

ปีที่ 35 ฉบับที่ 136 ตุลาคม-ธันวาคม 2555

นิชธิมา ระย้าแก้ว

นักศึกษาปริญญาเอก (นวัตกรรมการจัดการ)
มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

ดร.วรรณโณ พongsสุวรรณ

อาจารย์ประจำคณะนวัตกรรมการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

ความสัมพันธ์ของการมุ่งเน้นตลาด โลจิสติกส์ การจัดการโซ่อุปทาน
และประสิทธิผลของผลิตภัณฑ์ยาในองค์การเภสัชกรรม
The Relationships of Market Orientation, Logistics, Supply Chain
Management and Effectiveness of Pharmaceutical Products in the
Government Pharmaceutical Organization (GPO)

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการมุ่งเน้นตลาด, โลจิสติกส์, การจัดการโซ่อุปทาน และประสิทธิผลในองค์การเภสัชกรรม วิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามที่เก็บได้จากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นพนักงานในกลุ่มภารกิจตลาดขององค์การเภสัชกรรมจำนวน 280 คน และการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้างด้วยโปรแกรม LISREL Version 8.72 ผลการวิจัยพบว่า 1) ระดับตัวแปรที่ศึกษาทั้งหมดอยู่ในระดับค่อนข้างสูง และ 2) ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงเหตุผล พบว่า การมุ่งเน้นตลาดมีอิทธิพลเชิงบวกต่อโลจิสติกส์ การจัดการโซ่อุปทาน และประสิทธิผล นอกจากนี้โลจิสติกส์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการจัดการโซ่อุปทาน และประสิทธิผล และสุดท้ายการจัดการโซ่อุปทานมีอิทธิพลเชิงบวกต่อประสิทธิผล ตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สำหรับปัจจัยที่เป็นตัวแปรอิสระทั้งหมดดังที่ได้กล่าวมาแล้วสามารถอธิบายความแปรปรวนหรือทำนายตัวแปรประสิทธิผลได้ร้อยละ 70 ($p\text{-value} < .05$) ดังนั้นอุตสาหกรรมยาควรให้ความสนใจต่อการมุ่งเน้นตลาด โลจิสติกส์ และการจัดการโซ่อุปทานเพื่อให้สามารถเพิ่มประสิทธิผลของการดำเนินงานด้านโลจิสติกส์และการจัดการโซ่อุปทานได้มากขึ้น

คำสำคัญ : การมุ่งเน้นตลาด โลจิสติกส์ การจัดการโซ่อุปทาน ประสิทธิผล

ABSTRACT

The purpose of the study was to study the relationships of market orientation, logistics, supply chain management and effectiveness in the GPO. Two hundred and eighty data sets of questionnaire, from the sample in marketing cluster of the GPO, were conducted in this study. The statistics were applied structural equation model (SEM) with LISREL Version 8.72 program. Research results revealed that: 1) the following factors were at quite high level; and 2) As a result of casual analysis at the .05 level of significance. It suggested that market orientation had influenced in the positive direction towards logistics, supply chain management and effectiveness. Moreover, logistics had a positive direct effect towards supply chain management and effectiveness. Finally, supply chain management had a positive direct effect towards effectiveness. All those independent variable could explain the variance (or predict) of effectiveness variable at the 70 percent (p-value < .05). It is recommended that the pharmaceutical industry should concentrate on market orientation, logistics and supply chain management in order to increase the effectiveness potential.

Keywords: Market Orientation, Logistics, Supply Chain Management, Effectiveness

บทนำ

อุตสาหกรรมยาและเภสัชภัณฑ์เป็นอุตสาหกรรมที่พัฒนาและผลิตปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับชีวิตและสุขภาพของมนุษย์ที่หลากหลาย เพื่อช่วยเหลือมนุษย์หลายล้านคนจากโรคต่าง ๆ และช่วยให้คนจำนวนมากที่ทุกข์ทรมานจากการเจ็บป่วยมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น จึงนับว่าเป็นอุตสาหกรรมที่ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจและสังคมโดยรวมด้วย สำหรับประเทศไทยมีโรงงานผลิตยาแผนปัจจุบันทั้งหมด 165 แห่ง ซึ่งล้วนเป็นบริษัทผู้ผลิตยาสามัญ ขณะที่องค์การเภสัช-กรรมก็เป็นบริษัทผู้ผลิตยาสามัญเช่นเดียวกัน ดังนั้นการพัฒนาการผลิตยาสามัญให้มีคุณภาพมาตรฐานและมีประสิทธิภาพจึงมีความสำคัญยิ่งสำหรับประเทศไทย องค์การเภสัชกรรมเกือบผูกขาดการดำเนินการกระจายยาให้แก่โรงพยาบาลและสถานบริการสาธารณสุขของรัฐทั่วประเทศซึ่งมีจำนวนมากกว่า 10,000 แห่งโดยคิดเป็น 80% นอกจากนี้องค์การเภสัชกรรมยังเป็นรัฐวิสาหกิจในสังกัดกระทรวงสาธารณสุขจึงมีภารกิจที่จะต้องผลิตยาและเวชภัณฑ์เพื่อสนับสนุนงานสาธารณสุขของประเทศ เพื่อรองรับประชาชนให้สามารถเข้าถึงยาได้โดยง่าย ตลอดจนรักษาระดับราคายาและเวชภัณฑ์ และตอบสนองความต้องการและความจำเป็นต่อสังคมไทย ถ้าองค์การเภสัชกรรมสามารถเพิ่มศักยภาพในการบริหารจัดการด้านโลจิสติกส์และการจัดการโซ่อุปทานก็จะทำให้องค์การเภสัชกรรมสามารถก้าวเข้าสู่ความเป็นผู้นำด้านการจัดส่งยาและเวชภัณฑ์ของประเทศได้

โดยสภาพทั่วไปองค์การที่ประสบความสำเร็จมากที่สุดในปัจจุบันนี้ คือ องค์การที่สามารถดัดแปลง กลยุทธ์โลจิสติกส์และการจัดการโซ่อุปทานให้ขยายตัว กระจายการใช้อย่างกว้างขวางในอุตสาหกรรมต่าง ๆ ได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในอุตสาหกรรมยา แม้ว่าประเทศไทยไม่ได้มีความทันสมัยในด้านเทคโนโลยีการผลิตอย่างเต็มที่ แต่ประเทศไทยก็ควรจะสามารถดำเนินการพัฒนาประเทศให้อยู่ในทางที่จะพัฒนาการกระจายยา จัดระเบียบการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพ และประหยัดค่าใช้จ่ายให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากลได้ องค์การต่าง ๆ จึงพยายามหาแนวทางที่จะสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้กับองค์การของตน ซึ่งแนวทางในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันขององค์การมีอยู่หลายแนวทางด้วยกัน ได้แก่ การจัดการคุณภาพ การผลิตแบบลีน การผลิตแบบทันเวลา ฯลฯ แต่มีแนวทางใหม่ ๆ ที่มีนักวิชาการให้ความสนใจเพิ่มมากขึ้นในรอบระยะไม่เกิน 2 ทศวรรษมานี้คือ 3 แนวทาง ได้แก่ แนวทางที่หนึ่งการมุ่งเน้นตลาด (Market Orientation) โดยนักวิชาการที่มีชื่อเสียงในแนวทางนี้ได้แก่ Kohli & Jaworski (1990), Narver & Slater (1990) และ Dawes (2000) เป็นต้น แนวทางที่สองโลจิสติกส์ (Logistics) (Gimenez & Ventura, 2005; Tseng, Yue & Taylor, 2005; Draskovic, 2009) และแนวทางที่สามแนวทางสุดท้าย คือ การจัดการโซ่อุปทาน (Supply Chain Management) (Lambert, Cooper & Pagh, 1998; Mentzer et al., 2001; Karmakar, 2002; Lau & Ma, 2008) ซึ่งแนวคิดทั้งสามประการนี้มีลักษณะที่เชื่อมโยงและสอดคล้องไปในแนวทางเดียวกันอย่างมาก

แนวทางเกี่ยวกับการมุ่งเน้นตลาด โลจิสติกส์ และการจัดการโซ่อุปทานเป็นที่รับรู้กันอย่างกว้างขวางในแวดวงวิชาการมายาวนานแล้ว แต่การวิจัยเรื่องการมุ่งเน้นตลาด โลจิสติกส์ การจัดการโซ่อุปทาน และประสิทธิผลของอุตสาหกรรมยายังมีผู้สนใจศึกษาน้อยมาก การวิจัยเรื่องนี้จึงเป็นการศึกษาในบริบทอุตสาหกรรมยาในประเทศไทย เพราะถ้าอุตสาหกรรมยาในประเทศไทยมีระบบโลจิสติกส์และการจัดการโซ่อุปทานที่ดีก็จะช่วยเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้กับวงการยาของประเทศไทยได้

ในเรื่องการมุ่งเน้นตลาด มีนักวิชาการหลายท่าน เช่น Kohli & Jaworski (1990), Narver & Slater (1990), Min, Mentzer, & Ladd (2007), Pelham (2000) และ Chang et al. (1999) ให้ความสนใจศึกษาเรื่องนี้ได้ให้ความเห็นสอดคล้องกันว่า การมุ่งเน้นตลาดเป็นการนำเอาปรัชญาทางการตลาดมาใช้สร้างวัฒนธรรมภายในองค์การที่มีผลกระทบต่อกระบวนการทำงานและผลการดำเนินงานขององค์การเป็นอย่างมาก เพราะองค์การที่มุ่งเน้นตลาดจะต้องแสวงหาข้อมูลจากภายนอกองค์การมาพัฒนาองค์การของตนเอง นอกจากนี้ Heiens (2000) ยังยืนยันแนวความคิดนี้โดยย้ำว่าการเพิ่มความสนใจไปยังลูกค้าและคู่แข่งจะนำไปสู่การมีส่วนแบ่งของกิจการที่เพิ่มขึ้น

การศึกษาแนวคิด “การมุ่งเน้นตลาด” ยังแบ่งออกเป็น 2 แนวทางที่ได้รับความนิยมในหมู่นักวิชาการทางการตลาดอย่างมาก แนวทางแรกได้แก่ การศึกษาของ Kohli & Jaworski (1990) ซึ่งเสนอให้การมุ่งเน้นตลาดประกอบด้วยองค์ประกอบพื้นฐาน

ความสัมพันธ์ของการมุ่งเน้นตลาด โลจิสติกส์ การจัดการโซ่อุปทาน

และประสิทธิผลของผลิตภัณฑ์ยาในองค์การเภสัชกรรม

3 ประการ ได้แก่ การรวบรวมความรู้ทางการตลาด (Intelligence Generation) การเผยแพร่ความรู้ให้กับบุคลากรในองค์การได้รับรู้ (Intelligence Dissemination) และการนำความรู้ที่นำมาตอบสนองให้กับลูกค้า (Responsiveness) ส่วนแนวทางที่สองเป็นการเสนอของ Narver & Slater (1990) ที่นำเสนอว่าการมุ่งเน้นตลาดประกอบด้วย การมุ่งเน้นลูกค้า (Customer Orientation) การมุ่งเน้นคู่แข่ง (Competitor Orientation) และการประสานงานระหว่างหน้าที่งาน (Inter-functional Coordination) ซึ่งแนวทางทั้งสองนั้นมีการเน้นพฤติกรรมองค์การที่คล้ายคลึงกัน ได้แก่ การรวบรวมข้อมูลทางการตลาดทั้งข้อมูลลูกค้า คู่แข่ง และสภาพตลาด การกระจายข้อมูลที่ได้รับมาภายในองค์การและจัดหาคุณค่าให้กับลูกค้าโดยใช้ข้อมูลนั้น ผลการศึกษาวิจัยทั้งสองแนวทางยืนยันว่าการมุ่งเน้นตลาดมีอิทธิพลต่อความสำเร็จขององค์การและสามารถส่งผลกระทบต่อการสร้างรายได้เปรียบเทียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืนให้กับองค์การ (Min & Mentzer, 2000)

ส่วนเรื่องโลจิสติกส์ มีนักวิชาการหลายท่าน เช่น Ayers (2000), Gimenez & Ventura (2005), Tseng, Yue & Taylor (2005) และ Draskovic (2009) เป็นต้น ให้คำจำกัดความว่าการดำเนินงานทางโลจิสติกส์เป็นการดำเนินงานที่รวบรวมเอากิจกรรมที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดหา การเคลื่อนย้าย การจัดเก็บและการจัดส่งสถานะทั้งหมดของสินค้าที่ทำการผลิต โดยมีการบริการและการบริหารข้อมูลเป็นปัจจัยสนับสนุนที่ช่วยทำให้การดำเนินงานต่าง ๆ สามารถบรรลุเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ เป็นแกนหลักที่ช่วยขับเคลื่อนการดำเนินงานในส่วนต่าง ๆ ขององค์การได้ ทั้งนี้การส่งถ่ายกำลังจากงานส่วนหนึ่งไปยังส่วนอื่น ๆ จะเกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลได้นั้นขึ้นอยู่กับโลจิสติกส์ที่ดีเป็นสำคัญ เนื่องจากโลจิสติกส์นั้นเกี่ยวข้องกับการเคลื่อนที่ของวัสดุและการสร้างมูลค่าเพิ่มเข้าไปในวัสดุที่เคลื่อนที่ในระบบ

ส่วนแนวคิดการจัดการโซ่อุปทานเป็นแนวคิดหนึ่งที่อุตสาหกรรมและองค์การต่าง ๆ เล็งเห็นถึงผลประโยชน์อย่างชัดเจน เนื่องจากเป็นแนวคิดที่ทำให้เกิดความร่วมมือทางธุรกิจระหว่างองค์การ โดยมีลักษณะเป็นโซ่เชื่อมเข้าด้วยกันระหว่างการทำงาน วิสัยทัศน์ และข้อมูล เป็นแนวความคิดที่ทำให้บริษัทต่าง ๆ คงอยู่ได้ในปัจจุบันและอนาคต ซึ่ง Quinn (1998) พบว่าบริษัทที่นำแนวคิดการจัดการโซ่อุปทานมาใช้มีรอบเวลาการผลิตตลอดจนระดับสินค้าคงคลังต่ำกว่าคู่แข่ง 50% และนำส่งสินค้าได้เร็วกว่าคู่แข่ง 17%

จากข้อสังเกตต่าง ๆ จะเห็นได้ว่าแนวคิดการมุ่งเน้นตลาด โลจิสติกส์ และการจัดการโซ่อุปทานมีความเกี่ยวข้องไปในทางเดียวกัน เนื่องจากแนวความคิดทั้งสามจำเป็นต้องเก็บรวบรวมความรู้ เพื่อเผยแพร่ข้อมูล และเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า เพื่อที่จะสามารถดำเนินการในสถานะได้เปรียบในการแข่งขัน แต่การมุ่งเน้นตลาดจะมุ่งเน้นความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการที่ลูกค้าต้องการ ในขณะที่โลจิสติกส์และการจัดการโซ่อุปทานมุ่งเน้นกระบวนการบูรณาการเพื่อให้มั่นใจว่าการดำเนินงานนั้นรวดเร็ว มีความยืดหยุ่น มีข้อมูลที่ถูกต้องและค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานต่ำ ถ้าเรารวมปัจจัยทั้งหมดซึ่งก็คือการมุ่งเน้นตลาด โลจิสติกส์ และการจัดการโซ่อุปทานเข้าด้วยกัน เราจะมีแนวคิดที่สมบูรณ์แบบเพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพและประสิทธิผลขององค์การได้ ที่กล่าวมาข้างต้นทั้งหมดจึงเป็นที่มาสำคัญที่ทำให้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาวิจัยในเรื่องนี้ เนื่องจากจะเป็นการช่วยให้สามารถเพิ่มองค์ความรู้ทางด้านการตลาด โลจิสติกส์ และการจัดการโซ่อุปทานเพื่อให้นำความรู้ดังกล่าวไปพัฒนาความได้เปรียบทางการแข่งขันขององค์การภาครัฐให้เข้มแข็งมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง การมุ่งเน้นตลาด, โลจิสติกส์, การจัดการโซ่อุปทาน และประสิทธิผลในองค์การเภสัชกรรม

บททวนวรรณกรรม

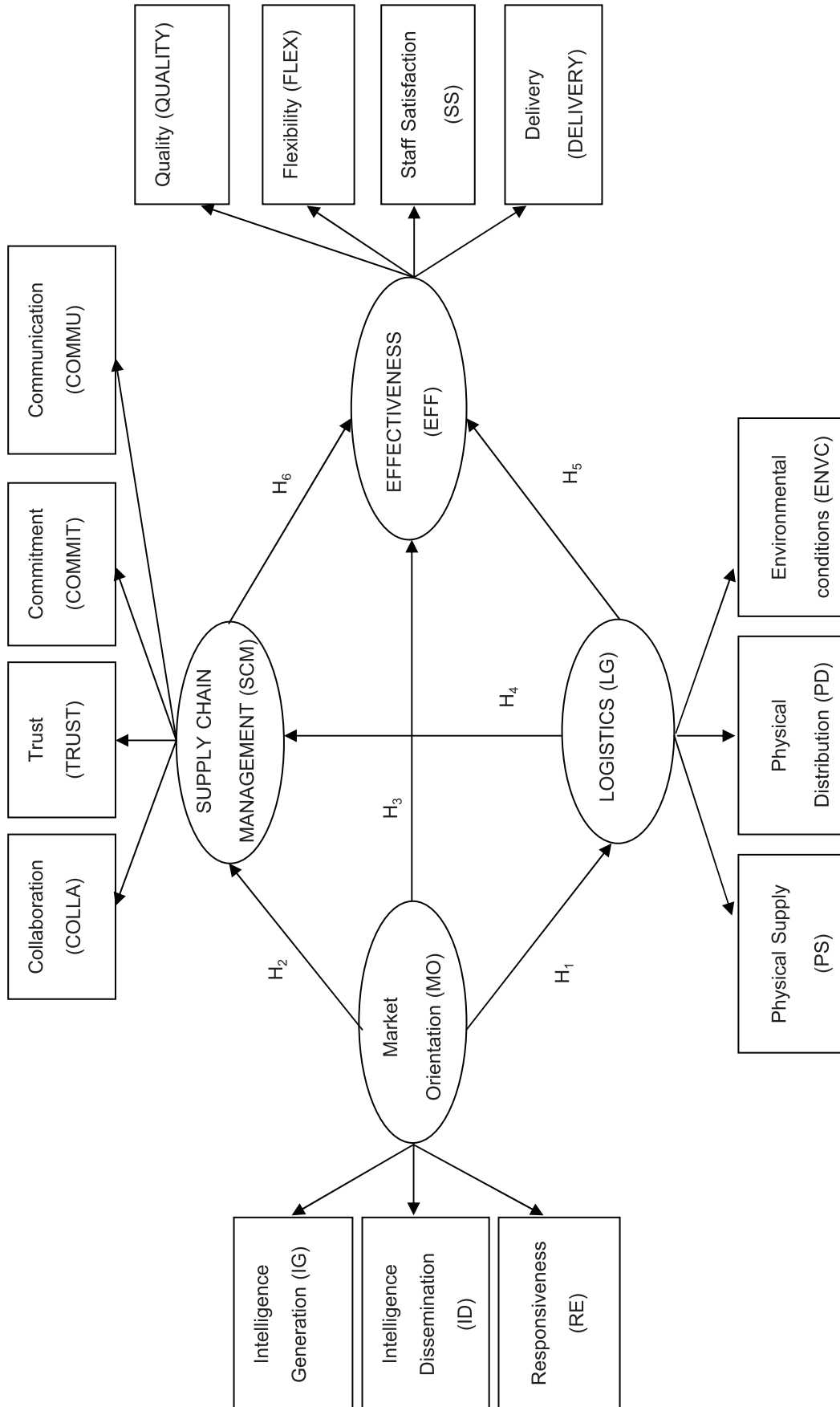
การมุ่งเน้นตลาดได้รับความสนใจจากสถาบันการศึกษาต่าง ๆ มากขึ้นในระยะ 20 ปีที่ผ่านมา โดยนักวิชาการเห็นว่า การมุ่งเน้นตลาดเป็นปัจจัยที่ช่วยขยายผลการดำเนินงานทางธุรกิจของบริษัทในการจัดการเชิงกลยุทธ์ เนื่องจากการมุ่งเน้นตลาดช่วยส่งเสริมให้กิจการจัดทำกลยุทธ์การจัดการองค์การด้วยการสร้างคุณค่าให้กับลูกค้าและเพิ่มความสามารถในการทำกำไร ผลลัพธ์ที่ตามมาคือการมุ่งเน้นตลาดส่งผลกระทบต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจซึ่งมีหลักฐานการสนับสนุนยืนยันจากการวิจัยเชิงประจักษ์เป็นจำนวนมาก เช่น Cano, Carrillat, & Jaramilo (2004), Jaworski & Kohli (1993), Narver & Slater (1990), Kumar, Subramanian, & Yauger (2002) เป็นต้น การมุ่งเน้นตลาด คือ ปรัชญาทางธุรกิจ วัฒนธรรมองค์การ พฤติกรรมองค์การ ที่ประกอบด้วย การรวบรวมข้อมูลทางการตลาดทั้งข้อมูลลูกค้า คู่แข่งขัน และสภาพตลาด แล้วกระจายข้อมูลที่ได้รับมาให้กับบุคลากรภายในองค์การได้รับรู้เพื่อจัดหาคุณค่าตอบสนองให้กับลูกค้าโดยใช้ข้อมูลทางการตลาดนั้น โดยสรุปการมุ่งเน้นตลาดเป็นการใส่ใจต่อตลาดมีองค์ประกอบ 3 ด้าน คือ 1) การรวบรวมความรู้ทางการตลาด 2) การเผยแพร่ความรู้ให้กับบุคลากรภายในองค์การ และ 3) การนำความรู้นั้นมาตอบสนองลูกค้า

ในปัจจุบันธุรกิจระดับโลกให้ความสำคัญกับโลจิสติกส์เพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ เนื่องจากการนำโลจิสติกส์มาใช้ทำให้กิจการสามารถปรับปรุงความสามารถในการแข่งขันได้ กิจกรรมโลจิสติกส์ประกอบไปด้วยกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การขนส่ง การจัดการสินค้าคงคลัง และคลังสินค้า การวางแผนโลจิสติกส์ที่ดีจะมีส่วนร่วมทำให้ความเสี่ยงในการดำเนินงานลดลง (Penco, 2007 อ้างถึงใน Rapana, 2009, หน้า 3) โดยสรุปโลจิสติกส์ คือ การวางแผนทางธุรกิจสำหรับการจัดการของวัตถุดิบ ผลิตภัณฑ์ข้อมูล นโยบายรัฐบาล กฎหมายและกฎระเบียบ นวัตกรรมสินค้าใหม่ และเทคโนโลยี เพื่อสนองความต้องการของลูกค้า และเป็นตัวสนับสนุนกระบวนการกระจายสินค้าจากผู้ผลิตจนถึงมือผู้บริโภคภายในเวลาที่ลูกค้าต้องการ ด้วยคุณภาพ และต้นทุนที่เหมาะสม โดยกิจกรรมโลจิสติกส์จะประกอบไปด้วยองค์ประกอบ 3 ด้าน คือ 1) การจัดการวัตถุดิบ 2) การกระจายสินค้า และ 3) สภาพแวดล้อม

นอกจากนี้ในปัจจุบันคุณภาพของสินค้าเพียงอย่างเดียวไม่สามารถจะสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้ อุตสาหกรรมจำเป็นต้องตอบสนองความต้องการของลูกค้าในแง่ของผลิตภัณฑ์ เวลา สถานที่ ปริมาณ และราคาของลูกค้าที่ต้องการ ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้อุตสาหกรรมต่าง ๆ หันมาสนใจการจัดการโซ่อุปทานมากขึ้น เพื่อส่งเสริมการทำงานระหว่างกันให้มีประสิทธิภาพ และเป็นประโยชน์ในการแข่งขัน (Lambert, Cooper, & Pagh, 1998; Lee & Billington, 1992) โดยในการศึกษาครั้งนี้ได้ให้ความหมายของการจัดการโซ่อุปทาน ไว้ว่าเป็นการออกแบบ การวางแผน การปฏิบัติ การควบคุมและตรวจสอบกิจกรรมภายในโซ่อุปทาน ด้วยวัตถุประสงค์ของการสร้างมูลค่า การสร้างขอบเขตการแข่งขัน การกระจายผลประโยชน์ และการทำงานร่วมกันในโซ่อุปทาน การจัดการโซ่อุปทานมีองค์ประกอบ 4 ด้านที่สำคัญ คือ 1) การทำงานร่วมกัน 2) ความไว้วางใจ 3) ความผูกพัน และ 4) การสื่อสาร

ประสิทธิผลจะสะท้อนให้เห็นว่ากระบวนการหนึ่ง ๆ บรรลุเป้าหมายทางธุรกิจได้ดีมากน้อยเพียงใด และเป็นการวัดว่าองค์การได้ในสิ่งที่ต้องการอย่างสมบูรณ์ดีมากน้อยเพียงใด รวมทั้งมีความเกี่ยวข้องกับกระบวนการทั้งหมดในการเติมเต็มสินค้า การผลิตและการทำให้บรรลุผลสำเร็จ และในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้พัฒนาแบบจำลองในการพัฒนามาตรวัดประสิทธิผลด้านโลจิสติกส์และการจัดการโซ่อุปทานตามเกณฑ์ดังต่อไปนี้ (1) คุณภาพ (Quality) ซึ่ง เป็นการวัดอัตราข้อบกพร่องและการพัฒนาปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในอุตสาหกรรมยานยนต์คุณภาพเป็นสิ่งสำคัญที่สุดที่ทุกอุตสาหกรรมยานยนต์อื่น ๆ ให้ความสำคัญอย่างมาก ผลิตภัณฑ์จะต้องมีความปลอดภัย สามารถตรวจสอบกลับได้ และจะต้องไม่มีการปนเปื้อน (2) ความยืดหยุ่น (Flexibility) เป็นความสามารถในการทำงานได้หลาย ๆ อย่างโดยการใช้ทรัพยากรในองค์การเดียวกันประกอบด้วย ความสามารถในการปรับเปลี่ยนขนาด และปริมาณของการสั่งซื้อ มาตรวัดตัวนี้จะเป็นตัววัดการตอบสนองอย่างรวดเร็วขององค์การ เมื่อความต้องการของสภาพแวดล้อมและลูกค้ามีการเปลี่ยนแปลง (3) ความพึงพอใจของพนักงาน (Staff Satisfaction) จะมุ่งวัดที่ขีดความสามารถทักษะ ความคาดหวังในการที่ทำให้พนักงานสามารถขับเคลื่อนผลลัพธ์ทางธุรกิจขององค์การได้ และ (4) การขนส่ง (Delivery) จะวัดความสามารถในการลดเวลาตั้งแต่ได้รับคำสั่งซื้อสินค้าจนถึงมือผู้บริโภคเพื่อลดจำนวนครั้งของข้อร้องเรียนจากลูกค้า

ความสัมพันธ์ของการมุ่งเน้นตลาด โลจิสติกส์ การจัดการโซ่อุปทาน และประสิทธิผลของผลิตภัณฑ์ยาในองค์การเภสัชกรรม



ภาพ 1: กรอบแนวความคิด

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทำให้สามารถกำหนดเป็นกรอบแนวคิดและสมมติฐานของการวิจัยได้ดังภาพ 1

- สมมติฐาน 1 (H1) การมุ่งเน้นตลาดมีอิทธิพลทางตรงในเชิงบวกต่อโลจิสติกส์
- สมมติฐาน 2 (H2) การมุ่งเน้นตลาดมีอิทธิพลทางตรงในเชิงบวกต่อการจัดการโซ่อุปทาน
- สมมติฐาน 3 (H3) การมุ่งเน้นตลาดมีอิทธิพลทางตรงในเชิงบวกต่อประสิทธิผล
- สมมติฐาน 4 (H4) โลจิสติกส์มีอิทธิพลทางตรงในเชิงบวกต่อการจัดการโซ่อุปทาน
- สมมติฐาน 5 (H5) โลจิสติกส์มีอิทธิพลทางตรงในเชิงบวกต่อประสิทธิผล
- สมมติฐาน 6 (H6) การจัดการโซ่อุปทานมีอิทธิพลทางตรงในเชิงบวกต่อประสิทธิผล

วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษานี้ผู้วิจัยจะศึกษาการมุ่งเน้นตลาด โลจิสติกส์ และการจัดการโซ่อุปทานในองค์การเภสัชกรรมเท่านั้น โดยมีกลุ่มประชากรเป้าหมาย คือ กลุ่มภารกิจการตลาดขององค์การเภสัชกรรม และการศึกษาครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยแบบผสมผสาน (Mix Methodology) โดยเริ่มจากศึกษาเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องเพื่อทำการสร้างกรอบแนวคิดในการวิจัย แล้วจึงเริ่มดำเนินการเก็บข้อมูลในเชิงปริมาณ (Quantitative Data) ด้วยแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 7 ระดับ ซึ่งได้ทำการตรวจสอบคุณภาพด้วยการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) จากผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 9 ท่าน แล้วนำไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน เพื่อทำการทดสอบหาความเชื่อถือได้ (Reliability) ของแบบสอบถามด้วยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) พบว่าแบบสอบถามแต่ละตัวแปร มีค่าอยู่ระหว่าง 0.814 - 0.974 แล้วจึงดำเนินการเก็บข้อมูลจริงจากพนักงานในกลุ่มภารกิจการตลาดขององค์การเภสัชกรรมจำนวน 300 คน ได้มาจากการสุ่มตัวอย่างแบบมีระบบ (Systematic Random Sampling) แต่ได้รับแบบสอบถามกลับคืนมา 280 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 93.33 ซึ่งถือว่าอยู่ในระดับที่เหมาะสมในการทำการวิเคราะห์ด้วยโปรแกรม LISREL อยู่ จากนั้นทำการวิเคราะห์หาค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความเบ้ และความโด่ง ด้วยโปรแกรม SPSS Version 16.0 แล้วทำการตรวจสอบความเชื่อถือได้ของมาตรวัดองค์ประกอบด้วยเทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Confirm Factor Analysis) และทำการวิเคราะห์สมการโครงสร้างของแบบจำลอง (Structural Equation Model) ด้วยโปรแกรม LISREL Version 8.72 ผู้วิจัยได้กำหนดช่วงของการตรวจสอบระดับของตัวแปรและการแปลความหมายของคะแนนไว้ดังตาราง 1

หลังจากนั้นผู้วิจัยจึงได้ดำเนินการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) จากผู้อำนวยการฝ่ายและผู้อำนวยการกองในกลุ่มภารกิจการตลาดขององค์การเภสัชกรรมจำนวน 5 ท่าน แล้วทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ตามแนวทางของ Alan และ Robert (1995) ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลโดยมียอมปล่อยให้อคติของผู้วิจัยเข้าไปเกี่ยวข้องกับข้อมูลและทำการมองข้อมูลที่ได้ในลักษณะของภาพรวมทั้งหมดโดยไม่แยกส่วน (Holistic) แล้วทำการตีความหมายที่ได้จากถ้อยคำอย่างเป็นระบบ (Interpretation Approaches)

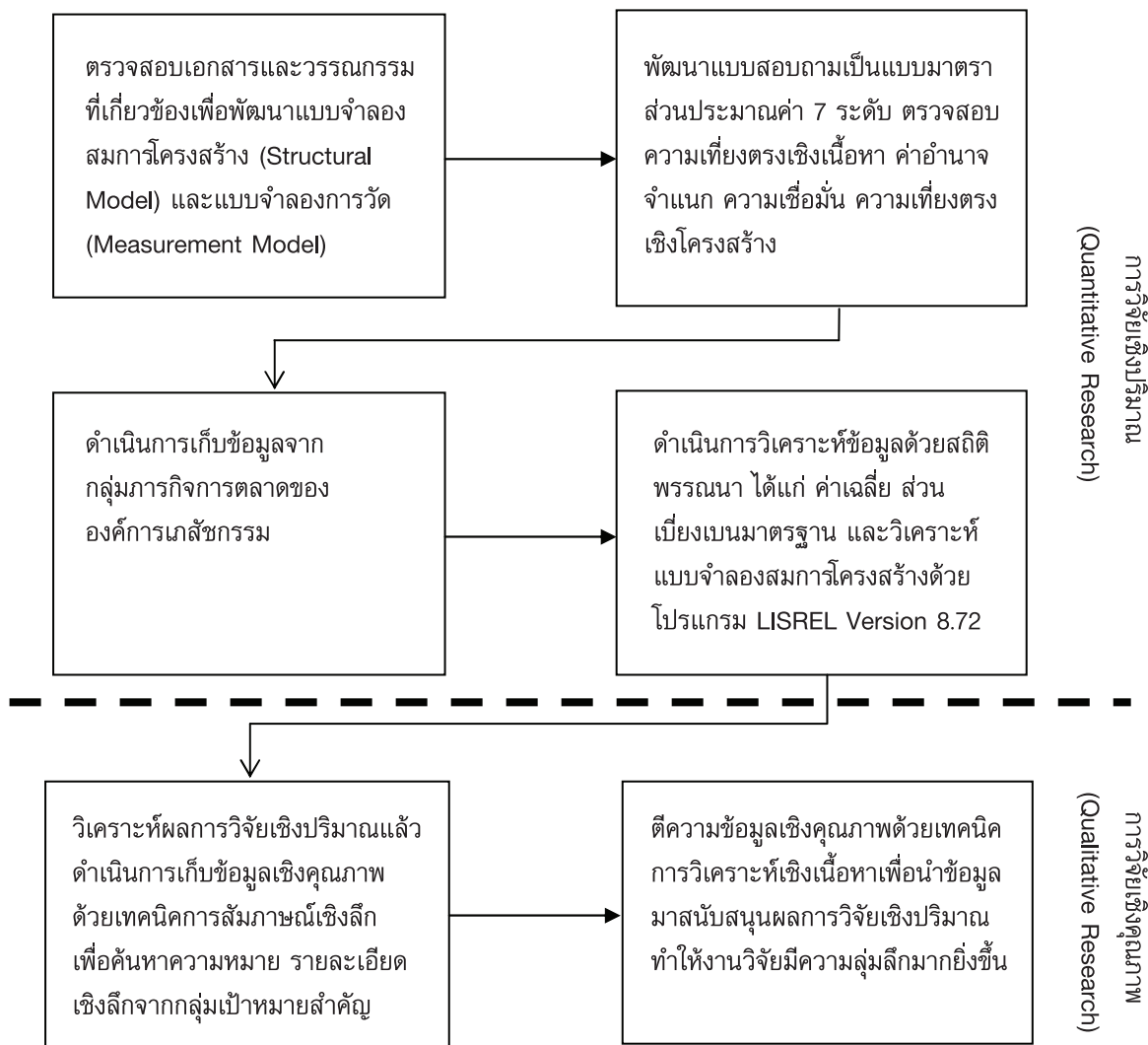
ความสัมพันธ์ของการมุ่งเน้นตลาด โลจิสติกส์ การจัดการโซ่อุปทาน และประสิทธิผลของผลิตภัณฑ์ยาในองค์การเภสัชกรรม

ตาราง 1: เกณฑ์การอธิบายตัวแปร

ระดับคะแนนเฉลี่ย	ระดับของตัวแปร
7.00-6.16	มากที่สุด
6.15-5.30	มาก
5.29-4.44	ค่อนข้างมาก
4.43-3.58	ปานกลาง
3.57-2.72	ค่อนข้างน้อย
2.71-1.86	น้อย
1.85-1.00	น้อยที่สุด

ผลการวิจัย

การรายงานผลการวิเคราะห์ข้อมูลข้างเพื่อให้เกิดความเป็นระเบียบและง่ายต่อการศึกษางานวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้แบ่งภาคส่วนของ การนำเสนอออกเป็น 2 ส่วนใหญ่ ได้แก่ ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ และส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ เรียงตามลำดับดังนี้



ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

ผลการสำรวจระดับของประสิทธิผล การจัดการโซ่อุปทาน โลจิสติกส์ และการมุ่งเน้นตลาดขององค์การเภสัช-กรรม พบว่าตัวแปรทั้งหมดอยู่ในระดับค่อนข้างสูง กล่าวคือ ตัวแปรแฝงการมุ่งเน้นตลาด (MO) มีความเชื่อมั่นอยู่ในระดับที่ดี มีค่า Cronbach's Alpha 0.890 อยู่ในระดับค่อนข้างมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 ส่วนตัวแปรแฝงโลจิสติกส์ (LG) มีความเชื่อมั่นอยู่ในระดับที่ดี มีค่า Cronbach's Alpha 0.984 อยู่ในระดับค่อนข้างมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.84 ส่วนตัวแปรแฝงการจัดการโซ่อุปทาน (SCM) มีความเชื่อมั่นอยู่ในระดับที่ดี มีค่า Cronbach's Alpha 0.979 อยู่ในระดับค่อนข้างมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.80 และสุดท้ายตัวแปรแฝงประสิทธิผล (EFF) มีความเชื่อมั่นอยู่ในระดับที่ดี มีค่า Cronbach's Alpha 0.966 อยู่ในระดับค่อนข้างมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.61 แสดงผลดังตาราง 2

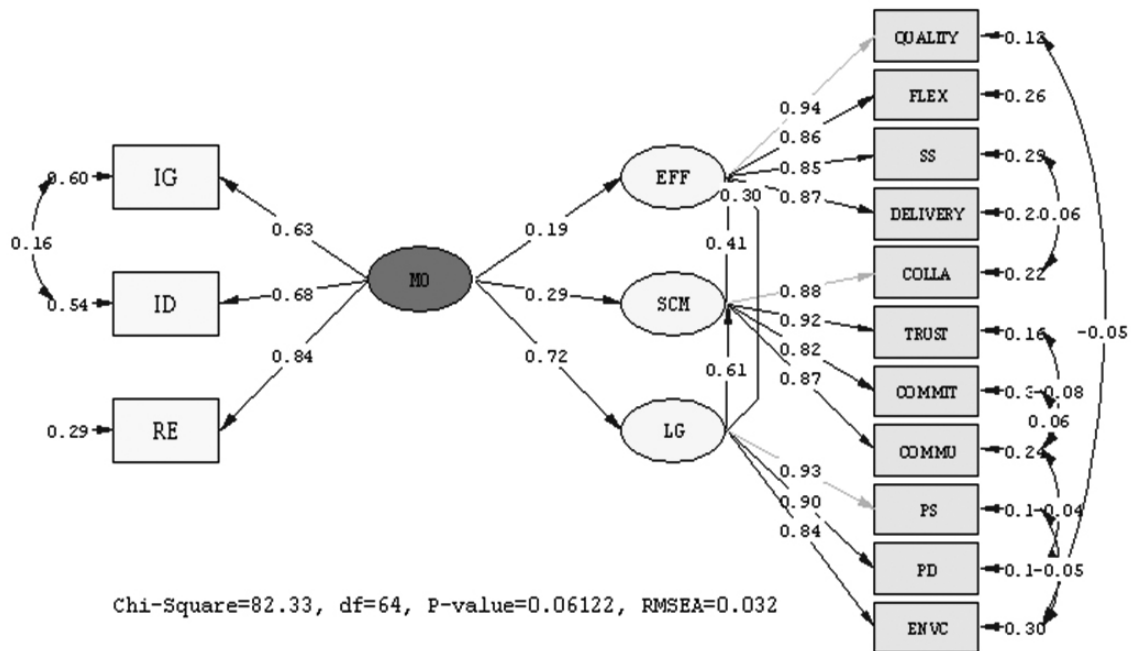
ตาราง 2: ระดับของตัวแปรทั้งหมดที่ศึกษา

ตัวแปรแฝงที่ทำการศึกษา (n = 280)	Cronbach's Alpha	Mean	S.D.	ความหมาย
การมุ่งเน้นตลาด (MO)	0.890	4.50	0.81	ค่อนข้างมาก
โลจิสติกส์ (LG)	0.984	4.84	0.90	ค่อนข้างมาก
การจัดการโซ่อุปทาน (SCM)	0.979	4.80	0.96	ค่อนข้างมาก
ประสิทธิผล (EFF)	0.966	4.61	0.94	ค่อนข้างมาก

เมื่อทำการตรวจสอบการกระจายของข้อมูลของตัวแปรเชิงประจักษ์ที่ทำการศึกษาซึ่งได้ทำการแปลงค่าเป็นคะแนนมาตรฐานแล้ว (Normal Score) ด้วยสถิติทดสอบ ไค - สแควร์ (χ^2) โดยทำการตรวจสอบที่ค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 พบว่า ตัวแปรเชิงประจักษ์ที่ทำการศึกษาในแบบจำลองสมการโครงสร้างทั้งหมดมีการแจกแจงเป็นแบบปกติ (Normal Distribution) เหมาะสมที่จะนำไปวิเคราะห์ในแบบจำลองสมการโครงสร้างได้ และเมื่อตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเชิงประจักษ์ที่ทำการศึกษาในแบบจำลองสมการโครงสร้างแล้วพบว่าตัวแปรเชิงประจักษ์ที่ทำการศึกษาในแบบจำลองสมการโครงสร้างนี้ไม่มีความสัมพันธ์กันมากเกินไป และมีความสัมพันธ์กันเพียงพอ โดยพิจารณาจาก Kaiser-Meyer-Olkin = .936 และ Bartlett's Test of Sphericity = 3376.00 (P-value = .000) ที่จะทำการวิเคราะห์ร่วมกันในแบบจำลองสมการโครงสร้างเดียวกันได้อย่างเหมาะสม นอกจากนี้ได้ตรวจสอบความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงของตัวแปรเชิงประจักษ์ที่ทำการศึกษาในแบบจำลองสมการโครงสร้างโดยทำ Scatter Plot Graph พบว่าตัวแปรทุกคู่กันมีความสัมพันธ์กันในเชิงเส้นตรงมีความเหมาะสมที่จะทำการวิเคราะห์ในแบบจำลองสมการโครงสร้างเดียวกันอย่างไม่ละเมิดข้อตกลงทางสถิติของการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model, SEM) ด้วยโปรแกรม LISREL ได้ดี

ผลการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model, SEM) ของตัวแปรที่ส่งผลต่อประสิทธิผลขององค์การเภสัชกรรม ซึ่งสามารถสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลได้ว่า แบบจำลองเชิงทฤษฎีสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (Model Fit) ในระดับดี โดยมีค่า $\chi^2 = 82.33$, $df = 64$, $p\text{-value} = 0.06122$, $Relative \chi^2 = 1.28$, $GFI = 0.96$, $AGFI = 0.93$, $RMR = 0.023$, $SRMR = 0.023$, $RMSEA = 0.032$, $P\text{-Value for Test of Close Fit} = 0.94$, $NFI = 0.99$, $IFI = 1.00$, $CFI = 1.00$, $CN = 310.94$ ดังภาพ 2

ความสัมพันธ์ของการมุ่งเน้นตลาด โลจิสติกส์ การจัดการโซ่อุปทาน และประสิทธิผลของผลิตภัณฑ์ยาในองค์การเภสัชกรรม



ภาพ 2: ผลการวิเคราะห์แบบจำลองความสัมพันธ์รายงานผลด้วยค่าคะแนนมาตรฐาน (Standard Solution)

ตาราง 3: ค่าอิทธิพลทางตรง และค่าอิทธิพลรวม ของแบบจำลองสมการโครงสร้างของตัวแปรต่าง ๆ

ตัวแปรตาม	R ²	อิทธิพล	ตัวแปรอิสระ		
			การจัดการโซ่อุปทาน (SCM)	โลจิสติกส์ (LG)	การมุ่งเน้นตลาด (MO)
ประสิทธิผล (EFF)	0.70	ทางตรง	0.41 (4.93)	0.30 (3.72)	0.19 (2.54)
		ทางอ้อม	-	0.25 (4.25)	0.52 (8.05)
		โดยรวม	0.41 (4.93)	0.55 (7.33)	0.71 (11.45)
การจัดการโซ่อุปทาน (SCM)	0.70	ทางตรง	-	0.61 (8.28)	0.29 (3.91)
		ทางอ้อม	-	-	0.44 (7.34)
		โดยรวม	-	0.618.28	0.73 (11.36)
โลจิสติกส์ (LG)	0.52	ทางตรง	-	-	0.72 (11.62)
		ทางอ้อม	-	-	-
		โดยรวม	-	-	0.72 (11.62)

$\chi^2 = 82.33$, $df = 64$, $p\text{-value} = 0.06122$, $Relative \chi^2 = 1.28$, $GFI = 0.96$, $AGFI = 0.93$,

$RMR = 0.023$, $SRMR = 0.023$, $RMSEA = 0.032$, $P\text{-Value for Test of Close Fit} = 0.94$, $NFI = 0.99$, $IFI = 1.00$, $CFI = 1.00$, $CN = 310.94$

จากตาราง 3 พบว่า การจัดการโซ่อุปทานส่งผลทางตรงเชิงบวกต่อประสิทธิผลขององค์การเภสัชกรรมที่ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.41 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และส่งผลโดยรวมทางบวกต่อประสิทธิผลขององค์การเภสัชกรรม ที่ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.41 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05, โลจิสติกส์ส่งผลทางตรงเชิงบวกต่อประสิทธิผลขององค์การเภสัชกรรมที่ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.30 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่งผลทางอ้อมเชิงบวกผ่านการจัดการโซ่อุปทานที่ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.25 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และส่งผลโดยรวมเชิงบวกต่อประสิทธิผลขององค์การเภสัชกรรมที่ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.55 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และการมุ่งเน้นตลาดส่งผลทางตรงเชิงบวกต่อประสิทธิผลขององค์การเภสัชกรรมที่ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.19 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่งผลทางอ้อมเชิงบวกผ่านการจัดการโซ่อุปทาน และโลจิสติกส์ที่ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.52 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และส่งผลโดยรวมเชิงบวกต่อประสิทธิผลขององค์การเภสัชกรรมที่ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.71 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นอกจากนี้การจัดการโซ่อุปทาน โลจิสติกส์ และการมุ่งเน้นตลาด สามารถร่วมกันทำนายประสิทธิผลขององค์การเภสัชกรรมได้ร้อยละ 70

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

ผลการศึกษานี้พบว่าผู้ให้สัมภาษณ์มีความเห็นว่าการมุ่งเน้นตลาดโดยเฉพาะข้อมูลที่ได้จากลูกค้ามีความสำคัญ องค์การจะต้องให้ความสำคัญรวมทั้งสื่อสารข้อมูลภายในให้กับพนักงานทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องอย่างถูกต้องชัดเจน เพื่อที่จะได้สามารถทำงานได้อย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพ ทำให้ลูกค้าพึงพอใจ ซึ่งจะส่งผลให้องค์การมียอดขายสินค้าอย่างต่อเนื่องและเพิ่มมากขึ้นได้นอกจากนี้การมุ่งเน้นตลาดยังครอบคลุมถึงการสำรวจความต้องการของลูกค้าว่าในช่วงปีหนึ่งมียาต้นแบบ (Original Drug) ที่ไม่ติดสิทธิบัตรแล้วอะไรบ้างที่มีราคาสูง องค์การเภสัชกรรมจะสามารถช่วยแบกภาระราคาขายต้นแบบที่แพงเหล่านี้ได้บ้างมั้ยโดยการผลิตเป็นยาสามัญ (Generic Drug) เพื่อทำให้มียาใช้ในราคาที่ถูกลง ซึ่งต้องมีการจัดทำรายชื่อยาออกมาว่ายาตัวไหนที่จะมีผลดีทางการตลาดบ้างจากนั้นก็แจ้งรายชื่อยานั้น ๆ ไปให้ R&D พัฒนาต่อไป มีผู้ให้สัมภาษณ์ท่านหนึ่งกล่าวว่า “เมื่อองค์การได้รับข้อมูลทางตลาดแล้ว ก็ต้องจัดซื้อวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ บริหารจัดเก็บและสำรองวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์ให้กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานของหน่วยงานต่าง ๆ ขององค์การเภสัชกรรม เพื่อผลิต จัดเก็บ และสำรองผลิตภัณฑ์ทั้งในส่วนกลางและสาขาภาคให้เพียงพอ ทันท้องความต้องการของลูกค้า” และผู้ให้สัมภาษณ์อีกท่านกล่าวว่า “ข้อมูลจะเป็นสิ่งที่ขาดไม่ได้ในการปรับปรุง โลจิสติกส์ โซ่อุปทาน เพื่อให้เกิดประสิทธิผลที่ดีต่อองค์การ”

ส่วนการจัดการโซ่อุปทานก็มีความเกี่ยวข้องกับบุคคลต่าง ๆ มากมายทั้งทางตรงและทางอ้อม คือ ผู้ผลิตวัตถุดิบ ผู้ค้าส่ง ผู้ค้าปลีก ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ และผู้บริโภคคนสุดท้าย ซึ่งบุคลากรในโซ่อุปทานจะมีความสำคัญต่อบทบาทในการขับเคลื่อนการตลาดและขาย ช่วยเพิ่มศักยภาพหรือขีดความสามารถทางการแข่งขันขององค์การ รวมทั้งความร่วมมือของบุคคลต่าง ๆ เหล่านี้จะมีส่วนทำให้การทำงานมีประสิทธิภาพสูงขึ้นลดความเสี่ยงในด้านต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้นได้ด้วย ดังผู้ให้สัมภาษณ์ท่านหนึ่งได้กล่าวว่า “โลจิสติกส์และการจัดการโซ่อุปทานช่วยให้การพัฒนาสินค้าและบริการสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้แม่นยำและรวดเร็วได้ทันทั่วทั้งที่ต่อการเปลี่ยนแปลงของตลาด” ซึ่งสอดคล้องกับคำกล่าวของผู้ให้สัมภาษณ์ท่านหนึ่งที่ว่า “เมื่อการดำเนินงานด้านโลจิสติกส์ดีก็จะทำให้การขนส่งผลิตภัณฑ์รวดเร็ว ยังคงสภาพสมบูรณ์ และลูกค้ามีความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์ที่ได้รับ” นอกจากนี้ยังมีคำสัมภาษณ์หนึ่งที่แสดงให้เห็นความร่วมมือระหว่างองค์การขององค์การเภสัชกรรมที่ว่า “องค์การเภสัชกรรมร่วมมือกับผู้จัดจำหน่ายหลักขององค์การในวางแผนการผลิตในอนาคต หรือการที่องค์การเภสัชกรรมช่วยบริหารสินค้าคงคลังให้กับลูกค้า”

จากข้อมูลทั้งหมดดังกล่าวข้างต้นที่ได้เชื่อมโยงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างการมุ่งเน้นตลาด โลจิสติกส์ การจัดการโซ่อุปทาน และประสิทธิผล พบว่าตัวแปรทั้งหมดมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันอย่างแน่นอน เพราะเป็นการดำเนินงานเริ่มต้นตั้งแต่การผลานข้อมูล เช่น ข้อมูลการขาย ข้อมูลสินค้าคงคลัง ข้อมูลการผลิต การตลาด และการขนส่งสินค้า เป็นต้น มาเปิดเผยให้รับรู้ภายในกลุ่มคนที่เกี่ยวข้องเพื่อปรับปรุงการดำเนินงานให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ และที่สำคัญตัวแปรทั้งหมดมีเป้าประสงค์เพื่อให้การดำเนินงานขององค์การเภสัชกรรมสามารถบริหารจัดการได้อย่างถูกต้อง เหมาะสม และเกิดประสิทธิผลสูงสุด

ความสัมพันธ์ของการมุ่งเน้นตลาด โลจิสติกส์ การจัดการโซ่อุปทาน

และประสิทธิผลของผลิตภัณฑ์ยาในองค์การเภสัชกรรม

สรุป อภิปรายผล

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณพบว่า แบบจำลองสมการโครงสร้างเชิงประจักษ์ของความสัมพัทธ์ระหว่างการมุ่งเน้นตลาด โลจิสติกส์ การจัดการโซ่อุปทาน และประสิทธิผลมีความสอดคล้องกลมกลืนกับแบบจำลองสมการโครงสร้างเชิงทฤษฎี และผลการทดสอบสมมติฐานทั้ง 6 ประการ พบว่า สามารถยอมรับสมมติฐานได้ทุกประการ นอกจากนี้เมื่อพิจารณาแบบจำลองทางด้านอิทธิพลระหว่างตัวแปร พบว่า ตัวแปรที่มีค่าอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อประสิทธิผลเรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ การจัดการโซ่อุปทาน โลจิสติกส์ และการมุ่งเน้นตลาด อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาอิทธิพลโดยรวมของตัวแปรที่ส่งอิทธิพลต่อประสิทธิผล พบว่า การมุ่งเน้นตลาดมีอิทธิพลโดยรวมสูงสุด รองลงมาเป็นโลจิสติกส์ และการจัดการโซ่อุปทานอิทธิพลโดยรวมต่ำที่สุด และในท้ายที่สุดการจัดการโซ่อุปทาน โลจิสติกส์ และการมุ่งเน้นตลาด ยังสามารถร่วมกันทำนายหรืออธิบายความแปรปรวนของประสิทธิผลขององค์การเภสัชกรรมได้ร้อยละ 70

นอกจากนี้การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกสามารถอธิบายให้ทราบว่ามีการเชื่อมโยงหน่วยงานต่าง ๆ เข้าด้วยกัน ตั้งแต่มีการสำรวจลูกค้า มีการดึงข้อมูลมาใช้และส่งผ่านข้อมูลผ่านระบบ MFGPRO ขององค์การเภสัชกรรม เพื่อให้ข้อมูลนั้นกระจายทั่วถึงไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้รับทราบ แล้วทำการผลิตสินค้า กระจายสินค้าไปยังลูกค้าถูกต้อง ตรงตามความต้องการ ซึ่งเป็นผลที่สอดคล้องกับการวิเคราะห์เชิงปริมาณที่ว่า การมุ่งเน้นตลาด โลจิสติกส์ และการจัดการโซ่อุปทาน มีผลต่อประสิทธิผลในการดำเนินงานขององค์การเภสัชกรรม

ด้วยองค์ประกอบดังกล่าวข้างต้นจึงสรุปได้ว่าการมุ่งเน้นตลาด โลจิสติกส์ และการจัดการโซ่อุปทาน มีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลขององค์การเภสัชกรรม อีกทั้งยังจะช่วยเป็นแนวทางให้องค์การอื่น ๆ สร้างความพร้อมทั้งในระดับนโยบาย และการดำเนินการ ในการสนับสนุนหลักการมุ่งเน้นตลาด โลจิสติกส์ และการจัดการโซ่อุปทาน เข้ามาสร้างความร่วมมือระหว่างแผนกในองค์การเดียวกัน หรือระหว่างองค์การ รวมถึงการบริหารจัดการการดำเนินงานในแต่ละกิจกรรมของการดำเนินองค์การให้ดียิ่งขึ้นได้ด้วย ทั้งนี้อาจกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสมเข้ามาส่งเสริมให้การดำเนินงานขององค์การพัฒนาขึ้นโดยการกำหนด (1) กลยุทธ์การตลาด สร้างภาพลักษณ์ของตราสินค้าขององค์การเภสัชกรรม ซึ่งจะช่วยสร้างความสัมพันธ์เชิงบวกกับลูกค้า และช่วยบอกให้ลูกค้ารับทราบถึงคุณภาพของสินค้าหรือความรวดเร็วในการบริการ สร้างความแตกต่างที่เหนือกว่าให้กับสินค้าและบริการได้ ทำให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืน บริหารการตลาดและการขายทั้งในประเทศและต่างประเทศ วางแผน ควบคุม กำกับ ติดตาม และประเมินผลแผนงานด้านการตลาดเพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายขององค์การเภสัชกรรม กำหนดกลยุทธ์ราคา ช่องทางการจำหน่าย และการบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า (2) กลยุทธ์การจัดการ โดยการออกแบบและวางแผนสร้างผลประโยชน์จากการบริหารการไหลของวัตถุดิบ ผลิตภัณฑ์และข้อมูลต่าง ๆ จากองค์การเภสัชกรรมไปจนถึงลูกค้า ด้วยการผลักดันให้การบริหารภายในมีประสิทธิภาพ รวมทั้งการร่วมมือกันระหว่างองค์การต่าง ๆ ที่อยู่ในโซ่อุปทาน ใช้กลยุทธ์การสร้างพันธมิตรร่วมในการดำเนินงานแบบทุกฝ่ายได้ประโยชน์ร่วมกัน รวมทั้งการลดสต็อกด้วยการจัดการเวลารับวัตถุดิบจากคู่ค้า (3) กลยุทธ์พัฒนาเทคโนโลยี สนับสนุนการพัฒนาเทคโนโลยีที่ช่วยในการดำเนินงานด้านโลจิสติกส์และการจัดการโซ่อุปทานเพื่อใช้เป็นองค์ประกอบในการประสานงานของหน่วยงานภายในองค์การและระหว่างองค์การ ทำให้การส่งผ่านข้อมูลระหว่างกันราบรื่นและง่ายขึ้นต่อการทำงานที่ทุกหน่วยงานสามารถนำไปใช้ในการวางแผนและการควบคุม การเคลื่อนย้าย การจัดเก็บ และการกระจายผลิตภัณฑ์หรือวัตถุดิบให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าทั้งในแง่ของเวลา ปริมาณ และสถานที่ ได้อย่างรวดเร็ว นอกจากนี้เทคโนโลยียังสามารถช่วยทำให้องค์การบ่งชี้สถานะภาพของผลิตภัณฑ์ รวมทั้งแสดงรายละเอียดต่าง ๆ ของผลิตภัณฑ์ เช่น ชื่อผลิตภัณฑ์ ส่วนประกอบ หน่วยนับ วันเดือนปีที่ผลิต ฯลฯ ได้ด้วย

ข้อเสนอแนะ

1. ทุกคนในองค์กรต้องทำหน้าที่เป็นนักการตลาด ผลักดันให้ชีวิตการทำงานทุกภาคส่วนไม่สามารถแยกออกจากกันได้ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการผสมผสานการตลาดในกระบวนการโลจิสติกส์ภายในองค์กร หากระบบโลจิสติกส์ภายในเชื่อมต่อดีแล้ว ก็จะทำให้ระบบการจัดการโซ่อุปทานที่จะเชื่อมโยงกันระหว่างองค์กรเกิดความเข้มแข็งตาม
2. ผู้สนใจอาจนำแบบจำลองการวิจัยนี้ไปทำการศึกษาในอุตสาหกรรมภาคเอกชนเพิ่มเติม เพื่อแสวงหาแนวทางในการพัฒนาทฤษฎีและแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมยาในประเทศไทยต่อไป
3. ผู้สนใจอาจพัฒนาระบบโลจิสติกส์ยาให้มีมาตรฐานสากล เพื่อสนับสนุนการเปิดการค้าเสรี และเพื่อก้าวเป็นศูนย์กลางการขยายธุรกิจอุตสาหกรรมยาในภูมิภาคอาเซียน
4. เพิ่มศักยภาพในการจัดอบรมเฉพาะด้านโลจิสติกส์ และการจัดการโซ่อุปทาน รวมทั้งเพิ่มความเข้าใจในระบบโลจิสติกส์ และการจัดการโซ่อุปทานของผู้บริหารระดับสูง และพนักงานระดับแรงงานขององค์กรด้วยการฝึกอบรมระยะสั้น

เอกสารอ้างอิง

- Alan, B. & Robert, B. G. 1995, *Analyzing qualitative data*. London; New York: Routledge.
- Ayers, J. B. 2000, 'A Primer on Supply Chain Management' *Information Strategy: the Executive's Journal*. [Online]. Retrieved April, 24, 2010. from www.ayers-consulting.com/download/01-Primer-2nd-version-2000.pdf
- Cano, C. R., Carrillat, F. A., & Jaramilo, F. 2004, 'A meta-analysis of the relationship between market orientation and business performance: Evidence from five continents', *International Journal of Research in Marketing*, vol. 21, no. 2, pp. 179-200.
- Chang, T-Z., Mehta, M., Chen, S-J., Polska, P., & Mazur, J. 1999, 'The effects of market orientation on effectiveness and efficiency: the case of automotive distribution channels in Finland and Poland', *Journal of Services Marketing*, vol. 13, no. 4/5, pp. 407-418.
- Draskovic, M. 2009 'The Role of Logistics in Performance Management', *Montenegrin Journal of Economics*, vol. 10, pp. 155-161.
- Fynes, B., Voss, C., & de Brca, S. 2005, 'The impact of supply chain relationship quality on quality performance', *International Journal Production Economics*, vol. 96, pp. 339-354.
- Gimenez, C., & Ventura, E. 2005, 'Logistics-production, logistics-marketing and external integration: Their impact on performance', *International Journal of Operations & Production Management*, vol. 25, no. 1, pp. 20-38.
- Heiens, R. A. 2000, 'Market Orientation: Toward an Integrated Framework', *Academy of Marketing Science Review*, vol. 2000, no. 1, pp. 1-5.

**ความสัมพันธ์ของการมุ่งเน้นตลาด โลจิสติกส์ การจัดการโซ่อุปทาน
และประสิทธิผลของผลิตภัณฑ์ยาในองค์การเภสัชกรรม**

- Jaworski, B. J., & Kohli, A. K. 1993, Market orientation: Antecedents and consequences', *Journal of Marketing*, vol. 57, no. 3, pp. 53-70.
- Kohli, A. K., & Jaworski, B. J. 1990, 'Market orientation: the construct, research propositions, and managerial implications', *Journal of Marketing*, vol. 54, no. 2, pp. 1-18.
- Kumar, K., Subramanian, R., & Yauger, C. 2002, 'Examining the market orientation-performance relationship: A context-specific study', *Journal of Management*, vol. 24, no. 2, pp. 201-233.
- Lambert, D. M., Cooper, M. C., & Pagh, J. D. 1998, 'Supply Chain Management: Implementation issues and research opportunities', *The International Journal of Logistics Management*, vol. 9, no. 2, pp. 1 -19.
- Lee, H. L., & Billington, C. 1992, 'Managing Supply Chain Inventory: Pitfalls and Opportunities', *Sloan Management Review/Spring*, vol. 33, pp. 65-73.
- Mentzer, J. T., Min, S., & Bobbitt, L. M. (2004, 'Toward a unified theory of logistics', *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, vol. 34, no. 8, pp. 606 – 627.
- Min, S., & Mentzer, J. T. 2000, 'The role of marketing in supply chain management', *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, vol. 30, no. 9, pp. 765 – 787.
- Min, S., Mentzer, J. T., & Ladd, R. T. 2007, 'A market orientation in supply chain management', *Journal of Academy of Marketing Science*, vol. 35, pp. 507–522.
- Narver, J. C., & Slater, S. F. 1990, ' The effect of a market orientation on business profitability', *Journal of Marketing*, vol. 54, no. 4, pp. 20-35.
- Pelham, A. M. 2000, 'Marketing Orientation and Other Potential Influences on Performance in Small and Medium-Sized Manufacturing Firms', *Journal of Small Business Management*, January, pp. 48-67.
- Quinn, F. J. 1998, 'Building a world-class supply chain', *Logistics online*, [Online]. Retrieved July 08, 2011, from <http://www.manufacturing.net/magazine/srarchives/1998/scmr/05brave.html>
- Rapana, P. 2009, ' A Framework for Retail Logistics and Supply Chain Risk Management in Large-Scale Retail Trade', Retrieved July 31, 2011, from http://www.nottingham.ac.uk/business/rmgic/.../2009_Poalo_Rapana.pdf
- Sreenivas, M., & Srinivas, T. n.d., 'The Role of Transportation in Logistics Chain'. Retrieved February 6, 2010, from www.siam.org/journals/plagiary/1814.pdf
- Tracey, M. 1998, 'The Importance of Logistics Efficiency to Customer Service and Firm Performance', *The International Journal of Logistics Management*, vol. 9, no. 2, pp. 65-81.

Tseng, Y-Y., Yue, W. L., & Taylor, M. A. P. 2005, 'The Role of Transportation of Logistics Chain', *Proceedings of the Eastern Asia Society for Transportation Studies*, vol. 5, pp. 1657-1672.

Ward, P. T., & Duray, R. 2000, 'Manufacturing strategy in context: environment, competitive strategy and manufacturing strategy', *Journal of Operations Management*, vol. 18, pp. 123-138.

Wu, W. Y., Chiang, C. Y., Wu, Y. J., & Tu, H. J. 2004, 'The influencing factors of commitment and business integration on supply chain management', *Industrial Management and Data Systems*, vol. 104, no. 4, pp. 322-333.