

รายงานผลที่สำคัญ
สำรวจสถานภาพการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
ในโรงพยาบาล/สถานพยาบาล คลินิก
และสถานบริการเพื่อสุขภาพ พ.ศ. 2551

สำนักงานสถิติแห่งชาติ



หน่วยงานเจ้าของเรื่อง

สำนักสถิติเศรษฐกิจสังคมและประชาคม 3
สำนักงานสถิติแห่งชาติ
โทรศัพท์ 0 2281 0333 ต่อ 1706 – 1709
โทรสาร 0 2280 0406
ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ : ictsurvey@nso.go.th

หน่วยงานที่เผยแพร่

สำนักสถิติพยากรณ์
สำนักงานสถิติแห่งชาติ
ถนนหลานหลวง เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย
กทม. 10100
โทรศัพท์ 02281 0333 ต่อ 1413
โทรสาร 02281 6438
ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ : services@nso.go.th

ปีที่จัดพิมพ์

2551

จัดพิมพ์โดย

ห้างหุ้นส่วนจำกัด บางกอกบล็อก
โทรศัพท์ 0 2281 2055, 0 2281 5089

คำปรารภ

ปัจจุบันการนำเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มาใช้ในการประกอบธุรกิจ นับเป็นสิ่งสำคัญที่สถานประกอบการจะได้รับประโยชน์อย่างมาก โดยเฉพาะการมีเว็บไซต์เพื่อซื้อขายหรือให้บริการสินค้าบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ตจะทำให้ลดค่าใช้จ่ายในการลงทุน ค่าโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ ตลอดจนค่าใช้จ่ายในการขนส่งสินค้าได้อย่างมาก อีกทั้งยังสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ทั่วโลกภายใต้การลงทุนที่ต่ำ นอกจากนี้การชำระเงินผ่านระบบออนไลน์ยังช่วยให้ประหยัดเวลา และอำนวยความสะดวกทั้งผู้ซื้อและขายอีกด้วย

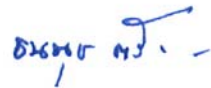
จากผลสำรวจการมีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ในสถานประกอบการทั่วประเทศ ตั้งแต่ปี 2547 – 2550 ของสำนักงานสถิติแห่งชาติ พบว่า สถานประกอบการที่มีการนำคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตมาใช้ในการดำเนินกิจการสูงสุด ได้แก่ โรงพยาบาลและสถานพยาบาล แสดงให้เห็นว่าธุรกิจประเภทนี้มีความพร้อมในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมากกว่าธุรกิจประเภทอื่นๆ ประกอบกับในปัจจุบันประเทศไทยมีชาวต่างชาติมาใช้บริการจากโรงพยาบาล และสถานบริการเพื่อสุขภาพมากขึ้น ด้วยเหตุนี้เพื่อสนับสนุนและส่งเสริมให้รัฐมีช่องทางการขยายเศรษฐกิจของประเทศ สำนักงานสถิติแห่งชาติจึงได้ทำการสำรวจข้อมูลสถานประกอบการการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในโรงพยาบาล/สถานพยาบาล คลินิก และสถานบริการ

เพื่อสุขภาพ พ.ศ. 2551 พร้อมทั้งปรับปรุงวิธีการดำเนินการสำรวจตามนโยบายเชิงรุกของสำนักงานสถิติแห่งชาติ โดยดำเนินการดังนี้

1. เชิญหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ผู้แทนของโรงพยาบาลภาครัฐ กระทรวงสาธารณสุข โรงพยาบาลเอกชน คลินิก และสถานบริการเพื่อสุขภาพ และประชาชนที่เคยเข้ารับการรักษาพยาบาลโดยผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต เพื่อให้เข้ามามีส่วนร่วมในการผลิตข้อมูลและร่วมเป็นพันธมิตรในการดำเนินการ
2. ใช้วิธีการสำรวจข้อมูลผ่านอินเทอร์เน็ตร่วมกับ วิธีการสัมภาษณ์ และการสนทนาในกลุ่มเฉพาะ
3. ใช้เทคนิคการวิเคราะห์ทางสถิติ เช่น Need Gap Analysis, Factor Analysis และ Multiple Regression Analysis เพื่อศึกษาวิเคราะห์ปัจจัยแห่งความสำเร็จในการประกอบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และความพึงพอใจในบริการภาครัฐ
4. จัดพิมพ์รายงานผลที่สำคัญ ฉบับพกพา (Pocket Book) กะทัดรัด เพื่อนำเสนอรายงานที่สำคัญเพิ่มเติมนอกเหนือจากการพิมพ์รายงานผลการสำรวจฉบับสมบูรณ์ ซึ่งเป็นรายละเอียดสำหรับ/นักวิชาการ/นักวิเคราะห์/นักวิจัย
5. เผยแพร่แก่ผู้ใช้ และประชาชน ตลอดจนสื่อมวลชน และผู้เข้าร่วมการสัมมนา สสช.เชิงรุก ตอน : Thailand e-Commerce Forum 2008 และแจกจ่ายส่งให้แก่ผู้ตอบแบบสอบถามในการสำรวจครั้งนี้เพื่อเป็นการสนทนาคุณและให้ผู้ประกอบการสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในทางธุรกิจส่วนตัวได้

6. ส่งผลการสำรวจให้หน่วยงาน เช่น กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร กรมพัฒนาธุรกิจการค้า สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม สำนักคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม สำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ (องค์การมหาชน) ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ บริษัท กสท. โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน) บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด สมาคมธนาคารไทย สมาคมสมาพันธ์เทคโนโลยีสารสนเทศแห่งประเทศไทย สมาคมผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สมาคมผู้ดูแลเว็บไซต์ และสมาคมผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ตไทย เพื่อเป็นตัววางแผนและกำหนดแนวทางในการสนับสนุนและส่งเสริมการทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ของประเทศ

การดำเนินดังกล่าวนอกจากเพื่อให้สำนักงานสถิติแห่งชาติเป็นแหล่งข้อมูลด้าน ICT ของประเทศแล้ว ยังเพื่อเป็นการส่งเสริมและสนับสนุนการทำงานของคณะอนุกรรมการนโยบายและส่งเสริมการพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งเลขธิการสถิติแห่งชาติ เป็นประธานอีกตำแหน่งหนึ่งด้วย



(นางธนุช ตรีทิพย์บุตร)

เลขธิการสถิติแห่งชาติ

คํานํา

ผลการสํารวจสถานภาพการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในโรงพยาบาล/
สถานพยาบาล คลินิก และสถานบริการเพื่อสุขภาพ พ.ศ. 2551 ในครั้งนี้
ชี้ให้เห็นว่ามีการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในภาคเอกชนของ
สถานประกอบการที่เป็นคลินิกร้อยละ 47.3 สถานบริการเพื่อสุขภาพ
ร้อยละ 47.0 และโรงพยาบาลเอกชนร้อยละ 35.1 ซึ่งอาจสรุปได้ว่ามีการ
พัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มากกว่าสถานประกอบการที่เป็น
โรงพยาบาล/สถานพยาบาลของภาครัฐซึ่งมีเพียงร้อยละ 23.4

สำหรับการรับชำระเงินของสถานประกอบการพบว่า สถานบริการ
เพื่อสุขภาพร้อยละ 52.9 โรงพยาบาลเอกชนร้อยละ 34.8 และคลินิก
ร้อยละ 33.6 มีการรับชำระเงินผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์โดยสถาน
ประกอบการภาคเอกชนใช้วิธีการออนไลน์ร้อยละ 33.3 ขึ้นไป ในขณะที่
สถานประกอบการทางการแพทย์ของภาครัฐใช้วิธีการออนไลน์มีเพียงร้อยละ 21.0

สถานประกอบการที่ให้บริการทางการแพทย์ และสถานบริการ
เพื่อสุขภาพทั้งภาครัฐและเอกชนส่วนใหญ่ยังมีการใช้จ่ายด้านเทคโนโลยี
สารสนเทศและการสื่อสารค่อนข้างน้อย แต่ในอีก 1-2 ปีข้างหน้า
สถานประกอบการทางการแพทย์ของภาครัฐมีแผนความต้องการที่จะจ้าง
บุคลากรทางด้าน ICT เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 61.5 ส่วนโรงพยาบาลเอกชน
มีความต้องการที่จะจ้างบุคลากรทางด้าน ICT ร้อยละ 47.0 สถานบริการ
เพื่อสุขภาพร้อยละ 14.3 และคลินิกร้อยละ 4.7

นอกจากนี้ผลการสํารวจยังพบอีกว่า ผู้ประกอบการที่ให้บริการ
ทางการแพทย์ร้อยละ 5.4 และผู้ประกอบการสถานบริการเพื่อสุขภาพ
ร้อยละ 4.3 ให้ข้อเสนอแนะที่สำคัญคือ ต้องการให้ภาครัฐหรือหน่วยงาน
ที่เกี่ยวข้องจัดอบรม/สัมมนาเพื่อให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเว็บไซต์
และระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) กับบุคลากรและเจ้าของ
กิจการเพื่อให้มีความเข้าใจไปในทิศทางเดียวกัน

ดังนั้น การที่ภาครัฐจะเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน
ของผู้ประกอบการไทย โดยเฉพาะการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อ
ดำเนินกิจการในกลุ่มของสถานประกอบการที่ให้บริการทางการแพทย์
และสถานบริการเพื่อสุขภาพนั้น จึงควรมีการส่งเสริมความรู้ความเข้าใจ
ด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ให้กับผู้ประกอบการให้มากขึ้นกว่าที่เป็นอยู่
และควรมีมาตรการจูงใจเพื่อให้ผู้ประกอบการหันมาใช้ เช่น การลดค่าจด
ทะเบียนเว็บไซต์ ในส่วนเฉพาะของโดเมน หรือให้เปิดเว็บไซต์ฟรี
สำหรับสถานประกอบการที่ยังไม่เคยมีเว็บไซต์

ในโอกาสนี้สำนักงานสถิติแห่งชาติ ขอขอบคุณผู้ประกอบการ
โรงพยาบาล/สถานพยาบาล คลินิก และสถานบริการเพื่อสุขภาพ และผู้ที่
มีส่วนร่วมในการสนับสนุนการสํารวจครั้งนี้ ที่ได้ให้ความร่วมมือในการ
กรอกแบบสอบถามอย่างครบถ้วนภายในเวลาที่กำหนดไว้ ณ โอกาสนี้ด้วย

สารบัญ

	หน้า
คำปรารภ	i
คำนำ	v
สารบัญแผนภูมิ	x
สารบัญตาราง	xv
บทสรุปสำหรับผู้บริหาร	xx
บทนำ	xi
ตอนที่ 1 สรุปผลการสำรวจ	1
1. ลักษณะทั่วไปของสถานประกอบการ	1
1.1 ประเภทของสถานประกอบการ	1
1.2 ระยะเวลาดำเนินงานกิจการ	1
2. การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร	2
2.1 การใช้อินเทอร์เน็ต	2
2.2 การมีเว็บไซต์	3
2.2.1 การมีเว็บไซต์และการพัฒนาเว็บไซต์	3
2.2.2 วัตถุประสงค์ของการใช้เว็บไซต์	5
2.3 การพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	7
2.4 รายการที่ให้บริการบนเว็บไซต์	9
2.5 การประชาสัมพันธ์เว็บไซต์	11
2.6 การรับชำระเงินผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	14

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3. รายได้ของสถานประกอบการและค่าใช้จ่ายด้าน ICT	16
4. แผนการรับและความต้องการบุคลากรด้าน ICT	20
4.1 บุคลากรที่ดูแลการทำธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	20
4.2 แผนการรับบุคลากรด้าน ICT ในอีก 1-2 ปีข้างหน้า	22
5. ข้อเสนอแนะ	26
ตอนที่ 2 สรุปผลการวิเคราะห์และข้อเสนอแนะ	29
1. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสามารถและความพร้อมในการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และข้อเสนอแนะต่อกลุ่มโรงพยาบาล/สถานพยาบาล และคลินิก	31
1.1 สรุปโดยภาพรวมความพร้อมในการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จำแนกตามโดยรวมและวัตถุประสงค์ทางด้านเพิ่มรายได้และทางด้านลดค่าใช้จ่าย	31
2. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสามารถและความพร้อมในการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และข้อเสนอแนะต่อกลุ่มธุรกิจบริการส่งเสริมสุขภาพ	62
2.1 สรุปภาพรวมจำแนกตามวัตถุประสงค์ของการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ทั้งด้านเพิ่มรายได้และด้านลดค่าใช้จ่าย	62

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3. บทสรุป ปัญหา อุปสรรคและข้อเสนอแนะ	95
3.1 บทสรุปและข้อเสนอแนะ	95
3.1.1 บทสรุปและข้อเสนอแนะต่อความพร้อมและปัจจัย ที่มีความสำคัญในการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สำหรับกลุ่มโรงพยาบาล/สถานพยาบาล และคลินิก	95
3.1.2 บทสรุปและข้อเสนอแนะต่อความพร้อมและปัจจัยที่ มีความสำคัญในการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สำหรับกลุ่มธุรกิจบริการส่งเสริมสุขภาพ	117
3.2 ปัญหาและอุปสรรค	141
3.3 บทวิเคราะห์ SWOT Matrix	143
3.4 สรุปข้อเสนอแนะต่อองค์กรเพื่อเพิ่มขีดความสามารถใน การพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	145
3.5 สรุปข้อเสนอแนะต่อภาครัฐเพื่อส่งเสริมและเพิ่มขีด ความสามารถในการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของ โรงพยาบาล/สถานพยาบาล คลินิก และ สถานบริการเพื่อ สุขภาพ	146
กรอบ นิยาม วิธีการสำรวจ	149

สารบัญแผนภูมิ

	หน้า
แผนภูมิ 1 ร้อยละของสถานประกอบการ จำแนกตามประเภทของ สถานประกอบการ	1
แผนภูมิ 2 ระยะเวลาเฉลี่ยที่ดำเนินกิจการ จำแนกตามประเภทของ สถานประกอบการ	2
แผนภูมิ 3 ร้อยละของสถานประกอบการที่มีเว็บไซต์ จำแนกตาม ประเภทของสถานประกอบการ	3
แผนภูมิ 4 ร้อยละของสถานประกอบการที่มีเว็บไซต์ จำแนกตาม วัตถุประสงค์ของการใช้เว็บไซต์	6
แผนภูมิ 5 ร้อยละของสถานประกอบการที่มีเว็บไซต์ จำแนกตามมีการ พัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และประเภทของ สถานประกอบการ	7
แผนภูมิ 6 ร้อยละของสถานประกอบการที่มีเว็บไซต์ จำแนกตาม การมีประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ และประเภทของสถาน ประกอบการ	11
แผนภูมิ 7 ร้อยละของประเภทลูกค้าที่ก่อให้เกิดรายได้ จำแนกตาม การพัฒนาเว็บไซต์ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และ EDI ในรอบปี 2550	18

สารบัญแผนภูมิ (ต่อ)

	หน้า
แผนภูมิ 8 ร้อยละของสถานประกอบการที่มีแผนการรับบุคลากรด้าน ICT ในอีก 1-2 ปีข้างหน้า จำแนกตามประเภทของสถานประกอบการ	22
แผนภูมิ 9 ร้อยละบุคลากรด้าน ICT ที่ทางสถานประกอบการต้องการจ้างทำงาน จำแนกตามตำแหน่งงาน	23
แผนภูมิ 10 แสดงผลการวิเคราะห์ Need Gap Analysis สำหรับภาพรวมของความสำเร็จของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพร้อมโดยรวมในการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สำหรับกลุ่มโรงพยาบาล/สถานพยาบาล และคลินิก	36
แผนภูมิ 11 แสดงผลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้น (Multiple Regression Analysis) สำหรับภาพรวมของความพร้อมโดยรวมในการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สำหรับกลุ่มโรงพยาบาล/สถานพยาบาล และคลินิก	47
แผนภูมิ 12 แสดงผลการวิเคราะห์ Need Gap Analysis สำหรับภาพรวมของความสำเร็จของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพร้อมในการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อวัตถุประสงค์เพิ่มรายได้ขององค์กร สำหรับกลุ่มโรงพยาบาล/สถานพยาบาล และคลินิก	50

สารบัญแผนภูมิ (ต่อ)

	หน้า
แผนภูมิ 13 แสดงผลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้น (Multiple Regression Analysis) สำหรับภาพรวมของความพร้อมในการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อวัตถุประสงค์เพิ่มรายได้ขององค์กร สำหรับกลุ่มโรงพยาบาล/สถานพยาบาล และคลินิก	53
แผนภูมิ 14 แสดงผลการวิเคราะห์ Need Gap Analysis สำหรับภาพรวมของความสำเร็จของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพร้อมในการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อวัตถุประสงค์ลดค่าใช้จ่ายขององค์กร สำหรับกลุ่มโรงพยาบาล/สถานพยาบาล และคลินิก	56
แผนภูมิ 15 แสดงผลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้น (Multiple Regression Analysis) ของความพร้อมในการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อวัตถุประสงค์ลดค่าใช้จ่ายขององค์กร สำหรับกลุ่มโรงพยาบาล/สถานพยาบาล และคลินิก	59
แผนภูมิ 16 แสดงผลการวิเคราะห์ Need Gap Analysis สำหรับภาพรวมของความสำเร็จของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพร้อมโดยรวมในการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สำหรับกลุ่มธุรกิจบริการส่งเสริมสุขภาพ	67

สารบัญแผนภูมิ (ต่อ)

	หน้า
แผนภูมิ 17 ผลการวิเคราะห์ Need Gap Analysis สําหรับภาพรวมของความสําคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพร้อมโดยรวมในการพัฒนาพฒนัชย็เล็กทรอนิกส์ สําหรับกลุ่มธุรกิจบริการส่งเสริมสุขภาพ	69
แผนภูมิ 18 แสดงผลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้น (Multiple Regression Analysis) สําหรับภาพรวมของความพร้อมโดยรวมในการพัฒนาพฒนัชย็เล็กทรอนิกส์ สําหรับกลุ่มธุรกิจบริการส่งเสริมสุขภาพ	80
แผนภูมิ 19 แสดงผลการวิเคราะห์ Need Gap Analysis สําหรับภาพรวมของความสําคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพร้อมในการพัฒนาพฒนัชย็เล็กทรอนิกส์เพื่อวัตถุประสงค์เพิ่มรายได้ขององค์กร สําหรับกลุ่มธุรกิจบริการส่งเสริมสุขภาพ	83
แผนภูมิ 20 แสดงผลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้น (Multiple Regression Analysis) สําหรับภาพรวมของความพร้อมในการพัฒนาพฒนัชย็เล็กทรอนิกส์เพื่อวัตถุประสงค์เพิ่มรายได้ขององค์กร สําหรับกลุ่มธุรกิจบริการส่งเสริมสุขภาพ	86

สารบัญแผนภูมิ (ต่อ)

	หน้า
แผนภูมิ 21 แสดงผลการวิเคราะห์ Need Gap Analysis สําหรับภาพรวมของความสําคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพร้อมในการพัฒนาพฒนัชย็เล็กทรอนิกส์เพื่อวัตถุประสงค์ลดค่าใช้จ่ายขององค์กร สําหรับกลุ่มธุรกิจบริการส่งเสริมสุขภาพ	89
แผนภูมิ 22 แสดงผลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้น (Multiple Regression Analysis) ของความพร้อมในการพัฒนาพฒนัชย็เล็กทรอนิกส์เพื่อวัตถุประสงค์ลดค่าใช้จ่ายขององค์กร สําหรับกลุ่มธุรกิจบริการส่งเสริมสุขภาพ	92

สารบัญตาราง

	หน้า
ตาราง 1 ร้อยละของสถานประกอบการที่ใช้อินเทอร์เน็ต ปี 2547-2550 จำแนกตามกิจกรรมทางเศรษฐกิจ	2
ตาราง 2 ร้อยละของสถานประกอบการที่มีการพัฒนาเว็บไซต์ จำแนกตามประเภทของสถานประกอบการ	4
ตาราง 3 ร้อยละของสถานประกอบการที่มีเว็บไซต์ จำแนกตามลักษณะการพัฒนาเว็บไซต์ ระยะเวลาที่พัฒนา และประเภทของสถานประกอบการ	5
ตาราง 4 ร้อยละของสถานประกอบการที่มีเว็บไซต์ จำแนกตามวัตถุประสงค์ของการใช้เว็บไซต์ และประเภทของสถานประกอบการ	7
ตาราง 5 ร้อยละของสถานประกอบการที่มีเว็บไซต์ จำแนกตามการมีพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และประเภทของสถานประกอบการ	8
ตาราง 6 ร้อยละของสถานประกอบการที่มีเว็บไซต์ จำแนกตามระยะเวลาที่มีการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และประเภทของสถานประกอบการ	9
ตาราง 7 ร้อยละของสถานประกอบการที่มีเว็บไซต์ จำแนกตามรายการที่ให้บริการบนเว็บไซต์ และประเภทของสถานประกอบการ	10

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตาราง 8 ร้อยละของสถานประกอบการ จำแนกตามการประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ และประเภทของสถานประกอบการ	12
ตาราง 9 ร้อยละของสถานประกอบการที่มีเว็บไซต์ จำแนกตามวิธีการประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ และประเภทของสถานประกอบการ	13
ตาราง 10 ร้อยละของสถานประกอบการที่มีการรับชำระเงินผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จำแนกตามประเภทของสถานประกอบการ	14
ตาราง 11 ร้อยละของสถานประกอบการที่มีเว็บไซต์ จำแนกตามวิธีการรับชำระเงินผ่านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และประเภทของสถานประกอบการ	15
ตาราง 12 ร้อยละของสถานประกอบการที่เว็บไซต์ จำแนกตามรายได้ทั้งหมดในรอบปี 2550 และประเภทของสถานประกอบการ	16
ตาราง 13 สัดส่วนของรายได้ และรายได้เฉลี่ยจากการพัฒนาเว็บไซต์ ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และ EDI จำแนกตามประเภทของสถานประกอบการ	17

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตาราง 14 ร้อยละของสถานประกอบการที่มีเว็บไซต์ จำแนกตาม ค่าใช้จ่ายด้าน ICT ในรอบปี 2550 และประเภทของ สถานประกอบการ	19
ตาราง 15 สัดส่วนของค่าใช้จ่ายในการพัฒนาเว็บไซต์ ระบบ พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และ EDI จำแนกตามประเภท ของสถานประกอบการ	20
ตาราง 16 ร้อยละของสถานประกอบการที่มีบุคลากรดูแลการทำ ธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จำแนกตามประเภท ของสถานประกอบการ	21
ตาราง 17 ร้อยละของสถานประกอบการที่มีบุคลากรที่ดูแลการ ทำธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จำแนกตาม ประเภทของสถานประกอบการ	21
ตาราง 18 ร้อยละของสถานประกอบการ จำแนกตามแผนการ รับบุคลากรทางด้าน ICT และประเภทของสถาน ประกอบการ	24
ตาราง 19 ร้อยละของสถานประกอบการ โรงพยาบาล และคลินิก จำแนกตามข้อเสนอแนะต่อการจัดทำแผนการส่งเสริม และพัฒนาการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	27
ตาราง 20 ร้อยละของสถานประกอบการเพื่อสุขภาพ จำแนกตาม ข้อเสนอแนะต่อการจัดทำแผนการส่งเสริมและ พัฒนาการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	28

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตาราง 21 คะแนนเฉลี่ย (โดยรวม) ของปัจจัยในด้านความพร้อม และความสำคัญในการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สำหรับกลุ่มโรงพยาบาล/สถานพยาบาล และคลินิก	31
ตาราง 22 สรุปผลการวิเคราะห์ Need Gap Analysis ของความสำคัญ ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพร้อมในการพัฒนาพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์ สำหรับกลุ่มโรงพยาบาล/สถานพยาบาล และคลินิก โดยจำแนกตามวัตถุประสงค์	39
ตาราง 23 สรุปผลการวิเคราะห์จำนวนหมวดปัจจัยใหม่ ด้วยวิธีการ วิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) โดยวิธี PCA และ วิธีหมุน แกนแบบ Varimax	43
ตาราง 24 สรุปผลการจัดกลุ่มหมวดปัจจัยใหม่ โดยแสดงค่า สัมประสิทธิ์สูงสุดด้วยวิธีการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) โดยวิธี PCA และวิธีหมุนแกนแบบ Varimax	44
ตาราง 25 คะแนนเฉลี่ย (โดยรวม) ของปัจจัยในด้านความพร้อม และความสำคัญในการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สำหรับกลุ่มธุรกิจบริการส่งเสริมสุขภาพ	63
ตาราง 26 สรุปผลการวิเคราะห์ Need Gap Analysis ของความสำคัญ ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพร้อมในการพัฒนาพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์ สำหรับกลุ่มธุรกิจบริการส่งเสริมสุขภาพ โดยจำแนกตามวัตถุประสงค์	72

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตาราง 27 สรุปผลการวิเคราะห์จำนวนหมวดปัจจัยใหม่ ด้วยวิธีการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) โดยวิธี PCA และวิธีหมุนแกนแบบ Varimax	76
ตาราง 28 สรุปผลการจัดกลุ่มหมวดปัจจัยใหม่ โดยแสดงค่าสัมประสิทธิ์สูงสุดด้วยวิธีการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) โดยวิธี PCA และวิธีหมุนแกนแบบ Varimax	77
ตาราง 29 สรุปผลการวิเคราะห์เพื่อการจัดลำดับและน้ำหนักความสำคัญของปัจจัยที่มีต่อความพร้อมในการพัฒนาวิชาชีพอิเล็กทรอนิกส์ สำหรับกลุ่มโรงพยาบาล/สถานพยาบาล และคลินิก โดยวิธีการวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้น (Multiple Regression Analysis) โดยจำแนกตามวัตถุประสงค์	96
ตาราง 30 สรุปผลการวิเคราะห์เพื่อการจัดลำดับและน้ำหนักความสำคัญของปัจจัยที่มีต่อความพร้อมในการพัฒนาวิชาชีพอิเล็กทรอนิกส์ สำหรับกลุ่มธุรกิจบริการส่งเสริมสุขภาพ โดยวิธีการวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้น (Multiple Regression Analysis) โดยจำแนกตามประเภทวัตถุประสงค์	118

บทสรุปสำหรับผู้บริหาร : สรุปผลการสำรวจ

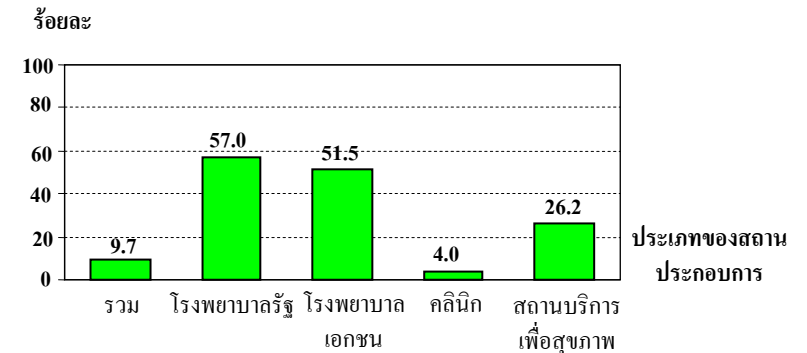
สำนักงานสถิติแห่งชาติ ได้ดำเนินการสำรวจสถานภาพการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในโรงพยาบาล/สถานพยาบาล คลินิก และสถานบริการเพื่อสุขภาพ พ.ศ. 2551 ขึ้นเป็นครั้งแรก โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ทราบเกี่ยวกับความพร้อม ปัญหาและอุปสรรคในการใช้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการดำเนินการ รายได้และค่าใช้จ่าย ความต้องการบุคลากรด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินการของสถานประกอบการ รวมทั้งข้อเสนอแนะของผู้ประกอบการ เพื่อให้หน่วยงานภาครัฐนำไปเป็นแนวทางในการกำหนดนโยบาย วางแผน การพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร เพื่อเป็นการส่งเสริมการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการดำเนินการของสถานประกอบการ ในขณะที่ภาคเอกชนสามารถนำไปปรับปรุงและวางแผนการใช้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

สำนักงานสถิติแห่งชาติ ได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลในระหว่างวันที่ 28 มกราคม – 7 มีนาคม พ.ศ. 2551 จากสถานประกอบการที่ทำการสำรวจทั้งสิ้น จำนวน 7,334 แห่ง โดยแบ่งเป็นโรงพยาบาลรัฐ 855 แห่ง โรงพยาบาลเอกชน 334 แห่ง คลินิก 4,929 แห่ง และสถานบริการเพื่อสุขภาพ (สปาเพื่อสุขภาพ นวดเพื่อสุขภาพ นวดเพื่อเสริมสวย) 1,216 แห่ง โดยสรุปประเด็นที่สำคัญได้ดังนี้

1. การมีเว็บไซต์ในการดำเนินการ

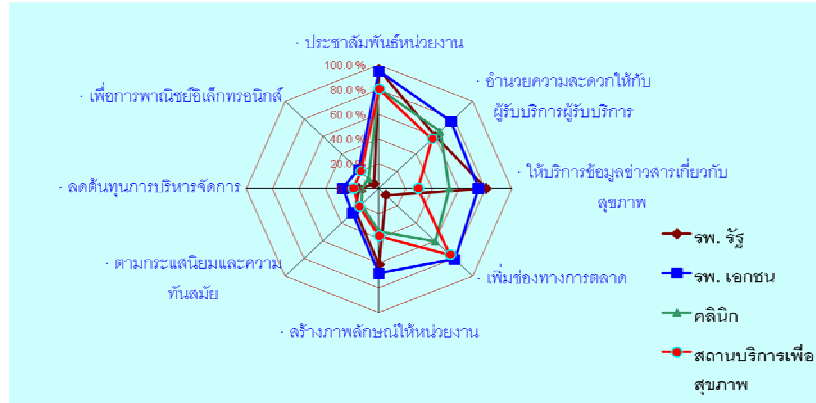
โรงพยาบาลรัฐ มีเว็บไซต์ในการดำเนินการอยู่ในสัดส่วนสูงกว่าสถานประกอบการอื่น คือ ร้อยละ 57.0 รองลงมาโรงพยาบาลเอกชน ร้อยละ 51.5 และสถานบริการเพื่อสุขภาพ (สปาเพื่อสุขภาพ นวดเพื่อสุขภาพ นวดเพื่อเสริมสวย) มีร้อยละ 26.2 ส่วนคลินิกระบุว่าไม่มีเว็บไซต์ในการดำเนินการเพียง ร้อยละ 4.0

แผนภูมิ ก ร้อยละของสถานประกอบการที่มีเว็บไซต์ จำแนกตามประเภทของสถานประกอบการ



สถานประกอบการโดยรวมที่มีเว็บไซต์ ระบุวัตถุประสงค์ของการใช้เว็บไซต์ 3 อันดับแรก คือ ประชาสัมพันธ์หน่วยงาน อำนวยความสะดวกให้กับผู้รับบริการ และให้บริการข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับสุขภาพ

แผนภูมิ ข ร้อยละของสถานประกอบการที่มีเว็บไซต์ จำแนกตามวัตถุประสงค์ของการใช้เว็บไซต์ และประเภทของสถานประกอบการ

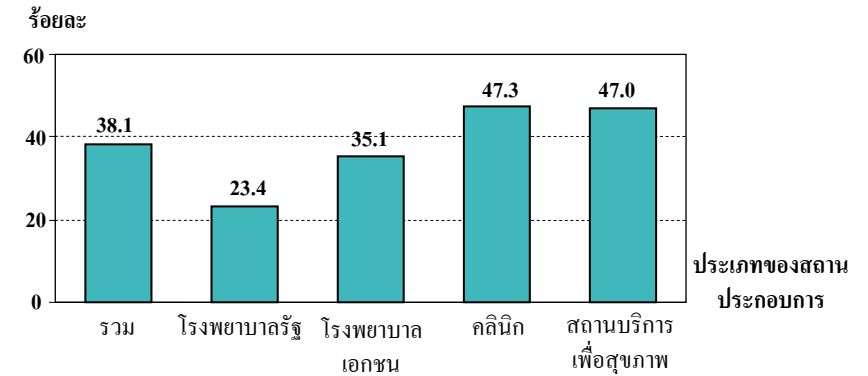


หมายเหตุ : ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

2. การพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

สำหรับสถานประกอบการที่มีเว็บไซต์ พบว่า คลินิก และสถานบริการเพื่อสุขภาพ (สปาเพื่อสุขภาพ นวดเพื่อสุขภาพ นวดเพื่อเสริมสวย) มีการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์อยู่ในสัดส่วนใกล้เคียงกัน คือ ร้อยละ 47.3 และร้อยละ 47.0 รองลงมาโรงพยาบาลเอกชนมีการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ร้อยละ 35.1 ส่วนโรงพยาบาลรัฐมีเพียงร้อยละ 23.4 โดยสถานประกอบการส่วนใหญ่มีการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เป็นระยะเวลาประมาณ 1-2 ปี

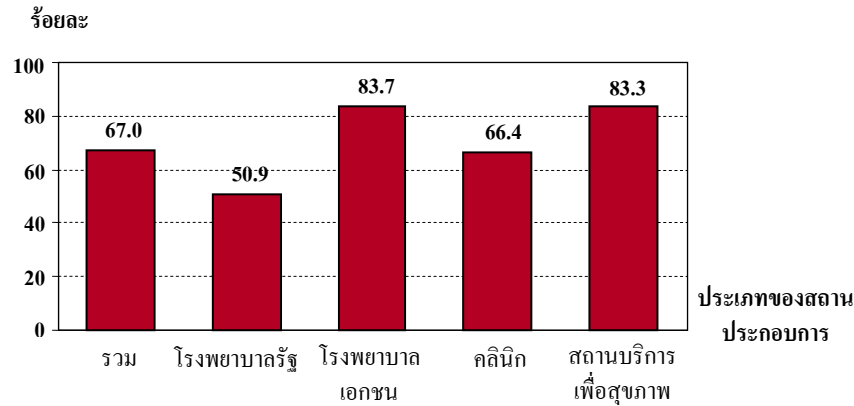
แผนภูมิ ค ร้อยละของสถานประกอบการที่มีเว็บไซต์ และมีการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จำแนกตามประเภทของสถานประกอบการ



3. การประชาสัมพันธ์เว็บไซต์

สถานประกอบการโดยรวมแล้วมีการประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ ร้อยละ 67.0 ถ้าพิจารณาเป็นรายสถานประกอบการ พบว่า โดยโรงพยาบาลเอกชนมีการประชาสัมพันธ์เว็บไซต์สูงมากที่สุด ร้อยละ 83.7 รองลงมาสถานบริการเพื่อสุขภาพ (สปาเพื่อสุขภาพ นวดเพื่อสุขภาพ นวดเพื่อเสริมสวย) ร้อยละ 83.3 ส่วนคลินิกมีการประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ ร้อยละ 66.4 และโรงพยาบาลของรัฐมีการประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ของตัวเอง ร้อยละ 51.0

แผนภูมิ ง ร้อยละของสถานประกอบการที่มีเว็บไซต์ จำแนกตามมีการประชาสัมพันธ์
เว็บไซต์ และประเภทของสถานประกอบการ



4. การรับชำระเงินผ่านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

สถานประกอบการที่มีเว็บไซต์ ประมาณร้อยละ 30.9 รับชำระเงิน
โดยผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยสถานบริการเพื่อสุขภาพมี
สัดส่วนของการรับชำระเงินโดยผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มากที่สุด
ร้อยละ 52.9 รองลงมาโรงพยาบาลเอกชน ร้อยละ 34.8 คลินิก ร้อยละ 33.6
ในขณะที่โรงพยาบาลรัฐมีการรับชำระเงินโดยผ่านระบบพาณิชย์
อิเล็กทรอนิกส์อยู่ในสัดส่วนน้อยสุดเพียง ร้อยละ 11.5

ตาราง ก ร้อยละของสถานประกอบการที่มีการรับชำระเงินผ่านระบบพาณิชย์
อิเล็กทรอนิกส์ จำแนกตามประเภทของสถานประกอบการ

มีการรับชำระเงินผ่านระบบ พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	ประเภทของสถานประกอบการ				
	รวม	โรงพยาบาล รัฐ	โรงพยาบาล เอกชน	คลินิก	สถานบริการ เพื่อสุขภาพ
ร้อยละของสถานประกอบการที่มีการ รับชำระเงินผ่านระบบพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์ต่อสถานประกอบการ ทั้งหมด	3.0	6.6	17.4	1.3	13.9
ร้อยละของสถานประกอบการที่มีการ รับชำระเงินผ่านระบบพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์ต่อสถานประกอบการ ที่มีเว็บไซต์ทั้งหมด	30.9	11.5	34.8	33.6	52.9

5. รายได้และค่าใช้จ่ายด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร

สถานประกอบการโดยรวมที่มีเว็บไซต์ระบุว่ามีสัดส่วนของ
รายได้จากการพัฒนาเว็บไซต์ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และ EDI
ประมาณ ร้อยละ 5.21 เมื่อเทียบกับรายได้ทั้งหมดในรอบปี 2550 หรือ
คิดเป็นรายได้โดยเฉลี่ยต่อแห่ง ประมาณ 809,651 บาท

สำหรับค่าใช้จ่ายที่เกิดจากการพัฒนาเว็บไซต์ระบบพาณิชย์
อิเล็กทรอนิกส์ และ EDI พบว่า สถานประกอบการโดยรวมที่มีเว็บไซต์มี
ค่าใช้จ่ายด้านนี้โดยประมาณ ร้อยละ 5.68 เมื่อเทียบกับค่าใช้จ่ายด้าน ICT
ทั้งหมด หรือคิดเป็นมูลค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อแห่ง ประมาณ 92,824 บาท
ถ้าพิจารณาเป็นรายสถานประกอบการ พบว่า สถานบริการเพื่อสุขภาพ
มีสัดส่วนของค่าใช้จ่ายด้านนี้สูงกว่าสถานประกอบการอื่น ร้อยละ 8.29

รองลงมา โรงพยาบาลรัฐ ร้อยละ 5.25 ส่วนคลินิก ร้อยละ 5.20 และ
โรงพยาบาลเอกชน ร้อยละ 3.51

6. บุคลากรด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร

พนักงานที่ดูแลการทำธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

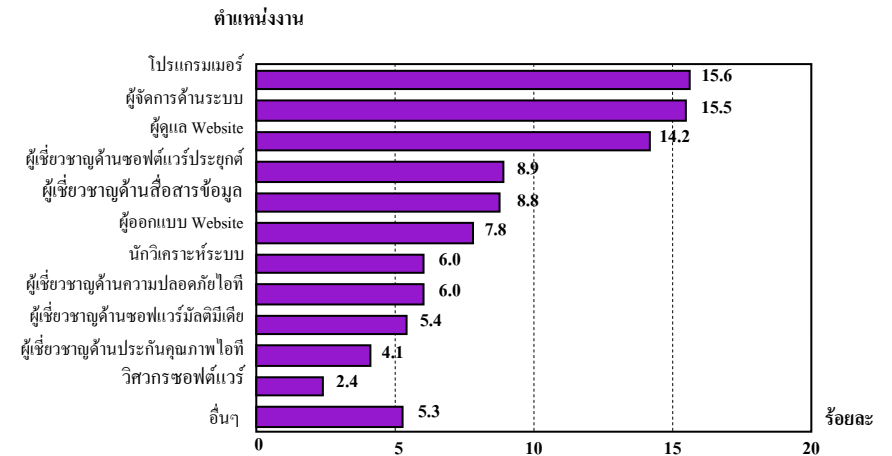
การมีพนักงานที่ดูแลการทำธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ พบว่า
โรงพยาบาลเอกชนระบุว่า มีพนักงานดูแลการทำธุรกรรมพาณิชย์
อิเล็กทรอนิกส์มากกว่าสถานประกอบการอื่น ร้อยละ 30.5 รองลงมา
โรงพยาบาลรัฐ ร้อยละ 28.6 และสถานบริการเพื่อสุขภาพ (สปาเพื่อสุขภาพ
นวดเพื่อสุขภาพ นวดเพื่อเสริมสวย) ร้อยละ 11.9 ส่วนคลินิกระบุว่า มี
พนักงานดูแลการทำธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีเพียง ร้อยละ 2.9
ซึ่งโดยเฉลี่ยแล้วในสถานประกอบการดังกล่าวจะมีพนักงานดูแลการทำ
ธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ประมาณ 2 คน

การมีแผนที่จะรับบุคลากรด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร

การรับพนักงานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในอีก
1-2 ปีข้างหน้า พบว่า โรงพยาบาลรัฐมีแผนที่จะรับอยู่ในสัดส่วนสูง
ถึง ร้อยละ 61.5 รองลงมาโรงพยาบาลเอกชน ร้อยละ 47.0 และสถาน
บริการเพื่อสุขภาพ ร้อยละ 14.3 ในขณะที่สถานประกอบการประเภท
คลินิกระบุว่า มีแผนที่จะรับเพียง ร้อยละ 4.7 ซึ่งในแต่ละสถาน
ประกอบการต้องการจ้างเพิ่มในแต่ละตำแหน่งงานโดยเฉลี่ย ประมาณ 1 คน

สำหรับตำแหน่งงานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร
ที่สถานประกอบการต้องการจ้างทำงานดัง แผนภูมิ จ

แผนภูมิ จ ร้อยละของบุคลากรด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารที่สถาน
ประกอบการต้องการจ้างทำงาน จำแนกตามตำแหน่งงาน



7. ข้อเสนอแนะ

สถานประกอบการที่เป็นโรงพยาบาล และคลินิก ได้ให้
ข้อเสนอแนะต่อการจัดทำแผนการส่งเสริมและพัฒนาการใช้พาณิชย์
อิเล็กทรอนิกส์ที่สำคัญได้แก่ ควรพิจารณาขนาดของสถานประกอบการ
และความจำเป็นของสถานประกอบการ ควรส่งเสริมให้ผู้ประกอบการ
และคนใช้บริการรู้จักระบบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ รัฐควรให้บริการ
โครงสร้างพื้นฐานครอบคลุมทุกพื้นที่/เพิ่มความเร็วของระบบเครือข่าย
และสถานประกอบการยังขาดความชำนาญในการจัดทำระบบ เป็นต้น

ตาราง ข ร้อยละของสถานประกอบการโรงพยาบาล และคลินิก จำแนกตาม
ข้อเสนอแนะต่อการจัดทำแผนการส่งเสริมและพัฒนาการใช้พาณิชย์
อิเล็กทรอนิกส์

ข้อเสนอแนะ ^{1/}	ร้อยละ
❖ ควรส่งเสริมให้ผู้ประกอบการและคนใช้บริการรู้จักระบบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	5.4
❖ ควรพิจารณาขนาดของสถานประกอบการและความจำเป็นของสถานประกอบการ	4.8
❖ รัฐควรให้บริการโครงสร้างพื้นฐานครอบคลุมทุกพื้นที่/เพิ่มความเร็วของระบบเครือข่าย	1.7
❖ สถานประกอบการยังขาดความชำนาญในการจัดทำระบบ	1.1
❖ สถานประกอบการยังไม่มีความพร้อม	1.0
❖ ต้องการให้มีการพัฒนาโปรแกรมด้านการรักษา ประสิทธิภาพใช้เป็นระบบเดียวกันทั่วประเทศ	0.9
❖ ไม่เห็นด้วยที่จะทำระบบนี้ เพราะข้อมูลคนไข้เป็นความลับ	0.7
❖ ควรปรับปรุงกฎหมายที่จะรองรับการใช้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	0.5
❖ การทำระบบมีค่าใช้จ่ายสูงเกินไป	0.5
❖ ผิดอบรม โดยไม่คิดค่าใช้จ่าย	0.4

หมายเหตุ : 1/ ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

ส่วนสถานประกอบการเพื่อสุขภาพ (สปาเพื่อสุขภาพ นวดเพื่อ
สุขภาพ นวดเพื่อเสริมสวย) ได้ให้ข้อเสนอแนะต่อการจัดทำแผนการ
ส่งเสริมและพัฒนาการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่สำคัญได้แก่ จัดสัมมนา/
อบรมเกี่ยวกับเว็บไซต์ และระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ให้กับเจ้าของ
กิจการและบุคลากรเพื่อให้เข้าใจทิศทางเดียวกัน ส่งเสริมให้มีการใช้เฉพาะ
สถานประกอบการที่มีขนาดใหญ่ เพิ่มประสิทธิภาพระบบเครือข่ายและจัด
ให้บริการอย่างทั่วถึงทุกพื้นที่ ควรช่วยส่งเสริม/เพิ่มช่องทางตลาด รัฐควรมี

มาตรการในการช่วยลดค่าบริการ เว็บไซต์ ซอฟต์แวร์เพื่อสถาน
ประกอบการจะได้หันมาใช้กันมากขึ้น เป็นต้น

ตาราง ค ร้อยละของสถานประกอบการเพื่อสุขภาพ จำแนกตามขอคิดเห็น/
ข้อเสนอแนะต่อการจัดทำแผนการส่งเสริมและพัฒนาการใช้พาณิชย์
อิเล็กทรอนิกส์

ขอคิดเห็น/ข้อเสนอแนะ ^{1/}	ร้อยละ
❖ จัดสัมมนา/อบรมเกี่ยวกับเว็บไซต์ และระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ให้กับเจ้าของกิจการ และบุคลากรเพื่อให้เข้าใจทิศทางเดียวกัน	4.3
❖ ส่งเสริมให้มีการใช้เฉพาะสถานประกอบการที่มีขนาดใหญ่	3.4
❖ เพิ่มประสิทธิภาพระบบเครือข่ายและจัดให้บริการอย่างทั่วถึงทุกพื้นที่	2.5
❖ ควรช่วยส่งเสริม/เพิ่มช่องทางตลาด	1.7
❖ รัฐควรมีมาตรการในการช่วยลดค่าบริการ เว็บไซต์ และซอฟต์แวร์เพื่อสถานประกอบการ จะได้หันมาใช้กันมากขึ้น	1.3
❖ ยังขาดแคลนบุคลากรด้านนี้	0.4
❖ สถานประกอบการยังไม่พร้อม	0.4
❖ ไม่มั่นใจในระบบ เช่น ความปลอดภัยของข้อมูลของผู้ใช้บริการ	0.2
❖ ขาดแคลนเงินทุนในการประกอบธุรกิจ	0.6

หมายเหตุ : 1/ ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

8. สรุปผลการวิเคราะห์เชิงลึกและข้อเสนอแนะ

8.1 บทสรุปสำหรับความพร้อมในการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สำหรับกลุ่มโรงพยาบาล/สถานพยาบาล และคลินิก

ผลของการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ ความพร้อมในการ
พัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และข้อเสนอแนะต่อภาครัฐกิจ เพื่อเพิ่มขีด

ความสามารถในการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สรุปลงเป็นประเด็นต่างๆ เรียงลำดับความสำคัญ โดยแบ่งเป็นการสรุปในภาพรวมตาม 2 วัตถุประสงค์ ได้แก่ (1) วัตถุประสงค์เพิ่มรายได้ขององค์กร และ (2) วัตถุประสงค์ลดค่าใช้จ่ายขององค์กร และตามประเภทโรงพยาบาล/สถานพยาบาล และคลินิก 3 กลุ่ม ได้แก่ โรงพยาบาลรัฐ โรงพยาบาลเอกชน และคลินิกเอกชน

สรุปในภาพโดยรวม

พอสรุปผลการประเมินได้ว่ากลุ่มโรงพยาบาล/สถานพยาบาล และคลินิกของไทยมีความพร้อมในการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในภาพรวมอยู่ในเกณฑ์ปานกลาง คือ 5.22 จากคะแนนเต็ม 10 และจากการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ (Correlation Analysis) พบว่า กลุ่มโรงพยาบาล/สถานพยาบาลและคลินิกของไทยให้ความสำคัญกับวัตถุประสงค์การพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อเพิ่มรายได้มากกว่ากับวัตถุประสงค์การพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อลดค่าใช้จ่าย โดยดูจากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของวัตถุประสงค์การพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อเพิ่มรายได้ที่ 0.42 จะมากกว่าเมื่อเทียบกับสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของกับวัตถุประสงค์การพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อลดค่าใช้จ่ายที่ 0.39

ทั้งนี้ สามารถสรุป 8 ปัจจัยที่มีอิทธิพลโดยเรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพร้อมโดยรวมในการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และข้อเสนอแนะต่อภาครัฐกิจโรงพยาบาล/สถานพยาบาล และคลินิกต่างๆ ได้ดังนี้ (1) การบริการที่หลากหลายผ่าน Website และ

ความรู้ความเข้าใจของผู้รับบริการ (2) การเข้าถึงแหล่งเงินทุน และความรู้ความเข้าใจในธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (3) ความพร้อมในระบบสารสนเทศและความน่าเชื่อถือขององค์กร (4) ช่องทางการชำระค่าบริการและความปลอดภัย (5) การออกแบบ Website และ ความมั่นใจในการใช้งานระบบ (6) จำนวนบุคลากรด้านสารสนเทศ (7) การได้รับความสนับสนุนจากภาครัฐ และ (8) การเข้าถึงลูกค้าต่างประเทศ

สรุปในภาพรวมวัตถุประสงค์การพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อเพิ่มรายได้ขององค์กร

กลุ่มธุรกิจบริการส่งเสริมสุขภาพของไทยมีความพร้อมในการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในภาพรวมอยู่ในเกณฑ์ปานกลาง คือ ในช่วง 4.52 ถึง 5.77 จากคะแนนเต็ม 10 โดยกลุ่มโรงพยาบาลของรัฐจะมีคะแนนเฉลี่ยที่น้อยที่สุดเมื่อเทียบกับกลุ่มสถานพยาบาลเอกชนทั้ง 2 กลุ่มสามารถสรุป 8 ปัจจัยที่มีอิทธิพลโดยเรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพร้อมในการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อวัตถุประสงค์เพิ่มรายได้ขององค์กรและข้อเสนอแนะต่อกลุ่มโรงพยาบาล/สถานพยาบาล และคลินิก ต่างๆ ได้ดังนี้ (1) การบริการที่หลากหลายผ่าน Website และความรู้ความเข้าใจของผู้รับบริการ (2) การเข้าถึงแหล่งเงินทุน และความรู้ความเข้าใจในธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (3) ช่องทางการชำระค่าบริการและความปลอดภัย (4) ความพร้อมในระบบสารสนเทศและความน่าเชื่อถือขององค์กร (5) การออกแบบ Website และความ

มั่นใจในการใช้งานระบบ (6) จำนวนบุคลากรด้านสารสนเทศ (7) การเข้าถึงลูกค้าต่างประเทศ และ (8) การได้รับความสนับสนุนจากภาครัฐ

สรุปในภาพรวมวัตถุประสงค์การพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อลดค่าใช้จ่ายขององค์กร

กลุ่มธุรกิจบริการส่งเสริมสุขภาพของไทยมีความพร้อมในการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในภาพรวมอยู่ในเกณฑ์ปานกลาง คือ ในช่วง 4.65 ถึง 5.71 จากคะแนนเต็ม 10 โดยกลุ่มโรงพยาบาลของรัฐจะมีคะแนนเฉลี่ยที่น้อยที่สุดเมื่อเทียบกับกลุ่มสถานพยาบาลเอกชนทั้ง 2 กลุ่ม สามารถสรุป 8 ปัจจัยที่มีอิทธิพลโดยเรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพร้อมในการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อวัตถุประสงค์ลดค่าใช้จ่ายขององค์กรและข้อเสนอแนะต่อกลุ่มโรงพยาบาล/สถานพยาบาล และคลินิกต่างๆ ได้ดังนี้ (1) การบริการที่หลากหลายผ่าน Website และความรู้ความเข้าใจของผู้รับบริการ (2) การเข้าถึงแหล่งเงินทุน และความรู้ความเข้าใจในธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (3) ความพร้อมในระบบสารสนเทศและความน่าเชื่อถือขององค์กร (4) ช่องทางในการชำระค่าบริการและความปลอดภัย (5) การได้รับความสนับสนุนจากภาครัฐ (6) จำนวนบุคลากรด้านสารสนเทศ (7) การออกแบบ Website และ ความมั่นใจในการใช้งานระบบ และ (8) การเข้าถึงลูกค้าต่างประเทศ

8.2 บทสรุปสำหรับความพร้อมในการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สำหรับกลุ่มธุรกิจบริการส่งเสริมสุขภาพ

ผลของการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ ความพร้อมในการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และข้อเสนอแนะต่อภาคธุรกิจ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สรุปเป็นประเด็นต่างๆ เรียงลำดับความสำคัญโดยแบ่งเป็นการสรุปในภาพรวมตาม 2 วัตถุประสงค์ ได้แก่ (1) วัตถุประสงค์เพิ่มรายได้ขององค์กร และ (2) วัตถุประสงค์ลดค่าใช้จ่ายขององค์กร และตามประเภทธุรกิจบริการส่งเสริมสุขภาพ 3 กลุ่ม ได้แก่ (1) กลุ่มสปาเพื่อสุขภาพ (Medical & Resort Spa) (2) กลุ่มสปาเพื่อการพักผ่อน/เสริมสวย (Beauty & Day Spa) และ (3) กลุ่มธุรกิจนวดเพื่อสุขภาพ/เสริมสวย

สรุปในภาพโดยรวม

พอสรุปผลการประเมินได้ว่ากลุ่มธุรกิจบริการส่งเสริมสุขภาพของไทยมีความพร้อมในการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในภาพรวมอยู่ในเกณฑ์ปานกลาง-ค่อนข้างดี คือ 6.56 จากคะแนนเต็ม 10 และจากการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ (Correlation Analysis) พบว่ากลุ่มธุรกิจบริการส่งเสริมสุขภาพของไทยให้ความสำคัญกับวัตถุประสงค์การพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อเพิ่มรายได้มากกว่ากับวัตถุประสงค์การพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อลดค่าใช้จ่าย โดยดูจากค่าเฉลี่ยของสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของวัตถุประสงค์การพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อเพิ่มรายได้ที่ 0.42 จะมากกว่าเมื่อเทียบกับค่าเฉลี่ยของสัมประสิทธิ์

สหสัมพันธ์ของกับวัตถุประสงค์การพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อลด
ค่าใช้จ่ายที่ 0.36

ทั้งนี้ สามารถสรุป 7 ปัจจัยที่มีอิทธิพลโดยเรียงลำดับความสำคัญ
ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพร้อมโดยรวมในการพัฒนาพาณิชย์
อิเล็กทรอนิกส์และข้อเสนอแนะต่อกลุ่มธุรกิจบริการส่งเสริมสุขภาพต่างๆ
ได้ดังนี้ (1) จำนวนบุคลากรด้านสารสนเทศ และความรู้ความเข้าใจใน
ธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (2) การบริการ/ช่องทางชำระค่าบริการที่
หลากหลายผ่าน Website และความรู้ความเข้าใจของผู้รับบริการ
(3) การออกแบบ Website และความมั่นใจในการใช้งานระบบ
(4) การเข้าถึงลูกค้าต่างประเทศ และความปลอดภัยในการชำระเงิน
(5) ความพร้อมในระบบและทีมงานด้านสารสนเทศ (ICT) (6) ความน่าเชื่อถือ
ขององค์กรและความปลอดภัยของข้อมูล และ (7) การได้รับความสนับสนุน
จากภาครัฐ และการเข้าถึงแหล่งเงินทุน

**สรุปในภาพรวมวัตถุประสงค์การพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
เพื่อเพิ่มรายได้ขององค์กร**

กลุ่มธุรกิจบริการส่งเสริมสุขภาพของไทยมีความพร้อมในการ
พัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในภาพรวมอยู่ในเกณฑ์ปานกลาง-ค่อนข้างดี
คือ ในช่วง 6.38 ถึง 7.14 จากคะแนนเต็ม 10 โดยกลุ่มธุรกิจหมวดเพื่อสุขภาพ/
เสริมสวย จะมีคะแนนเฉลี่ยที่น้อยที่สุดเมื่อเทียบกับกลุ่มสปาทั้ง 2 กลุ่ม
สามารถสรุป 6 ปัจจัยที่มีอิทธิพลโดยเรียงลำดับความสำคัญของปัจจัยที่มี
อิทธิพลต่อความพร้อมในการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อ

วัตถุประสงค์เพิ่มรายได้ขององค์กรและข้อเสนอแนะต่อกลุ่มโรงพยาบาล/
สถานพยาบาล และคลินิกต่างๆ ได้ดังนี้ (1) จำนวนบุคลากรด้าน
สารสนเทศ และ ความรู้ความเข้าใจในธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
(2) การบริการ/ช่องทางชำระค่าบริการที่หลากหลายผ่าน Website และ
ความรู้ความเข้าใจของผู้รับบริการ (3) การเข้าถึงลูกค้าต่างประเทศและ
ความปลอดภัยในการชำระเงิน (4) การออกแบบ Website และความ
มั่นใจในการใช้งานระบบ (5) ความน่าเชื่อถือขององค์กรและความ
ปลอดภัยของข้อมูล และ (6) ความพร้อมในระบบและทีมงานด้าน
สารสนเทศ (ICT)

**สรุปในภาพรวมวัตถุประสงค์การพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
เพื่อลดค่าใช้จ่ายขององค์กร**

กลุ่มธุรกิจบริการส่งเสริมสุขภาพของไทยมีความพร้อมในการ
พัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในภาพรวมอยู่ในเกณฑ์ปานกลาง-ค่อนข้างดี
คือ ในช่วง 6.38 ถึง 7.14 จากคะแนนเต็ม 10 โดยกลุ่มธุรกิจหมวดเพื่อ
สุขภาพ/เสริมสวย จะมีคะแนนเฉลี่ยที่น้อยที่สุดเมื่อเทียบกับกลุ่มกลุ่มสปา
ทั้ง 2 กลุ่ม สามารถสรุป 7 ปัจจัยที่มีอิทธิพลโดยเรียงลำดับความสำคัญ
ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพร้อมในการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
เพื่อวัตถุประสงค์เพิ่มรายได้ขององค์กรและข้อเสนอแนะต่อกลุ่ม
โรงพยาบาล/สถานพยาบาล และคลินิกต่างๆ ได้ดังนี้ (1) จำนวนบุคลากร
ด้านสารสนเทศ และ ความรู้ความเข้าใจในธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
(2) การบริการ/ช่องทางชำระค่าบริการที่หลากหลายผ่าน Website และ

ความรู้ความเข้าใจของผู้รับบริการ (3) การออกแบบ Website และ ความมั่นใจในการใช้งานระบบ (4) ความพร้อมในระบบและทีมงานด้านสารสนเทศ (ICT) (5) การเข้าถึงลูกค้าต่างประเทศ และความปลอดภัยในการชำระเงิน (6) ความน่าเชื่อถือขององค์กรและความปลอดภัยของข้อมูล และ (7) การได้รับความสนับสนุนจากภาครัฐ และ การเข้าถึงแหล่งเงินทุน

8.3 บทสรุปเพิ่มเติมจากการศึกษาแบบเชิงคุณภาพในกลุ่มโรงพยาบาล/ สถานพยาบาล และคลินิก และกลุ่มธุรกิจบริการส่งเสริมสุขภาพ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากโครงการวิจัยเพื่อศึกษาถึงปัญหาอุปสรรคของการพัฒนาระบบ e-Commerce ในด้าน Healthcare ในกลุ่มบริการรักษาพยาบาล กลุ่มบริการส่งเสริมสุขภาพ องค์กรภาครัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้อง และกลุ่มเข้ารับบริการทางการแพทย์ และสปา โดยการศึกษาระบบเชิงคุณภาพ โดยผลการวิจัยพบว่า ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) เป็นเครื่องมือทางการตลาดที่ช่วยขยายฐานลูกค้าไปทั่วโลก ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการรักษาพยาบาล ช่วยลดความเสี่ยงที่เกิดจากความผิดพลาดของมนุษย์ สามารถรับบริการได้โดยไม่ต้องเดินทางไปโรงพยาบาล สามารถตรวจสอบข้อมูล เลือกสถานที่ ได้ก่อนที่จะเดินทางไปรับบริการ เพิ่มความสะดวกรวดเร็วในการรับบริการ สามารถเชื่อมโยงข้อมูลของผู้ป่วยได้ครอบคลุมและรวดเร็ว

ส่วนปัญหาและอุปสรรค ได้แก่ (1) สำหรับกลุ่มโรงพยาบาล/
สถานพยาบาล และคลินิก ปัญหาในการดำเนินกิจกรรมทางระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ คือ ปัญหาด้านความปลอดภัยของข้อมูล (Data Security)

ปัญหาการขาดแคลนเงินทุน ปัญหาค่าใช้จ่ายมีต้นทุนสูงในการดูแลรักษา ระบบ และการฝึกอบรมบุคลากร ปัญหาด้านการเชื่อมโยงทุกระบบทั้งภายใน และภายนอกองค์กรเข้าด้วยกัน ปัญหาด้านบุคลากรที่ยังขาดความรู้ และความชำนาญ ปัญหาด้านการความร่วมมือระหว่างองค์กรที่มีส่วนเกี่ยวข้อง (2) สำหรับกลุ่มธุรกิจบริการส่งเสริมสุขภาพ ปัญหาในการดำเนินกิจกรรมทางระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ คือ ปัญหากระบวนการค้นกรองผู้รับบริการผ่านทาง Internet ปัญหาด้านการ Update ข้อมูล ปัญหาในด้านต้นทุน และกำไร ปัญหาพฤติกรรมของผู้รับบริการสปา ปัญหาความน่าเชื่อถือทั้งผู้ประกอบการและผู้รับบริการในการใช้ระบบ e-Commerce ในด้าน Healthcare ปัญหาการขาดการสนับสนุนอย่างจริงจังจากภาครัฐ ปัญหาภาพพจน์ในทางลบของธุรกิจสปาไทย

สำหรับข้อเสนอแนะแก่ภาครัฐ ได้แก่

- 1) ส่งเสริมการโฆษณาประชาสัมพันธ์ศักยภาพความพร้อมทั้งในการให้บริการ และความสามารถทางการแพทย์ของบุคลากร
- 2) มีโครงการให้ความรู้ ความเข้าใจเบื้องต้นกับบุคลากร องค์กรที่มีส่วนเกี่ยวข้องเพื่อให้เห็นความสำคัญและประโยชน์ พร้อมทั้งเข้าใจลักษณะของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศภาครัฐ และ องค์กรต่างๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องควรให้ความร่วมมือในการพัฒนาระบบให้มีความพร้อมต่อความต้องการที่กำลังเพิ่มขึ้น

- 3) ภาครัฐ และองค์กรต่างๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องควรใช้ข้อมูลและทรัพยากรร่วมกัน เพื่อเป็นการลดต้นทุน และมีการแบ่งปันองค์ความรู้อย่างทั่วถึงเพื่อให้มีคุณภาพทัดเทียมนานาชาติ
- 4) เพิ่มเนื้อหาและบริการใน Website ปัจจุบันให้รองรับกับความต้องการที่เพิ่มขึ้น และสามารถให้บริการในด้าน Healthcare เบื้องต้น ได้มากขึ้น เพื่อให้ระบบ e-Commerce เป็นที่แพร่หลายและคุ้นเคยกับผู้รับบริการ
- 5) ส่งเสริมให้เกิดการเชื่อมโยงกับผู้รับบริการได้ดียิ่งขึ้น ภาครัฐควรให้ความพร้อมในด้านระบบพื้นฐานที่จำเป็นเพื่อให้ความสะดวกแก่องค์กร และผู้บริโภคที่ค้นหาข้อมูลเองทาง Internet
- 6) ภาครัฐควรช่วยการโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ โดยมีการรับรองและขึ้นทะเบียนโรงพยาบาลและสปาที่ได้มาตรฐานภาครัฐและเอกชนควรร่วมมือกันในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับประเทศในแง่มุมต่างๆ และเน้นถึงจุดแข็งในศักยภาพของทีมนุคลากรทางการแพทย์ และธุรกิจสปา
- 7) ดึงจุดแข็งในเรื่องความสะดวกสบายในการเดินทาง และความหลากหลายที่มีให้เลือกตามความต้องการที่แตกต่างกันมาในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ภาครัฐ และองค์กรต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ควรให้ความร่วมมือในการพัฒนาให้การอบรม และความรู้แก่นุคลากรที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ทันต่อข้อมูลข่าวสาร

- 8) ส่งเสริมการใช้ระบบ e-Commerce ด้วยการให้ส่วนลดทางการค้า หรือสิทธิพิเศษ เฉพาะสำหรับผู้ที่ใช้บริการผ่านระบบ e-Commerce รวมถึงอาจสร้างระบบลูกค้าสัมพันธ์ผ่านระบบ e-Commerce ในด้าน Healthcare เพื่อให้เกิดความต่อเนื่อง

บทนำ

สำนักงานสถิติแห่งชาติ ได้ทำการสำรวจสถานภาพการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในโรงพยาบาล/สถานพยาบาล คลินิก และสถานประกอบการเพื่อสุขภาพ พ.ศ. 2551 ซึ่งจัดทำขึ้นเป็นครั้งแรก โดยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับความพร้อม และปัญหา/อุปสรรคในการประยุกต์ใช้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ความต้องการจ้างบุคลากรด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินการของสถานประกอบการ รายได้และค่าใช้จ่าย ตลอดจนข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ โดยข้อมูลที่ได้จากการสำรวจครั้งนี้จะนำไปใช้ประโยชน์ต่อหน่วยงานภาครัฐ ในการเป็นเครื่องมือในการกำหนด นโยบาย วางแผน และติดตามประเมินผลการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร เพื่อการพัฒนาและส่งเสริมการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทย ในขณะที่ภาคเอกชนก็สามารถนำผลการสำรวจในครั้งนี้ไปใช้เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจในการดำเนินธุรกิจที่เกี่ยวกับการให้บริการทางการแพทย์ และการให้บริการเพื่อส่งเสริมสุขภาพโดยการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาดำเนินกิจการ

การดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลได้ใช้วิธีส่งเจ้าหน้าที่ออกไปสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ หรือผู้ประกอบการสามารถตอบแบบสอบถามผ่านทางเว็บไซต์ของสำนักงานฯ ระหว่างวันที่ 28 มกราคม – 7 มีนาคม 2551 ทั้งนี้สำนักงานสถิติแห่งชาติ ได้ส่งแบบสอบถามไปยังสถานประกอบการจำนวนทั้งสิ้น 7,325 แบบ และได้รับแบบสอบถามกลับคืน 5,342 แบบที่สามารถใช้ในการประมวลผลข้อมูล

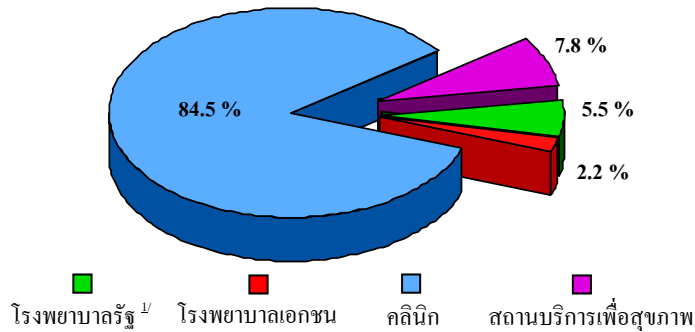
ตอนที่ 1 สรุปผลการสำรวจ

1. ลักษณะทั่วไปของสถานประกอบการ

1.1 ประเภทของสถานประกอบการ

สถานประกอบการที่ใช้ทำการสำรวจในครั้งนี้ เป็นคลินิกเอกชน ร้อยละ 84.5 สถานบริการเพื่อสุขภาพ ร้อยละ 7.8 โรงพยาบาลรัฐ/สถานพยาบาล¹ ร้อยละ 5.5 และโรงพยาบาลเอกชน ร้อยละ 2.2

แผนภูมิ 1 ร้อยละของสถานประกอบการ จำแนกตามประเภทของสถานประกอบการ

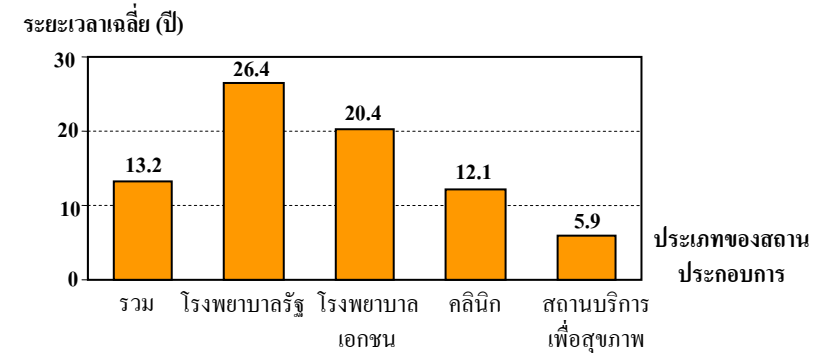


หมายเหตุ : 1/ ไม่รวมสถานีอนามัย/ ศูนย์อนามัยและศูนย์บริการทางการแพทย์

1.2 ระยะเวลาดำเนินการกิจการ

ระยะเวลาในการดำเนินการกิจการของสถานประกอบการแต่ละประเภทแตกต่างกัน โดยเฉลี่ยแล้วโรงพยาบาลรัฐ มีระยะเวลาการดำเนินการสูงกว่าสถานประกอบการประเภทอื่น คือ ประมาณ 26 ปี ส่วนสถานประกอบการเพื่อสุขภาพมีระยะเวลาในการดำเนินการ เฉลี่ย 5.9 ปี

แผนภูมิ 2 ระยะเวลาเฉลี่ยที่ดำเนินการ กิจการ จำแนกตามประเภทของสถานประกอบการ



2. การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร

2.1 การใช้อินเทอร์เน็ต

จากผลสำรวจการมีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในสถานประกอบการตั้งแต่ปี 2547 – 2550 พบว่า สถานประกอบการทุกประเภทมีแนวโน้มการใช้อินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 9.0 เป็นร้อยละ 13.0 โดยเฉพาะผู้ประกอบการกิจกรรมทางเศรษฐกิจเกี่ยวกับโรงพยาบาล มีการใช้อินเทอร์เน็ตสูงถึง ร้อยละ 95.0 ในปี 2550 และสูงกว่าการดำเนินการประเภทอื่นๆ

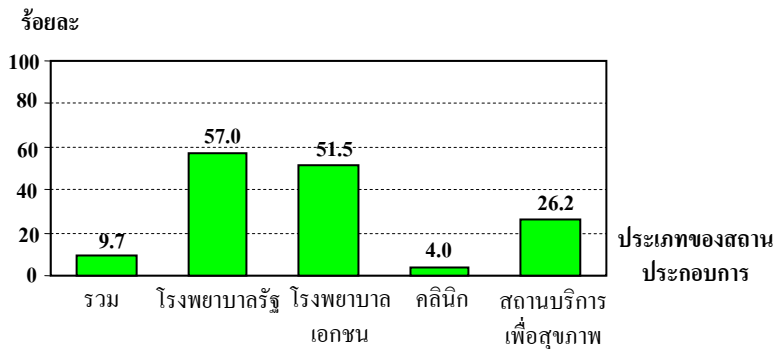
ตาราง 1 ร้อยละของสถานประกอบการที่ใช้อินเทอร์เน็ต ปี 2547-2550 จำแนกตามกิจกรรมทางเศรษฐกิจ

ปี	รวม	การผลิต	การขนส่งทางบก	ธุรกิจและบริการ	การก่อสร้าง	โรงพยาบาล
2547	9.0	9.6	15.4	8.5	29.3	-
2548	10.7	10.1	17.6	10.2	33.1	88.5
2549	11.3	11.8	16.9	10.6	36.6	92.6
2550	13.0	13.2	27.0	12.1	43.5	95.0

2.2 การมีเว็บไซต์

การมีเว็บไซต์ในการดำเนินงานกิจการของสถานประกอบการ
โรงพยาบาล/สถานพยาบาล คลินิก และสถานบริการเพื่อสุขภาพโดย
ภาพรวมแล้วสถานประกอบการเหล่านี้มีเว็บไซต์เพียง ร้อยละ 9.7

แผนภูมิ 3 ร้อยละของสถานประกอบการที่มีเว็บไซต์ จำแนกตามประเภทของสถาน
ประกอบการ



เมื่อพิจารณาแยกตามประเภทของสถานประกอบการ พบว่า
โรงพยาบาลรัฐ มีสัดส่วนของการมีเว็บไซต์ในการดำเนินงานอยู่ใน
สัดส่วนสูงกว่าสถานประกอบการอื่น คือ ร้อยละ 57.0 รองลงมา
โรงพยาบาลเอกชน ร้อยละ 51.5 และสถานบริการเพื่อสุขภาพ (สปาเพื่อ
สุขภาพ นวดเพื่อสุขภาพ นวดเพื่อเสริมสวย) มีร้อยละ 26.2 ส่วนคลินิก
ระบุว่าไม่มีเว็บไซต์ในการดำเนินงานเพียง ร้อยละ 4.0

2.2.1 การมีเว็บไซต์และการพัฒนาเว็บไซต์

สถานประกอบการที่มีเว็บไซต์ ส่วนใหญ่มีการพัฒนาเว็บไซต์
อย่างต่อเนื่องสูงถึง ร้อยละ 87.8 โดยเฉพาะโรงพยาบาลเอกชนมีการ

พัฒนาเว็บไซต์มากที่สุด ร้อยละ 92.4 รองลงมาโรงพยาบาลรัฐ ร้อยละ 90.6
คลินิก ร้อยละ 87.4 และสถานบริการเพื่อสุขภาพ ร้อยละ 81.8

ตาราง 2 ร้อยละของสถานประกอบการที่มีการพัฒนาเว็บไซต์ จำแนกตาม
ประเภทของสถานประกอบการ

มีการพัฒนาเว็บไซต์	ประเภทของสถานประกอบการ				
	รวม	โรงพยาบาลรัฐ	โรงพยาบาลเอกชน	คลินิก	สถานบริการเพื่อสุขภาพ
ร้อยละของสถานประกอบการที่มีการพัฒนาเว็บไซต์ต่อสถานประกอบการทั้งหมด	8.5	51.6	47.6	3.5	21.5
ร้อยละของสถานประกอบการที่มีการพัฒนาเว็บไซต์ต่อสถานประกอบการที่มีเว็บไซต์ทั้งหมด	87.8	90.6	92.4	87.4	81.8

ส่วนใหญ่การพัฒนาเว็บไซต์ของสถานประกอบการมีทีมพัฒนา
เองมากที่สุด โดยเฉพาะโรงพยาบาลรัฐและโรงพยาบาลเอกชนมีทีม
พัฒนาเองสูงถึง ร้อยละ 75.3 และ ร้อยละ 73.0 ตามลำดับ คลินิก
ร้อยละ 54.6 ส่วนสถานบริการเพื่อสุขภาพ มีทีมพัฒนาเอง และจ้าง
บริษัทอื่นพัฒนาในสัดส่วนใกล้เคียงกัน สำหรับระยะเวลาที่ใช้พัฒนา
เว็บไซต์ พบว่า ส่วนใหญ่ใช้เวลาประมาณ 1-2 ปี (ร้อยละ 36.2) รองลงมา
ประมาณ 3-5 ปี ร้อยละ 27.8

ตาราง 3 ร้อยละของสถานประกอบการที่มีเว็บไซต์ จำแนกตามลักษณะการ
พัฒนาเว็บไซต์ ระยะเวลาที่พัฒนา และประเภทของสถานประกอบการ

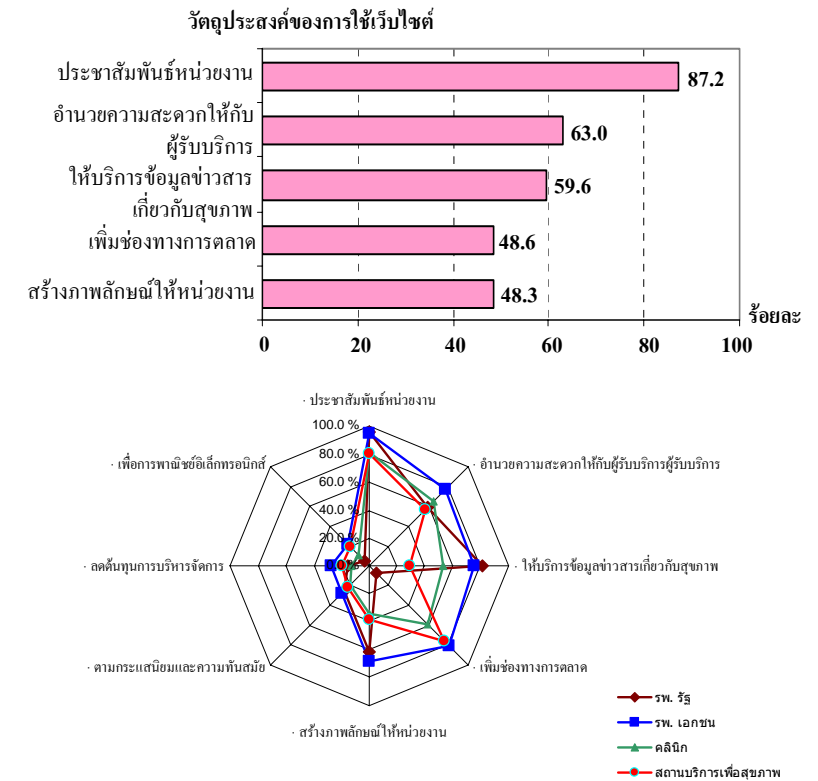
การพัฒนาเว็บไซต์	ประเภทของสถานประกอบการ				
	รวม	โรงพยาบาล รัฐ	โรงพยาบาล เอกชน	คลินิก	สถานบริการ เพื่อสุขภาพ
♦ ลักษณะการพัฒนา ^{1/}					
มีทีมพัฒนาเอง	62.3	75.3	73.0	54.6	47.2
จ้างบริษัทอื่นพัฒนา	27.0	8.0	37.7	33.3	41.5
ใช้โปรแกรมสำเร็จรูป	29.0	41.9	22.6	26.3	15.7
♦ ระยะเวลาที่พัฒนา	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
< 1 ปี	20.2	20.8	13.3	23.8	16.9
1-2 ปี	36.2	38.5	30.1	33.5	41.0
3-5 ปี	27.8	29.2	36.5	20.7	32.2
6-7 ปี	8.0	5.7	12.4	9.4	6.9
> 7 ปี	6.4	4.1	3.6	11.7	2.7
ไม่ระบุจำนวน	1.4	1.7	4.1	0.9	0.3

หมายเหตุ : 1/ ตอบได้น้กกว่า 1 คำตอบ

2.2.2 วัตถุประสงค์ของการใช้เว็บไซต์

สถานประกอบการส่วนใหญ่ใช้เว็บไซต์เพื่อประชาสัมพันธ์
หน่วยงานมากที่สุด ร้อยละ 87.2 รองลงมาอำนวยความสะดวกให้กับ
ผู้รับบริการ ร้อยละ 36.0 ให้บริการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสุขภาพ ร้อยละ 59.6
เพิ่มช่องทางการตลาด ร้อยละ 48.6 และสร้างภาพลักษณ์ให้หน่วยงาน
ร้อยละ 48.3

แผนภูมิ 4 ร้อยละของสถานประกอบการที่มีเว็บไซต์ จำแนกตามวัตถุประสงค์
ของการใช้เว็บไซต์



ในสถานประกอบการทุกประเภทนอกจากมีการใช้เว็บไซต์เพื่อ
การประชาสัมพันธ์หน่วยงานมากที่สุดแล้ว รองลงมาสำหรับในกลุ่ม
โรงพยาบาลเอกชน และสถานบริการเพื่อสุขภาพ (สปาเพื่อสุขภาพ นวดเพื่อ
สุขภาพ นวดเพื่อเสริมสวย) มีการใช้เว็บไซต์เพื่อเพิ่มช่องทางการตลาด
ในขณะที่โรงพยาบาลรัฐใช้เพื่อให้บริการข่าวสารเกี่ยวกับสุขภาพ
ส่วนคลินิกใช้เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้รับบริการ

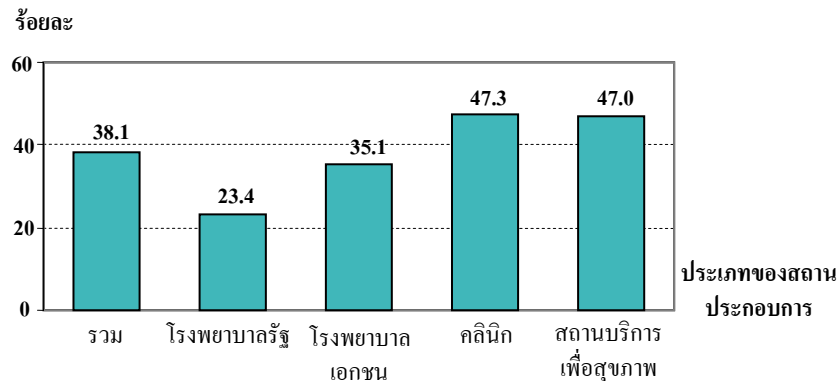
ตาราง 4 ร้อยละของสถานประกอบการที่มีเว็บไซต์ จำแนกตามวัตถุประสงค์ของการใช้เว็บไซต์ และประเภทของสถานประกอบการ

วัตถุประสงค์ของการใช้เว็บไซต์ ¹	ประเภทของสถานประกอบการ				
	รวม	โรงพยาบาลรัฐ	โรงพยาบาลเอกชน	คลินิก	สถานบริการเพื่อสุขภาพ
• ประชาสัมพันธ์หน่วยงาน	87.2	95.8	94.8	80.8	80.4
• อำนวยความสะดวกให้กับผู้รับบริการ	63.0	59.8	76.7	65.1	56.7
• ให้บริการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสุขภาพ	59.6	80.9	75.0	53.1	29.4
• เพิ่มช่องทางการตลาด	48.6	7.3	80.8	60.0	75.9
• สร้างภาพลักษณ์ให้หน่วยงาน	48.3	61.4	68.6	34.5	38.3
• ตามกระแสนิยมและความทันสมัย	22.1	25.3	27.9	18.6	21.0
• ลดต้นทุนการบริหารจัดการ	16.7	15.3	27.3	12.8	19.5
• เพื่อการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	12.3	5.4	21.5	11.3	19.5

หมายเหตุ : 1/ ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

2.3 การพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

แผนภูมิ 5 ร้อยละของสถานประกอบการที่มีเว็บไซต์ จำแนกตามมีการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และประเภทของสถานประกอบการ



สำหรับสถานประกอบการที่มีเว็บไซต์ประมาณ ร้อยละ 38.1 มีการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยคลินิกและสถานบริการเพื่อสุขภาพมีการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์อยู่ในสัดส่วนใกล้เคียงกัน คือ ร้อยละ 47.3 และร้อยละ 47.0 ส่วนโรงพยาบาลเอกชนร้อยละ 35.1 และโรงพยาบาลรัฐ ร้อยละ 23.4

ตาราง 5 ร้อยละของสถานประกอบการที่มีเว็บไซต์ จำแนกตามมีการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และประเภทของสถานประกอบการ

มีการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	ประเภทของสถานประกอบการ				
	รวม	โรงพยาบาลรัฐ	โรงพยาบาลเอกชน	คลินิก	สถานบริการเพื่อสุขภาพ
ร้อยละของสถานประกอบการที่มีการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ต่อสถานประกอบการทั้งหมด	3.7	13.3	18.0	1.9	12.3
ร้อยละของสถานประกอบการที่มีการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ต่อสถานประกอบการที่มีเว็บไซต์ทั้งหมด	38.1	23.4	35.1	47.3	47.0

สถานประกอบการที่มีเว็บไซต์ ส่วนใหญ่ใช้เวลาในการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ประมาณ 1-2 ปี มากที่สุด (ร้อยละ 37.7) รองลงมา 3-5 ปี (ร้อยละ 28.4) และน้อยกว่า 1 ปี ร้อยละ 16.3

ตาราง 6 ร้อยละของสถานประกอบการที่มีเว็บไซต์ จำแนกตามระยะเวลาที่มีการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และประเภทของสถานประกอบการ

ระยะเวลาที่มีการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	ประเภทของสถานประกอบการ				
	รวม	โรงพยาบาลรัฐ	โรงพยาบาลเอกชน	คลินิก	สถานบริการเพื่อสุขภาพ
รวม	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
< 1 ปี	16.3	20.7	16.9	15.9	13.2
1-2 ปี	37.7	34.7	30.5	36.6	45.0
3-5 ปี	28.4	28.3	33.9	24.0	33.8
6-7 ปี	11.1	8.6	15.3	14.2	6.0
> 7 ปี	5.4	5.7	3.4	7.7	2.0
ไม่ระบุจำนวน	1.1	2.0	-	1.6	-

2.4 รายการที่ให้บริการบนเว็บไซต์

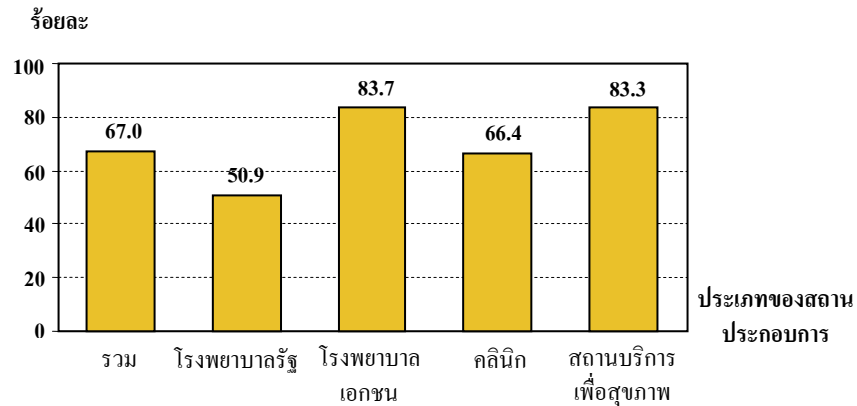
รายการที่ให้บริการบนเว็บไซต์ของสถานประกอบการทั้งที่มีการพัฒนาและไม่มีการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จะมีลักษณะเดียวกัน คือ ให้ข้อมูลข่าวสารทั่วไป ให้ข้อมูลข่าวสารประโยชน์ต่างๆ ให้ข้อมูลข่าวสารด้านค่าใช้จ่ายและอัตราค่าบริการ มีระบบบันทึกข้อมูลเพื่อโต้ตอบ ฝากคำถาม หรือ Chat room และให้ข้อมูลข่าวสารประวัติของบุคลากร

ตาราง 7 ร้อยละของสถานประกอบการที่มีเว็บไซต์ จำแนกตามรายการที่ให้บริการบนเว็บไซต์ และประเภทของสถานประกอบการ

รายการที่ให้บริการบนเว็บไซต์/	ประเภทของสถานประกอบการ				
	รวม	โรงพยาบาลรัฐ	โรงพยาบาลเอกชน	คลินิก	สถานบริการเพื่อสุขภาพ
มีการพัฒนาระบบพาณิชย์					
ให้ข้อมูลข่าวสารทั่วไป	92.1	99.0	96.0	92.1	75.4
ให้ข้อมูลข่าวสารประโยชน์ต่างๆ	78.2	78.5	83.2	84.4	49.9
ให้ข้อมูลข่าวสารด้านค่าใช้จ่ายและอัตราค่าบริการต่างๆ	70.6	44.7	84.6	76.2	62.6
มีระบบบันทึกข้อมูลเพื่อโต้ตอบ ฝากคำถาม หรือ Chat room	64.1	68.9	56.8	76.2	22.0
ให้ข้อมูลข่าวสารประวัติของบุคลากร	55.9	57.9	73.3	69.7	15.7
มีบริการ Download ข้อมูลข่าวสาร	54.0	79.4	52.4	52.2	19.5
ให้ข้อมูลการทำงานของบุคลากร	46.3	33.7	59.1	58.6	14.6
มีระบบบันทึกข้อมูล สำหรับนัดหมาย	34.8	15.3	36.6	31.7	33.7
มีระบบสืบค้นในการทำงานของบุคลากร	33.8	20.3	48.7	46.1	6.2
มีระบบบริการโอนเงินหรือ คัดบัญชี ผ่านบัตรเครดิต	26.2	4.8	30.4	26.9	15.3
มีระบบสารสนเทศที่เชื่อมต่อกับหน่วยงานอื่นที่ทำธุรกิจประเภทเดียวกัน	38.0	48.6	29.9	34.9	18.1
มีระบบบันทึกข้อมูล สำหรับการจองห้องพัก	20.1	11.5	15.7	6.4	25.6
ไม่มีการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์					
ให้ข้อมูลข่าวสารทั่วไป	86.2	91.4	93.6	82.7	85.1
ให้ข้อมูลข่าวสารประโยชน์ต่างๆ	62.6	62.2	72.2	67.1	66.0
ให้ข้อมูลข่าวสารด้านค่าใช้จ่ายและอัตราค่าบริการต่างๆ	44.7	26.9	79.8	43.5	75.0
ให้ข้อมูลข่าวสารประวัติของบุคลากร	41.1	45.4	55.9	45.2	24.7
ให้ข้อมูลการทำงานของบุคลากร	27.0	23.4	53.2	29.0	30.4
มีบริการ Download ข้อมูลข่าวสาร	35.8	58.4	37.4	14.3	38.4
มีระบบบันทึกข้อมูล เพื่อการสมัครสมาชิก ลงทะเบียน	49.8	52.9	42.6	51.2	25.5
มีระบบสืบค้นในการทำงานของบุคลากร	13.1	8.7	34.2	14.8	17.7
มีระบบบันทึกข้อมูล เพื่อโต้ตอบ ฝากคำถาม หรือ Chat room	43.4	59.3	46.6	33.3	43.5
มีระบบบันทึกข้อมูล เพื่อการสมัครสมาชิก ลงทะเบียน	32.2	44.1	25.1	23.1	48.3
มีระบบสารสนเทศที่เชื่อมต่อกับหน่วยงานอื่น ที่ทำธุรกิจประเภทเดียวกัน	18.9	25.6	11.6	13.3	38.5
มีระบบบันทึกข้อมูล สำหรับนัดหมาย	15.7	6.6	14.5	17.5	53.3
มีระบบบันทึกข้อมูล สำหรับการจองห้องพัก	7.4	3.9	2.3	3.0	50.8
มีระบบบริการโอนเงิน หรือ คัดบัญชีผ่านบัตรเครดิต	7.0	2.4	5.2	8.8	39.2

2.5 การประชาสัมพันธ์เว็บไซต์

แผนภูมิ 6 ร้อยละของสถานประกอบการที่มีเว็บไซต์ จำแนกตามการมีประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ และประเภทของสถานประกอบการ



ในทุกสถานประกอบการส่วนใหญ่มีการประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ (ร้อยละ 67.0) โดยโรงพยาบาลเอกชนมีการประชาสัมพันธ์เว็บไซต์มากที่สุด (ร้อยละ 83.7) รองลงมาสถานบริการเพื่อสุขภาพ (ร้อยละ 83.3) คลินิก (ร้อยละ 66.4) และโรงพยาบาลรัฐ (ร้อยละ 50.9)

การประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ของสถานประกอบการด้วยวิธีออนไลน์ หรือ ออฟไลน์อย่างเดียวนั้นมีส่วนที่ใกล้เคียงกัน คือ ร้อยละ 37.0 และร้อยละ 36.8 ตามลำดับ ส่วนสถานประกอบการที่มีการประชาสัมพันธ์ทั้งแบบออนไลน์และออฟไลน์มี ร้อยละ 26.2

ตาราง 8 ร้อยละของสถานประกอบการ จำแนกตามการประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ และประเภทของสถานประกอบการ

มีการประชาสัมพันธ์เว็บไซต์	ประเภทของสถานประกอบการ				
	รวม	โรงพยาบาลรัฐ	โรงพยาบาลเอกชน	คลินิก	สถานบริการเพื่อสุขภาพ
ร้อยละของสถานประกอบการที่มีการประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ต่อสถานประกอบการทั้งหมด	6.5	29.0	43.1	2.7	21.8
ร้อยละของสถานประกอบการที่มีการประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ต่อสถานประกอบการที่มีเว็บไซต์ทั้งหมด	67.0	50.9	83.7	66.4	83.3

การประชาสัมพันธ์ด้วยวิธีออนไลน์ในแต่ละสถานประกอบการจะแตกต่างกัน คือ ส่วนใหญ่โรงพยาบาลรัฐใช้วิธีการแจ้งข่าวสาร/ประชาสัมพันธ์ (ร้อยละ 57.3) โรงพยาบาลเอกชนใช้ Search Engine Marketing (ร้อยละ 51.0) คลินิก และสถานบริการเพื่อสุขภาพใช้อีเมลล์ (ร้อยละ 42.6 และร้อยละ 43.2) ตามลำดับ

ส่วนการประชาสัมพันธ์ด้วยวิธีออฟไลน์ ส่วนใหญ่ใช้สื่อสิ่งพิมพ์ นิตยสาร หนังสือพิมพ์ และป้ายโปสเตอร์ Billboard ในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน คือ ร้อยละ 69.5 และ ร้อยละ 66.5 ตามลำดับ

ตาราง 9 ร้อยละของสถานประกอบการที่มีเว็บไซต์ จำแนกตามวิธีการ
ประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ และประเภทของสถานประกอบการ

วิธีการประชาสัมพันธ์เว็บไซต์	ประเภทของสถานประกอบการ				
	รวม	โรงพยาบาล รัฐ	โรงพยาบาล เอกชน	คลินิก	สถานบริการ เพื่อสุขภาพ
รวม	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
แบบออนไลน์ ¹	37.0	45.3	30.1	35.7	35.8
แบบออฟไลน์ ¹	36.8	31.5	41.9	39.0	35.5
ทั้งออนไลน์และออฟไลน์	26.2	23.2	28.0	25.3	28.7
วิธีออนไลน์ที่ใช้					
อีเมลล์	34.1	15.0	31.6	42.6	43.2
Search Engine Marketing	28.8	27.0	51.0	24.0	26.3
แบนเนอร์	25.9	15.5	29.6	22.5	38.1
เว็บบอร์ด	28.4	42.1	32.7	18.2	25.6
โทรศัพท์มือถือ	7.6	-	11.2	14.0	6.1
นายหน้าหรือตัวแทน ประชาสัมพันธ์	15.7	-	24.5	15.1	27.1
ระบบการแจ้งข่าวสาร/ ประชาสัมพันธ์	44.0	57.3	52.0	33.3	40.3
วิธีออฟไลน์ที่ใช้					
สื่อสิ่งพิมพ์ นิตยสาร หนังสือพิมพ์	69.5	50.5	82.2	67.9	76.1
สื่อวิทยุ โทรทัศน์	35.5	31.7	46.7	31.0	36.6
ป้าย โปสเตอร์ Billboard	66.5	56.0	78.5	63.5	68.9

หมายเหตุ : 1/ ตอบได้น่ากว่า 1 คำตอบ

2.6 การรับชำระเงินผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

สถานประกอบการที่มีการรับชำระเงินผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีประมาณ ร้อยละ 30.9 ของสถานประกอบการที่มีเว็บไซต์ทั้งหมด โดยสถานบริการเพื่อสุขภาพมีส่วนการรับชำระเงินผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มากที่สุด ร้อยละ 52.9 โรงพยาบาลเอกชน และคลินิกมีส่วนใกล้เคียงกัน คือ ร้อยละ 34.8 และร้อยละ 33.6 ตามลำดับ ส่วนโรงพยาบาลรัฐมีเพียง ร้อยละ 11.5

ตาราง 10 ร้อยละของสถานประกอบการที่มีการรับชำระเงินผ่านระบบพาณิชย์
อิเล็กทรอนิกส์ จำแนกตามประเภทของสถานประกอบการ

มีการรับชำระเงินผ่านระบบ พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	ประเภทของสถานประกอบการ				
	รวม	โรงพยาบาล รัฐ	โรงพยาบาล เอกชน	คลินิก	สถานบริการ เพื่อสุขภาพ
ร้อยละของสถานประกอบการที่มีการ รับชำระเงินผ่านระบบพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์ต่อสถานประกอบการ ทั้งหมด	3.0	6.6	17.4	1.3	13.9
ร้อยละของสถานประกอบการที่มีการ รับชำระเงินผ่านระบบพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์ต่อสถานประกอบการ ที่มีเว็บไซต์ทั้งหมด	30.9	11.5	34.8	33.6	52.9

รูปแบบการรับชำระเงินด้วยวิธีออนไลน์ หรือ ออฟไลน์อย่างเดียว มีประมาณ 1 ใน 3 ของสถานประกอบการที่มีเว็บไซต์ ส่วนที่ใช้ทั้งออนไลน์และออฟไลน์มีประมาณ ร้อยละ 28.7

สำหรับการชำระเงินด้วยวิธีออนไลน์ สถานประกอบการทุกประเภทส่วนใหญ่ใช้ผ่านบัตรเครดิต ส่วนการชำระเงินด้วยวิธีออฟไลน์ที่ใช้ในโรงพยาบาลรัฐ และโรงพยาบาลเอกชนส่วนใหญ่ คือ การโอนเงินผ่านบัญชีธนาคาร (ร้อยละ 85.1 และ ร้อยละ 81.1) ตามลำดับ ส่วนคลินิก และสถานบริการเพื่อสุขภาพ คือ การชำระเงินกับพนักงานโดยตรง (ร้อยละ 85.6 และ ร้อยละ 78.9) ตามลำดับ

ตาราง 11 ร้อยละของสถานประกอบการที่มีเว็บไซต์ จำแนกตามวิธีการรับชำระเงินผ่านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และประเภทของสถานประกอบการ

วิธีการรับชำระเงินผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	ประเภทของสถานประกอบการ				
	รวม	โรงพยาบาลรัฐ	โรงพยาบาลเอกชน	คลินิก	สถานบริการเพื่อสุขภาพ
รวม	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
แบบออนไลน์ ¹	32.6	21.0	33.3	33.6	33.7
แบบออฟไลน์ ¹	38.7	63.0	36.8	36.3	37.2
ทั้งออนไลน์และออฟไลน์	28.7	16.0	29.9	30.1	29.1
วิธีออนไลน์ที่ใช้					
ผ่านบัตรเครดิต	85.9	46.0	72.9	94.6	86.3
ผ่านระบบ E-banking	14.7	39.6	31.3	7.4	14.3
ชำระเงินผ่านผู้ให้บริการ	12.4	-	10.4	8.1	17.2
ทาง EDI	1.7	-	6.3	-	-
วิธีออฟไลน์ที่ใช้					
ชำระเงินกับพนักงานโดยตรง	77.3	54.9	67.9	85.6	78.9
โอนเงินผ่านบัญชีธนาคาร	61.0	85.1	81.1	50.6	56.8
โอนเงินทางไปรษณีย์	19.8	42.1	24.5	21.3	8.9
ผ่านตัวกลางการเงิน	6.3	-	9.4	4.4	5.1

หมายเหตุ : 1/ ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

3. รายได้ของสถานประกอบการและค่าใช้จ่ายด้าน ICT

รายได้ของสถานประกอบการที่มีเว็บไซต์

รายได้ในรอบปี 2550 ของสถานประกอบการที่มีเว็บไซต์ เมื่อพิจารณาจากคํ่ามัชฐาน พบว่า รายได้ของโรงพยาบาลเอกชนสูงกว่าสถานประกอบการอื่น คือ อยู่ในช่วง 100,000,001-250,000,000 บาท รองลงมาโรงพยาบาลรัฐอยู่ในช่วง 35,000,001-50,000,000 บาท และสถานบริการเพื่อสุขภาพอยู่ในช่วง 3,500,001-5,000,000 บาท ส่วนคลินิกอยู่ในช่วง 1,000,001-3,500,000 บาท

ตาราง 12 ร้อยละของสถานประกอบการที่มีเว็บไซต์ จำแนกตามรายได้ทั้งหมดในรอบปี 2550 และประเภทของสถานประกอบการ

รายได้	ประเภทของสถานประกอบการ				
	รวม	โรงพยาบาลรัฐ	โรงพยาบาลเอกชน	คลินิก	สถานบริการเพื่อสุขภาพ
รวม	100.0 (1,500)	100.0 (487)	100.0 (172)	100.0 (522)	100.0 (319)
< 500,000 บาท	9.0	1.8	0.6	14.8	14.8
500,000-1,000,000 บาท	11.6	1.1	0.7	25.3	11.0
1,000,001-3,500,000 บาท	13.4	4.7	2.5	19.5	22.8
3,500,001-5,000,000 บาท	8.1	2.2	4.6	11.2	13.8
5,000,001-10,000,000 บาท	10.1	6.0	4.6	13.6	13.7
10,000,001-35,000,000 บาท	17.2	27.8	16.7	9.6	13.6
35,000,001-50,000,000 บาท	5.1	11.0	3.8	2.3	1.4
50,000,001-100,000,000 บาท	9.4	21.3	14.2	1.5	1.2
100,000,001-250,000,000 บาท	4.9	9.3	12.9	0.8	0.7
250,000,001-500,000,000 บาท	5.5	7.9	25.0	-	0.6
> 500,000,000 บาท	2.9	5.7	9.1	-	-
ไม่ระบุ	2.8	1.2	5.3	1.4	6.4

หมายเหตุ : แสดงตำแหน่งคํ่ามัชฐานของรายได้

รายได้จากการพัฒนาเว็บไซต์ ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และ EDI

เมื่อพิจารณารายได้จากการพัฒนาเว็บไซต์ ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และ EDI พบว่า ในรอบปี 2550 สัดส่วนของรายได้จากการพัฒนาเว็บไซต์ฯ เมื่อเทียบกับรายได้ของสถานประกอบการที่มีเว็บไซต์ทั้งหมด คิดเป็นร้อยละ 5.21 หรือ คิดเป็นรายได้เฉลี่ย 809,651 บาท หากพิจารณาแยกตามประเภทสถานประกอบการ พบว่า สถานบริการเพื่อสุขภาพมีสัดส่วนรายได้จากการพัฒนาเว็บไซต์ฯ สูงที่สุด คือ ร้อยละ 7.03 แต่รายได้เฉลี่ยจากการพัฒนาเว็บไซต์ฯ จะสูงสุดในกลุ่มโรงพยาบาลเอกชน คือ 1,575,642 บาท

ตาราง 13 สัดส่วนของรายได้ และรายได้โดยเฉลี่ยจากการพัฒนาเว็บไซต์ ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และ EDI จำแนกตามประเภทของสถานประกอบการ

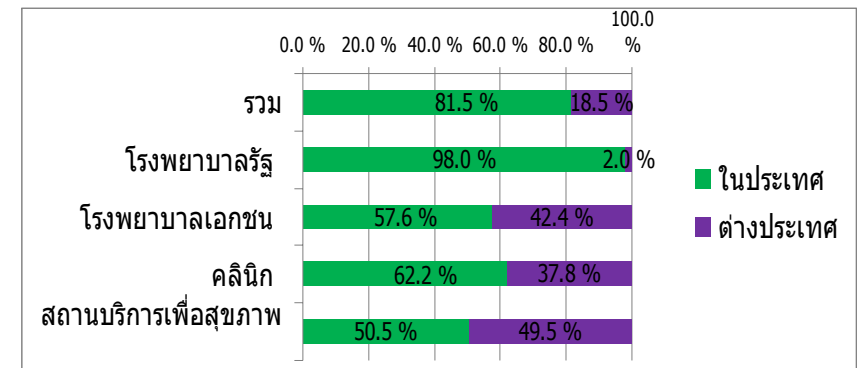
ประเภทของสถานประกอบการ	สัดส่วนของรายได้จากการพัฒนาเว็บไซต์ ระบบพาณิชย์ฯ และ EDI เมื่อเทียบกับรายได้ทั้งหมด (%)	รายได้โดยเฉลี่ยจากการพัฒนาเว็บไซต์ ระบบพาณิชย์ฯ และ EDI ต่อสถานประกอบการที่มีเว็บไซต์ (บาท/แห่ง)
รวม	5.21	809,651
โรงพยาบาลรัฐ	1.50	107,182
โรงพยาบาลเอกชน	1.66	1,575,642
คลินิก	5.08	209,005
สถานบริการเพื่อสุขภาพ	7.03	300,322

หมายเหตุ : รายได้ทั้งหมด คำนวณเฉพาะสถานประกอบการที่มีเว็บไซต์

ประเภทลูกค้าที่ก่อให้เกิดรายได้

รายได้ที่เกิดจากการพัฒนาเว็บไซต์ ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และ EDI ในรอบปี 2550 ส่วนใหญ่เกิดจากลูกค้าในประเทศ ร้อยละ 81.5 โดยเฉพาะรายได้ของโรงพยาบาลรัฐ และคลินิก ส่วนโรงพยาบาลเอกชน และสถานบริการเพื่อสุขภาพเกือบครึ่งหนึ่งเป็นรายได้ที่เกิดจากลูกค้าต่างประเทศ

แผนภูมิ 7 ร้อยละของประเภทลูกค้าที่ก่อให้เกิดรายได้ จำแนกตามการพัฒนาเว็บไซต์ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และ EDI ในรอบปี 2550



หมายเหตุ : เฉพาะสถานประกอบการที่มีเว็บไซต์

ค่าใช้จ่ายด้าน ICT

เมื่อพิจารณาค่าใช้จ่ายด้าน ICT ของสถานประกอบการที่มีเว็บไซต์ในรอบปี 2550 โดยพิจารณาจากค้ำมัชฐาน พบว่า โรงพยาบาลเอกชนมีค่าใช้จ่ายสูงที่สุด คือ อยู่ในช่วง 1,000,001-3,500,000 บาท รองลงมา คือ โรงพยาบาลรัฐมีค่าใช้จ่ายประมาณ 500,000-1,000,000 บาท ส่วนคลินิก และสถานบริการเพื่อสุขภาพมีค่าใช้จ่ายต่ำกว่า 500,000 บาท

ตาราง 14 ร้อยละของสถานประกอบการที่มีเว็บไซต์ จำแนกตามค่าใช้จ่าย
ด้าน ICT ในรอบปี 2550 และประเภทของสถานประกอบการ

ค่าใช้จ่ายด้าน ICT	ประเภทของสถานประกอบการ				
	รวม	โรงพยาบาล รัฐ	โรงพยาบาล เอกชน	คลินิก	สถานบริการ เพื่อสุขภาพ
รวม	100.0 (1,500)	100.0 (487)	100.0 (172)	100.0 (522)	100.0 (319)
< 500,000 บาท	57.6	40.0	30.2	78.3	65.3
500,000-1,000,000 บาท	15.5	24.1	19.5	7.4	13.6
1,000,001-3,500,000 บาท	9.8	16.3	17.1	2.9	7.0
3,500,001-5,000,000 บาท	3.8	4.5	9.1	3.0	1.2
5,000,001-10,000,000 บาท	3.6	3.6	8.4	2.3	3.0
10,000,001-35,000,000 บาท	2.3	3.7	7.2	0.8	-
35,000,001-50,000,000 บาท	0.4	1.1	0.7	-	-
50,000,001-100,000,000 บาท	1.4	3.2	2.2	-	0.4
100,000,001-250,000,000 บาท	0.3	0.9	-	-	-
> 500,000,000 บาท	0.1	0.2	-	-	-
ไม่ระบุ	5.2	2.4	5.6	5.3	9.5

หมายเหตุ : แสดงตำแหน่งค่ามัธยฐานของรายได้

หากพิจารณาสัดส่วนของค่าใช้จ่ายในการพัฒนาเว็บไซต์ ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และ EDI เมื่อเทียบกับค่าใช้จ่ายด้าน ICT ทั้งหมดพบว่า สถานประกอบการเพื่อสุขภาพมีสัดส่วนสูงกว่าสถานประกอบการอื่นคือ ร้อยละ 8.3 รองลงมา คือ โรงพยาบาลรัฐ และคลินิก ซึ่งมีสัดส่วนใกล้เคียงกัน คือ ร้อยละ 5.3 และ 5.2 ตามลำดับ และต่ำสุดโรงพยาบาลเอกชน ร้อยละ 3.5

แต่พิจารณาค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการพัฒนาเว็บไซต์ พบว่าโรงพยาบาลรัฐมีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ 146,913 บาท และต่ำสุดสำหรับคลินิก 33,774 บาท

ตาราง 15 สัดส่วนของค่าใช้จ่ายในการพัฒนาเว็บไซต์ ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
และ EDI จำแนกตามประเภทของสถานประกอบการ

ประเภทของสถาน ประกอบการ	สัดส่วนของ ค่าใช้จ่าย ICT เมื่อเทียบกับ รายได้ทั้งหมด (%)	สัดส่วนของค่าใช้จ่ายใน การพัฒนาเว็บไซต์ ระบบพาณิชย์ฯ และ EDI เมื่อเทียบกับ ค่าใช้จ่าย ICT ทั้งหมด (%)	ค่าใช้จ่าย ICT โดยเฉลี่ย ในการพัฒนาเว็บไซต์ ระบบพาณิชย์ฯ และ EDI ต่อสถานประกอบการ ที่มีเว็บไซต์ (บาท/แห่ง)
รวม	7.2	5.7	92,824
โรงพยาบาลรัฐ	8.0	5.3	146,913
โรงพยาบาลเอกชน	4.8	3.5	108,402
คลินิก	5.9	5.2	33,774
สถานบริการเพื่อสุขภาพ	9.9	8.3	56,754

หมายเหตุ : รายได้ทั้งหมด คำนวณเฉพาะสถานประกอบการที่มีเว็บไซต์

4. แผนการรับและความต้องการบุคลากรด้าน ICT

4.1 บุคลากรที่ดูแลการทำธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ในจำนวนสถานประกอบการทั้งหมดมีสถานประกอบการที่มีบุคลากรดูแลการทำธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ประมาณ ร้อยละ 5.7 โดยโรงพยาบาลเอกชนมีบุคลากรดูแลการทำธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มากที่สุด ร้อยละ 30.8 รองลงมาโรงพยาบาลรัฐ ร้อยละ 28.4 และสถานบริการเพื่อสุขภาพ ร้อยละ 12.0 ส่วนคลินิกมีเพียง ร้อยละ 3.0

ตาราง 16 ร้อยละของสถานประกอบการที่มีบุคลากรดูแลการทำธุรกรรมพหัชยอเล็กทรอนิกส์ จำแนกตามประเภทของสถานประกอบการ

รายการ	ประเภทของสถานประกอบการ				
	รวม	โรงพยาบาลรัฐ	โรงพยาบาลเอกชน	คลินิก	สถานบริการเพื่อสุขภาพ
ร้อยละของสถานประกอบการที่มีบุคลากรดูแลการทำธุรกรรมพหัชยอเล็กทรอนิกส์ต่อสถานประกอบการทั้งหมด	5.7	28.4	30.8	3.0	12.0
ร้อยละของสถานประกอบการที่มีบุคลากรดูแลการทำธุรกรรมพหัชยอเล็กทรอนิกส์ต่อสถานประกอบการที่มีเว็บไซต์ทั้งหมด	35.3	33.2	41.1	34.0	36.5

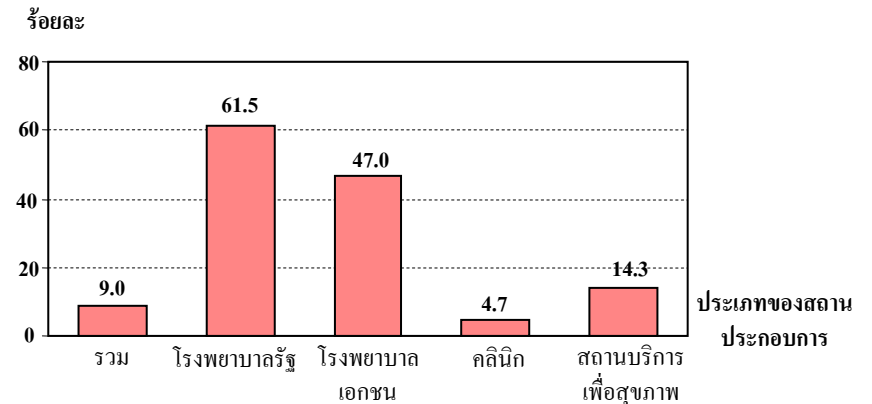
โดยเฉลี่ยแล้วมีผู้ดูแลการทำธุรกรรมพหัชยอเล็กทรอนิกส์ของสถานประกอบการประมาณ 2 คน/แห่ง

ตาราง 17 ร้อยละของสถานประกอบการที่มีบุคลากรที่ดูแลการทำธุรกรรมพหัชยอเล็กทรอนิกส์ จำแนกตามประเภทของสถานประกอบการ

จำนวนบุคลากรที่ดูแลการทำธุรกรรมพหัชยอเล็กทรอนิกส์	ประเภทของสถานประกอบการ				
	รวม	โรงพยาบาลรัฐ	โรงพยาบาลเอกชน	คลินิก	สถานบริการเพื่อสุขภาพ
รวม	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
1 คน	50.1	39.9	42.6	58.6	50.7
2 คน	24.7	31.7	25.7	19.8	26.7
3 คน	9.0	14.8	9.2	3.9	13.0
4 คน	2.9	1.6	7.2	3.0	2.1
5 คน	3.6	4.1	8.9	3.0	1.5
รวม 6 คนขึ้นไป	6.1	4.0	5.5	7.0	1.5
ไม่ระบุ	3.6	3.9	0.9	4.7	4.5
โดยเฉลี่ย (คน/แห่ง)	2.3	2.2	2.6	2.0	1.7

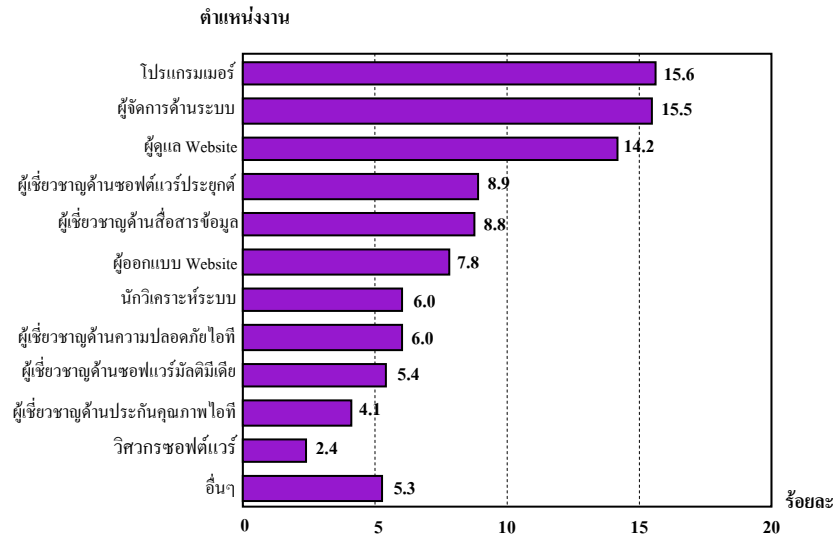
4.2 แผนการรับบุคลากรด้าน ICT ในอีก 1 – 2 ปีข้างหน้า

แผนภูมิ 8 ร้อยละของสถานประกอบการที่มีแผนการรับบุคลากรด้าน ICT ในอีก 1 – 2 ปีข้างหน้า จำแนกตามประเภทของสถานประกอบการ



ในอีก 1-2 ปีข้างหน้า โรงพยาบาลรัฐมีแผนจะรับบุคลากรทางด้าน ICT อยู่ในสัดส่วนที่สูงคือร้อยละ 61.5 รองลงมาโรงพยาบาลเอกชน ร้อยละ 47.0 และสถานบริการเพื่อสุขภาพ ร้อยละ 14.3 ในขณะที่คลินิกมีเพียง ร้อยละ 4.7

แผนภูมิ 9 ร้อยละบุคลากรด้าน ICT ที่ทางสถานประกอบการต้องการจ้างทำงาน
จำแนกตามตำแหน่งงาน



สำหรับความต้องการบุคลากรด้าน ICT ที่สถานประกอบการ ต้องการจ้างเพิ่มมากที่สุด คือ ตำแหน่งโปรแกรมเมอร์ ร้อยละ 15.6 และ ผู้จัดการด้านระบบ ร้อยละ 15.5 รองลงมาผู้ดูแล Website ร้อยละ 14.2 ผู้เชี่ยวชาญด้านซอฟต์แวร์ประยุกต์ ร้อยละ 8.9 ผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อสารข้อมูล ร้อยละ 8.8 ผู้ออกแบบ website ร้อยละ 7.8 ส่วนนักวิเคราะห์ระบบ กับผู้เชี่ยวชาญด้านความปลอดภัยไอที สถานประกอบการ ระบุว่าต้องการ จ้างในสัดส่วนที่เท่ากัน คือ ร้อยละ 6.0 สำหรับผู้เชี่ยวชาญด้านซอฟต์แวร์ มัลติมีเดีย ร้อยละ 5.4 ผู้เชี่ยวชาญด้านประกันคุณภาพของไอที ร้อยละ 4.1 วิศวกรซอฟต์แวร์ ร้อยละ 2.4 และอื่นๆ ร้อยละ 5.3

ตาราง 18 ร้อยละของสถานประกอบการ จำแนกตามแผนการรับบุคลากร
ทางด้าน ICT และประเภทของสถานประกอบการ

แผนการรับบุคลากรด้าน ICT	ประเภทของสถานประกอบการ				
	รวม	โรงพยาบาล รัฐ	โรงพยาบาล เอกชน	คลินิก	สถานบริการ เพื่อสุขภาพ
รวม	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
ไม่มี	91.0	38.5	53.0	95.2	84.7
มี	9.0	61.5	47.0	4.7	15.3
ตำแหน่งที่ต้องการ	(4,000) 100.0 %	(1,601) 100.0 %	(512) 100.0 %	(1,476) 100.0	(411) 100.0 %
♦ ผู้จัดการด้านระบบ					
ร้อยละ	15.5 %	16.4 %	14.6 %	14.4 %	16.5 %
(จำนวน)	(618)	(262)	(75)	(213)	(68)
เฉลี่ย (คน/แห่ง)	1.14	1.12	1.05	1.14	1.30
♦ นักวิเคราะห์ระบบ					
ร้อยละ	6.0 %	7.0 %	7.4 %	5.3 %	2.7 %
(จำนวน)	(239)	(112)	(38)	(78)	(11)
เฉลี่ย (คน/แห่ง)	1.20	1.15	1.18	1.25	1.41
♦ ผู้เชี่ยวชาญด้านซอฟต์แวร์ประยุกต์					
ร้อยละ	8.9 %	9.1 %	9.6 %	8.9 %	7.5 %
(จำนวน)	(356)	(145)	(49)	(131)	(31)
เฉลี่ย (คน/แห่ง)	1.16	1.17	1.20	1.17	1.00

ตาราง 18 ร้อยละของสถานประกอบการ จำแนกตามแผนการรับบุคลากร
ทางด้าน ICT และประเภทของสถานประกอบการ (ต่อ)

แผนการรับบุคลากรด้าน ICT	ประเภทของสถานประกอบการ				
	รวม	โรงพยาบาล รัฐ	โรงพยาบาล เอกชน	คลินิก	สถานบริการ เพื่อสุขภาพ
❖ ผู้เชี่ยวชาญด้านซอฟต์แวร์มีเดีย					
ร้อยละ	5.4 %	4.7 %	3.7 %	6.8 %	4.9 %
(จำนวน)	(214)	(75)	(19)	(100)	(20)
เฉลี่ย (คน/แห่ง)	1.36	1.25	1.33	1.53	1.00
❖ ผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อสารข้อมูล					
ร้อยละ	8.8 %	6.4 %	8.0 %	11.7 %	8.5 %
(จำนวน)	(352)	(103)	(41)	(173)	(35)
เฉลี่ย (คน/แห่ง)	1.18	1.20	1.29	1.18	1.04
❖ ผู้เชี่ยวชาญด้านความปลอดภัยไอที					
ร้อยละ	6.0 %	6.4 %	7.0 %	5.5 %	4.4 %
(จำนวน)	(238)	(103)	(36)	(81)	(18)
เฉลี่ย (คน/แห่ง)	1.20	1.13	1.29	1.17	1.50
❖ ผู้เชี่ยวชาญด้านประกันคุณภาพของไอที					
ร้อยละ	4.1 %	4.4 %	4.9 %	3.4 %	4.4 %
(จำนวน)	(164)	(71)	(25)	(50)	(18)
เฉลี่ย (คน/แห่ง)	1.30	1.25	1.62	1.30	1.09
❖ วิศวกรซอฟต์แวร์					
ร้อยละ	2.4 %	2.2 %	3.9 %	2.1 %	2.4 %
(จำนวน)	(97)	(36)	(20)	(31)	(10)
เฉลี่ย (คน/แห่ง)	1.22	1.07	1.45	1.33	1.00

ตาราง 18 ร้อยละของสถานประกอบการ จำแนกตามแผนการรับบุคลากร
ทางด้าน ICT และประเภทของสถานประกอบการ (ต่อ)

แผนการรับบุคลากรด้าน ICT	ประเภทของสถานประกอบการ				
	รวม	โรงพยาบาล รัฐ	โรงพยาบาล เอกชน	คลินิก	สถานบริการ เพื่อสุขภาพ
❖ โปรแกรมเมอร์					
ร้อยละ	15.6 %	19.2 %	19.9 %	11.3 %	11.4 %
(จำนวน)	(623)	(307)	(102)	(167)	(47)
เฉลี่ย (คน/แห่ง)	1.23	1.25	1.30	1.16	1.15
❖ ผู้ดูแล website					
ร้อยละ	14.2 %	11.6 %	10.4 %	17.1 %	18.5 %
(จำนวน)	(567)	(186)	(53)	(252)	(76)
เฉลี่ย (คน/แห่ง)	1.19	1.12	1.07	1.33	1.00
❖ ผู้ออกแบบ website					
ร้อยละ	7.8 %	6.0 %	5.3 %	9.7 %	11.2 %
(จำนวน)	(312)	(96)	(27)	(143)	(46)
เฉลี่ย (คน/แห่ง)	1.21	1.12	1.15	1.32	1.10
❖ อื่นๆ					
ร้อยละ	5.3 %	6.6 %	5.3 %	3.9 %	7.5 %
(จำนวน)	(220)	(105)	(27)	(57)	(31)
เฉลี่ย (คน/แห่ง)	1.32	1.23	1.57	1.07	1.86

หมายเหตุ : ตัวเลขใน (...) คือจำนวนคน

5. ข้อเสนอแนะ

ผู้ประกอบการได้ให้ข้อเสนอแนะต่อการจัดทำแผนการส่งเสริมและพัฒนาการใช้พหัชยอเล็กทรอนิกส์ที่สำคัญโดยโรงพยาบาล และคลินิก ได้ให้ข้อเสนอแนะว่าควรส่งเสริมให้ผู้ประกอบการและคนใช้

บริการรู้จักระบบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ควรพิจารณาขนาดของสถานประกอบการและความจำเป็นของสถานประกอบการ รัฐควรให้บริการโครงสร้างพื้นฐานครอบคลุมทุกพื้นที่/เพิ่มความเร็วของระบบเครือข่ายสถานประกอบการยังขาดความชำนาญในการจัดทำระบบ เป็นต้น

ตาราง 19 ร้อยละของสถานประกอบการโรงพยาบาล และคลินิก จำแนกตามข้อเสนอแนะต่อการจัดทำแผนการส่งเสริมและพัฒนาการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ข้อคิดเห็น/ข้อเสนอแนะ ^{1/}	ร้อยละ
รวม	100.0
แสดงความคิดเห็น	16.3
♦ ควรส่งเสริมให้ผู้ประกอบการและคนใช้บริการรู้จักระบบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	5.4
♦ ควรพิจารณาขนาดของสถานประกอบการและความจำเป็นของสถานประกอบการ	4.8
♦ รัฐควรให้บริการ โครงสร้างพื้นฐานครอบคลุมทุกพื้นที่/เพิ่มความเร็วของระบบเครือข่าย	1.7
♦ สถานประกอบการยังขาดความชำนาญในการจัดทำระบบ	1.1
♦ สถานประกอบการยังไม่มีความพร้อม	1.0
♦ ต้องการให้มีการพัฒนาโปรแกรมด้านการรักษา ประวัติคนไข้เป็นระบบเดียวกันทั่วประเทศ	0.9
♦ ไม่เห็นด้วยที่จะทำระบบนี้ เพราะข้อมูลคนไข้เป็นความลับ	0.7
♦ ควรปรับปรุงกฎหมายที่จะรองรับการใช้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	0.5
♦ การทำระบบมีค่าใช้จ่ายสูงเกินไป	0.5
♦ ผิดอบรมโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย	0.4
ไม่แสดงความคิดเห็น	83.7

หมายเหตุ : 1/ ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

ส่วนสถานประกอบการเพื่อสุขภาพ (สปาเพื่อสุขภาพ นวดเพื่อสุขภาพ นวดเพื่อเสริมสวย) ได้ให้ข้อเสนอแนะว่าควรจัดสัมมนา/อบรมเกี่ยวกับเว็บไซต์ และระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ให้กับเจ้าของกิจการและบุคลากรเพื่อให้เข้าใจทิศทางเดียวกัน ส่งเสริมให้มีการใช้เฉพาะสถานประกอบการที่มีขนาดใหญ่ เพิ่มประสิทธิภาพระบบเครือข่ายและจัดให้บริการอย่างทั่วถึงทุกพื้นที่ ควรช่วยส่งเสริม/เพิ่มช่องทางตลาด รัฐควรมีมาตรการในการช่วยลดค่าบริการ เว็บไซต์ ซอฟต์แวร์เพื่อสถานประกอบการจะได้หันมาใช้กันมากขึ้น เป็นต้น

ตาราง 20 ร้อยละของสถานประกอบการเพื่อสุขภาพ จำแนกตามข้อเสนอแนะต่อการจัดทำแผนการส่งเสริมและพัฒนาการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ข้อคิดเห็น/ข้อเสนอแนะ ^{1/}	ร้อยละ
รวม	100.0
แสดงความคิดเห็น	14.1
♦ จัดสัมมนา/อบรมเกี่ยวกับเว็บไซต์ และระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ให้กับเจ้าของกิจการและบุคลากรเพื่อให้เข้าใจทิศทางเดียวกัน	4.3
♦ ส่งเสริมให้มีการใช้เฉพาะสถานประกอบการที่มีขนาดใหญ่	3.4
♦ เพิ่มประสิทธิภาพระบบเครือข่ายและจัดให้บริการอย่างทั่วถึงทุกพื้นที่	2.5
♦ ควรช่วยส่งเสริม/เพิ่มช่องทางตลาด	1.7
♦ รัฐควรมีมาตรการในการช่วยลดค่าบริการ เว็บไซต์ และซอฟต์แวร์เพื่อสถานประกอบการจะได้หันมาใช้กันมากขึ้น	1.3
♦ ยังขาดแคลนบุคลากรด้านนี้อยู่	0.4
♦ สถานประกอบการยังไม่พร้อม	0.4
♦ ไม่มั่นใจในระบบ เช่น ความปลอดภัยของข้อมูลของผู้ใช้บริการ	0.2
♦ ขาดแคลนเงินทุนในการประกอบธุรกิจ	0.6
ไม่แสดงความคิดเห็น	85.9

หมายเหตุ : 1/ ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

ตอนที่ 2 สรุปผลการวิเคราะห์และข้อเสนอแนะ

ในการสำรวจความพร้อมในการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับกลุ่มโรงพยาบาล/สถานพยาบาล และคลินิก และกลุ่มธุรกิจบริการส่งเสริมสุขภาพของประเทศไทยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอภาพรวมและประเด็นที่สำคัญๆ และตอบสนองแก่กลุ่มโรงพยาบาล/สถานพยาบาล และคลินิก และกลุ่มธุรกิจบริการส่งเสริมสุขภาพตลอดจนองค์กรภาครัฐสำหรับการกำหนดทิศทางการพัฒนาขององค์กรให้ข้อเสนอแนะต่อการจัดทำแผนส่งเสริมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศ ในการสนับสนุนวัตถุประสงค์ดังกล่าว จึงจำเป็นที่ต้องมีการวิเคราะห์ทั้งทางด้านเชิงคุณภาพและการวิเคราะห์ทางด้านเชิงปริมาณ นอกจากนี้ยังมีการวิเคราะห์ด้วยสถิติขั้นสูงเพิ่มเติมจากการวิเคราะห์สถิติเบื้องต้น (Descriptive Statistics) โดยในการวิเคราะห์ข้อมูลขั้นสูงจะทำการวิเคราะห์ข้อมูลและให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมใน 2 ประเด็นสำคัญ กล่าวคือ (1) ข้อสรุปผลและข้อเสนอแนะของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพร้อมในการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับกลุ่มโรงพยาบาล/สถานพยาบาล และคลินิก และ (2) ข้อสรุปผลและข้อเสนอแนะของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพร้อมในการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับกลุ่มธุรกิจบริการส่งเสริมสุขภาพโดยเครื่องมือทางสถิติที่ถูกนำมาใช้ในการวิเคราะห์ขั้นนี้ ได้แก่ Need Gap Analysis, Correlation Analysis, Factor Analysis และ Regression Analysis

ซึ่งในการวิเคราะห์และสรุปผลทั้ง 2 ประเด็นดังกล่าวจะทำการสรุปผลและให้ข้อเสนอแนะทั้งในระดับภาพรวม โดยจำแนกตาม 2 วัตถุประสงค์ ซึ่งได้แก่ (1) วัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มรายได้ขององค์กร และ (2) วัตถุประสงค์เพื่อลดค่าใช้จ่ายขององค์กร

สำหรับกลุ่มโรงพยาบาล/สถานพยาบาล และคลินิก จำแนกตาม 3 ประเภทโรงพยาบาล/สถานพยาบาล และคลินิก ซึ่งได้แก่ (1) โรงพยาบาลรัฐ (2) โรงพยาบาลเอกชน และ (3) คลินิกเอกชน

สำหรับกลุ่มธุรกิจบริการส่งเสริมสุขภาพจำแนกตาม 3 ประเภทธุรกิจบริการส่งเสริมสุขภาพได้แก่ (1) กลุ่มสปาเพื่อสุขภาพ (Medical & Resort Spa) (2) กลุ่มสปาเพื่อการพักผ่อน/เสริมสวย (Beauty & Day Spa) และ (3) กลุ่มธุรกิจนวดเพื่อสุขภาพ/เสริมสวย ตามลำดับ

ซึ่งคณะที่ปรึกษาเชื่อว่ารายงานฉบับนี้ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของรายงานฉบับสมบูรณ์ที่จัดทำและรวบรวมโดยสำนักงานสถิติแห่งชาติจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการธุรกิจโรงพยาบาล/สถานพยาบาล และคลินิก และธุรกิจบริการส่งเสริมสุขภาพของไทย และองค์กรภาครัฐที่มีบทบาทในการผลักดันและสนับสนุนระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) จากการศึกษาปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะต่างๆ รวมถึงลำดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพร้อมในการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สำหรับกลุ่มโรงพยาบาล/สถานพยาบาล และคลินิก และกลุ่มธุรกิจบริการส่งเสริมสุขภาพเพื่อสร้างแผนส่งเสริมที่มีประสิทธิภาพต่อไป

1. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสามารถและความพร้อมในการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และข้อเสนอแนะต่อกลุ่มโรงพยาบาล/สถานพยาบาลและคลินิก

1.1 สรุปโดยภาพรวมความพร้อมในการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จำแนกตามโดยรวมและวัตถุประสงค์ทางด้านเพิ่มรายได้และทางด้านลดค่าใช้จ่าย

1.1.1 ความพร้อมโดยรวม

1.1.1.1 ผลการสำรวจโดยรวม

ตาราง 21 คะแนนเฉลี่ย (โดยรวม) ของปัจจัยในด้านความพร้อมและความสำคัญในการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สำหรับกลุ่มโรงพยาบาล/สถานพยาบาล และคลินิก

ปัจจัย	คะแนนเฉลี่ยความพร้อมโดยรวม (ระดับคะแนน1-10)	ความสำคัญ		
		ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (ส.ป.ส.) (ระดับค่าส.ป.ส. 0 - 1)		
		โดยรวม	ด้านเพิ่มรายได้	ด้านลดค่าใช้จ่าย
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	5.67	0.41	0.42	0.39
(1) ความเชื่อมั่นและความพร้อมของลูกค้า/ลูกค้าที่จะใช้ e-Commerce	5.32	0.41	0.41	0.38
(2) รูปแบบและการออกแบบ Website	5.86	0.42	0.43	0.39
(3) ความสามารถและความพร้อมของทีมงานด้านสารสนเทศ	5.71	0.42	0.41	0.40

ตาราง 21 คะแนนเฉลี่ย (โดยรวม) ของปัจจัยในด้านความพร้อมและความสำคัญของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สำหรับกลุ่มโรงพยาบาล/สถานพยาบาลและคลินิก (ต่อ)

ปัจจัย	คะแนนเฉลี่ยความพร้อมโดยรวม (ระดับคะแนน1-10)	ความสำคัญ		
		ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (ส.ป.ส.) (ระดับค่าส.ป.ส. 0 - 1)		
		โดยรวม	ด้านเพิ่มรายได้	ด้านลดค่าใช้จ่าย
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	5.67	0.41	0.42	0.39
(4) ข้อมูลข่าวสารด้านต่างๆ ใน Website ที่เป็นประโยชน์	6.23	0.40	0.39	0.38
(5) ความรู้ความเข้าใจของผู้รับบริการที่ใช้ระบบสารสนเทศ	5.84	0.43	0.45	0.40
(6) แผนการประชาสัมพันธ์และการเข้าถึงลูกค้า	5.72	0.46	0.47	0.44
(7) มีความหลากหลายของสินค้าและบริการ ผ่าน Website	5.33	0.50	0.50	0.46
(8) มีช่องทาง และ ระบบการชำระสินค้า/บริการหลากหลาย	4.36	0.43	0.45	0.40
(9) ความพร้อมระบบโครงสร้างพื้นฐานด้านสารสนเทศ (ICT System) องค์กร	5.70	0.40	0.39	0.37
(A) ความเชื่อมั่นในประสิทธิภาพระบบสารสนเทศขององค์กร	5.95	0.45	0.44	0.43

ตาราง 21 คะแนนเฉลี่ย (โดยรวม) ของปัจจัยในด้านความพร้อมและความสำคัญของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สำหรับกลุ่มโรงพยาบาล/สถานพยาบาล และคลินิก (ต่อ)

ปัจจัย	คะแนนเฉลี่ยความพร้อมโดยรวม (ระดับคะแนน1-10)	ความสำคัญ		
		ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (ส.ป.ส.) (ระดับค่าส.ป.ส. 0 - 1)		
		โดยรวม	ด้านเพิ่มรายได้	ด้านลดค่าใช้จ่าย
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	5.67	0.41	0.42	0.39
(B) ความมั่นใจของผู้รับบริการต่อบริการที่ได้รับจากองค์กร	6.29	0.39	0.39	0.36
(C) ความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงขององค์กร	6.87	0.34	0.34	0.32
(D) ระบบความปลอดภัยในการเก็บรักษาข้อมูลของผู้รับบริการ	6.81	0.36	0.35	0.34
(E) การมีมาตรฐาน (Standardize) ของข้อมูลที่จัดเก็บในระบบฐานข้อมูล	6.65	0.38	0.37	0.36
(F) การจัดระดับและเกณฑ์มาตรฐานของสถานประกอบการ	6.36	0.44	0.43	0.42
(G) ความรู้ความเข้าใจตลาดและผู้บริโภคในธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	5.43	0.46	0.46	0.44

ตาราง 21 คะแนนเฉลี่ย (โดยรวม) ของปัจจัยในด้านความพร้อมและความสำคัญของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สำหรับกลุ่มโรงพยาบาล/สถานพยาบาล และคลินิก (ต่อ)

ปัจจัย	คะแนนเฉลี่ยความพร้อมโดยรวม (ระดับคะแนน1-10)	ความสำคัญ		
		ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (ส.ป.ส.) (ระดับค่าส.ป.ส. 0 - 1)		
		โดยรวม	ด้านเพิ่มรายได้	ด้านลดค่าใช้จ่าย
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	5.67	0.41	0.42	0.39
(H) จำนวนของบุคลากร/ทีมงานด้านสารสนเทศ (ICT)	5.26	0.40	0.40	0.38
(I) การมีเงินทุนและการเข้าถึงแหล่งเงินทุน	5.25	0.46	0.47	0.41
(J) การได้รับความสนับสนุนจากภาครัฐ	4.75	0.34	0.31	0.34
(K) ความสามารถในการเข้าถึงลูกค้าต่างประเทศ	4.49	0.41	0.44	0.38
(L) ความปลอดภัยในระบบการชำระเงิน	4.88	0.39	0.40	0.37

หมายเหตุ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (ส.ป.ส.) คือ ค่าที่วัดความสัมพันธ์ระหว่างคะแนนภาพรวมความพร้อมในการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของสถานประกอบการกับคะแนนในแต่ละปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพร้อมในการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

1.1.1.2 ผลการวิเคราะห์ Need Gap Analysis

คำนิยาม

จุดเด่น คือ ปัจจัยที่มีคะแนนเฉลี่ยของความพร้อมมากกว่าคะแนนเฉลี่ยรวมที่คำนวณจากทุกปัจจัยความพร้อม และ ด้านปัจจัยที่มีคะแนนเฉลี่ยของความสำคัญมากกว่าคะแนนเฉลี่ยรวมที่คำนวณจากทุกปัจจัยความสำคัญ

(ซึ่งในรายงานฉบับนี้จะเรียกว่า “ปัจจัยที่ทำได้ดีและมีความสำคัญมาก” ทั้งนี้เพื่อให้เข้าใจง่ายและสาระสำคัญยังครบถ้วน)

จุดด้อย คือ ปัจจัยที่มีคะแนนเฉลี่ยของความพร้อมน้อยกว่าคะแนนเฉลี่ยรวมที่คำนวณจากทุกปัจจัยความพร้อม แต่ ด้านปัจจัยที่มีคะแนนเฉลี่ยของความสำคัญมากกว่าคะแนนเฉลี่ยรวมที่คำนวณจากทุกปัจจัยความสำคัญ

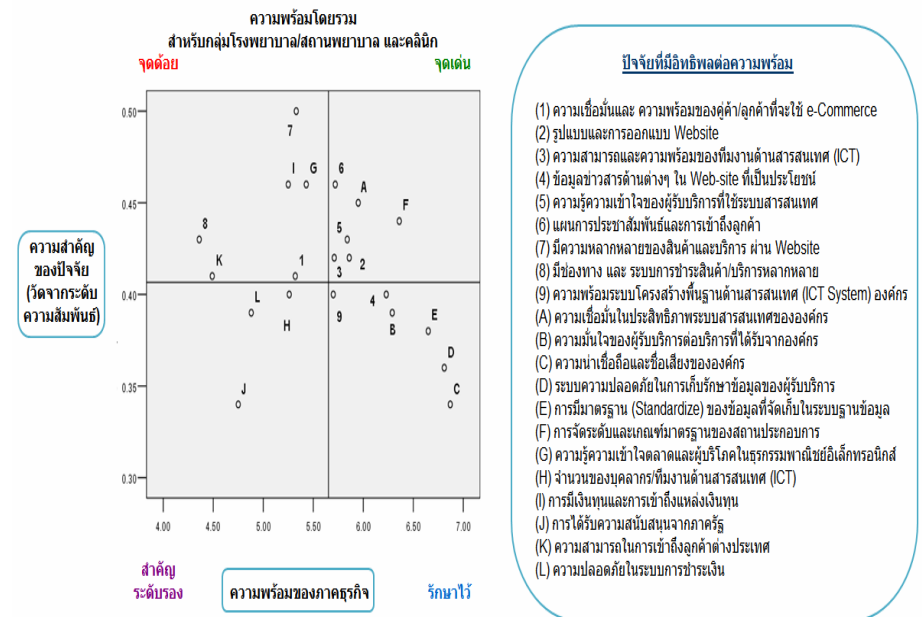
(ซึ่งในรายงานฉบับนี้จะเรียกว่า “ปัจจัยที่อยู่ในกลุ่มจุดด้อย (ต้องเร่งปรับปรุง)”)

รักษาไว้ คือ ปัจจัยที่มีคะแนนเฉลี่ยของความพร้อมมากกว่าคะแนนเฉลี่ยรวมที่คำนวณจากทุกปัจจัยความพร้อม แต่ ด้านปัจจัยที่มีคะแนนเฉลี่ยของความสำคัญน้อยกว่าคะแนนเฉลี่ยรวมที่คำนวณจากทุกปัจจัยความสำคัญ

(ซึ่งในรายงานฉบับนี้จะเรียกว่า “ปัจจัยที่ทำได้ดีแต่ยังมีความสำคัญรอง”)

สำคัญระดับรอง คือ ปัจจัยที่มีคะแนนเฉลี่ยของความพร้อมน้อยกว่าคะแนนเฉลี่ยรวมที่คำนวณจากทุกปัจจัยความพร้อม และ ด้านปัจจัยที่มีคะแนนเฉลี่ยของความสำคัญน้อยกว่าคะแนนเฉลี่ยรวมที่คำนวณจากทุกปัจจัยความสำคัญ (ซึ่งในรายงานฉบับนี้จะเรียกว่า “ปัจจัยที่ควรปรับปรุง”)

แผนภูมิ 10 แสดงผลการวิเคราะห์ Need Gap Analysis สำหรับภาพรวมของความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพร้อมโดยรวมในการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สำหรับกลุ่มโรงพยาบาล/สถานพยาบาล และคลินิก



เมื่อนำผลการประเมินของกลุ่มโรงพยาบาล/ สถานพยาบาล และคลินิก มาวิเคราะห์ด้วย Need Gap Analysis สำหรับภาพรวมของ ความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพร้อมโดยรวมในการพัฒนา พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ พอสรุปได้ว่าความพร้อมของผู้ประกอบการ พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กลุ่ม โรงพยาบาล/ สถานพยาบาล และคลินิก มีดังนี้

ปัจจัยที่เป็นจุดเด่น (ปัจจัยที่ทำได้ดีและมีความสำคัญมาก)
6 ปัจจัย ได้แก่

- (2) รูปแบบและการออกแบบ Website
- (3) ความสามารถและความพร้อมของทีมงานด้านสารสนเทศ (ICT)
- (5) ความรู้ความเข้าใจของผู้รับบริการที่ใช้ระบบสารสนเทศ
- (6) แผนการประชาสัมพันธ์และการเข้าถึงลูกค้า
- (A) ความเชื่อมั่นในประสิทธิภาพระบบสารสนเทศขององค์กร
- (F) การจัดระดับและเกณฑ์มาตรฐานของสถานประกอบการ

ปัจจัยในกลุ่มรักษาไว้ (ปัจจัยที่ทำได้ดีแต่ยังมีความสำคัญรอง)
6 ปัจจัย ได้แก่

- (4) ข้อมูลข่าวสารด้านต่างๆ ใน Website ที่เป็นประโยชน์
- (9) ความพร้อมระบบโครงสร้างพื้นฐานด้านสารสนเทศ (ICT System) องค์กร
- (B) ความมั่นใจของผู้รับบริการต่อบริการที่ได้รับจากองค์กร
- (C) ความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงขององค์กร
- (D) ระบบความปลอดภัยในการเก็บรักษาข้อมูลของผู้รับบริการ

(E) การมีมาตรฐาน (Standardize) ของข้อมูลที่จัดเก็บในระบบ
ฐานข้อมูล

ปัจจัยที่เป็นจุดด้อย (ปัจจัยที่ต้องเร่งปรับปรุง) 6 ปัจจัย ได้แก่

- (1) ความเชื่อมั่นและ ความพร้อมของลูกค้า/ลูกค้าที่จะใช้ e-Commerce
- (7) มีความหลากหลายของสินค้าและบริการ ผ่าน Website
- (8) มีช่องทาง และ ระบบการชำระสินค้า/บริการหลากหลาย
- (I) การมีเงินทุนและการเข้าถึงแหล่งเงินทุน
- (G) ความรู้ความเข้าใจตลาดและผู้บริโภคในธุรกรรมพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์
- (K) ความสามารถในการเข้าถึงลูกค้าต่างประเทศ

ปัจจัยที่อยู่ในกลุ่มสำคัญระดับรอง (ปัจจัยที่ควรปรับปรุง) 3 ปัจจัย
ได้แก่

- (H) จำนวนของบุคลากร/ทีมงานด้านสารสนเทศ (ICT)
- (J) การได้รับความสนับสนุนจากภาครัฐ
- (L) ความปลอดภัยในระบบการชำระเงิน

ตาราง 22 สรุปผลการวิเคราะห์ Need Gap Analysis ของความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพร้อมในการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สำหรับกลุ่มโรงพยาบาล/สถานพยาบาล และคลินิก โดยจำแนกตามวัตถุประสงค์

กลุ่มปัจจัย	ความพร้อมในการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์			วัตถุประสงค์ของการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์					
	ความพร้อมโดยรวม	วัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มรายได้ขององค์กร	วัตถุประสงค์เพื่อลดค่าใช้จ่ายขององค์กร	เพื่อเพิ่มรายได้องค์กร			เพื่อลดค่าใช้จ่ายขององค์กร		
				โรงพยาบาลรัฐ	โรงพยาบาลเอกชน	คลินิกเอกชน	โรงพยาบาลรัฐ	โรงพยาบาลเอกชน	คลินิกเอกชน
(7) มีคนหลากหลายของสินค้าและบริการ ผ่าน Website	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX
(8) มีช่องทาง และ ระบบการชำระสินค้า/บริการหลากหลาย	XX	XX	XX	XX	XX	x	XX	XX	x
(1) การมีเงินทุนและการเข้าถึงแหล่งเงินทุน	XX	XX	XX	XX	x	XX	XX	x	x
(4) ความสามารถในการเข้าถึงลูกค้าต่างประเทศ	XX	XX	x	XX	x	x	XX	XX	x
(H) จำนวนของบุคลากรที่งานด้านสารสนเทศ (ICT)	x	x	x	XX	XX	x	XX	XX	x
(1) ความเชื่อมั่นและ ความพร้อมของผู้ใช้ลูกค้าที่จะใช้ e-Commerce	XX	XX	x	XX	x	+	XX	XX	x
(1) การได้รับความพึงพอใจจากภาครัฐ	x	x	x	XX	x	x	x	XX	x
(1) ความปลอดภัยในระบบการชำระเงิน	x	x	x	XX	x	x	XX	x	x
(3) ความรู้ความเข้าใจตลาดและบริบทในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	XX	XX	XX	XX	x	++	XX	x	++
(3) ความสามารถและความพร้อมของทีมงานด้านสารสนเทศ (ICT)	++	+	++	++	XX	x	++	XX	x
(9) ความพร้อมระบบโครงสร้างพื้นฐานด้านสารสนเทศ (ICT System) องค์กร	+	+	+	++	+	x	++	+	x
(C) ความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงขององค์กร	+	+	+	+	+	+	+	+	+
(D) ระบบความปลอดภัยในการเก็บรักษาข้อมูลของผู้ใช้บริการ	+	+	+	+	+	+	+	+	+
(E) ความพึงพอใจของผู้บริการต่อบริการที่ได้รับจากองค์กร	+	+	+	+	++	+	+	++	+
(4) ข้อมูลข่าวสารด้านต่างๆ ใน Web-Site ที่เป็นประโยชน์	+	+	+	+	++	+	+	++	++
(E) การมีมาตรฐาน (Standardize) ของข้อมูลที่จัดเก็บในระบบฐานข้อมูล	+	+	+	+	++	++	+	+	++
(6) แผนการประชาสัมพันธ์และการเข้าถึงลูกค้า	++	++	++	+	++	++	++	+	++
(2) รูปแบบและการออกแบบ Website	++	++	++	+	++	++	+	++	++
(5) ความรู้ความเข้าใจของผู้บริการที่ใช้ระบบสารสนเทศ	++	++	++	+	++	++	+	++	++
(A) ความเชื่อมั่นในประสิทธิภาพระบบสารสนเทศขององค์กร	++	++	++	++	+	++	++	+	++
(F) การจัดระดับและเกณฑ์มาตรฐานของสถานประกอบการ	++	++	++	+	++	++	+	++	++

หมายเหตุ

++ จุดเด่น (ปัจจัยที่ทำได้ดีและมีความสำคัญมาก)	+ รักษาไว้ (ปัจจัยที่ทำได้ดีแต่ยังมีความสำคัญรอง)
XX จุดด้อย (ปัจจัยที่ต้องเร่งปรับปรุง)	x สำคัญรอง (ปัจจัยที่ควรปรับปรุง)

ผลการประเมินตนเองของกลุ่มโรงพยาบาล/สถานพยาบาล และคลินิกด้วยการวิเคราะห์ Need Gap Analysis สรุปได้ดังนี้ ผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กลุ่มโรงพยาบาล/สถานพยาบาล และคลินิกของไทยมีความพร้อมในการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในภาพรวมอยู่ในเกณฑ์ปานกลาง คือ 5.22 จากคะแนนเต็ม 10 และผลจากการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ (Correlation Analysis) พบว่า กลุ่มโรงพยาบาล/สถานพยาบาล และคลินิกของไทย มีความสำคัญกับวัตถุประสงค์การพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อเพิ่มรายได้มากกว่ากับวัตถุประสงค์การพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อลดค่าใช้จ่าย โดยดูจากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของวัตถุประสงค์การพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อเพิ่มรายได้ที่ 0.42 จะมากกว่าเมื่อเทียบกับค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของวัตถุประสงค์การพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อลดค่าใช้จ่ายที่ 0.39 ไม่มากนัก

ปัจจัยที่อยู่ในกลุ่มปัจจัยเด่น (ปัจจัยที่ทำได้ดีและมีความสำคัญมาก) มี 6 ปัจจัย ได้แก่ รูปแบบและการออกแบบ Website ความสามารถและความพร้อมของทีมงานด้านสารสนเทศ (ICT) ความรู้ความเข้าใจของผู้รับบริการที่ใช้ระบบสารสนเทศ แผนการประชาสัมพันธ์และการเข้าถึงลูกค้า ความเชื่อมั่นในประสิทธิภาพระบบสารสนเทศขององค์กร และการจัดระดับและเกณฑ์มาตรฐานของสถานประกอบการ

ปัจจัยที่อยู่ในกลุ่มรักษาไว้ (ปัจจัยที่ทำได้ดีแต่ยังมีความสำคัญรอง) มี 6 ปัจจัย ได้แก่ ข้อมูลข่าวสารด้านต่างๆ ใน Website ที่เป็นประโยชน์ ความพร้อมระบบโครงสร้างพื้นฐานด้านสารสนเทศ (ICT System) องค์กร

ความมั่นใจของผู้รับบริการต่อบริการที่ได้รับจากองค์กร ความน่าเชื่อถือ และชื่อเสียงขององค์กร ระบบความปลอดภัยในการเก็บรักษาข้อมูลของผู้รับบริการ และการมีมาตรฐาน (Standardize) ของข้อมูลที่จัดเก็บในระบบฐานข้อมูล

สำหรับปัจจัยที่อยู่ในกลุ่มจุดด้อย (ต้องเร่งปรับปรุง) ที่มีความสำคัญ มีอยู่ 6 ปัจจัย ได้แก่ ความเชื่อมั่นและความพร้อมของลูกค้า/ลูกค้าที่จะใช้ e-Commerce มีความหลากหลายของสินค้าและบริการผ่าน Website มีช่องทางและระบบการชำระสินค้า/บริการหลากหลาย การมีเงินทุนและการเข้าถึงแหล่งเงินทุน ความรู้ความเข้าใจตลาดและผู้บริโภคในธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ความสามารถในการเข้าถึงลูกค้าต่างประเทศ

ส่วนปัจจัยที่เหลือ อีก 3 **ปัจจัยที่อยู่ในกลุ่มสำคัญระดับรอง** (ปัจจัยที่ควรปรับปรุง) อาทิ จำนวนของบุคลากร/ทีมงานด้านสารสนเทศ (ICT) การได้รับความสนับสนุนจากภาครัฐ และ ความปลอดภัยในระบบการชำระเงิน และทั้งนี้จะเห็นว่าปัญหาของการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในกลุ่มโรงพยาบาล/สถานพยาบาลและคลินิก จะอยู่ที่ลูกค้า/ลูกค้า ที่จะใช้ e-Commerce การมีเงินทุนและการเข้าถึงแหล่งเงินทุน และระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่มีความปลอดภัยเป็นสำคัญ

ในการวิเคราะห์เปรียบเทียบตนเองโดยวิธี Need Gap Analysis จะให้ภาพของปัจจัยที่เป็น จุดอ่อน จุดแข็ง แต่ในการศึกษาครั้งนี้ ไม่ต้องการให้เพียงแต่ปัจจัยที่เป็นจุดอ่อน จุดแข็งแก่ผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับกลุ่มโรงพยาบาล/ สถานพยาบาล

และคลินิก เท่านั้น แต่ยังต้องการให้ข้อเสนอแนะต่อการจัดลำดับและให้ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพร้อมในการประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของโรงพยาบาล/สถานพยาบาล และคลินิก ทั้งนี้เพื่อจะเป็นประโยชน์ในการนำข้อเสนอแนะไปใช้ในทางปฏิบัติ

จากวัตถุประสงค์การให้ข้อเสนอแนะต่อการจัดลำดับและให้ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพร้อมในการประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มโรงพยาบาล/สถานพยาบาล และคลินิก การวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้น (Multiple Regression Analysis) จะเป็นเครื่องมือที่จะใช้ในการวิเคราะห์ดังกล่าว แต่เนื่องจากมีปัจจัยที่คาดว่าจะมีอิทธิพลต่อความพร้อมในพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีมากถึง 21 ปัจจัย ซึ่งจะทำให้การตีความและการทำความเข้าใจทำได้ยุ่งยาก ดังนั้นจะทำการจัดกลุ่มปัจจัยทั้ง 21 ปัจจัย เป็นหมวดปัจจัยใหม่ขึ้นมาก่อน เพื่อให้สอดคล้องกับความหมายของปัจจัย ง่ายต่อความเข้าใจและสะดวกต่อการนำไปใช้ในการวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้น ซึ่งในขั้นตอนนี้การวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) จะถูกนำมาใช้เพื่อจัดหมวดปัจจัยใหม่ดังกล่าว ก่อนที่จะนำไปวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นในลำดับต่อมา

1.1.1.3 ผลการจัดหมวดปัจจัยใหม่โดยวิธีการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis)

ผลการสำรวจปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพร้อมของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และข้อเสนอแนะต่อกลุ่ม โรงพยาบาล/สถานพยาบาล

และคลินิก เพื่อเป็นประโยชน์ในการนำข้อเสนอแนะไปใช้ในทางปฏิบัติจริง
สรุปได้ดังนี้

ตาราง 23 สรุปผลการวิเคราะห์จำนวนหมวดปัจจัยใหม่ ด้วยวิธีการวิเคราะห์
ปัจจัย (Factor Analysis) โดยวิธี PCA และ วิธีหมุนแกนแบบ Varimax

Component	Total Variance Explained					
	Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	14.107	67.176	67.176	5.836	27.793	27.793
2	1.306	6.218	73.394	3.304	15.735	43.528
3	0.764	3.638	77.032	1.985	9.451	52.979
4	0.604	2.875	79.907	1.782	8.485	61.463
5	0.547	2.605	82.512	1.764	8.401	69.864
6	0.440	2.094	84.606	1.491	7.102	76.967
7	0.415	1.976	86.582	1.289	6.139	83.105
8	0.383	1.826	88.408	1.114	5.303	88.408

หมายเหตุ - PCA คือวิธีการจัดกลุ่มปัจจัย (Factoring) แบบ Principle Components Analysis ซึ่งเป็น
หนึ่งวิธีการที่นิยมที่สุดในการจัดกลุ่มปัจจัย โดยใช้วิธีการหมุนแกนแบบ Varimax
- Varimax คือวิธีที่นิยมที่สุดในการจัดกลุ่มปัจจัย (Factoring) สามารถแยกกลุ่มปัจจัย
(Factor) โดยการหาค่าความแปรปรวนที่มากที่สุด (Maximizing variance) ของตัวแปร ใน
แต่ละกลุ่มปัจจัย (Factor)

ผลจากการวิเคราะห์ พบว่า จำนวนหมวดปัจจัยใหม่ที่เหมาะสม
อยู่ที่ 8 หมวดปัจจัยใหม่ รายละเอียดดังแสดงในตาราง 4

ตาราง 24 สรุปผลการจัดกลุ่มหมวดปัจจัยใหม่ โดยแสดงค่าสัมประสิทธิ์สูงสุด
ด้วยวิธีการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) โดยวิธี PCA และวิธี
หมุนแกนแบบ Varimax

ปัจจัย	Rotated Component Matrix (Varimax Method)							
	1	2	3	4	5	6	7	8
(D) ระบบความปลอดภัยในการเก็บรักษาข้อมูลของผู้รับบริการ	0.861							
(E) การมีมาตรฐาน (Standardize) ของข้อมูลที่จัดเก็บในระบบฐานข้อมูล	0.839							
(C) ความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงขององค์กร	0.815							
(F) การจัดระดับและเกณฑ์มาตรฐานของสถานประกอบการ	0.778							
(B) ความมั่นใจของผู้รับบริการต่อบริการที่ได้รับจากองค์กร	0.716							
(A) ความเชื่อมั่นในประสิทธิภาพระบบสารสนเทศขององค์กร	0.595							
(9) ความพร้อมระบบโครงสร้างพื้นฐานด้านสารสนเทศ (ICT System) องค์กร	0.534							
(3) ความสามารถและความพร้อมของทีมงานด้านสารสนเทศ (ICT)	0.490							
(6) แผนการประชาสัมพันธ์และการเข้าถึงลูกค้า		0.703						
(7) มีความหลากหลายของสินค้าและบริการ ผ่าน Website		0.689						
(5) ความรู้ความเข้าใจของผู้รับบริการที่ใช้ระบบสารสนเทศ		0.620						
(4) ข้อมูลข่าวสารต่างๆ ใน Web-site ที่เป็นประโยชน์		0.561						
(1) ความเชื่อมั่นและ ความพร้อมของคู่ค้า/ลูกค้าที่ใช้ e-Commerce			0.734					
(2) รูปแบบและการออกแบบ Website			0.580					
(1) การมีเงินทุนและการเข้าถึงแหล่งเงินทุน				0.711				
(G) ความรู้ความเข้าใจตลาดและผู้บริโภคในธุรกิจพหุมิชย์อิเล็กทรอนิกส์				0.642				
(L) ความปลอดภัยในระบบการชำระเงิน					0.730			
(8) มีช่องทาง และ ระบบการชำระเงินค่าบริการหลากหลาย					0.684			
(H) จำนวนของบุคลากร/ทีมงานด้านสารสนเทศ (ICT)						0.717		
(J) การได้รับความสนับสนุนจากภาครัฐ							0.865	
(K) ความสามารถในการเข้าถึงลูกค้าต่างประเทศ								0.710

จากการวิเคราะห์จะได้หมวดปัจจัยใหม่ 8 หมวด ดังนี้

(1) ความพร้อมในระบบสารสนเทศและความน่าเชื่อถือขององค์กร

ประกอบด้วย 8 ปัจจัย ได้แก่ (3) ความสามารถและความพร้อมของทีมงานด้านสารสนเทศ (ICT) (9) ความพร้อมระบบโครงสร้างพื้นฐานด้านสารสนเทศ (ICT System) องค์กร (A) ความเชื่อมั่นในประสิทธิภาพระบบสารสนเทศขององค์กร (B) ความมั่นใจของผู้รับบริการต่อบริการที่ได้รับจากองค์กร (C) ความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงขององค์กร (D) ระบบความปลอดภัยในการเก็บรักษาข้อมูลของผู้รับบริการ (E) การมีมาตรฐาน (Standardize) ของข้อมูลที่จัดเก็บในระบบฐานข้อมูล และ (F) การจัดระดับและเกณฑ์มาตรฐานของสถานประกอบการ

(2) การบริการที่หลากหลายผ่าน Website และความรู้ความเข้าใจของผู้รับบริการ

ประกอบด้วย 4 ปัจจัย ได้แก่ (4) ข้อมูลข่าวสารด้านต่างๆ ใน Website ที่เป็นประโยชน์ (5) ความรู้ความเข้าใจของผู้รับบริการที่ใช้ระบบสารสนเทศ (6) แผนการประชาสัมพันธ์และการเข้าถึงลูกค้า และ (7) มีความหลากหลายของสินค้าและบริการ ผ่าน Website

(3) การออกแบบ website และความมั่นใจในการใช้งานระบบ

ประกอบด้วย 2 ปัจจัย ได้แก่ (1) ความเชื่อมั่นและความพร้อมของคู่ค้า/ลูกค้าที่จะใช้ e-Commerce และ (2) รูปแบบและการออกแบบ Website

(4) การเข้าถึงแหล่งเงินทุนและความรู้ความเข้าใจในธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ประกอบด้วย 2 ปัจจัย ได้แก่ (G) ความรู้ความเข้าใจตลาดและผู้บริโภคในธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และ (I) การมีเงินทุนและการเข้าถึงแหล่งเงินทุน

(5) ช่องทางการชำระค่าบริการและความปลอดภัย

ประกอบด้วย 2 ปัจจัย ได้แก่ (8) มีช่องทาง และ ระบบการชำระสินค้า/บริการหลากหลาย และ (L) ความปลอดภัยในระบบการชำระเงิน

(6) จำนวนบุคลากรด้านสารสนเทศ

ประกอบด้วย 1 ปัจจัย ได้แก่ (H) จำนวนของบุคลากร/ทีมงานด้านสารสนเทศ (ICT)

(7) การได้รับความสนับสนุนจากภาครัฐ

ประกอบด้วย 1 ปัจจัย ได้แก่ (J) การได้รับความสนับสนุนจากภาครัฐ

(8) การเข้าถึงลูกค้าต่างประเทศ

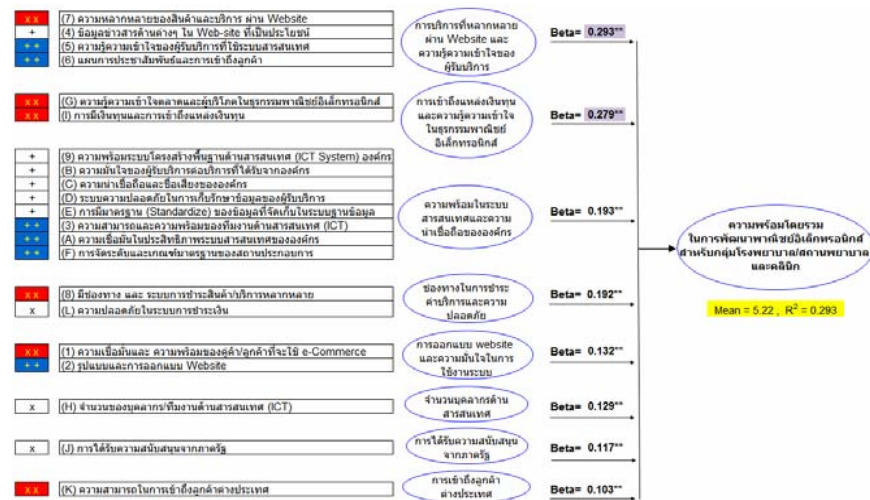
ประกอบด้วย 1 ปัจจัย ได้แก่ (K) ความสามารถในการเข้าถึงลูกค้าต่างประเทศ

1.1.1.4 ผลการวิเคราะห์เพื่อการจัดลำดับและระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีต่อความพร้อมโดยรวม ในการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับกลุ่มโรงพยาบาล/สถานพยาบาล และคลินิก โดยวิธีการวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้น (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพร้อมโดยรวมในการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และข้อเสนอแนะต่อกลุ่มโรงพยาบาล/สถานพยาบาล และคลินิก เพื่อเป็นประโยชน์ในการนำข้อเสนอแนะไปใช้ในทางปฏิบัติจริง สรุปได้ดังนี้

แผนภูมิ 11 ผลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้น (Multiple Regression Analysis)

สำหรับภาพรวมของความพร้อมโดยรวมในการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับกลุ่มโรงพยาบาล/สถานพยาบาล และคลินิก



หมายเหตุ “**” ระดับนัยสำคัญที่ 0.05

++ จุดเด่น (ปัจจัยที่ทำให้ดีและมีความสำคัญมาก) + รักษาไว้ (ปัจจัยที่ทำให้ดีแต่ยังมีความสำคัญรอง)
 XX จุดด้อย (ปัจจัยที่ต้องเร่งปรับปรุง) X สำคัญรอง (ปัจจัยที่ควรปรับปรุง)

สรุปผลและข้อเสนอแนะ

เมื่อพิจารณาแผนภูมิ 2 ผลการจัดลำดับและระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีต่อความพร้อมโดยรวมในการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับกลุ่มโรงพยาบาล/สถานพยาบาล และคลินิก (ในภาพรวม) พบว่า

หมวดปัจจัยที่มีอิทธิพลอันดับแรก คือ การบริการที่หลากหลายผ่าน Website และความรู้ความเข้าใจของผู้รับบริการ (ค่าเบต้า 0.293 และระดับความสำคัญค่อนข้างมาก) ซึ่งในหมวดนี้ปัจจัยที่อยู่ในกลุ่มจุดด้อย (ต้องเร่งปรับปรุง) ได้แก่

(7) ความหลากหลายของสินค้าและบริการผ่าน Website

หมวดปัจจัยที่มีอิทธิพลอันดับสอง คือ การเข้าถึงแหล่งเงินทุน และความรู้ความเข้าใจในธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (ค่าเบต้า 0.279 และระดับความสำคัญค่อนข้างมาก) ซึ่งในหมวดนี้ปัจจัยต่างๆ อยู่ในกลุ่มจุดด้อย (ต้องเร่งปรับปรุง) ได้แก่

(G) ความรู้ความเข้าใจตลาดและผู้บริโภคในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

(I) การมีเงินทุนและการเข้าถึงแหล่งเงินทุน

หมวดปัจจัยที่มีอิทธิพลอันดับสาม คือ ความพร้อมในระบบสารสนเทศและความน่าเชื่อถือขององค์กร (ค่าเบต้า 0.193 และระดับความสำคัญในเกณฑ์ปานกลาง) ซึ่งในหมวดนี้ปัจจัยจะอยู่ในกลุ่มรักษาไว้ (ปัจจัยที่ทำให้ดีแต่ยังมีความสำคัญรอง) และกลุ่มจุดเด่น (ปัจจัยที่ทำให้ดีและมีความสำคัญมาก)

หมวดปัจจัยที่มีอิทธิพลอันดับสี่ คือ **ช่องทางในการชำระค่าบริการและความปลอดภัย** (ค่าเบต้า 0.192 และระดับความสำคัญในเกณฑ์ปานกลาง) ซึ่งในหมวดนี้ปัจจัยอยู่ในกลุ่มจุดด้อย (ต้องเร่งปรับปรุง) และหมวดปัจจัยที่สำคัญรอง (ควรปรับปรุง) ตามลำดับได้แก่

- (8) มีช่องทาง และ ระบบการชำระสินค้า/บริการหลากหลาย
- (L) ความปลอดภัยในระบบการชำระเงิน

หมวดปัจจัยที่มีอิทธิพลอันดับห้า คือ **การออกแบบ Website และความมั่นใจในการใช้งานระบบ** (ค่าเบต้า 0.132 และระดับความสำคัญในเกณฑ์ปานกลาง) ซึ่งปัจจัยที่อยู่ในกลุ่มจุดด้อย (ต้องเร่งปรับปรุง) ได้แก่

- (1) ความเชื่อมั่นและ ความพร้อมของคู่ค้า/ลูกค้าที่จะใช้ e-Commerce

หมวดปัจจัยที่มีอิทธิพลอันดับหก คือ **จำนวนบุคลากรด้านสารสนเทศ** (ค่าเบต้า 0.129 และระดับความสำคัญในเกณฑ์ปานกลาง) ในหมวดนี้ปัจจัยที่สำคัญรอง (ควรปรับปรุง) ได้แก่

- (H) จำนวนของบุคลากร/ทีมงานด้านสารสนเทศ (ICT)

หมวดปัจจัยที่มีอิทธิพลอันดับเจ็ด คือ **การได้รับความสนับสนุนจากภาครัฐ** (ค่าเบต้า 0.117 และระดับความสำคัญในเกณฑ์ปานกลาง) ซึ่งอยู่ในกลุ่มสำคัญรอง (ควรปรับปรุง) ได้แก่

- (J) การได้รับความสนับสนุนจากภาครัฐ

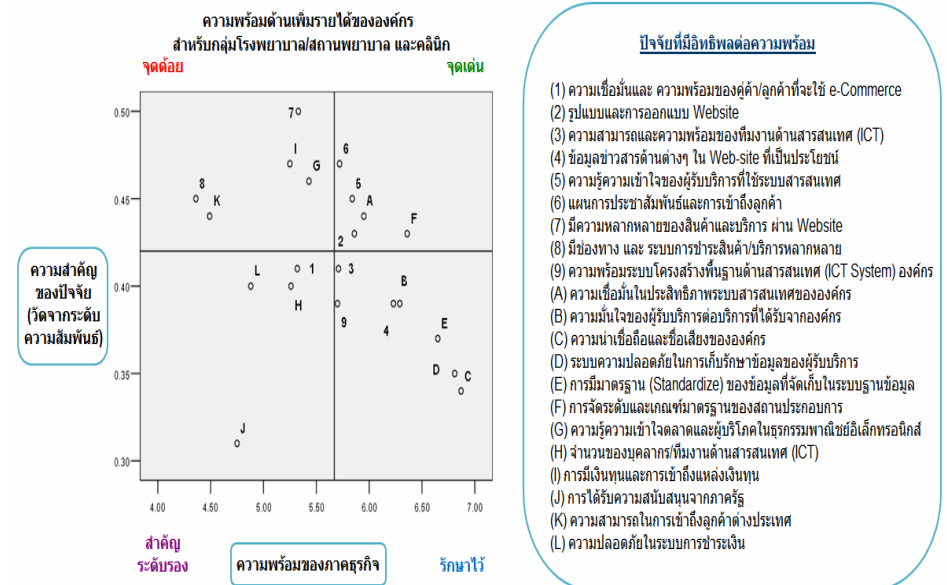
หมวดปัจจัยที่มีอิทธิพลอันดับแปด คือ **การเข้าถึงลูกค้าต่างประเทศ** (ค่าเบต้า 0.103 และระดับความสำคัญในเกณฑ์ปานกลาง) ซึ่งอยู่ในกลุ่มจุดด้อย (ต้องเร่งปรับปรุง) ได้แก่

- (K) ความสามารถในการเข้าถึงลูกค้าต่างประเทศ

1.1.2 วัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มรายได้ขององค์กร

1.1.2.1 ผลการวิเคราะห์ Need Gap Analysis

แผนภูมิ 12 ผลการวิเคราะห์ Need Gap Analysis สำหรับภาพรวมของความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพร้อมในการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อวัตถุประสงค์เพิ่มรายได้ขององค์กร สำหรับกลุ่มโรงพยาบาล/สถานพยาบาล และคลินิก



เมื่อนำผลการประเมินของกลุ่มโรงพยาบาล/ สถานพยาบาล และคลินิกด้วยการวิเคราะห์ Need Gap Analysis สำหรับภาพรวมของ ความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพร้อมในการพัฒนาพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์เพื่อวัตถุประสงค์เพิ่มรายได้ขององค์กร พอสรุปได้ว่าความพร้อมของผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กลุ่มโรงพยาบาล/ สถานพยาบาล และคลินิกมีดังนี้

ปัจจัยที่เป็นจุดเด่น (ปัจจัยที่ทำได้ดีและมีความสำคัญมาก)
5 ปัจจัย ได้แก่

- (2) รูปแบบและการออกแบบ Website
- (5) ความรู้ความเข้าใจของผู้รับบริการที่ใช้ระบบสารสนเทศ
- (6) แผนการประชาสัมพันธ์และการเข้าถึงลูกค้า
- (A) ความเชื่อมั่นในประสิทธิภาพระบบสารสนเทศขององค์กร
- (F) การจัดระดับและเกณฑ์มาตรฐานของสถานประกอบการ

ปัจจัยในกลุ่มรักษาไว้ (ปัจจัยที่ทำได้ดีแต่ยังมีความสำคัญรอง)
7 ปัจจัย ได้แก่

- (3) ความสามารถและความพร้อมของทีมงานด้านสารสนเทศ (ICT)
- (4) ข้อมูลข่าวสารด้านต่างๆ ใน Website ที่เป็นประโยชน์
- (9) ความพร้อมระบบ โครงสร้างพื้นฐานด้านสารสนเทศ (ICT System) องค์กร
- (B) ความมั่นใจของผู้รับบริการต่อบริการที่ได้รับจากองค์กร
- (C) ความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงขององค์กร

- (D) ระบบความปลอดภัยในการเก็บรักษาข้อมูลของผู้รับบริการ
- (E) การมีมาตรฐาน (Standardize) ของข้อมูลที่จัดเก็บในระบบฐานข้อมูล

ปัจจัยที่เป็นจุดด้อย (ปัจจัยที่ต้องเร่งปรับปรุง) 5 ปัจจัย ได้แก่

- (7) มีความหลากหลายของสินค้าและบริการ ผ่าน Website
- (8) มีช่องทาง และ ระบบการชำระสินค้า/บริการหลากหลาย
- (G) ความรู้ความเข้าใจตลาดและผู้บริโภคในธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
- (I) การมีเงินทุนและการเข้าถึงแหล่งเงินทุน
- (K) ความสามารถในการเข้าถึงลูกค้าต่างประเทศ

ปัจจัยที่อยู่ในกลุ่มสำคัญระดับรอง (ปัจจัยที่ควรปรับปรุง)
4 ปัจจัย ได้แก่

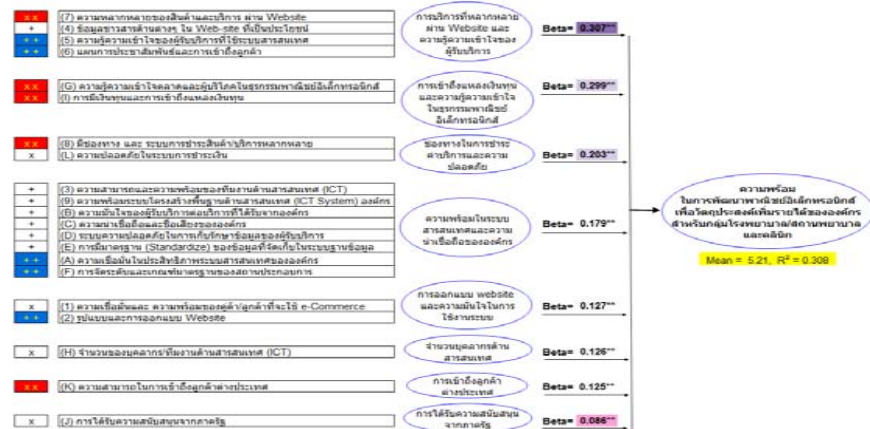
- (1) ความเชื่อมั่นและ ความพร้อมของคู่ค้า/ลูกค้าที่จะใช้ e-Commerce
- (H) จำนวนของบุคลากร/ทีมงานด้านสารสนเทศ (ICT)
- (J) การได้รับความสนับสนุนจากภาครัฐ
- (L) ความปลอดภัยในระบบการชำระเงิน

1.1.2.2 ผลการวิเคราะห์เพื่อการจัดลำดับและระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีต่อความพร้อมในการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อวัตถุประสงค์เพิ่มรายได้ขององค์กร สำหรับกลุ่มโรงพยาบาล/สถานพยาบาล และคลินิก โดยวิธีการวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้น (Multiple Regression Analysis)

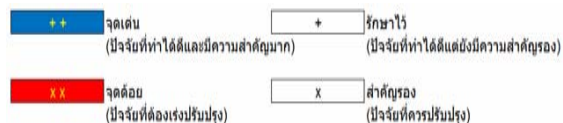
ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพร้อมด้านเพิ่มรายได้ขององค์กรในการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และข้อเสนอแนะต่อกลุ่มโรงพยาบาล/สถานพยาบาล และคลินิก เพื่อเป็นประโยชน์ในการนำข้อเสนอแนะไปใช้ในทางปฏิบัติจริง สรุปได้ดังนี้

แผนภูมิ 13 ผลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้น (Multiple Regression Analysis)

สำหรับภาพรวมของความพร้อมในการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อวัตถุประสงค์เพิ่มรายได้ขององค์กร สำหรับกลุ่มโรงพยาบาล/สถานพยาบาล และคลินิก



หมายเหตุ *** ระดับนัยสำคัญที่ 0.05



สรุปผลและข้อเสนอแนะ

เมื่อพิจารณาแผนภูมิ 4 ผลการจัดลำดับและระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีต่อความพร้อมในการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อวัตถุประสงค์เพิ่มรายได้ขององค์กร สำหรับกลุ่มโรงพยาบาล/สถานพยาบาล และคลินิก (ในภาพรวม) พบว่า

หมวดปัจจัยที่มีอิทธิพลอันดับแรก คือ การบริการที่หลากหลายผ่าน Website และความรู้ความเข้าใจของผู้รับบริการ (ค่าเบต้า 0.307 และระดับความสำคัญมาก) ซึ่งในหมวดนี้ปัจจัยที่อยู่ในกลุ่มจุดด้อย (ต้องเร่งปรับปรุง) ได้แก่

(7) ความหลากหลายของสินค้าและบริการ ผ่าน Website

หมวดปัจจัยที่มีอิทธิพลอันดับสอง คือ การเข้าถึงแหล่งเงินทุนและความรู้ความเข้าใจในธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (ค่าเบต้า 0.299 และระดับความสำคัญค่อนข้างมาก) ซึ่งในหมวดนี้ปัจจัยต่างๆ อยู่ในกลุ่มจุดด้อย (ต้องเร่งปรับปรุง) ได้แก่

(G) ความรู้ความเข้าใจตลาดและผู้ใช้บริการในธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

(I) การมีเงินทุนและการเข้าถึงแหล่งเงินทุน

หมวดปัจจัยที่มีอิทธิพลอันดับสาม คือ ช่องทางการชำระค่าบริการและความปลอดภัย (ค่าเบต้า 0.203 และระดับความสำคัญค่อนข้างมาก) ซึ่งอยู่ในกลุ่มจุดด้อย (ต้องเร่งปรับปรุง) และหมวดปัจจัยที่สำคัญรอง (ควรปรับปรุง) ตามลำดับได้แก่

(8) มีช่องทางและระบบการชำระสินค้า/บริการหลากหลาย

(L) ความปลอดภัยในระบบการชำระเงิน

หมวดปัจจัยที่มีอิทธิพลอันดับสี่ คือ **ความพร้อมในระบบสารสนเทศและความน่าเชื่อถือขององค์กร** (ค่าเบต้า 0.179 และระดับความสำคัญในเกณฑ์ปานกลาง) ซึ่งในหมวดนี้ปัจจัยจะอยู่ในกลุ่มรักษาไว้ (ปัจจัยที่ทำให้ดีแต่ยังมีความสำคัญรอง) และกลุ่มจุดเด่น (ปัจจัยที่ทำให้ดีและมีความสำคัญมาก)

หมวดปัจจัยที่มีอิทธิพลอันดับห้า คือ **การออกแบบ Website และความมั่นใจในการใช้งานระบบ** (ค่าเบต้า 0.127 และระดับความสำคัญในเกณฑ์ปานกลาง) ในหมวดนี้ปัจจัยที่สำคัญรอง (ควรปรับปรุง) ได้แก่

(1) ความเชื่อมั่นและ ความพร้อมของลูกค้า/ลูกค้าที่จะใช้ e-Commerce

หมวดปัจจัยที่มีอิทธิพลอันดับหก คือ **จำนวนบุคลากรด้านสารสนเทศ** (ค่าเบต้า 0.126 และระดับความสำคัญในเกณฑ์ปานกลาง) ในหมวดนี้ปัจจัยที่สำคัญรอง (ควรปรับปรุง) ได้แก่

(H) จำนวนของบุคลากร/ทีมงานด้านสารสนเทศ (ICT)

หมวดปัจจัยที่มีอิทธิพลอันดับเจ็ด คือ **การเข้าถึงลูกค้าต่างประเทศ** (ค่าเบต้า 0.125 และระดับความสำคัญในเกณฑ์ปานกลาง) ซึ่งอยู่ในกลุ่มจุดด้อย (ต้องเร่งปรับปรุง) ได้แก่

(K) ความสามารถในการเข้าถึงลูกค้าต่างประเทศ

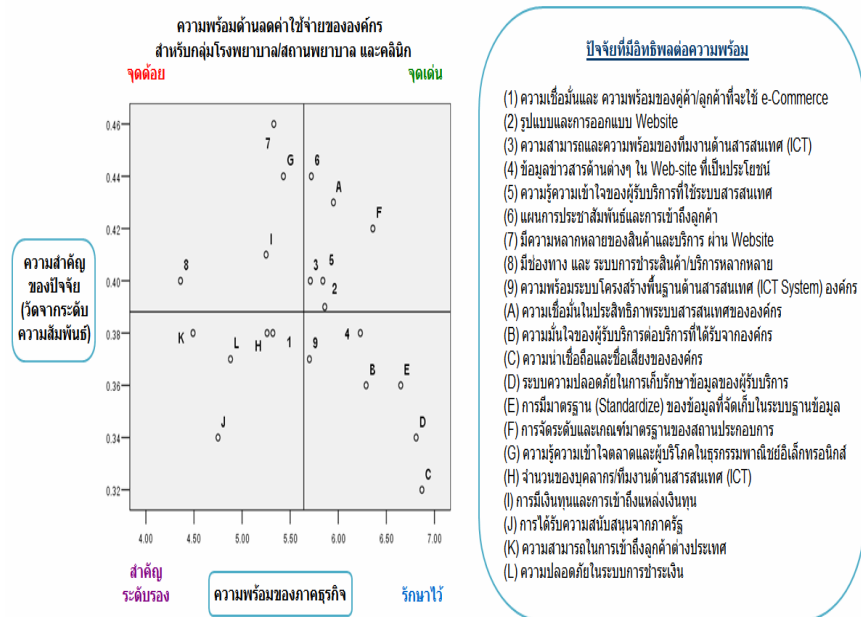
หมวดปัจจัยที่มีอิทธิพลอันดับแปด คือ **การได้รับความสนับสนุนจากภาครัฐ** (ค่าเบต้า 0.086 และระดับความสำคัญในเกณฑ์ต่ำ) ซึ่งอยู่ในกลุ่มสำคัญรอง (ควรปรับปรุง) ได้แก่

(J) การได้รับความสนับสนุนจากภาครัฐ

1.1.3 วัตถุประสงค์เพื่อลดค่าใช้จ่ายขององค์กร

1.1.3.1 ผลการวิเคราะห์ Need Gap Analysis

แผนภูมิ 14 ผลการวิเคราะห์ Need Gap Analysis สำหรับภาพรวมของความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพร้อม ในการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อวัตถุประสงค์ลดค่าใช้จ่ายขององค์กร สำหรับกลุ่มโรงพยาบาล/สถานพยาบาล และคลินิก



เมื่อนําผลการประเมินของกลุ่มโรงพยาบาล/ สถานพยาบาล และ
คลินิกด้วยการวิเคราะห์ Need Gap Analysis สํารวจภาพรวมของ
ความสําคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพร้อมในการพัฒนาพาณิชย์
อิเล็กทรอนิกส์เพื่อวัตถุประสงค์ลดค่าใช้จ่ายขององค์กร พอสรุปได้ว่า
ความพร้อมของผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กลุ่มโรงพยาบาล/
สถานพยาบาล และคลินิกมีดังนี้

ปัจจัยที่เป็นจุดเด่น (ปัจจัยที่ทำได้ดีและมีความสําคัญมาก)
6 ปัจจัย ได้แก่

- (2) รูปแบบและการออกแบบ Website
- (3) ความสามารถและความพร้อมของทีมงานด้านสารสนเทศ (ICT)
- (5) ความรู้ความเข้าใจของผู้รับบริการที่ใช้ระบบสารสนเทศ
- (6) แผนการประชาสัมพันธ์และการเข้าถึงลูกค้า
- (A) ความเชื่อมั่นในประสิทธิภาพระบบสารสนเทศขององค์กร
- (F) การจัดระดับและเกณฑ์มาตรฐานของสถานประกอบการ

ปัจจัยในกลุ่มรักษาไว้ (ปัจจัยที่ทำได้ดีแต่ยังมีความสําคัญรอง)
6 ปัจจัย ได้แก่

- (4) ข้อมูลข่าวสารด้านต่างๆ ใน Website ที่เป็นประโยชน์
- (9) ความพร้อมระบบโครงสร้างพื้นฐานด้านสารสนเทศ
(ICT System) องค์กร
- (B) ความมั่นใจของผู้รับบริการต่อบริการที่ได้รับจากองค์กร
- (C) ความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงขององค์กร

- (D) ระบบความปลอดภัยในการเก็บรักษาข้อมูลของผู้รับบริการ
- (E) การมีมาตรฐาน (Standardize) ของข้อมูลที่จัดเก็บในระบบ
ฐานข้อมูล

ปัจจัยที่เป็นจุดด้อย (ปัจจัยที่ต้องเร่งปรับปรุง) 4 ปัจจัย ได้แก่

- (7) มีความหลากหลายของสินค้าและบริการ ผ่าน Website
- (8) มีช่องทาง และ ระบบการชำระสินค้า/บริการหลากหลาย
- (G) ความรู้ความเข้าใจตลาดและผู้บริโภคในธุรกรรมพาณิชย์
อิเล็กทรอนิกส์
- (I) การมีเงินทุนและการเข้าถึงแหล่งเงินทุน

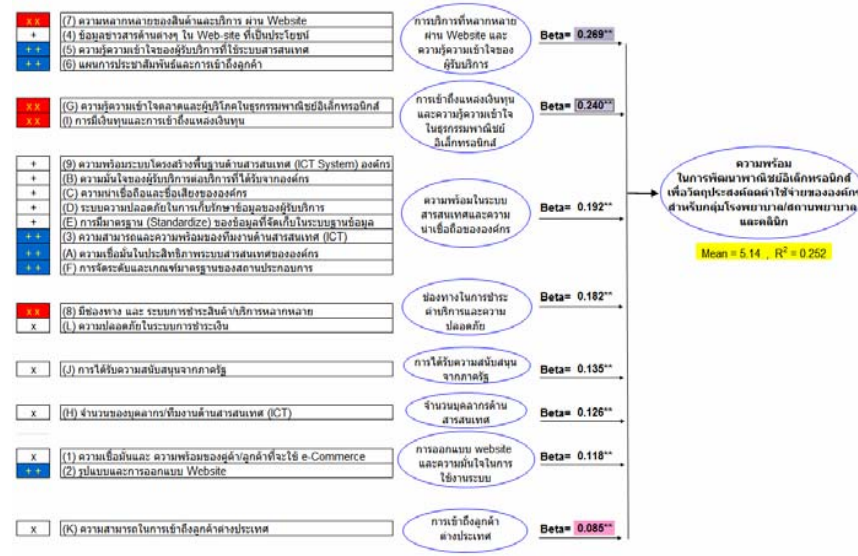
ปัจจัยที่อยู่ในกลุ่มสําคัญระดับรอง (ปัจจัยที่ควรปรับปรุง)
5 ปัจจัย ได้แก่

- (1) ความเชื่อมั่นและ ความพร้อมของคู่ค้า/ลูกค้าที่จะใช้ e-Commerce
- (H) จำนวนของบุคลากร/ทีมงานด้านสารสนเทศ (ICT)
- (J) การได้รับความสนับสนุนจากภาครัฐ
- (K) ความสามารถในการเข้าถึงลูกค้าต่างประเทศ
- (L) ความปลอดภัยในระบบการชำระเงิน

**1.1.3.2 ผลการวิเคราะห์เพื่อการจัดลำดับและระดับ
ความสําคัญของปัจจัยที่มีต่อความพร้อมใน การพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
เพื่อวัตถุประสงค์ลดค่าใช้จ่ายขององค์กร สํารวจกลุ่มโรงพยาบาล/
สถานพยาบาล และคลินิก โดยวิธีการวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้น (Multiple
Regression Analysis)**

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพร้อมด้านลดค่าใช้จ่ายขององค์กร ในการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และข้อเสนอแนะต่อกลุ่มโรงพยาบาล/สถานพยาบาล และคลินิก เพื่อเป็นประโยชน์ในการนำข้อเสนอแนะไปใช้ในทางปฏิบัติจริง สรุปได้ดังนี้

แผนภูมิ 15 ผลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้น (Multiple Regression Analysis) ของความพร้อมในการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อวัตถุประสงค์ลดค่าใช้จ่ายขององค์กร สำหรับกลุ่มโรงพยาบาล/สถานพยาบาล และคลินิก



หมายเหตุ *** ระดับนัยสำคัญที่ 0.05

++ จุดเด่น (ปัจจัยที่ทำได้ดีและมีความสำคัญมาก) + รักษาไว้ (ปัจจัยที่ทำได้ดีแต่ยังมีความสำคัญรอง)

XX จุดด้อย (ปัจจัยที่ต้องเร่งปรับปรุง) X สำคัญรอง (ปัจจัยที่ควรปรับปรุง)

สรุปผลและข้อเสนอแนะ

เมื่อพิจารณาแผนภูมิ 6 ผลการวิเคราะห์จัดลำดับและระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีต่อความพร้อมในการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อวัตถุประสงค์ลดค่าใช้จ่ายขององค์กร สำหรับกลุ่มโรงพยาบาล/สถานพยาบาล และคลินิก (ในภาพรวม) พบว่า

หมวดปัจจัยที่มีอิทธิพลอันดับแรก คือ **การบริการที่หลากหลายผ่าน Website และความรู้ความเข้าใจของผู้รับบริการ** (ค่าเบต้า 0.269 และระดับความสำคัญค่อนข้างมาก) ซึ่งในหมวดนี้ปัจจัยที่อยู่ในกลุ่มจุดด้อย (ต้องเร่งปรับปรุง) ได้แก่

(7) ความหลากหลายของสินค้าและบริการ ผ่าน Website

หมวดปัจจัยที่มีอิทธิพลอันดับสอง คือ **การเข้าถึงแหล่งเงินทุน และความรู้ความเข้าใจในธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์** (ค่าเบต้า 0.240 และระดับความสำคัญค่อนข้างมาก) ซึ่งในหมวดนี้ปัจจัยต่างๆ อยู่ในกลุ่มจุดด้อย (ต้องเร่งปรับปรุง) ได้แก่

(G) ความรู้ความเข้าใจตลาดและผู้บริโภคในธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

(I) การมีเงินลงทุนและการเข้าถึงแหล่งเงินทุน

หมวดปัจจัยที่มีอิทธิพลอันดับสาม คือ **ความพร้อมในระบบสารสนเทศและความน่าเชื่อถือขององค์กร** (ค่าเบต้า 0.192 และระดับความสำคัญในเกณฑ์ปานกลาง) ซึ่งในหมวดนี้ปัจจัยต่างๆ จะอยู่ในกลุ่ม

รักษาไว้ (ปัจจัยที่ทำได้ดีแต่ยังมีความสำคัญรอง) และกลุ่มจุดเด่น (ปัจจัยที่ทำได้ดีและมีความสำคัญมาก)

หมวดปัจจัยที่มีอิทธิพลอันดับสี่ คือ **ช่องทางในการชำระค่าบริการและความปลอดภัย** (ค่าเบต้า 0.182 และระดับความสำคัญในเกณฑ์ปานกลาง) ซึ่งอยู่ในกลุ่มจุดด้อย (ต้องเร่งปรับปรุง) และหมวดปัจจัยที่สำคัญรอง (ควรปรับปรุง) ตามลำดับได้แก่

(8) มีช่องทาง และ ระบบการชำระเงินค่า/บริการหลากหลาย

(L) ความปลอดภัยในระบบการชำระเงิน

หมวดปัจจัยที่มีอิทธิพลอันดับห้า คือ **การได้รับความสนับสนุนจากภาครัฐ** (ค่าเบต้า 0.135 และระดับความสำคัญในเกณฑ์ปานกลาง) ซึ่งอยู่ในกลุ่มสำคัญรอง (ควรปรับปรุง) ได้แก่

(J) การได้รับความสนับสนุนจากภาครัฐ

หมวดปัจจัยที่มีอิทธิพลอันดับหก คือ **จำนวนบุคลากรด้านสารสนเทศ** (ค่าเบต้า 0.126 และระดับความสำคัญในเกณฑ์ปานกลาง) ซึ่งอยู่ในกลุ่มสำคัญรอง (ควรปรับปรุง) ได้แก่

(H) จำนวนของบุคลากร/ทีมงานด้านสารสนเทศ (ICT)

หมวดปัจจัยที่มีอิทธิพลอันดับเจ็ด คือ **การออกแบบ Website และความมั่นใจในการใช้งานระบบ** (ค่าเบต้า 0.118 และระดับความสำคัญในเกณฑ์ปานกลาง) ในหมวดนี้ปัจจัยที่สำคัญรอง (ควรปรับปรุง) ได้แก่

(1) ความเชื่อมั่นและ ความพร้อมของคู่ค้า/ลูกค้าที่จะใช้ e-Commerce

หมวดปัจจัยที่มีอิทธิพลอันดับแปด คือ **การเข้าถึงลูกค้าต่างประเทศ** (ค่าเบต้า 0.085 และระดับความสำคัญในเกณฑ์ต่ำ) ซึ่งอยู่ในกลุ่มจุดด้อย (ต้องเร่งปรับปรุง) ได้แก่

(K) ความสามารถในการเข้าถึงลูกค้าต่างประเทศ

2. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสามารถและความพร้อมในการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และข้อเสนอแนะต่อกลุ่มธุรกิจบริการส่งเสริมสุขภาพ

2.1 สรุปภาพรวมจำแนกตามวัตถุประสงค์ของการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ทั้งด้านเพิ่มรายได้และด้านลดค่าใช้จ่าย

2.1.1 ความพร้อมโดยรวม

2.1.1.1 ผลการสำรวจโดยรวม

ตาราง 25 คะแนนเฉลี่ย (โดยรวม) ของปัจจัยในด้านความพร้อมและความสำคัญ
ในการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สำหรับกลุ่มธุรกิจบริการ
ส่งเสริมสุขภาพ

ปัจจัย	คะแนนเฉลี่ย ความพร้อม โดยรวม (ระดับคะแนน 1-10)	ความสำคัญ		
		ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (ส.ป.ส.) (ระดับค่าส.ป.ส. 0 - 1)		
		โดยรวม	ด้านเพิ่ม รายได้	ด้านลด ค่าใช้จ่าย
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	6.39	0.40	0.42	0.36
(1) ความเชื่อมั่นและความพร้อมของ ลูกค้า/ลูกค้าที่จะใช้ e-Commerce	5.89	0.37	0.38	0.34
(2) รูปแบบและการออกแบบ Website	6.46	0.44	0.46	0.41
(3) ความสามารถและความพร้อม ของทีมงานด้านสารสนเทศ (ICT)	5.80	0.45	0.47	0.41
(4) ข้อมูลข่าวสารด้านต่างๆ ใน Website ที่เป็นประโยชน์	6.60	0.45	0.47	0.40
(5) ความรู้ความเข้าใจของผู้รับบริการ ที่ใช้ระบบสารสนเทศ	6.28	0.44	0.47	0.38
(6) แผนการประชาสัมพันธ์และ การเข้าถึงลูกค้า	6.47	0.45	0.47	0.40
(7) มีความหลากหลายของสินค้า และบริการ ผ่าน Website	6.47	0.46	0.48	0.41
(8) มีช่องทาง และ ระบบการชำระ สินค้า/บริการหลากหลาย	5.83	0.41	0.42	0.38

ตาราง 25 คะแนนเฉลี่ย (โดยรวม) ของปัจจัยในด้านความพร้อมและความสำคัญ
ของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สำหรับกลุ่มธุรกิจบริการส่งเสริมสุขภาพ
(ต่อ)

ปัจจัย	คะแนนเฉลี่ย ความพร้อม โดยรวม (ระดับคะแนน 1-10)	ความสำคัญ		
		ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (ส.ป.ส.) (ระดับค่าส.ป.ส. 0 - 1)		
		โดยรวม	ด้านเพิ่ม รายได้	ด้านลด ค่าใช้จ่าย
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	6.39	0.40	0.42	0.36
(9) ความพร้อมระบบโครงสร้าง พื้นฐานด้านสารสนเทศ (ICT System) องค์กร	5.93	0.42	0.43	0.39
(A) ความเชื่อมั่นในประสิทธิภาพ ระบบสารสนเทศขององค์กร	6.49	0.42	0.43	0.38
(B) ความมั่นใจของผู้รับบริการต่อ บริการที่ได้รับจากองค์กร	7.06	0.40	0.42	0.36
(C) ความน่าเชื่อถือและชื่อเสียง ขององค์กร	7.48	0.38	0.41	0.33
(D) ระบบความปลอดภัยในการ เก็บรักษาข้อมูลของ ผู้รับบริการ	7.22	0.34	0.37	0.28
(E) การมีมาตรฐาน (Standardize) ของข้อมูลที่จัดเก็บในระบบ ฐานข้อมูล	6.77	0.38	0.41	0.33

ตาราง 25 คะแนนเฉลี่ย (โดยรวม) ของปัจจัยในด้านความพร้อมและความสำคัญ
ของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สำหรับกลุ่มธุรกิจบริการส่งเสริมสุขภาพ
(ต่อ)

ปัจจัย	คะแนนเฉลี่ย ความพร้อม โดยรวม (ระดับคะแนน 1-10)	ความสำคัญ		
		ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (ส.ป.ส.) (ระดับค่าส.ป.ส. 0 - 1)		
		โดยรวม	ด้านเพิ่ม รายได้	ด้านลด ค่าใช้จ่าย
ค่าเฉลี่ยโดยรวม	6.39	0.40	0.42	0.36
(F) การจัดระดับและเกณฑ์มาตรฐาน ของสถานประกอบการ	7.03	0.34	0.36	0.30
(G) ความรู้ความเข้าใจตลาดและ ผู้บริโภคในธุรกรรมพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์	6.19	0.41	0.42	0.38
(H) จำนวนของบุคลากร/ทีมงาน ด้านสารสนเทศ (ICT)	5.51	0.49	0.49	0.47
(I) การมีเงินทุนและการเข้าถึง แหล่งเงินทุน	6.09	0.40	0.41	0.37
(J) การได้รับความสนับสนุนจาก ภาครัฐ	5.47	0.24	0.24	0.24
(K) ความสามารถในการเข้าถึง ลูกค้าต่างประเทศ	6.64	0.42	0.45	0.37
(L) ความปลอดภัยในระบบการ ชำระเงิน	6.55	0.38	0.41	0.32

หมายเหตุ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (ส.ป.ส.) คือ ค่าที่วัดความสัมพันธ์ระหว่างคะแนนภาพรวม
ความพร้อมในการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของสถานประกอบการกับ
คะแนนในแต่ละปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพร้อมในการพัฒนาระบบพาณิชย์
อิเล็กทรอนิกส์

2.1.1.2 ผลการวิเคราะห์ Need Gap Analysis

คำนิยาม

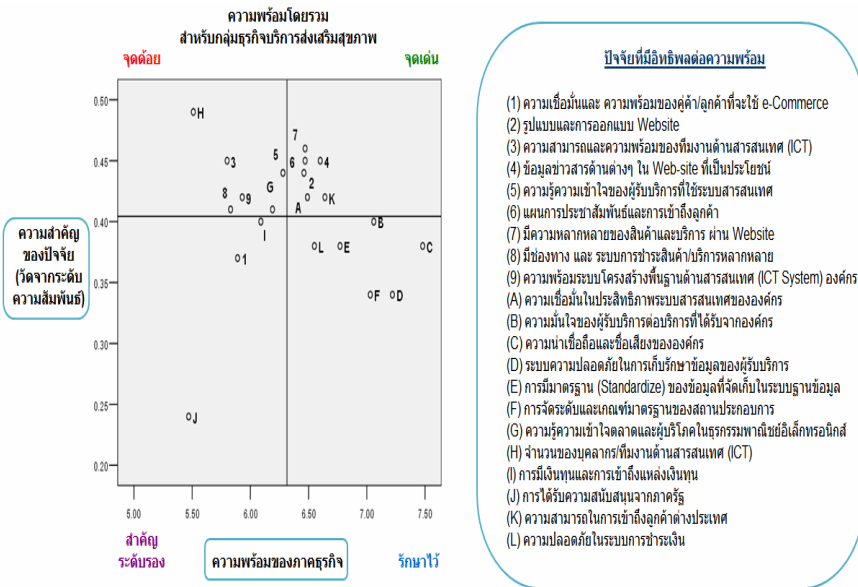
จุดเด่น คือ ปัจจัยที่มีคะแนนเฉลี่ยของความพร้อมมากกว่า
คะแนนเฉลี่ยรวมที่คำนวณจาก
ทุกปัจจัยความพร้อม และ ด้านปัจจัยที่มีคะแนนเฉลี่ยของความสำคัญ
มากกว่าคะแนนเฉลี่ยรวมที่คำนวณจากทุกปัจจัยความสำคัญ
(ซึ่งในรายงานฉบับนี้จะเรียกว่า “ปัจจัยที่ทำได้ดีและมีความสำคัญมาก”
ทั้งนี้เพื่อให้เข้าใจง่ายและสาระสำคัญยังครบถ้วน)

จุดด้อย คือ ปัจจัยที่มีคะแนนเฉลี่ยของความพร้อมน้อยกว่า
คะแนนเฉลี่ยรวมที่คำนวณจากทุกปัจจัยความพร้อม แต่ ด้านปัจจัยที่มี
คะแนนเฉลี่ยของความสำคัญมากกว่าคะแนนเฉลี่ยรวมที่คำนวณจากทุก
ปัจจัยความสำคัญ
(ซึ่งในรายงานฉบับนี้จะเรียกว่า “ปัจจัยที่อยู่ในกลุ่มจุดด้อย (ต้องเร่ง
ปรับปรุง)”)

รักษาไว้ คือ ปัจจัยที่มีคะแนนเฉลี่ยของความพร้อมมากกว่า
คะแนนเฉลี่ยรวมที่คำนวณจากทุกปัจจัยความพร้อม แต่ ด้านปัจจัยที่มี
คะแนนเฉลี่ยของความสำคัญน้อยกว่าคะแนนเฉลี่ยรวมที่คำนวณจากทุก
ปัจจัยความสำคัญ
(ซึ่งในรายงานฉบับนี้จะเรียกว่า “ปัจจัยที่ทำได้ดีแต่ยังมีความสำคัญรอง”)

ตัวชี้วัดระดับรอง คือ ปัจจัยที่มีคะแนนเฉลี่ยของความพร้อมน้อยกว่าคะแนนเฉลี่ยรวมที่คำนวณจากทุกปัจจัยความพร้อมและ ด้านปัจจัยที่มีคะแนนเฉลี่ยของความสำคัญน้อยกว่าคะแนนเฉลี่ยรวมที่คำนวณจากทุกปัจจัยความสำคัญ (ซึ่งในรายงานฉบับนี้จะเรียกว่า “**ปัจจัยที่ควรปรับปรุง**”)

แผนภูมิ 16 ผลการวิเคราะห์ Need Gap Analysis สำหรับภาพรวมของความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพร้อมโดยรวมในการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สำหรับกลุ่มธุรกิจบริการส่งเสริมสุขภาพ



เมื่อนำผลการประเมินของกลุ่มธุรกิจบริการส่งเสริมสุขภาพมาวิเคราะห์ด้วย Need Gap Analysis สำหรับภาพรวมของความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพร้อมโดยรวมในการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

สรุปได้ว่าความพร้อมของผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กลุ่มธุรกิจบริการส่งเสริมสุขภาพในภาพรวม มีดังนี้

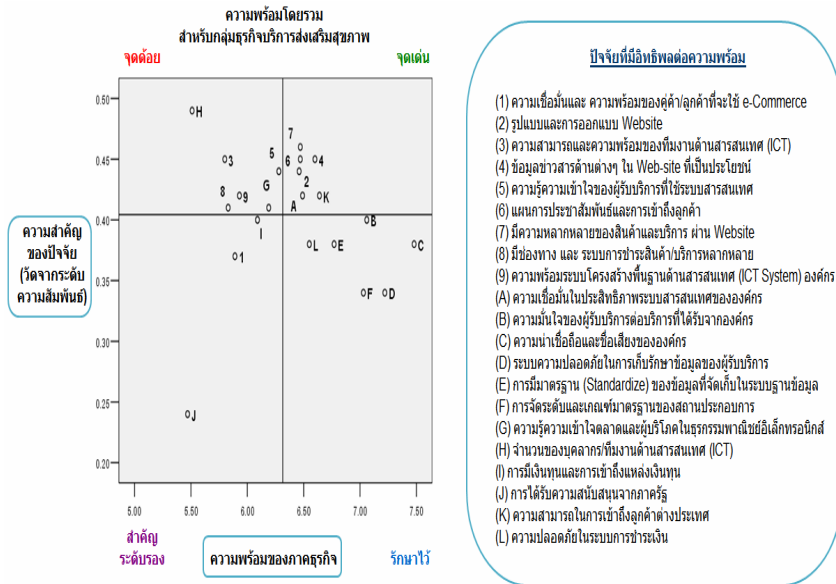
ปัจจัยที่เป็นจุดเด่น (ปัจจัยที่ทำได้ดีและมีความสำคัญมาก)

- 6 ปัจจัย ได้แก่
- (2) รูปแบบและการออกแบบ Website
 - (4) ข้อมูลข่าวสารด้านต่างๆ ใน Website ที่เป็นประโยชน์
 - (6) แผนการประชาสัมพันธ์และการเข้าถึงลูกค้า
 - (7) มีความหลากหลายของสินค้าและบริการ ผ่าน Website
 - (A) ความเชื่อมั่นในประสิทธิภาพระบบสารสนเทศขององค์กร
 - (K) ความสามารถในการเข้าถึงลูกค้าต่างประเทศ

ปัจจัยในกลุ่มรักษาไว้ (ปัจจัยที่ทำได้ดีแต่ยังมีความสำคัญรอง)

- 6 ปัจจัย ได้แก่
- (B) ความมั่นใจของผู้รับบริการต่อบริการที่ได้รับจากองค์กร
 - (C) ความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงขององค์กร
 - (D) ระบบความปลอดภัยในการเก็บรักษาข้อมูลของผู้รับบริการ
 - (E) การมีมาตรฐาน (Standardize) ของข้อมูลที่จัดเก็บในระบบฐานข้อมูล
 - (F) การจัดระดับและเกณฑ์มาตรฐานของสถานประกอบการ
 - (L) ความปลอดภัยในระบบการชำระเงิน

แผนภูมิ 17 ผลการวิเคราะห์ Need Gap Analysis สำหรับภาพรวมของความสำเร็จของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพร้อมโดยรวมในการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สำหรับกลุ่มธุรกิจบริการส่งเสริมสุขภาพ



เมื่อนำผลการประเมินของกลุ่มธุรกิจบริการส่งเสริมสุขภาพมาวิเคราะห์ด้วย Need Gap Analysis สำหรับภาพรวมของความสำเร็จของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพร้อมโดยรวมในการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ พอสรุปได้ว่าความพร้อมของผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กลุ่มธุรกิจบริการส่งเสริมสุขภาพในภาพรวม มีดังนี้

ปัจจัยที่เป็นจุดเด่น (ปัจจัยที่ทำได้ดีและมีความสำคัญมาก) 6 ปัจจัย ได้แก่

- (2) รูปแบบและการออกแบบ Website
- (4) ข้อมูลข่าวสารด้านต่างๆ ใน Website ที่เป็นประโยชน์
- (6) แผนการประชาสัมพันธ์และการเข้าถึงลูกค้า
- (7) มีความหลากหลายของสินค้าและบริการ ผ่าน Website
- (A) ความเชื่อมั่นในประสิทธิภาพระบบสารสนเทศขององค์กร
- (K) ความสามารถในการเข้าถึงลูกค้าต่างประเทศ

ปัจจัยในกลุ่มรักษาไว้ (ปัจจัยที่ทำได้ดีแต่ยังมีความสำคัญรอง)

6 ปัจจัย ได้แก่

- (B) ความมั่นใจของผู้รับบริการต่อบริการที่ได้รับจากองค์กร
- (C) ความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงขององค์กร
- (D) ระบบความปลอดภัยในการเก็บรักษาข้อมูลของผู้รับบริการ
- (E) การมีมาตรฐาน (Standardize) ของข้อมูลที่จัดเก็บในระบบฐานข้อมูล
- (F) การจัดระดับและเกณฑ์มาตรฐานของสถานประกอบการ
- (L) ความปลอดภัยในระบบการชำระเงิน

ปัจจัยที่เป็นจุดด้อย (ปัจจัยที่ต้องเร่งปรับปรุง) 6 ปัจจัย ได้แก่

- (3) ความสามารถและความพร้อมของทีมงานด้านสารสนเทศ (ICT)
- (5) ความรู้ความเข้าใจของผู้รับบริการที่ใช้ระบบสารสนเทศ
- (8) มีช่องทาง และ ระบบการชำระสินค้า/บริการหลากหลาย
- (9) ความพร้อมระบบโครงสร้างพื้นฐานด้านสารสนเทศ (ICT System) องค์กร

(G) ความรู้ความเข้าใจตลาดและผู้บริโภคในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

(H) จำนวนของบุคลากร/ทีมงานด้านสารสนเทศ (ICT)

ปัจจัยที่อยู่ในกลุ่มสำคัญระดับรอง (ปัจจัยที่ควรปรับปรุง)

3 ปัจจัย ได้แก่

(1) ความเชื่อมั่นและความพร้อมของลูกค้า/ลูกค้าที่จะใช้ e-Commerce

(I) การมีเงินทุนและการเข้าถึงแหล่งเงินทุน

(J) การได้รับความสนับสนุนจากภาครัฐ

ตาราง 26 สรุปผลการวิเคราะห์ Need Gap Analysis ของความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความร่วมมือในการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับกลุ่มธุรกิจบริการส่งเสริมสุขภาพ โดยจำแนกตามวัตถุประสงค์

กลุ่มปัจจัย	ความพร้อมในการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์			วัตถุประสงค์ของการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์					
	ความพร้อมโดยรวม	วัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มรายได้ขององค์กร	วัตถุประสงค์เพื่อลดค่าใช้จ่ายขององค์กร	เพื่อเพิ่มรายได้ขององค์กร		เพื่อลดค่าใช้จ่ายขององค์กร		ธุรกิจภาพเพื่อเสริมสวย	ธุรกิจภาพเพื่อเสริมสวย
				สปาเพื่อสุขภาพ (Medical & Resort Spa)	สปาเพื่อสุขภาพ (Beauty & Day Spa)	สปาเพื่อสุขภาพ (Medical & Resort Spa)	สปาเพื่อสุขภาพ (Beauty & Day Spa)		
(H) จำนวนของบุคลากร/ทีมงานด้านสารสนเทศ (ICT)	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX	XX
(3) ความสามารถและความพร้อมของทีมงานด้านสารสนเทศ (ICT)	XX	XX	XX	XX	XX	x	XX	XX	XX
(9) ความพร้อมระบบเครื่องใช้ด้านสารสนเทศ (ICT System) องค์กร	XX	XX	XX	XX	XX	x	XX	XX	XX
(5) ความรู้ความเข้าใจของผู้รับบริการที่ใช้ระบบสารสนเทศ	XX	XX	XX	XX	XX	x	x	XX	x
(1) ความเชื่อมั่นและความพร้อมของผู้ลูกค้าที่จะใช้ e-Commerce	x	x	x	XX	x	XX	XX	x	XX
(8) มีช่องทาง และ ระบบการชำระเงินค่าบริการหลาย	XX	x	XX	XX	x	x	XX	x	x
(6) ความรู้ความเข้าใจตลาดและผู้บริโภคในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	XX	x	XX	x	x	XX	x	x	XX
(J) การได้รับความสนับสนุนจากภาครัฐ	x	x	x	x	x	x	x	x	x
(I) การมีเงินทุนและการเข้าถึงแหล่งเงินทุน	x	x	XX	++	x	x	++	XX	x
(6) แผนกประชาสัมพันธ์และการเข้าถึงลูกค้า	++	++	++	XX	XX	++	XX	XX	+
(D) ระบบความปลอดภัยในการเก็บรักษาข้อมูลของผู้รับบริการ	+	+	+	+	+	+	+	+	+
(L) ความปลอดภัยในระบบการเงิน	+	+	+	+	x	++	+	x	++
(A) ความเชื่อมั่นในประสิทธิภาพระบบสารสนเทศขององค์กร	++	++	+	XX	++	+	XX	++	++
(C) ความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงขององค์กร	+	+	+	+	++	+	+	++	+
(E) การมีมาตรฐาน (Standardize) ของข้อมูลที่ใช้ในระบบฐานข้อมูล	+	+	+	+	++	+	+	++	+
(F) การจัดระบบและกลไกมาตรฐานของสถานประกอบการ	+	+	+	+	++	+	+	++	+
(2) รูปแบบและการออกแบบ Website	++	++	++	++	++	XX	++	++	XX
(7) มีความหลากหลายของสินค้าและบริการ ผ่าน Website	++	++	++	XX	++	++	XX	++	++
(8) ความมั่นใจของผู้รับบริการต่อธุรกิจที่ได้รับจากองค์กร	+	+	+	+	++	++	+	++	++
(4) ความสามารถในการเข้าถึงลูกค้าประเทศ	++	++	++	++	x	++	+	x	++
(4) ข้อมูลข่าวสารด้านต่างๆ ใน Web-site ที่เป็นประโยชน์	++	++	++	++	++	++	++	++	++

++ จุดเด่น (ปัจจัยที่ทำได้ดีและมีความสำคัญมาก)
 + ใช้งานได้ (ปัจจัยที่ทำได้แต่ยังมีความสำคัญรอง)

XX จุดด้อย (ปัจจัยที่ต้องเร่งปรับปรุง)
 x สำคัญรอง (ปัจจัยที่ควรปรับปรุง)

เมื่อนำผลการประเมินตนเองของกลุ่มธุรกิจบริการส่งเสริมสุขภาพ ด้วยการวิเคราะห์ Need Gap Analysis สรุปผลการประเมินได้ว่า ผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กลุ่มธุรกิจบริการส่งเสริมสุขภาพของไทยมีความพร้อมในการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในภาพรวมอยู่ในเกณฑ์ปานกลาง-ค่อนข้างดี คือ 6.56 จากคะแนนเต็ม 10 และผลจากการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ (Correlation Analysis) พบว่ากลุ่มธุรกิจบริการส่งเสริมสุขภาพของไทยให้ความสำคัญกับวัตถุประสงค์การพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อเพิ่มรายได้มากกว่ากับวัตถุประสงค์การพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อลดค่าใช้จ่าย โดยดูจากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของวัตถุประสงค์การพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อเพิ่มรายได้ที่ 0.42 จะมากกว่าเมื่อเทียบกับค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของวัตถุประสงค์การพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อลดค่าใช้จ่ายที่ 0.36

ปัจจัยที่อยู่ในกลุ่มปัจจัยเด่น (ปัจจัยที่ทำได้ดีและมีความสำคัญมาก) มี 6 ปัจจัย ได้แก่ รูปแบบและการออกแบบ Website ข้อมูลข่าวสารด้านต่างๆ ใน Website ที่เป็นประโยชน์ ความรู้ความเข้าใจของผู้รับบริการที่ใช้ระบบสารสนเทศ แผนการประชาสัมพันธ์และการเข้าถึงลูกค้า มีความหลากหลายของสินค้าและบริการผ่าน Website ความเชื่อมั่นในประสิทธิภาพระบบสารสนเทศขององค์กร และความสามารถในการเข้าถึงลูกค้าต่างประเทศ

ปัจจัยที่อยู่ในกลุ่มรักษาไว้ (ปัจจัยที่ทำได้ดีแต่ยังมีความสำคัญรอง) มี 6 ปัจจัย ได้แก่ ความมั่นใจของผู้รับบริการต่อบริการที่ได้รับจากองค์กร

ความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงขององค์กร ระบบความปลอดภัยในการเก็บรักษาข้อมูลของผู้รับบริการ การมีมาตรฐาน (Standardize) ของข้อมูลที่จัดเก็บในระบบฐานข้อมูล การจัดระดับและเกณฑ์มาตรฐานของสถานประกอบการ และ ความปลอดภัยในระบบการชำระเงิน

สำหรับปัจจัยที่อยู่ในกลุ่มจุดด้อย (ต้องเร่งปรับปรุง) ที่มีความสำคัญมีอยู่ 6 ปัจจัย ได้แก่ ความสามารถและความพร้อมของทีมงานด้านสารสนเทศ (ICT) ความรู้ความเข้าใจของผู้รับบริการที่ใช้ระบบสารสนเทศ มีช่องทางและระบบการชำระสินค้า/บริการหลากหลาย ความพร้อมระบบโครงสร้างพื้นฐานด้านสารสนเทศ (ICT System) องค์กรความรู้ความเข้าใจตลาดและผู้บริโภคในธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และจำนวนของบุคลากร/ทีมงานด้านสารสนเทศ (ICT)

ส่วนปัจจัยที่เหลือ อีก 3 **ปัจจัยที่อยู่ในกลุ่มสำคัญระดับรอง** (ปัจจัยที่ควรปรับปรุง) อาทิ ความเชื่อมั่นและความพร้อมของคู่ค้า/ลูกค้าที่จะใช้ e-Commerce การมีเงินทุนและการเข้าถึงแหล่งเงินทุน การได้รับความสนับสนุนจากภาครัฐ และทั้งนี้จะเห็นว่า ปัญหาของการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในกลุ่มธุรกิจบริการส่งเสริมสุขภาพ จะอยู่ที่ความพร้อมของระบบโครงสร้างพื้นฐานด้านสารสนเทศ (ICT System) ขององค์กร ทีมงานด้านสารสนเทศ (ICT) ทั้งทางด้านความสามารถความพร้อมและจำนวนบุคลากร เป็นสำคัญ

ในการวิเคราะห์เปรียบเทียบตนเองโดยวิธี Need Gap Analysis จะให้ภาพของปัจจัยที่เป็น จุดอ่อน จุดแข็ง แต่ในการศึกษาครั้งนี้

ไม่ต้องการให้เพียงแต่ปัจจัยที่เป็นจุดอ่อน จุดแข็งแก่ผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กลุ่มธุรกิจบริการส่งเสริมสุขภาพเท่านั้น แต่ยังต้องการให้ข้อเสนอแนะต่อการจัดลำดับและให้ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพร้อมในการประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการกลุ่มธุรกิจบริการส่งเสริมสุขภาพ ทั้งนี้เพื่อจะเป็นประโยชน์ในการนำข้อเสนอแนะไปใช้ในทางปฏิบัติ

จากวัตถุประสงค์การให้ข้อเสนอแนะต่อการจัดลำดับและให้ระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพร้อมในการประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กลุ่มธุรกิจบริการส่งเสริมสุขภาพไทยโดยการวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้น (Multiple Regression Analysis) จะเป็นเครื่องมือที่จะใช้ในการวิเคราะห์ดังกล่าว แต่เนื่องจากปัจจัยที่คาดว่าจะมีอิทธิพลต่อความพร้อมในการประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีมากถึง 21 ปัจจัย ซึ่งจะทำให้การตีความและการทำความเข้าใจทำได้ยุ่งยาก ดังนั้นคณะผู้วิจัยจะทำการจัดกลุ่มปัจจัยทั้ง 21 ปัจจัย เป็นหมวดปัจจัยใหม่ขึ้นมาก่อน ทั้งนี้เพื่อให้สอดคล้องกับความหมายของปัจจัย ง่ายต่อความเข้าใจและสะดวกต่อการนำไปใช้ในการวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้น ซึ่งในขั้นตอนนี้การวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) จะถูกนำมาใช้เพื่อจัดหมวดปัจจัยใหม่ดังกล่าว ก่อนที่จะนำไปวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นในลำดับต่อมา

2.1.1.3 ผลการจัดหมวดปัจจัยใหม่โดยวิธีการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis)

ผลการสำรวจปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพร้อมของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และข้อเสนอแนะต่อกลุ่มธุรกิจบริการส่งเสริมสุขภาพ เพื่อเป็นประโยชน์ในการนำข้อเสนอแนะไปใช้ในทางปฏิบัติจริง พอสรุปได้ดังนี้

ตาราง 27 สรุปผลการวิเคราะห์จำนวนหมวดปัจจัยใหม่ ด้วยวิธีการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) โดยวิธี PCA และ วิธีหมุนแกนแบบ Varimax

Component	Total Variance Explained					
	Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	14.855	70.739	70.739	5.410	25.762	25.762
2	1.267	6.034	76.773	3.076	14.648	40.410
3	0.946	4.503	81.276	2.487	11.841	52.250
4	0.668	3.182	84.459	2.220	10.573	62.823
5	0.533	2.539	86.997	2.214	10.541	73.364
6	0.442	2.106	89.104	1.848	8.799	82.164
7	0.353	1.680	90.783	1.810	8.620	90.783

หมายเหตุ - PCA คือวิธีการจัดกลุ่มปัจจัย (Factoring) แบบ Principle Components Analysis ซึ่งเป็นหนึ่งวิธีการที่นิยมที่สุดในการจัดกลุ่มปัจจัย โดยใช้วิธีการหมุนแกนแบบ Varimax
- Varimax คือ วิธีที่นิยมที่สุดในการจัดกลุ่มปัจจัย (Factoring) สามารถแยกกลุ่มปัจจัย (Factor) โดยการหาค่าความแปรปรวนที่มากที่สุด (Maximizing variance) ของตัวแปร ในแต่ละกลุ่มปัจจัย (Factor)

ผลจากการวิเคราะห์พบว่าจำนวนหมวดปัจจัยใหม่ที่เหมาะสมอยู่ที่ 7 หมวดปัจจัยใหม่ รายละเอียดดังแสดงในตาราง 7

ตาราง 28 สรุปผลการจัดกลุ่มหมวดปัจจัยใหม่ โดยแสดงค่าสัมประสิทธิ์สูงสุด ด้วยวิธีการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) โดยวิธี PCA และวิธีหมุนแกนแบบ Varimax

ปัจจัย	Rotated Component Matrix (Varimax Method)						
	1	2	3	4	5	6	7
	ความน่าเชื่อถือขององค์กรและระบบความปลอดภัยของข้อมูล	การบริการ/ช่องทางชำระค่าบริการที่หลากหลายผ่าน Website	การออกแบบ website และ ความมั่นใจในการใช้งานระบบ	จำนวนบุคลากรด้านสารสนเทศและความรู้ความเข้าใจ	การได้รับสนับสนุนจากภาครัฐ และการเข้าถึงแหล่ง	การเข้าถึงลูกค้าต่างประเทศและความปลอดภัยในการชำระ	ความพร้อมของระบบและทีมงานด้านสารสนเทศ
(D) ระบบความปลอดภัยในการเก็บรักษาข้อมูลของผู้บริการ	0.839						
(F) การจัดระดับและเกณฑ์มาตรฐานของสถานประกอบการ	0.834						
(C) ความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงขององค์กร	0.797						
(E) การมีมาตรฐาน (Standardize) ของข้อมูลที่จัดเก็บในระบบฐานข้อมูล	0.755						
(B) ความมั่นใจของผู้รับบริการต่อบริการที่ได้รับจากองค์กร	0.737						
(A) ความเชื่อมั่นในประสิทธิภาพระบบสารสนเทศขององค์กร	0.585						
(6) แผนการประชาสัมพันธ์และการเข้าถึงลูกค้า		0.691					
(7) มีความหลากหลายของสินค้าและบริการ ผ่าน Website		0.662					
(5) ความรู้ความเข้าใจของผู้รับบริการที่ใช้ระบบสารสนเทศ		0.627					
(4) ข้อมูลข่าวสารด้านต่างๆ ใน Web-site ที่เป็นประโยชน์		0.588					
(8) มีช่องทาง และ ระบบการชำระสินค้าบริการหลากหลาย		0.448					
(1) ความเชื่อมั่นและ ความพร้อมของคู่ค้า/ลูกค้าที่จะใช้ e-Commerce			0.758				
(2) รูปแบบและการออกแบบ Website			0.637				
(H) จำนวนของบุคลากรที่ทำงานด้านสารสนเทศ (ICT)				0.794			
(G) ความรู้ความเข้าใจตลาดและผู้บริโภคในธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์				0.706			
(J) การได้รับความสนับสนุนจากภาครัฐ					0.871		
(I) การมีเงินทุนและการเข้าถึงแหล่งเงินทุน					0.700		
(L) ความปลอดภัยในระบบการชำระเงิน						0.748	
(K) ความสามารถในการเข้าถึงลูกค้าต่างประเทศ						0.645	
(3) ความสามารถและความพร้อมของทีมงานด้านสารสนเทศ (ICT)							0.579
(9) ความพร้อมระบบโครงสร้างพื้นฐานด้านสารสนเทศ (ICT System) องค์กร							0.542

จากการวิเคราะห์จะได้หมวดปัจจัยใหม่ 8 หมวดดังนี้

(1) ความน่าเชื่อถือขององค์กรและระบบความปลอดภัยของข้อมูล

ประกอบด้วย 6 ปัจจัย ได้แก่ (A) ความเชื่อมั่นในประสิทธิภาพระบบสารสนเทศขององค์กร (B) ความมั่นใจของผู้รับบริการต่อบริการที่ได้รับจากองค์กร (C) ความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงขององค์กร (D) ระบบความปลอดภัยในการเก็บรักษาข้อมูลของผู้รับบริการ (E) การมีมาตรฐาน (Standardize) ของข้อมูลที่จัดเก็บในระบบฐานข้อมูล และ (F) การจัดระดับและเกณฑ์มาตรฐานของสถานประกอบการ

(2) การบริการ/ช่องทางชำระค่าบริการที่หลากหลายผ่าน Website และความรู้ความเข้าใจของผู้รับบริการ

ประกอบด้วย 5 ปัจจัย ได้แก่ (4) ข้อมูลข่าวสารด้านต่างๆ ใน Website ที่เป็นประโยชน์ (5) ความรู้ความเข้าใจของผู้รับบริการที่ใช้ระบบสารสนเทศ (6) แผนการประชาสัมพันธ์และการเข้าถึงลูกค้า (7) มีความหลากหลายของสินค้าและบริการ ผ่าน Website และ (8) มีช่องทาง และระบบการชำระสินค้า/บริการหลากหลาย

(3) การออกแบบ website และความมั่นใจในการใช้งานระบบ

ประกอบด้วย 2 ปัจจัย ได้แก่ (1) ความเชื่อมั่นและความพร้อมของกลุ่ม/ลูกค้าที่จะใช้ e-Commerce และ (2) รูปแบบและการออกแบบ Website

(4) จำนวนบุคลากรด้านสารสนเทศและความรู้ความเข้าใจธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ประกอบด้วย 2 ปัจจัย ได้แก่ (G) ความรู้ความเข้าใจตลาดและผู้บริโภคในธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และ (H) จำนวนของบุคลากร/ทีมงานด้านสารสนเทศ (ICT)

(5) การได้รับความสนับสนุนจากภาครัฐและการเข้าถึงแหล่งเงินทุน

ประกอบด้วย 2 ปัจจัย ได้แก่ (I) การมีเงินทุนและการเข้าถึงแหล่งเงินทุน และ (J) การได้รับความสนับสนุนจากภาครัฐ

(6) การเข้าถึงลูกค้าต่างประเทศและความปลอดภัยในการชำระเงิน

ประกอบด้วย 2 ปัจจัย ได้แก่ (K) ความสามารถในการเข้าถึงลูกค้าต่างประเทศ และ (L) ความปลอดภัยในระบบการชำระเงิน

(7) ความพร้อมของระบบและทีมงานด้านสารสนเทศ (ICT)

ประกอบด้วย 2 ปัจจัย ได้แก่ (3) ความสามารถและความพร้อมของทีมงานด้านสารสนเทศ (ICT) และ (9) ความพร้อมระบบโครงสร้างพื้นฐานด้านสารสนเทศ (ICT System) องค์กร

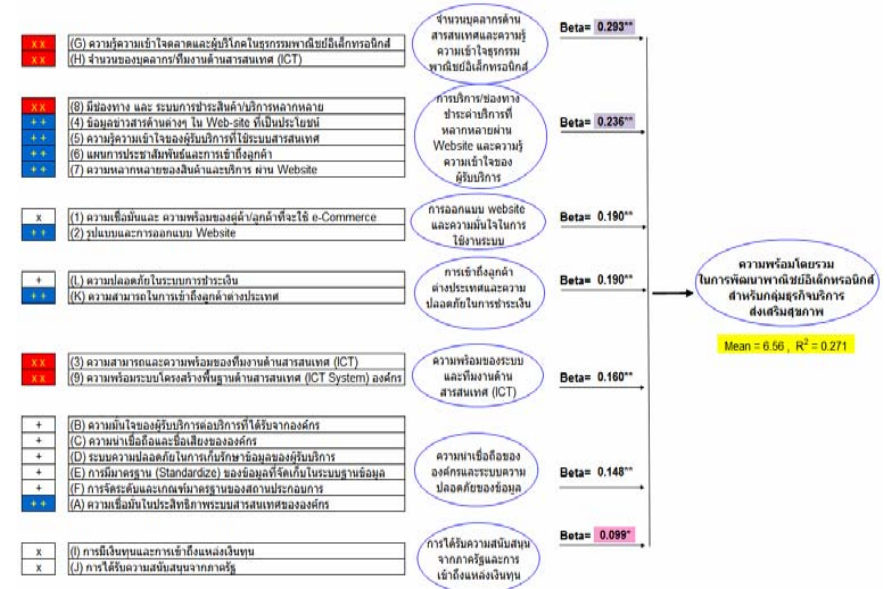
2.1.1.4 ผลการวิเคราะห์เพื่อการจัดลำดับและระดับ

ความสำคัญของปัจจัยที่มีต่อความพร้อมโดยรวมในการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับกลุ่มธุรกิจบริการส่งเสริมสุขภาพ โดยวิธีการวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้น (Multiple Regression Analysis)

ส่วนผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพร้อมโดยรวมในการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และข้อเสนอแนะต่อกลุ่มธุรกิจบริการส่งเสริมสุขภาพ เพื่อเป็นประโยชน์ในการนำข้อเสนอแนะไปใช้ในทางปฏิบัติจริง สรุปได้ดังนี้

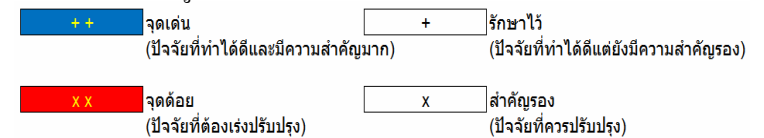
แผนภูมิ 18 ผลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้น (Multiple Regression Analysis)

สำหรับภาพรวมของความพร้อมโดยรวมในการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สำหรับกลุ่มธุรกิจบริการส่งเสริมสุขภาพ



หมายเหตุ ** ระดับนัยสำคัญที่ 0.10

*** ระดับนัยสำคัญที่ 0.05



สรุปผลและข้อเสนอแนะ

เมื่อพิจารณาแผนภูมิ 9 สำหรับการพิจารณาจัดลำดับและระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีต่อความพร้อมโดยรวมในการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สำหรับกลุ่มธุรกิจบริการส่งเสริมสุขภาพ (ในภาพรวม) พบว่า

หมวดปัจจัยที่มีอิทธิพลอันดับแรก คือ **จำนวนบุคลากรด้านสารสนเทศและความรู้ความเข้าใจธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์** (ค่าเบต้า 0.293 และระดับความสำคัญค่อนข้างมาก) ซึ่งในหมวดนี้ปัจจัยต่างๆ อยู่ในกลุ่มจุดด้อย (ต้องเร่งปรับปรุง) ได้แก่

(G) ความรู้ความเข้าใจตลาดและผู้บริโภคในธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

(H) จำนวนของบุคลากร/ทีมงานด้านสารสนเทศ (ICT)

หมวดปัจจัยที่มีอิทธิพลอันดับสอง คือ **การบริการ/ช่องทางชำระค่าบริการที่หลากหลายผ่าน Website และความรู้ความเข้าใจของผู้รับบริการ** (ค่าเบต้า 0.236 และระดับความสำคัญค่อนข้างมาก) ซึ่งในหมวดนี้ปัจจัยที่อยู่ในกลุ่มจุดด้อย (ต้องเร่งปรับปรุง) ได้แก่

(8) มีช่องทาง และ ระบบการชำระสินค้า/บริการหลากหลาย

หมวดปัจจัยที่มีอิทธิพลอันดับสาม คือ **การออกแบบ Website และความมั่นใจในการใช้งานระบบ** (ค่าเบต้า 0.190 และระดับความสำคัญในเกณฑ์ปานกลาง) ซึ่งในหมวดนี้ปัจจัยที่อยู่ในกลุ่มสำคัญรอง (ควรปรับปรุง) ได้แก่

(1) ความเชื่อมั่นและ ความพร้อมของลูกค้า/ลูกค้าที่จะใช้ e-Commerce

หมวดปัจจัยที่มีอิทธิพลอันดับสี่ คือ **การเข้าถึงลูกค้าต่างประเทศและความปลอดภัยในการชำระเงิน** (ค่าเบต้า 0.190 และระดับความสำคัญในเกณฑ์ปานกลาง) ซึ่งในหมวดนี้ปัจจัยต่างๆ อยู่ในกลุ่มรักษาไว้ (ปัจจัยที่ทำให้ดีและมีความสำคัญรอง) และกลุ่มจุดเด่น (ปัจจัยที่ทำให้ดีและมีความสำคัญมาก)

หมวดปัจจัยที่มีอิทธิพลอันดับห้า คือ **ความพร้อมของระบบและทีมงานด้านสารสนเทศ (ICT)** (ค่าเบต้า 0.160 และระดับความสำคัญในเกณฑ์ปานกลาง) ซึ่งอยู่ในกลุ่มจุดด้อย (ต้องเร่งปรับปรุง) ได้แก่

(3) ความสามารถและความพร้อมของทีมงานด้านสารสนเทศ (ICT)

(9) ความพร้อมระบบโครงสร้างพื้นฐานด้านสารสนเทศ (ICT System) องค์กร

หมวดปัจจัยที่มีอิทธิพลอันดับหก คือ **ความน่าเชื่อถือขององค์กรและระบบความปลอดภัยของข้อมูล** (ค่าเบต้า 0.148 และระดับความสำคัญในเกณฑ์ปานกลาง) ซึ่งในหมวดนี้ปัจจัยต่างๆ อยู่ในกลุ่มรักษาไว้ (ปัจจัยที่ทำให้ดีและมีความสำคัญรอง) และกลุ่มจุดเด่น (ปัจจัยที่ทำให้ดีและมีความสำคัญมาก)

หมวดปัจจัยที่มีอิทธิพลอันดับเจ็ด คือ **การได้รับความสนับสนุนจากภาครัฐและการเข้าถึงแหล่งเงินทุน** (ค่าเบต้า 0.099 และระดับความสำคัญในเกณฑ์ต่ำ) ซึ่งอยู่ในกลุ่มสำคัญรอง (ควรปรับปรุง) ได้แก่

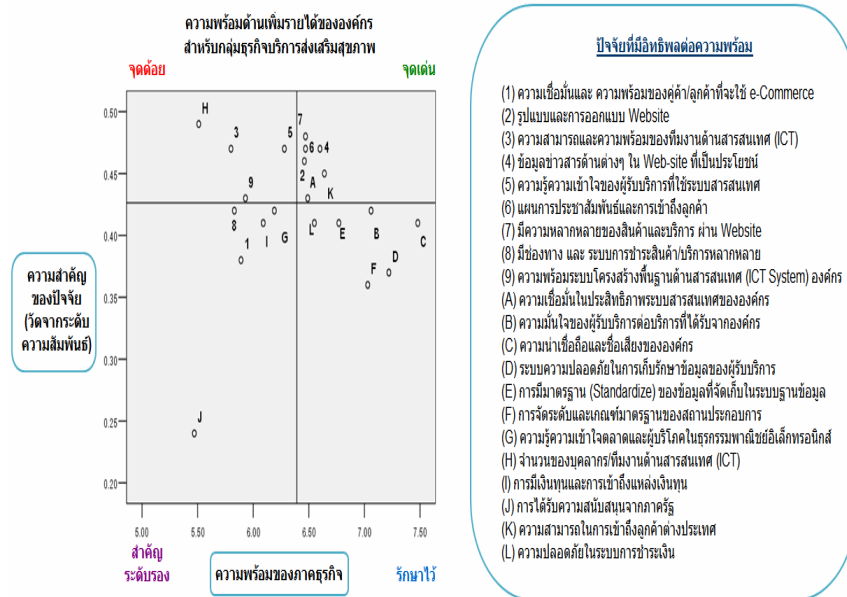
(I) การมีเงินทุนและการเข้าถึงแหล่งเงินทุน

(J) การได้รับความสนับสนุนจากภาครัฐ

2.1.2 วัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มรายได้ขององค์กร

2.1.2.1 ผลการวิเคราะห์ Need Gap Analysis

แผนภูมิ 19 ผลการวิเคราะห์ Need Gap Analysis สำหรับภาพรวมของความสำเร็จของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพร้อมในการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อวัตถุประสงค์เพิ่มรายได้ขององค์กร สำหรับกลุ่มธุรกิจบริการส่งเสริมสุขภาพ



เมื่อนำผลการประเมินของกลุ่มธุรกิจบริการส่งเสริมสุขภาพด้วยการวิเคราะห์ Need Gap Analysis สำหรับภาพรวมของความสำเร็จของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพร้อมในการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อวัตถุประสงค์เพิ่มรายได้ขององค์กร สรุปได้ว่าความพร้อมของผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กลุ่มธุรกิจบริการส่งเสริมสุขภาพมีดังนี้

ปัจจัยที่เป็นจุดเด่น (ปัจจัยที่ทำได้ดีและมีความสำคัญมาก) 6 ปัจจัย ได้แก่

- (2) รูปแบบและการออกแบบ Website
- (4) ข้อมูลข่าวสารด้านต่างๆ ใน Website ที่เป็นประโยชน์
- (6) แผนการประชาสัมพันธ์และการเข้าถึงลูกค้า
- (7) มีความหลากหลายของสินค้าและบริการ ผ่าน Website
- (A) ความเชื่อมั่นในประสิทธิภาพระบบสารสนเทศขององค์กร
- (K) ความสามารถในการเข้าถึงลูกค้าต่างประเทศ

ปัจจัยในกลุ่มรักษาไว้ (ปัจจัยที่ทำได้ดีแต่ยังมีความสำคัญรอง) 6 ปัจจัย ได้แก่

- (B) ความมั่นใจของผู้รับบริการต่อบริการที่ได้รับจากองค์กร
- (C) ความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงขององค์กร
- (D) ระบบความปลอดภัยในการเก็บรักษาข้อมูลของผู้รับบริการ
- (E) การมีมาตรฐาน (Standardize) ของข้อมูลที่จัดเก็บในระบบฐานข้อมูล
- (F) การจัดระดับและเกณฑ์มาตรฐานของสถานประกอบการ

(L) ความปลอดภัยในระบบการชำระเงิน

ปัจจัยที่เป็นจุดด้อย (ปัจจัยที่ต้องเร่งปรับปรุง) 4 ปัจจัย ได้แก่

(3) ความสามารถและความพร้อมของทีมงานด้านสารสนเทศ (ICT)

(5) ความรู้ความเข้าใจของผู้รับบริการที่ใช้ระบบสารสนเทศ

(9) ความพร้อมระบบโครงสร้างพื้นฐานด้านสารสนเทศ

(ICT System) องค์กร

(H) จำนวนของบุคลากร/ทีมงานด้านสารสนเทศ (ICT)

ปัจจัยที่อยู่ในกลุ่มสำคัญระดับรอง (ปัจจัยที่ควรปรับปรุง)

5 ปัจจัย ได้แก่

(1) ความเชื่อมั่นและ ความพร้อมของคู่ค้า/ลูกค้าที่จะใช้

e-Commerce

(8) มีช่องทาง และ ระบบการชำระสินค้า/บริการหลากหลาย

(G) ความรู้ความเข้าใจตลาดและผู้บริโภคในธุรกิจพาณิชย์

อิเล็กทรอนิกส์

(I) การมีเงินทุนและการเข้าถึงแหล่งเงินทุน

(J) การได้รับความสนับสนุนจากภาครัฐ

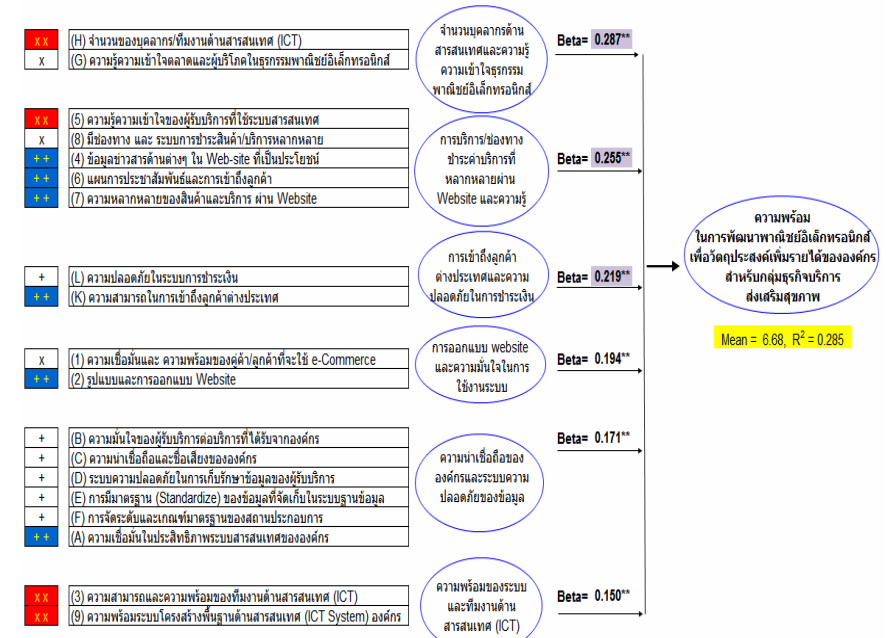
2.1.2.2 ผลการวิเคราะห์เพื่อการจัดลำดับและระดับ

ความสำคัญของปัจจัยที่มีต่อความพร้อมในการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อวัตถุประสงค์เพิ่มรายได้ขององค์กร สำหรับกลุ่มธุรกิจบริการส่งเสริมสุขภาพ โดยวิธีการวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้น (Multiple Regression Analysis)

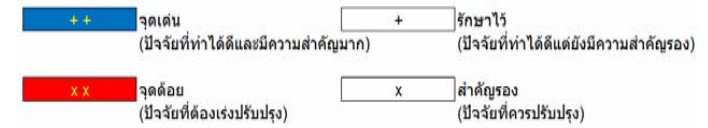
ในส่วนผลการสำรวจปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพร้อมด้านเพิ่มรายได้ขององค์กร ในการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และข้อเสนอแนะต่อกลุ่มธุรกิจบริการส่งเสริมสุขภาพ เพื่อเป็นประโยชน์ในการนำข้อเสนอแนะไปใช้ในทางปฏิบัติจริง พอสรุปได้ดังนี้

แผนภูมิ 20 ผลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้น (Multiple Regression Analysis)

สำหรับภาพรวมของความพร้อมในการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อวัตถุประสงค์เพิ่มรายได้ขององค์กร สำหรับกลุ่มธุรกิจบริการส่งเสริมสุขภาพ



หมายเหตุ *** ระดับนัยสำคัญที่ 0.05



สรุปผลและข้อเสนอแนะ

เมื่อพิจารณาแผนภูมิที่ 23 สำหรับการพิจารณาจัดลำดับและระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีต่อความพร้อมในการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อวัตถุประสงค์เพิ่มรายได้ขององค์กร สำหรับกลุ่มธุรกิจบริการส่งเสริมสุขภาพ (ในภาพรวม) พบว่า

หมวดปัจจัยที่มีอิทธิพลอันดับแรก คือ **จำนวนบุคลากรด้านสารสนเทศและความรู้ความเข้าใจธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์** (ค่าเบต้า 0.287 และระดับความสำคัญค่อนข้างมาก) ซึ่งในหมวดนี้ปัจจัยที่อยู่ในกลุ่มจุดด้อย (ต้องเร่งปรับปรุง) และกลุ่มสำคัญรอง (ควรปรับปรุง) ตามลำดับ ได้แก่

- (H) จำนวนของบุคลากร/ทีมงานด้านสารสนเทศ (ICT)
- (G) ความรู้ความเข้าใจตลาดและผู้บริโภคในธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

หมวดปัจจัยที่มีอิทธิพลอันดับสอง คือ **การบริการ/ช่องทางชำระค่าบริการที่หลากหลายผ่าน Website และความรู้ความเข้าใจของผู้รับบริการ** (ค่าเบต้า 0.255 และระดับความสำคัญค่อนข้างมาก) ซึ่งในหมวดนี้ปัจจัยที่อยู่ในกลุ่มจุดด้อย (ต้องเร่งปรับปรุง) และกลุ่มสำคัญรอง (ควรปรับปรุง) ตามลำดับ ได้แก่

- (5) ความรู้ความเข้าใจของผู้รับบริการที่ใช้ระบบสารสนเทศ
- (8) มีช่องทาง และ ระบบการชำระสินค้า/บริการหลากหลาย

หมวดปัจจัยที่มีอิทธิพลอันดับสาม คือ **การเข้าถึงลูกค้าต่างประเทศและความปลอดภัยในการชำระเงิน** (ค่าเบต้า 0.219 และระดับความสำคัญค่อนข้างมาก) ซึ่งในหมวดนี้ปัจจัยต่างๆ อยู่ในกลุ่มที่ต้องรักษาไว้ และกลุ่มจุดเด่น (ปัจจัยที่ทำได้ดีและมีความสำคัญมาก)

หมวดปัจจัยที่มีอิทธิพลอันดับสี่ คือ **การออกแบบ Website และความมั่นใจในการใช้งานระบบ** (ค่าเบต้า 0.194 และระดับความสำคัญในเกณฑ์ปานกลาง) ซึ่งในหมวดนี้ปัจจัยที่อยู่ในกลุ่มสำคัญรอง (ควรปรับปรุง) ได้แก่

- (1) ความเชื่อมั่นและ ความพร้อมของคู่ค้า/ลูกค้าที่จะใช้ e-Commerce

หมวดปัจจัยที่มีอิทธิพลอันดับห้า คือ **ความน่าเชื่อถือขององค์กร และระบบความปลอดภัยของข้อมูล** (ค่าเบต้า 0.171 และระดับความสำคัญในเกณฑ์ปานกลาง) ซึ่งในหมวดนี้ปัจจัยต่างๆ อยู่ในกลุ่มที่ต้องรักษาไว้ และกลุ่มจุดเด่น (ปัจจัยที่ทำได้ดีและมีความสำคัญมาก)

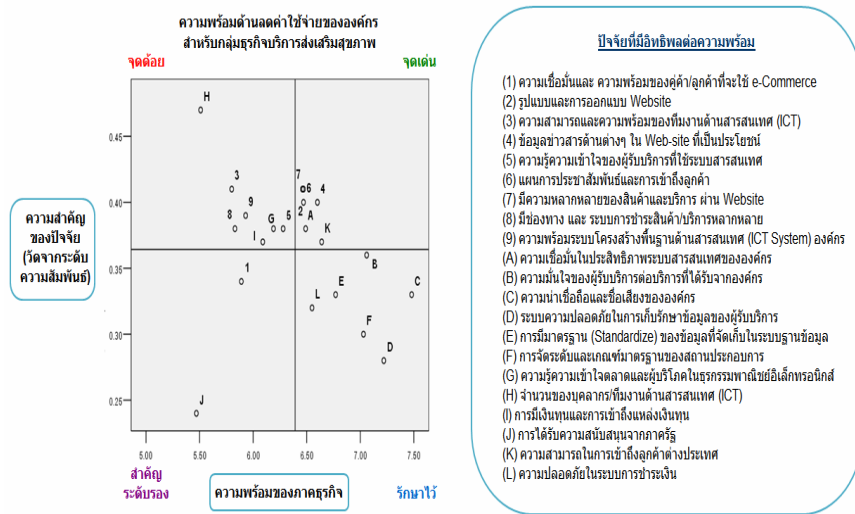
หมวดปัจจัยที่มีอิทธิพลอันดับหก คือ **ความพร้อมของระบบและทีมงานด้านสารสนเทศ (ICT)** (ค่าเบต้า 0.150 และระดับความสำคัญในเกณฑ์ปานกลาง) ซึ่งอยู่ในกลุ่มจุดด้อย (ต้องเร่งปรับปรุง) ได้แก่

- (3) ความสามารถและความพร้อมของทีมงานด้านสารสนเทศ (ICT)
- (9) ความพร้อมระบบโครงสร้างพื้นฐานด้านสารสนเทศ (ICT System) องค์กร

2.1.3 วัตถุประสงค์เพื่อลดค่าใช้จ่ายขององค์กร

2.1.3.1 ผลการวิเคราะห์ Need Gap Analysis

แผนภูมิ 21 ผลการวิเคราะห์ Need Gap Analysis สำหรับภาพรวมของความสำคัญ
ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพร้อมในการพัฒนาพาณิชย์
อิเล็กทรอนิกส์เพื่อวัตถุประสงค์ลดค่าใช้จ่ายขององค์กร สำหรับ
กลุ่มธุรกิจบริการส่งเสริมสุขภาพ



เมื่อนำผลการประเมินของกลุ่มธุรกิจบริการส่งเสริมสุขภาพด้วยการวิเคราะห์ Need Gap Analysis สำหรับภาพรวมของความสำคัญ
ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพร้อมในการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อ
วัตถุประสงค์ลดค่าใช้จ่ายขององค์กร พอสรุปได้ว่าความพร้อมของ
ผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กลุ่มธุรกิจบริการส่งเสริมสุขภาพ
มีดังนี้

ปัจจัยที่เป็นจุดเด่น (ปัจจัยที่ทำได้ดีและมีความสำคัญมาก)

6 ปัจจัย ได้แก่

- (2) รูปแบบและการออกแบบ Website
- (4) ข้อมูลข่าวสารด้านต่างๆ ใน Website ที่เป็นประโยชน์
- (6) แผนการประชาสัมพันธ์และการเข้าถึงลูกค้า
- (7) มีความหลากหลายของสินค้าและบริการผ่าน Website
- (A) ความเชื่อมั่นในประสิทธิภาพระบบสารสนเทศขององค์กร
- (K) ความสามารถในการเข้าถึงลูกค้าต่างประเทศ

ปัจจัยในกลุ่มรักษาไว้ (ปัจจัยที่ทำได้ดีแต่ยังมีความสำคัญรอง)

6 ปัจจัย ได้แก่

- (B) ความมั่นใจของผู้รับบริการต่อบริการที่ได้รับจากองค์กร
- (C) ความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงขององค์กร
- (D) ระบบความปลอดภัยในการเก็บรักษาข้อมูลของผู้รับบริการ
- (E) การมีมาตรฐาน (Standardize) ของข้อมูลที่จัดเก็บในระบบ
ฐานข้อมูล
- (F) การจัดระดับและเกณฑ์มาตรฐานของสถานประกอบการ
- (L) ความปลอดภัยในระบบการชำระเงิน

ปัจจัยที่เป็นจุดด้อย (ปัจจัยที่ต้องเร่งปรับปรุง) 7 ปัจจัย ได้แก่

- (3) ความสามารถและความพร้อมของทีมงานด้านสารสนเทศ (ICT)
- (5) ความรู้ความเข้าใจของผู้รับบริการที่ใช้ระบบสารสนเทศ
- (8) มีช่องทาง และ ระบบการชำระสินค้า/บริการหลากหลาย

- (9) ความพร้อมระบบ โครงสร้างพื้นฐานด้านสารสนเทศ (ICT System) องค์กร
- (G) ความรู้ความเข้าใจตลาดและผู้บริโภคในธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
- (H) จำนวนของบุคลากร/ทีมงานด้านสารสนเทศ (ICT)
- (I) การมีเงินทุนและการเข้าถึงแหล่งเงินทุน

ปัจจัยที่อยู่ในกลุ่มสำคัญระดับรอง (ปัจจัยที่ควรปรับปรุง) 2 ปัจจัย

ได้แก่

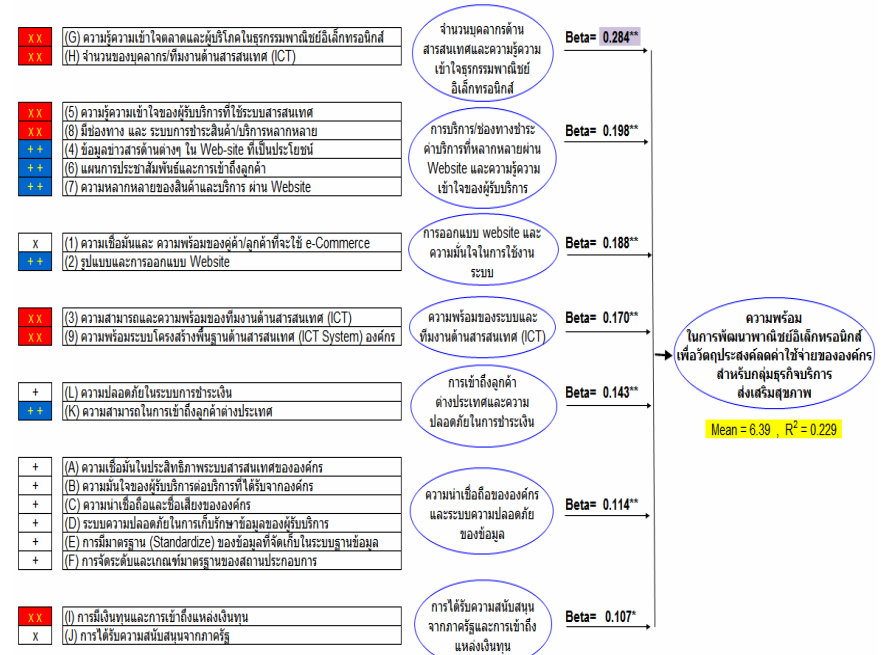
- (1) ความเชื่อมั่นและความพร้อมของคู่ค้า/ลูกค้าที่จะใช้ e-Commerce
- (J) การได้รับความสนับสนุนจากภาครัฐ

2.1.3.2 ผลการวิเคราะห์เพื่อการจัดลำดับและระดับความสำคัญ

ของปัจจัยที่มีต่อความพร้อมในการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อวัตถุประสงค์ลดค่าใช้จ่ายขององค์กร สำหรับกลุ่มธุรกิจบริการส่งเสริมสุขภาพ โดยวิธีการวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้น (Multiple Regression Analysis)

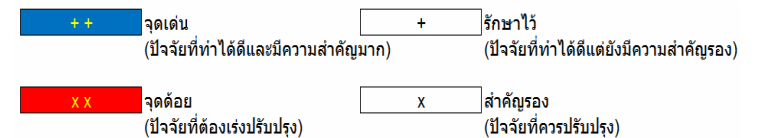
ในส่วนผลการสำรวจปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพร้อมด้านลดค่าใช้จ่ายขององค์กร ในการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และข้อเสนอแนะต่อกลุ่มธุรกิจบริการส่งเสริมสุขภาพ เพื่อเป็นประโยชน์ในการนำข้อเสนอแนะไปใช้ในทางปฏิบัติจริง พอสรุปได้ดังนี้

แผนภูมิ 22 ผลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้น (Multiple Regression Analysis) ของความพร้อมในการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อวัตถุประสงค์ลดค่าใช้จ่ายขององค์กร สำหรับกลุ่มธุรกิจบริการส่งเสริมสุขภาพ



หมายเหตุ ** ระดับนัยสำคัญที่ 0.10

*** ระดับนัยสำคัญที่ 0.05



สรุปผลและข้อเสนอแนะ

เมื่อพิจารณาแผนภูมิก่อนหน้านี้ สำหรับการพิจารณาจัดลำดับและระดับความสำคัญของปัจจัยที่มีต่อความพร้อมในการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อวัตถุประสงค์ลดค่าใช้จ่ายขององค์กร สำหรับกลุ่มธุรกิจบริการส่งเสริมสุขภาพ (ในภาพรวม) พบว่า

หมวดปัจจัยที่มีอิทธิพลอันดับแรก คือ **จำนวนบุคลากรด้านสารสนเทศและความรู้ความเข้าใจธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์** (ค่าเบต้า 0.284 และระดับความสำคัญค่อนข้างมาก) ซึ่งอยู่ในกลุ่มจุดด้อย (ต้องเร่งปรับปรุง) ได้แก่

- (G) ความรู้ความเข้าใจตลาดและผู้บริโภคในธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
- (H) จำนวนของบุคลากร/ทีมงานด้านสารสนเทศ (ICT)

หมวดปัจจัยที่มีอิทธิพลอันดับสอง คือ **การบริการ/ช่องทางชำระค่าบริการที่หลากหลายผ่าน Website และความรู้ความเข้าใจของผู้รับบริการ** (ค่าเบต้า 0.198 และระดับความสำคัญปานกลาง) ซึ่งในหมวดนี้ปัจจัยที่อยู่ในกลุ่มจุดด้อย (ต้องเร่งปรับปรุง) ได้แก่

- (5) ความรู้ความเข้าใจของผู้รับบริการที่ใช้ระบบสารสนเทศ
- (8) มีช่องทาง และ ระบบการชำระสินค้า/บริการหลากหลาย

หมวดปัจจัยที่มีอิทธิพลอันดับสาม คือ **การออกแบบ Website และความมั่นใจในการใช้งานระบบ** (ค่าเบต้า 0.188 และระดับความสำคัญในเกณฑ์ปานกลาง) ซึ่งในหมวดนี้ปัจจัยที่อยู่ในกลุ่มสำคัญรอง (ควรปรับปรุง) ได้แก่

- (1) ความเชื่อมั่นและ ความพร้อมของลูกค้า/ลูกค้าที่จะใช้ e-Commerce

หมวดปัจจัยที่มีอิทธิพลอันดับสี่ คือ **ความพร้อมของระบบและทีมงานด้านสารสนเทศ (ICT)** (ค่าเบต้า 0.170 และระดับความสำคัญในเกณฑ์ปานกลาง) ซึ่งอยู่ในกลุ่มจุดด้อย (ต้องเร่งปรับปรุง) ได้แก่

- (3) ความสามารถและความพร้อมของทีมงานด้านสารสนเทศ (ICT)
- (9) ความพร้อมระบบโครงสร้างพื้นฐานด้านสารสนเทศ (ICT System) องค์กร

หมวดปัจจัยที่มีอิทธิพลอันดับห้า คือ **การเข้าถึงลูกค้าต่างประเทศและความปลอดภัยในการชำระเงิน** (ค่าเบต้า 0.143 และระดับความสำคัญในเกณฑ์ปานกลาง) ซึ่งในหมวดนี้ปัจจัยต่างๆ อยู่ในกลุ่มที่ต้องรักษาไว้ (ปัจจัยที่ทำได้ดีแต่ยังมีความสำคัญรอง) และกลุ่มจุดเด่น (ปัจจัยที่ทำได้ดีและมีความสำคัญมาก)

หมวดปัจจัยที่มีอิทธิพลอันดับหก คือ **ความน่าเชื่อถือขององค์กรและระบบความปลอดภัยของข้อมูล** (ค่าเบต้า 0.114 และระดับความสำคัญในเกณฑ์ปานกลาง) ซึ่งในหมวดนี้ปัจจัยต่างๆ อยู่ในกลุ่มที่ต้องรักษาไว้ (ปัจจัยที่ทำได้ดีแต่ยังมีความสำคัญรอง)

หมวดปัจจัยที่มีอิทธิพลอันดับเจ็ด คือ การได้รับความสนับสนุนจากภาครัฐและการเข้าถึงแหล่งเงินทุน (ค่าเบต้า 0.107 และระดับความสำคัญในเกณฑ์ปานกลาง) ซึ่งอยู่ในกลุ่มจุดด้อย (ต้องเร่งปรับปรุง) และกลุ่มสำคัญรอง (ควรปรับปรุง) ตามลำดับ ได้แก่

- (I) การมีเงินทุนและการเข้าถึงแหล่งเงินทุน
- (J) การได้รับความสนับสนุนจากภาครัฐ

3. บทสรุป ปัญหา อุปสรรคและข้อเสนอแนะ

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้กล่าวมาแล้วในบทที่ 2 สำหรับปัจจัยที่มีต่อความพร้อมในการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับกลุ่มโรงพยาบาล/สถานพยาบาล/คลินิก และ กลุ่มธุรกิจสปาและนวดเพื่อสุขภาพ/ความงาม โดยในบทนี้จะทำการสรุปผลและให้ข้อเสนอแนะโดยเริ่มจากกลุ่มโรงพยาบาล/สถานพยาบาล/คลินิก และ กลุ่มธุรกิจบริการส่งเสริมสุขภาพตามลำดับ

3.1 บทสรุปและข้อเสนอแนะ

3.1.1 บทสรุปและข้อเสนอแนะต่อความพร้อมและปัจจัยที่มีความสำคัญในการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับกลุ่มโรงพยาบาล/สถานพยาบาล และคลินิก

ตารางที่ 29 สรุปผลการวิเคราะห์เพื่อการจัดลำดับและน้ำหนักความสำคัญของปัจจัยที่มีต่อความพร้อมในการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับกลุ่มโรงพยาบาล/สถานพยาบาล และคลินิก โดยวิธีการวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้น (Multiple Regression Analysis) โดยจำแนกตามวัตถุประสงค์

กลุ่มปัจจัย	ภาพรวม			วัตถุประสงค์ของการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์					
	ความพร้อมโดยรวม	ความพร้อมด้านเพิ่มรายได้ขององค์กร	ความพร้อมด้านลดค่าใช้จ่ายขององค์กร	เพื่อเพิ่มรายได้		เพื่อลดค่าใช้จ่าย			
				โรงพยาบาลรัฐ	โรงพยาบาลเอกชน	คลินิกเอกชน	โรงพยาบาลรัฐ	โรงพยาบาลเอกชน	คลินิกเอกชน
คะแนนเฉลี่ยความพร้อม (ระดับคะแนน 1-10)	5.22	5.21	5.14	4.52	5.77	5.69	4.65	5.71	5.42
R ²	0.293	0.308	0.252	0.219	0.111	0.478	0.212	0.112	0.353
กลุ่มปัจจัยที่ 1 - ความพร้อมในระบบสารสนเทศและความน่าเชื่อถือขององค์กร	0.193**	0.179**	0.192**	0.078*	0.139*	0.215**	0.144**	0.169**	0.263**
กลุ่มปัจจัยที่ 2 - การบริการที่หลากหลายผ่าน Website และความรู้ความเข้าใจของผู้รับบริการ	0.293**	0.307**	0.269**	0.134**	0.263**	0.428**	0.154**	0.186**	0.344**
กลุ่มปัจจัยที่ 3 - การออกแบบ website และความมั่นใจในการใช้งานระบบ	0.132**	0.127**	0.118**	0.107**	-	0.200**	0.159**	-	0.118**
กลุ่มปัจจัยที่ 4 - การเข้าถึงแหล่งเงินทุน และความรู้ความเข้าใจในธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	0.279**	0.299**	0.240**	0.217**	-	0.344**	0.222**	0.148*	0.224**
กลุ่มปัจจัยที่ 5 - ช่องทางการประชาสัมพันธ์และความปลอดภัย	0.192**	0.203**	0.182**	0.253**	0.171**	0.230**	0.188**	-	0.197**
กลุ่มปัจจัยที่ 6 - จำนวนบุคลากรด้านสารสนเทศ	0.129**	0.126**	0.126**	0.226**	-	-	0.272**	-	-
กลุ่มปัจจัยที่ 7 - การได้รับความสนับสนุนจากภาครัฐ	0.117**	0.086**	0.135**	0.087*	-	0.161**	-	0.183**	0.229**
กลุ่มปัจจัยที่ 8 - การเข้าถึงลูกค้าต่างประเทศ	0.103**	0.125**	0.085**	-	-	0.110**	-	-	-

หมายเหตุ ***) ระดับนัยสำคัญที่ 0.10

****) ระดับนัยสำคัญที่ 0.05

แถบสี	ค่าสัมประสิทธิ์ (เบต้า)	ความหมาย
	≥ 0.300	ระดับความสำคัญมาก
	0.200 - 0.299	ระดับความสำคัญค่อนข้างมาก
	0.100 - 0.199	ระดับความสำคัญในเกณฑ์ปานกลาง
	0.001 - 0.099	ระดับความสำคัญในเกณฑ์ต่ำ
	ไม่มีนัยความสำคัญทางสถิติที่ระดับ $\alpha = 0.10$	ไม่มีความสำคัญ

3.1.1.1 บทสรุปตามประเภทองค์กรและวัตถุประสงค์ต่อ ปัจจัยที่มีผลต่อความพร้อมในการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับ กลุ่มโรงพยาบาล/สถานพยาบาล และคลินิก

จากตารางผลการวิเคราะห์เพื่อการจัดลำดับและน้ำหนัก
ความสำคัญของปัจจัยที่มีต่อความพร้อมในการประกอบการพาณิชย์
อิเล็กทรอนิกส์โดยวิธีการวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้น (Multiple Regression
Analysis) มีข้อสรุปดังนี้ ในภาพรวมความพร้อมโดยเฉลี่ยในการ
ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ อยู่ที่ 5.22 จากคะแนนเต็ม 10 ซึ่งจัดใน
เกณฑ์ปานกลาง สำหรับคะแนนเฉลี่ยของความพร้อมในการประกอบการ
พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มรายได้ อยู่ที่ 5.21
จากคะแนนเต็ม 10 ซึ่งจัดในเกณฑ์ปานกลาง และ สำหรับคะแนนเฉลี่ย
ของความพร้อมในการประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับ
วัตถุประสงค์เพื่อลดค่าใช้จ่าย อยู่ที่ 5.14 จากคะแนนเต็ม 10 ซึ่งจัดในเกณฑ์
ปานกลางเช่นกัน

เมื่อจำแนกตามประเภทสถานประกอบการสรุปได้ว่า

สำหรับคะแนนเฉลี่ยของความพร้อมในการประกอบการพาณิชย์
อิเล็กทรอนิกส์สำหรับวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มรายได้ของโรงพยาบาลเอกชน
คลินิกเอกชน และ โรงพยาบาลของรัฐ อยู่ที่ 5.77, 5.69 และ 4.52
ตามลำดับ ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ปานกลาง

สำหรับคะแนนเฉลี่ยของความพร้อมในการประกอบการพาณิชย์
อิเล็กทรอนิกส์สำหรับวัตถุประสงค์เพื่อลดค่าใช้จ่ายของโรงพยาบาล

เอกชน คลินิกเอกชน และ โรงพยาบาลของรัฐ อยู่ที่ 5.71, 5.42 และ 4.65
ตามลำดับ ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ปานกลาง

เมื่อจำแนกตามประเภทสถานประกอบการสรุปได้ว่า

(1) กลุ่มโรงพยาบาลของรัฐ

(1.1) วัตถุประสงค์การพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ : เพื่อ เพิ่มรายได้

ซึ่งในวัตถุประสงค์ของการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์นี้
พอสรุปสาระสำคัญได้ดังนี้ สำหรับคะแนนเฉลี่ยของความพร้อมในการ
ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่ม
รายได้ อยู่ที่ 4.52 จากคะแนนเต็ม 10 ซึ่งจัดในเกณฑ์ต่ำกว่าเฉลี่ย

ปัจจัยที่มีความสำคัญค่อนข้างมากได้แก่

ช่องทางในการชำระค่าบริการและความปลอดภัย (ค่าเบต้า
0.253) ซึ่งปัจจัยที่อยู่ในกลุ่มต้องเร่งปรับปรุงและควรปรับปรุงได้แก่
(8) มีช่องทาง และ ระบบการชำระสินค้า/บริการหลากหลาย และ (L)
ความปลอดภัยในระบบการชำระเงิน

จำนวนบุคลากรด้านสารสนเทศ (ค่าเบต้า 0.226) ซึ่งปัจจัยที่อยู่ใน
กลุ่มต้องเร่งปรับปรุงและควรปรับปรุงได้แก่ (H) จำนวนของบุคลากร/
ทีมงานด้านสารสนเทศ (ICT)

**การเข้าถึงแหล่งเงินทุนและความรู้ความเข้าใจในธุรกรรมพาณิชย์
อิเล็กทรอนิกส์** (ค่าเบต้า 0.217) ซึ่งปัจจัยที่อยู่ในกลุ่มต้องเร่งปรับปรุงและ

ควรปรับปรุงได้แก่ (G) ความรู้ความเข้าใจตลาดและผู้บริโภคในธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และ (I) การมีเงินทุนและการเข้าถึงแหล่งเงินทุน

ปัจจัยที่มีความสำคัญปานกลางได้แก่

การบริการที่หลากหลายผ่าน Website และความรู้ความเข้าใจของผู้รับบริการ (ค่าเบต้า 0.134) ซึ่งปัจจัยที่อยู่ในกลุ่มต้องเร่งปรับปรุงและควรปรับปรุงได้แก่ (7) ความหลากหลายของสินค้าและบริการ ผ่าน Website

การออกแบบ Website และความมั่นใจในการใช้งานระบบ (ค่าเบต้า 0.107) ซึ่งปัจจัยที่อยู่ในกลุ่มต้องเร่งปรับปรุงและควรปรับปรุงได้แก่ (1) ความเชื่อมั่นและความพร้อมของคู่ค้า/ลูกค้าที่จะใช้ e-Commerce

(1.2) วัตถุประสงค์การพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ : เพื่อลดค่าใช้จ่าย

ซึ่งในวัตถุประสงค์ของการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์นี้ พอสรุปสาระสำคัญได้ดังนี้ สำหรับคะแนนเฉลี่ยของความพร้อมในการประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับวัตถุประสงค์เพื่อลดค่าใช้จ่าย อยู่ที่ 4.65 จากคะแนนเต็ม 10 ซึ่งจัดในเกณฑ์ต่ำกว่าเฉลี่ย

ปัจจัยที่มีความสำคัญค่อนข้างมากได้แก่

จำนวนบุคลากรด้านสารสนเทศ (ค่าเบต้า 0.272) ซึ่งปัจจัยที่อยู่ในกลุ่มต้องเร่งปรับปรุงและควรปรับปรุงได้แก่ (H) จำนวนของบุคลากร/ทีมงานด้านสารสนเทศ (ICT)

การเข้าถึงแหล่งเงินทุนและความรู้ความเข้าใจในธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (ค่าเบต้า 0.222) ซึ่งปัจจัยที่อยู่ในกลุ่มต้องเร่งปรับปรุงและ

ควรปรับปรุงได้แก่ (I) การมีเงินทุนและการเข้าถึงแหล่งเงินทุน และ (G) ความรู้ความเข้าใจตลาดและผู้บริโภคในธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ปัจจัยที่มีความสำคัญปานกลางได้แก่

ช่องทางในการชำระค่าบริการและความปลอดภัย (ค่าเบต้า 0.188) ซึ่งปัจจัยที่อยู่ในกลุ่มต้องเร่งปรับปรุงและควรปรับปรุงได้แก่ (8) มีช่องทาง และ ระบบการชำระสินค้า/บริการหลากหลาย และ (L) ความปลอดภัยในระบบการชำระเงิน

การออกแบบ Website และความมั่นใจในการใช้งานระบบ (ค่าเบต้า 0.159) ซึ่งปัจจัยที่อยู่ในกลุ่มต้องเร่งปรับปรุงและควรปรับปรุงได้แก่ (1) ความเชื่อมั่นและความพร้อมของคู่ค้า/ลูกค้าที่จะใช้ e-Commerce

การบริการที่หลากหลายผ่าน Website และความรู้ความเข้าใจของผู้รับบริการ (ค่าเบต้า 0.154) ซึ่งปัจจัยที่อยู่ในกลุ่มต้องเร่งปรับปรุงและควรปรับปรุงได้แก่ (7) ความหลากหลายของสินค้าและบริการผ่าน Website

ความพร้อมในระบบสารสนเทศและความน่าเชื่อถือขององค์กร (ค่าเบต้า 0.144) ซึ่งในหมวดนี้ปัจจัยต่างๆ จะอยู่เกณฑ์ค่อนข้างดี-ดี

(2) กลุ่มโรงพยาบาลเอกชน

(2.1) วัตถุประสงค์การพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ : เพื่อเพิ่มรายได้

ซึ่งในวัตถุประสงค์ของการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์นี้ พอสรุปสาระสำคัญได้ดังนี้ สำหรับคะแนนเฉลี่ยของความพร้อมในการ

ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับวัตถุประสงค์เพื่อลด
ค่าใช้จ่าย อยู่ที่ 5.77 จากคะแนนเต็ม 10 ซึ่งจัดในเกณฑ์เฉลี่ย

ปัจจัยที่มีความสำคัญค่อนข้างมากได้แก่

**การบริการที่หลากหลายผ่าน Website และความรู้ความเข้าใจของ
ผู้รับบริการ** (ค่าเบต้า 0.263) ซึ่งปัจจัยที่อยู่ในกลุ่มต้องเร่งปรับปรุงและควร
ปรับปรุงได้แก่ (7) ความหลากหลายของสินค้าและบริการผ่าน Website

ปัจจัยที่มีความสำคัญค่อนข้างปานกลางได้แก่

ช่องทางในการชำระค่าบริการและความปลอดภัย (ค่าเบต้า 0.171)
ซึ่งปัจจัยที่อยู่ในกลุ่มต้องเร่งปรับปรุงและควรปรับปรุงได้แก่ (8) มีช่องทาง
และ ระบบการชำระสินค้า/บริการหลากหลาย และ (L) ความปลอดภัยใน
ระบบการชำระเงิน

ความพร้อมในระบบสารสนเทศและผู้นำเชื่อถือขององค์กร
(ค่าเบต้า 0.139) ซึ่งปัจจัยที่อยู่ในกลุ่มต้องเร่งปรับปรุงและควรปรับปรุง
ได้แก่ (3) ความสามารถและความพร้อมของทีมงานด้านสารสนเทศ (ICT)

**(2.2) วัตถุประสงค์การพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ : เพื่อลด
ค่าใช้จ่าย**

ซึ่งในวัตถุประสงค์ของการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์นี้
พอสรุปสาระสำคัญได้ดังนี้ สำหรับคะแนนเฉลี่ยของความพร้อมในการ
ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับวัตถุประสงค์เพื่อลด
ค่าใช้จ่าย อยู่ที่ 5.71 จากคะแนนเต็ม 10 ซึ่งจัดในเกณฑ์เฉลี่ย

ปัจจัยที่มีความสำคัญค่อนข้างปานกลางได้แก่

**การบริการที่หลากหลายผ่าน Website และความรู้ความเข้าใจ
ของผู้รับบริการ** (ค่าเบต้า 0.186) ซึ่งปัจจัยที่อยู่ในกลุ่มต้องเร่งปรับปรุง
และควรปรับปรุงได้แก่ (7) ความหลากหลายของสินค้าและบริการผ่าน
Website

การได้รับความสนับสนุนจากภาครัฐ (ค่าเบต้า 0.183) ซึ่งปัจจัยที่อยู่ใน
ในกลุ่มต้องเร่งปรับปรุงและควรปรับปรุงได้แก่ (J) การได้รับความ
สนับสนุนจากภาครัฐ

ความพร้อมในระบบสารสนเทศและผู้นำเชื่อถือขององค์กร
(ค่าเบต้า 0.169) ซึ่งปัจจัยที่อยู่ในกลุ่มต้องเร่งปรับปรุงและควรปรับปรุง
ได้แก่ (3) ความสามารถและความพร้อมของทีมงานด้านสารสนเทศ (ICT)

**การเข้าถึงแหล่งเงินทุนและความรู้ความเข้าใจในธุรกรรมพาณิชย์
อิเล็กทรอนิกส์** (ค่าเบต้า 0.148) ซึ่งปัจจัยที่อยู่ในกลุ่มต้องเร่งปรับปรุงและ
ควรปรับปรุงได้แก่ (I) การมีเงินทุนและการเข้าถึงแหล่งเงินทุน และ (G)
ความรู้ความเข้าใจตลาดและผู้บริโภคในธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

(2.3) กลุ่มคลินิกเอกชน

**(3.1) วัตถุประสงค์การพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ : เพื่อ
เพิ่มรายได้**

ซึ่งในวัตถุประสงค์ของการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์นี้
พอสรุปสาระสำคัญได้ดังนี้ สำหรับคะแนนเฉลี่ยของความพร้อมในการ

ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มรายได้
อยู่ที่ 5.69 จากคะแนนเต็ม 10 ซึ่งจัดในเกณฑ์เฉลี่ย

ปัจจัยที่มีความสำคัญมากได้แก่

**การบริการที่หลากหลายผ่าน Website และความรู้ความเข้าใจของ
ผู้รับบริการ** (ค่าเบต้า 0.428) ซึ่งปัจจัยที่อยู่ในกลุ่มต้องเร่งปรับปรุงและควร
ปรับปรุงได้แก่ (7) ความหลากหลายของสินค้าและบริการ ผ่าน Website

**การเข้าถึงแหล่งเงินทุนและความรู้ความเข้าใจในธุรกรรมพาณิชย์
อิเล็กทรอนิกส์** (ค่าเบต้า 0.344) ซึ่งปัจจัยที่อยู่ในกลุ่มต้องเร่งปรับปรุงและ
ควรปรับปรุงได้แก่ (I) การมีเงินทุนและการเข้าถึงแหล่งเงินทุน

ปัจจัยที่มีความสำคัญค่อนข้างมากได้แก่

ช่องทางในการชำระค่าบริการและความปลอดภัย (ค่าเบต้า 0.230)
ซึ่งปัจจัยที่อยู่ในกลุ่มต้องเร่งปรับปรุงและควรปรับปรุงได้แก่ (8) มีช่องทาง
และ ระบบการชำระสินค้า/บริการหลากหลาย และ (L) ความปลอดภัยใน
ระบบการชำระเงิน

ความพร้อมในระบบสารสนเทศและความน่าเชื่อถือขององค์กร
(ค่าเบต้า 0.215) ซึ่งปัจจัยที่อยู่ในกลุ่มต้องเร่งปรับปรุงและควรปรับปรุง
ได้แก่ (3) ความสามารถและความพร้อมของทีมงานด้านสารสนเทศ (ICT)
และ (9) ความพร้อมระบบโครงสร้างพื้นฐานด้านสารสนเทศ (ICT System)
องค์กร

การออกแบบ Website และความมั่นใจในการใช้งานระบบ
(ค่าเบต้า 0.200) ซึ่งในหมวดนี้ปัจจัยต่างๆจะอยู่เกณฑ์ค่อนข้างดี-ดี

ปัจจัยที่มีความสำคัญก่อนปานกลางได้แก่

การได้รับความสนับสนุนจากภาครัฐ (ค่าเบต้า 0.161) ซึ่งปัจจัยที่อยู่ใน
ในกลุ่มต้องเร่งปรับปรุงและควรปรับปรุงได้แก่ (J) การได้รับความ
สนับสนุนจากภาครัฐ

การเข้าถึงลูกค้าต่างประเทศ (ค่าเบต้า 0.110) ซึ่งปัจจัยที่อยู่ใน
กลุ่มต้องเร่งปรับปรุงและควรปรับปรุงได้แก่ (K) ความสามารถในการ
เข้าถึงลูกค้าต่างประเทศ

**(3.2) วัตถุประสงค์การพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ : เพื่อลด
ค่าใช้จ่าย**

ซึ่งในวัตถุประสงค์ของการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์นี้
พอสรุปสาระสำคัญได้ดังนี้ สำหรับคะแนนเฉลี่ยของความพร้อมในการ
ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับวัตถุประสงค์เพื่อลด
ค่าใช้จ่าย อยู่ที่ 5.42 จากคะแนนเต็ม 10 ซึ่งจัดในเกณฑ์เฉลี่ย

ปัจจัยที่มีความสำคัญมากได้แก่

**การบริการที่หลากหลายผ่าน Website และความรู้ความเข้าใจ
ของผู้รับบริการ** (ค่าเบต้า 0.344) ซึ่งปัจจัยที่อยู่ในกลุ่มต้องเร่งปรับปรุง
และควรปรับปรุงได้แก่ (7) ความหลากหลายของสินค้าและบริการผ่าน
Website

ปัจจัยที่มีความสำคัญค่อนข้างมาก ได้แก่

ความพร้อมในระบบสารสนเทศและความน่าเชื่อถือขององค์กร (ค่าเบต้า 0.263) ซึ่งปัจจัยที่อยู่ในกลุ่มต้องเร่งปรับปรุงและควรปรับปรุง ได้แก่ (3) ความสามารถและความพร้อมของทีมงานด้านสารสนเทศ (ICT) และ (9) ความพร้อมระบบโครงสร้างพื้นฐานด้านสารสนเทศ (ICT System) องค์กร

การได้รับความสนับสนุนจากภาครัฐ (ค่าเบต้า 0.229) ซึ่งปัจจัยที่อยู่ในกลุ่มต้องเร่งปรับปรุงและควรปรับปรุง ได้แก่ (J) การได้รับความสนับสนุนจากภาครัฐ

การเข้าถึงแหล่งเงินทุนและความรู้ความเข้าใจในธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (ค่าเบต้า 0.224) ซึ่งปัจจัยที่อยู่ในกลุ่มต้องเร่งปรับปรุงและควรปรับปรุง ได้แก่ (I) การมีเงินทุนและการเข้าถึงแหล่งเงินทุน

ปัจจัยที่มีความสำคัญค่อนข้างปานกลาง ได้แก่

ช่องทางในการชำระค่าบริการและความปลอดภัย (ค่าเบต้า 0.197) ซึ่งปัจจัยที่อยู่ในกลุ่มต้องเร่งปรับปรุงและควรปรับปรุง ได้แก่ (8) มีช่องทางและระบบการชำระสินค้า/บริการหลากหลาย และ (L) ความปลอดภัยในระบบการชำระเงิน

การออกแบบ Website และความมั่นใจในการใช้งานระบบ (ค่าเบต้า 0.118) ซึ่งปัจจัยที่อยู่ในกลุ่มต้องเร่งปรับปรุงและควรปรับปรุง ได้แก่ (1) ความเชื่อมั่นและความพร้อมของคู่ค้า/ลูกค้าที่จะใช้ e-Commerce

3.1.1.2 ข้อเสนอแนะต่อองค์กรเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ตามปัจจัยที่มีความสำคัญต่อความพร้อมในการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในภาพรวม สำหรับกลุ่มโรงพยาบาล/สถานพยาบาล และคลินิก

หมวดปัจจัยที่มีอิทธิพลอันดับแรก คือ **การบริการที่หลากหลายผ่าน Website และความรู้ความเข้าใจของผู้รับบริการ** (ค่าเบต้า 0.293 และระดับความสำคัญในเกณฑ์ค่อนข้างมาก)

(1) ส่งเสริมการใช้ระบบ e-Commerce ด้วยการให้ส่วนลดทางการค้าหรือสิทธิพิเศษรวมถึงอาจสร้างระบบลูกค้าสัมพันธ์ผ่านระบบ e-Commerce

(2) เพิ่มบริการด้านการให้คำปรึกษาทางการแพทย์ผ่านระบบ On-line

- ในเรื่องสุขภาพต่างๆ ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลทางการแพทย์ และสามารถสอบถามถึงอาการเบื้องต้นของโรค หรือยาที่ควรใช้ ผ่านทาง Chat, e-mail และระบบ On-line อื่นๆ เพื่อการวินิจฉัยโรคที่ถูกต้อง

(3) จัดการอบรมสัมมนา และโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ

- เพื่อเพิ่มพูนความรู้แก่พนักงานรวมไปถึงประชาชนทั่วไปในเรื่องระบบ e-Commerce ในด้าน Healthcare แก่ผู้ใช้ทุกกลุ่ม ได้แก่ผู้ใหญ่และเยาวชน การจัดสัมมนาและการอบรมอื่นๆ

(4) นำการตลาดและส่งเสริมการขาย เข้ามามีส่วนในการวางแผนกลยุทธ์

- ในแง่ของระบบ e-Commerce ในด้าน Healthcare สำหรับภาคเอกชนนั้น องค์กรภาครัฐควรมีการนำเอาการตลาด (Marketing) เข้ามามีส่วนในการวางแผนกลยุทธ์ ยกตัวอย่างเช่น ในแง่ของการขายต้องนำเอา Customer Relation Management (CRM) มาเป็นกลยุทธ์หนึ่งในการส่งเสริมการขายสินค้าและบริการ การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย เป็นต้น องค์กรภาครัฐต้องนำเอามุมมองด้านธุรกิจ เช่น กลุ่มลูกค้า ความต้องการของลูกค้า จุดเด่นสินค้า ระยะเวลาในการคืนทุน และกำไร เป็นต้น มาใช้ประกอบในการวางแผนและวางนโยบายระบบ e-Commerce ในด้าน Healthcare
- การใช้เครื่องมือทางการตลาด เช่น การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ในการสร้างภาพพจน์ที่ดีให้แก่ประเทศไทย

หมวดปัจจัยที่มีอิทธิพลอันดับสอง คือ **การเข้าถึงแหล่งเงินทุนและความรู้ความเข้าใจในธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์** (ค่าเบต้า 0.279 และระดับความสำคัญในเกณฑ์ค่อนข้างมาก)

(1) ควรทำความเข้าใจผู้รับบริการและพฤติกรรมของผู้รับบริการ โดยการศึกษาและวิจัยข้อมูลอย่างสม่ำเสมอ

- เช่น ทำการศึกษาวิจัย หาความรู้ถึงความต้องการลักษณะนิสัยของผู้รับบริการ วิถีชีวิต และสภาพความเป็นอยู่ของกลุ่มเป้าหมาย เป็นต้น เพื่อประโยชน์ในการตลาด

(2) จัดเตรียมงบประมาณ บุคลากร และแผนพัฒนาระบบสารสนเทศ ทั้งแผนระยะสั้นและระยะยาว

- ทุกองค์กรต้องเห็นความสำคัญในการสร้างระบบป้องกันการโจรกรรมข้อมูลที่ดีจากแฮกเกอร์ และไวรัสคอมพิวเตอร์ โดยต้องจัดเตรียมงบประมาณ บุคลากร และแผนพัฒนาระบบสารสนเทศ ทั้งระยะสั้นและระยะยาว ถึงแม้องค์กรมีข้อจำกัดในเรื่องของงบประมาณ เนื่องจากระบบ e-Commerce ในด้าน Healthcare ต้องใช้งบประมาณสูงในการพัฒนาระบบ และดูแลระบบ
- วางแผนในการเพิ่มจำนวนบุคลากร

หมวดปัจจัยที่มีอิทธิพลอันดับสาม คือ **ความพร้อมในระบบสารสนเทศและความน่าเชื่อถือขององค์กร** (ค่าเบต้า 0.193 และระดับความสำคัญในเกณฑ์ปานกลาง)

(1) จัดเตรียมงบประมาณ บุคลากร และแผนพัฒนาระบบสารสนเทศ ทั้งแผนระยะสั้นและระยะยาว

- ทุกองค์กรต้องเห็นความสำคัญในการสร้างระบบป้องกันการโจรกรรมข้อมูลที่ดีจากแฮกเกอร์ และไวรัส

คอมพิวเตอร์ โดยต้องจัดเตรียมงบประมาณ บุคลากร และแผนพัฒนาระบบสารสนเทศ ทั้งระยะสั้นและระยะยาว ถึงแม้้องค์กรมีข้อจำกัดในเรื่องของงบประมาณ เนื่องจากระบบ e-Commerce ในด้าน Healthcare ต้องใช้งบประมาณสูงในการพัฒนาระบบ และดูแลระบบ

- วางแผนในการเพิ่มจำนวนบุคลากร

(2) ควรจัดอบรมสัมมนาเพื่อพัฒนาบุคลากรด้านสารสนเทศ

- อบรมสัมมนาให้ความรู้ทั้งด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ การตลาด การบริหารจัดการ และ ภาษาอังกฤษ สร้าง career part ให้เกิดกำลังใจในการทำงาน
- อบรมสัมมนาให้ความรู้ถึงขอบเขตระบบ e-Commerce ในด้าน Healthcare อันได้แก่ e-Service, e-Auction, Thailand e-GIF, e-Healthcare และ e-Learning

(3) สร้างมาตรฐานของระบบสารสนเทศ ข้อมูล และระบบความปลอดภัย พร้อมกับการเชื่อมโยงกับหน่วยงานอื่นๆ อย่างมีประสิทธิภาพ

- ความปลอดภัยของข้อมูล สร้างระบบป้องกันการโจรกรรมข้อมูลที่ดีจากแฮกเกอร์ และไวรัสคอมพิวเตอร์
- มีมาตรฐานของระบบ และ ฐานข้อมูลเพื่อรองรับการเชื่อมโยงกับหน่วยงานอื่นๆ

- อบรมสัมมนาให้ความรู้ทั้งด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ การตลาด การบริหารจัดการ และ ภาษาอังกฤษ สร้าง career part ให้เกิดกำลังใจในการทำงาน

หมวดปัจจัยที่มีอิทธิพลอันดับสี่ คือ **ช่องทางในการชำระค่าบริการและความปลอดภัย** (ค่าเบต้า 0.192 และระดับความสำคัญในเกณฑ์ปานกลาง)

(1) จัดเตรียมงบประมาณ บุคลากร และแผนพัฒนาระบบสารสนเทศ ทั้งแผนระยะสั้นและระยะยาว

- ทุกองค์กรต้องเห็นความสำคัญในการสร้างระบบป้องกันการโจรกรรมข้อมูลที่ดีจากแฮกเกอร์ และไวรัสคอมพิวเตอร์ โดยต้องจัดเตรียมงบประมาณ บุคลากร และแผนพัฒนาระบบสารสนเทศ ทั้งระยะสั้นและระยะยาว ถึงแม้้องค์กรมีข้อจำกัดในเรื่องของงบประมาณ เนื่องจากระบบ e-Commerce ในด้าน Healthcare ต้องใช้งบประมาณสูงในการพัฒนาระบบ และดูแลระบบ

- วางแผนในการเพิ่มจำนวนบุคลากร

(2) สร้างมาตรฐานของระบบสารสนเทศ ข้อมูล และระบบความปลอดภัย พร้อมกับการเชื่อมโยงกับหน่วยงานอื่นๆ อย่างมีประสิทธิภาพ

- ความปลอดภัยของข้อมูล สร้างระบบป้องกันการโจรกรรมข้อมูลที่ดีจากแฮกเกอร์ และไวรัสคอมพิวเตอร์

- มีมาตรฐานของระบบ และ ฐานข้อมูลเพื่อรองรับการเชื่อมโยงกับหน่วยงานอื่นๆ
- อบรมสัมมนาให้ความรู้ทั้งด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ การตลาด การบริหารจัดการ และ ภาษาอังกฤษ สร้าง career part ให้เกิดกำลังใจในการทำงาน

หมวดปัจจัยที่มีอิทธิพลอันดับห้า คือ **การออกแบบ Website และความมั่นใจในการใช้งานระบบ** (ค่าเบต้า 0.132 และระดับความสำคัญในเกณฑ์ปานกลาง)

(1) ควรจัดทำ Single – Window ซึ่งเป็นจุดเชื่อมของระบบทั้งหมด

- มีการสร้างเครือข่ายในการใช้ข้อมูลร่วมกันขององค์กรภาครัฐ เช่น การดำเนินการด้านเอกสารการขออนุญาตในการดำเนินธุรกิจจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) สามารถติดต่อได้จากองค์กรเดียว (One Stop Services) โดยสามารถดึงข้อมูลจากระบบ On-line, Download เอกสารจาก Website ออกมาเพื่อดำเนินการในการขออนุญาตได้ โดยไม่ต้องยื่นเรื่องไปถึงทุกองค์กรภาครัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้อง
- โรงพยาบาลทุกโรงพยาบาลควรมีมาตรฐานเดียวกัน มีการใช้แบบฟอร์มเดียวกันทุกโรงพยาบาล (Standardize) เพื่อสามารถเชื่อมโยงระบบขององค์กรต่างๆ เข้าด้วยกันแบบ Single point entry ทำให้ประหยัดเวลาในการส่งต่อ

ผู้รับบริการ เพิ่มความน่าเชื่อถือ และเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้งาน ทำให้ผู้รับบริการได้รับความสะดวก และรวดเร็วมากขึ้น

(2) ควรออกแบบโครงสร้าง และเนื้อหาของ Website ให้เข้าใจง่าย มีการปรับปรุงสม่ำเสมอ และมีเนื้อหา/บริการ ตามความต้องการ

- ต้องมีความชัดเจน เข้าใจได้ง่าย และใช้งานง่าย โดยสามารถเชื่อมต่อกับ Website และระบบ ของหลายๆ องค์กรภาครัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้อง
- ควรมีการ Update ข้อมูลต่างๆ บน Website ให้ทันต่อเหตุการณ์เสมอ
- เพิ่มเนื้อหาและบริการใน Website ปัจจุบันให้รองรับกับความต้องการที่เพิ่มขึ้น และสามารถให้บริการในด้าน Healthcare เบื้องต้น ได้มากขึ้น เพื่อให้ระบบ e-Commerce เป็นที่แพร่หลายและคุ้นเคยกับผู้ใช้บริการ

(3) ออกแบบระบบเชื่อมโยงให้มีความรวดเร็วในการเข้าถึงข้อมูล

- ไม่ว่าจะเป็นการหาข้อมูลผ่านทาง Internet ในการ Upload, Download การเชื่อมโยงเข้ากับ Webcam, Chat ผ่านระบบ On-line เป็นต้น

(4) จัดทำโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านระบบ e- Commerce กับ Search Engine ที่มีชื่อเสียง

- ในด้าน Healthcare ช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีในระดับสากลโดยสามารถ Upload ข้อมูลภาพ วีดีโอ และข้อความที่ดีเกี่ยวกับธุรกิจสปา โรงพยาบาล และคลินิกผ่านทาง Internet, Website ต่างๆ ได้ทั่วโลก เช่น Wikipedia, Youtube, Wikitravel, Tripadvisor และ Search engine ที่มีชื่อเสียงอื่นๆ

หมวดปัจจัยที่มีอิทธิพลอันดับหก คือ **จำนวนบุคลากรด้านสารสนเทศ** (ค่าเบต้า 0.129 และระดับความสำคัญในเกณฑ์ปานกลาง)

(1) จัดเตรียมงบประมาณ บุคลากร และแผนพัฒนาระบบสารสนเทศ ทั้งแผนระยะสั้นและระยะยาว

- ทุกองค์กรต้องเห็นความสำคัญในการสร้างระบบป้องกันการโจรกรรมข้อมูลที่ดีจากแฮกเกอร์ และไวรัสคอมพิวเตอร์ โดยต้องจัดเตรียมงบประมาณ บุคลากร และแผนพัฒนาระบบสารสนเทศ ทั้งระยะสั้นและระยะยาว ถึงแม้องค์กรมีข้อจำกัดในเรื่องของงบประมาณ เนื่องจากระบบ e-Commerce ในด้าน Healthcare ต้องใช้งบประมาณสูงในการพัฒนาระบบ และดูแลระบบ
- วางแผนในการเพิ่มจำนวนบุคลากร

(2) ควบคุมอบรมสัมมนาเพื่อพัฒนาบุคลากรด้านสารสนเทศ

- อบรมสัมมนาให้ความรู้ทั้งด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ การตลาด การบริหารจัดการ และ ภาษาอังกฤษ สร้าง career part ให้เกิดกำลังใจในการทำงาน
- อบรมสัมมนาให้ความรู้ถึงขอบเขตระบบ e-Commerce ในด้าน Healthcare อันได้แก่ e-Service, e-Auction, Thailand e-GIF, e-Healthcare และ e-Learning

หมวดปัจจัยที่มีอิทธิพลอันดับเจ็ด คือ **การได้รับความสนับสนุนจากภาครัฐ** (ค่าเบต้า 0.117 และระดับความสำคัญในเกณฑ์ปานกลาง)

(1) เข้าร่วมกิจกรรมต่างๆที่รัฐจัดขึ้น

- องค์กรควรส่งผู้แทนควรร่วมเป็นประจำในกิจกรรมต่างๆที่รัฐจัดขึ้น อาทิ การอบรม ประชุม สัมมนา รวมถึงการร่วมมือตอบแบบสอบถามที่ได้รับการติดต่อ นอกจากนี้ควรร่วมแสดงความคิดเห็นในกิจกรรมต่างๆที่เข้าไปร่วม

(2) บรรจุแผนพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในแผนขององค์กร

- โดยให้มีความสอดคล้องกับแผน/แนวทางการพัฒนา และส่งเสริมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ

หมวดปัจจัยที่มีอิทธิพลอันดับแปด คือ การเข้าถึงลูกค้าต่างประเทศ (ค่าเบต้า 0.103 และระดับความสำคัญในเกณฑ์ปานกลาง)

(1) นำการตลาดและส่งเสริมการขาย เข้ามามีส่วนในการวางแผนกลยุทธ์

- ในแง่ของระบบ e-Commerce ในด้าน Healthcare สำหรับภาคเอกชนนั้น องค์กรภาครัฐควรมีการนำเอาการตลาด (Marketing) เข้ามามีส่วนในการวางแผนกลยุทธ์ ยกตัวอย่างเช่น ในแง่ของการขายต้องนำเอา Customer Relation Management (CRM) มาเป็นกลยุทธ์หนึ่งในการส่งเสริมการขายสินค้าและบริการ การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย เป็นต้น องค์กรภาครัฐต้องนำเอามุมมองด้านธุรกิจ เช่น กลุ่มลูกค้า ความต้องการของลูกค้า จุดเด่นสินค้า ระยะเวลาในการคืนทุน และกำไร เป็นต้น มาใช้ประกอบในการวางแผนและวางนโยบายระบบ e-Commerce ในด้าน Healthcare
- การใช้เครื่องมือทางการตลาด เช่น การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ในการสร้างภาพพจน์ที่ดีให้แก่ประเทศไทย

(2) ควรทำความเข้าใจผู้รับบริการและพฤติกรรมของผู้รับบริการ โดยการศึกษาและวิจัยข้อมูลอย่างสม่ำเสมอ

- เช่น ทำการศึกษาวิจัย หาความรู้ถึงความต้องการ ลักษณะนิสัยของผู้รับบริการ วิถีชีวิต และสภาพความเป็นอยู่ของกลุ่มเป้าหมาย เป็นต้น เพื่อประโยชน์ในด้านการตลาด

(3) ควรจัดอบรมสัมมนาเพื่อพัฒนาบุคลากรด้านสารสนเทศ

- อบรมสัมมนาให้ความรู้ทั้งด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ การตลาด การบริหารจัดการ และ ภาษาอังกฤษ สร้าง career part ให้เกิดกำลังใจในการทำงาน
- อบรมสัมมนาให้ความรู้ถึงขอบเขตระบบ e-Commerce ในด้าน Healthcare อันได้แก่ e-Service, e-Auction, Thailand e-GIF, e-Healthcare และ e-Learning

(4) ออกแบบระบบเชื่อมโยงให้มีความรวดเร็วในการเข้าถึงข้อมูล

- ไม่ว่าจะเป็นการหาข้อมูลผ่านทาง Internet ในการ Upload, Download การเชื่อมโยงเข้ากับ Webcam, Chat ผ่านระบบ On-line เป็นต้น

(5) จัดทำโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านระบบ e-Commerce กับ Search Engine ที่มีชื่อเสียง

- ในด้าน Healthcare ช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีในระดับสากลโดยสามารถ Upload ข้อมูลภาพ วิดีโอ และข้อความที่ดีเกี่ยวกับธุรกิจสปา โรงพยาบาล และคลินิก ผ่านทาง Internet, Website ต่างๆ ได้ทั่วโลก เช่น Wikipedia, Youtube, Wikitravel, Tripadvisor และ Search engine ที่มีชื่อเสียงอื่นๆ

(6) บรรจุแผนพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในแผนขององค์กร

- โดยให้มีความสอดคล้องกับแผน/แนวทางการพัฒนา และส่งเสริมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ

(7) สร้างเครือข่าย การประสานงาน และร่วมมือกันระหว่างธุรกิจ
ทั้งโรงพยาบาล และสปา

- ในการจัดตั้งสมาคมเดียวเพื่อทำหน้าที่ส่งเสริมให้เกิดระบบ e-Commerce ในด้าน Healthcare และการหาพันธมิตรร่วมเพื่อให้ธุรกิจสปามีความแตกต่างเป็นสิ่งที่สำคัญต่อการอยู่รอดในภาวะที่มีการแข่งขันสูง เช่น โรงพยาบาลแนะนำให้ผู้รับบริการด้านศัลยกรรมมาพักผ่อนที่สปาในเครือ เป็นต้น

(8) สร้างมาตรฐานคุณภาพของสินค้าและบริการในระดับสากล

- เพื่อให้เกิดความมั่นใจ และการยอมรับในระดับสากลมากขึ้นจากการรับประกันด้านคุณภาพขององค์กรภาครัฐ และองค์กรต่างประเทศ

3.1.2 บทสรุปและข้อเสนอแนะต่อความร่วมมือและปัจจัยที่มีความสำคัญในการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สำหรับกลุ่มธุรกิจบริการส่งเสริมสุขภาพ

ตารางที่ 30 สรุปผลการวิเคราะห์ เพื่อการจัดลำดับและน้ำหนักความสำคัญของปัจจัยที่มีต่อความพร้อมในการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับกลุ่มธุรกิจบริการส่งเสริมสุขภาพโดยวิธีการวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้น (Multiple Regression Analysis) โดยจำแนกตามประเภทวัตถุประสงค์

กลุ่มปัจจัย	ภาพรวม			วัตถุประสงค์ของการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อเพิ่มรายได้					
	ความพร้อมโดยรวม	ความพร้อมด้านเพิ่มรายได้ขององค์กร	ความพร้อมด้านลดค่าใช้จ่ายขององค์กร	เพื่อลดค่าใช้จ่าย			ธุรกิจขนาดเพื่อสุขภาพและเสริมสวย		
				สปาเพื่อสุขภาพ (Medical & Resort Spa)	สปาเพื่อการพักผ่อน/เสริมสวย (Beauty & Day Spa)	ธุรกิจเสริมสวย	สปาเพื่อสุขภาพ (Medical & Resort Spa)	สปาเพื่อการพักผ่อน/เสริมสวย (Beauty & Day Spa)	ธุรกิจเสริมสวย
คะแนนเฉลี่ยความพร้อม (ระดับคะแนน 1-10)	6.56	6.58	6.39	7.14	6.81	6.38	6.79	6.4	6.21
R ²	0.271	0.285	0.229	0.392	0.346	0.332	0.242	0.262	0.241
กลุ่มปัจจัยที่ 1 - ความน่าเชื่อถือขององค์กรและระบบความปลอดภัยของข้อมูล	0.148**	0.171**	0.114**	-	0.238**	-	-	0.209**	-
กลุ่มปัจจัยที่ 2 - การบริการ/ช่องทางชำระค่าบริการที่หลากหลายผ่าน Website และความรู้ความเข้าใจของผู้รับบริการ	0.236**	0.255**	0.198**	-	0.378**	0.231**	-	0.285**	0.179**
กลุ่มปัจจัยที่ 3 - การออกแบบ website และความมั่นใจในการใช้งานระบบ	0.190**	0.194**	0.188**	0.433**	-	0.218**	0.350**	-	0.230**
กลุ่มปัจจัยที่ 4 - จำนวนบุคลากรด้านสารสนเทศและความรู้ความเข้าใจธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	0.293**	0.287**	0.284**	-	0.339**	0.412**	-	0.339**	0.383**
กลุ่มปัจจัยที่ 5 - การได้รับความสนับสนุนจากภาครัฐและการเข้าถึงแหล่งเงินทุน	0.099*	-	0.107*	0.217*	-	-	-	-	-
กลุ่มปัจจัยที่ 6 - การเข้าถึงลูกค้าต่างประเทศและความปลอดภัยในการชำระเงิน	0.190**	0.219**	0.143**	-	-	0.321**	-	-	0.205**
กลุ่มปัจจัยที่ 7 - ความพร้อมของระบบและทีมงานด้านสารสนเทศ (ICT)	0.160**	0.150**	0.170**	0.549**	-	-	0.375**	-	-

หมายเหตุ *** ระดับนัยสำคัญที่ 0.10

*** ระดับนัยสำคัญที่ 0.05

แถบสี	ค่าสัมประสิทธิ์ (เบต้า)	ความหมาย
	>= 0.300	ระดับความสำคัญมาก
	0.200 - 0.299	ระดับความสำคัญค่อนข้างมาก
	0.100 - 0.199	ระดับความสำคัญในเกณฑ์ปานกลาง
	0.001 - 0.099	ระดับความสำคัญในเกณฑ์ต่ำ
	ไม่มีนัยความสำคัญทางสถิติที่ระดับ $\alpha = 0.10$	ไม่มีความสำคัญ

3.1.2.1 บทสรุปตามประเภทองค์กรและวัตถุประสงค์ต่อ ปัจจัยที่มีผลต่อความพร้อมในการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สำหรับ กลุ่มธุรกิจบริการส่งเสริมสุขภาพ

จากตารางผลการวิเคราะห์เพื่อการจัดลำดับและน้ำหนัก
ความสำคัญของปัจจัยที่มีต่อความพร้อมในการประกอบการพาณิชย์
อิเล็กทรอนิกส์โดยวิธีการวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้น (Multiple Regression
Analysis) มีข้อสรุปดังนี้ ในภาพรวมความพร้อมโดยเฉลี่ยในการ
ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ อยู่ที่ 6.56 จากคะแนนเต็ม 10 ซึ่งจัดใน
เกณฑ์ปานกลาง-ค่อนข้างดี สำหรับคะแนนเฉลี่ยของความพร้อมในการ
ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มรายได้
อยู่ที่ 6.58 จากคะแนนเต็ม 10 ซึ่งจัดในเกณฑ์ปานกลาง-ค่อนข้างดี และ
สำหรับคะแนนเฉลี่ยของความพร้อมในการประกอบการพาณิชย์
อิเล็กทรอนิกส์สำหรับวัตถุประสงค์เพื่อลดค่าใช้จ่าย อยู่ที่ 6.39 จากคะแนน
เต็ม 10 ซึ่งจัดในเกณฑ์ปานกลาง-ค่อนข้างดี เช่นกัน

เมื่อจำแนกตามประเภทสถานประกอบการสรุปได้ว่า

สำหรับคะแนนเฉลี่ยของความพร้อมในการประกอบการพาณิชย์
อิเล็กทรอนิกส์สำหรับวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มรายได้ ของกลุ่มสปาเพื่อ
สุขภาพ (Medical & Resort Spa) กลุ่มสปาเพื่อการพักผ่อน/เสริมสวย
(Beauty & Day Spa) และ กลุ่มธุรกิจนวดเพื่อสุขภาพ/เสริมสวย
อยู่ที่ 7.14, 6.81 และ 6.38 ตามลำดับ ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ปานกลาง-ค่อนข้างดี

สำหรับคะแนนเฉลี่ยของความพร้อมในการประกอบการพาณิชย์
อิเล็กทรอนิกส์สำหรับวัตถุประสงค์เพื่อลดค่าใช้จ่าย ของกลุ่มสปาเพื่อ
สุขภาพ (Medical & Resort Spa) กลุ่มสปาเพื่อการพักผ่อน/เสริมสวย
(Beauty & Day Spa) และ กลุ่มธุรกิจนวดเพื่อสุขภาพ/เสริมสวย อยู่ที่
6.79, 6.4 และ 6.21 ตามลำดับ ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ปานกลาง-ค่อนข้างดีเช่นกัน

เมื่อจำแนกตามประเภทสถานประกอบการสรุปได้ว่า

(1) กลุ่มสปาเพื่อสุขภาพ (Medical & Resort Spa)

(1.1) วัตถุประสงค์การพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ : เพื่อ เพิ่มรายได้

ซึ่งในวัตถุประสงค์ของการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์นี้
พอสรุปสาระสำคัญได้ดังนี้ สำหรับคะแนนเฉลี่ยของความพร้อมในการ
ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่ม
รายได้ อยู่ที่ 7.14 จากคะแนนเต็ม 10 ซึ่งจัดในเกณฑ์ค่อนข้างดี

ปัจจัยที่มีความสำคัญมากได้แก่

ความพร้อมของระบบและทีมงานด้านสารสนเทศ (ICT)
(ค่าเบต้า 0.549) ซึ่งปัจจัยที่อยู่ในกลุ่มต้องเร่งปรับปรุงและควรปรับปรุง
ได้แก่ (3) ความสามารถและความพร้อมของทีมงานด้านสารสนเทศ
(ICT) และ (9) ความพร้อมระบบโครงสร้างพื้นฐานด้านสารสนเทศ (ICT
System) องค์กร

การออกแบบ Website และความมั่นใจในการใช้งานระบบ
(ค่าเบต้า 0.433) ซึ่งปัจจัยที่อยู่ในกลุ่มต้องเร่งปรับปรุงและควรปรับปรุง
ได้แก่ (1) ความเชื่อมั่นและความพร้อมของคู่ค้า/ลูกค้าที่จะใช้ e-Commerce

ปัจจัยที่มีความสำคัญค่อนข้างมากได้แก่

การได้รับความสนับสนุนจากภาครัฐและการเข้าถึงแหล่งเงินทุน
(ค่าเบต้า 0.217) ซึ่งปัจจัยที่อยู่ในกลุ่มต้องเร่งปรับปรุงและควรปรับปรุง
ได้แก่ (J) การได้รับความสนับสนุนจากภาครัฐ

**(1.2) วัตถุประสงค์การพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ : เพื่อลด
ค่าใช้จ่าย**

ซึ่งในวัตถุประสงค์ของการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์นี้
พอสรุปสาระสำคัญได้ดังนี้ สำหรับคะแนนเฉลี่ยของความพร้อมในการ
ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับวัตถุประสงค์เพื่อลด
ค่าใช้จ่าย อยู่ที่ 6.79 จากคะแนนเต็ม 10 ซึ่งจัดในเกณฑ์ปานกลาง-
ค่อนข้างดี

ปัจจัยที่มีความสำคัญมากได้แก่

ความพร้อมของระบบและทีมงานด้านสารสนเทศ (ICT) (ค่าเบต้า
0.375) ซึ่งปัจจัยที่อยู่ในกลุ่มต้องเร่งปรับปรุงและควรปรับปรุงได้แก่ (3)
ความสามารถและความพร้อมของทีมงานด้านสารสนเทศ (ICT) และ (9)
ความพร้อมระบบโครงสร้างพื้นฐานด้านสารสนเทศ (ICT System) องค์กร

การออกแบบ Website และความมั่นใจในการใช้งานระบบ
(ค่าเบต้า 0.350) ซึ่งปัจจัยที่อยู่ในกลุ่มต้องเร่งปรับปรุงและควรปรับปรุง
ได้แก่ (1) ความเชื่อมั่นและความพร้อมของคู่ค้า/ลูกค้าที่จะใช้ e-Commerce

(2) กลุ่มสปาเพื่อการพักผ่อน/เสริมสวย (Beauty & Day Spa)

**(2.1) วัตถุประสงค์การพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ : เพื่อ
เพิ่มรายได้**

ซึ่งในวัตถุประสงค์ของการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์นี้ พอ
สรุปสาระสำคัญได้ดังนี้ สำหรับคะแนนเฉลี่ยของความพร้อมในการ
ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มรายได้
อยู่ที่ 6.81 จากคะแนนเต็ม 10 ซึ่งจัดในเกณฑ์ปานกลาง-ค่อนข้างดี

ปัจจัยที่มีความสำคัญมากได้แก่

**การบริการ/ช่องทางชำระค่าบริการที่หลากหลายผ่าน Website
และความรู้ความเข้าใจของผู้รับบริการ** (ค่าเบต้า 0.378) ซึ่งปัจจัยที่อยู่ใน
กลุ่มต้องเร่งปรับปรุงและควรปรับปรุงได้แก่ (5) ความรู้ความเข้าใจของ
ผู้รับบริการที่ใช้ระบบสารสนเทศ (6) แผนการประชาสัมพันธ์และการ
เข้าถึงลูกค้า และ (8) มีช่องทาง และ ระบบการชำระสินค้า/บริการ
หลากหลาย

**จำนวนบุคลากรด้านสารสนเทศและความรู้ความเข้าใจธุรกรรม
พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์** (ค่าเบต้า 0.339) ซึ่งปัจจัยที่อยู่ในกลุ่มต้องเร่ง
ปรับปรุงและควรปรับปรุงได้แก่ (H) จำนวนของบุคลากร/ทีมงานด้าน

สารสนเทศ (ICT) และ (G) ความรู้ความเข้าใจตลาดและผู้บริโภคใน
ธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ปัจจัยที่มีความสำคัญค่อนข้างมากได้แก่

ความน่าเชื่อถือขององค์กรและระบบความปลอดภัยของข้อมูล
(ค่าเบต้า 0.238) ซึ่งในหมวดนี้ปัจจัยต่างๆจะอยู่เกณฑ์ค่อนข้างดี-ดี

**(2.2) วัตถุประสงค์การพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ : เพื่อลด
ค่าใช้จ่าย**

ซึ่งในวัตถุประสงค์ของการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์นี้
พอสรุปสาระสำคัญได้ดังนี้ สำหรับคะแนนเฉลี่ยของความพร้อมในการ
ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มลด
ค่าใช้จ่าย อยู่ที่ 6.4 จากคะแนนเต็ม 10 ซึ่งจัดในเกณฑ์ปานกลาง-ค่อนข้างดี

ปัจจัยที่มีความสำคัญมากได้แก่

**จำนวนบุคลากรด้านสารสนเทศและความรู้ความเข้าใจธุรกรรม
พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์** (ค่าเบต้า 0.339) ซึ่งปัจจัยที่อยู่ในกลุ่มต้องเร่ง
ปรับปรุงและควรปรับปรุงได้แก่ (H) จำนวนของบุคลากร/ทีมงานด้าน
สารสนเทศ (ICT) และ (G) ความรู้ความเข้าใจตลาดและผู้บริโภคใน
ธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ปัจจัยที่มีความสำคัญค่อนข้างมากได้แก่

**การบริการ/ช่องทางชำระค่าบริการที่หลากหลายผ่าน Website
และความรู้ความเข้าใจของผู้รับบริการ** (ค่าเบต้า 0.285) ซึ่งปัจจัยที่อยู่ใน

กลุ่มต้องเร่งปรับปรุงและควรปรับปรุงได้แก่ (5) ความรู้ความเข้าใจของ
ผู้รับบริการที่ใช้ระบบสารสนเทศ (6) แผนการประชาสัมพันธ์และการ
เข้าถึงลูกค้า และ (8) มีช่องทาง และ ระบบการชำระสินค้า/บริการ
หลากหลาย

ความน่าเชื่อถือขององค์กรและระบบความปลอดภัยของข้อมูล
(ค่าเบต้า 0.209) ซึ่งในหมวดนี้ปัจจัยต่างๆจะอยู่เกณฑ์ค่อนข้างดี-ดี

(3) กลุ่มธุรกิจหมวดเพื่อสุขภาพ/เสริมสวย

**(3.1) วัตถุประสงค์การพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ : เพื่อ
เพิ่มรายได้**

ซึ่งในวัตถุประสงค์ของการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์นี้ พอสรุป
สาระสำคัญได้ดังนี้ สำหรับคะแนนเฉลี่ยของความพร้อมในการ
ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มรายได้
อยู่ที่ 6.38 จากคะแนนเต็ม 10 ซึ่งจัดในเกณฑ์ปานกลาง-ค่อนข้างดี

ปัจจัยที่มีความสำคัญมากได้แก่

**จำนวนบุคลากรด้านสารสนเทศและความรู้ความเข้าใจธุรกรรม
พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์** (ค่าเบต้า 0.412) ซึ่งปัจจัยที่อยู่ในกลุ่มต้องเร่ง
ปรับปรุงและควรปรับปรุงได้แก่ (G) ความรู้ความเข้าใจตลาดและ
ผู้บริโภคในธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และ (H) จำนวนของบุคลากร/
ทีมงานด้านสารสนเทศ (ICT)

การเข้าถึงลูกค้าต่างประเทศและความปลอดภัยในการชำระเงิน
(ค่าเบต้า 0.321) ซึ่งในหมวดนี้ปัจจัยต่างๆจะอยู่เกณฑ์ค่อนข้างดี-ดี

ปัจจัยที่มีความสำคัญค่อนข้างมากได้แก่

การบริการ/ช่องทางชำระค่าบริการที่หลากหลายผ่าน Website และความรู้ความเข้าใจของผู้รับบริการ (ค่าเบต้า 0.231) ซึ่งปัจจัยที่อยู่ในกลุ่มต้องเร่งปรับปรุงและควรปรับปรุงได้แก่ (5) ความรู้ความเข้าใจของผู้รับบริการที่ใช้ระบบสารสนเทศ และ (8) มีช่องทาง และ ระบบการชำระสินค้า/บริการหลากหลาย

การออกแบบ Website และความมั่นใจในการใช้งานระบบ (ค่าเบต้า 0.218) ซึ่งปัจจัยที่อยู่ในกลุ่มต้องเร่งปรับปรุงและควรปรับปรุงได้แก่ (1) ความเชื่อมั่นและ ความพร้อมของคู่ค้า/ลูกค้าที่จะใช้ e-Commerce และ รูปแบบและการออกแบบ Website

(3.2) วัตถุประสงค์การพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ : เพื่อลดค่าใช้จ่าย

ซึ่งในวัตถุประสงค์ของการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์นี้ พอสรุปสาระสำคัญได้ดังนี้ สำหรับคะแนนเฉลี่ยของความพร้อมในการประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มลดค่าใช้จ่าย อยู่ที่ 6.21 จากคะแนนเต็ม 10 ซึ่งจัดในเกณฑ์ปานกลาง-ค่อนข้างดี

ปัจจัยที่มีความสำคัญมากได้แก่

จำนวนบุคลากรด้านสารสนเทศและความรู้ความเข้าใจธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (ค่าเบต้า 0.383) ปัจจัยที่อยู่ในกลุ่มต้องเร่งปรับปรุงและควรปรับปรุงได้แก่ (G) ความรู้ความเข้าใจตลาดและผู้บริโภคใน

ธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และ (H) จำนวนของบุคลากร/ทีมงานด้านสารสนเทศ (ICT)

ปัจจัยที่มีความสำคัญค่อนข้างมากได้แก่

การออกแบบ Website และความมั่นใจในการใช้งานระบบ (ค่าเบต้า 0.230 และระดับความสำคัญค่อนข้างมาก) ปัจจัยที่อยู่ในกลุ่มต้องเร่งปรับปรุงและควรปรับปรุงได้แก่ (1) ความเชื่อมั่นและ ความพร้อมของคู่ค้า/ลูกค้าที่จะใช้ e-Commerce และ (2) รูปแบบและการออกแบบ Website

การเข้าถึงลูกค้าต่างประเทศและความปลอดภัยในการชำระเงิน (ค่าเบต้า 0.205) ซึ่งในหมวดนี้ปัจจัยต่างๆจะอยู่เกณฑ์ค่อนข้างดี-ดี

ปัจจัยที่มีความสำคัญปานกลางได้แก่

การบริการ/ช่องทางชำระค่าบริการที่หลากหลายผ่าน Website และความรู้ความเข้าใจของผู้รับบริการ (ค่าเบต้า 0.179) ซึ่งปัจจัยที่อยู่ในกลุ่มต้องเร่งปรับปรุงและควรปรับปรุงได้แก่ (5) ความรู้ความเข้าใจของผู้รับบริการที่ใช้ระบบสารสนเทศ และ (8) มีช่องทาง และ ระบบการชำระสินค้า/บริการหลากหลาย

3.1.2.2 ข้อเสนอแนะต่อองค์กรเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ตามปัจจัยที่มีความสำคัญต่อความพร้อมในการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในภาพรวมสำหรับธุรกิจบริการส่งเสริมสุขภาพ

หมวดปัจจัยที่มีอิทธิพลอันดับแรก คือ จำนวนบุคลากรด้านสารสนเทศและ ความรู้ความเข้าใจธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (ค่าเบต้า 0.293 และ ระดับความสำคัญในเกณฑ์ค่อนข้างมาก)

(1) ควรจัดการอบรมสัมมนาเพื่อพัฒนาบุคลากรด้านสารสนเทศ

- อบรมสัมมนาให้ความรู้ทั้งด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ การตลาด การบริหารจัดการ และ ภาษาอังกฤษ สร้าง career part ให้เกิดกำลังใจในการทำงาน
- อบรมสัมมนาให้ความรู้ถึงขอบเขตระบบ e-Commerce ใน ด้าน Healthcare อันได้แก่ e-Service, e-Auction, Thailand e-GIF, e-Healthcare และ e-Learning

(2) จัดเตรียมงบประมาณ บุคลากร และแผนพัฒนาระบบสารสนเทศ ทั้งแผนระยะสั้นและระยะยาว

- ทุกองค์กรต้องเห็นความสำคัญในการสร้างระบบป้องกันการโจรกรรมข้อมูลที่ดีจากแฮกเกอร์ และไวรัสคอมพิวเตอร์ โดยต้องจัดเตรียมงบประมาณ บุคลากร และแผนพัฒนาระบบสารสนเทศ ทั้งระยะสั้นและระยะยาว ถึงแม้องค์กรมีข้อจำกัดในเรื่องของงบประมาณ เนื่องจากระบบ e-Commerce ในด้าน Healthcare ต้องใช้ งบประมาณสูงในการพัฒนาระบบ และดูแลระบบ
- วางแผนในการเพิ่มจำนวนบุคลากร

(3) ควรทำความเข้าใจผู้รับบริการและพฤติกรรมของผู้รับบริการ โดยการศึกษาและวิจัยข้อมูลอย่างสม่ำเสมอ

- เช่น ทำการศึกษาวิจัย หาความรู้ถึงความต้องการ ลักษณะนิสัยของผู้รับบริการ วิถีชีวิต และสภาพความเป็นอยู่ของกลุ่มเป้าหมาย เป็นต้น เพื่อประโยชน์ในการตลาด

หมวดปัจจัยที่มีอิทธิพลอันดับสอง คือ การบริการ/ช่องทางชำระค่าบริการ ที่หลากหลายผ่าน Website และความรู้ความเข้าใจของผู้รับบริการ (ค่าเบต้า 0.236 และระดับความสำคัญในเกณฑ์ค่อนข้างมาก)

(1) ควรจัดการอบรมสัมมนาเพื่อพัฒนาบุคลากรด้านสารสนเทศ

- อบรมสัมมนาให้ความรู้ทั้งด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ การตลาด การบริหารจัดการ และ ภาษาอังกฤษ สร้าง career part ให้เกิดกำลังใจในการทำงาน
- อบรมสัมมนาให้ความรู้ถึงขอบเขตระบบ e-Commerce ในด้าน Healthcare อันได้แก่ e-Service, e-Auction, Thailand e-GIF, e-Healthcare และ e-Learning

(2) จัดเตรียมงบประมาณ บุคลากร และแผนพัฒนาระบบสารสนเทศ ทั้งแผนระยะสั้นและระยะยาว

- ทุกองค์กรต้องเห็นความสำคัญในการสร้างระบบป้องกันการโจรกรรมข้อมูลที่ดีจากแฮกเกอร์ และไวรัสคอมพิวเตอร์ โดยต้องจัดเตรียมงบประมาณ บุคลากร และแผนพัฒนาระบบสารสนเทศ ทั้งระยะสั้นและระยะยาว

ถึงแม้องค์กรมีข้อจำกัดในเรื่องของงบประมาณ เนื่องจากระบบ e-Commerce ในด้าน Healthcare ต้องใช้งบประมาณสูงในการพัฒนาระบบ และดูแลระบบ

- วางแผนในการเพิ่มจำนวนบุคลากร

(3) ควรทำความเข้าใจผู้รับบริการและพฤติกรรมของผู้รับบริการ โดยการศึกษาและวิจัยข้อมูลอย่างสม่ำเสมอ

- เช่น ทำการศึกษาวิจัย หาความรู้ถึงความต้องการ ลักษณะนิสัยของผู้รับบริการ วิถีชีวิต และสภาพความเป็นอยู่ของกลุ่มเป้าหมาย เป็นต้น เพื่อประโยชน์ในการตลาด

(4) สร้างมาตรฐานเดียวกัน ในเรื่องของนโยบาย และกฎระเบียบต่างๆ

- เช่น การเพิ่มค่าใช้จ่ายในการทำการจองเวลานัดหมายล่วงหน้าเพื่อเป็นการรับประกันว่าผู้รับบริการจะมาใช้บริการจริง หรือหากมีการยกเลิกการทำการจองเวลานัดหมายล่วงหน้าจะมีการหักเงินเป็นร้อยละเท่าไรของราคาเต็ม เป็นต้น

(5) ส่งเสริมการใช้ระบบ e-Commerce ด้วยการให้ส่วนลดทางการค้าหรือสิทธิพิเศษ รวมถึงอาจสร้างระบบลูกค้าสัมพันธ์ผ่านระบบ e-Commerce

(6) ควรออกแบบโครงสร้าง และเนื้อหาของ Website ให้เข้าใจง่าย มีการปรับปรุงสม่ำเสมอและมีเนื้อหา/บริการ ตามความต้องการ

- ต้องมีความชัดเจน เข้าใจได้ง่าย และใช้งานง่าย โดยสามารถเชื่อมต่อกับ Website และระบบ ของหลายๆ องค์กรภาครัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้อง

- ควรมีการ Update ข้อมูลต่างๆ บน Website ให้ทันต่อเหตุการณ์เสมอ

- เพิ่มเนื้อหาและบริการใน Website ปัจจุบันให้รองรับกับความต้องการที่เพิ่มขึ้น และสามารถให้บริการในด้าน Healthcare เบื้องต้นได้มากขึ้น เพื่อให้ระบบ e-Commerce เป็นที่แพร่หลายและคุ้นเคยกับผู้ใช้บริการ

(7) นำการตลาดและส่งเสริมการขาย เข้ามามีส่วนในการวางแผนกลยุทธ์

- ในแง่ของระบบ e-Commerce ในด้าน Healthcare สำหรับภาคเอกชนนั้น องค์กรภาครัฐควรจะมีการนำเอาการตลาด (Marketing) เข้ามามีส่วนในการวางแผนกลยุทธ์ ยกตัวอย่างเช่น ในแง่ของการขายต้องนำเอา Customer Relation Management (CRM) มาเป็นกลยุทธ์หนึ่งในการส่งเสริมการขายสินค้าและบริการ การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย เป็นต้น องค์กรภาครัฐต้องนำเอามุมมองด้านธุรกิจ เช่น กลุ่มลูกค้า ความต้องการของลูกค้า จุดเด่นสินค้า ระยะเวลาในการคืนทุน และกำไร เป็นต้น มาใช้ประกอบในการวางแผนและวางนโยบายระบบ e-Commerce ในด้าน Healthcare

- การใช้เครื่องมือทางการตลาด เช่น การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ในการสร้างภาพพจน์ที่ดีให้แก่ประเทศไทย
- (8) สร้างเครือข่าย การประสานงาน และร่วมมือกันระหว่างธุรกิจ ทั้งโรงพยาบาล และสปา
- ในการจัดตั้งสมาคมเดียวเพื่อทำหน้าที่ส่งเสริมให้เกิดระบบ e-Commerce ในด้าน Healthcare และการหาพันธมิตรร่วมเพื่อให้ธุรกิจสปามีความแตกต่างเป็นสิ่งที่สำคัญต่อการอยู่รอดในภาวะที่มีการแข่งขันสูง เช่น โรงพยาบาลแนะนำให้ผู้รับบริการด้านศัลยกรรมมาพักผ่อนที่สปาในเครือ เป็นต้น
- (9) มาตรฐานคุณภาพของสินค้าและบริการในระดับสากล
- เพื่อให้เกิดความมั่นใจ และการยอมรับในระดับสากลมากขึ้น จากการรับประกันด้านคุณภาพขององค์กรภาครัฐ และองค์กรต่างประเทศ

หมวดปัจจัยที่มีอิทธิพลอันดับสาม คือ **การออกแบบ Website และความมั่นใจในการใช้งานระบบ** (ค่าเบต้า 0.190 และระดับความสำคัญในเกณฑ์ปานกลาง)

- (1) ควรออกแบบโครงสร้าง และเนื้อหาของ Website ให้เข้าใจง่าย มีการปรับปรุงสม่ำเสมอและมีเนื้อหา/บริการ ตามความต้องการ

- ต้องมีความชัดเจน เข้าใจได้ง่าย และใช้งานง่าย โดยสามารถเชื่อมต่อกับ Website และระบบ ของหลายๆ องค์กรภาครัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้อง
 - ควรมีการ Update ข้อมูลต่างๆ บน Website ให้ทันต่อเหตุการณ์เสมอ
 - เพิ่มเนื้อหาและบริการใน Website ปัจจุบันให้รองรับกับความต้องการที่เพิ่มขึ้น และสามารถให้บริการในด้าน Healthcare เบื้องต้นได้มากขึ้น เพื่อให้ระบบ e-Commerce เป็นที่แพร่หลายและคุ้นเคยกับผู้ใช้บริการ
- (2) ออกแบบระบบเชื่อมโยงให้มีความรวดเร็วในการเข้าถึงข้อมูล
- ไม่ว่าจะเป็นการหาข้อมูลผ่านทาง Internet ในการ Upload, Download การเชื่อมโยงเข้ากับ Webcam, Chat ผ่านระบบ On-line เป็นต้น
- (3) จัดทำโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านระบบ e-Commerce กับ Search Engine ที่มีชื่อเสียง
- ในด้าน Healthcare ช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีในระดับสากลโดยสามารถ Upload ข้อมูลภาพ วีดีโอ และข้อความที่ดีเกี่ยวกับธุรกิจสปา โรงพยาบาล และคลินิกผ่านทาง Internet, Website ต่างๆ ได้ทั่วโลก เช่น Wikipedia, Youtube, Wikitravel, Tripadvisor และ Search engine ที่มีชื่อเสียงอื่นๆ

หมวดปัจจัยที่มีอิทธิพลอันดับสี่ คือ การเข้าถึงลูกค้าต่างประเทศและความปลอดภัยในการชำระเงิน (ค่าเบต้า 0.190 และระดับความสำคัญในเกณฑ์ปานกลาง)

(1) ควรจัดการอบรมสัมมนาเพื่อพัฒนาบุคลากรด้านสารสนเทศ

- อบรมสัมมนาให้ความรู้ทั้งด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ การตลาด การบริหารจัดการ และ ภาษาอังกฤษ สร้าง career part ให้เกิดกำลังใจในการทำงาน
- อบรมสัมมนาให้ความรู้ถึงขอบเขตระบบ e-Commerce ในด้าน Healthcare อันได้แก่ e-Service, e-Auction, Thailand e-GIF, e-Healthcare และ e-Learning

(2) จัดเตรียมงบประมาณ บุคลากร และแผนพัฒนาระบบสารสนเทศ ทั้งแผนระยะสั้นและระยะยาว

- ทุกองค์กรต้องเห็นความสำคัญในการสร้างระบบป้องกันการโจรกรรมข้อมูลที่ดีจากแฮกเกอร์ และไวรัสคอมพิวเตอร์ โดยต้องจัดเตรียมงบประมาณ บุคลากร และแผนพัฒนาระบบสารสนเทศ ทั้งระยะสั้นและระยะยาว ถึงแม้องค์กรมีข้อจำกัดในเรื่องของงบประมาณ เนื่องจากระบบ e-Commerce ในด้าน Healthcare ต้องใช้งบประมาณสูงในการพัฒนาระบบ และดูแลระบบ
- วางแผนในการเพิ่มจำนวนบุคลากร

(3) ควรทำความเข้าใจผู้รับบริการและพฤติกรรมของผู้รับบริการ โดยการศึกษาและวิจัยข้อมูลอย่างสม่ำเสมอ

- เช่น ทำการศึกษาวิจัย หาความรู้ถึงความต้องการลักษณะนิสัยของผู้รับบริการ วิถีชีวิต และสภาพความเป็นอยู่ของกลุ่มเป้าหมาย เป็นต้น เพื่อประโยชน์ในการตลาด

(4) นำการตลาดและส่งเสริมการขาย เข้ามามีส่วนในการวางแผนกลยุทธ์

- ในแง่ของระบบ e-Commerce ในด้าน Healthcare สำหรับภาคเอกชนนั้น องค์กรภาครัฐควรมีการนำเอาการตลาด (Marketing) เข้ามามีส่วนในการวางแผนกลยุทธ์ ยกตัวอย่างเช่น ในแง่ของการขายต้องนำเอา Customer Relation Management (CRM) มาเป็นกลยุทธ์หนึ่งในการส่งเสริมการขายสินค้าและบริการ การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย เป็นต้น องค์กรภาครัฐต้องนำเอามุมมองด้านธุรกิจ เช่น กลุ่มลูกค้า ความต้องการของลูกค้า จุดเด่นสินค้า ระยะเวลาในการคืนทุน และกำไร เป็นต้น มาใช้ประกอบในการวางแผนและวางนโยบายระบบ e-Commerce ในด้าน Healthcare
- การใช้เครื่องมือทางการตลาด เช่น การโฆษณาประชาสัมพันธ์ในการสร้างภาพพจน์ที่ดีให้แก่ประเทศไทย

(5) สร้างเครือข่าย การประสานงาน และร่วมมือกันระหว่างธุรกิจทั้งโรงพยาบาล และสปา

- ในการจัดตั้งสมาคมเดิยเพื่อทำหน้าที่ส่งเสริมให้เกิดระบบ e-Commerce ในด้าน Healthcare และการหาพันธมิตรร่วมเพื่อให้ธุรกิจสปามีความแตกต่างเป็นสิ่งที่สำคัญต่อการอยู่รอดในภาวะที่มีการแข่งขันสูง เช่น โรงพยาบาลแนะนำให้ผู้รับบริการด้านศัลยกรรมมาพักผ่อนที่สปาในเครือ เป็นต้น
- (6) สร้างมาตรฐานคุณภาพของสินค้าและบริการในระดับสากล
- เพื่อให้เกิดความมั่นใจ และการยอมรับในระดับสากลมากขึ้น จากการรับประกันด้านคุณภาพขององค์กรภาครัฐ และองค์กรต่างประเทศ
- (7) ออกแบบระบบเชื่อมโยงให้มีความรวดเร็วในการเข้าถึงข้อมูล
- ไม่ว่าจะเป็นการหาข้อมูลผ่านทาง Internet ในการ Upload, Download การเชื่อมโยงเข้ากับ Webcam, Chat ผ่านระบบ On-line เป็นต้น
- (8) จัดทำโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านระบบ e-Commerce กับ Search Engine ที่มีชื่อเสียง
- ในด้าน Healthcare ช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีในระดับสากลโดยสามารถ Upload ข้อมูลภาพ วิดีโอ และข้อความที่ดีเกี่ยวกับธุรกิจสปา โรงพยาบาล และคลินิกผ่านทาง Internet, Website ต่างๆ ได้ทั่วโลก เช่น Wikipedia, Youtube, Wikitravel, Tripadvisor และ Search engine ที่มีชื่อเสียงอื่นๆ

(9) สร้างสร้างมาตรฐานของระบบสารสนเทศ ข้อมูล และระบบความปลอดภัย พร้อมกับการเชื่อมโยงกับหน่วยงานอื่นๆ อย่างมีประสิทธิภาพ

- ความปลอดภัยของข้อมูล สร้างระบบป้องกันการโจรกรรมข้อมูลที่ดีจากแฮกเกอร์ และไวรัสคอมพิวเตอร์
- มีมาตรฐานของระบบ และ ฐานข้อมูลเพื่อรองรับการเชื่อมโยงกับหน่วยงานอื่นๆ
- อบรมสัมมนาให้ความรู้ทั้งด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ การตลาด การบริหารจัดการ และ ภาษาอังกฤษ สร้าง career part ให้เกิดกำลังใจในการทำงาน

หมวดปัจจัยที่มีอิทธิพลอันดับห้า คือ ความพร้อมของระบบและทีมงานด้านสารสนเทศ (ICT) (ค่าเบต้า 0.160 และระดับความสำคัญในเกณฑ์ปานกลาง)

(1) ควรจัดการอบรมสัมมนาเพื่อพัฒนาบุคลากรด้านสารสนเทศ

- อบรมสัมมนาให้ความรู้ทั้งด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ การตลาด การบริหารจัดการ และ ภาษาอังกฤษ สร้าง career part ให้เกิดกำลังใจในการทำงาน
- อบรมสัมมนาให้ความรู้ถึงขอบเขตระบบ e-Commerce ในด้าน Healthcare อันได้แก่ e-Service, e-Auction, Thailand e-GIF, e-Healthcare และ e-Learning

(2) จัดเตรียมงบประมาณ บุคลากร และแผนพัฒนาระบบสารสนเทศ ทั้งแผนระยะสั้นและระยะยาว

- ทุกองค์กรต้องเห็นความสำคัญในการสร้างระบบป้องกันการโจรกรรมข้อมูลที่ดีจากแฮกเกอร์ และไวรัสคอมพิวเตอร์ โดยต้องจัดเตรียมงบประมาณ บุคลากร และแผนพัฒนาระบบสารสนเทศ ทั้งระยะสั้นและระยะยาว ถึงแม้องค์กรมีข้อจำกัดในเรื่องของงบประมาณ เนื่องจากระบบ e-Commerce ในด้าน Healthcare ต้องใช้งบประมาณสูงในการพัฒนาระบบ และดูแลระบบ
- วางแผนในการเพิ่มจำนวนบุคลากร

(3) ควรทำความเข้าใจผู้รับบริการและพฤติกรรมของผู้รับบริการ โดยการศึกษาและวิจัยข้อมูลอย่างสม่ำเสมอ

- เช่น ทำการศึกษาวิจัย หาความรู้ถึงความต้องการ ลักษณะนิสัยของผู้รับบริการ วิถีชีวิต และสภาพความเป็นอยู่ของกลุ่มเป้าหมาย เป็นต้น เพื่อประโยชน์ในด้านการตลาด

(4) สร้างสร้างมาตรฐานของระบบสารสนเทศ ข้อมูล และระบบความปลอดภัย พร้อมกับการเชื่อมโยงกับหน่วยงานอื่นๆ อย่างมีประสิทธิภาพ

- ความปลอดภัยของข้อมูล สร้างระบบป้องกันการโจรกรรมข้อมูลที่ดีจากแฮกเกอร์ และไวรัสคอมพิวเตอร์

- มีมาตรฐานของระบบ และ ฐานข้อมูลเพื่อรองรับการเชื่อมโยงกับหน่วยงานอื่นๆ
- อบรมสัมมนาให้ความรู้ทั้งด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ การตลาด การบริหารจัดการ และ ภาษาอังกฤษ สร้าง career part ให้เกิดกำลังใจในการทำงาน

หมวดปัจจัยที่มีอิทธิพลอันดับหก คือ **ความน่าเชื่อถือขององค์กรและระบบความปลอดภัยของข้อมูล** (ค่าเบต้า 0.148 และระดับความสำคัญในเกณฑ์ปานกลาง)

(1) ควรจัดการอบรมสัมมนาเพื่อพัฒนาบุคลากรด้านสารสนเทศ

- อบรมสัมมนาให้ความรู้ทั้งด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ การตลาด การบริหารจัดการ และ ภาษาอังกฤษ สร้าง career part ให้เกิดกำลังใจในการทำงาน
- อบรมสัมมนาให้ความรู้ถึงขอบเขตระบบ e-Commerce ในด้าน Healthcare อันได้แก่ e-Service, e-Auction, Thailand e-GIF, e-Healthcare และ e-Learning

(2) จัดเตรียมงบประมาณ บุคลากร และแผนพัฒนาระบบสารสนเทศ ทั้งแผนระยะสั้นและระยะยาว

- ทุกองค์กรต้องเห็นความสำคัญในการสร้างระบบป้องกันการโจรกรรมข้อมูลที่ดีจากแฮกเกอร์ และไวรัสคอมพิวเตอร์ โดยต้องจัดเตรียมงบประมาณ บุคลากร และแผนพัฒนาระบบสารสนเทศ ทั้งระยะสั้นและระยะยาว

ยาว ถึงแม้องค์กรมีข้อจำกัดในเรื่องของงบประมาณ เนื่องจากระบบ e-Commerce ในด้าน Healthcare ต้องใช้ งบประมาณสูงในการพัฒนาระบบ และดูแลระบบ

- วางแผนในการเพิ่มจำนวนบุคลากร

(3) ควรทำความเข้าใจผู้รับบริการและพฤติกรรมของผู้รับบริการ โดยการศึกษาและวิจัยข้อมูลอย่างสม่ำเสมอ

- เช่น ทำการศึกษาวิจัย หาความรู้ถึงความต้องการ ลักษณะนิสัยของผู้รับบริการ วิถีชีวิต และสภาพความเป็นอยู่ของกลุ่มเป้าหมาย เป็นต้น เพื่อประโยชน์ในด้านการตลาด

(4) สร้างสร้างมาตรฐานของระบบสารสนเทศ ข้อมูล และระบบความปลอดภัย พร้อมกับการเชื่อมโยงกับหน่วยงานอื่นๆ อย่างมีประสิทธิภาพ

- ความปลอดภัยของข้อมูล สร้างระบบป้องกันการโจรกรรมข้อมูลที่ดีจากแฮกเกอร์ และไวรัสคอมพิวเตอร์
- มีมาตรฐานของระบบ และ ฐานข้อมูลเพื่อรองรับการเชื่อมโยงกับหน่วยงานอื่นๆ
- อบรมสัมมนาให้ความรู้ทั้งด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ การตลาด การบริหารจัดการ และ ภาษาอังกฤษ สร้าง career part ให้เกิดกำลังใจในการทำงาน

หมวดปัจจัยที่มีอิทธิพลอันดับเจ็ด คือ การได้รับความสนับสนุนจากภาครัฐและการเข้าถึงแหล่งเงินทุน (ค่าเบต้า 0.099 และระดับความสำคัญในเกณฑ์ต่ำ)

(1) ควรจัดการอบรมสัมมนาเพื่อพัฒนาบุคลากรด้านสารสนเทศ

- อบรมสัมมนาให้ความรู้ทั้งด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ การตลาด การบริหารจัดการ และ ภาษาอังกฤษ สร้าง career part ให้เกิดกำลังใจในการทำงาน
- อบรมสัมมนาให้ความรู้ถึงขอบเขตระบบ e-Commerce ในด้าน Healthcare อันได้แก่ e-Service, e-Auction, Thailand e-GIF, e-Healthcare และ e-Learning

(2) จัดเตรียมงบประมาณ บุคลากร และแผนพัฒนาระบบสารสนเทศ ทั้งแผนระยะสั้นและระยะยาว

- ทุกองค์กรต้องเห็นความสำคัญในการสร้างระบบป้องกันการโจรกรรมข้อมูลที่ดีจากแฮกเกอร์ และไวรัสคอมพิวเตอร์ โดยต้องจัดเตรียมงบประมาณ บุคลากร และแผนพัฒนาระบบสารสนเทศ ทั้งระยะสั้นและระยะยาว ถึงแม้องค์กรมีข้อจำกัดในเรื่องของงบประมาณ เนื่องจากระบบ e-Commerce ในด้าน Healthcare ต้องใช้ งบประมาณสูงในการพัฒนาระบบ และดูแลระบบ
- วางแผนในการเพิ่มจำนวนบุคลากร

**(3) ควรทำความเข้าใจผู้รับบริการและพฤติกรรมของผู้รับบริการ
โดยการศึกษาและวิจัยข้อมูลอย่างสม่ำเสมอ**

- เช่น ทำการศึกษาวิจัย หาความรู้ถึงความต้องการ ลักษณะ
นิสัยของผู้รับบริการ วิถีชีวิต และสภาพความเป็นอยู่ของ
กลุ่มเป้าหมาย เป็นต้น เพื่อประโยชน์ในด้านการตลาด

(4) เข้าร่วมกิจกรรมต่างๆที่รัฐจัดขึ้น

- องค์กรควรส่งผู้แทนควรร่วมเป็นประจำในกิจกรรมต่างๆ
ที่รัฐจัดขึ้น อาทิ การอบรม ประชุม สัมมนา รวมถึงการ
ร่วมมือตอบแบบสอบถามที่ได้รับการติดต่อ นอกจากนี้
ควรร่วมแสดงความคิดเห็นในกิจกรรมต่างๆ ที่เข้าไปร่วม

(5) บรรจุแผนพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในแผนขององค์กร

- โดยให้มีความสอดคล้องกับแผน/แนวทางการพัฒนาและ
ส่งเสริมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของภาครัฐ

3.2 ปัญหาและอุปสรรค

จากการวิจัยเชิงคุณภาพเรื่องการศึกษาดังปัญหา อุปสรรคในการ
พัฒนาระบบ e-Commerce ในกลุ่มบริการรักษาพยาบาล กลุ่มบริการ
ส่งเสริมสุขภาพ องค์กรภาครัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้อง และกลุ่มเข้ารับบริการทาง
การแพทย์ และสปา

ผลการวิจัยพบว่า ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce)
เป็นเครื่องมือทางการตลาดที่ช่วยขยายฐานลูกค้าไปทั่วโลก ช่วยเพิ่ม
ประสิทธิภาพในการรักษาพยาบาล ช่วยลดความเสี่ยงที่เกิดจากความ

ผิดพลาดของมนุษย์ สามารถรับบริการได้โดยไม่ต้องเดินทางไป
โรงพยาบาล สามารถตรวจสอบข้อมูล เลือกสถานที่ ได้ก่อนที่จะเดินทาง
ไปรับบริการ เพิ่มความสะดวกรวดเร็วในการรับบริการ สามารถเชื่อมโยง
ข้อมูลของผู้ป่วยได้ครอบคลุมและรวดเร็ว

ส่วนปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินกิจกรรมทางระบบ
พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

(1) สำหรับกลุ่มโรงพยาบาล/สถานพยาบาล และคลินิก ได้แก่
ปัญหาด้านความปลอดภัยของข้อมูล (Data Security) ปัญหาการขาด
แคลนเงินทุน ปัญหาค่าใช้จ่ายมีต้นทุนสูงในการดูแลรักษาระบบ และการ
ฝึกอบรมบุคลากร ปัญหาขาดการเชื่อมโยงทุกระบบทั้งภายใน และ
ภายนอกองค์กรเข้าด้วยกัน ปัญหาด้านบุคลากรที่ยังขาดความรู้ และความ
ชำนาญ ปัญหาด้านการร่วมมือระหว่างองค์กรที่มีส่วนเกี่ยวข้อง

(2) สำหรับกลุ่มธุรกิจบริการส่งเสริมสุขภาพ ได้แก่ ปัญหาในการ
ดำเนินกิจกรรมทางระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ คือ ปัญหาระบบการ
กลั่นกรองผู้รับบริการผ่านทาง Internet ปัญหาด้านการ Update ข้อมูล
ปัญหาในด้านต้นทุน และกำไร ปัญหาพฤติกรรมของผู้รับบริการสปา
ปัญหาความน่าเชื่อถือทั้งผู้ประกอบการและผู้รับบริการในการใช้
ระบบ e-Commerce ในด้าน Healthcare ปัญหาการขาดการสนับสนุน
อย่างจริงจังจากภาครัฐ ปัญหาภาพพจน์ในทางลบของธุรกิจสปาไทย

3.3 บทวิเคราะห์ SWOT Matrix

จุดแข็ง (S)	จุดอ่อน (W)
<ul style="list-style-type: none"> ➢ มีบุคลากรที่มีคุณภาพและเป็นที่ยอมรับในเชิงวิชาการ รวมถึงมีธุรกิจ สป้าที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับ ➢ สามารถเพิ่มประสิทธิภาพในการรักษาพยาบาล ➢ สามารถช่วยลดความเสี่ยงที่เกิดจากความผิดพลาดของมนุษย์ ➢ สามารถขยายฐานลูกค้าไปทั่วโลก (ในกรณีของโรงพยาบาลเอกชนและสปป้า) ➢ เพิ่มความสะดวกรวดเร็วในการรับบริการ ➢ สามารถรับบริการได้โดยไม่ต้องเดินทางไปที่โรงพยาบาล ➢ สามารถตรวจสอบข้อมูล เลือกสถานที่ได้ก่อนที่จะเดินทางไปรับบริการ ➢ สามารถเชื่อมโยงข้อมูลของผู้รับบริการได้ครอบคลุมและรวดเร็ว 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ในระบบ e-Commerce ในด้าน Healthcare ยังไม่สมบูรณ์และบุคลากรยังไม่พร้อมและเกิดความผิดพลาดบ่อย ➢ ความปลอดภัยของข้อมูล (Security) ยังไม่ได้มาตรฐาน ➢ การใช้งบประมาณในการลงทุนที่สูงในการติดตั้ง ดูแลรักษา และพัฒนาระบบ e-Commerce ในด้าน Healthcare ➢ ขาดแคลนบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญ ➢ ระบบโครงสร้างพื้นฐาน ยังไม่มีความแข็งแรงพอ ➢ ผู้รับบริการทางการแพทย์ และสปป้ายังไม่นิยมที่จะใช้บริการผ่านทางระบบ On-line

โอกาส (O)	ปัญหาและอุปสรรค (T)
<ul style="list-style-type: none"> ➢ แนวโน้มตลาดการเป็น Medical hub of world ที่จะขยายขึ้นในอนาคต ➢ เทคโนโลยีของระบบ e-Commerce ในด้าน Healthcare ที่มีการพัฒนาสูงขึ้นเรื่อยๆ ทำให้มีความน่าเชื่อถือและใช้งานได้ง่ายมากขึ้น ➢ พฤติกรรมผู้รับบริการทั่วไปที่นิยมค้นหาข้อมูล และใช้บริการระบบ e-Commerce มากขึ้นตามกระแสโลก ➢ หน่วยงาน องค์กรต่างๆ ให้ความสำคัญกับการเพิ่มช่องทางในการตลาดผ่านการเปิด Website มากขึ้น ซึ่งเป็นพื้นฐานของระบบ e-Commerce 	<ul style="list-style-type: none"> ➢ ขาดการสนับสนุนจากภาครัฐในแง่ของนโยบายและยุทธศาสตร์เพื่อเป็นหลักในการดำเนินธุรกิจ ➢ กฎหมายและการบังคับใช้กฎหมายยังไม่เข้มแข็งและทันต่อยุคสมัยพอ ➢ พฤติกรรมผู้บริโภคไม่เหมาะสมกับประเภทธุรกิจบางอย่าง เช่น สปป้า ➢ ชาวต่างชาติยังคุ้นกับภาพลักษณ์ที่ไม่ดีของประเทศไทย

3.4 สรุปข้อเสนอแนะต่อองค์กรเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการ พัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

- ❖ ส่งเสริมการใช้ระบบ e-Commerce ด้วยการให้ส่วนลดทางการค้าหรือสิทธิพิเศษรวมถึงอาจสร้างระบบลูกค้าสัมพันธ์ผ่านระบบ e-Commerce
- ❖ เพิ่มบริการด้านการให้คำปรึกษาทางการแพทย์ผ่านระบบ On-line
- ❖ จัดอบรมสัมมนา และ โฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ
- ❖ นำการตลาดและส่งเสริมการขาย เข้ามามีส่วนในการวางแผนกลยุทธ์
- ❖ ควรทำความเข้าใจผู้รับบริการและพฤติกรรมของผู้รับบริการ โดยการศึกษาและวิจัยข้อมูลอย่างสม่ำเสมอ
- ❖ จัดเตรียมงบประมาณ บุคคลากร และแผนพัฒนาระบบสารสนเทศ ทั้งแผนระยะสั้นและระยะยาว
- ❖ ควรจัดการอบรมสัมมนาเพื่อพัฒนาบุคคลากรด้านสารสนเทศ
- ❖ สร้างมาตรฐานของระบบสารสนเทศ ข้อมูล และระบบความปลอดภัย พร้อมกับการเชื่อมโยงกับหน่วยงานอื่นๆ อย่างมีประสิทธิภาพ
- ❖ ควรจัดทำ Single – Window ซึ่งเป็นจุดเชื่อมของระบบทั้งหมด
- ❖ ควรออกแบบโครงสร้าง และเนื้อหาของ Website ให้เข้าใจง่าย มีการปรับปรุงสม่ำเสมอและมีเนื้อหา/บริการ ตามความต้องการ
- ❖ ออกแบบระบบเชื่อมโยงให้มีความรวดเร็วในการเข้าถึงข้อมูล
- ❖ จัดทำโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านระบบ e-Commerce กับ Search Engine ที่มีชื่อเสียง

- ❖ เข้าร่วมกิจกรรมต่างๆที่รัฐจัดขึ้น
- ❖ บรรจุแผนพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในแผนขององค์กร
- ❖ สร้างเครือข่าย การประสานงาน และร่วมมือกันระหว่างธุรกิจ ทั้งโรงพยาบาล และสปา
- ❖ สร้างมาตรฐานคุณภาพของสินค้า และบริการในระดับสากล
- ❖ สร้างมาตรฐานเดียวกัน ในเรื่องของนโยบาย และกฎระเบียบต่างๆ สำหรับธุรกิจสปาโดยเฉพาะ

3.5 สรุปข้อเสนอแนะต่อภาครัฐเพื่อส่งเสริมและเพิ่มขีดความสามารถ ในการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของโรงพยาบาล/สถานพยาบาล คลินิก และ สถานบริการเพื่อสุขภาพ

- ❖ จัดอบรมสัมมนาให้ความรู้เกี่ยวกับ Internet, e-Commerce แก่ประชาชนทั่วไป
- ❖ ภาครัฐและเอกชนร่วมมือกันในการโฆษณาประชาสัมพันธ์
- ❖ ภาครัฐควรมีการรับรองและขึ้นทะเบียน โรงพยาบาลและสปา ที่ได้มาตรฐาน
- ❖ จัดอบรมสัมมนาความรู้ต่างๆที่เกี่ยวกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ แก่องค์กรธุรกิจและองค์กรภาครัฐ อย่างสม่ำเสมอ
- ❖ มีการทำวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และเผยแพร่ให้แก่ผู้ประกอบการและประชาชนทั่วไป

- ❖ ประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ข้อมูล และสร้างความมั่นใจต่อระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ต่อองค์กรและประชาชนทั่วไป
- ❖ สนับสนุนและพัฒนาระบบ โครงข่ายสื่อสารและระบบสารสนเทศพื้นฐานครอบคลุมทุกพื้นที่/เพิ่มความเร็วของระบบเครือข่าย ตลอดจนกำหนดมาตรฐานในการพัฒนาระบบสารสนเทศ
- ❖ กำหนดยุทธศาสตร์ระบบ e-Commerce ในด้าน Healthcare จากภาครัฐ ครอบคลุม ชัดเจน และมีเป้าหมายที่วัดได้
- ❖ จัดตั้งองค์กรกลาง ที่ทำหน้าที่ดูแลความปลอดภัยในการทำธุรกรรมทางการเงิน ตลอดจนให้คำแนะนำ และแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น
- ❖ สร้างเสริมมาตรการที่สนับสนุนการแข่งขัน เพิ่มช่องทางการตลาดและความพร้อมในภาคเอกชน เช่น นโยบายภาษี, จัดหาแหล่งเงินทุน เป็นต้น
- ❖ จัดตั้งหน่วยงานอิสระแบบเบ็ดเสร็จ (One Stop Service) ที่ให้บริการที่ปรึกษา แก้ไขปัญหาตลอดจนคอยผลักดันระบบ e-Commerce
- ❖ พัฒนากฎหมายและกฎเกณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ให้ทันสมัยและเป็นธรรมกับทุกฝ่าย
- ❖ ปรับปรุงและส่งเสริม Web Portal สำหรับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อเป็นศูนย์กลางติดต่อสื่อสารและแลกเปลี่ยนข้อมูลของกลุ่มผู้ประกอบการ (Community)

- ❖ มีมาตรการสนับสนุนและส่งเสริมในเรื่องการจัดส่งสินค้า (Logistics)
- ❖ สนับสนุนการเชื่อมโยงระบบโครงข่ายสื่อสารและสารสนเทศขององค์กรเอกชนและหน่วยงานของรัฐกับต่างประเทศ
- ❖ มีการสนับสนุนในด้านงบประมาณและแผนพัฒนาบุคลากรด้านสารสนเทศ
- ❖ สนับสนุนและส่งเสริมให้มีการสร้างระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์อย่างมีมาตรฐานเดียวกันของภาคเอกชนและภาครัฐ อาทิ มีการพัฒนาโปรแกรมด้านการรักษา ความเป็นส่วนตัวใช้เป็นระบบเดียวกันทั่วประเทศ
- ❖ เพิ่มบทบาทของกระทรวงสาธารณสุขในการจัดมาตรฐานของธุรกิจสปาให้มีระดับเหมือนกับโรงแรม 4-5 ดาว
- ❖ เผยแพร่ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกฎหมาย กฎเกณฑ์ต่างๆที่เกี่ยวข้องกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ให้กับผู้ประกอบการสปาและประชาชน

กรอบ นิยาม วิธีการสำรวจ

กรอบ นิยาม

พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Commerce) ในการสำรวจครั้งนี้จะหมายถึง ขบวนการที่ใช้วิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อทำธุรกิจที่จะบรรลุเป้าหมายขององค์กรสำหรับลดค่าใช้จ่าย และเพิ่มประสิทธิภาพขององค์กร พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ใช้เทคโนโลยีประเภทต่างๆ และครอบคลุมรูปแบบทางการเงินทั้งหลาย เช่น ธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ การค้าอิเล็กทรอนิกส์ อีดีไอ หรือการแลกเปลี่ยนข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ คະຕະລိອកอิเล็กทรอนิกส์ไปรษณีย์ ประชุมทางไกล และรูปแบบต่างๆ ที่เป็นข้อมูลระหว่างองค์กร (ESCAP,1998)

ประเภทของสปา

Resort and Destination Spa เป็นสปาที่อยู่ในสถานที่ท่องเที่ยวหรือเป็นสถานที่ๆ เข้าไปแล้วรู้สึกสบาย โดยเป็นสปาที่ให้บริการด้าน การดูแลและเสริมสร้างสุขภาพด้วยบริการสปาโดยเฉพาะ คือ ไปทำการบำบัดหรือผ่อนคลายจริงๆ และสปาประเภทนี้จะมีบริการห้องพักและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ สำหรับผู้ใช้บริการอย่างครบวงจร

Beauty Spa เป็นสปาที่ให้บริการเกี่ยวกับเรื่องของความสวยงาม

Medical Spa เป็นสถานบริการที่มีการบำบัดรักษาควบคู่กับศาสตร์ทางการแพทย์ และใช้เครื่องมือแพทย์บางอย่าง การให้บริการจะอยู่ภายใต้การดูแลของบุคลากรทางการแพทย์ผู้เชี่ยวชาญ

Day/City Spa ที่มีรูปแบบการให้บริการที่สะดวก รวดเร็ว ขั้นตอนการบริการไม่ยุ่งยาก สามารถใช้บริการในระหว่างวันได้โดยไม่

จำเป็นต้องมีห้องพักสำหรับผู้ใช้บริการ ที่ตั้งของสปาประเภทนี้ส่วนใหญ่จะอยู่ในเมืองใหญ่ หรือย่านธุรกิจสำคัญๆ ที่ผู้ใช้บริการสามารถเข้าถึงได้ง่าย เน้นการให้บริการเสริมความงาม และการผ่อนคลายความตึงเครียดด้วยน้ำมันหอมระเหย

Club Spa สถานบริการสปาที่มีการผสมผสานกับการออกกำลังกาย เพื่อบริการสมาชิกที่ต้องการการผ่อนคลายหลังจากออกกำลังกาย

Thai Spa เป็นสปาที่เน้นการนวดแผนไทย

วิธีการสำรวจ

ผู้รวมของการสำรวจครั้งนี้ คือ

1. สถานบริการสุขภาพภาครัฐ ได้แก่ โรงพยาบาลโรงเรียนแพทย์ โรงพยาบาลเฉพาะทางโรงพยาบาลทั่วไป โรงพยาบาลศูนย์ และโรงพยาบาลชุมชน (ไม่รวมสถานีอนามัย/ศูนย์อนามัยและศูนย์บริการทางการแพทย์)
2. สถานบริการสุขภาพภาคเอกชน ได้แก่ โรงพยาบาลทั่วไป โรงพยาบาลเฉพาะทาง และคลินิก
3. สถานบริการเพื่อสุขภาพ ได้แก่ สถานประกอบการประเภทสปาเพื่อสุขภาพ นวดเพื่อสุขภาพ และนวดเพื่อเสริมสวย ที่ได้รับใบอนุญาตจดทะเบียนไว้กับสำนักงานส่งเสริมธุรกิจบริการสุขภาพ

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ใช้วิธีส่งเจ้าหน้าที่ของสำนักงานสถิติแห่งชาติออกไปติดตามหรือทำการสัมภาษณ์ และสอบถามผ่านทางอินเทอร์เน็ตกับสถานประกอบการ โรงพยาบาล/สถานพยาบาล คลินิก และสถานประกอบการประเภทสปาเพื่อสุขภาพ นวดเพื่อสุขภาพ และนวดเพื่อเสริมสวย ที่ตกเป็นตัวอย่าง

คาบเวลาการปฏิบัติงานเก็บรวบรวมข้อมูล

ปฏิบัติงานเก็บรวบรวมข้อมูล ระหว่างวันที่ 28 มกราคม – 7 มีนาคม 2551

การนำเสนอ

เสนอผลการสำรวจภาพรวม ในรูปของร้อยละ

แผนการสุ่มตัวอย่าง

ในการสำรวจครั้งนี้ได้ทำการเก็บข้อมูลจากโรงพยาบาล/สถานพยาบาลของรัฐบาลและเอกชน รวมทั้งคลินิก และสถานประกอบการเพื่อสุขภาพ (สปาเพื่อสุขภาพ นวดเพื่อสุขภาพ และนวดเพื่อเสริมสวย) ของเอกชน ที่มีอยู่ทั่วประเทศ แผนการสุ่มตัวอย่างที่ใช้เป็นแบบ Stratified Systematic Sampling โดยมีภาคเป็นสตราตัม โรงพยาบาล/สถานพยาบาล คลินิก และสถานบริการเพื่อสุขภาพ เป็นหน่วยตัวอย่าง

การจัดสรรตัวม

ภาคเป็นสรรตัวม รวมทั้งสิ้นมี 5 สรรตัวม คือ กรุงเทพมหานคร ภาคกลาง (ยกเว้น กรุงเทพมหานคร) ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้ ในแต่ละสรรตัวมยังได้แบ่งเป็น 3 สรรตัวมย่อย (ประเภท) คือ โรงพยาบาล/สถานพยาบาล คลินิก และสถานบริการเพื่อสุขภาพ

การเลือกตัวอย่าง

ในแต่ละสรรตัวมได้ทำการเลือกคลินิกตัวอย่าง ด้วยวิธีการสุ่มแบบมีระบบ อย่างอิสระต่อกัน ยกเว้น โรงพยาบาล / สถานพยาบาล และสถานบริการเพื่อสุขภาพไม่มีการเลือกตัวอย่าง ได้จำนวนตัวอย่างทั้งสิ้น 7,334 แห่ง จากทั้งสิ้น 15,499 แห่ง ซึ่งจำแนกตามภาค และประเภท ดังนี้

ภาค	รวม	ประเภทของสถานประกอบการ		
		โรงพยาบาล/ สถานพยาบาล	คลินิก	สถานบริการ เพื่อสุขภาพ
กรุงเทพมหานคร	1,783	119	1,295	369
กลาง (ยกเว้น กทม.)	1,916	326	1,395	195
เหนือ	1,226	235	809	182
ตะวันออกเฉียงเหนือ	1,283	327	839	117
ใต้	1,126	182	591	353
รวม	7,334	1,189	4,929	1,216

วิธีการประมาณผล

ในการสำรวจครั้งนี้ได้เสนอผลในระดับประเทศ จำแนกเป็น 3 ประเภท คือ โรงพยาบาล / สถานพยาบาล คลินิก และสถานบริการเพื่อสุขภาพ

1. การประมาณค่ายอดรวมในแต่ละประเภท

1.1 โรงพยาบาล / สถานพยาบาล

ก่อนทำการประมาณค่าได้แบ่งโรงพยาบาล/สถานพยาบาลออกเป็น 2 กลุ่ม คือ โรงพยาบาล / สถานพยาบาลของรัฐบาล และโรงพยาบาล/สถานพยาบาลของเอกชน

ในการประมาณค่า กำหนดให้

$$j = 1, 2, 3, \dots, n_{1hi} \quad (\text{ลำดับที่}$$

โรงพยาบาล / สถานพยาบาลที่เก็บข้อมูลได้)

$$i = 1, 2 \quad (\text{กลุ่มโรงพยาบาล /}$$

สถานพยาบาล)

$$h = 1, 2, 3, 4, 5 \quad (\text{ภาค})$$

สูตรการประมาณค่ายอดรวมของลักษณะที่ต้องการศึกษา X คือ

$$\hat{X}_1 = \sum_{i=1}^2 \frac{N_{1hi}}{n_{1hi}} \sum_{j=1}^{n_{1hi}} x_{1hij} \quad (1)$$

โดยที่ x_{1hij} คือ ค่าของลักษณะที่ต้องการศึกษา X ของ
โรงพยาบาล / สถานพยาบาลตัวอย่าง j กลุ่ม
โรงพยาบาล / สถานพยาบาล i ภาค h
 N_{1hi} คือ จำนวนโรงพยาบาล / สถานพยาบาลทั้งสิ้น ของ
กลุ่มโรงพยาบาล / สถานพยาบาล i ภาค h
 n_{1hi} คือ จำนวนโรงพยาบาล / สถานพยาบาลที่เก็บ
ข้อมูลได้ทั้งสิ้น ของกลุ่มโรงพยาบาล /
สถานพยาบาล i ภาค h

1.2 คลินิก

ในการประมาณค่า กำหนดให้

$$j = 1, 2, 3, \dots, n_{2h} \quad (\text{คลินิกตัวอย่าง})$$

$$h = 1, 2, 3, 4, 5 \quad (\text{ภาค})$$

สูตรการประมาณค่ายอดรวมของลักษณะที่ต้องการศึกษา X คือ

$$\hat{X}_2 = \frac{N_{2hj}}{n_{2hj}} \sum_{j=1}^{n_{2h}} x_{2hj} \quad (2)$$

โดยที่ x_{2hj} คือ ค่าของลักษณะที่ต้องการศึกษา X ของ
คลินิกตัวอย่าง j ภาค h
 N_{2h} คือ จำนวนคลินิกทั้งสิ้น ของภาค h
 n_{2h} คือ จำนวนคลินิกที่เจนนับได้ทั้งสิ้น ของภาค h

1.3 สถานบริการเพื่อสุขภาพ

ก่อนทำการประมาณค่าได้แบ่งสถานบริการเพื่อสุขภาพ ออกเป็น
3 กลุ่ม ตามลักษณะการให้บริการคือ สปาเพื่อสุขภาพ นวดเพื่อสุขภาพ
และนวดเพื่อเสริมสวย

ในการประมาณค่า กำหนดให้

$$j = 1, 2, 3, \dots, n_{3hi} \quad (\text{ลำดับที่ของสถาน
บริการฯ ที่เก็บข้อมูลได้})$$

$$i = 1, 2, 3 \quad (\text{กลุ่มสถานบริการฯ})$$

$$h = 1, 2, 3, 4, 5 \quad (\text{ภาค})$$

สูตรการประมาณค่ายอดรวมของลักษณะที่ต้องการศึกษา X คือ

$$\hat{X}_3 = \sum_{i=1}^3 \frac{N_{3hi}}{n_{3hi}} \sum_{j=1}^{n_{3hi}} x_{3hij} \quad (3)$$

โดยที่ x_{3hij} คือ ค่าของลักษณะที่ต้องการศึกษา X ของสถาน
บริการฯ ตัวอย่าง j กลุ่มสถานบริการฯ i
ภาค h
 N_{3hi} คือ จำนวนสถานบริการฯ ทั้งสิ้น ของกลุ่มสถาน
บริการฯ i ภาค h

n_{3hi} คือ จำนวนสถานบริการฯ ที่เก็บข้อมูลได้ทั้งสิ้น
ของกลุ่มสถานบริการฯ i ภาค h

2. การประมาณค่ายอดรวมของทั้ง 3 ประเภท

สูตรการประมาณค่ายอดรวมของลักษณะที่ต้องการศึกษา X คือ

$$\hat{X} = \hat{X}_1 + \hat{X}_2 + \hat{X}_3 \quad (4)$$