



## รายงานการวิจัย

ความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อ  
ภาพลักษณ์ของสำนักงานป้องกันและ  
ปราบปรามการฟอกเงิน (ปปง.)

เสนอต่อ  
สำนักงาน ปปง.

โดย  
สถาบันวิจัยและให้คำปรึกษาแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์  
เมษายน 2546

## หัวหน้าโครงการวิจัย

รองศาสตราจารย์ ดร. พรทิพย์ พิมลสินธุ์

### ทีมงานวิจัย

นายสุวัฒน์

ทองธนากุล

นางสาวนิโลบล

บุญสลับ

บทนำ

1. หลักการและเหตุผล

สำนักงานป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน หรือ สำนักงาน ปปง. เป็นหน่วยงานใหม่ ของประเทศไทย จัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน พ.ศ. 2542 ใน สังกัดสำนักนายกรัฐมนตรี มีอำนาจหน้าที่ในการวางหลักเกณฑ์ (Regulator) และดูแลให้มีการ ปฏิบัติตามกฎหมายว่าด้วยการป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน (Law Enforcement) รวมทั้ง เป็นหน่วยงานตรวจสอบวิเคราะห์ข้อมูลทางการเงินที่เกี่ยวข้องกับการฟอกเงิน (Financial Intelligence Unit) ทั้งนี้ ภายใต้กรอบนโยบายและการกำกับของคณะกรรมการ ปปง. ภารกิจของ สำนักงาน ปปง. คือภารกิจในการวางหลักเกณฑ์ และภารกิจในการบังคับใช้กฎหมาย

สำหรับหน้าที่ของหน่วยงานวางหลักเกณฑ์ สำนักงาน ปปง. มีบทบาทในการศึกษาหา มาตรการในการป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน เพื่อเสนอต่อคณะรัฐมนตรี โดยมีฐานะเป็น ฝ่ายเลขานุการของคณะกรรมการ ปปง. และในฐานะของหน่วยงานผู้บังคับใช้กฎหมาย สำนักงาน ปปง. มีอำนาจหน้าที่ในการตรวจสอบและดำเนินการเกี่ยวกับธุรกรรมหรือทรัพย์สินที่เกี่ยวข้องกับ การกระทำความผิดฟอกเงิน ทั้งนี้ภายใต้การชี้นำของคณะกรรมการ ปปง. ตลอดจนดูแลให้ผู้มี ส่วนเกี่ยวข้องปฏิบัติตามกฎหมายว่าด้วยการป้องกันและปราบปรามการฟอกเงินดังกล่าว

จากกรณีสำนักงาน ปปง. ตรวจสอบธุรกรรมทางการเงินของนักการเมือง สื่อมวลชน กลุ่มเคลื่อนไหวขององค์กรพัฒนาเอกชน และข้าราชการ อาจทำให้ประชาชนทั่วไปเกิดความ เคลือบแคลง สงสัย เกี่ยวกับการปฏิบัติงานและการใช้อำนาจตามหน้าที่ของสำนักงาน ปปง. ว่า เป็นไปโดยถูกต้อง เหมาะสม ชอบธรรม และเคารพในสิทธิเสรีภาพของบุคคลหรือไม่ ซึ่งอาจก่อให้เกิด ผลกระทบในเชิงลบต่อภาพลักษณ์ของหน่วยงาน ดังนั้นเพื่อให้ภารกิจของสำนักงาน ปปง. ดัง กล่าวข้างต้นบรรลุตามเป้าหมาย สำนักงาน ปปง. จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องทราบ ว่า ประชาชน หน่วยงานภาครัฐและเอกชน ตลอดจนสื่อมวลชนได้รู้จักและเข้าใจถึงการดำเนินงาน ของสำนักงาน ปปง. ชัดเจนมากน้อยเพียงใด โดยการจัดทำการสำรวจภาพลักษณ์ขององค์กรเพื่อ ให้ทราบถึงข้อมูลที่จะนำไปสู่การพัฒนาปรับปรุงรูปแบบในการดำเนินงาน และวางแผนงานประชาสัมพันธ์ของสำนักงาน ปปง. ต่อไป

## 2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 2.1 เพื่อศึกษาความคิดเห็นของประชาชน หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ และภาคเอกชน สื่อมวลชน เกี่ยวกับภาพลักษณ์ของสำนักงาน ปปง. ว่าเป็นที่รู้จักของกลุ่มเป้าหมายเพียงใด และอยู่ในระดับใด
- 2.2 เพื่อศึกษาช่องทางและวิธีการในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารด้านการป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน
- 2.3 เพื่อให้ได้ข้อมูลใช้เป็นแนวทางในการวางแผนการประชาสัมพันธ์ของสำนักงาน ปปง. ในการสร้างความเข้าใจอันดี และส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชน หน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชน ต่อการป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน

## 3. ขอบเขตของการวิจัย

- 3.1 การวิจัยครั้งนี้ได้ทำการศึกษาความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อสำนักงาน ปปง. เป็นระยะเวลา 4 เดือน
- 3.2 การวิจัยครั้งนี้ดำเนินการเก็บข้อมูลกับกลุ่มเป้าหมายในพื้นที่ทั้งในเขตกรุงเทพฯ และบริเวณชล และภูมิภาค เพื่อใช้เป็นตัวแทนของประชากรทั่วประเทศ

## 4. ระเบียบวิธีการวิจัย

### 4.1 วิธีการวิจัย

เพื่อให้การสำรวจความคิดเห็นของประชาชนต่อภาพลักษณ์ของสำนักงาน ปปง. มีความรัดกุมและสมบูรณ์ในนี้จึงแบ่งวิธีการวิจัยเป็น 2 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ในประเภทของการวิจัยแบบสำรวจ (Survey Research) โดยประมวลและวิเคราะห์ภาพลักษณ์ของสำนักงาน ปปง ณ ช่วงเวลาหนึ่งโดยเน้นการวัดครั้งเดียว (One-shot Descriptive Study)

ส่วนที่ 2 วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เป็นการประชุมโต๊ะกลม ซึ่งมีการอภิปรายกลุ่ม (Group Discussion) โดยการเชิญผู้ทรงคุณวุฒิทั้งภาครัฐและเอกชน ได้แก่ สื่อมวลชน นักวิชาการ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง มาประชุมร่วมกันเพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลเชิงคุณภาพและเป็นการเสริมความรู้ ความเข้าใจ ข้อมูลที่ได้จากการสำรวจอีกทางหนึ่ง ทั้งนี้ได้

กระทำภายหลังการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณเสร็จเรียบร้อยแล้ว เพื่อเป็นข้อเสนอแนะแก่สำนักงาน  
ปปง. ต่อไป

#### 4.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

4.2.1 ประชากร ในการศึกษาครั้งนี้ได้แบ่งประชากรออกเป็น 3 กลุ่มคือ

- (1) กลุ่มประชาชนทั่วไป
- (2) กลุ่มหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ และภาคเอกชน ประกอบด้วย  
สำนักงานที่ดิน สำนักงานสรรพากร สำนักงานประกันภัย กรมศุลกากร  
กระทรวงยุติธรรม สำนักงาน ปปง. สำนักงานตำรวจแห่งชาติ สมาคม  
หอการค้าไทย นักการเมือง และสถาบันการเงิน เป็นต้น
- (3) กลุ่มสื่อมวลชน สายข่าวเศรษฐกิจและการเงิน เป็นต้น

#### 4.2.2 กลุ่มตัวอย่าง

- (1) การสุ่มตัวอย่างจากประชากรได้กำหนดระดับอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป
- (2) แผนการสุ่มตัวอย่างได้สุ่มตัวอย่างตามประเภทของประชากร (Stratified  
Random Sampling) โดยกำหนดขนาดตัวอย่างตามสัดส่วนจำนวน  
ประชากรในแต่ละกลุ่มให้สามารถเป็นตัวแทนของประชากรทั้งหมดทั่ว  
ประเทศ โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้น (Multistage Sampling)

#### 4.3 พื้นที่ที่ใช้ในการวิจัย

กำหนดพื้นที่ที่ใช้ในการสำรวจเป็น 6 เขต ในแต่ละเขตกำหนดจังหวัดโดยวิธีเฉพาะ  
เจาะจง (Purposive) ดังนี้

- |                           |            |             |           |          |
|---------------------------|------------|-------------|-----------|----------|
| (1) กรุงเทพฯ และปริมณฑล   | กรุงเทพฯ   | สมุทรปราการ | นนทบุรี   | ปทุมธานี |
| (2) ภาคกลาง               | ลพบุรี     |             | นครปฐม    |          |
| (3) ภาคตะวันออก           | ชลบุรี     |             | สระแก้ว   |          |
| (4) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ | นครราชสีมา |             | กาฬสินธุ์ |          |
| (5) ภาคเหนือ              | เชียงใหม่  |             | ตาก       |          |
| (6) ภาคใต้                | สงขลา      |             | ระนอง     |          |

#### 4.4 ขนาดตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการเก็บข้อมูลครั้งนี้ กำหนดขนาดตัวอย่างจำนวน 1,500 ตัวอย่าง ดังนี้

(1) จำนวนตัวอย่างในจังหวัดกรุงเทพฯ ซึ่งเป็นจังหวัดที่มีขนาดใหญ่และเป็นศูนย์กลางของประเทศไทยจึงมีความสำคัญมาก การกำหนดขนาดตัวอย่างของกรุงเทพฯ จึงพิจารณาจากจำนวนประชากรของกรุงเทพฯ มีจำนวน 6 ล้านกว่าคน เมื่ออิงตาราง Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และให้มีความคลาดเคลื่อนเกิดขึ้นได้  $\pm 5\%$  ได้ขนาดตัวอย่างในจังหวัดกรุงเทพฯ ทั้งสิ้นไม่ต่ำกว่า 400 คน ในที่นี้กำหนดไว้ 400 คน และเมื่อรวมเขตปริมณฑลด้วย กรุงเทพฯ-ปริมณฑลจึงควรมีขนาดตัวอย่างไม่ต่ำกว่า 600 ตัวอย่าง

(2) จำนวนตัวอย่างในเขตภูมิภาค มีจำนวนประชากรประมาณไม่ต่ำกว่า 40 ล้านคน โดยใช้ข้อมูลจากสำนักงานสถิติแห่งชาติ เป็นสถิติจำนวนประชากร จำนวนครัวเรือน จำแนกตามเขตการปกครอง เมื่ออิงตาราง Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และให้คลาดเคลื่อนเกิดขึ้นได้  $+ 4\%$  ได้ขนาดตัวอย่างทั้งสิ้นไม่ต่ำกว่า 625 คนในที่นี้จึงกำหนดขนาดตัวอย่างในเขตภูมิภาคที่ใช้เก็บข้อมูลเป็นจำนวน 900 ตัวอย่าง แบ่งเป็นเขตละ 180 ตัวอย่าง

(3) ในแต่ละจังหวัด กำหนดขนาดตัวอย่างตามสัดส่วนจำนวนประชากรของจังหวัดนั้นๆ

(4) ในแต่ละกลุ่ม กำหนดขนาดตัวอย่างได้ใช้วิธีการกำหนดแบบเจาะจง (Purposive) โดยกำหนดขนาดตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่ม ตามสัดส่วนดังนี้ 5 : 3 : 1

#### ตารางแสดงขนาดตัวอย่างในแต่ละเขต

เขต	จำนวนตัวอย่าง
กรุงเทพฯ และปริมณฑล	600
ภาคกลาง	180
ภาคตะวันออก	180
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	180
ภาคเหนือ	180
ภาคใต้	180
รวม	1,500

ตารางแสดงจำนวนตัวอย่างที่เก็บรวบรวมได้ในแต่ละจังหวัด แต่ละกลุ่ม

ภาค	จังหวัด	ประชาชน ทั่วไป	หน่วยงาน ภาครัฐ ภาคเอกชน	สื่อมวลชน	รวม
กรุงเทพฯ ปริมณฑล	กรุงเทพฯ	220	135	45	400
	สมุทรปราการ	50	30	10	90
	นนทบุรี	40	24	8	72
	ปทุมธานี	20	14	4	38
ภาคกลาง	ลพบุรี	50	30	10	90
	นครปฐม	50	30	10	90
ภาคตะวันออก	ชลบุรี	65	39	13	117
	สระแก้ว	35	21	7	63
ภาคตะวันออก	นครราชสีมา	70	42	14	126
	กาญจนบุรี	30	18	6	54
ภาคเหนือ	เชียงใหม่	70	42	14	126
	ตาก	30	18	6	54
ภาคใต้	สงขลา	80	48	16	144
	ระนอง	20	12	4	36
รวม		830	503	167	1,500

ส่วนที่ 1 ข้อมูลประชากรศาสตร์ เป็นคำถามปลายปิด

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร

คำถามปลายปิด ได้แก่

- การเคยได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสำนักงาน ปปง. ในปัจจุบัน
- ประเภทสื่อที่กลุ่มตัวอย่างได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสำนักงาน ปปง.
- ความบ่อยครั้งของการได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสำนักงาน ปปง.

คำถามปลายเปิด ได้แก่

- ข่าวสารด้านบวก และด้านลบ ที่กลุ่มตัวอย่างได้รับเกี่ยวกับสำนักงาน ปปง.
- ข่าวสารที่กลุ่มตัวอย่างต้องการได้รับจากสำนักงาน ปปง.
- สื่อ/วิธีการที่เหมาะสมในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของสำนักงาน ปปง
- ข้อดี ข้อด้อย และข้อเสนอแนะด้านการประชาสัมพันธ์

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของ สำนักงาน ปปง.

คำถามปลายปิด ได้แก่

- ภาพลักษณ์ของสำนักงาน ปปง. ในด้านต่างๆ

คำถามปลายเปิด ได้แก่

- สิ่งที่กลุ่มตัวอย่างนึกถึง เมื่อเอ่ยถึงสำนักงาน ปปง.
- ประโยชน์ที่กลุ่มตัวอย่าง และสังคมได้รับจากสำนักงาน ปปง.
- สิ่งที่คาดหวังจากสำนักงาน ปปง.
- เหตุผลที่พอใจในระดับต่างๆ ต่อผลการทำงานของสำนักงาน ปปง. ในรอบ 3 ปีที่ผ่านมา

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะทั่วไป เป็นคำถามปลายเปิด

ทั้งนี้ส่วนที่ 1 แบ่งออกเป็น 3 ชุด แยกตามกลุ่มตัวอย่าง 3 กลุ่ม

เพื่อความเที่ยงตรง (Validity) ของแบบสอบถาม หลังจากร่างแบบสอบถามเสร็จและได้รับความเห็นชอบจากผู้เชี่ยวชาญและผู้แทนของสำนักงาน ปปง. แล้ว ได้นำแบบสอบถามไปทดสอบ (Pretest) กับกลุ่มประชาชนที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 50 ชุด จากนั้นนำแบบสอบถามมาวิเคราะห์ค่าความเชื่อถือได้ (Reliability) โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Alpha-coefficient) ของครอนบาค (Cronbach) ได้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาเท่ากับ 0.9070 (ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาที่อยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้นั้นควรมีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.7) ดังนั้นแสดงได้ว่าแบบสอบถามมีความเชื่อถือได้ เหมาะสมกับการนำไปใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้

#### 4.6 การประเมินผล

สำหรับคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์นั้น ได้กำหนดเกณฑ์ในการวัดตามระบบ Likert Scales แบ่งเป็น 5 ระดับ โดยกำหนดช่วงคะแนน เป็นดังนี้

คะแนน	ช่วงคะแนน	ระดับความคิดเห็น
5	4.21 – 5.00	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
4	3.41 – 4.20	เห็นด้วย
3	2.61 – 3.40	ปานกลาง
2	1.81 – 2.60	ไม่เห็นด้วย
1	1.00 – 1.80	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

#### 4.7 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

(1) การเก็บรวบรวมข้อมูลกลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่ม ได้ใช้แบบสอบถามประกอบการสัมภาษณ์ซึ่งเป็นการสัมภาษณ์ตัวต่อตัว (Face-to-Face Interview)

(2) การติดตามและควบคุมคุณภาพของงานวิจัย

- คัดเลือกพนักงานเก็บข้อมูล ได้เน้นผู้ที่มีประสบการณ์และมีความรู้ในการวิจัยเชิงสำรวจ พนักงานที่ได้รับการคัดเลือกได้ทำการศึกษาโครงการวิจัยเพื่อเข้าใจในคุณค่าและความสำคัญของการวิจัย และผ่านการอบรมในกลยุทธ์ เทคนิคการเก็บข้อมูล การตีความของคำถามเพื่อให้ได้คำตอบที่ตรง และได้รับการทดสอบเก็บข้อมูลก่อนจะออกภาคสนาม
- แบ่งผู้รับผิดชอบหัวหน้าทีม และทีมเก็บข้อมูลในแต่ละจังหวัด พร้อมกำหนดการดำเนินงาน
- จัดอบรมทีมเก็บข้อมูล เพื่อทำความเข้าใจถึงลักษณะของคำถาม วิธีการสัมภาษณ์ และกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการเก็บข้อมูล จากผู้รับผิดชอบโครงการ
- ผู้วิจัยจะตรวจเช็คและประชุมร่วมกับพนักงานเก็บข้อมูลอยู่เสมอ เพื่อเข้าใจในปัญหาอุปสรรคต่างๆ และแก้ไขได้ทันที่และเหมาะสม
- การ Spot Checking ได้ทำโดยผู้วิจัยและ/หรือผู้รับผิดชอบทีม
- การประชุมหารือ เพื่อแก้ไขปัญหาเฉพาะพื้นที่ เฉพาะกลุ่มได้ทำเป็นประจำตามความเหมาะสม โดยในแต่ละทีมผู้รับผิดชอบทีมได้มีการพูดคุยปรึกษาหารือถึงปัญหาและอุปสรรคต่างๆ ในการเก็บรวบรวมข้อมูล พร้อมทั้งหาวิธีการแก้ไข

- ข้อมูลที่ได้รับได้มีการตรวจสอบโดยผู้วิจัย และ/หรือผู้รับผิดชอบทีม ก่อนออกจากพื้นที่เพื่อตรวจดูในแง่คุณภาพ และปริมาณคำตอบที่ได้รับ

#### 4.8 การวิเคราะห์ข้อมูล

แบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 2 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ที่ได้จากการประชุมโต๊ะกลมมาประกอบการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสำรวจ และการอภิปรายผลการวิจัย

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ซึ่งเป็นข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้นำมาวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ SPSS for Windows คำนวณ สถิติ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ และค่า t-test

#### 5. การประชุมโต๊ะกลม

การวิจัยครั้งนี้เน้นเป็นการวิจัยประยุกต์ที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ต่อการประชาสัมพันธ์และการดำเนินงานของสำนักงาน ปปง. ในอนาคต ดังนั้นเพื่อให้ได้ข้อสรุป ข้อเสนอแนะที่มีคุณค่า และได้ประโยชน์ ผู้วิจัยได้จัดให้มีการประชุมโต๊ะกลมเพื่อเสนอผลการวิจัย และระดมความคิดเห็นจากผู้ทรงคุณวุฒิในด้านต่างๆ และผู้ที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับสำนักงาน ปปง. เพื่อให้ได้ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อสำนักงาน ปปง. ต่อไป

#### 6. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- (1) ทำให้ทราบความคิดเห็นของประชาชน หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ และภาคเอกชน สื่อมวลชน เกี่ยวกับภาพลักษณ์ของสำนักงาน ปปง. ว่าเป็นที่รู้จักของกลุ่มเป้าหมายเพียงใด ในระดับใด
- (2) ทำให้ทราบช่องทางและวิธีการในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารด้านการป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน
- (3) เพื่อนำผลการวิจัยมาใช้เป็นแนวทางในการวางแผนการประชาสัมพันธ์ของสำนักงาน ปปง. ในการสร้างความเข้าใจอันดี และส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชน หน่วยงาน ภาครัฐ และภาคเอกชน ต่อการป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน

การนำเสนอรายงานการวิจัย นำเสนอเป็น 2 เล่ม ประกอบด้วย

เล่มที่ 1 รายงานผลการสำรวจความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อภาพลักษณ์ของสำนักงานป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน (ปปง.)

บทที่ 1 บทนำ

บทที่ 2 การสำรวจความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อภาพลักษณ์ของสำนักงานป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน (ปปง.)  
(ภาพรวม)

บทที่ 3 การสำรวจความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อภาพลักษณ์ของสำนักงานป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน (ปปง.)  
(แยกตามกลุ่ม)

บทที่ 4 สรุป วิเคราะห์ เสนอแนะ  
ภาคผนวก ผลการประชุมโต๊ะกลม  
ข้อมูลประชากรศาสตร์

เล่มที่ 2 รายงานบทสรุปสำหรับผู้บริหาร

- บทนำ
- สรุปผลการวิจัยเชิงปริมาณ
- วิเคราะห์ผลการวิจัยเชิงปริมาณ
- สรุปผลการประชุมโต๊ะกลม
- วิเคราะห์ผลการประชุมโต๊ะกลม
- ข้อเสนอแนะจากผู้วิจัย

สรุปขั้นตอนและวิธีการวิจัย

