.29-38.

บพิตร กฤตยาเกียรติ. 2539. *ภาวะการตลาดขายส่งไม้ดอกไม้ในกรุงเทพมหานคร*. กรุงเทพมหานคร: ปัญหาพิเศษปริญญาตรี, สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บุษกร ศรีสงเคราะห์. 2540. "Electronic Commerce". **Internet Today**. ฉบับวันที่ 26 (สิงหาคม 2540): น.66-72.

วรรณ อังคศิริสรรพ. 2534. การศึกษาพฤติกรรมการซื้อขายไม้ตัดดอกในเขตกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพมหานคร: ปัญหาพิเศษปริญญาตรี, สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

องค์อร ชำนาญไพโร. 2539. พฤติกรรมการใช้บริการร้านจัดดอกไม้ในเขตกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพมหานคร: ปัญหาพิเศษปริญญาตรี. สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.

David, Angell and Brent Heslop. 1995. **The Internet Business Companion**. New York: Addison Wesley.

Laurie, Alex and Others. 1995. **Commercial Flower Forcing**. Arizona: McGraw-hill Book Company.

Newdick, Jane and Neil Sutherland. 1989. **Flower Arranging**. Hampshire: Coombe Books, Inc.

Robert H'obbes' Zakon" 1997. **Internet of the world**. [Http://info.isoc.org/guest/zakon/internet/history/hit.html](http://info.isoc.org/guest/zakon/internet/history/hit.html). p 8.

W.Boodley, James . 1994. **The Commercial Greenhouse**. New york: Delma Publishers Inc.

ภาคผนวก



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาคผนวก ก.

พฤติกรรมการใช้บริการร้านจัดดอกไม้ในเขตกรุงเทพมหานคร

สภาพทั่วไปของผู้ใช้บริการร้านจัดดอกไม้ จากการนำข้อมูลพฤติกรรมการใช้บริการร้านจัดดอกไม้ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยการเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ผลของนางสาวองค์อร ชำนาญไพโร

อายุ

อายุของผู้ใช้บริการร้านจัดดอกไม้ อยู่ในช่วง 21-30 ปีมากที่สุดร้อยละ 52.38

ระดับการศึกษา

ผู้ใช้บริการร้านจัดดอกไม้เป็นผู้ที่จบปริญญาตรีร้อยละ 53.34 แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีความรู้สูง

รายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือนของผู้ใช้บริการร้านจัดดอกไม้ ที่มีรายได้ระหว่าง 10,000-30,000 บาทมีจำนวนร้อยละ 51.48 จะเห็นว่าผู้ใช้บริการจะเป็นผู้ที่มีฐานะดีเป็นส่วนใหญ่

ที่ตั้งของร้านจัดดอกไม้

ร้านจัดดอกไม้ที่ผู้บริโภคใช้บริการบ่อยที่สุด คือร้านจัดดอกไม้ที่สะดวกซื้อร้อยละ 54.28 เนื่องจากมีความสะดวกในการซื้อและพอใจในรูปแบบการตกแต่งที่พบเห็น

วิธีที่ใช้เลือกซื้อสินค้าจากร้านจัดดอกไม้

จะมีอยู่ 3 วิธีที่ใกล้เคียงกันคือ การจัดใหม่โดยผู้ซื้อมีส่วนช่วยออกแบบร้อยละ 33.34 การจัดใหม่โดยผู้จัดเป็นผู้ออกแบบร้อยละ 33.34 ที่จัดสำเร็จรูปแล้วร้อยละ 29.52 แสดงให้เห็นว่าผู้ซื้อต้องการสินค้าตามที่ตนเองต้องการ ต้องการสินค้าที่จัดใหม่โดยยอมแลกกับเวลาที่เสียไปในการรอ และที่เลือกสำเร็จเนื่องจากชอบรูปแบบสำเร็จที่มีอยู่แล้วและต้องการความรวดเร็ว

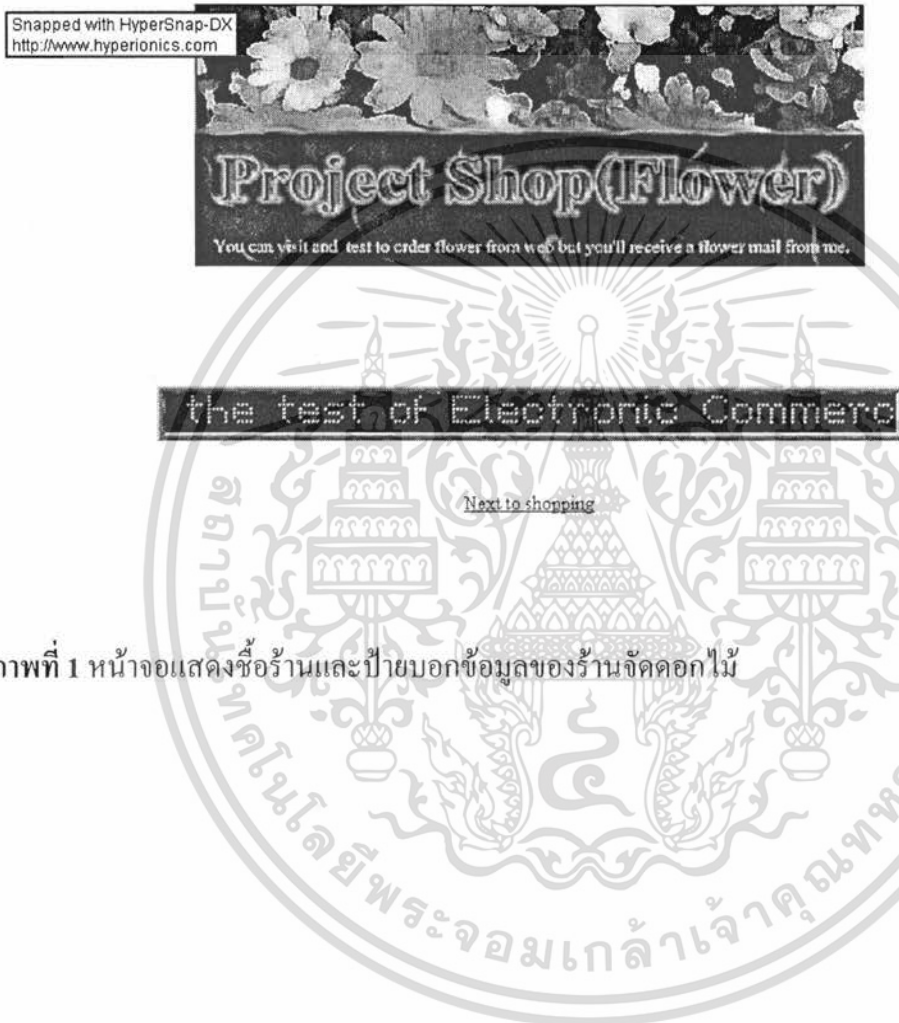
วิธีการสั่งซื้อสินค้า

ใช้การเดินทางไปซื้อด้วยตนเองเป็นส่วนใหญ่อ้อยละ 71.43 เนื่องจากต้องการให้ตรงกับความต้องการของตนเอง รองลงมาคือการใช้โทรศัพท์ในการสั่งซื้อเป็นการประหยัดเวลาในการรอและการเดินทาง



ภาคผนวก ข.

ภาพแสดงหน้าโฮมเพจของร้านจัดดอกไม้



ภาพที่ 1 หน้าจอแสดงชื่อร้านและป้ายบอกข้อมูลของร้านจัดดอกไม้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Snapped with HyperSnap-DX
http://www.hyperionics.com



MENU



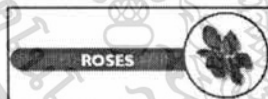
Bunch for anytime any chance.....

Basket it have fruit snack etc. in basket.....

If you like Lily you can give it.....

Gift for all doll, baloon.....

Tulip & Sunflower.....



You like Rose?



Special one Flower every day 1 mounth 2000 bath

ภาพที่ 2 หน้าจอแสดงหน้าร้านที่แยกประเภทของดอกไม้เพื่อความสะดวกในการเลือกซื้อ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Snapped with HyperSnap-DX
<http://www.hyperionics.com>

Bunch

 price 650 bath <3flower1>	 price 700 bath <3flower2>	 price 650 bath <3flower3>
 price 650 bath <3flower4>	 price 650 bath <2pw2>	 price 650 bath <cty01_66>
 price 650 bath <lf_106-31>	 price 650 bath <lf_107-11>	 price 650 bath <lf_108-51>
 price 800 bath <lf_113-71>	 price 500 bath <lf_13-11>	 price 650 bath <lf_15-21>
 price 600 bath <lf_17-41>	 price 600 bath <lf_18-11>	 price 350 bath <lf_25-21>

Order

ภาพที่ 3 ภาพแสดงลักษณะของดอกไม้ประเภทที่จัดเป็นช่อ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Snapped with HyperSnap-DX
http://www.hyperionics.com



price 650 baht <3flower1>



ภาพที่ 4 ภาพขนาดใหญ่ของช่อดอกไม้

Snapped with HyperSnap-DX
http://www.hyperionics.com



price 650 bath <3flower3>



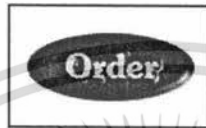
ภาพที่ 5 ภาพขนาดใหญ่ของช่อดอกไม้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Snapped with HyperSnap-DX
<http://www.hyperionics.com>



price 650 bath <3flower4>



ภาพที่ 6 ภาพขนาดใหญ่ของช่อดอกไม้

Snapped with HyperSnap-DX
<http://www.hyperionics.com>



price 700 bath <3flower2>



ภาพที่ 7 ภาพขนาดใหญ่ของช่อดอกไม้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Snapped with HyperSnap-DX
<http://www.hyperionics.com>



price 650 bath <cty01_66>

Order

ภาพที่ 8 ภาพขนาดใหญ่ของช่อดอกไม้

Snapped with HyperSnap-DX
<http://www.hyperionics.com>

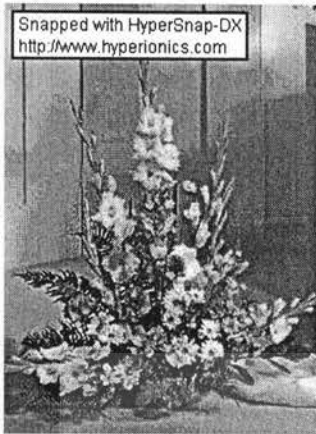


price 650 bath <2pw2>

Order

ภาพที่ 9 ภาพขนาดใหญ่ของช่อดอกไม้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



price 650 bath<lf_106-31>

Order

ภาพที่ 10 ภาพขนาดใหญ่ของช่อดอกไม้



price 650 bath<tf_107-11>

Order

ภาพที่ 11 ภาพขนาดใหญ่ของช่อดอกไม้

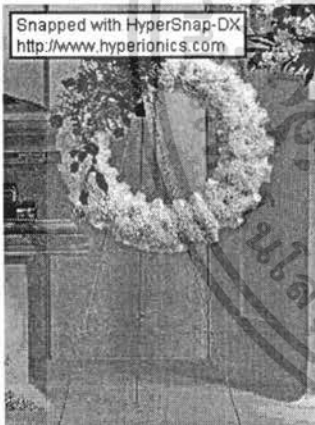
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



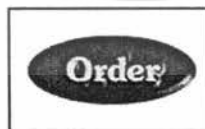
price 650 bath <lf_108-51>



ภาพที่ 12 ภาพขนาดใหญ่ของช่อดอกไม้



price 800 bath <lf_113-71>



ภาพที่ 13 ภาพขนาดใหญ่ของช่อดอกไม้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



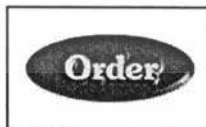
price 500 bath <lf_13-11>



ภาพที่ 14 ภาพขนาดใหญ่ของช่อดอกไม้

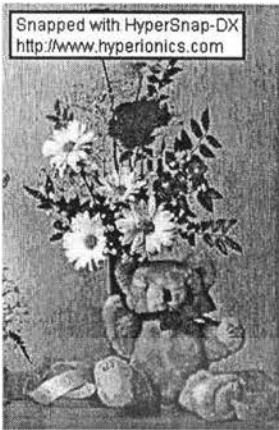


price 650 bath <lf_15-21>



ภาพที่ 15 ภาพขนาดใหญ่ของช่อดอกไม้

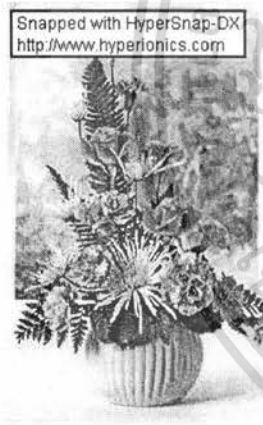
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



price 600 bath <f_17-41>



ภาพที่ 16 ภาพขนาดใหญ่ของช่อดอกไม้

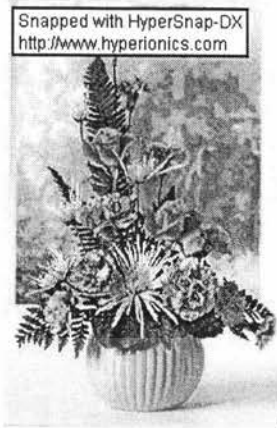


price 600 bath <f_18-11>



ภาพที่ 17 ภาพขนาดใหญ่ของช่อดอกไม้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



price 600 bath <f_18-11>

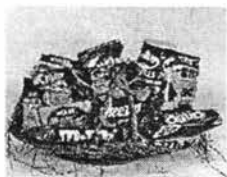
ภาพที่ 18 ภาพขนาดใหญ่ของช่อดอกไม้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Snapped with HyperSnap-DX
http://www.hypernice.com

Basket



Snack 500 baht <snack>



Fruit 500 baht <gro01-72>



Gift fruit 450 baht <fl-15>



Gift thing 550 baht <fl-2>



Gift thing 700 baht <fl-3>



fruit price 800 baht <fruit>



fruit and etc 700 baht <fruit2>



ภาพที่ 19 ภาพแสดงสินค้าประเภทตะกร้าดอกไม้และผลไม้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Shopped with HyperSnap-UX
<http://www.hyperionics.com>

Gift



White bear have a green hat 300 balls <#bxw1>



Curry bear 250 balls <#bxw2>



red bear 250 balls <#bxw3>



a rabbit 300 balls <#rabbb>



many colour of 14 gas balloon 250 balls <#ballon2>

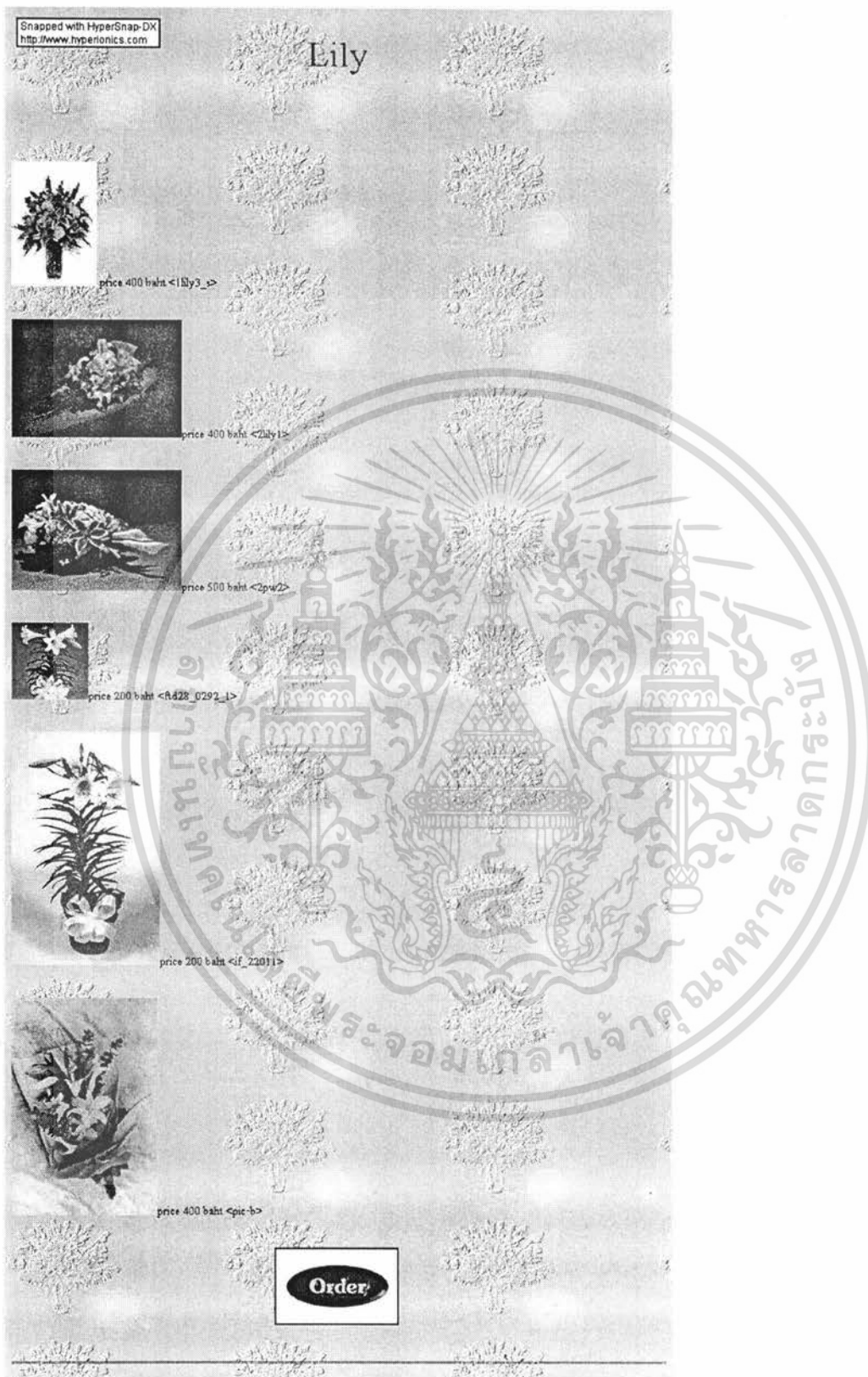


balloon set 200 balls <#ballon1>



ภาพที่ 20 ภาพแสดงสินค้าประเภทตุ๊กตาและลูกโป่ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

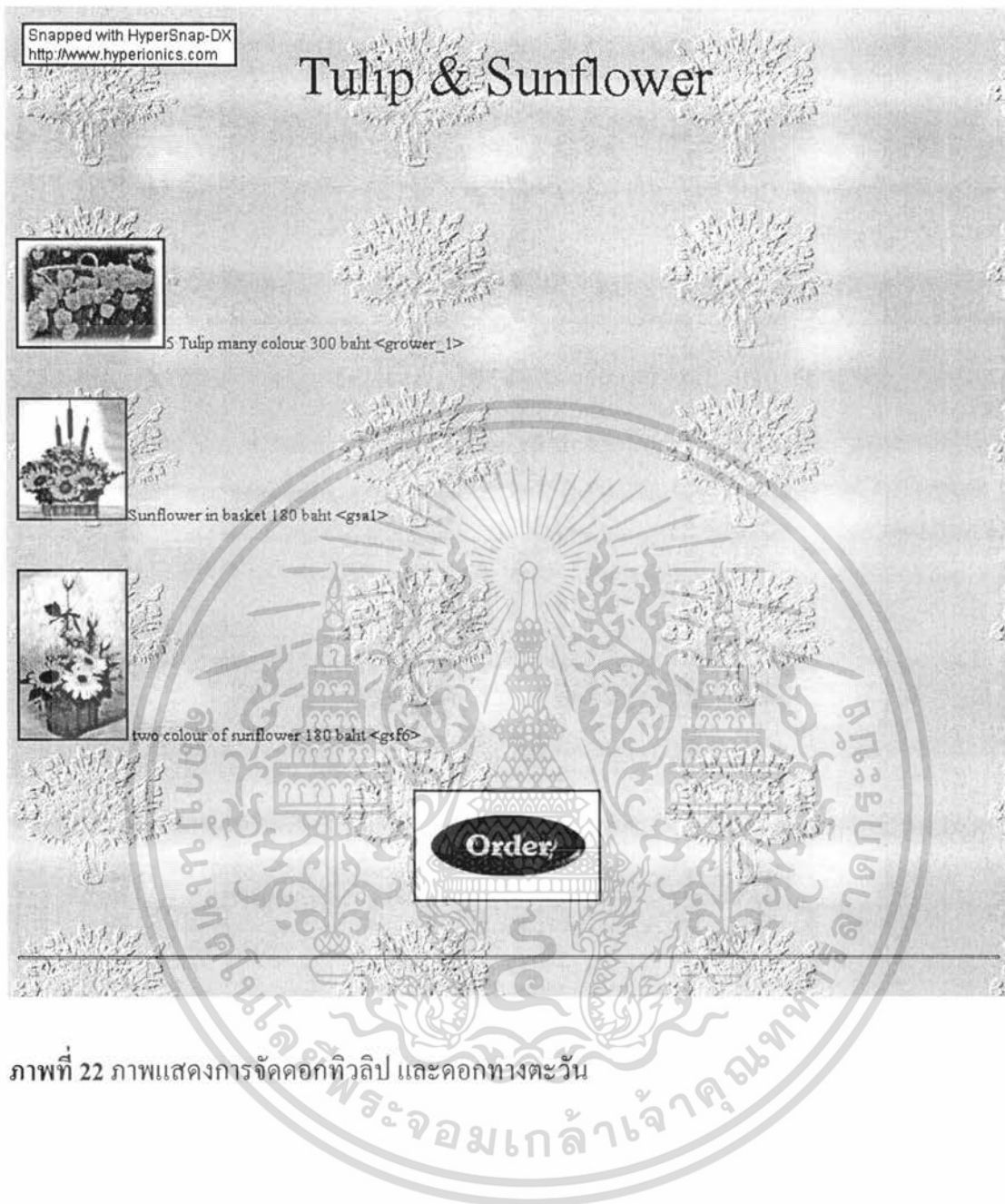


ภาพที่ 21 ภาพแสดงลักษณะและรูปร่างของการจัดดอกไม้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Snapped with HyperSnap-DX
http://www.hyperionics.com

Tulip & Sunflower



5 Tulip many colour 300 baht <grower_1>

Sunflower in basket 180 baht <gsa1>

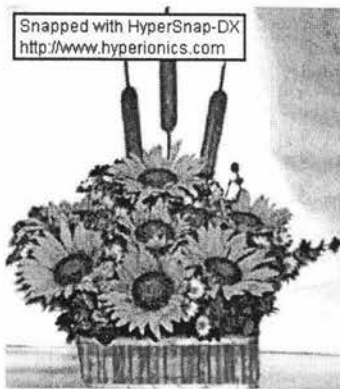
two colour of sunflower 180 baht <gsfo>

Order

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ภาพที่ 22 ภาพแสดงการจัดดอกไม้ทิวลิป และดอกทานตะวัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



Sunflower in basket 180 baht <gsa1>

Order

ภาพที่ 23 ภาพขนาดใหญ่ของดอกทานตะวัน



two colour of sunflower 180 baht <gsf6>

Order

ภาพที่ 24 ภาพขนาดใหญ่ของดอกทานตะวัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Snapped with HyperSnap-DX
http://www.hyperionics.com

Rose

12 roses in the jar is 250 baht <rose1>

big rose 330 baht <rose2>

bunch of 12 rose 300 baht <rose3>

24 rose in jar 350 baht <24rose>

Yellow rose in a dozen 270 baht <1f_22_21>

remember a price and code to insert to order then click order

Order

ภาพที่ 25 ภาพแสดงการจัดดอกกุหลาบแบบต่างๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



12 roses in the jar is 250 baht <rose1>



ภาพที่ 26 ภาพขนาดใหญ่ของการจัดดอกกุหลาบ



big rose 330 baht <rose2>



ภาพที่ 27 ภาพขนาดใหญ่ของการจัดดอกกุหลาบ

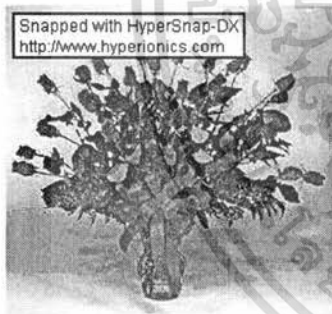
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



bunch of 12 rose 300 baht <rose3>



ภาพที่ 28 ภาพขนาดใหญ่ของการจัดดอกกุหลาบ

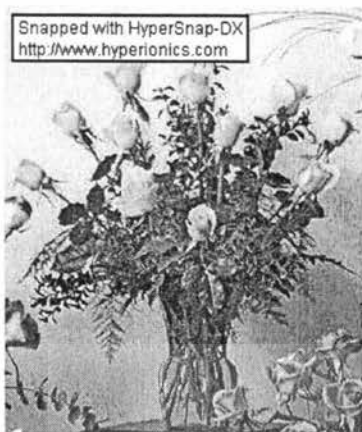


24rose mjar 350 baht <24rose>



ภาพที่ 29 ภาพขนาดใหญ่ของการจัดดอกกุหลาบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



Yellow rose in a dozen 270 baht<lf_22_21>



ภาพที่ 30 ภาพขนาดใหญ่ของการจัดดอกไม้หลาย

Snapped with HyperSnap-DX
http://www.hyperionics.com



You can choose the flower to go every day 1 flower in 1 month 2000 bath



ภาพที่ 31 ภาพแสดงดอกไม้ที่จัดเป็นพิเศษที่มีบริการส่งตลอดทั้งเดือน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Shopped with HyperSnap-On
http://www.hyperon.com

Order Form

Sender's information

Sender Name

Phone No.

E-mail

Address

Recipient information

Recipient Name

Phone No.

Address

Item that you want

Qty

Price

Bank

Loty

Thay

Special

A hours of Service

price

name + charge 150 baht

Total

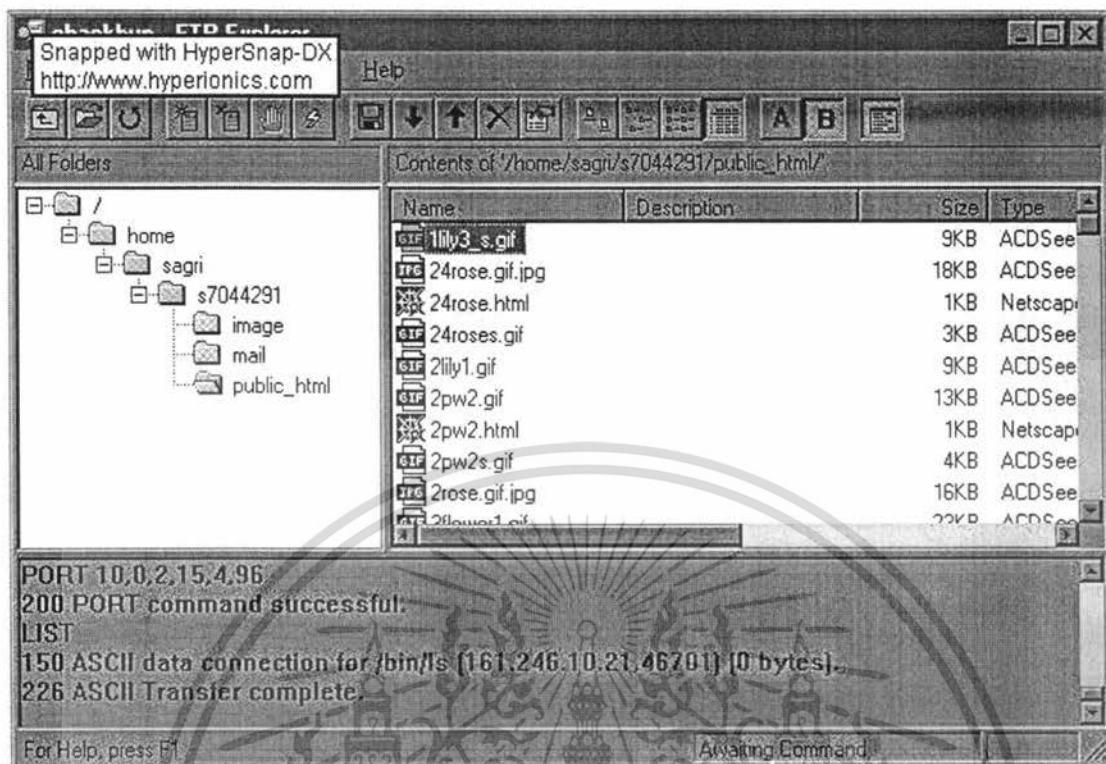
Date to send

Message with this sheet

Please contact you to confirm if you are not my Member

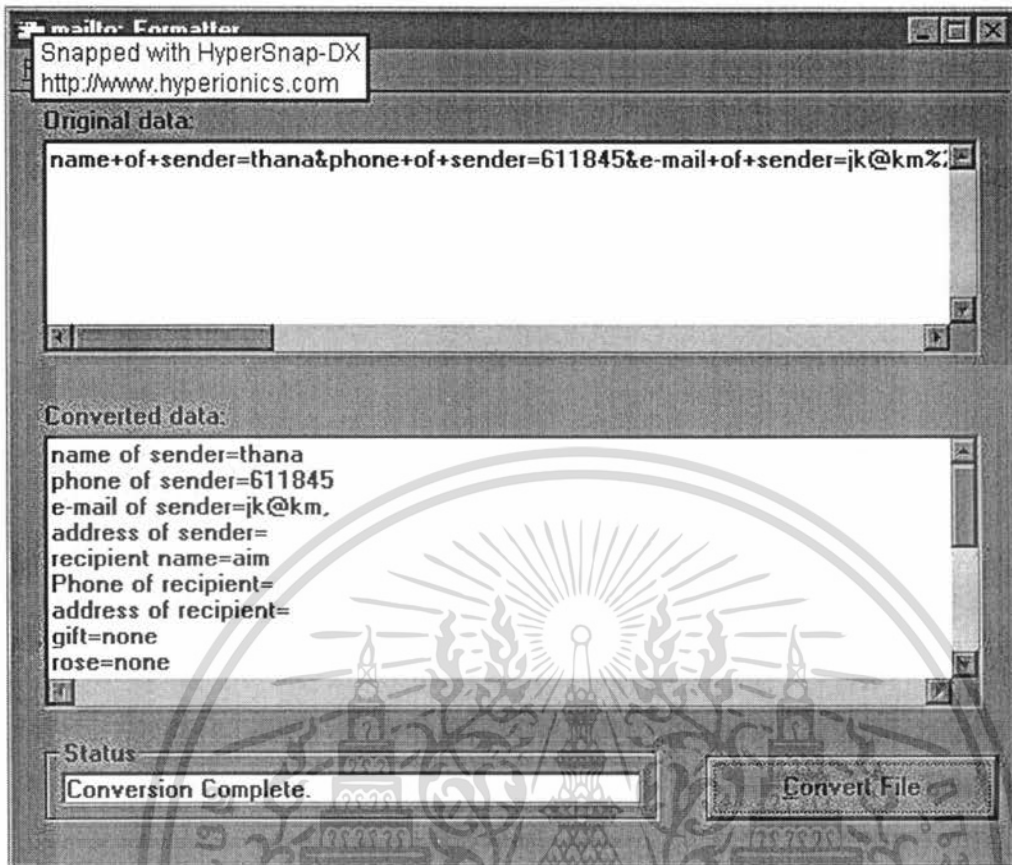
ภาพที่ 32 ภาพแสดงรายการสั่งซื้อดอกไม้ และสินค้าอื่นๆที่สามารถสั่งได้ทันที

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



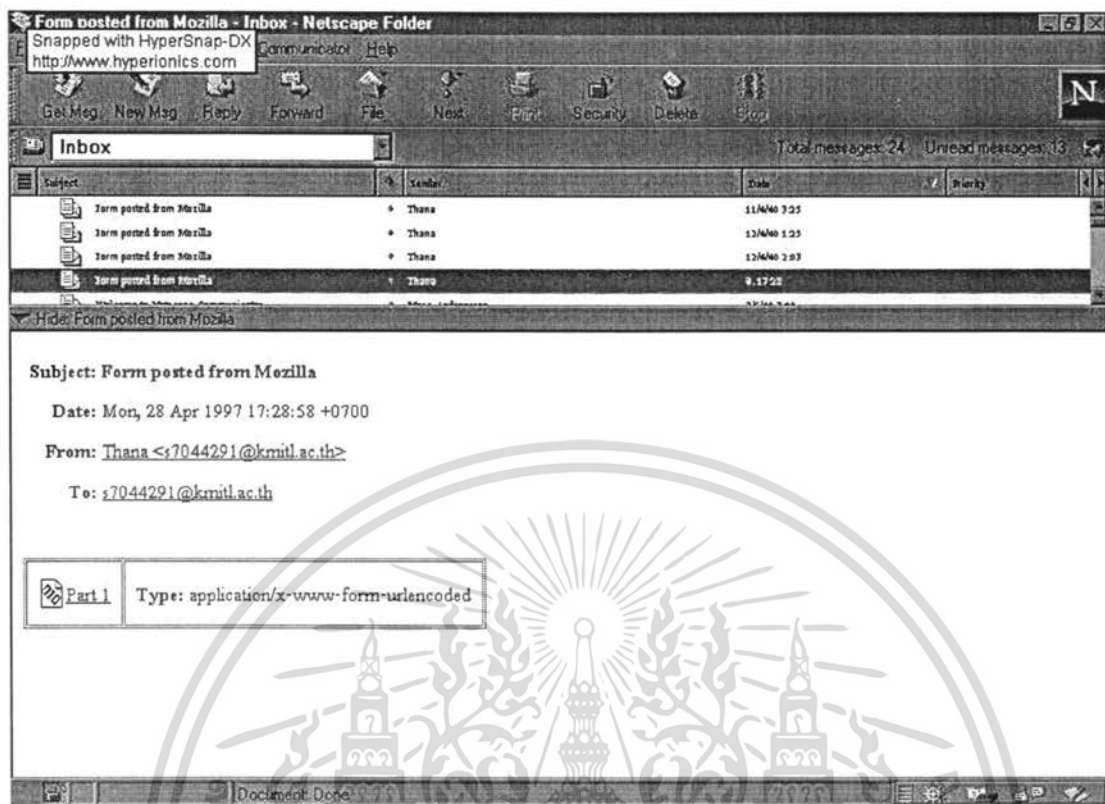
ภาพที่ 33 ภาพแสดง โปรแกรมที่ใช้ส่งโฮมเพจไปสู่ระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 34 ภาพแสดง โปรแกรม mail to ที่สามารถอ่านรายการที่ได้รับจากการสั่งซื้อสินค้าผ่าน
 ทางอินเทอร์เน็ต

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 35 ภาพแสดงการรับรายการสินค้าที่ส่งผ่านทางอินเทอร์เน็ต

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้