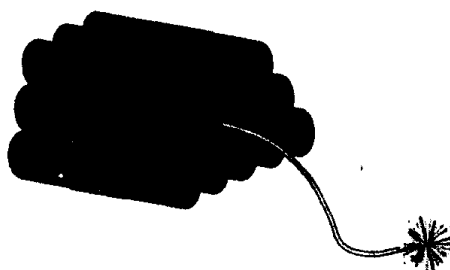


รายงานการวิเคราะห์

1. ราคาขายนำเข้าจากสหรัฐอเมริกา
2. การวิเคราะห์ห้บการเงินของธุรกิจยา
3. กลยุทธ์การกำหนดราคาขายในประเทศไทย



โดย นางสาวดวงทิพย์ หงษ์สมุทร
ภายใต้การสนับสนุนงบประมาณจากทุนพัฒนานักวิจัย
สถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข กระทรวงสาธารณสุข

สิงหาคม 2542

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษานี้จะสำเร็จมิได้หากไม่ได้รับการสนับสนุนด้านงบประมาณจากสถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข ซึ่งยังได้สนับสนุนกำลังใจและแนวคิดในการศึกษานี้อีกด้วย ผู้วิจัยขอขอบคุณ นพ.สมศักดิ์ ชุณหรัศมิ์ และ นพ.วิโรจน์ ตั้งเจริญเสถียร ผู้ให้กำลังใจและจุดประกายความคิด ขอขอบคุณ ภาณุ ประไพศรี และนาง ศิรินทิพย์ ภัทรวณิช แห่งบริษัท IMS ประเทศไทย ผู้สนับสนุนข้อมูลด้านราคา Prof. Stephen Schondelmeyer และ Ass. Prof. Ronald Hadsall ผู้เป็นกำลังสำคัญในการศึกษาเปรียบเทียบราคายาของไทยและสหรัฐอเมริกา ขอขอบคุณ ภาณุ.สุกัญญา เจียรพงษ์ และภญ.วนิดา แก้วผณีรังษี ผู้เป็นกำลังสำคัญ รวมทั้งผู้อำนวยการและข้าราชการกองสารวัตร ที่ให้โอกาสในการศึกษานี้

การศึกษานี้ เรื่องราคานี้ แบ่งออกเป็น 3 เรื่องย่อย คือ

1. การเปรียบเทียบราคายาระหว่างยาของประเทศไทย และยาของสหรัฐอเมริกา
2. การศึกษารูกรักยาของประเทศไทยด้วยการวิเคราะห์งบการเงิน
3. การศึกษาเกี่ยวกับวิธีการกำหนดราคายาของประเทศไทย

ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าข้อมูลที่ปรากฏ จะเป็นประโยชน์อยู่บ้าง และยินดีรับฟังข้อคิดเห็นทุกประการ

ดวงทิพย์ หงษ์สมุทร

กองสารวัตร สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

กระทรวงสาธารณสุข

โทร. 590-7318

โทรสาร 591-8477

E-mail duangtip@health.moph.go.th

การเปรียบเทียบราคาขายของประเทศไทยและสหรัฐอเมริกา

The Price Comparison of US Drugs imported to Thailand

Duangtip Hongsamoot* and Stephen Schondelmeyer**

*Inspection Division, Food and Drug Administration, Ministry of Public Health, Thailand

** Faculty of Pharmacy, University of Minnesota, U.S.A.

Abstract

การศึกษานี้เป็นการเปรียบเทียบราคาขายที่จำหน่ายในสหรัฐอเมริกาแล้วนำเข้า (import) มาจำหน่ายในประเทศไทย โดยมีกลุ่มตัวอย่างในการศึกษามี 209 รายการมา ดำเนินการเปรียบเทียบราคาขายได้ 3 วิธีคือ การเปรียบเทียบความแตกต่างของราคาขายด้วยราคาจริงเป็นรายตัว การเปรียบเทียบความแตกต่างของราคาขายด้วยราคาจริงเป็นรายกลุ่ม และการเปรียบเทียบความแตกต่างของราคาขายเป็นรายกลุ่มด้วยค่า PPP (Purchasing Power Parity)

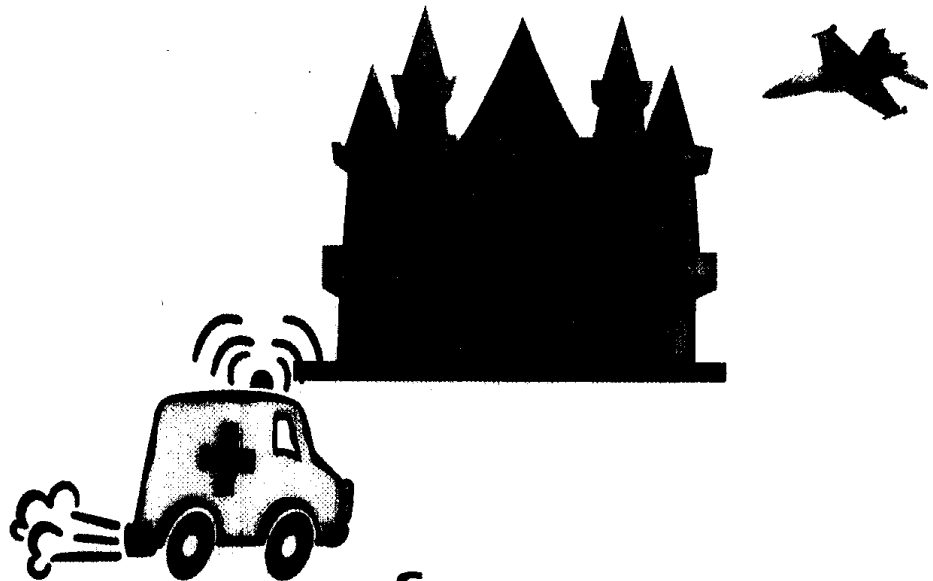
การวิเคราะห์ราคาเป็นรายตัว พบว่ามียา 17 รายการที่ของไทยแพงกว่าสหรัฐอเมริกา ยาในกลุ่มนี้มีรายงานการนำเข้า 14 รายการ เป็นมูลค่า 453,730,057 บาท เป็นยาฉีด 10 รายการ จำแนกได้เป็นยาปฏิชีวนะ 5 รายการ ยาเกี่ยวกับโรคเอดส์และไวรัส 4 รายการ ที่เหลือเป็นยาที่ใช้เฉพาะทาง เช่น วัคซีน ยากระตุ้นหัวใจ ฯลฯ กลุ่มยาที่มีราคาในไทยสูงกว่าราคาในสหรัฐมีมูลค่าการนำเข้าประมาณ 500 ล้านบาท

เมื่อจำแนกการวิเคราะห์เป็นกลุ่มต่าง ๆ พบว่า กลุ่มยาใหม่ (new drug) มีความแตกต่างของราคาขายเพียงร้อยละ 20.0 แต่กลุ่มยาเก่ามีความแตกต่างของราคาขายถึงร้อยละ 44.4 ยาในกลุ่มที่เกี่ยวข้องกับโรคเอดส์และไวรัส มีราคาสูงกว่าในสหรัฐอเมริการ้อยละ 0.6 กลุ่มอื่นที่มีความแตกต่างของราคาน้อยได้แก่ กลุ่มยาลดความดันโลหิต (18.7) กลุ่มยาจิตและประสาท (13.2) และกลุ่มยาเมะเร็ง (28.1)

เมื่อนำค่า PPP มาพิจารณาร้อยละความแตกต่างของราคาขาย พบว่า ยานำเข้าจากสหรัฐอเมริกาส่วนใหญ่มีราคาในไทยแพงกว่าราคาในสหรัฐอเมริกา

รายงานการศึกษา

เรื่อง ราคานำเข้าจากสหรัฐอเมริกา



โดย

นางสาวดวงทิพย์ หงษ์สมุทร

ภายใต้การสนับสนุนงบประมาณจากทุนพัฒนานักวิจัย

สถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข กระทรวงสาธารณสุข

สิงหาคม 2542

การเปรียบเทียบราคาขายของประเทศไทยและสหรัฐอเมริกา

The Price Comparison of US Drugs imported to Thailand

Duangtip Hongsamoot* and Stephen Schondelmeyer**

*Inspection Division, Food and Drug Administration, Ministry of Public Health, Thailand

** Faculty of Pharmacy, University of Minnesota, U.S.A.

Abstract

การศึกษานี้เป็นการเปรียบเทียบราคาขายที่จำหน่ายในสหรัฐอเมริกาแล้วนำเข้า (import) มาจำหน่ายในประเทศไทย โดยมีกลุ่มตัวอย่างในการศึกษามี 209 รายการมา ดำเนินการเปรียบเทียบราคาขายได้ 3 วิธีคือ การเปรียบเทียบความแตกต่างของราคาขายด้วยราคาจริงเป็นรายตัว การเปรียบเทียบความแตกต่างของราคาขายด้วยราคาจริงเป็นรายกลุ่ม และการเปรียบเทียบความแตกต่างของราคาขายเป็นรายกลุ่มด้วยค่า PPP (Purchasing Power Parity)

การวิเคราะห์ราคาเป็นรายตัว พบว่ามียา 17 รายการที่ของไทยแพงกว่าสหรัฐอเมริกา ยาในกลุ่มนี้มีรายงานการนำเข้า 14 รายการ เป็นมูลค่า 453,730,057 บาท เป็นยาฉีด 10 รายการ จำแนกได้เป็นยาปฏิชีวนะ 5 รายการ ยาเกี่ยวกับโรคเอดส์และไวรัส 4 รายการ ที่เหลือเป็นยาที่ใช้เฉพาะทาง เช่น วัคซีน ยากระตุ้นหัวใจ ฯลฯ กลุ่มยาที่มีราคาในไทยสูงกว่าราคาในสหรัฐมีมูลค่าการนำเข้าประมาณ 500 ล้านบาท

เมื่อจำแนกการวิเคราะห์เป็นกลุ่มต่าง ๆ พบว่า กลุ่มยาใหม่ (new drug) มีความแตกต่างของราคาขายเพียงร้อยละ 20.0 แต่กลุ่มยาเก่ามีความแตกต่างของราคาขายถึงร้อยละ 44.4 ยาในกลุ่มที่เกี่ยวข้องกับโรคเอดส์และไวรัส มีราคาสูงกว่าในสหรัฐอเมริการ้อยละ 0.6 กลุ่มอื่นที่มีความแตกต่างของราคาน้อยได้แก่ กลุ่มยาลดความดันโลหิต (18.7) กลุ่มยาจิตและประสาท (13.2) และกลุ่มยาระงับ (28.1)

เมื่อนำค่า PPP มาพิจารณาร้อยละความแตกต่างของราคาขาย พบว่า ยานำเข้าจากสหรัฐอเมริกาส่วนใหญ่มีราคาในไทยแพงกว่าราคาในสหรัฐอเมริกา

Introduction

ยาชนิดเดียวกันที่มีจำหน่ายในประเทศต่าง ๆ โดยมากจะมีราคาแตกต่างกัน โดยมีปัจจัยเกี่ยวข้องมากมาย แต่เรื่องกฎหมายนับเป็นปัจจัยสำคัญปัจจัยหนึ่ง หน่วยงานของสหรัฐอเมริกา คือ Food and Drug Administration มีกฎหมายครอบคลุมเฉพาะเรื่องความปลอดภัย ประสิทธิภาพและการอนุมัติทะเบียนตำรับ ในขณะที่บางประเทศ เช่น สวีเดน มีการควบคุมที่เข้มงวดเพิ่มขึ้นไปจนถึงการกระจายยาไปในร้านยาที่รัฐบาลเป็นเจ้าของหรือประเทศอังกฤษซึ่งมี Pharmaceutical Price Regulation Scheme ของ Department of Health มานานกว่า 20 ปีแล้ว (Bloom, 1999)

สำหรับประเทศไทยนั้น แม้ว่ามูลค่าการผลิตยาจะมีมากกว่ามูลค่าการนำเข้ายามาโดยตลอด แต่อัตราการเพิ่มของมูลค่ายาที่นำเข้ามากกว่าอัตราการเพิ่มของมูลค่ายาที่ผลิตในประเทศ และสัดส่วนของยานำเข้าต่อยาที่ผลิตในประเทศมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นโดยตลอด ตั้งแต่ปี 2531 -2541 อัตราส่วนยานำเข้าต่อยาที่ผลิตในประเทศเพิ่มขึ้นมากจากร้อยละ 38.31 เป็นร้อยละ 87.72 เมื่อพิจารณาค่าใช้จ่ายด้านยาต่อค่าใช้จ่ายด้านสุขภาพตั้งแต่ปี 2530 ถึง 2541 อยู่ในช่วงร้อยละ 29.65 - 35.94 ของค่ารักษาพยาบาลทั้งหมด นับว่าสูงมากเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศสหรัฐอเมริกา แคนาดา และญี่ปุ่น ซึ่งมีเพียงร้อยละ 9.2, 11.3 และ 26.3 ตามลำดับ (คณะทำงานเพื่อศึกษาวิเคราะห์ระบบยาของประเทศไทย, 2537 , Akaho, 1995 และ สุวิทย์ วิบุลผลประเสริฐ, 2542)

การเปรียบเทียบราคายาระหว่างประเทศเป็นที่สนใจศึกษามากขึ้นเรื่อย ๆ โดยเฉพาะประเทศพัฒนาแล้วที่รัฐเป็นผู้รับผิดชอบหลักในค่ารักษาพยาบาล ทั้งนี้ส่วนหนึ่งเพื่อไม่ให้ประเทศของตนต้องจ่ายค่ายาแพงกว่าประเทศอื่นและสามารถนำรายได้ส่วนนี้ไปพัฒนาประเทศทางด้านอื่น

ในการเปรียบเทียบราคายาระหว่างประเทศนั้น วิธีดั้งเดิมที่ใช้คือ การใช้อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศของประเทศนั้น ๆ มาเปลี่ยนราคาของแต่ละประเทศให้เป็นเงินในสกุลที่เป็นที่นิยม เช่น เหรียญสหรัฐแล้วนำมาเปรียบเทียบกัน แต่ในปัจจุบันมีวิธีการเปรียบเทียบแบบใหม่ คือ การเปรียบเทียบโดยใช้ค่า Purchasing Power Parity (PPP) ซึ่งคำนึงถึงความแตกต่างโดยรวมของสภาวะเศรษฐกิจในแต่ละประเทศดีกว่าการใช้เพียงอัตราแลกเปลี่ยนอย่างเดียว

การศึกษาในปี 1991 เปรียบเทียบราคายาตามใบสั่งแพทย์ที่จ่ายมากที่สุด 100 อันดับแรกของประเทศเยอรมนี อังกฤษ อิตาลี ฝรั่งเศส ญี่ปุ่น และสหรัฐอเมริกา พบว่าราคายาในสหรัฐอเมริกา ซึ่งมีมาตรการควบคุมราคายาที่น้อยที่สุดจะมีราคาสูงสุด ตรงข้ามกับฝรั่งเศส ที่มี

มาตรการควบคุมมากที่สุด กลับมีราคาต่ำที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาในปี 1988 ที่พบว่า ประเทศเยอรมัน เนเธอร์แลนด์ และเดนมาร์ก ซึ่งมีการควบคุมน้อย มีราคาขายเป็น 2-3 เท่า ของประเทศที่มีการควบคุมมากกว่า อันได้แก่ ฝรั่งเศส กรีซ สเปน และโปรตุเกส (Drake and Uhlman, 1993) สำหรับมาตรการด้านราคาขายของประเทศไทยเป็นการควบคุมโดยกระทรวงพาณิชย์และการกำหนดราคากลางสำหรับยาในบัญชีนำหลักแห่งชาติ แต่การศึกษาล่าสุดของมาตรการดังกล่าว ยังมีข้อจำกัดและอีกทั้งยังขาดแคลนการติดตามของภาครัฐเกี่ยวกับราคาขายหรือการเปรียบเทียบราคาขายกับประเทศอื่น อาจส่งผลให้ราคาขายในประเทศไทยแพงเกินความจำเป็นได้ ดังนั้นการศึกษานี้จะทำการเปรียบเทียบราคาขาย โดยเทียบกับราคาขายของประเทศสหรัฐอเมริกา เพราะประเทศไทยนำเข้ายาจากสหรัฐอเมริกา โดยรวมแล้วแพงกว่าประเทศพัฒนาแล้วหลายประเทศ (Akaho, 1995) ดังนั้นการศึกษานี้ จะได้ทำการศึกษาราคาขายในประเทศไทย โดยเลือกเปรียบเทียบกับราคาขายของประเทศสหรัฐอเมริกา เพราะประเทศไทยนำเข้ายาจากสหรัฐอเมริกาค่อนข้างมาก และในการศึกษาต่าง ๆ พบว่าราคาขายในสหรัฐอเมริกาโดยรวมแล้วแพงกว่าประเทศพัฒนาแล้วหลายประเทศ (Akaho 1995, Drake and Uhlman, 1993, United States General Accounting Office, 1992, 1994)

Research Methodology

การศึกษานี้ได้เปรียบเทียบราคาขาย 3 วิธี คือ

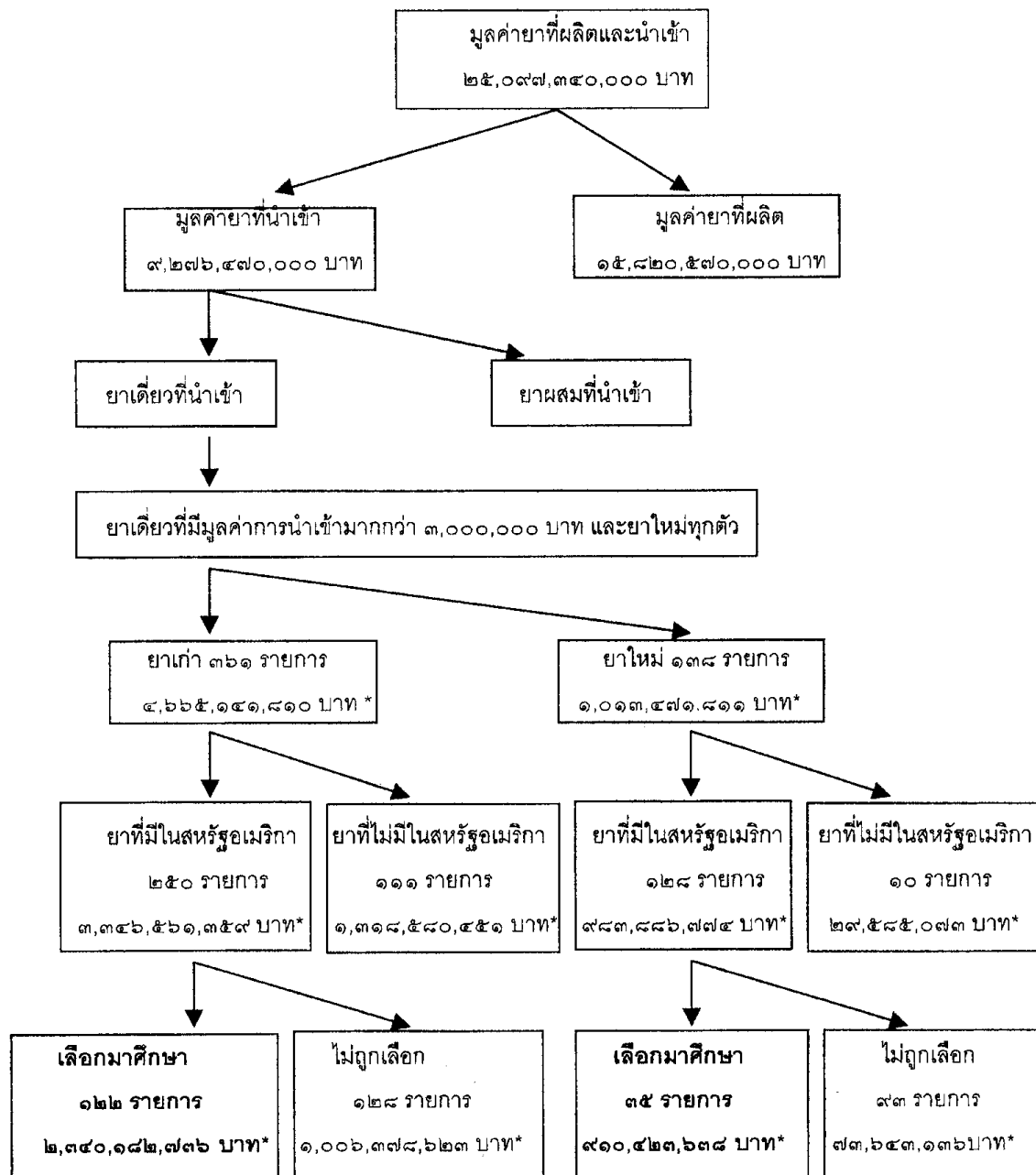
1. การเปรียบเทียบความแตกต่างของราคาขายด้วยราคาจริง แบบวิเคราะห์เป็นรายตัว
2. การเปรียบเทียบความแตกต่างของราคาขายด้วยราคาจริง แบบวิเคราะห์เป็นรายกลุ่ม
3. การเปรียบเทียบความแตกต่างของราคาขายด้วยค่า PPP

การคัดเลือกยาที่ใช้ในการเปรียบเทียบและกลุ่มตัวอย่างในการศึกษา

ยาในกลุ่มศึกษามีเฉพาะยาเดี่ยว ทั้งยาใหม่ และยาเก่า กลุ่มยาใหม่นั้นประกอบด้วยยาทุกตัวที่มีการขึ้นทะเบียนเป็นยาใหม่ แต่เลือกเฉพาะยาเดี่ยว ส่วนยาเก่านั้น เป็นยาเดี่ยวที่มีมูลค่าการนำเข้าในปี 2538 มากกว่า 3 ล้านบาท ยาทุกตัวหากมีมากกว่า 1 ความแรง จะใช้น้ำหนักในทุกความแรงมาเปรียบเทียบ รายละเอียดตามแผนภูมิ 1 แล้วนำยาที่ได้มาจับคู่กับยาของสหรัฐ

อเมริกาโดยใช้เกณฑ์การจับคู่ที่กำหนด สามารถจับคู่เปรียบเทียบกับยาของสหรัฐอเมริกาทั้งหมด 209 รายการ มูลค่า 3,250,426,374 บาท คิดเป็นร้อยละ 35.1 ของมูลค่ายาที่นำเข้า หรือร้อยละ 12.9 ของมูลค่ายาที่ผลิตและนำเข้าทั้งหมด

แผนภูมิที่ ๑ : การคัดเลือกตัวอย่างยาในการศึกษา



*เฉพาะที่มีรายงานมูลค่าการนำเข้า

เกณฑ์การจับคู่ยาเพื่อการเปรียบเทียบ

ในการคัดเลือกยาเพื่อนำมาของทั้งสองประเทศมาเปรียบเทียบกันนั้น เป็นเรื่องที่จะเอียดอ่อน และส่งผลถึงราคาที่แตกต่างกันด้วย ในการศึกษานี้ได้กำหนดเกณฑ์การจับคู่ยาเพื่อการเปรียบเทียบ (matching criteria) ไว้ 6 เกณฑ์ ยาจะถูกคัดเลือกและคัดออกตามลำดับที่ระบุในเกณฑ์ คือ

1. สารออกฤทธิ์ (Active ingredients) และความแรงของสารออกฤทธิ์ (Strength) ปริมาณตัวยาลำดับต่อหน่วยต้องเท่ากันจึงจะถูกคัดเลือกมาเป็นตัวอย่าง
2. ชื่อการค้า (Trade name) และชื่อผู้ผลิต (Manufacturer) เนื่องจากในบางกรณียาชนิดเดียวกัน อาจมีชื่อการค้าที่ต่างกันในแต่ละประเทศ หรืออาจมีการทำสัญญาทางธุรกิจให้บริษัทอื่นเป็นผู้แทนจำหน่าย ในการคัดเลือกยา จึงพิจารณาทั้งจากชื่อการค้าและผู้ผลิต
หากชื่อการค้าเหมือนกัน ผู้ผลิตรายเดียวกัน จะถูกจัดในกลุ่มยาเหมือน
หากชื่อการค้าเหมือนกัน ผู้ผลิตต่างราย จะถูกจัดในกลุ่มยาคัดค้าน
หากชื่อการค้าต่างกัน ผู้ผลิตรายเดียวกันหรือมีความสัมพันธ์ทางธุรกิจจะถูกจัดในกลุ่มยาเหมือน
3. รูปแบบของยา (Dosage form) ยาเหมือนคือยาที่มีรูปแบบเหมือนกัน เช่น ยาเม็ด ยา น้ำ ยาพ่น ยาฉีด ฯลฯ หากรูปแบบของยาต่างกัน จะถูกคัดออกยกเว้นความแตกต่างในเรื่องยาเม็ดเฉพาะที่เป็นยาเม็ดเคลือบน้ำตาลและยาแคปซูล ที่ยังจัดให้อยู่ในกลุ่มตัวอย่าง แต่จัดเป็น ยาคัดค้าน
4. ขนาดบรรจุ (Package size) ขนาดบรรจุเป็นเรื่องที่มีปัญหามากที่สุดในการเปรียบเทียบราคา เพราะขนาดบรรจุในแต่ละประเทศจะแตกต่างกันตามความนิยมของประเทศนั้น

ในการศึกษานี้ หากมีหลายขนาดบรรจุ จะเลือกขนาดบรรจุที่เท่ากันหรือใกล้เคียงกันมากที่สุดกันมากที่สุดเพียงขนาดบรรจุเดียว หากมีขนาดที่เท่ากันหลายขนาด จะเลือกขนาด 100 เม็ด หรือ 100 มิลลิลิตร เพราะเป็นขนาดบรรจุที่มีการใช้มากที่สุด ยาเหมือนจะเป็นยาที่มีขนาดบรรจุ

เท่ากับ หากขนาดบรรจุไม่เท่ากันจะเลือกขนาดบรรจุที่มีความต่างน้อยที่สุด แล้วจัดอยู่ในกลุ่มยาคัลยา

5. ประเภทของเกลือ (Salt) ยาเหมือนจะมีเกลือแบบเดียวกัน หากมีชนิดของเกลือที่ต่างกันจะถูกจัดอยู่ในกลุ่มยาคัลยา แต่หากไม่มีการแจ้งชนิดของเกลือจะถือเป็นเกลือชนิดเดียวกัน ทั้งนี้เพราะหากมีการพัฒนาสูตรตำรับโดยใช้เกลือที่ดีกว่า บริษัทยามักจะระบุชนิดของเกลือไว้ด้วย
6. ชนิดของภาชนะบรรจุ (Package type) การพิจารณาเรื่องชนิดของภาชนะบรรจุ ใช้ข้อมูลจากเอกสาร ภาชนะบรรจุที่นำมาพิจารณา เช่น การบรรจุเป็นแผงหรือเป็นขวด การบรรจุกล่องละ 1 ขวด หรือหลายขวด ฯลฯ

ยาเหมือน คือยาที่จะถูกนำมาจับคู่เปรียบเทียบราคาคือยาของไทย และสหรัฐอเมริกาที่เหมือนกันครบทั้ง 6 เกณฑ์ ส่วนยาที่ต่างกันแม้เพียงเกณฑ์เดียวจะถูกจัดอยู่ในกลุ่มยาคัลยา แต่ทั้งนี้ต้องผ่านเกณฑ์ข้อหนึ่งเสียก่อน

ขั้นตอนในการเปรียบเทียบราคา

1. คัดเลือกยาที่สามารถจับคู่กันได้ตามเกณฑ์ที่กำหนด
2. ในการศึกษาได้เลือกราคาที่จำหน่ายให้แก่ผู้ขายส่ง (Wholesaler price) โดยราคาดังกล่าวไม่รวมถึงส่วนลดต่าง ๆ และไม่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม ในประเทศไทยได้รับข้อมูลจากบริษัท IMS (Thailand) ส่วนของสหรัฐอเมริกาใช้ฐานข้อมูลจาก Medispan Price Check PC ของ Medispan Co. Ltd.

ราคาที่ใช้เลือกใช้ราคาสุดท้ายของไตรมาสที่ 4 หากมีการระบุหลายราคา ราคาที่นำมาใช้เปรียบเทียบคือราคาต่ำสุดของทั้งสองฝ่ายแล้วนำมาหารราคาต่อหน่วย หากมีขนาดบรรจุที่เท่ากัน ราคาต่อหน่วยจะเป็นราคาต่อหนึ่งภาชนะบรรจุ แต่หากขนาดบรรจุไม่เท่ากัน ราคาต่อหน่วยจะเป็นราคาต่อเม็ด แคปซูล หรือมิลลิลิตร ตามแต่รูปแบบของยา

3. เปรียบเทียบความแตกต่างของราคายาด้วยราคาจริง แบบวิเคราะห์เป็นรายตัว โดยคำนวณค่าร้อยละของความแตกต่างของราคายาแต่ละตัว โดยใช้สูตร

$$\text{ร้อยละความแตกต่างของราคายา} = \frac{\text{ราคาขายส่งในสหรัฐอเมริกา} - \text{ราคาขายส่งในไทย} \times 100}{\text{ราคาขายส่งในสหรัฐอเมริกา}}$$

4. เปรียบเทียบความแตกต่างของราคาขายด้วยราคาจริง แบบวิเคราะห์เป็นรายกลุ่ม โดยแบ่งออกเป็น 4 กลุ่มได้แก่ ประเภทยาเก่ายาใหม่ รูปแบบของยา จำแนกตามข้อบ่งใช้สำหรับโรคแต่ละประเภท และประเภทยาเหมือนและยาค้าย แล้วนำราคาขายแต่ละกลุ่มมาคำนวณโดยใช้สูตร

$$\text{ร้อยละความแตกต่างของราคาขายแต่ละกลุ่ม} = \frac{\sum X_i Y_i}{\sum P_i}$$

X_i = ร้อยละความแตกต่างของราคาขายแต่ละตัวในกลุ่ม

Y_i = มูลค่าการนำเข้าของยาแต่ละชนิด

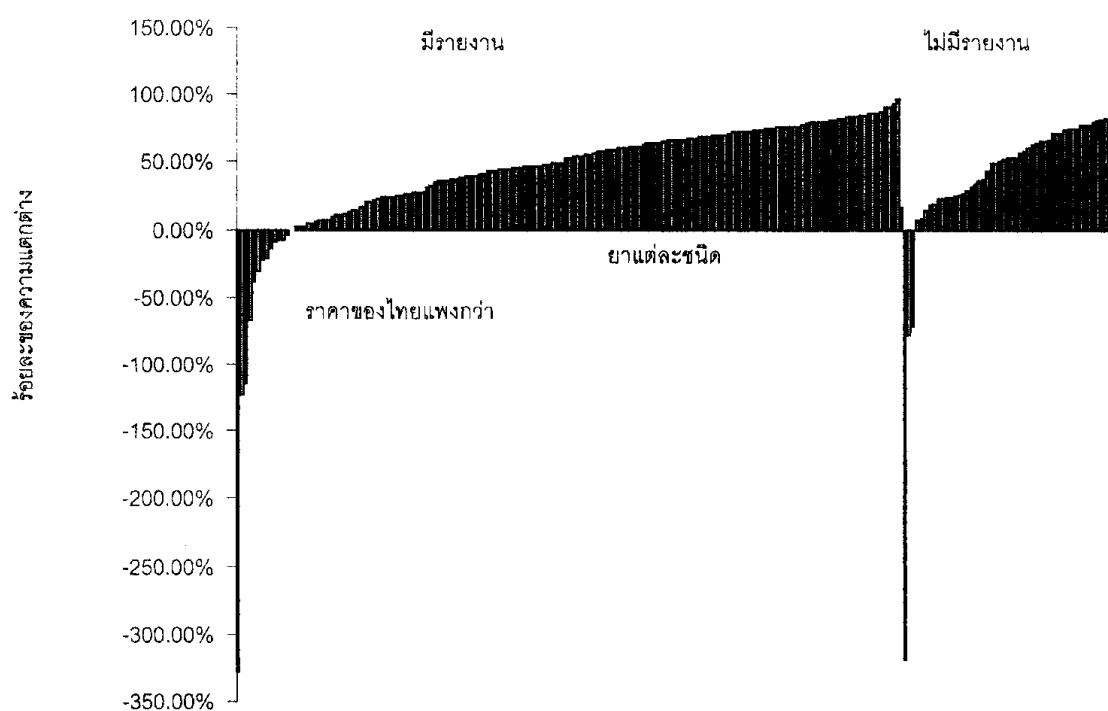
P_i = มูลค่าการนำเข้าของยาแต่ละตัวในกลุ่มนั้น

5. เปรียบเทียบความแตกต่างของราคาขายด้วยค่า PPP (Purchasing Power Parity) เป็นค่าทางเศรษฐกิจที่กลุ่ม OECD พัฒนาค้นมาเพื่อปรับค่าเงินตราระหว่างประเทศให้สามารถสะท้อนอำนาจการซื้อที่ต่างกัน ในปี 2538 ที่ศึกษาว่า ประเทศไทยมีค่า PPP = 28 ในขณะที่สหรัฐอเมริกามีค่า PPP = 100 หมายถึงว่าสินค้าที่ราคา 100 ดอลลาร์สหรัฐในสหรัฐอเมริกาควรจะมีราคาเพียง 28 ดอลลาร์สหรัฐในไทยเมื่อคำนึงถึงอำนาจการซื้อที่ต่างกัน ทั้งนี้ในปีเดียวกันนี้เอง GNP per capita ของไทย = 2,740 ดอลลาร์สหรัฐ ในขณะที่ของอเมริกามีค่า = 26,980 ดอลลาร์สหรัฐ (World Development Report, 1997 p.215) เมื่อนำค่าความแตกต่างของราคาขายแต่ละกลุ่มที่ได้จากการคำนวณในข้อ 4 มาเปรียบเทียบ หากยาในกลุ่มไหนมีค่าเปอร์เซ็นต์ตามแตกต่างน้อยกว่า 72 แสดงว่ายากลุ่มนั้นในประเทศไทยมีราคาแพงกว่ามากในประเทศสหรัฐอเมริกา

Results and Discussion

1. การเปรียบเทียบความแตกต่างของราคายาด้วยราคาจริงเป็นรายตัว

พบว่ามียา 17 รายการที่ราคาในไทยแพงกว่าในสหรัฐอเมริกา คิดเป็น 8.1% ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด (ดังแสดงในตารางที่ 1) ในขณะที่ยาส่วนใหญ่มีความแตกต่างของราคาในช่วงร้อยละ 31-90 และพบว่าร้อยละของความแตกต่างของราคายาแต่ละตัวทั้งที่มีรายงานและไม่มีรายงานการนำเข้ามีรูปแบบคล้ายคลึงกัน (รูปที่ 1)



รูปที่ ๑ รูปแบบความแตกต่างของราคายากลุ่มที่มีและไม่มีรายงานการนำเข้า

ยาทั้ง 17 รายการนั้น ราคาของไทยที่สูงกว่าราคาในสหรัฐมีตั้งแต่ร้อยละ 327.9 ถึงร้อยละ 0.6 มีรายงานการนำเข้า 14 รายการ คิดเป็นมูลค่า 453,730,057 บาท พบว่ายา Hytrin รายการเดียวที่มีมูลค่าการนำเข้าสูงสุดถึง 261,144,000 บาท มีความแตกต่างของราคายาอยู่ที่ 7.4% ส่วนยา Vancocin มีความแตกต่างของราคายามากที่สุดอยู่ที่ 327.5% มีมูลค่าการนำเข้า 37,386,772 บาท (ตารางที่ 2) ในจำนวนนี้มี 10 รายการเป็นยาฉีด และยาทุกตัวเป็นยาที่ใช้เฉพาะทาง พบว่า เป็นยาโรคเอดส์และไวรัส 4 ชนิดที่ใช้เป็นยาปฏิชีวนะ 5 ชนิด ยาลดความดันโลหิต 1 ชนิด และยากกลุ่มอื่นๆ 7 ชนิด ในทำนองเดียวกันยากคล้ายสำหรับโรคเอดส์และไวรัส ก็จะมีราคาแพงในไทยเมื่อเทียบกับราคาที่สหรัฐ (ตารางที่ 3)

2. การเปรียบเทียบความแตกต่างของราคายาด้วยราคาจริง โดยวิเคราะห์เป็นรายกลุ่ม

เนื่องจากการให้ค่าน้ำหนัก (weight) ของยาแต่ละกลุ่มด้วยมูลค่าการนำเข้า จึงเหลือจำนวนตัวอย่างเพียง 157 รายการ ซึ่งได้นำมาจำแนกกลุ่มตามเกณฑ์การจับคู่ ชนิดของทะเบียนตำรับยา รูปแบบของยา (dosage form) และข้อบ่งใช้ (therapeutic indications) ในแต่ละกลุ่มยังได้แยกย่อยเป็นยาเหมือนและยากคล้าย พบว่ากลุ่มยาใหม่ (new drug) มีความแตกต่างของราคายาเพียงร้อยละ 20.0 แต่กลุ่มยาเก่ามีความแตกต่างของราคายาถึงร้อยละ 44.4 ยาในรูปแบบ

ตารางที่ 1 ความแตกต่างของราคายากลุ่มตัวอย่าง

ร้อยละความแตกต่าง ของราคา	มูลค่าการนำเข้า (บาท)	จำนวน (n=209)	ร้อยละของรายการยา
-328.0	453,730,058	17	8.1
0.1-30	729,281,436	45	21.5
31-60	808,496,578	61	29.2
61.90	1,222,806,096	81	38.8
91-97	19,899,264	5	2.4

ตารางที่ 2 รายการยาที่ราคาในไทยสูงกว่าราคาในสหรัฐอเมริกา

ชื่อไทย	ชื่ออเมริกัน	การจัดซื้อ	รูปแบบยา	ชนิด ทะเบียน ยา	มูลค่านำเข้า (บาท)	ร้อยละที่ แตกต่าง
Vancocin CP	Vancocin HCl	ยาเหมือน	ยาฉีด	ยาเก่า	37,386,772	-327.9
Vancocin CP	Vancocin HCl	ยาเหมือน	ยาฉีด	ยาเก่า	ไม่มีรายงาน	-319.8
Sandostatin	Sandostatin	ยาคัดลอก	ยาฉีด	ยาใหม่	9,892,972	-122.7
Dobutrex	Dobutrex	ยาเหมือน	ยาฉีด	ยาเก่า	36,983,293	-114.0
Vancocin CP	Vancocin HCl	ยาคัดลอก	ยาฉีด	ยาเก่า	ไม่มีรายงาน	-78.6
Cefacidal	Ancef	ยาคัดลอก	ยาฉีด	ยาเก่า	ไม่มีรายงาน	-71.7
Nubain	Nubain	ยาคัดลอก	ยาฉีด	ยาเก่า	1,289,127	-66.9
Zovirax	Zovirax	ยาคัดลอก	ยาฉีด	ยาเก่า	34,038,000	-37.6
Zovirax	Zovirax	ยาคัดลอก	ยาฉีด	ยาเก่า	18,158,677	-30.3
Pedvax HIB	Pedvax HIB	ยาเหมือน	ยาฉีด	ยาใหม่	2,679,062	-21.8
Solu-cortef	Solu-cortef	ยาคัดลอก	ยาฉีด	ยาเก่า	3,800,037	-20.6
Unasyn	Unasyn	ยาคัดลอก	ยาฉีด	ยาเก่า	4,201,570	-13.6
Ultravist 300	Ultravist	ยาคัดลอก	ยาฉีด	ยาเก่า	9,895,275	-8.4
Zovirax	Zovirax	ยาคัดลอก	ยาฉีด	ยาเก่า	25,535,031	-8.1
Hytrin	Hytrin	ยาคัดลอก	ยาฉีด	ยาใหม่	261,144,000	-7.4
Forane	Forane	ยาเหมือน	ยาฉีด	ยาเก่า	3,519,015	-4.7
Lioresal	Lioresal	ยาคัดลอก	ยาฉีด	ยาเก่า	5,207,228	-0.6

ตารางที่ 3 ข้อบ่งใช้ของยาที่ราคาในไทยสูงกว่าในสหรัฐอเมริกาคำนวณตามข้อบ่งใช้

ข้อบ่งใช้	ความแตกต่างของราคา			
	ยาเหมือน	ร้อยละความแตกต่าง	ยาคัดลอก	ร้อยละความแตกต่าง
ยาโรเคเดตส์และไวรัส	0	0	4	-8.1
				-30.3
				-37.6
				-122.7
ยาปฏิชีวนะ	2	-319.8	3	-13.6
		-327.9		-71.7

				-78.6
ยาลดความดันโลหิต	0	0	1	-7.4
ยากุ่มอื่น ๆ	3	-4.7	4	-0.6
		-21.8		-8.8
		-114.0		-20.6
				-66.9

ต่างๆ คือ ยาฉีด ยาเม็ด และแคปซูล และยาในรูปแบบอื่น ๆ มีความแตกต่างของราคายาใกล้เคียงกัน แต่เมื่อจำแนกตามข้อบ่งใช้พบว่ายากุ่มที่เกี่ยวข้องกับโรคเอดส์และไวรัสประเภทยาคล้ายเท่านั้น มีราคาสูงกว่าในสหรัฐอเมริกา โดยเฉลี่ยร้อยละ 0.6 ซึ่งสอดคล้องกับการเปรียบเทียบความแตกต่างของราคายาแบบเป็นรายตัว กลุ่มอื่นที่มีความแตกต่างของราคาน้อยได้แก่ กลุ่มยาลดความดันโลหิต (18.7) กลุ่มยาจิตและประสาท (13.2) และกลุ่มยาระงับ (28.1) ซึ่งขณะที่กลุ่มยาลดการอักเสบของกล้ามเนื้อ และยาขยายหลอดเลือด มีค่าร้อยละความแตกต่างของราคายาเป็น 73.6 และ 73.1 ตามลำดับ รายละเอียดดังแสดงในตารางที่ 4 แต่หากพิจารณาจากค่าสูงสุดและต่ำสุดของยาแต่ละกลุ่มพบว่า ยาแทบทุกกลุ่มจะมียาบางชนิดที่มีราคาแพงกว่าในสหรัฐ ยกเว้น ยาโรคเอดส์และไวรัส ประเภทยาเหมือน ยาระงับ ยาโรคหัวใจ ยาจิตและประสาท ยาลดความดันโลหิต ประเภทยาเหมือน ยาลดการอักเสบของกล้ามเนื้อ ยาขยายหลอดเลือด จะเห็นได้ว่าการตั้งราคายาค่อนข้างซับซ้อน อาจไม่ได้เป็นไปตามลักษณะของการคิดต้นทุนและกำไร เพราะกลุ่มตัวอย่างยาที่ศึกษาทุกตัวเป็นยาที่นำเข้าจากสหรัฐอเมริกาในลักษณะยาสำเร็จรูปไม่ได้นำมาแปรรูปหรือใส่หีบห่อในประเทศไทย แต่ราคายาในประเทศไทยอยู่ในระดับที่แพงกว่าหรือถูกกว่าในสหรัฐในระดับที่แตกต่างกัน และสอดคล้องกับที่มีการกล่าววาทันทุนของยาโดยเฉพาะค่าผลิตและค่าขนส่ง อาจไม่ใช่ปัจจัยหลักในการนำมาใช้ในการตั้งราคาแต่เป็นประเด็นทางธุรกิจที่บริษัทจะพิจารณาว่าผลิตภัณฑ์นั้นควรจะมีราคาอย่างไร จึงจะเหมาะสมกับระบบสาธารณสุข และธุรกิจยาของแต่ละประเทศ (United States General Accounting Office 1992, 1993 และ Drake and Uhlman, 1993) สำหรับมาตรการทางด้านราคายาในประเทศไทยเป็นการควบคุมราคายาของกระทรวงพาณิชย์และการกำหนดราคากลางสำหรับยาในบัญชียาหลักแห่งชาติของกระทรวงสาธารณสุข ซึ่งการศึกษาด้านประสิทธิภาพของมาตรการข้างต้นมีน้อยมาก และการขาดการติดตามของภาครัฐเกี่ยวกับราคายาเพื่อเปรียบเทียบกับ การเปลี่ยนแปลงของดัชนีราคาผู้บริโภคหรือความแตกต่างราคายาระหว่างประเทศ น่าจะเป็นปัจจัยที่สำคัญอันหนึ่งที่ทำให้ราคายาในประเทศไทยมีราคาแพง

ตารางที่ 4 ความแตกต่างของราคา ยา จำแนกตามกลุ่มต่าง ๆ

ประเภทของยา	จำนวน (รายการ)	ร้อยละความแตกต่าง ของราคา	min	max	avg	$\pm$ SD
ยาทั้งหมด	157	37.6	-327.9	96.6	39.1	45.4
1.จำแนกตามเกณฑ์						
การจับคู่						
ยาเหมือน	55	42.6	-327.9	91.0	39.1	36.1
ยาค้าย	102	34.6	-122.7	96.6	39.1	58.3
2.จำแนกตามชนิดของ						
ทะเบียน						
ตำรับ						
ยาใหม่	35	20.0	-122.7	73.8	22.7	33.2
ยาเหมือน	8	26.5	-21.8	49.8	17.8	25.3
ยาค้าย	27	19.6	-122.7	73.8	24.5	35.9
ยาเก่า	122	44.4	-327.9	96.6	44.9	47.8
ยาเหมือน	47	43.5	-327.9	91.0	44.4	63.3
ยาค้าย	75	45.5	-66.9	96.6	45.2	34.7
3.จำแนกตามรูปแบบของยา						
ยาฉีด	43	38.0	-327.9	96.6	21.3	69.6
ยาเหมือน	21	41.7	-327.9	79.0	16.9	88.6
ยาค้าย	22	27.7	-122.7	96.6	25.2	48.7
ยาเม็ดและแคปซูล	101	37.4	-37.6	91.0	48.8	28.8
ยาเหมือน	26	43.6	-6.7	91.0	61.7	18.8
ยาค้าย	75	36.4	-37.6	90.6	45.1	30.0
ยาอื่น ๆ	13	34.4	-8.1	82.8	44.6	35.6
ยาเหมือน	8	57.8	-4.7	88.2	50.2	33.7
ยาค้าย	5	10.8	-8.1	76.8	41.2	44.0
4.จำแนกตามข้อบ่งใช้ของยา						
ยาโรคเอดส์และไวรัส	11	-6.0	-122.7	49.8	-5.9	46.9
ยาเหมือน	2	7.7	6.7	49.8	28.3	30.5
ยาค้าย	9	-16.7	-122.7	40.0	-13.5	47.7
ยากลุ่มอื่น ๆ	60	45.0	-114.0	96.6	46.1	38.3
ยาเหมือน	22	20.5	-114.0	86.9	48.0	45.3
ยาค้าย	38	52.3	-66.9	96.6	44.9	34.2

ตารางที่ 4 (ต่อ)

ประเภทของยา	จำนวน (รายการ)	ร้อยละความแตกต่าง ของราคา	min	max	avg	±SD
ยามะเร็ง	19	28.1	2.4	92.4	42.8	28.2
ยาเหมือน	13	20.8	2.4	70.5	33.4	23.9
ยาค้าย	6	62.3	24.9	92.4	63.2	27.6
ยาปฏิชีวนะ	22	49.2	-327.9	85.6	28.8	84.0
ยาเหมือน	9	52.6	-327.9	79.2	14.7	129.9
ยาค้าย	13	39.3	-13.6	85.6	38.6	28.9
ยาโรคหัวใจ	13	47.5	22.4	83.3	53.3	17.1
ยาเหมือน	3	62.2	42.7	72.9	60.8	16.0
ยาค้าย	10	44.2	22.4	83.3	51.0	17.6
ยาจิตและประสาท	6	24.3	11.5	67.6	47.5	20.5
ยาเหมือน	1	62.2	62.2	62.2	62.2	0
ยาค้าย	5	21.9	11.5	67.6	44.5	21.5
ยาลดความดันโลหิต	13	18.7	-7.4	79.5	50.4	24.0
ยาเหมือน	2	69.7	53.1	79.5	66.3	18.7
ยาค้าย	11	18.3	-7.4	72.8	47.5	24.4
ยาลดการอักเสบของกล้ามเนื้อ	8	73.6	41.1	91.0	75.0	15.4
ยาเหมือน	2	72.7	68.2	91.0	79.6	16.2
ยาค้าย	6	73.7	41.1	84.6	73.5	16.4
ยายายหลอดเลือด	5	73.1	37.5	80.5	68.2	17.7
ยาเหมือน	2	79.3	79.5	80.5	80.0	0.7
ยาค้าย	3	66.1	37.5	73.4	60.4	19.9

3. การเปรียบเทียบความแตกต่างของราคายาด้วยค่า PPP

จากการศึกษาพบว่า ยาแทบทุกประเภทได้แก่ ยาโรคเอดส์และไวรัส ยากลุ่มอื่น ๆ ยา มะเร็ง ยาปฏิชีวนะ ยาโรคหัวใจ ยาจิตและประสาท ยาลดความดันโลหิตมีราคาแพงกว่าในสหรัฐ และพบว่ามีเพียงยาลดการอักเสบและบวมของกล้ามเนื้อ และยาขยายหลอดเลือดเท่านั้นที่มีราคา ใกล้เคียงกับในสหรัฐ (ตารางที่ 5)

การศึกษานี้แสดงให้เห็นว่าราคายาในประเทศไทยมีราคาแพงมาก แม้ว่ารายได้ของ ประชากรจะน้อยกว่าประเทศที่พัฒนาแล้ว ดังนั้นน่าจะมีมาตรการทางด้านราคายาที่เข้มแข็ง เพื่อ ให้ยามีราคาต่ำลง เพราะราคายาในประเทศไทยอาจมีราคาแพงเกินจำเป็นได้ สำหรับประเทศที่ พัฒนาแล้วโดยมากจะมีนโยบายทางด้านราคา ยา ไม่ว่าจะเป็นการตรึงราคายาที่จะเข้าไปอยู่ใน Pharmaceutical Benefit Scheme ซึ่งรัฐยอมให้เบิกจ่ายได้ของออสเตรเลีย การมี Price Control Broad ในอังกฤษ ฝรั่งเศส และญี่ปุ่น ทำให้ประเทศที่มีมาตรการด้านราคาที่เข้มแข็ง มีราคายาโดย เฉลี่ยต่ำกว่าราคาในสหรัฐอเมริกาซึ่งมีมาตรการด้านราคาน้อยที่สุด อย่างไรก็ตามในสหรัฐเองก็ยัง เกิดการควบคุมราคายาโดยความสมัครใจของบริษัทยาเมื่อมีแนวโน้มว่าทางรัฐบาลอาจเข้ามา ควบคุมราคายาตามนโยบาย Health Care Reform ของประธานาธิบดีคลินตัน ซึ่งเป็นผลทำให้ ราคายาไม่เพิ่มขึ้น เช่นเคย (Schondelmeyer, 1998)

ดังนั้นนอกจากติดตามและเปรียบเทียบราคายาแล้วทางภาครัฐ ควรมีมาตรการอื่น ๆ รอง รับด้วย เพราะปัจจัยที่ส่งผลต่อราคามีหลากหลาย ยกต่อการหาข้อมูล โดยเฉพาะเรื่องต้นทุนการ ผลิต มาตรการที่อาจส่งผลต่อราคายา เช่น การใช้มาตรการ Parallel import การพิจารณาโครง สร้างราคายาก่อนนำยาออกจำหน่าย โดยเฉพาะกลุ่มยาใหม่ ยาเฉพาะทาง หรือยาที่หายากอื่นทด แทนยาก การพัฒนาตำรับยาแผนไทย หรือการใช้มาตรการ Compulsory licensing เป็นต้น อาจ มีการนำมาตรการเหล่านี้มาใช้ เมื่อพบว่ายามีราคาแพงโดยไม่เหมาะสมจะช่วยให้สามารถตรึง ราคายามีให้สูงเกินไป

ตารางที่ 5 เปรียบเทียบราคาขายในประเทศไทยและสหรัฐอเมริกา โดยใช้ค่า PPP ปี พ.ศ. 2538

ชนิดยา	ร้อยละความแตกต่าง	ราคาขายในประเทศไทยเมื่อเทียบกับ
	ของราคาขาย	กับสหรัฐอเมริกา
ยาโรคเอดส์และไวรัส	-6.0	แพงกว่า
ยากลุ่มอื่น ๆ	45.0	แพงกว่า
ยามะเร็ง	28.1	แพงกว่า
ยาปฏิชีวนะ	49.2	แพงกว่า
ยาโรคหัวใจ	47.5	แพงกว่า
ยาจิตและประสาท	24.3	แพงกว่า
ยาลดความดันโลหิต	18.7	แพงกว่า
ยาลดการอักเสบและบวมกล้ามเนื้อ	73.6	ใกล้เคียงกัน
ยาขยายหลอดเลือด	73.1	ใกล้เคียงกัน

Conclusions

การศึกษาเปรียบเทียบราคาขายที่จำหน่ายในประเทศไทยและประเทศสหรัฐอเมริกา จำนวน 209 รายการ ซึ่งเป็นยาที่มีรายงานการนำเข้า 157 รายการ มีมูลค่าการนำเข้ารวม 3,250,426,374 บาท หรือร้อยละ 35.1 ของมูลค่าการนำเข้าทั้งหมด มียา 78 รายการที่เหมือนกับยาในสหรัฐอเมริกาทุกประการ (apple-to-apple) ในการศึกษาครั้งนี้ เรียกยากลุ่มนี้ว่ายาเหมือน ซึ่งมียา 39 รายการที่อยู่ในกลุ่มที่มีใบสั่งแพทย์สูงสุด 200 อันดับแรกของสหรัฐอเมริกา ยาอีกกลุ่มหนึ่งเรียกว่ายาค้ายคือ ยาที่มีบางลักษณะต่างกัน ซึ่งโดยมากเป็นเรื่องขนาดบรรจุ การวิเคราะห์ใช้ข้อมูลราคาขาย ปี 2538 ใช้ราคาที่จำหน่ายให้แก่ผู้ขายส่งชื่อไม่รวมถึงส่วนลดต่าง ๆ และภาษีมูลค่าเพิ่มพบว่า การวิเคราะห์ราคาขายเป็นรายตัว โดยใช้ค่าร้อยละความแตกต่างของราคาขาย เช่นมียาจำนวน 17 รายการที่ของไทยราคาแพงกว่าสหรัฐ ส่วนใหญ่เป็นยาที่ใช้เฉพาะทาง ยากลุ่มนี้เป็นยาจิต 10 รายการ จำแนกได้เป็นยาปฏิชีวนะ 5 รายการ ยาเกี่ยวกับโรคเอดส์และไวรัส 4 รายการ วัคซีน ยากระตุ้นหัวใจ ฯลฯ โดยความแตกต่างของราคามีตั้งแต่ร้อยละ 327.9 ถึง 0.6 ยากลุ่มดังกล่าวมีรายงานการนำเข้า 14 รายการ มีมูลค่า 453,730,057 บาท โดยเฉพาะยา Hytrin มีราคา

แพงกว่า 7.4% รายการเดียวกันก็มีมูลค่าสูงถึง 261,144,000 บาท และยาฉีด Vancocin มีความแตกต่างของราคายามากที่สุด มีมูลค่าการนำเข้า 37,386,772 บาท

การเปรียบเทียบความแตกต่างของราคายาด้วยราคาจริงแบบกลุ่ม พบว่า เมื่อจำแนกตามชนิดของทะเบียนตำรับ พบว่า ยาใหม่มีความแตกต่างของราคน้อยกว่ากลุ่มยาเก่าอย่างชัดเจน (ร้อยละ 20.0 และ 44.4) ซึ่งอาจหมายความว่า ยาใหม่ซึ่งมีการปกป้องในลักษณะคล้ายกับสิทธิบัตร ทำให้การผลิตยาสามัญยากขึ้นส่งผลให้บริษัทยากำหนดยาในราคาที่สูงขึ้น หรืออาจเป็นกลยุทธ์การตลาดดังกล่าวแล้วข้างต้น

เมื่อจำแนกตามรูปแบบของยาเป็นยาฉีด ยารับประทาน และยาอื่น ๆ ในกลุ่มที่มีรายงานการนำเข้าไม่พบว่ามีความแตกต่างของราคายาที่ชัดเจน แต่เมื่อจำแนกตามข้อบ่งใช้ของยา ยาที่เกี่ยวข้องกับโรคเอดส์และไวรัสมีราคาเฉลี่ยในไทยสูงกว่าในสหรัฐอเมริกา ร้อยละ 0.6 ส่วนร้อยละความแตกต่างของราคาในยาในกลุ่มอื่นเรียงตามลำดับมากน้อยคือ ยาลดความดันโลหิต (18.7) ยาจิตประสาท (24.3) ยามะเร็ง (28.1) ยาในกลุ่มอื่น ๆ (45.0) ยาโรคหัวใจ (47.5) ยาปฏิชีวนะ (49.2) ยาขยายหลอดเลือด (73.1) ยาลดการอักเสบบวมของกล้ามเนื้อ (73.1)

หากนำความแตกต่างด้านกำลังการซื้อมาพิจารณา พบว่ามียาเพียง 2 กลุ่มคือ กลุ่มยาลดการอักเสบบวมของกล้ามเนื้อ และกลุ่มขยายหลอดเลือดที่มีความแตกต่างของราคาอยู่ในระดับที่ใกล้เคียงกับราคายาในสหรัฐ ดังนั้นยานำเข้าจากสหรัฐอเมริกาส่วนใหญ่มีราคาในไทยแพงกว่าราคาในสหรัฐอเมริกา เมื่อพิจารณาโดยใช้ค่า PPP

เมื่อเปรียบเทียบผลการศึกษานี้กับผลการศึกษาอื่นที่มีวิธีการศึกษาในลักษณะใกล้เคียงกัน โดยใช้ค่าความแตกต่างของกลุ่มยาที่เป็นยาเหมือนและมีรายงานการนำเข้า พบว่ายาของไทยมีความแตกต่างของราคาโดยเฉลี่ยน้อยกว่าของอังกฤษและแคนาดา คิดเป็นร้อยละ 42.6, 62.5 และ 75.8 ตามลำดับ แม้ว่ากลุ่มยาและปีที่มีการเปรียบเทียบมีความแตกต่างกัน ค่าของความแตกต่างจึงไม่อาจนำมาเปรียบเทียบกันได้โดยตรง แต่เป็นที่น่าสังเกตว่าราคายาในแต่ละประเทศมีความแตกต่างกัน

ข้อมูลดังกล่าวข้างต้น แสดงว่าราคายาในประเทศไทยมีราคาค่อนข้างแพง เมื่อเทียบกับราคายาในประเทศที่พัฒนาแล้ว โดยเฉพาะค่าใช้จ่ายทางด้านยาที่เพิ่มมากขึ้นทุก ๆ ปี ผสมกับปัญหาการใช้ยามากเกินไปและไม่เหมาะสม ก่อให้เกิดความสูญเสียทางเศรษฐกิจอย่างมหาศาล แต่ปัจจัยที่ส่งผลต่อราคายามีหลากหลาย ควรนำมาวิเคราะห์และมีมาตรการด้านราคาที่เหมาะสมกับระบบสาธารณสุขของประเทศต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- คณะกรรมการเพื่อศึกษาวิเคราะห์ระบบยาของประเทศไทย. ๒๕๓๗. ระบบยาของประเทศไทย. สถาบันวิจัยสาธารณสุขไทย มูลนิธิสาธารณสุขแห่งชาติ ร่วมกับสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา. อรุณการพิมพ์. กรุงเทพฯ.
- สุวิทย์ วิบุลผลประเสริฐ. ๒๕๔๒. การสาธารณสุขไทย พ.ศ. ๒๕๔๐ - ๒๕๔๑. กระทรวงสาธารณสุข
- Akaho E., M. Jujii, K.Inoue, K. Hosono, P. Berman and X.J. Huang. ๑๙๙๕. A comparative study of pricing and marketing of drugs acting on the central nervous system in the US, Japan and Quebec, with a search for factors to stimulate research and development activities. Journal of Research in Pharmaceutical Economics ๖ (๔) : ๒๙-๕๕.
- Andersson F. ๑๙๙๓. International pricing comparison a topical issue with many potential sources of error. Drugs Made in Germany ๓๖ (๓) : ๙๕-๙๘.
- Andersson F. ๑๙๙๕. The GAO comparison of drug prices in the United States and Canada : are the prices really that much higher in the United states. Journal of Research in Pharmaceutical Economics ๖ (๒) : ๔-๒๐.
- Anon. ๑๙๙๓. PMAC concern over pricing study. SCRIP. ๑๙๙๓. (๑๘๑๘/๑๙) : ๒๔.
- Bosanquet N. and J. L. Lucia. ๑๙๙๕. The effect of competition on drug prices. Pharmacoeconomics ๘ (๖) : ๔๗๓-๔๗๘.
- Drake D. and Uhlman M. ๑๙๙๓. Making Medicine : Making Money. Andrews and Mc Meel, Kansas City, USA.
- Garattini L., F.Salvioni, D.Scopelliti and S.Garattini. ๑๙๙๔. A comparative analysis of the pharmaceutical market in four European countries. Pharmacoeconomics ๖ (๕) : ๔๑๗-๔๒๓.

- Jambulingam T. and D.H. Kreling. 1995. Relationship between the number of firms and generic price competition. *Journal of Research in Pharmaceutical Economics* 16 (3) : 285-296.
- Kucukarslan S. 1996. In search of an understanding of pharmaceutical prices. *Journal of Research in Pharmaceutical Economics* 17 (4/5) : 311-322.
- Managhan, M. J., and M.S. Monaghan. 1996. Do market components account for higher US. prescription prices ? *The Annals of Pharmacotherapy* (30) : 1255-1262.
- Schondelmeyer, S. 1997. Globalization in Pharmaceutical Market. Presented at the Thai Food and Drug Administration. 14 July, 1997.
- Slater A.E. 1997. Regulating the price of the UK's drugs : second thoughts after the government's first report. *BMJ* (354) : 1157-1158.
- United States General Accounting Office. 1997. Prescription Drugs :Companies Typically Charge More in the United States than in the United Kingdom. GAO/HRD-97-100.
- US. Department of Health and Human Services. 1996. Strategies to reduce medicaid drug expenditure. Office of Inspector General. OEI-010-00400. Washington DC.
- World Development Report. 1997. Selected World Development Indicators. World Bank. Oxford University Press., New York., USA.

ภาคผนวกที่ ๑

มูลค่าการนำเข้าและการผลิตยาสำเร็จรูปสำหรับมนุษย์

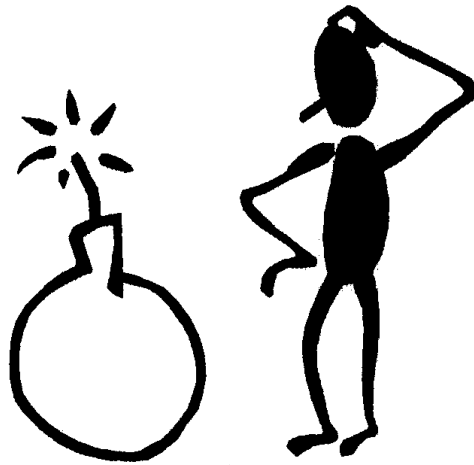
ปี	มูลค่าการผลิต (ล้านบาท)	มูลค่าการผลิตที่เพิ่ม (ร้อยละ)	มูลค่าการนำเข้า (ล้านบาท)	มูลค่าการนำเข้าที่เพิ่ม (ร้อยละ)	สัดส่วนยานำ เข้า/ยาที่ผลิต
๒๕๓๑	๖,๗๐๘	-	๒,๕๗๐	-	๓๘.๓๑
๒๕๓๒	๘,๓๗๒	๒๔.๘๑	๓,๓๐๗	๒๘.๖๘	๓๙.๕๐
๒๕๓๓	๘,๘๘๖	๖.๑๔	๓,๔๔๙	๔.๒๙	๓๘.๘๑
๒๕๓๔	๙,๖๕๗	๘.๖๘	๔,๒๑๖	๒๒.๒๔	๔๓.๖๖
๒๕๓๕	๑๐,๖๙๖	๑๐.๗๖	๔,๖๘๒	๑๑.๐๕	๔๓.๗๗
๒๕๓๖	๑๑,๘๓๑	๑๐.๖๑	๕,๐๗๕	๘.๓๙	๔๒.๘๙
๒๕๓๗	๑๒,๙๖๙	๙.๖๒	๖,๐๘๖	๑๙.๙๒	๔๖.๙๓
๒๕๓๘	๑๕,๘๒๐	๒๑.๙๘	๙,๒๗๖	๕๒.๔๒	๕๘.๖๓
๒๕๓๙	๑๘,๑๒๐	๑๔.๕๔	๑๐,๖๗๖	๑๕.๐๙	๕๘.๙๑
๒๕๔๐	๑๙,๖๐๘	๘.๒๑	๑๓,๔๖๗	๒๖.๑๔	๖๘.๖๘
๒๕๔๑	๑๖,๑๒๗	-๑๗.๗๕	๑๔,๑๔๖	๕.๐๔	๘๗.๗๒

ที่มา : กองควบคุมยา สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข

รายงานการศึกษา

เรื่อง

การวิเคราะห์การดำเนินงานรื้อถอน



โดย

นางสาวดวงทิพย์ หงษ์สมุทร

ภายใต้การสนับสนุนงบประมาณจากทุนพัฒนานักวิจัย

สถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข กระทรวงสาธารณสุข

สิงหาคม 2542

สารบัญ

บทที่	หน้า
	บทสรุปสำหรับผู้บริหาร ก
๑	บทนำ ๑
๒	การวิเคราะห์งบการเงิน ๔
๓	ระเบียบวิธีวิจัย
	- แหล่งที่มาของข้อมูล ๑๑
	- จำนวนตัวอย่าง ๑๑
	- ขั้นตอนในการเก็บข้อมูล ๑๒
	- ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล ๑๒
๔	การวิเคราะห์ข้อมูล
	- การแบ่งกลุ่มนิติบุคคล ๑๓
	- การวิเคราะห์รายได้และกำไรขาดทุน ๑๔
	- การวิเคราะห์ความสามารถในการทำกำไร
	- การวิเคราะห์โดยใช้ค่า ROA ๑๗
	- การวิเคราะห์โดยใช้ค่า ROE ๑๘
	- การวิเคราะห์โดยใช้ค่า POS ๒๑
	- การวิเคราะห์ด้านบริหารจัดการ
	- การวิเคราะห์โดยใช้ค่าอัตราส่วนหนี้สินต่อทรัพย์สิน ๒๔
	- การวิเคราะห์ค่าใช้จ่าย ๒๕
	- การเปรียบเทียบค่า ROA ROE และ POS ๓๐
	- การเปรียบเทียบค่าอัตราส่วนต่างๆ ๓๐
๕	บทสรุปและข้อคิดเห็น ๓๓
	บรรณานุกรม ๓๘
	ภาคผนวก ๓๙

สารบัญแผนภูมิและตาราง

	หน้า
แผนภูมิที่ ๑ การแสดงงบการเงิน	๕
ตารางที่ ๑ นิติบุคคลที่มีรายได้สูงสุด ๓๐ อันดับแรก	๙
ตารางที่ ๒ รายชื่อนิติบุคคลที่ติดอันดับรายได้สูงสุดประเภทต่างๆ	๑๐
ตารางที่ ๓ จำนวนตัวอย่างที่ถูกสุ่มจำแนกตามการถือใบอนุญาต	๑๑
ตารางที่ ๔ กลุ่มนิติบุคคลจำแนกตามจำนวนสินทรัพย์	๑๔
ตารางที่ ๕ รายได้ของผู้ประกอบการ	๑๕
ตารางที่ ๖ ประเภทของกิจการที่อยู่ใน ๓๐ อันดับแรกของรายได้และกำไร	๑๖
ตารางที่ ๗ นิติบุคคลจำแนกการได้กำไรตามขนาดและสัญชาติ	๑๗
ตารางที่ ๘ ค่า ROA ของนิติบุคคลกลุ่มต่าง ๆ	๑๘
ตารางที่ ๙ ค่า ROA จำแนกตามขนาดของนิติบุคคล	๑๘
ตารางที่ ๑๐ เปรียบเทียบสินทรัพย์ ROA และอัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์	๑๙
ตารางที่ ๑๑ ค่า ROE ของนิติบุคคลกลุ่มต่าง ๆ	๒๐
ตารางที่ ๑๒ ค่า ROE จำแนกตามขนาดของนิติบุคคล	๒๐
ตารางที่ ๑๓ ค่า POS ของนิติบุคคลกลุ่มต่าง ๆ	๒๑
ตารางที่ ๑๔ ค่า POS จำแนกตามขนาดของนิติบุคคล	๒๑
ตารางที่ ๑๕ เปรียบเทียบรายได้ กำไร และ POS ของผู้ผลิต	๒๒
ตารางที่ ๑๖ กลุ่มนิติบุคคลขนาดต่าง ๆ ที่อยู่ใน ๓๐ ๒๐ และ ๑๐ อันดับแรกของรายได้ กำไร และ POS	๒๓
ตารางที่ ๑๗ สัญชาติของนิติบุคคลที่อยู่ใน ๓๐ ๒๐ และ ๑๐ อันดับแรกของรายได้ กำไร และ POS	๒๓
ตารางที่ ๑๘ ค่าอัตราส่วนหนี้สินต่อทรัพย์สินของนิติบุคคลกลุ่มต่าง ๆ	๒๔
ตารางที่ ๑๙ ความถี่อัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์ของนิติบุคคลกลุ่มต่าง ๆ	๒๕
ตารางที่ ๒๐ ความถี่ของค่าใช้จ่ายรวมต่อยอดขาย	๒๖
ตารางที่ ๒๑ ความถี่ของค่าร้อยละต้นทุนขายต่อยอดขาย	๒๗
ตารางที่ ๒๒ ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารจัดการต่อยอดขาย	๒๗
ตารางที่ ๒๓ ความถี่ของค่าร้อยละ ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารจัดการต่อยอดขาย	๒๘

ตารางที่ ๒๔	ค่าส่งเสริมการขายของ ๕ นิติบุคคลเปรียบเทียบกับรายได้และค่าใช้จ่ายรวม	๒๙
ตารางที่ ๒๕	เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่มต่าง ๆ	๓๐
ตารางที่ ๒๖	เปรียบเทียบจำนวนนิติบุคคล ในอันดับสูงสุด ๓๐ อันดับแรกของค่าต่าง ๆ	๓๑
ตารางที่ ๒๗	เปรียบเทียบการประกอบกิจการของผู้ผลิตรายใหญ่ที่มีการร่วมลงทุนของต่างชาติ และที่เป็นของคนไทย	๓๒

บทที่ ๑

บทนำ

ประเทศไทยมีมูลค่าการบริโภคยาสำหรับมนุษย์ในปี พ.ศ. ๒๕๓๖ ประมาณสองหมื่นห้าพันล้านบาท (มูลค่าขายส่ง) ยาที่บริโภคมีทั้งยาที่ผลิตเองภายในประเทศ และนำเข้าสำเร็จรูปมาจากต่างประเทศ ยาที่ผลิตในประเทศส่วนใหญ่ยังเป็นการนำเข้าเภสัชเคมีภัณฑ์ที่เป็นยาสำคัญมาผสม (compound) เป็นยาสำเร็จรูป ผู้ประกอบการที่ถือใบอนุญาตด้านยามีจำนวนทั้งสิ้น ๑๔,๔๕๒ ราย โดยแบ่งเป็นผู้ผลิต ๑๗๙ ราย ผู้นำเข้าทั้งยาสำเร็จรูปและเภสัชเคมีภัณฑ์ ๕๓๙ ราย ผู้ขายส่งและผู้ขายปลีก ๑๓,๗๓๔ ราย

โดยที่ยาเป็นสินค้าที่มีการควบคุมราคาหรือแทรกแซงราคายาต่ำที่สุด ทำให้ธุรกิจประเภทนี้ดูเหมือนจะเป็นธุรกิจที่ประสบปัญหาทางด้านเศรษฐกิจน้อยกว่าธุรกิจประเภทอื่น โดยเฉพาะในประเทศสหรัฐอเมริกาที่มีข้อมูลชี้ให้เห็นว่าในระยะที่เศรษฐกิจตกต่ำ ธุรกิจประเภทอื่นประสบปัญหาถดถอยหรือขาดทุน แต่ธุรกิจด้านยายังคงมีการเจริญเติบโตที่คงที่

การประกอบธุรกิจด้านยาในไทยส่วนใหญ่เป็นธุรกิจขนาดไม่ใหญ่นักเมื่อเทียบกับธุรกิจอื่น จะเห็นได้จาก ข้อมูลปี พ.ศ. ๒๕๓๔ ของบริษัท Advance Research Group (ประเทศไทย) จำกัด ได้จัดอันดับธุรกิจที่มีกำไรสูงสุด ๑๐๐ อันดับ ซึ่งมีกำไรสูงสุด ๑๗,๓๕๙,๙๔๐,๐๐๐ บาท กำไรต่ำสุด ๔๕๖,๖๕๑,๐๐๐ บาท ไม่ปรากฏว่ามี นิติบุคคลที่ประกอบธุรกิจด้านยาเป็นหลักติดอันดับยกเว้นแต่บริษัท เบอร์ลียุกเกอร์ ซึ่งมีธุรกิจยาเป็นแผนกเล็ก ๆ

อย่างไรก็ตามธุรกิจด้านยาในประเทศไทยนับว่าเป็นส่วนสำคัญของระบบสาธารณสุข ค่ายาโดยรวมมีสัดส่วนประมาณร้อยละ ๓๕ ของค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาลและนับวันมูลค่าการใช้ยาจะยิ่งทวีขึ้นค่อนข้างมาก โดยเฉพาะมูลค่ายาที่นำเข้ามาจากต่างประเทศที่เพิ่มขึ้นถึง ๒ เท่าตัว จาก ๕,๒๕๐ ล้านบาท ในปี พ.ศ. ๒๕๓๔ เป็น ๑๐,๗๖๓ ล้านบาทในปี พ.ศ. ๒๕๓๕ (ภาคผนวกที่ ๑)

ในการศึกษาการประกอบกิจการของธุรกิจ ข้อมูลประเภทหนึ่งที่นำมาใช้ประกอบการวิเคราะห์คือข้อมูลทางการเงินการบัญชี (Financial statement) ซึ่งแสดงสินทรัพย์ หนี้สิน รายได้และรายจ่ายของนิติบุคคล ที่นิติบุคคลแต่ละแห่งต้องส่งงบดุลและงบกำไรขาดทุนประจำปีแจ้งกระทรวงพาณิชย์ ภายในวันที่ ๓๑ มีนาคมของปีถัดไป ข้อมูลทางการเงินการบัญชีจะสะท้อนเหตุการณ์ที่ผ่านมาของแต่ละนิติบุคคล ซึ่งอาจมีส่วนช่วยทำนายอนาคตของนิติบุคคลนั้น ๆ ได้ เช่น การมองด้านความเข้มแข็งทางการเงิน รายได้ศักยภาพในการเจริญเติบโต ศักยภาพในการทำกำไร นับว่าเป็นข้อมูลที่นักบริหาร ผู้จัดการ ธนาคาร นักลงทุน นักวิเคราะห์ทางการเงิน หรือ หน่วยงานต่าง ๆ ของรัฐ ฯลฯ สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ดีซึ่งในประเทศต่าง ๆ ได้มีข้อกำหนดทางกฎหมาย เพื่อให้การรายงานต่าง ๆ ถูกต้องตรงความจริง เพื่อประโยชน์ไม่ว่าจะเป็นทางด้านภาษี การพาณิชย์ หรือการคุ้มครองผู้บริโภค

แม้ว่าตามกฎหมายการรายงานอยู่ในรูปแบบเดียวกัน แต่รายละเอียดของการบัญชีของนิติบุคคลแต่ละแห่งมีความแตกต่างกัน เช่นวิธีการทางบัญชีที่ไม่เหมือนกัน ความถูกต้องครบถ้วนของข้อมูล การเป็นข้อมูลย้อนหลังภายในช่วงระยะเวลาหนึ่ง ความแตกต่างของอัตราการแลกเปลี่ยนเงิน ฯลฯ แม้จะมีข้อจำกัดดังกล่าวแต่ก็เป็นแหล่ง ข้อมูลเดียวที่มีอยู่ และยังไม่เคยมีการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลประเภทนี้มาก่อน จึงอาจแสดงให้เห็นถึงแนวโน้มหรือภาพโดยรวมของธุรกิจได้พอประมาณ

ข้อจำกัดของการศึกษา

การศึกษานี้ใช้ข้อมูลที่นิติบุคคลรายงานแก่กระทรวงพาณิชย์ ซึ่งแต่ละนิติบุคคลแจ้งประเภทของกิจการหลายอย่าง เช่น นำเข้ายาและเครื่องสำอาง ผลิตและขายส่งยาสำเร็จรูป ผลประกอบการที่แจ้งในงบการเงินจึงมีไม่เฉพาะผลประกอบการด้านยา แต่ในขั้นตอนการเลือกตัวอย่างได้คัดเลือกเฉพาะนิติบุคคลรายได้กว่าร้อยละ ๗๐ มาจากธุรกิจยา

เนื่องจากความจำกัดของทรัพยากร การวิเคราะห์จึงยึดตามข้อมูลที่ปรากฏในเอกสารที่ส่งให้กระทรวงพาณิชย์ อย่างเป็นทางการ

ในด้านเทคนิคของการบัญชีมีข้อจำกัดคือ

๑. ข้อมูลที่แสดงในงบดุลไม่ใช่มูลค่าปัจจุบันที่แท้จริง แต่เป็นมูลค่าตามบัญชี ซึ่งเป็นต้นทุนในอดีตอาจมีปัญหาในเรื่องค่าของเงินที่ต่างกันในแต่ละช่วง
๒. บางรายการแสดงโดยการประมาณ เช่น การประมาณหนี้สงสัยจะสูญ เพื่อให้ทราบยอดหนี้ที่ธุรกิจสามารถเก็บหนี้ได้จริง ซึ่งแต่ละนิติบุคคลมีประมาณการที่แตกต่างกัน
๓. การใช้ค่าเสื่อมราคาเป็นตัวปรับค่าของสินทรัพย์ถาวรมีวิธีคิดได้หลายแบบ
๔. บางรายการที่บางนิติบุคคลอาจจะไว้ไม่ลงในบันทึกงบดุล เช่น ทรัพยากรบุคคลระดับบริหารของธุรกิจ

คำอธิบายศัพท์ที่ใช้

- งบดุล** รายงานทางการเงินที่แสดงฐานะทางการเงินของกิจการ ณ เวลาใดเวลาหนึ่ง ซึ่งจะแสดงให้เห็นว่านิติบุคคลมีทรัพย์สิน หนี้สิน และส่วนของเจ้าของกิจการอยู่เท่าใด เมื่อระยะเวลาเปลี่ยนไป งบดุลจะเปลี่ยนไปตามผลการดำเนินงานในรอบระยะเวลานั้น ๆ
- งบกำไรขาดทุน** รายงานทางการเงินที่แสดงความสามารถในการทำกำไร และเงินปันผลในระยะยาวของนิติบุคคล รายการในงบกำไรขาดทุนส่วนใหญ่แล้ว อยู่ในรูปเงินตราตามมูลค่าปัจจุบัน

ราคาโอน (Transfer price) ราคาของสินค้า หรือบริการที่ถูกโยกย้ายหรือซื้อขาย ระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ ขององค์กรหนึ่ง

ROA (Return on Total Assets = อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์) อัตราส่วนร้อยละที่ใช้วัดความสัมพันธ์ระหว่างกำไรสุทธิหลังหักภาษีกับสินทรัพย์รวมที่ใช้ในการลงทุนของกิจการ แสดงสมรรถภาพของสินทรัพย์ของกิจการว่าจะก่อให้เกิดกำไรมากน้อยเพียงใด

ROE (Return on Equity= อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น) อัตราส่วนร้อยละที่ใช้วัดความสัมพันธ์ระหว่างกำไรสุทธิหลังหักภาษีกับส่วนของผู้ถือหุ้น แสดงสมรรถภาพในการลงทุนของเจ้าของกิจการว่าสามารถใช้สินทรัพย์ที่มีอยู่เพื่อก่อให้เกิดผลประโยชน์แก่ผู้เป็นเจ้าของทุนได้มากน้อยเพียงใด

POS (Profit Margin on Sales = อัตรากำไรสุทธิ) อัตราส่วนร้อยละที่ใช้วัดความสัมพันธ์ระหว่างกำไรสุทธิหลังหักภาษีกับยอดขายสุทธิเพื่อแสดงความสามารถในการทำกำไรของกิจการ

ค่าใช้จ่าย (Expense) การใช้สินทรัพย์โดยมีจุดประสงค์เพื่อให้เกิดรายได้

ต้นทุนด้านการตลาด (Marketing cost) ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในการขายสินค้าหรือบริการ รวมถึงค่าใช้จ่ายเพื่อให้เกิดการสั่งซื้อ (Order-getting costs) และค่าใช้จ่ายเพื่อดำเนินการหลังมีการสั่งซื้อ (Order-filling costs)

ต้นทุนการส่งสินค้า (Distribution costs) ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ในการเก็บรักษาสินค้า และขนส่งสินค้าเพื่อการจำหน่าย

ต้นทุนสินค้า(Product costs) ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับสินค้าจนถึงเวลาที่จำหน่ายสินค้า

ต้นทุนการขาย (Selling costs) ค่าใช้จ่ายเพื่อให้เกิดการสั่งซื้อและจัดส่งสินค้า เช่น ค่าใช้จ่ายในการโฆษณา เงินรางวัลในการขาย หรือการส่งเสริมการขายต่าง ๆ

การนำเข้า การนำหรือส่ง-ผลิตภัณฑ์ เข้ามาในราชอาณาจักร

บทที่ ๒

การวิเคราะห์งบการเงิน

(Financial statement analysis)

ในการดำเนินกิจการของนิติบุคคลแต่ละแห่ง ระบบบัญชี (Accounting system) เป็นแหล่งข้อมูลที่จะให้เกิดการบริหารงานที่บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กรได้ ข้อมูลจากระบบการบัญชีที่มีประสิทธิภาพจะสามารถให้ข้อมูลเพื่อใช้ในการวางแผนทั้งระยะสั้นและระยะยาว ช่วยการกำหนดนโยบาย และประกอบการตัดสินใจของฝ่ายบริหาร

รูปแบบหนึ่งของการนำข้อมูลทางการบัญชีมาใช้ คือ งบการเงิน (Financial statement) ซึ่งจะแสดงฐานะของกิจการและผลการดำเนินงานของกิจการ งบการเงินที่กระทรวงพาณิชย์กำหนดไว้ในกฎหมายให้ทุกนิติบุคคลจัดทำเป็นรายงานประจำปีแล้วรายงานมายังกระทรวงพาณิชย์ ภายในวันที่ ๓๑ มีนาคมของปีถัดไป งบการเงินที่ต้องรายงานมี ๒ แบบ คือ งบดุล (Balance sheet) และ งบกำไรขาดทุน (Income statement) ซึ่งสามารถสรุปแสดงได้ตามแผนภูมิที่ ๑

งบดุลจะแสดงรายการของสินทรัพย์ หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น เป็นการแสดงฐานะของกิจการ รายละเอียดตามภาคผนวกที่ ๒

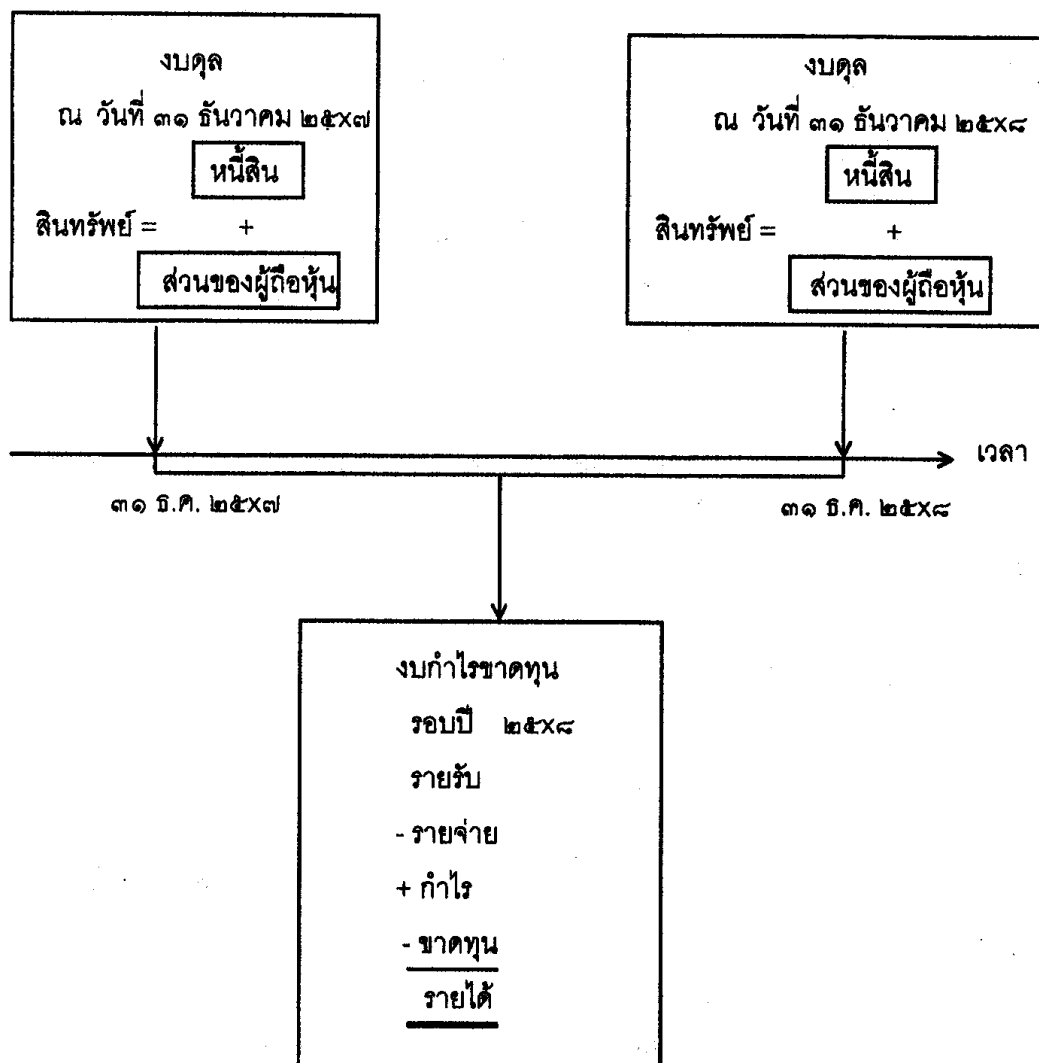
สินทรัพย์ แบ่งได้เป็น

๑. สินทรัพย์หมุนเวียน ประกอบด้วย เงินสด เงินลงทุนชั่วคราว ลูกหนี้ และสินค้าคงเหลือ
๒. เงินลงทุน เช่น หุ้นกู้ หุ้นสามัญ ตั๋วเงินระยะยาว ฯลฯ
๓. สินทรัพย์ถาวร เช่น อาคาร ที่ดิน อุปกรณ์ ฯลฯ
๔. สินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตน เช่น ค่าสิทธิบัตร ค่าสัมปทาน ฯลฯ

หนี้สิน แบ่งได้เป็นหนี้สินระยะยาว หนี้กู้ยืมของ หนี้สินหมุนเวียน เช่น เงินเบิกเกินบัญชีเงินกู้ยืมธนาคาร เจ้าหนี้การค้า

ส่วนของผู้ถือหุ้น คือ ผลต่างระหว่างสินทรัพย์ทั้งสิ้นกับหนี้สินทั้งสิ้น เป็นผลประโยชน์ส่วนที่เหลือทั้งสิ้น ในธุรกิจ ประกอบด้วย เงินลงทุนของผู้ถือหุ้น และกำไรสะสม

แผนภูมิที่ ๑ การแสดงงบการเงิน



ที่มา

Ronald W. Hilton. Managerial Accounting. p ๙๑๗.

ในงบกำไรขาดทุน รายได้จะเป็นรายการแรกที่แสดง ประกอบด้วยการขายสินค้าหรือบริการ ถัดมาเป็นค่าใช้จ่ายต่าง ๆ รวมถึงต้นทุนขาย เป็นการแสดงถึงความสามารถในการทำกำไร และเงินปันผลระยะยาว จะสะท้อนให้เห็นถึงการดำเนินงานของกิจการ โดยมองในรูปของ Normal earning power รายละเอียดตามภาคผนวกที่ ๓

งบดุล และงบกำไรขาดทุน เป็นแหล่งข้อมูลสำคัญในการวิเคราะห์งบการเงิน ทั้งนี้รายงานประจำปีจะถูกใช้เป็นเบื้องต้นของการวิเคราะห์ ซึ่งการวิเคราะห์งบการเงิน จะช่วยให้มองเห็นถึงความสามารถในการทำกำไรของนิติบุคคล ศักยภาพในการดำเนินกิจการ ความเป็นไปของกิจการ ฐานะทางการเงิน ฯลฯ การพิจารณาหรือวิเคราะห์เฉพาะกำไรสูงสุดเพียงอย่างเดียว ไม่อาจนำมาใช้เป็นเครื่องวัดประสิทธิภาพของการดำเนินงาน ด้วยเหตุผลหลายประการ เช่น

๑. ขนาดที่แตกต่างกันของนิติบุคคล โดยทั่วไปนิติบุคคลขนาดใหญ่ที่มีสินทรัพย์มากย่อมมีความสามารถทำกำไรได้เป็นจำนวนมากกว่านิติบุคคลที่มีสินทรัพย์ต่ำ

๒. กำไรของนิติบุคคลที่เพิ่มขึ้นตามหลักการบัญชี ที่รับรองทั่วไป มีวิธีการบันทึกหลายวิธี ซึ่งธุรกิจอาจเลือกใช้ได้ต่างกัน เช่นวิธีการตีราคาสินค้าคงเหลือ การคิดค่าเสื่อมราคา นโยบายการตัดหนี้สูญ ฯลฯ

๓. รายได้ของนิติบุคคลอาจมาจากหลายทางนอกเหนือจากวัตถุประสงค์หลักขององค์กร การได้รายได้จากวิธีทางอื่นอาจทำให้ค่ากำไรต่อหุ้นสูง แต่ไม่ใช่กำไรที่เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของธุรกิจที่ตั้งไว้

การวิเคราะห์ทางการเงิน

การวิเคราะห์ทางการเงินทำได้ ๓ แบบ คือ

๑. การวิเคราะห์ตามแนวนอน (Horizontal analysis) เป็นการวิเคราะห์โดยดูแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของรายการต่าง ๆ ในงบการเงิน เมื่อเวลาผ่านไป เช่น การนำงบการเงินหลายปีมาเปรียบเทียบกันเพื่อดูการเปลี่ยนแปลงของรายการต่าง ๆ

๒. การวิเคราะห์ตามแนวตั้ง (Vertical analysis) เป็นการวิเคราะห์เปรียบเทียบรายการต่าง ๆ ในงบการเงินของปีเดียวกัน ทำได้ ๒ แบบ คือ

๒.๑ งบดุลย่อส่วน (Common size balance sheet) เป็นการวิเคราะห์งบดุล โดยเปรียบเทียบสินทรัพย์ของแต่ละรายการกับยอดรวมของสินทรัพย์ ซึ่งกำหนดให้เป็น ๑๐๐ และเปรียบเทียบหนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้นแต่ละรายการกับยอดรวมของหนี้สิน และส่วนของผู้ถือหุ้นซึ่งกำหนดให้เป็น ๑๐๐

๒.๒ งบกำไรขาดทุนย่อส่วน (Common size income statement) เป็นการวิเคราะห์งบกำไรขาดทุน โดยกำหนดให้ยอดขายสุทธิมีอัตราร้อยละเท่ากับ ๑๐๐ แล้วเปรียบเทียบกับรายการอื่น ๆ ในงบกำไรขาดทุนว่าเป็นอัตราร้อยละเท่าไร เมื่อเปรียบเทียบกับยอดขายสุทธิ

๓. การวิเคราะห์ด้วยอัตราส่วน (Ratio analysis) เป็นการวิเคราะห์ดูความสัมพันธ์ของข้อมูล ต่าง ๆ โดยใช้อัตราส่วน แล้วนำไปเปรียบเทียบกับอัตราส่วนที่ถูกกำหนดให้เป็นเกณฑ์มาตรฐาน โดยทั่วไปจะมีการวิเคราะห์ ๔ ด้าน คือ

๓.๑ ด้านสภาพคล่อง (Liquidity ratio) เป็นการวัดสภาพคล่องว่ากิจการมีความสามารถในการชำระหนี้สินระยะสั้นได้ดีเพียงใด

๓.๒ อัตราส่วนด้านสัดส่วนเงินทุน (Leverage ratio) เป็นการวัดสัดส่วนของการจัดหาเงินทุนจากการก่อหนี้สิน และจากส่วนของเจ้าของ สัดส่วนของหนี้สินที่มากเกินไป จะทำให้มีภาระผูกพันตามมา เช่น ดอกเบี้ย อันตราส่วนนี้เป็นการวัดความสามารถในการชำระภาระผูกพันเหล่านี้ว่า กิจการสามารถทำกำไรได้เพียงพอกับการชำระหนี้สินมากน้อยเพียงใด

๓.๓ อัตราส่วนด้านกิจกรรม (Activity ratio) เป็นการวัดประสิทธิภาพในการใช้ประโยชน์จากสินทรัพย์ในรูปแบบต่าง ๆ

๓.๔ อัตราส่วนด้านความสามารถในการทำกำไร (Profitability ratio) เป็นการวัดความสามารถในการทำกำไรของกิจการ ซึ่งจะสะท้อนประสิทธิภาพในการบริหารงานโดยส่วนรวมด้วย จะมี ๓ อัตราส่วน คือ

๓.๔.๑ อัตรากำไรสุทธิ (POS = Profit Margin on Sales) เป็นอัตราส่วนร้อยละระหว่างกำไรสุทธิหลังหักภาษีกับยอดขายสุทธิ บอกถึงประสิทธิภาพในการทำกำไร ต่อยอดขายได้ระดับหนึ่ง

$$POS = \frac{\text{กำไรสุทธิหลังหักภาษี}}{\text{ยอดขายสุทธิ}} \times 100\%$$

๓.๔.๒ อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA = Return on Total Assets) แสดงความสามารถในการทำกำไรต่อสินทรัพย์ หรือสมรรถภาพในการใช้สินทรัพย์เพื่อก่อให้เกิดการขาย

$$ROA = \frac{\text{กำไรสุทธิหลังหักภาษี}}{\text{สินทรัพย์ทั้งหมด}} \times 100\%$$

๓.๔.๓ อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE = Return on Equity) แสดงประสิทธิภาพในการทำกำไร ต่อส่วนของผู้ถือหุ้น หรือสมรรถภาพในการลงทุนของเจ้าของกิจการว่าสามารถใช้ สินทรัพย์ที่มีอยู่เพื่อก่อให้เกิดผลประโยชน์แก่ ผู้เป็นเจ้าของทุนได้มากน้อยเพียงใด ถ้าอัตราที่คำนวณได้สูงขึ้น แสดงว่ากิจการมีความสามารถด้านการทำกำไรจากการใช้เงินลงทุนสูงขึ้น อัตราผลตอบแทนนี้มิได้ขึ้นอยู่กับการใช้สินทรัพย์ที่มีอยู่ให้ได้ประโยชน์มากที่สุดเท่านั้น ยังขึ้นอยู่กับความ

สามารถของฝ่ายบริหารในการกู้ยืมเงินจากบุคคลภายนอกมาใช้ในการดำเนินงาน โดยให้ผลประโยชน์มากกว่าดอกเบี้ยจ่าย กล่าวคือ ถ้าสินทรัพย์ที่ได้มาจากการกู้ยืมจากบุคคลภายนอกสามารถทำผลตอบแทนให้กิจการสูงกว่าอัตราดอกเบี้ยจ่ายแล้ว ผู้เป็นเจ้าของจะได้รับผลประโยชน์จากการกู้ยืมเงินมาเพื่อดำเนินงาน ดังนั้น ถ้าอัตราผลตอบแทนต่อเงินลงทุนของเจ้าของสูงกว่าอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม หมายความว่ากิจการได้รับประโยชน์จากการกู้ยืม

$$ROE = \frac{\text{กำไรสุทธิหลังหักภาษี}}{\text{ส่วนของผู้ถือหุ้น}} \times 100\%$$

การศึกษานี้ได้เลือกใช้การวิเคราะห์การเงินด้วยอัตราส่วน โดยเฉพาะอัตราส่วนชี้ให้เห็นถึงความสามารถในการทำกำไร คือค่า POS , ROA และ ROE มาเป็นตัวแบบในการวิเคราะห์เพราะเป็นค่าที่ใช้เป็นมาตรฐานโดยทั่วไป รวมถึงเรื่องรายได้ และกำไร และยังสอดคล้องกับการจัดอันดับของบริษัท Advance Research Group (ประเทศไทย) จำกัด ที่ได้รวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลด้านงบการเงินของนิติบุคคลและจัดทำเป็นหนังสือชื่อ Thailand Company Information (TCI) ซึ่งได้ดำเนินการเริ่มตั้งแต่ปี พ.ศ. ๒๕๓๑ เป็นต้นมา ประกอบด้วยอันดับของ TOP ๑,๐๐๐ companies, TOP ๑๐๐ gainers และ ๓๐ largest companies

อุตสาหกรรมยานยนต์ ได้ถูกจัดแยกไว้เป็นกลุ่มเฉพาะอยู่ในหมวดอุตสาหกรรม สินค้าอุปโภคบริโภค (Consumer products industry) ซึ่งแบ่งเป็นผู้ผลิตและผู้ขายและจำแนกเป็น ๔ กลุ่มย่อย คือ อาหารและเครื่องดื่ม ผลิตภัณฑ์สำหรับความสะอาดร่างกาย ยาเวชภัณฑ์และเครื่องสำอาง และกลุ่มเบ็ดเตล็ด

บริษัท Advance Research Group (ประเทศไทย) จำกัด ได้คัดเลือกนิติบุคคลที่มีรายได้สูงสุด ๓๐ อันดับแรกของอุตสาหกรรมในกลุ่มผู้ขายสินค้าอุปโภคบริโภค พบว่ามีนิติบุคคลที่ประกอบอุตสาหกรรมด้านยาเป็นหลักอยู่ ๕ ราย และในกลุ่มของผู้ผลิตมีเพียง ๑ ราย ตามรายละเอียดในตารางที่ ๑

ตารางที่ ๑ นิติบุคคลที่มีรายได้สูงสุด ๓๐ อันดับแรกของกลุ่มผู้ผลิตและผู้ขายสินค้าอุปโภคบริโภค

บริษัท	รายได้ (,๐๐๐ บาท)	กำไร (,๐๐๐บาท)	ทรัพย์สิน (,๐๐๐ บาท)	POS (%)	ROA (%)	ROE (%)
ผู้ผลิต						
Osothsapha (Teck Heng Yoo) Co.Ltd.	๖,๘๙๑,๐๘๗	๓๑๔,๕๔๙	๓,๖๘๐,๔๓๘	๕	๙	๒๐
ผู้ขาย						
Diethelm & Co.Ltd.	๑๓,๗๓๗,๑๕๕	๓๓๕,๗๘๙	๗,๐๘๙,๗๑๔	๒	๕	๒๖
F.E. Zuellig (Bangkok) Ltd.	๔,๗๐๐,๙๑๓	๖๒,๘๖๓	๒,๔๑๓,๖๙๗	๑	๓	๘
Hoechst Thai Limited	๒,๕๓๘,๖๓๗	๑๒๒,๙๗๙	๑,๔๖๗,๔๙๓	๕	๘	๒๕
Bristol Myers Squibb (Thailand) Ltd.	๒,๒๑๘,๒๐๕	๑๑,๕๗๑	๘๔๓,๖๖๓	๑	๑	๙
Inchcape Consumer Marketing Ltd.	๒,๑๘๓,๑๖๐	๑๓,๘๑๒	๑,๔๗๓,๔๓๒	๑	๑	๙

ที่มา : TCI , ๒๕๓๙

แต่อย่างไรก็ตาม ไม่มีนิติบุคคลในกลุ่มอุตสาหกรรมยาอยู่ใน Top ๑๐๐ Gainers ซึ่งพิจารณาจากจำนวนกำไร แต่จะไปติดอันดับอยู่ในส่วนของ ๓๐ อันดับ รายได้สูงสุดของอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภค ๔ ราย และในส่วนของ ๑๐๐๐ อันดับรายได้สูงสุดของนิติบุคคลมีอุตสาหกรรมยาทั้งหมด ๑๑ ราย ตามตารางที่ ๒

ตารางที่ ๒ รายชื่อนิติบุคคลที่ติดอันดับรายได้สูงสุดประเภทต่างๆ

๓๐ อันดับรายได้สูงสุดอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภค ๑๐๐๐ อันดับรายได้สูงสุดนิติบุคคลทั้งหมด บริโภค	
๑. บริษัท โอสภสผา (เด็กเฮงหนู) จำกัด	๑. บริษัท โอสภสผา (เด็กเฮงหนู)
๒. บริษัท เอฟ.อี. ซิลลิค (กรุงเทพฯ) จำกัด	๒. บริษัท เอฟ.อี.ซิลลิค (กรุงเทพฯ) จำกัด
๓. บริษัท เฮิร์กซ์ (ไทย) จำกัด	๓. บริษัท เฮิร์กซ์ (ไทย) จำกัด
๔. บริษัท บริสตอล-ไมเยอร์ สควิบป์ จำกัด	๔. บริษัท บริสตอล-ไมเยอร์ สควิบป์ จำกัด
	๕. บริษัท ไบเออร์ (ไทย) จำกัด
	๖. บริษัท อินซ์เคป เฮลท์แคร์ จำกัด
	๗. บริษัท โอลิค (ประเทศไทย) จำกัด
	๘. บริษัท อินซ์เคปเมนูแฟคเจอริง จำกัด
	๙. บริษัท ไชยานามิต ประเทศไทย จำกัด
	๑๐.บริษัท แอดวานซ์ฟาร์มา จำกัด
	๑๑.บริษัท ซีบา – ไกกี้ (ประเทศไทย) จำกัด

บทที่ ๓ ระเบียบวิธีวิจัย

แหล่งที่มาของข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์มีที่มาจาก ๒ หน่วยงาน คือ

๑. รายงานงบการเงินประจำปี ของนิติบุคคล ที่รายงานไปยังกรมทะเบียนการค้า กระทรวงพาณิชย์
๒. รายชื่อผู้ถือใบอนุญาตผลิต และผู้ถือใบอนุญาตนำเข้าหรือส่งยาเข้ามาในราชอาณาจักร จาก กองควบคุมยา สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข

จำนวนตัวอย่าง

ผู้รับอนุญาตผลิตยาและเภสัชเคมีภัณฑ์ ๑๗๔ ใบอนุญาต และผู้รับอนุญาตนำเข้าหรือส่งยาเข้ามาในราชอาณาจักร ๕๓๔ ใบอนุญาต แต่มีผู้ประกอบการส่วนหนึ่งที่ถือใบอนุญาต ๒ ประเภท จึงได้จำแนกกลุ่มผู้ถือใบอนุญาตใหม่เป็น ๓ กลุ่ม แล้วทำการสุ่มแบบไม่จำเพาะ (simple random sampling) ให้ได้จำนวนประมาณร้อยละ ๓๐ ของจำนวนใบอนุญาตทั้งหมด จำแนกได้เป็นจำนวนตามการถือใบอนุญาตดังตารางที่ ๓

ตารางที่ ๓ จำนวนตัวอย่างที่ถูกสุ่มจำแนกตามการถือใบอนุญาต

ประเภท	จำนวนทั้งหมด (ราย)	จำนวนที่ถูกสุ่มตัวอย่าง (ราย)	ร้อยละ
ผู้ถือใบอนุญาตผลิตอย่างเดียว	๙๓	๓๙	๔๑.๙
ผู้ถือใบอนุญาตนำเข้าหรือส่งอย่างเดียว	๔๕๓	๙๙	๒๑.๘
ผู้ถือทั้ง ๒ ประเภท	๘๔	๕๗	๖๗.๑
จำนวนทั้งหมด	๖๓๐	๑๙๕	๓๐.๙

ขั้นตอนในการเก็บข้อมูล

๑. รวบรวมรายชื่อผู้ผลิต (รวมผู้ผลิตวัตถุดิบที่ใช้เป็นเภสัชเคมีภัณฑ์ด้วย) และผู้นำหรือส่งยาเข้ามาในราชอาณาจักร จากกองควบคุมยา สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ซึ่งมีทั้งสิ้น ๗๑๖ ใบอนุญาต
๒. สุ่มรายชื่อผู้ประกอบการเพื่อนำไปสืบค้นข้อมูลบุคคล และงบกำไรขาดทุน ที่แจ้งไว้ ณ กรมทะเบียนการค้า กระทรวงพาณิชย์
๓. เนื่องจากกรมทะเบียนการค้า กระทรวงพาณิชย์ มีข้อมูลเฉพาะนิติบุคคลที่มีที่ตั้งในเขตกรุงเทพมหานคร หากสุ่มได้สถานประกอบการที่มีได้อยู่ในกรุงเทพมหานคร จะทำการสุ่มใหม่ ให้ได้นิติบุคคลที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร
๔. เนื่องจากนิติบุคคล ๑ แห่ง อาจถือใบอนุญาตของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา มากกว่า ๑ ประเภทใบอนุญาต ดังนั้นหากสุ่มได้รายชื่อที่ซ้ำกัน จะทำการสุ่มตัวอย่างใหม่
๕. นำรายชื่อที่ได้ทั้งหมดไปสืบค้นเลขที่ทะเบียนพาณิชย์ และจึงไปคัดลอกรายงานงบดุล และงบกำไรขาดทุนที่รายงานไว้ รวมทั้งประเภทกิจการและสัญญา
๖. เนื่องจากผู้ประกอบการแต่ละราย แจ้งต่อกระทรวงพาณิชย์ว่ามีกิจการประเภทอื่นนอกเหนือจากยาด้วย ในการเลือกตัวอย่าง เมื่อได้รายชื่อแล้วจึงได้นำไปสอบถามผู้ที่อยู่ในธุรกิจด้านยา แล้วคัดเลือกเฉพาะที่มีกิจการด้านยาเป็นส่วนใหญ่ คือกว่าร้อยละ ๗๐ ของรายได้ทั้งหมดมาจากธุรกิจยา โดยการใช้การสอบถามจากผู้เกี่ยวข้องในธุรกิจยา

ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล

เก็บข้อมูลเดือน มกราคม ๒๕๓๙ ข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือรายงานงบการเงินของนิติบุคคลประจำปี ๒๕๓๘

บทที่ ๔ การวิเคราะห์ข้อมูล

การแบ่งกลุ่มนิติบุคคล

พระราชบัญญัติยา พ.ศ. ๒๕๑๐ และฉบับแก้ไขเพิ่มเติมได้กำหนดประเภทของใบอนุญาตด้านยาได้เป็น ๘ ประเภท ดังนี้

๑. ใบอนุญาตผลิตยาแผนปัจจุบัน
๒. ใบอนุญาตผลิตยาแผนโบราณ
๓. ใบอนุญาตนำหรือส่งยาแผนปัจจุบันเข้ามาในราชอาณาจักร
๔. ใบอนุญาตนำหรือส่งยาแผนโบราณเข้ามาในราชอาณาจักร
๕. ใบอนุญาตขายยาแผนปัจจุบัน
๖. ใบอนุญาตขายส่งยาแผนปัจจุบัน
๗. ใบอนุญาตขายยาแผนปัจจุบันเฉพาะบรรจุเสร็จที่มีไซยาไนด์รายหรือยาควบคุมพิเศษ
๘. ใบอนุญาตขายยาแผนปัจจุบันเฉพาะยาบรรจุเสร็จสำหรับสัตว์
๙. ใบอนุญาตขายยาแผนโบราณ

ในการศึกษานี้ให้เฉพาะข้อมูลของผู้ประกอบการด้านยาแผนปัจจุบันเฉพาะผู้ที่ถือใบอนุญาตผลิตยาแผนปัจจุบันและหรือถือใบอนุญาตนำหรือส่งยาแผนปัจจุบันของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา จำนวน ๑๙๕ ราย แต่ในการประกอบกิจการจริง นิติบุคคลแต่ละแห่งประกอบกิจการที่หลากหลาย ในจำนวน ๑๙๕ ราย เมื่อแยกแยะประเภทของกิจการตามที่แจ้งไว้กับกระทรวงพาณิชย์ พบว่ามีถึง ๔๑ ประเภท (ภาคผนวก ๔) และยังมีได้เป็นการประกอบกิจการเฉพาะยาเท่านั้น แต่ยังมีธุรกิจด้านอื่นๆ รวมด้วย ทำให้ยุ่งยากหากจะแบ่งกลุ่มตามประเภทกิจการ และที่สำคัญคือไม่สามารถระบุสัดส่วนของรายได้ว่ามาจากกิจการประเภทใด เหตุผลอีกประการหนึ่งคือ ขนาดของธุรกิจหรือจำนวนเงินลงทุนนั้นเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อการประเมินฐานะของธุรกิจ ถ้าลงทุนมากการดำเนินธุรกิจดี โอกาสทำกำไรได้มากจะสูงกว่าธุรกิจที่มีขนาดของเงินลงทุนน้อย แต่ขณะเดียวกันธุรกิจที่ลงทุนมาก ความเสี่ยงก็มากตามไปด้วย

ในการวิเคราะห์จึงจัดแบ่งกลุ่มตามจำนวนทรัพย์สินที่แจ้ง ซึ่งสามารถแบ่งได้เป็น ๓ กลุ่ม คือ นิติบุคคลขนาดใหญ่ (ทรัพย์สินมากกว่า ๑๐๐ ล้านบาท) นิติบุคคลขนาดกลาง (ทรัพย์สิน ๒๐ - ๑๐๐ ล้านบาท) นิติบุคคลขนาดเล็ก (ทรัพย์สินน้อยกว่า ๒๐ ล้านบาท) ดังตารางที่ ๔

ตารางที่ ๔ กลุ่มนิติบุคคลจำแนกตามจำนวนสินทรัพย์

ขนาดนิติบุคคล	จำนวน (ราย)	มากที่สุด (บาท)	น้อยที่สุด (บาท)	เฉลี่ย (บาท)	มัธยฐาน (บาท)
ทั้งหมด	๑๙๕	๒,๑๑๓,๓๔๓,๕๐๑	๑๐๒,๗๖๘	๑๒๖,๐๕๓,๖๘๐	๔๑,๙๕๙,๘๕๔
ใหญ่	๖๓	๒,๑๑๓,๓๔๓,๕๐๑	๑๐๒,๒๑๓,๙๖๒	๓๓๒,๓๕๒,๙๕๕	๒๒๐,๒๖๙,๔๘๙
กลาง	๖๘	๙๘,๔๙๒,๓๒๓	๒๐,๑๓๐,๗๐๕	๔๖,๒๖๓,๖๔๐	๔๒,๑๗๕,๗๙๗
เล็ก	๖๔	๑๙,๕๐๑,๕๒๑	๑๐๒,๗๖๘	๗,๗๕๔,๗๕๗	๖,๕๘๒,๗๘๘

ใน ๑๙๕ รายนี้เป็นนิติบุคคลที่ถือสัญชาติต่างประเทศ ๔๕ แห่ง หรือร้อยละ ๒๓.๑ ของกลุ่มตัวอย่าง

การวิเคราะห์การเงิน

การวิเคราะห์การเงินของนิติบุคคล (Financial analysis) ไม่สามารถนำเฉพาะเรื่องรายได้ หรือกำไรขาดทุนมาพิจารณาเพราะนิติบุคคลมีขนาดของกิจการที่ต่างกันทำให้ผลตอบแทนในรูปของตัวเงินต่างกัน วิธีคิดค่าใช้จ่ายต่างก็แตกต่างกันด้วย จึงจำเป็นต้องพิจารณาจากค่าหลายค่าประกอบกัน การวิเคราะห์ในที่นี้จึงแบ่งออกเป็น

๑. การวิเคราะห์รายได้และการได้กำไรขาดทุน เป็นภาพรวมทั่วไป
๒. การวิเคราะห์ความสามารถในการทำกำไรของกิจการจากค่าอัตราส่วน ROA, ROE และ POS
๓. การวิเคราะห์ด้านการบริหารจัดการ โดยดูจากอัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์ (Total liabilities / total assets) และค่าใช้จ่ายต่าง ๆ เมื่อเปรียบเทียบกับรายได้จากการขาย

ในการวิเคราะห์นี้ไม่ใช้ผลตอบแทนต่อหุ้นมาวิเคราะห์เพราะบางนิติบุคคลไม่แจ้งจำนวนหุ้นทำให้ไม่สามารถคำนวณค่าผลตอบแทนต่อหุ้นได้

๑) การวิเคราะห์รายได้และกำไรขาดทุน

รายได้รวมของกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นร้อยละ ๓๐ ของประชากรทั้งหมดมียอดรวมของสินทรัพย์ รายได้ กำไร และขาดทุน แยกได้ดังนี้

- สินทรัพย์รวมทั้งสิ้น	๒๔,๕๘๐,๔๖๗,๕๒๑	บาท
- รายได้รวมทั้งสิ้น	๓๗,๓๙๒,๘๒๙,๕๗๑	บาท

- กำไรสุทธิรวมทั้งสิ้น	๑,๗๑๗,๓๒๒,๐๐๑	บาท
- ขาดทุนรวมทั้งสิ้น	๕๒,๓๕๔,๒๕๔	บาท
- กำไรมากที่สุด	๑๕๑,๗๗๑,๙๕๑	บาท
- ขาดทุนมากที่สุด	๕,๐๖๖,๐๑๘	บาท

รายได้ที่มากที่สุดคือ ๔,๓๔๖,๑๓๘,๔๓๒ บาท น้อยที่สุดคือ ๘๒,๖๘๘ บาท ต่างกันกว่าห้าหมื่นเท่า นิติบุคคลที่มีรายได้สูงสุด ๓๐ อันดับแรก เป็นนิติบุคคลขนาดใหญ่ ๒๙ ราย เป็นนิติบุคคลขนาดเล็กเพียง ๑ ราย โดยมีรายได้มากเป็นอันดับที่ ๒๙ (๓๔๔,๗๔๘,๘๒๗ บาท) นิติบุคคลขนาดเล็กที่มีรายได้มากเป็นอันดับ ๒ มีรายได้เพียง ๘๗,๔๘๒,๑๘๙ บาท พบว่ามีรายได้มีความแตกต่างกันค่อนข้างมากทั้งภายในกลุ่มและต่างกลุ่ม สัดส่วนของค่าเฉลี่ยรายได้ของนิติบุคคลขนาดใหญ่ กลาง เล็ก คิดเป็น ๓๐ : ๔ : ๑ ตามรายละเอียดในตารางที่ ๕

ตารางที่ ๕ รายได้ของผู้ประกอบการ

กิจการ (ราย)	ค่าเฉลี่ย (บาท)	มากที่สุด (บาท)	น้อยที่สุด (บาท)	มัธยฐาน (บาท)	มูลค่ารวม (บาท)
ทั้งหมด (๑๙๕)	๑๙๑,๗๕๘,๑๐๐	๔,๓๔๖,๑๓๘,๔๓๒	๑๐,๔๘๐	๕๕,๒๓๕,๓๖๗	๓๗,๓๙๒,๘๒๙,๕๗๑
ใหญ่ (๖๓)	๕๐๗,๖๙๗,๗๗๑	๔,๓๔๖,๑๓๘,๔๓๒	๗๘,๖๔๔,๓๗๗	๓๐๘,๑๖๑,๘๗๕	๓๑,๙๘๔,๙๕๙,๕๗๓
กลาง (๖๘)	๖๓,๙๒๙,๙๒๗	๒๕๗,๐๖๕,๓๐๓	๖,๑๔๒,๑๐๕	๕๑,๒๙๘,๕๕๗	๔,๓๔๗,๒๓๕,๐๘๘
เล็ก (๖๔)	๑๖,๕๗๒,๔๒๐	๓๔๔,๗๔๘,๘๒๗	๑๐,๔๘๐	๗,๗๕๓,๔๔๑	๑,๐๖๐,๖๓๔,๙๑๐

นิติบุคคลที่มีรายได้สูงสุด ๓๐ อันดับแรกนี้เป็นนิติบุคคลสัญชาติไทยเพียง ๑๒ นิติบุคคล แต่ใน ๑๒ นิติบุคคลนี้ มี ๔ นิติบุคคลที่เป็นการร่วมลงทุนของต่างชาติจึงอาจกล่าวได้ว่า นิติบุคคลที่มีรายได้สูงสุด ๓๐ อันดับแรกส่วนใหญ่เป็นนิติบุคคลที่มีการดำเนินการร่วมกับต่างชาติ

เมื่อพิจารณารายได้และกำไร พบว่า นิติบุคคลที่มีรายได้สูงสุด ๓๐ อันดับแรกอยู่ในกลุ่มที่กำไรสูงสุด ๓๐ อันดับแรกเพียง ๑๙ ราย หรือร้อยละ ๖๓.๓ เช่นผู้ที่มีรายได้อันดับ ๑ มีกำไรอันดับที่ ๙ ส่วนผู้ที่กำไรเป็นอันดับ ๑ มีรายได้เป็นอันดับที่ ๓ และเป็นรายได้ น้อยกว่าอันดับ ๑ เกือบ ๒ เท่า แสดงว่า รายได้มากมิได้หมายถึงการได้กำไรมากตามไปด้วย นั่นหมายถึงประเภทของกิจการอาจมีผลต่อการได้

กำไรด้วย พบว่าผู้ที่ประกอบการด้านนำเข้าและขาย จะอยู่ใน ๓๐ อันดับแรก มากกว่าผู้ผลิตและขาย ทั้งในเรื่องของรายได้และกำไร ดังตารางที่ ๖

ตารางที่ ๖ ประเภทของกิจการที่อยู่ใน ๓๐ อันดับแรกของรายได้และกำไร

ประเภทกิจการ	รายได้มาก ๓๐ อันดับ	กำไรมาก ๓๐ อันดับ	รายได้และกำไรมาก ๓๐ อันดับ
ผลิตและขาย (ราย)	๑๐	๙	๘
นำเข้าและขาย (ราย)	๒๐	๒๑	๑๒

ในเรื่องการได้กำไรนั้น พบว่านิติบุคคลได้กำไร ๑๖๑ รายหรือร้อยละ ๘๒.๖ เป็นนิติบุคคลสัญชาติไทย แต่หากพิจารณาเฉพาะนิติบุคคลที่ขาดทุน พบว่า นิติบุคคลที่ขาดทุน ๓๔ รายเป็นนิติบุคคลสัญชาติไทยสูงถึงร้อยละ ๙๑.๒

จำนวนกำไรสูงสุดคือ ๑๕๑,๗๗๑,๙๕๑ บาท ต่ำสุดคือ ๘,๔๘๗ บาท ยอดรวมของการได้กำไรคือ ๑,๗๗๐,๖๗๗,๓๗๓ บาท ส่วนจำนวนขาดทุนมากที่สุดคือ ๕,๐๖๖,๑๐๘ บาท ขาดทุนน้อยที่สุดคือ ๑,๔๓๒ บาท ยอดรวมของการขาดทุนคือ ๕๓,๓๕๕,๓๗๒ บาท ค่าเฉลี่ยของการได้กำไรคือ ๘,๘๐๖,๗๗๙ บาท โดยมีค่ามัธยฐานคือ ๗๖๗,๘๔๕ บาท

นิติบุคคลที่ได้กำไรสูงสุด ๓๐ อันดับแรก แม้จะมีนิติบุคคลสัญชาติไทย ๙ ราย แต่ทุกรายมีการร่วมลงทุนจากต่างประเทศ นิติบุคคลที่เป็นกิจการของไทยที่มีกำไรมากที่สุดใน ๕๐ อันดับมีอยู่เพียง ๕ ราย โดยอยู่ในลำดับที่ ๓๑ ๓๒ ๔๑ ๔๔ และ ๔๗ เท่านั้น โดย ๔ รายเป็นผู้ผลิตและ ๑ รายเป็นผู้นำเข้า โดยภาพรวมนิติบุคคลขนาดใหญ่ประกอบกิจการได้กำไรมากกว่านิติบุคคลขนาดกลาง และนิติบุคคลขนาดเล็กกิจการขนาดเล็กมีการขาดทุนถึงร้อยละ ๓๑ เทียบกับขนาดกลาง และขนาดใหญ่ ที่ขาดทุนเพียงร้อยละ ๑๑.๘ และ ๓.๒ ตามลำดับ ดังรายละเอียดในตารางที่ ๗

ตารางที่ ๗ นิติบุคคลจำแนกการได้กำไรตามขนาดและสัญชาติ

ขนาด/สัญชาติ (ราย)	กำไร (ร้อยละ)	ขาดทุน (ร้อยละ)
ทั้งหมด (๑๙๕)	๑๖๑ (๘๒.๖)	๓๔ (๑๗.๔)
- ไทย (๑๕๐)	๑๑๙ (๗๙.๓)	๓๑ (๒๐.๗)
- ต่างชาติ (๔๕)	๔๒ (๙๓.๓)	๓ (๖.๗)
ใหญ่ (๖๓)	๖๑ (๙๖.๘)	๒ (๓.๒)
- ไทย (๓๓)	๓๒ (๙๖.๙)	๑ (๓.๑)
- ต่างชาติ (๓๐)	๒๙ (๙๖.๗)	๑ (๓.๓)
กลาง (๖๘)	๕๖ (๘๘.๒)	๑๒ (๑๑.๘)
- ไทย (๕๖)	๔๖ (๘๒.๑)	๑๐ (๑๗.๙)
- ต่างชาติ (๑๒)	๑๐ (๘๓.๓)	๒ (๑๖.๗)
เล็ก (๖๔)	๔๔ (๖๘.๗)	๒๐ (๓๑.๓)
- ไทย (๖๑)	๔๑ (๖๗.๒)	๒๐ (๓๒.๘)
- ต่างชาติ (๓)	๓ (๑๐๐.๐)	๐ (๐.๐)

๒) การวิเคราะห์ความสามารถในการทำกำไร

๒.๑ การวิเคราะห์โดยใช้ค่า ROA

ROA เป็นอัตราส่วนที่ใช้ความวัดสัมพันธ์ระหว่างกำไรสุทธิหลังหักภาษีกับสินทรัพย์ทั้งหมดของกิจการ เป็นค่าที่แสดงให้เห็นถึงสมรรถภาพของสินทรัพย์ของกิจการว่าก่อให้เกิดกำไรได้มากน้อยเพียงไร จึงเป็นค่าที่วัดผลการดำเนินงานที่ดีที่สุด เพราะการดูเพียงรายได้หรือผลกำไร อาจบอกสมรรถภาพระหว่างนิติบุคคลที่มีขนาดแตกต่างกันไม่ได้ นิติบุคคลขนาดใหญ่ย่อมมีแนวโน้มให้รายได้หรือผลกำไรที่สูงกว่านิติบุคคลขนาดเล็กอยู่แล้ว แต่ค่า ROA เป็นการเปรียบเทียบโดยใช้ฐานที่เท่ากันของสินทรัพย์ พบว่าค่าเฉลี่ย ROAของกลุ่มนิติบุคคลขนาดเล็กต่ำกว่าค่าเฉลี่ยของนิติบุคคลขนาดใหญ่มาก โดยเฉพาะหากตัดค่าสูงสุด ๑,๒๐๐ ออกค่าเฉลี่ยจะเปลี่ยนจาก ๐.๑ เหลือเพียง - ๗.๘ เท่านั้น ตามตารางที่

๘

ตารางที่ ๘ ค่า ROA ของนิติบุคคลกลุ่มต่าง ๆ

ขนาด (ราย) \ ROA	ค่าเฉลี่ย	ค่ามากที่สุด	ค่าน้อยที่สุด	มัธยฐาน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
ทั้งหมด (๑๙๕)	๖.๕	๑,๒๐๐	-๓๔๖	๓	๐.๙
ใหญ่ (๖๓)	๗.๖	๔๐	-๒	๖	๐.๐๙
กลาง (๖๘)	๔.๐	๔๔	-๒๒	๒	๐.๐๘
เล็ก (๖๔)	๐.๑(-๗.๘)	๑,๒๐๐	-๓๔๖	๑.๕	๑.๖

ในทางบัญชี ถือว่าค่า ROA ยิ่งมากยิ่งดี ๑๙๕ ราย นิติบุคคลที่มีค่า ROA มากกว่า ๒ มีถึง ๑๐๐ ราย หรือกว่าครึ่งหนึ่งของนิติบุคคลทั้งหมดให้ผลตอบแทนเป็นที่น่าพอใจเมื่อดูในรูปของ ROA ส่วนนิติบุคคลที่มีค่า ROA เท่ากับ ๒ ก็มีอยู่ ๑๙ นิติบุคคล แต่อย่างไรก็ตามนิติบุคคลที่มีค่า ROA เท่ากับ ๐ และต่ำกว่า ๐ ก็มีจำนวนมากถึง ๔๘ ราย ตามรายละเอียดในตารางที่ ๙

ตารางที่ ๙ ค่า ROA จำแนกตามขนาดของนิติบุคคล

ขนาด (ราย) \ ROA	น้อยกว่า ๐	๐	๑ - ๒	๓ - ๔	มากกว่า ๑๐
ทั้งหมด(๑๙๕)	๓๔ (๑๗.๔)	๑๓ (๖.๗)	๔๖ (๒๓.๖)	๖๓ (๓๒.๓)	๓๙ (๑๙.๐)
ใหญ่ (๖๓)	๒ (๓.๒)	๓ (๔.๘)	๑๔ (๒๒.๒)	๒๒ (๓๔.๙)	๒๒ (๓๔.๙)
กลาง (๖๘)	๑๒ (๑๗.๖)	๔ (๕.๙)	๒๑ (๓๐.๙)	๒๕ (๓๖.๘)	๖ (๘.๘)
เล็ก (๖๔)	๒๐ (๓๑.๓)	๖ (๙.๔)	๑๓ (๒๐.๓)	๑๖ (๒๕.๐)	๙ (๑๔.๑)

เมื่อแจกแจงความถี่ของค่า ROA แล้ว นิติบุคคลขนาดใหญ่มีค่า ROA มากกว่า ๒ เป็นจำนวนมากกว่านิติบุคคลขนาดกลางและขนาดเล็ก คิดเป็นร้อยละ ๖๙.๘, ๔๕.๕ และ ๓๙.๑ ตามลำดับ จำนวนการมีค่า ROA เท่ากับศูนย์ หรือน้อยกว่าศูนย์ ก็น้อยกว่าด้วย

เป็นที่น่าสังเกตว่ามี ๒ นิติบุคคลที่มีค่า ROA เกิน ๑๐๐ เป็นนิติบุคคลขนาดเล็กทั้งคู่ เมื่อดูรายละเอียดแล้วคาดว่าอาจเนื่องจากนิติบุคคลนั้นมีจำนวนสินทรัพย์น้อยมากคือ ประมาณ ๖๐๐,๐๐๐ บาท แต่เมื่อดูจากค่าหนี้สิน/ทรัพย์สิน ทั้งสองนิติบุคคลนี้มีอัตราส่วนของหนี้สินต่อทรัพย์สินสูงมาก เมื่อเทียบกับอีก ๓ นิติบุคคลที่มีสินทรัพย์ใกล้เคียงกันแสดงว่า นิติบุคคลที่มี ROA สูงมากทั้งสองนิติบุคคลนี้น่าจะดำเนินกิจการอยู่ได้ด้วยการกู้ยืมเป็นจำนวนสูง แต่ก็สามารถดำเนินกิจการได้ดี จนมีผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ในอัตราที่สูงมาก ตามตารางที่ ๑๐

ตารางที่ ๑๐ เปรียบเทียบสินทรัพย์ ROA และ อัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์

นิติบุคคล	สินทรัพย์ (บาท)	ROA	อัตราส่วนหนี้สิน/สินทรัพย์
๑	๑๐๒,๗๖๘	๒๓	๑๓๓.๖๒
๒	๓๗๓,๓๘๒	๖	๐.๓๓
๓	๕๑๘,๗๖๒	-๗๕	๑๔๑.๒๔
๔	๖๐๖,๓๕๖	๑,๒๐๐	๓๓,๒๐๓.๒๕
๕	๖๓๙,๖๔๖	๑๖๕	๓,๕๑๓.๙๓

2.2 การวิเคราะห์โดยใช้ค่า ROE

ค่า ROE แสดงถึงสมรรถภาพในการลงทุนของเจ้าของกิจการว่าสามารถใช้สินทรัพย์ที่มีอยู่ เพื่อก่อให้เกิดผลประโยชน์แก่ผู้ลงทุนได้มากน้อยเพียงใด โดยเป็นการวัดความสัมพันธ์ระหว่าง กำไรสุทธิหลังหักภาษี กับส่วนของผู้ลงทุนเฉลี่ย

พบว่านิติบุคคลขนาดใหญ่ยังคงมีค่าเฉลี่ย ROE สูงกว่านิติบุคคลขนาดกลางและขนาดเล็กอย่างเห็นได้ชัด ค่าสถิติอื่นๆ ล้วนแต่บ่งถึงสมรรถภาพในการลงทุนของที่ดีกว่าของนิติบุคคลขนาดใหญ่ ดังรายละเอียดในตารางที่ ๑๑

ตารางที่ ๑๑ ค่า ROE ของนิติบุคคลกลุ่มต่าง ๆ

ROE ขนาด (ราย)	ค่าเฉลี่ย	ค่ามากที่สุด	ค่าน้อยที่สุด	มัธยฐาน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
ทั้งหมด (๑๙๕)	๒๐.๑	๖๑๖	-๖๖๙	๑๐	๐.๘
ใหญ่ (๖๓)	๒๒.๙	๖๑๖	-๕	๑๘	๐.๙
กลาง (๖๘)	๑๔.๕	๑๓๓	-๖๖๙	๘	๐.๙
เล็ก (๖๔)	๐.๒	๒๐๖	-๑๓๓	๙	๐.๕

ตารางที่ ๑๒ เป็นการจำแนกค่า ROE ของธุรกิจกลุ่มต่างๆ พบว่านิติบุคคลขนาดกลาง และเล็กมีจำนวนธุรกิจที่มีค่า ROE ต่ำกว่าศูนย์ร้อยละ ๒๐.๐ และ ๑๗.๗ ตามลำดับ ส่วนนิติบุคคลขนาดใหญ่มีเพียงร้อยละ ๓.๒ ในขณะที่ค่าเฉลี่ยคือร้อยละ ๑๓.๘

ตารางที่ ๑๒ ค่า ROE จำแนกตามขนาดของนิติบุคคล

ROE นิติบุคคล(ราย)	น้อยกว่า ๐	๐	๑ - ๕๐	๕๑ - ๙๕	มากกว่า ๑๐๐
ทั้งหมด	๒๖	๕	๑๒๕	๒๒	๑๑
(๑๘๙)*	(๑๓.๘)	(๒.๖)	(๖๖.๑)	(๑๑.๖)	(๕.๘)
ใหญ่	๒	๐	๔๙	๗	๔
(๖๒)**	(๓.๒)	(๐.๐)	(๗๙.๐)	(๑๑.๓)	(๖.๕)
กลาง	๑๓	๑	๓๗	๑๒	๒
(๖๕)***	(๒๐.๐)	(๑.๕)	(๕๖.๙)	(๑๘.๕)	(๓.๑)
เล็ก	๑๑	๔	๓๙	๓	๕
(๖๒)****	(๑๗.๗)	(๖.๕)	(๖๒.๙)	(๔.๘)	(๘.๑)

* ข้อมูลแจ้งไม่ครบถ้วน ๖ ราย ** ข้อมูลแจ้งไม่ครบถ้วน ๑ ราย *** ข้อมูลแจ้งไม่ครบถ้วน ๓ ราย

**** ข้อมูลแจ้งไม่ครบถ้วน ๒ ราย

๒.๓ การวิเคราะห์โดยใช้ค่า POS

Profit Margin on Sales (POS) เป็นค่าที่แสดงให้เห็นว่าเงินที่ขายได้ ๑ หน่วยนั้น สามารถสร้างกำไรกลับมาได้ร้อยละเท่าไรเมื่อเทียบกับรายได้ที่หักค่าใช้จ่ายและภาษีทั้งหมด ปรากฏว่าธุรกิจขนาดใหญ่มีค่า POS เฉลี่ยสูงกว่าธุรกิจกลุ่มอื่น โดยเฉพาะธุรกิจขนาดเล็ก อย่างไรก็ตามธุรกิจทุกขนาดมีนิติบุคคลที่มีค่า POS ติดลบ ต่างกันที่ความมากน้อย ดังแสดงในตารางที่ ๑๓

ตารางที่ ๑๓ ค่า POS ของนิติบุคคลกลุ่มต่างๆ

POS นิติบุคคล(ราย)	ค่าเฉลี่ย	ค่ามากที่สุด	ค่าน้อยที่สุด	มัธยฐาน	ฐานนิยม	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
ทั้งหมด (๑๙๕)	๔.๓	๑๕๒	-๑,๒๐๘	๒	๑	๑.๐
ใหญ่ (๖๓)	๔.๙	๑๓๐	-๒	๔	๒	๐.๒
กลาง (๖๘)	๒.๙	๑๙	-๑๙	๒	๑	๐.๑
เล็ก (๖๔)	๐.๑	๑๕๒	-๑,๒๐๘	๑	๑	๑.๖

เมื่อนำค่า POS มาแจกแจงความถี่ พบว่าในจำนวนนิติบุคคลที่ขาดทุน ๓๔ ราย เป็นนิติบุคคลขนาดเล็กเกินครึ่งหนึ่ง ในทางกลับกัน นิติบุคคลที่มีค่า POS มากกว่า ๕ เป็นนิติบุคคลขนาดใหญ่เกินครึ่งหนึ่งเช่นกัน อย่างไรก็ตาม นิติบุคคลส่วนใหญ่มีกำไรต่อยอดขายในระดับร้อยละ ๑ - ๕ ดังรายละเอียดในตาราง ๑๔

ตารางที่ ๑๔ ค่า POS จำแนกตามขนาดของนิติบุคคล

POS ขนาด/สัญชาติ (ราย)	น้อยกว่า ๐	๐	๑- ๕	มากกว่า ๕
ทั้งหมด (๑๙๕)	๓๔ (๑๗.๔)	๑๓ (๖.๗)	๙๗ (๕๙.๗)	๕๑ (๒๖.๒)
- ไทย (๑๕๐)	๓๑ (๒๐.๗)	๑๑ (๗.๓)	๘๐ (๕๓.๓)	๒๘ (๑๘.๗)
- ต่างชาติ (๔๕)	๓ (๖.๗)	๒ (๔.๔)	๑๗ (๓๗.๘)	๒๓ (๕๑.๑)
ใหญ่ (๖๓)	๒ (๓.๒)	๓ (๔.๘)	๓๐ (๔๗.๖)	๒๘ (๔๔.๔)
- ไทย (๓๓)	๑ (๓.๐)	๒ (๖.๑)	๑๙ (๕๗.๖)	๑๑ (๓๓.๓)
- ต่างชาติ (๓๐)	๑ (๓.๓)	๑ (๓.๓)	๑๑ (๓๖.๗)	๑๗ (๕๖.๗)
กลาง (๖๘)	๑๒ (๑๗.๖)	๔ (๕.๙)	๓๙ (๕๗.๔)	๑๓ (๑๙.๑)
- ไทย (๕๖)	๑๐ (๑๗.๙)	๔ (๗.๑)	๓๔ (๖๐.๗)	๘ (๑๔.๓)
- ต่างชาติ (๑๒)	๒ (๑๖.๖)	๐ (๐.๐)	๕ (๔๑.๗)	๕ (๔๑.๗)
เล็ก (๖๔)	๒๐ (๓๑.๓)	๖ (๙.๔)	๒๘ (๔๓.๗)	๑๐ (๑๕.๖)
- ไทย (๖๑)	๒๐ (๓๒.๘)	๕ (๘.๒)	๒๗ (๔๔.๓)	๙ (๑๔.๗)
- ต่างชาติ (๓)	๐ (๐.๐)	๑ (๓๓.๓)	๑ (๓๓.๓)	๑ (๓๓.๓)

นิติบุคคลที่มีค่า POS เกินกว่าร้อยละ ๑๐ มีเพียง ๒๑ รายหรือร้อยละ ๑๐.๘ ของนิติบุคคลทั้งหมด โดยเป็นนิติบุคคลสัญชาติไทยร้อยละ ๖๑.๙ ในจำนวน ๒๑ รายนี้เป็นนิติบุคคลที่เป็นผู้ผลิตและผู้ขาย ๙ ราย หรือร้อยละ ๔๒.๘ เป็นนิติบุคคลขนาดเล็ก ๕ รายและนิติบุคคลขนาดกลาง ๒ รายที่เหลือเป็นนิติบุคคลขนาดใหญ่ ๑๔ รายหรือร้อยละ ๖๖.๗ ของทั้งหมด

ในกลุ่มที่ได้กำไร เมื่อเปรียบเทียบผู้ผลิตและขายขนาดใหญ่ที่เป็นของคนไทยที่มีทรัพย์สินสูงสุด ๓ อันดับแรก กับผู้ผลิตและขายขนาดใหญ่ที่เป็นการร่วมลงทุนกับต่างชาติ ๓ อันดับแรกเช่นกันพบว่า POS ของกลุ่มหลังอยู่ระดับที่ต่ำมาก แม้ว่าจะมีรายได้และกำไรอยู่ในระดับต้น ๆ ดังตารางเปรียบเทียบดังต่อไปนี้

ตารางที่ ๑๕ เปรียบเทียบอันดับรายได้ กำไร และ POS ของผู้ผลิต

กิจการ	อันดับรายได้	อันดับกำไร	อันดับ POS
นิติบุคคลไทยลำดับที่ ๑	๑๘	๖๓	๒
นิติบุคคลไทยลำดับที่ ๒	๖๔	๓๕	๑๓
นิติบุคคลไทยลำดับที่ ๓	๖๕	๓๑	๒๐
นิติบุคคลร่วมลงทุนลำดับที่ ๑	๑	๙	๑๒๐
นิติบุคคลร่วมลงทุนลำดับที่ ๒	๖	๑๕	๗๔
นิติบุคคลร่วมลงทุนลำดับที่ ๓	๑๔	๒๑	๕๒

จากตารางข้างต้นดูเหมือนว่านิติบุคคลร่วมลงทุนที่เป็นประเภทผู้ผลิตจะได้กำไรน้อยและกำไรต่อยอดขายยิ่งลดลงไปอีก นิติบุคคลเหล่านี้ส่วนใหญ่จะเป็นผู้ผลิตภายใต้ชื่อการค้าของผู้นำเข้า โดยเป็นเครือข่ายเดียวกัน จะเห็นว่ารายได้ กำไรและกำไรต่อยอดขายแปรผกผันโดยตลอด โดยเฉพาะเมื่อเปรียบเทียบกับนิติบุคคลไทยจะเห็นว่าทิศทางที่ต่างกัน

ในกลุ่มที่ขายได้และกำไรสูงสุด ๓๐ อันดับแรกเป็นนิติบุคคลขนาดใหญ่เกือบทั้งหมดแต่ POS ใน ๓๐ อันดับแรกมีนิติบุคคลขนาดกลางและขนาดเล็กแทรกเข้ามาร้อยละ ๓๐ แม้จะไม่มากนักแต่ก็ยังมี POS อยู่ใน ๑๐ อันดับแรกด้วย ดังตารางที่ ๑๖

ตารางที่ ๑๖ กลุ่มนิติบุคคลขนาดต่างๆ ที่อยู่ใน ๓๐ ๒๐ และ ๑๐ อันดับแรกของรายได้ กำไร และ POS

นิติบุคคล (ราย)	รายได้ (อันดับ)			กำไร (อันดับ)			POS (อันดับ)		
	๓๐	๒๐	๑๐	๓๐	๒๐	๑๐	๓๐	๒๐	๑๐
ใหญ่									
(๖๓)	๒๙	๒๐	๑๐	๒๙	๒๐	๑๐	๒๑	๑๔	๕
กลาง									
(๖๘)	๐	๐	๐	๑	๐	๐	๔	๒	๒
เล็ก									
(๖๔)	๑	๐	๐	๐	๐	๐	๕	๔	๓

แต่หากพิจารณา เรื่องรายได้ กำไร แยกตามสัญชาติแล้วพบว่า กลุ่มที่มีสัญชาติต่างชาติ แม้จะมีจำนวนทั้งหมดน้อยกว่าเกือบ ๓ เท่า แต่ก็มีจำนวนที่ติดอยู่ใน ๓๐ ๒๐ และ ๑๐ อันดับแรกของ เรื่องรายได้และกำไรเป็นจำนวนที่มากกว่านิติบุคคลที่มีสัญชาติไทย ยกเว้นแต่เรื่อง POS ที่แม้จะมี จำนวนน้อยกว่า แต่หากคิดเป็นสัดส่วนของจำนวนธุรกิจทั้งหมดในแต่ละประเภทแล้ว นิติบุคคลต่างชาติ จะติดอันดับมากกว่า ดังตารางที่ ๑๗

ตารางที่ ๑๗ สัญชาติของนิติบุคคลที่อยู่ใน ๓๐ ๒๐ และ ๑๐ อันดับแรกของรายได้ กำไร และ POS

สัญชาติ (ราย)	รายได้ (อันดับ)			กำไร (อันดับ)			POS (อันดับ)		
	๓๐	๒๐	๑๐	๓๐	๒๐	๑๐	๓๐	๒๐	๑๐
ไทย	๑๒	๘	๔	๙	๖	๓	๑๖	๑๒	๗
(๑๕๐)	(๘.๐)	(๕.๓)	(๒.๗)	(๖.๐)	(๔.๐)	(๒.๐)	(๑๐.๗)	(๘.๐)	(๔.๗)
ต่างชาติ	๑๘	๑๒	๖	๒๑	๑๔	๗	๑๔	๘	๓
(๔๕)	(๔๐.๐)	(๒๖.๗)	(๑๓.๓)	(๔๖.๗)	(๓๑.๑)	(๑๕.๕)	(๓๑.๑)	(๑๗.๘)	(๖.๗)

๓) การวิเคราะห์ด้านบริหารจัดการ

๓.๑ การวิเคราะห์โดยใช้ค่าอัตราส่วนหนี้สินทั้งหมดต่อสินทรัพย์ทั้งหมด

ในการประกอบกิจการ นิติบุคคลส่วนใหญ่มีการกู้ยืมในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อให้ได้สินทรัพย์มาใช้ในการดำเนินการ การวิเคราะห์ในที่นี้เป็นการหาอัตราส่วนระหว่างหนี้สินทั้งหมด (หนี้สินระยะสั้น และระยะยาว) กับสินทรัพย์ทั้งหมดตามที่แจ้ง อัตราส่วนนี้แสดงให้เห็นว่าสินทรัพย์ของกิจการได้มาจากการกู้ยืมเป็นสัดส่วนเท่าไร ซึ่งพบว่าโดยทั่วไปผู้ประกอบการมีอัตราส่วนหนี้สินต่อทรัพย์สินเฉลี่ยร้อยละ ๖๖ ของทรัพย์สิน แต่หากวิเคราะห์ในแต่ละกลุ่มแล้ว นิติบุคคลขนาดเล็กมีค่าเฉลี่ยอัตราส่วนหนี้สินต่อทรัพย์สินมากกว่าจำนวนทรัพย์สิน คือมีอัตราส่วนร้อยละ ๑๑๑.๕ ในขณะที่นิติบุคคลขนาดกลางและขนาดใหญ่มีค่าเฉลี่ยอัตราส่วนประมาณร้อยละ ๖๔-๖๖ เท่านั้น นิติบุคคลที่มีหนี้สินมากกว่าสินทรัพย์มี ๒๓ ราย เกือบครึ่งเป็นนิติบุคคลขนาดเล็กและไม่มีนิติบุคคลขนาดใหญ่เลย พบว่าความแตกต่างระหว่างค่าน้อยที่สุด และค่ามากที่สุดมีสูงมากทีเดียว (ตามตารางที่ ๑๘)

ตารางที่ ๑๘ ค่าอัตราส่วนหนี้สินต่อทรัพย์สินของนิติบุคคลกลุ่มต่าง ๆ

นิติบุคคล (ราย)	ค่าเฉลี่ย	ค่ามากที่สุด	ค่าน้อยที่สุด	มัธยฐาน
ทั้งหมด (๑๙๕)	๖๖.๕	๓๓,๒๐๓.๒	๐.๐๖	๗๐.๔
ใหญ่ (๖๓)	๖๔.๗	๙๘.๘	๖.๑	๖๖.๙
กลาง (๖๘)	๖๕.๕	๑๒๒.๓	๑๑.๖	๗๔.๗
เล็ก (๖๔)	๑๑๑.๕	๓๓,๒๐๓.๒	๐.๐๖	๗๕.๔

นิติบุคคลกลุ่มตัวอย่าง ๑๙๕ รายมีเพียง ๔ รายเท่านั้นที่ไม่มีหนี้สิน (อัตราส่วนหนี้สินต่อทรัพย์สินเท่ากับศูนย์) โดยเป็นนิติบุคคลขนาดเล็กทั้ง ๔ แห่ง นิติบุคคลร้อยละ ๖๘.๔ มีอัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์เกินกว่า ๐.๕๐ โดยร้อยละ ๑๒.๑ ที่มีหนี้สินมากกว่าทรัพย์สิน โดยกว่าร้อยละ ๖๕ เป็นนิติบุคคลขนาดเล็ก ส่วนนิติบุคคลขนาดใหญ่ และนิติบุคคลขนาดกลางจะมีหนี้สินอยู่ในระดับ ๐.๕๑ - ๑.๐๐ ของทรัพย์สิน ตามตารางที่ ๑๙

ตารางที่ ๑๔ ความถี่อัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์ของนิติบุคคลกลุ่มต่างๆ

หนี้สิน/ทรัพย์สิน	๐ - ๐.๕๐๐	๐.๕๑๐ - ๑.๐๐๐	มากกว่า ๑.๐๐๐
นิติบุคคล (ราย)			
ทั้งหมด(๑๙๐)*	๒๐ (๓๑.๖)	๑๐๗ (๕๖.๓)	๒๓ (๑๒.๑)
ใหญ่ (๖๑)**	๒๐ (๓๒.๔)	๔๑ (๖๗.๒)	๐ (๐.๐)
กลาง (๖๖)***	๑๔ (๒๗.๓)	๔๐ (๖๐.๖)	๘ (๑๒.๑)
เล็ก (๖๒)	๒๑ (๓๓.๙)	๒๖ (๔๑.๙)	๑๕ (๒๔.๒)

แจ้งข้อมูลไม่ครบถ้วน ๕ ราย **แจ้งข้อมูลไม่ครบถ้วน ๒ ราย ***แจ้งข้อมูลไม่ครบถ้วน ๑ ราย

เมื่อนำนิติบุคคลที่มีค่าหนี้สินต่อสินทรัพย์สูงสุด ๓๐ อันดับแรก มาดูลำดับที่การได้กำไร และนิติบุคคลที่ได้กำไรสูงสุด ๓๐ อันดับแรก มาดูลำดับที่การมีหนี้สิน พบว่านิติบุคคลที่มีค่าอัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์มาก มักจะได้กำไรในลำดับที่มากกว่า ๑๐๐ (ร้อยละ ๗๐) เช่นเดียวกับนิติบุคคลที่ได้กำไรมาก มักมีอัตราหนี้สิน/สินทรัพย์ต่ำกว่าลำดับที่ ๑๐๐ (ร้อยละ ๗๐ เช่นกัน) แสดงว่าการที่นิติบุคคลขนาดใหญ่ที่มีหนี้สินต่อทรัพย์สินในอัตราส่วน ๐.๕๑ - ๑ เป็นที่ยอมรับได้ จะเห็นว่านิติบุคคลที่ได้กำไรสูงสุด ๓๐ อันดับแรก มีอัตราส่วนหนี้สินต่อทรัพย์สินเฉลี่ยเท่ากับ ๐.๕๖

๓.๒ การวิเคราะห์ค่าใช้จ่าย

ในงบกำไรขาดทุน ค่าใช้จ่ายของแต่ละนิติบุคคลจะถูกจัดแบ่งเป็น ๒ ประเภท คือ

๑. ต้นทุนในการขาย (Cost of sales)
๒. ค่าใช้จ่ายในการขายและค่าบริหารจัดการ (Selling expenses and administration cost)

แม้ว่าในทางทฤษฎีค่าใช้จ่ายทั้งสองประเภทจะมีความแตกต่างกัน แต่เนื่องจากความแตกต่างในวิธีการบัญชีแต่ละนิติบุคคล ในการวิเคราะห์จึงจะทำทั้ง ๓ แบบคือ

๑. นำค่าใช้จ่ายทั้งสองประเภทมารวมกัน แล้วเปรียบเทียบกับยอดขายรวม โดยจะเรียกเป็นค่าใช้จ่ายรวมต่อยอดขาย ค่าใช้จ่ายในการวิเคราะห์นี้จะรวมถึง ต้นทุนของสินค้า ค่าขนส่ง เงินเดือน ค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการ ค่าโฆษณาและค่าส่งเสริมการขาย เช่นค่าออกร้าน ค่ารางวัลต่าง ๆ ค่าสินค้าตัวอย่าง ฯลฯ

๒. แยกวิเคราะห์ส่วนของต้นทุนในการขาย (Cost of sales) ต่อยอดขาย โดยต้นทุนในการขายหมายถึง ต้นทุนของสินค้า

๓. แยกวิเคราะห์ส่วนของค่าใช้จ่ายในการขาย และค่าบริหารจัดการ (Selling expenses and administration cost)

นิติบุคคลมีค่าใช้จ่ายรวมต่อยอดขายมากกว่า ๑ มี ๓๔ ราย เมื่อพิจารณานิติบุคคลที่ขาดทุนทั้งสิ้น ๓๔ รายพบว่าเป็นนิติบุคคลที่มีค่าใช้จ่ายต่อยอดขายในระดับร้อยละ ๙๔ - ๙๙ ซึ่งเป็นไปตามแนวโน้มที่ว่าค่าใช้จ่ายยิ่งสูงยิ่งมีแนวโน้มจะขาดทุนมาก

เมื่อนำค่าใช้จ่ายรวมต่อยอดขายมาแจกแจงความถี่พบว่า นิติบุคคลขนาดใหญ่จะมีค่าใช้จ่ายต่อยอดขายน้อยกว่านิติบุคคลขนาดกลางและนิติบุคคลขนาดเล็ก (ตามตารางที่ ๒๐)

ตารางที่ ๒๐ ความถี่ของค่าใช้จ่ายรวมต่อยอดขาย

ค่าใช้จ่ายนิติบุคคล	น้อยกว่า ๙๐	๙๑ - ๙๙	๑	มากกว่า ๑
ทั้งหมด (๑๙๒)*	๓๖	๑๑๓	๖	๓๗
	(๑๘.๘)	(๕๘.๘)	(๓.๑)	(๑๙.๓)
ใหญ่ (๖๓)	๒๑	๓๖	๑	๕
	(๓๓.๓)	(๕๗.๑)	(๑.๖)	(๗.๙)
กลาง (๖๘)	๗	๔๘	๓	๑๐
	(๑๐.๓)	(๗๐.๖)	(๔.๕)	(๑๔.๖)
เล็ก (๖๑)*	๘	๒๙	๒	๒๒
	(๑๓.๑)	(๔๗.๕)	(๓.๓)	(๓๖.๑)

* ข้อมูลแจ้งไม่ครบถ้วน ๓ ราย

จากตารางที่ 20 จะเห็นว่านิติบุคคลส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายรวมในช่วงร้อยละ ๙๑ - ๙๙ ของยอดขาย โดยเฉพาะนิติบุคคลขนาดกลางที่เกือบร้อยละ ๙๐ มีค่าใช้จ่ายอยู่ในระดับนี้ แต่หากพิจารณาเฉพาะต้นทุนของสินค้าพบว่าโดยรวมต้นทุนจะอยู่ในระดับไม่เกินร้อยละ ๙๐ ของยอดขาย นั่นหมายความว่า นิติบุคคลมีค่าใช้จ่ายในการขายในระดับร้อยละ ๒๑ - ๒๙ ของยอดขาย เมื่อแยกขนาดนิติบุคคล นิติบุคคลขนาดใหญ่ยังคงเป็นกลุ่มที่มีต้นทุนขายต่ำกว่านิติบุคคลกลุ่มอื่นโดยประมาณร้อยละ ๖๐ มีต้นทุนไม่เกินร้อยละ ๙๐ เทียบกับที่นิติบุคคลขนาดเล็กมีอยู่เพียงร้อยละ ๔๐ เท่านั้นตามตารางที่ ๒๑

ตารางที่ ๒๑ ความถี่ของค่าร้อยละต้นทุนขายต่อยอดขาย

ต้นทุนต่อยอดขาย	๐ - ๗๐	๗๑ - ๘๐	๘๑ - ๙๐	มากกว่า ๙๐
นิติบุคคล (ราย)				
ทั้งหมด (๑๙๒) *	๙๗ (๕๐.๕)	๔๖ (๒๔.๐)	๓๔ (๑๗.๗)	๑๕ (๗.๘)
ใหญ่ (๖๓)	๓๗ (๕๘.๗)	๑๓ (๒๐.๖)	๙ (๑๔.๓)	๔ (๖.๓)
กลาง (๖๘)	๓๖ (๕๒.๙)	๑๖ (๒๓.๕)	๑๑ (๑๖.๒)	๕ (๗.๔)
เล็ก (๖๑) *	๒๔ (๓๙.๓)	๑๗ (๒๗.๙)	๑๔ (๒๒.๙)	๖ (๙.๘)

ข้อมูลแจ้งไม่ครบถ้วน ๓ ราย

เมื่อพิจารณาในส่วนของอัตราส่วนค่าใช้จ่ายในการขาย และบริหารจัดการ ซึ่งโดยมากจะเป็นค่าใช้จ่ายในส่วนของการตลาด เช่น ค่าตอบแทน เป็นรางวัลพนักงานขาย ค่าโฆษณา ค่าส่งเสริมการขาย ต่าง ๆ ฯลฯ พบว่า นิติบุคคลขนาดใหญ่มีสัดส่วนสูงสุด รองลงมาคือนิติบุคคลขนาดกลางและขนาดเล็ก (ร้อยละ ๔๓.๑, ๒๗.๗ และ ๒๒.๕ ตามลำดับ) ทั้งนี้นิติบุคคลขนาดใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการขายสูงกว่าเกือบสองเท่าทีเดียว ดังรายละเอียดในตารางที่ ๒๒

ตารางที่ ๒๒ ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารจัดการต่อยอดขาย

กลุ่มนิติบุคคล (ราย)	ค่าเฉลี่ย	ค่ามากที่สุด	ค่าน้อยที่สุด	มัธยฐาน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
ทั้งหมด (๑๙๕)	๓๘.๖	๔๒๑	๐.๓	๒๖.๕	๑.๒
ใหญ่ (๖๓)	๔๓.๑	๖๒	๓.๓	๒๕.๗	๑.๙
กลาง (๖๘)	๒๗.๗	๖๔.๘	๑.๐	๒๗.๖	๐.๒
เล็ก (๖๔)	๒๒.๕	๔๒๑	๐.๗	๒๗.๔	๐.๘

เมื่อนำค่าใช้จ่ายมาแจกแจงความถี่ พบว่านิติบุคคลขนาดใหญ่ร้อยละ ๗๑.๔ มีค่าใช้จ่ายอยู่ในระดับไม่เกินร้อยละ ๓๐ ในขณะที่กลุ่มขนาดกลางและขนาดเล็กมีอยู่ประมาณร้อยละ ๕๕ เท่านั้น กลุ่มขนาดกลางจะมีค่าใช้จ่ายส่วนใหญ่อยู่นี้อยู่ในระดับร้อยละ ๑๖.๔๕ ในขณะที่กลุ่มขนาดเล็ก แม้ว่าร้อยละ ๕๔.๘ จะมีค่าใช้จ่ายไม่เกินร้อยละ ๓๐ แต่ก็มีอีกกลุ่มหนึ่งร้อยละ ๑๖.๒ ซึ่งมีค่าใช้จ่ายเกินร้อยละ ๖๐

เทียบกับกลุ่มขนาดใหญ่ที่มีอยู่ร้อยละ ๓.๒ และกลุ่มขนาดเล็กมีเพียงร้อยละ ๑.๖ เท่านั้น แสดงให้เห็นว่า แม้นิติบุคคลขนาดเล็กจำนวนมากจะมีค่าใช้จ่ายต่อยอดขายในสัดส่วนที่สูง แต่หากคิดในภาพรวม นิติบุคคลขนาดเล็กกลับมีค่าเฉลี่ยของค่าใช้จ่ายต่อยอดขายต่ำกว่านิติบุคคลขนาดใหญ่เพราะจำนวนยอดขายทั้งหมดมีน้อยกว่านิติบุคคลขนาดใหญ่ ตามตารางที่ ๒๓

ตารางที่ ๒๓ ความถี่ของค่าร้อยละ ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารจัดการต่อยอดขาย

กลุ่ม	๐ - ๑๕	๑๖ - ๓๐	๓๑ - ๔๕	๔๖ - ๖๐	มากกว่า ๖๐
ทั้งหมด	๔๕	๗๒	๔๗	๑๖	๑๓
(n= ๑๙๓)*	(๒๓.๓)	(๓๗.๒)	(๒๔.๔)	(๘.๓)	(๖.๗)
ใหญ่	๑๕	๓๐	๑๓	๓	๒
(n= ๖๓)	(๒๓.๘)	(๔๗.๖)	(๒๐.๖)	(๔.๘)	(๓.๒)
กลาง	๑๔	๒๔	๒๑	๘	๑
(n= ๖๘)	(๒๐.๖)	(๓๕.๓)	(๓๐.๙)	(๑๑.๘)	(๑.๖)
เล็ก	๑๖	๑๘	๑๓	๕	๑๐
(n= ๖๒)*	(๒๕.๘)	(๒๙.๐)	(๒๐.๙)	(๘.๑)	(๑๖.๒)

* ข้อมูลแจ้งไม่ครบถ้วน ๒ ราย

๓.๓ ค่าใช้จ่ายส่งเสริมการขาย

จากงบการเงินที่นำมาวิเคราะห์ทั้ง ๑๙๕ ราย มี ๕๑ รายที่ให้รายละเอียดของค่าใช้จ่ายในการขาย จึงได้วิเคราะห์ค่าใช้จ่ายในส่วนของการส่งเสริมการขาย ซึ่งบางนิติบุคคลแจ้งรวมเป็นรายการเดียว แต่บางนิติบุคคลจำแนกเป็นรายการย่อย ๆ เช่น ค่าพิมพ์ใบปลิว ค่าโฆษณา ค่าคอมมิชชั่น ค่าสินค้าตัวอย่าง ค่าของขวัญ ค่ารางวัลท่องเที่ยว ฯลฯ

นิติบุคคล ๕๑ รายนี้เป็นนิติบุคคลขนาดใหญ่ ๑๐ ราย ขนาดกลาง ๒๓ ราย และขนาดเล็ก ๑๘ ราย มีค่าส่งเสริมการขายรวมทั้งสิ้น ๓๘๑,๙๕๓,๐๑๑ บาทโดยมูลค่าที่มากที่สุด ๕ อันดับแรก คือ ๘๖,๐๒๑,๕๐๑ ๕๖,๕๒๗,๙๙๗, ๓๔,๑๒๔,๕๑๙, ๒๖,๘๕๕,๒๙๗ และ ๑๙,๙๖๙,๙๒๔ บาท ตามลำดับ โดย ๔ นิติบุคคลแรกเป็นนิติบุคคลที่ไม่มีการร่วมลงทุนจากต่างชาติเมื่อนำค่าใช้จ่ายของทั้ง ๕ นิติบุคคล มาเปรียบเทียบกับรายได้และรายจ่ายทั้งหมด พบว่าค่าส่งเสริมการขายของแต่ละบริษัทมีสัดส่วนที่ต่างกัน และเมื่อเทียบกับรายได้และค่าใช้จ่ายรวมจะอยู่ในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน รายละเอียดตามตารางที่ ๒๔

ตารางที่ ๒๔ ร้อยละค่าส่งเสริมการขายของ ๕ นิติบุคคลเปรียบเทียบกับรายได้และ ค่าใช้จ่ายรวม

นิติบุคคล	สัญชาติ	ขนาด	ประเภท	ร้อยละของรายได้	ร้อยละของค่าใช้จ่ายรวม
๑	ไทย	ใหญ่	นำเข้า	๓๑.๒	๓๒.๘
๒	ไทย	ใหญ่	นำเข้า	๒๗.๑	๒๗.๑
๓	ไทย	กลาง	ผลิต	๓๒.๙	๓๖.๖
๔	ไทย	ใหญ่	ผลิต	๕.๖	๖.๒
๕	ไทย	ใหญ่	ผลิต	๑๔.๐	๑๔.๒

ค่าส่งเสริมการขายเมื่อเปรียบเทียบกับรายได้และค่าใช้จ่ายรวมแล้วจะมีค่าที่ใกล้เคียงกัน เพราะนิติบุคคลที่รายงานส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายใกล้เคียงกับรายได้ ทั้งนี้ค่าส่งเสริมการขายมีช่วงอยู่ตั้งแต่ร้อยละ ๐.๐๓ ถึงร้อยละ ๕๐.๔ ตัวอย่างค่าส่งเสริมการขายของนิติบุคคลแห่งหนึ่งซึ่งมีมูลค่า ๕๖,๕๒๗,๙๙๗ บาท มีรายละเอียดดังนี้

- ค่าพิมพ์ใบปลิว	๕๔๗,๖๖๐	บาท
- ค่าโฆษณาภายในประเทศ	๕๑๗,๗๐๔	บาท
- ค่าโฆษณาต่างประเทศ	๑๕๘,๓๕๗	บาท
- ค่ารางวัล	๘,๖๕๐,๒๐๒	บาท
- ค่าส่งเสริมการขาย	๑,๒๐๐,๕๓๒	บาท
- ค่าของแจกของแถม	๒,๔๘๖,๙๕๗	บาท
- ค่าออกร้าน	๑๗๗,๑๐๐	บาท
- ค่าของสมนาคุณ	๑,๕๔๑,๗๔๔	บาท
- ค่าของขวัญปีใหม่	๑,๔๕๙,๐๗๖	บาท
- ค่ารางวัลงานขาย	๒๓,๐๐๐	บาท
- ค่านายหน้า	๑,๖๗๖,๑๓๗	บาท
- ค่าคอมมิชชั่นพิเศษ	๓๑,๘๐๒,๑๗๑	บาท
- ค่าสินค้าตัวอย่าง	๔,๔๓๔,๘๕๒	บาท
- ค่ารางวัลท่องเที่ยว	๑,๘๒๙,๕๐๐	บาท

การเปรียบเทียบค่า ROA ROE และ POS

เนื่องจากยังไม่มีค่ามาตรฐาน ที่จะสามารถนำมาใช้เปรียบเทียบได้สำหรับอุตสาหกรรมยา และไม่สามารถนำค่าของอัตราส่วนของกิจการอื่นมาเปรียบเทียบกันได้และค่า POS ร้อยละ ๑ สำหรับร้านขายของชำอาจเป็นเรื่องปกติ แต่ค่า POS ร้อยละ ๑๐ ของร้านขายเพชร อาจถือว่าน้อยเกินไป จำเป็นต้องใช้ค่าเฉลี่ยของกิจการประเภทเดียวกันในการเปรียบเทียบ ในการศึกษานี้ จึงได้นำค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง เป็นค่ามาตรฐานเปรียบเทียบกับกลุ่มขนาดใหญ่ ขนาดกลาง และขนาดเล็ก

พบว่า นิติบุคคลขนาดใหญ่แสดงถึงความสามารถในการทำกำไรสูงสุด ดังจะเห็นได้จาก POS ROA และ ROE ของกลุ่มนิติบุคคลขนาดใหญ่มีค่ามากกว่าค่าเฉลี่ย และเมื่อเทียบกับกลุ่มนิติบุคคลอื่น พบว่าความสามารถในการทำกำไรสูงกว่ากลุ่มนิติบุคคลขนาดเล็กมาก ตามตารางที่ ๒๕

ตารางที่ ๒๕ เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่มต่างๆ

กลุ่ม	POS	ROA	ROE	หนี้สิน/ทรัพย์สิน
กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด	๔.๓	๖.๕	๒๐.๑	๖๖.๕
กลุ่มนิติบุคคลขนาดใหญ่	๔.๙	๗.๖	๒๒.๙	๖๔.๗
กลุ่มนิติบุคคลขนาดกลาง	๒.๙	๔.๐	๑๔.๕	๖๕.๕
กลุ่มนิติบุคคลขนาดเล็ก	๐.๑	๐.๑	๐.๒	๑๑๑.๕

การเปรียบเทียบค่าอัตราส่วนต่าง ๆ

ค่าต่าง ๆ ที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์คือรายได้ กำไร ROA ROE อัตราส่วนหนี้สิน/สินทรัพย์ POS และค่าใช้จ่ายรวม แสดงให้เห็นเป็นทิศทางเดียวกันว่านิติบุคคลขนาดใหญ่สามารถให้ผลตอบแทนที่ดีกว่านิติบุคคลขนาดเล็กมากและมีอัตราส่วนหนี้สินต่อทรัพย์สินน้อย แม้ว่าค่าใช้จ่ายต่อยอดขายจะสูงกว่ากลุ่มอื่น แต่กำไรต่อยอดขายก็สูงกว่าเช่นกัน มีแต่ในด้านกำไรต่อยอดขายเท่านั้น ที่พบว่านิติบุคคลขนาดเล็กสามารถเข้ามาอยู่ในลำดับต้น ๆ ได้ดังในตารางที่ ๒๖

ตารางที่ ๒๖ เปรียบเทียบจำนวนนิติบุคคลจำแนกตามกลุ่ม ในอันดับสูงสุด ๓๐ อันดับแรกของค่าต่าง ๆ

นิติบุคคล	ค่าเปรียบเทียบ						
	รายได้	กำไร	ROA	ROE	อัตราหนี้สิน/ สินทรัพย์	POS	ค่าใช้จ่ายรวม/ ยอดขาย
ใหญ่ (๖๓)	๒๙ (๙๖.๗)	๒๙ (๙๖.๗)	๑๖ (๕๓.๓)	๑๓ (๔๓.๓)	๓ (๑๐.๐)	๒๑ (๗๐.๐)	๓ (๑๐.๐)
- ไทย (๓๓)	๑๑ (๓๖.๗)	๘ (๒๖.๗)	๕ (๑๖.๗)	๒ (๖.๗)	๐ (๐.๐)	๘ (๒๖.๗)	๐ (๐.๐)
- ต่างชาติ (๓๐)	๑๘ (๖๐.๐)	๒๑ (๗๐.๐)	๑๑ (๓๖.๗)	๑๑ (๓๖.๗)	๓ (๑๐.๐)	๑๓ (๔๓.๓)	๓ (๑๐.๐)
กลาง (๖๘)	๐ (๐.๐)	๑ (๓.๓)	๕ (๑๖.๗)	๗ (๒๓.๓)	๑๐ (๓๓.๓)	๔ (๑๓.๔)	๙ (๓๐.๐)
- ไทย (๕๖)	๐ (๐.๐)	๑ (๓.๓)	๓ (๑๐.๐)	๕ (๑๖.๗)	๘ (๒๖.๗)	๔ (๑๓.๔)	๘ (๒๖.๗)
- ต่างชาติ (๑๒)	๐ (๐.๐)	๐ (๐.๐)	๒ (๖.๗)	๒ (๖.๗)	๒ (๖.๗)	๐ (๐.๐)	๑ (๓.๓)
เล็ก (๖๔)	๑ (๓.๓)	๐ (๐.๐)	๙ (๓๐.๐)	๑๐ (๓๓.๓)	๑๗ (๖.๗)	๕ (๑๖.๗)	๑๘ (๖๐.๐)
- ไทย (๖๑)	๑ (๓.๓)	๐ (๐.๐)	๘ (๒๖.๗)	๙ (๓๐.๐)	๑๕ (๕๐.๐)	๔ (๑๓.๔)	๑๘ (๖๐.๐)
- ต่างชาติ (๓)	๐ (๐.๐)	๐ (๐.๐)	๑ (๓.๓)	๑ (๓.๓)	๒ (๖.๗)	๑ (๓.๓)	๐ (๐.๐)

พบว่าผู้ผลิตรายใหญ่ที่มีการร่วมลงทุนของต่างชาติมีค่า POS น้อยเมื่อเทียบกับผู้ผลิตรายใหญ่ที่เป็นของคนไทย ทั้งที่มีจำนวนรายได้และจำนวนกำไรอยู่ในลำดับต้นๆ และอัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์ของแต่ละบริษัทมีได้ต่างกันมากนัก ดังแสดงในตารางที่ ๒๗

ตารางที่ ๒๗ เปรียบเทียบการประกอบการของผู้ผลิตรายใหญ่ที่มีการร่วมลงทุนของต่างชาติและที่เป็นของคนไทย

กิจการ	นิติบุคคล					
	ไทย	ร่วมลงทุน	ไทย	ร่วมลงทุน	ไทย	ร่วมลงทุน
ทรัพย์สิน	๕๕๘,๕๙๔,๘๕๓	๒๑๑๓,๓๔๓,๕๐๑	๑๕๑,๑๐๒,๖๑๘	๖๐๑,๐๖๗,๐๐๒	๑๒๘,๙๑๓,๓๒๓	๓๙๙,๕๖๑,๔๖๘
(บาท)						
อันดับรายได้	๑๘	๑	๖๔	๖	๖๕	๑๔
อันดับกำไร	๖๓	๙	๓๕	๑๕	๓๑	๒๑
อันดับ POS	๒	๑๒๐	๑๓	๗๔	๒๐	๕๒
อัตรานี้สิน/	๗๗	๖๗	๒๕	๕๔	๔๓	๕๔
ทรัพย์สิน						

บทที่ ๕

บทสรุปและข้อคิดเห็น

การศึกษานี้เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลทางการเงิน (Financial analysis) ซึ่งเป็นวิธีการหนึ่งทางด้านบัญชี ที่จะสะท้อนให้เห็นการดำเนินงานของนิติบุคคลทางด้านยา โดยได้สุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการผลิตและนำส่งยาแผนปัจจุบันทั้งสิ้น ๑๙๕ ราย (ร้อยละ ๓๐.๙ ของจำนวนทั้งหมด) เป็นผู้ที่มียิจการด้านยาเป็นหลัก ซึ่งรวมถึงยาสำหรับมนุษย์และยาสัตว์ ในการวิเคราะห์ได้แบ่งกลุ่มผู้ประกอบการตามมูลค่าของสินทรัพย์ เป็น ๓ กลุ่ม คือ

๑. นิติบุคคลขนาดใหญ่ จำนวน ๖๓ ราย มีสินทรัพย์มากกว่า ๑๐๐ ล้านบาท
๒. นิติบุคคลขนาดกลาง จำนวน ๖๘ ราย มีสินทรัพย์ ๒๐ – ๑๐๐ ล้านบาท
๓. นิติบุคคลขนาดเล็ก จำนวน ๖๔ ราย มีสินทรัพย์น้อยกว่า ๒๐ ล้านบาท

กลุ่มตัวอย่าง ๑๙๕ รายนี้ มีรายได้รวมทั้งสิ้น ๓๗,๓๙๒,๘๒๙,๕๗๑ บาท มีสินทรัพย์รวม ๒๔,๕๘๐,๔๖๗,๕๒๑ บาท และนิติบุคคลที่ได้กำไรมียอดกำไรรวมทั้งสิ้น ๑,๗๗๐,๖๗๗,๓๗๓ บาท ส่วนนิติบุคคลที่ขาดทุนมียอดขาดทุนรวมทั้งสิ้น ๕๓,๓๕๕,๓๗๒ บาท

ในเรื่องของการได้กำไรขาดทุนนั้น มีนิติบุคคลได้กำไร ๑๖๑ ราย ขาดทุน ๓๔ ราย หรือขาดทุนร้อยละ ๑๗.๔ แต่หากนำเรื่องของสัญญาตีมาพิจารณาด้วย จะปรากฏว่านิติบุคคลสัญชาติไทยขาดทุนร้อยละ ๒๐.๗ ในขณะที่นิติบุคคลที่มีสัญชาติต่างชาติเพียงร้อยละ ๖.๗ เท่านั้นที่ขาดทุน พบว่านิติบุคคลขนาดเล็กมีการขาดทุนถึงร้อยละ ๓๑.๓ ในขณะที่นิติบุคคลขนาดกลางขาดทุนร้อยละ ๑๑.๘ และนิติบุคคลขนาดใหญ่ขาดทุนเพียงร้อยละ ๓.๒ กำไรสูงสุดคือ ๑๕๑,๗๗๑, ๙๕๑ บาท ขาดทุนมากที่สุดคือ ๕,๐๖๖,๑๐๘ บาท ค่าเฉลี่ยของกำไรคือ ๘,๘๐๖,๗๗๙ บาท เมื่อจัดลำดับนิติบุคคลที่ได้กำไรสูงสุด ๕๐ อันดับแรก มีนิติบุคคลไม่มีการร่วมลงทุนจากต่างชาติ อยู่เพียง ๕ ราย ในลำดับที่ ๓๑, ๓๒, ๔๑, ๔๔ และ ๔๗ ส่วนที่เหลือนั้นส่วนใหญ่ จะมีสัญชาติต่างชาติหรือ มีการร่วมลงทุนจากต่างชาติ

แต่อย่างไรก็ตามการพิจารณาหรือวิเคราะห์โดยใช้เรื่องกำไรเพียงอย่างเดียว ไม่อาจนำมาใช้เป็นเครื่องวัดประสิทธิภาพของการดำเนินงานได้ตื้นๆ เพราะโดยทั่วไปนิติบุคคลขนาดใหญ่ ที่มีสินทรัพย์มากย่อมมีผลกำไรจำนวนมากกว่านิติบุคคลที่มีสินทรัพย์ต่ำ จึงจำเป็นต้องใช้การวิเคราะห์อัตราส่วน (Ratio analysis) ซึ่งจะเป็นการดูความสัมพันธ์ของข้อมูลต่างๆ

ในการศึกษานี้ได้วิเคราะห์ความสามารถในการทำกำไร (Profitability) โดยใช้ค่าอัตราส่วนผลตอบแทนต่อการลงทุน (ROA) อัตราส่วนผลการตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE) และอัตราส่วนกำไรต่อยอดขาย (POS) พบว่าทุกค่าของนิติบุคคลขนาดใหญ่มีความสามารถในการทำกำไรเหนือกว่านิติบุคคลขนาดเล็กอย่างเห็นได้ชัด เช่นนิติบุคคลขนาดใหญ่ที่มีค่า ROA เท่ากับศูนย์ ซึ่งหมายถึงไม่มีการให้ผลตอบแทนต่อสินทรัพย์มีร้อยละ ๑.๖ เมื่อเปรียบเทียบกับนิติบุคคลขนาดกลางและขนาดเล็ก ซึ่งมี

จำนวนร้อยละ ๑๑.๘ และ ๒๘.๑ ตามลำดับ หรือในแง่ของอัตราส่วน ROE เท่ากับศูนย์ ซึ่งหมายถึงการไม่มีผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้น นิติบุคคลขนาดใหญ่ที่มีอัตราส่วน ROE เท่ากับศูนย์ มีร้อยละ ๓.๒ เทียบกับนิติบุคคลขนาดกลางมีร้อยละ ๒๐.๐ ในขณะที่นิติบุคคลขนาดเล็กมีร้อยละ ๑๗.๗

เมื่อนำค่าเฉลี่ยของอัตราส่วน ROA, ROE และ POS ของกลุ่มตัวอย่างเปรียบเทียบกับค่าเฉลี่ยของแต่ละกลุ่ม จะเห็นว่าค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างขนาดใหญ่ สูงกว่าค่าเฉลี่ยโดยรวม สูงกว่าค่าเฉลี่ยของกลุ่มขนาดกลางและกลุ่มขนาดเล็ก ในสัดส่วนที่มากที่สุดเท่าที่เดียว ดังจะเห็นได้คือ ค่า ROA มีสัดส่วน ๗.๖ : ๔.๐ : ๐.๑ ค่า ROE มีสัดส่วน ๒๒.๙ : ๑๔.๕ : ๐.๒ และ POS มีสัดส่วนใหญ่ : กลาง : เล็ก = ๔.๙ : ๒.๙ : ๐.๑

จากยอดรวมของรายได้และกำไร พบว่า POS เฉลี่ยเป็นร้อยละ ๔.๓ ของรายได้สุทธิซึ่งหากนำค่านี้นำมาใช้เป็นเกณฑ์มาตรฐาน จะพบว่าธุรกิจมีค่า POS มากกว่า ๕ มีเพียงร้อยละ ๒๖.๒ เท่านั้น โดยประกอบด้วยกลุ่มธุรกิจขนาดใหญ่ ร้อยละ ๕๔.๙ กลุ่มธุรกิจขนาดกลางร้อยละ ๒๕.๕ และกลุ่มธุรกิจขนาดเล็ก ร้อยละ ๑๙.๖ และถ้าพิจารณากลุ่มที่มีค่า POS มากกว่าร้อยละ ๑๐ จะพบว่ามีเพียง ๒๑ ราย หรือร้อยละ ๑๐.๘ เท่านั้น ใน ๒๑ รายนี้ เป็นกลุ่มขนาดใหญ่ ๑๔ ราย ขนาดกลาง ๒ รายและขนาดเล็ก ๕ ราย

หากพิจารณาในเรื่องของการบริหารจัดการ โดยใช้อัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์ และค่าใช้จ่ายทั้งหมดต่อยอดขาย จะพบว่าเป็นไปในลักษณะเดียวกัน คือ กลุ่มขนาดเล็กมีสัดส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์ในจำนวนที่สูงมาก ค่าเฉลี่ยคือ ๖๗๙ ในขณะที่กลุ่มขนาดกลางและขนาดใหญ่จะมีสัดส่วนประมาณร้อยละ ๖๐ - ๗๐ เท่านั้น ส่วนค่าใช้จ่ายนั้น นิติบุคคลขนาดใหญ่ก็มีค่าใช้จ่ายต่อยอดขายน้อยกว่ากลุ่มขนาดกลางและขนาดเล็กมาก โดยนิติบุคคลขนาดใหญ่ร้อยละ ๓๓.๓ นิติบุคคลขนาดกลางร้อยละ ๑๐.๓ และนิติบุคคลขนาดเล็กร้อยละ ๑๓.๑ มีค่าใช้จ่ายต่อยอดขายที่ต่ำกว่าร้อยละ ๙๐

ในเรื่องค่าใช้จ่ายสำหรับส่งเสริมการขายนั้น มีอยู่เพียง ๕๑ รายเท่านั้นที่ได้จำแนกค่าใช้จ่ายในส่วนนี้ออกมา ซึ่งส่วนใหญ่ระบุว่าเป็นค่าใช้จ่ายสำหรับส่งเสริมการขายโดยรวม มีไม่กี่รายที่แจกแจงรายละเอียดของค่าใช้จ่ายมาให้ พบว่า แม้จะมีการแจ้งเพียง ๕๐ ราย เป็นนิติบุคคลขนาดใหญ่ ๑๐ ราย ขนาดกลาง ๒๓ ราย และขนาดเล็ก ๑๘ ราย แต่มียอดรวมค่าใช้จ่ายถึง ๓๘๑,๙๕๓,๐๑๑ บาท มูลค่ามากที่สุด ๕ อันดับแรกคือ ๘๖,๐๒๑,๕๐๑, ๕๖,๕๒๗,๙๙๗, ๓๔,๑๒๔,๕๑๙, ๒๖,๘๕๕,๒๙๗ และ ๑๙,๙๖๙,๙๒๔ บาท ร้อยละของค่าส่งเสริมการขายต่อค่าใช้จ่ายทั้งหมดมีตั้งแต่ ๖.๒ จนถึง ๓๖.๖

การวิเคราะห์อัตราส่วนความสามารถในการทำกำไร (Profitability ratio) อันได้แก่ อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA) อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE) และ อัตรากำไรสุทธิ (POS) และได้วิเคราะห์อัตราส่วนหนี้สิน/ทรัพย์สินประกอบด้วย ทุกอัตราส่วนล้วนบ่งชี้ว่านิติบุคคลขนาดใหญ่โดยเฉพาะที่มีสัญชาติต่างชาติ มีความสามารถในการทำกำไรดีกว่ากลุ่มนิติบุคคลขนาดกลางและขนาดเล็กซึ่งส่วนใหญ่มีสัญชาติไทยอย่างชัดเจน

การศึกษาพบว่า ค่าเฉลี่ย POS เท่ากับ ๔.๓ ซึ่งดูเหมือนน้อย แต่บริษัท โอสภสภ

(เด็กเซงหยู) จำกัด ซึ่งได้รับการจัดอันดับเป็นนิติบุคคลที่มีรายได้สูงสุด ๓๐ อันดับแรกของกลุ่มผู้ขายสินค้าอุปโภคบริโภค บริษัทฯ มีค่า POS เพียง ๕ เท่านั้น มีนิติบุคคลร้อยละ ๒๖.๒ ที่มีค่า POS มากกว่า ๕ และในจำนวนนี้เป็นกลุ่มนิติบุคคลขนาดใหญ่ถึงร้อยละ ๕๔.๙

เมื่อเปรียบเทียบผู้ผลิตและขายขนาดใหญ่ที่เป็นของคนไทยที่มีทรัพย์สินสูงสุด ๓ อันดับแรก กับผู้ผลิตและขายขนาดใหญ่ที่เป็นการร่วมลงทุนกับต่างชาติ ๓ อันดับแรกเช่นกัน พบว่า POS ของกลุ่มหลังอยู่ระดับที่ต่ำมาก แม้ว่าจะมีรายได้และกำไรสูงกว่ากลุ่มแรก ดูเหมือนว่านิติบุคคลร่วมลงทุนที่เป็นประเภทผู้ผลิตจะได้กำไรน้อยและกำไรต่อยอดขายยิ่งลดลงไปอีก นิติบุคคลเหล่านี้ส่วนใหญ่จะเป็นผู้ผลิตภายใต้ชื่อการค้าของผู้นำเข้าโดยเป็นเครือข่ายเดียวกัน จะเห็นว่ารายได้ กำไรและกำไรต่อยอดขายแปรผกผันโดยตลอด โดยเฉพาะเมื่อเปรียบเทียบกับนิติบุคคลไทยจะเห็นว่าทิศทางที่ต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับลำดับการมีรายได้สูงสุดที่ผกผันกับลำดับที่ของการได้กำไร ดังกล่าวแล้วในตอนต้น

ข้อคิดเห็น

อย่างไรก็ตาม กรณีศึกษานี้เป็นการวิเคราะห์งบการเงินของธุรกิจเฉพาะปี 2538 เท่านั้น จึงมีข้อจำกัด ของข้อมูล ไม่สามารถสะท้อนสภาพธุรกิจของไทยว่ามีการเจริญเติบโตเช่นเดียวกับธุรกิจทั่วโลกหรือไม่ควรมีการวิเคราะห์ในแนวนอน คือวิเคราะห์ข้อมูลหลาย ๆ ปี จึงสามารถศึกษาถึงสภาพของธุรกิจหรือการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ได้อย่างแท้จริง

แม้ว่ากลุ่มตัวอย่างในการศึกษา เป็นเพียงร้อยละ ๓๐.๙ ของประชากรทั้งหมดแต่เมื่อพิจารณาจากรายได้รวมจำนวน ๓๗,๓๙๒,๘๒๙,๕๗๑ บาท และผลกำไรรวมจำนวน ๑,๗๑๗,๓๒๒,๐๐๑ บาท จะเห็นว่าธุรกิจด้านยาของประเทศไทยมีขนาดของธุรกิจที่มีขนาดไม่เล็กนัก ดังจะเห็นได้จากการที่มีธุรกิจอาศัยอยู่ใน ๓๐ ลำดับแรกของธุรกิจด้านสินค้าอุปโภคบริโภคหลายอันด้วยที่มีรายได้สูงสุด ข้อที่น่าสังเกต คือ ธุรกิจขนาดใหญ่มีรายได้ ที่เหนือกว่าธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็กอย่างมากมาย (๓๐ : ๔ : ๑) และจำนวนธุรกิจที่ได้กำไรร้อยละ ๙๗, ๘๘, และ ๖๙ ตามลำดับ โดยที่ธุรกิจขนาดใหญ่ส่วนใหญ่จะเป็นผู้ที่มีสัญชาติต่างชาติ หรือมีการร่วมลงทุนจากต่างชาติเมื่อพิจารณาจากค่าใช้จ่ายประกอบ ธุรกิจขนาดใหญ่ยังคงมีส่วนค่าใช้จ่ายต่อยอดขายในระดับที่ต่ำกว่าอีก ๒ กลุ่ม ซึ่งทั้งนี้อาจเป็นเพราะธุรกิจขนาดใหญ่มีการดำเนินการในลักษณะที่เป็นระบบ มีการใช้เทคโนโลยีที่สามารถช่วยลดต้นทุน หรือลดค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่ดีกว่า มีการใช้วิธีทางการบริหารจัดการ หรือ ระบบการบัญชีที่ถูกต้องแม่นยำกว่าทำให้สามารถคาดประมาณการต่างที่ค่อนข้างถูกต้อง เหล่านี้เป็นปัจจัยส่งเสริมให้การประกอบกิจการดำเนินไปด้วยดี มีต้นทุนต่อหน่วยที่ต่ำมีการเจริญเติบโตในอัตราสูง ดังเช่นที่นิติบุคคล โรช (ประเทศไทย) ได้รายงานว่ ในครึ่งปีแรกของ พ.ศ. ๒๕๔๐ นิติบุคคลมีการเจริญเติบโตถึงร้อยละ ๓๑ และคาดว่าจะมียอดขายถึง ๑,๐๐๐ ล้านบาท ในปี ๒๕๔๐ (กรุงเทพธุรกิจ, ๒๕๔๐)

ข้อที่ควรคำนึงคือ ธุรกิจขนาดเล็ก ซึ่งมีส่วนใหญ่ไม่มีการร่วมลงทุนจากต่างชาติมีผลตอบแทนค่อนข้างน้อย และกิจการร้อยละ ๓๑ ประสบปัญหาขาดทุน ควรมีการดูแลหรือให้ความช่วยเหลืออย่างไรเพื่อให้ธุรกิจเหล่านี้มีความเข้มแข็งและเจริญเติบโตได้ มีเช่นนั้นธุรกิจอาจจะยังมีสภาพกึ่งผูกขาด (Oligopoly) โดยนิติบุคคลข้ามชาติยิ่งขึ้น และประเด็นเรื่องคุณภาพนับเป็นประเด็นที่ควรนำมาพิจารณา เพราะหากกิจการมีผลกำไรน้อย นิติบุคคลอาจจะเลยการลงทุนในขบวนการผลิตและควบคุมคุณภาพผลิตภัณฑ์ เป็นภาระของรัฐในการติดตามตรวจสอบการไม่ได้คุณภาพมาตรฐานผลิตภัณฑ์ของรัฐเอง

ข้อมูลที่ได้จากการศึกษานี้อาจไม่ค่อยตรงกับสภาพการณ์ในปัจจุบัน ที่นิติบุคคลข้ามชาติได้มีการรวม (Merge) หลายแห่งทำให้ค่าใช้จ่ายลดลง อาจส่งผลให้กิจการมีผลตอบแทนที่ดีขึ้น และเมื่อผนวกกับเรื่องสิทธิบัตรยาที่ทำให้ตลาดขาดการแข่งขัน กับการนำเข้ายาใหม่ที่มีมูลค่าสูงและราคาสูงขึ้นมาก ยาบางตัวมีราคาขายส่งแพงกว่าราคาในประเทศสหรัฐอเมริกาเสียอีก โดยเฉพาะยารักษาโรคเฉพาะทางที่หายากทดแทนยาก เช่นยาเอดส์ ยามะเร็ง (ดวงทิพย์ หงษ์สมุทร, ๒๕๔๒) นิติบุคคลยาข้ามชาติต่าง ๆ โดยเฉพาะผู้ที่มีกิจการประเภทนำเข้าหรือส่งเข้ามาในราชอาณาจักรน่าจะมีผลประโยชน์ที่ดียิ่งขึ้นโดยเฉพาะในส่วนของกำไรได้กำไร ต่างจากผู้ผลิตรายใหญ่ที่เป็นการร่วมลงทุนกับต่างชาติซึ่งแม้จะมีรายได้และกำไรสูงแต่กลับมีกำไรต่อยอดขายต่ำ ซึ่งอาจเป็นเพราะลักษณะของกิจการที่มีการใช้กลยุทธ์ราคาโอน (Transfer pricing) ทำให้ต้นทุน โดยเฉพาะต้นทุนวัตถุดิบสูงกว่าความเป็นจริง

แม้ว่าข้อมูลจาก IMS แสดงว่าประเทศไทยมีส่วนแบ่งการตลาดในมูลค่าเพียงร้อยละ ๐.๒๖ ของมูลค่ายาที่จำหน่ายทั่วโลกหรือคิดเป็นมูลค่า ๑๖,๗๙๓,๐๕๐,๐๐๐ บาท ในราคา ณ โรงงาน แต่อัตราการเจริญเติบโตของตลาดในประเทศไทยที่ประมาณการว่า เป็นร้อยละ ๙.๘ ก็สูงกว่าอัตราการเจริญเติบโตทั่วโลกที่ประมาณการไว้ที่ระดับร้อยละ ๕.๘ แสดงถึงศักยภาพในด้านการบริโภคที่นำลงทุน อันอาจส่งผลให้มีการนำเข้าใหม่ ๆ มาวางตลาดมากขึ้น ในขณะที่ธุรกิจระดับประเทศไม่มีสินค้าใหม่เนื่องจากการคุ้มครองของสิทธิบัตรยาทำให้ต้องหันไปใช้กลยุทธ์การตลาด เพื่อผลักดันให้เกิดการซื้อขายผลิตภัณฑ์เดิมที่มีอยู่ ไม่ว่าจะเป็นการโฆษณาหรือการลดราคาดังเช่นนิติบุคคลแห่งหนึ่งได้จัดรายการพิเศษเมื่อซื้อยาครบ ๗๐,๐๐๐ บาท จะแถมทีวีสีขนาด ๑๔ นิ้ว ๑ เครื่อง ซึ่งอาจส่งผลกระทบที่ไม่พึงปรารถนา เช่น เกิดการใช้ยาเกินจำเป็น การควบคุมคุณภาพยาลดลง การใช้วัตถุดิบราคาถูก เป็นวงจรที่ไม่ทำให้เกิดการพัฒนาอุตสาหกรรมยาภายในประเทศ

ในการศึกษาวิเคราะห์งบการเงินครั้งต่อไปควรจะเป็นการวิเคราะห์ที่ต่อเนื่องโดยเป็นการวิเคราะห์ทั้งในแนวนอน (ดูแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของรายการต่าง ๆ ในงบการเงินเมื่อเวลาผ่านไป) และการวิเคราะห์ในแนวดิ่ง (วิเคราะห์เปรียบเทียบรายการต่าง ๆ ในงบการเงินของปีเดียวกัน) ทั้งนี้เพื่อให้สามารถเห็นผลประกอบการและแนวโน้มของธุรกิจ และควรเพิ่มการจัดแบ่งกลุ่มตามประเภทของกิจการเป็นผู้นำเข้า ผู้ผลิต และผู้ขาย และจำแนกประเภทผู้ประกอบการยาต้นแบบ (Original products) และยาสามัญ (Generic products) ซึ่งจะสอดคล้องกับแนวทางการดำเนินงานของภาครัฐ และยังคงอาจเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมยาสามัญภายในประเทศและการกำหนดนโยบายของหน่วย

งานที่เกี่ยวข้อง เช่นการควบคุมราคา ของกระทรวงพาณิชย์ นโยบายแห่งชาติด้านยา ของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา เพราะผลจากการศึกษานี้ชี้ให้เห็นถึงผลประโยชน์ที่ต่างกันมากระหว่าง นิติบุคคลขนาดใหญ่ กลาง และเล็ก โดยเฉพาะกลุ่มที่มีสัญชาติไทยและสัญชาติต่างชาติ จึงควรมีการศึกษาเพิ่มเติมในปัจจัยที่เกี่ยวข้องทั้งในเชิงเทคนิควิชาการ การบัญชี และการบริหารจัดการ

บรรณานุกรม

ชนิดา จิตรน้อมรัตน์. การบริหารการเงิน (Financial Management). พิมพ์ครั้งที่ ๓. กรุงเทพฯ, นิติบุคคลเอ็ดิสัน เพรส โปรดักส์ จำกัด. ๒๕๓๘.

ดวงทิพย์ หงษ์สมุทร. การเปรียบเทียบราคายาระหว่างระหว่างไทยและสหรัฐอเมริกา. ๒๕๔๒. เอกสารโรเนียว. สถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข. กระทรวงสาธารณสุข.

นิรนาม. ๒๕๔๐. เซริงปรับกลยุทธ์วางชุมชนชายหัวเอเชีย กรุงเทพฯธุรกิจ. ฉบับประจำวันที ๒๙ มกราคม ๒๕๔๐. หน้า ๗.

สมยศ นาวิการ. เศรษฐศาสตร์การบริหาร. พิมพ์ครั้งที่สาม. กรุงเทพฯ, นิติบุคคลสารมวลชล จำกัด. ๒๕๓๗.

สุมาลี ศรีบุญเรือง, วิสารท์ หงษ์ศิริรัตน์ และยุพิน เจริญสันดร. การบัญชีบริหาร (Managerial Accounting). พิมพ์ครั้งที่สาม. กรุงเทพฯ, โรงพิมพ์สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง. ๒๕๓๔.

Hilton, Ronald W. Managerial Accounting. ๓ rd edition USA,. McGraw – Hill. ๑๙๙๗.

U.S. Congress, Office of Technology Assessment, Pharmaceutical R&D: Costs, Risks and Rewards. OTA – H – ๕๒๒. Washington DC ; U.S Government Printing office. ๑๙๙๓.

Advance Research group. Thailand Company Information. ไม่ปรากฏสถานที่พิมพ์. ๒๕๓๙.

ภาคผนวกที่ ๑

ปี พ.ศ.	มูลค่าการนำเข้า ยาแผนปัจจุบัน		มูลค่าการ ผลิตยาแผนปัจจุบัน		มูลค่ายา ที่ผลิตและนำเข้า	
	มูลค่า	ร้อยละที่เพิ่ม	มูลค่า	ร้อยละที่เพิ่ม	มูลค่า	ร้อยละที่เพิ่ม
๒๕๓๔	๕,๒๕๐	-	๙,๙๘๓	-	๑๕,๒๓๓	-
๒๕๓๕	๕,๗๙๖	๑๐.๔	๑๑,๐๘๑	๑๑.๐	๑๖,๘๗๗	๑๐.๘
๒๕๓๖	๖,๒๒๐	๗.๓	๑๒,๑๐๖	๙.๓	๑๘,๓๒๖	๘.๖
๒๕๓๗	๗,๒๙๗	๑๗.๓	๑๓,๒๕๓	๙.๕	๒๐,๕๕๐	๑๒.๑
๒๕๓๘	๑๐,๗๖๓	๔๗.๕	๑๖,๒๘๑	๒๒.๘	๒๗,๐๔๕	๓๑.๖

ที่มา : กองควบคุมยา สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

ภาคผนวกที่ ๒
ตัวอย่างงบดุล ของนิติบุคคลหนอง จำกัด

นิติบุคคลหนอง จำกัด
งบดุล
ณ วันที่ ๓๑ ธันวาคม ๒๕๓๑

สินทรัพย์

เงินสด	๑๐๐,๐๐๐
หลักทรัพย์ในความต้องการตลาด	๗๐,๐๐๐
ลูกหนี้	๑๕๐,๐๐๐
สินค้าคงเหลือ	๒๕๐,๐๐๐
โรงงานและอุปกรณ์	๖๐๐,๐๐๐
หัก ค่าเสื่อมราคาสะสม	(๒๐๐,๐๐๐)
ที่ดิน	๓๑๐,๐๐๐
หลักทรัพย์อื่น ๆ	๗๐,๐๐๐
รวม	<u>๑,๓๕๐,๐๐๐</u>

หนี้สินและส่วนของผู้ถือหุ้น

เจ้าหนี้	๔๐,๐๐๐
ค่าภาษีค้างจ่าย	๒๐,๐๐๐
หุ้นกู้ชั้นหนึ่ง (๕%)	๑๓๐,๐๐๐
หุ้นกู้ชั้นรอง (๖%)	๒๒๐,๐๐๐
หุ้นสามัญ	๑๕๐,๐๐๐
ส่วนเกินมูลค่าหุ้น	๕๐,๐๐๐
กำไรสะสม	๗๓๐,๐๐๐
รวม	<u>๑,๓๕๐,๐๐๐</u>

ที่มา : ชนิตา จิตรน้อยรัตน์, การบริหารการเงิน (Financial Management), ๒๕๓๘

ภาคผนวกที่ ๓
ตัวอย่างงบกำไรขาดทุน ของนิติบุคคลของ

นิติบุคคลของ จำกัด
งบกำไรขาดทุน
สำหรับปีสิ้นสุด วันที่ ๓๑ ธันวาคม ๒๕๓๑

ยอดขาย		๗๕๒,๐๐๐
หัก ต้นทุนขาย		<u>๔๙๐,๐๐๐</u>
กำไรขั้นต้น		๒๖๒,๐๐๐
หัก ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ		
ค่าใช้จ่ายดำเนินงาน	๒๓๒,๐๐๐	
ค่าเสื่อมราคา	๘๐,๐๐๐	
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด	๒,๐๐๐	
ดอกเบี้ยจ่าย	<u>๒๘,๐๐๐</u>	
	(๓๔๒,๐๐๐)	
กำไรสุทธิ (ขาดทุนสุทธิ)		<u>(๘๐,๐๐๐)</u>

ที่มา : ชนิตา จิตน้อมรัตน์, การบริหารการเงิน (Financial Management), ๒๕๓๘

ภาคผนวกที่ ๔
ประเภทของธุรกิจที่แจ้งไว้ในรายงานงบการเงินประจำปี

ผลิตยา

ขายส่ง/ขายปลีกยาผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับยา

ขายส่ง/ขายปลีกยารักษาและป้องกันโรคสำหรับคนและสัตว์

ซื้อขายยารักษาสัตว์

อุตสาหกรรมเวชภัณฑ์และอาหารเสริมสำหรับสัตว์ ขายส่ง/ขายปลีกเวชภัณฑ์และอาหารเสริมสำหรับสัตว์

ขายส่ง/ขายปลีกยารักษาสัตว์

ผลิตยารักษาโรค-ยารักษาคนและสัตว์ เครื่องเวชภัณฑ์

ขายยารักษาสัตว์ เคมีภัณฑ์ รับจ้างทำยา

ขายส่ง/ขายปลีกยาสำหรับคนและสัตว์ ยาปราบศัตรูพืช อุปกรณ์ไฟฟ้าและอะไหล่รถยนต์

จำหน่ายยารักษาโรคพืชและสัตว์

นายหน้าซื้อขายยารักษาโรคทุกชนิดทั้งคนและสัตว์

ผลิตซื้อขายยารักษาสัตว์

ขายส่ง/ขายปลีกวัคซีนสัตว์ ยารักษาสัตว์

ขายปลีกอาหารสัตว์ ยารักษาโรคสัตว์

ผลิตและจำหน่ายยารักษาโรค อาหาร เครื่องสำอาง

นำเข้าเพื่อจำหน่ายยารักษาและป้องกันโรค

นำเข้ายาสำเร็จรูปแผนปัจจุบัน

ส่งและจำหน่ายยาสำเร็จรูป

นำส่ง ผลิต และจำหน่ายยาแผนปัจจุบัน

นำเข้า ขายส่งผลิตภัณฑ์ยา

จำหน่ายเวชภัณฑ์ยา นำเข้าเวชภัณฑ์

ขายส่ง/ขายปลีก นำเข้าเวชภัณฑ์มาจำหน่าย เช่นยาแผนปัจจุบัน

จำหน่ายเวชภัณฑ์ยา นำเข้าเวชภัณฑ์

อุตสาหกรรมโรงงาน ยาคน และยาสัตว์

ขายส่งเวชภัณฑ์ เคมีภัณฑ์

ผู้ผลิตและจำหน่ายยารักษาโรคแผนปัจจุบัน

ผลิตซอพเจลดินแคปซูล

จำหน่ายยา เครื่องสำอาง และสินค้าเบ็ดเตล็ด

ค้าอสังหาริมทรัพย์นำเข้าและขายยาแผนปัจจุบัน

ขายปลีกยาแผนปัจจุบัน

ขายส่ง/ขายปลีกยาแก้ไอ ไโตามินรวม เครื่องมือแพทย์

ขายส่ง/ขายปลีกเวชภัณฑ์ทางการแพทย์ เครื่องมือแพทย์ ยา

ผลิตภัณฑ์ทางการแพทย์ เวชภัณฑ์ เคมีภัณฑ์

ขายส่ง/ขายปลีกเคมีภัณฑ์ ยา ผลิตภัณฑ์ตรวจวิเคราะห์โรค เครื่องมือแพทย์ ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการเกษตร

ผลิตยา เครื่องเวชภัณฑ์ เคมีภัณฑ์ วัสดุทางการแพทย์ ขายส่ง/ขายปลีกวัสดุทางการแพทย์

ขายส่งยาและเวชภัณฑ์ยา เครื่องมือแพทย์

ยารักษาโรคทุกชนิด เคมีภัณฑ์ทุกชนิด เครื่องมือแพทย์ทุกชนิด

ขายส่ง/ขายปลีกผลิต นำเข้า ส่งออกยาแผนปัจจุบัน

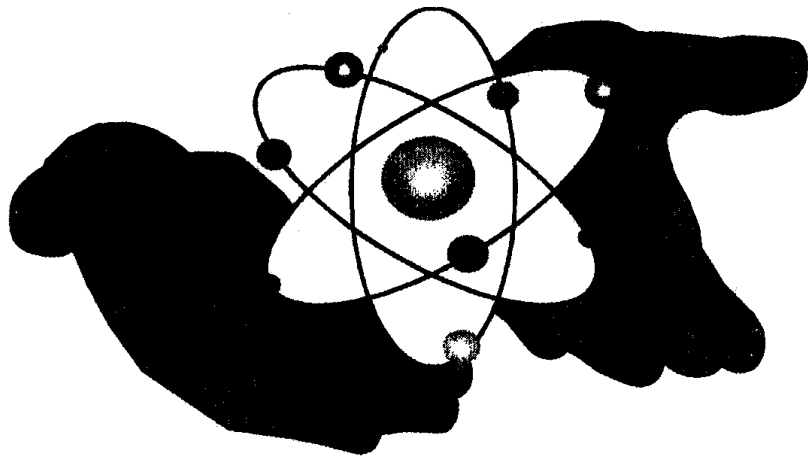
ผลิตเครื่องสำอางยารักษาโรค

อุตสาหกรรม เวชภัณฑ์ เคมีภัณฑ์ เครื่องสำอาง ขายส่ง/ขายปลีก เวชภัณฑ์ เคมีภัณฑ์ เครื่องสำอาง

ขายส่ง/ขายปลีกยารักษา

รายงานการศึกษา

เรื่อง กลยุทธ์การกำหนดราคาขายในประเทศไทย



โดย

นางสาวดวงทิพย์ หงษ์สมบูรณ์

ภายใต้การสนับสนุนงบประมาณจากทุนพัฒนานักวิจัย

สถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข กระทรวงสาธารณสุข

กันยายน 2541

สารบัญ

	หน้า
บทที่ 1 ปัญหาและความสำคัญ	1
บทที่ 2 ธุรกิจและการกำหนดราคา	5
บทที่ 3 วิธีการศึกษา	11
บทที่ 4 สรุปผลการศึกษาและข้อคิดเห็น	13

บทที่ 1 ปัญหาและความสำคัญ

ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์กล่าวว่า หากตลาดมีการแข่งขันสมบูรณ์ (pure competition) คือ มีผู้ซื้อผู้ขายมากมาย และข้อมูลประกอบการตัดสินใจมีเพียงพอ จะทำให้เกิดการแข่งขันด้านราคา ผู้บริโภคจะได้รับประโยชน์ ไม่ต้องซื้อสินค้าในราคาที่แพงเกินจำเป็น เพราะกลไกการตลาดจะทำหน้าที่ปรับให้ราคาอยู่ในดุลยภาพที่เหมาะสม แต่สำหรับอุตสาหกรรมยา แม้จะมีผู้ผลิตทั่วโลกนับเป็นจำนวนหมื่นราย แต่กลับมีผู้ผลิตที่มีการลงทุนด้านค้นคว้าและวิจัย (R&D) และมีเครือข่ายทั่วโลกอยู่ไม่เกิน 100 ราย (WHO, 1988) ค่าใช้จ่ายด้านวิจัยและพัฒนาของบริษัทเหล่านี้สูงมาก มูลค่าที่ประมาณใน ปี 1984 คือ 6.5 พันล้านเหรียญสหรัฐ (WHO, 1988) แต่ในทางกลับกันบริษัทเหล่านี้คือ ผู้ที่มีส่วนแบ่งการตลาดส่วนใหญ่ในประเทศกำลังพัฒนาทั้งหลาย ดังข้อมูลจากองค์การอนามัยโลก ที่แสดงส่วนแบ่งการตลาดในอียิปต์ร้อยละ 30 อาร์เจนตินาร้อยละ 50 และเกือบร้อยละ 100 ในประเทศทวีปแอฟริกา (WHO, 1988)

แม้จะมีผู้ผลิตจำนวนมาก แต่อุตสาหกรรมยาไม่นับว่าเป็นการแข่งขันที่สมบูรณ์ เพราะผู้ผลิตแต่ละราย โดยเฉพาะผู้ผลิตที่มีการลงทุนด้านการวิจัยและพัฒนา จะมีการแบ่งแยกกลุ่มตามความชำนาญเฉพาะทาง เช่น ยา ด้านผิวหนัง ยาโรคหัวใจ ยาปฏิชีวนะ หรือวัคซีน เพราะจำเป็นต้องอาศัยความชำนาญการเทคนิควิชาการ และเทคโนโลยีที่ค่อนข้างจำเพาะในกลุ่มยาแต่ละอย่าง จึงทำให้เกิดสภาพกึ่งผูกขาด (Oligopoly) ดังจะเห็นได้จากค่า four-firm concentration ratio ที่แสดงให้เห็นถึงสภาพกึ่งผูกขาดของอุตสาหกรรมยาในยาแต่ละประเภทในสหรัฐอเมริกา (Grabowski and Vernon, 1979)

ตลาดยาในประเทศไทยจัดว่าอยู่ในลักษณะที่กึ่งผูกขาดเช่นเดียวกับสหรัฐอเมริกา แม้ว่าข้อมูลจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ในปี 2539 จะมีจำนวนใบอนุญาตผลิตยา 179 ราย และผู้นำเข้ายาจากต่างประเทศ 539 ราย แต่จากการศึกษาของนุศรา ตติยะไพบุลย์ (2538) โดยใช้ four-firm concentration ratio แสดงให้เห็นว่า ยาเม็ด tetracycline แม้จะมีผู้ประกอบการอยู่ 68 ราย แต่สภาพการตลาดก็จัดเป็น tight oligopoly เพราะมีค่า ratio ถึงร้อยละ 71.50 และยาลายชนิดมีผู้ประกอบการเพียง 1-2 รายเท่านั้น ซึ่งเป็นตลาดแบบผูกขาด

นอกเหนือจากสภาพการตลาดที่อยู่ในลักษณะที่กึ่งผูกขาดโดยการใช้ค่า four-firm concentration ratio เป็นตัวชี้วัดแล้ว ยังพบว่าเมื่อเปรียบเทียบอุตสาหกรรมยากับอุตสาหกรรมอื่น โดยมีการปรับค่าความเสี่ยงของอุตสาหกรรมแต่ละประเภทแล้ว อุตสาหกรรมยายังมี rate of return ที่สูงกว่าอุตสาหกรรมอื่นอีกร้อยละ 2-3 ต่อปี และผลตอบแทนต่อการพัฒนาและวิจัยที่อุตสาหกรรมยา กล่าวว่ามีความเสี่ยงสูงและใช้เวลานานมากในการพัฒนายาตัวใหม่นั้น อยู่ในระดับที่สูงกว่าระดับที่ควรจะเป็นที่พอใจเสียอีก (Office of Technology Assessment, 1993) ในปี 2538 HAI (Health Action International) ซึ่งเป็นองค์กรเอกชน ได้สำรวจราคาขายปลีกของยาที่ใช้ทั่วไป 22 ชนิด ใน 29 ประเทศ มีทั้งประเทศที่กำลังพัฒนาและที่พัฒนาแล้ว พบความแตกต่างของราคาขายที่น่าสนใจหลายประการ ที่สำคัญที่สุดคือ มียาลายชนิดที่ราคาขายปลีกในประเทศกำลังพัฒนา มีราคาสูงกว่าประเทศที่พัฒนาแล้ว เช่น การเปรียบเทียบราคาระหว่างประเทศแคนาดาและประเทศฟิลิปปินส์ ในยาชื่อการค้าต่อไปนี้ Amoxil® 14 และ 29, Tagamet® 25 และ 95, Septrin® 06 และ 53, Inderal® 15 และ 25, Zantac® 81 และ 95 เทียบสหรัฐต่อ 100 เม็ดตามลำดับ หากเปรียบเทียบราคาระหว่างสหรัฐอเมริกาและแคนาดา พบว่า มีความแตกต่างกันโดยเฉลี่ยประมาณ สี่เท่า ส่วนยาลายชนิดเดียวกันที่มีชื่อการค้าต่างกัน พบว่ายาต้นแบบ (original) มีราคาสูงกว่ายาสามัญ (generic) อย่างเห็นได้ชัด

การศึกษาที่แสดงถึงความแตกต่างของราคายา ที่มีชื่อการค้าเดียวกันนี้ ยังมีการศึกษาของ Government Accounting Office เปรียบเทียบราคายาในสหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร และแคนาดา โดยมีการปรับค่าความแตกต่างทางเศรษฐกิจของทั้งสามประเทศ แต่ก็ยังพบความแตกต่างด้านราคาในระดับที่สูงมาก (GAO, 1992 และ 1994)

ในประเทศปากีสถานก็พบว่า ค่าดัชนีราคายาเพิ่มขึ้นสูงกว่าการเพิ่มของดัชนีราคาผู้บริโภค ตั้งแต่ปี 2535 ถึง 2539 โดยมีค่า 119.6 และ 123.8, 132.0 และ 132.2, 151.0 และ 162.8 และ 168.8 และ 212.8 ตามลำดับ (Network, 1996 suppl.)

ประเทศไทยแม้จะยังไม่มีการศึกษาเรื่องราคายาที่ชัดเจน แต่พบว่ามูลค่าการใช้ยาในแต่ละปี ระหว่างปี 2530 - 2535 เพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 23 ในขณะที่ค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาลเพิ่มขึ้นร้อยละ 14 และ GNP เพิ่มขึ้นเพียงร้อยละ 8 (สุวิทย์ วิบุลผลประเสริฐ บรรณาธิการ, 2537) การที่มูลค่ายาเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วนี้ ส่วนหนึ่งอาจเป็นเพราะมีการใช้ยาที่มีราคาแพงเพิ่มขึ้นมาก โดยเฉพาะกลุ่มยาปฏิชีวนะ ตัวอย่างเช่น มีการใช้ยากลุ่ม Cephalosporins ซึ่งมีราคาแพงมากเพิ่มขึ้น ร้อยละ 20.9 ในขณะที่การใช้ยากลุ่ม penicillins ซึ่งมีราคาถูกกว่ามีการเพิ่มขึ้นเพียงร้อยละ 8.0 (คณะทำงานศึกษาการใช้ยา, 2537)

หลายประเทศมีการกำหนดนโยบายเกี่ยวกับราคายาโดยใช้มาตรการต่าง ๆ เพื่อมิให้การกำหนดราคายาที่เกินจำเป็นอันจะส่งผลไปถึงมูลค่าการรักษาพยาบาล เพราะยาเป็นองค์ประกอบหลักของค่ารักษาพยาบาล

ประเทศไทยได้มีการกล่าวถึงเรื่องราคายาไว้ในนโยบายแห่งชาติด้านยาเหมือนกัน โดยกล่าวว่า "ให้ยาที่มีราคาพอควรกระจายอย่างเหมาะสม" แต่มิได้มีมาตรการรองรับที่ชัดเจน คงมีแต่การกำหนดราคากลางของยาในบัญชียาหลักแห่งชาติ เพื่อเป็นเกณฑ์ในการจัดซื้อยาเข้าโรงพยาบาลเท่านั้น (เสาวคนธ์ รัตนวิจิตรศิลป์ และคณะ, 2539)

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข ซึ่งรับผิดชอบในการอนุญาตว่าสมควรให้มีขายชนิดใดจำหน่ายในประเทศไทย โดยขบวนการขึ้นทะเบียนตำรับยา แต่ก็มิได้มีการกำหนดให้แจ้งข้อมูลเกี่ยวกับต้นทุนหรือราคายา คงมีแต่กรมการค้าภายในกระทรวงพาณิชย์เท่านั้น ที่เป็นผู้กำหนดรายการยาที่ต้องควบคุม ซึ่งส่วนใหญ่เป็นยาพื้นๆ และราคาไม่แพง มีไม่มากรายการนัก และโดยปกติยาเหล่านี้มักมีราคาของแต่ละยี่ห้อไม่แตกต่างกัน เช่น ยาแก้ปวด ยาแก้หวัดชนิดผง แต่หากเป็นยาที่จำเพาะ เช่น ยาลดความดันโลหิต Enalapril พบว่ามีราคาขายจากผู้ผลิตตั้งแต่ 25 - 60 บาท โดยจำหน่ายให้ผู้บริโภค ในราคา 30 - 75 บาท

โดยที่การศึกษาเกี่ยวกับการกำหนดราคายายังมีไม่มากนัก โครงการนี้จึงมุ่งทำความเข้าใจเกี่ยวกับกลไกการกำหนดราคา และปัจจัยต่าง ๆ ที่เป็นองค์ประกอบหลัก รวมทั้งผลของมาตรการด้านรัฐ ต่อราคายา เพื่อเป็นการสร้างองค์ความรู้ สำหรับการนำไปใช้ประโยชน์ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่อไป

วัตถุประสงค์ทั่วไป

วัตถุประสงค์โดยรวมของงานวิจัยเป็นการศึกษา วิธีการกำหนดราคายาในประเทศไทยว่ามีความแตกต่างกันอย่างไร และปัจจัยใดบ้างมีผลกระทบต่อการกำหนดราคายาดังกล่าว โดยมีวัตถุประสงค์เฉพาะ ดังนี้

1. สำรวจปัจจัยสำคัญที่เป็นตัวกำหนดราคายา
2. ศึกษาโครงสร้างค่าใช้จ่ายของบริษัท
3. ประมาณค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของค่าส่งเสริมการขายเปรียบเทียบกับยอดขาย
4. ศึกษาผลของราคากลางการใช้รายการจำเป็น การซื้อยารวม และภาษีต่าง ๆ ต่อราคายา
5. ประเมินความเห็นต่อการใช้ generic substitution

โดยศึกษาวิธีการกำหนดราคายา 3 กลุ่ม คือ

- ยาต้นแบบ (original products)
- ยาสามัญที่นำเข้า (imported generic drugs)
- ยาสามัญที่มีการผลิตภายในประเทศ (local manufactured generic drugs)

ขอบเขตการศึกษา

ในการศึกษานี้ จะมุ่งเฉพาะยาสำเร็จรูปแผนปัจจุบัน เฉพาะที่เป็นยาสำหรับมนุษย์จากผู้ประกอบการสามกลุ่ม คือ

- ผู้นำเข้า ยาสำเร็จรูปที่เป็นยาต้นแบบ (original drugs)
- ผู้นำเข้า ยาสำเร็จรูปที่เป็นยาสามัญ (generic drugs)
- ผู้ผลิตยาในประเทศที่ผลิตยาสามัญ (generic manufacturers)

วิธีการวิจัย

1. กรอบแนวความคิดในการวิจัย (conceptual Framework)

โดยธรรมชาติของยานั้น แม้ว่าจะเป็นชนิดเดียวกันแต่จะมีราคาที่แตกต่างกัน ขึ้นกับปัจจัยมากมาย เช่น ชื่อเสียงของบริษัท ระยะเวลาการเข้าสู่การตลาด คู่แข่งขัน การตลาด ฯลฯ ซึ่งไม่สามารถกำหนดได้ชัดเจนว่า ปัจจัยใดมีผลต่อราคายามากที่สุด ในการศึกษานี้ได้แบ่งยาที่จะศึกษาออกเป็น 3 กลุ่มใหญ่ คือยาต้นแบบ ซึ่งจะมีราคาแพงที่สุด ยากลุ่มที่แพงรองลงมาคือ ยาสามัญที่เป็นยานำเข้า และยากลุ่มสุดท้ายที่มักจะมีราคาต่ำสุดคือ ยาสามัญที่ผลิตในประเทศ

การศึกษาจะได้นำปัจจัยที่คาดว่าจะส่งผลต่อการตั้งราคายามาวิเคราะห์ โดยครอบคลุมปัจจัยหลัก 3 กลุ่ม คือ

1.1 การดำเนินงานของบริษัท ซึ่งจะประกอบด้วยการศึกษาในเรื่องของ

- ประเภทของธุรกิจ ได้แก่การวิเคราะห์ในเรื่องการเป็นบริษัทข้ามชาติ หรือบริษัทท้องถิ่น
- ประเภทของผลิตภัณฑ์ เนื่องจากยามีความหลากหลาย เช่นเป็นยาที่คิดค้นใหม่ ยาสำหรับโรคที่เป็นน้อย ยาสำหรับส่งเสริมสุขภาพ ยาที่มีผลต่อการบรรเทาความทุกข์ทรมาน ฯลฯ ประเภทต่าง ๆ เหล่านี้ของยาทำให้การกำหนดราคาอาจมีความแตกต่างกันได้
- ต้นทุนประกอบการ เป็นการศึกษาในรายละเอียดของต้นทุนส่วนต่าง ๆ ได้แก่ ต้นทุนสินค้า ไม่ว่าจะเป็นการผลิต หรือการนำเข้าค่าใช้จ่ายด้านบริหารจัดการ งบประมาณส่งเสริมการขาย รวมไปถึงค่าธรรมเนียมต่าง ๆ
- ส่วนแบ่งการตลาด เป็นการวิเคราะห์ถึงสัดส่วนการตลาดของบริษัท ซึ่งบริษัทที่เป็นผู้นำการตลาด มักจะมีการกำหนดราคาสินค้าที่ค่อนข้างสูงกว่าผลิตภัณฑ์อื่นในประเภทเดียวกัน

1.2 มาตรการภาครัฐ เป็นการศึกษามาตรการต่าง ๆ ที่รัฐได้ดำเนินการเพื่อให้ยาที่จำหน่ายถึงประชาชนนั้นมีคุณภาพและได้มาตรฐานตามที่กฎหมายกำหนดไว้ เช่นเรื่องการรักษาขึ้นทะเบียนตำรับยา หรือมาตรการในอันที่จะทำให้ได้ยาที่มีราคาพอสมควรกระจายถึงมือประชาชนได้อย่างทั่วถึง อันได้แก่มาตรการเกี่ยวกับ

- การควบคุมราคาของกระทรวงพาณิชย์
- นโยบายแห่งชาติด้านยา
- ราคากลาง
- บัญชียาหลักแห่งชาติ
- ระเบียบการจัดซื้อยาของสำนักงานรัฐมนตรี
- การจัดเก็บภาษี
- ระบบการคัดเลือกยาในโรงพยาบาล
- การจัดซื้อยารวม
- นโยบายการใช้ยาสามันทดแทน (generic substitution)

1.3 ปัจจัยด้านธุรกิจ ได้แก่การศึกษาสภาวะเศรษฐกิจ การแข่งขันด้านธุรกิจ และขนาดการบริหารโภคยา ซึ่งเป็นปัจจัยที่ส่งผลถึงการกำหนดราคา

บทที่ 2

ธุรกิจยาและการกำหนดราคา

ธุรกิจยาในประเทศไทย

ผู้ที่ประกอบกิจการด้านธุรกิจยาแผนปัจจุบันสำหรับมนุษย์ในประเทศไทยนั้น หากนับตามใบอนุญาตของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา กระทรวงสาธารณสุข สามารถจำแนกได้ดังนี้

1. ใบอนุญาตนำเข้าหรือส่งยาเข้ามาในราชอาณาจักร จำนวน 539 ราย
2. ใบอนุญาตผลิตยา 179 ราย
3. ใบอนุญาตขายยา จำนวน 9,836 ราย

แต่หากแบ่งตามประเภทของยาแล้ว อาจแบ่งได้เป็น 2 กลุ่มใหญ่ คือ ธุรกิจกลุ่มการนำเข้าหรือผลิตยาลำเร็จรูปสำหรับมนุษย์ประเภทยาต้นแบบ และกลุ่มการนำเข้าหรือผลิตยาลำเร็จรูปสำหรับมนุษย์ประเภทยาสามัญ ส่วนผู้ที่ถือใบอนุญาตขายยานั้น ส่วนใหญ่จะขายยาทั้งสองประเภท

จำนวนบริษัทที่มากพอสมควรนี้ ควรจะมีการแข่งขันทางการค้ามากพอที่จะไม่ให้เกิดการผูกขาดทางธุรกิจได้ แต่ในสภาพข้อเท็จจริงแล้ว ผู้ประกอบการแต่ละบริษัท โดยเฉพาะธุรกิจยาต้นแบบจะมีความชำนาญเฉพาะทางของตนเอง เช่น บริษัท ก. เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านโรคหัวใจ บริษัท ข. เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านวัคซีน ฯลฯ ธุรกิจยาต้นแบบจึงมีลักษณะเป็นการผูกขาดทางการค้า (Monopoly) หรือกึ่งผูกขาดทางการค้า (Oligopoly) การแข่งขันทางธุรกิจจึงไม่ใช่การแข่งขันด้านราคา (Nonprice-competition) แต่จะเป็นการสร้างความแตกต่างของสินค้า (Product differentiation) และการสร้างกิจกรรมส่งเสริมการขาย (Promotion) มากกว่าส่วนกลุ่มผู้ประกอบการยาสามัญซึ่งมีจำนวนมากกว่า การแข่งขันส่วนใหญ่มักเป็นเรื่องราคา (Price competition) มากกว่ากลุ่มยาต้นแบบ (Nusaraporn, 1995 และ Ballance et al, 1992) อย่างไรก็ตามการแข่งขันดังกล่าวข้างต้นเป็นเพียงลักษณะโดยรวมมิได้จำกัดตายตัวเสมอไป

นอกจากนี้ ธุรกิจยายังมีเรื่องสิทธิบัตร (Patent) หรือการคุ้มครองจำเพาะต่าง ๆ ซึ่งไม่มีในธุรกิจประเภทอื่น เช่น การให้ความคุ้มครองในเรื่องยากำพร้า (Orphan drug) การลงทุนด้านวิจัยและพัฒนา ซึ่งกล่าวกันว่า มีค่าใช้จ่ายถึง 231 ล้านดอลลาร์ต่อยา 1 ตัว (DiMasi et al, 1991) แต่ค่าใช้จ่ายดังกล่าวยังมีผู้โต้แย้งว่าน่าจะเป็นตัวเลขที่สูงเกินกว่าความเป็นจริงอยู่ (Office of Technology Assessment, 1993)

ระบบสาธารณสุขของประเทศไทยมีลักษณะเช่นเดียวกับประเทศอื่น คือการตัดสินใจใช้ยาของประชาชนนั้น เกิดจากการได้ข้อมูลผ่านทางสื่อมวลชน หรือการสอบถามจากผู้ขายยา ซึ่งมีการศึกษามากมายชี้ให้เห็นว่า ข้อมูลที่ประชาชนได้รับนั้นมีทั้งการได้ข้อมูลที่ไม่สมบูรณ์ ไม่ถูกต้อง หรือเข้าใจผิดในข้อมูลที่ได้รับ ทำให้การตัดสินใจเลือกใช้ยาไม่ได้อยู่บนพื้นฐานของความถูกต้อง หรือหากประชาชนไม่ได้ตัดสินใจเอง ก็จะมีแพทย์เป็นผู้ตัดสินใจในการเลือกให้ยาให้แก่คนไข้ โดยข้อมูลที่น่ามาประกอบการตัดสินใจมักเป็นข้อมูลด้านวิชาการ โดยมีการศึกษาชี้ให้เห็นว่าแพทย์มักเป็นผู้ที่ไม่คำนึงถึงราคา (Indifferent to price) (Weston., 1979)

ราคา (Price)

ในด้านการตลาดแล้ว ราคาคือกลยุทธ์ทางการตลาดเพียงอย่างเดียวที่ก่อให้เกิดรายได้แก่ผู้ประกอบการ ในขณะที่กลยุทธ์อื่น ๆ ล้วนแต่ทำให้เกิดค่าใช้จ่าย เช่น การโฆษณา การพัฒนาสินค้า การส่งเสริมการขาย ฯลฯ การตั้งราคา จึงเป็นเรื่องที่ละเอียดอ่อนสลับซับซ้อน และมีปัจจัยที่เกี่ยวข้องมากมาย ทั้งในด้านการตลาด การบริหารจัดการ ประเภทของธุรกิจ ประเภทของสินค้า ฯลฯ การตั้งราคาสินค้าแต่ละชนิดไม่สามารถกำหนดเป็นสูตรสำเร็จได้ การทำความเข้าใจในเรื่องการตั้งราคาจึงจำเป็นต้องทำความเข้าใจในปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องด้วยเช่นกัน

โดยทั่วไปแล้วอาจสรุป 5 ปัจจัยหลักที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดราคาได้แก่

1. อุปสงค์ (Demand) ค่าของอุปสงค์จะเป็นตัวกำหนดเพดานสูงสุดของราคา (Ceiling or maximum price) แต่ราคาจะขึ้นไปสูงเพียงใดย่อมเกี่ยวพันโดยตรงกับการรับรู้ในคุณค่า (Customer's perceptions of the product value) ของสินค้านั้นเช่นกัน
2. ต้นทุน (Cost) เป็นตัวกำหนดราคาต่ำสุดที่เป็นไปได้ต้นทุนประกอบด้วย ต้นทุนการผลิต ต้นทุนการตลาด และต้นทุนการกระจายสินค้า (Distribution cost) และต้นทุนความเสี่ยงสำหรับสินค้าที่ยังไม่ได้ออกวางจำหน่ายในตลาด
3. คู่แข่งขัน
4. กำไรและวัตถุประสงค์ของบริษัท เช่น การเป็นผู้นำตลาด ภาพลักษณ์ของบริษัทที่ต้องการ ฯลฯ
5. กฎ ระเบียบและกฎหมายต่าง ๆ

ทั้งนี้ ปัจจัยที่ 3, 4 และ 5 จะเป็นตัวลดช่วงห่างของปัจจัยที่ 1 และ ปัจจัยที่ 2 (Monroe, 1990)

วงจรชีวิตของสินค้า

ในด้านการตลาดสินค้าทุกชนิดมีวงจรชีวิต (Product Life Cycle) ที่ต่างกัน ตามชนิดของสินค้า สิ่งสำคัญคือเทคนิคการขายในแต่ละช่วงชีวิตจะต้องดำเนินการให้เหมาะสมกับช่วงของวงจรชีวิตแต่ละช่วง มิฉะนั้นอาจส่งผลกระทบต่อรายได้และกำไร (สมยศ นาวิการ, 2537) วงจรชีวิตของสินค้า มี 5 ขั้น ได้แก่

1. ขั้นพัฒนาสินค้า ช่วงนี้มีแต่รายจ่าย
2. ขั้นแนะนำสินค้า ค่าใช้จ่ายหลักจะเป็นการกระตุ้นให้เกิดความต้องการใช้สินค้า
3. ขั้นเจริญเติบโต มีความต้องการสินค้ามาก คู่แข่งจะเพิ่มขึ้น แต่ตลาดจะขยายปริมาณการใช้เพิ่มขึ้น
4. ขั้นเจริญเติบโตเต็มที่ อัตราการใช้ลดลง ผู้ซื้อรายใหม่ที่มีศักยภาพลดจำนวนลง อาจมีการแข่งขันด้านราคาเนื่องจากผลผลิตเหลือ มีการนำกลยุทธ์เพื่อป้องกันการเปลี่ยนยี่ห้อมาใช้
5. ขั้นอิ่มตัว ผู้ใช้มากขึ้น มีการแยกแยะความเหมือน หรือความแตกต่าง กลยุทธ์เรื่องราคามีผลมากขึ้น

(Kotler P., 1994)

ปัจจัยสำคัญที่ต้องนำมาพิจารณาควบคู่ไปกับกลยุทธ์การขายในแต่ละช่วงของวงจรชีวิตสินค้า คือ ความยืดหยุ่นของราคา และช่วงอายุของสินค้า ซึ่งในปัจจุบันช่วงวงจรชีวิตสินค้าสั้นลง เพราะความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ทำให้การคิดคำนวณกำไรของสินค้าต้องคิดในระยะเวลาที่สั้นลง (Monroe, 1990)

การแข่งขันทางธุรกิจ

อุตสาหกรรมยามีลักษณะที่พิเศษไปจากอุตสาหกรรมอื่นหลายประการ เป็นผลถึงการแข่งขันในทางธุรกิจและการกำหนดราคาสินค้าด้วยลักษณะพิเศษของอุตสาหกรรมยา ได้แก่

1. ผลิตภัณฑ์ยาเป็นประเภทที่ได้รับการคุ้มครองอย่างยิ่งจากสิทธิบัตร
2. ราคาสินค้าไม่ใช่ปัจจัยสำคัญในการกำหนดอุปสงค์ (Demand)
3. ความสำเร็จของอุตสาหกรรมโดยรวมเกิดจากการคิดค้นสิ่งใหม่ ๆ และกลยุทธ์ในการส่งเสริมการขาย (Ballance, 1992)

นอกจากลักษณะเฉพาะของอุตสาหกรรมยาแล้ว อุตสาหกรรมยายังมีลักษณะที่ขัดต่อลักษณะกึ่งผูกขาดทางการค้า (Oligopoly) อันได้แก่

1. เป็นสินค้าที่มี Brand loyalty สูง
2. มีการสร้าง Product differentiation ได้
3. มี Barrier ในการเข้าสู่ตลาด อันได้แก่ การมีสิทธิบัตร เทคโนโลยี การขึ้นทะเบียนตำรับ ความชำนาญในด้านงานวิจัย ฯลฯ
4. การไม่เท่าเทียมกันในการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร (Asymmetry of information) เพราะผู้ป่วยไม่ใช่ผู้ที่ทราบข้อมูลมากที่สุดเกี่ยวกับยาที่ใช้ รวมทั้งขาดความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับความแตกต่างของยาที่มีในท้องตลาด ทำให้โอกาสเลือกมีน้อย

ในขณะที่เกี่ยวกับบุคลากรทางการแพทย์ที่เป็นผู้ตัดสินใจแทนคนใช้นั้นก็มีข้อจำกัด เช่น ตัดสินใจบนพื้นฐานของข้อมูลที่ได้รับจากบริษัทฯ สูตรตำรับของสถานพยาบาล ซึ่งเป็นผลมาจากการได้รับส่วนลดหรือราคาพิเศษต่าง ๆ ฯลฯ

5. สินค้าที่ทดแทนกันได้เป็นอย่างดีมีไม่มากนัก ซึ่งเป็นผลรวมจากปัจจัยทั้งสามปัจจัยข้างต้น
6. การแข่งขันกันอย่างแท้จริงมีน้อยราย ซึ่งหากพิจารณาเพียงจำนวนผู้ประกอบการ ดูเหมือนว่ามีจำนวนมาก แต่เนื่องจากเกิด segmentation ทั้งในประเภทของธุรกิจ และผู้ซื้อ ทำให้การแข่งขันมีไม่มากนัก (Managhan and Monaghan, 1996)

segmentation ที่เกิดขึ้นในธุรกิจยามีหลากหลาย เช่น บริษัทฯ มีความเชี่ยวชาญในประเภทของยาโรคหัวใจ หรือการแบ่งธุรกิจเป็นการขายปลีกหรือขายส่ง หรือการแบ่งในกลุ่มผู้ซื้อ เช่น โรงพยาบาลมหาวิทยาลัย โรงพยาบาลศูนย์ โรงพยาบาลในเขตภาคกลาง คลินิกเฉพาะโรค ฯลฯ เหล่านี้ล้วนเป็นปัจจัยลดการแข่งขันเสรีในธุรกิจยา

จากลักษณะทางธุรกิจต่าง ๆ ที่กล่าวมานั้น จึงเชื่อให้ยาเป็นสินค้าที่ผู้ซื้อมีความไวต่อราคาน้อย (low price sensitivity) หรืออีกนัยหนึ่งมีการเปลี่ยนแปลงของราคาไม่ค่อยส่งผลต่อการซื้อ (low price elasticity) เพราะ

1. การทดแทนด้วยผลิตภัณฑ์อื่นทำได้ยาก
2. ผู้ใช้ไม่สามารถเปรียบเทียบคุณภาพสินค้าของหลายบริษัทได้ และถ้ารู้สึกว่าคุณภาพดี จะยังมีความไวต่อราคาน้อย

3. มีการรับรู้ว่าการได้รับประโยชน์จากสินค้ามากกว่าเงินที่เสียไป อันเป็นปัจจัยสำคัญทำให้การแข่งขันด้านราคาไม่เหมือนสินค้าประเภทอื่น (Haaijer - Ruskamp and Dukes, 1991)

กลยุทธ์การกำหนดราคา

กลยุทธ์การกำหนดราคามีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา โดยเฉพาะเมื่อการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเป็นไปอย่างรวดเร็ว ผู้บริโภคมีความรู้และความห่วงใยในตนเองมากขึ้น การตั้งราคาจึงมีแนวโน้มไปใช้หลักจิตวิทยาหรือการตั้งราคาที่สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคมากขึ้น โดยเป็นการพิจารณาร่วมกับเรื่อง price elasticity ลักษณะของสินค้า และวงจรชีวิตของสินค้า ดังได้กล่าวแล้วข้างต้น

โดยทั่วไปอาจแบ่งวิธีการตั้งราคาได้เป็น 3 กลุ่มใหญ่ คือ

1. การตั้งราคาจากต้นทุน (Cost-oriented pricing) เป็นกลุ่มกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นการพิจารณาเรื่องต้นทุนเป็นหลัก แล้วจึงบวกส่วนเพิ่ม (Mark up) หรือกำไร

การตั้งราคาด้วยวิธีนี้ ทำได้หลายแบบ ได้แก่

- 1.1 การตั้งราคาจากต้นทุนเฉลี่ย (Average cost pricing)
- 1.2 การตั้งราคาจากต้นทุนผันแปรเฉลี่ย (Average variable cost plus pricing)
- 1.3 การตั้งราคาเพื่อให้ได้ผลตอบแทนจากแหล่งลงทุนตามเป้าหมาย (Target return pricing)
- 1.4 การตั้งราคาโดยบวกเพิ่มไว้ในราคาขาย (Mark up on selling price)
- 1.5 การตั้งราคาแบบบวกเพิ่มแบบลูกโซ่ (Mark up chain pricing)

2. การตั้งราคาโดยมุ่งที่อุปสงค์ (Demand-oriented pricing) เป็นวิธีที่คำนึงถึงความรู้สึกของผู้ซื้อต่อสินค้า เป็นวิธีที่นิยมใช้มากขึ้น โดยเฉพาะการตั้งราคาแบบที่เรียกว่า "perceived value pricing" ซึ่งจะใช้การรับรู้ของผู้บริโภคต่อคุณค่าของผลิตภัณฑ์เป็นสำคัญ ดังแสดงความสัมพันธ์ได้ตามสมการ

$$\text{perceived value} = \frac{\text{perceived benefits}}{\text{perceived sacrifice}}$$

ทั้งนี้ perceived benefit เป็นความเกี่ยวพันระหว่างคุณภาพเปรียบเทียบกับราคา ในขณะที่ perceived sacrifice เป็นเรื่องราคาสินค้าเป็นสำคัญ การตั้งราคาแบบให้ perceived value นี้ จะมีการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อสร้างคุณค่าให้กับสินค้า เช่น การเน้นเรื่องคุณภาพ ความแตกต่างของสินค้า (product differentiation) หรือ การวางตำแหน่งของสินค้า (product positioning)

ในกรณีที่ผู้ซื้อไม่มีข้อมูลเพียงพอ เพื่อประกอบการตัดสินใจเลือกซื้อนั้น คุณภาพที่ผู้ซื้อรับรู้ (perceived quality) ซึ่งสัมพันธ์กับราคาของผลิตภัณฑ์ จึงเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจซื้อหรือไม่ซื้อผลิตภัณฑ์นั้น ๆ

ในการนำสินค้าวางตลาดพบว่า การตั้งราคาต่ำในตอนแรก แล้วปรับให้สูงขึ้นในภายหลัง จะทำให้สูญเสียยอดขายได้มากกว่าการได้ยอดขายเพิ่มเมื่อมีการลดราคาสินค้า

3. การตั้งราคาเพื่อการแข่งขัน (Competition-oriented pricing) เป็นวิธีที่ใช้ความสำคัญแก่คู่แข่งมากกว่าปัจจัยอื่น ๆ (Monroe K.B., 1990)

ขั้นตอนในการตั้งราคามลิตภัณฑ์

การตั้งราคาในแต่ละขั้นตอน จำเป็นต้องนำปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องมาพิจารณาร่วมกันด้วย อันได้แก่เรื่อง นโยบายและกลยุทธ์ในการตั้งราคา ปฏิกริยาของผู้ซื้อและคู่แข่งต่อการเปลี่ยนแปลงราคา และการแก้ปัญหาเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงราคาของคู่แข่งโดยทั่วไป อาจจำแนกขั้นตอนในการตั้งราคาได้ดังนี้

1. การวิเคราะห์ปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการตั้งราคา หรือการวิเคราะห์สถานการณ์
2. การเลือกวัตถุประสงค์ในการตั้งราคา
3. สำรวจหรือคาดคะเนปริมาณความต้องการซื้อสินค้า
4. คาดคะเนต้นทุน
5. การวิเคราะห์ต้นทุน ราคา และผลิตภัณฑ์ของคู่แข่ง
6. เลือกวิธีการที่จะใช้ตั้งราคา
7. การตัดสินใจเลือกราคาสินค้าสุดท้าย
8. กำหนดนโยบายและกลยุทธ์ด้านราคา (Kotler, 1994)

การตั้งราคาสินค้าใหม่ (New-product pricing)

กลยุทธ์หลักในการตั้งราคาสินค้าใหม่มี 2 แบบ คือ

1. Skimming pricing เป็นการตั้งราคาที่สูง
2. Penetration pricing เป็นการตั้งราคาที่ต่ำ

ซึ่งจะเลือกวิธีใดขึ้นอยู่กับปัจจัยเหล่านี้ คือ

1. ผู้ซื้อมีความไวต่อราคา (Price sensitivity)
2. การพัฒนาคุณภาพของสินค้านั้น สินค้าที่จะวางตลาดนั้นแปลกใหม่เพียงใด
3. การรับรู้ของผู้ซื้อต่อคุณค่าของสินค้า

วิธีการตั้งราคา อาจทำได้ 3 วิธีคือ

1. Intuitive ผู้บริหารใช้ข้อมูลที่มีอยู่ และสัญชาตญาณในการตัดสินใจ
2. Systematic เป็นวิธีคิดอย่างเป็นระบบ โดยการคาดคะเนอุปสงค์เพื่อกลุ่มเป้าหมาย ภาพลักษณ์ของสินค้า (brand image) คาดคะเนต้นทุนที่ครอบคลุมวงจรชีวิตสินค้า กำหนดวิธีการส่งเสริมการขาย
3. Simulation โดยใช้รูปแบบคณิตศาสตร์ต่าง ๆ มาช่วยคำนวณโดยใช้ตัวแปรต่าง ๆ เพื่อให้มีหลายทางเลือก ภายใต้สมมุติฐานต่าง ๆ (Monroe, 1990)

มาตรการของรัฐที่ส่งผลต่อราคายา

ประเทศพัฒนาแล้วส่วนใหญ่จะมีมาตรการเพื่อควบคุมค่าใช้จ่ายด้านยา โดยเฉพาะประเทศที่รัฐเป็นผู้รับผิดชอบหลักในค่าใช้จ่ายด้านสุขภาพ ซึ่งแต่ละประเทศมีวิธีการต่างกัน เช่น

- การควบคุมราคาโดยตรงในประเทศญี่ปุ่น และประเทศทางทวีปยุโรป
- การควบคุมเรื่องกำไร ในประเทศอังกฤษ
- การประเมินด้วยหลัก Pharmacoeconomics ในประเทศออสเตรเลีย และแคนาดา
- การให้ใช้ยาสามัญทดแทนในประเทศสหรัฐอเมริกา

ประเทศไทยยังไม่มีนโยบายเพื่อควบคุมค่าใช้จ่ายด้านยาโดยตรง แต่มีมาตรการหลายอย่างซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อราคายา ได้แก่

1. การที่กระทรวงพาณิชย์กำหนดให้ยาทุกชนิดเป็นสินค้าที่ต้องควบคุมราคายา อันส่งผลให้การขึ้นราคายาแต่ละชนิดต้องได้รับอนุมัติก่อน
2. การกำหนดราคากลาง ของยาในบัญชียาหลักแห่งชาติ
3. การคัดเลือกยาเข้าในสูตรตำรับ (Hospital Formulary) ของโรงพยาบาล โดยคณะกรรมการเภสัชกรรม และการบำบัด (PTC)
4. การขึ้นทะเบียนตำรับยาใหม่ ที่ต้องทำ Safety Monitoring Protocol ที่ส่งผลให้การผลิตยาสามัญทดแทนช้าลง และกระทำได้ยากขึ้น
5. การคุ้มครองโดยพระราชบัญญัติสิทธิบัตร พ.ศ.2535

อย่างไรก็ตาม ยังไม่มีการศึกษาว่ามาตรการดังกล่าวมีประสิทธิภาพ และส่งผลต่อการควบคุมค่าใช้จ่ายด้านยา หรือราคายามากน้อยเพียงใด

บทที่ 3

วิธีการศึกษา

รูปแบบการวิจัย (Research Design)

การศึกษาเป็นแบบพรรณนาความ (Descriptive) โดยเป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitative) ใช้ข้อมูลปฐมภูมิ ที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้องในธุรกิจยา

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง (Population and Samples)

ข้อมูลจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาได้จำแนกประเภทผู้ถือใบอนุญาตเป็น 3 ประเภท คือ นำเข้า ผลิต และขาย แต่เนื่องจากผู้ประกอบการ 1 ราย มักจะดำเนินการหลายประเภท ในการศึกษาจึงได้สอบถามจากเจ้าหน้าที่ผู้ตรวจสอบโรงงานแล้วแบ่งประเภทเพื่อความเหมาะสมกับการศึกษาเรื่องราคาขาย และจำแนกออกได้ดังนี้

1. ผู้ถือใบอนุญาตผลิตยา สามารถแบ่งได้ 3 ประเภทใหญ่ คือ
 - 1.1 ผู้ผลิตที่เป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์ จำนวน 134 ราย
 - 1.2 ผู้ผลิตที่เป็นผู้รับจ้างผลิต จำนวน 26 ราย
 - 1.3 ผู้ผลิตยาสูตร และผู้ผลิตวัตถุดิบ จำนวน 19 ราย
2. ผู้ถือใบอนุญาตนำเข้าหรือส่งยาเข้ามาในราชอาณาจักร แบ่งออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ คือ
 - 2.1 ผู้นำเข้ายาสำเร็จรูป จำนวน 74 ราย (เป็นผู้นำเข้ายาต้นแบบ 34 ราย เป็นผู้นำเข้ายาเลียนแบบ 40 ราย)
 - 2.2 ผู้นำเข้าสารเคมี และผู้นำเข้ายาสำหรับสัตว์ จำนวน 465 ราย

ในการศึกษาจะเลือกเฉพาะกลุ่ม 1.1 และ 2.1 เพราะเป็นผู้เกี่ยวข้องโดยตรงกับราคาขายสำเร็จรูป และเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องซึ่งจะได้สัมภาษณ์ผู้ที่เคยอยู่ในธุรกิจยาเป็นข้อมูลประกอบการศึกษาด้วย

การสุ่มตัวอย่าง

ใช้การคัดเลือกตัวอย่าง หลายวิธี คือ

- 1 การศึกษากำหนดราคาขายทั่วไป ได้แบ่งกลุ่มตัวอย่างเป็น 3 กลุ่ม คือ
 - 1.1 ผู้ผลิตยาที่เป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์ 134 ราย
 - 1.2 ผู้นำเข้ายาสามัญ 40 ราย
 - 1.3 ผู้นำเข้ายาต้นแบบ 34 ราย

ในแต่ละกลุ่มตัวอย่างใช้รายได้มาเป็นตัวแบ่งชั้น (stratified) แล้วสุ่มเลือกจำนวนตัวอย่างทั้งแบบจำเพาะ (purposive) และแบบสุ่ม (random) ในที่สุดได้ประชากรที่ศึกษา คือ

- ผู้นำเข้ายาต้นแบบ 9 ราย
- ผู้นำเข้ายาสามัญ 9 ราย
- ผู้ผลิตยาสามัญ 14 ราย

การเก็บข้อมูล

ใช้แบบสอบถามที่มีโครงสร้างคำถามเป็นคำถามปลายเปิด (open-ended structured questionnaire) (ภาคผนวกที่ 1) โดยเนื้อหาประกอบด้วย

1. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ให้สัมภาษณ์และธุรกิจยา
2. ขั้นตอน และปัจจัยต่าง ๆ ในการกำหนดราคา
3. ผลของมาตรการรัฐ เช่น ราคากลาง รายการยาหลักแห่งชาติ ภาษี และนโยบายการซื้อยา รวมของกระทรวงสาธารณสุข ฯลฯ
4. ความคิดเห็นต่อธุรกิจยาในประเทศไทย และต่างประเทศ

ในการสร้างแบบสอบถามได้มีการหาข้อมูลโดยการพูดคุยอย่างไม่เป็นทางการกับผู้เกี่ยวข้องก่อน แล้วนำแบบเก็บข้อมูลที่ได้ไปทดลองกับผู้ที่เคยดำรงตำแหน่งผู้จัดการฝ่ายขายของธุรกิจยาและไม่ใช้ธุรกิจยา เพื่อปรับปรุงแก้ไขแบบเก็บข้อมูล ก่อนที่จะนำไปใช้จริง

การรวบรวมข้อมูลและผลดำเนินการ

ทำหนังสือของสถาบันวิจัยระบบสาธารณสุขขอความร่วมมือไปยังกลุ่มตัวอย่าง ส่งทางไปรษณีย์ และโทรศัพท์ชี้แจง และขอความร่วมมือหลังจากส่งจดหมายแล้ว 2 สัปดาห์

บทที่ 4

สรุปผลการศึกษาและข้อคิดเห็น

บริษัทในกลุ่มตัวอย่างทั้ง 32 ราย ชี้แจงกับผู้วิจัยเมื่อโทรศัพท์ติดต่อหลังจากส่งจดหมายไปแล้วว่า ไม่สามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับวิธีการกำหนดราคาได้ เนื่องจากเป็นความลับของบริษัท

แม้การศึกษาจะไม่ได้ข้อมูลวิธีการกำหนดราคาจากกลุ่มตัวอย่าง แต่จากการศึกษาทฤษฎี และการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องดูเหมือนว่า การกำหนดราคายานั้น ไม่ได้ขึ้นกับต้นทุนของสินค้าเป็นหลักเหมือนเช่นสินค้าอื่น ๆ การตั้งราคาขายในลักษณะของ Mark - up pricing นั้นมีน้อย โดยเฉพาะยาที่เป็นยาที่เพิ่งค้นพบใหม่ (ยาใหม่) หากแต่ขึ้นอยู่กับปัจจัยต่าง ๆ ตามความเหมาะสมของยาแต่ละชนิด

ยาที่มีจำหน่ายนั้น อาจจำแนกได้เป็น 2 กลุ่มใหญ่ คือ กลุ่มยาดั้งเดิม (Original products) และกลุ่มยาสามัญ (Generic products) ซึ่งทั้ง 2 กลุ่ม จะมีวิธีการตั้งราคาแตกต่างกันมาก เพราะยาดั้งเดิมนั้นส่วนใหญ่จะมีสภาพธุรกิจในแบบผูกขาด หรือกึ่งผูกขาด ทำให้การตั้งราคาขึ้นอยู่กับการประเมินว่า ยานั้นควรจะขายได้ในราคาเท่าใด ทั้งนี้ Professor Stephen Schondelmeyer จาก University of Minnesota ได้กล่าวว่าแนวทางการตั้งราคานี้ประมาณการมาจาก

- ค่าใช้จ่ายหากไม่มีการรักษา
- ค่าใช้จ่ายของวิธีการรักษาวิธีอื่น ๆ เช่น การผ่าตัด การจำกัดอาหาร ฯลฯ
- ค่าใช้จ่ายของการรักษาในแนวทางอื่น เช่น การเปลี่ยนวิถีชีวิต การใช้สมุนไพร ฯลฯ
- การใช้ยาสามัญอื่นทดแทน
- การใช้ต้นทุนการผลิต

หรือ การตั้งราคาอาจพิจารณาจากผู้ใช้เป็นหลัก โดยใช้การตั้งราคา แบบที่เรียกว่า perceived value pricing ดังจะเห็นได้จากยาที่รักษาโรคที่หายยาก เช่น มะเร็ง เอดส์ หรือยาที่ใช้สำหรับอาการเจ็บป่วยทุกขุทรมาน เช่น ยาแก้ปวดอย่างแรง ฯลฯ มักจะมีราคาแพง

แม้จะมีผู้พยายามศึกษาว่าต้นทุนการคิดค้นยาลำเอียงได้ 1 ชนิดนั้น มีมูลค่าเท่าไร โดยมีการเสนอแนวทางการประเมินหลายวิธี แต่ทุกวิธีจะถูกคิดค้นถึงวิธีการศึกษาที่ยังไม่เหมาะสม ทำให้ยังไม่มีคำตอบแน่นอนว่าต้นทุนในการผลิตยานั้นเป็นมูลค่าเพียงไร แต่ประเด็นที่น่าสนใจกลับอยู่การชี้ให้เห็นว่า บริษัทยาได้ใช้เงินจำนวนมากในเรื่องการสร้างผลิตภัณฑ์ให้ต่างจากเดิม เป็น (product differentiation) การพัฒนา (develop) ในส่วนเล็ก ๆ น้อย ๆ ของยา เช่น รูปแบบของยามากกว่าการคิดค้น วิจัย (research) สำหรับยารุ่นใหม่ ๆ รวมทั้งการใช้ค่าใช้จ่ายส่วนใหญ่ ในเรื่องของ การตลาด การส่งเสริมการขาย ซึ่งส่วนส่งผลเป็นการเพิ่มต้นทุนยา (Drake., D. and Uhlan, M., 1993)

อย่างไรก็ตามควรมีการติดตามเรื่องราคายา เพื่อให้ทราบถึงสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงราคามากขึ้น หรือน้อยลงอย่างไร เมื่อเปรียบเทียบกับดัชนีราคาผู้บริโภคที่เพิ่มขึ้น รวมทั้งการศึกษานโยบายการควบคุมค่าใช้จ่ายจำนวนยาของประเทศต่าง ๆ

แม้การศึกษาเรื่องต้นทุนหรือการกำหนดราคายายังไม่ประสบผลสำเร็จ แต่ในสถานะที่ค่าใช้จ่ายด้านยาสูงขึ้นเรื่อย ๆ ควรมีการศึกษาหรือติดตามราคายา เพื่อดูสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงราคา โดยเปรียบเทียบกับค่าเพิ่มขึ้นของดัชนีราคาผู้บริโภค ขณะเดียวกันถ้ามีการศึกษา เรื่อง นโยบายราคาที่ใช้ในประเทศต่าง ๆ โดยเฉพาะประเทศที่มี

ราคายาค่อนข้างต่ำเช่น อังกฤษ แคนาดา ออสเตรเลีย ฝรั่งเศส กรีซ อินเดีย บังคลาเทศ ฯลฯ เพื่อนำมาเป็นแนวทางที่เหมาะสม เพื่อให้ได้ราคายาที่เหมาะสมกับประเทศไทยต่อไป

ภาคผนวกที่ 1

รายละเอียดของแบบเก็บข้อมูล

เรื่อง กลยุทธ์การกำหนดราคาขายในประเทศไทย

1. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ให้สัมภาษณ์
 - 1.1 ตำแหน่ง หน้าที่ปัจจุบัน ความรับผิดชอบและระยะเวลาดำรงตำแหน่ง
 - 1.2 ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดราคาขาย
2. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับบริษัท
 - 2.1 ความสัมพันธ์ทางธุรกิจของบริษัทฯ ในไทย และบริษัทในต่างประเทศ
 - 2.2 ระยะเวลาการอยู่ในธุรกิจ
3. ขั้นตอนการกำหนดราคาสินค้า
4. ปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อการกำหนดราคาขาย
 - 4.1 การควบคุมราคาขายของกระทรวงพาณิชย์
 - 4.2 การกำหนดราคากลางของยาในบัญชียาหลักแห่งชาติ
 - 4.3 ผลกระทบของการจัดซื้อยารวมต่อการกำหนดราคาขาย
 - 4.4 ยาเก่าและยาใหม่ มีวิธีการตลาดต่างกันอย่างไร โครงสร้างต้นทุนต่างกันหรือไม่
 - 4.5 ผลกระทบทางเศรษฐกิจ เช่น อัตราเงินเฟ้อ การปรับค่าเงินบาท ฯลฯ ต่อการกำหนดราคาขาย
 - 4.6 ผลกระทบของวิธีการคัดเลือกยาเข้าโรงพยาบาล โดยคณะกรรมการเภสัชกรรมและคณะกรรมการของโรงพยาบาล (PTC committee)
 - 4.7 ผลกระทบของนโยบายการใช้ยาสามัญทดแทน (Generic substitution)
5. สภาพของธุรกิจยาในประเทศไทย
 - 5.1 ข้อดี ข้อด้อย ของธุรกิจยาในประเทศไทย เทียบกับธุรกิจยาในประเทศเพื่อนบ้าน และประเทศที่พัฒนาแล้ว
 - 5.2 สัดส่วนค่าใช้จ่าย และกำไรของธุรกิจยา เมื่อเปรียบเทียบกับธุรกิจอื่น ๆ

ขั้นตอนในการกำหนดราคาสินค้า

ขั้นตอนที่ 1 การวิเคราะห์ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการตั้งราคาผลิตภัณฑ์ หรือการวิเคราะห์สถานการณ์
(Situation analysis)

ประเด็นสัมภาษณ์ :

1. ข้อมูลที่ใช้วิเคราะห์เป็นข้อมูลประเภทใด
2. แหล่งที่มาของข้อมูล เช่น เก็บข้อมูล หรือมีแหล่งข้อมูล
3. ถ้าทำข้อมูลเองทำอย่างไร
4. ถ้าซื้อข้อมูล ซื้อจากใคร ระยะเวลาการใช้งาน
5. ประเมินเรื่องคู่แข่งขึ้นอย่างไร

6. มีการกำหนด life cycle ของสินค้าในขั้นตอนนี้หรือยังรวมถึงเรื่อง product positioning และ market segmentation
7. จะต้องคิดถึงโปรแกรมการตลาดหรือยัง เช่น วิธีการจัดจำหน่าย ค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการตลาด

ขั้นตอนที่ 2 การเลือกวัตถุประสงค์ในการตั้งราคา (Selecting pricing objective)

ประเด็นสัมภาระณ :

1. ใครเป็นผู้กำหนด เช่น จะเป็นผู้นำตลาดหรือไม่
2. image ของบริษัทมีผลอย่างไรต่อการกำหนดวัตถุประสงค์

ขั้นตอนที่ 3 การสำรวจหรือคาดคะเนปริมาณความต้องการซื้อสินค้า (Determining demand)

ประเด็นสัมภาระณ :

1. วิธีการคาดคะเนทำอะไร
2. เรื่อง economies of scale
3. มีการทำ projection หลาย ๆ แบบของ volume - profit - cost หรือไม่
4. ถ้าคาดคะเนปริมาณผิดพลาดจะมีผลกระทบอย่างไร
5. คิด projection เรื่อง ปริมาณในปีต่อ ๆ ไปอย่างไร
6. ปริมาณความต้องการซื้อสินค้า ย่อมขึ้นกับราคา ในกรณีที่บริษัทที่ค้าขายในหลาย ๆ ประเทศ ซึ่งมีกำลังซื้อต่างกัน จะมีการกำหนดราคาอย่างไร เช่น ราคาขาย ที่ขายในอเมริกาและอินเดีย

ขั้นตอนที่ 4 การคาดคะเนต้นทุน

ประเด็นสัมภาระณ :

1. ถ้าเป็นผู้นำเข้า สามารถต่อรองเรื่องต้นทุนได้มากน้อยเพียงใด
 - กรณีเป็นการนำเข้าของของบริษัทแม่ หรือบริษัทในเครือ
 - กรณีเป็นการนำเข้าจากคู่ค้าที่ไม่ได้อยู่ในเครือ
2. มีการนำวิธีการทางบัญชีมาช่วยในการประเมินค่าใช้จ่ายต่าง ๆ หรือไม่ อย่างไร ระบบบัญชีที่ใช้อยู่เป็นแบบใด : activity - based costing หรือ product - based - costing
3. วิธีการตั้งราคามักใช้ต้นทุนผันแปรเฉลี่ยเป็นเกณฑ์ขั้นต่ำใช้อย่างไร
4. ต้นทุนขึ้นกับปริมาณการจำหน่ายอย่างไร
5. ในกรณีที่มีผลิตภัณฑ์หลาย ๆ ชนิด คิดต้นทุนอย่างไร
6. ผลิตภัณฑ์ใหม่ - เก่า แบ่งแยกเรื่องต้นทุนค่าใช้จ่ายการตลาดอย่างไร
7. ค่าใช้จ่ายการตลาดมีมากน้อยต่างกันตามอายุของผลิตภัณฑ์ จะนำมาคิดเป็นต้นทุนเฉลี่ยได้อย่างไร

8. ต้นทุนระหว่างยานำเข้า และนำมาผลิตเองในประเทศ ต่างกันอย่างไร ในด้านของ
ค่าใช้จ่ายประเภทต่าง ๆ

ขั้นตอนที่ 5 การวิเคราะห์ต้นทุน ราคา และผลิตภัณฑ์ของคู่แข่ง (Analyzing competitors costs, prices and offer)

ประเด็นสัมมนา :

1. ทำได้อย่างไร ได้ข้อมูลมาอย่างไร
2. ใช้ราคาจุดไหนเป็นราคาเฉลี่ย เช่น ราคาของโรงพยาบาลขนาดใหญ่ ราคาของร้านขายส่ง ฯลฯ
3. โดยปกติต้นทุนจะเป็นร้อยละเท่าไรของราคาขาย

ขั้นตอนที่ 6 การเลือกวิธีที่จะใช้ตั้งราคา (Selecting a pricing method)

ประเด็นสัมมนา

1. วิธีการตั้งราคา ทำได้หลายแบบ บริษัทเลือกใช้วิธีใด กับผลิตภัณฑ์ชนิดใด

วิธีการตั้งราคา

- 1) ตั้งโดยมุ่งที่ต้นทุน (Cost oriented pricing)
 - 1.1 ตั้งราคาโดยบวกเพิ่มจากต้นทุนเฉลี่ย
 - 1.2 ตั้งราคาโดยบวกเพิ่มจากต้นทุนผันแปรเฉลี่ย
 - 1.3 ตั้งราคาเพื่อให้ได้ผลตอบแทนจากเงินลงทุนตามเป้าหมาย (target return pricing)
 - 1.4 ตั้งราคาโดยบวกเพิ่มไว้ในราคาขาย (mark up on selling price)
 - 1.5 การตั้งราคาโดยบวกเพิ่มแบบลูกโซ่ (mark up chain)
 - 2) ตั้งราคา โดยมุ่งที่การแข่งขัน (competition oriented pricing) ซึ่งเป็นการมุ่งไปที่การประเมินของลูกค้า ต่อเอกลักษณ์ของสินค้า (customers' assessment of unique product feature)
 - 3) ตั้งโดยมุ่งที่การแข่งขัน (demand oriented pricing)
2. มีการนำเรื่องจุดคุ้มทุนมาใช้ในการตั้งราคามากน้อยเพียงใด (จุดคุ้มทุน หรือ break - evenpoint คือ จุดที่ค่าใช้จ่าย เท่ากับ รายได้)
3. การทำ profit maximizing price tool (กำไรสูงสุดจะเกิดเมื่อกำหนดราคาส่วนต่อที่รายได้ส่วนเพิ่ม = ต้นทุนส่วนเพิ่ม)
4. การทำ total cost curve, total revenue curve, marginal cost curve, marginal revenue curve

ขั้นตอนที่ 7 การเลือกราคาขั้นสุดท้าย

ประเด็นสัมมนา :

1. กระบวนการตัดสินใจเพื่อเลือกราคาขั้นสุดท้าย
2. ปัจจัยอะไรที่มีผลมากที่สุด
3. วิธีการ และค่าใช้จ่ายทางการตลาด นำมาพิจารณาอย่างไร

4. สินค้าใหม่ มีการเลือกราคาอย่างไร มีความแตกต่างกันไหม ระหว่างสินค้าใหม่แบบริเริ่ม (innovated product), สินค้าปรับปรุง (modified product) และสินค้าเลียนแบบ (me - too product)
5. มีการตั้งกำไร หรือ ค่า ROI ไว้ก่อนหรือไม่

ขั้นตอนที่ 8 การกำหนดนโยบายและกลยุทธ์ด้านราคา

ประเด็นสัมภาษณ์

1. การตั้งราคาระดับสูง (Skimming pricing) และการตั้งราคาเพื่อเจาะตลาด (Penetration pricing) จะมีการใช้เมื่อใด มีความจำเพาะหรือไม่
2. จริงหรือไม่ที่ว่า "สินค้าที่ราคาสูงจะขายได้ดีกว่าสินค้าราคาต่ำ" เพราะได้เงินรวมมากกว่า
3. กลยุทธ์การลดราคา จะดำเนินการเมื่อไร
4. การพิจารณาเรื่องช่องทางการจำหน่าย เกิดขึ้นในช่วงไหน มีผลกระทบต่อเรื่องราคาเพียงใดช่องทางแต่ละช่องจะมี pattern ที่แน่นอนหรือไม่
5. mark up ของแต่ละ sector เช่น distributor, wholesaler, retailer คิดอย่างไร เป็นการกำหนดของบริษัท หรือ บริษัทถูกกำหนด ถูกกำหนดโดยใคร

ข้อมูลทั่วไป

1. การวางแผนงบประมาณ (Budgeting) ดำเนินการอย่างไรให้ใกล้เคียงค่าใช้จ่ายจริง
2. สัดส่วนของงบประมาณโฆษณา และส่งเสริมการขายเปรียบเทียบกับรายได้ตกลงขาย
3. สัดส่วนของต้นทุนสินค้าเทียบกับยอดขาย
4. ราคาขายจากบริษัทแม่ ไปยังประเทศต่าง ๆ ตั้งราคาอย่างไร
5. ทำไรเท่าไร จึงจะถือว่าเป็น Excellent Performance ของบริษัท

เอกสารอ้างอิง :

- คณะทำงานศึกษาการใช้ยาในระดับต่าง ๆ. การใช้ยาในระดับต่าง ๆ. ใน สุวิทย์ วิบุลผลประเสริฐ บรรณาธิการ, ระบบยาของประเทศไทย. สถาบันวิจัยระบบสาธารณสุขไทย มูลนิธิสาธารณสุขแห่งชาติ และสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา. กรุงเทพฯ. อรุณการพิมพ์. 2537
- ชนิดา จิตร์น้อมรัตน์. 2538. การบริหารการเงิน. ศูนย์เทคโนโลยีทางการศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. 581 หน้า.
- สุวิทย์ วิบุลผลประเสริฐ บรรณาธิการ, ระบบยาของประเทศไทย. สถาบันวิจัยระบบสาธารณสุขไทย. มูลนิธิสาธารณสุขแห่งชาติ และสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา. กรุงเทพฯ. อรุณการพิมพ์. 2537.
- สุมาลี ศรีบุญเรือง, วิลาศ หงษ์ศิริรัตน์ และ ยุพิน เจริญสันตร. 2534. การบัญชีบริหาร. สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง 508 หน้า.
- สมยศ นาวิกาน. 2537. เศรษฐศาสตร์การบริหาร. สำนักพิมพ์ดอกหญ้า กรุงเทพฯ 387 หน้า.
- Balasubramaniam K. Retail Drug Prices in the Asia Pacific Region. HAI News Number 86. 1995.
- Balince, R., J. Pogany and H. Forstner. 1992. The World's Pharmaceutical Industries: an international perspective on innovation, competition and policy. Edward Elgar Publishing Ltd., England. 75 p.
- DiMasi J.A., Hansen R.W., Grabowski H.G. and Lasagna L. 1991. Cost of innovation in pharmaceutical industry. Journal of Health Economics 10 (1991) : 107-142.
- Drake D. and Uhlman M. 1993. Making Medicine : Making Money. Andrews and McMeel. Kansas. USA.
- Grabowski G. Harry and J.M. Vernon. 1979. New Studies on Market Definition, concentration, Theory and Supply, Entry and Promotion. In. Issues in Pharmaceutical Economics edited by R.I. Chien. Health and Company. Lexington.
- Haaijer - Ruskamp, F.M. and M.N.G. Dukes. 1991. Drugs and Money : the problem of cost containment. Drukkeroij Van Denderen, Groningen, the Netherlands. 70 p.
- Jumbulingam T. and Kreling D.H. 1995. Relationship between the number of firms and generic price competition. Journal of Research in Pharmaceutical Economics 6 (3) : 39-60..

- Kotler P. 1994. Marketing Management. Prentice Hall International. New York, USA. 1495 p.
- Monaghan M.J. and Monaghan M.S. 1996. Do market components account for higher US prescription prices?. The Annals of Pharmacotherapy (30) : 1489-1494.
- Monroe, K.B. 1990. Pricing : making profitable decisions. Mc Graw-Hill Publishing Company, New York. 501 p.
- Nusaraporn Tatiyapaiboon. Market Structure and Pricing Policy of Antibiotic Drugs in Thailand. 1995. Thesis of Chulalongkorn University.
- Office of Technology Assessment. 1993. Pharmaceutical R & D: Costs, Risks and Rewards. U.S. Government Printing Office, Washington D.C., USA. 354 p.
- Ratanawijitrasin S, Silkavute P and Akanithapichat P. Comparative Analysis of National Drug Policies : The Thailand Experience. Will be published. 1997.
- Schondelmeyer Stephen. 1998. the Dynamic Changes of Global Pharmaceutical Markets. Presentation at FDA Thailand 29 June 1998 at FDA, Ministry of Public Health.
- The Network. Should Drug Prices Rise Again?. The Net work Newsletter. Vol 5. No 2, 1996.
- Weston, J.F. 1979. Pricing in the pharmaceutical industry. In Issues in Pharmaceutical Economics edited by R.I. Chien. D.C. Health and Company, Lexington. p 71-95.
- WHO. 1988. The World Drug Situation. Geneva, Switzerland. 123 p.