

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการดำเนินการวิจัยเกี่ยวกับการรับรู้ของผู้บริโภคสินค้าเกษตรในพื้นที่ต่าง ๆ ของประเทศ เกี่ยวกับข้อตกลงเขตการค้าเสรี โดยเฉพาะที่เกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีต่อข้อตกลงทางการค้าเสรีดังกล่าว ตลอดจนพฤติกรรมการบริโภคสินค้าเกษตรหลังจากมีข้อตกลงเขตการค้าเสรีที่เกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงปริมาณการบริโภคสินค้าเกษตรที่ผลิตภายในประเทศ และสินค้าเกษตรจากต่างประเทศ สาเหตุของการเปลี่ยนแปลงในด้านปริมาณการซื้อ ความถี่ในการซื้อสินค้าเกษตรประเภทผักและผลไม้ และความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริโภคสินค้าเกษตรที่เกี่ยวกับการซื้อ คุณภาพ และราคาสินค้าเกษตรที่สำคัญแต่ละชนิดที่ครอบครัวชาวไทยบริโภคเป็นประจำ ใช้ทั้งข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิ โดยที่

1. **ข้อมูลปฐมภูมิ** ใช้วิธีการสำรวจจากตัวอย่าง (Sample survey method) จากผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายจำนวน 500 ราย ซึ่งอาศัยอยู่ในพื้นที่ต่าง ๆ ทั่วประเทศ ส่วนการวัดผลกระทบของข้อตกลงทางการค้าที่ไทยมีกับประเทศต่าง ๆ ใช้วิธีสัมมนาแบบมีส่วนร่วมจากเกษตรกรและนักวิชาการเกษตรของจังหวัดตัวอย่าง 4 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดสุพรรณบุรี นครราชสีมา เชียงใหม่ และสุราษฎร์ธานี ซึ่งเป็นตัวแทนของจังหวัดในแต่ละภาค

2. **ข้อมูลทุติยภูมิ** ได้รวบรวมข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ ต่อไปนี้คือ กรมศุลกากร สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร ตลอดจนงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

รายละเอียดเกี่ยวกับกลุ่มเป้าหมายทั้ง 2 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้บริโภคสินค้าเกษตร และ เกษตรกร/นักวิชาการเกษตร ที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเบื้องต้น มีดังต่อไปนี้

1. กลุ่มผู้บริโภคสินค้าเกษตร

1) ประชากรผู้บริโภค ได้แก่ ผู้บริโภคสินค้าเกษตรที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย

2) กลุ่มตัวอย่างผู้บริโภค จำนวน 500 ราย ที่จับจ่ายใช้สอยสินค้าเกษตรในแหล่งตลาดที่สำคัญ ขั้นตอนและวิธีการที่ใช้ในการเลือกตัวอย่างผู้บริโภคสินค้าเกษตรข้างต้น มีดังนี้

(1) แบ่งพื้นที่ประเทศไทยออกเป็น 5 ส่วน ตามเขตการปกครอง ได้แก่ กรุงเทพมหานครและปริมณฑล ภาคกลาง ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคเหนือ และภาคใต้

(2) เลือกจังหวัดตัวอย่างจากแต่ละภาคมาภาคละ 2 จังหวัด โดยพิจารณาจากกำลังซื้อสินค้าเกษตรที่นำเข้ามาจากต่างประเทศของประชาชนในแต่ละจังหวัด และการกระจายของพื้นที่จังหวัดในภาคนั้น ๆ เป็นหลัก

(3) กำหนดจำนวนตัวอย่างผู้บริโภคสินค้าเกษตรในแต่ละจังหวัดตัวอย่าง โดยให้จำนวนตัวอย่างผู้บริโภคของแต่ละจังหวัดตัวอย่างเป็นปฏิภาคกับจำนวนประชาชนในจังหวัดนั้น ๆ แต่ทั้งนี้จะต้องมีจำนวนตัวอย่างผู้บริโภคในแต่ละจังหวัดตัวอย่างไม่ต่ำกว่า 30 ราย ทั้งนี้เพื่อให้ได้ตัวแทนเพียงพอของผู้บริโภคสินค้าเกษตรทั้งหมดในจังหวัดตัวอย่างของภาคนั้น ๆ

(4) รายละเอียดเกี่ยวกับจำนวนตัวอย่างผู้บริโภคสินค้าเกษตรในแต่ละจังหวัดของแต่ละภาค เป็นดังต่อไปนี้

จำนวนตัวอย่างผู้บริโภคสินค้าเกษตรจำแนกตามจังหวัดตัวอย่างเป็นดังนี้

ตารางที่ 3.1 จำนวนตัวอย่างผู้บริโภคแยกตามภาคและจังหวัดตัวอย่าง

ภาค	จังหวัดตัวอย่าง	จำนวนตัวอย่าง
กรุงเทพมหานครและปริมณฑล	กรุงเทพมหานคร	101
	นนทบุรี	30
ภาคกลาง	ชลบุรี	58
	สระบุรี	30
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	นครราชสีมา	81
	สุรินทร์	41
ภาคเหนือ	เชียงใหม่	58
	นครสวรรค์	33
ภาคใต้	สงขลา	38
	สุราษฎร์ธานี	30
	รวม	500

ตัวอย่างผู้บริโภคสินค้าเกษตรจำนวน 500 ราย ที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมและความพึงพอใจที่มีต่อการบริโภคสินค้าเกษตร ทั้งที่ผลิตภายในประเทศและสั่งซื้อจากต่างประเทศ จะให้กระจายไปตามลักษณะต่าง ๆ ของผู้บริโภคที่คาดว่าจะมีผลกระทบต่อพฤติกรรมและความพึงพอใจในการบริโภคสินค้าเกษตร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และจำนวนสมาชิกในครอบครัว

2. กลุ่มเกษตรกรและนักวิชาการเกษตร

การเก็บข้อมูลจากเกษตรกรและนักวิชาการเกษตร เกี่ยวกับผลกระทบของข้อตกลงเขตการค้าเสรีที่มีต่อเกษตรกรไทย ได้เลือกตัวแทนเกษตรกรและเจ้าหน้าที่ของแต่ละภาค ได้แก่ ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคกลาง และภาคใต้ โดยเน้นเกษตรกรที่ผลิตสินค้าเกษตรชนิดต่าง ๆ ที่อาจได้รับผลกระทบจากข้อตกลงเขตการค้าเสรีระหว่างประเทศไทยกับประเทศต่าง ๆ สำหรับตัวอย่างเกษตรกรและเจ้าหน้าที่ของแต่ละภาคได้เลือกมาจากเกษตรกรและนักวิชาการเกษตรของ 4 จังหวัด ซึ่งเป็นตัวแทนของจังหวัดต่าง ๆ ซึ่งอยู่ใน 4 ภาค ได้แก่ สุพรรณบุรี นครราชสีมา เชียงใหม่ และสุราษฎร์ธานี

รายละเอียดเกี่ยวกับจำนวนตัวอย่างเกษตรกรและนักวิชาการเกษตรในแต่ละจังหวัด ตัวอย่าง เป็นดังนี้

ตารางที่ 3.2 จำนวนตัวอย่างเกษตรกรและนักวิชาการเกษตรแยกตามภาคและจังหวัดตัวอย่าง

ภาค	จังหวัดตัวอย่าง	จำนวนตัวอย่าง	
		เกษตรกร	นักวิชาการเกษตร
กลาง	สุพรรณบุรี	50	5
ตะวันออกเฉียงเหนือ	นครราชสีมา	40	10
เหนือ	เชียงใหม่	40	11
ใต้	สุราษฎร์ธานี	32	11
รวม		162	37

จำนวนตัวอย่างเกษตรกรจะให้กระจายไปตามลักษณะต่าง ๆ ที่คาดว่าจะได้รับผลกระทบจากข้อตกลงเขตการค้าเสรีในระดับต่าง ๆ กัน เช่น ชนิดของพืชที่ปลูก ขนาดของพื้นที่ ปลูก ฯลฯ ส่วนจำนวนนักวิชาการเกษตรจะให้กระจายไปตามความรู้ ประสบการณ์เกี่ยวกับข้อตกลงเขตการค้าเสรี การตลาดสินค้าเกษตร ฯลฯ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. แบบสอบถามผู้บริโภคนำเข้าเกษตร

1) เครื่องมือที่ใช้ในการสำรวจผู้บริโภค ได้แก่ แบบสอบถามที่มีโครงสร้างประกอบด้วยคำถามปลายเปิดและคำถามปลายปิด ประกอบด้วยโครงสร้างคำถามจำนวน 5 ตอน ดังนี้ (ดังรายละเอียดในภาคผนวก)

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เช่น อายุ เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ ระดับรายได้ จำนวนสมาชิกในครัวเรือน เป็นต้น

ตอนที่ 2 การรับรู้ของผู้บริโภคเกี่ยวกับข้อตกลงเขตการค้าเสรี (FTA): ด้านการบริโภคสินค้าเกษตร เช่น การรับรู้และแหล่งของข้อมูลที่ผู้บริโภคได้รับรู้เกี่ยวกับข้อตกลงเขตการค้าเสรี การซื้อหรือบริโภคสินค้าเกษตรที่เป็นผลมาจากข้อตกลงเขตการค้าเสรี และความคิดเห็นที่มีต่อข้อตกลงเขตการค้าเสรี เป็นต้น

ตอนที่ 3 พฤติกรรมการบริโภคสินค้าเกษตรหลังจากมีข้อตกลงเขตการค้าเสรี เช่น การเปลี่ยนแปลงปริมาณการบริโภคสินค้าเกษตรที่ผลิตภายในประเทศและสินค้าเกษตรจากต่างประเทศ สาเหตุของการเปลี่ยนแปลงปริมาณการบริโภค ความถี่ในการซื้อ และปริมาณการซื้อในแต่ละครั้งสำหรับสินค้าเกษตรประเภทผักและผลไม้แต่ละชนิด เป็นต้น

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริโภคสินค้าเกษตร ได้แก่ ระดับความคิดเห็น 5 ระดับคือ เห็นด้วย ค่อนข้างเห็นด้วย ไม่แน่ใจ ค่อนข้างไม่เห็นด้วย และไม่เห็นด้วย ต่อประเด็นที่เกี่ยวกับการเลือกซื้อ/บริโภคสินค้าเกษตร เช่น คุณภาพของสินค้า รสชาติ ความสด และราคา เป็นต้น รวมถึงคำถามปลายเปิดด้านความคิดเห็นอื่นๆ และข้อเสนอแนะ

2) การทดสอบเครื่องมือวิจัย การตรวจสอบความตรงของเนื้อหาของแบบสอบถามต่อวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยนำไปทดลองใช้กับผู้บริโภคร่วมตัวอย่างตามตลาดนัด ตลาดสด และแหล่งที่อยู่อาศัยจำนวน 20 ตัวอย่าง หลังจากนั้นได้นำมาปรับปรุงแก้ไขก่อนนำไปใช้จริงต่อไป

2. การสัมมนาแบบมีส่วนร่วมเกษตรกรและนักวิชาการเกษตร

เครื่องมือที่ใช้ในการสัมมนาแบบมีส่วนร่วมคือ ประเด็นเนื้อหาที่ใช้ในการสัมมนาซึ่งจะนำไปสู่การหาคำตอบในด้านผลกระทบที่มีต่อเกษตรกรไทย โดยการสัมมนาได้กำหนดให้มีประเด็นดังต่อไปนี้

1) การบรรยายเรื่องความเป็นมาของโครงการฯ และความเข้าใจเกี่ยวกับข้อตกลงเขตการค้าเสรี เพื่อให้ผู้เข้าร่วมสัมมนาได้เข้าใจถึงวัตถุประสงค์ และการปรับความเข้าใจให้ตรงกัน

2) การสัมมนาเรื่องสภาพความเป็นอยู่ของเกษตรกรในอดีต (ประมาณ 2 – 3 ปี ก่อน) ในด้านรายได้จากการเกษตร การประกอบอาชีพ และการบริโภคสินค้าเกษตร โดยใช้เทคนิคการวาดภาพรายบุคคล และการวาดภาพของกลุ่ม ซึ่งผู้เข้าร่วมสัมมนาแต่ละคนสื่อถึงความรู้สึกนึกคิดของตนเองในภาพรายบุคคล หลังจากนั้นผู้เข้าร่วมต้องอธิบายภาพของตนให้กับกลุ่มทราบ เมื่อทุกคนได้อธิบายภาพแล้วจึงนำภาพของทุกคนมาวาดเป็นภาพรวมของกลุ่ม โดยมีการเชื่อมโยงแนวคิดของแต่ละคนเข้าไว้ด้วยกัน และส่งตัวแทนมาอธิบายภาพรวมดังกล่าว

3) การสัมมนาเรื่องสภาพความเป็นอยู่ของเกษตรกรในปัจจุบัน ในด้านของผลกระทบด้านรายได้การเกษตร การประกอบอาชีพ และการบริโภคสินค้าเกษตร และใช้เทคนิควิธีการวาดภาพเช่นเดิม

4) การอภิปรายถึงสาเหตุของผลกระทบของสภาพความเป็นอยู่ของเกษตรกรไทย พร้อมทั้งการให้ข้อเสนอแนะของผู้เข้าร่วมสัมมนา โดยเทคนิคแบบ Flow Station โดยแบ่งผู้ร่วมสัมมนาออกเป็น 5 กลุ่ม และจัดกระดานแสดงความคิดเห็นออกเป็น 5 สถานี ซึ่งหมายถึงข้อเสนอแนะ 5 ด้าน ได้แก่ ข้อเสนอแนะนโยบายของรัฐ การปรับปรุงการประกอบอาชีพ การปรับปรุงการบริโภค การสร้างเครือข่าย และข้อเสนอแนะอื่นๆ เมื่อผู้เข้าร่วมสัมมนาในแต่ละกลุ่มได้เขียนข้อเสนอแนะลงบนกระดานในแต่ละสถานีตามเวลาที่กำหนดแล้ว ทุกกลุ่มจะหมุนเวียนกันเพื่อให้ข้อเสนอแนะในแต่ละสถานีจนครบ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. การเก็บรวบรวมข้อมูลผู้บริโภค โดยการลงภาคสนามไปยังจังหวัดต่างๆ ที่เป็นตัวแทนของแต่ละภาค ซึ่งสถานที่เป้าหมายที่ใช้ในการสำรวจด้วยแบบสอบถามเป็นสถานที่ที่ผู้บริโภคนิยมมาจับจ่ายซื้อสินค้าเกษตรได้แก่ ตลาดสด ตลาดนัด และซูเปอร์มาร์เก็ต รวมทั้งการสอบถามผู้บริโภคตามสถานที่อยู่อาศัย และที่ทำงาน

2. การเก็บรวบรวมข้อมูลเกษตรกรและนักวิชาการเกษตร โดยการจดบันทึกและรวบรวมความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่ได้จากประเด็นต่างๆ ของการสัมมนาแบบมีส่วนร่วม แล้วนำมาเรียบเรียงเนื้อหา

ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ช่วงเวลาการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม คือ ระหว่างเดือนเมษายน ถึงเดือนตุลาคม พ.ศ. 2550
2. ช่วงเวลาการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมมนาแบบมีส่วนร่วม คือ ระหว่างเดือนกรกฎาคม ถึงเดือน สิงหาคม พ.ศ. 2550 ดังรายละเอียดต่อไปนี้

จังหวัดสุพรรณบุรี	วันที่ 11 กรกฎาคม 2550
จังหวัดนครราชสีมา	วันที่ 25 กรกฎาคม 2550
จังหวัดเชียงใหม่	วันที่ 1 สิงหาคม 2550
จังหวัดสุราษฎร์ธานี	วันที่ 10 สิงหาคม 2550

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามมีดังนี้

1.1 การวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา เพื่อสรุปสาระสำคัญของข้อมูล ได้แก่ การหาค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย ร้อยละ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

1.2 การทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของตัวแปร ได้แก่ การทดสอบไคสแควร์ (χ^2) ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 การทราบเกี่ยวกับข้อตกลงเขตการค้าเสรีมีความสัมพันธ์กับลักษณะทางประชากรของผู้บริโภค ได้แก่ อายุ เพศ ระดับการศึกษา อาชีพหลัก สถานภาพสมรส และรายได้ส่วนบุคคลต่อเดือน

สมมติฐานที่ 2 ความคิดเห็นต่อการทำข้อตกลงเขตการค้าเสรีของภาคการเกษตรมีความสัมพันธ์กับลักษณะทางประชากรของผู้บริโภค ได้แก่ อายุ เพศ ระดับการศึกษา อาชีพหลัก สถานภาพสมรส และรายได้ส่วนบุคคลต่อเดือน

สมมติฐานที่ 3 พฤติกรรมการซื้อสินค้าเกษตรด้านปริมาณการซื้อผักที่ปลูกในประเทศมีความสัมพันธ์กับลักษณะทางครอบครัวของผู้บริโภค ได้แก่ ภูมิภาค จำนวนสมาชิกในครัวเรือน และรายได้ครัวเรือนต่อเดือน

สมมติฐานที่ 4 พฤติกรรมการซื้อสินค้าเกษตรด้านปริมาณการซื้อผักจากต่างประเทศมีความสัมพันธ์กับลักษณะทางครอบครัวของผู้บริโภค ได้แก่ ภูมิภาค จำนวนสมาชิกในครัวเรือน และรายได้ครัวเรือนต่อเดือน

สมมติฐานที่ 5 พฤติกรรมการซื้อผักที่ปลูกในประเทศด้านปริมาณการซื้อของผู้บริโภคมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อผักจากต่างประเทศด้านปริมาณการซื้อ

สมมติฐานที่ 6 พฤติกรรมการซื้อสินค้าเกษตรด้านปริมาณการซื้อผลไม้ที่ปลูกในประเทศมีความสัมพันธ์กับลักษณะทางครอบครัวของผู้บริโภค ได้แก่ ภูมิภาค จำนวนสมาชิกในครัวเรือน และรายได้ครัวเรือนต่อเดือน

สมมติฐานที่ 7 พฤติกรรมการซื้อสินค้าเกษตรด้านปริมาณการซื้อผลไม้จากต่างประเทศมีความสัมพันธ์กับลักษณะทางครอบครัวของผู้บริโภค ได้แก่ ภูมิภาค จำนวนสมาชิกในครัวเรือน และรายได้ครัวเรือนต่อเดือน

สมมติฐานที่ 8 พฤติกรรมการซื้อผลไม้ที่ปลูกในประเทศด้านปริมาณการซื้อของผู้บริโภคมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อผลไม้จากต่างประเทศด้านปริมาณการซื้อ

สมมติฐานที่ 9 แหล่งที่ซื้อผักและผลไม้มีความสัมพันธ์กับถิ่นที่อยู่ของผู้บริโภค

สมมติฐานที่ 10 แหล่งที่ซื้อผักและผลไม้ไม่มีความสัมพันธ์กับลักษณะทางประชากรและครอบครัวของผู้บริโภค

ค่า Asymp. Sig. หรือค่า p-value ที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จนำมาใช้เปรียบเทียบกับระดับนัยสำคัญ α ที่กำหนด คือ 0.05 และ 0.01

ถ้าค่า p-value มากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 ($p > 0.05$) จะยอมรับสมมติฐานว่าง (H_0) และสรุปว่าการทราบเกี่ยวกับข้อตกลงเขตการค้าเสรี/ความคิดเห็นต่อการทำข้อตกลงเขตการค้าเสรี/ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการซื้อสินค้าเกษตรกับลักษณะทางประชากรของผู้บริโภค/ลักษณะทางครอบครัวของผู้บริโภคที่ใช้ทดสอบไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ถ้าค่า p-value น้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 แต่มากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.01 ($0.05 > p > 0.01$) จะปฏิเสธสมมติฐานว่าง (H_0) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และสรุปว่าการทราบเกี่ยวกับข้อตกลงเขตการค้าเสรี/ความคิดเห็นต่อการทำข้อตกลงเขตการค้าเสรี/ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการซื้อสินค้าเกษตรกับลักษณะทางประชากรของผู้บริโภค/ลักษณะทางครอบครัวของผู้บริโภคที่ใช้ทดสอบมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ถ้าค่า p-value น้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.01 ($p < 0.01$) จะปฏิเสธสมมติฐานว่าง (H_0) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 และสรุปว่าการทราบเกี่ยวกับข้อตกลงเขตการค้าเสรี/ความคิดเห็นต่อการทำข้อตกลงเขตการค้าเสรี/ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการซื้อสินค้าเกษตรกับลักษณะทางประชากรของผู้บริโภค/ลักษณะทางครอบครัวของผู้บริโภคที่ใช้ทดสอบมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญยิ่งทางสถิติ

1.3 การวัดความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริโภคสินค้าเกษตรในประเด็นต่างๆ ใช้มาตรวัดไลเคิร์ต (The Likert Scale) 5 ระดับ ได้แก่ ระดับ 5 หมายถึง เห็นด้วย 4 หมายถึง ค่อนข้างเห็นด้วย 3 หมายถึง ไม่แน่ใจ 2 หมายถึง ค่อนข้างไม่เห็นด้วย และ 1 หมายถึง ไม่เห็นด้วย จากนั้นนำระดับความคิดเห็นของทุกคนมาหาค่าเฉลี่ย และแปลผลค่าเฉลี่ยด้วยช่วงคะแนนดังนี้

คะแนนตั้งแต่ 1.00 – 1.80	ไม่เห็นด้วย
คะแนนตั้งแต่ 1.81 – 2.60	ค่อนข้างไม่เห็นด้วย
คะแนนตั้งแต่ 2.61 – 3.40	ไม่แน่ใจ
คะแนนตั้งแต่ 3.41 – 4.20	ค่อนข้างเห็นด้วย
คะแนนตั้งแต่ 4.21 – 5.00	เห็นด้วย

2. การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบมีส่วนร่วม ใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา โดยการเรียบเรียงประเด็นและหัวข้อต่างๆ ที่ได้จากผู้เข้าร่วมสัมภาษณ์ และการสรุปเนื้อหาสาระโดยผู้วิจัย

3. การวิเคราะห์เพื่อจัดทำข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย ใช้การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) และวิธีการจับคู่แบบ TOWS Matrix เพื่อให้ได้ข้อเสนอแนะ 4 ด้าน ได้แก่ การใช้จุดแข็งเพื่อตักตวงโอกาส (SO) การใช้จุดแข็งเพื่อหลีกเลี่ยงอุปสรรค (ST) การปรับปรุงจุดอ่อนเพื่อตักตวงโอกาส (WO) และการปรับปรุงจุดอ่อนเพื่อหลีกเลี่ยงอุปสรรค (WT)