

## ตัวชี้วัดชื่อเสียงของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย

Indicator for Measuring University Reputation in Thailand

รุ่งนภา พิตรปรีชา<sup>1</sup>

Rungnapar Pitpreecha

### บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องตัวชี้วัดชื่อเสียงของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา แนวทางการประเมินการวัดผลความมีชื่อเสียงของสถาบันอุดมศึกษา และ ศึกษาตัวชี้วัดชื่อเสียงของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย ซึ่งเก็บข้อมูล ในช่วงเดือนพฤษภาคม – กันยายน พ.ศ. 2554 โดยการสัมภาษณ์เจาะลึก อธิการบดี รองอธิการบดีหรือผู้ช่วยอธิการบดีฝ่ายมาตรฐานการศึกษา ฝ่ายวิชาการ ฝ่ายวิรัชกิจ (การต่างประเทศ) และอาจารย์ที่มีหน้าที่รับผิดชอบด้าน ความมีชื่อเสียงของสถาบันอุดมศึกษาในภาครัฐและเอกชนจาก 20 สถาบัน แบ่งเป็นสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ 10 สถาบัน ได้แก่ จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัย เกษตร มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยขอนแก่น มหาวิทยาลัย เทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี มหาวิทยาลัย นเรศวร และมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี และ

---

<sup>1</sup> รองศาสตราจารย์ และหัวหน้าภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัยrungnapar.p@chula.ac.th

สถาบันอุดมศึกษาภาคเอกชน 10 สถาบัน ได้แก่ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ มหาวิทยาลัยรังสิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีปทุม มหาวิทยาลัยสยาม มหาวิทยาลัยเอเชีย และมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

ผลการศึกษาพบว่า **สถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทยส่วนใหญ่ใช้เกณฑ์มาตรฐานในการประเมินคุณภาพมหาวิทยาลัยจากสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา (สกอ.) สำนักงานรับรองมาตรฐานและการประเมินคุณภาพการศึกษา (สมศ.) เป็นหลัก** แต่บางสถาบันอุดมศึกษา เช่น จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี มหาวิทยาลัยนเรศวร มหาวิทยาลัยกรุงเทพ มหาวิทยาลัยสยาม มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย และมหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ เป็นต้น ได้มีการกำหนดตัวชี้วัดบางตัวเพิ่มเติมขึ้นเอง เพื่อประโยชน์ในการพัฒนามาตรฐานการศึกษาของสถาบันตน

นอกจากนี้ ตัวชี้วัดความมีชื่อเสียงที่สถาบันอุดมศึกษาไทยส่วนใหญ่ให้ความสำคัญมากที่สุด คือ **การผลิตบัณฑิตให้มีคุณภาพ และเป็นที่ต้องการของผู้ประกอบการ** และตัวชี้วัดที่มีความสำคัญรองลงมา ได้แก่ คุณภาพหลักสูตรการศึกษา คุณภาพอาจารย์ผู้สอน และคุณภาพงานวิจัย เป็นต้น

**คำสำคัญ:** ชื่อเสียงขององค์กร การจัดอันดับสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย

### **Abstract**

The objective of this research is to investigate the indicators for measuring university reputation in Thailand. The qualitative approach, employed was to conduct in-depth interviews with university presidents, vice presidents and assistants to the president for educational standard, academic affairs and international relations as well as faculty members responsible for university reputation building at 20 public and private universities.

This study shows that most universities in Thailand apply the criteria created by the Bureau of Standards and Evaluation for measuring academic performance. Some of the universities, including Chulalongkorn University, Chiangmai University and Bangkok University developed their own criteria which they then considered in collaboration with the those of the Bureau of Standards and Evaluation for their academic assessment in order to determine the appropriate indicators to measure their performance.

The results also revealed that both public and private universities put precedence on the qualifications of graduates valued by entrepreneurs, which reflected in their employment and salary

rates as well as employee satisfaction levels based on their performances. These indicators were then followed by curriculum quality, faculty qualifications and research being conducted.

**Keyword:** Organization Reputation, Indicator for Measuring University Reputation in Thailand

## บทนำ

การแข่งขันทางธุรกิจในตลาดการค้าเสรีปัจจุบัน มีความรุนแรงอย่างมาก ทำให้เกิดการปรับปรุงมาตรฐานของสินค้าบริการให้เป็นที่พอใจของผู้บริโภค การแข่งขันดังกล่าวส่งผลไปทุกวงการไม่เว้นแม้แต่ วงการการศึกษา ปัจจุบันจะพบว่า มหาวิทยาลัยหลายแห่งได้ให้ความสำคัญกับการจัดอันดับของหน่วยงานต่างๆ โดยเฉพาะจากหน่วยงานต่างประเทศ เพราะการจัดลำดับดังกล่าวส่งผลถึงความมีชื่อเสียง การยอมรับของแต่ละมหาวิทยาลัยเป็นอย่างยิ่ง

การจัดลำดับของมหาวิทยาลัย (University Rankings) โดยหน่วยงานสถาบันต่างๆ ได้มีการดำเนินการอย่างกว้างขวางในระดับโลก (Global) และระดับภูมิภาค (Regional) เช่น QS World University Ranking และ Time Higher Education เป็นต้น

นอกจากนี้ ในปี 2010 นิตยสาร Time Higher Education ได้ให้ความสำคัญต่อเรื่องชื่อเสียงในการจัดอันดับมหาวิทยาลัย โดยอ้างถึงการวิจัยที่ทำโดย Thomson Reuters ในหัวข้อ A Worldwide Academic Reputation Survey ซึ่งได้ทำวิจัยเมื่อต้นปี 2010 จากศึกษาผู้ตอบแบบสอบถาม 13,388 คน จากทุกภูมิภาค และในสาขาวิชาต่างๆ ผลวิจัยชี้ให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับชื่อเสียงจากการสอนและการวิจัย คิดเป็นร้อยละ 34.5 โดยแยกเป็นชื่อเสียงจากการสอนร้อยละ 15 และชื่อเสียงจากการวิจัยร้อยละ 19.5

(อ้างอิงจาก <http://www.timeshighereducation.co.uk/world-university-rankings/2010-2011/analysis-methodology.html>)

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษามุมมองของผู้มีหน้าที่รับผิดชอบงานด้านความมีชื่อเสียงของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทยทั้งจากภาครัฐและเอกชน ว่ามีการกำหนดแนวทางการวัดผลความมีชื่อเสียงของสถาบันอุดมศึกษาของตนอย่างไร และตัวชี้วัดความมีชื่อเสียงใดบ้างที่สถาบันอุดมศึกษาต่างให้ความสำคัญ

### วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาแนวทางการประเมินการวัดผลความมีชื่อเสียงของสถาบันอุดมศึกษา
2. เพื่อศึกษาตัวชี้วัดชื่อเสียงของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย

### ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาเรื่อง “ตัวชี้วัดชื่อเสียงของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย” เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้การสัมภาษณ์เจาะลึก (In-depth Interview) อธิการบดี รองอธิการบดีหรือผู้ช่วยอธิการบดี ฝ่ายมาตรฐานการศึกษา ฝ่ายวิชาการ ฝ่ายวิรัชกิจ (การต่างประเทศ) และอาจารย์ที่มีหน้าที่รับผิดชอบด้านความมีชื่อเสียงของสถาบันอุดมศึกษาภาครัฐและเอกชนจาก 20 สถาบัน แบ่งเป็นสถาบันอุดมศึกษาภาครัฐ และสถาบันอุดมศึกษาภาคเอกชนอย่างละ 10 สถาบัน โดยเก็บข้อมูลในช่วงเดือนพฤษภาคม – กันยายน พ.ศ. 2554 ซึ่งมีเกณฑ์การคัดเลือกสถาบันอุดมศึกษาของรัฐและเอกชน ดังต่อไปนี้

**กรณีสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ** ใช้เกณฑ์การเป็นสถาบันอุดมศึกษาไทยที่มีชื่ออยู่ใน 10 อันดับแรกจากการจัดอันดับโดยสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา (สกอ.) พ.ศ. 2549 และการจัดอันดับ

ระดับนานาชาติ ได้แก่ นิตยสาร Asiaweek, นิตยสาร Times Higher Education Supplement (THES), Quacquarelli Symonds (QS), SCImago Institutions Ranking (SIR), Webometrics เป็นต้น

ผลจากการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างที่เป็นสถาบันอุดมศึกษาภาครัฐ ได้แก่ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตร มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยขอนแก่น มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี มหาวิทยาลัยนเรศวร และมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

**กรณีสถาบันอุดมศึกษาเอกชน** ใช้เกณฑ์การโหวตสถาบันอุดมศึกษายอดนิยม ประจำปี 2010 ซึ่งเป็นกรเก็บข้อมูลผ่านทางเว็บไซต์ [www.eduzones.com](http://www.eduzones.com) (<http://blog.eduzones.com/futurecareer/49772>) ตั้งแต่เดือนธันวาคม 2552 - เมษายน 2553 รวมระยะเวลา 5 เดือน ผลจากการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างที่เป็นสถาบันอุดมศึกษาของเอกชน ได้แก่ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ มหาวิทยาลัยรังสิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีปทุม มหาวิทยาลัยสยาม มหาวิทยาลัยเอเชีย และมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

### **ขอบเขตการศึกษา**

ศึกษาเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เจาะลึก อธิการบดี รองอธิการบดี หรือผู้ช่วยอธิการบดีฝ่ายมาตรฐานการศึกษา ฝ่ายวิชาการ ฝ่ายวิรัชกิจ (การต่างประเทศ) และอาจารย์ที่มีหน้าที่รับผิดชอบด้านความมีชื่อเสียง

ของสถาบันอุดมศึกษาภาครัฐและเอกชนจาก 20 สถาบัน แบ่งเป็น สถาบันอุดมศึกษาของรัฐ 10 สถาบัน ได้แก่ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยขอนแก่น มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี มหาวิทยาลัยนเรศวร และ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี และสถาบันอุดมศึกษาภาคเอกชน 10 สถาบัน ได้แก่ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ มหาวิทยาลัยรังสิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีปทุม มหาวิทยาลัยสยาม มหาวิทยาลัยเอเชีย และมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

### แนวคิดที่ใช้ในการศึกษา

แนวทางการประเมินการวัดผลความมีชื่อเสียงขององค์กร (Evaluating Methods of Reputation Measurement) ซึ่งเป็นแนวคิดของ RepTrak® Scorecard (Cees B. M. van Riel and Charles J. Fombrun, 2007:255.) โดยกำหนดนิยามของปัจจัยทั้ง 7 ปัจจัยเพื่อเป็นกรอบในการกำหนดคุณลักษณะให้สอดคล้องกับสิ่งที่ต้องการศึกษา ดังนี้

- 1) **ปัจจัยด้านสินค้าและบริการขององค์กร (Product and Service Factor)** เป็นปัจจัยที่สถาบันอุดมศึกษามีไว้เพื่อให้บริการหรือสอนนิสิต นักศึกษา (ซึ่งไม่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีหรือสถานที่ การมีสตูดิโอที่ทันสมัย มีเครื่องไม้เครื่องมือทางการแพทย์ที่มีประสิทธิภาพ ฯลฯ) เช่น คณาจารย์มีความรู้ความสามารถเป็นที่ยอมรับ มีคุณธรรมจริยธรรม เป็นต้นแบบของสังคมได้ และ



หลักสูตรการเรียนการสอนที่มีคุณภาพ เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อผลิตบัณฑิตเป็นที่ยอมรับของสังคม

- 2) **ปัจจัยด้านนวัตกรรม (Innovation Factor)** เป็นปัจจัยที่เกี่ยวกับการเป็นผู้ริเริ่มสิ่งใหม่ ๆ ความทันสมัยหรือเทคโนโลยีใหม่ ๆ ของสถาบันอุดมศึกษา เช่น ความคิดริเริ่มด้านหลักสูตร ด้านการเรียนการสอน หรือผลงานวิชาการที่สร้างสรรค์ เป็นนวัตกรรมหรือเทคโนโลยีใหม่ ๆ เป็นต้น
- 3) **ปัจจัยด้านสถานที่ทำงาน (Workplace Factor)** เป็นปัจจัยที่เกี่ยวกับสถานที่ของสถาบันอุดมศึกษาสำหรับนิสิต นักศึกษา และบุคลากร รวมถึงบรรยากาศการทำงานของบุคลากรในสถาบันอุดมศึกษาด้วย และ เช่น ภูมิทัศน์และสภาพแวดล้อมที่ดีสะอาด เป็นระเบียบ ปลอดภัย การให้ผลตอบแทนหรือสวัสดิการแก่บุคลากรอย่างเหมาะสม เป็นต้น
- 4) **ปัจจัยด้านการกำกับดูแล (Governance Factor)** เป็นปัจจัยที่เกี่ยวกับธรรมาภิบาล คุณธรรม จริยธรรมของสถาบันอุดมศึกษา เช่น การบริหารจัดการที่โปร่งใส ตรวจสอบได้ มีความยุติธรรม มีคุณธรรมจริยธรรม เป็นต้น
- 5) **ปัจจัยด้านความเป็นพลเมืองดี (Citizenship Factor)** เป็นปัจจัยที่เกี่ยวกับการให้บริการทางสังคม และบทบาททางสังคมของสถาบันอุดมศึกษา เช่น การนำความรู้ทางวิชาการมาให้คำปรึกษาแก่สังคม มีบทบาทเป็นผู้ชี้นำสังคม เป็นต้น
- 6) **ปัจจัยด้านความเป็นผู้นำ (Leadership Factor)** เป็นปัจจัยที่เกี่ยวกับการบริหารจัดการ และการมีคุณลักษณะของความเป็น

ผู้นำในวงการสถาบันอุดมศึกษา เช่น วิทยาลัยที่ชัดเจน มีระบบการบริหารจัดการที่มีคุณภาพ เป็นแบบอย่างที่ดีของสังคมเป็นต้น

- 7) **ปัจจัยด้านผลประกอบการหรือผลการดำเนินงาน (Performance Factor)** เป็นปัจจัยที่เกี่ยวกับผลการดำเนินงาน ผลผลิต ศักยภาพ และการเติบโตของสถาบันอุดมศึกษา เช่น องค์การมีการเติบโตอย่างเข้มแข็งและต่อเนื่อง บัณฑิตที่ผลิตออกไปเป็นที่ยอมรับในแวดวงวิชาการ ความสามารถในการหาทุนเพื่อการวิจัย หรือพัฒนาสถาบันในด้านต่างๆ เป็นต้น

### ผลการศึกษา

ผลจากการศึกษาแนวทางการประเมินการวัดผลความมีชื่อเสียง และตัวชี้วัดชื่อเสียงของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย พบว่า **สถาบันอุดมศึกษาไทยทั้งภาครัฐ และภาคเอกชนส่วนใหญ่ใช้เกณฑ์มาตรฐานในการประเมินคุณภาพมหาวิทยาลัยจากสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา (สกอ.) สำนักงานรับรองมาตรฐานและการประเมินคุณภาพการศึกษา (สมศ.) เป็นหลัก** แต่บางสถาบันสถาบันอุดมศึกษา เช่น จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี มหาวิทยาลัยนเรศวร มหาวิทยาลัยกรุงเทพ มหาวิทยาลัยสยาม มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย และมหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ เป็นต้น ได้มีการกำหนดตัวชี้วัดบางตัวเพิ่มเติมขึ้นเองเพื่อประโยชน์ในการพัฒนามาตรฐานการศึกษาของสถาบันตน

อีกทั้ง ตัวชี้วัดความมีชื่อเสียงที่สถาบันอุดมศึกษาไทยส่วนใหญ่ให้ความสำคัญมากที่สุด คือ **การผลิตบัณฑิตให้มีคุณภาพ และเป็นที่**

**ต้องการของผู้ประกอบการ และตัวชี้วัดที่มีความสำคัญรองลงมา ได้แก่**  
 คุณภาพหลักสูตรการศึกษา คุณภาพอาจารย์ผู้สอน และคุณภาพงานวิจัย  
 เป็นต้น ซึ่งรายละเอียดวิธีการประเมินคุณภาพ และตัวชี้วัดความมีชื่อเสียงที่  
 สถาบันอุดมศึกษาไทยให้ความสำคัญนั้น มีดังต่อไปนี้ (ตารางที่ 1 2 และ 3)

**ตารางที่ 1 แสดงวิธีการประเมินคุณภาพสถาบันอุดมศึกษาภาครัฐ**

สังกัด	สถาบันอุดมศึกษา	วิธีการประเมินคุณภาพสถาบัน			
		เกณฑ์การประกันคุณภาพของ สำนักงานคณะกรรมการ การอุดมศึกษา (สกอ.)	สำนักงานรับรองมาตรฐานและการ ประเมินคุณภาพ การศึกษา (สมศ.)	สถาบันอุดมศึกษากำหนด ตัวชี้วัดเอง **	การประเมิน คุณภาพ จากองค์กร/ วิธีการอื่นๆ
รัฐ	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	○	○	○	-
	ม.เกษตรศาสตร์	○	○	-	-
	ม.ขอนแก่น	○	-	○	-
	ม.เชียงใหม่	○	○	○	-
	ม.เทคโนโลยีพระจอมเกล้า ธนบุรี	NA*	NA*	NA*	-
	ม.เทคโนโลยีราชมงคล กรุงเทพ	○	○	○	-
	ม.เทคโนโลยีสุรนารี	○	○	○	สำนักงานกองทุน สนับสนุนการวิจัย (สกว.)

สังกัด	สถาบันอุดมศึกษา	วิธีการประเมินคุณภาพสถาบัน			
		เกณฑ์การประกันคุณภาพของ สำนักงานคณะกรรมการ การอุดมศึกษา (สกอ.)	สำนักงานรับรองมาตรฐานและการ ประเมินคุณภาพ การศึกษา (สมศ.)	สถาบันอุดมศึกษากำหนด ตัวชี้วัดเอง **	การประเมิน คุณภาพ จากองค์กร/ วิธีการอื่นๆ
ม.ธรรมศาสตร์		○	○	-	สำนักงาน คณะกรรมการ การพัฒนาระบบ ราชการ (กพร.)
ม.นเรศวร		○	○	○	-
ม.มหิดล		NA*	NA*	NA*	-

## ตารางที่ 2 แสดงวิธีการประเมินคุณภาพสถาบันอุดมศึกษา เอกชน

สังกัด	สถาบันอุดมศึกษา	วิธีการประเมินคุณภาพสถาบัน			
		เกณฑ์การประกันคุณภาพของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา (สกอ.)	สำนักงานรับรองมาตรฐานและการประเมินคุณภาพการศึกษา (สมศ.)	สถาบันอุดมศึกษาที่กำหนดตัวชี้วัดเอง **	การประเมินคุณภาพจากองค์กร/วิธีการอื่นๆ
เอกชน	ม.กรุงเทพ	○	○	○	-
	ม.เกษมบัณฑิต	○	○	-	-
	ม.เทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์	○	○	-	-
	ม.ธุรกิจบัณฑิตย์	○	○	-	ISO
	ม.รังสิต	○	○	-	-
	ม.ศรีปทุม	○	○	-	-
	ม.สยาม	○	○	○	
	ม.หอการค้าไทย	-	-	-	1.ISO9000 2.Q-Mark 3.Thailand QualityAward (TQA) 4. Association to Advance Collegiate Schools of

สังกัด	สถาบันอุดมศึกษา	วิธีการประเมินคุณภาพสถาบัน			
		เกณฑ์การประกันคุณภาพของ สำนักงานคณะกรรมการการ อุดมศึกษา (สกอ.)	สำนักงานรับรองมาตรฐานและการ ประเมินคุณภาพการศึกษา (สมศ.)	สถาบันอุดมศึกษากำหนดตัวชี้วัด เอง **	การประเมิน คุณภาพ จากองค์กร/ วิธีการอื่นๆ
					Business (AACSB)
	ม.อัสสัมชัญ	○	○	○	-
	ม.เอเซีย	○	○	○	การบริหารความ เสี่ยง (KM)

หมายเหตุ – NA\* หมายถึง ไม่ประสงค์ให้ข้อมูล

สถาบันอุดมศึกษากำหนดตัวชี้วัดเอง \*\* สามารถ

อ่านรายละเอียดในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แสดงตัวชี้วัดความมีชื่อเสียงที่สถาบันอุดมศึกษา  
ภาครัฐ-เอกชนเป็นผู้กำหนดความสำคัญ  
(เรียงตามลำดับความสำคัญ)

สังกัด	สถาบันอุดมศึกษา	ตัวชี้วัดความมีชื่อเสียงที่ สถาบันอุดมศึกษา เป็นผู้กำหนดความสำคัญ (เรียงตามลำดับความสำคัญ)	หมายเหตุ
รัฐ	จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย	1. คุณภาพบัณฑิต 2. คุณภาพงานวิจัย 3. คุณภาพการบริหาร 4. คุณภาพการบริหารเงินอย่างคุ้มค่า	
	ม.เกษตรศาสตร์	-	ใช้เกณฑ์สกอ. และสมศ.
	ม.ขอนแก่น	1. คุณภาพนักวิจัย 2. การบริการวิชาการแก่ชุมชน 3. คุณภาพบัณฑิต 4. ความเป็นนานาชาติ	
	ม.เชียงใหม่	1. คุณภาพงานวิชาการ 2. คุณภาพงานวิจัย 3. คุณภาพการบริการวิชาการ 4. คุณภาพการบริหารจัดการ 5. ความเป็นนานาชาติ	
	ม.เทคโนโลยีพระจอม เกล้าธนบุรี	1. คุณภาพบัณฑิต 2. คุณภาพอาจารย์	
	ม.เทคโนโลยีราชมงคล กรุงเทพ	1. คุณภาพบัณฑิต 2. ความพึงพอใจของนายจ้างใน การจ้างบัณฑิต	
	ม.เทคโนโลยีสุรนารี	1. คุณภาพอาจารย์ 2. อุบัติการณ์การสอน	

สังกัด	สถาบันอุดมศึกษา	ตัวชี้วัดความมีชื่อเสียงที่ สถาบันอุดมศึกษา เป็นผู้กำหนดความสำคัญ (เรียงตามลำดับความสำคัญ)	หมายเหตุ
	ม.เทคโนโลยีสุรนารี	3. ความพึงพอใจของนายจ้างต่อการ จ้างบัณฑิต 4. การทำแผนยุทธศาสตร์ที่ทุกฝ่ายมี ส่วนร่วมในการวางแผน มีความ เป็นเอกภาพ มีธรรมาภิบาล โปร่งใส	
	ม.ธรรมศาสตร์	-	ใช้เกณฑ์สกอ. และสมศ.
	ม.นเรศวร	1. คุณภาพของอาจารย์ 2. คุณภาพบัณฑิต 3. ความร่วมมือกับศิษย์เก่า 4. ความมีธรรมาภิบาล	
	ม.มหิดล	-	ไม่ประสงค์ให้ ข้อมูล



สังกัด	สถาบันอุดมศึกษา	ตัวชี้วัดความมีชื่อเสียงที่ สถาบันอุดมศึกษา เป็นผู้กำหนดความสำคัญ (เรียงตามลำดับความสำคัญ)	หมายเหตุ
เอกชน	ม.กรุงเทพ	1. คุณภาพงานวิจัย 2. คุณภาพหลักสูตร และการสอน 3. บัณฑิตมีงานทำ	
	ม.เกษมบัณฑิต	คุณภาพหลักสูตร และการสอน	
	ม.เทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์	-	ใช้เกณฑ์สกอ. และสมศ.
	ม.ธุรกิจบัณฑิตย์	-	ใช้เกณฑ์สกอ. สมศ. และISO
	ม.รังสิต	1. คุณภาพวิจัย 2. คุณภาพหลักสูตร และการสอน	
	ม.ศรีปทุม	-	ใช้เกณฑ์สกอ. และสมศ.
	ม.สยาม	1. คุณภาพบัณฑิต 2. ความพึงพอใจของนายจ้างในการจ้างบัณฑิต	
	ม.หอการค้าไทย	1. คุณภาพของงานวิจัย 2. คุณภาพหลักสูตร และการสอน 3. คุณภาพบัณฑิต	
	ม.อัสสัมชัญ	1. คุณภาพบัณฑิต 2. คุณภาพการสอน และงานวิจัย 3. การให้บริการทางสังคม	
	ม.เอเชีย	1. คุณภาพบัณฑิต 2. คุณภาพหลักสูตร และการสอน	

นอกจากนี้ เพื่อให้ผู้ให้สัมภาษณ์ประเมินปัจจัยที่มีความสำคัญต่อตัวชี้วัดชื่อเสียงของสถาบันอุดมศึกษาไทย ทั้ง 7 ปัจจัย (ตามแนวคิดของ RepTrak Scorecard) ได้แก่ 1. ปัจจัยด้านสินค้าและบริการขององค์กร (Product and Service Factor) 2. ปัจจัยด้านนวัตกรรม (Innovation Factor) 3. ปัจจัยด้านสถานที่ทำงาน (Workplace Factor) 4. ปัจจัยด้านการกำกับดูแล (Governance Factor) 5. ปัจจัยความเป็นพลเมืองดี (Citizenship Factor) 6. ปัจจัยด้านความเป็นผู้นำ (Leadership Factor) และ 7. ปัจจัยด้านผลประกอบการ (Performance Factor) พบว่าสถาบันอุดมศึกษาทั้งภาครัฐและเอกชนส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า ปัจจัยด้านสินค้าและบริการขององค์กร (Product and Service Factor) มีความสำคัญมากที่สุด เพราะการมีหลักสูตรที่มีคุณภาพ จะทำให้สามารถผลิตบัณฑิตที่มีคุณภาพซึ่งเป็นหัวใจสำคัญในการสร้างชื่อเสียงให้สถาบัน

จากการสัมภาษณ์สถาบันอุดมศึกษาภาครัฐ รศ.ดร.กิตติชัย ไตรรัตนศิริชัย (สัมภาษณ์, 20 สิงหาคม 2554) อธิการบดีมหาวิทยาลัยขอนแก่น ศ.ดร.ประสาท สีบคำ (สัมภาษณ์, 1 กันยายน 2554) อธิการบดีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี และศ.ดร.สุจินต์ จินายน (สัมภาษณ์, 9 กันยายน 2554) อธิการบดีมหาวิทยาลัยนเรศวร กล่าวเป็นเสียงเดียวกันว่า เพราะการพัฒนาหลักสูตรที่ดีมีคุณภาพสามารถตอบสนองของความต้องการของสังคมได้เป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้เกิดบัณฑิตที่ดีมีคุณภาพเป็นที่พอใจของนายจ้าง

สอดคล้องกับสถาบันอุดมศึกษาภาคเอกชนที่เล็งเห็นว่าปัจจัยด้านสินค้าและบริการขององค์กรมีความสำคัญที่สุดเช่นกัน ดร.ปิยากร หวังมหาพร (สัมภาษณ์, 12 กันยายน 2554) ผู้อำนวยการสำนักวิจัย

มหาวิทยาลัยศรีปทุม กล่าวว่า “เพราะตัวหลักสูตรที่มีคุณภาพจะส่งผลให้บัณฑิตที่จบมามีคุณภาพมากตามไปด้วย” เช่นเดียวกับ**อาจารย์กรรมการบริหารมูลนิธิ (สัมภาษณ์, 5 พฤษภาคม 2554)** ผู้อำนวยการสำนักนโยบายและแผน มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์ กล่าวว่า “เพราะรายได้หลักของมหาวิทยาลัยมาจากนักศึกษา ดังนั้น มหาวิทยาลัยต้องมีสินค้า (การเรียนการสอน) ที่ดี ทำให้มีการบอกปากต่อปากให้มาเรียนที่นี่ ผลลัพธ์บัณฑิตจบไปแล้วมีงานทำ ซึ่งมหาวิทยาลัยได้มีการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิตและจำนวนบัณฑิตที่ได้งานทำก็เปอร์เซ็นต์อยู่เสมอ”

ส่วนปัจจัยที่สำคัญของลงมานั้น สถาบันอุดมศึกษา**ภาครัฐและเอกชนมีความคิดเห็นแตกต่างกัน** โดยสถาบันอุดมศึกษาภาครัฐมีความคิดเห็นว่า **ปัจจัยด้านนวัตกรรม (Innovation Factor) และปัจจัยด้านการกำกับดูแล (Governance Factor)** มีความสำคัญมาก ในแง่ของปัจจัยด้านนวัตกรรมจะส่งผลต่อชื่อเสียงของสถาบันมาก เพราะการจะเป็นสถาบันอุดมศึกษาชั้นนำระดับโลก จำเป็นต้องมีชื่อเสียง มีนวัตกรรม และนำสังคมได้ ดังเช่น **ผศ.ดร.รัฐชาติ มงคลนาวิน (สัมภาษณ์, 20 พฤษภาคม 2554)** ผู้ช่วยอธิการบดีฝ่ายวิรัชกิจ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยได้แสดงจุดยืนของจุฬาฯ ว่า “จุฬาฯ ต้องการเป็นมหาวิทยาลัยชั้นนำระดับโลก อะไรที่เป็นนวัตกรรมจำเป็นต้องมี เพื่อเป็นการสะท้อนให้เห็นคุณภาพของอาจารย์และหลักสูตร” เช่นเดียวกับ **ดร.ดำรง ศรีพระราม (สัมภาษณ์, 16 มิถุนายน 2554)** รองอธิการบดีฝ่ายบริการวิชาการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์กล่าวว่า “นวัตกรรมและผลงานที่ชนะการประกวดต่างๆ มีผลต่อความมีชื่อเสียง เพราะทำให้คนภายนอกอยากเข้ามาศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยนั้นๆ” สอดคล้องกับ **ผศ.ดร.ณัฐ วรยศ (สัมภาษณ์, 10 กันยายน 2554)**

รองอธิการบดีฝ่ายวิจัยและบริการวิชาการ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ กล่าวว่า “การสร้างนวัตกรรมใหม่เป็นความรู้ที่สามารถนำออกไปสู่สังคม สามารถสร้างมูลค่าให้กับผู้คิดค้น และสร้างชื่อเสียงให้มหาวิทยาลัยได้”

นอกจากนี้ สถาบันอุดมศึกษาภาครัฐส่วนใหญ่มีความเห็นว่า **ปัจจัยด้านการกำกับดูแล** เป็นสิ่งสำคัญที่จะส่งผลต่อชื่อเสียงด้านดีของสถาบันเช่นกัน เพราะการบริหารงานที่โปร่งใส ตรวจสอบได้ มีธรรมาภิบาลเป็นพื้นฐานที่จะนำไปสู่ความสำเร็จของสถาบันในอนาคต

ในขณะที่สถาบันอุดมศึกษาภาคเอกชนบางแห่งไม่ได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการกำกับดูแลเท่าที่ควร เพราะ ปัจจัยด้านนี้ไม่ได้ส่งผลต่อการชี้วัดความมีชื่อเสียงขององค์กรโดยตรง จึงจะเน้นให้ความสำคัญยึดหยุ่นในการบริหารงานองค์กรมากกว่า เพื่อง่ายต่อการขับเคลื่อนองค์กร ดังเช่น **ดร. พรชัย มงคลวนิช** (สัมภาษณ์, 10 มิถุนายน 2554) อธิการบดีมหาวิทยาลัยสยาม กล่าวว่า “ความโปร่งใสและตรวจสอบได้เป็นเรื่องสำคัญ แต่ต้องไม่ไปก้าวท้าวเสรีภาพทางวิชาการ ต้องทำให้เกิดความสมดุล แต่ถ้าไม่มีความโปร่งใสตรวจสอบได้ บุคลากรก็จะรู้สึกว่าจะไม่ได้รับความเป็นธรรมและเกิดความไม่สบายใจ อย่างไรก็ตามหากคนในองค์กรรู้สึกว่า ถูกเฝ้ามองตลอดก็อาจรู้สึกไม่สบายใจ และอาจทำให้ไม่เกิดการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ ต้องทำให้คนในองค์กรรู้สึกว่ามีความยืดหยุ่น ความมีอิสระ พร้อมทั้งจะคิดสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ

ดังนั้น **ปัจจัยด้านความเป็นผู้นำ (Leadership Factor)** จึงเป็นปัจจัยที่สถาบันอุดมศึกษาเอกชนให้ความสำคัญมากเพราะสถาบันอุดมศึกษาต้องเป็นชุมพลพลังที่นำสังคม ต้องพัฒนาผู้นำสังคมทางด้านต่าง ๆ ดังนั้น การมีผู้นำที่มีวิสัยทัศน์ดีทำให้องค์กรทันต่อการเปลี่ยนแปลงส่งผลให้เมืองค์กรมีภาพลักษณ์ที่ดี **ดร.ชวลิต หมื่นนุช** (สัมภาษณ์, 1 กันยายน 2554) รอง

อธิการบดีฝ่ายบริหาร มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ **ศศ.ดร.ลักคณา วรศิลป์ชัย** (สัมภาษณ์, 16 พฤษภาคม 2554) ผู้อำนวยการสถาบันส่งเสริมการวิจัยและพัฒนานวัตกรรม มหาวิทยาลัยกรุงเทพ และ**ดร.ปิยากร หวังมหาพร** (สัมภาษณ์, 12 กันยายน 2554) ผู้อำนวยการสำนักวิจัย มหาวิทยาลัยศรีปทุม มีความคิดเห็นสอดคล้องกัน กล่าวคือ การมีผู้นำที่ดีจะทำให้มหาวิทยาลัยเดินหน้าต่อไปได้อย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง นอกจากนี้ **ดร.พรชัย มงคลวนิช** (สัมภาษณ์, 10 มิถุนายน 2554) อธิการบดีมหาวิทยาลัยสยามยังชี้ให้เห็นความสำคัญของผู้นำที่มีต่อภาพลักษณ์ขององค์กร ว่า “เป็นเพราะมหาวิทยาลัยอยู่ในสายตาของสังคมเสมอ ดังนั้น ผู้นำต้องทำงานให้องค์กรไม่ใช่ให้องค์กรทำงานให้ตนเอง และทำให้ส่วนรวมยกระดับดีขึ้น ดังนั้นไม่ว่าจะเป็นผู้นำขององค์กร หรือผู้นำนักศึกษา ผู้นำแต่ละสาขาวิชาล้วนมีความสำคัญทั้งสิ้น”

สำหรับ**ปัจจัยด้านผลประกอบการหรือผลการดำเนินงาน (Performance Factor)** เป็นปัจจัยที่ถูกยกให้สำคัญมากที่สุด และน้อยที่สุดในเวลาเดียวกัน กล่าวคือ สถาบันอุดมศึกษาทุกสถาบันเล็งเห็นว่า การผลิตบัณฑิตให้เป็นที่ยอมรับของสังคมมีความสำคัญมากที่สุด และส่งผลกระทบโดยตรงต่อการซื้อวัดความมีชื่อเสียงของสถาบันโดยตรง ในขณะที่ผลการดำเนินงานในแง่ของศักยภาพความสามารถในการหาทุนเพื่อการวิจัย หรือพัฒนาสถาบันในด้านต่างๆ กลับไม่ใช่สิ่งที่สำคัญมากนัก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสถาบันอุดมศึกษาภาครัฐ ทั้งนี้เพราะกำไรที่เป็นเม็ดเงินนั้นมีความสำคัญในด้านของการอุดหนุน และเป็นต้นทุนในการพัฒนาองค์กร แต่กำไรทางสังคมมีผลต่อความมีชื่อเสียงของมหาวิทยาลัยมากกว่ากำไรที่เป็นเม็ดเงิน อีกทั้งสถาบันอุดมศึกษาภาครัฐยังได้รับเงินงบประมาณบางส่วนจากการ

สนับสนุนของรัฐบาลอีกด้วย จากการสัมภาษณ์ **ผศ.ดร.ดวงรักษ์ นันทวิสารกุล** (สัมภาษณ์, 30 สิงหาคม 2554) ที่ปรึกษาอธิการบดี ฝ่ายวิชาการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี กล่าวว่า “การแสวงหากำไร หรือเงินงบประมาณในการดำเนินการของสถาบันนั้นไม่มีผลต่อเรื่องชื่อเสียงของสถาบัน เพราะมหาวิทยาลัยเป็นสถานศึกษา และผู้ปกครองไม่สนใจว่า มหาวิทยาลัยจะใช้เงินมากหรือน้อย พวกเขาสนใจเพียงว่า มหาวิทยาลัยจะสามารถสอนลูกของเขาให้มีความรู้มากที่สุดได้อย่างไร” ซึ่งค่อนข้างสวนทางกับความเห็นจากสถาบันอุดมศึกษาภาคเอกชนที่มองว่า **ปัจจัยด้านผลประโยชน์** (ในแง่ของทุนทรัพย์) มีความสำคัญต่อความอยู่รอดขององค์กร แม้ว่าจะไม่ใช่ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการชี้วัดความมีชื่อเสียงก็ตาม ทั้งนี้เพราะ สถาบันอุดมศึกษาภาคเอกชนต้องแสวงหาเงินทุนสำหรับบริหารจัดการองค์กรเอง ดังเช่น **ดร.วิวรรณ์ ปาณะสิทธิพันธุ์** (สัมภาษณ์, 15 พฤษภาคม 2554) ผู้อำนวยการสำนักงานประกันคุณภาพ มหาวิทยาลัยรังสิต กล่าวว่า “สถาบันอุดมศึกษาจำเป็นต้องเติบโต มีความเข้มแข็งในด้านวิชาการหลายๆ ด้าน มีค่าใช้จ่ายด้านอาจารย์สูง ต้องมีการบริหารงานและการใช้งบประมาณที่มีประสิทธิภาพ ดังนั้นมหาวิทยาลัยจึงต้องมีผลประโยชน์ในเชิงบวก” (ดังผลสรุปเปรียบเทียบปัจจัย 3 ลำดับแรกที่มีความสำคัญในตารางที่ 4)

**ตารางที่ 4 เปรียบเทียบ 3 ปัจจัยแรกที่มีความสำคัญต่อตัวชี้วัด  
ชื่อเสียงของสถาบันอุดมศึกษาภาครัฐ-เอกชน  
(ตามแนวคิดของ RepTrak® Scorecard)**

ลำดับที่	สถาบันอุดมศึกษาภาครัฐ	สถาบันอุดมศึกษา ภาคเอกชน
1	ปัจจัยด้านสินค้าและบริการ ขององค์กร (Product and Service Factor)	ปัจจัยด้านสินค้าและบริการ ขององค์กร (Product and Service Factor)
2	ปัจจัยด้านนวัตกรรม (Innovation Factor)	ปัจจัยด้านความเป็นผู้นำ (Leadership Factor)
3	ปัจจัยด้านการกำกับดูแล (Governance Factor)	ปัจจัยด้านผลประกอบการ หรือผลการดำเนินงาน (Performance Factor)

### บทวิเคราะห์

“อะไรคือตัวชี้วัดว่า ประเทศไทยมีความก้าวหน้า หรือล้าหลัง” คำตอบคือ “คุณภาพการศึกษา” เพราะหากประชากรในประเทศมีการศึกษาดี คนมีคุณภาพย่อมเป็นการวางรากฐานที่มั่นคงให้แก่ประเทศ เกิดการค้นพบและคิดค้นประดิษฐ์สิ่งใหม่ๆ ที่ทำให้ประเทศก้าวหน้าสามารถแข่งขันกับนานาประเทศได้ นี่คือนสิ่งที่ผู้บริหารสถาบันอุดมศึกษาต่างคาดหวังให้เกิดขึ้นกับประเทศไทย

จากการศึกษาพบว่า สถาบันอุดมศึกษาไทยส่วนใหญ่ใช้เกณฑ์การประเมินคุณภาพสถาบันอุดมศึกษาไทยทั้งจากสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา (สกอ.) และสำนักงานรับรองมาตรฐานและการประเมินคุณภาพการศึกษา (สมศ.) แต่ก็มี**เสียงบ่นแสดงความไม่พอใจความไม่ยุติธรรมของตัวชี้วัดอยู่เสมอ** โดยเฉพาะจากสถาบันอุดมศึกษาภาคเอกชนที่มักถูกประเมินให้อยู่ในระดับกลาง-ต่ำ

**ศ.ดร.ไพฑูรย์ สินลารัตน์** (สัมภาษณ์, 25 สิงหาคม 2554) รองอธิการบดีฝ่ายวิจัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ กล่าวว่า “การจัดอันดับให้สถาบันอุดมศึกษาภาคเอกชนอยู่ในระดับกลางๆ ไม่ได้เป็นเรื่องที่เห็นความหมาย เพราะ แม้ว่าปัจจุบันสถาบันอุดมศึกษาภาคเอกชนหลักๆ จะมีความพยายาม และมีความตื่นตัวสูงขึ้นในการพัฒนาตนเอง แต่ยังไม่สามารถเข้าไปแทนที่อันดับความมีชื่อเสียงของสถาบันอุดมศึกษาภาครัฐ ทั้งนี้เพราะค่านิยมในใจคนไทยยังคงเชื่อมั่นและให้ความสำคัญกับสถาบันอุดมศึกษาภาครัฐ” สอดคล้องกับความเห็นของ **ดร.ชวลิต หมิ่นนุช** (สัมภาษณ์, 1 กันยายน 2554) รองอธิการบดีฝ่ายบริหาร มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ กล่าวว่า “แม้สถาบันอุดมศึกษาภาคเอกชนจะได้อันดับที่ดีเพียงไร แต่ก็เป็นกรยากที่จะเปลี่ยนค่านิยมของสังคมไทยที่ยังมีความเชื่อว่าสถาบันอุดมศึกษาภาครัฐดี และค่าเล่าเรียนราคาถูก เพราะฉะนั้นถ้าผู้เรียนมีโอกาสก็จะเลือกสถาบันอุดมศึกษาภาครัฐก่อน ถ้าเข้าไม่ได้ก็ค่อยมาเรียนสถาบันอุดมศึกษาภาคเอกชน”

และสอดคล้องกับความคิดเห็นของ **รศ.ดร.จิรเดช อู่สวัสดิ์** (สัมภาษณ์, 26 สิงหาคม 2554) อธิการบดี มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย และ **ผศ.อิงอร ตันพันธ์** (สัมภาษณ์, 15 กันยายน 2554) ผู้ช่วยอธิการบดีฝ่าย



วิชาการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ กล่าวคือ มหาวิทยาลัยเอกชนมีโอกาสในการคัดเลือกผู้เรียนที่มีคุณภาพน้อยมาก เพราะมีการแข่งขันที่รุนแรง จึงทำให้ต้องยอมรับว่า บัณฑิตที่เป็นผลผลิตที่ได้ออกมาอาจโดดเด่นไม่มากนัก

นอกจากนี้ ปัจจุบันสถาบันอุดมศึกษาของไทยได้ให้ความสำคัญมากขึ้นกับการประกาศผลการจัดอันดับความมีชื่อเสียงของมหาวิทยาลัย (University Rankings) จากสถาบันต่างประเทศ เช่น นิตยสาร Asiaweek, นิตยสาร Times Higher Education Supplement (THES), Quacquarelli Symonds (QS), SCImago Institutions Ranking (SIR), Webometrics เป็นต้น ซึ่งการอ้างอิงเกณฑ์การจัดอันดับความมีชื่อเสียงของมหาวิทยาลัย (University Rankings) จากสถาบันต่างประเทศนี้มีทั้งผลดีและผลกระทบต่อวงการการศึกษาไทย ซึ่ง “ผลดี” ได้แก่

1. สถาบันอุดมศึกษาไทยเกิดความพยายามสร้างมาตรฐานตัวชี้วัดขององค์กรใหม่ให้ทัดเทียมมาตรฐานคุณภาพของสถาบันอุดมศึกษาในต่างประเทศชาติ
2. สถาบันอุดมศึกษาไทยเกิดการตื่นตัวในการดำเนินพัฒนาองค์กรรวมทั้งอาจารย์ นิสิต และบุคลากร ให้มีคุณภาพที่ยอมรับในระดับสากล
3. อาจารย์และนักศึกษาเกิดการแลกเปลี่ยนทางวิชาการที่กว้างขวางขึ้น
4. สถาบันอุดมศึกษาไทยเกิดการตีพิมพ์งานวิจัยใหม่ๆ และนำความรู้จากงานวิจัยไปต่อยอดทำประโยชน์สู่สังคมมากขึ้น

ในแง่ของ “ผลกระทบ” จากการอ้างอิงเกณฑ์การจัดอันดับความ มีชื่อเสียงของมหาวิทยาลัย (University Rankings) ของสถาบันต่างประเทศ นี้ ได้แก่

1. เกณฑ์การจัดอันดับของต่างประเทศบางตัวไม่เหมาะสมกับบริบทของมหาวิทยาลัยในประเทศไทย เช่น จำนวนงานวิจัย จำนวนนักศึกษา/อาจารย์ชาวต่างชาติ จำนวนทุนสนับสนุน เป็นต้น
2. ตัวชี้วัดด้านงานวิจัยเน้นจำนวนปริมาณมากกว่าคุณภาพ ทำให้งานวิจัยบางงานไม่สามารถตอบโจทย์ของสังคมไทยได้
3. แต่ละมหาวิทยาลัยยอมปรับสัดส่วนจำนวนการรับนักศึกษาชาวต่างชาติเพิ่มขึ้นให้สอดคล้องกับตัวชี้วัดของต่างประเทศ ส่งผลต่อโอกาสของนักเรียน/นักศึกษาไทยในการเข้าศึกษาต่อในสถาบันอุดมศึกษาที่มีชื่อเสียงของไทย และทำให้นักเรียน/นักศึกษาไทยมีความกดดันในสอบแข่งขันสูงขึ้นทั้งกับคู่แข่งคนไทยและคนต่างชาติ
4. อาจารย์มีภาระงานด้านการทำวิจัยและเพิ่มขึ้น อาจทำให้เวลาในการเอาใจใส่การผลิตบัณฑิตคุณภาพลดน้อยลง

นอกจากนี้ สถาบันอุดมศึกษาส่วนใหญ่ มีความคิดเห็นว่าการอ้างอิงเกณฑ์การจัดอันดับความ มีชื่อเสียงของมหาวิทยาลัย (University Rankings) จากสถาบันต่างประเทศนี้ จะส่ง “ผลกระทบ” ต่อสถาบันอุดมศึกษาไทยมากกว่าผลดี ดังเช่นคำให้สัมภาษณ์ของ **อาจารย์กรรณิการ์ หิรัญกุล** (สัมภาษณ์, 5 พฤษภาคม 2554) ผู้อำนวยการสำนักนโยบายและแผน มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์ ได้ชี้ให้เห็นถึงความเหลื่อมล้ำ

ในการแข่งขันการทำวิจัยระหว่างสถาบันอุดมศึกษาภาคเอกชนไทยและต่างประเทศว่า “เกณฑ์ตัวชี้วัดความมีชื่อเสียงของมหาวิทยาลัย (University Rankings) จากการจัดอันดับโดยสถาบันในต่างประเทศจะเน้นเรื่องการทำวิจัยเพื่อจะได้องค์ความรู้ แต่ทำได้ยากในประเทศไทย เพราะบริบทต่างกัน สถาบันอุดมศึกษาภาคเอกชนในต่างประเทศมีชื่อเสียง มีทุนทรัพย์ของตัวเอง และมีแหล่งเงินทุนภายนอกมาขอให้อาจารย์ทำวิจัย แต่สถาบันอุดมศึกษาภาคเอกชนไทยไม่ได้งบประมาณสนับสนุนการวิจัยจากรัฐบาล ทำให้อาจารย์ต้องดิ้นรนหาทุนวิจัยจากข้างนอก ทำให้เกิดความเหลื่อมล้ำด้านโอกาสการทำงานวิจัย และผลผลิตด้านงานวิจัยทั้งในเชิงคุณภาพและปริมาณ”

**ผศ.ดร.รัฐชาติ มงคลนาวิน** (สัมภาษณ์, 20 พฤษภาคม 2554)

ผู้ช่วยอธิการบดีฝ่ายวิรัชกิจ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้ตั้งข้อสังเกตว่า “แต่ละมหาวิทยาลัยมีจุดอ่อน จุดแข็งในการพัฒนาไม่เหมือนกัน ตัวชี้วัดก็ควรแตกต่างกัน ดังนั้น การใช้เกณฑ์การจัดอันดับความมีชื่อเสียงฯ ของต่างประเทศนั้นจะสามารถสะท้อนได้เพียงมุมใดมุมหนึ่งเท่านั้น อีกทั้งสถาบันจัดอันดับของต่างประเทศบางแห่งมีก็ผลประโยชน์ทางธุรกิจทับซ้อน” เช่นเดียวกับ **ศ.ดร.สุจินต์ จินายน** (สัมภาษณ์, 9 กันยายน 2554) อธิการบดีมหาวิทยาลัยนเรศวร กล่าวว่า “สถาบันการจัดอันดับของต่างประเทศบางแห่งมีผลประโยชน์เชิงธุรกิจแอบแฝง เพราะต้องการให้มหาวิทยาลัยสมัครสมาชิกของสถาบัน หรือนิตยสารนั้นๆ จึงจะได้รับจัดอันดับให้ ทั้งๆ ที่มหาวิทยาลัยที่ไม่เป็นสมาชิก อาจจะมีคุณภาพดีกว่าบางมหาวิทยาลัยที่สมัครสมาชิก”

จากผลการศึกษาดังกล่าว จะพบว่า การประเมินการวัดผลความมีชื่อเสียงและตัวชี้วัดชื่อเสียงที่สถาบันอุดมศึกษาไทยใช้อ้างอิงทั้งจากหน่วยงานในประเทศ และต่างประเทศนั้นต่างมีทั้งผลดีและผลกระทบต่อการพัฒนาคุณภาพสถาบันอุดมศึกษาไทย **แต่กระนั้นก็ยังไม่มีข้อมูลว่าตัวชี้วัดใดจะเป็นกลางและเป็นที่ยอมรับตรงกันระหว่างสถาบันอุดมศึกษาภาครัฐและเอกชนไทยได้** ดังนั้น หน่วยงานด้านการศึกษาคควรมีการศึกษาและร่วมกันกำหนดตัวชี้วัด และวิธีการวัดผลความมีชื่อเสียงของสถาบันอุดมศึกษาไทยที่ “ยุติธรรมและเป็นที่ยอมรับของทุกฝ่าย” เพื่อพัฒนาคุณภาพการศึกษาของประเทศไทยให้ก้าวทันการแข่งขันในเวทีโลก

## บทสรุป

การวิจัยเรื่องตัวชี้วัดชื่อเสียงของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย (Indicator for Measuring University Reputation in Thailand) เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการประเมินการวัดผลความมีชื่อเสียงของสถาบันอุดมศึกษา และศึกษาตัวชี้วัดชื่อเสียงของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย ซึ่งเก็บข้อมูลช่วงเดือนพฤษภาคม – กันยายน พ.ศ. 2554 โดยการสัมภาษณ์เจาะลึก (In-depth Interview) อธิการบดี รองอธิการบดีหรือผู้ช่วยอธิการบดีฝ่ายมาตรฐานการศึกษา ฝ่ายวิชาการ ฝ่ายวิรัชกิจ (การต่างประเทศ) และอาจารย์ที่มีหน้าที่รับผิดชอบด้านความมีชื่อเสียงของสถาบันอุดมศึกษาในภาครัฐและเอกชน จาก 20 สถาบัน แบ่งเป็นสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ 10 สถาบัน ได้แก่ ได้แก่ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

มหาวิทยาลัยเกษตร มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยขอนแก่น  
 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี  
 มหาวิทยาลัยนเรศวร และมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี  
 สถาบันอุดมศึกษาภาคเอกชน 10 สถาบัน ได้แก่ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ  
 มหาวิทยาลัยกรุงเทพ มหาวิทยาลัยรังสิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์  
 มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีปทุม  
 มหาวิทยาลัยสยาม มหาวิทยาลัยเอเชีย และมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชม  
 มงคลรัตนโกสินทร์

ผลการวิจัยพบว่า สถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทยส่วนใหญ่ใช้  
 เกณฑ์มาตรฐานในการประเมินคุณภาพมหาวิทยาลัยจากสำนักงาน  
 คณะกรรมการการอุดมศึกษา (สกอ.) สำนักงานรับรองมาตรฐานและ  
 การประเมินคุณภาพการศึกษา (สมศ.) เป็นหลัก แต่บาง  
 สถาบันอุดมศึกษา เช่น จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี  
 มหาวิทยาลัยนเรศวร มหาวิทยาลัยกรุงเทพ มหาวิทยาลัยสยาม มหาวิทยาลัย  
 หอการค้าไทย และมหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ เป็นต้น ได้มีการกำหนดตัวชี้วัด  
 บางตัวเพิ่มเติมขึ้นเองเพื่อประโยชน์ในการพัฒนามาตรฐานการศึกษาของ  
 สถาบันตน

การประเมินคุณภาพสถาบันอุดมศึกษาไทยทั้งจากสำนักงาน  
 คณะกรรมการการอุดมศึกษา (สกอ.) และสำนักงานรับรองมาตรฐานและการ  
 ประเมินคุณภาพการศึกษา (สมศ.) มักพบว่า สถาบันอุดมศึกษา  
 ภาคเอกชนมักถูกประเมินให้อยู่ในระดับกลาง-ต่ำนั้น ผู้บริหาร  
 สถาบันการศึกษาภาคเอกชนมองว่า เป็นเรื่องธรรมดา เพราะค่านิยม

ของคนไทยยังเชื่อมั่นและให้ความสำคัญกับสถาบันอุดมศึกษาของภาครัฐมากกว่า และบางส่วนมีความคิดเห็นว่า ระบบการประกันคุณภาพยังไม่สะท้อนคุณภาพการศึกษาที่แท้จริง ซึ่งสถาบันอุดมศึกษาภาคเอกชนจึงเสนอแนะว่า ระบบการศึกษาไทยควรมีการประเมินคุณภาพสถาบันอุดมศึกษาในรูปแบบที่แตกต่างกันตามความถนัด สาขาวิชา ความพร้อม และจุดยืนของสถาบัน เพราะแต่ละสถาบันมีวัตถุประสงค์ในการก่อตั้ง และมีการพัฒนาที่แตกต่างกัน เช่น มีการแยกกลุ่มสาขาวิศวกรรมศาสตร์ สาขาวิทยาศาสตร์ หรือสาขาสังคมศาสตร์ หรือถ้าเป็นมหาวิทยาลัยวิจัยก็เน้นทำการวิจัยเข้มข้น ถ้าเป็นมหาวิทยาลัยเพื่อชุมชนก็ต้องประเมินที่การทำประโยชน์ให้ชุมชน เป็นต้น เพื่อให้ผู้เรียนสามารถเปรียบเทียบกับการจัดอันดับมหาวิทยาลัยของประเทศไทยและทั่วโลกได้ ซึ่งหน่วยงานที่จะทำการประเมินควรเป็นหน่วยงานอิสระ ไม่มีผลประโยชน์แอบแฝง

ปัจจุบันกระแสของประชาคมอาเซียนที่กำลัง "มาแรง" ทำให้ระบบการศึกษาไทยต้องขยับและปรับเปลี่ยนตัวเองเพื่อเข้าสู่โลกแห่งความร่วมมือและการแข่งขันอย่างเต็มรูปแบบ ดังนั้น การประกาศผลการจัดอันดับความมีชื่อเสียงของมหาวิทยาลัย (University Rankings) จากสถาบันต่างประเทศ เช่น QS World University Ranking และ Time Higher Education เป็นต้น จึงมีความสำคัญมากขึ้นเรื่อยๆ เพราะเปรียบเสมือนการประกาศผลการแข่งขันกับตัวเองและการแข่งขันกับสถาบันอุดมศึกษาอื่นๆ ทั้งในและต่างประเทศ ซึ่งส่ง "ผลดีและผลกระทบ" กล่าวคือ "ผลดี" ได้แก่

- 1) สถาบันอุดมศึกษาไทยเกิดความพยายามสร้างมาตรฐานตัวชี้วัดขององค์กรใหม่ให้ทัดเทียมมาตรฐานคุณภาพของสถาบันอุดมศึกษาใน

ต่างประเทศ 2) สถาบันอุดมศึกษาไทยเกิดการตื่นตัวในการดำเนินพัฒนาองค์กร รวมทั้งอาจารย์ นิสิต และบุคลากร ให้มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับในระดับสากล 3) อาจารย์และนักศึกษาเกิดการแลกเปลี่ยนทางวิชาการที่กว้างขวางขึ้น 4) สถาบันอุดมศึกษาไทยเกิดการตีพิมพ์งานวิจัยใหม่ๆ และนำความรู้จากงานวิจัยไปต่อยอดทำประโยชน์สู่สังคมมากขึ้น

ในขณะที่ “ผลกระทบ” ได้แก่ 1) เกณฑ์การจัดอันดับบางตัวไม่เหมาะสมกับบริบทของมหาวิทยาลัยในประเทศไทย 2) ตัวชี้วัดด้านงานวิจัยเน้นจำนวนปริมาณมากกว่าคุณภาพ ทำให้งานวิจัยบางงานไม่สามารถตอบโจทย์ของสังคมไทยได้ 3) ส่งผลต่อโอกาสของนักเรียน/นักศึกษาไทยในการเข้าศึกษาต่อในสถาบันอุดมศึกษาที่มีชื่อเสียงของไทย และทำให้นักเรียน/นักศึกษาไทยมีความกดดันในสอบแข่งขันสูงขึ้นทั้งกับคู่แข่งคนไทยและคนต่างชาติ 4) นอกจากนี้ยังทำให้ต้องเพิ่มภาระงานด้านวิจัยแก่อาจารย์ ซึ่งอาจทำให้อาจารย์มีเวลาลดน้อยลงในการผลิตบัณฑิตคุณภาพแก่สังคมไทย

นอกจากนี้ ในประเด็นตัวชี้วัดความมีชื่อเสียงสถาบันอุดมศึกษาไทยที่**ถูกให้ความสำคัญมากที่สุด คือ การผลิตบัณฑิตให้มีคุณภาพ และเป็นที่ต้องการของผู้ประกอบการ** ส่วนตัวชี้วัดที่มีความสำคัญรองลงมา ได้แก่ คุณภาพหลักสูตรการศึกษา คุณภาพอาจารย์ผู้สอน และคุณภาพงานวิจัย เป็นต้น

เมื่อผู้วิจัยให้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้แทนจากสถาบันอุดมศึกษาทั้งภาครัฐและเอกชนเปรียบเทียบ 7 ปัจจัยที่เป็นตัวชี้วัดชื่อเสียงด้านต่างๆ ขององค์กร ตามแนวคิดของ RepTrak® Scorecard ได้แก่ ปัจจัยด้านสินค้าบริการ ปัจจัยด้านนวัตกรรม ปัจจัยด้านสถานที่ทำงาน ปัจจัยด้านการกำกับดูแล ปัจจัยด้านความเป็นพลเมืองดี ปัจจัยด้านความเป็นผู้นำ และปัจจัยด้าน

ผลประกอบการ พบว่า สถาบันอุดมศึกษาทั้งภาครัฐและเอกชนส่วนใหญ่ มีความคิดเห็นว่า **ปัจจัยด้านสินค้าและบริการขององค์กร** มีความสำคัญมากที่สุด เพราะการมีหลักสูตรที่มีคุณภาพ จะทำให้สามารถผลิตบัณฑิตที่มีคุณภาพซึ่งเป็นหัวใจสำคัญในการสร้างชื่อเสียงให้สถาบัน สอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของ **หว่าหนิ เหนอ (2554)** เรื่อง **“ตัวชี้วัดความมีชื่อเสียงของมหาวิทยาลัยด้านการสื่อสารในประเทศจีน”** พบว่า การจัดลำดับความสำคัญของตัวชี้วัดความมีชื่อเสียงขององค์กรในมหาวิทยาลัยด้านการสื่อสารในประเทศจีน โดยศึกษาเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม คือ 1) อาจารย์ พนักงาน 2) นักศึกษา และกลุ่มบุคคลทั่วไป มีความเห็นตรงกัน คือการจัดอันดับให้ **“ปัจจัยด้านสินค้าและบริการขององค์กร”** มีความสำคัญอันดับ 1

ส่วนปัจจัยที่สำคัญรองลงมานั้น สถาบันอุดมศึกษาภาครัฐและเอกชนมีความคิดเห็นแตกต่างกัน โดยสถาบันอุดมศึกษาภาครัฐมีความคิดเห็นว่า **ปัจจัยด้านนวัตกรรมและปัจจัยด้านการกำกับดูแล** มีความสำคัญ เพราะการจะเป็นมหาวิทยาลัยชั้นนำระดับโลก ต้องมีชื่อเสียง มีนวัตกรรม และนำเสนอสังคมได้ อีกทั้ง การไม่มีชื่อเสียงในทางลบ ย่อมถือเป็นเรื่องที่ดีขององค์กร และองค์กรควรอยู่ได้ด้วยความโปร่งใส ยุติธรรม ในขณะที่สถาบันอุดมศึกษาภาคเอกชนมีความคิดเห็นว่า **ปัจจัยด้านความเป็นผู้นำ** มีความสำคัญ เพราะสถาบันอุดมศึกษาต้องเป็นชุมพลึงที่นำเสนอสังคม ต้องพัฒนาผู้นำสังคมทางด้านต่าง ๆ และการมีผู้นำที่มีวิสัยทัศน์ดีทำให้องค์กรทันต่อการเปลี่ยนแปลง และมีภาพลักษณ์ที่ดี

สำหรับ**ปัจจัยด้านผลประกอบการหรือผลการดำเนินงาน** เป็นปัจจัยที่ถูกยกให้สำคัญมากที่สุด และน้อยที่สุดในเวลาเดียวกัน กล่าวคือ



สถาบันอุดมศึกษาทุกสถาบันเล็งเห็นว่า การผลิตบัณฑิตให้เป็นที่ยอมรับของสังคมมีความสำคัญมากที่สุด และส่งผลกระทบต่อการชีวิตความมีชื่อเสียงของสถาบันโดยตรง ในขณะที่ผลการดำเนินงานในแง่ของศักยภาพความสามารถในการหาทุนเพื่อการวิจัย หรือพัฒนาสถาบันในด้านต่างๆ กลับไม่ใช่สิ่งที่สำคัญมากนัก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสถาบันอุดมศึกษาภาครัฐ ทั้งนี้ เพราะ กำไรที่เป็นเม็ดเงินนั้นมีความสำคัญในด้านของการอุดหนุน และเป็นต้นทุนในการพัฒนาองค์กร แต่กำไรทางสังคมมีผลต่อความมีชื่อเสียงของมหาวิทยาลัยมากกว่ากำไรที่เป็นเม็ดเงิน อีกทั้ง สถาบันอุดมศึกษาภาครัฐยังได้รับเงินงบประมาณบางส่วนจากสนับสนุนรัฐบาลอีกด้วย ต่างจากสถาบันอุดมศึกษาภาคเอกชนที่ต้องแสวงหาเงินทุนสำหรับบริหารจัดการองค์กรเอง

### ข้อเสนอแนะ

#### ด้านการจัดการเกณฑ์การประเมินการวัดผลความมีชื่อเสียงของสถาบันอุดมศึกษา

1. หน่วยงานด้านการศึกษามีการจัดประชุมสัมมนาร่วมกัน 3 ฝ่าย คือ หน่วยงานภาครัฐที่มีหน้าที่ดูแลคุณภาพการศึกษา สถาบันอุดมศึกษาภาครัฐ และภาคเอกชน เพื่อร่วมกันกำหนดตัวชี้วัด และแนวทางการประเมินการวัดผลความมีชื่อเสียงของสถาบันอุดมศึกษาไทยให้ “ยุติธรรมและเป็นที่ยอมรับของทุกฝ่าย” เพื่อพัฒนาคุณภาพการศึกษาของประเทศอย่างแท้จริง
2. การจัดอันดับสถาบันอุดมศึกษาไม่ควรใช้เกณฑ์ภาพรวมเดียวกันทั่วประเทศ เพราะสถาบันอุดมศึกษาแต่ละแห่งต่างมีความถนัด

- และอัตลักษณ์ความเป็นมาที่แตกต่างกัน ดังนั้น การจัดอันดับคุณภาพของสถาบันศึกษา ควรมีการแบ่งกลุ่มมหาวิทยาลัยให้ชัดเจนอย่างน้อย 2 กลุ่ม ได้แก่ 1) กลุ่มวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี 2) กลุ่มสังคมศาสตร์ เป็นต้น หรือจัดอันดับคุณภาพสถาบันเป็นรายวิชา เพื่อทำให้เกิดการวัดคุณภาพที่แม่นยำยิ่งขึ้น
3. กระแสของประชาคมอาเซียนทำให้ระบบการศึกษาไทยต้องขยับและปรับเปลี่ยนตัวเองเพื่อเข้าสู่โลกแห่งความร่วมมือ และการแข่งขันอย่างเต็มรูปแบบ ดังนั้น กระทรวงศึกษาควรกระตุ้นและผลักดันให้สถาบันอุดมศึกษาไทยเกิดการพัฒนารูปแบบของตนเองในเชิงรุก และเห็นความสำคัญของการยกระดับคุณภาพการศึกษาผ่านตัวชี้วัดของแต่ละสถาบัน เพราะในอนาคตมหาวิทยาลัยแต่ละแห่งจะเป็น “ผู้ถูกเลือก” จากผู้เรียน หากมาตรฐานของมหาวิทยาลัยได้อยู่ในเกณฑ์ต่ำ มหาวิทยาลัยแห่งนั้นจะถูกปฏิเสธจากผู้เรียนไปโดยปริยาย

### **ด้านการถ่ายทอดความรู้และการประชาสัมพันธ์**

การนำเสนอข่าวที่ส่งผลกระทบต่อสังคม ผู้นำเสนอข่าวควรศึกษาข้อมูลล่วงหน้า และนำเสนอข้อมูลอย่างรอบด้านเพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจเชิงลึกให้แก่สังคม ดังเช่นกรณีการจัดอันดับสถาบันการศึกษานี้ นักข่าวที่ดีควรนำเสนอข้อมูลให้รอบด้าน เช่น การจัดอันดับโดยสถาบันนี้คืออะไร มีความสำคัญอย่างไร ใช้เกณฑ์ตัวชี้วัดอะไรอะไร (เช่น สัดส่วนของนักศึกษากับอาจารย์ และคุณภาพการสอน การวิจัย การถูกอ้างอิง (Citations) รายได้ขององค์กรและนวัตกรรม สัดส่วนของอาจารย์ พนักงาน

และนิสิตที่เป็นชาวต่างชาติ เป็นต้น) และมีผลประโยชน์เชิงธุรกิจแอบแฝงหรือไม่ เป็นต้น เพื่อให้คนไทยไม่ตกเป็นเหยื่อผลการจัดอันดับของต่างประเทศซึ่งอาจไม่ได้เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาปัญญาชนไทยรุ่นใหม่อย่างแท้จริง

## เอกสารอ้างอิง

### ภาษาไทย

หวานี้ เหนอ. 2554. **ตัวชี้วัดความมีชื่อเสียงของมหาวิทยาลัยด้านการสื่อสารในประเทศจีน**. คณะนิเทศศาสตร์. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

Cees B. M. van Riel and Charles J. Fombrun. 2007. **Essentials of corporate communication: Implementing practices for effective reputation management**. NY:Routledge. 255.

### เว็บไซต์

<http://www.timeshighereducation.co.uk/world-university-rankings/2010-2011/analysis-methodology.html> เข้าถึงเมื่อ 15 มิถุนาคม 2556.

### สัมภาษณ์

กรรณิการ์ หิรัญกสิ. ผู้อำนวยการสำนักนโยบายและแผน มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์. **สัมภาษณ์**. 5 พฤษภาคม 2554.

กิตติชัย ไตรรัตน์ศิริชัย. อธิการบดี มหาวิทยาลัยขอนแก่น. **สัมภาษณ์**. 20 สิงหาคม 2554.

จิราภรณ์ สัพทานนท์. รองอธิการบดี. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล  
 กรุงเทพฯ. **สัมภาษณ์.** 3 กันยายน 2554.

จิรเดช คู่สวัสดิ์. อธิการบดี มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย. **สัมภาษณ์.** 26  
 สิงหาคม 2554.

ฉันทิชา ศรีชัยอิน. ผู้อำนวยการสำนักงานบริหารการวิจัย.

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. **สัมภาษณ์.** 6 กันยายน 2554.

ชวลิต หมื่นนุช. รองอธิการบดีฝ่ายบริหาร มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ.

**สัมภาษณ์.** 1 กันยายน 2554.

ชูศรี ลีตะวงษ์. รองอธิการบดี ฝ่ายประกันคุณภาพ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี  
 ราชมงคลรัตนโกสินทร์. **สัมภาษณ์.** 18 พฤษภาคม 2554.

ณัฐ วรยศ. รองอธิการบดีฝ่ายวิจัยและบริการวิชาการ.

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. **สัมภาษณ์.** 10 กันยายน 2554.

ดำรง ศรีพระราม. รองอธิการบดีฝ่ายบริการวิชาการ

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. **สัมภาษณ์.** 16 มิถุนายน 2554.

ดวงรักษ์ นันทวิสารกุล. ที่ปรึกษาอธิการบดี ฝ่ายวิชาการ. มหาวิทยาลัย  
 เทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี. **สัมภาษณ์.** 30 สิงหาคม 2554.

นคร ศรีสุขุมบวรชัย. ที่ปรึกษางานประกันคุณภาพฝ่ายวิเคราะห์งาน.

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้า-ธนบุรี. **สัมภาษณ์.** 30

สิงหาคม 2554.

นันท์ ทาวรังกูร. ผู้ช่วยอธิการบดี ฝ่ายประกันคุณภาพ. มหาวิทยาลัย

เทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี. **สัมภาษณ์.** 30 สิงหาคม 2554.

ประสาธ สืบคำ. อธิการบดี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี. **สัมภาษณ์.** 1

กันยายน 2554.

- ปรีชา เต็มสุขสวัสดิ์. ที่ปรึกษางานประกันคุณภาพฝ่ายจัดการศึกษา.  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี. **สัมภาษณ์.** 30  
สิงหาคม 2554.
- ปิยากร หวังมหาพร. ผู้อำนวยการสำนักวิจัย มหาวิทยาลัยศรีปทุม  
มหาวิทยาลัย. **สัมภาษณ์.** 12 กันยายน 2554.
- พรชัย มงคลวนิช. อธิการบดี มหาวิทยาลัยสยาม. **สัมภาษณ์.** 10 มิถุนายน  
2554.
- ไพฑูรย์ สีนลารัตน์. รองอธิการบดี ฝ่ายวิจัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.  
**สัมภาษณ์.** 25 สิงหาคม 2554.
- รัฐชาติ มงคลนาวิน. ผู้ช่วยอธิการบดีฝ่ายวิรัชกิจ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.  
**สัมภาษณ์.** 20 พฤษภาคม 2554.
- ลักคณา วรศิลป์ชัย. ผู้อำนวยการสถาบันส่งเสริมการวิจัยและพัฒนา  
นวัตกรรม มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. **สัมภาษณ์.** 16 พฤษภาคม 2554.
- วิวรรธน์ ปาณะสิทธิพันธ์. ผู้อำนวยการสำนักงานประกันคุณภาพ  
มหาวิทยาลัยรังสิต. **สัมภาษณ์.** 15 พฤษภาคม 2554.
- คันสนีย์ ไชยโรจน์. รองอธิการบดีฝ่ายวิจัยและวิชาการ. มหาวิทยาลัยมหิดล.  
**สัมภาษณ์.** 20 กันยายน 2554.
- สุจินต์ จินายน. อธิการบดี มหาวิทยาลัยนเรศวร. **สัมภาษณ์.** 9 กันยายน  
2554.
- อิงอร ตันพันธ์. ผู้ช่วยอธิการบดีฝ่ายวิชาการ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต.  
**สัมภาษณ์.** 15 กันยายน 2554.