



Note by EIC



13 กันยายน 2012



ธุรกิจบริการสุขภาพของไทยจะโตต่อไปอย่างไร?

การแข่งขันที่สูงขึ้นทำให้ธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนมีการปรับตัวเพื่อบริหารต้นทุนและเพิ่มรายได้มากขึ้น จึงมีแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงไปสู่การสร้างเครือข่าย/การรวมกลุ่มและการขยายตลาดไปยังหัวเมืองมากขึ้น ในขณะที่กระแสการดูแลสุขภาพส่งผลต่อรูปแบบการให้บริการของโรงพยาบาลที่จะมุ่งตอบสนองความต้องการดูแลสุขภาพที่มากกว่าแค่การรักษาโรค รวมถึงการมุ่งสร้างจุดเด่นเพื่อย้ายตลาดให้กว้างกว่าเฉพาะกลุ่มผู้ป่วยในพื้นที่ใกล้เคียง

อำนาจต่อรองในการจัดซื้อยาและเวชภัณฑ์จำนวนมากสร้างข้อได้เปรียบสำคัญทางธุรกิจให้โรงพยาบาลเอกชนที่มีการรวมกลุ่มหรือสร้างเครือข่าย ท่ามกลางการแข่งขันทางธุรกิจที่สูงขึ้น การลดต้นทุนจะช่วยสร้างข้อได้เปรียบได้มาก ทั้งนี้ ในขณะที่ต้นทุนด้านบุคลากรโดยเฉพาะแพทย์ และค่าใช้จ่ายด้านเทคโนโลยีมีลักษณะที่ปรับลดลงได้ยาก และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ การบริหารต้นทุนด้านยาและเวชภัณฑ์ดูเหมือนจะเป็นด้านที่ทำได้เร็วกว่า ซึ่งกลุ่มธุรกิจที่มีการสร้างเครือข่ายและรวมกลุ่มกันจะมีข้อได้เปรียบในการจัดซื้อยาและเวชภัณฑ์ได้ด้วยราคาที่ต่ำกว่าเนื่องจากมีอำนาจต่อรองในการซื้อครั้งละปริมาณมาก โดยพบว่าสัดส่วนค่าใช้จ่ายด้านยาและเวชภัณฑ์ของโรงพยาบาลที่มีการรวมกลุ่มต่อรายได้จากกิจการโรงพยาบาลมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 14% ในขณะที่ของกลุ่มโรงพยาบาลที่ไม่มีการรวมกลุ่มจะมีค่าดังกล่าวอยู่ที่ประมาณ 21% ส่วนค่าใช้จ่ายด้านบุคลากรของทั้งสองกลุ่มมีสัดส่วนต่อรายได้ของกิจการโรงพยาบาลใกล้เคียงกันที่ประมาณ 40% ทั้งนี้ การขยายการรวมกลุ่มและสร้างเครือข่ายของโรงพยาบาลเอกชนไม่ใช่รูปแบบที่เกิดขึ้นเฉพาะในประเทศไทยเท่านั้น แต่ประเทศในภูมิภาครวมถึงประเทศคู่แข่งด้านบริการสุขภาพของไทยอย่างประเทศอินเดีย ก็ยังมีแนวโน้มดังกล่าวเกิดขึ้นด้วยเช่นกัน ยกตัวอย่างเช่น กลุ่มธุรกิจของ Fortis Healthcare มีโรงพยาบาลในเครือข่ายเพิ่มขึ้นจาก 47 โรง = 5,180 เตียงในปี 2009 เป็น 75 โรง = 12,000 เตียงในปัจจุบัน

โรงพยาบาลเอกชนมีแนวโน้มขยายไปตามหัวเมืองต่างจังหวัดมากขึ้น เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีจำนวนและกำลังซื้อมากขึ้น ในขณะที่ตลาดคนไข้ในกรุงเทพมหานครอาจจะขยายตัวได้ยากจากการแข่งขันที่สูงขึ้น ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดคือกลุ่มโรงพยาบาลที่มีเครือข่ายและการรวมกลุ่มขนาดใหญ่อยู่แล้วอย่างกลุ่มโรงพยาบาลกรุงเทพ ที่มีการขยายการลงทุนไปยังจังหวัดสำคัญต่างๆ มาโดยตลอดและยังมีแผนลงทุนเพิ่มเติมในจังหวัดอุดรธานี ระยองและเชียงใหม่ภายใน 3 ปี ข้างหน้า ซึ่งทั้งอุดรธานี และเชียงใหม่ เป็นจังหวัดที่มีผู้บริโภคนิยมเมืองมากที่สุด 10 อันดับแรกถัดจากกรุงเทพฯ ในขณะที่ตลาดผู้ให้บริการโรงพยาบาลในกรุงเทพฯ มีแนวโน้มอิ่มตัวโดยอัตราการครองเตียงมีแนวโน้มลดลง และธุรกิจโรงพยาบาลต้องเผชิญการแข่งขันที่สูงขึ้น โดยเฉพาะจากโรงพยาบาลระดับบนซึ่งส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากการเพิ่มขึ้นของรายได้ของคนในกรุงเทพฯ และบริการที่ดีกว่าในรูปแบบคล้ายกับโรงแรม 5 ดาว ส่งผลให้โรงพยาบาลระดับกลางลงมามีผลประกอบการสวนทางกับกลุ่มโรงพยาบาลระดับบนชัดเจน โดยอัตราการเพิ่มขึ้นของรายได้ของกลุ่มโรงพยาบาลระดับบนเร่งตัวจากประมาณ 9% ในปี 2008 เป็น 12% ในปี 2011 ที่ผ่านมา ในขณะที่อัตราดังกล่าวของโรงพยาบาลระดับกลางลงมามีการชะลอตัวลงจากเฉลี่ย 15% ในปี 2008 เป็นประมาณ 6% ในปี 2011 ที่ผ่านมา

นอกจากนี้ ด้วยแนวโน้มที่เปลี่ยนแปลงจากการรักษาไปสู่การดูแลสุขภาพมากขึ้น เชื่อว่าจะส่งผลให้โรงพยาบาลเอกชนให้ความสำคัญกับกระแสดังกล่าวมากขึ้นจากเดิมที่บริการหลักคือการรักษาอาการป่วย สิ่งที่ยังชี้ให้เห็นถึงแนวโน้มดังกล่าวสามารถสังเกตได้จากการที่โรงพยาบาลเอกชนต่างๆ แข่งขันกันจัดทำแพ็คเกจการบริการ

This information enclosed herewith is intended for discussion purposes only. Although the information provided herein is believed to be reliable, SCB makes no representation as to the accuracy or completeness of such information or otherwise provided by SCB. Prior to acting on any information contained herein or proceeding with a transaction which may arise as a result of this material, the recipients must determine the risks and merits, including legal, tax, and accounting characterizations and consequences, without reliance on SCB. SCB does not provide tax, legal or accounting advice and do not warrant the advice provided by others.

ต่างๆ ออกมามากขึ้น โดยเฉพาะด้านการตรวจร่างกายที่มีทางเลือกที่หลากหลายมากขึ้น รวมไปถึงแนวโน้มการเติบโตของตลาด secondary healthcare ซึ่งหมายถึงกลุ่มผู้บริโภคที่มีการใช้จ่ายสำหรับสินค้าและบริการเพื่อสุขภาพมากขึ้น เช่น บริการนวด สปา อาหารเสริม เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ เป็นต้น ซึ่งในอนาคตอาจจะเกิดความร่วมมือทางธุรกิจกับผู้ให้บริการด้านสุขภาพในการขยายตลาดไปในกลุ่มดังกล่าวได้มากขึ้น เนื่องจากคำแนะนำจากแพทย์มักจะได้รับความน่าเชื่อถือจากกลุ่มผู้บริโภคมากที่สุด

รวมถึงการสร้างจุดเด่นด้านต่างๆ เพื่อที่จะขยายตลาดจากที่เดิมอาจจะจำกัดอยู่เฉพาะผู้ที่อยู่อาศัยในพื้นที่ใกล้เคียง โดยปกติทั่วไปตลาดคนไข้หรือผู้ใช้บริการสุขภาพของโรงพยาบาลเอกชนจะมาจากผู้อยู่อาศัยในพื้นที่ใกล้เคียงเป็นหลัก แต่การแข่งขันที่สูงขึ้นทำให้โรงพยาบาลเอกชนแต่ละแห่งต้องสร้างจุดเด่นขึ้นมาเพื่อขยายตลาดให้กว้างมากขึ้น โดยเฉพาะการเน้นความเชี่ยวชาญในแต่ละด้านเพื่อตอบสนองพฤติกรรมและความต้องการของลูกค้าที่นอกจากจะคาดหวังกับคุณภาพของบริการเพิ่มขึ้นแล้ว ยังมีความต้องการที่มีลักษณะเฉพาะเจาะจงเหมาะสมกับตนเองมากที่สุด ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดคือการขยายบริการการแพทย์เฉพาะทางนอกเวลาปกติมากขึ้น การมุ่งเน้นไปทางด้านเวชศาสตร์การกีฬา เป็นต้น

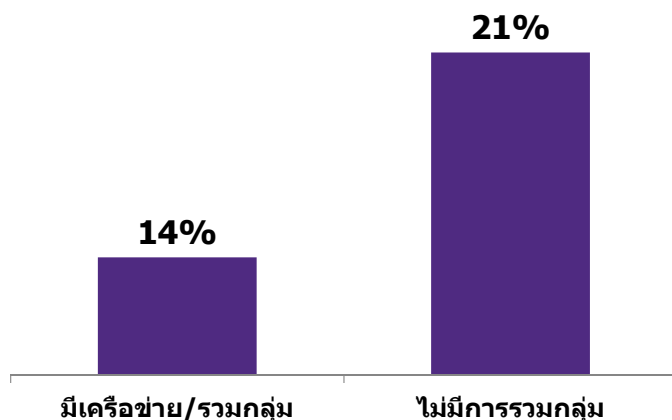
Implication

- โรงพยาบาลเอกชนที่ดำเนินการแบบบริษัทเดี่ยว (standalone) มีแนวโน้มที่จะต้องหาพันธมิตรหรือเครือข่ายมากขึ้น หรือหาหนทางบริหารต้นทุนให้สามารถแข่งขันได้ เพราะโรงพยาบาลที่มีเครือข่ายมีความได้เปรียบชัดเจนในการจัดหาและเวชภัณฑ์ได้ในราคาที่ต่ำกว่า ทั้งนี้ ในต่างประเทศจะมีรูปแบบตัวกลางการจัดซื้อ (Group Purchasing Organization: GPOs) ที่ช่วยให้ธุรกิจที่เข้าเป็นสมาชิกสามารถซื้อสินค้าได้ในราคาที่มีส่วนลด โดยธุรกิจเสียค่าสมาชิกแทน อย่างไรก็ตาม กลไกดังกล่าวต้องอาศัยการรวมกลุ่มด้วยสมาชิกที่มีจำนวนมากในระดับหนึ่ง
- การเชื่อมโยงระหว่างธุรกิจต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพน่าจะมี ความสำคัญมากขึ้น โดยเฉพาะเพื่อจับตลาด secondary healthcare ยกตัวอย่างเช่น การเชื่อมโยงหรือร่วมมือกันระหว่างโรงพยาบาล อุปกรณ์และแพชชันด้านการกีฬา ร้านค้าปลีกยาและอุปกรณ์เทคโนโลยีด้านสุขภาพ เป็นต้น

รูปที่ 1: ธุรกิจโรงพยาบาลที่มีการสร้างเครือข่ายหรือการรวมกลุ่มมีแนวโน้มสามารถบริหารต้นทุนค่ายาและเวชภัณฑ์ได้ดีกว่า และเป็นข้อได้เปรียบสำคัญ

สัดส่วนค่าใช้จ่ายด้านยาและเวชภัณฑ์ต่อรายได้จากกิจการโดยเฉลี่ย

หน่วย: %

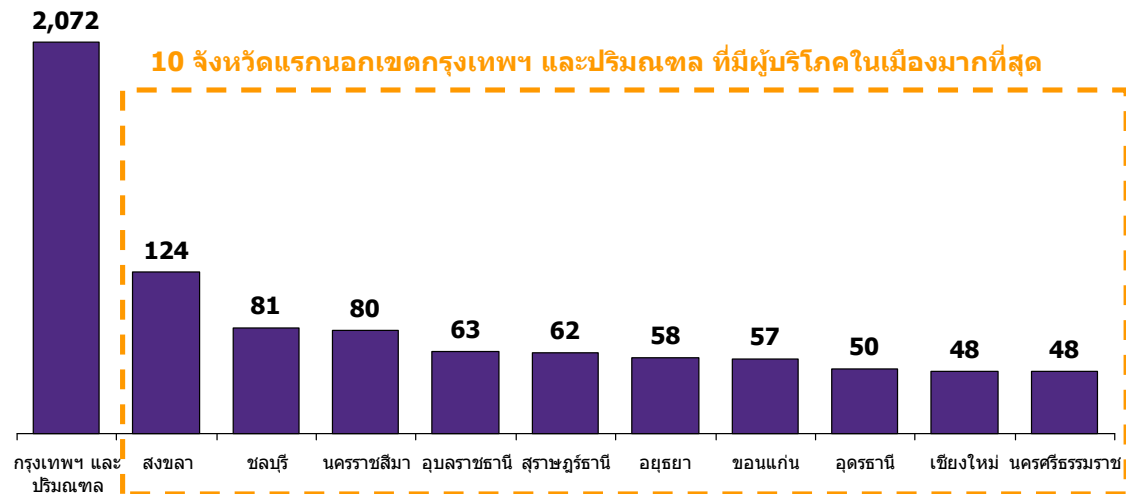


ที่มา: การวิเคราะห์โดย SCB EIC จากข้อมูลของรายงานผลประกอบการของแต่ละบริษัท

รูปที่ 2: อุตรธานีและเชียงใหม่เป็น 2 จังหวัดใน 10 จังหวัดอันดับแรกที่มีจำนวนผู้บริโภคในเมืองมากที่สุดรองจากกรุงเทพฯ

จังหวัดที่มีผู้บริโภคในเมืองอาศัยอยู่มาก

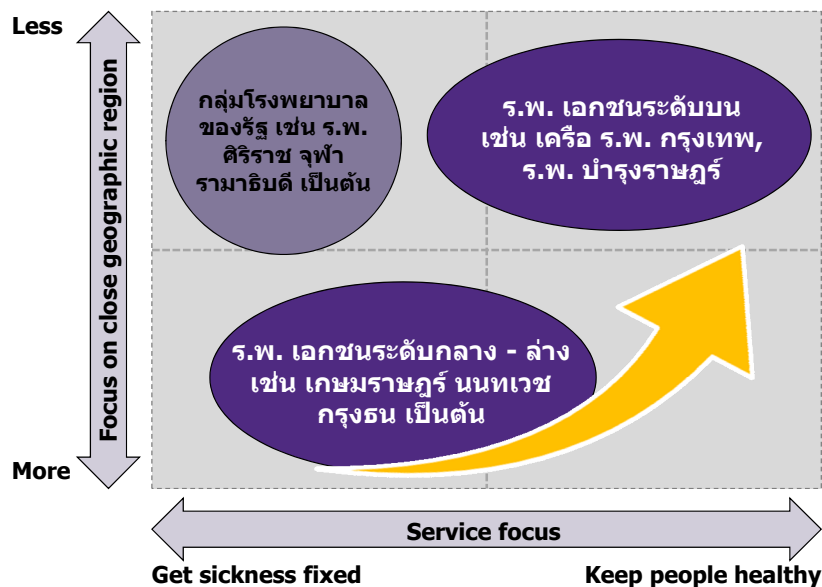
หน่วย: พันคน



ที่มา: การวิเคราะห์โดย SCB EIC จากข้อมูลการสำรวจภาวะเศรษฐกิจและสังคมของครัวเรือนปี 2009 ของสำนักงานสถิติแห่งชาติ

รูปที่ 3: ด้วยแนวโน้มที่เปลี่ยนแปลงจากการรักษาไปสู่การดูแลสุขภาพมากขึ้น เชื่อว่าจะส่งผลให้โรงพยาบาลเอกชนให้ความสำคัญมากขึ้นนอกเหนือจากการรักษาอาการป่วย รวมถึงการสร้างจุดเด่นด้านต่างๆ เพื่อที่จะขยายตลาดจากที่อาจจะจำกัดอยู่เฉพาะผู้ที่อยู่อาศัยในพื้นที่

แนวโน้มทิศทางการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจโรงพยาบาล – demand driven



ที่มา: การวิเคราะห์โดย SCB EIC

โดย : วิธาน เจริญผล (vithan.charoenphon@scb.co.th)

EIC | Economic Intelligence Center