

การออกแบบการบริการดิจิทัลสำหรับพิพิธภัณฑ์
DIGITAL SERVICE DESIGN FOR MUSEUM

❖ หลิว เอ็นเฟิง ❖

การออกแบบการบริการดิจิทัลสำหรับพิพิธภัณฑ์

DIGITAL SERVICE DESIGN FOR MUSEUM

❖ หลิว เอ็นเฟิง¹ ❖

❖ บุญชู บุญลิขิตศิริ² ❖

บทคัดย่อ

การออกแบบการบริการดิจิทัลได้ผสมผสานศาสตร์การเรียนรู้ที่หลากหลาย ประกอบด้วย การออกแบบหน้าเว็บไซต์ โครงสร้างข้อมูล ประสบการณ์ผู้ใช้และกลยุทธ์ทางเนื้อหา ซึ่งหากคุณชื่นชอบการทำงานที่เป็นระบบจะพบว่า ศาสตร์การเรียนรู้เหล่านี้ต่างเป็นสิ่งที่สามารถตอบสนองต่อการทำงานร่วมกันอย่างเป็นระบบและเกินความคาดหมายของผู้ใช้บริการ หรือบางครั้งอาจกล่าวได้ว่า สิ่งเหล่านี้คือการทำให้เว็บไซต์กลายเป็นแนวคิดหลักของการพัฒนาดิจิทัล ตลอดจนสามารถมองได้ว่าการบริการสามารถใช้ช่องทางอื่นๆ มาเผยแพร่สิ่งต่างๆ ซึ่งหนึ่งในนั้นคือการเปลี่ยนแปลงเข้าสู่ระบบดิจิทัล

ในแง่ของการบริการดิจิทัล การแบ่งเส้นระหว่างบริการด้านผลิตภัณฑ์และการบริการรอบๆ ตัวเรานั้นทำได้ยากมาก โดยเว็บไซต์และแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถืออาจจะเป็นช่องทางการส่งมอบบริการและผลิตภัณฑ์ที่ดี แต่เมื่อเปรียบเทียบกับสิ่งของกายภาพบนโลกนี้จะได้ชัดว่าการบริการดิจิทัลเป็นสิ่งที่ไม่ชัดเจน ดังนั้น การสร้างเว็บไซต์และแอปพลิเคชันเพื่อประสานการทำงานร่วมกันระหว่างผลิตภัณฑ์และการบริการถือเป็นความท้าทายที่มีนัยสำคัญและอาจได้รับผลตอบแทนที่มหาศาล

คำสำคัญ : การออกแบบบริการ การออกแบบบริการดิจิทัล ประสบการณ์ของผู้ใช้งาน และดิจิทัลแพลตฟอร์ม

Abstract

Digital service design incorporates many existing disciplines - like web design, information architecture, user experience and content strategy. It is, if you like, an organizing umbrella principle, in which all these disciplines can work together to build something that meets - and surpasses - user expectation. Perhaps most fundamentally, it's about letting go of the website as the core idea of digital development, and thinking about service as something that can be delivered through any number of channels - some of them digital.

The line between the product and the service around it is much more difficult to delineate when it comes to digital services. A website or mobile app might be both service delivery channel and product. The lines are significantly more blurred than they are in the physical world. Reconciling product and service design needs in a web or mobile build can be a significant challenge - but the rewards of getting it right can be great.

Key words: Service Design, Digital service Design, User Experience and Digital platform

¹ นิสิตปริญญาโท สาขาทัศนศิลป์และการออกแบบ หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

² ดร., อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก สาขาทัศนศิลป์และการออกแบบ หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

ความเป็นมาและความสำคัญ

ในศตวรรษที่ 21 คือยุคที่ข้อมูลสารสนเทศถูกแพร่กระจายไปอย่างทั่วถึงและทำให้มนุษย์สามารถรับรู้ข้อมูลข่าวสารต่างๆ ได้จากช่องทางที่หลากหลายและง่ายยิ่งขึ้น ซึ่งจากรูปแบบการดำเนินชีวิตประจำวันทั่วไปที่เปลี่ยนแปลงไปสู่ความเร่งรีบนี้ได้ทำให้พิพิธภัณฑ์กลายเป็นสถานที่ที่มนุษย์ไม่มีความจำเป็นต้องพึ่งพาความรู้จากที่นั้นมากเช่นเดิม โดยในยุคที่เทคโนโลยีมีการพัฒนาอย่างก้าวกระโดดเช่นนี้ได้ทำให้มนุษย์ส่วนใหญ่ละเลยการเข้าชมพิพิธภัณฑ์และหากต้องการความรู้ที่มีอยู่ในพิพิธภัณฑ์ก็จะเลือกใช้วิธีการค้นคว้าข้อมูลที่อำนวยความสะดวกสบายต่อตนเองมากขึ้นโดยเฉพาะการศึกษาผ่านระบบอินเทอร์เน็ต อีกทั้งในหลายๆ พิพิธภัณฑ์ยังมีข้อจำกัดที่ไม่สามารถพัฒนารูปแบบการจัดการของตนเองให้ดีขึ้นได้ แม้ว่าการดำเนินงานของพิพิธภัณฑ์แบบดั้งเดิมจะทำให้พิพิธภัณฑ์มีพลังดึงดูดความสนใจจากประชาชนทั่วไปได้น้อยลง แต่ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบการศึกษาหรือนวัตกรรมสมัยใหม่ใดๆ ก็ตามต่างก็สามารถเข้ามาแทนที่ความสำคัญของพิพิธภัณฑ์ได้เลย โดยวิธีการสำคัญที่จะสามารถดึงดูดความสนใจของมนุษย์และสร้างมูลค่าทางสังคมให้กับพิพิธภัณฑ์ได้ดั้งเดิมก็คือการที่พิพิธภัณฑ์ไม่หยุดที่จะพัฒนาคุณภาพการบริการของตนเอง

การศึกษาเพื่อพัฒนารูปแบบพิพิธภัณฑ์และการนำระบบดิจิทัลเข้ามาประยุกต์ใช้ในพิพิธภัณฑ์ ถือเป็นเครื่องมือที่ได้รับความนิยมแพร่หลายและมีประสิทธิภาพที่เหมาะสมแก่การพัฒนาบทบาทของพิพิธภัณฑ์เป็นอย่างมาก เพราะสามารถสร้างประสบการณ์การเข้าชมที่ดีให้แก่ผู้ชมได้ และมีแนวโน้มในอนาคตว่า “การบริการดิจิทัล” จะสามารถรวบรวมสถิติผู้เข้าชมคุณภาพการเข้าชม รูปแบบการจัดแสดงผลงาน ข้อมูลสาธารณะ และสร้างประโยชน์ให้แก่สังคมได้อย่างมหาศาล

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาประสบการณ์ระหว่างผู้ใช้งานกับพิพิธภัณฑ์และปัจจัยภายนอกของการออกแบบการบริการเพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการสร้างสรรค์และวิธีการออกแบบเชิงปฏิสัมพันธ์ (Interaction Design)
2. ออกแบบระบบให้บริการดิจิทัลสำหรับพิพิธภัณฑ์
3. นำเสนอการออกแบบระบบให้บริการดิจิทัลที่สมบูรณ์ของพิพิธภัณฑ์ด้วยการออกแบบแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือ

วิธีการวิจัย

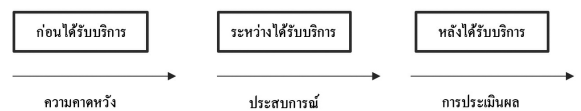
การศึกษารายนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพโดยกำหนดกลุ่มเป้าหมายบนพื้นฐานตามปัจเจกบุคคลและดำเนินการสัมภาษณ์ศึกษาพฤติกรรมและแรงจูงใจที่ทำให้อยากเข้าใช้บริการในพิพิธภัณฑ์

กรอบแนวคิดและขอบเขตในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

กลุ่มเป้าหมายหลักที่สำคัญอย่างหนึ่งของการศึกษานี้คือ “ผู้เข้าชมพิพิธภัณฑ์” เพราะเป็นกลุ่มผู้ใช้งานพิพิธภัณฑ์โดยตรง ทั้งนี้ ผู้ใช้งานประกอบด้วย ผู้ใช้งานเดิมและผู้ใช้งานที่อาจจะเกิดขึ้น นอกจากนี้ กลุ่มเป้าหมายอีกกลุ่มหนึ่งคือ ผู้ประกอบการพิพิธภัณฑ์ซึ่งไม่เพียงแต่เป็นผู้นำเสนอระบบบริการดิจิทัลในพิพิธภัณฑ์เท่านั้น แต่ยังเป็นผู้ใช้งานพิพิธภัณฑ์รายสำคัญอีกคนหนึ่ง



ภาพที่ 2 ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยพบว่า

พิพิธภัณฑ์ทำหน้าที่เป็นเหมือนผู้นำเสนอบริการ โดยการบริการนี้มีความหมายครอบคลุม 3 ขั้นตอนคือ ความคาดหวังก่อนการให้บริการ ประสบการณ์จากการให้บริการและการประเมินผลหลังการได้รับบริการซึ่งปฏิสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นจริงทั้ง 3 ส่วนล้วนสอดคล้องกับจิตวิทยาการรับรู้ของผู้ใช้งาน ดังนั้น “ผู้เข้าชมพิพิธภัณฑ์” และการปฏิสัมพันธ์กับพิพิธภัณฑ์จำเป็นต้องพิจารณาอย่างเป็นระบบ

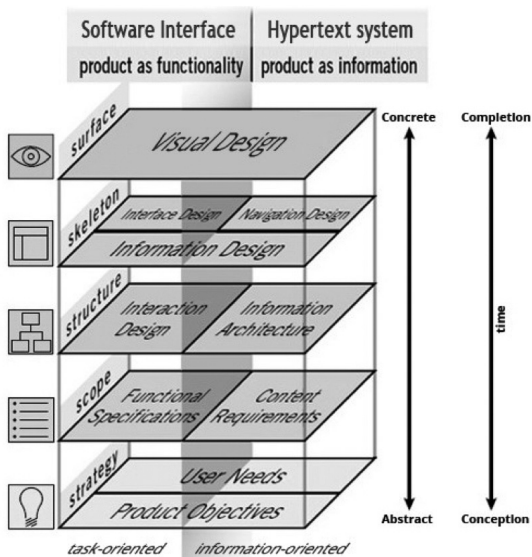
ความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับพิพิธภัณฑ์สามารถแบ่งได้เป็นสามขั้นตอนคือ “สาเหตุก่อนการไปพิพิธภัณฑ์ “ความรู้สึกหลังการเข้าชมพิพิธภัณฑ์” และ “ผลลัพธ์ของการเข้าชมพิพิธภัณฑ์” โดยสามขั้นตอนนี้ต่างมีความเกี่ยวข้องกับการออกแบบระบบการให้บริการในพิพิธภัณฑ์และการออกแบบการปฏิสัมพันธ์ที่เชื่อมโยงสามสิ่งนี้ออกมาเป็น “เหตุการณ์” ซึ่งเป็นขอบเขตการวิจัยของผู้วิจัยในครั้งนี้

Jesse James Garrett คือหนึ่งในผู้ก่อตั้งบริษัท Adaptive Path ซึ่งเป็นบริษัทให้คำปรึกษาด้านประสบการณ์ของผู้ใช้งานที่มีชื่อเสียงแห่งหนึ่งได้อธิบายโครงสร้างความหมายองค์ประกอบของประสบการณ์ผู้ใช้ไว้ 5 ระดับชั้น คือ

1. ระดับการแสดงผล (Surface) หมายถึง ชุดหน้าเว็บไซต์ที่มองเห็นได้ในระดับแรก ประกอบด้วยรูปภาพและตัวอักษร
2. ระดับการกายวิภาค (Skeleton) หมายถึง ตำแหน่งและการจัดวางโครงสร้างบนหน้าเว็บไซต์ เช่น ปุ่มกด การควบคุมรูปภาพ ตัวอักษร
3. ระดับโครงสร้าง (Structure) หมายถึง รูปแบบของการกำหนดระดับกรอบขอบเขตที่มีความเป็นรูปธรรมมากขึ้น ทั้งนี้ กรอบขอบเขตก็คือโครงสร้างที่แสดงผลนั่นเอง
4. ระดับขอบเขต (Scope) หมายถึง รูปแบบกลุ่มข้อมูลที่มีฟังก์ชันเหมาะสมและมีความเป็นไปได้ในการใช้งานบนเว็บไซต์ ซึ่งความพิเศษและโครงสร้างที่ดีจะสามารถทำให้กำหนดขอบเขตได้อย่างมีประสิทธิภาพ
5. ระดับกลยุทธ์ (Strategy) หมายถึง พื้นฐานขอบเขตของเว็บไซต์ ซึ่งไม่เพียงแต่ทำให้ผู้ประกอบการบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ยังสามารถทำให้ผู้ใช้งานได้รับประโยชน์จากการเข้าชมเว็บไซต์ได้สูงสุดด้วย

การแบ่งองค์ประกอบของประสบการณ์ของผู้ใช้ตามรูปแบบดังกล่าวมีประโยชน์ต่อการช่วยวิเคราะห์ปัญหาที่เกี่ยวข้องกับประสบการณ์ของผู้ใช้ได้เป็นอย่างมาก แต่แท้จริงแล้วการแบ่งองค์ประกอบของประสบการณ์ของผู้ใช้ในปัจจุบันยังไม่มีความชัดเจนเท่าที่ควร นอกจากองค์ประกอบข้างต้นแล้วยังมีปัจจัยเพิ่มเติมอีก 2 ประการที่มีผลกระทบต่อการศึกษาประสบการณ์ของผู้ใช้งานคือเนื้อหาและเทคนิค การออกแบบการบริการดิจิทัลในพิพิธภัณฑ์จะต้องใช้ทีมงานจำนวนมากไม่น้อยในการทำงาน ซึ่งจำเป็นต้องมีการทำงานร่วมกันอย่างเป็นระบบและผู้เชี่ยวชาญทั้งหมดจำเป็นต้องบูรณาการองค์ประกอบทั้งห้าเข้ากันอย่างเป็นระบบ โดยต้องพิจารณาปัจจัยทั้งห้าให้ครอบคลุมถึงจะสามารถสร้างประสบการณ์การใช้งานของผู้ใช้ได้สำเร็จ

หากพูดถึงแหล่งทุนทรัพย์ในการสร้างพิพิธภัณฑ์จะแบ่งออกได้เป็น 2 แหล่งคือเงินทุนจากองค์กรเอกชนและเงินทุนจากรัฐบาล แต่ไม่ว่าจะเป็นเงินทุนจากแหล่งใดก็ตามหากมีการบริหารจัดการที่ดีก็จะทำให้พิพิธภัณฑ์ได้รับการพัฒนาไปในทางที่ดีด้วย ปัจจุบันพิพิธภัณฑ์ส่วนใหญ่มีพลังดึงดูดความสนใจของประชาชนทั่วไปได้น้อยลงโดยเฉพาะในกลุ่มวัยรุ่นเนื่องจากมีข้อจำกัดในการพัฒนา ดังนี้



ภาพที่ 3 ความหมายขององค์ประกอบของประสบการณ์ของผู้ใช้
(ที่มา : <http://jesusgilhernandez.com/2013/03/29/the-elements-of-user-experience>)

1) ข้อจำกัดด้านการจัดการและแนวความคิดในการดำเนินงานของผู้บริหารพิพิธภัณฑ์ นับเป็นสิ่งสำคัญมากในการพัฒนาพิพิธภัณฑ์เพราะหากผู้ที่รับผิดชอบมีความรู้ด้านข้อมูลข่าวสารน้อยและไม่เห็นความสำคัญในการพัฒนาให้เหมาะสมกับยุคสมัยมากพอหรือถนัดแต่การใช้กลยุทธ์การบริการแบบดั้งเดิมก็จะทำให้การพัฒนาพิพิธภัณฑ์เป็นไปได้อย่างยากลำบาก

2) ข้อจำกัดทางด้านทุนทรัพย์ ถือเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการก่อสร้างพิพิธภัณฑ์ไปจนถึงการตกแต่ง การจัดแสดงผลงาน ความแปลกใหม่ของผลงาน วิธีการจัดการ รวมถึงการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารความรู้ต่างๆ ซึ่งถือเป็นส่วนสำคัญของพิพิธภัณฑ์

3) ขนาดพื้นที่ของพิพิธภัณฑ์และผลงานที่ใช้จัดแสดง ทั้งนี้พื้นที่ที่เล็กเกินไปหรือมีผลงานที่ตั้งดูความสนใจของผู้เข้าชมได้ไม่มากพอก็เท่ากับเป็นข้อจำกัดในการพัฒนาของพิพิธภัณฑ์เช่นกัน

4) การจัดแสดงในรูปแบบที่จำเจ ตามปกติแล้ว ถ้าผู้เข้ามาเยี่ยมชมในพิพิธภัณฑ์ส่วนใหญ่มีโอกาสได้กลับมาใช้บริการเป็นครั้งที่สองก็มักจะมีการเปรียบเทียบการบริหารจัดการและการเปลี่ยนแปลงไปของพิพิธภัณฑ์ ซึ่งหากพิพิธภัณฑ์ไม่มีการเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีก็ยากที่จะดึงดูดผู้เข้าชมให้กลับเข้ามาใช้บริการได้อีกครั้ง

5) มุมมองของประชาชนที่มีต่อพิพิธภัณฑ์ ปัจจุบันพิพิธภัณฑ์ไม่ได้เป็นเพียงแหล่งความรู้สำหรับนักเรียนและนักศึกษาเท่านั้น แต่ยังเป็นสถานที่ให้บริการด้านข้อมูลข่าวสารแก่ประชาชนด้วย แต่ในมุมมองของประชาชนทั่วไปยังคงเข้าใจว่าพิพิธภัณฑ์คือสถานที่จัดแสดงผลงานที่ล้ำสมัยและใช้ประโยชน์ได้น้อย ดังนั้นหน้าที่สำคัญในตอนนี้ก็คือการค้นหาวិธีการในการเร่งกระจายข้อมูลและเชิญชวนให้ประชาชนได้ทดลองเข้ามาเที่ยวชมและทำความรู้จักกับบทบาทใหม่ของพิพิธภัณฑ์เพื่อเปลี่ยนความคิดเก่าที่มีต่อพิพิธภัณฑ์ให้หมดไป

จากความสามารถของพิพิธภัณฑ์ที่เน้น “ให้ความรู้” และ “บริการ” จึงสะท้อนให้เห็นว่า บทบาทที่ชัดเจนของพิพิธภัณฑ์มีแพลตฟอร์มที่เป็นวัฒนธรรมสาธารณะ และจากความต้องการทางด้านวัฒนธรรมในชีวิตที่เพิ่มสูงขึ้นเรื่อยๆ กอปรกับการผลักดันนโยบายการเปิดให้บริการพิพิธภัณฑ์ฟรีทำให้ “การบริการดิจิทัล” กลายเป็นแนวทางการผลักดันสำคัญที่จะทำให้พิพิธภัณฑ์มีบทบาทสาธารณะมากขึ้น

ปัจจุบัน การประยุกต์ใช้การบริการดิจิทัลเพื่อพัฒนาพิพิธภัณฑ์ ประกอบด้วยวิธีการหลักๆ ดังนี้

1. การเรียกดู (หรือสอบถาม) ข้อมูลด้วยระบบดิจิทัล (Digital Browser)

การบริการเรียกดู (หรือสอบถาม) ข้อมูลด้วยระบบดิจิทัล โดยหลักแล้วจะเน้นให้ความสำคัญไปที่เว็บไซต์ของพิพิธภัณฑ์ และระบบการนำทางอิเล็กทรอนิกส์ซึ่งถือเป็นการบริการดิจิทัลในพิพิธภัณฑ์ที่สำคัญอย่างหนึ่ง เว็บไซต์ของพิพิธภัณฑ์คือเครื่องมือสื่อสารที่ครอบคลุมข้อมูลพื้นฐานของพิพิธภัณฑ์และระบบการนำทางอิเล็กทรอนิกส์คือเครื่องมือที่ให้คำแนะนำและช่วยเหลือแก่ผู้เข้าชมในด้านการนำเสนอเส้นทางเยี่ยมชม อุปกรณ์และการบริการต่างๆ ในพิพิธภัณฑ์ผ่านวิธีการแสดงผลทางหน้าจอ และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ เมื่อผู้เข้าชมพิพิธภัณฑ์เข้าถึงข้อมูลผ่านทางเว็บไซต์และระบบการนำทางอิเล็กทรอนิกส์จะสามารถเข้าใจข้อมูลภาพรวมทั้งหมดของพิพิธภัณฑ์ได้ ไม่ว่าจะเป็นเวลาเปิดปิดของพิพิธภัณฑ์ การจัดแสดงผลงาน เส้นทาง การเยี่ยมชม และวิธีการเข้าชม เป็นต้น อันจะทำให้ผู้เข้าชมมีเป้าหมายในการเยี่ยมชม ค้นพบจิตวิญญาณของสถานที่ที่มีต่อพิพิธภัณฑ์ และมีส่วนช่วยในการยกระดับคุณภาพของผู้เข้าชม นอกจากนี้ เว็บไซต์พิพิธภัณฑ์ควรอัปเดตใหม่เป็นประจำเพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลงานที่จัดแสดงในตอนนี้ กิจกรรม และประกาศอื่นๆ อันจะสามารถอำนวยความสะดวกให้ผู้เข้าชมเตรียมการให้เหมาะสมกับช่วงเวลาที่กำหนดไว้ ปัจจุบัน เว็บไซต์และระบบการนำทางอิเล็กทรอนิกส์ในพิพิธภัณฑ์จำนวนมากต่างก็ให้บริการเรียกดู (หรือสอบถาม) ข้อมูลด้วยระบบดิจิทัล

2. การจัดแสดงผลงานด้วยระบบดิจิทัล

การจัดแสดงผลงานนับเป็นหน้าที่หลักพื้นฐานของพิพิธภัณฑ์อย่างหนึ่งและยังเป็นหัวใจหลักของงานบริการพิพิธภัณฑ์ด้วย ปัจจุบันกิจการพิพิธภัณฑ์ได้นำการบริการจัดแสดงผลงานด้วยระบบดิจิทัลมาประยุกต์ใช้บนเว็บไซต์และในห้องจัดแสดงของพิพิธภัณฑ์ ตลอดจนการจัดแสดงผลงานในรูปแบบ 3 มิติ จากการมีส่วนร่วมช่วยของเทคโนโลยีและรูปแบบการให้บริการการจัดแสดงผลงานด้วยระบบดิจิทัลที่มีเทคนิคแตกต่างกันได้ทำให้การบริการจัดแสดงผลงานด้วยระบบดิจิทัลในพิพิธภัณฑ์มีความหลากหลายมากขึ้น เช่น การจัดแสดงด้วยหน้าจอสัมผัส การจัดแสดงด้วยรูปแบบฉากจำลอง การจัดแสดง

ด้วยระบบเสียงแบบในโรงภาพยนตร์ การจัดแสดงผ่านระบบการปฏิสัมพันธ์กับมนุษย์ เป็นต้น ซึ่งพิพิธภัณฑ์ส่วนใหญ่ได้เลือกใช้วิธีการแสดงผลงานในรูปแบบที่แตกต่างกันเพื่อให้เหมาะสมกับวัตถุและสถานที่ที่จัดแสดงวัตถุ

3. การอธิบายข้อมูลด้วยระบบดิจิทัล

ปัจจุบันพิพิธภัณฑ์ส่วนใหญ่ได้มีการนำระบบการบริการอธิบายข้อมูลด้วยระบบดิจิทัลมาประยุกต์ใช้เป็นจำนวนมาก โดยให้บริการผ่านระบบเสียงเป็นหลักและมีรูปแบบที่หลากหลาย เช่น ห้องจัดแสดงที่มีการสั่งงานโดยการตั้งเวลาให้โฆษณาพิพิธภัณฑ์ ระบบฉายแสงเลเซอร์และระบบสัมผัสแบบไร้สาย เป็นต้น การนำระบบนำทางพิพิธภัณฑ์ด้วยเสียงมาประยุกต์ใช้งานนั้นทำให้ผู้เข้าชมไม่ต้องรอเจ้าหน้าที่มาเป็นผู้อธิบายข้อมูลก็สามารถสั่งการเครื่องนำทางด้วยนิ้วตนเองเพื่อให้อธิบายข้อมูลในส่วนนั้นได้ซึ่งไม่เพียงแต่ให้ผลลัพธ์ทางการแสดงผลที่ดีและบรรลุวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลสาธารณะเท่านั้น ยังสามารถประหยัดทรัพยากรมนุษย์ วัตถุและรับประกันคุณภาพของการบริการได้อีกด้วย

4. การประชาสัมพันธ์ด้วยระบบดิจิทัล

ปัจจุบันเว็บไซต์ของพิพิธภัณฑ์, Enterprise Portal, Social Forum, Weibo Mobile หรือช่องทางข้อมูลการออกอากาศอื่นๆ ต่างโฆษณาประชาสัมพันธ์การจัดแสดงผลงานและข้อมูลกิจกรรมอยู่เรื่อยๆ ผ่านนิตยสารออนไลน์จนกระตุ้นจักษุประสาทของผู้รับชมบ่อยครั้งทำให้เกิดผู้สนใจเข้ามาเยี่ยมชมในพิพิธภัณฑ์มากขึ้น นอกจากนี้ จากการพัฒนาไปอย่างรวดเร็วของระบบอินเทอร์เน็ตทำให้ผู้เข้าชมพิพิธภัณฑ์สามารถสะท้อนข้อมูลผลลัพธ์จากการเยี่ยมชมหรือการวิเคราะห์กิจกรรมที่จัดขึ้นได้อย่างมีประสิทธิภาพซึ่งมีประโยชน์ต่อการสรุปประสบการณ์ของผู้เข้าชมให้กับพิพิธภัณฑ์เพื่อนำไปใช้เป็นข้อมูลในการปรับแก้การดำเนินงานและยกระดับคุณภาพการบริการให้ดีขึ้นในอนาคตได้

5. การบริการด้านประสบการณ์ด้วยระบบดิจิทัล (Digital Experience)

การนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาประยุกต์ใช้ในพิพิธภัณฑ์ไม่เพียงแต่สามารถทำให้ผู้เข้าชมได้รับความรู้เท่านั้น ยังเป็นการสร้างประสบการณ์แบบปฏิสัมพันธ์ที่ดีให้กับผู้ชมด้วย ทั้งนี้ข้อมูลที่นำเสนอบนเว็บไซต์จะสามารถทำให้ผู้ชมค้นหาข้อมูลที่ตนเองสนใจและมีเป้าหมายในการรับชมที่ชัดเจน ส่วนการปฏิสัมพันธ์

ระหว่างมนุษย์และคอมพิวเตอร์ (Human Computer Interaction: HCI) จะทำให้เกิดการผลักดันทางความคิดจนกลายเป็นกระบวนการเรียนการสอนที่ใช้ในการแก้ปัญหา และการจำลองเหตุการณ์ที่มาจากประสบการณ์จะสามารถกระตุ้นความสนใจและทำให้ผู้ชมมีการรับรู้ข้อมูลที่ลึกซึ้ง ทั้งนี้การออกแบบการบริการด้านประสบการณ์ด้วยระบบดิจิทัลเหล่านี้จะสามารถผลักดันความสามารถของวัยรุ่น กระตุ้นจิตวิญญาณของผู้ชม เพิ่มการมีส่วนร่วมของประชาชนในการใช้ชีวิตทางสังคมและมีบทบาทในการเสริมสร้างความรับผิดชอบต่อสังคมในเชิงบวกถือเป็นการปลูกฝังวัฒนธรรมทางการเรียนรู้ในสังคมและผลักดันให้เกิดเป็นสังคมแห่งการเรียนรู้

6. การบริการด้วยระบบดิจิทัลร่วมกัน (Digital shared service)

พิพิธภัณฑ์คือองค์กรไม่แสวงหาผลกำไรที่เก็บรักษาความสำเร็จของอารยธรรมมนุษย์ที่มีร่วมกันและนี่ก็คือหลักการพื้นฐานสำคัญที่ทำให้พิพิธภัณฑ์เปิดให้เข้าชมฟรีและหนึ่งในฟังก์ชันการทำงานพื้นฐานของพิพิธภัณฑ์ก็คือหลักฐานทางประวัติศาสตร์และแหล่งวัฒนธรรมที่สะสมรวบรวมไว้ในพิพิธภัณฑ์จำเป็นต้องเปิดกว้างเป็นสาธารณะ ในยุคเทคโนโลยีสารสนเทศนี้ แม้ว่าจะทำให้เกิดการเข้าถึงและใช้ประโยชน์จากทรัพยากรในพิพิธภัณฑ์ได้ง่ายมากขึ้นแต่ปัญหาที่พบบ่อยในพิพิธภัณฑ์ต้องเผชิญคือจะทำอย่างไรเพื่อปกป้องและใช้ประโยชน์จากทรัพยากรที่มีร่วมกันเหล่านี้ให้มีประสิทธิภาพที่ดีที่สุดและจะนำวิธีการบริการด้วยระบบดิจิทัลที่มีร่วมกันมาประยุกต์ใช้ได้อย่างไร ปัจจุบันการนำประโยชน์จากเทคโนโลยีมาใช้บริหารจัดการทรัพยากรสิ้นทางปัญญา ป้องกันการดาวน์โหลดที่ผิดกฎหมายและนำไปใช้ประโยชน์ทางธุรกิจจากการทรัพยากรโบราณวัตถุที่จัดทำเป็นอิเล็กทรอนิกส์นั้นคืองานสำคัญที่เจ้าหน้าที่พิพิธภัณฑ์ต้องเข้าไปศึกษา

การจัดแสดงผลงานภายในพิพิธภัณฑ์ด้วยการเพิ่มปฏิสัมพันธ์กับผู้เข้าชมและหลอมรวมให้ผู้เข้าชมกลายเป็นส่วนหนึ่งของการแสดงผลงานต้องเริ่มการออกแบบมาจากมุมมองของผู้เข้าชมที่มีต่อพิพิธภัณฑ์ผ่านความหลากหลายของปฏิสัมพันธ์เชิงพื้นที่และวิธีการฮิวริสติก (Heuristic Method) เพราะจะทำให้ผู้เข้าชมเกิดการรับรู้และมีความเข้าใจที่ดียิ่งขึ้น ซึ่งแสดงให้เห็นถึงบทบาทของพิพิธภัณฑ์ในฐานะสิ่งอำนวยความสะดวกในการเผยแพร่วัฒนธรรมและการจัดแสดงโบราณวัตถุ



ภาพที่ 4 แพลตฟอร์มการบริการดิจิทัล (ที่มา :Liu Enpeng, 2016)

ที่เฉพาะเจาะจงหรืออาจเป็นเหตุการณ์ในประวัติศาสตร์ก็ได้ การออกแบบระบบบริการทั้งหมดของพิพิธภัณฑ์ที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับพิพิธภัณฑ์ล้วนต้องผ่านประสบการณ์ที่สมบูรณ์ของกระบวนการทางเทคโนโลยีดิจิทัลทั้งสิ้น เพราะการพัฒนาของระบบอินเทอร์เน็ตได้ทำให้การปฏิสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์และพิพิธภัณฑ์ใกล้ชิดกันมากขึ้น ตลอดจนทำให้ผู้คนมีวิธีการสัมผัสถึงประสบการณ์ที่เพิ่มมากขึ้น

การออกแบบการบริการ (Service Design) คือ วิธีการวางแผนและบริหารจัดการการบริการที่มีประสิทธิภาพอย่างหนึ่งที่มีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับมนุษย์ โครงสร้างพื้นฐานทางสังคม การแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารและวัตถุ เป็นต้น โดยกิจกรรมการออกแบบนี้จะสามารถยกระดับประสบการณ์การใช้งาน และคุณภาพการบริการให้สูงขึ้น จุดมุ่งหมายสำคัญของการออกแบบการบริการที่ใช้กันอย่างแพร่หลายในภาคอุตสาหกรรมคือการออกแบบเพื่อให้ผู้ใช้ใช้งานได้ง่าย สร้างความพึงพอใจวางใจและเป็นการบริการที่มีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ การออกแบบการบริการมีทั้งแบบรูปธรรมและนามธรรม เช่น กระบวนการ

สร้างประสบการณ์ผู้ใช้งานอยู่ในโรงพยาบาล ห้างสรรพสินค้า หรือแม้กระทั่งขณะกำลังเดินทางอยู่บนถนนก็ได้ซึ่งทั้งหมดล้วนมีบทบาทสำคัญในการถ่ายทอดข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับมนุษย์และวัตถุ นอกจากนี้การออกแบบการบริการยังเป็นการหลอมรวมระหว่างมนุษย์กับการสื่อสาร สภาพแวดล้อม พฤติกรรมและวัตถุให้กลายเป็นหนึ่งเดียวกันและมุ่งเน้นที่การพัฒนาอย่างต่อเนื่องของแนวคิดมนุษย์

กระบวนการด้านประสบการณ์ของผู้เข้าชม (Visitors experience the process) ผู้เข้าชมพิพิธภัณฑ์ถือเป็นกลุ่มสังคมที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาพิพิธภัณฑ์เป็นอย่างมาก แต่เนื่องจากข้อจำกัดของพื้นที่และการเดินทางทำให้จำเป็นต้องใช้การติดต่อสื่อสารที่ทันสมัยมาขยายขอบเขตการให้บริการ เช่น ระบบเครือข่าย เอกสารวรรณกรรม หรือแม้กระทั่งการแนะนำชกจากเพื่อน เป็นต้น เพราะการสื่อสารด้วยวิธีเหล่านี้จะสามารถทำให้ผู้เข้าชมเข้าใจพิพิธภัณฑ์ ตลอดจนเป็นการดึงดูดให้ประชาชนทั่วไปอยากเข้าชมพิพิธภัณฑ์ด้วย ทั้งนี้ เพื่อให้สอดคล้องกับกระบวนการด้านประสบการณ์ของผู้ใช้งานและ

ความต้องการของผู้เข้าชมจำเป็นต้องแบ่งประเภทของผู้เข้าชมให้เหมาะสมด้วย อาทิ การแบ่งประเภทตามกลุ่มผู้เข้าชมออนไลน์ ได้แก่ ผู้ที่เคยมาเข้าชมพิพิธภัณฑ์ ผู้ที่กำลังเข้าชมพิพิธภัณฑ์ และผู้ที่จะมาเข้าชมพิพิธภัณฑ์ในอนาคต การแบ่งกลุ่มตามอาชีพ และระดับการศึกษาได้แก่ ผู้เข้าชมมีอาชีพ ผู้เข้าชมทั่วไป และผู้เข้าชมที่ต้องการคำแนะนำ การแบ่งกลุ่มตามอายุ ได้แก่ ผู้ชมวัยสูงอายุ ผู้ชมวัยกลางคนและผู้ชมวัยเด็ก นอกจากนี้ หากแบ่งกลุ่มตามสถานะของผู้เข้าชมยังสามารถแบ่งออกเป็น ผู้เข้าชมระดับ VIP ผู้เข้าชมชาวต่างชาติ ผู้เข้าชมคนพิการ ที่ต้องการการดูแล เป็นต้น

การออกแบบระบบการบริการดิจิทัลในพิพิธภัณฑ์มีไว้เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้ใช้งาน แต่การออกแบบระบบที่ดีก็ต้องประกอบด้วยผู้ผลิตและผู้ใช้งานที่ดีด้วย นอกจากนี้การบริการดิจิทัลต้องเป็นชุดระบบการให้บริการที่สมบูรณ์เท่านั้น ถึงจะสามารถเข้าถึงบทบาทของการบริการได้อย่างครบถ้วน ทั้งนี้ เพราะระบบการบริการดิจิทัลเป็นกระบวนการที่มีการเคลื่อนไหว

อยู่ตลอดเวลา (Dynamic Process) ทำให้ผู้ให้บริการต้องทำตามกระบวนการทางธุรกิจและต้องดำเนินการปรับปรุงเนื้อหาอย่างต่อเนื่อง สำหรับความต้องการที่เกี่ยวกับการให้บริการของผู้ให้บริการซึ่งเกี่ยวข้องกับการศึกษาที่เน้นความต้องการของพื้นที่โดยรอบและความสมดุลของทั้งสองฝ่ายจะทำให้เกิดระบบบริการแบบดิจิทัลที่มีประสิทธิภาพ

สำหรับผู้ใช้งานแล้ว ระบบการบริการดิจิทัลในพิพิธภัณฑ์ต้องมีประโยชน์ มีคุณค่าและสามารถวัดผลได้ ซึ่งการดำเนินงานในพิพิธภัณฑ์และการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารควรทำให้เป็นที่ยอมรับต่อประชาชนและควรมีการตีความที่เหมาะสมหรือกล่าวได้ว่า พิพิธภัณฑ์หรือพนักงานของพิพิธภัณฑ์ถือว่าเป็น “ผู้ใช้งาน” ที่สร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช่ เหมือนสุภาวิชิตโบราณว่า “ตบมือข้างเดียวไม่ดัง” ซึ่งคือเหตุผลเดียวกันเพื่อให้สาธารณชนได้เพลิดเพลินกับการให้บริการดิจิทัลของพิพิธภัณฑ์ ส่วนผู้ให้บริการพิพิธภัณฑ์ก็ได้รับผลประโยชน์จากระบบการบริการในพิพิธภัณฑ์

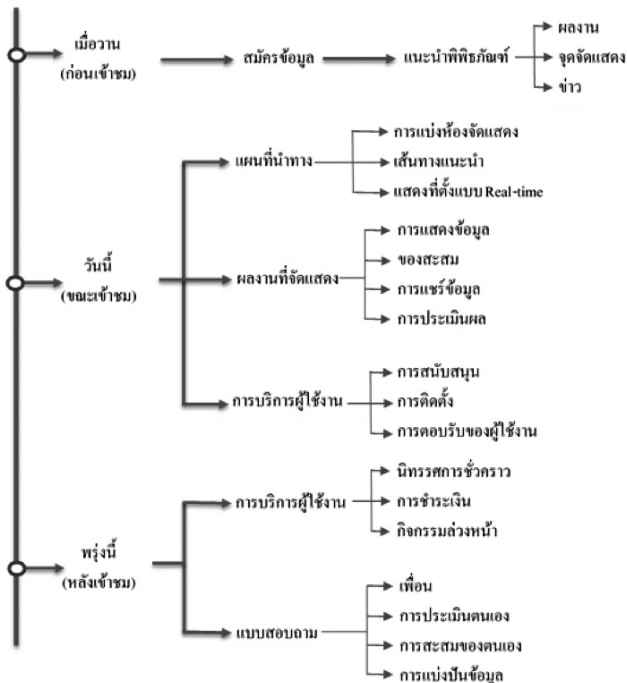


ภาพที่ 5 การออกแบบประสบการณ์ผู้ใช้ของ Peter Morville (ที่มา : www.baidu.com)

การเชื่อมโยงผลของระบบให้บริการดิจิทัลไม่เพียงแต่เป็นระบบการให้บริการประชาชนแล้ว ยังเป็นการให้บริการกับตัวพิพิธภัณฑ์เองด้วย ดังนั้น ควรมีการประสานงานของหน่วยงานต่างๆ ให้สอดคล้องเหมาะสมเพื่อให้ระบบสามารถทำงานเป็นการบริการดิจิทัลได้สมบูรณ์

การออกแบบการบริการและการประยุกต์ใช้กับกลุ่มเป้าหมายที่ไม่เหมือนกันย่อมมีความแตกต่างกันไปตามพื้นหลังทางวัฒนธรรม ประเพณี ระดับการศึกษาและการรับรู้องค์ประกอบจากภายนอก ซึ่งการทำความเข้าใจและการสำรวจความต้องการด้านการบริการของวัตถุเป้าหมายและปัจจัยภายนอกที่ส่งผลซึ่งกันจะสามารถเปิดตัววิธีการออกแบบการบริการได้อย่างราบรื่นและส่งผลโดยตรงต่อผู้เข้าชม โดยการออกแบบการบริการดิจิทัลของพิพิธภัณฑ์ส่วนใหญ่จะส่งผลกระทบต่อประสบการณ์ของผู้เข้าชมซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของการดำเนินงานทั้งหมดและสามารถเพิ่มความสนใจให้กับผู้เข้าชมได้เป็นอย่างดี

ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการออกแบบโครงสร้างแอปพลิเคชันการบริการดิจิทัลสำหรับพิพิธภัณฑ์ไว้ดังนี้



ภาพที่ 6 โครงสร้างแอปพลิเคชันสำหรับพิพิธภัณฑ์

สรุปผล

พิพิธภัณฑ์คือสถานศึกษาสาธารณะที่เปิดโอกาสให้ทุกคนสามารถเข้าไปศึกษาเรียนรู้วิชาเฉพาะต่างๆ ได้อย่างมากมาย รวมถึงยังเป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจและสร้างความบันเทิงได้ แต่เนื่องจากข้อจำกัดในการดำเนินงานและการบริการที่ไม่ดีพอ อาจทำให้ผู้เข้าใช้บริการได้รับประสบการณ์ที่ไม่พึงประสงค์ และประสบการณ์ที่เลวร้ายดังกล่าวนี้ อาจจะทำให้พวกเขาเหล่านั้นไม่ยอมเข้าใช้บริการในพิพิธภัณฑ์อีก ดังนั้นออกแบบระบบการบริการดิจิทัลในพิพิธภัณฑ์ตามมุมมองทางจิตวิทยาความคิดของประชาชนจะสามารถสร้างประสบการณ์ที่ดีแก่ประชาชน และเป็น “อำนาจละมุน (Soft Power)” ที่ทำให้ประชาชนหลงรักในพิพิธภัณฑ์อีกครั้ง และจากการศึกษาครั้งนี้ พบว่าการออกแบบการบริการดิจิทัลสามารถสร้างปฏิสัมพันธ์ที่ดีระหว่างพิพิธภัณฑ์กับผู้ใช้งาน สร้างรูปแบบการสื่อสารที่ดีและทำให้พิพิธภัณฑ์สามารถให้บริการที่เกิดประโยชน์แก่ผู้ใช้งานมากขึ้น

ปัจจุบัน การดำเนินงานของพิพิธภัณฑ์กำลังประสบกับปัญหาต่างๆ มากมาย ซึ่งสาเหตุหลักประการหนึ่งคือ นอกจากข้อจำกัดด้านการดำเนินงานของพิพิธภัณฑ์แล้ว การออกแบบการบริการยังมีผลกระทบต่อประสบการณ์การเข้าชมพิพิธภัณฑ์ของผู้ชมด้วย ดังนั้น ผู้สนใจศึกษาด้านการดำเนินงานของพิพิธภัณฑ์จำเป็นต้องศึกษาลักษณะการบริหารงานแบบเฉพาะของพิพิธภัณฑ์แห่งนั้นควบคู่ไปกับระบบการบริการที่สอดคล้องกับเทคโนโลยีสมัยใหม่เพื่อให้ได้ข้อกำหนดใหม่อันจะทำให้พิพิธภัณฑ์สามารถพัฒนาได้อย่างยั่งยืน

บรรณานุกรม

- Barbara Minto, (2010), The Pyramid Principle: Logic in Writing and Thinking, Nanhai Publishing Company
- Binstock, Andrew (September 6, 1999). "New Mantra: Usability". Information Week.
- Brenda Laurel and Peter Lunenfeld, (2003), "Design Research: Methods and Perspectives", Massachusetts Institute of Technology Press, ISBN 0-262-12263-4
- Brendan Dawes, (2007), "Analog input- Digital output", New Knight Press: Berkeley, California
- Cooper, Alan; Reimann, Robert; Cronin, Dave (2007). About Face 3: The Essentials of Interaction Design. Indianapolis, Indiana: Wiley. p. 610. ISBN 978-0-470-08411-3. Retrieved July 18, 2011.
- Durham, Tony (November 6, 1998). "Science of the appliance". Times Higher Education.
- Friess, Erin (March 2008). The User-Centered Design Process: Novice Designers' Use of Evidence in Designing from Data (PhD thesis). Carnegie Mellon University. Retrieved November 22, 2011. Lay summary.
- Jay Rodriguez and D.; Gromala and Diana, (2008), Windows and mirrors: Interactive design, digital art, and the myth of transparency, Massachusetts Institute of Technology Press : Cambridge, Massachusetts.
- Jef Raskin, (2000), The Human Interface, ACM publishing house, ISBN 0-201-37937-6
- Jon Kolko, (2009), "Thoughts on Interaction Design", International Standard Book Number 978-0-12-378624-1
- Li Dongshan, (2007), "Investigation Design". China Building Industry Press, p.34, ISBN 978-7-112-08537-8
- Norman, Donald (1988). "Preface to the 2002 Edition". The Design of Everyday Things. New York: Basic Books. ISBN 978-0-465-06710-7.
- Norman, Donald (1988). The Design of Everyday Things. New York: Basic Books. ISBN 978-0-465-06710-7.
- Raj Lal, (2013), "Digital design essentials: 100 way to design a better desktop", Web and mobile interfaces, Rockport Publishers
- Stephanie Houde and Charles Hill, (1997), "What [Prototype] Character are You?" In Helander, M. Randall, T; Prabhu, P. Manual of human-computer interaction (second edition), Elsevier Science
- Tinauli and Musstanser and Pillan and Margherita, (2008), "Interaction design and experiential factors: a novel case study on digital pen and paper", New York : ACM. DOI: 10.1145/1506270.1506400. International Standard Book Number 978-1-60558-089-0
- Wang Na, Digital Service and Museum New Development, Beijing Xuanwu District Heritage Management Office, Beijing Xuan Nan Culture Museum, 100053