

สารบัญเรื่อง

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ข
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ค
สารบัญเรื่อง	ง
สารบัญตาราง	ฉ
บทที่ 1 บทนำ	
หลักการและเหตุผล	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	5
ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	5
บทที่ 2 แนวคิดและทฤษฎี	
ส่วนประสมทางการตลาด	6
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	
ขอบเขตการศึกษาและขอบเขตประชากร	18
วิธีการศึกษา	19
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์	21
บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล	
ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	24
ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อผู้ตอบแบบสอบถาม	31
ตอนที่ 3 ความสัมพันธ์ของข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับประเภทของสถานพยาบาล ที่แพทย์ทำงานประจำอยู่ ที่มีผลต่อปัจจัยด้านการตลาดและปัจจัยอื่นๆ	45
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา และข้อเสนอแนะ	
สรุปผลการศึกษา	54
อภิปรายผลการศึกษา	56
ข้อค้นพบ	58
ข้อเสนอแนะ	59
บรรณานุกรม	61
ภาคผนวก ก : แบบสอบถาม	62
ภาคผนวก ข : ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก	68
ภาคผนวก ค : รายละเอียดของข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านการตลาดและปัจจัยภายนอกอื่นๆ	74

ภาคผนวก ง : รายชื่อยานและบริษัทที่จำหน่ายยาลดไขมันในเลือดในประเทศไทย	85
ภาคผนวก จ : พระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510 หมวด 11 การโฆษณา	92
ประวัติผู้เขียน	95

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Chiang Mai University

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1. แสดงจำนวนและร้อยละของแพทย์ผู้เคยใช้ยาลดไขมันในเลือดจำแนกตามเพศ	24
2. แสดงจำนวนและร้อยละของแพทย์ผู้เคยใช้ยาลดไขมันในเลือดจำแนกตามช่วงอายุ	25
3. แสดงจำนวนและร้อยละของแพทย์ผู้เคยใช้ยาลดไขมันในเลือดจำแนกตามประเภทของหน่วยงาน	26
4. แสดงจำนวนและร้อยละของแพทย์ผู้เคยใช้ยาลดไขมันในเลือดจำแนกตามจำนวนผู้ป่วยที่ตรวจรักษาทั่วไปโดยเฉลี่ยต่อสัปดาห์	27
5. แสดงจำนวนและร้อยละของแพทย์ผู้เคยใช้ยาลดไขมันในเลือดจำแนกตามจำนวนผู้ป่วยที่มารับการรักษาโรคไขมันในเลือดสูง โดยเฉลี่ยต่อสัปดาห์	28
6. แสดงจำนวนและร้อยละของแพทย์ผู้เคยใช้ยาลดไขมันในเลือดจำแนกตามจำนวนผู้ป่วยที่แพทย์สั่งจ่ายยาลดไขมันในเลือดสูง โดยเฉลี่ยต่อสัปดาห์	29
7. แสดงจำนวนและร้อยละของแพทย์ผู้เคยใช้ยาลดไขมันในเลือดจำแนกตามแพทย์ที่มีคลินิกหรืองานนอกเวลา	30
8. แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	31
9. แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านราคา	34
10. แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	35
11. แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด	36
12. แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญของปัจจัยด้านอื่นๆ	40
13. แสดงอันดับ ค่าเฉลี่ย และระดับความสำคัญของปัจจัยทั้งหมด	41
14. แสดงความถี่ อัตราร้อยละและค่าเฉลี่ยของการเรียงลำดับของปัจจัยการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจ	44
15. แสดงประเภทของโรงพยาบาลที่แพทย์ทำงานประจำซึ่งผลต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์	45
16. แสดงประเภทของโรงพยาบาลที่แพทย์ทำงานประจำซึ่งผลต่อปัจจัยด้านราคา	48
17. แสดงประเภทของโรงพยาบาลที่แพทย์ทำงานประจำซึ่งผลต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย	49

ตาราง	หน้า
”	
18. แสดงประเภทของโรงพยาบาลที่แพทย์ทำงานประจำซึ่งผลต่อปัจจัย การส่งเสริมการตลาด	50
19. แสดงประเภทของโรงพยาบาลที่แพทย์ทำงานประจำซึ่งผลต่อปัจจัยด้านอื่นๆ	53

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Chiang Mai University