วารสารของเภสัชกรรมสมาคมแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ ข่าวสารเพื่องวงการเภสัชกรไทย

ยาน่ารู้

ISSN 0857-507X
ปีที่ 63 ฉบับที่ 3 / 2563 กรกฎาคม - กันยายน 2563

THE PHC HIERARCHY

Cpe Continuing Pharmaceutical Education
INSIDE 2.5 Credits

T.M. POSE โพสเฮลท์แคร์ Pose Health Care
Professional Prevention Infection Control
The First one of Thailand in ISO 13485, ISO 9001 certified by TUV SUD, GERMANY, since 2015.
ISO 13485 ISO 9001 GMP TFDA NIA NSTDA

POSE INTELLIGENCE

5 คำบอกใบ้ออกแบบชีวิตอย่างไรให้มีความสุข ด้วยงานวิจัย และมุมมองเศรษฐศาสตร์ ความสุข

รับยาใกล้บ้าน ร้านยาใกล้ใจ

ภก.ดร.พิสิฐ อุ่ยรุ่งโรจน์
ประธานกรรมการบริหาร
บริษัท โพสเฮลท์แคร์ จำกัด

คุณธีรภัทร์ อุ่ยรุ่งโรจน์
รองกรรมการผู้จัดการฝ่ายบริหารและเทคนิค
บริษัท โพสเฮลท์แคร์ จำกัด

แพทย์หญิงภัทราพร อุ่ยรุ่งโรจน์
รองกรรมการผู้จัดการฝ่ายวิชาการและนวัตกรรม
บริษัท โพสเฮลท์แคร์ จำกัด

Pose Health Care ผู้นำธุรกิจ Professional Prevention Infection Control ธุรกิจที่เติบโต "สวนกระแส COVID 19"

NEW NORMAL การดำเนินชีวิตในวิถีรูปแบบใหม่

เภสัชกรร้านยาในยุค COVID-19

Cpe ฟ้าทะลายโจร รูปแบบและปัจจัยที่มีผลต่อการรักษาโรค

COVID 19 มา ร้านยาเภสัชกรรับมืออย่างไร?

Editor's Note

สวัสดีค่ะ ท่านผู้อ่าน วารสาร "ยาน่ารู้" เข้าสู่ช่วงไตรมาสที่ 3 ของปีที่มีการเปลี่ยนแปลงมากที่สุดในชีวิตของพวกเราทุกคน แน่นอนว่าโดยพื้นฐานแล้ว ทุกคนย่อมกลัวการเปลี่ยนแปลง โดยอาจลืมไปว่าชีวิตเต็มไปด้วยความไม่แน่นอน และเรื่องที่ไม่คาดฝันที่สามารถเกิดขึ้นได้ตลอดเวลาเป็นเรื่องปกติอยู่แล้ว การมีฐานวิถีชีวิตใหม่ (New Normal) ซึ่งเราอาจไม่คุ้นชินในระยะแรก จะกลายเป็น Now Normal และกำลังจะกลายเป็น Next Normal ต่อไปในอนาคต สิ่งที่เราต้องตระหนัก คือ ต้องปรับตัว และตื่นรู้เพื่ออยู่กับการเปลี่ยนแปลงนี้ให้ได้ น่าแปลกที่ท่ามกลางภาวะเศรษฐกิจที่ถดถอยอันเนื่องจากภาวะ COVID-19 ผู้ประกอบการธุรกิจหลายแขนงต่างก็ได้รับผลกระทบนี้ในหลากหลายรูปแบบ อาทิ ธุรกิจสายการบิน ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจท่องเที่ยว ธุรกิจห้างสรรพสินค้า ฯลฯ แทบไม่น่าเชื่อว่า จะยังมีธุรกิจหนึ่งที่ยังคงสามารถเติบโตได้ในภาวะวิกฤติ วารสาร "ยาน่ารู้" ฉบับนี้ ได้นำเสนอเรื่องราวของธุรกิจดังกล่าว นับเป็นกรณีศึกษาสำคัญที่ตอกย้ำให้เราได้เห็นว่าในวิกฤติย่อมมีโอกาสเสมอ และโอกาสเหล่านี้ไม่ใช่ว่าจะได้มาง่าย ๆ หากแต่มาจากการบ่มเพาะ วางกลยุทธ์ การมุ่งเน้นทำในสิ่งที่ตนเชี่ยวชาญ การสร้างความแตกต่าง และการใช้นวัตกรรมมาเป็นเครื่องมือในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และนั่นคือเบื้องหลังของความสำเร็จของธุรกิจ Pose Health Care ในวันนี้

นอกจากคมคิดธุรกิจและแรงบันดาลใจดี ๆ จากคอลัมภ์สัมภาษณ์ใน วารสาร "ยาน่ารู้" ฉบับนี้ ท่านผู้อ่านจะยังได้ประโยชน์จากหลากหลายคอลัมภ์ที่เหล่าเภสัชกรนักเขียนได้บรรจงตวัดปากการ้อยเรียงอักษรมาเป็นบทความน่าอ่านไม่ว่าจะเป็นคอลัมภ์ Ranya Academy ที่จะพาท่านไปพบกับการหาคำตอบว่า COVID มา ร้านยารับมืออย่างไร คอลัมภ์เรียนรู้ภาษาอังกฤษ ที่จะมาท่านติวเข้มคำศัพท์พื้นฐานที่จำเป็นต้องรู้เกี่ยวกับ COVID-19 คอลัมภ์ Pharma Chat ก็ยังคงเป็นเรื่อง COVID ในร้านยา ในอีกมุมมองที่ให้ท่านได้เปิดใจและปรับตัว สุดท้ายมาเติมมุมคิดกับน้อง ๆ กลุ่มเภสัชกรรุ่นใหม่ Thai YPGrow ที่มีแง่มุมดี ๆ มาฝากพี่ ๆ เสมอทุกฉบับ

ในวันนี้แม้ว่าสถานการณ์ COVID-19 ในประเทศไทยจะยังสามารถอยู่ในระดับที่เราสามารถควบคุมได้ดีมากติดอันดับต้น ๆ ของโลก แต่สถานการณ์อาจพลิกผันได้ตลอดเวลา ขอเพียงการ์ดอย่าตก ไม่ประมาท และขอเป็นกำลังใจให้ทุกท่านอดทนและสู้ไปด้วยกัน เพื่อให้เราทุกคนจะได้ผ่านวิกฤตินี้ไปด้วยกัน

ด้วยความปรารถนาดีจาก วารสาร "ยาน่ารู้" ขอบคุณและสวัสดีค่ะ

..... เราจะผ่านวิกฤตินี้ไปด้วยกัน .....

ภญ.ศศิมา อาจสงคราม
อุปนายก และประชาสัมพันธ์เภสัชกรรมสมาคมแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์

• ที่ปรึกษา
ภก.วิชา สุขุมาวาสี
อุปนายกและกรรมการอำนวยการเภสัชกรรม
สมาคมแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์

• ผู้จัดการวารสาร
ภก.ทวีพงษ์ เทียมสุวรรณ

• บรรณาธิการ
ภญ.ศศิมา อาจสงคราม

• กองบรรณาธิการ
ภญ.ศศิมา อาจสงคราม
ภญ.ณปภัช สุธัมนาถพงษ์
ภก.อุทัย สุขวิวัฒน์ศิริกุล
ภญ.พ.ท.หญิง สมหญิง รัตนะสุขจิตต์
ภก.เพียร เพลินบรรณกิจ
ภก.ณภัทร สัตยุตม์
ภญ.เบญญาภา ตันตวาที
ภญ.วรัญญ เล่งวิริยะกุล
ผศ.ดร.วิลาสินี หิรัญพานิช ซาโตะ
ภญ.ดร.อาภา เพชรสัมฤทธิ์

• โฆษณา
ภก.ทวีพงษ์ เทียมสุวรรณ
โทร. 02 718 9449, 065 989 7795
ภก.ประสิทธิ์ พูนพิพัฒน์กิจ
โทร. 089 077 6800
ภญ.นวพร ตันไพบูลย์กุล

• เจ้าของ
เภสัชกรรมสมาคมแห่งประเทศไทย
ในพระบรมราชูปถัมภ์
40 สุขุมวิท 38 (สันติสุข) แขวงคลองเตย
กรุงเทพฯ 10110
โทร. 02 391 6243, 02 712 1627-8 โทรสาร. 02 390 1987
www.pat.or.th E-mail : admin@pat.or.th

• ออกแบบรูปเล่ม จัดพิมพ์ บริษัท แลงเกวจ เซ็นเตอร์ แอนด์ แอดเวอร์ทิสเมนท์ จำกัด
โทร. 02 987 5532 โทรสาร. 02 987 4510 E-mail : language.ca@gmail.com
บทความในวารสารเล่มนี้ เป็นความเห็นส่วนตัวของผู้เขียน ถือเป็นลิขสิทธิ์ของเภสัชกรรมสมาคมฯ
ห้ามนำไปเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาต

Contents

ปีที่ 63 ฉบับที่ 3 / 2563 กรกฎาคม - กันยายน 2563

สัมภาษณ์พิเศษ
บริษัท โพสเฮลท์แคร์ จำกัด

ร้านยาชุมชนอบอุ่น
สำนักงานหลักประกันสุขภาพแห่งชาติ

รับยาใกล้บ้าน
ร้านยาใกล้ใจ
43

4 **Editor's Note**
ภญ.ศศิมา อาจสงคราม

9 **Pharmacy Society**
ภญ.ศศิมา อาจสงคราม

11 **ข่าวประชาสัมพันธ์จาก ภสท.**
ภญ.ศศิมา อาจสงคราม

14 **สัมภาษณ์พิเศษ**
บริษัท โพสเฮลท์แคร์ จำกัด
ภญ.ศศิมา อาจสงคราม

31 **Ranya Academy**
COVID 19 มา ร้านยาเภสัชกรรับมืออย่างไร?
ภก.อุทัย สุขวิวัฒน์ศิริกุล

37 **Communicative English for Pharmacist**
ภญ.พ.ท.หญิง สมหญิง รัตนะสุขจิตต์

43 **รับยาใกล้บ้าน ร้านยาใกล้ใจ**
ภก.ดร.วิศิษฎ์ ประวีณวงศ์วุฒิ

51 **Pharma Chat**
เมื่อร้านยาเภสัชกรต้องอยู่ในยุค COVID-19
ภญ.ณปภัช สุธัมนาถพงษ์

59 **ThaiYPGrow**
5 คำบอกใบ้ออกแบบชีวิตอย่างไร ให้มีความสุข ด้วยงานวิจัยและมุมมองเศรษฐศาสตร์ความสุข
ภก.ณภัทร สัตยุตม์

65 **CPE**
- ฟ้าทะลายโจร รูปแบบและปัจจัยที่มีผลต่อการรักษาโรค

ภญ.ดร.อาภา เพชรสัมฤทธิ์

78 **Executive's Talk**
ภก.วิชา สุขุมาวาสี

โดย : ภญ. ศศิมา อาจสงคราม
ประธานฝ่ายประชาสัมพันธ์ เภสัชกรรมสมาคมแห่งประเทศไทยฯ

ติดตามความเคลื่อนไหวในแวดวงเภสัชกรรมกันค่ะ

สิ่งที่ทุกคนกำลังตั้งหน้าตั้งตารอคอยและถือเป็นบทบาทสำคัญของวิชาชีพเภสัชกรรมนั่นคือ การวิจัยและพัฒนาวัคซีนเพื่อต้าน COVID -19 ซึ่งประสบความสำเร็จในการวิจัยในลิงจากการฉีดเข็มที่สอง หากโครงการนี้ประสบความสำเร็จ คาดว่าจะมีวัคซีนให้ได้ใช้เร็วที่สุดคือกลางปีหน้า ฉะนั้นเรายังคงต้องใช้มาตรการ Social Distancing ต่อไปอีกอย่างต่อเนื่อง และนี่คือ New Normal ของพวกเราทุกคน ที่ตอนนี้เราคงจะเริ่มชินกับมันจนเป็น Now Normal และ Next Normal ไปในที่สุด............

และแน่นอนว่าในฐานวิถีชีวิตแบบใหม่ (New Normal) แบบนี้ การประชุม อบรม สัมมนา ย่อมมีการจัดรูปแบบใหม่เพื่อให้เข้าถึง audience มากที่สุด และการเปลี่ยนแปลงครั้งนี้ทำให้เรารับรู้ได้ว่าการจัดการประชุมในรูปแบบ Online Conference หรือ Webminar นี้ สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากกว่าการจัดงานในรูปแบบปกติเสียอีก เนื่องจากทะลายข้อจำกัดในด้านพื้นที่จัดงาน ข้อจำกัดด้านการเดินทาง และอื่นๆ ทำให้ได้ประโยชน์ทั้งเป็นการลดงบประมาณและเพิ่มประสิทธิภาพของการจัดการประชุมเป็นทางเลือกหนึ่งที่พี่ ๆ น้อง ๆ เภสัชกรสามารถเลือกเข้าร่วมการประชุมแบบออนไลน์ได้ทั้งความรู้ และ CPE ด้วยนะคะ สำหรับ ภสท.ของเรา มีการจัดการประชุม On Line หรือ Webminar มากมายหลากหลายหัวข้อ สามารถติดตามข้อมูลงานประชุม Webminar เหล่านี้ได้จากเวบไซต์ภสท. www.pat.or.th และขอขอบคุณหน่วยงานพันธมิตรของวิชาชีพเภสัชกรรมที่สนับสนุนให้มีการถ่ายทอดความรู้และแบ่งปันประสบการณ์ผ่าน Webminar เหล่านี้ด้วยค่ะ

สิ่งที่จะเป็น New Normal ของวิชาชีพเภสัชกรรมที่ทุกคนคาดหมายว่าต้องเกิดขึ้นอย่างแน่นอน นั่นคือ Telepharmacy เพื่อสอดรับกับสถานการณ์ของโลกยุค COVID-19 ภสท.จึงได้จัดตั้งคณะกรรมการ Telepharmacy เพื่อระดมความเห็นและเสนอแนวนโยบายเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อทุกฝ่าย และขอขอบคุณพลังจากเครือข่ายวิชาชีพเภสัชกรรมที่ช่วยผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่นำไปสู่การยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน และสร้างคุณค่าวิชาชีพเภสัชกรรมสู่สังคมมา ณ โอกาสนี้ด้วยนะคะ ....

โครงการดี ๆ ของสมาคมเภสัชกรรมการตลาด (ประเทศไทย) เพื่อประชาสัมพันธ์บทบาทวิชาชีพของเภสัชกรการตลาดผ่านรายการพูดคุยสบาย ๆ ในรายการ Rxecutive Interview ทุกวันเสาร์ เวลาประมาณ 20.00 น. พบกับเภสัชกรที่ประสบความสำเร็จในบทบาทวิชาชีพเภสัชกรรมการตลาด ดำเนินรายการโดย ภก.เพียร เพลินบรรณกิจ กรรมการอำนวยการเภสัชกรรมสมาคมแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์ ในรูปแบบ Talk แบบสบาย ๆ ติดตามกันได้ทางเพจ Facebook ของสมาคมเภสัชกรรมการตลาด (ประเทศไทย) กันนะคะ

ขอแสดงความยินดีกับ ภก.ดร.อนันต์ชัย อัศวเมฆิน กรรมการอำนวยการ ภสท. อาจารย์ประจำคณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล และที่ปรึกษารัฐมนตรีว่าการกระทรวงสาธารณสุข ที่ได้รับแต่งตั้งให้เป็นกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิในคณะกรรมการหลักประกันสุขภาพแห่งชาติ สาขาผู้เชี่ยวชาญด้านการแพทย์แผนไทย เป็นที่น่าชื่นชมที่ได้แสดงบทบาทวิชาชีพเพื่อทำงานด้านสาธารณสุขในระดับชาติ

แน่นอนว่าก่อนออกจากบ้าน สิ่งที่ขาดไม่ได้คือ Mask ที่ต้องสวมใส่ตลอดเวลา ด้วยเหตุนี้เอง หลายสถาบันจึงได้มีการออกแบบ Mask ที่จะแสดงสัญลักษณ์เพื่อป้องกันการติดเชื้อ COVID-19 ล่าสุด ชมรมศิษย์เก่าเภสัช มหิดล ได้ผลิตหน้ากากผ้ารุ่น MahidolPharmacyCareForU เพื่อแสดงถึงความห่วงใยมอบให้แก่นักศึกษา คณาจารย์ และบุคลากรของคณะฯ ทุกคน และมีจำหน่ายสำหรับศิษย์เก่าและผู้สนใจทั่วไปให้ได้สั่งซื้อทาง Line@ : @mupy_alumni ในราคา Set ละ 250 บาท ส่งฟรีทั่วไทย (หน้ากากผ้าสีเขียวมะกอก Set ละ 3 ชิ้น) สนใจสั่งซื้อกันได้เลยนะคะ

หากเครือข่ายวิชาชีพเภสัชกรรมหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับวิชาชีพเภสัชกรรม มีความประสงค์ที่จะส่งข่าวประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่สู่วิชาชีพสามารถฝากข้อมูลได้ที่ email : pharmathai2000@yahoo.com ได้เลยนะคะ

..... แล้วพบกันใหม่ในฉบับหน้า สวัสดีค่ะ .....

PAT NEWS
ข่าว ภสท.

โดย : ภญ.วรัญญู เล่งวิริยะกุล

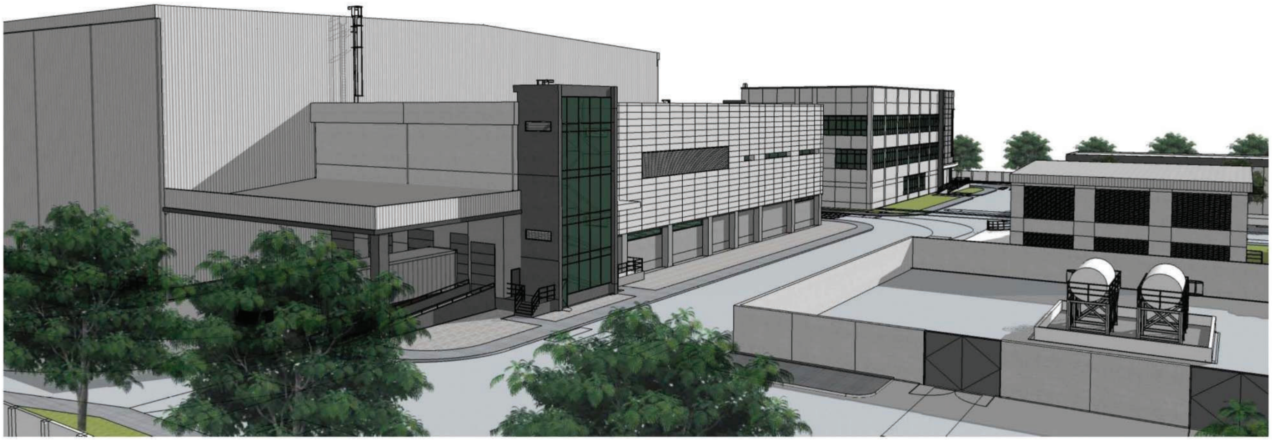
สวัสดีพี่ ๆ เพื่อน ๆ น้อง ๆ เภสัชกรทุกท่านค่ะ ก้าวเข้าสู่ครึ่งปีหลังของ พ.ศ. 2563 กันแล้วนะคะ ต้องยอมรับว่าเป็นช่วงที่เราทุกคนจะต้องมีการปรับตัวกันอย่างมาก ทั้งพฤติกรรมการใช้ชีวิต กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจ และองค์ความรู้ต่าง ๆ งานประชุมแบบพบปะเห็นหน้ากันก็ได้ถูกยกเลิก หรือเลื่อนออกไปก่อนทั้งหมด ทำให้การจัดงานประชุมหรืองานสัมมนาออนไลน์เข้ามามีบทบาทอย่างมากในปัจจุบัน

ในช่วงของ social distancing ที่ผ่านมาทางเภสัชกรรมสมาคมแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์เองก็ได้มีการปรับตัว และจัดให้มีกิจกรรมทางด้านวิชาการในรูปแบบออนไลน์ ในหลากหลายหัวข้อ รวมถึงนิยามใหม่ที่ถูกพูดถึงกันอย่างแพร่หลาย อย่าง New Normal โดยโครงการสัมมนาเชิงวิชาการนี้มุ่งเน้นเรื่อง การปรับตัวของวิชาชีพเภสัชกรรมต่อผลกระทบโควิด-19 ซึ่งเนื้อหาจะถูกแบ่งออกเป็นหลายภาคส่วนที่ต้องมีการปรับตัว ไม่ว่าจะเป็นการให้บริการทางด้านสุขภาพในโรงพยาบาลและร้านขายยา การจัดซื้อจัดจ้าง การรับยาใกล้บ้านตามนโยบาลลดความแออัด การนำเภสัชกรรมทางไกล (Telepharmacy) เข้ามาใช้ในการให้บริการสุขภาพ เป็นต้น โดยโครงการนี้จะจัดให้มีอย่างต่อเนื่องไปจนครบ 10 episodes อย่าลืมติดตามชมกันนะคะ

นอกจากนั้นแล้วทางเภสัชกรรมสมาคมแห่งประเทศไทยฯ ยังได้จัดให้มีการอบรมวิชาการเพิ่มเติมความรู้เกี่ยวกับโรค ยารักษาโรค และการจัดการกับผู้ป่วยในกลุ่มอาการต่าง ๆ ส่งตรงถึงที่บ้านพร้อมรับคะแนนการศึกษาต่อเนื่อง (CPE) กันตลอดทั้งเดือน และจะจัดให้มีอย่างต่อเนื่องไปตลอดทั้งปีอย่างแน่นอน ในช่วงวิกฤตแบบนี้เภสัชกรรมสมาคมแห่งประเทศไทยฯ ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญในการพัฒนาความรู้ความสามารถของบุคลากรในวิชาชีพของเรา โดยจะพัฒนาให้เกิดโครงการวิชาการใหม่ ๆ ขึ้นอย่างต่อเนื่อง เพิ่มช่องทางการเข้าถึงความรู้ ข้อมูลข่าวสาร ผ่านสื่อและห้องเรียนออนไลน์ให้ทุกท่านได้เรียนรู้อย่างจุใจ แต่ปลอดภัยห่างไกลโรคติดต่อ

ในทุก ๆ ไตรมาสที่ 3 ช่วงเดือนกันยายนของทุกปี กิจกรรมที่จะได้รับความสนใจจากสมาชิก ภสท. และเภสัชกรทุกท่าน ได้แก่ วันเภสัชกรโลก ซึ่งตรงกับวันที่ 25 กันยายน ของทุกปี ซึ่งปีนี้ FIP ได้กำหนดให้ "Transforming global health" เป็น theme ของวันเภสัชกรโลก 2563 โดยอธิบายวัตถุประสงค์ไว้ว่า "We aim to show how pharmacists contribute to a world where everyone benefits from access to safe, effective, quality and affordable medicines and health technologies, as well as from pharmaceutical care services." และเช่นเคยทางเภสัชกรรมสมาคมแห่งประเทศไทยฯ จะจัดให้มีกิจกรรมรณรงค์ด้านบทบาทวิชาชีพเภสัชกรรม และงานประชุมวิชาการที่สอดคล้องกับ theme ที่ FIP ได้ประกาศไว้ โดยกิจกรรมจะเป็นรูปแบบใดบ้างนั้นต้องขอเก็บเป็นความลับไว้ก่อนค่ะ ทุกท่านสามารถติดตามข่าวสารและข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ www.pat.or.th และ Facebook fanpage @pharmacythai ที่จะคอยแจ้งข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมวิชาการและกิจกรรมอื่น ๆ ของทางสมาคม ขอขอบคุณทุก ๆ ท่านที่ให้การสนับสนุนกิจกรรมของทางเภสัชกรรมสมาคมแห่งประเทศไทยฯ ด้วยดีมาโดยตลอด และหวังว่าจะได้รับการสนับสนุนจากท่านเช่นนี้ตลอดไปค่ะ

... พบกันใหม่ฉบับหน้า นะคะ ...



องค์การเภสัชกรรม (อภ.) เผย โรงงานผลิตยา เฟส 2 ก่อสร้างคืบหน้าแล้ว 30% เป็นไปตามแผน คาดเปิดทำการผลิตยาจำเป็นในระบบสาธารณสุข ได้ปี 2565

องค์การเภสัชกรรม (อภ.) เผย การก่อสร้างโรงงานผลิตยา เฟส 2 ที่คลอง 10 อ.ธัญบุรี จ.ปทุมธานี คืบหน้าแล้ว 30% เป็นไปตามแผน ดำเนินงานด้วยความโปร่งใส มีผู้สังเกตการณ์จากองค์กรต่อต้านคอร์รัปชัน ร่วมตรวจสอบ ตรวจรับงาน และให้คำแนะนำอย่างต่อเนื่อง คาดเปิดการผลิตได้ในปี 2565 เป็นโรงงานผลิตที่ทันสมัยและใหญ่ที่สุดในอาเซียน มาตรฐานคุณภาพและเทคโนโลยีระดับโลก ช่วยคนไทยเข้าถึงยาได้มากขึ้น

ดร.ภญ.มุกดาวรรณ ประกอบไวทยกิจ รองผู้อำนวยการองค์การเภสัชกรรม เปิดเผยถึงความคืบหน้าการดำเนินการก่อสร้างโรงงานผลิตยารังสิต ระยะที่ 2 บนพื้นที่ขององค์การเภสัชกรรม (คลอง10) อ.ธัญบุรี จ.ปทุมธานี ว่า โครงการดังกล่าวใช้เวลาในการก่อสร้างพร้อมติดตั้งระบบงานและเครื่องจักร เป็นระยะเวลา 3 ปี หรือประมาณ 1,080 วัน เริ่มตั้งแต่เดือนกรกฎาคม 2562 ถึง มิถุนายน 2565 โดยขณะนี้ ดำเนินการคืบหน้าไปแล้วประมาณ 30 เปอร์เซ็นต์ เร็วกว่าแผนงาน 30 วัน โดยได้ตอกเสาเข็มเสร็จแล้วทุกอาคาร ปัจจุบันอยู่ระหว่างดำเนินการงานก่อสร้างฐานราก เช่น คาน พื้นชั้นหนึ่ง งานติดตั้งท่อระบบล่อฟ้า จากนั้นจะดำเนินการก่อสร้างชั้น 2 และชั้นอื่นต่อไป โดยได้มีการดำเนินการคู่ขนานกับการจัดทำข้อกำหนดเครื่องจักรและคัดเลือก

ดร.ภญ. มุกดาวรรณ ประกอบไวทยกิจ
รองผู้อำนวยการ อภ.

เครื่องจักร และเทคโนโลยี ต่าง ๆ ที่ต้องใช้ในการผลิตยา อาทิ เครื่องจักรผลิตยาเม็ด ยาน้ำ ยาครีม และยาฉีด ตลอดจนรายละเอียดในการดำเนินงานเพื่อให้เป็นไปตามมาตรฐาน GMP-PIC/S คาดว่าจะสามารถเปิดทำการผลิตได้ภายในปี 2565 จะเป็นโรงงานผลิตที่ทันสมัยและใหญ่ที่สุดในอาเซียน และช่วยให้คนไทยได้เข้าถึงยาได้มากขึ้น

ในการดำเนินการก่อสร้างโรงงานนี้ องค์การได้เข้าร่วมลงนามในข้อตกลงคุณธรรม (Integrity Pact) เพื่อให้เกิดความโปร่งใส ตรวจสอบได้ ในการจัดซื้อจัดจ้าง การดำเนินงานต่าง ๆ ของโครงการ และเป็นไปตามนโยบายองค์กรคุณธรรมขององค์การฯ โดยทั้งนี้จะมีผู้สังเกตการณ์จากองค์กรต่อต้านคอร์รัปชั่น (ประเทศไทย) เข้าร่วมเป็นสักขีพยานและให้ข้อแนะนำในการดำเนินการในขั้นตอนต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง อาทิ การดำเนินงานจัดซื้อจัดจ้าง ตรวจรับงานในแต่ละงวด การจ่ายเงิน การปรับเปลี่ยนรายละเอียดในระหว่างการดำเนินงาน นอกจากนั้น องค์การฯ และบริษัทผู้รับจ้างก่อสร้างได้ลงพื้นที่ชุมชนรอบข้าง สื่อสารการดำเนินโครงการและดูแลคุณภาพชีวิตและผลกระทบต่าง ๆ ซึ่งพบว่ายังไม่มีการร้องเรียนผลกระทบสิ่งแวดล้อมจากชุมชนรอบพื้นที่การก่อสร้างฯ

รองผู้อำนวยการองค์การเภสัชกรรม กล่าวต่อไปว่า โรงงานแห่งนี้สร้างเพื่อรองรับกำลังการผลิตยาที่ย้ายฐานการผลิตมาจากโรงงานที่ ถนนพระรามที่ 6 เพื่อผลิตยาจำเป็นต่าง ๆ รวมทั้งผลิตยารายการใหม่ที่ได้ทำการวิจัยและพัฒนาสำเร็จ และด้วยเป็นโรงงานที่มีการนำเทคโนโลยีที่การผลิตและควบคุมคุณภาพที่ทันสมัยระดับโลก ทำให้มีศักยภาพสูง ทั้งในแง่ปริมาณยาที่ผลิตที่สามารถผลิตได้ในจำนวนมาก ๆ กับ มาตรฐานคุณภาพ GMP PIC/S และมาตรฐานระดับนานาชาติ ให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ โรงงานแห่งนี้จะทำการผลิตยาน้ำ ยาฉีด ยาครีม/ขี้ผึ้ง และยาเม็ด ในกลุ่มยารักษาโรคเรื้อรัง ยาที่มีปริมาณการใช้สูง ยาจำเป็น ได้แก่ ยารักษาโรคเอดส์ เบาหวาน ความดัน ลดไขมันในเส้นเลือด วัณโรค ยาช่วยชีวิต ยาฆ่าเชื้อ วิตามิน เป็นต้น เป็นโรงงาน Smart Industry ที่มีคุณภาพและเทคโนโลยีระดับสากล นำระบบอัตโนมัติและเทคโนโลยีสมัยใหม่ อาทิ เทคโนโลยี AI (Artificial Intelligence) เทคโนโลยีดิจิตอล (Digital Technology) เทคโนโลยีหุ่นยนต์ (Robotics) เทคโนโลยีการเชื่อมโยงเครือข่ายอินเตอร์เน็ตกับทุกสิ่ง (Internet of Things : IoT) เทคโนโลยีระบบบริหารจัดการและควบคุมอาคารอัตโนมัติ (Building Automation System) เข้ามาใช้ในส่วนงานที่เกี่ยวข้องกับการผลิต รวมถึงการจัดเก็บสินค้าใช้ระบบคลังอัตโนมัติ ASRS (Automated storage and retrieval system)

บทสัมภาษณ์โดย : ภญ.ศศิมา อาจสงคราม
บริษัท โพสเฮลท์แคร์ จำกัด

Pose Health Care

Professional Prevention Infection & Control

หากจะกล่าวถึงธุรกิจยุควิกฤติ **COVID-19** นับว่าเป็นความท้าทายของผู้ประกอบการเป็นอย่างมาก เพราะแทบจะไม่มีปัจจัยบวกต่อการดำเนินธุรกิจเลย และยังไม่เคยมีใครทราบได้เลยว่าวิกฤตินี้จะสิ้นสุดลงเมื่อไหร่ ธุรกิจส่วนใหญ่ในเวลานี้จึงตกอยู่ในสภาพที่มีแต่ทรงกับทรุด และต้องงัดทุกกลยุทธ์เพื่อประคับประคองฝ่ามรสุม COVID-19 ไปให้ได้

วันนี้วารสาร "ยาน่ารู้" ขอนำท่านผู้อ่านมาพบกับธุรกิจที่เติบโต "สวนกระแส COVID-19" เพราะมียอดขายสูงสุดในช่วงที่มีการระบาดของ COVID-19 และยังมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องในระดับที่น่าพอใจ แน่นอนว่าความสำเร็จในวันนี้ย่อมไม่ใช่เรื่องบังเอิญ แต่มีที่มาจากการเตรียมความพร้อมอยู่ตลอดเวลา ใช้ความเชี่ยวชาญที่มี แล้วมุ่งเน้นการต่อยอดเพื่อให้สามารถผลิตสินค้าและบริการที่แตกต่างด้วยการวิจัยและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยมีการวางแผนคาดการณ์ว่าธุรกิจจะมุ่งไปทางไหน และโฟกัสอยู่กับความเชี่ยวชาญเฉพาะของตนเอง

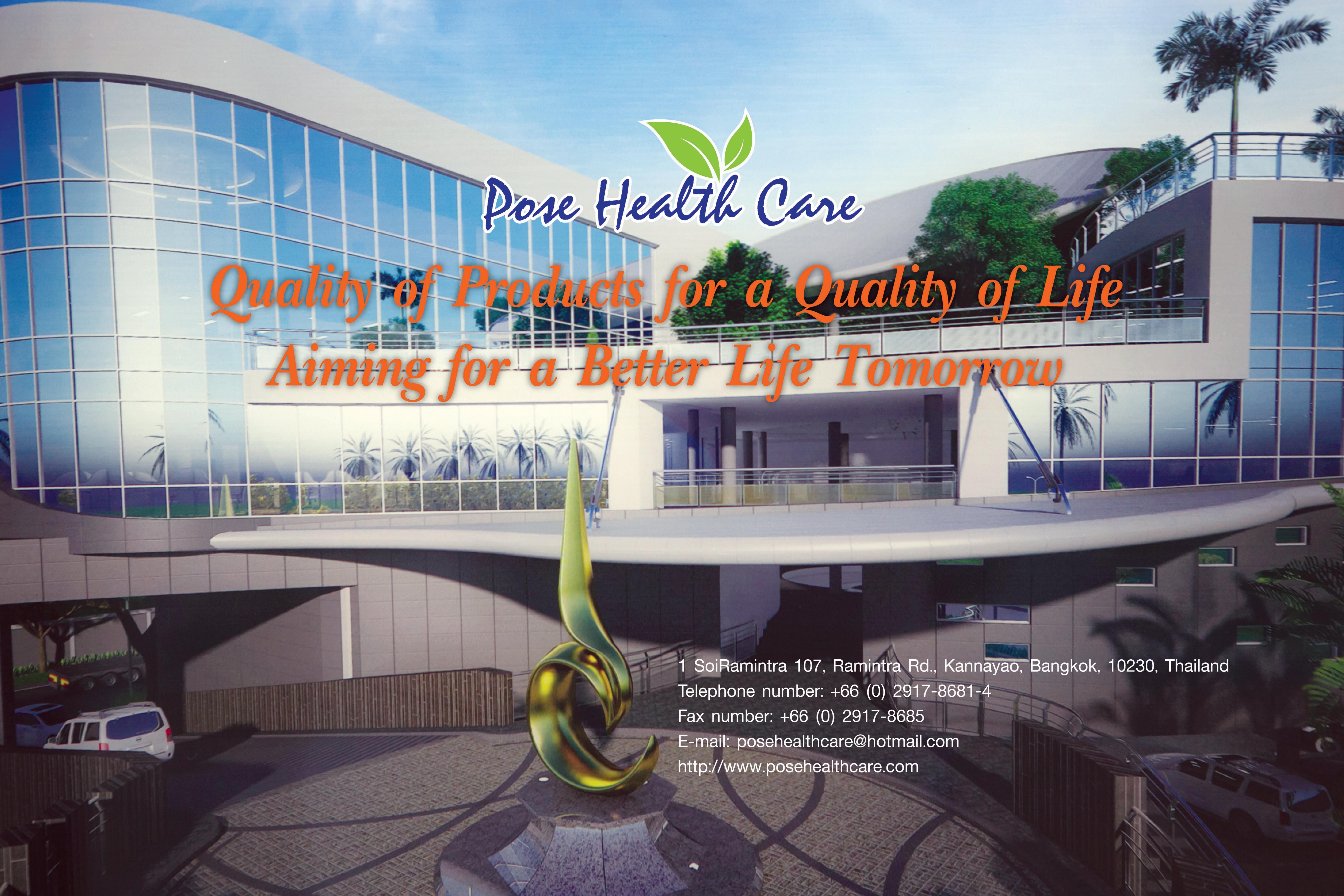
เก่งแล้วยังต้องบวกเฮงจึงจะสำเร็จ ในยุค COVID-19 สินค้าที่ขายดีที่สุดแห่งยุค ก็คงหนีไม่พ้นสินค้ากลุ่มผลิตภัณฑ์น้ำยาฆ่าเชื้อและป้องกันการติดเชื้อ กล่าวได้ว่ายุคนี้เป็นยุคของการเติบโตธุรกิจของ บริษัท โพสเฮลท์แคร์ จำกัด ซึ่งวางตำแหน่งของตนเองเป็นผู้นำของธุรกิจในการป้องกันและควบคุมการติดเชื้อ (Professional Prevention Infection & Control) ซึ่งเป็นสโลแกนของบริษัทฯและประสบความสำเร็จอย่างงดงาม นับเป็นการนำบทบาทวิชาชีพเภสัชกรรมมาต่อยอดสู่งานวิจัยและการพัฒนาภายใต้วิสัยทัศน์ของผู้นำองค์กรที่เป็นเภสัชกรคนเก่งชื่อ เภสัชกร ดร.พิสิฐ อุ่ยรุ่งโรจน์

วันนี้ คณะกรรมการอำนวยการเภสัชกรรมสมาคมแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ และคณะกองบรรณาธิการวารสารยาน่ารู้ ได้แก่ ภก.วิชา สุขุมาวาสี อุปนายกเภสัชกรรมสมาคมฯ ภก.ทวีพงษ์ เทียมสุวรรณ ที่ปรึกษาเภสัชกรรมสมาคมฯ และอดีตบรรณาธิการบริหารวารสาร "ยาน่ารู้" ภญ.ดร.พิกุล เสียงประเสริฐ ที่ปรึกษาเภสัชกรรมสมาคมฯ และ ภญ.ศศิมา อาจสงคราม อุปนายกเภสัชกรรมสมาคมฯ และบรรณาธิการวารสาร "ยาน่ารู้" ได้รับโอกาสให้เข้าพบและสัมภาษณ์ผู้บริหาร บริษัท โพสเฮลท์แคร์ จำกัด ได้แก่ ภก.ดร.พิสิฐ อุ่ยรุ่งโรจน์ CEO คุณธีรภัทร์ อุ่ยรุ่งโรจน์ รองกรรมการผู้จัดการฝ่ายบริหารและเทคนิค พญ.ภัทราพร อุ่ยรุ่งโรจน์ รองกรรมการผู้จัดการฝ่ายวิชาการและนวัตกรรม และภก.ดร.สุภกรณ จันทวงษ์ ที่ปรึกษาบริษัทฯ ด้านระบบมาตรฐานการผลิต ให้การต้อนรับอย่างอบอุ่นเป็นกันเอง การพูดคุยของเราในวันนี้จึงเต็มไปด้วยสาระที่น่าสนใจและรู้สึกภูมิใจที่ได้เห็นธุรกิจของคนไทยเติบโตและขยับขยายไปเปิดสาขาในต่างประเทศ นับเป็นต้นแบบแรงบันดาลใจให้เภสัชกรรุ่นหลังได้เป็นอย่างดี

คณะผู้บริหาร บริษัท โพสเฮลท์แคร์ จำกัด

9 8 7 6 1 2 3 4 5

1. ภก.ดร.พิสิฐ อู่รุ่งโรจน์
   ประธานกรรมการบริหาร
2. ผศ.ภก.ดร.เฉลิมพงษ์ แสนจุ้น
   ที่ปรึกษาด้านการวิจัยและนวัตกรรม
3. คุณธีรภัทร์ อู่รุ่งโรจน์
   รองกรรมการผู้จัดการฝ่ายบริหารและเทคนิค
4. พญ.ภัทราพร อู่รุ่งโรจน์
   รองกรรมการผู้จัดการฝ่ายวิชาการและนวัตกรรม
5. ภญ.ภัทรธิชา วีระกุล
   เภสัชกรวิจัยและพัฒนา
6. ภก.ดร.สุภกรรณ จันทวงษ์
   ที่ปรึกษาด้านระบบมาตรฐานการผลิต
7. ภก.สมบูรณ์ บุญส่งเสริมสุข
   เภสัชกรวิจัยและพัฒนา
8. ภก.ธนกฤต สุขเกื้อ
   เภสัชกรวิจัยและพัฒนา
9. ภก.ณาคริณ วดีอินทวงศ์
   เภสัชกรวิจัยและพัฒนา


Pose Health Care
Quality of Products for a Quality of Life
Aiming for a Better Life Tomorrow
1 SoiRamintra 107, Ramintra Rd., Kannayao, Bangkok, 10230, Thailand
Telephone number: +66 (0) 2917-8681-4
Fax number: +66 (0) 2917-8685
E-mail: posehealthcare@hotmail.com
http://www.posehealthcare.com

Pose Health Care

ภญ.ศศิมา : ได้ยินชื่อของ บริษัท โพสเฮลท์แคร์ จำกัด มานานแล้ว วันนี้ได้รับเกียรติเป็นอย่างสูงที่ได้มีโอกาสเข้ามาเยี่ยมชมและสัมภาษณ์เพื่อนำข้อคิดและสาระดี ๆ ไปฝากผู้อ่านวารสาร "ยาน่ารู้" นะคะ ต้องบอกว่าวันนี้เราได้แขกรับเชิญที่เข้ากับยุคสมัยจริง ๆ ผลิตภัณฑ์ของ บริษัท โพสเฮลท์แคร์ จำกัด นี่เป็นสิ่งที่ทุกคนบนโลกกำลังต้องการในเวลานี้ อันดับแรกเลยอยากให้ช่วยแนะนำตัวเอง และแนะนำ บริษัท โพสเฮลท์แคร์ จำกัด ว่ามีประวัติความเป็นมาอย่างไร วิสัยทัศน์ พันธกิจ ของบริษัทมีอะไรบ้างคะ

ภก.ดร.พิสิฐ : ผมจบ ม.ต้นที่โรงเรียนอัสสัมชัญลำปาง จบ ม.ปลาย จากโรงเรียนอำนวยศิลป์ พระนคร แล้วเข้ามหาวิทยาลัยในปี พ.ศ.2512 จบคณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ รุ่นที่ 6 ปริญญาโท Ex-MBA จากมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ และปริญญาเอก ด้าน Marketing Management จากประเทศสหรัฐอเมริกา ในส่วนของงานเพื่อสังคม ผมเป็นนายกสมาคมปริญญาโทสำหรับผู้บริหาร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ รองประธานและที่ปรึกษากลุ่มอุตสาหกรรมผู้ผลิตเครื่องมือแพทย์และสุขภาพ สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย คณะทำงานเว็บไซต์/ที่ปรึกษาพิเศษ มูลนิธิพระบรมราชานุสรณ์ พระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัย ที่ปรึกษาศูนย์ความเป็นเลิศนวัตกรรมวิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยีการวิเคราะห์ (I-ANALY-S-T) และคลัสเตอร์ความเป็นเลิศด้านเศรษฐกิจและสังคมบนฐานความหลากหลายทางชีวภาพ (B.BES-CMU) ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ นอกจากนี้ยังเป็นที่ปรึกษาคณะทำงานและจัดสร้างศูนย์การเรียนรู้กึ่งพิพิธภัณฑ์ "คน-ป่า-เหมี้ยง" ณ หมู่บ้านแม่กำปอง ตำบลห้วยแก้ว อำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่ เคยได้รับรางวัลเกียรติคุณนักศึกษาเก่าผู้ประสบความสำเร็จในวิชาชีพของคณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ประจำปี 2544 ศิษย์เก่าทรงคุณค่าของสมาคมศิษย์เก่าอัสสัมชัญลำปางในมูลนิธิคณะเซนต์คาเบรียลและศิษย์เก่าดีเด่น สาขาบริการสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ปี 2561

ส่วน บริษัท โพสเฮลท์แคร์ จำกัด ก่อตั้งปี พ.ศ.2530 ตอนเปิดบริษัทใหม่ๆ ผมก็ตั้งใจว่าจะผลิตยา โดยออกแบบให้ยาเม็ดเล็กที่สุด กินง่ายที่สุด ตอนนั้นทำยากลุ่มที่ใกล้จะหลุด Patent โดยว่าจ้าง 2 โรงงานทำการผลิต ตั้งใจว่าหากโรงงานเราเองสร้างเสร็จ เราจะเดินหน้าผลิตยากลุ่ม sustained release และยากลุ่ม NCDs ผมเคยบินไปดูเครื่องจักรที่ผลิตยา Sustain released ที่เยอรมันเลย

"เราเป็นบริษัทที่มุ่งเน้นเรื่องการวิจัยและพัฒนา **(Research& Development)** เราเป็น **Research Company**"

นะ ปรากฏว่ามีคนมาเตือนสติผม 2 ท่าน คือ ท่านอาจารย์สามารถ อังศุสิงห์ นายกเภสัชกรรมสมาคมขณะนั้น บอกว่าอย่าไปทำโรงงานยา เหมือนติดคุกเลยนะ (หัวเราะ) และอีกท่านคือ อาจารย์สสี ปันยารชุน ผู้ก่อตั้งคณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ท่านเอ่ยกับผมว่า พิสิฐอย่าไปทำนะโรงงานยาให้ทำอันนี้ แล้วท่านก็หยิบเอกสารบันทึกของท่านเองให้ผม ซึ่งเป็นตำรายาสมุนไพร ก็เลยทำให้ผมตัดสินใจไม่ทำแล้วโรงงาน ผลิตยา ในช่วงปี พ.ศ.2527 มีผู้ป่วยโรคเอดส์เสียชีวิต รายแรกของประเทศไทย ตอนนั้นผมมีการทำวิจัยเรื่อง น้ำยาฆ่าเชื้อ กับคุณหมอวิชาญซึ่งเป็นอาจารย์หมอที่เชี่ยวชาญเรื่องโรคเอดส์ โรงพยาบาลมหาราชนครเชียงใหม่ พอปี พ.ศ.2531 ผมก็ออกผลิตภัณฑ์ POSE-DEX (Glutaraldehyde) ต่อจากนั้นก็มีผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการวิจัยและพัฒนาออกสู่ตลาดเรื่อยมา จนปัจจุบันที่เป็นไฮไลท์คือ ผลิตภัณฑ์ทำลายเชื้อที่เป็นประจุบวก อันนี้เกิดจากการนำเอาองค์ความรู้ของวิชาชีพเภสัชกรรมของเรามาบูรณาการร่วมกับ Guideline หรือวิธีปฏิบัติการดูแลและป้องกันการติดเชื้อในผู้ป่วยแล้วนำมาต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์แบบประจุบวก เรายังทำงานวิจัยและพัฒนาอย่างต่อเนื่องจนได้รับการตีพิมพ์ในวารสารวิชาการในระดับนานาชาติอีกด้วย ผลงานวิจัยยังบอกกับเราด้วยว่าจะต้องใช้ร่วมกับผลิตภัณฑ์อื่นที่เป็นประจุบวกด้วย ซึ่งในขณะที่ผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ในท้องตลาดส่วนใหญ่เป็นประจุลบ ความรู้พื้นฐานทางเภสัชกรรมที่เราเรียนมาทำให้เราสามารถเข้าใจกลไกการออกฤทธิ์ ความไม่เข้ากันและทำเรื่องนี้ได้ดีขึ้น งานวิจัยอีกตัวที่อยู่ระหว่างการดำเนินงานคือ ผลิตภัณฑ์น้ำยาล้างทำความสะอาด Endoscope, Laparoscopy ตลอดจนเครื่องมือแพทย์ชิ้นเล็กและมีท่อหรือรูกลวง ชนิดเอนไซม์ (Enzymatic detergent) ที่สามารถขจัดคราบไบโอฟิล์มได้

ตอนนี้ทางบริษัทฯ กำลังเตรียมทำผลิตภัณฑ์สำหรับสังคมผู้สูงอายุ (Aging Society) ผลิตภัณฑ์กลุ่มเครื่องสำอางก็ทำแบรนด์ของตัวเองชื่อ Pose' Derma คำว่า “POSE” มีที่มาคือ ตัวอักษร “P” มาจากชื่อพ่อ “พงษ์” ตัวอักษร “O” คือนามสกุล “อุ่ยรุ่งโรจน์” ตัวอักษร “S” มาจากชื่อแม่ “สาหร่าย” ส่วนตัวอักษร “E”มาจาก Enterprise นั่นเอง ส่วนผลิตภัณฑ์ Pose' Derma เป็นการนำงานวิจัยมาต่อยอด อย่างตัวครีมนี้เป็นผลิตภัณฑ์แรกที่เราวางจำหน่ายได้ประมาณ 2 ปีแล้ว โดยการต่อยอดจากงานวิจัยที่ใช้หญ้าขนที่วัวกินมาสกัดสารสำคัญออกมา ซึ่งมีฤทธิ์กระตุ้นสร้างคอลลาเจน ยับยั้งเอนไซม์ที่สลายคอลลาเจนและอีลาสติน รวมทั้งสามารถป้องกันยูวีได้และสามารถลดอาการแพ้ของผิวหนังได้ เมื่อนำมาใช้เป็นสารออกฤทธิ์ในผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางพบว่าประสิทธิภาพในการลดเลือนริ้วรอยดีอย่างยิ่ง นอกจากนี้ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางของเรายังเติม Hyarulonic Acid น้ำผึ้งธรรมชาติ และทองคำลงไปด้วย อีกผลิตภัณฑ์นึงของบริษัทฯ จะเป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพ ในนาม แบรนด์ OREZ หากอ่านผ่านกระจก จะอ่านว่า ZERO หมายถึงไม่เติมน้ำตาลและมีประโยชน์ต่อสุขภาพทนต่อความร้อนจึงสามารถใช้ได้ในขนมอบต่าง ๆ ได้อย่างพวกเบเกอรี่และขนมไทยที่หวานมาก เช่น ฝอยทอง โดยผลิตภัณฑ์ OREZ นั้นสามารถนำไปใช้ทดแทนการใช้น้ำตาลได้ ซึ่งช่วยลดความเสี่ยงต่อการเป็นโรคเบาหวาน นอกจากนี้เรายังมีธุรกิจเบเกอรี่ที่เชียงใหม่ ชื่อฝ้ายเบเกอรี่ เราได้ปรับให้เป็นเบเกอรี่สุขภาพ โดยไร้น้ำตาลและไขมันทรานส์ เพิ่มคอลลาเจน Plantsterol ชาเมี่ยงสกัด และแก่นตะวัน เป็นต้น ตอนนี้ทางบริษัทฯ กำลังมองหาตัวแทนจำหน่ายอยู่นะครับ

Professional
Prevention Infection Control
กับยอดขายสูงสุดในช่วงที่มีการระบาดของ "สวนกระแส COVID-19"

พอมาถึงช่วงที่เริ่มมีการระบาดของเชื้อไวรัสโคโรน่าสายพันธุ์ใหม่ (SARS-CoV-2) ในประเทศไทยช่วงเดือนกุมภาพันธ์ที่ผ่านมา เนื่องจากบริษัทฯ เราผลิตภัณฑ์กลุ่มน้ำยาฆ่าเชื้อที่ใช้ในโรงพยาบาล ประสบปัญหาวัตถุดิบขาดแคลนเพราะผู้ผลิตสต๊อกไว้ให้ประเทศผู้ผลิตวัตถุดิบเพื่อสำรองไว้ใช้กับการระบาดของเชื้อไวรัสโคโรน่าสายพันธุ์ใหม่ เราก็เลยต้องมานั่งคิดแก้ปัญหาว่าเราคงต้องลดการพึ่งพาวัตถุดิบที่นำเข้าจากต่างประเทศ มุ่งทำการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำยาฆ่าเชื้อจากวัตถุดิบที่ผลิตได้ในประเทศ ทางบริษัทฯ จึงทำการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำยาฆ่าเชื้อโดยใช้ Sodium Hypochlorite กับ Hydrogenperoxide ซึ่งเป็นวัตถุดิบที่ผลิตได้ในไทยและมีประสิทธิภาพในการฆ่าเชื้อไวรัสโคโรน่าสายพันธุ์ใหม่ได้สำเร็จ โดยใช้ความเข้มข้นต่ำสุด เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ POSE-CLORITE PLUS ใช้โดยผสม 1 ส่วนต่อน้ำ 320 ส่วน ตรงนี้ผมใช้องค์ความรู้ด้านเภสัชกรรมในการพัฒนาสูตรน้ำยาฆ่าเชื้อให้เสริมฤทธิ์กัน (Synergistic Effect) ประสบความสำเร็จอย่างมากเพราะใช้ความเข้มข้นเพียง 180 พีพีเอ็มก็สามารถฆ่าเชื้อไวรัสโคโรน่าได้ ปกติต้องใช้คลอรีนที่ความเข้มข้น 5,000-10,000 พีพีเอ็ม จึงจะสามารถฆ่าเชื้อได้ ตรงนี้ก็จะไปสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ของบริษัทฯ คือ เป็นผู้นำด้าน Professional Prevention Infection Control พันธกิจขององค์กร คือ จะทำการวิจัยและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยความร่วมมือกับสถาบันการศึกษา/สถาบันวิจัยและสหวิชาชีพ เพื่อให้เกิดองค์ความรู้ใหม่หรือนวัตกรรมนำมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้ป้องกันการแพร่กระจายของเชื้อ และผลิตภัณฑ์ฆ่าเชื้อของบริษัทฯ ซึ่งปัจจุบันเรามีทั้งผลิตภัณฑ์ในกลุ่มเครื่องมือแพทย์และวัตถุอันตราย เช่น ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ทำความสะอาดมือ ผลิตภัณฑ์ที่ใช้กับเครื่องมือแพทย์ ผลิตภัณฑ์ที่ใช้กับผู้ป่วยผลิตภัณฑ์ที่ใช้กับสิ่งแวดล้อม ผลิตภัณฑ์ที่ใช้กับผ้า ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารและผลิตภัณฑ์เวชสำอางด้วยครับ

ภญ.ศศิมา : ทราบมาว่าบริษัท โพสเฮลท์แคร์ จำกัด มีโครงการจะสร้างโรงงานใหม่เพื่อที่จะเพิ่มกำลังการผลิต ให้เพียงพอต่อความต้องการใช้สินค้าที่เพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก อยากให้เล่าถึงโรงงานแห่งใหม่ด้วยค่ะ

ภก.ดร.พิสิฐ : โรงงานใหม่ของเรามีเนื้อที่ 43 ไร่ อยู่บนถนน 4 เลน เชื่อมถนนสุวินทวงศ์กับบางนา-ตราด ลักษณะเป็นอาคารสไตล์สมัยใหม่ (Modern) ทางบริษัทฯ ได้ให้สถาปนิกออกแบบอาคารสำนักงานเป็นพิเศษ หากมองลงมาจากบนท้องฟ้าจะเห็นเป็นสัญลักษณ์โลโก้ของ บริษัท โพสเฮลท์แคร์ จำกัด คือเป็นรูปตัว P เราจะใช้พื้นที่ 25 ไร่ ในการสร้างอาคารผลิต เนื้อที่ที่เหลือจะวางแผนสำหรับการขยับขยายในอนาคต โดยเราได้วาง Concept ของ “POSE” ดังนี้ “P”: Professional Prevention Infection Control in 2P คือ Products & Platforms, “O”: Oui in 2O คือ Omniscient & Originality, “S”: Specialist in 2S คือ Sustainable Research Development & Envelopment, และ “E”: Excellence in 2E คือ Efficient & Effectiveness โดยโรงงานแห่งใหม่ของเราจะเป็นระบบ Fully automate ทั้งหมด ตอนแรกเราวางแผนว่าจะต้องสร้างเสร็จภายในไตรมาสที่ 3 ปีหน้า แต่เรามาเจอสถานการณ์การระบาดของไวรัสโคโรน่าสายพันธุ์ใหม่เลยทำให้ต้องเลื่อนแผนการสร้างออกไปกลายเป็นเสร็จประมาณต้นไตรมาสที่ 4 และต้องพยายามเสร็จทันกับการดำเนินการของ Pose Health Care (SZ) Limited ณ เมืองเซินเจิ้น ประเทศจีนในปีหน้า ซึ่งตรงนี้ต้องขอบคุณนโยบาย Eastern Economic Corridor (EEC) และ East-West Economic Corridor (EWEC) ของรัฐบาลที่วางรากฐานไว้ทำให้เราได้มีโอกาสขยายเชื่อมต่อ One Belt One Road ของจีนได้ดียิ่งขึ้น

ภญ.ศศิมา : เมื่อพูดถึง “Pose Health Care” อยากให้ผู้บริโภค หรือลูกค้าของเราจะนึกถึงอะไรเป็นอันดับแรก และมองว่าอะไรคือ Brand DNA ของสินค้าของเราคะ

ภก.ดร.พิสิฐ : สิ่งที่ลูกค้าเราจะนึกถึง คือ นวัตกรรม และนี่คือปัจจัยสำคัญที่ทำให้เราไม่ถูก Disrupt เราเป็น Professional Infection Control ส่วน Brand DNA คือ เราเป็นบริษัทที่มุ่งเน้นเรื่องการวิจัยและพัฒนา (Research& Development) เราเป็น Research Company มีงานวิจัยที่ได้รับการตีพิมพ์ในวารสารวิชาการในระดับนานาชาติ ซึ่งผู้ที่ทำวิจัยก็เปรียบเสมือนเป็น Brand Ambassador ให้เราด้วย เราจะเน้นงานวิจัยที่เป็น Demand-side Research ไม่ใช่ Supply-side Research เพราะเราจะมุ่งเน้นไปที่ผู้ปฏิบัติงานเป็นหลัก งานวิจัยและพัฒนาของบริษัทฯ เรายังเป็นแบบ Transdisciplinary research คือต้องเป็นการทำวิจัยระหว่างบุคลากรหลากหลายวิชาชีพร่วมกัน เพื่อให้เกิดการบูรณาการความเชี่ยวชาญของแต่ละสาขาวิชาชีพ ทำให้งานวิจัยมีความสมบูรณ์แบบและความยั่งยืนมากยิ่งขึ้น

ภญ.ศศิมา : ปัจจุบัน Pose Health Care ได้รับการรับรองมาตรฐานอะไรบ้างคะ

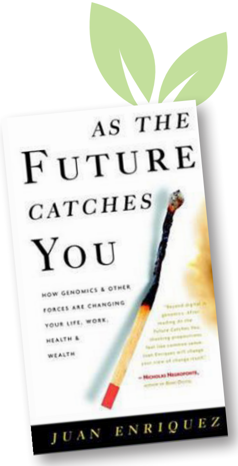
ภก.ดร.พิสิฐ : มีมาตรฐาน GMP วัตถุอันตรายและเครื่องมือแพทย์ ระบบบริหารคุณภาพ ISO13485/ISO9001 ปัจจุบันกำลังทำ Good DistributionPractice (GDP), The Common Submission Dossier Template (CSDT) และ GMP เครื่องสำอาง

ภญ.ศศิมา : ถือว่าเป็นธุรกิจที่ใช้เงินงบประมาณลงทุนเยอะมากนะคะ เพราะเน้นที่งานวิจัย เน้นการวัดผลทาง Lab ซึ่งค่าใช้จ่ายมาก ในขณะที่บริษัทอื่น เขาไม่เน้นเรื่องนี้ เขาจะเน้นขายอย่างเดียว นี่ถือว่ามี Barrier to Entry เยอะมากนะคะ

ภก.ดร.พิสิฐ : บางทีผมก็แปลกใจตัวเองเหมือนกันว่าผมทำอะไรลงไป (หัวเราะ) แต่ผมก็ภูมิใจเพราะเราได้รับการยอมรับจากแพทย์และบุคลากรทางการแพทย์ งานวิจัยของเราได้มีโอกาสไปนำเสนอในงานประชุมวิชาการในระดับนานาชาติทั้งในรูปแบบ Oral & Poster presentation อย่างเช่น งานประชุมวิชาการนานาชาติ APSIC (The Asia Pacific Society of Infection Control) ในปี ค.ศ. 2017 และปี ค.ศ.2019, งานประชุมวิชาการ ICC 2017, Taiwan (international congress of chemotherapy and infection 2017), งานประชุมวิชาการนานาชาติ ICC & ISAAR สาธารณรัฐเกาหลีในปี ค.ศ.2019 ซึ่งนักวิจัยของบริษัทฯ ได้รับรางวัล Young Travel Grant Award เป็นต้น

ภญ.ศศิมา : ยุคนี้ที่เรียกได้ว่าเป็นยุคที่เทคโนโลยีครอบงำโลกและเกิด Disruption มากมาย ตรงนี้เรามีวิธีปรับตัวอย่างไรบ้างคะ

ภก.ดร.พิสิฐ : ผมอ่านหนังสือ "As the Future Catches You" หนังสือเล่มนี้จะบอกเราว่า มี 3 องค์ความรู้ที่เราต้องเดินตาม หากเราต้องการจะไปต่อถ้าไม่มีองค์ความรู้เหล่านี้เราจะถูก Disruption แน่นอน คือ Digital Technology รุ่นผมไม่มีความรู้เลยจำเป็นต้องศึกษาเพิ่มเติม โชคดีที่ไปป์ (ธีรภัทร) จบสาขานี้ ทำให้เราต่อยอดได้ ส่วน Genomics เรื่องรหัสพันธุกรรม และ Nano technology เราเป็นเภสัชกรพอมีความรู้พื้นฐานที่จะศึกษาต่อยอดได้ง่าย ยิ่งปัจจุบันองค์ความรู้เปลี่ยนเร็วมากเป็นแบบ Exponential เราต้องยิ่งศึกษาหาความรู้ตลอดเวลา ไม่ว่าจะเป็นพวก Artificial Intelligence(AI), Internet of Thing (IOT), Blockchain, Mobile Broad Brand, Social Media, Webbot, Chatbot ฯลฯ ส่งผลให้ธุรกิจแบบดั้งเดิม Disruption สมัยก่อนเราวางแผนการตลาดเป็นแบบ Linear เติบโตแบบคงที่ แต่เดี๋ยวนี้มันไม่ใช่แล้ว หรือแม้แต่โรคระบาด Bill Gate ได้ทำนายล่วงหน้าตั้งแต่ปี ค.ศ.2015 ว่าอีก 15 ปีจะมีโรคระบาดครั้งใหญ่ทั่วโลก ปรากฏว่าแค่ 5 ปี COVID-19 ก็มาแล้ว มีการพูดถึง Bioscience อย่าง Clean Energy และ Genomic มากมาย เราก็เอาองค์ความรู้พวกนี้แหละมา Integrate แม้แต่สิ่งที่เราร่ำเรียนกันตามตำราทางการตลาดที่บอกว่า ประเทศไหนผลิตสินค้าได้ราคาถูก เราไม่ต้องผลิตซ้ำ เพราะเราจะผลิตได้ในราคาต้นทุนสูงกว่า เมื่อเกิดวิกฤตสินค้าที่จำเป็นที่เราต้องพึ่งพาประเทศอื่นก็เกิดปัญหาขาดตลาดอย่างรุนแรง เช่น ผ้าปิดจมูกและชุด PPE เป็นต้น นอกจากนี้ Phillip Kotler ปรมาจารย์ด้านการตลาดของโลกยังกล่าวว่า หลัก 4P ในการตลาดแบบเดิมไม่เพียงพอกับการตลาดสมัยใหม่ ต้องมีอีก 2P จึงจะเติบโตอย่างยั่งยืน คือมี P-People และ P-Planet หมายความว่าต้องใส่ใจคน ไม่ว่าพนักงาน ลูกค้า รวมถึงประชาชนทั่วไป และสิ่งแวดล้อม



ภญ.ศศิมา : จากจุดเริ่มต้นในการก่อตั้งบริษัท จวบจนปัจจุบัน อะไรคือ Key Success Factor ของความสำเร็จในวันนี้

ภก.ดร.พิสิฐ : Key Success Factor ของเราคือ "นวัตกรรม" การวางแผนที่ดี ต้องมีแผนที่ชัดเจนแล้วเดินตามแผน จะต้องเติม Input ที่ถูกต้อง เพื่อให้ได้ Output ที่คาดหวัง และต้องทำอย่างต่อเนื่อง ต้องมีเป้าหมายที่แน่นอน ต้องอ่านหนังสือเยอะ ๆ สมัยก่อนผมต้องขับรถไปห้องสมุดกลางของกระทรวงอุตสาหกรรม เพื่อไปอ่าน Chemical abstract และพวก Patent ที่นั่น เพื่อค้นคว้าและค้นหาหลุมพรางจาก Guideline มาทำ Research ต่อ

ภญ.ศศิมา : ปัจจุบัน Pose Health Care ได้มีการส่งสินค้าออกไปจำหน่ายยังต่างประเทศบ้างหรือไม่ มีประเทศใดบ้าง

ภก.ดร.พิสิฐ : เราเน้นการจำหน่ายในประเทศเป็นหลัก ในส่วนของ Cambodia-Laos-Myanmar-Vietnam (CLMV) นี่เราก็มีลูกค้าอยู่ค่อนข้างเยอะ

“นวัตกรรม”

คือคำตอบที่จะทำให้เรา**เติบโตอย่างยั่งยืน**

ภญ.ศศิมา : ภาพรวมของตลาดในปัจจุบันบริษัทฯ มุ่งเน้นการทำการตลาดไปที่ภาคส่วนใด หรือกลุ่มลูกค้ากลุ่มใดเป็นพิเศษมั้ยคะ

ภก.ดร.พิสิฐ : เราจะเน้นการทำตลาดที่กลุ่มบุคลากร Infectious Control เช่น แพทย์ พยาบาลและเภสัชกรในโรงพยาบาล และกลุ่มผู้สูงอายุ มีงานวิจัยตัวหนึ่งของเราที่ได้ทุนวิจัยร่วมมหาวิทยาลัยเชียงใหม่จาก สวรส. คือ แผ่นเช็ดล้างไตทางหน้าท้องเพื่อป้องกันการติดเชื้อ เป็นต้น

ภญ.ศศิมา : สินค้าของบริษัท ตัวไหนที่เป็น Flagship Product และสินค้าตัวไหนที่เป็นสินค้าใหม่ล่าสุดของบริษัทที่อยากแนะนำ

ภก.ดร.พิสิฐ : ผลิตภัณฑ์กลุ่ม STEREX® คือ Flagship Product ส่วนสินค้าตัวใหม่ของบริษัทฯ ที่อยากแนะนำคือ Spray for Mask ที่ทำให้เราสามารถใช้ Mask ซ้ำได้หลายครั้ง เป็น Prevention อย่างหนึ่งสารออกฤทธิ์คือ Cationic Antiseptic ส่วน Virulex hand gel ก็ต่อยอดมาจากงานวิจัยเป็นเจลประจุบวกซึ่งจะ Compatible กับ Chlorhexidine เป็นสูตรเฉพาะที่ถูมือให้แห้งภายในเวลา 20 วินาที ไม่เหนียวเหนอะหนะ ให้ความชุ่มชื้นและจะรู้สึกว่ามือนุ่ม นอกจากนี้เรายังมีผลิตภัณฑ์ใหม่เป็นแปรงสีฟันที่ใช้กับผู้ป่วยติดเตียงหรือผู้ป่วยที่ใช้เครื่องช่วยหายใจ มันจะช่วย Suction น้ำลายออก ทั้งยาสีฟันและน้ำยาป้ายปากที่ใช้ก็เป็นชนิดประจุบวก ซึ่งจะช่วยป้องกันการติดเชื้อในขณะใส่เครื่องช่วยหายใจ โดยเราใช้องค์ความรู้ด้านเภสัชกรรมมาช่วย ตรงนี้มันยังมีช่องว่างของตลาดอยู่และจะสามารถช่วยผู้ป่วยได้มากมาย นอกจากนี้ยังพัฒนาผลิตภัณฑ์การป้องกันการติดเชื้อจากการใส่สายสวนปัสสาวะ โดยใช้ Chlorhexidine 0.5% แต่ Chlorhexidine เป็นประจุบวก ดังนั้นสบู่เหลวที่ใช้ทำความสะอาด Perineum ก็ต้องเป็นประจุบวกด้วย ตรงนี้เรามีงานวิจัยรองรับและกำลังจะทำเป็น Kit Set เพื่อสร้าง New Normal ให้เป็น Guideline ของประเทศ และมีราคาที่คนไข้สามารถเข้าถึงได้

ภญ.ศศิมา : หลักการทำการตลาดของบริษัท มีแนวคิดในการทำการตลาดให้แตกต่างจากคู่แข่งได้อย่างไร และสินค้าของเรามีความแตกต่างจากสินค้าคู่แข่งอย่างไรบ้าง

ภก.ดร.พิสิฐ : เราทำการวิจัยเป็น Research Base ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดร่างกาย เช่น สบู่เหลวและเจลแอลกอฮอล์ในท้องตลาดเป็นประจุลบจะลดประสิทธิภาพการทำลายเชื้อโรคของ Chlorhexidine และน้ำยาฆ่าเชื้อ เราจึงควรต้องใช้ Hand Gel ประจุบวก ซึ่งเราได้นำเสนอที่งานประชุมวิชาการระดับนานาชาติที่ไต้หวัน และสาธารณรัฐเกาหลี จนทำให้เกิดการยอมรับในวงกว้างในวงการแพทย์ในเวลาต่อมาผมยึดหลักการบริหารแบบเต๋า คือเราต้องตั้งเป้าหมายว่าเราจะเดินไปที่ไหน ต้องทำตัวเหมือนน้ำ น้ำจะไหลไปอย่างโค้งคดเคี้ยวเพื่อให้ถึงเป้าหมาย ต้องเย็นและนิ่งให้เหมือนน้ำ น้ำสามารถกัดกร่อนหินได้ น้ำสามารถจะปั้นให้เป็นอะไรก็ได้ แต่เวลาดำดิ่งลึกหรือไหลเชี่ยวก็จะไหลไปอย่างรวดเร็ว

ภญ.ศศิมา : เนื่องจากธุรกิจที่ทำอยู่เข้าข่ายสินค้าที่มีนวัตกรรม ตรงนี้เรามีแนวคิดในการบริหารจัดการนวัตกรรมอย่างไรบ้าง

ภก.ดร.พิสิฐ : เราต้องจดสิทธิบัตรเพื่อคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาหรือบางผลิตภัณฑ์อาจเป็นความลับทางการค้า แนวคิดในการบริหารจัดการนวัตกรรม คือ ศึกษา Guideline ต่าง ๆ หาหลุมพลางแล้วนำไปวิจัยเพื่อต่อยอด

ภญ.ศศิมา : ต้องยอมรับว่า เด็กรุ่นใหม่ในสมัยนี้ มีความเป็น Entrepreneurship สูงอยากมีธุรกิจเป็นของตนเอง ท่านอยากฝากอะไรถึงเภสัชกรที่มีความสนใจจะทำธุรกิจผลิตเคมีภัณฑ์เครื่องมือแพทย์ เขาจำเป็นต้องมีความรู้ และเตรียมวางแผนในเรื่องใดบ้าง และอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจนี้ มีอะไรบ้าง

ภก.ดร.พิสิฐ : เวลาผมขึ้นพูดเรื่อง Start Up กับเด็ก ๆ ผมจะย้ำเสมอว่า คำว่า Start Up เนี่ย มันลงท้ายด้วย ตัว “P” ซึ่งมันมีความหมายได้ 2 แบบนะ คือ แป้ก กับ ป๊อก (หัวเราะ) แป้ก 99% ป๊อกอาจจะมีแค่ 1% มีบริษัทหนึ่งเป็นอาจารย์หมอ เขาทำเนื้อเยื่อเทียมที่ผ่าตัดสมองใช้ดีมาก จดสิทธิบัตรแล้วด้วย แต่ทำการตลาดไม่ได้ ผมเลยบอกว่า เรานำงานวิจัยที่เป็นวิทยาศาสตร์ อย่างเดียวไม่เพียงพอ ต้องนำเอาความรู้หลักการทางด้านศิลปะบริหารเข้ามาร่วมด้วย จึงจะประสบผลสำเร็จ นอกจากนี้ คือเรื่องของความเพียรต้องมีจำคำไว้ “อีกนิดหนึ่ง” ต้องอดทน อย่าเพิ่งท้อใจ เวลาเราเจอปัญหา ให้บอกตัวเองว่าให้พยายาม “อีกนิดหนึ่ง” และเราต้องพยายามหาความรู้ใหม่ ๆ อยู่เสมอ

ภญ.ศศิมา : เราควรทำอย่างไร ให้ผู้ผลิตเคมีภัณฑ์หรือเวชภัณฑ์สัญชาติไทย สามารถเป็นที่ยอมรับในระดับสากลเพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืนได้

ภก.ดร.พิสิฐ : เราส่งงานวิจัยไปในงานประชุมวิชาการระหว่างประเทศ เพื่อคัดเลือกให้ตีพิมพ์ Journal ในระดับนานาชาติ เพื่อให้ รร. แพทย์ยอมรับในผลงานเรา ที่ผ่านมาเราได้รางวัลงานวิจัยดีเด่น และได้รางวัลยอดเยี่ยมอีกด้วย งานวิจัยหลายตัวมีประโยชน์ต่อวงการแพทย์และสาธารณสุข เช่น การป้องกันเชื้อดื้อยา สิ่งเหล่านี้จะช่วยให้เราเป็นที่ยอมรับและเติบโตได้อย่างยั่งยืน

ภญ.ศศิมา : COVID-19 ทำให้หลายธุรกิจต้องพลิกผันจากหน้ามือเป็นหลังมือ เราจะพลิกวิกฤติ COVID-19 ให้เป็นโอกาสทางธุรกิจได้ เราจะต้องปรับตัวอย่างไรบ้าง

ภก.ดร.พิสิฐ : ปรับตัวอย่างไร ก็ต้องเหมือนกับที่เราเคยปรับมาแล้ว มันต้องมาทาง Prevention แน่นอน และเราต้องสร้างอุปนิสัยของการป้องกันเชื้อ ซึ่ง Mask จะต้องเป็นสิ่งที่เราต้องใช้ประจำ การล้างมือ อะไรพวกนี้ ตอนนี้ผมกำลังทำวิจัยและพัฒนาเตียงคนไข้ที่มีม่านเคลือบน้ำยาฆ่าเชื้อกั้น โดยต่อยอดจากผลิตภัณฑ์กลุ่ม STEREX® ของเรา ผ้าม่านนั้นเราก็ใช้ผ้าชนิด Non-woven ก็สามารถเอามาทำ Mask ได้ด้วยเรื่องพวกนี้จริง ๆ แล้วไม่ใช่เราคิดได้คนเดียว คนอื่นก็คิด แต่ใครจะทำได้ก่อนอันนี้ต่างหากสำคัญ

ภญ.ศศิมา : มีคำกล่าวที่ว่า โลกจะไม่มีวันกลับไปเหมือนเดิมภายหลังเกิดโรคระบาด COVID-19 โลกยุคหลังโควิดจะเปลี่ยนแปลงไปอย่างสิ้นเชิง เกิดเป็น New Normal ใหม่มองว่า New Normal ใหม่ที่จะเกิดขึ้นมีอะไรบ้างและวิชาชีพเภสัชกรรมควรต้องปรับตัวอย่างไร รวมถึงธุรกิจต้องปรับตัวอย่างไรบ้างคะ

ภก.ดร.พิสิฐ : เราต้องใส่ใจการป้องกันเป็นหลัก

ภญ.ศศิมา : ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมานับตั้งแต่เริ่มก่อตั้งบริษัทฯ เราประสบปัญหาอะไรบ้าง และก้าวผ่านปัญหาเหล่านั้นมาได้อย่างไร อะไรคือแรงบันดาลใจที่ทำให้เราก้าวผ่านทุกอุปสรรคมาได้จนประสบความสำเร็จอย่างในวันนี้

ภก.ดร.พิสิฐ : เยอะเลย ปัญหามีมากมายทั้งภายในองค์กร ซึ่งเราสามารถแก้ไขได้ ส่วนปัญหานอกองค์กร เช่น กฎระเบียบและข้อกำหนด เราต้องปรับตัวเพื่อให้บริษัทฯ อยู่รอด ดังที่กล่าวมา เราต้องมุ่งมั่นติดตามข่าวสารวิชาการตลอดเวลา

ภญ.ศศิมา : กฎระเบียบ ภาครัฐ ที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจที่ทำอยู่มีอะไรบ้าง และอยากฝากอะไรถึงภาครัฐบ้างคะ

ภก.ดร.พิสิฐ : กฎระเบียบและข้อกำหนดของหน่วยงานราชการ คือ กลไกสำคัญในการขับเคลื่อนประเทศไปได้ ดังนั้น ข้าราชการต้องปรับเปลี่ยน Mindset ให้สอดคล้องกับบริบทที่สามารถผลักดันให้ทันต่อการแข่งขันระหว่างประเทศ เราก็ยังมีจุดอ่อนที่ทำไม่ได้ในบางเรื่อง เช่น เรายังไม่สามารถจะ Drive ธุรกิจให้เติบโตเร็วได้เหมือนในบางประเทศ เช่น สิงคโปร์ เพราะระบบบางอย่างในประเทศเราไม่เอื้อ

ภญ.ศศิมา : อยากให้ช่วยฝากอะไรถึงเภสัชกรผู้อ่านวารสาร “ยาน่ารู้” ด้วยค่ะ

ภก.ดร.พิสิฐ : ผมอยากให้เภสัชกร แสดงบทบาททางวิชาชีพให้เต็มที่ สังคมก็จะยอมรับเรา ผมคิดว่าปัจจุบัน AI มีบทบาทมาก หากพูดถึงเรื่องความรู้ต่างๆ AI มีหมด แต่สิ่งที่ AI ทำแทนเราไม่ได้คือเรื่อง Soft Skill เราก็ต้องทำ SWOT Analysis ตัวเองก่อน เราต้องเก็บเกี่ยวองค์ความรู้ใหม่ ๆ ตลอดเวลา งาน “นวัตกรรม” คือคำตอบที่จะทำให้เราเติบโตอย่างยั่งยืน Soft Skill สำคัญ อันนี้เป็นทางศิลปศาสตร์หมดเลย และวิชาชีพเภสัชเราได้เปรียบ เพราะเรามีทั้งศาสตร์และศิลป์ เภสัชมีความรู้ด้าน Basic Science เยอะมาก แต่เราต้องเพิ่มเติมในส่วนของความคิดเชิงนวัตกรรมเข้าไป เป็นไปได้มั้ยเรามาสอนให้เภสัชรุ่นหลัง ศึกษา Patent แล้วคิดต่อยอดว่าจะพัฒนาต่ออย่างไร อยากให้เราวางหลักสูตรให้มองแบบ Macro มองภาพกว้าง แต่เภสัชเราจะเรียนเชิงลึกแนว Micro ทำให้เราไม่เห็นภาพใหญ่ ต้องเอาทั้งสายวิทย์และสายศิลป์มาบูรณาการกัน ทำไมเภสัชต้องมีใบประกอบโรคศิลปะ คำว่า “ศิลปะ” มันคือ Soft Skill มหาวิทยาลัยต้องสอนให้เด็กมี Creativity และ Adaptation ให้ได้ ต้องสามารถปรับตัวได้ตามบริบทที่มันเปลี่ยนไปและ Integrate ความรู้ที่ได้เรียนรู้มาทั้งหมด ให้สามารถนำมาปรับใช้กับการทำงานในชีวิตจริงได้ อย่างเรื่องการป้องกันการติดเชื้อนี่ เราต้องเจอกับเชื้อที่มันเก่งขึ้น ปัจจุบันมันกลายพันธุ์ ลักษณะ Horizontal คือ เชื้อดื้อยาแบบข้ามเผ่าพันธุ์แบบ Genetic Transfer โดย Plasmid DNA ที่ดื้อยานั้นสามารถถ่ายทอดรหัสพันธุกรรมมายังเชื้อที่ยังไม่ดื้อยากลายเป็นเชื้อดื้อยาในที่สุด เราก็ต้องไปคิดสร้างวิธีแก้ปัญหาใหม่ให้สอดคล้องกับบริบทที่เปลี่ยนไป

นับว่าความสำเร็จของ **Pose Health Care** ในวันนี้ มาจากวิสัยทัศน์ของผู้นำองค์กรที่สามารถนำพาองค์กรให้เติบโตสวนกระแส พลิกวิกฤตให้เป็นโอกาสได้อย่างน่าชื่นชม **สิ่งที่บริษัทฯ ยึดมั่นมาตลอดการดำเนินธุรกิจนั่นคือ การวิจัย พัฒนาและนวัตกรรม ที่นอกจากจะช่วยส่งเสริมให้ธุรกิจเติบโตได้อย่างยั่งยืนแล้ว ยังช่วยให้ประเทศไทยสามารถป้องกันและลดความเสี่ยงการติดเชื้อในผู้ป่วย** ลดการนำเข้าลดการขาดดุลการค้า และสร้างบรรทัดฐานใหม่เพื่อลดภาวะเชื้อดื้อยา เพิ่มคุณภาพชีวิตที่ดีให้แก่ผู้ป่วย

วารสาร “ยาน่ารู้” และเภสัชกรรมสมาคมแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ ขออวยพรให้ธุรกิจ **Pose Health Care** ประสบความสำเร็จอย่างงดงาม **เป็นผู้นำในตลาด Prevention Infection Control ได้อย่างยั่งยืนตลอดไป** นะคะ

ผู้บริหาร บริษัท โพสเฮลท์แคร์ จำกัด และกองบรรณาธิการวารสารยาน่ารู้

เรียงจากซ้ายไปขวา

1. คุณธีรภัทร์ อู่ยรุ่งโรจน์
2. ภก.สมบูรณ์ บุญส่งเสริมสุข
3. พญ.ภัทราพร อู่ยรุ่งโรจน์
4. ภญ.ดร.พิกุล เสียงประเสริฐ
5. ภญ.ศศิมา อาจสงคราม
6. ภก.วิชา สุขุมาวาสี
7. ภก.ทวีพงษ์ เทียมสุวรรณ
8. ภก.ดร.พิสิฐ อู่ยรุ่งโรจน์
9. ผศ.ภก.ดร.เฉลิมพงษ์ แสนจุ้น
10. ภญ.ภัทรธิชา วีระกุล
11. ภก.ดร.สุภกรรณ จันทวงษ์
12. ภก.ณาคริณ วดีอินทวงศ์
13. ภก.ธนกฤต สุขเกื้อ

ช่องทางในการติดต่อบริษัท โพสเฮลท์แคร์ จำกัด

www.posehealthcare.com

LINE : posehealthcare

LINE : POSE INTELLIGENCE

LINE : posederma

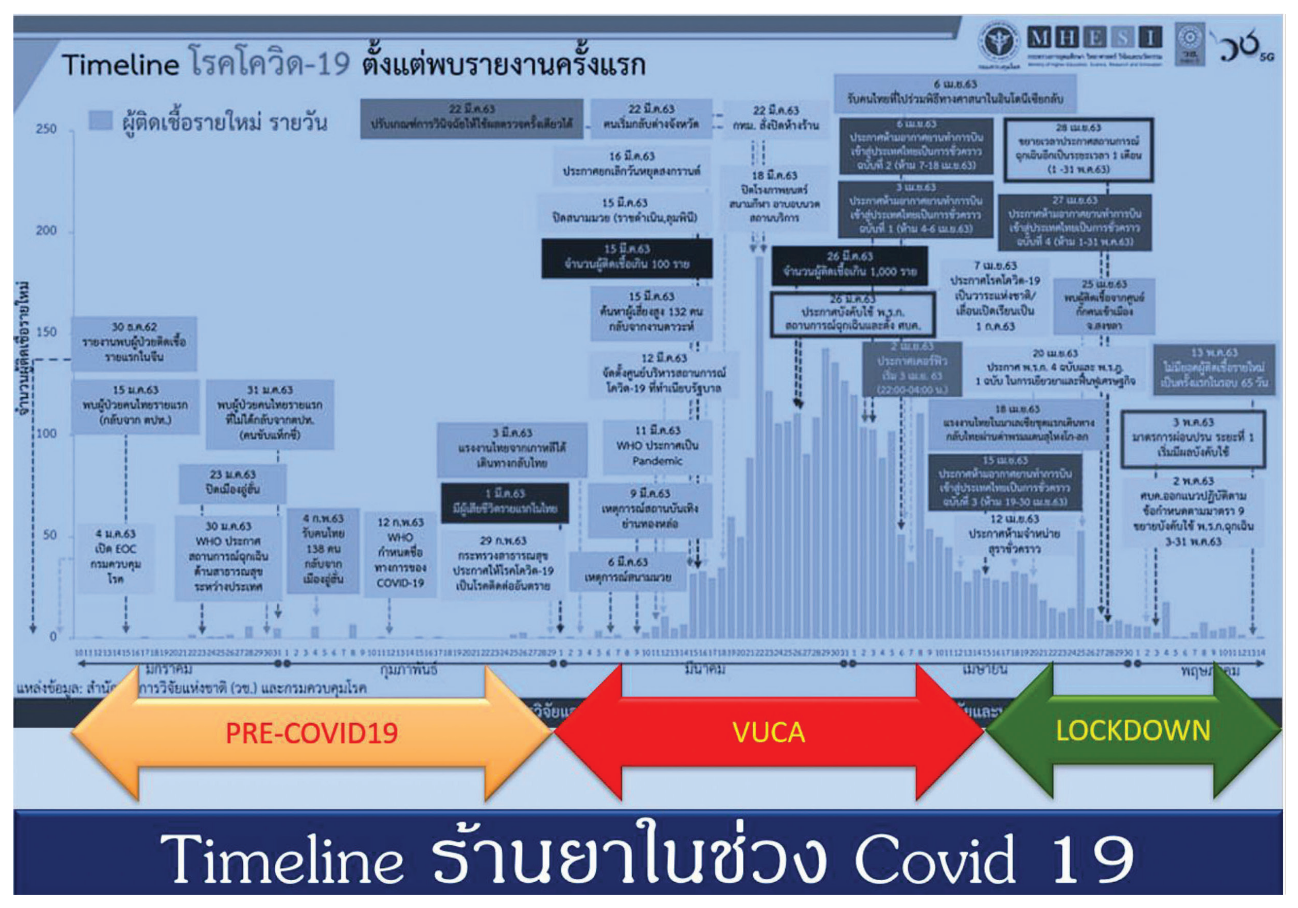
LINE : orez

LINE : FAI HEALTH

บทความโดย : ภก.อุทัย สุขวิวัฒน์ศิริกุล

COVID 19 มา
ร้านยาเภสัชกรรับมืออย่างไร?

ในที่สุดย่างเข้ามาถึงเดือน 7 ของการแพร่ระบาดของ**ไวรัสสายพันธุ์ใหม่** COVID-19 เป็นปีใหม่ที่เร็ว คือ ฉลองปีใหม่ด้วยการมาของโรคไวรัสมรณะ แล้วก็ช้าเพราะทุกคนต่างมีประสบการณ์ต้องกักตัวอยู่บ้านกันมาตลอดครึ่งปีที่ผ่านมา ในมุมมองของเราอาจจะเห็นภาพเพียงแค่ Curfew หรือการเริ่ม Lockdown แต่ร้านยาเป็นหนึ่งในกิจการไม่กี่ประเภทที่ทางภาครัฐเห็นความจำเป็นที่เป็นด่านหน้าในการบรรเทาโรคภัยเบื้องต้นให้กับประชาชน จึงอนุญาตให้เปิดร้านยาได้ตลอดทุกวันที่ผ่านมา เภสัชกรร้านยาจึงเป็นหนึ่งในวิชาชีพที่คอยดูแลพี่น้องร่วมชาติผู้อยู่ภายใต้ความหวั่นวิตกและความไม่แน่นอนของโรคร้ายที่มองไม่เห็นมาตลอด เมื่อเป็นดังนี้จึงอยากมาสรุปเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในทุกวัน แบ่งออกมาเป็นช่วงเวลา จะทำให้เห็นภาพของการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมของคนไทยในการมาขอรับบริการและจับจ่ายซื้อยาว่าเป็นอย่างไร? เพื่อให้เห็นว่าวิชาชีพเภสัชกรมีบทบาทอย่างไรในการยามที่พี่น้องคนไทยอยู่ในช่วงวิกฤตินี้



แหล่งข้อมูลของรูปประกอบ มาจาก สำนักการวิจัยแห่งชาติและกรมควบคุมโรค

โควิด 19 มา ร้านยาเกิดอะไรขึ้น

นับตั้งแต่มีรายงานข่าวเกี่ยวกับโรคปอดอักเสบครั้งแรกเมืองอู่ฮั่น ประเทศจีน เมื่อวันสิ้นปี 2562 กระทั่งพบการระบาดในประเทศไทยและอีกหลายประเทศ ข้ามมาปีใหม่ในช่วงเดือนมกราคม 2563 จนนำมาสู่การประกาศภาวะฉุกเฉินด้านสาธารณสุขระหว่างประเทศขององค์การอนามัยโลก และตามมาด้วยการประกาศใช้ พรก.ฉุกเฉิน โดย ศบค. ในประเทศไทย เราลำดับเหตุการณ์การแพร่ระบาดของโรคนี้จึงเริ่มตั้งแต่เดือนธันวาคมปีที่แล้วจนถึงปัจจุบันในสิ้นเดือนพฤษภาคมและรอยต่อมิถุนายนของปีนี้ ผลกระทบต่อการใช้ชีวิต เศรษฐกิจและจิตใจมีมากมายที่พวกเราได้สัมผัสมาตลอด

ในภาคธุรกิจเช่นเดียวกัน การกักตัวและปิดประเทศส่งผลใหญ่หลวงต่อหลายกิจการ โดยเฉพาะการท่องเที่ยว อุตสาหกรรมยานยนต์และอสังหาริมทรัพย์ ร้านยาเป็นหนึ่งในน้อยกิจการที่ไม่มีออกคำสั่งให้ปิดจากภาครัฐ เป็นที่น่าสนใจมากว่า อะไรเกิดขึ้นกับการที่ประชาชนแห่มาที่ร้านยามาเรียกหาซื้ออะไร? ยอดขายเป็นอย่างไร สินค้าอะไรขายดี? ปัญหาที่ร้านยาต้องผจญและแนวทางแก้ไขตามมาดูกัน

จากการรวบรวมข้อมูลจากหลายช่องทาง ร้านยาทั้งค้าปลีกและค้าส่ง รวมไปถึงบริษัทยา ช่วงเวลาหลัก ๆ ของเหตุการณ์สำคัญพอจะสรุปออกมาได้ “วงจร Covid19 ในร้านยา” ซึ่งจะสอดคล้องเป็นไปตามการวิจัยของบริษัทวิจัย “นีลเส็น” KEY CONSUMER BEHAVIOR THRESHOLDS IDENTIFIED AS THE CORONAVIRUS OUTBREAK EVOLVES ได้แบ่งระยะเวลา การเกิดสถานการณ์โควิด-19 เป็น 6 ขั้น ซึ่งแต่ละประเทศจะอยู่ในลำดับขั้นที่แตกต่างกัน

แต่เราพอจะสรุป Timeline ร้านยาได้เป็น 3 ช่วงเวลาและเหตุการณ์หลัก ๆ ได้ดังนี้

	#4 QUARANTINED LIVING PREPARATION	#5 RESTRICTED LIVING	#6 LIVING A NEW NORMAL
PREDICTION	Online shopping infrastructure will be put to the test.	Supply chain challenges will drive consumers to be less price sensitive on high demand packaged goods or those that guarantee hygiene standards.	Crisis-buying patterns during the outbreak will speed adoption of new, permanent behavior change.
EARLY INDICATORS	In Italy, consumers grew heavily reliant on online shopping and fulfillment (while significantly reducing in-store visits) to meet their health and household needs. This will challenge areas where fulfillment infrastructure cannot keep up with demand.	China experienced severely restricted shopping trips and online fulfillment challenges at this stage. And, price hikes on in-demand products will occur in some countries, but not all. We expect these factors will drive increased basket sizes in other markets and in some cases, influence consumer willingness to spend more on hygiene needs and healthful food products.	New health and safety labeling may be critical in winning over cautious consumers, based on changes made in China, particularly in home delivery products. Older generations are turning to online shopping to meet more of their household needs.

รูปประกอบ มาจาก KEY CONSUMER BEHAVIOR THRESHOLDS IDENTIFIED AS THE CORONAVIRUS OUTBREAK EVOLVES

1. PRE-COVID19 รับรู้ข่าวสาร โควิด-19

เริ่มตั้งแต่อังคารที่ 31 ธันวาคม 2562 เริ่มมีรายงานข่าวเกี่ยวกับผู้ป่วยโรคปอดอักเสบที่ไม่ทราบสาเหตุเป็นครั้งแรกในเมืองอู่ฮั่น เมืองเอกของมณฑลหูเป่ยทางตอนกลางของจีน จนถึงศุกร์ที่ 3 มกราคม 2563 จีนรายงานอย่างเป็นทางการว่าโรคปอดอักเสบที่ระบาดในเมืองอู่ฮั่นมีสาเหตุจากไวรัสโคโรน่าสายพันธุ์ใหม่ และสามารถแพร่จากคนสู่คนได้ ประเทศไทยเริ่มดำเนินการคัดกรองผู้ป่วยที่เดินทางมาจากเมืองอู่ฮั่น

สัญญานของการตระหนกโรคนี้ในร้านยานั่นก็คือ “ชาวจีนที่มาเที่ยวและพำนักในบ้านเรา” เริ่มออกมา “กว้านซื้อ” สินค้าป้องกันโรคติดเชื้อไวรัส เพื่อนำส่งญาติพี่น้องในบ้านเกิดที่เริ่มมีการติดเชื้อมากขึ้น ๆ และเก็บไว้ใช้เตรียมตัวเดินทางกลับประเทศบ้านเกิดของตัวเอง เวชภัณฑ์ที่ขายดีอย่างมาก ได้แก่ หน้ากาก N95 เจาะจงยี่ห้อ 3M รวมไปทั้งหน้ากากอนามัยแบบ Surgical mask ตามมาด้วยยาลดไข้ ยาฆ่าเชื้อ ยาที่เชื่อตามกระแสและข่าวลือว่ารักษาโควิดได้ IR Thermometer ทิชชูฆ่าเชื้อ น้ำยาฆ่าเชื้อ รวมไปถึงเจลล้างมือแอลกอฮอล์ ที่แต่เดิมเป็นสินค้าที่คนทั่วไปไม่รู้จักเลย แต่มาวันนี้สินค้าทุกชิ้นที่เคยมีการนำส่งจากบริษัทเริ่มหมดไป และที่หน้าร้านยามีเท่าไหร่ก็ไม่พอขาย

ยอดขายร้านยาช่วงแรกจะค่อย ๆ เติบโตแบบเพิ่มขึ้น ๆ โดยมีแรงกระตุ้นจาก “การรับรู้ข่าวสาร” ซึ่งในช่วงนี้ร้านยาปกติจะขายดีอยู่แล้ว เนื่องมาจากเพิ่งหมดปีใหม่ คนไทยในบ้านเราเองไปเที่ยวและกลับมาซื้อยารักษาอาการโรคต่าง ๆ ระหว่างเดินทางไปท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ

ร้านยาที่จับกระแสของอุบัติการณ์ของโรคนี้ได้ก่อน มีฐานลูกค้าที่เริ่มมีความตระหนกจะเริ่มออกมาหาสินค้าดังกล่าว หากเริ่มต้นวางแผนเสาะหายาและเวชภัณฑ์ที่จำเป็นจะมีโอกาสดีที่สุดในการเตรียมรับมือสำหรับช่วงต่อไป

2. VUCA เริ่มไปตรวจสุขภาพและกักตุนสินค้าอย่างสับสนและไม่รู้อนาคต

ยอดขายในร้านยาเริ่ม "ขยับ" ตั้งแต่ 12 มกราคม 2563 เมื่อกระทรวงสาธารณสุข ยืนยันพบผู้ป่วยติดเชื้อโควิด-19 ในประเทศไทยครั้งแรกเป็นนักท่องเที่ยวหญิงชาวจีนที่เดินทางมาจากเมืองอู่ฮั่น และเมื่อเริ่มมีชายไทยป่วยโควิด-19 เสียชีวิตรายแรกในประเทศเราเมื่อวันที่ 1 มีนาคม 2563 กระแสข่าวแห่งความตื่นตระหนกที่โดนโหมโดนสื่อต่าง ๆ และข่าวลือเป็นตัวกระตุ้นให้ยอดขาย "ทะยาน" สูงขึ้นทันที จากการรวบรวมข้อมูลจากเพจร้านยานอกกะลา ส่วนใหญ่ร้านยาเติบโตมากกว่า 20% จากปีที่แล้วอันเนื่องมาจากสภาวะ VUCA คือ ทั้งประชาชนลูกค้าและตัวเภสัชกรร้านยาเอง ต่างเข้าใจเพียงแต่ว่าโรคนี้เป็นความเสี่ยงหรือ VUCA อันได้แก่ Volatility มีความผันผวนของยอดติดเชื้ออยู่ทุกวัน การรายงานยอดผู้เสียชีวิต และการสอบทานตามหาว่าติดเชื้อมาจากที่ใด ทำให้ลูกค้าเกิดความกังวลใจว่าตนเองควรเตรียมการป้องกันตนเองและครอบครัวได้อย่างไร? Uncertainty เกิดความไม่แน่นอนของคนไข้ว่าต้องรีบตุนยาจำเป็นอะไร? ต้องซื้อในปริมาณแค่ไหน? Complexity ปัญหาของการแพร่ระบาดเป็นเรื่องโรคก็จริงแต่มีความซับซ้อนมากทั้งสภาวะจิตใจเศรษฐกิจ และรูปแบบการใช้ชีวิตที่ต้องเปลี่ยนไปในการรับมือมหันตภัยที่มองไม่เห็น และ... Ambiguity เกิดความคลุมเครือที่ไม่รู้ว่าอนาคตจะเกิดอะไรขึ้น และต้องทนรอไปอีกนานแค่ไหน? อะไรคือจุดสิ้นสุดว่าประชาชนจะกลับไปใช้ชีวิตตามปกติได้อีก?

ลูกค้าส่วนใหญ่ที่มาร้านยาโดยตรง คือ ประชาชนคนไทยเอง และชาวต่างชาติที่เดินทางไปไหนไม่ได้ ที่เริ่มตระหนักในการมีจริงของโรคและอัตราการตายที่เพิ่มมากขึ้น ๆ ลูกค้าหลายคนที่ยังไม่เจ็บป่วยรุนแรงจนต้องเข้าโรงพยาบาลยังไม่มีโอกาสในการเข้าถึงการตรวจว่ามีการติดเชื้อ สินค้าที่ขายดีมากนอกเหนือจากที่กล่าวมาในช่วงแรกจะเพิ่มด้วย ชุดตรวจการติดเชื้อด้วยตนเอง ส่วนใหญ่จะมีจำหน่ายในช่องทางอินเตอร์เน็ต ส่วนคนไข้ที่มีกำลังซื้อสูงและวิตกกังวลจากความเสี่ยงที่ตนเองอยู่นอกบ้านตลอดเวลาเป็นส่วนใหญ่ อาจจะนำเชื้อเข้าสู่บ้านและครอบครัวจึงเลือกไปรับบริการตรวจสุขภาพจากโรงพยาบาลที่ยังมีค่าใช้จ่ายสูงอยู่มาก

กลุ่มยาที่ขายดีส่วนใหญ่เป็นยาสำหรับโรคเรื้อรัง ได้แก่ โรคหัวใจ ความดัน เบาหวาน ไขมันในเลือดสูง และยาสำหรับผู้สูงอายุ เพราะคนไข้ไม่สามารถไปพบแพทย์ได้สะดวก และการไป refill จากหน่วยงานรับผิดชอบมีการหยุดการให้บริการ หรือมี Telemedicine รวมไปถึง Telepharmacy อีกด้วยในโรงพยาบาลที่พร้อมบริการ

ความต้องการสินค้าของคนไข้ในช่วงนี้จะเป็นไปตามกระแสข่าวต่าง ๆ ที่คนไข้เสพสื่อจากหลากหลายช่องทางและเกิดความกลัวจนกระทั่งต้องการในการตุนยาและเวชภัณฑ์ให้มากที่สุด ร้านยาที่รู้จักช่องทางในการสรรหาพันธมิตรใหม่ ๆ ในการหาสินค้ามาขาย จะมีโอกาสตักตวงรายได้ในช่วงนี้ได้มากที่สุด

3. LOCKDOWN หยุดทุกอย่างกักตัวอยู่บ้านและปิดประเทศ

ในร้านยาที่สามารถจับความต้องการสินค้าที่คนไข้อยากได้และสามารถ "หาสินค้ามาขายได้" ช่วง VUCA จะเป็นช่วงที่ยอดขายสูงสุด สินค้าต่าง ๆ เริ่มขาดแคลนและมีการกักตุนจากช่องทางปกติ ลงไปสู่ช่องทาง E-Commerce และตลาด Social media แอลกอฮอล์เจลเริ่มมีจำหน่ายมากขึ้นเพราะกฎกระทรวง อย. ระบุว่าเป็นเครื่องสำอางพิเศษที่ใคร ๆ ก็ผลิตและออกมาขายได้ สินค้าที่ขาดหาย

ไปเลยคือแอลกอฮอล์น้ำ และน้ำยาฆ่าเชื้อรวมไปถึงหน้ากากอนามัยแบบ Surgical mask

กลุ่มยาที่เริ่มขาดแคลน ได้แก่ ยากลุ่มโรคเรื้อรัง อันมีสาเหตุมาจากการที่คนไข้เกิดการกักตุนยามากขึ้น และโรงงานยาผู้ผลิตเริ่มขาดแคลนวัตถุดิบที่ส่งมาจากต่างประเทศหลัก ๆ ในประเทศจีน และอินเดีย ที่เริ่มมีการระบาดของโรคอย่างมากจนต้องปิดโรงงาน รวมไปถึงระบบขนส่งที่หยุดงานไปเนื่องจากการ Shutdown ประเทศเหล่านั้น ระบบ Logistic ระดับประเทศมีการขนส่งยาได้ไม่ราบรื่นส่งผลให้ยาหลายตัวเริ่มขาดหายไปจากบริษัทยาและร้านยา

อย่างไรก็ตาม ยอดขายที่คนไข้เข้ามาในร้านยายังมากขึ้น ๆ เรื่อย ๆ จนกระทั่งวันที่ 13 เมษายน ถึงแม้ว่าจะมีการยกเลิกวันหยุดสงกรานต์จากทางการ แต่ในทางปฏิบัติภาคประชาชนมีการหยุดการทำงานพร้อม ๆ ไปกับการที่ WFH และเด็กนักเรียน LFH ไปด้วย จากมาตรการในการ Lockdown ที่ประกาศมาก่อนจะเริ่มส่งผลสู่ยอดคนไข้ที่มาขอรับบริการจากร้านยาลดลง ๆ การบริการของเภสัชกรขณะนี้ จึงเป็นการให้คำปรึกษาโรคทั่ว ๆ ไป จนล่วงมาถึงมาตรการผ่อนคลายต่าง ๆ ซึ่งเราจะได้นำเสนอในบทความต่อไป ในตอนที่ว่า “ร้านยาหลังคลาย Lockdown และ New Normal” ต่อไป

แหล่งข้อมูล

KEY CONSUMER BEHAVIOR THRESHOLDS IDENTIFIED AS THE CORONAVIRUS OUTBREAK EVOLVES https://www.nielsen.com/us/en/insights/article/2020/key-consumer-behavior-thresholds-identified-as-the-coronavirus-outbreak-evolves/

สมวลี ลิมป์รัชตามร, Next for Thais เทรนด์ผู้บริโภคไทยก้าวต่อไป หลังสถานการณ์โควิด-19 https://www.linebiz.com/th/news/20200417/

THE STANDARD ECONOMIC FORUM, Consumer behavior trends https://thestandard.co/economic-forum-business-300563/

Insights พฤติกรรมการซื้อคนไทยต่อสินค้า “FMCG – High Involvement – Retail” ก่อน-ระหว่าง-หลัง COVID-19 https://www.marketingoops.com/reports/consumer-insights-and-purchase-behaviors-in-fmcg-high-involvement-product-retail-and-service-covid-19/

จับตา 7 กลุ่มอุตสาหกรรม และพฤติกรรมผู้บริโภค กับผลกระทบจาก COVID-19 https://positioningmag.com/1275105

จับตา 6 เทรนด์ “ค้าปลีกไทย” กับการเปลี่ยนแปลง “Retail Landscape” ใหม่ หลังวิกฤต COVID-19 https://www.marketingoops.com/reports/industry-insight/6-trends-of-retail-landscape-after-covid-19/

กลยุทธ์การ “ตั้งราคาและออกโปรโมชัน” ท่ามกลางวิกฤต COVID-19 ที่ผู้ค้าปลีกควรทราบ https://positioningmag.com/1277199

โควิด-19 : ธุรกิจขาขึ้นในช่วงเศรษฐกิจขาลงผลพวงไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ https://www.bbc.com/thai/thailand-52163423

“The Day After Tomorrow-ตลาดร้านยาไทยในครึ่งปีหลัง 2563” https://marketeeronline.co/archives/169066

เภสัชกรด่านหน้าดูแลประชาชน สู้วิกฤต COVID-19 https://news.thaipbs.or.th/content/290033

โควิด-19 พลิกโฉมระบบบริการทางการแพทย์ใหม่ : แนวคิด “Healthcare Service Delivery” ฉบับตำรับไทย https://www.thunkhaochannel.com/healthcare-service-delivery/?fbclid=IwAR2WlY-MgG9ZEKmHECOJb0nNhZ96cH2gqLGpQuCKS0LKXn1J6ks6idYchnQ

การดำเนินชีวิตในวิถีรูปแบบใหม่ *New Normal*

สวัสดีค่ะ ท่านสมาชิก จากวันแรกที่เริ่มมีการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 จนถึงตอนนี้ก็เป็นเวลากว่าครึ่งปีแล้วนะคะ คนไทยและประชากรทั่วโลกต่างก็ผ่านช่วงที่ยากลำบากกันมา ต้องช่วยกันคิด ช่วยกันสู้กับเชื้อโรคตัวจิ๋ว ที่มองไม่เห็นด้วยตา แต่อำนาจทำลายล้างสูงเหลือเกิน สามารถโจมตีมนุษยชาติอย่างหนักหน่วงยิ่งกว่าสงคราม ทำให้เราสูญเสียทั้งบุคคลอันเป็นที่รัก ระบบเศรษฐกิจและการค้าแทบล่มสลาย ส่งผลต่อการประกอบอาชีพ การกินอยู่ และการใช้ชีวิตของเราทุกคน นอกจากนี้ยังส่งผลให้การพัฒนาโครงสร้างสาธารณูปโภคภายในประเทศ การศึกษา การดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ของทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ต่างหยุดชะงักงันไปทั้งหมด จำเป็นต้องอาศัยเวลากว่าที่จะฟื้นฟูกลับขึ้นมาใหม่

แต่ภายหลังการฟื้นตัวครั้งนี้ เราต้องยอมรับความจริงกันว่า ไม่มีอะไรที่จะเหมือนเดิมอีกต่อไป ไม่ว่าเราจะพร้อมหรือไม่ ก็คงปฏิเสธการดำเนินชีวิตในวิถีรูปแบบใหม่ หรือ *New Normal* ไม่ได้ เราต้องเปิดใจ เรียนรู้ และปรับตัวกันไปนะคะ ผู้เขียนขอเป็นกำลังใจให้ทุกท่าน และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าเราจะมีวัคซีนป้องกันไวรัสนี้มาใช้กันในเร็ววันค่ะ

สำหรับคอลัมน์ภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารในวันนี้ จะเป็นการทบทวนคำศัพท์ที่เกี่ยวกับ *New Normal* พอให้คุ้นหูคุ้นตา คล่องปาก เพื่อเป็นแนวทางในการพูดคุยสนทนากันนะคะ

Some changes in human behavior during the time of COVID-19 are expected to become the 'new normal.'

พฤติกรรมมนุษย์ที่เปลี่ยนแปลงไปในช่วงสถานการณ์โควิด-19 ซึ่งจะกลายเป็นการประพฤติปฏิบัติที่เป็นปกติ/การดำเนินชีวิตในวิถีรูปแบบใหม่

Social Distancing and Unavoidable Online Lifestyle
การรักษาระยะห่างทางสังคม กับวิถีชีวิตแบบออนไลน์ที่เลี่ยงไม่ได้

Everyone will get more and more familiar with digital technology to avoid going out, for example, online shopping, online courses, work from home (WFH), virtual meeting (or role-based conference)

ทุกคนจะคุ้นเคยกับการใช้เทคโนโลยีดิจิตัลมากขึ้นเรื่อยๆ เพื่อหลีกเลี่ยงการออกจากบ้าน เช่น การซื้อสินค้า การเรียน การทำงานจากที่บ้าน การประชุมเสมือนจริง

or simply said, “Everything At Home”

หรือกล่าวให้เข้าใจง่าย ๆ คือ “ทุกอย่างเกิดขึ้นที่บ้าน”

Including “solo workouts” alone by yourself at home or in the open space. For example, aerobic dance, yoga, jogging in the neighborhood area, will become more popular.

ซึ่งรวมถึงการออกกำลังกายแบบฉายเดี่ยว เพียงคนเดียวในบ้าน หรือในที่โล่งแจ้ง เช่น การเต้นแอโรบิค โยคะ วิ่งในละแวกเพื่อนบ้าน ก็เป็นที่นิยมมากขึ้น

Medical service has also been modified to medical consultation via the VDO call, pharmacy mail service

ส่วนของบริการทางการแพทย์นั้น ก็ปรับเปลี่ยนรูปแบบ เป็นการให้คำปรึกษาผ่าน VDO Call, การส่งยาผ่านไปรษณีย์

for patients with uncomplicated condition or receiving the same prescription in order to limit the congestion at the hospital settings.

ให้แก่ผู้ป่วยที่ความเจ็บป่วยไม่ซับซ้อน หรือคงการรักษาเดิม เพื่อลดความแออัดในสถานพยาบาล

Living More Conveniently & Efficiently through Technology
ใช้ชีวิตอย่างสะดวกสบายและมีประสิทธิภาพมากขึ้นด้วยเทคโนโลยี

We are transitioning from cash to mobile payments

เรากำลังเปลี่ยนผ่านจากการใช้จ่ายด้วยเงินสดไปสู่การชำระเงินผ่านมือถือ

to reduce the risk of transmission through banknotes and coins.

เพื่อลดความเสี่ยงจากการแพร่เชื้อผ่านธนบัตรและเหรียญ

Online shopping and all-kind delivery are businesses with the highest growing rate among all.

การซื้อขายออนไลน์และบริการจัดส่งทุกรูปแบบ เป็นธุรกิจที่กำลังเติบโตมากที่สุดในช่วงนี้

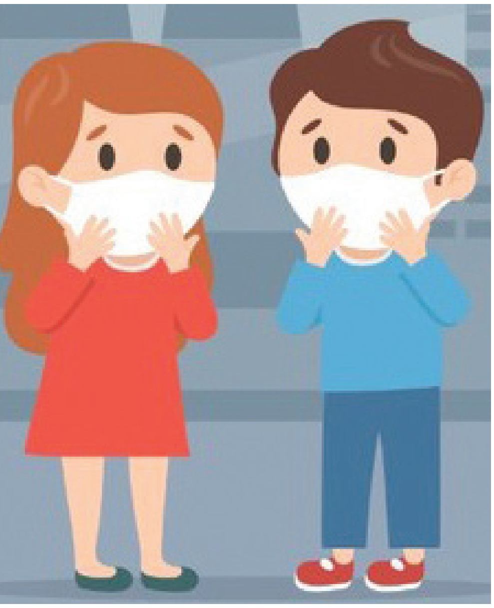
Keeping Hygiene as First Priority
การรักษาสุขอนามัยเป็นเรื่องสำคัญลำดับแรก

Items that must be carried every time leaving your place are face mask, alcohol gel/spray, hand wipes for your own personal hygiene.

สิ่งที่ทุกคนต้องพกพาติดตัวทุกครั้งก่อนออกจากบ้าน คือ หน้ากากอนามัย, แอลกอฮอล์เจล/สเปรย์, ผ้าเช็ดมือเพื่อสุขอนามัยของตัวเอง

Management on public space and indoor space must be implemented effectively, in accordance with the Ministry of Public Health Guidelines, to control the risk and to ensure the safety of customers.

การบริหารจัดการพื้นที่สาธารณะและพื้นที่ในอาคารต่าง ๆ ต้องเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ตามคำแนะนำของกระทรวงสาธารณสุข เพื่อควบคุมความเสี่ยงและทำให้ผู้ใช้บริการรู้สึกถึงความปลอดภัย



Basic measures include screening on each individual for body temperature, mask wearing, hand cleansing with alcohol gel

มาตรการพื้นฐาน ประกอบด้วย การคัดกรองเป็นรายคน เพื่อวัดอุณหภูมิร่างกาย การสวมหน้ากากอนามัย ล้างมือด้วยเจลแอลกอฮอลล์

Social Distancing, at least 1-2 meters between each other.

การรักษาระยะห่างระหว่างกัน อย่างน้อย 1-2 เมตร

Clean Air Quality & Around-the-Clock Area Cleaning

คุณภาพอากาศดี และมีการทำความสะอาดบริเวณ ตามวงรอบเวลาที่กำหนด

Tracking and Verifying each individual (in case there is a confirmation report of COVID in particular area)

การติดตามและตรวจสอบเป็นรายคน (กรณีที่มีการรายงานว่าพบการติดเชื้อในพื้นที่นั้นๆ)

Emotional Crisis & Touchless Society
ภาวะวิกฤตทางอารมณ์และสังคมที่ปราศจากการสัมผัส

When facing with difficulties and not able to live the way we are used to, this may lead to stress and losing the emotional balance.

เมื่อต้องเผชิญกับความยากลำบาก และไม่สามารถใช้ชีวิตได้แบบเดิมๆ ที่คุ้นชิน อาจนำไปสู่ความเครียด และการเสียสมดุลทางอารมณ์

For example, the new generation who will be brought up in the environment with limit of physical interaction. Hand touching and giving hug are not allowed. Perceiving the love and care through the touch is somehow missing.

เช่น เด็กรุ่นใหม่ที่เติบโตขึ้นมาในสภาวะแวดล้อมที่ต้องจำกัดการปฏิสัมพันธ์ทางกายภาพ ไม่สามารถทักทายด้วยการจับมือหรือกอด การรับรู้ได้ถึงความรักและความห่วงใยผ่านการสัมผัสกัน จึงขาดหายไป

While the working age people must also adjust themselves from co-working space to sharing space with boundary.

ส่วนคนวัยทำงานนั้น ก็ต้องปรับจากการใช้พื้นที่ร่วมกัน เป็นการแบ่งแยกพื้นที่ (อาณาเขต) ของตัวเอง

คำศัพท์น่ารู้

lifestyle	ไลฟ์ สไตล์	วิถีชีวิต
familiar	แฟ-มิ-เลียร์	คุ้นเคย
virtual meeting	เวอร์-ชวล มีท-ทิ้ง	การประชุมเสมือนจริง
workout	เวิร์ค-เอ้าท์	การออกกำลังกาย
congestion	คอน-เจส-ชั่น	ความแออัด
transit	ทราน-ซิท	เปลี่ยนผ่าน
banknote	แบงค์-โน้ต	ธนบัตร
indoor	อิน-ดอร์	ในอาคาร / ภายใต้สิ่งปลูกสร้าง
screen	สกรีน	คัดกรอง
tracking	แทรค-กิ้ง	การติดตาม
difficulty	ดิฟ-ฟิ-คัล-ตี้	ความยากลำบาก
perceive	เพอ-ซิฟว์	รับรู้

ขำๆ กระตุ้นต่อมฮา

Wesley : Why aren't there handles on doors anymore?

: ทำไมตอนนี้เราถึงไม่มีที่จับประตูกันแล้วล่ะฮะ

Captain : Wesley, it's time to tell you about the year 2020.

: เวสลีย์ ได้เวลาเสียที ที่จะเล่าให้คุณฟังว่าเมื่อ ปี 2020 นั้นเกิดอะไรขึ้น

ร้านยาชุมชนอบอุ่น
สำนักงานหลักประกันสุขภาพแห่งชาติ

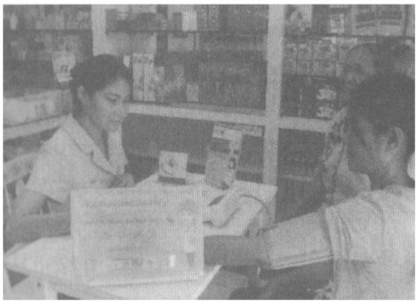
รับยาใกล้บ้าน ร้านยาใกล้ใจ

ภก.ดร.วิศิษฎ์ ประวีณวงศ์วุฒิ : เรียบเรียง

... การรับยาจากร้านยาใกล้บ้าน ภายหลังผู้ป่วยได้รับการตรวจรักษาจากแพทย์ในโรงพยาบาล นอกจากเป็นการลดความแออัดของโรงพยาบาล ลดเวลารอยาของผู้ป่วยแล้ว ยังช่วยให้เกิดผลสัมฤทธิ์ในการรักษา เภสัชกรในร้านยาจะช่วยแนะนำการใช้ยาอย่างถูกต้อง ติดตามผลการใช้ยาอย่างต่อเนื่องใกล้ชิด เข้าถึงง่ายใกล้บ้าน ...

จากการดำเนินงานตามโครงการ **"การเข้าถึงบริการสุขภาพในร้านยา"** ในเขตสุขภาพที่ 9 อันได้แก่ นครราชสีมา ชัยภูมิ บุรีรัมย์ และสุรินทร์ (นครชัยบุรินทร์) ในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา มีผลงานสรุปได้ ดังนี้

- **การคัดกรอง และให้ความรู้โรคเบาหวาน ความดันโลหิตสูง** จากจำนวนผู้สมัครใจให้คัดกรอง 348 ราย สามารถส่งเข้ารับการรักษาต่อที่โรงพยาบาล 87 ราย
- **การคัดกรองโรคปอดอุดกั้น เรื้อรัง และหอบหืด** 26 ราย
- **การคัดกรองโรคหลอดเลือดสมอง** 154 ราย



นอกจากนั้นยังมีการติดตามผลเลือดด้วยการทำ MTM (Midication Therapy Management) อีก 23 ราย และผู้สมัครใจเข้าโครงการเลิกบุหรี่ 43 ราย

นวัตรกรรมดังกล่าว เป็นการพัฒนาศักยภาพของร้านยา โดยเฉพาะเภสัชกรได้เปิดบทบาทใหม่ในการดูแลผู้ป่วย ตามปรัชญา **"เภสัชกรรมบำบัด"** อย่างแท้จริง สอดคล้องกับนโยบายภาครัฐในการเร่งรัดพัฒนาระบบบริการสาธารณสุข เพื่อ**ลดความแออัด ลดเวลารอคอย** โครงการ **"รับยาใกล้บ้าน ร้านยาใกล้ใจ"** จึงเกิดขึ้นในผู้ป่วยกองทุนหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า (บัตรทอง) ที่สมัครใจไปรับยาจากร้านยาใกล้บ้าน ภายหลังจากการตรวจรักษาจากแพทย์ในโรงพยาบาล โดยเริ่มต้น 4 โรคเรื้อรังที่มีอาการคงที่แล้ว อันได้แก่ **เบาหวาน ความดันโลหิต หอบหืด และจิตเวช** ที่แพทย์เห็นสมควรให้ไปรับยาต่อที่ร้านยา โดยเภสัชกรในร้านยาจะติดตามดูแลการใช้ยาของผู้ป่วยโดยการ

- ตรวจสอบการใช้ยา และข้อมูลสุขภาพที่ผ่านมา
- ประเมินปัญหาที่เกิดจากการใช้ยา
- หาแนวทางแก้ปัญหา พร้อมให้คำปรึกษา แนะนำ และติดตามเป็นระยะ ๆ เพื่อแก้ปัญหาอย่างต่อเนื่อง และป้องกันอาการไม่พึงประสงค์ที่อาจเกิดขึ้น ตลอดจนส่งผู้ป่วยกลับไปพบแพทย์กรณีที่จำเป็น

จากการให้สัมภาษณ์ของ เลขาธิการ ส.ป.ส.ช. (นพ.ศักดิ์ชัย กาญจนวัฒนา) **"...ผลดีจะเกิดอย่างน้อย 2 ประการ... มีการประเมินว่าโครงการนี้ หากทำทั้งปีในโรงพยาบาลร่วมกับร้านขายยา 500 แห่ง จะสามารถลดจำนวนผู้ป่วยที่นั่งรอยาหน้าห้องยาของโรงพยาบาลได้ประมาณ 2 ล้านคน นั่นคือ สามารถทำให้โรงพยาบาลลดภาระ ลดความแออัด และป้องกันการติดเชื้อโรคต่าง ๆ ได้ ประชาชนเข้าถึงระบบหลักประกันสุขภาพ เข้าถึงยาได้ง่าย...**

...หมายความว่า มีเวลานำยาไปขอรับคำปรึกษาจากเภสัชกรได้ เพราะที่ผ่านมาเมื่อไปโรงพยาบาล เภสัชกรจะแนะนำวิธีใช้ยาก็จริง แต่มีเวลาจำกัด เพราะต้องให้บริการผู้ป่วยจำนวนมาก แต่การไปร้านยาก็สามารถพูดคุยได้นานขึ้น... ในส่วนของกองทุนหลักประกันสุขภาพ มีงานวิจัยประมาณการว่าแต่ละปี มียาติดค้างอยู่ในบ้านผู้ป่วยประมาณ 2,000 กว่าล้านบาท ซึ่งสูงมาก โดยเป็นยาที่จ่ายให้ผู้ป่วย แต่กินไม่หมดหรือบางครั้งไม่มั่นใจก็ทิ้งไว้ที่บ้าน..."

ในเขตสุขภาพที่ 9 (นครชัยบุรินทร์) มีโรงพยาบาลที่เข้าร่วมโครงการจำนวน 3 โรงพยาบาล คือ โรงพยาบาลมหาราชนครราชสีมา โรงพยาบาลจิตเวชนครราชสีมา ราชนครินทร์ และโรงพยาบาลบุรีรัมย์

สำหรับจังหวัดนครราชสีมา มีร้านยาเข้าร่วมโครงการในระยะแรก รวม 16 ร้าน โดยมีสัญลักษณ์ **"ร้านยาชุมชนอบอุ่น"** ติดที่หน้าร้าน

1. ร้านเรืองยาเภสัช

ภก.ประเสริฐ ไกรวิศิษฐ์กุล
ที่ตั้ง 384/2 ถ.ช้างเผือก ต.ในเมือง อ.เมือง จ.นครราชสีมา
เบอร์โทร 044-253 702, 089 716 6376
เปิดบริการทุกวัน เวลา 08.00 - 20.00 น.

2. ร้านยาอมรินทร์เภสัช

ภก.สมชาติ ใจชื่อกุล
ที่ตั้ง 122 ถ.ชุมพล ต.ในเมือง อ.เมือง จ.นครราชสีมา
เบอร์โทร 081 264 6955, 094 626 9516
เปิดบริการทุกวัน เวลา 08.00 - 20.00 น.

3. ร้านยาธนกิจเภสัช

ภก.ธนวัต จางคกูล
ที่ตั้ง 38 ถ.อัษฎางค์ ต.ในเมือง อ.เมือง จ.นครราชสีมา
เบอร์โทร 084 594 8765
เปิดบริการทุกวัน เวลา 09.00 - 19.00 น.

4. ร้านยาเอ แอนด์ เอ

ภญ.ภัทราวดี ฉัตรพิทักษ์พงศ์
ที่ตั้ง 20/2 หมู่ 3 ต.หมื่นไวย อ.เมือง จ.นครราชสีมา
เบอร์โทร 089 627 8829
เปิดบริการทุกวัน เวลา 11.00 - 20.00 น.

5. ร้านยาคนขายยา

ภญ.ศิริพร วาดเขียน

ที่ตั้ง 243/181 ถ.สุระ 2 ต.ในเมือง จ.นครราชสีมา

เบอร์โทร 099 391 9665

เปิดบริการทุกวัน เวลา 09.00 - 20.00 น.

6. ร้านยาตะกร้ายา

ภญ.พัชมน สันติเศรษฐสิน

ที่ตั้ง 3/1 ตรอกเสาธง ต.ในเมือง จ.นครราชสีมา

เบอร์โทร 089 426 1195

เปิดบริการทุกวัน เวลา 08.00 - 20.00 น.

7. ร้านยาพัฒนะเภสัช

ภก.พัฒนพงษ์ โชคสกุลทรัพย์

ที่ตั้ง 551/123 ถ.มิตรภาพ ต.ในเมือง จ.นครราชสีมา

เบอร์โทร 083 516 9145

เปิดบริการทุกวัน เวลา 08.00 - 20.00 น.

8. ร้านยาหมอยาใจดี

ภญ.ชนามาศ ธะวิชัย

ที่ตั้ง 1014 ม.13 ถ.รัตนพิธาน ต.จอหอ จ.นครราชสีมา

เบอร์โทร 088 268 6289, 095 567 5108

เปิดบริการทุกวัน เวลา 07.00 - 22.00 น.

9. ร้านยาปัญจสรณ์เภสัช

ภก.ชนนภัทร์ แดงสระน้อย

ที่ตั้ง 879/6 ม.6 ถ.รัตนภิธาน ต.จอหอ จ.นครราชสีมา

เบอร์โทร 087 425 0676

เปิดบริการทุกวัน เวลา 08.00 - 22.00 น.

10. ร้านพี.อาร์.ฟาร์มาซี

ภญ.อนุสรา โมงขุนทด

ที่ตั้ง 672/1 หมู่ 7 ต.โพธิ์กลาง จ.นครราชสีมา

เบอร์โทร 088 594 1093

เปิดบริการทุกวัน เวลา 07.00 - 22.00 น.

11. ร้านเภสัชกรกันเอง สาขา 2

ภญ.อมรรัตน์ สิทธิ

ที่ตั้ง 690/3 ม.7 ต.โพธิ์กลาง จ.นครราชสีมา

เบอร์โทร 091 271 9607

เปิดบริการทุกวัน เวลา 08.00 - 21.00 น.

12. ร้านยาเภสัชกรกันเอง สาขา 1

ภญ.สุวภา จันทีนอก

ที่ตั้ง 510/1 ม.4 ต.โพธิ์กลาง จ.นครราชสีมา

เบอร์โทร 065 449 6229

เปิดบริการทุกวัน เวลา 07.00 - 22.00 น.

13. ร้านบู๊ทส์-เซ็นทรัลพลาซ่า โคราช ชั้น G

ภก.สราวุธ วิสเพ็ญ

90,998 ยูนิตจี 11 ชั้น G เซ็นทรัลพลาซ่า

ที่ตั้ง ถ.มิตรภาพ-หนองคาย ต.ในเมือง

จ.นครราชสีมา

เบอร์โทร 044-229 427

เปิดบริการวันจันทร์ - วันพฤหัสบดี

เวลา 10.00 - 21.00 น

เสาร์ - อาทิตย์ เวลา 10.00 - 21.30 น.

14. ร้านบู๊ทส์-เดอะมอลล์โคราช

ภญ.อภิญญา แสงธรรมธร

ที่ตั้ง 1242/2 เดอะมอลล์โคราช ถ.มิตรภาพ

ต.ในเมือง จ.นครราชสีมา

เบอร์โทร 044-288224

เปิดบริการวันจันทร์ - วันพฤหัสบดี

เวลา 10.00 - 21.00 น

เสาร์ - อาทิตย์ เวลา 10.00 - 21.30 น.

15. ร้านบู๊ทส์-เทอมินอล 21 โคราช

ภญ.รังสิยา แสงพล

ที่ตั้ง 99 เทอมินอล 21 โคราช

ถ.มิตรภาพ-หนองคาย ต.ในเมือง จ.นครราชสีมา

เบอร์โทร 044-498924

เปิดบริการทุกวัน เวลา 10.00 - 21.00 น

16. ร้านยาเอ็กซ์ต้า พลัส สาขาถนนพิบูลย์ละเอียด

ภญ.ธมนวรรณ ศักดิ์ทัศนา, ภก.ชวลิต คำทวี

ที่ตั้ง 1/3 ถ.เดชอุดม ต.ในเมือง จ.นครราชสีมา

เบอร์โทร 091 808 1510

เปิดบริการทุกวัน เวลา 07.00 - 23.00 น.

ผู้ป่วยสิทธิบัตรทองโรงพยาบาลจิตเวชนครราชสีมาราชนครินทร์ กลุ่มโรคจิตเวช สามารถเลือกรับบริการได้ที่ 5 ร้านยาใกล้บ้าน ดังนี้

1. ร้านเรือนยาเภสัช

ภก.ประเสริฐ ไกรวิศิษฐ์กุล
ที่ตั้ง 384/2 ถ.ช้างเผือก ต.ในเมือง อ.เมือง
จ.นครราชสีมา
เบอร์โทร 044 253 702, 089 716 6376
เปิดบริการทุกวัน เวลา 08.00 - 20.00 น.

2. ร้านยาอมรินทร์เภสัช

ภก.สมชาติ ใจซื่อกุล
ที่ตั้ง 122 ถ.ชุมพล ต.ในเมือง อ.เมือง จ.นครราชสีมา
เบอร์โทร 081 264 6955, 094 626 9516
เปิดบริการทุกวัน เวลา 08.00 - 20.00 น.

3. ร้านยาตะกร้ายา

ภญ.พัชมน สันติเศรษฐสิน
ที่ตั้ง 3/1 ตรองเสาธง ต.ในเมือง
เบอร์โทร 089 426 1195
เปิดบริการทุกวัน เวลา 08.00 - 20.00 น.

4. ร้านยาปัญจสรณ์เภสัช

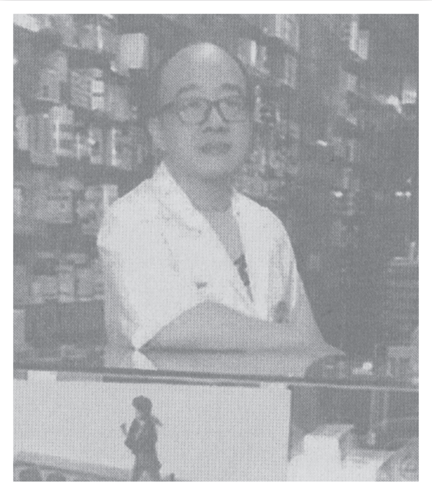
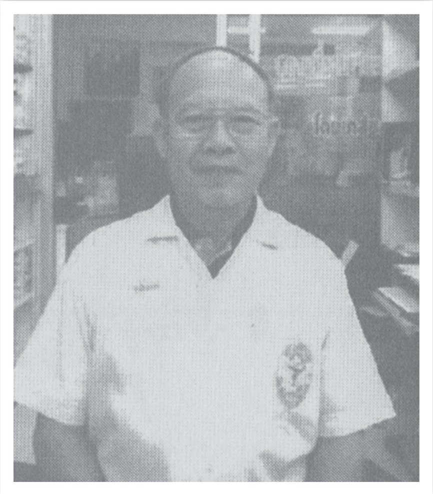
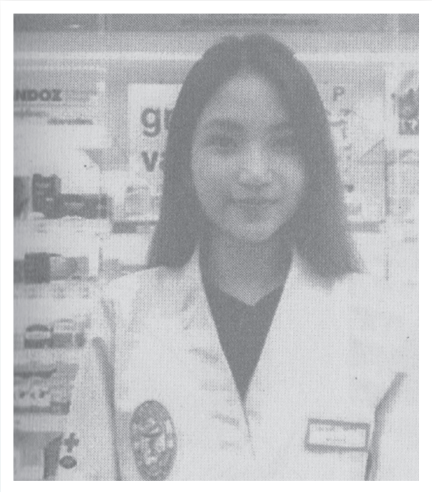
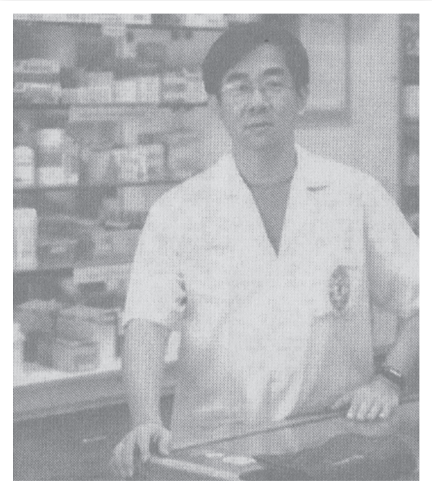
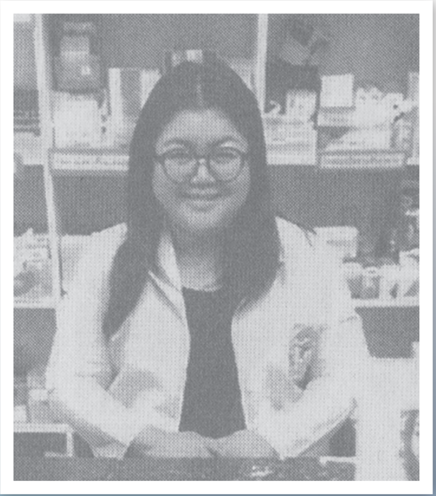
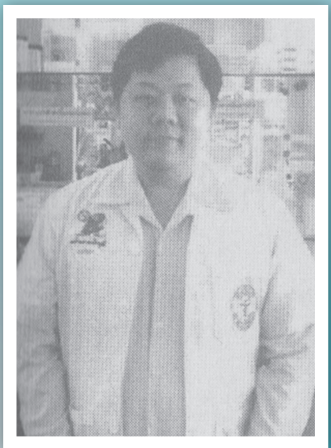
ภก.ชนนภัทร์ แดงสระน้อย
ที่ตั้ง 879/6 ม.6 ถ.รัตนภิธาน ต.จอหอ
เบอร์โทร 087 425 0676
เปิดบริการทุกวัน เวลา 08.00 - 22.00 น.

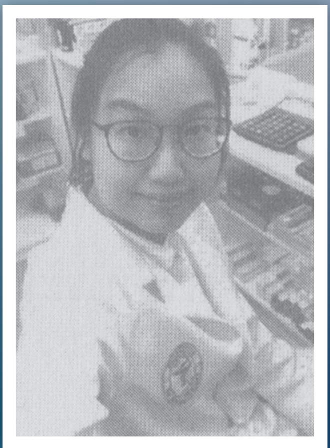
5. ร้านพี.อาร์.ฟาร์มาซี

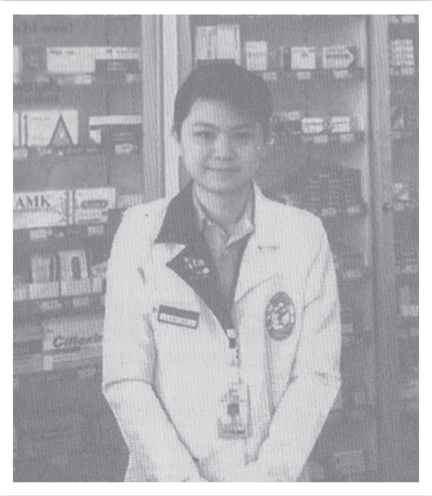
ภญ.อนุสรา โมงขุนทด
ที่ตั้ง 672/1 หมู่ 7 ต.โพธิ์กลาง
เบอร์โทร 088 594 1093
เปิดบริการทุกวัน เวลา 07.00 - 22.00 น.

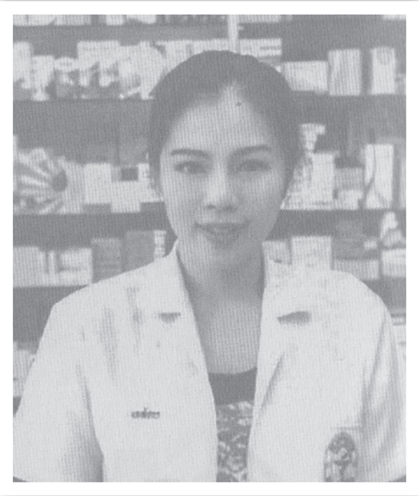
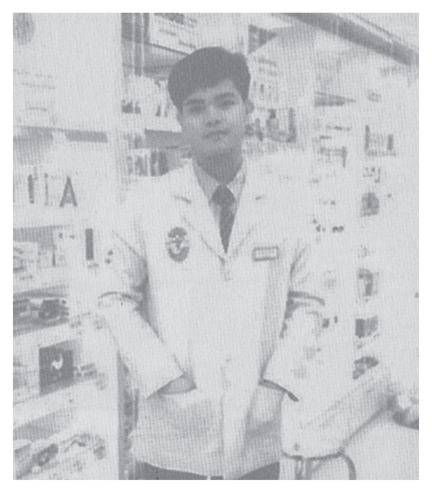
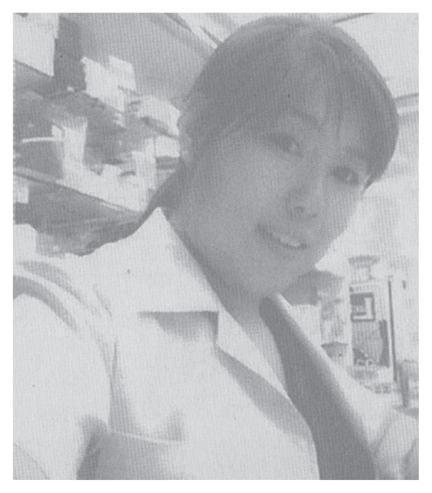
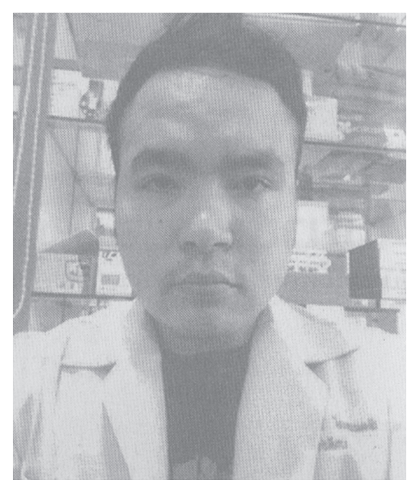
ผู้ป่วยจึงมั่นใจได้ว่า การรับยาจากร้านยา จะได้ยาที่มีคุณภาพมาตรฐานเดียวกันกับโรงพยาบาล เป็นการลดเวลารอยา ลดความแออัดของโรงพยาบาล ลดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง สะดวก สบาย เข้าถึงได้ง่าย ใกล้บ้าน และมีผู้คอยติดตามดูแลการใช้ยาตลอด

ร้านยาชุมชนอบอุ่น
สำนักงานหลักประกันสุขภาพแห่งชาติ





เป็นความร่วมมือของทุกวิชาชีพทั้งภาครัฐ และเอกชน ร่วมกันทำสิ่งดีงามให้เกิดขึ้นในสังคมไทย เพื่อประโยชน์ของประชาชน และประเทศชาติด้วยการ ... **"รับยาใกล้บ้าน ร้านยาใกล้ใจ"**

อ้างอิงจาก : ปิยมหาราชรำลึก 23 ตุลาคม 2562 สมาคมนิสิตเก่าจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย นครราชสีมา

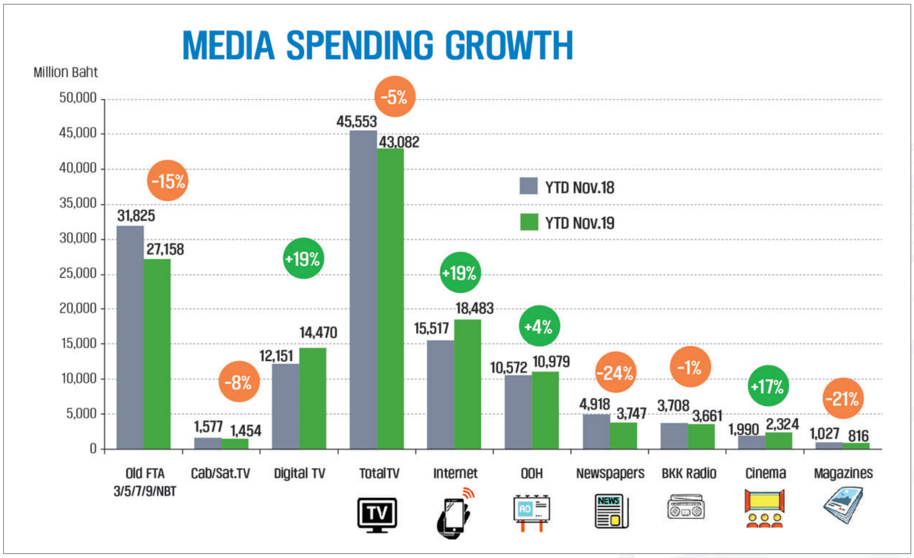
บทความโดย : ภญ.ณปภัช สุธัมนาถพงษ์

เมื่อร้านยาเภสัชกรต้องอยู่ในยุค COVID-19

เชื้อ SARs-CoV2 ทำให้โลกได้รู้จักกับโรค Novel Coronavirus 2019 หรือ COVID-19 เป็นครั้งแรกตั้งแต่ช่วงปลายเดือนธันวาคม 2562 จนถึงมกราคม 2563 และมีการระบาดไปทั่วโลก ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคมและพฤติกรรมของผู้บริโภค รวมถึงวงการทางด้านการให้บริการทางการแพทย์และการบริการทางเภสัชกรรมด้วย

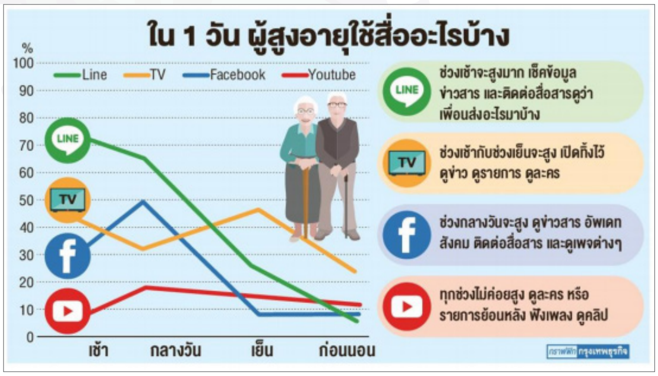
อะไรเกิดขึ้นกับร้านยาในช่วงการระบาดของ COVID-19

ในช่วงที่มีการประกาศเคอร์ฟิวในประเทศไทย มีการปิดสถานที่หลายแห่ง อย่างเช่น สถานบริการ สถานศึกษา ห้างสรรพสินค้า ตลาด รวมถึงสถานที่สาธารณะต่าง ๆ มีการงดและชะลอการเดินทางข้ามจังหวัด รวมถึงการงดเดินทางเข้า-ออกประเทศ แต่ร้านยาและสถานบริการทางการแพทย์ไม่อยู่ในขอบข่ายของการปิดให้บริการ ในช่วงนั้นมีความต้องการสินค้าอย่างเทอร์โมมิเตอร์ หน้ากากอนามัย แอลกอฮอล์เจลและสเปรย์ รวมถึงน้ำยาทำความสะอาดพื้นผิวต่าง ๆ มากเกินความสามารถที่ร้านยาจะหาสินค้าเหล่านั้นมาป้อนให้กับผู้บริโภคได้ (Demand≥Supply) สินค้าเหล่านี้ขายดีเพราะมีความต้องการของผู้บริโภคมากทำให้บางแห่งเกิดการเก็งกำไรกันมากในช่วงนั้น หลังจากควบคุมภาวะการระบาดได้ พบว่ากำลังซื้อลดลง รวมถึงการใช้สินค้าฟุ่มเฟือยลดลง ประชาชนมีการระมัดระวังหันมาใส่ใจสุขภาพกันมากขึ้น สารเคมีสินค้ารวมถึงยาบางอย่างต้องนำเข้าจากต่างประเทศส่งผลให้ราคาสินค้าบางตัวอาจสูงขึ้นตามไปด้วย สินค้าบางตัวเยอะเต็มคลังสินค้า ทำให้ต้องหาวิธีระบายให้เร็วที่สุดด้วยวิธีต่าง ๆ ตั้งแต่การจัดโปรโมชั่นไปจนถึงการนำไปบริจาคเลยทีเดียว ร้านยาได้รับผลกระทบจะแตกต่างกันในแต่ละพื้นที่ หากเป็นพื้นที่ที่อาศัยนักท่องเที่ยวก็จะรับได้ผลกระทบโดยตรง เนื่องจากนักท่องเที่ยวหายไปอย่างชัดเจน หากเป็นพื้นที่ในเมืองก็อาจจะมีลูกค้าลดลง เนื่องจากมีมาตรการการปิดเมืองและรณรงค์ให้อยู่บ้านหยุดเชื้อเพื่อชาติ มีการปิดโรงเรียน มีการปิดห้างสรรพสินค้ารวมถึงสถานที่บริการอื่น ๆ ทำให้คนไม่กล้าออกไปซื้อหาของกิน ของใช้เหมือนอย่างเคย หากเป็นพื้นที่ที่อยู่นอกเมือง บางพื้นที่อาจมียอดเพิ่มขึ้นเนื่องจากประชาชนพากันกลับบ้านเกิดในช่วงปิดเมืองตามพื้นที่ ทำให้มีการใช้จ่ายบริเวณนอกเมืองเพิ่มขึ้น เนื่องจากคนไม่กล้าเดินทางไกลจากบ้านมาก แต่พฤติกรรมที่เกิดขึ้นใหม่ของประชาชนคือการเลือกซื้อสินค้าและวิถีการใช้ชีวิตนั่นเอง



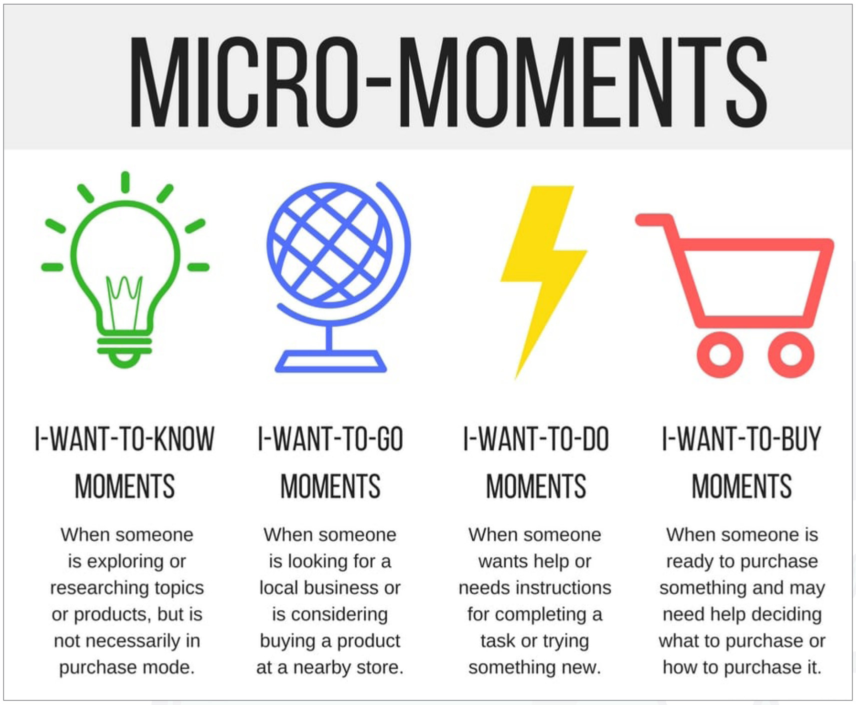
พฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปอย่างไร

สมัยก่อนผู้ป่วยจะเป็นผู้เดินตามหาสินค้าและบริการที่เขาต้องการจากการดูหนังหรือฟังโฆษณาจากสื่อโทรทัศน์ วิทยุ การเห็นจากป้ายโฆษณา การบอกเล่าปากต่อปากที่คนใกล้ชิดหรือคนสนิทแนะนำ เช่น เพื่อนบ้าน ครอบครัว เพื่อนสนิท เพื่อนร่วมงาน เป็นต้น ไม่ว่าจะไกลแค่ไหนก็จะเดินทางมาพบเพื่อจะมารับการบริการที่ต้องการ แต่พอมี Digital Technology เข้ามาและแถมอยู่ในมือถือ ซึ่งพกพาสะดวก ก็ทำให้วิถีของผู้บริโภคเริ่มเปลี่ยนไป ตั้งแต่การค้นหาข้อมูลของร้านค้า การค้นหาสถานที่ การดูรีวิวจากการบอกต่อในPage และ Blog ต่าง ๆ การดูภาพบรรยากาศ รวมถึงการแลกเปลี่ยนประสบการณ์การทดลองใช้ การทำให้มีตัวตนของธุรกิจบนโลก Internet จึงจัดว่าควรให้ความสำคัญในยุคนี้อย่างยิ่ง ท่านเชื่อหรือไม่ว่ากลุ่มสูงอายุที่เราเคยเข้าใจว่าจะใช้ Technology กันน้อย กลับเป็นผู้ใช้สื่อ Social กันมาก และจัดว่าเป็นกลุ่มที่ทรงพลังในการบอกต่อเพราะมีการ Share ข้อมูลสูง ไม่ต่างอะไรกับคนรุ่นใหม่ที่มีการใช้งานบนโลกออนไลน์จนเป็นส่วนหนึ่งในวิถีชีวิตประจำวันไปแล้ว ทำให้สามารถ Work from everywhere กันได้อย่างสบาย ๆ ยิ่งพอมาถึงยุค COVID-19 มีการทำ New Normal คนไม่ออกนอกบ้าน และมีความระแวดระวังในการติดโรคสูงก็ยิ่งกระตุ้นพฤติกรรมเหล่านี้ให้เปลี่ยนไปได้ไวยิ่งขึ้น



ท่านเชื่อหรือไม่ว่าข้อมูลยาจัดเป็นคำค้นหาข้อมูลผ่านออนไลน์มากที่สุดในลำดับที่ 3 ที่ผู้สูงอายุค้นหา

ดังนั้นพฤติกรรมของผู้บริโภคในยุคนี้จึงเปลี่ยนไปเวลาเจ็บป่วยไม่สบาย ผู้ป่วยจะมีการใช้คำค้นหาจาก Search Engine Google เกี่ยวกับอาการที่เป็น โรคที่เกี่ยวข้อง และยารักษาโรคดูก่อน ก่อนที่จะมาพบบุคลากรทางการแพทย์เสียอีก (อันนี้ยังไม่รวมถึงเรื่องการซื้อสินค้าออนไลน์ที่กำลังนิยมในช่วงที่เกิดการระบาด COVID-19 เนื่องจากเข้าถึงได้ง่ายและสะดวกกว่าที่จะออกไปเสี่ยงกับเชื้อโรคนะ!!!) ท่านอาจจะพบว่าพวกเขาอาจจะถือข้อมูลจากมือถือเข้ามาถามเภสัชกรที่ร้านยา หรือถามแพทย์ด้วยก็เป็นได้ ถามกันตั้งแต่เรื่องอาการ โรคที่เป็นแนวทางการรักษา ทางเลือกในการรักษารวมถึงผู้ให้การรักษาผ่านทางออนไลน์ มาจนถึงเรื่องยาและราคาที่เขาต้องจ่ายเลยทีเดียว จัดเป็นพฤติกรรมที่ทำให้ผู้บริโภคสามารถตัดสินใจได้ในช่วงวินาทีสั้น ๆ ว่าจะต้องการซื้อสินค้า/บริการหรือไม่ (Micro-moment) จัดเป็นความสะดวกสบายที่ผู้บริโภคยุคนี้สามารถเข้าถึงได้....



การสร้าง Value ให้ร้านยา

เภสัชกรต้องกลับมาพิจารณาว่าอะไรคือคุณค่าหลัก (Core Value) ของร้านยา บางครั้งหลาย ๆ คนอาจคิดว่าการขายออนไลน์นั้นเป็นช่องทางที่ได้กำไรมาก แต่จากการสำรวจผู้ที่ทำธุรกิจออนไลน์ส่วนมาก กลับได้คำตอบตรงกันข้ามกับที่เราเคยคาดการณ์เอาไว้ และไม่ใช่หนทางที่ร้านยาจะอยู่รอดได้ในระยะยาว จึงต้องกลับมาพิจารณาว่าในวิชาชีพเภสัชกรรม อะไรคือคุณค่าหลักในการประกอบวิชาชีพ สิ่งที่เภสัชกรทำได้ดีคือการให้คำแนะนำด้านการใช้ยา การติดตามการใช้ยา รวมถึงการเฝ้าระวังผลข้างเคียง อาการไม่พึงประสงค์ที่อาจเกิดขึ้นจากการใช้ยาที่ไม่เหมาะสม อาจเกิดขึ้นจากยาตีกัน อาหารตีกับยา หรือยาตีกับสมุนไพร การส่งมอบยาจากมือเภสัชกรจึงเป็นการส่งมอบความปลอดภัยในการใช้ยาและส่งมอบคุณภาพชีวิตที่ดีในการใช้ยาให้กับผู้บริโภคด้วยความระมัดระวัง นี่เป็นสิ่งที่ทำให้เภสัชกรต่างจากบุคคลอื่น ๆ คุณค่าหลักของเภสัชกรจึงอยู่ที่การให้บริการทางวิชาชีพ

ปฏิเสธไม่ได้ว่ายุคนี้คือยุคดิจิตัลที่มีตั้งแต่ IG Facebook Youtube Ticktok Shopee Lazada JD และเว็บอื่น ๆ อีกมากมาย ล้วนแต่เอามาเป็นเครื่องมือสื่อสารการตลาดได้ทั้งสิ้น แต่การเปิดช่องทางเหล่านี้ให้สื่อสารได้ หรือถึงแม้จะเป็น Web ขายสินค้าออนไลน์ของธุรกิจเอง ก็ไม่ได้หมายความว่าร้านยาได้สร้างกลยุทธ์การตลาดแล้ว การเปิดช่องทางออนไลน์สามารถสร้างฐานลูกค้าได้จริง แต่จริง ๆ แล้วผู้เขียนก็ยังไม่แนะนำเรื่องการขายสินค้าออนไลน์ เพราะจากการสอบถามผู้ที่ทำการขายสินค้าออนไลน์มาหลายปี สิ่งที่พบจริง ๆ ในช่วง 2-3 ปี ที่ผ่านมาคือ ท่านสามารถโปรโมทโฆษณาได้ แต่อาจขายสินค้าไม่ได้ (ขายไม่ดีอย่างที่คิด) เพราะอะไร?....เพราะผู้บริโภคจะเป็นผู้เลือก บนโลกออนไลน์แท้จริงแล้วคู่แข่งค่อนข้างมาก การแข่งขันราคาค่อนข้างสูง ค่าสินค้า+ค่าส่ง บางทีลดราคากันลงมาขายต่ำกว่าทุนที่ร้านยาได้มาก็มี การมีตัวตนบนโลกออนไลน์นั้นใช่!! มันถูกต้องตามทฤษฎี!!! แต่ต้องทำยังไงให้สามารถขยายฐานลูกค้าได้และลูกค้ายังจงรักภักดี นี่ล่ะสำคัญ ยิ่งในยุค COVID-19 จะเห็นได้ชัดว่า ผู้บริโภคไม่อยากใช้เงินฟุ่มเฟือย เพราะทำนายอนาคตไม่ได้ว่าจะเกิดแบบนี้อีกหรือไม่ นั่นก็แปลได้ว่า... ผู้บริโภคจะเก็บเงินไว้ใช้สำหรับสินค้าและบริการ ที่เขาคิดว่าสำคัญและจำเป็น คือ เขาจะให้ Value กับสิ่งที่เขาคิดว่ามันมีประโยชน์และคุ้มค่ากับสิ่งที่เขาต้องจ่ายไป แถมยังตัดค่าใช้จ่ายที่เขาคิดว่าไม่จำเป็นออก ดังนั้นจึงพบว่าสินค้าบางชนิดในร้านยาจากที่เคยขายได้บ้าง กลับนอนนิ่งอยู่บน Shelf ผู้บริโภคจะจ่ายเฉพาะที่เขาคิดว่าจำเป็นเท่านั้น

เภสัชกรจึงต้องหันมาให้คำว่าสำคัญกับเรื่องของการสร้าง Value ให้กับวิชาชีพ ผู้บริโภคจะเป็นผู้ตัดสินว่าเขาจำเป็นต้องมาปรึกษาเภสัชกรหรือไม่ เภสัชกรต้องสร้าง Value ให้ผู้บริโภคเห็นว่า ร้านยามีประโยชน์และสำคัญกับผู้บริโภคอย่างไร? ต่างจากที่อื่น ๆ อย่างไร? ทำไมต้องเดินมารับบริการนี้ที่ร้านยา? เช่น ร้านยานี้เป็นร้านยาที่มีเภสัชกรตลอดเวลาทำการ ถ้าร้านยาหันไปมุ่งเน้นการขาย Online ก็อาจเป็นช่องทางหนึ่งในการขาย แต่ยังไม่ใช่ Core Value ของเภสัชกร แต่ถ้าเราเพิ่ม Value added ให้กับร้าน คือ สามารถให้ผู้บริโภคเข้าถึงบริการในการปรึกษาด้านยากับเภสัชกรในช่องทางสื่อสาร เช่น IG Facebook Line หรืออื่น ๆ ก็อาจดูเป็นประโยชน์กับผู้บริโภคมากกว่า หรืออาจมีบริการปรึกษาแล้วนัดมารับยาที่ร้านยาทางออนไลน์เพิ่มเติม เพื่อความสะดวก ถามว่าได้อะไรจากที่ทำ สมมุติตัวท่านเองก็ได้... ว่า หากอยากจะปรึกษาอะไรกับใครสักคน มันต้องมีความไว้วางใจระดับหนึ่ง ยิ่งเป็นเรื่องที่ดูเหมือนว่าไม่อยากให้ใครรู้ ท่านเลือกคนปรึกษาไหม? เขาเก็บความลับของท่านได้หรือไม่? ท่านจะจ่ายเงินให้กับคนที่ท่านไม่ไว้วางใจหรือคนที่ท่านมั่นใจ? ผู้บริโภคก็คิดเช่นนี้เช่นกัน ต้องทำให้เขาเห็นว่า Value ของ Benefit ที่ให้ > ในราคาที่จ่าย และเป็นราคาที่แข่งขันได้ (คือไม่ราคาสูงต่างจากคู่แข่งที่มีในตลาดมากเกินไป) เขาก็อยากเข้ามาใช้บริการ เพราะตอบโจทย์ความต้องการ รู้สึกว่าการบริการที่ร้านยานี้มีคุณค่าที่ดีและแตกต่างจากคนอื่น สุดท้ายคือเขารู้สึกว่ามันคุ้มค่ากับเงินที่เขาจ่ายไป ดังนั้น สิ่งที่สำคัญของการตลาดระดับต้น ๆ คือการหา value ของสินค้าและบริการที่ทำอยู่ให้เจอ ซึ่งก็จำเป็นมาก ๆ เภสัชกรต้องเลือกกลุ่มลูกค้าที่ถูกต้อง เลือกตลาดที่แข่งขันให้ถูกต้อง เพราะจริง ๆ แล้วมันคือ หัวใจของกลยุทธ์การทำการตลาด คือการสร้าง VALUE จากการทำ STP (S = Segmentation, T = Target, P = Positioning) เพราะถ้าเข้าใจก็สร้าง VALUE ให้กับร้านยาได้ คำว่า Core Value และ Differentiation value ที่บอกไปก็อยู่ในการทำ Positioning นี้ ทำความคาดหวังพื้นฐานของผู้บริโภคให้บรรลุเป้าหมาย แล้วต่อยอดด้วยการสร้างความ แตกต่าง มันจะเป็น Positioningของร้านยาเภสัชกรของท่าน แล้วค่อยไปต่อยอดด้วยการทำ 4P, 5P, 6P, 8P Marketing ดังนั้นการเข้าใจ Segment / Target / Positioning จึงสำคัญ โดยเฉพาะในยุคนี้การช่วงชิง SHARE OF WALLET ก็ยากกว่าแต่ก่อนมากทีเดียว

หาทางรับมือและให้บริการในร้านยาที่เปลี่ยนไปในช่วง COVID-19

ในการบริหารจัดการร้านยานั้นมีความซับซ้อนมากอยู่แล้ว ยิ่งเรียนจบมาทางเภสัชศาสตร์แล้วต้องมาทำงานบริหารร้านยาด้วยแล้ว หลายท่านพูดเป็นเสียงเดียวกันด้วยคำว่า....มันไม่หมู!!! พอมาเจอ COVID-19 ก็เรียกว่าปราบเซียนกันไปตาม ๆ กันทีเดียว มาดูแนวทางที่ได้พอสอบถามจากร้านยาแต่ละภาคทั่วประเทศกันว่าทำอย่างไรเขาจึงรอด

1. เขามีการบริหารจัดการสินค้าคงคลังอย่างระมัดระวัง

- การสำรวจสินค้าคงคลังต้องรีบทำตั้งแต่รู้ว่าลูกค้าหาย
- การสำรวจสินค้าเคลื่อนไหวช้า และสินค้าไม่เคลื่อนไหวมีค้างอยู่ในคลังสินค้ามากน้อยเพียงใด ต้องจัดการอย่างรวดเร็ว
- การปรับเพิ่มหรือลดปริมาณสินค้าให้เพียงพอต่อการขายทันต่อเหตุการณ์
- หาเครือข่ายร้านยาแลกเปลี่ยนสินค้าหรือการช่วยระบายสินค้า รวมถึงช่วยกันหาสินค้า
- การหาสินค้าทดแทนที่จำเป็นต้องมีติดร้านไว้ในกรณีมีความต้องการซื้อสูงแต่สินค้าขาดตลาด
- การปรับเปลี่ยนหน้าที่ให้เหมาะสม การฝึกอบรม ให้พนักงานในร้านหมุนเวียนทำงานได้หลายรูปแบบ
- การตรวจสอบรายรับ-รายจ่ายให้สมดุลกัน
- อาจเพิ่มช่องทางจัดจำหน่าย (กรณีสินค้าที่ไม่ใช่ยา)
- การเพิ่มช่องทางการบริการและสื่อสารกับผู้บริโภค

2. เขามีการทำ New Normal ในร้านยา

- การป้องกันการติดต่อของพนักงานในองค์กรโดยการสร้างมาตรการป้องกันโรคในการทำงาน
- การวัดอุณหภูมิผู้มารับบริการหน้าร้านและบริการแอลกฮอลล์เจล
- การจำกัดบุคคลที่เข้ารับบริการและการเว้นระยะห่าง
- การจัดให้มีหน้ากากอนามัยบริการให้ผู้มารับบริการ
- การจัดหาหน้ากากอนามัยผ้ามาให้ผู้รับบริการทดแทนหน้ากากอนามัยกระดาษที่ขาดตลาด

3. เขาเข้าร่วมโครงการร้านยาชุมชนอบอุ่น

ร้านยาจัดเป็น Primary careที่ใกล้ชิดชุมชนและได้รับความไว้วางใจจากชุมชนค่อนข้างสูง โดยการที่ประชาชนจะมารับยาที่ร้านยาใกล้บ้าน จะอยู่ภายใต้มีเงื่อนไขดังนี้

(1) ประชาชนใช้สิทธิ์บัตรทอง

(2) ป่วยด้วยโรคเบาหวาน ความดันโลหิตสูง หอบหืด หรือโรคทางจิตเวช

(3) แพทย์วินิจฉัยแล้วว่าผู้ป่วยสามารถรับยาที่ร้านยาได้

(4) ผู้ป่วยสมัครใจยินดีไปรับยาที่ร้านยา

ในช่วงที่มีการระบาดของCOVID-19 บางพื้นที่เริ่มมีการเข้ารับบริการของประชาชนเพิ่มขึ้นหลายเท่าตัว บางร้านที่เข้าโครงการพบว่าเมื่อเริ่มต้นมีผู้มารับบริการ 10-20 รายต่อเดือน แต่ในช่วงมีการระบาดที่ผ่านมามีผู้มารับบริการเพิ่มขึ้นถึง 300 รายต่อเดือนทีเดียว

4. เขามีการให้คำแนะนำด้านสุขภาพและการใช้ยาผ่านทางออนไลน์

การใช้เทคโนโลยีดิจิตัล เช่น Line Whatapp Messenger เพื่อสื่อสารกับผู้ป่วยกรณีต้องการคำปรึกษาจากเภสัชกรแต่ไม่อยากเดินทางออกนอกบ้าน รวมถึงการนัดหมายมารับยาที่ร้านยาเพื่อลดเวลาการให้บริการ (ลดการสัมผัสเชื้อโรค) กรณีนี้อาจรวมถึงการทำ Telepharmacyด้วย

เภสัชกรจัดว่าเป็นกุญแจสำคัญในการทำงานเภสัชกรรมทางไกล (Telepharmacy) แต่การทำ Telepharmacy นั้น หลายคนอาจเข้าใจคลาดเคลื่อนและสับสนกับคำว่า Online Pharmacy คำว่า Telepharmacy ไม่ได้หมายถึงการขายหรือการโฆษณาออนไลน์ แต่คือการปฏิบัติหน้าที่ของเภสัชกรต่อผู้มารับบริการโดยใช้เทคโนโลยี สำหรับประเทศไทย สินค้ายายังคงมีข้อกฎหมายหลาย ๆ อย่างควบคุม รวมถึงการโฆษณาสินค้ายาที่จะต้องมีการขออนุญาตก่อนจะลงรูปและข้อความหรือคลิปลงใน Social network หรือ Internet และผู้รับบริการต้องได้รับหลักประกันการคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภค เป็นการให้การบริบาลทางเภสัชกรรม (Pharmaceutical care) และการบริการที่เกี่ยวเนื่องแก่ผู้รับบริการ รวมไปถึงการส่งมอบยาโดยผู้ประกอบวิชาชีพเภสัชกรรม ทั้งนี้ต้องมีมาตรฐานการให้บริการเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความมั่นใจในการใช้บริการด้วย อย่างที่บอกไปแล้วว่ากุญแจสำคัญของ Telepharmacy จะต้องเป็นเภสัชกร และเภสัชกรควรมีมาตรฐานการทำการบันทึกประวัติของผู้มารับบริการเก็บไว้เป็นฐานข้อมูลคนไข้ด้วย ความจริงในแต่ละประเทศมีข้อกำหนดที่มีความเหมือนและความแตกต่างกันขึ้นอยู่กับมาตรฐานแต่ละประเทศ นอกจากคำนี้แล้วหากลองค้นหาข้อมูล อาจมีคำอื่นที่มีความหมายใกล้เคียงกันอีกมากมาย เช่น Distance Pharmacy E-Pharmacy Internet Pharmacy Online Pharmacy Rural Pharmacy เป็นต้น และสำหรับผู้ที่ดูเหมือนจะเกี่ยวข้องกับการให้คำแนะนำด้านสุขภาพและการใช้ยาผ่านทางออนไลน์ที่พบเห็นในช่วงที่ผ่านมาน่าจะได้แก่

(1) โรงพยาบาลที่มีการส่งยาให้กับผู้ป่วยทางไปรษณีย์

(2) เภสัชกรที่อยู่ในโครงการร้านยาชุมชนอบอุ่น และ

(3) เภสัชกรที่ทำหน้าที่อยู่ในร้านยาเดี่ยว หากว่าใครลองสังเกตให้ดีจะพบว่า Patient Flow ปัจจุบันได้เปลี่ยนไปมากแล้วจริง ๆ อย่างที่เล่าไปข้างต้น สำหรับอนาคตของ Telepharmacy ในประเทศไทยจะไปได้ไกลเพียงใดอยู่ที่เภสัชกรทุกคนที่จะร่วมมือร่วมใจกันเป็นผู้กำหนดว่ากรอบขนาดไหนที่โลกปัจจุบันทำได้จริง แต่อยู่ภายใต้กฎเกณฑ์ที่สภาเภสัชกรรมเป็นผู้ประกาศ

> “ถามว่าช้าไปไหมสำหรับการเริ่มต้น.... คงต้องตอบว่าไม่มีอะไรช้าเกินไปสำหรับการลงมือทำ ที่ต้องทำคือการร่วมมือกันสร้างมาตรฐานวิชาชีพให้เป็นที่ประจักษ์ต่อผู้บริโภค และให้ผู้บริโภคเป็นผู้ตัดสินและให้คุณค่าแก่เภสัชกรเอง”

บทความโดย : ภก.ณภัทร สัตยุตม์

5 คำบอกใบ้ ออกแบบชีวิต อย่างไรให้มี ความสุข ด้วย งานวิจัย และ มุมมอง เศรษฐศาสตร์ความสุข

เศรษฐศาสตร์ ความสุข

หากพูดถึง "เภสัชที่มีความสุข" ส่วนมากคนมักจะพูดถึงการพัฒนางาน การให้บริการด้วยบทบาทวิชาชีพที่ได้เติมเต็มคุณค่าในการได้ช่วยเหลือผู้อื่น ทำอย่างไรจึงจะมีความรู้ทางวิชาการได้ทันสมัย ดูแลคนไข้ได้ปลอดภัย จะบริหารงานจัดการงานอย่างไรให้แผนก ฝ่าย หรือองค์กรมีความสุข แต่หากเรามองเภสัชกรเป็นคนธรรมดาคนหนึ่งมีที่มีบทบาทหลายบทบาทให้สวม ไม่ว่าจะเป็นบทบาทของลูก บทบาทของคนรัก บทบาทของเพื่อน บทบาทเจ้าของธุรกิจ บทบาทของพ่อแม่ และเภสัชกรเป็นเพียงหนึ่งบทบาทในชีวิตที่สวมและถอดวางลงบ้างในบางเวลา การสนับสนุนให้คนคนหนึ่งมีความสุขได้กับชีวิตส่วนตัวย่อมส่งผลให้ทุกบทบาทดีขึ้นตามไปด้วย

เภสัชกรหนึ่งคนจะมีความสุขทั้งในงานและในชีวิตส่วนตัวได้อย่างไร ? ตอบคำถามคาใจว่าควรจะเลือกอะไรให้ชีวิตดี อะไรบ้างที่จะให้ความสุขกับเราในระยะยาว ฟังคำบอกใบ้ผ่านข้อมูลชีวิตของคนทั่วไปด้วยงานวิจัยด้าน เศรษฐศาสตร์ความสุข

www.beanjourneys.com

เศรษฐศาสตร์ที่ศึกษาเรื่องความสุข

เศรษฐศาสตร์กระแสหลัก คือ การศึกษาเรื่องการตัดสินใจ การจัดสรร จัดการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่จำกัด เพื่อตอบสนองความต้องการที่มีไม่จำกัด โดยใช้ตรรกะและเหตุผลในการเลือกสิ่งต่าง ๆ เพื่อให้ได้ประโยชน์ที่สูงสุดกับตัวเอง แต่หลังจากการเกิดขึ้นของเศรษฐศาสตร์พฤติกรรมทำให้พบว่าคนทั่วไปไม่ได้ตัดสินใจอย่างมีตรรกะและเหตุผลเช่นนั้นตลอด การตัดสินใจมักจะมีอคติทางความคิดหรือมีอารมณ์เข้ามามีอิทธิพลอยู่ด้วยเสมอ ๆ และประโยชน์ที่เกิดขึ้นกับตัวเองนั้นอาจได้ “ประโยชน์” แต่ไม่ให้ “ความสุข”

เศรษฐศาสตร์ความสุขจึงทำการศึกษาความสุขในระดับต่าง ๆ ได้แก่ ความสุขที่เกิดจากอารมณ์ (Affective wellbeing) ความสุขที่เกิดจากการประเมินความพึงพอใจในชีวิต (Cognitive-evaluative wellbeing) ความสุขจากการได้ใช้ชีวิตที่มีความหมายและมีคุณค่า (eudemonic wellbeing) ติดตามสังเกตและสอบถามผู้คนเมื่อผ่านเหตุการณ์และเจอเรื่องราวต่าง ๆ ในชีวิต เปรียบเทียบก่อน-หลัง หรือติดตามระยะยาวผ่านช่วงอายุต่าง ๆ เพื่อสรุปและทำความเข้าใจว่าอะไรบ้างที่เกี่ยวข้องกับการมีความสุข

5 คำแนะนำที่บอกใบ้ออกแบบชีวิตอย่างไรให้มีความสุข

Miswanting สิ่งที่คิดไว้ว่าจะให้ความสุข กลับไม่ให้ความสุขจริง

Miswanting หมายถึง สถานการณ์ที่คนเราคาดการณ์ว่าบางสิ่งบางอย่างจะให้ความสุขกับเรา แต่เมื่อเราได้บางสิ่งบางอย่างนั้นมาจริงระดับของความสุขกลับไม่ได้เป็นเช่นนั้น ยกตัวอย่างเช่น การถูกล็อตเตอรี่ การมีบ้านหลังใหญ่ การสอบเข้าได้มหาวิทยาลัยที่ดี การมีเงินที่มาก การได้ครอบครองสิ่งของราคาแพง เพราะเรามักใช้อารมณ์ในการคาดการณ์และตัดสินใจ ประกอบกับเราละเลยหรือลืมสิ่งที่จะตามมาบางอย่างไปเสมอ ๆ ในเวลาที่เรา “อยากได้” สิ่งนั้น เช่น ลืมคิดไปว่าการมีบ้านหลังใหญ่ขึ้นก็ทำความสะอาดยากมากขึ้น สิ่งของราคาแพงที่ได้มาก็จะต้องแลกกับราคาที่ต้องจ่ายเพื่อทะนุถนอมหรือเก็บรักษาหรือต้องแลกกับความกังวลว่าจะมีคนมาขโมยมันไป บางสิ่งอาจนำเราไปสู่วิถีชีวิตแบบใหม่ที่กดดันหรือเครียดกว่าเดิม ฯลฯ

คำแนะนำที่ 1 :

หากอยากได้อะไรให้มองข้ามไปยังระยะไกล คิดถึงสิ่งที่จะตามมาด้วย อาจเป็นการสังเกตจากคนที่มีสิ่งนั้นหรือเคยเจอสิ่งนั้นมาก่อนเราว่าเมื่อเขามีแล้วชีวิตเป็นอย่างไร อาจจะช่วยบอกใบ้ได้ว่าสิ่งต่าง ๆ เหล่านั้นมีโอกาสแค่ไหนที่จะให้ความสุขแก่เรา

Hedonic Adaptation เราปรับตัวต่อความสุขอยู่เสมอ

ไม่ว่าจะสุขหรือทุกข์คนเราต่างมีกลไกในการปรับตัวซึ่งจะช้าหรือเร็วขึ้นกับคุณลักษณะเฉพาะบุคคล มุมมองและการใช้ชีวิต ยกตัวอย่างเช่น ถ้าเราได้สิ่งของที่เราอยากได้มาใหม่ สิ่งเหล่านั้นอาจจะให้ความสุขกับเราในวันแรก ๆ แต่เมื่อผ่านไปหนึ่งสัปดาห์ความสุขก็ตกลงกลับมาอยู่ในระดับเดิม เพราะเราเริ่มเคยชินกับมันหรือปรับตัวเข้ากับวิถีชีวิตใหม่ สังคมใหม่นั้นได้

คำแนะนำที่ 2 :

แทนที่จะรอคอยความสุขชิ้นใหญ่แต่นาน ให้แบ่งความสุขนั้นออกมาเป็นชิ้นเล็ก ๆ แต่สุขได้บ่อย ๆ จะดีกว่า เพราะไม่ว่าความสุขนั้นจะยิ่งใหญ่แค่ไหน สุดท้ายแล้วเราก็จะปรับตัวกับมันได้อยู่ดี

Social comparison ความสุขของเรามักเกิดจากการเปรียบเทียบกับคนอื่น ๆ

การเปรียบเทียบกับคนอื่นหรือการเปรียบเทียบทางสังคมเป็นเรื่องที่เป็นสัญชาติญาณที่ติดตัวมาพร้อมวิวัฒนาการ เพราะการที่เราทำได้ใกล้เคียงหรือดีกว่าค่าเฉลี่ยของกลุ่มนั่นแปลว่าเราจะมีชีวิตรอด การเปรียบเทียบเหล่านี้เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นโดยอัตโนมัติ แม้จะห้ามให้เกิดไม่ได้ แต่เราสามารถหยุด หรือเลือกได้ว่าจะเปรียบเทียบกับใคร เปรียบเทียบในเรื่องไหน และสรุปแปลความว่าอย่างไร

คำแนะนำที่ 3 :

1. เลือกที่จะใช้ชีวิตอยู่ในสิ่งแวดล้อมและสังคมที่เราอยู่ในระดับที่ใกล้เคียงหรือเหนือกว่านิด ๆ เพราะทำให้เราไม่รู้สึกตามหลังหรือด้อยกว่าอยู่ตลอดเวลา และเป็นแรงจูงใจท้าทายให้พัฒนา

2. มั่นใจและมั่นคงต่อความถนัด จุดแข็ง คุณค่าที่ตนเองยึดถือ จะทำให้แม้มีการเปรียบเทียบบางเรื่องที่เราด้อยหรือแย่กว่า แต่เราก็จะยังสามารถมีความสุขอยู่ได้ เพราะเรายังมีสิ่งที่เหนือกว่าดีกว่าในมิติอื่น ๆ ให้นึกถึง ไม่ได้ด้อยหรือแย่ไปเสียทั้งหมด

3. ให้ความหมายต่อการเปรียบเทียบที่ด้อยกว่าว่าเป็นความท้าทายที่เราจะผลักดันพัฒนา มากกว่าเป็นภัยคุกคามต่อคุณค่าของตัวเอง

Money and happiness คำอธิบายเรื่องเงินและความสุข

คำแนะนำที่ 4 :

1. ทรัพย์สิน : คนที่รวย คนที่รวยมาก กับคนที่รวยมาก ๆ เมื่อวิเคราะห์แล้วระดับความสุขไม่ได้แตกต่างกันอย่างมีนัยยะสำคัญ เพราะฉะนั้นการรวยมากขึ้นมาก ๆ อาจไม่ได้ให้ความสุขอย่างที่คิด

2. รายได้ : การมีรายได้ที่สูงขึ้นทำให้ความสุขเพิ่มขึ้นเป็นเส้นตรงเพียงแค่ช่วงระยะหนึ่ง แต่เมื่อเลยจุดหนึ่งไปแล้ว การมีเงินเพิ่มขึ้นไม่ได้ให้ความสุขเพิ่มขึ้นมากนัก คำอธิบายหนึ่ง คือ เราอาจจะต้องการรายได้ที่สูงเพียงพอในระดับที่สามารถเข้าถึงความอบอุ่นปลอดภัยและมีปัจจัยพื้นฐานที่เพียงพอต่อการดำรงชีวิต รายได้ที่เกินมากไปกว่านั้นเป็นเรื่องของนิยามการใช้ชีวิต วิธีการใช้ชีวิต และการนำเงินไปใช้ของแต่ละคน

3. เราปรับตัวต่อรายได้ที่เพิ่มขึ้นและคาดหวังกับมันเพิ่มขึ้นเสมอ งานวิจัยพบว่าคนมักจะใช้ชีวิตเหมือนเดินอยู่บนลู่วิ่งสายพานของความสุข (hedonic treadmill) เมื่อได้รับเงินเพิ่ม ความคาดหวังของเราก็จะปรับตัวเพิ่มขึ้นไปสู่อีกระดับ เวลาต่อมาเมื่อเราได้เพิ่มไปถึงระดับนั้น เราก็จะคาดหวังไปยังระดับที่สูงขึ้นไปอีกเรื่อย ๆ ไม่มีจุดพอใจที่แท้จริง

4. การขึ้นเงินเดือนอาจไม่ให้ความสุข ถ้าเรารู้ว่าคนอื่นก็เงินเดือนขึ้นเหมือนกันกับเรา คนเราให้ความสำคัญกับ “รายได้เปรียบเทียบ” (relative income) และ “อันดับทางสังคม” (social rank) ดังนั้นแล้วหากเงินเดือนเราสูงขึ้น แต่คนอื่นก็เงินเดือนสูงขึ้นตาม ทำให้ผลลัพธ์สุดท้ายเรายังอยู่อันดับเดิมไม่ได้เปลี่ยนแปลง ความสุขที่ได้รับก็ยังคงเท่าเดิม

5. ใช้เงินอย่างไรให้ได้ความสุข

- ใช้เงินซื้อประสบการณ์มากกว่าสิ่งของ เพราะเราปรับตัวต่อความสุขจากประสบการณ์ได้ช้ากว่าความสุขจากวัตถุ การใช้เงินกับการไปเที่ยว ทำให้เมื่อจบทริปแล้ว เรากลับมาดูรูปถ่าย ได้เล่าเรื่องให้เพื่อนฟัง กลับมานั่งคิดถึงเมื่อไหร่ก็ยังจะมีแง่มุมใหม่ ๆ ให้เรารู้สึกดี ประสบการณ์จึงให้ความสุขกับเราได้ในระยะยาว ซึ่งแตกต่างจากความสุขจากวัตถุที่เมื่อครอบครองแล้วก็เหมือนเดิม คล้ายเดิม และเราปรับตัวให้คุ้นเคยและคุ้นชินได้เร็วกว่า
- ใช้เงินซื้อเวลา เพราะความมั่งคั่งในเวลา (time affluence) เป็นปัจจัยที่สัมพันธ์กับความสุข ดังนั้นแล้วหากเราใช้เงินแล้วทำให้มีเวลาเป็นของตัวเองมากขึ้น สามารถเลือกทำในสิ่งที่ต้องการทำ ในเวลาที่ต้องการได้ก็อาจทำให้มีความสุขได้มากกว่า
- ใช้เงินเพื่อประโยชน์ของคนอื่นมากกว่าตัวเอง งานวิจัยพบว่าด้วยเงินจำนวนเท่ากัน หากถูกนำไปใช้กับประโยชน์ของคนอื่นจะให้ความสุขมากกว่าการนำไปใช้จ่ายเพื่อตัวเอง เหตุผลคือเราได้รับความสุขในจังหวะที่เราให้ แล้วยังมีโอกาสได้รับความสุขจากความทรงจำดี ๆ มิตรภาพ ฯลฯ เป็นของตอบแทนเกิดขึ้นตามมา เมื่อเวลาผ่านไปได้อีกด้วย

Money and happiness

การแต่งงาน การมีลูก การงาน และการเรียน

คำแนะนำที่ 5 :

1. การแต่งงาน ให้ความสุขในระยะ 1 ปีก่อนแต่ง จะค่อย ๆ ปรับตัวกลับสู่ระดับเดิมเมื่อเวลาผ่านไป แต่สิ่งที่สำคัญและอธิบายความสุขได้มากกว่า คือ “ความเป็นหุ้นส่วนชีวิต” (partnership) หากความสัมพันธ์ที่เกิดจากการแต่งงานนั้นมาในรูปแบบของการถ้อยทีถ้อยอาศัย สนับสนุนกันและกันก็จะทำให้ระดับความสุขอยู่ได้ต่อเนื่องในระยะยาว

2. การมีลูก ให้ความสุขในระยะ 1 ปีก่อนคลอด แต่เมื่อคลอดแล้วความสุขจะลดระดับลงไปและค่อย ๆ คืนกลับมายังระดับเดิมหลังผ่านไป 1-2 ปี ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับลูกที่ทำนายความสุขได้มากกว่า คือ การมีหลาน การมีหลานจะให้ความสุขเราได้ในระยะยาวมากกว่าการมีลูก

3. การงาน หากเราลาออกจากงานโดยสมัครใจเราจะปรับตัวได้ไวต่อการไม่มีงานทำ การทำงานแบบเป็นเจ้านายตัวเองให้ความสุขได้มากกว่า แม้ค่าตอบแทนชั่วโมงการทำงาน และสิ่งแวดล้อมในการทำงานจะด้อยกว่าเมื่อเทียบกับการทำงานแบบมีนายจ้าง ปัจจัยเกี่ยวกับความสุขอื่น ๆ เกี่ยวกับการทำงานนั้นมาจาก สถานะและอันดับทางสังคม (ผ่านค่าตอบแทน ชื่อเสียงบริษัท ประเภทธุรกิจ) คุณค่าและความหมายของงานที่ทำ การได้ใช้จุดแข็งของตัวเองในการทำงาน ความรู้สึกว่าหัวหน้าเก่งกว่าเราสามารถสอนงานเราได้ ความยุติธรรมในที่ทำงาน ฯลฯ

4. การศึกษา การศึกษาไม่ได้มีอำนาจในการอธิบายความสุขอย่างชัดเจน แต่เป็นปัจจัยระยะกลางที่นำไปสู่การเลื่อนอันดับทางสังคม การได้พบกับคนที่แตกต่างไป ได้รับโอกาส และประสบการณ์ใหม่ ๆ ที่นำไปสู่ปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดความสุขอื่น ๆ

ความสุขของชีวิตยังคงเป็นเรื่องที่ซับซ้อนและอธิบายอย่างตรงไปตรงมาได้ยาก แต่การศึกษาของเศรษฐศาสตร์ความสุขก็ทำให้พอเข้าใจและเห็นปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นเกี่ยวกับความสุขได้โดยมีหลักฐานเชิงประจักษ์ สิ่งเหล่านี้อาจจะเป็นเหมือนคำบอกใบ้ให้เรานำไปใช้คิดไตร่ตรองและเลือกสิ่งต่าง ๆ เพื่อออกแบบชีวิต และเมื่อชีวิตส่วนตัวมีความสุขดี การปฏิบัติหน้าที่ในบทบาทของเภสัชกรก็ย่อมดีตามกันไปด้วย ThaiYPGrow สนับสนุนการเติบโตของเภสัชกรไทยให้สามารถทำงานได้ดี ใช้ชีวิตได้อย่างสุขใจ และได้ค้นพบคุณค่าและความหมายจากการทำงานในบทบาทวิชาชีพ

ติดตามบทความ

เภสัชพัฒนางาน พัฒนาคน พัฒนาตนเอง ได้ทางเว็บไซต์ www.thaiypgrow.com

เอกสารอ้างอิง: https://bit.ly/ypgrow-happyref

CPE
2.5 Credits

หน่วยกิตการศึกษาต่อเนื่อง
ผู้ประกอบวิชาชีพเภสัชกรรม

ภญ.ดร.อาภา เพชรสัมฤทธิ์
สาขาเทคโนโลยีเภสัชกรรม คณะเภสัชศาสตร์
มหาวิทยาลัยบูรพา

ฟ้าทะลายโจร

รูปแบบและปัจจัยที่มีผลต่อการรักษาโรค

วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับคุณสมบัติต่าง ๆ ของฟ้าทะลายโจร
2. เพื่อให้สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการรักษาโรคเบื้องต้นได้ถูกต้อง เหมาะสม
3. เพื่อให้ทราบถึงรูปแบบและปัจจัยที่มีผลต่อการรักษาโรค

บทคัดย่อ

ฟ้าทะลายโจร มีสารสำคัญในการออกฤทธิ์ คือ สารแอนโดรกราโฟไลด์ ซึ่งเป็นสารที่ใช้ในการศึกษาวิจัยผลทางคลินิกเป็นหลัก โดยสารนี้มีคุณสมบัติละลายน้ำได้น้อย สลายตัวได้ในสภาวะเบสและถูกทำลายด้วยปฏิกิริยาไฮโดรไลซิส เป็นผลให้สารนี้ถูกดูดซึมเข้าสู่ร่างกายได้น้อย ทำให้จำเป็นต้องรับประทานยาฟ้าทะลายโจรในปริมาณมาก จึงเกิดการพัฒนายาฟ้าทะลายโจรสกัด เพื่อให้มีปริมาณสารสำคัญมากขึ้นและช่วยลดปริมาณยาที่ต้องรับประทานแต่ละครั้งลงได้ แต่อย่างไรก็ตามยังคงต้องพิจารณาข้อบ่งใช้ ข้อห้ามใช้และติดตามอาการข้างเคียงเช่นเดิม

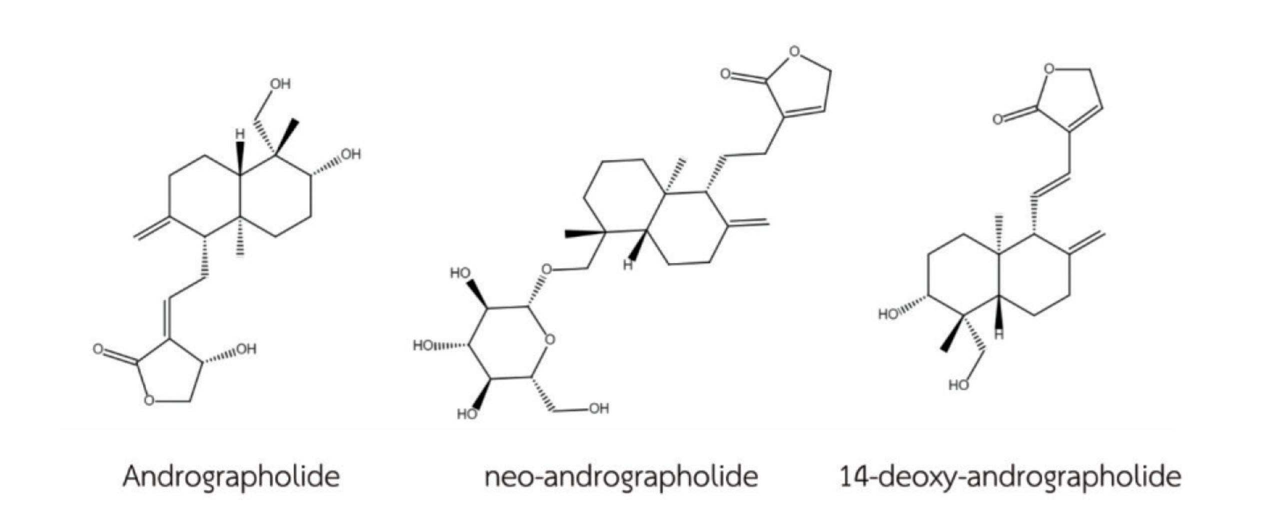
คำสำคัญ : ฟ้าทะลายโจร, ฟ้าทะลายโจรสกัด, แอนโดรกราโฟไลด์

บทนำ

ในปัจจุบันมีการใช้ฟ้าทะลายโจรกันอย่างแพร่หลาย ด้วยคุณสมบัติที่หลากหลายของฟ้าทะลายโจรตามที่มีการใช้กันมายาวนานและตามตำราแพทย์แผนโบราณ ทำให้มีการนำไปใช้เพื่อรักษาโรคต่าง ๆ แต่ในปัจจุบันมีการระบุสรรพคุณที่ชัดเจนไว้ คือ บรรเทาอาการท้องเสียชนิดที่ไม่เกิดจากการติดเชื้อ บรรเทาอาการเจ็บคอ และอาการของโรคหวัดเท่านั้น ซึ่งการใช้ฟ้าทะลายโจรนั้นสามารถหยุดยาได้ทันทีที่อาการดีขึ้นโดยไม่ทำให้เกิดการดื้อยา และยังสามารถช่วยลดการใช้ยาปฏิชีวนะลงได้อีกด้วย แต่รู้หรือไม่ว่าฟ้าทะลายโจรที่พบเห็นกันทั่วไปนั้น มีความแตกต่างหรือเหมือนกันอย่างไร ควรเลือกซื้อหรือใช้อย่างไรจึงจะปลอดภัย

ฟ้าทะลายโจร

ฟ้าทะลายโจร ชื่อวิทยาศาสตร์ *Andrographis paniculata* (Burm.f.) Nees อยู่ในวงศ์ Acanthaceae เช่นเดียวกับทองพันชั่ง เหงือกปลาหมอ เสลดพังพอน ส่วนที่นำมาใช้เป็นยาสมุนไพร ได้แก่ ใบสด ใบแห้ง และทั้งต้น โดยใบจะเก็บมาใช้ได้เมื่อต้นฟ้าทะลายโจรมีอายุได้ประมาณ 3-5 เดือน ในฟ้าทะลายโจรมีสารเคมีประกอบอยู่หลายประเภท แต่สารสำคัญในการออกฤทธิ์ คือ สารกลุ่มแลคโตน (Lactone) ได้แก่ สารแอนโดรกราโฟไลด์ (andrographolide) สารนีโอแอนโดรกราโฟไลด์ (neo-andrographolide) 14-ดีอ๊อกซี่แอนโดรกราโฟไลด์ (14-deoxy-andrographolide) ดังรูปที่ 1 จากตำรามาตรฐานยาสมุนไพรไทย (Thai Herbal Pharmacopoeia)[1] และมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมแนบท้ายประกาศกระทรวงอุตสาหกรรม ฉบับที่ 5341 (พ.ศ. 2562)[2] กำหนดให้วัตถุดิบฟ้าทะลายโจรที่ดีควรมีปริมาณแลคโตนรวมโดยคำนวณเป็นสารแอนโดรกราโฟไลด์ ไม่น้อยกว่า 6% โดยมวลของสารสกัด



รูปที่ 1 โครงสร้างสารสำคัญในการออกฤทธิ์ของฟ้าทะลายโจร

คุณสมบัติทางกายภาพและเคมี

ผงฟ้าทะลายโจรมีลักษณะเป็นผงละเอียดสีเขียวเข้ม มีรสขมจัด สารสำคัญในการออกฤทธิ์ ได้แก่ สารแอนโดรกราโฟไลด์ ซึ่งเป็นสารที่พบมากในใบ สารนี้มีคุณสมบัติละลายน้ำได้น้อยมากเพียง 3.29 ± 0.73 ไมโครกรัมต่อมิลลิลิตรที่ 25 องศาเซลเซียส[3] แต่ละลายได้ดีในตัวทำละลายอินทรีย์ (organic solvent) เช่น ethanol, methanol, DMSO และ dimethyl formamide เป็นต้น ความคงตัวของแอนโดรกราโฟไลด์[4] สารนี้ไม่คงตัวในน้ำเนื่องจากในโครงสร้างมีหมู่เอสเทอร์ จึงสลายตัวได้ง่ายจากปฏิกิริยาไฮโดรไลซิส แต่ในสภาวะอุณหภูมิต่ำสารจะมีความคงตัวดี นอกจากนี้ในสภาวะเบสหากเพิ่มความเป็นเบสจะทำให้สารไม่คงตัว ช่วงความเป็นกรดเบส (pH) ที่สารนี้คงตัวดีที่สุด คือ 3 – 5 และคงตัวได้ดีในคลอโรฟอร์ม

ฤทธิ์ทางเภสัชวิทยา

ฟ้าทะลายโจรเป็นสมุนไพรที่มีฤทธิ์เย็น มีการใช้กันอย่างแพร่หลายในประเทศแถบเอเชีย รวมทั้งในประเทศไทยด้วย มีการศึกษาในสัตว์ทดลองหรือในหลอดทดลองพบว่า ฟ้าทะลายโจรมีฤทธิ์ทางเภสัชวิทยาหลากหลาย ดังนี้

1. ฤทธิ์กระตุ้นภูมิคุ้มกัน (immunostimulant activity)[5]
2. ฤทธิ์ต้านเชื้อไวรัส (antiviral activity)[5]
3. ฤทธิ์ต้านเชื้อแบคทีเรีย (antibacterial activity)[6]
4. ฤทธิ์ต้านการอักเสบ (anti-inflammation)[7]
5. ฤทธิ์ต้านมะเร็ง (anti-cancer)[8]

สรรพคุณและวิธีใช้

ในประเทศไทยฟ้าทะลายโจรถูกจัดเป็นยาจากสมุนไพรอยู่ในบัญชียาหลักแห่งชาติ[9] มีขนาดและวิธีใช้แตกต่างไปตามข้อบ่งใช้ โดยสามารถหยุดยาได้ทันทีที่อาการดีขึ้น โดยไม่ทำให้เกิดการดื้อยา

ตารางที่ 1 ขนาดและวิธีใช้ฟ้าทะลายโจรตามข้อบ่งใช้

ข้อบ่งใช้	ขนาดและวิธีใช้
บรรเทาอาการท้องเสียชนิดที่ไม่เกิดจากการติดเชื้อ เช่น อุจจาระไม่เป็นมูกหรือมีเลือดปน	รับประทานครั้งละ 500 มิลลิกรัม – 2 กรัม วันละ 4 ครั้ง หลังอาหารและก่อนนอน
บรรเทาอาการเจ็บคอ บรรเทาอาการของโรคหวัด (common cold) เช่น เจ็บคอ ปวดเมื่อยกล้ามเนื้อ	รับประทานครั้งละ 1.5 – 3 กรัม วันละ 4 ครั้ง หลังอาหารและก่อนนอน

ข้อห้ามใช้

- ห้ามใช้ในผู้ที่มีประวัติแพ้ฟ้าทะลายโจรหรือแพ้พืชในวงศ์ Acanthaceae เช่น เสลดพังพอน ทองพันชั่ง เป็นต้น
- ห้ามใช้ในหญิงตั้งครรภ์และให้นมบุตร เนื่องจากมีรายงานว่าทำให้สัตว์ทดลองแท้ง และอาจทำให้เกิดทารกวิรูปได้[10-11]
- ห้ามใช้ฟ้าทะลายโจรสำหรับแก้เจ็บคอในกรณีต่าง ๆ ต่อไปนี้
  • ผู้ป่วยที่มีอาการเจ็บคอเนื่องจากติดเชื้อ Streptococcus group A
  • ผู้ป่วยที่มีประวัติเป็นโรคไตอักเสบ เนื่องจากเคยติดเชื้อ Streptococcus group A
  • ผู้ป่วยที่มีประวัติเป็นโรคหัวใจรูห์มาติค
  • ผู้ป่วยที่มีอาการเจ็บคอเนื่องจากมีการติดเชื้อแบคทีเรีย และมีอาการรุนแรง เช่น มีตุ่มหนองในคอ มีไข้สูง และหนาวสั่น

อาการไม่พึงประสงค์

อาจทำให้เกิดอาการผิดปกติของทางเดินอาหาร เช่น ปวดท้อง ท้องเดิน คลื่นไส้ เบื่ออาหาร วิงเวียนศีรษะ ใจสั่น และอาจเกิดลมพิษได้

คำเตือน

- หากใช้ติดต่อกันเป็นเวลานาน อาจทำให้แขนขามีอาการชาหรืออ่อนแรง
- หากใช้ฟ้าทะลายโจรติดต่อกัน 3 วัน แล้วไม่หายหรือมีอาการรุนแรงขึ้นระหว่างใช้ยา ควรหยุดใช้และพบแพทย์
- ควรระวังการใช้ร่วมกับสารกันเลือดเป็นลิ่ม (anticoagulants) เช่น warfarin, enoxaparin, bivalirudin, dabigatran เป็นต้น และยาต้านการจับตัวของเกล็ดเลือด (antiplatelets) เช่น clopidogrel, ticagrelor, prasugrel เป็นต้น
- ควรระวังการใช้ร่วมกับยาลดความดันเลือด (antihypertensives) เพราะอาจเสริมฤทธิ์กันได้
- ควรระวังการใช้ร่วมกับยาที่กระบวนการเมแทบอลิซึมผ่านเอนไซม์ Cytochrome P450 (CYP)[12-14] เนื่องจากฟ้าทะลายโจรมีฤทธิ์ยับยั้งเอนไซม์ CYP1A2, CYP2C9 และ CYP3A4 เช่น theophylline, warfarin เป็นต้น

ปัจจัยที่มีผลต่อการดูดซึม

เมื่อรับประทานฟ้าทะลายโจรจะเกิดการแตกตัวและละลายในกระเพาะอาหาร จากนั้นจะถูกดูดซึมเข้าสู่ร่างกายที่บริเวณลำไส้เล็กและเกิดการเปลี่ยนแปลงยาที่ตับ จะเห็นได้ว่าจากคุณสมบัติของแอนโดรกราโฟไลด์ที่มีความสามารถในการละลายน้ำได้น้อย เกิดปฏิกิริยาไฮโดรไลซิสในสภาวะเบสที่บริเวณลำไส้เล็ก รวมทั้งยังเมื่อถูกดูดซึม เข้าสู่ร่างกายแล้วยังเกิดการเปลี่ยนแปลงยาที่ตับอีกด้วย ทำให้มีการดูดซึมสารนี้เข้าสู่ร่างกายน้อย ส่งผลให้ประสิทธิภาพในการรักษาลดลง ด้วยเหตุนี้จึงทำให้ต้องรับประทานยาผงฟ้าทะลายโจรในปริมาณมาก เพื่อให้มีปริมาณของแอนโดรกราโฟไลด์เพียงพอต่อการรักษานี่จึงเป็นคำตอบที่หลายท่านเคยสงสัยว่าฟ้าทะลายโจรทำไมต้องรับประทานทีละหลายแคปซูล

รูปแบบยา

รูปแบบยาของฟ้าทะลายโจรที่มีจำหน่ายในท้องตลาด ได้แก่ ยาแคปซูล ยาเม็ด ยาลูกกลอน โดยฟ้าทะลายโจรชนิดแคปซูล จะบรรจุผงแห้งของฟ้าทะลายโจรที่ได้จากการบด แต่หากเป็นผงแห้งของสารสกัดฟ้าทะลายโจรบรรจุใส่แคปซูลจะเรียกว่า ฟ้าทะลายโจรสกัดแคปซูล ซึ่งจะมีปริมาณสารแอนโดรกราโฟไลด์เข้มข้นขึ้น

ข้อแตกต่างระหว่างยาแคปซูลฟ้าทะลายโจรสกัดและไม่สกัด

- ยาแคปซูลฟ้าทะลายโจร บรรจุผงแห้ง 350-500 มิลลิกรัม ตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมจะต้องมีสารแอนโดรกราโฟไลด์ ไม่น้อยกว่า 6% โดยมวลของสารสกัด
- ยาแคปซูลฟ้าทะลายโจรสกัด บรรจุสารสกัด 300-500 มิลลิกรัมต่อแคปซูล มีแอนโดรกราโฟไลด์ 9 มิลลิกรัม

เนื่องจากการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับฟ้าทะลายโจรใช้การติดตามผลจากการใช้สารแอนโดรกราโฟไลด์เป็นหลัก ซึ่งจากการทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบเกี่ยวกับประสิทธิภาพและความปลอดภัยในการใช้ฟ้าทะลายโจรรักษาโรคติดเชื้อในระบบทางเดินหายใจส่วนบน โดยทำการศึกษาในผู้ใหญ่และในเด็กและขนาดการใช้แอนโดรกราโฟไลด์ อยู่ในช่วง 15.75-1,200 มิลลิกรัมต่อวัน พบว่าฟ้าทะลายโจรช่วยบรรเทาอาการและทำให้หายจากโรคได้เร็วขึ้น รวมทั้งยังช่วยลดการใช้ยาปฏิชีวนะลงได้อีกด้วย[15] หากพิจารณาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการดูดซึมยาเข้าสู่ร่างกายและรูปแบบยาที่มีการสกัด จะเห็นได้ว่ายาแคปซูลฟ้าทะลายโจรสกัดมีปริมาณแอนโดรกราโฟไลด์ 9 มิลลิกรัมใน 1 แคปซูล สามารถรับประทานเพียงครั้งละ 1 แคปซูล วันละ 4 ครั้ง หลังอาหารและก่อนนอน ก็จะเพียงพอต่อการรักษาโรค อย่างไรก็ตามการใช้ฟ้าทะลายโจรจึงควรสังเกตว่าเป็นแบบสกัดหรือไม่ พิจารณาข้อบ่งใช้และขนาดการใช้ยาให้เหมาะสม เพื่อป้องกันการเกิดอาการข้างเคียง รวมทั้งอาการไม่พึงประสงค์ที่อาจเกิดขึ้นได้จากการใช้ยาเกินขนาด

สรุป

เมื่อบริโภคฟ้าทะลายโจรเข้าไปในร่างกายแล้ว การออกฤทธิ์ของฟ้าทะลายโจรขึ้นอยู่กับการละลาย การปลดปล่อยและการดูดซึมของสารสำคัญเป็นหลัก ซึ่งจะเป็นตัวบ่งชี้ว่าสารสำคัญนี้สามารถออกฤทธิ์ในการรักษาได้ดีมากน้อยเพียงใด ดังนั้นการใช้ฟ้าทะลายโจรให้มีประสิทธิภาพดี จึงขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น คุณภาพวัตถุดิบ ปริมาณของสารสำคัญในผลิตภัณฑ์ รวมถึงรูปแบบผลิตภัณฑ์หรือการนำส่งยา เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

1. ประกาศกระทรวงอุตสาหกรรม เรื่อง กำหนดมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมสารสกัดฟ้าทะลายโจรผง พ.ศ. 2562. (2562, 24 กรกฎาคม). ราชกิจจานุเบกษา. เล่ม 136 ตอนพิเศษ 185 ง. หน้า 26.
2. Minisytry of Public Health. Fa Thalai. In Thai Herbal Pharmacopoeia, Vol. 1. Nonthaburi, Thailand, 2020, 112-123.
3. Bothiraja C, Shinde MB, Rajalakshmi S, Pawar AP. Evaluation of molecular pharmaceutical and in-vivo properties of spray-dried isolated andrographolide-PVP. Journal of Pharmacy and Pharmacology [Internet]. Wiley; 2009 Nov;61(11):1465–72. Available from: http://dx.doi.org/10.1211/jpp.61.11.0005
4. Yan Y, Fang L-H, Du G-H. Andrographolide. Natural Small Molecule Drugs from Plants [Internet]. Springer Singapore; 2018;357–62. Available from: http://dx.doi.org/10.1007/978-981-10-8022-7_60
5. Churiyah, Pongtuluran OB, Rofaani E, Tarwadi. Antiviral and immunostimulant activities of *Andrographis paniculata*. HAYATI Journal of Biosciences [Internet]. Elsevier BV; 2015 Apr;22(2):67–72. Available from: http://dx.doi.org/10.4308/hjb.22.2.67
6. Jiang X, Yu P, Jiang J, Zhang Z, Wang Z, Yang Z, et al. Synthesis and evaluation of antibacterial activities of andrographolide analogues. European Journal of Medicinal Chemistry [Internet]. Elsevier BV; 2009 Jul;44(7):2936–43. Available from: http://dx.doi.org/10.1016/j.ejmech.2008.12.014
7. Li Y, He S, Tang J, Ding N, Chu X, Cheng L, et al. Andrographolide inhibits inflammatory cytokines secretion in LPS-stimulated RAW264.7 cells through suppression of NF-**K**B/MAPK signaling pathway. Evidence-Based Complementary and Alternative Medicine [Internet]. Hindawi Limited; 2017;2017:1–9. Available from: http://dx.doi.org/10.1155/2017/8248142

8. Pearngam P, Kumkate S, Okada S, Janvilisri T. Andrographolide inhibits cholangiocarcinoma cell migration by down-regulation of Claudin-1 via the p-38 signaling pathway. Frontiers in Pharmacology [Internet]. Frontiers Media SA; 2019 Jul 25;10. Available from: http://dx.doi.org/10.3389/fphar.2019.00827
9. ประกาศคณะกรรมการพัฒนาระบบยาแห่งชาติ เรื่อง บัญชียาหลักแห่งชาติ พ.ศ. 2562 (2562, 17 เมษายน). ราชกิจจานุเบกษา. เล่ม 136 ตอนพิเศษ 95 ง. หน้า 8.
10. Shamsuzzoha M, Rahman MS, Ahmed MM, Islam AK. Antifertility effect in mice of medicinal plant of family acanthaceae. The Lancet [Internet]. Elsevier BV; 1978 Oct;312(8095):900. Available from: http://dx.doi.org/10.1016/s0140-6736(78)91615-x
11. Tayeboon G, Ostad S, Nasri S, Nili-Ahmadabadi A, Tavakoli F, Sabzevari O. Effects of teratogenic drugs on CYP1A1 activity in differentiating rat embryo cells. Drug Research [Internet]. Georg Thieme Verlag KG; 2014 Mar 25;65(05):238–43. Available from: http://dx.doi.org/10.1055/s-0034-1370966
12. Balap A, Lohidasan S, Sinnathambi A, Mahadik K. Herb-drug interaction of *Andrographis paniculata* (Nees) extract and andrographolide on pharmacokinetic and pharmacodynamic of naproxen in rats. Journal of Ethnopharmacology [Internet]. Elsevier BV; 2017 Jan;195:214–21. Available from: http://dx.doi.org/10.1016/j.jep.2016.11.022
13. Pekthong D, Blanchard N, Abadie C, Bonet A, Heyd B, Mantion G, et al. Effects of *Andrographis paniculata* extract and Andrographolide on hepatic cytochrome P450 mRNA expression and monooxygenase activities after *in vivo* administration to rats and *in vitro* in rat and human hepatocyte cultures. Chemico-Biological Interactions [Internet]. Elsevier BV; 2009 May;179(2-3):247–55. Available from: http://dx.doi.org/10.1016/j.cbi.2008.10.054
14. Zhang X, Zhang X, Wang X, Zhao M. Influence of andrographolide on the pharmacokinetics of warfarin in rats. Pharmaceutical Biology [Internet]. Informa UK Limited; 2018 Jan 1;56(1):351–6. Available from: http://dx.doi.org/10.1080/13880209.2018.1478431
15. Hu X-Y, Wu R-H, Logue M, Blondel C, Lai LYW, Stuart B, et al. *Andrographis paniculata* (Chuān Xīn Lián) for symptomatic relief of acute respiratory tract infections in adults and children: A systematic review and meta-analysis. Arora R, editor. PLOS ONE [Internet]. Public Library of Science (PLoS); 2017 Aug 4;12(8):e0181780. Available from: http://dx.doi.org/10.1371/journal.pone.0181780

แบบทดสอบความรู้ทางวิชาการ
ฟ้าทะลายโจร รูปแบบและปัจจัยที่มีผลต่อการรักษาโรค

*** ถ้าท่านตอบคำถามถูกต้องอย่างน้อย 13 ข้อ ท่านจะได้รับ CPE 2.5 หน่วยกิต
เลือกคำตอบที่ถูกต้องที่สุดแล้วทำเครื่องหมายในกระดาษคำตอบ ส่งกลับมายังเภสัชกรรมสมาคมฯ ภายในวันที่ **31 ตุลาคม** 2563 ***

1. ข้อใด<u>**ไม่ใช่**</u>อนุพันธ์ของสารสำคัญจากฟ้าทะลายโจร
   ก. สารแอนโดรกราโฟไลด์ (andrographolide)
   ข. สารนีโอแอนโดรกราโฟไลด์ (neo-andrographolide)
   ค. สารนอนแอนโดรกราโฟไลด์ (non-andrographolide)
   ง. 14-ดีอ๊อกซี่แอนโดรกราโฟไลด์ (14-deoxy-andrographolide)

2. ข้อใดเป็นสารสำคัญจากฟ้าทะลายโจรที่นิยมใช้ติดตามผลการศึกษาทางคลินิก
   ก. สารแอนโดรกราโฟไลด์ (andrographolide)
   ข. สารนีโอแอนโดรกราโฟไลด์ (neo-andrographolide)
   ค. สารนอนแอนโดรกราโฟไลด์ (non-andrographolide)
   ง. 14-ดีอ๊อกซี่แอนโดรกราโฟไลด์ (14-deoxy-andrographolide)

3. สารแอนโดรกราโฟไลด์ละลายในตัวทำละลายใดน้อยที่สุด
   ก. Ethanol ข. Methanol ค. Water ง. Dimethyl formamide

4. สาเหตุใดโครงสร้างของสารแอนโดรกราโฟไลด์จึงไม่คงตัวในน้ำ
   ก. ในโครงสร้างมีหมู่เอสเทอร์ ข. ในโครงสร้างมีหมู่คาร์บอกซิลิก
   ค. ในโครงสร้างมีหมู่เอไมด์ ง. ในโครงสร้างมีหมู่เมทิล

5. ปฏิกิริยาใดทำให้สารแอนโดรกราโฟไลด์ไม่คงตัวในน้ำ
   ก. ปฏิกิริยาไฮโดรไลซิส ข. ปฏิกิริยาไฮดรอกซิเลชัน
   ค. ปฏิกิริยารีดักชั่น ง. ปฏิกิริยาออกซิเดชั่น

6. ข้อใด<u>**ไม่ใช่**</u>สรรพคุณของฟ้าทะลายโจรที่ระบุในบัญชียาหลักแห่งชาติ
   ก. บรรเทาอาการท้องเสียชนิดที่ไม่เกิดจากการติดเชื้อ
   ข. บรรเทาอาการปวดท้อง ค. บรรเทาอาการเจ็บคอ
   ง. บรรเทาอาการของโรคหวัด

7. รับประทานครั้งละ 500 มิลลิกรัม – 2 กรัม วันละ 4 ครั้ง หลังอาหารและก่อนนอน เป็นวิธีใช้ฟ้าทะลายโจร สำหรับอาการใด

ก. บรรเทาอาการท้องเสียชนิดที่ไม่เกิดจากการติดเชื้อ

ข. บรรเทาอาการปวดท้อง

ค. บรรเทาอาการเจ็บคอ

ง. บรรเทาอาการของโรคหวัด

8. หากใช้ฟ้าทะลายโจรติดต่อกันเป็นเวลานาน อาจทำให้เกิดอาการใด

ก. แขนขาอ่อนแรง ข. ท้องเสีย ค. แน่นหน้าอก ง. ท้องอืด

9. ยาใด**ไม่มี**ผลต่อประสิทธิภาพของยาเมื่อใช้ยาร่วมกับฟ้าทะลายโจร

ก. anticoagulants

ข. antiplatelets

ค. antihypertensives

ง. vitamins

10. ผู้ป่วยในข้อใดสามารถใช้ฟ้าทะลายโจรสำหรับแก้เจ็บคอได้

ก. ผู้ป่วยที่มีอาการเจ็บคอเนื่องจากติดเชื้อ Streptococcus group A

ข. ผู้ป่วยที่มีอาการเจ็บคอเนื่องจากมีการติดเชื้อไวรัส

ค. ผู้ป่วยที่มีประวัติเป็นโรคไตอักเสบ เนื่องจากเคยติดเชื้อ Streptococcus group A

ง. ผู้ป่วยที่มีประวัติเป็นโรคหัวใจรูห์มาติค

11. หากใช้ฟ้าทะลายโจรติดต่อกันแล้วไม่หายหรือมีอาการรุนแรงขึ้นเป็นเวลากี่วัน ควรหยุดใช้และพบแพทย์

ก. 2 วัน ข. 3 วัน ค. 5 วัน ง. 7 วัน

12. สารแอนโดรกราโฟไลด์คงตัวได้ดีในตัวทำละลายใด

ก. คลอโรฟอร์ม ข. น้ำ ค. เอทานอล ง. เมทานอล

13. ข้อใด**ไม่ใช่**อาการไม่พึงประสงค์ที่เกิดจากการใช้ยาฟ้าทะลายโจร

ก. ปวดท้อง คลื่นไส้ ข. เบื่ออาหาร ค. วิงเวียนศีรษะ ง. หิวบ่อย

14. ยาแคปซูลฟ้าทะลายโจรสกัดที่มีในท้องตลาด มีปริมาณสารแอนโดรกราโฟไลด์กี่มิลลิกรัม

ก. 6 มิลลิกรัม ข. 9 มิลลิกรัม ค. 300 มิลลิกรัม ง. 500 มิลลิกรัม

15. จากตำรามาตรฐานยาสมุนไพรไทยและมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม กำหนดให้วัตถุดิบฟ้าทะลายโจรที่ดี ควรมีปริมาณสารสำคัญเท่าไร

ก. ไม่น้อยกว่า 6% โดยมวลของสารสกัด

ข. ไม่น้อยกว่า 9% โดยมวลของสารสกัด

ค. ไม่น้อยกว่า 6% โดยมวลของผงแห้ง

ง. ไม่น้อยกว่า 9% โดยมวลของผงแห้ง

CPE
2.5 Credits Reply

ฉบับประจำเดือนกรกฎาคม - กันยายน 2563

กระดาษคำตอบ

☐ ภก. ☐ ภญ. เลขที่ใบประกอบวิชาชีพ ☐☐☐☐☐☐☐

(ขอความกรุณาใส่เลขที่ใบประกอบให้ด้วยเพื่อการคิดคะแนน CPE)

ชื่อ..นามสกุล..อายุ..........................ปี..................

☐ ร.พ.รัฐบาล ☐ ร.พ.เอกชน ☐ ร้านขายยา ☐ อื่นๆ...ที่อยู่เลขที่...............................

หมู่.......................ซอย...อาคาร...ชั้นที่...

แขวง/ตำบล...............................เขต/อำเภอ...................................จังหวัด.................................รหัสไปรษณีย์.......................

โทรศัพท์...............................โทรสาร...................................มือถือ...............................E-mail...

(พับตามรอยนี้)

ให้ขีดเครื่องหมาย ✓ หรือ × ทับข้อที่ถูกต้องที่สุดเพียงคำตอบเดียว

	ก	ข	ค	ง
1	ก	ข	ค	ง
2	ก	ข	ค	ง
3	ก	ข	ค	ง
4	ก	ข	ค	ง
5	ก	ข	ค	ง
6	ก	ข	ค	ง
7	ก	ข	ค	ง
8	ก	ข	ค	ง

	ก	ข	ค	ง
9	ก	ข	ค	ง
10	ก	ข	ค	ง
11	ก	ข	ค	ง
12	ก	ข	ค	ง
13	ก	ข	ค	ง
14	ก	ข	ค	ง
15	ก	ข	ค	ง

เรื่อง..เลขที่สมาชิก ภสท..

(พับตามรอยนี้)

โปรด!! ส่งกระดาษคำตอบของท่านมาที่

เภสัชกรรมสมาคมแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์
40 สุขุมวิท 38 ถนนสุขุมวิท แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110

ข้อเสนอแนะในการจัดทำ CPE ....
....
....
....
....
....
....

(กระดาษคำตอบสามารถถ่ายเอกสารได้)

*** ท่านจะได้รับ CPE 2.5 หน่วยกิต **หมดเขตรับคำตอบ 31 ตุลาคม 2563** นับจากตราประทับไปรษณีย์เป็นสำคัญ
CPE จะปรากฏบนเว็บไซต์การศึกษาต่อเนื่อง หลังหมดเขตรับคำตอบ 1 เดือน ***

CPE

2.5 Credits *Reply*

ชื่อและที่อยู่ผู้ฝาก

....

....

....

กรุณาส่ง

เภสัชกรรมสมาคมแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์

40 สุขุมวิท 38 ถนนสุขุมวิท แขวงพระโขนง

เขตคลองเตย กรุงเทพฯ

10110

2.5 Credits *Reply*

CPE

EXECUTIVE'S talk

สวัสดีครับท่านผู้อ่านวารสาร "ยาน่ารู้" ที่ท่านกำลังถืออยู่ในมือของท่าน ไม่ว่าท่านจะเป็นเภสัชกรผู้ประกอบวิชาชีพเภสัชกรรม หรือไม่ใช่ก็ตาม ถ้าจะพูดหรือกล่าวกันแล้ว ท่านจะมีสถานภาพอย่างไร เมื่อท่านมีใจกับการอ่านวารสาร "ยาน่ารู้" อย่างแจ่มแจ้ง ผมเชื่อแน่เลยว่าท่านจะได้รับความรู้ที่มีสาระเสริมสร้างคุณภาพชีวิตของท่านให้มีคุณค่ามากยิ่งขึ้นไปอีก การดำเนินงานผลิตวารสารนี้ ก็เป็นไปตามนโยบายของเภสัชกรรมสมาคมแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ ซึ่งมีวัตถุประสงค์ที่จะเผยแพร่ความรู้ทางด้านวิชาการและวิชาชีพเภสัชกรรม ให้เป็นประจักษ์ และเกิดประโยชน์แก่สาธารณชนทั่วไป แม้ว่าปัจจุบันประเทศชาติของเรายังอยู่ในวิกฤตของการระบาดของโรคโคโรน่าไวรัส 2019 (Covid-19) ก็ไม่ได้มีผลกระทบต่อการนำเสนอวารสารฉบับนี้แต่ประการใด คณะทำงานยังดำเนินงานต่อเนื่องกันไปตามนโยบายของเภสัชกรรมสมาคมแห่งประเทศไทยฯ

วารสาร "ยาน่ารู้"เล่มนี้จะนำท่านไปสู่ผู้ประกอบการผลิตที่มุ่งผลิตสินค้าผลิตภัณฑ์ที่ทันยุคทันสมัยกับเหตุการณ์ Covid-19 ที่เกิดขึ้น โดยที่ผู้บริหารมิได้คาดคิดมาก่อนว่าผลิตภัณฑ์ที่นำออกสู่ตลาดจะเกิดประโยชน์และคุณค่าสำหรับการป้องกันการติดเชื้อโรคต่าง ๆ ได้อย่างดีมีคุณภาพ "เภสัชกร ดร.พิสิฐ อุ่ยรุ่งโรจน์" เจ้าของและ CEO แห่ง Pose Health Care บัณฑิตเภสัชศาสตร์จากคณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ รุ่นที่ 6 ผู้คิดค้นและวิจัยผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับ Prevention Bacteria Control นำสู่ออกตลาดมานานกว่า 30 ปี CEO ของสถานประกอบการอุตสาหกรรม ท่านนี้มีนโยบายและวัตถุประสงค์ของธุรกิจโดยยึดถือให้เป็นบริษัทที่มุ่งหมายการดำเนินงานไปทางด้านการวิจัยและพัฒนา (Research and Development) เป็นสำคัญ ผลิตภัณฑ์ทุกตัวจะเน้นคุณภาพเป็นยาฆ่าเชื้อของเครื่องมือแพทย์โดยเฉพาะ ท่านลองอ่านเรื่องราวของ Pose Health Care ในเล่มนี้จะเห็นว่าธุรกิจจะเน้นไปทางด้าน Professional Prevention Infection Control มีการนำความรู้ทางด้านวิทยาศาสตร์ และศิลปศาสตร์ผนวกเข้าด้วยกันทำให้ประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ด้วยดี เภสัชกร ดร.พิสิฐ อุ่ยรุ่งโรจน์ จะใช้เวลาส่วนหนึ่งในการศึกษาด้วยการอ่านหนังสือมากและมีความอดทนเป็นพื้นฐาน นอกเหนือจากการบริหารที่ต้องรับผิดชอบองค์กรที่กำลังจะเติบโตต่อไปในอนาคตอีกนาน

ท่านผู้อ่านที่มีสถานภาพเป็นเภสัชกรได้โปรดกรุณาทราบ นอกจากท่านจะได้รับความรู้ต่าง ๆ ในวารสาร "ยาน่ารู้" แล้ว ท่านยังจะได้รับประโยชน์เกี่ยวกับวิชาชีพของท่านควบคู่กันไป นั้นคือท่านจะมีโอกาสทดสอบความรู้วิชาการของท่านในการศึกษาต่อเนื่องทางเภสัชกรรม (CPE) เป็นไปตามข้อกำหนดของสภาเภสัชกรรมที่ผู้ประกอบวิชาชีพเภสัชกรรม ที่ยังเป็นผู้มีหน้าที่ปฏิบัติงานในหน่วยงานต่าง ๆ ไม่ว่าของรัฐหรือเอกชน ทุกคนจะต้องปฏิบัติไปในแนวทางเดียวกัน ทั้งนี้โดยมีเภสัชกรรมสมาคมแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ เป็นสถาบันที่ได้รับการรับรองเป็นสถาบันการศึกษาต่อเนื่องทางเภสัชกรรม (CPE) ซึ่งบังเกิดประโยชน์แก่มวลสมาชิกทั้งมวล

ท้ายที่สุดนี้ ผมหวังอย่างยิ่งว่าผู้อ่านทุกท่านคงจะได้รับความรู้ที่มีสาระมากมาย และขอให้ท่านจงดูแลสุขภาพปฏิบัติตนให้เป็นไปตามหลักการของการป้องกันการแพร่ระบาดของโรค Covid-19 ด้วยการ "ใส่ใจใส่หน้ากาก ล้างมือบ่อย ๆ กินร้อนช้อนส่วนตัว รักษาระยะห่างทางสังคม" ขอให้ทุกท่านได้ปลอดภัยจากโรค Covid-19 ด้วยดีตลอดไป

(เภสัชกรวิชา สุขุมาวาสี)

อุปนายกเภสัชกรรมสมาคมแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์

และที่ปรึกษาวารสาร "ยาน่ารู้"