

บทที่ ๔

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง เรื่องการพัฒนากลยุทธ์การตลาดสำหรับสถาบันทางพระพุทธศาสนา : กรณีศึกษาบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากลยุทธ์การตลาดขององค์กรทางพระพุทธศาสนา เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ผลกระทบของวิธีการตลาดแนวพุทธที่มีต่อการพัฒนากลยุทธ์การตลาดของบัณฑิตศึกษาของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย และเพื่อวิเคราะห์ผลกระทบของสภาพแวดล้อมตลาด นโยบาย วิธีการทางการตลาด และช่องทางการสรรหานิสิตที่มีคุณภาพเข้าศึกษาที่มีต่อการพัฒนากลยุทธ์การตลาดของบัณฑิตศึกษาของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้มี ๒ กลุ่ม ได้แก่ (๑) นักศึกษาของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย จำนวน ๒๘๖ รูป/คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล (๒) นักศึกษาของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา เป็นการสัมภาษณ์เชิงลึก วิเคราะห์ผลทางสถิติ และทดสอบสมมติฐานการวิจัยด้วยโปรแกรม SPSS for Windows version ๑๗.๐ ได้ผลการวิจัยซึ่งมีลำดับการแสดงผลวิเคราะห์ข้อมูล รายละเอียดต่าง ๆ ของผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งหมดนี้ ได้นำเสนอออกมาในรูปแบบของตารางประกอบคำบรรยายตามลำดับดังกล่าวข้างต้น ดังนี้

๔.๑ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะประชากร

ตาราง ๔.๑ ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ปัจจัย	จำนวน	ร้อยละ
๑. เพศ		
ชาย	๑๗๐	๕๙.๔
หญิง	๑๑๖	๔๐.๖
รวม	๒๘๖	๑๐๐.๐

ตาราง ๔.๑(ต่อ)

ปัจจัย	จำนวน	ร้อยละ
๒. สถานภาพ		
คฤหัสถ์	๑๗๕	๖๑.๒
พระภิกษุ	๙๓	๓๒.๕
แม่ชี	๑๘	๖.๓
รวม	๒๘๖	๑๐๐.๐
๓. อายุ		
๒๕ – ๒๙ ปี	๒๓	๘.๐
๓๐ – ๓๔ ปี	๓๗	๑๒.๙
๓๕ – ๓๙ ปี	๖๒	๒๑.๗
๔๐ ปี ขึ้นไป	๑๖๔	๕๗.๓
รวม	๒๘๖	๑๐๐.๐
๔. อยู่ของท่านตามทะเบียนบ้าน		
รวม	๒๘๖	๑๐๐.๐
๕. ประสบการณ์ในการทำงาน		
น้อยกว่า ๕ ปี	๕๖	๑๙.๖
๕-๑๐ ปี	๖๖	๒๓.๑
๑๑-๑๖ ปี	๒๑	๗.๓
มากกว่า ๑๖ ปี	๑๔๓	๕๐.๐
รวม	๒๘๖	๑๐๐.๐
๖. หลักสูตรที่ท่านกำลังศึกษาในปัจจุบัน		
พุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต	๑๕๘	๕๕.๒
พุทธศาสตรมหาบัณฑิต	๑๐๐	๓๕.๐
ประกาศนียบัตรบัณฑิต พระไตรปิฎกศึกษา	๒๘	๙.๘
รวม	๒๘๖	๑๐๐.๐

ตาราง ๔.๑(ต่อ)

ปัจจัย	จำนวน	ร้อยละ
๗. ท่านกำลังศึกษาในชั้นปีที่		
ชั้นปีที่ ๑	๑๓๖	๔๗.๖
ชั้นปีที่ ๒	๔๙	๑๗.๑
ชั้นปีที่ ๓	๘๗	๓๐.๔
มากกว่าชั้นปีที่ ๓	๑๔	๔.๙
รวม	๒๘๖	๑๐๐.๐
๘. สาขาวิชาที่ท่านกำลังศึกษาในปัจจุบัน		
พระพุทธศาสนา	๒๑๒	๗๔.๑
พระพุทธศาสนาสำหรับพระภิกษุสามเณร	๑๖	๕.๖
พระพุทธศาสนาสำหรับคฤหัสถ์	๔๔	๑๕.๔
พระพุทธศาสนาหลักสูตรนานาชาติ	๖	๒.๑
ปรัชญา	๔	๑.๔
ธรรมนิเทศ	๒	๗
รวม	๒๘๔	๙๙.๓
๙. ท่านมีสถานภาพเป็นนักศึกษา		
ภาคปกติ	๒๐๔	๗๑.๓
ภาคสมทบ/ภาคค่ำ/ภาคพิเศษ	๘๒	๒๘.๗
รวม	๒๘๖	๑๐๐.๐

ตาราง ๔.๑(ต่อ)

ปัจจัย	จำนวน	ร้อยละ
๑๐.ระดับการศึกษาสูงสุด ก่อนเข้าศึกษาในบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย		
ปริญญาตรีสายวิทยาศาสตร์	๒๒	๗.๗
ปริญญาตรีสายสังคมศาสตร์	๓๑	๑๐.๘
ปริญญาโทสายวิทยาศาสตร์	๑๖	๕.๖
ปริญญาโทสายสังคมศาสตร์	๑๗๒	๖๐.๑
อื่นๆ	๔๕	๑๕.๗
รวม	๒๘๖	๑๐๐.๐
๑๑.คะแนนเฉลี่ยสะสมที่สำเร็จการศึกษา		
๒.๐๐ – ๒.๔๙	๒๓	๘.๐
๒.๕๐ – ๒.๙๙	๓๗	๑๒.๙
๓.๐๐ – ๓.๔๙	๙๖	๓๓.๖
๓.๕๐–๔.๐๐	๑๓๐	๔๕.๕
รวม	๒๘๖	๑๐๐.๐
๑๒. เงินทุนที่ท่านใช้เพื่อการศึกษาท่านได้รับจาก		
บิดา มารดา	๔๘	๑๖.๘
ผู้ปกครองที่ไม่ใช่บิดา มารดา	๒๒	๗.๗
ทุนการศึกษาจากสถาบันที่กำลังศึกษา	๗	๒.๔
ทุนการศึกษาจากแหล่งอื่นๆ	๔๓	๑๕.๐
อื่นๆ	๑๖๖	๕๘.๐
รวม	๒๘๖	๑๐๐.๐

ตาราง ๔.๑(ต่อ)

ปัจจัย	จำนวน	ร้อยละ
๑๓.อาชีพของบิดา		
รับราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ	๔๕	๑๕.๗
พนักงานสถานประกอบการเอกชน	๗	๒.๔
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	๒๘	๙.๘
เกษตรกรรวม	๑๒๗	๔๔.๔
อื่นๆ	๗๙	๒๗.๖
รวม	๒๘๖	๑๐๐.๐
๑๔.อาชีพของมารดา		
รับราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ	๒๕	๘.๗
พนักงานสถานประกอบการเอกชน	๔	๑.๔
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	๔	๑.๑
เกษตรกรรวม	๑๒๒	๔๒.๗
อื่นๆ	๘๖	๓๐.๑
รวม	๒๘๖	๑๐๐.๐
๑๕. อาชีพของผู้ปกครอง		
รับราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ	๓๖	๑๒.๖
พนักงานสถานประกอบการเอกชน	๑๑	๓.๘
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	๘๔	๒๙.๔
เกษตรกรรวม	๒๙	๑๐.๑
อื่นๆ	๑๒๖	๔๔.๑
รวม	๒๘๖	๑๐๐.๐

ตาราง ๔.๑(ต่อ)

ปัจจัย	จำนวน	ร้อยละ
๑๖.รายได้โดยประมาณต่อเดือนของบิดา		
ต่ำกว่า ๑๐,๐๐๐บาท	๑๒๔	๔๓.๔
๑๐,๐๐๐ – ๓๐,๐๐๐บาท	๑๐๓	๓๖.๐
๓๐,๐๐๑– ๕๐,๐๐๐ บาท	๔๒	๑๔.๗
๕๐,๐๐๑ – ๗๐,๐๐๐บาท	๕	๑.๗
มากกว่า ๗๐,๐๐๐ บาท	๑๒	๔.๒
รวม	๒๘๖	๑๐๐.๐
๑๗.รายได้โดยประมาณต่อเดือนของมารดา		
ต่ำกว่า ๑๐,๐๐๐บาท	๑๕๐	๕๒.๔
๑๐,๐๐๐ – ๓๐,๐๐๐บาท	๙๙	๓๔.๖
๓๐,๐๐๑– ๕๐,๐๐๐ บาท	๒๓	๘.๐
มากกว่า ๗๐,๐๐๐ บาท	๑๔	๔.๙
รวม	๒๘๖	๑๐๐.๐
๑๘. รายได้โดยประมาณต่อเดือนของผู้ปกครอง		
ต่ำกว่า ๑๐,๐๐๐บาท	๖๓	๒๒.๐
๑๐,๐๐๐ – ๓๐,๐๐๐บาท	๑๑๒	๓๙.๒
๓๐,๐๐๑– ๕๐,๐๐๐ บาท	๓๙	๑๓.๖
๕๐,๐๐๑ – ๗๐,๐๐๐บาท	๒๐	๗.๐
มากกว่า ๗๐,๐๐๐ บาท	๕๒	๑๘.๒
รวม	๒๘๖	๑๐๐.๐

ตาราง ๔.๑(ต่อ)

ปัจจัย	จำนวน	ร้อยละ
๑๙. ระดับการศึกษาสูงสุดของบิดา		
ประถมศึกษา	๑๗๒	๖๐.๑
มัธยมศึกษาตอนต้น	๒๘	๙.๘
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช	๒๘	๙.๘
ปวส/ปวท/อนุปริญญา	๙	๓.๑
ปริญญาตรี	๔๐	๑๔.๐
สูงกว่าปริญญาตรี	๙	๓.๑
รวม	๒๘๖	๑๐๐.๐
๒๐. ระดับการศึกษาสูงสุดของมารดา		
ประถมศึกษา	๑๙๔	๖๗.๘
มัธยมศึกษาตอนต้น	๔๒	๑๔.๗
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช	๑๘	๖.๓
ปวส/ปวท/อนุปริญญา	๖	๒.๑
ปริญญาตรี	๒๖	๙.๑
รวม	๒๘๖	๑๐๐.๐
๒๑. ระดับการศึกษาสูงสุดของผู้ปกครอง		
ประถมศึกษา	๖๐	๒๑.๐
มัธยมศึกษาตอนต้น	๔๔	๑๕.๔
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช	๒๙	๑๐.๑
ปวส/ปวท/อนุปริญญา	๑๔	๔.๙
ปริญญาตรี	๔๖	๑๖.๑
สูงกว่าปริญญาตรี	๙๓	๓๒.๕
รวม	๒๘๖	๑๐๐.๐

ตาราง ๔.๑(ต่อ)

ปัจจัย	จำนวน	ร้อยละ
๒๒. ท่านเลือกเข้าศึกษาในบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย เป็นอันดับแรก		
ใช่	๒๖๘	๙๓.๗
ไม่ใช่	๑๘	๖.๓
รวม	๒๘๖	๑๐๐.๐
๒๓. จำนวนสถาบันอุดมศึกษา(บัณฑิตวิทยาลัย) ที่ท่านได้ สมัครไว้ทั้งหมดก่อนการตัดสินใจเข้าศึกษาในบัณฑิต วิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย		
ไม่มี	๒๔๐	๘๓.๙
๑-๒ แห่ง	๓๖	๑๒.๖
๓-๔ แห่ง	๑๐	๓.๕
รวม	๒๘๖	๑๐๐.๐
๒๔. สถาบันอุดมศึกษาในอุดมคติของท่านที่ใฝ่ฝันจะเข้า ศึกษาในระดับบัณฑิตศึกษา		
สถาบันอุดมศึกษาของรัฐ		
สถาบันอุดมศึกษาของเอกชน		
รวม	๒๘๖	๑๐๐.๐
๒๕. ระดับความพอใจโดยรวมต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย		
น้อยที่สุด	๖	๒.๑
ปานกลาง	๙๐	๓๑.๕
มาก	๑๓๒	๔๖.๒
มากที่สุด	๕๘	๒๐.๓
รวม	๒๘๖	๑๐๐.๐

จากตารางที่ ๔.๑ ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่ เป็นเพศ ชาย
จำนวน ๑๗๐ คน คิดเป็นร้อยละ ๕๙.๔ เพศหญิง จำนวน ๑๑๖ คน คิดเป็นร้อยละ ๔๐.๖ สถานภาพ
ส่วนใหญ่ เป็นเป็นคฤหัสถ์ จำนวน ๑๗๕ คน คิดเป็นร้อยละ ๖๑.๒ เป็นพระภิกษุ จำนวน ๙๓ คน

คิดเป็นร้อยละ ๓๒.๕ และเป็นแม่ชี จำนวน ๑๘ คน คิดเป็นร้อยละ ๖.๓ อายุส่วนใหญ่ มีอายุระหว่าง ๔๐ ปี ขึ้นไปจำนวน ๑๖๔ คน คิดเป็นร้อยละ ๕๗.๓ รองลงมามีอายุระหว่าง ๓๕ - ๓๙ ปี จำนวน ๖๒ คน คิดเป็นร้อยละ ๒๑.๗ และอายุระหว่าง ๓๐ - ๓๔ ปีจำนวน ๓๗ คน คิดเป็นร้อยละ ๑๒.๙ ตามลำดับ มี ประสบการณ์ในการทำงานมากกว่า ๑๖ ปี จำนวน ๑๔๓ คน คิดเป็นร้อยละ ๕๐.๐ รองลงมาช่วง ๕-๑๐ ปีจำนวน ๖๖ คน คิดเป็นร้อยละ ๒๓.๑ และน้อยกว่า ๕ ปี จำนวน ๕๖ คน คิดเป็นร้อยละ ๑๙.๖ ตามลำดับ หลักสูตรที่กำลังศึกษาในปัจจุบันส่วนใหญ่ศึกษา พุทธศาสนา ศาสนาพุทธ จำนวน ๑๕๘ คน คิดเป็นร้อยละ ๕๕.๒ รองลงมา พุทธศาสนาเถรวาท จำนวน ๑๐๐ คน คิดเป็นร้อยละ ๓๕.๐ และ ประกาศนียบัตรบัณฑิต พระไตรปิฎกศึกษา จำนวน ๒๘ คน คิดเป็นร้อยละ ๙.๘ ตามลำดับชั้นปีที่กำลังศึกษา เป็นชั้นปีที่ ๑ จำนวน ๑๓๖ คน คิดเป็นร้อยละ ๔๗.๖ รองลงมาชั้นปีที่ ๓ จำนวน ๘๗ คน คิดเป็นร้อยละ ๓๐.๔ และชั้นปีที่ ๒ จำนวน ๔๙ คน คิดเป็นร้อยละ ๑๗.๑ ตามลำดับ สาขาวิชาที่กำลังศึกษาในปัจจุบัน พระพุทธศาสนา เป็นพระพุทธศาสนา จำนวน ๒๑๒ คน คิดเป็นร้อยละ ๗๔.๑ รองลงมาคือ พระพุทธศาสนาสำหรับคฤหัสถ์ จำนวน ๔๔ คน คิดเป็นร้อยละ ๑๕.๔ และ พระพุทธศาสนาสำหรับพระภิกษุสามเณร จำนวน ๑๖ คน คิดเป็นร้อยละ ๕.๖ ตามลำดับ สถานภาพเป็นนักศึกษา ส่วนใหญ่เป็นภาคปกติจำนวน ๒๐๔ คน คิดเป็นร้อยละ ๗๑.๓ ภาคสมทบ/ภาคค่ำ/ภาคพิเศษ จำนวน ๘๒ คน คิดเป็นร้อยละ ๒๘.๗ ระดับการศึกษาสูงสุด ก่อนเข้าศึกษาในบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ส่วนใหญ่เป็นปริญญาโทสายสังคมศาสตร์ จำนวน ๑๗๒ คน คิดเป็นร้อยละ ๖๐.๑ รองลงมาคือ อื่นๆ จำนวน ๔๕ คน คิดเป็นร้อยละ ๑๕.๗ และ ปริญญาตรีสายสังคมศาสตร์ จำนวน ๓๑ คน คิดเป็นร้อยละ ๑๐.๘ คะแนนเฉลี่ยสะสมที่สำเร็จการศึกษา ส่วนใหญ่มีคะแนนเฉลี่ย ๓.๕๐ - ๔.๐๐ จำนวน ๑๓๐ คน คิดเป็นร้อยละ ๔๕.๕ รองลงมาคือมีคะแนนเฉลี่ย ๓.๐๐ - ๓.๔๙ จำนวน ๙๖ คน คิดเป็นร้อยละ ๓๓.๖ และมีคะแนนเฉลี่ย ๒.๕๐ - ๒.๙๙ จำนวน ๓๗ คน คิดเป็นร้อยละ ๑๒.๙ เงินทุนที่ท่านใช้เพื่อการศึกษาในปัจจุบันส่วนใหญ่ได้รับจากอื่น ๆ จำนวน ๑๖๖ คน คิดเป็นร้อยละ ๕๘.๐ รองลงมาคือ บิดา มารดา จำนวน ๔๘ คน คิดเป็นร้อยละ ๑๖.๘ และทุนการศึกษาจากแหล่งอื่น ๆ จำนวน ๔๓ คน คิดเป็นร้อยละ ๑๕.๐ อาชีพของบิดา ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพ เกษตรกรรม จำนวน ๑๒๗ คน คิดเป็นร้อยละ ๔๔.๔ รองลงมาคือ อื่นๆ จำนวน ๗๙ คน คิดเป็นร้อยละ ๒๗.๖ และรับราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจจำนวน ๔๕ คน คิดเป็นร้อยละ ๑๕.๗ ตามลำดับอาชีพของมารดา ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพ เกษตรกรรม จำนวน ๑๒๒ คน คิดเป็นร้อยละ ๔๒.๗ รองลงมาคือ อื่นๆ จำนวน ๘๖ คน คิดเป็นร้อยละ ๓๐.๑ และรับราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน ๒๕ คน คิดเป็นร้อยละ ๘.๗ ตามลำดับ อาชีพของผู้ปกครอง ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพ อื่นๆ จำนวน ๑๒๖

คนคิดเป็นร้อยละ ๔๔.๑ รองลงมาคือ ประกอบธุรกิจส่วนตัว จำนวน ๘๔ คนคิดเป็นร้อยละ ๒๙.๔ และรับราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน ๓๖ คน คิดเป็นร้อยละ ๑๒.๖ รายได้ต่อเดือนของ บิดาส่วนใหญ่ประมาณต่ำกว่า ๑๐,๐๐๐ บาทจำนวน ๑๒๔ คนคิดเป็นร้อยละ ๔๓.๔ รองลงมาคือ ๑๐,๐๐๐ – ๓๐,๐๐๐ บาทจำนวน ๑๐๓ คนคิดเป็นร้อยละ ๓๖.๐ และ ๓๐,๐๐๑ – ๕๐,๐๐๐ บาท จำนวน ๔๒ คน คิดเป็นร้อยละ ๑๔.๗ ตามลำดับ รายได้ต่อเดือนของมารดา ส่วนใหญ่ประมาณต่ำกว่า ๑๐,๐๐๐ บาทจำนวน ๑๕๐ คนคิดเป็นร้อยละ ๕๒.๔ รองลงมาคือ ๑๐,๐๐๐ – ๓๐,๐๐๐ บาท จำนวน ๙๙ คนคิดเป็นร้อยละ ๓๔.๖ และ ๓๐,๐๐๑ – ๕๐,๐๐๐ บาทจำนวน ๒๓ คน คิดเป็นร้อยละ ๘.๐ ตามลำดับ รายได้ต่อเดือนของผู้ปกครอง ส่วนใหญ่ประมาณ ๑๐,๐๐๐ – ๓๐,๐๐๐ บาท จำนวน ๑๑๒ คนคิดเป็นร้อยละ ๓๙.๒ รองลงมาคือ ต่ำกว่า ๑๐,๐๐๐ บาทจำนวน ๖๓ คนคิดเป็น ร้อยละ ๒๒.๐ และมากกว่า ๗๐,๐๐๐ บาทจำนวน ๕๒ คน คิดเป็นร้อยละ ๑๘.๒ ตามลำดับ ระดับ การศึกษาสูงสุดของบิดา ส่วนใหญ่คือ ประถมศึกษา จำนวน ๑๗๒ คนคิดเป็นร้อยละ ๖๐.๑ รองลงมาคือ มัธยมศึกษาตอนต้น และมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช จำนวน ๒๘ คน คิดเป็นร้อยละ ๙.๘ ในระดับที่เท่ากัน ระดับการศึกษาสูงสุดของมารดาส่วนใหญ่คือ ประถมศึกษาจำนวน ๑๙๔ คน คิดเป็นร้อยละ ๖๗.๘ รองลงมาคือ มัธยมศึกษาตอนต้นจำนวน ๔๒ คน คิดเป็นร้อยละ ๑๔.๗ และ ปริญญาตรีจำนวน ๒๖ คน คิดเป็นร้อยละ ๙.๑ ตามลำดับ ระดับการศึกษาสูงสุดของผู้ปกครอง ส่วนใหญ่คือสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน ๙๓ คนคิดเป็นร้อยละ ๓๒.๕ รองลงมาคือ ประถมศึกษา จำนวน ๖๐ คน คิดเป็นร้อยละ ๒๑.๐ และ ปริญญาตรี จำนวน ๔๖ คน คิดเป็นร้อยละ ๑๖.๑ ตามลำดับ เลือกลงศึกษาในบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย เป็น อันดับแรก จำนวน ๒๖๘ คน คิดเป็นร้อยละ ๙๓.๗ และไม่ได้เลือกเป็นอันดับแรก จำนวน ๑๘ คน คิดเป็นร้อยละ ๖.๓ จำนวนสถาบันอุดมศึกษาระดับบัณฑิตวิทยาลัยที่ได้สมัครไว้ทั้งหมดก่อนการ ตัดสินใจเข้าศึกษาในบัณฑิตวิทยาลัย ส่วนใหญ่ไม่มี จำนวน ๒๔๐ คน คิดเป็นร้อยละ ๘๓.๙ รองลงมา มี ๑-๒ แห่ง จำนวน ๓๖ คน คิดเป็นร้อยละ ๑๒.๖ และมี ๓-๔ แห่ง จำนวน ๑๐ คน คิด เป็นร้อยละ ๓.๕ สถาบันอุดมศึกษาในอุดมคติของท่านที่ใฝ่ฝันจะเข้าศึกษาในระดับบัณฑิตศึกษา ทุกคนตอบสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ จำนวน ๒๘๖ คน ระดับความพอใจโดยรวมต่อบัณฑิต วิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ส่วนใหญ่พอใจมาก จำนวน ๑๓๒ คน คิด เป็นร้อยละ ๔๖.๒ รองลงมาพอใจปานกลางจำนวน ๙๐ คน คิดเป็นร้อยละ ๓๑.๕ และพอใจมาก ที่สุด จำนวน ๕๘ คน คิดเป็นร้อยละ ๒๐.๓

๔.๒ กลยุทธ์การตลาดของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกศึกษาในระดับบัณฑิตศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง

ตาราง ๔.๒ กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกศึกษาในระดับบัณฑิตศึกษา

กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย	ค่าเฉลี่ย (แปดผล)	S.D.	ลำดับที่
มีปรัชญาและวัตถุประสงค์ขององค์กรที่เหมาะสม	๔.๑๒ (มาก)	๐.๘๒	๓
หลักสูตรและสาขาวิชาที่เปิดสอน ตรงกับปรัชญาและวัตถุประสงค์ของ องค์กรรวมทั้งได้รับรองมาตรฐานจากกระทรวงศึกษาธิการ	๔.๑๓ (มาก)	๐.๘๒	๑
มีทรัพยากรเพื่อการจัดการเรียนการสอน เช่น ห้องสมุด อาคารสถานที่ หนังสือ ตำรา เอกสารวิชาการ ที่เพียงพอและเหมาะสม	๓.๔๕ (มาก)	๐.๙๙	๑๐
การบริหารการจัดการและการบริการที่ดี สะดวก รวดเร็ว	๓.๕๐ (มาก)	๐.๙๘	๙
คุณภาพการจัดการเรียนการสอน เป็นที่ยอมรับของนักศึกษาและ บุคคลภายนอก	๓.๙๓ (มาก)	๐.๗๗	๖
มีกิจกรรมพัฒนานักศึกษาอย่างสม่ำเสมอทั้งทางด้านทฤษฎีและปฏิบัติ เช่น การฝึกสมาธิ เป็นต้น	๓.๘๙ (มาก)	๐.๘๙	๗
ชื่อเสียงของบัณฑิตวิทยาลัย เป็นที่ยอมรับในวงวิชาการวิชาชีพและ ตลาดแรงงาน	๓.๙๕ (มาก)	๐.๘๙	๕
คณาจารย์มีคุณภาพ มีความรู้ ความสามารถ ทั้งในด้านการสอนและการ วิจัยด้านพุทธศาสนาและมีคุณธรรม จริยธรรมที่เหมาะสมกับวิชาชีพ	๔.๑๓ (มาก)	๐.๘๐	๒
มีบรรยากาศทางวิชาการ เช่น มีการจัดสัมมนาในระดับชาติและนานาชาติ เป็นต้น	๔.๐๐ (มาก)	๐.๘๒	๔
มีสื่อเทคโนโลยีและระบบสารสนเทศที่เหมาะสม เพียงพอและมีความทันสมัย	๓.๖๘ (มาก)	๐.๘๙	๘

จากตารางที่ ๔.๒ กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ของบัณฑิตวิทยาลัยจะพบว่า อันดับที่ ๑ คือ หลักสูตรและสาขาวิชาที่เปิดสอน ตรงกับปรัชญาและวัตถุประสงค์ขององค์กร รวมทั้งได้รับรองมาตรฐานจากกระทรวงศึกษาธิการ มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) เท่ากับ ๔.๑๓ รองลงมา อันดับที่ ๒ คณาจารย์มีคุณภาพ มีความรู้ ความสามารถ ทั้งในด้านการสอนและการวิจัยด้านพุทธศาสนาและมีคุณธรรม จริยธรรมที่เหมาะสมกับวิชาชีพ มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) เท่ากับ ๔.๑๓ และอันดับที่ ๓ มีปรัชญาและวัตถุประสงค์ขององค์กรที่เหมาะสม มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) เท่ากับ ๔.๑๒

ตาราง ๔.๓ กลยุทธ์ด้านราคาของบัณฑิตวิทยาลัยของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกศึกษาในระดับบัณฑิตศึกษา

กลยุทธ์ด้านราคาของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	S.D.	ลำดับที่
ค่าใช้จ่ายในการลงทะเบียนเรียน	๔.๐๐ (มาก)	๐.๗๑	๑
ระยะเวลาในการให้ชำระค่าเล่าเรียน	๓.๘๕ (มาก)	๐.๗๕	๒
ค่าใช้จ่ายด้านที่พักอาศัย	๓.๓๖ (ปานกลาง)	๑.๐๑	๔
ค่าใช้จ่ายในการอุปโภค-บริโภค	๓.๕๙ (มาก)	๐.๙๔	๓

จากตารางที่ ๔.๓ กลยุทธ์ด้านราคาของบัณฑิตวิทยาลัยจะพบว่า อันดับที่ ๑ คือค่าใช้จ่ายในการลงทะเบียนเรียน มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) เท่ากับ ๔.๐๐ รองลงมา อันดับที่ ๒ ระยะเวลาในการให้ชำระค่าเล่าเรียนมีค่าเฉลี่ย($\bar{x}$) เท่ากับ ๓.๘๕ และอันดับที่ ๓ ค่าใช้จ่ายในการอุปโภค-บริโภค มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) เท่ากับ ๓.๕๙

ตาราง ๔.๔ กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของบัณฑิตวิทยาลัยของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกศึกษาในระดับบัณฑิตศึกษา

กลยุทธ์ด้านช่องทางทางการจัดจำหน่ายของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	S.D.	ลำดับที่
สภาพแวดล้อมหรือบรรยากาศ	๓.๘๖ (มาก)	๐.๘๑	๒
ทำเล สถานที่ตั้ง	๓.๘๔ (มาก)	๐.๘๖	๓
การบริการรับสมัครนักศึกษา เช่น วิธีการ ระยะเวลาในการรับสมัครมีความเหมาะสม	๓.๘๘ (มาก)	๐.๗๑	๑
วิธีการสอบคัดเลือก	๓.๘๓ (มาก)	๐.๘๔	๕
ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการสมัครเรียน	๓.๘๔ (มาก)	๐.๗๕	๔

จากตารางที่ ๔.๔ กลยุทธ์ด้านช่องทางทางการจัดจำหน่ายของบัณฑิตวิทยาลัยจะพบว่า อันดับที่ ๑ คือการบริการรับสมัครนักศึกษา เช่น วิธีการ ระยะเวลาในการรับสมัครมีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) เท่ากับ ๓.๘๘ รองลงมา อันดับที่ ๒ สภาพแวดล้อมหรือบรรยากาศ มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) เท่ากับ ๓.๘๖ และอันดับที่ ๓ ทำเล สถานที่ตั้ง มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) เท่ากับ ๓.๘๔

ตาราง ๔.๕ กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาดของบัณฑิตวิทยาลัยของบัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกศึกษาในระดับบัณฑิตศึกษา

กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาดของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	S.D.	ลำดับที่
การโฆษณา	๓.๔๙ (มาก)	๐.๘๙	๑
การประชาสัมพันธ์	๓.๔๓ (มาก)	๐.๘๗	๒
การแนะแนว/คำแนะนำของบุคคลต่างๆ	๓.๓๓ (ปานกลาง)	๐.๙๑	๓

ตาราง ๔.๕ (ต่อ)

กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาดของบัณฑิตวิทยาลัย	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ลำดับที่
--	-----------	------	----------

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย	(แปลผล)		
ทุนการศึกษา	๓.๒๐ (ปานกลาง)	๐.๙๔	๔

จากตารางที่ ๔.๕ กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาดของบัณฑิตวิทยาลัยจะพบว่า อันดับ ที่ ๑ คือการโฆษณา มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) เท่ากับ ๓.๔๙ รองลงมา อันดับที่ ๒ การประชาสัมพันธ์ มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) เท่ากับ ๓.๔๓ และอันดับที่ ๓ การแนะแนว/คำแนะนำของบุคคลต่างๆ มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) เท่ากับ ๓.๓๓

ตาราง ๔.๖ ปัจจัยด้านนโยบายของบัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ที่มีอิทธิพลในการเลือกหลักสูตรการศึกษาของ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

ปัจจัยด้านนโยบาย	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	S.D.	ลำดับที่
ส่งเสริมผู้เรียนให้มีการศึกษาที่สูงขึ้น	๔.๐๓ (มาก)	๐.๗๖	๑
อำนวยความสะดวกและให้ความรู้รวมทั้งประสบการณ์ในการทำวิจัย	๓.๗๐ (มาก)	๐.๗๘	๕
เมื่อศึกษาจบแล้วคาดว่าจะสามารถเป็นอาจารย์ นักวิชาการและนักบริหารด้านพระพุทธศาสนาได้	๓.๙๘ (มาก)	๐.๗๗	๓
เมื่อศึกษาจบแล้วคาดว่าจะสามารถเผยแผ่พระพุทธศาสนา ได้ทั้งในประเทศและต่างประเทศ	๓.๙๔ (มาก)	๐.๗๙	๔
บัณฑิตวิทยาลัยเป็นศูนย์การศึกษาพระพุทธศาสนาระดับชาติ และนานาชาติได้	๔.๐๑ (มาก)	๐.๘๒	๒

ตาราง ๔.๗ ปัจจัยด้านสภาพการจัดการศึกษาของบัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ที่มีอิทธิพลในการเลือกหลักสูตรการศึกษาของบัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

ปัจจัยด้านสภาพการจัดการศึกษา	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	S.D.	ลำดับที่
การบริหารมีความคล่องตัวสูง	๓.๖๓ (มาก)	๐.๙๐	๕
หลักสูตรต่างๆ ได้รับการปรับปรุงให้ทันสมัย	๓.๖๗ (มาก)	๐.๘๓	๓
การวัดผลและประเมินผล มีความถูกต้องแม่นยำ	๓.๖๖ (มาก)	๐.๘๓	๔
คณาจารย์ทุกฝ่าย มีความคล่องตัวในการปฏิบัติงาน	๓.๘๑ (มาก)	๐.๗๕	๑
มีแผนการปฏิบัติงานที่เหมาะสม	๓.๗๔ (มาก)	๐.๗๗	๒

ตาราง ๔.๘ รู้จักและรับทราบข้อมูลต่างๆของบัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ที่มีอิทธิพลในการเลือกหลักสูตรการศึกษาของบัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

รู้จักและรับทราบข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย จากสื่อและ/หรือ สิ่งพิมพ์ต่อไปนี้ (ช่องทางการสรรหานักศึกษา)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	S.D.	ลำดับที่
จากเอกสารของบัณฑิตวิทยาลัย เช่น คู่มือการศึกษา/แผ่นพับ/แผ่นซีดี แนะนำบัณฑิตวิทยาลัย เป็นต้น	๓.๕๘ (มาก)	๐.๘๔	๓
จากการโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ผ่านแผ่นป้ายโฆษณา	๓.๕๘ (มาก)	๐.๙๒	๒
จากการโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ทางโทรทัศน์	๒.๙๘ (ปานกลาง)	๑.๐๑	๗
จากการโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ทางวิทยุ	๒.๙๒ (ปานกลาง)	๑.๐๕	๙

ตาราง ๔.๘(ต่อ)

รู้จักและรับทราบข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย จากสื่อและ/หรือ สิ่งพิมพ์ต่อไปนี้ (ช่องทางการสรรหานักศึกษา)	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	S.D.	ลำดับที่
จากการโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ทางหนังสือพิมพ์	๒.๘๗ (ปานกลาง)	๑.๐๗	๑๐
จากการโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ในวารสารการศึกษา	๓.๐๒ (ปานกลาง)	๑.๐๒	๕
จากการโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ทางวารสารหรือนิตยสารทั่วไปอื่นๆ	๒.๙๔ (ปานกลาง)	๑.๑๐	๘
จากบอร์ดแนะแนวการศึกษาในสถาบันการศึกษาเดิม	๒.๙๙ (ปานกลาง)	๑.๐๒	๖
จากจดหมายแนะนำบัณฑิตวิทยาลัย ที่ส่งถึงตัวนักศึกษาโดยตรง	๒.๘๓ (ปานกลาง)	๑.๒๒	๑๑
จากเอกสารแนะแนวการศึกษาของหน่วยงานต่างๆ	๒.๘๓ (ปานกลาง)	๑.๑๓	๑๒
จากระเบียบการคัดเลือกบุคคลเข้าศึกษาในบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย	๓.๓๙ (ปานกลาง)	๐.๙๕	๔
จากอินเทอร์เน็ต (Internet)	๓.๗๘ (มาก)	๐.๘๘	๑

ตาราง ๔.๙ ปัจจัยด้านความต้องการของนักศึกษาของ บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ที่มีอิทธิพลในการเลือกหลักสูตรการศึกษาของ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

ปัจจัยด้านความต้องการของนักศึกษา	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	S.D.	ลำดับที่
มีหลักสูตรและสาขาวิชา ตรงกับความต้องการของนักศึกษา	๓.๙๒ (มาก)	๐.๘๘	๕
การได้ศึกษากับบัณฑิตวิทยาลัยทำให้ท่านมีระดับการศึกษาที่สูงขึ้น	๔.๑๘ (มาก)	๐.๗๖	๑

ตาราง ๔.๙ (ต่อ)

ปัจจัยด้านความต้องการของนักศึกษา	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	S.D.	ลำดับที่
ท่านมีความรู้และประสบการณ์ในการทำวิจัยมากขึ้น	๔.๑๔ (มาก)	๐.๗๑	๒
ท่านสามารถทำวิจัยและประยุกต์ใช้งานวิจัยเพื่อแก้ปัญหาต่างๆ ได้	๔.๑๒ (มาก)	๐.๖๘	๓
ท่านคาดหวังว่าจะสามารถเผยแพร่พระพุทธศาสนาได้ทั้งในประเทศ และต่างประเทศ	๓.๙๓ (มาก)	๐.๙๒	๔

ตาราง ๔.๑๐ ปัจจัยความคิดเห็นของผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกสถานศึกษากับบัณฑิต
วิทยาลัยมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

ปัจจัยความคิดเห็นของผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือก สถานศึกษากับบัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัย มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	S.D.	ลำดับที่
จากบิดามารดา/ผู้ปกครอง/ญาติพี่น้องแนะนำ	๒.๑๘ (น้อย)	๑.๓๒	๖
จากครู/อาจารย์ของสถาบันเดิม	๒.๖๑ (ปานกลาง)	๑.๔๐	๕
จากเพื่อน/รุ่นพี่/ศิษย์เก่าของสถาบันเดิมแนะนำ	๓.๓๐ (ปานกลาง)	๑.๒๘	๑
จากอาจารย์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณ ราชวิทยาลัยไปแนะนำที่สถาบันเดิม	๒.๘๓ (ปานกลาง)	๑.๔๕	๔

ตาราง ๔.๑๐(ต่อ)

ปัจจัยความคิดเห็นของผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือก สถานศึกษากับบัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัย มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	S.D.	ลำดับที่
จากศิษย์เก่าของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณ ราชวิทยาลัยแนะนำ	๓.๑๒ (ปานกลาง)	๑.๓๕	๒
จากผู้นำชุมชน เช่น ผู้ใหญ่บ้าน กำนัน หรือสมาชิก อบต. เป็นต้น	๑.๙๙ (น้อย)	๑.๑๕	๘
จากผู้นำทางศาสนา เช่น พระภิกษุ เป็นต้น	๒.๙๐ (ปานกลาง)	๑.๓๕	๓
จากนักศึกษาในระดับบัณฑิตศึกษาของสถาบันการศึกษาอื่นที่ ไม่ใช่ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย	๒.๕๗ (น้อย)	๑.๓๐	๗

ตาราง ๔.๑๑ ข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
จากนักศึกษาในระดับบัณฑิตศึกษาของสถาบันการศึกษาอื่นที่ไม่ใช่มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณ
ราชวิทยาลัย

ข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลง กรณราชวิทยาลัย จากนักศึกษาในระดับบัณฑิตศึกษาของ สถาบันการศึกษาอื่นที่ไม่ใช่มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราช วิทยาลัย	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	S.D.	ลำดับที่
แนะนำให้ท่านมาเรียนมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย	๒.๘๕ (ปานกลาง)	๑.๔๐	๒
ไม่เคยแนะนำให้ท่านมาเรียนมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราช วิทยาลัย เพราะไม่รู้จัก	๒.๘๗ (ปานกลาง)	๑.๔๓	๑
ไม่แนะนำให้ท่านมาเรียนมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราช วิทยาลัย เพราะเกรงว่าจะนำวุฒิไปใช้ไม่ได้	๒.๖๘ (ปานกลาง)	๑.๓๗	๓
ไม่แนะนำให้ท่านมาเรียนมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราช วิทยาลัย เพราะไม่มีสาขาที่น่าสนใจ	๒.๕๕ (น้อย)	๑.๓๘	๔

ตาราง ๔.๑๑ (ต่อ)

ข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย จากนักศึกษาในระดับบัณฑิตศึกษาของสถาบันการศึกษาอื่นที่ ไม่ใช่มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	S.D.	ลำดับที่
ไม่แนะนำให้ท่านมาเรียนมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย เพราะคิดว่าเป็นมหาวิทยาลัยสำหรับพระภิกษุเท่านั้น	๒.๕๒ (น้อย)	๑.๓๙	๕

ตาราง ๔.๑๒ กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ของการตลาดยุคใหม่ที่มีอิทธิพลในการเลือก หลักสูตรการศึกษา
ของบัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ของการตลาดยุคใหม่	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	S.D.	ลำดับที่
หลักสูตรและสาขาวิชาที่เปิดสอนมีความหลากหลาย	๓.๗๗ (มาก)	๐.๘๕	๑
มีการบริหารจัดการที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม	๓.๕๙ (มาก)	๐.๘๒	๒
การจัดการเรียนการสอนที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม	๓.๕๙ (มาก)	๐.๘๒	๓

ตาราง ๔.๑๓ กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ของการตลาดแนวพุทธที่มีอิทธิพลในการเลือก หลักสูตร
การศึกษาของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ของการตลาดแนวพุทธ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	S.D.	ลำดับที่
มีการจัดสัมมนาทางวิชาการที่มุ่งสันติสุขระดับโลก	๔.๐๙ (มาก)	๐.๘๕	๒

ตาราง ๔.๑๓ (ต่อ)

กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ของการตลาดแนวพุทธ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	S.D.	ลำดับที่
มีกิจกรรมที่มุ่งสันติภาพระดับโลก	๔.๐๙ (มาก)	๐.๗๓	๓
ท่านจะนำความรู้ไปทำประโยชน์ให้กับชุมชนและสังคม	๔.๑๗ (มาก)	๐.๗๒	๑
ท่านจะนำความรู้ไปทำประโยชน์ให้กับประเทศและโลก	๓.๙๗ (มาก)	๐.๘๗	๔

ตาราง ๔.๑๔ กลยุทธ์ด้านราคาของการตลาดยุคใหม่ที่มีอิทธิพลในการเลือก หลักสูตรการศึกษา
ของบัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

กลยุทธ์ด้านราคาของการตลาดยุคใหม่	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	S.D.	ลำดับที่
ท่านพึงพอใจกับค่าลงทะเบียนที่ต้องจ่าย	๔.๑๑ (มาก)	๐.๗๘	๑
ค่าใช้จ่ายในการเรียนไม่ทำให้ท่านเดือดร้อน	๔.๑๐ (มาก)	๐.๘๐	๒

ตาราง ๔.๑๕ กลยุทธ์ด้านราคาของการตลาดแนวพุทธที่มีอิทธิพลในการเลือก หลักสูตรการศึกษา
ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

กลยุทธ์ด้านราคาของการตลาดแนวพุทธ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	S.D.	ลำดับที่
ท่านเคยให้การสนับสนุนกิจกรรมของบัณฑิตวิทยาลัย	๔.๑๐ (มาก)	๐.๙๒	๑
ท่านยินดีที่ได้บริจาคให้บัณฑิตวิทยาลัย	๔.๐๖ (มาก)	๐.๘๒	๒

ตาราง ๔.๑๕(ต่อ)

กลยุทธ์ด้านราคาของการตลาดแนวพุทธ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	S.D.	ลำดับที่
ท่านเป็นส่วนหนึ่งของกองทุนพัฒนาบัณฑิตวิทยาลัย	๓.๗๓ (มาก)	๑.๑๖	๕
ท่านเคยบริจาคเพื่อสาธารณกุศลต่างๆ ในระหว่างเรียน	๓.๙๐ (มาก)	๐.๘๐	๔
ท่านเคยบำเพ็ญสาธารณกุศลต่างๆ ในระหว่างเรียน	๔.๐๒ (มาก)	๐.๘๖	๓

ตาราง ๔.๑๖ กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของการตลาดยุคใหม่ที่มีอิทธิพลในการเลือก
หลักสูตรการศึกษาของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของการตลาดยุคใหม่	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	S.D.	ลำดับที่
บัณฑิตวิทยาลัยมีวิธีการในการสื่อสารที่หลากหลาย	๓.๖๒ (มาก)	๐.๙๓	๒
ท่านติดต่อกับบัณฑิตวิทยาลัย ทาง E-mail	๓.๑๔ (มาก)	๑.๓๗	๓
ท่านติดต่อกับบัณฑิตวิทยาลัย ผ่านทางสื่ออื่นๆ	๓.๖๕ (มาก)	๑.๑๗	๑

ตาราง ๔.๑๗ กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของตลาดแนวพุทธที่มีอิทธิพลในการเลือก หลักสูตร
การศึกษาของบัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของตลาดแนวพุทธ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	S.D.	ลำดับที่
ท่านได้รับการติดต่อสื่อสารจากบัณฑิตวิทยาลัย เสมอๆ	๓.๕๖ (มาก)	๑.๑๔	๓

ตาราง ๔.๑๗(ต่อ)

กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของตลาดแนวพุทธ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	S.D.	ลำดับที่
ท่านได้รับความสะดวกการติดต่อกับบัณฑิตวิทยาลัย	๓.๖๖ (มาก)	๐.๙๖	๑
ท่านใช้วิธีที่ประหยัดในการติดต่อกับบัณฑิตวิทยาลัย	๓.๖๖ (มาก)	๐.๙๓	๒

ตาราง ๔.๑๘กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาดของการตลาดยุคใหม่ที่มีอิทธิพลในการเลือก หลักสูตรการศึกษาของบัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาดของการตลาดยุคใหม่	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	S.D.	ลำดับที่
ท่านได้รับข่าวสารของบัณฑิตวิทยาลัยจากเว็บไซต์	๓.๘๔ (มาก)	๑.๐๖	๑
ท่านได้รับข่าวสารของบัณฑิตวิทยาลัยจากสื่ออื่นๆ	๓.๕๗ (มาก)	๐.๙๖	๒

ตาราง ๔.๑๙ กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของตลาดแนวพุทธที่มีอิทธิพลในการเลือก หลักสูตรการศึกษาของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของตลาดแนวพุทธ	ค่าเฉลี่ย (แปลผล)	S.D.	ลำดับที่
บัณฑิตวิทยาลัยเคยส่งจดหมายโดยตรงถึงท่าน	๓.๒๔ (ปานกลาง)	๑.๓๔	๓
ท่านได้รับคำแนะนำจากบุคลากรของบัณฑิตวิทยาลัย	๓.๖๗ (มาก)	๑.๑๐	๒
บัณฑิตวิทยาลัยมีบรรยากาศความเป็นวิชาการมาก	๓.๗๓ (มาก)	๐.๙๐	๑

จากตารางที่ ๔ .๖-๔.๑๙ แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) จำนวนข้อมูลตัวอย่าง (n) และอันดับ (rank) ของกลุ่มตัวอย่างพบว่า

จากตารางที่ ๔๖ ปัจจัยด้านนโยบายพบว่า อันดับที่ ๑ คือส่งเสริมผู้เรียนให้มีการศึกษาที่สูงขึ้น มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) เท่ากับ ๔ .๐๓ รองลงมา อันดับที่ ๒ บัณฑิตวิทยาลัยเป็นศูนย์การศึกษา พระพุทธศาสนาในระดับชาติและนานาชาติได้ มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) เท่ากับ ๔.๐๑ และอันดับที่ ๓ เมื่อศึกษาจบแล้วคิดว่าท่านจะสามารถเผยแผ่พระพุทธศาสนาได้ทั้งในประเทศและต่างประเทศ มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) เท่ากับ ๓.๙๘

จากตารางที่ ๔.๗ ปัจจัยด้านสภาพการจัดการศึกษาพบว่า อันดับที่ ๑ คือคณาจารย์ทุกฝ่าย มีความคล่องตัวในการปฏิบัติงาน มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) เท่ากับ ๓.๘๑ รองลงมา อันดับที่ ๒ มีแผนการปฏิบัติงานที่เหมาะสม มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) เท่ากับ ๓.๗๔ และอันดับที่ ๓ หลักสูตรต่างๆ ได้รับการปรับปรุงให้ทันสมัย มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) เท่ากับ ๓.๖๗

จากตารางที่ ๔ .๘ ปัจจัยการรู้จักและรับทราบข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย จากสื่อและ/หรือ สิ่งพิมพ์ต่อไปนี้ (ช่องทางการสรรหานักศึกษา)พบว่า อันดับที่ ๑ คือจากอินเทอร์เน็ต (Internet) มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) เท่ากับ ๓.๗๘ รองลงมา อันดับที่ ๒ จากการโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ผ่านแผ่นป้ายโฆษณา มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) เท่ากับ ๓ .๕๘ และอันดับที่ ๓ จากเอกสารของบัณฑิตวิทยาลัย เช่น คู่มือการศึกษา/แผ่นพับ/แผ่นซีดีแนะนำ บัณฑิตวิทยาลัย เป็นต้น มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) เท่ากับ ๓.๕๘

จากตารางที่ ๔.๙ ปัจจัยด้านความต้องการของนักศึกษาพบว่า อันดับที่ ๑ คือการได้ศึกษากับ บัณฑิตวิทยาลัยทำให้ท่านมีระดับการศึกษาที่สูงขึ้นคณาจารย์ทุกฝ่าย มีความคล่องตัวในการปฏิบัติงาน มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) เท่ากับ ๔.๑๘ รองลงมา อันดับที่ ๒ ท่านมีความรู้และประสบการณ์ในการทำวิจัยมากขึ้นมีค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) เท่ากับ ๔.๑๔ และอันดับที่ ๓ ท่านสามารถทำวิจัยและประยุกต์ใช้งานวิจัย เพื่อแก้ปัญหาต่างๆ ได้ มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) เท่ากับ ๔.๑๒

จากตารางที่ ๔ .๑๐ ปัจจัยความคิดเห็นของผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกสถานศึกษากับบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัยพบว่า อันดับที่ ๑ คือจากเพื่อน/รุ่นพี่/ศิษย์เก่าของสถาบันเดิมแนะนำ มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) เท่ากับ ๓.๓๐ รองลงมา อันดับที่ ๒ จากศิษย์เก่าของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัยแนะนำมีค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) เท่ากับ ๓.๑๒ และอันดับที่ ๓ จากผู้นำทางศาสนา เช่น พระภิกษุ เป็นต้น มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) เท่ากับ ๒.๙๐

จากตารางที่ ๔.๑๑ ข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย จากนักศึกษาในระดับบัณฑิตศึกษาของสถาบันการศึกษาอื่นที่ไม่ใช่มหาวิทยาลัย มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัยพบว่า อันดับที่ ๑ คือไม่เคยแนะนำให้ท่านมาเรียนมหาวิทยาลัยมหา

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เพราะไม่รู้จัก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) เท่ากับ ๒.๘๗ รองลงมา อันดับที่ ๒ แนะนำให้ท่านมาเรียนมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณ์ราชวิทยาลัยมีค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) เท่ากับ ๒.๘๕ และ อันดับที่ ๓ ไม่แนะนำให้ท่านมาเรียนมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณ์ราชวิทยาลัย เพราะเกรงว่าจะนำวุฒิไปใช้ไม่ได้ มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) เท่ากับ ๒.๖๘

จากตารางที่ ๔.๑๒ ปัจจัยกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ของการตลาดยุคใหม่พบว่า อันดับที่ ๑ คือหลักสูตรและสาขาวิชาที่เปิดสอนมีความหลากหลาย มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) เท่ากับ ๓.๗๗ รองลงมา อันดับที่ ๒ มีการบริหารจัดการที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมมีค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) เท่ากับ ๓.๕๙ และอันดับที่ ๓ การจัดการเรียนการสอนที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) เท่ากับ ๓.๕๙

จากตารางที่ ๔.๑๓ ปัจจัยกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ของการตลาดแนวพุทธพบว่า อันดับที่ ๑ คือท่านจะนำความรู้ไปทำประโยชน์ให้กับชุมชนและสังคม มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) เท่ากับ ๔.๑๗ รองลงมา อันดับที่ ๒ มีการจัดสัมมนาทางวิชาการที่มุ่งสันติสุขระดับโลที่มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) เท่ากับ ๔.๐๙ และอันดับที่ ๓ มีกิจกรรมที่มุ่งสันติภาพระดับโลก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) เท่ากับ ๔.๐๙

จากตารางที่ ๔.๑๔ ปัจจัยกลยุทธ์ด้านราคาของการตลาดยุคใหม่พบว่า อันดับที่ ๑ คือความพึงพอใจกับค่าลงทะเบียนที่ต้องจ่าย มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) เท่ากับ ๔.๑๑ และอันดับที่ ๒ ค่าใช้จ่ายในการเรียนไม่ทำให้ท่านเดือดร้อนมีค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) เท่ากับ ๔.๑๐

จากตารางที่ ๔.๑๕ ปัจจัยกลยุทธ์ด้านราคาของการตลาดแนวพุทธพบว่า อันดับที่ ๑ คือท่านเคยให้การสนับสนุนกิจกรรมของบัณฑิตวิทยาลัย มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) เท่ากับ ๔.๑๐ รองลงมา อันดับที่ ๒ ท่านยินดีที่ได้บริจาคให้บัณฑิตวิทยาลัย มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) เท่ากับ ๔.๐๖ และอันดับที่ ๓ ท่านเคยบำเพ็ญสาธารณกุศลต่างๆ ในระหว่างเรียน มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) เท่ากับ ๔.๐๒

จากตารางที่ ๔.๑๖ ปัจจัยกลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของการตลาดยุคใหม่พบว่า อันดับที่ ๑ คือติดต่อกับบัณฑิตวิทยาลัย ผ่านทางสื่ออื่นๆ มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) เท่ากับ ๓.๖๕ รองลงมา อันดับที่ ๒ บัณฑิตวิทยาลัยมีวิธีการในการสื่อสารที่หลากหลายมีค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) เท่ากับ ๓.๖๒ และ อันดับที่ ๓ ติดต่อกับบัณฑิตวิทยาลัย ทาง E-mail มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) เท่ากับ ๓.๑๔

จากตารางที่ ๔.๑๗ ปัจจัยกลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของตลาดแนวพุทธพบว่า อันดับที่ ๑ คือได้รับความสะดวกการติดต่อกับบัณฑิตวิทยาลัย มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) เท่ากับ ๓.๖๖ รองลงมา อันดับที่ ๒ ใช้วิธีที่ประหยัดในการติดต่อกับบัณฑิตวิทยาลัย มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) เท่ากับ ๓.๖๖ และ อันดับที่ ๓ ได้รับการติดต่อสื่อสารจากบัณฑิตวิทยาลัย เสมอๆ มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) เท่ากับ ๓.๕๖

จากตารางที่ ๔.๑๘ ปัจจัยกลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาดของการตลาดยุคใหม่พบว่า อันดับที่ ๑ คือได้รับข่าวสารของบัณฑิตวิทยาลัยจากเว็บไซต์ มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) เท่ากับ ๓.๘๔ และ อันดับที่ ๒ ได้รับข่าวสารของบัณฑิตวิทยาลัยจากสื่ออื่นๆ มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) เท่ากับ ๓.๕๗

จากตารางที่ ๔.๑๙ ปัจจัยกลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของตลาดแนวพุทธพบว่า อันดับที่ ๑ คือบัณฑิตวิทยาลัยมีบรรยากาศความเป็นวิชาการมาก มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) เท่ากับ ๓.๗๓ รองลงมา อันดับที่ ๒ ได้รับคำแนะนำจากบุคคลากรของบัณฑิตวิทยาลัยมีค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) เท่ากับ ๓.๖๗ และอันดับที่ ๓ บัณฑิตวิทยาลัยเคยส่งจดหมายโดยตรงถึงท่าน มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) เท่ากับ ๓.๒๔

๔.๓ ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของตัวแปรอิสระ กับกลยุทธ์การตลาดของ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ที่มีอิทธิพลต่อการเลือก ศึกษาในระดับบัณฑิตศึกษา

ตาราง ๔.๒๐ ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของตัวแปรอิสระ กับ กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ของ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

ตัวแปรอิสระ	ค่าสัมประสิทธิ์ ถดถอยไม่ปรับ มาตรฐาน (b)	ค่าสัมประสิทธิ์ ถดถอยปรับ มาตรฐาน (β)	t	Sig.
เพศ	๐.๓๔๐	๐.๒๔๘	๔.๒๗๐	๐.๐๐๐*
สถานภาพ	-๐.๐๔๘	-๐.๐๙๗	-๑.๓๘๙	๐.๑๖๖
อายุ	๐.๐๖๘	๐.๐๙๘	๑.๔๙๘	๐.๑๓๕
ประสบการณ์ในการทำงาน	-๐.๐๐๓	-๐.๐๐๖	-๐.๐๘๘	๐.๙๓๐
หลักสูตรที่กำลังศึกษาในปัจจุบัน	๐.๒๕๔	๐.๒๓๓	๓.๗๕๔	๐.๐๐๐*
กำลังศึกษาในชั้นปีที่	-๐.๐๔๙	-๐.๐๗๑	-๑.๒๑๐	๐.๒๒๘
สาขาวิชาที่กำลังศึกษาในปัจจุบัน	-๐.๐๓๙	-๐.๐๗๖	-๑.๕๑๖	๐.๑๓๑
สถานภาพเป็นนักศึกษา	๐.๐๘๐	๐.๐๕๔	๐.๙๐๗	๐.๓๖๕
ระดับการศึกษาสูงสุดก่อนเข้าศึกษาใน บัณฑิตวิทยาลัย	-๐.๑๒๘	-๐.๒๐๙	-๓.๒๗๔	๐.๐๐๑*
คะแนนเฉลี่ยสะสมที่สำเร็จการศึกษา	-๐.๐๔๙	-๐.๐๖๘	-๑.๑๖๖	๐.๒๔๕
แหล่งเงินทุนที่ใช้เพื่อการศึกษาในปัจจุบัน	-๐.๐๗๔	-๐.๒๑๖	-๓.๓๙๘	๐.๐๐๑*
อาชีพของบิดา	-๐.๑๔๕	-๐.๒๘๕	-๔.๐๑๓	๐.๐๐๐*
อาชีพของมารดา	๐.๑๑๐	๐.๑๘๕	๒.๑๐๐	๐.๐๓๗
อาชีพของผู้ปกครอง	๐.๐๙๒	๐.๑๙๐	๒.๗๘๗	๐.๐๐๖*

รายได้โดยประมาณต่อเดือนของบิดา	-๐.๐๙๖	-๐.๑๔๓	-๒.๓๗๕	๐.๐๑๘*
รายได้โดยประมาณต่อเดือนของมารดา	๐.๐๒๘	๐.๐๔๑	๐.๖๘๐	๐.๔๙๗
รายได้โดยประมาณต่อเดือนของผู้ปกครอง	-๐.๐๐๗	-๐.๐๑๕	-๐.๒๖๒	๐.๗๙๔
ระดับการศึกษาสูงสุดของบิดา	-๐.๐๕๑	-๐.๑๒๑	-๑.๖๘๖	๐.๐๙๓
ระดับการศึกษาสูงสุดของมารดา	๐.๐๗๙	๐.๑๔๖	๑.๙๔๖	๐.๐๕๓
ระดับการศึกษาสูงสุดของผู้ปกครอง	-๐.๐๑๗	-๐.๐๕๒	-๐.๙๙๔	๐.๓๒๑
เลือกเข้าศึกษาในบัณฑิตวิทยาลัยเป็นอันดับแรก	-๐.๐๙๕	-๐.๐๓๔	-๐.๕๘๘	๐.๕๕๗
จำนวนสถาบันอุดมศึกษาบัณฑิตวิทยาลัยที่ได้สมัครไว้ทั้งหมดก่อนการตัดสินใจเข้าศึกษาในบัณฑิตวิทยาลัย	๐.๑๓๒	๐.๐๙๓	๑.๗๘๒	๐.๐๗๖
ระดับความพอใจโดยรวมต่อบัณฑิตวิทยาลัย	๐.๓๙๙	๐.๔๘๖	๙.๓๐๘	๐.๐๐๐*

$$*P = < 0.05, \quad R^2 = 0.476$$

จากตาราง ๔.๒๐ ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า มีตัวแปรอิสระที่ทำให้ตัวแปรตามตอบสนองมี ๘ ตัวแปร ได้แก่ เพศ หลักสูตรที่กำลังศึกษาในปัจจุบันระดับการศึกษาสูงสุดก่อนเข้าศึกษาในบัณฑิตวิทยาลัย แหล่งเงินทุนที่ใช้เพื่อการศึกษาในปัจจุบัน อาชีพของบิดา อาชีพของผู้ปกครอง รายได้โดยประมาณต่อเดือนของบิดา และระดับความพอใจโดยรวมต่อบัณฑิตวิทยาลัย พิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ปัจจัยด้าน เพศหลักสูตรที่กำลังศึกษาในปัจจุบันอาชีพของผู้ปกครอง และระดับความพอใจโดยรวมต่อบัณฑิตวิทยาลัย ได้ค่าเป็นบวก หมายความว่า ปัจจัยดังกล่าวมีความสัมพันธ์กับกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ในทิศทางเดียวกันส่วนปัจจัย ระดับการศึกษาสูงสุดก่อนเข้าศึกษาในบัณฑิตวิทยาลัย แหล่งเงินทุนที่ใช้เพื่อการศึกษาในปัจจุบัน อาชีพของบิดา และรายได้โดยประมาณต่อเดือนของบิดาได้ค่าเป็นลบ หมายความว่า ปัจจัยดังกล่าวมีความสัมพันธ์กับกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัยในทิศทางตรงกันข้ามร้อยละ ๔๗.๖

ตาราง ๔.๒๑ ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของตัวแปรอิสระ กับ กลยุทธ์ด้านราคาของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

ตัวแปรอิสระ	ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยไม่ปรับ	ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยปรับ	t	Sig.
-------------	-----------------------------	--------------------------	---	------

	มาตรฐาน (b)	มาตรฐาน (β)		
เพศ	๐.๓๒๘	๐.๒๒๗	๓.๖๒๕	๐.๐๐๐*
สถานภาพ	-๐.๐๗๑	-๐.๑๓๙	-๑.๘๓๑	๐.๐๖๘
อายุ	๐.๐๐๖	๐.๐๐๘	๐.๑๑๖	๐.๙๐๘
ประสบการณ์ในการทำงาน	-๐.๑๑๑	-๐.๑๙๑	-๒.๔๙๑	๐.๐๑๓*
หลักสูตรที่กำลังศึกษาในปัจจุบัน	๐.๐๒๒	๐.๐๑๙	๐.๒๘๒	๐.๗๗๘
กำลังศึกษาในชั้นปีที่	๐.๐๒๓	๐.๐๓๑	๐.๔๙๐	๐.๖๒๔
สาขาวิชาที่กำลังศึกษาในปัจจุบัน	-๐.๑๒๗	-๐.๒๓๖	-๔.๓๖๙	๐.๐๐๐*
สถานภาพเป็นนักศึกษา	๐.๐๒๐	๐.๐๑๓	๐.๒๐๑	๐.๘๔๑
ระดับการศึกษาสูงสุดก่อนเข้าศึกษาใน บัณฑิตวิทยาลัย	-๐.๑๓๑	-๐.๒๐๔	-๒.๙๔๒	๐.๐๐๔*
คะแนนเฉลี่ยสะสมที่สำเร็จการศึกษา	-๐.๑๐๙	-๐.๑๔๔	-๒.๒๘๑	๐.๐๒๓*
แหล่งเงินทุนที่ใช้เพื่อการศึกษาในปัจจุบัน	๐.๐๐๘	๐.๐๒๑	๐.๓๐๘	๐.๗๕๘
อาชีพของบิดา	๐.๐๕๔	๐.๑๐๒	๑.๓๒๙	๐.๑๘๕
อาชีพของมารดา	-๐.๑๓๒	-๐.๒๑๒	-๒.๒๒๐	๐.๐๒๗*
อาชีพของผู้ปกครอง	๐.๐๑๙	๐.๐๓๗	๐.๔๙๙	๐.๖๑๘
รายได้โดยประมาณต่อเดือนของบิดา	-๐.๐๕๔	-๐.๐๗๗	-๑.๑๗๕	๐.๒๔๑
รายได้โดยประมาณต่อเดือนของมารดา	๐.๐๑๐	๐.๐๑๔	๐.๒๒๑	๐.๘๒๕
รายได้โดยประมาณต่อเดือนของผู้ปกครอง	๐.๐๔๘	๐.๐๙๔	๑.๕๒๒	๐.๑๒๙
ระดับการศึกษาสูงสุดของบิดา	-๐.๐๑๒	-๐.๐๒๗	-๐.๓๔๓	๐.๗๓๒
ระดับการศึกษาสูงสุดของมารดา	๐.๐๑๖	๐.๐๒๘	๐.๓๔๕	๐.๗๓๐
ระดับการศึกษาสูงสุดของผู้ปกครอง	๐.๐๗๙	๐.๒๒๒	๓.๙๔๒	๐.๐๐๐*
เลือกเข้าศึกษาในบัณฑิตวิทยาลัยเป็นอันดับ แรก	-๐.๐๕๘	-๐.๐๒๐	-๐.๓๑๖	๐.๗๕๒
จำนวนสถาบันอุดมศึกษาบัณฑิตวิทยาลัยที่ ได้สมัครไว้ทั้งหมดก่อนการตัดสินใจเข้า ศึกษาในบัณฑิตวิทยาลัย	๐.๒๗๘	๐.๑๘๗	๓.๓๑๗	๐.๐๐๑*
ระดับความพอใจโดยรวมต่อบัณฑิตวิทยาลัย	๐.๑๙๗	๐.๒๒๘	๔.๐๓๘	๐.๐๐๐*

*P = <๐.๐๕, R² = ๐.๓๘๗

จากตาราง ๔.๒๑ ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า มีตัวแปรอิสระที่ทำให้ตัวแปรตามตอบสนองมี ๙ ตัวแปร ได้แก่ เพศ ประสิทธิภาพในการทำงาน สาขาวิชาที่กำลังศึกษาในปัจจุบัน ระดับการศึกษาสูงสุดก่อนเข้าศึกษาในบัณฑิตวิทยาลัย คะแนนเฉลี่ยสะสมที่สำเร็จการศึกษาอาชีพของมารดา ระดับการศึกษาสูงสุดของผู้ปกครอง จำนวนสถาบันอุดมศึกษาบัณฑิตวิทยาลัยที่ได้สมัครไว้ทั้งหมดก่อนการตัดสินใจเข้าศึกษาในบัณฑิตวิทยาลัย และระดับความพอใจโดยรวมต่อบัณฑิตวิทยาลัย พิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ปัจจัยด้าน เพศ ระดับการศึกษาสูงสุดของผู้ปกครอง จำนวนสถาบันอุดมศึกษาบัณฑิตวิทยาลัยที่ได้สมัครไว้ทั้งหมดก่อนการตัดสินใจเข้าศึกษาในบัณฑิตวิทยาลัย และระดับความพอใจโดยรวมต่อบัณฑิตวิทยาลัย ได้ค่าเป็นบวก หมายความว่า ปัจจัยดังกล่าวมีความสัมพันธ์กับกลยุทธ์ด้านราคาของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ในทิศทางเดียวกันส่วนปัจจัย ประสิทธิภาพในการทำงาน สาขาวิชาที่กำลังศึกษาในปัจจุบัน ระดับการศึกษาสูงสุดก่อนเข้าศึกษาในบัณฑิตวิทยาลัย คะแนนเฉลี่ยสะสมที่สำเร็จการศึกษาและอาชีพของมารดา ได้ค่าเป็นลบ หมายความว่า ปัจจัยดังกล่าวมีความสัมพันธ์กับกลยุทธ์ด้านราคาของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ในทิศทางตรงกันข้าม ร้อยละ ๓๘.๗

ตาราง ๔.๒๒ ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของตัวแปรอิสระ กับ กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

ตัวแปรอิสระ	ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยไม่ปรับมาตรฐาน (b)	ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยปรับมาตรฐาน (β)	t	Sig.
เพศ	๐.๒๔๐	๐.๑๗๖	๒.๖๓๗	๐.๐๐๙*
สถานภาพ	-๐.๐๔๐	-๐.๐๘๓	-๑.๐๒๙	๐.๓๐๔
อายุ	-๐.๐๙๗	-๐.๑๔๐	-๑.๘๕๓	๐.๐๖๕
ประสิทธิภาพในการทำงาน	๐.๐๗๔	๐.๑๓๖	๑.๖๖๔	๐.๐๙๗
หลักสูตรที่กำลังศึกษาในปัจจุบัน	๐.๒๖๒	๐.๒๔๒	๓.๓๘๔	๐.๐๐๑*
กำลังศึกษาในชั้นปีที่	-๐.๐๒๒	-๐.๐๓๒	-๐.๔๗๑	๐.๖๓๘
สาขาวิชาที่กำลังศึกษาในปัจจุบัน	-๐.๐๖๕	-๐.๑๒๘	-๒.๒๑๙	๐.๐๒๗*
สถานภาพเป็นนักศึกษา	-๐.๑๐๕	-๐.๐๗๑	-๑.๐๔๔	๐.๒๙๗
ระดับการศึกษาสูงสุดก่อนเข้าศึกษาใน	-๐.๐๓๓	-๐.๐๕๕	-๐.๗๔๓	๐.๔๕๘

บัณฑิตวิทยาลัย				
คะแนนเฉลี่ยสะสมที่สำเร็จการศึกษา	-๐.๐๙๗	-๐.๑๓๕	-๒.๐๑๖	๐.๐๔๕*
แหล่งเงินทุนที่ใช้เพื่อการศึกษาในปัจจุบัน	-๐.๐๓๙	-๐.๑๑๖	-๑.๕๘๐	๐.๑๑๕
อาชีพของบิดา	-๐.๐๘๘	-๐.๑๗๕	-๒.๑๔๔	๐.๐๓๓*
อาชีพของมารดา	-๐.๐๓๔	-๐.๐๕๘	-๐.๕๖๗	๐.๕๗๑
อาชีพของผู้ปกครอง	๐.๐๙๘	๐.๒๐๔	๒.๕๙๙	๐.๐๑๐*
รายได้โดยประมาณต่อเดือนของบิดา	-๐.๐๒๘	-๐.๐๔๒	-๐.๖๐๖	๐.๕๔๕
รายได้โดยประมาณต่อเดือนของมารดา	-๐.๐๔๘	-๐.๐๖๙	-๑.๐๐๖	๐.๓๑๕
รายได้โดยประมาณต่อเดือนของผู้ปกครอง	-๐.๐๓๙	-๐.๐๘๐	-๑.๒๑๕	๐.๒๒๕
ระดับการศึกษาสูงสุดของบิดา	-๐.๐๐๖	-๐.๐๑๔	-๐.๑๗๒	๐.๘๖๓
ระดับการศึกษาสูงสุดของมารดา	๐.๐๐๘	๐.๐๑๕	๐.๑๗๕	๐.๘๖๑
ระดับการศึกษาสูงสุดของผู้ปกครอง	๐.๐๐๔	๐.๐๑๓	๐.๒๑๙	๐.๘๒๗
เลือกเข้าศึกษาในบัณฑิตวิทยาลัยเป็นอันดับแรก	-๐.๓๖๔	-๐.๑๓๒	-๑.๙๖๔	๐.๐๕๑
จำนวนสถาบันอุดมศึกษาบัณฑิตวิทยาลัยที่ได้สมัครไว้ทั้งหมดก่อนการตัดสินใจเข้าศึกษาในบัณฑิตวิทยาลัย	๐.๑๓๗	๐.๐๙๗	๑.๖๒๒	๐.๑๐๖
ระดับความพอใจโดยรวมต่อบัณฑิตวิทยาลัย	๐.๒๓๖	๐.๒๙๐	๔.๘๒๔	๐.๐๐๐*

$$*P = < 0.05, \quad R^2 = 0.308$$

จากตาราง ๔.๒๒ ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า มีตัวแปรอิสระที่ทำให้ตัวแปรตามตอบสนองมี ๗ ตัวแปร ได้แก่ เพศหลักสูตรที่กำลังศึกษาในปัจจุบันสาขาวิชาที่กำลังศึกษาในปัจจุบันคะแนนเฉลี่ยสะสมที่สำเร็จการศึกษาอาชีพของบิดาอาชีพของผู้ปกครอง และระดับความพอใจโดยรวมต่อบัณฑิตวิทยาลัย พิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ปัจจัยด้าน เพศหลักสูตรที่กำลังศึกษาในปัจจุบันอาชีพของผู้ปกครองและระดับความพอใจโดยรวมต่อบัณฑิตวิทยาลัย ได้ค่าเป็นบวกหมายความว่า ปัจจัยดังกล่าวมีความสัมพันธ์กับกลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัยในทิศทางเดียวกันส่วนปัจจัย ด้านสาขาวิชาที่กำลังศึกษาในปัจจุบัน คะแนนเฉลี่ยสะสมที่สำเร็จการศึกษา และอาชีพของบิดา ได้ค่าเป็นลบหมายความว่า ปัจจัยดังกล่าวมีความสัมพันธ์กับกลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัยในทิศทางตรงกันข้าม ร้อยละ ๓๐.๘

ตาราง ๔.๒๓ ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของตัวแปรอิสระ กับ กลยุทธ์ด้านการส่งเสริม
การตลาดของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

ตัวแปรอิสระ	ค่าสัมประสิทธิ์ ถดถอยไม่ปรับ มาตรฐาน (b)	ค่าสัมประสิทธิ์ ถดถอยปรับ มาตรฐาน (β)	t	Sig.
เพศ	๐.๓๑๐	๐.๑๘๖	๓.๐๕๕	๐.๐๐๓*
สถานภาพ	-๐.๑๓๔	-๐.๒๒๖	-๓.๐๖๐	๐.๐๐๒*
อายุ	๐.๐๕๘	๐.๐๖๙	๐.๙๙๑	๐.๓๒๓
ประสบการณ์ในการทำงาน	-๐.๐๙๖	-๐.๑๔๔	-๑.๙๒๕	๐.๐๕๕
หลักสูตรที่กำลังศึกษาในปัจจุบัน	๐.๑๕๕	๐.๑๑๗	๑.๗๘๙	๐.๐๗๕
กำลังศึกษาในชั้นปีที่	๐.๑๒๙	๐.๑๕๕	๒.๔๘๘	๐.๐๑๓*
สาขาวิชาที่กำลังศึกษาในปัจจุบัน	-๐.๐๔๖	-๐.๐๗๕	-๑.๔๑๙	๐.๑๕๗
สถานภาพเป็นนักศึกษา	-๐.๐๗๓	-๐.๐๔๐	-๐.๖๔๙	๐.๕๑๗
ระดับการศึกษาสูงสุดก่อนเข้าศึกษาใน บัณฑิตวิทยาลัย	-๐.๑๖๑	-๐.๒๑๗	-๓.๒๑๖	๐.๐๐๑*
คะแนนเฉลี่ยสะสมที่สำเร็จการศึกษา	-๐.๑๑๘	-๐.๑๓๕	-๒.๑๙๓	๐.๐๒๙*
แหล่งเงินทุนที่ใช้เพื่อการศึกษาในปัจจุบัน	-๐.๐๒๘	-๐.๐๖๘	-๑.๐๑๒	๐.๓๑๒
อาชีพของบิดา	๐.๐๘๐	๐.๑๓๑	๑.๗๔๙	๐.๐๘๑
อาชีพของมารดา	-๐.๐๐๕	-๐.๐๐๗	-๐.๐๗๑	๐.๙๔๓
อาชีพของผู้ปกครอง	๐.๑๖๓	๐.๒๗๖	๓.๘๓๙	๐.๐๐๐*
รายได้โดยประมาณต่อเดือนของบิดา	-๐.๐๓๕	-๐.๐๔๓	-๐.๖๘๓	๐.๔๙๕
รายได้โดยประมาณต่อเดือนของมารดา	๐.๐๘๓	๐.๐๙๙	๑.๕๖๕	๐.๑๑๙
รายได้โดยประมาณต่อเดือนของผู้ปกครอง	๐.๐๔๓	๐.๐๗๓	๑.๒๑๙	๐.๒๒๔
ระดับการศึกษาสูงสุดของบิดา	๐.๐๐๑	๐.๐๐๑	๐.๐๑๖	๐.๙๘๘
ระดับการศึกษาสูงสุดของมารดา	๐.๑๑๖	๐.๑๗๖	๒.๒๒๗	๐.๐๒๗*
ระดับการศึกษาสูงสุดของผู้ปกครอง	๐.๐๓๒	๐.๐๗๗	๑.๔๐๖	๐.๑๖๑
เลือกเข้าศึกษาในบัณฑิตวิทยาลัยเป็นอันดับ แรก	-๐.๕๒๓	-๐.๑๕๕	-๒.๕๒๑	๐.๐๑๒*
จำนวนสถาบันอุดมศึกษาบัณฑิตวิทยาลัยที่	๐.๒๒๓	๐.๑๓๐	๒.๓๕๙	๐.๐๑๙*

ได้สมัครไว้ทั้งหมดก่อนการตัดสินใจเข้า ศึกษาในบัณฑิตวิทยาลัย				
ระดับความพอใจโดยรวมต่อบัณฑิตวิทยาลัย	๐.๓๑๕	๐.๓๑๖	๕.๗๔๘	๐.๐๐๐*

$$*P = < 0.05, \quad R^2 = 0.418$$

จากตาราง ๔.๒ ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า มีตัวแปรอิสระที่ทำให้ตัวแปรตาม
ตอบสนองมี ๗ ตัวแปร ได้แก่ เพศ สถานภาพ กำลังศึกษาในชั้นปีที่ระดับการศึกษาสูงสุดก่อนเข้า
ศึกษาในบัณฑิตวิทยาลัย คะแนนเฉลี่ยสะสมที่สำเร็จการศึกษาอาชีพของผู้ปกครองระดับ
การศึกษาสูงสุดของมารดา เลือกเข้าศึกษาในบัณฑิตวิทยาลัยเป็นอันดับแรก จำนวน
สถาบันอุดมศึกษาบัณฑิตวิทยาลัยที่ได้สมัครไว้ทั้งหมดก่อนการตัดสินใจเข้าศึกษาในบัณฑิต
วิทยาลัย และระดับความพอใจโดยรวมต่อบัณฑิตวิทยาลัย พิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ปัจจัยด้าน เพศ
กำลังศึกษาในชั้นปีที่อาชีพของผู้ปกครองระดับการศึกษาสูงสุดของมารดา จำนวน
สถาบันอุดมศึกษาบัณฑิตวิทยาลัยที่ได้สมัครไว้ทั้งหมดก่อนการตัดสินใจเข้าศึกษาในบัณฑิต
วิทยาลัย และระดับความพอใจโดยรวมต่อบัณฑิตวิทยาลัย ได้ค่าเป็นบวก หมายความว่า ปัจจัย
ดังกล่าวมีความสัมพันธ์กับกลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาดของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย
มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ในทิศทางเดียวกันส่วนปัจจัย ด้านสถานภาพระดับการศึกษาสูงสุด
ก่อนเข้าศึกษาในบัณฑิตวิทยาลัย คะแนนเฉลี่ยสะสมที่สำเร็จการศึกษา และ เลือกเข้าศึกษาใน
บัณฑิตวิทยาลัยเป็นอันดับแรก ได้ค่าเป็นลบ หมายความว่า ปัจจัยดังกล่าวมีความสัมพันธ์กับกล
ยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
ในทิศทางตรงกันข้าม ร้อยละ ๔๑.๘

๔.๔ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในงานวิจัยเชิงคุณภาพ(Qualitative Analysis)

วิธีการดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพ(Qualitative Research Methodology) เป็นการ
แสวงหาความรู้ ความจริงของปรากฏการณ์ทางสังคมด้วยการตีความ(Interpretation) และความ
เข้าใจโดยใช้การศึกษาเชิงวิเคราะห์(Analytical Research) และใช้แนวคิด ทฤษฎี ที่ศึกษามา
อธิบายปรากฏการณ์ด้วยการสังเกต(Observation)และการสัมภาษณ์ (Interview) ในการเก็บ
ข้อมูลและการตรวจสอบข้อมูล มีขั้นตอนในการวิจัยซึ่งประกอบด้วย การประเมินค่าข้อมูล
(Evaluation) การตีความ (Interpretation) และวิเคราะห์ข้อมูล (Analysis) โดยใช้หลักวิชาที่เป็น
ปรนัย (Objective) และการลงความเห็น(Generalization) อย่างเป็นอิสระ งานวิจัยเชิงคุณภาพจะ
เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึก(In-dept- Interview) โดยพิจารณาจากสิ่งที่น่าสังเกตและมีความลึก
ของปัญหาหรือมีนัย(Significant) จากงานวิจัยเชิงปริมาณ(Quantitative Analysis) โดยวิธีการ

สัมภาษณ์เชิงลึก (In-dept- Interview) จากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key informant) โดยใช้เทคนิคการตรวจสอบแบบสามเส้า (Triangulation) งานวิจัยเชิงคุณภาพนี้จะไปงานเสริมงานวิจัยเชิงปริมาณซึ่งเป็นงานวิจัยหลักให้มีความแข็งแกร่งและสมบูรณ์มากขึ้น

ผลการวิเคราะห์เชิงคุณภาพของนิสิตของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

ตัวแปรด้านข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบพบข้อมูลที่สำคัญดังนี้

“...เพราะผมเห็นว่า ผมรู้จักในด้านพระพุทธศาสนา และถ้าจะรู้จักจริงจริงๆด้านพระพุทธศาสนา ควรจะเรียนที่นี่ครับ...”

“...ค่าเล่าเรียนไม่แพง...”

“...มีพื้นฐานเดิมมาก่อน...”

“...สามารถนำไปพัฒนาและส่งเสริมในงานที่ทำประจำ...”

ตัวแปรด้านสภาพการจัดการศึกษาของบัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย พบข้อมูลที่สำคัญดังนี้

“...เพราะผมเห็นว่า ผมรู้จักในด้านพระพุทธศาสนา และถ้าจะรู้จักจริงๆด้านพระพุทธศาสนา ควรจะเรียนที่นี่ครับ...”

“...การศึกษามีการพัฒนาและขัดเกลาตนเอง (ได้ความรู้แล้วยังได้บุญได้กุศลด้วย)...”

ตัวแปรด้านช่องทางการสรรหานักศึกษาพบข้อมูลที่สำคัญดังนี้

“...ส่วนที่ไม่เลือกเรียนกับมจร เพราะเข้าใจว่าเป็นมหาวิทยาลัยของพระสงฆ์เท่านั้น...”

ตัวแปรด้านความต้องการของนักศึกษาพบข้อมูลที่สำคัญดังนี้

“...ตอนนั้นที่ซึ่งสนใจทางด้านศาสนาและปรัชญามาอยู่ก่อนแล้ว ก็คิดว่าถ้าเปิดจริงก็ดียี่สิบอยากมาเรียน แต่ในที่สุดผ่านมานานหลายปีก็ไม่เปิด เราก็เหมือนลืมไปแล้ว ...และความอยากที่สำคัญ ๒ อย่าง คือ ๑. อยากเรียนภาษาบาลี (แต่ไม่รู้ว่าเรียนที่ไหน) ๒. อยากได้เวลาไปปฏิบัติธรรมที่ต่อเนื่องกันยาวๆ (เพราะการทำงานประจำอยู่เช่นนี้ ไม่มีโอกาสได้ทำเช่นนั้นแน่นอน) ...”

“...ตรงกับความสนใจพื้นฐานที่มีมาแต่เดิม...”

“...ตอบสนองความต้องการพอดีในเรื่องการเรียนภาษาบาลี กับการปฏิบัติธรรม...”

“...เพราะพี่ไม่รู้จะเรียนหลักสูตรพุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาพระพุทธศาสนา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัยไปทำไม คืออุณณ์มันใช้ไม่ได้...”

ตัวแปรด้านนโยบายการจัดการศึกษาของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย พบข้อมูลที่สำคัญดังนี้

“...แล้วเมื่อดูจากใบสมัครเงื่อนไขสำคัญ คือ ต้องเรียนภาษาบาลี และต้องปฏิบัติตาม ต่อเนื่องไม่น้อยกว่า ๔๕ วัน เป็นเงื่อนไขที่เข้า lock กับความต้องการพอดี (๒ ประการนี้สำคัญมาก สำหรับพี่นะ) นี่แหละเป็นเหตุผลที่เลือกเรียนหลักสูตรพุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชา พระพุทธศาสนา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย...”

ตัวแปรด้านความเห็นของผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกสถานศึกษา พบข้อมูลที่สำคัญดังนี้

“.....อยู่มาสักพัก ผศ.กาญจนา จิตต์วัฒน์ (น้ำหนัก) ซึ่งขณะนั้นกำลังศึกษาตามหลักสูตร พุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาพระพุทธศาสนา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย รุ่น ๔ (ปัจจุบัน คือ ผศ.ดร.กาญจนา จิตต์วัฒน์) ก็มาชวน กับทั้งยังซื้อใบสมัคร หลักสูตรพุทธศาสตร ดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาพระพุทธศาสนา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย มาให้เลย....”

“.....แล้วอาจารย์อานาจ บัวศิริ เป็นผอ.พุทธมณฑล ก็เล่าเรื่องต่างๆ เล่าเรื่องที่เคยคิดจะ สร้างพุทธมณฑลให้เป็นมหาวิทยาลัยทางศาสนาด้วยถ้าเปิดจริงก็ดีสิ อยากมาเรียน.....”

“.....พอน้ำหนักมาชวน ก็เลยคิดว่าถ้านั่งลงดู (แม้จะไม่มีเวลาเตรียมตัวก็ตาม).....”

ตัวแปรด้านวิธีการทางการตลาดแนวพุทธพบข้อมูลที่สำคัญดังนี้

“.....ตอบสนองความต้องการพอดีในเรื่องการเรียนภาษาบาลี กับการปฏิบัติตาม...”

“...ความอยากที่สำคัญ ๒ อย่าง คือ ๑. อยากเรียนภาษาบาลี (แต่ไม่รู้ว่าจะเรียนที่ไหน) ๒. อยากได้เวลาไปปฏิบัติตามที่ต่อเนื่องกันยาวๆ (เพราะการทำงานประจำอยู่เช่นนี้ ไม่มีโอกาสได้ ทำเช่นนั้นแน่นอน) แล้วเมื่อดูจากใบสมัครเงื่อนไขสำคัญ คือ ต้องเรียนภาษาบาลี และต้องปฏิบัติตาม ต่อเนื่องไม่น้อยกว่า ๔๕ วัน เป็นเงื่อนไขที่เข้า lock กับความต้องการพอดี (๒ ประการนี้ สำคัญมากสำหรับพี่นะ) นี่แหละเป็นเหตุผลที่เลือกเรียนปริญญาเอกที่ มจร. ทั้งๆ ที่อุณณ์ที่จบจะไม่ ตรงสาย (ซึ่งในทางการศึกษาสมัยปัจจุบันเป็นเรื่องสำคัญนะ แต่พี่ก็ยอม)...”

“...องค์ความรู้ทางด้านพระพุทธศาสนามีความน่าสนใจ...”

“...การศึกษามีการพัฒนาและขัดเกลาตนเอง (ได้ความรู้แล้วยังได้บุญได้กุศลด้วย)...”

“...ครูอาจารย์และเพื่อนๆ มีความเป็นกัลยาณมิตรสูง...”

ตัวแปรด้าน กลยุทธ์การตลาด (Marketing Strategy) ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัยพบข้อมูลที่สำคัญดังนี้

“....ทั้งๆ ที่วุฒิที่จบจะไม่ตรงสาย (ซึ่งในทางการศึกษามัยปัจจุบันเป็นเรื่องสำคัญนะ แต่พี่ก็ยอม).....”

“....ตอนแรกก็ไม่ได้เลือกหรอกค่ะ ตอนแรกจะเรียนต่อทางด้านนิเทศศาสตร์โดยอยากไปเรียนต่อต่างประเทศ ปีนั่นว่างจากงานบริหารแล้วกะว่าเตรียมตัวเรื่องภาษาสัก ๑ ปี.....ก็เลยคิดว่าถ้างั้นลองดู...”

“...ตอบสนองความต้องการพอดีในเรื่องการเรียนภาษาบาลี กับการปฏิบัติธรรม...”

**ผลการวิเคราะห์เชิงคุณภาพของนิสิตของสถาบันการศึกษาอื่น
กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์**

“...มีเพื่อนมาชวนไปเรียนที่มหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่ง แต่ว่าผมไปเรียนไม่ได้ เพราะผมเป็นกรรมการสภามหาวิทยาลัยหลายฯ แห่ง เป็นคณะกรรมการต่างอีกหลายคณะไปเรียนที่นั่นไม่ได้ ถ้าจะไปเรียนที่นั่นสู้ไม่เรียนดีกว่า...”

“...เพราะพี่ไม่รู้จะเรียนหลักสูตรพุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาพระพุทธศาสนา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัยไปทำไม คือวุฒิมันใช้ไม่ได้...”

“...เหตุผลที่เรียนเพราะจบปริญญาโทที่..... ๒ สาขา แล้วก็เลยเรียนต่อที่นี่...”

“...เหตุผลที่เลือกเรียนปริญญาเอกที่นี่เพราะ “...ผมขับรถผ่าน สถาบันแล้วเห็นป้ายโฆษณา แล้วเกิดความสนใจ ตอนนั้นเป็นหลักสูตรภาคปกติผมมาสมัครแล้วแต่ไม่ได้สอบเพราะต้องไปต่างประเทศ หลังจากนั้นก็พบเห็นการโฆษณาอีก แต่เป็นของรุ่นผู้บริหาร ผมก็ไปดูรายละเอียดเพิ่มเติมใน Internet แล้วมาสมัครเรียน ผมเรียนเพราะสาขานี้มีที่สถาบันนี้เท่านั้นที่อื่นไม่มี...”

“...ผมเรียนเพราะสาขานี้มีที่สถาบันนี้เท่านั้น...”

“เพราะนโยบายของสถาบันแห่งนี้ที่เน้น “การพัฒนาของนักศึกษาด้วยการฝึกฝน ” มากกว่าจะปลูกฝัง ความเป็นสไตร์ ที่ข้าพเจ้าคิดว่าตายตัวและที่ข้าพเจ้าจุ่มมในการเรียน...”

“ข้าพเจ้าเลยเลือก มหาวิทยาลัยแห่งนี้ เพื่อฝึกฝนตัวเอง ด้วยความที่พื้นฐานค่อนข้างน้อยเลยเลือกที่นี่เพราะใส่ใจกับ ขั้นตอนการพัฒนาตน ของนักศึกษามากที่สุด....”

“ เพราะเป็นสถานศึกษาที่มีความโดดเด่น....สามารถให้ความรู้ความเข้าใจ.....ได้อย่างดี บุคลากรมีคุณภาพ สามารถให้ความรู้แก่นักศึกษาได้อย่างดีเยี่ยมอุปกรณ์ในการเรียนทันสมัยมีให้ใช้พอกับจำนวนนักศึกษา”

“ที่เลือกเรียน..... เพราะเป็นสถาบันที่ชื่อเสียงของรัฐ...”

“ข้าพเจ้าเลือกเรียน.....เพราะเป็นสถาบันที่ได้รับการยอมรับจากหลายสถาบัน ข้าพเจ้าจึงเชื่อว่าจะสามารถให้ความรู้แก่ข้าพเจ้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ ข้าพเจ้าต้องการศึกษาในสาขาหนึ่งของสถาบันนั้นมีชื่อเสียงเลื่องลือด้านความสามารถของนักศึกษา ทำให้ข้าพเจ้าอยากจะเข้ามาเรียนที่นี่”

“...สถาบันที่มีชื่อเสียง ในทุกๆด้าน ...ได้เปรียบเทียบกับสถาบันอื่นๆ มาโดยตลอด แต่หลังๆนี้ดูจะมีชื่อเสียง เพราะมีผลงานด้านวิชาการ เยอะแยะมาก ...และอีกหนึ่งเหตุผลก็คือ สถาบันสร้างบัณฑิตที่มีคุณภาพ และสร้างงานวิจัย ...อันเป็นรากฐานของการพัฒนาประเทศ ด้วยการเรียนการสอนของคณาจารย์ที่มีคุณภาพและประสบการณ์ ประกอบการเรียนรู้ด้านทฤษฎี และภาคปฏิบัติ ควบคู่กันตลอดหลักสูตร ...จึงสามารถผลิตบัณฑิตที่มีคุณภาพ ตรงกับความต้องการของประเทศ และสามารถแข่งขันได้ในระดับชาติและนานาชาติ...ได้รับการยอมรับจากองค์กรและสถาบันชั้นนำทั้งในและต่างประเทศ

“...สถาบันผลิตนักศึกษา ที่จบแล้วไปต่อ มหาวิทยาลัยที่สหรัฐอเมริกาที่มีชื่อเสียงได้เยอะ ใกล้เคียงกับ มหาลัยดังๆอื่นๆมากมาย ไม่ว่าจะเป็น Berkley , MIT ..etc”

“...เหตุผลสุดท้ายคือ เด็กที่จบ ...ถือเป็น "บุคลากรชั้นเยี่ยมในด้านที่จบมา" เป็นที่ต้องการตัว ตามบริษัทต่างๆมากมาย สาขาที่เรียนนี้ ผสมผสานไปด้วยหลากหลายวิชา เพื่อที่จะนำวิชาเหล่านี้ นำความรู้ไปใช้ให้เกิดความเจริญก้าวหน้า ให้เหมาะสม ดังนั้นผมเลยเลือกที่นี่เป็นสถานที่หาความรู้ของผม”

“สาเหตุเบื้องต้นเป็นเพราะสถาบันแห่งนี้เป็นสถาบันที่ติดอันดับต้นๆของประเทศไทยที่มีผลงาน...โดดเด่นไม่แพ้มหาวิทยาลัยหรือสถาบันใดๆ ...”

“สาเหตุที่ดิฉันเลือกเรียนที่สถาบันแห่งนี้ เพราะ ตอนศึกษาอยู่ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ ๖ ทางโรงเรียนได้เชิญ...อาจารย์...มาเป็นวิทยากรสอน...เพื่อติวเข้มในการเตรียมนักเรียนให้พร้อมสำหรับการสอบแอดมิชชั่น อาจารย์...เป็นคนที่เก่ง...สามารถอธิบายเรื่องยากๆ ...ให้ดูน่าสนใจ และดูเป็นเรื่องที่น่าตื่นเต้นมาก จึงทำให้ดิฉันเกิดแรงบันดาลใจอยากเป็น...”

“...เมื่อถึงวันประกาศผลปรากฏว่าดิฉันสามารถสอบเข้าได้ ดิฉันรู้สึกดีใจ และภูมิใจมากที่ได้มีโอกาสได้เข้ามาศึกษาในสถาบันอันทรงเกียรติแห่งนี้ จนถึงวันนี้ดิฉันก็ใกล้จบการศึกษาแล้ว

สถาบันแห่งนี้ได้ให้นาคต ให้สิ่งดีๆ หลากหลายอย่างเกิดขึ้น และดิฉันจะพึงระลึกอยู่เสมอว่าดิฉันต้องเป็นคนดี ไม่ทำลายชื่อเสียงของตนเองและสถาบันค่ะ”

“ข้าพเจ้ามีความประสงค์ที่จะเข้าศึกษาต่อที่ นี่... เพราะสถาบันนี้มีชื่อเสียงมีบุคลากรที่โด่งดังจบการศึกษาไปเป็นจำนวนมาก...”

“สาเหตุที่เลือกเรียนที่นี่... นั้นอาจจะเป็นเพราะมหาวิทยาลัยที่มีคุณภาพและเหมาะสมกับตัวเองที่สุด และอีกหนึ่งเหตุผลคือ เมื่ออดีตทางมหาวิทยาลัยได้สร้างชื่อเสียงมากมาย มีงานตีพิมพ์ระดับนานาชาติ นี่ก็เป็นอีกส่วนหนึ่งที่ทำให้ผมเองรู้สึกอยากที่จะเข้ามาศึกษา ... ซึ่งเชื่อมั่นว่าเป็นมหาวิทยาลัยที่มีคุณภาพ”

“ฉันเลือกเรียนที่นี่ เพราะหลักสูตรที่เปิดสอนในคณะต่าง ๆ มีมาตรฐานและความเข้มแข็งด้านวิชาการในด้านนั้น ๆ อย่างยิ่ง และไม่ลืมที่จะบรรจุหลักสูตรที่จะสอนคนให้เป็น “มนุษย์ที่สมบูรณ์” ด้วยการมีรายวิชาที่ให้ความรู้เพื่อนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดที่ไม่เจาะจงเพียงการนำไปใช้เพื่อการยังชีพในอนาคต แต่เกื้อกูลแก่สังคมประเทศชาติโดยรวม

อีกหนึ่งเหตุผล คือ ในสถาบัน มี ครู ซึ่งทำหน้าที่เป็น “พ่อแม่คนที่สอง” ไม่ใช่ “อาจารย์” ที่เป็นผู้ทรงคุณวุฒิ ที่ฉันเข้าไม่ถึง ด้วยความรู้ลึกคร่ำเกรงในตำแหน่งทางวิชาการอันสูงส่ง สถาบัน...มีครูผู้มีความสมบัติที่สามารถสร้างกระบวนการเรียนรู้ และให้โอกาสให้ฉันได้พัฒนาความเป็น “มนุษย์ที่สมบูรณ์” ทั้งด้านร่างกาย จิตใจ อารมณ์ และสังคม เพราะว่าที่สถาบันมีครูที่เก่งๆ มากมาย ดังคำพูดที่ว่า...“ครูเก่งแค่ไหน ดูได้ที่ศิษย์”

ถึงแม้ว่าฉันจะไม่ได้สนใจและให้ความสำคัญกับการจัดอันดับมหาวิทยาลัยชั้นนำของโลก ที่ทำกันเป็นประจำทุกปีมากนัก แต่ฉันมีความเชื่อมั่นและเห็นด้วยอย่างยิ่งกับการมีระบบ “การรับรองและประเมินคุณภาพการศึกษา ” เพราะทำให้มีการตรวจสอบ ทบทวนเพื่อการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงและนำไปสู่ “การพัฒนาระบบการศึกษา” ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ทำให้สถาบันมีการพัฒนามากขึ้น

เหตุผลสุดท้าย คือ เมื่อคิดไปถึงตอนที่ฉันจบออกไปจากสถาบันแล้ว ฉันจะได้รู้สึกภาคภูมิใจในการเป็น “ศิษย์เก่า” ของสถาบัน ที่มีใช่เป็นเพียงสถาบันการศึกษาอันเก่าแก่ มีชื่อเสียงติดอันดับใด ๆ ของโลก หรือภูมิใจกับการมีเครือข่ายพวกพ้องเลือดสีเดียวกัน แต่ด้วยการได้ภาคภูมิใจที่ได้เป็นศิษย์เก่าจากสถาบันที่ขึ้นชื่อว่ามีภารกิจในการส่งเสริมและพัฒนาให้ศิษย์ของตนเป็นผู้ที่ คิดได้ ทำงานเป็น เน้นพัฒนา และได้สร้างคนที่มีคุณภาพ สามารถสร้างสรรค์ผลงานรับใช้และรังสรรค์ประโยชน์ต่อสังคมโลก

“...ที่ดิฉันเลือกเรียนที่นี่ก็เพราะเป็นสถาบันที่มีชื่อเสียง คงจะปฏิเสธไม่ได้เลยว่าชื่อเสียงของสถาบันการศึกษาก็มีส่วนสำคัญเป็นอย่างมาในปัจจุบัน เพราะอีกไม่นานไทยก็จะเปิด

ประชาคมอาเซียนทำให้มีการแข่งขันในตลาดแรงงานที่มากขึ้นชื่อของสถาบันการศึกษาจึงเป็นตัวช่วยที่สำคัญในการทำงานในอนาคต แต่ไม่ใช่เพราะชื่อเสียงของสถาบันเพียงอย่างเดียวคณะที่เราจะเลือกเรียนก็มีความสำคัญเช่นกัน เพราะหากเราไม่ชอบหรือไม่ถนัดการเรียนของเราก็คงไม่เกิดประโยชน์สูงสุด คณะที่ดีฉันเลือกเรียน...เป็นคณะที่สร้าง สร้างบัณฑิตที่มีคุณภาพ และสร้างงานวิจัย ... อันเป็นรากฐานของการพัฒนาประเทศ ด้วยการเรียนการสอนของคณาจารย์ที่มีคุณภาพและประสบการณ์ ประกอบการเรียนรู้ด้านทฤษฎี และภาคปฏิบัติควบคู่กันตลอดหลักสูตร ...จึงสามารถผลิตบัณฑิตที่มีคุณภาพ ตรงกับความต้องการของประเทศ และสามารถแข่งขันได้ในระดับชาติและนานาชาติ”

“...เป็นสถาบันที่มีชื่อเสียงหลายด้าน ซึ่งดิฉันได้เลือกเรียนด้าน ... ซึ่งสถาบัน ...ก็มีชื่อเสียงด้าน ...และถ้าจบจากสถาบันนี้ก็สามารถหางานทำได้ง่าย เพราะเป็นที่ยอมรับของประเทศ”

“สถาบัน...เป็นมหาวิทยาลัยอันดับต้นๆ ของประเทศ ที่มีคนจบมาแล้วได้ดิบได้ดีอยู่เป็นจำนวนมาก ถึงจะไม่ใช่มหาวิทยาลัยอันดับหนึ่งที่ผมหวังไว้ แต่ก็ถือเป็นมหาวิทยาลัยที่ดีมาที่อยากเข้าอย่างแท้จริง เป็นจริง ที่นี้ได้สอนตัวผมอย่างมากไม่ว่าความรู้ด้านสาขาวิชาที่เราเลือก หรือวิธีการใช้ชีวิตในแบบสไตล์ของสถาบัน ซึ่งมหาวิทยาลัยแห่งนี้เป็นที่ๆ อบอุ่นมากให้บรรยากาศเหมือนอยู่กับครอบครัว สามารถปรึกษาคุณครูและรุ่นพี่ได้ทุกอย่างเปรียบเสมือนพวกเค้าคือครอบครัวของเรา ซึ่งจะหาไม่ได้จากมหาวิทยาลัยอื่นแน่นอน”

“เพราะคณะสถาปัตย์ของสถาบันนี้มีชื่อเสียง ได้ผลิตบุคลากรที่มีคุณภาพออกสู่สังคมมากมาย คณะอาจารย์ที่ทำการสอนก็มีความรู้มีประสบการณ์และมีผลงานที่ชื่อเสียง รุ่นพี่ในทุกชั้นปีคณะก็อยู่ร่วมกันอย่างครอบครัว ช่วยเหลือเกื้อกูลกันเต็มที่ เพลงคณะ...ที่สถาบันนี้ก็มีควมไพเราะที่สุด การสอบตรงเข้าคณะนี้ได้ก็ถือเป็นหลักประกันความสามารถในอันดับแรกแล้วและถ้ายังได้เรียนจบออกไปก็คงจะมีงานทำแน่นอน”

“... ข้าพเจ้าเลือกเรียนที่สถาบัน ...เนื่องจากประสิทธิภาพทางบุคลากรและนักศึกษาที่มีชื่อเสียงด้านการสู่งาน ทำงานเก่ง หนักเอาเบาสู้ และมีความสามารถในแขนงวิชาที่ศึกษา รวมทั้งคณะที่ข้าพเจ้าเลือกเรียนและสังกัดอยู่ เป็นคณะในดวงใจของข้าพเจ้าตั้งแต่ครั้งเรียนมัธยม เพราะมีศิษย์เก่าและคณาจารย์ที่มีคุณภาพ...”

“...เพราะว่าเป็นคณะและมหาวิทยาลัยที่ใฝ่ฝันอยู่แล้วและมีพี่เรียนอยู่ที่นี่ และชอบในบรรยากาศ...”

“... ข้าพเจ้าเลือกเข้าเรียนที่สถาบัน ... เพราะ เป็นสถาบันที่น่าเรียน มีคณะที่อยากเรียน ... ซึ่งคณะนี้มีความเป็นอยู่เป็นครอบครัว พี่น้องกัน รุ่นพี่ก็จะสอนให้ผู้ชายช่วยเหลือผู้หญิง ผู้ชายจะต้องเป็นสุภาพบุรุษ ...สบายใจที่ได้เรียน เพื่อนๆก็ดี รุ่นพี่ก็ดี คุณครูก็ดี...”

“...เหตุผลที่เลือกเรียน...ทั้งๆ ที่ติดที่อื่นอย่างศิลปากรมาแล้วนั้น เป็นเพราะว่าที่ สถาบันไม่มีการกดดันและรับน้องที่มากเกินไปเกินกว่าเหตุ บรรยายภาควิชาที่รู้สึกที่สุดในทุกมหาวิทยาลัยที่เคยไปมา ความ เป็นปึกแผ่นสามัคคีในคณะ...ไม่ว่าใครจะอยู่ภาควิชาไหน...”

“ เหตุผลที่ผมเลือกเรียนที่คณะ ... ของสถาบัน ... แห่งนี้ ก็เพราะเป็นสถาบันที่มีชื่อเสียง ทางด้าน ... และยังเป็นสถาบันที่มีคุณภาพ ภูมิความมั่นคงในสายตาของผู้ปกครอง และในด้าน สาขาวิชา ...ที่ผมเรียนอยู่นั้น ในเมืองไทยมีเพียงไม่กี่ที่เท่านั้นที่มีชื่อเสียง นอกนั้นก็จะเป็นพวก มหาวิทยาลัยเอกชน ...ทั้งด้านการเรียน และสังคมเพื่อน ซึ่งต่างกับมหาวิทยาลัยแห่งนี้ที่ผมได้ สัมผัส ... ผมจึงเลือกและมุ่งมั่นที่จะเข้ามาเรียนในมหาวิทยาลัยแห่งนี้”

“...เหตุผลที่ ข้าพเจ้า เลือกเรียนที่สถาบัน ... เพราะ (1) ไม่อยากแอดมิชชั่น จึงเปิด อินเทอร์เน็ตมหาวิทยาลัยที่กำลังเปิดรับสมัคร ครบโดยวิธีรับตรง (2) เลือกมหาวิทยาลัยที่กำลัง เปิดรับสมัครนักศึกษาเข้าเรียนโดยวิธีรับตรงในช่วงนั้นจึงเห็นว่ามีสถาบัน ... และยังเป็น มหาวิทยาลัยที่มีชื่อเสียงที่ดีด้วย”

“ข้าพเจ้าได้เลือกมาเรียนที่สถาบันแห่งนี้เนื่องจากข้าพเจ้าได้เห็นถึงความเหมาะสมของ สาขาวิชา...อาจจะช่วยให้ข้าพเจ้าสามารถนำไปพัฒนาและปรับปรุงสังคมและสิ่งแวดล้อมให้น่าอยู่ ยิ่งขึ้นและที่สถาบันแห่งนี้ยังมีบุคลากรและเครื่องมือการเรียนการสอนที่พร้อมเพียง จึงเป็นเหตุผล ที่ข้าพเจ้าเลือกมาเรียนที่นี่”

“... ข้าพเจ้ามีความประสงค์ที่จะเข้าศึกษาต่อที่สถาบัน ... เพราะ สถาบันนี้มีชื่อเสียง มี บุคลากรที่โด่งดังจบการศึกษาไปเป็นจำนวนมาก...”

“...บัณฑิตที่จบไป มีความ สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ เป็นที่ยอมรับ และ เป็นที่ต้องการของภาครัฐ และ ภาคอุตสาหกรรม ตลอดจน วงการวิจัยวิชาการ ทั้งระดับชาติ และ นานาชาติ”

“... เน้นการเรียนการสอนทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติอย่างจริงจัง ด้วยเครื่องมือและ อุปกรณ์การเรียนที่ทันสมัย การวิจัยร่วมของของทั้งคณาจารย์และนักศึกษาจึงเกิดผลงาน นวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์ใหม่ๆ และ ผลงานวิจัย”

“...เห็นว่าสถาบันแห่งนี้มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับของหลายฝ่าย...”

กลยุทธ์ด้านราคา

“ที่เลือกเรียน..... เพราะค่าเทอมไม่แพงเท่า มหาลัยเอกชนอื่นๆ”

“...อีกเหตุผลสำคัญ คือ สถาบัน...เก็บค่าเล่าเรียนที่สมเหตุสมผล ไม่แพงจนเกินไป...”

“... นอกจากนี้ยังประหยัดค่าใช้จ่ายเรื่องหอพัก เพราะพี่เรียนอยู่ที่นี่เหมือนกัน”

“ เหตุผลที่ผมเลือกเรียนที่คณะ... ของสถาบันแห่งนี้ ก็เพราะ...นอกนั้นก็จะเป็นพวก มหาวิทยาลัยเอกชน ซึ่งมหาวิทยาลัยเอกชนนั้นก็จะมีค่าใช้จ่ายที่สูงทั้งด้านการเรียน...ผมจึงเลือก และมุ่งมั่นที่จะเข้ามาเรียนในมหาวิทยาลัยแห่งนี้”

“...เป็นสถาบันที่ชื่อเสียง ของรัฐ ค่าเทอมไม่แพงเท่า มหาลัยเอกชนอื่นๆ”

“...ในส่วนอื่นๆ เช่น...ค่าครองชีพที่นี่ก็ไม่สูงมากนัก เมื่อเทียบกับชีวิตในเมือง เมื่อพิจารณาโดยรวมแล้ว ผมจึงเลือกที่จะเข้าสถาบัน...”

กลยุทธ์ด้านสถานที่

“ที่เลือกเรียน....เพราะ ว่าอยู่ใกล้บ้าน จะได้ไม่ต้องอยู่หอ เดินทางมาเรียน ก็ สะดวก...”

“... ถึงแม้จะต้องเดินทางไกล แต่ผมเองก็เลือกมหาลัยที่มีคุณภาพและเหมาะสมกับตัวเอง ที่สุด...”

“...นอกจากนี้เมื่อส่งฉันขึ้นฝั่งการศึกษาไปสู่ชีวิตจริงในการทำงานแล้ว ก็ยังคงเป็น “บ้านหลังที่สอง” ที่เปิดกว้างให้ฉันกลับมาผ่อนคลาย มาพักผ่อนหาความรู้ต่อยอดได้ตามที่ต้องการ เพื่อเอื้อให้ฉันได้อยู่ในสังคมแห่งการเรียนรู้ตลอดชีวิตได้อย่างดีอีกด้วย”

“...สถาบันแห่งนี้ ที่นี้อยู่ที่ชานเมืองทำให้ความเจริญยังเข้ามาไม่ถึงมากนักเหมือนในมหาวิทยาลัยใจกลางกรุงเทพ ที่อื่นๆ แม้จะไม่ค่อยมีความเจริญมากนักแต่การคมนาคมก็สะดวก เพราะมีรถไฟฟ้าผ่านสถาบัน อยู่ใกล้แอร์พอร์ทลิงก์ หอพักอยู่กับติดเกือบทุกคณะทำให้สามารถปั่นจักรยานมาเรียนได้ มาพูดถึงเรื่องค่าครองชีพหลังจากที่ทราบกันแล้วว่าสถาบันแห่งนี้อยู่ที่ชานเมืองทำให้ค่าครองชีพไม่สูงมากนักเพราะนอกจากจะมีนักศึกษาอาศัยอยู่แล้วยังมีประชาชนที่ประกอบอาชีพที่เงินเดือนต่ำอาศัยอยู่ด้วย ค่าเทอมที่นี่ก็มีความเหมาะสมไม่มากจนเกินไปทำให้ดูโดยรวมแล้วเป็นสถาบันที่มีความน่าสนใจเป็นอย่างมาก”

“ที่นี้อยู่ละแวกแถวบ้าน ใกล้ดี และก็แออัดดีมี.บูรพาด้วย แต่ไม่ยากไปเรียน เพราะใกล้มากแล้วก็รู้จักพี่ที่คณะมาอยู่แล้ว แคมปิ้งก็อบอุ่นด้วย เป็นเหมือนบ้านอีกหลังเลย”

“...มีบรรยากาศโดยรอบ ดีเรียน ทิวทัศน์ที่น่าอยู่...”

“...ฉันตั้งใจที่จะเลือกเรียนที่นี่ ครอบครัวยังสนับสนุนที่นี่ เพราะสามารถเดินทางได้สะดวก ไม่ไกลจากบ้าน...”

“...และที่สำคัญไม่ไกลจากบ้านเดินทางสะดวก ผมจึงอยากจะเรียนที่นี่ครับ...”

“... และนอกจากนี้ภายในรอบๆ มหาลัย มีความอบอุ่นเหมือนค่าย มีต้นไม้มากมายจึงทำให้มีความร่มรื่น น่าอยู่ สบายใจที่ได้เรียน...”

“...สาเหตุที่มาเรียนที่นี่ ...มีพื้นที่กว้าง มีการเจริญเติบโตและพัฒนาทางเศรษฐกิจที่ดี เริ่มมีความเจริญรุ่งเรือง มีการพัฒนา...ที่ดีขึ้น ทั้งทางด้านที่อยู่อาศัย มีการปลูก สร้างตึก ที่แข็งแรง มั่นคงขึ้นมีความพึงพอใจในความต้องการของนักศึกษาที่ต้องการจะมาเข้าศึกษาที่นี่...”

“...เหตุผลที่เลือกเรียน ที่สถาบันต่างๆ ที่ติดที่อื่นอย่างศิลปากรมาแล้วนั้น เป็นเพราะว่า ...ที่สำคัญคือลาดกระบังใกล้บ้าน ใช้เวลาเดินทางโดยรถตู้ไปทางเดอะมอลล์บางกะปิแล้วนั่งวินมอเตอร์ไซด์ถึงบ้านได้เลย”

“...เหตุผลที่ผมเลือกเรียนที่สถาบันแห่งนี้ ก็เพราะเป็น ... มหาวิทยาลัยที่ใกล้บ้าน ผมจึงเลือกและมุ่งมั่นที่จะเข้ามาเรียนในมหาวิทยาลัยแห่งนี้”

“... . ข้าพเจ้าอยากเรียนที่ใกล้บ้านหน่อยจะได้มีอิสระมากขึ้น จึงไม่ลังเลที่จะเลือกเรียนที่สถาบัน...”

“ที่เลือกเรียนที่สถาบัน...เพราะ ว่าอยู่ใกล้บ้าน จะได้ไม่ต้องอยู่หอ เดินทางมาเรียน ก็สะดวก”

“...ที่นี้ก็อยู่ไม่ไกลมากนัก...”

“...ในส่วนอื่นๆ เช่น การเดินทาง...ปัจจุบันก็สะดวกขึ้นเยอะเนื่องจากมีรถ...ผ่านตรงกลางสถาบันด้วย...เมื่อพิจารณาโดยรวมแล้ว ผมจึงเลือกที่จะเข้าสถาบัน...”

“...ไม่ไกลจากบ้านมากนัก อีกทั้งอยากเรียน...อยู่แล้ว จึงตัดสินใจมาเรียนที่สถาบันแห่งนี้”

กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด

“สาเหตุเบื้องต้นเป็นเพราะ...อีกสาเหตุหนึ่งเป็นเพราะ มีรุ่นพี่จากทางโรงเรียนเข้ามาศึกษายังสถานที่แห่งนี้มากจึงได้รับการช่วยเหลือและคำแนะนำหลายๆอย่าง ทำให้สามารถเข้าศึกษาที่นี่ได้ค่อนข้างราบรื่น”

“ข้าพเจ้ามีความประสงค์ที่จะเข้าศึกษาต่อที่ นี้...ข้าพเจ้าได้รับการสนับสนุนจากคุณพ่อซึ่งมีความผูกพันกับคณะนี้และข้าพเจ้าเคยมาค่ายค้างคืนที่คณะ ...เรียนรู้วิถีการใช้ชีวิตที่คณะนี้รับรู้ถึงบรรยากาศว่าสังคมที่อบอุ่นและใส่ใจกันแค่ไหนข้าพเจ้าจึงมั่นใจว่าถ้าข้าพเจ้าได้เข้ามาศึกษาที่คณะ...ข้าพเจ้าจะมีความสุขและความภาคภูมิใจที่ได้เป็นส่วนหนึ่งของคณะนี้”

“สาเหตุที่เลือกเรียนที่นั่นนั้นอาจจะเป็นเพราะมีพี่เคยเรียนอยู่ที่นั่นและเขาได้แนะนำว่าเป็นสถาบันที่ให้ความรู้ความเข้าใจไม่ใช่แค่เพียงภาคทฤษฎีแต่ได้ลงมือปฏิบัติอย่างจริงจัง ซึ่งเมื่อเข้ามาทำการศึกษาก็ได้เข้าใจเลยว่ามันเป็นเรื่องจริง...”

“...ฉันตั้งใจที่จะเลือกเรียนที่นี่ ครอบครัวของฉันก็สนับสนุนที่นี่...”

“... ที่ผมเลือกมาเรียนที่นี่ เพราะว่า ผมเคยมาค่ายพีรบี ผมรู้สึกชอบสภาพแวดล้อมของที่นี่ และเป็นที่นี่ที่พ่อแม่เคยเรียน พ่อแม่ผมเก่งผมเลยอยากเก่งเหมือนพ่อแม่ นอกจากนี้ยังประหยัดค่าใช้จ่ายเรื่องหอพัก เพราะพี่เรียนอยู่ที่นั่นเหมือนกัน”

“...อีกสาเหตุหนึ่งเป็นเพราะ มีรุ่นพี่จากทางโรงเรียนเข้ามาศึกษายังสถานที่แห่งนี้มากจึงได้รับการช่วยเหลือและคำแนะนำหลายๆอย่าง ทำให้สามารถเข้าศึกษาที่ลาดกระบังได้ค่อนข้างราบรื่น”

“...อีกทั้งข้าพเจ้าได้รับการสนับสนุนจากคุณพ่อ ซึ่งมีความผูกพันกับคณะนี้ และข้าพเจ้าเคยมาค่ายค้างคืน ที่คณะ... (ได้) เรียนรู้วิธีการใช้ชีวิตที่คณะนี้ รับรู้ถึงบรรยากาศ ว่าสังคมที่นี่อบอุ่น และใส่ใจกันแค่ไหน ข้าพเจ้าจึงมั่นใจว่า ถ้าข้าพเจ้าได้เข้ามาศึกษาที่ ...ข้าพเจ้า จะมีความสุขและความภาคภูมิใจที่ได้เป็นส่วนหนึ่งของคณะนี้”

“...บ่อยครั้ง ด้านผู้ปกครองก็สนับสนุนให้เลือกสอบที่นี่ด้วยเหตุผลเดียวกัน...”

๔.๕ กลยุทธ์การตลาด บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

จากข้อมูลทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพที่น่าเสนอมานั้น สามารถเสนอกิจกรรมการตลาดสำหรับบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย โดยแบ่งออกเป็น ๒ กลยุทธ์ที่สำคัญ ดังต่อไปนี้

กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์

“บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
ต้องเป็นผู้นำในการศึกษาด้านพระพุทธศาสนา และ ควรที่จะ
ต้องริเริ่มรูปแบบการจัดการศึกษาใหม่ๆ”

ในปัจจุบันมีองค์กรที่จัดการศึกษาด้านพระพุทธศาสนาและด้านที่ใกล้เคียง เช่นเดียวกับบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย เปิดสอนอยู่ มีเป็นจำนวนมาก ซึ่งเป็นเครื่องแสดงว่าตลาดยังมีความต้องการสูงอยู่นั่นเอง ในฐานะที่ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย

มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย เป็นผู้นำในการศึกษาด้านพระพุทธศาสนา และประกอบกับความมี ศักยภาพขององค์กร บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ควรที่จะต้อง ริเริ่มรูปแบบการจัดการศึกษาใหม่ๆ เช่นการจัดหลักสูตรต่อเนื่องปริญญาตรีถึงปริญญาโท(๕ ปี) หรือปริญญาโทถึงปริญญาเอก (๕) เพื่อจูงใจนักศึกษาระดับปริญญาตรี และปริญญาโทให้ศึกษา ในระดับที่สูงขึ้น ด้านพระพุทธศาสนาและด้านที่เกี่ยวข้อง

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ต้อง เน้นอัตลักษณ์ความ เข้มแข็งด้าน การศึกษาพระพุทธศาสนา และยกระดับ มาตรฐานการศึกษา สู่อสากล นำเสนอ ศักยภาพ ด้วยการ เปิดหลักสูตรปริญญาโท และเอกที่มีความหลากหลาย เพื่อรองรับอัตราการ ขยายตัวของผู้เรียน วิชาพระพุทธศาสนา ในประเทศไทยและต่างประเทศ ให้ตรงกับความต้องการ ของผู้เรียน โดยมุ่งไปที่การนำความรู้ ความสามารถไปใช้หลังจบการศึกษาไปแล้ว อย่างไรก็ตาม ทุกหลักสูตรต้องเน้นพระพุทธศาสนา ทั้งในด้านวิชาการและการปฏิบัติธรรม(วิปัสสนา) เพราะนี้ เป็นแรงดึงดูดที่สำคัญที่สุด ที่ทำให้มีผู้สนใจมาเรียนพระพุทธศาสนา

การนำเสนอ แนวทางใหม่สร้างแบรนด์ ใช้แนวคิด “ร่วมสร้างสังคมธรรมาธิปไตย” พร้อม แนวทางสังคมแห่งการให้และการแบ่งปัน เป็นผู้นำกระแสด้านการศึกษาให้แก่ประเทศไทย เพื่อ ตอบแทนคุณประเทศชาติ และเพื่อสันติภาพของโลก รวมทั้ง การเป็นชุมพลแห่งปัญญาของ มวล มนุษยชาติ “สังคมธรรมาธิปไตยและ สันติภาพ คือสังคมใหม่ในรั้วมหาวิทยาลัย ที่เชื่อมั่นว่าเป็น สังคมที่สงบสุข มีความเป็นธรรมกับทุกคน และอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ควรที่จะผสมผสานวิชาการ เช่น การศึกษา การอบรม งานวิจัย เป็นต้น ให้มีความสอดคล้องกับวิถีการดำเนินชีวิตของคนในสังคมยุคปัจจุบัน

นอกจากนั้น ยังควรที่จะส่งเสริมให้บัณฑิตที่สำเร็จการศึกษาออกไป มีความสามารถในการ สร้าง สังคมธรรมาธิปไตย และสันติภาพ ให้เกิดขึ้นจริงโดยเชื่อมั่นว่าในระยะเวลานี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย จะก้าวเข้าสู่ยุค สังคมธรรมาธิปไตย และสันติภาพอย่างเต็มตัว ฉะนั้นองค์กรควรที่จะเดินหน้าในการปรับภาพลักษณ์องค์กรใหม่ เพื่อให้สอดคล้องกับสังคมใหม่และการเปลี่ยนแปลงในอนาคต ฉะนั้นหน่วยงานที่มีความเกี่ยวข้อง กับการประชาสัมพันธ์ขององค์กร ควรที่จะต้องศึกษาค้นคว้าหาข้อมูลในประเด็นเหล่านี้ เพื่อจะได้ เป็นข้อมูลใช้ในการปฏิบัติงานให้มีความสอดคล้องและเชื่อมโยงกับการเปลี่ยนแปลงสังคมใน ปัจจุบัน ดังนั้นองค์กรจำเป็นที่จะต้องประชาสัมพันธ์องค์กรให้สังคมได้ทราบว่า บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย มีความสามารถและความชำนาญในด้านใดบ้าง

อนึ่งการดำเนินการดังกล่าวเป็นการสนับสนุนให้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย มีความแข็งแกร่งขึ้นในสายตาของสังคม โดยแบ่งออกเป็น ๒ มิติคือ

รูปลักษณะภายนอก เช่น การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ใหม่ เป็นต้น และอีกมิติหนึ่งคือ จิตวิญญาณของสมาชิกในองค์กรที่มุ่งไปสู่เป้าหมายเดียวกันกับเป้าหมายขององค์กร

การตลาดมหาวิทยาลัย ในปัจจุบันมีการแข่งขันกันสูงมาก ไม่แตกต่างจากธุรกิจอื่นๆ ที่ปรากฏในสังคม ในการแข่งขันกันนั้น มหาวิทยาลัยต่างๆ ต้องนำกลยุทธ์การตลาด หลายรูปแบบ เพื่อเพิ่มส่วนแบ่งจากจำนวนนักศึกษาที่มีอยู่ ซึ่งมีแนวโน้มว่าจะมีจำนวนน้อยลงในแต่ละปี ในขณะที่มหาวิทยาลัยต่างๆ เหล่านั้นต้องมีค่าใช้จ่ายต่างๆ ที่สูงขึ้นในทุกๆ ปี

ดังนั้น บัณฑิตวิทยาลัย ควรที่จะสร้างแรงจูงใจให้กับผู้ที่สนใจจะศึกษากับบัณฑิตวิทยาลัย ซึ่งในที่นี้นับได้ว่า เป็นตลาดเป้าหมาย การสร้างจุดขายใหม่ๆ เช่น การ สร้างหลักสูตรใหม่ๆ ที่ยังไม่มีการสอนในประเทศไทย การใช้ความโดดเด่นของคณะ พระพุทธศาสนา นำมาขยายผล สร้างเป็น จุดขายใหม่ สร้างหลักสูตรให้มีความแปลกใหม่ และเน้นความเป็นอินเตอร์(Inter)

การตั้งองค์กรทุกภาคส่วนในสังคม ไม่ว่าจะเป็น องค์กรภาครัฐ องค์กรภาคเอกชน องค์กรทางธุรกิจ เป็นต้น ให้เข้ามา มีส่วนร่วมในการออกแบบหลักสูตรการเรียน การตั้งองค์กรและมหาวิทยาลัย ในต่างประเทศ ให้มามีส่วนร่วมในการออกแบบหลักสูตรการเรียน หลักสูตรที่สร้างขึ้นมานั้น ควรที่จะมีความสอดคล้องกับการนำไปประกอบอาชีพในอนาคตหลังจากที่จบการศึกษาไปแล้ว เช่น หลักสูตรการสื่อสารเชิงพุทธ การบริหารเชิงพุทธ การตลาดเชิงพุทธ การบริหารทรัพยากรมนุษย์เชิงพุทธ เทคโนโลยีและสารสนเทศเชิงพุทธ ภูมิภาคศึกษาเชิงพุทธ เป็นต้น เพราะอัตราการขยายตัวของผู้สนใจศึกษาต่อในสาขาเหล่านี้เพิ่มมากขึ้น

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ควรยกระดับสาขาที่มีอยู่ แล้วเปิดสาขาที่จำเป็น และเป็นที่ต้องการของตลาดดังกล่าว เพื่อผลักดันความเข้มแข็งให้มากขึ้น ขณะเดียวกันเพื่อย้ำถึงอัตลักษณ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัยคือความเข้มแข็งด้านพระพุทธศาสนา โดยนำเอาสาขาพระพุทธศาสนาเป็น ตัวชูโรงและสาขาอื่นที่เป็นเชิงพุทธมาเป็นตัวที่จะมาต่อสู้กับความต้องการของตลาด

การเปิดหลักสูตรในลักษณะดังกล่าวจะทำให้บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย รักษาเอกลักษณ์ขององค์กรไว้ได้พร้อมๆ กับการตอบสนองความต้องการของสังคม ในเวลาเดียวกัน ซึ่งการเปิดสาขาเหล่านี้ควรที่จะมีการสร้างความร่วมมือกับมหาวิทยาลัยที่มีความชำนาญในสาขาเหล่านั้นในต่างประเทศ เช่น การบริหารทรัพยากรมนุษย์เชิงพุทธ ควรที่จะต้องดูว่ามหาวิทยาลัยไหนในต่างประเทศที่มีความชำนาญหรือมีชื่อเสียง เพื่อที่จะนำความเข้มแข็งทางด้านการบริหารมารวมกับความเข้มแข็งทางด้านพระพุทธศาสนาของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย สาขาอื่นๆ ก็เช่นเดียวกัน

อนึ่งการเปิดหลักสูตรใหม่ๆ เหล่านี้ ควรมีคณาจารย์จากต่างประเทศมาร่วมสอน หรือเป็นที่ปรึกษา ทั้งในด้านวิชาการและด้านการบริหารหลักสูตร ตลอดจนการเป็นที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ของนักศึกษา

กลยุทธ์ด้านส่งเสริมการขาย

“บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ควรให้ความสำคัญกับการผลิตสื่อและโฆษณาต่างๆ สนับสนุนให้มีการนำสื่อใหม่ๆ มาสร้างการรับรู้ให้กับผู้ที่เป็นตลาดเป้าหมาย”

มหาวิทยาลัยต่างๆ ในปัจจุบัน ได้ใช้งบประมาณเป็นจำนวนมากในการพัฒนาการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ ดังนั้นบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ควรให้ความสำคัญกับการผลิตสื่อและโฆษณาต่างๆ สนับสนุนให้มีการนำสื่อใหม่ๆ มาสร้างการรับรู้ให้กับผู้ที่เป็นตลาดเป้าหมาย เพื่อให้เกิดการรับรู้ข่าวสารจากบัณฑิตวิทยาลัย ได้เร็วกว่าเดิม เพราะการใช้การสื่อสารแบบเดิมๆ นั้นใช้การไม่ได้แล้วในยุคปัจจุบัน

กลยุทธ์การโฆษณาของมหาวิทยาลัยแต่เดิมจะเน้นไปที่การนำเสนอศิษย์เก่าที่ประสบผลสำเร็จ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ควรที่จะต้องริเริ่มสร้างสรรค์โฆษณาใหม่เป็นต้นว่า การให้ความสำคัญกับ CSR ซึ่งจะประสบผลสำเร็จในการเข้าถึงความต้องการของผู้เรียนและผู้ให้การสนับสนุน บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ต้องสื่อสารออกไปว่าบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ไม่ได้ให้ความสำคัญกับการเรียน การสอนอย่างเดียวเท่านั้น แต่ยังให้ความสำคัญกับการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมรอบด้านและการมีจิตสาธารณะ โดยมุ่งหวังว่าการรับผิดชอบต่อสังคมนี้จะเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญในการทำให้ผู้เรียนสนใจเข้ามาศึกษากับ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

ในยุคปัจจุบันผู้คนในสังคมมีวิธีการติดต่อสื่อสารผ่านระบบการสื่อสารใหม่ๆ มากมาย จากผลการศึกษาวิจัย ทำให้ทราบว่า นักศึกษาให้ความสำคัญกับการสื่อสารผ่านระบบการสื่อสารใหม่ๆ เหล่านั้น บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย จะต้องคิดค้นกลยุทธ์ การสื่อสารผ่านสื่อดิจิทัล เช่น การให้รุ่นพี่แนะนำรุ่นน้องผ่านระบบออนไลน์ต่างๆ โดยคัดเลือกรุ่นพี่มาจากสาขาต่างๆ รวมตัวกัน แล้วให้บริการโดยการให้คำแนะนำพร้อมๆ กัน โดยเฉพาะช่วงใกล้ๆ กับการสอบคัดเลือก ที่ทีมงานของรุ่นพี่จะต้องเสียสละคอยตอบปัญหา

กลุ่มเป้าหมายเต็มเวลา เพื่อให้มียอดการสมัครมากขึ้นจนปรากฏให้เห็นเป็นรูปธรรม ช่องทางนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ควรที่จัดเป็นกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง

การพัฒนาการสื่อสารออนไลน์ โดยเฉพาะ การพัฒนาเฟสบุ๊ค บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ควรจะเน้นเนื้อหาให้กลุ่มเป้าหมายรู้จักตนเองมากขึ้น หรือมีเนื้อหาที่ทำให้เกิดแรงบันดาลใจในการตั้งเป้าหมายในอนาคต และต่อจากนั้นควรนำเสนอ เนื้อหารายละเอียดของหลักสูตรของสาขาต่างๆ รวมถึงกิจกรรมต่างๆ ของ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย เพื่อสื่อสารว่าตลอดระยะเวลาที่ศึกษาอยู่กับ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย นั้น มีเรื่องราวต่างๆ มากมาย ควบคู่ไปกับการสื่อสารด้วยภาพยนตร์ โดยภาพยนตร์จะมีเนื้อหาความเป็นองค์กรที่ให้ความสำคัญกับ CSR ของ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย เพื่อให้เกิดการแบ่งปัน(แชร์) กันใน เฟสบุ๊ค

การจัดกิจกรรมพิเศษภายใน บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย เป็นการชักชวนให้ผู้สนใจศึกษาให้ได้มีโอกาสได้มีประสบการณ์ตรงในการสัมผัสกับ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย กิจกรรมนี้มีหลายรูปแบบ เช่น การจัดประกวดต่างๆ การฝึกปฏิบัติ การฝึกอบรมระยะสั้น การแข่งขัน เพื่อเปิดโอกาสให้กลุ่มผู้สนใจได้มาเห็นสถานที่จริง ทั้งสถานที่ อุปกรณ์ การเรียนการสอน สุดท้ายจะนำไปสู่การตัดสินใจเลือกเรียนกับ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย นั่นเอง

การใช้บุคคลสำคัญในการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ซึ่งแต่เดิมบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัยก็ได้ใช้บุคคลสาธารณะ เช่น ดาราภาพยนตร์ เป็นต้น มาเป็นพรีเซนเตอร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ควรจะเลือกบุคคลที่เป็นที่น่าเชื่อถือในสังคม หรือบุคคลที่มีพลังอำนาจในสังคมไทยมาเป็นพรีเซนเตอร์ให้กับเดิม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

การเน้นที่การประสบผลสำเร็จของ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย เป็นการกล่าวถึงผลงานที่ผ่านมาของ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ที่ร่วมสร้างบุคลากรที่มีคุณภาพสู่สังคมไทย ความสำเร็จเหล่านี้มีหลักฐานปรากฏเช่น รางวัลที่องค์กรได้รับ การร่วมมือกับองค์กรอื่นๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ เป็นต้น ซึ่งความสำเร็จเหล่านี้เป็นการต่อยอดถึงการเตรียมพร้อมในการเข้าสู่เวทีระดับภูมิภาค และระดับโลก

มหาวิทยาลัย ต่างๆ ในปัจจุบันให้ความสำคัญกับการมอบ โปรโมชันทุกรูปแบบ ให้กับผู้ที่สนใจจะศึกษาสถาบันการศึกษาเหล่านั้น ดังนั้นบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ควรที่จะสนับสนุนให้โปรโมชันต่างๆ แก่ผู้เรียน เช่น การให้สิทธิพิเศษสำหรับนักศึกษา เป็นต้น