

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	(4)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	(5)
กิตติกรรมประกาศ.....	(7)
สารบัญ.....	(8)
สารบัญตาราง.....	(10)
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
คำถามของการวิจัย.....	5
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	5
สมมติฐานการวิจัย.....	5
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	6
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย.....	6
ขอบเขตของโครงการวิจัย.....	7
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	7
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	9
สถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทยกับตลาดอาเซียน.....	9
แนวคิดการฝึกกำลังของทรัพยากรทางการตลาด.....	12
แนวคิดการฝึกกำลังของทักษะทางการตลาด.....	20
แนวคิดความเชี่ยวชาญของกิจกรรมทางการตลาด.....	26
แนวคิดความสำเร็จของการพัฒนานวัตกรรมทางการศึกษา.....	35
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	43

บทที่	หน้า
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	60
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	60
การสร้างและพัฒนาเครื่องมือวิจัย.....	61
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	63
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	64
สถิติที่ใช้ในการวิจัย.....	64
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	67
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์.....	67
ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	68
ตอนที่ 2 การทดสอบสมมติฐาน.....	80
5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	87
สรุปผลการวิจัย.....	88
อภิปรายผลการวิจัย.....	89
ข้อเสนอแนะในการวิจัย.....	91
ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป.....	93
ภาคผนวก.....	94
ภาคผนวก ก รายชื่อสถาบันอุดมศึกษา.....	95
ภาคผนวก ข รายชื่อผู้เชี่ยวชาญ.....	96
ภาคผนวก ค แบบประเมินความเที่ยงตรง.....	98
ภาคผนวก ง ผลการตรวจสอบความเที่ยงตรง.....	104
ภาคผนวก จ ผลการตรวจสอบความเชื่อมั่น.....	110
ภาคผนวก ฉ แบบสอบถาม.....	112
บรรณานุกรม.....	119

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
4.1 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ.....	68
4.2 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ.....	69
4.3 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามวุฒิการศึกษาสูงสุด.....	69
4.4 จำนวน และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามหน้าที่ที่ปฏิบัติในมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ.....	70
4.5 รายละเอียดการฝึกกำลังทางทรัพยากรทางการตลาด ด้านหน่วยงานในสถาบันการศึกษา.....	70
4.6 รายละเอียดการฝึกกำลังทางทรัพยากรทางการตลาด ด้านช่องทางการตลาดของหลักสูตร.....	71
4.7 รายละเอียดการฝึกกำลังทางทรัพยากรทางการตลาด ด้านบุคลากรของสถาบันการศึกษา.....	72
4.8 รายละเอียดการฝึกกำลังของทักษะการตลาด ด้านประสบการณ์ทางการตลาดเพื่อการศึกษา.....	73
4.9 รายละเอียดการฝึกกำลังของทักษะการตลาด ด้านความรู้ทางตลาดเพื่อการศึกษา.....	74
4.10 รายละเอียดความเชี่ยวชาญของกิจกรรมทางการตลาด ด้านลักษณะของตลาดเพื่อการศึกษา.....	75
4.11 รายละเอียดความเชี่ยวชาญของกิจกรรมทางการตลาด ด้านแนวโน้มทางการตลาดเพื่อการศึกษา.....	76
4.12 รายละเอียดความสำเร็จของการพัฒนานวัตกรรมทางการศึกษา ด้านกำไรในการจัด การหลักสูตร.....	77
4.13 รายละเอียดความสำเร็จของการพัฒนานวัตกรรมทางการศึกษา ด้านความพึงพอใจของหลักสูตร โดยรวม.....	78
4.14 รายละเอียดความสำเร็จของการพัฒนานวัตกรรมทางการศึกษา ด้านคุณค่าที่มีต่อสถาบันอุดมศึกษา.....	79
4.15 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเพื่อทดสอบการฝึกกำลังของทรัพยากรทางการตลาด มีอิทธิพลต่อการพัฒนาความสำเร็จของนวัตกรรมทางการศึกษา	

โดยรวม.....	80
4.16 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเพื่อทดสอบการฝึกกำลังของทักษะทางการตลาด มีอิทธิพลต่อการพัฒนาความสำเร็จของนวัตกรรมทางการศึกษาโดยรวม.....	82
4.17 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเพื่อทดสอบความเชี่ยวชาญของกิจกรรมทาง การตลาด มีอิทธิพลต่อการพัฒนาความสำเร็จของนวัตกรรมทางการศึกษา โดยรวม.....	83
4.18 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเพื่อทดสอบปัจจัยโดยรวมต่างๆ มีอิทธิพลต่อการ พัฒนาความสำเร็จของนวัตกรรมทางการศึกษาโดยรวม.....	85
4.19 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน.....	86