

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง “กลยุทธ์การจัดการการสื่อสารในภาวะวิกฤต : กรณีศึกษาองค์การเภสัชกรรม” มีวัตถุประสงค์ในการศึกษา ดังนี้

1. เพื่อศึกษารูปแบบการสื่อสารขององค์การเภสัชกรรม รวมถึงปัญหาและอุปสรรคที่ส่งผลต่อการสื่อสารขององค์การเภสัชกรรม ตลอดจนวิธีการสื่อสารทั้งภายในและภายนอกองค์การเภสัชกรรมในช่วงวิกฤตการณ์ที่มีการนำเสนอบทความว่า “จากการศึกษาของมหาวิทยาลัยมหิดลในปี พ.ศ. 2548 พบว่ายาวีไออาร์ซึ่งองค์การเภสัชกรรมผลิตเลียนแบบยารักษาเอชไอวี ทำให้เกิดการต้านยาถึง 39.6 – 58% (จากการศึกษาผู้ป่วยจำนวน 300 คน) ผลการศึกษานี้อาจจะแสดงให้เห็นว่ายาดังกล่าวก่อให้เกิด การต้านยารักษาเอชไอวีในระดับสูงที่สุดในโลก”

2. เพื่อศึกษาปัจจัยในการสร้างความเชื่อมั่นของผลิตภัณฑ์ยาด้านไวรัสเอดส์ขององค์การเภสัชกรรม ในช่วงวิกฤตการณ์ที่มีการนำเสนอบทความว่า “จากการศึกษาของมหาวิทยาลัยมหิดลในปี พ.ศ. 2548 พบว่ายาวีไออาร์ซึ่งองค์การเภสัชกรรมผลิตเลียนแบบยารักษาเอชไอวี ทำให้เกิดการต้านยาถึง 39.6 – 58% (จากการศึกษาผู้ป่วยจำนวน 300 คน) ผลการศึกษานี้อาจจะแสดงให้เห็นว่ายาดังกล่าวก่อให้เกิด การต้านยารักษาเอชไอวีในระดับสูงที่สุดในโลก”

3. เพื่อศึกษาผลกระทบที่เกิดขึ้นกับองค์การเภสัชกรรม ในช่วงวิกฤตการณ์ที่มีการนำเสนอบทความว่า “จากการศึกษาของมหาวิทยาลัยมหิดลในปี พ.ศ. 2548 พบว่ายาวีไออาร์ซึ่งองค์การเภสัชกรรมผลิตเลียนแบบยารักษาเอชไอวี ทำให้เกิดการต้านยาถึง 39.6 – 58% (จากการศึกษาผู้ป่วยจำนวน 300 คน) ผลการศึกษานี้อาจจะแสดงให้เห็นว่ายาดังกล่าวก่อให้เกิด การต้านยารักษาเอชไอวีในระดับสูงที่สุดในโลก”

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้ศึกษาได้นำแนวคิดและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาใช้เพื่อศึกษาและเป็นกรอบในการวิเคราะห์ ประกอบด้วย แนวความคิดเกี่ยวกับวิกฤตการณ์ แนวความคิดเกี่ยวกับการจัดการภาวะวิกฤต แนวคิดการบริหารการสื่อสารในภาวะวิกฤต การศึกษาครั้งนี้ผู้ศึกษาใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสำรวจจากข้อมูลทุติยภูมิ และการสัมภาษณ์เจาะลึก (In-depth Interview) ซึ่งผู้ศึกษาได้สรุปผลการศึกษา ดังนี้

1. **รูปแบบการสื่อสารขององค์การเภสัชกรรม ปัญหาและอุปสรรคที่ส่งผลต่อการสื่อสารขององค์การเภสัชกรรม และวิธีการสื่อสารทั้งภายในและภายนอกองค์การเภสัชกรรม ในช่วงวิกฤตการณ์ ดังกล่าว**

การแก้ไขวิกฤตการณ์ในช่วงที่มีการนำเสนอบทความว่า “จากการศึกษาของมหาวิทยาลัยมหิดลในปี พ.ศ. 2548 พบว่ายาวิไออาร์ซึ่งองค์การเภสัชกรรมผลิตเลียนแบบยา รักษาเอชไอวี ทำให้เกิดการต้านยาถึง 39.6 – 58% (จากการศึกษาผู้ป่วยจำนวน 300 คน) ผลการศึกษานี้อาจจะแสดงให้เห็นว่ายาดังกล่าวก่อให้เกิด การต้านยารักษาเอชไอวีในระดับสูงที่สุดในโลก” มีแนวคิดและรูปแบบการสื่อสารขององค์การเภสัชกรรม ปัญหาและอุปสรรคที่ส่งผลต่อการสื่อสารขององค์การเภสัชกรรม รวมถึงวิธีการสื่อสารทั้งภายในและภายนอกองค์การเภสัชกรรม สรุปได้ ดังนี้

1.1 **แนวคิดการจัดการภาวะวิกฤตขององค์การเภสัชกรรม**

1. หลักคุณภาพมาตรฐานของยาต้านไวรัสเอดส์จีพีไอเวียร์ โดยต้องนำเสนอว่า องค์การเภสัชกรรม ได้รับการรับรองคุณภาพ และมีมาตรฐานอยู่ในระดับใด
2. การสร้างแนวความคิด หรือองค์ความรู้ว่าด้วยคุณภาพมาตรฐานในองค์การ ทั้งหมดอยู่อย่างไร จะนำเสนอหรืออธิบายให้สาธารณชนรับทราบ โดยเอาคุณภาพมาตรฐานของ ระบบดังกล่าวมาอธิบายให้รับรู้ว่าสถานภาพขององค์การอยู่ในระดับไหน
3. ยุทธศาสตร์ภายใน ต้องให้ข้อมูลให้แน่นและชัดเจน ข้อมูลเกี่ยวกับยาของ องค์การทั้งหมด โดยเน้นเรื่องคุณภาพของยา จะต้องมีข้อมูลที่ชัดเจนเพื่อการอธิบาย รวมทั้งข้อดี อื่นๆ ขององค์การ
4. สร้างความเป็นเอกภาพทางการประชาสัมพันธ์ขององค์การเภสัชกรรมให้ได้
5. ใช้มาตรการอื่นๆ ประกอบ เช่น มาตรการทางการประชาสัมพันธ์ มาตรการ ทางกฎหมาย
6. ใช้หลักฐานทางวิชาการ การศึกษาวิจัยความเห็นของนักวิชาการ ที่แสดงถึง การยอมรับว่ายาที่ผลิตโดยองค์การเภสัชกรรมมีคุณภาพและประสิทธิภาพ
7. เร่งชี้แจงข้อเท็จจริง เพื่อให้ผู้ใช้ต้านไวรัสเอดส์มีความเชื่อมั่นในคุณภาพของ ยา โดยดำเนินการชี้แจงอย่างเร่งด่วน เช่น การจัดแถลงข่าว แสดงข้อมูล หลักฐานการศึกษา ประสิทธิภาพของยา การทดลองทางคลินิก ประการสำคัญ ควรนำนักวิชาการที่เป็นผู้ศึกษามาให้ ข้อมูลกับสื่อมวลชนโดยตรง เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือ
8. ฟ้องร้อง USA For Innovation เพื่อเรียกร้องค่าเสียหาย

9. ทำความเข้าใจกับสื่อที่ลงโฆษณาที่ปิดเบือน ขอความร่วมมือ ประสานมายังสื่อหรือสอบถามมาก่อนการลงโฆษณาว่าข้อความที่จะโฆษณานั้นลงได้หรือไม่ มิใช่หวังแต่เม็ดเงินโฆษณาเท่านั้น สื่อไทยควรมีจิตสำนึกตรงนี้ด้วย หากคือดั่งลงโฆษณาที่ปิดเบือนองค์การเภสัชกรรมควรฟ้องสื่อดังกล่าวด้วย

1.2 รูปแบบ และวิธีการนำเสนอข้อมูลกรณีปฏิบัติจริงเมื่อเกิดภาวะวิกฤต

รูปแบบและวิธีการนำเสนอข้อมูลกรณีปฏิบัติจริงนั้น องค์การเภสัชกรรมจะต้องอาศัยคน 3 คนออกมาพูด คือ นักวิชาการด้านคุณภาพมาตรฐาน องค์การอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข และองค์การเภสัชกรรม โดยใช้ศิลปะและการบริหารจัดการประเด็น ดังต่อไปนี้

1. Contentment management มาตรฐานของยาจีพีโอเวียร์ว่าเขาทำอะไร
2. บริหารงานประชาสัมพันธ์ จะประชาสัมพันธ์อย่างไร โดยใคร
3. การบริหารแนวร่วม หรือบริหารคนอื่นที่จะเอามาช่วย องค์กรและภาคส่วนต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เรื่องมาตรฐาน ต้นเหตุเรื่องนี้ คือ CL กระทรวงสาธารณสุขเป็นผู้รับผิดชอบหลัก เรื่องผลงานวิจัยสถาบันวิจัยมหาวิทยาลัยต่างๆ โดยเฉพาะคณะแพทยศาสตร์วชิรพยาบาล มหาวิทยาลัยมหิดล

4. ให้มาตรการทางกฎหมายกับบริษัทที่จำจ้ง โดยแจ้งให้ทราบความผิดทางข้อกฎหมาย และหลักฐานในการกระทำความผิดหรือการลวงละเมิด

5. ในด้านของสื่อมวลชน เมื่อมีการนำเสนอข่าวผ่านสื่อฉบับใด ต้องเข้าพบและทำความเข้าใจกับบรรณาธิการสื่อ นั้นโดยตรง เพื่อให้ข้อเท็จจริงและจะได้ทราบถึงเหตุผลในการนำเสนอข่าว ดังกล่าว และให้สื่อนำเสนอข่าวในส่วนในพื้นที่สื่อเท่าเทียมกัน เพื่อความยุติธรรม และนำผลการแจ้งความขยายผลออกไป

6. ตรวจสอบหลักฐานโดยตรวจสอบพบว่ายาขององค์การเภสัชกรรมได้มีการทำชีวสมมูล โดยอาจารย์ที่คณะเภสัชศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย คือ ยาจีพีโอเวียร์ เป็นยาที่หมดสิทธิบัตรแล้ว องค์การเภสัชกรรมก็มาประกอบเป็นยาสูตรใหม่ เราจะต้องพิสูจน์ว่ายาเรามีชีวสมมูล เท่าเทียมกับยาดั้งเดิม องค์การเภสัชกรรมก็มีการศึกษาโดยมาตรฐานขององค์การอาหารและยาของประเทศไทยยอมรับ รวบรวมข้อมูล การศึกษาที่เชื่อถือได้ เพราะถึงแม้ว่าจะมีชีวสมมูลเท่ากัน แต่ต้องมีการศึกษาว่ามีประสิทธิผลจริงหรือเปล่า ถ้าหากไปรักษาคนไข้จริงหรือไม่

7. การหาตัวการผู้กระทำผิด และดำเนินการตามกฎหมาย นอกจากนี้มีข้อมูลที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับบริษัทประชาสัมพันธ์ Adaman ซึ่งเป็นนักประชาสัมพันธ์ เป็นบริษัทโฆษณาประชาสัมพันธ์เป็นคนคิด เป็นคนสร้างข่าวต่างๆ เหล่านี้ ดังนั้นมีตัวตนแน่นอน แต่หลังจากที่ออกมาตราการแจ้งข้อหาหมิ่นประมาท และแจ้งดำเนินคดีจับกุมมีโทษทางอาญา และการฟ้องทางแพ่ง

ต่อไปด้วย โดยจะเรียกค่าเสียหาย 1 พันล้านบาท โดยประสานไปยังกระทรวงต่างประเทศ และสถานทูตติดตามให้

8. องค์การเภสัชกรรมต้องเร่งชี้แจงข้อเท็จจริง เพื่อให้ผู้ใช้ด้านไวรัสเอดส์มีความเชื่อมั่นในคุณภาพของยา โดยดำเนินการชี้แจงอย่างเร่งด่วน เช่น การจัดแถลงข่าว แสดงข้อมูลหลักฐานการศึกษาประสิทธิภาพของยา การทดลองทางคลินิก ประการสำคัญ ควรนำนักวิชาการที่เป็นผู้ศึกษามาให้ข้อมูลกับสื่อมวลชนโดยตรง เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือแก่นักวิชาการของอภ.หรือผู้บริหารจะพูดเอง นอกจากนี้ ผู้บังคับบัญชาของ องค์การเภสัชกรรมในระดับกระทรวงสาธารณสุขก็ต้องออกมายืนยันคุณภาพของยานี้ด้วย

1.3 รูปแบบ และวิธีการในการจัดการสื่อสารภายนอกองค์กร เมื่อเกิดภาวะวิกฤต

กลยุทธ์ในการจัดการกับสื่อมวลชน ต้องทราบถึงการติดต่อสื่อสารของผู้ให้ข่าว และผู้นำเสนอข่าว วัตถุประสงค์หรือเป้าหมายหลักขององค์กรที่ให้ข่าว ผลประโยชน์ของผู้ให้ข่าว ร่วมกับสื่อที่นำเสนอข่าว และที่สำคัญคือข้อเท็จจริงเป็นอย่างไร และหน่วยงานใดบ้างที่จะเข้ามาช่วยในการชี้แจงข้อเท็จจริง โดยใช้การสื่อสารข้อเท็จจริงจัดการกับสื่อที่นำเสนอข่าวนั้นโดยตรง องค์การเภสัชกรรมมีรูปแบบ และวิธีการในการจัดการสื่อสารภายนอกองค์กร เมื่อเกิดภาวะวิกฤตดังนี้

1. วิกฤตการณ์ดังกล่าวเกิดจากการประกาศ CL ของกระทรวงสาธารณสุข ดังนั้นนำผลจากการแจ้งความมาขยายผล โดยสื่อสารผ่านสื่อต่างๆ หรือคีย์ปุ่มหลังบางส่วน โดยที่รายการวิเคราะห์ช่วยได้ เช่น ผลที่บริษัทได้รับผลกระทบ โดยเผยแพร่ทางสื่อ แต่การแถลงข่าวให้อยู่ในมาตรการสุดท้าย

2. หาแนวร่วมในการประชาสัมพันธ์ น่าจะมีกรรมการมาส่วนหนึ่ง เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลทั้งหลาย มียุทธศาสตร์การเผยแพร่ข่าวออกไปผ่านสื่อต่างๆ ให้มีความหลากหลายมากขึ้น หลังจากที่เราทำในเบื้องต้นแล้ว ยุทธศาสตร์เบื้องต้น คือ ให้ USA For Innovation หยุดเผยแพร่ หากตรงนี้ยังได้รับผลกระทบก็เร่งเปิดแถลงข่าวให้คนกลางมาเป็นคนสื่อให้ และหาหลักฐานผลการรักษาที่ได้ผล และนำออกมาสื่อสารสู่ประชาชนให้ได้ พยายามหาคนกลางมาเป็นตัวเดิน เช่น นักวิชาการที่เชี่ยวชาญในเรื่องดังกล่าว หรือคนไข้ที่ได้รับผลประโยชน์จากตรงนี้ ต้องพยายามสะท้อนออกมาให้ได้มากที่สุด

3. การสื่อสารเพื่อการสร้างความเชื่อมั่นตรงนี้ขององค์การเภสัชกรรมจะต้องสื่อสารเรื่องคุณภาพให้เข้าใจ และวิธีการสื่อสารต้องทำอย่างรวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ

4. ใช้มาตรการทางกฎหมาย โดยองค์การเภสัชกรรมได้แจ้งความหมิ่นประมาท กับ USA for Innovation และได้มีการก็้อสารออกไปในทันทีเช่นกัน ทำให้การโฆษณาของ USA For Innovation ยุติลงภายในวันเดียว

5. สร้างความน่าเชื่อถือโดยมีองค์การอาหารและยาออกมาพูดให้ หรือบุคคลที่ 3 ลักษณะ Third party มาตรวจสอบ หลังจากนั้นก็้อสารออกไปโดยการนำเอกสารหลักฐาน

6. องค์การเภสัชกรรมได้มีการก็้อสารทั้งภายในภายนอก โดยมีการทำหนังสือชี้แจงให้แก่สื่อมวลชน นอกจากนี้ได้มีการสัมภาษณ์นักวิชาการ หมอที่ดูแลผู้ติดเชื้อ ว่าการใช้ยาจีพีโอเวียร์เป็นอย่างไร ผลเป็นอย่างไร จริงๆ แล้วยาดังกล่าวได้ผ่านขั้นตอนทุกอย่างแล้ว ทั้งด้านการวิจัย เช่น โรงพยาบาลจุฬา โรงพยาบาลรามาธิบดี ซึ่งทุกๆ คนในวงการแพทย์ก็ยอมรับในคุณภาพยาขององค์การเภสัชกรรม จากนั้นองค์การเภสัชกรรมได้นำบทสัมภาษณ์ดังกล่าว นำเสนอผ่านสื่อต่างๆ ขององค์การเภสัชกรรม เช่น วีซีดี จดสารข่าวขององค์การเภสัชกรรม โดยได้จัดส่งข้อมูลเหล่านี้ไปยังโรงพยาบาลต่างๆ ไปยังกลุ่มผู้ใช้ยา กลุ่มองค์กรต่างๆ ศูนย์ช่วยเหลือผู้ป่วยเอดส์ เพื่อสร้างความมั่นใจว่ายาจีพีโอเวียร์ได้มาตรฐาน อีกทั้งได้มีการเชิญนักวิจัย นักวิชาการ NGO ออกรายการต่างๆ ผ่านสื่อมวลชน เพื่อยืนยันว่ายาต้านไวรัสเอดส์จีพีโอเวียร์ได้มาตรฐาน

7. นอกจากการอาศัยสื่อแล้ว ประชาสัมพันธ์ขององค์การเภสัชกรรมก็ต้องมองว่า นอกจากการตั้งโต๊ะแถลงข่าวแล้ว ต้องมีผู้เชี่ยวชาญมาสนับสนุนข้อมูลความเป็นจริง ความเชื่อมั่น แล้วนำพาไปดูกระบวนการผลิต กว่าจะมาเป็นยาต้านไวรัสเอดส์ ความน่าเชื่อถือทั้งตัวของผู้ผลิต ผู้คิดค้น ผู้วิจัย ต้องเปิดตัวออกมานอกเหนือจากองค์การเภสัชกรรม

1.4 รูปแบบและวิธีการในการจัดการก็้อสารภายในองค์กรเมื่อเกิดภาวะวิกฤต

การก็้อสารภายในมีความจำเป็นที่จะต้องให้พนักงานในองค์กรรับรู้ร่วมกันทั้งหมด ใช้ยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์ภายในให้รับรู้ถึงสถานการณ์ตรงนี้ โดยใช้สื่อประชาสัมพันธ์ภายในทั้งหมดขององค์การเภสัชกรรมที่มีอยู่ และต้องก็้อสารอย่างทันท่วงที ก่อนที่พนักงานจะไปรับรู้ข้อมูลจากแหล่งข่าวที่อื่น ที่สำคัญต้องมีการก็้อสารข้อเท็จจริงให้พนักงานได้รับทราบ เพื่อพนักงานจะได้เป็นช่องทางหนึ่งในการก็้อสารออกสู่ภายนอกต่อไป โดยผู้บริหารตลอดจนผู้ที่เกี่ยวข้องต้องประชุมเร่งด่วน เพื่อก็้อสารและทำความเข้าใจไปยังพนักงาน ผ่านสื่อต่างๆ ขององค์การเภสัชกรรมที่มีอยู่ โดยนำเสนออย่างรวดเร็วและทันท่วงที เน้นการสร้าง ความเข้าใจ ข้อเท็จจริงที่ตรงกัน

1.5 ปัญหา และอุปสรรคที่เกิดขึ้นในการสื่อสารภายนอกและภายในองค์กร

กระบวนการบริหารสื่อภายนอกกับบริหารเรื่อง media เป็นเรื่องที่จะต้องระมัดระวังสูงมาก การให้ความสำคัญบางเรื่องผ่านทางแนวร่วม ให้แนวร่วมเป็นคนจัดการ จะให้ผลที่ดีกว่า บางประเด็นไม่ได้ออกจากปากเรา บางประเด็นจะออกจากแนวร่วมเป็นคนพูดเองเป็นคน ตรงนี้เป็นเทคนิคของการบริหารประเด็น เป็นการบริหารงาน โดยกลยุทธ์ที่องค์การเภสัชกรรมจะต้องดำเนินการเร่งด่วน คือ การบริหารประเด็น หรือการบริหารเหตุจะต้องเกิดกระบวนการจัดกลุ่มประเด็นที่เราจะต้องเฝ้าระวัง เมื่อเรามีประเด็นควรระวังแล้ว เราก็จะมีคนที่คอยช่วยเหลือทุกอย่าง ถือเป็นส่วนหนึ่งของการบริหารภาวะวิกฤต ประเด็นยาต้านไวรัสเอดส์จีพีโอเวียร์ เป็นประเด็นสาธารณะ เป็นเรื่องของการบริหารบ้านเมือง ระบบสาธารณสุขของประเทศ ดังนั้น สิ่งสำคัญก็คือจะต้องมีการสื่อสารออกไปให้ประชาชนทั้งประเทศได้รับทราบข้อมูลต่างๆ ตามประเด็นที่กล่าวมา ซึ่งประกอบด้วยการสร้างความเชื่อมั่น และคุณภาพ เป็นต้น ปัญหาที่อาจจะเกิดขึ้นในการสื่อสารภายนอกและภายในองค์กร คือ

1. การรวบรวมข้อมูลเป็นไปอย่างล่าช้า เพราะเรื่องที่เกิดขึ้นและที่จะต้องชี้แจงนั้น เป็นข้อมูลลักษณะการผลิตยา ผลิตภัณฑ์ในเชิงวิทยาศาสตร์ เภสัชกรรม มีข้อมูลทางวิจัยหลายเรื่อง มีความเห็นของแต่ละคนแต่ละนักวิชาการ ที่ทำการวิจัย จึงต้องอาศัยระยะเวลาพอสมควรในการติดตามข้อมูล และข้อมูลที่นำเสนอออกไปต้องเป็นข้อมูลที่มีความเป็นจริงและถูกต้อง

2. สื่อมวลชนอาจจะไม่สนใจในประเด็นที่องค์การเภสัชกรรมจะนำเสนอ ดังนั้น ควรใช้สื่อขององค์การเภสัชกรรมให้ครอบคลุมที่สุด และควรที่จะมุ่งนำเสนอในสื่อที่เป็นปัญหา คือ หนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ฉบับ และเว็บไซต์ทั้ง 2 เว็บไซต์ โดยนำเสนอข้อมูลที่เป็นจริงผ่านทางสื่อดังกล่าว

1.6 ปัญหาและอุปสรรคในการปฏิบัติงานด้านการสื่อสารเมื่อเกิดภาวะวิกฤต

ปัญหาที่เกิดขึ้นนั้นเป็นเรื่องของความอ่อนแอของคนในองค์กร ที่ผ่านมามีคนในองค์กรเคยชินอยู่กับการอยู่รอดด้วยสิทธิพิเศษ และเชื่อว่าโดยสิทธิพิเศษจะทำให้ไม่สนใจอะไรทั้งสิ้น ไม่ว่าจะปัญหาใดๆ ก็ตาม นี่คือนโยบายภายในที่มีความอ่อนแอ องค์การเภสัชกรรมแข่งขันไม่ได้ องค์การเภสัชกรรมก็เผชิญวิกฤตอย่างนั้นไม่ได้ ถ้าองค์การเภสัชกรรมไม่สามารถแก้ข้อกล่าวหาเหล่านี้ได้ ผู้ป่วยและสาธารณสุขชนทั่วไปก็จะไม่เชื่อถือในยาขององค์การเภสัชกรรม โดยเฉพาะยาต้านไวรัสเอดส์นี้ จะกระทบอย่างร้ายแรงยอดขาย 1 ใน 3 ของกำไร ประมาณ 40 กว่าเปอร์เซ็นต์

ข้อมูลที่สื่อสารจะต้องละเอียด กระบวนการผลิต หรือเนื้อหาต่างๆ ทางด้านวิชาการในส่วนของการผลิตเป็นข้อมูลที่ต้องใช้คำอธิบายที่ง่ายและชัดเจน แต่กรรมวิธีกระบวนการ

ผลิตเป็นเนื้อหาที่ค่อนข้างเข้าใจยาก ตรงนี้จะทำให้สื่อสารได้ลำบาก ดังนั้นจะต้องใช้กลยุทธ์ กลวิธีที่ทำให้ง่ายและชัดเจนในการทำความเข้าใจ และอาจมีปัญหากรณีที่สื่อไม่นำเสนอข้อมูล ข้อเท็จจริงที่ได้มีการชี้แจงทำความเข้าใจไป เนื่องจากสื่อบางฉบับอาจไม่สนใจในประเด็นข่าวนี้ ดังนั้นผู้บริหารระดับสูงหรือรัฐมนตรีว่าการกระทรวงสาธารณสุขควรมุ่งไปที่หนังสือพิมพ์ที่นำเสนอ โฆษณาเป็นหลัก โดยให้ข้อมูลครบถ้วน รอบด้าน

1.7 ขั้นตอนการสื่อสาร และกลยุทธ์การแก้ไขในช่วงวิกฤตการณ์

กลยุทธ์การตอบโต้กลับโดยการประกาศออกไปให้ประชาชนรับรู้ องค์การเภสัชกรรมแจ้งความดำเนินคดี และเปิดแคมเปญนี้โดยมีการแถลงข่าวกับสื่อมวลชน ลำดับเรื่องราว แล้วเราตรวจสอบว่ามันไม่จริง โดยนำเสนอลำดับความของเรื่องราวที่เกิดขึ้น บอกว่าการกระทำดังกล่าวไม่ใช่เป็นเรื่องที่หวังดีกับประเทศไทยขอให้โพสต์ทูเดย์ และหนังสือพิมพ์ไทยฉบับอื่นๆ ที่นำเสนอกล่าวหาองค์การเภสัชกรรมเปิดเผยข้อมูลออกมาว่าใครเป็นคนซื้อหน้าลงข้อความ ซึ่งตรงนี้สังคมจะตั้งคำถามเอง ซึ่งสื่อเองจะต้องรับผิดชอบที่สื่อทำไป

หากว่าองค์การเภสัชกรรมไม่ดำเนินการเอง หรือไม่มีความคล่องตัวที่จะดำเนินการก็ควรจะให้แนวร่วมขององค์การเภสัชกรรมดำเนินการ เช่น NGO สถาบันวิจัย นักวิชาการ เป็นต้น

หลังเกิดเหตุการณ์ผ่านไป หากบริหารประเด็นก็สามารถ ศึกษาเรื่องพฤติกรรมของบริษัทยาต่างประเทศ ในการที่จะสู้กับประเทศไทย เป็นเรื่องที่ไม่ตรงไปตรงมา ไม่มีธรรมาภิบาล ไม่โปร่งใส เอาประโยชน์ของตัวเองเป็นที่ตั้ง นอกจากนี้ อาจจะมีการจัดตั้งกลุ่มเล็ก หรือในรูปอนุกรรมการเล็กๆ ไว้คอยมอนิเตอร์ข่าว หรือวิเคราะห์เรื่องราวต่างๆ ที่เกิดขึ้น

การแถลงข่าว การทำข่าวเผยแพร่สื่อมวลชนไม่เพียงพอ คนยังรู้น้อยต้องลงไปสู่รายการที่อาจจะต้อง Comment อะไรบางตัว เช่น รายการถามจริงตอบตรง ของจอม เพชรประดับ เมื่อนำเข้าไปสู่รายการแบบนี้ก็จะช่วยได้ คงต้องนำหลักฐานบางตัวให้เขาได้ซักถาม โดยองค์การเภสัชกรรมต้องเปิดสื่อตรงนี้ เช่น ผลวิจัย คนที่ได้รับการรักษาหรือบุคคลน่าเชื่อถือให้เขาซักออกมา จะช่วยได้จะต้องใช้สื่อให้หลากหลายจุดเดียวไม่อยู่ จุดต้นตอข่าวต้องแก้จะได้มีหลักฐานในการฟ้องได้ ต้องมีการสื่อสารให้กว้างขวาง ดังนั้น การใช้สื่อให้หลากหลายเป็นสิ่งที่ช่วยได้ ซึ่งสื่อจะควบคุมกันเอง กลุ่มการวิเคราะห์ข่าวสารมีความจำเป็นต้องทำตลอดเวลาดูสถานการณ์ว่าเป็นอย่างไร ดึงมาเป็นพวกได้ก็ดึง ดึงมาเป็นพวกไม่ได้ก็ต้องสู้ทางข้อมูลข่าวสารตรงนี้ จะต้องมีการประเมินผลจากผลตอบกลับ เป็นระยะ เป็นสิ่งสำคัญ โดยดูว่าเขาลดการโจมตีบ้างหรือไม่ หรือมีการเปลี่ยนท่าทีไปเป็นอย่างไร

ในภาวะวิกฤตไม่ใช่เป็นการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารแต่เป็นการสร้างความเข้าใจ การให้ข้อเท็จจริง การเข้าถึงข้อเท็จจริง เป็นความสำคัญอันดับแรก การจัดลำดับที่จะให้ข้อเท็จจริงกับประชาชนในกลุ่มต่างๆ ก็ต้องมีความหลากหลายในการใช้สื่อ เราจะใช้สื่ออย่างหนึ่งอย่างใดไม่ได้

ศึกษารณีนี้นี้เป็นกรณีศึกษา นอกจากการบริหารภาวะวิกฤตแล้ว ต้องมีการจัดระบบการบริหารความเสี่ยงโดยรวมด้วย เวลานี้องค์การเภสัชกรรมก็ให้ความสำคัญกับเรื่องนี้ ซึ่งจริงๆ แล้วรัฐบาลโดยรวมก็ให้ความสำคัญว่า รัฐวิสาหกิจทุกแห่งจะต้องให้ความสำคัญต่อเรื่องของการบริหารความเสี่ยง ควรมีแผนการบริหารความเสี่ยง ซึ่งองค์การเภสัชกรรมมีแผนการบริหารความเสี่ยง แต่เป็นความเสี่ยงโดยพื้นฐานเป็นหลัก แต่การจัดการในภาวะวิกฤตนี้เป็นเรื่องที่จะต้องเตรียมการ โดยจะต้องมีแผน มีการเตรียมการ มีกรณีศึกษาเอาไว้ คดีนี้เป็นตัวอย่างที่ดี ที่องค์การประสบความสำเร็จก็ควรจะเอาไว้เป็นกรณีศึกษา หากเกิดกรณีอื่นๆ ก็จะนำเอาบทเรียนอันนี้ไปประยุกต์ใช้ต่อไป

บทเรียนกับองค์การเภสัชกรรมว่า จะต้องมีการทำประชาสัมพันธ์เชิงรุกมากกว่าเชิงรับต่อไป องค์การเภสัชกรรมจะต้องมีการสื่อสารออกสู่สายตาประชาชนให้มากขึ้น โดยเฉพาะเรื่องของภาพลักษณ์ บทบาทหน้าที่ขององค์การเภสัชกรรมที่มีต่อประชาชน กระบวนการผลิตยาต่างๆ ขององค์การเภสัชกรรม นอกจากการประชาสัมพันธ์แล้วจะต้องมีการบริหารจัดการภายใน จะต้องสร้างความน่าเชื่อถือแก่ประชาชนในเรื่องคุณภาพมาตรฐานด้านยาให้มากขึ้น เช่น จะต้องดำเนินการให้ได้รับการรับรองมาตรฐานระดับสากลให้ได้โดยเร็วที่สุด และต้องมีการบริหารจัดการเรื่อง การสื่อสารทั้งภายในและภายนอก และเรื่องของการทำความเข้าใจเกี่ยวกับข่าวที่ออก ต้องมีคนคอยตรวจสอบ หรือวิเคราะห์ติดตามให้มากกว่านี้ และรวดเร็วที่สุดเท่าที่จะทำได้

2. ปัจจัยในการสร้างความเชื่อมั่นของผลิตภัณฑ์ยาต้านไวรัสเอดส์ขององค์การเภสัชกรรม ในช่วงวิกฤตการณ์

จากการศึกษาถึงปัจจัยในความเชื่อมั่นของผลิตภัณฑ์ยาต้านไวรัสเอดส์ขององค์การเภสัชกรรมในช่วงที่มีการนำเสนอบทความว่า “จากการศึกษาของมหาวิทยาลัยมหิดลในปี พ.ศ. 2548 พบว่า ยาวิไออาร์ซึ่งองค์การเภสัชกรรมผลิตเลียนแบบยารักษาเอชไอวี ทำให้เกิดการต้านยาถึง 39.6 – 58% (จากการศึกษาผู้ป่วยจำนวน 300 คน) ผลการศึกษานี้อาจจะแสดงให้เห็นว่ายาดังกล่าวก่อให้เกิด การต้านยารักษาเอชไอวีในระดับสูงที่สุดในโลก” ได้ข้อสรุปว่า

1. ข้อมูลต้องตรงข้อเท็จจริงอย่างต่อเนื่อง
2. ยุทธศาสตร์ภายใน ต้องให้ข้อมูลให้แน่นและชัดเจนกับพนักงาน เพื่อเป็นกระบอกเสียงแก่องค์กร
3. สร้างความเป็นเอกภาพทางการประชาสัมพันธ์ขององค์การเภสัชกรรมให้ได้
4. ใช้มาตรการเชิงรุก และหลากหลาย เช่น มาตรการทางการประชาสัมพันธ์ มาตรการทางกฎหมาย
5. ใช้หลักฐานทางวิชาการ การศึกษาวิจัย และความเห็นของนักวิชาการ
6. เร่งชี้แจงข้อเท็จจริง ประการสำคัญ ควรนำนักวิชาการที่เป็นผู้ศึกษามาให้ข้อมูลกับสื่อมวลชนโดยตรง เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือ
7. ฟ้องร้อง USA for Innovation เพื่อเรียกร้องค่าเสียหาย และการดำเนินคดีที่ได้ผล ประชาชนรับทราบ
8. ทำความเข้าใจกับสื่อที่ลงโฆษณาที่บิดเบือน ขอความร่วมมือ

3. การศึกษาผลกระทบที่เกิดขึ้นกับองค์การเภสัชกรรม ในช่วงวิกฤตการณ์ที่มีการนำเสนอบทความว่ายา GPO-VIR ซึ่งเป็นยาต้านไวรัสเอดส์ขององค์การเภสัชกรรม เป็นยาที่ไม่ได้มาตรฐาน และมีการดื้อยาในระดับสูงที่สุดในโลก

จากการศึกษาพบว่า ผลกระทบที่เกิดขึ้นกับองค์การเภสัชกรรม ในช่วงวิกฤตการณ์ที่มีการนำเสนอบทความว่า “จากการศึกษาของมหาวิทยาลัยมหิดลในปี พ.ศ. 2548 พบว่ายาวิโออาร์ ซึ่งองค์การเภสัชกรรมผลิตเลียนแบบยารักษาเอชไอวี ทำให้เกิดการต้านยาถึง 39.6 – 58% (จากการศึกษาผู้ป่วยจำนวน 300 คน) ผลการศึกษานี้อาจจะแสดงให้เห็นว่ายาดังกล่าวก่อให้เกิด การต้านยารักษาเอชไอวีในระดับสูงที่สุดในโลก” ส่งผลกระทบต่อทั้งองค์การเภสัชกรรม และภาพลักษณ์ของประเทศไทยโดยรวม ดังนี้

1. จากกรณีที่เกิดขึ้นส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ขององค์กร รวมถึงความเชื่อมั่นของผลิตภัณฑ์ คุณภาพมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ โดยการดำเนินการดังกล่าวทางบริษัทผู้ลงโฆษณา ต้องการจับจุดอ่อนกระบวนการผลิตยาขององค์การเภสัชกรรม เพื่อเป็นเครื่องมือในการที่จะไป Agent ในการนำเอายาเข้ามา มุ่งที่จะทำให้การต่อรองของการทำ CL ไม่ประสบความสำเร็จ และการกระทำดังกล่าวยังส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของประเทศไทยด้วย
2. ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นในตัวยาต้านไวรัสเอดส์พีไอเวียร์ ทั้งในส่วนของผู้ป่วย และในสายตาของต่างประเทศ

3. ผลกระทบภาพลักษณ์ของประเทศไทย และรัฐบาลไทยโดยเฉพาะกระทรวงสาธารณสุขที่มีการนำยาที่ไม่มีคุณภาพไปให้ผู้ป่วยใช้ โดยไม่เข้าไปกำกับดูแล

4. ผลกระทบต่อยอดจำหน่ายยา เวชภัณฑ์ และผลิตภัณฑ์อื่นๆ โดยเฉพาะยาต้านไวรัสเอดส์พีไอเวียร์ มีผลกระทบเป็นอย่างมาก เพราะยอดจำหน่ายยาขององค์การเภสัชกรรมเฉพาะยาต้านไวรัสเอดส์มีการจำหน่าย 1 ใน 3 ของยอดจำหน่ายทั้งหมด และการสูญเสียตลาดยาขององค์การเภสัชกรรม และประเทศไทย

อภิปรายผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง “กลยุทธ์การจัดการการสื่อสารในภาวะวิกฤต กรณีศึกษาองค์การเภสัชกรรม” พบว่า วิกฤตการณ์ที่มีการนำเสนอบทความว่า “จากการศึกษาของมหาวิทยาลัยมหิดลในปี พ.ศ. 2548 พบว่ายาวิไออาร์ ซึ่งองค์การเภสัชกรรมผลิตเลียนแบบยารักษาเอชไอวี ทำให้เกิดการต้านยาถึง 39.6 – 58% (จากการศึกษาผู้ป่วยจำนวน 300 คน) ผลการศึกษานี้อาจจะแสดงให้เห็นว่ายาดังกล่าวก่อให้เกิด การต้านยารักษาเอชไอวีในระดับสูงที่สุดในโลก” เป็นวิกฤตการณ์ที่เกิดขึ้นเองโดยเจตนาของบุคคล ตามที่ ดัค นิวซอม (Doug Newsom) ได้แบ่งประเภทของวิกฤตการณ์ไว้ 3 แบบคือ เกิดขึ้นเองโดยธรรมชาติ การกระทำโดยเจตนาของบุคคล และการกระทำของบุคคลโดยไม่เจตนา

วิกฤตการณ์ดังกล่าวมีสาเหตุมาจากการที่องค์การเภสัชกรรมสนองนโยบายของรัฐบาลขององค์การเภสัชกรรมในเรื่องของมาตรการบังคับใช้สิทธิเหนือสิทธิบัตรยา (Compulsory Licensing) ในการผลิตยาที่มีความจำเป็นต้องใช้ภายในประเทศ ทั้งนี้เพื่อให้ผู้ป่วยได้เข้าถึงยามากขึ้น ซึ่งทำให้เกิดผลกระทบทางด้านธุรกิจยาแก่บริษัทคู่แข่ง และบริษัทผู้นำในธุรกิจยา จึงทำให้บริษัทที่ได้รับผลกระทบดังกล่าว โดยมีกลุ่มบุคคลกลุ่มหนึ่งที่อ้างตัวว่าเป็น USA for Innovation ได้ลงโฆษณาบทความในหนังสือพิมพ์โพสต์ทูเดย์ หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ และหนังสือพิมพ์เดอะเนชั่น และการเปิด Website www.ThaiMyths.com และ www.Thailies.com ลงบทความว่า “จากการศึกษาของมหาวิทยาลัยมหิดลในปี พ.ศ. 2548 พบว่ายาวิไออาร์ซึ่งองค์การเภสัชกรรมผลิตเลียนแบบยารักษาเอชไอวี ทำให้เกิดการต้านยาถึง 39.6 – 58% (จากการศึกษาผู้ป่วยจำนวน 300 คน) ผลการศึกษานี้อาจจะแสดงให้เห็นว่ายาดังกล่าวก่อให้เกิด การต้านยารักษาเอชไอวีในระดับสูงที่สุดในโลก”

เหตุการณ์ดังกล่าวที่เกิดขึ้นนับเป็นวิกฤตการณ์ที่รุนแรง และส่งผลกระทบต่อองค์การเภสัชกรรมอย่างมาก ซึ่งองค์การเภสัชกรรมเป็นองค์การหลักในการผลิตยาของประเทศ จัดเป็นกลุ่มที่มีความเสี่ยงสูงต่อการเกิดภาวะวิกฤตตามการจัดกลุ่มตามแนวคิดการจัดการการสื่อสารใน

การสื่อสารภายในองค์กรเภสัชกรรมเอง ภาครัฐให้ความสำคัญและร่วมมือกันทุกภาคส่วนทำให้สามารถแก้ปัญหาวิกฤตการณ์ที่เกิดขึ้นได้อย่างรวดเร็ว สอดคล้องกับการศึกษาของ ปารีชาติ บุญคล้าย (2548) เรื่อง “การบริหารข้อมูลข่าวสารของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในภาวะวิกฤต: ศึกษาเฉพาะกรณีธรณีพิบัติภัย” ที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ใช้นโยบายการบริหารข้อมูลข่าวสารยึดถือการนำเสนอข้อมูลที่เป็นจริง เชื่อถือได้ ควบคู่กันต่อเหตุการณ์ เนื้อหาข่าวสารที่นำเสนอเน้นข้อเท็จจริงที่เชื่อถือได้

ทั้งนี้เพื่อเรียกความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวให้กลับคืนมาโดยเร็วที่สุด ใช้สื่อทุกสื่อในการนำเสนอข้อมูลไปยังกลุ่มเป้าหมาย ทั้งในและต่างประเทศ ซึ่งสามารถเรียกความมั่นใจจากนักท่องเที่ยวกลับมาได้อย่างรวดเร็ว และการศึกษาของบุญศรี สุธรรมมานุวัฒน์ (2540) ศึกษา เรื่อง การใช้สื่อมวลชนเพื่อจัดการภาวะวิกฤต กรณีรณรงค์ต่อต้านการบริโภคผงชูรส ที่พบว่าการสนับสนุน (Sponsorship) ให้นักวิชาการทำวิจัย เพื่อศึกษาข้อมูลเชิงวิทยาศาสตร์ (Scientific Fact) ยืนยันข้อเท็จจริงให้ผลเป็นที่น่าพอใจ

โดยสรุปจากลำดับเหตุการณ์การนำเสนอข่าว ผลกระทบที่เกิดขึ้นกับองค์กรเภสัชกรรม ทำให้มีการดำเนินการต่างๆ ในด้านการจัดการสื่อ และการประชาสัมพันธ์เพื่อชี้แจงข้อกล่าวหา และการออกมาให้ข้อมูลข่าวสารอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง การมีแนวร่วมจากองค์กรทางวิชาการ NGO ต่างๆ รวมทั้งการฟ้องร้องบริษัท USA for Innovation ทำให้องค์กรเภสัชกรรมสามารถจัดการกับภาวะวิกฤตที่เกิดขึ้นได้สำเร็จและมีประสิทธิภาพ กล่าวคือ

1. สื่อมวลชนเข้าใจในข้อเท็จจริง สาเหตุของการถูกโจมตี ผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อองค์กรเภสัชกรรมและภาพรวมของประเทศไทย ทำให้สื่อมวลชนยุติการนำเสนอข่าวในเชิงลบ และยอมให้ข่าวแก้ไขข้อกล่าวหา

2. บริษัท USA for Innovation ยุติการให้ข่าวในเชิงลบ

3. ประชาชนได้รับทราบข้อเท็จจริงจากการนำเสนอข่าวหลักฐานทางวิชาการที่บอกถึงคุณภาพการผลิต และประสิทธิภาพของยาจีพีโอเวียร์

หลังจากที่องค์กรเภสัชกรรมได้รับประสบการณ์จากการเกิดวิกฤตการณ์ในครั้งนี้ นั้นองค์กรเภสัชกรรมก็ได้มีการจัดทำแผนประชาสัมพันธ์แบบเชิงรุก โดยมีการจัดทำแผนงานประจำปี มีการจัดรูปแบบกิจกรรมที่หลากหลาย ประกอบด้วย การร่วมกับองค์กรเครือข่ายต่างๆ ในการสนับสนุนงบประมาณเพื่อดำเนินงานตามโครงการ เช่น ร่วมกับสภาอากาศไทย ในการจัดทำโครงการให้ความรู้แก่ผู้ดูแลผู้ป่วยเอดส์ภายใต้ชื่อ จีพีโอ แคร่ เอดส์ การสนับสนุนงบประมาณให้กับมูลนิธิคุ้มครองผู้บริโภค มูลนิธิเข้าถึงเอดส์ ในการช่วยเหลือผู้ป่วยเอดส์ การสนับสนุนยาต้านไวรัสเอดส์ให้แก่ผู้ป่วย การบริจาคยาในโอกาสต่างๆ เป็นต้น รวมถึงได้มีการ

จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์อีกมากมาย ได้แก่ การจัดทำรายการความรู้เรื่องการใช้ยา เผยแพร่ผ่านสื่อโทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร หนังสือพิมพ์ ฯลฯ อีกทั้งได้มีการจัดทำโครงการเพื่อสังคมในหลากหลายรูปแบบ ซึ่งการดำเนินการตามโครงการดังกล่าวก็มุ่งหวังที่จะสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์การเภสัชกรรมต่อไป (ศิริวรรณ เอียวพันธ์, สัมภาษณ์)

ข้อเสนอแนะ

ผลการศึกษานี้ ผู้ศึกษาได้พบประเด็นต่างๆ ที่ส่งผลกระทบต่อการสื่อสารภาวะวิกฤตขององค์การเภสัชกรรม ในช่วงวิกฤตการณ์ที่มีการนำเสนอบทความว่า “จากการศึกษาของมหาวิทยาลัยมหิดลในปี พ.ศ. 2548 พบว่ายาวิไออาร์ ซึ่งองค์การเภสัชกรรมผลิตเลียนแบบยารักษาเอชไอวี ทำให้เกิดการต้านยาถึง 39.6 – 58% (จากการศึกษาผู้ป่วยจำนวน 300 คน) ผลการศึกษานี้อาจจะแสดงให้เห็นว่ายาดังกล่าวก่อให้เกิด การต้านยารักษาเอชไอวีในระดับสูงที่สุดในโลก” ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางและเป็นประโยชน์ต่อการสื่อสารภาวะวิกฤตขององค์การเภสัชกรรม ดังต่อไปนี้

1. องค์การเภสัชกรรม ควรมีการนำเสนอข่าวอย่างต่อเนื่อง โดยไม่ต้องรอให้รัฐบาลเป็นผู้นำก่อน โดยเฉพาะข้อมูลความคืบหน้าเกี่ยวกับการฟ้องร้องบริษัทยูเอสเอ ฟอร์ อินโนเวชั่น
2. องค์การเภสัชกรรม ควรมีคณะอนุกรรมการจัดการภาวะวิกฤติ ที่ทำหน้าที่เฉพาะในการติดตามข่าวสารและการเตรียมข้อมูลที่ถูกต้อง ชัดเจน ครบถ้วนให้กับสื่อมวลชนอย่างรวดเร็วและสม่ำเสมอ
3. องค์การเภสัชกรรม ควรใช้ช่องทางอื่นๆ นอกจากสื่อมวลชน ในการให้ข้อมูลข่าวสารแก่ประชาชนให้มากขึ้น และนำเสนอถึงการผลิทยา เช่น การให้ความรู้ผ่านสื่อโฆษณาทางทีวี รายการขององค์การเภสัชพบประชาชน เป็นต้น
4. องค์การเภสัชกรรม ควรมีการประสานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างใกล้ชิด โดยเฉพาะสถาบันวิจัยต่างๆ และแลกเปลี่ยนข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อประชาชน
5. องค์การเภสัชกรรม ควรมีการประเมินผลโดยใช้กระบวนการสื่อสารเพื่อวางแผนการสื่อสารภาวะวิกฤตด้านอื่นๆ เช่น ผลกระทบจากวิกฤตการณ์ต่อความเชื่อถือของประชาชน ผลกระทบต่อภาพลักษณ์ ความเชื่อมั่นของผู้ใช้ยาต้านไวรัส และประชาชนทั่วไป
6. องค์การเภสัชกรรม ควรมีการประเมินความพึงพอใจในบริการของผลิตภัณฑ์ที่ผลิตโดยองค์การเภสัชกรรม ความคิดเห็น รวมทั้งความนิยมของประชาชนเป็นประจำ เพื่อนำข้อมูลมาปรับปรุงและเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตยาและผลิตภัณฑ์ที่ตรงต่อความต้องการของประชาชน

ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยในอนาคต

1. ควรมีการศึกษาการจัดการภาวะวิกฤตกรณีการผลิตยาต้านไวรัสเอดส์ของหน่วยงานอื่นๆ ทั้งภายในและต่างประเทศ
2. ควรมีการศึกษาการรับรู้ พฤติกรรมของประชาชนในการเลือกใช้ยาต้านไวรัสเอดส์เมื่อมีข่าวในสถานการณ์วิกฤต
3. ควรมีการศึกษาการวางแผนรองรับแนวโน้มของความต้อการใช้ยาต้านไวรัสเอดส์ของผู้ป่วยเอดส์ในประเทศไทย รวมถึงแนวโน้มภาวะการณดื้อยาต้านไวรัสเอดส์