

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ .....	(1)
กิตติกรรมประกาศ.....	(4)
สารบัญตาราง.....	(8)
สารบัญภาพประกอบ.....	(10)
บทที่	
1. บทนำ.....	1
ความเป็นมา และความสำคัญของปัญหา .....	1
ปัญหานำการศึกษา.....	7
วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	7
ผลการศึกษาที่คาดว่าจะได้รับ .....	7
นิยามคำศัพท์ที่เกี่ยวข้อง .....	8
2. แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	9
แนวคิดด้านการตลาดอิงสังคม (Societal Marketing Concept) .....	9
แนวคิดเรื่องกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคและปฎิญญาในการส่งเสริมการเข้ายา... ..	38
แนวคิดการสื่อสารสุขภาพ (Health Communication) .....	43
วรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	47

3. ระเบียบวิธีวิจัย.....	52
แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา .....	52
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา.....	58
การตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา .....	60
การวิเคราะห์และสรุปผลของข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา.....	61
4. ผลการศึกษา.....	62
นโยบายและการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจยา.....	63
แนวทางการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจยาภายใน องค์กรและภายนอกองค์กร .....	68
การสื่อสารเกี่ยวกับกลยุทธ์ความรับผิดชอบต่อสังคมภายในและภายนอกองค์กร.....	88
ปัญหาหรืออุปสรรคต่อการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของ ธุรกิจยา.....	105
ความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อ ต่อสังคมของธุรกิจยา.....	110
5. สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	133
สรุปผลการศึกษา .....	133
อภิปรายผลการศึกษา.....	139
ข้อเสนอแนะ .....	151
ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป.....	152
ข้อจำกัดในการวิจัย .....	153
รายการอ้างอิง.....	154

ภาคผนวก	
ก. การดำเนินงานธุรกิจยา .....	159
ข. รายละเอียดพันธมิตรธุรกิจยา .....	165
ค. ตัวอย่างการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจยา .....	172
ง. ตัวอย่างการดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคม .....	177
ประวัติการศึกษา .....	189