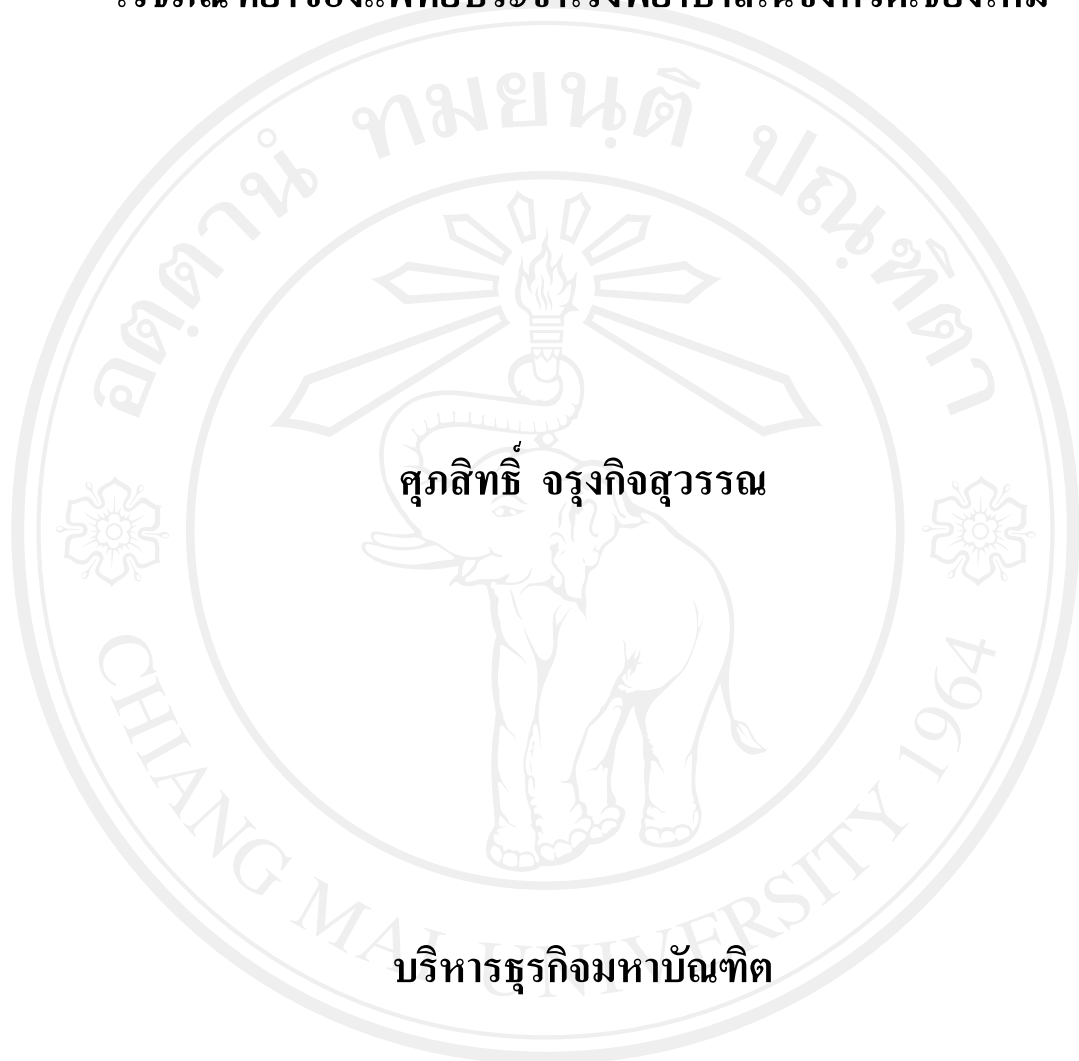


ความสัมพันธ์ระหว่างตัวกระตุ้นทางการตลาดและความตั้งใจซื้อ
เวชภัณฑ์ยาของแพทย์ประจำโรงพยาบาลในจังหวัดเชียงใหม่



บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

เมษายน 2552

ความสัมพันธ์ระหว่างตัวกระตุ้นทางการตลาดและความตั้งใจซื้อ
เวชภัณฑ์ยาของแพทย์ประจำโรงพยาบาลในจังหวัดเชียงใหม่

ศุภสิทธิ์ จรุงกิจสุวรรณ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัยเพื่อเป็นส่วนหนึ่ง
ของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

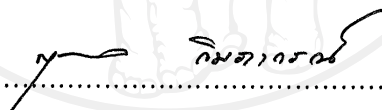
เมษายน 2552

ความสัมพันธ์ระหว่างตัวกระตุ้นทางการตลาดและความตั้งใจซื้อเวชภัณฑ์ยาของแพทย์
ประจำโรงพยาบาลในจังหวัดเชียงใหม่

ศุภสิทธิ์ จรุงกิจสุวรรณ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ได้รับการพิจารณาอนุมัติให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะกรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระ

 กิมภากรณ์

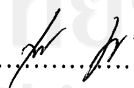
ประธานกรรมการ

อาจารย์ ดร.นฤมล กิมภากรณ์



กรรมการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปิยพรรณ กลั่นกลิ่น



กรรมการ

อาจารย์เรณัส เสริมบุญสร้าง

3 เมษายน 2552

© ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าแบบอิสระฉบับนี้ สำเร็จได้ด้วยความอนุเคราะห์และความกรุณาอย่างสูงจาก อาจารย์ ดร. นฤมล กิมภากรณ์ ประธานที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ปิยพรรณ กลั่นกลิ่น และอาจารย์เรณัส เสริมบุญสร้าง กรรมการสอบการค้นคว้าแบบอิสระ ผู้ซึ่งกรุณาให้ความรู้ คำแนะนำ คำปรึกษา พร้อมทั้งให้กำลังใจตลอดการศึกษา และตรวจแก้ไขจนการค้นคว้าแบบอิสระฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ ผู้ศึกษาขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ ที่นี้

พร้อมกันนี้ขอขอบคุณ นพ.อดิชาติ ศรีรัตน์ นายแพทย์ระดับ 8 แผนกศัลยกรรมประสาท โรงพยาบาลศูนย์ลำปาง ที่ให้คำแนะนำ คำปรึกษา ในการเก็บแบบสอบถาม และเภสัชหญิงมัทนียา เอกสุภาพันธ์ ที่ให้คำแนะนำ คำปรึกษาในการจัดทำแบบสอบถาม ครอบครัวยุค “จรงกิจสุวรรณ” ที่ได้ให้ความช่วยเหลือและเป็นกำลังใจในการค้นคว้าแบบอิสระครั้งนี้

ขอบคุณเพื่อนร่วมรุ่น หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต รุ่นที่ 17 ทุกท่าน ในมิตรภาพและกำลังใจที่ดี เป็นที่ปรึกษาและช่วยเหลือด้านการเรียนมาตลอด

ท้ายที่สุดนี้ผู้ศึกษาหวังว่าการค้นคว้าแบบอิสระนี้คงมีประโยชน์บ้างไม่มากก็น้อยสำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนผู้ที่สนใจที่จะศึกษารายละเอียดเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างตัวกระตุ้นการตลาดและความตั้งใจซื้อต่อไป

ศุภสิทธิ์ จรุงกิจสุวรรณ