

สารบัญ

เรื่อง	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ค
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ณ
สารบัญภาพ	ม
คำอธิบายสัญลักษณ์และคำย่อ	ฐ
บทที่	
๑ บทนำ	๑
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	๑
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	๑๑
ขอบเขตของการวิจัย	๑๑
คำ นิยามศัพท์ที่ใช้ในงานวิจัย	๑๒
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย	๑๔
๒ วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	๑๖
แนวคิดการตลาด	๑๖
แนวคิดการประยุกต์ใช้หลักตลาดสำหรับสถาบันทางพระพุทธศาสนา	๒๕
กลยุทธ์การตลาดของมหาวิทยาลัย	๓๓
สภาพการจัดการศึกษาของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย	
มหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรวิทยาดง	๔๔
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	๔๖
๓ วิธีดำเนินการวิจัย	๖๓
การวิจัยเชิงปริมาณ	๖๓
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	๖๓
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	๖๔

สารบัญ (ต่อ)

เรื่อง	หน้า
การเก็บรวบรวมข้อมูล	๖๙
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	๖๙
การวิจัยเชิงคุณภาพ	๗๐
ประเด็นการสัมภาษณ์ ๗๑	
การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ	๗๑
๔ ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ๗๒	
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะประชากร	๗๒
กลยุทธ์การตลาดของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกศึกษาในระดับบัณฑิตศึกษา ๘๒	
ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของตัวแปรอิสระ กับกลยุทธ์การตลาด ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกศึกษาในระดับบัณฑิตศึกษา ๙๖	
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในงานวิจัยเชิงคุณภาพ	๑๐๒
กลยุทธ์การตลาดบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย	๑๑๒
๕ สรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ ๑๑๘	
สรุปผล	๑๑๙
อภิปรายผล	๑๒๐
ข้อเสนอแนะ	๑๒๕
บรรณานุกรม	๑๒๙
ภาคผนวก	๑๔๑
ประวัติผู้วิจัย	๑๖๙