

การพัฒนาหลักสูตรนิเทศศาสตรดุษฎีบัณฑิต
สาขาวัตกรรมการสื่อสารภาวะผู้นำอนาคต มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
Development of a Doctor of Communication Arts Curriculum in
Future Leadership Communication Innovation, Suan Dusit University

ธีรเดช ชื่นประภาณุสรณ์¹ องค์กร สงวนญาติ² นุสรา ลาภภูวนารณ³

รรินทร วสุนันต์⁴ และสรารุช ชมบัวทอง⁵

Teeradet Chuenpraphanusorn¹, Ongorn Snguyat², Nusara Larppuwanart³

Rarinthorn Vasunan⁴ and Sarawut Chombuathong⁵

Received: 12 May 2026 Revised: 16 June 2026 Accepted: 22 June 2026

บทคัดย่อ (Abstract)

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพแนวโน้ม ทิศทาง และความต้องการจำเป็นในการพัฒนาหลักสูตรนิเทศศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวัตกรรมการสื่อสารภาวะผู้นำอนาคต 2) พัฒนาหลักสูตรดังกล่าว 3) ประเมินและรับรองคุณภาพหลักสูตรโดยผู้ทรงคุณวุฒิ และ 4) สร้างสรรค์รูปแบบ (model) การพัฒนาหลักสูตร ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสานวิธีแบ่งการดำเนินงานออกเป็น 3 ระยะ เก็บข้อมูลเชิงปริมาณจากกลุ่มตัวอย่าง 450 คน และเชิงคุณภาพจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ 15 คน แล้วสังเคราะห์ร่วมกับกรอบมาตรฐาน TQF เป้าหมายของมหาวิทยาลัยและแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ 20 ปี เครื่องมือที่ใช้คือแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ที่มีค่าความเชื่อมั่น 0.86 วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติพรรณนา ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพเก็บข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ 15 คน ด้วยแบบสัมภาษณ์กึ่งมีโครงสร้าง วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหาเชิงประเด็นแล้วทำการพัฒนาหลักสูตร

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าภาวะผู้นำและการสื่อสารเชิงกลยุทธ์เป็นสิ่งที่แยกจากกันไม่ได้ในระดับมากที่สุด ($M = 4.81$) ความต้องการจำเป็นในการพัฒนาหลักสูตรอยู่ในระดับ

¹มหาวิทยาลัยสวนดุสิต; Suan Dusit University, E-mail: teera_det@hotmail.co.th

²มหาวิทยาลัยสวนดุสิต; Suan Dusit University, E-mail: ongornss@gmail.com

³มหาวิทยาลัยสวนดุสิต; Suan Dusit University, E-mail: nusalar@gmail.com

⁴มหาวิทยาลัยสวนดุสิต; Suan Dusit University, E-mail: Rarinthorn7@gmail.com

⁵มหาวิทยาลัยสวนดุสิต; Suan Dusit University, E-mail: Sarawut.chombuathong@gmail.ac.th

*Corresponding author e-mail: teera_det@hotmail.co.th

มากที่สุด ($M = 4.69$) และการสื่อสารเชิงภาวะผู้นำเป็นแนวโน้มสำคัญที่สุดของอีก 5–10 ปีข้างหน้า (ร้อยละ 91.33) หลักสูตรที่พัฒนาขึ้นมีจำนวน 48 หน่วยกิต ระยะเวลา 3 ปี จัดการเรียนรู้แบบผสมผสาน โดยผู้ทรงคุณวุฒิรับรองว่ามีความเหมาะสมและสอดคล้องกับมาตรฐานสากล คุณูปการสำคัญของงานวิจัย คือ การสังเคราะห์ผลการวิจัยเป็นโมเดล FLCIM (Future Leadership Communication Innovation Model) ที่บูรณาการภาวะผู้นำเชิงยุทธศาสตร์ นวัตกรรมสื่อสาร และจริยธรรมการสื่อสารเข้าด้วยกันในลักษณะเสริมพลังซึ่งกันและกัน อันเป็นกรอบแนวคิดใหม่สำหรับการจัดการศึกษาระดับอุดมศึกษาด้านนิเทศศาสตร์ และตอบสนองต่อความต้องการของสังคมได้อย่างครบถ้วน

คำสำคัญ: นวัตกรรมสื่อสาร ภาวะผู้นำอนาคต การพัฒนาหลักสูตรอุดมศึกษา การสื่อสารเชิงกลยุทธ์

Abstract

This research aimed to: 1) examine the conditions, trends, directions, and needs for developing a Doctor of Communication Arts curriculum in Communication Innovation for Future Leadership; 2) develop the said curriculum; 3) evaluate and certify the quality of the curriculum by experts; and 4) synthesize a curriculum development model. A mixed-methods research design was employed and divided into three phases. Quantitative data were collected from a sample of 450 respondents, and qualitative data from 15 key informants, and the findings were then synthesized with the Thai Qualifications Framework (TQF), the university's strategic goals, and the 20-Year National Economic and Social Development Plan. The research instrument was a five-point rating-scale questionnaire with a reliability coefficient of 0.86, and the data were analyzed using descriptive statistics. For the qualitative phase, data were gathered from the key informants through semi-structured interviews and analyzed using thematic content analysis, after which the curriculum was developed.

The findings revealed that the respondents agreed at the highest level that leadership and strategic communication are inseparable ($M = 4.81$). The need for curriculum development was likewise rated at the highest level ($M = 4.69$), and leadership communication was identified as the most significant trend for the next 5–10 years (91.33%). The developed curriculum comprises 48 credit hours over a three-year period and is delivered through a hybrid learning model. The experts

certified that the curriculum is appropriate and consistent with international standards. The principal contribution of this study is the synthesis of the research findings into the FLCIM (Future Leadership Communication Innovation Model), which integrates strategic leadership, communication innovation, and communication ethics in a mutually reinforcing manner. This model offers a new conceptual framework for doctoral-level education in communication arts and fully responds to societal needs.

Keywords: communication innovation, future leadership, doctoral curriculum development, strategic communication

บทนำ (Introduction)

ในยุคที่เทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์เปลี่ยนแปลงโครงสร้างการสื่อสารของสังคมอย่างรวดเร็ว การศึกษาด้านนิเทศศาสตร์จำเป็นต้องปรับกระบวนการทัศน์เพื่อรองรับความต้องการของผู้นำในอนาคต (Castells, 2013) โลกในศตวรรษที่ 21 ไม่เพียงต้องการผู้สื่อสารที่เชี่ยวชาญด้านเทคนิค หากแต่ต้องการผู้นำที่สามารถสร้างความหมาย บริหารจัดการการรับรู้ และนำพาองค์กรผ่านความซับซ้อนได้อย่างมีประสิทธิภาพ การสื่อสารภาวะผู้นำ (Leadership Communication) จึงครอบคลุมถึงความสามารถในการสร้างการเปลี่ยนแปลงเชิงระบบผ่านนวัตกรรมสื่อสาร มิใช่เพียงทักษะการพูดหรือการนำเสนอเท่านั้น (Barrett, 2022)

ในบริบท VUCA World ที่เต็มไปด้วยความผันผวน ความไม่แน่นอน ความซับซ้อน และความคลุมเครือ ส่งผลให้ทักษะการสื่อสารของผู้นำต้องพัฒนาก้าวข้ามกรอบเดิม (Bennett & Lemoine, 2014) World Economic Forum (2023) ระบุว่าทักษะการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ และการคิดเชิงระบบติดอันดับหนึ่งในสิบทักษะที่นายจ้างทั่วโลกต้องการมากที่สุดในทศวรรษหน้า สอดคล้องกับรายงานของ McKinsey Global Institute (2023) ที่ชี้ว่าองค์กรที่มีผู้นำซึ่งสื่อสารได้อย่างมีนวัตกรรมจะสร้างมูลค่าทางธุรกิจได้สูงกว่าคู่แข่งถึงร้อยละ 47

มหาวิทยาลัยชั้นนำระดับโลก อาทิ Massachusetts Institute of Technology, Stanford University และ London School of Economics ได้บูรณาการหลักสูตรด้าน Communication Innovation เข้ากับการพัฒนาภาวะผู้นำระดับดุษฎีบัณฑิตมาอย่างต่อเนื่อง (Northouse, 2021) ในขณะที่ประเทศไทยยังขาดหลักสูตรระดับปริญญาเอกที่บูรณาการนวัตกรรมการสื่อสารกับการพัฒนาภาวะผู้นำอย่างเป็นระบบและมีมาตรฐานสากล

งานวิจัยของ Yukl (2020) ชี้ว่าผู้นำที่มีประสิทธิภาพในศตวรรษที่ 21 ต้องสามารถสื่อสารวิสัยทัศน์ผ่านสื่อหลากหลายแพลตฟอร์ม บริหารจัดการความหมายในองค์กร และสร้างแรงบันดาลใจผ่านการเล่าเรื่องเชิงกลยุทธ์ได้อย่างเชี่ยวชาญ สอดคล้องกับแนวคิด Transformational Communication Leadership ของ Bass และ Riggio (2006) และแนวคิด Communicative Leadership ของ Johansson, Miller และ Hamrin (2014) ที่เน้นการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมและสร้างความไว้วางใจในองค์กรยุคใหม่

ในบริบทของประเทศไทย สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษาฯ (2565) ได้กำหนดมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาที่เน้นการสร้างองค์ความรู้ใหม่และนวัตกรรมเพื่อพัฒนาสังคม ขณะที่แผนพัฒนาการศึกษาระดับอุดมศึกษามุ่งเน้นการผลิตบัณฑิตที่มีสมรรถนะสูงและสามารถสร้างนวัตกรรมเพื่อตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของโลก (สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา, 2565) การพัฒนาหลักสูตรระดับอุดมศึกษาที่บูรณาการองค์ความรู้ด้านนิเทศศาสตร์ นวัตกรรม และภาวะผู้นำ จึงสอดคล้องกับนโยบายการอุดมศึกษาของชาติโดยตรง

มหาวิทยาลัยสวนดุสิต ในฐานะสถาบันอุดมศึกษาที่มุ่งเน้นนวัตกรรมการเรียนการสอน และการสร้างผู้นำรุ่นใหม่ มีความพร้อมทั้งด้านอาจารย์ผู้ทรงคุณวุฒิ โครงสร้างพื้นฐาน และเครือข่ายความร่วมมือกับภาคอุตสาหกรรมสื่อและองค์กรชั้นนำ (มหาวิทยาลัยสวนดุสิต, 2566) อันเป็นรากฐานสำคัญสำหรับการพัฒนาหลักสูตรที่มีคุณภาพระดับสากล ด้วยเหตุผลและหลักฐานเชิงประจักษ์ดังกล่าว การพัฒนาหลักสูตรนิเทศศาสตร์คุณวุฒิ สาขาวัตกรรมการสื่อสารภาวะผู้นำอนาคต มหาวิทยาลัยสวนดุสิต จึงมีความจำเป็นเร่งด่วนและมีนัยสำคัญยิ่งต่อการยกระดับคุณภาพบุคลากรระดับสูงของประเทศให้พร้อมรับมือกับความท้าทายของโลกในทศวรรษหน้า

วัตถุประสงค์ของการวิจัย (Research Objectives)

1. เพื่อศึกษาสภาพแนวโน้ม ทิศทางและความต้องการจำเป็นในการพัฒนาหลักสูตรนิเทศศาสตร์คุณวุฒิ สาขาวัตกรรมการสื่อสารภาวะผู้นำอนาคต
2. เพื่อพัฒนาหลักสูตรนิเทศศาสตร์คุณวุฒิ สาขาวัตกรรมการสื่อสารภาวะผู้นำอนาคต มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
3. เพื่อประเมินและรับรองคุณภาพหลักสูตรโดยผู้ทรงคุณวุฒิ
4. เพื่อสังเคราะห์รูปแบบ (model) การพัฒนาหลักสูตรนิเทศศาสตร์คุณวุฒิ สาขาวัตกรรมการสื่อสารเพื่อภาวะผู้นำอนาคต

การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง (Literature Review)

การพัฒนาหลักสูตรระดับอุดมศึกษาด้านนวัตกรรมสื่อสารภาวะผู้นำจำเป็นต้องอาศัยฐานคิดจากทฤษฎีภาวะผู้นำ การสื่อสารเชิงกลยุทธ์ และการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีดิจิทัลร่วมสมัย โดยเฉพาะในบริบทสังคมโลกยุค VUCA (Volatility, Uncertainty, Complexity, Ambiguity) ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อบทบาทของผู้นำและการสื่อสารในองค์กรสมัยใหม่ (Bennett & Lemoine, 2014)

แนวคิด Communicative Leadership ได้อธิบายว่า การสื่อสารไม่ใช่เพียงเครื่องมือสนับสนุนภาวะผู้นำ แต่เป็น “แกนกลางของภาวะผู้นำ” ที่มีผลต่อความไว้วางใจ การมีส่วนร่วม และประสิทธิภาพขององค์กร (Johansson, Miller, & Hamrin, 2014) สอดคล้องกับ Barrett (2022) ที่เน้นว่าการสื่อสารของผู้นำระดับสูงต้องสามารถสร้างความหมาย (meaning-making) และนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงเชิงระบบขององค์กรได้อย่างแท้จริง ในขณะเดียวกัน แนวคิดภาวะผู้นำเชิงเปลี่ยนแปลง (Transformational Leadership) ของ Bass และ Riggio (2006) ชี้ให้เห็นว่าผู้นำที่มีประสิทธิภาพต้องสามารถสร้างแรงบันดาลใจ ถ่ายทอดวิสัยทัศน์ และกระตุ้นการเปลี่ยนแปลงในระดับบุคคลและองค์กร ซึ่งต้องอาศัยทักษะการสื่อสารเชิงกลยุทธ์เป็นพื้นฐานสำคัญ

ในมิติของเทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ งานวิจัยร่วมสมัยระบุว่า AI และ Generative Media กำลังเปลี่ยนโครงสร้างการสื่อสารขององค์กรอย่างมีนัยสำคัญ ส่งผลให้ผู้นำจำเป็นต้องมีทักษะการสื่อสารเชิงข้อมูล (data-driven communication) และการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ที่ใช้เทคโนโลยีเป็นฐาน (McKinsey Global Institute, 2023) นอกจากนี้ World Economic Forum (2023) ยังชี้ว่าทักษะการสื่อสารเชิงกลยุทธ์และการคิดเชิงระบบเป็นหนึ่งในทักษะสำคัญของตลาดแรงงานโลกในอนาคต

ในระดับการศึกษา Northouse (2021) ได้สะท้อนว่ามหาวิทยาลัยชั้นนำระดับโลกได้บูรณาการองค์ความรู้ด้าน Communication Innovation เข้ากับ Leadership Education อย่างต่อเนื่อง เพื่อผลิตผู้นำที่สามารถรับมือกับความซับซ้อนของโลกยุคใหม่ ขณะที่ Yukl (2020) เน้นว่าผู้นำยุคใหม่ต้องมีความสามารถในการสื่อสารผ่านหลายแพลตฟอร์ม (multi-platform communication) และใช้การเล่าเรื่องเชิงกลยุทธ์ (strategic storytelling) เพื่อสร้างอิทธิพลทางสังคม

ดังนั้น การพัฒนาหลักสูตรนิเทศศาสตร์ดุสิตบัณฑิตที่บูรณาการ “นวัตกรรมสื่อสาร” กับ “ภาวะผู้นำเชิงอนาคต” จึงเป็นการตอบสนองต่อทั้งแนวโน้มทางทฤษฎีและความต้องการของสังคมโลกอย่างเป็นระบบ

วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

วิธีดำเนินการวิจัย แบ่งเป็น 3 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาสภาพแนวโน้ม ทิศทางและความต้องการจำเป็นในการพัฒนาหลักสูตร มีรูปแบบการวิจัยแบบผสมวิธี ระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1) การวิจัยเชิงปริมาณ

1.1) ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรประกอบไปด้วยผู้ที่ประกอบวิชาชีพที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารหรือผู้นำองค์กร ดังนี้ คือ หัวหน้าหน่วยงานและพนักงานภาครัฐ หัวหน้างานและพนักงานหน่วยงานเอกชน หัวหน้าหน่วยงานและพนักงานรัฐวิสาหกิจ และกลุ่มนักศึกษาซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน ผู้วิจัยจึงใช้สูตรการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Cochran (1977) สำหรับประชากรที่ไม่ทราบจำนวนแน่นอน $n = 384.16 \approx 385$ คน เพื่อป้องกันความคลาดเคลื่อนจากแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์หรือตอบไม่ครบถ้วน ผู้วิจัยจึงเก็บข้อมูลเพิ่มอีกเป็น 450 คน เพื่อให้มั่นใจว่าจะได้ข้อมูลที่สมบูรณ์ตามจำนวนที่กำหนดไว้

1.2) วิธีการสุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage Sampling) ซึ่งเป็นวิธีการสุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมกับประชากรที่กระจายอยู่ในพื้นที่กว้าง โดยมีขั้นตอนการสุ่มตัวอย่างดังนี้

ครั้งที่ 1 การสุ่มเลือกพื้นที่ สุ่มเลือกสถานที่ในเขตกรุงเทพมหานครแบบเจาะจงโดยพิจารณาจากเขตที่มีความหนาแน่นของหน่วยงานดังนี้ 1) ภาครัฐ คือ เขตดุสิต เขตพระนคร และเขตราชเทวี 2) เอกชน คือ เขตบางรัก เขตคลองเตย เขตวัฒนา เขตจตุจักร และเขตห้วยขวาง 3) รัฐวิสาหกิจ คือ เขตดุสิต เขตพระนคร เขตบางรัก และเขตคลองเตย (ข้อมูลจากสำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2569)

ครั้งที่ 2 การสุ่มเลือกหน่วยงาน สุ่มเลือกในแต่ละเขตแบบบังเอิญ เขตละ 5 แห่ง แยกตามประเภทหน่วยงานรัฐบาล 15 แห่ง เอกชน 15 แห่ง รัฐวิสาหกิจ 15 แห่ง รวมประมาณ 45 แห่ง

ครั้งที่ 3 การสุ่มเลือกผู้ตอบแบบสอบถาม สุ่มเลือกแบบบังเอิญแห่งละ 10 คน ได้ 450 คน โดยมีเกณฑ์คัดเข้า คือ 1) เป็นหัวหน้าหน่วยงานหรือพนักงานที่ทำงานในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารในองค์กร 2) สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาโทหรือปริญญาตรีขึ้นไป 3) มีประสบการณ์ในการทำงานไม่น้อยกว่า 10 ปี สำหรับหัวหน้างาน พนักงาน 5 ปี

1.3) การสร้างเครื่องมือและการตรวจสอบ

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณคือ แบบสอบถามที่ผู้วิจัย สร้างขึ้นจากการศึกษาแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

- 1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- 2) สภาพและแนวโน้มของการสื่อสารในยุคปัจจุบัน
- 3) ความต้องการจำเป็นในการพัฒนาหลักสูตร และ
- 4) คุณสมบัติของดัชนีบัณฑิตและทิศทางหลักสูตร

แบบเลือกตอบจำนวน 8 ข้อ

1.4) การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) คือนำแบบสอบถามเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ 3 คนเพื่อตรวจสอบ คือ 1) ด้านการสื่อสาร 2) ด้านการพัฒนาหลักสูตร 3) ด้านระเบียบวิธีวิจัยเพื่อพิจารณาความสอดคล้องของข้อความคำถามกับวัตถุประสงค์ ความเหมาะสมของภาษาและรูปแบบ ด้วยค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) จากสูตร $IOC = \sum R/N$ ซึ่งทุกข้อความผ่านเกณฑ์การประเมินคืออยู่ในช่วง 0.67-1.00

การตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try-out) กับกลุ่มเสมือนจริง จำนวน 30 คน แล้วนำข้อมูลที่ได้มาหาค่าความเชื่อมั่นด้วยวิธีสัมประสิทธิ์แอลฟาของ ครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) มีค่าความเชื่อมั่นโดยรวมเท่ากับ 0.86 เก็บข้อมูลโดย Google form

การวิเคราะห์ข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS เวอร์ชัน 29.0 โดยใช้สถิติพรรณนาคือค่าความถี่และค่าร้อยละ 2) ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2) การวิจัยเชิงคุณภาพ มีรายละเอียดดังนี้

คัดเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญโดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงร่วมกับการสุ่มตัวอย่างแบบโควตา โดยมีเกณฑ์การคัดเลือกดังนี้ 1) นักวิชาการหรืออาจารย์ระดับอุดมศึกษา 2) นักสื่อสารมวลชน/สื่อมวลชน 3) ผู้บริหารองค์กร/ผู้นำหน่วยงาน 4) นักการตลาด/ประชาสัมพันธ์ และ 5) ศิษย์เก่า รวม 15 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์กึ่งมีโครงสร้างที่พัฒนาขึ้นโดยมีลักษณะเป็นคำถามปลายเปิดที่ยืดหยุ่นประกอบด้วย 5 ส่วนหลัก ดังนี้ 1) ข้อมูลพื้นฐานและประสบการณ์ 2) แนวโน้มและทิศทางการสื่อสารในอนาคต 3) ความต้องการจำเป็นในการพัฒนาหลักสูตร 4) คุณสมบัติและสมรรถนะของบัณฑิต และ 5) ข้อเสนอแนะและมุมมองเพิ่มเติม

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ นำเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน (กลุ่มเดียวกับเชิงปริมาณ) เพื่อพิจารณาความเหมาะสมของคำถาม ความครอบคลุมเนื้อหา ความชัดเจนของภาษา และความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย จากนั้นปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะและทดลองใช้กับตัวอย่างเสมือน 2 คนเพื่อทดสอบความเข้าใจและปรับแก้คำถามให้เหมาะสม

การเก็บรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล ช่วงเดือนมีนาคม 2569 หลังจากนั้นใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหาเชิงประเด็น ดังนี้ 1) การถอดเทปและจัดระเบียบข้อมูล 2) การทำความเข้าใจกับข้อมูล 3) การกำหนดรหัส 4) การจัดกลุ่มรหัสเป็นประเด็น 5) การทบทวนและปรับแต่งประเด็น 6) การนำเสนอผลการวิเคราะห์และเขียนรายงานผลการวิเคราะห์

ขั้นตอนที่ 2 นำผลการวิจัยทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพเข้าสู่กระบวนการสังเคราะห์ร่วมกับกรอบ TQF, SDU Goal และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ 20 ปี โดยคณะกรรมการผู้เชี่ยวชาญ 7 คน ทั้งนี้ผู้วิจัยกำหนดเกณฑ์การสังเคราะห์ข้อมูลอย่างเป็นรูปธรรม ดังนี้ 1) คัดเลือกข้อค้นพบเชิงปริมาณที่มีค่าเฉลี่ยและร้อยละสูง 2) ตรวจสอบแบบสามเส้า (triangulation) กับผลสัมภาษณ์เชิงคุณภาพว่าเห็นพ้องหรือขัดแย้งกัน หากขัดแย้งจะให้น้ำหนักข้อค้นพบที่สอดคล้องกับมาตรฐาน TQF และเป้าหมายหลักสูตร และ 3) แปลงข้อค้นพบที่ผ่านเกณฑ์เป็นองค์ประกอบหลักสูตร (ปรัชญา วัตถุประสงค์ PLOs รายวิชา) ตามตารางการสังเคราะห์ในส่วนผลการวิจัย

ขั้นตอนที่ 3 การประเมินและรับรองคุณภาพหลักสูตรเป็นขั้นตอนของการประชุมวิพากษ์จากผู้เชี่ยวชาญคือ นักวิชาการด้านการสื่อสารระดับมหาวิทยาลัย 2 คน นักการสื่อสารองค์กร 2 คน นักพัฒนาหลักสูตร 1 คน นักพัฒนาปัญญาประดิษฐ์ 2 คน รวม 7 คน

ผลการวิจัย (Research Results)

ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาสภาพแนวโน้ม ทิศทางและความต้องการจำเป็นในการพัฒนาหลักสูตร พบว่า

1. ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 301 คน คิดเป็นร้อยละ 66.89 อายุระหว่าง 30-39 ปี จำนวน 298 คน คิดเป็นร้อยละ 66.22 การศึกษาระดับปริญญาโท จำนวน 231 คน คิดเป็นร้อยละ 51.33 หน่วยงานเอกชน จำนวน 278 คน คิดเป็นร้อยละ 61.77 ประสบการณ์ทำงาน 11-20 จำนวน 297 คน คิดเป็นร้อยละ 66.00

2. สภาพและแนวโน้มของการสื่อสารในยุคปัจจุบัน พบว่า ในภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.71 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.39 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ภาวะผู้นำและการสื่อสารเชิงกลยุทธ์เป็นสิ่งที่แยกออกจากกันไม่ได้ในองค์กรยุคใหม่ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับหนึ่งค่าเฉลี่ย 4.81 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.49 รองลงมา คือ การเปลี่ยนแปลงของสื่อดิจิทัลทำให้ผู้นำองค์กรต้องพัฒนาทักษะการสื่อสารใหม่ ค่าเฉลี่ย 4.78 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.52 อันดับที่สาม คือ ความต้องการนักสื่อสารที่มีทักษะด้านนวัตกรรมและภาวะผู้นำมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น ค่าเฉลี่ย 4.61 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.56 ส่วนลำดับสุดท้าย คือ การสื่อสารด้วยเทคโนโลยี AI มีผลกระทบสำคัญต่อวิชาชีพนิเทศศาสตร์ในปัจจุบัน ค่าเฉลี่ย 2.46 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.45 ตามลำดับ ซึ่งเป็นข้อค้นพบที่สวนทางกับความต้องการทักษะ AI ในอนาคตที่อยู่ใน

ระดับสูง (ร้อยละ 71.33) ความไม่สอดคล้องนี้สะท้อน “ช่องว่างการรับรู้ (Perception Gap)” ของผู้ประกอบการวิชาชีพไทยที่ยังประเมินบทบาทของ AI ในปัจจุบันต่ำกว่าความจำเป็นที่แท้จริง อันเป็นข้อค้นพบที่นำไปพัฒนาเป็นองค์ความรู้ใหม่ในมิติที่ 3

ทั้งนี้ จากการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำและนวัตกรรมสื่อสารนั้นมีนัยสำคัญในโลกยุคปัจจุบันสูง เพราะนวัตกรรมสื่อสารช่วยเสริมสร้างภาวะผู้นำได้อย่างรวดเร็วและเปลี่ยนแปลงได้รวดเร็วเช่นกัน ดังนั้นผู้บริหารหรือผู้นำองค์กรยุคใหม่ต้องเรียนรู้กลยุทธ์การสร้างสรรคตัวตนหรือองค์กรให้โดดเด่นและเป็นที่ยอมรับของสังคมบนพื้นฐานของจรรยาบรรณ อีกทั้งต้องมีความรู้ในหลักการ วิธีการและแนวทางการประยุกต์ใช้การสื่อสารเพื่อการบริหารจัดการในองค์กรทุกสถานะ เช่น การใช้การสื่อสารในภาวะวิกฤติ การสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจ เป็นต้น

3. แนวโน้มสำคัญที่สุดของการสื่อสารอีก 5-10 ปีข้างหน้า พบว่าการสื่อสารเชิงภาวะผู้นำมีความต้องการสูงสุด จำนวน 411 คน คิดเป็นร้อยละ 91.33 รองลงมาคือการสื่อสารด้วย AI และ Generative Media จำนวน 321 คน คิดเป็นร้อยละ 71.33 อันดับสามคือ การสื่อสารเพื่อความยั่งยืน จำนวน 307 คน คิดเป็นร้อยละ 68.22 และอันดับสุดท้าย คือ การสื่อสารเชิงข้อมูล จำนวน 301 คน คิดเป็นร้อยละ 66.88 (หมายเหตุตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

นอกจากนี้ ผลจากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญพบว่า เทคโนโลยี AI และ Generative Media มีความสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งต่อหลักสูตรนี้ เพราะต้องนำมาใช้เพื่อการบริหารจัดการองค์กรและการสร้างภาวะผู้นำทั้งในระดับชาติและนานาชาติ โดยพบว่าทักษะที่มีความสำคัญและจำเป็นคือ ทักษะการบริหารจัดการการสื่อสารเชิงกลยุทธ์เพื่อสร้างภาวะผู้นำ จริยธรรมหรือจรรยาบรรณของการใช้สื่อและการบริหารจัดการ การวิจัยขั้นสูงและการสร้างนวัตกรรมหรือองค์ความรู้ใหม่ๆ เพราะการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและการเมืองส่งผลต่อการสื่อสารอย่างสูงและรวดเร็ว

4. ความต้องการจำเป็นในการพัฒนาหลักสูตร พบว่าทุกข้อคำถามมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากถึงมากที่สุดได้ค่าเฉลี่ยรวมทุกข้อคำถามเท่ากับ 4.69 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.41 เรียงตามลำดับ ดังนี้ 1) หลักสูตรควรเน้นการบูรณาการองค์ความรู้ด้านนิเทศศาสตร์กับภาวะผู้นำ 2) หลักสูตรควรมีรายวิชาด้านนวัตกรรมสื่อและเทคโนโลยีการสื่อสารอนาคต 3) หลักสูตรควรมีรายวิชาด้านจริยธรรมการสื่อสารในยุคดิจิทัล 4) หลักสูตรควรผลิตนักวิชาการที่สามารถสร้างนวัตกรรมสื่อสารได้ 5) หลักสูตรควรส่งเสริมการวิจัยขั้นสูงระดับนานาชาติและการตีพิมพ์ในวารสารระดับโลก 6) หลักสูตรควรมีความร่วมมือกับภาคอุตสาหกรรมสื่อและองค์กรชั้นนำ 7) หลักสูตรควรพัฒนาทักษะการสื่อสารเพื่อการเปลี่ยนแปลงทางสังคม 8) หลักสูตรควรมีการเรียนรู้จากกรณีศึกษาระดับโลก และ 9) หลักสูตรควรมีองค์ประกอบด้าน Leadership Lab หรือ Communication Clinic ผลจากการสัมภาษณ์ พบว่า ผู้ให้ข้อมูลต่างมีความคิดเห็นที่สอดคล้องกันว่า

หลักสูตรนี้น่าสนใจและตรงกับแนวโน้มและทิศทางของการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรมการสื่อสารทั้งในระดับจุลภาคและมหภาคเพื่อสร้างนวัตกรรมทางการสื่อสารให้มีความสามารถในการเป็นผู้นำ (Leader) เพื่อขับเคลื่อนองค์กรได้

5. รูปแบบการเรียนการสอนที่เหมาะสมสำหรับหลักสูตรระดับดุษฎีบัณฑิตนี้ พบว่าการเรียนแบบผสมผสาน (Hybrid / Blended) มีความต้องการสูงสุดจำนวน 262 คน คิดเป็นร้อยละ 58.22 รองลงมาคือ เรียนในชั้นเรียนทั้งหมด (Onsite) จำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 34.89 อันดับสามคือ เรียนออนไลน์ทั้งหมด (Online) จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 4.67 และอันดับสุดท้ายเรียนแบบเข้มข้นช่วงสุดสัปดาห์ (Intensive Weekend) จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.22 จากการสัมภาษณ์พบว่า การจัดการเรียนรู้ควรใช้วิธีการแบบผสมผสาน (Hybrid) เพื่อให้ผู้เรียนที่อยู่หลากหลายทั่วประเทศหรือทั่วโลกสามารถเรียนได้โดยไม่ต้องเดินทางมาเรียนที่มหาวิทยาลัย ทั้งนี้ต้องมีรูปแบบการเรียนรู้แบบ Research Based, Project-based, Problem Based, Community Based, Issue Based, Case Study and Seminar Based ส่วนบทบาทของอาจารย์นั้นให้ปรับเปลี่ยนเป็น Mentorship และ Coaching แทนมากกว่าการเป็นผู้ให้ความรู้อย่างเดียว ดังนั้นกระบวนการจัดการเรียนการสอนจึงเป็นไปในรูปแบบการเรียนรู้ร่วมกันทั้งในรูปแบบเพื่อนช่วยเพื่อน ครูช่วยศิษย์และศิษย์ช่วยครู อีกทั้งให้ข้อเสนอแนะว่าหลักสูตรนี้ควรมีการทำ MOU กับสถานประกอบการและสถาบันการศึกษาทั้งในและต่างประเทศ

6. ระยะเวลาที่เหมาะสมสำหรับการศึกษาในหลักสูตรนี้ พบว่า ระยะเวลา 2 ปีมีความต้องการมากที่สุด 298 คน คิดเป็นร้อยละ 66.22 อย่างไรก็ตาม เมื่อสังเคราะห์ร่วมกับผลสัมภาษณ์เชิงคุณภาพซึ่งผู้เชี่ยวชาญเสนอระยะเวลา 2 ปีครึ่งถึง 3 ปี โดยมีเงื่อนไขให้ผู้เรียนเผยแพร่ผลงานระดับชาติหรือนานาชาติ ผู้วิจัยจึงออกแบบหลักสูตรเป็น 3 ปี เพื่อให้สอดคล้องกับมาตรฐานดุษฎีบัณฑิตและเกณฑ์การตีพิมพ์

7. คุณสมบัติบัณฑิตและทิศทางหลักสูตร พบว่า ในภาพรวมมีค่ามากที่สุดค่าเฉลี่ย 4.89 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.65 โดยเรียงลำดับดังนี้ 1) ความเป็นผู้นำทางความคิดในสาขาการสื่อสารยุคใหม่ 2) การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและ AI ในกระบวนการสื่อสารเพื่อท้าทายการเปลี่ยนแปลง 3) ความสามารถในการสื่อสารข้ามวัฒนธรรมและระดับโลก 4) การสร้างนวัตกรรมและองค์ความรู้ใหม่ในวงการนิเทศศาสตร์ 5) ทักษะการบริหารจัดการสื่อ การวางแผนยุทธศาสตร์และการประยุกต์ใช้สื่อเพื่อการจัดการองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ 6) จริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคมในฐานะผู้นำด้านการสื่อสาร และ 7) ความสามารถในการสร้างและนำเสนองานวิจัยขั้นสูงระดับนานาชาติ

ทั้งนี้ จากการสัมภาษณ์พบว่า สิ่งที่ควรมีในหลักสูตรนวัตกรรมการสื่อสารภาวะผู้นำอนาคต คือ 1) โครงสร้างเนื้อหาที่บูรณาการกับศาสตร์อื่นเช่น รัฐศาสตร์ บริหารธุรกิจ เทคโนโลยี สังคม วัฒนธรรม พฤติกรรมศาสตร์จิตวิทยาการสื่อสารขั้นสูง เพราะผู้เรียนสามารถนำองค์ความรู้

ไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาหน่วยงานของตนเองได้ 2) กลุ่มวิชาที่ขาดไม่ได้ คือ การวิจัยขั้นสูง เพื่อพัฒนานวัตกรรม เช่น Applied Research รูปแบบผลงานวิจัยทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพที่ตอบ โจทย์ทางสังคม การสื่อสารและการวางแผนเชิงกลยุทธ์ขั้นสูงเพื่อสร้างภาวะผู้นำ การประยุกต์ใช้ ปัญญาประดิษฐ์เพื่อการบริหารจัดการองค์กรอย่างชาญฉลาด

8. ทักษะที่ผู้จบหลักสูตรควรมีมากที่สุด พบว่า ทักษะการเป็นผู้นำและสื่อสารเชิงกลยุทธ์ มีค่ามากที่สุด จำนวน 321 คนคิดเป็นร้อยละ 71.33 รองลงมาคือ ทักษะการประยุกต์ใช้สื่อดิจิทัล และเทคโนโลยีใหม่เพื่อการจัดการการสื่อสาร 298 คน คิดเป็นร้อยละ 66.22 ทักษะการวิจัยขั้นสูง และสร้างองค์ความรู้ใหม่ จำนวน 275 คนคิดเป็นร้อยละ 61.11 จริยธรรมและความรับผิดชอบ ในการสื่อสาร จำนวน 273 คน คิดเป็นร้อยละ 60.67 นวัตกรรมและการออกแบบสารสนเทศ เพื่อการสื่อสารสังคมสมัยใหม่ จำนวน 259 คน คิดเป็นร้อยละ 57.76 และการสื่อสารระดับนานาชาติ หรือการสื่อสารข้ามพรมแดน จำนวน 252 คน คิดเป็นร้อยละ 56.00 ตามลำดับ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

9. ความสนใจเรียนหรือแนะนำผู้อื่นเข้าศึกษาในหลักสูตร พบว่า สนใจพอสมควรมีค่า ความต้องการมากที่สุด จำนวน 278 คน คิดเป็นร้อยละ 61.78 รองลงมาคือ สนใจมาก จำนวน 169 คนคิดเป็นร้อยละ 37.55 และ ไม่แน่ใจ จำนวน 3 คนคิดเป็นร้อยละ 0.67

ขั้นตอนที่ 2 กระบวนการสังเคราะห์ร่วมกับกรอบ TQF, SDU Goal และแผนพัฒนา เศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ 20 ปี

ผลพัฒนาหลักสูตรนิเทศศาสตร์ดุสิตบัณฑิต สาขาวัตกรรมการสื่อสารภาวะผู้นำอนาคต มหาวิทยาลัยสวนดุสิต ประกอบไปด้วย

1. ชื่อหลักสูตร นิเทศศาสตร์ดุสิตบัณฑิต สาขาวัตกรรมการสื่อสารภาวะผู้นำอนาคต
2. ปรัชญาหลักสูตร คือ สร้างดุสิตบัณฑิตนวัตกรทางการสื่อสารแห่งอนาคต เปี่ยมด้วยภาวะผู้นำเชิงยุทธศาสตร์ เพื่อขับเคลื่อนสังคมอย่างมีคุณธรรม จริยธรรม
3. จำนวนหน่วยกิตรวม 48 หน่วยกิต ประกอบไปด้วย 1) รายวิชาปรับพื้นฐานไม่นับ หน่วยกิต 2 รายวิชา 2) รายวิชาบังคับ 9 หน่วยกิต 3) รายวิชาเลือก 3 หน่วยกิตและ 4) ดุษฎีนิพนธ์ 36 หน่วยกิต
4. ระยะเวลาในการศึกษาตลอดหลักสูตร 3 ปี
5. วัตถุประสงค์ของหลักสูตร คือ 1) เพื่อสร้างดุสิตบัณฑิตที่มีวิสัยทัศน์และกระบวนทัศน์ ผู้นำอนาคต สามารถวิเคราะห์และพยากรณ์แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของโลก เพื่อวางรากฐาน การสื่อสารที่ยืดหยุ่น และมีจริยธรรมในการนำพาองค์กรผ่านพ้นวิกฤตและความไม่แน่นอน 2) เพื่อสร้างดุสิตบัณฑิตให้มีทักษะการสร้างสรรค์นวัตกรรม การสื่อสารเชิงยุทธศาสตร์ มุ่งเน้น การวิจัยและออกแบบระบบนิเวศการสื่อสารใหม่ ๆ ที่สามารถขับเคลื่อนนโยบายสาธารณะ

แผนพัฒนาเศรษฐกิจแห่งชาติ และเป้าหมายความยั่งยืน ให้เกิดผลสัมฤทธิ์อย่างเป็นรูปธรรม 3) เพื่อสร้างดัชนีชี้วัดให้มีความเชี่ยวชาญในการบูรณาการเทคโนโลยี โดยใช้ปัญญาประดิษฐ์ (AI) ข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) และเทคโนโลยีสื่อสารอัจฉริยะ เพื่อเป็นเครื่องมือการตัดสินใจในการสื่อสารภาวะผู้นำอนาคต 4) เพื่อผลิตนักวิจัยและนักวิชาชีพชั้นสูงที่สร้างองค์ความรู้ด้านการสื่อสาร สามารถสร้างตำรา โมเดล หรือนวัตกรรมสื่อสารที่เป็นต้นแบบในการแก้ปัญหาสังคมและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ 5) เพื่อสร้างเครือข่ายผู้นำที่มีจิตสำนึกต่อสังคม โดยมีเครือข่ายผู้นำที่ใช้การสื่อสารเพื่อสร้างความเท่าเทียม ลดความเหลื่อมล้ำและร่วมขับเคลื่อนประเทศไทยสู่สังคมก้าวหน้าอย่างยั่งยืนในปี 2030 6) เพื่อสร้างดัชนีชี้วัดให้มีความสามารถในการปฏิบัติงานอย่างมีบุคลิกภาพความเป็นสวนดุสิต มีจริยธรรมทางวิชาการและวิชาชีพ มีภาวะผู้นำ ทำงานร่วมกับผู้อื่น และปฏิบัติตามมารยาทวัฒนธรรมทางสังคมได้

6. ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตร (Program Learning Outcomes : PLOs) PLO 1: มีความรู้ความเข้าใจเชิงลึกในทฤษฎี แนวคิด และองค์ความรู้ด้านนิเทศศาสตร์ พหุกรรมศาสตร์ สังคมศาสตร์ และภาวะผู้นำ PLO 2: วิเคราะห์และสังเคราะห์แนวคิดพหุกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์ เพื่อออกแบบกระบวนการทัศนการสื่อสารที่ตอบโจทย์ความหลากหลาย PLO 3: วางแผนและบริหารจัดการกลยุทธ์การสื่อสาร ด้วยการคิดเชิงออกแบบการสื่อสาร ให้กับองค์กรภาครัฐ เอกชน และรัฐวิสาหกิจ PLO 4: ประยุกต์แนวคิดทฤษฎี องค์ความรู้ด้านนิเทศศาสตร์ พหุกรรมศาสตร์ สังคมศาสตร์ และภาวะผู้นำโดยใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) PLO 5: สร้างสรรค์งานวิจัยที่ก่อให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ หรือโมเดลนวัตกรรมสื่อสารภาวะผู้นำอนาคต PLO 6: มีภาวะผู้นำที่มีวิสัยทัศน์ คุณธรรม จริยธรรมและมีจิตสำนึกต่อสังคมในการสื่อสาร โดยยึดหลักธรรมาภิบาล

7. รายวิชาที่ตอบสนองต่อความต้องการของสังคม มีดังนี้ 1) รายวิชาปรับพื้นฐาน คือ ระเบียบวิธีวิจัยขั้นสูงทางนวัตกรรมสื่อสารและภาวะผู้นำอนาคตและทฤษฎีการสื่อสารและนวัตกรรมสื่อสารภาวะผู้นำ 2) รายวิชาบังคับ คือ การสื่อสารเชิงยุทธศาสตร์เพื่อการขับเคลื่อนสังคม จริยธรรมการสื่อสารภาวะผู้นำ สัมมนาสื่อสารภาวะผู้นำเชิงยุทธศาสตร์ 3) ดุษฎีนิพนธ์ 1-6 4) รายวิชาเลือก คือ การสื่อสารภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ในภาวะวิกฤต สื่อและการสื่อสารระดับโลก การเล่าเรื่องเชิงปัญญาและสื่อแห่งอนาคต การออกแบบและการจัดการระบบนิเวศการสื่อสาร สื่อสมัยใหม่ นวัตกรรมสื่อสารแบรนด์องค์กรเชิงคุณค่านวัตกรรมเทคโนโลยีการสื่อสาร และปัญญาประดิษฐ์สำหรับผู้นำอนาคต การบริหารความสัมพันธ์และเครือข่ายผู้นำเพื่อคุณค่าสังคม จิตวิทยาการสื่อสารภาวะผู้นำ ระเบียบวิธีวิจัยขั้นสูงและการสร้างนวัตกรรมเชิงวิชาการ วิธีวิทยาการวิจัยและนวัตกรรมสื่อสารภาวะผู้นำขั้นสูง วิจัยการสื่อสารและการจัดการข้อมูลสื่อสมัยใหม่ ทักษะบูรณาการเพื่อการสร้างสรรค์งานวิชาการ

8. รูปแบบและวิธีการจัดการเรียนรู้ในรูปแบบผสมผสาน (Hybrid) Research Based, Project-based, Problem Based, Community Based, Issue Based, Case Study and Seminar Based บทบาทของอาจารย์คือ Mentorship และ Coaching

ขั้นตอนที่ 3 การประเมินและรับรองคุณภาพหลักสูตร

การประเมินและรับรองคุณภาพหลักสูตรโดยผู้ทรงคุณวุฒิ มีขั้นตอนการประเมินดังนี้

1. การประเมินเอกสารหลักสูตรฉบับร่างเพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของหลักสูตรพบว่า 1) ชื่อหลักสูตรมีความเหมาะสมและทันสมัยเท่าทันการเปลี่ยนแปลงของปัจจุบัน
2. ปรัชญาหลักสูตรครั้งแรกมีความซับซ้อนจึงมีการปรับแต่งตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ และได้ผลออกมาดังการรายงานข้างต้น
3. จำนวนหน่วยกิตรวม 48 หน่วยกิตมีความเหมาะสมไม่มากและน้อยเกินไป จุดเด่น คือ มีรายวิชาปรับพื้นฐานไม่นับหน่วยกิต 2 รายวิชาเพื่อรองรับผู้เรียนทุกสาขา
4. ระยะเวลา ในการศึกษามีความเหมาะสมคืออยู่ในช่วงสองปีครึ่งถึงสามปี
5. วัตถุประสงค์หลักสูตรมีความชัดเจนตอบสนองต่อ TQF SDU Goal และแผนพัฒนาเศรษฐกิจสังคมชาติ 20 ปี จุดเด่นคือมีการเน้นเรื่องจริยธรรมและจรรยาบรรณสื่อมวลชน
6. ผลลัพธ์การเรียนรู้ของหลักสูตรมีการใช้หลักการการจัดการศึกษาของ Bloom Taxonomy มีความรู้ความเข้าใจเชิงลึก การวิเคราะห์ การสังเคราะห์ การวางแผนออกแบบ การประยุกต์ การสร้างสรรค์นวัตกรรมงานวิจัยขั้นสูงที่ควบคู่กับจริยธรรม ซึ่งครอบคลุมทุกประเด็น และเหมาะสมกับการจัดการศึกษาระดับคุณวุฒิบัณฑิตตามซึ่งมีขอบข่าย (Scope) ชัดเจน
7. รายวิชาที่พัฒนาขึ้นมีจำนวนไม่มากแต่สามารถประยุกต์เข้ากับบริบทการเปลี่ยนแปลงได้ดี มีการจัดลำดับการเรียนรู้ (Sequence) ที่ชัดเจนและเหมาะสม ตั้งแต่การเรียนรายวิชาปรับพื้นฐานสำหรับบุคคลที่ไม่ได้จบด้านนิเทศศาสตร์มาจนถึงรายวิชาบังคับและรายวิชาเลือกสำหรับจุดเด่น คือ มีรายวิชาคุณวุฒิบัณฑิตที่มีการแบ่งย่อยออกเป็น 6 ขั้นตอนทำให้สามารถช่วยเหลือผู้เรียนได้ดีขึ้น

อภิปรายผล (Research Discussion)

สามารถอภิปรายได้ในประเด็นสำคัญดังนี้

ประการแรก ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นต่อสภาพและแนวโน้มการสื่อสารในยุคปัจจุบันในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.71) โดยเฉพาะประเด็นที่ว่าภาวะผู้นำและการสื่อสารเชิงกลยุทธ์เป็นสิ่งที่แยกออกจากกันไม่ได้ในองค์กรยุคใหม่ (ค่าเฉลี่ย 4.81) ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด Communicative Leadership ของ Johansson, Miller และ Hamrin (2014) ที่ยืนยันว่าการสื่อสารเชิงมีส่วนร่วมเป็นแกนกลางของการสร้างความไว้วางใจในองค์กรยุคใหม่ และยังเชื่อมโยง

กับงานของ Barrett (2022) ที่ยืนยันว่าการสื่อสารเชิงมีส่วนร่วมเป็นแกนกลางของการสร้างความไว้วางใจในองค์กร อย่างไรก็ตาม งานวิจัยนี้ก้าวไปไกลกว่าวรรณกรรมเดิม ตรงที่ยกระดับการสื่อสารจากการเป็น “เครื่องมือสนับสนุน” ภาวะผู้นำในแนวคิด Transformational Leadership ขึ้นเป็น “แกนกลาง” ที่นิยามภาวะผู้นำเอง และนำข้อค้นพบนี้ไปออกแบบเป็นองค์ประกอบของหลักสูตรอย่างเป็นรูปธรรม ซึ่งงานก่อนหน้าหยุดอยู่เพียงข้อเสนอเชิงทฤษฎี

ประการที่สอง ความต้องการจำเป็นในการพัฒนาหลักสูตรมีค่าเฉลี่ยรวมสูง (4.69) โดยประเด็นที่มีลำดับความสำคัญสูงสุดคือการบูรณาการองค์ความรู้ด้านนิเทศศาสตร์กับภาวะผู้นำ ผลนี้สะท้อนกับข้อค้นพบของ Northouse (2021) ที่พบว่ามหาวิทยาลัยชั้นนำระดับสากล เช่น MIT และ Stanford ต่างบูรณาการ Communication Innovation เข้ากับหลักสูตรพัฒนาภาวะผู้นำอย่างเป็นระบบมาอย่างต่อเนื่อง ขณะที่รายงานของ World Economic Forum (2023) ระบุว่า ทักษะการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ติดหนึ่งในสิบทักษะที่ตลาดแรงงานระดับโลกต้องการมากที่สุด แสดงให้เห็นว่าหลักสูตรที่พัฒนาขึ้นมีความสอดคล้องกับทิศทางของตลาดโลกอย่างชัดเจน

ประการที่สาม ทักษะที่ผู้สำเร็จการศึกษาควรมีมากที่สุดคือทักษะการเป็นผู้นำและสื่อสารเชิงกลยุทธ์ (ร้อยละ 71.33) ตามมาด้วยการประยุกต์ใช้สื่อดิจิทัลและเทคโนโลยี AI ผลดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของ Yukl (2020) ที่ระบุว่าผู้นำในศตวรรษที่ 21 ต้องสื่อสารวิสัยทัศน์ผ่านหลากหลายแพลตฟอร์มและสร้างแรงบันดาลใจผ่าน Storytelling เชิงกลยุทธ์ได้อย่างเชี่ยวชาญ รวมทั้งยังตอกย้ำข้อค้นพบของ McKinsey Global Institute (2023) ที่ชี้ว่าองค์กรที่มีผู้นำซึ่งสื่อสารได้อย่างมีนวัตกรรมจะสร้างมูลค่าทางธุรกิจได้สูงกว่าคู่แข่งถึงร้อยละ 47

ประการที่สี่ รูปแบบการเรียนรู้แบบผสมผสาน (Hybrid/Blended) ได้รับการสนับสนุนสูงสุด (ร้อยละ 58.22) สอดรับกับบริบท VUCA World ที่ Bennett และ Lemoine (2014) อธิบายว่าต้องการความยืดหยุ่นสูง ทั้งนี้ ในเชิงวิพากษ์ พบว่างานก่อนหน้า (Northouse, 2021; Yukl, 2020) ศึกษาในบริบทองค์กรธุรกิจตะวันตก มิใช่การพัฒนาหลักสูตรดุซงึ่บัณฑิตในบริบทไทย ผลของงานนี้จึงเป็นการขยายองค์ความรู้สู่บริบทการอุดมศึกษาไทย และค้นพบ “ช่องว่างการรับรู้เรื่อง AI” ที่ไม่ปรากฏในงานต่างประเทศ ซึ่งเป็นคุณูปการเฉพาะของงานนี้

โดยรวมแล้วหลักสูตรนี้ ตอบโจทย์ความต้องการของสังคมและตลาดแรงงานยุคใหม่ได้อย่างครบถ้วน ทั้งในมิติของการผลิตนักวิจัย การพัฒนาภาวะผู้นำและการบูรณาการเทคโนโลยีอัจฉริยะ ซึ่งสอดคล้องกับแผนพัฒนาชาติระยะ 20 ปี

องค์ความรู้ใหม่ (New Knowledge)

งานวิจัยนี้ก่อให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ใน 3 มิติ ดังนี้

มิติที่ 1 โมเดล FLCIM (Future Leadership Communication Innovation Model) ที่บูรณาการภาวะผู้นำเชิงยุทธศาสตร์ นวัตกรรมสื่อสารดิจิทัล และจริยธรรมการสื่อสาร เข้าด้วยกันในลักษณะเสริมพลังซึ่งกันและกัน แตกต่างจากแนวคิด Transformational Leadership เดิมที่มองการสื่อสารเป็นเพียงเครื่องมือเสริม มิใช่แกนกลางของภาวะผู้นำ

ตารางที่ 1 ตารางเปรียบเทียบ โมเดล FLCIM ที่บูรณาการ จากแนวคิด Transformational Leadership

มิติเปรียบเทียบ	แนวคิดเดิม (Transformational / Communicative Leadership)	โมเดล FLCIM (ใหม่)
บทบาทของการสื่อสาร	เครื่องมือสนับสนุนภาวะผู้นำ	แกนกลางที่นิยามภาวะผู้นำ
นวัตกรรม/เทคโนโลยี	กล่าวถึงน้อย/แยกส่วน	เป็นองค์ประกอบหลักที่บูรณาการในตัวโมเดล
จริยธรรม	เป็นคุณสมบัติทั่วไปของผู้นำ	เป็นองค์ประกอบกำกับที่ผูกกับนวัตกรรมโดยตรง
การนำไปใช้	ระดับทฤษฎี/องค์กรธุรกิจ	แปลงเป็นโครงสร้างหลักสูตรดัชนีบัณฑิตที่ตรวจสอบได้

มิติที่ 2 กระบวนทัศน์ใหม่ของการจัดการศึกษาระดับดัชนีบัณฑิตที่เปลี่ยนจากรูปแบบ Didactic Model สู่ Co-learning Leadership Model โดยอาจารย์ทำหน้าที่เป็น Mentor และ Coach ขณะที่ผู้เรียนเป็นทั้งผู้รับและผู้สร้างองค์ความรู้ไปพร้อมกัน

มิติที่ 3 การค้นพบช่องว่างการรับรู้ (Perception Gap) ของผู้ประกอบการวิชาชีพไทยที่ยังมอง AI เป็นเครื่องมือเสริมการทำงาน ทั้งที่ความต้องการทักษะ AI อยู่ในระดับสูง ซึ่งเห็นว่าหลักสูตรระดับดัชนีบัณฑิตมีพันธกิจสำคัญในการสร้าง Paradigm Shift ตอบทาบของ AI ในฐานะพลังขับเคลื่อนการสื่อสารเชิงระบบ

ข้อเสนอแนะ (Research Suggestions)

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. มหาวิทยาลัยสวนดุสิตควรประกาศให้หลักสูตรนี้เป็น Flagship Program พร้อมจัดสรรงบประมาณพัฒนา Leadership Communication Lab ศูนย์ทดสอบนวัตกรรมสื่อ และห้องสมุดดิจิทัล พร้อมกำหนด KPIs ระดับนานาชาติที่ชัดเจน
2. มหาวิทยาลัยควรจัดทำ MOU กับองค์กรชั้นนำในประเทศอย่างน้อย 10 แห่ง และสถาบันศึกษานานาชาติอย่างน้อย 5 แห่ง ภายใน 2 ปีแรกของการเปิดหลักสูตร

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ

1. จัดระบบ Mentorship Ecosystem ที่มีอาจารย์ที่ปรึกษาหลัก อาจารย์จากภาคอุตสาหกรรม และผู้เชี่ยวชาญด้าน AI ร่วมประชุมติดตามนักศึกษาอย่างน้อยภาคละ 1 ครั้ง
2. พัฒนาแพลตฟอร์ม Hybrid ที่มีห้องเรียนเสมือนจริง คลังทรัพยากรการเรียนรู้ ระบบติดตามดัชนีนิพนธ์แบบ Real-time และ Virtual Collaboration Space สำหรับนักศึกษาข้ามพรมแดน
3. จัดกิจกรรม Leadership Communication Lab อย่างน้อยภาคละ 2 ครั้ง ในรูปแบบ Crisis Communication Simulation, Executive Presentation Practicum และ Global Leadership Case Analysis

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

1. ให้นำหลักสูตรและโมเดล FLCIM ไปทดลองใช้จริง (implementation study) แล้วประเมินผลลัพธ์การเรียนรู้ (PLOs) ของผู้เรียน เพื่อสร้างหลักฐานเชิงประจักษ์รองรับ
2. ควรวิจัยติดตามประสิทธิผลและความยั่งยืนของหลักสูตรในระยะยาว เช่น การศึกษาแบบติดตามบัณฑิต (tracer study)
3. ควรทดสอบความตรงและความสามารถในการนำไปใช้ทั่วไป (generalizability) ของโมเดล FLCIM ในบริบทสถาบัน/องค์กรอื่น

เอกสารอ้างอิง (References)

ภาษาไทย

- มหาวิทยาลัยสวนดุสิต. (2566). แผนยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยสวนดุสิต พ.ศ. 2566–2570.
มหาวิทยาลัยสวนดุสิต.
สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา. (2565). แผนพัฒนาการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2566–2580.
กระทรวงศึกษาธิการ.

สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม. (2565). *มาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา พ.ศ. 2565 (TQF)*. กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม.

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2569). *รายงานสถิติสำมะโนธุรกิจและอุตสาหกรรม*. กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม.

ภาษาอังกฤษ

Barrett, D. J. (2022). *Leadership communication: A communication approach for senior-level managers* (5th ed.). McGraw-Hill Education.

Bass, B. M., & Riggio, R. E. (2006). *Transformational leadership* (2nd ed.). Lawrence Erlbaum Associates.

Bennett, N., & Lemoine, G. J. (2014). What a difference a word makes: Understanding threats to performance in a VUCA world. *Business Horizons*, 57(3), 311–317. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2014.01.001>

Castells, M. (2013). *Communication power* (2nd ed.). Oxford University Press.

Cochran, W. G. (1977). *Sampling techniques* (3rd ed.). John Wiley & Sons.

Cronbach, L. J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. *Psychometrika*, 16(3), 297–334. <https://doi.org/10.1007/BF02310555>

Johansson, C., Miller, V. D., & Hamrin, S. (2014). Conceptualizing communicative leadership: A framework for analysing and developing leaders' communication competence. *Corporate Communications: An International Journal*, 19(2), 147–165. <https://doi.org/10.1108/CCIJ-02-2013-0007>

McKinsey Global Institute. (2023). *The economic potential of generative AI: The next productivity frontier*. McKinsey & Company. <https://www.mckinsey.com/capabilities/mckinsey-digital/our-insights/the-economic-potential-of-generative-ai>

Northouse, P. G. (2021). *Leadership: Theory and practice* (9th ed.). SAGE Publications.

World Economic Forum. (2023). *The future of jobs report 2023*. World Economic Forum. <https://www.weforum.org/publications/the-future-of-jobs-report-2023>

Yukl, G. (2020). *Leadership in organizations* (9th ed.). Pearson Education.