

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

จากการเก็บข้อมูลในการวิจัยเรื่อง "แนวโน้มการประชาสัมพันธ์ของ ปตท. ในทศวรรษหน้า (พ.ศ. 2545-2555)" โดยใช้ระเบียบวิธีการวิจัยอนาคตแบบ EDFR (Ethnographic Delphi Future Research) ซึ่งประกอบด้วย การสัมภาษณ์ในรอบแรกและการตอบแบบสอบถามในรอบที่ 2 โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างคือผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 25 คน เพื่อคาดการณ์เกี่ยวกับแนวโน้มในอนาคตของงานประชาสัมพันธ์ ปตท. นั้น

ในการนำเสนอข้อมูล ผู้วิจัยจะเสนอตามประเด็นที่สอบถามในแบบสอบถาม โดยจำแนกข้อมูลเป็น 5 ประเด็น ดังนี้

1. ความคิดเห็นเกี่ยวกับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของ ปตท. ในปัจจุบัน
2. ภาพลักษณ์ของ ปตท. ที่ผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิได้รับผ่านสื่อประเภทต่าง ๆ
3. ความคิดเห็นเกี่ยวกับจุดเด่น (Strength) จุดด้อย (Weakness) โอกาส (Opportunity) และภัยคุกคาม (Threat) ของการประชาสัมพันธ์ของ ปตท. ในปัจจุบัน
4. แนวโน้มของการประชาสัมพันธ์ของ ปตท. ในทศวรรษหน้า
5. ข้อเสนอแนะในงานประชาสัมพันธ์ของ ปตท.

และจากหัวข้อดังกล่าว ผู้วิจัยได้จำแนกแจกแจงผลการตอบแบบสอบถามในรอบที่ 2 เป็นตาราง พร้อมการวิเคราะห์ข้อมูลในรายละเอียดได้ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 1 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของ ปตท.ในปัจจุบัน

ลำดับ	ข้อที่	มัธยฐาน	ฐานนิยม	ฐานนิยม-มัธยฐาน	พิสัยระหว่างควอไทล์	การเห็นด้วย	ความสอดคล้อง
1	1.2	4.24	4	.24	.96	มาก	สอดคล้อง
2	1.4	4.16	4	.16	1.21	มาก	สอดคล้อง
3	1.1	4	4	0	1.26	มาก	สอดคล้อง
4	1.5	3.88	4	.12	1.03	มาก	สอดคล้อง
5	1.6	3.76	4	.24	1.42	มาก	สอดคล้อง
6	1.3	3.48	3	.48	1.23	ปานกลาง	สอดคล้อง
7	1.8	3.4	3	.40	1.20	ปานกลาง	สอดคล้อง
8	1.7	3.2	3	.20	1.50	ปานกลาง	สอดคล้อง

ผลการวิเคราะห์จากตารางที่ 1 จะเห็นได้ว่าความคิดเห็นเกี่ยวกับการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของ ปตท.ในปัจจุบันนั้น ผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิมีความเห็นที่สอดคล้องกัน โดยมีความเห็นด้วยอยู่ในระดับมาก 5 ข้อ และความเห็นด้วยในระดับปานกลาง 3 ข้อ ซึ่งสามารถแจกแจงรายละเอียดตามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิที่เห็นด้วยในระดับมาก 5 ข้อโดยเรียงตามคะแนนมาตรฐานได้ ดังนี้

- ข้อ 1.2 ปตท.เน้นการประชาสัมพันธ์เชิงรับมากกว่ารุก
- ข้อ 1.4 ปตท.ทำการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการขายมาก
- ข้อ 1.1 ปตท.บริหารงานประชาสัมพันธ์ด้วยระบบราชการ
- ข้อ 1.5 ปตท.เน้นการสร้างภาพลักษณ์
- ข้อ 1.6 มีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของ ปตท.น้อย

สำหรับความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความสอดคล้องและมีความเห็นด้วยในระดับปานกลาง 3 ข้อ สามารถแจกแจงรายละเอียดเรียงตามคะแนนมาตรฐานได้ดังนี้

- ข้อ 1.3 ผู้บริหาร ปตท.ให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์มาก
- ข้อ 1.8 ปตท.ไม่มีแผนงานประชาสัมพันธ์ที่ชัดเจน
- ข้อ 1.7 การประชาสัมพันธ์ของ ปตท.ใช้สื่อไม่หลากหลาย

ตารางที่ 2 ภาพลักษณ์ของ ปตท.ที่ผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิได้รับผ่านสื่อ
ประเภทต่าง ๆ

ลำดับ	ข้อที่	มัชยฐาน	ฐานนิยม	ฐานนิยม-มัชยฐาน	พิสัยระหว่างควอไทล์	การเห็นด้วย	ความสอดคล้อง
1	2.2	4.32	5	.52	.71	มาก	สอดคล้อง
2	2.4	4.32	5	.68	.71	มาก	สอดคล้อง
3	2.7	4	3.92	.08	.91	มาก	สอดคล้อง
4	2.3	3.84	4	.16	1.11	มาก	สอดคล้อง
5	2.6	3.76	4	.24	1.46	มาก	สอดคล้อง
6	2.1	3.68	4	.32	.78	มาก	สอดคล้อง
7	2.1	3.68	4	.32	.68	มาก	สอดคล้อง
8	2.8	2.28	2	.28	1.08	น้อย	สอดคล้อง
9	2.9	2.04	2	.04	1.21	น้อย	สอดคล้อง
10	2.10	1.96	2	.04	1.16	น้อย	สอดคล้อง

จากตารางที่ 2 เมื่อวิเคราะห์ข้อมูลแล้วพบว่าผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิมีความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของ ปตท.ผ่านสื่อประเภทต่างๆ ที่สอดคล้องกัน โดยมีความเห็นด้วยในระดับมากรวม 7 ข้อ และความเห็นด้วยในระดับน้อย 3 ข้อ

ในส่วนที่ผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิมีความคิดเห็นที่สอดคล้องกัน โดยมีความเห็นด้วยในระดับมาก 7 ข้อ เรียงตามคะแนนมาตรฐานคือ

- ข้อ 2.2 ปตท.เป็นองค์กรใหญ่และเป็นองค์กรที่มีความน่าเชื่อถือ
- ข้อ 2.4 บทบาทหน้าที่ของ ปตท.คือการรับผิดชอบเรื่องพลังงานให้ประเทศ
- ข้อ 2.7 กระแสต่อต้านโครงการท่อส่งก๊าซฯ ที่ ปตท.เป็นผู้ดำเนินการ มีส่วนทำให้เกิดภาพลักษณ์เชิงลบต่อ ปตท.
- ข้อ 2.3 ปตท.มีการกำกับดูแลกิจการที่ดี (Good Corporate Governance)
- ข้อ 2.6 มีนักการเมืองแทรกแซงการทำงานของ ปตท.
- ข้อ 2.1 ปตท.มีการบริหารงานแบบมืออาชีพ
- ข้อ 2.5 ปตท.ใส่ใจเรื่องสิ่งแวดล้อม

สำหรับข้อที่ผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิมีความเห็นสอดคล้องกัน และมีความเห็นด้วยในระดับน้อย 3 ข้อ เรียงตามคะแนนมาตรฐานคือ

- ข้อ 2.8 ปตท.มีการบริหารงานที่ไม่โปร่งใส
- ข้อ 2.9 มีการทุจริต/คอร์ปชั่นใน ปตท.
- ข้อ 2.10 ปตท.ทำธุรกิจโดยการหลีกเลี่ยงภาษี

ซึ่งแสดงว่า ปตท.มีการบริหารงานที่โปร่งใส ไม่มีการทุจริตหรือคอร์ปชั่นใน ปตท. และไม่มีการทำธุรกิจโดยการหลีกเลี่ยงภาษี

ตารางที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับจุดเด่น (Strength) จุดด้อย (Weakness) โอกาส (Opportunity) และภัยคุกคาม (Threat) ของการประชาสัมพันธ์ของ ปตท.ในปัจจุบัน

ลำดับ ข้อที่ มัชยฐาน ฐานนิยม ฐานนิยม-มัชยฐาน พิสัยระหว่างควอไทล์ การเห็นด้วย ความสอดคล้อง

จุดเด่น (Strength)

1	3.2	4.4	5	.60	1.21	มาก	สอดคล้อง
2	3.2	3.96	4	.04	1.02	มาก	สอดคล้อง
3	3.3	3.8	4	.02	.71	มาก	สอดคล้อง
4	3.4	3.76	4	.24	.87	มาก	สอดคล้อง
5	3.5	3.72	4	.28	1.16	มาก	สอดคล้อง

จุดด้อย (Weakness)

6	3.10	3.8	4	.20	1.11	มาก	สอดคล้อง
7	3.9	3.64	4	.36	1.02	มาก	สอดคล้อง
8	3.6	3.6	4	.40	.48	มาก	สอดคล้อง
9	3.8	3.12	3	.12	.78	ปานกลาง	สอดคล้อง
10	3.7	2.56	2	.56	1,16	ปานกลาง	สอดคล้อง

ลำดับ ข้อที่ มัธยฐาน ฐานนิยม ฐานนิยม-มัธยฐาน พิสัยระหว่างควอไทล์ การเห็นด้วย ความสอดคล้อง

โอกาส (Opportunity)

11	3.14	4.56	5	.44	.94	มากที่สุด	สอดคล้อง
12	3.11	4.44	5	.56	.99	มาก	สอดคล้อง
13	3.13	3.88	4	.12	1.11	มาก	สอดคล้อง
14	3.12	3.76	4	.24	1.46	มาก	สอดคล้อง
15	3.5	3.72	4	.28	.78	มาก	สอดคล้อง

ภัยคุกคาม (Threat)

16	3.18	3.96	4	.04	1.21	มาก	สอดคล้อง
17	3.16	3.88	4	.12	1.13	มาก	สอดคล้อง
18	3.17	3.52	3	.52	.74	มาก	สอดคล้อง
19	3.20	3.40	3	.04	1.03	ปานกลาง	สอดคล้อง
20	3.19	2.96	2	.96	1.08	ปานกลาง	สอดคล้อง

จากตารางที่ 3 สามารถนำเสนอผลการวิเคราะห์ได้ว่า ผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิมีความคิดเห็นเกี่ยวกับจุดเด่น (Strength) จุดด้อย (Weakness) โอกาส (Opportunity) และภัยคุกคาม (Threat) ของการประชาสัมพันธ์ของ ปตท. ในปัจจุบันในแนวทางที่สอดคล้องกัน และมีความเห็นด้วยในระดับมากที่สุด 1 ข้อ ความเห็นด้วยในระดับมาก 15 ข้อ และ ความเห็นด้วยในระดับปานกลาง 4 ข้อ โดยจำแนกรายละเอียดได้ดังนี้

ความคิดเห็นเกี่ยวกับจุดเด่น (Strength) ของการประชาสัมพันธ์ของ ปตท. ในปัจจุบันที่มีความสอดคล้องกันและมีความเห็นด้วยในระดับมาก 5 ข้อ สามารถแจกแจงรายละเอียดโดยเรียงตามคะแนนมาตรฐานได้ดังนี้

- ข้อ 3.2 ปตท.เป็นองค์กรเก่าแก่ เป็นที่รู้จักและเป็นที่ยอมรับ
- ข้อ 3.1 บุคลากรของ ปตท.มีคุณภาพและมีความโปร่งใส
- ข้อ 3.3 ผู้บริหาร ปตท.ให้การสนับสนุนงานประชาสัมพันธ์
- ข้อ 3.4 ปตท.ให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมและช่วยเหลือสังคม
- ข้อ 3.5 ผลิตภัณฑ์ของ ปตท.มีคุณภาพและทำผลกำไรที่ดี

ความคิดเห็นเกี่ยวกับจุดด้อย (Weakness) ของการประชาสัมพันธ์ของ ปตท. ในปัจจุบันที่มีความสอดคล้องกัน มีความเห็นด้วยในระดับมาก 3 ข้อ และมีความเห็นด้วยในระดับปานกลาง 2 ข้อ ซึ่งสามารถแจกแจงรายละเอียดตามความเห็นด้วยของผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิระดับมาก 3 ข้อเรียงตามคะแนนมาตรฐานได้ดังนี้

- ข้อ 3.10 ปตท.บริหารงานด้วยระบบราชการ
- ข้อ 3.9 ธุรกิจของ ปตท.เป็นธุรกิจที่เข้าใจยากและมีความซับซ้อน
- ข้อ 3.6 มีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของ ปตท.น้อย

และความคิดเห็นเกี่ยวกับจุดด้อย (Weakness) ของการประชาสัมพันธ์ของ ปตท. ในปัจจุบันที่มีความสอดคล้องกันและมีความเห็นด้วยในระดับปานกลาง 2 ข้อ สามารถแจกแจงรายละเอียดโดยเรียงตามคะแนนมาตรฐานได้ดังนี้

- ข้อ 3.8 ปตท.ไม่มีเป้าหมายทางการประชาสัมพันธ์ที่ชัดเจน
- ข้อ 3.7 ปตท.ไม่มีบทบาททางสังคม

ความคิดเห็นเกี่ยวกับโอกาส (Opportunity) ของการประชาสัมพันธ์ของ ปตท. ในปัจจุบันที่มีความสอดคล้องกันและมีความเห็นด้วยในระดับมากที่สุด 1 ข้อและระดับมาก

4 ข้อ ซึ่งสามารถแจกแจงรายละเอียดตามความเห็นด้วยของผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิในระดับมากที่สุด 1 ข้อโดยเรียงตามคะแนนมาตรฐานได้ดังนี้

ข้อ 3.14 การประกอบการของ ปตท.มีส่วนในการพัฒนาประเทศ

และความคิดเห็นเกี่ยวกับโอกาส (Opportunity) ของการประชาสัมพันธ์ของ ปตท.ในปัจจุบันที่มีความสอดคล้องกันและมีความเห็นด้วยในระดับมาก 4 ข้อ สามารถแจกแจงรายละเอียดเรียงตามคะแนนมาตรฐานได้ดังนี้

ข้อ 3.11 ปตท.เป็นบริษัทพลังงานของคนไทย

ข้อ 3.13 ธุรกิจของ ปตท.เป็นธุรกิจที่ใกล้ชิดประชาชน

ข้อ 3.12 ปตท.ยังคงได้รับสิทธิพิเศษต่างๆ ในการดำเนินธุรกิจหลังจากการเปลี่ยนแปลงจากความเป็นรัฐวิสาหกิจมาเป็นบริษัทจำกัด

ข้อ 3.15 รัฐบาลเห็นความสำคัญจึงให้งบลงทุนสูง

ความคิดเห็นเกี่ยวกับภัยคุกคาม (Threat) ของการประชาสัมพันธ์ของ ปตท.ในปัจจุบันที่มีความสอดคล้องกันและมีความเห็นด้วยในระดับมาก 3 ข้อ และระดับปานกลาง 2 ข้อ ซึ่งสามารถแจกแจงรายละเอียดตามความเห็นด้วยของผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิในระดับมาก 3 ข้อโดยเรียงตามคะแนนมาตรฐานได้ดังนี้

ข้อ 3.18 ปตท.อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของรัฐบาล

ข้อ 3.16 การบริหารงานภายในของ ปตท.มีการแทรกแซงจากนักการเมือง

ข้อ 3.17 ธุรกิจของ ปตท.เป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับหน่วยงานอื่น

และความคิดเห็นเกี่ยวกับภัยคุกคาม (Threat) ของการประชาสัมพันธ์ของ ปตท.ในปัจจุบันที่มีความสอดคล้องกันและมีความเห็นด้วยในระดับปานกลาง 2 ข้อ สามารถแจกแจงรายละเอียดโดยเรียงตามคะแนนมาตรฐานได้ดังนี้

ข้อ 3.20 ธุรกิจของ ปตท.เป็นธุรกิจที่เสรีที่คู่แข่งที่น่ากลัว

ข้อ 3.19 รัฐบาลไม่ให้การสนับสนุนธุรกิจของ ปตท.อย่างจริงจัง

ตารางที่ 4 แนวโน้มของการประชาสัมพันธ์ของ ปตท.ในทศวรรษหน้า

ลำดับ	ข้อที่	มัธยฐาน	ฐานนิยม	ฐานนิยม - มัธยฐาน	พิสัยระหว่าง ควอไทล์	โอกาสที่ จะเกิดขึ้น	ความสอดคล้อง ของผู้เชี่ยวชาญ และผู้ทรงคุณวุฒิ	อนาคต
1	4.6	4.64	5	.36	.96	มากที่สุด	สอดคล้อง	พึงประสงค์
2	4.9	4.44	5	.56	1.09	มาก	สอดคล้อง	พึงประสงค์
3	4.16	4.4	4	.4	.83	มาก	สอดคล้อง	พึงประสงค์
4	4.3	4.28	5	.72	1.15	มาก	สอดคล้อง	พึงประสงค์
5	4.5	4.28	5	.72	1.11	มาก	สอดคล้อง	พึงประสงค์
6	4.12	4.28	5	.72	.78	มาก	สอดคล้อง	พึงประสงค์
7	4.8	4.24	4	.24	1.02	มาก	สอดคล้อง	พึงประสงค์
8	4.13	4.24	4	.24	1.02	มาก	สอดคล้อง	พึงประสงค์

ลำดับ	ข้อที่	มัธยม	ฐานนิยม	ฐานนิยม	พิสัยระหว่าง ควอไทล์	โอกาสที่ จะเกิดขึ้น	ความสอดคล้อง ของผู้เชี่ยวชาญ และผู้ทรงคุณวุฒิ	อนาคต
				- มัธยม				
9	4.1	4.2	4	.2	1.12	มาก	สอดคล้อง	พึงประสงค์
10	4.7	4.08	4	.08	.94	มาก	สอดคล้อง	พึงประสงค์
11	4.10	4.04	4	.04	.99	มาก	สอดคล้อง	พึงประสงค์
12	4.2	4	4	0	1.05	มาก	สอดคล้อง	พึงประสงค์
13	4.13	3.84	4	.16	1.11	มาก	สอดคล้อง	พึงประสงค์
14	4.11	3.68	3	.68	.69	มาก	สอดคล้อง	พึงประสงค์
15	4.14	3.44	3	.44	.96	ปานกลาง	สอดคล้อง	พึงประสงค์
16	4.4	3.4	3	.4	1.08	ปานกลาง	สอดคล้อง	พึงประสงค์

จากตารางที่ 4 สามารถนำเสนอผลการวิเคราะห์ได้ว่า ผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิมีความเห็นเกี่ยวกับแนวโน้มของการประชาสัมพันธ์ของ ปตท. ในทศวรรษหน้าเป็นอย่างดี สอดคล้องกันและมีโอกาสเกิดขึ้นได้มากที่สุด 1 ข้อ โอกาสเกิดขึ้นได้มาก 13 ข้อและโอกาสเกิดขึ้นได้ปานกลาง 2 ข้อ

สำหรับความเห็นเกี่ยวกับแนวโน้มของการประชาสัมพันธ์ของ ปตท. ในทศวรรษหน้าที่มีความสอดคล้องกันและมีโอกาสเกิดขึ้นได้มากที่สุด 1 ข้อ คือ

ข้อ 4.6 ปตท. ควรเพิ่มงานด้าน Investor Relations

และความเห็นเกี่ยวกับแนวโน้มของการประชาสัมพันธ์ของ ปตท. ในทศวรรษหน้าที่มีความสอดคล้องกันและมีโอกาสเกิดขึ้นได้มาก 13 ข้อ เรียงตามคะแนนมาตรฐานได้ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ข้อ 4.9 มีการตอกย้ำความเป็นบริษัทมหาชน

ข้อ 4.16 กำหนดให้งานประชาสัมพันธ์เป็นบทบาทสำคัญของฝ่ายบริหาร

ข้อ 4.3 ทำประชาสัมพันธ์เชิงรุก

ข้อ 4.5 เผยแพร่ข้อมูลของ ปตท. ผ่าน Internet มากขึ้น

ข้อ 4.12 เพิ่มกิจกรรมที่ ปตท. แสดงความรับผิดชอบต่อสังคม

ข้อ 4.8 ความสำคัญกับงานชุมชนสัมพันธ์มากขึ้น

ข้อ 4.13 แสดงความรับผิดชอบต่อปัญหาสิ่งแวดล้อมมากขึ้น

ข้อ 4.1 มีการคาดการณ์เพื่อเตรียมการประชาสัมพันธ์ล่วงหน้า

ข้อ 4.7 ทำการประชาสัมพันธ์บนพื้นฐานของการวิจัยตลาดและรับฟังความ

เห็นของประชาชน

ข้อ 4.10 บุคลากรของ ปตท. มีความเข้าใจในธุรกิจ

ข้อ 4.2 ใช้การประชาสัมพันธ์การตลาด

ข้อ 4.15 ปลุกจิตสำนึกให้บุคลากรของ ปตท. มีความรับผิดชอบต่อในงานประชาสัมพันธ์ร่วมกัน

ข้อ 4.11

จ้างบริษัทที่ปรึกษาที่เชี่ยวชาญด้านการประชาสัมพันธ์มาช่วยงาน

และความเห็นเกี่ยวกับแนวโน้มของการประชาสัมพันธ์ของ ปตท. ในทศวรรษหน้าที่มีความสอดคล้องกันและมีโอกาสเกิดขึ้นได้ปานกลาง 2 ข้อ เรียงตามคะแนนมาตรฐานได้ดังนี้

ข้อ 4.14 ทำการประชาสัมพันธ์ภายใน ปตท.มากขึ้น

ข้อ 4.4 กำหนดกลุ่มเป้าหมายในการประชาสัมพันธ์เพิ่มขึ้นจากระดับ

อาเซียน

ตารางที่ 5 ข้อเสนอแนะในงานประชาสัมพันธ์ของ ปตท.

ลำดับ	ข้อที่	มัธยฐาน	ฐานนิยม	ฐานนิยม - มัธยฐาน	พิสัยระหว่าง ควอไทล์	โอกาสที่ จะเกิดขึ้น	ความสอดคล้อง ของผู้เชี่ยวชาญ และผู้ทรงคุณวุฒิ	อนาคต
1	5.2	4.68	5	.32	.96	มากที่สุด	สอดคล้อง	พึงประสงค์
2	5.10	4.68	5	.32	1.11	มากที่สุด	สอดคล้อง	พึงประสงค์
3	5.4	4.36	4	.36	1.36	มาก	สอดคล้อง	พึงประสงค์
4	5.7	4.36	4	.36	1.12	มาก	สอดคล้อง	พึงประสงค์
5	5.1	4.16	4	.16	.83	มาก	สอดคล้อง	พึงประสงค์
6	5.6	4.16	4	.16	1.27	มาก	สอดคล้อง	พึงประสงค์
7	5.9	4.16	4	.16	.99	มาก	สอดคล้อง	พึงประสงค์
8	5.8	3.92	4	.08	1.15	มาก	สอดคล้อง	พึงประสงค์
9	5.5	3.84	4	.16	.18	มาก	สอดคล้อง	พึงประสงค์
10	5.3	3.76	4	.24	.32	มาก	สอดคล้อง	พึงประสงค์

จากตารางที่ 5 สามารถวิเคราะห์เรื่องข้อเสนอนะในงานประชาสัมพันธ์ของ ปตท.ได้ว่าผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิมีความเห็นที่สอดคล้องกัน โดยเป็นความคิดเห็นที่มีโอกาสเกิดขึ้นมากที่สุด 2 ข้อและเป็นความคิดเห็นที่มีโอกาสเกิดขึ้นมาก 8 ข้อ ดังนี้

ผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิมีความเห็นสอดคล้องกัน และมีโอกาสเกิดขึ้นได้มากที่สุด 2 ข้อ เรียงตามคะแนนมาตรฐาน คือ

ข้อ 5.2 มีแผนการประชาสัมพันธ์เชิงรุกที่ชัดเจน

ข้อ 5.10 มีการเผยแพร่ข่าวสาร/ข้อมูลของ ปตท.อย่างสม่ำเสมอ

และความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเห็นสอดคล้องกัน และมีโอกาสเกิดขึ้นได้มาก 8 ข้อ เรียงตามคะแนนมาตรฐาน คือ

ข้อ 5.4 มีการพัฒนาคุณภาพของบุคลากรของ ปตท.อยู่เสมอ

ข้อ 5.7 ผู้บริหาร ปตท.มีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์และเข้าใจในหลักการประชาสัมพันธ์

ข้อ 5.1 หากมีปัญหภายในองค์กรต้องรีบแก้ไข

ข้อ 5.6 ตอกย้ำความมีอิสระในการบริหารงานของ ปตท.

ข้อ 5.9 ประสานงานกับทุกหน่วยงานภายในองค์กร

ข้อ 5.8 สร้างสรรค์ผลงานในระดับสากล

ข้อ 5.5 ใช้เทคโนโลยีทางการสื่อสารสมัยใหม่

ข้อ 5.3 ส่งเสริมการวิจัยและประเมินผล