

ชื่อวิชา : การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง
ชื่อหัวข้อ : การศึกษาแผนการตลาด Volmax สำหรับตลาดยาของโรงพยาบาล และ
คลินิก
ชื่อผู้จัดทำ : นายสายพล ตั้งสายเลิศกุล รหัส 9053 99 37
อาจารย์ที่ปรึกษาวิชา : อาจารย์ ดร. วิไลพร ลิ้มสวัสดิ์
ปีการศึกษา : 2541

บทคัดย่อ

การศึกษาแผนการตลาด Volmax สำหรับตลาดยาของโรงพยาบาล และคลินิก ของบริษัท คีทแฮล์ม จำกัด มีวัตถุประสงค์ที่สำคัญในการศึกษารั้งนี้อยู่ 3 ประการ คือ เพื่อศึกษาแผนการตลาด Volmax เพื่อศึกษาปัญหา ข้ออุปสรรค และแนวทางแก้ปัญหาการตลาด Volmax และศึกษาแนวโน้มการตลาด Volmax ซึ่งได้ทำการศึกษาในด้านตลาดยาของโรงพยาบาล และคลินิก การวางแผนการตลาด Volmax เปรียบเทียบกับยากลุ่ม Anti-Asthmatic Drug ตามข้อมูลของ IMS (Information Medical Service) (เดือน ม.ค. - ธ.ค. ปี พ.ศ. 2540) การจัดเก็บข้อมูลในการศึกษาแผนการตลาด Volmax สำหรับโรงพยาบาล และคลินิก ครั้งนี้ ใช้การศึกษาค้นคว้าจากหนังสือ เอกสารที่เกี่ยวข้อง การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การวิเคราะห์โดยใช้ SWOT Analysis และ BCG (Boston-Consulting Group) โดยใช้ระยะเวลาการศึกษาดังแต่เดือน มกราคม พ.ศ. 2540 ถึง มกราคม พ.ศ. 2542

จากการศึกษาแผนการตลาด Volmax สำหรับตลาดยาของโรงพยาบาล และคลินิก พบว่าแผนการตลาด Volmax มีจุดแข็งคือ ผลิตภัณฑ์มีประสิทธิภาพดีผลข้างเคียงน้อย ใช้สะดวก ออกฤทธิ์นาน 12 ชั่วโมงรักษาอาการหอบกลางคืนได้ และบริษัท คีทแฮล์ม จำกัด ที่ดำเนินแผนการตลาด Volmax เป็นบริษัทที่มีพื้นฐานด้านการเป็นตัวแทนจำหน่าย บริหารการตลาด จัดจำหน่ายที่ดีมานานกว่า 90 ปี (ตั้งแต่ พ.ศ. 2448) มีระบบงานที่ดีตรงตามมาตรฐาน ISO 9002 ซึ่งเป็นระบบมาตรฐานในปัจจุบัน รวมทั้งการขยายตัวทางด้านการรักษาพยาบาล การให้ความสำคัญต่อสุขภาพ และเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ก็เพิ่มโอกาสทางการตลาด ในส่วนของจุดอ่อน และอุปสรรคนั้นก็มาจากนโยบายของรัฐ ข้อจำกัดทางกฎหมาย ระเบียบราชการ การขยายกิจการของคู่แข่ง โดยปัญหาหลักก็คือปัญหาคุณภาพพนักงานขายที่ไม่มีวุฒิเภสัชศาสตร์ ส่วนปัญหารองได้แก่ ปัญหาด้านราคาที่สูงกว่าคู่แข่ง และปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดที่ไม่มีประสิทธิภาพ

แนวทางในการแก้ไขปัญหาที่กล่าวในข้างต้นคือ การให้ความสำคัญกับการคัดเลือกพนักงานที่มีวุฒิเกศศาสตร์หรืออบรม พัฒนาคณากร และการนำแผนการตลาด Volmax ไปปฏิบัติได้อย่างมีประสิทธิภาพ สำหรับปัญหาหลัก ส่วนปัญหารอง การแก้ไขปัญหาด้านราคา คือ การต่อรองกับผู้ผลิต ขอลดราคาเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการแข่งขัน และส่วนครองตลาด และการแก้ไขปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด Bran Manger และทีมขาย ควรดำเนินงานในตลาด โดยมีการบริหารข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพ

PAYAP UNIVERSITY