



บทที่ ๒

## ลักษณะของตลาดยาในประเทศไทยกับการกำหนดนโยบายการขาย

### ลักษณะของตลาดยาในประเทศไทย

ปัจจุบันประชากรในประเทศไทย พ.ศ. ๒๕๒๑ มีทั้งหมดประมาณ ๔๕ ล้านคน<sup>๕</sup> ตลาดยาในประเทศไทยมีมูลค่าทั้งสิ้นประมาณ ๔,๓๐๐ ล้านบาท<sup>๖</sup> เมื่อเทียบกับ ๓ ปีที่ผ่านมา ถึง พ.ศ. ๒๕๑๘ มีประชากรทั้งหมดประมาณ ๔๒ ล้านคน<sup>๕</sup> ตลาดยาในประเทศไทยมีมูลค่าเพียงประมาณ ๒,๗๐๐ ล้านบาท<sup>๗</sup> มูลค่าดังกล่าวนี้คำนวณและประเมินจากสถิติทั้งจากหน่วยราชการและเอกชนโดยประมาณ และมีความเห็นว่าอัตราการเพิ่มขึ้นของตลาดยาจะเพิ่มขึ้นประมาณอย่างต่ำ ๘ เปอร์เซ็นต์ต่อปี ซึ่งบางปีอาจมีการขยายอยู่ในช่วง ๑๐ - ๑๒ เปอร์เซ็นต์ต่อปีได้<sup>๘</sup> แม้ว่าข้อเท็จจริงและความถูกต้องจะเป็นอย่างไรก็ตาม ยากี่จัดเป็นปัจจัยหนึ่งในปัจจัยสี่ของการดำรงชีวิตของมนุษย์ และความต้องการของตลาดจะขยายตัวมากขึ้นตามการขยายตัวของตลาดอันเป็นผลจากการเพิ่มประชากรและการเปลี่ยนแปลงของสังคมที่ไม่มีวันหยุดนิ่ง ความก้าวหน้าทางวิทยาการ และการพัฒนาทางเศรษฐกิจที่ขยายตัวออกไป ทำให้แนวโน้มของตลาดยามีทิศทางขยายก้าวหน้ามากขึ้น ประกอบกับการแข่งขันมีมากขึ้น การบริหารงานขายย่อมต้องมีการพัฒนามากยิ่งขึ้นไปเรื่อย ๆ เพื่อปรับตัวตามการเปลี่ยนแปลงของตลาด.

สำหรับตลาดยาในประเทศไทยนั้นยังไม่มีผู้รวบรวมเป็นสถิติแน่นอนว่ายาประเภทแพทย์ใช้ (Ethical Drugs) มีส่วนครอบครองตลาดอยู่ที่เปอร์เซ็นต์ของมูลค่าตลาดยาทั้งหมด โรงงานผลิตยาในประเทศไทยรวมทั้งบริษัทนำส่งยาต่างประเทศในประเทศไทยจะผลิตหรือสั่งยาทั้งสองประเภท คือยาประเภทแพทย์ใช้

000804

และยาสำหรับประชาชนใช้ได้โดยตรง อันได้แก่ยาสามัญประจำบ้านและยาพื้น ๆ ประกอบกับความสัมพันธ์ระหว่างแพทย์และร้านขายยาไม่มีความเกี่ยวพันกันดังเช่นในต่างประเทศ และเนื่องจากประชาชนส่วนใหญ่มีรายได้น้อย ประกอบกับจำนวนแพทย์และโรงพยาบาลที่จะบริการแก่คนไข้มีไม่เพียงพอ ดังนั้นประชาชนส่วนใหญ่ในชนบทยังคงนิยมใช้ร้านขายยาเป็นที่ปรึกษาปัญหาเรื่องโรคภัยไข้เจ็บ และซื้อยาได้โดยอิสระ ทำให้ลักษณะตลาดยาของประเทศไทยแตกต่างจากตลาดยาของประเทศอื่นโดยสิ้นเชิง ด้วยเหตุนี้การรวบรวมตัวเลขสถิติเกี่ยวกับยาประเภทแพทย์ใช้และยาสามัญประจำบ้านจึงไม่สามารถทำได้ง่ายนัก แต่มีผู้ประมาณไว้ว่ายาประเภทแพทย์ใช้มีส่วนในตลาดอยู่เกินกว่า ๒๐ เปอร์เซ็นต์ ของมูลค่าตลาดยาทั้งหมดในประเทศไทย ยาจะถูกผลิตโดยโรงงานผลิตยาในประเทศหรือสั่งเข้ามาโดยผ่านทางบริษัทนำส่งยาต่างประเทศในประเทศไทย และจะไปสู่ผู้ใช้หรือคนไข้หลายทางด้วยกัน สำหรับยาสามัญประจำบ้านไม่มีปัญหาในการใช้ เพราะประชาชนทุกคนมีสิทธิเลือกซื้อหาได้ตามสะดวก ไม่มีกฎหมายเกี่ยวข้องมากเหมือนยาประเภทแพทย์ใช้ ซึ่งกฎหมายระบุว่าผู้ใช้ได้แก่แพทย์ ทันตแพทย์และเภสัชกร ปล่อยให้แก่คนไข้ก็

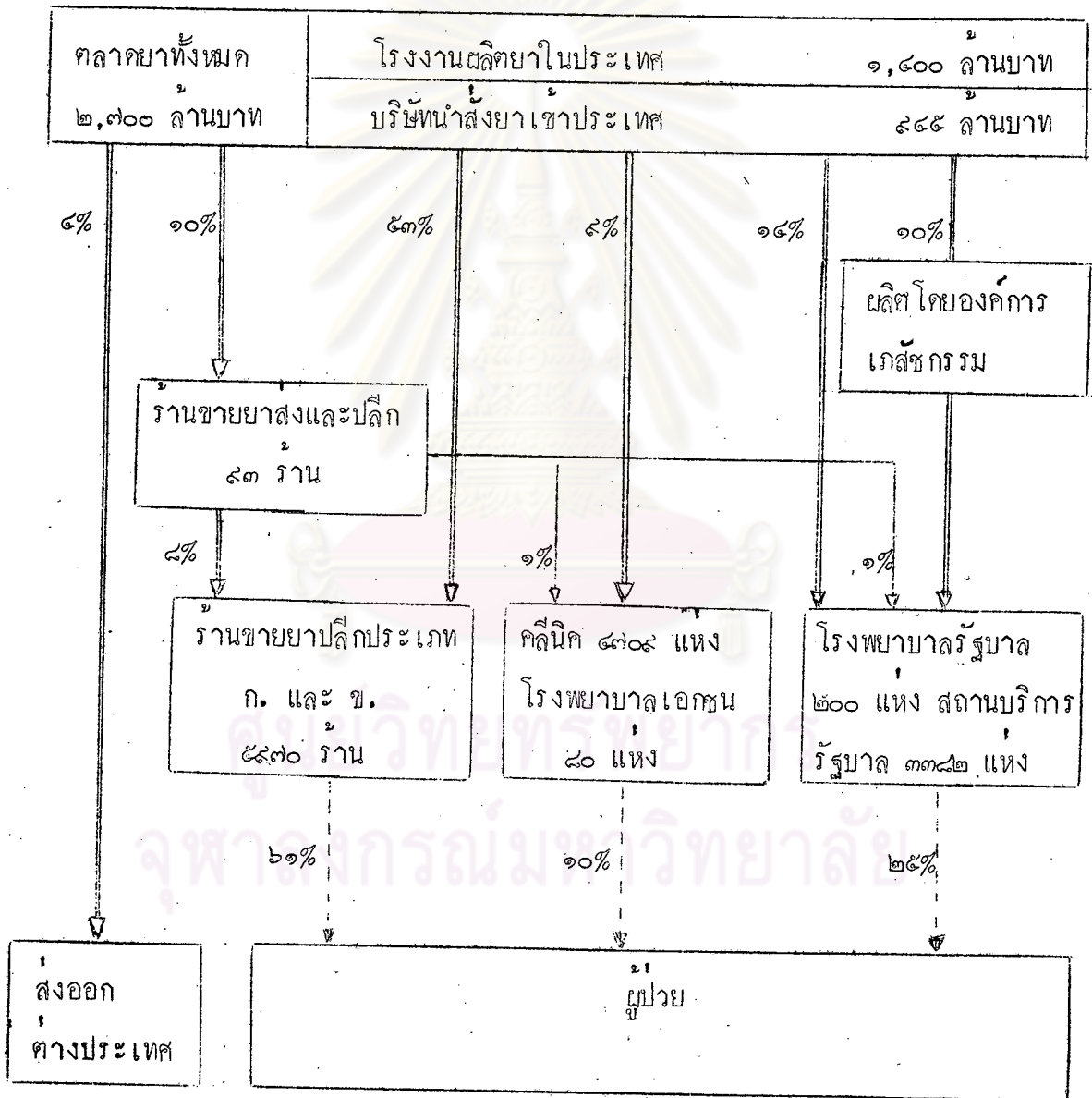
#### แนวทางการจำหน่ายยาในประเทศไทย (รูปที่ ๑)

การจำหน่ายยาในประเทศไทยมี ๔ แนวทางด้วยกันคือ

๑. จำหน่ายผ่านร้านขายส่ง
๒. จำหน่ายโดยตรงกับร้านขายปลีก
๓. จำหน่ายโดยตรงต่อโรงพยาบาล สถานพยาบาล คลินิกแพทย์
๔. จำหน่ายผ่านองค์การเภสัชกรรมไปสู่โรงพยาบาลของรัฐบาล

รูปที่ ๑

แสดงแนวทางการจำหน่ายยาในประเทศไทย ปี ๒๕๑๘ ๓



จากสถิติของกองยากระทรวงสาธารณสุขได้แยกผู้ประกอบการทางด้านการค้ายาไว้ดังนี้ "สถิติในสิ้นปี ๒๕๒๑ มีโรงงานผลิตยาในประเทศ ๑๘๓ โรงงาน บริษัทนำส่งยาเข้าในราชอาณาจักร ๓๗๗ บริษัท"

สำหรับช่องทางจำหน่ายยาของแหล่งยาในประเทศไทยประกอบด้วยร้านขายยาทั่วประเทศประมาณ ๑๕,๗๒๒ ร้าน แบ่งเป็นร้านขายยาแผนปัจจุบัน ๒,๓๑๒ ร้าน ร้านขายยาแผนปัจจุบันประเภทบรรจุเสร็จ ๕,๒๖๓ ร้าน นอกนั้นเป็นร้านขายยาแผนโบราณ อีกส่วนหนึ่งได้แก่โรงพยาบาลและคลินิก โรงพยาบาลทั่วประเทศทั้งหมด ๒๐๖ แห่ง โรงพยาบาลอำเภอ ๑๕๕ แห่ง ศูนย์แพทย์และอนามัย ๑๘๔ แห่ง สถานีผดุงครรภ์ ๑,๕๓๐ แห่ง สถานบริการรัฐบาล ๕,๗๓๕ แห่ง สถานีอนามัย ๓,๘๓๒ แห่ง โรงพยาบาลเอกชนทั่วประเทศ ๒๕๒ แห่ง คลินิกทั่วประเทศ ๔,๗๓๖ แห่ง แนวทางการจำหน่ายเหล่านี้มีส่วนในการใช้ยาหรือจำหน่ายยาไปยังผู้บริโภคทั้งสิ้น

### ลักษณะเฉพาะของตลาดยาในประเทศไทย

ตามช่องทางจำหน่ายดังที่กล่าวมาจะเห็นว่าตลาดยาในประเทศไทยประชาชนผู้ใช้ยาส่วนใหญ่ได้รับบริการจากร้านขายยามากกว่าได้รับบริการจากโรงพยาบาลและแพทย์ สิ่งแวดล้อมและปัจจัยที่ทำให้การตลาดยาในประเทศไทยแตกต่างจากประเทศต่าง ๆ มีดังนี้

๑. ร้านขายยาในประเทศไทยสามารถจำหน่ายยาได้โดยไม่ต้องมีใบสั่งแพทย์ แพทย์สามารถจ่ายและจำหน่ายยาแก่คนไข้ได้ ดังนั้น ตามคลินิกแพทย์จึงมีการเก็บรักษายาไว้จ่ายแก่คนไข้ด้วย แพทย์ไม่จำเป็นต้องเขียนใบสั่งให้คนไข้ถือไปซื้อที่ร้านขายยาเหมือนประเทศอื่น

๒. เนื่องจากประชาชนส่วนใหญ่มีรายได้น้อย ประกอบกับจำนวนแพทย์และโรงพยาบาลไม่เพียงพอที่จะบริการแก่ประชาชนได้อย่างทั่วถึง ดังนั้นประชาชน

ส่วนใหญ่จึงยังนิยมใช้ร้านขายยา เป็นที่ปรึกษาปัญหาเรื่องสุขภาพ และสามารถซื้อยาได้โดยเสรี

๓. ในประเทศไทยไม่มีระบบประกันสุขภาพเช่นประเทศอื่น ๆ ในยุโรปและอเมริกา ถึงแม้ว่ารัฐบาลจะมีโรงพยาบาลที่ให้การรักษาพยาบาลแก่คนไข้อย่างทั่วถึงและยากจนฟรีก็ตามแต่ก็ทำได้เท่าที่งบประมาณมีอยู่ ดังนั้นแพทย์ในโรงพยาบาลจึงจำเป็นต้องเลือกใช้ยาที่มีราคาถูกเป็นหลัก

๔. การแข่งขันในตลาดยาสูงมากเพราะ

๔.๑ ประเทศไทยไม่มีกฎหมายสิทธิบัตร การตลาดยาในประเทศไทยมีลักษณะกระจัดกระจาย เพราะมีผู้ประกอบการจำนวนมาก เกษตรภัณฑ์ใหม่ ๆ ที่ถูกส่งเข้ามาในระยะแรกอาจมีคู่แข่งน้อย ดังนั้นบริษัทจึงตั้งราคาของเกษตรภัณฑ์ไว้สูงใหญ่กับค่าลงทุนในการค้นคว้าและการตลาด ต่อมาเมื่อเกษตรภัณฑ์ชนิดนั้นแพร่หลายเป็นที่นิยมในตลาด และโรงงานผู้ผลิตในประเทศสามารถผลิตเลียนแบบได้ ราคาของเกษตรภัณฑ์ชนิดนั้นจะลดต่ำลงมากทุกที สิ่งนี้เป็นวงจรชีวิตของเกษตรภัณฑ์ในประเทศไทย อันเกิดจากการที่ผู้ประกอบการค้นการผลิตและการนำส่งเข้ามาในประเทศไทยจำนวนมาก จะเห็นได้ว่าเกษตรภัณฑ์ที่ขึ้นทะเบียนยาไว้กับกระทรวงสาธารณสุขที่ยังมีผลใช้ในท้องตลาดช่วง ๕ ปี มีประมาณ ๑๘,๕๘๐ <sup>๑๑</sup> ตำรับ ซึ่งไม่นับรวมถึงเกษตรภัณฑ์ที่ผลิตตาม เกษตรตำรับที่ยอมให้มีการขายได้โดยไม่ต้องมีการจดทะเบียน

๔.๒ การนำยาเข้าประเทศเป็นไปได้โดยเสรี ดังจะเห็นว่ามีเกษตรภัณฑ์ที่ส่งเข้ามาขายในประเทศไทยมาจากประเทศต่าง ๆ ถึง ๘๗ ประเทศ <sup>๑๒</sup> อีกทั้งยังยอมให้มีการส่งวัตถุดิบในการผลิตยาจากต่างประเทศเข้ามาเพื่อผลิตเป็นเกษตรภัณฑ์สำเร็จรูปในประเทศไทย โดยมีการลดหย่อนภาษี ทำให้สามารถผลิตยาเลียนแบบเกษตรภัณฑ์สำเร็จรูปที่ส่งเข้ามาด้วยต้นทุนต่ำลง ราคาขายก็ถูกลงด้วย มีผู้กล่าวว่า "ราคาขายในประเทศไทยอยู่ในกลุ่มประเทศที่มีราคาขายยาถูกที่สุดในโลก" <sup>๑๓</sup>

๔.๓ อันเนื่องมาจากนโยบายการนำเข้าอย่างเสรีหรือระบบการค้าอย่างเสรี ชักชวนให้ผู้ลงทุนเปิดโรงงานผลิตในประเทศมากขึ้น การมีผู้ผลิต

และจำหน่ายมากทำให้เกิดการแข่งขันกันมาก เกิดการตัดราคาและยี่ระยะเวลา การชำระหนี้ให้นานออกไป การจำหน่ายยาในประเทศของบริษัทยามักประสบกับ ปัญหาเรื่องร้านค้าส่งและปลีก รวมทั้งโรงพยาบาลและคลินิก พยายามที่จะดึง ระยะเวลาการ เป็นหนี้ให้ยาวนานขึ้น ดังที่ทราบกันในธุรกิจนี้ว่าการชำระเงินสด คือการชำระเงินภายในระยะเวลา ๓๐ วัน ส่วนการชำระหนี้จะมีระยะเวลานาน ตั้งแต่ ๖ - ๘ เดือนขึ้นไป บางครั้งเมื่อเขียนเช็คชำระหนี้ลูกค้ายังพยายาม ยืดเวลาการชำระออกไปอีก โดยการลงวันที่จ่ายเช็คล่วงหน้าออกไปอีก ดังนั้น บริษัทผู้จัดจำหน่ายจึงต้องหาวิธีดึงระยะเวลาการชำระหนี้ให้สั้นลง โดยการเสนอ ส่วนลดแก่ลูกค้าที่จ่ายเงินเร็ว ซึ่งวิธีการนี้อาจทำให้กำไรลดลงแต่ก็เป็นวิธีเดียว ที่จะได้รับเงินเร็วขึ้น

จากลักษณะเฉพาะของตลาดยาในประเทศไทยดังกล่าวมา จะเห็นว่า แพทย์ทำหน้าที่รักษาคนไข้และจ่ายยา (ในคลินิก) ร้านขายยาจำหน่ายยาเอง โดยไม่ต้องรอใบสั่งแพทย์ ดังนั้นผู้เสนอขายจึงต้องทำหน้าที่เยี่ยมร้านขายยาคอย หน้าที่ ของผู้เสนอขาย ในส่วนของร้านขายยาจึงเป็นเรื่องของการแนะนำยา ขาย เก็บเงิน ตรวจจสอบ สต็อกสินค้า รวมทั้งให้บริการภายหลังขาย ฯลฯ บริษัทยา ต่าง ๆ ใช้พนักงานขายธรรมดาที่ได้รับการฝึกอบรมอย่างที่ดีคือส่วนของร้านขายยา กล่าวคือ พนักงานขายไม่จำเป็นต้องมีคุณสมบัติสูงถึงระดับเช่นผู้เสนอขาย ซึ่งส่วนใหญ่ รับเกสซ์กรที่ไคศึกษาเรื่องยามาโดยตรง เหตุผลก็เพราะร้านขายยาในเมืองไทย มีหน้าที่แนะนำยาในการรักษาโรคทั่ว ๆ ไป ไม่มีความจำเป็นต้องเข้าใจลึกซึ้ง ถึงศิลปการรักษารโรค เช่น แพทย์และโคโยเฉพาะเน้นในเรื่องการขายเป็นส่วนใหญ่ อย่างไรก็ตามผลการโฆษณาของแพทย์มีส่วนสำคัญต่อร้านขายยา เพราะยาใดที่ แพทย์ใช้ ร้านขายยาจะมีไว้จำหน่าย ดังนั้นการทำการจำหน่ายยาประเภทแพทย์ใช้ ส่วนใหญ่จะเป็นงานเสนอขายต่อแพทย์เป็นหลัก เพราะผลของการส่งเสริมการขาย ต่อแพทย์จะมาถึงร้านขายยาทางอ้อม ดังนั้นบริษัทยาต่างประเทศในประเทศไทยจะ ต้องปรับนโยบายการขายให้เข้ากับลักษณะของตลาดยาในประเทศไทยด้วย

## นโยบายการขายกับสถานะแวดล้อม

การบริหารธุรกิจโดยทั่วไปนั้นถือว่า สถานะสิ่งแวดล้อมนั้นมีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจอยู่ตลอดเวลา ไม่ว่าจะเป็นสถานะทางเศรษฐกิจ การเมือง สังคม หรือเทคโนโลยีใหม่ ๆ ทุกบริษัทจะต้องตระหนักถึงสถานะการเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ และนำมากำหนดเป็นกลยุทธ์หรือนโยบาย เพื่อให้ธุรกิจของคนประสบความสำเร็จ ลดการเสี่ยงภัย หรือเพื่อความอยู่รอด ดังนั้นนโยบายการขายจึงเป็นส่วนสำคัญของนโยบายธุรกิจจึงมีการกำหนดทิศทางเพื่อปรับตัวให้เข้ากับสถานะสิ่งแวดล้อมอยู่ตลอดเวลา

เมื่อสถานะสิ่งแวดล้อมหรือสถานะการตลาดมีลักษณะดังกล่าวข้างต้น นโยบายการขายของบริษัทฯ โดยทั่วไปจึงกำหนดตามความเหมาะสม โดยคำนึงถึงพลังหรือความสามารถของทรัพยากรของคน เช่น คน เงิน วัสดุ การจัดการ อย่างไรก็ตาม นโยบายการขายของบริษัทฯ ในประเทศไทยมีลักษณะที่พอสังเขป เป็นหลักรวมกันอยู่หลายประการ เช่น

๑. บริษัทฯ ทั่วไปมีพนักงานขายที่ทำหน้าที่ติดต่อขายโดยตรง ไปยังร้านขายยา คลินิกหรือแพทย์และโรงพยาบาล ในส่วนร้านขายยา ระบบการขายส่งไม่ค่อยบรรลุผลเหมือนในต่างประเทศ เนื่องจากไม่สามารถใช้อิทธิพลหรืออำนาจต่อรองควบคุมแนวทางการจำหน่ายตามร้านขายยาเล็กๆ ได้ เพราะสถานะการแข่งขันสูง ผู้เสนอขายซึ่งส่วนใหญ่เป็นเภสัชกร จะพยายามพบแพทย์ทุกคนที่มีคลินิก เพราะแพทย์เป็นผู้ซื้อยาโดยตรงกับคนไข้ กล่าวโดยสรุป เป็นการกำหนดนโยบายขายต่อแพทย์โดยตรง

๒. เงื่อนไขทางการค้า ถูกกำหนดโดยตามอำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ คือ ร้านขายยาหรือแพทย์ เช่น เงื่อนไขการชำระหนี้ ราคา การรับประกันหรือการเปลี่ยนสินค้า ฯลฯ

๓. นโยบายทางค่านผลิตภัณฑ์ แม้บริษัทแต่ละบริษัทจะมีสายผลิตภัณฑ์ต่างกันไป แต่เป็นที่ทราบว่า วงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์นั้นสั้นมากในศลาคยาประเทศไทย (นอกจากผลิตภัณฑ์ที่ทำโฆษณาบางตัว) ทั้งนี้เนื่องจากผลิตภัณฑ์ใดเริ่มขายดีขึ้น ยาลื่นแบบราคาถูก็เข้าสู่ศลาค เป็นสงครามแข่งขันกัน โดยการเหือคเงินทางคานราคา

ส่วนนโยบายการขายอื่น ๆ ก็มีข้อปลัดกยอยแตกทางออกไปแล้วแต่ละบริษัท.



ศูนย์วิทยพัทยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย