

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
สารบัญ	ฉ
สารบัญตาราง	ช
บทที่ 1 บทนำ	
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	3
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	3
นิยามศัพท์	4
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	5
แนวคิดและทฤษฎี	5
แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด	5
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการศึกษา	16
แผนการดำเนินงาน	16
ขอบเขตการศึกษา	16
วิธีการศึกษา	17
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้	18
สถานที่ในการดำเนินการศึกษาและรวบรวมข้อมูล	19
ระยะเวลาในการศึกษา	19
บทที่ 4 ผลการศึกษา	20
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป	21
ส่วนที่ 2 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้จ่าย	
พ่นจุ่มชนิดสตีลรอยด์ ของแพทย์โสต ศอ นาสิกวิทยา	
ในเขตอำเภอเมือง เชียงใหม่	25

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้จ่าย พ่นจุ่มชนิดสเตียรอยด์ จำแนกตาม ผู้ป่วยที่จำเป็นต้องจ่ายยา พ่นจุ่ม ชนิดสเตียรอยด์ โดยเฉลี่ยประมาณต่อสัปดาห์และประสบการณ์ใน การตรวจรักษาโรคนี้	38
ส่วนที่ 4 ปัญหาของแพทย์โสต ศอ นาสิกวิทยาในการเลือกใช้จ่าย	70
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล ข้อค้นพบ และข้อเสนอแนะ	72
สรุปผลการศึกษา	72
อภิปรายผลการศึกษา	85
ข้อค้นพบ	89
ข้อเสนอแนะ	93
บรรณานุกรม	96
ภาคผนวก	98
แบบสอบถาม	99
ประวัติผู้เขียน	105

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
4.1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	21
4.2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	21
4.3 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของสถานพยาบาล ที่ประจำอยู่	22
4.4 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนเตียงของโรงพยาบาล	22
4.5 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการตรวจรักษาผู้ป่วยที่จำเป็นต้อง จ่ายยา พ่นจมูกชนิดสเตียรอยด์ โดยเฉลี่ยประมาณต่อสัปดาห์	23
4.6 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประสบการณ์ในการตรวจ รักษาโรคนี้	23
4.7 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามมีคลินิกส่วนตัวหรืองาน นอกเวลาที่มีโอกาสต้องจ่ายยา พ่นจมูกชนิดสเตียรอยด์	24
4.8 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์	25
4.9 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านราคา	28
4.10 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านการจัดจำหน่าย	29
4.11 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาด (การโฆษณา)	30
4.12 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาด (การประชาสัมพันธ์)	31
4.13 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาด (การส่งเสริมการขาย)	33
4.14 จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถามต่อ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการด้านการส่งเสริมการตลาด (บุคลากร)	35

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.15 ค่าเฉลี่ยและระดับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกใช้จ่ายเงินจูงจูงคนพิเศษรายตัวของแพทย์โสต ศอ นาสิกวิทยา ในจังหวัดเชียงใหม่	36
4.16 ค่าเฉลี่ยและระดับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้จ่ายเงินจูงจูงคนพิเศษรายตัวของแพทย์โสต ศอ นาสิกวิทยา ในจังหวัดเชียงใหม่	37
4.17 ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามผู้ป่วยที่จำเป็นต้องจ่ายยา ฟันจูงจูงคนพิเศษรายตัว โดยเฉลี่ยประมาณต่อสัปดาห์	38
4.18 ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามผู้ป่วยที่จำเป็นต้องจ่ายยา ฟันจูงจูงคนพิเศษรายตัว โดยเฉลี่ยประมาณต่อสัปดาห์	41
4.19 ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามผู้ป่วยที่จำเป็นต้องจ่ายยา ฟันจูงจูงคนพิเศษรายตัว โดยเฉลี่ยประมาณต่อสัปดาห์	42
4.20 ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (การโฆษณา) จำแนกตามผู้ป่วยที่จำเป็นต้องจ่ายยา ฟันจูงจูงคนพิเศษรายตัว โดยเฉลี่ยประมาณต่อสัปดาห์	44
4.21 ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (การประชาสัมพันธ์) จำแนกตามผู้ป่วยที่จำเป็นต้องจ่ายยา ฟันจูงจูงคนพิเศษรายตัว โดยเฉลี่ยประมาณต่อสัปดาห์	46
4.22 ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (การส่งเสริมการขาย) จำแนกตามผู้ป่วยที่จำเป็นต้องจ่ายยา ฟันจูงจูงคนพิเศษรายตัว โดยเฉลี่ยประมาณต่อสัปดาห์	48
4.23 ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (บุคลากร) จำแนกตามผู้ป่วยที่จำเป็นต้องจ่ายยา ฟันจูงจูงคนพิเศษรายตัว โดยเฉลี่ยประมาณต่อสัปดาห์	50

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.24 ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามผู้ป่วยที่จำเป็นต้องจ่ายยา พ่นจมูกชนิดสเตียรอยด์ โดยเฉลี่ยประมาณต่อสัปดาห์	52
4.25 ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด จำแนกตามผู้ป่วยที่จำเป็นต้องจ่ายยา พ่นจมูกชนิดสเตียรอยด์ โดยเฉลี่ยประมาณต่อสัปดาห์	53
4.26 ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ จำแนกตามประสบการณ์ในการตรวจรักษาโสต ศอ นาสิกวิทยา	55
4.27 ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัจจัยด้านราคา จำแนกตามประสบการณ์ในการตรวจรักษาโสต ศอ นาสิกวิทยา	58
4.28 ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย จำแนกตามประสบการณ์ในการตรวจรักษาโสต ศอ นาสิกวิทยา	59
4.29 ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (การโฆษณา) จำแนกตามประสบการณ์ในการตรวจรักษาโสต ศอ นาสิกวิทยา	61
4.30 ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (การประชาสัมพันธ์) จำแนกตามประสบการณ์ในการตรวจรักษาโสต ศอ นาสิกวิทยา	62
4.31 ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (การส่งเสริมการขาย) จำแนกตามประสบการณ์ในการตรวจรักษาโสต ศอ นาสิกวิทยา	64
4.32 ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (บุคลากร) จำแนกตามประสบการณ์ในการตรวจรักษาโสต ศอ นาสิกวิทยา	66
4.33 ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามประสบการณ์ในการตรวจรักษาโสต ศอ นาสิกวิทยา	68

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.34 ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด จำแนกตามประสบการณ์ในการตรวจรักษา โสต ศอ นาสิกวิทยา	69
4.35 จำนวนและลำดับของปัญหาที่พบจากการเลือกใช้ยา พ่นจมูกชนิดสเตียรอยด์	70
5.1 แสดงค่าเฉลี่ยและระดับที่มีผล 10 อันดับแรกของปัจจัยย่อยส่วนประสมการตลาด	89
5.2 ค่าเฉลี่ย และระดับที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด จำแนกตามผู้ป่วยที่จำเป็นต้องจ่ายยา พ่นจมูกชนิดสเตียรอยด์ โดยเฉลี่ยประมาณต่อสัปดาห์	91