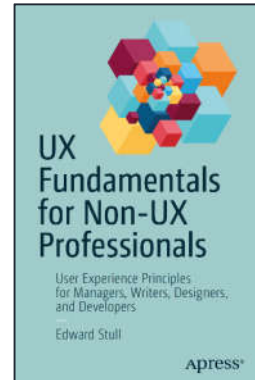


UX Fundamentals for Non-UX Professionals:

User Experience Principles for Managers, Writers, Designers, and Developers

Stull, E. (2018). *UX fundamentals for non-UX professionals: User experience principles for managers, writers, designers, and developers*. Apress.



อาจกล่าวได้อย่างเต็มปากว่าในชีวิตประจำวันเราต้องใช้หรือมีปฏิสัมพันธ์กับผลิตภัณฑ์ นวัตกรรม สินค้าและบริการอยู่ตลอดเวลา สิ่งดังกล่าวล้วนเป็นผลผลิตที่เกิดจากการออกแบบทั้งสิ้น ในวงการของการออกแบบ (design) การศึกษาเพื่อให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับประสบการณ์ผู้ใช้ (user experience: UX) เป็นวิธีการที่ไม่อาจมองข้ามและมีความสัมพันธ์กับการออกแบบอย่างใกล้ชิด เพราะการศึกษาประสบการณ์ผู้ใช้จะช่วยให้ได้ข้อมูลสำคัญมาออกแบบเพื่อสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์หรือนวัตกรรมให้ตอบโจทย์กับลักษณะของผู้ใช้งาน (users) การศึกษาเกี่ยวกับประสบการณ์ผู้ใช้ (UX) จึงได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างมากในปัจจุบันและเป็นเรื่องที่ทำนายของนักออกแบบ แต่ด้วยกิจกรรมของ UX นั้นมีอยู่สองกระแสหลัก ได้แก่ การออกแบบที่อิงประสบการณ์ผู้ใช้ (UX design: UXD) และการวิจัยประสบการณ์ผู้ใช้ (UX research UXR) ฉะนั้นความท้าทายของ UX จึงไม่ได้จำกัดอยู่ที่เฉพาะนักออกแบบ แต่ยังรวมถึงนักวิจัย นักเขียนหรือนักพัฒนาที่ต้องทำงานเกี่ยวกับผู้ใช้ได้เช่นเดียวกัน และระดับความท้าทายจะมีมากขึ้นกับผู้ที่นำหลักการไปใช้ว่าจุดมุ่งเน้นของการนำไปใช้มีเพื่อลักษณะใด หรือมีกิจกรรมในการศึกษาเพื่อใช้ประโยชน์จากประสบการณ์ผู้ใช้ลักษณะใด

ตั้งแต่ Don Norman นิยามคำว่าประสบการณ์ผู้ใช้ขึ้น จนถึงปัจจุบันทำให้มีหนังสือเกี่ยวกับ UX ออกมาจำนวนมาก แต่ที่พบคือหนังสือส่วนใหญ่มักเขียนโดยมุมมองของนักออกแบบเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ เพราะจุดเริ่มต้นของ UX มาจากการศึกษาปฏิสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับคอมพิวเตอร์ จึงทำให้หนังสือส่วนใหญ่มีการใช้ศัพท์ที่มีลักษณะเฉพาะทำให้ผู้เริ่มต้นไม่อาจเข้าใจสิ่งที่ผู้เขียนต้องการสื่อสารได้แจ่มแจ้งทั้งหมด แต่เล่มที่น่าจะเป็นประโยชน์สำหรับผู้เริ่มต้น (beginner) หรือที่เรียกว่าคนที่ไม่เชี่ยวชาญทางด้านนี้ ให้สามารถจุดประกายความคิดเกี่ยวกับ UX และใช้ประโยชน์จาก UX ได้อย่างรวดเร็ว นั่นคือหนังสือ UX Fundamentals for Non-UX Professionals: User Experience Principles for Managers, Writers, Designers, and Developers หนังสือเล่มนี้เขียนในปี 2018 โดย Edward Stull จุดเด่นของหนังสือเล่มนี้คือการนำเสนอส่วนผสมระหว่าง UXD และ UXR จึงเป็นประโยชน์ต่อผู้อ่านที่มุ่งเน้นการนำไปใช้ทางด้านการออกแบบและงานทางด้านการวิจัยผู้ใช้ได้ไม่มากนักน้อย แต่ก็มีส่วนที่ผู้เขียนนำเสนอในเชิงการตลาด (marketing) และการบริหารจัดการ (management) ร่วมด้วย ซึ่งถือว่ากลุ่มคนในวงการเหล่านี้ก็ถือเป็นกลุ่มเป้าหมายสำคัญสำหรับผู้ใช้ประโยชน์จาก UX ได้เช่นกัน

รับบทความต้นฉบับ 22 มิถุนายน 2563; รับบทความแก้ไข 6 กรกฎาคม 2563; ตอรับการตีพิมพ์ 13 กรกฎาคม 2563

¹ผู้รับผิดชอบบทความหลัก นักวิจัยอิสระ กรุงเทพฯ 10300. อีเมล: watcharak.sudla@gmail.com

โครงสร้างของหนังสือเล่มนี้มีเนื้อหาหลักทั้งหมด 4 ส่วน แต่ละส่วนจะมีบทย่อย ๆ รวมกันได้ทั้งหมด 45 บท ในตอนแรกผู้อ่านอาจตั้งคำถามในใจว่าทำไมหนังสือเล่มนี้มีจำนวนบทค่อนข้างมาก แต่ความเป็นจริงแล้วหนังสือเล่มนี้ไม่เป็นเช่นนั้น เพราะแต่ละบทที่ผู้เขียนนำเสนอมีเนื้อหาที่กระชับมาก ไม่เยิ่นเย้อยาวนานน่าอ่าน บทวิจารณ์หนังสือเล่มนี้จะนำเสนอการปริทัศน์เนื้อหาดังกล่าวด้วยการอธิบาย (describe) ร่วมกับการตั้งคำถามในลักษณะอะไรและอย่างไร (what and how) เพื่อให้ผู้อ่านบทความนี้นึกภาพตามว่าจะได้คำตอบอะไร หรือมีเนื้อหาอะไรที่น่าสนใจจากการอ่านหนังสือเล่มนี้บ้าง

ส่วนแรก เป็นส่วนที่เรียกว่า UX Principles ประกอบด้วยบทที่ 1 – 12 เป็นบทที่กล่าวด้วยหลักการหรือแก่นของการศึกษาประสบการณ์ผู้ใช้ (UX Principles) ส่วนนี้ถือว่าเป็นการปูเนื้อหาพื้นฐานให้กับผู้อ่านเข้าใจเกี่ยวกับความหมายของ UX จุดมุ่งหมาย และขอบข่ายของ UX มีส่วนที่ชี้ให้ผู้อ่านทำความเข้าใจว่าผู้ใช้ (user) คืออะไร มีการเปรียบเทียบให้เห็นว่าความต้องการของผู้ใช้มีความสัมพันธ์กับนวัตกรรมหรือผลิตภัณฑ์ที่ต้องการออกแบบอย่างไร เส้นทาง (journey) ของผู้ใช้และบริบท (context) เข้ามาเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของผู้ใช้ได้อย่างไร จะมีวิธีการอย่างไรในการได้ข้อมูลที่จะช่วยจะทำความเข้าใจผู้ใช้และนำข้อมูลมาใช้ประโยชน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพและให้ตอบสนองต่อความต้องการจำเป็นของผู้ใช้ได้มากที่สุด ประสบการณ์ที่ผ่านมา ประสบการณ์ที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน และประสบการณ์ที่ยังไม่ได้เกิดขึ้นกับผู้ใช้มีบทบาทที่สำคัญอย่างไรและมาเกี่ยวข้องในลักษณะใดกับผู้ใช้ และมีข้อพึงระวังหรือมีวิธีการทำอย่างไรที่จะช่วยเพิ่มความน่าเชื่อถือของข้อมูล UX ที่รวบรวมได้

ส่วนที่สอง เป็นส่วนที่เรียกว่า Being Human ประกอบด้วยบทที่ 13 – 20 เนื้อหาส่วนนี้มุ่งนำเสนอปัจจัยด้านสรีรวิทยา (physiological factors) ที่ควรจะมีหรือเป็นคุณลักษณะสำคัญของตัวนวัตกรรมหรือผลิตภัณฑ์ที่ต้องการออกแบบ และปัจจัยทางด้านจิตวิทยา (psychological factors) ที่เกี่ยวข้องกับความคิด ความรู้สึกและความต้องการของผู้ใช้ ทั้งสองส่วนถือเป็นจุดเน้นของ UX ในลักษณะการทำความเข้าใจความเป็นมนุษย์ เป็นสิ่งที่ควรรวบรวมมาใช้เป็นแหล่งอ้างอิงในการออกแบบประสบการณ์ผู้ใช้ ผู้ปริทัศน์มองว่าเนื้อหาส่วนนี้เป็นขอบข่ายหรือหลักที่ต้องยึดในการนำมาเก็บรวบรวมข้อมูลและนำมาใช้ในการออกแบบให้เหมาะกับใช้นั้นเอง โดยส่วนนี้ผู้เขียนนำเสนอในเชิงการอธิบายประเด็นที่ครอบคลุมทั้งสองปัจจัยดังกล่าว และมีการยกตัวอย่างประกอบการอธิบายเนื้อหาให้ผู้อ่านเชื่อมโยงกับเนื้อหาที่นำเสนอด้วย โดยปัจจัยด้านจิตวิทยาที่ผู้เขียนนำเสนอคือการทำความเข้าใจเรื่องการรับรู้ (perception) ของผู้คนที่มีความต้องการ ออกแบบ การใช้หลักการสร้างความสนใจ (attention) หรือทำให้ผลิตภัณฑ์หรือนวัตกรรมที่ออกแบบขึ้นสามารถดึงดูดผู้ใช้ได้ ส่วนปัจจัยทางด้านสรีรวิทยาที่สำคัญคือ การควบคุมสิ่งทีออกแบบให้มีลักษณะการสั่นไหว (flow) มีความกระชับ กะทัดรัดและประหยัดเวลาให้มากที่สุด ผลิตภัณฑ์หรือนวัตกรรมที่ออกแบบต้องสามารถเข้าถึงได้ (accessibility) จากผู้ใช้ที่มีหลากหลายกลุ่ม หรือทำให้สามารถสอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้ที่มีอยู่หลากหลายได้นั่นเอง นอกจากนี้บทนี้ยังให้ความสำคัญกับความจำ (memory) ว่าความจำมีส่วนเกี่ยวข้องกับตัวผลิตภัณฑ์หรือนวัตกรรมที่ออกแบบได้อย่างไร มีผลต่อพฤติกรรมของผู้ใช้อย่างไร

ส่วนที่สาม เป็นส่วนที่เรียกว่า Persuasion ประกอบด้วยบทที่ 21 – 29 เนื้อหาในส่วนนี้ผู้เขียนมุ่งนำเสนอเกี่ยวกับการโน้มน้าวหรือการเข้าถึงหัวใจผู้ใช้ (empathy) ที่ถือว่าเป็นเครื่องมือหนึ่งที่สำคัญมากในการทำความเข้าใจลักษณะหรืออัตลักษณ์ของผู้ใช้ และยังคงกล่าวถึงขอบเขตในเรื่องอำนาจหน้าที่ (authority) ด้วย เพราะในบางครั้งการตัดสินใจระหว่างผู้ใช้และนักออกแบบต่างก็มีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกัน หนังสือเล่มนี้จะให้สารสนเทศว่าลักษณะใดควรเปิดโอกาสให้ผู้ใช้ตัดสินใจเอง หรือผู้ออกแบบควรตัดสินใจในสถานการณ์ที่มีลักษณะอย่างไร ทั้งนี้ในเล่มยังมีการนำเสนอหลักการของแรงจูงใจ (motivation) โดยมองว่าแรงจูงใจมีผลต่อ

การโน้มน้าวใจได้อย่างไร ประเด็นของ UX ที่ช่วยทำให้สิ่งที่ออกแบบกับผู้ใช้เกิดสมดุลระหว่างกันและกันเป็นอย่างไร และส่วนท้ายของส่วนนี้เหมาะสำหรับผู้อ่านที่อยู่ในวงการด้านการจัดการหรือธุรกิจ เพราะผู้เขียนนำหลักการตลาด 4Ps ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (product) ราคา (price) การส่งเสริมการขาย (promotion) และสถานที่ (place) มาอธิบายเชื่อมโยงกับแนวคิดของ UX

ส่วนส่งท้าย ของหนังสือเล่มนี้เป็นส่วนที่เรียกว่า Process ประกอบไปด้วยบทที่ 30 – 45 ซึ่งเป็นส่วนที่มีปริมาณเนื้อหาที่สุดในหนังสือเล่มนี้ เนื้อหาในส่วนนี้เป็นส่วนที่อาจเรียกได้ว่าเป็นวิธีการในการลงมือปฏิบัติ (methods or practices) ภายหลังจากที่ผู้อ่านได้แนวคิดเบื้องต้น ตลอดจนขอขยายเนื้อหาและประเด็นที่ควรรู้เกี่ยวกับการศึกษา UX จากส่วนที่ 1 – 3 แล้ว ผู้ปริทัศน์มองว่าส่วนนี้เหมาะสำหรับนักวิจัยและนักปฏิบัติที่ต้องดำเนินการเก็บรวบรวมเพื่อทำความเข้าใจผู้ใช้ ส่วนนี้ยังถือว่าเป็นส่วนหนึ่งของแนวคิดเกี่ยวกับการดำเนินการวิจัยประสบการณ์ผู้ใช้ (UXR) โดยผู้เขียนได้จัดประกายความคิดตั้งแต่การกำหนดปัญหาวิจัย (ในหนังสือเรียกว่า problem statements) ที่มีกลวิธีในการกำหนดประเด็นที่จะช่วยให้เห็นกรอบทำความเข้าใจผู้ใช้ได้อย่างไร การอธิบายในส่วนนี้จะไม่ได้นำเสนอเทคนิควิธีที่ลงรายละเอียดเฉพาะมาก มีจุดมุ่งหมายเพื่อให้ผู้อ่านได้ความคิดในการเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับ UX ทั้งวิธีการเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ มีเทคนิคเฉพาะที่สำคัญของ UXR ที่เข้าใจได้ง่าย อาทิ การวิจัยเอกสาร การทำแบบจำลองผู้ใช้หรือโปรไฟล์ผู้ใช้ (personas) การทำแผนที่เส้นทาง (journey mapping) การทำแผนที่ความรู้ (knowledge mapping) การทำโมเดลคาโน (kano modeling) การทบทวนศึกษาสำนึก (heuristic review) การทดสอบความสามารถในการใช้งาน (user testing) และการประเมินผล (evaluation) ที่ถือเป็นเทคนิคเฉพาะของ UXR พอสังเขปที่ช่วยให้ผู้ที่สนใจลองนำไปใช้ศึกษาเพื่อการปฏิบัติต่อไปได้

จุดเด่นในภาพรวมของการนำเสนอเนื้อหาในหนังสือเล่มนี้ ผู้เขียนไม่ได้นำเสนอเนื้อหาด้วยภาษาเทคนิคเฉพาะมากเกินไป มีการพรรณนาในลักษณะการเล่าเรื่อง (narrative) มีตัวอย่างประกอบให้ผู้อ่านจินตนาการเชื่อมโยงกับตัวอย่างที่ผู้เขียนได้ยกขึ้นมา ทั้งสถานการณ์ในชีวิตประจำวัน และการใช้อุปมาอุปมัยประกอบให้ผู้อ่านเชื่อมโยงของเนื้อหา UX กับตัวอย่างเหล่านั้นให้เห็นภาพได้ชัดขึ้น ซึ่งถือว่าเป็นแนวคิดของการนำเสนอที่ดูแปลกใหม่ อีกทั้งในหนังสือมีภาพประกอบการนำเสนอเนื้อหาเพื่อเสริมความเข้าใจได้อีกหนึ่ง เนื้อหาในแต่ละบทในหนังสือเล่มนี้ไม่ยาวจนเกินไป ทำให้การนำเสนอเนื้อหาแนวคิดและวิธีการปฏิบัติเกี่ยวกับ UX มีความไม่วิชาการมากเกินไป แต่สามารถจุดประกายความคิดเกี่ยวกับ UX จากการอ่านได้อย่างรวดเร็ว ทั้งนี้เนื้อหาในแต่ละบทผู้เขียนยังสรุปประเด็นที่ผู้อ่านควรจะได้จากการอ่านจบในแต่ละบท (key takeaways) สำหรับทิ้งทวนสาระสำคัญของแต่ละบท และมีแนวทางในการตั้งคำถาม (question to ask yourself) สำหรับผู้ที่ให้นำแนวคิดของ UX ไปใช้เพื่อให้สามารถนำหลักการที่ได้จากการอ่านไปช่วยในการตอบคำถามเกี่ยวกับ UX ที่สนใจศึกษาได้มากขึ้น

อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาในขอบเขตเนื้อหาเกี่ยวกับวิธีวิทยาการวิจัย (research methodology) แม้ว่าเนื้อหาเทคนิคเกี่ยวกับการวิจัยของ UXR ในหนังสือเล่มนี้อาจมีไม่หลากหลายเมื่อเทียบกับหนังสือเล่มอื่น ๆ ที่ออกมาก่อนหน้านี้ เช่น หนังสือ The UX Research Methodology Guidebook ของกลุ่ม User Testing ที่เป็นกลุ่มบริษัทที่เชี่ยวชาญทางด้านทดสอบเกี่ยวกับผู้ใช้โดยตรง ที่หนังสือเล่มดังกล่าวมีเทคนิควิธีในการเก็บรวบรวมข้อมูลหรือ UXR ที่หลากหลายกว่า หรืออาจเป็นการศึกษา UX มีเทคนิคที่เป็นลักษณะเฉพาะ เช่น หนังสือ Measuring The User Experience: Collecting, Analyzing, And Presenting Usability Metrics ของ Tullis and Albert (2013) ก็ตาม ผู้ปริทัศน์มองว่าหนังสือเล่มนี้น่าจะมีประโยชน์อย่างมากสำหรับผู้ไม่มีประสบการณ์ด้าน UX มาก่อนหรือเป็นกลุ่มเริ่มต้น (beginners) เพราะหนังสือเล่มนี้จะช่วยเป็นพื้นฐานในการอ่านหนังสือที่มีเนื้อหาการทำวิจัย UXR ขั้นสูงและช่วยทำให้เข้าใจเนื้อหาเกี่ยวกับ UX ใน

เอกสารทางด้านวิชาการอื่น ๆ ได้ต่อไป นอกจากนี้ แม้ว่าตัวอย่างในหนังสืออาจไม่ได้มีตัวอย่างทางด้านการศึกษามากนัก แต่หนังสือเล่มนี้ก็ถือเป็นแหล่งจุดประกายความคิดในการประยุกต์แนวคิดจากศาสตร์อื่นเข้ามาพัฒนาศาสตร์ด้านการศึกษาให้มากขึ้น เพราะการศึกษาประสบการณ์ผู้ใช้ถือเป็นวิธีที่ทรงพลังมากและได้รับความนิยมในกลุ่มนักวิจัยวิทยาการด้านการออกแบบ

รายการอ้างอิง

Albert, W., & Tullis, T. (2013). *Measuring the user experience: Collecting, analyzing, and presenting usability metrics*. Newnes.

Stull, E. (2018). *UX fundamentals for non-UX professionals: User experience principles for managers, writers, designers, and developers*. Apress.

UserTesting (n.d.). The UX research methodology guidebook. Retrieved from <https://info.usertesting.com/UX-Research-Methodology-Guidebook.html>