



ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สถานที่ : พิพิธภัณฑสถานสมเด็จพระพันวัสสาอัยยิกาเจ้า

ผู้ให้ข้อมูล : คุณชวลี อมาตยกุล กรรมการและเลขานุการ มูลนิธิสมเด็จพระพันวัสสาอัยยิกาเจ้า

1. ความเป็นมาของการก่อตั้ง

ที่มาของการจัดตั้งพิพิธภัณฑสถาน มาจากพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวว่า วังสระปทุมเป็นที่ประทับของสมเด็จพระพันวัสสาอัยยิกาเจ้า ตั้งแต่ พ.ศ. 2459 ตราบจนเสด็จสวรรคต และยังได้เป็นที่ประทับสมเด็จพระศรีนครินทราบรมราชชนนีในเวลาต่อมา สมควรที่จะจัดเป็นพิพิธภัณฑสถานเฉลิมพระเกียรติสมเด็จพระพันวัสสาอัยยิกาเจ้า แสดงพระราชกรณียกิจอันเป็นแบบอย่างอันดีงามของการดำรงชีวิตที่อำนวยการประโยชน์สุขแก่ประชาชนหมู่มาก

เมื่อสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี เสด็จมาประทับที่วังสระปทุม ทรงระลึกถึงพระราชปราชญ์แห่งพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว จึงโปรดเกล้าฯ ให้จัดพระตำหนักใหญ่เป็นพิพิธภัณฑสถานของพระราชดำริ และเสด็จพระราชดำเนินไปในการเปิดพิพิธภัณฑสถาน เพื่อน้อมเกล้าฯ น้อมกระหม่อมถวายพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ในโอกาสเฉลิมพระชนมพรรษา 80 พรรษา เมื่อวันพุธที่ 17 ธันวาคม พ.ศ. 2551

2. นิยามความหมายของพิพิธภัณฑสถานแห่งนี้

พิพิธภัณฑสถานสมเด็จพระพันวัสสาอัยยิกาเจ้า เป็นชื่อพระราชทานสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี มาจากสร้อยพระนามของสมเด็จพระศรีสวรินทิรา บรมราชเทวี พระพันวัสสาอัยยิกาเจ้า

3. พันธกิจและวิสัยทัศน์ของพิพิธภัณฑสถานแห่งนี้ ที่ทำให้มีความแตกต่างจากพิพิธภัณฑสถานอื่นๆ

ดังที่ได้กล่าวแล้วว่าวัตถุประสงค์ของการจัดตั้งพิพิธภัณฑสถาน คือ เพื่อให้เป็นแหล่งเรียนรู้ในพระราชประวัติ พระราชกรณียกิจ และเป็นสถานที่รวบรวมสารสนเทศเกี่ยวกับสมเด็จพระพันวัสสาอัยยิกาเจ้าทุกประเภท นอกเหนือจากการจัดแสดงและนิทรรศการแล้ว ทางพิพิธภัณฑสถานจะเน้นการอนุรักษ์วัตถุและเอกสารทุกชิ้นที่เกี่ยวข้องกับสมเด็จพระพันวัสสาอัยยิกาเจ้าเพื่อมิให้เลือนหายไปกับกาลเวลา

4. เอกลักษณะทางกายภาพของพิพิธภัณฑสถาน

พิพิธภัณฑสถานหรือพระตำหนักใหญ่เป็นสถาปัตยกรรมแบบยุโรปที่สร้างขึ้นในสมัยรัชกาลที่ 6 เป็นที่ประทับที่สมเด็จพระพันวัสสาอัยยิกาเจ้าทรงวางแผนผังพระตำหนักด้วยพระองค์เอง และเป็นที่ประทับสุดท้ายตราบนครทั้งสวรรคต

5. เป้าหมายในอนาคตของพิพิธภัณฑ์

พิพิธภัณฑ์สมเด็จพระพันวัสสาอัยยิกาเจ้าได้จัดตั้งขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้เป็นแหล่งเรียนรู้ในพระราชประวัติ พระราชกรณียกิจ รวมทั้งพระแนวพระราชดำริของสมเด็จพระพันวัสสาอัยยิกาเจ้า และเป็นสถานที่รวบรวมสารสนเทศเกี่ยวกับสมเด็จพระพันวัสสาอัยยิกาเจ้าทุกประเภทเพื่อมิให้เลือนหายไปกับกาลเวลา และสะดวกต่อการค้นคว้า

6. วิธีการในการจัดรวบรวมวัตถุจัดแสดง

วัตถุจัดแสดงของพิพิธภัณฑ์จะเป็นสิ่งของส่วนพระองค์ของสมเด็จพระพันวัสสาอัยยิกาเจ้า ซึ่งเป็นสิ่งของที่พบที่พระตำหนักใหญ่ หรือเป็นสิ่งของที่มีผู้ทูลเกล้าทูลกระหม่อมถวายสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารีแต่มีความเกี่ยวข้องกับสมเด็จพระพันวัสสาอัยยิกาเจ้า

7. การคัดเลือกเนื้อหาที่ใช้ในการนำเสนอ

พิพิธภัณฑ์แห่งนี้จัดแสดงในรูปแบบของบ้านประวัติศาสตร์ หรือ Historical House ซึ่งเป็นการจัดแสดงสภาพวิถีชีวิตประจำวันของสมเด็จพระพันวัสสาอัยยิกาเจ้า ดังนั้นสิ่งของจัดแสดงหรือห้องจัดแสดงจะมีสภาพเหมือนเมื่อครั้งสมเด็จพระพันวัสสาอัยยิกาเจ้ายังมีพระชนม์ชีพอยู่ มีการค้นคว้าข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์ผู้ที่เคยอยู่ในวังสระปทุม เอกสารจดหมายเหตุ และภาพถ่ายเก่าของพระตำหนักใหญ่ในสมัยนั้น

8. การจัดการ การสงวนรักษาวัตถุจัดแสดงและตัวอาคาร

วัตถุพิพิธภัณฑ์ทุกชิ้นจะต้องมีการทำทะเบียนวัตถุพิพิธภัณฑ์ เพื่อบันทึกรายละเอียด สภาพบันทึกภาพ และค้นคว้าหาประวัติความเป็นมาของวัตถุนั้น และมีการจัดเก็บรักษาในสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมตามประเภทของวัตถุ และง่ายต่อการค้นหาวัตถุนั้น วัตถุที่มีการเสื่อมสภาพหรือชำรุดเสียหายจะต้องมีการอนุรักษ์ซ่อมแซมให้กลับมามีสภาพเดิมโดยนักอนุรักษ์ อาคารพิพิธภัณฑ์ซึ่งเป็นอาคารเก่าที่มีการก่อสร้างตั้งแต่ พ.ศ. 2457 ก็จะต้องมีการอนุรักษ์เพื่อเสริมความแข็งแรงมั่นคง และการปรับปรุงสภาพให้เหมาะสมกับการเป็นพิพิธภัณฑ์

9. การรักษาความปลอดภัย

การรักษาความปลอดภัยของพิพิธภัณฑ์แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ

- การรักษาความปลอดภัยจากภัยของธรรมชาติ เช่น ความชื้น กรด ด่าง สัตว์ แมลง ซึ่งถือ
การจัดเก็บรักษาให้เหมาะสมกับสภาพและประเภทของวัตถุ

- การรักษาความปลอดภัยจากภัยของมนุษย์ ได้แก่ การติดตั้งสัญญาณกันขโมยและกล้องวงจรปิด
ในห้องคลังเก็บวัตถุ ห้องจัดแสดง และตู้จัดแสดง รวมถึงมีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยตลอดเวรกันเฝ้า

10. รูปแบบและวิธีการจัดแสดง

การจัดแสดงอยู่ในรูปแบบของบ้านประวัติศาสตร์ หรือ Historical House ซึ่งจะเป็นการจัด
แสดงสภาพวิถีชีวิตประจำวันของสมเด็จพระพันวัสสาอัยยิกาเจ้า นำชมด้วยการใช้เทพบรรยายนำชม
ซึ่งเป็นหนึ่งในพิพิธภัณฑ์ไม่กี่แห่งของประเทศที่มีการใช้ เพื่อเป็นการให้ข้อมูลผู้เข้าชมที่ถูกต้อง และ
รักษาบรรยากาศความเงียบสงบภายในของพิพิธภัณฑ์

11. บริการทางการศึกษาและสังคม

การบริการทางการศึกษาที่ทำอยู่เป็นประจำเมื่อมีผู้เข้าชม คือ การบรรยายนำชมการจัดแสดง
ภายในห้องจัดแสดงต่างๆ โดยนำมาเชื่อมโยงกับพระราชประวัติ และพระราชกรณียกิจของสมเด็จพระ
พันวัสสาอัยยิกาเจ้า นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมฝึกอบรมการทำอาหารและงานฝีมือของไทย การทัศน
ศึกษาและการฟังบรรยายอบรมจากวิทยากรในหัวข้อต่างๆ กิจกรรมการอบรมทำอาหารและงานฝีมือ
ได้จัดอย่างต่อเนื่องทุกปี ตั้งแต่ พ.ศ. 2552 จนถึงปัจจุบัน เช่น ขนมจีนน้ำพริก ข้าวแช่ชาววัง แกงจืด
ลูกรอก ข้าวมันส้มตำแกงไก่ แกงเนื้อพริกขี้หนู ทองพลุ ขนมปั้นสิบไส้ปลา ขนมจิบนก ขนมจิบ
ตะแคง ช่อม่วง บุษาลันคั้นเมฆ ร้อยมาลัย กระทงใบตอง เทียนอบ แป้งรำน้าอบไทย ฯลฯ

12. การกำหนดระยะเวลาในการให้บริการ

เนื่องจากพิพิธภัณฑ์ตั้งอยู่ในวังสระปทุมซึ่งเป็นที่ประทับของสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ
สยามบรมราชกุมารี ดังนั้นจึงต้องมีการรักษาความปลอดภัยอย่างเข้มงวด จึงมีช่วงระยะเวลาการเปิด
พิพิธภัณฑ์ให้ประชาชนทั่วไปได้เข้าชมตั้งแต่กลางเดือนธันวาคม – เดือนมีนาคม ของทุกปี เว้นวัน
อาทิตย์ ตั้งแต่เวลา 10.00 – 16.00 น. เนื่องจากพิพิธภัณฑ์มีขนาดเล็ก จึงกำหนดให้ผู้เข้าชมเข้าชม
เป็นรอบ รอบละ 1 ชั่วโมง 30 นาที และให้ผู้สนใจเข้าชมนัดหมายล่วงหน้าก่อน ที่หมายเลขโทรศัพท์
02-252-1965-67 ค่าเข้าชมพิพิธภัณฑ์ ผู้ใหญ่ ท่านละ 150 บาท นักเรียน-นักศึกษา ท่านละ 50 บาท
ค่าเข้าชมจะพิจารณาจากความเหมาะสมระหว่างรายรับและรายจ่ายของพิพิธภัณฑ์

13. รูปแบบของการจัดบริหารองค์กรภายในพิพิธภัณฑ์

พิพิธภัณฑ์มีรูปแบบการบริหารแบบองค์กรที่ไม่แสวงหาผลกำไร ภายใต้การบริหารงานของมูลนิธิสมเด็จพระพันวัสสาอัยยิกาเจ้า ดังนั้นแนวทางการดำเนินงานจะมาจากคณะกรรมการมูลนิธิฯ เจ้าหน้าที่การปฏิบัติงานของพิพิธภัณฑ์จะคัดเลือกจากผู้ที่เรียนจบมาทางเฉพาะด้าน เช่น ภัณฑารักษ์จะรับผู้ที่ศึกษามาทางด้าน โบราณคดี ประวัติศาสตร์ และพิพิธภัณฑ์สถานวิทยา นักอนุรักษ์จะรับผู้ที่มีประสบการณ์ด้านการอนุรักษ์วัตถุมาก่อน นักจดหมายเหตุจะรับผู้ที่ศึกษามาทางด้านประวัติศาสตร์ ส่วนเจ้าหน้าที่อื่นๆ ที่ไม่ต้องใช้ทักษะการทำงานเฉพาะด้าน อาจรับที่จบการศึกษาในด้านอื่นๆ แต่จะต้องเข้ารับการอบรมในหลักสูตรพิพิธภัณฑ์สถานที่เปิดโดยกรมศิลปากร เช่น เจ้าหน้าที่คลังวัตถุ ได้เข้ารับการอบรมเรื่องระบบการจัดเก็บและวัสดุที่ใช้ในการจัดเก็บวัตถุในคลังที่เปิดอบรมโดยกรมศิลปากร เป็นต้น

14. การศึกษาความต้องการของกลุ่มผู้เข้าชม

ทางพิพิธภัณฑ์มีการสอบถามความคิดเห็นของผู้เข้าชมทุกคนต่อการให้บริการของพิพิธภัณฑ์ในหัวข้อ ดังนี้ การจัดแสดงบนพระตำหนักใหญ่ นิทรรศการพิเศษ การนำชม บัตรเข้าชม วิทยุทัศน์ สิ่งอำนวยความสะดวก อาหารที่จำหน่าย ร้านจำหน่ายของที่ระลึก การประชาสัมพันธ์ และข้อเสนอแนะอื่นๆ ที่ผู้เข้าชมต้องการเสนอแก่พิพิธภัณฑ์

15. สภาพที่ตั้งของพิพิธภัณฑ์

เนื่องจากทางเข้าพิพิธภัณฑ์อยู่ไกล และต้องเดินผ่านที่ที่ไม่ใช่ของพิพิธภัณฑ์ จึงทำให้ผู้เข้าชมหาทางเข้าไม่ได้ แต่ภายหลังทางพิพิธภัณฑ์ได้นำป้ายบอกทาง และประสานงานกับเจ้าหน้าที่ของห้างสรรพสินค้าและโรงแรมที่ผู้เข้าชมจะต้องเดินผ่าน ให้ช่วยบอกทางแก่ผู้เข้าชม

16. การจัดกิจกรรมพิเศษเพื่อส่งเสริมการเข้าชม

ทางพิพิธภัณฑ์มีการจัดแสดงนิทรรศการพิเศษซึ่งจะเปลี่ยนหัวข้อทุกปีตามวาระการเฉลิมฉลองในโอกาสพิเศษต่างๆ เช่น ใน ปี 2554 ซึ่งเป็นปีครบรอบ 60 ปี พระราชพิธีราชาภิเษกสมรสพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว และสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ และ 90 ปี พิธีอภิเษกสมรสของสมเด็จพระเจ้าน้องยาเธอ เจ้าฟ้ามหาจักรกฤษณ์ สยามบรมราชกุมารี (ต่อมาคือสมเด็จพระมหิตลาธิเบศร อดุลยเดชวิกรม พระบรมราชชนก กับนางสาวสังวาลย์ ตะละภัฏ (ต่อมาคือสมเด็จพระศรีนคร

รินทราบบรมราชชนนี) ซึ่งทั้ง 2 มงคลการเกิดขึ้นที่วังสระปทุม ทางพิพิธภัณฑ์ได้จัดทำนิทรรศการพิเศษ ในหัวข้อ “ปทุมสรศาสตร์วิวัฒนมงคลสถาน” ให้ผู้ที่เคยเข้าชมพิพิธภัณฑ์แล้ว ได้กลับมาเข้าชมอีก เป็นต้น

17. วิธีการสร้างภาพลักษณ์และเอกลักษณ์ที่โดดเด่นให้แก่ตัวพิพิธภัณฑ์

พิพิธภัณฑ์มีภาพลักษณ์ในด้านการเป็นแหล่งเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับสมเด็จพระพันวัสสาอัยยิกา เจ้าที่มีข้อมูลสมบูรณ์และถูกต้องที่สุด โดยทางพิพิธภัณฑ์จะต้องมีงานทางด้านวิชาการที่ถูกต้อง น่าเชื่อถือ

18. วิธีการประชาสัมพันธ์พิพิธภัณฑ์

พิพิธภัณฑ์ได้ประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการเปิดเข้าชม และกิจกรรมของพิพิธภัณฑ์เป็นประจำ ในหลายสื่อ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร-วารสาร รายการ โทรทัศน์ ข่าวโทรทัศน์ เว็บไซต์ เฟสบุ๊ก เป็นต้น รวมทั้งการจัดงานแถลงข่าวกิจกรรม-นิทรรศการพิเศษ และการนำชมสื่อมวลชนสัญจร



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สถานที่ : พิพิธภัณฑสถานพื้นถิ่นล้านนา

ผู้ให้ข้อมูล : คุณสุวารี วงศ์ทองแก้ว ผู้อำนวยการหอศิลปวัฒนธรรมเมืองเชียงใหม่

1. ที่มาของการก่อตั้ง และนิยามความหมายของพิพิธภัณฑสถาน

พิพิธภัณฑสถาน เริ่มตั้งแต่สมัยผู้ว่าฯ ชัยยา พุนศิริวงศ์ (ผู้ว่าคนนี้เริ่มดำรงตำแหน่ง 1 ต.ค. 2523 – 30 ก.ย. 2530) ท่านรู้สึกที่เมืองนี้โตขึ้นเรื่อยๆ และศาลากลางก็แน่นขึ้นเรื่อยๆ จึงคิดว่าศาลากลางไม่จำเป็นต้องอยู่ในเมืองเก่า จึงเกิดการย้ายศาลากลางไปยังที่แห่งใหม่ พอเริ่มมีการวางแผนการย้าย มีการของบประมาณการย้าย จึงได้มีการประชุมหารือกันกับคนจำนวนมากในเวลานั้น ตั้งแต่รุ่นคุณทิว วิชัย ชัดชา หรือกันว่าเมื่อมีการย้ายแล้ว ศาลากลางเก่าจะเป็นอะไร และได้มีข้อเสนอจากนักคิด ผู้ทรงคุณวุฒิเก่าของเมืองในเวลานั้นว่า น่าจะให้เป็นพิพิธภัณฑสถาน

ในเวลานั้น พิพิธภัณฑสถาน ไม่ใช่ความหมายนี้ เป็นคนละความหมายกัน สมัยก่อนจะคิดถึงการเอา สะล้อซอซึงมาจัดวาง เอาของต่างๆ มาจัดวางกัน แต่อย่างไรก็ตาม ถ้าว่านนี้เป็นจุดเริ่มต้น พอมาถึงปี 2530 กว่าๆ ก็เริ่มเข้ารูปเข้ารอยขึ้น เนื่องจากมีทุนจากประเทศญี่ปุ่น ให้เงินอุดหนุนมาที่กระทรวง ท่องเที่ยว ตอนนั้นก็เป็นที่ ททท. ซึ่ง ททท.มีแผนงานกับเชียงใหม่อยู่ ในฐานะเป็น gateway และเอเชีย เรื่องพิพิธภัณฑสถานก็ถูกนำเสนอขึ้นในเวลานั้น

ประมาณปี 2534-2535 ที่ได้ทำโครงการกัน ก็ได้รับการอนุมัติ แต่การคิดว่าจะออกมาในรูปแบบไหนนั้น ก็ได้ถูกตั้งกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิขึ้นมา 60-70 คน โดยใช้วิธีการนี้เป็นภาระของการเฉลิมฉลองเชียงใหม่ 700 ปี ในปี 2539 ได้มีการหารือกัน จนได้หลักการเรื่องของพิพิธภัณฑสถานขึ้นมา แต่อย่างไรก็ตามเรื่องรายละเอียดมันไม่ได้ เพราะไม่ได้เป็นคณะกรรมการออกแบบ

ในปี 2536-2537 ก็ได้เริ่มออกแบบ ปี 2538 ก็ได้รับการอนุมัติงบประมาณ แต่ยังไม่ประมูลเรื่องที่ดิน และหาผู้รับเหมาไม่ได้ 2-3 ครั้ง จนได้มาเริ่มสร้างในปี 2540 แล้วเสร็จในปี 2542 ได้มีการหาเงินมาทำนิทรรศการต่อในปี 2543 และก็เสร็จในปี 2545

2. นิยามความหมาย

ในความเป็นจริงแล้ว นิยามไม่ได้ถูกกำหนดไว้ แต่หากจะกล่าว ก็จะเป็นวิธีคิดโดยส่วนตัว แต่หลักการออกแบบของพิพิธภัณฑสถานนี้ คือ ต้องการให้คนรู้เรื่องเมือง โดยใช้เวลาน้อยที่สุด เนื่องจากเราเข้าใจหลักการของเมืองเชียงใหม่ดี แหล่งท่องเที่ยวถูกกระจายอยู่ทั้งเมือง หากมีผู้คนมาเที่ยวเชียงใหม่ ก็

จะใช้เวลากับการกับการไปบ้านถวาย ไปคอยสุเทพ ซึ่งจะมีเวลาให้กับสถานที่ใหม่ได้ไม่มากนัก แต่เราต้องการให้คนมาเชียงใหม่ เข้าใจเมืองเราให้มากที่สุด ก่อนที่จะไปที่อื่นๆ หรือหลังจากกลับไปแล้วก็ตาม เราจึง design มันเป็นลักษณะของ interpretive center เนื่องจากหลักการหนึ่ง ที่เราไม่มีของเก่าจริงๆ อยู่ เราไม่ได้เป็นกรมศิลปากร ไม่ได้มีภาระหน้าที่ที่ขอบเขตตามกฎหมายที่จะเก็บของเก่า ฉะนั้นแล้วเราจะใช้วิธีการสร้างสื่อใดๆ ก็ตามให้คนเรียนรู้เรื่องเมืองโดยเร็ว และใช้เวลาอย่างน้อยที่สุดออกไป แล้วเข้าใจเมือง เข้าใจวิถีคิดของเมือง และเคารพเมืองเรา ซึ่งรวมถึงคนในเมืองเองด้วย ที่เป็นเป้าหมายหลัก

3. การกิจของพิพิธภัณฑ์ วิธีรวบรวมของการแสดง การเลือกใช้เนื้อหาที่น่าสนใจออกมา

ทางพิพิธภัณฑ์ไม่มีอำนาจหน้าที่ในการเก็บของการจัดแสดงตามกฎหมายของหน่วยงานรัฐ แต่ทางต่างประเทศจะมีมูลนิธิต่างๆ ที่มีความยืดหยุ่นกว่านี้ แต่จริงๆ แล้วของเราตามกฎหมาย หากมีการขุดเจอสิ่งต่างๆ จะเป็นของกรมศิลปากร ซึ่งเราใช้วิธีการของ interpretive center คล้ายๆ กับ discovery museum คือตัดแปลงสื่อทุกชนิด ให้สื่อสารได้ตามเป้าหมายที่เราต้องการ แต่ในตีพิมพ์นั้น จะมีความแตกต่างออกไป ซึ่งนำเสนอเรื่องของหลักการทางประวัติศาสตร์ ศิลปะภูมิปัญญา ในตีพิมพ์ได้ใช้วิธีการระดมของส่วนบุคคล collection ส่วนบุคคลมาช่วยจัดแสดง ซึ่งเป็น collection ที่สื่อสารถึงภูมิปัญญาที่เรากำหนดประเด็นหลักอยู่แล้ว เทบจะมีสมบัติของเราน้อยมาก ของที่ได้บริจาคมา บางครั้งอาจจะเป็นของปลอมหรือของจริงก็ไม่ทราบได้ แต่ในเวลานี้ เราใช้ของยืมจัดแสดงจาก collection ส่วนบุคคลเป็นหลัก

4. เป้าหมายในอนาคต

ยังคงเป็นเป้าหมายเดิม ที่เราได้ตั้งใจตั้งแต่แรก ตั้งแต่ 2530 ปีที่แล้วจนกว่าจะไปอนาคต คือการสร้างพื้นฐานที่เข้มแข็งให้คนของเราเอง โดยเป้าหมายจะแยกเป็น 2 ส่วน คือ คนของเราเอง, เด็กเยาวชนคนรุ่นใหม่ ได้มีพื้นฐานทางประวัติศาสตร์ ทางภูมิปัญญาของเราเองที่เข้มแข็งขึ้น เหตุผลคือสมัยก่อนถ้าอยากจะรู้เรื่องประวัติศาสตร์ ก็ค้นหา ไม่มี อาจารย์ธเนศ หรือไม่กี่ อาจารย์สมโชค ที่ไปพูดทุกๆ เวที โดยการใส่ความคิดเห็นส่วนตัวลงไปด้วย เนื่องจากเราไม่มีพื้นฐานจริงๆ เราก็รับฟังจากคนไม่กี่คน วิธีคิด และความเห็นของอาจารย์ก็ถูกแพร่ขยาย และกระจายออกไป ซึ่งจะจริงหรือไม่ก็ไม่รู้ หลักฐานทางประวัติศาสตร์ถูกตีความผิดเพี้ยนไป และเด็กของเราเองจริงๆ ก็ไม่รู้ว่าล้านนาจริงๆ เป็นอย่างไร ซึ่งความรู้เหล่านี้ พื้นฐานจริงๆ ไม่ได้ยาก เราไม่ได้ต้องการนักประวัติศาสตร์ ไม่ได้ซับซ้อน ดังนั้น การให้ความรู้เรื่องเหล่านี้ แก่เด็กเยาวชนให้รู้พื้นฐาน มันจะบ่มเพาะให้เด็กรู้สึก ตัวเขาเองไม่ใช่คนที่ไม่รู้ หากมีใครมาพูดในสิ่งที่เขารู้บ้าง เขาจะถามได้ถูกต้อง ไม่ใช่การฟังอย่างเดียวแล้วรับมาทั้งหมด โดยที่ไม่ได้มีพื้นฐานที่จะไปตรวจสอบ หรือคิดกลับ ย้อนกลับ อันนี้เป็นเป้าหมาย

หนึ่ง ที่เราต้องการให้คนของเมืองเราต้องรู้ข้อมูลพื้นฐานของเมือง ทางด้านประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม ซึ่งเป็นรากที่แข็งแรงที่สุดของเรา ส่วนผู้มาเยือน เราต้องการให้เข้าใจตัวตนของเรา เพราะแต่ละเมืองมีความแตกต่างกัน การที่เข้ามาสู่เมืองๆ หนึ่ง ก็ควรมีความเข้าใจความเป็นตัวตนของเมืองนั้นๆ คนภายนอกจะเข้าใจ ถ้าเราพาไปห้องการสร้างบ้านแปลงเมือง แล้วเราบอกว่า นี่เป็นเหตุผลที่ทำให้ใครคนเซียงใหม่ถึงประท้วงตึกสูง ทำไมถึงประท้วงเรื่องการสร้างสะพานลอย ซึ่งมันไม่ปรากฏในเมืองอื่นๆ แต่เพราะเรามีความเชื่อแบบนี้ อันนี้คือสิ่งที่เราสื่อสารกับคนที่มาเยือน

5. รูปแบบในการนำเสนอ

รูปแบบในการนำเสนอ สำหรับสองตึกหลัง คือ เรื่องของประวัติศาสตร์ เรามักจะเลือกวิธีการสื่อ โดยใช้สื่อจัดแสดง ใช้ทุกรูปแบบ เป็น interactive ในทุกรูปแบบ แล้วแต่ว่าจะเหมาะสมกับห้องไหน แต่พยายามจะไม่ใช้เทคโนโลยีที่ซับซ้อน ซึ่งเป็นงานที่แพง และลดคุณค่าของเนื้อหาไปเสียเปล่า หลายประการ ในบางประเด็น สื่อที่ซับซ้อนน่าตื่นเต้นมาก คนจะสนุกกับสื่อ ทำให้ลืมเนื้อหาไป ฉะนั้น จึงจะเลือกสื่อที่ไม่ซับซ้อน ดูแลบำรุงรักษาได้ สามารถสื่อสารเป้าหมายของเราได้จริงๆ

ส่วนอีกตึกหนึ่ง เรายังใช้วัตถุจัดแสดงผสมกับสื่อ และห้องไหนที่ไม่มีวัตถุจัดแสดง ก็จะใช้สื่อต่างๆ แทน เช่นกันที่จะไม่ใช้เทคโนโลยีซับซ้อน ซึ่งเป็นหลักการของเราเลย ที่ทำมา 10 ปีแล้ว และตระหนักดีแล้วว่า จะรู้ประโยชน์ที่จะทำสื่อซับซ้อนไปเสียเปล่าๆ และมีราคาแพงมาก สื่อซับซ้อนตอนนี้ก็ยังมีคนเสนอมาอยู่ เช่น ระบบควบคุมเวลา การสลับไฟต่างๆ พอมีการใช้งานไปปีหนึ่ง เกิดสายพานหย่อนยาน การควบคุมเวลาเหลื่อมไป ก็ต้องมีการจ้างผู้ที่เกี่ยวข้องเข้ามาแก้ไข ซึ่งอาจจะไม่คุ้มกับเนื้อหา หรืออาจจะทำให้ยุ่งกว่าวิธีนี้ได้ ซึ่งเราพยายามลดในส่วนนั้นอยู่ หรือระบบอื่นๆ ที่มีความมหัศจรรย์มากขึ้น ที่จะมีแสง มีกลิ่น ที่เพิ่มเข้ามาพร้อมกัน เพื่อสร้าง feeling แต่ feeling คนเราอาจจะไม่ได้ซับซ้อนขนาดนั้น แต่มันอยู่ที่การคิดให้มากก่อนที่จะทำ ไม่ใช่การไปหาเทคโนโลยีใหม่ๆ มาให้มาก เพราะมันต่างกัน และเรารู้สึกว่า ตึกนี้ถึงแม้จะผ่านมาเป็น 10 ปี ผู้คนยังเข้าตึกนี้เป็นหลัก ยังชื่นชอบตึกนี้อยู่ ถึงแม้ว่าเราจะตัดสินใจว่าจะปรับแล้วก็ตาม แต่ว่าคนที่เข้ามาชมไม่ได้รู้สึก ตอนนี้ถึงเวลาที่ปรับแล้ว เพราะว่ามันเก่า ส่วนเนื้อหายังเป็น โครงเดิม เพราะเนื้อหานั้นทำหน้าที่ได้ดีแล้ว ไม่จำเป็นต้องแก้ สำหรับสิ่งที่ปรับ เช่น อัจฉริยะที่มันหมดสภาพ สื่อที่เราวิเคราะห์แล้วว่า ทำหน้าที่ได้ไม่ค่อยดีนัก จะเป็นพวกป้ายข้อมูลที่คนไม่ค่อยอ่าน ตู้ที่เบียดบังพื้นที่ แต่ไม่ได้เป็นการเอางานออกทั้งหมด จะไม่ปรับเหมือนที่ที่อื่นทำกันคือรีอของเก่าแล้วสร้างใหม่ เราจะไม่ทำ เช่น ศิลปินก็ยังทำหน้าที่ได้อยู่ ก็จะยังใช้ศิลปินอยู่ ผนังวิหารวัดพระสิงห์ ยังทำหน้าที่บอกเล่าสิ่งที่เรารู้สึก ก็ยังเอาไว้อยู่ ไม่ได้รีออกทั้งหมด ก็เป็นการวิเคราะห์กันกลับ โดยที่มองเรื่องการทำหน้าที่ได้ไม่เต็มร้อยเปอร์เซ็นต์

6. เนื้อหาที่เลือกมานำเสนอ

ดึกหอศิลป์ จะเน้นไปทางเอกลักษณ์ การแสดงถึงตัวตน สิ่งดูงามกึ่งๆ ประวัติศาสตร์ โดยไม่มีรายละเอียดมากนัก ให้เห็นถึงความเป็นตัวตนของเชียงใหม่โดยภาพรวม การที่ดึกนี้ได้ทำรวมๆ แบบนี้ เพราะขณะที่เราทำ เราไม่ได้คาดฝันว่าจะได้อาคารอื่นๆ ตามมา เราจึงยึดทั้ง 700 ปีลงไปในตัวเดียว แล้วเป็น 700 ปีที่มีรายละเอียดประวัติศาสตร์สูงมาก เนื่องจากเรามีนักวิชาการ มีสถาบันการศึกษาในพื้นที่ ดังนั้น เราไม่ได้อัปเดตข้อมูล มันจึงเยอะมากจึงถูกลดทอนลงเป็นเรื่องของธีม ประเด็นไอเดียลไปที่ดึกนี้

ส่วนดึกหลัง เราจะเติมเรื่องของรายละเอียดทางประวัติศาสตร์ในบางเรื่อง ซึ่งพยายามสะท้อนให้เห็นถึงปัจจัยที่ทำให้เมืองเปลี่ยนแปลง เช่น การมาสร้างเมือง แล้วทำไมเมืองถึงมีความรุ่งเรือง เพราะมีความมั่นคงทางกฎหมาย ที่ทำให้คนที่อยู่มีความเชื่อว่าจะได้รับความยุติธรรม มีมั่งรยศาสตร์ มีกำลังทางทหารที่เข้มแข็ง มีการค้าขายที่รุ่งเรือง ทำให้ศาสนาพัฒนา หลังจากรุ่งเรืองเสร็จ มัวแต่ทำศึกสงคราม ก็อ่อนแอลง พม่าก็เข้ามา สิ่งเหล่านี้ ก็จะเป็นปัจจัยที่ทำให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลง ไปจนถึงว่า ทำไมถึงเข้ามาเป็นสยาม ซึ่งพยายามบอกโครงหลักของการเปลี่ยนแปลงนี้ อย่างไรก็ตาม ดึกนี้เรายังกล่าวถึงระบบของเจ้าหลวง กล่าวถึงหนึ่งร้อยปีที่แล้ว เราใช้การพูดของผู้นำชมเติมประเด็นให้เห็นเนื้อหามากขึ้น

ส่วนดึกหน้า เราอ้างอิงเรื่องภูมิปัญญาทางศิลป์มาตั้งแต่แรก เนื้อหาจะมากกว่าประวัติศาสตร์ศิลป์ หากถามถึงเรื่องประวัติศาสตร์ทางศิลปะของล้านนา ถ้าย้อนกลับ เราไม่ค่อยมีข้อมูลเยอะที่สะท้อนว่าลึกมากนัก เราไม่มีงานที่จะส่งเสริมด้านนี้ เรื่องฟ้อนเราก็ไม่มีรากที่จะยืนยันให้เห็นว่าเป็นแบบนี้ร้อยเปอร์เซ็นต์ เป็นการสันนิษฐาน ซึ่งงานวิจัยศิลปะออกมาเยอะ แต่งานวิจัยเชิงประวัติศาสตร์ศิลป์ออกมาน้อย มีแค่การอ้างอิงและการกล่าวถึง ถ้าเป็นภูมิปัญญาทางศิลป์เราเสนอได้ แต่พอพูดถึงประวัติศาสตร์ศิลป์ ที่เป็นเจตจำนงค์แรกของเรา เราเสนอได้ไม่มากนัก แต่ก็พอมีอยู่บ้าง เช่น งานปูนปั้นมีงานศึกษาอยู่ งานจิตรกรรมมีอยู่บ้าง งานผ้าก็มีไม่เยอะ งานเครื่องเงินก็ย้อนไปได้ไม่ไกล ยังคงเป็นการสันนิษฐานกันอยู่ในแง่ของการนำเสนอ จึงต้องนำเสนอในลักษณะภูมิปัญญาศิลป์มากกว่าประวัติศาสตร์ศิลป์ เดิมถูกออกแบบไว้เป็นห้องสารสนเทศ แต่เนื่องจากปัญหาของเรากับผู้รับจ้าง ทำให้งานศึกษาชิ้นนั้น ไม่ออก เขาไม่มีความสามารถในการเอางานศึกษาชิ้นนั้นออกมา รายละเอียดของประวัติศาสตร์กับภูมิปัญญาศิลป์นั้น สมัยนี้ไม่ใช่เรื่องที่หายาก สามารถหาได้จาก Google ได้ แต่สิ่งที่เราจะทำหน้าที่ คือ การสร้างพื้นฐานบางอย่าง และสร้างแรงบันดาลใจให้อายุรู้เพิ่มขึ้น หลังจากถ้าเขาอายุรู้แล้ว ก็ไม่ต้องมาดูจากเราก็ได้ เพราะเราไม่สามารถบอกเล่าทุกอย่างภายในห้องๆ เดียว หรือในตึกๆ เดียว ไม่สามารถถ่ายทอดได้เป็นสื่อที่ใช้พื้นที่ในการจัดได้จริงๆ หากมีคนคิดจะทำแบบนี้จริงๆ ก็ถือว่าผิดเพราะเป็นการเอาข้อมูลอัดเข้าไปในบอร์ดเยอะ แต่สิ่งที่พิพริทัศน์ทุกที่ๆ ทำ คือ แรงบันดาลใจ ให้อายุรู้ สนใจ ให้คิดว่ามีความสำคัญ

7. ความแตกต่างจากพิพิธภัณฑ์อื่นๆ ในเชียงใหม่

ความต่างคือ เรามีความชัดเจนในเรื่องที่เราต้องการจะสื่อสาร ก่อนที่เราจะมีของ คือหลายๆ ที่จะมียังคงอยู่ แล้วเอาของนั้นมา คือมีความสนใจเรื่องไหนก็เรื่องนั้น แล้วหาวิธีการจะบอก เราค่อนข้างมุ่งมั่นมากกว่าเราต้องการให้คนเป็นอะไร แล้วเราก็อำพินิจภัณฑมาเพื่อเป็นแบบนั้น เราสนใจว่าอยากให้คนรักเมือง อยากให้คนเข้าใจเมือง อยากให้นักท่องเที่ยวมาแล้วเคารพเมือง เราจึงสร้างพิพิธภัณฑ์ที่ทำหน้าที่นี้

8. วิธีการสร้างแรงจูงใจให้คนเข้ามาชมพิพิธภัณฑ์

เรื่องหลักการตลาดเราไม่ค่อยมี ส่วนเรื่องประชาสัมพันธ์ก็ยังไม่ค่อยดี เนื่องจากเป็นส่วนราชการก็จะทำได้ตามงบประมาณแบบราชการ แต่การประสบความสำเร็จของพิพิธภัณฑ์แห่งนี้ คือ การบอกต่อคือตัวของมันเองทำหน้าที่ของมันเอง เราใช้เทคนิคในการสร้างข่าวน้อยมาก ไม่ค่อยชำนาญ ไม่มีบุคลากรที่ชำนาญ และการจ้างสื่อสำหรับงานแบบนี้ เป็นงานที่แพง ซึ่งทางรัฐบาลไม่ค่อยเข้าใจในการใช้งานแบบนี้ ฉะนั้น เราก็ใช้ตามสภาพ แต่เรามีการออกแบบสอบถาม เพื่อทดสอบอยู่เสมอ มาตลอด 10 ปี ว่าคนที่เข้ามาชมนั้น ทราบข่าวจากทางไหน เป็นแบบสอบถามมาตรฐานของเรา แต่ทางเราไม่ได้บังคับให้ตอบแบบสอบถาม มีอิสระในการตอบแบบสอบถาม เราจะได้เดือนละร้อยกว่าแผ่น ถ้าเป็นชาวต่างชาติก็จะอ่านจากสื่อ เป็นสื่อที่สื่อสารต่อกัน หรือเรียกว่า แพลนเน็ต ซึ่งเป็นสื่อที่ทำให้ฟรีๆ ถ้าเป็นคนไทยจะเป็นการบอกต่อจากผู้ที่มาท่องเที่ยวแล้วกลับไปบอกต่อกัน เป็นพื้นฐานที่สุดของการประชาสัมพันธ์ ไม่ได้ใช้ขีดความสามารถในการทำงานด้านการประชาสัมพันธ์ตามศาสตร์สมัยใหม่

9. ยอดของผู้เข้าชม

เฉลี่ยต่อปี ในปีที่ผ่านมา มาอยู่ที่ประมาณ 60,000 คน แต่ในปีนี้จะแตกต่างออกไป น่าจะถึง 100,000 เพราะเราเปิดอีกสองตึกด้วย แต่การเปิดสองตึกเพิ่มขึ้นมา เราก็ไม่ได้มีการประชาสัมพันธ์เพิ่มมากขึ้นแต่อย่างใด น่าจะเป็นตัวเลขที่เพิ่มขึ้น โดยธรรมชาติของมัน แต่ปีนี้ก็เป็นปีที่ก้าวกระโดด มีนักท่องเที่ยวเงินเข้ามาเยอะด้วย มีการเริ่มเตรียมเนื้อหาสำหรับชาวต่างชาติแล้ว จะเข้าสู่กระบวนการเปลี่ยนเนื้อหา เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวเงิน ซึ่งเป็นตลาดใหญ่ที่จะเลี้ยงเราให้อยู่รอดบ้าง ที่ผ่านมานี้เนื้อหาการจัดแสดงจะมีภาษาไทยและภาษาอังกฤษเป็นพื้นฐาน ตึกเดิมได้ถูกเตรียมพร้อมด้วยสื่อที่เป็นคู่มือนำชม สามารถนำพาสปอร์ตมาขึ้น แล้วนำไปอ่านได้ และก็นำมาคืนแลกกับพาสปอร์ตรวมถึงระบบหูฟังภาษาที่มีความเก่าแก่มาแล้ว ก็จะถูกเปลี่ยน แต่ตอนนี้ยังใช้งานอยู่ ระบบหูฟังภาษาจะช่วยได้ไม่เยอะ เนื่องจากบทจัดแสดงในหูฟังมีความยาวมาก คนไม่สามารถฟังได้จนหมด การขึ้น

อยู่กับที่เพื่อฟังอย่างเดียวสำหรับเนื้อหาของทั้งห้อง ถือว่าไม่เป็นผลดี แต่ในเวลานี้ เรายังไม่ได้ทำอย่างอื่นขึ้นมาแทน ยังไม่ได้ถอดหูฟังออก ซึ่งหลายๆ ที่ก็ยังคงใช้หูฟังอยู่ หลายที่ก็จะให้เดินดู แต่การเดินดูคิดว่าระบบการดูแลของของเรายังไม่ดีพอ ที่ผ่านมาก็มีของหาย มีการนำบัตรประชาชนปลอมมาก็มี บัตรนักศึกษาที่พบเป็นส่วนใหญ่ ถือว่าระบบการดูแลบัตรสำหรับคนไทยแล้วไม่ค่อยคุ้ม รวมถึงการสร้างระบบเช่าหูฟัง ถือเป็นการสร้างผลประโยชน์

ดังนั้น ทรายโคที่เราสร้างพิพิธภัณฑ์ที่สามารถถ่ายทอดด้วยภาพ ที่ไม่ใช่ภาษาพูด การถ่ายทอดด้วยไอเดีย ที่สามารถรับอารมณ์กันได้ ก็ยังคิดว่ายังเพียงพออยู่ ซึ่งในสองพิพิธภัณฑ์นี้ เราพยายามลดข้อมูลที่ใช้ การเขียนลง จะช่วยได้มากเรื่องภาษาไม่จำเป็นต้องเยอะเท่าเดิมแล้ว ลดเรื่องการเขียนลงเยอะมาก ใช้แค่ไอเดียหลักๆ เป็นโครงของเนื้อหา ทำให้ลดภาระเรื่องตัวหนังสือ เรื่องการสื่อสารด้วยภาษาพูดลงไปเยอะ

10. วิธีการคัดเลือกบุคลากร

บุคลากรที่นี้มาตามระบบราชการ ถ้าเป็นลูกจ้าง เราก็เป็นแค่ส่วนหนึ่งในการสัมภาษณ์ สิ่งที่เราอยากได้ก็ทำได้แค่ตอนเป็นข้าราชการ แล้วสร้างตำแหน่ง แต่จะมีความรู้ในด้านนี้มากน้อยแค่ไหนเราไม่รู้ได้ เพราะเราไม่มีตำแหน่ง ทางราชการจะเข้มงวดเรื่องการเพิ่มจำนวนคนอยู่แล้ว เราไม่ได้คนมาทำงานง่ายๆ เราไม่มีตำแหน่งที่จะส่งเสริมพร้อม เหมือนพิพิธภัณฑ์อื่นๆ ที่ต้องการ Art Director หรือนักพิพิธภัณฑ์ คนที่รับผิดชอบเรื่องการจัดนิทรรศการ แต่เราก็ใช้การสร้างคนของเรา การฝึกคนของเราให้มีขีดความสามารถบางอย่างที่ส่งเสริมให้เกิดขึ้นได้ เพราะคนที่นี่ก็จะถูกฝึกให้ทำนิทรรศการ ถูกฝึกให้รู้จักการจัดแสดง อาจจะไม่ลึกซึ้งมากนัก แต่ก็สามารถทำได้ ในเชียงใหม่ก็ไม่มีใครสู้ได้ นอกจากวิจิตรศิลป์ ซึ่งพิพิธภัณฑ์อื่นๆ ก็ตัดสินใจในการจ้าง มันไม่ได้เป็นแบบการฝึกคนของตนเองขึ้นมา ข้อจำกัดของเราคือ ทำให้เราฝึกคนของตนเองขึ้นมา

11. การจัดพัฒนาบุคลากร การอบรมต่างๆ

มีการอบรมในระดับหนึ่ง ส่งไปอบรมที่อื่นๆ จัดขึ้นระดับหนึ่ง เท่าที่ผู้บังคับบัญชาจะอนุญาตให้ไปได้ การให้ไปร่วมอบรม ถือเป็นวิธีที่ง่ายที่สุด เพราะหากจะจัดการอบรมของเราขึ้นมา เฉพาะคนของเรา เช่น ถ้าจะจัดอบรมเรื่อง art ขึ้นมา คนอบรมของเราที่ทำหน้าที่นี้มีแค่ 2 คน หากจะจัดการอบรมขึ้นมาคงจะไม่คุ้ม อาศัยการอบรมกับคนอื่นจะง่ายกว่า

12. การสำรวจความต้องการของผู้เข้าชมก่อนการจัดทำพิพิธภัณฑ์

ทางเราไม่ได้มีการสำรวจ เมื่อ 10 กว่าปีที่แล้ว ประมาณปี 20-30 กว่าๆ แต่คนจำนวน 60-70 คน ที่เป็นกรรมการ น่าจะเป็นตัวแทนของความคิดได้ เพราะว่าได้มาจากหลายๆ กลุ่มด้วยกัน ส่วนพิพิธภัณฑ์ที่ 2 ที่เป็นหอประวัติศาสตร์นั้น ก็จะมีการเปิดรับฟังความคิดเห็น ซึ่งคนส่วนใหญ่ก็จะไม่ได้เข้ามาให้ความคิดเห็น จะมีแต่กลุ่มเดิมๆ ที่เข้ามา กลุ่มอาจารย์สม โชติ อาจารย์ธเนศ เข้ามาแสดงความคิดเห็น ส่วนการรับฟังความคิดเห็นเพื่อการปรับปรุงนั้น ถูกทำโดยสมมาเสมอ

เมื่อมีการเปิดตึกสองตึกเพิ่มขึ้นมา มีเสียงตอบรับจากภายนอกค่อนข้างดี โดยเฉพาะตึกหน้าค่อนข้างดีมาก แต่จำนวนคนที่เข้าชมยังไม่สูงมากนัก โดยเฉพาะทัวร์จะน้อยมาก หากเป็น walk in จะเข้าชมอยู่ ถ้าทัวร์เป็นเรื่องของการขายนั้น ยังขายดีก็อยู่ โดยทางทัวร์จะเป็น contact อยู่แล้ว ก็เข้ามาติดต่อเองและจะได้ราคาของตัวทัวร์ ซึ่งบริษัททัวร์หลักๆ จะรู้จักกันอยู่แล้วก็จะอยู่กับเราหมดเลย เช่น สแตนดาร์ดทัวร์ ทัวร์จีน เนื่องจากเราไม่มีคู่แข่ง แต่จะจ้องทางทัวร์มากไม่ได้ เพราะจะต่อราคา

13. เกณฑ์ที่ใช้ในการกำหนดราคาตั๋ว

ราคาตั๋ว walk in คือ 90 บาท ซึ่ง 2 เหรียญดอลลาร์สมัยก่อนเท่ากับ 45 แต่ตอนนี้คือ 3 เหรียญ หากเทียบกับพิพิธภัณฑ์ของต่างประเทศ ถือว่าเราค่อนข้างแพง การตีราคาจะคิดเทียบกับต่างประเทศเลย นำอัตราของต่างประเทศมาพิจารณา และมากจะเป็นเงินบาทของไทย ไม่ซับซ้อนอะไร โดยต้องทำสำรวจหรือทำแบบสอบถามใดๆ

รายได้จากการขายตั๋ว ไม่คุ้มกับค่าใช้จ่ายของเราแน่นอน ไม่เพียงพอ เพราะค่าไฟค่อนข้างสูง รวมถึงค่าบุคลากรของเราก็เช่นกัน น่าจะได้ประมาณครึ่งหนึ่งของค่าใช้จ่ายอื่นๆ ที่ไม่นับค่าบุคลากร ถ้าเป็นของเอกชนจะอยู่ไม่ได้ ต้องเก็บค่าเข้าชมแพงกว่านี้ ซึ่งจะทำให้จำนวนคนที่เข้าชมลดลงกว่านี้

การที่บริษัททัวร์เลือกมาใช้บริการ อาจจะเป็นเพราะ ยังเป็นที่เดียว เป็นพิพิธภัณฑ์หลัก ยังไม่มีคู่แข่ง หากมีที่อื่นๆ ทำหัวข้อแบบนี้ขึ้นมา ก็ไม่ได้กังวลใจอะไร เพราะยังทำขึ้นมาได้ ก็ยังดี ทำให้คนมาเยี่ยมชมอยากจะไปเข้าที่ไหนก็ได้ที่ให้อะไรเกี่ยวกับเรื่องนี้ก็พอ เพราะเราไม่ได้มุ่งกำไรเป็นหลัก ฉะนั้นถ้ายังมีที่อื่นทำให้ดี ก็แสดงว่าระบบพิพิธภัณฑ์ของเรามีการพัฒนา เราก็จะพัฒนาตัวเองขึ้น แต่ไม่ได้มองว่าที่อื่นเป็นคู่แข่ง ซึ่งทางเราดีระบบกำไร – ขาดทุนออกจากวงจรคิดของเราไปพอสมควร แม้ว่าก็ยังอยากได้รายได้อยู่ แต่ไม่ได้คิดไปถึงว่ามันจะทำลายตัวเรา ทำลายจิตวิญญาณของเรา จิตวิญญาณนี้สำคัญ เพราะเจตจำนงแรกของเราอาจจะถูกทำลายหายไปโดยระบบเงิน

14. วิธีการส่งเสริมกิจกรรมในพิพิธภัณฑ์

กิจกรรมมีทั้งสองแบบ คือ การจัดนิทรรศการที่เราทำเอง และที่คนอื่นๆมาขอทำ กิจกรรมจะประกอบด้วย

นิทรรศการหมุนเวียน แต่เดิมเรามักจะเปิดให้คนอื่นๆ มาขอใช้แบบเต็มปี ยกเว้นเดือนที่ว่าง แต่ตอนนี้เรากลับคิดว่า เราจะจัดกิจกรรม ทำนิทรรศการขึ้นมาเอง เพราะโดยข้อสรุปแล้ว เราทำได้ดีกว่า คนอื่นมาขอจัดซึ่งมันต้องลงไปเรื่อยๆ การแสดงภาพถ่ายก็มีการอัดสมาชิกเข้ามา จนดูไม่สวยงาม หากเป็นโรงเรียนหรือสถาบันการศึกษา บางครั้งก็ได้ดูคุณภาพมาก ซึ่งเป็นนิทรรศการนักเรียน ถ้าไม่ไหวจริงๆ ปีต่อไปก็จะไม่ให้จัด เราจะใช้วิธีนี้

ส่วนกิจกรรมอื่นๆ ก็จะมีทีมงานของสาธารณะ เช่น พวกพื้นบ้านย่านเวียง ซึ่งเราทำกับชาวบ้าน เอื้อในเรื่องพื้นที่การจัดประชุม เอื้อเรื่องวงเสวนาของเมืองเก่า กิจกรรมประเภทงานอบรม งานฝีมือ กิจกรรมประเภทเสวนาในหัวข้อต่างๆ ซึ่งเป็นกรขยายความเข้มข้นของกลุ่มคนที่สนใจในประเด็นต่างๆ เราพยายามเปิดพื้นที่และเกี่ยวผู้คนที่มีความสนใจเรื่องเหล่านี้ ให้เข้ามาเรียนรู้มากขึ้นเรื่อยๆ โดยมุ่งหวังกลุ่มใหม่ๆ ด้วย ไม่เฉพาะแค่กลุ่มเดิมๆ พยายามสร้างกลุ่มใหม่ขึ้นมา จาก 10 ปีที่ผ่านมา พอปีนี้มีมีการเปลี่ยนลักษณะกิจกรรม เราก็เปลี่ยนลักษณะการประชาสัมพันธ์กิจกรรม เป็น facebook หรือสื่อต่างๆ ทำให้ดึงคนเข้ามาได้มากขึ้น และเป็นคนกลุ่มใหม่ที่เรากำลังต้องการมาก เราไม่อยากได้กลุ่มเดิมๆ ที่ทำอาชีพและแสดงตนว่าเป็นนักพูดเรื่องประวัติศาสตร์ นักฟัง เราไม่ค่อยอยากได้ เพราะเราอยากขยายออกไปให้กว้างขึ้นเรื่อยๆ ด้วย

กิจกรรมจะทำทั้งปี เฉลี่ยให้ได้ทุกเดือน จะเป็นเดือนละ 2-3 ครั้ง แต่ก็ทำให้ได้ทุกเดือน และจะกระจายให้ได้ทั้งสองฝ่าย ทั้งฝ่ายพื้นบ้านย่านเวียง ฝ่ายที่คนอื่นเข้ามาจัด เป็นฝ่ายที่เราจัดเอง หรือที่เราจัดร่วมกับคนอื่นๆ ที่นี้ไม่มีฝ่ายเฉพาะที่เป็นฝ่ายอาร์ต ฝ่ายกราฟฟิก แต่เจ้าหน้าที่จะทำเองทั้งหมด อาจจะให้คนที่มีความรู้ในเรื่องต่างๆ มาช่วยในเรื่องนั้นๆ ตอนนี้ทั้งหมด มีเจ้าหน้าที่รวมผู้นำชมด้วย ประมาณ 50 กว่าคน ดูแลทั้งสามตึก นำชมตึกละ 10 กว่าคน นอกนั้นจะเป็นช่าง ประมาณ 8-9 คนดูแลทั้งสามตึก

รายได้ที่เข้ามาสนับสนุนจากภาครัฐ จะเป็นเทศบัญญัติงบประมาณ ก็จะขึ้นอยู่กับที่เราตั้งขอไปแต่ละครั้ง ของปีนี้ประมาณ 7-8 ล้านบาท ที่รวมค่าไฟฟ้าแล้ว ซึ่งค่าไฟฟ้า จำนวน 2 ล้าน ที่เหลือก็จะไปจ่ายอื่นๆ ทั้งหมด ยกเว้นเงินเดือน ความจริงแล้วถือเป็นการใช้เงินที่น้อยต่อปี ถ้าเทียบกับมิวเซียมสยาม หรือมิวเซียมนิทรรศน์รัตนโกสินทร์ เพราะเราทำเอง

15. การบำรุงดูแลรักษา

มีฝ่ายช่าง ที่รวมคนดูแลเรื่องงานนิทรรศการ 1 คน นอกนั้นก็ดูแลเรื่องโครงสร้าง งานอาคาร งานซ่อมบำรุง และงานไฟ ที่เป็นงานหนัก เพราะรวมไฟ แอร์ เทคโนโลยี วิดีทัศน์ โปรเจคเตอร์ จำนวน 2-3 คน ส่วนงานแม่บ้านจะมีประมาณ 3 คน / ตึก

16. ทิศทางในการสร้างภาพลักษณ์ขององค์กร

การสร้างภาพลักษณ์ให้กับองค์กร จะมากับกิจกรรมที่เราทำ มากับการสร้างตัวเองของเรา ไม่ได้ตั้งใจสื่อสารว่าเราจะเป็นแบบนี้ ทำให้ออกมาเป็นวิธีการของเราเอง ไม่ได้สร้างประเด็นขายเหมือนนักโฆษณา วิธีการที่ทำ เราจะบอกข่าวไปตามกิจกรรมที่จะทำ

17. การบริหารพิพิธภัณฑสถานให้ประสบความสำเร็จ

จากการที่ไปดูงานพิพิธภัณฑสถานของอเมริกา มา กว่า 40 พิพิธภัณฑสถาน มีน้อยมากที่จะได้กำไร ยกเว้นที่เขามีระบบระดมทุน ซึ่งจะช่วยให้เขาอยู่ได้ ในเมืองนอกนั้น ระบบระดมทุนจะช่วยให้อยู่ได้

กรณีที่เป็นของเอกชน ในส่วนของโครงเนื้อหา รู้สึกว่ามันอยู่ที่ความเป็นตระกูล ถ้าเป็นเรื่องของสังคมเชิงตระกูล ขึ้นอยู่กับว่าตระกูลนั้นมีบทบาทกับสังคมในรูปแบบไหน มันถึงจะสร้าง point ขึ้นมาได้ ถ้า point นั้นสำคัญต่อการเปลี่ยนแปลงของเมือง ก็สร้างประเด็นใหญ่ขึ้นมาได้อีก ประเด็นความสำคัญของระบบย่าน การสร้างย่านขึ้นมา และย่านนั้นๆ มีผลต่อเมืองอย่างไร มีการเปลี่ยนแปลงมาอย่างไร ซึ่งแบบนี้ น่าจะมีน้ำหนักในการจูงใจทำให้คนเข้าไปเดินมากกว่าการนำเสนอว่า ลูกหลานเป็นใคร เป็นมาอย่างไร มาอยู่ในเชียงใหม่ได้อย่างไร แต่ไม่ได้เสนอในมิติที่เชื่อมโยงกับเรื่องของเมือง ซึ่งถ้าเป็นต่างประเทศนั้น ส่วนที่เป็นส่วนบุคคล ก็จะรู้ว่าเขามีความสำคัญกับเมืองอย่างไร เป็นนักท่องเที่ยวคนแรก มีบทบาทต่อหนังสือพิมพ์ของเมืองอย่างไร มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงของเมืองในช่วงไหน หากมีความสำคัญในเรื่องไหน ก็สามารถดึงออกมาเรื่องหนึ่งได้เลย เช่น เป็นผู้สร้างตลาดวโรรส เป็นผู้ริเริ่มสร้างมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ซึ่งจะมี point ที่ต้องดึงออกมาเป็นจุดเด่น การชูเรื่องบุคคลขึ้นมาเป็นประเด็นสำคัญนั้น มันไม่สื่อสารถึงเรื่องที่ทำ แต่ถ้าหากชูเรื่องที่ทำขึ้นมา มันจะสื่อสารถึงบุคคลที่ทำขึ้นมาเอง เพราะคนจะสนใจว่าบุคคลนั้นคือใคร ฉะนั้น ห้องที่จะแสดงควรจะเน้นผลงานที่ทำออกมา

นอกจากการระดมทุนแล้ว การแบ่งรายได้ส่วนอื่นๆ ก็จะเป็นพื้นที่การค้า พื้นที่ของที่ระลึก จะใช้ได้กับเอกชน แต่ถ้าเป็นของรัฐบาลจะไม่ประสบความสำเร็จ เพราะของรัฐบาลที่เป็นระบบการทำ

จะเป็นการให้เข้าพื้นที่ ซึ่งไม่ได้เยอะมากมาย รวมถึงระบบมูลนิธิ หรือระบบที่ไม่ใช่ส่วนราชการ สามารถทำได้ เรื่องของพื้นที่การค้า พื้นที่จัดประโยชน์นั้น จะเป็นหลักของพิพิธภัณฑ์ต่างประเทศที่ให้ความสำคัญ

รูปแบบในการจัดสัมมนาที่เป็นการยกระดับ น่าจะเป็นแบบเฉพาะทาง เช่นพิพิธภัณฑ์ที่เคยพบ มาว่าประสบความสำเร็จทางธุรกิจ แต่ไม่รู้เกี่ยวกับเรื่องกำไรต้นทุน คือ พิพิธภัณฑ์วัฒนธรรมดอกไม้ ที่กรุงเทพฯ มีการทำเรื่องร้านอาหาร การจัดอบรมเรื่องการทำดอกไม้ นิทรรศการจัดได้เรียบง่ายมาก แต่สามารถสื่อสารได้ถึงเจตจำนงของคนจัด ใช้ของไม่แพง มีการลงทุนกับบ้านเยอะ ลงทุนกับสวน การจัดไม่มีความซับซ้อนเลย แต่มีการสื่อสารถึงความใฝ่ฝัน และความต้องการของเขา แสดงถึงเรื่องราวที่ต้องการจะบอกได้หมด ซึ่งเก็บค่าเข้าชม 150 บาท มีทั้งคนไทย และนักท่องเที่ยวที่เข้าไปชม ซึ่งเก็บแพงกว่าที่นี้ ก็มีคนไป แต่ของเรายังถูกต่อรองราคาอยู่ โดยอ้างสิทธิต่างๆ หากจะทำพิพิธภัณฑ์ส่วนบุคคล ถือว่านี่เป็นต้นแบบในการทำที่ดี

พิพิธภัณฑ์ส่วนบุคคล คิดว่าผู้เข้าชมไม่ได้คาดหวังเหมือนพิพิธภัณฑ์ของรัฐ ซึ่งแตกต่างกันหลายๆ ที่ที่พบเห็นมา มักจะไม่เน้นเรื่องสื่อจัดแสดง แต่การเข้าถึงพิพิธภัณฑ์ส่วนบุคคล จะอยากรู้เรื่องของแรงบันดาลใจ ผลงานของบุคคล เช่น นักหนังสือพิมพ์ของไอเรกอน ก็จะพูดถึงการสร้างหนังสือพิมพ์ขึ้นมา บทบาทของหนังสือพิมพ์ ซึ่งกล่าวถึงไม่กี่อย่าง แต่สิ่งที่นำเสนอจะเป็นพวกห้องครัว ห้องน้ำส่วนตัวของบุคคล ซึ่งคนเข้าชมก็ไม่ได้คาดหวังว่าจะได้เห็นอะไรที่มีความอลังการ แต่สิ่งที่ควรทำหน้าที่ส่วนหนึ่งในแง่ของตระกูลอยากทำนั้น เขาคงอยากได้เกียรติยศนั้นไว้กับตระกูล เจ้าของคงอยากได้สิ่งนั้น แต่สิ่งที่คนอื่นควรจะได้ คือ การรู้สึกถึงเกียรติของตระกูลนั้น ควรเป็นแรงบันดาลใจให้คนรุ่นปัจจุบันได้รับรู้ถึงความรู้สึกที่ตนเองทำอะไรที่ดีทั้งไว้ได้ มนุษย์สามารถทำได้ มีผลต่ออะไรหลายๆ อย่างได้

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สถานที่ : มิวเซียมสยาม (Museum Siam)

ผู้ให้ข้อมูล : มล.อรอำไพ พนานุรัตน์ ตำแหน่งเจ้าหน้าที่บริหารทรัพยากรกายภาพอาวุโส

ปัจจุบัน รักษาการหัวหน้าฝ่ายมิวเซียมสยาม

1. ความเป็นมาของการก่อตั้งมิวเซียมสยาม

ก่อนที่อาคารหลังนี้จะกลายมาเป็นมิวเซียมสยาม กระทรวงพาณิชย์สร้างขึ้นในสมัยรัชกาลที่ 6 ตอนนี้มีอายุเกือบ 100 ปี เป็นสไตล์ อิตาเลียนเรเนซองส์ กระทรวงพาณิชย์ก็ใช้งานมาจนกระทั่งถึงปี 2546 และคืนพื้นที่ให้กับธนารักษ์ พื้นที่ตรงนี้ก็จึงอยู่ในความดูแลของกรมธนารักษ์ มีการอนุรักษ์อาคาร ซึ่งตึกนี้ขึ้นทะเบียนเป็นโบราณสถาน จริงๆแล้วขึ้นทะเบียนทั้งหมด ของพื้นที่ 7 ไร่ รวมทั้งส่วนต่างๆ ด้วย ตัดส่วนที่ไม่ใช่การอนุรักษ์ออกไป เพราะเดิมเป็นออฟฟิศเก่า ก็ต้องรื้อถอนออกไป และต้องซ่อมพื้น ซ่อมประตูให้อยู่ในสภาพที่ใกล้เคียงของเดิมมากที่สุด พอมาปรับเป็นพิพิธภัณฑ์ ก็ต้องมีส่วนให้บริการ เช่น ห้องน้ำ ลิฟต์ และส่งแบบให้กรมศิลปากร และเสนอว่าสวนนี้เป็นความจำเป็นต่อผู้เข้าชม ซึ่งการปรับปรุงตัวอาคารจะอยู่ภายใต้การดูแลของกรมศิลปากร

มีกลุ่มนักวิชาการที่มองเห็นว่าพิพิธภัณฑ์ในประเทศไทยมีความจำกัดในเรื่องของรูปแบบ เพราะสมัยก่อนมีแต่พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติและพิพิธภัณฑ์วัด ซึ่งเป็นการรวบรวมข้าวของ ซึ่งไม่มีพิพิธภัณฑ์เพื่อการเรียนรู้เหมือนกับต่างประเทศ พอคิดตรงกับนโยบายของรัฐบาลสมัยนั้นที่สนับสนุนเรื่องการศึกษา จึงจัดตั้งเป็นสถานการณ์เรียนรู้แห่งชาติขึ้น พอเรามีหน้าที่ในการจัดทำพิพิธภัณฑ์เพื่อการเรียนรู้สำหรับเยาวชน จำเป็นต้องมีต้นแบบ เพราะฉะนั้นมิวเซียมสยามจึงเป็นเหมือน Prototype ว่า จะทำยังไงให้เป็นแหล่งเรียนรู้เพื่อเยาวชน โจทย์นี้จึงจำเป็นต้องมีคำตอบว่าจะทำยังไงและมีวิธีการอย่างไรให้เด็กเข้ามาเรียนรู้ในพิพิธภัณฑ์ จึงเกิดเป็นมิวเซียมสยามขึ้นมา พิพิธภัณฑ์แห่งนี้มีคำนิยามว่าเป็นแหล่งเรียนรู้สำหรับเยาวชน โดยเฉพาะ จึงส่งผลให้รูปแบบและเนื้อหาในการจัดแสดงเน้นที่เยาวชน

2. วิธีในการรวบรวมวัตถุในการจัดแสดง

ไม่ได้เป็นพิพิธภัณฑ์ที่เป็นคอลเล็กชัน เพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้ เรื่องที่เราเลือกเป็น prototype คือ เรื่องประวัติศาสตร์สังคม อะไรคือไทยแท้ เป็นนิทรรศการที่ให้นักเข้ามาเพื่อทำความเข้าใจคำถามนี้

3. เนื้อหาที่น่าสนใจ

บทที่จะนำเสนอคืออะไร นักวิชาการเขาถามมาเราก็ตั้งคำถามว่า ไทยแท้เป็นอย่างไร จึงใช้วิธีย้อนกลับไปว่าเมื่อก่อนเป็นอย่างไร ห้องก็มีจำกัดเราจึงเล่าเรื่องแบบยาวมากไม่ได้ จึงเล่าเฉพาะจุดสำคัญ

4. รูปแบบในการจัดแสดง

เมื่อ 5 ปีที่แล้ว กลุ่มเป้าหมายคือ เยาวชน ส่วนหนึ่งที่จะทำให้เยาวชนสนใจ คือการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วย ใช้เกมส์ ใช้วิดีโอ และสื่อที่มีการโต้ตอบได้ ไม่ได้หมายความว่าพูดคุยได้ แต่หมายถึงการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างคนคุยกับนิทรรศการ เพราะฉะนั้น Text ก็เป็นส่วนหนึ่ง และถามว่าจะอยู่ในรูปอะไร ซึ่งอาจจะอยู่ในรูปของวิดีโอ อาจจะอยู่ในรูปของเกมส์

5. พันธกิจที่แตกต่างจากพิพิธภัณฑ์อื่น

เรามีพันธกิจของสถาบันที่ไม่ใช่ของมิวเซียมสยาม คือ การส่งเสริมความรู้พิพิธภัณฑ์ให้กับบุคคลภายนอก โดยผ่านสื่อต่างๆ ของสถาบัน มิวเซียมสยามก็เป็นส่วนหนึ่งในการสร้างพิพิธภัณฑ์

6. เอกลักษณะของพิพิธภัณฑ์นี้

สถานที่ มีสถานที่ที่สวยงาม และรูปแบบในการนำเสนอ ไม่เหมือนกับพิพิธภัณฑ์ในสมัยก่อน แต่ปัจจุบันก็มีพิพิธภัณฑ์แบบนี้มากขึ้นแล้ว

7. การบริหารหรือโครงสร้างองค์กร

มิวเซียมสยามเป็นส่วนหนึ่งสถาบันการเรียนรู้แห่งชาติ การบริหารจะขึ้นอยู่กับสถาบัน ซึ่งสถาบันก็เหมือนกับหน่วยงานต่างๆ ไป ซึ่งประกอบไปด้วย

1. บัญชี การเงิน
2. การสื่อสารและการตลาด การประชาสัมพันธ์
3. สำนักงานผู้อำนวยการ คู่มือเรื่องแผน
4. ฝ่ายวิชาการ ดูแลเรื่องงานด้านวิชาการ เนื้อหา
5. เครื่องถ่าย ซึ่งเชื่อมโยงกับพิพิธภัณฑ์อื่นๆ ในประเทศไทย
6. งานบริหารพื้นที่ ซ่อมแซมดูแลเรื่องพื้นที่ในการดำเนินกิจกรรม
7. ฝ่ายมิวเซียมสยาม การต้อนรับ การให้บริการ

8. การสำรวจผู้เข้าชม

เราจะต้องใช้ข้อมูลในการจัดนิทรรศการเรื่องใหม่ ก็จะต้องสำรวจว่ามีเรื่องใดที่เป็นกระแสอยู่ในตอนนี้ อีกทั้งต้องหาวิธีว่าจะดึงผู้คนกลุ่มใหม่ๆ ได้อย่างไร

9. การดูแลบุคลากร และความปลอดภัยของสถานที่

ว่าจ้าง รปภ. และดูแลตลอด 24 ชั่วโมง ติดตั้งกล้องวงจรปิด ทั้งพื้นที่ภายนอก และภายใน มีระบบ Smoke detector

10. แนวทางการจัดการพิพิธภัณฑ์ในอนาคต

รูปแบบการจัดการก็มีการพัฒนาไปเรื่อยๆ เนื้อหาจะมีการปรับให้เข้ากับปัญหาที่เกิดขึ้น หรือถ้ามีงบประมาณมากพอ อาจจะขยายองค์ความรู้ออกไป หรือเป็นการร่วมมือกับหน่วยงานอื่นๆ ให้ขยายความคิดเรื่องของ discovery museum ออกไป

11. มีแผนที่จะทำเป็นพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นหรือไม่

ขึ้นอยู่กับหน่วยงานในท้องถิ่น เรามีโปรเจกหนึ่งเมื่อปีที่แล้ว คือคัดเลือกพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นเพื่อช่วยเขาปรับปรุง ที่เสร็จไปแล้ว คือ พิพิธภัณฑ์แมลงสยาม ที่เชียงใหม่ ปรับปรุงทั้งหมดของตัวพิพิธภัณฑ์ และพิพิธภัณฑ์ไทยหัวที่ภูเก็ต ปรับปรุง 2 ห้อง คือช่วยแนวความคิดว่าถ้าเรื่องเป็นแบบนี้จะทำอย่างไรให้นิทรรศการดูน่าสนใจ อันที่สาม คือ พิพิธภัณฑ์ชัยจำปา ทำใหม่ทั้งพิพิธภัณฑ์ พิพิธภัณฑ์แมลงกับพิพิธภัณฑ์ไทยหัวเป็นของเอกชน แต่พิพิธภัณฑ์ชัยจำปาเป็นของ อบต.

12. สถาบันได้เข้าไปช่วยเหลือด้านงบประมาณให้กับพิพิธภัณฑ์เอกชนหรือไม่

กับพิพิธภัณฑ์เอกชนแล้ว ความร่วมมือยังคงเป็นแค่การแลกเปลี่ยนความรู้กับเรื่องชุดนิทรรศการกันมากกว่า ล่าสุดได้แลกเปลี่ยนกับพิพิธภัณฑ์เครื่องถ้วยของ ม.กรุงเทพ โดยเราเอาชุดนิทรรศการของเขาามาแสดง เพื่อให้พิพิธภัณฑ์เป็นที่รู้จักของดีๆ หรือพิพิธภัณฑ์ดีๆ นั้นมีอยู่ที่ไหน หรือเรียกว่าเป็นการประชาสัมพันธ์ ถ้าพิพิธภัณฑ์เอกชนทั่วไปมีสถานที่หรือวัตถุที่พร้อมอยู่แล้วสามารถมาขอคำปรึกษาได้จากสถาบันได้เลย เพราะคิดว่าถ้าเราพร้อมและมีคนมากพอ อาจจะลงไปช่วยในเรื่องการบริหารจัดการ ระยะเวลาในการไปช่วยจัดการพิพิธภัณฑ์ก็ไม่นานมาก เพราะพิพิธภัณฑ์ไทยหัวกับพิพิธภัณฑ์แมลงสยามใช้ระยะเวลา 6 เดือน ขึ้นอยู่กับงบประมาณ เพราะต้องใช้งบประมาณให้อยู่ตามระยะเวลาที่เรากำหนด โดยทางพิพิธภัณฑ์เอกชนนำข้อมูลมาให้สถาบันช่วยในการจัดแสดงการนำเสนอว่าจะจัดห้องอย่างไร นำเสนอเรื่องอะไร เช่น พิพิธภัณฑ์แมลงสยาม เขาจะมีอะไรจะจัดแสดง มีพื้นที่อย่างไร และควรจัดอย่างไร

13. ถ้าต้องการจัดทำพิพิธภัณฑ์ของครอบครัว โดยนำเสนอเรื่องราวที่มีส่วนเกี่ยวกับสังคมในยุคสมัยหนึ่ง ควรจะเริ่มต้นอย่างไรบ้าง

เริ่มต้นต้องรวบรวมข้อมูล เช่น เริ่มเข้ามาอยู่เชียงใหม่เมื่อไหร่ สิ่งที่ได้จากการบันทึกเวลาคือการเทียบเคียงประวัติศาสตร์กับสิ่งรอบข้าง เราก็จะมองเห็นภาพว่าตอนนั้น เวลานั้นเป็นอย่างไร สามารถเอามาเป็นเนื้อหา ข้อมูล หรือ story ของนิทรรศการ พอได้ข้อมูลดิบแล้ว จะต้องมาจับเนื้อหาว่าจะทำนิทรรศการเป็นเรื่องอะไร เพื่อแสดงถึงอะไร เช่น อยากให้คู่วิถีชีวิตคนจีนในจังหวัดเชียงใหม่ โดยผ่านตัวละครต่างๆ ก็จะได้ฉาก คือ ฉากการกินอยู่ขั้นตอนนี้ต่อไปก็มีคนที่เขามาเกี่ยวข้อง จัดจ้างคนที่มาออกแบบนิทรรศการ จ้างคนที่มือนิทรรศการอยู่ในตัว ให้ข้อความกระชับ สั้น เข้าใจง่าย

14. ปัจจุบันมีบริษัทที่รับออกแบบพิพิธภัณฑ์หรือไม่

มี บริษัทใหญ่ เช่น ปิกโก้(Pico)' Index Creative' แพลน โมทิฟ , รักลูก ที่ทำพิพิธภัณฑ์ที่วัดไตรมิตร, ไรท์แมน นิทรรศสถาน โกสินทร์ บริษัทพวกนี้จะดีไซน์ครบวงจร สำหรับที่นี้จะจ้างปิกโก้เป็นคนสร้าง แต่เราเป็นคนเขียน Storyboard แต่ถ้าไม่มีคนเขียน Storyboard สามารถจ้างบริษัทพวกนี้ได้ เขาจะออกแบบตามเนื้อหาที่เราให้ หลังจากส่วนออกแบบ การบริหารเราต้องทำเอง

15. หลังจากที่จ้างนักดีไซน์แล้ว ขั้นตอนต่อไปต้องทำอะไร

จะขึ้นอยู่กับช่วงดีไซน์ พอเริ่มลงตัวแล้ว จะต้องดูในส่วนของการบริหาร เราจะบริหารจัดการอย่างไร มีการเก็บเงินไหม ส่วนบริการอะไร ห้องน้ำ ร้านขายของ ทางเข้าออก บันไดหนีไฟ เจ้าหน้าที่ในการให้ข้อมูล เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย สำหรับการนำชม จะต้องพิจารณาว่านำชมอย่างไร เช่น ใช้คนนำชม หรือใช้ Audio Guide หรือมีคนใช้ Smart phone เยอะ อาจจะต้องจ้างคนเขียนแอปขึ้นมา ตอนนี้ อปท.กำลังทำอยู่ เริ่มจากอุทยานประวัติศาสตร์ที่สุโขทัยก่อน สามารถโหลดแอปมาเพื่อสามารถนำเที่ยวสุโขทัย สามารถกดเพื่อรับฟังการบรรยายได้

16. การนำเสนอแบบแอปพลิเคชันกับใช้วิทยากร วิธีไหนได้ผลมากกว่ากัน

ได้ผลคนละแบบ ใช้วิทยากรบรรยายสามารถใช้ได้กับกลุ่มผู้ชมที่ไม่ใหญ่มาก แต่พอกลุ่มใหญ่สุดท้ายแล้วอาจจะได้คุยกับคนแค่มั้ไม่กี่คน แต่พอใช้แอปพลิเคชัน คนสามารถเดินดูได้ตามความพอใจ มีวีซีดีชมเองมีพื้นที่ไม่ใหญ่ก็จริง แต่มีตรงนี้บ้าง ตรงนั้นบ้าง

17. หลังจากมีการวางแผนเรื่องโครงสร้างองค์กรแล้ว ขั้นตอนต่อไปต้องวางแผนอย่างไร

ต้องวางแผนเรื่องงบประมาณค่าใช้จ่ายที่จะต้องใช้/ปี และวางแผนเรื่องของการ maintenance ว่าไม่มีอะไรอยู่ได้ไปตลอด ซึ่งจะส่งผลต่อการกำหนดงบประมาณค่าใช้จ่าย เช่น แอร์ โปรเจคเตอร์ ฯลฯ คือการเตรียมความพร้อมในเรื่องของการบำรุงรักษา

18. นิทรรศการอยู่ในส่วนเดียวกันกับการตลาดด้วยหรือไม่

เราจะมีนิทรรศการที่เรียกว่านิทรรศการชั่วคราวหรือนิทรรศการหมุนเวียน 1 ปีจะมีอย่างน้อย 2-3 เรื่อง เพื่อให้เกิด Movement ภายในพิพิธภัณฑ์ และจะมีกิจกรรมที่จัดเป็นรายเดือน อาจจะมีกิจกรรมใหญ่ ปีหนึ่ง 2 ครั้ง หรือ 1 ครั้งเดียว ตรงนี้ก็ต้องเป็นการวางแผน

19. มีความเป็นไปได้มากน้อยแค่ไหนที่พิพิธภัณฑ์เอกชน จะดำเนินไปได้โดยไม่มีปัญหาเรื่องงบประมาณ เพราะเอกชนไม่มีเงินสนับสนุนจากรัฐ

อยู่ได้ จะต้องหาวิธีการในการโฆษณา เช่น Siam ocean world มีการเก็บค่าบัตร มีการประชาสัมพันธ์ สร้างกิจกรรมเพื่อให้คนมาร่วม อาจจะไปทำพันธมิตรกับ AIS เช่น ลูกค้า AIS ได้ส่วนลดเป็นพิเศษ เพื่อดึงคนให้มาใช้เงิน ซึ่งค่าบัตรจะต้องมีราคาแพงมาก

20. มิวเซียมสยามมีการให้หลักการอย่างไร ในการกำหนดราคาบัตรเข้าชมพิพิธภัณฑ์

มีการสำรวจว่าควรจะต้องตั้งราคาบัตรไว้ที่เท่าไรเพราะราคาบัตรคงไม่สามารถทดแทนงบประมาณด้วย เพราะถ้าเอาमतดแทนงบประมาณคงต้องมีราคาเป็นพัน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สถานที่ : มิวเซียมสยาม (Museum Siam)

ผู้ให้ข้อมูล : คุณยุวเนตร ประทุมทา นักจัดการความรู้อาวุโสฝ่ายสื่อสารและการตลาด

1. การตลาดและประชาสัมพันธ์ในการส่งเสริมการสร้างรายได้ให้แก่พิพิธภัณฑ์

หลักๆ ของฝ่ายนี้ จะมีอยู่ 2 ส่วนงาน คือ งานประชาสัมพันธ์ และงานพัฒนาธุรกิจและการตลาด ในส่วนของฝ่ายประชาสัมพันธ์ จะมีหน้าที่ประชาสัมพันธ์ตัวภาพลักษณ์ขององค์กร ไปยังสื่อต่างๆ ที่เรามี ทั้ง PR Partner ซึ่งเรามี Partner ที่เป็นนิตยสาร สื่อสิ่งพิมพ์ และเว็บไซต์ และในปีนี้มี Partner ที่เราเชิญสื่อมาเองในงานวันแถลงข่าว เพราะที่ผ่านมา จะเป็นลักษณะของการจ้าง PR Organizer เป็นส่วนใหญ่วิธีการประชาสัมพันธ์ขององค์กร ก็จะผ่านสื่อที่เราไม่ได้เสียค่าใช้จ่าย หรือเป็นสื่อฟรี เนื่องจากว่าเราเป็นองค์กรมหาชน อยู่ภายใต้สำนักบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ สังกัดสำนักนายกรัฐมนตรี ดังนั้น สื่อที่เรามีความสัมพันธ์ด้วย ส่วนใหญ่ก็จะเป็นสื่อที่เป็นของภาครัฐ หรือเป็นสื่อของเอกชนก็ตาม ทางเราก็จะขอความอนุเคราะห์ หรือความร่วมมือประชาสัมพันธ์มากกว่า แม้กระทั่ง พวกรายการทีวี ก็จะอนุญาตให้เข้ามาถ่ายทำได้ ถ้าเป็นลักษณะของเนื้อหา หรือ Concept ที่มีความเป็นไทย นั่นคือตรงกับภารกิจของเรา โดยส่วนใหญ่ก็ไม่ได้เก็บค่าใช้จ่ายอะไร

ส่วนงานพัฒนาธุรกิจและการตลาด ซึ่งเป็นงานก่อให้เกิดรายได้ ฉะนั้น การหารายได้ทั้งหมดจะเป็นหน้าที่ของเรา ตั้งแต่การเก็บค่าบัตรเข้าชม และก็มีงานพัฒนาในส่วนจากร้านค้าพิพิธภัณฑ์ และร้านอาหารในพิพิธภัณฑ์ ซึ่งเป็นส่วนที่หารายได้ให้เรา และเราตั้งอยู่ในทำเลทองของเกาะรัตนโกสินทร์ ทำให้เรามีเนื้อที่ในการให้ที่จอดรถ มีการเก็บค่าจอดรถ ส่วนนี้จะเป็นรายได้หลักๆ ของเรา งานในส่วนนี้จะเป็นงานที่เราต้องหากเกี่ยวกับ โครงการและธุรกิจใหม่ๆ ที่ก่อให้เกิดรายได้ แต่ไม่ได้มุ่งหวังกำไร เพราะภารกิจของสถาบันเป็นภารกิจที่เป็นสาธารณประโยชน์ เป็นองค์กรที่ไม่แสวงหากำไร เหมือนกับพิพิธภัณฑ์ทั่วโลก ที่ต้องมีส่วนหนึ่งหารายได้ ไม่ว่าจะเป็นการระดมทุน หรือการหาสปอนเซอร์ชีพ โดยทางเราเคยจัดระดมทุนมา แต่ไม่ได้มีจำนวนมากมาย จะเป็นการอาศัย Connection และเชิญบรรดาหน่วยงานเอกชน บริษัทเอกชน รวมถึงหน่วยงานรัฐบาล เหมือนมีงานปาร์ตี้เลี้ยงน้ำชาเล็กๆ หรืออาจจะจัดงานกอล์ฟ ที่ผ่านมาระจัดได้ 2 งาน แต่เราก็ยังไม่ได้รายได้ใหญ่เข้ามา ซึ่งในส่วนของคุณลากรีนี่มีจำนวนน้อยมาก ภารกิจมีจำนวนมาก แต่บุคลากรค่อนข้างน้อย เรายังประสบปัญหาเรื่องนี้

การจัดปาร์ตี้เลี้ยงน้ำชายามบ่าย ซึ่งทางเราก็ได้ไป deal มาหมดแล้ว และเหมือนเป็นการเลี้ยงขอบคุณมากกว่า แต่ละหน่วยงานก็จะส่งตัวแทนมา มีน้ำชา มีเพลงบรรเลงให้ฟัง จัดเป็นกิจกรรมเล็กๆ และรวมถึงงานกอล์ฟการกุศล

ทางเราได้รับงบประมาณจากสำนักงบประมาณ คือจะเป็นงบประมาณของภาครัฐส่วนหนึ่ง อีกส่วนหนึ่งเราต้องใช้งบรายได้ หรืองบสะสมที่เรามีอยู่แล้ว ที่เป็นการเก็บค่าเข้าชม ค่าขายสินค้าจากร้านขายของที่ระลึก จะถือเป็นเงินสะสมสถาบัน ฉะนั้น จะมีงบอยู่ 2 ส่วนด้วยกัน คืองบประมาณ และงบรายได้ ความจริงแล้ว ปีหนึ่งๆ เราได้จากภาครัฐไม่เท่าไร ที่เป็นงบโครงการ ถ้าเทียบระหว่างงบประมาณกับรายได้ ก็ไม่ถึงกับเลี้ยงตัวเองได้ งบประมาณของภาครัฐที่ได้มา จะเป็นงบประมาณบริหารงานโครงการ ซึ่งไม่ได้เกี่ยวกับงบ operation ไม่ได้รวมค่าใช้จ่ายในส่วนของบุคลากร ส่วนงบรายได้ปีหนึ่งๆ ได้ประมาณ 7 ล้านบาท ที่เราหามาได้ เป็นเงินสะสมไปเรื่อยๆ

2. นโยบายทางการตลาดและประชาสัมพันธ์

ทางเราไม่ได้มีการทำการตลาดเชิงรุก ถึงขั้นที่มีการเชิญนักท่องเที่ยวเข้ามา หรือการติดต่อบริษัททัวร์ แต่ทางเราตอนนี้เหมือนเป็นเชิงรับอยู่ เนื่องจากบุคลากรไม่เพียงพอ ไม่ได้เน้นแบบ commercial ฉะนั้น เท่าที่มีอยู่เราก็รองรับตามศักยภาพ ปีหนึ่งๆ ที่เรามีประมาณ 1 แสนคน แต่ตอนนี้เรามีอุปสรรคทางการก่อสร้างรถไฟฟ้าใต้ดิน ทำให้ผู้เข้าชมของเรามีปริมาณลดลง ประกอบกับการเกิดของมิวเซียมสยาม ซึ่งปีนี้เข้าสู่ปีที่ 5 แล้ว จึงจะต้องมีการปรับปรุง renovate ทั้งตัวชุดนิทรรศการและอาคารแสดงนิทรรศการ รวมถึงเครื่องมือ อุปกรณ์ต่างๆ ก็จะพังไป เพราะเราเป็นพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้ที่มีสื่อ Interactive media มีปฏิสัมพันธ์กับผู้ชม ดังนั้น กลุ่มเป้าหมายของเรา จะเป็นเด็กประถม ซึ่งเด็กที่มาก็จะเล่นของต่างๆ ทำให้พังไปบ้าง ก็ต้องถึงเวลาซ่อมแซม เราจึงไม่ได้ทำการตลาดแบบเชิงรุก เพื่อที่จะนำคนเข้ามา พอเราเป็นพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้ เราก็มีเครือข่ายของพิพิธภัณฑ์ ทั้งท้องถิ่น เครือข่ายโรงเรียน สถาบันการศึกษา ในปีหนึ่งๆ เราก็ได้รับการติดต่อจากโรงเรียน เพื่อมาเข้าชม เป็นองค์กร เป็นหน่วยงาน และมีส่วนผู้ชมเป้าหมายที่เป็น walk in เข้ามาทั้งคนไทย และชาวต่างชาติ

ส่วนหนึ่งด้วยความที่เราเป็นพิพิธภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์เป็นของตนเอง เป็นลักษณะของการเข้ามาค้นพบตัวตนด้วยวิถีชีวิตของคนไทย เมื่อเราเข้ามาแล้ว สามารถทราบได้ว่าเราเป็นคนไทย แล้วคนไทยจริงๆ มาจากไหน มีการอพยพมากันอย่างไร เป็นการเข้ามาค้นพบตัวตนวิถีชีวิตของความเป็นไทย เน้นความเป็นไทย นอกจากนิทรรศการถาวร ที่ชื่อชุด “เรียงความประเทศไทย” เรายังมีชุดนิทรรศการชั่วคราว หมุนเวียน สลับกันไปเรื่อยๆ และมีกิจกรรมเสริมในทุกเสาร์ – อาทิตย์ ตามเทศกาล หรือวาระวันสำคัญต่างๆ รวมถึงรูปแบบกิจกรรมใหม่ๆ ที่เราจะรอคนเข้ามาเรื่อยๆ เช่น ในปีนี้ที่ผ่านมา เราก็ทำเซอร์วิสอันใหม่ขึ้นมา ที่ชื่อว่า วิลด์พาส (ไม่แน่ใจ) ซึ่งฝ่ายพัฒนาธุรกิจเป็นผู้ทำโปรเจกต์ คือเป็นการ co-promotion ร่วมกับพิพิธภัณฑ์และแหล่งท่องเที่ยวในเกาะนี้ คือ นิทรรศรัตนโกสินทร์ มีโลหะปราสาท นาฏดุคา และพิพิธภัณฑ์พระบาทสมเด็จพระปกเกล้า เราจัดรูปแบบคือ ตัวเดียว เทียวได้ 4 ที่

โดยมีรถตุ๊กตุ๊กให้บริการ เนื่องจากเราสังเกตเห็นว่า ในเกาะรัตนโกสินทร์ไม่ค่อยมีที่จอดรถ ฝ่ายพัฒนาธุรกิจจึงได้คิดโปรดัคใหม่เสริมขึ้นมา ที่จะรอกคนเข้ามา เพราะเรามีอุปสรรคในเรื่องของทำเลที่ตั้ง ที่มีการก่อสร้าง คนเข้ามาไม่สะดวก จึงมีรถรับส่งให้ เพิ่งพบโปรเจกไป ถือว่าได้รับผลเป็นที่น่าพอใจ

3. การจัดการการหารายได้ของร้านค้าพิพิธภัณฑ

สินค้าในร้าน จะมีอยู่ 2 ประเภท คือ สินค้าตราสัญลักษณ์ และสินค้าฝากขาย โดยสินค้าทั้ง 2 ประเภทนี้ จะต้องเป็นสินค้าที่มีภูมิปัญญา หมายถึงการมีที่มาที่ไป การมีเรื่องราว จะต้องมีการ concept ของตัวสินค้า ซึ่งสินค้าที่เป็นสินค้าตราสัญลักษณ์นั้น ส่วนใหญ่จะเป็นหนังสือ ที่ทางฝ่ายวิชาการของเราเป็นผู้เรียบเรียงขึ้นมา ไม่ได้มีจำหน่าย ส่วนสินค้าฝากขาย จะแล้วแต่ประเภท ซึ่งกลุ่มเป้าหมายร้านค้าของเราจะเป็นกลุ่มของเด็กๆ ที่เป็นนักเรียน สินค้าก็จะเป็นเครื่องเล่น ของเล่นแบบไทยๆ ส่วนใหญ่จะทำจากไม้ ทางเราก็พยายามหาสินค้าที่มีนวัตกรรมมากขึ้นเรื่อยๆ เราจะคำนึงถึงกลุ่มเป้าหมายหลายๆ กลุ่ม แต่สินค้าที่ขายได้เรื่อยๆ จะเป็น collection เสื้อยืด หมวก กระเป๋า ส่วนใหญ่จะเป็นตราสัญลักษณ์ของเรา ที่จะไปจัดสรรหาเอง

ในความเห็นส่วนตัว หากพิพิธภัณฑที่ไม่ได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาล อาจจะยังไม่สามารถเลี้ยงตัวเองได้ ด้วยความที่ราคาค่าเข้าชม ไม่ได้สะท้อนมาจากราคาที่เป็นจริง คือการตั้งราคาค่าเข้าชมของเราเดิมเราดูเทียบเคียงจากพิพิธภัณฑทั่วไปที่ไม่ใช่แห่งชาติ เพราะแห่งชาติจะถูกมาก 20-30 บาท โดยเราดูจากที่อื่นแล้วก็นำเสนอไป แต่ก็ยังถูกมาก ซึ่ง 16.00 น. ก็ฟรีแล้ว ก็ถ้าจะให้เลี้ยงตัวเองได้ จะต้อง commercial มากกว่านี้ ทุกอย่างต้องมีการเก็บเงิน ถ้าแบบนั้นจะอยู่ได้ แต่ ณ ปัจจุบันยังไม่สามารถทำได้

4. กลยุทธ์การตลาดและประชาสัมพันธ์สำหรับพิพิธภัณฑเอกชน

มีความเห็นว่า ควรจะต้องทำการตลาดเชิงรุก แล้วหากิจกรรม การแสดง หรือการละเล่นที่แปลกใหม่เข้ามาเป็นตัวสร้างสีสัน ไม่ใช่แค่พิพิธภัณฑ์การถาวร ที่ไม่ได้มีการปรับปรุง เปลี่ยนแปลงใดๆ จะต้องมี movement ตลอดเวลา น่าจะทำให้อยู่ได้

สำหรับราคาค่าเข้าชม ต้องขึ้นอยู่กับพิพิธภัณฑนั้นๆ จัดแสดงอะไร ควรจะมีการเอาราคามาดูก่อน แล้วกำหนดออกมาว่า เราต้องการกำไรได้กี่เปอร์เซ็นต์ ส่วนใหญ่เท่าที่ทราบ ยังไม่มีบริษัทที่ดูแลการตลาดของพิพิธภัณฑโดยเฉพาะ เนื่องจากคำว่า “พิพิธภัณฑ” ไม่ได้มุ่งหากำไร ทำให้ไม่มีแนวการตลาดโดยตรงเข้ามา และงานของพิพิธภัณฑจะเป็นลักษณะของวิชาการ เน้นการเรียนรู้ การต่อยอด อาจจะไม่ได้มีความสนุก ความหวือหวามากนัก

พิพิธภัณฑ์ส่วนใหญ่ในประเทศไทย ที่เกิดขึ้นมาจากใจรัก และเป็นของสะสมส่วนตัว ไม่ว่าจะ เป็น MOCA ของเจ้าสัวบุญชัย ซึ่งคิดว่าคงไม่ได้มีรายได้เยอะมากมาย แต่เนื่องจากการมีใจรักของ เจ้าเอง และการมีทุนส่วนตัวมากกว่า ถ้าจะอยู่ให้ได้ คงจะต้องมีการตลาดเชิงรุกพอสมควร จะต้อง มีการ co-partner ค่อนข้างมาก หรือไม่ก็ทำระดับใหญ่ๆ ที่นำนิทรรศการต่างประเทศมาแสดง เช่น ล่าสุด นิทรรศการมัมมี่ ของบริติชมิวเซียม ที่อังกฤษ ได้มาแสดงที่ Art Science Museum ที่สิงคโปร์ โดยสิงคโปร์ จะมีพิพิธภัณฑ์ 2 แบบ คือ แบบที่ดูแลบริหารโดยรัฐ และแบบเอกชน มีเอกชนเกิดขึ้น จำนวนมาก ซึ่ง Art Science Museum จะเก็บค่าเข้าชมที่แพง แต่จะมีนำเข้านิทรรศการจากต่างประเทศ มาแสดง ทำให้นักท่องเที่ยวไปเยอะ ให้มองเห็นว่า คຸ້ມຄ່າที่เข้ามาดู โดยไม่ต้องบินไกลไปถึง ต่างประเทศ ทางที่นิทรรศการของเราเองก็มุ่งหวังว่า จะมีที่ไหนมาเรียกเราให้ไปแสดงนิทรรศการที่ ต่างประเทศแบบนั้นบ้าง

การสร้างภาพลักษณ์ และเอกลักษณ์ที่โดดเด่น คือ พยายามทำให้เป็นแหล่งเรียนรู้ จะต้อง มี จุดยืนของตนเอง ของเราจะเสนอในลักษณะของการแสดงวิถีตัวตนความเป็นคนไทย วิถีชีวิตของไทย รวมถึงสินค้าในร้านที่ขายของที่ระลึก ก็ต้องเป็นสินค้าที่แสดงถึงภูมิปัญญาที่เป็นไทย ก็จะสอดคล้อง กัน ส่วนร้านอาหารที่เข้ามาเปิด ก็จะต้องมีริมของความเป็นไทยอยู่ โดยเรามีการเปิดประมูลและทำ สัญญา 3 ปีต่อครั้ง

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

วันที่ 18 กันยายน พ.ศ. 2556

เรื่อง ขอสัมภาษณ์เกี่ยวกับการบริหารจัดการ สถาบันพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้แห่งชาติ (Museum Siam)
เรียน ผู้อำนวยการสำนักงานบริหารและผู้อำนวยการสถาบันพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้แห่งชาติ (Museum Siam)

เนื่องด้วย ข้าพเจ้า นางสาวมนัสวาทก์ ชูติมา นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการศิลปะ และวัฒนธรรม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ กำลังทำการวิจัย ในหัวข้อ การศึกษาเพื่อจัดการ “บ้านตึก” กลุ่มอาคารภายในบ้านของหลวงอนุสารสุนทร จังหวัดเชียงใหม่ ให้เป็นอนุสรณ์สถานและพิพิธภัณฑ์เพื่อการเรียนรู้ ทั้งนี้ เพื่อให้การทำวิจัยสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านและฝ่ายที่เกี่ยวข้อง เพื่อเข้ารับการสัมภาษณ์จากประเด็นที่ได้แนบมาในจดหมายนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและอนุญาตให้เข้ารับการสัมภาษณ์ในวันจันทร์ที่ 23 กันยายน 2556 เวลา 14.00น. ทั้งนี้ หากขัดข้องประการใด โปรดติดต่อมายัง ข้าพเจ้า นางสาวมนัสวาทก์ ชูติมา หมายเลขโทรศัพท์ 08-6784-7482 หรืออีเมลล์ manaswatc@hotmail.com

ข้าพเจ้าหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์ และขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved
(นางสาวมนัสวาทก์ ชูติมา)

นางสาวมนัสวาทก์ ชูติมา
โทร 08-6784-7482
อีเมลล์ manaswatc@hotmail.com

วันที่ 18 กันยายน พ.ศ. 2556

เรื่อง ขอสัมภาษณ์เกี่ยวกับการบริหารจัดการพิพิธภัณฑ์สมเด็จพระพันวัสสาอัยยิกาเจ้า

เรียน คุณชวลี อมาตยกุล กรรมการและเลขานุการมูลนิธิสมเด็จพระพันวัสสาอัยยิกาเจ้า

เนื่องด้วย ข้าพเจ้า นางสาวมนัสวาทก์ ชูติมา นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการศิลปะ และวัฒนธรรม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ กำลังทำการวิจัย ในหัวข้อ การศึกษาเพื่อจัดการ “บ้านตึก” กลุ่มอาคารภายในบ้านของหลวงอนุสารสุนทร จังหวัดเชียงใหม่ ให้เป็นอนุสรณ์สถานและพิพิธภัณฑ์เพื่อการเรียนรู้ ทั้งนี้ เพื่อให้การทำวิจัยสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านและฝ่ายที่เกี่ยวข้อง เพื่อขอรับการสัมภาษณ์จากประเด็นที่ได้แนบมาในจดหมายนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและอนุญาตให้เข้ารับการสัมภาษณ์ในวันอังคารที่ 24 กันยายน 2556 เวลา 14.00น. ทั้งนี้ หากขัดข้องประการใด โปรดติดต่อมายัง ข้าพเจ้า นางสาวมนัสวาทก์ ชูติมา หมายเลขโทรศัพท์ 08-6784-7482 หรืออีเมลล์ manaswatc@hotmail.com

ข้าพเจ้าหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์ และขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University (นางสาวมนัสวาทก์ ชูติมา)
All rights reserved

นางสาวมนัสวาทก์ ชูติมา

โทร 08-6784-7482

อีเมลล์ manaswatc@hotmail.com

วันที่ 18 กันยายน พ.ศ. 2556

เรื่อง ขอสัมภาษณ์เกี่ยวกับการบริหารจัดการพิพิธภัณฑ์พื้นถิ่นล้านนา

เรียน คุณสุวารี วงศ์ทองแก้ว ผู้อำนวยการหอศิลปวัฒนธรรมเมืองเชียงใหม่

เนื่องด้วย ข้าพเจ้า นางสาวมนัสวาทกั ชูติมา นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการศิลปะ และวัฒนธรรม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ กำลังทำการวิจัย ในหัวข้อ การศึกษาเพื่อจัดการ “บ้านตึก” กลุ่มอาคารภายในบ้านของหลวงอนุสารสุนทร จังหวัดเชียงใหม่ ให้เป็นอนุสรณ์สถานและพิพิธภัณฑ์เพื่อการเรียนรู้ ทั้งนี้ เพื่อให้การทำวิจัยสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านและฝ่ายที่เกี่ยวข้อง เพื่อเข้ารับการสัมภาษณ์จากประเด็นที่ได้แนบมาในจดหมายนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและอนุญาตให้เข้ารับการสัมภาษณ์ในวันศุกร์ที่ 26 กันยายน 2556 เวลา 10.00น. ทั้งนี้ หากขัดข้องประการใด โปรดติดต่อมายัง ข้าพเจ้า นางสาวมนัสวาทกั ชูติมา หมายเลขโทรศัพท์ 08-6784-7482 หรืออีเมลล์ manaswatc@hotmail.com

ข้าพเจ้าหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์ และขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University (นางสาวมนัสวาทกั ชูติมา)
All rights reserved

นางสาวมนัสวาทกั ชูติมา

โทร 08-6784-7482

อีเมลล์ manaswatc@hotmail.com

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล นางสาวนันทวัฒน์ ชุติมา

วัน เดือน ปี เกิด 27 มกราคม พ.ศ. 2531

ประวัติการศึกษา ปีการศึกษา 2548 มัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนปิ่นสร้อยแยลส์ วิทยาลัย

ปีการศึกษา 2552 อักษรศาสตรบัณฑิต สาขาบรรณารักษศาสตร์ จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved