



การพัฒนากลยุทธ์การตลาดสำหรับสถาบันทางพระพุทธศาสนา:
กรณีศึกษาบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
The Development of Marketing Strategies for Buddhist Institutions:
A Case Study of Graduate School, Mahachulalongkornrajavidyalaya
University

นายเอกชัย ไชยดา

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรพุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต
สาขาวิชาพระพุทธศาสนา

บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
ปีการศึกษา ๒๕๕๕



การพัฒนากลยุทธ์การตลาดสำหรับสถาบันทางพระพุทธศาสนา:
กรณีศึกษาบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

นายเอกชัย ไชยดา

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรพุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต
สาขาวิชาพระพุทธศาสนา

บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
ปีการศึกษา ๒๕๕๕
(ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย)



THE DEVELOPMENT OF MARKETING STRATEGIES FOR
BUDDHIST INSTITUTIONS A CASE STUDY OF GRADUATE SCHOOL,
MAHACHULALONGKORNRAJAVIDYALAYA UNIVERSITY

Mr. Eakachai Chaida

This Dissertation is a Partial Study of Buddhist Studies
Submitted in Partial Fulfillment of the Requirement for the Award
of the Degree of Doctor of Philosophy
(Buddhist Studies)

Graduate School
Mahachulalongkornrajavidyalaya University
Bangkok, Thailand
(Copyright by Mahachulalongkornrajavidyalaya University)