

การพัฒนามาตรวัดการเห็นคุณค่าในตนเองจากความสัมพันธ์ The Development of Relational Self-esteem Scale

นรุตม์ พรประสิทธิ์¹

Narut Pornprasit¹

Received 22 ก.ค. 61 & Retrieved 1 ก.ค. 62

บทคัดย่อ

ปัจจุบันการศึกษาด้านการเห็นคุณค่าในตนเองจากความสัมพันธ์ในประเทศไทยยังมีจำนวนจำกัด การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อพัฒนามาตรวัดการเห็นคุณค่าในตนเองจากความสัมพันธ์ การศึกษาที่ 1 เป็นการตรวจสอบความตรงเชิงภาวะสันนิษฐาน กลุ่มตัวอย่าง คือ นักศึกษามหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 258 คน

ผลการศึกษา พบว่า มาตรวัดการเห็นคุณค่าในตนเองจากความสัมพันธ์ มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคเท่ากับ .79 ซึ่งอยู่ในระดับสูง และผลวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ การศึกษาที่ 2 เป็นการตรวจสอบความตรงตามสภาพ กลุ่มตัวอย่าง คือ นักศึกษามหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 150 คน ผลการศึกษา พบว่า การเห็นคุณค่าในตนเองจากความสัมพันธ์มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการเห็นคุณค่าในตนเองจากอัตลักษณ์ ซึ่งแสดงถึงการมีความตรงตามสภาพ

คำสำคัญ: การเห็นคุณค่าในตนเอง การเห็นคุณค่าในตนเองจากความสัมพันธ์ และการเห็นคุณค่าในตนเองจากอัตลักษณ์ของตน

Abstract

There are few studies have been conducted to explore the relational self-esteem in Thailand. This research aims at developing a relational self-esteem measurement adapted from Du, King, & Chi (2012). Study 1 purposed to analyze the confirmatory factor, two hundred and fifty-eight university students completed the relational self-esteem scale.

The result shows high internal consistency, Cronbach's alpha of .79. In addition, results from the confirmatory factor analysis showed good fit. Study 2 aimed to examine the concurrent validity, one hundred and fifty university students completed the relational self-esteem scale and the personal self-esteem scale. Concurrent validity was confirmed, i.e. relational self-esteem positively related with personal self-esteem.

Keywords: Personal Self-Esteem, Relational Self-Esteem and Self-Esteem

¹ ภาควิชาจิตวิทยา คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

Department of Psychology, Faculty of Social Sciences, Kasetsart University. E-mail: narut.po@ku.th

ความเป็นมา และความสำคัญของปัญหา

การเห็นคุณค่าในตนเอง (self-esteem) ถือเป็นรูปแบบหนึ่งของอัตมโนทัศน์ (self-concept) ปัจจุบันนักวิชาการได้เสนอว่าการศึกษาเกี่ยวกับตัวตน (self) ของบุคคลสามารถศึกษาได้ 3 มิติ คือ มิติอัตลักษณ์ของตนเอง (personal) มิติความสัมพันธ์ (relational) และมิติกลุ่ม (collective) (Brewer & Chen, 2007; Brewer & Gardner, 1996) โดยแต่ละมิติเมื่อนำมาอธิบายอัตมโนทัศน์จะสามารถอธิบายได้ ดังนี้ 1) ตัวตนในมิติอัตลักษณ์ของตนเอง (personal self) หมายถึง อัตมโนทัศน์ที่ระบุเอกลักษณ์ของแต่ละบุคคล ความแตกต่างที่เฉพาะตัว 2) ตัวตนในมิติความสัมพันธ์ (relational self) หมายถึง อัตมโนทัศน์ที่พัฒนามาจากความสัมพันธ์กับบุคคลใกล้ชิด เช่น ครอบครัว เพื่อนสนิท และ 3) ตัวตนในมิติกลุ่ม (collective self) หมายถึง อัตมโนทัศน์ที่พัฒนามาจากความสัมพันธ์กับกลุ่มทางสังคม เช่น เชื้อชาติ สัญชาติ ซึ่งจากแนวคิดข้างต้นทำให้นักวิจัยในต่างประเทศพัฒนามาตรวัด และทำการศึกษารูปร่างหน้าตาในตนเองใน 3 มิติ คือ การเห็นคุณค่าในตนเองจากอัตลักษณ์ของตนเอง (personal self-esteem) การเห็นคุณค่าในตนเองจากความสัมพันธ์ (relational self-esteem) และการเห็นคุณค่าในตนเองจากกลุ่ม (collective self-esteem)

จากแนวคิดเรื่องการนิยามตัวตน (self-construal) ของ Markus และ Kitayama (1991) ได้เสนอว่าบุคคลในวัฒนธรรมปัจเจกบุคคล (individualism) จะมีการระบุตนเองจากคุณลักษณะส่วนตัว เช่น ความสามารถ ค่านิยม ซึ่งเป็นการนิยามตัวตนเป็นแบบพึ่งพาตนเอง (independent self) ในทางตรงกันข้ามบุคคลในวัฒนธรรมคณาธิปไตย (collectivism) จะมีการระบุตัวตนจากความสัมพันธ์ที่ตนมีกับผู้อื่น โดยเฉพาะกับบุคคลใกล้ชิด ซึ่งเป็นการนิยามตัวตนเป็นแบบพึ่งพาซึ่งกันและกัน (interdependent self) จากผลการศึกษาของ Brewer และ Gardner (1996) ได้แสดงให้เห็นว่าการนิยามตัวตนแบบพึ่งพาตนเองมีความเกี่ยวข้องกับตัวตนในมิติอัตลักษณ์ของตนเอง และการนิยามตัวตนแบบพึ่งพาซึ่งกันและกันมีความเกี่ยวข้องกับตัวตนในมิติความสัมพันธ์ เมื่อพิจารณาประเทศไทยในบริบททางวัฒนธรรมจะพบว่า มีลักษณะสังคมแบบวัฒนธรรมคณาธิปไตยในระดับสูง (Hofstede,

2001; Oyserman, Coon, & Kimmelmeier, 2002) ซึ่งเป็นวัฒนธรรมที่มีแนวโน้มที่บุคคลจะนิยามตัวตนแบบพึ่งพาซึ่งกันและกันมีความเกี่ยวข้องกับตัวตนในมิติความสัมพันธ์มากกว่ามิติอัตลักษณ์ของตนเอง (Brewer & Gardner, 1996)

จากการทบทวนวรรณกรรมการศึกษาการเห็นคุณค่าในตนเองในประเทศไทย พบว่า การศึกษาส่วนใหญ่จะศึกษารูปร่างหน้าตาในตนเองใน 2 มิติ คือ การเห็นคุณค่าในตนเองจากอัตลักษณ์ของตนเอง ซึ่งเป็นการศึกษารูปร่างหน้าตาของบุคคลที่มีต่อตนเองโดยมุ่งเน้นไปที่คุณลักษณะเฉพาะของแต่ละบุคคลที่แตกต่างหรือโดดเด่นจากผู้อื่น เช่น ความสามารถ หรือพรสวรรค์ (Rosenberg, 1979) และการเห็นคุณค่าในตนเองจากกลุ่ม ซึ่งเป็นการศึกษารูปร่างหน้าตาของบุคคลที่มีต่อตนเองโดยมุ่งเน้นไปที่ความรู้สึกรับรู้หรือตระหนักถึงคุณค่าที่เกิดจากการที่ตนได้เป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม (Luhtanen & Crocker, 1992) แต่มีงานวิจัยเพียงไม่กี่ชิ้นที่ศึกษารูปร่างหน้าตาในตนเองจากความสัมพันธ์ซึ่งอาจมีสาเหตุมาจากการขาดเครื่องมือในการวัดการเห็นคุณค่าในตนเองจากความสัมพันธ์ ซึ่งเมื่อพิจารณาจากผลการศึกษาของ Brewer และ Gardner (1996) การเห็นคุณค่าในตนเองของคนไทยน่าจะได้รับอิทธิพลจากความสัมพันธ์มากกว่ามาจากอัตลักษณ์ของตนเอง จากเหตุผลข้างต้นผู้วิจัยจึงสนใจพัฒนามาตรวัดการเห็นคุณค่าในตนเองจากความสัมพันธ์ เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการศึกษาสร้างองค์ความรู้เกี่ยวกับการเห็นคุณค่าในตนเองจากความสัมพันธ์ในประเทศไทยต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อตรวจสอบคุณภาพเชิงการวัดทางจิตวิทยา ซึ่งประกอบด้วยอำนาจจำแนกรายข้อ และความเที่ยงแบบความสอดคล้องภายใน ของมาตรวัดการเห็นคุณค่าในตนเองจากความสัมพันธ์
2. เพื่อตรวจสอบความตรงเชิงภาวะสันนิษฐานของมาตรวัดการเห็นคุณค่าในตนเองจากความสัมพันธ์
3. เพื่อตรวจสอบความตรงตามสภาพ (concurrent validity) ของมาตรวัดการเห็นคุณค่าในตนเองจากความสัมพันธ์

ทบทวนวรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การเห็นคุณค่าในตนเอง เป็นผลรวมของการที่บุคคลประเมินตนเอง (self-evaluation) เช่น ความคิดที่บุคคลมีต่อตนเอง ด้านร่างกาย พละกำลัง ลักษณะนิสัย และความสามารถในการจัดการปัญหาต่างๆ ซึ่งอาจจะเป็นได้ทั้งทางบวกหรือทางลบ (Rosenberg, 1965) จากการศึกษานี้ของ Brewer และ Gardner (1996)

ที่เสนอให้ศึกษาตัวตนเป็น 3 มิติ คือ มิติอัตลักษณ์ของตน มิติความสัมพันธ์ และมิติกลุ่ม ทำให้สามารถศึกษาการเห็นคุณค่าในตนเองได้ใน 3 มิติ ได้แก่ การเห็นคุณค่าในตนเองจากอัตลักษณ์ของตน การเห็นคุณค่าในตนเองจากความสัมพันธ์และการเห็นคุณค่าในตนเองจากกลุ่ม อธิบายได้ว่าการเห็นคุณค่าในตนเอง สามารถได้รับอิทธิพลมาจากอัตลักษณ์ของตน เช่น ทักษะ ความสามารถ และได้รับอิทธิพลจากสังคม โดยสามารถจำแนกเป็นมิติความสัมพันธ์และมิติกลุ่ม โดยมิติความสัมพันธ์ หมายถึง มุมมองเกี่ยวกับตนเองผ่านการเชื่อมโยงหรือมีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลสำคัญ และมิติกลุ่ม หมายถึง การมีมุมมองเกี่ยวกับตนเองที่เกิดจากความสัมพันธ์กับกลุ่มสังคมทั่วไป

Heine, Lehman, Markus, และ Kitayama (1999) ได้ทำการศึกษาข้ามวัฒนธรรม พบว่า ชาวญี่ปุ่นและชาวอเมริกันมีการเห็นคุณค่าในตนเองแตกต่างกัน โดยชาวญี่ปุ่นจะมุ่งเน้นให้ความสำคัญกับกลุ่ม สังคมส่วนรวม ขณะที่ชาวอเมริกันให้ความสำคัญกับตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Kitayama และ Uchida (2003) ที่พบว่า คนที่มีวัฒนธรรมต่างกันจะมีแรงจูงใจในการส่งเสริมตนเอง (self-enhance) ต่างกัน โดยบุคคลจากวัฒนธรรมคิริวมหมู่มีแนวโน้มที่จะส่งเสริมตนเองในระดับต่ำ แต่จะมีการลดคุณค่าของตนเอง (self-criticism) ในระดับสูง ต่างจากบุคคลจากวัฒนธรรมปัจเจกบุคคลที่มีการส่งเสริมตนเองในระดับสูง สอดคล้องกับการศึกษาของ Schmitt และ Allik (2005) พบว่า บุคคลจากวัฒนธรรมคิริวมหมู่มีการเห็นคุณค่าในตนเองด้านชื่นชมตนเอง (self-liking) เช่น การรู้สึกได้มีส่วนร่วมในสังคม การมีส่วนร่วมทำให้เกิดความกลมเกลียวในระดับสูงกว่าบุคคลจากวัฒนธรรมปัจเจกบุคคล และบุคคลจากวัฒนธรรมปัจเจกบุคคลมีการเห็นคุณค่าในตนเองด้านความสามารถของตนเอง (self-competence) เช่น การรู้สึกว่ามี ความมั่นใจ มีความสามารถในระดับสูงกว่า

บุคคลจากวัฒนธรรมคิริวมหมู่ ข้อค้นพบข้างต้นเป็นสิ่งที่ช่วยยืนยันให้เห็นว่าประเด็นที่บุคคลให้ความสำคัญ หรือให้คุณค่าจะแตกต่างกันไปตามภูมิหลังทางวัฒนธรรม โดยบุคคลจากวัฒนธรรมปัจเจกบุคคลจะให้ความสำคัญกับความสามารถ ลักษณะเฉพาะของตน หรือมิติอัตลักษณ์ของตน ในขณะที่บุคคลจากวัฒนธรรมคิริวมหมู่จะให้ความสำคัญกับความสัมพันธ์ระหว่างตนกับบุคคลรอบข้าง หรือมิติความสัมพันธ์

นักวิชาการในต่างประเทศได้ทำการศึกษาการเห็นคุณค่าในตนเองจากความสัมพันธ์ โดยมองความสัมพันธ์ในขอบเขตที่แตกต่างกันออกไปโดย Harter, Waters, และ Whitesell (1998) ได้ศึกษาการเห็นคุณค่าในตนเองจากความสัมพันธ์ของวัยรุ่นโดยมองว่าวัยรุ่นจะประเมินคุณค่าของตนจากแหล่งของความสัมพันธ์ 4 แหล่งคือ ผู้ปกครอง ครู เพื่อนผู้ชาย เพื่อนผู้หญิง ต่อมา Neff และ Suizzo (2006) ได้ปรับปรุงมาตรวัดของ Harter และคณะ (1998) เพื่อศึกษาการเห็นคุณค่าในตนเองจากความสัมพันธ์ในคู่รัก โดยปรับให้เป็นมาตรวัดการเห็นคุณค่าในตนเองจากความสัมพันธ์แบบโรแมนติก ในขณะที่ Du, King, และ Chi (2012) ได้เสนอว่าการศึกษาที่ผ่านมานั้นอาจจะไม่ครอบคลุมความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นกับบุคคลทั้งหมด เช่น ลุง ป้า น้า อา ลูก หลาน เครือญาติ รวมไปถึงเพื่อนๆ ไป ดังนั้นพวกเขาจึงเสนอให้นิยามการเห็นคุณค่าในตนเองจากความสัมพันธ์ว่าเป็นประเมินคุณค่าของตนโดยอ้างอิงจากความสัมพันธ์ 2 แหล่ง คือ ครอบครัว และเพื่อน

Du และคณะ (2012) ได้พัฒนามาตรวัดการเห็นคุณค่าในตนเองจากความสัมพันธ์ โดยแบ่งเป็น 2 มิติ ได้แก่ 1) มิติด้านรูปแบบความสัมพันธ์ ซึ่งประกอบด้วยครอบครัวและเพื่อน และ 2) มิติด้านมุมมองในการประเมินค่าความสัมพันธ์ เช่น ครอบครัวและเพื่อนมีคุณค่าเพียงใด ผลการตรวจสอบคุณภาพมาตรวัดการเห็นคุณค่าในตนเองจากความสัมพันธ์ พบว่า ข้อคำถามมีความสอดคล้องภายในอยู่ในระดับดี และผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน พบว่าโมเดลการวัดการเห็นคุณค่าในตนเองจากความสัมพันธ์สามารถเป็นได้ทั้งแบบองค์ประกอบเดียวและสององค์ประกอบ (ครอบครัว และเพื่อน) ซึ่งโมเดลการวัดการเห็นคุณค่าในตนเองจากความสัมพันธ์แบบองค์ประกอบเดียวเป็นโมเดลที่มีพารามิเตอร์ที่ต้องประมาณค่าน้อยกว่า (most

parsimonious) โมเดลแบบสององค์ประกอบ ต่อมา Du, Li, Chi, Zhao, และ Zhao (2018) ได้ทำการวิเคราะห์หองค์ประกอบเชิงยืนยันของโมเดลการวัดการเห็นคุณค่าในตนเองจากความสัมพันธ์ พบว่าโมเดลการวัดการเห็นคุณค่าในตนเองจากความสัมพันธ์แบบสององค์ประกอบเป็นโมเดลที่มีพารามิเตอร์ที่ต้องประมาณค่าน้อยที่สุด (most parsimonious) แต่อย่างไรก็ดีจากการศึกษาของ Du, Li, Chi, Zhao, และ Zhao (2015) ได้ทำการศึกษาการเห็นคุณค่าในตนเองจากความสัมพันธ์ทั้งแบบคะแนนรวม และแบบแบ่งคะแนนเป็นรายด้านซึ่งยังได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางในวงวิชาการ ดังนั้นในการศึกษาคั้งนี้ผู้วิจัยจึงนิยามและวิเคราะห์หองค์ประกอบเชิงยืนยันการเห็นคุณค่าในตนเองจากความสัมพันธ์โดยแบ่งเป็น 2 องค์ประกอบ

เมื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเห็นคุณค่าในตนเองจากความสัมพันธ์และการเห็นคุณค่าในตนเองจากอัตลักษณ์ของตน พบว่า ทั้งสองตัวแปรมีความสัมพันธ์กันทางบวก ($r = .50 - .059, p < .001$) (Du et al., 2012; Du, Li, Chi, Zhao, & Zhao, 2018) และเมื่อพิจารณาการเห็นคุณค่าในตนเองจากความสัมพันธ์รายด้าน พบว่า การเห็นคุณค่าในตนเองจากครอบครัวมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการเห็นคุณค่าในตนเองจากอัตลักษณ์ของตน ($r = .52$ และ $.45, p < .001$) การเห็นคุณค่าในตนเองจากเพื่อนมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการเห็นคุณค่าในตนเองจากอัตลักษณ์ของตน ($r = .54$ และ $.42, p < .001$) (Du, Li, Chi, Zhao, & Zhao, 2018)

นอกจากนี้ในการศึกษาที่ 1 ของ Du และคณะ (2012) พบว่าผู้หญิง ($M = 3.01, SD = 0.32$) มีการเห็นคุณค่าในตนเองจากความสัมพันธ์ไม่แตกต่างผู้ชาย ($M = 3.01, SD = 0.35$) ($t(154) = 0.076, p = .94$) ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาที่ 2 ที่พบว่าผู้หญิง ($M = 2.68, SD = 0.47$) มีการเห็นคุณค่าในตนเองจากความสัมพันธ์สูงกว่าผู้ชาย ($M = 2.47, SD = 0.51$) ($t(118) = 2.36, p < .05$) โดย Du และคณะอธิบายว่าอาจมีสาเหตุมาจากมาตรวัดการเห็นคุณค่าในตนเองจากความสัมพันธ์ที่ใช้ในการศึกษาที่ 1 มีความเที่ยง (reliability) ต่ำกว่ามาตรวัดการเห็นคุณค่าในตนเองจากความสัมพันธ์ที่ใช้ในการศึกษาที่ 2 จึงทำให้ไม่พบความแตกต่างของระดับการเห็นคุณค่าในตนเองจากความสัมพันธ์ระหว่างผู้หญิงและผู้ชายในการ

ศึกษาที่ 1 อย่างไรก็ตาม Du และคณะได้เสนอว่าในอนาคตควรทำการศึกษาเพิ่มเติมในประเด็นดังกล่าว

ในการศึกษาคั้งนี้ได้พัฒนามาตรวัดการเห็นคุณค่าในตนเองจากความสัมพันธ์ตามแนวคิดของ Du และคณะ (2012) เนื่องจากมีการกำหนดค่านิยามและแบ่งมิติของตัวแปรไว้อย่างชัดเจน โดยแบ่งการศึกษาเป็น 2 การศึกษา ดังนี้ การศึกษาที่ 1 เป็นการตรวจสอบคุณภาพเชิงการวัดทางจิตวิทยา และตรวจสอบความตรงเชิงภาวะสันนิษฐานของมาตรวัดการเห็นคุณค่าในตนเองจากความสัมพันธ์ด้วยการวิเคราะห์หองค์ประกอบเชิงยืนยัน ส่วนการศึกษาที่ 2 เป็นตรวจสอบความตรงตามสภาพของมาตรวัดการเห็นคุณค่าในตนเองจากความสัมพันธ์ด้วยการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการเห็นคุณค่าในตนเองจากความสัมพันธ์ และการเห็นคุณค่าในตนเองจากอัตลักษณ์ของตน นอกจากนี้ผู้วิจัยได้วิเคราะห์เปรียบเทียบคะแนนการเห็นคุณค่าในตนเองจากความสัมพันธ์ระหว่างผู้ชายและผู้หญิงเพื่อเป็นข้อมูลที่จะช่วยเติมเต็มผลการศึกษาที่ผ่านมาที่ยังได้คำตอบไม่ชัดเจน

การศึกษาที่ 1

เป็นการศึกษาเพื่อตรวจสอบคุณภาพเชิงการวัดทางจิตวิทยา ซึ่งประกอบด้วยอำนาจจำแนกรายข้อ และความเที่ยงแบบความสอดคล้องภายใน และตรวจสอบความตรงเชิงภาวะสันนิษฐาน

วิธีดำเนินการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษามหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานคร ที่สมัครใจเข้าร่วมการวิจัย จำนวน 258 คน ซึ่งเป็นจำนวนที่เหมาะสมตามกฎแห่งความชัดเจน (rule of thumb) ตามที่ Kline (2011) ได้เสนอให้ใช้จำนวนตัวอย่าง 10 - 20 คน ต่อ 1 พารามิเตอร์ที่ต้องประมาณค่า โดยในการศึกษาคั้งนี้มีจำนวนพารามิเตอร์ที่ต้องประมาณค่าเท่ากับ 15 พารามิเตอร์ ดังนั้นขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมจึงอยู่ระหว่าง 150-300 คน กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาคั้งนี้ได้จากการสุ่มแบบตามสะดวก (convenience sampling) โดยกลุ่มตัวอย่างมีอายุเฉลี่ย 19.96 ปี ($SD = 1.18$) เป็นผู้หญิงจำนวนร้อยละ 66.5 และผู้ชายจำนวนร้อยละ 33.5

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

มาตรวัดการเห็นคุณค่าในตนเองจากความสัมพันธ์ ผู้วิจัยพัฒนามาตรวัดการเห็นคุณค่าในตนเองจากความสัมพันธ์โดยดัดแปลงจากมาตรวัดของ Du และคณะ (2012) แบ่งเป็น 2 ด้าน คือ การเห็นคุณค่าในตนเองจากเพื่อน และการเห็นคุณค่าในตนเองจากครอบครัว มีจำนวนข้อคำถามด้านละ 3 ข้อ เป็นมาตรฐานค่าแบบลิเคิร์ต 7 ช่วง ตั้งแต่ 1 คือ ระดับน้อยที่สุด จนถึง 7 คือระดับมากที่สุด มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคโดยรวมทั้งฉบับเท่ากับ .79 (รายด้าน $\alpha_{เพื่อน} = .73$ และ $\alpha_{ครอบครัว} = .81$)

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยติดต่ออาจารย์ผู้สอนเพื่อขออนุญาตเข้าเก็บข้อมูลจากนักศึกษา เมื่อได้รับอนุญาตแล้วผู้วิจัยจึงประชาสัมพันธ์ขอความร่วมมือและเชิญชวนเข้าร่วมตอบมาตรวัด จากนั้นจึงแจกมาตรวัดให้กับนิสิต/นักศึกษาที่สมัครใจตอบมาตรวัด

ผลการวิจัย

ผู้วิจัยหาอำนาจจำแนกรายข้อของข้อคำถามโดยใช้วิธีแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็นกลุ่มสูงและกลุ่มต่ำ ซึ่งกำหนดให้กลุ่มสูงเป็นผู้ที่มีคะแนนรวมสูงกว่าหรือเท่ากับเปอร์เซ็นต์ไทล์ที่ 75 ของคะแนนรวมทุกข้อคำถามในมาตรวัด กลุ่มต่ำเป็นผู้ที่มีคะแนนรวมต่ำกว่าหรือเท่ากับเปอร์เซ็นต์ไทล์ที่ 25 ของคะแนนรวมทุกข้อคำถามในมาตรวัด หลังจากนั้นจึงเปรียบเทียบค่าความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยของแต่ละข้อคำถามระหว่าง 2 กลุ่มด้วยการทดสอบค่าที (t-test) ถ้าข้อคำถามมีคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่มแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ .05 (หนึ่งทาง) ถือว่าข้อคำถามข้อนั้นมีอำนาจจำแนก

ผลการวิเคราะห์รายข้อ พบว่า ทุกข้อคำถามของมาตรวัดการเห็นคุณค่าในตนเองจากความสัมพันธ์ ผู้ที่มีคะแนนรวมอยู่ในกลุ่มสูงมีคะแนนเฉลี่ยของแต่ละข้อคำถามสูงกว่าผู้ที่มีคะแนนรวมอยู่ในกลุ่มต่ำอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงให้เห็นว่าข้อคำถามทุกข้อมีอำนาจจำแนกสามารถจำแนกคนที่มีการเห็นคุณค่าในตนเองจากความสัมพันธ์ในระดับสูงและต่ำได้

ความเที่ยงแบบความสอดคล้องภายใน จากนั้นผู้วิจัยวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างข้อคำถาม โดยนำข้อคำถามที่ผ่านการทดสอบอำนาจการจำแนกรายข้อมาวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างข้อกับคะแนนรวมข้ออื่นๆ (corrected item-total correlation หรือ CITC) กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (หนึ่งทาง) แล้วนำมาเปรียบเทียบกับค่า r วิกฤตของสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ซึ่งข้อคำถามที่มีค่า CITC ต่ำกว่าหรือเท่ากับค่า r วิกฤตจะถูกคัดออกเพื่อให้ได้ข้อคำถามที่มีคุณภาพและทำซ้ำจนกว่าข้อคำถามที่วิเคราะห์ในครั้งเดียวกันจะผ่านทุกข้อ ผลการวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างข้อกับคะแนนรวมข้ออื่นๆ พบว่าข้อคำถามทุกข้อผ่านเกณฑ์ รายละเอียดดังตารางที่ 1

หลังจากวิเคราะห์ค่า CITC ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ความเที่ยงแบบความสอดคล้องภายในของข้อคำถาม เพื่อหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค ผลการวิเคราะห์รายด้าน พบว่าองค์ประกอบการเห็นคุณค่าในตนเองจากเพื่อน มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค เท่ากับ .73 และองค์ประกอบการเห็นคุณค่าในตนเองจากครอบครัว มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค เท่ากับ .81 และเมื่อวิเคราะห์โดยรวมทั้งฉบับพบว่ามาตรวัดการเห็นคุณค่าในตนเองจากความสัมพันธ์ มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค เท่ากับ .79

ตาราง 1 ผลการวิเคราะห์ข้อคำถามและค่าสหสัมพันธ์ระหว่างข้อกับคะแนนรวมของข้ออื่นๆของมาตรวัดการเห็นคุณค่าในตนเองจากความสัมพันธ์ (n = 258)

ข้อคำถาม	การวิเคราะห์ข้อคำถามวิธี				t	p	ค่า CITC
	กลุ่มสูง-กลุ่มต่ำ						
	กลุ่มสูง (n = 65)		กลุ่มต่ำ (n = 60)				
M	SD	M	SD				
1. ฉันเป็นสมาชิกที่มีคุณค่าในกลุ่มเพื่อนของฉัน	5.75	0.83	3.82	0.97	12.06	.000	0.53**
2. โดยทั่วไปฉันดีใจที่ได้เป็นสมาชิกของกลุ่มเพื่อนของฉัน	6.31	0.73	4.62	1.06	10.47	.000	0.41**
3. ฉันสามารถช่วยเหลือเพื่อนของฉันได้อย่างมาก	6.12	0.67	4.40	0.76	13.40	.000	0.55**
4. ฉันรู้สึกว่าคุณสามารถช่วยเหลือครอบครัวของฉันได้	6.34	0.76	4.23	0.98	13.50	.000	0.59**
5. ฉันภูมิใจในครอบครัวของฉัน	6.85	0.40	4.73	1.10	13.99	.000	0.58**
6. ฉันคิดว่าครอบครัวของฉันภูมิใจในตัวฉัน	6.65	0.69	4.30	1.00	15.15	.000	0.60**

** $p < .001$

ตาราง 2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างข้อคำถามของมาตรวัดการเห็นคุณค่าในตนเองจากความสัมพันธ์ (n = 258)

ข้อคำถาม	M	SD	1	2	3	4	5	6
1. ฉันเป็นสมาชิกที่มีคุณค่าในกลุ่มเพื่อนของฉัน	4.74	1.08	1.00					
2. โดยทั่วไปฉันดีใจที่ได้เป็นสมาชิกของกลุ่มเพื่อนของฉัน	5.46	1.04	0.56**	1.00				
3. ฉันสามารถช่วยเหลือเพื่อนของฉันได้อย่างมาก	5.21	0.98	0.45**	0.40**	1.00			
4. ฉันรู้สึกว่าคุณสามารถช่วยเหลือครอบครัวของฉันได้	5.41	1.14	0.34**	0.17*	0.47**	1.00		
5. ฉันภูมิใจในครอบครัวของฉัน	6.03	1.11	0.27**	0.21*	0.33**	0.54**	1.00	
6. ฉันคิดว่าครอบครัวของฉันภูมิใจในตัวฉัน	5.69	1.21	0.32**	0.21*	0.34	0.55**	0.67**	1.00

* $p < .01$, ** $p < .001$

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อคำถามของมาตรวัดการเห็นคุณค่าในตนเองจากความสัมพันธ์ โดยการค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน พบว่าข้อคำถามแต่ละข้อมีความสัมพันธ์กันทางบวก โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน อยู่ระหว่าง 0.21 – 0.67 ซึ่งมีค่าต่ำกว่า 0.85 แสดงว่าข้อคำถามทั้งหมดไม่มี

ปัญหาภาวะร่วมเส้นตรงพหุ (Kline, 2011) รายละเอียดดังตารางที่ 2

ความตรงเชิงภาวะสันนิษฐาน

ผู้วิจัยตรวจสอบความตรงเชิงภาวะสันนิษฐานของมาตรวัดการเห็นคุณค่าในตนเองจากความสัมพันธ์ โดยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (confirmatory fac-

tor analysis) จากการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นพบว่า ข้อมูลมีค่าความเบ้ (skewness) อยู่ระหว่าง -1.21 – 0.02 และมีค่าความโด่ง (kurtosis) อยู่ระหว่าง -0.37 – 1.47 ผลการวิเคราะห์หองค์ประกอบเชิงยืนยัน พบว่า ค่า Chi-square ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ($\chi^2 = 12.04$, $df = 6$, $p = .061$) ค่าดัชนีรากของกำลังสองเฉลี่ยของเศษเหลือ (RMR) เท่ากับ 0.037 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (GFI) เท่ากับ 0.985 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้ (AGFI) เท่ากับ 0.947 และค่าดัชนีรากของกำลังสองเฉลี่ยของเศษเหลือมาตรฐาน (RMSEA) เท่ากับ 0.63 จากผลการวิเคราะห์จึงสรุปได้ว่าโมเดลการวัดการเห็นคุณค่าในตนเองจากความสัมพันธ์มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ทั้งนี้เมื่อพิจารณาองค์ประกอบของการเห็นคุณค่าในตนเองจากความสัมพันธ์ พบว่าในแต่ละองค์ประกอบมีค่าเป็นบวก และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทุกด้าน แสดงว่าองค์ประกอบทั้ง 2 ด้าน เป็นตัวบ่งชี้ที่สำคัญในการพิจารณาการเห็นคุณค่าในตนเองจากความ

สัมพันธ์ เมื่อพิจารณาในรายองค์ประกอบ พบว่า องค์ประกอบด้านการเห็นคุณค่าในตนเองจากเพื่อน มีค่าน้ำหนักเท่ากับ 0.77 และมีความแปรปรวนร่วมกับการเห็นคุณค่าในตนเองจากความสัมพันธ์ ร้อยละ 60 ส่วนองค์ประกอบด้านการเห็นคุณค่าในตนเองจากครอบครัว มีค่าน้ำหนักเท่ากับ 0.79 และมีความแปรปรวนร่วมกับการเห็นคุณค่าในตนเองจากความสัมพันธ์ ร้อยละ 63 และเมื่อพิจารณาตัวบ่งชี้ของแต่ละองค์ประกอบ พบว่า การเห็นคุณค่าในตนเองจากเพื่อนวัดจาก 3 ตัวบ่งชี้ โดยมีค่าน้ำหนักตัวบ่งชี้อยู่ระหว่าง 0.51 ถึง 0.70 และการเห็นคุณค่าในตนเองจากครอบครัววัดจาก 3 ตัวบ่งชี้ โดยมีค่าน้ำหนักตัวบ่งชี้อยู่ระหว่าง 0.67 ถึง 0.83 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ เนื่องจากมีค่ามากกว่า .50 (Hair, Black, Babin, & Anderson, 2010) รายละเอียดดังตารางที่ 3 และภาพ 1

นอกจากนี้ผู้วิจัยได้วิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยของการเห็นคุณค่าในตนเองจากความสัมพันธ์ระหว่างผู้ชายและผู้หญิงด้วยการทดสอบค่าที่

ตาราง 3 ผลการวิเคราะห์หองค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสองโมเดลการวัดการเห็นคุณค่าในตนเองจากความสัมพันธ์ (n = 258)

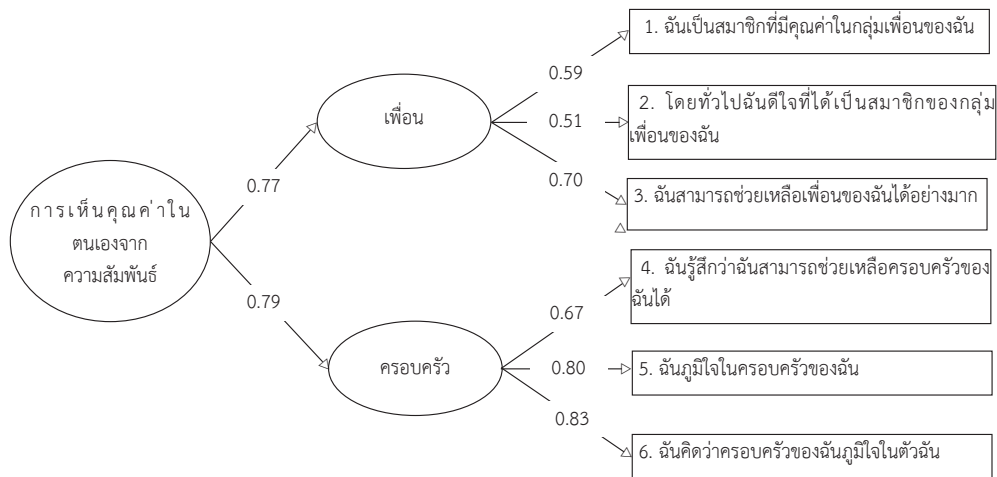
องค์ประกอบหลัก	ข้อคำถาม	b	SE	t	R ²
องค์ประกอบการเห็นคุณค่าในตนเองจากเพื่อน b = 0.77* (t = 5.32, SE = 0.14, R ² = 0.60, CR = 0.63, AVE = 0.37)	1. ฉันเป็นสมาชิกที่มีคุณค่าในกลุ่มเพื่อนของฉัน	0.59*	-	-	0.35
	2. โดยทั่วไปฉันดีใจที่ได้เป็นสมาชิกของกลุ่มเพื่อนของฉัน	0.51*	0.08	7.05	0.26
	3. ฉันสามารถช่วยเหลือเพื่อนของฉันได้อย่างมาก	0.70*	0.13	5.34	0.49
องค์ประกอบการเห็นคุณค่าในตนเองจากครอบครัว b = 0.79* (t = 6.97, SE = 0.11, R ² = 0.63 CR = 0.81, AVE = 0.59)	4. ฉันรู้สึกว่าคุณสามารถช่วยเหลือครอบครัวของฉันได้	0.67*	-	-	0.45
	5. ฉันภูมิใจในครอบครัวของฉัน	0.80*	0.08	10.20	0.65
	6. ฉันคิดว่าครอบครัวของฉันภูมิใจในตัวฉัน	0.83*	0.08	10.23	0.69

$\chi^2 = 12.04$, $df = 6$, $p = .061$, $RMR = 0.037$, $GFI = 0.985$, $AGFI = 0.947$, $RMSEA = 0.63$

หมายเหตุ: b น้ำหนักองค์ประกอบหรือตัวบ่งชี้ในรูปคะแนนมาตรฐาน, SE คะแนนความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน, R² ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย

* p < .01

ภาพ 1 โมเดลการวัดการเห็นคุณค่าในตนเองจากความสัมพันธ์



(t-test) ผลการวิเคราะห์ พบว่า ผู้ชาย ($M = 5.30$, $SD = 0.83$) และผู้หญิง ($M = 5.40$, $SD = 0.70$) มีคะแนนเฉลี่ยของการเห็นคุณค่าในตนเองจากความสัมพันธ์ไม่แตกต่างกัน ($t(255) = 1.10$, $p = .272$)

การศึกษาที่ 2

เป็นการศึกษาเพื่อตรวจสอบความตรงตามสภาพระหว่างมาตรวัดการเห็นคุณค่าในตนเองจากความสัมพันธ์และมาตรวัดการเห็นคุณค่าในตนเองจากอัตลักษณ์ของตน เนื่องจากงานวิจัยที่ผ่านมาของ Du และคณะ (2012) พบว่าการเห็นคุณค่าในตนเองจากความสัมพันธ์และการเห็นคุณค่าในตนเองจากอัตลักษณ์ของตนมีความสัมพันธ์กันทางบวก (Du et al., 2012; Du, Li, Chi, Zhao, & Zhao, 2018)

วิธีดำเนินการวิจัย

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษามหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานคร สัมครใจให้ความร่วมมือในการวิจัยจำนวน 150 คน โดยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างคำนวณด้วยโปรแกรม G*Power (Faul, Erdfelder, Lang, & Buchner, 2007) โดยคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างด้วยระดับอำนาจการทดสอบ (power) เท่ากับ 0.80 และขนาดอิทธิพล (effect size) เท่ากับ 0.20 กลุ่มตัวอย่างในการศึกษารุ่นนี้ได้จากการสุ่มแบบตามสะดวก โดยกลุ่มตัวอย่างมีอายุเฉลี่ย 19.62 ปี ($SD = 1.08$) เป็นผู้หญิง

จำนวนร้อยละ 65.1 และผู้ชายจำนวนร้อยละ 34.9 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. มาตรวัดการเห็นคุณค่าในตนเองจากความสัมพันธ์ ผู้วิจัยใช้มาตรวัดการเห็นคุณค่าในตนเองจากความสัมพันธ์ฉบับเดียวกับการศึกษาที่ 1 โดยในการศึกษาที่ 2 นี้ มาตรวัดการเห็นคุณค่าในตนเองจากความสัมพันธ์มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคโดยรวมทั้งฉบับ เท่ากับ .84 (รายด้าน $\alpha_{\text{เพื่อน}} = .74$ และ $\alpha_{\text{ครอบครัว}} = .85$)

2. มาตรวัดการเห็นคุณค่าในตนเองจากอัตลักษณ์ของตน ผู้วิจัยใช้มาตรวัดการเห็นคุณค่าในตนเองจากอัตลักษณ์ของตนของ Wongpakaran และ Wongpakaran (2012) ซึ่งพัฒนาตามแนวคิดของ Rosenberg (1979) มีข้อความจำนวน 10 ข้อ เป็นมาตรประมาณค่าแบบลิเคิร์ต 7 ช่วง ตั้งแต่ 1 คือ ระดับน้อยที่สุด จนถึง 7 คือระดับมากที่สุด ตัวอย่างข้อความ เช่น “โดยทั่วไปฉันรู้สึกพึงพอใจตนเอง” มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคโดยรวมทั้งฉบับ เท่ากับ .89

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยติดต่ออาจารย์ผู้สอนเพื่อขออนุญาตเข้าเก็บข้อมูลจากนักศึกษา เมื่อได้รับอนุญาตแล้วผู้วิจัยจึงประชาสัมพันธ์ขอความร่วมมือและเชิญชวนเข้าร่วมตอบมาตรวัด จากนั้นจึงแจกมาตรวัดให้กับนิสิต/นักศึกษาที่สมัครใจตอบมาตรวัด

ผลการวิจัย

ผู้วิจัยตรวจสอบความตรงตามสภาพของมาตรวัด การเห็นคุณค่าในตนเองจากความสัมพันธ์ โดยการวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ระหว่างการเห็นคุณค่าในตนเองจากความสัมพันธ์ และการเห็นคุณค่าในตนเองจากอัตลักษณ์ของตน ด้วยการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน พบว่าการเห็นคุณค่าในตนเองจากความสัมพันธ์ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการเห็นคุณค่าในตนเองจากอัตลักษณ์ของตน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน เท่ากับ .63 ($p < .001$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าการเห็นคุณค่าในตนเองจากเพื่อน และการเห็นคุณค่าในตนเองจากครอบครัวต่างมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการเห็นคุณค่าในตนเองจากอัตลักษณ์ของตน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน เท่ากับ .54 และ .56 ($p < .001$) ตามลำดับ ซึ่งแสดงให้เห็นว่ามาตรวัดการเห็นคุณค่าในตนเองจากความสัมพันธ์มีความตรงสอดคล้องกับมาตรวัดเกณฑ์ หรือมาตรวัดการเห็นคุณค่าในตนเองจากอัตลักษณ์ของตน นอกจากนี้ค่าความสัมพันธ์ดังกล่าวไม่สูงเกินไปจนน่าสงสัยว่าทั้งสองตัวแปรจะเป็นภาวะสันนิษฐานเดียวกัน รายละเอียดดังตารางที่ 4

นอกจากนี้ผู้วิจัยได้วิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยของการเห็นคุณค่าในตนเองจากความสัมพันธ์ระหว่างผู้ชายและผู้หญิงด้วยการทดสอบค่าที (t-test) ผลการวิเคราะห์ พบว่า ผู้ชาย ($M = 5.39, SD = 0.95$) และผู้หญิง ($M = 5.44, SD = 0.75$) มีคะแนนเฉลี่ยของการเห็นคุณค่าในตนเองจากความสัมพันธ์ไม่แตกต่างกัน ($t(144) = 0.36, p = .720$)

อภิปรายผล

การศึกษาครั้งนี้ได้ตรวจสอบคุณภาพมาตรวัด การเห็นคุณค่าในตนเองจากความสัมพันธ์ที่ได้พัฒนาตามแนวคิดของ Du และคณะ (2012) ซึ่งประกอบข้อคำถามจำนวน 6 ข้อ แบ่งเป็น 2 ด้าน คือ การเห็นคุณค่าในตนเองจากเพื่อน และการเห็นคุณค่าในตนเองจากครอบครัว มีจำนวนข้อคำถามด้านละ 3 ข้อ จากผลการศึกษาที่ 1 การตรวจสอบอำนาจจำแนกรายข้อของมาตรวัดการเห็นคุณค่าในตนเองจากความสัมพันธ์ พบว่าข้อคำถามทุกข้อของมาตรวัดการเห็นคุณค่าในตนเองจากความสัมพันธ์สามารถจำแนกคนที่มีการเห็นคุณค่าในตนเองจากความสัมพันธ์ในระดับสูงและต่ำได้

เมื่อพิจารณาค่าความเที่ยงแบบความสอดคล้องภายในของมาตรวัดการเห็นคุณค่าในตนเองจากความสัมพันธ์ในการศึกษาที่ 1 และการศึกษาที่ 2 พบว่ามาตรวัดการเห็นคุณค่าในตนเองจากความสัมพันธ์โดยรวมทั้งฉบับมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค เท่ากับ .79 และ .84 ตามลำดับ ซึ่งหมายความว่ามาตรวัดนี้มีความเที่ยงอยู่ในระดับสูง

ผลการตรวจสอบความตรงเชิงภาวะสันนิษฐานของมาตรวัดการเห็นคุณค่าในตนเองจากความสัมพันธ์ด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน พบว่า การเห็นคุณค่าในตนเองจากความสัมพันธ์ประกอบด้วย 2 องค์ประกอบ คือ องค์ประกอบการเห็นคุณค่าในตนเองจากเพื่อน และองค์ประกอบการเห็นคุณค่าในตนเองจากครอบครัว ตามแนวคิดของ Du และคณะ (2012) โดยคำนวณน้ำหนักขององค์ประกอบการเห็นคุณค่าในตนเองจากเพื่อน ($b = 0.77, p < .01$) และองค์ประกอบการเห็นคุณค่าในตนเองจาก

ตาราง 4 ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างตัวแปร ($n = 150$)

ตัวแปร	M	SD	1	2	2.1	2.2
1. การเห็นคุณค่าในตนเองจากตัวตน	5.21	0.90	($\alpha = .89$)			
2. การเห็นคุณค่าในตนเองจากความสัมพันธ์	5.43	0.81	.63**	($\alpha = .84$)		
2.1 การเห็นคุณค่าในตนเองจากเพื่อน	5.11	0.82	.54**	.85**	($\alpha = .74$)	
2.2 การเห็นคุณค่าในตนเองจากครอบครัว	5.75	1.02	.56**	.91**	.56**	($\alpha = .85$)

** $p < .001$

ครอบครัว ($b = 0.79, p < .01$) มีค่าน้ำหนักใกล้เคียงกัน หรือจัดอยู่ในระดับเดียวกันในการอธิบายการเห็นคุณค่าในตนเองจากความสัมพันธ์ อย่างไรก็ตามเมื่อวิเคราะห์ความเที่ยงรวมของตัวแปรแฝง (composite reliability: CR) และค่าเฉลี่ยความแปรปรวนที่สกัดได้ (average variance extracted: AVE) พบว่าองค์ประกอบการเห็นคุณค่าในตนเองจากเพื่อนมีค่าความเที่ยงรวมของตัวแปรแฝง และค่าเฉลี่ยความแปรปรวนที่สกัดได้ต่ำกว่าเกณฑ์ตามที่ Hair และคณะ (2010) ได้เสนอไว้ว่า ความเที่ยงรวมของตัวแปรแฝงควรมีค่ามากกว่า .70 และ ค่าเฉลี่ยความแปรปรวนที่สกัดได้ควรมีค่ามากกว่า .50 ในการศึกษาครั้งต่อไปจึงควรพิจารณาปรับปรุงข้อคำถาม หรือเพิ่มจำนวนข้อคำถามในองค์ประกอบการเห็นคุณค่าในตนเองจากเพื่อน

ผลการตรวจสอบความตรงตามสภาพของมาตรวัดการเห็นคุณค่าในตนเองจากความสัมพันธ์พบว่า การเห็นคุณค่าในตนเองจากความสัมพันธ์ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการเห็นคุณค่าในตนเองจากอัตลักษณ์ของตน ($r = .63, p < .001$) ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Du และคณะ (2012) และ Du และคณะ (2018) ที่พบว่า ทั้งสองตัวแปรมีความสัมพันธ์กันทางบวก นอกจากนี้เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างการเห็นคุณค่าในตนเองจากอัตลักษณ์ของตนกับการเห็นคุณค่าในตนเองจากความสัมพันธ์รายด้าน พบว่าการเห็นคุณค่าในตนเองจากอัตลักษณ์ของตนมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการเห็นคุณค่าในตนเองจากเพื่อน ($r = .54, p < .001$) และการเห็นคุณค่าในตนเองจากครอบครัว ($r = .56, p < .001$) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันในระดับใกล้เคียงกัน ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Du และคณะ (2018)

จากการวิเคราะห์เปรียบเทียบคะแนนการเห็นคุณค่าในตนเองจากความสัมพันธ์ระหว่างผู้ชายและผู้หญิงในการศึกษาที่ 1 และการศึกษาที่ 2 ทั้ง 2 การศึกษาพบว่า ผู้ชายและผู้หญิงมีคะแนนเฉลี่ยของการเห็นคุณค่าในตนเองจากความสัมพันธ์ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาที่ 1 ของ Du และคณะ (2012) แต่ไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาที่ 2 ของ Du และคณะ (2012) และผลการศึกษาของ Cross, Bacon, และ Morris (2000) ที่พบว่าผู้

หญิงจะให้ความสำคัญกับความสัมพันธ์มากกว่าผู้ชาย ทั้งนี้ ผู้วิจัยคาดว่าน่าจะมีสาเหตุมาจากการที่กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ เป็นบุคคลที่เติบโตมาในวัฒนธรรมคิตูรวมหมู่ที่มีการนิยมตัวตนเป็นแบบพึ่งพาซึ่งกันและกัน ซึ่งมีการระบุตัวตนจากความสัมพันธ์ที่ตนเองมีกับบุคคลอื่น โดยเฉพาะกับบุคคลใกล้ชิด กลุ่มตัวอย่างจึงเคยชินกับการให้ความสำคัญกับความสัมพันธ์คนรอบๆ ตัว จนทำให้ทั้งผู้ชายและผู้หญิงมีการรับรู้คุณค่าของตนจากความสัมพันธ์ที่มีกับคนใกล้ชิดไม่แตกต่างกัน

โดยสรุปจากผลการตรวจสอบคุณภาพมาตรวัดการเห็นคุณค่าในตนเองจากความสัมพันธ์แสดงให้เห็นว่า มาตรวัดการเห็นคุณค่าในตนเองจากความสัมพันธ์ ซึ่งประกอบด้วย 2 องค์ประกอบ ได้แก่ การเห็นคุณค่าในตนเองจากเพื่อน และการเห็นคุณค่าในตนเองจากครอบครัว มีอำนาจจำแนกรายชื่อ และความเที่ยงแบบความสอดคล้องภายในอยู่ในระดับดี รวมทั้งมีความตรงเชิงภาวะสันนิษฐาน ความตรงตามสภาพ

สรุป และข้อเสนอแนะ

งานวิจัยในอนาคตอาจทำการตรวจสอบความตรงตามสภาพของมาตรวัดการเห็นคุณค่าในตนเองจากความสัมพันธ์กับตัวแปรอื่นเพิ่มเติม เช่น การสนับสนุนทางสังคม สุขภาวะทางจิต เนื่องจากในการศึกษาครั้งนี้ได้ตรวจสอบความตรงตามสภาพกับการเห็นคุณค่าในตนเองจากอัตลักษณ์ของตนเพียงตัวแปรเดียว

เนื่องจากการศึกษาครั้งนี้กลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษา การศึกษาในอนาคตอาจนำมาตราวัดการเห็นคุณค่าในตนเองจากความสัมพันธ์ไปทดลองใช้ศึกษาตรวจสอบคุณภาพกับกลุ่มตัวอย่างกลุ่มอื่น เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมกลุ่มตัวอย่างที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น

นอกจากนี้ควรมีการนำมาตรวัดการเห็นคุณค่าในตนเองจากความสัมพันธ์ไปศึกษาร่วมกับตัวแปรอื่นๆ เพื่อให้ได้องค์ความรู้เกี่ยวกับการเห็นคุณค่าในตนเองจากความสัมพันธ์ซึ่งปัจจุบันในประเทศไทยยังมีข้อมูลเรื่องนี้จำกัด เช่น ตัวแปรทางวัฒนธรรม

เอกสารอ้างอิง

- Brewer, M. B. & Chen, Y. (2007). Where (who) are collectives in collectivism? Toward conceptual clarification of individualism and collectivism. *Psychological Review*, 114, 133–151.
- Brewer, M. B. & Gardner, W. (1996). Who is this “we”? Levels of collective identity and self-representations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 71, 83–93.
- Cross, S., Bacon, P. & Morris, M. (2000). The relational-interdependent self-construal and relationships. *Journal of Personality and Social Psychology*, 78, 791–808.
- Du, H., King, R. B., & Chi, P. (2012). The development and validation of the Relational Self-Esteem Scale. *Scandinavian Journal of Psychology*, 53, 258-264.
- Du, H., Li, X., Chi, P., Zhao, J., & Zhao, G. (2015). Relational self-esteem, psychological well-being and social support in children affected by HIV. *Journal of Health Psychology*, 20, 1568-1578.
- Du, H., Li, X., Chi, P., Zhao, J., & Zhao, G. (2018). Psychometric properties of the Relational Self-Esteem Scale in a community-based sample in China. *European Journal of Psychological Assessment*, 34, 154-161.
- Faul, F., Erdfelder, E., Lang, A. G., & Buchner, A. (2007). G*Power 3: A flexible statistical power analysis for the social, behavioral, and biomedical sciences. *Behavior Research Methods*, 39, 175-191.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis* (7th ed.). Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall.
- Harter, S., Waters, P. & Whitesell, N. R. (1998). Relational self-worth: Differences in perceived worth as a person across interpersonal contexts among adolescents. *Child Development*, 69, 756–766.
- Heine, S. J., Lehman, D. R., Markus, H. R., & Kitayama, S. (1999). Is there a universal need for positive self-regard? *Psychological Review*, 106, 766–794.
- Hofstede, G. (2001). *Culture’s consequences: Comparing values, behaviors, institutions and organizations across nations* (2nd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Kitayama, S., & Uchida, Y. (2003). Explicit self-criticism and implicit self-regard: Evaluating self and friend in two cultures. *Journal of Experimental Social Psychology*, 39, 476–482.
- Kline, R. B. (2011). *Principles and practice of structural equation modeling* (3rd ed.). New York: Guilford Press.
- Luhtanen, R. & Crocker, J. (1992). A collective self-esteem scale: Self-evaluation of one’s social identity. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 18, 302–318.
- Markus, H. & Kitayama, S. (1991). Culture and the self: Implications for cognition, emotion, and motivation. *Psychological Review*, 98, 224–253.
- Neff, K. D. & Suizzo, M. A. (2006). Culture, power, authenticity and psychological well-being within romantic relationships: A comparison of European American and Mexican Americans. *Cognitive Development*, 21, 441–457.
- Oyserman, D., Coon, H. M., & Kemmelmeier, M. (2002). Rethinking individualism and collectivism: Evaluation of theoretical assumptions and meta-analyses. *Psychological Bulletin*, 128, 3-72.

- Rosenberg, M. (1965). *Society and the adolescent self-image*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Rosenberg, M. (1979). *Conceiving the self*. New York: Basic Books.
- Schmitt, D. P., & Allik, J. (2005). Simultaneous administration of the Rosenberg Self-Esteem Scale in 53 nations: Exploring the universal and culture-specific features of global self-esteem. *Journal of Personality and Social Psychology*, 89, 623–642.
- Wongpakaran, T. & Wongpakaran, N. (2012). A Comparison of Reliability and Construct Validity between the Original and the revised version of the Rosenberg Self Esteem Scale. *Psychiatry Investigation*, 9, 54-58.