

“วิชา มหาคุณ” ประธานมูลนิธิต่อต้านการทุจริต รับโล่ห์เกียรติยศ เนื่องในวันธรรมศาสตร์

🕒 24 พฤศจิกายน 2567 11:37 น. 👤 สยามรัฐออนไลน์ 📍 ชาวทั่วไทย



เมื่อวันที่ 22 พ.ย. 67 ศาสตราจารย์ ดร.ศุภสวัสดิ์ ชั้ววลย์ อธิการบดี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ได้ประกาศรายชื่อ 90 คนของศิษย์เก่าธรรมศาสตร์ดีเด่นผู้สร้างคุณประโยชน์ให้สังคมและประเทศชาติ โดยคณะกรรมการร่วมกันพิจารณา และยังมีผู้ให้ความสนับสนุนการดำเนินงานของมหาวิทยาลัยที่เป็นประโยชน์ต่อมหาวิทยาลัยเป็นจำนวนมาก ซึ่งสมควรได้รับการยกย่องให้ได้รับโล่ห์เกียรติยศให้เป็นที่ปรากฏในโอกาสวันธรรมศาสตร์ 10 ธันวาคม 2567

ทั้งนี้ ผู้ได้รับโล่ห์เกียรติยศในปีนี้อาทิ ศ. วิชา มหาคุณ ประธานมูลนิธิต่อต้านการทุจริต และ อดีตกรรมการ ป.ป.ช และ ประธานกรรมการตรวจสอบคดียุบพรรคการเมืองที่โด่งดัง โดยเฉพาะมูลนิธิต่อต้านการทุจริตที่สร้างเครือข่ายในหมู่บ้าน ชุมชน สถาบันการศึกษาและในกลุ่มเยาวชนของชาติให้ร่วมกันต่อต้านการทุจริต เกลียดการทุจริตและเป็นตาสัปรดเพื่อส่งข่าว ข้อมูลการทุจริต รวมทั้งการตรวจสอบคดียุบพรรคการเมืองที่นำความยุติธรรม ความเชื่อมั่นในกระบวนการยุติธรรมมาสู่ประเทศไทย หรือ คนไทยทั้งประเทศกล่าวว่า ศ วิชา มหาคุณ เปรียบเสมือน เจ เอ็ดการ์ ฮูเวอร์ เมืองไทย) เจ เอ็ดการ์ ฮูเวอร์ อดีต ผอ. FBI ของสหรัฐ ผู้รักษาความยุติธรรมยิ่งชีพ และ การทำแต่ความดีเพื่อส่วนรวม

นอกจากนี้ยังมี ดร. วิทย์ รัตนกร อดีต ผอ. ธนาคารออมสิน ผู้สร้างความความยิ่งใหญ่ ความเชื่อมั่นให้กับ ธนาคารตลอดระยะเวลาที่ดำรงตำแหน่งและยังมีผู้รับโล่เกียรติยศอีก 88 ท่าน ที่ทำคุณประโยชน์ให้กับ สังคมและประเทศชาติ

 วิชามหาคณ

 ประธานมูลนิธิต่อต้านการทุจริต

 รับโล่เกียรติยศ

 วันธรรมศ

Tweet

ความคิดเห็น 0 รายการ

เรียงลำดับตาม





ไทยโพสต์

Thai Post
Circulation: 850,000
Ad Rate: 1,500

Section: First Section/สังคม-อาหาร

วันที่: อาทิตย์ 24 พฤศจิกายน 2567

ปีที่: 29

ฉบับที่: 10236

หน้า: 9(บนซ้าย)

Col.Inch: 20.45 Ad Value: 30,675

PRValue (x3): 92,025

คลิป: สี่สี่

ภาพข่าว: ประชุมวิชาการระดับนานาชาติ ประจำปี 2024



ประชุมวิชาการระดับนานาชาติ ประจำปี 2024

ศุภมาส อิศรภักดี รัฐมนตรีว่าการ กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม พร้อมด้วย ศาสตราจารย์ ศุภสวัสดิ์ ชัชวาลย์ อธิการบดี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ดร. ณอง-ปีแอร์ อัฟเฟรต ประธานกรรมการ IACIO ร่วมเปิดงาน ประชุมวิชาการระดับนานาชาติ ประจำปี 2024 หรือ IACIO Annual Conference 2024 (IACIO 2024) ภายใต้หัวข้อ “AI Strategic Transformation Principles and Practices for CIOs” เพื่อแลกเปลี่ยนองค์ความรู้และประสบการณ์ด้านปัญญาประดิษฐ์ (AI) ระหว่างผู้เชี่ยวชาญและนักวิจัยด้านสารสนเทศจากทั่วโลกกว่า 50 ประเทศ เพื่อผลักดันธุรกิจให้มีความยั่งยืนและเติบโตอย่างรวดเร็ว สร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ๆ ในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจประเทศในอนาคต ณ โรงแรมอีสติน แกรนด์ พญาไท.



เดลินิวส์

กรอบบ่าย

Daily News (Mid-Day)
Circulation: 500,000
Ad Rate: 1,800

Section: First Section/ภาพ-ข่าวสังคม

วันที่: จันทร์ 25 พฤศจิกายน 2567

ปีที่: - ฉบับที่: 27437

Col.Inch: 22.87 Ad Value: 41,166

ภาพข่าว: สังคมข่าว: ภาคภูมิใจ

หน้า: 5(ขวา)

PRValue (x3): 123,498

คลิป: สี่สี่



ภาคภูมิใจ วรพงศ์ ไชยวรรณ กรรมการและรองประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท ไทยประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) รับรางวัล “TBS ALUMNI AWARDS 2024” จาก ศ.พนัส ลิ้มเสถียร อดีตรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลัง ในฐานะศิษย์เก่าดีเด่นคณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ผู้ประสบความสำเร็จในวิชาชีพ มีคุณธรรม จริยธรรม และบำเพ็ญประโยชน์ต่อสังคม เป็นผู้สร้างชื่อเสียงและคุณความดีอันเป็นประโยชน์ต่อสังคม ทั้งในระดับชาติ และนานาชาติและเผยแพร่เกียรติคุณให้กับคณะฯ และมหาวิทยาลัยฯ จัดโดยสมาคมนักศึกษาเก่าพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์



Male

Play

หน้าแรก / ธุรกิจ



ถึงเวลาทำระบบวัดเรตติ้งใหม่ แนวคิดนอกกรอบซิงเคิ้ลเม็ดเงินโฆษณา 7
หมื่นล้าน



Male

Play

MEDIAVERSE สื่อมัลติแพลตฟอร์มไทยอยู่รอด-สังคมไทยอยู่ดี แะผู้กำหนดนโยบายคิดนอกกรอบเกณฑ์ “การวัดเรตติ้ง” ผลวิจัยชี้เป้า หลักเกณฑ์ใหม่เพิ่มศักยภาพ หนุนศักยภาพสื่อมัลติแพลตฟอร์มไทยพร้อมแข่งขันธุรกิจโฆษณากับสื่อข้ามชาติ

คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ จัดงานเสวนาในวาระฉลองครบรอบ 70 ปี นำเสนองานวิจัยระดับปริญญาเอก เพื่อต่อยอดสู่การนำไปใช้จริงในหัวข้อ “MEDIAVERSE : สื่อมัลติแพลตฟอร์มไทยอยู่รอด-สังคมไทยอยู่ดี” รับมือภูมิทัศน์สื่อทีวีที่เปลี่ยนไป บิบบนการแข่งขันธุรกิจทีวีดิจิทัลไทยเข้าสู่วงล้อมจากสื่อแพลตฟอร์มออนไลน์ข้ามชาติ เน้นถึงเวลาเรือเกนต์วัดเรตติ้งต้องสะท้อนความต่างของบุคคล ตัวแทนผู้ชมต้องปรับ ผลงานวิจัยชี้ ปัจจัยด้านจิตวิทยา เทคโนโลยี มีอิทธิพลต่อการเปิดรับสื่อและเนื้อหาคุณภาพจากมุมมองผู้ชมต่างกันคาดหวัง กสทช. ผู้ประกอบการสื่อ และมีเดีย เอเจนซี่ ใช้เป็นไอเดียปรับ-เปลี่ยน มั่นใจจะเป็นตัวแปรสำคัญหนุนศักยภาพสื่อมัลติแพลตฟอร์มไทยพร้อมแข่งขันธุรกิจโฆษณากับสื่อข้ามชาติ



Male

Play

สไลด์รายการ		ครู-อาจารย์		สร้างสรรค์		น้อย		ร้าน		รวมทุกกลุ่ม	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ความรู้และ	คาดหวังต่ำ	46 _a	55.4	73 _a	57.9	37 _a	62.7	108 _b	86.4	31 _a	64.6
	คาดหวังสูง	37 _a	44.6	53 _a	42.1	22 _a	37.3	17 _a	13.6	17 _a	35.4
สังคม		83	100.0	126	100.0	59	100.0	125	100.0	48	100.0
Chi-Square Value: 32.096/df 5/Sig 0.000											
บันเทิงตาม	คาดหวังต่ำ	58a	69.9	84a	66.7	39a	66.1	106b	84.8	33a	68.8
	คาดหวังสูง	25a	30.1	42a	33.3	20a	33.9	19b	15.2	15a	31.3
ท้องถิ่น		83	100.0	126	100.0	59	100.0	125	100.0	48	100.0
Chi-Square Value: 13.479/df 5/Sig 0.019											
ให้คุณค่าเชิง	คาดหวังต่ำ	37a	44.6	57a	45.2	28a	47.5	95b	76.0	21a	43.8
	คาดหวังสูง	46a	55.4	69a	54.8	31a	52.5	30b	24.0	27a	56.3
ศิลป์		83	100.0	126	100.0	59	100.0	125	100.0	48	100.0
Chi-Square Value: 34.282/df 5/Sig 0.000											

ที่มา : ข้อมูลจากการสำรวจ ผลงานวิจัย ดุษฎีนิพนธ์ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
โดย สุวิธนา นริศรานุกูล (e-mail: sw.donaris@gmail.com)

ผศ.ดร.อัจฉรา ปันทรานวงศ์ คณบดี คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชนมหาวิทยาลัย
ธรรมศาสตร์ กล่าวว่า บทบาทของคณะฯ มุ่งสร้างบัณฑิตคุณภาพและผลักดันความเป็นมือ
อาชีพด้านสื่อและการสื่อสาร การจัดงาน JC PhD Research Forum ครั้งที่ 1 เพื่อเปิด
โอกาสให้ผู้ที่บัณฑิตปริญญาเอกได้นำผลงานวิจัยนำเสนอสู่สาธารณชน และสามารถต่อย
อดเป็นแนวทางการพัฒนาสื่อของไทย

นางสาวสุวัฒนา นริศรานุกูล นักศึกษาปริญญาเอก คณะวารสารศาสตร์ฯ และเป็นผู้ทำงาน
ด้านการวิเคราะห์และวางแผนกลยุทธ์สื่อ มากกว่า 20 ปีกล่าวถึง“ทีวีเรตติ้ง” ว่าเป็นประเด็น
ปัญหาเรื้อรังรายการคุณภาพ ส่วนใหญ่มักไม่มีเรตติ้ง จึงมักถูกถอดออกจากผังผู้ประกอบ
การสื่อ จึงเน้นผลิตรายการที่คาดว่าจะได้ เรตติ้งสูง นั่นก็คือ รายการบันเทิงตามกระแส จึง
เกิดคำถามว่า การที่รายการให้คุณค่าที่แตกต่างแต่ไม่มีเรตติ้งนั้น เพราะไม่มีคนดู หรือเป็น
เพราะตัวแทนผู้ชมที่วัดผลการชมนั้น ไม่ใช่กลุ่มเป้าหมายรายการ จึงได้ตั้งคำถามต่อ “หลัก
เกณฑ์การเลือกตัวแทนผู้ชม” ที่จะสะท้อนผู้ชมที่ต้องการคุณค่าที่แตกต่างได้อย่างไร



Male

Play



ทั้งนี้ จากการทำวิจัยเรื่อง “ปัจจัยเทคโนโลยี จิตวิทยา ที่มีอิทธิพลต่อความคาดหวังต่อสไตล
รายการคุณภาพและการเปิดรับสื่อโทรทัศน์มัลติแพลตฟอร์ม” จึงได้ทำการศึกษาและ
ทดสอบความเป็นไปได้ในการนำปัจจัยด้านจิตวิทยาได้แก่ ลักษณะพื้นอารมณ์ หรือ The 4
Temperaments (Keirsey and Bates, 1984)) และแนวคิดทางด้านการตลาดรูปแบบการ
ตัดสินใจบริโภค และใช้ปัจจัยเทคโนโลยีมาใช้เป็นหลักเกณฑ์การคัดเลือกตัวแทนและขยาย
ผลไปสู่การเก็บข้อมูลการชมรายการแบบเรียลไทม์จริง โดยหลักเกณฑ์การเลือกตัวแทนที่ดี
ที่เหมาะสม จะเป็นการสนับสนุนสื่อ สามารถผลิตรายการหรือคัดสรรรายการที่ให้คุณค่าที่
แตกต่าง อาจจะนำผู้ชมจากการชมบนแพลตฟอร์มอื่น กลับคืนสู่สื่อแพลตฟอร์มของไทย

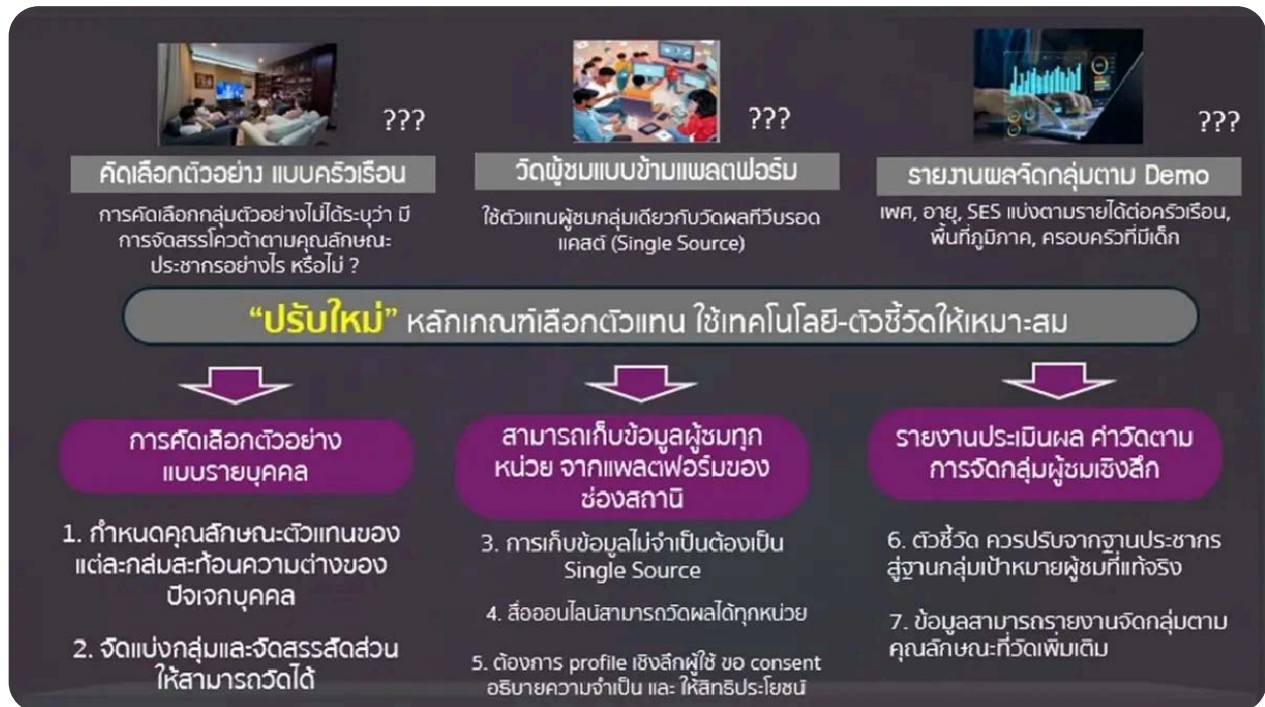
โดยเงินโฆษณาในประเทศไทยช่วงครึ่งปีแรกของปี 2567 มีมูลค่าประมาณ 7.6 หมื่นล้าน
บาท มีแนวโน้มลดลงเล็กน้อยจากปีก่อน สัดส่วนการใช้สื่อหลักผ่านทีวี มากสุด 64% เท่ากับปี
ก่อน ส่วนสื่อนอกบ้าน (OOH) ครองส่วนแบ่ง 19% คงที่จากปีก่อน ส่วนสื่อสิ่งพิมพ์ มีส่วน
แบ่งการตลาดที่ 4% เพิ่มขึ้นจากปีก่อน ที่มีส่วนแบ่ง 3% ส่วนสื่อในโรงภาพยนตร์เพิ่มขึ้นถึง
4% ส่วนสื่อดิจิทัล ลดลง 7% เมื่อเทียบกับปีก่อน



Male

Play

ออนไลน์ เป็นกลุ่มเดียวกันกับตัวแทนผู้ชมที่วัดผลบนสื่อทีวีดิจิทัล (Single source) ผลที่ได้จึงเป็นไปในทิศทางเดียวกัน เรตติ้งที่ได้จากผู้ชมบนทีวีออนไลน์ ไม่ได้เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ



ทั้งนี้ การที่วัดแบบข้ามแพลตฟอร์มโดยใช้กลุ่มตัวแทนเดิม ปัญหาจึงยังคงเป็นประเด็นคำถามเดียวกันนั่นคือ “หลักเกณฑ์การเลือกตัวแทนผู้ชม” มีความเหมาะสมแล้วหรือไม่การวัดผลระดับครัวเรือน และการจัดกลุ่มผู้ชมด้วยคุณลักษณะทางกายภาพเท่านั้น อาจจะไม่เพียงพอ

ก้าวต่อไป หลังจากสิ้นสุดใบอนุญาตประกอบกิจการทีวีดิจิทัลในปี 2572 การพิจารณาเลือกแพลตฟอร์มเผยแพร่ไม่ว่าจะเป็นผสมผสานระบบบรอดแคสต์กับแพลตฟอร์มออนไลน์ แต่ละแพลตฟอร์มล้วนมีข้อดี ข้อเสีย เนื่องจากระบบบรอดแคสต์ ยังถือว่าเป็นสื่อสำหรับการเข้าถึงประชาชนทั่วไป โดยเฉพาะรากหญ้า คนชายขอบ ที่จะได้โอกาสรับชมรายการรับข่าวสารได้โดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายรายเดือนเนื่องจากค่าอินเทอร์เน็ต รวมถึงการที่ไม่มีระบบบรอดแคสต์ สื่อแพลตฟอร์มออนไลน์ของไทยจะสามารถแข่งขันกับสื่อแพลตฟอร์มข้ามชาติได้มากน้อยเพียงไร จะคุ้มค่าต่อการลงทุนผลิตเนื้อหาได้หรือไม่

ดังนั้น ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมนี้ควรเร่งทบทวน และปรับแก้ไขหลักเกณฑ์การวัดเรตติ้ง เพื่อให้สอดคล้องกับบริบทปัจจุบัน ยกย่องประสิทธิภาพการวัดเรตติ้ง และ



Male

Play



pradeenraek hlahtgeenthtatwathantphoomraiyakar jakrattabkrawreuan penkarnwatratthabpukkol
pheaprakjatkhumkunlakhanethatkorjassathonkawmtaektaengxongpukkolde chendeyawbhsio
paelatpormoonlonxongtaengxathi lauanhaikawmsakutkaphikarwikraethphoomincheenglik aathi
kawmsanai gikikramhrooplotikikram jakkarnthititamwatkarpeetrapneohabnapaelatporm
xongphoomchisio

pradeenthai 2 kawwatphlaxampaelatpormthiwoonlonbyaichaklumtawoyanghroothatwathantphoomthio
penkarnlodchitkawmsamarnkxongsiothiwoonlon thasamarnwatbaep Census kio thukhuanwthi
karnpeetrapchomoylae jingthongphikarathatwathitthaim thantthiwatprameenphlathay "kathet
thang" banoonlon pheapheethongkarnram "kathetthang" jakasiothrotthansrabbabrotkaestann
penwitheekarthameasamhroonai ?

"inruanaphoomchaymihawmhennwa thantthiwatthaykha "thiwitthetthang" korayekpen yodwitheerabbabrot
odkaest (jakkarangangthangsalithi) kaph yodwitheerabonlon (penbaep Census) namawikraeth
phlramkannai de jekkawmkmthathat Media ROI thiphongthunchangkhamthongkarnprameen
laepetokasaphoomprakobkarnsiothasamarnthamainthukgiksiothooai thingyamsamarnsnabsonun
phlthrayakarhaikawmthathatdektangdaemakthiam"



Male

Play

ผู้กำหนดนโยบาย และผู้เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมสื่อบริการของประเทศไทย ต้องคอยก
 กรอบจากวิธีการวัดเรตติ้งที่ทำมายาวนานหลายสิบปี และรีโอโครงสร้าง (reconstruct) หลัก
 เกณฑ์การวัดเรตติ้งใหม่ ให้สอดคล้องกับภูมิทัศน์ใหม่ของสื่อยุคสังคมดิจิทัล เพราะถ้าดูจาก
 พฤติกรรมเสพสื่อบันเทิงของคนไทย รายการทีวี ก็ยังอยู่ในอันดับแรกๆ รายการผลิตที่มี
 คุณภาพของไทยหลายงาน ได้รับการยอมรับบนสื่อสตรีมมิ่งทั่วโลก



แต่พอหันไปมองเรตติ้งที่ไม่ได้ใช้การเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเป้าหมายตัวจริง
 กลายเป็นว่ามีเรตติ้งน้อย ได้รับความนิยมน้อย คนซื้อสื่อก็เลยไม่ซื้อโฆษณา ส่งผลกระทบ
 ต่อรายได้ และรายการคุณภาพดีๆ ต้องถูกถอดออกจากผัง ขณะเดียวกัน คนไทยก็เสีย
 โอกาสในการได้รับชมคอนเทนต์ที่หลากหลายตามความสนใจ ขณะที่ แพลตฟอร์มอื่นๆ ที่
 นำรายการของช่องทีวีต่างๆ หรือจากผู้ผลิตไปให้บริการโดยไม่มีต้นทุนการผลิต กลับ
 สามารถแสดงผลยอดผู้ชมตามจริงได้ และคิดค่าโฆษณาได้ถูกกว่า จึงดูดเม็ดเงินโฆษณาไป
 ได้ ที่สำคัญแพลตฟอร์มสตรีมมิ่ง หรือ OTT ส่วนใหญ่เป็นของผู้ประกอบการต่างชาติ”

ทั้งนี้ จากผลการวิจัย พบว่า ผู้ชมใช้สื่อสังคมออนไลน์เปิดชมรายการสไตล์บันเทิงตาม
 กระแสอยู่ในระดับสูง ซึ่งเป็นสนามแข่งขันดุเดือดของแพลตฟอร์มต่างชาติ เนื่องจากไม่มี
 ต้นทุนการผลิตเนื้อหา ทำให้สื่อแพลตฟอร์มต่างชาติสามารถตั้งราคาค่าโฆษณาถูกกว่าสื่อ

9/ И 2 10 9/ 9/ 10 9/ 1 2 2 2. 9/ 0/ 9/ 2 И 10



Male

Play

การประเมิน จินตภาพเชิงนิพจน์เพศต่อพวกร่วมเตียง | ชองเทีย ทมยัตตผุ้เชิงนิพนธ์

Facebook จำนวน 50 ล้านคน เพิ่มขึ้น 19%

Line จำนวน 45 ล้านคน เพิ่มขึ้น 24%

YouTube จำนวน 29 ล้านคน เพิ่มขึ้น 4%

Instagram 13 ล้านคน เพิ่มขึ้น 18%

Twitter (X) จำนวน 12 ล้านคน เพิ่มขึ้น 140%

TikTok จำนวน 18 ล้านคน เพิ่มขึ้น 80%

WeTV จำนวน 13 ล้านคน เพิ่มขึ้น 37%

Viu จำนวน 12.2 ล้านคน เพิ่มขึ้น 16%

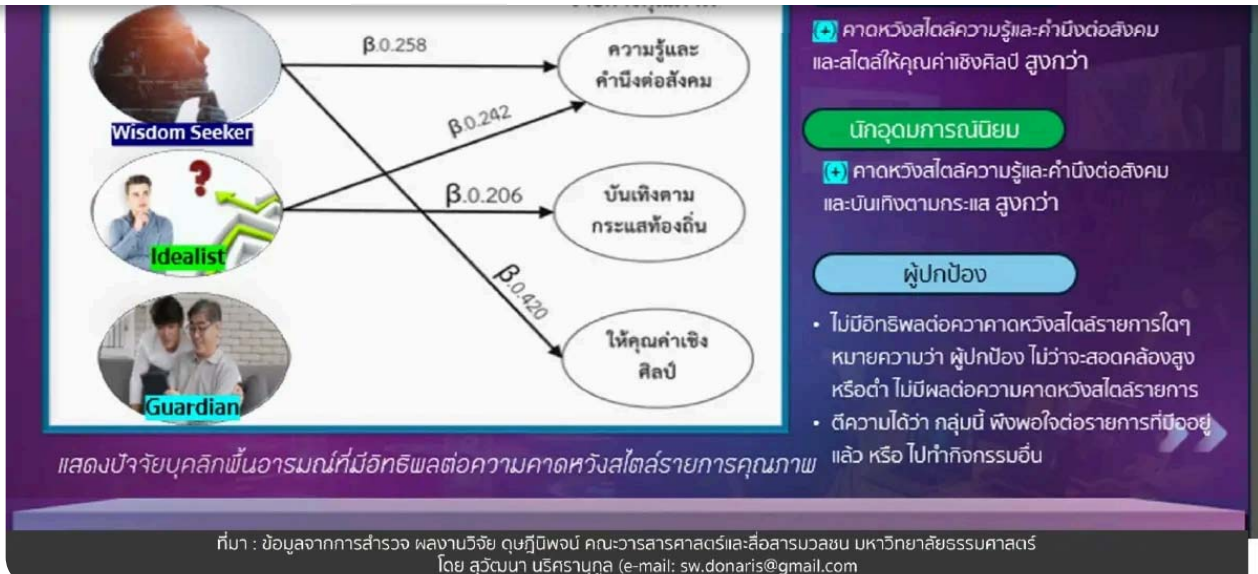
iQiYi จำนวน 11.4 ล้านคน เพิ่มขึ้น 175%

การสร้างจุดแข็งด้วยการวางตำแหน่งให้กับสื่อโทรทัศน์มัลติแพลตฟอร์มของไทย คือ “สื่อที่ให้คุณค่า (ระดับพรีเมียม) ต่อมวลชน” หรือ “Premium Mass” การรักษาเนื้อหาที่เป็นสมบัติของช่อง ถือเป็น Exclusive ซึ่งจากการสำรวจความคิดเห็นผู้ให้ข้อมูล หลายท่านมองว่า เนื้อหาของรายการเป็นสิ่งสำคัญสูงสุด ผู้ชมส่วนใหญ่ ยังชื่นชอบเนื้อหา เรื่องราววิถีชีวิตของคนไทย เนื้อหาที่ดีมีคุณภาพตอบสนองต่อผู้ชม จะดึงให้การเปิดรับชมกลับมาอยู่บนแพลตฟอร์มของไทยได้ ทั้งนี้ การจะสร้างมาตรฐานระดับ “Premium Mass” การวัดผลผู้ชมจำเป็นต้องสะท้อนความต้องการคุณค่าแตกต่างที่หลากหลาย เพื่อให้ได้ข้อมูลสำหรับการประเมินผลการรับชมของแต่ละกลุ่ม และคาดว่าจะการวัดผลตรงกลุ่ม น่าจะสามารถเพิ่มค่าทีวีเรตติ้งสำหรับรายการที่ให้คุณค่าดังกล่าวได้มากขึ้น



Male

Play



นางสาวสุวัฒนา ได้สรุปไว้ว่า “รายการเนื้อหาดี ผลิตภัณฑ์ไหน ถ้าการวัดผลผู้ชมไม่สามารถสะท้อนผู้ชมที่เป็นกลุ่มเป้าหมายรายการ การวัดข้ามแพลตฟอร์มด้วยวิธีการไม่ตอบโต้ ไม่เพียงทำลายคุณภาพการผลิตรายการของไทย ยังอาจจะทำให้สื่อหลักของไทย ไม่สามารถอยู่รอดต่อไปในอนาคต ดังนั้นหลักเกณฑ์การคัดเลือกกลุ่มตัวแทนวัดผล การจัดสรรสัดส่วนของแต่ละกลุ่มอย่างมีหลักการ-เหตุผล และวิธีการวัดประเมินผลที่มีประสิทธิภาพสำหรับสื่อโทรทัศน์มัลติแพลตฟอร์มได้อย่างแท้จริง เป็นเรื่องสำคัญที่ทุกฝ่ายจะต้องหันมาพิจารณา คิดใหม่ และเปิดใจกับการต้องเปลี่ยนแปลงกฎเกณฑ์จากระบบที่กำหนดนิยามมาช้านาน

ไอซีที มธ.ปรับตัวอย่างไร ในวันที่ AI มีอิทธิพลต่อการศึกษา

วันที่ 24 พฤศจิกายน 2567 - 20:04 น.



การเข้ามามีบทบาทของเทคโนโลยี AI ในอุตสาหกรรมต่าง ๆ และคลื่นการลงทุนของบิ๊กเทคต่างชาติที่เข้ามาหลายระลอก กลายเป็นความท้าทายของมหาวิทยาลัยที่ต้องปรับหลักสูตร พร้อมทั้งปูพื้นฐานด้านดาต้า และการใช้งาน AI อย่างเหมาะสมให้กับนิสิต-นักศึกษา เพื่อสร้างบัณฑิตที่ตรงกับความต้องการของตลาดแรงงานมากขึ้น

“มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์” (มธ.) หนึ่งในมหาวิทยาลัยเก่าแก่ของไทย ก็กำลังเผชิญกับความท้าทายนี้ และพยายามปรับการทำงานในหลายมิติ เพื่อให้ทุกภาคส่วนเท่าทันกับความก้าวหน้าของเทคโนโลยี AI



ศ.ดร.ศุภสวัสดิ์ ชัชวาลย์

ผ่านร่าง AI เพื่อการศึกษา

ศ.ดร.ศุภสวัสดิ์ ชัชวาลย์ อธิการบดี มธ. กล่าวว่า ในช่วงสัปดาห์ที่ผ่านมา มธ. เพิ่งผ่านร่าง “ระเบียบหลักเกณฑ์ของมหาวิทยาลัยว่าด้วยการใช้ปัญญาประดิษฐ์ (AI) เพื่อการศึกษา” เพื่อเป็นกรอบการใช้ AI สำหรับการเรียนการสอน ครอบคลุมใน 3 ประเด็นหลัก ได้แก่ 1.ไม่สามารถหลีกเลี่ยงการใช้ AI ได้ 2.ใช้ AI อย่างถูกต้องและเหมาะสม และ 3.ใช้ AI เพื่อสร้างประโยชน์ ไม่ก่อให้เกิดผลในทางที่เสียหาย

“เมื่อ 2 ปีก่อน เวลาพูดถึงการใช้ AI ในการศึกษาจะคุยกันว่านำมาใช้แล้วเข้าข่ายทุจริตหรือขัดต่อจริยธรรมหรือไม่ แต่ตอนนี้เราปฏิเสธการใช้ AI ไม่ได้แล้ว การร่างกรอบการใช้ AI อย่างเหมาะสมจะเป็นทิศทางที่ทุกมหาวิทยาลัยมุ่งไป โดยที่ผ่านมามีหลายมหาวิทยาลัยเริ่มทำเรื่องนี้ไปแล้ว เช่น มหิดล และจุฬาฯ”

สำหรับรายละเอียดของร่างนโยบายจะมีการระบุสัดส่วนการใช้ AI อย่างเหมาะสม ซึ่งต้องมีการอภิปรายร่วมกันอีกพอสมควรเพื่อกำหนดสัดส่วนให้เข้ากับการเรียนการสอนของแต่ละคณะ และยึดหยุ่นไปตามรายวิชา

“สิ่งที่จะเกิดขึ้นตามมาจากการผลักดันร่างนโยบายนี้ คือการสนับสนุนให้นักศึกษาหรือนบุคลากรในมหาวิทยาลัยเป็นผู้ที่มีส่วนในการคิดค้นหรือพัฒนานวัตกรรมจาก AI โดยที่ไม่ได้เป็นผู้ใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีเพียงอย่างเดียว”

สนับสนุนนักศึกษา-บุคลากร

รศ.ดร.จิรพล สังข์โพธิ์ รองอธิการบดีฝ่ายบริหารท่าพระจันทร์ และการดิจิทัล มธ. เสริมว่า นอกจากร่างนโยบายการใช้ AI อย่างเหมาะสม มธ.ยังจัดหาเครื่องมือ AI เช่น ChatGPT มาให้นักศึกษาใช้อย่างถูกต้อง เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ หรือในฝั่งของอาจารย์ก็มี “AI for Teacher” หรือเครื่องมือ AI ที่ช่วยเตรียมการสอน โครงสร้างเนื้อหา และประมวลรายวิชา

อีกส่วนที่มีการนำ AI มาใช้ คือการบริหารจัดการส่วนต่าง ๆ ภายในมหาวิทยาลัย เช่น การจัดสรรทรัพยากร การบริหารพื้นที่จอดรถจากการจดจำป้ายทะเบียนรถของบุคลากร หรือแม้แต่สำนักทะเบียนก็มีการนำ AI มาใช้เพื่อวิเคราะห์ว่านักศึกษาคนใดที่ผลการเรียนเริ่มมีปัญหาและจะส่งแจ้งเตือนไปให้อาจารย์ต่อไป

“ตอนนี้เริ่มมองไปถึงการนำ AI มาใช้ในการมอนิเตอร์สุขภาพจิตของนักศึกษา เป็นเหมือนการคัดกรองในเบื้องต้นว่า กลุ่มใดที่ต้องให้ความสนใจเป็นพิเศษ แต่ยังคงเป็นประเด็นที่ละเอียดอ่อนมาก และมีความเกี่ยวข้องกับรายบุคคล”

หลักสูตร AI Crash Course

รศ.ดร.จิรพลกล่าวต่อว่า 2 ปีที่ผ่านมา วิทยาลัยนวัตกรรม มธ. มีการเปิดหลักสูตร “AI Crash Course” เพื่อเตรียมความพร้อมและปูพื้นฐานด้าน AI ให้กับนักศึกษาที่กำลังจะสำเร็จการศึกษา ก่อนจะเข้าสู่โลกการทำงาน ซึ่งที่ผ่านมาก็มีนักศึกษาจากคณะต่าง ๆ ให้ความสนใจและลงทะเบียนเรียนอย่างต่อเนื่อง

“นอกจาก AI Crash Course มธ.ยังมีความร่วมมือกับ Skillane ในการพัฒนาหลักสูตรออนไลน์ชื่อว่า ‘TUXSA’ ซึ่งเปิดโอกาสให้คนที่สำเร็จการศึกษาไปแล้ว หรือกลุ่ม Lifelong Learning ได้เพิ่มพูนความรู้ในเรื่องที่สนใจง่ายขึ้น รวมถึงยังมีหลักสูตรปริญญาโทออนไลน์อื่น ๆ ที่ได้รับความนิยมไม่แพ้กัน เช่น Applied AI และ Data Science สะท้อนจากจำนวนนักศึกษาในระบบหลักสูตรออนไลน์ที่มีอยู่หลายพันคน”

การขับเคลื่อนงานด้าน AI

ขณะเดียวกัน ปีที่ผ่านมา มธ.ได้เปิดตัว “Thammasat AI Center” หรือศูนย์การเรียนรู้ เรื่องดาต้า และ AI เพื่อสร้างบุคลากรที่มีความชำนาญด้าน AI โดยจะเปิดให้นักศึกษาและบุคคลภายนอก เข้ามาเรียนรู้ผ่าน Use Case ต่าง ๆ รวมทั้งมีส่วนที่ให้คำปรึกษาภาคธุรกิจ สำหรับการประยุกต์ใช้ AI ในองค์กรด้วย



ผศ.ดร.กัมปพร ธรรมสถิตย์เดช

ด้าน ผศ.ดร.กัมปพร ธรรมสถิตย์เดช อาจารย์ประจำหลักสูตรปริญญาตรี นวัตกรรมและการแปรรูปทางดิจิทัล มธ. เสริมว่า มธ.มีความแตกต่างในการทำเรื่อง AI จากมหาวิทยาลัยอื่นๆ เพราะมีทีมที่ชำนาญในหลากหลายด้าน เช่น อาจารย์จากคณะนิติศาสตร์และรัฐศาสตร์ จะดูแลเรื่องกรอบการใช้งาน AI (AI Governance)

โดยจะทำงานร่วมกับสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (ETDA) และอาจารย์จากสถาบันเทคโนโลยีนานาชาติสิรินธร (SIIT) จะดูในเชิงเทคนิคอย่างการประยุกต์ใช้ดาต้ากับโมเดลต่าง ๆ พัฒนาเฟรมเวิร์กการใช้งาน AI อย่างเหมาะสม และวางแผนในการพัฒนากำลังคนให้สอดคล้องกับความต้องการในปัจจุบัน

แก้ปัญหาแรงงานขาดแคลน

เมื่อถามถึงประเด็นเกี่ยวกับการขาดแคลนแรงงานด้าน AI อธิการบดี มธ.บอกว่า สิ่งนี้เป็นโจทย์สำคัญที่ทำให้มหาวิทยาลัยต้องทำงานร่วมกับภาคเอกชนมากขึ้น ล่าสุดได้ลงนามความร่วมมือกับ Kasikorn Business Technology Group (KBTG) ในการพัฒนาหลักสูตรศิลปศาสตร์ และวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาสหวิทยาการ เพื่อสร้างคนที่มีครบทั้งความรู้ด้านเทคโนโลยี และทักษะการประยุกต์ใช้เครื่องมือต่าง ๆ

“การสร้างคนที่มีความชำนาญด้านเทคโนโลยีแบบตรงสายค่อนข้างทำได้ยากและใช้เวลานาน มธ.จึงเริ่มมองไปที่การที่อุปถัมภ์ความรู้ด้าน AI ให้กับคนในสาขาต่าง ๆ เพื่อเติมเต็มความต้องการของตลาดแรงงานที่มีไม่แพ้กัน เช่น สายเทคโนโลยีการเงิน หรือแม้แต่หลักสูตร AI Crash Course ก็สามารถขยายผลให้ตอบโจทย์การเรียนรู้เพื่ออัปสกีลระยะสั้น 3-6 เดือนได้”

ย้ำทิศทาง มธ. ยุคใหม่

ศ.ดร.ศุภสวัสดิ์ย้ำถึงทิศทางของ มธ. ในยุคที่การศึกษามีความท้าทายจากปัจจัยต่าง ๆ ว่า มธ.จะต้องสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐ และเอกชนมากขึ้น เพื่อพัฒนาหลักสูตรที่สามารถผลิตคนให้ตอบโจทย์การทำงาน หรือในมุมมองของคนที่มีมองว่าใบปริญญาไม่ใช่เป้าหมายสำคัญ ก็ต้องมีตัวเลือกเป็นคอร์สระยะสั้น เรียนครบตามเกณฑ์ที่กำหนดก็จะได้รับการรับรองคุณวุฒิของมหาวิทยาลัย

"ตั้งเป้าว่าในปี 2570 ทุกคณะจะต้องมีการฝึกงานภาคบังคับ สำหรับเตรียมความพร้อมและพัฒนาทักษะ Critical Thinking ก่อนเข้าสู่โลกการทำงานจริง อย่างน้อยก็อยากปรับหลักสูตรให้สามารถฝึกงานได้ 1 ภาคการศึกษา เพื่อที่องค์กรต่าง ๆ จะได้ไม่ต้องตั้งคำถามเกี่ยวกับความสามารถของบัณฑิตที่จบจาก มธ."

ข่าวที่เกี่ยวข้อง



มุมมอง 'กสทช.' พลัง AI กับการพัฒนาคุณภาพชีวิต



10 อันดับมหาวิทยาลัยไทย ได้คะแนนจากผู้จ้างงานสูง จบแล้วมีงานทำ



ศิริวัฒน์ MFEC ชี้อีที-AI คือโอกาส แต่ SMEs เข้าไม่ถึง วัตถุดิบของธุรกิจนี้คือ 'คน'