



## โรงพยาบาลเอกชน ยังโตต่อเนื่องจากลูกค้าต่างชาติ... ขณะที่ตลาดคนไทยเผชิญข้อจำกัดด้านกำลังซื้อ

CURRENT ISSUE

ปีที่ 23 ฉบับที่ 2827

วันที่ 23 กุมภาพันธ์ 2560

ธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนยังคงเป็นธุรกิจดาวรุ่งที่สามารถรักษาอัตราการเติบโตของรายได้จากรักษาพยาบาลในระดับเลข 2 หลัก โดยหลักๆ มาจากฐานลูกค้าต่างชาติ ทั้งนี้ ตลาด Medical Tourism สามารถทำรายได้เฉพาะค่ารักษาพยาบาลเข้าประเทศปีละไม่ต่ำกว่า 40,000 ล้านบาท ซึ่งยังไม่รวมถึงรายได้ที่สะพัดไปยังธุรกิจอื่นๆ ที่เกี่ยวเนื่อง (อาทิ ค่าปลีก ท่องเที่ยว ร้านอาหาร) ส่งผลให้ตลาด Medical Tourism กลายมาเป็นตัวขับเคลื่อนที่สำคัญของธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนไทย

ขณะที่ตลาดลูกค้าคนไทยที่ยังคงมีส่วนรายได้หลักราวร้อยละ 70 ของรายได้ทั้งหมดในธุรกิจโรงพยาบาลเอกชน อาจจะต้องเผชิญกับข้อจำกัดจากกำลังซื้อของผู้บริโภคที่ยังไม่ฟื้นตัวอย่างชัดเจน รวมถึงการขยายสวัสดิการรักษายาของภาครัฐที่ครอบคลุมโรครุนแรงมากขึ้น ส่งผลให้พฤติกรรมการเข้ารับการรักษาพยาบาลของกลุ่มลูกค้าคนไทยเปลี่ยนแปลงไป ดังนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนอาจจะมีการปรับกลยุทธ์ทางธุรกิจ โดยมองหาแหล่งรายได้ใหม่ๆ เข้ามาเสริมนอกเหนือไปจากรายได้หลักที่เป็นค่ารักษาพยาบาล ซึ่งธุรกิจในกลุ่ม Non-hospital เป็นกลุ่มธุรกิจที่น่าสนใจในการขยายการลงทุนและมีแนวโน้มขยายตัวมากขึ้นในระยะข้างหน้า

ศูนย์วิจัยกสิกรไทยคาดว่า ในปี 2560 ภาพรวมรายได้ของโรงพยาบาลเอกชนที่จับตลาดคนใช้ต่างชาติเป็นหลักจะขยายตัวประมาณร้อยละ 10-12 เมื่อเทียบกับปีที่แล้ว<sup>1</sup> ซึ่งสูงกว่ารายได้ของโรงพยาบาลเอกชนที่เน้นจับตลาดคนไทยที่คาดว่าจะขยายตัวร้อยละ 7-9 เมื่อเทียบกับปีที่แล้ว<sup>2</sup>

- ศูนย์วิจัยกสิกรไทยมองว่า อัตราการขยายตัวของรายได้โรงพยาบาลเอกชน<sup>3</sup> ในปี 2560 และถัดไปในระยะข้างหน้า จะถูกขับเคลื่อนโดยรายได้จากลูกค้าต่างชาติเป็นหลัก โดยเฉพาะตลาด Medical Tourism สะท้อนได้จาก รายได้ของธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนที่มาจากกลุ่มคนใช้ต่างชาติมีสัดส่วนเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 25.0 ของรายได้ทั้งหมดของโรงพยาบาลเอกชน ในปี 2554 เป็นกว่าร้อยละ 27.0 ในปี 2558 และคาดว่าจะเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 30.0 ในปี 2560 โดยมีปัจจัยหนุนมาจากกระแสการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่ยังคงได้รับความนิยมในกลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วโลก และไทยก็เป็นหนึ่งในประเทศจุดหมาย

<sup>1</sup> โรงพยาบาลเอกชนใน SET ที่จับกลุ่มลูกค้าชาวต่างชาติในสัดส่วนที่สูง (3 แห่ง) ซึ่งมีรายได้รวมกันร้อยละ 72 ของรายได้ทั้งหมดใน SET

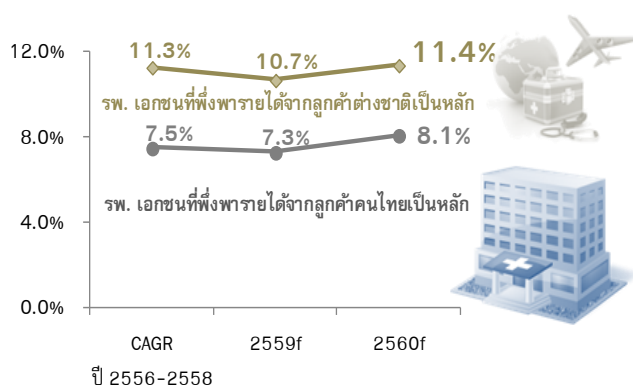
<sup>2</sup> โรงพยาบาลเอกชนใน SET ที่จับกลุ่มลูกค้าคนไทยในสัดส่วนที่สูง (4 แห่ง) ซึ่งมีรายได้รวมกันร้อยละ 15 ของรายได้ทั้งหมดใน SET

<sup>3</sup> โรงพยาบาลเอกชนที่จดทะเบียนอยู่ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET) จำนวน 16 แห่ง

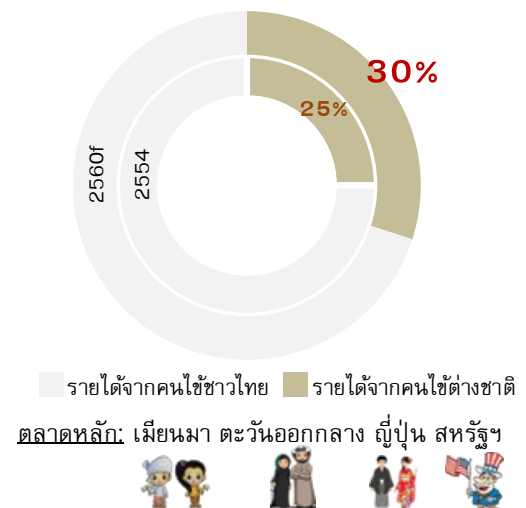
ปลายทางของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ อีกทั้งการสนับสนุนจากทางภาครัฐ ไม่ว่าจะเป็นการขยายระยะเวลาพำนักในไทยให้กับผู้สูงอายุชาวต่างชาติเป็นเวลารวมไม่เกิน 10 ปีจากเดิมแค่ 1 ปี (ครม. อนุมัติเมื่อวันที่ 22 พ.ย. 2559) รวมถึงการผลักดันให้ไทยเป็นศูนย์กลางทางการแพทย์ (Medical Hub) กลายเป็นปัจจัยหนุนให้คนใช้ชาวต่างชาติที่เป็นกลุ่ม Medical Tourism เลือที่จะเดินทางเข้ามาใช้บริการรักษาพยาบาลในไทยเพิ่มขึ้น

อย่างไรก็ดี **แม้ว่าตลาด Medical Tourism จะเป็นตลาดที่มีแนวโน้มสดใส แต่การรุกตลาดนี้ผู้ประกอบการจะเผชิญการแข่งขันที่รุนแรง** เนื่องจากเป็นตลาดที่มีผู้เล่นหลักค่อนข้างมีชื่อเสียง และได้รับความน่าเชื่อถือจากลูกค้ามาอย่างยาวนานจนเกิดการบอกต่อ ดังนั้น การสร้างความเชื่อมั่น โดยเฉพาะในเรื่องของคุณภาพการรักษาและบริการให้กับลูกค้าต่างชาติ พร้อมกับการชุกชุมของการตลาดที่แตกต่าง เช่น ความเชี่ยวชาญโรคเฉพาะทาง หรือลูกค้าเป้าหมายเฉพาะกลุ่ม เช่น ลูกค้ามุสลิม เป็นต้น ซึ่งน่าจะเป็นโจทย์สำคัญของบรรดาผู้ประกอบการที่สนใจจะเข้ามารุกตลาด Medical Tourism

โรงพยาบาลเอกชนที่พึ่งพารายได้จากชาวต่างชาติ ขยายตัวสูงกว่าโรงพยาบาลเอกชนที่พึ่งพารายได้จากคนไทย



รายได้ที่มาจากลูกค้าต่างชาติมีสัดส่วนเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง โดยเฉพาะกลุ่ม Medical Tourism



Source: SET คาดการณ์โดย KResearch

Source: SET ประมาณการโดย KResearch

- ขณะที่แนวโน้มรายได้ของธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนที่มาจากกลุ่มคนไทยนั้น ส่วนใหญ่น่าจะเติบโตมาจากผลของราคา (อาทิ เงินเพื่อ ความซับซ้อนของโรค) แต่หากพิจารณาจำนวนคนไทยที่เข้ารับการรักษาพยาบาลในโรงพยาบาลเอกชน อาจไม่ได้เติบโตอย่างมีนัยสำคัญ สะท้อนข้อจำกัดของการเติบโตของรายได้จากค่ารักษาพยาบาลในตลาดคนไทย ทั้งนี้ จากกำลังซื้อของคนในประเทศที่ยังไม่ฟื้นตัวอย่างชัดเจน สวนทางกับอัตราค่ารักษาพยาบาลของโรงพยาบาลเอกชนที่มีแนวโน้มปรับเพิ่มสูงขึ้น ส่งผลให้คนใช้บางกลุ่มที่มีอาการเจ็บป่วยไม่รุนแรง โดยเฉพาะกลุ่มชนชั้นกลางที่ต้องจ่ายค่ารักษาพยาบาลเอง หรือไม่อยากไปใช้บริการโรงพยาบาลรัฐเนื่องจากต้องรอคิวพบแพทย์ค่อนข้างนาน อาจจะหันไปเลือกใช้บริการรักษาพยาบาลจากแหล่งอื่นที่มีค่าใช้จ่ายที่ถูกกว่าโรงพยาบาลเอกชน อาทิ คลินิกรักษาพยาบาล หรือแม้แต่การหันไปซื้อยาทานเองจากร้านขายยา ส่งผลให้ธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนที่พึ่งพารายได้จากลูกค้าคนไทยเป็นหลักเผชิญกับความยากลำบากในการดำเนินธุรกิจมากขึ้น

บริการทุกระดับประทับใจ

ผู้ประกอบการธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนบางรายจึงมีการปรับการดำเนินธุรกิจ โดยหันไปเจาะตลาดกลุ่มลูกค้าต่างชาติมากขึ้น ซึ่งก็จะต้องเผชิญการแข่งขันที่รุนแรงจากผู้เล่นเดิมในตลาดที่มีชื่อเสียงอยู่ก่อนแล้ว

- **ดังนั้น การเพิ่มรายได้จากตลาดคนไข้ในประเทศ ผู้ประกอบการธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนอาจจะต้องมองหาแหล่งรายได้ใหม่ๆ นอกเหนือไปจากรายได้หลักจากค่ารักษาพยาบาล ซึ่งศูนย์วิจัยกสิกรไทย มองว่า กลุ่มธุรกิจ Non-hospital จะกลายเป็นธุรกิจที่เข้ามาเสริมรายได้ให้กับผู้ประกอบการโรงพยาบาลเอกชน อาทิ ธุรกิจอุปกรณ์เครื่องมือแพทย์ที่ใช้ในชีวิตประจำวัน ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุ เช่น ธุรกิจดูแลผู้สูงอายุ (Nursing Home) หรือธุรกิจบริการอาหารสำหรับผู้ป่วยในโรงพยาบาล รวมถึงธุรกิจร้านขายยา (Pharmacy) ที่มีจำนวนเพิ่มขึ้นและมูลค่าตลาดยังคงขยายตัวต่อเนื่อง ทั้งนี้ ศูนย์วิจัยกสิกรไทยคาดว่า ในปี 2560 ธุรกิจร้านขายยาจะมีมูลค่าตลาดประมาณ 40,000 ล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 8-10 เมื่อเทียบกับปีที่แล้ว โดยปัจจุบันมีร้านขายยาประมาณ 16,000 แห่ง แบ่งเป็นร้านขายยาทั่วไป (Stand-alone) 14,600 แห่ง และร้านขายยาแบบ Chain Store 1,400 แห่ง**

**ประเด็นสำคัญ หกมองในมุมเชิงธุรกิจ** จากพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปในปัจจุบัน ส่งผลให้ธุรกิจร้านขายยา เป็นหนึ่งในธุรกิจกลุ่ม Non-hospital ที่น่าสนใจในการขยายการลงทุนและมีแนวโน้มขยายตัวได้อีก ซึ่งสอดคล้องกับผลการสำรวจของศูนย์วิจัยกสิกรไทย<sup>4</sup> พบว่า ครัวที่มีอาการเจ็บป่วยทั่วไป อาทิ ไข้หวัด ปวดหัว ท้องเสีย และไม่มีสวัสดิการเบิกค่ารักษาพยาบาลของเอกชน คนใช้ส่วนใหญ่จะหันไปซื้อยาทานเองมากขึ้น โดยให้เหตุผลว่า มีความสะดวกรวดเร็วและเสียค่าใช้จ่ายไม่สูงนักเมื่อเทียบกับไปโรงพยาบาลเอกชน และไม่ต้องรอคิวพบแพทย์นานเมื่อเทียบกับโรงพยาบาลรัฐ

**หกมองในมุมเชิงสังคม** จากพฤติกรรมการรักษาพยาบาลของคนไทยที่เปลี่ยนแปลงไป โดยหันไปซื้อยาทานเองมากขึ้น เป็นการสะท้อนปัญหาความแออัดของการเข้ารับบริการรักษาพยาบาลในโรงพยาบาลรัฐ รวมถึงค่ารักษาพยาบาลของโรงพยาบาลเอกชนที่สูงขึ้น ซึ่งการซื้อยาทานเองอาจจะไม่ใช่การรักษาพยาบาลที่ถูกต้อง แต่ควรจะเป็นการได้รับการรักษาหรือคำแนะนำจากแพทย์ ดังนั้น อาจจะมี ความจำเป็นที่จะต้องทบทวนระบบสาธารณสุขของไทย หรือพัฒนาโครงสร้างสาธารณสุขทั้งระบบ โดยเฉพาะการเข้าถึงการรักษาพยาบาลของคนในสังคม ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มคนไทยที่มีข้อจำกัดทางด้านเวลา เช่น คนที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว ทำมาค้าขาย หรือกลุ่มคนไทยที่มีข้อจำกัดทางด้านรายได้ รวมถึงมองไปข้างหน้า ภายใต้บริบทที่ประเทศไทยกำลังจะเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุอย่างสมบูรณ์

ดังนั้น รูปแบบการดำเนินธุรกิจร้านขายยาควรจะเป็นไปในลักษณะของการเชื่อมโยงระหว่างโรงพยาบาลที่มีแพทย์ทำการรักษาหรือให้คำแนะนำในการดูแลป้องกันโรค กับร้านขายยาที่จะจำหน่ายยาตามใบสั่งของแพทย์เท่านั้น ซึ่งความร่วมมือดังกล่าว จะเป็นรูปแบบที่เห็นได้ในประเทศที่พัฒนาแล้ว อย่าง สหรัฐฯ หรือยุโรป ที่ร้านขายยาจะจำหน่ายยาตามใบสั่งแพทย์ในโรงพยาบาลเท่านั้น

<sup>4</sup> สํารวจตั้งแต่เดือนธันวาคม 2559-มกราคม 2560 จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 610 คน ทั่วประเทศ



ศูนย์วิจัยกสิกรไทย  
KASIKORN RESEARCH CENTER



#### Disclaimer

รายงานวิจัยฉบับนี้จัดทำเพื่อเผยแพร่ทั่วไป โดยจัดทำขึ้นจากแหล่งข้อมูลต่างๆ ที่น่าเชื่อถือ แต่บริษัทฯ มิอาจรับรองความถูกต้อง ความน่าเชื่อถือ หรือความสมบูรณ์เพื่อใช้ในทางการค้าหรือประโยชน์อื่นใด บริษัทฯ อาจมีการเปลี่ยนแปลงปรับปรุงข้อมูลได้ตลอดเวลาโดยไม่ต้องแจ้งให้ทราบล่วงหน้า ทั้งนี้ผู้ใช้ข้อมูลต้องให้ความระมัดระวังในการใช้ข้อมูลต่างๆ ด้วยวิจารณญาณของตนเองและรับผิดชอบในความเสียหายทั้งสิ้น บริษัทฯ จะไม่รับผิดชอบผู้ให้หรือบุคคลใดในความเสียหายใดจากการใช้ข้อมูลดังกล่าว ข้อมูลในรายงานฉบับนี้จึงไม่ถือว่าเป็นการให้ความเห็นหรือคำแนะนำในการตัดสินใจทางธุรกิจ แต่อย่างใดทั้งสิ้น

บริการทุกระดับประทับใจ