

ภูมิทัศน์การออกแบบประสบการณ์ผู้ใช้ USER EXPERIENCE DESIGN LANDSCAPE

ณัฐ จันทรทัย¹

อาจารย์ประจำสาขาวิชาออกแบบ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

Nat Jantarothai¹

Faculty of Humanities & Social Sciences, Phranakhon Rajabhat University

*E-mail nat@pnru.ac.th

Received: 19/04/2023

Revised: 03/05/2023

Accepted: 28/06/2023

บทคัดย่อ

ภูมิทัศน์การออกแบบประสบการณ์ผู้ใช้ (User Experience Design Landscape) เป็นขอบเขตการทำงานของบุคลากรด้านการออกแบบประสบการณ์ผู้ใช้ ซึ่งมักจะนิยมเรียกว่า “UX” (User Experience Design) ที่มีบทบาทในกระบวนการออกแบบประสบการณ์ผู้ใช้ ซึ่งแต่ละส่วนมีความสำคัญในออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ตั้งแต่ขั้นเริ่มการวิจัยผู้ใช้ การออกแบบสารสนเทศ การออกแบบประสบการณ์ผู้ใช้ การออกแบบส่วนประสานงานผู้ใช้ ไปจนถึงการทดสอบแนวคิด หรือการทดสอบผลิตภัณฑ์ และดูเหมือนว่ากระบวนการ UX จะเรียงขั้นตอนต่อกันเป็นเส้นตรงจากต้นจนจบ แต่ในการทำงานจริงพบว่าการออกแบบเพื่อแก้ปัญหาผู้ใช้ตามขั้นตอนต่าง ๆ ไม่ได้เรียงลำดับเป็นเส้นตรงจากต้นจนจบเพียงครั้งเดียว แต่พิจารณาจากผลของการแก้ปัญหาทุกขั้นตอน และทำงานวนซ้ำขั้นตอนต่าง ๆ หลายครั้ง เพื่อพัฒนาแนวทางแก้ปัญหา หรือทางเลือกที่ดีที่สุดสำหรับกลุ่มเป้าหมายหรือผู้ใช้ โดยภูมิทัศน์การออกแบบประสบการณ์ผู้ใช้ ประกอบด้วยพื้นที่สำคัญได้แก่ 1) พื้นที่ของผู้ใช้ โดย UX มีบทบาททำการวิจัยผู้ใช้ ทำความเข้าใจผู้ใช้งานในหลาย ๆ มิติ ซึ่งสิ่งสำคัญคือการตีโจทย์ปัญหาให้ถูกต้องก่อนที่จะเกิด “แนวคิด” ใหม่ ๆ ขึ้นมาได้ 2) พื้นที่ข้อมูล ซึ่ง UX มีบทบาทในการออกแบบสารสนเทศ เพื่อจัดกลุ่มข้อมูลและหาวิธีแสดงข้อมูลให้เพื่อแสดงข้อมูลที่สำคัญให้ผู้ใช้เข้าใจได้ง่าย 3) พื้นที่การออกแบบ บทบาทของ UX ส่วนนี้มีทั้งการออกแบบประสบการณ์ผู้ใช้ และการออกแบบส่วนประสานงานผู้ใช้ ไปจนถึงการทดสอบในขั้นต่าง ๆ เพื่อให้ได้ประสบการณ์ที่ดีที่สุดก่อนที่จะถูกส่งไปยังนักพัฒนาเพื่อสร้างผลิตภัณฑ์จากการเขียนชุดคำสั่งต่าง ๆ ต่อไป

คำสำคัญ : การออกแบบประสบการณ์ผู้ใช้ ภูมิทัศน์การออกแบบประสบการณ์

¹ อาจารย์ประจำสาขาวิชาออกแบบ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

Abstract

User Experience Design Landscape is the work field of user experience designers, which is usually called "UX" (user experience design). It plays a role in different experience design processes, which plays a role in all stages of product design and development, from users research, information design, user experiences design, user interfaces design, to testing concepts and products. The UX process may seem like a linear sequence from start to finish, but in reality, solving user problems at each step is not a one-time straight line process. Rather, it involves iterative work on various steps to develop the best solutions or options for the target group or users, based on the results of problem solving at each stage. The landscape of user experience design mainly includes: 1) user area UX plays a role in user research. Understanding users from multiple perspectives. It is important to correctly solve problems before new "ideas" emerge. 2) Data area UX plays a role in information design by grouping information and finding ways to display it, making it easy to display important information to users. 3) Design area. The role of UX includes both user experience design, user interface design and testing. so as to get the best experience before sending it to developers, from writing a series of different commands to building products.

Keywords: User Experiences Design, UX Landscape

บทนำ

การออกแบบประสบการณ์ หรือ Experience Design (XD) เป็นศาสตร์หนึ่งในสาขาการออกแบบที่ผสมผสานหลากหลายศาสตร์และได้นำมาประยุกต์ใช้กับงานหลากหลายบริบทมาเป็นเวลายาวนาน เมื่อกล่าวถึงการออกแบบประสบการณ์ (XD) นักวิชาการและนักออกแบบจำนวนมากมักตีความเชื่อมโยงกับการออกแบบประสบการณ์ผู้ใช้ หรือ UX (User Experience Design) ซึ่งเป็นการตีความโดยให้ความหมายไปในทางการใช้เทคโนโลยีในการสื่อสารผ่านสื่อดิจิทัลเท่านั้น แต่ประสบการณ์ผู้ใช้มีมิติหลายด้าน อาทิเช่น ประสบการณ์ทางสัมผัส (tactile experience) ประสบการณ์ทางกลิ่น (olfactory experience) และประสบการณ์ทางรส (gustatory experience) เป็นต้น การออกแบบผลิตภัณฑ์ หรือบริการที่ดีควรคำนึงถึงมิติที่หลากหลายเหล่านี้เพื่อสร้างประสบการณ์ผู้ใช้ที่ดีและน่าจดจำในผู้ใช้งาน ประสบการณ์ผู้ใช้ หรือ UX สามารถออกแบบครอบคลุมทุกด้านของบริการของธุรกิจต่าง ๆ หรือแม้กระทั่งการใช้งานผลิตภัณฑ์ที่มีจำหน่ายในร้านค้า เนื่องจากการรับรู้ของลูกค้าผ่านประสบการณ์ใช้บริการในทุกขั้นตอนสามารถสะท้อนเป็นคุณค่าที่ลูกค้ารับรู้ (Consumer Perceived Value) ที่ส่งผลต่อความคิด ความรู้สึก อารมณ์ เป็นผลต่อการตัดสินใจซื้อ และกลับมาซื้อซ้ำ ตลอดจนความรู้สึกจงรักภักดีที่มีต่อธุรกิจในระยะยาว (Voss et al., 1998)

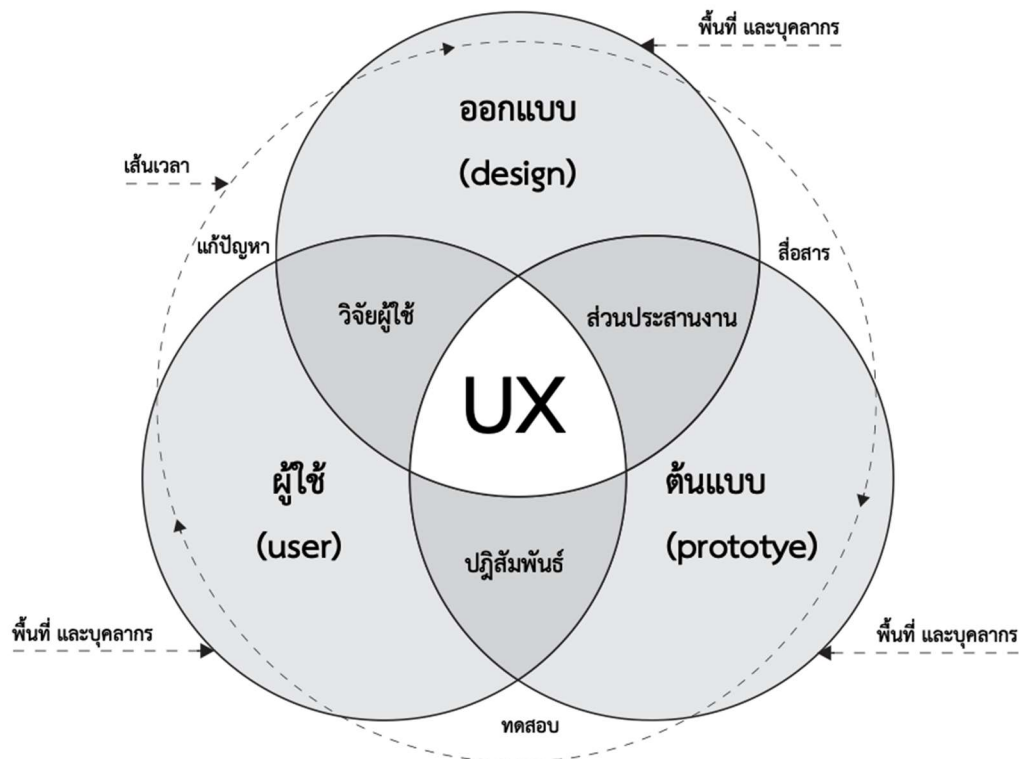
ในไม่กี่ปีที่ผ่านมาวงการอุตสาหกรรมด้านออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ดิจิทัลได้เติบโตอย่างมาก และบทบาทของทีมนักออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ได้เติบโตตามไปด้วย เพราะหลาย ๆ ธุรกิจมีความเข้าใจถึงความสำคัญว่าการออกแบบประสบการณ์ผู้ใช้สามารถเป็นตัวเครื่องเปลี่ยนแปลงความสำเร็จของธุรกิจได้ นักออกแบบในกระบวนการแต่ละส่วนจึงมีความสำคัญเพื่อสร้างผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ดีต่อผู้ใช้ของธุรกิจที่มีการใช้การออกแบบประสบการณ์ เพราะสามารถเพิ่มประสิทธิภาพและกำไรได้ด้วยการมีผู้ใช้ที่พึงพอใจในการใช้งาน ซึ่งสอดคล้องกับขั้น Assess Results ของโมเดล Gold Car Model ในการวัดประเมินผลกระบวนการรวบรวมข้อมูลพฤติกรรมการเรียนรู้ที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง ประกอบด้วยขั้นตอนการประเมินการปฏิบัติงานที่สัมพันธ์กับสถานการณ์แวดล้อมที่ถูกกำหนดขึ้น หรือที่เป็นบริบทจริง และผลิตภัณฑ์ หรือชิ้นงาน มีการทำความเข้าใจธรรมชาติการเรียนรู้ และระดับการเรียนรู้ และการให้และใช้ข้อมูลย้อนกลับเพื่อเป็นแนวทางปรับปรุงการในอนาคต (Chanchan, W. & Mangkang, C. : 2564) ซึ่งในกระบวนการออกแบบประสบการณ์ผู้ใช้สำหรับธุรกิจนั้นจะเริ่มต้นด้วยการวิเคราะห์ผู้ใช้และตลาดเพื่อเข้าใจความต้องการของผู้ใช้และธุรกิจ เช่น การทำวิจัยผู้ใช้ (user research) การสำรวจตลาด (market survey) จากนั้นออกแบบผลิตภัณฑ์หรือบริการที่เหมาะสมกับกลุ่มผู้ใช้และสอดคล้องกับกลยุทธ์ธุรกิจ เมื่อผลิตภัณฑ์หรือบริการถูกพัฒนาแล้ว จึงทำทดสอบกับกลุ่มผู้ใช้เพื่อปรับปรุงให้เหมาะสมและมีประสิทธิภาพสูงสุดในการใช้งาน

ในบทความนี้ผู้เขียนจะใช้คำว่า UX แทนการใช้คำหรือประโยคแบบเต็ม ๆ ของคำว่า “การออกแบบประสบการณ์ผู้ใช้ (User Experience Design)” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อกล่าวถึงภูมิทัศน์การออกแบบประสบการณ์

ผู้ใช้ (UX Design landscape) ซึ่งในทุกวันนี้หน้าที่ของ UX ต้องใช้ทักษะและความเชี่ยวชาญเฉพาะในด้านต่าง ๆ ของขั้นตอนการออกแบบประสบการณ์ ซึ่งประกอบด้วยขั้นวิจัย ขั้นออกแบบข้อมูล ขั้นออกแบบประสบการณ์ ขั้นออกแบบส่วนประสานงานผู้ใช้ และขั้นทดสอบ ซึ่งทำให้นักออกแบบที่จะเข้าสู่อาชีพ UX ต้องมีความเข้าใจและปรับตัวในการทำงานออกแบบผลิตภัณฑ์หรือบริการ

กรอบความคิดในการศึกษา

บทความนี้เพื่ออธิบายภูมิทัศน์การออกแบบประสบการณ์ผู้ใช้ (UX Design landscape) เป็นการพิจารณา ลักษณะทางกายภาพพื้นที่ เส้นเวลา บุคลากร ลักษณะการทำงานด้าน UX เพื่อแสดงให้เห็นว่าในระบบนิเวศของการออกแบบประสบการณ์ที่แท้จริงไม่ใช่แค่เรื่องของการออกแบบบนหน้าจอเพียงอย่างเดียว

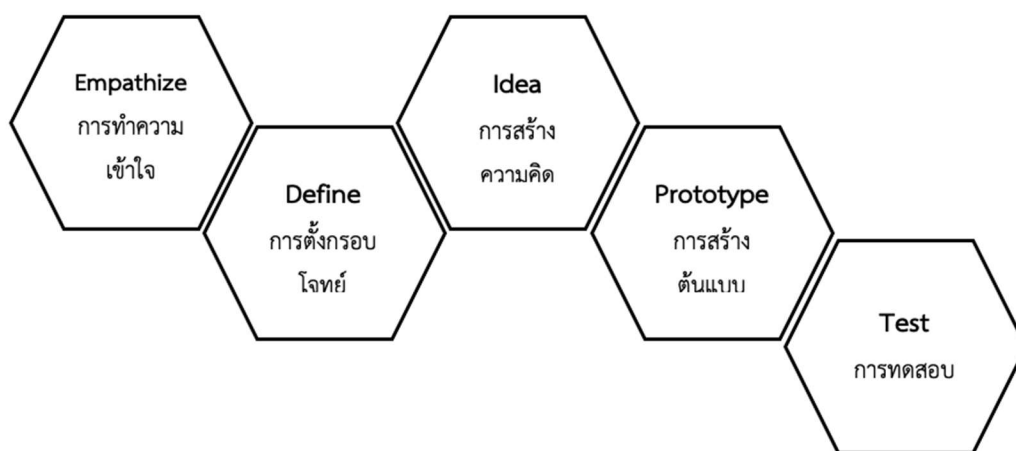


ภาพที่ 1 : กรอบการวิเคราะห์ภูมิทัศน์การออกแบบประสบการณ์ผู้ใช้

กระบวนการออกแบบประสบการณ์ผู้ใช้

ในออกแบบผลิตภัณฑ์หรือบริการออกสู่ตลาด กระบวนการออกแบบที่ถูกหยิบมาใช้บ่อย ๆ คือหลักของกระบวนการคิดเชิงออกแบบ (design Thinking Process) เป็นกรอบแนวคิดหนึ่งที่ถูกพัฒนาขึ้นเพื่อคำนึงผู้ใช้เป็น

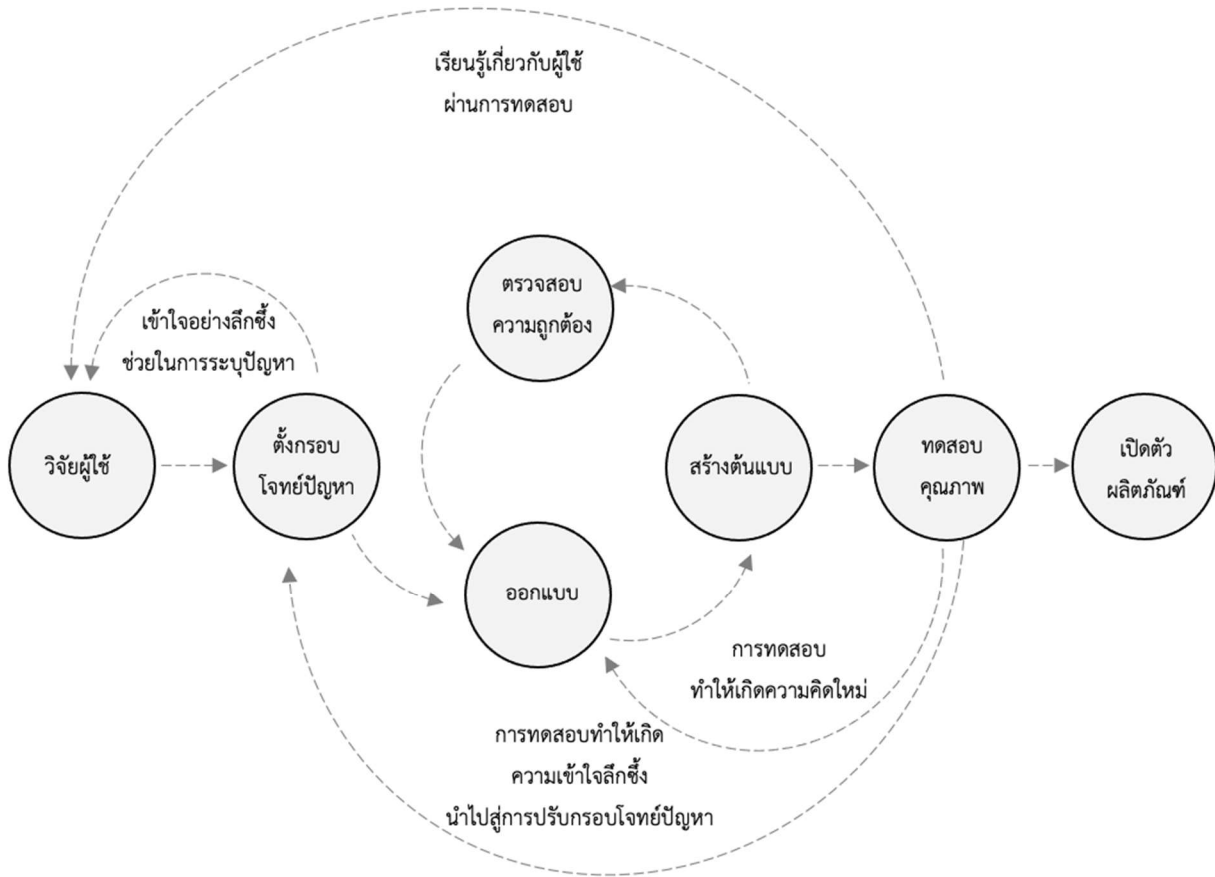
หลัก โดย Hasso Plattner Institute of Design แห่งมหาวิทยาลัย สแตนฟอร์ด โดยเริ่มจากการทำความเข้าใจกับ ปัญหา และความต้องการของลูกค้าอย่างลึกซึ้ง จากนั้นจึงระดมสมองสร้างสรรค์ไอเดีย ออกแบบเพื่อแก้ไขปัญหา ต่าง ๆ เพื่อนำไปทดสอบ หรือทดลองนำเสนอให้กับกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งมีลักษณะเป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของสินค้า หรือบริการนั้น ๆ แล้วจึงนำไปพัฒนาเพิ่มเติม เพื่อให้ได้สินค้าหรือบริการ ที่มีมูลค่าเพิ่ม ตอบโจทย์ และเป็นที่ ต้องการของลูกค้า โดยกระบวนการคิดเชิงออกแบบของมหาวิทยาลัยสแตนฟอร์ด (d.school, 2009) ประกอบไป ด้วยการทำงาน 5 ขั้นตอน ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2: Stanford D. School Design Thinking Process

หมายเหตุ : Design Thinking Process. from “design thinking bootleg” by d.school at Stanford University, 2009, Figure 1. CC BY.

กระบวนการคิดเชิงออกแบบมี 5 ขั้นตอนคือ 1) การทำความเข้าใจ กลุ่มเป้าหมายหรือผู้ใช้ (Empathize), 2) การตั้งกรอบปัญหา (Define), 3) การสร้างความคิด (Ideate), 4) การสร้างต้นแบบ (Prototype), 5) การทดสอบ (Test) ดูเหมือนว่ากระบวนการคิดเชิงออกแบบนี้จะทำงานเรียงขั้นตอนต่อกันเป็นเส้นตรงจากต้นจนจบ แต่ในการทำงานจริง ๆ ของกระบวนการ UX ต้องทำงานวนซ้ำขั้นตอนต่าง ๆ หลายครั้ง เพื่อพัฒนาแนวทาง แก้ปัญหา หรือทางเลือกที่ดีที่สุดสำหรับกลุ่มเป้าหมาย ดังภาพที่ 3



ภาพที่ 3 : กระบวนการ UX เป็นกระบวนการที่วนซ้ำและไม่เป็นเส้นตรง

หมายเหตุ : Adapted from “design thinking is an iterative and Non-linear process” by Mads Soegaard 2018, Interaction Design Foundation. Figure 3. Copyright terms and licence: CC BY-NC-SA 3.0

การวิเคราะห์ภูมิทัศน์การออกแบบประสบการณ์ผู้ใช้

จากภาพที่ 3 จะเห็นว่ากระบวนการของ UX ไม่ได้เรียงลำดับเป็นเส้นตรงจากต้นจนจบเพียงครั้งเดียว แต่พิจารณาจากผลของการแก้ปัญหาทุกขั้นตอน และ ทำงานวนซ้ำขั้นตอนต่าง ๆ หลายครั้งเพื่อพัฒนาแนวทางแก้ปัญหา หรือทางเลือกที่ดีที่สุดสำหรับ กลุ่มเป้าหมายหรือผู้ใช้ เช่น นำผลที่ได้จากการนำต้นแบบไปทดสอบกับกลุ่มเป้าหมายและผู้ที่เกี่ยวข้องไปใช้ปรับต้นแบบ หรือย้อนกลับไปปรับแนวคิดในการออกแบบแก้ปัญหาใหม่ หรืออาจย้อนกลับไปปรับกรอบของปัญหาใหม่ เพื่อให้ได้ผลลัพธ์ของการแก้ปัญหาที่ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายหรือผู้ใช่มากที่สุด

ภูมิทัศน์การออกแบบประสบการณ์ผู้ใช้ (UX Design landscape) จึงเป็นการพิจารณาลักษณะทางกายภาพ พื้นที่ เส้นเวลา บุคลากร ลักษณะการทำงานด้าน UX โดยบทบาทนักออกแบบในกระบวนการ UX นั้นเป็นการทำงานที่ต้องอาศัยทักษะที่หลากหลายด้าน และต้องอาศัยการทำงานเป็นทีม โดยใช้บุคลากรสำหรับการออกแบบที่อยู่ในขั้นตอนต่าง ๆ ในบทบาทที่ต่างกันออกไป เพื่อสร้างผลิตภัณฑ์หรือบริการ ซึ่งในระบบนิเวศของการออกแบบประสบการณ์โดยพิจารณา ดังนี้

1. บทบาท UX ทางด้านพื้นที่ ซึ่งประกอบไปด้วยพื้นที่ของ

1.1 พื้นที่ผู้ใช้ คือกลุ่มเป้าหมายของผลิตภัณฑ์หรือบริการ เป็นการศึกษาและเข้าใจพฤติกรรมการใช้งานของผู้ใช้จะช่วยให้สามารถออกแบบประสบการณ์การใช้งานที่เหมาะสมกับผู้ใช้งานได้

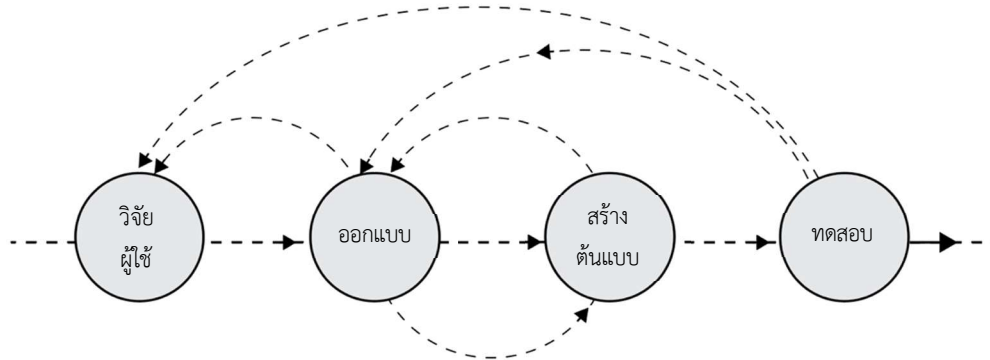
1.2 พื้นที่ข้อมูล คือส่วนข้อมูลพื้นฐานของผลิตภัณฑ์หรือบริการ จะมุ่งจุดสนใจไปยังการแสดงผลข้อมูลว่าจะแสดงในรูปแบบไหน นำเสนออย่างไร ซึ่งจะต้องเกิดจากการเข้าใจถึงความสำคัญของข้อมูลจุดต่าง ๆ และหาวิธีแสดงข้อมูลให้เพื่อแสดงข้อมูลให้ผู้ใช้เข้าใจได้ง่ายขึ้น

1.3 พื้นที่การออกแบบประสบการณ์ ซึ่ง "ประสบการณ์" มุ่งเน้นที่การออกแบบประสบการณ์การใช้งานที่เข้าใจง่าย สะดวกสบาย และทำให้ผู้ใช้งานรู้สึกว่าการผลิตภัณฑ์หรือบริการเป็นเครื่องมือที่ช่วยให้ง่ายต่อการใช้งานและให้ประสบการณ์การใช้งานที่ดี

1.4 พื้นที่การออกแบบส่วนประสานงานผู้ใช้ หรือ UI จะอยู่ในส่วนของการออกแบบ การตกแต่งให้สวยงาม รวมถึงการทำให้ใช้งานง่ายขึ้น ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบ สี ข้อความ ไม่เพียงแต่เรื่องของสื่อดิจิทัลเท่านั้น อาจหมายรวมถึงปุ่มกดในฮาร์ดแวร์ต่าง ๆ เช่น เครื่องคิดเลข เครื่องจักรต่าง ๆ เช่นกัน

1.5 พื้นที่การทดสอบ เป็นกระบวนการวัดและวิเคราะห์ประสิทธิภาพและประสิทธิผลในส่วนต่าง ๆ ของสิ่งที่ออกแบบ และประสบการณ์ของผู้ใช้งานทั่วไป เพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพการใช้งานให้เป็นมิตรกับผู้ใช้

2. ช่วงเวลาของการกระบวนการ UX ซึ่งเป็นขั้นตอนการออกแบบออกแบบประสบการณ์ผู้ใช้ มี 4 ช่วง คือ ช่วงเริ่มเริ่มต้นโครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เป็นการวิจัยผู้ใช้ ช่วงที่สองเป็นช่วงการออกแบบ ช่วงที่สามคือการสร้างต้นแบบ และช่วงสุดท้ายคือการตรวจสอบความถูกต้อง แต่อย่างทีกล่าวมาแล้วคือบทบาทของ UX แต่ละพื้นที่ไม่ได้เรียงลำดับเป็นเส้นตรงจากต้นจนจบเพียงครั้งเดียว แต่พิจารณาจากผลของการแก้ปัญหาทุกขั้นตอน และทำงานวนซ้ำขั้นตอนต่าง ๆ หลายครั้ง ดังภาพที่ 4



ภาพที่ 4 : ช่วงเวลาของกระบวนการ UX ที่มีการทำงานวนซ้ำในขั้นตอนต่าง ๆ

หมายเหตุ : สร้างภาพโดยผู้เขียน 25 มกราคม 2566

3. ลักษณะการทำงานของ UX แต่ละบทบาท ซึ่งบุคลากรในการทำงานของกระบวนการ UX ที่อยู่ในบทบาทต่าง ๆ ได้แก่

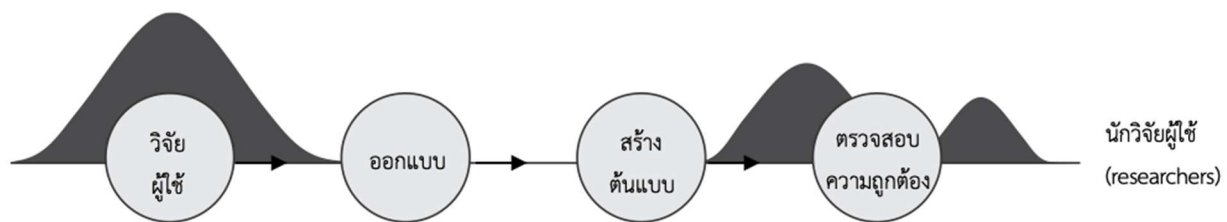
- 3.1 บทบาทนักวิจัยผู้ใช้ (user researcher)
- 3.2 บทบาทนักออกแบบสารสนเทศ (information designer)
- 3.3 บทบาทนักออกแบบ UX (UX designer)
- 3.4 บทบาทนักออกแบบส่วนประสานงานผู้ใช้ (UI designer)
- 3.5 บทบาทการทดสอบ (test)

เมื่อพิจารณาทั้งลักษณะทางกายภาพพื้นที่ เส้นเวลา บุคลากร และลักษณะการทำงานด้าน UX แสดงให้เห็นว่าในภูมิทัศน์การออกแบบประสบการณ์ผู้ใช้ประกอบด้วย ภูมิทัศน์การวิจัย (Research Landscape) ภูมิทัศน์ด้านข้อมูล (Information Landscape) ภูมิทัศน์การออกแบบ (Design Landscape) ส่วนในเรื่องของบทบาทการทดสอบจะเกิดขึ้นในทุกขั้นตอนที่เกี่ยวข้องกับการนำผลที่ได้ไปปรับปรุงพัฒนา ดังรายละเอียดดังต่อไปนี้

ภูมิทัศน์การวิจัย (Research Landscape)

การวิจัยผู้ใช้ คือ การค้นคว้าหาข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการ ความคิดเห็น ความชอบ ความไม่พอใจ และปัญหาต่าง ๆ ที่ผู้ใช้งานพบ ในการใช้งานผลิตภัณฑ์หรือบริการที่มีอยู่แล้ว โดยมุ่งเน้นการทำความเข้าใจบริบทต่าง ๆ รวมถึงข้อมูลเชิงลึก (Insight) ที่เกี่ยวข้องกับผู้ใช้ เพื่อนำข้อมูลที่ได้รับมานั้นไปใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์หรือบริการให้ตอบโจทย์ความต้องการของผู้ใช้งานได้อย่างเหมาะสม

กรณีศึกษา จากขั้นตอนของการกระบวนการ UX โดยปกติแล้วการทำวิจัยผู้ใช้ (user research) มักนิยมทำก่อนหรือหลังของการคิดพัฒนาและปรับปรุงผลิตภัณฑ์หรือบริการก็ได้ ขึ้นอยู่กับว่าโครงการ หรืองานที่ UX กำลังทำอยู่ในขั้นตอนไหน ดังภาพที่ 5



ภาพที่ 5 : บทบาทของนักวิจัยผู้ใช้ ที่อยู่ในภูมิภาคการออกแบบประสบการณ์ผู้ใช้
หมายเหตุ : สร้างภาพโดยผู้เขียน 25 มกราคม 2566

จากภาพที่ 5 จะเห็นว่าช่วงเวลาของการกระบวนการ UX พื้นที่ที่ทำวิจัยผู้ใช้ (user research) สามารถทำได้ 2 ช่วงคือ

1. ช่วงเริ่มต้นโครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการ การวิจัยผู้ใช้ (user research) เป็นขั้นตอนสำคัญในขั้นแรกของการคิดหรือออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ เพื่อให้ได้ข้อมูลผู้ใช้ (user information) ปัญหา (problem) ความต้องการ (need and want) สำหรับเป็นแนวทางแก้ปัญหาและออกแบบ (design) เพื่อนำไปสร้างตัวต้นแบบ (prototype) เพื่อให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์ที่สร้างประสบการณ์การใช้งานที่ดีให้กับผู้ใช่มากขึ้น
2. ช่วงกลางโครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการ หรือโครงการเริ่มไปสักระยะหนึ่งแล้ว ช่วงนี้ต้องทำวิจัยเพื่อให้ข้อมูลที่ไปสรุปสิ่งที่เราทำตัวต้นแบบ (prototype) ว่าเหมาะสมกับผู้ใช้หรือไม่ การจัดวาง UI ต่าง ๆ ทำให้ผู้ใช้ใช้งานง่ายหรือไม่ และให้ประสบการณ์การใช้งานที่ดีหรือไม่ หรืออาจจะนำไปใช้ในมุมมองอื่น ๆ รวมด้วยก็ได้ เช่น วิจัยเพื่อหาข้อมูลสำหรับการตลาดต่อไป เป็นต้น

ในการทำวิจัยใช้นั้นอาจทำได้หลายวิธีการด้วยกัน ผู้เขียนได้ทำการวิจัยเรื่องการออกแบบประสบการณ์จุดตรวจสอบกิจกรรมท่องเที่ยวรูปแบบแรลลี่ของแอปพลิเคชัน (Jantaro Thai, N., 2022) โดยใช้วิธีทั้งการวิจัยผู้ใช้เชิงคุณภาพ (Qualitative) การวิจัยผู้ใช้เชิงปริมาณ (Quantitative) เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่เราต้องการมากพอที่จะสามารถนำไปใช้ต่อไปในการออกแบบหรือพัฒนาผลิตภัณฑ์ในขั้นตอนถัดไป (Baxter et al. 2015) โดยในแต่ละวิธีการ ผู้วิจัยจะมีการใช้เครื่องมือหรือแบบทดสอบต่าง ๆ ในการค้นหาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผู้ใช้ ดังนี้

1. การวิจัยผู้ใช้เชิงคุณภาพ (Qualitative) ในการวิจัยเรื่องการออกแบบประสบการณ์จุดตรวจสอบกิจกรรมท่องเที่ยวรูปแบบแรลลี่ของแอปพลิเคชันเป็นการวิจัยในขั้นเริ่มต้นโครงการพัฒนาแอปพลิเคชัน ที่ใช้วิธีการสังเกต

และเก็บข้อมูลเชิงลึกที่ไม่สามารถระบุออกมาเป็นเชิงตัวเลขได้ เช่น ความรู้สึก และปัญหาภายในใจของผู้ใช้ ความคิดเห็น แรงจูงใจ หรือทัศนคติ โดยการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพจะมาช่วยในการมองเห็นภาพของปัญหา การตัดสินใจ โดยมักใช้กระบวนการ ด้วยวิธีการ 4 วิธี คือ

วิธีที่ 1 สำรวจ (Surveys) ผู้เขียนใช้วิธีนี้ในขั้นเริ่มต้นโครงการพัฒนาแอปพลิเคชัน เป็นการทำวิจัยผู้ใช้ (UX Research) ด้วยแบบสำรวจ ที่สร้างขึ้นมาเพื่อเก็บข้อมูลด้านการท่องเที่ยวที่เราต้องการเกี่ยวกับผู้ใช้กลุ่มเป้าหมาย และนำมาวิเคราะห์หรือพิสูจน์สมมติฐานบางอย่างเกี่ยวกับแนวความคิดในการออกแบบแอปพลิเคชัน

วิธีที่ 2 การสอบถามผู้ใช้ในสถานการณ์ต่าง ๆ (Contextual Inquiry) ผู้เขียนใช้วิธีนี้ในขั้นเริ่มต้นเป็นการทำวิจัยผู้ใช้ (UX Research) โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์และการสังเกตนักท่องเที่ยวยแบบแรลลี่ในบริบทหรือสถานการณ์ต่าง ๆ เพื่อให้เข้าใจบริบทของผู้ใช้ในเชิงลึกกว่าพฤติกรรม กิจกรรม ปัญหา หรือบทบาทต่าง ๆ ในการใช้บริการท่องเที่ยวแบบแรลลี่นั้นเป็นอย่างไร เพื่อนำมาวิเคราะห์ และออกแบบแอปพลิเคชันให้มี UX ที่ดีต่อไป

วิธีที่ 3 การเรียงลำดับบัตร (Card Sorting) ผู้เขียนใช้วิธีนี้ในขั้นก่อนออกแบบคุณสมบัติแอปพลิเคชัน สำหรับเข้าใจและวิเคราะห์ลำดับของข้อมูลหรือหมวดหมู่ที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวยแบบแรลลี่ ซึ่งคือผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน โดยใช้วิธีให้ผู้ทดสอบเรียงลำดับบัตรที่มีชื่อของหมวดหมู่หรือลำดับเส้นทางการเดินทางผู้ใช้ (User Journeys) วิเคราะห์ขั้นตอนของนักท่องเที่ยวยในแต่ละขั้นได้จากการดูในแต่ละจุดสัมผัส (Touch Points) ที่นักท่องเที่ยวยได้ไปสัมผัส เริ่มตั้งแต่การเริ่มต้นให้ความสนใจในการไปเที่ยว ถูกกระตุ้นความสนใจด้วยรูปภาพจากเพจหรือสื่อออนไลน์ การหาข้อมูลแบบเจาะลึกจากวีรืวต่าง ๆ และจัดวางแผนด้วยการการจองตั๋ว จองที่พัก ชำระเงิน รวมไปถึงขณะเดินทาง มีกิจกรรมอะไรน่าสนใจ เส้นทางการเดินทางเป็นแบบไหน และการให้ความคิดเห็นหลังกลับจากการท่องเที่ยวว่าสิ่งที่ไปพบเป็นอย่างไร กิจกรรม ค่าใช้จ่าย และอื่น ๆ จากนั้นให้ผู้ทดสอบจัดหมวดหมู่เหล่านั้นในลำดับที่เหมาะสมตามความคิดของผู้ใช้งาน

วิธีที่ 4 ทดสอบกับผู้ใช้ (User Testing) ผู้เขียนใช้วิธีนี้ช่วงกลางโครงการพัฒนาแอปพลิเคชัน ซึ่งเป็นวิธีที่จำเป็นมากที่สุด วิธีการนี้ก็นำต้นแบบที่พัฒนาไปให้ผู้จริง ๆ เข้ามาใช้งาน โดยผู้ออกแบบสามารถรับฟังและวิเคราะห์ความความคิดเห็น ความต้องการของผู้ใช้ และปรับปรุงพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมมีประสิทธิภาพตามความต้องการของผู้ใช้งานมากที่สุด

2.การวิจัยผู้ใช้เชิงปริมาณ (Quantitative) ผู้เขียนใช้วิธีนี้ช่วงกลางโครงการพัฒนาแอปพลิเคชัน เป็นการออกแบบการเก็บข้อมูลเพื่อนำไปประมวลผล หรือเป็นเชิงตัวเลข ยกตัวอย่างเช่น จำนวนการคลิกปุ่มกิจกรรม จำนวนการเข้าสู่เว็บไซต์โดยไม่ร่วมกิจกรรมเลย จำนวนสิ่งที่ผู้ใ้กดมากที่สุดหลังจากเข้ามาใช้บริการ จำนวนการกดใช้งานผลิตภัณฑ์หรือบริการตั้งแต่ขั้นต้น จนถึงขั้นซื้อสินค้าหรือเข้าร่วมกิจกรรม และจ่ายเงิน ด้วยวิธีการ 2 วิธี คือ

วิธีที่ 1 การทดสอบแบบแยก (A/B Testing) ผู้เขียนใช้วิธีนี้ช่วงกลางโครงการพัฒนาแอปพลิเคชัน เป็นวิธีการทดสอบในเชิงปริมาณที่นำเอาหน้าออกแบบ 1 หน้า แต่มี 2 แบบ มาทดสอบใช้งานจริง เพื่อเปรียบเทียบว่าแบบไหนที่มีประสิทธิภาพในการใช้งานดีที่สุดหรือมีผลต่อลูกค้าให้เข้ามาใช้งานได้มากกว่า

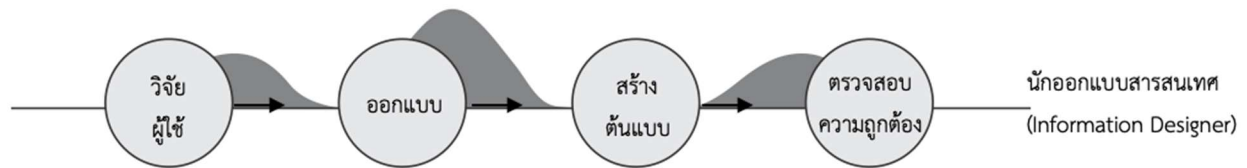
วิธีที่ 2 การสำรวจการเข้าใช้งาน (Access survey) โดยผู้วิจัยร่างแผนบันทึกการทดสอบไว้ในบอร์ดแผนการทดสอบการใช้งาน (Usability Test Plan Dashboard) สำหรับวิเคราะห์ข้อมูลการใช้งาน (Usability Test) และกลุ่มข้อมูลพฤติกรรมผู้ใช้งาน (Behavior Reports) และนำปัญหาที่พบปัญหาที่พบบันทึกในตารางบันทึกปัญหาหรือแนวทางแก้ปัญหา

การทำวิจัยผู้ใช้ (User Research) คือการป้องกันไม่ให้เราออกแบบเพื่อตัวเอง และเพื่อความเข้าใจผู้ใช้งานในหลาย ๆ มิติ โดยการใช้เครื่องมือต่าง ๆ ค้นหาปัญหา (pain) ความคาดหวัง (expectation) หรือข้อมูลเชิงลึก (insight) ของผู้ใช้ แล้วนำข้อมูลเหล่านั้นมาออกแบบประสบการณ์ของผู้ใช้งาน ออกแบบส่วนติดต่อระหว่างผู้ใช้กับระบบ ออกแบบการสื่อสาร ออกแบบการตอบสนอง เพื่อแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ และพัฒนาต้นแบบการใช้งานให้ดียิ่งขึ้น

ภูมิทัศน์ข้อมูล (Information Landscape)

สำหรับ UX Designer มีศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการข้อมูลให้ผู้ใช้เข้าใจง่าย คือ สถาปัตยกรรมข้อมูล (Information Architecture) และการออกแบบข้อมูลสารสนเทศ (Information Design) ซึ่งการออกแบบข้อมูลสารสนเทศอาจกล่าวได้ว่าเป็นงานที่วางการออกแบบกราฟิกถูกใช้กับสิ่งต่าง ๆ และหาวิธีแสดงข้อมูลให้เพื่อแสดงข้อมูลที่สำคัญให้ผู้ใช้เข้าใจได้ง่าย

กรณีศึกษา จากขั้นตอนของการกระบวนการ UX โดยปกติแล้วการออกแบบข้อมูลสารสนเทศจะเริ่มหลังจากวิจัยผู้ใช้เสร็จสิ้น ซึ่งจะเกิดจากการที่เราต้องทำความเข้าใจในข้อมูลให้ดีกว่า โดยนำพฤติกรรม ความต้องการของผู้ใช้มาออกแบบนำเสนอข้อมูลสินค้า หรือบริการ ให้ผู้ใช้เข้าถึงง่าย ช่วงที่ 2 ในช่วงของการออกแบบ คือการลงมือจัดกลุ่มข้อมูล เมื่อกำหนดข้อมูลที่สำคัญๆ ต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น คุณสมบัติ (feature) ในแต่ละคุณสมบัติ การเข้าถึงหน้าในแต่ละหน้า เนื้อหา (content) ต่าง ๆ ที่จะวางอยู่ในแต่ละหน้า หรือแม้กระทั่งกราฟิกที่จะนำมาใช้ในแต่ละหน้า เกิดจากการวางข้อมูลเป็นระบบ และช่วงสุดท้ายจะทำให้การออกแบบต่อเติมส่วนการเข้าถึง นั้นเป็นไปได้ง่ายขึ้น เพื่อสร้างประสบการณ์ความพึงพอใจให้กับลูกค้าให้กลับมาใช้งานใหม่อีกครั้ง ดังภาพที่ 6



ภาพที่ 6 : บทบาทของนักออกแบบสารสนเทศที่อยู่ในภูมิทัศน์การออกแบบประสบการณ์ผู้ใช้

หมายเหตุ : สร้างภาพโดยผู้เขียน 25 มกราคม 2566

ผู้เขียนขอยกกรณีศึกษาการออกแบบข้อมูลสารสนเทศสำหรับสินค้าเว็บไซต์ Spotify ที่บริการสตรีมเพลง ดิจิทัล พอดแคสต์ และวิดีโอ ในการออกแบบข้อมูลสารสนเทศที่ดีด้วยการคำนึงถึงหลักในสถาปัตยกรรมข้อมูล สอดคล้องกับที่ Wurman, R. S., & Bradford, P. Z1997) กล่าวไว้ 3 ข้อคือ

1. ภาววิทยา (Ontology) คือการกำหนดขอบเขตหรือนิยามของข้อมูล เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกันและเป็นมาตรฐาน ยกตัวอย่างเช่น เพลง A เป็นวงดนตรีประเภท Rock ซึ่งการกำหนดนิยามลักษณะนี้ ทำให้ A นั้นถูกจำแนกออกจากแนวเพลงอื่น ๆ เช่นประเภท Classic, Pop อย่างเห็นได้ชัด

2. อนุกรมวิทยา (Taxonomy) คือการจำแนกข้อมูลต่าง ๆ แล้วจัดหมวดหมู่ให้อยู่ในประเภทเดียวกัน โดยวิธีจำแนกสามารถแบ่งได้เป็น 2 รูปแบบใหญ่ๆ

2.1 การแบ่งกลุ่มตามประเภท (Classification) การจับกลุ่มข้อมูลที่อยู่ในประเภทเดียวกัน โดยวิธีนี้จะเป็นการแบ่งกลุ่มของข้อมูลที่ยอดนิยามมาก ๆ และยังเข้าใจได้ง่ายอีกด้วย ตัวอย่างเช่น Spotify ได้แสดงการแบ่งกลุ่มประเภทของเพลงโดยแบ่งตามลักษณะค่านิยาม เช่น เช่นประเภท Jazz, Rock, Classic, Pop และอื่น ๆ เป็นต้น

2.2 การเรียงลำดับ (Hierarchy) การใช้ลำดับความสำคัญในการจัดกลุ่ม จัดเรียงรายการลำดับตามมูลค่า เช่น จากน้อยไปมากที่สุดไปหามากที่สุดหรือมากที่สุดไปหาน้อยที่สุด หรือตัวอย่างการเรียงแบบอื่น ๆ เช่น เรียงตามคะแนนนิยมจาก 5 ไปถึง 1 เป็นต้น

3. รูปแบบการเข้าถึง (Choreography) คือการนำนิยามของข้อมูลต่าง ๆ (Ontology) กับการจัดหมวดหมู่ (Taxonomy) มาสร้างให้เกิดการปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้งานตามความต้องการต่าง ๆ ยกตัวอย่างเช่น ผู้ใช้กดเข้าฟังเพลงประเภท Jazz ซึ่งเมื่อเปิดเข้ามาจะเห็นศิลปินต่าง ๆ อยู่ด้วยกัน โดยไม่ควรเห็นเพลง Rock หรือ Classic มาปนอยู่ด้วยกัน แล้วกลุ่มเพลงประเภท Jazz ก็ควรเรียงตามลำดับตัวอักษร เพื่อให้ง่ายต่อการค้นหา หรือถ้าให้สะดวกกว่านั้นควรติดป้าย “เพลงยอดนิยม” บอกไว้ว่าเพลงชิ้นไหนคนนิยม เพื่อให้ผู้ใช้ตัดสินใจได้ง่ายขึ้น

ดังนั้นการออกแบบข้อมูลสารสนเทศ (Information Design) อย่างเป็นระบบระเบียบ จึงถือเป็นส่วนสำคัญในการทำ UX/UI Design เพื่อให้ข้อมูลที่ปริมาณมาก ซับซ้อน เกิดโครงสร้างที่มีความสัมพันธ์กันขึ้นมา ซึ่งจะทำให้ข้อมูลเหล่านี้เข้าใจได้ง่ายขึ้น และช่วยให้ผู้ใช้หาสิ่งที่ต้องการได้ง่ายขึ้น สอดคล้องกับการศึกษาของ Ratsameechot, B. (2018). ที่ศึกษาปัจจัยการซื้อสินค้าผ่านช่องทางการตลาดออนไลน์เว็บไซต์ Lazada พบว่า แรงจูงใจในการซื้อสินค้าผ่านช่องทางการตลาดออนไลน์เว็บไซต์ เพราะผู้บริโภคมีความรู้สึกเพลิดเพลินในการเลือกชมสินค้าจากเว็บไซต์ โดยให้เหตุผลว่า ประหยัดเวลาในการค้นหา มีการแสดงราคาสินค้าและบริการที่หน้าเว็บไซต์อย่างชัดเจน สามารถเข้าเว็บไซต์ได้สะดวกและมีข่าวประชาสัมพันธ์แจ้งถึงลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ

ภูมิทัศน์การออกแบบ (Design Landscape)

ภูมิทัศน์การออกแบบนี้ บทบาทของ UX ส่วนนี้มีลักษณะการทำงานทั้งการออกแบบประสบการณ์ผู้ใช้ และการออกแบบส่วนประสานงานผู้ใช้ ดังนี้

1. การออกแบบประสบการณ์ผู้ใช้ (UX : User Experience Design)

การออกแบบประสบการณ์ผู้ใช้ นั้นเป็นกระบวนการออกแบบโดยมีผู้ใช้เป็นศูนย์กลาง คำนึงถึงการใช้ที่มีปฏิสัมพันธ์กับบริษัท สินค้า และบริการอย่างรอบด้าน ซึ่งนิยามโดย Norman (1990) นิยามสำคัญของนิยามนี้ คือ ผู้นิยามต้องการจะบอกกล่าวนักคิด นักออกแบบ เจ้าของธุรกิจ หรือเจ้าของแบรนด์ว่า เราไม่ควรมองแยกส่วนกัน และสนใจเพียงบางเรื่องแต่ละเลยบางเรื่อง อาทิ ให้ความสำคัญกับการออกแบบผลิตภัณฑ์มากแต่ละเลยขั้นตอนการส่งมอบผลิตภัณฑ์ถึงมือผู้ใช้ จึงต้องพัฒนานิยามและคำเรียกจากศาสตร์ของ “User-Centered Design” กลายเป็น “User Experience Design” เพื่อให้บรรดานักออกแบบและเจ้าของสินค้าได้มององค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับการปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างครบองค์นั่นเอง

กรณีศึกษา จากขั้นตอนของการกระบวนการ UX นักออกแบบประสบการณ์ (UX Designer) ถือเป็นส่วนที่สำคัญที่สุดของกระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการ ซึ่งนักออกแบบมีบทบาทส่วนร่วมในกระบวนการ UX ตั้งแต่ในการวิจัยผู้ใช้ กำหนดปัญหา และนำไปสู่การออกแบบแนวทางแก้ปัญหา จนถึงการทดสอบโดยในแต่ละช่วง ดังภาพที่ 7



ภาพที่ 7 : บทบาทของนักออกแบบ UX ที่อยู่ในภูมิภาคการออกแบบประสบการณ์ผู้ใช้

หมายเหตุ : สร้างภาพโดยผู้เขียน 25 มกราคม 2566

จากภาพที่ 7 ทำให้เห็นบทบาทของ นักออกแบบประสบการณ์ (UX Designer) ในทุกช่วงของการทำงาน ได้แก่

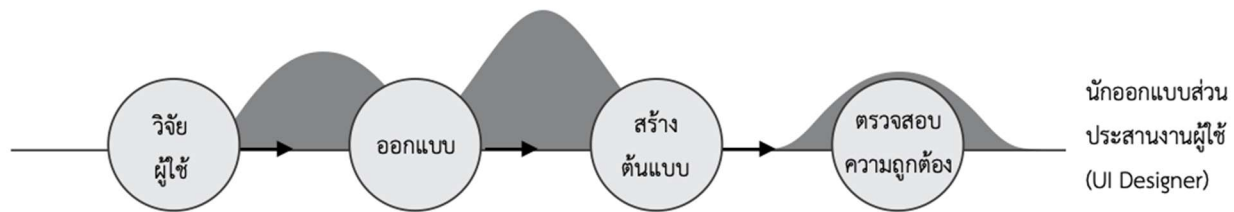
- ช่วงที่ 1 ทำงานร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ได้แก่ ผู้ใช้ นักวิจัย เจ้าของธุรกิจ เพื่อทำความเข้าใจปัญหาที่ต้องแก้ไข
- ช่วงที่ 2 ออกแบบคุณสมบัติ (feature) ที่ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้และธุรกิจ
- ช่วงที่ 3 สร้างต้นแบบ เป็นแบบจำลองเพื่อเก็บข้อเสนอแนะจากผู้ใช้งานก่อนการสร้างสินค้าจริง
- ช่วงที่ 4 ทดสอบการออกแบบเพื่อให้แน่ใจว่าสามารถแก้ปัญหาได้

นักออกแบบประสบการณ์ (UX Designer) จะเป็นคนที่เข้าไปทำความเข้าใจผู้ใช้งานในหลาย ๆ มิติ โดยการใช้เครื่องมือต่าง ๆ ค้นหาปัญหา (pain) ความคาดหวัง (expectation) หรือข้อมูลเชิงลึก (insight) ของผู้ใช้งาน แล้วนำข้อมูลเหล่านั้นมาแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ และพัฒนาประสบการณ์การที่ได้จากการใช้งานให้ดียิ่งขึ้น

2. การออกแบบส่วนประสานงานผู้ใช้ (UI : User Interface Design)

ส่วนประสานผู้ใช้งาน หรือ User Interface หมายถึง ส่วนที่เชื่อมต่อระหว่าง ผู้ใช้งานกับอุปกรณ์เทคโนโลยี ดิจิทัล ส่วนประสานผู้ใช้งานแรกได้แก่สิ่งที่ปรากฏบนหน้าจอ ปุ่มกด คันบังคับ แป้นพิมพ์ เมาส์ หรือไม่ว่าจะเป็นอุปกรณ์ใดก็ตามที่ออกแบบขึ้นเพื่อรองรับคำสั่ง จากผู้ใช้งานสู่อุปกรณ์นั้น ๆ การออกแบบส่วนประสานผู้ใช้งานนั้นเป็นการออกแบบสิ่งที่ “ผู้ใช้” พบเห็นด้วยตา หรือประสาทสัมผัสทั้ง 5 ซึ่งส่วนใหญ่เป็นสิ่งที่ เป็นรูปธรรม มีรูปภาพ รูปแบบ สัญลักษณ์ หรืองาน ออกแบบกราฟิกทั้งหมดที่ผู้ใช้งานมองเห็น โดยใช้ความสวยงามหรือเอกลักษณ์ทางการออกแบบ เป็น การดึงดูดผู้ใช้งาน ในส่วนนี้ต้องใช้ศาสตร์ด้านสุนทรียศาสตร์ ศิลปะ การออกแบบ โดยบูรณาการศาสตร์การออกแบบหลายแขนงเข้าด้วยกัน จึงจะสามารถออกแบบส่วนประสานผู้ใช้งานได้

กรณีศึกษา จากขั้นตอนของการกระบวนการ UX จะเห็นว่า นักออกแบบส่วนประสานผู้ใช้งาน (UI designer) มีบทบาทในพื้นที่ต่าง ๆ ของกระบวนการ ดังภาพที่ 8



ภาพที่ 8 : บทบาทของนักออกแบบ UI ที่อยู่ในภูมิภาคการออกแบบประสบการณ์ผู้ใช้
ที่มา : ญัฐ จันทโรทัย, สร้างภาพโดยผู้เขียน 25 มกราคม 2566

จากภาพที่ 7 การออกแบบส่วนประสานผู้ใช้งาน (UI design) มีบทบาทในแต่ละช่วงดังนี้
ช่วงที่ 1 ทำงานไปพร้อม ๆ กับการออกแบบข้อมูลสารสนเทศเปลี่ยนข้อมูลเป็นการออกแบบที่สวยงาม เน้นการนำเสนอข้อมูลที่สร้างความน่าสนใจ สร้างความเข้าใจ และเกิดการเรียงลำดับของข้อมูลที่ต้องการ
ช่วงที่ 2 จะเป็นผู้สร้างและดูแลระบบการออกแบบ (design system) สำหรับส่วนประสานผู้ใช้งาน (User Interface) เป็นการออกแบบที่เน้นการนำเสนอภาพที่มีองค์ประกอบต่าง ๆ เช่น การจัดวาง (layout) การใช้สี การใช้ตัวอักษร การใช้รูปร่างสัญลักษณ์ และรวมไปถึงการใช้พื้นที่ว่างในการ นำเสนอภาพให้ผู้ใช้งานได้เข้าใจ
ช่วงที่ 3 ทดสอบความเข้าใจ ความง่ายของการใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ออกแบบและปรับปรุง

ดังที่นำเสนอภูมิภาคด้านการออกแบบ (Design Landscape) ผู้เป็นนักออกแบบส่วนประสานผู้ใช้ (UI design) โดยทางปฏิบัติแล้วทำงานเกี่ยวกับการออกแบบเป็นหลัก ซึ่งมีการนำกระบวนการในการออกแบบมาใช้งานร่วมกับทฤษฎีและแนวคิดอื่นทั้งในเชิงการตลาดและในด้านจิตวิทยาด้วย แม้ว่าขั้นตอนในการออกแบบผลิตภัณฑ์หรือบริการประเภทต่าง ๆ จะมีกระบวนการต่าง ๆ ดังที่กล่าวมาแล้วหลากหลายกระบวนการ UI จะให้ความสำคัญกับความสวยงาม การติดต่อกับผู้ใช้ และข้อมูลทางด้านเทคนิคอื่น ๆ ในส่วนที่ผู้ใช้มองเห็นและกระทำการบางอย่างกับมัน (interface และ interact) ขณะที่ UX ให้ความสำคัญกับอารมณ์ความรู้สึก และประสบการณ์ของผู้ใช้

บทสรุป

กล่าวได้ว่าคำว่า “UX” ในปัจจุบัน เป็นหนึ่งในหัวข้อที่ได้รับความสนใจอย่างมากในวงการดิจิทัล และเกี่ยวข้องกับการออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่มุ่งเน้นประสิทธิภาพและความพึงพอใจของผู้ใช้งาน บุคลากรด้าน UX จึงจำเป็นต้องมีความเข้าใจความสำคัญของบทบาทและหน้าที่ต่าง ๆ ของกระบวนการออกแบบ UX เพื่อพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพของการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้ กับผลิตภัณฑ์ หรือบริการของบริษัท ซึ่งภูมิภาค

ทัศน์การออกแบบประสบการณ์ผู้ใช้ (UX Design landscape) เป็นการพิจารณาลักษณะทางกายภาพพื้นที่ เส้นเวลา บุคลากร ลักษณะการทำงานด้าน UX เพื่อแสดงให้เห็นว่าในระบบนิเวศของการออกแบบประสบการณ์ที่แท้จริงแล้ว UX เป็นศาสตร์ด้านความรู้ความเข้าใจ (Cognitive Science) ไม่ใช่เรื่องของกรอบบนหน้าจอ หรือ ผลิตภัณฑ์ทางดิจิทัลเพียงอย่างเดียว แต่ถูกนำมาใช้ในอุตสาหกรรมดิจิทัลเป็นส่วนใหญ่ กระบวนการออกแบบ UX จึงไม่ได้เน้นที่ภาพกราฟิก แต่จะให้ความสำคัญกับความรู้สึกของประสบการณ์เป็นหลัก

ดังนั้นภูมิทัศน์การออกแบบประสบการณ์ผู้ใช้ (User Experience Design Landscape) ประกอบด้วย พื้นที่สำคัญได้แก่ 1) พื้นที่ของผู้ใช้ โดย UX มีบทบาททำการวิจัยผู้ใช้ (user research) เพื่อทำความเข้าใจผู้ใช้งาน ในหลาย ๆ มิติ ซึ่งสิ่งสำคัญคือการตีโจทย์ปัญหาให้ถูกต้องก่อนที่จะเกิด “แนวคิด” ใหม่ ๆ ขึ้นมาได้ 2) พื้นที่ข้อมูล ซึ่ง UX มีบทบาทในการออกแบบสารสนเทศ (Information Design) เพื่อจัดกลุ่มข้อมูลและหาวิธีแสดงข้อมูลให้ เพื่อแสดงข้อมูลที่สำคัญให้ผู้ใช้งานเข้าใจได้ง่าย 3) พื้นที่การออกแบบ ในบทบาทของ UX ส่วนนี้มีทั้งการออกแบบ ประสบการณ์ผู้ใช้ (UX Design) และการออกแบบส่วนประสานงานผู้ใช้ (UI Design) ไปจนถึงการทดสอบ (test) ในขั้นต่าง ๆ เพื่อให้ได้ประสบการณ์ที่ดีที่สุดก่อนที่จะถูกส่งไปยังนักพัฒนาเพื่อสร้างผลิตภัณฑ์จากการเขียนชุดคำสั่ง ต่าง ๆ ต่อไป

ภูมิทัศน์การออกแบบประสบการณ์ผู้ใช้แสดงให้เห็นว่ากระบวนการของ UX ที่กล่าวมาเป็นกระบวนการ ออกแบบที่เน้นไปที่ผู้ใช้เป็นศูนย์กลาง เพื่อให้ผู้ใช้สามารถใช้งานผลิตภัณฑ์หรือบริการได้อย่างสะดวกสบาย และ ธุรกิจสามารถเพิ่มประสิทธิภาพและกำไรได้ด้วยการทำให้ผู้ใช้ที่พึงพอใจในการใช้งาน กระบวนการ UX จึงไม่ได้ เรียงลำดับเป็นเส้นตรงจากต้นจนจบเพียงครั้งเดียว แต่พิจารณาจากผลการวิจัย ทดสอบ แก้ปัญหาทุกขั้นตอน และ ทำงานวนซ้ำขั้นตอนต่าง ๆ หลายครั้ง เพื่อพัฒนาแนวทางแก้ปัญหาหรือทางเลือกที่ดีที่สุดสำหรับกลุ่มเป้าหมาย หรือผู้ใช้ ซึ่งกระบวนการเหล่านี้จะเป็นตัวกำหนดสมมุติฐานเกี่ยวกับผู้ใช้ อีกทั้งยังทำให้ทราบถึงความสามารถ ความ ต้องการ และข้อจำกัดต่าง ๆ ของผู้ใช้เป้าหมาย ซึ่งหากนำสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้มาพิจารณาประกอบในขั้นตอนของการ ออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการแล้ว จะทำให้ผลลัพธ์ที่ได้เป็นที่น่าสนใจมีประสิทธิภาพสูงสุดในการใช้งาน แก่ผู้ใช้เป้าหมาย

เอกสารอ้างอิง

- Chanchan, W. & Mangkang, C. (2021). *Innovative Learning For Technology The Virtual Reality To Future Social Studies Online Classroom*. HUSO Journal of Humanities and Social Sciences Phranakhon Rajabhat University, 5(2), 291.
- D.school. (2009, Sep). *Design Thinking Process*. in d.school at Stanford University, Thinking Bootcamp Bootleg. (pp. 1-47). <https://dschool.stanford.edu/resources/the-bootcamp-bootleg>
- Jantarothai, N. (2022). *User Experience Design Of Touring Rally Activity Checkpoint By Application With Design Thinking Process*. In Proceedings of the 15th National Academic Conference of Research Networks of Higher Education Institutions Nationwide, Srinakharinwirot University, 1,060-1,075
- K Baxter, C Courage, K Caine. (2015). *Understanding your users: a practical guide to user research methods*. Morgan Kaufmann; 2nd edition, United States. 99-104
- Norman, D. (1990). *The Design of Everyday Things*. New York City, Doubleday Business.
- Ratsameechot, B. (2018). *Re-purchase through online marketing channel on Lazada website of the consumers in Samut Sakhon Province*. HUSO Journal of Humanities and Social Sciences Phranakhon Rajabhat University, 2(2), 14.
- Soegaard, M (2018). *design thinking is an iterative and Non-linear process*. by Interaction Design Foundation. The Basics of user experience design. (pp. 1-73). <https://www.socialsavvi.com/wp-content/uploads/2018/10/The-Basics-of-user-experience-design.pdf>
- Voss, G. B., Parasuraman, A., & Grewal, D. (1998). *The roles of price, performance, and expectations in determining satisfaction in service exchanges*. Journal of marketing, 62(4), 46-61.
- Dillon, A. Information architecture in JASIST? J. Am. Soc. Inf. Sci. Technol. 2002, 53 (10), 821–823
- Wurman, R. S., & Bradford, P. (1997). *Information architects*. New York: Graphis. Graphis Press: Zurich, Switzerland.