

สารบัญ

		หน้า
กิตติกรรมประกาศ		ก
บทคัดย่อภาษาไทย		ข
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ		ง
สารบัญ		ฉ
สารบัญตาราง		ช
บทที่ 1	บทนำ	1
	เหตุผลและความเป็นมา	1
	วัตถุประสงค์การศึกษา	2
	ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	2
บทที่ 2	ทฤษฎีและแนวความคิด	3
	ทฤษฎีทางทัศนคติ	3
	กระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อสินค้าอุตสาหกรรม	4
	การส่งเสริมการตลาด	5
	สมมุติฐานของการศึกษา	6
	นิยามศัพท์	7
บทที่ 3	วิธีดำเนินการวิจัย	8
	ขอบเขตและวิธีการศึกษา	8
	วิธีการคัดเลือกตัวอย่างและการกำหนดขนาดตัวอย่าง	9
	เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	10
	สถิติที่ใช้ในการศึกษา	12
	ระยะเวลาในการศึกษา	12
	การรายงานผลการศึกษา	12
บทที่ 4	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	13
บทที่ 5	สรุปผลการศึกษา	39
	สรุปผลการศึกษา	39
	อภิปรายผลการศึกษา	45
	ข้อเสนอแนะ	49

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บรรณานุกรม	50
ภาคผนวก	51
ภาคผนวก ก พระราชบัญญัติสถานพยาบาล (ร่าง) พ.ศ. 2541	52
ฉบับที่ 2	
ภาคผนวก ข รายชื่อผู้แทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทันตกรรมในจังหวัดเชียงใหม่	55
ภาคผนวก ค แบบสอบถาม	57
ประวัติผู้วิจัย	62

## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	14
2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประสบการณ์	14
3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	15
4 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทของ สถานพยาบาลที่ปฏิบัติงาน	15
5 แสดงจำนวนและร้อยละของหน่วยงานที่มีทันตแพทย์ปฏิบัติงานอยู่	16
6 แสดงจำนวนและร้อยละของทันตแพทย์ผู้มีอำนาจในการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ ทันตกรรมประเภทต่างๆ	16
7 แสดงจำนวนและร้อยละของสถานพยาบาลที่มีการใช้งบประมาณในการ จัดซื้อทันตวัสดุ โดยเฉลี่ย ต่อปี	17
8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ใช้วิธีการต่างๆหา ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ทันตกรรมก่อนตัดสินใจซื้อ	18
9 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการเลือกซื้อกับบริษัทที่ จำหน่ายผลิตภัณฑ์ทันตกรรม ในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา	19
10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามที่ให้เหตุผลในการ เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ทันตกรรมเพิ่มให้กับหน่วยงาน	20
11 แสดงจำนวนและร้อยละของสถานพยาบาลที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือก วิธีการประเมินการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ทันตกรรมให้กับหน่วยงาน	20
12 แสดงจำนวนและร้อยละของสถานพยาบาลที่ผู้ตอบแบบสอบถาม ปฏิบัติงานอยู่ มีการเลือกลักษณะการจัดซื้อให้กับหน่วยงาน	21
13 แสดงจำนวนและร้อยละผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการเลือกใช้วิธีการติดต่อ สั่งซื้อกับทางบริษัท	21
14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับปัญหาที่พบ ด้านการส่งเสริมการตลาดของผู้แทนจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทันตกรรม	22
15 แสดงทัศนคติของทันตแพทย์ในการให้ความสำคัญต่อวิธีการส่งเสริมการ ตลาดวิธีต่างๆ	23
16 แสดงทัศนคติของทันตแพทย์ต่อความพึงพอใจในวิธีการส่งเสริมการ ตลาดวิธีต่างๆ	25

### สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
17	27
สรุปการเปรียบเทียบทัศนคติของทันตแพทย์ในการให้ความสำคัญ และระดับความพึงพอใจต่อวิธีการส่งเสริมการตลาดวิธีต่างๆ	
18	28
การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญและระดับความพึงพอใจ ต่อวิธีการส่งเสริมการตลาดวิธีต่างๆ จำแนกตามประเภทสถานพยาบาล	
19	29
การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความสำคัญของการโฆษณาวิธีต่างๆจำแนกตาม ประเภทสถานพยาบาล	
20	30
การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความสำคัญของการส่งเสริมการขายวิธีต่างๆ จำแนกตามประเภทสถานพยาบาล	
21	31
การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความสำคัญของการขายโดยใช้พนักงานขาย วิธีต่างๆจำแนกตามประเภทสถานพยาบาล	
22	32
การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความสำคัญของการให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ วิธีต่างๆจำแนกตามประเภทสถานพยาบาล	
23	33
การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความสำคัญของการตลาดทางตรงวิธีต่างๆ จำแนกตาม ประเภทสถานพยาบาล	
24	34
การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของการโฆษณาวิธีต่างๆจำแนก ตามประเภทสถานพยาบาล	
25	35
การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของการส่งเสริมการขายวิธีต่างๆ จำแนกตามประเภทสถานพยาบาล	
26	36
การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของการขายโดยใช้พนักงานขาย วิธีต่างๆจำแนกตามประเภทสถานพยาบาล	
27	37
การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของการให้ข่าวและการ ประชาสัมพันธ์วิธีต่างๆจำแนกตามประเภทสถานพยาบาล	
28	38
การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของการตลาดทางตรง วิธีต่างๆ จำแนกตามประเภทสถานพยาบาล	