

กลยุทธ์ทางการตลาดของรัฐกิจจำหน่ายผลิตภัณฑ์วัคซีนนำเข้า
:กรณีศึกษา วัคซีนไขหวัดใหญ่ชนิด 4 สายพันธุ์ บริษัท A

ศิริลักษณ์ พาประจง

งานนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการธุรกิจโลก
วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา
เมษายน 2559
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยบูรพา

อาจารย์ผู้ควบคุมงานนิพนธ์และคณะกรรมการสอบปากเปล่างานนิพนธ์ ได้พิจารณา
งานนิพนธ์ของ สิริลักษณ์ พาประจง ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตาม
หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจโลก ของมหาวิทยาลัยบูรพาได้

อาจารย์ผู้ควบคุมงานนิพนธ์

ธนิตา แก้วสุวรรณ อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก
(ดร.ชนิสรา แก้วสุวรรณ)

คณะกรรมการสอบปากเปล่า

ธนิตา แก้วสุวรรณ ประธาน
(ดร.ชนิสรา แก้วสุวรรณ)

สุชนิ เมธิโยธิน กรรมการ
(ดร.สุชนิ เมธิโยธิน)

นพดล เดชประเสริฐ กรรมการ
(ดร.นพดล เดชประเสริฐ)

วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์อนุมัติให้รับงานนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจโลก ของมหาวิทยาลัยบูรพา

พญ. คณบดีวิทยาลัยพาณิชยศาสตร์
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บรรพต วิรุณราช)

วันที่ 15 เดือน มิถุนายน พ.ศ. 2559

กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงในความกรุณาของ ดร.ชนิสรา แก้วสวรรค์ ประธานที่ปรึกษางานนิพนธ์ ที่ได้ดูแลช่วยเหลือเวลาอันมีค่ามาเป็นทั้งที่ปรึกษา พร้อมทั้งให้คำแนะนำตลอดระยะเวลาในการทำงานนิพนธ์ฉบับนี้ และขอกราบขอบพระคุณคณะกรรมการคุมสอบงานนิพนธ์อันประกอบไปด้วย ดร.สุชนิ เมธิโยธิน และ ดร.นพดล เดชประเสริฐ ที่ได้กรุณาให้คำแนะนำตลอดจนแก้ไขข้อบกพร่องของงานนิพนธ์ด้วยความเอาใจใส่ จนทำให้งานนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้อย่างสมบูรณ์และทรงคุณค่า

กราบขอบพระคุณแพทย์และเภสัชกรผู้ให้สัมภาษณ์เป็นอย่างสูง ที่ได้ให้ความอนุเคราะห์ข้อมูลสำหรับประกอบการทำงานนิพนธ์ฉบับนี้ ขอขอบพระคุณบริษัท A ที่ได้ให้ความอนุเคราะห์ข้อมูล รวมทั้งผู้เกี่ยวข้องทุกท่านที่ให้ความร่วมมือและอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้วิจัยเป็นอย่างดีในการเข้าไปเก็บข้อมูลในการทำวิจัย

เหนือสิ่งอื่นใดขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา ของผู้วิจัยที่ให้อำนาจใจและให้การสนับสนุนในทุก ๆ ด้านเป็นอย่างดีเสมอมา

ขอขอบคุณเพื่อนนิสิต สาขาการจัดการธุรกิจโลก รุ่นที่ 3 ทุกท่านที่ได้ให้คำแนะนำและส่งเสริมกำลังใจตลอดมา นอกจากนี้ ยังมีผู้ให้ความร่วมมือช่วยเหลืออีกหลายท่าน ซึ่งผู้วิจัยไม่สามารถกล่าวนามในที่นี้ได้หมด จึงขอขอบคุณทุกท่านเหล่านั้นไว้ในที่นี้ด้วย

คุณค่าและคุณประโยชน์อันพึงจะมีจากงานนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบและอุทิศแด่ผู้มีพระคุณทุก ๆ ท่าน และบูรพาจารย์ที่เคยอบรมสั่งสอน ตลอดจนผู้มีพระคุณทุกท่าน

สิริลักษณ์ พาประจง

56710331: สาขาวิชา: การจัดการธุรกิจโลก; บธ.ม. (การจัดการธุรกิจโลก)

คำสำคัญ: กลยุทธ์ทางการตลาด/ผลิตภัณฑ์วัคซีน/ วัคซีนไขหวัดใหญ่ ชนิด 4 สายพันธุ์

สิริลักษณ์ พาประจง: กลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจจำหน่ายผลิตภัณฑ์วัคซีนนำเข้า

กรณีศึกษา: วัคซีนไขหวัดใหญ่ชนิด 4 สายพันธุ์ บริษัท A. (THE MARKETING STRATEGY OF IMPORTED VACCINE BUSINESS, A CASE STUDY OF TYPE 4 STRAINS INFLUENZA VACCINES OF COMPANY A) อาจารย์ผู้ควบคุมงานนิพนธ์: ชนิสรา แก้วสวรรค์, ปร.ด. 132 หน้า. ปี พ.ศ. 2559.

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวคิดด้านการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด ของของธุรกิจจำหน่ายผลิตภัณฑ์วัคซีนนำเข้า กรณีศึกษา วัคซีนไขหวัดใหญ่ชนิด 4 สายพันธุ์ บริษัท A ทั้งนี้เพื่อที่จะได้รับทราบข้อมูล และนำเสนอข้อมูลที่เป็นประโยชน์สำหรับบริษัทเพื่อใช้ในการวางแผนทางการตลาด วิธีการบริการที่จะสร้างการรับรู้เพื่อให้เกิดความประทับใจกับบุคลากรทางการแพทย์ และเกิดความภักดีต่อตราผลิตภัณฑ์ของบริษัทและเกิดการตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์วัคซีนของบริษัทมากขึ้น อันจะส่งผลดีต่อการเพิ่มยอดขาย และกำไรของบริษัท กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ คือ แพทย์ จำนวน 9 คน และเภสัชกรจำนวน 4 คน ในโรงพยาบาลเอกชน รวมทั้งหมด 13 คน ซึ่งมีส่วนเกี่ยวข้องกับการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์วัคซีนในโรงพยาบาล การเก็บข้อมูลโดยการรวบรวมข้อมูลเอกสารจากบริษัท และการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก

จากการศึกษาพบว่า สภาพแวดล้อมภายนอกที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้วัคซีนของแพทย์และเภสัชกร ได้แก่ เศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยี โดยเทคโนโลยีมีส่วนให้ผลิตภัณฑ์มีความน่าสนใจและมีความได้เปรียบทางการแข่งขัน ในขณะที่การเมืองไม่มีผลต่อการตัดสินใจ และแพทย์และเภสัชกรมีการรับรู้และเห็นถึงความสำคัญของการใช้วัคซีนไขหวัดใหญ่ ชนิด 4 สายพันธุ์ เนื่องจากมีประสิทธิภาพในการป้องกันโรคมมากขึ้น และครอบคลุมเชื้อไวรัสไขหวัดใหญ่ได้มากขึ้น ส่วนแนวทางการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดของบริษัทควรเป็นในแนวทางของการเผยแพร่และให้ความรู้แก่ประชาชนและบุคลากรทางการแพทย์ เพื่อให้เกิดประโยชน์มากที่สุดทั้งต่อแพทย์และคนไข้ และผู้แทนยามีส่วนในการสร้างการรับรู้และความผูกพันให้กับกลุ่มบุคลากรทางการแพทย์

56710331 : MAJOR: GLOBAL BUSINESS MANAGEMENT;
M.B.A. (GLOBAL BUSINESS MANAGEMENT)

KEYWORDS : MARKETING STRATEGY/ VACCINE PRODUCTS/ TYPE 4 STRAINS
INFLUENZA VACCINES

SIRILUCK PAPRAJONG: THE MARKETING STRATEGY OF IMPORTED
VACCINE BUSINESS, A CASE STUDY OF TYPE 4 STRAINS INFLUENZA VACCINES OF
COMPANY A. THESIS ADVISOR: CHANISARA KAEOSAWAN, PH.D., 145 P. 2016.

The qualitative research attempts to study the concept to stipulate marketing strategy of imported vaccine business, a case study of Type 4 Strains Influenza Vaccine of Company A. This is to acknowledge and adopt the useful information for making a marketing plan and service method to establish perception and impression for medical personnel as well as for establishing brand loyalty and selecting decision of vaccine products from the company to urge the sales and profits of the company. 13 subjects in this study comprised of nine physicians, four pharmacists from private hospital. They all related to the selection of the vaccine in the hospital. The data were collected from the company's document and in-depth interviews.

The findings reveal that external circumstances influencing vaccine selecting decision of physicians and pharmacists included economy, society and, technology. The technology makes products more interesting and earn more competitive advantages. Politics did not impact to the selecting decision of physicians and pharmacist. The physicians and pharmacists perceived the importance of Type 4 Strains Influenza Vaccine since it possessed the efficiency to protect the disease and cover more influenza viruses. The guideline to set up the marketing strategy should be a guideline to publicize and provide the knowledge to general people and medical personnel to reach the highest benefit for both physicians and patients. Sales representatives became a part to establish perception and commitment to the medical personnel.

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
สารบัญ	ฉ
สารบัญตาราง	ซ
สารบัญภาพ	ณ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	4
สมมติฐานการวิจัย	4
กรอบแนวคิดในงานวิจัย.....	5
ขอบเขตการวิจัย.....	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	6
นิยามศัพท์เฉพาะ	6
2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
ประวัติความเป็นมาของบริษัท A (ประเทศไทย) จำกัด	7
ความรู้เรื่องวัคซีนไขหวัดใหญ่.....	12
การวิเคราะห์ PEST Analysis.....	18
ทฤษฎี Five force model.....	20
ทฤษฎี SWOT Analysis.....	21
การจัดการและกลยุทธ์ทางการตลาด	23
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	27
3 ระเบียบวิธีวิจัย	29
ประชากรกลุ่มตัวอย่าง	29
การสร้างเครื่องมือในการวิจัย	30
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	31
การวิเคราะห์ข้อมูล	31

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4 ผลการวิจัย	32
การวิเคราะห์ข้อมูลปฐมภูมิ	32
การวิเคราะห์ข้อมูลทุติยภูมิ	58
5 อภิปรายและสรุปผล	68
สรุปผลการศึกษา	68
อภิปรายผลการศึกษา	72
ข้อจำกัดในการศึกษา	74
ข้อเสนอแนะการวิจัย	74
ข้อเสนอแนะในการทำการวิจัยในครั้งต่อไป	75
บรรณานุกรม	76
ภาคผนวก	79
ภาคผนวก ก	80
ภาคผนวก ข	84
ภาคผนวก ค	124
ภาคผนวก ง	125
ภาคผนวก จ	130
ประวัติย่อของผู้วิจัย	132

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
3-1 ขั้นตอนการดำเนินงาน	30

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1-1 ส่วนแบ่งการตลาดของวัคซีนไขหวัดใหญ่.....	2
1-2 ตารางการให้วัคซีนในเด็กไทยปกติ	3
1-3 คำแนะนำการให้วัคซีนป้องกันโรคสำหรับผู้ใหญ่และผู้สูงอายุ	3
1-4 กรอบแนวคิดการวิจัย	5
2-1 ความเป็นมาของบริษัท A.....	8
2-2 อัตราการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมวัคซีนทั่วโลกระหว่างปี พ.ศ. 2005 – 2012	11
2-3 ส่วนแบบการตลาดของตลาดวัคซีน ปี ค.ศ. 2009.....	11

บทที่ 1

บทนำ

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

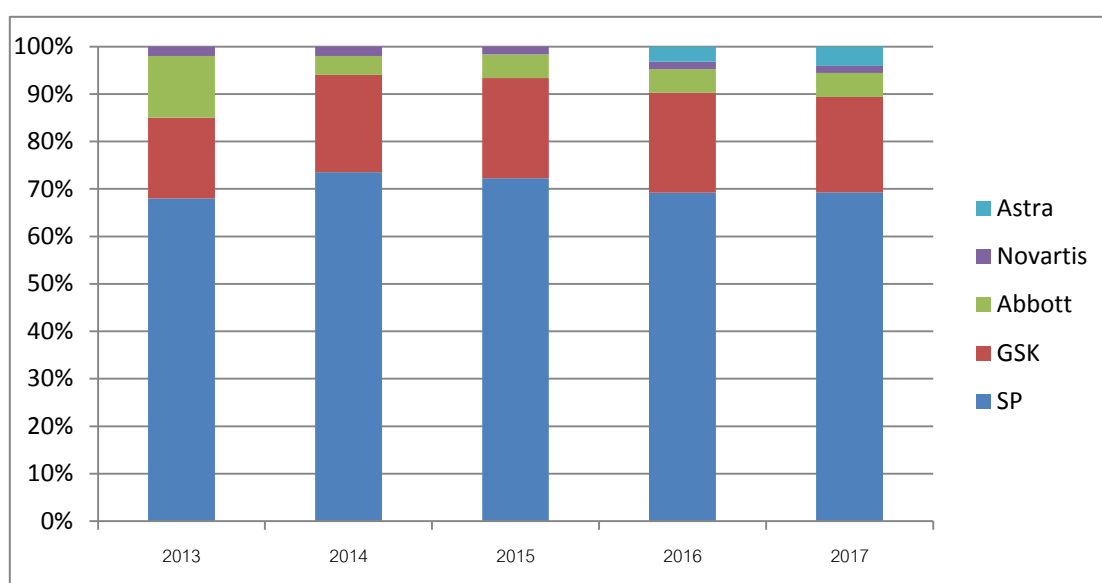
บริษัท A เป็นบริษัทชั้นนำของโลกที่มุ่งเน้นการวิจัย พัฒนา ค้นคว้า ผลิต และจัดจำหน่ายวัคซีน โดยเป้าหมายหลักของบริษัทฯ โนฟี่ ปาสเตอร์ คือ เพื่อพัฒนา ป้องกันและรักษาสุขภาพให้กับคนทั่วเนื่องจากบริษัทฯ โนฟี่ ปาสเตอร์ จำกัด มีผลิตภัณฑ์วัคซีนจำนวนหลายกลุ่ม มากกว่า 20 ชนิด จึงทำให้บริษัทต้องกำหนดแผนการตลาดและกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อการจัดการสำหรับแต่ละผลิตภัณฑ์แตกต่างกันออกไปตามวัตถุประสงค์ เป้าหมายและกลุ่มลูกค้าของวัคซีนนั้น ๆ ทำให้กลยุทธ์ที่กำหนดขึ้นต้องมีการปรับเปลี่ยนและยืดหยุ่น ให้เหมาะสมตามแต่ละชนิดของผลิตภัณฑ์ และกลุ่มเป้าหมายของแต่ละผลิตภัณฑ์นั้น ๆ

และเนื่องด้วยในช่วงปลายปี พ.ศ. 2558 ทางบริษัทฯ โนฟี่ ปาสเตอร์มีแผนที่จะนำผลิตภัณฑ์วัคซีนไขหวัดใหญ่ตัวใหม่ซึ่งเป็นชนิด 4 สายพันธุ์ ซึ่งผลิตภัณฑ์วัคซีนชนิดนี้ได้มีการวิจัยและพัฒนาขึ้นให้เป็นไปตามคำแนะนำขององค์การอนามัยโลก (WHO) ที่พบว่าประสิทธิภาพในการป้องกันของวัคซีนไขหวัดใหญ่แบบเดิมที่มีเชื้อไวรัสที่อยู่ในวัคซีน 3 สายพันธุ์ ไม่สามารถป้องกันการติดเชื้อไขหวัดใหญ่ได้ดีและไม่สามารถครอบคลุมการระบาดของโรคไขหวัดใหญ่ได้ดีเท่าที่ควรอีกต่อไป ด้วยเหตุนี้ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2557 เป็นต้นมา องค์การอนามัยโลกจึงมีคำแนะนำและประกาศเป็นมาตรฐานใหม่สำหรับวัคซีนไขหวัดใหญ่ว่า “วัคซีนไขหวัดใหญ่ตัวใหม่ ๆ ที่จะผลิตมาเพื่อจำหน่าย ควรมีจำนวนเชื้อไวรัสที่อยู่ในวัคซีน 4 เชื้อ คือ เชื้อไขหวัดใหญ่ชนิดสายพันธุ์เอ 2 เชื้อ และเชื้อไขหวัดใหญ่ชนิดสายพันธุ์บี 2 เชื้อ” โดยมุ่งหวังให้วัคซีนไขหวัดใหญ่ชนิด 4 สายพันธุ์ นี้มีประสิทธิภาพและการครอบคลุมในการป้องกันโรคไขหวัดใหญ่ได้ดียิ่งขึ้นเมื่อเทียบกับวัคซีนไขหวัดใหญ่ชนิด 3 สายพันธุ์เดิม

บริษัท A ถือเป็นบริษัทแรกที่สามารถทำการวิจัยและพัฒนาวัคซีนไขหวัดใหญ่ชนิด 4 สายพันธุ์ ได้เป็นบริษัทแรกของโลกและเนื่องด้วยยอดขาย 10 ปี ที่ผ่านมาของบริษัท A พบว่าผลิตภัณฑ์วัคซีนไขหวัดใหญ่ถือเป็นยอดขายหลักประมาณร้อยละ 25 ต่อปี ของบริษัท อีกทั้งที่ผ่านมามีบริษัท A ยังเป็นผู้จำหน่ายและผู้ถือครองส่วนการตลาดของวัคซีนไขหวัดใหญ่ที่มากที่สุดในตลาดเมื่อเทียบกับคู่แข่งรายอื่น แต่เนื่องด้วยสภาวะการแข่งขันทางการตลาดที่มีความรุนแรงมากขึ้น และคู่แข่งมุ่งเน้นการใช้กลยุทธ์การลดราคามาใช้เพื่อแย่งส่วนแบ่งทางการตลาด

จากประเด็นที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยได้เล็งเห็นโอกาสทางธุรกิจที่ดีจากการนำเข้า

ผลิตภัณฑ์วัคซีนไขหวัดใหญ่ชนิด 4 สายพันธุ์ นี้ มาจำหน่ายในประเทศไทย โดยมุ่งหวังให้บริษัทมี ยอดขายที่เพิ่มขึ้นและรักษาส่วนแบ่งการตลาดของวัคซีนไขหวัดใหญ่ ดังนั้น ผลิตภัณฑ์วัคซีนที่ ผู้วิจัย เลือกลงเพื่อศึกษาในการวิจัยครั้งนี้คือ วัคซีนไขหวัดใหญ่ ชนิด 4 สายพันธุ์ ซึ่งผู้วิจัย ได้เล็งเห็น ความสำคัญต่อการวางแผนการดำเนินการทางการตลาดของวัคซีน ไขหวัดใหญ่ ชนิด 4 สายพันธุ์ นี้ โดยมุ่งหวังให้เกิดแผนการตลาดที่ดี มีประสิทธิภาพ คู่แข่ง และนำมาซึ่งยอดขายให้กับบริษัท รวมไปถึงการพัฒนาตลาด การขยายตลาด ของบริษัท A ด้วย



ภาพที่ 1-1 ส่วนแบ่งการตลาดของวัคซีนไขหวัดใหญ่ (บริษัท ซาโนฟี ปาสเตอร์, 2015)

คอติบ-บาดทะยัก-ไอกรน				DTwP-HB1	DTwP-HB2	DTwP-HB3			DTwP กระตุ้น 1			DTwP กระตุ้น 2	Td ทุก 10 ปี
ชนิดที่ขยายตัว (DTwP)													
โปลิโอ ชนิดกิน (OPV)				OPV1	OPV2	OPV3			OPV กระตุ้น 1			OPV กระตุ้น 2	
หัด-หัดเยอรมัน-คางทูม (MMR)								MMR1				MMR 2	
ไขสันหลังอักเสบฉับฉิว (JE)									Live JE1		Live JE2		
วัคซีนอื่นๆที่อาจให้เสริมหรือทดแทน													
วัคซีน	อายุ	แรกเกิด	1 เดือน	2 เดือน	4 เดือน	6 เดือน	9 เดือน	12 เดือน	15 เดือน	2 ปี	2 ปีครึ่ง	4-6 ปี	11-12 ปี
คอติบ-บาดทะยัก-ไอกรน				DTap1	DTap2	DTap3			DTap กระตุ้น 1			DTap กระตุ้น 1	Tdap ต่อไป
ชนิดให้เข็ม (DTap, Tdap)												หรือ Tdap	หรือ Td ทุก 10 ปี
โปลิโอชนิดฉีด (IPV)				IPV1	IPV2	IPV3			(IPV4)			IPV5	
ไขสันหลังอักเสบฉับฉิว (Live JE)										Live JE 1,2			
ฮิบ (Hib)				Hib1	Hib2	Hib3				(Hib4)			
คางทูม (HAV)												HAV ให้ 2 ครั้ง ห่างกัน 6-12 เดือน	
อีสุกอีใส (VZV)									VZV1			VZV2	
ไข้หวัดใหญ่ (Influenza)													Influenza ให้ปีละครั้งระหว่างอายุ 6 เดือน-18 ปี ในปีแรกฉีด 2 ครั้งห่างกัน 1 เดือน
นิวโมคอคคอสี่ชนิดคอนจูเกต (PCV)				PCV1	PCV2	(PCV3)		PCV4					
โรต้า (Rota)				Rota1	Rota2	(Rota3)							
หงส์ตีน (HPV)													HPV 2 ครั้งห่างกัน 6-12 เดือน

ภาพที่ 1-2 ตารางการให้วัคซีนในเด็กไทยปกติ (สมาคมโรคติดเชื้อในเด็กแห่งประเทศไทย, 2558)

คำแนะนำการให้วัคซีนป้องกันโรคสำหรับผู้ใหญ่และผู้สูงอายุ

วัคซีน	อายุ(ปี)			
	19-26	27-64	≥65	
คอติบ-บาดทะยัก-ไอกรน	กระตุ้น Td ทุก 10 ปี			
อีสุกอีใส	2 เข็ม			
หัด-หัดเยอรมัน-คางทูม	1-2 เข็ม			แนะนำให้ฉีด
มะเร็งปากมดลูก	3 เข็ม			
ไขหวัดใหญ่	ปีละ 1 เข็ม			วัคซีนทางเลือก
ตับอักเสบบี	2 เข็ม			
ตับอักเสบบี	3 เข็ม			
นิวโมคอคคอลล	1 เข็ม			
งูสวัด			1 เข็ม	

ภาพที่ 1-3 คำแนะนำการให้วัคซีนป้องกันโรคสำหรับผู้ใหญ่และผู้สูงอายุ (สมาคมราชวิทยาลัยอายุรแพทย์แห่งประเทศไทย, 2555)

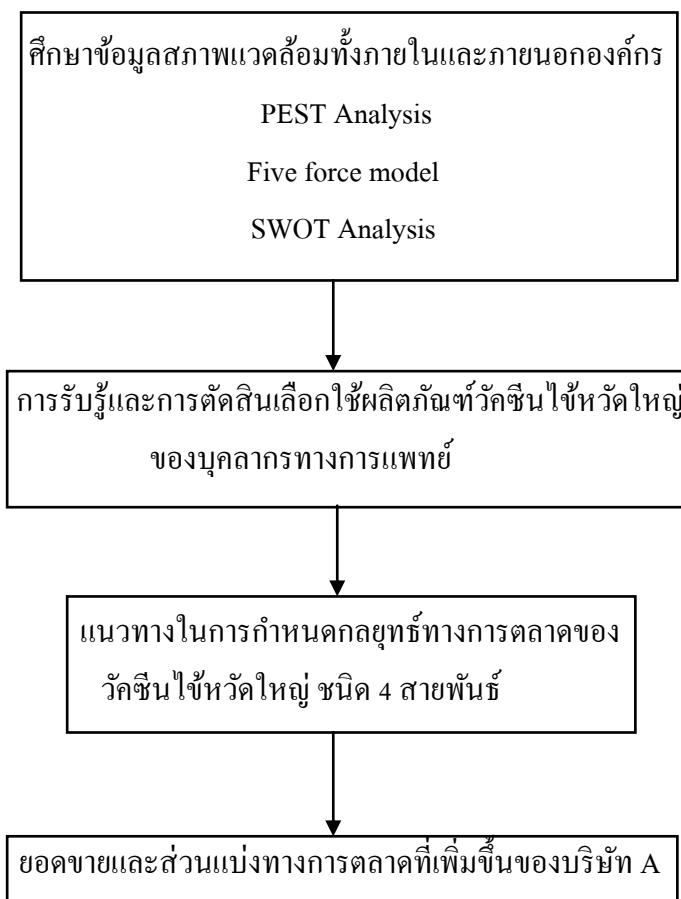
วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาและวิเคราะห์สาเหตุของปัญหา สภาพแวดล้อม คู่แข่งขันและการรับรู้ของกลุ่มแพทย์และเภสัชกร ในโรงพยาบาลและคลินิกเกี่ยวกับวัคซีน ไขหวัดใหญ่ ชนิด 4 สายพันธุ์
2. เพื่อศึกษาแนวทางการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด และหาแนวทางในการดำเนินการทางการตลาดเพื่อเพิ่มยอดขายและเพิ่มความสามารถในการแข่งขันขององค์กร

สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยสภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน ส่งผลให้บริษัทมียอดขายที่เพิ่มขึ้น
2. แพทย์และเภสัชกรในโรงพยาบาลและคลินิก เกิดการรับรู้เกี่ยวกับวัคซีน ไขหวัดใหญ่ ชนิด 4 สายพันธุ์
3. แนวทางการดำเนินการทางการตลาดของบริษัทสามารถเพิ่มยอดขายและเพิ่มความสามารถในการแข่งขันขององค์กร

กรอบแนวคิดในงานวิจัย



ภาพที่ 1-4 กรอบแนวคิดการวิจัย (ฉันทนา สุขโต, 2545; ธรวรรณ จงจิตต์ธนบุรณ์, 2551; นกัสนันท์ อนันตประยูร, 2555; ศุภณัฐ นิโคธานนท์, 2552)

ขอบเขตการวิจัย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ มีขอบเขตของการวิจัย ดังนี้

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

ศึกษาเกี่ยวกับการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดของวัคซีน ไขหวัดใหญ่ชนิด 4 สายพันธุ์ของบริษัท A เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดให้กับบริษัท และเป็นแนวทางเพื่อนำไปสู่การบรรลุเป้าหมายทางธุรกิจของบริษัท A

2. ขอบเขตด้านประชากร

ศึกษาและเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบรายบุคคลกับ กลุ่มบุคลากรทางการแพทย์ จำนวน 13 คน เป็นแพทย์ จำนวน 9 คน และเภสัชกร จำนวน 4 คน

3. ขอบเขตด้านระยะเวลาการวิจัย

ตั้งแต่เดือนกันยายน พ.ศ. 2558 ถึง เดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2559

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อให้บุคลากรทางการแพทย์รู้จักวัคซีน ไขหวัดใหญ่ ชนิด 4 สายพันธุ์ มากขึ้น
2. เพื่อให้ลูกค้าทั้งรายเดิมและรายใหม่สั่งซื้อวัคซีนไขหวัดใหญ่ ชนิด 4 สายพันธุ์
3. เพื่อเป็นการวางแนวทางในการดำเนินงานและการทำตลาดของวัคซีนไขหวัดใหญ่ ชนิด 4 สายพันธุ์
4. เพื่อเพิ่มผลประกอบการให้แก่บริษัทด้วยการเพิ่มยอดขายให้สูงขึ้น
5. เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันให้แก่บริษัท
6. สร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กรเพื่อตอบสนองความต้องการและช่วยสร้างความพึงพอใจของลูกค้า รวมทั้งการรักษาลูกค้าให้มีความสัมพันธ์ที่ดีในระยะยาว

นิยามศัพท์เฉพาะ

วัคซีน หมายถึง ชีววัตถุที่เตรียมขึ้นจากเชื้อจุลินทรีย์หรือส่วนของเชื้อจุลินทรีย์ซึ่งจะมีกลไกชักนำให้ร่างกายสร้างภูมิคุ้มกันที่จำเพาะต่อจุลินทรีย์ชนิดนั้น ๆ กล่าวคือมีฤทธิ์ชักนำการสร้างภูมิคุ้มกันอันจำเพาะกับโรค

ระบบภูมิคุ้มกัน หมายถึง ระบบที่คอยปกป้องร่างกายของเราจากสิ่งแปลกปลอมต่าง ๆ ที่อาจเข้ามาทำอันตรายร่างกายเราได้ เช่น เชื้อโรคชนิดต่าง ๆ

บุคลากรทางการแพทย์ หมายถึง ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการให้บริการทั้งในด้านการรักษาพยาบาล และการสนับสนุนการรักษาพยาบาล ได้แก่ แพทย์ พยาบาล เภสัชกร ทันตแพทย์ นักกายภาพบำบัด นักเทคนิคการแพทย์ นักรังสีวิทยา นักเทคนิคการแพทย์ และนักวิทยาศาสตร์การแพทย์ เป็นต้น

ผลิตภัณฑ์ หมายถึง วัคซีนชนิดต่าง ๆ

กลยุทธ์ทางการตลาด หมายถึง ขั้นตอนในการกำหนดจุดมุ่งหมายทางการตลาด การเลือกตลาดเป้าหมาย และการออกแบบส่วนประสมทางการตลาดเพื่อสนองความพึงพอใจของตลาด และบรรลุจุดมุ่งหมายขององค์กร

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การตลาดของธุรกิจจำหน่ายผลิตภัณฑ์ วัคซีน-กรณีศึกษา วัคซีนไขหวัดใหญ่ ชนิด 4 สายพันธุ์ บริษัท A จำกัด ได้มีการศึกษาแนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. ประวัติความเป็นมาของบริษัท A
2. ความรู้เรื่องวัคซีนไขหวัดใหญ่
3. การวิเคราะห์ PEST Analysis
4. ทฤษฎี Five force model
5. ทฤษฎี SWOT Analysis
6. การจัดการและกลยุทธ์ทางการตลาด
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ประวัติความเป็นมาของบริษัท A (ประเทศไทย) จำกัด

บริษัท A จำกัด เป็นบริษัทชั้นนำของโลกที่มุ่งเน้นการวิจัย พัฒนา ค้นคว้า ผลิต และจัดจำหน่ายวัคซีน โดยเป้าหมายหลักของบริษัทคือ เพื่อพัฒนา ป้องกันและรักษาสุขภาพให้กับคนทั่วโลก มีสำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ในประเทศฝรั่งเศส

พ.ศ. 2440 มาร์เซล เมอร์ริเออร์ และหลุยส์ ปาสเตอร์ ได้ก่อตั้งสถาบันเมอร์ริเออร์ ขึ้นที่เมืองลียง ประเทศฝรั่งเศส และ 50 ปี ต่อมา ดร.ชาร์ล เมอร์ริเออร์ ได้ริเริ่มทำการค้นคว้าทางด้านไวรัสวิทยาและก่อตั้งสถาบันวิจัยชื่อ Institute Francais de la Fievre Aphteus และทำการวิจัยและพัฒนาวัคซีนจนได้ค้นพบวัคซีนป้องกันโรคโปลิโอ และวัคซีนป้องกันโรคพิษสุนัขบ้า ที่ใช้กันถึงปัจจุบัน

พ.ศ. 2519 สถาบันเมอร์ริเออร์ ได้เข้าสู่ประเทศไทย ภายใต้ชื่อบริษัท เมย์แอนด์เบเกออร์ ได้มีการวัคซีนชนิดแรกของสถาบันเมอร์ริเออร์ และมีการจัดจำหน่ายในประเทศไทยคือ วัคซีนป้องกันโรคพิษสุนัขบ้า ที่ผลิตขึ้นจาก “อีวแมนดิฟลอยด์เซลล์” โดยสถาบันเมอร์ริเออร์ เป็นบริษัทแรกของโลกที่สามารถผลิตวัคซีนชนิดนี้ได้เป็นผลสำเร็จ

ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2529 เป็นต้นมา สถาบันเมอร์ริเออร์ ได้ซื้อและเข้าถือครองหุ้นส่วนใหญ่ในบริษัทปาสเตอร์โปรดักชัน ซึ่งเป็นบริษัทผู้ผลิตวัคซีนชั้นนำของโลกและผลิตภัณฑ์หลักของบริษัท

ปาสเตอร์ได้แก่วัคซีนป้องกันโรคไวรัสตับอักเสบบี และบริษัทปาสเตอร์วัคซีนในประเทศไทย
ได้รับความร่วมมือกับฝ่ายวิทยาศาสตร์ของสภากาชาดไทยและศูนย์บริการโลหิตแห่งชาติ

ปัจจุบัน บริษัท A จำกัด เป็นผู้นำของโลกในด้านการผลิตและพัฒนาวัคซีนที่หลากหลาย
มากกว่า 20 ชนิด และท่ามกลางตลาดวัคซีนที่กำลังเติบโตอย่างรวดเร็ว ซึ่งมีมูลค่ามากกว่า 6 พัน
ดอลลาร์สหรัฐ หรือเท่ากับการผลิตวัคซีนมากกว่า 1.6 พันล้านโดสต่อปี หรือเทียบเท่ากับการสร้าง
ภูมิให้กับคนทั่วโลกได้กว่า 500 ล้านคนต่อปี

และนอกเหนือจากการผลิตวัคซีนเพื่อป้องกันโรคติดเชื้อต่าง ๆ แล้ว บริษัท A ยังทำการ
วิจัยเพื่อค้นคว้าวัคซีนป้องกันโรคเอดส์, วัคซีนป้องกันโรคมะเร็งและวัคซีนป้องกันโรคกระเพาะ
อาหารอีกด้วย โดยที่บริษัท A จำกัด ยังคงมุ่งมั่นที่จะพัฒนาวัคซีนต่อไป ภายใต้วิสัยทัศน์ว่า “A world in
which no one suffers or dies from a vaccine-preventable disease”

2440 ก่อตั้งสถาบันเมอร์ริเออร์จีน ที่เมือง Lyon ประเทศฝรั่งเศส

- 2519 เข้าสู่ประเทศไทย ภายใต้เครื่องหมายของบริษัท เมย์แอนด์เบเกอร์
- 2531 เข้ามาเปิดกิจการเองในเมืองไทย โดยใช้ชื่อ บริษัทเมอร์ริเออร์ (ไทยแลนด์)
- 2540 รวมตัวกับบริษัท คอนนอต ของประเทศแคนาดา แล้วเปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท
ปาสเตอร์ เมอร์ริเออร์ คอนนอต จำกัด
- 2543 รวมตัวกับบริษัท เฮกซ์ และโรห์น ปูแลงค์ และเปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท เอเวนดิส
ปาสเตอร์

2548 บริษัท ซาโนฟี ซิลเทเลเบล ได้ซื้อกิจการของเครือบริษัทอเวนดิสทั้งหมด ทำให้
บริษัทอเวนดิส ปาสเตอร์ เปลี่ยนชื่อเป็น บริษัท A

ภาพที่ 2-1 ความเป็นมาของบริษัท A (บริษัทซาโนฟี ปาสเตอร์, 2553)

วิสัยทัศน์ (Vision) ของบริษัท A ประเทศไทย

บริษัท A (ประเทศไทย) จำกัด เป็นผู้นำทางด้านการผลิตผลิตภัณฑ์ชีวภาพ (วัคซีน) ซึ่งเป็นที่ไว้วางใจ และยอมรับในระดับโลกด้วยมาตรฐานและจริยธรรมในการผลิตวัคซีน เพื่อช่วยให้โลกปราศจากผู้ป่วยหรือเสียชีวิตจากโรคที่สามารถป้องกันได้ด้วยวัคซีน โดยผลิตภัณฑ์หลักของบริษัทคือ วัคซีนป้องกันพิษสุนัขบ้า วัคซีนป้องกันโรคไขหวัดใหญ่และวัคซีนรวมป้องกันเชื้อหุ้มสมองอักเสบจากเชื้ออหิวาต์รวมโรคคอตีบ ไอกรน บาดทะยักและวัคซีนโปลิโอ

ผลิตภัณฑ์ของบริษัท A (ประเทศไทย) จำกัด

บริษัทประกอบกิจการโดยเป็นผู้นำเข้าและจัดจำหน่ายวัคซีนที่ใช้ในมนุษย์ซึ่งสามารถป้องกันโรคได้ถึง 20 ชนิด ซึ่งสามารถแบ่งประเภทวัคซีนได้เป็น 4 กลุ่มหลัก ได้แก่

1. วัคซีนสำหรับเด็ก (Pediatric range) แบ่ง 2 ประเภท

1.1 วัคซีนสำหรับเด็กทารก-เด็กเล็ก (PPH Franchise) ได้แก่

1.1.1 WcPHib ได้แก่ Act - Hib®

1.1.2 AcP Combo ได้แก่ Tripacel®, Tetraxim®, Pentaxim®, Pediacel®,

Adacel®

1.2 วัคซีนสำหรับเด็กวัยหัดเดิน (Toddler franchise) ได้แก่

วัคซีนป้องกันโรคตับอักเสบบี (Hep. A) ได้แก่ Avaxim™

2. วัคซีนกลุ่มทั่วไป ได้แก่

2.1 วัคซีนป้องกันโรคตับอักเสบบี (Hep. B) ได้แก่ Euvax B®

2.2 วัคซีนป้องกันโรคโปลิโอ ได้แก่ OPVERO (OPV), Imovax® (IPV)

2.3 วัคซีนป้องกันโรคคอตีบ ไอกรน บาดทะยัก (DPT) ได้แก่ DPT vax®

2.4 วัคซีนป้องกันโรคไทฟอยด์ (Typhoid) ได้แก่ Typhim®

2.5 วัคซีนป้องกันโรคไขกาฬหลังแอ่น ได้แก่ Menomune®

3. วัคซีนสำหรับโรคติดเชื้อทางเดินหายใจ

3.1 วัคซีนป้องกันโรคไขหวัดใหญ่ (Flu) ได้แก่ Vaxigrip®, Fluzone®

3.2 วัคซีนป้องกันการติดเชื้อแบคทีเรียทางเดินหายใจ ได้แก่ Pneumo23®

4. วัคซีนกลุ่มป้องกันโรคพิษสุนัขบ้า (Rabies franchise) ได้แก่

4.1 วัคซีนป้องกันโรคพิษสุนัขบ้า ได้แก่ verorab®

4.2 อิมมูโนโกลบูลิน ได้แก่ Favirab®, Berirab®

กลุ่มลูกค้าหลักขององค์กร

1. กระทรวงสาธารณสุขเป็นผู้สั่งซื้อวัคซีนรายใหญ่จากบริษัท โดยกระจายวัคซีนเพื่อฉีด

ให้กับเด็กที่เกิดในประเทศไทย ศูนย์บริการสาธารณสุขและศูนย์ส่งเสริมสุขภาพระดับท้องถิ่น

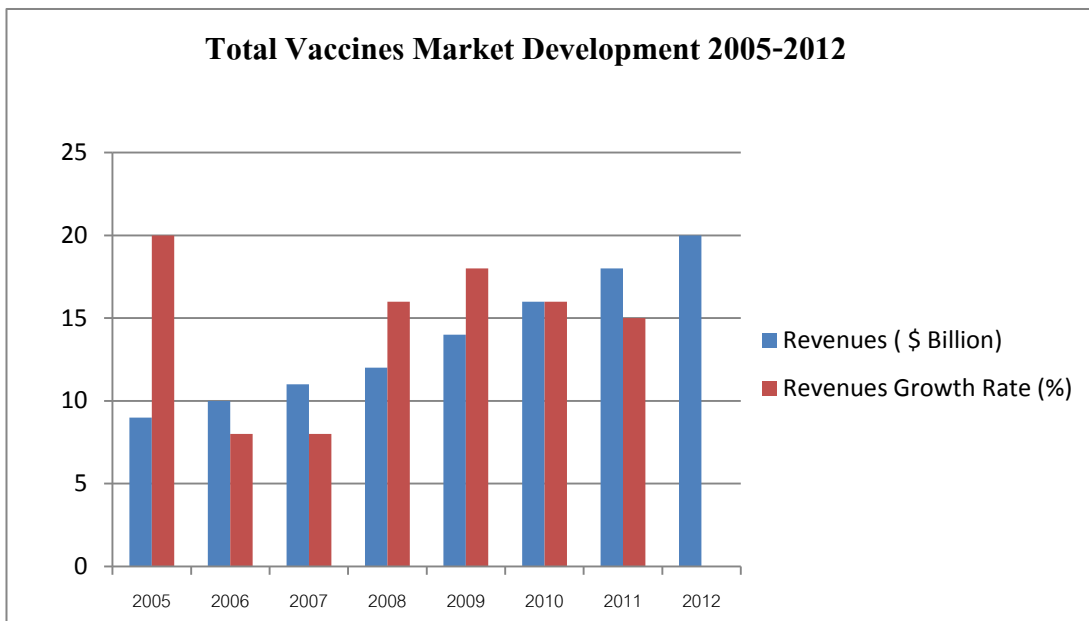
2. กลุ่มลูกค้ารายย่อย แบ่งเป็น โรงพยาบาลรัฐบาล โรงพยาบาลเอกชน และคลินิก
ทางการแพทย์ทั่วประเทศ

สภาพการแข่งขันขององค์กร

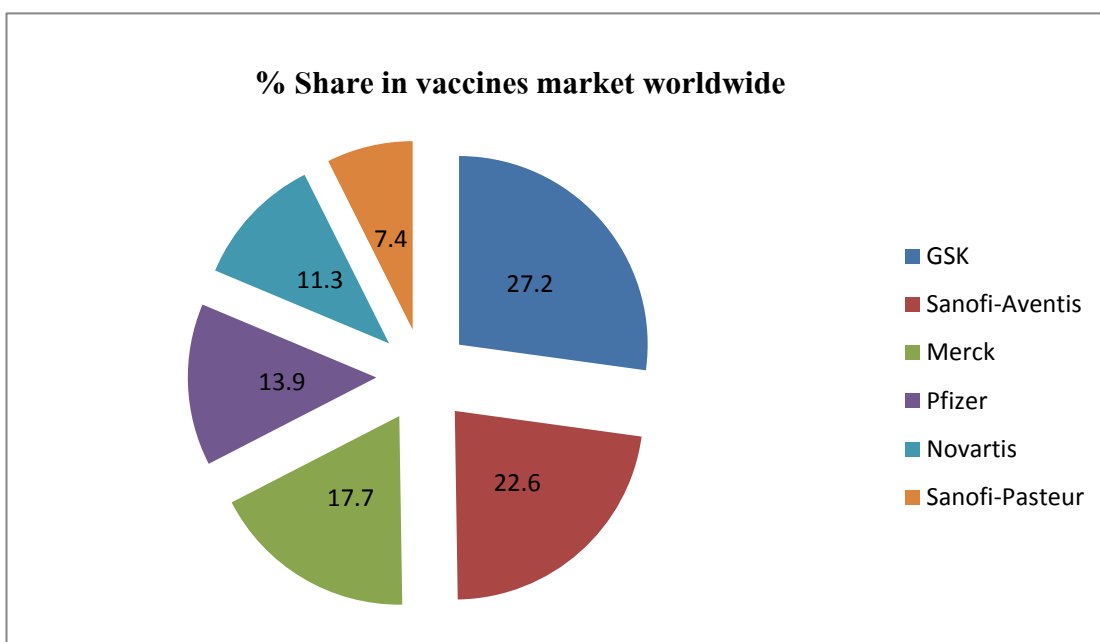
อัตราการเติบโตของอุตสาหกรรมวัคซีนทั่วโลกเติบโตอย่างรวดเร็ว และในปี ค.ศ. 2008-2009 ผลิตภัณฑ์วัคซีนมีส่วนแบ่งการตลาดมากกว่าผลิตภัณฑ์อื่น ๆ โดยคิดเป็นร้อยละ 16 ของมูลค่าตลาดยารวม 22.1 ล้านเหรียญสหรัฐ และคาดว่าในปี ค.ศ. 2017 ตลาดวัคซีนจะเติบโตถึง 32.21 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ (สถาบันวัคซีนแห่งชาติ กรมควบคุมโรค, 2555)

ข้อมูลในปี ค.ศ. 2009 บริษัทซาโนไฟฟาสเตอร์ มีส่วนแบ่งการตลาดเป็นอันดับ คือ ร้อยละ 22.60 ส่วนบริษัทแกล็กโซสมิทไคลย์ (Glaxo Smith Kline: GSK) ครองส่วนแบ่งการตลาดเป็นอันดับที่ 1 โดยมีส่วนแบ่งการตลาดอยู่ที่ร้อยละ 27.20 นอกจากนี้ยังมีการแบ่งส่วนการตลาดวัคซีนจากบริษัทอื่น ๆ ด้วย ได้แก่ Merck, Pfizer/ Wyeth, Novartis เป็นต้น

จากภาพที่ 1-3 จะเห็นได้ว่าคู่แข่งสำคัญของบริษัท A คือ บริษัท B ซึ่งมีผลิตภัณฑ์ โดยเฉพาะวัคซีนสำหรับเด็ก เช่นเดียวกับของบริษัท A เช่น วัคซีนรวม คอตีบ ไอกรน บาดทะยัก โปลิโอ และฮิบ วัคซีนป้องกันโรคตับอักเสบบี วัคซีนป้องกันโรคไขหวัดใหญ่ เป็นต้น อีกทั้งยังมีการนำวัคซีนเข้ามาจำหน่ายในประเทศไทยและทำการตลาดก่อนบริษัท A จำกัด ซึ่งถือเป็นข้อได้เปรียบในการแข่งขันของบริษัท B



ภาพที่ 2-2 อัตราการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมวัคซีนทั่วโลกระหว่างปี พ.ศ. 2005-2012
(สถาบันวัคซีนแห่งชาติ กรมควบคุมโรค, 2555)



ภาพที่ 2-3 ส่วนแบบการตลาดของตลาดวัคซีน ปี ค.ศ. 2015 (bcc-research, 2015)

คู่แข่งชั้นหลักขององค์กร

บริษัท B เป็นบริษัทผลิตและจำหน่ายวัคซีน ซึ่งบริษัท B เป็นบริษัทที่มีผลิตภัณฑ์หลักและมุ่งเน้นวัคซีนเด็ก วัคซีนป้องกันไวรัสตับอักเสบ และวัคซีนสำหรับเด็กวัยรุ่น อีกทั้งยังมีเป้าหมายที่ต้องการเป็นผู้นำตลาดโลกด้านวัคซีน ซึ่งเป็นหนึ่งในบริษัทวัคซีนที่มีการเติบโตอย่างรวดเร็ว โดยกลยุทธ์หลักของบริษัท B คือ เป็นบริษัทที่มีประสิทธิภาพทางการเงินที่ดี เป็นที่พอใจกับผู้ถือหุ้น ซึ่งแตกต่างจากบริษัท A จำกัด ที่เน้นที่มาตรฐานในการผลิตผลิตภัณฑ์ที่ได้มาตรฐานระดับสากล และน่าเชื่อถือ

ความรู้เรื่องวัคซีนไขหวัดใหญ่

บทนำและระบาดวิทยา

โรคไขหวัดใหญ่เกิดจากเชื้อ Influenza virus มี 3 ชนิดหลัก คือ ชนิด A, B และ C การติดเชื้อไวรัสไขหวัดใหญ่ชนิด A เกิดได้ทั้งในคนและสัตว์ ส่วนชนิด B และ C ก่อโรคเฉพาะคน ในประเทศไทยพบโรคนี้ประมาณร้อยละ 30 ของผู้ป่วยที่มีอาการติดเชื้อของระบบทางเดินหายใจเฉียบพลัน ในคนปกติโรคนี้สามารถหายได้เองใน 5-7 วัน และไม่มีอาการรุนแรง แต่ในผู้ที่มีปัญหาทางสุขภาพบางอย่างและผู้สูงอายุอาจเกิดอาการป่วยรุนแรงและมีโรคแทรกซ้อนได้

เชื้อไขหวัดใหญ่มีการเปลี่ยนแปลงทางพันธุกรรมของ Hemagglutinin (H) และ Neuraminidase (N) ซึ่งเป็น Glycoprotein ในส่วน Envelope ของเชื้อไวรัสได้ 2 แบบ คือ

1. Antigenic shift พบเฉพาะไวรัสไขหวัดใหญ่ชนิด A เป็นการเปลี่ยนชนิดของ H และ/หรือ N เช่น ในอดีตมีการเปลี่ยนจาก H1N1 เป็น H2N2 และ H3N2 ซึ่งการเกิด Antigenic shift นี้เกิดได้ไม่บ่อย ระยะห่างของการเกิดแต่ละครั้งมากกว่า 10 ปี แต่หากเกิดขึ้นจะทำให้เกิดการระบาดทั่วโลก การระบาดทั่วโลกจากการเกิด Antigenic shift ที่มีอัตราการเสียชีวิตมากที่สุดคือ Spanish Flu (H1N1) ในปี พ.ศ. 2461-2463 มีผู้เสียชีวิต 20-100 ล้านคน ส่วนการระบาดล่าสุดในปีพ.ศ. 2552-2553 มีผู้เสียชีวิต 18,000 คน ในปัจจุบันเชื้อที่แพร่กระจายทั่วโลกส่วนใหญ่เป็น H1N1 และ H3N2

2. Antigenic drift สามารถเกิดได้กับเชื้อไวรัสไขหวัดใหญ่ทุกชนิดเป็นการกลายพันธุ์ (Mutation) ของ H และ N ชนิดเดิมซึ่งเกิดขึ้นตลอดเวลา เมื่อเกิด Mutation สะสมมากขึ้นเรื่อย ๆ จนเป็นสายพันธุ์ที่แตกต่างจากสายพันธุ์เดิมมากพอจะทำให้ภูมิคุ้มกันที่มีอยู่ต่อสายพันธุ์เดิมไม่สามารถป้องกันโรคได้ทั้ง ๆ ที่เป็น H และ N หมายเลขเดียวกัน จึงทำให้เกิดการระบาดของโรคไขหวัดใหญ่ในแต่ละพื้นที่ได้ทุก 1-3 ปี ในประเทศไทยโรคไขหวัดใหญ่เป็นปัญหาสาธารณสุขที่สำคัญที่จำเป็นต้องรายงาน ตั้งแต่ปีพ.ศ. 2546-2551

รายงานการเฝ้าระวังโรคไข้หวัดใหญ่ในแต่ละปีมีผู้ป่วยประมาณ 17,000–30,000 ราย อย่างไรก็ตาม ตั้งแต่ปีพ.ศ. 2552 ซึ่งเริ่มพบมีการระบาดของไข้หวัดใหญ่สายพันธุ์ใหม่ 2009 ทั่วโลก นั้น ประเทศไทยพบผู้ป่วยโรคไข้หวัดใหญ่สูงถึง 62,000-120,000 รายต่อปี

โดยทั่วไปประเทศในเขตร้อน เช่น ประเทศไทยจะพบการระบาดของโรคไข้หวัดใหญ่มากในฤดูฝนช่วงเดือนมิถุนายน-สิงหาคม และฤดูหนาวช่วงเดือนมกราคม-มีนาคม แต่พบผู้ป่วยได้ประปรายตลอดปี อุบัติการณ์ในประเทศไทยในช่วง 3 ปีที่ผ่านมาขึ้นอยู่กับที่ประมาณ 100-190 ต่อประชากรแสนคน และอัตราป่วยตายเท่ากับ 0.01-0.36 ต่อประชากรแสนคน

ในปี พ.ศ. 2552 กลุ่มอายุที่มีอัตราป่วยสูงสุด คือ 10-14 ปี, 5-9 ปี และ 0-4 ปี โดยมีอัตราป่วยใกล้เคียงกันคือ 461.3, 438.5 และ 438.5 ต่อประชากรแสนคน ตามลำดับ สำหรับกลุ่มอายุที่มีอัตราป่วยตายสูงสุดคือ 55-64 ปี, 45-54 ปี และมากกว่า 65 ปี โดยมีอัตราป่วยตายเท่ากับ ร้อยละ 0.53, 0.48 และ 0.44 ตามลำดับ

ชนิดของวัคซีน

วัคซีนป้องกันไข้หวัดใหญ่ มีทั้งชนิดเชื้อตายและวัคซีนชนิดเชื้อมีชีวิตอ่อนฤทธิ์

1. วัคซีนชนิดเชื้อตาย (Inactivated หรือ Killed virus vaccine) แบ่งตามกรรมวิธีการผลิต ได้เป็น 3 แบบ คือ

1.1 วัคซีนไวรัสไข้หวัดใหญ่ทั้งตัว (Inactivated whole virus vaccine) เป็นวัคซีนที่ทำจากไวรัสทั้งตัวมาเชื้อโดยสารเคมีเพื่อทำให้หมดสภาพ วัคซีนที่เป็นเชื้อไวรัสทั้งตัวกระตุ้นภูมิคุ้มกันได้ดี แต่มักมีอาการไม่พึงประสงค์โดยเฉพาะอาการไข้ได้มากกว่าวัคซีนชนิดที่ประกอบด้วยบางส่วนของเชื้อหรือวัคซีนชนิดหน่วยย่อยวัคซีนไวรัสไข้หวัดใหญ่ชนิดนี้ให้ใช้ได้เฉพาะในผู้ใหญ่ และไม่มีจำหน่ายในประเทศไทย

1.2 วัคซีนที่ประกอบด้วยบางส่วนของเชื้อ (Split virion) ได้จากการนำ เชื้อไวรัสที่ตายแล้ว ไปผ่านกรรมวิธีที่ทำให้ส่วนประกอบของไวรัสแยกออก โดยสกัดเอาแอนติเจนของเปลือกนอก และโปรตีนแอนติเจนชั้นในไว้วัคซีนชนิดนี้กระตุ้นภูมิคุ้มกันได้ดีและมีปฏิกิริยาที่ไม่พึงประสงค์น้อยลงที่มีจำหน่ายในประเทศไทยคือ FluarixTM ผลิตโดยบริษัท GSK และ VaxigripTM ผลิตโดยบริษัท Sanofipasteur ส่วนวัคซีน IntanzaTM ผลิตโดยบริษัท Sanofipasteur เป็นวัคซีนที่ฉีดเข้าในหนัง (Intradermal) โดยมีเครื่องฉีดเฉพาะติดมากับวัคซีน

1.3 วัคซีนชนิดหน่วยย่อย (Subunit vaccine) ได้จากการแยกส่วนประกอบของไวรัส ออกเหลือเพียงแอนติเจนผิวนอกซึ่งเป็นโปรตีนเฉพาะส่วนที่กระตุ้นภูมิคุ้มกันคือ Hemagglutinin (H) และ Neuraminidase (N) ที่บริสุทธิ์ วัคซีนชนิดนี้มีปฏิกิริยาไม่พึงประสงค์ต่ำ ที่มีจำหน่ายคือ AgrippalTM ผลิตโดยบริษัท Chiron และInfluvacTM ผลิตโดยบริษัท Abbott นอกจากนี้ ได้มีการ

พัฒนาวัคซีน ไขหวัดใหญ่ชนิดหน่วยย่อย โดยนำไปผสมกับสารที่เพิ่มการกระตุ้นภูมิคุ้มกัน (Adjuvant) เช่น Inflexal™ ซึ่งมี virosomal adjuvant เพื่อกระตุ้นภูมิคุ้มกันให้ดีขึ้นผลิตโดยบริษัท Crucell ส่วน Flud™ ซึ่งผสม Adjuvant MF59 ผลิตโดยบริษัท Chiron ใช้สำหรับผู้สูงอายุ

2. วัคซีนไขหวัดใหญ่ชนิดเชื้อมีชีวิตอ่อนฤทธิ์ (Live attenuated influenza vaccine)

ผลิตโดยเทคนิคการแลกเปลี่ยนยีน (Re-assortment) โดยการพัฒนาเชื้อไขหวัดใหญ่สายพันธุ์ที่ปรับตัวสามารถเพิ่มจำนวนได้ดีที่อุณหภูมิต่ำ (25°ซ) (Cold adapted) แต่ไม่แบ่งตัวที่อุณหภูมิร่างกายในแต่ละปี เมื่อคัดเลือกเชื้อไขหวัดใหญ่สายพันธุ์ที่คาดว่าจะมีการระบาดได้จึงนำสายพันธุ์นั้นไปเพาะเลี้ยงร่วมกับเชื้อไวรัสสายพันธุ์ที่เป็น Cold adapted เพื่อให้เกิด Re-assortment แล้วคัดเลือกเชื้อที่แอนติเจนเปลือกนอก (H และ N) มาจากสายพันธุ์ที่ต้องการนำมาเป็นวัคซีนป้องกัน แต่ยีนส่วนอื่นเป็นยีนจากสายพันธุ์ Cold adapted มาผลิตเป็นวัคซีน ซึ่งเมื่อบริหารโดยการพ่นจมูกเชื้อจะแบ่งตัวเฉพาะในโพรงจมูก ซึ่งมีอุณหภูมิต่ำกว่าและกระตุ้นภูมิคุ้มกันโรคได้โดยไม่ลุกลามเข้าสู่ร่างกายระบบอื่น ๆ ที่มีอุณหภูมิ 37°ซ จึงไม่ก่อโรค วัคซีนชนิดนี้ยังไม่มีจำหน่ายในประเทศไทย

ส่วนประกอบของวัคซีน

วัคซีนป้องกันไขหวัดใหญ่ที่มีใช้ในประเทศไทยเป็นวัคซีนชนิด Split vaccine และ Subunit vaccine วัคซีนที่มีในปัจจุบันขนาด 1 โด๊ส (0.5 มล.) ประกอบด้วย Hemagglutinin (H หรือ HA) และ Neuraminidase ของเชื้อไขหวัดใหญ่ทั้งปี A ชนิด H1N1 และ H3N2 และเชื้อไขหวัดใหญ่ปีรวม 3 สายพันธุ์ (Trivalent) โดยมีปริมาณของ H เชื้อละ 15 ไมโครกรัม โดยทุก ๆ ปีองค์การอนามัยโลกจะเป็นผู้แนะนำสายพันธุ์ของเชื้อไขหวัดใหญ่ที่จะนำมาผลิตวัคซีน ซึ่งคาดว่าจะเป็สายพันธุ์ที่มีการระบาดในปีนั้น

ในปี พ.ศ. 2555 ได้มีการผลิตวัคซีนชนิดเชื้อมีชีวิตอ่อนฤทธิ์ที่บรรจุ 4 สายพันธุ์ (Tetravalent) โดยมีสายพันธุ์ A (H3N1) และ A (H1N1) ร่วมกับสายพันธุ์บีเข้าไปอีก 2 ตระกูล (Lineages) คือ Victoria และ Yamagata เพราะทั้งสองตระกูลพบบ่อยและภูมิคุ้มกันไม่ปกป้องข้ามพวกกัน คาดว่าในอนาคตวัคซีนทุกชนิดจะประกอบด้วย 4 สายพันธุ์ เพื่อให้ครอบคลุมเชื้อได้มากขึ้น

การคัดเลือกสายพันธุ์เพื่อผลิตวัคซีน

ไวรัสสายพันธุ์ที่นำมาเตรียมผลิตวัคซีน คือ สายพันธุ์ที่พบการระบาดหลายแห่งทั่วโลก ในระยะเวลานั้นและคาดการณ์ว่าจะเป็นเชื้อที่จะระบาดในปีถัดไป ถ้าทำการทดสอบแล้วพบว่าลักษณะแอนติเจนเปลี่ยนจากเชื้อที่ใช้ผลิตวัคซีนอยู่เดิม ก็จะแนะนำให้เปลี่ยนเชื้อที่นำไปทำวัคซีนของปีต่อไปให้เป็นสายพันธุ์ใหม่ที่คล้ายกับเชื้อที่แยกได้

การคัดเลือกสายพันธุ์ไวรัสไข้หวัดใหญ่ให้เหมาะกับกาลเวลา ต้องอาศัยการเฝ้าระวังศึกษาและเปรียบเทียบลักษณะแอนติเจนของเชื้อที่แยกได้จากผู้ป่วยทั่วโลก องค์การอนามัยโลกจึงตั้งศูนย์ไข้หวัดใหญ่แห่งชาติในประเทศต่าง ๆ ปัจจุบันมีจำนวน 106 ประเทศ ทั่วโลก เพื่อทำการศึกษาระบาดวิทยาและติดตามเฝ้าระวัง พร้อมทั้งแยกเชื้อจากผู้ป่วยเพื่อนำส่งห้องปฏิบัติการที่เป็นศูนย์แยกเชื้อที่ประเทศสหรัฐอเมริกา อังกฤษ ญี่ปุ่น และออสเตรเลีย โดยจะมีการจัดประชุมผู้เชี่ยวชาญเพื่อพิจารณาคัดเลือกสายพันธุ์ไวรัสร่วมกันปีละ 2 ครั้ง ในเดือนกุมภาพันธ์สำหรับวัคซีนที่จะใช้ในซีกโลกเหนือ และในเดือนกันยายนสำหรับวัคซีนที่จะใช้ในซีกโลกใต้ เพื่อให้บริษัทนำไปผลิตวัคซีนทั้งนี้ขบวนการผลิตใช้เวลาประมาณ 6 เดือน สายพันธุ์ไวรัสไข้หวัดใหญ่ที่แนะนำให้ใช้ผลิตวัคซีนสำหรับใช้ในปีพ.ศ. 2557 สำหรับซีกโลกใต้ซึ่งต้องฉีดวัคซีนก่อนฤดูฝนในเดือนพฤษภาคม ถึง มิถุนายน คือ A/California/7/2009 (H1N1) - Like strain, A/Texas/50/2012 (H3N2) - Like virus และ B/Massachusetts/2/2012 - Like virus และสายพันธุ์สำหรับซีกโลกเหนือในปีพ.ศ. 2556-2557 คือ A/California/7/2009 (H1N1) pdm09-Like virus, A/Victoria/361/2011 (H3N2)-Like virus และ B/Massachusetts/2/2012 - Like virus

จากการศึกษาที่ผ่านมา พบว่า สายพันธุ์ไวรัสไข้หวัดใหญ่ที่ได้รับการคัดเลือกเป็นส่วนประกอบของวัคซีนนี้ตรงกับสายพันธุ์ที่พบในประเทศไทยประมาณร้อยละ 70

ขนาดและวิธีใช้

วัคซีนชนิดเชื้อไม่มีชีวิตให้ฉีดเข้ากล้ามเนื้อในเด็กอายุ 6 เดือน ขึ้นไปและในผู้ใหญ่ สำหรับ Split vaccine และ Subunit vaccine ที่ไม่มี Adjuvant ให้ใช้สำหรับเด็กอายุ 6 เดือน ขึ้นไป และผู้ใหญ่ ส่วน Subunit vaccine ชนิดที่มี Adjuvant MF59 ให้ใช้ในผู้ใหญ่อายุมากกว่า 65 ปี สำหรับขนาดของวัคซีน แนะนำว่าในเด็กอายุต่ำกว่า 3 ปี ให้ฉีดวัคซีนขนาดครึ่งหนึ่งของผู้ใหญ่ (0.25 มิลลิลิตร) ในเด็กอายุต่ำกว่า 9 ปี ที่ไม่เคยได้รับวัคซีนป้องกันไข้หวัดใหญ่มาก่อน ให้ฉีด 2 ครั้ง ในปีแรกที่ฉีด โดยครั้งแรกและครั้งที่ 2 ห่างกัน 1-2 เดือน หลังจากนั้นฉีดปีละ 1 เข็ม

ส่วนวัคซีนชนิดฉีดเข้าในหนัง (Intradermal) มีชนิดเดียวในขณะนี้คือ Intanza™ ใช้ในผู้ที่อายุ 18 ปี ขึ้นไป โดยให้ใช้ขนาด 9 ไมโครกรัม ในผู้ที่อายุน้อยกว่า 60 ปี และขนาด 15 ไมโครกรัม ในผู้ที่อายุมากกว่า 60 ปี

สำหรับเด็กอายุ 9 ปี ขึ้นไปที่มีเชื้อเอชไอวีที่ไม่เคยได้รับวัคซีนป้องกันไข้หวัดใหญ่มาก่อน ยังไม่มีคำแนะนำว่าควรให้ 1 หรือ 2 ครั้ง แต่มีการศึกษาในประเทศไทยพบว่าการตอบสนองทางภูมิคุ้มกันต่อวัคซีนไข้หวัดใหญ่ในเด็กและวัยรุ่นเหล่านี้จะขึ้นกับระดับภูมิคุ้มกัน โดยเด็กและวัยรุ่นที่มีระดับภูมิคุ้มกันในเกณฑ์ปกติ ($CD4 > 25$ เปอร์เซ็นต์) หลังได้รับยาต้านไวรัสเอชไอวีจะมีการตอบสนองทางภูมิคุ้มกันต่อวัคซีนใกล้เคียงเด็กและวัยรุ่นทั่วไปหลังได้วัคซีนเพียงเข็มเดียว

ส่วนเด็กและวัยรุ่นที่มีระดับภูมิคุ้มกันต่ำ ระดับปานกลางและต่ำมาก การให้วัคซีนสองครั้ง ห่างกัน 1 เดือน จะกระตุ้นให้เกิดภูมิคุ้มกันได้มากกว่า อย่างมีนัยสำคัญ ในเด็กมีเชื้อเอชไอวีอายุ 9 ปี ขึ้นไป ที่มีภูมิคุ้มกันต่ำ ระดับปานกลางถึงระดับรุนแรง ที่ไม่เคยได้รับวัคซีนป้องกันไข้วัดใหญ่มาก่อน จึงควรได้รับวัคซีน 2 ครั้ง ห่างกัน 1 เดือน

ในประเทศไทยควรฉีดวัคซีนก่อนเริ่มฤดูฝน หรือก่อนฤดูหนาว เพราะเป็นช่วงที่มีอุบัติการณ์ของโรคสูงสุดแต่สามารถฉีดได้ตลอดปีโดยควรเลือกวัคซีนที่ผลิตโดยใช้เชื้อสายพันธุ์ที่ระบาดในปีหลังสุด โดยช่วงก่อนฤดูฝน วัคซีนจะเป็นเชื้อทางซีกโลกใต้และช่วงก่อนฤดูหนาว วัคซีนจะเป็นเชื้อทางซีกโลกเหนือ

วัคซีนชนิดเชื้อมีชีวิต บริหาร โดยการพ่นจมูกปีละ 1 ครั้ง ในผู้ที่อายุ 2-49 ปี ในเด็กอายุ ต่ำกว่า 9 ปีที่ไม่เคยได้รับวัคซีนป้องกันไข้วัดใหญ่มาก่อนให้พ่นวัคซีน 2 ครั้ง ห่างกัน 6-10 สัปดาห์ในปีแรก ส่วนปีต่อไปให้พ่นปีละ 1 ครั้ง

บุคคลที่ควรได้รับวัคซีนและอายุที่ควรได้รับวัคซีน

วัคซีนชนิดเชื้อไม่มีชีวิต แนะนำ ให้ฉีดแก่ผู้ที่มีความเสี่ยงสูงต่อการเกิดภาวะแทรกซ้อน จากการเป็นโรคไข้วัดใหญ่ บุคคลที่มีโอกาสแพร่เชื้อไข้วัดใหญ่ให้แก่ผู้ที่มีความเสี่ยงสูง และ บุคคลที่มีอายุมากกว่า 6 เดือน ขึ้นไปที่มีความประสงค์จะป้องกันโรคไข้วัดใหญ่ด้วยวัคซีน (แม้ว่าจะไม่มีความเสี่ยงสูงต่อภาวะแทรกซ้อน)

1. ผู้ที่มีความเสี่ยงสูงต่อการเกิดภาวะแทรกซ้อนของโรคไข้วัดใหญ่ ได้แก่ เด็กอายุ 6 เดือนถึง 4 ปี (59 เดือน), ผู้ที่มีอายุ 65 ปีขึ้นไป, ผู้ป่วยเรื้อรังที่อยู่ในสถานบริบาลหรือสถานพักฟื้น, เด็กและผู้ใหญ่ที่มีโรคปอดเรื้อรัง เช่น โรคหอบ, เด็กและวัยรุ่น (6 เดือน ถึง 18 ปี) ที่ต้องได้รับยา แอสไพรินเป็นเวลานาน ซึ่งจะเสี่ยงต่อการเกิด Reye syndrome ภายหลังเป็นไข้วัดใหญ่, หญิง ตั้งครรภ์ที่จะอยู่ในไตรมาสที่ 2 หรือ 3 หรือจะตั้งครรภ์ ในช่วงที่มีไข้วัดใหญ่ระบาด และ คนอ้วน มาก (BMI > 40)

2. บุคคลที่มีโอกาสแพร่เชื้อให้แก่ผู้ที่มีความเสี่ยงสูง ได้แก่ แพทย์ พยาบาล และบุคลากร ทางการแพทย์ที่เกี่ยวข้องกับการดูแลรักษาผู้ป่วย, บุคลากรในสถานบริบาลหรือสถานพักฟื้นคนชรา หรือผู้ป่วยเรื้อรัง, ผู้ให้การบริบาลที่บ้านผู้ที่มีความเสี่ยงสูง, เด็กหรือผู้ใหญ่ที่อยู่บ้านเดียวกับผู้ที่มีความเสี่ยงสูง นอกจากนี้ยังแนะนำให้ผู้ที่ดูแลทารกอายุต่ำกว่า 6 เดือน ได้รับวัคซีนป้องกันไข้วัดใหญ่

3. บุคคลกลุ่มอื่น ๆ ได้แก่ ผู้ที่ต้องเดินทาง นักทัศนมาตรผู้ที่ต้องพบปะผู้คนจำนวนมาก หรืออาศัยร่วมกับคนจำนวนมาก เช่น ผู้อยู่หอพักผู้ใดก็ตามที่ไม่ต้องการป่วยเป็นโรคไข้วัดใหญ่ และประสงค์จะได้รับวัคซีนหัด โรคหัวใจและหลอดเลือดผู้ที่ต้องรับการรักษาที่โรงพยาบาลเป็น

ประจำด้วยโรคทางเมตาบอลิก เช่น โรคเบาหวาน โรคไต โรคเลือดฮีโมโกลบินผิดปกติผู้ที่มีภูมิคุ้มกันบกพร่องทั้งที่เกิดจากยา และจากการติดเชื้อเอชไอวี

ตั้งแต่ปีพ.ศ. 2549 กระทรวงสาธารณสุขได้เริ่มจัดสรรวัคซีนไข้หวัดใหญ่ให้แก่ผู้ที่มีความเสี่ยงสูง แต่การยอมรับมีมากขึ้นหลังจากที่มีการระบาดของเชื้อ 2009 (H1N1) ซึ่งกระทรวงฯ ได้เพิ่มปริมาณวัคซีนที่จัดสรรนี้ขึ้นทุกปีในปีพ.ศ. 2555-2556 ได้กำหนดกลุ่มเป้าหมาย 4.5 ล้านคนที่ จะให้วัคซีนที่จัดสรรนี้ ดังนี้

1. ผู้ป่วยโรคเรื้อรัง ได้แก่ โรคปอดอุดกั้นเรื้อรัง หอบหืด โรคหัวใจ โรคหลอดเลือดสมอง โรคไตวายเรื้อรังมะเร็งที่กำลังรับเคมีบำบัด เบาหวาน ธาลัสซีเมีย และภูมิคุ้มกันบกพร่องรวมทั้งผู้ติดเชื้อเอชไอวีที่มีอาการ
2. ผู้สูงอายุ 65 ปี ขึ้นไป
3. ผู้มีน้ำหนักรวมมากกว่า 100 กิโลกรัม
4. ผู้พิการทางสมองช่วยเหลือตัวเองไม่ได้
5. เด็กอายุ 6 เดือน - 2 ปี
6. หญิงตั้งครรภ์อายุครรภ์ 4 เดือน ขึ้นไป
7. บุคลากรทางการแพทย์เจ้าหน้าที่ที่ให้การดูแลรักษาผู้เจ็บป่วย และเจ้าหน้าที่เกี่ยวข้องกับการกำจัดสัตว์ปีก

วัคซีนชนิดเชื้อมีชีวิต ได้รับการขึ้นทะเบียนในประเทศสหรัฐอเมริกาในปีพ.ศ. 2546 ให้ใช้ในผู้ที่มีสุขภาพดีอายุ 2-49 ปี ยังไม่ให้นำใช้ในเด็กอายุต่ำกว่า 2 ปี และผู้ที่เป็นโรคหอบหืด โรคปอดเรื้อรัง โรคหัวใจ หรือผู้ที่เป็นโรคเรื้อรังอื่น ๆ รวมทั้งผู้ที่ต้องรับประทานยาแอสไพรินเป็นประจำ ปัจจุบันยังไม่มีใช้ในประเทศไทย

บุคคลที่ห้ามฉีดวัคซีนไข้หวัดใหญ่

- เนื่องจากไวรัสที่นำมาผลิตวัคซีนเพาะเลี้ยงมาจากไข่ไก่ฟัก จึงมี Ovalbumin ปนอยู่ในขนาดต่ำ ๆ ดังนั้น จึงอาจก่อปฏิกิริยาแพ้รุนแรงได้ในผู้ที่มีประวัติแพ้ไข่อย่างรุนแรงหรือ Anaphylaxis หรือ Angioedema ที่เกิดอย่างรวดเร็ว ส่วนการแพ้ไข่ในรูปแบบอื่น ๆ สามารถให้ได้
- ผู้ที่แพ้ส่วนประกอบของวัคซีนอย่างรุนแรง
- ผู้ที่ป่วยเฉียบพลันไม่ว่าจะมีไข้หรือไม่ ให้รอจนอาการทุเลาก่อน ยกเว้นเป็นหวัดเล็กน้อย หรือมีน้ำมูกจากภูมิแพ้
- วัคซีนชนิดเชื้อมีชีวิต ห้ามฉีดในหญิงตั้งครรภ์ผู้ป่วยเรื้อรัง ผู้ป่วยโรคปอดหรือหอบหืด ผู้ที่มีภูมิคุ้มกันบกพร่อง

ภูมิคุ้มกันที่เกิดขึ้น

วัคซีนชนิดเชื้อไม่มีชีวิต ภูมิคุ้มกันจะเกิดขึ้นหลังฉีดวัคซีนในเวลา 7-14 วัน ผู้ที่เคยได้รับเชื้อในธรรมชาติมาแล้วจะมีภูมิคุ้มกันเกิดขึ้นเร็วและสูง ในผู้ใหญ่หรือในเด็กอายุ 9 ปี ขึ้นไปแม้จะไม่เคยได้รับวัคซีนมาก่อน แต่มักเคยติดเชื้อไขหวัดใหญ่มาแล้ว จึงตอบสนองต่อการฉีดวัคซีนเพียงครั้งเดียวได้เพียงพอ ส่วนในเด็กอายุต่ำกว่า 9 ปี อาจยังไม่เคยติดเชื้อไขหวัดใหญ่ที่หลากหลาย จึงแนะนำให้ฉีดวัคซีนแก่เด็ก 2 ครั้ง ห่างกัน 1 เดือน ขึ้นไป โดยภูมิคุ้มกันมักจะอยู่ในระดับสูงพอที่จะป้องกันโรคได้ไม่เกิน 1 ปี จึงต้องมีการฉีดวัคซีนกระตุ้นทุกปีแม้บางปีจะเป็นสายพันธุ์เดียวกันกับปีก่อนการประเมินประสิทธิผลของวัคซีนไขหวัดใหญ่ จำเป็นต้องใช้วิธีตรวจทางห้องปฏิบัติการเพื่อวินิจฉัยเชื้อต้นเหตุ เนื่องจากอาการของโรคระบบหายใจเกิดจากเชื้อต้นเหตุได้หลายชนิด วัคซีนมีประสิทธิภาพในการป้องกันโรคไขหวัดใหญ่จากสายพันธุ์เดียวกันกับวัคซีนได้ร้อยละ 70-90 แต่จะป้องกันการติดเชื้อจากสายพันธุ์ที่เปลี่ยนแปลงตัวไปได้น้อยลง และไม่สามารถป้องกันโรคจากสายพันธุ์ที่เป็น H หรือ N ที่ต่างจากวัคซีนได้จึงไม่สามารถป้องกันโรคไขหวัดนก H5N1 ได้วัคซีน FludTM ซึ่งมี Adjuvant จะกระตุ้นให้เกิดภูมิคุ้มกันสูงกว่าวัคซีน Subunit ชนิดอื่น ๆ โดยเฉพาะในผู้สูงอายุวัคซีน IntanzaTM ที่ฉีดเข้าในหนังสามารถกระตุ้นภูมิคุ้มกันในผู้สูงอายุได้ดีกว่าชนิดวัคซีนขนาดเท่ากัน 15 ไมโครแกรม แต่เข้ากล้ามเนื้อในผู้ที่อายุน้อย เมื่อฉีด 9 ไมโครแกรม จะให้ระดับภูมิคุ้มกันไม่ต่างกับวัคซีนชนิดฉีดเข้ากล้ามเนื้อขนาด 15 ไมโครแกรม

วัคซีนชนิดเชื้อมีชีวิต มีประสิทธิภาพประมาณร้อยละ 70-95 ขึ้นกับว่าเชื้อตรงกับสายพันธุ์ในวัคซีนมากน้อยเพียงใด โดยยังมีประสิทธิภาพแม้ในปีที่ถัดไป

จากประเด็นข้างต้นผู้วิจัยได้ตระหนักถึงความสำคัญของการระบาดของเชื้อไขหวัดใหญ่ในปัจจุบันที่มีแนวโน้มการระบาดของเชื้อไขหวัดใหญ่เพิ่มขึ้น ดังนั้น ผู้วิจัยคาดว่าวัคซีนไขหวัดใหญ่ตัวใหม่ชนิด 4 สายพันธุ์ มีความจำเป็นต่อการป้องกันโรคไขหวัดใหญ่เพราะวัคซีนไขหวัดใหญ่ชนิด 4 สายพันธุ์ นี้จะช่วยให้การป้องกันการติดเชื้อไขหวัดใหญ่ได้ครอบคลุมมากกว่าวัคซีนเดิมที่มีการใช้อยู่

การวิเคราะห์ PEST Analysis

PEST Analysis เป็นเครื่องมือที่ใช้สำหรับการวิเคราะห์แนวโน้มของตลาด และการวิเคราะห์ภาพรวมที่ส่งผลต่อธุรกิจในอนาคต โดยอาศัยการข้อมูลของการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยภายนอกต่าง ๆ ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ก็ประกอบไปด้วย

การเมือง(Political component = P)

เป็นการวิเคราะห์นโยบายและกฎเกณฑ์ต่าง ๆ ของภาครัฐ ที่มีการกำหนดขึ้นและเปลี่ยนแปลงไปตามนโยบายของรัฐบาลในระยเวลานั้น ๆ รวมไปถึงข้อตกลงและข้อกำหนดทางการค้าที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาโดยขึ้นอยู่กับนโยบายของภาครัฐ ที่น่าจะส่งผลกระทบต่อองค์กรทั้งผลกระทบเชิงบวกและผลกระทบเชิงลบต่อองค์กร โดยปัจจัยทางการเมืองที่ควรนำมาวิเคราะห์โดยใช้ PEST Analysis ได้แก่

- นโยบายของรัฐบาล แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ มติคณะรัฐมนตรี และกฎระเบียบต่าง ๆ

- สถานะความมั่นคงของและการบริหารงานของรัฐบาล
- กฎระเบียบและข้อกำหนดในการทำธุรกิจ
- หลักเกณฑ์ของการนำเข้าและส่งออก
- การจัดเก็บภาษีและอัตราค่าธรรมเนียม
- ความขัดแย้งและความรุนแรงทางการเมือง พฤติกรรมทางการเมือง
- กฎหมายที่เกี่ยวข้องในด้านต่าง ๆ เช่น ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านการละเมิดลิขสิทธิ์

เป็นต้น

- การจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญา เป็นต้น

เศรษฐกิจ (Economic component = E)

เป็นการวิเคราะห์ปัจจัยทางเศรษฐกิจของประเทศทั้งระดับมหภาค และระดับจุลภาค ซึ่งการวิเคราะห์ทางด้านเศรษฐกิจ จะช่วยให้องค์กรสามารถวางแผนธุรกิจทั้งระยะสั้นและระยะยาวให้สอดคล้องไปตามแนวโน้มของเศรษฐกิจในอนาคต โดยปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจที่ควรพิจารณา ได้แก่

- ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ
- อัตราการขยายตัวของเศรษฐกิจ
- ภาวะเงินเฟ้อ เงินฝืด และอัตราดอกเบี้ย
- อัตราการแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศ
- การค้าระหว่างประเทศ
- อัตราการว่างงาน
- การลงทุนภาคเอกชน
- อัตราการเพิ่มของระดับราคาและดัชนีราคา
- ภาษีอากรและการใช้จ่ายของรัฐ

- หนี้สาธารณะ เงินคงคลัง
- การเงินการธนาคาร เป็นต้น

สังคมและวัฒนธรรม (Sociocultural component = S)

เป็นการวิเคราะห์ปัจจัยทุกด้านที่เกี่ยวข้องกับสถานะทางสังคมวัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม และวิถีชีวิตที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานขององค์กร ได้แก่

- จำนวนประชากร และโครงสร้างประชากร
- ขนบธรรมเนียมประเพณี ความเชื่อ ค่านิยมและวัฒนธรรม
- แบบแผนการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมของคนในสังคม
- ทศนคติต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของคนในชุมชน
- ลักษณะทางภูมิศาสตร์
- โครงสร้างพื้นฐาน ระบบสาธารณูปโภค สาธารณูปการ
- การคมนาคมและการติดต่อสื่อสาร เป็นต้น

เทคโนโลยี (Technological Component = T)

เป็นการวิเคราะห์สภาพการเปลี่ยนแปลง ทางด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่จะมีผลต่อการดำเนินงานและการพัฒนาองค์กร รวมถึงแนวโน้มของเทคโนโลยีในอนาคต เช่น การผลิต คิดค้นเทคโนโลยีและความรู้ใหม่ ๆ การใช้เทคโนโลยีเพื่อการสื่อสาร ความก้าวหน้าในการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีในสาขาที่เกี่ยวข้องกับองค์กร รวมถึงการเสริมสร้างประสิทธิภาพในการดำเนินการขององค์กรด้วยเทคโนโลยีสมัยใหม่

จากการวิเคราะห์ด้วย PEST Analysis จะช่วยให้ผู้วิจัยมีแนวทางในการวิเคราะห์ สภาพแวดล้อมภายนอกองค์กร ที่มีผลต่อการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดของวิคซัน ไข่หัดใหญ่ ชนิด 4 สายพันธุ์ ที่เหมาะสมต่อสภาพแวดล้อมและสถานะการแข่งขันของบริษัท และยังช่วยให้ องค์กรมีความยืดหยุ่นและสามารถปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ได้ตามสภาพแวดล้อมภายนอกที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาอีกด้วย

ทฤษฎี Five force model

“Porter’s five competition forces model” ที่พัฒนาขึ้นมาโดยไมเคิลอีพอร์เตอร์ เพื่อนำมาใช้ในประเมินสภาพแวดล้อมภายนอก ซึ่งพอร์เตอร์เห็นว่าปัจจัยที่สำคัญที่จะต้องนำมาวิเคราะห์ 5 ปัจจัย ได้แก่

1. **สภาพการณ์ของการแข่งขัน (Rivalry)** โดยการวิเคราะห์เกี่ยวกับคู่แข่งทั้งหมดที่มีอยู่ในธุรกิจเดียวกัน โดยอาจต้องวิเคราะห์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ทั้งนี้เพราะกลไกการค้า

เสรีในยุคโลกาภิวัตน์ที่มีการเคลื่อนไหวทุนได้อย่างรวดเร็วอาจส่งผลกระทบต่อการค้าดำเนินธุรกิจที่เป็นอยู่ การวิเคราะห์ขนาดของกลุ่มแข่งขัน กำลังการผลิต เงินทุน ส่วนแบ่งการตลาด กลยุทธ์ของกลุ่มแข่งขัน รวมถึงสภาพเศรษฐกิจที่มีผลกระทบต่อการแข่งขัน

2. อำนาจการต่อรองของผู้บริโภค (Bargaining power of customers) โดยการวิเคราะห์เพื่อให้ทราบอำนาจการต่อรองของผู้บริโภคว่ามีมากน้อยเพียงใด ถ้ามีการแข่งขันในทางธุรกิจสูงและผู้บริโภคมีทางเลือกมากขึ้น ก็อาจจะส่งผลกระทบต่อการค้าดำเนินธุรกิจของบริษัทโดยเฉพาะ ในแง่ของรายได้ และส่วนแบ่งการตลาดที่ลดลง

3. อำนาจการต่อรองของผู้ผลิต (Bargaining power of suppliers) เป็นการวิเคราะห์เกี่ยวกับ ผู้ผลิตที่ขายวัตถุดิบต่าง ๆ ให้แก่บริษัทเรา โดยการวิเคราะห์การพึ่งพาจากผู้ผลิต ถ้า ธุรกิจเราต้องมีการพึ่งพาผู้ผลิตรายหนึ่ง ๆ สูงก็จะมีความเสี่ยงของการประกอบธุรกิจมากขึ้น เพราะถ้าผู้ผลิตรายนั้นไม่สามารถส่งวัตถุดิบได้ไม่ว่าจะด้วยสาเหตุใด ก็จะส่งผลกระทบต่อการค้าดำเนินธุรกิจของเราทันที

4. การเข้ามาของผู้ประกอบการรายใหม่ (Threat of new entrants) โดยการวิเคราะห์ว่ามีความยากง่ายในการเข้ามาของผู้ประกอบการรายใหม่มากน้อยเพียงใด ถ้าการเข้ามาของผู้ประกอบการรายใหม่สามารถทำได้ง่ายและสะดวกก็จะต้องทำให้บริษัทอาจได้รับผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจได้ง่าย

5. การมีสินค้าและบริการอื่นทดแทน (Threat of substitute) โดยการวิเคราะห์ว่าสินค้าและบริการที่บริษัทมีอยู่นั้น มีโอกาสหรือไม่ที่จะมีสินค้าและบริการอื่นเข้ามาทดแทนสินค้าและบริการเดิมของบริษัท ซึ่งอาจทำให้รายได้จากการขายสินค้าและบริการลดลง รวมถึงส่วนแบ่งการตลาดที่ลดลงในอนาคต

การวิเคราะห์ด้วยเครื่องมือ Five force model จะช่วยให้ผู้วิจัยทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการแข่งขันในธุรกิจวัคซันทั้งในด้านสภาพการแข่งขันขององค์กร อำนาจการต่อรองของผู้บริโภค อำนาจการต่อรองของผู้ผลิต การเข้ามาของผู้ประกอบการรายใหม่ และการมีผลิตภัณฑ์ทดแทน ซึ่งจากประเด็นทั้ง 5 นี้ จะนำมาซึ่งแนวทางในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อนำไปสู่การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดของวัคซัน ไขหัวดีใหญ่ชนิด 4 สายพันธุ์ ให้มีประสิทธิภาพต่อไป

ทฤษฎี SWOT Analysis

SWOT Analysis เป็นการวิเคราะห์สถานการณ์ขององค์กร เพื่อให้องค์กรได้ทราบถึงจุดแข็ง จุดอ่อน ขององค์กร รวมทั้งช่วยให้องค์กรมองเห็นโอกาสทางธุรกิจและภัยคุกคามต่อธุรกิจที่อาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจทั้งในปัจจุบันและอนาคต โดย SWOT เป็นตัวย่อที่มีความหมาย ดังนี้

S คือ Strengths-จุดแข็งหรือข้อได้เปรียบ

W คือ Weaknesses-จุดอ่อน

O คือ Opportunities-โอกาสทางธุรกิจ

T คือ Threats-อุปสรรค ข้อจำกัดหรือปัจจัยที่คุกคามการดำเนินงานขององค์กร

หลักการสำคัญของ SWOT ก็คือการวิเคราะห์โดยการสำรวจจากปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับองค์กร 2 ด้าน คือ ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกองค์กร ดังนั้นการวิเคราะห์ SWOT จึงเรียกได้ว่าเป็นการ วิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบันขององค์กร(Situation analysis ซึ่งจะช่วยให้ผู้บริหารขององค์กรทราบถึงสถานการณ์ปัจจุบัน และการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นกับองค์กรทั้งในปัจจุบันและอนาคต รวมทั้งผลกระทบที่มีการเปลี่ยนแปลงและส่งผลกระทบต่อองค์กรธุรกิจซึ่งข้อมูลเหล่านี้จะเป็นประโยชน์อย่างมากต่อการกำหนดกลยุทธ์ขององค์กร ทั้งระดับกลยุทธ์องค์กร กลยุทธ์ทางธุรกิจ ในอนาคตต่อไป

ขั้นตอน/วิธีการดำเนินการทำ SWOT Analysis

การวิเคราะห์ SWOT นั้น จะต้องวิเคราะห์ทั้งสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกองค์กร โดยมีขั้นตอนดังนี้

1. การประเมินสภาพแวดล้อมภายในองค์กร

การประเมินสภาพแวดล้อมและปัจจัยภายในองค์กรจะเกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์และพิจารณาทรัพยากรและความสามารถภายในองค์กรทุก ๆ ด้าน เพื่อที่จะหาจุดแข็งและจุดอ่อนขององค์กรรวมถึงการพิจารณาผลการดำเนินงานที่ผ่านมาขององค์กร เพื่อที่จะเข้าใจสถานการณ์และผลจากการใช้กลยุทธ์ในอดีต

1.1 จุดแข็งขององค์กร (S-Strengths) เป็นการวิเคราะห์ปัจจัยภายในจากมุมมองของผู้ที่อยู่ภายในองค์กรนั่นเองว่าปัจจัยใดภายในองค์กรใดบ้าง ที่เป็นข้อได้เปรียบหรือจุดเด่นขององค์กรซึ่งองค์กรควรนำมาใช้ในการพัฒนาองค์กรได้ เพื่อเป็นการได้เปรียบทางการแข่งขัน และควรรักษาไว้เพื่อการเสริมสร้างความเข้มแข็งขององค์กร

1.2 จุดอ่อนขององค์กร (W-Weaknesses) เป็นการวิเคราะห์ปัจจัยภายในจากมุมมองของผู้ที่อยู่ภายในจากมุมมองของผู้ที่อยู่ภายในองค์กรนั้น ๆ ว่าปัจจัยภายในใดบ้างขององค์กรที่เป็นจุดด้อย ข้อเสียเปรียบขององค์กรที่จำเป็นต้องปรับปรุงให้ดีขึ้นหรือขจัดให้หมดไป เพื่อประโยชน์ต่อองค์กรในระยะยาว

2. การประเมินสภาพแวดล้อมภายนอก

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกองค์กรนั้น สามารถช่วยให้องค์กรทราบถึงโอกาสและอุปสรรค ที่ส่งผลต่อการดำเนินงานขององค์กรที่อาจได้รับผลกระทบจากสภาพแวดล้อมและ

ปัจจัยทางภายนอกนั้น ๆ เช่นปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ ปัจจัยทางด้านการเมือง สังคม เป็นต้น

2.1 โอกาสทางสภาพแวดล้อม (O-Opportunities) เป็นการวิเคราะห์ว่าปัจจัยภายนอกองค์กร ปัจจัยใดที่สามารถส่งผลดีและก่อให้เกิดประโยชน์กับองค์กรทั้งที่ส่งผลทางตรงและทางอ้อมต่อการดำเนินการขององค์กร ซึ่งองค์กรสามารถใช้ประโยชน์จากโอกาสเหล่านี้เพื่อให้เกิดผลดีกับองค์กร

2.2 อุปสรรคทางสภาพแวดล้อม (T-Threats) เป็นการวิเคราะห์ว่าปัจจัยภายนอกองค์กรว่าปัจจัยใดบ้าง ที่สามารถส่งผลกระทบต่อองค์กรในทางที่จะก่อให้เกิดความเสียหายทั้งทางตรงและทางอ้อม ซึ่งองค์กรจำเป็นต้องหลีกเลี่ยง หรือปรับสภาพองค์กรให้มีความแข็งแกร่งพร้อมที่จะเผชิญกับแรงกระทบดังกล่าวได้

และจากแนวทางในการวิเคราะห์ SWOT Analysis จะช่วยให้ผู้วิจัยทราบถึงสภาพขององค์กรในปัจจุบันว่าองค์กรมีจุดแข็ง จุดอ่อน ภัยคุกคาม และโอกาสทางธุรกิจ ซึ่งประเด็นเหล่านี้จะช่วยให้ผู้วิจัยกำหนดกลยุทธ์ได้ตรงกับความสามารถขององค์กร หาแนวทางในการแก้ไขและหลีกเลี่ยงจุดอ่อน และภัยคุกคามที่อาจส่งผลกระทบต่อองค์กรได้ตรงกับปัญหา รวมถึงสามารถใช้ประโยชน์จากโอกาสที่เอื้อต่อการดำเนินการของธุรกิจต่อไป

การจัดการและกลยุทธ์ทางการตลาด

กลยุทธ์ STP (Segmentation Targeting Positioning)

กลยุทธ์ STP ถือเป็นขั้นตอนแรกของการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจ เพราะกลยุทธ์ STP จะช่วยให้องค์กรทราบถึงจุดยืนของผลิตภัณฑ์ที่จะเสนอขายให้กับลูกค้า โดยกลยุทธ์ STP ประกอบด้วย

Market segmentation

การแบ่งส่วนการตลาด (Market segmentation หรือ Segmenting) เป็นการแบ่งส่วนการตลาดออกเป็นส่วนย่อย ๆ ตามลักษณะ หรือกลุ่มของลูกค้าที่มีลักษณะหรือความคล้ายคลึงกัน ออกเป็นกลุ่ม ๆ ซึ่งอาศัยการแบ่งตามหลักการ ดังนี้

1. หลักประชากรศาสตร์ (Demographic segmentation) เป็นการแบ่งส่วนการตลาด ที่แบ่งโดย เพศ อายุ อาชีพการศึกษา สถานภาพ รายได้ และชนชั้นทางสังคม
2. หลักจิตวิทยา (Psychological segmentation) เป็นการแบ่งส่วนทางการตลาดโดยการแบ่งตามวิถีชีวิต บุคลิกภาพ และความชื่นชอบ
3. หลักภูมิศาสตร์ (Geographic segmentation) เป็นการแบ่งส่วนทางการตลาดที่แบ่งตามภูมิภาค จังหวัด ชนบท และสภาพภูมิอากาศ

4. หลักพฤติกรรมศาสตร์ (Behavioral segmentation) เป็นการแบ่งส่วนทางการตลาดตาม พฤติกรรมของผู้บริโภค ความถี่ในการซื้อ ปริมาณการซื้อ หรืออัตราการใช้จ่ายผลิตภัณฑ์

Targeting

การเลือกตลาดเป้าหมายซึ่งเป็นการพิจารณาต่อจากการแบ่งส่วนทางการตลาดเพื่อเป็นการเลือกตลาดเป้าหมายที่ธุรกิจจะนำเสนอผลิตภัณฑ์ให้กับผู้บริโภคและเลือกตลาดเป้าหมายที่เหมาะสมกับลักษณะและสถานการณ์ขององค์กร โดยลักษณะของการเลือกตลาดเป้าหมายมีดังนี้

1. Mass marketing เป็นการเลือกตลาดเป้าหมายที่มีขนาดใหญ่ และครอบคลุมทุกส่วนของการแบ่งส่วนทางการตลาด
2. Segment marketing เป็นการเลือกตลาดเป้าหมายที่เป็นส่วน ๆ จากการแบ่งส่วนทางการตลาด
3. Niche marketing เป็นการเลือกตลาดเป้าหมายแบบเฉพาะกลุ่ม ที่มีความเฉพาะเจาะจง และมีขนาดเล็ก

Positioning

การกำหนดจุดยืนของผลิตภัณฑ์ (Product position) หมายถึง การรับรู้ ความรู้สึกนึกคิด หรือทัศนคติของผู้บริโภคต่อสินค้าหรือบริการขององค์กรเมื่อเปรียบเทียบกับสินค้าหรือบริการของกลุ่มแข่งขัน การกำหนดจุดยืนของผลิตภัณฑ์ (Product positioning) เป็นกระบวนการทางการตลาดเพื่อสร้างแนวความคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของธุรกิจที่จะเกิดขึ้น ในจิตใจของลูกค้าเมื่อลูกค้านึกถึงผลิตภัณฑ์ของบริษัทดังนั้นบริษัทต้องใช้การสื่อสารเพื่อให้เกิดเป็นภาพลักษณ์ที่เป็นที่จดจำและโดดเด่นเมื่อผู้บริโภคนึกถึงผลิตภัณฑ์ของบริษัทในเชิงเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม โดยการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์นั้นอาจสามารถทำได้โดย

1. การกำหนดจุดยืนด้านการใช้งาน (Functional positioning) เป็นการสร้างจุดยืนของสินค้าและบริการ โดยใช้ความแตกต่างด้านคุณภาพของสินค้าและบริการ รวมทั้งด้านบุคลากร
2. การกำหนดจุดยืนทางด้านอารมณ์ (Emotional positioning) เป็นการสร้างจุดยืนทางด้านความแตกต่างด้านภาพลักษณ์ อารมณ์ และบรรยากาศ

กลยุทธ์ส่วนผสมการตลาด (Marketing mix: 7Ps)

กลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาด เป็นการศึกษาดังองค์ประกอบทางการตลาดของธุรกิจ ซึ่งประกอบด้วย

1. **ผลิตภัณฑ์ (Product)** หมายถึง สินค้าและบริการที่บริษัทเสนอขายให้กับลูกค้า และสามารถตอบสนองได้ตรงตามความต้องการของลูกค้า และสามารถทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในสินค้าและบริการของบริษัท ซึ่งผลิตภัณฑ์ในที่นี้ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ที่จับต้องได้

เช่น กระเป๋า รองเท้า และผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้ หรือการบริการ

2. **ราคา (Price)** หมายถึง จำนวนเงินที่ลูกค้าต้องจ่ายเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ของบริษัทหรือหมายถึง ต้นทุนของลูกค้า ที่ลูกค้าพอใจที่จะจ่ายเพื่อให้ได้สินค้าและบริการนั้น ๆ มาครอบครองซึ่งลูกค้าจะพิจารณาความคุ้มค่าโดยเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้าจะได้รับ กับราคา (Price) ของผลิตภัณฑ์ว่ามีความคุ้มค่าที่ลูกค้าจะจ่ายหรือไม่

3. **การจัดจำหน่าย (Place หรือ Chanel)** หมายถึง ช่องทางในการจัดจำหน่ายสินค้าและบริการของบริษัทไปสู่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายและลูกค้าได้รับความสะดวกสบายมากที่สุด

4. **การส่งเสริมการตลาด (Promotion)** เป็นการสื่อสารทางการตลาดให้ถึงกลุ่มลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเน้นที่การผสมผสานเครื่องมือการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ หรือ กลยุทธ์ IMC เพื่อสื่อสารถึงกลุ่มลูกค้าแต่ละกลุ่มได้อย่างเหมาะสม

5. **บุคคล (People)** หรือ พนักงาน (Employees) ซึ่งธุรกิจจะประสบความสำเร็จได้ ต้องอาศัยคนและบุคลากร โดยการมุ่งเน้นไปที่ค่านิยมขององค์กร วัฒนธรรมองค์กร เพื่อให้บุคลากรรับรู้และเข้าใจถึงวัฒนธรรมองค์กร และนำมาซึ่งการปฏิบัติ รวมทั้งการพัฒนาและเพิ่มศักยภาพของบุคลากร เพื่อช่วยให้องค์กรบรรลุเป้าหมายทางธุรกิจได้ทั้งในด้านการผลิต การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ และการบริการ

6. **การสร้างลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence)** หมายถึง การสร้างสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่ลูกค้าสามารถสัมผัสได้จากประสาทสัมผัสทั้ง 5 เช่น บรรยากาศภายในร้าน เฟอร์นิเจอร์ กลิ่น อุณหภูมิ หรือเพลงที่เปิดในร้าน เป็นต้น

7. **กระบวนการ (Process)** หมายถึง กระบวนการทำงานของบริษัทที่มีระบบรวดเร็วและสะดวก ซึ่งจะส่งผลต่อการได้เปรียบทางการแข่งขันและนำมาซึ่งความพึงพอใจของลูกค้า

กลยุทธ์ IMC (Integrated Marketing Communication)

IMC หรือการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการคือการผสมผสานเครื่องมือการสื่อสารทางการตลาดเพื่อสื่อสารให้ถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพโดยเครื่องมือสื่อสารทางการตลาดประกอบด้วย

1. **การโฆษณา** หมายถึง การสื่อสารผ่านสื่อต่างๆเช่นทีวีวิทยุหนังสือพิมพ์ เป็นต้น ให้เข้าถึงคนในวงกว้างและสามารถเข้าถึงกลุ่มคนได้หลากหลายแต่ต้องคำนึงถึงข้อกฎหมายด้วย

2. **การประชาสัมพันธ์** คือ การสื่อสารผ่านสื่อมวลชนให้ถึงคนในวงกว้างแต่ข้อเสียคือไม่สามารถควบคุมข้อความให้เป็นไปตามที่ต้องการได้ทั้งหมด

3. **การตลาดทางตรง** เป็นการสื่อสารถึงกลุ่มลูกค้าในวงแคบโดยใช้ฐานข้อมูลที่บริษัทมี ซึ่งวิธีนี้สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น การส่ง SMS การส่งอีเมลล์ เป็นต้น

4. **P.O.P** คือ การสื่อสารการตลาด ณ จุดขายเช่นการแจกใบปลิวการออกบูชขายสินค้าตามนิทรรศการ เป็นต้น

5. **พนักงานขาย** คือ การสื่อสารการตลาดโดยใช้คนและมีการชักชวนรวมถึงให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์

6. **การส่งเสริมการขาย** หมายถึง การลดแลกแจกแถมเพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าเกิดการซื้อและทดลองใช้สินค้าและบริการ

7. **การจัดกิจกรรม** คือ การจัดงานตามสถานที่ต่าง ๆ เพื่อสื่อสารถึงกลุ่มลูกค้าและสื่อมวลชนที่เข้าร่วมงาน

8. **การสปอนเซอร์** หมายถึง การสนับสนุนทางการตลาดผ่านรายการทีวีวิทยุรวมทั้งกิจกรรมอื่น ๆ

9. **การตลาดออนไลน์** คือ การสื่อสารถึงกลุ่มลูกค้าโดยใช้อินเทอร์เน็ตและสื่อทางออนไลน์ต่าง ๆ

กลยุทธ์การสร้างแบรนด์ (Branding strategy)

แบรนด์ คือ ความรู้สึกนึกคิดของลูกค้าซึ่งเกิดจากการผสมผสานคุณค่าที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้จนทำให้เกิดความสัมพันธ์ระหว่างแบรนด์กับลูกค้า

ขั้นตอนของกลยุทธ์การสร้างแบรนด์ประกอบด้วย

1. การกำหนดโครงสร้างแบรนด์ประกอบด้วย

1.1 จุดยืนของแบรนด์ที่มีความสอดคล้องกับจุดยืนจากกลยุทธ์ STP

1.2 บุคลิกภาพของแบรนด์ซึ่งเป็นการเปรียบเทียบแบรนด์กับลักษณะของบุคคล ว่า

แบรนด์จะมีลักษณะบุคลิกอย่างไร

1.3 การนำเสนอคุณค่าของแบรนด์ หมายถึง การสื่อสารถึงคุณค่า และภาพลักษณ์ของ

แบรนด์ถึงกลุ่มลูกค้า

1.4 เอกลักษณ์ของแบรนด์เป็นการกำหนดเอกลักษณ์ของแบรนด์ทางการมองเห็นได้

ยินและสัมผัส

2. การเชื่อมแบรนด์กับส่วนผสมทางการตลาด

3. การสื่อสารแบรนด์ โดยใช้กลยุทธ์ IMC

จากทฤษฎีที่เกี่ยวกับการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดที่กล่าวถึง จะช่วยให้ผู้วิจัยมีแบบแผนในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดของวัคซีนไขหวัดใหญ่ชนิด 4 สายพันธุ์ ได้อย่างมีทิศทางที่ถูกต้อง และครอบคลุมได้อย่างทุกมิติต่อการดำเนินการธุรกิจ และนำมาสู่แผนการตลาดที่สามารถใช้ได้จริง และเป็นแผนที่มีประสิทธิภาพ เอื้อต่อการบรรลุเป้าหมายขององค์กร

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

คณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล (2558) ประเทศไทยพบโรคไข้หวัดใหญ่ประมาณ ร้อยละ 30 ของผู้ป่วยที่มีอาการติดเชื้อของระบบทางเดินหายใจเฉียบพลันพบมากในฤดูฝนช่วง เดือนมิถุนายนถึงตุลาคม และฤดูหนาวช่วงเดือนมกราคมถึงมีนาคม แต่พบได้ประปรายตลอดปี

เหตุผลที่ควรต้องฉีดวัคซีนไข้หวัดใหญ่ทุกปี เพราะเชื้อไวรัสไข้หวัดใหญ่จะเปลี่ยนแปลง เล็กน้อยอยู่เสมอ ทำให้เกิดเชื้อใหม่ในสัตว์และในคนอยู่เป็นระยะ เป็นเหตุให้ภูมิคุ้มกันโรคในสัตว์ และในคนที่มีอยู่เดิมอาจไม่สามารถป้องกันโรคได้ นอกจากนี้ ภูมิคุ้มกันของร่างกายที่มีต่อเชื้อ ไข้หวัดใหญ่นั้นคงอยู่ไม่นานและมักจะลดต่ำลงได้ในระยะเวลาไม่กี่เดือนหรือปี ดังนั้นการฉีด วัคซีนไข้หวัดใหญ่ทุกปีจึงเป็นการกระตุ้นให้ระบบภูมิคุ้มกันให้เหมาะสมกับเชื้อไข้หวัดใหญ่ที่มา ใหม่แต่ละปี และมีระดับที่สูงอยู่ตลอดเวลาสำหรับรับมือกับเชื้อที่จะเข้ามาสู่ร่างกายของเรา

ธรวรวัณณ์ จงจิตต์ธนบุรณ์ (2551) ศึกษาการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ ของ บริษัทฯ ที่มีผลต่อการรับรู้คุณค่าตราสินค้าของแพทย์ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า แพทย์กลุ่มตัวอย่างยอมรับการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการของบริษัทฯในรูปแบบการ ส่งเสริมการขายด้วยค่าเฉลี่ยมากที่สุด มีการยอมรับอยู่ในระดับมาก รองลงมาคือการสื่อสารทาง การตลาดแบบการขายโดยพนักงานขาย ซึ่งมีระดับการยอมรับอยู่ในระดับมากเช่นกัน ตามด้วยการ สื่อสารทางการตลาดด้วยการโฆษณา และการสื่อสารทางการตลาดแบบการให้ข่าวและการ ประชาสัมพันธ์ตามลำดับ โดยมีการยอมรับอยู่ในระดับปานกลาง ในขณะที่การสื่อสารทาง การตลาดแบบการตลาดทางตรงมีค่าเฉลี่ยระดับการยอมรับน้อยที่สุด การวิเคราะห์ข้อมูลระดับการ รับรู้คุณค่าตราสินค้า พบว่าแพทย์กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้คุณค่าตราสินค้าด้านการตระหนักถึง ตราสินค้า ในระดับปานกลาง แต่มีการรับรู้คุณค่าตราสินค้าด้านการภักดีต่อตราสินค้า อยู่ในระดับ มาก

Van Bellinghen, Meier, and Van Vlaenderen (2012) จากการศึกษาศักยภาพของการ เปรียบเทียบต้นทุนประสิทธิภาพระหว่างวัคซีนไข้หวัดใหญ่ชนิด 4 สายพันธุ์ และวัคซีนไข้หวัด ใหญ่ชนิด 3 สายพันธุ์ ในกลุ่มคนไข้ผู้สูงอายุและในคนไข้กลุ่มที่เสี่ยงต่อการติดเชื้อไข้หวัดใหญ่ ใน ประเทศสหรัฐอเมริกา ผลการศึกษาพบว่า วัคซีนไข้หวัดใหญ่ชนิด 4 สายพันธุ์ ช่วยลดจำนวนผู้ป่วย จากการติดเชื้อไข้หวัดใหญ่ได้ 1,393,720 คน และลดจำนวนผู้ป่วยที่ต้องพบแพทย์จากโรคไข้หวัด ใหญ่ จำนวน 439,852 คน ลดจำนวนคนไข้ที่เกิดอาการแทรกซ้อนจากเชื้อไข้หวัดใหญ่ได้ จำนวน 167,357 คน ลดจำนวนผู้ป่วยที่เข้ารับการรักษาในโรงพยาบาลอันมีสาเหตุมาจากเชื้อไข้หวัดใหญ่

จำนวน 26,464 คน และสามารถลดจำนวนผู้ป่วยที่เสียชีวิตจากการติดเชื้อไข้หวัดใหญ่ จำนวน 16,471 คน

Phrommintikul et al. (2011) จากการศึกษาผลของการฉีดวัคซีนไข้หวัดใหญ่ช่วยลดอุบัติการณ์การเกิดอาการกำเริบของโรคหัวใจเฉียบพลันในผู้ป่วยที่เป็นโรคหัวใจและหลอดเลือด ผลการศึกษาพบว่าการฉีดวัคซีนไข้หวัดใหญ่สามารถช่วยลดอุบัติการณ์การเกิดอาการกำเริบเฉียบพลันในกลุ่มคนไข้โรคหัวใจและหลอดเลือดได้เพื่อเป็นการป้องกันการกำเริบของโรคในอนาคตด้วย

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษา กลยุทธ์การตลาดของธุรกิจจำหน่ายผลิตภัณฑ์วัคซีนนำเข้า-กรณีศึกษา วัคซีนไขหวัดใหญ่ชนิด 4 สายพันธุ์ บริษัท A ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก เพราะการศึกษาจำเป็นต้องได้ข้อมูลจากบุคลากรทางการแพทย์ ซึ่งเป็นผู้ที่เกี่ยวข้องกับการใช้ แนะนำ และพิจารณาข้อมูลเกี่ยวกับวัคซีนไขหวัดใหญ่ ชนิด 4 สายพันธุ์ ซึ่งการสัมภาษณ์เชิงลึกจะทำให้ผู้วิจัยได้ข้อมูลในการดำเนินงานถึงรูปแบบการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสม

ผลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกจะนำมาวิเคราะห์ถึงรูปแบบการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสมแล้ว ยังอาจก่อให้เกิดแนวทางใหม่ ๆ ในการดำเนินงาน ซึ่งจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อบริษัท A โดยผู้วิจัยได้กำหนดระเบียบวิธีการวิจัย ดังนี้

1. ประชากรกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ประชากรกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยการสุ่มแบบเฉพาะเจาะจง จากบุคลากรทางการแพทย์จำนวนทั้งสิ้น 13 คน ดังนี้ แพทย์ จำนวน 6 คน เภสัชกร จำนวน 4 คน และพยาบาล จำนวน 3 คน

ตารางที่ 3-1 ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอนที่	กิจกรรมการดำเนินงาน
1	ดำเนินสร้างเครื่องมือในการวิจัย
2	นำเครื่องมือในการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์ ให้ผู้เชี่ยวชาญการวิจัยด้านการมีส่วนร่วมอ่านแบบสัมภาษณ์และลงความเห็น
3	นำแบบสัมภาษณ์ที่ผ่านการลงความเห็นจากผู้เชี่ยวชาญลงพื้นที่
4	สัมภาษณ์บุคลากรทางการแพทย์ ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้วัคซีนไขหวัดใหญ่ ชนิด 4 สายพันธุ์ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก
5	นำผลสัมภาษณ์ที่ได้มารวบรวมและวิเคราะห์ผล
6	ทำการสรุปผล อภิปราย และเสนอข้อเสนอแนะ

การสร้างเครื่องมือในการวิจัย

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยมีขั้นตอน ดังนี้

1. ผู้วิจัยเตรียมการในด้านความรู้เกี่ยวกับทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดขอบเขตของการวิจัยและความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับรูปแบบการจัดการและการสร้างเครื่องมือวิจัย โดยครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการวิจัย
2. ผู้วิจัยเตรียมความรู้ในเรื่องระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ จรรยาบรรณของนักวิจัย วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล รวมถึงการขอคำปรึกษาจากผู้ทรงคุณวุฒิด้านการวิจัย เพื่อให้เข้าใจในระเบียบวิธีการวิจัย อันจะนำไปสู่การศึกษาที่ถูกต้องและครอบคลุมประเด็นที่ต้องการศึกษาให้มากที่สุด
3. แนวคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยสร้างแบบสอบถามขึ้นเอง โดยการศึกษาประเด็นคำถามจากแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง โดยสร้างเป็นคำถามให้ครอบคลุมขอบเขตของการวิจัยซึ่งเป็นที่ต้องการศึกษาเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยมีการเรียงลำดับเนื้อหาของคำถามเป็นลักษณะของคำถามปลายเปิด

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้นำแบบสัมภาษณ์รวมทั้งอุปกรณ์ที่ใช้ในการสัมภาษณ์ เพื่อสัมภาษณ์เชิงลึกแบบรายบุคคลกับกลุ่มประชากรที่ได้จากการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจงกับ บุคลากรทางการแพทย์ที่มีส่วนในการเลือกใช้วัคซีนไขหวัดใหญ่ชนิด 4 สายพันธุ์ โดยใช้เวลาในการสัมภาษณ์ประมาณ 60 นาที โดยเริ่มเก็บข้อมูลตั้งแต่เดือนตุลาคม พ.ศ. 2558 ถึงเดือนธันวาคม พ.ศ. 2558 แล้วนำข้อมูลที่ได้ทั้งหมดไปวิเคราะห์ต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลทั้ง ข้อมูลปฐมภูมิและข้อมูลทุติภูมิ

บทที่ 4

ผลการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยกลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจจำหน่ายผลิตภัณฑ์วัคซีนนำเข้า
กรณีศึกษา วัคซีนไขหวัดใหญ่ชนิด 4 สายพันธุ์ บริษัท A โดยการรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์
แบบเจาะลึกจากแพทย์และเภสัชกร ในเขตจังหวัดชลบุรี จำนวน 13 คน

การวิเคราะห์ข้อมูลปฐมภูมิ

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ และนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มา
บูรณาการเพื่อเสนอออกมาเป็นผลการวิจัย โดยผู้วิจัยได้แบ่งหัวข้อในการนำเสนอผลการศึกษาดังนี้

1. สภาพแวดล้อมภายนอกที่ส่งผลต่ออุตสาหกรรมวัคซีน

1.1 ท่านคิดว่าปัจจัยภายนอกทางด้านการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม ส่งผลต่อการ
ตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์วัคซีนของท่านอย่างไร

1.1.1 ปัจจัยทางการเมืองส่งผลต่อการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์วัคซีนของท่าน
อย่างไร

นายแพทย์ A อายุรแพทย์ โรงพยาบาลพญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า
การเมืองไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้วัคซีนของแพทย์ในโรงพยาบาลเอกชน แต่ก็อาจจะมีผล
บ้างต่อแพทย์ที่ประจำในโรงพยาบาลรัฐบาล เช่นการออกกฎหมายควบคุมการเบิกจ่ายของ
กรมบัญชีกลาง

นายแพทย์ B อายุรแพทย์ โรงพยาบาลพญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า
การเมืองไม่ค่อยมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้วัคซีนในโรงพยาบาลเอกชน แต่การออกนโยบายของ
ภาครัฐก็มีส่วนทำให้ประชาชนเกิดการรับรู้มากขึ้นเกี่ยวกับการฉีดวัคซีนเพื่อป้องกันโรค เช่น นโยบาย
ที่กระทรวงสาธารณสุขที่มีการณรงค์ให้มีการฉีดวัคซีนฟรีให้กับประชาชนด้วย เช่น วัคซีนคอตีบ
วัคซีนไขหวัดใหญ่

นายแพทย์ C กุมารแพทย์ โรงพยาบาลสมิติเวช ศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า
การเมืองไม่มีผลต่อการตัดสินใจของแพทย์เพราะ ปกติการฉีดวัคซีนส่วนใหญ่ คนไข้จะเป็นคนจ่าย
เองอยู่แล้ว

แพทย์หญิง D กุมารแพทย์ โรงพยาบาลพญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า การเมืองและนโยบายภาครัฐ ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้วัคซีนในโรงพยาบาลเอกชน เพราะคนที่ตัดสินใจเลือกยาและวัคซีนจะเป็นแพทย์ที่พิจารณาให้คนไข้

นายแพทย์ E อายุรแพทย์ โรงพยาบาลกรุงเทพพญาไท จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า ถ้ามองในมุมมองของหมอที่ประจำอยู่ที่โรงพยาบาลรัฐบาล ผมว่าการออกมาตรการหรือการรณรงค์ของภาครัฐก็มีส่วนมากอยู่ อย่างที่กระทรวงสาธารณสุขมีการรณรงค์ให้ฉีดวัคซีนไข้วัดใหญ่ฟรีแก่ประชาชนกลุ่มเสี่ยงและบุคลากรทางการแพทย์ของภาครัฐ ซึ่งมันก็น่าจะขึ้นกับนโยบายว่าเขาจะให้ความสำคัญและจะรณรงค์เรื่องอะไรต่อไปในอนาคต

แพทย์หญิง F กุมารแพทย์ โรงพยาบาลพญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า การเมืองไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้วัคซีน เพราะหมอจะเป็นคนพิจารณาให้กับคนไข้

แพทย์หญิง G กุมารแพทย์ โรงพยาบาลพญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า การเมืองไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้วัคซีนของแพทย์

เภสัชกรหญิง H โรงพยาบาลพญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า การเมืองไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกวัคซีนเข้ามาในโรงพยาบาลเอกชน เพราะจะพิจารณาจากคุณสมบัติ ข้อมูลการศึกษาวิจัย และข้อมูลด้านความปลอดภัยมากกว่าของวัคซีน

เภสัชกรหญิง I โรงพยาบาลสมิติเวช ศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า การเมืองไม่มีผลเลยกับการพิจารณาเลือกยาและวัคซีนมาใช้ในโรงพยาบาลเอกชน เพราะคณะกรรมการพิจารณาของโรงพยาบาลจะดูที่ข้อมูลยาแต่ละตัว

เภสัชกรหญิง J โรงพยาบาล กรุงเทพพญาไท จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า การเมือง ไม่มีผลต่อการพิจารณาเลือกใช้ยาและวัคซีนในโรงพยาบาล

เภสัชกรหญิง K โรงพยาบาล พญาไทศรีราชา จังหวัด ชลบุรี กล่าวว่า การเมืองไม่มีผลต่อการพิจารณาและวัคซีน เพราะการพิจารณาจะเลือกยาและวัคซีนจากคุณสมบัติและความคิดเห็นจากแพทย์ในโรงพยาบาล

แพทย์หญิง L กุมารแพทย์ โรงพยาบาล พญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า การเมืองไม่ส่งผลต่อการเลือกใช้วัคซีนของแพทย์ เพราะแพทย์จะเป็นคนเลือกให้คนไข้เองตามข้อมูลและคุณสมบัติของวัคซีนแต่ละตัว

แพทย์หญิง M โรงพยาบาลพญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า การเมืองไม่มีผลต่อการเลือกใช้วัคซีนของแพทย์ เพราะแพทย์จะตัดสินใจด้วยตัวเอง

จากการสัมภาษณ์พบว่า ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้ง 13 คนสนับสนุนว่า การเมือง ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์วัคซีนของแพทย์และเภสัชกรในโรงพยาบาลเอกชนเลย แต่ส่วน

แพทย์ในโรงพยาบาลรัฐ การเมืองอาจจะมีผลบ้าง ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นในด้านนโยบายต่าง ๆ ของกระทรวงสาธารณสุข และกรมบัญชีกลาง

1.1.2 ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจส่งผลต่อการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์วัคซีนของท่านอย่างไร

นายแพทย์ A อายุรแพทย์ โรงพยาบาลพญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า เศรษฐกิจมีผลพอสมควร เพราะปัจจุบันคนไข้รวมทั้งผู้ปกครองพิจารณาเยอะขึ้นว่าจะเลือกฉีดวัคซีนตัวไหนให้ลูก โดยเฉพาะพวกวัคซีนทางเลือกที่ราคาสูง ๆ เช่นพวกวัคซีน IPD

นายแพทย์ B อายุรแพทย์ โรงพยาบาลพญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า เศรษฐกิจมีผลบ้าง แต่คนไข้ก็พร้อมจะจ่ายให้กับสิ่งที่ดีที่สุดในที่สุดสำหรับตัวเองและครอบครัว

นายแพทย์ C กุมารแพทย์ โรงพยาบาลสมิติเวช ศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า เศรษฐกิจมีผลพอสมควร เพราะผู้ปกครองต้องพิจารณาถึงความจำเป็นของวัคซีนมากขึ้น โดยเฉพาะพวกวัคซีนเสริมต่าง ๆ

แพทย์หญิง D กุมารแพทย์ โรงพยาบาลพญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า เศรษฐกิจมีผลต่อการเลือกใช้วัคซีน เพราะต้นทุนวัคซีนเพิ่มขึ้น ราคาแพงขึ้น ผู้ปกครองก็ต้องพิจารณามากขึ้นว่าจะเลือกฉีดวัคซีนตัวไหนให้ลูก

นายแพทย์ E อายุรแพทย์ โรงพยาบาลกรุงเทพพญา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า เศรษฐกิจมีผลพอสมควรต่อการเลือกใช้วัคซีน เพราะปัจจุบันจำนวนคนไข้ที่เข้ามาขอฉีดวัคซีนในคลินิกมีน้อยลง

แพทย์หญิง F กุมารแพทย์ โรงพยาบาลพญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า เศรษฐกิจมีผล เพราะยอดการขาย Package วัคซีนของโรงพยาบาลลดลง ซึ่งคาดว่าสาเหตุหนึ่งน่าจะมาจากเศรษฐกิจด้วย

แพทย์หญิง G กุมารแพทย์ โรงพยาบาลพญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า เศรษฐกิจมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้วัคซีน เพราะถ้าเศรษฐกิจไม่ดีก็จะทำให้ยอดการขายวัคซีนลดลง โรงพยาบาลก็จะมียาได้น้อยลง

เภสัชกรหญิง H โรงพยาบาลพญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า เศรษฐกิจมีผล เพราะในช่วงที่เศรษฐกิจไม่ดี ยอดขาย Package วัคซีนก็ลดลง

เภสัชกรหญิง I โรงพยาบาลสมิติเวช ศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า เศรษฐกิจ มีผลบ้างเพราะเศรษฐกิจแย่ง ทำให้รายได้ของโรงพยาบาลเองก็ลดลง

เภสัชกรหญิง J โรงพยาบาล กรุงเทพพญา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า เศรษฐกิจ มีผล เพราะที่คนไข้ต้องพิจารณาเยอะขึ้น และก็มีแนวโน้มการเข้าโรงพยาบาลเอกชนน้อยลง

เภสัชกรหญิง K โรงพยาบาล พญาไทศรีราชา จังหวัด ชลบุรี กล่าวว่า เศรษฐกิจ มีผลบ้าง แต่สิ่งสำคัญน่าจะเป็นคำแนะนำของบุคลากรทางการแพทย์มากกว่า ถ้าแนะนำให้คน ไข้แล้ว ส่วนใหญ่คนไข้ก็จะสนใจตามที่แพทย์แนะนำ

แพทย์หญิง L กุมารแพทย์ โรงพยาบาล พญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า เศรษฐกิจ มีผลบ้าง แต่ส่วนใหญ่คนไข้จะเชื่อคำแนะนำของแพทย์ ถ้าแพทย์แนะนำว่าวัคซีนนั้น ๆ มีคุณสมบัติที่ดีและมีประโยชน์

แพทย์หญิง M โรงพยาบาลพญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า เศรษฐกิจ มีผลบ้าง แต่พ่อแม่เขาก็พยายามที่จะเลือกสิ่งที่ดีที่สุดให้ลูกก่อน

จากการสัมภาษณ์พบว่า เศรษฐกิจมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์วัคซีนของแพทย์และเภสัชกร เพราะสถานะเศรษฐกิจที่ไม่ดี จะมีผลต่อการพิจารณาและตัดสินใจของผู้ปกครองมากขึ้น โดยเฉพาะวัคซีนเสริมและวัคซีนทางเลือกที่มีราคาแพง นอกจากนี้คำแนะนำของแพทย์เองก็มีส่วนต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองด้วย

1.1.3 ปัจจัยทางด้านการสังคมส่งผลต่อการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์วัคซีนของท่านอย่างไร

นายแพทย์ A อายุรแพทย์ โรงพยาบาลพญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า สังคมปัจจุบันเป็นยุคของการใช้อินเทอร์เน็ต คนไข้รับรู้อาสาไร

นายแพทย์ B อายุรแพทย์ โรงพยาบาลพญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า สังคม Social network มีผลมากสำหรับปัจจุบัน แม้กระทั่งในกลุ่มแพทย์ด้วยกันเองก็มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลทางการแพทย์โดยผ่านทาง Social network ด้วย

นายแพทย์ C กุมารแพทย์ โรงพยาบาลสมิติเวช ศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า สังคมปัจจุบัน กระแสของ Social เป็นที่นิยม คนไข้ปัจจุบัน Educate มากขึ้น หาข้อมูลได้ง่ายขึ้นจากอินเทอร์เน็ต ซึ่งความน่าเชื่อถือของข้อมูลเป็นสิ่งสำคัญ

แพทย์หญิง D กุมารแพทย์ โรงพยาบาลพญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า สังคม ยุคกระแสนิยม คนไข้ Educate มากขึ้น การฟ้องร้องหมอและโรงพยาบาลเพิ่มขึ้น

นายแพทย์ E อายุรแพทย์ โรงพยาบาลกรุงเทพพญาไท จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า สังคมปัจจุบันนี้มันเป็นยุคอินเทอร์เน็ต ซึ่งมันก็มีทั้งข้อดีและข้อเสียกับวงการสุขภาพ

แพทย์หญิง F กุมารแพทย์ โรงพยาบาลพญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า สังคมปัจจุบันคุณแม่พ่อคุณแม่เขามีข้อมูลมากขึ้น มีความพร้อมในการเป็นคุณพ่อคุณแม่มากขึ้น เพราะมีการหาข้อมูลจาก Google กันมา ซึ่งเป็นสิ่งที่ดี

แพทย์หญิง G กุมารแพทย์ โรงพยาบาลพญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า ผู้ปกครองสมัยนี้เขาค่อนข้างจะ educate มากขึ้น เพราะข้อมูลต่าง ๆ สามารถค้นหาได้ง่ายขึ้น

เภสัชกรหญิง H โรงพยาบาลพญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า สังคมยุคนี้เป็นโลกไร้พรมแดน ติดต่อสื่อสารกันได้ง่ายและรวดเร็วมากขึ้น

เภสัชกรหญิง I โรงพยาบาลสมิติเวช ศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า สังคมยุคนี้คนเข้าหาข้อมูลได้ง่ายกว่าเมื่อก่อนเยอะ รวมทั้งกลุ่มบุคลากรทางการแพทย์เองก็สามารถอัปเดต Guideline ใหม่ ๆ ได้ตลอดเวลา หรือแม้กระทั่งของข้อมูลยาใหม่ ๆ ด้วย

เภสัชกรหญิง J โรงพยาบาล กรุงเทพพทยา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า สังคมถึงยุค Digital ซึ่งบุคลากรทางการแพทย์เองสนับสนุนการสร้าง Digital content ดี ๆ จากหน่วยงาน องค์กร หรือผู้เชี่ยวชาญ ที่จะช่วยประชาสัมพันธ์และแบ่งปันให้กับประชาชน

เภสัชกรหญิง K โรงพยาบาล พญาไทศรีราชา จังหวัด ชลบุรี กล่าวว่า สังคม Social ช่วยให้เราแลกเปลี่ยนข้อมูลความรู้ต่าง ๆ ได้ง่ายขึ้น

แพทย์หญิง L กุมารแพทย์ โรงพยาบาล พญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า ส่วนใหญ่คนไข้จะมีข้อมูลที่หามาจากอินเทอร์เน็ตกัน ทำให้การอธิบายของแพทย์น้อยลง

แพทย์หญิง M โรงพยาบาลพญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า ปัจจุบันนี้สังคมมันรวดเร็วมากเพราะอินเทอร์เน็ต คนไข้รับรู้อาสาไร

จากการสัมภาษณ์แพทย์และเภสัชกรทั้ง 13 คน สนับสนุนว่า ในปัจจุบันนี้สังคมเข้าสู่ยุคของอินเทอร์เน็ต และสังคมออนไลน์ คนไข้มีข้อมูลความรู้เกี่ยวกับโรคต่าง ๆ ดีขึ้น แต่ก็ควรพิจารณาในด้านความน่าเชื่อถือของข้อมูลร่วมด้วย รวมทั้งสังคมออนไลน์เองยังช่วยให้การอัปเดตข้อมูลความรู้ต่าง ๆ ระหว่างแพทย์เองก็ทำได้ง่ายขึ้นด้วย

1.2 ท่านคิดว่าเทคโนโลยี ช่วยให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันมากขึ้นเพียงใด ต่อผลิตภัณฑ์ประเภทวัคซีน และเพราะเหตุใด

นายแพทย์ A อายุรแพทย์ โรงพยาบาลพญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า ปัจจุบันแต่ละบริษัทก็ต้องมีการนำเทคโนโลยีมาพัฒนาวัคซีนแข่งกัน ซึ่งนวัตกรรมที่ดีต้องนำมาซึ่งวัคซีนที่ปลอดภัยและมีประสิทธิภาพดีด้วย

นายแพทย์ B อายุรแพทย์ โรงพยาบาลพญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า ปัจจุบันเทคโนโลยีเจริญมากขึ้น ทำให้มีวัคซีนใหม่ ๆ ออกมามากขึ้นด้วย ซึ่งเป็นเรื่องที่ดีต่อระบบสาธารณสุข

นายแพทย์ C กุมารแพทย์ โรงพยาบาลสมิติเวช ศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า บริษัทที่มีการพัฒนา และใช้เทคโนโลยีที่ดีขึ้น ก็จะมีวัคซีนใหม่ๆที่พัฒนาทันกับการพัฒนาของเชื้อ ผมเองก็สนับสนุนบริษัทที่มีการใช้นวัตกรรมที่นำมาซึ่งยาและวัคซีนที่ดีขึ้น

แพทย์หญิง D กุมารแพทย์ โรงพยาบาลพญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า เทคโนโลยี ช่วยให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันแน่นอน เพราะเทคโนโลยีจะช่วยให้อายุ คุณภาพดีขึ้น ออกฤทธิ์ตรง Target มากขึ้น

นายแพทย์ E อายุรแพทย์ โรงพยาบาลกรุงเทพพญา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า เทคโนโลยี ช่วยให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันแน่นอน เพราะวัคซีนที่ถูกพัฒนาขึ้นด้วยเทคโนโลยีขั้นสูงย่อมน่าสนใจกว่าบริษัทที่ใช้เทคโนโลยีแบบเดิม ๆ

แพทย์หญิง F กุมารแพทย์ โรงพยาบาลพญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า เทคโนโลยี ช่วยให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน เพราะปัจจุบันเทคโนโลยีช่วยทำให้เด็ก ๆ ฉีดวัคซีนรวมน้อยลง และอาการข้างเคียงก็น้อยลง เช่น พวกอาการไข้

แพทย์หญิง G กุมารแพทย์ โรงพยาบาลพญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า เทคโนโลยีมีส่วนที่ทำให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน และจะทำให้วัคซีนนั้น ๆ น่าสนใจถ้ามีประสิทธิภาพในการป้องกัน โรคดีขึ้น และอาการข้างเคียงก็น้อยลง

เภสัชกรหญิง H โรงพยาบาลพญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า เทคโนโลยี มีส่วนให้บริษัทได้เปรียบทางการแข่งขัน เพราะเทคโนโลยีที่ถูกพัฒนาให้ดีขึ้น ก็จะช่วยให้ยาและวัคซีนมีกลไกในการออกฤทธิ์ที่เฉพาะเจาะจงกับเป้าหมายมากขึ้น และก็จะช่วยให้ Side effect ลดลงด้วยคะ

เภสัชกรหญิง I โรงพยาบาลสมิติเวช ศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า เทคโนโลยี ช่วยให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันของบริษัทยานะ เพราะปัจจุบัน แนวโน้มจะเป็นการรักษาแบบ Personalize medicine ซึ่งพัฒนาให้มีลักษณะเฉพาะกับแต่ละบุคคลมากขึ้น ทำให้ผลลัพธ์ในการรักษาที่ดีขึ้นด้วย

เภสัชกรหญิง J โรงพยาบาล กรุงเทพพญา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า เทคโนโลยีสมัยนี้ ก้าวหน้ากว่าเมื่อก่อนมาก โดยเฉพาะเทคโนโลยีในการพัฒนาและเวชภัณฑ์ ซึ่งพี่ว่าบริษัทไหนที่สามารถคิดค้น และนำนวัตกรรมใหม่ๆ มาใช้ได้ก่อน ย่อมได้เปรียบทางการแข่งขัน

เภสัชกรหญิง K โรงพยาบาล พญาไทศรีราชา จังหวัด ชลบุรี กล่าวว่า เทคโนโลยี มีส่วนช่วยให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันแน่นอน เพราะมันจะนำมาซึ่งยาและวัคซีนที่ดีขึ้น ซึ่งมันก็เป็นผลดีกับบริษัท และคนไข้

แพทย์หญิง L กุมารแพทย์ โรงพยาบาล พญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า เทคโนโลยีมีผลต่อการได้เปรียบทางการแข่งขันอยู่ บริษัทไหนที่นำเอานวัตกรรมใหม่ ๆ มาใช้ได้ก่อน ก็ย่อมทำให้ผลิตภัณฑ์มีความน่าสนใจมากกว่าบริษัทอื่น ๆ

แพทย์หญิง M โรงพยาบาลพญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า หมอก็สนับสนุนบริษัทที่เขานำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้ ซึ่งนวัตกรรมใหม่ ๆ เหล่านี้จะนำมาซึ่งคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นของคนไข้

จากการสัมภาษณ์พบว่า ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมดจำนวน 13 คน คิดว่าเทคโนโลยีช่วยให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันต่อผลิตภัณฑ์ประเภทวัคซีน ทำให้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทที่มีการนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้เกิดความน่าสนใจ เพราะเทคโนโลยีและนวัตกรรมจะนำมาซึ่งวัคซีนที่ได้รับการพัฒนาให้มีประสิทธิภาพในการป้องกันที่ดีขึ้น อาการข้างเคียงลดลง และสามารถออกฤทธิ์ต่อเชื้อโรคต่าง ๆ ได้อย่างเฉพาะเจาะจงมากขึ้นและพัฒนาให้ทันต่อการพัฒนาของเชื้อโรค

1.3 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อสถานะการแข่งขันของธุรกิจวัคซีนในปัจจุบัน และเพราะเหตุใด

นายแพทย์ A อายุรแพทย์ โรงพยาบาลพญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า ธุรกิจทั้งยาและวัคซีนมีการแข่งขันกันเยอะขึ้น ซึ่งเป็นเรื่องการแข่งขันราคาและข้อมูลของผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นการแข่งขันที่ดีและการเปรียบเทียบระหว่างผลิตภัณฑ์ของแต่ละบริษัทควรจะทำแบบ Head to head

นายแพทย์ B อายุรแพทย์ โรงพยาบาลพญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า ปัจจุบันการแข่งขันของธุรกิจวัคซีนเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะการแข่งขันด้านราคา ซึ่งดีต่อคนไข้ แต่ก็อยากให้มีการแข่งขันด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ด้วย

นายแพทย์ C กุมารแพทย์ โรงพยาบาลสมิติเวช ศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า ธุรกิจทั้งยาและวัคซีนในปัจจุบันมีการแข่งขันเพิ่มมากขึ้น และจะเป็นในเรื่องของการแข่งขันด้านข้อมูลผลิตภัณฑ์ รวมถึงการพัฒนา ซึ่งการแข่งขันแบบนี้จะส่งผลดีกับคนไข้ที่จะได้ใช้ยาที่มีประสิทธิภาพดี

แพทย์หญิง D กุมารแพทย์ โรงพยาบาลพญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า ตั้งแต่มี PREMA เข้ามาควบคุมดูแลบริษัทฯ ทำให้การแข่งขันดูโปร่งใสขึ้น มีกฎระเบียบ และมีจริยธรรมมากขึ้น และเน้นวิชาการมากกว่า Entertain

นายแพทย์ E อายุรแพทย์ โรงพยาบาลกรุงเทพพญาไท จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า ในสถานะที่ Supply vaccines ปกติการแข่งขันจะเยอะมาก ซึ่งแต่ละบริษัทเน้นเอาข้อมูลวิชาการมาเปรียบเทียบกัน

แพทย์หญิง F กุมารแพทย์ โรงพยาบาลพญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า การแข่งขันของธุรกิจยาและวัคซีนตอนนี้ เรื่องของการ Entertain ลดลง แต่จะเป็นการ Sponsor ไปงานประชุมวิชาการมากขึ้น ซึ่งทำให้แพทย์ได้ประโยชน์มาก

แพทย์หญิง G กุมารแพทย์ โรงพยาบาลพญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า ปัจจุบันเหมือนธุรกิจยาจะแข่งขันกันน้อยลงเพราะถูกจำกัดงบประมาณในการทำกิจกรรมทางการตลาดด้วย

เภสัชกรหญิง H โรงพยาบาลพญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า ในช่วงที่ วัคซีนของขาดเยอะ การแข่งขันก็อาจจะไม่รุนแรงเท่าสภาวะปกติ เพราะบริษัทไหนมีของก็จะขายได้อยู่แล้ว

เภสัชกรหญิง I โรงพยาบาลสมิติเวช ศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า การแข่งขันหลังจากที่ PREMA เข้มงวดมากขึ้น ทำให้ปัจจุบันแนวโน้มการแข่งขันจะเป็นไปในทางข้อมูลการศึกษาวิจัยทางคลินิกมากขึ้น

เภสัชกรหญิง J โรงพยาบาล กรุงเทพพทยา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า พี่อาจจะไม่ค่อยมีข้อมูลในเรื่องของธุรกิจยาเท่าไร เพราะเป็นเภสัชกรคลินิก เลยไม่ค่อยทราบว่าปัจจุบันการแข่งขันเป็นอย่างไรบ้าง

เภสัชกรหญิง K โรงพยาบาล พญาไทศรีราชา จังหวัด ชลบุรี กล่าวว่า การแข่งขันของธุรกิจยาคูดีกว่าเมื่อก่อน เพราะมีจรรยาบรรณและจริยธรรมมากขึ้น

แพทย์หญิง L กุมารแพทย์ โรงพยาบาล พญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า ธุรกิจวัคซีนปัจจุบันมีการแข่งขันมากขึ้นเพราะสมัยนี้แต่ละบริษัทจะเน้นนำข้อมูลมาเปรียบเทียบกับกัน

แพทย์หญิง M โรงพยาบาลพญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรีกล่าวว่า บริษัทยาสมัยนี้เขาเอาข้อมูลการศึกษาวิจัยมาแข่งกัน ดึงสำคัญคือความน่าเชื่อถือของข้อมูลนั้น ๆ ด้วย

จากการสัมภาษณ์พบว่า มีผู้ให้สัมภาษณ์จำนวน 11 คน ที่สนับสนุนว่าการแข่งขันของธุรกิจวัคซีนในปัจจุบันมีการแข่งขันที่เพิ่มขึ้น ซึ่งจะเป็นการแข่งขันที่เน้นในด้านข้อมูลวิชาการของผลิตภัณฑ์ และหลังจากที่มีการควบคุมบริษัทยาด้วย PREMA ทำให้การแข่งขันในปัจจุบันก็มีความโปร่งใส และจริยธรรมมากขึ้น

1.4 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อผลิตภัณฑ์วัคซีนทดแทน ที่จะเข้ามาในตลาด วัคซีน

นายแพทย์ A อายุรแพทย์ โรงพยาบาลพญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า การที่มีวัคซีนทดแทนเข้ามาในตลาด เพราะมันจะทำให้การแข่งขันเพิ่มขึ้น ทางเลือกเยอะขึ้น และราคาวัคซีนก็น่าจะลดลง

นายแพทย์ B อายุรแพทย์ โรงพยาบาลพญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า วัคซีนทดแทนที่จะเข้ามาในตลาด ถ้ามีคุณภาพใกล้เคียงกับวัคซีนเดิมที่มีมาก่อน ก็จะทำให้แพทย์และคนไข้มีทางเลือกเพิ่มขึ้น ในขณะที่ราคาวัคซีนลดลง

นายแพทย์ C กุมารแพทย์ โรงพยาบาลสมิติเวช ศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า ถ้าวัคซีนทดแทนที่จะเข้ามา มี Efficacy ในการป้องกันโรคที่พิสูจน์ให้เห็นว่าไม่ต่างจากวัคซีน Original แต่ราคาถูกกว่าผมก็อาจจะลองใช้

แพทย์หญิง D กุมารแพทย์ โรงพยาบาลพญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า วัคซีนทดแทนเองก็มีจุดอ่อนในเรื่องของ Paper ต่าง ๆ นะคะ ถ้าเขาพัฒนาในเรื่องของข้อมูลการศึกษาวิจัยให้มีความน่าเชื่อถือขึ้น เช่น กลุ่มตัวอย่างเยอะ ๆ หรือมีการตีพิมพ์ในวารสารทางการแพทย์ ก็จะทำให้สนใจมากขึ้น

นายแพทย์ E อายุรแพทย์ โรงพยาบาลกรุงเทพพญา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า วัคซีนทดแทนที่เข้ามาผมว่าสิ่งสำคัญคือต้องมีมาตรฐานการผลิตที่ดีด้วย ไม่ใช่เน้นที่จะขายถูกและละลายการไม่พูดถึง Paper ต่าง ๆ ควรมีการพิสูจน์จากมาตรฐานต่าง ๆ ระดับโลก เช่น WHO, FDA ด้วย

แพทย์หญิง F กุมารแพทย์ โรงพยาบาลพญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า เป็นเรื่องธรรมดาที่ยาและวัคซีนทั้งหมด License แล้วจะมียาทดแทนเข้ามาในตลาด แต่สำหรับหมอเองก็ยังคงมั่นใจในบริษัทยาและวัคซีนจากบริษัท Original มากกว่า เพราะหมอเห็นว่าระบบการบริการลูกค้า และมาตรฐานต่าง ๆ น่าเชื่อถือกว่า

แพทย์หญิง G กุมารแพทย์ โรงพยาบาลพญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า หมอว่าการเข้ามาของวัคซีนทดแทนมันก็จะส่งผลดีในแง่ของราคาวัคซีนที่ถูกลง คนไข้ก็จะสามารถเข้าถึงวัคซีนได้มากขึ้น ทั้งนี้วัคซีนทดแทนเองคุณภาพก็ต้องได้มาตรฐานด้วย

เภสัชกรหญิง H โรงพยาบาลพญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า พี่ว่ามันเป็นเรื่องปกติของยา Original ที่หมดลิขสิทธิ์ แต่สิ่งสำคัญคือยาและวัคซีนทดแทนที่จะเข้ามาในตลาดเองก็ควรจะมีการทำ Bio-equivalent เทียบกับยามาตรฐานด้วย

เภสัชกรหญิง I โรงพยาบาลสมิติเวช ศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า พี่ว่ายาและวัคซีนทดแทนที่จะเข้ามา ควรจะเน้นข้อมูลการวิจัยมากกว่าข้อมูลผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นสิ่งที่สร้างความแตกต่างจาก Original ได้ดีกว่า

เภสัชกรหญิง J โรงพยาบาล กรุงเทพพญา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า สำหรับยาและวัคซีนทดแทน พี่คิดว่าถ้าผลิตภัณฑ์มีข้อมูลชัดเจน และยืนยันได้ว่ามีประสิทธิภาพดี พี่ว่ามันก็ทำให้คนไข้มีทางเลือกในการรักษามากขึ้น

เภสัชกรหญิง K โรงพยาบาล พญาไทศรีราชา จังหวัด ชลบุรี กล่าวว่า ถ้าวัคซีน
ทดแทนมีการพิสูจน์แล้วว่าวัคซีนนั้น ๆ ดีและมีประสิทธิภาพจริง พี่ก็ยอมรับได้ละ

แพทย์หญิง L กุมารแพทย์ โรงพยาบาล พญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า วัคซีน
ทดแทน ถ้าผลิตขึ้นมาแล้วคุณภาพดี Paper เยอะ มีมาตรฐานใกล้เคียงกับบริษัทใหญ่ ๆ หมอก็
ยอมรับได้

แพทย์หญิง M โรงพยาบาลพญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า ปัจจุบันก็มีวัคซีน
ทดแทนเข้ามาหลายตัวนะคะ ซึ่งหมอมว่าดีคะโดยเฉพาะช่วงที่ Supply วัคซีนมีปัญหา จะได้ทดแทน
กันได้

จากการสัมภาษณ์พบว่า ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้ง 13 คน สนับสนุนว่า วัคซีนทดแทนที่เข้ามา
ควรจะต้องมีคุณภาพเทียบเท่ากับวัคซีนเดิมในตลาด และควรมีเอกสารงานวิจัยที่แสดงชัดเจนถึง
คุณภาพ ประสิทธิภาพและความปลอดภัยที่ดี นอกจากนี้วัคซีนทดแทนจะช่วยให้คนไข้มีทางเลือก
มากขึ้น และก็จะทำให้ราคาวัคซีนลดลง

2. การรับรู้ของกลุ่มบุคลากรทางการแพทย์เกี่ยวกับวัคซีนไขหวัดใหญ่ชนิด 4 สายพันธุ์

2.1 ท่านให้ความสำคัญเกี่ยวกับโรคไขหวัดใหญ่อย่างไร

นายแพทย์ A อายุรแพทย์ โรงพยาบาลพญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า โรค
ไขหวัดใหญ่มันเป็นโรคที่ใกล้ตัวมาก โดยเฉพาะในกลุ่มผู้ป่วยที่มีโรคประจำตัวยิ่งควรฉีดวัคซีน
ป้องกัน เพราะไขหวัดใหญ่มักเป็นสาเหตุหนึ่งของการกำเริบของโรคประจำตัวของคนไข้

นายแพทย์ B อายุรแพทย์ โรงพยาบาลพญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า ผมเองก็
ยังให้ความสำคัญไขหวัดใหญ่ เพราะว่าโรคไขหวัดใหญ่มันก็ทำให้เสียค่าใช้จ่ายทั้งทางตรง
ทางอ้อม และค่าเสียโอกาสต่าง ๆ

นายแพทย์ C กุมารแพทย์ โรงพยาบาลสมิติเวช ศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า ผมให้
ความสำคัญ โดยเฉพาะเด็กเล็ก เพราะบางทีเขาติดเชื้อแต่ยังไม่ค่อยได้เพราะอายุน้อยเกินไป
และก็มีมักเกิด Complication บ่อยมากเอง เช่น Pneumonia ซึ่งพ่อแม่เด็กก็จะกังวลมาก

แพทย์หญิง D กุมารแพทย์ โรงพยาบาลพญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า
สำหรับมุมมองของหมอเด็กเอง ค่อนข้างจะคุ้นเคยกับวัคซีนอยู่แล้ว ซึ่งถ้าโรคไหนป้องกันการติด
เชื้อในเด็ก ๆ ได้ หมอเองก็อยากจะฉีดให้คนไข้

นายแพทย์ E อายุรแพทย์ โรงพยาบาลกรุงเทพพญาไท จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า โรค
ไขหวัดใหญ่มันเป็นโรคที่รบกวนการดำเนินชีวิตประจำวันนะ ปี ๆ หนึ่งคนจะเป็นกันก็ 2-3 ครั้ง
ดังนั้น ป้องกันได้ก็ป้องกันไว้ดีกว่า

แพทย์หญิง F กุมารแพทย์ โรงพยาบาลพญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า หมอเด็ก ก็ค่อนข้างจะให้ความสำคัญกับวัคซีนอยู่แล้ว ซึ่งถ้าโรคไหนสามารถป้องกันได้ด้วยวัคซีน หมอก็อยากจะฉีดให้คนไข้

แพทย์หญิง G กุมารแพทย์ โรงพยาบาลพญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า หมอว่าสำคัญ เพราะมันเป็นโรคติดต่อทางเดินหายใจ ที่แพร่กระจายได้ง่าย และควบคุมได้ยาก บางครั้งเด็ก ๆ ซึ่ง Immune ยังไม่ค่อยดี แต่ก็ติดต่อมาจากผู้ปกครองบ่อย ๆ โดยเฉพาะเด็กเล็ก

เภสัชกรหญิง H โรงพยาบาลพญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า สำหรับพีให้ความสำคัญกับโรคไข้หวัดใหญ่ในระดับปานกลางคะ เพราะปกติคนไข้จะสามารถหายเองได้ใน 3-7 วัน

เภสัชกรหญิง I โรงพยาบาลสมิติเวช ศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า พีว่าโรคไข้หวัดใหญ่มีความสำคัญ เพราะปี ๆ หนึ่งบุคลากรของโรงพยาบาลหยุดงานจากการเป็นไข้หวัดเยอะ ซึ่งในช่วง 3 ปีมานี้ ทางโรงพยาบาลเองก็มีนโยบายที่จะฉีดวัคซีนไข้หวัดใหญ่ให้กับบุคลากรในโรงพยาบาลทั้งหมด และจากการ Follow ผลจากการฉีดวัคซีน ก็พบว่า บุคลากรก็ขาดงานลดลง

เภสัชกรหญิง J โรงพยาบาล กรุงเทพพทยา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า คนไข้หลายคนที่ต้อง Admit จากการกำเริบของโรคประจำตัว และเมื่อคนที่สาเหตุก็มีคนไข้บางส่วนที่ทดสอบแล้วพบว่า เป็นฟลูด้วย ซึ่งพีว่าเชื้อไข้หวัดใหญ่เองมีความสัมพันธ์กับการกำเริบของโรค ซึ่งสอดคล้องกับ Paper ของ อําเภอรณินทยา ที่เชียงใหม่

เภสัชกรหญิง K โรงพยาบาล พญาไทศรีราชา จังหวัด ชลบุรี กล่าวว่า โรคไข้หวัดใหญ่อาจจะไม่น่ากังวลมากในผู้ใหญ่คะ แต่ถ้าในเด็กก็อาจต้องระวัง เพราะเขาติดเชื้อได้ง่าย อาการมักรุนแรง และยาที่ยังใช้ไม่ค่อยได้ในเด็ก

แพทย์หญิง L กุมารแพทย์ โรงพยาบาล พญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า หมอว่าปัจจุบันนี้ คนไข้มี Awareness เกี่ยวกับ โรคไข้หวัดใหญ่ดีขึ้นกว่าเดิม หลังจากที่ไข้หวัดใหญ่ 2009 H1N1 ระบาดครั้งใหญ่ ก็ทำให้ประชาชนให้ความสำคัญมากขึ้น

แพทย์หญิง M โรงพยาบาลพญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า โรคไข้หวัดใหญ่เด็กรุนแรง รักษาได้แค่ตามอาการและก็เฝ้าระวังการเกิดภาวะแทรกซ้อน

จากการสัมภาษณ์พบว่า ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้ง 12 คน สนับสนุนว่า โรคไข้หวัดใหญ่มีความสำคัญ โดยเฉพาะในกลุ่มเด็กเล็กและผู้ป่วยที่มีโรคประจำตัว เพราะเชื้อไข้หวัดใหญ่สามารถก่อให้เกิดภาวะแทรกซ้อนและการกำเริบของโรคประจำตัวได้ อีกทั้งโรคไข้หวัดใหญ่ยังทำให้คนไข้สูญเสียค่าใช้จ่ายทั้งทางตรงและทางอ้อม เช่น การขาดเรียน การขาดงาน เป็นต้น ทั้งนี้วิธีที่ดีที่สุดคือ

การป้องกันโรคด้วยการฉีดวัคซีนไขหวัดใหญ่ ส่วนผู้ให้สัมภาษณ์อีก 1 คน สนับสนุนว่าโรคไขหวัดใหญ่มีความสำคัญปานกลาง เนื่องจากคนไขสามารถหายได้เอง

2.2 ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับวัคซีนไขหวัดใหญ่

นายแพทย์ A อายุรแพทย์ โรงพยาบาลพญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า วัคซีนไขหวัดใหญ่ก็เป็นวัคซีนที่ดี ซึ่งสมาคมอายุรแพทย์เองก็แนะนำให้ฉีดเป็น Routine ตั้งแต่ปีพ.ศ. 2555 แล้ว

นายแพทย์ B อายุรแพทย์ โรงพยาบาลพญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า วัคซีนไขหวัดใหญ่ก็เป็นวัคซีนที่ดี ผมก็พยายามแนะนำให้คนไข้เพราะมันมีข้อมูลที่ช่วยพิสูจน์แล้วว่า วัคซีนไขหวัดใหญ่ มันช่วย Save cost คนไข้ได้ และก็ลดความเสี่ยงจากการเกิดภาวะแทรกซ้อนต่าง ๆ ด้วย

นายแพทย์ C กุมารแพทย์ โรงพยาบาลสมิติเวช ศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า ผมคิดว่าวัคซีนไขหวัดใหญ่มีประโยชน์ และค่อนข้างปลอดภัยสำหรับเด็ก และก็มีการใช้มานานหลายปี

แพทย์หญิง D กุมารแพทย์ โรงพยาบาลพญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า วัคซีนไขหวัดใหญ่ก็เป็นวัคซีนที่ดี ซึ่งเราต้องยอมรับว่ามันไม่ป้องกันโรคได้ 100 เปอร์เซ็นต์ ก็จริง แต่มันก็ช่วยลดความรุนแรงของโรคที่จะเกิดขึ้นได้อย่างมีนัยสำคัญ โดยเฉพาะในเด็ก ๆ

นายแพทย์ E อายุรแพทย์ โรงพยาบาลกรุงเทพพญาไท จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า ผมก็แนะนำคนไข้เกือบทุกคนนะ คนที่เขาเคยเป็นหนัก ๆ หรือเคยฉีดวัคซีนไขหวัดใหญ่มาแล้ว ก็ไม่ต้องอธิบายมาก และราคาวัคซีนไขหวัดใหญ่เองผมว่าคนไข้รับได้ ผมก็พยายามประชาสัมพันธ์ในคลินิกตลอด

แพทย์หญิง F กุมารแพทย์ โรงพยาบาลพญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า หมอก็ฉีดให้เด็ก ๆ เกือบทุกคนนะ เพราะบางทีเด็ก ๆ เวลาป่วยก็จะหายใจลำบาก และจะเกิดการติดเชื้อที่ปอดได้ง่าย เพราะระบบภูมิคุ้มกันในเด็กเล็กยังไม่ค่อยดี ทำให้มีโอกาสเกิดภาวะแทรกซ้อนได้ง่ายกว่าผู้ใหญ่

แพทย์หญิง G กุมารแพทย์ โรงพยาบาลพญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า หมอเองก็ใช้วัคซีนไขหวัดใหญ่มานานนะคะ ก่อนข้างจะคุ้นเคยกับวัคซีนไขหวัดใหญ่ เพราะหมอรู้สึกว่า คนไข้ที่ฉีดไปแล้วถึงจะติดเชื้อ แต่ก็มีอาการของโรครุนแรงน้อยกว่าคนที่ไม่ได้ฉีดแล้วติดเชื้อไขหวัดใหญ่

เภสัชกรหญิง H โรงพยาบาลพญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า วัคซีนไขหวัดใหญ่ก็เป็นวัคซีนที่ดี แน่แน่นอนว่าคนไข้ที่ฉีดก็ย่อมมีอาการของโรคและโอกาสในการติดเชื้อไขหวัดใหญ่น้อยกว่าคนที่ไม่ฉีดอยู่แล้วคะ และก็ดีกว่าการแพร่เชื้อไปยังผู้อื่น

เภสัชกรหญิง I โรงพยาบาลสมิติเวช ศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า วัคซีนไขหวัดใหญ่ก็เป็นวัคซีนที่ดี สามารถป้องกันโรคไขหวัดใหญ่ได้ดีและลดความรุนแรงของโรคได้จริง

เภสัชกรหญิง J โรงพยาบาลกรุงเทพพัทยา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า วัคซีนไขหวัดใหญ่มันช่วยให้ Secondary prevention ให้กับคนไข้ที่มีโรคประจำตัวได้

เภสัชกรหญิง K โรงพยาบาล พญาไทศรีราชา จังหวัด ชลบุรี กล่าวว่า วัคซีนไขหวัดใหญ่ก็เป็นวัคซีนที่ดี ซึ่งถ้าคนไข้เข้าถึงได้มันก็จะดีกับคนไข้เอง

แพทย์หญิง L กุมารแพทย์ โรงพยาบาล พญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า วัคซีนไขหวัดใหญ่ก็เป็นวัคซีนที่ดี ช่วยลด Complications ต่าง ๆ ที่อาจเกิดจากการติดเชื้อไขหวัดใหญ่ได้

แพทย์หญิง M โรงพยาบาลพญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า วัคซีนไขหวัดใหญ่ก็เป็นวัคซีนที่ดี หมอก็จะแนะนำให้กับพ่อแม่ทุกคนควรฉีด รวมถึงตัวผู้ปกครองเองด้วย ซึ่งมักจะ เป็นแหล่งแพร่เชื้อที่สำคัญไปสู่ลูก

จากการสัมภาษณ์พบว่า ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้ง 13 คน สนับสนุนว่า วัคซีนไขหวัดใหญ่เป็น วัคซีนที่ดี ช่วยลดความรุนแรงของโรค และภาวะแทรกซ้อนที่อาจเกิดขึ้นจากการติดเชื้อไขหวัด ใหญ่ในคนไข้ทุกกลุ่ม และยังเป็นวัคซีนที่ใช้นาน มีความปลอดภัย

2.3 ท่านรู้จักวัคซีนไขหวัดใหญ่ตัวใหม่ชนิด 4 สายพันธุ์ หรือไม่ และอย่างไร

นายแพทย์ A อายุรแพทย์ โรงพยาบาลพญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า รู้จัก ว่าเป็นวัคซีนไขหวัดใหญ่ที่จะมีเชื้อไวรัสในวัคซีน 4 สายพันธุ์

นายแพทย์ B อายุรแพทย์ โรงพยาบาลพญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า ทราบ ว่าเป็นวัคซีนไขหวัดใหญ่ที่จะมีเชื้อไวรัสในวัคซีน 4 สายพันธุ์ ซึ่งได้ข้อมูลมากจากตามงานประชุม ต่าง ๆ ของสมาคม

นายแพทย์ C กุมารแพทย์ โรงพยาบาลสมิติเวช ศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า รู้จัก ว่าเป็นวัคซีนไขหวัดใหญ่ที่จะมีเชื้อไวรัสในวัคซีน 4 สายพันธุ์ โดยมีสายพันธุ์ A 2 ตัว และสายพันธุ์ B 2 ตัว

แพทย์หญิง D กุมารแพทย์ โรงพยาบาลพญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า รู้จักจะ ว่าเป็นวัคซีนไขหวัดใหญ่ที่จะมีเชื้อไวรัสในวัคซีน 4 สายพันธุ์ และจะป้องกัน Flu B ได้มากขึ้น กว่าเดิม เพราะมี Flu B 2 ตัว

นายแพทย์ E อายุรแพทย์ โรงพยาบาลกรุงเทพพัทยา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า รู้จัก ว่าเป็นวัคซีนไขหวัดใหญ่ตัวใหม่ที่จะมีเชื้อไวรัสในวัคซีน 4 สายพันธุ์ จากเดิมที่มี 3 เชื้อ

แพทย์หญิง F กุมารแพทย์ โรงพยาบาลพญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า ทราบ
คะ ได้ข้อมูลจากงานประชุมของสมาคมกุมารแพทย์ที่ผ่านมากว่าจะมี Flu vaccine ตัวใหม่เข้ามาขาย
ในไทยคะ

แพทย์หญิง G กุมารแพทย์ โรงพยาบาลพญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า รู้จัก ว่า
เป็นวัคซีนไขหวัดใหญ่ที่จะมีเชื้อไวรัสในวัคซีน 4 สายพันธุ์ ซึ่งพัฒนาตาม New recommendation
ของ WHO

เภสัชกรหญิง H โรงพยาบาลพญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า รู้คะ ว่าเร็ว ๆ นี้
จะมีวัคซีนไขหวัดใหญ่แบบใหม่ ที่มีเชื้อไวรัสในวัคซีน 4 เชื้อ เข้ามาจำหน่ายในไทย

เภสัชกรหญิง I โรงพยาบาลสมิติเวช ศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า ทราบคะ ว่าทาง
บริษัท A เอง ก็มีการพัฒนาวัคซีนไขหวัดใหญ่ตัวใหม่ี่ตาม New standard flu vaccination ของ
WHO

เภสัชกรหญิง J โรงพยาบาล กรุงเทพพทยา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า รู้จักว่าเป็นวัคซีน
ไขหวัดใหญ่ที่จะมีเชื้อไวรัสในวัคซีน 4 สายพันธุ์ ฟลู A 2 ตัว และฟลู B 2 ตัว

เภสัชกรหญิง K โรงพยาบาล พญาไทศรีราชา จังหวัด ชลบุรี กล่าวว่า รู้จักว่าเป็น
วัคซีนไขหวัดใหญ่ที่จะมีเชื้อไวรัสในวัคซีน 4 สายพันธุ์

แพทย์หญิง L กุมารแพทย์ โรงพยาบาลพญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า รู้จักว่า
เป็นวัคซีนไขหวัดใหญ่ที่จะมีเชื้อไวรัสในวัคซีน 4 สายพันธุ์

แพทย์หญิง M โรงพยาบาลพญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า รู้จักว่าเป็นวัคซีน
ไขหวัดใหญ่ที่จะมีเชื้อไวรัสในวัคซีน 4 สายพันธุ์

จากการสัมภาษณ์พบว่า ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้ง 13 คน สนับสนุนว่า รู้จักวัคซีนไขหวัดใหญ่
ชนิด 4 สายพันธุ์ ว่าเป็นวัคซีนไขหวัดใหญ่ที่ประกอบด้วยเชื้อไวรัสในวัคซีนจำนวน 4 สายพันธุ์ ซึ่ง
ประกอบไปด้วย ไวรัสสายพันธุ์ A จำนวน 2 ตัว และไวรัสสายพันธุ์ B จำนวน 2 ตัว ซึ่งผู้ให้
สัมภาษณ์ กล่าวว่า ได้ข้อมูลของวัคซีนไขหวัดใหญ่ชนิด 4 สายพันธุ์ นี้จากงานประชุมวิชาการต่าง ๆ
รวมถึง New recommendation ของ WHO

2.4 ปัจจุบันท่านใช้วัคซีนไขหวัดใหญ่ของบริษัทใดมีคุณสมบัติและประสิทธิภาพ อย่างไร

นายแพทย์ A อายุรแพทย์ โรงพยาบาลพญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า ใช้ของ
บริษัท A เพราะเป็นแบรนด์แรก อาการข้างเคียงน้อย

นายแพทย์ B อายุรแพทย์ โรงพยาบาลพญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า ไข้ของ บริษัท A และของ บริษัท B ก็ใช้สลับ ๆ กันไป เพราะผมว่าประสิทธิภาพในการป้องกันโรคไข้หวัดใหญ่ไม่ต่างกัน

นายแพทย์ C กุมารแพทย์ โรงพยาบาลสมิติเวช ศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า ไข้ของ บริษัท A เพราะเป็น Spilt vaccines ประสิทธิภาพในการป้องกันดี Side effect น้อย

แพทย์หญิง D กุมารแพทย์ โรงพยาบาลพญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า ไข้ของ บริษัท A เพราะเป็นหม้อว่า Side effect น้อยกว่าวัคซีนไข้หวัดใหญ่บริษัทอื่น

นายแพทย์ E อายุรแพทย์ โรงพยาบาลกรุงเทพพญาไท จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า สลับ ๆ กัน ระหว่างของ บริษัท A และ จี เอสเค เพราะเป็น Split vaccine เหมือน ๆ กัน ซึ่งประสิทธิภาพก็น่าจะพอ ๆ กัน

แพทย์หญิง F กุมารแพทย์ โรงพยาบาลพญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า ไข้ของ บริษัท A เพราะมีข้อมูลงานวิจัยเยอะ และมีใช้ World wild ทั่วโลกจะ อาการข้างเคียงน้อย

แพทย์หญิง G กุมารแพทย์ โรงพยาบาลพญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า ไข้ของ บริษัท A เพราะเป็นแบรนด์แรก อาการข้างเคียงน้อยกว่าวัคซีนไข้หวัดใหญ่ตัวอื่น ๆ

เภสัชกรหญิง H โรงพยาบาลพญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า วัคซีนไข้หวัดใหญ่ที่มีใช้ในโรงพยาบาลตอนนี้จะมี 2 บริษัท คือ ของซาโนฟี ปาสเตอร์ กับของ บริษัท C ซึ่ง Rate การใช้ของหม้อ บริษัท A ก่อนข้างจะมากกว่า

เภสัชกรหญิง I โรงพยาบาลสมิติเวช ศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า ไข้ของ บริษัท A เพราะเป็นแบรนด์แรก และก็มีข้อมูลทางคลินิกเยอะ

เภสัชกรหญิง J โรงพยาบาล กรุงเทพพญาไท จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า ตอนนี้วัคซีนไข้หวัดใหญ่ที่มีใช้ในโรงพยาบาลจะมี 2 บริษัท คือของ บริษัท A และ บริษัท B ประสิทธิภาพที่ว่าพอ ๆ กัน แต่ของ บริษัท A มีข้อมูลก่อนข้างจะเยอะกว่า

เภสัชกรหญิง K โรงพยาบาล พญาไทศรีราชา จังหวัด ชลบุรี กล่าวว่า ไข้ของ บริษัท A เพราะเป็นแบรนด์แรก อาการข้างเคียงน้อย

แพทย์หญิง L กุมารแพทย์ โรงพยาบาล พญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า ไข้ของ บริษัท A เพราะมีการใช้มานาน ข้อมูลในเด็กเยอะ และใช้ในคนท้องได้

แพทย์หญิง M โรงพยาบาลพญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า วัคซีนไข้หวัดใหญ่ที่มีใช้ในโรงพยาบาลก็มี 2 บริษัท คือของ บริษัท A และ บริษัท B ใช้สลับ ๆ กันแต่ส่วนใหญ่หม้อจะคุ้นเคยกับของปาสเตอร์มากกว่าเพราะมีใช้มานานกว่าจะ

จากการสัมภาษณ์พบว่า ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้ง 8 คน สนับสนุนว่าปัจจุบันใช้วัคซีนไขหวัดใหญ่ของบริษัท A เพราะมีคุณสมบัติคือ เป็นแบรนด์แรก ประสิทธิภาพดี อาการข้างเคียงจากวัคซีนน้อย และมีข้อมูลการศึกษาวิจัยเยอะ ผู้ให้สัมภาษณ์อีก 5 คน สนับสนุนว่า มีวัคซีนที่ใช้ในโรงพยาบาล 2 บริษัท ซึ่งมีผู้ให้สัมภาษณ์ 3 คน ในกลุ่มนี้ กล่าวว่า ประสิทธิภาพของวัคซีนไขหวัดใหญ่ของแต่ละบริษัทไม่แตกต่างกัน

2.5 ท่านคิดว่า ข้อดีและข้อด้อยของวัคซีนไขหวัดใหญ่ชนิด 4 สายพันธุ์ คืออะไร

นายแพทย์ A อายุรแพทย์ โรงพยาบาลพญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า ข้อดีคือ วัคซีนไขหวัดใหญ่ชนิด 4 สายพันธุ์ สามารถป้องกันโรคไขหวัดใหญ่ได้ครอบคลุมมากขึ้น ข้อด้อยคือราคาแพงขึ้น

นายแพทย์ B อายุรแพทย์ โรงพยาบาลพญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า ข้อดีคือ วัคซีนไขหวัดใหญ่ชนิด 4 สายพันธุ์ ป้องกันโรคไขหวัดใหญ่ที่เกิดจากเชื้อสายพันธุ์ B ได้เพิ่มขึ้น ข้อด้อยคือเป็นวัคซีนใหม่ ซึ่งอาจจะยังมีข้อมูลการศึกษายังไม่มาก

นายแพทย์ C กุมารแพทย์ โรงพยาบาลสมิติเวช ศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า ข้อดีคือ วัคซีนไขหวัดใหญ่ชนิด 4 สายพันธุ์ สามารถป้องกันโรคไขหวัดใหญ่ได้ดีขึ้น ข้อด้อยคือน่าจะมีในรูปแบบการฉีด Intradermal เหมือนตัวเดิม เพราะฉีดง่ายกว่า Intramuscular

แพทย์หญิง D กุมารแพทย์ โรงพยาบาลพญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า ข้อดีคือ วัคซีนไขหวัดใหญ่ชนิด 4 สายพันธุ์ มีประสิทธิภาพในการป้องกันโรคได้ดีขึ้น ข้อด้อยคือกังวลเรื่อง Side effect จากเชื้อที่เพิ่มขึ้นมา 1 ตัว ซึ่งอาจต้องคอยดูต่อไประยะหนึ่งหลังจากการใช้ในตลาดแล้ว

นายแพทย์ E อายุรแพทย์ โรงพยาบาลกรุงเทพพญาไท จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า ข้อดีคือ วัคซีนไขหวัดใหญ่ชนิด 4 สายพันธุ์ สามารถป้องกันโรคไขหวัดใหญ่ได้ครอบคลุมมากขึ้น ข้อด้อยราคาแพงขึ้นนิดหน่อย อาจต้องอาจต้องอธิบายคนไข้เพิ่มขึ้นในช่วงแรก

แพทย์หญิง F กุมารแพทย์ โรงพยาบาลพญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า ข้อดีคือ วัคซีนไขหวัดใหญ่ชนิด 4 สายพันธุ์ สามารถป้องกันโรคไขหวัดใหญ่ได้ครอบคลุมมากขึ้น โดยเฉพาะ Flu B ที่เมื่อก่อนวัคซีนป้องกันได้ไม่ค่อยดีข้อด้อยตอนนี้ยังไม่พบ

แพทย์หญิง G กุมารแพทย์ โรงพยาบาลพญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า ข้อดีคือ วัคซีนไขหวัดใหญ่ชนิด 4 สายพันธุ์ สามารถป้องกันโรคไขหวัดใหญ่ที่เกิดจากสายพันธุ์ B ได้ดีขึ้นกว่า 3 สายพันธุ์ เดิม ข้อด้อยคือข้อมูลด้านความปลอดภัยยังน้อย เนื่องจากเป็นวัคซีนใหม่

เภสัชกรหญิง H โรงพยาบาลพญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า ข้อดี คือ วัคซีนไขหวัดใหญ่ชนิด 4 สายพันธุ์ สามารถ กั้นจะป้องกันโรคไขหวัดใหญ่ได้ดีขึ้น ข้อด้อย คือ ข้อมูลการศึกษาวิจัยทางคลินิกในเฟสที่ 4 ยังน้อยอยู่ ต้องรอดูติดตามต่อไปในอนาคต

เภสัชกรหญิง I โรงพยาบาลสมิติเวช ศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า ข้อดี คือ วัคซีนไขหวัดใหญ่ชนิด 4 สายพันธุ์ มีประสิทธิภาพในการป้องกันโรคดีขึ้น ข้อด้อยคือเป็นวัคซีนไขหวัดใหญ่ 4 สายพันธุ์ ตัวแรกของตลาด

เภสัชกรหญิง J โรงพยาบาล กรุงเทพพทยา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า ข้อดี คือ วัคซีนไขหวัดใหญ่ชนิด 4 สายพันธุ์ สามารถ ป้องกันโรคไขหวัดใหญ่ได้ครอบคลุมมากขึ้น ข้อด้อย คือ อยากรู้ข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับอาการข้างเคียงหลัง Post marketing

เภสัชกรหญิง K โรงพยาบาล พญาไทศรีราชา จังหวัด ชลบุรี กล่าวว่า ข้อดี คือ วัคซีนไขหวัดใหญ่ชนิด 4 สายพันธุ์ สามารถ ป้องกันโรคไขหวัดใหญ่ได้ครอบคลุมมากขึ้น ข้อด้อย คือ ราคาที่แพงขึ้นนิดหน่อย

แพทย์หญิง L กุมารแพทย์ โรงพยาบาล พญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า ข้อดี คือ วัคซีนไขหวัดใหญ่ชนิด 4 สายพันธุ์ สามารถ ป้องกันโรคไขหวัดใหญ่ได้ครอบคลุมมากขึ้นและป้องกัน Flu B ได้ดีกว่าเดิม ข้อด้อย คือ กังวลว่าอาการข้างเคียงจะเพิ่มขึ้นจากเชื้อไวรัสที่เพิ่มเข้ามาอีก 1 ตัว

แพทย์หญิง M โรงพยาบาลพญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า ข้อดี คือ วัคซีนไขหวัดใหญ่ชนิด 4 สายพันธุ์ เป็นวัคซีนไขหวัดใหญ่ที่ดีที่สุด ณ ตอนนี้ ข้อด้อย คือน่าจะมีรูปแบบ ID เหมือนกับตัวเดิม

จากการสัมภาษณ์พบว่า ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้ง 13 คน สนับสนุนว่า ข้อดี ของวัคซีนไขหวัดใหญ่ ชนิด 4 สายพันธุ์ คือ สามารถป้องกันเชื้อไขหวัดใหญ่ได้ครอบคลุมมากขึ้น มีประสิทธิภาพในการป้องกันเชื้อไขหวัดใหญ่สายพันธุ์ B ได้เพิ่มขึ้น ส่วนข้อด้อย ผู้ให้สัมภาษณ์จำนวน 9 คนสนับสนุนว่า กังวลในเรื่องของอาการข้างเคียงที่อาจจะเพิ่มขึ้น และเนื่องจากเป็นวัคซีนไขหวัดใหญ่ตัวใหม่และเป็นชนิด 4 สายพันธุ์ ตัวแรก จึงควรมีข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับการวิจัยทางคลินิกในระยะที่ 4 เพิ่มเติมและเพื่อเพิ่มความมั่นใจให้กับแพทย์ และมีผู้ให้สัมภาษณ์อีก 4 คน ที่ไม่สนับสนุนในบางเรื่อง

3. แนวทางการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด

3.1 ท่านคิดว่าภาพลักษณ์และชื่อเสียงของบริษัท มีส่วนช่วยให้ท่านเลือกใช้ผลิตภัณฑ์วัคซีนมากน้อยเพียงใด และเพราะเหตุใด

นายแพทย์ A อายุรแพทย์ โรงพยาบาลพญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า ผมว่า ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของบริษัท มีส่วนช่วยให้ท่านเลือกใช้ผลิตภัณฑ์วัคซีนพอสมควร เพราะช่วยให้ผมมั่นใจที่จะเลือกยาและวัคซีนให้กับคนไข้

นายแพทย์ B อายุรแพทย์ โรงพยาบาลพญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า ผมว่า ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของบริษัท มีส่วนมากกับผม เพราะบริษัทใหญ่ ๆ จะมีการทำการศึกษาวิจัยมากกว่าบริษัทเล็ก ๆ ซึ่งทำให้ได้เปรียบมากกว่าในด้านความน่าเชื่อถือของผลิตภัณฑ์

นายแพทย์ C กุมารแพทย์ โรงพยาบาลสมิติเวช ศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า ผมว่า ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของบริษัท มีผลต่อความน่าเชื่อถือของผู้บริโภค โดยเฉพาะพวกบริษัทยาใหญ่ ๆ เขาจะมีมาตรฐานต่าง ๆ ดีกว่าบริษัทเล็ก ๆ

แพทย์หญิง D กุมารแพทย์ โรงพยาบาลพญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า สำหรับหมอ หมอว่าภาพลักษณ์และชื่อเสียงของบริษัทมีส่วนในการเลือกใช้วัคซีนคะ เพราะมันคือความไว้วางใจ ซึ่งหมอจะเน้นพิจารณาจากคุณภาพและความปลอดภัยเป็นสำคัญ

นายแพทย์ E อายุรแพทย์ โรงพยาบาลกรุงเทพพญาไท จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า ผมว่า ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของบริษัท มีส่วนบ้าง แต่ผมก็จะเลือกใช้วัคซีนจากคุณภาพและความปลอดภัยของคนไข้เป็นสำคัญ

แพทย์หญิง F กุมารแพทย์ โรงพยาบาลพญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า หมอว่า ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของบริษัท มีส่วนมากนะคะที่จะทำให้เกิดการเลือกใช้วัคซีน เพราะจากที่หมอใช้มาบริษัทใหญ่ ๆ เขาจะมีระบบของ Pharmacovigilance ที่ดี ที่จะช่วยประสานงานเวลาที่มีคนไข้เกิดอาการข้างเคียงหลังจากได้รับวัคซีน ซึ่งก็ทำให้หมออุ่นใจเวลาที่ต้องสื่อสารกับคุณพ่อคุณแม่

แพทย์หญิง G กุมารแพทย์ โรงพยาบาลพญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า หมอว่า ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของบริษัท มีส่วนมากต่อการเลือกใช้วัคซีนคะ เพราะบริษัทใหญ่ ๆ และมีชื่อเสียงจะมีความน่าเชื่อถือและไว้วางใจมากกว่าบริษัทเล็ก ๆ

เภสัชกรหญิง H โรงพยาบาลพญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า พี่ว่าภาพลักษณ์และชื่อเสียงของบริษัท มีส่วนช่วยให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจและความน่าเชื่อถือ ถึงแม้ว่าจะมีผลิตภัณฑ์เหมือนกันแต่บริษัทใหญ่น่าเชื่อถือกว่า

เภสัชกรหญิง I โรงพยาบาลสมิติเวช ศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของบริษัท มีส่วนมากที่ทำให้เกิดการเลือกใช้วัคซีน เพราะถ้าบริษัทไม่มีชื่อเสียง พี่ก็ไม่ค่อยไว้วางใจผลิตภัณฑ์ของบริษัทนั้นเท่าไร

เภสัชกรหญิง J โรงพยาบาล กรุงเทพพทยา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า พี่ว่าภาพลักษณ์ และชื่อเสียงของบริษัท มีส่วนนะคะ เพราะส่วนใหญ่บริษัทใหญ่ ๆ เขาจะมีมาตรฐานการผลิตและการพัฒนาเทคโนโลยีตลอดเวลา อย่างที่ต้องติดต่อกับ Pharmaco vigilance ของแต่ละบริษัทบ่อย พี่ก็มั่นใจว่าบริษัทใหญ่ ๆ จะมีระบบในการติดตามผลที่ดีกว่า

เภสัชกรหญิง K โรงพยาบาล พญาไทศรีราชา จังหวัด ชลบุรี กล่าวว่า พี่เองก็ยังเชื่อมั่นกับคุณภาพของยาและวัคซีนของบริษัทที่มีภาพลักษณ์และชื่อเสียง มากกว่าบริษัท No name เพราะยาแต่ละตัวต้องใช้เวลาในการศึกษาวิจัยนานเป็น 10 ปี

แพทย์หญิง L กุมารแพทย์ โรงพยาบาล พญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของบริษัท มีส่วนนะคะ เพราะหมอจะเลือกวัคซีนให้คนไข้โดยเริ่มพิจารณาบริษัทใหญ่ ๆ ที่มีชื่อเสียงก่อนเป็นอันดับแรก เพราะว่าบริษัทเหล่านี้ทำให้หมอมั่นใจได้ในระดับหนึ่งในเรื่องของคุณภาพวัคซีนคะ

แพทย์หญิง M โรงพยาบาลพญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า หมอก็จะเลือกยาและวัคซีนจากบริษัทที่มีชื่อเสียงให้กับคนไข้ก่อน เพราะมั่นใจในคุณภาพ

จากการสัมภาษณ์พบว่า ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้ง 13 คน สนับสนุนว่าภาพลักษณ์และชื่อเสียงของบริษัท มีส่วนในเลือกใช้ผลิตภัณฑ์วัคซีน เพราะบริษัทที่มีภาพลักษณ์และชื่อเสียงที่ดี ย่อมทำให้นุคลากรทางการแพทย์เกิดความไว้วางใจ และเชื่อถือ ในด้านมาตรฐานในการผลิต คุณภาพและความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ รวมทั้งระบบในการประสานงานและติดตามต่าง ๆ เมื่อลูกค้าพบปัญหา

3.2 การจัดแคมเปญ และการจัดโปรโมชั่น ก่อให้เกิดความสนใจต่อผลิตภัณฑ์วัคซีน มากน้อยเพียงใด และควรจัดในรูปแบบใด

นายแพทย์ A อายุรแพทย์ โรงพยาบาลพญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า ผมว่าการจัดแคมเปญ และการจัดโปรโมชั่น ไม่ได้ก่อให้เกิดความน่าสนใจต่อผลิตภัณฑ์สำหรับผมมากนัก ควรเน้นไปในเรื่องของการให้ข้อมูลวิชาการมากกว่า

นายแพทย์ B อายุรแพทย์ โรงพยาบาลพญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า การจัดแคมเปญ และการจัดโปรโมชั่น เป็นเรื่องที่จำเป็นกับสินค้าทุกประเภทอยู่แล้ว เพราะจะทำให้เกิดความน่าสนใจในผลิตภัณฑ์

นายแพทย์ C กุมารแพทย์ โรงพยาบาลสมิติเวช ศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า ผมว่าการจัดแคมเปญ และการจัดโปรโมชั่น ของผลิตภัณฑ์ประเภทยาและวัคซีนมีความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์อื่น ๆ เพราะต้องคำนึงถึงจริยธรรมด้วย

แพทย์หญิง D กุมารแพทย์ โรงพยาบาลพญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า การจัดแคมเปญ และการจัด โปรโมชัน สำหรับบุคลากรทางการแพทย์อาจจะไม่จำเป็นเท่าไรเพราะหมอคิดว่าหมอเขารู้กันอยู่แล้ว แต่ถ้าจัดในรูปแบบของการประชุมที่เชิญ KOL พูทำให้ความรู้ก็จะเป็นประโยชน์มากกว่า

นายแพทย์ E อายุรแพทย์ โรงพยาบาลกรุงเทพพญาไท จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า ผมว่าการจัดแคมเปญ และการจัด โปรโมชัน จะเกิดความน่าสนใจ ก็ต่อเมื่อกิจกรรมที่บริษัทจัดขึ้นนั้นมีประโยชน์ต่อคนไข้

แพทย์หญิง F กุมารแพทย์ โรงพยาบาลพญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า หมอว่าการจัดแคมเปญและ โปรโมชันต่าง ๆ ควรจะมีนะคะ เพื่อให้เกิดความน่าสนใจในผลิตภัณฑ์ เช่นการประชาสัมพันธ์ผ่าน Social ที่เน้นไปในแนวทางของการให้ข้อมูลแก่ประชาชน

แพทย์หญิง G กุมารแพทย์ โรงพยาบาลพญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า การจัดแคมเปญต่าง ๆ ของบริษัทและการส่งเสริมการขาย มีส่วนช่วยให้เกิดความน่าสนใจในผลิตภัณฑ์และอยากที่จะลองใช้วัคซีนของบริษัทนั้น ๆ และควรจะเป็นกิจกรรมที่มีมีความร่วมมือระหว่างบริษัทและโรงพยาบาล เช่นการรณรงค์จัดกิจกรรมตามวันสำคัญต่าง ๆ ก็น่าจะทำให้ได้ประโยชน์ทั้ง 2 ฝ่าย

เภสัชกรหญิง H โรงพยาบาลพญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า การจัดแคมเปญ และการจัด โปรโมชัน ควรจะเน้นไปทางด้านการให้ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับโรคให้กับประชาชน เช่นสาเหตุขอโรค วิธีการดูแลรักษา ซึ่งอาจจะทำผ่าน Digital media ต่าง ๆ ให้เข้ากับยุคสมัย

เภสัชกรหญิง I โรงพยาบาลสมิติเวช ศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า การการจัดแคมเปญ และการจัด โปรโมชัน ถ้าอยู่ในรูปแบบของการให้ข้อมูลประชาชน จะเป็นประโยชน์มาก

เภสัชกรหญิง J โรงพยาบาล กรุงเทพพญาไท จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า การการจัดแคมเปญ และการจัด โปรโมชัน ที่จะทำให้ผลิตภัณฑ์มีความน่าสนใจและเป็นประโยชน์ด้วย ก็น่าจะเป็นพวกงานประชุมต่าง ๆ

เภสัชกรหญิง K โรงพยาบาล พญาไทศรีราชา จังหวัด ชลบุรี กล่าวว่า กิจกรรมที่บริษัทจัดขึ้น และจะให้ประโยชน์กับบุคลากรทางการแพทย์ ควรเป็นการจัดงานประชุมคะ เพราะพอทำงานแล้ว อาจจะไม่มีเวลาไปอัปเดตข้อมูลความรู้กันเท่าไร ซึ่งถ้าบริษัทสามารถที่จะมาจัดงานประชุมวิชาการเพื่อเผยแพร่ความรู้ให้กับบุคลากรในโรงพยาบาลได้ ก็จะได้มาก

แพทย์หญิง L กุมารแพทย์ โรงพยาบาล พญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า หอมว่าการจัดกิจกรรมทางการตลาด ถ้าจะให้มีความน่าสนใจควรเน้นเผยแพร่ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อประชาชนและสังคม เพราะกิจกรรมเหล่านี้จะช่วยให้อุตสาหกรรมมีภาพลักษณ์ที่ดีด้วย

แพทย์หญิง M โรงพยาบาลพญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า หอมว่าถ้ากิจกรรมที่จัดขึ้นควรเน้นไปที่การสร้าง Knowledge และ Awareness ในโรคต่าง ๆ ให้กับประชาชน เพราะจะเป็นประโยชน์และทำให้ผลิตภัณฑ์มีความน่าสนใจ

จากการสัมภาษณ์พบว่า ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้ง 13 คน สนับสนุนว่า การจัดแคมเปญ และการจัดโปรโมชั่น ที่ก่อให้เกิดความสนใจต่อผลิตภัณฑ์วัคซีน ควรจัดในรูปแบบของการให้ความรู้กับประชาชน และการจัดงานประชุมวิชาการสำหรับบุคลากรทางการแพทย์ รวมทั้งมีการประยุกต์การจัดกิจกรรมต่าง ๆ ผ่านทางสื่อออนไลน์ เพื่อให้เข้ากับยุคสมัยและเพื่อให้เกิดประโยชน์มากที่สุด

3.3 การจัดแคมเปญต่าง ๆ ของบริษัทและการส่งเสริมการขายรูปแบบต่าง ๆ ท่านคิดว่าท่านได้รับประโยชน์มากน้อยเพียงใดและเพราะเหตุใด

นายแพทย์ A อายุรแพทย์ โรงพยาบาลพญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า การจัดแคมเปญต่าง ๆ ของบริษัทและการส่งเสริมการขาย มีประโยชน์น้อยกับผม เพราะปกติพวดยา ห้ามโฆษณาอยู่แล้ว

นายแพทย์ B อายุรแพทย์ โรงพยาบาลพญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า จริง ๆ ผมว่าบริษัทได้ประโยชน์ เพราะการส่งเสริมการขายทำให้คนไข้เกิดความรับรู้จากสื่อต่าง ๆ โดยเฉพาะอินเทอร์เน็ต เพราะเดี๋ยวนี้ก็มีบ้างที่คนไข้มาขอฉีดวัคซีนตามข้อมูลที่ได้มา

นายแพทย์ C กุมารแพทย์ โรงพยาบาลสมิติเวช ศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า สำหรับผม การจัดแคมเปญต่าง ๆ ของบริษัทและการส่งเสริมการขาย มีประโยชน์น้อยกับผม

แพทย์หญิง D กุมารแพทย์ โรงพยาบาลพญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า ถ้าจัดในรูปแบบของการประชุมที่เชิญ KOL พูดให้ความรู้ก็จะเป็นประโยชน์มากกว่า

นายแพทย์ E อายุรแพทย์ โรงพยาบาลกรุงเทพพญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า การจัดแคมเปญต่าง ๆ ของบริษัทและการส่งเสริมการขาย ถ้าเป็นประโยชน์กับคนไข้ก็จะเป็นประโยชน์มาก แต่ก็อยากให้อุตสาหกรรมทำภายใต้กฎของ PREMA ไม่ใช่ชวนเชื่อกับคนไข้มากเกินไป เพราะมันผิดศีลธรรม

แพทย์หญิง F กุมารแพทย์ โรงพยาบาลพญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า หอมว่าถ้าการจัดกิจกรรมของบริษัทที่เน้นให้ข้อมูลแก่แพทย์ ก็จะเป็นประโยชน์มาก เพราะหอมจะได้อัปเดตข้อมูลวิชาการใหม่ ๆ

แพทย์หญิง G กุมารแพทย์ โรงพยาบาลพญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า ควรจะเป็นกิจกรรมที่มีความร่วมมือระหว่างบริษัทและโรงพยาบาล เช่นการรณรงค์จัดกิจกรรมตามวันสำคัญต่าง ๆ ก็น่าจะทำให้ได้ประโยชน์ทั้ง 2 ฝ่าย ค่ะ

เภสัชกรหญิง H โรงพยาบาลพญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า การจัดกิจกรรมให้เห็น คนไข้เป็นศูนย์กลาง ประโยชน์ก็จะตามมา

เภสัชกรหญิง I โรงพยาบาลสมิติเวช ศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า การจัดแคมเปญต่าง ๆ ของบริษัทและการส่งเสริมการขาย เป็นประโยชน์เพราะจะช่วยกระตุ้นให้บุคลากรทางการแพทย์เอง และประชาชนด้วย

เภสัชกรหญิง J โรงพยาบาล กรุงเทพพทยา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า ถ้าเป็นประชุมวิชาการ ก็จะเป็นประโยชน์

เภสัชกรหญิง K โรงพยาบาล พญาไทศรีราชา จังหวัด ชลบุรี กล่าวว่า ถ้าบริษัทจะสามารถที่จะมาจัดงานประชุมวิชาการเพื่อเผยแพร่ความรู้ให้กับบุคลากรในโรงพยาบาลได้ ก็จะเป็นประโยชน์

แพทย์หญิง L กุมารแพทย์ โรงพยาบาล พญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า ควรเน้นเผยแพร่ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อประชาชนและสังคมซึ่งจะทำให้คนไข้ได้รับประโยชน์

แพทย์หญิง M โรงพยาบาลพญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า ถ้ากิจกรรมเน้นไปที่การสร้าง Knowledge และ Awareness ในโรคต่าง ๆ ก็จะเป็นประโยชน์

จากการสัมภาษณ์พบว่า ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้ง 10 คนสนับสนุนว่า การจัดแคมเปญต่าง ๆ ของบริษัทและการส่งเสริมการขายรูปแบบต่าง ๆ กิจกรรมในรูปแบบของการเผยแพร่ข้อมูลความรู้ให้กับประชาชนและบุคลากรทางการแพทย์ ก็จะเป็นประโยชน์มาก และผู้ให้สัมภาษณ์ 3 คนกล่าวว่า การจัดแคมเปญต่าง ๆ ของบริษัทและการส่งเสริมการขายรูปแบบต่าง ๆ ตนเองไม่ได้รับประโยชน์แต่บริษัทได้ประโยชน์

3.4 กิจกรรมต่าง ๆ ที่บริษัทจัดขึ้นเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ช่วยทำให้ท่านอยากที่จะใช้ผลิตภัณฑ์วัคซีนของบริษัทนั้น ๆ อย่างไรก็ดีหรือไม่ และเพราะเหตุใด

นายแพทย์ A อายุรแพทย์ โรงพยาบาลพญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า กิจกรรมต่าง ๆ ที่บริษัทจัดขึ้นเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า มันก็ช่วยให้ผมอยากใช้วัคซีนของบริษัทนั้น เพราะช่วยให้เกิดความผูกพันระหว่างกันมากขึ้น

นายแพทย์ B อายุรแพทย์ โรงพยาบาลพญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า ผมก็เห็นด้วยกับการจัดกิจกรรมเพื่อสร้างความสัมพันธ์ เพราะช่วยให้ความสัมพันธ์ระหว่าง 2 ฝ่าย ดีขึ้น และก็ยังช่วยขยายฐานลูกค้าด้วย

นายแพทย์ C กุมารแพทย์ โรงพยาบาลสมิติเวช ศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า กิจกรรมต่าง ๆ ที่บริษัทจัดขึ้นเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า มันก็ช่วยให้มีโอกาสคุยกันมากขึ้น เพราะบางทีการพูดคุยกันที่ทำงาน อาจจะคุยกันได้ลำบาก ทั้งนี้ก็ต้องขึ้นอยู่กับสถานการณ์

แพทย์หญิง D กุมารแพทย์ โรงพยาบาลพญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า กิจกรรมต่าง ๆ ที่บริษัทจัดขึ้นเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า มันก็ช่วยให้หมอยากใช้วัคซีนของบริษัทนั้นปานกลางนะ เพราะช่วยให้เกิดความผูกพันระหว่างกันในระดับหนึ่ง

นายแพทย์ E อายุรแพทย์ โรงพยาบาลกรุงเทพพญา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า กิจกรรมต่าง ๆ ที่บริษัทจัดขึ้นเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า มันก็ช่วยเรื่องความสัมพันธ์ และก็ช่วยให้หมอยากใช้วัคซีนของบริษัทนั้น ๆ ถ้าบริษัทดูแลและบริการดี

แพทย์หญิง F กุมารแพทย์ โรงพยาบาลพญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า กิจกรรมต่าง ๆ ที่บริษัทจัดขึ้นเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ก็ช่วยให้หมอยากที่จะใช้วัคซีนของบริษัทนั้น ๆ นะคะ เพราะจะทำให้หมอรู้สึกคุ้นเคยและก็รู้จักกันมากขึ้น

แพทย์หญิง G กุมารแพทย์ โรงพยาบาลพญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า กิจกรรมต่าง ๆ ที่บริษัทจัดขึ้นเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า มันก็ช่วยให้หมอเกิดความคุ้นเคยกับบริษัท และทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างบริษัทกับหมอเองแน่นแฟ้นขึ้นค่ะ

เภสัชกรหญิง H โรงพยาบาลพญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า กิจกรรมต่าง ๆ ที่บริษัทจัดขึ้นเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า มันก็ช่วยให้มีโอกาสซักถามข้อสงสัยต่าง ๆ ได้มากขึ้น และก็ทำให้รู้สึกเป็นกันเองมากขึ้น

เภสัชกรหญิง I โรงพยาบาลสมิติเวช ศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า กิจกรรมที่บริษัทจัดขึ้นเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ทำให้พื่อยากที่จะเลือกวัคซีนนั้น ๆ มาใช้ในโรงพยาบาล เพราะถ้าเป็นกิจกรรมที่ดี ก็จะทำให้ประทับใจได้ค่ะ

เภสัชกรหญิง J โรงพยาบาล กรุงเทพพญา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า กิจกรรมสร้างความสัมพันธ์ที่บริษัทจัดขึ้น อาจจะไม่ค่อยมีผลกับพินะคะเพราะสุดท้ายคนที่จะเป็นคนตัดสินใจเลือกใช้ก็คือแพทย์คะ

เภสัชกรหญิง K โรงพยาบาล พญาไทศรีราชา จังหวัด ชลบุรี กล่าวว่า กิจกรรมต่าง ๆ ที่บริษัทจัดขึ้นเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า มันก็มีส่วนช่วยให้ความสัมพันธ์ดีขึ้นบ้าง แต่ที่ว่าสิ่งสำคัญเลยคือความสม่ำเสมอในการมาพบ และการบริการคะ

แพทย์หญิง L กุมารแพทย์ โรงพยาบาล พญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า กิจกรรมต่าง ๆ ที่บริษัทจัดขึ้นเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ควรจะควบคู่ไปกับการบริการลูกค้าที่ดีและสม่ำเสมอ ซึ่งจะช่วยให้หมอยากที่จะใช้วัคซีนของบริษัทนั้น ๆ ต่อเนื่องด้วยคะ

แพทย์หญิง M โรงพยาบาลพญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า กิจกรรมต่าง ๆ ที่บริษัทจัดขึ้นเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ช่วยให้หมอยากที่จะใช้วัคซีนของบริษัทนั้นจะเพราะช่วยให้เกิดความผูกพันระหว่างกันมากขึ้นเหนียวแน่นขึ้น

จากการสัมภาษณ์พบว่า ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้ง 10 คน สนับสนุนว่า กิจกรรมต่าง ๆ ที่บริษัทจัดขึ้นเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า มีส่วนช่วยทำให้เกิดการใช้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทนั้น ๆ เนื่องจากทำให้ความสัมพันธ์ระหว่าง ลูกค้าและบริษัทดีขึ้น มีความผูกพันระหว่างกันมากขึ้น และผู้ให้สัมภาษณ์ 3 คน กล่าวว่าการจัดกิจกรรมเพื่อสร้างความสัมพันธ์ สามารถช่วยสร้างความสัมพันธ์ระหว่างตนกับบริษัทได้ระดับปานกลาง

3.5 ผู้แทนยามีการนำเสนอข้อมูลของวัคซีน รวมทั้งข้อมูลทางการแพทย์ใหม่ ๆ สามารถช่วยสร้างการรับรู้ให้กับท่านได้อย่างไร

นายแพทย์ A อายุรแพทย์ โรงพยาบาลพญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า ผู้แทนยามีการนำเสนอข้อมูลของวัคซีน รวมทั้งข้อมูลทางการแพทย์ใหม่ ๆ เสมอ ก็ช่วยให้ผมรู้ข้อมูลใหม่ และสามารถถามข้อสงสัยเกี่ยวกับวัคซีนด้วย

นายแพทย์ B อายุรแพทย์ โรงพยาบาลพญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า ผู้แทนจะมาช่วยบอกเล่าข้อมูลใหม่ ๆ หรือข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อคนไข้ก็มาบอกเล่า ซึ่งผู้แทนยาก็มีส่วนในการช่วยอัพเดทข้อมูลต่าง ๆ ให้กับผมด้วย

นายแพทย์ C กุมารแพทย์ โรงพยาบาลสมิติเวช ศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า ผู้แทนยามีการนำเสนอข้อมูลของวัคซีนก็ดีนะ แต่ผมว่าสิ่งสำคัญผู้แทนเองก็ควรต้องรู้กาลเทศะของผู้ฟังด้วยว่าพร้อมที่จะฟังหรือไม่ เพราะบางทีผมก็มีคนไข้เยอะ

แพทย์หญิง D กุมารแพทย์ โรงพยาบาลพญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า ผู้แทนยามีการนำเสนอข้อมูลของวัคซีน รวมทั้งข้อมูลทางการแพทย์ซึ่งเป็นสิ่งที่ดี เพราะผู้แทนจะมาช่วยอัพเดทข้อมูล และสรุปสาระสำคัญต่าง ๆ ให้ผมฟังอีกที

นายแพทย์ E อายุรแพทย์ โรงพยาบาลกรุงเทพพญาไท จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า ผู้แทนยามีการนำเสนอข้อมูลของวัคซีน รวมทั้งข้อมูลทางการแพทย์ใหม่ ๆ อย่างสม่ำเสมอ ก็ช่วยสร้างความผูกพันและการรับรู้ให้ผมได้

แพทย์หญิง F กุมารแพทย์ โรงพยาบาลพญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า ผู้แทนยามีการนำเสนอข้อมูลของวัคซีน ควรจะต้องแม่นยำและรู้ข้อมูลของผลิตภัณฑ์ของบริษัทเป็นอย่างดี เพราะผู้แทนก็มีส่วนต่อความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์

แพทย์หญิง G กุมารแพทย์ โรงพยาบาลพญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า ผู้แทน
 ยามีการนำเสนอข้อมูลของวัคซีน ก็ช่วยทำให้หมอเองได้อัพเดทความรู้ตลอดเวลาด้วยเวลาอันสั้น
 ค่ะ เขาก็ช่วยสรุป Key message ให้

เภสัชกรหญิง H โรงพยาบาลพญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า ถ้าผู้แทนเขามี
 ความแม่นยำในด้านเนื้อหาข้อมูลผลิตภัณฑ์ พี่ว่ามักจะดูเป็นมืออาชีพและน่าเชื่อถือมากขึ้น

เภสัชกรหญิง I โรงพยาบาลสมิติเวช ศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า ถ้าผู้แทนเขาเข้ามา
 ให้ข้อมูลใหม่ ๆ อย่างสม่ำเสมอ ก็จะช่วยสร้างความผูกพันและการรับรู้ให้กับพี่ได้ค่ะ

เภสัชกรหญิง J โรงพยาบาล กรุงเทพพทยา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า ผู้แทนเขามีส่วนมาก
 ต่อการรับรู้ของพี่ เพราะเขาจะเป็นคนแรกที่พี่จะนึกถึงเวลาที่อยากรู้ข้อมูลของผลิตภัณฑ์

เภสัชกรหญิง K โรงพยาบาล พญาไทศรีราชา จังหวัด ชลบุรี กล่าวว่า ผู้แทนเขามีการ
 นำเสนอข้อมูลของวัคซีน มีส่วนมากต่อการรับรู้ เพราะผู้แทนเองต้องรู้ข้อมูลผลิตภัณฑ์ของ
 ตัวเองเป็นอย่างดี

แพทย์หญิง L กุมารแพทย์ โรงพยาบาล พญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า ช่วย
 ค่ะ แต่หมอก็อยากจะให้ผู้แทนเขาเน้นพูดคุยเกี่ยวกับวิชาการมากกว่า Social call

แพทย์หญิง M โรงพยาบาลพญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า ผู้แทนเขามีส่วน
 ช่วยให้หมอเกิดการรับรู้มากเลยคะ เพราะหมอก็ต้องตรวจคนไข้เยอะไม่ค่อยมีเวลา ซึ่งน้อง
 ผู้แทนเองเขาก็จะมาคอยช่วยสรุป Key message ให้

จากการสัมภาษณ์พบว่า ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้ง 13 คน สนับสนุนว่า ผู้แทนยาสามารถช่วย
 สร้างการรับรู้ให้กับตนได้ และยังมีส่วนช่วยในการอัพเดทข้อมูลความรู้ใหม่ ๆ และข้อมูลของ
 ผลิตภัณฑ์ให้กับตนด้วย ซึ่งผู้แทนควรจะต้องรู้ข้อมูลของผลิตภัณฑ์ของบริษัทเป็นอย่างดี นอกจากนี้ ยัง
 มีผู้ให้สัมภาษณ์อีก 2 คน แนะนำว่า ผู้แทนควรดูกาลเทศะของแพทย์ก่อนที่จะให้ข้อมูลด้วยว่ามี
 ความพร้อมในการฟังหรือไม่

**3.6 ท่านคิดว่าราคาของวัคซีนไขหวัดใหญ่ชนิด 4 สายพันธุ์ ที่ราคา 400 บาท มีความ
 เหมาะสมหรือไม่ และอย่างไร**

นายแพทย์ A อายุรแพทย์ โรงพยาบาลพญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า ผมว่า
 ราคาเหมาะสม เฉลี่ยตัวละ 100 บาท คิดว่าคนไข้ไม่น่ามีปัญหา ถ้าผมเลือกวัคซีนที่ดีที่สุดให้คนไข้

นายแพทย์ B อายุรแพทย์ โรงพยาบาลพญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า ราคา
 อาจแพงขึ้นนิดหน่อย ก็อาจต้องอธิบายคนไข้ในช่วงแรก

นายแพทย์ C กุมารแพทย์ โรงพยาบาลสมิติเวช ศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า ราคา
 ประมาณ 400 บาท ผมว่าพอรับได้

แพทย์หญิง D กุมารแพทย์ โรงพยาบาลพญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า หมอว่า ราคาเหมาะสม เพราะถือว่าราคาไม่แพงมากเมื่อเทียบกับวัคซีนเสริมตัวอื่น ๆ

นายแพทย์ E อายุรแพทย์ โรงพยาบาลกรุงเทพพญาไท จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า ผมว่า ราคาเหมาะสม เพิ่มขึ้นจากเดิม 60 บาท ไม่น่าส่งผลกระทบต่ออะไร

แพทย์หญิง F กุมารแพทย์ โรงพยาบาลพญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า เหมาะสมค่ะ เพราะก็ถือว่าเป็นวัคซีนที่คุ้มค่า ราคาปานกลาง

แพทย์หญิง G กุมารแพทย์ โรงพยาบาลพญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า หมอว่า เหมาะสมค่ะ ประมาณราคา 100 บาท ต่อไวรัส 1 สายพันธุ์

เภสัชกรหญิง H โรงพยาบาลพญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า ราคาประมาณนี้ กำลังดีค่ะ คุ้มค่าถ้าเทียบกับการช่วย Save cost ให้คนไข้

เภสัชกรหญิง I โรงพยาบาลสมิติเวช ศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า อาจจะแพงขึ้นนิดหน่อย แต่ถ้าประสิทธิภาพมันดีกว่าจริง ๆ ก็สามารถยอมรับได้ค่ะ

เภสัชกรหญิง J โรงพยาบาล กรุงเทพพญาไท จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า พี่ว่าราคา 400 บาท คนไข้เข้าถึงได้ค่ะ

เภสัชกรหญิง K โรงพยาบาล พญาไทศรีราชา จังหวัด ชลบุรี กล่าวว่า เหมาะสมค่ะ ถ้าเทียบกับวัคซีนอื่น ๆ ถือว่าถูกกว่า

แพทย์หญิง L กุมารแพทย์ โรงพยาบาล พญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า เหมาะสมค่ะ แพงกว่าแบบเดิมนิดหน่อย ได้ป้องกันได้ดีขึ้น

แพทย์หญิง M โรงพยาบาลพญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี กล่าวว่า ราคาเหมาะสมค่ะ เฉลี่ยตัวละ 100 บาท คิดว่าคนไข้ไม่น่ามีปัญหา แต่อาจต้องอธิบายเพิ่มหน่อยในช่วงแรก ๆ

จากการสัมภาษณ์พบว่า ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้ง 11 คน สนับสนุนว่า ราคาของวัคซีน ไขหวัดใหญ่ชนิด 4 สายพันธุ์ ที่ราคาประมาณ 400 บาท มีความเหมาะสมกับจำนวนเชื้อไวรัสใน วัคซีน 4 เชื้อ และประสิทธิภาพในการป้องกัน โรคที่เพิ่มขึ้น และสามารถรับได้กับราคานี้ ส่วนผู้ให้ สัมภาษณ์ 2 คน กล่าวว่า ราคาแพงขึ้นจากเดิมนิดหน่อย อาจทำให้ต้องอธิบายคนไข้เพิ่มขึ้นใน ช่วงแรก

การวิเคราะห์ข้อมูลทฤษฎีภูมิ

การวิเคราะห์ PEST Analysis

สภาพแวดล้อมทางการเมือง (Political environment)

คณะรัฐมนตรีมีมติเห็นชอบกับมาตรการควบคุมการเบิกจ่ายงานสวัสดิการการรักษาพยาบาลของข้าราชการ โดยในปีงบประมาณ 2559 รัฐบาลได้มีการจัดสรรงบประมาณไว้ทั้งสิ้น 60,000 ล้านบาท และจะมีการควบคุมการเบิกจ่ายที่เข้มงวดมากขึ้น เพื่อไม่ให้เกินวงเงินที่ตั้งไว้ สำหรับมาตรการการคุมเข้มการเบิกจ่ายค่ารักษาพยาบาลในปี พ.ศ. 2559 จะมีการยกเลิกรายการที่ไม่จำเป็น เช่นการยกเลิกการตรวจสุขภาพที่ไม่จำเป็น เช่นการตรวจสุขภาพปอดปีละ 2 ครั้ง ให้เหลือแค่กรณีที่เกิดความเจ็บป่วย เป็นต้น นอกจากนี้ยังพบว่า การเบิกจ่ายค่ารักษาพยาบาลส่วนใหญ่จะเป็นของข้าราชการที่เกษียณอายุ และมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ด้วยเหตุนี้กรมบัญชีกลางจึงมีแนวคิดที่จะให้บริษัทเอกชนเข้ามารับประกันสุขภาพ

สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ (Economic environment)

เศรษฐกิจไทยในปี พ.ศ. 2559 มีโอกาสขยายตัวอยู่ในระดับประมาณ 4.2 เปอร์เซ็นต์ (ที่ระดับความเชื่อมั่นอยู่ในช่วง 3.9-4.5 เปอร์เซ็นต์) ซึ่งโอกาสในการขยายตัวของเศรษฐกิจไทยจะขึ้นอยู่กับ การขยายตัวของเศรษฐกิจโลก ซึ่งจะช่วยสนับสนุนให้การส่งออกของประเทศสามารถขยายตัวได้ตามเป้าหมาย รวมถึงมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจที่เป็นรูปธรรมของรัฐบาล ซึ่งจะมีส่วนจะเป็นตัวกระตุ้นให้การบริโภคภายในประเทศและการลงทุนของภาคเอกชนขยายตัวเพิ่มขึ้นด้วย โดยการส่งออกสินค้าตลอดทั้งปี พ.ศ. 2559 มีโอกาสขยายตัวอยู่ในระดับประมาณ 5.3 เปอร์เซ็นต์ (ที่ระดับความเชื่อมั่นอยู่ในช่วง 4.8-5.8 เปอร์เซ็นต์) และอัตราเงินเฟ้อทั่วไปตลอดทั้งปี พ.ศ. 2559 คาดว่าจะอยู่ที่ระดับประมาณ 1.4 เปอร์เซ็นต์ (ที่ระดับความเชื่อมั่นอยู่ในช่วง 0.9-1.9 เปอร์เซ็นต์) (รายงานภาวะเศรษฐกิจประจำไตรมาสที่ 3/2558 และคาดการณ์ภาวะเศรษฐกิจในปี พ.ศ. 2558 และปี พ.ศ. 2559, ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย)

สภาพแวดล้อมด้านสังคม (Social environment)

ปัจจุบันประชาชนให้ความสำคัญกับสุขภาพมากขึ้น และนิยมฉีดวัคซีนป้องกันโรคและมีการตรวจสุขภาพมากขึ้น นับตั้งแต่กระทรวงสาธารณสุขได้บรรจุวัคซีนพื้นฐานไว้ในแผนสร้างเสริมภูมิคุ้มกันโรคของประเทศ และค่อย ๆ เพิ่มชนิดวัคซีนที่ค้นพบใหม่เข้าไปเรื่อย ๆ จนครอบคลุมโรคสำคัญหลายโรคในปัจจุบัน ซึ่งทำให้จำนวนของผู้ติดเชื้อจากโรคติดเชื้อในต่าง ๆ ลดลงเป็นจำนวนมาก เช่น โรคโปลิโอ โรคไขหวัดใหญ่ เป็นต้น

นอกจากนี้ สังคมในปัจจุบันยังเข้าสู่ยุค Digital โดยประเทศไทยมีจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเป็นลำดับต้น ๆ ของโลก รวมถึงการใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ เช่น เฟสบุ๊กไลน์ หรือ

แม้กระทั่งการค้นคว้าหาข้อมูลต่าง ๆ จากอินเทอร์เน็ตที่สามารถทำได้ง่าย เป็นแบบไร้รอยต่อ ทำได้
ทุกที่ทุกเวลา

สภาพแวดล้อมทางเทคโนโลยี (Technology environment)

ปัจจุบันวิธีการผลิตวัคซีนมีความก้าวหน้าเป็นอย่างมาก อาจแบ่งวิธีการผลิตตาม
เทคโนโลยี การผลิต Antigen ได้เป็น 4 วิธี คือ

1. First generation vaccine production เป็นการผลิตวัคซีนแบบดั้งเดิม (Conventional
method) ที่ใช้ในการผลิตวัคซีนทั่ว ๆ ไป ได้แก่

1.1 Killed vaccine หรือ Inactivated vaccine antigen ได้จากการนำเชื้อที่ก่อให้เกิดโรคม
มาทำให้ตาย เช่น วัคซีนไทฟอยด์ อหิวาตกโรค ไอกรน โรคพิษสุนัขบ้า ไขหวัดใหญ่ เป็นต้น

1.2 Live attenuated vaccine antigen ได้จากการนำเชื้อที่ก่อให้เกิดโรคมมาทำให้อ่อน
ฤทธิ์ลงจนไม่สามารถก่อโรคได้ เช่น วัคซีนหัด หัดเยอรมัน คางทูม วัคซีนไขหัด เป็นต้น

1.3 Toxoid antigen ได้จากการทำให้ toxin ที่ตัวเชื้อก่อโรคสร้างขึ้นให้หมด
ความเป็นพิษลง เช่น ท็อกซอยบาดทะยัก เป็นต้น

1.4 Subunit vaccine antigen ได้จากการแยกชิ้นส่วนของเชื้อก่อโรค ตาม
ธรรมชาติ เช่น Plasma-derived hepatitis vaccine ซึ่งได้จากการนำ ส่วน HBsAg ของ Hepatitis
Bvirus หรือการนำส่วน Polysaccharide ของเชื้อ Meningococcus และเชื้อ Pneumococcus มาผลิต
เป็น Meningococcal vaccine และ Pneumococcal vaccine

2. Second generation vaccine production antigen เป็นชิ้นส่วนของเชื้อโรคซึ่งได้จากการ
ผลิตในสิ่งมีชีวิต โดยอาศัยความรู้ด้าน Molecular Biology และ Recombinant DNA technology เช่น
Yeast-derived recombinant hepatitis B vaccine

3. Third generation vaccine production antigen เป็นชิ้นส่วนของเชื้อโรค ซึ่ง
ผลิตในหลอดทดลองโดยขบวนการทางเคมีและฟิสิกส์ วัคซีนที่ผลิตโดยวิธีการนี้ยังอยู่ในระหว่าง
การทดลอง

4. Forth generation vaccine production antigen เป็น DNA ของเชื้อโรคที่ควบคุมการ
สร้างโปรตีน ที่สามารถกระตุ้นการสร้างภูมิคุ้มกันได้ เรียกวัคซีน ประเภทนี้ว่า Nucleic acid vaccine
หรือ DNA Vaccine วัคซีนที่ผลิตโดยวิธีการนี้ยังอยู่ในระหว่างการทดลอง

การวิเคราะห์ Five force model

1. สภาพการณ์ของการแข่งขัน (Rivalry) สูง เนื่องจากคู่แข่งมีศักยภาพและมีความสามารถในการแข่งขันสูง มีผลิตภัณฑ์ที่มีคุณสมบัติเหมือนกัน และมีกลุ่มเป้าหมายเดียวกัน รวมทั้งมีความต้องการส่วนแบ่งทางการตลาด และอัตราการเจริญเติบโตที่สูงขึ้น
2. อำนาจการต่อรองของผู้บริโภค (Bargaining power of customers) สูง เนื่องจาก สภาพการแข่งขันในอุตสาหกรรมสูง รวมถึงลูกค้ามองว่าสินค้าของแต่ละบริษัท ไม่มีความแตกต่างกัน จึงทำให้ลูกค้ามีอำนาจในการต่อรองสินค้าเป็นอย่างมาก
3. อำนาจการต่อรองของผู้ผลิต (Bargaining power of suppliers) ปานกลาง เนื่องจากการผลิตวัคซีนมีความซับซ้อนและจำเป็นต้องใช้ การควบคุม อย่างเข้มงวดในทุกช่วงของกระบวนการผลิต วงจรการผลิตวัคซีนนั้นใช้ระยะเวลายาวนานและถูกจำกัดด้วยกำลังการผลิต ทำให้การผลิตสามารถขยายได้ยาก เนื่องจากการกำหนดการสถานที่การผลิตใหม่ใช้เวลานาน 4 ถึง 6 ปี
4. การเข้ามาของผู้ประกอบการรายใหม่ (Threat of new entrants) น้อย เนื่องจาก อุตสาหกรรมวัคซีนเป็นอุตสาหกรรมที่ต้องใช้เงินลงทุนที่สูงมาก และใช้เวลาในการวิจัยและพัฒนาที่ยาวนาน อีกทั้งผลิตภัณฑ์วัคซีนแต่ละชนิดต้องผ่านกระบวนการวิธีการผลิต การศึกษาทดลองทางวิทยาศาสตร์ รวมทั้งการตรวจสอบความปลอดภัยหลายขั้นตอน รวมถึงสถานที่ผลิตต้องได้รับมาตรฐานด้วย ดังนั้นบริษัทวัคซีนรายใหม่จึงต้องใช้เวลาอย่างมากในการที่จะเข้ามาในอุตสาหกรรมวัคซีน
5. การมีสินค้าและบริการอื่นทดแทน (Threat of substitute) น้อย เนื่องจากวัคซีน เป็นสิ่งจำเป็นที่ทุกคนควรจะได้รับเพื่อสร้างภูมิคุ้มกันให้กับร่างกาย รวมถึงกระทรวงสาธารณสุขยังให้ความสำคัญและบังคับให้คนไทยทุกคนต้องได้นัดวัคซีนพื้นฐานให้ครบอีกด้วย

การสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้อำนวยการตลาดของบริษัท A

การวิเคราะห์ปัจจัยภายใน จุดแข็ง (Strengths)

- ด้านการผลิต เป็นผู้ดำเนินการผลิตวัคซีนและมีโรงงานผลิตวัคซีนเป็นของตัวเอง
- ด้านผลิตภัณฑ์ มีผลิตภัณฑ์หลายหลายครอบคลุมทุกช่วงอายุ
- Brand image เป็นบริษัทวัคซีนต้นแบบ (Original vaccine) มีภาพลักษณ์ที่ดีในสายตา ผู้บริโภค
- เทคโนโลยี บริษัทมีเทคโนโลยีปฏิบัติการที่นำสมัยในการคิดค้นพัฒนาวิจัยวัคซีน

จุดอ่อน (Weakness)

- ด้านการตลาดที่ทั่วถึง

1. การที่บริษัทมีผลิตภัณฑ์วัคซีนที่หลากหลาย ทำให้ทำการตลาดได้ไม่ทั่วถึง
2. บริษัทมีงบประมาณในการตลาดน้อยเมื่อเทียบกับคู่แข่ง
3. การทำการตลาดของบริษัทยังมีความไม่ต่อเนื่องในแต่ละผลิตภัณฑ์
 - ด้านผลิตภัณฑ์

1. บริษัทไม่มี Innovation product เช่น วัคซีน HPV, Rota vaccine เป็นต้น
2. ผลิตภัณฑ์วัคซีนเด็กมีจุดอ่อนด้านการสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า

การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก โอกาส (Opportunities)

- องค์การอนามัยโลกสนับสนุนให้ชาวโลกฉีดวัคซีนป้องกันโรค
- รัฐบาลณรงค์ให้เด็กและผู้ใหญ่ฉีดวัคซีนเพื่อป้องกันโรค
- รัฐบาลเปิดโอกาสให้บริษัทวัคซีนเอกชนนำเสนอและประมูลวัคซีนเพื่อใช้เป็น

พื้นฐานให้กับเด็กไทย

อุปสรรค (Threats)

- ตลาดเด็กหดตัวลงเนื่องจากในประเทศไทยมีอัตราการเกิดลดลง จึงทำให้วัคซีนขายได้น้อยลง
- การทำการตลาดของบริษัทฯ และวัคซีนมีขอบเขตจำกัดเนื่องจากต้องเป็นไปตามหลัก Prema code
- เนื่องจากกระบวนการผลิตวัคซีน ไม่สามารถควบคุมปริมาณผลผลิตได้ จึงยากต่อการทำนายปริมาณวัคซีนในแต่ละครั้งที่ผลิต จึงมีผลกระทบในวัคซีนบางตัวที่มีมาไม่สม่ำเสมอ ทำให้ขาดโอกาสที่ดีในการขาย
- เนื่องจากวัคซีนเป็นผลิตภัณฑ์นำเข้า ไม่สามารถควบคุมระบบขนส่งได้
- ในการจำหน่ายวัคซีนแต่ละ Lot ต้องมีการอนุมัติจากกรมวิทยาศาสตร์ ในบางครั้งอาจทำให้เกิดความล่าช้าในระบบราชการ จึงทำให้บริษัทส่งวัคซีนให้กับลูกค้าได้ช้ากว่ากำหนด

กลยุทธ์ระดับองค์กร (Cooperate strategy) ของบริษัท

กลยุทธ์ระดับบริษัทเป็น Growth strategy โดยปีนี้ทางบริษัท A ได้ซื้อบริษัทวัคซีน Shanta ที่ ประเทศอินเดียเพื่อผลิตวัคซีนที่เป็น Innovation ได้แก่ DTWP+HB+HIB, Rota vaccine, HPV เป็นต้น โดยควบคุมมาตรฐานจากประเทศฝรั่งเศสและผ่านการรับรอง WHO Prequalification

กลยุทธ์ระดับธุรกิจ (Business strategy) ของบริษัท

กลยุทธ์ระดับธุรกิจแบ่งเป็น 2 ธุรกิจใหญ่

1. ธุรกิจสำหรับภาครัฐบาล จะเน้น Cost leadership โดยทางบริษัท A มีการร่วมลงทุนกับ GPO MBP ในการผลิตวัคซีนเพื่อส่งให้ภาครัฐ เพื่อให้วัคซีนพื้นฐานแก่เด็กไทย อีกทั้งบริษัทยังซื้อโรงงานวัคซีนจากประเทศอินเดียเพื่อให้ต้นทุนในการผลิตวัคซีนมีราคาถูก
2. ธุรกิจสำหรับภาคเอกชน เน้นการ Differentiate ในวัคซีนเด็กที่งานในโรงพยาบาล เอกชนนั้น จะเน้นความแตกต่างในด้านของประสิทธิภาพของวัคซีน และพยายามทำด้านการตลาดเพื่อเพิ่ม Life cycle ของผลิตภัณฑ์ให้ยาวขึ้น และในปีบริษัทให้ความสำคัญกับการตอบสนองความต้องการของลูกค้า ในแง่ของการฉีดวัคซีนไขหวัดใหญ่ ซึ่งในปัจจุบันวัคซีนในท้องตลาดจะเป็นชนิดที่มี 3 สายพันธุ์ และในปีบริษัท A จะเป็นบริษัทแรกที่ผลิตและจำหน่ายวัคซีนไขหวัดใหญ่ ชนิด 4 สายพันธุ์ได้

เป้าหมายของบริษัท

คือการพยายามรักษายอดขายของวัคซีนทุกตัวและพยายาม Maintain Product life cycle ของแต่ละผลิตภัณฑ์ให้อยู่นานที่สุดโดยจะมี Marketing campaign ในแต่ละของผลิตภัณฑ์ออกมาอยู่เสมอ สำหรับ Action Plan เพื่อให้บริษัทบรรลุถึงเป้าหมายในระยะ 3-5 ข้างหน้าคือต้องแก้จุดอ่อนของบริษัทที่มีอยู่ในปัจจุบันคือต้อง Launch innovation product และเพิ่มวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์ให้ยาวขึ้น โดยปี ค.ศ. 2015 บริษัทจะมีการ Launch วัคซีนไขหวัดใหญ่ชนิด 4 สายพันธุ์ และในปี ค.ศ. 2016 บริษัทจะมี Blockbuster ตัวใหม่ของบริษัทคือ วัคซีนป้องกันโรคไขเลือดออก ซึ่งจะทำรายได้ให้กับบริษัทได้มาก

การวิเคราะห์ STP

Market segmentation

หลักเกณฑ์ที่ใช้ในการแบ่งส่วนตลาด ได้แก่ ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ (Demographic factor) ปัจจัยด้านจิตวิทยา (Psychographic factor) และปัจจัยด้านพฤติกรรมศาสตร์ (Behavioristic factor) โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ (Demographic factor) แบ่งโดย
 - อายุ ตั้งแต่ 6 เดือน ขึ้นไป
 - เพศ ชายและหญิง
 - รายได้ปานกลางถึงรายได้สูง

2. ปัจจัยด้านจิตวิทยา (Psychographic factor) แบ่งโดย

ค่านิยมและรูปแบบการดำเนินชีวิต ใส่ใจในสุขภาพของตนเองและครอบครัว ตระหนักถึงความสำคัญของการฉีดวัคซีนเพื่อป้องกันโรค

3. ปัจจัยด้านพฤติกรรมศาสตร์ (Behavioristic factor) แบ่งโดย

มีพฤติกรรมในการปรึกษาปัญหาสุขภาพกับแพทย์เสมอ ๆ

Market targeting

บริษัทควรเลือกตลาดขนาดใหญ่ ที่ครอบคลุมทุกส่วนแบ่งการตลาด เพราะวัคซีนไขหวัดใหญ่สามารถฉีดได้ในกลุ่มคนที่มีอายุตั้งแต่ 6 เดือน ขึ้นไป และเลือกตลาดเฉพาะกลุ่มสำหรับกลุ่มคนไข้ที่มีโรคประจำตัวเรื้อรัง โดยเฉพาะ คนไข้เบาหวาน คนไข้โรคหัวใจ โดยบริษัทควรมุ่งเน้นที่จะขยายตลาดในกลุ่ม Adult vaccination ซึ่งยังคงมี Coverage ในการฉีดวัคซีนน้อย

Product Positioning

ผลิตภัณฑ์วัคซีนไขหวัดใหญ่ ชนิด 4 สายพันธุ์ เป็นวัคซีนไขหวัดใหญ่ต้นแบบ (Original) ตัวแรกของตลาดที่บริษัท A สามารถพัฒนาขึ้นด้วยเทคโนโลยีขั้นสูง สามารถป้องกันเชื้อไขหวัดใหญ่ได้ครอบคลุมที่สุด และเป็นวัคซีนที่มีความปลอดภัย สามารถใช้ได้ทั้งในเด็กเล็กและหญิงตั้งครรภ์ได้

กลยุทธ์ทางการตลาดของวัคซีนไขหวัดใหญ่ ชนิด 4 สายพันธุ์

กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์

วัคซีนไขหวัดใหญ่ชนิด 4 สายพันธุ์ ของบริษัท A ถือเป็นวัคซีนนวัตกรรมที่บริษัท A สามารถพัฒนาขึ้นได้ ตามประกาศใหม่ขององค์การอนามัยโลกปี ค.ศ. 2014 ที่แนะนำว่า วัคซีนไขหวัดใหญ่ที่ดีควรมีเชื้อไวรัสในวัคซีน จำนวน 4 เชื้อ

วัคซีนไขหวัดใหญ่ชนิด 4 สายพันธุ์ ของบริษัท A ถือเป็นวัคซีนไขหวัดใหญ่ที่สามารถครอบคลุมเชื้อไวรัสได้มากที่สุดในปัจจุบัน ประกอบด้วย เชื้อไวรัสไขหวัดใหญ่สายพันธุ์เอ 2 เชื้อ และเชื้อไวรัสไขหวัดใหญ่สายพันธุ์บี 2 เชื้อ โดยมีประสิทธิภาพในการป้องกันไขหวัดใหญ่สายพันธุ์บีที่เพิ่มขึ้นจากวัคซีนไขหวัดใหญ่แบบเดิม 18 เปอร์เซ็นต์ (ขึ้นกับระบาดวิทยาของเชื้อไขหวัดใหญ่สายพันธุ์บีในปีนั้น ๆ) และเป็นวัคซีนไขหวัดใหญ่ตัวเดียวที่สามารถใช้ได้ทั้งในเด็กที่มีอายุตั้งแต่ 6 เดือน ขึ้นไป และเป็นวัคซีนที่มีข้อมูลความปลอดภัยที่แสดงข้อมูลว่าวัคซีนมีผลข้างเคียงน้อย และไม่แตกต่างจากวัคซีนไขหวัดใหญ่เดิม

กลยุทธ์ราคา

บริษัทใช้กลยุทธ์ในการตั้งราคาให้สูงกว่าคู่แข่ง เนื่องจากวัคซีนไขหวัดใหญ่ ชนิด 4 สายพันธุ์ ถือเป็นวัคซีนนวัตกรรม และเป็นวัคซีนไขหวัดใหญ่ ชนิด 4 สายพันธุ์ ตัวแรกของตลาด โดย

ราคาต้นทุนประมาณ 400 บาทต่อวัคซีน 1 เข็ม (ราคาเพิ่มขึ้นจากวัคซีนเดิมในตลาด ประมาณ 60 บาท)

กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่าย

เนื่องจากในรูปแบบของธุรกิจที่บริษัทฯไม่สามารถขายผลิตภัณฑ์ให้กับผู้บริโภคได้โดยตรง แต่สามารถจำหน่ายโดยผ่านสถานพยาบาล โดยมีแพทย์เป็นผู้สั่งเท่านั้น โดยช่องทางการจัดจำหน่ายมีดังนี้

1. กลุ่มโรงพยาบาลและคลินิก โดยผู้แทนเวชภัณฑ์มีการติดต่อประสานงานกับบุคลากรทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลหรือคลินิก เมื่อลูกค้ามีการสั่งซื้อวัคซีนของบริษัท บริษัทจะดำเนินการให้ Distributor เป็นผู้นำส่งสินค้าของบริษัทให้กับโรงพยาบาล
2. ช่องทางการจัดจำหน่ายทางอ้อม โดยการร่วมมือกันระหว่างบริษัท A กับทีมการตลาดของโรงพยาบาล ในการขยายตลาดไปยัง โรงเรียน โรงงาน โดยต้องเป็นการทำตลาดในนามของโรงพยาบาลเท่านั้น เพราะบริษัทไม่สามารถทำการตลาดโดยตรงกับลูกค้าได้

กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด

เป็นเครื่องมือสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ เพื่อสร้างการรับรู้ ความพึงพอใจ ความภักดีต่อ ตราสินค้าและบริการ ซึ่งจะส่งผลให้เกิดการเพิ่มยอดขายและความสามารถในการแข่งขันให้กับบริษัท โดยกลยุทธ์ในการสื่อสารไปยังลูกค้าเป้าหมาย มีดังนี้

1. การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal selling)

การขายโดยพนักงานขายหรือผู้แทนเวชภัณฑ์นี้มีความสำคัญมากที่จะทำให้บริษัทมียอดขายของวัคซีนไขหวัดใหญ่ชนิด 4 สายพันธุ์ ได้ เนื่องจากผลิตภัณฑ์วัคซีนไขหวัดใหญ่ ชนิด 4 สายพันธุ์นี้เป็นผลิตภัณฑ์ที่ต้องมีการติดตามผล และสามารถสั่งใช้ได้โดยแพทย์เท่านั้น ดังนั้นผู้แทนเวชภัณฑ์จึงเป็นสื่อกลางระหว่างบริษัทกับลูกค้าที่เป็นบุคลากรทางการแพทย์ โดยเป็นการสื่อสารระหว่างบุคคลเพื่อพยายามจูงใจลูกค้าให้เลือกใช้ผลิตภัณฑ์ของบริษัท
2. การส่งเสริมการขาย (Sale promotion)
 - การกระตุ้นให้โรงพยาบาลจัด โปร โมชั่นแพ็คเกจวัคซีน (Package of influenza vaccine premium) เพื่อให้โรงพยาบาลเป็นสื่อกลางในการนำเสนอข้อมูลผลิตภัณฑ์ของบริษัทให้แก่ลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย
 - ทำโปรแกรมการสร้างความภักดี (Loyalty program) กับโรงพยาบาล โดยใช้การสะสมคะแนนเมื่อลูกค้ามีการสั่งซื้อของบริษัท A เพื่อแลกของรางวัลที่เป็นประโยชน์แก่การบริการลูกค้าของโรงพยาบาล

3. การจัดกิจกรรมสำหรับบุคลากรทางการแพทย์ (Event marketing) เป็นกิจกรรมที่ส่งเสริมการรับรู้ในผลิตภัณฑ์และภาพลักษณ์ของบริษัท (Brand image) รวมทั้งการจัดงานประชุมเพื่อเผยแพร่ความรู้และข้อมูลวิชาการใหม่ ๆ ให้กับบุคลากรทางการแพทย์

- จัดการนำเสนอข้อมูลด้านวิชาการ (Symposium) ในงานประชุมวิชาการต่าง ๆ ทั้งที่บริษัทเป็นคนจัดขึ้นเองและร่วมกับงานประชุมวิชาการที่หน่วยงานกลางจัดขึ้น ได้แก่ สมาคมทารกแรกเกิดแห่งประเทศไทย ราชวิทยาลัยอายุรแพทย์แห่งประเทศไทย สมาคมโรคติดเชื้อแห่งประเทศไทย เป็น

- เชิญผู้นำด้านความคิด (Key Opinion Leaders, KOLs) มาเป็นผู้บรรยาย เกี่ยวกับวัคซีนไขหวัดใหญ่ ชนิด 4 สายพันธุ์ โดยเนื้อหาจะเน้นไปที่ข้อดีของวัคซีนไขหวัดใหญ่ ชนิด 4 สายพันธุ์ และประโยชน์ที่คนไข้จะได้รับ

- การจัดนิทรรศการแสดงสินค้า (Booth exhibition) โดยมีการจัดแสดงผลิตภัณฑ์และให้ข้อมูลของผลิตภัณฑ์ในงาน Event ทุกงานที่บริษัทเข้าร่วมโดยมีเป้าหมายให้ บุคลากรทางการแพทย์เพิ่มการรับรู้ต่อผลิตภัณฑ์ เพื่อกระตุ้นความสนใจและอยากใช้ผลิตภัณฑ์ของแพทย์

4. การสนับสนุน (Sponsorship)

- โดยการให้การสนับสนุนลงทะเบียนประชุมวิชาการแก่บุคลากรทางการแพทย์เพื่อเข้าประชุมงานวิชาการทั้งที่หน่วยงานกลางทางการแพทย์และงานประชุมที่บริษัทจัดขึ้น เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีกับบุคลากรทางการแพทย์ที่บริษัทมุ่งหวัง และสร้างความมั่นใจในผลิตภัณฑ์และเพื่อต่อยอดตราสินค้าของบริษัทอีกด้วย

- สนับสนุน Key Opinion Leaders (KOLs) ไปประชุมวิชาการระดับโลก และระดับภูมิภาคเกี่ยวกับวัคซีนไขหวัดใหญ่เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่าง KOLs กับบริษัท และเพื่อให้ KOLs มาช่วยเผยแพร่ข้อมูลทางการแพทย์ที่ได้จากการประชุมให้กับบุคลากรทางการแพทย์ในประเทศไทยต่อไป

5. การใช้บุคคลอ้างอิง (Referral)

สร้างผู้นำทางด้านความคิด (Create new KOLs) เพื่อเพิ่มบุคคลอ้างอิง และบุคคลที่เผยแพร่การรับรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์วัคซีนไขหวัดใหญ่ ชนิด 4 สายพันธุ์ ให้กับบุคลากรทางการแพทย์อื่น ๆ ให้รู้จักวัคซีนไขหวัดใหญ่ ชนิด 4 สายพันธุ์ ในวงกว้าง โดยเพิ่ม KOLs ที่เป็นอายุรแพทย์ และแพทย์ผู้เชี่ยวชาญทางด้านต่อมไร้ท่อ

6. การโฆษณา (Advertising)

สำหรับบุคลากรทางการแพทย์ บริษัททำโฆษณาลงในนิตยสาร “วงการแพทย์”, “Medical time” สำหรับผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย เนื่องจากข้อจำกัดที่บริษัทฯ ไม่สามารถทำการตลาด

โดยตรงกับผู้บริโภคได้ ตามข้อกำหนดขององค์การอาหารและยา จึงทำให้บริษัทสามารถสื่อสารถึงกลุ่มเป้าหมายได้เพียงการให้ข้อมูลเชิงความรู้เกี่ยวกับโรค และคุณสมบัติของวัคซีน โดยผ่านบทความที่เขียนโดยแพทย์ หรือ โปสเตอร์และแผ่นพับที่ได้รับการตรวจสอบจากองค์การอาหารและยา ก่อนที่จะนำมาใช้

กลยุทธ์อื่น ๆ เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน

1. ปรับปรุงพัฒนาเว็บไซต์ (Website) โดยการทำให้เว็บไซต์มีการปรับปรุงใหม่อยู่เสมอ เพื่อให้ทันต่อ เหตุการณ์ต่าง ๆ ซึ่งผู้ที่สนใจข้อมูลด้านวัคซีนสามารถเข้ามาดูและแลกเปลี่ยนข้อคิดเห็นได้ ดังนี้

สมาชิก บริษัท A club เปิดให้บุคลากรทางการแพทย์สามารถเป็นสมาชิกเพื่อ เข้าสู่ระบบสามารถทราบข้อมูลเชิงลึกของวัคซีนแต่ละตัวได้

- จัดหมายข่าวอิเล็กทรอนิกส์ (E-newsletter) ที่จะมีการส่งข่าวสาร และสถานการณ์ด้านวัคซีน ต่าง ๆ ทั่วโลก ให้กับสมาชิกทางอิเล็กทรอนิกส์ รวมถึงมีการแจ้งประชาสัมพันธ์งานประชุมวิชาการต่าง ๆ ด้วย

- มีกระดานแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์ระหว่างกัน ซึ่งเป็นช่องทางสื่อสาร สำหรับบุคลากรทางการแพทย์ที่เป็นสมาชิกในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นด้านวัคซีน นอกจากนี้ถ้ามีคำถามก็สามารถสอบถามผ่านทางเว็บไซต์ได้ โดยทางบริษัทจะเป็นสื่อกลางและสอบถามกับ KOLs

2. บริษัทควรมีการจัดทำ Digital content ที่มุ่งเน้นการทำการตลาดโดยผ่านช่องทางของการสื่อสารออนไลน์ โดยการร่วมมือกับ โรงพยาบาลเอกชนชั้นนำต่าง ๆ ในการเผยแพร่ Content ที่เป็นประโยชน์ในนามโรงพยาบาล

กลยุทธ์ด้านบุคคล

บริษัทควรมุ่งเน้นการพัฒนาศักยภาพของผู้แทนเวชภัณฑ์ โดยการอบรมเพื่อพัฒนาศักยภาพ ทั้งในด้านข้อมูลผลิตภัณฑ์ เทคนิคการขาย เทคนิคการนำเสนอ และการพัฒนาในด้านอื่น ๆ ที่จำเป็นและเป็นประโยชน์กับบริษัท เพื่อให้ผู้แทนเวชภัณฑ์มีความเป็นมืออาชีพ และเพื่อให้ลูกค้ามั่นใจและมีความน่าเชื่อถือในตัวผู้แทนและเพื่อภาพลักษณ์ที่ดีของบริษัทด้วย

กลยุทธ์ด้านขั้นตอนการทำงาน

บริษัทต้องพัฒนาขั้นตอนในการบริการลูกค้า โดยเฉพาะเมื่อลูกค้ามีข้อสงสัยหรือพบปัญหาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของบริษัท ซึ่งขั้นตอนต่าง ๆ ควรจะต้องง่าย ชัดเจน และทำให้ลูกค้าได้รับความสะดวก และความรวดเร็วในการให้บริการ เช่น การมีสายด่วน Call center ของบริษัท

กลยุทธ์ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

Promotional material ต่าง ๆ ของบริษัทควรมีเอกลักษณ์ เน้นสื่อถึงความเป็น
นวัตกรรมของผลิตภัณฑ์ และดู Premium น่าใช้

บทที่ 5

อภิปรายและสรุปผล

จากการศึกษา เรื่อง กลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจจำหน่ายผลิตภัณฑ์วัคซีนนำเข้า กรณีศึกษา วัคซีนไขหวัดใหญ่ ชนิด 4 สายพันธุ์ บริษัท A ในบทที่ 5 นี้ จะกล่าวถึงหัวข้อต่าง ๆ ได้แก่

1. สรุปผลการศึกษา
2. อภิปรายผลการศึกษา
3. ข้อจำกัดในการศึกษา
4. ข้อเสนอแนะการวิจัย
5. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

สรุปผลการศึกษา

จากรายงานการศึกษาค้นคว้าเรื่อง กลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจจำหน่ายผลิตภัณฑ์วัคซีนนำเข้า กรณีศึกษา วัคซีนไขหวัดใหญ่ ชนิด 4 สายพันธุ์ บริษัท A เพื่อศึกษาและวิเคราะห์สาเหตุของปัญหา สภาพแวดล้อม คู่แข่งขัน และการรับรู้ของกลุ่มแพทย์และเภสัชกร ในโรงพยาบาลและคลินิก เกี่ยวกับวัคซีนไขหวัดใหญ่ ชนิด 4 สายพันธุ์ และเพื่อหาแนวทางการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดและแนวทางในการทำการตลาดเพื่อเพิ่มยอดขายและเพิ่มความสามารถในการแข่งขันขององค์กรโดยการวิจัยเป็นแบบบูรณาการวิธีการศึกษาข้อมูลทุติยภูมิ และข้อมูลปฐมภูมิ เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ และเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกแพทย์และเภสัชกร ในเขตจังหวัดชลบุรี จำนวน 13 คนจากการศึกษาพบว่า

สภาพแวดล้อมภายนอกที่ส่งผลต่ออุตสาหกรรมวัคซีน ในด้านปัจจัยทางการเมือง ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์วัคซีนของแพทย์และเภสัชกรในโรงพยาบาลเอกชน ส่วนแพทย์ในโรงพยาบาลรัฐ การเมืองอาจจะมีผลบ้างต่อการตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์วัคซีน ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นในด้านนโยบายต่าง ๆ ของกระทรวงสาธารณสุข และกรมบัญชีกลางส่วนปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ พบว่า มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์วัคซีนของแพทย์และเภสัชกร เพราะสถานะเศรษฐกิจที่ไม่ดี จะมีผลต่อการพิจารณาและตัดสินใจของผู้ปกครองมากขึ้น โดยเฉพาะวัคซีนเสริม และวัคซีนทางเลือกที่มีราคาแพง นอกจากนี้ คำแนะนำของแพทย์เองก็มีส่วนต่อการตัดสินใจของผู้ปกครองด้วยส่วนปัจจัยทางด้านสังคม พบว่า ปัจจุบันนี้สังคมเข้าสู่ยุคของอินเทอร์เน็ต และสังคม

ออนไลน์ คนไข้มีข้อมูลความรู้เกี่ยวกับโรคต่าง ๆ ดีขึ้น แต่ก็ควรจะพิจารณาในด้านความน่าเชื่อถือของข้อมูลร่วมด้วย รวมทั้งสังคมออนไลน์เองยังช่วยให้การอัพเดทข้อมูลความรู้ต่าง ๆ ระหว่างแพทย์เองก็ทำได้ง่ายขึ้นด้วย ขณะที่เทคโนโลยีมีส่วนช่วยให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันต่อผลิตภัณฑ์ประเภทวัคซีน ทำให้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทที่มีการนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้เกิดความน่าสนใจ เพราะเทคโนโลยีและนวัตกรรมจะนำมาซึ่งวัคซีนที่ได้รับการพัฒนาให้มีประสิทธิภาพในการป้องกันที่ดีขึ้น อาการข้างเคียงลดลง และสามารถออกฤทธิ์ต่อเชื้อโรคต่าง ๆ ได้อย่างเฉพาะเจาะจงมากขึ้นและพัฒนาให้ทันต่อการพัฒนาของเชื้อโรค ในขณะที่สภาวะการแข่งขันของธุรกิจวัคซีนในปัจจุบันมีการแข่งขันที่เพิ่มขึ้น ซึ่งจะเป็นการแข่งขันที่เน้นในด้านข้อมูลวิชาการของผลิตภัณฑ์ และหลังจากที่มีการควบคุมบริษัทด้วย PREMA ทำให้การแข่งขันในปัจจุบันมีความโปร่งใส และจริยธรรมมากขึ้นนอกจากนี้ พบว่า วัคซีนทดแทนที่จะเข้ามาควรจะต้องมีคุณภาพเทียบเท่ากับวัคซีนต้นแบบในตลาด และควรมีเอกสารงานวิจัยที่แสดงชัดเจนถึงคุณภาพ ประสิทธิภาพและความปลอดภัยที่ดี นอกจากนี้วัคซีนทดแทนยังช่วยให้คนไข้มีทางเลือกมากขึ้น และก็จะทำให้ราคาวัคซีนลดลง

ในเรื่องของ การรับรู้ของกลุ่มบุคลากรทางการแพทย์เกี่ยวกับวัคซีนไขหวัดใหญ่ชนิด 4 สายพันธุ์ พบว่าแพทย์และเภสัชกร ให้ความสำคัญกับโรคไขหวัดใหญ่ โดยเฉพาะในกลุ่มเด็กเล็กและผู้ป่วยที่มีโรคประจำตัว เพราะเชื้อไขหวัดใหญ่สามารถก่อให้เกิดภาวะแทรกซ้อนและการกำเริบของโรคประจำตัวได้ อีกทั้งโรคไขหวัดใหญ่ยังทำให้คนไข้สูญเสียค่าใช้จ่ายทั้งทางตรงและทางอ้อม เช่น การขาดเรียน การขาดงาน เป็นต้น ทั้งนี้วิธีที่ดีที่สุดคือการป้องกันโรคด้วยการฉีดวัคซีนไขหวัดใหญ่ นอกจากนี้ วัคซีนไขหวัดใหญ่ยังเป็นวัคซีนที่ดี ช่วยลดความรุนแรงของโรค และภาวะแทรกซ้อนที่อาจเกิดขึ้นจากการติดเชื้อไขหวัดใหญ่ในคนไข้ทุกกลุ่ม และยังเป็นวัคซีนที่ใช้มานาน มีความปลอดภัย และพบว่าแพทย์และเภสัชกร รู้จักและทราบข้อมูลของวัคซีนไขหวัดใหญ่ชนิด 4 สายพันธุ์ ว่าเป็นวัคซีนไขหวัดใหญ่ที่ประกอบด้วยเชื้อไวรัสในวัคซีนจำนวน 4 สายพันธุ์ ซึ่งประกอบไปด้วย ไวรัสสายพันธุ์ A จำนวน 2 ตัว และไวรัสสายพันธุ์ B จำนวน 2 ตัวซึ่งผู้ให้สัมภาษณ์กล่าวว่า ได้รับข้อมูลของวัคซีนไขหวัดใหญ่ชนิด 4 สายพันธุ์นี้ จากงานประชุมวิชาการต่าง ๆ รวมถึง New recommendation ของ WHO และในปัจจุบันนี้มีวัคซีนไขหวัดใหญ่ของ 3 บริษัท ซึ่งแพทย์และเภสัชกรจะพิจารณาเลือกใช้วัคซีนจาก ประสิทธิภาพในการป้องกัน และความปลอดภัยของวัคซีน ส่วนเมื่อพิจารณาในเรื่องของข้อดีและข้อด้อยของวัคซีนไขหวัดใหญ่ชนิด 4 สายพันธุ์ พบว่าข้อดีของวัคซีนไขหวัดใหญ่ ชนิด 4 สายพันธุ์ คือ สามารถป้องกันเชื้อไขหวัดใหญ่ได้ครอบคลุมมากขึ้น มีประสิทธิภาพในการป้องกันเชื้อไขหวัดใหญ่สายพันธุ์ B ได้เพิ่มขึ้น ขณะที่ข้อด้อยคือ ข้อกังวลของแพทย์ในเรื่องของอาการข้างเคียงที่อาจจะเพิ่มขึ้น และเนื่องจากเป็นวัคซีน

ใช้หวัดใหญ่ตัวใหม่และเป็นชนิด 4 สายพันธุ์ ตัวแรก จึงควรมีข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับการวิจัยทางคลินิกในระยะที่ 4 เพิ่มเติมและเพื่อเพิ่มความมั่นใจให้กับแพทย์

ส่วนในเรื่องของสรุป เรื่องของการวิเคราะห์ SWOT Analysis

จุดแข็ง (Strengths)

- วัคซีนไข้หวัดใหญ่ชนิด 4 สายพันธุ์ ของ บริษัท A เป็นวัคซีนไข้หวัดใหญ่ตัวแรกที่สามารถพัฒนาให้มีเชื้อไวรัสในวัคซีน 4 สายพันธุ์ ได้
- วัคซีนไข้หวัดใหญ่ชนิด 4 สายพันธุ์ ของ บริษัท A เป็นวัคซีนที่ป้องกันเชื้อไวรัสได้ครอบคลุมมากที่สุด
- บริษัท A เป็นผู้นำด้านการผลิตวัคซีนและมีโรงงานผลิตวัคซีนของบริษัท
- มีผลิตภัณฑ์วัคซีนหลากหลายครอบคลุมป้องกันโรคติดเชื้อ มากกว่า 20 ชนิด
- บริษัท A เป็นบริษัทวัคซีนต้นแบบ (Original vaccines) และมีภาพลักษณ์ที่ดี
- บริษัทมีการนำเทคโนโลยีขั้นสูง มาใช้ในการพัฒนาและวิจัยวัคซีน

จุดอ่อน (Weakness)

- ประสิทธิภาพในการป้องกันของวัคซีนขึ้นกับระบาดวิทยาของเชื้อไข้หวัดใหญ่ที่ระบาดในช่วงเวลานั้น ๆ
- วัคซีนไข้หวัดใหญ่ชนิด 4 สายพันธุ์ เป็นวัคซีนใหม่ ยังมีข้อมูลอาจจะมีข้อมูลการศึกษาวิจัยน้อย
- บริษัทมีงบประมาณในการทำการตลาดน้อยกว่าคู่แข่ง
- เนื่องจากบริษัทมีวัคซีนหลากหลาย ทำให้ทำการตลาดยังไม่ทั่วถึง

โอกาส (Opportunity)

- สมาคมราชวิทยาลัยอายุรแพทย์ แนะนำให้มีการฉีดวัคซีนไข้หวัดใหญ่ในทุกกลุ่มอายุ อย่างน้อยปีละ 1 เข็ม
- องค์การอนามัยโลกแนะนำว่า วัคซีนไข้หวัดใหญ่ในปัจจุบันควรมีเชื้อไวรัสที่บรรจุในวัคซีนจำนวน 4 สายพันธุ์
- องค์การอนามัยโลกแนะนำว่าประชาชนควรฉีดวัคซีนไข้หวัดใหญ่เป็นประจำทุกปี อย่างน้อยปีละ 1 เข็ม
- ตลาดของการฉีดวัคซีนในผู้ใหญ่เป็นตลาดที่มีศักยภาพ และสามารถขยายตลาดได้
- กระทรวงสาธารณสุขมีการรณรงค์ฉีดวัคซีนไข้หวัดใหญ่ฟรีให้กับคนไข้กลุ่มเสี่ยง

- รัฐบาลมีการเปิดโอกาสให้บริษัทวัคซีนเอกชนสามารถนำเสนอและเข้าร่วมการประมูลวัคซีนเพื่อใช้เป็นวัคซีนพื้นฐานให้กับเด็กไทย

อุปสรรค (Threats)

- การรับรู้เกี่ยวกับโรคไขหวัดใหญ่ในมุมมองของประชาชนยังไม่เห็นความสำคัญกับโรคไขหวัดใหญ่มากนัก

- ข้อจำกัดในการจัดกิจกรรมทางการตลาดของบริษัทฯและวัคซีน เนื่องจากการจัดกิจกรรมทางการตลาดต่าง ๆ ต้องอยู่ภายใต้ข้อกำหนดของ Prema code

- ในการจำหน่ายวัคซีนในแต่ละ Lot ต้องมีการยื่นอนุมัติจากกรมวิทยาศาสตร์ ซึ่งในบางครั้งอาจทำให้เกิดความล่าช้าในการส่งมอบวัคซีนให้กับลูกค้า

- เนื่องจากวัคซีนเป็นชีววัตถุที่ต้องมีการควบคุมการผลิตที่เข้มงวด และซับซ้อน จึงทำให้การปริมาณวัคซีนที่ผลิตออกมาในแต่ละ Lot มีความไม่แน่นอน คาดการณ์ปริมาณของ Supply ได้ยาก

ในเรื่องของแนวทางการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด พบว่า ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของบริษัท มีส่วนในเลือกใช้ผลิตภัณฑ์วัคซีน เพราะบริษัทที่มีภาพลักษณ์และชื่อเสียงที่ดี ย่อมทำให้บุคลากรทางการแพทย์เกิดความไว้วางใจ และเชื่อถือ ในด้านมาตรฐานในการผลิต คุณภาพและความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ รวมทั้งระบบในการประสานงานและติดตามต่าง ๆ เมื่อลูกค้าพบปัญหา ส่วนในเรื่องของการจัดแคมเปญ และการจัด โปรโมชัน ที่ก่อให้เกิดความสนใจต่อผลิตภัณฑ์วัคซีน ควรจัดในรูปแบบของการให้ความรู้กับประชาชน และการจัดงานประชุมวิชาการสำหรับบุคลากรทางการแพทย์ รวมทั้งมีการประยุกต์การจัดกิจกรรมต่าง ๆ ผ่านทางสื่อออนไลน์ เพื่อให้เข้ากับยุคสมัยและเพื่อให้เกิดประโยชน์มาก ส่วนกิจกรรมต่าง ๆ ที่บริษัทจัดขึ้นเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า พบว่า มีส่วนช่วยทำให้เกิดการใช้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทนั้น ๆ เนื่องจากทำให้ความสัมพันธ์ระหว่าง ลูกค้าและบริษัทดีขึ้น มีความผูกพันระหว่างกันมากขึ้น และผู้แทนยาสามารถมีส่วนช่วยสร้างการรับรู้ให้กับแพทย์และเภสัชกรได้ และยังมีส่วนช่วยในการอัปเดตข้อมูลความรู้ใหม่ ๆ และข้อมูลของผลิตภัณฑ์ให้กับตนด้วย ซึ่งผู้แทนควรจะรู้ข้อมูลของผลิตภัณฑ์ของบริษัทเป็นอย่างดี ส่วนในเรื่องของราคาของวัคซีนไขหวัดใหญ่ชนิด 4 สายพันธุ์ ที่ราคาประมาณ 400 บาทแพทย์และเภสัชกรสามารถยอมรับได้และเห็นว่ามีความเหมาะสมกับจำนวนเชื้อไวรัสในวัคซีน 4 เชื้อ และประสิทธิภาพในการป้องกันโรคที่เพิ่มขึ้น และสามารถรับได้กับราคานี้ แต่อาจจะต้องมีการอธิบายกับคนไข้เพิ่มขึ้นในช่วงแรก

อภิปรายผลการศึกษา

การศึกษาถึงกลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจจำหน่ายผลิตภัณฑ์วัคซีนไขหวัดใหญ่ ชนิด 4 สายพันธุ์ ในครั้งนี้ เป็นการศึกษาถึงประเด็นสำคัญ 3 ส่วนหลัก คือ สภาพแวดล้อมที่ส่งผลต่ออุตสาหกรรมวัคซีน การรับรู้ของกลุ่มบุคลากรทางการแพทย์ต่อวัคซีนไขหวัดใหญ่ ชนิด 4 สายพันธุ์ และแนวทางการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์วัคซีนไขหวัดใหญ่ ชนิด 4 สายพันธุ์ โดยมีการเปรียบเทียบกับทฤษฎีและงานวิจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องดังนี้

นิวัฒน์ สิริจันทร์ (2551) ได้มีการศึกษาค้นคว้าแนวคิดการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ด้านความเชื่อมั่น ความผูกพัน ความร่วมมือ ความพึงพอใจและเทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อความภักดีต่อตราผลิตภัณฑ์ชื่อเทียมของแพทย์เฉพาะทางออร์โธปิดิกส์ในเขตกรุงเทพมหานคร จากผลการศึกษาพบว่าการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ทั้ง 5 ด้าน นั้น ทั้งหมดมีอิทธิพลต่อความภักดีต่อตราสินค้า ผลิตภัณฑ์ชื่อเทียม แต่ได้พบว่าความสัมพันธ์ทางด้านความเชื่อมั่น และความผูกพันของแพทย์นั้น จะมีอิทธิพลต่อความภักดีต่อตราผลิตภัณฑ์ชื่อเทียมมากที่สุด ส่วนความสัมพันธ์ทางด้านความร่วมมือ ความพึงพอใจ และเทคโนโลยีจะมีอิทธิพลต่อความภักดีต่อตราผลิตภัณฑ์ชื่อเทียมรองลงมา และจะไม่มีอิทธิพลต่อความภักดีของแพทย์บางคนในบางเรื่องเท่านั้น เช่น การจัดทำแคมเปญ การจัดโปรโมชั่นของบริษัท และความสำคัญของข้อมูล โดยใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการตัดสินใจซื้อสินค้านั้นมีส่วนค่อนข้างน้อย เพราะแพทย์จะต้องวิเคราะห์ด้วยตนเองก่อนที่จะทำการตัดสินใจซื้อชื่อเทียมของบริษัทนั้น ๆ

ผลการวิจัยพบว่า ความเชื่อมั่นของลูกค้าต่อภาพลักษณ์และชื่อเสียงของบริษัท ส่งผลต่อการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์วัคซีนของบริษัทนั้น ๆ และจะเลือกใช้วัคซีนที่มีคุณภาพ มีประวัติการใช้ที่ยาวนาน มีระบบการบริการลูกค้าที่ดี นอกจากนี้ การตัดสินใจเลือกใช้วัคซีนของแพทย์ยังมีผลมาจากความผูกพันที่มีต่อบริษัทและผู้แทนยาอีกด้วย ซึ่งผลจากการวิจัยตรงกับงานวิจัยของนิวัฒน์ สิริจันทร์ (2551) ในด้านความเชื่อมั่น ความผูกพัน ความร่วมมือ ความพึงพอใจและเทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อความภักดี

ธรวรณัน จงจิตต์ธนบุรณ์ (2551) ศึกษาการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ ของบริษัทยา ที่มีผลต่อการรับรู้คุณค่าตราสินค้าของแพทย์ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า แพทย์กลุ่มตัวอย่างยอมรับการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการของบริษัทยาในรูปแบบการส่งเสริมการขายด้วยค่าเฉลี่ยมากที่สุด มีการยอมรับอยู่ในระดับมาก รองลงมาคือการสื่อสารทางการตลาดแบบการขายโดยพนักงานขาย ซึ่งมีระดับการยอมรับอยู่ในระดับมากเช่นกัน ตามด้วยการสื่อสารทางการตลาดด้วยการโฆษณา และการสื่อสารทางการตลาดแบบการให้ข่าวและการ

ประชาสัมพันธตามลำดับ โดยมีการยอมรับอยู่ในระดับปานกลาง ในขณะที่การสื่อสารทางการตลาดแบบการตลาดทางตรงมีค่าเฉลี่ยระดับการยอมรับน้อยที่สุด การวิเคราะห์ข้อมูลระดับการรับรู้คุณค่าตราสินค้า พบว่าแพทย์กลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้คุณค่าตราสินค้าด้านการตระหนักถึงตราสินค้า ในระดับปานกลาง แต่มีการรับรู้คุณค่าตราสินค้าด้านการภักดีต่อตราสินค้า อยู่ในระดับมาก

ผลการวิจัยพบว่า บุคลากรทางการแพทย์ให้ความสำคัญกับการสื่อสารทางการตลาดที่เน้นทางด้าน การเผยแพร่และให้ความรู้ข้อมูลวิชาการแก่ประชาชนและกลุ่มบุคลากรทางการแพทย์ ซึ่งการจัดกิจกรรมในลักษณะของการเผยแพร่ความรู้จะช่วยให้ผลิตภัณฑ์มีความน่าสนใจ และผู้แทนยาสามารถมีส่วนช่วยสร้างการรับรู้ให้กับแพทย์และเภสัชกรได้ ซึ่งผลจากการวิจัยมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของชรวันทร์ จงจิตต์ธนบุรณ์ (2551)

Phrommintikul et al. (2011) จากการศึกษาผลของการฉีดวัคซีนไข้หวัดใหญ่ช่วยลดอุบัติการณ์ในการเกิดอาการกำเริบของ โรคหัวใจเฉียบพลันในผู้ป่วยที่เป็นโรคหัวใจและหลอดเลือด ผลการศึกษาพบว่า การฉีดวัคซีน ไข้หวัดใหญ่สามารถช่วยลดอุบัติการณ์การเกิดอาการกำเริบเฉียบพลันในกลุ่มคนไข้โรคหัวใจและหลอดเลือดได้เพื่อเป็นการป้องกันการกำเริบของโรคในอนาคตด้วย

ผลการวิจัยพบว่าแพทย์และเภสัชกร ให้ความสำคัญกับโรคไข้หวัดใหญ่ โดยเฉพาะในกลุ่มเด็กเล็กและผู้ป่วยที่มีโรคประจำตัว เพราะเชื่อไข้หวัดใหญ่สามารถก่อให้เกิดภาวะแทรกซ้อนและการกำเริบของโรคประจำตัวได้

Christopher, Payme and Ballentyne (1995, p. 11 อ้างถึงใน รัชฎาภรณ์ ขวัญปัญญา, 2540 หน้า 21) ให้คำนิยามว่า “แนวคิดทางการตลาดที่มุ่งเน้นไปที่การสร้างความสัมพันธ์ทางใจอย่างต่อเนื่องในระยะยาวระหว่างองค์กรกับลูกค้า โดยการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าอย่างสม่ำเสมอด้วยความจริงใจเพื่อที่จะรู้ถึงความต้องการที่แท้จริงของลูกค้า และผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการออกมาสู่ลูกค้าได้อย่างตรงความพอใจของลูกค้า หากสินค้ายี่ห้อใดทำได้ธุรกิจนั้นจะมีผลกำไร เพราะถือเป็นโอกาสที่จะสร้างความจงรักภักดีต่อสินค้านั้น ก็จะแทรกซึมเข้าไปถึงก้นบึ้งหัวใจของลูกค้า”

ผลการวิจัยพบว่า การสร้างสัมพันธ์ทางใจกับลูกค้าอย่างต่อเนื่องในระยะยาวจะทำให้บุคลากรทางการแพทย์เกิดความผูกพันกับบริษัท ซึ่งจะสร้างความภักดีให้กับบริษัทวัคซีนได้เป็นอย่างมาก ซึ่งตรงตามที่ Christopher, Payme and Ballentyne ได้ให้ความนิยามไว้

Van Bellinghen et al (2012) จากการศึกษาศึกษาภาพของการเปรียบเทียบต้นทุน ประสิทธิภาพระหว่างวัคซีนไข้หวัดใหญ่ชนิด 4 สายพันธุ์ และวัคซีนไข้หวัดใหญ่ชนิด 3 สายพันธุ์ ในกลุ่มคนไข้ผู้สูงอายุและ ในคนไข้กลุ่มที่เสี่ยงต่อการติดเชื้อไข้หวัดใหญ่ ในประเทศสหรัฐอเมริกา ผลการศึกษาพบว่า วัคซีนไข้หวัดใหญ่ชนิด 4 สายพันธุ์ ช่วยลดจำนวนผู้ป่วยจากการติดเชื้อไข้หวัด

ใหญ่ได้ 1,393,720 คน และลดจำนวนผู้ป่วยที่ต้องพบแพทย์จากโรคไข้หวัดใหญ่ จำนวน 439,852 คน ลดจำนวนคนไข้ที่เกิดอาการแทรกซ้อนจากเชื้อไข้หวัดใหญ่ได้ จำนวน 167,357 คน ลดจำนวนผู้ป่วยที่เข้ารับการรักษาในโรงพยาบาลอันมีสาเหตุมาจากเชื้อไข้หวัดใหญ่ จำนวน 26,464 คน และสามารถลดจำนวนผู้ป่วยที่เสียชีวิตจากการติดเชื้อไข้หวัดใหญ่ จำนวน 16,471 คน

ผลการวิจัยพบว่า การรับรู้ของกลุ่มบุคลากรทางการแพทย์เกี่ยวกับวัคซีนไข้หวัดใหญ่ ชนิด 4 สายพันธุ์ พบว่าแพทย์และเภสัชกร ให้ความสำคัญกับโรคไข้หวัดใหญ่ โดยเฉพาะในกลุ่มเด็กเล็กและผู้ป่วยที่มีโรคประจำตัว เพราะเชื้อไข้หวัดใหญ่สามารถก่อให้เกิดภาวะแทรกซ้อนและการกำเริบของโรคประจำตัวได้ อีกทั้งโรคไข้หวัดใหญ่ยังทำให้คนไข้สูญเสียค่าใช้จ่ายทั้งทางตรงและทางอ้อม เช่น การขาดเรียน การขาดงาน เป็นต้น ทั้งนี้วิธีที่ดีที่สุดคือการป้องกันโรคด้วยการฉีดวัคซีนไข้หวัดใหญ่ นอกจากนี้วัคซีนไข้หวัดใหญ่ยังเป็นวัคซีนที่ดี ช่วยลดความรุนแรงของโรค และภาวะแทรกซ้อนที่อาจเกิดขึ้นจากการติดเชื้อไข้หวัดใหญ่ในคนไข้ทุกกลุ่ม และยังเป็นวัคซีนที่ใช้นาน มีความปลอดภัย และพบว่าแพทย์และเภสัชกร รู้จักและทราบข้อมูลของวัคซีนไข้หวัดใหญ่ ชนิด 4 สายพันธุ์ ว่าเป็นวัคซีนไข้หวัดใหญ่ที่ประกอบด้วยเชื้อไวรัสในวัคซีนจำนวน 4 สายพันธุ์ ซึ่งประกอบไปด้วย ไวรัสสายพันธุ์ A จำนวน 2 ตัว และไวรัสสายพันธุ์ B จำนวน 2 ส่วน เมื่อพิจารณาในเรื่องของข้อดีและข้อด้อยของวัคซีนไข้หวัดใหญ่ชนิด 4 สายพันธุ์ พบว่าข้อดีของวัคซีนไข้หวัดใหญ่ ชนิด 4 สายพันธุ์ คือ สามารถป้องกันเชื้อไข้หวัดใหญ่ได้ครอบคลุมมากขึ้น มีประสิทธิภาพในการป้องกันเชื้อไข้หวัดใหญ่สายพันธุ์ B ได้เพิ่มขึ้น

ข้อจำกัดในการศึกษา

1. ข้อมูลของบริษัทคู่แข่ง ซึ่งหาได้ยากเพราะคู่แข่งพยายามปกปิดข้อมูลที่เป็นความลับของธุรกิจ
2. ระยะเวลาในการศึกษาวิจัยที่มีอยู่อย่างจำกัด
3. ข้อมูลทางธุรกิจของบริษัท A ที่บางข้อมูลไม่สามารถเปิดเผยได้

ข้อเสนอแนะการวิจัย

ผู้วิจัยได้จัดทำข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในครั้งนี้อย่างที่จะเป็นแนวทางในการปรับปรุงงานวิจัยในอนาคต โดยผู้วิจัยมีความเห็นว่า ปัจจัยสำคัญที่จะส่งผลให้บริษัทวัคซีน สามารถบรรลุเป้าหมายทั้งในเรื่องของการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาด และยอดขายของบริษัทที่เพิ่มขึ้น มี 3 ประเด็น คือ

1. การพัฒนากลยุทธ์ในเรื่องของการสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์วัคซีน (Product differentiate) ด้านคุณภาพ ประสิทธิภาพ ความปลอดภัยของวัคซีนและความเป็นวัคซีนนวัตกรรม โดยมุ่งเน้นให้บุคลากรทางการแพทย์เห็นประโยชน์และข้อดีของผลิตภัณฑ์ที่คนไข้และตนเองจะได้รับจากการฉีดวัคซีนนั้น ๆ

2. บริษัทควรจะพัฒนาศักยภาพของผู้แทนยา ให้มีความเป็นผู้เชี่ยวชาญในเรื่องของวัคซีน พัฒนาทักษะในด้านการสื่อสาร ทักษะด้านการขาย รวมทั้งศักยภาพด้านอื่น ๆ ที่เป็นประโยชน์ เพื่อให้แพทย์เกิดการยอมรับ และเกิดความเชื่อถือในตัวผู้แทนยา เพราะผู้แทนยาเองมีส่วนสำคัญต่อการสื่อสารข้อมูลวัคซีนของบริษัทให้กับแพทย์และมีส่วนในการสร้างการรับรู้ให้กับแพทย์ได้โดยตรง

3. กิจกรรมที่บริษัทจะจัดขึ้นเพื่อให้วัคซีนมีความน่าสนใจ ควรมุ่งเน้นไปในเรื่องของกิจกรรมการประชุมวิชาการ โดยเฉพาะการร่วมมือกับสมาคมแพทย์ต่าง ๆ ที่บุคลากรทางการแพทย์ให้ความสนใจและเป็นกลุ่มที่ตรงกับเป้าหมายของบริษัท เช่น สมาคมโรคติดเชื้อ สมาคมกุมารแพทย์ สมาคมอายุรแพทย์ เป็นต้น เนื่องจากกิจกรรมนี้สามารถตอบสนองความต้องการของบุคลากรทางการแพทย์ การรับรู้ และมีความน่าเชื่อถือมากกว่ากิจกรรมที่บริษัทจัดขึ้นเพื่อเสนอขายวัคซีน

ข้อเสนอแนะในการทำการวิจัยในครั้งต่อไป

1. การสัมภาษณ์เชิงลึกกับแพทย์เฉพาะทางด้านต่อมไร้ท่อ และแพทย์เฉพาะทางด้านโรคหัวใจ เกี่ยวกับการรับรู้และให้ความสำคัญกับวัคซีนไขหวัดใหญ่

2. การสัมภาษณ์ผู้บริหารระดับสูงของบริษัท A เพื่อเปรียบเทียบแนวความคิด และมุมมองในการจัดการเชิงกลยุทธ์

บรรณานุกรม

- กุลกัญญา โชคไพบูลกิจ. (2558). *วัคซีนไข้หวัดใหญ่ชนิด 4 สายพันธุ์*. เข้าถึงได้จาก <http://www.pharmacy.mahidol.ac.th/th/knowledge/article/259/>
- กฤตยาพรรณ จันทร์เกษม. (2551). *กลยุทธ์ธุรกิจ และกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยานำเข้า กลุ่มวัคซีน-กรณีศึกษา บริษัทซานofi ปาสเตอร์ จำกัด*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาการจัดการทางการตลาด, หลักสูตรธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- ฉันทนา สุขโต. (2545). *แผนนโยบายและการดำเนินงานในการรักษาส่วนแบ่งการตลาดยาปฏิชีวนะ Premax ของบริษัท Healthmax*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, หลักสูตรธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ธรวรรณ จงจิตต์ชนบูรณ. (2551). *การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการของบริษัทที่มีผลต่อการรับรู้คุณค่าตราสินค้าของแพทย์ในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, หลักสูตรธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- นภัสนันท์ อนันตประยูร. (2555). *ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้า สำหรับคลินิกเวชกรรม ในห้างสรรพสินค้าเซนทรัล พลาซ่า ชลบุรี*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, หลักสูตรธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- นิวัฒน์ สิริจันทร์ณ. (2551). *การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ที่มีอิทธิพลต่อความภักดีต่อตราผลิตภัณฑ์ซื้อเทียมของแพทย์เฉพาะทางด้านออร์โธปิดิกส์ ในเขตกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษาผลิตภัณฑ์ซื้อเทียมของบริษัท เซิมเมอร์ เมดิคอล (ประเทศไทย) จำกัด*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, หลักสูตรธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการตลาด, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- บริษัทซานofi ปาสเตอร์. (2553). *ความเป็นมาของบริษัทซานofi ปาสเตอร์*. เข้าถึงได้จาก http://en.sanofi.com/our_company/history/history.aspx
- บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์. (2553). *เทคนิคการสร้างเครื่องมือรวบรวม ข้อมูลสำหรับการวิจัย*. (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ: ศรีอนันต์ การพิมพ์.
- รายงานประจำปี บริษัท ซานofi ปาสเตอร์. (2558). *ส่วนแบ่งการตลาดของวัคซีนไข้หวัดใหญ่*. ใน *การประชุมสามัญประจำปี พ.ศ. 2558* (หน้า 5). ม.ป.ท.

- รัชฎาภรณ์ ขวัญปัญญา. (2546). ความคาดหวังของผู้รับบริการและความพึงพอใจในงานบริการ จาก การเปิดรับข่าวสารเชิงสัมพันธ์ภาพของผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต, สาขาวิชาประชาสัมพันธ์, บัณฑิตวิทยาลัย, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิกิรานต์ มงคลจันทร์. (2004). *กลยุทธ์ทางการตลาด*. เข้าถึงได้จาก <http://marketingindeed.exteen.com>
- ศุภณัฐ์ นิโคธานนท์. (2552). *การสื่อสารทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจมาใช้บริการ โรงพยาบาลเอกชล ชลบุรี*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, หลักสูตรธุรกิจ มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย. (2558). *รายงานภาวะเศรษฐกิจ ประจำไตรมาสที่ 3/2558 และคาดการณ์ภาวะเศรษฐกิจในปี พ.ศ. 2559*. เข้าถึงได้จาก http://cebf.utcc.ac.th/file_th_67d1y2015
- ศิริพร จิรวัดน์กุล. (2553). *การวิจัยเชิงคุณภาพ ด้านวิทยาศาสตร์สุขภาพ (พิมพ์ครั้งที่ 2)*. กรุงเทพฯ: วิทยพัฒน์.
- สมาคมผู้วิจัยและพัฒนาเภสัชภัณฑ์. (2558) *สมาคมพรีม่าคือใคร*. เข้าถึงได้จาก www.prema.or.th/about_history.php?menu=2&type=1
- สถาบันวัคซีนแห่งชาติ กรมควบคุมโรค. (2555). *มูลค่าตลาดวัคซีนทั่วโลก*. เข้าถึงได้จาก <http://www.ddc.moph.go.th/newsletter/8158/files/basic-html/page9.html>
- สมาคมราชวิทยาลัยอายุรแพทย์แห่งประเทศไทย. (2558) *คำแนะนำการให้วัคซีนป้องกันโรค สำหรับผู้ใหญ่และผู้สูงอายุ*. ม.ป.ท. แผ่นปลิว.
- สมาคมโรคติดเชื้อในเด็กแห่งประเทศไทย. (2558) *ตารางการให้วัคซีนในเด็กไทยปกติ*. ม.ป.ท. แผ่นปลิว.
- โอฬาร พรหมลิขิต. (2556). *วัคซีน*. กรุงเทพฯ: นพชัยการพิมพ์.
- Phrommintikul, A., Kuanprasert, S., Wongcharoen, W., Kanjanavanit, R., Chaiwarith, R., Sukonthasam, A. (2011). Influenza vaccination reduces cardiovascular events in patients with acute coronary syndrome. *European Heart Journal*, 32, 1730-1735.
- Bccresearch. (2015). *2015 Pharmaceuticals research review*. Retrieved from

<http://www.bccresearch.com/market-research/pharmaceuticals/2015-pharmaceuticals-research-review-report-phm099e.html>

Christopher, M., Payne, A., & Ballentyne, D. (1994). *Relationship marketing: Bring quality customer service and marketing together*. Oxford: Butterworth-Heinemann.

Kotler, P. (1994). *Marketing management: Analysis, planning, implementation and control* (9th ed.). New Jersey: Practice-Hall.

Van Bellinghen, L. A., Meier, G. & Van Vlaenderen, L. (2012). The potential cost-effectiveness of quadrivalent versus trivalent Influenza vaccine in elderly people and clinical risk groups in the UK: A lifetime multi-cohort model. *Diazgranados et al. Vaccine, 31*, 49-57.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

แบบสัมภาษณ์

แบบสัมภาษณ์

ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

- 1.1 ชื่อ-นามสกุล.....
- 1.2 อาชีพ.....ตำแหน่ง.....
สถานที่ทำงาน.....
- 1.3 วัน เดือน ปี ที่สัมภาษณ์.....

คำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์

สภาพแวดล้อมภายนอกที่ส่งผลต่ออุตสาหกรรมวัคซีน

1. ท่านคิดว่าปัจจัยภายนอกทางด้านการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์วัคซีนของท่านอย่างไร

.....

.....

.....

2. ท่านคิดว่าเทคโนโลยี ช่วยให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันมากน้อยเพียงใดต่อผลิตภัณฑ์ประเภทวัคซีน และเพราะเหตุใด

.....

.....

.....

3. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อสถานะการแข่งขันของธุรกิจวัคซีนในปัจจุบัน และเพราะเหตุใด

.....

.....

.....

4. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อผลิตภัณฑ์วัคซีนทดแทน ที่จะเข้ามาในตลาดวัคซีน

.....

.....

.....

การรับรู้ของกลุ่มบุคลากรทางการแพทย์เกี่ยวกับวัคซีนไขหวัดใหญ่ชนิด 4 สายพันธุ์

1. ท่านให้ความสำคัญเกี่ยวกับโรคไขหวัดใหญ่อย่างไร

.....

.....

.....

2. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับวัคซีนไขหวัดใหญ่

.....

.....

.....

3. ท่านรู้จักวัคซีนไขหวัดใหญ่ตัวใหม่ชนิด 4 สายพันธุ์ หรือไม่ และอย่างไร

.....

.....

.....

4. ปัจจุบันท่านใช้วัคซีนไขหวัดใหญ่ของบริษัทใด และมีคุณสมบัติและประสิทธิภาพอย่างไร

.....

.....

.....

5. ท่านคิดว่า ข้อดีและข้อด้อยของวัคซีนไขหวัดใหญ่ชนิด 4 สายพันธุ์ คืออะไร

.....

.....

.....

แนวทางการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด

1. ท่านคิดว่าภาพลักษณ์และชื่อเสียงของบริษัท มีส่วนช่วยให้ท่านเลือกใช้ผลิตภัณฑ์วัคซีนมากน้อยเพียงใด และเพราะเหตุใด

.....

.....

.....

2. การจัดแคมเปญ และการจัดโปรโมชั่น ก่อให้เกิดความสนใจต่อผลิตภัณฑ์วัคซีนมากน้อยเพียงใด และควรจัดในรูปแบบใด

.....

.....

.....

3. การจัดแคมเปญต่าง ๆ ของบริษัทและการส่งเสริมการขายรูปแบบต่าง ๆ ท่านคิดว่าท่านได้รับประโยชน์มากน้อยเพียงใดและเพราะเหตุใด

.....

.....

.....

4. กิจกรรมต่าง ๆ ที่บริษัทจัดขึ้นเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ช่วยทำให้ท่านอยากที่จะใช้ผลิตภัณฑ์วัคซีนของบริษัทนั้น ๆ อย่างต่อเนื่องหรือไม่ และเพราะเหตุใด

.....

.....

.....

5. ผู้แทนยามีการนำเสนอข้อมูลของวัคซีน รวมทั้งข้อมูลทางการแพทย์ใหม่ ๆ สามารถช่วยสร้างการรับรู้ให้กับท่านได้อย่างไร

.....

.....

.....

6. ท่านคิดวราคาราของวัคซีนไขหวัดใหญ่ชนิด 4 สายพันธุ์ ที่ราคา 400 บาท มีความเหมาะสมหรือไม่ และอย่างไร

.....

.....

.....

ภาคผนวก ข
บทสัมภาษณ์

บทสัมภาษณ์ของนายแพทย์ A อายุรแพทย์ โรงพยาบาลพญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี

วันที่สัมภาษณ์ 15 พฤศจิกายน พ.ศ. 2558

“กลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจจำหน่ายผลิตภัณฑ์วัคซีนนำเข้า
กรณีศึกษา วัคซีนไขหวัดใหญ่ชนิด 4 สายพันธุ์ บริษัท A”

สวัสดีค่ะอาจารย์ วันนี้เราจะขออนุญาตสัมภาษณ์เพื่อนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์ในครั้งนี้ มาประกอบการทำงานนิพนธ์ในหัวข้อ “กลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจจำหน่ายผลิตภัณฑ์วัคซีนนำเข้า กรณีศึกษา วัคซีนไขหวัดใหญ่ชนิด 4 สายพันธุ์ บริษัท A” โดยจะมีอยู่ 3 หัวข้อด้วยกัน คือ

1. สภาพแวดล้อมภายนอกที่ส่งผลต่ออุตสาหกรรมวัคซีน
2. การรับรู้ของกลุ่มบุคลากรทางการแพทย์เกี่ยวกับวัคซีนไขหวัดใหญ่ชนิด 4 สายพันธุ์
3. แนวทางการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด

สภาพแวดล้อมภายนอกที่ส่งผลต่ออุตสาหกรรมวัคซีน

ผู้สัมภาษณ์ 1. ท่านคิดว่าปัจจัยภายนอกทางด้านการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์วัคซีนของท่านอย่างไร

นายแพทย์ A - การเมือง ผมคิดว่าการเมืองไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้วัคซีนในโรงพยาบาลเอกชน แต่ก็อาจจะมีผลบ้างต่อโรงพยาบาลรัฐบาล เช่นการออกกฎหมายควบคุมการเบิกจ่ายของกรมบัญชีกลาง โดยเฉพาะค่ายา แต่ปกติพวกวัคซีนคนไข้ก็น่าจะต้องจ่ายเองอยู่แล้ว

- เศรษฐกิจ ผมว่าเศรษฐกิจมีผลพอสมควร เพราะปัจจุบันคนไข้วรรวมทั้งผู้ปกครองคิดเยอะขึ้นว่าจะเลือกฉีดวัคซีนตัวไหนให้ลูก โดยเฉพาะพวกวัคซีนทางเลือกที่ราคาสูง ๆ เช่นพวกวัคซีน IPD

- สังคม ผมว่าปัจจุบันนี้สังคมมันรวดเร็วมากเพราะอินเทอร์เน็ต คนไข้วรรู้ข่าวสารไว ยิ่งพวกเกี่ยวกับโรคภัยไข้เจ็บนี่ยิ่งเร็ว

ผู้สัมภาษณ์ 2. ท่านคิดว่าเทคโนโลยี ช่วยให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันมากน้อยเพียงใดต่อผลิตภัณฑ์ประเภทวัคซีน และเพราะเหตุใด

นายแพทย์ A ผมว่าปัจจุบันแต่ละบริษัทก็ต้องมีการนำเทคโนโลยีมาพัฒนาวัคซีนแข่งกัน ซึ่งนวัตกรรมที่ดีผมว่าต้องนำมาซึ่งวัคซีนที่ปลอดภัยและมีประสิทธิภาพดีด้วย

ผู้สัมภาษณ์ 3. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อสถานะการแข่งขันของธุรกิจวัคซีนในปัจจุบัน และเพราะเหตุใด

- นายแพทย์ A ผมว่าธุรกิจทั้งยาและวัคซีนเดี๋ยวนี้มีการแข่งขันกันเยอะขึ้น ซึ่งเป็นเรื่องการแข่งขันราคาและข้อมูลของผลิตภัณฑ์ ซึ่งผมว่าการเปรียบเทียบที่ดีระหว่างผลิตภัณฑ์ของแต่ละบริษัทควรจะทำแบบ Head to head
- ผู้สัมภาษณ์ 4. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อผลิตภัณฑ์วัคซีนทดแทน ที่จะเข้ามาในตลาดวัคซีน
- นายแพทย์ A ผมว่ามันก็ดีกว่าการที่มีวัคซีนทดแทนเข้ามาในตลาด เพราะมันจะทำให้การแข่งขันเพิ่มขึ้น ทางเลือกเยอะขึ้น และราคาวัคซีนก็น่าจะลดลง

การรับรู้ของกลุ่มบุคลากรทางการแพทย์เกี่ยวกับวัคซีนไขหวัดใหญ่ชนิด 4 สายพันธุ์

- ผู้สัมภาษณ์ 1. ท่านให้ความสำคัญเกี่ยวกับโรคไขหวัดใหญ่อย่างไร
- นายแพทย์ A ผมว่าโรคไขหวัดใหญ่มันเป็นโรคที่ใกล้ตัวมาก ๆ โดยเฉพาะในกลุ่มผู้ป่วยที่มีโรคประจำตัวยิ่งควรฉีดวัคซีนป้องกัน เพราะไขหวัดใหญ่มักเป็นสาเหตุหนึ่งของการกำเริบของโรคประจำตัว
- ผู้สัมภาษณ์ 2. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับวัคซีนไขหวัดใหญ่
- นายแพทย์ A วัคซีนไขหวัดใหญ่ก็เป็นวัคซีนที่ดี ซึ่งสมาคมอายุรแพทย์เองก็แนะนำให้ฉีดเป็น Routine ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 แล้ว
- ผู้สัมภาษณ์ 3. ท่านรู้จักวัคซีนไขหวัดใหญ่ตัวใหม่ชนิด 4 สายพันธุ์ หรือไม่ และอย่างไร
- นายแพทย์ A รู้จัก ว่าเป็นวัคซีนไขหวัดใหญ่ที่จะมีเชื้อไวรัสในวัคซีน 4 สายพันธุ์
- ผู้สัมภาษณ์ 4. ปัจจุบันท่านใช้วัคซีนไขหวัดใหญ่ของบริษัทใด และมีคุณสมบัติและประสิทธิภาพอย่างไร
- นายแพทย์ A ใช้ของบริษัท A เพราะเป็นแบรนด์แรก อาการข้างเคียงน้อย
- ผู้สัมภาษณ์ 5. ท่านคิดว่า ข้อดีและข้อด้อยของวัคซีนไขหวัดใหญ่ชนิด 4 สายพันธุ์ คืออะไร
- นายแพทย์ A - ข้อดี ป้องกันโรคไขหวัดใหญ่ได้ครอบคลุมมากขึ้น
- ข้อด้อย ราคาแพงขึ้น

แนวทางการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด

- ผู้สัมภาษณ์ 1. ท่านคิดว่าภาพลักษณ์และชื่อเสียงของบริษัท มีส่วนช่วยให้ท่านเลือกใช้ผลิตภัณฑ์วัคซีนมากน้อยเพียงใด และเพราะเหตุใด
- นายแพทย์ A ผมว่าภาพลักษณ์และชื่อเสียงของบริษัท มีส่วนช่วยให้ท่านเลือกใช้ผลิตภัณฑ์วัคซีนพอสมควร เพราะช่วยให้ผมมั่นใจที่จะเลือกยาและวัคซีนให้กับคนไข้

- ผู้สัมภาษณ์ 2. การจัดแคมเปญ และการจัดโปรโมชั่น ก่อให้เกิดความสนใจต่อผลิตภัณฑ์วัคซีน
 มากน้อยเพียงใด และควรจัดในรูปแบบใด
- นายแพทย์ A ผมว่าการการจัดแคมเปญ และการจัดโปรโมชั่น ไม่ได้ก่อให้เกิดความน่าสนใจต่อ
 ผลิตภัณฑ์สำหรับผมมากนัก ควรเน้น ไปในเรื่องของการให้ข้อมูลวิชาการมากกว่า
- ผู้สัมภาษณ์ 3. การจัดแคมเปญต่าง ๆ ของบริษัทและการส่งเสริมการขายรูปแบบต่าง ๆ ท่านคิดว่า
 ท่านได้รับประโยชน์มากน้อยเพียงใดและเพราะเหตุใด
- นายแพทย์ A สำหรับผม การจัดแคมเปญต่าง ๆ ของบริษัทและการส่งเสริมการขาย มีประโยชน์
 น้อยกับผม เพราะปกติพวกราห้ามโฆษณาอยู่แล้ว
- ผู้สัมภาษณ์ 4. กิจกรรมต่าง ๆ ที่บริษัทจัดขึ้นเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ช่วยทำให้ท่าน
 อยากที่จะใช้ผลิตภัณฑ์วัคซีนของบริษัทนั้น ๆ อย่างต่อเนื่องหรือไม่ และเพราะเหตุ
 ใด
- นายแพทย์ A กิจกรรมต่าง ๆ ที่บริษัทจัดขึ้นเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า มันก็ช่วยให้ผม
 อยากใช้วัคซีนของบริษัทนั้นนะ เพราะช่วยให้เกิดความผูกพันระหว่างกันมากขึ้น
- ผู้สัมภาษณ์ 5. ผู้แทนยามีการนำเสนอข้อมูลของวัคซีน รวมทั้งข้อมูลทางการแพทย์ใหม่ ๆ
 สามารถช่วยสร้างการรับรู้ให้กับท่านได้อย่างไร
- นายแพทย์ A ผู้แทนยามีการนำเสนอข้อมูลของวัคซีน รวมทั้งข้อมูลทางการแพทย์ใหม่ ๆ เสมอ
 ก็ช่วยให้ผมรู้ข้อมูลใหม่ และสามารถถามข้อสงสัยเกี่ยวกับวัคซีนด้วย
- ผู้สัมภาษณ์ 6. ท่านคิดว่าราคาของวัคซีนไขหวัดใหญ่ชนิด 4 สายพันธุ์ ที่ราคา 400 บาท มีความ
 เหมาะสมหรือไม่ และอย่างไร
- นายแพทย์ A ผมว่าราคาเหมาะสม เฉลี่ยตัวละ 100 บาท คิดว่าคนไข้ไม่น่ามีปัญหา ถ้าผมเลือก
 วัคซีนที่ดีที่สุดให้เขา
-

บทสัมภาษณ์ของนายแพทย์ B อายุรแพทย์ โรงพยาบาลพญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี

วันที่สัมภาษณ์ 15 พฤศจิกายน พ.ศ. 2558

**“กลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจจำหน่ายผลิตภัณฑ์วัคซีนนำเข้า
กรณีศึกษา วัคซีนไขหวัดใหญ่ชนิด 4 สายพันธุ์ บริษัท A”**

สวัสดีค่ะอาจารย์ วันนี้จะขออนุญาตสัมภาษณ์เพื่อนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์ในครั้งนี้ มาประกอบการทำงานนิพนธ์ในหัวข้อ “กลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจจำหน่ายผลิตภัณฑ์วัคซีนนำเข้า กรณีศึกษา วัคซีนไขหวัดใหญ่ชนิด 4 สายพันธุ์ บริษัท A” โดยจะมีอยู่ 3 หัวข้อด้วยกัน คือ

1. สภาพแวดล้อมภายนอกที่ส่งผลต่ออุตสาหกรรมวัคซีน
2. การรับรู้ของกลุ่มบุคลากรทางการแพทย์เกี่ยวกับวัคซีนไขหวัดใหญ่ชนิด 4 สายพันธุ์
3. แนวทางการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด

สภาพแวดล้อมภายนอกที่ส่งผลต่ออุตสาหกรรมวัคซีน

ผู้สัมภาษณ์ 1. ท่านคิดว่าปัจจัยภายนอกทางด้านการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์วัคซีนของท่านอย่างไร

นายแพทย์ B - การเมือง ผมคิดว่าการเมืองไม่ค่อยมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้วัคซีนในโรงพยาบาลเอกชน และก็ยังมึน โขบายที่กระทรวงสาธารณสุขที่มีการณรงค์ให้มีการฉีดวัคซีนฟรีให้กับประชาชนด้วย เช่น วัคซีนคอตีบ วัคซีนไขหวัดใหญ่

- เศรษฐกิจ มีผลบ้าง แต่คนไข้ก็พร้อมจะจ่ายให้กับสิ่งที่ดีที่สุดสำหรับตัวเองและครอบครัวอยู่แล้ว

- สังคม Social network มีผลมากสำหรับปัจจุบัน แม้กระทั่งในกลุ่มแพทย์ด้วยกันเองก็มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลทางการแพทย์โดยผ่านทาง Social network ด้วย

ผู้สัมภาษณ์ 2. ท่านคิดว่าเทคโนโลยี ช่วยให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันมากน้อยเพียงใดต่อผลิตภัณฑ์ประเภทวัคซีน และเพราะเหตุใด

นายแพทย์ B ปัจจุบันเทคโนโลยีเจริญมากขึ้น ทำให้มีวัคซีนใหม่ ๆ ออกมามากขึ้นด้วย ซึ่งผมว่าเป็นเรื่องที่ดีต่อระบบสาธารณสุข

ผู้สัมภาษณ์ 3. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อสถานะการแข่งขันของธุรกิจวัคซีนในปัจจุบัน และเพราะเหตุใด

นายแพทย์ B ผมว่าปัจจุบันการแข่งขันเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะการแข่งขันด้านราคา ซึ่งดีต่อคนไข้ แต่ผมก็อยากให้มีการแข่งขันด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ด้วย

ผู้สัมภาษณ์ 4. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อผลิตภัณฑ์วัคซีนทดแทน ที่จะเข้ามาในตลาดวัคซีน
 นายแพทย์ B วัคซีนทดแทนที่จะเข้ามาในตลาด ถ้ามีคุณภาพใกล้เคียงกับวัคซีนเดิมที่มีมาก่อน ก็
 จะทำให้ผมและคนไข้มีทางเลือกเพิ่มขึ้น ในขณะที่ราคาลดลง

การรับรู้ของกลุ่มบุคลากรทางการแพทย์เกี่ยวกับวัคซีนไขหวัดใหญ่ชนิด 4 สายพันธุ์

ผู้สัมภาษณ์ 1. ท่านให้ความสำคัญเกี่ยวกับโรคไขหวัดใหญ่อย่างไร
 นายแพทย์ B ถึงแม้ว่าคนไข้จะเห็นว่าโรคไขหวัดใหญ่เป็นโรคที่รุนแรงมาก แต่ผมเองก็ยังให้
 ความสำคัญ เพราะว่าโรคไขหวัดใหญ่มันก็ทำให้เสียค่าใช้จ่ายทั้งทางตรง ทางอ้อม
 และค่าเสียโอกาสต่าง ๆ ซึ่งผมเองก็ต้องอธิบายให้คนไข้ฟัง

ผู้สัมภาษณ์ 2. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับวัคซีนไขหวัดใหญ่
 นายแพทย์ B วัคซีนไขหวัดใหญ่ก็เป็นวัคซีนที่โอเค ผมก็พยายามแนะนำให้คนไข้เพราะมันมี
 ข้อมูลที่ช่วยพิสูจน์แล้วว่าวัคซีนไขหวัดใหญ่ มันช่วย Save cost คนไข้ได้ และก็ลด
 ความเสี่ยงจากการเกิดภาวะแทรกซ้อนต่าง ๆ ด้วย

ผู้สัมภาษณ์ 3. ท่านรู้จักวัคซีนไขหวัดใหญ่ตัวใหม่ชนิด 4 สายพันธุ์ หรือไม่ และอย่างไร
 นายแพทย์ A ทราบ ว่าเป็นวัคซีนไขหวัดใหญ่ที่จะมีเชื้อไวรัสในวัคซีน 4 สายพันธุ์ ซึ่งได้ข้อมูล
 มากจากตามงานประชุมต่าง ๆ ของสมาคม

ผู้สัมภาษณ์ 4. ปัจจุบันท่านใช้วัคซีนไขหวัดใหญ่ของบริษัทใด และมีคุณสมบัติและประสิทธิภาพ
 อย่างไร
 นายแพทย์ B ใช้ของบริษัท A และของบริษัท B ก็ใช้สลับ ๆ กันไป เพราะผมว่าประสิทธิภาพใน
 การป้องกันโรคไขหวัดใหญ่ไม่ต่างกัน

ผู้สัมภาษณ์ 5. ท่านคิดว่า ข้อดีและข้อด้อยของวัคซีนไขหวัดใหญ่ชนิด 4 สายพันธุ์ คืออะไร
 นายแพทย์ B - ข้อดี ป้องกันโรคไขหวัดใหญ่ที่เกิดจากเชื้อสายพันธุ์ B ได้เพิ่มขึ้น
 - ข้อด้อย เป็นตัวใหม่ ข้อมูลการศึกษายังไม่มาก

แนวทางการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด

ผู้สัมภาษณ์ 1. ท่านคิดว่าภาพลักษณ์และชื่อเสียงของบริษัท มีส่วนช่วยให้ท่านเลือกใช้ผลิตภัณฑ์
 วัคซีนมากน้อยเพียงใด และเพราะเหตุใด
 นายแพทย์ B ผมว่าภาพลักษณ์และชื่อเสียงของบริษัท มีส่วนมากกับผม เพราะบริษัทใหญ่ ๆ จะ
 มีการทำการศึกษาวิจัยมากกว่าบริษัทเล็ก ๆ ซึ่งทำให้ได้เปรียบมากกว่าในด้าน
 ความน่าเชื่อถือของผลิตภัณฑ์

- ผู้สัมภาษณ์ 2. การจัดแคมเปญ และการจัดโปรโมชั่น ก่อให้เกิดความสนใจต่อผลิตภัณฑ์วัคซีน
 มากน้อยเพียงใด และควรจัดในรูปแบบใด
- นายแพทย์ B การการจัดแคมเปญ และการจัดโปรโมชั่น เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับสินค้าทุกประเภท
 อยู่แล้ว เพราะจะทำให้เกิดความน่าสนใจในผลิตภัณฑ์
- ผู้สัมภาษณ์ 3. การจัดแคมเปญต่าง ๆ ของบริษัทและการส่งเสริมการขายรูปแบบต่าง ๆ ท่านคิดว่า
 ท่านได้รับประโยชน์มากน้อยเพียงใดและเพราะเหตุใด
- นายแพทย์ B จริง ๆ ผมว่าบริษัทได้ประโยชน์ เพราะการส่งเสริมการขายทำให้คนไข้เกิดความ
 รับรู้จากสื่อต่าง ๆ โดยเฉพาะอินเทอร์เน็ต เพราะเดี๋ยวนี้ก็มีบ้างที่คนไข้มาขอฉีด
 วัคซีนตามข้อมูลที่ได้มา
- ผู้สัมภาษณ์ 4. กิจกรรมต่าง ๆ ที่บริษัทจัดขึ้นเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ช่วยทำให้ท่าน
 อยากที่จะใช้ผลิตภัณฑ์วัคซีนของบริษัทนั้น ๆ อย่างต่อเนื่องหรือไม่ และเพราะเหตุ
 ใด
- นายแพทย์ B ผมก็เห็นด้วยกับการจัดกิจกรรมเพื่อสร้างความสัมพันธ์ เพราะช่วยให้
 ความสัมพันธ์ระหว่าง 2 ฝ่าย ดีขึ้น และก็ยังช่วยขยายฐานลูกค้าด้วย
- ผู้สัมภาษณ์ 5. ผู้แทนยามีการนำเสนอข้อมูลของวัคซีน รวมทั้งข้อมูลทางการแพทย์ใหม่ ๆ
 สามารถ ช่วยสร้างการรับรู้ให้กับท่านได้อย่างไร
- นายแพทย์ B ก็ถ้ามีข้อมูลใหม่ ๆ หรือข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อคนไข้ก็มาบอกเล่า ซึ่งผู้แทนยา
 มีส่วนในการช่วยอัปเดตข้อมูลต่าง ๆ ให้กับผมด้วย
- ผู้สัมภาษณ์ 6. ท่านคิดว่าราคาของวัคซีนไขหวัดใหญ่ชนิด 4 สายพันธุ์ ที่ราคา 400 บาท มีความ
 เหมาะสมหรือไม่ และอย่างไร
- นายแพทย์ B ถ้าเทียบกับตัวเดิมก็แพงขึ้นนิดหน่อย ก็อาจต้องอธิบายคนไข้ในช่วงแรก

.....

บทสัมภาษณ์ของนายแพทย์ C กุมารแพทย์ โรงพยาบาล สมิติเวช ศรีราชา จังหวัดชลบุรี

วันที่สัมภาษณ์ 18 พฤศจิกายน พ.ศ. 2558

**“กลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจจำหน่ายผลิตภัณฑ์วัคซีนนำเข้า
กรณีศึกษา วัคซีนไขหวัดใหญ่ชนิด 4 สายพันธุ์ บริษัท A”**

สวัสดีค่ะอาจารย์ วันนี้เราจะขออนุญาตสัมภาษณ์เพื่อนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์ในครั้งนี้ มาประกอบการทำงานนิพนธ์ในหัวข้อ “กลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจจำหน่ายผลิตภัณฑ์วัคซีนนำเข้า กรณีศึกษา วัคซีนไขหวัดใหญ่ชนิด 4 สายพันธุ์ บริษัท A” โดยจะมีอยู่ 3 หัวข้อด้วยกัน คือ

1. สภาพแวดล้อมภายนอกที่ส่งผลต่ออุตสาหกรรมวัคซีน
2. การรับรู้ของกลุ่มบุคลากรทางการแพทย์เกี่ยวกับวัคซีนไขหวัดใหญ่ชนิด 4 สายพันธุ์
3. แนวทางการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด

สภาพแวดล้อมภายนอกที่ส่งผลต่ออุตสาหกรรมวัคซีน

ผู้สัมภาษณ์ 1. ท่านคิดว่าปัจจัยภายนอกทางด้านการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์วัคซีนของท่านอย่างไร

นายแพทย์ C

- การเมือง ปกติการฉีดวัคซีนส่วนใหญ่ คนไข้จะเป็นคนจ่ายเองอยู่แล้ว ผมคิดว่าการเมืองไม่ส่งอะไรกับการตัดสินใจเลือกใช้วัคซีน
- เศรษฐกิจ เศรษฐกิจมีผลพอสมควร เพราะผู้ประกอบการต้องพิจารณาความจำเป็นมากขึ้น โดยเฉพาะพวกวัคซีนเสริมต่าง ๆ
- สังคม เราต้องยอมรับว่าปัจจุบันนี้ กระแสของ Social มาแรงมาก คนไข้ปัจจุบัน Educate มากขึ้น หาข้อมูลได้ง่ายขึ้นจากอินเทอร์เน็ต ซึ่งผมว่าความน่าเชื่อถือของข้อมูลเป็นสิ่งสำคัญมาก

ผู้สัมภาษณ์ 2. ท่านคิดว่าเทคโนโลยี ช่วยให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันมากน้อยเพียงใดต่อผลิตภัณฑ์ประเภทวัคซีน และเพราะเหตุใด

นายแพทย์ C

ถ้าบริษัทมีการพัฒนา และใช้เทคโนโลยีที่ดีขึ้น ก็จะมีวัคซีนใหม่ ๆ ที่พัฒนาทันกับการ Mutate ของเชื้อ ผมเองก็สนับสนุนบริษัทที่มีการใช้นวัตกรรมที่นำมาซึ่งยา และวัคซีนที่ดีขึ้น

ผู้สัมภาษณ์ 3. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อสถานะการแข่งขันของธุรกิจวัคซีนในปัจจุบัน และเพราะเหตุใด

- นายแพทย์ C ผมว่าธุรกิจทั้งยาและวัคซีนในปัจจุบันเพิ่มมากขึ้น และจะเป็นในเรื่องของการแข่งขันด้านข้อมูลผลิตภัณฑ์ รวมถึงการพัฒนา ผมว่าการแข่งขันแบบนี้จะส่งผลดีกับคนไข้ที่จะได้ใช้ยาที่มีประสิทธิภาพดี
- ผู้สัมภาษณ์ 4. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อผลิตภัณฑ์วัคซีนทดแทน ที่จะเข้ามาในตลาดวัคซีน
- นายแพทย์ C ถ้าวัคซีนทดแทนที่จะเข้ามา มี Efficacy ในการป้องกันโรคที่พิสูจน์ให้เห็นว่าไม่ต่างจากวัคซีน Original แต่ราคาถูกกว่าผมก็อาจจะลองใช้

การรับรู้ของกลุ่มบุคลากรทางการแพทย์เกี่ยวกับวัคซีนไขหวัดใหญ่ชนิด 4 สายพันธุ์

- ผู้สัมภาษณ์ 1. ท่านให้ความสำคัญเกี่ยวกับโรคไขหวัดใหญ่อย่างไร
- นายแพทย์ C ผมให้ความสำคัญนะ เพราะเด็กเล็ก ๆ บางทีเข้าคิเดอแต่ยังใช้ยาไม่ค่อยได้เพราะอายุน้อยเกินไป และก็มักเกิด Complication บ่อยมากเอง เช่น Pneumonia พ่อแม่เด็กก็จะกังวลมาก
- ผู้สัมภาษณ์ 2. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับวัคซีนไขหวัดใหญ่
- นายแพทย์ C ผมคิดว่าวัคซีนไขหวัดใหญ่มีประโยชน์ และค่อนข้างปลอดภัยสำหรับเด็ก และก็มีการใช้งานหลายปี
- ผู้สัมภาษณ์ 3. ท่านรู้จักวัคซีนไขหวัดใหญ่ตัวใหม่ชนิด 4 สายพันธุ์ หรือไม่ และอย่างไร
- นายแพทย์ C รู้จัก ว่าเป็นวัคซีนไขหวัดใหญ่ที่จะมีเชื้อไวรัสในวัคซีน 4 สายพันธุ์ โดยมีสายพันธุ์ A 2 ตัวและสายพันธุ์ B 2 ตัว
- ผู้สัมภาษณ์ 4. ปัจจุบันท่านใช้วัคซีนไขหวัดใหญ่ของบริษัทใด และมีคุณสมบัติและประสิทธิภาพอย่างไร
- นายแพทย์ C ใช้ของบริษัท A เพราะเป็น Split vaccines ประสิทธิภาพในการป้องกันดี Side effect น้อย
- ผู้สัมภาษณ์ 5. ท่านคิดว่า ข้อดีและข้อด้อยของวัคซีนไขหวัดใหญ่ชนิด 4 สายพันธุ์ คืออะไร
- นายแพทย์ C - ข้อดี ป้องกันโรคไขหวัดใหญ่ได้ดีขึ้น
- ข้อด้อย น่าจะมีในรูปแบบการฉีด Intradermal เหมือนตัวเดิม เพราะฉีดง่ายกว่า Intramuscular

แนวทางการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด

- ผู้สัมภาษณ์ 1. ท่านคิดว่าภาพลักษณ์และชื่อเสียงของบริษัท มีส่วนช่วยให้ท่านเลือกใช้ผลิตภัณฑ์วัคซีนมากน้อยเพียงใด และเพราะเหตุใด
- นายแพทย์ C ผมว่าภาพลักษณ์และชื่อเสียงของบริษัท มีผลต่อความน่าเชื่อถือของผู้บริโภค โดยเฉพาะพวกบริษัทยาใหญ่ ๆ เขาจะมีมาตรฐานต่าง ๆ ดีกว่าบริษัทเล็ก ๆ
- ผู้สัมภาษณ์ 2. การจัดแคมเปญ และการจัดโปรโมชั่น ก่อให้เกิดความสนใจต่อผลิตภัณฑ์วัคซีนมากน้อยเพียงใด และควรจัดในรูปแบบใด
- นายแพทย์ C ผมว่าการการจัดแคมเปญ และการจัดโปรโมชั่น ของผลิตภัณฑ์ประเภทยาและวัคซีนมีความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์อื่น ๆ เพราะต้องคำนึงถึงจริยธรรมด้วย
- ผู้สัมภาษณ์ 3. การจัดแคมเปญต่าง ๆ ของบริษัทและการส่งเสริมการขายรูปแบบต่าง ๆ ท่านคิดว่าท่านได้รับประโยชน์มากน้อยเพียงใดและเพราะเหตุใด
- นายแพทย์ C สำหรับผม การจัดแคมเปญต่าง ๆ ของบริษัทและการส่งเสริมการขาย มีประโยชน์น้อยกับผม
- ผู้สัมภาษณ์ 4. กิจกรรมต่าง ๆ ที่บริษัทจัดขึ้นเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ช่วยทำให้ท่านอยากที่จะใช้ผลิตภัณฑ์วัคซีนของบริษัทนั้น ๆ อย่างต่อเนื่องหรือไม่ และเพราะเหตุใด
- นายแพทย์ C กิจกรรมต่าง ๆ ที่บริษัทจัดขึ้นเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า มันก็ช่วยให้มีโอกาสคุยกันมากขึ้น เพราะบางทีการพูดคุยกันที่ทำงาน อาจจะคุยกันได้ลำบาก ทั้งนี้ก็ต้องขึ้นอยู่กับสถานการณ์
- ผู้สัมภาษณ์ 5. ผู้แทนขามีการนำเสนอข้อมูลของวัคซีน รวมทั้งข้อมูลทางการแพทย์ใหม่ ๆ สามารถช่วยสร้างการรับรู้ให้กับท่านได้อย่างไร
- นายแพทย์ C ผู้แทนขามีการนำเสนอข้อมูลของวัคซีนที่ดีนะ แต่ผมว่าสิ่งสำคัญผู้แทนเองก็ควรต้องรู้กาลเทศะของผู้ฟังด้วย ว่าพร้อมที่จะฟังไหม เพราะบางทีผมก็มีคนไข้เยอะ
- ผู้สัมภาษณ์ 6. ท่านคิดว่าราคาของวัคซีนไขหวัดใหญ่ชนิด 4 สายพันธุ์ ที่ราคา 400 บาท มีความเหมาะสมหรือไม่ และอย่างไร
- นายแพทย์ C ราคาประมาณ 400 บาท ผมว่าพอรับได้

.....

บทสัมภาษณ์ของแพทย์หญิง D กุมารแพทย์ โรงพยาบาลพญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี

วันที่สัมภาษณ์ 22 พฤศจิกายน พ.ศ. 2558

“กลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจจำหน่ายผลิตภัณฑ์วัคซีนนำเข้า กรณีศึกษา วัคซีนไขหวัดใหญ่ชนิด 4 สายพันธุ์ บริษัท A”

สวัสดีค่ะอาจารย์ วันนี้เราจะขออนุญาตสัมภาษณ์เพื่อนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์ในครั้งนี้ มาประกอบการทำงานนิพนธ์ในหัวข้อ “กลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจจำหน่ายผลิตภัณฑ์วัคซีนนำเข้า กรณีศึกษา วัคซีนไขหวัดใหญ่ชนิด 4 สายพันธุ์ บริษัท A” โดยจะมีอยู่ 3 หัวข้อด้วยกัน คือ

1. สภาพแวดล้อมภายนอกที่ส่งผลต่ออุตสาหกรรมวัคซีน
2. การรับรู้ของกลุ่มบุคลากรทางการแพทย์เกี่ยวกับวัคซีนไขหวัดใหญ่ชนิด 4 สายพันธุ์
3. แนวทางการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด

สภาพแวดล้อมภายนอกที่ส่งผลต่ออุตสาหกรรมวัคซีน

ผู้สัมภาษณ์ 1. ท่านคิดว่าปัจจัยภายนอกทางด้านการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์วัคซีนของท่านอย่างไร

แพทย์หญิง D - การเมือง หอมคิดว่าการเมืองและนโยบายภาครัฐ ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้วัคซีนในโรงพยาบาลเอกชน เพราะคนที่ตัดสินใจเลือกจะขึ้นกับหอมมากกว่าจะเลือกวัคซีนตัวไหนให้คนไข้

- เศรษฐกิจ ช่วงนี้เศรษฐกิจไม่ค่อยดี ขณะที่ต้นทุนยาเพิ่มขึ้นก็ทำให้บางที่ผู้ปกครองก็ต้องเลือกเหมือนกันว่าจะฉีดวัคซีนตัวไหนให้ลูกบ้าง

- สังคม ยุคกระแสนิยม คนไข้ Educate มากขึ้น การฟ้องร้องหมอและโรงพยาบาลเพิ่มขึ้น หอมรู้สึกทำงานยากขึ้นเช่นกัน

ผู้สัมภาษณ์ 2. ท่านคิดว่าเทคโนโลยี ช่วยให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันมากน้อยเพียงใดต่อผลิตภัณฑ์ประเภทวัคซีน และเพราะเหตุใด

แพทย์หญิง D เทคโนโลยี ช่วยให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันแน่นอนค่ะ เพราะเทคโนโลยีจะช่วยให้เรามีคุณภาพดีขึ้น ออกฤทธิ์ตรง Target มากขึ้น

ผู้สัมภาษณ์ 3. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อสถานะการแข่งขันของธุรกิจวัคซีนในปัจจุบัน และเพราะเหตุใด

แพทย์หญิง D หมอบอกตั้งแต่มี PREMA เข้ามาควบคุมดูแลบริษัทฯ ทำให้การแข่งขันดูโปร่งใ
ขึ้นนะคะ มีกฎระเบียบ และมีจริยธรรมมากขึ้น ดีคะหันมาเน้นวิชาการมากกว่า
Entertain

ผู้สัมภาษณ์ 4. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อผลิตภัณฑ์วัคซีนทดแทน ที่จะเข้ามาในตลาดวัคซีน

แพทย์หญิง D หมอบอกว่าวัคซีนทดแทนเองก็มีจุดอ่อนในเรื่องของ Paper ต่าง ๆ นะคะ ถ้าเขาพัฒนา
ในเรื่องของข้อมูลการศึกษาวิจัยให้มีความน่าเชื่อถือขึ้น เช่น กลุ่มตัวอย่างเยอะ ๆ
หรือมีการตีพิมพ์ในวารสารทางการแพทย์ ก็จะน่าสนใจมากขึ้นคะ

การรับรู้ของกลุ่มบุคลากรทางการแพทย์เกี่ยวกับวัคซีนไขหวัดใหญ่ชนิด 4 สายพันธุ์

ผู้สัมภาษณ์ 1. ท่านให้ความสำคัญเกี่ยวกับโรคไขหวัดใหญ่อย่างไร

แพทย์หญิง D หมอบอกว่าสำหรับมุมมองของหมอเด็กเอง ก่อนข้างจะคุ้นเคยกับวัคซีนอยู่แล้ว ซึ่งถ้า
โรคไหนป้องกันการติดเชื้อในเด็ก ๆ ได้ หมอเองก็อยากจะฉีดให้คนไข้คะ

ผู้สัมภาษณ์ 2. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับวัคซีนไขหวัดใหญ่

แพทย์หญิง D วัคซีนไขหวัดใหญ่ก็เป็นวัคซีนที่ดี ซึ่งเราต้องยอมรับว่ามันไม่ป้องกันโรคได้ 100
เปอร์เซ็นต์ ก็จริง แต่มันก็ช่วยลดความรุนแรงของโรคที่จะเกิดขึ้นได้อย่างมี
นัยสำคัญ โดยเฉพาะในเด็ก ๆ คะ

ผู้สัมภาษณ์ 3. ท่านรู้จักวัคซีนไขหวัดใหญ่ตัวใหม่ชนิด 4 สายพันธุ์ หรือไม่ และอย่างไร

แพทย์หญิง D รู้จักคะ ว่าเป็นวัคซีนไขหวัดใหญ่ที่จะมีเชื้อไวรัสในวัคซีน 4 สายพันธุ์ และจะ
ป้องกัน Flu B ได้มากขึ้นกว่าเดิม เพราะมี Flu B 2 ตัว

ผู้สัมภาษณ์ 4. ปัจจุบันท่านใช้วัคซีนไขหวัดใหญ่ของบริษัทใด และมีคุณสมบัติและประสิทธิภาพ
อย่างไร

แพทย์หญิง D ใช้ของบริษัท A เพราะเป็นหมอบอกว่า Side effect น้อยกว่าวัคซีนไขหวัดใหญ่บริษัท
อื่น

ผู้สัมภาษณ์ 5. ท่านคิดว่า ข้อดีและข้อด้อยของวัคซีนไขหวัดใหญ่ชนิด 4 สายพันธุ์ คืออะไร

แพทย์หญิง D - ข้อดี ประสิทธิภาพดีขึ้น
- ข้อด้อย กังวลเรื่อง Side effect จากเชื้อที่เพิ่มขึ้นมา 1 ตัวคะ ต้องคอยดูต่อไป
ระยะ หนึ่งหลังจากมีการใช้ในตลาด

แนวทางการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด

- ผู้สัมภาษณ์ 1. ท่านคิดว่าภาพลักษณ์และชื่อเสียงของบริษัท มีส่วนช่วยให้ท่านเลือกใช้ผลิตภัณฑ์วัคซีนมากน้อยเพียงใด และเพราะเหตุใด
- แพทย์หญิง D สำหรับหมอ หมอว่าภาพลักษณ์และชื่อเสียงของบริษัทมีส่วนในการเลือกใช้วัคซีนคะ เพราะมันคือความไว้วางใจ ซึ่งหมอจะเน้นพิจารณาจากคุณภาพและความปลอดภัยเป็นสำคัญคะ
- ผู้สัมภาษณ์ 2. การจัดแคมเปญ และการจัด โปร โมชั่น ก่อให้เกิดความสนใจต่อผลิตภัณฑ์วัคซีนมากน้อยเพียงใด และควรจัดในรูปแบบใด
- แพทย์หญิง D การการจัดแคมเปญ และการจัด โปร โมชั่น สำหรับบุคคลากรทางการแพทย์อาจจะไม่จำเป็นเท่าไรคะ เพราะหมอดึกว่าหมอเขารู้กันอยู่แล้ว แต่ถ้าจัดในรูปแบบของการประชุมที่เชิญ KOL พูคให้ความรู้ก็จะเป็นประโยชน์มากกว่า
- ผู้สัมภาษณ์ 3. การจัดแคมเปญต่าง ๆ ของบริษัทและการส่งเสริมการขายรูปแบบต่าง ๆ ท่านคิดว่าท่านได้รับประโยชน์มากน้อยเพียงใดและเพราะเหตุใด
- แพทย์หญิง D ก็ตามที่ได้อธิบายไปในข้อที่แล้วคะ
- ผู้สัมภาษณ์ 4. กิจกรรมต่าง ๆ ที่บริษัทจัดขึ้นเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ช่วยทำให้ท่านอยากที่จะใช้ผลิตภัณฑ์วัคซีนของบริษัทนั้น ๆ อย่างต่อเนื่องหรือไม่ และเพราะเหตุใด
- แพทย์หญิง D กิจกรรมต่าง ๆ ที่บริษัทจัดขึ้นเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า มันก็ช่วยให้หมออยากใช้วัคซีนของบริษัทนั้นปานกลางนะ เพราะช่วยให้เกิดความผูกพันระหว่างกันในระดับหนึ่ง
- ผู้สัมภาษณ์ 5. ผู้แทนยามีการนำเสนอข้อมูลของวัคซีน รวมทั้งข้อมูลทางการแพทย์ใหม่ ๆ สามารถช่วยสร้างการรับรู้ให้กับท่านได้อย่างไร
- แพทย์หญิง D ผู้แทนยามีการนำเสนอข้อมูลของวัคซีน รวมทั้งข้อมูลทางการแพทย์ที่ดีคะ เหมือนเขาจะมาอัพเดทข้อมูล และสรุปสาระสำคัญต่าง ๆ ให้หมอฟังอีกที
- ผู้สัมภาษณ์ 6. ท่านคิดว่าราคาของวัคซีนไขหวัดใหญ่ชนิด 4 สายพันธุ์ ที่ราคา 400 บาท มีความเหมาะสมหรือไม่ และอย่างไร
- แพทย์หญิง D หมอว่าราคาเหมาะสม เพราะถือว่าราคาไม่แพงมากเมื่อเทียบกับวัคซีนเสริมตัวอื่น

.....

บทสัมภาษณ์ของนายแพทย์ E อายุรแพทย์ โรงพยาบาลกรุงเทพพัทยา จังหวัดชลบุรี

วันที่สัมภาษณ์ 18 พฤศจิกายน พ.ศ. 2558

“กลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจจำหน่ายผลิตภัณฑ์วัคซีนนำเข้า

กรณีศึกษา วัคซีนไขหวัดใหญ่ชนิด 4 สายพันธุ์ บริษัท A”

สวัสดีค่ะอาจารย์ วันนี้เราจะขออนุญาตสัมภาษณ์เพื่อนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์ในครั้งนี้ มาประกอบการทำงานนิพนธ์ในหัวข้อ “กลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจจำหน่ายผลิตภัณฑ์วัคซีนนำเข้า กรณีศึกษา วัคซีนไขหวัดใหญ่ชนิด 4 สายพันธุ์ บริษัท A” โดยจะมีอยู่ 3 หัวข้อด้วยกัน คือ

1. สภาพแวดล้อมภายนอกที่ส่งผลต่ออุตสาหกรรมวัคซีน
2. การรับรู้ของกลุ่มบุคลากรทางการแพทย์เกี่ยวกับวัคซีนไขหวัดใหญ่ชนิด 4 สายพันธุ์
3. แนวทางการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด

สภาพแวดล้อมภายนอกที่ส่งผลต่ออุตสาหกรรมวัคซีน

ผู้สัมภาษณ์ 1. ท่านคิดว่าปัจจัยภายนอกทางด้านการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์วัคซีนของท่านอย่างไร

นายแพทย์ E - การเมือง ถ้ามองในมุมมองของหมอที่ประจำอยู่ที่โรงพยาบาล ผมว่าการออกมาตราการหรือการรณรงค์ของภาครัฐก็มีส่วนมากอยู่ อย่างที่กระทรวงสาธารณสุขมีการรณรงค์ให้ฉีดวัคซีนไขหวัดใหญ่ฟรีแก่ประชาชนกลุ่มเสี่ยงและบุคลากรทางการแพทย์ของภาครัฐ ซึ่งมันก็น่าจะขึ้นกับนโยบายว่าเราจะให้ความสำคัญและจะรณรงค์เรื่องอะไรต่อไปในอนาคต

- เศรษฐกิจ มีผลระดับหนึ่งเลย เพราะจากที่สังเกตพฤติกรรมคนไข้ที่มาคลินิกผม เราจะขอฉีดวัคซีนน้อยลง เขียวยากขึ้น

- สังคม ผมว่าปัจจุบันนี้มันเป็นยุคอินเทอร์เน็ต ซึ่งมันก็มีทั้งข้อดีและข้อเสียกับวงการสุขภาพนะ ก็อยากให้คนรับข้อมูลใช้สติมากกว่าตระหนก

ผู้สัมภาษณ์ 2. ท่านคิดว่าเทคโนโลยี ช่วยให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันมากน้อยเพียงใดต่อผลิตภัณฑ์ประเภทวัคซีน และเพราะเหตุใด

นายแพทย์ E ผมว่าเทคโนโลยี ช่วยให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันแน่นอน เพราะวัคซีนที่ถูกพัฒนาขึ้นด้วยเทคโนโลยีขั้นสูงย่อมน่าสนใจกว่าบริษัทที่ใช้เทคโนโลยีแบบเดิม ๆ

- ผู้สัมภาษณ์ 3. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อสภาวะการแข่งขันของธุรกิจวัคซีนในปัจจุบัน และ
เพราะเหตุใด
- นายแพทย์ E ถ้าเป็นช่วงที่ Supply วัคซีนอยู่ในสภาวะปกติ ไม่ขาดมากมายเหมือนปีนี้ เพราะ
ช่วงที่ Supply วัคซีนมีปัญหา บริษัทไหนมีก็ขายได้อยู่แล้ว แต่ถ้ามันปกติผมว่าการ
แข่งขันดุเดือด ซึ่งแต่ละบริษัทเน้นเอาข้อมูลวิชาการมาเปรียบเทียบกัน
- ผู้สัมภาษณ์ 4. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อผลิตภัณฑ์วัคซีนทดแทน ที่จะเข้ามาในตลาดวัคซีน
นายแพทย์ E วัคซีนทดแทนที่เข้ามาผมว่าสิ่งสำคัญคือต้องมีมาตรฐานการผลิตที่ดีด้วย ไม่ใช่เน้น
ที่จะขายถูกและละลายการไม่พูดถึง Paper ต่าง ๆ ควรมีการพิสูจน์จากมาตรฐาน
ต่าง ๆ ระดับโลก เช่น WHO, FDA ด้วย

การรับรู้ของกลุ่มบุคลากรทางการแพทย์เกี่ยวกับวัคซีนไขหวัดใหญ่ชนิด 4 สายพันธุ์

- ผู้สัมภาษณ์ 1. ท่านให้ความสำคัญเกี่ยวกับโรคไขหวัดใหญ่อย่างไร
- นายแพทย์ E ผมว่าโรคไขหวัดใหญ่มันเป็นโรคที่รบกวนการดำเนินชีวิตประจำวันนะ ปี ๆ หนึ่ง
คนจะเป็นกันก็ 2-3 ครั้ง ใครโชคร้ายเป็นเยอะต้อง Admit ก็ลำบากหน่อย ยิ่งเด็ก ๆ
หรือคนทำงานยิ่งลำบาก ดังนั้นป้องกันได้ก็ป้องกันไว้ดีกว่า
- ผู้สัมภาษณ์ 2. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับวัคซีนไขหวัดใหญ่
- นายแพทย์ E ผมก็แนะนำคนไข้เกือบทุกคนนะ คนที่เขาเคยเป็นหนัก ๆ หรือเคยฉีดวัคซีน
ไขหวัดใหญ่มาแล้ว ก็ไม่ต้องอธิบายมาก และราคาวัคซีนไขหวัดใหญ่เองผมว่า
คนไข้รับได้ ผมก็พยายามประชาสัมพันธ์ในคลินิกตลอด
- ผู้สัมภาษณ์ 3. ท่านรู้จักวัคซีนไขหวัดใหญ่ตัวใหม่ชนิด 4 สายพันธุ์หรือไม่ และอย่างไร
- นายแพทย์ E รู้จัก ว่าเป็นวัคซีนไขหวัดใหญ่ตัวใหม่ที่จะมีเชื้อไวรัสในวัคซีน 4 สายพันธุ์ จาก
เดิมที่มี 3 เชื้อ
- ผู้สัมภาษณ์ 4. ปัจจุบันท่านใช้วัคซีนไขหวัดใหญ่ของบริษัทใด และมีคุณสมบัติและประสิทธิภาพ
อย่างไร
- นายแพทย์ A ใช้สลับ ๆ กัน ระหว่างของบริษัท A และ จี เอส เค เพราะเป็น Split vaccine
เหมือน ๆ กัน ซึ่งประสิทธิภาพก็น่าจะพอ ๆ กัน
- ผู้สัมภาษณ์ 5. ท่านคิดว่า ข้อดีและข้อด้อยของวัคซีนไขหวัดใหญ่ชนิด 4 สายพันธุ์ คืออะไร
- นายแพทย์ E - ข้อดี ป้องกันโรคไขหวัดใหญ่ได้ครอบคลุมมากขึ้น
- ข้อด้อย ราคาแพงขึ้นนิดหน่อย อาจต้องอาจต้องอธิบายคนไข้เพิ่มขึ้นในช่วงแรก

แนวทางการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด

- ผู้สัมภาษณ์ 1. ท่านคิดว่าภาพลักษณ์และชื่อเสียงของบริษัท มีส่วนช่วยให้ท่านเลือกใช้ผลิตภัณฑ์วัคซีนมากน้อยเพียงใด และเพราะเหตุใด
- นายแพทย์ E ผมว่าภาพลักษณ์และชื่อเสียงของบริษัท มีส่วนบ้าง แต่ผมก็จะเลือกใช้วัคซีนจากคุณภาพและความปลอดภัยของคนไข้เป็นสำคัญ
- ผู้สัมภาษณ์ 2. การจัดแคมเปญ และการจัดโปรโมชั่น ก่อให้เกิดความสนใจต่อผลิตภัณฑ์วัคซีนมากน้อยเพียงใด และควรจัดในรูปแบบใด
- นายแพทย์ E ผมว่าการการจัดแคมเปญ และการจัดโปรโมชั่น จะเกิดความน่าสนใจ ก็ต่อเมื่อกิจกรรมที่บริษัทจัดขึ้นนั้นมีประโยชน์ต่อคนไข้
- ผู้สัมภาษณ์ 3. การจัดแคมเปญต่าง ๆ ของบริษัทและการส่งเสริมการขายรูปแบบต่าง ๆ ท่านคิดว่าท่านได้รับประโยชน์มากน้อยเพียงใดและเพราะเหตุใด
- นายแพทย์ E ก็อย่างที่ผมได้บอกไปว่า การจัดแคมเปญต่าง ๆ ของบริษัทและการส่งเสริมการขาย ถ้าเป็นประโยชน์กับคนไข้ก็จะเป็นประโยชน์มาก แต่ก็ยากให้บริษัททำภายใต้กฎของ PREMA ไม่ใช่ชวนเชื่อกับคนไข้มากเกินไป เพราะมันผิดศีลธรรม
- ผู้สัมภาษณ์ 4. กิจกรรมต่าง ๆ ที่บริษัทจัดขึ้นเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ช่วยทำให้ท่านอยากที่จะใช้ผลิตภัณฑ์วัคซีนของบริษัทนั้น ๆ อย่างต่อเนื่องหรือไม่ และเพราะเหตุใด
- นายแพทย์ E กิจกรรมต่าง ๆ ที่บริษัทจัดขึ้นเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า มันก็ช่วยเรื่องความสัมพันธ์ และก็ช่วยให้ผมอยากใช้วัคซีนของบริษัทนั้น ๆ ถ้าบริษัทดูแลและบริการดี
- ผู้สัมภาษณ์ 5. ผู้แทนยามีการนำเสนอข้อมูลของวัคซีน รวมทั้งข้อมูลทางการแพทย์ใหม่ ๆ สามารถช่วยสร้างการรับรู้ให้กับท่านได้อย่างไร
- นายแพทย์ E ผู้แทนยามีการนำเสนอข้อมูลของวัคซีน รวมทั้งข้อมูลทางการแพทย์ใหม่ ๆ อย่างสม่ำเสมอ ก็ช่วยสร้างความผูกพันและการรับรู้ให้ผมได้
- ผู้สัมภาษณ์ 6. ท่านคิดว่าราคาของวัคซีนไข้หวัดใหญ่ชนิด 4 สายพันธุ์ ที่ราคา 400 บาท มีความเหมาะสมหรือไม่ และอย่างไร
- นายแพทย์ E ผมว่าราคาเหมาะสม เพิ่มขึ้นจากเดิม 60 บาท รับได้

.....

บทสัมภาษณ์ของแพทย์หญิง F กุมารแพทย์ โรงพยาบาลพญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี

วันที่สัมภาษณ์ 22 พฤศจิกายน พ.ศ. 2558

“กลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจจำหน่ายผลิตภัณฑ์วัคซีนนำเข้า กรณีศึกษา วัคซีนไขหวัดใหญ่ชนิด 4 สายพันธุ์ บริษัท A”

สวัสดีค่ะอาจารย์ วันนี้จะขออนุญาตสัมภาษณ์เพื่อนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์ในครั้งนี้ มาประกอบการทำงานนิพนธ์ในหัวข้อ “กลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจจำหน่ายผลิตภัณฑ์วัคซีนนำเข้า กรณีศึกษา วัคซีนไขหวัดใหญ่ชนิด 4 สายพันธุ์ บริษัท A” โดยจะมีอยู่ 3 หัวข้อด้วยกัน คือ

1. สภาพแวดล้อมภายนอกที่ส่งผลต่ออุตสาหกรรมวัคซีน
2. การรับรู้ของกลุ่มบุคลากรทางการแพทย์เกี่ยวกับวัคซีนไขหวัดใหญ่ชนิด 4 สายพันธุ์
3. แนวทางการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด

สภาพแวดล้อมภายนอกที่ส่งผลต่ออุตสาหกรรมวัคซีน

ผู้สัมภาษณ์ 1. ท่านคิดว่าปัจจัยภายนอกทางด้านการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์วัคซีนของท่านอย่างไร

แพทย์หญิง F - การเมือง สำหรับหมอ การเมืองไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้วัคซีนนะคะ เพราะหมอจะเป็นคนพิจารณาเองคะ
- เศรษฐกิจ หมอว่าเศรษฐกิจมีผลคะ เพราะช่วงนี้ยอดการขาย Package วัคซีนของโรงพยาบาลลดลง ซึ่งทางผู้บริหารเองก็มีการประชุม ซึ่งคาดว่าสาเหตุหนึ่งน่าจะมาจากเศรษฐกิจด้วย
- สังคม หมอว่าปัจจุบันคุณแม่พ่อกันมีข้อมูลมากขึ้นนะคะ มีความพร้อมในการเป็นคุณแม่พ่อกันมากขึ้น เพราะเขามีการหาข้อมูลจาก Google กันมา ซึ่งหมอว่าเป็นสิ่งที่ดีคะ

ผู้สัมภาษณ์ 2. ท่านคิดว่าเทคโนโลยี ช่วยให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันมากน้อยเพียงใดต่อผลิตภัณฑ์ประเภทวัคซีน และเพราะเหตุใด

แพทย์หญิง F หมอว่า เทคโนโลยี ช่วยให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันนะคะ เพราะปัจจุบันเทคโนโลยีช่วยทำให้เด็ก ๆ ฉีดวัคซีนรวมน้อยลง และอาการข้างเคียงก็น้อยลง เช่น พวกอาการไข้คะ

ผู้สัมภาษณ์ 3. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อสถานะการแข่งขันของธุรกิจวัคซีนในปัจจุบัน และเพราะเหตุใด

- แพทย์หญิง F หมอว่าการแข่งขันของรัฐกิจยาและวัคซีนตอนนี้ เรื่องของการ Entertain ลดลงนะ
คะ แต่จะเป็นการ Sponsor ไปงานประชุมวิชาการมากขึ้น หมอว่าดีคะ เพราะได้
ประโยชน์มาก
- ผู้สัมภาษณ์ 4. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อผลิตภัณฑ์วัคซีนทดแทน ที่จะเข้ามาในตลาดวัคซีน
แพทย์หญิง F หมอว่าเป็นเรื่องธรรมดาณะคะที่ยาและวัคซีนที่หมอ License แล้วจะมียาทดแทน
เข้ามาในตลาด แต่สำหรับหมอเองก็ยังคงมั่นใจในบริษัทยาและวัคซีนจากบริษัท
Original มากกว่า เพราะหมอเห็นว่าระบบการบริการลูกค้า และมาตรฐานต่าง ๆ
น่าเชื่อถือคะ

การรับรู้ของกลุ่มบุคลากรทางการแพทย์เกี่ยวกับวัคซีนไขหวัดใหญ่ชนิด 4 สายพันธุ์

- ผู้สัมภาษณ์ 1. ท่านให้ความสำคัญเกี่ยวกับโรคไขหวัดใหญ่อย่างไร
แพทย์หญิง F สำหรับหมอที่เป็นหมอเด็ก ก็ค่อนข้างจะให้ความสำคัญกับวัคซีนอยู่แล้ว ซึ่งถ้า
โรคไหนสามารถป้องกันได้ด้วยวัคซีน หมอก็อยากจะฉีดให้คนไข้คะ
- ผู้สัมภาษณ์ 2. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับวัคซีนไขหวัดใหญ่
แพทย์หญิง F หมอก็ฉีดให้เด็ก ๆ เกือบทุกคนนะคะ เพราะบางทีเด็ก ๆ เวลาป่วยก็จะหายใจ
ลำบาก และจะเกิดการติดเชื้อที่ปอดได้ง่าย เพราะระบบภูมิคุ้มกันในเด็กเล็กยังไม่
ค่อยดี ทำให้มีโอกาสเกิดภาวะแทรกซ้อนได้ง่ายกว่าผู้ใหญ่คะ
- ผู้สัมภาษณ์ 3. ท่านรู้จักวัคซีนไขหวัดใหญ่ตัวใหม่ชนิด 4 สายพันธุ์ หรือไม่ และอย่างไร
แพทย์หญิง F ทราบคะ ได้ข้อมูลจากงานประชุมของสมาคมกุมารแพทย์ที่ผ่านมากว่าจะมี Flu
vaccine ตัวใหม่เข้ามาขายในไทยคะ
- ผู้สัมภาษณ์ 4. ปัจจุบันท่านใช้วัคซีนไขหวัดใหญ่ของบริษัทใด และมีคุณสมบัติและประสิทธิภาพ
อย่างไร
แพทย์หญิง F ใช้ของบริษัท A เพราะมีข้อมูลงานวิจัยเยอะ และมีใช้ World wild ทั่วโลกคะ
อาการข้างเคียงน้อย
- ผู้สัมภาษณ์ 5. ท่านคิดว่า ข้อดีและข้อด้อยของวัคซีนไขหวัดใหญ่ชนิด 4 สายพันธุ์ คืออะไร
แพทย์หญิง F - ข้อดี ป้องกันโรคไขหวัดใหญ่ได้ครอบคลุมมากขึ้น โดยเฉพาะ Flu B ที่เมื่อก่อน
วัคซีนป้องกันได้ไม่ค่อยดี
- ข้อด้อย ตอนนี้ยังไม่นำมาฉีดคะ

แนวทางการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด

- ผู้สัมภาษณ์ 1. ท่านคิดว่าภาพลักษณ์และชื่อเสียงของบริษัท มีส่วนช่วยให้ท่านเลือกใช้ผลิตภัณฑ์วัคซีนมากน้อยเพียงใด และเพราะเหตุใด
- แพทย์หญิง F 1. หมอว่าภาพลักษณ์และชื่อเสียงของบริษัท มีส่วนมากนะคะที่จะทำให้เกิดการเลือกใช้วัคซีน เพราะจากที่หมอใช้มาบริษัทใหญ่ ๆ เขาจะมีระบบของ Pharmacovigilance ที่ดี ที่จะช่วยประสานงานเวลาที่มีคนไข้เกิดอาการข้างเคียงหลังจากได้รับวัคซีน ซึ่งก็ทำให้หมออุ่นใจเวลาที่ต้องสื่อสารกับคุณพ่อคุณแม่คะ
- ผู้สัมภาษณ์ 2. การจัดการแคมเปญ และการจัดโปรโมชั่น ก่อให้เกิดความสนใจต่อผลิตภัณฑ์วัคซีนมากน้อยเพียงใด และควรจัดในรูปแบบใด
- แพทย์หญิง F 2. หมอว่าการจัดการแคมเปญและโปรโมชั่นต่าง ๆ ควรจะมีนะคะ เพื่อให้เกิดความน่าสนใจในผลิตภัณฑ์ เช่นการประชาสัมพันธ์ผ่าน Social ที่เน้นไปในแนวทางการให้ข้อมูลแก่ประชาชนคะ
- ผู้สัมภาษณ์ 3. การจัดการแคมเปญต่าง ๆ ของบริษัทและการส่งเสริมการขายรูปแบบต่าง ๆ ท่านคิดว่าท่านได้รับประโยชน์มากน้อยเพียงใดและเพราะเหตุใด
- แพทย์หญิง F 3. หมอว่าถ้าการจัดการกิจกรรมของบริษัทที่เน้นให้ข้อมูลแก่แพทย์ ก็จะเป็นประโยชน์มาก เพราะหมอจะได้อัปเดตข้อมูลวิชาการใหม่ ๆ
- ผู้สัมภาษณ์ 4. กิจกรรมต่าง ๆ ที่บริษัทจัดขึ้นเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ช่วยทำให้ท่านอยากที่จะใช้ผลิตภัณฑ์วัคซีนของบริษัทนั้น ๆ อย่างต่อเนื่องหรือไม่ และเพราะเหตุใด
- แพทย์หญิง F 4. กิจกรรมต่าง ๆ ที่บริษัทจัดขึ้นเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ก็ช่วยให้หมออยากที่จะใช้วัคซีนของบริษัทนั้น ๆ นะคะ เพราะจะทำให้หมอรู้สึกคุ้นเคยและก็รู้จักกันมากขึ้น
- ผู้สัมภาษณ์ 5. ผู้แทนยามีการนำเสนอข้อมูลของวัคซีน รวมทั้งข้อมูลทางการแพทย์ใหม่ ๆ สามารถช่วยสร้างการรับรู้ให้กับท่านได้อย่างไร
- แพทย์หญิง F 5. ผู้แทนยามีการนำเสนอข้อมูลของวัคซีน ควรจะต้องแม่นยำและรู้ข้อมูลของผลิตภัณฑ์ของบริษัทเป็นอย่างดีคะ เพราะผู้แทนก็มีส่วนต่อความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์นะคะ
- ผู้สัมภาษณ์ 6. ท่านคิดว่าราคาของวัคซีนไขหวัดใหญ่ชนิด 4 สายพันธุ์ ที่ราคา 400 บาท มีความเหมาะสมหรือไม่ และอย่างไร
- แพทย์หญิง F 6. เหมาะสมคะ เพราะก็ถือว่าเป็นวัคซีนที่คุ้มค่า ราคาปานกลาง

.....

บทสัมภาษณ์ของแพทย์หญิง G กุมารแพทย์ โรงพยาบาลพญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี

วันที่สัมภาษณ์ 30 พฤศจิกายน พ.ศ. 2558

**“กลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจจำหน่ายผลิตภัณฑ์วัคซีนนำเข้า
กรณีศึกษา วัคซีนไขหวัดใหญ่ชนิด 4 สายพันธุ์ บริษัท A”**

สวัสดีค่ะอาจารย์ วันนี้จะขออนุญาตสัมภาษณ์เพื่อนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์ในครั้งนี้ มาประกอบการทำงานนิพนธ์ในหัวข้อ “กลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจจำหน่ายผลิตภัณฑ์วัคซีนนำเข้า กรณีศึกษา วัคซีนไขหวัดใหญ่ชนิด 4 สายพันธุ์ บริษัท A” โดยจะมีอยู่ 3 หัวข้อด้วยกัน คือ

1. สภาพแวดล้อมภายนอกที่ส่งผลต่ออุตสาหกรรมวัคซีน
2. การรับรู้ของกลุ่มบุคลากรทางการแพทย์เกี่ยวกับวัคซีนไขหวัดใหญ่ชนิด 4 สายพันธุ์
3. แนวทางการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด

สภาพแวดล้อมภายนอกที่ส่งผลต่ออุตสาหกรรมวัคซีน

ผู้สัมภาษณ์ 1. ท่านคิดว่าปัจจัยภายนอกทางด้านการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์วัคซีนของท่านอย่างไร

แพทย์หญิง G - การเมือง ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้วัคซีนของหมอเลยคะ
- เศรษฐกิจ มีผลคะ เพราะถ้าเศรษฐกิจไม่ดีก็จะทำให้ยอดขายวัคซีนลดลง โรงพยาบาลก็จะมีรายได้ที่น้อยลงกว่าเดิม
- สังคม หมอคิดว่าผู้ประกอบการสมัยนี้เขาค่อนข้างจะ Educate มากขึ้น คงเพราะข้อมูลต่าง ๆ สามารถค้นหาได้ง่ายขึ้น

ผู้สัมภาษณ์ 2. ท่านคิดว่าเทคโนโลยี ช่วยให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันมากน้อยเพียงใดต่อผลิตภัณฑ์ประเภทวัคซีน และเพราะเหตุใด

แพทย์หญิง G เทคโนโลยีมีส่วนที่ทำให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันนะคะ และจะทำให้วัคซีนนั้น ๆ น่าสนใจถ้ามีประสิทธิภาพในการป้องกันโรคดีขึ้น และอาการข้างเคียงก็น้อยลงคะ

ผู้สัมภาษณ์ 3. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อสถานะการแข่งขันของธุรกิจวัคซีนในปัจจุบัน และเพราะเหตุใด

แพทย์หญิง G หมอว่าปัจจุบันเหมือนธุรกิจขายจะแข่งขันกันน้อยลงเพราะถูกจำกัดงบประมาณในการทำกิจกรรมทางการตลาดด้วย

ผู้สัมภาษณ์ 4. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อผลิตภัณฑ์วัคซีนทดแทน ที่จะเข้ามาในตลาดวัคซีน

แพทย์หญิง G หมอว่าการเข้ามาของวัคซีนทดแทนมันก็น่าจะส่งผลดีในแง่ของราคาวัคซีนที่ถูก
 ลง คนไข้ก้จะสามารถเข้าถึงวัคซีนได้มากขึ้น ทั้งนี้วัคซีนทดแทนเองคุณภาพก็ต้อง
 ได้มาตรฐานด้วย

การรับรู้ของกลุ่มบุคลากรทางการแพทย์เกี่ยวกับวัคซีนไขหวัดใหญ่ชนิด 4 สายพันธุ์

ผู้สัมภาษณ์ 1. ท่านให้ความสำคัญเกี่ยวกับโรคไขหวัดใหญ่อย่างไร

แพทย์หญิง G สำหรับหมอ หมอว่าสำคัญนะ เพราะมันเป็นโรคติดต่อทางเดินหายใจ ที่
 แพร่กระจายได้ง่าย และควบคุมได้ยาก บางครั้งเด็ก ๆ ซึ่ง Immune ยังไม่ค่อยดี แต่
 ก็ติดต่อมาจากผู้ปกครองบ่อย ๆ โดยเฉพาะเด็กเล็ก

ผู้สัมภาษณ์ 2. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับวัคซีนไขหวัดใหญ่

แพทย์หญิง G หมอเองก็ใช้วัคซีนไขหวัดใหญ่มานานนะ ก่อนข้างจะคุ้นเคยกับวัคซีนไขหวัด
 ใหญ่ เพราะหมอรู้สึกว่าคนไข้ที่ฉีดไปแล้วถึงจะติดเชื้อ แต่ก็มีการของโรค
 รุนแรงน้อยลงกว่าคนที่ไม่ได้ฉีดแล้วติดเชื้อไขหวัดใหญ่

ผู้สัมภาษณ์ 3. ท่านรู้จักวัคซีนไขหวัดใหญ่ตัวใหม่ชนิด 4 สายพันธุ์ หรือไม่ และอย่างไร

แพทย์หญิง G รู้จัก ว่าเป็นวัคซีนไขหวัดใหญ่ที่จะมีเชื้อไวรัสในวัคซีน 4 สายพันธุ์ ซึ่งพัฒนาตาม
 New recommendation ของ WHO

ผู้สัมภาษณ์ 4. ปัจจุบันท่านใช้วัคซีนไขหวัดใหญ่ของบริษัทใด และมีคุณสมบัติและประสิทธิภาพ
 อย่างไร

แพทย์หญิง G ใช้ของบริษัท A เพราะเป็นแบรนด์แรก อาการข้างเคียงน้อยกว่าวัคซีนไขหวัดใหญ่
 ตัวอื่น ๆ

ผู้สัมภาษณ์ 5. ท่านคิดว่า ข้อดีและข้อด้อยของวัคซีนไขหวัดใหญ่ชนิด 4 สายพันธุ์ คืออะไร

แพทย์หญิง G - ข้อดี ป้องกันโรคไขหวัดใหญ่ที่เกิดจากสายพันธุ์ B ได้ดีขึ้นกว่า 3 สายพันธุ์ เดิม
 - ข้อด้อย ข้อมูลด้านความปลอดภัยยังน้อย เนื่องจากเป็นวัคซีนใหม่

แนวทางการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด

ผู้สัมภาษณ์ 1. ท่านคิดว่า ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของบริษัท มีส่วนช่วยให้ท่านเลือกใช้ผลิตภัณฑ์
 วัคซีนมากน้อยเพียงใด และเพราะเหตุใด

แพทย์หญิง G หมอว่าภาพลักษณ์และชื่อเสียงของบริษัท มีส่วนมากต่อการเลือกใช้วัคซีนนะ
 เพราะบริษัทใหญ่ ๆ และมีชื่อเสียงจะมีความน่าเชื่อถือและไว้วางใจมากกว่าบริษัท
 เล็ก ๆ

- ผู้สัมภาษณ์ 2. การจัดแคมเปญ และการจัดโปรโมชั่น ก่อให้เกิดความสนใจต่อผลิตภัณฑ์วัคซีน มากน้อยเพียงใด และควรจัดในรูปแบบใด
- แพทย์หญิง G การจัดแคมเปญต่าง ๆ ของบริษัทและการส่งเสริมการขาย มีส่วนช่วยให้เกิดความ น่าสนใจในผลิตภัณฑ์คะ และอยากที่จะลองใช้วัคซีนของบริษัทนั้น ๆ และควรจะเป็นกิจกรรมที่มีมีส่วนร่วมระหว่างบริษัทและโรงพยาบาล เช่น การรณรงค์จัด กิจกรรมตามวันสำคัญต่าง ๆ ก็น่าจะทำให้ได้ประโยชน์ทั้ง 2 ฝ่าย คะ
- ผู้สัมภาษณ์ 3. การจัดแคมเปญต่าง ๆ ของบริษัทและการส่งเสริมการขายรูปแบบต่าง ๆ ท่านคิดว่า ท่านได้รับประโยชน์มากน้อยเพียงใดและเพราะเหตุใด
- แพทย์หญิง G ตามที่หมอได้แนะนำไปแล้วคะ
- ผู้สัมภาษณ์ 4. กิจกรรมต่าง ๆ ที่บริษัทจัดขึ้นเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ช่วยทำให้ท่าน อยากที่จะใช้ผลิตภัณฑ์วัคซีนของบริษัทนั้น ๆ อย่างต่อเนื่องหรือไม่ และเพราะเหตุใด
- แพทย์หญิง G กิจกรรมต่าง ๆ ที่บริษัทจัดขึ้นเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า มันก็ช่วยให้หมอ เกิดความคุ้นเคยกับบริษัท และทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างบริษัทกับหมอเองแน่น แพนขึ้นคะ
- ผู้สัมภาษณ์ 5. ผู้แทนยามีการนำเสนอข้อมูลของวัคซีน รวมทั้งข้อมูลทางการแพทย์ใหม่ ๆ สามารถช่วยสร้างการรับรู้ให้กับท่านได้อย่างไร
- แพทย์หญิง G ผู้แทนยามีการนำเสนอข้อมูลของวัคซีน ก็ช่วยทำให้หมอเองได้อัพเดทความรู้ ตลอดเวลาด้วยเวลาอันสั้นคะ เขาก็ช่วยสรุป Key message ให้
- ผู้สัมภาษณ์ 6. ท่านคิดว่าราคาของวัคซีนไขหวัดใหญ่ชนิด 4 สายพันธุ์ ที่ราคา 400 บาท มีความ เหมาะสมหรือไม่ และอย่างไร
- แพทย์หญิง G หมอว่าเหมาะสมคะ ประมาณราคา 100 บาท ต่อไวรัส 1 สายพันธุ์

.....

บทสัมภาษณ์ของเภสัชกรหญิง H โรงพยาบาลพญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี

วันที่สัมภาษณ์ 2 ธันวาคม พ.ศ. 2558

“กลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจจำหน่ายผลิตภัณฑ์วัคซีนนำเข้า กรณีศึกษา วัคซีนไขหวัดใหญ่ชนิด 4 สายพันธุ์ บริษัท A”

สวัสดีค่ะ พี่วันนี้จะขออนุญาตสัมภาษณ์เพื่อนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์ในครั้งนี้มาประกอบการทำงานนิพนธ์ในหัวข้อ “กลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจจำหน่ายผลิตภัณฑ์วัคซีนนำเข้ากรณีศึกษา วัคซีนไขหวัดใหญ่ชนิด 4 สายพันธุ์ บริษัท A” โดยจะมีอยู่ 3 หัวข้อด้วยกัน คือ

1. สภาพแวดล้อมภายนอกที่ส่งผลต่ออุตสาหกรรมวัคซีน
2. การรับรู้ของกลุ่มบุคลากรทางการแพทย์เกี่ยวกับวัคซีนไขหวัดใหญ่ชนิด 4 สายพันธุ์
3. แนวทางการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด

สภาพแวดล้อมภายนอกที่ส่งผลต่ออุตสาหกรรมวัคซีน

ผู้สัมภาษณ์ 1. ท่านคิดว่าปัจจัยภายนอกทางด้านการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์วัคซีนของท่านอย่างไร

เภสัชกรหญิง F - การเมือง พี่ว่าการเมืองไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้วัคซีนเข้ามาใน

โรงพยาบาลเอกชนนะค่ะ เพราะพี่เองก็จะพิจารณาจากคุณสมบัติ ข้อมูลการศึกษาวิจัย และข้อมูลด้านความปลอดภัยมากกว่าค่ะ

- เศรษฐกิจ มีผลค่ะเพราะในช่วงที่เศรษฐกิจไม่ดี ยอดขาย Package วัคซีนก็ลดลงกว่าเดิม ซึ่งทางโรงพยาบาลเองก็ต้องปรับเปลี่ยน โปรโมชันด้วย

- สังคม ยุคนี้ทุกอย่างมันเร็วไปหมด โลกไร้พรมแดน พี่คิดว่ามันทำให้การทำงานของพวกพี่ต้องระมัดระวังมากขึ้น

ผู้สัมภาษณ์ 2. ท่านคิดว่าเทคโนโลยี ช่วยให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันมากน้อยเพียงใดต่อผลิตภัณฑ์ประเภทวัคซีน และเพราะเหตุใด

เภสัชกรหญิง F พี่ว่าเทคโนโลยีเอง มีส่วนให้บริษัทได้เปรียบทางการแข่งขันนะค่ะ เพราะ

เทคโนโลยีที่ถูกพัฒนาให้ดีขึ้น ก็จะช่วยให้ยาและวัคซีนมีกลไกในการออกฤทธิ์ที่เฉพาะเจาะจงกับเป้าหมายมากขึ้น และก็จะช่วยให้ Side effect ลดลงด้วยค่ะ

ผู้สัมภาษณ์ 3. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อสถานะการแข่งขันของธุรกิจวัคซีนในปัจจุบัน และเพราะเหตุใด

เภสัชกรหญิง F พี่ว่าช่วงนี้วัคซีนของขาดเยอะ การแข่งขันก็อาจจะไม่เยอะเท่าสภาวะปกติ เพราะบริษัทไหนมีของก็จะขายได้อยู่แล้ว

ผู้สัมภาษณ์ 4. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อผลิตภัณฑ์วัคซีนทดแทน ที่จะเข้ามาในตลาดวัคซีน

เภสัชกรหญิง F พี่ว่ามันเป็นเรื่องปกติของยา Original ที่หมดลิขสิทธิ์ แต่สิ่งสำคัญคือยาและวัคซีนทดแทนที่จะเข้ามาในตลาดเองก็ควรจะมีการทำ Bio-equivalent เทียบกับยามาตรฐานด้วย

การรับรู้ของกลุ่มบุคลากรทางการแพทย์เกี่ยวกับวัคซีนไขหวัดใหญ่ชนิด 4 สายพันธุ์

ผู้สัมภาษณ์ 1. ท่านให้ความสำคัญเกี่ยวกับโรคไขหวัดใหญ่อย่างไร

เภสัชกรหญิง F สำหรับพี่ให้ความสำคัญกับโรคไขหวัดใหญ่ในระดับปานกลางคะ เพราะปกติคนไขจะสามารถหายเองได้ใน 3-7 วัน

ผู้สัมภาษณ์ 2. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับวัคซีนไขหวัดใหญ่

เภสัชกรหญิง F วัคซีนไขหวัดใหญ่ก็เป็นวัคซีนที่ดี แน่นนอนว่าคนไข้ที่ฉีดก็ย่อมมีอาการของโรคและโอกาสในการติดเชื้อไขหวัดใหญ่น้อยกว่าคนที่ไม่ฉีดอยู่แล้วคะ และก็ดีกับการแพร่เชื้อไปยังผู้อื่น

ผู้สัมภาษณ์ 3. ท่านรู้จักวัคซีนไขหวัดใหญ่ตัวใหม่ชนิด 4 สายพันธุ์ หรือไม่ และอย่างไร

เภสัชกรหญิง F รู้คะ ว่าเร็ว ๆ นี้จะมีวัคซีนไขหวัดใหญ่แบบใหม่ ที่มีเชื้อไวรัสในวัคซีน 4 เชื้อเข้ามาจำหน่ายในไทย

ผู้สัมภาษณ์ 4. ปัจจุบันท่านใช้วัคซีนไขหวัดใหญ่ของบริษัทใด และมีคุณสมบัติและประสิทธิภาพอย่างไร

เภสัชกรหญิง F วัคซีนไขหวัดใหญ่ที่มีใช้ในโรงพยาบาลตอนนี้จะมี 2 บริษัท คือ ของซาโนฟิ ปาสเตอร์ กับของแอบบอต ซึ่ง Rate การใช้ของหมอ บริษัท A ก่อนข้างจะมากกว่า

ผู้สัมภาษณ์ 5. ท่านคิดว่า ข้อดีและข้อด้อยของวัคซีนไขหวัดใหญ่ชนิด 4 สายพันธุ์ คืออะไร

เภสัชกรหญิง F - ข้อดี ก็น่าจะป้องกันโรคไขหวัดใหญ่ได้ดีขึ้น
- ข้อด้อย ข้อมูลการศึกษาวิจัยทางคลินิกในเฟสที่ 4 ยังน้อยอยู่ ต้องรอดูติดตามต่อไปในอนาคตคะ

แนวทางการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด

ผู้สัมภาษณ์ 1. ท่านคิดว่าภาพลักษณ์และชื่อเสียงของบริษัท มีส่วนช่วยให้ท่านเลือกใช้ผลิตภัณฑ์วัคซีนมากน้อยเพียงใด และเพราะเหตุใด

- เกสัชกรหญิง F พี่ว่าภาพลักษณ์และชื่อเสียงของบริษัท มีส่วนช่วยให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจและความน่าเชื่อถือ ถึงแม้ว่าจะมีผลิตภัณฑ์เหมือนกันแต่บริษัทใหญ่ก็น่าเชื่อถือกว่า
- ผู้สัมภาษณ์ 2. การจัดแคมเปญ และการจัด โปรโมชัน ก่อให้เกิดความสนใจต่อผลิตภัณฑ์วัคซีน มากน้อยเพียงใด และควรจัดในรูปแบบใด
- เกสัชกรหญิง F การการจัดแคมเปญ และการจัด โปรโมชัน ควรจะเน้นไปทางด้าน การให้ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับโรคให้กับประชาชนชน เช่นสาเหตุของโรค วิธีการดูแลรักษา ซึ่งอาจจะทำผ่าน Digital media ต่าง ๆ ให้เข้ากับยุคสมัย
- ผู้สัมภาษณ์ 3. การจัดแคมเปญต่าง ๆ ของบริษัทและการส่งเสริมการขายรูปแบบต่าง ๆ ท่านคิดว่าท่านได้รับประโยชน์มากน้อยเพียงใดและเพราะเหตุใด
- เกสัชกรหญิง F อย่างที่พี่บอกไปแล้วคะ การจัดกิจกรรมให้เน้น คนไข้เป็นศูนย์กลาง ประโยชน์ก็จะตามมาคะ
- ผู้สัมภาษณ์ 4. กิจกรรมต่าง ๆ ที่บริษัทจัดขึ้นเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ช่วยทำให้ท่านอยากที่จะใช้ผลิตภัณฑ์วัคซีนของบริษัทนั้น ๆ อย่างต่อเนื่องหรือไม่ และเพราะเหตุใด
- เกสัชกรหญิง F กิจกรรมต่าง ๆ ที่บริษัทจัดขึ้นเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า มันก็ช่วยให้มีโอกาสดักถามข้อสงสัยต่าง ๆ ได้มากขึ้น และก็ทำให้รู้สึกเป็นกันเองมากขึ้น
- ผู้สัมภาษณ์ 5. ผู้แทนขามีการนำเสนอข้อมูลของวัคซีน รวมทั้งข้อมูลทางการแพทย์ใหม่ ๆ สามารถช่วยสร้างการรับรู้ให้กับท่านได้อย่างไร
- เกสัชกรหญิง F ถ้าผู้แทนเขาแม่นในด้านเนื้อหาข้อมูลผลิตภัณฑ์ พี่ว่ามีจะดูเป็นมืออาชีพและน่าเชื่อถือมากขึ้นคะ
- ผู้สัมภาษณ์ 6. ท่านคิดว่าราคาของวัคซีนไขหวัดใหญ่ชนิด 4 สายพันธุ์ ที่ราคา 400 บาท มีความเหมาะสมหรือไม่ และอย่างไร
- เกสัชกรหญิง F ราคาประมาณนี้ กำลังดีคะ คุ่มค่าถ้าเทียบกับการช่วย Save cost ให้คนไข้

.....

บทสัมภาษณ์ของเภสัชกรหญิง I โรงพยาบาล สมิติเวช ศรีราชา จังหวัดชลบุรี

วันที่สัมภาษณ์ 7 ธันวาคม พ.ศ. 2558

“กลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจจำหน่ายผลิตภัณฑ์วัคซีนนำเข้า กรณีศึกษา วัคซีนไขหวัดใหญ่ชนิด 4 สายพันธุ์ บริษัท A”

สวัสดีค่ะ พี่ วันนี้จะขออนุญาตสัมภาษณ์เพื่อนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์ในครั้งนี้มาประกอบการทำงานนิพนธ์ในหัวข้อ “กลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจจำหน่ายผลิตภัณฑ์วัคซีนนำเข้ากรณีศึกษา วัคซีนไขหวัดใหญ่ชนิด 4 สายพันธุ์ บริษัท A” โดยจะมีอยู่ 3 หัวข้อด้วยกัน คือ

1. สภาพแวดล้อมภายนอกที่ส่งผลต่ออุตสาหกรรมวัคซีน
2. การรับรู้ของกลุ่มบุคลากรทางการแพทย์เกี่ยวกับวัคซีนไขหวัดใหญ่ชนิด 4 สายพันธุ์
3. แนวทางการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด

สภาพแวดล้อมภายนอกที่ส่งผลต่ออุตสาหกรรมวัคซีน

ผู้สัมภาษณ์ 1. ท่านคิดว่าปัจจัยภายนอกทางการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์วัคซีนของท่านอย่างไร

เภสัชกรหญิง I - การเมือง พี่ว่าไม่มีผลเลยกับการพิจารณาเลือกยาและวัคซีนมาใช้ในโรงพยาบาลเอกชน เพราะคณะกรรมการพิจารณาของโรงพยาบาลจะดูที่ข้อมูลยาแต่ละตัว และประชุมตัดสินใจกันเอง

- เศรษฐกิจ มีผลบ้างเพราะเศรษฐกิจแย่ลง ทำให้รายได้ของโรงพยาบาลเองก็ลดลง

- สังคม พี่ว่ายุคนี้คนเข้าหาข้อมูลได้ง่ายกว่าเมื่อก่อนเยอะมาก แม้กระทั่งกลุ่มบุคลากรทางการแพทย์เองก็สามารถอัปเดต Guideline ใหม่ ๆ ได้ตลอดเวลา หรือแม้กระทั่งของข้อมูลยาใหม่ ๆ ด้วย

ผู้สัมภาษณ์ 2. ท่านคิดว่าเทคโนโลยี ช่วยให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันมากน้อยเพียงใดต่อผลิตภัณฑ์ประเภทวัคซีน และเพราะเหตุใด

เภสัชกรหญิง I เทคโนโลยี ช่วยให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันของบริษัทยานะ เพราะปัจจุบัน แนวโน้มจะเป็น Personalize medicine ซึ่งพัฒนาให้มีลักษณะเฉพาะกับแต่ละบุคคลมากขึ้น ทำให้ผลลัพธ์ในการรักษาก็จะดีขึ้นด้วย

ผู้สัมภาษณ์ 3. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อสถานะการแข่งขันของธุรกิจวัคซีนในปัจจุบัน และเพราะเหตุใด

- เภสัชกรหญิง I พี่ว่าปัจจุบัน การแข่งขันหลังจากที่ PREMA เข้มงวดมากขึ้น ทำให้ปัจจุบัน
แนวโน้มการแข่งขันจะเป็นไปในทางข้อมูลการศึกษาวิจัยทางคลินิกมากขึ้น
- ผู้สัมภาษณ์ 4. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อผลิตภัณฑ์วัคซีนทดแทน ที่จะเข้ามาในตลาดวัคซีน
- เภสัชกรหญิง I พี่ว่ายาและวัคซีนทดแทนที่จะเข้ามา ควรจะเน้นข้อมูลการวิจัยมากกว่าข้อมูล
ผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นสิ่งที่จะสร้างความแตกต่างจาก Original ได้ดีกว่า

การรับรู้ของกลุ่มบุคลากรทางการแพทย์เกี่ยวกับวัคซีนไขหวัดใหญ่ชนิด 4 สายพันธุ์

- ผู้สัมภาษณ์ 1. ท่านให้ความสำคัญเกี่ยวกับโรคไขหวัดใหญ่อย่างไร
- เภสัชกรหญิง I พี่ว่าโรคไขหวัดใหญ่มีความสำคัญนะคะ เพราะปี ๆ หนึ่งบุคลากรของโรงพยาบาล
หยุดงานจากการเป็นไขหวัดเยอะ ซึ่งในช่วง 3 ปี มาแล้ว ทางโรงพยาบาลเองก็มี
นโยบายที่จะฉีดวัคซีนไขหวัดใหญ่ให้กับบุคลากรในโรงพยาบาลทั้งหมด และจาก
การ Follow ผลจากการฉีดวัคซีน ก็พบว่าบุคลากรก็ขาดงานลดลงคะ
- ผู้สัมภาษณ์ 2. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับวัคซีนไขหวัดใหญ่
- เภสัชกรหญิง I วัคซีนไขหวัดใหญ่ก็เป็นวัคซีนที่ดี สามารถป้องกันโรคไขหวัดใหญ่ได้ดีและลด
ความรุนแรงของโรคได้จริง
- ผู้สัมภาษณ์ 3. ท่านรู้จักวัคซีนไขหวัดใหญ่ตัวใหม่ชนิด 4 สายพันธุ์ หรือไม่ และอย่างไร
- เภสัชกรหญิง I ทราบคะ ว่าทางบริษัท A เอง ก็มีการพัฒนาวัคซีนไขหวัดใหญ่ตัวใหม่นี้ตาม New
standard flu vaccination ของ WHO
- ผู้สัมภาษณ์ 4. ปัจจุบันท่านใช้วัคซีนไขหวัดใหญ่ของบริษัทใด และมีคุณสมบัติและประสิทธิภาพ
อย่างไร
- เภสัชกรหญิง I ใช้ของบริษัท A เพราะเป็นแบรนด์แรก และก็มีข้อมูลทางคลินิกเยอะ
- ผู้สัมภาษณ์ 5. ท่านคิดว่า ข้อดีและข้อด้อยของวัคซีนไขหวัดใหญ่ชนิด 4 สายพันธุ์ คืออะไร
- เภสัชกรหญิง I - ข้อดี ประสิทธิภาพดีขึ้น
- ข้อด้อย เป็นวัคซีนไขหวัดใหญ่ 4 สายพันธุ์ ตัวแรกของตลาด

แนวทางการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด

- ผู้สัมภาษณ์ 1. ท่านคิดว่าภาพลักษณ์และชื่อเสียงของบริษัท มีส่วนช่วยให้ท่านเลือกใช้ผลิตภัณฑ์
วัคซีนมากน้อยเพียงใด และเพราะเหตุใด
- เภสัชกรหญิง I ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของบริษัท มีส่วนมากที่ทำให้เกิดการเลือกใช้วัคซีน เพราะ
ถ้าบริษัทไม่มีชื่อเสียง พี่ก็ไม่ค่อยไว้วางใจผลิตภัณฑ์ของบริษัทนั้นเท่าไหร่นะ

- ผู้สัมภาษณ์ 2. การจัดแคมเปญ และการจัดโปรโมชั่น ก่อให้เกิดความสนใจต่อผลิตภัณฑ์วัคซีน
มากน้อยเพียงใด และควรจัดในรูปแบบใด
- เภสัชกรหญิง I การการจัดแคมเปญ และการจัดโปรโมชั่น ถ้าอยู่ในรูปแบบของการให้ข้อมูล
ประชาชน จะเป็นประโยชน์มากคะ
- ผู้สัมภาษณ์ 3. การจัดแคมเปญต่าง ๆ ของบริษัทและการส่งเสริมการขายรูปแบบต่าง ๆ ท่านคิดว่า
ท่านได้รับประโยชน์มากน้อยเพียงใดและเพราะเหตุใด
- เภสัชกรหญิง I การจัดแคมเปญต่าง ๆ ของบริษัทและการส่งเสริมการขาย เป็นประโยชน์เพราะจะ
ช่วยกระตุ้นให้บุคลากรทางการแพทย์เอง และประชาชนด้วย
- ผู้สัมภาษณ์ 4. กิจกรรมต่าง ๆ ที่บริษัทจัดขึ้นเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ช่วยทำให้ท่าน
อยากที่จะใช้ผลิตภัณฑ์วัคซีนของบริษัทนั้น ๆ อย่างต่อเนื่องหรือไม่ และเพราะเหตุ
ใด
- เภสัชกรหญิง I กิจกรรมที่บริษัทจัดขึ้นเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ทำให้พี่อยากที่จะเลือก
วัคซีนนั้น ๆ มาใช้ในโรงพยาบาล เพราะถ้าเป็นกิจกรรมที่ดี ก็จะทำให้พี่ประทับใจ
ได้คะ
- ผู้สัมภาษณ์ 5. ผู้แทนยามีการนำเสนอข้อมูลของวัคซีน รวมทั้งข้อมูลทางการแพทย์ใหม่ ๆ
สามารถช่วยสร้างการรับรู้ให้กับท่านได้อย่างไร
- เภสัชกรหญิง I ถ้าผู้แทนยาเข้ามาให้ข้อมูลใหม่ ๆ อย่างสม่ำเสมอ ก็จะช่วยสร้างความผูกพันและ
การรับรู้ให้กับพี่ได้คะ
- ผู้สัมภาษณ์ 6. ท่านคิดว่าราคาของวัคซีนไขหวัดใหญ่ชนิด 4 สายพันธุ์ ที่ราคา 400 บาท มีความ
เหมาะสมหรือไม่ และอย่างไร
- เภสัชกรหญิง I ก็อาจจะแพงขึ้นนิดนึง แต่ถ้าประสิทธิภาพมันดีกว่าจริง ๆ ก็ยอมรับได้คะ
-

บทสัมภาษณ์ของเภสัชกรหญิง J โรงพยาบาล กรุงเทพพทยา จังหวัดชลบุรี

วันที่สัมภาษณ์ 12 ธันวาคม พ.ศ. 2558

“กลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจจำหน่ายผลิตภัณฑ์วัคซีนนำเข้า กรณีศึกษา วัคซีนไขหวัดใหญ่ชนิด 4 สายพันธุ์ บริษัท A”

สวัสดีค่ะ พี่ วันนี้จะขออนุญาตสัมภาษณ์เพื่อนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์ในครั้งนี้มาประกอบการทำงานนิพนธ์ในหัวข้อ “กลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจจำหน่ายผลิตภัณฑ์วัคซีนนำเข้ากรณีศึกษา วัคซีนไขหวัดใหญ่ชนิด 4 สายพันธุ์ บริษัท A” โดยจะมีอยู่ 3 หัวข้อด้วยกัน คือ

1. สภาพแวดล้อมภายนอกที่ส่งผลต่ออุตสาหกรรมวัคซีน
2. การรับรู้ของกลุ่มบุคลากรทางการแพทย์เกี่ยวกับวัคซีนไขหวัดใหญ่ชนิด 4 สายพันธุ์
3. แนวทางการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด

สภาพแวดล้อมภายนอกที่ส่งผลต่ออุตสาหกรรมวัคซีน

ผู้สัมภาษณ์ 1. ท่านคิดว่าปัจจัยภายนอกทางการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์วัคซีนของท่านอย่างไร

เภสัชกรหญิง J - การเมือง ไม่มีผลนะค่ะ ถึงแม้ว่าจะมีการเปลี่ยนแปลงรัฐบาล แต่ก็ไม่มีผลอะไรกับนโยบายสุขภาพต่าง ๆ ของกระทรวงสาธารณสุขนะค่ะ

- เศรษฐกิจ มีผลค่ะ พี่ว่าคนไข้เองต้องพิจารณาเยอะขึ้น และก็เข้าโรงพยาบาลเอกชนน้อยลง ซึ่งถ้าไม่เจ็บป่วยมากก็เลือกที่จะไปซื้อยาร้านขายยามากกว่า
- สังคม พี่ว่าคงต้องพูดถึงยุค Digital ซึ่งพี่เองในฐานะบุคลากรทางการแพทย์เองก็รู้ดีกว่าการสร้าง Digital content ดี ๆ จากหน่วยงาน องค์กร หรือผู้เชี่ยวชาญ ที่จะช่วยประชาสัมพันธ์และแบ่งปันให้กับประชาชนดี ก็จะได้ดีกับสังคมค่ะ

ผู้สัมภาษณ์ 2. ท่านคิดว่าเทคโนโลยี ช่วยให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันมากน้อยเพียงใดต่อผลิตภัณฑ์ประเภทวัคซีน และเพราะเหตุใด

เภสัชกรหญิง J พี่ว่าเทคโนโลยีสมัยนี้ก้าวหน้ากว่าเมื่อก่อนมาก โดยเฉพาะเทคโนโลยีในการพัฒนาและเวชภัณฑ์ ซึ่งพี่ว่าบริษัทไหนที่สามารถคิดค้น และนำนวัตกรรมใหม่ ๆ มาใช้ได้ก่อน ย่อมได้เปรียบทางการแข่งขันอยู่แล้วค่ะ

ผู้สัมภาษณ์ 3. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อสถานะการแข่งขันของธุรกิจวัคซีนในปัจจุบัน และเพราะเหตุใด

เภสัชกรหญิง J พี่อาจจะไม่ค่อยมีข้อมูลในเรื่องของธุรกิจยาเท่าไหร่นะคะ เพราะพี่เป็นเภสัชกรคลินิก เลยไม่ค่อยทราบว่าปัจจุบันการแข่งขันเป็นอย่างไรบ้าง

ผู้สัมภาษณ์ 4. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อผลิตภัณฑ์วัคซีนทดแทน ที่จะเข้ามาในตลาดวัคซีน
เภสัชกรหญิง J สำหรับยาและวัคซีนทดแทน พี่คิดว่าถ้าผลิตภัณฑ์มีข้อมูลชัดเจน และยืนยันได้ว่ามีประสิทธิภาพดี พี่ว่ามันก็ทำให้คนไข้มีทางเลือกในการรักษามากขึ้น

การรับรู้ของกลุ่มบุคลากรทางการแพทย์เกี่ยวกับวัคซีนไขหวัดใหญ่ชนิด 4 สายพันธุ์

ผู้สัมภาษณ์ 1. ท่านให้ความสำคัญเกี่ยวกับโรคไขหวัดใหญ่อย่างไร

เภสัชกรหญิง J พี่ว่าด้วยตัวเชื้อไขหวัดใหญ่เอง อาจจะดูไม่ได้น่ากังวลอะไรมาก แต่พี่เองที่ได้มีโอกาสทำงานใน Ward ร่วมกับแพทย์ ซึ่งก็มีคนไข้หลายคนที่ต้อง Admit จากการกำเริบของโรคประจำตัว และเมื่อคุณพี่สาเหตุก็มีคนไข้บางส่วนที่ทดสอบแล้วพบว่า เป็นฟลูด้วย ซึ่งพี่ว่าเชื้อไขหวัดใหญ่เองมีความสัมพันธ์กับการกำเริบของโรค ซึ่งสอดคล้องกับ Paper ของ อาจารย์อริณทญา ที่เชียงใหม่

ผู้สัมภาษณ์ 2. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับวัคซีนไขหวัดใหญ่

เภสัชกรหญิง J อย่างที่พี่ได้อธิบายไปคะ ถ้าวัคซีนไขหวัดใหญ่มันช่วยให้ Secondary prevention ให้กับคนไข้ที่มีโรคประจำตัวได้ พี่ว่าก็ควรจะฉีดคะ

ผู้สัมภาษณ์ 3. ท่านรู้จักวัคซีนไขหวัดใหญ่ตัวใหม่ชนิด 4 สายพันธุ์หรือไม่ และอย่างไร

เภสัชกรหญิง J รู้จัก ว่าเป็นวัคซีนไขหวัดใหญ่ที่จะมีเชื้อไวรัสในวัคซีน 4 สายพันธุ์ ฟลู A 2 ตัว และฟลู B 2 ตัว

ผู้สัมภาษณ์ 4. ปัจจุบันท่านใช้วัคซีนไขหวัดใหญ่ของบริษัทใด และมีคุณสมบัติและประสิทธิภาพอย่างไร

เภสัชกรหญิง J ตอนนี้วัคซีนไขหวัดใหญ่ที่มีใช้ในโรงพยาบาลจะมี 2 บริษัท คือของ ซาโนฟี ปาสเตอร์ และจี เอส เค ประสิทธิภาพที่ว่าพอ ๆ กัน แต่ของปาสเตอร์มีข้อมูลค่อนข้างจะเยอะกว่า

ผู้สัมภาษณ์ 5. ท่านคิดว่า ข้อดีและข้อด้อยของวัคซีนไขหวัดใหญ่ชนิด 4 สายพันธุ์ คืออะไร

เภสัชกรหญิง J - ข้อดี ป้องกันโรคไขหวัดใหญ่ได้ครอบคลุมมากขึ้น
- ข้อด้อย อยากได้ข้อมูลเกี่ยวกับอาการข้างเคียงหลัง Post marketing

แนวทางการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด

- ผู้สัมภาษณ์ 1. ท่านคิดว่าภาพลักษณ์และชื่อเสียงของบริษัท มีส่วนช่วยให้ท่านเลือกใช้ผลิตภัณฑ์วัคซีนมากน้อยเพียงใด และเพราะเหตุใด
- เกศัชกรหญิง J พี่ว่าภาพลักษณ์และชื่อเสียงของบริษัท มีส่วนนะคะ เพราะส่วนใหญ่บริษัทใหญ่ ๆ เขาก็จะมีมาตรฐานการผลิตและการพัฒนาเทคโนโลยีตลอดเวลา อย่างที่ต้องติดต่อกับ Pharmaco vigilance ของแต่ละบริษัทบ่อย พี่ก็รู้สึกว่าเป็นบริษัทใหญ่ ๆ เขามีระบบในการติดตามผลที่ดีกว่าคะ
- ผู้สัมภาษณ์ 2. การจัดแคมเปญ และการจัดโปรโมชั่น ก่อให้เกิดความสนใจต่อผลิตภัณฑ์วัคซีนมากน้อยเพียงใด และควรจัดในรูปแบบใด
- เกศัชกรหญิง J พี่ว่าการจัดแคมเปญ และการจัดโปรโมชั่น ที่จะทำให้ผลิตภัณฑ์มีความน่าสนใจและเป็นประโยชน์ด้วย ก็น่าจะเป็นพวกงานประชุมต่าง ๆ
- ผู้สัมภาษณ์ 3. การจัดแคมเปญต่าง ๆ ของบริษัทและการส่งเสริมการขายรูปแบบต่าง ๆ ท่านคิดว่าท่านได้รับประโยชน์มากน้อยเพียงใดและเพราะเหตุใด
- เกศัชกรหญิง J ตามที่บอกไปคะ ถ้าเป็นประชุมวิชาการ ก็จะเป็นประโยชน์
- ผู้สัมภาษณ์ 4. กิจกรรมต่าง ๆ ที่บริษัทจัดขึ้นเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ช่วยทำให้ท่านอยากที่จะใช้ผลิตภัณฑ์วัคซีนของบริษัทนั้น ๆ อย่างต่อเนื่องหรือไม่ และเพราะเหตุใด
- เกศัชกรหญิง J กิจกรรมสร้างความสัมพันธ์ที่บริษัทจัดขึ้น อาจจะไม่ค่อยมีผลกับพี่นะคะ เพราะสุดท้ายคนที่จะเป็นคนตัดสินใจเลือกใช้ก็คือแพทย์คะ
- ผู้สัมภาษณ์ 5. ผู้แทนขามีการนำเสนอข้อมูลของวัคซีน รวมทั้งข้อมูลทางการแพทย์ใหม่ ๆ สามารถช่วยสร้างการรับรู้ให้กับท่านได้อย่างไร
- เกศัชกรหญิง J ผู้แทนขามีส่วนมากต่อการรับรู้ของพี่นะคะ เพราะเขาจะเป็นคนแรกที่พี่จะนึกถึงเวลาที่อยาการู้ข้อมูลของผลิตภัณฑ์
- ผู้สัมภาษณ์ 6. ท่านคิดว่าราคาของวัคซีนไขหวัดใหญ่ชนิด 4 สายพันธุ์ ที่ราคา 400 บาท มีความเหมาะสมหรือไม่ และอย่างไร
- เกศัชกรหญิง J พี่ว่าราคา 400 บาท คนไข้เข้าถึงได้คะ

.....

บทสัมภาษณ์ของเภสัชกรหญิง K โรงพยาบาล มหาชัย จังหวัด สมุทรสาคร

วันที่สัมภาษณ์ 17 ธันวาคม พ.ศ. 2558

“กลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจจำหน่ายผลิตภัณฑ์วัคซีนนำเข้า กรณีศึกษา วัคซีนไขหวัดใหญ่ชนิด 4 สายพันธุ์ บริษัท A”

สวัสดีค่ะ พี่ วันนี้จะขออนุญาตสัมภาษณ์เพื่อนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์ในครั้งนี้มาประกอบการทำงานนิพนธ์ในหัวข้อ “กลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจจำหน่ายผลิตภัณฑ์วัคซีนนำเข้ากรณีศึกษา วัคซีนไขหวัดใหญ่ชนิด 4 สายพันธุ์ บริษัท A” โดยจะมีอยู่ 3 หัวข้อด้วยกัน คือ

1. สภาพแวดล้อมภายนอกที่ส่งผลต่ออุตสาหกรรมวัคซีน
2. การรับรู้ของกลุ่มบุคลากรทางการแพทย์เกี่ยวกับวัคซีนไขหวัดใหญ่ชนิด 4 สายพันธุ์
3. แนวทางการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด

สภาพแวดล้อมภายนอกที่ส่งผลต่ออุตสาหกรรมวัคซีน

ผู้สัมภาษณ์ 1. ท่านคิดว่าปัจจัยภายนอกทางการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์วัคซีนของท่านอย่างไร

เภสัชกรหญิง K - การเมือง ไม่มีผลนะค่ะ เพราะพี่จะเลือกยาและวัคซีนที่จะใช้ในโรงพยาบาล จากคุณสมบัติและความคิดเห็นจากแพทย์ในโรงพยาบาลค่ะ

- เศรษฐกิจ มีผลบ้างค่ะ แต่สิ่งสำคัญที่พี่น่าจะจะเป็นคำแนะนำของบุคลากรทางการแพทย์มากกว่า ถ้าแนะนำให้คนไข้แล้ว ส่วนใหญ่คนไข้ก็จะสนใจตามที่แนะนำค่ะ

- สังคม Social มันก็ช่วยให้พี่แลกเปลี่ยนข้อมูลความรู้ต่าง ๆ ได้ง่ายขึ้น

ผู้สัมภาษณ์ 2. ท่านคิดว่าเทคโนโลยี ช่วยให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันมากน้อยเพียงใดต่อผลิตภัณฑ์ประเภทวัคซีน และเพราะเหตุใด

เภสัชกรหญิง K พี่ว่าเทคโนโลยี มีส่วนช่วยให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันแน่นอน เพราะมันจะนำมาซึ่งยาและวัคซีนที่ดีขึ้น ซึ่งมันก็เป็นผลดีกับบริษัท และคนไข้ค่ะ

ผู้สัมภาษณ์ 3. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อสถานะการแข่งขันของธุรกิจวัคซีนในปัจจุบัน และเพราะเหตุใด

เภสัชกรหญิง K พี่ว่าการแข่งขันของธุรกิจยาดูดีกว่าเมื่อก่อน เพราะมีจรรยาบรรณและจริยธรรมมากขึ้น

ผู้สัมภาษณ์ 4. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อผลิตภัณฑ์วัคซีนทดแทน ที่จะเข้ามาในตลาดวัคซีน

เภสัชกรหญิง K ถ้าวัคซีนทดแทนมีการพิสูจน์แล้วว่าวัคซีนนั้น ๆ ดีและมีประสิทธิภาพจริง พี่ก็ยอมรับได้ค่ะ

การรับรู้ของกลุ่มบุคลากรทางการแพทย์เกี่ยวกับวัคซีนไขหวัดใหญ่ชนิด 4 สายพันธุ์

ผู้สัมภาษณ์ 1. ท่านให้ความสำคัญเกี่ยวกับโรคไขหวัดใหญ่อย่างไร

เภสัชกรหญิง K พี่ว่าโรคไขหวัดใหญ่อาจจะไม่น่ากังวลมากในผู้ใหญ่ค่ะ แต่ถ้าในเด็กก็อาจต้องระวัง เพราะเขาติดเชื้อได้ง่าย อาการมักรุนแรง และยากี่ยังใช้ไม่ค่อยได้ในเด็ก

ผู้สัมภาษณ์ 2. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับวัคซีนไขหวัดใหญ่

เภสัชกรหญิง K วัคซีนไขหวัดใหญ่ก็เป็นวัคซีนที่ดี ซึ่งถ้าคนไข้เข้าถึงได้มันก็จะดีกับคนไข้เองค่ะ

ผู้สัมภาษณ์ 3. ท่านรู้จักวัคซีนไขหวัดใหญ่ตัวใหม่ชนิด 4 สายพันธุ์ หรือไม่ และอย่างไร

เภสัชกรหญิง K รู้จัก ว่าเป็นวัคซีนไขหวัดใหญ่ที่จะมีเชื้อไวรัสในวัคซีน 4 สายพันธุ์

ผู้สัมภาษณ์ 4. ปัจจุบันท่านใช้วัคซีนไขหวัดใหญ่ของบริษัทใด และมีคุณสมบัติและประสิทธิภาพอย่างไร

เภสัชกรหญิง K ใช้ของบริษัท A เพราะเป็นแบรนด์แรก อาการข้างเคียงน้อย

ผู้สัมภาษณ์ 5. ท่านคิดว่า ข้อดีและข้อด้อยของวัคซีนไขหวัดใหญ่ชนิด 4 สายพันธุ์ คืออะไร

เภสัชกรหญิง K - ข้อดี ป้องกันโรคไขหวัดใหญ่ได้ครอบคลุมมากขึ้น

- ข้อด้อย ราคาแพงขึ้นนิดหน่อย

แนวทางการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด

ผู้สัมภาษณ์ 1. ท่านคิดว่าภาพลักษณ์และชื่อเสียงของบริษัท มีส่วนช่วยให้ท่านเลือกใช้ผลิตภัณฑ์วัคซีนมากน้อยเพียงใด และเพราะเหตุใด

เภสัชกรหญิง K พี่เองก็ยังเชื่อมั่นกับคุณภาพของยาและวัคซีนของบริษัทที่มีภาพลักษณ์และชื่อเสียง มากกว่าบริษัท No name เพราะยาแต่ละตัวต้องใช้เวลาในการศึกษาวิจัยนานเป็น 10 ปี

ผู้สัมภาษณ์ 2. การจัดแคมเปญ และการจัดโปรโมชั่น ก่อให้เกิดความสนใจต่อผลิตภัณฑ์วัคซีนมากน้อยเพียงใด และควรจัดในรูปแบบใด

เภสัชกรหญิง K พี่ว่ากิจกรรมที่บริษัทจัดขึ้น และจะให้เป็นประโยชน์กับพวกพี่จริง ๆ ควรเป็นการจัดงานประชุมค่ะ เพราะพอทำงานแล้ว อาจจะไม่ค่อยได้มีเวลาไปอัปเดตข้อมูลความรู้กันเท่าไร ซึ่งถ้าบริษัทยาสามารถที่จะมาจัดงานประชุมวิชาการเพื่อเผยแพร่ความรู้ให้กับบุคลากรในโรงพยาบาลได้ ก็จะได้ดีมากเลยคะ

ผู้สัมภาษณ์ 3. การจัดแคมเปญต่าง ๆ ของบริษัทและการส่งเสริมการขายรูปแบบต่าง ๆ ท่านคิดว่าท่านได้รับประโยชน์มากน้อยเพียงใดและเพราะเหตุใด

เกศัชกรหญิง K ก็ถ้าจัดตามที่พี่ได้อธิบายไปตามคำถามที่แล้ว ก็จะเป็นประโยชน์ค่ะ

ผู้สัมภาษณ์ 4. กิจกรรมต่าง ๆ ที่บริษัทจัดขึ้นเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ช่วยทำให้ท่านอยากที่จะใช้ผลิตภัณฑ์วัคซีนของบริษัทนั้น ๆ อย่างต่อเนื่องหรือไม่ และเพราะเหตุใด

เกศัชกรหญิง K กิจกรรมต่าง ๆ ที่บริษัทจัดขึ้นเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า มันก็มีส่วนช่วยให้ความสัมพันธ์ดีขึ้นบ้าง แต่พี่ว่าสิ่งสำคัญเลยคือความสม่ำเสมอในการมาพบ และการบริการค่ะ

ผู้สัมภาษณ์ 5. ผู้แทนขามีการนำเสนอข้อมูลของวัคซีน รวมทั้งข้อมูลทางการแพทย์ใหม่ ๆ สามารถช่วยสร้างการรับรู้ให้กับท่านได้อย่างไร

เกศัชกรหญิง K ผู้แทนขามีการนำเสนอข้อมูลของวัคซีน มีส่วนมากนะคะต่อการรับรู้ เพราะเขาต้องรู้ข้อมูลผลิตภัณฑ์ของตัวเองเป็นอย่างดี

ผู้สัมภาษณ์ 6. ท่านคิดว่าราคาของวัคซีนไขหวัดใหญ่ชนิด 4 สายพันธุ์ ที่ราคา 400 บาท มีความเหมาะสมหรือไม่ และอย่างไร

เกศัชกรหญิง K เหมาะสมค่ะ ถ้าเทียบกับวัคซีนอื่น ๆ ถือว่าถูกกว่า

.....

บทสัมภาษณ์ของแพทย์หญิง L กุมารแพทย์ โรงพยาบาล มหาลัย จังหวัดสมุทรสาคร

วันที่สัมภาษณ์ 17 ธันวาคม พ.ศ. 2558

**“กลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจจำหน่ายผลิตภัณฑ์วัคซีนนำเข้า
กรณีศึกษา วัคซีนไขหวัดใหญ่ชนิด 4 สายพันธุ์ บริษัท A”**

สวัสดีค่ะอาจารย์ วันนี้จะขออนุญาตสัมภาษณ์เพื่อนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์ในครั้งนี้ มาประกอบการทำงานนิพนธ์ในหัวข้อ “กลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจจำหน่ายผลิตภัณฑ์วัคซีนนำเข้ากรณีศึกษา วัคซีนไขหวัดใหญ่ชนิด 4 สายพันธุ์ บริษัท A” โดยจะมีอยู่ 3 หัวข้อด้วยกัน คือ

1. สภาพแวดล้อมภายนอกที่ส่งผลต่ออุตสาหกรรมวัคซีน
2. การรับรู้ของกลุ่มบุคลากรทางการแพทย์เกี่ยวกับวัคซีนไขหวัดใหญ่ชนิด 4 สายพันธุ์
3. แนวทางการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด

สภาพแวดล้อมภายนอกที่ส่งผลต่ออุตสาหกรรมวัคซีน

- ผู้สัมภาษณ์ 1. ท่านคิดว่าปัจจัยภายนอกทางด้านการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์วัคซีนของท่านอย่างไร
- แพทย์หญิง L - การเมือง ไม่ส่งผลต่อการเลือกใช้วัคซีนของหมอแน่ค่ะ เพราะหมอเป็นคนเลือกให้คนไข้เองตามข้อมูลของวัคซีนแต่ละตัว
- เศรษฐกิจ มีผลบ้างค่ะ แต่หมอก็คิดว่าคนไข้จะเชื่อคำแนะนำของหมอ ถ้าหมอแนะนำว่าวัคซีนนั้น ๆ มีคุณสมบัติที่ดีและมีประโยชน์
 - สังคม หมอว่าเดี๋ยวนี้หมออธิบายข้อมูลต่าง ๆ ให้คนไข้ฟังน้อยลง เพราะส่วนใหญ่คนไข้จะพอมือข้อมูลที่หาจากอินเทอร์เน็ตกันมาบ้างแล้ว
- ผู้สัมภาษณ์ 2. ท่านคิดว่าเทคโนโลยี ช่วยให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันมากน้อยเพียงใดต่อผลิตภัณฑ์ประเภทวัคซีน และเพราะเหตุใด
- แพทย์หญิง L เทคโนโลยีมีผลต่อการได้เปรียบทางการแข่งขันอยู่แล้วค่ะ บริษัทไหนที่นำเอานวัตกรรมใหม่ ๆ มาใช้ได้ก่อน ก็ย่อมทำให้ผลิตภัณฑ์มีความน่าสนใจมากกว่าบริษัทอื่น ๆ อยู่แล้ว

- ผู้สัมภาษณ์ 3. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อสภาวะการแข่งขันของธุรกิจวัคซีนในปัจจุบัน และ
เพราะเหตุใด
- แพทย์หญิง L ธุรกิจวัคซีนปัจจุบันมีการแข่งขันมากขึ้น เพราะหว่าเดียนี้แต่ละบริษัทจะเน้น
นำข้อมูลมาเปรียบเทียบกัน ซึ่งดีคะ
- ผู้สัมภาษณ์ 4. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อผลิตภัณฑ์วัคซีนทดแทน ที่จะเข้ามาในตลาดวัคซีน
แพทย์หญิง L วัคซีนทดแทน ถ้าผลิตขึ้นมาแล้วคุณภาพดี Paper เยอะ มีมาตรฐานใกล้เคียงกับ
บริษัทใหญ่ ๆ หมอก็ยอมรับได้นะคะ

การรับรู้ของกลุ่มบุคลากรทางการแพทย์เกี่ยวกับวัคซีนไขหวัดใหญ่ชนิด 4 สายพันธุ์

- ผู้สัมภาษณ์ 1. ท่านให้ความสำคัญเกี่ยวกับโรคไขหวัดใหญ่อย่างไร
- แพทย์หญิง L หว่าปัจจุบันนี้ คนไขมี Awareness เกี่ยวกับโรคไขหวัดใหญ่ดีขึ้นกว่าเดิม
หลังจากที่ไขหวัดใหญ่ 2009 H1N1 ระบาดครั้งใหญ่ ก็ทำให้ประชาชนให้
ความสำคัญมากขึ้น
- ผู้สัมภาษณ์ 2. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับวัคซีนไขหวัดใหญ่
- แพทย์หญิง L วัคซีนไขหวัดใหญ่ก็เป็นวัคซีนที่ดี ช่วยลด Complications ต่าง ๆ ที่อาจเกิดจากการ
ติดเชื้อไขหวัดใหญ่ได้
- ผู้สัมภาษณ์ 3. ท่านรู้จักวัคซีนไขหวัดใหญ่ตัวใหม่ชนิด 4 สายพันธุ์ หรือไม่ และอย่างไร
- แพทย์หญิง L รู้จัก ว่าเป็นวัคซีนไขหวัดใหญ่ที่จะมีเชื้อไวรัสในวัคซีน 4 สายพันธุ์
- ผู้สัมภาษณ์ 4. ปัจจุบันท่านใช้วัคซีนไขหวัดใหญ่ของบริษัทใด และมีคุณสมบัติและประสิทธิภาพ
อย่างไร
- แพทย์หญิง L ใช้ของบริษัท A เพราะมีการใช้มานาน ข้อมูลในเด็กเยอะ และใช้ในคนท้องได้
- ผู้สัมภาษณ์ 5. ท่านคิดว่า ข้อดีและข้อด้อยของวัคซีนไขหวัดใหญ่ชนิด 4 สายพันธุ์ คืออะไร
- แพทย์หญิง L - ข้อดี ป้องกันโรคไขหวัดใหญ่ได้ครอบคลุมมากขึ้น และป้องกัน Flu B ได้ดี
กว่าเดิม
- ข้อด้อย กลัวว่าอาการข้างเคียงจะเพิ่มขึ้นจากเชื้อไวรัสที่เพิ่มเข้ามาอีก 1 ตัว

แนวทางการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด

- ผู้สัมภาษณ์ 1. ท่านคิดว่าภาพลักษณ์และชื่อเสียงของบริษัท มีส่วนช่วยให้ท่านเลือกใช้ผลิตภัณฑ์วัคซีนมากน้อยเพียงใด และเพราะเหตุใด
- แพทย์หญิง L ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของบริษัท มีส่วนนะค่ะ เพราะหมอจะเลือกวัคซีนให้คนไข้โดยเริ่มพิจารณาบริษัทใหญ่ ๆ ที่มีชื่อเสียงก่อนเป็นอันดับแรก เพราะว่าบริษัทเหล่านี้ทำให้หมอมั่นใจได้ในระดับหนึ่งในเรื่องของคุณภาพวัคซีนคะ
- ผู้สัมภาษณ์ 2. การจัดแคมเปญ และการจัด โปร โโมชั่น ก่อให้เกิดความสนใจต่อผลิตภัณฑ์วัคซีนมากน้อยเพียงใด และควรจัดในรูปแบบใด
- แพทย์หญิง L หมอว่าการจัดกิจกรรมทางการตลาด ถ้าจะให้ มีประโยชน์ควรเน้นเผยแพร่ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อประชาชนและสังคม เพราะกิจกรรมเหล่านี้จะช่วยให้บริษัทมีภาพลักษณ์ที่ดีด้วย
- ผู้สัมภาษณ์ 3. การจัดแคมเปญต่าง ๆ ของบริษัทและการส่งเสริมการขายรูปแบบต่าง ๆ ท่านคิดว่าท่านได้รับประโยชน์มากน้อยเพียงใดและเพราะเหตุใด
- แพทย์หญิง L อย่างที่หมอได้อธิบายไปแล้วคะ
- ผู้สัมภาษณ์ 4. กิจกรรมต่าง ๆ ที่บริษัทจัดขึ้นเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ช่วยทำให้ท่านอยากที่จะใช้ผลิตภัณฑ์วัคซีนของบริษัทนั้น ๆ อย่างต่อเนื่องหรือไม่ และเพราะเหตุใด
- แพทย์หญิง L กิจกรรมต่าง ๆ ที่บริษัทจัดขึ้นเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ควรจะควบคู่ไปกับการบริการลูกค้าที่ดีและสม่ำเสมอ ซึ่งจะช่วยให้หมออยากที่จะใช้วัคซีนของบริษัทนั้น ๆ ต่อเนื่องด้วยคะ
- ผู้สัมภาษณ์ 5. ผู้แทนยามีการนำเสนอข้อมูลของวัคซีน รวมทั้งข้อมูลทางการแพทย์ใหม่ ๆ สามารถช่วยสร้างการรับรู้ให้กับท่านได้อย่างไร
- แพทย์หญิง L ช่วยคะ แต่หมอก็อยากจะทำให้ผู้แทนยาเน้นพูดคุยเกี่ยวกับวิชาการมากกว่า Social call คะ
- ผู้สัมภาษณ์ 6. ท่านคิดว่าราคาของวัคซีนไขหวัดใหญ่ชนิด 4 สายพันธุ์ ที่ราคา 400 บาท มีความเหมาะสมหรือไม่ และอย่างไร
- แพทย์หญิง L เหมาะสมคะ แพงกว่าแบบเดิมชนิดน้อย ได้ป้องกันได้ดีขึ้น

.....

บทสัมภาษณ์ของแพทย์หญิง M โรงพยาบาลพญาไทศรีราชา จังหวัดชลบุรี

วันที่สัมภาษณ์ 22 ธันวาคม พ.ศ. 2558

“กลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจจำหน่ายผลิตภัณฑ์วัคซีนนำเข้า กรณีศึกษา วัคซีนไขหวัดใหญ่ชนิด 4 สายพันธุ์ บริษัท A”

สวัสดีค่ะอาจารย์ วันนี้เราจะขออนุญาตสัมภาษณ์เพื่อนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์ในครั้งนี้ มาประกอบการทำงานนิพนธ์ในหัวข้อ “กลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจจำหน่ายผลิตภัณฑ์วัคซีนนำเข้ากรณีศึกษา วัคซีนไขหวัดใหญ่ชนิด 4 สายพันธุ์ บริษัท A” โดยจะมีอยู่ 3 หัวข้อด้วยกัน คือ

1. สภาพแวดล้อมภายนอกที่ส่งผลต่ออุตสาหกรรมวัคซีน
2. การรับรู้ของกลุ่มบุคลากรทางการแพทย์เกี่ยวกับวัคซีนไขหวัดใหญ่ชนิด 4 สายพันธุ์
3. แนวทางการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด

สภาพแวดล้อมภายนอกที่ส่งผลต่ออุตสาหกรรมวัคซีน

ผู้สัมภาษณ์ 1. ท่านคิดว่าปัจจัยภายนอกทางการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์วัคซีนของท่านอย่างไร

แพทย์หญิง M - การเมือง สำหรับหมอที่ประจำอยู่โรงพยาบาลเอกชน หมอว่าการเมืองไม่มีผลต่อการเลือกใช้วัคซีนของหมอเลยนะค่ะ เพราะหมอจะตัดสินใจด้วยตัวเอง

- เศรษฐกิจ มีผลบ้างค่ะ แต่พ่อแม่เขาก็พยายามที่จะเลือกสิ่งที่ดีที่สุดให้ลูกก่อน
- สังคม ผมว่าปัจจุบันนี้สังคมมันรวดเร็วมากเพราะอินเทอร์เน็ต คนใช้รับรู้ข่าวสาร ไว ยิ่งพวกเกี่ยวกับโรคภัยไข้เจ็บนี้ยิ่งเร็ว

ผู้สัมภาษณ์ 2. ท่านคิดว่าเทคโนโลยี ช่วยให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันมากน้อยเพียงใดต่อผลิตภัณฑ์ประเภทวัคซีน และเพราะเหตุใด

แพทย์หญิง M - หมอว่าปัจจุบันนี้ อินเทอร์เน็ตนั้นมีผลต่อการดำเนินชีวิตของคนมาก ๆ ค่ะ เหมือนเป็นปัจจัยที่ 5 ไปแล้ว ซึ่งธุรกิจยาเองก็น่าจะเปลี่ยนแนวทางการประชาสัมพันธ์ให้ทันกับยุคด้วย

ผู้สัมภาษณ์ 3. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อสถานะการแข่งขันของธุรกิจวัคซีนในปัจจุบัน และเพราะเหตุใด

แพทย์หญิง M - หมอว่าบริษัทยาเดี๋ยวนี้เขาเอา Paper มาสู้กัน แต่หมอก็ต้องมีการพิจารณาถึงความน่าเชื่อถือของข้อมูลนั้น ๆ ด้วย

ผู้สัมภาษณ์ 4. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อผลิตภัณฑ์วัคซีนทดแทน ที่จะเข้ามาในตลาดวัคซีน

แพทย์หญิง M ปัจจุบันก็มีวัคซีนทดแทนเข้ามาหลายตัวนะคะ ซึ่งหมอบอกดีคะ โดยเฉพาะช่วงที่ Supply วัคซีนมีปัญหา จะได้ทดแทนกันได้

การรับรู้ของกลุ่มบุคลากรทางการแพทย์เกี่ยวกับวัคซีนไขหวัดใหญ่ชนิด 4 สายพันธุ์

ผู้สัมภาษณ์ 1. ท่านให้ความสำคัญเกี่ยวกับโรคไขหวัดใหญ่อย่างไร

แพทย์หญิง M โรคไขหวัดใหญ่ได้กรุนแรงนะคะ รักษาได้แค่ตามอาการและก็เฝ้าระวังการเกิดภาวะแทรกซ้อน

ผู้สัมภาษณ์ 2. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับวัคซีนไขหวัดใหญ่

แพทย์หญิง M วัคซีนไขหวัดใหญ่ก็เป็นวัคซีนที่ดี หมอก็จะแนะนำให้กับพ่อแม่ทุกคนควรฉีด รวมถึงตัวผู้ปกครองเองด้วย ซึ่งมักจะเป็นแหล่งแพร่เชื้อที่สำคัญไปสู่ลูกคะ

ผู้สัมภาษณ์ 3. ท่านรู้จักวัคซีนไขหวัดใหญ่ตัวใหม่ชนิด 4 สายพันธุ์ หรือไม่ และอย่างไร

แพทย์หญิง M รู้จัก ว่าเป็นวัคซีนไขหวัดใหญ่ที่จะมีเชื้อไวรัสในวัคซีน 4 สายพันธุ์

ผู้สัมภาษณ์ 4. ปัจจุบันท่านใช้วัคซีนไขหวัดใหญ่ของบริษัทใด และมีคุณสมบัติและประสิทธิภาพอย่างไร

แพทย์หญิง M วัคซีนไขหวัดใหญ่ที่มีใช้ในโรงพยาบาลก็มี 2 บริษัท คือของ ปาสเตอร์และ จี เอส เล ใช้สลับ ๆ กันแต่ส่วนใหญ่หมอมักจะคุ้นเคยกับของปาสเตอร์มากกว่าเพราะมีใช้นานกว่าคะ

ผู้สัมภาษณ์ 5. ท่านคิดว่า ข้อดีและข้อด้อยของวัคซีนไขหวัดใหญ่ชนิด 4 สายพันธุ์ คืออะไร

แพทย์หญิง M - ข้อดี ก็เป็นวัคซีนไขหวัดใหญ่ที่ดีที่สุด ณ ตอนนี้
- ข้อด้อย น่าจะมีรูปแบบ ID เหมือนกับตัวเดิม

แนวทางการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด

ผู้สัมภาษณ์ 1. ท่านคิดว่าภาพลักษณ์และชื่อเสียงของบริษัท มีส่วนช่วยให้ท่านเลือกใช้ผลิตภัณฑ์วัคซีนมากน้อยเพียงใด และเพราะเหตุใด

แพทย์หญิง M หมอก็จะเลือกยาและวัคซีนจากบริษัทที่มีชื่อเสียงให้กับคนไข้ก่อน เพราะมั่นใจในคุณภาพ

ผู้สัมภาษณ์ 2. การจัดแคมเปญ และการจัด โปร โหมชั่น ก่อให้เกิดความสนใจต่อผลิตภัณฑ์วัคซีนมากน้อยเพียงใด และควรจัดในรูปแบบใด

แพทย์หญิง M หมอบอกว่าถ้ากิจกรรมเน้นไปที่การสร้าง Knowledge และ Awareness ในโรคต่าง ๆ ก่อจะเป็นประโยชน์และทำให้ผลิตภัณฑ์มีความน่าสนใจคะ

- ผู้สัมภาษณ์ 3. การจัดแคมเปญต่าง ๆ ของบริษัทและการส่งเสริมการขายรูปแบบต่าง ๆ ท่านคิดว่าท่านได้รับประโยชน์มากน้อยเพียงใดและเพราะเหตุใด
- แพทย์หญิง M ก็ถ้าเป็นในแบบที่การประชาสัมพันธ์ข้อมูลตามที่หมอบอกไป ก็น่าจะเป็นประโยชน์คะ
- ผู้สัมภาษณ์ 4. กิจกรรมต่าง ๆ ที่บริษัทจัดขึ้นเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ช่วยทำให้ท่านอยากที่จะใช้ผลิตภัณฑ์วัคซีนของบริษัทนั้น ๆ อย่างต่อเนื่องหรือไม่ และเพราะเหตุใด
- แพทย์หญิง M กิจกรรมต่าง ๆ ที่บริษัทจัดขึ้นเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ช่วยให้หมอยากที่จะใช้วัคซีนของบริษัทนั้นนะคะ เพราะช่วยให้เกิดความผูกพันระหว่างกันมากขึ้นแน่นแฟ้นขึ้น
- ผู้สัมภาษณ์ 5. ผู้แทนยามีการนำเสนอข้อมูลของวัคซีน รวมทั้งข้อมูลทางการแพทย์ใหม่ ๆ สามารถช่วยสร้างการรับรู้ให้กับท่านได้อย่างไร
- แพทย์หญิง M ผู้แทนยามีส่วนช่วยให้หมเกิดการรับรู้เยอะเลยคะ เพราะหมเองก็ต้องตรวจคนไข้เยอะ ไม่ค่อยมีเวลา ซึ่งน้องผู้แทนเองเขาก็จะมาคอยช่วยสรุป Key message ให้อีกทีคะ
- ผู้สัมภาษณ์ 6. ท่านคิดว่าราคาของวัคซีนไขหวัดใหญ่ชนิด 4 สายพันธุ์ ที่ราคา 400 บาท มีความเหมาะสมหรือไม่ และอย่างไร
- แพทย์หญิง M ราคาเหมาะสมคะ เฉลี่ยตัวละ 100 บาท คิดว่าคนไข้ไม่น่ามีปัญหา แต่อาจต้องอธิบายเพิ่มหน่อยในช่วยแรก ๆ

.....

ภาคผนวก ค

PreMA

PReMA

PReMA คือ สมาคมผู้วิจัยและผลิตเภสัชภัณฑ์ หรือ ฟริม่า (Pharmaceutical Research and Manufacturers Association หรือ PReMA) เป็นองค์กรที่ไม่แสวงหาผลกำไร มีสมาชิกสมาคมที่ล้วนเป็นบริษัทที่มีหรือเกี่ยวข้องกับการวิจัยและพัฒนา ยา ใหม่ ๆ เพื่อต่อสู้กับโรคร้ายที่ยังไม่สามารถรักษาได้ หรือเพื่อให้การรักษาโรคมียมีประสิทธิภาพดียิ่ง ๆ ขึ้นไป ฟริม่า ยังมุ่งมั่นที่จะให้คนไทยมีส่วนร่วมในการวิจัยและพัฒนาในอุตสาหกรรมยาระดับสากล ซึ่งเป็นแรงผลักดันสู่การคิดค้นยานวัตกรรมใหม่ ๆ ที่มีคุณภาพดีกว่าเดิม เพื่อประโยชน์ของประชาชนไทยโดยทั่วไป ให้มีสุขภาพดี และมีความสามารถในการผลิตเพิ่มขึ้น ซึ่งจะส่งผลดีต่อธุรกิจต่าง ๆ และเศรษฐกิจของประเทศโดยรวมอีกด้วย

ปรัชญาของ PReMA

“นวัตกรรมยาเพื่อสุขภาพที่ดีกว่า” (Innovative medicines. healthier life) คือปรัชญาที่ ฟริม่า และบริษัทสมาชิกยึดถือมาตลอด นั่นคือการมุ่งมั่นทุ่มเทที่จะคิดค้นนวัตกรรมยาใหม่ ๆ เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของมนุษย์ให้ดียิ่งขึ้น

พันธกิจของ PReMA

สมาคมผู้วิจัยและผลิตเภสัชภัณฑ์ (ฟริม่า) ส่งเสริมให้คนไทย มีสุขภาพและคุณภาพชีวิตที่ดีกว่า ด้วยการเข้าถึงยานวัตกรรมที่ผ่านขบวนการวิจัยและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อความก้าวหน้าทางการแพทย์และระบบสาธารณสุข สมาคมสนับสนุนสิทธิของประชาชนและผู้ประกอบวิชาชีพทางการแพทย์ เภสัชกรรม และพยาบาล ในการเลือกใช้ยาคุณภาพที่สามารถให้ผลการรักษาโรคได้สูงสุด

สมาชิกองค์กรระดับโลก

ฟริม่าได้เข้าเป็นสมาชิกของสมาพันธ์ผู้ผลิตเภสัชภัณฑ์นานาชาติ (IFPMA) ซึ่งมีสมาคมด้านเภสัชภัณฑ์ต่าง ๆ ทั่วโลกร่วมเป็นสมาชิก นอกจากนี้ ฟริม่ายังเป็นสมาชิกขององค์กร World Self-Medication Industry (WSMI) ซึ่งเป็นตัวแทนของอุตสาหกรรมยาสำหรับประชาชนซื้อเพื่อรักษาตนเองได้โดยไม่ต้องมีใบสั่งยาจากแพทย์ (OTC)

(สมาคมผู้วิจัยและผลิตเภสัชภัณฑ์, 2558)

ภาคผนวก ง
ผลการพิจารณา IOC



แบบทดสอบความเที่ยงตรงเชิง.....

แบบสัมภาษณ์นี้สามารถใช้เป็น
เครื่องมือในการวิจัย(วิจัยเชิงคุณภาพ)

- ได้
- ได้ แต่ต้องปรับปรุงบางส่วน
- ไม่ได้ทั้งฉบับ

ลงชื่อ.....

ผู้เชี่ยวชาญ/ ผู้ทรงคุณวุฒิ

.....

ชื่อเรื่องงานนิพนธ์ “กลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผักชี้นำเข้า

กรณีศึกษา วัคซีนไขหวัดใหญ่ชนิด 4 สายพันธุ์ บริษัท ซาโนไฟ ฟาสเตอร์”

ชื่อผู้วิจัย น.ส.ศิริลักษณ์ พาประจง

รหัสประจำตัว 56710331

นิสิตหลักสูตร สาขาธุรกิจระหว่างประเทศ (GBM รุ่นที่ 3)

หมายเลขโทรศัพท์ 093-126-6645 email june_anakin@hotmail.com

อาจารย์ที่ปรึกษา ดร.ชนิสรา แก้วสุวรรณ

ข้อมูลเบื้องต้น

ตามเอกสารแนบ

1. วัตถุประสงค์
2. กรอบแนวคิด
3. สมมติฐาน
4. คำนิยามศัพท์

คำชี้แจง

แบบสัมภาษณ์จัดทำขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ

เก็บรวบรวมข้อมูลเชิงลึกกับแพทย์และเภสัชกร ที่มีส่วนในการตัดสินใจเลือกใช้วัคซีน

ไขหวัดใหญ่ตัวใหม่ชนิด 4 สายพันธุ์ให้กับคนไข้.....

ลักษณะของข้อความแบ่งออกเป็น 2...ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1...ข้อมูลทั่วไปของผู้ถูกสัมภาษณ์.....

ดร.วิมล/ผอ.กค.

1. ข้อที่ 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 59, 60, 61, 62, 63, 64, 65, 66, 67, 68, 69, 70, 71, 72, 73, 74, 75, 76, 77, 78, 79, 80, 81, 82, 83, 84, 85, 86, 87, 88, 89, 90, 91, 92, 93, 94, 95, 96, 97, 98, 99, 100, 101, 102, 103, 104, 105, 106, 107, 108, 109, 110, 111, 112, 113, 114, 115, 116, 117, 118, 119, 120, 121, 122, 123, 124, 125, 126, 127, 128, 129, 130, 131, 132, 133, 134, 135, 136, 137, 138, 139, 140, 141, 142, 143, 144, 145, 146, 147, 148, 149, 150, 151, 152, 153, 154, 155, 156, 157, 158, 159, 160, 161, 162, 163, 164, 165, 166, 167, 168, 169, 170, 171, 172, 173, 174, 175, 176, 177, 178, 179, 180, 181, 182, 183, 184, 185, 186, 187, 188, 189, 190, 191, 192, 193, 194, 195, 196, 197, 198, 199, 200, 201, 202, 203, 204, 205, 206, 207, 208, 209, 210, 211, 212, 213, 214, 215, 216, 217, 218, 219, 220, 221, 222, 223, 224, 225, 226, 227, 228, 229, 230, 231, 232, 233, 234, 235, 236, 237, 238, 239, 240, 241, 242, 243, 244, 245, 246, 247, 248, 249, 250, 251, 252, 253, 254, 255, 256, 257, 258, 259, 260, 261, 262, 263, 264, 265, 266, 267, 268, 269, 270, 271, 272, 273, 274, 275, 276, 277, 278, 279, 280, 281, 282, 283, 284, 285, 286, 287, 288, 289, 290, 291, 292, 293, 294, 295, 296, 297, 298, 299, 300, 301, 302, 303, 304, 305, 306, 307, 308, 309, 310, 311, 312, 313, 314, 315, 316, 317, 318, 319, 320, 321, 322, 323, 324, 325, 326, 327, 328, 329, 330, 331, 332, 333, 334, 335, 336, 337, 338, 339, 340, 341, 342, 343, 344, 345, 346, 347, 348, 349, 350, 351, 352, 353, 354, 355, 356, 357, 358, 359, 360, 361, 362, 363, 364, 365, 366, 367, 368, 369, 370, 371, 372, 373, 374, 375, 376, 377, 378, 379, 380, 381, 382, 383, 384, 385, 386, 387, 388, 389, 390, 391, 392, 393, 394, 395, 396, 397, 398, 399, 400, 401, 402, 403, 404, 405, 406, 407, 408, 409, 410, 411, 412, 413, 414, 415, 416, 417, 418, 419, 420, 421, 422, 423, 424, 425, 426, 427, 428, 429, 430, 431, 432, 433, 434, 435, 436, 437, 438, 439, 440, 441, 442, 443, 444, 445, 446, 447, 448, 449, 450, 451, 452, 453, 454, 455, 456, 457, 458, 459, 460, 461, 462, 463, 464, 465, 466, 467, 468, 469, 470, 471, 472, 473, 474, 475, 476, 477, 478, 479, 480, 481, 482, 483, 484, 485, 486, 487, 488, 489, 490, 491, 492, 493, 494, 495, 496, 497, 498, 499, 500, 501, 502, 503, 504, 505, 506, 507, 508, 509, 510, 511, 512, 513, 514, 515, 516, 517, 518, 519, 520, 521, 522, 523, 524, 525, 526, 527, 528, 529, 530, 531, 532, 533, 534, 535, 536, 537, 538, 539, 540, 541, 542, 543, 544, 545, 546, 547, 548, 549, 550, 551, 552, 553, 554, 555, 556, 557, 558, 559, 560, 561, 562, 563, 564, 565, 566, 567, 568, 569, 570, 571, 572, 573, 574, 575, 576, 577, 578, 579, 580, 581, 582, 583, 584, 585, 586, 587, 588, 589, 590, 591, 592, 593, 594, 595, 596, 597, 598, 599, 600, 601, 602, 603, 604, 605, 606, 607, 608, 609, 610, 611, 612, 613, 614, 615, 616, 617, 618, 619, 620, 621, 622, 623, 624, 625, 626, 627, 628, 629, 630, 631, 632, 633, 634, 635, 636, 637, 638, 639, 640, 641, 642, 643, 644, 645, 646, 647, 648, 649, 650, 651, 652, 653, 654, 655, 656, 657, 658, 659, 660, 661, 662, 663, 664, 665, 666, 667, 668, 669, 670, 671, 672, 673, 674, 675, 676, 677, 678, 679, 680, 681, 682, 683, 684, 685, 686, 687, 688, 689, 690, 691, 692, 693, 694, 695, 696, 697, 698, 699, 700, 701, 702, 703, 704, 705, 706, 707, 708, 709, 710, 711, 712, 713, 714, 715, 716, 717, 718, 719, 720, 721, 722, 723, 724, 725, 726, 727, 728, 729, 730, 731, 732, 733, 734, 735, 736, 737, 738, 739, 740, 741, 742, 743, 744, 745, 746, 747, 748, 749, 750, 751, 752, 753, 754, 755, 756, 757, 758, 759, 760, 761, 762, 763, 764, 765, 766, 767, 768, 769, 770, 771, 772, 773, 774, 775, 776, 777, 778, 779, 780, 781, 782, 783, 784, 785, 786, 787, 788, 789, 790, 791, 792, 793, 794, 795, 796, 797, 798, 799, 800, 801, 802, 803, 804, 805, 806, 807, 808, 809, 810, 811, 812, 813, 814, 815, 816, 817, 818, 819, 820, 821, 822, 823, 824, 825, 826, 827, 828, 829, 830, 831, 832, 833, 834, 835, 836, 837, 838, 839, 840, 841, 842, 843, 844, 845, 846, 847, 848, 849, 850, 851, 852, 853, 854, 855, 856, 857, 858, 859, 860, 861, 862, 863, 864, 865, 866, 867, 868, 869, 870, 871, 872, 873, 874, 875, 876, 877, 878, 879, 880, 881, 882, 883, 884, 885, 886, 887, 888, 889, 890, 891, 892, 893, 894, 895, 896, 897, 898, 899, 900, 901, 902, 903, 904, 905, 906, 907, 908, 909, 910, 911, 912, 913, 914, 915, 916, 917, 918, 919, 920, 921, 922, 923, 924, 925, 926, 927, 928, 929, 930, 931, 932, 933, 934, 935, 936, 937, 938, 939, 940, 941, 942, 943, 944, 945, 946, 947, 948, 949, 950, 951, 952, 953, 954, 955, 956, 957, 958, 959, 960, 961, 962, 963, 964, 965, 966, 967, 968, 969, 970, 971, 972, 973, 974, 975, 976, 977, 978, 979, 980, 981, 982, 983, 984, 985, 986, 987, 988, 989, 990, 991, 992, 993, 994, 995, 996, 997, 998, 999, 1000
2. ไม่เห็นข้อดีของวัคซีน
ในวัคซีนตัวใหม่ชนิด 2



แบบทดสอบความเที่ยงตรงเชิง.....

แบบสัมภาษณ์นี้สามารถใช้เป็น
เครื่องมือในการวิจัย(วิจัยเชิงคุณภาพ)

- ได้
- ได้ แต่ต้องปรับปรุงบางส่วน
- ไม่ได้ทั้งฉบับ

ลงชื่อ.....

ผู้เชี่ยวชาญ/ ผู้ทรงคุณวุฒิ

7 / 11 / 58

ชื่อเรื่องงานนิพนธ์ “กลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจจำหน่ายผลิตภัณฑ์ข้าวฉิ่นนำเข้า

กรณีศึกษา ข้าวฉิ่น ไข่หูกใหญ่ชนิด 4 สายพันธุ์ บริษัท ซาโนฟี่ ปาสเตอร์”

ชื่อผู้วิจัย น.ส.ศิริลักษณ์ พาประจง

รหัสประจำตัว 56710331

นิสิตหลักสูตร สาขาธุรกิจระหว่างประเทศ (GBM รุ่นที่ 3)

หมายเลขโทรศัพท์ 093-126-6645.....email_june_anakin@hotmail.com

อาจารย์ที่ปรึกษา ดร.ชนิสรา แก้วสุวรรณ

ข้อมูลเบื้องต้น

ตามเอกสารแนบ

1. วัตถุประสงค์
2. กรอบแนวคิด
3. สมมติฐาน
4. คำนิยามศัพท์

คำชี้แจง

แบบสัมภาษณ์จัดทำขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ

.....เก็บรวบรวมข้อมูลเชิงลึกกับแพทย์และเภสัชกร ที่มีส่วนในการตัดสินใจเลือกไข่ฉิ่น
ไข่หูกใหญ่ตัวใหม่ชนิด 4 สายพันธุ์ให้กับคนไข้.....

ลักษณะของข้อคำถามแบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ถูกสัมภาษณ์.....



แบบทดสอบความเที่ยงตรงเชิง.....

แบบสัมภาษณ์นี้สามารถใช้เป็น
เครื่องมือในการวิจัย(วิจัยเชิงคุณภาพ)

- ได้
- ได้ แต่ต้องปรับปรุงบางส่วน
- ไม่ได้ทั้งฉบับ

ลงชื่อ..... ดร.กัญญา สอนิโร

ผู้เชี่ยวชาญ/ผู้ทรงคุณวุฒิ

2 / พ.ค. / 2558

ชื่อเรื่องงานนิพนธ์ “กลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผักชี้นำเข้า

กรณีศึกษา วัตถุประสงค์ใหญ่ชนิด 4 สายพันธุ์ บริษัท ซาโนฟี่ ปาสเตอร์”

ชื่อผู้วิจัย น.ส.ศิริลักษณ์ พาประจง

รหัสประจำตัว 56710331

นิสิตหลักสูตร สาขาธุรกิจระหว่างประเทศ (GBM รุ่นที่ 3)

หมายเลขโทรศัพท์ 093-126-6645...email_june_anakin@hotmail.com

อาจารย์ที่ปรึกษา ดร.ชนิสรา แก้วสุวรรณ

ข้อมูลเบื้องต้น

ตามเอกสารแนบ

1. วัตถุประสงค์
2. กรอบแนวคิด
3. สมมติฐาน
4. คำนิยามศัพท์

คำชี้แจง

แบบสัมภาษณ์จัดทำขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ

.....เก็บรวบรวมข้อมูลเชิงลึกกับแพทย์และเภสัชกร ที่มีส่วนในการตัดสินใจเลือกใช้ผักชี
นำเข้า วัตถุประสงค์ใหญ่ชนิด 4 สายพันธุ์ให้กับคนไข้.....

ลักษณะของข้อความแบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ถูกสัมภาษณ์.....

ภาคผนวก จ
ผลการตรวจคัดลอกงานนิพนธ์

Created on Oct 30, 2015 at 10:31 AM

Submission Information

ID	SUBMISSION DATE	SUBMITTED BY	ORGANIZATION	FILENAME	STATUS	SIMILARITY INDEX
144261	Oct 30, 2015 at 10:31 AM	56710331@go.buu.ac.th	มหาวิทยาลัยบูรพา	5-IS ระบุ.docx	Completed	0.00%

Match Overview

Show 10 entries

Search:

NO.	TITLE	AUTHOR(S)	SOURCE	SIMILARITY INDEX
-----	-------	-----------	--------	------------------

No data available in table

NO.	TITLE	AUTHOR(S)	SOURCE	SIMILARITY INDEX
-----	-------	-----------	--------	------------------

Showing 0 to 0 of 0 entries

First Previous Next Last

Match Details

TEXT FROM SUBMITTED DOCUMENT

TEXT FROM SOURCE DOCUMENT(S)