

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง “กลยุทธ์การจัดการการสื่อสารภาวะวิกฤต : กรณีศึกษาองค์การเภสัชกรรม” นี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลกระทบที่เกิดขึ้นกับองค์การเภสัชกรรม รูปแบบการสื่อสารขององค์การเภสัชกรรม รวมถึงปัญหาและอุปสรรคที่ส่งผลต่อการสื่อสารขององค์การเภสัชกรรม ตลอดจนวิธีการสื่อสารทั้งภายในและภายนอกองค์การเภสัชกรรม ตลอดจนปัจจัยในการสร้างความเชื่อมั่นของผลิตภัณฑ์ยาต้านไวรัสเอดส์ขององค์การเภสัชกรรมในช่วงวิกฤตการณ์ที่มีการนำเสนอบทความว่า “จากการศึกษาของมหาวิทยาลัยมหิดลในปี พ.ศ. 2548 พบว่ายาวิไออาร์ ซึ่งองค์การเภสัชกรรมผลิตเลียนแบบยารักษาเอชไอวี ทำให้เกิดการต้านยาถึง 39.6 – 58% (จากการศึกษาผู้ป่วยจำนวน 300 คน) ผลการศึกษานี้อาจจะแสดงให้เห็นว่ายาดังกล่าวก่อให้เกิด การต้านยา รักษาเอชไอวีในระดับสูงที่สุดในโลก”

การศึกษานี้ผู้ศึกษาได้ใช้วิธีการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Study) เก็บรวบรวมข้อมูลจาก 2 แหล่ง ได้แก่

1. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้แก่ ข้อมูลจากตำราเอกสารต่างๆ สิ่งพิมพ์ (Documentary Study) เป็นการได้มาซึ่งข้อมูลที่เกี่ยวข้อง ที่ครอบคลุมจากแหล่งต่างๆ มาศึกษา ได้แก่

1.1 ข่าวตัดจากหนังสือพิมพ์ โดยรวบรวมจากหนังสือพิมพ์รายวัน จำนวน 5 ฉบับ ที่ลงข่าวว่า “จากการศึกษาของมหาวิทยาลัยมหิดลในปี พ.ศ. 2548 พบว่ายาวิไออาร์ ซึ่งองค์การเภสัชกรรมผลิตเลียนแบบยา รักษาเอชไอวี ทำให้เกิดการต้านยาถึง 39.6 – 58% (จากการศึกษาผู้ป่วยจำนวน 300 คน) ผลการศึกษานี้อาจจะแสดงให้เห็นว่ายาดังกล่าวก่อให้เกิด การต้านยา รักษาเอชไอวีในระดับสูงที่สุดในโลก” ตั้งแต่วันที่ 11 พฤษภาคม 2550 ถึง 31 ธันวาคม 2550 โดยผู้ศึกษาได้เจาะจงเลือกหนังสือพิมพ์ภาษาไทยรายวันที่มียอดจำหน่ายวันละไม่ต่ำกว่า 100,000 ฉบับ จำนวน 5 หนังสือพิมพ์ เรียงตามลำดับตัวอักษรดังนี้ หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ หนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายวัน หนังสือพิมพ์โพสทูเดย์ หนังสือพิมพ์มติชน

1.2 เอกสารประชาสัมพันธ์ขององค์การเภสัชกรรม รวมทั้งข้อมูลข่าวสารต่างๆ ที่องค์การเภสัชกรรมเผยแพร่ผ่านสื่อมวลชน ได้แก่ ข่าวประชาสัมพันธ์องค์การเภสัชกรรมในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการนำเสนอข่าวยา GPO-VIR ตั้งแต่วันที่ 11 พฤษภาคม 2550 ถึงเดือนธันวาคม 2550 และสื่อวัสดุอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

2. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้แก่ ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยคัดเลือกกลุ่ม ตัวอย่าง จำนวน 8 ตัวอย่าง ผู้ศึกษาได้เลือกเจาะจง

สัมภาษณ์ผู้ที่มีหน้าที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานด้านประชาสัมพันธ์ และผู้ที่มีความเชี่ยวชาญทางด้านการสื่อสารภาวะวิกฤต และสื่อมวลชน ผลการศึกษาสรุปว่า

วิกฤตการณ์ที่มีการนำเสนอบทความว่า “จากการศึกษาของมหาวิทยาลัยมหิดลในปี พ.ศ. 2548 พบว่ายาวิไออาร์ซึ่งองค์การเภสัชกรรมผลิตเลียนแบบยารักษาเอชไอวี ทำให้เกิดการต้านยาถึง 39.6 – 58% (จากการศึกษาผู้ป่วยจำนวน 300 คน) ผลการศึกษานี้อาจจะแสดงให้เห็นว่ายาดังกล่าวก่อให้เกิด การต้านยารักษาเอชไอวีในระดับสูงที่สุดในโลก” เป็นวิกฤตการณ์ที่เกิดขึ้นเองโดยเจตนาของบุคคล โดยวิกฤตการณ์ดังกล่าวมีสาเหตุมาจากการที่องค์การเภสัชกรรมสนองนโยบายของรัฐบาลขององค์การเภสัชกรรมในเรื่องของมาตรการบังคับใช้สิทธิเหนือสิทธิบัตรยา (Compulsory Licensing) ในการผลิตยาที่มีความจำเป็นต้องใช้ภายในประเทศ ทั้งนี้เพื่อให้ผู้ป่วยได้เข้าถึงยามากขึ้น ซึ่งทำให้เกิดผลกระทบทางด้านธุรกิจยาแก่บริษัทคู่แข่ง และบริษัทผู้นำในธุรกิจยา จึงทำให้บริษัทที่ได้รับผลกระทบดังกล่าวกลั่นแกล้งกล่าวหาองค์การเภสัชกรรม โดยมีกลุ่มบุคคลกลุ่มหนึ่งที่อ้างตัวว่าเป็น USA for Innovation ได้ลงโฆษณาบทความในหนังสือพิมพ์ โพสต์ทูเดย์ หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ และหนังสือพิมพ์เดอะเนชั่น และการเปิด Website www.ThaiMyths.com และ www.Thailies.com ลงบทความว่า “จากการศึกษาของมหาวิทยาลัยมหิดลในปี พ.ศ. 2548 พบว่ายาวิไออาร์ ซึ่งองค์การเภสัชกรรมผลิตเลียนแบบยารักษาเอชไอวี ทำให้เกิดการต้านยาถึง 39.6 – 58% (จากการศึกษาผู้ป่วยจำนวน 300 คน) ผลการศึกษานี้อาจจะแสดงให้เห็นว่ายาดังกล่าวก่อให้เกิด การต้านยารักษาเอชไอวีในระดับสูงที่สุดในโลก” นับเป็นวิกฤตการณ์ที่รุนแรง และส่งผลกระทบต่อองค์การเภสัชกรรมอย่างมาก

ผลกระทบที่เกิดขึ้นจากวิกฤตการณ์ ดังกล่าว ส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์เชิงลบขององค์การเภสัชกรรมก็จะเกิดความรู้สึกไม่น่าเชื่อถือ มีความเคลือบแคลงสงสัย ต่อความเชื่อมั่นในตัวยาด้านไวรัสเอดส์จีพีไอเวียร์ ทั้งในส่วนของผู้ป่วย และในสายตาของต่างประเทศ ผลกระทบภาพลักษณ์ของประเทศไทย และรัฐบาลไทยโดยเฉพาะกระทรวงสาธารณสุขที่มีการนำยาที่ไม่มีคุณภาพไปให้ผู้ป่วยใช้ โดยไม่เข้าไปกำกับดูแล ผลกระทบต่อยอดขายยา เวชภัณฑ์ และผลิตภัณฑ์อื่นๆ โดยเฉพาะยาด้านไวรัสเอดส์จีพีไอเวียร์ มีผลกระทบเป็นอย่างมาก เพราะยอดขายยาขององค์การเภสัชกรรมเฉพาะยาด้านไวรัสเอดส์มีการจำหน่าย 1 ใน 3 ของยอดขายยาทั้งหมด ถือเป็นภาพลักษณ์เชิงลบที่มีต่อตราสินค้า (Brand Unfavorable Image) และการสูญเสียตลาดยาขององค์การเภสัชกรรม และประเทศไทย

จากการดำเนินงานขององค์การเภสัชกรรมได้มีการแก้ไขการเกิดวิกฤตการณ์ ดังกล่าว ประกอบด้วย

- นำเสนอข่าวออกมาอย่างรวดเร็ว โดยจัดแถลงข่าวโดยกระทรวงสาธารณสุข นักวิชาการจากสถาบันวิจัย มหาวิทยาลัยต่างๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องและมีผลงานวิจัยที่น่าเชื่อถือ กระทรวงการต่างประเทศที่ต้องเข้ามาร่วมรับผิดชอบ

- องค์การอาหารและยา มูลนิธิผู้ติดเชื้อ/ผู้ป่วยเอดส์ที่ได้ออกมายืนยันในประสิทธิภาพของยาต้านไวรัสที่ผลิตโดยองค์การเภสัชกรรม

- มีนโยบายการบริหารข้อมูลข่าวสารยึดถือการนำเสนอข้อมูลที่เป็นจริง เชื่อถือได้ จับใจทันต่อเหตุการณ์ เนื้อหาข่าวสารที่น่าเสนอเน้นข้อเท็จจริงที่เชื่อถือได้ เพื่อเรียกความเชื่อมั่นของประชาชนให้กลับคืนมาโดยเร็วที่สุด

- มีการใช้สื่อทุกสื่อในการนำเสนอข้อมูลไปยังกลุ่มเป้าหมาย ทั้งในและต่างประเทศ ได้แก่ กระทรวงการต่างประเทศ กรมประชาสัมพันธ์ สื่อมวลชนทุกแขนง องค์การมหาวิทยาลัย NGO

- มีการสื่อสารภายในองค์การเภสัชกรรมอย่างรวดเร็ว ถูกต้อง เพื่อพนักงานจะได้ข้อมูลที่ถูกต้องและแท้จริง

- จากผลการศึกษาข้างต้นสรุปได้ว่า ประเด็นต่างๆ ที่ส่งผลกระทบต่อการสื่อสารภาวะวิกฤตขององค์การเภสัชกรรม ในช่วงวิกฤตการณ์ที่มีการนำเสนอบทความว่า “จากการศึกษาของมหาวิทยาลัยมหิดลในปี พ.ศ. 2548 พบว่ายาวิไออาร์ซึ่งองค์การเภสัชกรรมผลิตเลียนแบบยารักษาเอชไอวี ทำให้เกิดการต้านยาถึง 39.6 – 58% (จากการศึกษาผู้ป่วยจำนวน 300 คน) ผลการศึกษานี้อาจจะแสดงให้เห็นว่ายาดังกล่าวก่อให้เกิดการต้านยารักษาเอชไอวีในระดับสูงที่สุดในโลก” องค์การเภสัชกรรม ควรมีการนำเสนอข่าวอย่างต่อเนื่อง โดยไม่ต้องรอให้รัฐบาลเป็นผู้นำก่อน โดยเฉพาะข้อมูลความคืบหน้าเกี่ยวกับการฟ้องร้องบริษัทยูเอสเอ ฟอร์ อินโนเวชั่น องค์การเภสัชกรรม ควรมีการเตรียมข้อมูลที่ถูกต้อง ชัดเจน ครบถ้วนให้กับสื่อมวลชนอย่างรวดเร็วและสม่ำเสมอ รวมถึงควรใช้ช่องทางอื่นๆ นอกจากสื่อมวลชน ในการให้ข้อมูลข่าวสารแก่ประชาชนให้มากขึ้น และนำเสนอถึงการผลิตยา การให้ความรู้ผ่านสื่อโฆษณาทางโทรทัศน์ รายการองค์การเภสัชกรรมพบประชาชน เป็นต้น อีกทั้งองค์การเภสัชกรรม ควรมีการประสานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างใกล้ชิด โดยเฉพาะสถาบันวิจัยต่างๆ มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อประชาชน และควรมีการประเมินผลโดยใช้กระบวนการสื่อสาร เพื่อวางแผนการสื่อสารภาวะวิกฤตในด้านอื่นๆ ต่อไป