บทที่ 4
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่องแนวโน้มการประชาสัมพันธ์ของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2535-2545 นี้ ผู้วิจัยใช้เทคนิค EDFR โดยการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญในด้านงานประชาสัมพันธ์ของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย เพื่อคาดการณ์เกี่ยวกับแนวโน้มในอนาคตของงานประชาสัมพันธ์ของการไฟฟ้าฝ่ายผลิต

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่องแนวโน้มการประชาสัมพันธ์ของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย ในช่วงปี พ.ศ. 2535-2545 ซึ่งใช้เทคนิค EDFR อันประกอบด้วยการสัมภาษณ์กลุ่มผู้เชี่ยวชาญในรอบแรก แล้วการตอบแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประเมินค่าในรอบที่สองของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญคุณวุฒิกลุ่มเดิมจำนวน 20 คน นี้ ข้อมูลที่ได้เก็บรวบรวมมาจากการวิจัยเรื่องนี้สามารถที่จะนำมาวิเคราะห์และจำแนกได้ตามหัวข้อดังนี้

1. ความคิดเห็นเกี่ยวกับบทบาทและสภาพการประชาสัมพันธ์ของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทยในปัจจุบัน

2. ความคิดเห็นเกี่ยวกับบทบาทการประชาสัมพันธ์ของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทยตามอุดมการณ์

3. ความคิดเห็นเกี่ยวกับบทบาทและสภาพการประชาสัมพันธ์ของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทยในอนาคต

4. ข้อเสนอแนะในการประชาสัมพันธ์ของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย

และตามหัวข้อดังกล่าวข้างต้น สามารถแจกแจงได้เป็นตารางแสดงรายละเอียดต่าง ๆ ได้ต่อไปนี้

หอสมุดกลาง สถาบันวิทยบริการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

1. <u>ความคิดเห็นเกี่ยวกับบทบาทและสภาพการประชาสัมพันธ์ของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย</u>

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากตารางที่ 1 พบว่าความคิดเห็นเกี่ยวกับบทบาทและสภาพงานประชาสัมพันธ์ของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทยในปัจจุบัน ที่ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นสอดคล้องกันและมีความเห็นด้วยอยู่ในระดับมาก 11 ข้อ และอยู่ในระดับปานกลาง 4 ข้อ ดังรายละเอียดต่อไปนี้คือความคิดเห็นที่สอดคล้องกัน และมีอัตราความเห็นด้วยอยู่ในระดับมาก 11 ข้อ ตามลำดับต่อไปนี้

ข้อที่ 1.1 เป็นหน่วยงานรัฐวิสาหกิจที่มีความพร้อมด้านการประชาสัมพันธ์ในระดับแนวหน้าเมื่อเทียบกับหน่วยงานรัฐวิสาหกิจด้วยกัน

ข้อที่ 1.11 มีบทบาทในเชิงแก้ข่าว (เชิงรับ) เป็นส่วนใหญ่

ข้อที่ 1.12 มีบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถในด้านงานประชาสัมพันธ์

ข้อที่ 1.10 มีบทบาทตามนโยบายของผู้บริหารซึ่งคล้ายการประชาสัมพันธ์เชิงรับมากกว่าเชิงรุก

ข้อ 1.16 ผู้บริหารระดับสูงยังไม่เปิดตัวในเรื่องงานประชาสัมพันธ์เท่าที่ควร

ข้อที่ 1.14 งานประชาสัมพันธ์ยังไม่ทั่วถึงและครอบคลุมเป้าหมายเพียงพอ

ข้อที่ 1.15 โครงการประชาสัมพันธ์มักจะเน้นในเรื่องของเทคโนโลยีมากกว่าด้านพฤติกรรม

ข้อที่ 1.6 ผู้บริหารให้การสนับสนุนงานประชาสัมพันธ์อย่างเต็มที่

ข้อที่ 1.17 มีความล่าช้าในการนำเสนอข่าวสารข้อมูลออกต่อสื่อมวลชน

ข้อที่ 1.5 มีบทบาทในการจัดกิจกรรมต่าง ๆ มาก เช่น การประชาสัมพันธ์ การวางแผน การออกข่าว การแถลงข่าว และชุมชนสัมพันธ์

ข้อที่ 1.13 ข้อมูลที่ให้กับประชาชนมีลักษณะเป็นวิชาการมากจนเกินไป

ความคิดเห็นที่สอดคล้องกัน และมีอัตราการเห็นด้วยในระดับปานกลาง มี 4 ข้อ ตามลำดับต่อไปนี้คือ

ข้อที่ 1.12 มีลักษณะของการให้ข้อมูล (information) มากกว่าการประชาสัมพันธ์

ข้อที่ 1.8 มีบทบาทในการสนับสนุนให้ความร่วมมือช่วยเหลือกิจกรรมของสังคม

ข้อที่ 1.4 มีการประชาสัมพันธ์ทั้งภายในและภายนอกที่มีความหลากหลายในการ ให้ข่าวอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ

ข้อที่ 1.9 มีการประชาสัมพันธ์ที่สนองตอบนโยบายทางการเมืองมากเกินไป

ตารางที่ 1 ความคิดเห็นเกี่ยวกับบทบาทและสภาพงานประชาสัมพันธ์ของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทยในปัจจุบัน

ลำดับ	ข้อที่	มัธยฐาน	ฐานนิยม	ฐานนิยม – มัธยฐาน	พิสัยระหว่างควอไทล์	ระดับเห็นด้วย	ความสอดคล้องของผู้เชี่ยวชาญ
1	1.1	4.17	4	0.17	1.18	มาก	สอดคล้อง
2	1.11	4.10	4	0.10	1.07	มาก	สอดคล้อง
3	1.2	4.00	4	0.00	1.00	มาก	สอดคล้อง
4	1.10	3.86	4	0.14	1.07	มาก	สอดคล้อง
5	1.16	3.80	4	0.20	1.13	มาก	สอดคล้อง
6	1.14	3.72	4	0.18	1.21	มาก	สอดคล้อง
7	1.15	3.68	4	0.32	1.07	มาก	สอดคล้อง
8	1.6	3.60	4	0.40	1.40	มาก	สอดคล้อง
9	1.17	3.60	4	0.40	1.27	มาก	สอดคล้อง
10	1.5	3.50	4	0.50	1.34	มาก	สอดคล้อง
11	1.13	3.50	3	-0.50	1.21	มาก	สอดคล้อง
12	1.12	3.39	3	-0.39	1.17	ปานกลาง	สอดคล้อง
13	1.8	3.17	3	-0.17	.950	ปานกลาง	สอดคล้อง
14	1.4	3.06	3	-0.06	1.33	ปานกลาง	สอดคล้อง
15	1.9	2.88	3	0.12	1.40	ปานกลาง	สอดคล้อง

2. <u>ความคิดเห็นเกี่ยวกับบทบาทการประชาสัมพันธ์ของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทยตามอุดมการณ์</u>

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล จากตารางที่ 2 พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับบทบาทการประชาสัมพันธ์ของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทยตามอุดมการณ์ที่ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นสอดคล้องกันและมีโอกาสที่คาดว่าจะเป็นไปได้มาก 11 ข้อ ดังรายละเอียดดังต่อไปนี้

ข้อที่ 2.1 มีบทบาทในการให้ข้อมูลทุก ๆ ด้านกับประชาชนในเรื่องของกิจการของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตมากขึ้นกว่าปัจจุบัน

ข้อที่ 2.4 มีกิจกรรมที่ส่งเสริมให้ประชาชนมีความเข้าใจอันดีต่อหน่วยงาน

ข้อที่ 2.8 ผู้บริหารมีบทบาทในการประชาสัมพันธ์ รวมไปจนถึงพนักงานทุกคนในองค์การมีหน้าที่ในการสร้างภาพพจน์ที่ดีต่อองค์การ

ข้อที่ 2.7 มีการสำรวจประชามติเพื่อทราบถึงความต้องการที่แท้จริงของประชาชน

ข้อที่ 2.12 มีการแถลงข่าวสารและข้อมูลของหน่วยงานให้ประชาชนได้รับทราบอย่างต่อเนื่องเพื่อความเข้าใจอันดีระหว่างหน่วยงานและประชาชน

ข้อที่ 2.3 มีการวางแผนและคาดคะเนเพื่อเตรียมงานประชาสัมพันธ์ไว้ล่วงหน้า

ข้อที่ 2.5 มีบทบาทในการปลุกจิตสำนึกให้คนในองค์การมีความรับผิดชอบในงานประชาสัมพันธ์ร่วมกัน

ข้อที่ 2.10 มีความจริงใจต่อประชาชนในการนำเสนอข่าวสารและข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับหน่วยงาน

ข้อที่ 2.11 มีการจำแนกภาระกิจออกมาเป็นกิจกรรมและแบ่งแยกกันมาดำเนินงาน

ข้อที่ 2.6 มีบทบาทในการที่จะลดช่องว่างระหว่างพนักงานขององค์การและประชาชน

ข้อที่ 2.2 มีบทบาทในการสร้างสรรค์สังคมในรูปแบบของชุมชนสัมพันธ์มากกว่าที่จะมุ่งผลิตไฟฟ้าเพียงอย่างเดียว

ตารางที่ 2 บทบาทงานประชาสัมพันธ์ของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทยตามอุดมการณ์

ลำดับที่	ข้อที่	มัธยฐาน	ฐานนิยม	ฐานนิยม - มัธยฐาน	พิสัยระหว่างควอไทล์	โอกาสที่จะเป็นไปได้	ความสอดคล้องของผู้เชี่ยวชาญ	ความต้องการให้เกิดขึ้น
1	2.1	4.00	4	0.00	0.84	มาก	สอดคล้อง	ต้องการ
2	2.4	4.00	4	0.00	0.84	มาก	สอดคล้อง	ต้องการ
3	2.8	4.00	4	0.00	1.00	มาก	สอดคล้อง	ต้องการ
4	2.7	3.95	4	0.05	0.91	มาก	สอดคล้อง	ต้องการ
5	2.12	3.94	4	0.06	1.25	มาก	สอดคล้อง	ต้องการ
6	2.3	3.94	4	0.06	1.17	มาก	สอดคล้อง	ต้องการ
7	2.5	3.86	4	0.14	1.02	มาก	สอดคล้อง	ต้องการ
8	2.10	3.86	4	0.14	1.07	มาก	สอดคล้อง	ต้องการ
10	2.6	3.83	4	0.17	1.22	มาก	สอดคล้อง	ต้องการ
11	2.2	3.80	4	0.20	1.09	มาก	สอดคล้อง	ต้องการ

3. <u>ความคิดเห็นเกี่ยวกับบทบาทและสภาพงานประชาสัมพันธ์ของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทยในอนาคต</u>

ผลจากการวิเคราะห์ ตารางที่ 3 พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับบทบาทและสภาพงานประชาสัมพันธ์ของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทยในอนาคต ที่ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นสอดคล้องกันและคาดว่าจะมีโอกาสเป็นไปได้มาก 9 ข้อ ดังรายละเอียดดังต่อไปนี้คือ

ข้อที่ 3.4 จะมีการประชาสัมพันธ์ที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายโดยใช้เทคนิคต่าง ๆ ในการประชาสัมพันธ์มากขึ้น

ข้อที่ 3.5 เน้นกิจกรรมชุมชนสัมพันธ์ สื่อมวลชนสัมพันธ์และรัฐสัมพันธ์เพิ่มมากขึ้น

ข้อที่ 3.8 มีการดำเนินการประชาสัมพันธ์โดยใช้เทคนิคและกลยุทธต่าง ๆ มาใช้ในงานประชาสัมพันธ์เชิงรุกมากขึ้น

ข้อที่ 3.9 มีการใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่ทันสมัยเข้ามาช่วยในงานประชาสัมพันธ์เพิ่มมากขึ้น

ข้อที่ 3.6 มีการเปิดตัวเองและให้ข้อมูลข่าวสาร ในด้านต่าง ๆ กับสื่อมวลชนและประชาชนมากขึ้นโดยผู้บริหารระดับสูงเป็นผู้ให้ข้อมูลข่าวสาร

ข้อที่ 3.13 จะมีบริมาณงานและกลุ่มเป้าหมายเพิ่มขึ้นในการที่จะดำเนินงานประชาสัมพันธ์สร้างความเข้าใจดีให้เกิดขึ้น

ข้อที่ 3.3 จะมีการประชาสัมพันธ์ที่เป็นระบบและต่อเนื่องมากขึ้น

ข้อที่ 3.10 จะมีการสำรวจประชามติ เพื่อทราบความต้องการของประชาชน และนำมาปรับปรุงการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นไป

ข้อที่ 3.12 มีการขยายเครือข่ายงานประชาสัมพันธ์ให้ครอบคลุมขึ้น

ตารางที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับบทบาทและสภาพงานประชาสัมพันธ์ของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทยในอนาคต

ลำดับที่	ข้อที่	มัธยฐาน	ฐานนิยม	ฐานนิยม - มัธยฐาน	พิสัยระหว่างควอไทล์	โอกาสที่จะเป็นไปได้	ความสอดคล้องของผู้เชี่ยวชาญ	อนาคต
1	3.4	4.13	4	-0.13	1.29	มาก	สอดคล้อง	พึงประสงค์
2	3.5	4.10	4	-0.10	1.07	มาก	สอดคล้อง	พึงประสงค์
3	3.8	4.07	4	0.07	0.72	มาก	สอดคล้อง	พึงประสงค์
4	3.9	4.00	4	0.00	1.37	มาก	สอดคล้อง	พึงประสงค์
5	3.6	3.88	4	0.12	1.33	มาก	สอดคล้อง	พึงประสงค์
6	3.13	3.88	4	0.12	1.33	มาก	สอดคล้อง	พึงประสงค์
7	3.3	3.83	4	0.17	1.17	มาก	สอดคล้อง	พึงประสงค์
8	3.10	3.50	4	0.50	1.39	มาก	สอดคล้อง	พึงประสงค์
9	3.12	3.50	4	0.50	1.27	มาก	สอดคล้อง	พึงประสงค์

4. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับงานประชาสัมพันธ์ของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย

ผลจากการวิเคราะห์ ตารางที่ 4 ข้อเสนอแนะในงานประชาสัมพันธ์ของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย พบว่า ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นสอดคล้องกัน และมีโอกาสที่จะเป็นไปได้มากที่สุด 18 ข้อ และ มีโอกาสที่จะเป็นไปได้มาก 5 ข้อ ดังรายละเอียดดังต่อไปนี้ โอกาสที่จะเป็นไปได้มากที่สุด 18 ข้อ ได้แก่

ข้อที่ 4.10 ควรรณรงค์ให้ความรู้แก่ประชาชนได้เห็นคุณค่าของการใช้กระแสไฟฟ้าอย่างประหยัดโดยให้ตัวเลขชัดเจน ถูกต้อง ซึ่งจะช่วยให้ประชาชนได้ตระหนักถึงความจำเป็นที่ต้องประหยัดกระแสไฟฟ้า

ข้อ 4.22 ควรมีการให้ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับการไฟฟ้าฝ่ายผลิตในด้านต่าง ๆ ผู้ประชาชนและสื่อมวลชน

ข้อที่ 4.4 ผู้บริหารระดับสูงควรมีส่วนในการนำเสนอภาพพจน์ต่อประชาชนและสื่อมวลชน

ข้อที่ 4.21 ควรมีการทำความเข้าใจกับกลุ่มเป้าหมายต่าง ๆ เช่น นักวิชาการ นักอนุรักษ์โดยคำนึงถึงประโยชน์ของประเทศชาติเป็นหลักเพื่อสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้น

ข้อที่ 4.24 ควรมีการเสนอปัญหาให้รัฐบาลช่วยตัดสินใจรวมถึงให้ประชาชนมีส่วนรับผิดชอบร่วมด้วย

ข้อที่ 4.27 ควรมีบทบาทการประชาสัมพันธ์ในเรื่องการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเพิ่มมากขึ้น

ข้อที่ 4.28 ควรมีการทำวิจัยในหัวข้อเรื่อง "การไฟฟ้าฝ่ายผลิตในสายตาของ (กลุ่มเป้าหมายต่าง ๆ เช่น นิสิตนักศึกษา นักอนุรักษ์ ผู้ใช้ไฟฟ้า สื่อมวลชนเพื่อใช้เป็นข้อมูลในการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงและหาทิศทางการประชาสัมพันธ์ของการไฟฟ้าฝ่ายผลิต)

ข้อที่ 4.1 ควรมีการประชาสัมพันธ์ในแนวลึกและแนวกว้าควบคู่กันไปเพื่อส่งเสริมภาพพจน์ให้ดียิ่งขึ้น

ข้อที่ 4.7 ควรมีการประชาสัมพันธ์ภายในเพื่อให้พนักงานทุกคนมีความรับผิดชอบในการประชาสัมพันธ์องค์การโดยเฉพาะในระดับผู้บริหาร

ข้อที่ 4.11 ควรมีการประมวลข้อมูลทัศนคติเกี่ยวกับภาพจน์ขององค์การให้ฝ่ายบริหารได้รับทราบเพื่อการปรับภาระกิจปรับโครงสร้างและปรับบุคลากร

ข้อที่ 4.16 ควรลดช่องว่างในการสื่อความหมายกับสื่อมวลชน โดยลดความเป็นนักวิชาการลงและใช้การอธิบายที่จะสามารถสื่อสารเข้าใจได้ง่าย

ข้อที่ 4.17 ควรมีการประชาสัมพันธ์ผ่านทางผู้นำความคิดเห็น (Public opinion) หรือบุคคลที่เป็นที่ยอมรับ เช่น นักจัดรายการวิทยุ คอล้มม์นิสต์ ศิลปินให้มีความรู้ความเข้าใจถึงวัตถุประสงค์และกิจการของการไฟฟ้าฝ่ายผลิต

ข้อที่ 4.19 ควรมีความฉับไวในการโต้ตอบกระแสที่ต่อต้าน โดยมีการใช้อำนาจตัดสินใจได้อย่างรวดเร็ว และเป็นเชิงรุกมากยิ่งขึ้น

ข้อที่ 4.23 ควรมีการร่วมมือกับหน่วยงานอื่นในการให้ความรู้แก่ประชาชนในเรื่องของการประหยัดพลังงานไฟฟ้า เช่น บริษัทผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้าเป็นต้น

ข้อที่ 4.26 ควรมีการเผยแพร่ความรู้ผ่านช่องทางสื่อมวลชนมากกว่าที่เป็นอยู่ รวมไปจนถึงให้การสนับสนุนรายการที่มีประโยชน์ต่อประชาชน

ข้อที่ 4.6 ควรมีการประเมินผลงานประชาสัมพันธ์ที่ผ่านมาว่าเป็นอย่างไร เพื่อจะได้ทราบถึงบัญหาทั้งภายในและภายนอกองค์การ

ข้อที่ 4.8 ควรทำความเข้าใจกลุ่มเป้าหมายในระดับสูงอันได้แก่ นักวิชาการ นิสิตนักศึกษาและนักอนุรักษ์นิยม รวมถึงระดับนักการเมืองให้มีความเข้าใจและยอมรับในกิจการของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตด้วยเหตุผล

ข้อที่ 4.18 ควรมีหน่วยงานรับผิดชอบในเรื่องนิทรรศการเพราะจะสามารถนำไปเกี่ยวกับเรื่องการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมได้

โอกาสที่จะมีแนวโน้มเป็นไปได้มาก 5 ข้อ ได้แก่

ข้อที่ 4.20 ควรมีการประชาสัมพันธ์เพื่อชี้แจงให้ข้อมูลข่าวสารในเรื่องกิจการของการไฟฟ้าให้แก่กลุ่มนิสิตนักศึกษาเพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจ รวมถึงเป็นการสร้างภาพพจน์ที่ดีให้เกิดขึ้น

ข้อที่ 4.5 ควรมีการสำรวจประชามติ เพื่อนำผลในแต่ละเรื่องที่ทำมาแก้ไขหาจุดบกพร่องและสามารถวางแผนรวมถึงปรับปรุงข้อบกพร่องได้อย่างถูกต้อง

ข้อที่ 4.15 ควรเพิ่มกลุ่มเป้าหมายในงานประชาสัมพันธ์ โดยเน้นที่กลุ่มเยาวชนในระดับต่ำกว่ามหาวิทยาลัยโดยให้ความรู้ที่ถูกต้องในวัตถุประสงค์และงานของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตเพื่อปลูกฝังความเข้าใจที่ถูกต้อง รวมไปจนถึงมีทัศนคติที่ดีต่อหน่วยงาน

ข้อที่ 4.14 ควรมีการศึกษางานการใช้พลังงานในประเทศอื่น ๆ ว่าประสบปัญหาอย่างไรและแก้ไขอย่างไร เพื่อนำมาเป็นข้อมูลใช้ปรับปรุงงานประชาสัมพันธ์

ข้อที่ 4.18 ควรมีการสร้างรากฐานทางด้าน Media และ Personal Contact ให้มากยิ่งขึ้น

ตารางที่ 4 ข้อเสนอแนะในงานประชาสัมพันธ์ของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย

ลำดับที่	ข้อที่	มัธยฐาน	ฐานนิยม	ฐานนิยม – มัธยฐาน	พิสัยระหว่างคลอไทล์	โอกาสที่จะเป็นไปได้	ความสอดคล้องของผู้เชี่ยวชาญ	อนาคต
1	4.10	4.91	5	0.09	0.59	มากที่สุด	สอดคล้อง	พึงประสงค์
2	4.22	4.79	5	0.21	0.84	มากที่สุด	สอดคล้อง	พึงประสงค์
3	4.4	4.67	5	0.33	1.01	มากที่สุด	สอดคล้อง	พึงประสงค์
4	4.21	4.67	5	0.33	1.01	มากที่สุด	สอดคล้อง	พึงประสงค์
5	4.24	4.67	5	0.33	1.33	มากที่สุด	สอดคล้อง	พึงประสงค์
6	4.27	4.67	5	0.33	1.08	มากที่สุด	สอดคล้อง	พึงประสงค์
7	4.28	4.67	5	0.33	1.18	มากที่สุด	สอดคล้อง	พึงประสงค์
8	4.1	4.59	5	0.41	1.22	มากที่สุด	สอดคล้อง	พึงประสงค์
9	4.7	4.59	5	0.41	1.05	มากที่สุด	สอดคล้อง	พึงประสงค์
10	4.11	4.59	5	0.41	1.22	มากที่สุด	สอดคล้อง	พึงประสงค์
11	4.16	4.59	5	0.41	1.12	มากที่สุด	สอดคล้อง	พึงประสงค์
12	4.17	4.59	5	0.41	1.22	มากที่สุด	สอดคล้อง	พึงประสงค์
13	4.19	4.59	5	0.41	1.05	มากที่สุด	สอดคล้อง	พึงประสงค์
14	4.23	4.59	5	0.41	1.12	มากที่สุด	สอดคล้อง	พึงประสงค์
15	4.26	4.59	5	0.41	1.05	มากที่สุด	สอดคล้อง	พึงประสงค์
16	4.6	4.50	5	0.50	1.12	มากที่สุด	สอดคล้อง	พึงประสงค์
17	4.8	4.50	5	0.50	1.21	มากที่สุด	สอดคล้อง	พึงประสงค์

ลำดับที่	ข้อที่	มัธยฐาน	ฐานนิยม	ฐานนิยม - มัธยฐาน	พิสัยระหว่างคลอไทล์	โอกาสที่จะเป็นไปได้	ความสอดคล้องของผู้เชี่ยวชาญ	อนาคต
18	4.13	4.50	5	0.50	1.50	มากที่สุด	สอดคล้อง	พึงประสงค์
19	4.20	4.40	4	0.40	1.04	มากที่สุด	สอดคล้อง	พึงประสงค์
20	4.5	4.39	4.5	0.11	1.11	มากที่สุด	สอดคล้อง	พึงประสงค์
21	4.15	4.38	5	0.62	1.19	มากที่สุด	สอดคล้อง	พึงประสงค์
22	4.14	4.36	5	0.64	1.30	มากที่สุด	สอดคล้อง	พึงประสงค์
23	4.18	4.36	5	0.64	1.30	มากทีสุด	สอดคล้อง	พึงประสงค์