

เรื่องเล่าความสำเร็จของการสร้างตราสินค้าสำหรับอุตสาหกรรมยาเข้าสู่บัญชีนวัตกรรมไทย

Life Narrative success creating Brand for Pharmaceutical Industry enter in innovation Thailand List

อนันต์ วัชรดำรงกุล (Anan Watcharadamrongkun)^{*}

พิทักษ์ ศิริวงศ์ (Phitak Siriwong)^{**}

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาถึงเรื่องเล่าความสำเร็จการสร้างตราสินค้าในอุตสาหกรรมยาเข้าสู่บัญชีนวัตกรรมไทย และ 2) ศึกษาปัญหา และอุปสรรคการดำเนินงานของการสร้างตราสินค้าในอุตสาหกรรมยา เข้าสู่บัญชีนวัตกรรมไทย เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการศึกษาอัตชีวประวัติผ่านเรื่องเล่าประสบการณ์ชีวิต เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก และการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม ผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ เจ้าของบริษัท และพนักงานผู้ร่วมงาน 3 คน จากบริษัทผู้ผลิตเวชภัณฑ์ยาที่ได้ผ่านการขึ้นบัญชียานวัตกรรมไทยแห่งหนึ่งในจังหวัดกรุงเทพมหานคร

ผลการวิจัยพบว่า เจ้าของบริษัทเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในการเป็นผู้ผลิตยาที่สร้างลักษณะตราสินค้าที่ดี คือ นำกลยุทธ์การสร้างตราสินค้า สรุปองค์ประกอบตราสินค้าประกอบด้วย การส่งมอบผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ นวัตกรรม ความสามารถในการบริหารจัดการ ความพึงพอใจของลูกค้า เวลาสู่ตลาด และความศรัทธา

สรุปข้อค้นพบที่ได้จากการศึกษาการสร้างตราสินค้าสำหรับอุตสาหกรรมยาเข้าสู่บัญชีนวัตกรรมไทย คือ การช่วยให้องค์กรมีแนวทางในการพัฒนาสู่การเป็นองค์กรผู้ผลิตยานวัตกรรม การผลิตยาคุณภาพ และความสามารถในการจัดการ สร้างเชื่อมั่น ความไว้วางใจ ของลูกค้ากับยาที่ได้ทะเบียน และเข้าสู่บัญชียานวัตกรรม

คำสำคัญ : เรื่องเล่า, ตราสินค้า, อุตสาหกรรมยา, นวัตกรรม

^{*} สาขาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากรศาสตร์

Faculty of Management Science, Silpakorn University

^{**} รองศาสตราจารย์ ดร. สาขาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

Associate Professor Dr., Faculty of Management Science, Silpakorn University

Abstract

The purpose of this research were 1) to study Life Narrative creating Brand for Pharmaceutical Industry enter in innovation Thailand List 2) to study the problem and operational barrier of creating brand for Pharmaceutical Industry enter in innovation Thailand List. It was a qualitative research, which the autobiography was narrates by studying through life experience. Data were collected by in-depth interview, and non-participant observation. The primary contributor was the owner of company and 3 employees from pharmaceutical manufacturer in Bangkok enter in innovation Thailand List.

The research found that the company owner is a successful entrepreneur in being a pharmaceutical manufacturer who creates a good brand identity, namely, adopting branding strategies. Summary of brand elements: deliver quality pharmaceutical products, innovation, the ability to manage, customer satisfaction, time marketing, and faith.

Summary of the findings from the branding study for the pharmaceutical industry into the innovation list of Thailand. It supports the organization to develop for the innovation pharmaceutical manufacturer. It can production of quality drugs and ability to manage build confidence in customer trust with registered drugs and enter into innovative drug list.

Keywords: Narrative, Brand, Pharmaceutical Industry, Innovation

บทนำ

อุตสาหกรรมยาเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมที่ขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศในอนาคตตามนโยบายประเทศไทย 4.0 และความต้องการยกระดับให้มีคุณภาพ และเทคโนโลยีที่ทันสมัย เนื่องจากพบว่าประเทศไทยยังขาดผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ยานวัตกรรม โดยรัฐบาลบาลมีนโยบายส่งเสริมการลงทุน จะให้สิทธิและประโยชน์ยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลกับผู้ผลิตที่ขึ้นทะเบียนยานวัตกรรม (The Board of Investment of Thailand, 2018) มีการจัดทำกลยุทธ์ของยา และสร้างความสามารถในการแข่งขันในตลาดภายในประเทศไทย โดยสร้างความเข้มแข็งของอุตสาหกรรมยาของประเทศไทย เพื่อให้สอดคล้องกับการที่ประเทศไทยมีศักยภาพของการผลิตที่มีขีดความสามารถในการแข่งขันกับประเทศต่าง ๆ (Ministry of Public Health, 2017)

ประเทศไทยมีความจำเป็นในการพัฒนายานวัตกรรมยา หรือผลิตภัณฑ์ยาสามัญรายการใหม่ซึ่งสำคัญต่อระบบสาธารณสุขของประเทศไทย โดยสามารถพิสูจน์ว่ามีความเท่าเทียมในการบำบัดรักษากับผลิตภัณฑ์ยาต้นแบบในราคาที่เหมาะสมกว่า และเป็นโอกาสในการพัฒนาภาคอุตสาหกรรมยาภายในประเทศ และสร้างความมั่นใจว่าภาคอุตสาหกรรมยาในประเทศจะเป็นแหล่งความมั่นคงทางยาของประเทศทั้งในยามปกติ หรือในยามเกิดภาวะวิกฤติ (The Board of Investment of Thailand, 2017) ดังนั้นภาครัฐจึงมีการสนับสนุนกำหนดนโยบายในการจัดทำบัญชีนวัตกรรมไทย และสนับสนุนผู้ประกอบการภายในประเทศในการพัฒนาศักยภาพภาคอุตสาหกรรมยาภายในประเทศ (Office of Industrial Economics, 2017)

การพัฒนาต่อยอดและการสร้างยานวัตกรรมเพื่อนำไปสู่การผลิตที่ทันสมัย และสร้างโอกาสในการพัฒนาเทคโนโลยีของผู้ผลิตภายในประเทศโดยใช้กลไกการจัดทำบัญชีนวัตกรรมไทย เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้สูงกว่าการผลิตแบบดั้งเดิม โดยนโยบายของรัฐให้การสนับสนุนผู้ประกอบการขึ้นทะเบียนนวัตกรรม ผ่านการคัดเลือกคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ยานวัตกรรมหลักการคือ ผลิตภัณฑ์เป็นผลวิจัยหรือการพัฒนาโดย สถาบันวิจัยไทย สถาบันการศึกษาของไทย หรือภาคเอกชนไทย เจ้าของผลิตภัณฑ์เป็นนิติบุคคลไทย หรือองค์กรภาครัฐ โดยผลิตภัณฑ์ต้องผ่านการรับรองมาตรฐานบังคับของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ และการพัฒนาต่อยอดในเชิงพาณิชย์ โดยการบริหารตราสินค้า (National Science and Technology Development Agency, 2017)

การสร้างอัตลักษณ์ของตราสินค้า (Brand Identity) คือมีความแตกต่างจากสินค้าอื่น ในด้านผลิตภัณฑ์ และคุณภาพ อัตลักษณ์เฉพาะตัวของตราสินค้าคือ การผสมผสานด้วยองค์ประกอบต่าง ๆ ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ รูปลักษณ์ที่ดี และปรับปรุงผลิตภัณฑ์ (Lertsawai, & Sungrugs, 2017).) ดังนั้นการสนับสนุนการผลิตยานวัตกรรมที่มีคุณภาพและส่งเสริมการสร้างตราสินค้าเพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน (สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม, 2560)

ดังที่กล่าวข้างต้น ผู้วิจัยสนใจศึกษาเรื่องเล่าการสร้างตราสินค้าสำหรับอุตสาหกรรมยาเข้าสู่บัญชีนวัตกรรมไทย เป็นตัวอย่างหนึ่งของผู้ประกอบการที่สามารถพัฒนาสินค้า และสามารถเข้าสู่บัญชีนวัตกรรมไทยสำหรับผู้ประกอบการด้านการผลิตยา ด้วยเหตุดังกล่าว ผู้วิจัยมีความประสงค์ศึกษาถึงเรื่องเล่าการสร้างตราสินค้าสำหรับอุตสาหกรรมยาเข้าสู่บัญชีนวัตกรรมไทย ที่ศึกษาถึงกระบวนการเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ ปัญหา อุปสรรค และแนวทางแก้ไขของการเป็นผู้ประกอบการด้านการผลิตยา (Ministry of Industry, 2016)

ผู้วิจัยเห็นความสำคัญในการศึกษา การสร้างตราสินค้าในอุตสาหกรรมยาเข้าสู่บัญชีนวัตกรรมไทย เพื่อกระตุ้นผู้ประกอบการไทยมาผลิตผลิตภัณฑ์ที่เป็นนวัตกรรม ช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มได้สูงกว่าแบบดั้งเดิม อันเป็นประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมยาของประเทศในอนาคต

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงเรื่องเล่าความสำเร็จการสร้างตราสินค้าในอุตสาหกรรมยาเข้าสู่บัญชีนวัตกรรมไทย
2. เพื่อศึกษาปัญหา และอุปสรรคการดำเนินงานของการสร้างตราสินค้าในอุตสาหกรรมยาเข้าสู่บัญชีนวัตกรรมไทย

ทบทวนวรรณกรรม

นิยามคำศัพท์เฉพาะ

“นวัตกรรมไทย” หมายถึง “ผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ที่พัฒนาขึ้นจากกระบวนการวิจัย พัฒนา หรือการปรับปรุงผลิตภัณฑ์หรือบริการด้วยองค์ความรู้ ด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีประเทศไทยโดยคนไทยมีส่วนร่วม ซึ่งอาจเป็นผลิตภัณฑ์หรือบริการที่มีความคล้ายคลึงกับสิ่งที่มีอยู่แล้ว นวัตกรรมไทยต้องผ่านการทดสอบและรับรองโดยหน่วยงานที่เชื่อถือได้มีความปลอดภัย ต่อผู้ใช้ และบริเวณใกล้เคียง อนึ่ง นวัตกรรมไทยในที่นี้ ไม่จำเป็นต้องพัฒนาขึ้นใน ประเทศไทยทั้งหมด อาจซื้อหรือนำเข้าบางส่วนมาจากต่างประเทศก็ได้” (National Science and Technology Development Agency, 2017)

“ตราสินค้า” หมายถึง คำ สัญลักษณ์ และการออกแบบ ลักษณะตราสินค้าที่ดี ดังต่อไปนี้ 1) แสดงลักษณะของสินค้าที่เป็นจุดขาย คุณภาพ หรือประโยชน์ของสินค้า 2) อ่านออกเสียงง่ายเป็นประโยชน์ต่อการสั่งซื้อสินค้า 3) ตราสินค้าที่ดีต้องเป็นเอกเทศมีเอกลักษณ์ไม่ซ้ำใคร หรือมีเอกลักษณ์เป็นของตนเอง 4) มีการปรับสินค้าให้เข้ากับสายผลิตภัณฑ์เดิม เพื่อให้ผู้บริโภคมีแรงจูงใจในการซื้อ และสร้างความมั่นใจให้ผู้บริโภค 5) เป็นตราสินค้า ที่นำไปจดทะเบียนได้ เป็นตราสินค้าของสินค้าที่ถูกต้องตามกฎหมาย ไม่ลอกเลียนแบบตราสินค้าอื่น ไม่ขัดต่อประเพณีหรือวัฒนธรรมไทย เพื่อให้กฎหมายคุ้มครองตราสินค้านั้น ๆ (Chieochan, 2553)

แนวคิด

แนวคิดตราสินค้า

ตามแนวคิดของ Millman (2012) ตราสินค้าสร้างกำไรให้กับองค์กร ตราสินค้าเป็นมากกว่าตราสัญลักษณ์ขององค์กร เป็นเสมือนบุคลิกภาพขององค์กร เป็นเสมือนสื่อกลางขององค์กรต่าง ๆ ในการสื่อสารกับผู้บริโภค

แนวคิดการสร้างตราสินค้า

การสร้างการรับรู้ เรียนรู้ และสร้างประสบการณ์เป็นความทรงจำของผู้บริโภค ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการภายใต้ตราสินค้าของผู้ประกอบการ เกิดการซื้อซ้ำของผู้บริโภค ดำเนินการตามหลักการสร้างตราสินค้าคือ Carpbell (2002) 1) การสร้างประสบการณ์ของตราสินค้า ในใจผู้บริโภค เช่น การวางอนาคตตราสินค้า การวางตำแหน่งของตราสินค้า พัฒนาสินค้าให้ดูดี มีคุณภาพและสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง ด้วยการวิเคราะห์สถานการณ์ทางธุรกิจ โดยการพิจารณาจุดแข็ง โอกาสทางธุรกิจ จุดอ่อนและอุปสรรคทางธุรกิจ 2) สร้างความสอดคล้องขององค์ประกอบตราสินค้า สร้างโลโก้ คำขวัญ สัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์สอดคล้องกับความต้องการ ความคาดหวังและสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภค 3) ค้นหากลุ่มเป้าหมายเพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มเป้าหมาย สร้างความน่าเชื่อถือและเข้าใจในประโยชน์จากการซื้อและใช้สินค้าให้กับผู้บริโภค 4) สร้างภาพลักษณ์ที่ดีของตราสินค้าด้วยกิจกรรมการตลาด เช่นคุณภาพของสินค้า นวัตกรรม ราคา ทำให้เกิดความเชื่อมโยงระหว่างลูกค้ากับตราสินค้า ผ่านบริษัทผู้ผลิตสินค้า มาตรฐานที่ได้รับและแหล่งที่มาของสินค้า ในการสนับสนุนตราสินค้า 5) บริหารจัดการให้เกิดประโยชน์สูงสุดเพื่อส่งมอบคุณค่าที่ดีให้กับผู้บริโภคด้วยยุทธศาสตร์การสร้างตราสินค้า ประกอบด้วยการผลิต บุคลากร สินค้า ช่องทางการจัดจำหน่าย ราคา การสื่อสารทางการตลาด

แนวคิดนวัตกรรม

นวัตกรรม เป็นการนำสิ่งใหม่ที่เกิดขึ้นจากการสังสรรค์ความรู้ รวมถึงประสบการณ์ และการสร้างสรรค์พัฒนาขึ้น ออกมาเป็นผลิตภัณฑ์ บริการ หรือกระบวนการที่แตกต่างจากกระบวนการเดิม ก่อเกิดประโยชน์ในเชิงธุรกิจ และสังคม (Aujirapongpan et al., 2010)

แนวคิดบริหารจัดการ

การบริหารจัดการเป็นความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ โดยมีความเกี่ยวข้องกับการปฏิบัติตามกลยุทธ์ และการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมทางธุรกิจให้เป็นที่ไปตามที่องค์กรต้องการ เพื่อการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ กระบวนการ และรูปแบบธุรกิจ ในการสร้างคุณค่าใหม่แก่ผู้มีส่วนร่วม การสร้างนวัตกรรม และการส่งมอบความรู้แก่ขยายทั่วทั้งองค์กร (Andy, & David, 2009)

แนวคิดเวลาในการตลาด

วัฏจักรของผลิตภัณฑ์ลดลงทุกปีซึ่งเป็นปัญหาเมื่อความต้องการของลูกค้าเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว (Chang et al., 2010) ทำให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็วโดยเฉพาะอย่างยิ่งกับความซับซ้อนในการออกแบบผลิตภัณฑ์และเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว (Chen et al., 2008)

แนวคิดความพึงพอใจของลูกค้า

ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกหรือทัศนคติ ต่อปัจจัยใดปัจจัยหนึ่งในเชิงบวกต่อบุคคลอื่น จะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อสิ่งต่าง ๆ สามารถตอบสนองความต้องการ ทั้งนี้ระดับความพึงพอใจจะแตกต่างกัน ซึ่งความพึงพอใจปรับไปตามค่านิยมของแต่ละบุคคล ตลอดจนถึงเรื่องต่าง ๆ อาจทำให้ความพึงพอใจมีระดับที่แตกต่างกัน (Namwonganusorn, 2002)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Yousefi, et al. (2017) ผลการศึกษาผลิตภัณฑ์ยาชีวภาพเป็นนวัตกรรมยาและเป็นผลิตภัณฑ์เทคโนโลยีที่มีมูลค่าสูง มีความรุนแรงในการแข่งขันต่ำในตลาดปัจจัยที่ส่งผลคือปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์สำหรับการผลิตเภสัชกรรมทั่วไปคือการผลิตผลิตภัณฑ์ที่มีราคาต่ำ ส่วนใหญ่เน้นการผลิต และการขาย ดังนั้นปัจจัยความสามารถในการบริหารจัดการจึงมีผลอันดับสูงสุดในบริษัท ความสำคัญที่สองคือ ทุนมนุษย์ และทุนขององค์กร ปัญหาด้านกฎระเบียบมีความสำคัญในอุตสาหกรรม คุณภาพเป็นเกณฑ์ย่อยที่สำคัญที่สุดของปัจจัยผลิตภัณฑ์ และการตลาดด้านเวลาสู่ตลาด

Gunjan et al. (2016) ผลการศึกษาประเด็นสำคัญในการเปิดตัวผลิตภัณฑ์ยาใหม่ เอาชนะด้วยนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ การสนับสนุนจากเงินลงทุนที่แข็งแกร่ง นวัตกรรมที่ประสบความสำเร็จถือเป็นประโยชน์อย่างมากต่อองค์กรในขณะที่เวลาเปิดตัวผลิตภัณฑ์ และเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่

Ghannajeh et al. (2015) ผลการวิจัย วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพบริษัท ยาของจอร์แดน การวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลกระทบต่อกระบวนการนวัตกรรมผลิตภัณฑ์โดยเฉพาะอย่างยิ่งการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ประกอบด้วย การสนับสนุนผู้บริหารอาวุโส ทีมงานข้ามสายงาน เวลาในการทำตลาด ความรู้เทคโนโลยี หน้าที่และกฎระเบียบ

Pongnaras et al. (2017) ศึกษารูปแบบการสร้างมูลค่าเพิ่มโดยประยุกต์ใช้นวัตกรรม ของผลิตภัณฑ์แปรรูป สมุนไพรสมุนไพร ผลการวิจัย การสร้างมูลค่าเพิ่มโดยการประยุกต์ใช้นวัตกรรม เป็นการเพิ่มมูลค่า เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงที่สุดทำให้ศรัทธาและเกิดการพึงพอใจยอมรับของผู้บริโภค

วิธีดำเนินการวิจัย

การออกแบบการวิจัย

ผู้วิจัยเลือกใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยวิธีวิทยาการศึกษาอัตชีวประวัติ และเรื่องเล่า (Life History & Narrative) Havanon, (2009) กล่าวถึงวิธีวิทยานี้คือ ประสบการณ์ชีวิตเป็นการศึกษากระบวนการที่คนเน้นการตีความและให้ความหมายกับเรื่องราวจากอดีตถึงปัจจุบัน และมีผลถึงอนาคต เรื่องเล่าประสบการณ์เป็นการนำเสนอรูปแบบอัตชีวประวัติในการวิเคราะห์บริบททางสังคม การศึกษาครั้งนี้เป็นการให้ข้อมูลของผู้ให้ข้อมูลหลัก เป็นวิธีหลักในการศึกษาเรื่องเล่าการสร้างตราสินค้าสำหรับอุตสาหกรรมยาเข้าสู่บัญชีนวัตกรรมไทย ด้วยวิธีการสัมภาษณ์แบบเรื่องเล่าแบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) จากการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา ขอบเขตการวิจัยเน้นศึกษาทำความเข้าใจ และทราบขอบเขตการ 2 ประการ ดังนี้ 1. เพื่อศึกษาถึงเรื่องเล่าความสำเร็จการสร้างตราสินค้าในอุตสาหกรรมยาสู่บัญชีนวัตกรรมไทย 2. เพื่อศึกษาปัญหา และอุปสรรคการดำเนินงาน และแนวทางการแก้ไขปัญหาของการสร้างตราสินค้าในอุตสาหกรรมยาสู่บัญชีนวัตกรรมไทย ด้วยการศึกษารอบแบบคำถามในการวิจัยตามกรอบแนวคิดการวิจัย

2. ขอบเขตด้านประชากรและพื้นที่ กำหนดผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ ผู้บริหารบริษัทยาที่ได้ผ่านการขึ้นบัญชีนวัตกรรมไทย จำนวน 1 คนและพนักงานผู้ร่วมงาน 3 คน จากบริษัทผู้ผลิตเวชภัณฑ์ที่ได้ผ่านการขึ้นบัญชีนวัตกรรมไทยแห่งหนึ่ง ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร

3. ขอบเขตด้านระยะเวลา การเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก คือ เดือนกุมภาพันธ์ และมีนาคม 2561

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือสำคัญในการวิจัย คือ ผู้วิจัย เพื่อเก็บข้อมูลอย่างละเอียดและครบถ้วน ผู้วิจัยจะต้องมีความไวต่อทฤษฎี (Theoretical Sensitivity) (Pasunon, & Siriwong, 2013) และแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structure Interview) (Lertsawai, & Sungrugsa, 2018) เครื่องมือในการวิจัยประกอบด้วย 2 ส่วน คือ

ประเภทบุคคล เครื่องมือของการวิจัยด้วยการใช้ผู้วิจัย ในการเก็บข้อมูล โดยผู้วิจัยศึกษาข้อมูล และผู้วิจัยจัดเตรียมแนวคำถามในการวิจัยจากกรอบแนวคิดในการศึกษาและทฤษฎีโดยการตั้งคำถามปลายเปิด

ประเภทอุปกรณ์ ผู้วิจัยได้ใช้เครื่องบันทึกเสียงประกอบด้วย ไอแพด ไอโฟน สมุดจด และปากกา ในการวิจัยภาคสนาม

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยเก็บข้อมูลภาคสนามโดยการสัมภาษณ์ การสังเกตพร้อมทั้งจดบันทึก และเก็บข้อมูลจากเอกสารตามรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผู้ให้ข้อมูลหลัก 1 คน และพนักงานผู้ร่วมงาน 3 คน ผู้วิจัยเป็นผู้เก็บข้อมูลด้วยคำถามตามกรอบแนวคิดและทฤษฎีด้วยวิธีการสัมภาษณ์ ตามวิธีการวิจัยแบบอัตชีวประวัติและเล่าเรื่องเพื่อการศึกษาปรากฏการณ์ โดยการสอบถามจากประสบการณ์ของบุคคลในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่งด้วยการเล่าเรื่อง

2. การสังเกตและจดบันทึก (Observation and Field-note) เป็นการศึกษาวิจัยแบบสังเกตไม่มีส่วนร่วม ได้รับการอนุญาตให้บันทึกเสียงจากผู้ให้ข้อมูลหลักระหว่างการสนทนา ด้วยการสังเกตน้ำเสียง และท่าทางการพูด และทำการจดบันทึกข้อมูลสำคัญระหว่างการสัมภาษณ์ มีความสำคัญในการสร้างทฤษฎีด้วยการจัดเก็บข้อมูลตามแนวคิดและโครงสร้างต่างๆ ประกอบการเก็บข้อมูล

3. การศึกษาเอกสาร (Document Analysis) เตรียมตั้งแต่ก่อนเก็บข้อมูล และขณะดำเนินการเก็บข้อมูล จนกระทั่งภายหลังจากการเก็บข้อมูล ด้วยการวิเคราะห์เอกสารหลากหลายแบบของการวิจัยจากแหล่งต่างๆ (Theoretical Triangulation)

จริยธรรมการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยคำนึงถึงจริยธรรมการวิจัยโดยต้องหลีกเลี่ยงการก่อให้เกิดความเครียด หรือความวิตกกังวลแก่ผู้ให้ข้อมูล จะต้องคำนึงถึงประเด็นทางจริยธรรมในขั้นตอนการวิจัย เริ่มจากการแจ้งขออนุญาตผู้ให้ข้อมูลหลัก และการทำนัดหมายก่อนวันเข้าสัมภาษณ์ เพื่อลดผลกระทบต่อผู้ให้ข้อมูลหลัก ผู้วิจัยพิจารณาใช้นามสมมติและรักษาความลับของผู้ให้ข้อมูลหลักตามหลักจริยธรรมการทำวิจัย

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลหลักด้วยความผ่อนคลาย ผู้ให้ข้อมูลหลักสามารถให้ข้อมูลอย่างอิสระตามข้อปฏิบัติทางจริยธรรมขั้นพื้นฐาน 3 ประการ ดังนี้ 1) ผู้วิจัยขอความยินยอมในการให้ข้อมูลของผู้ให้ข้อมูลหลัก 2) การรักษาความลับของแหล่งข้อมูล และ 3) การป้องกันผลกระทบที่อาจเกิดกับแหล่งผู้ให้ข้อมูลที่ให้ความร่วมมือในการวิจัย (Podhissita, 2016).

การจัดทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

การจัดทำข้อมูลการวิจัย เริ่มจากการถอดเทปบันทึกเสียงการสัมภาษณ์แบบอัตชีวประวัติและเรื่องเล่าจากไอแพด และไอโฟน โดยบันทึกลงในไฟล์คอมพิวเตอร์แบบคำต่อคำ (Verbatim) ผู้วิจัยดำเนินการอ่านข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์การวิจัย การจัดการข้อมูลการวิจัยประกอบด้วย คือ 1) การเปิดรหัส (Open Coding) การจัดหมวดหมู่ข้อมูลและลงรหัส 2) การหาแก่นของรหัส (Axial Coding) การจัดโครงสร้างข้อมูลใหม่ กำหนดปรากฏการณ์หลักจากการเลือกจากหลายหมวดมาหมวดหนึ่ง พร้อมกับพิจารณาความสัมพันธ์รวมทั้งหาคำอธิบายของแบบแผนความสัมพันธ์หรือสมมุติฐาน 3) การเลือกรหัส (Selective Coding) การจัดหมวดหมู่สร้างคำอธิบายปรากฏการณ์ (Roonpho, & Siriwong, 2016)

การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล

การตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data Triangulation) ผู้วิจัยพิสูจน์ความถูกต้องของข้อมูลวิธีตรวจสอบคือแหล่งเวลา สถานที่และบุคคล ผู้วิจัยตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีรวบรวมข้อมูล (Methodological Triangulation) การตรวจสอบใช้วิธีการสังเกตพร้อมกับการซักถามพร้อมกันนั้นศึกษาข้อมูลหลายแหล่ง (Denzin, & Lincoln, 2008)

ผลการวิจัย

1. เรื่องเล่าความสำเร็จการสร้างตราสินค้าในอุตสาหกรรมยาสูบซิยานัตกรรมไทย

1.1 เรื่องเล่าประวัติผู้ให้ข้อมูลหลัก

ผู้ให้ข้อมูลหลัก ชื่อ ผู้ประกอบการ อายุ 44 ปี เกิดในจังหวัดกรุงเทพมหานคร และจบการศึกษาระดับปริญญาตรี โดยเติบโตมาในแวดวงสาขาการแพทย์ และอยู่ในวงการด้านการผลิตยา ตั้งแต่จบการศึกษาเป็นระยะเวลามากกว่า 20 ปี โดยรับช่วงบริหารบริษัทเป็นรุ่นที่สองในการผลิตยาถือเป็นผู้ประกอบการธุรกิจด้านยาที่มีความมุ่งมั่นในการพัฒนาบุกเบิกอุตสาหกรรมยาในประเทศไทยรายหนึ่งของประเทศ ด้วยการผลิตยาที่มีคุณภาพ และมีการพัฒนาวิจัยยาขึ้นจัดจำหน่ายภายในประเทศ ก่อให้เกิดรายได้มากกว่าการผลิตยาในรูปแบบเดิม มีความคิดใหม่ และพัฒนาเปิดโอกาสทางธุรกิจ นำความสำเร็จในการเป็นผู้ประกอบการมาสู่ตนเองและบริษัท สามารถสร้างภาพลักษณ์ใหม่ให้กับตราสินค้าบริษัทจากบริษัทที่ผลิตยาที่เน้นการผลิตแบบดั้งเดิมสู่รายการผลิตยาเข้าบัญชียานัตกรรม

1.2 ความสำเร็จจากการส่งมอบผลิตภัณฑ์ยาที่มีคุณภาพ

การที่ผู้ประกอบการทำให้ลูกค้าทราบถึงระบบการผลิตที่มีคุณภาพของบริษัท โดยผู้ประกอบการ “ภายหลังจากได้เข้าบริหาร ในฐานะผู้บริหารระดับสูงได้ก่อตั้งศูนย์วิจัยเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ดำเนินการเชิญลูกค้าเข้ามาเยี่ยมชมบริษัท ศูนย์วิจัย และเอกสารรับรองมาตรฐานการผลิต” สร้างความมั่นใจและยอมรับในคุณภาพของผลิตภัณฑ์ด้วยการสื่อสารต่อลูกค้าผ่านการเยี่ยมชมกระบวนการผลิตของโรงงาน ศูนย์วิจัยเริ่มจากการลงทุนตั้งศูนย์วิจัยและพัฒนาของบริษัท ทำให้วิจัยพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ออกสู่ตลาดในเชิงพาณิชย์ ที่แสดงผลจากความสำเร็จในการนำเอาองค์ความรู้ต่อยอดคือ ได้การรับรองห้องปฏิบัติการศึกษาวิจัย และพัฒนาตามมาตรฐานจากองค์การอาหารและยา และหน่วยงานจากต่างประเทศให้ความสำคัญกับกระบวนการผลิตด้วยความมุ่งมั่นของผู้บริหารในการจัดหาเครื่องจักรในการผลิต เพิ่มการลงทุนทางด้านอุปกรณ์การผลิต ทดลองและวิจัยในกลุ่มยาใหม่ ๆ ความตระหนักของพนักงานทุกคนในความรับผิดชอบต่อหน้าที่เพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการเพิ่มผลผลิต

1.3 ความสำเร็จจากนวัตกรรม

ผู้ประกอบการ และพนักงานผู้ร่วมงาน สร้างตราสินค้าจากความสำเร็จจากนวัตกรรมโดยผู้ประกอบการ “เริ่มจากเดินทางติดต่อต่างประเทศ และต้อนรับการเยี่ยมชมจากบริษัทที่ปรึกษาจากต่างประเทศ เกิดปฏิสัมพันธ์ติดต่อกันระหว่างผู้ผลิต และบริษัทที่ปรึกษาที่เป็นคู่ค้าทางธุรกิจที่มีนวัตกรรมด้วยการถ่ายทอดเทคโนโลยี เพื่อรับรองความรู้ให้เกิดความสำเร็จของนวัตกรรมในองค์กร” ได้ใช้แนวทางการแก้ไขปัญหาด้วยการรับถ่ายทอดเทคโนโลยีจากต่างประเทศในระยะต้น โดยเทคโนโลยีที่ถ่ายทอดในด้านเทคนิคในการผลิต สูตรตำรับยา ขั้นตอนการวิเคราะห์ และเครื่องมือในการผลิต การรับพนักงานเทคนิคของบริษัทคู่ค้าเข้าอบรมพนักงานฝ่าย

ผลิตในโรงงานโดยบริษัทผู้ค้าจัดจำหน่ายวัตถุดิบยาพร้อมสูตรตำรับยาที่มีเทคโนโลยีการผลิต การฝึกอบรมเฉพาะทางแก่บุคลากรทางการวิจัยและพัฒนา เพื่อนำความรู้ใหม่ ๆ มาพัฒนายาและนวัตกรรมได้ การประยุกต์ใช้นวัตกรรมด้วยการนำเทคโนโลยีใหม่มาใช้สร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ เป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์

1.4 ความสำเร็จจากความสามารถในการบริหารจัดการ

การเริ่มเข้าสู่บัญชียานวัตกรรมไทย ผู้ประกอบการ “บริษัทได้รับการติดต่อจาก สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช) หน่วยงานของรัฐบาลที่ให้ความสำคัญระยะหนึ่งโดยมีการประชุมชี้แจงนโยบายและการจัดการของบัญชีนวัตกรรมในรอบ 2-3 ปีที่ผ่านมา หลังเข้ามามีส่วนร่วมค่อนข้างมากในช่วงกลางปี 2559” ผู้ประกอบการ และพนักงานผู้ร่วมงาน นำประสบการณ์จากการประชุมร่วมกับสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช) ด้วยการดำเนินการ การสังเกต และการมีส่วนร่วมของการทำงาน การบริหารจัดการเป็นทีมการจัดแบ่งในการทำงานให้เป็นทีมตามโครงการของผลิตภัณฑ์ เพื่อให้การทำงานสอดคล้องจากการลงทุนตั้งศูนย์วิจัยและพัฒนาของบริษัท พัฒนาและปรับปรุงบริษัทเพื่อให้ได้รับรองมาตรฐานสากล เพิ่มศักยภาพและคุณภาพของทรัพยากรบุคคลภายในองค์กรด้วยการส่งเสริมการอบรมภายในและภายนอกบริษัท การทำงานร่วมกับบุคลากรภายนอกองค์กร การศึกษาวิจัยด้านนวัตกรรมร่วมกับภาคการศึกษา เช่น คณะเภสัชศาสตร์ จากมหาวิทยาลัยต่าง ๆ เป็นต้น

1.5 ความสำเร็จจากความพึงพอใจของลูกค้า

ความสำเร็จจากความพึงพอใจของลูกค้า ผู้ประกอบการ “บริษัทได้ดำเนินการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าเพื่อให้ได้รับทราบความต้องการที่แท้จริงของลูกค้า” เมื่อบริษัทได้ข้อมูลความต้องการของลูกค้าจากการเพิ่มช่องทางในการสื่อสารกับลูกค้าด้วยการเชิญลูกค้าเข้าชมโรงงานและเข้าพบลูกค้าโดยตรง เก็บข้อมูลโดยดำเนินการสัมภาษณ์ สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าด้วยการส่งมอบผลิตภัณฑ์ยาที่มีกระบวนการผลิตที่มีคุณภาพ และนวัตกรรม โดยการให้ลูกค้าได้ทดลองใช้สินค้า ตอบข้อสงสัยในการใช้สินค้าผ่านการตอบคำถามจากหน่วยงานที่รับผิดชอบขององค์กรโดยตรง ประกอบกับการให้ข้อมูลสร้างความมั่นใจให้กับผู้ใช้ในเรื่องมาตรฐานของการผลิตและผลิตภัณฑ์ทำให้มั่นใจในผลิตภัณฑ์ การสร้างให้พนักงานของเราตระหนักถึงแนวทางและปฏิบัติตามจรรยาบรรณและนโยบายให้บรรลุถึงความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้า

1.6 ความสำเร็จจากความรวดเร็วในการเข้าสู่ตลาดของผลิตภัณฑ์ใหม่

ผู้ประกอบการนำองค์ความรู้มาพัฒนานวัตกรรม ยาสามัญหรือผลิตภัณฑ์ยาสามัญชนิดใหม่ ผู้ประกอบการ “ผู้ประกอบการเห็นความสำคัญในการออกผลิตภัณฑ์ยาสามัญหรือยาสามัญชนิดใหม่เข้าสู่ตลาดก่อนเป็นบริษัทแรก” หากผลิตภัณฑ์ยาดังกล่าวมีโอกาสเข้าสู่ตลาดเพื่อนำเสนอ หรือจำหน่ายก่อนบริษัทอื่นเป็นการสร้างโอกาสให้บริษัทสามารถแข่งขันกับยาที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ จากโรงงานผู้ผลิตเอกชนด้วยตนเองที่มีนวัตกรรมกับไม่มีนวัตกรรม เมื่อนำเสนอขายแก่โรงพยาบาล ทำให้โรงพยาบาลให้ความสนใจยานวัตกรรมของบริษัทมากขึ้นและตอบรับการใช่ผลิตภัณฑ์ก่อนบริษัทอื่นๆ ทางโรงพยาบาลสามารถเลือกใช้ยาของบริษัทแทนยา นำเข้ามาจากต่างประเทศ เป็นไปตามนโยบายของรัฐบาลในการสนับสนุนการใช้ยาที่ผลิตภายในประเทศ

1.7 ความสำเร็จจากความศรัทธา

ความสำเร็จจากความศรัทธา ทางผู้ประกอบการ “ ทัศนคติของบริษัทเราตั้งอยู่บนพื้นฐานของความเชื่อมั่นและไว้วางใจ เพื่อสร้างความศรัทธา เราจึงต้องรักษาความไว้วางใจนี้ด้วยการปฏิบัติตามนโยบายอย่างเคร่งครัด เพื่อต้องการให้คนในสังคมมีคุณภาพชีวิตที่ดี” ความสำเร็จจากความศรัทธา เชื่อมโยงกับความสอดคล้องตรงใจตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคตามหลักการของประโยชน์และคุณค่า สร้างความศรัทธา เชื่อมโยงความไว้วางใจโดยใช้หลักการรับรู้ให้กับลูกค้า ทำให้ลูกค้ารับรู้ทัศนคติเดิมในการพัฒนาในแง่ของคุณภาพและนวัตกรรมสินค้า ระบบงาน บุคลากร เพื่อคุณภาพชีวิตที่ดีกว่า ทำให้ลูกค้ายอมรับบรรจุเข้ารายการยา เกิดการขยายของบริษัทยิ่งขึ้นในโรงพยาบาล โดยผ่านตามหลักสนับสนุนบัญชียานวัตกรรมเป็นไปตามมาตรการสนับสนุนบัญชียานวัตกรรมของรัฐบาล ช่วยให้บริษัทสามารถแข่งขันกับยานำเข้าจากต่างประเทศ



โมเดล ความสำเร็จการสร้างตราสินค้าในอุตสาหกรรมยาสู่บัญชียานวัตกรรมไทย

2. ปัญหา และอุปสรรคการดำเนินงานของการสร้างตราสินค้าในอุตสาหกรรมยาสู่บัญชียานวัตกรรมไทย แบ่งได้ดังนี้

2.1 ปัญหาด้านการสร้างตราสินค้าในอุตสาหกรรมยา เป็นปัญหาที่สำคัญการสร้างตราสินค้าเกิดขึ้นกับยาที่ได้ทะเบียนอยู่แล้ว ถ้าทั้งหมดเป็นยาที่ได้มาแล้ว 5 ปี ที่ผ่านมาร้อยยาที่ได้ทะเบียนก่อนหน้านี้มีปัญหา โดยการพัฒนาตามระเบียบเดิมแต่เนื่องจากมาตรฐานที่ใช้ในปัจจุบันมีข้อกำหนดเพิ่มเติม ซึ่งแตกต่างจากระเบียบเดิม

ความแตกต่างของระเบียบใหม่ กับระเบียบเดิม ในการทำข้อมูลของยาสามัญใหม่ จะต้องมีการศึกษาชีวสมมูลคือ เป็นการศึกษาถึงความปลอดภัยในการใช้ และประสิทธิผล ที่เท่าเทียมโดยใช้ยาต้นแบบในการใช้สำหรับเปรียบเทียบกับยาที่พัฒนาผลิตภัณฑ์ขึ้น (Lalitikarntakun, (2003).)

หลักการสร้างตราสินค้าพัฒนาสินค้า กลยุทธ์การสร้างตราสินค้าตามหลักการของประโยชน์และคุณค่า สร้างความศรัทธา เชื่อมั่น ความไว้วางใจโดยใช้หลักการรับรู้ ผู้ประกอบการได้ใช้หลักดังกล่าวโดยการสร้างความเชื่อมั่นกับ แพทย์ พยาบาล และเภสัชกร ด้วยสร้างความมั่นใจและยอมรับในคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ด้วยการสื่อสารต่อลูกค้าผ่านการเยี่ยมชมกระบวนการผลิตของโรงงาน ตั้งศูนย์วิจัยและพัฒนาของบริษัท ที่แสดงผลจากความสำเร็จในการนำเอาองค์ความรู้ต่อยอดคือ ได้การรับรองห้องปฏิบัติการศึกษาวิจัย และพัฒนาตามมาตรฐานจากองค์การอาหารและยา

“การสร้างคุณภาพและความศรัทธา เชื่อมั่น ความไว้วางใจของลูกค้า” (Businessman & Employees, 2018)

2.2 ปัญหาด้านกฎระเบียบ ปัญหาเนื่องจากหลักการในมุมมองของกระทรวงสาธารณสุขในการออกกฎระเบียบให้ผู้ผลิตต้องดำเนินการจัดเตรียมข้อมูลในการขึ้นทะเบียนยาตามหลักการใหม่ที่ต้องมีการศึกษาชีวสมมูล ที่ออกมาเป็นคู่มือประชาชน ต้องมีการลงทุนในการศึกษาวิจัยในมนุษย์ โดยศึกษาทางชีวสมมูล การวิจัยและพัฒนาต้องใช้เงินทุน และใช้เวลายาวนาน กฎระเบียบเกี่ยวกับการผลิตยาแผนปัจจุบันไม่สนับสนุนต่อผู้ประกอบการผลิตยาในประเทศ

ผู้ประกอบการ ได้ดำเนินการร่วมกับภาครัฐในการปรับปรุงกฎหมายหลักที่เป็นอุปสรรคต่อการส่งเสริมอุตสาหกรรมผลิตยาในประเทศ และระบบการขึ้นทะเบียนยาให้มีประสิทธิภาพผ่านสำนักยากระทรวงสาธารณสุข และการร่วมมือภาครัฐ และผู้ประกอบการผลิตยาในการเพิ่มช่องทางในการจัดจำหน่าย และการแข่งขันยานำเข้าจากต่างประเทศ

“ปัญหามีการประกาศใช้ประมาณ 1 ปี กับยาที่ได้ทะเบียนแล้ว บางอย่างอาจไม่มีข้อมูลพร้อมทั้งหมด ต้องดำเนินการจัดเตรียมใหม่ รวมถึงการศึกษาชีวสมมูลที่ถูกต้องในการออกแบบการทดลองที่ถูกต้อง” (Businessman & Employees, 2018)

2.3 ปัญหาด้านอุตสาหกรรมยาเข้าสู่บัญชียานวัตกรรม บริษัทที่จะได้เข้าบัญชียานวัตกรรมจะต้องเป็นบริษัทที่ลงทุนในการทำวิจัย และพัฒนา การขึ้นทะเบียนยาในประเทศไทยมีการแบ่งเป็น ยาสามัญใหม่ และยาสามัญ องค์การอาหาร และยาได้ประกาศยาทุกตัวที่ขึ้นทะเบียนจะต้องมีการทำชีวสมมูล

ผู้ประกอบการได้ร่วมมือกับมหาวิทยาลัย และสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช) ในการสร้างสรรค์ยานวัตกรรม โดยมหาวิทยาลัยเป็นศูนย์กลางในการวิจัย และพัฒนายานวัตกรรมร่วมกับสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช) เป็นหน่วยงานของรัฐ ในการสนับสนุนด้านการก่อให้เกิดการถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ครอบคลุมเทคโนโลยี และความเชี่ยวชาญในการผลิต การวิจัยทางคลินิก การคัดเลือกหรือแบ่งปันฐานข้อมูลสารเคมี ความรู้ในการลงทุนเพื่อเพิ่มคุณภาพการผลิตผ่านการร่วมทุน และจ้างผลิต ความรู้ในการกำกับและมาตรฐานคุณภาพ ความรู้ตลอดห่วงโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ ทำให้เกิดการถ่ายทอดความรู้ ประสบการณ์และเครื่องมืออุปกรณ์ที่จะทำให้เกิดความก้าวหน้าของอุตสาหกรรม และกระบวนการผลิต

“ข้อมูลที่ใช้ในการยื่นบัญชีนวัตกรรม ตามทะเบียนให้ครบตามคู่มือประชาชน อะไรต่าง ๆ ที่ในอดีตที่ยื่นขึ้นทะเบียนไปไม่มีในคู่มือประชาชนซึ่งมีประกาศเมื่อไม่นานมานี้เราต้องมีเอกสารต่าง ๆ แนบเข้าไปให้ครบ” (Businessman & Employees, 2018)

2.4 ปัญหาบริษัทเกี่ยวกับทรัพยากรทางการเงิน ความสามารถที่จะลงทุนในการทำวิจัยและพัฒนาค่อนข้างน้อย และไม่มีข้อมูลการทำชีวสมมูลส่งผลให้ไม่สามารถขึ้นทะเบียนยานวัตกรรมได้ ขาดเงินลงทุนและขึ้นทะเบียนยาแบบใหม่หรือยาสามัญใหม่ ผลกระทบไม่สามารถขึ้นทะเบียนยานวัตกรรมได้

ทางผู้ประกอบการได้รับปัจจัยบวกจากนโยบายส่งเสริมการลงทุนของสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนที่ให้ผู้ประกอบการผลิตยาขึ้นขอรับการส่งเสริมการลงทุน เช่น ต่อเติมหรือปรับปรุงโรงงานผลิตภายในปี 2560 จะได้รับการยกเว้น ภาษีเงินได้นิติบุคคลเป็นเวลา 8 ปี สำหรับผู้ประกอบการที่ยื่นขอรับส่งเสริมการลงทุนตั้งแต่ปี 2561 เป็นต้นไป จะได้รับการยกเว้น ภาษีเงินได้นิติบุคคลเป็นเวลา 5 ปี เพื่อช่วยลดภาระผู้ผลิตยาที่ต้องใช้เงินลงทุนจำนวนมากในการปรับปรุงโรงงานผลิตให้ได้ตาม มาตรฐานหลักเกณฑ์และวิธีการที่ดีในการผลิตยา และตามมาตรฐานการผลิตยาของสหภาพยุโรป (PIC/S) ซึ่งคาดว่าจะทำให้ ผู้ประกอบการสามารถลงทุนในการวิจัยและพัฒนายาใหม่ได้มากขึ้น ทำให้บริษัทสามารถพัฒนายานวัตกรรมเพื่อขึ้นบัญชียานวัตกรรม

“ปัญหาที่มีการประกาศใช้ประมาณ 1 ปี ตามคู่มือประชาชนให้ใช้ฉบับปัจจุบัน โดยคู่มือประชาชนได้ระบุกฎระเบียบที่ผู้ผลิตต้องปฏิบัติในการผลิตยา และขอขึ้นทะเบียนยา โดยต้องปรับปรุงสถานที่ผลิตยา และข้อมูลในการขึ้นทะเบียนยาทำให้ผู้ผลิตยาต้องปรับปรุงสถานที่ผลิตยา และการลงทุน ทำให้เกิดการขาดทรัพยากรในการดำเนินการ และรวมทั้งเงินทุนในการปรับปรุงตามระเบียบใหม่” (Businessman & Employees, 2018)

2.5 ปัญหาบริษัทเกี่ยวกับทรัพยากรมนุษย์ เนื่องจากปัญหาจากการประกาศใช้ประมาณ 1 ปี ทำให้ขาดคนที่มีความรู้และเครื่องมือในการทำงานไม่เพียงพอในการดำเนินงานผู้ประกอบการได้ใช้หลักนวัตกรรมแบบเปิด ด้วยการรับการถ่ายทอดเทคโนโลยีจากต่างประเทศในระยะต้น เพื่อเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มโดยการประยุกต์ใช้นวัตกรรม ปัจจัยสนับสนุนผู้บริหารระดับสูง ซึ่งรวมถึงทรัพยากรมนุษย์การฝึกอบรมพนักงาน และแรงจูงใจในการเสริมสร้างพลังและคุณธรรม การสร้างสภาพแวดล้อมในการบริหารที่เหมาะสมรวมทั้งการสร้างจิตสำนึกเกี่ยวกับความสำคัญของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ วิสัยทัศน์ในการบริหารงานที่สนับสนุนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ วัฒนธรรมการทำงานในเชิงบวกความมั่นคงในงาน และความชื่นชมความเคารพและติดตามผลของพนักงาน

“ตามคู่มือประชาชนให้ใช้ฉบับปัจจุบันรวมถึงการศึกษาชีวสมมูล ผู้ผลิตยาขาดพนักงานที่มีความรู้และประสบการณ์ทำงานตามกฎระเบียบที่กำหนดขึ้น ทำให้เกิดการขาดทรัพยากรในการดำเนินการ และพนักงานที่มีความรู้” (Businessman & Employees, 2018)

อภิปรายผล

ผลการศึกษารวบรวมเรื่องเล่าการสร้างตราสินค้าสำหรับอุตสาหกรรมยาเข้าสู่บัญชีนวัตกรรมไทย พบประเด็นที่น่าสนใจและนำมาอภิปรายผลดังนี้

ความสำเร็จการสร้างตราสินค้าในอุตสาหกรรมยาเข้าสู่บัญชีนวัตกรรมไทย

ผลการศึกษาพบว่า ความสำเร็จของการสร้างตราสินค้าในอุตสาหกรรมยา คือ ผู้ประกอบการ และพนักงานผู้ร่วมงาน ให้ความสำคัญกับองค์ประกอบตราสินค้าดังนี้

องค์ประกอบแรก การส่งมอบผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพบริษัท เกสซ์กรรมทั่วไปควรให้ความสำคัญกับลักษณะผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งคุณภาพ โดยการลงทุนตั้งศูนย์วิจัยและพัฒนาของบริษัท พัฒนาและปรับปรุงบริษัทเพื่อให้ได้รับรองมาตรฐานสากล สอดคล้องกับการศึกษาของ Yousefi et al.(2017) สำหรับการผลิตยาเน้นคุณภาพเป็นเกณฑ์สำคัญของผลิตภัณฑ์ยา

องค์ประกอบที่สองนวัตกรรม ผู้ประกอบการ และพนักงานผู้ร่วมงานแนวทางการแก้ไขปัญหาเอกสารต้องครบตามคู่มือประชาชน การศึกษาชีวสมมูล มีการออกแบบการทดลองที่ถูกต้อง ปัจจัยบวกที่สำคัญที่มีผลต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ การสร้างมูลค่าเพิ่มโดยการประยุกต์ใช้นวัตกรรม เป็นการเพิ่มมูลค่า โดยให้ความสำคัญกับกระบวนการผลิต ตรงกับการศึกษา Gunjan et al. (2016) ความได้เปรียบของผลิตภัณฑ์ด้วยนวัตกรรมที่ประสบความสำเร็จอย่างมากในการเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Pongnaras et al. (2017) การสร้างมูลค่าเพิ่มโดยการประยุกต์ใช้นวัตกรรม

องค์ประกอบที่สามความสามารถในการบริหารจัดการ ด้านความสำเร็จของอุตสาหกรรมยาเข้าสู่บัญชีนวัตกรรม พบว่าปัจจัยสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูง ซึ่งรวมถึงทรัพยากรทางการเงิน และทรัพยากรมนุษย์ การฝึกอบรมพนักงานด้วยการนำองค์ความรู้ที่ได้รับจากการเรียนรู้ ประสบการณ์จากการดำเนินการ การสังเกต และการมีส่วนร่วมของการทำงานเป็นทีม การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจ การบริหาร ทิศทาง และองค์ประกอบตราสินค้า ความได้เปรียบเชิงการแข่งขัน ความสอดคล้องตรงใจความต้องการของผู้บริโภคตามหลักการของประโยชน์ และคุณค่า สอดคล้องกับการศึกษาของ Yousefi et al. (2017) การผลิตยาสามัญ ปัจจัยความสามารถในการบริหารจัดการมีผลสำคัญเน้นที่การผลิต และการขาย สอดคล้องกับ Ghannajeh et al. (2015) การสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูง รวมทั้งการสนับสนุนทางการเงิน และความพร้อมของพนักงาน ทำให้เกิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ และความพร้อมในการแข่งขัน

องค์ประกอบที่สี่ความพึงพอใจของลูกค้า สินค้า ความเชื่อถือ และความพึงพอใจมีอิทธิพลต่อการสร้างความภักดี จากผลที่ได้สอดคล้องตามการวิจัยคุณภาพอย่างยิ่งกับการศึกษาของ Pongnaras et al. (2017) ผลิตภัณฑ์แปรรูปด้วยการประยุกต์ใช้นวัตกรรม เพื่อให้เกิดความพึงพอใจให้กับลูกค้าในการกลับมาซื้อสินค้าซ้ำ องค์ประกอบที่ห้าด้านการตลาด เวลาสู่ตลาด ปัจจัยเวลาในการทำตลาด บริษัท ต้องเร่งกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ การมีส่วนร่วมของลูกค้าโดยเฉพาะอย่างยิ่งในขั้นตอนการสร้างแนวคิด ในกระบวนการของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ การทำงานเป็นทีมและถือเป็นองค์ประกอบสำคัญที่เหมาะสมสำหรับกระบวนการของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ตรงกับผลการศึกษา Yousefi et al. (2017) ผลิตภัณฑ์ยามีการแข่งขันในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า การทำตลาดด้านเวลาสู่ตลาดมีผลอย่างไรในการพิจารณานำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดได้ก่อน

ย่อมมีผลกับส่วนแบ่งตลาดเมื่อเทียบกับผู้ผลิตที่ออกสินค้าภายหลัง และสอดคล้องกับการวิจัยคุณภาพของ Ghannajeh et al. (2015) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ในการเปิดตัวสินค้า เวลาในการออกตลาดมีผลต่อการตอบรับของลูกค้า บริษัทต้องเร่งการวิจัยผลิตภัณฑ์ใหม่ให้ทันกับความต้องการของตลาด

องค์ประกอบที่หาคความศรัทธา สร้างความศรัทธา เชื่อมมั่น ความไว้วางใจโดยใช้หลักการรับรู้ของผู้บริโภค จากผลที่สอดคล้องกับตามแนวคิดการศึกษาของ Pongnaras et al. (2017) ผลิตภัณฑ์แปรรูปด้วยการประยุกต์ใช้นวัตกรรม เพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ และช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อให้เข้าถึงลูกค้า ทำให้เกิดความเชื่อมั่น และศรัทธา ความไว้วางใจโดยการใช้การรับรู้ในสินค้าที่ใช้ปัญหา และอุปสรรคการดำเนินงานของการสร้างตราสินค้าในอุตสาหกรรมยาสู่ปัญญาชีวะนวัตกรรมไทย

ผลการศึกษาพบว่า ปัญหาและอุปสรรค ของ ผู้ประกอบการ และพนักงานผู้ร่วมงาน การสร้างตราสินค้าพัฒนาสินค้า การวิจัย และพัฒนาต้องใช้เงินทุนและใช้เวลายาวนาน กฎระเบียบเกี่ยวกับการผลิตยาแผนปัจจุบัน ไม่ได้สนับสนุนต่อการดำเนินงานของผู้ประกอบการผลิตยาในประเทศ ปัญหาผู้ผลิตยาคงจะนำเข้าสู่บัญชียานวัตกรรมอยู่ในส่วนผลิตภัณฑ์ที่ได้ทะเบียนแล้ว แต่มีเอกสารไม่ครบตามคู่มือประชาชน เนื่องจากผลิตภัณฑ์กลุ่มดังกล่าวดำเนินการทดสอบตามระเบียบข้อกำหนดเดิม จำเป็นที่จะต้องดำเนินการทำข้อมูลเพิ่มเติม โดยผู้ประกอบการ และพนักงานผู้ร่วมงาน ใช้ความสามารถในการบริหารจัดการ ความสำคัญด้านทุนมนุษย์ และทุนขององค์กร แก้ไขปัญหาด้านกฎระเบียบมีความสำคัญในอุตสาหกรรมร่วมกับภาครัฐ เช่นเดียวกับผลการศึกษาวิจัยของ Manish et al.(2016) ความได้เปรียบของผลิตภัณฑ์ในการผลิตยา ความสำคัญของการสนับสนุนเงินทุนที่แข่งขัน มีผลต่อความสำเร็จในการพัฒนานวัตกรรมของยาเป็นอย่างมาก สอดคล้องกับการศึกษาของ Ghannajeh et al. (2015) การสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูง รวมกับการสนับสนุนทางการเงินมีผลต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ยาใหม่

ปัญหาบริษัทที่มีความสามารถด้านทรัพยากรมนุษย์องค์ความรู้ในการทำวิจัยและพัฒนาค่อนข้างน้อย ความสำเร็จของการสร้างตราสินค้าด้วยการถ่ายทอดเทคโนโลยีจากต่างประเทศในระยะต้น เพื่อเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มโดยการประยุกต์ใช้นวัตกรรม ปัจจัยคุณภาพเป็นเกณฑ์ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ โดยใช้นวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ ปัญหาบริษัทเกี่ยวกับทรัพยากรทางการเงินและทรัพยากรมนุษย์ ด้านทรัพยากรมนุษย์มีการลงทุนตั้งศูนย์วิจัยและพัฒนาของบริษัทเพิ่มศักยภาพ และพัฒนาคุณภาพของทรัพยากรบุคคลภายในองค์กร ด้านทรัพยากรทางการเงิน มีการสนับสนุนจากเงินลงทุนได้รับการสนับสนุนนโยบายส่งเสริมการลงทุนของสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนโดยยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล เพื่อช่วยลดภาระต้นทุนของผู้ผลิตยา ผู้ประกอบการยังมีโอกาสขยายตลาดภายในประเทศผ่านบัญชียานวัตกรรม นวัตกรรมที่ประสบความสำเร็จถือเป็นประโยชน์อย่างมากต่อองค์กร สอดคล้องกับการศึกษาของ Yousefi et al.(2017) ผลการศึกษายาที่เป็นยานวัตกรรม ให้ความสำคัญกับทุนมนุษย์ มีผลต่อการพัฒนา และการแข่งขันของตลาดยา

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. ข้อเสนอแนะเชิงทฤษฎีด้านการจัดการ

1.1 ภาครัฐควรให้ความสำคัญกับผู้ผลิตภายในประเทศ โดยกำหนดนโยบายสนับสนุนกฎระเบียบเกี่ยวกับการผลิตยา การขึ้นทะเบียนยา และบัญชีนวัตกรรมไทย ต่อผู้ประกอบการผลิตยาในประเทศ

1.2 ภาครัฐควรสนับสนุนการศึกษาวิจัย และพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เข้าถึง และครอบคลุมทั่วประเทศ เปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการขนาดเล็กได้รับการสนับสนุนด้านการวิจัย และพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการสร้างตราสินค้า

2. ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติด้านการจัดการ

2.1 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมยา เช่น กระทรวงสาธารณสุข กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี กระทรวงอุตสาหกรรม และสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน ควรมีบทบาทในการร่วมมือกับผู้ประกอบการด้านการผลิตยา เพื่อการพัฒนาการสร้างตราสินค้า สำหรับอุตสาหกรรมยาเข้าสู่บัญชีนวัตกรรมไทย

2.2 สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ ควรให้ความรู้และทำความเข้าใจกับผู้ผลิตยาเกี่ยวกับปัญหาการพัฒนาเข้าสู่บัญชีนวัตกรรม และให้สิทธิประโยชน์ตั้งแต่เริ่มการพัฒนาผลิตภัณฑ์

2.3 เจ้าหน้าที่กระทรวงสาธารณสุข กระทรวงวิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยี กระทรวงอุตสาหกรรม ควรมีบูรณาการแบบรวมหน่วยในการให้คำปรึกษาด้านการพัฒนาการสร้างตราสินค้าสำหรับอุตสาหกรรมยาเข้าสู่บัญชีนวัตกรรมไทย

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

1. ศึกษาเพิ่มเติมด้านการสร้างตราสินค้าสำหรับอุตสาหกรรมการผลิตยาสมุนไพรเข้าสู่บัญชีนวัตกรรมไทย

2. ศึกษาด้านกฎหมายเพิ่มเติม ที่เกี่ยวข้องกับส่วนของ การผลิตยา การขึ้นทะเบียนยา และบัญชีนวัตกรรมไทย ต่อผู้ประกอบการผลิตยาในประเทศทาง

เอกสารอ้างอิง**ภาษาไทย**

- Aujirapongpan, S., Vadhanas, P., Chandrachai, A. & Cooperat, P. (2010). “nawattakam: khwāmmaī praphēt læ khwāmsamkhan tō k̄n pen phūprakōpkān” Journal of Business Administration 33,128 (October - December): 49 – 65
- Chieochan, S. (2553). k̄nbōrihān k̄antalāt. Bangkok: Dhonburi Rajabhat University
- Havanon, N. (2009). “withikān suksā ruāng lao: čhut plian khōng k̄nwichai thāng dān sangkhommasāt” Journal of Mekong Societies. 5, 2 (May - August): 1 – 22
- Khamanarong, Y. & Wayapaktara C. (2014). “k̄nbōrihān trāsin khā nai ‘utsāhakam khruāngsam‘āng”. KKU Research Journal (Graduate Studies) Humanities and Social Sciences. 2(1). (January – April): 71 – 78
- Lalitarntakun, P. (2003). čiwā sommun. News Letter. Department of Pharmacology The Faculty of Medicine Chulalongkorn University 2, 5 (March): 1 – 5
- Lertsawai, K., & Sungrugsa, N. (2017). “ruāng lao sū khwāmsamret : k̄nčhatk̄n phūmpanya thōngthīn sū k̄n‘anurak phan som ‘ōnakhōngchaisī” Veridian E-Journal, Silpakorn University 11, 2 (May - August): 1468 – 1482
- Ministry of Industry. (2016). yutthasāt k̄nphatthana ‘utsāhakam Thai 4.0 raya 20 Years (2017 – 2036). Bangkok : Ministry of Industry
- Ministry of Public Health. (2017). rāngān sathanākān k̄n khuāpkhum yā phūa prakan khunnaphāp prasitthiphon læ khwāmplōtp̄hai khōng yā saphāp panhā læ patchai thī k̄ieokhōng . Bangkok : Ministry of Public Health
- Namwonganusorn, S. (2002).” khwāmp̄hungphōčhai khōng prachāchon thī mī tō k̄nhai bōrikān ngān thabian suksā kōranī samnakngān khonsongčhangwat čanthaburi” Thesis Master of Administration Program Burapha University
- National Science and Technology Development Agency (2560). banchī nawattakam Thai. Pathum Thani. Ministry of Science and Technology
- Office of Industrial Economics. (2017). rāngān ‘utsāhakam yā. rāngān phāwa set kit ‘utsāhakam Year 2017 læ n̄onōm Year 2018. Bangkok: Ministry of Industry
- Podhissita, C. (2016). sāt læ sin h̄eng k̄nwichai chōng khunnaphāp. Bangkok: Amarin Book Center Company Limited
- Pongnaras, N., Klinraren, N., & Siriwong, P. (2017). “k̄nsāng mūnlakhā phōem dōi k̄nprayukchai nawattakam læ chōngthāngk̄n čamnāi khōng phūprakōpkān

- phalittaphan pr̄ǣr̄ūp̄ samunphrai Sumalī tambon nō̄ng hūar̄ǣt ‘amphœ̄ Bunmak c̄hangwat Nakhō̄n Ratchasimā̄” RMU GRC 2. (January), 93 -102
- Pasunon, P. & Siriwong, P. (2013). “prasitthiphap̄ lǣ kunch̄ǣ h̄ǣng khwām̄samret nai k̄āndamnōēn k̄ān sahak̄ān k̄ānkasēt: k̄ānsuksā̄ phuā̄ sāngtritsatī thān̄rak̄” Veridian E-Journal, Silpakorn University 6, 1 (January – April): 610 – 628
- Roonpho, P.& Siriwong, P. (2016). “rū̄āng lao chīwīt mō̄nuāt kē Na rō̄ng nuāt c̄hangwat Krung Thē̄p Mahā̄ Nakhō̄n” Veridian E-Journal, Silpakorn University 9, 1 (January – April): 194 – 206
- The Board of Invesment of Thailand. (2017). sathānākān thī̄ kiēokhō̄ng kap k̄ānphatthanā ‘utsāhākam yā̄ samunphrai lǣ chīwā watthu. Bangkok: Ministry of Interior
- The Board of Invesment of Thailand. (2018). khūmū̄ k̄ān khō̄rap k̄ān songsōēm k̄ānlongthun 2018. Bangkok: Ministry of Interior: 421-435.

ภาษาต่างประเทศ

- Andy, B. and David, B. (2009). Fast Track to Success Innovation. London. Prentice Hall.
- Carpbell M.C. 2002. Building Brand Equity. International Journal of Medical Marketing. 2(3): 208 – 218
- Chang, T. Chen, W. Ling, L. Z. and Chiu, J. S. (2010). The Impact of Market Orientation on Customer Knowledge Development and NPD Success. International Journal of Innovation
- Chen, H. Kang, YK. X., Lee, X., AHI & Tong, Y. (2008). Development new products with knowledge management methods and process development management in a network. Comp. Ind., 59: 242-253and Technology Management, 7(4): 303-327
- Denzin, N.K. and Lincoln, Y.S. 2008. Strategies of Qualitative Inquiry. 3 rd ed. California: Sage Publication. 2008.
- Ghannajeh, M. A., Alshurideh, M., Al- Zu'bi, M. F. Z., Abuhamad, A., Rumman, A. G., Suifan, T., AKhorshaideh, H. O. A. (2015). A Qualitative Analysis Of Product Innovation In Jordan's Pharmaceutical Sector. European Scientific. Journal. 11(4): 474 – 503
- Gunjan, M., Naidu, J.R., Kumar, I., & Kumar, Y. 2016. Launching of New Pharmaceutical Product and Promotional Challenges. Research & Reviews in Pharmacy and Pharmaceutical Sciences. 5(1): 20-32

Millman, D. 2012. Brand Bible: The complete Guide to Building Design, and Sustaining Brands. Rockport Publisher.

Yousefi, N., Mehralian, G., Rasekh, R. H. & Yousefi, M. (2017). New Product Development in the Pharmaceutical Industry: Evidence from a generic market. Iran Journal Pharm Research. 16(2): 834–846