วารสารบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยสยาม
Siam University Journal of Business Administration
ปีที่ 27 ฉบับที่ 49 กรกฎาคม - ธันวาคม 2569
Vol. 27 Issue 49 July – December 2026

Received: Mar. 14, 2026 ● Revised: Apr. 17, 2026 ● Accepted: Apr. 18, 2026

ภาระภาษีมูลค่าเพิ่มกับคุณภาพของส่วนต่างรายสาขาในร้านยาเครือข่าย
Value-Added Tax Burden and Branch Margin Quality in a Pharmacy Chain

กฤษฎาดนุเดช วงศ์เวชวิวัฒน์ (Kridsadadanudej Wongwejwiwat)[1*]
ใจนุช กาญจนภู (Jainuch Kanchanapoo)[1]

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 4 ประการ ได้แก่ 1) เพื่อเปรียบเทียบผลการดำเนินงานของร้านยาเครือข่ายรายสาขาโดยใช้ตัวชี้วัดด้านยอดขาย กำไรขั้นต้น อัตรากำไรขั้นต้น และตัวชี้วัดด้านภาษีมูลค่าเพิ่ม 2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอัตรากำไรขั้นต้นกับตัวชี้วัดด้านภาษีมูลค่าเพิ่ม 3) เพื่อพัฒนาตัวชี้วัดแบบบูรณาการสำหรับการประเมินผลการดำเนินงานรายสาขา และ 4) เพื่อเปรียบเทียบลำดับของสาขาระหว่างการประเมินแบบดั้งเดิมกับการประเมินแบบบูรณาการ การวิจัยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณแบบย้อนหลัง โดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิจากร้านยาเครือข่ายแห่งหนึ่งในประเทศไทย จำนวน 5 สาขา ครอบคลุมปี ค.ศ. 2024–2025 รวม 10 หน่วยข้อมูลระดับสาขาต่อปี ตัวแปรที่ศึกษา ได้แก่ ยอดขายไม่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม ต้นทุนขาย กำไรขั้นต้น อัตรากำไรขั้นต้น ภาษีขาย ภาษีซื้อ และภาษีนำส่ง รวมทั้งตัวแปรอนุพันธ์ ได้แก่ อัตราส่วนภาษีนำส่งต่อยอดขาย สัดส่วนภาษีซื้อต่อภาษีขาย อัตราส่วนภาษีนำส่งต่อกำไรขั้นต้น และอัตราส่วนกำไรขั้นต้นหลังหักภาระภาษีมูลค่าเพิ่มต่อยอดขาย วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา การจัดอันดับ และสหสัมพันธ์แบบสเปียร์แมน

ผลการวิจัยพบว่า ยอดขายรวมของเครือข่ายลดลงจาก 30.83 ล้านบาทในปี 2024 เหลือ 29.62 ล้านบาทในปี 2025 แต่อัตรากำไรขั้นต้นรวมเพิ่มจากร้อยละ 48.45 เป็น 49.92 และอัตราส่วนกำไรขั้นต้นหลังหักภาระภาษีมูลค่าเพิ่มต่อยอดขายเพิ่มจากร้อยละ 45.06 เป็น 46.42 สาขา 02 มีผลการดำเนินงานโดดเด่นที่สุดในปี 2025 เมื่อพิจารณาทั้งการเติบโตของยอดขาย คุณภาพของส่วนต่าง และผลการจัดอันดับแบบบูรณาการสำหรับการเปรียบเทียบลำดับสาขา พบว่าการจัดอันดับแบบบูรณาการเปลี่ยนลำดับจากการพิจารณาอัตรากำไรขั้นต้นเพียงเล็กน้อยในปี 2024 และให้ผลใกล้เคียงกันมากในปี 2025 นอกจากนี้ อัตรากำไรขั้นต้นมีความสัมพันธ์สูงมากกับตัวชี้วัดด้านภาษีมูลค่าเพิ่มหลายรายการ เนื่องจากตัวชี้วัดดังกล่าวมีโครงสร้างการคำนวณร่วมกันในข้อมูลชุดนี้ ดังนั้น ข้อมูลภาษีมูลค่าเพิ่มจึงมีคุณค่าในเชิงบริหารสำหรับการติดตามภาระภาษีและการตีความคุณภาพของส่วนต่าง แต่ยังไม่ได้เพิ่มสารสนเทศใหม่อย่างเป็นอิสระจากอัตรากำไรขั้นต้นอย่างชัดเจนในบริบทขององค์กรนี้

คำสำคัญ: *ร้านยา, ผลการดำเนินงานรายสาขา, ภาษีมูลค่าเพิ่ม, อัตรากำไรขั้นต้น*

[1] คณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม
Faculty of Pharmacy, Siam University
* Corresponding author, e-mail: kridsadadanudej.won@siam.edu

Abstract

This study had four objectives: 1) to compare branch performance in a pharmacy chain using sales, gross profit, gross margin, and value-added tax indicators; 2) to examine the relationship between gross margin and VAT-related indicators; 3) to develop an integrated indicator for branch performance assessment; and 4) to compare branch rankings between the conventional approach and the integrated approach. A retrospective quantitative design was employed using secondary data from five branches of a pharmacy chain in Thailand covering 2024–2025, yielding 10 branch-year observations. The variables included sales excluding value-added tax, cost of goods sold, gross profit, gross margin, output tax, input tax, and VAT remittance. Derived indicators included the VAT remittance-to-sales ratio, the input tax-to-output tax ratio, the VAT remittance-to-gross profit ratio, and the adjusted gross surplus margin ratio. Data were analyzed using descriptive statistics, ranking analysis, and Spearman's rank correlation.

The findings showed that although total sales declined from THB 30.83 million in 2024 to THB 29.62 million in 2025, the overall gross margin increased from 48.45% to 49.92%, and the adjusted gross surplus margin increased from 45.06% to 46.42%. Branch 02 demonstrated the strongest performance in 2025 when sales growth, margin quality, and integrated ranking were considered together. The integrated ranking altered branch positions only slightly in 2024 and produced results broadly similar to those of the gross-margin-based ranking in 2025. In addition, gross margin showed very strong relationships with several VAT-related indicators because these indicators were derived structurally from the same accounting base in this dataset. Therefore, VAT indicators in this context are most useful as managerial tools for monitoring the tax burden and interpreting branch-margin quality, rather than as clearly independent indicators beyond gross margin itself.

Keywords: *pharmacy, branch performance, value-added tax, gross margin*

บทนำ

ร้านยาในปัจจุบันไม่ได้ทำหน้าที่เพียงเป็นจุดจ่ายยาและให้คำแนะนำด้านสุขภาพเท่านั้น แต่ยังเป็นหน่วยธุรกิจที่ต้องบริหารรายได้ ต้นทุน สภาพคล่อง สินค้าคงคลัง บุคลากร และการปฏิบัติตามข้อกำกับทางกฎหมายควบคู่กันไป ภายใต้บทบาทที่ขยายตัวในระบบบริการปฐมภูมิ ความคาดหวังต่อร้านยาจึงครอบคลุมทั้งคุณภาพเชิงวิชาชีพและความสามารถในการดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน วรรณกรรมร่วมสมัยสะท้อนตรงกันว่า การประเมินร้านยาไม่ควรจำกัดอยู่เพียงปริมาณการขายหรือจำนวนการให้บริการ แต่ควรครอบคลุมคุณภาพของผลประกอบการ ความยั่งยืนของรูปแบบธุรกิจ และบริบทการดำเนินงานขององค์กรด้วย (Hindi et al., 2024; Jackson et al., 2024; Abu Assab et al., 2024)

อย่างไรก็ตาม การประเมินผลการดำเนินงานของร้านยาหลายสาขาในทางปฏิบัติมักยังอาศัยตัวชี้วัดแบบดั้งเดิม เช่น ยอดขาย กำไรขั้นต้น และอัตรากำไรขั้นต้นเป็นหลัก แม้ตัวชี้วัดเหล่านี้จะเข้าใจง่ายและเปรียบเทียบ

ระหว่างสาขาได้สะดวก แต่การใช้เพียงตัวชี้วัดดังกล่าวอาจยังไม่สะท้อนภาพการดำเนินงานได้ครบถ้วน โดยเฉพาะในธุรกิจที่ต้องบริหารทั้งโครงสร้างต้นทุน เงื่อนไขการจัดซื้อ การหมุนเวียนเงินสด และภาระการปฏิบัติตามกฎหมายควบคู่กัน วรรณกรรมด้าน performance measurement ชี้ว่า การประเมินองค์กรในสมัยใหม่ควรใช้ชุดตัวชี้วัดหลายมิติที่เชื่อมโยงกัน มากกว่าพึ่งพาตัวเลขเพียงตัวเดียว (Kumar et al., 2024; Schmidtke & Warholak, 2025)

ในกรอบคิดดังกล่าว ภาษีมูลค่าเพิ่มเป็นมิติที่น่าสนใจสำหรับการประเมินผลรายสาขา แม้โดยหลักการภาษีมูลค่าเพิ่มจะเป็นภาษีการบริโภคที่ธุรกิจทำหน้าที่เรียกเก็บและนำส่ง แต่ระบบภาษีมูลค่าเพิ่มยังก่อให้เกิดภาระด้านการบริหารจัดการ การปฏิบัติตามกฎหมาย เวลา และกระแสเงินสดของกิจการด้วย (Organization for Economic Co-operation and Development, 2017; Morrow et al., 2022) อย่างไรก็ตาม แม้งานวิจัยด้านร้านยาจะให้ความสำคัญกับความยั่งยืนของธุรกิจ ตัวชี้วัดทางการเงิน และบริบทเชิงนโยบายมากขึ้น แต่ยังแทบไม่พบงานที่นำข้อมูลภาษีมูลค่าเพิ่มระดับสาขามาวิเคราะห์ร่วมกับอัตรากำไรขั้นต้นอย่างเป็นระบบในบริบทร้านยาเครือข่าย ช่องว่างนี้มีความสำคัญในทางปฏิบัติ เพราะสาขาที่มียอดขายสูงอาจไม่ได้เป็นสาขาที่มีคุณภาพของส่วนต่างดีที่สุด และสาขาที่มีกำไรขั้นต้นสูงอาจมีลักษณะภาระภาษีที่ต่างออกไปในเชิงบริหาร

ด้วยเหตุนี้ งานวิจัยฉบับนี้จึงมุ่งประเมินผลการดำเนินงานรายสาขาของร้านยาเครือข่ายแห่งหนึ่งในประเทศไทย โดยบูรณาการตัวชี้วัดด้านกำไรขั้นต้นเข้ากับตัวชี้วัดด้านภาษีมูลค่าเพิ่มจากข้อมูลจริงในช่วงปี ค.ศ. 2024 ถึง 2025 เพื่อ 1) เปรียบเทียบผลการดำเนินงานของสาขาด้วยตัวชี้วัดพื้นฐานและตัวชี้วัดด้านภาษีมูลค่าเพิ่ม 2) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอัตรากำไรขั้นต้นกับตัวชี้วัดด้านภาษีมูลค่าเพิ่ม 3) พัฒนาตัวชี้วัดแบบบูรณาการสำหรับการประเมินผลรายสาขา และ 4) เปรียบเทียบลำดับของสาขาระหว่างการประเมินแบบดั้งเดิมกับการประเมินแบบบูรณาการ

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อเปรียบเทียบผลการดำเนินงานของร้านยารายสาขาโดยใช้ทั้งตัวชี้วัดด้านยอดขาย กำไรขั้นต้น อัตรากำไรขั้นต้น และตัวชี้วัดด้านภาษีมูลค่าเพิ่ม
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอัตรากำไรขั้นต้นกับตัวชี้วัดด้านภาษีมูลค่าเพิ่มของแต่ละสาขา
3. เพื่อพัฒนาตัวชี้วัดแบบบูรณาการสำหรับใช้ประเมินผลการดำเนินงานรายสาขา โดยคำนึงถึงทั้งความสามารถในการสร้างกำไรขั้นต้นและภาระภาษีมูลค่าเพิ่มที่เกิดขึ้น
4. เพื่อเปรียบเทียบลำดับของแต่ละสาขาระหว่างการประเมินแบบดั้งเดิมที่อาศัยอัตรากำไรขั้นต้นเป็นหลัก กับการประเมินแบบบูรณาการที่รวมตัวชี้วัดด้านภาษีมูลค่าเพิ่มร่วมด้วย

ทบทวนวรรณกรรม

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการศึกษานี้สามารถสังเคราะห์ได้เป็น 3 ประเด็นหลัก ได้แก่ งานวิจัยเกี่ยวกับการบริหารและความยั่งยืนของร้านยา งานวิจัยด้านการวัดผลการดำเนินงานในเชิงหลายมิติ และงานวิจัยหรือกรอบแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับภาษีมูลค่าเพิ่มในฐานะภาระด้านการจัดการและการปฏิบัติตามกฎหมาย

ประเด็นแรก วรรณกรรมด้านร้านยาร่วมสมัยชี้ตรงกันว่า ร้านยาต้องเผชิญทั้งแรงกดดันด้านวิชาชีพและแรงกดดันด้านธุรกิจในเวลาเดียวกัน เภสัชกรชุมชนมีการใช้ตัวชี้วัดทางการเงินจริงในการบริหารร้านยา โดยเฉพาะตัวชี้วัดด้านกำไรและสภาพคล่อง ขณะที่ความยั่งยืนของร้านยาขึ้นอยู่กับรูปแบบการชำระเงินและโครงสร้างรายได้อย่างมีนัยสำคัญ นอกจากนี้ความยั่งยืนของบริการวิชาชีพร้านยาขึ้นกับปัจจัยหลายด้าน ทั้ง

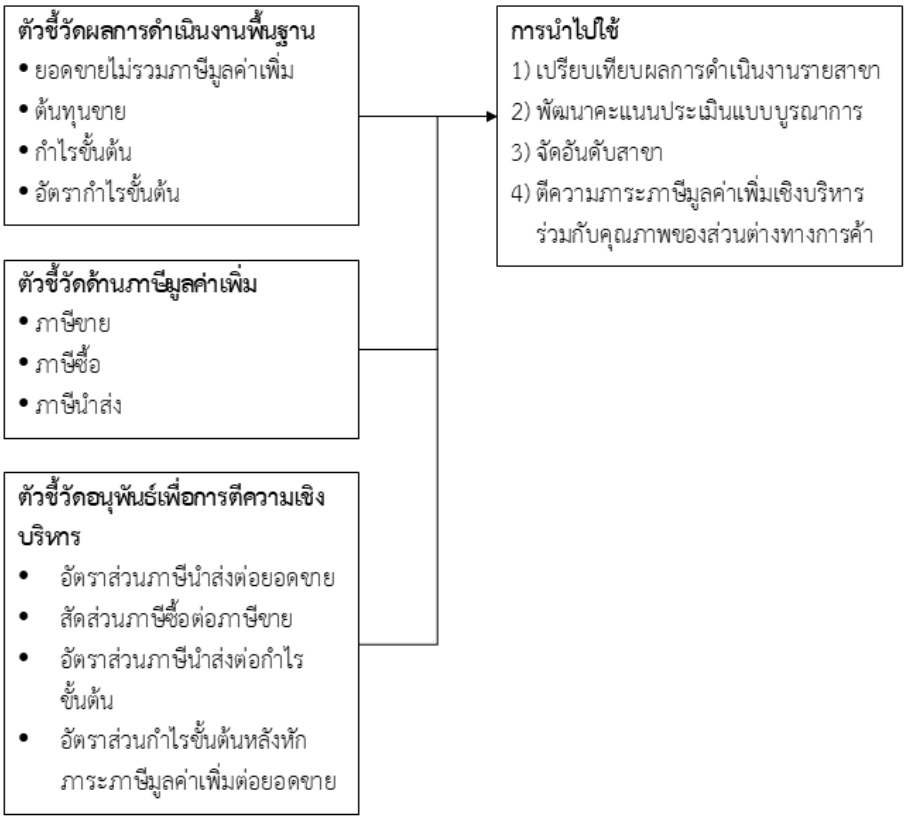
แรงจูงใจของผู้ให้บริการ ทรัพยากรสนับสนุน และความเหมาะสมของแบบจำลองการดำเนินงาน ข้อค้นพบเหล่านี้ชี้ให้เห็นร่วมกันว่า การประเมินร้านยาควรมองให้พ้นจากยอดขายหรือปริมาณการให้บริการเพียงอย่างเดียว และควรให้ความสำคัญกับความสามารถในการสร้างผลประกอบการที่ยั่งยืนด้วย (Abu Assab et al., 2024; Crespo-Gonzalez et al., 2021; Schmidtke & Warholak, 2025)

ประเด็นที่สอง วรรณกรรมด้านการวัดผลการดำเนินงานเสนอว่า การใช้ตัวชี้วัดหลายมิติร่วมกันช่วยให้การประเมินองค์กรมีความครอบคลุมมากกว่าการใช้ตัวชี้วัดเพียงตัวเดียว การประเมินผลการดำเนินงานสมัยใหม่ควรเชื่อมมิติทางการเงินกับมิติด้านการดำเนินงานและกลยุทธ์เข้าด้วยกัน สำหรับบริบทร้านยา คุณภาพของร้านยาเป็นแนวคิดหลายมิติที่ครอบคลุมทั้งการดูแลผู้ป่วย การเข้าถึงบริการ ความปลอดภัย สมรรถนะของบุคลากร และการเชื่อมโยงกับระบบสุขภาพ นอกจากนี้สภาพแวดล้อมเชิงนโยบายและมาตรฐานวิชาชีพมีผลต่อการปฏิบัติงานของเภสัชกรชุมชนโดยตรง วรรณกรรมกลุ่มนี้จึงสนับสนุนกรอบคิดของการศึกษาครั้งนี้ที่ต้องการบูรณาการตัวชี้วัดด้านผลประกอบการกับตัวชี้วัดที่สะท้อนภาระและบริบทการดำเนินงานในระดับสาขา (Hindi et al., 2024; Jackson et al., 2024; Kumar et al., 2024)

ประเด็นที่สาม วรรณกรรมด้านภาษีมูลค่าเพิ่มช่วยอธิบายว่าภาษีมูลค่าเพิ่มไม่ควรถูกมองเป็นเพียงตัวเลขทางบัญชีปลายทางเท่านั้น ระบบภาษีมูลค่าเพิ่มก่อให้เกิดภาระด้านการปฏิบัติตามกฎหมาย ภาระด้านการบริหารจัดการ และผลกระทบด้านเวลาและกระแสเงินสดต่อธุรกิจ การปฏิบัติตามกฎหมายเกี่ยวกับภาษีมูลค่าเพิ่มมีความเกี่ยวข้องกับประสิทธิภาพเชิงสถาบันและการจัดเก็บรายได้ภาษีในระดับมหภาค พฤติกรรมการปฏิบัติตามกฎหมายเกี่ยวกับภาษีมูลค่าเพิ่มของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้รับอิทธิพลจากความรู้ด้านภาษี การตรวจสอบภาษี และบริบทเชิงสถาบันหลายด้าน แม้งานเหล่านี้จะไม่ได้ศึกษาร้านยาโดยตรง แต่ก็ช่วยให้เห็นว่า ภาษีมูลค่าเพิ่มมีมิติด้านการบริหารและการกำกับดูแลที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการประเมินผลการดำเนินงานของธุรกิจได้ (Morrow et al., 2022; Organization for Economic Co-operation and Development, 2017; Padi et al., 2025)

เมื่อพิจารณาร่วมกัน วรรณกรรมทั้งสามกลุ่มสะท้อนช่องว่างสำคัญว่า แม้งานวิจัยด้านร้านยาจะให้ความสำคัญกับตัวชี้วัดทางการเงิน ความยั่งยืนของบริการ และบริบทด้านนโยบายมากขึ้น แต่ยังแทบไม่พบการใช้ข้อมูลภาษีมูลค่าเพิ่มระดับสาขามาวิเคราะห์ร่วมกับอัตรากำไรขั้นต้นอย่างเป็นระบบในร้านยาเครือข่าย ในเชิงกรอบคิด วรรณกรรมทั้งสามกลุ่มสามารถบูรณาการได้ภายใต้แนวคิดการวัดผลการดำเนินงานแบบหลายมิติ กล่าวคือ งานด้านร้านยาสะท้อนความจำเป็นของการประเมินความยั่งยืนและคุณภาพของผลประกอบการ งานด้าน performance measurement สนับสนุนการใช้ชุดตัวชี้วัดที่สะท้อนมิติหลายด้านขององค์กร และงานด้านภาษีมูลค่าเพิ่มชี้ให้เห็นว่า VAT มิได้เป็นเพียงข้อมูลทางบัญชีปลายทาง แต่ยังสะท้อนภาระการจัดการ การปฏิบัติตามกฎหมาย และผลกระทบต่อกระแสเงินสดของกิจการได้ด้วย ดังนั้น การศึกษานี้จึงวางกรอบการประเมินผลรายสาขาไว้บนแนวคิดของ multidimensional performance assessment โดยใช้ข้อมูลด้านกำไรขั้นต้นเป็นแกนหลัก และใช้ตัวชี้วัด VAT เป็นมิติประกอบเพื่อขยายการตีความเชิงบริหารของผลการดำเนินงานในระดับสาขา

กรอบแนวคิดการวิจัย



วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณแบบย้อนหลัง โดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิจากรายงานผลการดำเนินงานและข้อมูลภาษีมูลค่าเพิ่มของร้านยาเครือข่ายแห่งหนึ่งในประเทศไทย ครอบคลุมระยะเวลา 2 ปี ได้แก่ ปี ค.ศ. 2024 และปี ค.ศ. 2025 การออกแบบการวิจัยลักษณะนี้เหมาะสมกับวัตถุประสงค์ที่มุ่งเปรียบเทียบผลการดำเนินงานรายสาขาจากข้อมูลจริงขององค์กร และวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวชี้วัดด้านกำไรขั้นต้นกับตัวชี้วัดด้านภาษีมูลค่าเพิ่มในระดับสาขา โดยมุ่งอธิบายเชิงพรรณนา เชิงเปรียบเทียบ และเชิงบริหาร มากกว่าการอนุมานเชิงสาเหตุ

หน่วยวิเคราะห์ของการวิจัยคือข้อมูลระดับสาขาต่อปี หรือ branch-year ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้ข้อมูลของร้านยาจำนวน 5 สาขา ครอบคลุม 2 ปี รวมทั้งสิ้น 10 หน่วยข้อมูล โดยใช้ข้อมูลครบทุกสาขาที่เข้าเกณฑ์ภายในองค์กรเดียวกัน (complete enumeration within the organization) มิได้ใช้การสุ่มตัวอย่างจากประชากรร้านยาในระดับประเทศ ดังนั้น ขอบเขตของการอ้างอิงผลจึงอยู่ที่ร้านยาเครือข่ายองค์กรนี้เป็นหลัก ไม่ได้มุ่งอ้างอิงเชิงสถิติไปยังร้านยาเครือข่ายทั้งหมดหรือร้านยาชุมชนทั้งหมดในประเทศไทย อย่างไรก็ตาม ข้อค้นพบยังมีคุณค่าในเชิง analytical generalization สำหรับองค์กรที่มีโครงสร้างข้อมูล ระบบบัญชี และรูปแบบภาระภาษีมูลค่าเพิ่มในลักษณะใกล้เคียงกัน

เกณฑ์คัดเข้ากำหนดให้สาขาต้องมีข้อมูลครบถ้วนในทั้งสองปีศึกษา และต้องมีข้อมูลสำคัญสำหรับการวิเคราะห์ ได้แก่ ยอดขายไม่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม ต้นทุนไม่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม กำไรขั้นต้น ภาษีขาย ภาษีซื้อ และภาษีนำส่ง เกณฑ์คัดออก ได้แก่ สาขาที่มีข้อมูลไม่ครบในตัวแปรหลัก สาขาที่เปิดดำเนินการไม่ครบช่วงเวลาศึกษา หรือสาขาที่มีความไม่สอดคล้องของข้อมูลจนไม่สามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ จากการตรวจสอบข้อมูลเบื้องต้นไม่พบ

สาขาที่ต้องตัดออกเพิ่มเติม จึงใช้ข้อมูลของทุกสาขาที่เข้าเกณฑ์มาวิเคราะห์ทั้งหมด เพื่อป้องกันการเปิดเผยข้อมูลเชิงพาณิชย์ ผู้วิจัยกำหนดรหัสแทนสาขาเป็น 00, 01, 02, 03 และ 04 โดยไม่เปิดเผยชื่อสาขาจริงในบทความ

แม้สาขาที่ศึกษาอยู่ภายใต้องค์กรเดียวกัน แต่แต่ละสาขาอาจมีความแตกต่างกันในด้านขนาดตลาด ฐานลูกค้า ทำเล และบริบทการแข่งขัน ซึ่งอาจมีผลต่อยอดขายและผลประกอบการของสาขาได้ การศึกษานี้จึงมีลักษณะเป็น internal branch benchmarking เพื่อการเปรียบเทียบเชิงบริหารภายในองค์กร มากกว่าการออกแบบเพื่อทดสอบผลของปัจจัยเชิงสาเหตุระหว่างสาขาที่ถูกควบคุมให้มีลักษณะเหมือนกันทุกประการ

ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยได้มาจากไฟล์สรุปผลการขายและภาษีมูลค่าเพิ่มรายสาขาขององค์กร ซึ่งเป็นข้อมูลที่จัดทำขึ้นจากระบบงานภายในและใช้ติดตามผลการดำเนินงานของกิจการอยู่แล้ว ข้อมูลดังกล่าวประกอบด้วยยอดขายไม่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม ต้นทุนไม่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม กำไรขั้นต้น ภาษีขาย ภาษีซื้อ ภาษีนำส่ง และอัตรากำไรขั้นต้นของแต่ละสาขาในแต่ละปี ก่อนการวิเคราะห์ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตรวจสอบคุณภาพข้อมูลอย่างเป็นระบบใน 3 ขั้นตอน ขั้นตอนแรกเป็นการตรวจสอบความครบถ้วนของข้อมูลในทุกตัวแปรและทุกสาขา ขั้นตอนที่สองเป็นการตรวจสอบความสอดคล้องเชิงตรรกะทางบัญชี โดยกำหนดให้กำไรขั้นต้นต้องเท่ากับผลต่างระหว่างยอดขายกับต้นทุน และภาษีนำส่งต้องสอดคล้องกับส่วนต่างระหว่างภาษีขายและภาษีซื้อ ขั้นตอนที่สามเป็นการตรวจสอบค่าผิดปกติ ความต่อเนื่องของข้อมูลระหว่างปี และความเป็นไปได้ของค่าที่คำนวณได้ หากพบค่าที่คลาดเคลื่อน ผู้วิจัยตรวจสอบย้อนกลับกับไฟล์ต้นทางก่อนนำเข้าสู่การวิเคราะห์ ทั้งนี้ ไม่พบข้อมูลสูญหายและไม่พบค่าผิดปกติที่จำเป็นต้องตัดออกจากการศึกษา

ตัวแปรหลักของการวิจัยประกอบด้วยยอดขาย ต้นทุนขาย กำไรขั้นต้น อัตรากำไรขั้นต้น ภาษีขาย ภาษีซื้อ และภาษีนำส่ง โดยกำหนดนิยามดังนี้ ยอดขายหมายถึงมูลค่าการขายสินค้าไม่รวมภาษีมูลค่าเพิ่มของแต่ละสาขา ต้นทุนขายหมายถึงมูลค่าต้นทุนสินค้าไม่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม กำไรขั้นต้นหมายถึงผลต่างระหว่างยอดขายกับต้นทุนขาย อัตรากำไรขั้นต้นคำนวณจากกำไรขั้นต้นหารด้วยยอดขายแล้วคูณด้วย 100 ภาษีขายหมายถึงภาษีมูลค่าเพิ่มที่เกิดจากการขายสินค้า ภาษีซื้อหมายถึงภาษีมูลค่าเพิ่มที่เกิดจากการจัดซื้อสินค้า และภาษีนำส่งหมายถึงภาษีมูลค่าเพิ่มสุทธิที่ต้องนำส่งหลังหักภาษีซื้อออกจากภาษีขาย

ในการศึกษานี้ คำว่า คุณภาพของส่วนต่าง หรือ margin quality ใช้ในความหมายเชิงปฏิบัติของความสามารถของสาขาในการรักษาส่วนต่างทางการค้าทั้งก่อนและหลังคำนึงถึงภาระภาษีมูลค่าเพิ่ม โดยพิจารณาร่วมกันจากอัตรากำไรขั้นต้น และอัตราส่วนกำไรขั้นต้นหลังหักภาระภาษีมูลค่าเพิ่มต่อยอดขาย เพื่อให้การตีความผลการดำเนินงานรายสาขามีความครอบคลุมมากกว่าการดู gross margin เพียงตัวเดียว

เพื่อให้การวิเคราะห์สามารถสะท้อนมิติภาษีมูลค่าเพิ่มร่วมกับผลประกอบการได้ชัดเจนขึ้น ผู้วิจัยได้สร้างตัวแปรอนุพันธ์เพิ่มเติมจากข้อมูลพื้นฐานดังกล่าว ได้แก่ อัตราส่วนภาษีนำส่งต่อยอดขาย สัดส่วนภาษีซื้อต่อภาษีขาย อัตราส่วนภาษีนำส่งต่อกำไรขั้นต้น กำไรขั้นต้นหลังหักภาระภาษีมูลค่าเพิ่ม และอัตราส่วนกำไรขั้นต้นหลังหักภาระภาษีมูลค่าเพิ่มต่อยอดขาย โดยใช้สูตรดังต่อไปนี้

- อัตรากำไรขั้นต้น GM = กำไรขั้นต้น / ยอดขาย × 100
- อัตราส่วนภาษีนำส่งต่อยอดขาย = ภาษีนำส่ง / ยอดขาย × 100
- สัดส่วนภาษีซื้อต่อภาษีขาย = ภาษีซื้อ / ภาษีขาย × 100
- อัตราส่วนภาษีนำส่งต่อกำไรขั้นต้น = ภาษีนำส่ง / กำไรขั้นต้น × 100
- กำไรขั้นต้นหลังหักภาระภาษีมูลค่าเพิ่ม (Adjusted gross surplus) = กำไรขั้นต้น – ภาษีนำส่ง
- อัตราส่วนกำไรขั้นต้นหลังหักภาระภาษีมูลค่าเพิ่มต่อยอดขาย (Adjusted gross surplus margin) = Adjusted gross surplus / ยอดขาย × 100

การกำหนดตัวแปรดังกล่าวมีวัตถุประสงค์เพื่อให้สามารถพิจารณาคุณภาพของส่วนต่างในระดับสาขาได้หลายมุมมองมากขึ้น โดยเฉพาะมุมที่สะท้อนภาระภาษีมูลค่าเพิ่มควบคู่กับความสามารถในการสร้างกำไรขั้นต้น

การวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งออกเป็น 4 ส่วนให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย ส่วนแรกเป็นการวิเคราะห์เชิงพรรณนา เพื่อเปรียบเทียบผลการดำเนินงานรายสาขาด้วยตัวชี้วัดพื้นฐาน ได้แก่ ยอดขาย กำไรขั้นต้น และอัตรากำไรขั้นต้น ร่วมกับตัวชี้วัดด้านภาษีมูลค่าเพิ่ม ส่วนที่สองเป็นการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอัตรากำไรขั้นต้นกับตัวชี้วัดด้านภาษีมูลค่าเพิ่ม โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์แบบสเปียร์แมน ส่วนที่สามเป็นการพัฒนาคะแนนประเมินแบบบูรณาการสำหรับใช้เป็นเครื่องมือเชิงบริหารในการประเมินผลรายสาขา และส่วนที่สี่เป็นการเปรียบเทียบลำดับของสาขาระหว่างการประเมินแบบดั้งเดิมที่ใช้อัตรากำไรขั้นต้นเป็นหลัก กับการประเมินแบบบูรณาการที่รวมตัวชี้วัดด้านภาษีมูลค่าเพิ่มร่วมด้วย

การกำหนดน้ำหนักคะแนนใช้เหตุผลเชิงแนวคิดเพื่อการจัดลำดับเชิงบริหาร มิได้มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างแบบจำลองเชิงสาเหตุ โดยให้น้ำหนักแก่อัตรากำไรขั้นต้นร้อยละ 30 และอัตราส่วนกำไรขั้นต้นหลังหักภาระภาษีมูลค่าเพิ่มต่อยอดขายร้อยละ 30 เนื่องจากเป็นตัวแทนของความสามารถในการสร้างส่วนต่างและคุณภาพของผลประกอบการโดยตรง อัตราส่วนภาษีนำส่งต่อยอดขายได้รับน้ำหนักร้อยละ 20 เพื่อสะท้อนภาระภาษีในระดับสาขา ส่วนสัดส่วนภาษีซื้อต่อภาษีขายและอัตราส่วนภาษีนำส่งต่อกำไรขั้นต้นได้รับน้ำหนักอย่างละร้อยละ 10 ในฐานะตัวชี้วัดเสริมสำหรับการตีความเชิงโครงสร้างของภาษีมูลค่าเพิ่มในแต่ละสาขา

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ผลรวม ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ และอัตราการเปลี่ยนแปลงระหว่างปี เพื่ออธิบายลักษณะทั่วไปของข้อมูลและเปรียบเทียบผลการดำเนินงานของแต่ละสาขา นอกจากนี้ ใช้การจัดอันดับเพื่อเปรียบเทียบความโดดเด่นของสาขาภายใต้เกณฑ์การประเมินที่แตกต่างกัน และใช้สถิติสหสัมพันธ์แบบสเปียร์แมนในการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอัตรากำไรขั้นต้นกับตัวชี้วัดด้านภาษีมูลค่าเพิ่ม

เนื่องจากการวิจัยนี้ใช้ข้อมูลทุติยภูมิระดับสาขาในเชิงธุรกิจและไม่มีข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ป่วยหรือพนักงาน จึงไม่มีการเปิดเผยข้อมูลที่สามารถระบุตัวบุคคลได้ อย่างไรก็ดี ผู้วิจัยให้ความสำคัญกับการคุ้มครองข้อมูลเชิงพาณิชย์ขององค์กร โดยรายงานผลในลักษณะรหัสสาขาและนำเสนอข้อมูลเท่าที่จำเป็นต่อการอธิบายผลการวิจัย

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยนำเสนอเป็น 4 ส่วน ได้แก่ ภาพรวมผลการดำเนินงานของร้านยาเครือข่าย การเปรียบเทียบผลการดำเนินงานรายสาขา การวิเคราะห์ตัวชี้วัดแบบบูรณาการและการจัดอันดับสาขา และการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอัตรากำไรขั้นต้นกับตัวชี้วัดด้านภาษีมูลค่าเพิ่ม

ภาพรวมผลการดำเนินงานของร้านยาเครือข่าย

เมื่อพิจารณาภาพรวมของทั้งเครือข่าย พบว่าในปี 2024 ร้านยาทั้ง 5 สาขามียอดขายรวม 30,832,591.59 บาท ต้นทุนขายรวม 15,894,048.28 บาท และกำไรขั้นต้นรวม 14,938,543.31 บาท คิดเป็นอัตรากำไรขั้นต้นรวมร้อยละ 48.45 ภาษีขายรวมเท่ากับ 2,158,281.41 บาท ภาษีซื้อรวม 1,112,583.38 บาท และภาษีนำส่งรวม 1,045,698.03 บาท

สำหรับปี 2025 ยอดขายรวมของเครือข่ายลดลงเหลือ 29,624,169.48 บาท หรือลดลงจากปีก่อนร้อยละ 3.92 อย่างไรก็ตาม ต้นทุนขายรวมลดลงในอัตราที่มากกว่า ส่งผลให้กำไรขั้นต้นรวมยังอยู่ในระดับใกล้เคียงเดิมที่ 14,787,136.76 บาท และอัตรากำไรขั้นต้นรวมเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 49.92 ขณะเดียวกัน ภาษีนำส่งรวม

ลดลงเล็กน้อยเหลือ 1,035,099.57 บาท สะท้อนว่าแม้ยอดขายรวมของเครือข่ายจะอ่อนตัวลง แต่คุณภาพของส่วนต่างทางการค้ายังดีขึ้นเมื่อเทียบกับปีก่อน

หากพิจารณากำไรขั้นต้นหลังหักภาระภาษีมูลค่าเพิ่ม ซึ่งคำนวณจาก กำไรขั้นต้น – ภาษีนำส่ง พบว่าในปี 2024 เครือข่ายมีกำไรขั้นต้นหลังหักภาระภาษีมูลค่าเพิ่มรวม 13,892,845.28 บาท คิดเป็นอัตราส่วนกำไรขั้นต้นหลังหักภาระภาษีมูลค่าเพิ่มต่อยอดขายร้อยละ 45.06 ส่วนในปี 2025 มีกำไรขั้นต้นหลังหักภาระภาษีมูลค่าเพิ่มรวม 13,752,037.18 บาท คิดเป็นร้อยละ 46.42 ของยอดขายรวม ผลดังกล่าวสอดคล้องกับภาพรวมที่ว่า แม้รายได้รวมลดลง แต่ความสามารถในการรักษาส่วนต่างหลังคำนึงถึงภาระภาษีมูลค่าเพิ่มยังดีขึ้น

การเปรียบเทียบผลการดำเนินงานรายสาขา

เมื่อพิจารณาในระดับรายสาขา พบว่าสาขา 00 มียอดขายสูงที่สุดในทั้งสองปี โดยมียอดขาย 11,755,962.80 บาทในปี 2024 และ 11,180,982.59 บาทในปี 2025 แม้ว่ายอดขายของสาขานี้จะลดลงร้อยละ 4.89 แต่กำไรขั้นต้นกลับเพิ่มขึ้นเล็กน้อยจาก 5,444,821.17 บาท เป็น 5,507,484.93 บาท ส่งผลให้อัตรากำไรขั้นต้นเพิ่มจากร้อยละ 46.32 เป็นร้อยละ 49.26 หรือเพิ่มขึ้น 2.94 จุดร้อยละ สะท้อนให้เห็นว่าคุณภาพของส่วนต่างของสาขา 00 ดีขึ้นอย่างชัดเจน แม้จะเผชิญกับการชะลอตัวของยอดขาย

สาขา 02 เป็นสาขาที่มีผลการดำเนินงานโดดเด่นที่สุดในปี 2025 โดยมียอดขายเพิ่มจาก 7,239,017.87 บาทในปี 2024 เป็น 7,721,377.50 บาทในปี 2025 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 6.66 และมีกำไรขั้นต้นเพิ่มจาก 3,658,839.19 บาท เป็น 4,059,780.53 บาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 10.96 อัตรากำไรขั้นต้นของสาขานี้เพิ่มจากร้อยละ 50.54 เป็นร้อยละ 52.58 ซึ่งเป็นค่าสูงที่สุดในเครือข่ายในปี 2025 นอกจากนี้ยังมีอัตราส่วนกำไรขั้นต้นหลังหักภาระภาษีมูลค่าเพิ่มต่อยอดขายสูงถึงร้อยละ 48.90 จึงอาจกล่าวได้ว่าสาขา 02 เป็นสาขาที่สร้างทั้งการเติบโตและคุณภาพของส่วนต่างได้ดีที่สุดในช่วงเวลาศึกษา

ในทางกลับกัน สาขา 01 และสาขา 03 แสดงแนวโน้มอ่อนตัวลงทั้งด้านยอดขายและกำไรขั้นต้น สาขา 01 มียอดขายลดลงจาก 4,800,807.60 บาท เหลือ 4,242,669.27 บาท หรือลดลงร้อยละ 11.63 ขณะที่กำไรขั้นต้นลดลงร้อยละ 14.39 และอัตรากำไรขั้นต้นลดลง 1.50 จุดร้อยละ ส่วนสาขา 03 มียอดขายลดลงร้อยละ 9.42 และกำไรขั้นต้นลดลงร้อยละ 10.08 แม้อัตรากำไรขั้นต้นจะยังอยู่ในระดับค่อนข้างสูง คือร้อยละ 50.44 ในปี 2024 และร้อยละ 50.08 ในปี 2025 แต่แนวโน้มด้านการเติบโตของสาขานี้ชะลอลงอย่างชัดเจน

สำหรับสาขา 04 แม้มียอดขายลดลงเล็กน้อยจาก 2,306,806.48 บาท เหลือ 2,194,803.43 บาท หรือลดลงร้อยละ 4.86 แต่กำไรขั้นต้นลดลงเพียงร้อยละ 3.79 และอัตรากำไรขั้นต้นเพิ่มจากร้อยละ 49.83 เป็นร้อยละ 50.39 ผลดังกล่าวชี้ว่าสาขานี้ยังสามารถรักษาคุณภาพของส่วนต่างไว้ได้ดี แม้ฐานรายได้จะไม่ขยายตัว

หากพิจารณาเฉพาะยอดขาย สาขา 00 เป็นสาขาที่มีขนาดใหญ่ที่สุด แต่หากพิจารณาอัตรากำไรขั้นต้นและอัตราส่วนกำไรขั้นต้นหลังหักภาระภาษีมูลค่าเพิ่มต่อยอดขาย สาขา 02 เป็นสาขาที่โดดเด่นที่สุด โดยเฉพาะในปี 2025

ตารางที่ 1 ผลการดำเนินงานพื้นฐานและภาษีมูลค่าเพิ่มรายสาขา

ปี	รหัสสาขา	ยอดขายไม่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม (บาท)	กำไรขั้นต้น (บาท)	อัตรากำไรขั้นต้น (ร้อยละ)	ภาษีขาย (บาท)	ภาษีซื้อ (บาท)	ภาษีนำส่ง (บาท)
2024	00	11,755,962.80	5,444,821.17	46.32	822,917.40	441,779.91	381,137.48
2024	01	4,800,807.60	2,299,383.39	47.90	336,056.53	175,099.69	160,956.84
2024	02	7,239,017.87	3,658,839.19	50.54	506,731.25	250,612.51	256,118.74
2024	03	4,729,996.84	2,386,024.20	50.44	331,099.78	164,078.09	167,021.69
2024	04	2,306,806.48	1,149,475.37	49.83	161,476.45	81,013.18	80,463.28
2025	00	11,180,982.59	5,507,484.93	49.26	782,668.78	397,144.84	385,523.94
2025	01	4,242,669.27	1,968,425.62	46.40	296,986.85	159,197.06	137,789.79
2025	02	7,721,377.50	4,059,780.53	52.58	540,496.42	256,311.79	284,184.64
2025	03	4,284,336.69	2,145,519.36	50.08	299,903.57	149,717.21	150,186.36
2025	04	2,194,803.43	1,105,926.32	50.39	153,636.24	76,221.40	77,414.84

จากตารางที่ 1 จะเห็นว่าสาขา 00 มียอดขายสูงสุดทั้งสองปี แต่สาขา 02 มีอัตรากำไรขั้นต้นสูงที่สุดในปี 2025 ขณะที่สาขา 03 และ 04 มีอัตรากำไรขั้นต้นอยู่ในระดับใกล้เคียงกัน แม้ขนาดยอดขายจะต่างกันมาก

ผลในส่วนนี้นำเสนอเพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 และ 4 ซึ่งเกี่ยวข้องกับการพัฒนาตัวชี้วัดแบบบูรณาการและการเปรียบเทียบลำดับของสาขาระหว่างเกณฑ์การประเมินที่แตกต่างกัน

การวิเคราะห์ตัวชี้วัดแบบบูรณาการและการจัดอันดับสาขา

เมื่อพิจารณาตัวชี้วัดอนุพันธ์ด้านภาษีมูลค่าเพิ่มร่วมกับตัวชี้วัดด้านผลประกอบการ พบว่าอัตราส่วนภาษีนำส่งต่อยอดขายของแต่ละสาขาอยู่ในช่วงค่อนข้างแคบ โดยในปี 2024 อยู่ระหว่างร้อยละ 3.24 ถึง 3.54 และในปี 2025 อยู่ระหว่างร้อยละ 3.25 ถึง 3.68 ขณะที่อัตราส่วนกำไรขั้นต้นหลังหักภาระภาษีมูลค่าเพิ่มต่อยอดขายอยู่ระหว่างร้อยละ 43.07 ถึง 47.01 ในปี 2024 และระหว่างร้อยละ 43.15 ถึง 48.90 ในปี 2025

เมื่อจัดอันดับสาขาตามอัตรากำไรขั้นต้นเพียงอย่างเดียว พบว่าในปี 2024 สาขา 02 อยู่ในอันดับ 1 ตามด้วยสาขา 03 สาขา 04 สาขา 01 และสาขา 00 ตามลำดับ ส่วนในปี 2025 สาขา 02 ยังคงอยู่ในอันดับ 1 ตามด้วยสาขา 04 สาขา 03 สาขา 00 และสาขา 01

อย่างไรก็ตาม เมื่อใช้คะแนนประเมินแบบบูรณาการซึ่งรวมตัวชี้วัดด้านภาษีมูลค่าเพิ่มเข้ามาร่วมด้วย พบว่าผลการจัดอันดับในปี 2024 เปลี่ยนแปลงเล็กน้อย โดยสาขา 03 ขยับขึ้นมาอยู่ในอันดับ 1 ขณะที่สาขา 02 อยู่ในอันดับ 2 สาขา 04 อยู่ในอันดับ 3 สาขา 01 อยู่ในอันดับ 4 และสาขา 00 อยู่ในอันดับ 5 ส่วนในปี 2025 ผลการจัดอันดับแบบบูรณาการยังคงให้สาขา 02 อยู่ในอันดับ 1 ตามด้วยสาขา 04 สาขา 03 สาขา 00 และสาขา 01 เช่นเดียวกับการจัดอันดับตามอัตรากำไรขั้นต้น

ตารางที่ 2 ตัวชี้วัดอนุพันธ์ด้านภาษีมูลค่าเพิ่มและคะแนนประเมินแบบบูรณาการ

ปี	รหัสสาขา	อัตรากำไรขั้นต้น (ร้อยละ)	อัตราส่วนภาษีนำส่งต่อยอดขาย (ร้อยละ)	สัดส่วนภาษีซื้อต่อภาษีขาย (ร้อยละ)	อัตราส่วนภาษีนำส่งต่อกำไรขั้นต้น (ร้อยละ)	อัตราส่วนกำไรขั้นต้นหลังหักภาระภาษีมูลค่าเพิ่มต่อยอดขาย (ร้อยละ)	คะแนนประเมินแบบบูรณาการ	ลำดับตามอัตรากำไรขั้นต้น	ลำดับตามคะแนนประเมินแบบบูรณาการ
2024	00	46.32	3.24	53.68	7.00	43.07	40.00	5	5
2024	01	47.90	3.35	52.10	7.00	44.54	51.21	4	4
2024	02	50.54	3.54	49.46	7.00	47.01	60.00	1	2
2024	03	50.44	3.53	49.56	7.00	46.91	69.30	2	1
2024	04	49.83	3.49	50.17	7.00	46.34	54.94	3	3
2025	00	49.26	3.45	50.74	7.00	45.81	43.89	4	4
2025	01	46.40	3.25	53.60	7.00	43.15	40.00	5	5
2025	02	52.58	3.68	47.42	7.00	48.90	70.00	1	1
2025	03	50.08	3.51	49.92	7.00	46.57	47.87	3	3
2025	04	50.39	3.53	49.61	7.00	46.86	59.37	2	2

ผลในตารางที่ 2 มีข้อค้นพบสำคัญ 3 ประการ ประการแรก อัตราส่วนภาษีนำส่งต่อกำไรขั้นต้นเท่ากับร้อยละ 7.00 ทุกสาขาและทุกปี ประการที่สอง สัดส่วนภาษีซื้อต่อภาษีขายมีแนวโน้มเคลื่อนไหวในทิศทางตรงกันข้ามกับอัตรากำไรขั้นต้น กล่าวคือ สาขาที่มีอัตรากำไรขั้นต้นสูงจะมีสัดส่วนภาษีซื้อต่อภาษีขายต่ำกว่า ประการที่สาม การจัดอันดับแบบบูรณาการเปลี่ยนลำดับจากการจัดอันดับตามอัตรากำไรขั้นต้นเล็กน้อยในปี 2024 แต่แทบไม่เปลี่ยนในปี 2025

การเปลี่ยนแปลงระหว่างปีของแต่ละสาขา

เมื่อวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงระหว่างปีเพิ่มเติม พบว่าแต่ละสาขามีรูปแบบการเปลี่ยนแปลงที่แตกต่างกันอย่างชัดเจน สาขา 02 เป็นสาขาเดียวที่เติบโตทั้งด้านยอดขายและกำไรขั้นต้นอย่างเด่นชัด และยังปรับอัตรากำไรขั้นต้นเพิ่มขึ้น 2.04 จุดร้อยละ จึงถือเป็นสาขาที่มีพัฒนาการดีที่สุดในช่วงเวลาศึกษา

สาขา 00 แม้ยอดขายลดลง แต่กำไรขั้นต้นยังเพิ่มขึ้นและอัตรากำไรขั้นต้นดีขึ้นอย่างมีนัยสำคัญในเชิงบริหาร แสดงให้เห็นถึงการปรับตัวด้านโครงสร้างต้นทุนหรือคุณภาพการขายที่ดีขึ้น ส่วนสาขา 04 อยู่ในลักษณะใกล้เคียงกัน คือยอดขายลดลงเล็กน้อย แต่ยังรักษาและปรับปรุงอัตรากำไรขั้นต้นได้

ตรงกันข้าม สาขา 01 และสาขา 03 เป็นสาขาที่ควรได้รับการทบทวนในเชิงบริหารมากที่สุด เนื่องจากเผชิญการลดลงพร้อมกันทั้งยอดขาย กำไรขั้นต้น และความสามารถในการสร้างส่วนต่าง โดยเฉพาะสาขา 01 ซึ่งอัตรากำไรขั้นต้นลดลงชัดเจนที่สุดในกลุ่ม

หากพิจารณาการเปลี่ยนแปลงของลำดับตามคะแนนประเมินแบบบูรณาการระหว่างปี พบว่าสาขา 02 ขยับดีขึ้นจากอันดับ 2 มาเป็นอันดับ 1 ขณะที่สาขา 03 ลดลงจากอันดับ 1 มาเป็นอันดับ 3 ส่วนสาขา 00 และสาขา 04 ปรับตัวดีขึ้นเล็กน้อย และสาขา 01 มีอันดับลดลง ผลลักษณะนี้ช่วยให้เห็นว่าการเปรียบเทียบรายปีให้ข้อมูลเพิ่มเติมที่แตกต่างจากการมองภาพตัดขวางเพียงปีเดียว

ตารางที่ 3 การเปลี่ยนแปลงของตัวชี้วัดสำคัญระหว่างปี 2024 ถึง 2025

รหัสสาขา	การเปลี่ยนแปลงยอดขาย (ร้อยละ)	การเปลี่ยนแปลงกำไรขั้นต้น (ร้อยละ)	การเปลี่ยนแปลงอัตรากำไรขั้นต้น (จุดร้อยละ)	การเปลี่ยนแปลงภาษีนำส่ง (ร้อยละ)	การเปลี่ยนแปลงอัตราส่วนกำไรขั้นต้นหลังหักภาระภาษีมูลค่าเพิ่มต่อยอดขาย (จุดร้อยละ)	การเปลี่ยนแปลงลำดับตามคะแนนประเมินแบบบูรณาการ
00	-4.89	1.15	2.94	1.15	2.74	1
01	-11.63	-14.39	-1.50	-14.39	-1.39	-1
02	6.66	10.96	2.04	10.96	1.89	1
03	-9.42	-10.08	-0.37	-10.08	-0.34	-2
04	-4.86	-3.79	0.56	-3.79	0.52	1

จากตารางที่ 3 จะเห็นว่าสาขา 02 เป็นสาขาที่โดดเด่นที่สุดในแง่การเติบโตและการปรับปรุงคุณภาพของส่วนต่าง ขณะที่สาขา 01 และ 03 มีแนวโน้มอ่อนตัวลงชัดเจน ผลในส่วนนี้นำเสนอเพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 โดยมุ่งพิจารณาว่าตัวชี้วัดด้านภาษีมูลค่าเพิ่มให้สารสนเทศที่แตกต่างจากอัตรากำไรขั้นต้นมากน้อยเพียงใดในข้อมูลจริงขององค์กร

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอัตรากำไรขั้นต้นกับตัวชี้วัดด้านภาษีมูลค่าเพิ่ม

ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบสเปียร์แมนพบว่า อัตรากำไรขั้นต้นมีความสัมพันธ์เชิงบวกสูงมากกับอัตราส่วนภาษีนำส่งต่อยอดขาย โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ $\rho = 0.997$ และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ $p < .001$ นอกจากนี้ อัตรากำไรขั้นต้นยังมีความสัมพันธ์เชิงลบสมบูรณ์กับสัดส่วนภาษีซื้อต่อภาษีขาย โดยมีค่า $\rho = -1.000$ และ $p < .001$ และมีความสัมพันธ์เชิงบวกสมบูรณ์กับอัตราส่วนกำไรขั้นต้นหลังหักภาระภาษีมูลค่าเพิ่มต่อยอดขาย โดยมีค่า $\rho = 1.000$ และ $p < .001$ ส่วนอัตราส่วนภาษีนำส่งต่อกำไรขั้นต้นไม่สามารถวิเคราะห์สหสัมพันธ์ได้ เนื่องจากมีค่าเท่ากันทุกหน่วยข้อมูล

กล่าวคือ ในข้อมูลทุกหน่วยพบว่า ภาษีขายมีค่าเท่ากับร้อยละ 7 ของยอดขาย ภาษีซื้อมีค่าเท่ากับร้อยละ 7 ของต้นทุนขาย และภาษีนำส่งมีค่าเท่ากับร้อยละ 7 ของกำไรขั้นต้นอย่างสม่ำเสมอ ส่งผลให้ตัวชี้วัดหลายรายการเป็นเพียงการแปลงรูปทางคณิตศาสตร์ของอัตรากำไรขั้นต้น เช่น

- อัตราส่วนภาษีนำส่งต่อยอดขาย = 0.07 × อัตรากำไรขั้นต้น
- อัตราส่วนกำไรขั้นต้นหลังหักภาระภาษีมูลค่าเพิ่มต่อยอดขาย = 0.93 × อัตรากำไรขั้นต้น
- สัดส่วนภาษีซื้อต่อภาษีขาย = 100 – อัตรากำไรขั้นต้น

ดังนั้น แม้การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบสเปียร์แมนจะให้ค่าความสัมพันธ์สูงมาก แต่ผลดังกล่าวควรตีความภายใต้ข้อเท็จจริงที่ว่าตัวชี้วัดหลายรายการในข้อมูลชุดนี้มีโครงสร้างการคำนวณร่วมกันกับอัตรากำไรขั้นต้น ในกรณีนี้ ค่าความสัมพันธ์ที่สูงจึงสะท้อนโครงสร้างของสูตรคำนวณร่วมกันเป็นหลัก

ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า การนำตัวชี้วัดด้านภาษีมูลค่าเพิ่มเข้ามาร่วมประเมินผลรายสาขาสามารถช่วยเพิ่มความชัดเจนในการอธิบายภาระภาษีและคุณภาพของส่วนต่างได้ในเชิงบริหาร แต่ในกรณีที่โครงสร้างภาษีมูลค่าเพิ่มของทุกสาขามีรูปแบบเดียวกัน ตัวชี้วัดดังกล่าวอาจไม่ได้เพิ่มสารสนเทศใหม่อย่างเป็นอิสระจากอัตรากำไรขั้นต้นมากนัก การตีความผลจึงควรยึดกรอบของการอธิบายเชิงบริหารและเชิงระบบ มากกว่าการอนุมานเชิงสาเหตุ

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการศึกษานี้สะท้อนว่า การประเมินผลการดำเนินงานของร้านยาเครือข่ายไม่ควรพิจารณาจากยอดขายเพียงอย่างเดียว เพราะแม้ยอดขายรวมของเครือข่ายจะลดลงในปี 2025 แต่คุณภาพของส่วนต่างกลับดีขึ้นทั้งในรูปของอัตรากำไรขั้นต้นและอัตราส่วนกำไรขั้นต้นหลังหักภาระภาษีมูลค่าเพิ่มต่อยอดขาย ผลลัพธ์ลักษณะนี้สอดคล้องกับข้อค้นพบที่ว่าเภสัชกรชุมชนให้ความสำคัญกับตัวชี้วัดด้านกำไรและสภาพคล่องในการบริหารร้านยา ไม่ได้พิจารณาเพียงรายได้จากการขายเท่านั้น (Abu Assab et al., 2024) นอกจากนี้ ความยั่งยืนของร้านยายังขึ้นอยู่กับโครงสร้างรายได้และรูปแบบการชำระเงินอย่างมีนัยสำคัญด้วย (Schmidtke & Warholak, 2025) ดังนั้น ผลของการศึกษาครั้งนี้จึงสนับสนุนแนวคิดว่า การบริหารร้านยาสมัยใหม่จำเป็นต้องอาศัยตัวชี้วัดที่สะท้อนคุณภาพของผลประกอบการ มากกว่าการมองผลการดำเนินงานจากปริมาณรายได้เพียงมิติเดียว

เมื่อพิจารณาในระดับรายสาขา พบว่าสาขา 00 มียอดขายไม่รวมภาษีมูลค่าเพิ่มสูงที่สุดทั้งสองปี แต่ไม่ได้เป็นสาขาที่มีอัตรากำไรขั้นต้นสูงที่สุด ขณะที่สาขา 02 กลับเป็นสาขาที่โดดเด่นที่สุดเมื่อพิจารณาร่วมกันทั้งการเติบโตของยอดขาย กำไรขั้นต้น อัตรากำไรขั้นต้น และอัตราส่วนกำไรขั้นต้นหลังหักภาระภาษีมูลค่าเพิ่มต่อยอดขาย ข้อค้นพบนี้สอดคล้องกับงานที่ชี้ว่า ขนาดของร้านหรือปริมาณบริการไม่จำเป็นต้องสะท้อนความแข็งแรงทางเศรษฐกิจของร้านยาเสมอไป (Guadamuz et al., 2024) อีกทั้งโครงสร้างการแข่งขันและกฎเกณฑ์ทางตลาดยังมีผลต่อพื้นที่ของกำไรและความอยู่รอดของร้านยาอย่างชัดเจน (Bilka et al., 2023) ดังนั้น การที่สาขาที่มียอดขายสูงสุดไม่ได้มีคุณภาพของส่วนต่างดีที่สุด จึงเป็นผลที่สอดคล้องกับวรรณกรรมที่ชี้ว่า ขนาดของรายได้และคุณภาพของผลประกอบการเป็นคนละมิติ และควรได้รับการวิเคราะห์แยกจากกัน

ผลการศึกษายังพบว่า การจัดอันดับสาขาแบบบูรณาการซึ่งรวมอัตราส่วนภาษีนำส่งต่อยอดขาย สัดส่วนภาษีซื้อต่อภาษีขาย อัตราส่วนภาษีนำส่งต่อกำไรขั้นต้น และอัตราส่วนกำไรขั้นต้นหลังหักภาระภาษีมูลค่าเพิ่มต่อยอดขาย เข้ากับอัตรากำไรขั้นต้น สามารถเปลี่ยนลำดับของสาขาได้บ้าง แต่ไม่ได้เปลี่ยนข้อสรุปหลักอย่างมาก โดยเฉพาะในปี 2025 ที่การจัดอันดับแบบเดิมและการจัดอันดับตามคะแนนประเมินแบบบูรณาการมีความสอดคล้องกันมาก ประเด็นนี้ตีความได้ว่า ตัวชี้วัดด้านภาษีมูลค่าเพิ่มในข้อมูลชุดนี้มีคุณค่าในเชิงการช่วยมองภาพรวมของผลการดำเนินงานมากกว่าการสร้างข้อสรุปใหม่โดยสิ้นเชิง ข้อสังเกตนี้สอดคล้องกับการศึกษาที่มองความยั่งยืนของบริการร้านยาในฐานะผลขององค์ประกอบหลายด้านร่วมกัน ไม่ใช่ผลของตัวชี้วัดใดตัวชี้วัดหนึ่งเพียงลำพัง (Crespo-Gonzalez et al., 2021) ในทำนองเดียวกัน การขยายบทบาทวิชาชีพของร้านยาก็จำเป็นต้องอาศัยเงื่อนไขหลายด้านร่วมกัน ทั้งแบบจำลองบริการ ระบบสนับสนุน และบริบทการดำเนินงาน (Taylor et al., 2021) อีกทั้งการนำบริการใหม่เข้าสู่ระบบยังขึ้นอยู่กับปัจจัยด้านการยอมรับและการจัดการการเปลี่ยนแปลงด้วย (Mantzourani et al., 2023) ดังนั้น การมีตัวชี้วัดหลายมิติ แม้จะไม่ได้เปลี่ยนผลการจัดอันดับอย่างมาก ก็ยังมีคุณค่าในเชิงการจัดการและการตีความผลการดำเนินงาน

ข้อค้นพบที่สำคัญของงานวิจัยนี้คือ ความสัมพันธ์ระหว่างอัตรากำไรขั้นต้นกับตัวชี้วัดด้านภาษีมูลค่าเพิ่มหลายรายการเป็นความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างทางคณิตศาสตร์ มากกว่าจะเป็นความสัมพันธ์เชิงพฤติกรรมของแต่ละสาขา โดยผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบสเปียร์แมนพบว่า อัตรากำไรขั้นต้นมีความสัมพันธ์เชิงบวกสูงมากกับอัตราส่วนภาษีนำส่งต่อยอดขาย $\rho = 0.997$, $p < .001$ มีความสัมพันธ์เชิงลบสมบูรณ์กับสัดส่วนภาษีซื้อต่อภาษีขาย $\rho = -1.000$, $p < .001$ และมีความสัมพันธ์เชิงบวกสมบูรณ์กับอัตราส่วนกำไรขั้นต้นหลังหักภาระภาษีมูลค่าเพิ่มต่อยอดขาย $\rho = 1.000$, $p < .001$ อย่างไรก็ตาม ในข้อมูลขององค์กรที่ศึกษา ความสัมพันธ์ระหว่างอัตรากำไรขั้นต้นกับตัวชี้วัดด้านภาษีมูลค่าเพิ่มหลายรายการมีลักษณะเป็นความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างจากสูตรคำนวณร่วมกันมากกว่าความแตกต่างเชิงพฤติกรรมของแต่ละสาขา กล่าวคือ ภาษีขายมีค่าเท่ากับร้อยละ 7 ของยอดขายไม่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม

ภาษีซื้อมีค่าเท่ากับร้อยละ 7 ของต้นทุนขาย และภาษีนำส่งมีค่าเท่ากับร้อยละ 7 ของกำไรขั้นต้นอย่างสม่ำเสมอในทุกสาขาและทุกปี ทำให้อัตราส่วนภาษีนำส่งต่อยอดขาย และอัตราส่วนกำไรขั้นต้นหลังหักภาระภาษีมูลค่าเพิ่มต่อยอดขาย มีลักษณะเป็นตัวแปรอนุพันธ์จากอัตรากำไรขั้นต้นในเชิงสมการ ข้อค้นพบนี้มีความสำคัญในเชิงระเบียบวิธี เพราะชี้ให้เห็นว่า ตัวชี้วัดที่ดูแตกต่างกันในชื่อเรียก อาจไม่ได้เพิ่มสารสนเทศใหม่อย่างเป็นอิสระเสมอไป หากตั้งอยู่บนฐานการคำนวณเดียวกัน (Kumar et al., 2024)

ในมุมของภาษีมูลค่าเพิ่ม ผลการศึกษานี้ทั้งสอดคล้องและแตกต่างจากวรรณกรรมก่อนหน้า งานระดับมหภาคอธิบายว่าภาษีมูลค่าเพิ่มมีนัยสำคัญต่อภาระการปฏิบัติตามกฎหมาย ต้นทุนทางธุรการ และประสิทธิภาพเชิงสถาบันของระบบเศรษฐกิจ (Organization for Economic Co-operation and Development, 2017) อีกทั้งความสอดคล้องในการปฏิบัติตามภาษีมูลค่าเพิ่มยังเกี่ยวข้องกับการค้าและคุณภาพของสถาบันในระดับประเทศด้วย (Morrow et al., 2022) ส่วนในระดับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ยังพบว่าพฤติกรรมการปฏิบัติตามภาษีมูลค่าเพิ่มได้รับอิทธิพลจากความรู้ด้านภาษี การตรวจสอบภาษี และปัจจัยเชิงสถาบันหลายด้าน (Padi et al., 2025) อย่างไรก็ตาม ข้อมูลของการศึกษานี้ไม่ได้สะท้อนความแตกต่างด้านพฤติกรรมการปฏิบัติตามภาษีมูลค่าเพิ่มระหว่างสาขาในลักษณะนั้น แต่สะท้อนระบบบัญชีและภาษีที่มีความสม่ำเสมอสูงภายในองค์กรเดียวมากกว่าภายใต้บริบทของข้อมูลชุดนี้ ตัวชี้วัดด้านภาษีมูลค่าเพิ่มจึงมีบทบาทเด่นในฐานะเครื่องมือเชิงบริหารสำหรับการมองภาระภาษี การตีความคุณภาพของส่วนต่าง และการเชื่อมโยงผลประกอบการกับการวางแผนกระแสเงินสด มากกว่าการทำหน้าที่เป็นตัวแปรอิสระที่แยกขาดจาก gross margin ได้อย่างชัดเจน ประเด็นนี้ไม่ได้ลดคุณค่าของข้อมูล VAT ในทางปฏิบัติ แต่ช่วยกำหนดขอบเขตการตีความให้เหมาะสมกับโครงสร้างข้อมูลจริงขององค์กร

ข้อค้นพบดังกล่าวมีนัยสำคัญต่อการพัฒนาระบบประเมินผลรายสาขาในอนาคต เพราะหากต้องการให้คะแนนประเมินแบบบูรณาการมีมิติที่ใหม่อย่างแท้จริง ควรเพิ่มตัวแปรที่ไม่เป็นเพียงอนุพันธ์ของอัตรากำไรขั้นต้น เช่น ส่วนผสมของหมวดสินค้า สัดส่วนรายได้จากใบสั่งยาและการขายหน้าร้าน เงื่อนไขส่วนลดจากผู้จัดจำหน่าย ระยะเวลาหมุนเวียนสินค้าคงคลัง หรือค่าใช้จ่ายปฏิบัติการรายสาขา ข้อเสนอเช่นนี้สอดคล้องกับงานที่ชี้ว่าการบูรณาการร้านยาเข้าสู่ระบบบริการปฐมภูมิต้องอาศัยองค์ประกอบเชิงระบบหลายด้าน ไม่ใช่เพียงความพร้อมเชิงวิชาชีพ (Piquer-Martinez et al., 2022) ในทำนองเดียวกัน การรับรู้บทบาทของเภสัชกรในบริการปฐมภูมิยังขึ้นอยู่กับบริบทการจัดการและการจัดวางงานภายในองค์กรด้วย (Morris et al., 2021) อีกทั้งการนำบริการทบทวนการใช้ยาหรือบริการวิชาชีพใหม่ไปใช้ในร้านยายังได้รับอิทธิพลจากบริบทการปฏิบัติงานจริงและความพร้อมของร้านยาแต่ละแห่งด้วย (Makovec et al., 2018)

หากมองในภาพที่กว้างขึ้น ผลของงานวิจัยนี้ยังเชื่อมโยงกับบทเรียนจากวรรณกรรมด้านบริการวิชาชีพร้านยา ซึ่งมักพบว่า ความยั่งยืนของร้านยาไม่ได้ขึ้นกับการมีบริการหรือกิจกรรมเพิ่มขึ้นเพียงอย่างเดียว แต่ขึ้นกับความสามารถในการจัดให้บริการเหล่านั้นมีรูปแบบที่คุ้มค่าและยั่งยืน งานก่อนหน้าพบว่า บริการดูแลเภสัชกรรมในร้านยาสามารถก่อให้เกิดผลลัพธ์ทางคลินิกและความคุ้มค่าได้ หากมีการออกแบบระบบงานที่เหมาะสมและมีการประเมินที่ชัดเจน (Twigg et al., 2019) ขณะเดียวกัน การขยายบทบาทเภสัชกรในพื้นที่ชนบทหรือระบบบริการใหม่ก็ขึ้นอยู่กับการออกแบบบริการและบริบทการนำไปใช้จริงอย่างมาก (Taylor et al., 2021) รวมทั้งขึ้นอยู่กับระยะต้นของการดำเนินงานและการยอมรับในระดับระบบบริการด้วย (Mantzourani et al., 2023) ผลของการศึกษานี้จึงช่วยขยายข้อถกเถียงดังกล่าวในอีกมิติหนึ่ง โดยชี้ว่า แม้ในงานที่มุ่งวิเคราะห์ผลประกอบการรายสาขาเอง ก็ยังจำเป็นต้องแยกให้ออกว่าตัวชี้วัดใดสะท้อนความแตกต่างเชิงเศรษฐกิจที่แท้จริง และตัวชี้วัดใดเป็นเพียงการจัดรูปข้อมูลเดิมให้อยู่ในมุมมองใหม่

อีกประเด็นหนึ่งที่ควรกล่าวถึงคือ แม้ตัวชี้วัดด้านภาษีมูลค่าเพิ่มหลายรายการในงานวิจัยนี้จะไม่เพิ่มสารสนเทศใหม่อย่างเป็นอิสระจากอัตรากำไรขั้นต้นมากนัก แต่ก็ยังมีคุณค่าในเชิงการบริหาร เพราะช่วยทำให้ผู้บริหารมองเห็นภาระภาษีในระดับสาขาได้อย่างเป็นรูปธรรม และช่วยเชื่อมผลประกอบการเข้ากับมิติของการปฏิบัติตามกฎหมายและกระแสเงินสดของกิจการได้ชัดขึ้น ประเด็นนี้สอดคล้องกับข้อค้นพบจากการทบทวนอย่างเป็นระบบที่ชี้ว่า พฤติกรรมและผลลัพธ์ของร้านยามักถูกกำหนดร่วมกันโดยแรงจูงใจด้านกำไรและบริบทกำกับดูแล (Miller & Goodman, 2016) ดังนั้น การมีตัวชี้วัดที่ช่วยเชื่อมสองมิตินี้เข้าหากัน แม้จะไม่ได้สร้างตัวแปรอิสระใหม่ ก็ยังมีความหมายในทางปฏิบัติสำหรับผู้บริหารร้านยาและผู้กำหนดระบบติดตามผลภายในองค์กร

โดยสรุป ผลการวิจัยนี้สนับสนุนแนวคิดว่า การประเมินผลรายสาขาของร้านยาเครือข่ายควรขยับจากการมองยอดขายหรือกำไรขั้นต้นเพียงตัวเดียว ไปสู่การใช้ชุดตัวชี้วัดที่สะท้อนทั้งคุณภาพของส่วนต่าง ภาระภาษีนำส่ง และความหมายเชิงบริหารของผลประกอบการ อย่างไรก็ตาม งานวิจัยนี้ก็ชี้อย่างชัดเจนเช่นกันว่า ในกรณีที่โครงสร้างภาษีมูลค่าเพิ่มของทุกสาขามีรูปแบบเดียวกัน ตัวชี้วัดด้านภาษีมูลค่าเพิ่มจำนวนมากอาจไม่ได้เพิ่มสารสนเทศใหม่อย่างเป็นอิสระจากอัตรากำไรขั้นต้นมากนัก ดังนั้น คุณค่าหลักของแนวทางการประเมินผลรายสาขาที่มองภาษีมูลค่าเพิ่มควบคู่ผลประกอบการในบริบทนี้ จึงอยู่ที่การเป็นเครื่องมือสำหรับการตีความเชิงบริหาร การติดตามภาระภาษี และการวางแผนกระแสเงินสด มากกว่าการใช้เพื่ออธิบายความแตกต่างเชิงสาเหตุของผลการดำเนินงานระหว่างสาขา

การศึกษานี้มีข้อจำกัดสำคัญหลายประการ ประการแรก ข้อมูลมาจากร้านยาเครือข่ายเพียงแห่งเดียว และมีหน่วยวิเคราะห์รวม 10 หน่วยข้อมูลระดับสาขาต่อปี จึงไม่เหมาะสำหรับการอ้างอิงเชิงสถิติไปยังร้านยาทั่วไปในระดับประเทศ ประการที่สอง สาขาแต่ละแห่งอาจแตกต่างกันในด้านทำเล ขนาดตลาด และฐานลูกค้า ซึ่งอาจมีผลต่อยอดขายและผลประกอบการ แต่การศึกษานี้ไม่ได้ออกแบบมาเพื่อควบคุมปัจจัยดังกล่าวในเชิงสาเหตุ ประการที่สาม ตัวชี้วัดด้านภาษีมูลค่าเพิ่มหลายรายการในชุดข้อมูลนี้มีโครงสร้างการคำนวณร่วมกับ gross margin ทำให้มิติที่เพิ่มขึ้นจากการใช้ VAT indicators อาจเป็นการเพิ่มมุมมองเชิงการจัดการมากกว่าการเพิ่มสารสนเทศอิสระโดยสมบูรณ์ แม้มีข้อจำกัดดังกล่าว ผลการศึกษายังมีประโยชน์ในเชิง analytical generalization สำหรับองค์กรที่มีระบบบัญชีและโครงสร้างข้อมูลในลักษณะใกล้เคียงกัน

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มุ่งประเมินผลการดำเนินงานรายสาขาของร้านยาเครือข่าย โดยบูรณาการตัวชี้วัดด้านกำไรขั้นต้นเข้ากับตัวชี้วัดด้านภาษีมูลค่าเพิ่มจากข้อมูลจริงของร้านยา 5 สาขา ในช่วงปี ค.ศ. 2024 ถึง 2025 ผลการศึกษาพบว่า แม้ยอดขายรวมของเครือข่ายลดลงในปี 2025 แต่อัตรากำไรขั้นต้นรวมและอัตราส่วนกำไรขั้นต้นหลังหักภาระภาษีมูลค่าเพิ่มต่อยอดขายกลับเพิ่มขึ้น สะท้อนว่าคุณภาพของส่วนต่างโดยรวมดีขึ้น

ในระดับรายสาขา สาขา 02 มีผลการดำเนินงานโดดเด่นที่สุดเมื่อพิจารณาร่วมกันทั้งการเติบโตของยอดขาย อัตรากำไรขั้นต้น คุณภาพของส่วนต่างหลังหักภาระภาษี และคะแนนประเมินแบบบูรณาการ ขณะที่สาขา 01 และ 03 มีแนวโน้มอ่อนตัวลงและควรได้รับการติดตามเชิงบริหารมากขึ้น

ผลการเปรียบเทียบลำดับของสาขาพบว่า การใช้คะแนนประเมินแบบบูรณาการซึ่งรวมตัวชี้วัดด้านภาษีมูลค่าเพิ่มเข้ากับอัตรากำไรขั้นต้น สามารถเปลี่ยนลำดับของสาขาได้บ้างในบางปี แต่ไม่ได้เปลี่ยนข้อสรุปหลักอย่างมาก โดยเฉพาะในปี 2025 ที่การจัดอันดับแบบดั้งเดิมและการจัดอันดับแบบบูรณาการให้ผลใกล้เคียงกันมาก

นอกจากนี้ อัตรากำไรขั้นต้นมีความสัมพันธ์สูงมากกับตัวชี้วัดด้านภาษีมูลค่าเพิ่มหลายรายการในข้อมูลชุดนี้ เนื่องจากตัวชี้วัดเหล่านั้นมีโครงสร้างการคำนวณร่วมกัน ดังนั้น คุณค่าหลักของการนำข้อมูลภาษีมูลค่าเพิ่มมาใช้

ร่วมกับการประเมินผลรายสาขาในบริบทนี้ จึงอยู่ที่การช่วยตีความภาระภาษี คุณภาพของส่วนต่าง และการวางแผนเชิงบริหาร มากกว่าการให้ตัวชี้วัดอิสระใหม่ที่แยกจาก gross margin อย่างชัดเจน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติและการบริหาร

1. องค์กรควรประเมินผลการดำเนินงานรายสาขาโดยใช้ตัวชี้วัด gross margin ควบคู่กับ adjusted gross surplus margin เพื่อให้เห็นคุณภาพของส่วนต่างทั้งก่อนและหลังคำนึงถึงภาระภาษีมูลค่าเพิ่ม
2. ควรใช้คะแนนประเมินแบบบูรณาการเป็นเครื่องมือคัดกรองเบื้องต้นสำหรับระบุสาขาที่ควรได้รับการติดตามเชิงลึก มากกว่าจะใช้เป็นเกณฑ์ตัดสินเด็ดขาดเพียงตัวเดียว
3. ข้อมูลภาษีมูลค่าเพิ่มควรถูกใช้เพื่อสนับสนุนการติดตามภาระภาษีและการวางแผนกระแสเงินสดของสาขา มากกว่าการใช้แทนตัวชี้วัดผลการดำเนินงานหลัก
4. หากองค์กรจะนำคะแนนประเมินแบบบูรณาการไปใช้จริง ควรมีการทดสอบความไวของผลลัพธ์ภายใต้น้ำหนักหลายชุด เพื่อให้ระบบจัดอันดับมีความเหมาะสมกับบริบทขององค์กร

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยในอนาคต

1. ควรเพิ่มข้อมูลค่าใช้จ่ายปฏิบัติการรายสาขา เพื่อขยายการวิเคราะห์จากกำไรขั้นต้นไปสู่ผลกำไรจากการดำเนินงาน
2. ควรเพิ่มตัวแปรที่ไม่เป็นเพียงอนุพันธ์ของอัตรากำไรขั้นต้น เช่น ส่วนผสมของหมวดสินค้า สัดส่วนรายได้จากใบสั่งยาและการขายหน้าร้าน เงื่อนไขส่วนลดจากผู้จัดจำหน่าย ระยะเวลาหมุนเวียนสินค้าคงคลัง และข้อมูลการสูญเสียหรือสินค้าเสียหาย
3. ควรใช้ข้อมูลรายเดือนหรือรายไตรมาสแทนข้อมูลรายปี เพื่อให้สามารถวิเคราะห์ความผันผวนและรูปแบบการเปลี่ยนแปลงของผลการดำเนินงานได้ละเอียดขึ้น
4. ควรขยายการศึกษาไปยังหลายองค์กรหรือหลายกรณีศึกษา เพื่อเพิ่มความแข็งแรงของข้อค้นพบและความสามารถในการอธิบายเชิงทั่วไป

บรรณานุกรม

Abu Assab, M., Hasan, H. E., Alhamad, H., Albahar, F., Alzayadneh, A., Abu Assab, H., Abu Dayyeh, W., & Zakaraya, Z. (2024). Financial indicators utilization among community pharmacists: A comprehensive study for pharmacy management. *PLoS ONE, 19*(3), e0299798. https://doi.org/10.1371/journal.pone.0299798

Bilka, M., Duarte, A. P., & Lábaj, M. (2023). Entry and competition of retail pharmacies: A case study of OTC drugs sales and ownership deregulation. *Česká a Slovenská Farmacie, 72*(1), 11–20.

Crespo-Gonzalez, C., Benrimoj, S. I., Scerri, M., & Garcia-Cardenas, V. (2021). Community pharmacists' perspectives about the sustainability of professional pharmacy services: A qualitative study. *Journal of the American Pharmacists Association, 61*(2), 181–190. https://doi.org/10.1016/j.japh.2020.11.004

Guadamuz, J. S., Alexander, G. C., Kanter, G. P., & Qato, D. M. (2024). More US pharmacies closed than opened in 2018–21; Independent pharmacies, those in Black, Latinx communities most at risk. *Health Affairs, 43*(12), 1703–1711. https://doi.org/10.1377/hlthaff.2024.00192

Hindi, A. M. K., Campbell, S. M., Jacobs, S., & Schafheutle, E. I. (2024). Developing a quality framework for community pharmacy: A systematic review of international literature. *BMJ Open, 14*(2), e079820. https://doi.org/10.1136/bmjopen-2023-079820

Jackson, J. K., Kirkpatrick, C. M. J., Scahill, S. L., Hattingh, H. L., Sim, T. F., Sunderland, B., & Czarniak, P. (2024). Relevance of the community pharmacy policy environment to pharmacists' performance, as reflected in stakeholders' perspectives on professionalism and standards. *Exploratory Research in Clinical and Social Pharmacy, 16*, 100499. https://doi.org/10.1016/j.rcsop.2024.100499

Kumar, S., Lim, W. M., Sureka, R., Jabbour, C. J. C., & Bamel, U. (2024). Balanced scorecard: Trends, developments, and future directions. *Review of Managerial Science, 18*, 2397–2439. https://doi.org/10.1007/s11846-023-00700-6

Makovec, U. N., Kos, M., & Pišek, N. (2018). Community pharmacists' perspectives on implementation of Medicines Use Review in Slovenia. *International Journal of Clinical Pharmacy, 40*(5), 1180–1188. https://doi.org/10.1007/s11096-018-0644-6

Mantzourani, E., Deslandes, R., Hodson, K., Evans, A., Taylor, L., & Lucas, C. (2023). Community pharmacists' views on the early stages of implementation of a national pilot independent prescribing service in Wales: A qualitative study. *Integrated Pharmacy Research and Practice, 12*, 11–23. https://doi.org/10.2147/IPRP.S395322

Miller, R., & Goodman, C. (2016). Performance of retail pharmacies in low- and middle-income Asian settings: A systematic review. *Health Policy and Planning, 31*(7), 940–953. https://doi.org/10.1093/heapol/czw007

Morris, C., Wong, M., & McKinlay, E. (2021). A qualitative study of community pharmacists' perceptions of their role in primary mental health care in New Zealand. *International Journal of Pharmacy Practice, 29*(5), 499–507. https://doi.org/10.1093/ijpp/riab039

Morrow, P., Smart, M., & Swistak, A. (2022). VAT compliance, trade, and institutions. *Journal of Public Economics, 208*, 104634. https://doi.org/10.1016/j.jpubeco.2022.104634

Organization for Economic Co-operation and Development. (2017). *International VAT/GST guidelines*. OECD Publishing.

Padi, A., Musah, A., Blay, M. W., Okyere, D. O., & Baidoo, J. M. (2025). Drivers of value added tax compliance among small and medium scale enterprises in Ghana: A multi-dimensional approach. *Journal of Economic Criminology, 9*, 100181. https://doi.org/10.1016/j.jeconc.2025.100181

Piquer-Martínez, C., Urionagüena, A., Benrimoj, S. I., Calvo, B., Martínez-Martínez, F., Fernández-Llimós, F., Garcia-Cardenas, V., & Gastelurrutia, M. A. (2022). Integration of community pharmacy in primary health care: The challenge. *Research in Social and Administrative Pharmacy, 18*(8), 3444–3447. https://doi.org/10.1016/j.sapharm.2021.12.005

Schmidtke, K. A., & Warholak, T. (2025). Payment models and the sustainability of community pharmacy practice: A qualitative interview study with community pharmacists. *Journal of Pharmaceutical Policy and Practice, 18*(1), 2450018. https://doi.org/10.1080/20523211.2025.2450018

Taylor, S. M., Cairns, A., & Glass, B. D. (2021). Rural pharmacists and stakeholders perspectives of expanded pharmacy practice: A descriptive study. *Australian Journal of Rural Health, 29*(3), 341–353. https://doi.org/10.1111/ajr.12739

Twigg, M. J., Wright, D., Barton, G., Kirkdale, C. L., & Thornley, T. (2019). The pharmacy care plan service: Evaluation and estimate of cost-effectiveness. *Research in Social and Administrative Pharmacy, 15*(1), 84–92. https://doi.org/10.1016/j.sapharm.2018.03.062