การใช้การคิดเชิงออกแบบเพื่อพัฒนาโมไบล์แอปพลิเคชันของธุรกิจเสริมสวยดิลิเวอรี

น.ส.ชนกานต์ จินดามณี

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศทางธุรกิจ
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ปีการศึกษา 2566

USING DESIGN THINKING TO DEVELOP MOBILE APPLICATION OF BEAUTY DELIVERY BUSINESS

Miss Chanakarn Jindamanee

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

An Independent Study Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Science in Information Technology in Business
Faculty Of Commerce And Accountancy
Chulalongkorn University
Academic Year 2023

หัวข้อสารนิพนธ์	การใช้การคิดเชิงออกแบบเพื่อพัฒนาโมไบล์แอปพลิเคชันของธุรกิจเสริมสวยดิลิเวอรี
โดย	น.ส.ชนกานต์ จินดามณี
สาขาวิชา	เทคโนโลยีสารสนเทศทางธุรกิจ
อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก	รองศาสตราจารย์ ดร.วรสิทธิ์ ชูชัยวัฒนา

คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้นับสารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

คณะกรรมการสอบสารนิพนธ์

..... ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ หม่อมหลวงสาวิกา อุณหนันท์)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก
(รองศาสตราจารย์ ดร.วรสิทธิ์ ชูชัยวัฒนา)

..... กรรมการ
(อาจารย์ ดร.ปุณฑวิกา นาคา)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ชนกานต์ จินดามณี : การใช้การคิดเชิงออกแบบเพื่อพัฒนาโมไบล์แอปพลิเคชันของธุรกิจเสริมสวยดิลิเวอรี. (USING DESIGN THINKING TO DEVELOP MOBILE APPLICATION OF BEAUTY DELIVERY BUSINESS) อ.ที่ปรึกษาหลัก : รศ. ดร.วรสิทธิ์ ชูชัยวัฒนา

ในปัจจุบันนี้คนส่วนใหญ่ความสำคัญกับภาพลักษณ์ การแต่งหน้าทำผมเป็นสิ่งหนึ่งที่เพิ่มความมั่นใจในการออกงานสังคม ธุรกิจเสริมสวยดิลิเวอรี (Beauty Delivery) หรือธุรกิจเสริมสวยนอกสถานที่ตามความต้องการของลูกค้า เป็นธุรกิจที่เกิดจากการปรับตัวตามความต้องการของลูกค้า ให้ลูกค้าสามารถได้รับบริการแต่งหน้าทำได้โดยไม่ต้องเดินทางไปยังร้านเสริมสวย อำนวยความสะดวกแก่ลูกค้ามากขึ้น ให้บริการที่มีคุณภาพ สร้างภาพลักษณ์ที่ดี เพื่อเพิ่มความมั่นใจให้กับลูกค้าในการออกงานสังคมวันพิเศษที่ต้องการความมั่นใจเป็นพิเศษ จากพฤติกรรมของคนทั้งสองกลุ่มทำให้เกิดโอกาสทางธุรกิจที่จะทำให้ผู้ที่ต้องการใช้บริการแต่งหน้าทำผม และผู้ให้บริการแต่งหน้าทำผมมาพบกันผ่านช่องทางโมไบล์แอปพลิเคชันของธุรกิจเสริมสวยดิลิเวอรี

ในการพัฒนาโมบายแอปพลิเคชันให้มีประสิทธิภาพ และสามารถตอบสนองความต้องการที่แท้จริงของผู้ใช้งานทุกกลุ่ม จำเป็นต้องนำหลักการคิดเชิงออกแบบ หรือ Design Thinking มาช่วยในการทำงานเพื่อช่วยให้เกิดกระบวนการคิดและออกแบบโดยเน้นไปที่การเข้าใจความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย และปัญหาที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน เพื่อนำมาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการพัฒนาระบบได้

ระบบต้นแบบของโครงการนี้ถูกสร้างจากเครื่องมือ Figma โดยจะสามารถเป็นระบบต้นแบบโมไบล์แอปพลิเคชันของธุรกิจเสริมสวยดิลิเวอรีที่สามารถใช้งานได้จริง โดยตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งานทุกกลุ่มอย่างสูงสุด

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

สาขาวิชา เทคโนโลยีสารสนเทศทางธุรกิจ ลายมือชื่อนิสิต .....
ปีการศึกษา 2566 ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาหลัก .....

6482026826 : MAJOR INFORMATION TECHNOLOGY IN BUSINESS
KEYWORD:

Chanakarn Jindamanee : USING DESIGN THINKING TO DEVELOP MOBILE APPLICATION OF BEAUTY DELIVERY BUSINESS. Advisor: Assoc. Prof. WORASIT CHOOCHAIWATTANA, Ph.D.

Currently, the majority of people focus on their looks. Hair and makeup might boost their confidence. The beauty delivery businesses were occurred to accommodate consumers' requirement for makeup services without visiting a beauty salon. Providing consumer convenience and delivering higher-quality service create a positive image to boost customer confidence on their special days. Their behavior makes new business opportunities. It will make those who want make-up services and make-up artists find together through the mobile application Beauty Delivery Business.

For developing mobile applications to be efficient and can meet the real needs of all users. The principles of Design Thinking are necessary to help for creating the process of thinking and designing with a focus on user behaviors and understanding the needs and problems of all users.

Finally, the prototype of the application in this project was created from the Figma tool. This project can be an effective mobile application prototype Beauty Delivery Business.

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

Field of Study:	Information Technology in Business	Student's Signature .....
Academic Year:	2023	Advisor's Signature .....

กิตติกรรมประกาศ

โครงการพิเศษเรื่อง “การใช้การคิดเชิงออกแบบเพื่อพัฒนาโมไบล์แอปพลิเคชันของธุรกิจเสริมสวยดิลิเวอรี” นี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี เนื่องมาจากความช่วยเหลือและสนับสนุนจากหลายฝ่าย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง รองศาสตราจารย์ ดร.วรสิทธ์ ชูชัยวัฒนา อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการพิเศษนี้ ที่ได้สละเวลาอันมีค่าในการให้คำแนะนำ ปรึกษา ตรวจสอบและแก้ไขจุดบกพร่องต่าง ๆ เป็นอย่างดี ตลอดมา ผู้จัดทำขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ขอขอบพระคุณคณาจารย์ในหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเทคโนโลยีสารสนเทศทางธุรกิจ ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ต่าง ๆ ตลอดการศึกษาให้แก่ข้าพเจ้า

ขอขอบคุณเพื่อนๆ หลักสูตรเทคโนโลยีสารสนเทศทางธุรกิจ รุ่น 30 ภาคนอกเวลา รวมถึงเจ้าหน้าที่ในหลักสูตรเทคโนโลยีสารสนเทศทาง ธุรกิจทุกท่าน สำหรับความช่วยเหลือในด้านต่าง ๆ เป็นอย่างดีตลอดการจัดทำโครงการนี้

ขอขอบคุณเว็บไซต์สำหรับรูปภาพประกอบการสร้างต้นแบบแบบเสมือนจริง ให้โครงการออกมาได้อย่างสมบูรณ์

สุดท้ายนี้หากโครงการพิเศษนี้มีขอผิดพลาดหรือมีความบกพร่องประการใด ผู้จัดทำโครงการพร้อมน้อมรับคำแนะนำ อีกทั้งประโยชน์อันใดพึงมีจากโครงการพิเศษนี้ขอมอบให้แต่ผู้มีพระคุณและผู้ให้การสนับสนุนทุก ๆ ท่าน หวังว่าโครงการพิเศษนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้สนใจต่อไป

ชนกานต์ จินดามณี

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

สารบัญ

หน้า

..... ค

บทคัดย่อภาษาไทย ..... ค

..... ง

บทคัดย่อภาษาอังกฤษ ..... ง

กิตติกรรมประกาศ ..... จ

สารบัญ ..... ฉ

สารบัญตาราง ..... ฌ

สารบัญรูปภาพ ..... ฎ

บทที่ 1 บทนำ 1

1.1 ความสำคัญและที่มาของโครงการ 1

1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ 3

1.3 ขอบเขตของโครงการ 4

1.4 วิธีการดำเนินงานโครงการ 6

1.5 เทคโนโลยีที่ใช้ในโครงการ 7

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ 8

บทที่ 2 แนวคิดและเหตุผล 9

2.1 การคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) 9

2.2 ความคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) 10

2.3 ระบบแนะนำ (Recommendation System) 11

บทที่ 3 โครงสร้างองค์กรและการดำเนินงาน 12

3.1 ข้อมูลองค์กร 12

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

3.2 โครงสร้างองค์กร 12
3.3 หน้าที่ความรับผิดชอบ 13
3.4 การดำเนินงานขององค์กร 13
3.4.1. สรรหาผู้ให้บริการแต่งหน้าทำผม 14
3.4.2 สร้างและจัดการโพรไฟล์ของผู้ให้บริการแต่งหน้าทำผม 14
3.4.3 การจองบริการโดยลูกค้า 14
3.5 ปัญหาที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน 15
3.5.1 ปัญหาของลูกค้าที่ไปใช้บริการ 15
3.5.2 ปัญหาของผู้ให้บริการแต่งหน้าทำผม 15
3.6 จุดเด่น และ/หรือความแตกต่างขององค์กร 16
บทที่ 4 การพัฒนาระบบต้นแบบ 19
4.1 เขาคือใคร (Persona) 19
4.2 ทำความเข้าใจกลุ่มเป้าหมาย วิเคราะห์แผนที่ความเข้าใจ กำหนดกรอบปัญหาและรายละเอียดความต้องการระบบ (Empathy, Define and Ideate System Requirements Details) 20
4.2.1 ระบบจัดการข้อมูลผู้ให้บริการ (Servicer Data Management System) 20
4.2.2 ระบบจัดการข้อมูลลูกค้า (Customer Data Management System) 22
4.2.3 ระบบค้นหาบริการ (Service Searching System) 24
4.2.4 ระบบการจองบริการ (Service Reservation System) 27
4.2.5 ระบบรีวิวบริการ (Service Reviewing System) 30
4.2.6 ระบบจัดการข้อมูลผู้ดูแลระบบ (Administration Data Management System) ... 33
4.3 การสร้างและทดสอบระบบต้นแบบแบบหยาบ (Low-Fidelity Prototyping and Testing) 35
4.3.1 การสร้างระบบต้นแบบแบบหยาบด้วยโปรแกรม Figma (Low-Fidelity Prototype) 35

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

4.3.2 การทดสอบระบบด้วยต้นแบบแบบหยาบ (Low-Fidelity Prototyping and Testing) 78
4.4 การสร้างและทดสอบระบบต้นแบบแบบเสมือนจริง (High-Fidelity Prototyping and Testing) 118
4.4.1 การสร้างระบบต้นแบบแบบเสมือนจริงด้วยเครื่องมือสร้างต้นแบบ Figma (High-Fidelity Prototype) 118
4.4.2 การทดสอบระบบต้นแบบแบบเสมือนจริง (High-Fidelity Prototype Testing) 182
บทที่ 5 บทสรุป ปัญหาและข้อเสนอแนะ 188
5.1 บทสรุป 188
5.2 ปัญหาและแนวทางการแก้ไข 191
5.3 ข้อเสนอแนะ 193
บรรณานุกรม 194
ภาคผนวก 195
ประวัติผู้เขียน 196

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 1-1: เทคโนโลยีที่ใช้ในการพัฒนาระบบ 7

ตารางที่ 4-1: แบบจำลองบุคคลของผู้ใช้โมไบล์แอปพลิเคชันของธุรกิจเสริมสวยดิลิเวอรี 19

ตารางที่ 4-2: แผนที่ความเข้าใจ (Empathy Map) ของระบบจัดการข้อมูลผู้ให้บริการ (Servicer Data Management System)..... 21

ตารางที่ 4-3: แผนที่ความเข้าใจของระบบจัดการข้อมูลลูกค้า (Customer Data Management System)..... 22

ตารางที่ 4-4: แผนที่ความเข้าใจของระบบค้นหาบริการ (Service Searching System)..... 24

ตารางที่ 4-5: แผนที่ความเข้าใจของระบบการจองบริการ (Service Reservation System)..... 27

ตารางที่ 4-6: แผนที่ความเข้าใจของระบบรีวิวบริการ (Service Reviewing System)..... 31

ตารางที่ 4-7: แผนที่ความเข้าใจของระบบจัดการข้อมูลผู้ดูแลระบบ (Administration Data Management System)..... 33

ตารางที่ 4-8: ผลทดสอบต้นแบบแบบหยาบของระบบจัดการข้อมูลผู้ให้บริการ..... 78

ตารางที่ 4-9: ผลทดสอบต้นแบบแบบหยาบของระบบจัดการข้อมูลลูกค้า..... 79

ตารางที่ 4-10: ผลทดสอบต้นแบบแบบหยาบของระบบค้นหาบริการ..... 80

ตารางที่ 4-11: ผลทดสอบต้นแบบแบบหยาบของระบบจองบริการ..... 81

ตารางที่ 4-12: ผลทดสอบต้นแบบแบบหยาบของระบบรีวิวบริการ..... 82

ตารางที่ 4-13: ผลทดสอบต้นแบบแบบหยาบของจัดการข้อมูลผู้ดูแลระบบ..... 82

ตารางที่ 4-14: ผลทดสอบต้นแบบแบบเสมือนจริงของระบบจัดการข้อมูลผู้ให้บริการ..... 183

ตารางที่ 4-15: ผลทดสอบต้นแบบแบบเสมือนจริงของระบบจัดการข้อมูลลูกค้า..... 183

ตารางที่ 4-16: ผลทดสอบต้นแบบแบบเสมือนจริงของระบบค้นหาบริการ..... 183

ตารางที่ 4-17: ผลทดสอบต้นแบบแบบเสมือนจริงของระบบจองบริการ..... 184

ตารางที่ 4-18: ผลทดสอบต้นแบบแบบเสมือนจริงของระบบรีวิวบริการ..... 184

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ตารางที่ 4-19: ผลทดสอบต้นแบบแบบเสมือนจริงของจัดการข้อมูลผู้ดูแลระบบ 184
ตารางที่ 4-20: การแก้ไขปรับปรุงต้นแบบเสมือนจริงสุดท้าย (Final Prototype) 185
ตารางที่ 5-1: ตารางแสดงปัญหาและแนวทางแก้ไขในแต่ละขั้นตอนของกระบวนการคิดเชิงออกแบบ
..... 191

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

สารบัญรูปภาพ

หน้า

รูปที่ 2-1: กระบวนการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking Process) 9
รูปที่ 3-1: โครงสร้างองค์กรของ บริษัท เซิร์ฟ บิวตี (Serv Beauty) จำกัด (นามสมมติ) 12
รูปที่ 4-1: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าเริ่มต้นแอปพลิเคชันสำหรับผู้ให้บริการ 35
รูปที่ 4-2: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าลงทะเบียนระบบสำหรับผู้ให้บริการ 36
รูปที่ 4-3: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าสร้างบัญชีของฉัน ส่วนสร้างรหัสผ่านสำหรับผู้ให้บริการ 36
รูปที่ 4-4: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าสร้างบัญชีของฉัน ส่วนข้อมูลส่วนตัวสำหรับผู้ให้บริการ 37
รูปที่ 4-5: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าสร้างบัญชีของฉัน ส่วนยืนยันตนตัวสำหรับผู้ให้บริการ..... 37
รูปที่ 4-6: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าเมนูบัญชีของฉัน ส่วนสร้างโพรไฟล์ 38
รูปที่ 4-7: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าสร้างโพรไฟล์สำหรับผู้ให้บริการ ส่วนข้อมูลเกี่ยวกับตนเอง... 38
รูปที่ 4-8: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าสร้างโพรไฟล์สำหรับผู้ให้บริการ ส่วนอัปโหลดหน้าปกโพรไฟล์ 39
รูปที่ 4-9: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าสร้างโพรไฟล์สำหรับผู้ให้บริการ ส่วนอัปโหลดรูปหรือวิดีโอผลงานและระบุรายละเอียดของรูปหรือวิดีโอผลงาน..... 39
รูปที่ 4-10: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าแสดงผลการสร้างบัญชีผู้ให้บริการดำเนินการส่ง รออนุมัติให้บริการ..... 40
รูปที่ 4-11: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าแสดงผลการสร้างบัญชีผู้ให้บริการ สร้างบัญชีสำเร็จ..... 40
รูปที่ 4-12: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าหลักบัญชีของฉันสำหรับผู้ให้บริการ 41
รูปที่ 4-13: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าสร้างรายการบริการ และหน้ากรอกข้อมูลรายการบริการ... 41
รูปที่ 4-14: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าแสดงผลการสร้างรายการบริการสำเร็จ 42
รูปที่ 4-15: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าโพรโฟล์ของผู้ให้บริการ ส่วนข้อมูลเกี่ยวกับตนเอง..... 42
รูปที่ 4-16: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าโพรโฟล์ของผู้ให้บริการ ส่วนรายการบริการ 43
รูปที่ 4-17: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าตารางงาน 43

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

รูปที่ 4-18: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าแสดงข้อมูลรายการจอง ส่วนสถานะรอชำระเงิน 44
รูปที่ 4-19: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าแสดงข้อมูลรายการจอง ส่วนสถานะรอใช้บริการ 44
รูปที่ 4-20: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าแสดงรายละเอียดข้อมมูลใบเสร็จ 45
รูปที่ 4-21: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าแสดงข้อมูลการเดินทาง ระยะเวลา และแผนที่ 45
รูปที่ 4-22: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าแสดงผลการเดินทางถึงปลายทาง 46
รูปที่ 4-23: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าแสดงข้อมูลรายการจอง ส่วนสถานะสำเร็จ 46
รูปที่ 4-24: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าแสดงข้อมูลรีวิวการให้บริการ 47
รูปที่ 4-25: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าแสดงข้อมูลรายการจอง ส่วนสถานะยกเลิก 47
รูปที่ 4-26: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าแสดงข้อมูลรายการจอง ส่วนเปลี่ยนแปลงวันและเวลา 48
รูปที่ 4-27: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าแก้ไขข้อมูลส่วนตัวสำหรับผู้ให้บริการ 48
รูปที่ 4-28: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าการลงชื่อเข้าใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับผู้ให้บริการ 49
รูปที่ 4-29: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าลืมรหัสผ่านและหน้าสร้างรหัสผ่านใหม่สำหรับผู้ให้บริการ .. 49
รูปที่ 4-30: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าเริ่มต้นแอปพลิเคชันสำหรับลูกค้า 50
รูปที่ 4-31: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าลงทะเบียนระบบสำหรับลูกค้า 50
รูปที่ 4-32: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าสร้างบัญชีของฉันสำหรับลูกค้า ส่วนสร้างรหัสผ่าน 51
รูปที่ 4-33: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าสร้างบัญชีของฉันสำหรับลูกค้า 51
รูปที่ 4-34: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าบัญชีของฉันสำหรับลูกค้า ส่วนกรอกข้อมูลส่วนตัว 52
รูปที่ 4-35: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าแสดงผลการสร้างบัญชีสำเร็จ 52
รูปที่ 4-36: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าเมนูบัญชีของฉันสำหรับลูกค้า 53
รูปที่ 4-37: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าแก้ไขข้อมูลส่วนตัวสำหรับลูกค้า 53
รูปที่ 4-38: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าเลือกหัวข้อความช่วยเหลือ 54
รูปที่ 4-39: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าเลือกรายการที่ต้องการความช่วยเหลือ 54
รูปที่ 4-40: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าส่งรายงานความช่วยเหลือ 55
รูปที่ 4-41: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าแสดงผลการสร้างรายการความช่วยเหลือสำเร็จ 55

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

รูปที่ 4-42: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าการลงชื่อเข้าใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับลูกค้า 56
รูปที่ 4-43: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าลืมรหัสผ่านสำหรับลูกค้า..... 56
รูปที่ 4-44: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าเมนูหน้าหลักค้นหาบริการ..... 57
รูปที่ 4-45: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าค้นหาบริการโดยฟิลเตอร์ 57
รูปที่ 4-46: ต้นแบบแบบหยาบของหน้ากรอกข้อมูลวัน เวลาใช้บริการ และหน้าเลือกตัวกรอง 58
รูปที่ 4-47: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าแสดงข้อมูลผลลัพธ์การค้นหา..... 58
รูปที่ 4-48: ต้นแบบแบบหยาบของหน้ารายการถูกใจ..... 59
รูปที่ 4-49: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าแสดงข้อมูลโพรไฟล์ผู้ให้บริการ 59
รูปที่ 4-50: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าผลงานผู้ให้บริการ 60
รูปที่ 4-51: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าเลือกแพ็กเกจบริการ 60
รูปที่ 4-52: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าเลือกวันและเวลาบริการแต่งจริงและบริการทดลองแต่ง..... 61
รูปที่ 4-53: ต้นแบบแบบหยาบของหน้ากรอกข้อมูลเพิ่มเติม..... 61
รูปที่ 4-54: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าแสดงข้อมูลยืนยันการจอง 62
รูปที่ 4-55: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าเลือกคูปองส่วนลด 62
รูปที่ 4-56: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าเลือกรูปแบบชำระเงิน 63
รูปที่ 4-57: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าเลือกช่องทางการชำระเงินและหน้าเลือกธนาคารชำระเงิน กรณีชำระเงินทันที 63
รูปที่ 4-58: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าแสดงผลการชำระเงินสำเร็จ 64
รูปที่ 4-59: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าช่องทางชำระเงิน กรณีชำระเงินภายหลัง 64
รูปที่ 4-60: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าแสดงผลการจองสำเร็จ..... 65
รูปที่ 4-61: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าแสดงข้อมูลการจองของฉัน ส่วนสถานะรอชำระเงิน..... 65
รูปที่ 4-62: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าแสดงข้อมูลการจองของฉัน ส่วนสถานะรอใช้บริการ 66
รูปที่ 4-63: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าแสดงข้อมูลการเดินทาง ระยะเวลา แผนที่ และข้อมูลติดต่อผู้ให้บริการ..... 66

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

รูปที่ 4-64: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าแสดงข้อมูลการจองของฉัน ส่วนสถานะสำเร็จ 67
รูปที่ 4-65: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าเลือกเหตุผลที่ยกเลิก กรณียกเลิก 67
รูปที่ 4-66: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าแสดงรายการยืนยันการยกเลิก 68
รูปที่ 4-67: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าแสดงรายการยืนยันการยกเลิก 68
รูปที่ 4-68: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าแสดงข้อมูลการจองของฉัน ส่วนสถานะยกเลิก และแสดงรายการแนะนำ 69
รูปที่ 4-69: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าแสดงรายละเอียดสถานะยกเลิกการจอง กรณีไม่มีการคืนเงิน 69
รูปที่ 4-70: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าแสดงรายละเอียดสถานะยกเลิกการจอง กรณีมีการคืนเงิน 70
รูปที่ 4-71: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าเลือกวันและเวลาที่ต้องการใหม่ กรณีเปลี่ยนแปลงวันและเวลาการใช้บริการ 70
รูปที่ 4-72: ต้นแบบแบบหยาบของหน้ายืนยันการเปลี่ยนแปลงวันและเวลาการใช้บริการ 71
รูปที่ 4-73: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าแสดงการยืนยันเปลี่ยนแปลงวันและเวลาการใช้บริการ..... 71
รูปที่ 4-74: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าแสดงข้อมูลการจองของฉัน ส่วนสถานะเปลี่ยนแปลงวัน 72
รูปที่ 4-75: ต้นแบบแบบหยาบของหน้ากรอกข้อมูลรีวิวบริการ 72
รูปที่ 4-76: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าแสดงได้รับคูปองส่วนลด 73
รูปที่ 4-77: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าแสดงคูปองของฉัน 73
รูปที่ 4-78: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าแสดงข้อมูลรีวิวผู้ให้บริการจากผู้ใช้บริการทั้งหมด 74
รูปที่ 4-79: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าค้นหาและแสดงข้อมูลบัญชีผู้ให้บริการของระบบจัดการข้อมูลผู้ดูแลระบบ 74
รูปที่ 4-80: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าข้อมูลรายละเอียดบัญชีผู้ให้บริการสำหรับผู้ดูแลระบบ 75
รูปที่ 4-81: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าค้นหาและแสดงข้อมูลรายการจองสำหรับผู้ดูแลระบบ 75
รูปที่ 4-82: ต้นแบบแบบหยาบของหน้ารายละเอียดรายการจองบริการสำหรับผู้ดูแลระบบ 76
รูปที่ 4-83: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าค้นหาและแสดงข้อมูลรายการความช่วยเหลือสำหรับผู้ดูแลระบบ 76

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

รูปที่ 4-84: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าข้อมูลรายละเอียดรายการความช่วยเหลือสำหรับผู้ดูแลระบบ 77

รูปที่ 4-85: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าติดต่อและระงับบัญชีผู้ให้บริการสำหรับผู้ดูแลระบบ 77

รูปที่ 4-86: ต้นแบบแบบหยาบก่อนปรับปรุงและหลังปรับปรุงของหน้าลงทะเบียนสำหรับผู้ให้บริการ 83

รูปที่ 4-87: ต้นแบบแบบหยาบก่อนปรับปรุงและหลังปรับปรุงของหน้าสร้างบัญชีของฉันสำหรับผู้ให้บริการ 84

รูปที่ 4-88: ต้นแบบแบบหยาบก่อนปรับปรุงและหลังปรับปรุงของหน้าสร้างบัญชีของฉันสำหรับผู้ให้บริการ ส่วนยืนยันตัวตน 85

รูปที่ 4-89: ต้นแบบแบบหยาบหลังปรับปรุงของการเพิ่มหน้านโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล 86

รูปที่ 4-90: ต้นแบบแบบหยาบก่อนปรับปรุงและหลังปรับปรุงของหน้าสร้างโพรไฟล์ผู้ให้บริการ 87

รูปที่ 4-91: ต้นแบบแบบหยาบก่อนปรับปรุงและหลังปรับปรุงของหน้าแสดงผลการสร้างบัญชีผู้ให้บริการดำเนินการส่ง รออนุมัติให้บริการ 88

รูปที่ 4-92: ต้นแบบแบบหยาบก่อนปรับปรุงและหลังปรับปรุงของหน้าหลักบัญชีของฉันสำหรับผู้ให้บริการ 89

รูปที่ 4-93: ต้นแบบแบบหยาบก่อนปรับปรุงและหลังปรับปรุงของหน้าโพรโฟล์ของผู้ให้บริการส่วนข้อมูลเกี่ยวกับตนเอง 90

รูปที่ 4-94: ต้นแบบแบบหยาบก่อนปรับปรุงและหลังปรับปรุงของหน้ารายการจอง สถานะรอใช้บริการ 91

รูปที่ 4-95: ต้นแบบแบบหยาบก่อนปรับปรุงและหลังปรับปรุงของหน้ารายการจอง สถานะยกเลิกบริการ 92

รูปที่ 4-96: ต้นแบบแบบหยาบก่อนปรับปรุงและหลังปรับปรุงของหน้ารายการจอง สถานะให้บริการสำเร็จ 93

รูปที่ 4-97: ต้นแบบแบบหยาบก่อนปรับปรุงและหลังปรับปรุงของหน้ารายการจอง สถานะเปลี่ยนแปลงวันและเวลา 94

รูปที่ 4-98: ต้นแบบแบบหยาบก่อนปรับปรุงและหลังปรับปรุงของหน้าลงทะเบียนสำหรับลูกค้า 95

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

รูปที่ 4-99: ต้นแบบแบบหยาบก่อนปรับปรุงและหลังปรับปรุงของหน้าบัญชีของฉันสำหรับลูกค้า ... 96
รูปที่ 4-100: ต้นแบบแบบหยาบก่อนปรับปรุงและหลังปรับปรุงของหน้าสร้างบัญชีของฉันสำหรับลูกค้า ส่วนยืนยันตัวตน ... 97
รูปที่ 4-101: ต้นแบบแบบหยาบหลังปรับปรุงของการเพิ่มหน้านโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล ... 98
รูปที่ 4-102: ต้นแบบแบบหยาบก่อนปรับปรุงและหลังปรับปรุงของหน้าความช่วยเหลือ ... 99
รูปที่ 4-103: ต้นแบบแบบหยาบก่อนปรับปรุงและหลังปรับปรุงของหน้าเมนูหน้าหลักค้นหาบริการ ... 100
รูปที่ 4-104: ต้นแบบแบบหยาบก่อนปรับปรุงและหลังปรับปรุงของหน้าค้นหาบริการโดยฟิลเตอร์ 101
รูปที่ 4-105: ต้นแบบแบบหยาบก่อนปรับปรุงและหลังปรับปรุงของหน้าค้นหาบริการโดยฟิลเตอร์ 102
รูปที่ 4-106: ต้นแบบแบบหยาบก่อนปรับปรุงและหลังปรับปรุงของหน้าแสดงข้อมูลโพรไฟล์ของผู้ให้บริการ ... 103
รูปที่ 4-107: ต้นแบบแบบหยาบก่อนปรับปรุงและหลังปรับปรุงของหน้าเลือกแพ็กเกจบริการ 104
รูปที่ 4-108: ต้นแบบแบบหยาบก่อนปรับปรุงและหลังปรับปรุงของหน้าแสดงข้อมูลยืนยันการจอง ... 105
รูปที่ 4-109: ต้นแบบแบบหยาบก่อนปรับปรุงและหลังปรับปรุงของหน้าแสดงผลการจองสำเร็จ ... 106
รูปที่ 4-110: ต้นแบบแบบหยาบก่อนปรับปรุงและหลังปรับปรุงของหน้าแสดงข้อมูลการจองของฉัน ส่วนสถานะรอใช้บริการ ... 107
รูปที่ 4-111: ต้นแบบแบบหยาบก่อนปรับปรุงและหลังปรับปรุงของหน้าแสดงข้อมูลการจองของฉัน ส่วนสถานะสำเร็จ ... 108
รูปที่ 4-112: ต้นแบบแบบหยาบก่อนปรับปรุงและหลังปรับปรุงของหน้ายืนยันการเปลี่ยนแปลงวันและเวลาการใช้บริการ ... 109
รูปที่ 4-113: ต้นแบบแบบหยาบก่อนปรับปรุงและหลังปรับปรุงของหน้าแสดงได้รับคูปองส่วนลด. 110
รูปที่ 4-114: ต้นแบบแบบหยาบก่อนปรับปรุงและหลังปรับปรุงของหน้าแสดงคูปองของฉัน 111
รูปที่ 4-115: ต้นแบบแบบหยาบก่อนปรับปรุงและหลังปรับปรุงของหน้าแสดงข้อมูลรีวิวผู้ให้บริการจากผู้ใช้บริการทั้งหมด ... 112
รูปที่ 4-116: ต้นแบบแบบหยาบหลังปรับปรุงเพิ่มหน้าแสดงรายการรอรีวิว ... 113

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

รูปที่ 4-117: ต้นแบบแบบหยาบหลังปรับปรุงเพิ่มหน้าแสดงรายการประวัติรีวิว 113
รูปที่ 4-118: ต้นแบบแบบหยาบก่อนปรับปรุงและหลังปรับปรุงของหน้าข้อมูลรายละเอียดบัญชีผู้ให้บริการสำหรับผู้ดูแลระบบ 114
รูปที่ 4-119: ต้นแบบแบบหยาบก่อนปรับปรุงและหลังปรับปรุงของหน้ารายละเอียดรายการจองบริการสำหรับผู้ดูแลระบบ 115
รูปที่ 4-120: ต้นแบบแบบหยาบก่อนปรับปรุงและหลังปรับปรุงของหน้าข้อมูลรายละเอียดรายการความช่วยเหลือสำหรับผู้ดูแลระบบ 116
รูปที่ 4-121: ต้นแบบแบบหยาบก่อนปรับปรุงและหลังปรับปรุงของหน้าติดต่อและระงับบัญชีผู้ให้บริการสำหรับผู้ดูแลระบบ 117
รูปที่ 4-122: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าเริ่มต้นแอปพลิเคชันสำหรับผู้ให้บริการ 118
รูปที่ 4-123: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าเริ่มต้นแอปพลิเคชันสำหรับผู้ให้บริการ 119
รูปที่ 4-124: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าสร้างบัญชีของฉันสำหรับผู้ให้บริการ ส่วนสร้างรหัสผ่าน 119
รูปที่ 4-125: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าบัญชีของฉันสำหรับผู้ให้บริการ ส่วนยืนยันตัวตน 120
รูปที่ 4-126: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้ายืนยันตัวตนสำหรับผู้ให้บริการโดยการแสกนหน้า แสกนบัตรประชาชน และแสกนหน้าและบัตรประชาชน 120
รูปที่ 4-127: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าสร้างบัญชีของฉันสำหรับผู้ให้บริการ ส่วนข้อมูลส่วนตัว 121
รูปที่ 4-128: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าบัญชีของฉันสำหรับผู้ให้บริการ ส่วนข้อมูลส่วนตัว นโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล 121
รูปที่ 4-129: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าบัญชีของฉันสำหรับผู้ให้บริการ ส่วนสร้างโพรไฟล์ 122
รูปที่ 4-130: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าสร้างโพรไฟล์สำหรับผู้ให้บริการ ส่วนข้อมูลเกี่ยวกับตนเอง 122
รูปที่ 4-131: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าโพรไฟล์ ส่วนอัปโหลดหน้าปกโพรไฟล์ 123
รูปที่ 4-132: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าสร้างโพรไฟล์ ส่วนอัปโหลดรูปหรือวิดีโอผลงาน 123
รูปที่ 4-133: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าระบุรายละเอียดของรูปหรือวิดีโอผลงาน 124

Chulalongkorn University

รูปที่ 4-134: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าแสดงและอัปโหลดรูปหรือวิดีโอผลงาน 124
รูปที่ 4-135: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าแสดงผลการสร้างบัญชีผู้ให้บริการดำเนินการส่ง รออนุมัติให้บริการ 125
รูปที่ 4-136: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าแสดงผลการสร้างบัญชีผู้ให้บริการ สร้างบัญชีสำเร็จ 125
รูปที่ 4-137: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าหลักบัญชีของฉัน 126
รูปที่ 4-138: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าสร้างรายการบริการ และหน้ากรอกข้อมูลรายการบริการ 126
รูปที่ 4-139: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าแสดงผลการสร้างรายการบริการสำเร็จ 127
รูปที่ 4-140: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าโพรโฟล์ของผู้ให้บริการ ส่วนข้อมูลเกี่ยวกับตนเอง .. 127
รูปที่ 4-141: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าโพรโฟล์ของผู้ให้บริการ ส่วนรายการบริการ 128
รูปที่ 4-142: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าตารางงาน 128
รูปที่ 4-143: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าแสดงข้อมูลรายการจอง ส่วนสถานะรอชำระเงิน 129
รูปที่ 4-144: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าแสดงข้อมูลรายการจอง ส่วนสถานะรอให้บริการ ... 129
รูปที่ 4-145: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าแสดงรายละเอียดสถานะรอให้บริการ 130
รูปที่ 4-146: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าแสดงรายละเอียดข้อมมูลใบเสร็จ 130
รูปที่ 4-147: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าแสดงข้อมูลการเดินทาง ระยะเวลา และแผนที่ 131
รูปที่ 4-148: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าแสดงผลการเดินทางถึงที่หมาย 131
รูปที่ 4-149: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าแสดงข้อมูลรายการรอให้บริการ ส่วนสถานะถึงที่หมาย 132
รูปที่ 4-150: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าคิวอาร์โค้ดสำหรับแสดงให้ลูกค้าแสกนเพื่อยืนยันปิดงาน 132
รูปที่ 4-151: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าแสดงผลการยืนยันปิดงานสำเร็จ 133
รูปที่ 4-152: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าอัปโหลดรูปภาพผลงานและวิดีโอผลงาน 133
รูปที่ 4-153: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าแสดงข้อมูลรายการจอง ส่วนสถานะสำเร็จ 134
รูปที่ 4-154: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าแสดงข้อมูลรีวิวการให้บริการ 134

รูปที่ 4-155: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าแสดงข้อมูลรายการจอง ส่วนสถานะยกเลิก 135
รูปที่ 4-156: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าแสดงรายละเอียดสถานะรอให้บริการ 135
รูปที่ 4-157: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าแสดงข้อมูลรายการจอง ส่วนสถานะเปลี่ยนแปลงวันและเวลา 136
รูปที่ 4-158: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าแสดรายละเอียดสถานะเปลี่ยนแปลงวันและเวลา กรณีตอบรับการเปลี่ยนแปลง 136
รูปที่ 4-159: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าแสดรายละเอียดข้อมูลรายการจอง ส่วนสถานะเปลี่ยนแปลงวันและเวลา กรณีปฏิเสธการเปลี่ยนแปลง 137
รูปที่ 4-160: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าแจ้งเตือนการให้บริการ 137
รูปที่ 4-161: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าการลงชื่อเข้าใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับผู้ให้บริการ 138
รูปที่ 4-162: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าลืมรหัสผ่านสำหรับผู้ให้บริการ 138
รูปที่ 4-163: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าสร้างรหัสผ่านใหม่สำหรับผู้ให้บริการ 139
รูปที่ 4-164: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าเริ่มต้นแอปพลิเคชันสำหรับลูกค้า 139
รูปที่ 4-165: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าลงทะเบียนระบบสำหรับลูกค้า 140
รูปที่ 4-166: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าสร้างบัญชีของฉันสำหรับลูกค้า ส่วนสร้างรหัสผ่าน . 140
รูปที่ 4-167: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าสร้างบัญชีของฉันสำหรับลูกค้า ส่วนยืนยันตัวตน 141
รูปที่ 4-168: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้ายืนยันตัวตนสำหรับลูกค้าโดยการแสกนหน้า แสกนบัตรประชาชน และแสกนหน้าและบัตรประชาชน 141
รูปที่ 4-169: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าสร้างบัญชีของฉันสำหรับลูกค้า ส่วนกรอกข้อมูลส่วนตัว 142
รูปที่ 4-170: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าบัญชีของฉัน ส่วนข้อมูลส่วนตัว นโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลสำหรับลูกค้า 142
รูปที่ 4-171: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าแสดงผลการสร้างบัญชีสำเร็จ 143
รูปที่ 4-172: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าเมนูบัญชีของฉันสำหรับลูกค้า 143
รูปที่ 4-173: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าแก้ไขข้อมูลส่วนตัวสำหรับลูกค้า 144

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

รูปที่ 4-174: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าเลือกหัวข้อความช่วยเหลือ 144
รูปที่ 4-175: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าเลือกรายการที่ต้องการความช่วยเหลือ 145
รูปที่ 4-176: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าส่งรายงานความช่วยเหลือ 145
รูปที่ 4-177: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าแสดงผลการสร้างรายการความช่วยเหลือสำเร็จ 146
รูปที่ 4-178: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าประวัติรายงานความช่วยเหลือ 146
รูปที่ 4-179: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าแสดงรายละเอียดสถานะของประวัติรายการความช่วยเหลือ 147
รูปที่ 4-180: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าการลงชื่อเข้าใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับลูกค้า 147
รูปที่ 4-181: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าลืมรหัสผ่านสำหรับลูกค้า 148
รูปที่ 4-182: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าสร้างรหัสผ่านใหม่สำหรับลูกค้า 148
รูปที่ 4-183: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าเมนูหน้าหลักค้นหาผู้ให้บริการ 149
รูปที่ 4-184: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าเมนูหน้าหลักค้นหาผู้ให้บริการ เลือกวันใช้บริการ 150
รูปที่ 4-185: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าเมนูหน้าหลักค้นหาผู้ให้บริการ เลือกเวลาใช้บริการ 151
รูปที่ 4-186: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าเมนูหน้าหลักค้นหาผู้ให้บริการ เลือกจำนวนคนใช้บริการ 152
รูปที่ 4-187: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าเมนูหน้าหลักค้นหาผู้ให้บริการ เลือกตัวกรอง เงื่อนไขที่ต้องการใช้บริการ 153
รูปที่ 4-188: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าค้นหาบริการโดยฟิลเตอร์ 153
รูปที่ 4-189: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าแสดงข้อมูลผลลัพธ์การค้นหา 154
รูปที่ 4-190: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าเลือกการเรียงผลลัพธ์ตามความต้องการ 154
รูปที่ 4-191: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้ารายการถูกใจ 155
รูปที่ 4-192: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าการแจ้งเตือนการใช้บริการ 156
รูปที่ 4-193: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าแสดงข้อมูลโพรไฟล์ผู้ให้บริการ 157
รูปที่ 4-194: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าผลงานผู้ให้บริการ 157
รูปที่ 4-195: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าเลือกแพ็กเกจบริการ 158

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

รูปที่ 4-196: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าเลือกวันและเวลาบริการแต่งจริง 158
รูปที่ 4-197: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าเลือกวันและเวลาบริการแต่งจริงและบริการทดลองแต่ง กรณีมีแพ็กเกจเสริมทดลองแต่ง 159
รูปที่ 4-198: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้ากรอกข้อมูลเพิ่มเติม 159
รูปที่ 4-199: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าแสดงข้อมูลยืนยันการจอง 160
รูปที่ 4-200: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าเลือกคูปองส่วนลด 160
รูปที่ 4-201: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าเลือกรูปแบบการชำระเงินแบบชำระทันที 161
รูปที่ 4-202: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าเลือกช่องทางการชำระเงินและหน้าเลือกธนาคารชำระเงิน กรณีชำระเงินทันที 161
รูปที่ 4-203: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าแสดงผลการชำระเงินสำเร็จ 162
รูปที่ 4-204: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าช่องทางชำระเงิน กรณีชำระเงินภายหลัง 162
รูปที่ 4-205: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าแสดงผลการจองสำเร็จ 163
รูปที่ 4-206: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าแสดงข้อมูลการจองของฉัน ส่วนสถานะรอชำระเงิน 163
รูปที่ 4-207: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าแสดงข้อมูลการจองของฉัน ส่วนสถานะรอใช้บริการ 164
รูปที่ 4-208: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าแสดงรายละเอียดสถานะรอใช้บริการ 164
รูปที่ 4-209: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าแสดงรายละเอียดข้อมูลใบเสร็จ 165
รูปที่ 4-210: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าแสดงข้อมูลการเดินทาง ระยะเวลา แผนที่ และข้อมูลติดต่อผู้ให้บริการ 165
รูปที่ 4-211: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าแสดงข้อมูลการจองของฉัน ส่วนสถานะสำเร็จ 166
รูปที่ 4-212: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าแสดงรายละเอียดข้อมูลการจองของฉัน ส่วนสถานะสำเร็จ 166
รูปที่ 4-213: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าเลือกเหตุผลที่ยกเลิก กรณียกเลิก 167
รูปที่ 4-214: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าแสดงรายการยืนยันการยกเลิก 167
รูปที่ 4-215: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าแสดงการยืนยันการยกเลิก 168

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

รูปที่ 4-216: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าแสดงข้อมูลข้อมูลการจองของฉัน ส่วนสถานะยกเลิกและแสดงรายการแนะนำ 168

รูปที่ 4-217: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าแสดงรายละเอียดสถานะยกเลิกการจอง กรณีไม่มีการคืนเงิน 169

รูปที่ 4-218: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าแสดงรายละเอียดสถานะยกเลิกการจอง กรณีมีการคืนเงิน 169

รูปที่ 4-219: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าเลือกวันและเวลาที่ต้องการใหม่ กรณีเปลี่ยนแปลงวันและเวลาการใช้บริการ 170

รูปที่ 4-220: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้ายืนยันการเปลี่ยนแปลงวันและเวลาการใช้บริการ 170

รูปที่ 4-221: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าแสดงการยืนยันเปลี่ยนแปลงวันและเวลาการใช้บริการ 171

รูปที่ 4-222: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าแสดงข้อมูลการจองของฉัน ส่วนสถานะเปลี่ยนแปลงวัน 171

รูปที่ 4-223: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าแสดงรายละเอียดสถานะเปลี่ยนแปลงวันและเวลา . 172

รูปที่ 4-224: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าแสดงรายละเอียดสถานะเปลี่ยนแปลงวันและเวลา กรณีผู้ให้บริการปฏิเสธ 172

รูปที่ 4-225: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้ากรอกข้อมูลรีวิวบริการ 173

รูปที่ 4-226: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าแสดงได้รับคูปองส่วนลด 173

รูปที่ 4-227: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าแสดงคูปองของฉัน 174

รูปที่ 4-228: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าใช้คูปองและแสดงรายการแนะนำสำหรับการใช้คูปอง 174

รูปที่ 4-229: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าแสดงข้อมูลรีวิวผู้ให้บริการจากผู้ใช้บริการทั้งหมด .. 175

รูปที่ 4-230: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้ารีวิวของฉัน แสดงรายการรอรีวิว 175

รูปที่ 4-231: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้ารีวิวของฉัน แสดงรายการประวัติรีวิว 176

รูปที่ 4-232: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าแสดงรายการรายละเอียดของประวัติรีวิว 176

รูปที่ 4-233: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าค้นหาและแสดงข้อมูลบัญชีผู้ให้บริการสำหรับผู้ดูแลระบบ 177

รูปที่ 4-234: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าข้อมูลรายละเอียดบัญชีผู้ให้บริการสำหรับผู้ดูแลระบบ 178

รูปที่ 4-235: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าค้นหาและแสดงข้อมูลรายการจองสำหรับผู้ดูแลระบบ 179

รูปที่ 4-236: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้ารายละเอียดรายการจองบริการสำหรับผู้ดูแลระบบ 179

รูปที่ 4-237: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าค้นหาและแสดงข้อมูลรายการความช่วยเหลือสำหรับผู้ดูแลระบบ 180

รูปที่ 4-238: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าข้อมูลรายละเอียดรายการความช่วยเหลือสำหรับผู้ดูแลระบบ 180

รูปที่ 4-239: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าติดต่อและระงับบัญชีผู้ให้บริการสำหรับผู้ดูแลระบบ 181

รูปที่ 4-240: ต้นแบบแบบเสมือนจริงสุดท้ายของหน้าแสดงผลการลงทะเบียนสำเร็จ 186

รูปที่ 4-241: ต้นแบบแบบเสมือนจริงสุดท้ายของหน้าตัวกรองการค้นหา 186

รูปที่ 4-242: ต้นแบบแบบเสมือนจริงสุดท้ายของหน้าค้นหาและแสดงประวัติค้นหา 187

รูปที่ 4-243: ต้นแบบแบบเสมือนจริสุดท้ายงของหน้าแสดงข้อมูลการจองของฉัน ส่วนสถานะรอชำระเงิน 187

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

บทที่ 1
บทนำ

ในบทนี้จะกล่าวถึงความสำคัญและที่มาของโครงการ วัตถุประสงค์ของโครงการ ขอบเขตของโครงการ วิธีการดำเนินงานโครงการ เทคโนโลยีที่ใช้ในการพัฒนาระบบและเทคโนโลยีที่ใช้ในการพัฒนาระบบ ตลอดจนประโยชน์ที่จะได้รับจากโครงการ “การใช้การคิดเชิงออกแบบเพื่อพัฒนาโมบายแอปพลิเคชันของธุรกิจเสริมสวยดิลิเวอรี”

1.1 ความสำคัญและที่มาของโครงการ

กิจการเสริมสวย หมายถึง กิจการที่ประกอบการเสริมสวยของสุภาพสตรีหรือการแต่งผมของสุภาพบุรุษ รวมทั้งการแต่งเล็บ แต่งหน้า นวดหน้า อบหน้า หรือ อบผิว (สำนักอนามัยสิ่งแวดล้อม, 2551)

กระแสความสวยความงามการดูแลตนเองในทุกเพศ ทุกวัย จากค่านิยมของสังคมที่เปลี่ยนไป ต้องการการสร้างตัวตนในสังคมให้ความสำคัญกับภาพลักษณ์ตนเอง ต้องการการดูแลตัวเองและความงามมากขึ้น ข้อมูลและคำแนะนำเกี่ยวกับการดูแลตัวเองสามารถเข้าถึงได้ง่ายมากขึ้นผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ทำให้ผู้คนมีการศึกษาและค้นคว้าเกี่ยวกับการดูแลตัวเองมากขึ้น อีกทั้งความสวยความงามนั้นเป็นการสร้างการยอมรับทำให้รู้สึกดีกับตนเองและความมั่นใจในการอยู่ในสังคม การดูแลตัวเองในความงามด้านต่าง ๆ นั้น เพื่อส่งเสริมบุคลิกภาพของตนเองให้ดูดียิ่งขึ้น ต้องการเป็นที่รู้จัก ต้องการเป็นที่ยอมรับ ซึ่งการมีภาพลักษณ์ที่ดีจะช่วยส่งเสริมความต้องการเหล่านั้นได้ อีกทั้งสังคมในปัจจุบันนี้มีค่านิยมในการเฉลิมฉลองหรือออกงานสำคัญต่าง ๆ ซึ่งในโอกาสสำคัญของทุกคนต่างก็อยากเป็นวันที่สวยที่สุดในวันหนึ่งในชีวิต เช่น วันรับปริญญา วันแต่งงาน วันเกิด วันออกงานทางการ เป็นต้น การมองหาผู้ให้บริการแต่งหน้าทำผมให้สวยครบจบทุกมุม ที่ใช่ ที่ไว้ใจได้ เพื่อความมั่นใจให้ทันก่อนวันสำคัญ จึงถือเป็นรายละเอียดที่สำคัญอย่างหนึ่งที่มีการให้ความใส่ใจมากเป็นพิเศษ แม้ว่าเราจะเป็นคนที่สามารถแต่งหน้าทำผมได้เองก็ตามในวันสำคัญต่าง ๆ นั้น เป็นวันพิเศษที่ต้องการความมั่นใจเป็นพิเศษ

ในปัจจุบันสื่อสังคมออนไลน์ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในการกระตุ้นในเกิดทัศนคติต่าง ๆ ของผู้หญิงที่มีต่อความสวยงาม เช่น การแต่งหน้าดูแลตัวเองเท่ากับสวย ผมยาวสลวยส่งเสริมรูปลักษณ์ซึ่งสิ่งที่โฆษณาพยายามส่งสารให้กับผู้บริโภคนั้นก็คือ ผู้หญิงสวยสามารถดึงดูดและสร้างความสนใจจากผู้คนรอบข้างได้ จึงสามารถกล่าวได้ว่า ความสวยความงามกับผู้หญิงนั้นเป็นของคู่กัน ดังนั้นการแต่งหน้า ทำผม ทำเล็บ จึงเป็นหนึ่งทางเลือกที่จะเนรมิตผู้หญิงมีความสวยเพิ่มมากขึ้น และ

ปรับเปลี่ยนบุคลิกภาพภายนอกให้ดูดีมากยิ่งขึ้นอีกด้วย สำหรับนิยามการแต่งหน้านั้น คือ การเติมแต่งสีสันจากเครื่องสำอางลงใบหน้าเพื่อปกปิดจุดบกพร่องหรือการทำให้ใบหน้ามี ชีวิตชีวาและสามารถเปลี่ยนบริบทของความสวยงามได้ตามความเหมาะสม

ธุรกิจเสริมสวยเกิดขึ้นในสังคมไทยมาช้านานเป็นธุรกิจที่มีการลงทุนด้วยจำนวนเงินไม่สูงมากนัก ต้นทุนส่วนใหญ่จะเป็นการขายฝีมือมากกว่าการลงทุนด้านวัตถุดิบ ต่างจากธุรกิจอื่นที่ต้นทุนมักมาจากวัตถุดิบมากกว่าการใช้ฝีมือ ซึ่งหากมองถึงโอกาสในการเติบโตตลาดธุรกิจร้านเสริมสวยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทุกปี เนื่องจากธุรกิจมีลักษณะแบบอาชีพอิสระที่ช่วยให้คนไทยทุกฐานะอาชีพมีสิทธิเลือกที่จะเป็นเจ้าของกิจการได้ แต่ภายใต้ความมีอิสระก็ต้องใช้ความพยายามและหาแนวทางในการทำธุรกิจร้านเสริมสวยให้ประสบความสำเร็จ (Econnews, 2561)

จากสถานการณ์การระบาดของ COVID-19 ส่งผลให้รัฐบาลต้องใช้มาตรการที่เข้มข้นเพื่อควบคุมการระบาด โดยได้เริ่มใช้มาตรการล็อกดาวน์ส่งผลให้เศรษฐกิจหยุดชะงักโดยมาตรการต่าง ๆ ส่งผลกระทบต่อการดำเนินชีวิตมีผลกระทบต่อภาคธุรกิจ และเศรษฐกิจ โดยประเทศไทยจะได้รับผลกระทบเป็นอย่างมาก (ศูนย์วิจัยกรุงศรี, 2564)

ธุรเสริมสวยเป็นหนึ่งในธุรกิจที่อยู่ภายใต้มาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของ COVID-19 อย่างเข้มข้นทำให้ลูกค้ากังวลในการไปร้านเสริมสวย อาจจะด้วยความเข้มงวดในการปฏิบัติตัวป้องกันโรคในร้าน และจากปัจจัยอื่น ๆ เช่น การจราจรติดขัด มีเวลาที่จำกัดไม่สะดวกเดินทางไปใช้บริการแต่งหน้าทำผมที่ร้าน เป็นต้น

จากสถานการณ์ดังกล่าวทำให้เกิดธุรกิจเสริมสวยดิลิเวอรี (Beauty Delivery) หรือธุรกิจเสริมสวยถึงบ้านเป็นบริการเสริมความงามในรูปแบบที่พนักงานจะไปดูแลผู้ใช้บริการนอกสถานที่ เช่น บ้านหรือโรงแรม พร้อมกับนำอุปกรณ์ต่างๆ ไปด้วย ช่วยให้ลูกค้าสามารถดูแลตนเองได้โดยไม่ต้องเดินทางไปยังร้านเสริมสวย ให้บริการนอกสถานที่ตามความต้องการของลูกค้า โดยรูปแบบการให้บริการต่างจากธุรกิจเสริมสวยเดิมที่ให้บริการเฉพาะที่ร้านเสริมสวย ลูกค้าต้องเดินทางไปใช้บริการที่ร้านเสริมสวย

การเปลี่ยนแปลงและการพัฒนาเทคโนโลยีในสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ รวมถึงการแข่งขันที่สูงขึ้นนั้นทำให้ต้องตระหนักในการรักษาลูกค้าประจำไว้โดยการสื่อสารประชาสัมพันธ์และการทำการตลาดออนไลน์ผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น Youtube Facebook Instagram LINE รวมถึงการใช้เว็บไซต์เครื่องมือสืบค้น (Search Engine) เป็นต้น ทำให้ไม่เพียงแต่พัฒนาฝีมือการให้บริการแต่ต้องให้ความสำคัญกับการทำการตลาดบนสื่อสังคมออนไลน์ที่ช่วยเพิ่มช่องทางให้ธุรกิจสามารถเข้าถึงลูกค้ามากขึ้น เพื่อให้มีแนวโน้มที่ลูกค้าจะไปใช้บริการเพิ่มขึ้น

ผู้จัดทำโครงการเล็งเห็นโอกาสในการพัฒนากระบวนการธุรกิจเสริมสวยดิลิเวอรีให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นโดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศมาประยุกต์ใช้ เนื่องจากกระบวนการธุรกิจ

ระหว่างผู้ให้บริการเสริมสวยและลูกค้ามีช่องว่างในการพัฒนากระบวนการให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นเพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีขึ้น นำไปการสร้างรายได้สู่ธุรกิจเสริมสวยดิลิเวอรีสูงขึ้น จึงเป็นที่มาของโครงการ “การใช้การคิดเชิงออกแบบเพื่อพัฒนาโมไบล์แอปพลิเคชันการใช้การคิดเชิงออกแบบเพื่อพัฒนาโมไบล์แอปพลิเคชันของธุรกิจเสริมสวยดิลิเวอรี” โดยโครงการนี้จะใช้หลักการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) เป็นกระบวนการคิดสร้างสรรค์นวัตกรรมอย่างเป็นระบบโดยยึดลูกค้าหรือผู้ใช้งานเป็นศูนย์กลางในการออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการ โดยทำความเข้าใจในปัญหาที่ลูกค้าอย่างลึกซึ้ง ประกอบกับความคิดสร้างสรรค์และมุมมองจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ที่หลากหลาย มาสร้างแนวคิด ทดสอบและพัฒนาทำให้กลุ่มเป้าหมายทั้งผู้ให้บริการและลูกค้าเข้าถึงบริการได้รับความสะดวกและความพึงพอใจมากยิ่งขึ้น

1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ

โครงการ “การใช้การคิดเชิงออกแบบเพื่อพัฒนาโมไบล์แอปพลิเคชันของธุรกิจเสริมสวยดิลิเวอรี” จัดทำขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้

1) เพื่อประยุกต์หลักการคิดเชิงออกแบบ (DesignThinking) และระบบแนะนำ (Recommendation System) ในการออกแบบโมไบล์แอปพลิเคชันของธุรกิจเสริมสวยดิลิเวอรี
2) เพื่อนำหลักการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) มาประยุกต์ใช้ในการออกแบบส่วนของผู้ใช้งาน (User Interface) และการออกแบบประสบการณ์ของผู้ใช้งาน (User Experience) เพื่อให้เข้าใจพฤติกรรมการเลือกใช้บริการและการตัดสินใจใช้บริการ
3) เพื่อให้ได้ระบบต้นแบบ (Prototype) โมไบล์แอปพลิเคชันของระบบจัดการข้อมูลของระบบจัดการข้อมูลผู้ให้บริการ (Servicer Data Management System) ที่ช่วยบริหารจัดการข้อมูลบริการต่าง ๆ และจัดเก็บข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพ
4) เพื่อให้ได้ระบบต้นแบบ (Prototype) โมไบล์แอปพลิเคชันของระบบจัดการข้อมูลลูกค้า (Customer Data Management System) ที่ช่วยเพิ่มความสะดวกสบายและสร้างประสบการณ์ที่ดีแก่ลูกค้า
5) เพื่อให้ได้ระบบต้นแบบ (Prototype) โมไบล์แอปพลิเคชันของระบบค้นหาบริการ (Service Searching System) ที่ค้นหาบริการได้รวดเร็วตรงตามความต้องการสร้างประสบการณ์ที่ดีแก่ลูกค้า
6) เพื่อให้ได้ระบบต้นแบบ (Prototype) โมไบล์แอปพลิเคชันของระบบจองบริการ (Service Reservation System) ที่ช่วยบริหารจัดการกระบวนการจองให้มีประสิทธิภาพ

7) เพื่อให้ได้ระบบต้นแบบ (Prototype) โมไบล์แอปพลิเคชันของระบบรีวิวบริการ (Service Reviewing System) ที่ได้ข้อมูลที่ช่วยเพิ่มความรวดเร็วในการตัดสินใจใช้บริการ
8) เพื่อให้ได้ระบบต้นแบบ (Prototype) โมไบล์แอปพลิเคชันของระบบจัดการข้อมูลผู้ดูแลระบบ (Administration Data Management System) ที่ช่วยวิเคราะห์ข้อมูล เพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานและลดข้อผิดพลาดในการทำงานให้กับผู้ดูแลระบบ ประหยัดเวลาและช่วยในการตัดสินใจสำหรับการจัดการ

1.3 ขอบเขตของโครงการ

โครงการ “การใช้การคิดเชิงออกแบบเพื่อพัฒนาโมไบล์แอปพลิเคชันของธุรกิจเสริมสวยดิลิเวอรี” มีขอบเขตของโครงการดังนี้

โมไบล์แอปพลิเคชันสำหรับของธุรกิจเสริมสวยดิลิเวอรี ประกอบด้วยผู้ใช้งานระบบดับนี้

1) ลูกค้า (Customer)
2) ผู้ให้บริการ (Servicer)
3) ผู้ดูแลระบบ (Administration)

โมไบล์แอปพลิเคชันของธุรกิจเสริมสวยดิลิเวอรี ประกอบด้วยระบบย่อยต่าง ๆ ดังนี้

(1) ระบบจัดการข้อมูลผู้ให้บริการ (Servicer Data Management System) ระบบนี้เป็นระบบที่ให้ผู้ให้บริการแต่งหน้าทำผม สร้างบัญชีผู้ให้บริการและแก้ไขรายละเอียดข้อมูลของผู้ให้บริการได้ เช่น ชื่อผู้ให้บริการ วันเดือนปีเกิด หมายเลขโทรศัพท์อีเมล ที่อยู่ เลขที่บัตรประชาชน ระยะทางที่ให้บริการได้ รูปภาพและวิดีโอผลงาน ช่วงเวลาที่ให้บริการ ราคา แพ็กเกจ รูปแบบงาน (Theme) ลักษณะ (Style) ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการแต่งหน้า ระยะเวลาในการให้บริการ เป็นต้น โดยข้อมูลเหล่านี้จะแสดงในรายละเอียดของผู้ให้บริการแต่งหน้าทำผม เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจของลูกค้า

(2) ระบบจัดการข้อมูลลูกค้า (Customer Data Management System) ระบบนี้เป็นระบบที่ให้ลูกค้าลงทะเบียนเข้าใช้งาน สร้างบัญชีและแก้ไขรายละข้อมูลส่วนตัว เช่น ชื่อ นามสกุล วันเดือนปีเกิด ที่อยู่ หมายเลขโทรศัพท์ อีเมล เลขบัตรประชาชน และข้อมูลเพิ่มเติมสำหรับการบริการแต่งหน้าทำผม เช่น ผลิตภัณฑ์ที่แพ้ สภาพผิว เป็นต้น ซึ่งข้อมูลในระบบสมาชิกจะถูกนำไปใช้ เมื่อจองบริการผ่านแอปพลิเคชัน เพื่อเพิ่มความสะดวกรวดเร็วในการใช้งาน ลดขั้นตอนการกรอกข้อมูล

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

(3) ระบบค้นหาผู้ให้บริการ (Servicer Searching System)
ระบบนี้เป็นระบบที่มีทางเลือกให้ลูกค้าสามารถค้นหาได้หลายรูปแบบ ทั้งจากการเลือกเงื่อนไขที่ต้องการ เช่น รูปแบบงาน (Theme) ลักษณะ (Style) ระบุวันและเวลาที่ต้องการเข้ารับบริการ จำนวนผู้ใช้บริการ คะแนนรีวิวสูง ช่วงเวลา ราคา ระยะทาง เป็นต้น หรือเลือกฟิลเตอร์ (Filter) ที่ได้ทดลองเทียบกับรูปหน้าของลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าได้เห็นภาพที่ออกมาได้ชัดเจน และระบบจะแนะนำผู้ให้บริการที่มีประสบการณ์ คะแนนรีวิวสูงในการแต่งสไตล์ที่ลูกค้าต้องการ

(4) ระบบจองบริการ (Service Reservation System)
ระบบนี้เป็นระบบที่ให้ลูกค้าสามารถจองคิวเข้ารับบริการได้โดยระบบจะแสดงเฉพาะวันและเวลาที่ยังว่างเท่านั้น โดยระบบครอบคลุมการจอง การใส่รายละเอียดที่ต้องการ พร้อมทั้งตัวอย่างอ้างอิงให้แก่ผู้ให้บริการ การเปลี่ยนแปลงข้อมูลการจอง การแจ้งเตือนการจอง และยกเลิกการจอง อีกทั้งสามารถเลือกการจองในรูปแบบที่ครอบคลุมทั้งทดลองแต่งก่อนวันจริง (Pre-Makeover) และจองแต่งจริงในแพ็กเกจราคาที่เลือกได้ สามารถนัดวันกับผู้ให้บริการแต่งหน้าให้มาลองแต่งก่อนวันงานจริงทำให้ลูกค้าได้เห็นผลงานจริงก่อน เพื่อให้ผู้ให้บริการเข้าใจและทำผลงานออกมาได้ตรงความต้องการและถ้าหากผู้ให้บริการสร้างผลงานออกมาไม่ตรงตามความต้องการก็สามารถยกเลิกการจองและเปลี่ยนแปลงไปใช้บริการกับผู้ให้บริการรายอื่นได้

(5) ระบบรีวิวบริการ (Service Reviewing System)
ระบบนี้เป็นระบบที่ลูกค้าสามารถเขียนรีวิวและให้คะแนนบริการภาพรวมของผู้ให้บริการได้ ระบบจะแสดงคะแนนรีวิว คะแนนเฉลี่ยและข้อความรีวิวในระบบ และให้คูปองส่วนลดตอบแทนการรีวิว เพื่อนำไปใช้เป็นส่วนลดบริการครั้งต่อไป

(6) ระบบจัดการข้อมูลผู้ดูแลระบบ (Administration Data Management System)
ระบบนี้เป็นระบบที่ให้ผู้ดูแลระบบสามารถจัดการข้อมูลลูกค้าและผู้ให้บริการแต่งหน้าทำผมให้มีประสิทธิภาพ พิจารณาอนุมัติการสมัครเข้าใช้งาน รวมทั้งสามารถรับรายงานขอความช่วยเหลือ รายงานบริการที่ไม่พึงพอใจ เพื่อพิจารณาระงับสิทธิ์ในการให้บริการของผู้ให้บริการแต่งหน้าทำผมได้

1.4 วิธีการดำเนินงานโครงการ

โครงการ “การใช้การคิดเชิงออกแบบเพื่อพัฒนาโมไบล์แอปพลิเคชันของธุรกิจเสริมสวยดิลิเวอรี” มีขั้นตอนในการดำเนินงาน ดังนี้

1) การเตรียมโครงการ (Project Preparation)
   - ศึกษาการดำเนินงานของธุรกิจเสริมสวยดิลิเวอรี
   - ศึกษาหลักการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking)
   - ศึกษาหลักการของระบบแนะนำ (Recommendation System)
   - ศึกษาเครื่องมือการออกแบบส่วนติดต่อผู้ใช้งาน (User Interface) เช่น Figma
2) วางแผนการสัมภาษณ์ (Interview) กับกลุ่มเป้าหมาย
   - กำหนดกลุ่มเป้าหมายที่สอดคล้องกับเป้าหมายของโครงการ
   - เชิญกลุ่มเป้าหมายเพื่อเข้าร่วมการสัมภาษณ์
   - กำหนดลำดับกิจกรรมที่จะเกิดขึ้นในการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้สามารถนำไป
   - ออกแบบกระบวนงานของระบบได้อย่างครบถ้วน
   - จัดเตรียมคำอธิบายประกอบความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการคิดเชิงออกแบบ และหลักการระบบแนะนำ ในการอธิบายแก่กลุ่มเป้าหมาย
3) จัดการสัมภาษณ์ (Interview) กับกลุ่มเป้าหมาย
   - อธิบายและสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการคิดเชิงออกแบบ และหลักการของระบบแนะนำให้กับกลุ่มเป้าหมาย
   - ดำเนินการสัมภาษณ์เพื่อให้เข้าใจปัญหาจากกลุ่มเป้าหมายเพื่อเก็บข้อมูลในส่วนของรายละเอียดความต้องการของระบบงาน และตัวอย่างแบบจำลองของระบบจากกลุ่มเป้าหมาย
4) สรุปผลจากการสัมภาษณ์ (Interview) กับกลุ่มเป้าหมาย
   - ทำการสรุปผลการสัมภาษณ์ที่ได้จากกลุ่มเป้าหมาย เพื่อนำไปเป็นข้อมูลในการออกแบบและพัฒนาแบบจำลองของระบบ
5) ออกแบบตัวอย่างแบบจำลอง (Design Prototype) บนกระดาษ และเก็บผลการทดลองใช้งาน
   - ออกแบบตัวอย่างแบบจำลองระบบงานบนกระดาษด้วยการวาดด้วยมือจากข้อมูลการสัมภาษณ์
   - นำแบบตัวอย่างแบบจำลองระบบงานบนกระดาษด้วยการวาดด้วยมือให้กลุ่มเป้าหมาย
   - ทดลองใช้งาน

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

- สังเกตการณ์และเก็บผลการใช้งานระหว่างการทดลอง นำคำถามและปัญหาระหว่างใช้งานมาปรับปรุงและนำไปทดลองซ้ำ

6) ออกแบบจำลองระบบงานโมไบล์แอปพลิเคชัน (Design Prototype)
   - นำตัวอย่างแบบจำลองบนกระดาษ และผลจากการทดลองใช้มาสร้างเป็นต้นแบบของโมไบล์แอปพลิเคชันโดยทำเป็นต้นแบบเสมือนจริงผ่านโปรแกรม Figma
7) วัดผลการออกแบบโมไบล์แอปพลิเคชัน
   - ออกแบบรูปแบบ และชุดคำถามการวัดผลของระบบต้นแบบโมไบล์แอปพลิเคชัน
   - วัดผลการออกแบบ โดยการประเมินความพึงพอใจกับกลุ่มเป้าหมายและทำการสรุปผลและจัดทำรายงานการประเมินผล
8) นำเสนอระบบต้นแบบของการพัฒนาโมไบล์แอปพลิเคชัน
   - จัดทำเอกสารเพื่อนำเสนอโครงการคู่มือประกอบการใช้งานระบบต้นแบบสำหรับผู้ใช้งานระบบ

1.5 เทคโนโลยีที่ใช้ในโครงการ

เทคโนโลยีที่ใช้สำหรับการพัฒนาโครงการ “การใช้การคิดเชิงออกแบบเพื่อพัฒนาโมไบล์แอปพลิเคชันของธุรกิจเสริมสวยดิลิเวอรี” มีรายละเอียดดังตารางที่ 1-1

ตารางที่ 1-1: เทคโนโลยีที่ใช้ในการพัฒนาระบบ

ด้าน Software	
ระบบปฏิบัติการ	macOS Monterey version 13.5.2
เครื่องมือที่ใช้ในการจัดทำระบบต้นแบบ (Prototype System)	Figma Professional

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการทำโครงการ “การใช้การคิดเชิงออกแบบเพื่อพัฒนาโมไบล์แอปพลิเคชันของธุรกิจเสริมสวยดิลิเวอรี” มีดังนี้

1) ได้ระบบต้นแบบ (Prototype) ที่ได้รับการประยุกต์โดยนำหลักการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) ไปใช้ในการพัฒนาโมไบล์แอปพลิเคชันของธุรกิจเสริมสวยดิลิเวอรีสำหรับใช้งานจริงที่ตอบสนองความต้องการที่แท้จริงของกลุ่มเป้าหมาย
2) ได้ระบบต้นแบบ (Prototype) โมไบล์แอปพลิเคชันของธุรกิจเสริมสวยดิลิเวอรีที่ถูกออกแบบให้ครอบคลุมและเหมาะสมกับการบริหารจัดการที่ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ระบบ โดยระบบสามารถรองรับการทำงานของผู้ใช้งานได้อย่างหลากหลายและสนับสนุนการดำเนินงานของธุรกิจให้สามารถแข่งขันได้
3) ได้ระบบต้นแบบ (Prototype) โมไบล์แอปพลิเคชันของระบบจัดการข้อมูลของระบบจัดการข้อมูลผู้ให้บริการ (Servicer Data Management System) ที่ช่วยบริหารจัดการข้อมูลบริการต่าง ๆ และจัดเก็บข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพ
4) ได้ระบบต้นแบบ (Prototype) โมไบล์แอปพลิเคชันของระบบจัดการข้อมูลลูกค้า (Customer Data Management System) ที่ช่วยเพิ่มความสะดวกสบายและสร้างประสบการณ์ที่ดีแก่ลูกค้า
5) ได้ระบบต้นแบบ (Prototype) โมไบล์แอปพลิเคชันของระบบค้นหาบริการ (Service Searching System) ที่ค้นหาบริการได้รวดเร็วตรงตามความต้องการสร้างประสบการณ์ที่ดีแก่ลูกค้า
6) ได้ระบบต้นแบบ (Prototype) โมไบล์แอปพลิเคชันของระบบจองบริการ (Service Reservation System) ที่ช่วยบริหารจัดการกระบวนการจองให้มีประสิทธิภาพ
7) ได้ระบบต้นแบบ (Prototype) โมไบล์แอปพลิเคชันของระบบรีวิวบริการ (Service Reviewing System) ที่ได้ข้อมูลที่ช่วยเพิ่มความรวดเร็วในการตัดสินใจใช้บริการ
8) ได้ระบบต้นแบบ (Prototype) โมไบล์แอปพลิเคชันของระบบจัดการข้อมูลผู้ดูแลระบบ (Administration Data Management System) ที่ช่วยวิเคราะห์ข้อมูล เพิ่มประสิทธิภาพการทำงานและลดข้อผิดพลาดในการทำงานให้กับผู้ดูแลระบบ

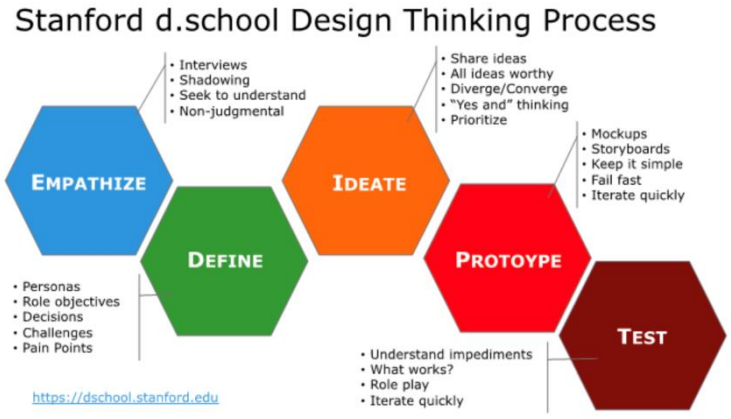
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

บทที่ 2
แนวคิดและเหตุผล

ในบทนี้จะกล่าวถึงแนวคิดที่นำมาใช้ในการพัฒนาโครงการ “การใช้การคิดเชิงออกแบบเพื่อพัฒนาโมไบล์แอปพลิเคชันของธุรกิจเสริมสวยดิลิเวอรี” โดยมีแนวคิดที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ แนวคิดเกี่ยวกับการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) แนวคิดเกี่ยวกับระบบแนะนำ (Recommendation System) และแนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจสถาบันการเงินเฉพาะกิจ

2.1 การคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking)

กระบวนการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) เป็นการคิดเชิงออกแบบแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ ทำความเข้าใจปัญหาต่างๆ โดยมีกลุ่มเป้าหมายเป็นศูนย์กลาง เพื่อที่จะหาวิธีที่เหมาะสมและครอบคลุมที่สุดในการแก้ไข เรียนรู้จากกระบวนการทำงาน การทดสอบ เพื่อให้เกิดการแนวทางการพัฒนา ลดข้อผิดพลาดและตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมาย ผ่าน 5 ขั้นตอนที่สำคัญ คือ โดยเริ่มตั้งแต่การทำความเข้าใจกลุ่มเป้าหมาย การตั้งกรอบปัญหา การระดมความคิด การสร้างต้นแบบ และการทดสอบ (HRNOTE, 2562)



รูปที่ 2-1: กระบวนการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking Process)
(ที่มา: Stanford d.school Design Thinking Process (Schmarzo, 2017))

2.2 ความคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking)

1) เข้าใจกลุ่มเป้าหมาย (Empathize)

เป็นขั้นตอนที่ต้องใช้ความเข้าใจปัญหาต่าง ๆ โดยการพูดคุย สัมภาษณ์ สังเกตขั้นตอนการใช้งานจริง ทำให้เข้าใจความรู้สึก ทัศนคติ ข้อมูลที่ได้จากขั้นตอนนี้มีความสำคัญต่อการระบุโอกาสในการ สร้างสรรค์สิ่งที่ตอบโจทย์ความต้องการและมีความสำคัญต่อกลุ่มเป้าหมายซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาและการสร้างคุณค่าอย่างแท้จริง

2) การตั้งกรอบปัญหา (Define)

เป็นการนำข้อมูลที่ได้จากขั้นตอนการทำความเข้าใจกลุ่มเป้าหมายอย่างลึกซึ้ง (Empathize) มาวิเคราะห์ให้เห็นความเข้าใจที่ลึกซึ้งและสรุปออกมาเป็นประเด็นสำคัญที่สามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้ทั้งในเชิงคุณค่าและคุณประโยชน์ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนางานออกแบบ โดยกรอบปัญหาที่ดีควรมีความชัดเจน ไม่กว้างหรือไม่แคบจนเกินไป และเป็นหลักยึดให้ไม่หลงประเด็นในการหาแนวทางแก้ไขปัญหา

3) ระดมความคิด (Ideate)

เป็นขั้นตอนการระดมความคิดใหม่และนอกกรอบเปิดกว้างและเป็นพื้นที่ของความคิดสร้างสรรค์ไม่มีการตัดสินว่าแบบใดถูกหรือผิดแต่อยู่บนพื้นฐานของความเป็นไปได้ โดยเน้นไปที่ปริมาณของความคิดที่ได้มากกว่าคุณภาพ เพื่อค้นหาแนวทางในการแก้ปัญหาและตอบโจทย์ความต้องการของผู้ใช้งานให้หลากหลายและมากที่สุด สามารถผสมผสานหลายความคิดเข้าด้วยกันให้ออกมาเป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหา นอกจากนี้การระดมความคิดร่วมกันยังทำให้มองเห็นปัญหารอบด้านหลากหลายมุมมอง ครอบคลุมและละเอียดมากขึ้น

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

4) สร้างต้นแบบ (Prototype)

เป็นขั้นตอนในการสร้างแบบจำลองหรือต้นแบบเพื่อให้ผู้ใช้งานทดลองใช้ก่อนนำไปพัฒนาจริงให้ผู้ใช้งานได้รับรู้และเข้าใจถึงสิ่งที่ต้องการนำเสนอ โดยต้นแบบนั้นได้มาจากการเปลี่ยนแนวคิดให้เป็นสิ่งที่จับต้องได้ รวมถึงดูข้อจำกัดหรือข้อผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้น สามารถแก้ปัญหาใดได้บ้างต้องปรับปรุงให้ตอบโจทย์ผู้ใช้งานได้มากที่สุดทำให้เข้าใจความต้องการของผู้ใช้งานมากขึ้น หากพบความผิดพลาดได้เร็วก็สามารถเรียนรู้และนำมาปรับปรุงได้เร็ว

5) ทดสอบ (Test)

เป็นขั้นตอนที่ผู้ใช้งานทดสอบต้นแบบที่สร้างขึ้นมาผ่านกระบวนการปรับปรุงแก้ไขซ้ำหลายรอบ เพื่อให้ได้ต้นแบบที่ดีที่สุด โดยสังเกตประสิทธิภาพการใช้งาน พฤติกรรมของผู้ใช้งาน เพื่อดูว่าแนวคิดที่ได้จากกระบวนการ Design Thinking สามารถแก้ไขปัญหาและ

ตอบโจทย์ความต้องการของผู้ใช้งานได้ตรงจุดและเหมาะสมหรือไม่ โดยผู้ใช้งานสามารถให้ความคิดเห็น คำติชม ข้อเสนอแนะ ข้อดี ข้อเสีย เพื่อนำมาพัฒนาและปรับปรุงให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

2.3 ระบบแนะนำ (Recommendation System)

เป็นระบบที่ช่วยแนะนำในสิ่งที่ผู้ใช้งานชื่นชอบหรือสนใจมาให้ โดยอ้างอิงจากลักษณะผู้ใช้งานที่คล้ายคลึงกัน หรือจากประวัติการใช้งาน โดยระบบจะช่วยคัดกรองข้อมูลจากที่มีอยู่จำนวนมากในระบบให้ตรงกับผู้ใช้งานมากที่สุด ยกตัวอย่างเช่น Youtube ที่แนะนำเพลงให้ฟัง Netflix ที่แนะนำหนังให้ดู เป็นต้น ซึ่งสามารถนำมาประยุกต์ใช้กับการแนะนำแพ็กเกจบริการต่าง ๆ ให้แก่ลูกค้า เพื่อคาดการณ์ว่าผู้ใช้งาน “น่าจะสนใจ” โดยการทำงานภายในของระบบแนะนำนั้นมีอยู่ด้วยกันหลายโมเดลที่ได้รับการพัฒนามาอย่างต่อเนื่องเพื่อให้เหมาะสมกับข้อมูลและธุรกิจที่แตกต่างกัน (Ldaworld, 2562)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

บทที่ 3
โครงสร้างองค์กรและการดำเนินงาน

บทนี้จะกล่าวถึงประวัติขององค์กร โครงสร้างองค์กร ลักษณะการดำเนินงานขององค์กรในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนา และปัญหาที่เกิดขึ้นในปัจจุบันขององค์กร

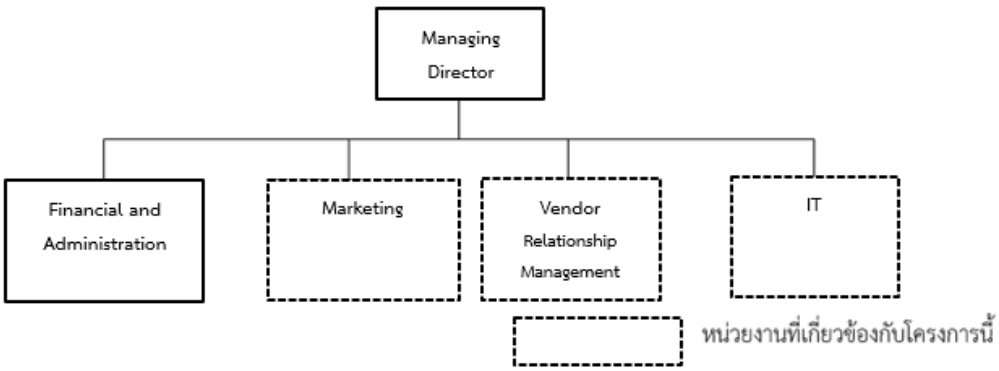
3.1 ข้อมูลองค์กร

บริษัท เซิร์ฟ บิวตี (Serv Beauty) จำกัด (นามสมมติ) เป็นบริษัทที่ประกอบธุรกิจ บริการโดยเป็นตัวกลางในการให้บริการแต่งหน้าทำผมแต่งหน้าทำผมดิลิเวอรี ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2563 โดยผู้บริหารเห็นว่าการแต่งหน้าทำผม ในประเทศไทยยังไม่ค่อยมีตัวกลางการให้บริการดิลิเวอรีที่คล้าย ๆ กับการสั่งอาหารและชอปปิงออนไลน์ จึงได้นำเอาโมเดลระบบการสั่งอาหารและชอปปิงออนไลน์มาปรับใช้กับธุรกิจให้บริการแต่งหน้าทำผม โดยเริ่มจากคิดว่าควรมีแพลตฟอร์มที่มาช่วยอำนวยความสะดวกให้กับผู้ที่ต้องการใช้บริการแต่งหน้าทำผมและช่วยให้ลูกค้าสามารถค้นหาและเข้าถึงผู้ให้บริการได้มากขึ้น มากไปกว่านั้นโมเดลธุรกิจนี้ยังทำให้ผู้มีส่วนได้เสียในตลาดได้รับประโยชน์ร่วมกัน ไม่ว่าจะเป็นลูกค้าที่สามารถเข้าถึง ค้นหาผู้ให้บริการได้ง่ายขึ้น และได้รับการที่ตรงตามความต้องการ ส่วนผู้ให้บริการก็มีโอกาสเข้าถึงลูกค้าได้อย่างกว้างขวาง สร้างความน่าเชื่อถือให้กับลูกค้าทำให้สามารถช่วยสร้างรายได้เพิ่มขึ้น

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

3.2 โครงสร้างองค์กร

โครงสร้างองค์กรของ เซิร์ฟ บิวตี (Serv Beauty) จำกัด (นามสมมติ) แสดงดังรูปที่ 3-1 ดังนี้



รูปที่ 3-1: โครงสร้างองค์กรของ บริษัท เซิร์ฟ บิวตี (Serv Beauty) จำกัด (นามสมมติ)

3.3 หน้าที่ความรับผิดชอบ

1) กรรมการผู้จัดการ (Managing Director): บริหารจัดการการดำเนินการของธุรกิจให้เป็นไปตาม แผนพัฒนาธุรกิจเติบโตอย่างมีประสิทธิภาพ
2) แผนกการเงินและธุรการ (Financial and Administration): จัดการธุรกรรมทางการเงินต่าง ๆ เช่นรายรับรายจ่าย รวบรวมตรวจสอบความถูกต้องของรายการทางการเงิน
3) แผนกการตลาด (Marketing): ติดตามและประเมินผลของแผนการตลาดวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย งบประมาณ ผลกำไรที่จะได้รับ วางแผนกิจกรรมและการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อโพรโมตบริการ
4) แผนกบริหารความสัมพันธ์คู่ค้า (Vendor Relationship Management): ติดต่อและเจรจากับผู้ให้บริการ เพื่อการเป็นคู่ค้าและรักษาความสัมพันธ์ทางธุรกิจ เพื่อความยั่งยืนในการให้บริการในระยะยาว
5) แผนกสารสนเทศเพื่อการบริหารจัดการ (Information Technology): วางแผนออกแบบ พัฒนา ระบบสารสนเทศ บำรุงรักษาฮาร์ดแวร์ซอฟต์แวร์และโครงสร้างพื้นฐาน เพื่อให้บริการระบบสารสนเทศ ให้คำปรึกษา ข้อแนะนำแก่หน่วยงานต่าง ๆ ในใช้ระบบสารสนเทศในการทำงาน

3.4 การดำเนินงานขององค์กร

บริษัท เซิร์ฟ บิวตี (Serv Beauty) จำกัด (นามสมมติ) เป็นบริษัทที่ประกอบธุรกิจ ผู้ให้บริการในการประสานงานจองบริการแต่งหน้าทำผมส่วนตัวถึงที่ ระหว่างลูกค้าและผู้ให้บริการแต่งหน้าทำผมตามความสะดวกของลูกค้า จากที่บริษัทฯ พบว่ากลุ่มธุรกิจให้บริการแต่งหน้าทำผมยังไม่มีแพลตฟอร์มที่จะสามารถอำนวยความสะดวกในการค้นหาและจองใช้บริการแต่งหน้าทำผม โดยแบ่งกลุ่มลูกค้าตามวัตถุประสงค์ของงานที่ลูกค้าต้องการ ได้แก่ งานแต่งงาน งานรับปริญญา งานอิเวนต์ งานถ่ายแบบ งานฉลองสำคัญอื่น ๆ เป็นต้น และสามารถแบ่งตามลักษณะการทำธุรกรรมออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

- การให้บริการโดยชำระเงินผ่านทาง Mobile Banking
- การให้บริการโดยชำระเงินผ่านบัตรเครดิตหรือบัตรเดบิต

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

โดยมีกระบวนการทางธุรกิจที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

3.4.1. สรรหาผู้ให้บริการแต่งหน้าทำผม

1) แผนกบริหารความสัมพันธ์คู่ค้าติดต่อและเจรจากับผู้ให้บริการแต่งหน้าทำผม เพื่อการเป็นคู่ค้าทางธุรกิจ
2) ผู้ให้บริการแต่งหน้าทำผมลงทะเบียนในระบบของบริษัท เซิร์ฟ บิวตี จำกัด

3.4.2 สร้างและจัดการโพรไฟล์ของผู้ให้บริการแต่งหน้าทำผม

1) ผู้ให้บริการแต่งหน้าทำผม สร้างหน้าประวัติส่วนตัวและรายการบริการ ใส่รายละเอียดข้อมูลของบริการ ได้แก่ ชื่อ วันและเวลาที่ว่าง รูปแบบ (Theme) ลักษณะ (Style) ราคา ที่อยู่ รูปผลงาน ผลิตภัณฑ์ที่ใช้
2) แผนกบริหารความสัมพันธ์คู่ค้าตรวจสอบว่าความครบถ้วนถูกต้อง
3) ผู้ให้บริการแต่งหน้าทำผมสามารถปรับเปลี่ยนข้อมูล โดยแจ้งกับบริษัท

3.4.3 การจองบริการโดยลูกค้า

1) ลูกค้าค้นหาแพ็กเกจเสริมสวยที่ตนเองสนใจผ่านบริษัท โดยบริษัทจะคัดเลือกผู้ให้บริการให้จาก ช่วงเวลา ราคา รูปแบบ (Theme) งานเสริมสวยที่ลูกค้าต้องการ และส่งรูปผลงานที่ผ่านมา ให้แก่ลูกค้า
2) หากลูกค้าสนใจจองแพ็กเกจกับผู้ให้บริการรายใด จะแจ้งรายชื่อผู้ให้บริการและส่งข้อมูลส่วนตัวให้กับบริษัท
3) บริษัทส่งข้อมูลการจองให้กับผู้ให้บริการแต่งหน้าทำผม
4) ผู้ให้บริการแต่งหน้าทำผม ยืนยันการจองให้กับลูกค้า
5) บริษัทแจ้งยืนยันการจองและแจ้งใบชำระการจอง
6) ลูกค้าทำการโอนชำระเงินค่าบริการให้แก่บริษัท
7) บริษัทโอนเงินค่าบริการให้แก่ผู้ให้บริการแต่งหน้าทำผม
8) หากผู้ใช้การเสริมสวยยกเลิกการจองหรือไม่มีการยืนยันการชำระเงินค่าบริการ ผู้ให้บริการแต่งหน้าทำผมมีสิทธิ์จะยกเลิกการจองของลูกค้าและอัปเดตข้อมูลเวลาว่างไปยังบริษัท

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

3.5 ปัญหาที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน

ปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการใช้บริการแต่งหน้าทำผมในปัจจุบัน ซึ่งได้จากการสังเกตการณ์ลูกค้าและผู้ให้บริการแต่งหน้าทำผม มีดังนี้

3.5.1 ปัญหาของลูกค้าที่ไปใช้บริการ

- ลูกค้าไม่มั่นใจว่าจะได้รับการบริการที่ตรงตามความต้องการ
- ลูกค้าไม่ทราบว่ารูปแบบแต่งหน้า (Theme) ของงานที่ตนต้องไปนั้น ผู้ให้บริการคนใดจะถนัดงานที่ต้องการ
- ลูกค้าไม่รู้ว่าลักษณะ (Style) การแต่งหน้าใดเหมาะกับตน
- ลูกค้าไม่สามารถตรวจสอบได้ด้วยตัวเองว่าวันเวลาที่ต้องการเสริมสวยมีคิวว่างหรือไม่
- ลูกค้าไม่ทราบว่าในพื้นที่ใกล้เคียงมีผู้ให้บริการแต่งหน้าทำผมใดบ้าง และไม่ทราบว่าจะสามารถค้นหาได้อย่างไร
- ลูกค้าไม่ทราบผลงาน ประสบการณ์ของผู้ให้บริการทำให้ขาดความเชื่อมั่นในผู้ให้บริการ
- ลูกค้าต้องการเปรียบเทียบผู้ให้บริการแต่ละรายโดยเปรียบเทียบจากผลงาน ประสบการณ์ที่ผ่านมา ราคา โพรโมชัน เป็นต้น
- ลูกค้ามีช่วงเวลาที่ต้องการใช้บริการไม่ตรงกับที่ร้านเปิดให้บริการ
- ลูกค้ามีเวลาจำกัดไม่สะดวกในการเดินทางไปที่ร้านเสริมสวย
- ลูกค้าที่ต้องการใช้บริการที่ใหม่ แต่ไม่มีแหล่งข้อมูลผู้ให้บริการที่น่าเชื่อถือจึงขาดความมั่นใจในการใช้บริการที่ใหม่

3.5.2 ปัญหาของผู้ให้บริการแต่งหน้าทำผม

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

- ไม่ทราบความต้องการของลูกค้าที่ชัดเจน
- ทางผู้ให้บริการไม่มีช่องทางประชาสัมพันธ์ราคา โพรโมชัน และผลงานการให้บริการที่ผ่านมา
- ไม่มีระบบจองคิว หากมีผู้ต้องการใช้บริการพร้อม ๆ กันทำให้ผู้ให้บริการ เกิดความสับสนในการจอง และอาจเกิดความผิดพลาดในการนัดคิวทำให้ลูกค้าเกิดความไม่พึงพอใจได้
- ไม่มีฐานลูกค้าใหม่ ๆ เพราะการประชาสัมพันธ์ทาง Facebook มีผู้ติดตามน้อยทำให้ผู้ให้บริการไม่เป็นที่รู้จักในวงกว้าง
- ผู้ให้บริการไม่ได้มีหน้าร้าน หากไม่เห็นจากรีวิวจากช่องทางออนไลน์หรือรู้จักจากคนที่ใช้เคยบริการ ก็จะไม่ทราบและไม่เชื่อมั่นในการใช้บริการ
- กลัวลูกค้านัดหมายแล้วไม่มาตามนัดและไม่ได้แจ้งล่วงหน้าทำให้เสียโอกาสในการรับงานกับลูกค้ารายอื่นที่ต้องการใช้บริการจริง ๆ

3.6 จุดเด่น และ/หรือความแตกต่างขององค์กร

ในปัจจุบันนั้นมีผู้ให้บริการแต่งหน้าทำผมเกิดขึ้นมาในวงการเสริมสวยมากมายซึ่งแต่ละคนก็จะมีการให้บริการที่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาผู้ให้บริการเว็บแอปพลิเคชันที่มีอยู่ในท้องตลาด พบว่าระบบการให้บริการลักษณะบางอย่างที่คล้ายคลึงกัน ได้แก่ บริษัท โกวาบิ (ไทยแลนด์) จำกัด โดยลูกค้าสามารถเลือกบริการที่ต้องการ เช่น แต่งหน้ารับปริญญา จากนั้นระบบจะแสดงเพียงชื่อร้านผู้ให้บริการ ที่อยู่ร้าน ภาพร้าน ราคา เวลาที่ให้บริการ ซึ่งพบว่ามีข้อจำกัดหลายอย่าง หากลูกค้าต้องการใช้บริการต้องไปใช้บริการที่ร้านเท่านั้น รวมถึงรายละเอียดที่แจ้งในการแต่งหน้านั้นไม่ได้แจ้งรายละเอียดเท่าที่ควร ขาดข้อมูล สไตล์ที่แต่ง ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ รูปผลงานให้ดูน้อย ไม่มีรูปรีวิวจากลูกค้าจริง ทำให้ลูกค้าอาจจะไม่มั่นใจในการเลือกใช้บริการ จึงเป็นเหตุผลที่ทำให้ช่องทางติดต่อผู้ให้บริการโดยตรงทางสื่อสังคมออนไลน์จึงเป็นช่องทางที่ได้รับความนิยมในปัจจุบันมากกว่า

วิธีการในปัจจุบันอีกวิธีคือการค้นหาโดยการใช้ สื่อสังคมออนไลน์ เช่น Google Facebook Instagram เป็นต้น ทั้งในการโฆษณาสื่อสารและติดต่อจองบริการ โดยค้นหาว่ามีผู้ให้บริการที่แต่งหน้าตามสไตล์ที่ต้องการ ราคา ประวัติผลงานที่ผ่านมา ความเชื่อถือจากการรีวิว อย่างไรก็ตามข้อมูลที่มีตามอินเทอร์เน็ตนั้นมีมากมายหลากหลายที่เชื่อถือได้และเชื่อถือไม่ได้จนทำให้เสียเวลาในการสร้างความมั่นใจ ซึ่งก็พบข้อจำกัดและปัญหาฝั่งลูกค้าและผู้ให้บริการเสริมสวยเช่นกัน

ในส่วนของฝั่งลูกค้าคือ ลูกค้าไม่มั่นใจและกลัวผลงานที่ได้ไม่ถูกใจตรงตามความต้องการ ไม่รู้ว่าตนเองจะเหมาะกับการแต่งแนวไหน ไม่ทราบว่าจะใช้ผู้ให้บริการคนไหนดีที่เหมาะกับสไตล์ที่ตนต้องการ อีกทั้งข้อมูลรูปในอินเทอร์เน็ตที่โฆษณานั้น นางแบบที่แต่งรูปหน้าไม่ได้ตรงกับรูปหน้าของลูกค้า และอีกทั้งข้อมูลจากลูกค้าที่รีวิวหลังจากได้รับบริการจริงนั้นหาค่อนข้างยาก

ในส่วนของฝั่งผู้ให้บริการแต่งหน้าทำผม ก็มักจะได้ข้อมูลความต้องการของลูกค้าไม่ครบถ้วน เข้าใจความต้องการต่างกัน ทำให้ผลงานไม่ถูกใจลูกค้า ต้องแก้ไขปัญหาหน้างานอย่างกะทันหัน

จากวิธีการปัจจุบันและปัญหาที่พบนั้น เห็นว่าระบบการให้บริการที่สามารถนำมาพัฒนาต่อยอดได้และสร้างความแตกต่าง โดยเชื่อมโยงกับหลักการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) แล้ว ทำให้ได้แนวทางการพัฒนาระบบการให้บริการที่สามารถเพิ่มประสิทธิภาพและสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้าได้ ดังนี้

(1) การแบ่งหมวดหมู่บริการและการกรองผู้ให้บริการในระบบค้นหาบริการ (Service Searching System) เป็นการแบ่งหมวดหมู่รูปแบบบริการตามวัตุประสงค์ของงานที่จะเข้าร่วมไว้อย่างชัดเจน เช่น งานแต่งงาน งานรับปริญญา งานถ่ายแบบ งานอิเวนต์ งานแฟนซี เป็นต้น แบ่งตามสไตล์การแต่งหน้าที่ต้องการ เช่น สไตล์เกาหลี สไตล์ฝรั่ง สไตล์ธรรมชาติ สไตล์ญี่ปุ่น เป็นต้น เพื่อให้ลูกค้าสามารถเลือกชมบริการได้เบื้องต้นและมีตัวกรองสินค้าอื่น ๆ

เพิ่มเติม เช่น ราคา คะแนนรีวิว (Rating) ระยะทาง เป็นต้น เพื่อให้ลูกค้าสามารถค้นหาบริการที่ต้องการได้ง่าย ตอบโจทย์ความต้องการ สะดวกและรวดเร็วมากขึ้น อีกทั้งยังทำให้ผู้ให้บริการต่างหน้าทำผม ทราบความต้องการของลูกค้าได้ชัดเจน

(2) การแปลงโฉมเสมือน (Virtual Makeover) ในระบบค้นหาบริการ (Service Searching System) เป็นการนำเสนอประสบการณ์ใหม่ในรูปแบบที่ให้ลูกค้าได้ลองสไตล์แต่งหน้า สไตล์ทรงผม ด้วย Augmented Reality (AR) เพื่อหาสไตล์ที่เหมาะสม เลือกแบบที่พอใจก่อนที่จะแต่งหน้าทำผมจริง โดยระบบจะมีฟิลเตอร์ (Filter) ตามรูปแบบ (Theme) และสไตล์ เพื่อให้ลูกค้าได้เห็นภาพตามรูปหน้าของลูกค้าได้ชัดเจน เมื่อลูกค้าถูกใจแบบอ้างอิงใดหรือต้องการแต่งตามฟิลเตอร์ (Filter) ใด ระบบแนะนำ (Recommendation System) จะแสดงผู้ให้บริการที่มีความชำนาญ ประสบการณ์ คะแนนรีวิว (Rating) ในการแต่งสไตล์ที่ลูกค้าต้องการและลูกค้าทราบสามารถกรองตามเงื่อนไขอื่น ๆ ได้ด้วยเช่นกัน เช่น คะแนนรีวิว (Rating) ราคา ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ ระยะทาง เป็นต้น

(3) การทดลองแต่งก่อนวันจริง (Pre-Makeover) ในระบบจองบริการ (Service Reservation System) หากลูกค้ามีความกังวลเป็นพิเศษ สามารถเลือกจองในรูปแบบแพ็กเกจที่ครอบคลุมทั้งทดลองแต่งและจองแต่งจริง สามารถนัดวันกับผู้ให้บริการแต่งหน้าให้มาทดลองแต่งก่อนวันงานจริงจะทำให้ลูกค้าได้เห็นผลงานจริงก่อน และหากมีสิ่งที่ต้องแก้ไขปรับปรุงก็จะสามารถสื่อสารกันมากขึ้น เพื่อให้ผู้ให้บริการเข้าใจและทำผลงานออกมาได้ตรงความต้องการ และเพิ่มโอกาสในการดึงดูดลูกค้าใหม่ให้แก่ผู้ให้บริการแต่งหน้าทำผมให้ลูกค้าสนใจไว้วางใจในบริการ ถึงแม้จะไม่เคยรู้จักมาก่อน และถ้าหากผู้ให้บริการสร้างผลงานไม่ตรงตามความต้องการก็สามารถยกเลิกการจอง เปลี่ยนแปลงไปใช้บริการกับผู้ให้บริการรายอื่นได้

(4) การให้คะแนนรีวิว (Rating) ในระบบรีวิวบริการ (Service Reviewing System) มีการรีวิวเพื่อแลกเป็นคูปองส่วนลดในการใช้บริการครั้งถัดไป ดึงดูดลูกค้าให้เข้ามาใช้งานแพลตฟอร์ม และสร้างความมั่นใจจากการจัดให้มีการรีวิวจากลูกค้าที่ใช้บริการจริง เนื่องจากสิ่งสำคัญสำหรับการทำให้มีผู้ใช้งานแพลตฟอร์มมากยิ่งขึ้นคือการสร้างความน่าเชื่อจากโพรไฟล์ผลงานของให้บริการ

การพัฒนาโมไบล์แอปพลิเคชันของธุรกิจเสริมสวยดิลิเวอรี โดยนำหลักการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) เข้ามาผสมผสานจะช่วยสร้างประสบการณ์ในการใช้บริการที่ดี บริษัทจึงต้องการสร้างทางเลือกใหม่ให้กับลูกค้าและผู้ให้บริการในธุรกิจเสริมสวย เพื่อลูกค้าได้รับความสะดวกในการค้นหาและจองผู้ให้บริการแต่งหน้าทำผม ที่น่าเชื่อถือ ใช้บริการได้รับความมั่นใจ และเพื่อให้ผู้ให้บริการแต่งหน้าทำผมเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางมากยิ่งขึ้น มีรายได้และฐานลูกค้าเพิ่มขึ้น บริการที่สะดวกสบาย นอกจากนี้ยังสามารถเพิ่มโอกาสในการดึงดูดลูกค้าใหม่และให้สามารถให้แข่งขันกับคู่แข่งทางธุรกิจในตลาดได้

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

บทที่ 4
การพัฒนาระบบต้นแบบ

ในบทนี้จะกล่าวถึงกระบวนการและขั้นตอนในการจัดทำโครงการ “การใช้ความคิดเชิงออกแบบเพื่อพัฒนาโมไบล์แอปพลิเคชันของธุรกิจเสริมสวยเดลิเวอรี” โดยจะกล่าวถึงขั้นตอนการพัฒนาโมบายแอปพลิเคชันโดยการนำหลักการคิดเชิงออกแบบมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาระบบ เริ่มตั้งแต่การทำความเข้าใจกลุ่มเป้าหมายอย่างลึกซึ้ง โดยการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจนี้ ได้แก่ ลูกค้า (Customer) ผู้ให้บริการ (Servicer) และผู้ดูแลระบบ (Administrator) โดยนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาทำความเข้าใจกลุ่มเป้าหมาย จากปัญหาที่พบรวมถึงความต้องการของกลุ่มเป้าหมายทุกกลุ่ม นำมาค้นหาแนวทางการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในปัจจุบันอย่างมีประสิทธิภาพ และนำมาสร้างเป็นระบบต้นแบบ เพื่อให้ผู้ใช้งานเข้าใจและเห็นภาพรวมของระบบ แล้วนำไปทดสอบจนกว่าจะได้ระบบที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งานอย่างแท้จริง

4.1 เขาคือใคร (Persona)

แบบจำลองบุคคล หรือ Persona ของผู้ใช้โมไบล์แอปพลิเคชันของธุรกิจเสริมสวยดิลิเวอรี แบ่งเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

(1) ลูกค้า (Customer)

(2) ผู้ให้บริการ (Servicer)

(3) ผู้ดูแลระบบ (Administrator)

โดยมี รายละเอียดของ Persona ดังตารางที่ 4-1 ดังนี้

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ตารางที่ 4-1: แบบจำลองบุคคลของผู้ใช้โมไบล์แอปพลิเคชันของธุรกิจเสริมสวยดิลิเวอรี

เขาคือใคร	ลูกค้า	ผู้ให้บริการ	ผู้ดูแลระบบ
เพศ	ทุกเพศ	ทุกเพศ	ทุกเพศ
อายุ	22 – 60 ปี	25 - 45 ปี	25 - 45 ปี
ลักษณะ	บุคคลทั่วไปที่ชอบเข้าสังคม เป็นที่รู้จักของคนในสังคม ให้ความสำคัญกับบุคลิกภาพ รักสวยรักงาม ดูแลตนเอง	ผู้ให้บริการแต่งหน้าทำผมอิสระ ที่มีประสบการณ์การในการให้บริการอย่างเชี่ยวชาญ ราคาบริการเข้าถึงได้และรักในการ	พนักงานบริษัทที่ให้บริการ ระหว่างลูกค้าและผู้ให้บริการแต่งหน้าทำผม

เขาคือใคร	ลูกค้า	ผู้ให้บริการ	ผู้ดูแลระบบ
		ให้บริการที่ดีที่สุดแก่ลูกค้า	
บุคลิกพฤติกรรมและความต้องการ	- ต้องการความมั่นใจเพื่อออกงานสำคัญ สามารถค้นหาผู้ให้บริการแต่งหน้าที่เหมาะสมไว้ใจได้ และมีเวลาว่างตรงกับตน และทันเวลานัดหมาย เพราะมักมีเวลาที่จำกัด ไม่สะดวกเดินทาง เพราะไม่ต้องขนสัมภาระไป จึงต้องการได้รับบริการที่ดี สะดวกถึงที่เพื่อให้ทันเวลางาน	- ต้องการประชาสัมพันธ์ให้ตนเป็นที่รู้จักในกลุ่มลูกค้าใหม่ ๆ และต้องการให้ลูกค้าประทับใจเกิดการแนะนำบอกต่ออย่างกว้างขวาง - ต้องการระบบจัดการที่มีประสิทธิภาพใช้ทรัพยากรน้อยที่สุด มีความเป็นระบบสามารถให้บริการที่สร้างความสะดวกสบายและประสบการณ์ที่ดีต่อลูกค้า เกิดความผิดพลาดน้อยที่สุด	- ต้องอำนวยความสะดวกให้ผู้ให้บริการแต่งหน้าทำผมมีช่องทางการให้บริการที่มีประสิทธิภาพ เพิ่มโอกาสในการหาลูกค้าใหม่ - ต้องการมอบประสบการณ์การใช้บริการที่ดีแก่ลูกค้า สร้างความประทับใจ กลับมาใช้บริการซ้ำและแนะนำบอกต่อ - ต้องการลดขั้นตอน เวลา กระบวนการที่ซ้ำซ้อน ให้มีระบบในการช่วยจัดการกระบวนการให้ดียิ่งขึ้น

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

4.2 ทำความเข้าใจกลุ่มเป้าหมาย วิเคราะห์แผนที่ความเข้าใจ กำหนดกรอบปัญหาและรายละเอียดความต้องการระบบ (Empathy, Define and Ideate System Requirements Details)

4.2.1 ระบบจัดการข้อมูลผู้ให้บริการ (Servicer Data Management System)

จากการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายผู้ให้บริการแต่งหน้าทำผมจำนวน 2 คน เกี่ยวกับการให้บริการ สามารถสรุปเป็นแผนที่ความเข้าใจ (Empathy Map) ของระบบจัดการข้อมูลผู้ให้บริการ ได้ดังตารางที่ 4-2

ตารางที่ 4-2: แผนที่ความเข้าใจ (Empathy Map) ของระบบจัดการข้อมูลผู้ให้บริการ (Servicer Data Management System)

แผนที่ความเข้าใจ (Empathy Map)	ผู้ให้บริการ
SAY	- ไม่รู้ต้องทำยังไง ให้เป็นที่รู้จักของลูกค้าได้มากกว่านี้ - ช่วงนี้ลูกค้นหาข้อมูลจากออนไลน์ เช่น Facebook Instagram ซึ่งส่วนตัวเป็นคนไม่เก่งอะไรพวกนี้เลย แต่ต้องแบ่งเวลามาศึกษาพวกยิงโฆษณา เดี๋ยวนี้กลายเป็นฝีมือดี โอกาสไม่เท่ายิงโฆษณาเก่ง ทำช่องทางออนไลน์เก่ง Facebook ดึงดูด รูปสวย - ไม่มีเวลามาศึกษาเรื่องการตลาดออนไลน์มากเท่าที่ควร ถ้าให้ยิงโฆษณาเก่งให้เป็นที่รู้จักต้องเวลานาน
THINK	- อยากประชาสัมพันธ์ให้เข้าถึงลูกค้าได้มากกว่านี้ - อยากยิงโฆษณาโพรโมตเก่งเหมือนผู้ให้บริการดัง ๆ - อยากรู้ความต้องการลูกที่ชัดเจน มีรูปแบบตัวอย่างจะได้ทำให้ตรงตามความต้องการลูกค้า - อยากเลือกรับลูกที่อยู่ในบริเวณที่เดินทางไหว แต่ถ้าลูกค้าอยู่ห่างไกลมากก็จะขอบวกค่าเดินทางเป็นพิเศษ - รู้สึกว่า Facebook ของร้านไม่ได้มีประโยชน์มากเท่าที่คิด เพราะ Facebook ไม่น่าสนใจมีคนติดตามน้อย ไม่มีความน่าเชื่อถือ - รู้สึกว่าสู้ร้านดังที่จ้างนักการตลาดออนไลน์เฉพาะไม่ได้ ทำให้ลูกค้าติดต่อเข้ามาน้อยกว่า
DO	- เปิด Facebook และ Instagram ลงรูป ยิงโฆษณาโพรโมต - ใส่แฮชแท็ก เพิ่มช่องทางให้ลูกค้าหาเจอ เช่น #แต่งหน้าธรรมชาติ - รอรับโทรศัพท์ลูกค้า เผื่อลูกค้าโทรมาจะได้ไม่พลาดโอกาส - ประเมินความสามารถที่เดินทางไปลูกค้าที่อยู่ในบริเวณที่เดินทางได้
FEEL	- รู้สึกเหนื่อยที่ต้องพัฒนาฝีมือในการแต่งหน้าทำผมไม่พอ แต่ต้องแข่งการทำการตลาดแข่งกันอีก ฝีมือดีไม่เท่ากับยิงโฆษณาให้เป็นที่รู้จักได้มาก

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

กรอบปัญหา (Problem Statement)

ผู้ให้บริการต้องการให้ตนมีหน้าโพรไฟล์ที่น่าเชื่อถือและน่าสนใจ เพื่อให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงและสนใจใช้บริการ และต้องการให้มีการช่วยจัดการข้อมูลการให้บริการ สร้าง บันทึก แก้ไข แจ้งเตือนสถานะต่าง ๆ ข้อมูลได้ลดความผิดพลาดในการให้บริการ

ความต้องการ (Requirements)

1) ผู้ให้บริการแต่งหน้าทำผมสามารถสร้างและแก้ไขบัญชีให้บริการ ใส่ข้อมูลส่วนตัว รายละเอียดต่าง ๆ เช่น ชื่อผู้ให้บริการ หมายเลขโทรศัพท์ เลขบัตรประชาชน อีเมล ที่อยู่ เพื่อยืนยันตัวตน สร้างความน่าเชื่อในการให้บริการ
2) ผู้ให้บริการแต่งหน้าทำผมสามารถสร้างและแก้ไขรายการให้บริการ ใส่รายละเอียดของการให้บริการ เช่น ชื่อ บริการ รูปแบบงาน (Theme) ลักษณะ (Style) รูปภาพหรือวิดีโอผลงาน ช่วงเวลาในการให้บริการ ราคา แพ็กเกจ แพ็กเกจเสริม ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการแต่งหน้า เป็นต้น
3) ผู้ให้บริการแต่งหน้าทำผมสามารถดูตารางงาน สถานะในการให้บริการ

4.2.2 ระบบจัดการข้อมูลลูกค้า (Customer Data Management System)

จากการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมาย 2 กลุ่ม จำนวน 7 คน ซึ่งกลุ่มเป็นลูกค้า จำนวน 5 คน และกลุ่มผู้ให้บริการแต่งหน้าทำผม จำนวน 2 คน เกี่ยวกับการจัดการข้อมูลของลูกค้า สามารถสรุปเป็นแผนที่ความเข้าใจ (Empathy Map) ของระบบจัดการข้อมูลลูกค้า ได้ดังตารางที่ 4-3

ตารางที่ 4-3: แผนที่ความเข้าใจของระบบจัดการข้อมูลลูกค้า (Customer Data Management System)

แผนที่ความเข้าใจ (Empathy Map)	ลูกค้า	ผู้ให้บริการ
SAY	- เสียเวลามานั่งพิมพ์ข้อมูลส่วนตัวเดิมซ้ำ ๆ ทั้งที่เคยมาใช้บริการแล้ว - ใช้บริการหลายที่แล้วต้องมานั่งให้ข้อมูลส่วนตัวซ้ำๆ ทุกที่	- ขอข้อมูลลูกค้าบ่อย บางทีลูกค้าพิมพ์ให้ข้อมูลมาแบบรีบ ข้อมูลที่ได้ก็ไม่ถูกต้อง ต้องมานั่งแก้ไขเสียเวลา
THINK	- อยากกรอกข้อมูลเพียงครั้งเดียว ไม่ชอบ	- อยากนำข้อมูลลูกค้ามาใช้ประโยชน์

แผนที่ความเข้าใจ (Empathy Map)	ลูกค้า	ผู้ให้บริการ
	กรอกหลายครั้ง	วิเคราะห์โพรโมชันให้ลูกค้าต่อไปได้
DO	- ถ้าต้องการจองก็พิมพ์ข้อมูลส่วนตัว เช่น ชื่อ นามสกุล เบอร์ติดต่อ ที่อยู่ บริการที่ต้องการให้ผู้ให้บริการแต่งหน้าทำผมทางแชทของ Facebook Instagram	- นำข้อมูลลูกค้าที่มากรอกใส่แบบฟอร์ม Excel อีกครั้งหลังจากที่ลูกค้าส่งข้อมูลมาให้
FEEL	- รู้สึกประทับใจกับบริการที่มีขั้นตอนน้อย ไม่ยุ่งยากซ้ำซ้อน ทำให้รู้สึกอยากใช้บริการอีก	- รู้สึกเกรงใจลูกค้าที่ต้องขอข้อมูลซ้ำ

กรอบปัญหา (Problem Statement)

ลูกค้าต้องการระบบที่สร้างบัญชีผู้ใช้งานที่เข้าใช้งานได้สะดวกรวดเร็ว ช่วยจัดการข้อมูลส่วนตัว สร้าง บันทึก แก้ไข และแจ้งเตือนสถานะทั้งของบัญชีข้อมูลส่วนตัวและรายการให้บริการ รวมถึงจัดเก็บข้อมูลได้อย่างถูกต้องและปลอดภัย เพื่อลดขั้นตอนในการกรอกข้อมูลและลดความผิดพลาดในการให้บริการ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ความต้องการ (Requirements)

1) ลูกค้าสามารถกรอกข้อมูลส่วนตัว ได้แก่ ชื่อ นามสกุล วันเดือนปีเกิด ที่อยู่ อีเมล หมายเลขโทรศัพท์ ผลิตภัณฑ์ที่แพ้ เป็นต้น
2) ผู้ให้บริการแต่งหน้าทำผมสามารถบันทึกข้อมูลส่วนตัวของลูกค้า นามสกุล วันเดือนปีเกิด ที่อยู่ อีเมล หมายเลขโทรศัพท์ ผลิตภัณฑ์ที่แพ้ เป็นต้น
3) ลูกค้าสามารถแก้ไขข้อมูลส่วนตัวบางส่วนได้ เช่น ที่อยู่ อีเมล หมายเลขโทรศัพท์ เป็นต้น
4) ลูกค้าสามารถนำข้อมูลสมาชิกไปใช้ในการจองบริการอื่นได้ โดยไม่จำเป็นต้องกรอกข้อมูลใหม่ทั้งหมด
5) ผู้ให้บริการแต่งหน้าทำผมสามารถใช้ข้อมูลของลูกค้าเป็นข้อมูลในการจองบริการได้โดยไม่กรอกข้อมูลใหม่ และสามารถดูประวัติการใช้บริการได้

4.2.3 ระบบค้นหาบริการ (Service Searching System)

จากการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมาย 2 กลุ่ม จำนวน 7 คน ซึ่งกลุ่มเป็นลูกค้า จำนวน 5 คน และกลุ่มผู้ให้บริการแต่งหน้าทำผม จำนวน 2 คน เกี่ยวกับกับการค้นหาบริการ สามารถสรุปเป็นแผนที่ความเข้าใจ (Empathy Map) ของระบบค้นหาบริการ ได้ดังตารางที่ 4-4

ตารางที่ 4-4: แผนที่ความเข้าใจของระบบค้นหาบริการ (Service Searching System)

แผนที่ความเข้าใจ (Empathy Map)	ลูกค้า	ผู้ให้บริการ
SAY	- ไม่รู้ว่าถ้าใช้บริการต้องใช้เวลานานเท่าไหร่ ต้องเผื่อเวลาเดินทาง จะไปทันงานไหม - ค้นหาหาผู้ให้บริการในออนไลน์ก็เจอผู้ให้บริการชื่อดัง ราคาแพงขึ้นมาซ้ำ ๆ - ไม่แน่ใจว่ารูปหน้าแบบเราจะเหมาะกับแต่งสไตล์ไหนดี - ข้อมูลที่มีใน Facebook Page ไม่ค่อยครบให้ตัดสินใจได้ ต้องไปถามข้อมูลเพิ่มเติมไปกับพนักงานฝ่ายสนับสนุน Facebook Page แต่บางทีพนักงานฝ่ายสนับสนุนก็ตอบช้าต้องรอนานกว่าจะมาตอบ - อยากแต่งหน้าสไตล์ธรรมชาติไปงานแต่งงานเพื่อน ไม่รู้จะแต่งจ้างผู้ให้บริการคนไหนดี - เคยไปร้านดังตาม Facebook Page อยู่ไกล แต่บริการจริงไม่เห็นดี ทำเร็วแบบรีบ ๆ ไม่ใส่ใจ ผิดกับร้านแถวบ้านที่บังเอิญเจอบริการดีใส่ใจเรา เดินทางไม่ไกลด้วย	- ถ้าไม่ทำ Facebook Page หรือถ้าไม่โพสต์ Instagram ก็ไม่มีใครรู้จัก - แพลตฟอร์มหลายที่ ไม่รู้จะโฟกัสไปที่ไหนดี ต้องอัปเดตหลายที่ บางครั้งก็ดูแลไม่ทั่วถึงทำให้ตกหล่นข้อมูลที่ต้องอัปเดต - เป็นผู้ให้บริการอิสระทำคนเดียวหลายหน้าที่ เป็นพนักงานฝ่ายสนับสนุนและผู้ให้บริการแต่งหน้าทำผม เพราะไม่มีงบพอที่จะไปจ้างนักการตลาดออนไลน์เหมือนร้านดังทำให้การตลาดออนไลน์สู้เขาไม่ได้ - หากวันไหนติดลูกค้าก็ไม่ค่อยมีเวลามาอัปเดตทั้ง Facebook Instagram

แผนที่ความเข้าใจ (Empathy Map)	ลูกค้า	ผู้ให้บริการ
	หลังจากนั้นก็ติดใจทำกับผู้ให้บริการคนนี้ประจำเลย	
SAY	- ไม่รู้จะไปหาผู้ให้บริการที่ไหนแล้ว นอกจากFacebook กับ Instagram ก็ค้นหาตามแท็กเรื่อย ๆ ไปจนมีข้อมูลก็มากเกิน แต่ก็ยังไม่ถูกใจไม่ใช่ที่อยากได้ - ไม่ค่อยได้จ้างผู้ให้บริการ ไม่รู้ว่าผู้ให้บริการไหนดีไม่ดี กว่าจะหาผู้ให้บริการที่โอเคไว้ใจได้ หาเป็นวันหลายวันเลย	
THINK	- ผู้ให้บริการคนนี้จะแต่งให้ออกมาเหมือนที่เราอยากได้ไหม มันก็มีความลุ้นอยู่ทุกครั้ง - ยอมให้ผู้ให้บริการมาให้บริการถึงที่บ้านดีกว่า เพราะจะไปงานมีเวลาน้อย ไม่สะดวกเดินทางไปหลายที่ - อยากไปงานแบบสวย ๆ มั่นใจในวันพิเศษงานแต่งเพื่อน ถ่ายรูปกับเพื่อนออกมาแล้วสวย - ช่องทางรวบรวมผู้ให้บริการดี ๆ ที่น่าไว้ใจให้รู้จักน้อย ตอนนี้ก็มีเพียง Facebook Instagram แต่ก็แล้วแต่ดวงอีกว่าจะเจอผู้ให้บริการดีจริงไหม	- อยากให้มีพื้นที่ที่สามารถสร้างตัวตนเราให้ลูกค้าสนใจ ค้นหาเจอง่าย ๆ - อยากให้บริการลูกค้าใกล้บริเวณใกล้เคียงมากกว่าไกล แต่ถ้าไกลแล้วได้ค่าเดินทางเพิ่มก็รับได้
DO	- ค้นหารูปผลงานผู้ให้บริการจาก Facebook Instagram แล้วเลือกผู้ให้บริการที่แต่งได้ตามแบบที่เราต้องการ - สอบถามคนใกล้ตัวว่ามีผู้ให้บริการคน	- คอยตอบลูกค้าที่ทักสนใจทักมาสอบถามเพิ่มทั้งจาก Facebook และ Instagram - ลงรูปประชาสัมพันธ์พร้อมใส่แฮช

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

แผนที่ความเข้าใจ (Empathy Map)	ลูกค้า	ผู้ให้บริการ
	ไหนแนะนำบ้าง	แท็กตามกระแสที่เป็นที่นิยม
FEEL	- กลัวว่าจะเจอผู้ให้บริการที่ไม่ดีหรือเปล่า ไม่ใช่เพราะเพียงยิงโฆษณาเก่ง ที่ราคาสมเหตุสมผล ราคาไม่แรงเกินไป คิวจองไม่แน่น แต่เพียงผู้ให้บริการเค้ายิงโฆษณาไม่เก่ง เลยมีผู้ให้บริการให้เลือกไม่หลากหลาย - ไม่มั่นใจเวลาต้องลองแต่งกับผู้ให้บริการใหม่ เลยอยากได้ข้อมูลหลาย ๆ ผู้ให้บริการมา - ขี้เกียจเดินทางฝ่ารถติด ไม่อยากเสียเวลาเดินทางเวลาต้องไปออกงานสำคัญ - เครียดลุ้นกับเวลาที่เหลือน้อย กลัวไปไม่ทันงาน เลยอยากได้ผู้ให้บริการที่เรียกมาแต่งใกล้ๆ ได้	- รู้สึกเหนื่อยกับการบริหารสื่อโซเชียลเอง เพราะไม่ได้เป็นสิ่งที่ถนัด แต่ถ้าไม่ทำก็ไม่ได้เลย เพราะคู่แข่งทำกันหมด และเป็นช่องทางที่ทำให้ลูกค้าหาเจอเราได้ - รู้สึกวุ่นวายในการที่ต้องจัดการข้อมูลหลายแพลตฟอร์ม

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

กรอบปัญหา (Problem Statement)

ลูกค้าต้องการระบบที่รวบรวมผู้ให้บริการแต่งหน้าทำผม ค้นหาตามเงื่อนไขความต้องการต่าง ๆ ได้สามารถเปรียบเทียบบริการ บันทึกผู้ให้บริการที่ถูกใจ เพื่อตัดสินใจใช้บริการได้รวดเร็ว รวมถึงผู้ให้บริการแต่งหน้าทำผมต้องการให้ชื่อและโพรไฟล์ของตนขึ้นตรงกับที่ลูกค้าค้นหาและดึงดูดให้ลูกค้าตัดสินใจจองใช้บริการ

ความต้องการ (Requirements)

1) ลูกค้าสามารถค้นหาและทดลองฟิลเตอร์ แต่งหน้า ทรงผม ตามที่สนใจได้
2) ผู้ให้บริการแต่งหน้าทำผมสามารถแสดงโพรไฟล์และผลงานที่ผ่านมาตรงกับสไตล์ฟิลเตอร์ที่ลูกค้าต้องการ
3) ลูกค้าสามารถสแกนใบหน้าหาสไตล์ที่ต้องการ เช่น สไตล์เกาหลี สไตล์ฝรั่ง โทนส้ม โทนชมพู โทนน้ำตาล เป็นต้น
4) ลูกค้าสามารถค้นหาผู้ให้บริการให้บริการแต่งหน้าทำผม จากราคา รูปแบบงาน (Theme) ลักษณะงาน (Style) สถานที่ที่ต้องการให้มาให้บริการ ทราบระยะห่างระหว่างลูกค้าและผู้ให้บริการแต่งหน้าทำผมได้
5) ผู้ให้บริการแต่งหน้าทำผมสามารถแสดงรูปภาพและวิดีโออ้างอิงขึ้นมา ที่เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้า
6) ลูกค้าสามารถเข้าถึงผู้ให้บริการให้บริการแต่งหน้าทำผมทั้งหมดจากการค้นหารูปแบบต่าง ๆ ได้
7) ลูกค้าสามารถเลือกเรียง (Sort) หรือกรอง (Filter) ผู้ให้บริการให้บริการแต่งหน้าทำผมได้ ลูกค้าสามารถเข้าถึงรายละเอียดของผู้ให้บริการให้บริการแต่งหน้าทำผมตามที่ที่ลูกค้าเลือกเรียง (Sort) หรือกรอง (Filter) ได้

4.2.4 ระบบการจองบริการ (Service Reservation System)

จากการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมาย 2 กลุ่ม จำนวน 7 คน ซึ่งกลุ่มเป็นลูกค้า จำนวน 5 คน และกลุ่มผู้ให้บริการแต่งหน้าทำผม จำนวน 2 คน เกี่ยวกับกับการจองบริการ สามารถสรุปเป็นแผนที่ความเข้าใจ (Empathy Map) ของระบบจองบริการ ได้ดังตารางที่ 4-5

ตารางที่ 4-5: แผนที่ความเข้าใจของระบบการจองบริการ (Service Reservation System)

แผนที่ความเข้าใจ (Empathy Map)	ลูกค้า	ผู้ให้บริการ
SAY	- ไม่รู้ว่าผู้ให้บริการจะทำให้ได้เหมือนที่ต้องการได้ไหม - ช่วงที่ต้องการใช้บริการผู้ให้บริการจะว่างไหม	- ลูกค้าคนไหนที่กังวลมาก ไม่เคยแต่งกับเรามาก่อนและ เขาสอบถามเราว่ามีให้ราคาแบบซ้อมแต่งก่อนแต่งจริงไหม

แผนที่ความเข้าใจ (Empathy Map)	ลูกค้า	ผู้ให้บริการ
	- ไม่รู้ว่าผู้ให้บริการมีคิวว่างในเวลาที่ต้องการหรือไม่ - ไม่รู้ว่าต้องติดต่อผู้ให้บริการเพื่อจองคิวอย่างไร - ติดต่อผู้ให้บริการยากมาก ผู้ให้บริการไม่ค่อยรับสายหรือติดต่อกลับ - จองไปล่วงหน้านาน ไม่รู้ผู้ให้บริการจะลืมนัดไหม	- เวลาลูกค้าจองล่วงหน้ามานาน ไม่รู้ถึงวันนัดลูกค้าจะมาจริงไหม - บางช่วงยุ่งมากลงตารางคิวบางทีก็มีผิดพลาด ทับซ้อนกัน ก็ต้องแก้ไขเฉพาะหน้าไปก่อน ให้ผิดใจลูกค้าให้น้อยที่สุด
THINK	- สำหรับงานที่สำคัญมาก จะได้มีความมั่นใจจริงๆ อยากทดลองแต่งก่อนการแต่งจริงในราคาที่เข้าถึงได้ - ถ้าหากราคาสำหรับการทดลองแต่งหน้าก่อนวันจริงของผู้ให้บริการแต่งหน้านั้นแพง เกินไป ก็เสียดายเงิน แต่ถ้าราคาสมเหตุสมผลก็ยอมเสียเพื่อแลกกับความสบายใจ - ผู้ให้บริการน่าจะมีให้เข้าไปดูวันเวลาว่างที่จองได้ก่อน ได้ไม่ต้องเสียเวลาติดต่อรอผู้ให้บริการโทรกลับ - น่าจะมีแอปพลิเคชันที่สามารถจองคิวล่วงหน้าได้และไว้ใจได้ว่าจะไม่ถูกเทนัด	- อยากโพรโมตว่ามีแพ็กเกจทดลองหน้าพร้อมแต่งจริง เหมือนเป็นการการันตี เรียกความสนใจและความมั่นใจจากลูกค้าได้ - ถ้ามีระบบที่ช่วยจัดการการจองน่าจะดี ที่สามารถเห็นสถานะการจองของแต่ ละบริการที่จองไว้ในที่เดียวกัน และให้มีแจ้งเตือนว่าจองสำเร็จหรือใกล้ถึงวันนัด เพราะบางทีจองผู้ให้บริการหลายคนหลายบริการแล้วอาจจะสับสนจำวันผิดหรืออาจจะลืมวัน - อยากมีระบบจองคิวเพื่อให้ผู้ให้บริการสามารถจัดการคิวของลูกค้าได้ดีขึ้น จะได้ไม่เสียโอกาสในการรับงานและไม่เกิดความผิดพลาดในการจองเวลาที่ทับซ้อนกัน - กลัวลูกค้ายกเลิกนัดกะทันหัน ไม่

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

แผนที่ความเข้าใจ (Empathy Map)	ลูกค้า	ผู้ให้บริการ
		แจ้งล่วงหน้าทำให้เราเสียทั้งเวลาและโอกาสแทนที่เราจะสามารถให้บริการกับลูกค้ารายอื่นได้
DO	- จองแต่งหน้า 2 วันเพื่อให้มั่นใจว่าจะได้แบบที่ถูกใจ - โทรจองคิวกับผู้ให้บริการที่สนใจ และชำระค่ามัดจำ - ผู้ให้บริการที่สนใจไม่มีคิวว่าง ก็เปลี่ยนหาผู้ให้บริการคนอื่นต่อ - จองบริการเสร็จก็ชำระค่าบริการ พร้อมส่งหลักฐานการโอนให้	- คอยตอบลูกค้าที่ทักสนใจทักมาสอบถามเพิ่มทั้งจาก Facebook และ Instagram - ลงรูปประชาสัมพันธ์พร้อมใส่แฮชแท็กตามกระแสที่เป็นที่นิยม - โทรยืนยันและแจ้งเตือนนัดลูกค้าล่วงหน้าก่อนถึงวันให้บริการ
FEEL	- รู้สึกหงุดหงิด ที่ต้องเสียเวลาที่ต้องรอการตอบการ ยืนยันการจองของพนักงานฝ่ายสนับสนุน - รู้สึกไม่ดีที่ผลงานออกมาไม่ถูกใจ ไม่มั่นใจที่ต้องไปงานในแบบที่ต้องแต่งหน้านี้	- รู้สึกเกรงใจลูกค้าที่ต้องให้รอการตอบ เพราะติดธุระแต่งหน้าลูกค้าท่านอื่นอยู่ และเสียดายโอกาส หากตอบลูกค้าช้า ลูกค้าอาจจะไปติดต่อกับผู้ให้บริการคนอื่นแล้ว - รู้สึกกดดันกับความคาดหวังของลูกค้า ถ้าลูกค้าให้ข้อมูลน้อย กลัวแต่งให้ลูกค้าออกมาได้ไม่ถูกใจ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

กรอบปัญหา (Problem Statement)

ลูกค้าต้องการระบบที่ดำเนินการจองบริการได้ด้วยตนเอง รายละเอียดแจ้งชัดเจน มีขั้นตอนการจองกระชับไม่ซับซ้อน ได้ข้อมูลการจองครบถ้วนถูกต้อง ต้องการทราบสถานะการจอง ในกรณีที่ไม่สามารถเข้าใช้บริการเวลาเดิมได้ สามารถการแก้ไขหรือยกเลิกการจองได้ ต้องการบริการที่มีทั้งการทดลองแต่งก่อนการแต่งจริงในราคาที่เข้าถึงได้ รวมถึงอำนวยความสะดวกในฝั่งผู้ให้บริการแต่งหน้า

ทำผมในการช่วยลดขั้นตอนและลดข้อผิดพลาดในการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพเพื่อช่วยจัดการการให้บริการ

ความต้องการ (Requirements)

1) ลูกค้าสามารถเห็นตารางคิวที่ว่างของผู้ให้บริการได้
2) ลูกค้าสามารถเลือกจองแต่งหน้าทำผมจริงหรือจองแพ็กเกจแต่งจริงพร้อมทดลองแต่งได้
3) ลูกค้าสามารถได้รับยืนยันการจองคิว พร้อมแสดงรายละเอียดและสถานะในแต่ละบริการ
4) ลูกค้าสามารถเลือกชำระเงินค่าบริการทันทีซึ่งจะได้ส่วนลดราคาพิเศษ โดยสามารถชำระผ่านช่องทาง Mobile Banking และบัตรเครดิตหรือเดบิต
5) ลูกค้าสามารถเลือกชำระภายหลัง โดยใส่บัตรเครดิตหรือเดบิต และจะตัดชำระเงินค่าบริการเต็มจำนวนก่อนวันให้บริการ 7 วัน หากชำระเงินไม่สำเร็จการจองจะถูกยกเลิกทันที
6) ลูกค้าสามารถได้รับการแจ้งเตือนยืนยันการชำระเงิน
7) ลูกค้าสามารถได้รับการแจ้งเตือนวันนัดหมายล่วงหน้า 3 วัน ก่อนวันนัดหมาย
8) ผู้ให้บริการแต่งหน้าทำผมสามารถได้รับแจ้งเตือนการจองของลูกค้าได้ พร้อมแสดงรายละเอียดและสถานะในแต่ละบริการ
9) ผู้ให้บริการสามารถได้รับการแจ้งเตือนยืนยันการชำระเงิน
10) ลูกค้าสามารถเปลี่ยนแปลงวันนัดหมายได้
11) ลูกค้าสามารถยกเลิกการจองได้ก่อน 7 วัน หลังจากนั้นจะไม่สามารถยกเลิกและเปลี่ยนแปลงการจองได้
12) ผู้ให้บริการแต่งหน้าทำผมสามารถตรวจสอบรายละเอียดการจองคิวของลูกค้าจากข้อมูลสมาชิกได้ โดยแสดง ชื่อ นามสกุล วันเดือนปีเกิด ที่อยู่ หมายเลขโทรศัพท์ อีเมล และข้อมูลความสนใจเพิ่มเติมสำหรับการบริการแต่งหน้าทำผม เช่น รูปแบบงาน (Theme) ลักษณะ (Style) ที่สนใจ จำนวนคนที่เข้ารับบริการ ผลิตภัณฑ์ที่แพ้ สภาพผิว เป็นต้น
13) ลูกค้าสามารถได้รับแจ้งเตือนการได้รับบริการและทราบเวลาที่ลูกค้าแต่งหน้า ทำผมจะเดินทางมาถึง

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

4.2.5 ระบบรีวิวบริการ (Service Reviewing System)

จากการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมาย 2 กลุ่ม จำนวน 7 คน ซึ่งกลุ่มเป็นลูกค้า จำนวน 5 คน และกลุ่มผู้ให้บริการแต่งหน้าทำผม จำนวน 2 คน เกี่ยวกับการรีวิวบริการ สามารถสรุปเป็นแผนที่ความเข้าใจ (Empathy Map) ของระบบรีวิวบริการ ได้ดังตารางที่ 4-6

ตารางที่ 4-6: แผนที่ความเข้าใจของระบบรีวิวบริการ (Service Reviewing System)

แผนที่ความเข้าใจ (Empathy Map)	ลูกค้า	ผู้ให้บริการ
SAY	- มีผู้ให้บริการแต่งหน้าทำผมไปงานรับปริญญา คนไหนแต่งสไตล์เกาหลีสวยราคาโอเคบ้าง - มีผู้ให้บริการตัดผมรองทรงสูงฝีมือดีแนะนำไหม - ผู้ให้บริการคนนี้คนดังใช้บริการมาก ต้องดีแน่เลย เลยใช้บริการตาม - ชอบดูรีวิวจากคนที่เคยมาใช้บริการจริงรีวิวให้ เพราะเชื่อถือได้มากกว่าว่าดี ๆ จริง ๆ ไม่ใช่เพราะเพียงลงโพรโมตให้ - รีวิวที่เชื่อถือได้ให้มั่นใจได้จริงมีน้อย ส่วนใหญ่มีแต่ร้านลงโพรโมตเอง ซึ่งต้องมาวิเคราะห์เองอีกทีว่าน่าเชื่อถือได้ไหม ทำได้แบบลงโพรโมตไว้ได้จริงหรือเปล่า	- ถ้าลูกค้าพึงพอใจในบริการของเราช่วยแนะนำบอกต่อเพื่อนได้เลยนะ - ส่วนใหญ่ลูกค้าที่มา ก็ได้มาจากการบอกต่อกัน - ทำบริการให้ดีให้ลูกค้าพึงพอใจมากที่สุด เพราะอยากให้ลูกค้าแนะนำคนรู้จักต่อปากต่อปาก - อยากรู้ว่าลูกค้าพอใจในบริการไหมต้องมีอะไรให้ปรับปรุงพัฒนาอีกไหม
THINK	- อยากได้บริการที่ดี เชื่อถือ มั่นใจได้ ว่าจะไม่ผิดหวังกับผลงานที่ออกมา เอาใจใส่รายละเอียดของสิ่งที่ต้องการ - อยากได้ผู้ให้บริการที่ทำได้จริงตามที่บอกไว้ ที่ลงโฆษณาไว้ - อยากบอกต่อบริการดี ๆ ให้กับคนอื่น และวิจารณ์ให้ปรับปรุงได้ถ้าหากได้รับบริการที่ไม่ดี - รู้สึกอยากใช้บริการกับผู้ให้บริการที่มีคนรีวิวมากว่าให้บริการดี ผลงานสวย	
DO	- หารีวิว อ่านรีวิวตามกระทู้ ตาม	- ให้โพรโมชันส่วนลดกับลูกค้าที่มี

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

แผนที่ความเข้าใจ (Empathy Map)	ลูกค้า	ผู้ให้บริการ
	Facebook รีวิวต่าง ๆ หรืออ่านคอมเมนต์ที่มีคนมาแสดงความคิดเห็น - หาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตจากหลายเจ้ามาเปรียบเทียบกันเองแล้วค่อยตัดสินใจ - สอบถามจากเพื่อน คนรู้จักใกล้ตัว	การแนะนำเพื่อนมา
FEEL	- มั่นใจที่จะใช้บริการกับผู้ให้บริการที่มีคนรีวิวในทางที่ดีมากกว่าผู้ให้บริการที่ไม่มีการรีวิวพูดถึงเลย ถึงแม้จะต้องจ่ายค่าบริการแพงกว่าก็ตาม เหมือนซื้อความมั่นใจให้กับตัวเอง ว่าจะได้ผลลัพธ์ออกมาแบบที่พอใจ	- รู้สึกภูมิใจที่มีลูกค้าชื่นชมและบอกต่อ เหมือนเป็นกำลังใจในการให้บริการที่ดีต่อไป

กรอบปัญหา (Problem Statement)

ลูกค้าต้องการระบบที่ให้คะแนนความพึงพอใจหลังจากได้รับบริการ เพื่อชื่นชมผู้ให้บริการที่บริการได้ประทับใจและต้องการแนะนำให้แก่ผู้อื่น อีกทั้งสามารถหาข้อมูลการรีวิวบริการจากผู้ใช้บริการจริง มีคะแนนความพึงพอใจชัดเจนเข้าใจง่าย เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจใช้บริการเพิ่มเติม รวมถึงในฝั่งผู้ให้บริการต้องการได้รับการรีวิวชื่นชมจากลูกค้าที่ได้รับความพึงพอใจในบริการ เพื่อเป็นการยืนยันในผลงานที่มีคุณภาพ แนะนำสร้างความสนใจให้กับผู้สนใจคนอื่น

ความต้องการ (Requirements)

1) ลูกค้าสามารถบันทึกรีวิวหลังจากได้รับบริการได้
2) ลูกค้าสามารถบันทึกข้อความตัวอักษร และอัปโหลดรูปหรือวิดีโอของผลงานที่ได้รับบริการได้
3) ลูกค้าสามารถเห็นข้อความรีวิวจากผู้เขียนรีวิวทั้งหมดได้
4) ลูกค้าสามารถเห็นคะแนนรีวิวเฉลี่ยจากผู้รีวิวทั้งหมดได้
5) ผู้ให้บริการแต่งหน้าทำผมสามารถเห็นรีวิวทั้งหมดได้
6) ผู้ให้บริการแต่งหน้าทำผมสามารถเห็นคะแนนรีวิวเฉลี่ยของรีวิวทั้งหมดได้

4.2.6 ระบบจัดการข้อมูลผู้ดูแลระบบ (Administration Data Management System)

จากการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายผู้ดูแลระบบ จำนวน 1 คน เกี่ยวกับการจัดการข้อมูลของผู้ดูแลระบบ สามารถสรุปเป็นแผนที่ความเข้าใจ (Empathy Map) ของระบบจัดการข้อมูลผู้ดูแลระบบ ได้ดังตารางที่ 4-7

ตารางที่ 4-7: แผนที่ความเข้าใจของระบบจัดการข้อมูลผู้ดูแลระบบ (Administration Data Management System)

แผนที่ความเข้าใจ (Empathy Map)	ผู้ดูแลระบบ
SAY	- ศักยภาพของธุรกิจคนกลางนี้ขึ้นอยู่ที่ผู้ให้บริการที่เข้าร่วมต้องมีคุณสมบัติที่น่าดึงดูด ผลงานดี น่าเชื่อถือ ไม่มีประวัติผิดนัดลูกค้ามาก่อน - บริษัทต้องตรวจสอบประวัติผู้ให้บริการให้ดี ถ้ารับเข้ามาแล้วมีประวัติไม่ดี บริษัท จะเสียชื่อเสียงได้ - การรายงานหรือรีวิวจากลูกค้าจากลูกค้าก็มีผลต่อผู้ให้บริการแต่งหน้าทำผมได้ ถ้ามีการรายงานประวัติที่ไม่ดีจะถูกยกเลิกการเข้าร่วม
THINK	- อยากให้มีระบบที่กรองตรวจสอบการสมัครเข้าใช้งานของผู้ให้บริการแต่งหน้าทำผมเพื่อช่วยประหยัดเวลาในการทำงานและลดความบกพร่อง
DO	- ประเมินผู้ให้บริการแต่งหน้าทำผมก่อนตัดสินใจร่วมมือเป็นคู่ค้าโดยพิจารณาจากการ ระบุตัวตน และประวัติประสบการณ์ในการให้บริการติที่ผ่านมา
FEEL	- รู้สึกมั่นใจถ้ามีระบบที่ช่วยในการรวบรวมและกรองข้อมูลผู้ให้บริการแต่งหน้าทำผมเพื่อให้พิจารณาก่อนร่วมมือได้รวดเร็วประหยัดเวลาขึ้น

กรอบปัญหา (Problem Statement)

ผู้ดูแลระบบบริษัท เชิร์ฟ บิวตี จำกัด ต้องการระบบที่สามารถรับข้อมูลจากผู้ให้บริการแต่งหน้าทำผมในการสมัครให้บริการ หากผู้ให้บริการแต่งหน้าทำผมมีการยืนยันตัวตนข้อมูลครบถ้วนจะได้รับการพิจารณาอนุมัติให้บริการ สามารถรับข้อมูลรายงานการจอง รวมทั้งผู้ดูแลสามารถรับรายงานลูกค้าในการขอความช่วยเหลือรายงานปัญหาของผู้ให้บริการเพื่อพิจารณาระงับสิทธิ์ในการให้บริการของผู้ให้บริการแต่งหน้าทำผมได้

ความต้องการ (Requirements)

1) ผู้ดูแลระบบสามารถรับข้อมูลสมัครใช้บริการจากผู้ให้บริการแต่งหน้าทำผมผ่านระบบ ซึ่งประกอบด้วย ชื่อ นามสกุล หมายเลขโทรศัพท์ อีเมล รูปภาพผลงาน ประสบการณ์ เป็นต้น เพื่อพิจารณาอนุมัติใช้งาน
2) ผู้ดูแลระบบสามารถอนุมัติการสมัครใช้บริการไปยังผู้ให้บริการแต่งหน้าทำผม เพื่อให้สามารถเริ่มใช้งานระบบได้
3) ผู้ดูแลระบบบสามารถรับรายงานการให้บริการที่ไม่พึงพอใจจากลูกค้าต่อผู้ให้บริการเพื่อพิจารณาระงับสิทธิ์ในการให้บริการของผู้ให้บริการแต่งหน้าทำผมได้

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

4.3 การสร้างและทดสอบระบบต้นแบบแบบหยาบ (Low-Fidelity Prototyping and Testing)

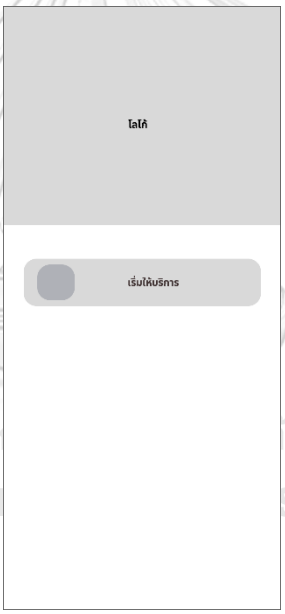
4.3.1 การสร้างระบบต้นแบบแบบหยาบด้วยโปรแกรม Figma (Low-Fidelity Prototype)

ในขั้นตอนนี้ผู้จัดทำโครงการได้นำผลการระดมความคิดมาออกแบบให้เป็นรูปธรรม เพื่อให้ผู้ใช้งานได้เห็นภาพของระบบในเบื้องต้นให้ได้มาซึ่งคำแนะนำ ความคิดเห็น รวมถึงคำติชม ที่จะนำมาปรับปรุงระบบต้นแบบให้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น โดยผู้จัดทำเลือกใช้โปรแกรม Figma ในการจัดทำระบบต้นแบบแบบหยาบ โดยโมบายแอปพลิเคชันสำหรับผู้ให้บริการและลูกค้าออกแบบให้แสดงผลบนหน้าจอสมาร์ทโฟน ส่วนแอปพลิเคชันสำหรับผู้ดูแลระบบแสดงผลบนหน้าจอเดสก์ท็อป

(1) ระบบจัดการข้อมูลผู้ให้บริการ

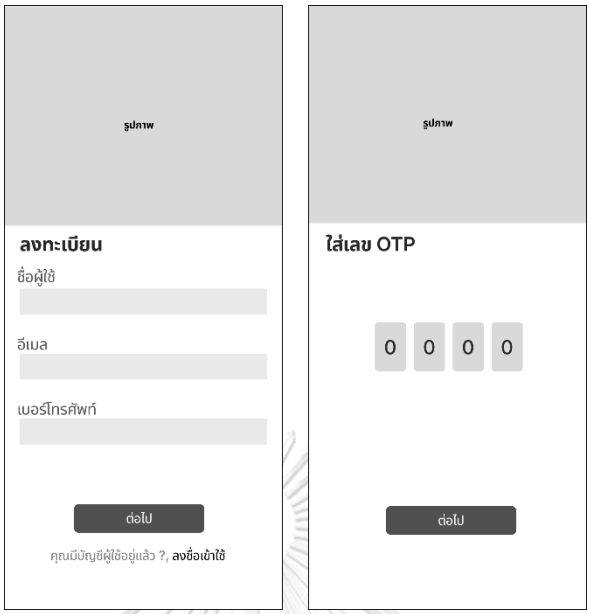
แอปพลิเคชันสำหรับผู้ให้บริการ

1) หน้าเริ่มต้นแอปพลิเคชันสำหรับผู้ให้บริการ



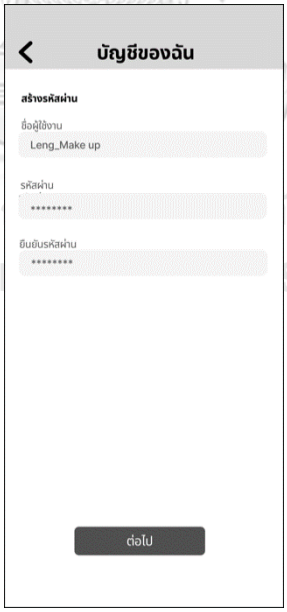
รูปที่ 4-1: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าเริ่มต้นแอปพลิเคชันสำหรับผู้ให้บริการ

2) หน้าลงทะเบียนระบบสำหรับผู้ให้บริการ



รูปที่ 4-2: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าลงทะเบียนระบบสำหรับผู้ให้บริการ

3) หน้าสร้างบัญชีของฉันสำหรับผู้ให้บริการ ส่วนสร้างรหัสผ่าน



รูปที่ 4-3: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าสร้างบัญชีของฉัน ส่วนสร้างรหัสผ่านสำหรับผู้ให้บริการ

4) หน้าสร้างบัญชีของฉันสำหรับผู้ให้บริการ ส่วนข้อมูลส่วนตัว

รูปที่ 4-4: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าสร้างบัญชีของฉัน ส่วนข้อมูลส่วนตัวสำหรับผู้ให้บริการ

5) หน้าสร้างบัญชีของฉันสำหรับผู้ให้บริการ ส่วนยืนยันตัวตน

รูปที่ 4-5: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าสร้างบัญชีของฉัน ส่วนยืนยันตนตัวสำหรับผู้ให้บริการ

6) หน้าเมนูบัญชีของฉันสำหรับผู้ให้บริการ ส่วนสร้างโพรไฟล์

รูปที่ 4-6: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าเมนูบัญชีของฉัน ส่วนสร้างโพรไฟล์

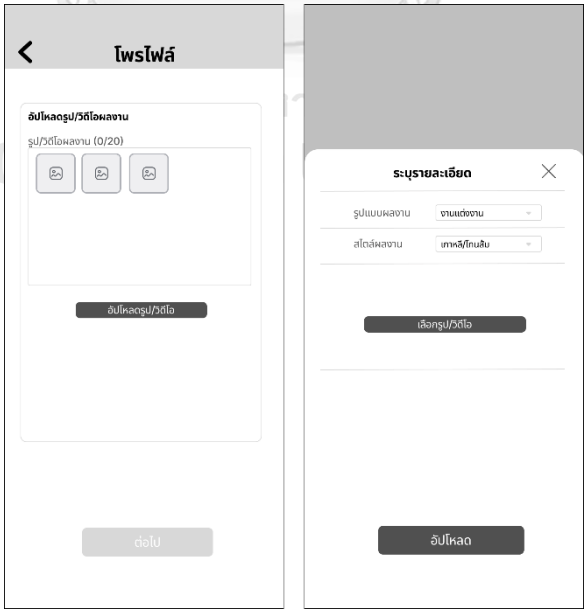
7) หน้าสร้างโพรไฟล์สำหรับผู้ให้บริการ ส่วนข้อมูลเกี่ยวกับตนเอง

รูปที่ 4-7: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าสร้างโพรไฟล์สำหรับผู้ให้บริการ ส่วนข้อมูลเกี่ยวกับตนเอง

8) หน้าสร้างโพรไฟล์สำหรับผู้ให้บริการ ส่วนอัปโหลดหน้าปกโพรไฟล์

รูปที่ 4-8: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าสร้างโพรไฟล์สำหรับผู้ให้บริการ ส่วนอัปโหลดหน้าปกโพรไฟล์

9) หน้าสร้างโพรไฟล์สำหรับผู้ให้บริการ ส่วนอัปโหลดรูปหรือวิดีโอผลงานและระบุรายละเอียดของรูปหรือวิดีโอผลงาน

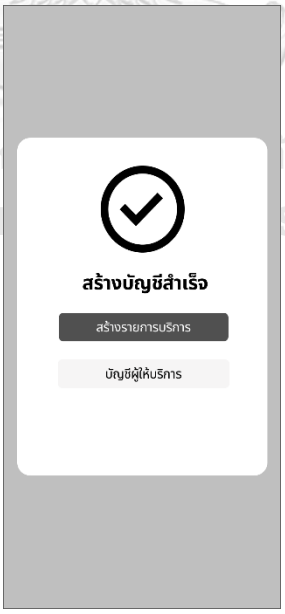


รูปที่ 4-9: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าสร้างโพรไฟล์สำหรับผู้ให้บริการ ส่วนอัปโหลดรูปหรือวิดีโอผลงานและระบุรายละเอียดของรูปหรือวิดีโอผลงาน

10) หน้าแสดงผลการสร้างบัญชีผู้ให้บริการดำเนินการส่ง รออนุมัติให้บริการ

รูปที่ 4-10: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าแสดงผลการสร้างบัญชีผู้ให้บริการดำเนินการส่ง รออนุมัติให้บริการ

11) หน้าแสดงผลการสร้างบัญชีผู้ให้บริการ สร้างบัญชีสำเร็จ

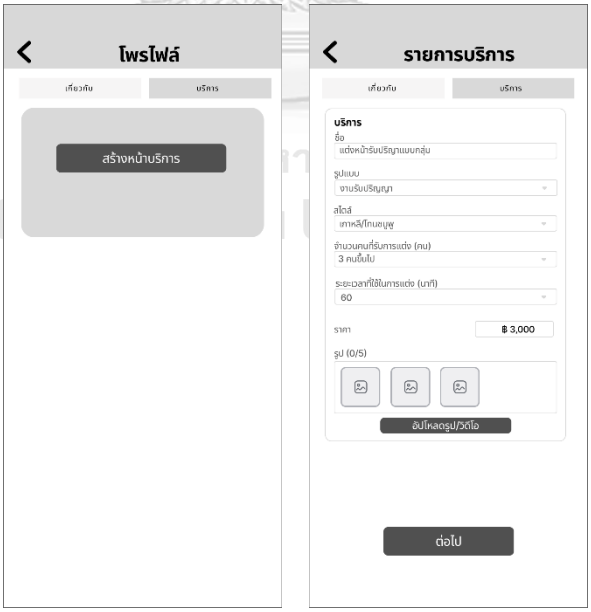


รูปที่ 4-11: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าแสดงผลการสร้างบัญชีผู้ให้บริการ สร้างบัญชีสำเร็จ

12) หน้าหลักบัญชีของฉันสำหรับผู้ให้บริการ

รูปที่ 4-12: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าหลักบัญชีของฉันสำหรับผู้ให้บริการ

13) หน้าสร้างรายการบริการ และหน้ากรอกข้อมูลรายการบริการ

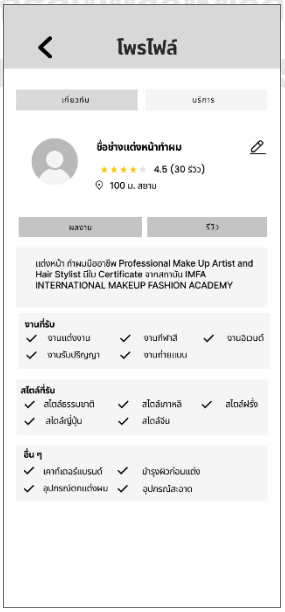


รูปที่ 4-13: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าสร้างรายการบริการ และหน้ากรอกข้อมูลรายการบริการ

14) หน้าแสดงผลการสร้างรายการบริการสำเร็จ

รูปที่ 4-14: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าแสดงผลการสร้างรายการบริการสำเร็จ

15) หน้าโพรโฟล์ของผู้ให้บริการ ส่วนข้อมูลเกี่ยวกับตนเอง

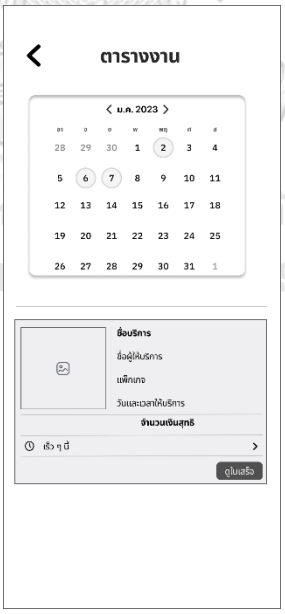


รูปที่ 4-15: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าโพรโฟล์ของผู้ให้บริการ ส่วนข้อมูลเกี่ยวกับตนเอง

16) หน้าโพรโฟล์ของผู้ให้บริการ ส่วนรายการบริการ

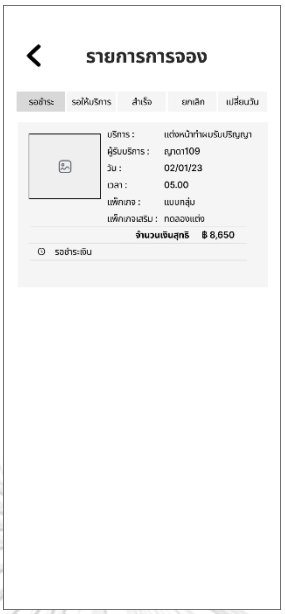
รูปที่ 4-16: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าโพรโฟล์ของผู้ให้บริการ ส่วนรายการบริการ

17) หน้าตารางงาน



รูปที่ 4-17: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าตารางงาน

18) หน้าแสดงข้อมูลรายการจอง ส่วนสถานะรอชำระเงิน



รูปที่ 4-18: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าแสดงข้อมูลรายการจอง ส่วนสถานะรอชำระเงิน

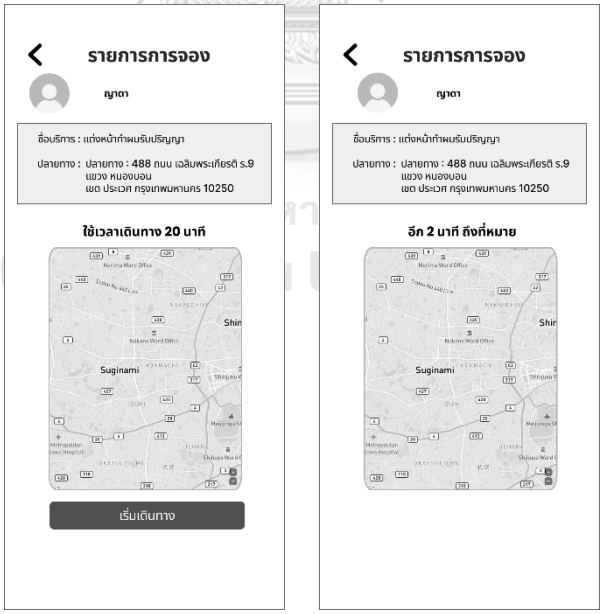
19) หน้าแสดงข้อมูลรายการจอง ส่วนสถานะรอใช้บริการ

รูปที่ 4-19: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าแสดงข้อมูลรายการจอง ส่วนสถานะรอใช้บริการ

20) หน้าแสดงรายละเอียดข้อมูลใบเสร็จ

รูปที่ 4-20: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าแสดงรายละเอียดข้อมูลใบเสร็จ

21) หน้าแสดงข้อมูลการเดินทาง ระยะเวลา และแผนที่



รูปที่ 4-21: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าแสดงข้อมูลการเดินทาง ระยะเวลา และแผนที่

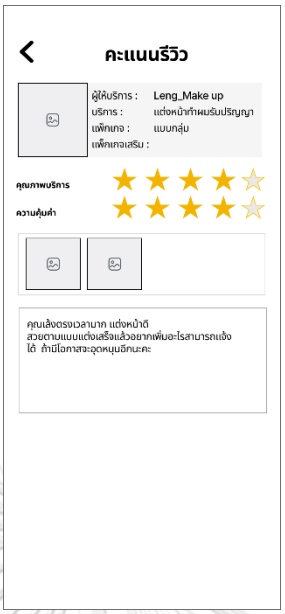
22) หน้าแสดงผลการเดินทางถึงปลายทาง

รูปที่ 4-22: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าแสดงผลการเดินทางถึงปลายทาง

23) หน้าแสดงข้อมูลรายการจอง ส่วนสถานะสำเร็จ

รูปที่ 4-23: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าแสดงข้อมูลรายการจอง ส่วนสถานะสำเร็จ

24) หน้าแสดงข้อมูลรีวิวการให้บริการ



รูปที่ 4-24: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าแสดงข้อมูลรีวิวการให้บริการ

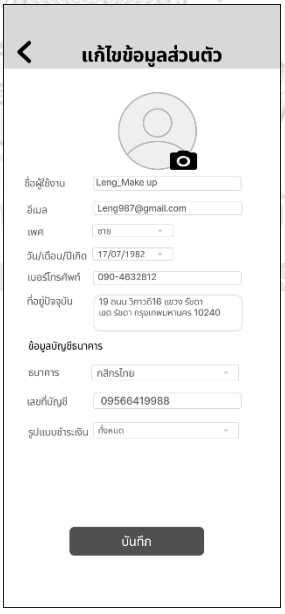
25) หน้าแสดงข้อมูลรายการจอง ส่วนสถานะยกเลิก

รูปที่ 4-25: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าแสดงข้อมูลรายการจอง ส่วนสถานะยกเลิก

26) หน้าแสดงข้อมูลรายการจอง ส่วนเปลี่ยนแปลงวันและเวลา

รูปที่ 4-26: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าแสดงข้อมูลรายการจอง ส่วนเปลี่ยนแปลงวันและเวลา

27) หน้าแก้ไขข้อมูลส่วนตัวสำหรับผู้ให้บริการ

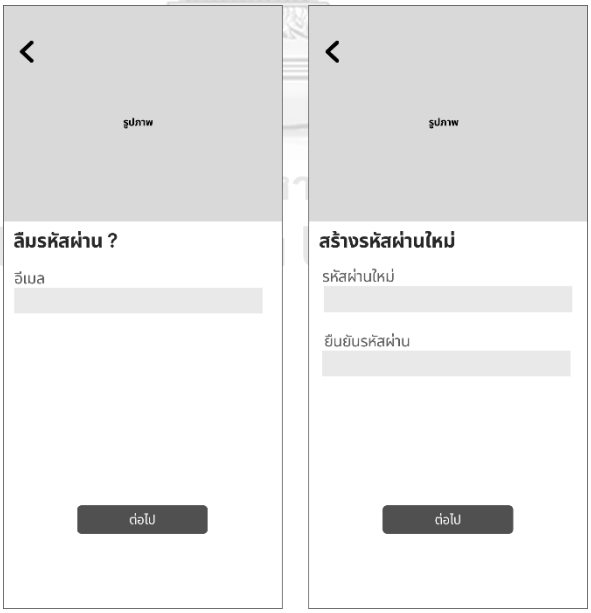


รูปที่ 4-27: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าแก้ไขข้อมูลส่วนตัวสำหรับผู้ให้บริการ

28) หน้าการลงชื่อเข้าใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับผู้ให้บริการ

รูปที่ 4-28: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าการลงชื่อเข้าใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับผู้ให้บริการ

29) หน้าลืมรหัสผ่านและหน้าสร้างรหัสผ่านใหม่สำหรับผู้ให้บริการ



รูปที่ 4-29: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าลืมรหัสผ่านและหน้าสร้างรหัสผ่านใหม่สำหรับผู้ให้บริการ

(2) ระบบจัดการข้อมูลลูกค้า

แอปพลิเคชันสำหรับลูกค้า

1) หน้าเริ่มต้นแอปพลิเคชันสำหรับลูกค้า

รูปที่ 4-30: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าเริ่มต้นแอปพลิเคชันสำหรับลูกค้า

2) หน้าลงทะเบียนระบบสำหรับลูกค้า

รูปที่ 4-31: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าลงทะเบียนระบบสำหรับลูกค้า

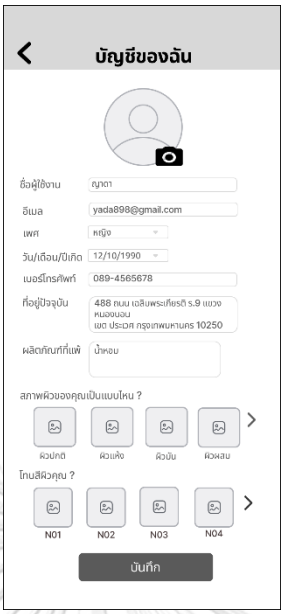
3) หน้าสร้างบัญชีของฉันสำหรับลูกค้า ส่วนสร้างรหัสผ่าน

รูปที่ 4-32: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าสร้างบัญชีของฉันสำหรับลูกค้า ส่วนสร้างรหัสผ่าน

4) หน้าสร้างบัญชีของฉันสำหรับลูกค้า ส่วนยืนยันตัวตน

รูปที่ 4-33: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าสร้างบัญชีของฉันสำหรับลูกค้า
ส่วนยืนยันตัวตน

5) หน้าสร้างบัญชีของฉันสำหรับลูกค้า ส่วนกรอกข้อมูลส่วนตัว



รูปที่ 4-34: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าบัญชีของฉันสำหรับลูกค้า ส่วนกรอกข้อมูลส่วนตัว

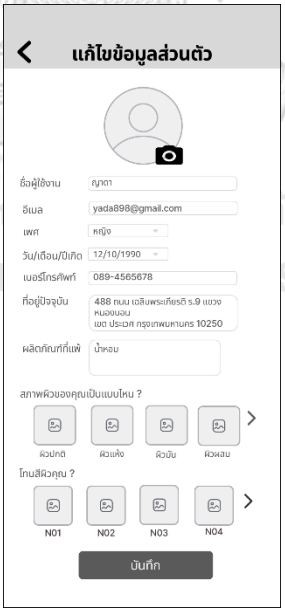
6) หน้าแสดงผลการสร้างบัญชีสำเร็จ

รูปที่ 4-35: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าแสดงผลการสร้างบัญชีสำเร็จ

7) หน้าเมนูบัญชีของฉันสำหรับลูกค้า

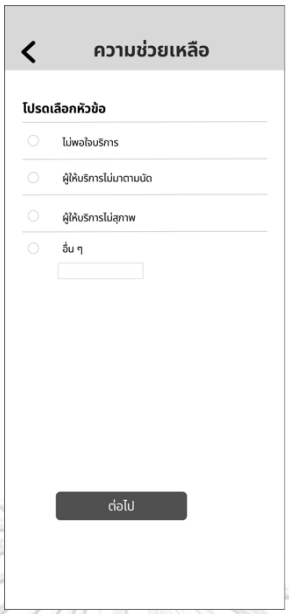
รูปที่ 4-36: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าเมนูบัญชีของฉันสำหรับลูกค้า

8) หน้าแก้ไขข้อมูลส่วนตัวสำหรับลูกค้า



รูปที่ 4-37: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าแก้ไขข้อมูลส่วนตัวสำหรับลูกค้า

9) หน้าเลือกหัวข้อความช่วยเหลือ



รูปที่ 4-38: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าเลือกหัวข้อความช่วยเหลือ

10) หน้าเลือกรายการที่ต้องการความช่วยเหลือ

รูปที่ 4-39: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าเลือกรายการที่ต้องการความช่วยเหลือ

11) หน้าส่งรายงานความช่วยเหลือ

รูปที่ 4-40: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าส่งรายงานความช่วยเหลือ

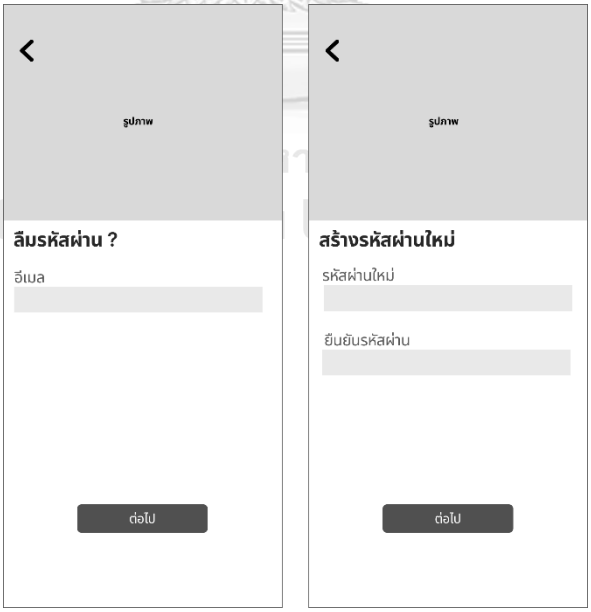
12) หน้าแสดงผลการสร้างรายการความช่วยเหลือสำเร็จ

รูปที่ 4-41: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าแสดงผลการสร้างรายการความช่วยเหลือสำเร็จ

13) หน้าการลงชื่อเข้าใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับลูกค้า

รูปที่ 4-42: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าการลงชื่อเข้าใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับลูกค้า

14) หน้าลืมรหัสผ่านสำหรับลูกค้า



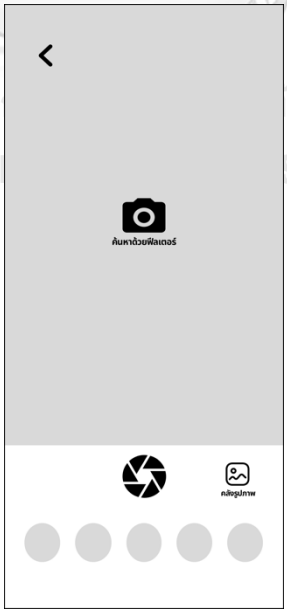
รูปที่ 4-43: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าลืมรหัสผ่านสำหรับลูกค้า

(3) ระบบค้นหาบริการ

1) หน้าเมนูหน้าหลักค้นหาบริการ

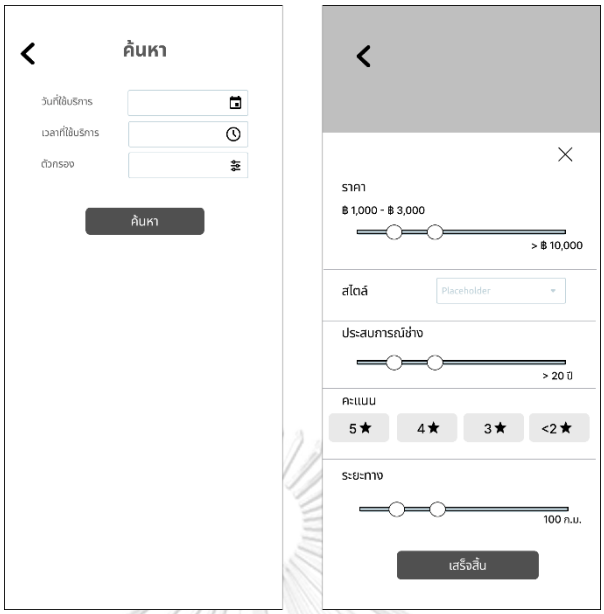
รูปที่ 4-44: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าเมนูหน้าหลักค้นหาบริการ

2) หน้าค้นหาผู้บริการโดยฟิลเตอร์



รูปที่ 4-45: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าค้นหาบริการโดยฟิลเตอร์

3) หน้ากรอกข้อมูลวัน เวลาใช้บริการ และหน้าเลือกตัวกรอง

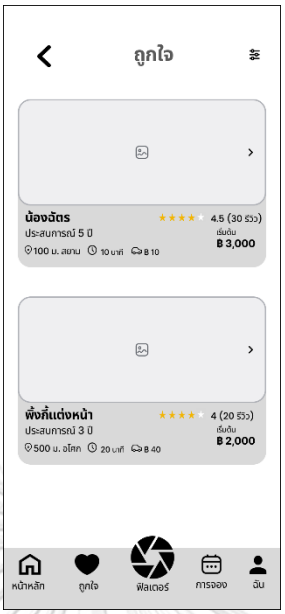


รูปที่ 4-46: ต้นแบบแบบหยาบของหน้ากรอกข้อมูลวัน เวลาใช้บริการ และหน้าเลือกตัวกรอง

4) หน้าแสดงข้อมูลผลลัพธ์การค้นหา

รูปที่ 4-47: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าแสดงข้อมูลผลลัพธ์การค้นหา

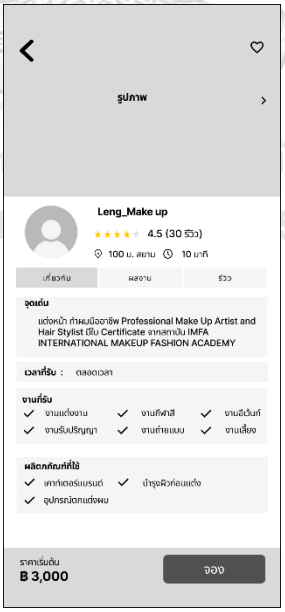
5) หน้ารายการถูกใจ



รูปที่ 4-48: ต้นแบบแบบหยาบของหน้ารายการถูกใจ

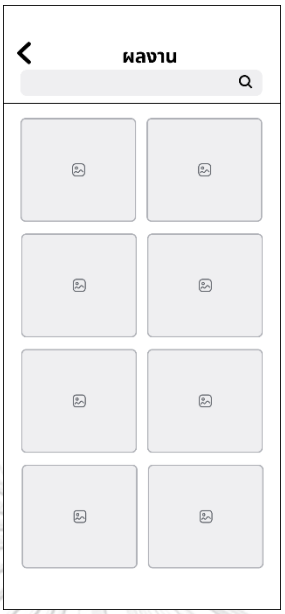
(4) ระบบจองบริการ

1) หน้าแสดงข้อมูลโพรไฟล์ผู้ให้บริการ



รูปที่ 4-49: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าแสดงข้อมูลโพรไฟล์ผู้ให้บริการ

2) หน้าผลงานผู้ให้บริการ

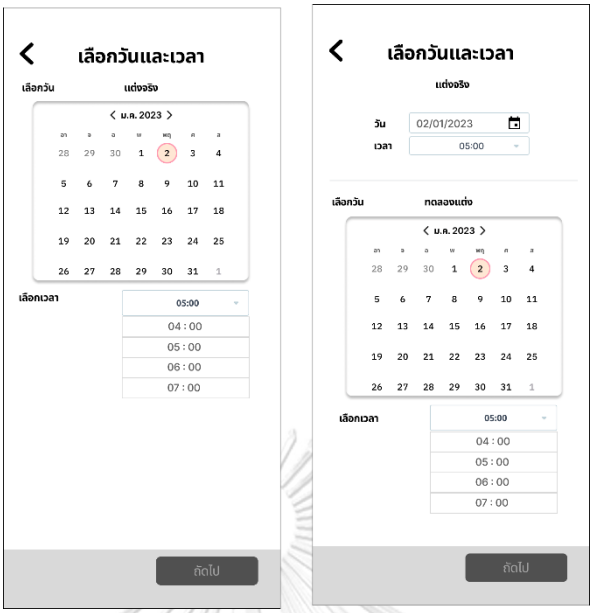


รูปที่ 4-50: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าผลงานผู้ให้บริการ

3) หน้าเลือกแพ็กเกจบริการ

รูปที่ 4-51: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าเลือกแพ็กเกจบริการ

4) หน้าเลือกวันและเวลาบริการแต่งจริงและบริการทดลองแต่ง



รูปที่ 4-52: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าเลือกวันและเวลาบริการแต่งจริงและบริการทดลองแต่ง

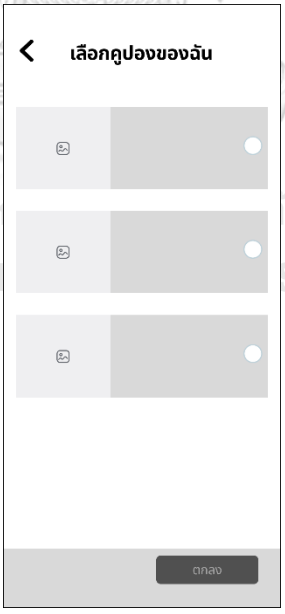
5) หน้ากรอกข้อมูลเพิ่มเติม

รูปที่ 4-53: ต้นแบบแบบหยาบของหน้ากรอกข้อมูลเพิ่มเติม

6) หน้าแสดงข้อมูลยืนยันการจอง

รูปที่ 4-54: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าแสดงข้อมูลยืนยันการจอง

7) หน้าเลือกคูปองส่วนลด

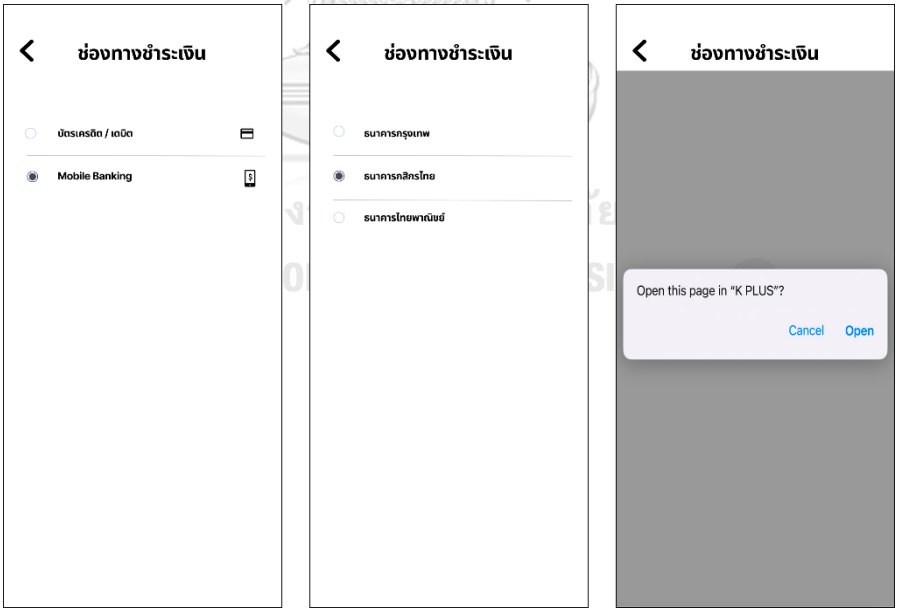


รูปที่ 4-55: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าเลือกคูปองส่วนลด

8) หน้าเลือกรูปแบบชำระเงิน

รูปที่ 4-56: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าเลือกรูปแบบชำระเงิน

9) หน้าเลือกช่องทางการชำระเงินและหน้าเลือกธนาคารชำระเงิน กรณีชำระเงินทันที

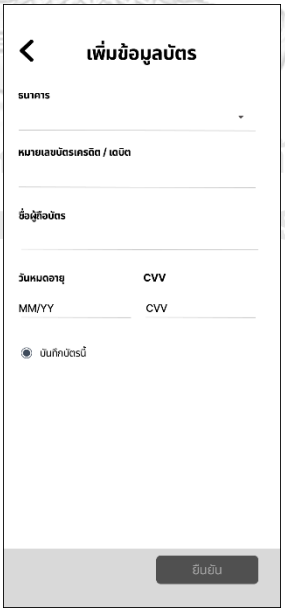


รูปที่ 4-57: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าเลือกช่องทางการชำระเงินและหน้าเลือกธนาคารชำระเงิน กรณีชำระเงินทันที

10) หน้าแสดงผลการชำระเงินสำเร็จ

รูปที่ 4-58: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าแสดงผลการชำระเงินสำเร็จ

11) หน้าช่องทางชำระเงิน กรณีชำระเงินภายหลัง

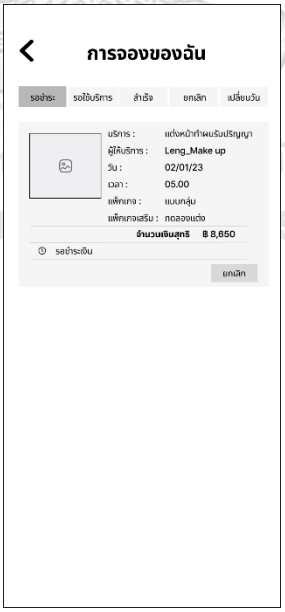


รูปที่ 4-59: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าช่องทางชำระเงิน กรณีชำระเงินภายหลัง

12) หน้าแสดงผลการจองสำเร็จ

รูปที่ 4-60: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าแสดงผลการจองสำเร็จ

13) หน้าแสดงข้อมูลการจองของฉัน ส่วนสถานะรอชำระเงิน

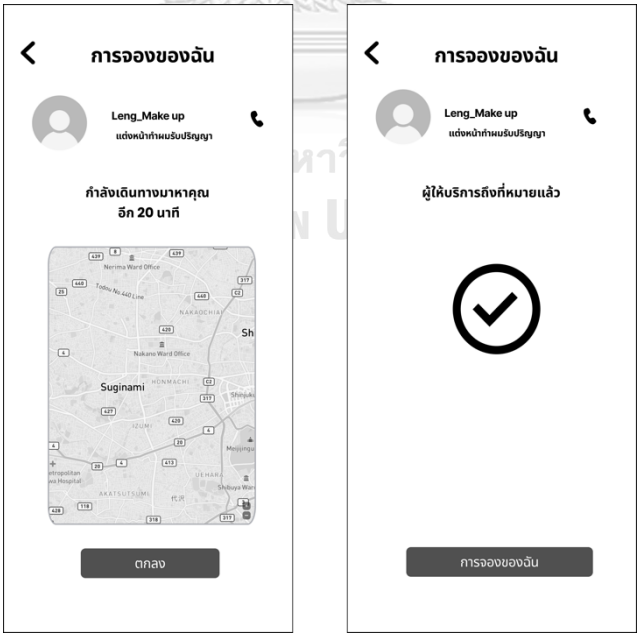


รูปที่ 4-61: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าแสดงข้อมูลการจองของฉัน ส่วนสถานะรอชำระเงิน

14) หน้าแสดงข้อมูลการจองของฉัน ส่วนสถานะรอใช้บริการ

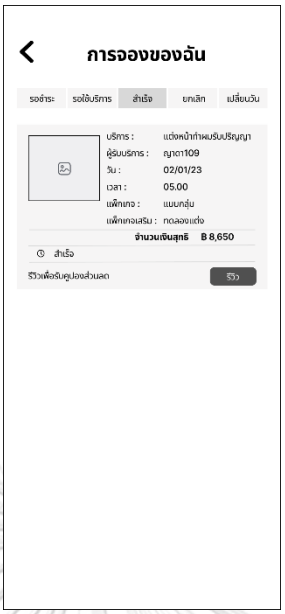
รูปที่ 4-62: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าแสดงข้อมูลการจองของฉัน ส่วนสถานะรอใช้บริการ

15) หน้าแสดงข้อมูลการเดินทาง ระยะเวลา แผนที่ และข้อมูลติดต่อผู้ให้บริการ



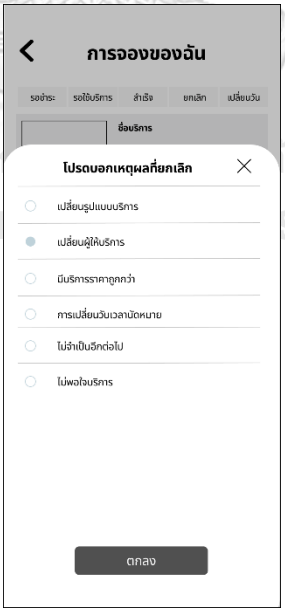
รูปที่ 4-63: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าแสดงข้อมูลการเดินทาง ระยะเวลา แผนที่ และข้อมูลติดต่อผู้ให้บริการ

16) หน้าแสดงหน้าแสดงข้อมูลการจองของฉัน ส่วนสถานะสำเร็จ



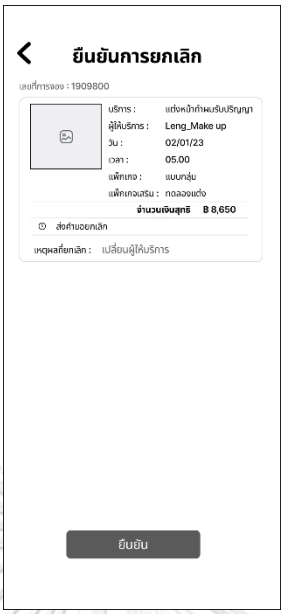
รูปที่ 4-64: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าแสดงข้อมูลการจองของฉัน ส่วนสถานะสำเร็จ

17) หน้าเลือกเหตุผลที่ยกเลิก กรณียกเลิก



รูปที่ 4-65: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าเลือกเหตุผลที่ยกเลิก กรณียกเลิก

18) หน้าแสดงรายการยืนยันการยกเลิก

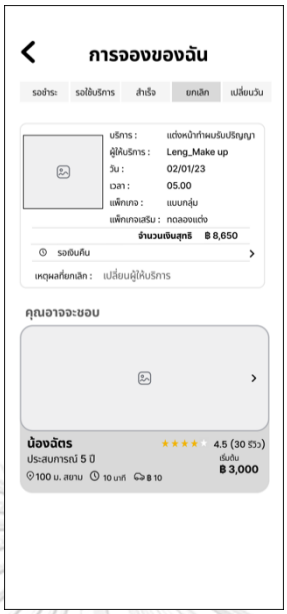


รูปที่ 4-66: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าแสดงรายการยืนยันการยกเลิก

19) หน้าแสดงการยืนยันการยกเลิก

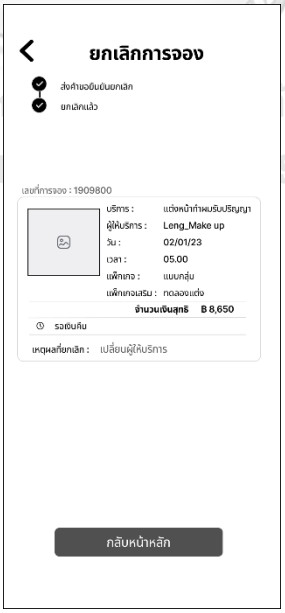
รูปที่ 4-67: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าแสดงรายการยืนยันการยกเลิก

20) หน้าแสดงข้อมูลการจองของฉัน ส่วนสถานะยกเลิก และแสดงรายการแนะนำ



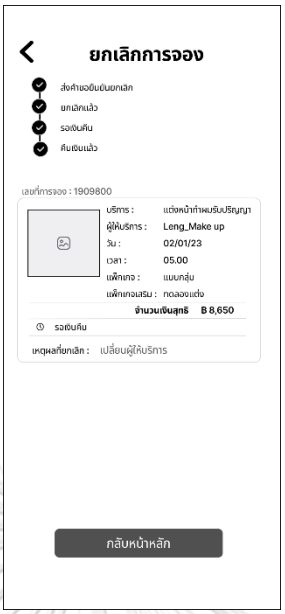
รูปที่ 4-68: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าแสดงข้อมูลการจองของฉัน ส่วนสถานะยกเลิก และแสดงรายการแนะนำ

21) หน้าแสดงรายละเอียดสถานะยกเลิกการจอง กรณีไม่มีการคืนเงิน



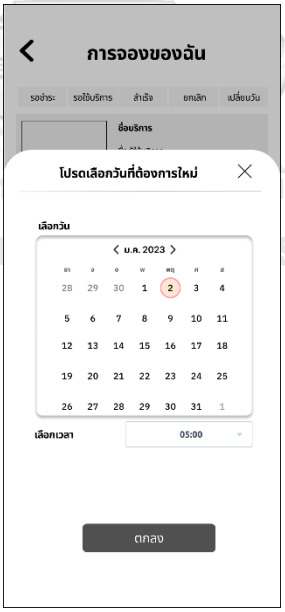
รูปที่ 4-69: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าแสดงรายละเอียดสถานะยกเลิกการจอง กรณีไม่มีการคืนเงิน

22) หน้าแสดงรายละเอียดสถานะยกเลิกการจอง กรณีมีการคืนเงิน



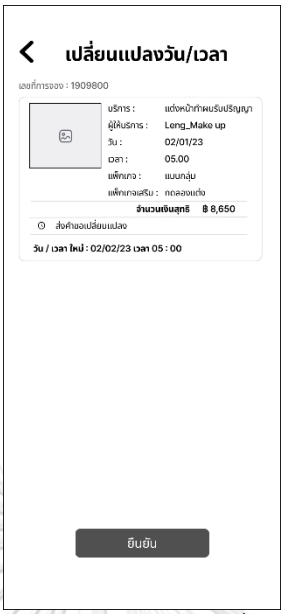
รูปที่ 4-70: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าแสดงรายละเอียดสถานะยกเลิกการจอง กรณีมีการคืนเงิน

23) หน้าเลือกวันและเวลาที่ต้องการใหม่ กรณีเปลี่ยนแปลงวันและเวลาการใช้บริการ



รูปที่ 4-71: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าเลือกวันและเวลาที่ต้องการใหม่ กรณีเปลี่ยนแปลงวันและเวลาการใช้บริการ

24) หน้ายืนยันการเปลี่ยนแปลงวันและเวลาการใช้บริการ

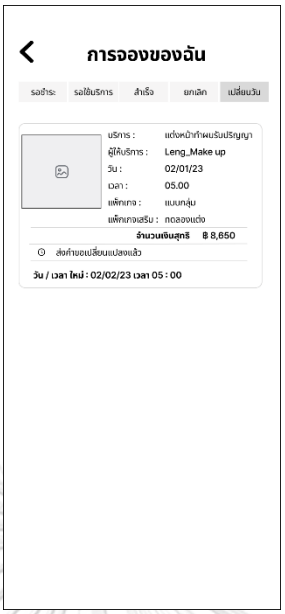


รูปที่ 4-72: ต้นแบบแบบหยาบของหน้ายืนยันการเปลี่ยนแปลงวันและเวลาการใช้บริการ

25) หน้าแสดงการยืนยันเปลี่ยนแปลงวันและเวลาการใช้บริการ

รูปที่ 4-73: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าแสดงการยืนยันเปลี่ยนแปลงวันและเวลาการใช้บริการ

26) หน้าแสดงข้อมูลการจองของฉัน ส่วนสถานะเปลี่ยนแปลงวัน



รูปที่ 4-74: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าแสดงข้อมูลการจองของฉัน ส่วนสถานะเปลี่ยนแปลงวัน

(5) ระบบรีวิวบริการ

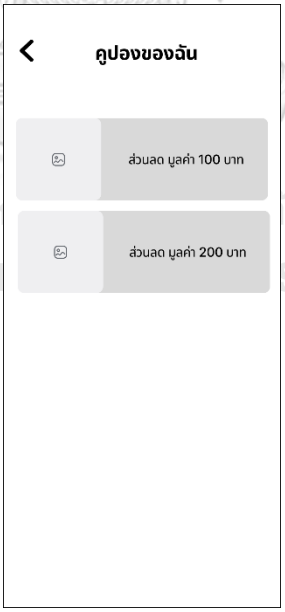
1) หน้ากรอกข้อมูลรีวิวบริการ

รูปที่ 4-75: ต้นแบบแบบหยาบของหน้ากรอกข้อมูลรีวิวบริการ

2) หน้าแสดงได้รับคูปองส่วนลด

รูปที่ 4-76: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าแสดงได้รับคูปองส่วนลด

3) หน้าแสดงคูปองของฉัน



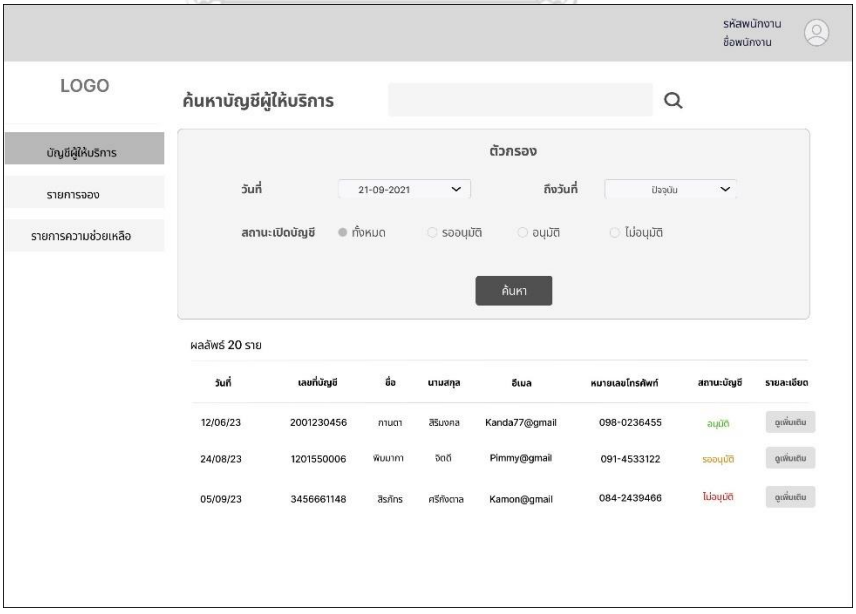
รูปที่ 4-77: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าแสดงคูปองของฉัน

4) หน้าแสดงข้อมูลรีวิวผู้ให้บริการจากผู้ใช้บริการทั้งหมด

รูปที่ 4-78: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าแสดงข้อมูลรีวิวผู้ให้บริการจากผู้ใช้บริการทั้งหมด

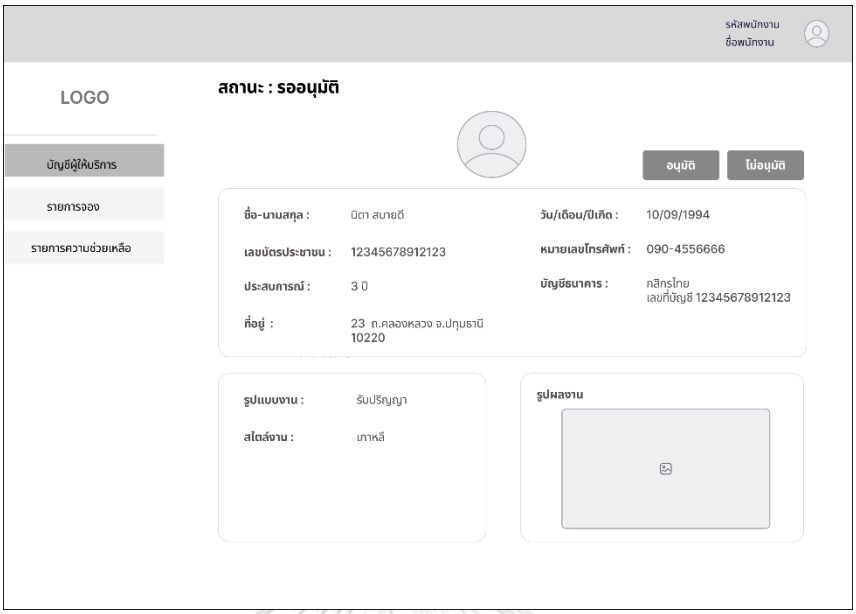
(6) ระบบจัดการข้อมูลผู้ดูแลระบบ

1) หน้าค้นหาและแสดงข้อมูลบัญชีผู้ให้บริการสำหรับผู้ดูแลระบบ



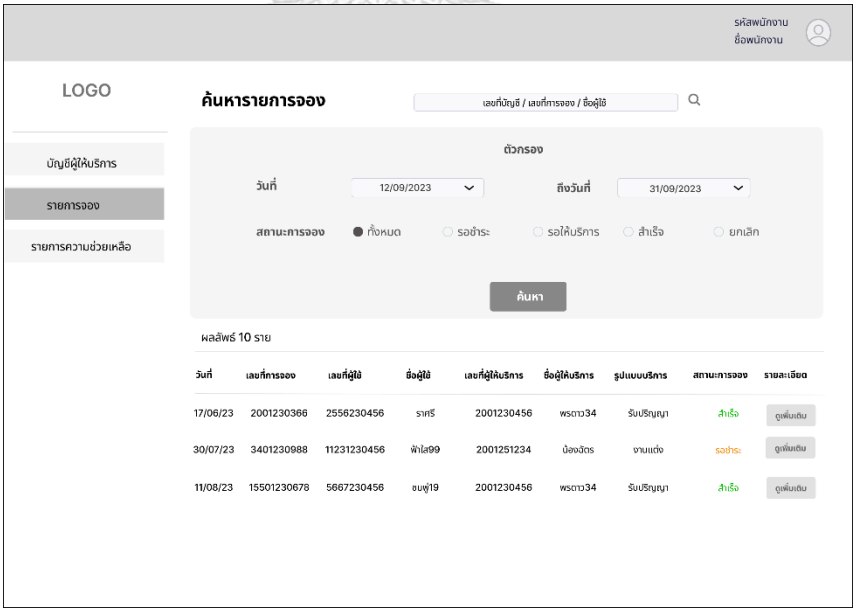
รูปที่ 4-79: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าค้นหาและแสดงข้อมูลบัญชีผู้ให้บริการของระบบจัดการข้อมูลผู้ดูแลระบบ

2) หน้าข้อมูลรายละเอียดบัญชีผู้ให้บริการสำหรับผู้ดูแลระบบ



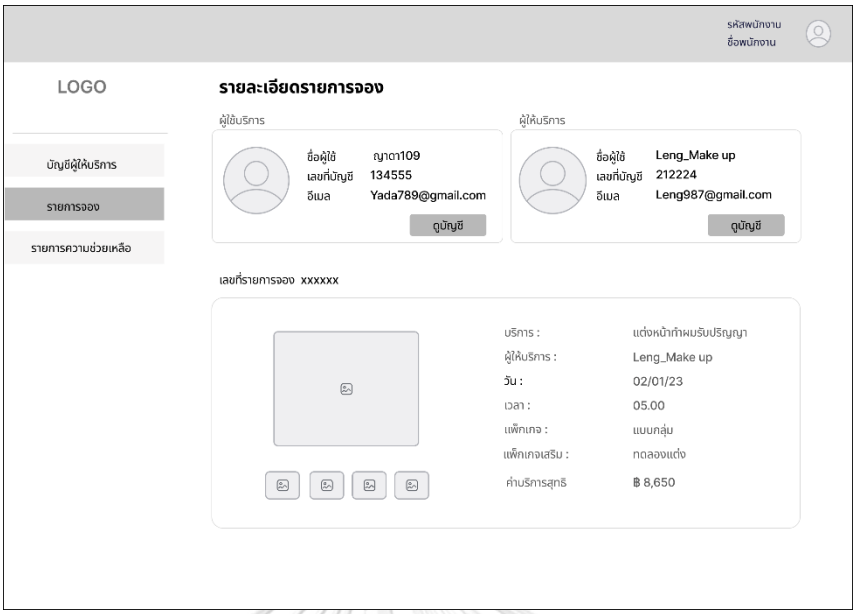
รูปที่ 4-80: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าข้อมูลรายละเอียดบัญชีผู้ให้บริการสำหรับผู้ดูแลระบบ

3) หน้าค้นหาและแสดงข้อมูลรายการจองสำหรับผู้ดูแลระบบ



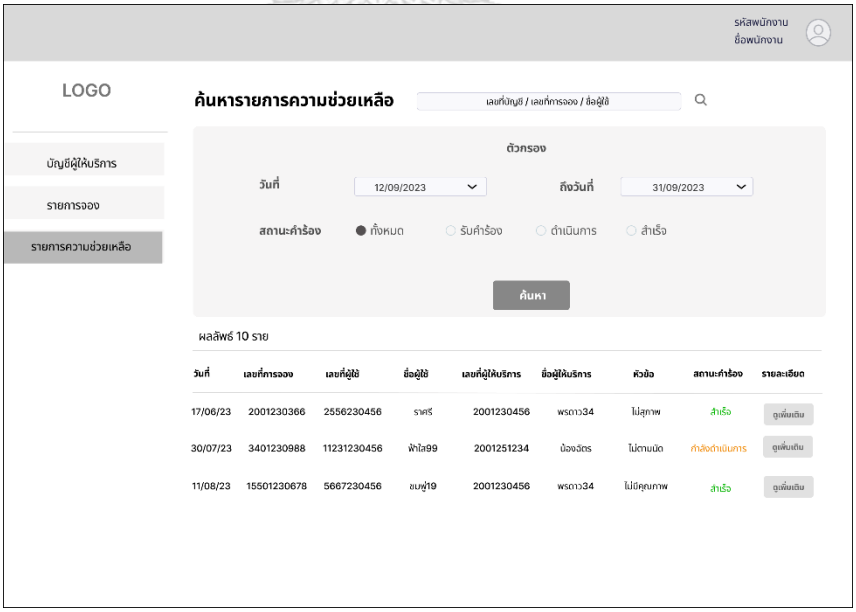
รูปที่ 4-81: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าค้นหาและแสดงข้อมูลรายการจองสำหรับผู้ดูแลระบบ

4) หน้ารายละเอียดรายการจองบริการสำหรับผู้ดูแลระบบ



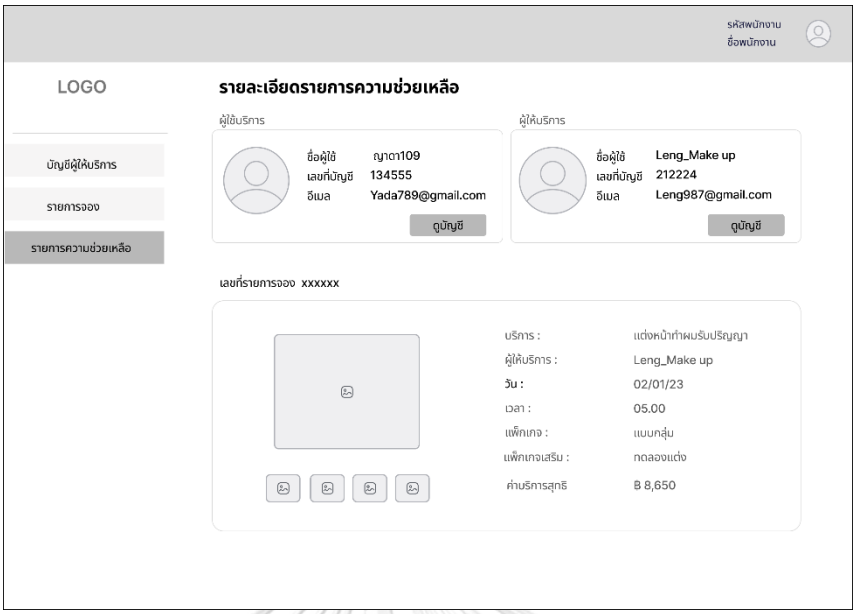
รูปที่ 4-82: ต้นแบบแบบหยาบของหน้ารายละเอียดรายการจองบริการสำหรับผู้ดูแลระบบ

5) หน้าค้นหาและแสดงข้อมูลรายการความช่วยเหลือสำหรับผู้ดูแลระบบ



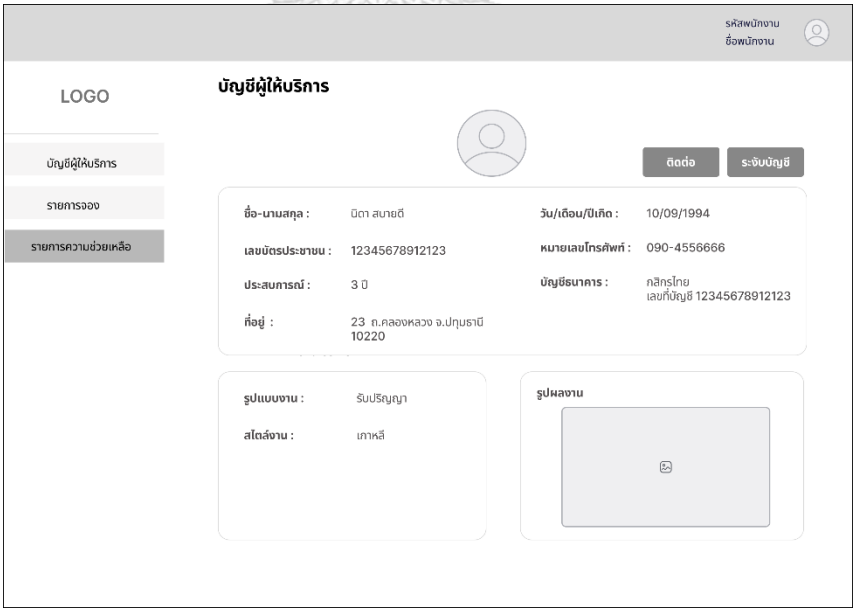
รูปที่ 4-83: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าค้นหาและแสดงข้อมูลรายการความช่วยเหลือสำหรับผู้ดูแลระบบ

6) หน้าข้อมูลรายละเอียดรายการความช่วยเหลือสำหรับผู้ดูแลระบบ



รูปที่ 4-84: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าข้อมูลรายละเอียดรายการความช่วยเหลือสำหรับผู้ดูแลระบบ

7) หน้าติดต่อและระงับบัญชีผู้ให้บริการสำหรับผู้ดูแลระบบ



รูปที่ 4-85: ต้นแบบแบบหยาบของหน้าติดต่อและระงับบัญชีผู้ให้บริการสำหรับผู้ดูแลระบบ

4.3.2 การทดสอบระบบด้วยต้นแบบแบบหยาบ (Low-Fidelity Prototyping and Testing)

การทดสอบต้นแบบแบบหยาบเป็นการให้ผู้ใช้งานได้ทดสอบในเบื้องต้น ได้รับฟังความคิดเห็นของผู้ใช้งาน เพื่อนำข้อมูลไปปรับปรุงต้นแบบที่สร้างแบบเสมือนจริงให้ดีขึ้นในลำดับถัดไป

ขั้นตอนการทดสอบต้นแบบแบบหยาบ

นัดหมายกลุ่มเป้าหมายตามขอบเขตของโครงการมาทดสอบต้นแบบ ช่วงต้นเดือนตุลาคม ทดสอบทีละคน จำนวนทั้งสิ้น 8 คน ดังนี้

- ลูกค้า จำนวน 5 คน
- ผู้ให้บริการ จำนวน 2 คน
- ผู้ดูแลระบบ จำนวน 1 คน

1) รับฟังผลตอบรับข้อเสนอต่าง ๆ จากกลุ่มเป้าหมายที่ได้ทำการทดสอบต้นแบบโดยให้กลุ่มเป้าหมายทดลองใช้งานตามระบบของผู้ใช้งานของตนเองทีละคน
2) วิเคราะห์ผลตอบรับและข้อเสนอแนะเพื่อหาแนวทางแก้ไขต้นแบบให้ดียิ่งขึ้น
3) นำข้อเสนอแนะจากผลตอบรับและข้อเสนอแนะไปออกแบบต้นแบบเสมือนจริงต่อไป

ผลการทดสอบระบบด้วยต้นแบบแบบหยาบ

แสดงดังตารางที่ 4-8 ถึง ตารางที่ 4-13

(1) ระบบจัดการข้อมูลผู้ให้บริการ

ตารางที่ 4-8: ผลทดสอบต้นแบบแบบหยาบของระบบจัดการข้อมูลผู้ให้บริการ

ผู้ให้บริการ
- หน้าลงทะเบียนแก้ไขการใส่ข้อมูลในการลงทะเบียนให้กระชับ ลงทะเบียนด้วยการเลือกใส่แค่อีเมลหรือหมายเลขโทรศัพท์ และยืนยันด้วยการใส่ OTP - หน้าสร้างบัญชีของฉันเพิ่มแสดงสถานะขั้นตอนต่าง ๆ ในการสมัคร - หน้าสร้างบัญชีของฉัน ส่วนยืนยันตัวตนเพิ่มการยืนยันตัวตนที่กระชับง่าย ไม่ต้องกรอกเยอะ - เพิ่มหน้าแจ้งนโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล - หน้าสร้างโพรไฟล์ผู้ให้บริการ เพิ่มหัวข้อ “เพิ่มเติม” - บอกระยะเวลาทราบผลในการอนุมัติการให้บริการ - หน้าหลักบัญชีของฉัน เปลี่ยนรูปแบบปุ่มเมนูให้เห็นง่าย - หน้าโพรไฟล์ของผู้ให้บริการ ส่วนข้อมูลเกี่ยวกับตนเอง เพิ่มหัวข้อ “เพิ่มเติม”

ผู้ให้บริการ
- หน้ารายการจอง เพิ่มรายละเอียดสถานะรอใช้บริการ สถานะยกเลิก สถานะเปลี่ยนแปลงวันและเวลา - หน้ารายการจอง สถานะเปลี่ยนแปลงวันเวลา เพิ่มปุ่มกดยอมรับและปฏิเสธรับงานที่เปลี่ยนแปลงวันและเวลา - หน้าแสดงแผนที่เดินทางเพิ่มปุ่มโทรหาลูกค้า - หน้าโพรไฟล์ เปลี่ยนคำว่าหัวข้อ อื่นๆ เป็นหัวข้อ เพิ่มเติม ให้สอดคล้องกัน - หน้ารายการจองเมื่อให้บริการสำเร็จมีการกดปิดงาน เพิ่มคิวอาร์โค้ดให้ลูกค้าแสกนยืนยันให้บริการสำเร็จ

(2) ระบบจัดการข้อมูลลูกค้า

ตารางที่ 4-9: ผลทดสอบต้นแบบแบบหยาบของระบบจัดการข้อมูลลูกค้า

ลูกค้า	ผู้ให้บริการ
- หน้าลงทะเบียนแก้ไขการใส่ข้อมูลในการลงทะเบียนให้กระชับ ลงทะเบียนด้วยการเลือกใส่แค่อีเมลหรือหมายเลขโทรศัพท์ และยืนยันด้วยการใส่ OTP - หน้าสร้างบัญชีของฉันเพิ่มแสดงสถานะขั้นตอนต่าง ๆ ในการสมัคร - หน้าสร้างบัญชีเพิ่มการยืนยันตัวตนที่กระชับง่าย ไม่ต้องกรอกเยอะ - เพิ่มหน้าแจ้งนโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล - เพิ่มรายละเอียดสถานะรอใช้บริการ สถานะเปลี่ยนแปลงวันและเวลา - หน้ารายงานความช่วยเหลือ อยากให้มีประวัติรายงานความช่วยเหลือ - หน้ารายงานความช่วยเหลือ อยากให้มีสถานะรายงานความช่วยเหลือ	- ข้อมูลสีผิวลูกค้า อยากให้ระบุเป็นคำอธิบายแทนการระบุเป็นรหัส

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

(3) ระบบค้นหาบริการ

ตารางที่ 4-10: ผลทดสอบต้นแบบแบบหยาบของระบบค้นหาบริการ

ลูกค้า	ผู้ให้บริการ
- มีแจ้งเตือน ในหน้าเมนูหลัก แจ้งอัพเดตสถานะการจองโดยที่ไม่ต้องกดเข้าไปดูในรายการจอง - หน้าเมนูหน้าหลักเพิ่มการค้นโดยวัน เวลา จำนวนคน ตัวกรองต่าง ๆ ให้มีการค้นหาได้ 3 ทางตามความสำคัญที่ต้องการ ค้นหาจากการกรอกวันที่ เวลา ค้นหาจากการเลือกหมวดหมู่งาน ค้นหาจากสไตล์โดยการใช้ฟิลเตอร์ - หน้าเมนูหน้าหลักแสดงรายการค้นโดยหมวดหมู่ควรแสดงเป็นสัญลักษณ์ แทนการแสดงเป็นรูปภาพ เพราะทำให้หน้าการค้นหาหลายรูปแบบทำให้ดูยากตาลาย - หน้าผลลัพธ์การค้นหาสรุปข้อมูลที่ค้นหา - หน้าผลลัพธ์การค้นหาจำนวนผลลัพธ์ค้นหาผู้ให้บริการ - หน้าผลลัพธ์การค้นหาเพิ่มการเรียงผลของการค้นหา - หน้าผลลัพธ์การค้นหา เพิ่มปุ่มกดถูกใจ - หน้าค้นหาผู้บริการโดยฟิลเตอร์เพิ่มคำอธิบายฟิลเตอร์	- หน้าเมนูหน้าหลักแสดงผู้ให้บริการแนะนำควรมีขนาดใหญ่ดูง่าย เห็นชัดเจน - หน้าเมนูหน้าหลักแสดงผู้ให้บริการแนะนำเพิ่มปุ่มกดถูก เพื่อให้แสดงในรายการถูกใจ - หน้าผลลัพธ์การค้นหาราคาที่แสดงขึ้นราคาตามจำนวนคน ถ้าเป็นแบบกลุ่มแสดงทั้งราคารวมและราคาเฉลี่ยต่อคน

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

(4) ระบบจองบริการ

ตารางที่ 4-11: ผลทดสอบต้นแบบแบบหยาบของระบบจองบริการ

ลูกค้า	ผู้ให้บริการ
- หน้าโพร์ไฟล์ผู้ให้บริการ รูปหน้าปก แสดงจำนวนรูปทั้งหมด เพื่อจะได้ทราบว่ายังเหลือรูปให้ดูอีกจำนวนเท่าใด - หน้าโพร์ไฟล์ผู้ให้บริการ หน้าผลงานควรมีคำอธิบายรูปหรือวิดีโดว่าอยู่ในหมวดหมู่รูปแบบหรือสไตล์ใด - หน้าโพร์ไฟล์ผู้ให้บริการ หน้าผลงานควรแสดงจำนวนผลลัพธ์ผลงานทั้งหมด เพื่อจะได้ทราบว่ายังเหลือรูปหรือวิดีโอให้ดูอีกจำนวนเท่าใด - หน้ายืนยันการจองควรเรียงลำดับให้การเลือกคูปองส่วนลดอยู่ก่อนรูปแบบชำระเงิน - หน้ายืนยันการจองแสดงราคาสุทธิ - หน้าการจองของฉัน เพิ่มรายละเอียดของสถานะทั้งหมด ของ “สถานะรอใช้บริการ” - หน้าการจองของฉัน เพิ่มรายละเอียดของสถานะทั้งหมด ของ “สถานะเปลี่ยนแปลงวัน” - เพิ่มการแสดงข้อมูลชำระเงินอัติโนมัติ - หน้าการจองของฉัน สถานะสำเร็จ ควรเพิ่มรายละเอียดรูปหลังการแต่ง เพื่อบันทึกเป็นประวัติ	- หน้าโพรไฟล์ผู้ให้บริการแสดงค่าเดินทาง - หน้าโพรไฟล์ เปลี่ยนคำว่าหัวข้อผลิตภัณฑ์ที่ใช้ เป็นหัวข้อ เพิ่มเติม ให้สอดคล้องกัน - หน้าเลือกแพ็กเกจเพิ่มแสดงราคาค่าเฉลี่ยต่อคน - หน้าเลือกแพ็กเกจเพิ่มรายละเอียดค่าแพ็กเกจเสริมทดลองแต่ง ระบุราคาที่เพิ่มต่อคน - หน้ายืนยันการจองเปลี่ยนชื่อ วิธีการชำระเงิน เป็น ช่องทางชำระเงิน

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

(5) ระบบรีวิวบริการ

ตารางที่ 4-12: ผลทดสอบต้นแบบแบบหยาบของระบบรีวิวบริการ

ลูกค้า	ผู้ให้บริการ
- เพิ่มการแสดงรายการที่ยังไม่ได้รีวิว รอการรีวิว - เพิ่มการแสดงรายการประวัติรีวิว - `เพิ่มหน้าแสดงรายละเอียดรีวิว สามารถกดดูรูปหรือวิดีโอแบบขนาดใหญ่ขึ้น - หน้าแสดงรายละเอียดรีวิว แสดงชื่อผู้ให้บริการ เพื่อกดเข้าไปยังโพรไฟล์ผู้ให้บริการได้ - เพิ่มการเลือกดูรีวิวตามคะแนนรีวิว	- หน้าข้อมูลรีวิวผู้ให้บริการของระบบจองบริการเพิ่มตัวกรองคะแนนรีวิว - หน้าคูปองของฉัน เพิ่มปุ่มใช้คูปองเพื่อแสดงบริการแนะนำให้ลูกค้าใช้บริการต่อ

(6) ระบบจัดการข้อมูลผู้ดูแลระบบ

ตารางที่ 4-13: ผลทดสอบต้นแบบแบบหยาบของจัดการข้อมูลผู้ดูแลระบบ

ผู้ดูแลระบบ
- หน้ารายละเอียดบัญชีผู้ให้บริการรออนุมัติ เพิ่มรายละเอียดข้อมูลเกี่ยวกับบริการ - หน้ารายละเอียดบัญชีผู้ให้บริการจัดใส่หัวข้อของข้อมูลให้ดูง่ายขึ้นว่าเป็นข้อมูลเกี่ยวกับอะไร - หน้ารายละเอียดการจองจัดหน้าข้อมูลให้ดูง่ายขึ้น - หน้ารายละเอียดรายการจอง เพิ่มข้อมูลหมายเหตุและช่องทางการชำระเงิน - หน้ารายละเอียดรายการความช่วยเหลือ เปลี่ยนชื่อปุ่ม ดูบัญชี ของผู้ให้บริการ เป็นชื่อปุ่ม ดูประวัติระงับบัญชี - เพิ่มข้อมูลแสดงประวัติการระงับบัญชี - เพิ่มรายละเอียดปุ่มเป็น ปุ่มระงับบัญชีชั่วคราว ระงับบัญชีถาวร

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

รูปภาพต้นแบบแบบหยาบก่อนปรับปรุงและหลังปรับปรุง

(1) ระบบจัดการจัดการข้อมูลผู้ให้บริการ

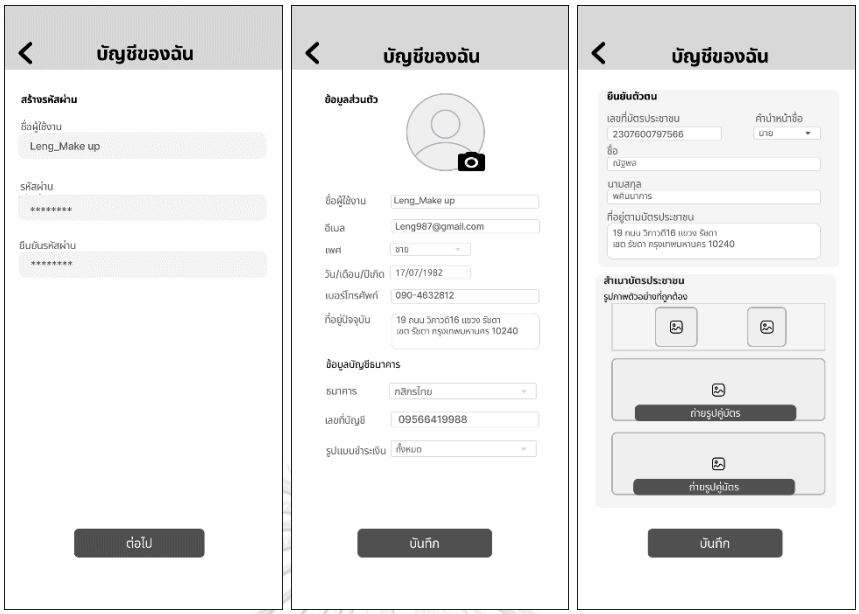
- แก้ไขการใส่ข้อมูลในการลงทะเบียนให้กระชับ ลงทะเบียนด้วยการเลือกใส่แค่อีเมลหรือหมายเลขโทรศัพท์ และยืนยันด้วยการใส่ OTP

ก่อนปรับปรุง

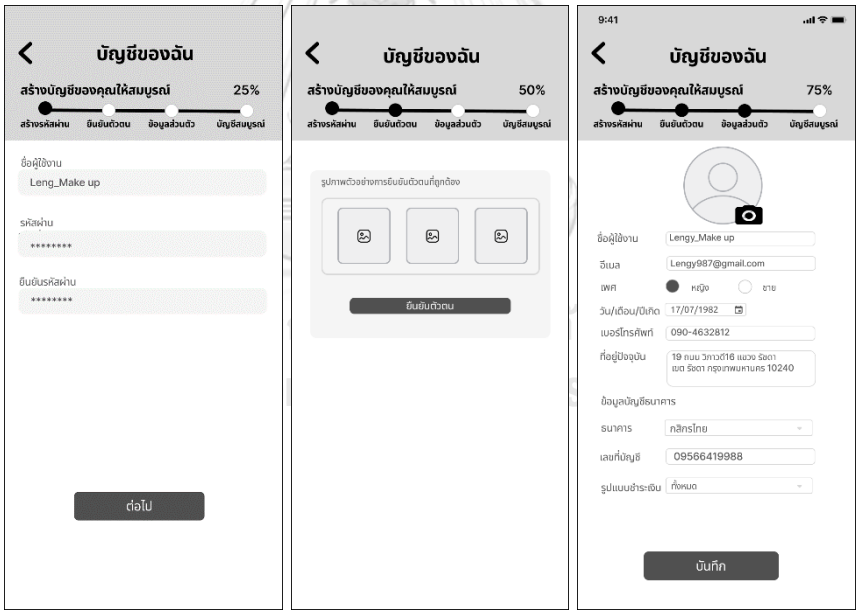
หลังปรับปรุง

รูปที่ 4-86: ต้นแบบแบบหยาบก่อนปรับปรุงและหลังปรับปรุงของหน้าลงทะเบียนสำหรับผู้ให้บริการ

- เพิ่มแสดงสถานะขั้นตอนต่าง ๆ ในการสมัคร



ก่อนปรับปรุง

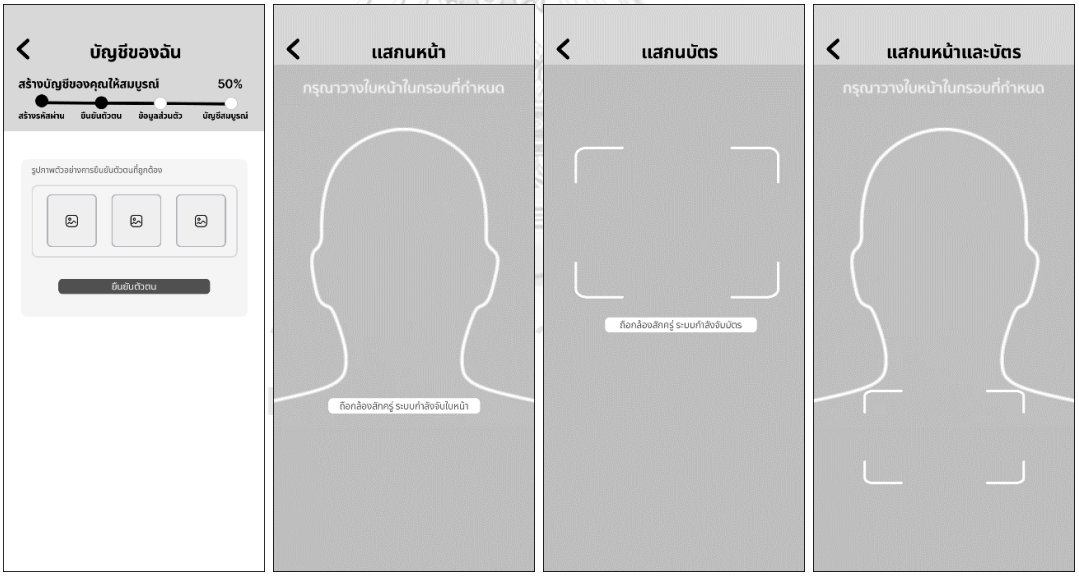


หลังปรับปรุง

รูปที่ 4-87: ต้นแบบแบบหยาบก่อนปรับปรุงและหลังปรับปรุงของหน้าสร้างบัญชีของฉันสำหรับผู้ให้บริการ

- เพิ่มการยืนยันตัวตนที่กระชับง่าย ไม่ต้องกรอกข้อมูล

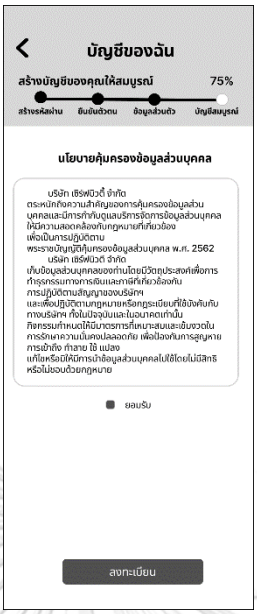
ก่อนปรับปรุง



หลังปรับปรุง

รูปที่ 4-88: ต้นแบบแบบหยาบก่อนปรับปรุงและหลังปรับปรุงของหน้าสร้างบัญชีของฉันสำหรับผู้ให้บริการ ส่วนยืนยันตัวตน

- เพิ่มหน้าแจ้งนโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

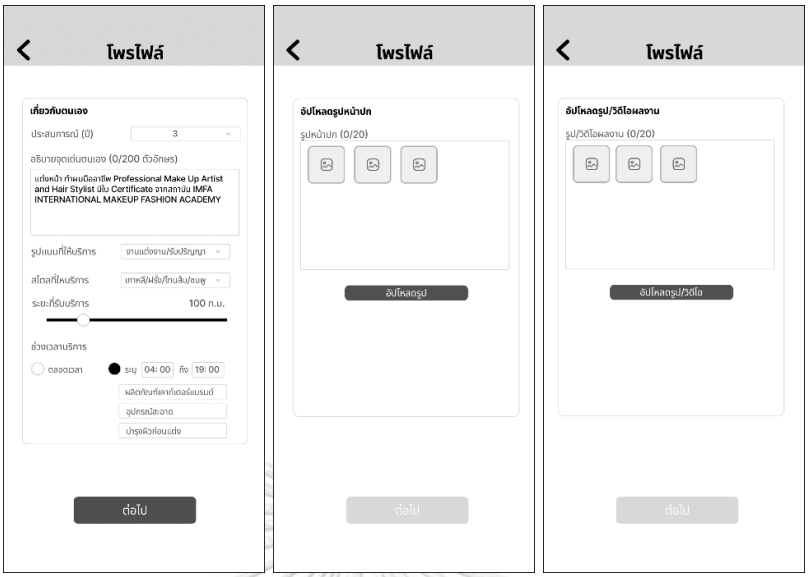


หลังปรับปรุง

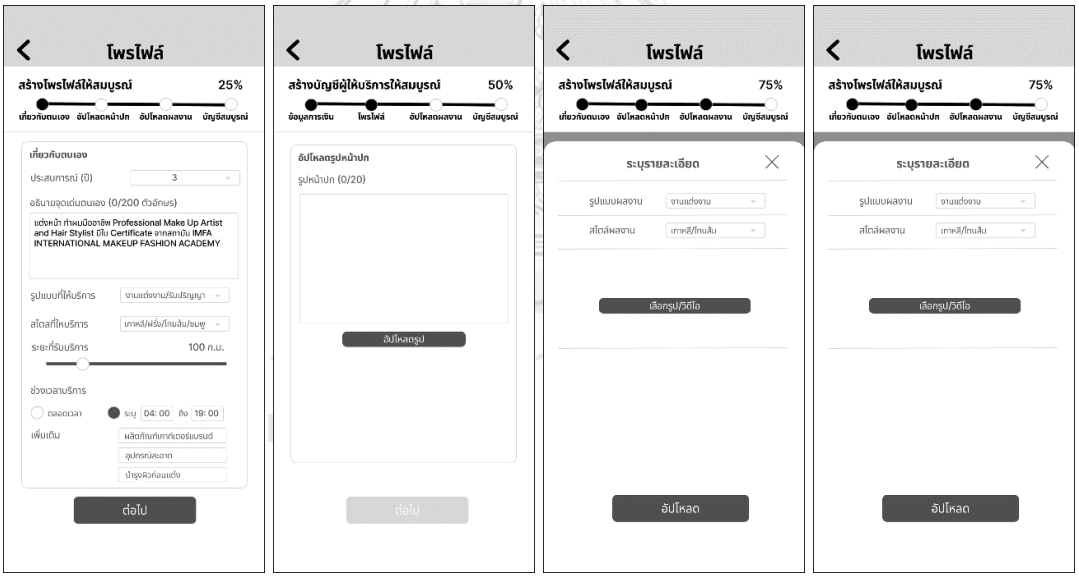
รูปที่ 4-89: ต้นแบบแบบหยาบหลังปรับปรุงของการเพิ่มหน้านโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

- เพิ่มแสดงสถานะขั้นตอนต่าง ๆ ในการสร้างโพรไฟล์



ก่อนปรับปรุง



หลังปรับปรุง

รูปที่ 4-90: ต้นแบบแบบหยาบก่อนปรับปรุงและหลังปรับปรุงของหน้าสร้างโพรไฟล์ผู้ให้บริการ

- บอกระยะเวลาทราบผลในการอนุมัติการให้บริการ

ก่อนปรับปรุง

หลังปรับปรุง

รูปที่ 4-91: ต้นแบบแบบหยาบก่อนปรับปรุงและหลังปรับปรุงของหน้าแสดงผลการสร้างบัญชีผู้ให้บริการดำเนินการส่ง รออนุมัติให้บริการ

- เปลี่ยนรูปแบบปุ่มเมนูให้เห็นง่าย

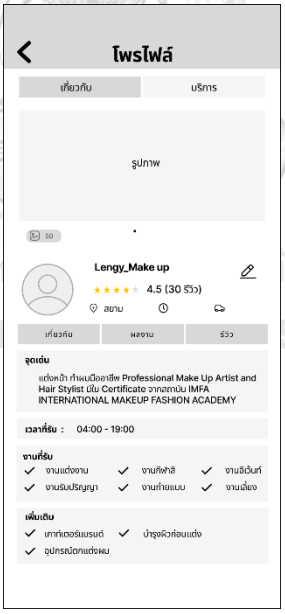
ก่อนปรับปรุง

หลังปรับปรุง

รูปที่ 4-92: ต้นแบบแบบหยาบก่อนปรับปรุงและหลังปรับปรุงของหน้าหลักบัญชีของฉันสำหรับผู้ให้บริการ

- เปลี่ยนชื่อหัวข้อ “อื่นๆ” เป็น “เพิ่มเติม”
- เพิ่มข้อมูลเวลารับบริการ

ก่อนปรับปรุง



หลังปรับปรุง

รูปที่ 4-93: ต้นแบบแบบหยาบก่อนปรับปรุงและหลังปรับปรุงของหน้าโพรโฟล์ของผู้ให้บริการส่วนข้อมูลเกี่ยวกับตนเอง

- เพิ่มรายละเอียดสถานะรอใช้บริการ

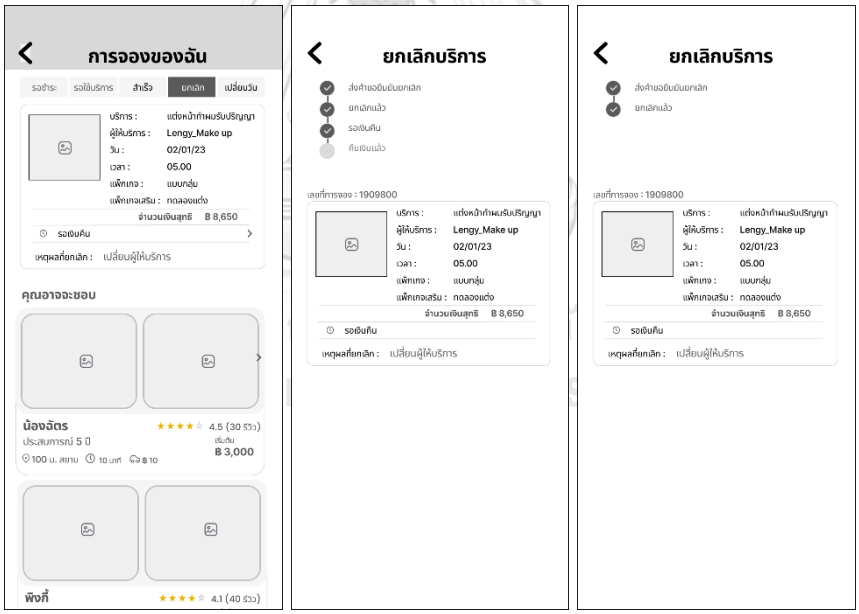
ก่อนปรับปรุง

หลังปรับปรุง

รูปที่ 4-94: ต้นแบบแบบหยาบก่อนปรับปรุงและหลังปรับปรุงของหน้ารายการจอง สถานะรอใช้บริการ

- เพิ่มรายละเอียดสถานะยกเลิก

ก่อนปรับปรุง



หลังปรับปรุง

รูปที่ 4-95: ต้นแบบแบบหยาบก่อนปรับปรุงและหลังปรับปรุงของหน้ารายการจอง สถานะยกเลิกบริการ

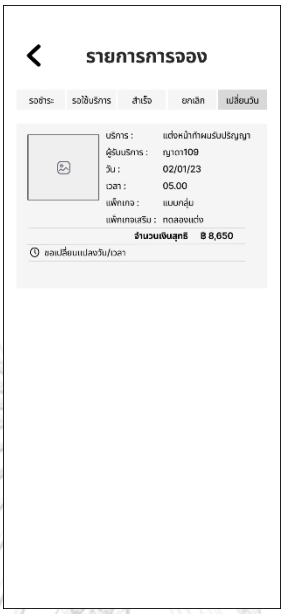
- เพิ่มคิวอาร์โค้ดให้ลูกค้าแสกนยืนยันให้บริการสำเร็จ

ก่อนปรับปรุง

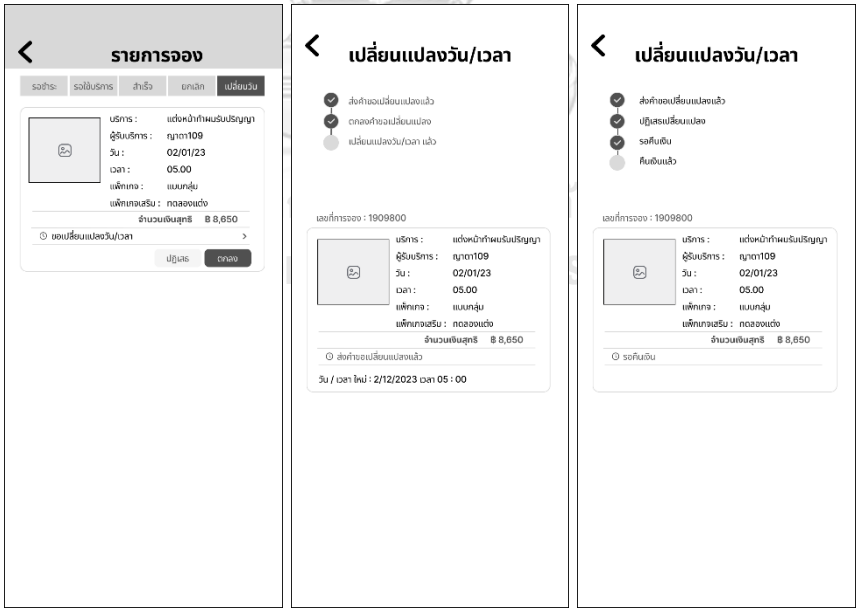
หลังปรับปรุง

รูปที่ 4-96: ต้นแบบแบบหยาบก่อนปรับปรุงและหลังปรับปรุงของหน้ารายการจอง สถานะให้บริการสำเร็จ

- เพิ่มรายละเอียดสถานะ สถานะเปลี่ยนแปลงวันและเวลา
- เพิ่มปุ่มกดยอมรับและปฏิเสธรับงานที่เปลี่ยนแปลงวันและเวลา



ก่อนปรับปรุง



หลังปรับปรุง

รูปที่ 4-97: ต้นแบบแบบหยาบก่อนปรับปรุงและหลังปรับปรุงของหน้ารายการจอง สถานะเปลี่ยนแปลงวันและเวลา

(2) ระบบจัดการข้อมูลลูกค้า

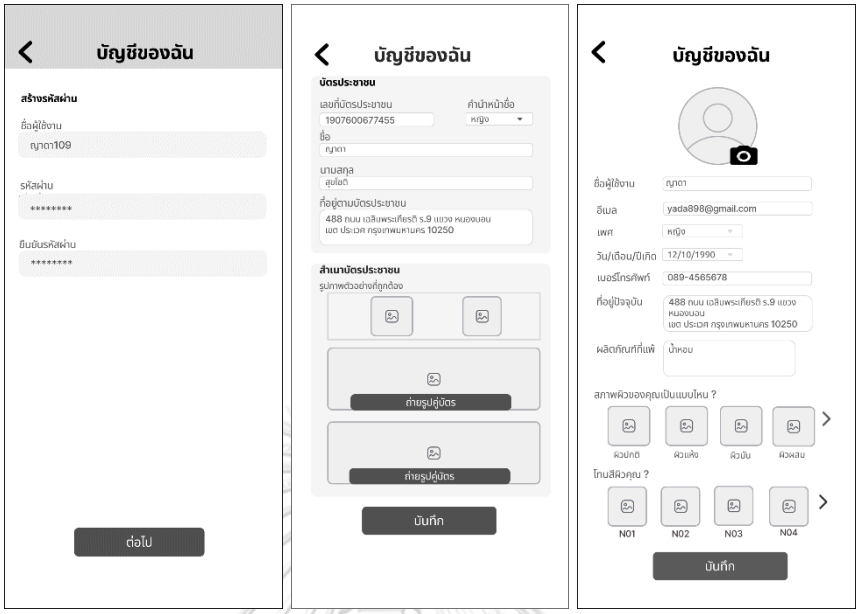
- แก้ไขการใส่ข้อมูลในการลงทะเบียนให้กระชับ ลงทะเบียนด้วยการเลือกใส่แค่อีเมลหรือหมายเลขโทรศัพท์ และยืนยันด้วยการใส่ OTP

ก่อนปรับปรุง

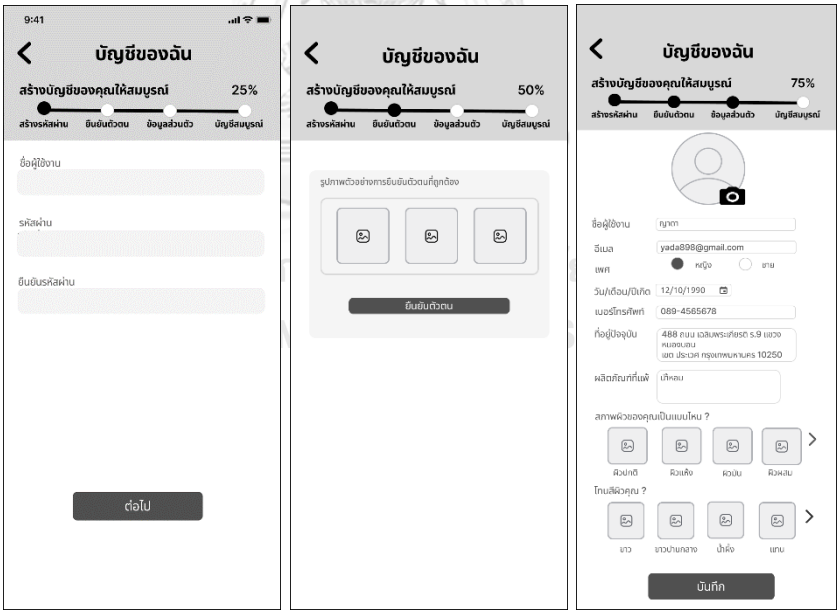
หลังปรับปรุง

รูปที่ 4-98: ต้นแบบแบบหยาบก่อนปรับปรุงและหลังปรับปรุงของหน้าลงทะเบียนสำหรับลูกค้า

- เพิ่มแสดงสถานะขั้นตอนต่าง ๆ ในการสมัคร
- เปลี่ยนการเลือกข้อมูลสีผิว ให้ระบุเป็นคำอธิบายแทนการระบุเป็นรหัส



ก่อนปรับปรุง

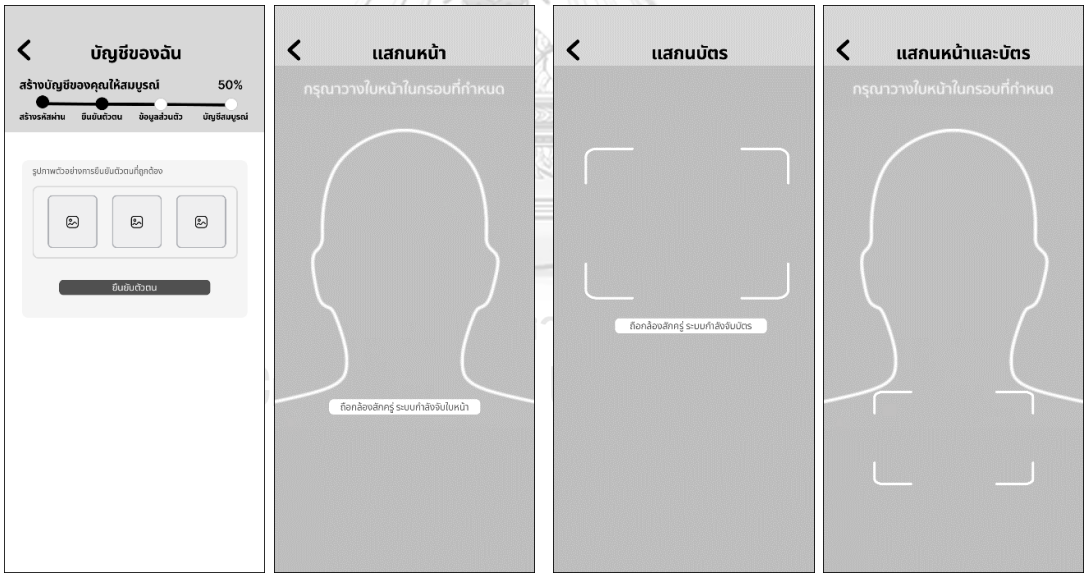


หลังปรับปรุง

รูปที่ 4-99: ต้นแบบแบบหยาบก่อนปรับปรุงและหลังปรับปรุงของหน้าบัญชีของฉันสำหรับลูกค้า

- เพิ่มการยืนยันตัวตนที่กระชับง่าย ไม่ต้องกรอกข้อมูลเยอะ

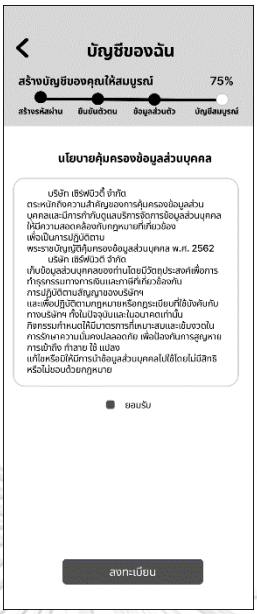
ก่อนปรับปรุง



หลังปรับปรุง

รูปที่ 4-100: ต้นแบบแบบหยาบก่อนปรับปรุงและหลังปรับปรุงของหน้าสร้างบัญชีของฉันสำหรับลูกค้า ส่วนยืนยันตัวตน

- เพิ่มหน้าแจ้งนโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

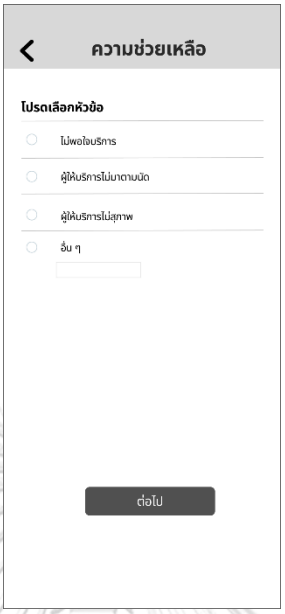


หลังปรับปรุง

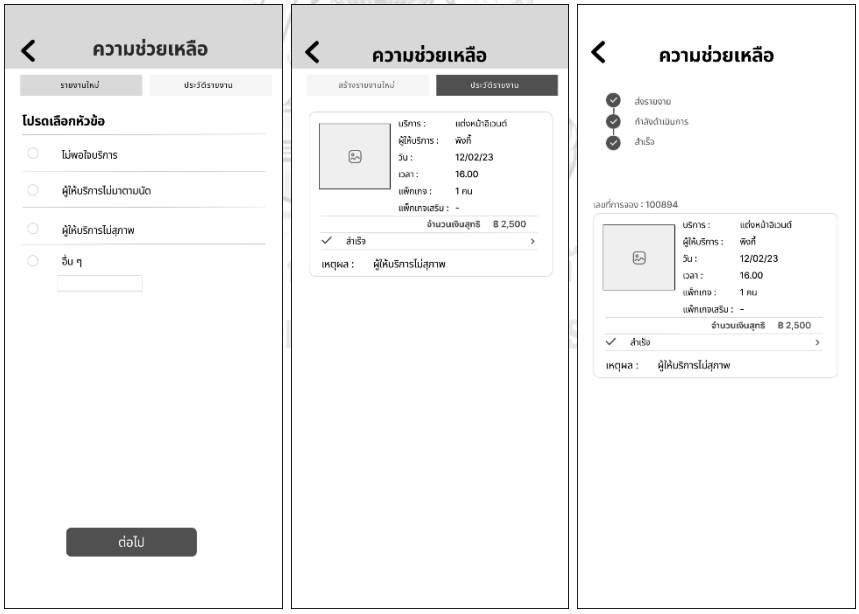
รูปที่ 4-101: ต้นแบบแบบหยาบหลังปรับปรุงของการเพิ่มหน้านโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

- เพิ่มประวัติรายงานความช่วยเหลือ
- เพิ่มสถานะรายงานความช่วยเหลือ



ก่อนปรับปรุง

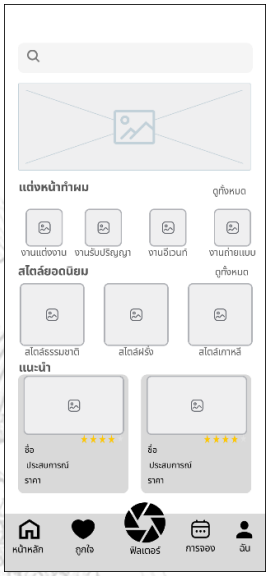


หลังปรับปรุง

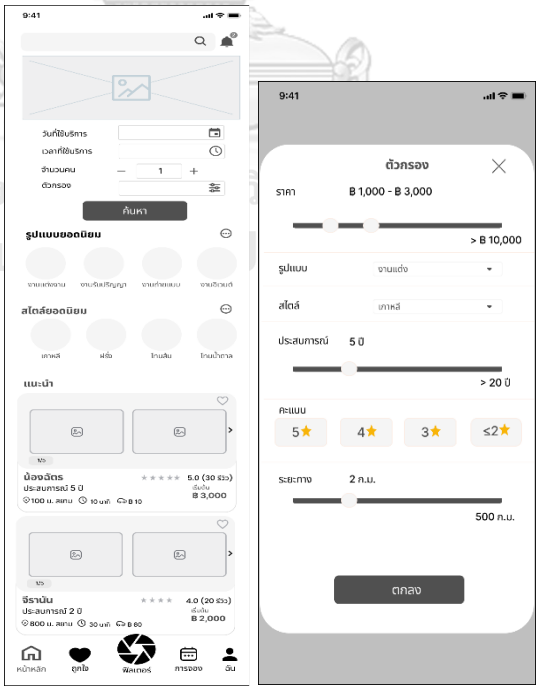
รูปที่ 4-102: ต้นแบบแบบหยาบก่อนปรับปรุงและหลังปรับปรุงของหน้าความช่วยเหลือ

(3) ระบบค้นหาบริการ

- เพิ่มการค้นโดยวัน เวลา จำนวนคน ตัวกรองต่าง ๆ ให้มีการค้นหาได้ 3 ทางตามความสำคัญที่ต้องการ ค้นหาจากการกรอกวันที่ เวลา ค้นหาจากการเลือกหมวดหมู่งาน ค้นหาจากสไตล์โดยการใช้ฟิลเตอร์
- เปลี่ยนการค้นโดยหมวดหมู่แสดงเป็นสัญลักษณ์ แทนการแสดงเป็นรูปภาพ



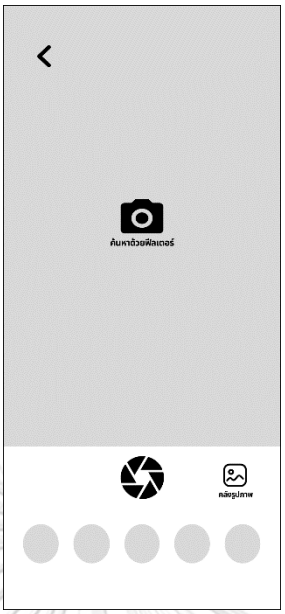
ก่อนปรับปรุง



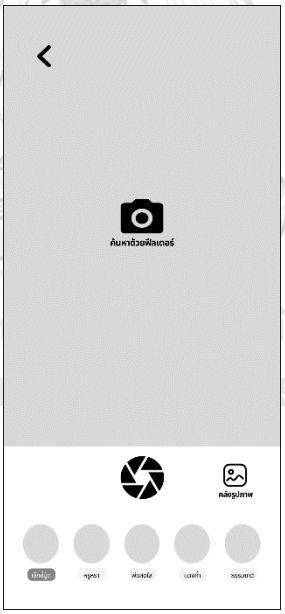
หลังปรับปรุง

รูปที่ 4-103: ต้นแบบแบบหยาบก่อนปรับปรุงและหลังปรับปรุงของหน้าเมนูหน้าหลักค้นหาบริการ

- เพิ่มคำอธิบายสไตล์ของฟิลเตอร์



ก่อนปรับปรุง



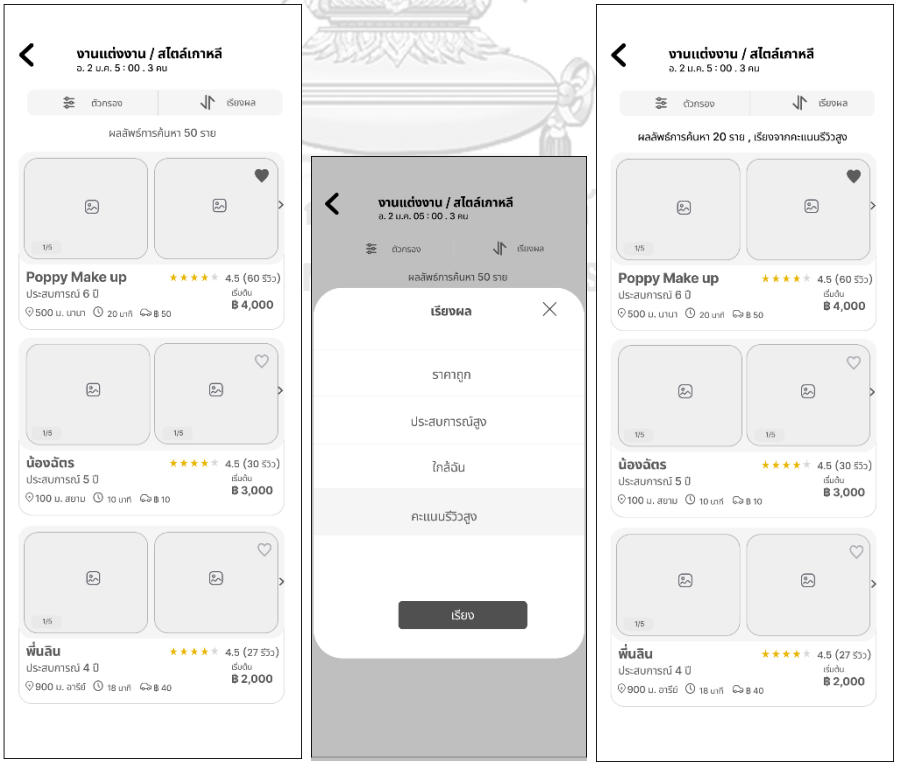
หลังปรับปรุง

รูปที่ 4-104: ต้นแบบแบบหยาบก่อนปรับปรุงและหลังปรับปรุงของหน้าค้นหาบริการโดยฟิลเตอร์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

- เพิ่มการสรุปข้อมูลที่ค้นหา จำนวนผลลัพธ์การค้นหา
- เพิ่มการเรียงผลของการค้นหา
- เพิ่มปุ่มกดถูกใจ

ก่อนปรับปรุง

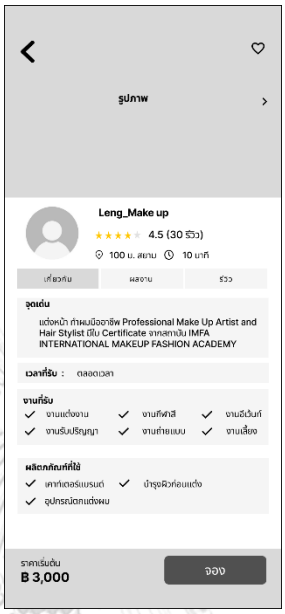


หลังปรับปรุง

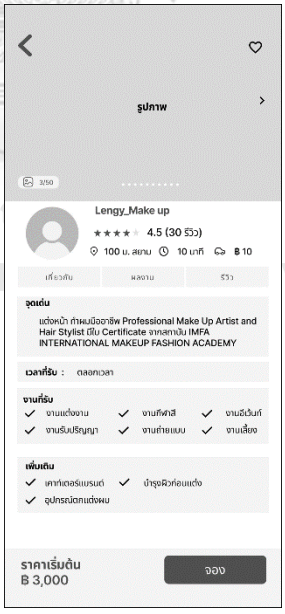
รูปที่ 4-105: ต้นแบบแบบหยาบก่อนปรับปรุงและหลังปรับปรุงของหน้าค้นหาบริการโดยฟิลเตอร์

(4) ระบบจองบริการ

- เพิ่มการแสดงจำนวนรูปทั้งหมด
- เพิ่มการแสดงค่าเดินทาง



ก่อนปรับปรุง



หลังปรับปรุง

รูปที่ 4-106: ต้นแบบแบบหยาบก่อนปรับปรุงและหลังปรับปรุงของหน้าแสดงข้อมูลโพรไฟล์ของผู้ให้บริการ

- เพิ่มการแสดงราคาค่าเฉลี่ยต่อคน
- เพิ่มรายละเอียดค่าแพ็กเกจเสริมทดลองแต่ง ระบุราคาที่เพิ่มต่อคน

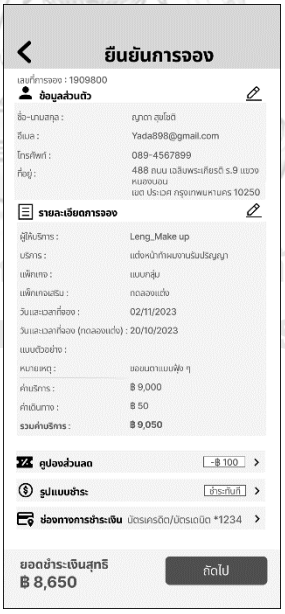
ก่อนปรับปรุง

หลังปรับปรุง

รูปที่ 4-107: ต้นแบบแบบหยาบก่อนปรับปรุงและหลังปรับปรุงของหน้าเลือกแพ็กเกจบริการ

- เปลี่ยนชื่อ วิธีการชำระเงิน เป็น ช่องทางชำระเงิน
- เพิ่มการแสดงราคาสุทธิ

ก่อนปรับปรุง



หลังปรับปรุง

รูปที่ 4-108: ต้นแบบแบบหยาบก่อนปรับปรุงและหลังปรับปรุงของหน้าแสดงข้อมูลยืนยันการจอง

- เพิ่มการแสดงข้อมูลชำระเงินอัติโนมัติ

ก่อนปรับปรุง

หลังปรับปรุง

รูปที่ 4-109: ต้นแบบแบบหยาบก่อนปรับปรุงและหลังปรับปรุงของหน้าแสดงผลการจองสำเร็จ

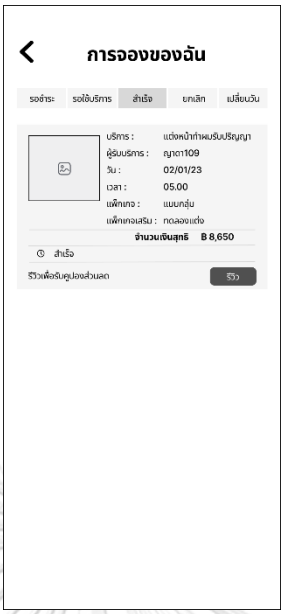
- เพิ่มรายละเอียดของสถานะทั้งหมด ของ “สถานะรอใช้บริการ”

ก่อนปรับปรุง

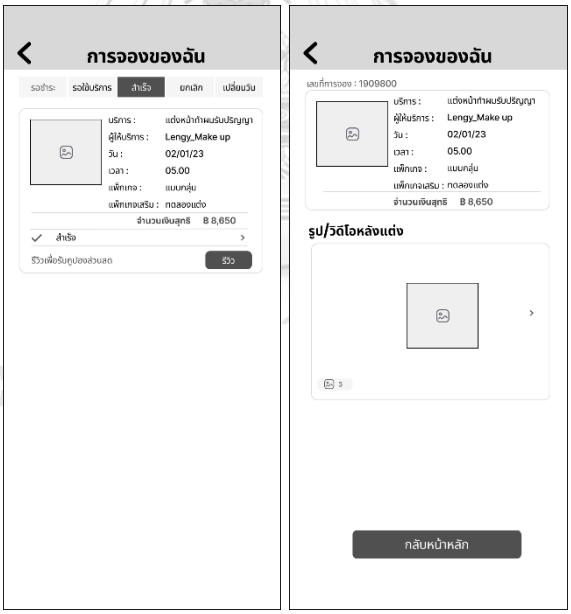
หลังปรับปรุง

รูปที่ 4-110: ต้นแบบแบบหยาบก่อนปรับปรุงและหลังปรับปรุงของหน้าแสดงข้อมูลการจองของฉัน ส่วนสถานะรอใช้บริการ

- เพิ่มรายละเอียดรูปหลังการแต่ง เพื่อบันทึกเป็นประวัติ



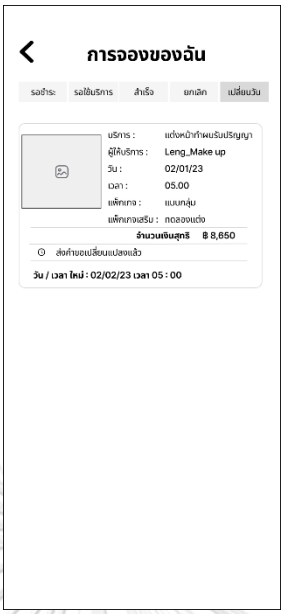
ก่อนปรับปรุง



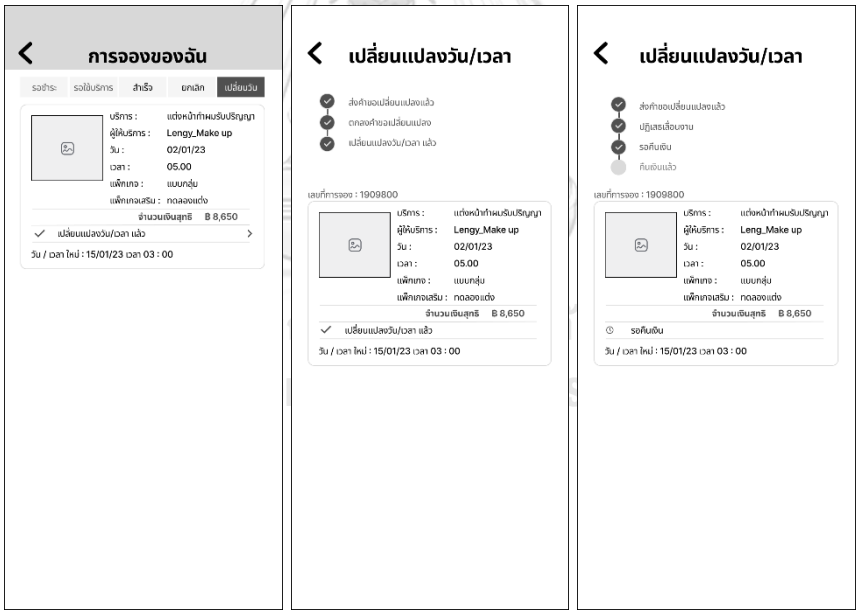
หลังปรับปรุง

รูปที่ 4-111: ต้นแบบแบบหยาบก่อนปรับปรุงและหลังปรับปรุงของหน้าแสดงข้อมูลการจองของฉันส่วนสถานะสำเร็จ

- เพิ่มรายละเอียดของสถานะทั้งหมด ของ “สถานะเปลี่ยนแปลงวัน”



ก่อนปรับปรุง



หลังใช้บริการ

รูปที่ 4-112: ต้นแบบแบบหยาบก่อนปรับปรุงและหลังปรับปรุงของหน้ายืนยันการเปลี่ยนแปลงวันและเวลาการใช้บริการ

(5) ระบบรีวิวบริการ

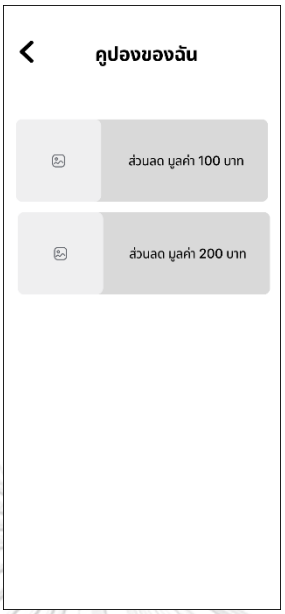
- เพิ่มปุ่มดูรีวิวทั้งหมด

ก่อนปรับปรุง

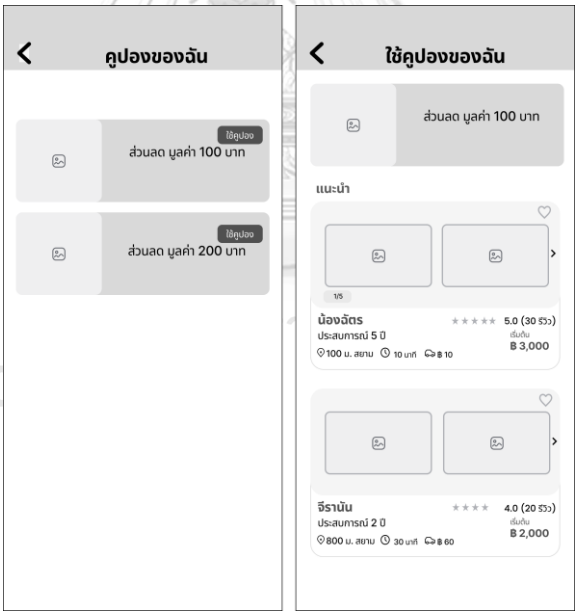
หลังปรับปรุง

รูปที่ 4-113: ต้นแบบแบบหยาบก่อนปรับปรุงและหลังปรับปรุงของหน้าแสดงได้รับคูปองส่วนลด

- เพิ่มปุ่มใช้คูปองเพื่อแสดงบริการแนะนำให้ลูกค้าใช้บริการต่อ



ก่อนปรับปรุง



หลังปรับปรุง

รูปที่ 4-114: ต้นแบบแบบหยาบก่อนปรับปรุงและหลังปรับปรุงของหน้าแสดงคูปองของฉัน

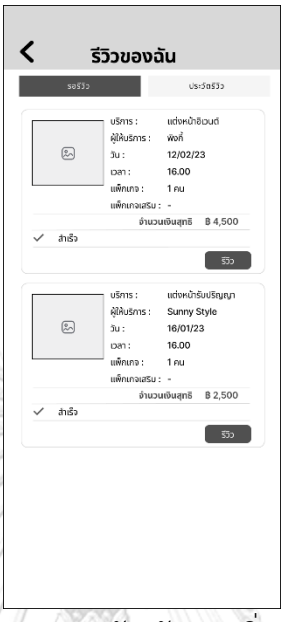
- เพิ่มการเลือกดูรีวิวตามคะแนนรีวิว

ก่อนปรับปรุง

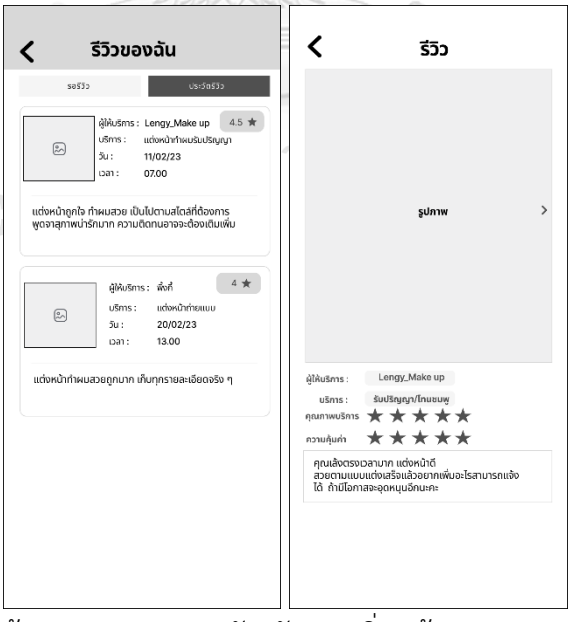
หลังปรับปรุง

รูปที่ 4-115: ต้นแบบแบบหยาบก่อนปรับปรุงและหลังปรับปรุงของหน้าแสดงข้อมูลรีวิวผู้ให้บริการจากผู้ใช้บริการทั้งหมด

- เพิ่มการแสดงรายการที่ยังไม่ได้รีวิว รอการรีวิว
- เพิ่มการแสดงรายการประวัติรีวิว
- เพิ่มการแสดงชื่อผู้ให้บริการ เพื่อกดเข้าไปยังโพรไฟล์ผู้ให้บริการได้



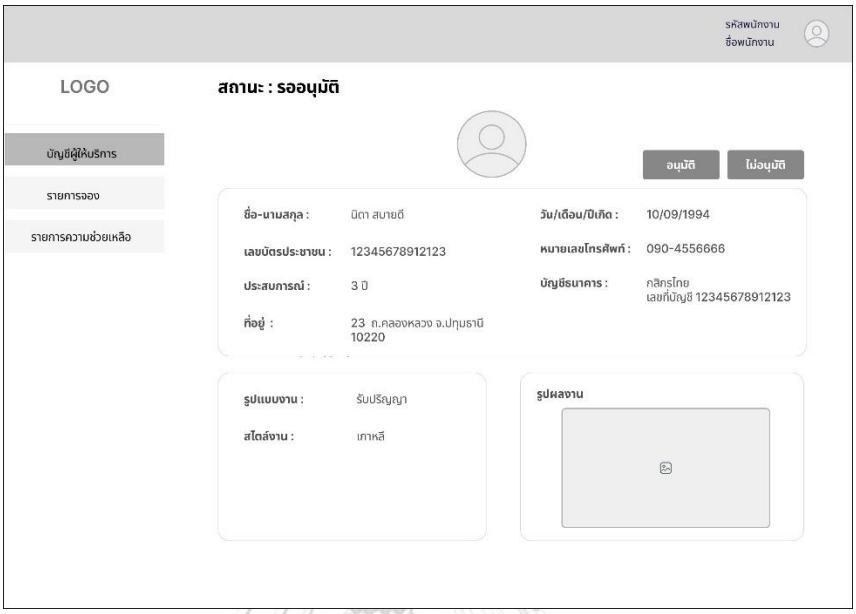
รูปที่ 4-116: ต้นแบบแบบหยาบหลังปรับปรุงเพิ่มหน้าแสดงรายการรอรีวิว



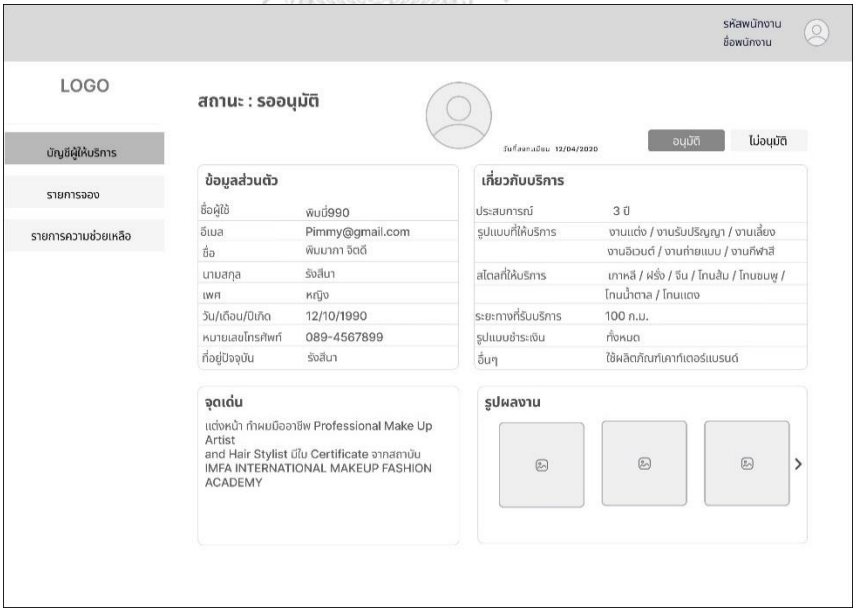
รูปที่ 4-117: ต้นแบบแบบหยาบหลังปรับปรุงเพิ่มหน้าแสดงรายการประวัติรีวิว

(6) ระบบจัดการข้อมูลผู้ดูแลระบบ

- เพิ่มรายละเอียดข้อมูลเกี่ยวกับบริการ และใส่หัวข้อของข้อมูลให้ดูง่ายขึ้นว่าเป็นข้อมูลเกี่ยวกับอะไร



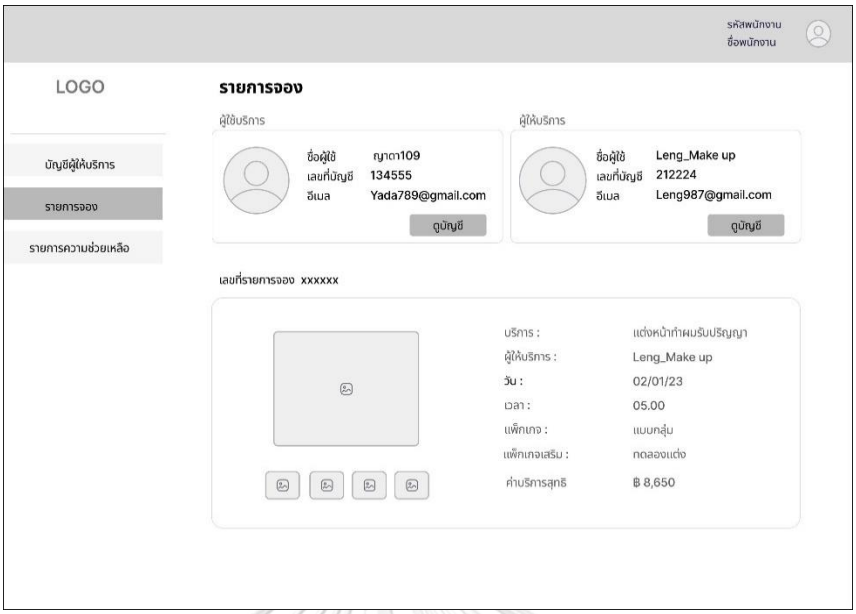
ก่อนปรับปรุง



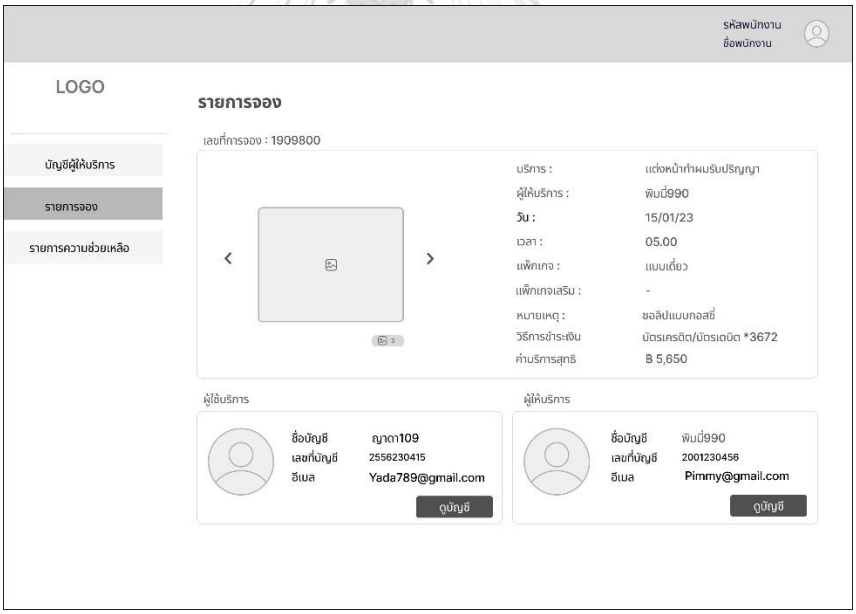
หลังปรับปรุง

รูปที่ 4-118: ต้นแบบแบบหยาบก่อนปรับปรุงและหลังปรับปรุงของหน้าข้อมูลรายละเอียดบัญชีผู้ให้บริการสำหรับผู้ดูแลระบบ

- เพิ่มข้อมูลหมายเหตุและช่องทางการชำระเงิน และจัดหน้าข้อมูลให้ดูง่ายขึ้น



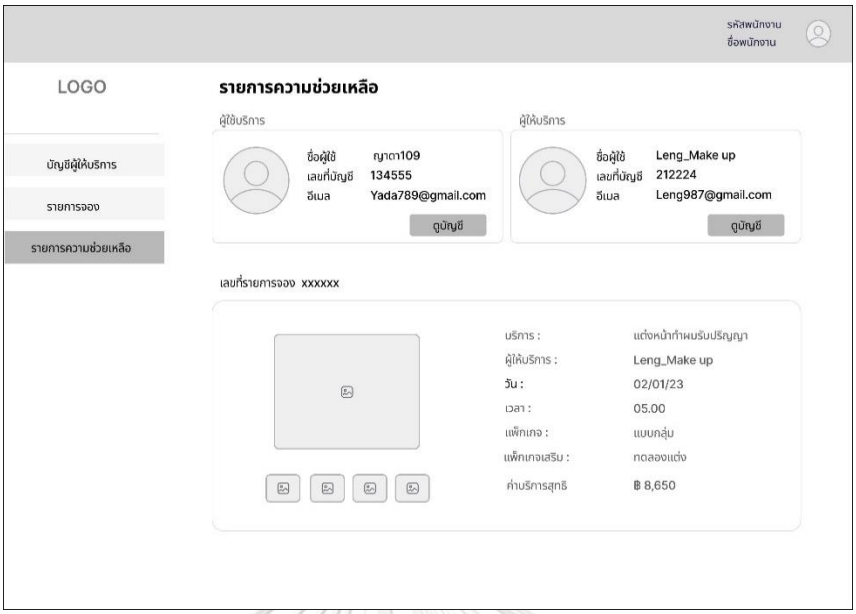
ก่อนปรับปรุง



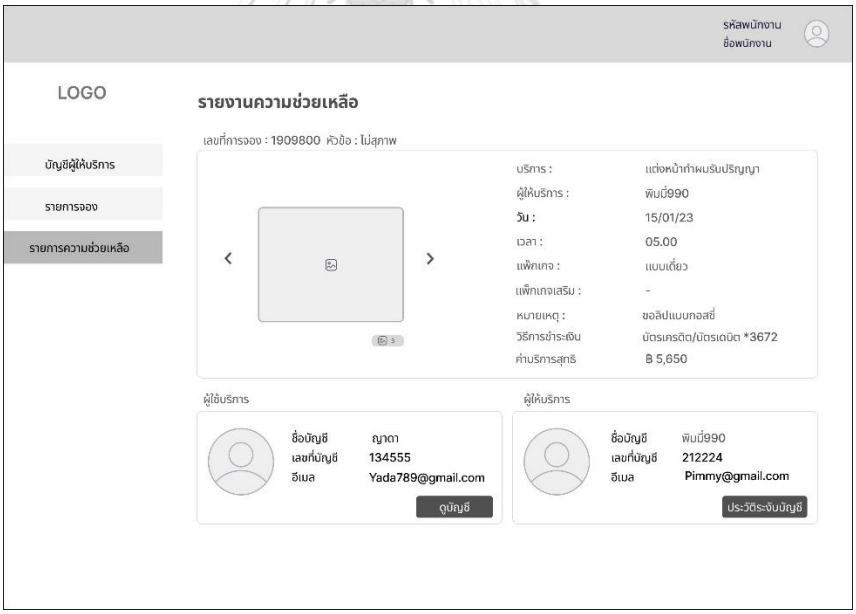
หลังปรับปรุง

รูปที่ 4-119: ต้นแบบแบบหยาบก่อนปรับปรุงและหลังปรับปรุงของหน้ารายละเอียดรายการจองบริการสำหรับผู้ดูแลระบบ

- เปลี่ยนชื่อปุ่ม ดูบัญชี ของผู้ให้บริการ เป็นชื่อปุ่ม ดูประวัติระงับบัญชี



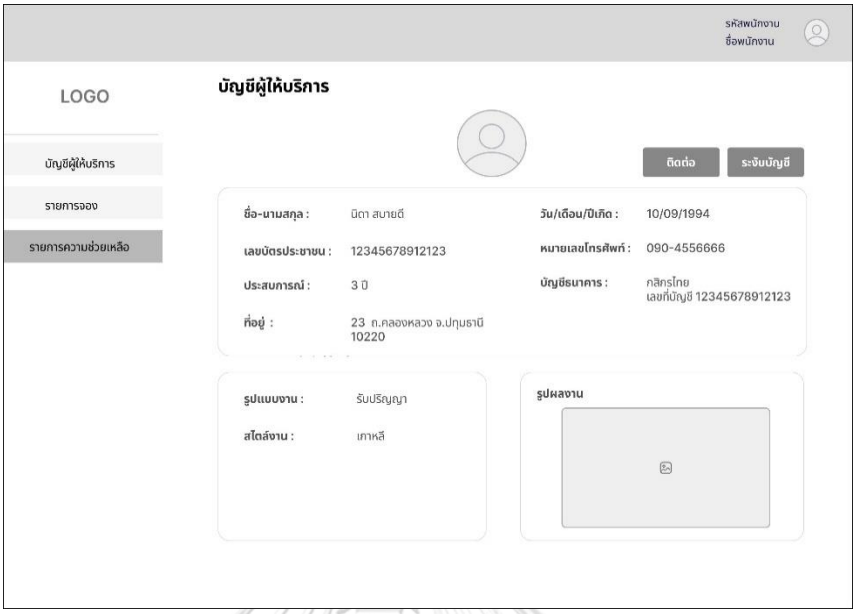
ก่อนปรับปรุง



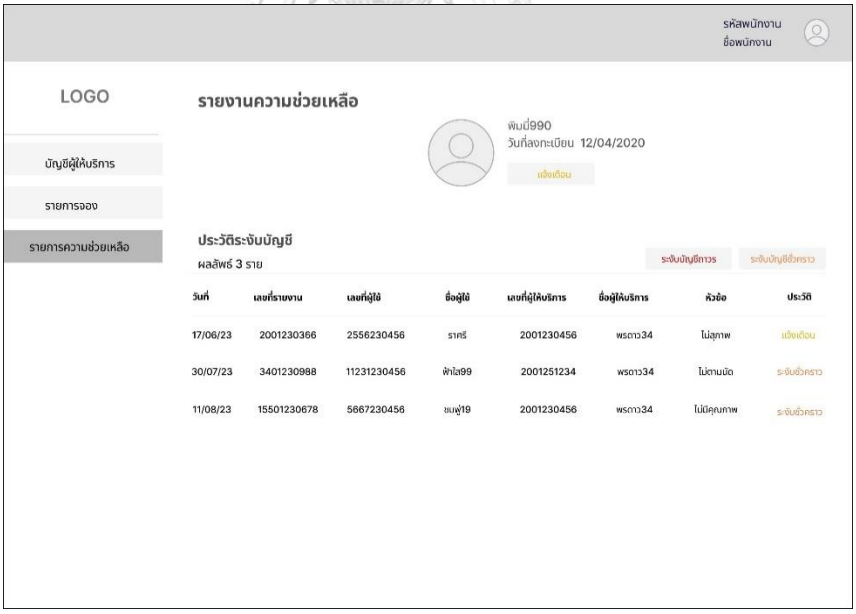
หลังปรับปรุง

รูปที่ 4-120: ต้นแบบแบบหยาบก่อนปรับปรุงและหลังปรับปรุงของหน้าข้อมูลรายละเอียดรายการความช่วยเหลือสำหรับผู้ดูแลระบบ

- เพิ่มข้อมูลแสดงประวัติการระงับบัญชี
- เพิ่มรายละเอียดปุ่มเป็น ปุ่มระงับบัญชีชั่วคราว ระงับบัญชีถาวร



ก่อนปรับปรุง



หลังปรับปรุง

รูปที่ 4-121: ต้นแบบแบบหยาบก่อนปรับปรุงและหลังปรับปรุงของหน้าติดต่อและระงับบัญชีผู้ให้บริการสำหรับผู้ดูแลระบบ

4.4 การสร้างและทดสอบระบบต้นแบบแบบเสมือนจริง (High-Fidelity Prototyping and Testing)

4.4.1 การสร้างระบบต้นแบบแบบเสมือนจริงด้วยเครื่องมือสร้างต้นแบบ Figma (High-Fidelity Prototype)

หลังจากได้รับคำแนะนำ ความคิดเห็น รวมถึงคำติชม จากการทดสอบระบบต้นแบบแบบหยาบ ผู้จัดทำโครงการได้นำผลการทดสอบมาปรับปรุงระบบต้นแบบแบบเสมือนจริงให้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น โดยสร้างต้นแบบโมบายแอปพลิเคชันสำหรับผู้ให้บริการและลูกค้าให้แสดงผลบนหน้าจอสมาร์ทโฟน และแอปพลิเคชันสำหรับผู้ดูแลระบบให้แสดงผลบนหน้าจอเดสก์ท็อป เช่นเดียวกับระบบต้นแบบแบบหยาบ

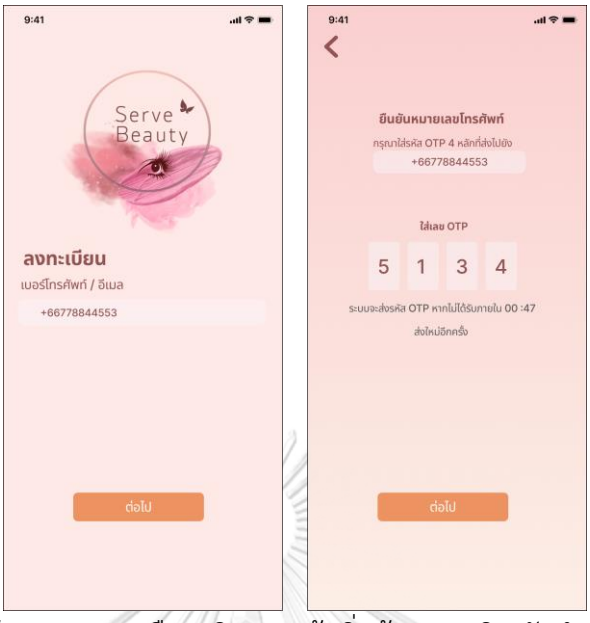
(1) ระบบจัดการข้อมูลผู้ให้บริการ

แอปพลิชันสำหรับผู้ให้บริการ

1) หน้าเริ่มต้นแอปพลิเคชันสำหรับผู้ให้บริการ

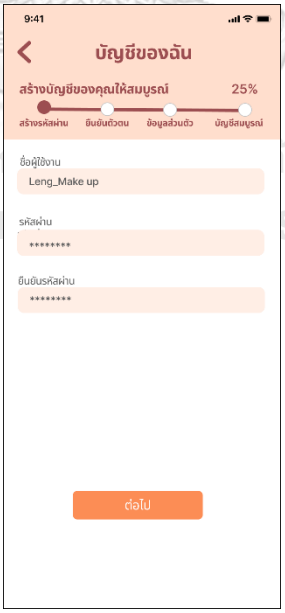
รูปที่ 4-122: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าเริ่มต้นแอปพลิเคชันสำหรับผู้ให้บริการ

2) หน้าลงทะเบียนระบบสำหรับผู้ให้บริการ



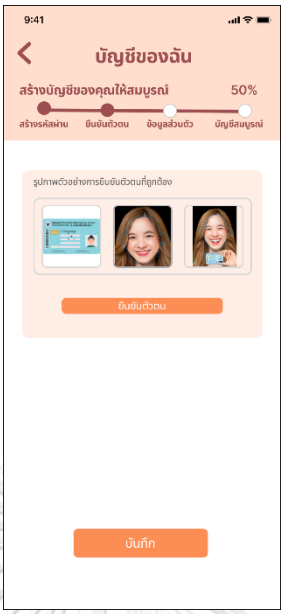
รูปที่ 4-123: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าเริ่มต้นแอปพลิเคชันสำหรับผู้ให้บริการ

3) หน้าสร้างบัญชีของฉันสำหรับผู้ให้บริการ ส่วนสร้างรหัสผ่าน



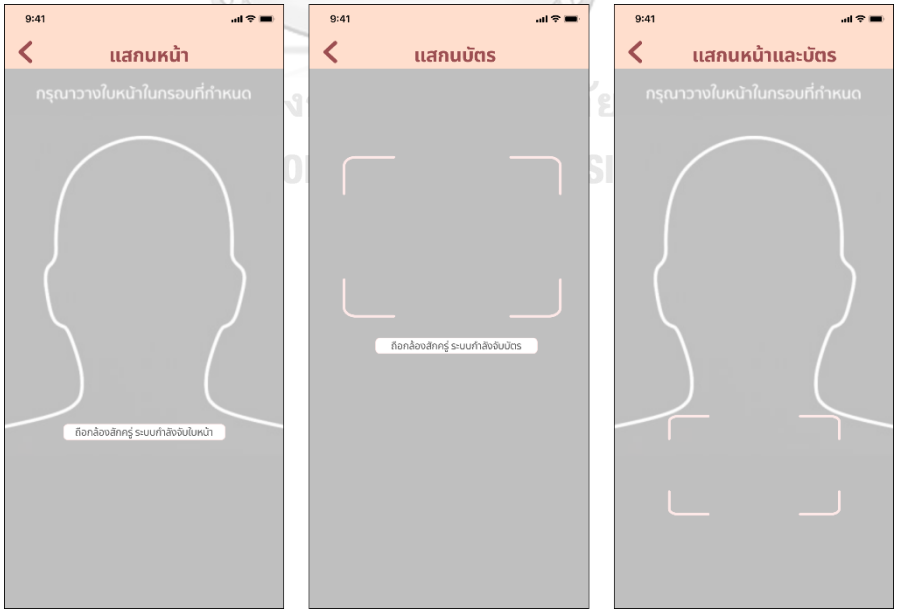
รูปที่ 4-124: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าสร้างบัญชีของฉันสำหรับผู้ให้บริการ ส่วนสร้างรหัสผ่าน

4) หน้าสร้างบัญชีของฉันสำหรับผู้ให้บริการ ส่วนยืนยันตัวตน



รูปที่ 4-125: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าบัญชีของฉันสำหรับผู้ให้บริการ ส่วนยืนยันตัวตน

5) หน้ายืนยันตัวตนสำหรับผู้ให้บริการโดยการแสกนหน้า แสกนบัตรประชาชน และแสกนหน้าและบัตรประชาชน

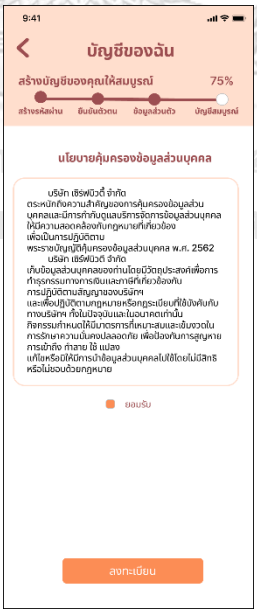


รูปที่ 4-126: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้ายืนยันตัวตนสำหรับผู้ให้บริการโดยการแสกนหน้า แสกนบัตรประชาชน และแสกนหน้าและบัตรประชาชน

6) หน้าสร้างบัญชีของฉันสำหรับผู้ให้บริการ ส่วนข้อมูลส่วนตัว

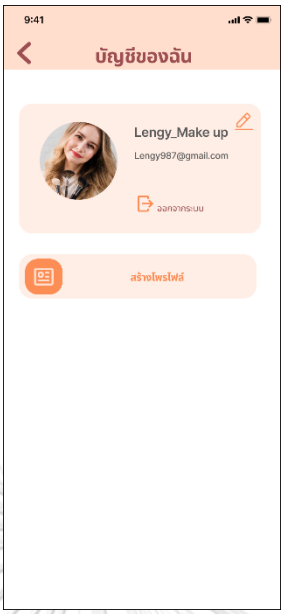
รูปที่ 4-127: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าสร้างบัญชีของฉันสำหรับผู้ให้บริการ ส่วนข้อมูลส่วนตัว

7) หน้าบัญชีของฉันสำหรับผู้ให้บริการ ส่วนข้อมูลส่วนตัว นโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล



รูปที่ 4-128: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าบัญชีของฉันสำหรับผู้ให้บริการ ส่วนข้อมูลส่วนตัว นโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

8) หน้าบัญชีของฉันสำหรับผู้ให้บริการ ส่วนสร้างโพรไฟล์

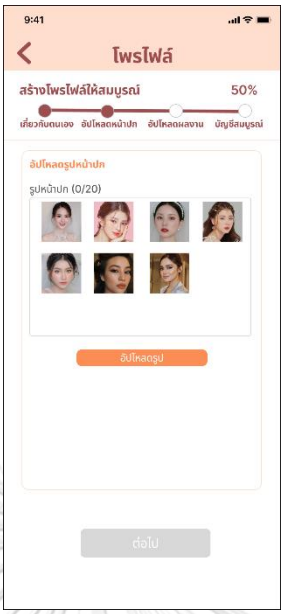


รูปที่ 4-129: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าบัญชีของฉันสำหรับผู้ให้บริการ ส่วนสร้างโพรไฟล์

9) หน้าสร้างโพรไฟล์สำหรับผู้ให้บริการ ส่วนข้อมูลเกี่ยวกับตนเอง

รูปที่ 4-130: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าสร้างโพรไฟล์สำหรับผู้ให้บริการ ส่วนข้อมูลเกี่ยวกับตนเอง

10) หน้าสร้างโพรไฟล์ ส่วนอัปโหลดหน้าปกโพรไฟล์



รูปที่ 4-131: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าโพรไฟล์ ส่วนอัปโหลดหน้าปกโพรไฟล์

11) หน้าสร้างโพรไฟล์ ส่วนอัปโหลดรูปหรือวิดีโอผลงาน

รูปที่ 4-132: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าสร้างโพรไฟล์ ส่วนอัปโหลดรูปหรือวิดีโอผลงาน

12) หน้าระบุรายละเอียดของรูปหรือวิดีโอผลงาน

รูปที่ 4-133: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าระบุรายละเอียดของรูปหรือวิดีโอผลงาน

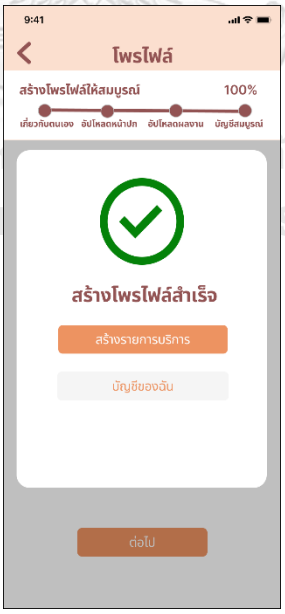
13) หน้าแสดงและอัปโหลดรูปหรือวิดีโอผลงาน

รูปที่ 4-134: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าแสดงและอัปโหลดรูปหรือวิดีโอผลงาน

14) หน้าแสดงผลการสร้างบัญชีผู้ให้บริการดำเนินการส่ง รออนุมัติให้บริการ

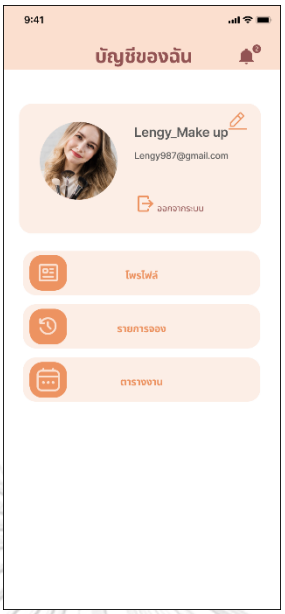
รูปที่ 4-135: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าแสดงผลการสร้างบัญชีผู้ให้บริการดำเนินการส่ง รออนุมัติให้บริการ

15) หน้าแสดงผลการสร้างบัญชีผู้ให้บริการ สร้างบัญชีสำเร็จ



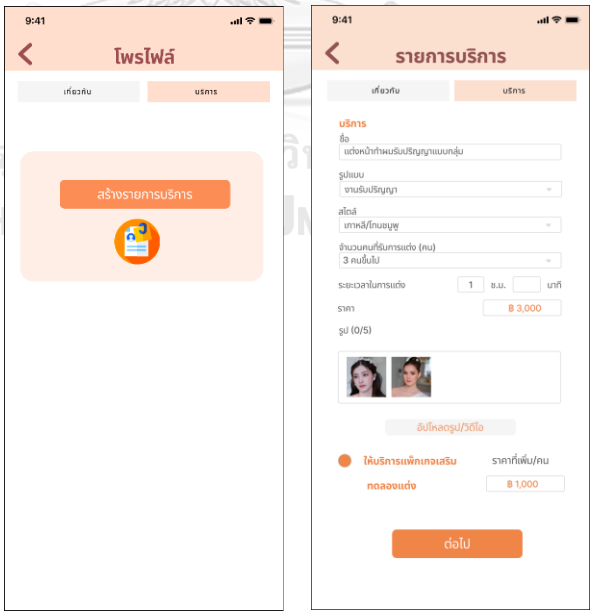
รูปที่ 4-136: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าแสดงผลการสร้างบัญชีผู้ให้บริการ สร้างบัญชีสำเร็จ

16) หน้าหลักบัญชีของฉัน



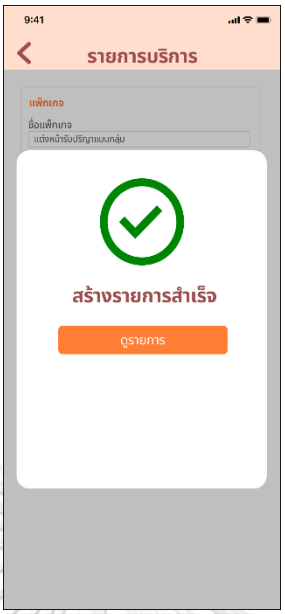
รูปที่ 4-137: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าหลักบัญชีของฉัน

17) หน้าสร้างรายการบริการ และหน้ากรอกข้อมูลรายการบริการ



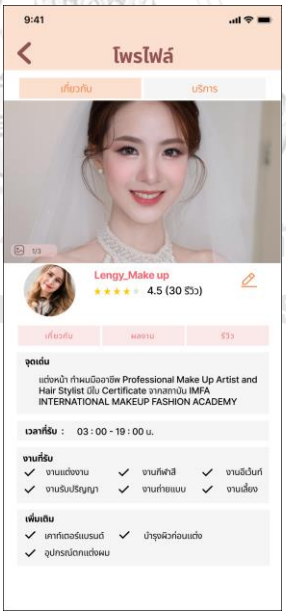
รูปที่ 4-138: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าสร้างรายการบริการ และหน้ากรอกข้อมูลรายการบริการ

18) หน้าแสดงผลการสร้างรายการบริการสำเร็จ



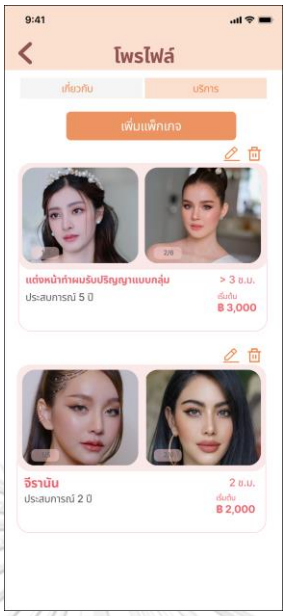
รูปที่ 4-139: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าแสดงผลการสร้างรายการบริการสำเร็จ

19) หน้าโพรโฟล์ของผู้ให้บริการ ส่วนข้อมูลเกี่ยวกับตนเอง



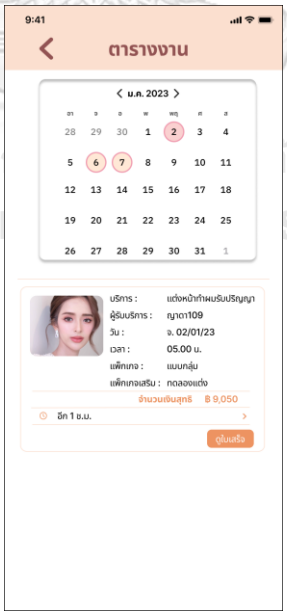
รูปที่ 4-140: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าโพรโฟล์ของผู้ให้บริการ ส่วนข้อมูลเกี่ยวกับตนเอง

20) หน้าสร้างโพรโฟล์ของผู้ให้บริการ ส่วนรายการบริการ



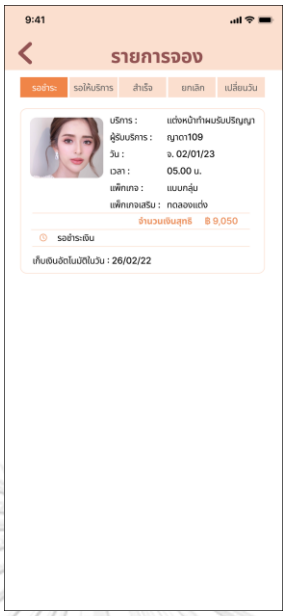
รูปที่ 4-141: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าโพรโฟล์ของผู้ให้บริการ ส่วนรายการบริการ

21) หน้าตารางงาน



รูปที่ 4-142: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าตารางงาน

22) หน้าแสดงข้อมูลรายการจอง ส่วนสถานะรอชำระเงิน

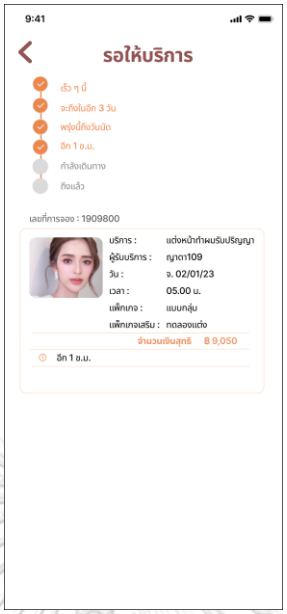


รูปที่ 4-143: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าแสดงข้อมูลรายการจอง ส่วนสถานะรอชำระเงิน

23) หน้าแสดงข้อมูลรายการจอง ส่วนสถานะรอให้บริการ

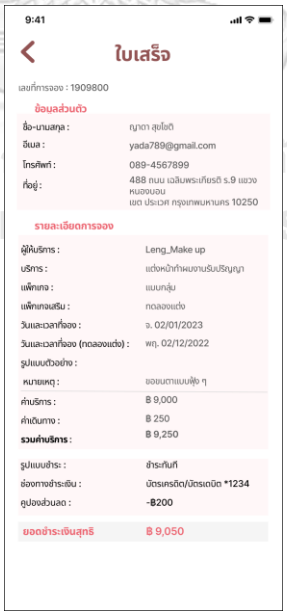
รูปที่ 4-144: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าแสดงข้อมูลรายการจอง ส่วนสถานะรอให้บริการ

24) หน้าแสดงรายละเอียดสถานะรอให้บริการ



รูปที่ 4-145: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าแสดงรายละเอียดสถานะรอให้บริการ

25) หน้าแสดงรายละเอียดข้อมูลใบเสร็จ

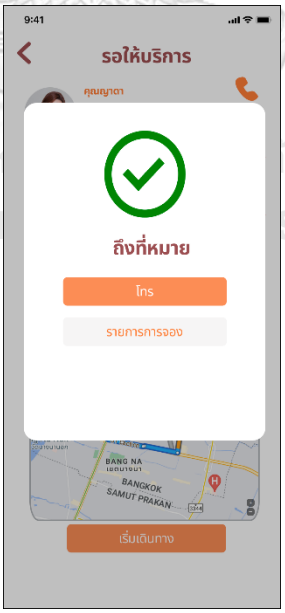


รูปที่ 4-146: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าแสดงรายละเอียดข้อมูลใบเสร็จ

26) หน้าแสดงข้อมูลการเดินทาง ระยะเวลา และแผนที่

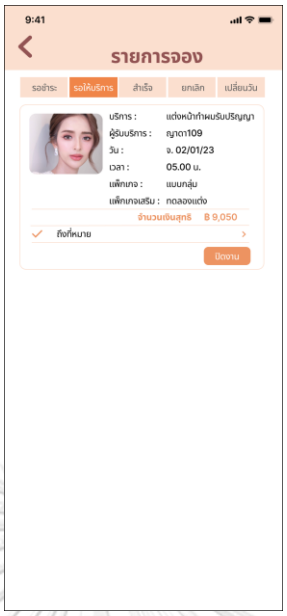
รูปที่ 4-147: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าแสดงข้อมูลการเดินทาง ระยะเวลา และแผนที่

27) หน้าแสดงผลการเดินทางถึงที่หมาย



รูปที่ 4-148: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าแสดงผลการเดินทางถึงที่หมาย

28) หน้าแสดงข้อมูลรายการรอให้บริการ ส่วนสถานะถึงที่หมาย

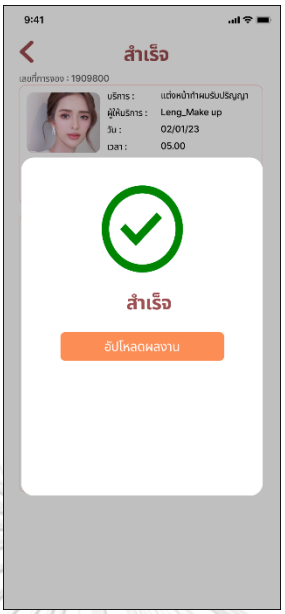


รูปที่ 4-149: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าแสดงข้อมูลรายการรอให้บริการ ส่วนสถานะถึงที่หมาย

29) หน้าคิวอาร์โค้ดสำหรับแสดงให้ลูกค้าแสกนเพื่อยืนยันปิดงาน

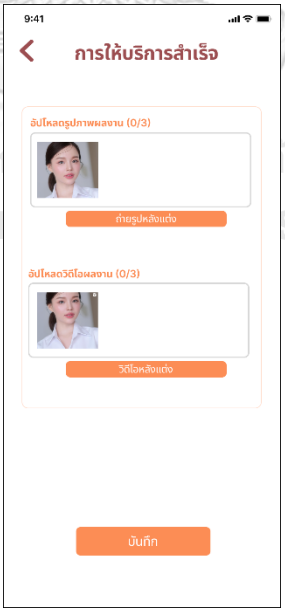
รูปที่ 4-150: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าคิวอาร์โค้ดสำหรับแสดงให้ลูกค้าแสกนเพื่อยืนยันปิดงาน

30) หน้าแสดงผลการยืนยันปิดงานสำเร็จ



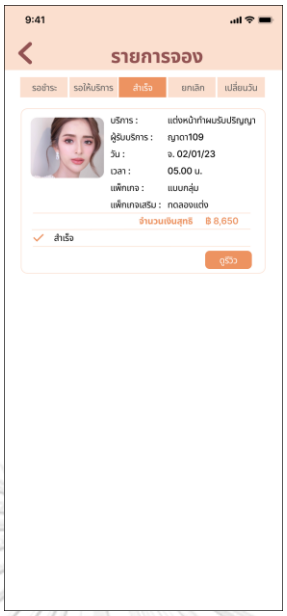
รูปที่ 4-151: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าแสดงผลการยืนยันปิดงานสำเร็จ

31) หน้าอัปโหลดรูปภาพผลงานและวิดีโอผลงาน



รูปที่ 4-152: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าอัปโหลดรูปภาพผลงานและวิดีโอผลงาน

32) หน้าแสดงข้อมูลรายการจอง ส่วนสถานะสำเร็จ

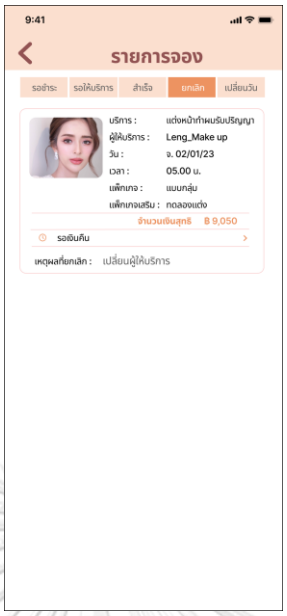


รูปที่ 4-153: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าแสดงข้อมูลรายการจอง ส่วนสถานะสำเร็จ

33) หน้าแสดงข้อมูลรีวิวการให้บริการ

รูปที่ 4-154: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าแสดงข้อมูลรีวิวการให้บริการ

34) หน้าแสดงข้อมูลรายการจอง ส่วนสถานะยกเลิก

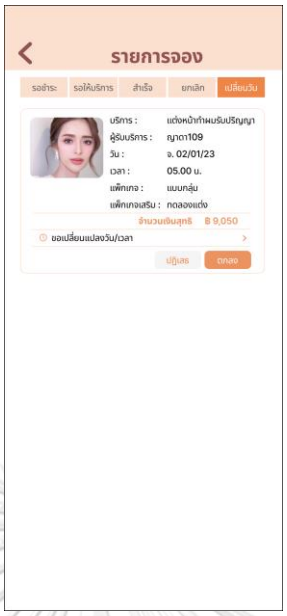


รูปที่ 4-155: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าแสดงข้อมูลรายการจอง ส่วนสถานะยกเลิก

35) หน้าแสดงรายละเอียดสถานะรอให้บริการ

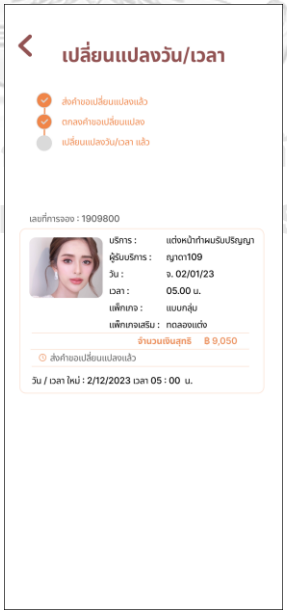
รูปที่ 4-156: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าแสดงรายละเอียดสถานะรอให้บริการ

36) หน้าแสดงข้อมูลรายการจอง ส่วนสถานะเปลี่ยนแปลงวันและเวลา



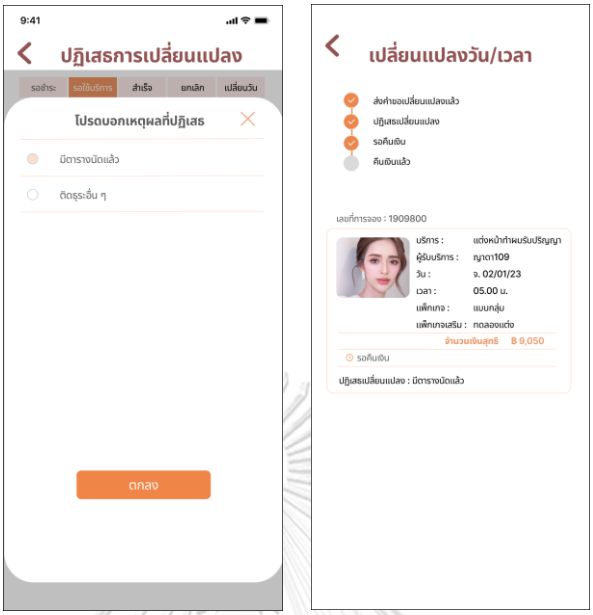
รูปที่ 4-157: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าแสดงข้อมูลรายการจอง ส่วนสถานะเปลี่ยนแปลงวันและเวลา

37) หน้าแสดรายละเอียดสถานะเปลี่ยนแปลงวันและเวลา กรณีตอบรับการเปลี่ยนแปลง



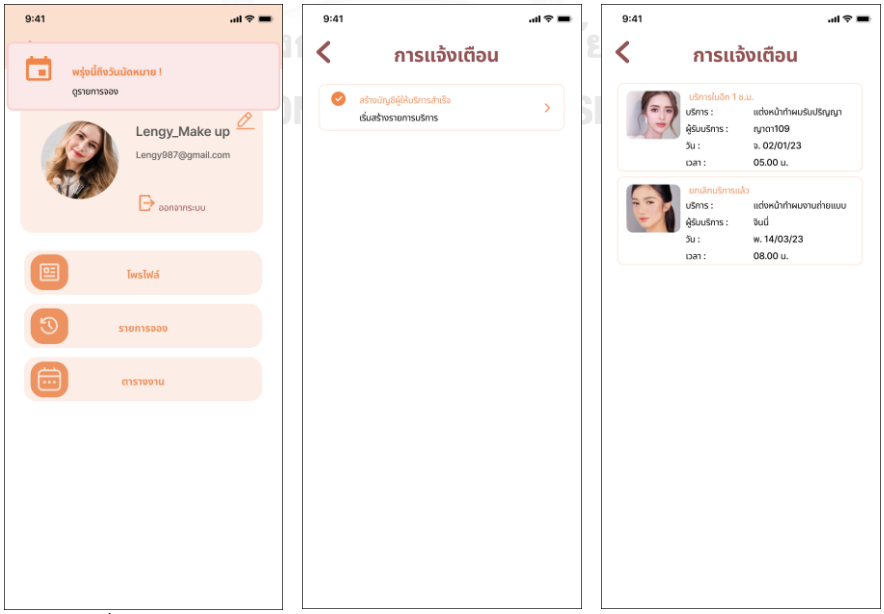
รูปที่ 4-158: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าแสดรายละเอียดสถานะเปลี่ยนแปลงวันและเวลา กรณีตอบรับการเปลี่ยนแปลง

38) หน้าแสดรายละเอียดข้อมูลรายการจอง ส่วนสถานะเปลี่ยนแปลงวันและเวลา กรณีปฏิเสธการเปลี่ยนแปลง



รูปที่ 4-159: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าแสดรายละเอียดข้อมูลรายการจอง ส่วนสถานะเปลี่ยนแปลงวันและเวลา กรณีปฏิเสธการเปลี่ยนแปลง

39) หน้าแจ้งเตือนการให้บริการ



รูปที่ 4-160: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าแจ้งเตือนการให้บริการ

40) หน้าการลงชื่อเข้าใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับผู้ให้บริการ

รูปที่ 4-161: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าการลงชื่อเข้าใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับผู้ให้บริการ

41) หน้าลืมรหัสผ่านสำหรับผู้ให้บริการ

รูปที่ 4-162: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าลืมรหัสผ่านสำหรับผู้ให้บริการ

42) หน้าสร้างรหัสผ่านใหม่สำหรับผู้ให้บริการ

รูปที่ 4-163: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าสร้างรหัสผ่านใหม่สำหรับผู้ให้บริการ

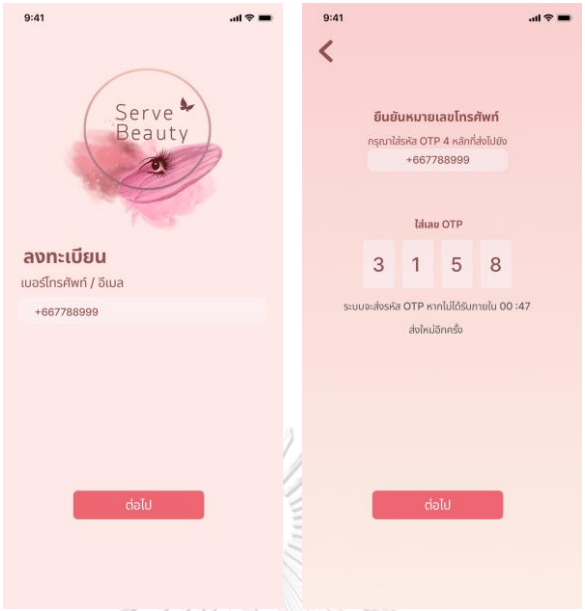
(2) ระบบจัดการข้อมูลลูกค้า

แอปพลิเคชันสำหรับลูกค้า

1) หน้าเริ่มต้นแอปพลิเคชันสำหรับลูกค้า

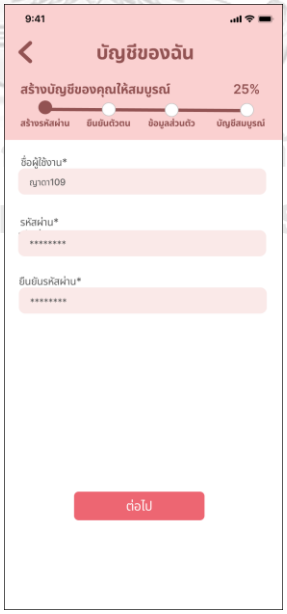
รูปที่ 4-164: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าเริ่มต้นแอปพลิเคชันสำหรับลูกค้า

2) หน้าลงทะเบียนระบบสำหรับลูกค้า



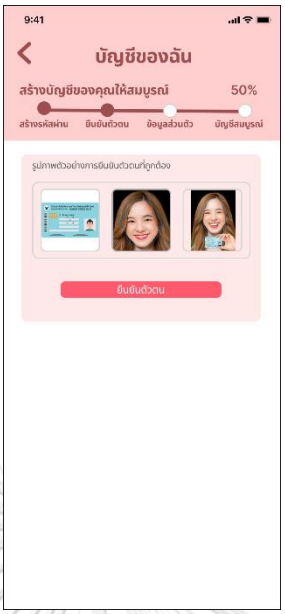
รูปที่ 4-165: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าลงทะเบียนระบบสำหรับลูกค้า

3) หน้าสร้างบัญชีของฉันสำหรับลูกค้า ส่วนสร้างรหัสผ่าน



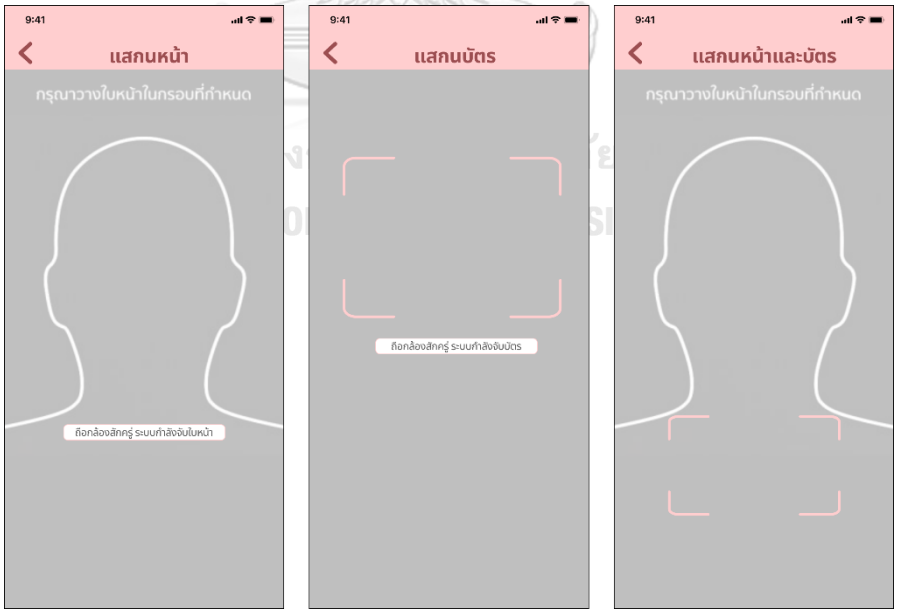
รูปที่ 4-166: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าสร้างบัญชีของฉันสำหรับลูกค้า ส่วนสร้างรหัสผ่าน

4) หน้าสร้างบัญชีของฉันสำหรับลูกค้า ส่วนยืนยันตัวตน



รูปที่ 4-167: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าสร้างบัญชีของฉันสำหรับลูกค้า ส่วนยืนยันตัวตน

5) หน้ายืนยันตัวตนสำหรับลูกค้าโดยการแสกนหน้า แสกนบัตรประชาชน และแสกนหน้าและบัตรประชาชน

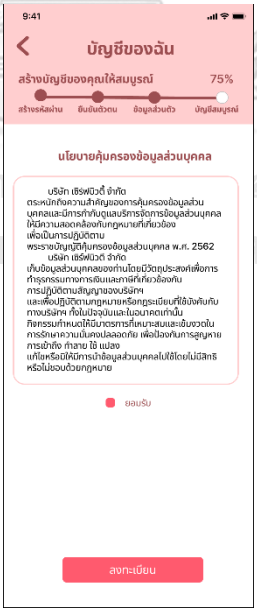


รูปที่ 4-168: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้ายืนยันตัวตนสำหรับลูกค้าโดยการแสกนหน้า แสกนบัตรประชาชน และแสกนหน้าและบัตรประชาชน

6) หน้าสร้างบัญชีของฉันสำหรับลูกค้า ส่วนกรอกข้อมูลส่วนตัว

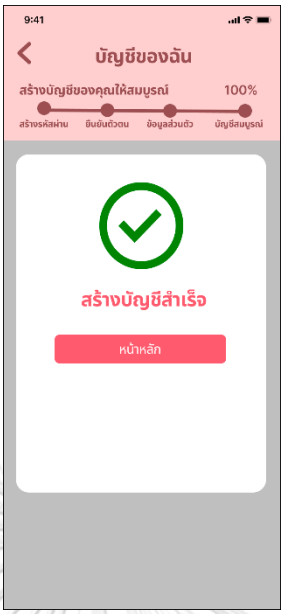
รูปที่ 4-169: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าสร้างบัญชีของฉันสำหรับลูกค้า ส่วนกรอกข้อมูลส่วนตัว

7) หน้าบัญชีของฉัน ส่วนข้อมูลส่วนตัว นโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลสำหรับลูกค้า



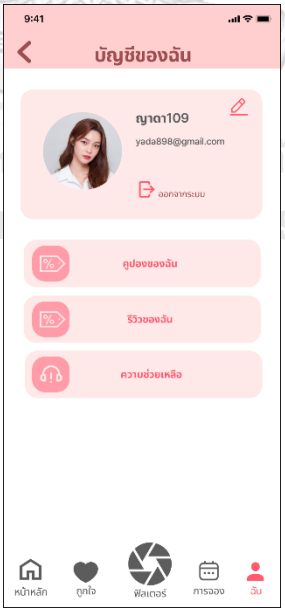
รูปที่ 4-170: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าบัญชีของฉัน ส่วนข้อมูลส่วนตัว นโยบายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลสำหรับลูกค้า

8) หน้าแสดงผลการสร้างบัญชีสำเร็จ



รูปที่ 4-171: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าแสดงผลการสร้างบัญชีสำเร็จ

9) หน้าเมนูบัญชีของฉันสำหรับลูกค้า

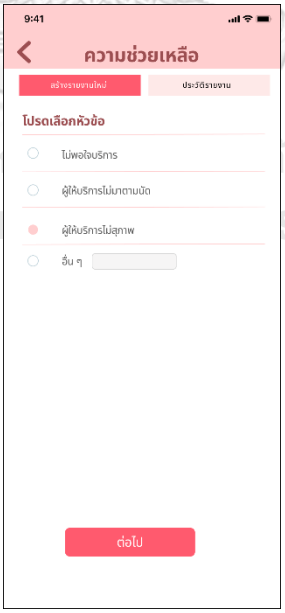


รูปที่ 4-172: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าเมนูบัญชีของฉันสำหรับลูกค้า

10) หน้าแก้ไขข้อมูลส่วนตัวสำหรับลูกค้า

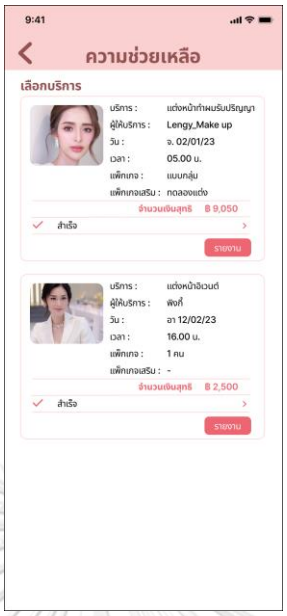
รูปที่ 4-173: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าแก้ไขข้อมูลส่วนตัวสำหรับลูกค้า

11) หน้าเลือกหัวข้อความช่วยเหลือ



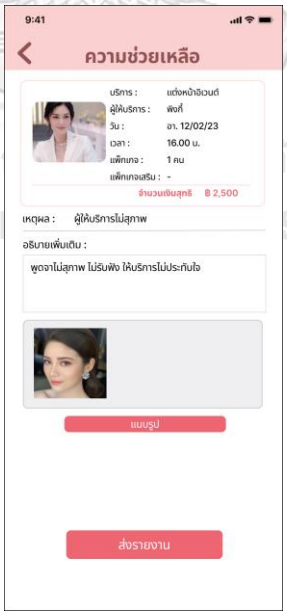
รูปที่ 4-174: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าเลือกหัวข้อความช่วยเหลือ

12) หน้าเลือกรายการที่ต้องการความช่วยเหลือ



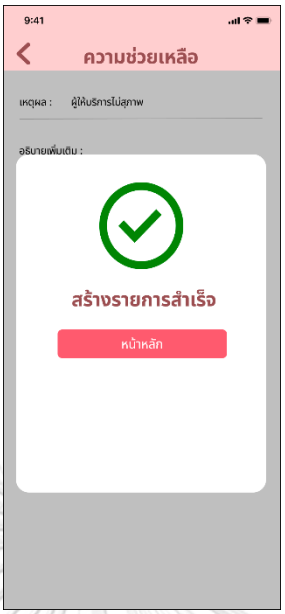
รูปที่ 4-175: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าเลือกรายการที่ต้องการความช่วยเหลือ

13) หน้าส่งรายงานความช่วยเหลือ



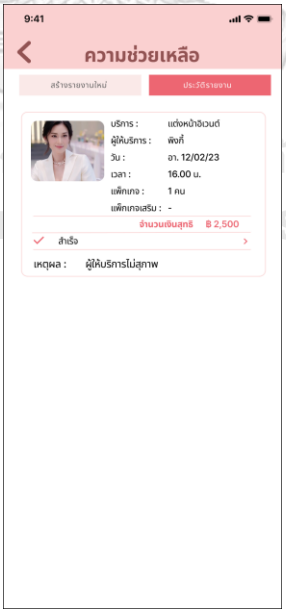
รูปที่ 4-176: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าส่งรายงานความช่วยเหลือ

14) หน้าแสดงผลการสร้างรายการความช่วยเหลือสำเร็จ



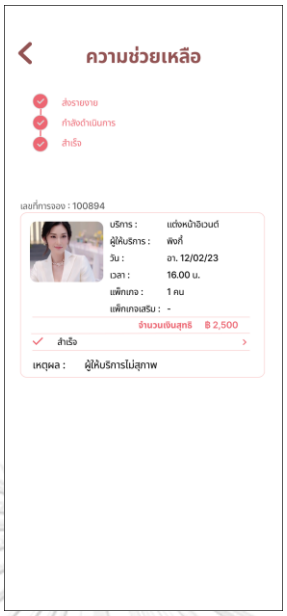
รูปที่ 4-177: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าแสดงผลการสร้างรายการความช่วยเหลือสำเร็จ

15) หน้าประวัติรายงานความช่วยเหลือ



รูปที่ 4-178: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าประวัติรายงานความช่วยเหลือ

16) หน้าแสดงรายละเอียดสถานะของประวัติรายการความช่วยเหลือ



รูปที่ 4-179: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าแสดงรายละเอียดสถานะของประวัติรายการความช่วยเหลือ

17) หน้าการลงชื่อเข้าใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับลูกค้า

รูปที่ 4-180: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าการลงชื่อเข้าใช้งานแอปพลิเคชันสำหรับลูกค้า

18) หน้าลืมรหัสผ่านสำหรับลูกค้า

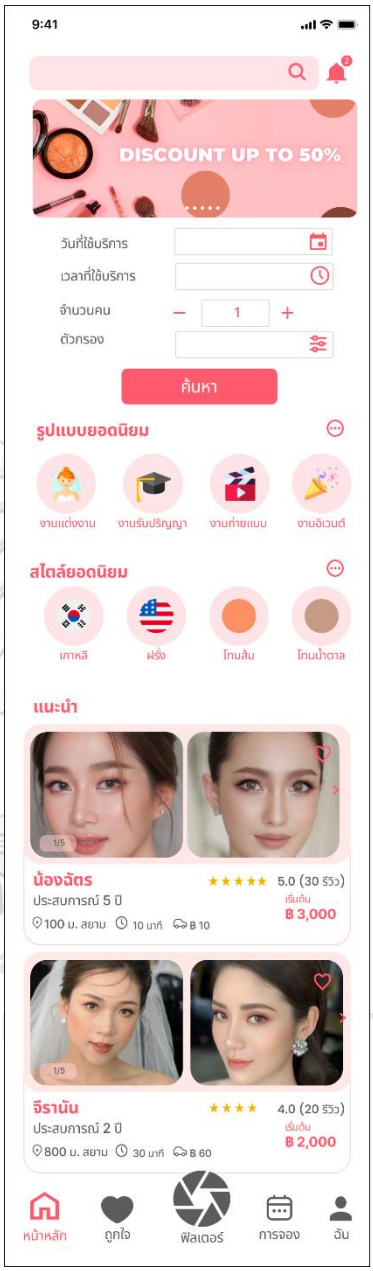
รูปที่ 4-181: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าลืมรหัสผ่านสำหรับลูกค้า

19) หน้าสร้างรหัสผ่านใหม่สำหรับลูกค้า

รูปที่ 4-182: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าสร้างรหัสผ่านใหม่สำหรับลูกค้า

(3) ระบบค้นหาบริการ

1) หน้าเมนูหน้าหลักค้นหาผู้ให้บริการ

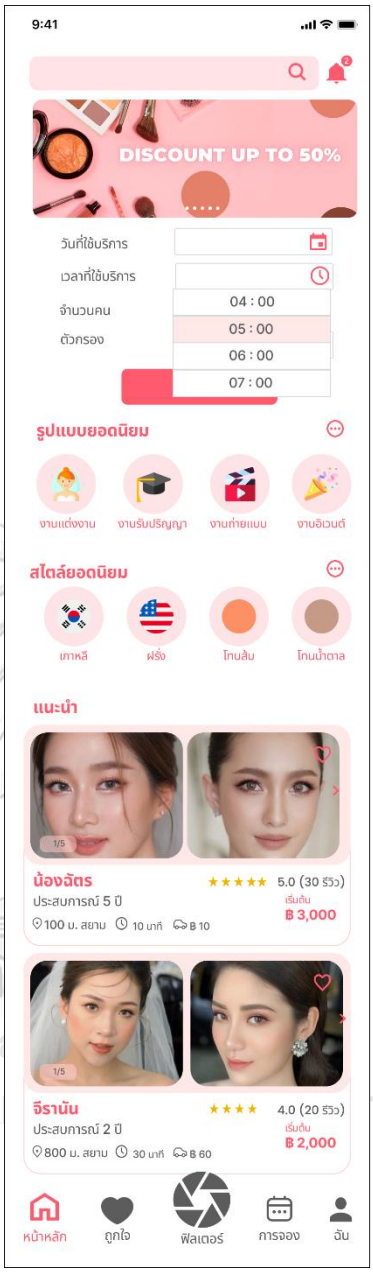


รูปที่ 4-183: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าเมนูหน้าหลักค้นหาผู้ให้บริการ

2) หน้าเมนูหน้าหลักค้นหาผู้ให้บริการ เลือกวันใช้บริการ

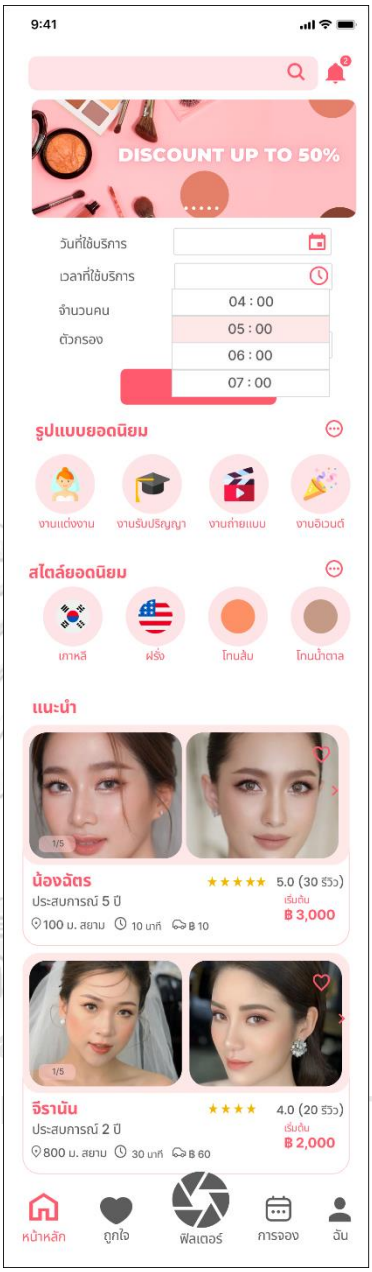
รูปที่ 4-184: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าเมนูหน้าหลักค้นหาผู้ให้บริการ เลือกวันใช้บริการ

3) หน้าเมนูหน้าหลักค้นหาผู้ให้บริการ เลือกเวลาใช้บริการ



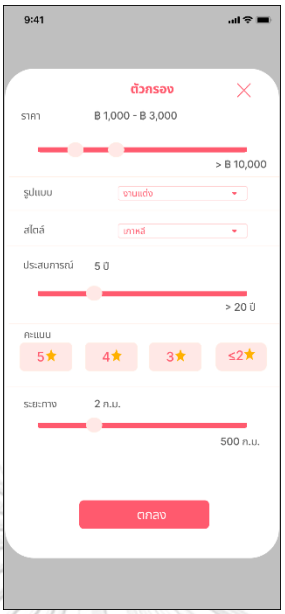
รูปที่ 4-185: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าเมนูหน้าหลักค้นหาผู้ให้บริการ เลือกเวลาใช้บริการ

4) หน้าเมนูหน้าหลักค้นหาผู้ให้บริการ เลือกจำนวนใช้บริการ



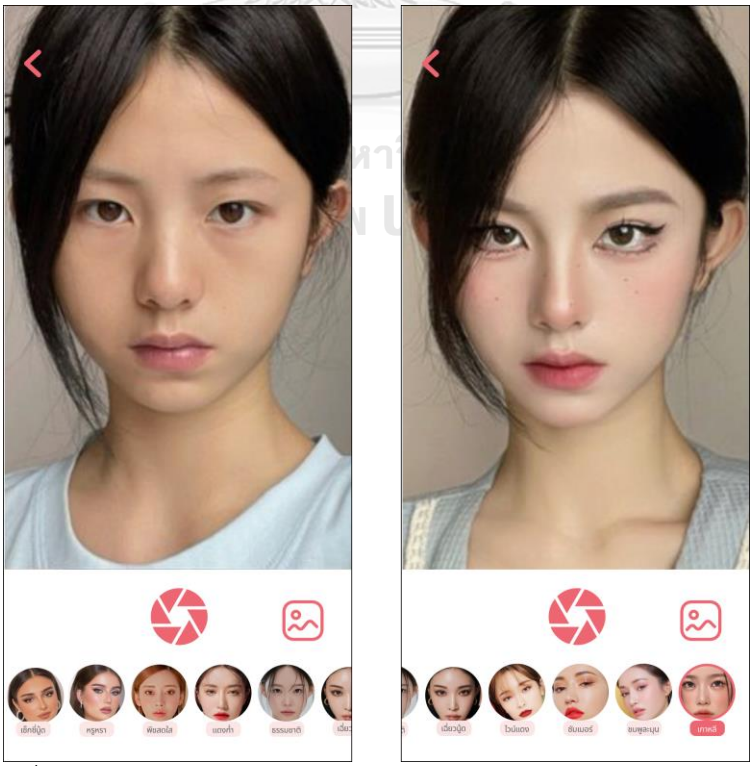
รูปที่ 4-186: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าเมนูหน้าหลักค้นหาผู้ให้บริการ เลือกจำนวนคนใช้บริการ

5) หน้าเมนูหน้าหลักค้นหาผู้ให้บริการ เลือกตัวกรอง เงื่อนไขที่ต้องการใช้บริการ



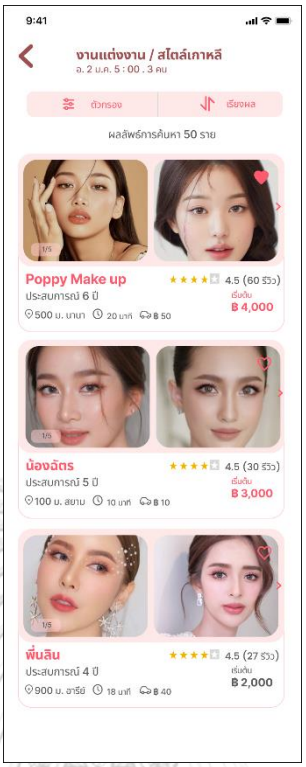
รูปที่ 4-187: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าเมนูหน้าหลักค้นหาผู้ให้บริการ เลือกตัวกรอง เงื่อนไขที่ต้องการใช้บริการ

6) หน้าค้นหาบริการโดยฟิลเตอร์



รูปที่ 4-188: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าค้นหาบริการโดยฟิลเตอร์

7) หน้าแสดงข้อมูลผลลัพธ์การค้นหา



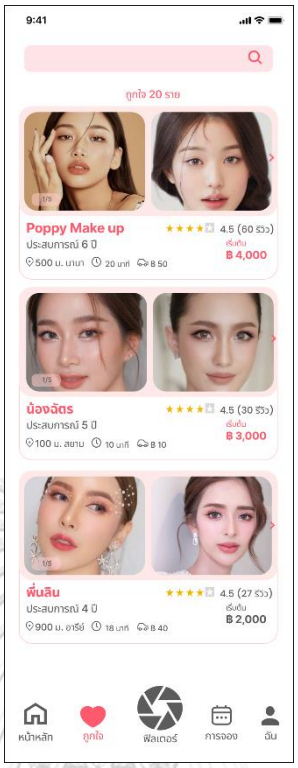
รูปที่ 4-189: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าแสดงข้อมูลผลลัพธ์การค้นหา

8) หน้าเลือกการเรียงผลลัพธ์ตามความต้องการ

รูปที่ 4-190: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าเลือกการเรียงผลลัพธ์ตามความต้องการ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

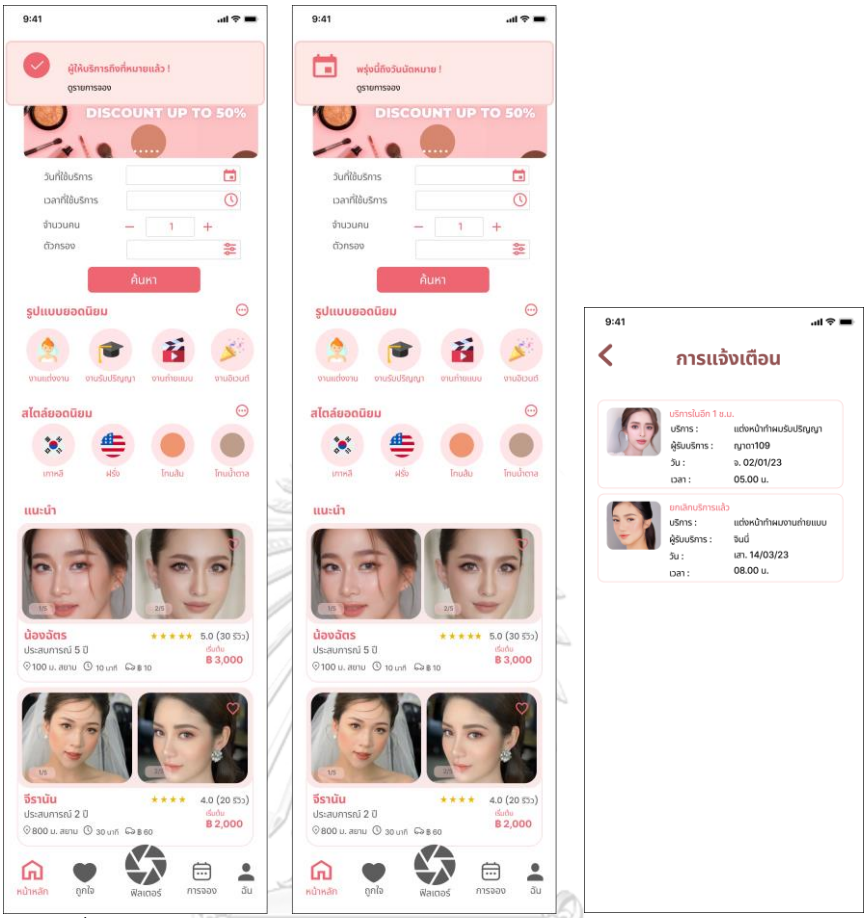
9) หน้ารายการถูกใจ



รูปที่ 4-191: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้ารายการถูกใจ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

10) หน้าการแจ้งเตือนการใช้บริการ

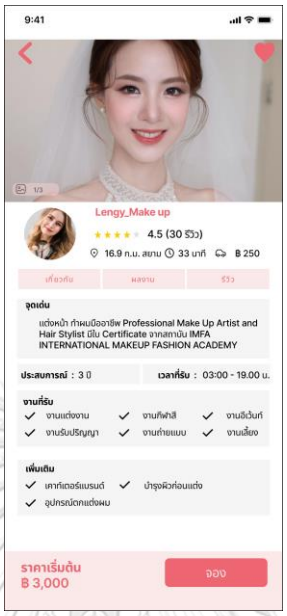


รูปที่ 4-192: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าการแจ้งเตือนการใช้บริการ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

(4) ระบบจองบริการ

1) หน้าแสดงข้อมูลโพรไฟล์ของผู้ให้บริการ



รูปที่ 4-193: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าแสดงข้อมูลโพรไฟล์ผู้ให้บริการ

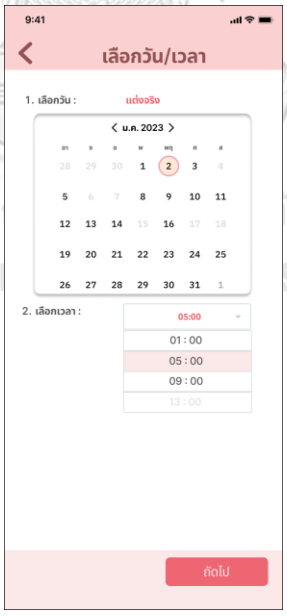
2) หน้าผลงานผู้ให้บริการ

รูปที่ 4-194: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าผลงานผู้ให้บริการ

3) หน้าเลือกแพ็กเกจบริการ

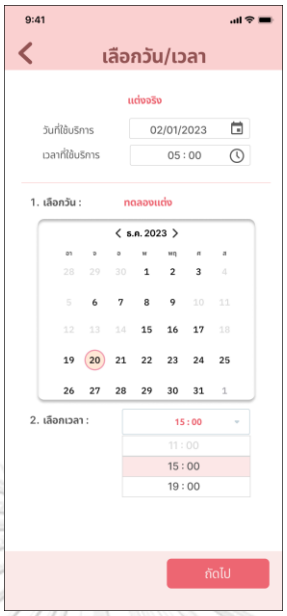
รูปที่ 4-195: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าเลือกแพ็กเกจบริการ

4) หน้าเลือกวันและเวลาบริการแต่งจริง



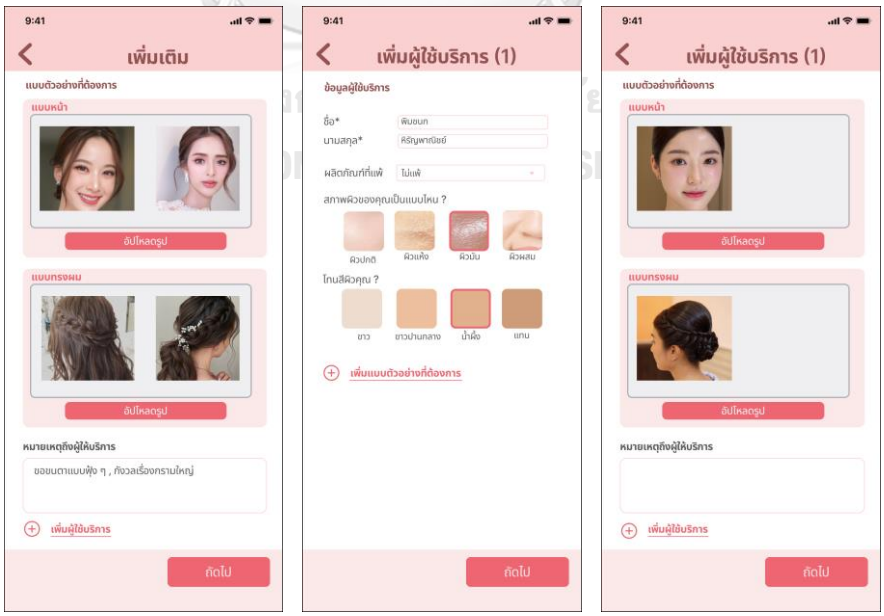
รูปที่ 4-196: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าเลือกวันและเวลาบริการแต่งจริง

5) หน้าเลือกวันและเวลาบริการแต่งจริงและบริการทดลองแต่ง กรณีมีแพ็กเกจเสริมทดลองแต่ง



รูปที่ 4-197: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าเลือกวันและเวลาบริการแต่งจริงและบริการทดลองแต่ง กรณีมีแพ็กเกจเสริมทดลองแต่ง

6) หน้ากรอกข้อมูลเพิ่มเติม



รูปที่ 4-198: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้ากรอกข้อมูลเพิ่มเติม

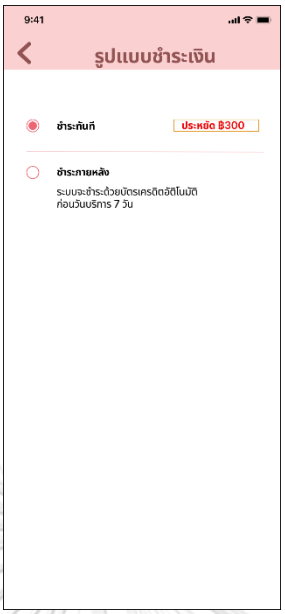
7) หน้าแสดงข้อมูลยืนยันการจอง

รูปที่ 4-199: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าแสดงข้อมูลยืนยันการจอง

8) หน้าเลือกคูปองส่วนลด

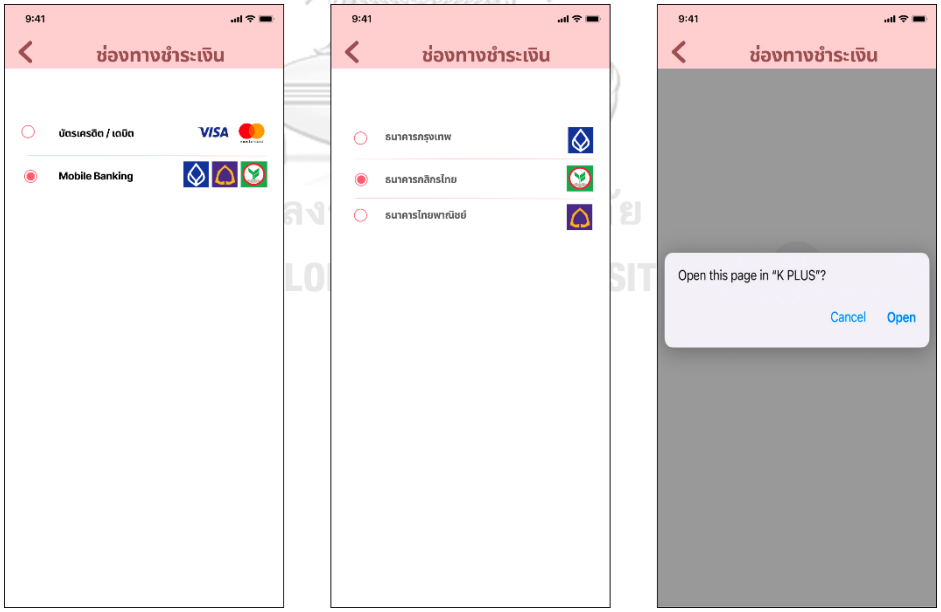
รูปที่ 4-200: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าเลือกคูปองส่วนลด

9) หน้าเลือกรูปแบบการชำระเงิน



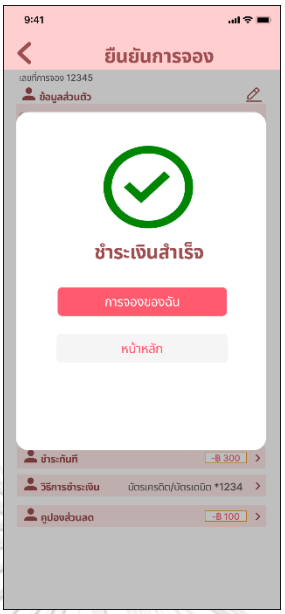
รูปที่ 4-201: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าเลือกรูปแบบการชำระเงินแบบชำระทันที

10) หน้าเลือกช่องทางการชำระเงินและหน้าเลือกธนาคารชำระเงิน กรณีชำระเงินทันที



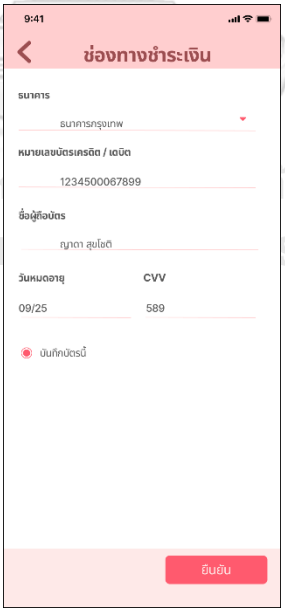
รูปที่ 4-202: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าเลือกช่องทางการชำระเงินและหน้าเลือกธนาคารชำระเงิน กรณีชำระเงินทันที

11) หน้าแสดงผลการชำระเงินสำเร็จ



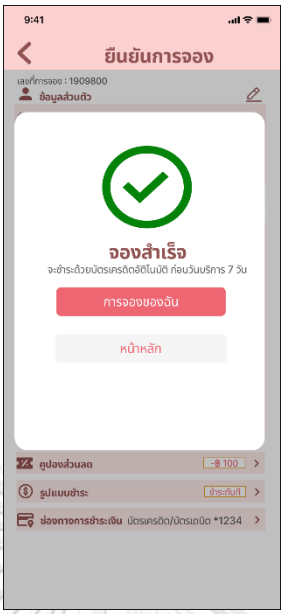
รูปที่ 4-203: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าแสดงผลการชำระเงินสำเร็จ

12) หน้าช่องทางชำระเงิน กรณีชำระเงินภายหลัง



รูปที่ 4-204: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าช่องทางชำระเงิน กรณีชำระเงินภายหลัง

13) หน้าแสดงผลการจองสำเร็จ



รูปที่ 4-205: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าแสดงผลการจองสำเร็จ

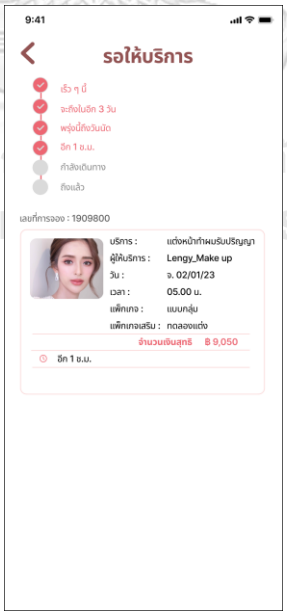
14) หน้าแสดงข้อมูลการจองของฉัน ส่วนสถานะรอชำระเงิน

รูปที่ 4-206: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าแสดงข้อมูลการจองของฉัน ส่วนสถานะรอชำระเงิน

15) หน้าแสดงข้อมูลการจองของฉัน ส่วนสถานะรอใช้บริการ

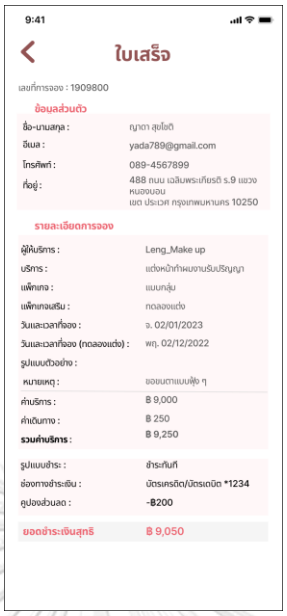
รูปที่ 4-207: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าแสดงข้อมูลการจองของฉัน ส่วนสถานะรอใช้บริการ

16) หน้าแสดงรายละเอียดสถานะรอใช้บริการ



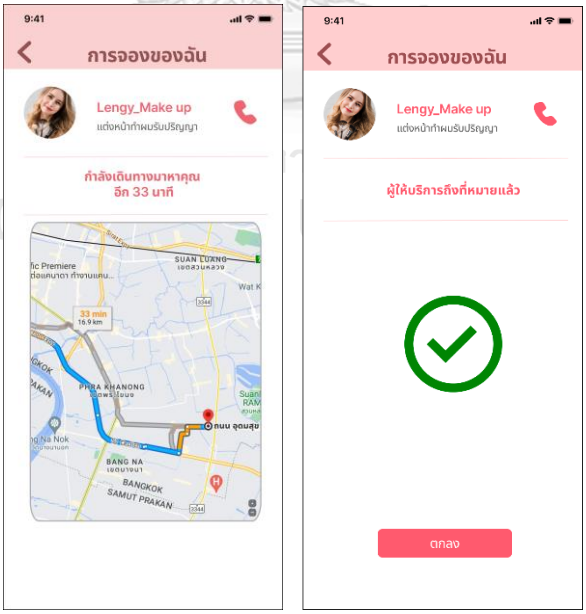
รูปที่ 4-208: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าแสดงรายละเอียดสถานะรอใช้บริการ

17) หน้าแสดงรายละเอียดข้อมูลใบเสร็จ



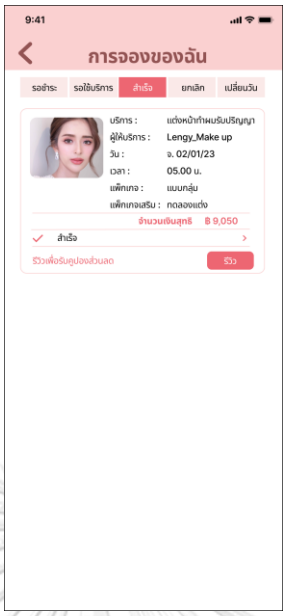
รูปที่ 4-209: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าแสดงรายละเอียดข้อมูลใบเสร็จ

18) หน้าแสดงข้อมูลการเดินทาง ระยะเวลา แผนที่ และข้อมูลติดต่อผู้ให้บริการ



รูปที่ 4-210: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าแสดงข้อมูลการเดินทาง ระยะเวลา แผนที่ และข้อมูลติดต่อผู้ให้บริการ

19) หน้าแสดงข้อมูลการจองของฉัน ส่วนสถานะสำเร็จ

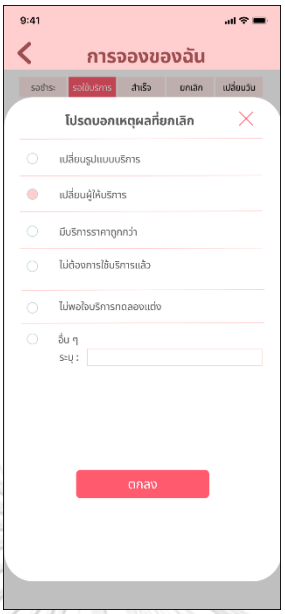


รูปที่ 4-211: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าแสดงข้อมูลการจองของฉัน ส่วนสถานะสำเร็จ

20) หน้าแสดงรายละเอียดข้อมูลการจองของฉัน ส่วนสถานะสำเร็จ

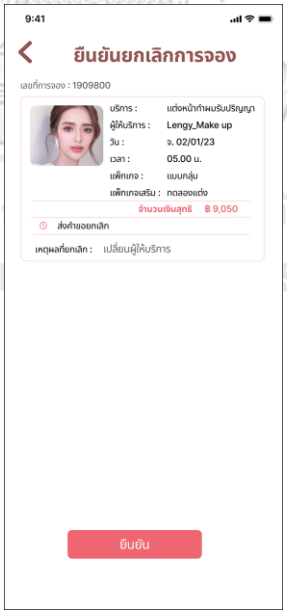
รูปที่ 4-212: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าแสดงรายละเอียดข้อมูลการจองของฉัน ส่วนสถานะสำเร็จ

21) หน้าเลือกเหตุผลที่ยกเลิก กรณียกเลิก



รูปที่ 4-213: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าเลือกเหตุผลที่ยกเลิก กรณียกเลิก

22) หน้าแสดงรายการยืนยันการยกเลิก

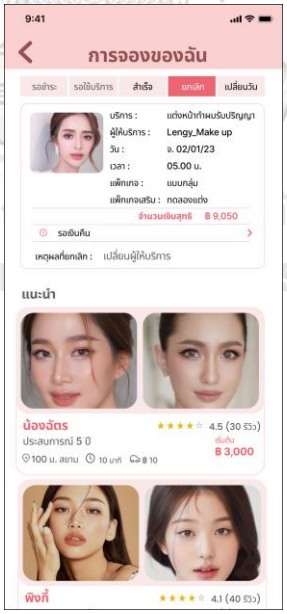


รูปที่ 4-214: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าแสดงรายการยืนยันการยกเลิก

23) หน้าแสดงการยืนยันการยกเลิก

รูปที่ 4-215: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าแสดงการยืนยันการยกเลิก

24) หน้าแสดงข้อมูลข้อมูลการจองของฉัน ส่วนสถานะยกเลิก และแสดงรายการแนะนำ

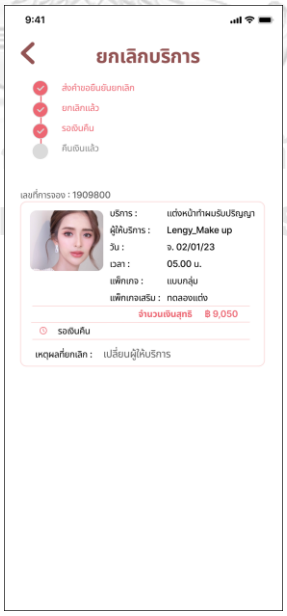


รูปที่ 4-216: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าแสดงข้อมูลข้อมูลการจองของฉัน ส่วนสถานะยกเลิก และแสดงรายการแนะนำ

25) หน้าแสดงรายละเอียดสถานะยกเลิกการจอง กรณีไม่มีการคืนเงิน

รูปที่ 4-217: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าแสดงรายละเอียดสถานะยกเลิกการจอง กรณีไม่มีการคืนเงิน

26) หน้าแสดงรายละเอียดสถานะยกเลิกการจอง กรณีมีการคืนเงิน

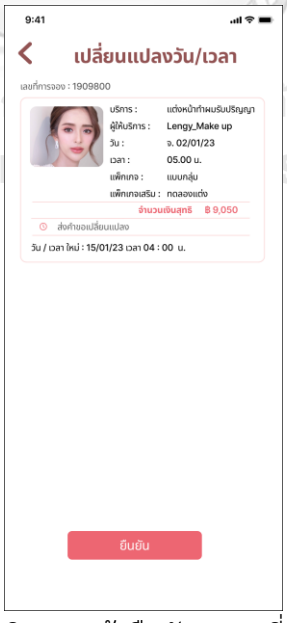


รูปที่ 4-218: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าแสดงรายละเอียดสถานะยกเลิกการจอง กรณีมีการคืนเงิน

27) หน้าเลือกวันและเวลาที่ต้องการใหม่ กรณีเปลี่ยนแปลงวันและเวลาการใช้บริการ

รูปที่ 4-219: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าเลือกวันและเวลาที่ต้องการใหม่ กรณีเปลี่ยนแปลงวันและเวลาการใช้บริการ

28) หน้ายืนยันการเปลี่ยนแปลงวันและเวลาการใช้บริการ

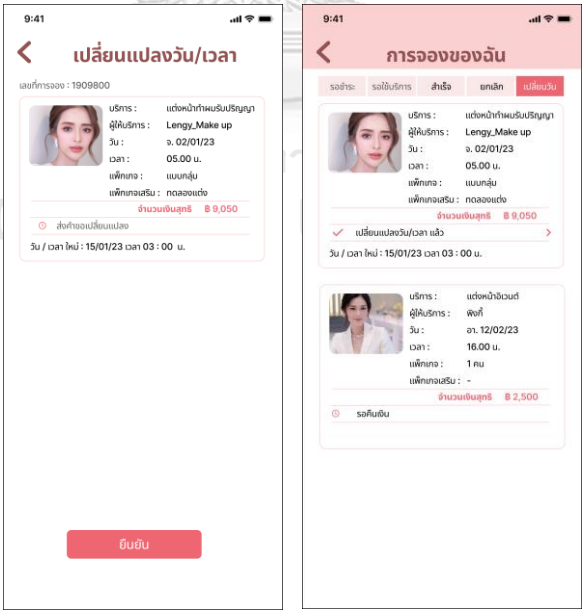


รูปที่ 4-220: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้ายืนยันการเปลี่ยนแปลงวันและเวลาการใช้บริการ

29) หน้าแสดงการยืนยันเปลี่ยนแปลงวันและเวลาการใช้บริการ

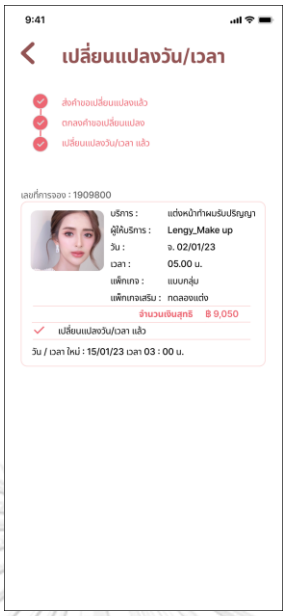
รูปที่ 4-221: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าแสดงการยืนยันเปลี่ยนแปลงวันและเวลาการใช้บริการ

30) หน้าแสดงข้อมูลการจองของฉัน ส่วนสถานะเปลี่ยนแปลงวัน



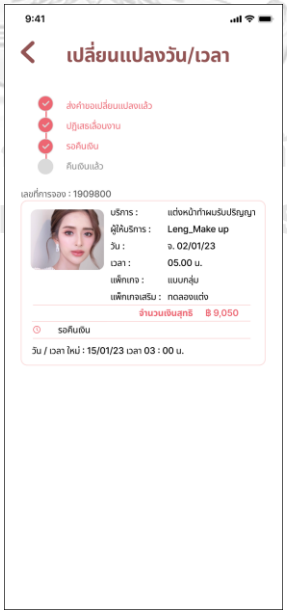
รูปที่ 4-222: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าแสดงข้อมูลการจองของฉัน ส่วนสถานะเปลี่ยนแปลงวัน

31) หน้าแสดงรายละเอียดสถานะเปลี่ยนแปลงวันและเวลา กรณีผู้ให้บริการตกลง



รูปที่ 4-223: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าแสดงรายละเอียดสถานะเปลี่ยนแปลงวันและเวลา กรณีผู้ให้บริการตกลง

32) หน้าแสดงรายละเอียดสถานะเปลี่ยนแปลงวันและเวลา กรณีผู้ให้บริการปฏิเสธ



รูปที่ 4-224: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าแสดงรายละเอียดสถานะเปลี่ยนแปลงวันและเวลา กรณีผู้ให้บริการปฏิเสธ

(4) ระบบรีวิวบริการ

1) หน้ากรอกข้อมูลรีวิวบริการ

รูปที่ 4-225: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้ากรอกข้อมูลรีวิวบริการ

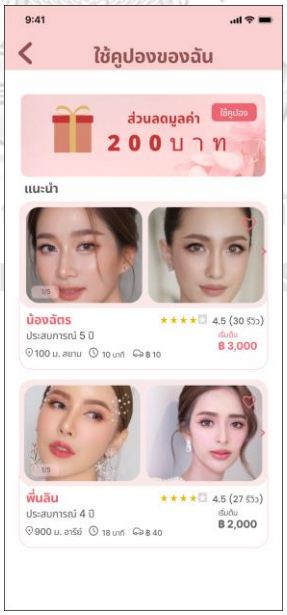
2) หน้าแสดงได้รับคูปองส่วนลด

รูปที่ 4-226: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าแสดงได้รับคูปองส่วนลด

3) หน้าแสดงคูปองของฉัน

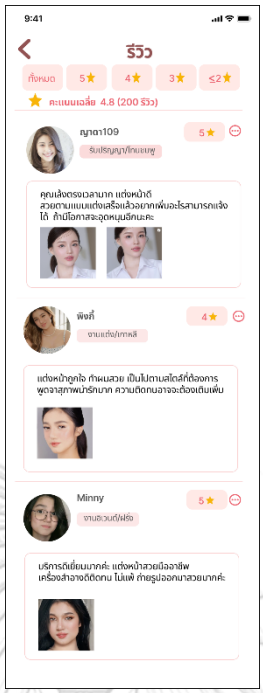
รูปที่ 4-227: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าแสดงคูปองของฉัน

4) หน้าใช้คูปองและแสดงรายการแนะนำสำหรับการใช้คูปอง



รูปที่ 4-228: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าใช้คูปองและแสดงรายการแนะนำสำหรับการใช้คูปอง

5) หน้าแสดงข้อมูลรีวิวผู้ให้บริการจากผู้ใช้บริการทั้งหมด



รูปที่ 4-229: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าแสดงข้อมูลรีวิวผู้ให้บริการจากผู้ใช้บริการทั้งหมด

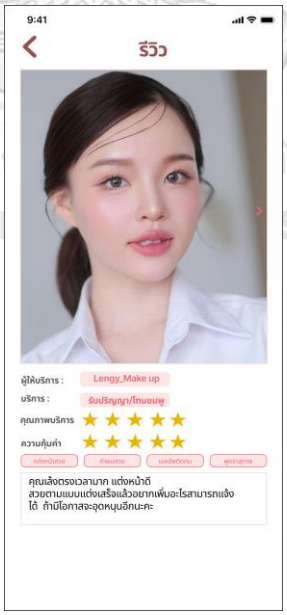
6) หน้ารีวิวของฉัน แสดงรายการรอรีวิว

รูปที่ 4-230: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้ารีวิวของฉัน แสดงรายการรอรีวิว

7) หน้ารีวิวของฉัน แสดงรายการประวัติรีวิว

รูปที่ 4-231: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้ารีวิวของฉัน แสดงรายการประวัติรีวิว

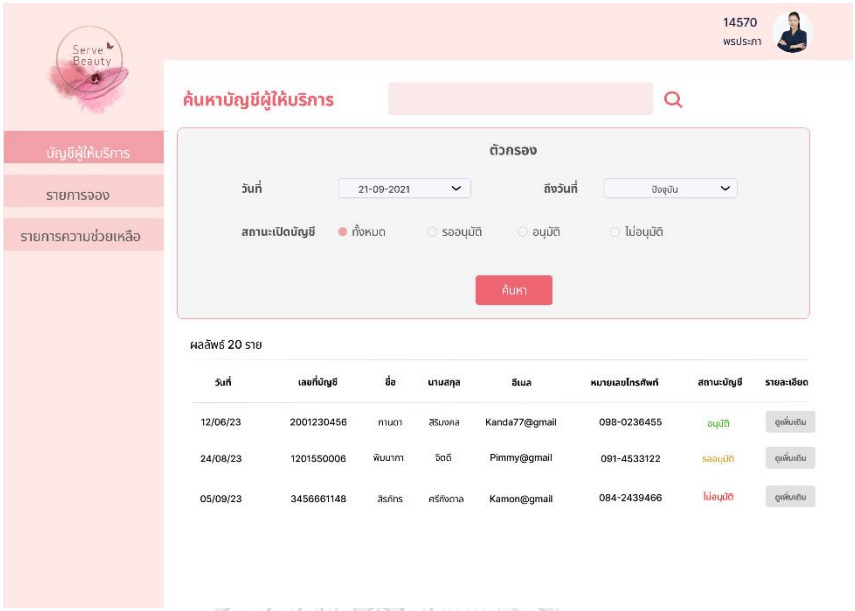
8) หน้าแสดงรายการรายละเอียดของประวัติรีวิว



รูปที่ 4-232: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าแสดงรายการรายละเอียดของประวัติรีวิว

(6) ระบบจัดการข้อมูลผู้ดูแลระบบ

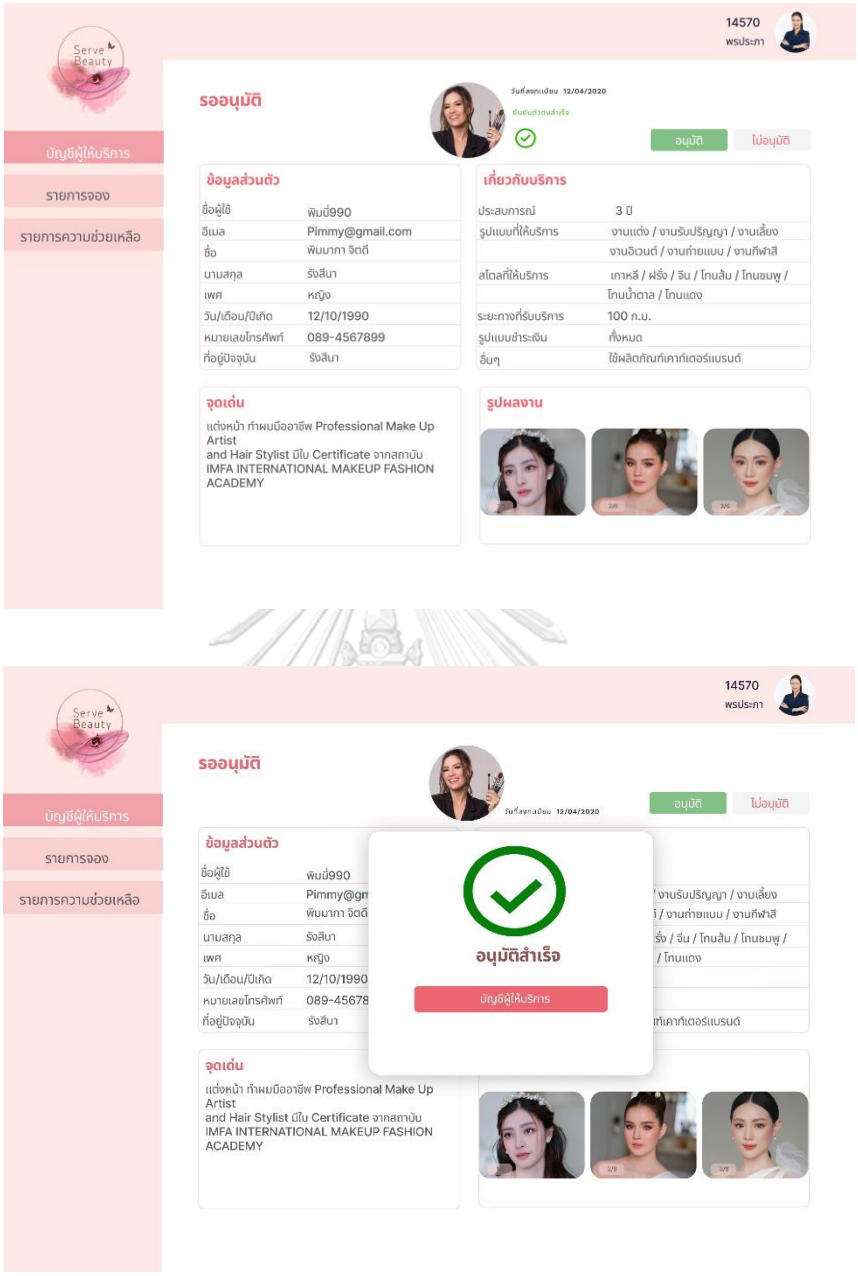
1) หน้าค้นหาและแสดงข้อมูลบัญชีผู้ให้บริการสำหรับผู้ดูแลระบบ



รูปที่ 4-233: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าค้นหาและแสดงข้อมูลบัญชีผู้ให้บริการสำหรับผู้ดูแลระบบ

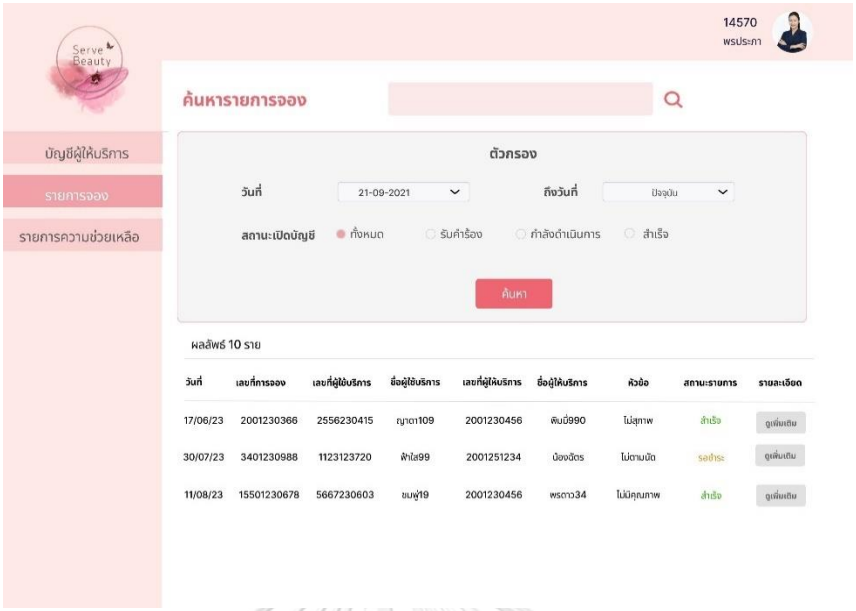
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

2) หน้าข้อมูลรายละเอียดบัญชีผู้ให้บริการสำหรับผู้ดูแลระบบ



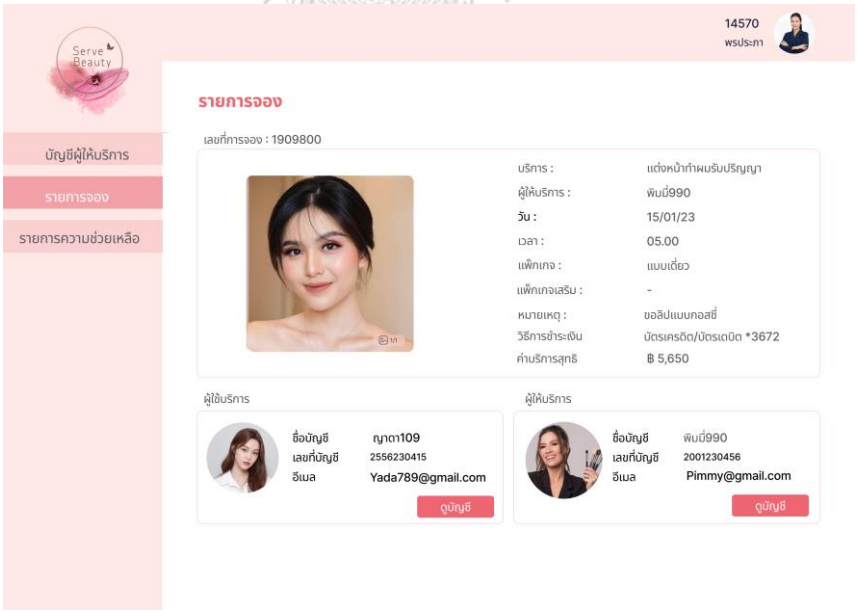
รูปที่ 4-234: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าข้อมูลรายละเอียดบัญชีผู้ให้บริการสำหรับผู้ดูแลระบบ

3) หน้าค้นหาและแสดงข้อมูลรายการจองสำหรับผู้ดูแลระบบ



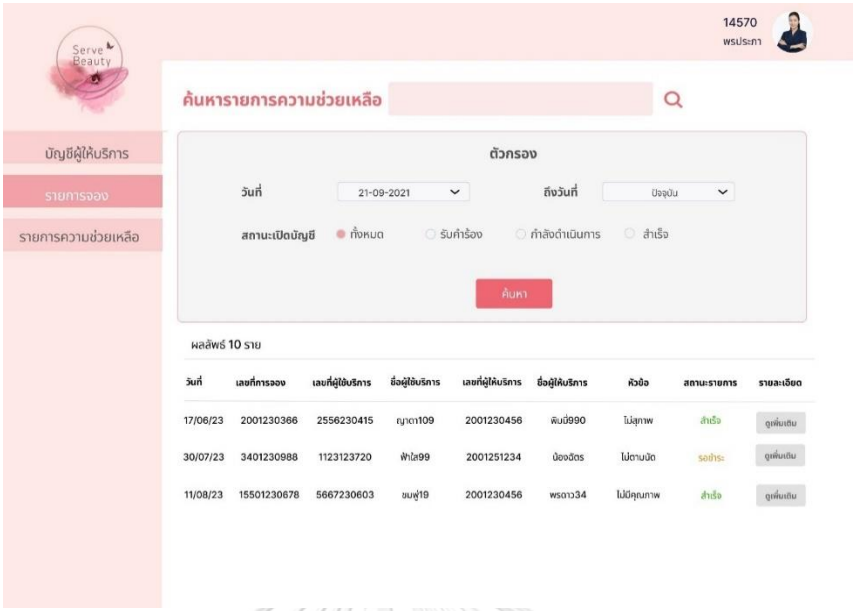
รูปที่ 4-235: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าค้นหาและแสดงข้อมูลรายการจองสำหรับผู้ดูแลระบบ

4) หน้ารายละเอียดรายการจองบริการสำหรับผู้ดูแลระบบ



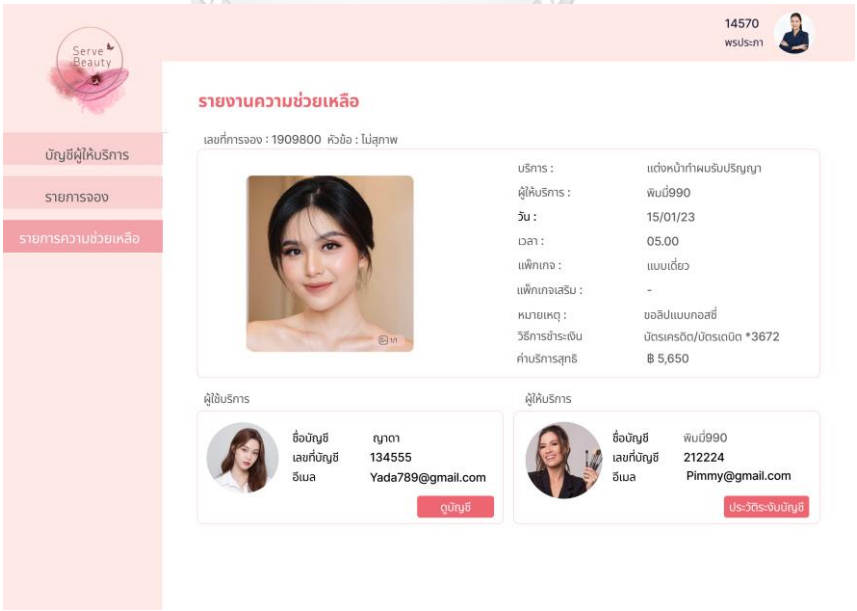
รูปที่ 4-236: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้ารายละเอียดรายการจองบริการสำหรับผู้ดูแลระบบ

5) หน้าค้นหาและแสดงข้อมูลรายการความช่วยเหลือสำหรับผู้ดูแลระบบ



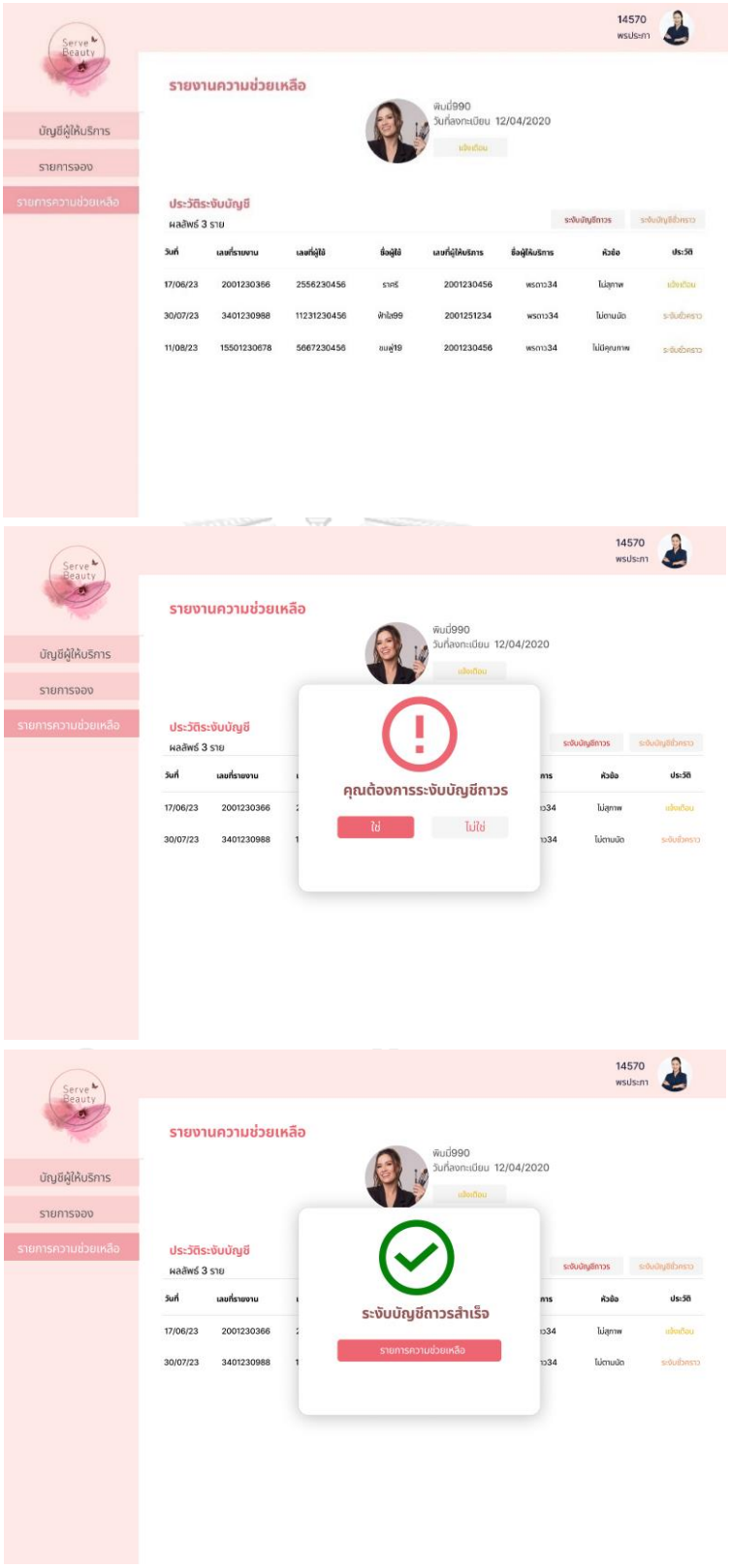
รูปที่ 4-237: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าค้นหาและแสดงข้อมูลรายการความช่วยเหลือสำหรับผู้ดูแลระบบ

6) หน้าข้อมูลรายละเอียดรายการความช่วยเหลือสำหรับผู้ดูแลระบบ



รูปที่ 4-238: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าข้อมูลรายละเอียดรายการความช่วยเหลือสำหรับผู้ดูแลระบบ

7) หน้าประวัติระงับบัญชีผู้ให้บริการสำหรับผู้ดูแลระบบ



รูปที่ 4-239: ต้นแบบแบบเสมือนจริงของหน้าติดต่อและระงับบัญชีผู้ให้บริการสำหรับผู้ดูแลระบบ

4.4.2 การทดสอบระบบต้นแบบแบบเสมือนจริง (High-Fidelity Prototype Testing)

การทดสอบต้นแบบแบบเสมือนจริงเป็นขั้นตอนการทดสอบส่วนที่สอง การนำเสนอต้นแบบแบบเสมือนจริงด้วย โปรแกรม Figma ให้กลุ่มเป้าหมายได้ทดลองใช้งานจริงได้รับฟังความคิดเห็นของผู้ใช้งาน เพื่อนำข้อมูลไปเป็นแนวทางในปรับปรุงการพัฒนาแอปพลิเคชันสำหรับธุรกิจเสริมสวยดิลิเวอรีต่อไป

ขั้นตอนการทดสอบต้นแบบแบบเสมือนจริง

1) นัดหมายกลุ่มเป้าหมายตามขอบเขตของโครงการมาทดสอบต้นแบบแบบเสมือนจริง จำนวนทั้งสิ้น
   8 คน ดังนี้
   - ลูกค้า จำนวน 5 คน
   - ผู้ให้บริการ จำนวน 2 คน
   - ผู้ดูแลระบบ จำนวน 1 คน
2) ดำเนินการทดสอบระบบต้นแบบแบบเสมือนจริงโดยแยกตามแต่ละกลุ่มเป้าหมาย นำเสนอต้นแบบแบบเสมือนจริงด้วยโปรแกรม Figma ให้กลุ่มเป้าหมายได้ทดลองใช้งานไปพร้อมกับการอธิบายต้นแแบบเสมือนจริง เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายเข้าใจมากยิ่งขึ้น
3) รับฟังความคิดเห็นข้อเสนอแนะรวมถึงคำติชมจากกลุ่มเป้าหมายนำมาวิเคราะห์และสรุปผลการ
   ทดสอบ
4) ค้นหาแนวทางในการแก้ไขที่สามารถแก้ปัญหาและตอบโจทย์การใช้งานของกลุ่มเป้าหมายให้ได้มาก
   ที่สุด เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาแอปพลิเคชันสำหรับธุรกิจเสริมสวยดิลิเวอรีต่อไป

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ผลการทดสอบระบบด้วยต้นแบบแบบเสมือนจริง

แสดงดังตารางที่ 4-14 ถึงตารางที่ 4-19

1) ระบบจัดการข้อมูลผู้ให้บริการ

ตารางที่ 4-14: ผลทดสอบต้นแบบแบบเสมือนจริงของระบบจัดการข้อมูลผู้ให้บริการ

ผู้ให้บริการ
- ภาพรวมของแอปพลิเคชันสีสวย น่าใช้งาน - อยากให้มีการแจ้งว่าลงทะเบียนสำเร็จ - แอปพลิเคชันใช้งานง่าย มีขั้นตอนการใช้งานไม่ซับซ้อน - หน้ารายการจอง บอกรายละเอียดสถานะต่าง ๆ ได้ละเอียดดีมาก - อยากให้มีเมนูติดต่อผู้ดูแลระบบด้วย เพื่อสอบถามกรณีสงสัยการใช้บริการและรับเรื่องแจ้งเตือนต่าง ๆ

2) ระบบจัดการข้อมูลลูกค้า

ตารางที่ 4-15: ผลทดสอบต้นแบบแบบเสมือนจริงของระบบจัดการข้อมูลลูกค้า

ลูกค้า	ผู้ให้บริการ
- ชอบที่ขั้นตอนในการใช้งานมีความชัดเจน ทำให้ใช้งานสะดวก - แอปพลิเคชันสีสันสวย สบายตา ตัวอักษรที่ใช้อ่านง่าย ไม่ใหญ่หรือเล็กจนเกินไป	- ชอบที่มีความเรียบง่ายดีและดูน่าเชื่อถือ - แสดงแค่ข้อมูลเท่าที่จำเป็น ใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อน

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

3) ระบบค้นหาบริการ

ตารางที่ 4-16: ผลทดสอบต้นแบบแบบเสมือนจริงของระบบค้นหาบริการ

ลูกค้า	ผู้ให้บริการ
- ชอบที่มีการค้นหาได้หลายรูปแบบ - ค้นหาผู้ให้บริการใช้งานได้ไม่ยาก สามารถเลือกตามเงื่อนไขได้ตามที่ต้องการ - ชอบเมนู ชัดเจนดี เข้าใจง่าย - อยากให้เพิ่มประวัติการค้นหา ไว้กลับมา	- ชอบรูปแบบแอปที่ทำให้โพรไฟล์ของการให้บริการดูน่าสนใจมากขึ้น

ลูกค้า	ผู้ให้บริการ
หาอีกรอบ - ในตัวกรองค้นหาอยากให้เพิ่มเงื่อนไขมีแพ็กเกจเสริมทดลองแต่ง เผื่ออยากได้แค่บริการที่มีทดลองแต่ง	

4) ระบบจองบริการ

ตารางที่ 4-17: ผลทดสอบต้นแบบแบบเสมือนจริงของระบบจองบริการ

ลูกค้า	ผู้ให้บริการ
- หน้ารายละเอียดหน้าโพร์ไฟล์ผู้ให้บริการมีการแสดงรายละเอียดได้ดูง่าย สบายตา - ชอบที่แสดงสถานะรายการจองต่าง ๆ ให้เห็นและตรวจได้ด้วยว่าอยู่ขั้นตอนไหนแล้ว ขั้นตอนการจองง่ายไม่ซับซ้อน	- การแสดงรายละเอียดโพรไฟล์ดูดีน่าเชื่อถือ - การแสดงโพรไฟล์ผลงานมีการระบุหมวดหมู่ผลงานทำให้ลูกค้าเข้าใจรูปแบบตรงกัน

5) ระบบรีวิวบริการ

ตารางที่ 4-18: ผลทดสอบต้นแบบแบบเสมือนจริงของระบบรีวิวบริการ

ลูกค้า	ผู้ให้บริการ
- ชอบที่มีรีวิวผู้เคยใช้บริการ รีวิวละเอียดมีรูปประกอบ กดดูชัด ๆ ได้	- ชอบที่มีการดึงดูดใจผู้ใช้บริการให้รีวิวทำโพรไฟล์ดูน่าสนใจน่าเชื่อเพิ่มขึ้น

6) ระบบจัดการข้อมูลผู้ดูแลระบบ

ตารางที่ 4-19: ผลทดสอบต้นแบบแบบเสมือนจริงของจัดการข้อมูลผู้ดูแลระบบ

ผู้ดูแลระบบ
- พอใจโอเคเลยที่ทำให้รวบรวมรายชื่อไว้ที่เดียว หาง่ายขึ้น สะดวกรวดเร็วขึ้น - ชอบที่ทำให้การทำงานสนับสนุนการบริการทำได้รวดเร็วครบถ้วน

จากผลการทดสอบต้นแบบแบบเสมือนจริงได้มีการนำมาปรับปรุงเป็นต้นแบบเสมือนจริงสุดท้าย (Final Prototype) ดังตารางที่ 4-20

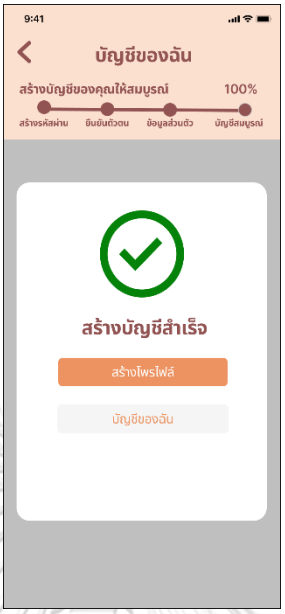
ตารางที่ 4-20: การแก้ไขปรับปรุงต้นแบบเสมือนจริงสุดท้าย (Final Prototype)

ลำดับ	คำวิจารณ์/คำแนะนำ	การแก้ไขปรับปรุง
1	ระบบจัดการข้อมูลผู้ให้บริการ - อยากให้มี pop-up แสดงว่าลงทะเบียนสำเร็จ	- สร้างหน้าแสดงผลการลงทะเบียนสำเร็จ ดังรูปที่ 4-240
2	ระบบจัดการข้อมูลผู้ให้บริการ - อยากให้มีเมนูติดต่อผู้ดูแลระบบด้วย เพื่อสอบถามกรณีสงสัยการใช้บริการและรับเรื่องแจ้งเตือน ต่าง ๆ	- ระบบพูดคุยสอบถามผู้ดูแลระบบ เพื่อสอบถามเพิ่มเติม เนื่องจากอยู่นอกเหนือขอบเขตของโครงการจึงไม่ได้ทำการปรับปรุง รวบรวมไว้เสนอแนะในการพัฒนาระบบในอนาคต
3	ระบบค้นหาบริการ - อยากให้เพิ่มประวัติการค้นหา ไว้กลับมาหาอีกรอบ	- สร้างหน้าค้นหาและแสดงประวัติค้นหา ดังรูปที่ 4-242
4	ระบบค้นหาบริการ - ในตัวกรองค้นหาอยากให้เพิ่มเงื่อนไขการมีแพ็กเกจเสริมทดลองแต่ง เผื่ออยากได้แค่บริการที่มีทดลองแต่ง	- เพิ่มเงื่อนไขการมีแพ็กเกจเสริมทดลองแต่ง ในตัวกรองการค้นหา ดังรูปที่ 4-241
5	ระบบจองบริการ - ตรงสถานะรอชำระอยากให้มีบอกด้วยว่าจะตัดเงินบัตรเครดิตวันไหน	- เพิ่มวันที่เก็บเงินเรียกเก็บเงินในรายการจอง สถานะรอชำระ ดังรูปที่ 4-243

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

รูปภาพการแก้ไขปรับปรุงต้นแบบเสมือนจริงสุดท้าย (Final Prototype)

- สร้างหน้าแสดงผลการลงทะเบียนสำเร็จ

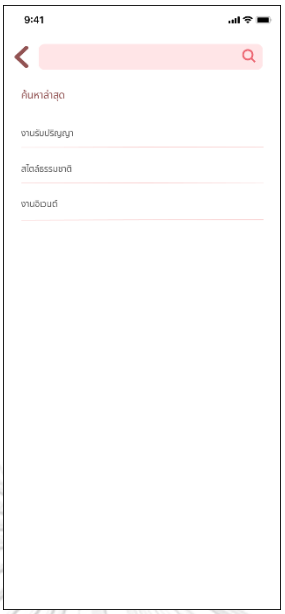


รูปที่ 4-240: ต้นแบบแบบเสมือนจริงสุดท้ายของหน้าแสดงผลการลงทะเบียนสำเร็จ

- เพิ่มเงื่อนไขการมีแพ็กเกจเสริมทดลองแต่ง ในตัวกรองการค้นหา

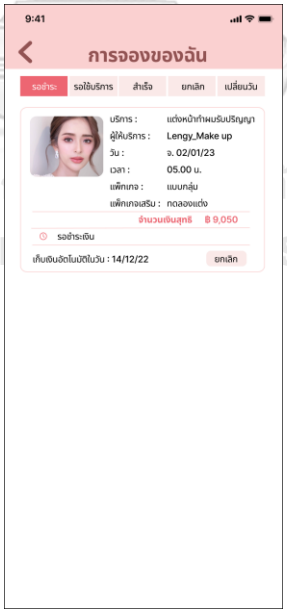
รูปที่ 4-241: ต้นแบบแบบเสมือนจริงสุดท้ายของหน้าตัวกรองการค้นหา

- สร้างหน้าค้นหาและแสดงประวัติค้นหา



รูปที่ 4-242: ต้นแบบแบบเสมือนจริงสุดท้ายของหน้าค้นหาและแสดงประวัติค้นหา

- เพิ่มวันที่เก็บเงินเรียกเก็บเงินในรายการจอง สถานะรอชำระ



รูปที่ 4-243: ต้นแบบแบบเสมือนจริสุดท้ายงของหน้าแสดงข้อมูลการจองของฉัน ส่วนสถานะรอชำระเงิน

บทที่ 5
บทสรุป ปัญหาและข้อเสนอแนะ

ในบทนี้เป็นการกล่าวถึงบทสรุป ปัญหา แนวทางการแก้ไขปัญหา และข้อเสนอแนะ จากการทำโครงการ “การใช้การคิดเชิงออกแบบเพื่อพัฒนาโมบายแอปพลิเคชันของธุรกิจเสริมสวยดิลิเวอรี” เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาระบบโดยใช้แนวคิดเชิงออกแบบหรือโครงการอื่นๆที่เกี่ยวข้องได้

5.1 บทสรุป

ในการจัดทำโครงการพิเศษ “การใช้การคิดเชิงออกแบบเพื่อพัฒนาโมไบล์แอปพลิเคชันของธุรกิจเสริมสวนดิลิเวอรี” ผู้จัดทำโครงการได้นำหลักการใช้ความคิดเชิงออกแบบมาประยุกต์ใช้เพื่อตอบสนองวัตถุประสงค์ของโครงการ ดังนี้

1) เพื่อประยุกต์หลักการคิดเชิงออกแบบ (DesignThinking) และระบบแนะนำ (Recommendation System) ในการออกแบบโมไบล์แอปพลิเคชันของธุรกิจเสริมสวยดิลิเวอรี
2) เพื่อนำหลักการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) มาประยุกต์ใช้ในการออกแบบส่วนของผู้ใช้งาน (User Interface) และการออกแบบประสบการณ์ของผู้ใช้งาน (User Experience) เพื่อให้เข้าใจพฤติกรรมการเลือกใช้บริการและการตัดสินใจใช้บริการ
3) เพื่อให้ได้ระบบต้นแบบ (Prototype) โมไบล์แอปพลิเคชันของระบบจัดการข้อมูลของระบบจัดการข้อมูลผู้ให้บริการ (Servicer Data Management System) ที่ช่วยบริหารจัดการข้อมูลบริการต่าง ๆ และจัดเก็บข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพ
4) เพื่อให้ได้ระบบต้นแบบ (Prototype) โมไบล์แอปพลิเคชันของระบบจัดการข้อมูลลูกค้า (Customer Data Management System) ที่ช่วยเพิ่มความสะดวกสบายและสร้างประสบการณ์ที่ดีแก่ลูกค้า
5) เพื่อให้ได้ระบบต้นแบบ (Prototype) โมไบล์แอปพลิเคชันของระบบค้นหาบริการ (Service Searching System) ที่ค้นหาบริการได้รวดเร็วตรงตามความต้องการสร้างประสบการณ์ที่ดีแก่ลูกค้า
6) เพื่อให้ได้ระบบต้นแบบ (Prototype) โมไบล์แอปพลิเคชันของระบบจองบริการ (Service Reservation System) ที่ช่วยบริหารจัดการกระบวนการจองให้มีประสิทธิภาพ

7) เพื่อให้ได้ระบบต้นแบบ (Prototype) โมไบล์แอปพลิเคชันของระบบรีวิวบริการ (Service Reviewing System) ที่ได้ข้อมูลที่ช่วยเพิ่มความรวดเร็วในการตัดสินใจใช้บริการ
8) เพื่อให้ได้ระบบต้นแบบ (Prototype) โมไบล์แอปพลิเคชันของระบบจัดการข้อมูลผู้ดูแลระบบ (Administration Data Management System) ที่ช่วยวิเคราะห์ข้อมูล เพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานและลดข้อผิดพลาดในการทำงานให้กับผู้ดูแลระบบ ประหยัดเวลาและช่วยในการตัดสินใจสำหรับการจัดการ

การจัดทำโครงการนี้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ โดยได้นำหลักการการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) มาประยุกต์ใช้ในการออกแบบและพัฒนาระบบต้นแบบ (Prototype) โมไบล์แอปพลิเคชันของธุรกิจเสริมสวยตั้งแต่ขั้นตอนการสัมภาษณ์เพื่อทำความเข้าใจกลุ่มเป้าหมายอย่างลึกซึ้ง (Empathize) นำข้อมูลจากการสัมภาษณ์มากำหนดกรอบปัญหา (Define) แล้วจึงระดมความคิดหาแนวทางการแก้ไขปัญหา (Ideate) เพื่อออกแบบและพัฒนาระบบต้นแบบทั้งแบบหยาบและแบบเสมือนจริง (Low-Fidelity and High-Fidelity Prototype) และนำต้นแบบไปให้กลุ่มเป้าหมายทดลองใช้งาน (Test) เพื่อรับฟังความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ คำติชม และนำกลับมาพัฒนาระบบให้มีความสมบูรณ์มากขึ้น สามารถช่วยแก้ไขปัญหา และตอบสนองความต้องการกลุ่มเป้าหมายได้มากที่สุด

นอกจากนี้ผู้จัดทำโครงการได้นำระบบแนะนำ (Recommendation System) มาประยุกต์ใช้กับระบบค้นหาบริการ ในการแนะนำบริการที่ลูกค้ามีความสนใจจากการค้นหา เพื่อให้ลูกค้าเห็นบริการที่ตนอาจจะมีความชื่นชอบได้ง่ายขึ้น สร้างความดึงดูดใจ สร้างความประทับใจระบบมากขึ้น

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

จากการนำหลักการการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) และระบบแนะนำ (Recommendation System) มาใช้ในโครงการนี้ ส่งผลให้เกิดการพัฒนาโมไบล์แอปพลิเคชันของธุรกิจดิลิเวอรี ซึ่งประกอบไปด้วย 6 ระบบย่อย ดังนี้

(1) ระบบจัดการข้อมูลผู้ให้บริการ (Servicer Data Management System)
ระบบนี้เป็นระบบที่ให้ผู้ให้บริการแต่งหน้าทำผม สร้างบัญชีผู้ให้บริการและแก้ไขรายละเอียดข้อมูลของผู้ให้บริการได้ เช่น ชื่อผู้ให้บริการ วันเดือนปีเกิด หมายเลขโทรศัพท์อีเมล ที่อยู่ เลขที่บัตรประชาชน ระยะทางที่ให้บริการได้ รูปภาพและวิดีโอผลงาน ช่วงเวลาที่ให้บริการ ราคา แพ็กเกจ รูปแบบงาน (Theme) ลักษณะ (Style) ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการแต่งหน้า ระยะเวลาในการให้บริการ เป็นต้น โดยข้อมูลเหล่านี้จะแสดงในรายละเอียดของผู้ให้บริการแต่งหน้าทำผม เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจของลูกค้า

(2) ระบบจัดการข้อมูลลูกค้า (Customer Data Management System)
ระบบนี้เป็นระบบที่ให้ลูกค้าลงทะเบียนเข้าใช้งาน สร้างบัญชีและแก้ไขรายละข้อมูลส่วนตัว เช่น ชื่อ นามสกุล วันเดือนปีเกิด ที่อยู่ หมายเลขโทรศัพท์ อีเมล เลขบัตรประชาชน และข้อมูลเพิ่มเติมสำหรับการบริการแต่งหน้าทำผม เช่น ผลิตภัณฑ์ที่แพ้ สภาพผิว เป็นต้น ซึ่งข้อมูลในระบบสมาชิกจะถูกนำไปใช้ เมื่อจองบริการผ่านแอปพลิเคชัน เพื่อเพิ่มความสะดวกรวดเร็วในการใช้งาน ลดขั้นตอนการกรอกข้อมูล

(3) ระบบค้นหาผู้ให้บริการ (Servicer Searching System)
ระบบนี้เป็นระบบที่มีทางเลือกให้ลูกค้าสามารถค้นหาได้หลายรูปแบบ ทั้งจากการเลือกเงื่อนไขที่ต้องการ เช่น รูปแบบงาน (Theme) ลักษณะ (Style) ระบุวันและเวลาที่ต้องการเข้ารับบริการ จำนวนผู้ใช้บริการ คะแนนรีวิวสูง ช่วงเวลา ราคา ระยะทาง เป็นต้น หรือเลือกฟิลเตอร์ (Filter) ที่ได้ทดลองเทียบกับรูปหน้าของลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าได้เห็นภาพที่ออกมาได้ชัดเจน และระบบจะแนะนำผู้ให้บริการที่มีประสบการณ์ คะแนนรีวิวสูงในการแต่งสไตล์ที่ลูกค้าต้องการ

(4) ระบบจองบริการ (Service Reservation System)
ระบบนี้เป็นระบบที่ให้ลูกค้าสามารถจองคิวเข้ารับบริการได้โดยระบบจะแสดงเฉพาะวันและเวลาที่ยังว่างเท่านั้น โดยระบบครอบคลุมการจอง การใส่รายละเอียดที่ต้องการพร้อมทั้งตัวอย่างอ้างอิงให้แก่ผู้ให้บริการ การเปลี่ยนแปลงข้อมูลการจอง การแจ้งเตือนการจอง และยกเลิกการจอง อีกทั้งสามารถเลือกการจองในรูปแบบที่ครอบคลุมทั้งทดลองแต่งก่อนวันจริง (Pre-Makeover) และจองแต่งจริงในแพ็กเกจที่เลือกได้ สามารถนัดวันกับผู้ให้บริการแต่งหน้าให้มาลองแต่งก่อนวันงานจริงทำให้ลูกค้าได้เห็นผลงานจริงก่อนเพื่อให้ผู้ให้บริการเข้าใจและทำผลงานออกมาได้ตรงความต้องการและถ้าหากผู้ให้บริการสร้างผลงานออกมาไม่ตรงตามความต้องการก็สามารถยกเลิกการจองและเปลี่ยนแปลงไปใช้บริการกับผู้ให้บริการรายอื่นได้

(5) ระบบรีวิวบริการ (Service Reviewing System)
ระบบนี้เป็นระบบที่ลูกค้าสามารถเขียนรีวิว และให้คะแนนบริการภาพรวมของผู้ให้บริการได้ ระบบจะแสดงคะแนนรีวิว คะแนนเฉลี่ยและข้อความรีวิวในระบบ และให้คูปองส่วนลดตอบแทนการรีวิว เพื่อนำไปใช้เป็นส่วนลดบริการครั้งต่อไป

(6) ระบบจัดการข้อมูลผู้ดูแลระบบ (Administration Data Management System)
ระบบนี้เป็นระบบที่ให้ผู้ดูแลระบบสามารถจัดการข้อมูลลูกค้าและผู้ให้บริการแต่งหน้าทำผมให้มีประสิทธิภาพ พิจารณาอนุมัติการสมัครเข้าใช้งาน รวมทั้งสามารถรับรายงานขอ

ความช่วยเหลือ รายงานบริการที่ไม่พึงพอใจ เพื่อพิจารณาระงับสิทธิ์ในการให้บริการของผู้ให้บริการแต่งหน้าทำผมได้

5.2 ปัญหาและแนวทางการแก้ไข

การพัฒนาโครงการ “การใช้การคิดเชิงออกแบบเพื่อพัฒนาโมบายแอปพลิเคชันของธุรกิจเสริมสวยดิลิเวอรี” พบปัญหาระหว่างการทำแต่ละขั้นตอนของกระบวนการคิดเชิงออกแบบ 5 ขั้นตอน และมีแนวทางการแก้ไขปัญหา ดังตารางที่ 5-1

ตารางที่ 5-1: ตารางแสดงปัญหาและแนวทางแก้ไขในแต่ละขั้นตอนของกระบวนการคิดเชิงออกแบบ

ขั้นตอน	ปัญหา	แนวทางการแก้ไข
การเข้าใจกลุ่มเป้าหมาย (Empathize)	- กลุ่มเป้าหมายไม่ทราบถึงปัญหาที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน ทำให้ไม่ได้ข้อมูลปัญหาเชิงลึกของการดำเนินงาน	- เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายไม่ทราบถึงปัญหาที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน จึงต้องตั้งคำถามกว้าง ๆ ถามคำถามเกี่ยวกับขั้นตอนการดำเนินงานให้ลึกขึ้น จนให้กลุ่มเป้าหมายได้พบปัญหาเชิงลึกได้ขณะที่ฟังพยายามคิด ตามไปตามเหตุการณ์ที่ผู้ถูกสัมภาษณ์เล่าแล้วจับประเด็น โดยไม่ถามแทรก จดบันทึกจุดที่สงสัยแล้วถามเพิ่มเติมอีกครั้ง
	- กลุ่มเป้าหมายอยู่ต่างจังหวัดทำให้ไม่สะดวกในการเดินทางไปสัมภาษณ์ที่ต่างจังหวัดได้	- ติดต่อขอสัมภาษณ์ทางออนไลน์ผ่าน Zoom Meeting
การตั้งกรอบปัญหา (Define)	- การไม่เข้าใจวิธีการตั้งกรอบปัญหาที่ถูกต้อง ทำให้เกิดความสับสน เป็นอุปสรรคอย่างมาก เนื่องจากกรอบปัญหาจะเป็นแนวทางในการ ออกแบบระบบทั้งหมด	- ศึกษาการตั้งกรอบปัญหาที่ถูกต้องทั้ง หลักการการตั้งกรอบปัญหา และจากตัวอย่าง การตั้งกรอบปัญหาที่ดี โดยอาจจะสืบค้นจาก อินเทอร์เน็ต หรือโครงการต่าง ๆ ที่ผ่านมา
การระดมความคิดเห็น	- กลุ่มเป้าหมายมีความต้องการ	- เปิดรับทุกความคิดเห็น จากนั้น

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ขั้นตอน	ปัญหา	แนวทางการแก้ไข
(Ideate)	ระบบที่แตกต่างหลากหลายกัน ความต้องการจากกลุ่มเป้าหมาย บางข้อ เป็นสิ่งที่กลุ่มเป้าหมาย อีกกลุ่มไม่ต้องการ ทำให้เกิด ความสับสนยากต่อการสร้าง ความคิด	คัดเลือกไอเดียที่ดี มีความเป็นไป ได้ในการพัฒนาต่อและคาดว่าจะ ตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมายมากที่สุด
การสร้างต้นแบบ (Prototype)	- ในขั้นตอนการสร้างต้นแบบใน โปรแกรม Figma ต้องมีการ แก้ไขรายละเอียดบางจุดของ ต้นแบบ Prototype ซึ่งเป็นจุดที่ ใช้ในหลายหน้า ทำให้ต้องตาม ไปแก้ไขจุดนั้นๆ ในทุกๆ หน้า ยกตัวอย่างเช่น แถบเมนูด้านล่าง ของทุกๆหน้า เป็นต้น ทำให้ เสียเวลาในการสร้างต้นแบบ	- สำหรับการแก้ไขจุดเดียวกันใน หลายๆหน้าต้องทำการปรับให้ เป็น Component เพื่อให้หากมี การแก้ไขที่จุดหลัก จะทำให้จุด อื่นๆถูกแก้ไขตามไปด้วยโดย อัตโนมัติ
การทดสอบต้นแบบ (Test)	- ผู้ใช้งานไม่ค่อยแสดงความ คิดเห็น และไม่ค่อยพบปัญหา จากการใช้งานระบบต้นแบบ อาจเป็นเพราะความเกรงใจไม่ กล้าวิจารณ์ ทำให้ได้ความคิด เห็นจากการทดสอบน้อย - ทดสอบต้นแบบเสมือนจริง แล้วมีการเชื่อมโยงไปไม่ถูกหน้า หรือกดแล้วไม่ไปยังหน้าที่ไม่ ถูกต้อง	- พูดคุยพยายามทำให้ผู้ใช้งาน รู้สึกสบายใจในการบอกความ คิดเห็น ทำให้ได้คำแนะนำที่ สามารถนำมาปรับปรุงพัฒนา ระบบต่อไปได้ - ทดสอบการทำงานของ ต้นแบบ ก่อนนำไปทดสอบจริง ให้มีความ ราบรื่น เพื่อให้ ผู้ใช้งานสามารถ สัมผัส ประสบการณ์การใช้ระบบ มากที่สุด

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

5.3 ข้อเสนอแนะ

ในการจัดทำโครงการพิเศษ “การใช้การคิดเชิงออกแบบเพื่อพัฒนาโมบายแอปพลิเคชันของธุรกิจเสริมสวยดิลิเวอรี” มีข้อเสนอแนะสำหรับผู้ที่ต้องการพัฒนาโครงการนี้ในการพัฒนาส่วนที่ไม่ได้ปรับปรุง ได้แก่ ระบบพูดคุยสอบถามผู้ดูแลระบบ เพื่อสอบถามขอความช่วยเพิ่มเติม รวมถึงระบบสะสมคะแนน เพื่อเป็นการส่งเสริมการขาย (Promotion) การสร้างความภักดีต่อแบรนด์ (Brand Loyalty) โดยแบ่งตามระดับของลูกค้า (Tier) ตามคะแนนสะสม เช่น ระดับเงิน (Silver Level), ระดับทอง (Gold Level), ระดับแพลทินัม (Platinum Level) เพื่อให้สิทธิประโยชน์ต่าง ๆ เช่น จะได้รับส่วนลดมากกว่า ได้ของขวัญพิเศษ ได้แพ็กเกจแต่งหน้า หรือสิทธิเข้าร่วมงานอิเวนต์พิเศษ เป็นต้น

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

บรรณานุกรม

Econnews. (2561). ธุรกิจเสริมสวย เรียนหลักร้อย รวยหลักล้าน. https://www.creativeecon.asia/%E0%B8%98%E0%B8%B8%E0%B8%A3%E0%B8%81%E0%B8%B4%E0%B8%88%E0%B9%80%E0%B8%AA%E0%B8%A3%E0%B8%B4%E0%B8%A1%E0%B8%AA%E0%B8%A7%E0%B8%A2-%E0%B9%80%E0%B8%A3%E0%B8%B5%E0%B8%A2%E0%B8%99%E0%B8%AB/

HRNOTE. (2562). กระบวนการคิดเชิงออกแบบ (*Design Thinking)* เครื่องมือสำคัญของการสร้างความสำเร็จให้องค์กร. https://th.hrnote.asia/orgdevelopment/190702-design-thinking/

Ldaworld. (2562). *Recommendation System* ระบบผู้ช่วยแนะนำที่รู้ใจเรามากกว่าตัวเราเอง. https://www.ldaworld.com/recommendation-system-lda/

ศูนย์วิจัยกรุงศรี. (2564). แนวโน้มธุรกิจและอุตสาหกรรมไทย ปี *2564-2566*. https://www.krungsri.com/th/research/industry/summary-outlook/industry-summary-outlook-2021-2023

สำนักอนามัยสิ่งแวดล้อม. (2551). การจัดการอนามัยสิ่งแวดล้อม สถานบริการแต่งผม-เสริมสวย สะอาด ปลอดภัย น่าใช้บริการ (พิมพ์ครั้งที่ 2 ed.). สำนักงานกิจการโรงพิมพ์องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึก.

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ภาคผนวก

เครื่องมือที่ใช้ในการออกแบบ

เครื่องมือที่ใช้การสร้างต้นแบบของ “การใช้การคิดเชิงออกแบบเพื่อพัฒนาโมบายแอปพลิเคชันของธุรกิจเสริมสวยดิลิเวอรี” โดยใช้โปรแกรม Figma ในขั้นตอนการสร้างต้นแบบด้วยวิธีการใช้เครื่องมือสร้างระบบต้นแบบทั้งแบบหยาบและแบบเสมือนจริง (Low-Fidelity and High-Fidelity Prototype)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	ชนกานต์ จินดามณี
วัน เดือน ปี เกิด	19 สิงหาคม 2537
สถานที่เกิด	หาดใหญ่
วุฒิการศึกษา	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ที่อยู่ปัจจุบัน	222 ถนน อุดมสุข แขวง บางนาเหนือ เขต บางนา จังหวัด กรุงเทพมหานคร 10260

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY