บทที่ 1
บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

จากการที่โลกในยุคปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา เทคโนโลยี และวิธีการต่าง ๆ ได้ถูกพัฒนาให้มีความก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง ไม่หยุดยั้ง เพื่อตอบสนองต่อความต้องการที่ไม่มีที่สิ้นสุดของมนุษย์ สังคมได้รับการพัฒนาในหลายๆ ด้าน อย่างไรก็ตามในความเป็นจริงกลับพบว่าแนวโน้มทางด้านเศรษฐกิจภายในประเทศไทยมีอัตราการขยายตัวลดลง เนื่องจากแรงขับเคลื่อนเศรษฐกิจหลักจากปริมาณการส่งออกสินค้าและบริการมีแนวโน้มชะลอตัวตามเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้าหลักที่ขยายตัวลดลงในปี พ.ศ. 2550 ประกอบกับการใช้จ่ายภาคเอกชนทั้งการบริโภคและการลงทุนยังไม่ฟื้นตัวเต็มที่ (สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง, ออนไลน์) ส่งผลให้ธุรกิจต่างๆ ต้องแข่งขันกันเพื่อความอยู่รอดทางเศรษฐกิจ โดยการแสวงหากลยุทธ์ เทคนิควิธีการต่าง ๆ ที่มีประสิทธิภาพสูงสุดมาใช้เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน

โดยรูปแบบของธุรกิจโดยทั่วไปในปัจจุบันสามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ ธุรกิจที่มุ่งเน้นที่การผลิตสินค้า และธุรกิจที่มุ่งเน้นด้านการบริการ ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการผลิตจะเน้นในเรื่องของการผลิตสินค้าให้มีคุณภาพ และพยายามสร้างสรรค์สินค้าหรือนวัตกรรมใหม่ ๆ ให้มีความหลากหลาย ในขณะที่ธุรกิจบริการจะให้ความสำคัญกับคุณภาพของการบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด และรู้สึกถึงความคุ้มค่ากับเงินที่เสียไป (บุญใจ ศรีสถิตย์นรากูร, 2544)

จากการแข่งขันที่ทวีความรุนแรงอย่างต่อเนื่องทำให้ธุรกิจส่วนใหญ่เริ่มให้ความสำคัญกับการบริการ เนื่องจากไม่ว่าจะเป็นธุรกิจในรูปแบบใดต่างมีการบริการเป็นส่วนประกอบอยู่เสมอ ไม่ว่าจะมากหรือน้อยเพียงใด สังเกตได้จากการที่ธุรกิจที่มุ่งเน้นการผลิตบางอย่างมีการนำเอาระบบการบริการที่มีคุณภาพเข้ามาเสริมในการนำเสนอสินค้า เพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่ลูกค้า หรือให้ลูกค้ารู้สึกถึงความแตกต่างจากคู่แข่ง เช่น การบริการหลังการขาย การบริการส่งสินค้าถึงบ้านโดยไม่คิดค่าจัดส่ง การบริการเหมือนมิตรสนิท เป็นต้น ซึ่งนอกจากลูกค้าจะได้สินค้าที่ต้องการแล้ว ยังได้รับความพึงพอใจ ประทับใจและยังทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าได้รับในสิ่งที่ดีกว่าอีกด้วย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ทั้งนี้มาตรฐานของการบริการที่ดีถูกกำหนดโดยคำว่า “คุณภาพ” ซึ่งมุมมองในปัจจุบันนั้นแตกต่างไปจากความเข้าใจแต่เดิมในอดีต จากเดิมที่คุณภาพจะถูกกำหนดโดยผู้ผลิต หรือผู้ให้บริการโดยการพยายามทำให้สินค้าหรือบริการเป็นไปตามที่บริษัท หรือผู้ผลิตต้องการ แต่ในปัจจุบันการตัดสินระดับคุณภาพได้ถูกเปลี่ยนมาเป็นความถูกต้องที่ลูกค้าเป็นผู้กำหนด และลูกค้าต้องการ (ธนากร เกียรติบรรลือ, ออนไลน์) ซึ่งคุณภาพจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อลูกค้าได้สัมผัส ได้ใช้สินค้าหรือ บริการนั้น หากลูกค้ารับรู้ถึงสิ่งที่ได้รับเท่ากับหรือสูงกว่าสิ่งที่ลูกค้าคาดหวัง ลูกค้าจะเกิดความพึงพอใจ และอยากใช้สินค้าและบริการนั้น แต่ในทางกลับกันหากลูกค้าได้รับสินค้า หรือการบริการที่ต่ำกว่าความคาดหวังลูกค้าจะไม่เกิดความพึงพอใจและปฏิเสธที่จะใช้สินค้าและบริการนั้น (Parasuraman and others, 1985: 48-49)

จากมุมมองที่เปลี่ยนไปของการให้ความหมายของคำว่า “คุณภาพ” ทำให้ผู้บริโภคหรือลูกค้ากลายเป็นศูนย์กลางของธุรกิจ ลูกค้าเป็นผู้มีสิทธิ์เลือกที่จะซื้อหรือไม่ซื้อ ใช้หรือไม่ใช้สินค้าหรือบริการนั้น เป็นเหตุให้หน่วยงาน องค์กร และบริษัทต่าง ๆ ไม่ว่าภาครัฐหรือเอกชน ต่างตื่นตัวกับการรับรู้คุณภาพของสินค้า หรือบริการของตนในมุมมองของลูกค้า ส่งผลให้ภาครัฐได้ทำการควบคุมคุณภาพของสินค้าและการบริการ โดยมีการกำหนดมาตรฐานของสินค้าต่าง ๆ เพื่อรักษาสิทธิ์ของผู้บริโภค ไม่ให้ผู้บริโภคถูกเอาเปรียบ ซึ่งในขณะเดียวกันบรรดาผู้ผลิต ผู้ให้บริการเองต่างก็พยายามหาวิธีการ แนวทางต่าง ๆ เพื่อใช้ในการปรับปรุงคุณภาพของตน เช่น การนำระบบ six-sigma เข้ามาใช้ในควบคุมการบริการของบริษัท การรับรองคุณภาพโรงพยาบาล (Hospital Accreditation : HA) และการกำหนดระบบมาตรฐานอุตสาหกรรม (มอก.) ให้แก่โรงงานต่าง ๆ เป็นต้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้นอกจากจะช่วยลดความเสียหายที่อาจจะเกิดขึ้นแล้ว ยังเป็นการประกันคุณภาพสำหรับลูกค้าหรือผู้บริโภค ซึ่งช่วยเพิ่มความเชื่อมั่นในการบริโภคสินค้าให้กับผู้บริโภคอีกทางหนึ่ง

จากการที่ผู้ประกอบธุรกิจทั้งด้านการผลิตและการบริการหันมาสนใจในเรื่องการควบคุมคุณภาพกันมากขึ้น นับเป็นเรื่องดีสำหรับผู้บริโภค เพราะคุณภาพได้กลายเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งในยุคที่มีการแข่งขันทางธุรกิจทวีความรุนแรงมากขึ้น โดยในส่วนของการควบคุมคุณภาพของฝ่ายการผลิตไม่ถือว่าเป็นเรื่องที่ยุ่งยากอีกต่อไป เนื่องจากมีการพัฒนาโปรแกรมใหม่ ๆ เครื่องมือที่ทันสมัยมาใช้ในระบบการผลิต รวมไปถึงนำระบบที่สมบูรณ์แบบมากขึ้นเข้ามาใช้ สิ่งเหล่านี้สามารถช่วยลดความผิดพลาดในขั้นตอนต่างๆ อีกทั้งยังช่วยในการตรวจสอบ ให้ได้สินค้าที่คุณภาพตรงตามความต้องการของลูกค้า หากแต่ในขณะเดียวกันการควบคุมคุณภาพของธุรกิจที่เน้นการบริการนั้นยังคงเป็นสิ่งที่ทำได้ยาก เนื่องจากการบริการเป็นสิ่งที่อยู่ในรูปแบบของนามธรรมที่ต้องอาศัยความเอาใจใส่ และการตอบสนอง

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ความต้องการของลูกค้า ซึ่งเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ อีกทั้งยังแปรปรวนขึ้นอยู่กับปัจจัยอื่น ๆ อีก เช่น สภาพแวดล้อม สถานการณ์ บุคคลที่ให้บริการ หรือแม้แต่เวลาที่แตกต่างกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการรับรู้ของผู้รับบริการหรือลูกค้า ซึ่งส่งผลให้ลูกค้ามีมาตรฐานในการตัดสินคุณภาพของสินค้าที่ต่างกัน (ยุพาวรรณ วรรณวาณิชย์, 2548)

ดังนั้นเพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุดในการใช้บริการ ตามแนวคิดที่ว่า “ลูกค้าคือคนสำคัญ” หรือการดำเนินธุรกิจโดยยึดลูกค้าเป็นศูนย์กลางนั้นจึงจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้ประกอบการต้องรู้ถึงความต้องการ ความคาดหวัง สิ่งที่อยู่ในใจของลูกค้า รวมไปถึงความรู้สึกของลูกค้า และเพื่อการให้ได้มาซึ่งข้อมูลเหล่านั้นบริษัทจำเป็นต้องศึกษาหรือประเมินจากลูกค้าที่ใช้บริการ และสินค้า โดยตรง เพราะข้อมูลที่ได้มาจะตอบคำถามได้ตรงจุด และสามารถนำมาใช้ปรับปรุง หรือ เปลี่ยนแปลงแผนการดำเนินการ กลยุทธ์ทางการตลาด ปรับปรุงคุณภาพของการบริการ และสินค้า ได้ตรงกับความต้องการและความคาดหวังของลูกค้ามากที่สุด (อมรศักดิ์ บุญเรือง (บรรณาธิการ), 2546)

ร้านขายยาเป็นธุรกิจหนึ่งในหน่วยงานสาธารณสุขที่มีความสำคัญต่อการดำเนินชีวิตของมนุษย์ ทั้งนี้เพราะยาถูกจัดเป็น 1 ใน 4 ปัจจัย ขั้นพื้นฐานของการดำรงชีวิตของมนุษย์ โดยในปัจจุบันธุรกิจร้านขายยาเริ่มมีอัตราการเติบโต และขยายจำนวนมากยิ่งขึ้น โดยจังหวัดเชียงใหม่นับเป็นจังหวัดหนึ่งที่มีอัตราการแข่งขันทางด้านธุรกิจร้านขายยาที่สูงขึ้นอย่างชัดเจนในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา จากข้อมูลทางสถิติของสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่ ณ วันที่ 19 มีนาคม พ.ศ. 2550 พบว่าจังหวัดเชียงใหม่ มีร้านขายยาแผนปัจจุบันจำนวน 323 ร้าน (สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่ กลุ่มงานคุ้มครองผู้บริโภคและเภสัชสาธารณสุข, 2550) ซึ่งเมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2546 ที่มีจำนวนร้านขายยาเพียง 234 ร้าน (สิกา จิตตภิรมย์, ออนไลน์) พบว่ามีจำนวนเพิ่มขึ้น 89 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 38 เมื่อมองในด้านการให้บริการจากการที่ร้านขายยามีจำนวนมากซึ่งกระจายตัวอยู่ทั่วไป ทำให้ร้านขายยาเป็นช่องทางในการส่งมอบยาที่ใกล้ชิด และความสะดวกกับประชาชน แต่เมื่อมองในแง่ของการทำธุรกิจ การที่มีร้านขายยาจำนวนมาก ส่งผลให้เกิดการแข่งขันในธุรกิจร้านขายยามากยิ่งขึ้น ผู้ประกอบการร้านขายยาจึงต้องปรับเปลี่ยนกลยุทธ์อย่างสม่ำเสมอเพื่อรับมือกับการแข่งขันที่รุนแรงขึ้นในปัจจุบัน

แก่นแท้ของธุรกิจร้านขายยาถือได้ว่าเป็นอีกธุรกิจหนึ่งที่มีทั้งสินค้า และการบริการประกอบเข้าด้วยกัน ดังนั้นการที่ร้านขายยาจะสามารถดำเนินกิจการต่อไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ จึงขึ้นอยู่กับการให้ความสำคัญกับทั้งสองส่วน ทั้งทางด้าน สินค้า และบริการ โดยสินค้าในร้านขายยาส่วนใหญ่จะเป็นสินค้าที่เกี่ยวกับยาและผลิตภัณฑ์ด้านสุขภาพ ซึ่งต้องมีคุณภาพ มีความหลากหลาย และตอบสนองได้ตรงตามความต้องการของลูกค้าหรือผู้มาใช้บริการ ในขณะที่ส่วนที่สองคือ การบริการ ซึ่ง

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

หมายรวมถึง การเลือกยา การจัดยา การอธิบาย การให้คำแนะนำ สิ่งเหล่านี้ต้องได้มาตรฐานถูกต้องตามหลักวิชาชีพ สร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า ทำให้ลูกค้ารับรู้ว่าตนเองได้รับการบริการที่มีคุณภาพ ได้รับประโยชน์สูงสุดจากการเข้ารับบริการ และเกิดความปรารถนาที่จะกลับมาใช้บริการอีกในครั้งต่อไป

คุณภาพการบริการของร้านขายยาจึงเป็นประเด็นหนึ่งที่ผู้บริโภคให้ความสนใจ อาจจะโดยที่ผู้บริโภครู้ตัว หรือไม่ก็ตาม เนื่องจากในด้านของผลิตภัณฑ์สินค้าที่มีจำหน่ายในร้านยาแต่ละร้านมักไม่ค่อยมีความแตกต่างกัน ดังนั้นร้านขายยาต่าง ๆ จึงพยายามสร้างความแตกต่าง ปรับเปลี่ยนรูปแบบการบริการให้มีคุณภาพ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่มาใช้บริการให้ได้มากที่สุด (สภาเภสัชกรรม, ออนไลน์) ซึ่งอย่างน้อยคุณภาพการบริการนั้นต้องเท่ากับสิ่งที่ลูกค้าคาดหวัง เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจในการใช้บริการ

สถานปฏิบัติการเภสัชชุมชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เป็นร้านขายยาที่ได้รับการรับรองให้เป็นร้านขายยาคุณภาพจากสภาเภสัชกรรมซึ่งเป็นหน่วยงานหนึ่งที่ได้ตระหนักถึงมาตรฐานคุณภาพของร้าน ขายยาตามมาตรฐานวิชาชีพ อีกทั้งยังได้รับการรับรองจากโครงการพัฒนาร้านขายยาให้เป็นร้านขายยาที่มีมาตรฐานในด้านการให้บริการด้านยาและการให้คำปรึกษาเรื่องสุขภาพ โดยสถานปฏิบัติการเภสัชชุมชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ได้เปิดดำเนินกิจการมานานกว่า 22 ปี ก่อตั้งขึ้นตั้งแต่ปี พ.ศ. 2528 ภายใต้การกำกับของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ แม้ว่าเป้าหมายหลักขององค์กรจะแตกต่างจากธุรกิจร้านขายยาอื่น ๆ ตรงที่ไม่ได้มุ่งเน้นที่ตัวกำไรเป็นสำคัญ หากแต่เพื่อให้ลูกค้าหรือผู้มาใช้บริการได้รับประโยชน์จากการใช้ยามากที่สุด องค์กรจึงพยายามปรับปรุงการบริการให้ตอบสนองความต้องการตามความคาดหวังของผู้ใช้บริการ ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงต้องการศึกษาถึงความคาดหวังและการรับรู้ในคุณภาพการบริการของผู้ใช้บริการจากสถานปฏิบัติการเภสัชชุมชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เพื่อให้ทราบถึงความคาดหวังและการรับรู้ในเรื่องคุณภาพการบริการในมุมมองของผู้ใช้บริการ และนำมาใช้เป็นแนวทางในการแก้ไข ปรับปรุงการดำเนินกิจการให้เกิดความพึงพอใจแก่ผู้ใช้บริการอย่างสูงสุด

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาความคาดหวังและการรับรู้ในคุณภาพการบริการของผู้ใช้บริการจากสถานปฏิบัติการเภสัชชุมชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
2. เพื่อวัดช่องว่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ในคุณภาพการบริการของผู้ใช้บริการจากสถานปฏิบัติการเภสัชชุมชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

นิยามศัพท์

คุณภาพการบริการ หมายถึง คุณลักษณะของการบริการที่เป็นมาตรฐาน ตอบสนองความต้องการและสอดคล้องกับความคาดหวังของผู้ใช้บริการ ซึ่งก่อให้เกิดความพึงพอใจ ประกอบด้วย ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจในการบริการ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ด้านการให้ความมั่นใจแก่ผู้รับบริการ และด้านความเห็นอกเห็นใจผู้รับบริการ

ความคาดหวังในคุณภาพการบริการ หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดที่เกิดจากความต้องการของผู้ใช้บริการซึ่งคาดการณ์ไว้ล่วงหน้าก่อนใช้บริการจากร้านขายยาทั่วไป

การรับรู้ในคุณภาพการบริการ หมายถึง ความรู้สึก นึกคิดที่ผู้ใช้บริการรับรู้ผ่านจากการรับสัมผัสต่าง ๆ ที่มีต่อการบริการที่ได้รับจากสถานปฏิบัติการเภสัชชุมชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

สถานปฏิบัติการเภสัชชุมชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ หมายถึง ร้านขายยาแผนปัจจุบัน ซึ่งดำเนินกิจการภายใต้การกำกับของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ซึ่งสถานที่ตั้งอยู่บนถนนสุเทพ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

1. ทำให้ทราบถึงความคาดหวังและการรับรู้ในคุณภาพการบริการของผู้ใช้บริการจากสถานปฏิบัติการเภสัชชุมชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
2. ทำให้ทราบถึงช่องว่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ในคุณภาพการบริการของผู้ใช้บริการจากสถานปฏิบัติการเภสัชชุมชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
3. เพื่อนำข้อมูลไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงการบริการให้ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการจากสถานปฏิบัติการเภสัชชุมชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved