

การปรับตัวเพื่อการพัฒนาการจัดการของพิพิธภัณฑ์ในภาวะปัจจุบัน¹

THE ADAPTATION FOR THE DEVELOPMENT OF MUSEUM MANAGEMENT IN THE CURRENT STATE

กฤษฎณ์ ติลกสิริธนภัทร์ / KRITSANAT DILOKSIRITHANAPAT²

หลักสูตรศิลปศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาศิลปวัฒนธรรมวิจัย คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
DOCTOR OF ARTS PROGRAM IN ARTS AND CULTURE RESEARCH, FACULTY OF FINE ARTS, SRINAKHARINWIROT UNIVERSITY

จักรพงษ์ แพทย์หลักฟ้า / CHAKAPONG PHAETLAKFA³

สาขาวิชาศิลปศึกษา คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
DIVISION OF ART EDUCATION, FACULTY OF FINE ARTS, SRINAKHARINWIROT UNIVERSITY

นพดล อินทร์จันทร์ / NOPPADOL INCHAN⁴

วิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
COLLEGE OF SOCIAL COMMUNICATION INNOVATION, SRINAKHARINWIROT UNIVERSITY

Received: May 16, 2022

Revised: June 4, 2023

Accepted: June 6, 2023

บทคัดย่อ

บทความวิจัยฉบับนี้ จัดทำขึ้นจากการวิจัยเรื่อง การปรับตัวเพื่อการพัฒนาการจัดการวัฒนธรรมการเรียนรู้ในพิพิธภัณฑ์ไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการปรับตัวของพิพิธภัณฑ์และแหล่งเรียนรู้ ด้านสังคม ศิลปะ และวัฒนธรรม ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ใช้รูปแบบการวิจัย (Research Design) คือ การวิจัยโดยการสัมภาษณ์ (Interview) ซึ่งเป็นวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลหลักฐานโดยใช้การสนทนาหรือการเจรจาอย่างมีจุดมุ่งหมายระหว่างบุคคล 2 ฝ่าย คือ นักวิจัย (ฐานะผู้สัมภาษณ์) และผู้ให้ข้อมูล (ฐานะผู้ถูกสัมภาษณ์) โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากพิพิธภัณฑ์และแหล่งเรียนรู้ดีเด่น ประเภทพิพิธภัณฑ์ด้านสังคม ศิลปะ และวัฒนธรรม จำนวน 5 แห่ง ผลการวิจัยพบว่าการปรับตัวของพิพิธภัณฑ์และแหล่งเรียนรู้ มีผลมาจากการเปลี่ยนแปลงสถานะด้านสังคมตลอดจนการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ซึ่งมีผลต่อการพัฒนาการจัดการ การสร้างวัฒนธรรมการเรียนรู้ในพิพิธภัณฑ์และแหล่งเรียนรู้ เพื่อเสริมสร้างการเรียนรู้ต่อชุมชนและสังคม จากการที่ได้ศึกษาพิพิธภัณฑ์และแหล่งเรียนรู้ทั้ง 5 แห่ง ได้มีการพัฒนารูปแบบการจัดการ ที่เกิดจากกระบวนการปรับตัวของพิพิธภัณฑ์และแหล่งเรียนรู้ ที่มีต่อวัฒนธรรมการเรียนรู้ของผู้คนที่เข้ามาศึกษาองค์ความรู้และสุนทรียศาสตร์ รวมถึง ชุมชน และ สังคม ออกมาเป็น “รูปแบบการจัดการพิพิธภัณฑ์และแหล่งเรียนรู้ ตามการเปลี่ยนแปลงการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21” เพื่อตอบสนองการเปลี่ยนแปลงการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ขึ้น โดยมีหัวข้อองค์ประกอบหลัก จำนวน 13 หัวข้อ สามารถใช้เป็นเครื่องมือในการประเมินรูป

¹ บทความวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของปริญญานิพนธ์เรื่อง การปรับตัวเพื่อการพัฒนาการจัดการวัฒนธรรมการเรียนรู้ในพิพิธภัณฑ์ หลักสูตรศิลปศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาศิลปวัฒนธรรมวิจัย คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

² นิสิตหลักสูตรศิลปศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาศิลปวัฒนธรรมวิจัย คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

³ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อาจารย์ประจำสาขาวิชาศิลปศึกษา คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

⁴ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการภาพยนตร์และสื่อดิจิทัล วิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

แบบการจัดการที่ก่อให้เกิดรูปแบบการจัดการพิพิธภัณฑ์และแหล่งเรียนรู้ตามการเปลี่ยนแปลงการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ได้ ซึ่งจะส่งผลต่อการเรียนรู้ที่มีความหลากหลาย ตอบสนองความต้องการของกลุ่มบุคคล ชุมชน และสังคม ที่มีความต้องการการเรียนรู้และเสริมสร้างสุนทรีย์ในพิพิธภัณฑ์ สร้างความหลากหลายของแหล่งเรียนรู้ในสังคมปัจจุบัน

คำสำคัญ : พิพิธภัณฑ์และแหล่งเรียนรู้, การปรับตัว, การจัดการ

Abstract

This article is based on research on the adaptation for the development and management of cultural learning in Thai Museum. The objective is to study the adaptation of museums and learning centers in terms of society, arts, and culture. The research methodology used was Qualitative Research and the Research Design was research by interview which was a method for collecting evidence using conversation or dialogue with the aim of the two parties the researcher (as the interviewer) and the informant (as the interviewee). The sample group used in the research it is a purposive sampling from museums and outstanding learning resources. Types of social, art, and cultural museums from 5 places. The results of the research showed that the adaptation of museums and learning centers. As a result of changing social conditions as well as learning in the 21st century that affects the development of management creation of learning culture in museums and learning resources. From the study of 5 museums and learning centers, a management model has been developed. Resulting from the adaptation process of museums and learning resources to the learning culture of people who come to study knowledge and aesthetics, including communities and society. Until it can come out as a “Management model for museums and learning resources according to the learning changes in the 21st century” to respond to the learning changes in the 21st century. There are 13 main component topics. It can be used as a tool to assess the management style that contributes to the management style of museums and learning centers according to the learning changes in the 21st century. This will have a positive effect on learning with diversity.

Keywords: Museums and Learning Resources, Adaptation, Management

บทนำ

พิพิธภัณฑ์ เป็นสถาบันให้บริการทางด้านความรู้ ความเข้าใจ และการพัฒนาแก่สังคม เป็นสถานที่เปิดสำหรับทุกคน ทำหน้าที่รวบรวม สงวน รักษา จัดแสดง และเป็นการเผยแพร่องค์ความรู้ เพื่อค้นคว้า วิจัย และพัฒนาในด้านต่าง ๆ โดยมีมุ่งหมายเพื่อการค้นคว้า ให้การศึกษา รวมถึงเพื่อสร้างความเพลิดเพลินจากวัตถุและข้อมูลผ่านการรวบรวมไว้เป็นหลักฐาน ในเรื่องมนุษย์ สังคม ประวัติศาสตร์ และสิ่งแวดล้อม

การปรับตัวเพื่อการพัฒนาการจัดการวัฒนธรรมการเรียนรู้ในพิพิธภัณฑ์และแหล่งเรียนรู้ เป็นปัญหาอย่างหนึ่งที่มองเห็นอยู่ในปัจจุบัน คือ สถาบันหรือแหล่งเรียนรู้จะมีความรู้มากมาย จากผู้มีประสบการณ์เฉพาะด้าน โดย

เฉพาะจากแหล่งเรียนรู้เฉพาะด้าน หรือแหล่งเรียนรู้ที่มีความหลากหลาย แต่หลายแห่งยังขาดการแลกเปลี่ยนการเรียนรู้ การจัดเก็บ รวบรวมอย่างเป็นระบบ การพัฒนาเป็นองค์ความรู้ใหม่ รวมทั้งการกระจายเผยแพร่ไปทั่วชุมชนและสังคม

พิพิธภัณฑ์และแหล่งเรียนรู้ทางด้านศิลปะหลายแห่งมีแผนงานที่จะดำเนินการในเรื่องการปรับปรุงเปลี่ยนแปลง ในการสร้างพื้นที่ให้เป็นแหล่งเรียนรู้ตามแบบการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 เพื่อรองรับการเรียนรู้ของคนรุ่นใหม่ ให้เป็นพื้นที่แห่งการสร้างวัฒนธรรมการเรียนรู้ โดยพยายามที่จะสร้างบรรยากาศแห่งการเรียนรู้อย่างใกล้ชิดให้เกิดขึ้นโดยการเปิดโอกาสให้มีส่วนร่วม กระตุ้นให้เกิดการคิดสร้างสรรค์ ปรับปรุง พัฒนาทุกวิถีทาง ทั้งนี้ เพื่อมุ่ง

หวังให้องค์กรทางด้านศิลปะได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง และยั่งยืน ซึ่งการร่วมมือกันของผู้บริหาร ผู้นำ บุคลากร ประจำ หรือศิลปิน หรือตัวแทน หรือบุคคลทั่วไป เพื่อนำ ประสิทธิภาพการเรียนรู้มาหลอมรวมกันก่อนการนำเสนอ อาจจะต้องมีการทำการรวบรวม ศึกษา วิเคราะห์ แลก เปลี่ยนซึ่งกันและกันภายใน เพื่อทำการประมวลผล รวมถึง การรวบรวมข้อมูลจากแหล่งเรียนรู้อื่น ๆ นำมาทำการ วิเคราะห์อีกรอบ ก่อนเผยแพร่ข้อมูลให้กระจายออกไปสู่ ภายนอกให้ผู้คนที่ได้เข้ามาช่วยแลกเปลี่ยนความรู้ ซึ่งอาจนำไปสู่การแก้ปัญหาในการนำเสนอเพื่อการพัฒนา วัฒนธรรม เรียนรู้ในพิพิธภัณฑ์ได้ นอกจากนี้ การปรับตัวเพื่อการพัฒนา การจัดการวัฒนธรรมการเรียนรู้ในพิพิธภัณฑ์ อาจจะ ส่งผลดีไปยังชุมชน ให้เป็นชุมชนการเรียนรู้ทางวิชาชีพ ให้ เป็นกระบวนการสร้างการเปลี่ยนแปลง โดยเรียนรู้จากการ ปฏิบัติงานของกลุ่มบุคคลที่มาร่วมกัน โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อพัฒนาการเรียนรู้ของผู้เรียน สะท้อนผลการปฏิบัติ ผ่าน กระบวนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ มีการร่วมกันวิพากษ์ วิจารณ์ มีการลงมือการทำงานกิจกรรมร่วมกัน เป็นการมุ่งเน้น ส่งเสริม กระบวนการเรียนรู้แบบองค์รวม เพื่อเป็นการสร้าง วัฒนธรรมการเรียนรู้แบบใหม่ที่มีการเสริมสร้างพัฒนาการ การเรียนรู้ร่วมกันได้

จากปรากฏการณ์ดังกล่าว จึงเป็นเหตุผลในการ ศึกษาวิจัย เรื่อง การปรับตัวเพื่อพัฒนาการจัดการ วัฒนธรรมการเรียนรู้ในพิพิธภัณฑ์ไทย เพื่อศึกษาการ เปลี่ยนแปลงทางสังคมจากการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ที่ส่ง ผลต่อการปรับตัวเพื่อพัฒนาการจัดการวัฒนธรรมการ เรียนรู้และเสริมสร้างสุนทรียะ ของพิพิธภัณฑ์ไทย ที่อาจจะ นำไปสู่การพัฒนา รูปแบบการจัดการ ที่เกิดจากกระบวนการ การปรับตัวของพิพิธภัณฑ์และแหล่งเรียนรู้ในพิพิธภัณฑ์ ที่ สามารถตอบสนองความต้องการการเรียนรู้ที่หลากหลายใน สังคมปัจจุบัน ที่มีต่อวัฒนธรรมการเรียนรู้ของผู้คนที่เข้ามา ศึกษาองค์ความรู้และสุนทรียศาสตร์ รวมถึง ชุมชน และ สังคม

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อศึกษาการปรับตัวของพิพิธภัณฑ์และแหล่ง เรียนรู้ด้านสังคม ศิลปะ และวัฒนธรรม จำนวน 5 แห่ง
2. เพื่อพัฒนารูปแบบการจัดการ ที่เกิดจาก กระบวนการปรับตัวของพิพิธภัณฑ์และแหล่งเรียนรู้

ที่มีต่อวัฒนธรรมการเรียนรู้ของผู้คนที่เข้ามาศึกษาองค์ความรู้ และสุนทรียศาสตร์ รวมถึง ชุมชน และ สังคม

ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

พิพิธภัณฑ์และแหล่งเรียนรู้ที่คัดเลือกนี้ ทำการคัดเลือกจากการจัดประกาศผลรางวัลพิพิธภัณฑ์และแหล่งเรียนรู้ดีเด่น ประจำปี 2562 โดย สถาบันพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้แห่งชาติ (สพร.) ประเภท “พิพิธภัณฑ์ด้านสังคม ศิลปะ และ วัฒนธรรม” จำนวน 4 แห่ง ซึ่งแบ่งรางวัลออกเป็น 4 ด้าน คือ 1) รางวัลดีเด่นด้านกระบวนการเรียนรู้ 2) รางวัลดีเด่น ด้านการจัดแสดง (นิทรรศการ) 3) รางวัลดีเด่นด้านความ สัมพันธ์กับชุมชน (ความมีส่วนร่วมของชุมชน) และ 4) รางวัล ดีเด่นด้านการอนุรักษ์และสืบสาน

โดยผู้จัดงานมีการประกาศการกำหนด ปัจจัยในการสร้างมาตรฐานการคัดเลือกรางวัล Museum Thailand Awards 2019 ผ่านทางเว็บไซต์ โดยพิจารณา ศักยภาพของพิพิธภัณฑ์และแหล่งเรียนรู้เพื่อประเมินผล โดย ใช้หลักของสภาการพิพิธภัณฑ์ระหว่างชาติ หรือ International Council of Museums (ICOM) มาเป็น แนวทางในความคิดพื้นฐานเพื่อกำหนดหลักเกณฑ์ตาม บริบทของการพัฒนาพิพิธภัณฑ์ในประเทศไทย มีผู้ทรง คุณวุฒิ ในการตัดสินมอบรางวัล จำนวน 6 คน กลุ่มตัวอย่าง ที่ใช้ในการวิจัย เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) โดยพิจารณาจากพิพิธภัณฑ์ และแหล่งเรียนรู้ดีเด่น ประเภทพิพิธภัณฑ์ด้านสังคม ศิลปะ และวัฒนธรรม จำนวน 5 แห่ง ได้แก่

1. พิพิธภัณฑ์พระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัว กรุงเทพมหานคร (รางวัลดีเด่นด้านการจัดแสดงนิทรรศการ)
2. ศูนย์สถาปัตยกรรมล้านนา คุ่มเจ้าบุรีรัตน์ (เจ้า น้อยมหาอินทร์ ณ เชียงใหม่) จังหวัดเชียงใหม่ (รางวัลดีเด่น ด้านกระบวนการเรียนรู้)
3. หอศิลปวัฒนธรรมเมืองเชียงใหม่ จังหวัด เชียงใหม่ (รางวัลดีเด่นด้านความสัมพันธ์กับชุมชน)
4. อุทยานพระบรมราชานุสรณ์ พระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัย (อุทยาน ร.2) จังหวัดสมุทรสงคราม (รางวัลดีเด่นด้านการอนุรักษ์และสืบสาน)
5. สถาบันพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้แห่งชาติ (สพร.) หรือ มิวเซียมสยาม กรุงเทพมหานคร (ผู้จัดงาน)

ขอบเขตด้านเนื้อหา

เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ การปรับตัวของพิพิธภัณฑ์ในประเทศไทย ซึ่งในงานวิจัยเล่มนี้ หมายถึง พิพิธภัณฑ์และแหล่งเรียนรู้ ซึ่งเป็นสถานที่ที่สังกัดภาครัฐ ภาคเอกชน และอาจจะเป็นสถานที่ส่วนบุคคล หรือเป็นพิพิธภัณฑ์เฉพาะอย่าง แกลเลอรี ศูนย์การแสดง และ แหล่งเรียนรู้ทางด้านศิลปะ ครอบคลุมถึงการจัดแสดงผลงานในลักษณะ นิทรรศการถาวร นิทรรศการกึ่งถาวร นิทรรศการหมุนเวียน ด้านสังคม ศิลปะ และวัฒนธรรม จำนวน 5 แห่ง เพื่อเสริมสร้างการเรียนรู้ ตามการเปลี่ยนแปลงการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 โดยศึกษากระบวนการบริหาร การให้บริการ การจัดการองค์ความรู้ของนิทรรศการเพื่อนำเสนอข้อมูล นำไปสู่วัฒนธรรมการเรียนรู้ของพิพิธภัณฑ์ ที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมการเรียนรู้และการเข้าชมพิพิธภัณฑ์ในยุคปัจจุบัน โดยจะศึกษารายละเอียดจาก

1. การปรับตัวของพิพิธภัณฑ์และแหล่งเรียนรู้ ด้านสังคม ศิลปะ และวัฒนธรรม จำนวน 5 แห่ง
2. รายละเอียดข้อมูลพื้นฐานของพิพิธภัณฑ์และแหล่งเรียนรู้ที่ศึกษา ครอบคลุมถึง กระบวนการ วิธีการ ขั้นตอนการดำเนินการ รูปแบบการจัดการ การบริหาร การนำเสนอ และการให้บริการ การสร้างความสัมพันธ์กับผู้ชม ชุมชน และสังคม วิสัยทัศน์ของผู้บริหาร งบประมาณ พื้นที่

และ/หรือ ขนาดพื้นที่ของพิพิธภัณฑ์และแหล่งเรียนรู้ ผู้ที่เข้าไปแสวงหาความรู้มีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน และมีปฏิสัมพันธ์กับผู้ให้ข้อมูล

3. เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ ผลกระทบที่เกิดจากกระบวนการปรับตัวของพิพิธภัณฑ์ที่มีต่อชุมชน สังคม

ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยในครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ใช้รูปแบบการวิจัย (research design) คือ การวิจัยโดยการสัมภาษณ์ (interview) ซึ่งเป็นวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลหลักฐานโดยใช้การสนทนาหรือการเจรจาอย่างมีจุดมุ่งหมายระหว่างบุคคล 2 ฝ่าย คือ นักวิจัย (ฐานะผู้สัมภาษณ์) และผู้ให้ข้อมูล (ฐานะผู้ถูกสัมภาษณ์) ซึ่งในงานวิจัยนี้ ผู้ให้ข้อมูล คือ ผู้บริหาร ทีมงาน (ทีมงานที่เป็นทั้งพนักงานประจำ และ พนักงานชั่วคราว หรือ พาร์ทไทม์) จากพิพิธภัณฑ์และแหล่งเรียนรู้ทางด้านสังคม ศิลปะ วัฒนธรรม จำนวนรวม 5 แห่ง ภายใต้บรรยากาศของการมีปฏิสัมพันธ์อันดีระหว่างกัน และการสังเกต (Observational Research) ใช้การเฝ้าสังเกต โดยไม่มีการกำหนดปัจจัยเสี่ยง เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาสร้างรูปแบบการจัดการพิพิธภัณฑ์และแหล่งเรียนรู้ ตามการเปลี่ยนแปลงการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21

กรอบแนวคิด



ภาพแสดงกรอบแนวคิด
ทิมา กฤตณัฐ์ ดิลกศิริพันธ์ (2566)

การวิเคราะห์ข้อมูล / สรุปผลการวิจัย

จากงานวิจัย เรื่อง การปรับตัวเพื่อการพัฒนาการจัดการวัฒนธรรมการเรียนรู้ในพิพิธภัณฑ์ไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการปรับตัวของพิพิธภัณฑ์และแหล่งเรียนรู้ด้านสังคม ศิลปะ และวัฒนธรรม และเพื่อพัฒนารูปแบบการจัดการที่เกิดจากกระบวนการปรับตัวของพิพิธภัณฑ์และแหล่งเรียนรู้ ที่มีต่อวัฒนธรรมการเรียนรู้ของผู้คนที่เข้ามาศึกษาองค์ความรู้และสุนทรียศาสตร์ รวมถึง ชุมชน และสังคม โดยผู้วิจัยได้ลงพื้นที่ ณ พิพิธภัณฑ์และแหล่งเรียนรู้จำนวน 5 แห่ง พบว่าพิพิธภัณฑ์และแหล่งเรียนรู้ ทั้ง 5 แห่งนี้ มีการคิดในเชิงออกแบบ (Design Thinking) คือมีกระบวนการวิเคราะห์ที่ออกแบบมาเพื่อตามหาคำตอบ และเพิ่มความพิเศษให้กับปัญหาที่เกิดขึ้นในแต่ละช่วง รวมถึงสถานการณ์ที่ไม่พึงประสงค์อย่างเช่น การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา ที่ก่อให้เกิดโรคโควิด-19 ซึ่งการคิดในลักษณะนี้มีความซับซ้อน ต้องผ่านการระดมความคิดของทีมงานแต่ละคนในรูปแบบที่ไร้การตีกรอบ เพื่อพัฒนาพื้นที่ของพิพิธภัณฑ์และแหล่งเรียนรู้ ที่เปรียบเสมือนสินค้า และการให้บริการ จากการให้บริการในพื้นที่เพียงอย่างเดียวมาเป็นในรูปแบบของการนำเสนอข้อมูลผ่านออนไลน์ทั้งแบบออฟไลน์และออนไลน์ โดยยึดที่ความต้องการหรือการตอบโจทย์ของลูกค้าหรือผู้ที่เข้าชมเป็นหลัก โดยใช้ขั้นตอนของการศึกษาความเข้าใจและความต้องการ (Empathise) โดยระบุถึงปัญหาที่เกิดขึ้น (Define) นำมาสร้างความเข้าใจอย่างแท้จริง ก่อนที่จะให้ทีมงานภายในองค์กรของพิพิธภัณฑ์และแหล่งเรียนรู้ (รวมถึงทีมงานจากหน่วยงานภายนอก) ร่วมกันระดมความคิดหาไอเดีย (Ideate) ในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น ให้ออกมาในรูปแบบของ การสร้างโครงร่างเพื่อแก้ไขปัญหา (Prototype) นั่นๆ ก่อนที่จะทดลองทำ (Test) และนำออกไปใช้จริง

หากวิเคราะห์ตามทฤษฎีวัฒนธรรมการจัดการทางด้านการปรับตัวภายใต้ความแตกต่างทางวัฒนธรรม โดยพิพิธภัณฑ์และแหล่งเรียนรู้ทั้ง 5 แห่งที่กล่าวมาข้างต้น ซึ่งเป็นสถานที่แลกเปลี่ยนข้อมูล มีการเรียนรู้ในแบบที่เจาะจงและผสมผสาน มีลักษณะที่เป็นองค์ประกอบของวัฒนธรรมการเรียนรู้ กล่าวคือ มีการสร้างขึ้นหรือเกิดขึ้นร่วมกัน แล้วมีการแบ่งปัน (Share) เพื่อให้ยึดถือสำหรับการปฏิบัติร่วมกัน มีการเรียนรู้ (Learn) อันเป็นพฤติกรรมของมนุษย์ที่ได้สร้างสรรค์และได้มีการให้มีการเรียนรู้เพื่อการดำรงชีวิต

อย่างถูกต้องเหมาะสม มีการถ่ายทอด (Trans-generation) จากคนรุ่นหนึ่งไปสู่คนอีกรุ่นหนึ่งอย่างไม่ขาดสาย เป็นมรดกตกทอดสืบต่อกันไป จนเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ มีลักษณะเป็นรูปแบบ (Pattern) ที่ชัดเจนทั้งนี้เพื่อให้เกิดการเรียนรู้และปฏิบัติตามได้ค่อนข้างง่าย มีการเปลี่ยนแปลง (Change) วัฒนธรรมย่อมมีการเปลี่ยนแปลงตามยุค สถานการณ์ ทั้งนี้ การเปลี่ยนแปลงอาจเกิดขึ้นเองจากคนในกลุ่มหรือสังคม หรือถูกครอบงำโดยวัฒนธรรมอื่นๆ ที่แข็งแกร่งกว่า ซึ่งในการปรับตัวทางวัฒนธรรมซึ่งเป็นกระบวนการที่ผู้ที่พบเจอวัฒนธรรมที่แตกต่างเริ่มเข้าสู่กระบวนการของการปรับตัวเพื่อความเป็นอยู่ที่ยั่งยืน เกิดความเข้าใจและสบายใจ จากการศึกษา แนวคิด ทฤษฎีวัฒนธรรมการจัดการ: การปรับตัวภายใต้ความแตกต่างทางวัฒนธรรม ของ สุนทรียา ไชยปัญหา และ อรุณรักษ์ ศรีประเสริฐ (2559) พบว่ากระบวนการปรับตัวทางวัฒนธรรมมี 4 กลุ่ม ที่แสดงถึงขั้นตอนของการเรียนรู้ทางวัฒนธรรม

ดังนั้น พิพิธภัณฑ์และแหล่งเรียนรู้ทั้ง 5 แห่งจึงจัดอยู่ในกลุ่มปรับตัว (adjusting) และ กลุ่มเรียนรู้ (learning) ซึ่งมีความสามารถในการปรับตัวเองให้อยู่ร่วมกับวัฒนธรรมหรือสถานการณ์ที่มีความแตกต่างได้อย่างเหมาะสม กลมกลืน โดยที่ยังสามารถคงความเป็นเอกลักษณ์ ตัวตน และการผสมผสานได้อย่างดี แสดงถึงขั้นตอนของการเรียนรู้ทางวัฒนธรรม ซึ่งยังคงมีการสร้างขึ้นหรือเกิดขึ้นร่วมกัน รวมถึงมีการแบ่งปันทางด้านข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนา และการเปลี่ยนแปลงของพื้นที่ของพิพิธภัณฑ์และแหล่งเรียนรู้ตามแผนงานที่มีกำหนดขึ้นรวมถึงการเปลี่ยนแปลงตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้น อีกทั้งยังมีการเรียนรู้พฤติกรรมของผู้เข้าชมนิทรรศการ จึงมีการสร้างสรรค์ข้อมูลที่เกิดการเรียนรู้ พัฒนา และต่อยอดไปสู่ความถูกต้องของข้อมูลได้ง่าย ทีมงานของพิพิธภัณฑ์และแหล่งเรียนรู้ทั้ง 5 แห่ง มีการถ่ายทอดเรื่องราวและข้อมูลเอกลักษณ์เฉพาะของแต่ละที่ได้ อย่างละเอียด เป็นขั้นตอน ก่อให้เกิดการเรียนรู้ได้ง่าย และมีการเปลี่ยนแปลง พัฒนาการข้อมูลที่มีการเปลี่ยนแปลงตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้น

ในการวิเคราะห์ด้านทฤษฎีการตลาดแบบผสมผสาน หรือ Marketing Mix หรือ 7P ของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2541) นำมาใช้กับแหล่งเรียนรู้ที่เป็นพิพิธภัณฑ์ซึ่งเป็นธุรกิจด้านการบริการที่มีลักษณะพิเศษแตกต่างจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอื่นๆ จึงมีส่วนประสมทางการตลาดที่แตกต่างจาก

การตลาดโดยทั่วไปซึ่งสามารถนำมาปรับใช้กับกรณีของ พิพิธภัณฑ์ได้ การจัดการวัฒนธรรมการเรียนรู้ของพิพิธภัณฑ์ที่ตอบสนองความต้องการทางด้านการเรียนรู้และเสริมสร้างสุนทรียะแก่ผู้คนที่เข้ามาชมผลงานการจัดแสดงทั้งในส่วนของนิทรรศการถาวรและนิทรรศการหมุนเวียน ตลอดจนนิทรรศการและกิจกรรมที่จัดอยู่เป็นประจำ ซึ่งเป็นไปตามการเปลี่ยนแปลงการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 โดยสามารถวิเคราะห์ได้จากทฤษฎีได้ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) กล่าวคือ ตัวพิพิธภัณฑ์เองต้องพัฒนาและปรับปรุงให้น่าสนใจ ทันสมัย สร้างความแตกต่าง มีสีสันและอารมณ์ จึงจำเป็นต้องนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้เพื่อช่วยทำให้การนำเสนอหรือการสื่อความให้ผู้เข้าชมได้รับความรู้และเข้าใจง่ายขึ้น

2. ราคา (Price) เข้าชมและศึกษาข้อมูลได้โดยเสียค่าใช้จ่ายในอัตราที่ต่ำ เริ่มตั้งแต่ 10 บาท ขึ้นไป แต่อยู่ในระดับราคาที่สามารถจ่ายได้ถือว่าไม่แพงเกินไป และสามารถเข้าชมได้โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย ทั้งในรูปแบบของสถานที่ที่เป็นหน่วยงานเฉพาะหรือประเภทไม่แสวงหากำไร เช่น พิพิธภัณฑ์ ร. 7 และในรูปแบบของบุคคลพิเศษ เช่น ผู้พิการ เป็นต้น

3. สถานที่ตั้ง (Place) สถานที่ตั้งของพิพิธภัณฑ์สามารถเดินทางได้ง่าย อาทิ ตั้งอยู่ในเมือง มีจุดศูนย์กลางมีคนพลุกพล่านอยู่รอบๆ ได้สะดวก ซึ่งพิพิธภัณฑ์และแหล่งเรียนรู้ทั้ง 5 ที่ อยู่ในพื้นที่ที่สามารถเดินทางได้สะดวก

4. มีการส่งเสริมการตลาด (Promotion) กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด ประกอบด้วย การโฆษณา (Advertising) บอกรับและการประชาสัมพันธ์ (Public Relations) อยู่เสมอ

5. มีบุคลากร (People) ที่ผ่านการคัดเลือกการฝึกอบรม เพื่อให้สามารถนำเสนอหรือถ่ายทอดข้อมูลได้ตรงประเด็น สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับผู้เข้าชมได้ มีการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้นำชมหรือผู้ให้บริการกับผู้รับบริการ

6. มีกระบวนการ (Process) ในการส่งมอบการบริการอย่างเป็นระบบ คือ มีการดูแล จัดระเบียบ มีความใส่ใจหรือสนใจดูแลผู้มาเยี่ยมชมเป็นอย่างดี เช่น ผู้เข้าชมที่มาเป็นหมู่คณะ จะมีการจัดสรรจำนวนการให้บริการให้เหมาะสม รวมถึง การให้บริการแก่เด็กและเยาวชน ผู้สูงอายุ และผู้พิการ

7. ลักษณะทางกายภาพ (Physical Support) มีการสร้างบรรยากาศภายในพิพิธภัณฑ์ โดยการสร้างกระบวนการการเข้าชม มีเทคโนโลยี มีรูปแบบและเทคนิคในการศึกษาเรียนรู้ต่างๆ มีกิจกรรมเสริม เพื่อสร้างประสิทธิภาพในการจัดแสดงและสร้างคุณค่าทางการศึกษาเรียนรู้ให้กับผู้เข้าชม ทั้งด้านลักษณะทางสถาปัตยกรรมของอาคารสถานที่ การออกแบบ การตกแต่งพิพิธภัณฑ์ให้สอดคล้องกับเรื่องราวทางการเรียนรู้ได้อย่างง่ายดาย

ทั้งนี้ จากการได้ลงพื้นที่ศึกษาข้อมูล ผู้วิจัยได้ข้อสรุปเพิ่มเติมเกี่ยวกับการตลาดแบบผสมผสาน หรือ Marketing Mix หรือ 7P ของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2541) ซึ่งในทุกพื้นที่ นอกจากมีการปรับตัวตามสถานการณ์ที่มีการเปลี่ยนแปลงแล้ว ยังมีการพัฒนาพื้นที่ในส่วนอื่นๆ เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการบริหาร การเสริมสร้างองค์ความรู้ ตอบสนองความต้องการทางด้านการเรียนรู้และเสริมสร้างสุนทรียะแก่ผู้คนที่เข้ามาชมผลงานการจัดแสดงทั้งในส่วนของนิทรรศการถาวรและนิทรรศการหมุนเวียน ตลอดจนงานอื่นๆ และกิจกรรมที่จัดอยู่เป็นประจำ ซึ่งเป็นไปตามการเปลี่ยนแปลงการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ผู้วิจัยจึงได้ 4P เพิ่มเติมขึ้นมา ดังนี้

8. พื้นที่ หรือ สถานที่จัดงานกิจกรรมและอื่นๆ (Premises for Events Activity and Other) เป็นการเปิดโอกาสให้บุคคลภายนอกได้เข้าใช้พื้นที่ว่าง หรือจัดแบ่งพื้นที่หรือพื้นที่อื่น ๆ ของพิพิธภัณฑ์ โดยการให้บริการใช้พื้นที่ในการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่ที่เอื้ออำนวย เช่น การออกร้านหรือกิจกรรมที่สอดคล้องกับการจัดแสดงผลงานในพื้นที่ เพื่อเสริมสร้างการเรียนรู้ในรูปแบบที่แตกต่างออกไป ซึ่งผู้จัดกิจกรรมอาจจะบุคคลภายในองค์กรหรือหน่วยงานอื่น ๆ ที่มาขอเช่าพื้นที่ก็ได้

9. พื้นที่ในการฝึกทักษะผ่านสื่อออนไลน์ (Practice Area - Online Skills) เป็นการจัดกิจกรรมเสริมสร้างความรู้ผ่านสื่อออนไลน์ ทั้งการจัดประชุม การจัดสัมมนา การเรียนรู้ การนำเสนอ การรายงาน หรืออื่น ๆ เพื่อเรียกผู้สนใจเข้ามาศึกษา แลกเปลี่ยน เรียนรู้ ทั้งในรูปแบบเสียค่าใช้จ่าย และรูปแบบไม่เสียค่าใช้จ่าย เพื่อเพิ่มช่องทางในการเลือกรับความรู้ที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น

10. กลยุทธ์ที่จะต้องเข้าใจสถานการณ์ต่างๆ (Perception Strategy) การสร้างความเข้าใจในสถานการณ์ที่มีการเปลี่ยนแปลง ควบคู่ไปกับการวางแผน (Planning)

ในแบบคาดการณ์ล่วงหน้าของผู้บริหาร เป็นการประยุกต์เพื่อให้เท่าทันต่อสถานการณ์ในขณะนั้น ๆ เพราะโลกยุคปัจจุบัน มีการเปลี่ยนแปลงในด้านต่าง ๆ อย่างรวดเร็ว ไม่ว่าจะเป็นข้อมูลข่าวสาร การไหลเวียนของวัตถุดิบ การไหลเวียนของสินค้า บริการ รวมถึงลักษณะทางกายภาพ อย่างเช่น ภัยพิบัติ และการแพร่ระบาดของโรคภัยต่าง ๆ ดังนั้นผู้ประกอบการทางด้านพิพิธภัณฑ์ต้องมีความเข้าใจและปรับตัวให้เข้ากับ การเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา จึงประสบความสำเร็จในการทำการตลาดของแหล่งเรียนรู้และพิพิธภัณฑ์ได้

11. กลยุทธ์คู่ค้าหรือกลยุทธ์หุ้นส่วน (Partners Strategy) เป็นกลยุทธ์ในการสร้างคู่ค้าหรือหุ้นส่วนขึ้นมา เพื่อช่วยให้การดำเนินธุรกิจ กิจกรรม หรือการสร้างสรรคผล งานศิลปะทุกรูปแบบในแหล่งเรียนรู้และพิพิธภัณฑ์มีความก้าวหน้าและความราบรื่นมากยิ่งขึ้น ดังเช่น การสร้างเครือข่ายพิพิธภัณฑ์และแหล่งเรียนรู้ทั่วประเทศ ในโครงการเสริมสร้างการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์และแหล่งเรียนรู้ Thailand Museum Pass ขึ้นมา เพื่อเป็นการส่งเสริม และสร้างวัฒนธรรมการเรียนรู้และท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์อย่างยั่งยืนที่กระจายอยู่ทั่วประเทศ สามารถเข้าชมพิพิธภัณฑ์และแหล่งเรียนรู้ในโครงการจำนวนมากกว่า 60 แห่ง ซึ่งในการสร้างคู่ค้า หรือหุ้นส่วนให้เป็นเครือข่าย นอกจากจะช่วยให้การกระจายการเรียนรู้ในเรื่องของศิลปะวัฒนธรรมแขนงต่าง ๆ แล้ว ยังเป็นการลงทุนที่คุ้มค่าเพราะเครือข่ายสามารถให้คำปรึกษา ช่วยคิด ให้ข้อมูลซึ่งกันและกันได้อีกด้วย

กล่าวโดยสรุป 4P ที่เสริมขึ้นมานี้คือการเพิ่มเติม ในด้านของการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดของแหล่งเรียนรู้และพิพิธภัณฑ์ ที่มีการต่อยอดและพัฒนาจาก 7P จนกลายเป็น 11P เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วของในปัจจุบัน

ในส่วนผลที่ได้จากการวิเคราะห์ด้านทฤษฎีการให้บริการของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2541) กล่าวได้ว่าคุณภาพการให้บริการเป็นสิ่งสำคัญสิ่งหนึ่งในการสร้างความแตกต่างของธุรกิจ โดยได้กำหนดนิยามของเงื่อนไขหรือกิจกรรมที่จะนำไปสู่การบริการที่เป็นเลิศซึ่งถือได้ว่าเป็นหัวใจของการให้บริการสมัยใหม่ ว่า V-SERVE ซึ่งเป็นการเลียนเสียงมาจาก “We serve” หรือ “เราบริการ” จากการวิเคราะห์ตามทฤษฎีการให้บริการ ของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2541) โดยได้กำหนดนิยามของเงื่อนไขหรือกิจกรรมที่จะนำไปสู่การบริการที่เป็นเลิศซึ่งถือได้ว่าเป็นหัวใจของการให้บริการสมัย

ใหม่ ว่า V-SERVE ซึ่งเป็นการเลียนเสียงมาจาก “We serve” หรือ “เราบริการ” ที่ก่อให้เกิดคุณภาพการให้บริการเป็นสิ่งสำคัญสิ่งหนึ่งในการสร้างความแตกต่างของธุรกิจ ดังนี้

1. วิสัยทัศน์แห่งบริการ (V - Vision) มีการยึดการนำเสนอข้อมูลให้กับผู้เข้าชมได้เข้ามาศึกษาข้อมูลเป็นศูนย์กลาง มีการวางแผนต่าง ๆ โดยการจัดตั้งเป็นสถาบันวิชาการชั้นนำด้านการพัฒนาประชาธิปไตย ธรรมชาติ และสันติวิธี มุ่งนำความรู้สู่สังคม เพื่อประโยชน์ส่วนรวม

2. ทักษะในการให้บริการ (S - Skill) โดยการจัดพนักงานให้บริการทางด้านการนำชม ให้ข้อมูล ที่ผ่านการฝึกฝนในการให้บริการ มีการพัฒนาทักษะในการสื่อสารเพื่อการให้ข้อมูลที่ถูกต้อง เที่ยงตรง รวมถึงข้อมูลอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อการบริการลูกค้าอย่างทั่วถึง

3. ความเข้าใจลูกค้า (E - Empathy) สามารถให้บริการลูกค้าอย่างแตกต่างและเป็นรายบุคคล อาทิ การให้บริการแก่บุคคลทั่วไป เด็กและเยาวชน ผู้สูงอายุ รวมถึงผู้พิการ ก่อให้เกิดการบริการที่เกินความคาดหวัง

4. มีการตอบสนองด้วยความเต็มใจและรวดเร็ว (R - Responsiveness) ตั้งแต่เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย แม่บ้าน ภัณฑารักษ์ ตลอดจนผู้บริหารระดับสูง ซึ่งต่างให้ข้อมูลและการให้บริการอย่างเต็มที่ ซึ่งทำให้ผู้เข้าชมรู้สึกได้ว่าผู้ให้บริการคือเพื่อนที่ดี เนื่องจากมีการกำหนดขั้นตอนและวิธีการในการให้บริการที่เหมาะสม รวมถึงวิธีการแก้ไขในกรณีที่เกิดความผิดพลาดจากการให้บริการได้ดี

5. มีการสร้างความเข้มแข็งในการให้บริการทางด้านข้อมูลอย่างสม่ำเสมอ (V - Vigor) ภัณฑารักษ์และพนักงานมีความเต็มใจในการให้บริการ เนื่องจากมีทีมผู้บริหารที่ใส่ใจในการบริการพื้นที่ มีการสร้างวัฒนธรรมองค์กรเพื่อขับเคลื่อนบริการที่ดี

6. มีการประเมินผลการบริการ (E - Evaluation) ทั้งจากผู้เข้าชมศึกษาข้อมูลโดยการเข้าเยี่ยมชมโดยตรงจากสื่อออนไลน์ และจากผู้ให้บริการเอง มีการศึกษาการนำเสนอข้อมูลให้ผู้เข้าชม ซึ่งผู้ที่เข้าชมสามารถศึกษาได้ด้วยตนเอง ตลอดจนสามารถสอบถามผู้เชี่ยวชาญและผู้ให้ข้อมูลประจำสถานที่ภายในพิพิธภัณฑ์ ๆ ได้ มีการสร้างความสุขและความประทับใจ ที่ก่อให้เกิดการผูกพันในการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกัน เพื่อนำไปสู่การปรับปรุงแก้ไขให้มีความเป็นเลิศยิ่งกว่า และการรักษาลูกค้าไว้ได้อย่างยาวนาน

ทั้งนี้ พิพิธภัณฑ์และแหล่งเรียนรู้ทั้ง 5 แห่ง ได้มีการศึกษาพฤติกรรมผู้เข้ามาเยี่ยมชม ทำให้ทราบได้ว่า ผู้ที่ใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ส่วนใหญ่คือผู้สูงอายุ ไม่ใช่เด็ก เยาวชน หรือ คนรุ่นใหม่ เพราะคนในยุคสมัยใหม่ ผู้คนส่วนใหญ่ที่เป็นคนรุ่นใหม่ จะคุ้นเคยอยู่กับสื่ออิเล็กทรอนิกส์อยู่แล้ว เมื่อเข้ามาเข้าชมก็จะมองเป็นเรื่องธรรมดา แต่จะตื่นตัวกับการลงมือทำด้วยตนเองโดยปราศจากระบบอิเล็กทรอนิกส์หรือระบบอัตโนมัติ ในขณะที่ผู้สูงอายุจะตื่นตัวกับสื่ออิเล็กทรอนิกส์ มีความใคร่รู้ อยากรู้ อยากลอง สนใจซักถามเจ้าหน้าที่หรือภัณฑารักษ์อยู่เสมอ ทำให้ทั้งสองกลุ่มเกิดความสนุกสนาน เกิดความอยากรู้อยากเห็น เกิดความอยากรแสวงหาความรู้ อีกทั้งพฤติกรรมของผู้ที่เข้ามาเยี่ยมชมการจัดแสดง นอกจากจะชอบการเดินชมเพียงลำพังแล้ว การสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมจากภัณฑารักษ์ หรือผู้รู้ หรือปราชญ์ชุมชน ทำให้ได้รับความรู้เพิ่มเติม ก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนการเรียนรู้ในสิ่งใหม่ รวมถึงการสร้างระบบที่หลากหลาย ทั้งระบบอิเล็กทรอนิกส์ สื่อปฏิสัมพันธ์ เครื่องโพรเจกเตอร์ การจัดทำระบบ AR หรือ Augmented Reality โดยใช้เทคโนโลยีจำลองวัตถุ 3 มิติ มาผนวกกับการใช้ชีวิตจริง เช่น การใช้เซ็นเซอร์ (Sensor) ในการตรวจจับภาพ เสียง การเคลื่อนไหว รวมถึงการนำระบบ VR หรือ Virtual Reality โดยใช้เทคโนโลยีที่จำลองสถานที่ขึ้นมาเป็นโลกเสมือนจริง เน้นที่การมองเห็นเป็นหลัก ในบางพื้นที่จะมีกลิ่นเข้ามาเพื่อเพิ่มอรรถรสในการเข้าชมพื้นที่ เช่น การฉายภาพทุ่งดอกไม้ บนผนังผนวกกับการปล่อยกลิ่นหอมของดอกไม้ เพื่อก่อให้เกิดอารมณ์ร่วมขณะที่เดินชมผลงาน โดยผู้เข้าชมสามารถโต้ตอบกับสถานที่หรือสิ่งแวดล้อมที่จำลองขึ้นมาได้ผ่านอุปกรณ์เสริมอื่น ๆ ร่วม เช่น แอปพลิเคชัน เมาส์ หรืออุปกรณ์ที่ทำขึ้นมาโดยเฉพาะ ซึ่งสามารถสร้างวัฒนธรรมการเรียนรู้ได้อย่างไม่สิ้นสุด ลดความเหลื่อมล้ำทางด้านความแตกต่างในช่วงอายุ สามารถเรียนรู้ร่วมกันได้ทุกเพศ ทุกวัย ในบางพื้นที่ยังเป็นการเรียนรู้ร่วมกันระหว่างคนต่างวัยอีกด้วย สิ่งเหล่านี้

เป็นการศึกษาผลที่เกิดจากกระบวนการการปรับตัวของพิพิธภัณฑ์และแหล่งเรียนรู้ทั้ง 5 แห่ง ซึ่งส่งผลต่อวัฒนธรรมการเรียนรู้ของผู้คนที่เข้ามาศึกษาองค์ความรู้และสุนทรียศาสตร์ รวมถึง ชุมชน และ สังคม ในแต่ละพื้นที่ และเป็นสิ่งที่ดีที่สามารถเป็นต้นแบบแห่งการปรับตัวเพื่อการศึกษาด้านสังคม ศิลปะ และวัฒนธรรมให้กับพิพิธภัณฑ์และแหล่งเรียนรู้อื่น ๆ

ผลที่เกิดจากกระบวนการการปรับตัวของพิพิธภัณฑ์และแหล่งเรียนรู้ ที่มีต่อวัฒนธรรมการเรียนรู้ของผู้คนที่เข้ามาศึกษาองค์ความรู้และสุนทรียศาสตร์ รวมถึงชุมชนและสังคมได้เป็นอย่างดี และจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา-2019 ที่ก่อให้เกิดโรคโควิด-19 ทำให้พิพิธภัณฑ์และแหล่งเรียนรู้หลายแห่งต้องปิดการดำเนินงานชั่วคราว เพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส ซึ่งในระหว่างที่ปิดนี้ พิพิธภัณฑ์และแหล่งเรียนรู้ได้มีการประชุมเป็นการภายใน เกี่ยวกับแนวทางการดำเนินงานในรูปแบบอื่นขึ้น ซึ่งการดำเนินงานนี้มีให้เห็นเป็นรูปธรรม

จากการที่ได้ศึกษาพิพิธภัณฑ์และแหล่งเรียนรู้ทั้ง 5 แห่ง นำไปสู่การพัฒนาแบบการจัดการ ที่เกิดจากกระบวนการการปรับตัวของพิพิธภัณฑ์และแหล่งเรียนรู้ ที่มีต่อวัฒนธรรมการเรียนรู้ของผู้คนที่เข้ามาศึกษาองค์ความรู้และสุนทรียศาสตร์ รวมถึงชุมชนและสังคม เพื่อใช้ในการนำเสนอรูปแบบการจัดทำพิพิธภัณฑ์ที่เผยแพร่ หรือบอกเล่าเรื่องราว องค์ความรู้ในเรื่องต่าง ๆ ที่มีประโยชน์ต่อการศึกษาเนื้อหาในรูปแบบที่เป็นของตัวเอง กอปรกับการพัฒนาและการปรับตัวในสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา เป็นการจัดสร้างและการประเมินการจัดการพิพิธภัณฑ์ จึงออกมาเป็น “รูปแบบการจัดการพิพิธภัณฑ์และแหล่งเรียนรู้ตามการเปลี่ยนแปลงการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21” เพื่อตอบสนองการเปลี่ยนแปลงการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ขึ้น โดยมีหัวข้อองค์ประกอบหลัก จำนวน 13 ข้อ ดังนี้

ตารางแสดงรูปแบบการจัดการพิพิธภัณฑ์และแหล่งเรียนรู้ตามการเปลี่ยนแปลงการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21

รูปแบบการจัดการพิพิธภัณฑ์และแหล่งเรียนรู้ ตามการเปลี่ยนแปลงการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21		
องค์ประกอบหลัก	องค์ประกอบย่อย	กิจกรรม
1. การนำเสนอข้อมูลภายในพิพิธภัณฑ์และแหล่งเรียนรู้	1.1 เพื่อเพิ่มความรู้/หาข้อมูลประกอบการเรียน 1.2 ความแปลกใหม่ของพิพิธภัณฑ์ 1.3 ความบันเทิง	- การสร้างกิจกรรมภายในครอบครัว - สร้างปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่น - ความบันเทิงที่เป็นประโยชน์
2. อัตราการค่าเข้าชมที่มีความเหมาะสม	2.1 การไม่คิดค่าเข้าชม 2.2 การคิดค่าใช้จ่ายในการเข้าชม 2.3 การคิดค่าใช้จ่ายในการเข้าชมแบบองค์รวม (รวมค่าเข้าชม ค่ากิจกรรม หรือ มีค่าอบรมและค่าอาหารร่วมด้วย)	- การจัดกิจกรรมอื่น ๆ ร่วมกับการเข้าชมนิทรรศการ
3. รูปแบบการนำเสนอข้อมูลนิทรรศการในพิพิธภัณฑ์และแหล่งเรียนรู้	3.1 สีและขนาดตัวอักษรเหมาะกับการมองเห็น 3.2 เน้นสีตัวอักษรประกอบคำบรรยาย 3.3 มีการใช้วัตถุของจริงในการนำเสนอ 3.4 มีการใช้การจำลองหุ่น คน วัตถุ สถานที่ และสิ่งของ ที่ช่วยในการอธิบายเนื้อหาให้เข้าใจง่ายขึ้น 3.5 รูปภาพมีขนาดใหญ่ ให้รายละเอียดชัดเจน 3.6 วัตถุสามารถจับต้องได้ 3.7 การใช้เสียงบรรยายและเสียงดนตรี ผ่านระบบกระจายเสียง ในการอธิบายข้อมูลด้วยบุคคลจริง เพื่อสร้างบรรยากาศ และสีสัน	-
4. รูปแบบกิจกรรมที่น่าสนใจนอกเหนือนิทรรศการในพิพิธภัณฑ์และแหล่งเรียนรู้	4.1 กิจกรรมสาธิตต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับศิลปะและวัฒนธรรม 4.2 กิจกรรมการมีส่วนร่วมกับสื่อที่ใช้จัดแสดง เช่น การชม หรือ จัดตั้งผลงานอย่างใกล้ชิด 4.3 กิจกรรมการมีส่วนร่วมกับสื่อภายในนิทรรศการ (สื่ออิเล็กทรอนิกส์ สื่อการเรียนรู้อื่น ๆ ที่จับต้องได้) 4.4 กิจกรรมการแข่งขัน ที่มีส่วนร่วมระหว่างบุคคลอื่น ๆ ที่เข้าร่วมชมนิทรรศการ	- กิจกรรมสาธิตต่าง ๆ ภายในนิทรรศการ เช่น การนำเสนอข้อมูลร่วมกับการสาธิตระหว่างชมนิทรรศการ - กิจกรรมนอกเหนือนิทรรศการ แต่มีความเกี่ยวเนื่องกับเนื้อหาภายในนิทรรศการ

รูปแบบการจัดการพิพิธภัณฑ์และแหล่งเรียนรู้ ตามการเปลี่ยนแปลงการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21		
องค์ประกอบหลัก	องค์ประกอบย่อย	กิจกรรม
5. รูปแบบของ สื่อมัลติมีเดีย/สื่อปฏิสัมพันธ์/สื่อการเรียนรู้	5.1 มีการใช้สื่อในการเล่าเรื่องที่ใช้ภาพเคลื่อนไหวเพื่ออธิบาย เนื้อหาของหัวข้อ นิทรรศการ 5.2 สื่อในรูปแบบดิจิทัลที่ผู้ชมสามารถสัมผัสและโต้ตอบกับสื่อได้ (Interactive) 5.3 สื่อเคลื่อนไหวประเภทเกมจำลอง กระตุ้นให้เกิดความอยากรู้ ตั้งคำถามและหาคำตอบได้ด้วยตนเอง (นอกเหนือการอธิบาย) 5.4 มีการนำภาพเคลื่อนไหวในรูปแบบ 3 มิติ มาใช้ในการอธิบายเนื้อหา 5.5 การใช้ปุ่มและสัญลักษณ์ต่าง ๆ ที่ทำให้เข้าถึงเนื้อหาได้รวดเร็วขึ้น 5.6 มีการนำภาพเคลื่อนไหวในรูปแบบการ์ตูนหรือ แอนิเมชันมาใช้ในการอธิบายเนื้อหา 5.7 มีการสร้างสถานการณ์จำลอง (โดยการใช้สื่อประสม เช่น การฉายโปรเจกเตอร์ลงบนผนังหรือพื้นที่, การชมวิดีโอที่เสมือนจริง, การจำลองสถานการณ์ด้วยบุคคล เป็นต้น) ที่ทำให้ผู้เข้าชมได้เรียนรู้ผ่านประสบการณ์ของตนเอง 5.8 การใช้สื่อจัดแสดงและเทคนิคอื่น ๆ ในการนำเสนอที่ทันสมัย เช่น ระบบ VR (Virtual Reality) และ/หรือ AR (Augmented Reality) เพื่อการจำลองสภาพแวดล้อมเสมือนจริง ผ่านการรับรู้จากการมองเห็น เสียง สัมผัส แม้กระทั่งกลิ่น	-
6. การมีปฏิสัมพันธ์กับสิ่งของที่จัดแสดง	6.1 ผู้เข้าชมสามารถมีปฏิสัมพันธ์กับสิ่งของที่จัดแสดงได้	- ชมได้อย่างใกล้ชิด หรือ จับต้องสิ่งของได้
7. มีการสร้างเว็บไซต์ หรือ สื่อผ่านคอมพิวเตอร์และระบบอินเทอร์เน็ต	7.1 การจัดกิจกรรมการเรียนรู้ โดยใช้โปรแกรม คอมพิวเตอร์มาช่วยสร้างสรรค์นิทรรศการให้มี ความน่าสนใจ	- การสร้างแบบจำลองเสมือนจริงแบบ 360 องศา ในการเข้าชมนิทรรศการในพิพิธภัณฑ์และแหล่งเรียนรู้ผ่านเว็บไซต์

รูปแบบการจัดการพิพิธภัณฑ์และแหล่งเรียนรู้ ตามการเปลี่ยนแปลงการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21		
องค์ประกอบหลัก	องค์ประกอบย่อย	กิจกรรม
8. การมีปฏิสัมพันธ์กับผู้คน	8.1 การมีปฏิสัมพันธ์กับผู้ให้ข้อมูล 8.2 การมีปฏิสัมพันธ์กับผู้เข้าร่วมชมด้วยกัน	- ผู้ให้ข้อมูล มีความเป็นกันเอง มีการอธิบายข้อมูลที่เข้าใจได้ง่าย - มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลซึ่งกันและกัน
9. การมีส่วนร่วมกับชุมชนและท้องถิ่น	9.1 การเชิญผู้เชี่ยวชาญด้านภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่นหรือปราชญ์ท้องถิ่นของชุมชนมาเป็นผู้ให้ข้อมูล และ/หรือ เป็นที่ปรึกษาด้านข้อมูล 9.2 กำหนดชุดภูมิปัญญาด้านวัฒนธรรมท้องถิ่นที่ต้องการสืบสานและสร้างสรรค์ร่วมกับชุมชน 9.3 มีการประชุมร่วมกับชุมชนหาฉันทามติเกี่ยวกับรูปแบบและ แนวทางการประยุกต์ภูมิปัญญาและวัฒนธรรมให้เข้ากับ ปัจจุบัน 9.4 ส่งเสริมผู้สืบทอดภูมิปัญญา ได้แก่ เด็กเยาวชน และคนรุ่นใหม่ในท้องถิ่นที่ให้ความสนใจและมีศักยภาพ	- เพื่อการเผยแพร่ข้อมูลที่ถูกต้องตามสภาพท้องถิ่นนั้น ๆ - เรียบเรียงประวัติศาสตร์และความเป็นมาของภูมิปัญญาท้องถิ่นตามช่วงเวลาต่าง ๆ ตั้งแต่อดีตเพื่อแสดงให้เห็นถึงการวิวัฒนาการ การคงอยู่ การสืบทอด ในสังคมร่วมสมัย - มีการถ่ายทอดองค์ความรู้จากปราชญ์ชุมชนและผู้เชี่ยวชาญท้องถิ่น ให้กับผู้เข้าชมผลงาน รวมถึงผู้ที่ปฏิบัติหน้าที่เป็นผู้ถ่ายทอดองค์ความรู้
10. การจัดทำข้อมูลเป็นรูปธรรม	10.1 มีการจัดทำข้อมูลภูมิปัญญาและวัฒนธรรมเกี่ยวกับท้องถิ่นนั้น ๆ โดยจำแนกตามการใช้ประโยชน์ พิธีกรรม และวิถีชีวิตประจำวัน และเพิ่มเติมข้อมูลปัจจุบันให้มีความทันสมัย 10.2 จัดทำสื่อส่งเสริมการเรียนรู้ในรูปแบบดิจิทัล และ/หรือ สิ่งพิมพ์	-

รูปแบบการจัดการพิพิธภัณฑสถานและแหล่งเรียนรู้ ตามการเปลี่ยนแปลงการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21		
องค์ประกอบหลัก	องค์ประกอบย่อย	กิจกรรม
11. วิเคราะห์ทิศทางแนวโน้มตลาด ผลิตภัณฑ์ ทั้งพื้นที่นั้น ๆ ในประเทศและต่างประเทศ	11.1 มีการกำหนดเป้าหมายสิ่งที่ผู้ประกอบการด้านพิพิธภัณฑสถานและแหล่งเรียนรู้ต้องการนำเสนอในปัจจุบันและอนาคตให้ชัดเจน 11.2 กำหนดสิ่งที่องค์กรต้องทำโดยจำแนกเป็นรายประเด็น โดยมุ่งเน้นความต้องการของลูกค้าและชุมชน 11.3 นำความต้องการของลูกค้าเป้าหมายจากการวิเคราะห์บริบท มากำหนดเป็นวัตถุประสงค์เพื่อแก้ปัญหา 11.4 นำปัญหาและความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของชุมชนมากำหนดเป็นวัตถุประสงค์ของการดำเนินธุรกิจประเภทพิพิธภัณฑสถานและแหล่งเรียนรู้ 11.5 วิเคราะห์ลักษณะภูมิศาสตร์ทรัพยากรธรรมชาติที่สามารถนำมาเป็นทรัพยากรในการจัดแสดงหรือให้ความรู้ได้	- โดยคำนึงถึงสภาพปัจจุบันของสังคม ความต้องการของตลาด ความน่าจะเป็นของตลาด ระบุลักษณะผลิตภัณฑ์หรือการนำเสนอที่ดึงดูดความต้องการ มีรูปแบบที่คงที่ คงเดิม หรือความแปลกใหม่ กลุ่มตลาดและตำแหน่งของพื้นที่กิจการ เช่น เป็นแหล่งข้อมูลที่สมบูรณ์เพียงแห่งเดียวหรือ พื้นที่ร่วมจัดงาน เป็นต้น - วิเคราะห์ลักษณะการตั้งฐานบ้านเรือนของชุมชน ว่า เป็นแบบกระจายกระจายหรือ เป็นชุมชนตามแนวเส้นทางคมนาคม - การศึกษาภาษา และการแต่งกายของคนในชุมชนที่ใช้ในชีวิตประจำวัน และตามประเพณีต่างๆ
12. การพัฒนาบุคลากร	12.1 กำหนดแนวทางการพัฒนาทรัพยากรบุคคลที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจพิพิธภัณฑสถานและแหล่งเรียนรู้	- มีการสรรหาบุคลากรที่เหมาะสม - พัฒนาศักยภาพบุคลากรให้มีความรู้และทักษะสอดคล้องกับสมรรถนะตามมาตรฐานต่าง ๆ ที่นำมาใช้
13. กำหนดเป้าหมายที่ชัดเจนในการดำเนินงาน	13.1 ประเมินการงบประมาณรายปี 13.2 อัตราส่วนผลตอบแทนจากการ ดำเนินธุรกิจ และอัตราการเติบโตของกิจการ โดยคำนึงถึงความสามารถในการเปิดให้บริการของพื้นที่ 13.3 กำหนดผู้รับผิดชอบในการดำเนินงานในด้านต่าง ๆ	-

ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้ และ/หรือ การทำวิจัย ในครั้งต่อไป

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับการทำงานในขั้นต่อไป คือ การประเมินรูปแบบการจัดการ ในรูปแบบของ Policy Meeting การจัดประชุมผู้เชี่ยวชาญ หรือ การส่งให้ผู้เชี่ยวชาญ ประเมิน เพื่อหารูปแบบการจัดการการจัดการพิพิธภัณฑสถานและ แหล่งเรียนรู้ โดยในขั้นตอนนี้อาจใช้ Output ของขั้นตอน เป็นการประยุกต์ทฤษฎีฐานราก (Grounded Theory) ที่ก่อให้เกิดรูปร่างรูปแบบการจัดการ เพื่อนำไปสู่การประเมินรูปแบบ การจัดการ และสิ่งที่ออกมาได้ คือ รูปแบบการจัดการ พิพิธภัณฑสถานและแหล่งเรียนรู้ ตามการเปลี่ยนแปลงการเรียนรู้ ในศตวรรษที่ 21 อย่างเป็นรูปธรรม เพื่อใช้เป็นตัวชี้วัดและ แนวทางในการปรับตัว การพัฒนาการจัดการวัฒนธรรมการ เรียนรู้ในพิพิธภัณฑสถานและแหล่งเรียนรู้ต่าง ๆ สะท้อนถึงด้านการ เปลี่ยนแปลงทางสังคมจากการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21

ที่ส่งผลต่อการปรับตัวเพื่อการพัฒนาการจัดการวัฒนธรรมการ เรียนรู้และเสริมสร้างสุนทรียะของพิพิธภัณฑสถานไทย ทั้งนี้ ผู้วิจัย ได้ลองร่างรูปแบบการจัดการพิพิธภัณฑสถานและแหล่งเรียนรู้ ตาม การเปลี่ยนแปลงการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ขึ้น และจาก ข้อมูลข้างต้น สามารถใช้เป็นเครื่องมือในการต่อยอดในการ ประเมินรูปแบบการจัดการ ที่ก่อให้เกิดรูปแบบการจัดการ พิพิธภัณฑสถานและแหล่งเรียนรู้ตามการเปลี่ยนแปลงการเรียนรู้ใน ศตวรรษที่ 21 ได้ในอนาคต ซึ่งจะส่งผลต่อการเรียนรู้ที่มี ความหลากหลาย ตอบสนองความต้องการของกลุ่มบุคคล ชุมชน และสังคม ที่มีความต้องการการเรียนรู้และเสริมสร้าง สุนทรียะในพิพิธภัณฑสถาน สร้างความหลากหลายของแหล่งเรียน รู้ในสังคมปัจจุบัน อีกทั้ง เพื่อเป็นการสร้างต้นแบบ “รูปแบบ การจัดการพิพิธภัณฑสถานและแหล่งเรียนรู้ ตามการเปลี่ยนแปลง การเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21” เพื่อการเรียนรู้ให้กับพิพิธภัณฑ สถานและแหล่งเรียนรู้อื่น ๆ ได้ต่อไป

เอกสารอ้างอิง

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2541) และคณะ. (2538). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา.

_____. (2548). *การวิจัยธุรกิจ: ฉบับปรับปรุงใหม่*. กรุงเทพฯ: บริษัทธรรมสาร จำกัด.

_____. (2550). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: บริษัท อีระฟิล์มและโซเท็กซ์ จำกัด.

_____. (2541). *การบริหารการตลาดยุคใหม่. (ปรับปรุงใหม่)*. กรุงเทพฯ: บริษัท อีระฟิล์มและโซเท็กซ์.

สุนทรียา ไชยปัญญา และ อรุณรักษ์ ศรีประเสริฐ. (2559). *แนวคิด ทฤษฎีวัฒนธรรมการจัดการ : การปรับตัวภายใต้ความแตกต่างทางวัฒนธรรม*. วารสารวิชาการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม. ปีที่ 1(ฉบับที่ 2 กรกฎาคม – ธันวาคม 2559): หน้า 104 - 116