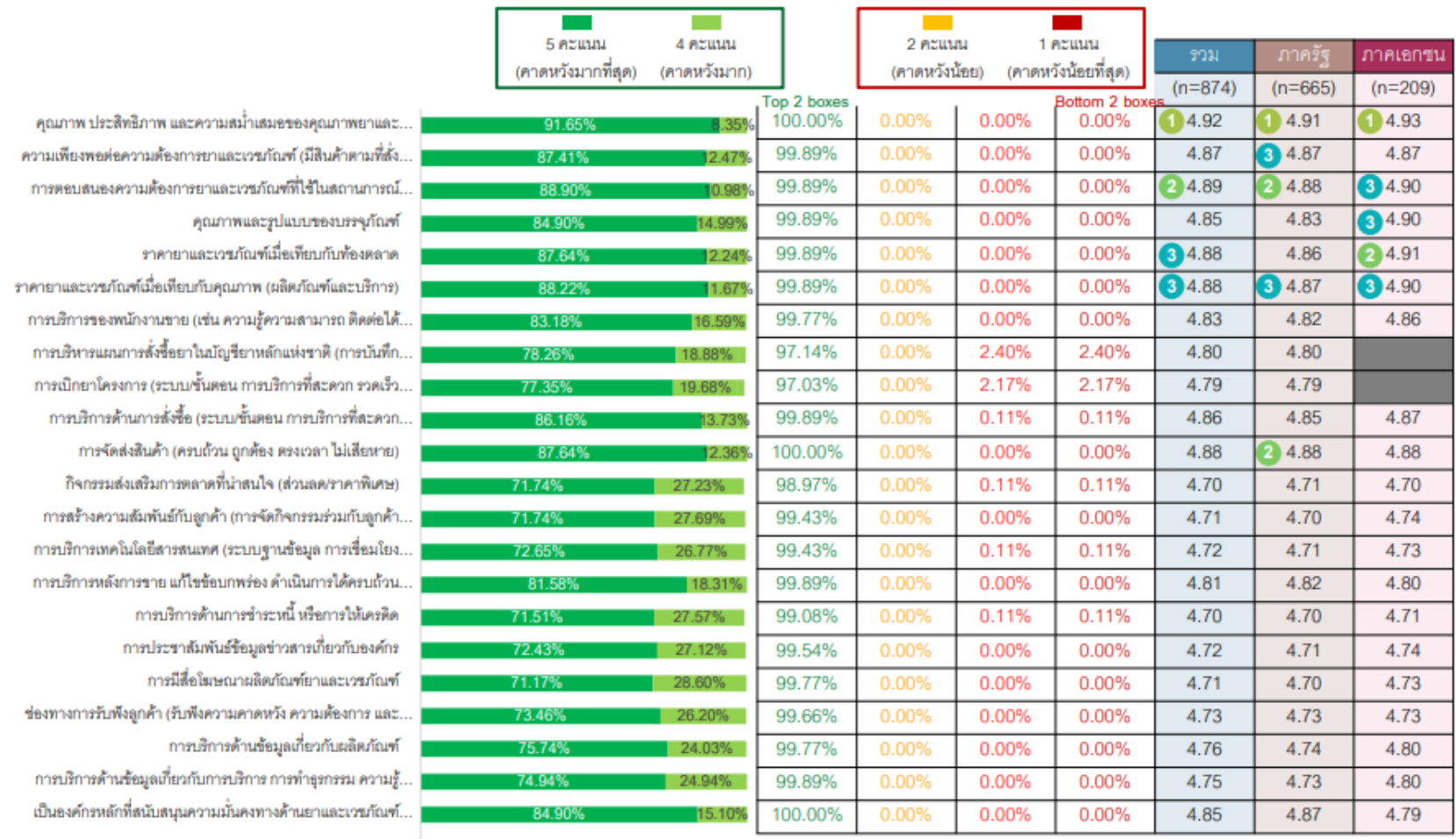


ความคาดหวังต่อการเกษตรกรรมในประเด็นต่างๆ ปี 2566



สรุป:ความคาดหวังต่อองค์การเภสัชกรรมในประเด็นต่างๆ ปี2566

- เป็นที่น่าสังเกตว่า ภาคเอกชนส่วนมากจะมีความคาดหวังที่สูงกว่าภาครัฐ ในแต่ละอันดับของความคาดหวัง
- โดยภาพรวม ลูกค้ำองค์การทุกรายมีความคาดหวังสูงสุดในเรื่องของคุณภาพ ประสิทธิภาพ และความสม่ำเสมอของคุณภาพยาและเวชภัณฑ์ (4.92) ซึ่งทั้งในภาครัฐ (4.91) และเอกชน (4.93) ที่ต่างก็เลือกปัจจัยนี้เป็นอันดับที่ 1 ตรงกัน โดยภาคเอกชนมีความคาดหวังในเรื่องนี้มากกว่าภาครัฐ
- รองลงมาความคาดหวังอันดับที่ 2 ในภาพรวมได้แก่การตอบสนองต่อความต้องการยาและเวชภัณฑ์ที่ใช้ในสถานการณฉุกเฉิน ที่ 4.89 โดยภาครัฐก็ให้ความคาดหวังในปัจจุบันนี้เป็นอันดับที่ 2 (4.88) เช่นเดียวกับการจัดส่งสินค้า (4.88) หากแต่ส่วนของภาคเอกชนนั้น ความคาดหวังอันดับที่ 2 ได้แก่ ราคายาและเวชภัณฑ์เมื่อเทียบกับท้องตลาด (4.91) ซึ่งเป็นความคาดหวังที่สูงกว่าความคาดหวังอันดับที่ 2 ของภาครัฐ
- ส่วนอันดับที่ 3 ของความคาดหวังในภาพรวมได้แก่ราคายาและเวชภัณฑ์เมื่อเทียบกับท้องตลาด และ เมื่อเทียบกับคุณภาพ ที่ 4.88 เท่ากัน ซึ่งในส่วน of ภาครัฐก็มีความคาดหวังในราคายาเมื่อเทียบกับคุณภาพ รวมทั้งความเพียงพอต่อความต้องการยาและเวชภัณฑ์ ที่ 4.87 เท่ากัน ส่วนของภาคเอกชน อันดับที่ 3 ก็เป็นความคาดหวังในราคายาเมื่อเทียบกับคุณภาพ (4.90) เท่ากันกับการตอบสนองต่อความต้องการยาและเวชภัณฑ์ และ คุณภาพและรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ ที่ 4.90
- ทางด้าน Top 2 boxes หากพิจารณาจะพบว่า มี 3 ประเด็น ที่ได้คะแนนถึง 100% ดังนี้ 1) คุณภาพ ประสิทธิภาพ และความสม่ำเสมอของคุณภาพยาและเวชภัณฑ์ 2) การจัดส่งสินค้า (ครบถ้วน ถูกต้อง ตรงเวลา ไม่เสียหาย) และ 3) เป็นองค์กรหลักที่สนับสนุนความมั่นคงทางด้านยาและเวชภัณฑ์ของประเทศ (การรักษาระดับราคาของประเทศ การผลิต/จัดหายากำพร้าและยาที่มีผู้ผลิตน้อยราย การจัดหาหน้ายาล่างใต้ วัคซีนสำหรับโครงการ สปสช. ฯลฯ)

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย ปี 2566

*หมายเหตุ ที่มาแบบสี่สั้ม

1. ลูกค้าปัจจุบันเป็นปัจจัยที่เร่งด่วนในการพัฒนา จากการวิเคราะห์ SWOT

2. ลูกค้าในอนาคตเป็นปัจจัยที่สำคัญ จากการถ่วงน้ำหนัก 3 ลำดับแรก

	ลูกค้าปัจจุบัน						ลูกค้าในอนาคต		
	รวมลูกค้า องค์กร	ภาครัฐ	ภาคเอกชน	ต่างประเทศ	GPO HealthiCare	ปชช. ทั่วไป	Online ปัจจุบัน	ต่างประเทศ	Online ในอนาคต
คุณภาพ ประสิทธิภาพ และความสม่ำเสมอของคุณภาพยาและเวชภัณฑ์									
ความเพียงพอต่อความต้องการยาและเวชภัณฑ์ (มีสินค้าตามที่สั่ง ทั้งปริมาณและทันตามเวลาที่ ต้องการ)	ประเด็นปรับปรุงเร่งด่วนสำหรับลูกค้าภาครัฐ							ประเด็นปรับปรุง เร่งด่วนสำหรับ ลูกค้าในอนาคต	
การตอบสนองความต้องการยาและเวชภัณฑ์ใช้ในสถานการณฉุกเฉิน									
คุณภาพและรูปแบบของบรรจุภัณฑ์									
ราคายาและเวชภัณฑ์เมื่อเทียบกับท้องตลาด									
ราคายาและเวชภัณฑ์เมื่อเทียบกับคุณภาพ (ผลิตภัณฑ์และบริการ)									
การบริการของพนักงานขาย (เช่น ความรู้ความสามารถ ติดต่อดีง่าย กระตือรือร้น เต็มใจให้บริการ)									
การบริหารแผนการสั่งซื้อยาในบัญชียาหลักแห่งชาติ									
การเบิกยาโครงการ (ระบบ/ขั้นตอน การบริการที่สะดวก รวดเร็ว ถูกต้องและติดตามได้)									
การบริการด้านการสั่งซื้อ (ระบบ/ขั้นตอน การบริการที่สะดวก รวดเร็ว ถูกต้อง และติดตามได้)									
การจัดส่งสินค้า (ครบถ้วน ถูกต้อง ตรงเวลา ไม่เสียหาย)									
กิจกรรมส่งเสริมการตลาดที่น่าสนใจ (ส่วนลด/ราคาพิเศษ)									
การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า (การจัดกิจกรรมร่วมกับลูกค้า การสนับสนุนลูกค้า)									
การบริการเทคโนโลยีสารสนเทศ (ระบบฐานข้อมูล การเชื่อมโยงข้อมูล)									
การบริการหลังการขาย แก้ไขข้อบกพร่อง ดำเนินการได้ครบถ้วนตามเวลาที่กำหนด									
การบริการด้านการชำระหนี้ หรือการให้เครดิต									
การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับองค์กร	ประเด็นปรับปรุงเร่งด่วนที่พบมากในลูกค้าปัจจุบัน								
การมีสื่อโฆษณาผลิตภัณฑ์ยาและเวชภัณฑ์									
ช่องทางการรับฟังลูกค้า (รับฟังความคิดเห็น ความต้องการ และข้อร้องเรียนของลูกค้า)									
การบริการด้านข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์									
การบริการด้านข้อมูลเกี่ยวกับการบริการ การทำธุรกรรม ความรู้ทั่วไป ฯลฯ									
เป็นองค์กรหลักที่สนับสนุนความมั่นคงทางด้านยาและเวชภัณฑ์ของประเทศ									

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย ปี 2566 (ต่อ)

ความเพียงพอต่อความต้องการยาและเวชภัณฑ์

จากข้อมูลการวิจัย พบว่า ด้านความเพียงพอต่อความต้องการยาและเวชภัณฑ์ขององค์การเภสัชกรรม มีคะแนนความพึงพอใจต่ำกว่าความคาดหวัง เกือบทุกกลุ่ม ดังนี้ ลูกค้ายาสูบ (-0.43) ลูกค้ายากระดูก (-0.41) ลูกค้ายาโรคเรื้อรัง (-0.50)] ลูกค้าต่างประเทศปัจจุบัน (-0.28) ประชาชนที่ซื้อยาองค์การเภสัชกรรมจากร้านขายยาทั่วไป (-0.06) และลูกค้า Online ปัจจุบัน (-0.16) และเป็นปัจจัยที่สำคัญและยังเป็นปัจจัยเร่งด่วนที่ต้องพัฒนาที่สุดด้วย

ดังนั้น จากผลการศึกษารายงานข้างต้น บริษัทฯ จึงเสนอแนวทางหลัก ดังนี้

ตรวจสอบรายการยาที่ไม่เพียงพอต่อความต้องการ และมีการแจ้งเตือนล่วงหน้า ทางองค์การเภสัชกรรมควรมีการตรวจสอบรายการยาที่ไม่เพียงพอสม่ำเสมอ เพื่อสามารถแจ้งให้ลูกค้าทราบล่วงหน้าได้ เพื่อให้แผนการดำเนินงานของทางลูกค้า (โรงพยาบาล) ไม่เกิดปัญหา และการสั่งซื้อในระบบ VMI ควรสามารถแจ้งเตือนให้ลูกค้าทราบว่ายาตัวใดขาดหรือมีปริมาณไม่เพียงพอ

การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับองค์กร และการบริการด้านข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

การประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับองค์การเภสัชกรรม เป็นประเด็นที่ลูกค้าปัจจุบันให้ความสำคัญเกือบทุกกลุ่ม ทั้งลูกค้าเอกชน ลูกค้าต่างประเทศ ลูกค้าประชาชนทั่วไป และลูกค้า Online อีกทั้งการบริการด้านข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เป็นประเด็นสำคัญด้วยเช่นกัน โดยในกลุ่มลูกค้าองค์กร พบปัญหา คือ ประชาชนไม่ทราบเกี่ยวกับข้อมูลและราคายาขององค์การเภสัชกรรม หรือ บอกว่าคุณภาพยังไม่ดี ทำให้มีปัญหาในการจ่ายยา

ดังนั้น จากผลการศึกษารายงานข้างต้น บริษัทฯ จึงเสนอแนวทางหลัก ดังนี้

เพิ่มการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับองค์กรและผลิตภัณฑ์ โดยเฉพาะข้อมูลยาและเวชภัณฑ์ต่างๆ ขององค์การเภสัชกรรม อาทิ รายละเอียดสรรพคุณ ราคา ฯลฯ ทั้งการเพิ่มความถี่และช่องทางในการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ประชาชนสามารถพบเจอข่าวสารได้ง่ายขึ้น และเพิ่มความเชื่อมั่นให้กับประชาชนในการใช้ยาและเวชภัณฑ์ขององค์การเภสัชกรรม

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย ปี 2566 (ต่อ)

การบริการหลังการขาย แก้ไขข้อบกพร่อง ดำเนินการได้ครบถ้วนตามเวลาที่กำหนด

ประเด็นการบริการหลังการขาย เป็นประเด็นที่ลูกค้าปัจจุบันให้ความสำคัญและพบปัญหาเกือบทุกกลุ่ม ทั้งลูกค้าเอกชน ลูกค้าต่างประเทศ ลูกค้าประชาชนทั่วไป และลูกค้า Online โดยปัญหาที่พบจากการสำรวจ คือ ผู้แทนและเบอร์โทรศัพท์ขององค์กรเภสัชกรรมติดต่อยากและมีการติดตามยาที่ยากมาก ไม่สามารถตรวจสอบสถานะที่ทางองค์กรเภสัชกรรมอัพเดทยา ณ ปัจจุบันได้ และเวลายาขาด ทางองค์กรเภสัชกรรมมักจะไม่ได้แจ้งทางลูกค้าให้ทราบอย่างทันท่วงที

ดังนั้น จากผลการศึกษาวิจัยข้างต้น บริษัทฯ จึงเสนอแนวทางหลัก ดังนี้

ประเด็นที่ 1 เพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานขาย และช่องทางการติดต่อ

- 1) พนักงานมีการติดต่อประสานงานได้ง่าย สามารถเร่งแก้ปัญหาให้ลูกค้าได้รวดเร็ว
- 2) หากช่องทางการติดต่อ โทรศัพท์ มีปัญหาติดต่อยาก ควรเพิ่มช่องทางอื่นๆ เพื่อให้ลูกค้าสามารถติดต่อพนักงานได้สะดวกขึ้น

ประเด็นที่ 2 เพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสาร ในกลุ่มลูกค้าองค์กร พบปัญหามากในเรื่อง เมื่อเกิดยาขาดทางองค์กรเภสัชกรรมไม่แจ้งล่วงหน้า ทำให้ลูกค้าเกิดปัญหา ไม่สามารถวางแผนล่วงหน้าได้ หากเกิดบ่อยครั้งอาจทำให้องค์กรเภสัชกรรมเสียลูกค้าได้ ดังนั้น ควรปรับปรุงเรื่องการแจ้งข่าวสารต่างๆ ให้กับลูกค้าทราบล่วงหน้า โดยเฉพาะเรื่องที่กระทบต่อลูกค้า

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย ปี 2566 (ต่อ)

ประเด็นปรับปรุงเร่งด่วนลูกค้าในอนาคต

ลูกค้าในอนาคตโดยรวม ให้ความสำคัญที่ราคาขายและเวชภัณฑ์เมื่อเทียบกับท้องตลาด เป็นปัจจัยหลักสำคัญที่สุดในการพิจารณาเลือกซื้อยาและเวชภัณฑ์ รองลงมาคือ ปัจจัยทางด้านคุณภาพ ประสิทธิภาพ และความสม่ำเสมอของคุณภาพยาและเวชภัณฑ์ และ คุณภาพและรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ อีกทั้งประเด็นด้านราคาขาย เป็นประเด็นที่กลุ่มลูกค้าปัจจุบัน (ต่างประเทศ) ไม่พึงพอใจด้วย องค์การเภสัชกรรมจึงควรเร่งพัฒนาประเด็นด้านราคาเป็นอันดับแรก และประเด็นอื่นๆ เป็นอันดับถัดมา เพื่อดึงดูดลูกค้าอนาคตมาเป็นลูกค้าปัจจุบัน

ดังนั้น จากผลการศึกษาวิจัยข้างต้น บริษัทฯ จึงเสนอแนวทางหลัก ดังนี้

ประเด็นที่ 1 สร้างความพึงพอใจราคาขายและเวชภัณฑ์เมื่อเทียบกับท้องตลาด องค์การเภสัชกรรมสืบราคาขายเป็นระยะ เพื่อทบทวนเรื่องราคาขายให้สามารถแข่งขันกับบริษัทฯ เอกชนได้ เพื่อรักษาฐานลูกค้าปัจจุบัน และสามารถดึงดูดลูกค้าอนาคตมาเป็นลูกค้าปัจจุบันขององค์การเภสัชกรรม

ประเด็นที่ 2 นำเสนอคุณภาพ ประสิทธิภาพ และความสม่ำเสมอของคุณภาพยาและเวชภัณฑ์ หากมีข้อจำกัดในการปรับราคาคาผลิตภัณฑ์เพื่อแข่งขันกับตลาด องค์การเภสัชกรรมควรนำเสนอคุณภาพ ประสิทธิภาพ และความสม่ำเสมอของคุณภาพยาและเวชภัณฑ์ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า เพราะ ประเด็นที่สำคัญในการพิจารณาเลือกซื้อยาและเวชภัณฑ์ เช่นกัน

ประเด็นที่ 3 สร้างความน่าสนใจของคุณภาพและรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ ลูกค้าต่างประเทศในอนาคต ให้ความสำคัญกับบรรจุภัณฑ์ ควรพิจารณาว่าบรรจุภัณฑ์ต่างๆ ขององค์การเภสัชกรรมมีความแตกต่างกับผู้จำหน่ายรายอื่น และบรรจุภัณฑ์ที่ใช้มาเป็นระยะเวลานานมีความทันสมัยเพียงพอหรือไม่ ดังนั้น การสร้างความแตกต่างของบรรจุภัณฑ์ สามารถดึงดูดลูกค้าอนาคตมาเป็นลูกค้าปัจจุบันได้เช่นกัน