

การใช้การคิดเชิงออกแบบเพื่อพัฒนาแอปพลิเคชันสำหรับเลือกศูนย์บริการพิตเนส

นายศุภกฤต กิตติพิชญ์วงศ์



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศทางธุรกิจ

คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2565

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Using Design Thinking to Develop Application for Choosing Fitness Center

Mr. Supakrit Kittipichayawongse



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 2022

Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อสารนิพนธ์	การใช้การคิดเชิงออกแบบเพื่อพัฒนาแอปพลิเคชันสำหรับ เลือกศูนย์บริการฟิตเนส
โดย	นายศุภกฤต กิตติพิชญ์วงศ์
สาขาวิชา	เทคโนโลยีสารสนเทศทางธุรกิจ
อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก	รองศาสตราจารย์ ดร.อัษฎาพร ทรัพย์สมบูรณ์

คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้รับสารนิพนธ์ฉบับนี้เป็น
ส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

คณะกรรมการสอบสารนิพนธ์

.....	ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ หม่อมหลวงสาวิกา อุณหนันท์)	
.....	อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก
(รองศาสตราจารย์ ดร.อัษฎาพร ทรัพย์สมบูรณ์)	
.....	กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัครินทร์ ไพบูลย์พานิช)	



ศุภกฤต กิตติพิชญ์วงศ์ : การใช้การคิดเชิงออกแบบเพื่อพัฒนาแอปพลิเคชันสำหรับเลือกศูนย์บริการฟิตเนส. (Using Design Thinking to Develop Application for Choosing Fitness Center) อ.ที่ปรึกษาหลัก : รศ. ดร.อัษฎาพร ทรัพย์สมบูรณ์

ในปัจจุบันผู้คนให้ความสนใจกับสุขภาพของตัวเองมากขึ้น ฟิตเนสก็เป็นหนึ่งในตัวเลือกที่ผู้คนให้ความสนใจ แต่การค้นหาข้อมูลเพื่อใช้เป็นตัวช่วยในการตัดสินใจเลือกแบรนด์/สาขาที่จะใช้บริการยังเป็นในรูปแบบค้นหาตามเว็บไซต์ของฟิตเนสแต่ละแบรนด์ หรือการสอบถามจากคนที่สนิทหรือรู้จักที่ใช้บริการ ซึ่งยังมีข้อจำกัดในเรื่องการรู้ถึงรายละเอียดที่ไม่ครอบคลุม อันส่งผลให้ผู้ใช้ได้บริการที่อาจจะไม่ตรงกับตนเองเท่าที่ควร หรือต้องเสียเวลาเข้าแอปพลิเคชันหลายแอปพลิเคชัน หรือเว็บไซต์หลายเว็บ หรือสอบถามผู้คนหลายคนเพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลของระยะห่างจากจุดตั้งต้นที่ตนเองสะดวก ราคา บริการ อุปกรณ์เครื่องออกกำลังกาย เส้นทางเดินทางไปที่ฟิตเนส เพื่อมาเปรียบเทียบและเลือกใช้บริการในแบรนด์และสาขาที่คุ้มค่ากับตนเองมากที่สุด

โครงการพิเศษมีการนำหลักการคิดเชิงออกแบบและระบบแนะนำมาใช้ในการพัฒนาระบบ โดยให้ผู้ใช้งานระบบจริงมาร่วมแสดงความคิดเห็นเพื่อให้ได้ต้นแบบของระบบที่ตอบโจทย์กลุ่มผู้ใช้งานมากที่สุด ซึ่งเป็นที่มาของโครงการ "การใช้การคิดเชิงออกแบบเพื่อพัฒนาแอปพลิเคชันสำหรับเลือกศูนย์บริการฟิตเนส" ที่จะเป็นต้นแบบแอปพลิเคชันที่ช่วยให้ผู้ใช้งานทางฝั่งลูกค้ามีความสะดวกมากขึ้น โดยใช้ Figma ในการสร้าง Prototype

สาขาวิชา เทคโนโลยีสารสนเทศทางธุรกิจ ลายมือชื่อนิสิต

ปีการศึกษา 2565 ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาหลัก

6480020626 : MAJOR INFORMATION TECHNOLOGY IN BUSINESS

KEYWORD:

Supakrit Kittipichayawongse : Using Design Thinking to Develop Application for Choosing Fitness Center. Advisor: Assoc. Prof. ASSADAPORN SAPSOMBOON, Ph.D.

Nowadays, people are increasingly interested in their own health, and fitness is one of the options that they are interested in. However, when it comes to finding information to help them decide which fitness brand/branch to use, they still rely on searching each brand's website or asking acquaintances or people who use the service. This method has its limitations, as it may not provide all the necessary details, resulting in users receiving unsatisfactory services. Moreover, it can be time-consuming to access multiple apps or websites or ask multiple people for information on distance from the starting point, price, services, exercise equipment, and travel routes to the fitness center in order to compare and choose the most valuable brand and branch for themselves.

'Using Design Thinking to Develop Application for Choosing Fitness Center' project utilizes the principles of design thinking and recommendation systems to create an app that helps customers easily select fitness centers. Real users are invited to provide feedback to develop a prototype that best serves the needs of the majority of users. Figma is used to create the prototype."

Field of Study: Information Technology in Business Student's Signature

Academic Year: 2022 Advisor's Signature

กิตติกรรมประกาศ

โครงการพิเศษเรื่อง "การใช้การคิดเชิงออกแบบเพื่อพัฒนาแอปพลิเคชันสำหรับเลือกศูนย์บริการฟิตเนส" สำเร็จลุล่วงไปด้วยดีเนื่องด้วยการสนับสนุนจากหลายฝ่าย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง รองศาสตราจารย์ ดร.อัษฎาพร ทรัพย์สมบูรณ์ อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการพิเศษนี้ที่ได้สละเวลาในการให้คำแนะนำ ปรึกษา ตรวจสอบและแก้ไขจุดบกพร่องต่าง ๆ เป็นอย่างดีตลอดช่วงเวลาทำโครงการ ผู้จัดทำขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ ที่นี้

ขอขอบพระคุณคณาจารย์ในหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเทคโนโลยีสารสนเทศทางธุรกิจทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ต่าง ๆ ตลอดการศึกษาให้แก่ข้าพเจ้า

ขอขอบพระคุณบุคลากรทางฟิตเนสที่คอยให้ข้อมูลเชิงลึก จนข้าพเจ้าสามารถดำเนินโครงการจนเสร็จสิ้นได้อย่างราบรื่น

ขอขอบคุณเพื่อน ๆ ทุกคนทั้งที่อยู่ในหลักสูตรเทคโนโลยีสารสนเทศทางธุรกิจ รุ่นที่ 30 และเพื่อน ๆ สมัยมัธยม รวมถึงเจ้าหน้าที่ในหลักสูตรเทคโนโลยีสารสนเทศทางธุรกิจทุกท่าน ที่คอยให้ความช่วยเหลือในด้านต่าง ๆ เป็นอย่างดีตลอดการจัดทำโครงการนี้

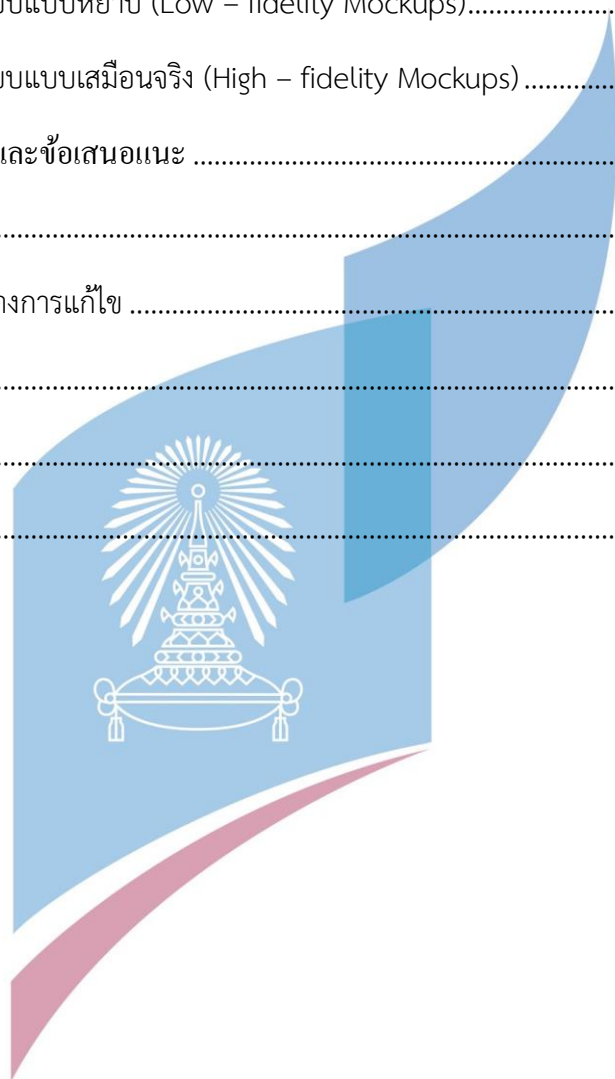
สุดท้ายนี้หากโครงการพิเศษนี้มีข้อผิดพลาดหรือบกพร่องประการใด ผู้จัดทำโครงการพร้อมน้อมรับคำแนะนำ อีกทั้งประโยชน์อันใดถึงมีจากโครงการพิเศษนี้ขอมอบให้แก่ผู้มีพระคุณและผู้ให้การสนับสนุนทุก ๆ ท่าน หวังว่าโครงการพิเศษนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจต่อไป

ศุภกฤต กิตติพิชญ์วงศ์

สารบัญ

	หน้า
.....	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ก
.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ง
กิตติกรรมประกาศ.....	จ
สารบัญ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ช
สารบัญรูปภาพ.....	ฌ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความสำคัญและที่มาของโครงการ.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ	2
1.3 ขอบเขตของโครงการ.....	2
1.4 วิธีการดำเนินโครงการ.....	6
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	6
บทที่ 2 เหตุผลและแนวคิด.....	9
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการคิดเชิงออกแบบ (Design thinking).....	9
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับ (Recommendation System).....	10
บทที่ 3 โครงสร้างขององค์กรและการดำเนินงาน.....	12
3.1 ประวัติองค์กร	12
3.2 โครงสร้างองค์กร.....	12
3.3 ลักษณะการดำเนินงานขององค์กร.....	12

3.4 ปัญหาที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน.....	13
บทที่ 4 การพัฒนาระบบต้นแบบแอปพลิเคชัน.....	16
4.1 เข้าใจกลุ่มเป้าหมาย (Emphathize).....	16
4.2 การสร้างต้นแบบ (Prototype)	31
4.2.1 สร้างต้นแบบแบบหยาบ (Low – fidelity Mockups).....	31
4.2.2 สร้างต้นแบบแบบเสมือนจริง (High – fidelity Mockups)	62
บทที่ 5 บทสรุป ปัญหา และข้อเสนอแนะ	166
5.1 บทสรุป.....	166
5.2 ปัญหาและแนวทางการแก้ไข	170
5.3 ข้อเสนอแนะ	171
บรรณานุกรม.....	173
ประวัติผู้เขียน	175



สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1 : เทคโนโลยีที่ใช้ในการพัฒนาระบบ	6
ตารางที่ 2 : ข้อมูล Persona ของลูกค้าใหม่.....	16
ตารางที่ 3 : ข้อมูล Persona ของลูกค้าที่มองหาฟิตเนสใหม่.....	16
ตารางที่ 4 : ข้อมูล Persona ลูกค้าที่ใช้ฟิตเนสเดิม (ยังไม่มีความต้องการที่จะเปลี่ยนที่).....	17
ตารางที่ 5 : ข้อมูล Persona บุคลากรของฟิตเนส.....	17
ตารางที่ 6 : ตารางแผนที่ความเข้าใจสำหรับระบบค้นหาฟิตเนส	18
ตารางที่ 7 : ตารางแผนที่ความเข้าใจสำหรับระบบรีวิว.....	20
ตารางที่ 8 : ตารางแผนที่ความเข้าใจสำหรับระบบแสดงโปรโมชั่น	22
ตารางที่ 9 : ตารางแผนที่ความเข้าใจสำหรับระบบสมาชิก.....	23
ตารางที่ 10 : ตารางแผนที่ความเข้าใจสำหรับระบบแสดงความหนาแน่นของการใช้บริการ.....	24
ตารางที่ 11 : ตารางแผนที่ความเข้าใจสำหรับระบบตอบกลับการรีวิว.....	26
ตารางที่ 12 : ตารางแผนที่ความเข้าใจสำหรับระบบการเพิ่มฟิตเนส.....	27
ตารางที่ 13 : ตารางแผนที่ความเข้าใจสำหรับระบบอัปเดตฟิตเนส.....	28
ตารางที่ 14 : ตารางแผนที่ความเข้าใจสำหรับระบบอัปเดตโปรโมชั่น.....	29

สารบัญรูปภาพ

	หน้า
รูปที่ 2-1 : กระบวนการคิดเชิงออกแบบ	9
รูปที่ 3-1 : โครงสร้างขององค์กรฟราวด์พิต	12
รูปที่ 4-1: ต้นแบบด้วยการวาด แสดงหน้าเมนูเลือกระบบ แบบที่ 1	32
รูปที่ 4-2: ต้นแบบด้วยการวาด แสดงหน้าเมนูเลือกระบบ แบบที่ 2	33
รูปที่ 4-3: ต้นแบบด้วยการวาด แสดงหน้าการใส่เงื่อนไขในการค้นหา	34
รูปที่ 4-4: ต้นแบบด้วยการวาด แสดงหน้ารายละเอียดจากผลการค้นหา	34
รูปที่ 4-5: ต้นแบบด้วยการวาด แสดงหน้าเว็บของเว็บไซต์พีตเนสในแบรนด์ที่เลือก	35
รูปที่ 4-6 : ต้นแบบด้วยการวาด แสดงหน้าเส้นทางและระยะเวลาสำหรับการไปพีตเนสที่ต้องการ ...	35
รูปที่ 4-7: ต้นแบบด้วยการวาด แสดงหน้าเลือกแบรนด์และสาขาเพื่อไปหน้าเลือกหมวดรีวิว	37
รูปที่ 4-8: ต้นแบบด้วยการวาด แสดงหน้าเลือกหมวดรีวิวที่จะอ่าน	38
รูปที่ 4-9: ต้นแบบด้วยการวาด แสดงหน้าหลังเลือกหมวดรีวิว	39
รูปที่ 4-10: ต้นแบบแสดงด้วยการวาด หน้าเลือกแบรนด์พีตเนสก่อนดูโปรโมชัน	40
รูปที่ 4-11: ต้นแบบแสดงด้วยการวาด หน้าแสดงโปรโมชัน	41
รูปที่ 4-12: ต้นแบบด้วยการวาด หน้ากรอกข้อมูลให้พีตเนสติดต่อกลับ	42
รูปที่ 4-13: ต้นแบบด้วยการวาด หน้า login ระบบสมาชิก	44
รูปที่ 4-14: ต้นแบบด้วยการวาด หน้าสมัครสมาชิกของระบบสมาชิก	44
รูปที่ 4-15: ต้นแบบด้วยการวาด หน้าหลังเข้าสู่ระบบสมาชิก	45
รูปที่ 4-16: ต้นแบบด้วยการวาด หน้าดูสินค้าหลังเลือกหมวดสินค้า	45
รูปที่ 4-17: ต้นแบบด้วยการวาด หน้าจอลือเลือกแบรนด์และสาขา	47
รูปที่ 4-18: ต้นแบบด้วยการวาด หน้าแสดงความหนาแน่นของการใช้บริการ	47

รูปที่ 4-19: หน้าเมนูฝั่งฟิตเนส	49
รูปที่ 4-20: ต้นแบบด้วยการวาด หน้าจอแสดงระบบตอบกลับการรีวิวแบบที่ 1	50
รูปที่ 4-21 : ต้นแบบด้วยการวาด หน้าจอแสดงระบบตอบกลับการรีวิวแบบที่ 2.....	50
รูปที่ 4-22: ต้นแบบด้วยการวาด หน้าจอแสดงระบบตอบกลับการรีวิวแบบที่ 3	51
รูปที่ 4-23: ต้นแบบด้วยการวาด หน้าจอแสดงระบบตอบกลับการรีวิวแบบที่ 4	52
รูปที่ 4-24: ต้นแบบด้วยการวาด หน้าแรกของระบบการเพิ่มฟิตเนสของแบบที่ 1	53
รูปที่ 4-25: ต้นแบบด้วยการวาด หน้ากรอกรายละเอียดของฟิตเนสสาขาใหม่ของแบบที่ 1	54
รูปที่ 4-26: ต้นแบบด้วยการวาด หน้าแรกของระบบการเพิ่มฟิตเนสของแบบที่ 2.....	54
รูปที่ 4-27: ต้นแบบด้วยการวาด หน้าดูเลือกสาขาของแบบที่ 2.....	55
รูปที่ 4-28: ต้นแบบด้วยการวาด หน้าดูข้อมูลสาขาของแบบที่ 2.....	55
รูปที่ 4-29: ต้นแบบด้วยการวาด หน้ากรอกข้อมูลเพื่อเพิ่มสาขาของแบบที่ 2.....	56
รูปที่ 4-30: ต้นแบบด้วยการวาด หน้าแรกของระบบอัปเดตฟิตเนสแบบที่ 1	58
รูปที่ 4-31: ต้นแบบด้วยการวาด หน้าแรกของระบบอัปเดตฟิตเนสแบบที่ 2	58
รูปที่ 4-32: ต้นแบบด้วยการวาด หน้ากรอกข้อมูลอัปเดตหมวดบริการ.....	59
รูปที่ 4-33: ต้นแบบด้วยการวาด หน้ากรอกข้อมูลอัปเดตหมวดค่าบริการ	59
รูปที่ 4-34: ต้นแบบด้วยการวาด หน้ากรอกข้อมูลอัปเดตหมวดอุปกรณ์.....	60
รูปที่ 4-35: ต้นแบบด้วยการวาด หน้ากรอกข้อมูลอัปเดตหมวดคลาส.....	60
รูปที่ 4-36: ต้นแบบด้วยการวาด หน้ากรอกข้อมูลอัปเดตโปรโมชั่น	62
รูปที่ 4-37: ต้นแบบด้วยวิธีการใช้เครื่องมือ Prototype แสดงหน้าแรกของเมื่อเข้าแอปพลิเคชัน.....	63
รูปที่ 4-38 : ต้นแบบด้วยวิธีการใช้เครื่องมือ Prototype แสดงหน้ากำหนดเงื่อนไขการค้นหา.....	64
รูปที่ 4-39 : ต้นแบบด้วยวิธีการใช้เครื่องมือ Prototype หน้าแสดงผลการค้นหา	65
รูปที่ 4-40 : ต้นแบบด้วยวิธีการใช้เครื่องมือ Prototype แสดงหน้า Website ฟิตเนสแบรนด์ที่ผู้ใช้สนใจ.....	66

รูปที่ 4-41	ต้นแบบด้วยวิธีการใช้เครื่องมือ Prototype หน้าแสดง	67
รูปที่ 4-42	ต้นแบบด้วยวิธีการใช้เครื่องมือ Prototype หน้าเลือกแบรนด์และสาขา	68
รูปที่ 4-43	ต้นแบบด้วยวิธีการใช้เครื่องมือ Prototype หน้าเลือกหมวดวีวี่.....	69
รูปที่ 4-44	ต้นแบบด้วยวิธีการใช้เครื่องมือ Prototype แสดงหน้าอ่าน / ตอบกลับวีวี่	70
รูปที่ 4-45	ต้นแบบด้วยวิธีการใช้เครื่องมือ Prototype หน้าจอแสดงแถบโปรโมชัน	72
รูปที่ 4-46	ต้นแบบด้วยวิธีการใช้เครื่องมือ Prototype หน้าแสดงรายละเอียดโปรโมชัน	73
รูปที่ 4-47	ต้นแบบด้วยวิธีการใช้เครื่องมือ Prototype หน้ากรอกข้อมูลเพื่อให้ฟิตเนสติดต่อกลับ.74	
รูปที่ 4-48	ต้นแบบด้วยวิธีการใช้เครื่องมือ Prototype หน้า login เข้าสู่ระบบสมาชิก	76
รูปที่ 4-49	ต้นแบบด้วยวิธีการใช้เครื่องมือ Prototype หน้ากรอกข้อมูลเพื่อสมัครระบบสมาชิก ...77	
รูปที่ 4-50	ต้นแบบด้วยวิธีการใช้เครื่องมือ Prototype หน้า login ด้วย Facebook	78
รูปที่ 4-51	ต้นแบบด้วยวิธีการใช้เครื่องมือ Prototype หน้าแสดงสินค้าสำหรับสมาชิก.....	79
รูปที่ 4-52	ต้นแบบด้วยวิธีการใช้เครื่องมือ Prototype หน้าแสดงราคาเปรียบเทียบของสินค้า.....	80
รูปที่ 4-53	ต้นแบบด้วยวิธีการใช้เครื่องมือ Prototype หน้าแสดงข้อมูลส่วนตัวของสมาชิก.....	81
รูปที่ 4-54	ต้นแบบด้วยวิธีการใช้เครื่องมือ Prototype หน้าแก้ไขข้อมูลส่วนตัว.....	82
รูปที่ 4-55	ต้นแบบด้วยวิธีการใช้เครื่องมือ Prototype หน้าเลือกแบรนด์ฟิตเนส	84
รูปที่ 4-56	ต้นแบบด้วยวิธีการใช้เครื่องมือ Prototype หน้าเลือกสาขาฟิตเนส.....	85
รูปที่ 4-57	ต้นแบบด้วยวิธีการใช้เครื่องมือ Prototype หน้าแสดงความหนาแน่นของการใช้บริการ	86
รูปที่ 4-58	ต้นแบบด้วยวิธีการใช้เครื่องมือ Prototype หน้าแสดงเมนูระบบของฝั่งฟิตเนส.....	87
รูปที่ 4-59	ต้นแบบด้วยวิธีการใช้เครื่องมือ Prototype หน้าสถานะการตอบวีวี่ (หน้ายังไม่ตอบ).88	
รูปที่ 4-60	ต้นแบบด้วยวิธีการใช้เครื่องมือ Prototype หน้าสถานะการณ้ตอบวีวี่ (หน้าตอบกลับแล้ว).....	89
รูปที่ 4-61	ต้นแบบด้วยวิธีการใช้เครื่องมือ Prototype หน้าอ่าน / ตอบกลับวีวี่.....	89
รูปที่ 4-62	ต้นแบบด้วยวิธีการใช้เครื่องมือ Prototype หน้าเมนูสำหรับระบบการเพิ่มฟิตเนส.....	91

รูปที่ 4-63 : ต้นแบบด้วยวิธีการใช้เครื่องมือ Prototype หน้าแสดงสาขาที่มีในปัจจุบัน	91
รูปที่ 4-64 : ต้นแบบด้วยวิธีการใช้เครื่องมือ Prototype หน้าแสดงที่อยู่ของสาขาที่เลือก.....	92
รูปที่ 4-65 : ต้นแบบด้วยวิธีการใช้เครื่องมือ Prototype หน้ากรอกชื่อจังหวัดและชื่อสาขาใหม่.....	93
รูปที่ 4-66 : ต้นแบบด้วยวิธีการใช้เครื่องมือ Prototype หน้ากรอกข้อมูลสาขาใหม่	93
รูปที่ 4-67 : ต้นแบบด้วยวิธีการใช้เครื่องมือ Prototype หน้าเมนูสำหรับระบบอัปเดตฟิตเนส.....	95
รูปที่ 4-68 : ต้นแบบด้วยวิธีการใช้เครื่องมือ Prototype หน้าเลือกสาขาเพื่อดูข้อมูล.....	96
รูปที่ 4-69 : ต้นแบบด้วยวิธีการใช้เครื่องมือ Prototype หน้าเลือกหมวดข้อมูลที่ต้องการดู.....	97
รูปที่ 4-70 : ต้นแบบด้วยวิธีการใช้เครื่องมือ Prototype หน้าแสดงข้อมูลหมวดค่าบริการ	98
รูปที่ 4-71 : ต้นแบบด้วยวิธีการใช้เครื่องมือ Prototype หน้าแก้ไขข้อมูลหมวดบริการ.....	99
รูปที่ 4-72 : ต้นแบบด้วยวิธีการใช้เครื่องมือ Prototype หน้าแสดงข้อมูลหมวดบริการ	100
รูปที่ 4-73 : ต้นแบบด้วยวิธีการใช้เครื่องมือ Prototype หน้าแก้ไขข้อมูลหมวดบริการ.....	100
รูปที่ 4-74 : ต้นแบบด้วยวิธีการใช้เครื่องมือ Prototype หน้าแสดงข้อมูลหมวดอุปกรณ์	101
รูปที่ 4-75 : ต้นแบบด้วยวิธีการใช้เครื่องมือ Prototype หน้าแก้ไขข้อมูลหมวดอุปกรณ์	101
รูปที่ 4-76 : ต้นแบบด้วยวิธีการใช้เครื่องมือ Prototype หน้าแสดงข้อมูลหมวดคลาส	102
รูปที่ 4-77 : ต้นแบบด้วยวิธีการใช้เครื่องมือ Prototype หน้าแก้ไขข้อมูลหมวดคลาส.....	102
รูปที่ 4-78 : ต้นแบบด้วยวิธีการใช้เครื่องมือ Prototype หน้าเลือกสาขาที่ต้องการอัปเดตข้อมูล....	103
รูปที่ 4-79 : ต้นแบบด้วยวิธีการใช้เครื่องมือ Prototype หน้าเลือกหมวดเพื่ออัปเดตข้อมูล	104
รูปที่ 4-80 : ต้นแบบด้วยวิธีการใช้เครื่องมือ Prototype หน้าเพิ่มข้อมูลใหม่หมวดค่าบริการ.....	104
รูปที่ 4-81 : ต้นแบบด้วยวิธีการใช้เครื่องมือ Prototype หน้าเพิ่มข้อมูลใหม่หมวดบริการ.....	105
รูปที่ 4-82 : ต้นแบบด้วยวิธีการใช้เครื่องมือ Prototype หน้าเพิ่มข้อมูลใหม่หมวดอุปกรณ์	105
รูปที่ 4-83 : ต้นแบบด้วยวิธีการใช้เครื่องมือ Prototype หน้าเพิ่มข้อมูลใหม่หมวดคลาส	105
รูปที่ 4-84 : ต้นแบบด้วยวิธีการใช้เครื่องมือ Prototype หน้าเมนูสำหรับระบบอัปเดตโปรแกรม.....	107
รูปที่ 4-85 : ต้นแบบด้วยวิธีการใช้เครื่องมือ Prototype หน้าแสดงโปรแกรมที่เพิ่มไปแล้ว	108

รูปที่ 4-86 : ต้นแบบด้วยวิธีการใช้เครื่องมือ Prototype หน้าแก้ไขโปรโมชันเดิม	108
รูปที่ 4-87 : ต้นแบบด้วยวิธีการใช้เครื่องมือ Prototype หน้าเพิ่มโปรโมชันใหม่.....	109
รูปที่ 4-88 : ต้นแบบด้วยวิธีการใช้เครื่องมือ Prototype หน้าแรกเมื่อเข้าใช้งาน	110
รูปที่ 4-89 : ต้นแบบด้วยวิธีการใช้เครื่องมือ Prototype หน้า Login เข้าแอปพลิเคชัน	111
รูปที่ 4-90 : ต้นแบบด้วยวิธีการใช้เครื่องมือ Prototype หน้าสมัครสมาชิกข้อมูลส่วน Login.....	112
รูปที่ 4-91 : ต้นแบบด้วยวิธีการใช้เครื่องมือ Prototype หน้าสมัครสมาชิกส่วนกรอกข้อมูลส่วนตัว	113
รูปที่ 4-92 : ต้นแบบด้วยวิธีการใช้เครื่องมือ Prototype หน้า Login ด้วย Facebook.....	114
รูปที่ 4-93 : ต้นแบบด้วยวิธีการใช้เครื่องมือ Prototype หน้าเมนูเลือกระบบของแอปพลิเคชัน	115
รูปที่ 4-94 : ต้นแบบด้วยวิธีการใช้เครื่องมือ Prototype หน้าระบุเงื่อนไขการค้นหาพิเศษ.....	117
รูปที่ 4-95 : ต้นแบบด้วยวิธีการใช้เครื่องมือ Prototype หน้าแสดงผลการค้นหาเรียงจากระยะทาง	118
รูปที่ 4-96 : ต้นแบบด้วยวิธีการใช้เครื่องมือ Prototype หน้าแสดงผลการค้นหาเรียงจากจำนวน	119
รูปที่ 4-97 : ต้นแบบด้วยวิธีการใช้เครื่องมือ Prototype หน้าแสดงผลการค้นหาเรียงจากจำนวน /	120
ขนาดบริการ.....	
รูปที่ 4-98	122
รูปที่ 4-99 : ต้นแบบด้วยวิธีการใช้เครื่องมือ Prototype หน้าแสดงผลการค้นหาเรียงจากจำนวน	123
รูปที่ 4-100 : ต้นแบบด้วยวิธีการใช้เครื่องมือ Prototype หน้าแสดงผลการค้นหาเรียงจากจำนวน/	124
ขนาดบริการ.....	
รูปที่ 4-101 : ต้นแบบด้วยวิธีการใช้เครื่องมือ Prototype หน้าแสดงผลการค้นหาเรียงจากราคา...125	
รูปที่ 4-102 : ต้นแบบด้วยวิธีการใช้เครื่องมือ Prototype หน้าดูข้อมูลพิเศษ.....	126
รูปที่ 4-103 : ต้นแบบด้วยวิธีการใช้เครื่องมือ Prototype หน้าแสดงเส้นทางและระยะเวลาที่ใช้	127
เดินทางไปที่พิเศษ	

รูปที่ 4-104 : ต้นแบบด้วยวิธีการใช้เครื่องมือ Prototype หน้าแสดงแถบโปรโมชัน.....	129
รูปที่ 4-105 : ต้นแบบด้วยวิธีการเครื่องมือ Prototype หน้าแสดงรายละเอียดโปรโมชัน.....	130
รูปที่ 4-106 : ต้นแบบด้วยวิธีการเครื่องมือ Prototype หน้าระบุเงื่อนไขรวิวที่ต้องการอ่าน / เขียน	132
รูปที่ 4-107 : ต้นแบบด้วยวิธีการเครื่องมือ Prototype หน้าเลือกหมวดรวิวที่ต้องการอ่าน	133
รูปที่ 4-108 : ต้นแบบด้วยวิธีการเครื่องมือ Prototype หน้าอ่าน / ตอบกลับรวิว	134
รูปที่ 4-109 : ต้นแบบด้วยวิธีการเครื่องมือ Prototype หน้าเลือกหมวดรวิวที่ต้องการเขียน.....	135
รูปที่ 4-110 ต้นแบบด้วยวิธีการเครื่องมือ Prototype หน้าเขียนรวิว.....	136
รูปที่ 4-111 : ต้นแบบด้วยวิธีการเครื่องมือ Prototype หน้าแสดงสินค้าสำหรับสมาชิก	137
รูปที่ 4-112 : ต้นแบบด้วยวิธีการเครื่องมือ Prototype หน้าเปรียบเทียบราคาสินค้า	138
รูปที่ 4-113 : ต้นแบบด้วยวิธีการเครื่องมือ Prototype หน้าแสดงข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้	139
รูปที่ 4-114 : ต้นแบบด้วยวิธีการเครื่องมือ Prototype หน้าแก้ไขข้อมูลส่วนตัวผู้ใช้.....	140
รูปที่ 4-115 : ต้นแบบด้วยวิธีการเครื่องมือ Prototype หน้าระบุเงื่อนไขการค้นหา.....	142
รูปที่ 4-116 : ต้นแบบด้วยวิธีการเครื่องมือ Prototype หน้าแสดงความหนาแน่นของผู้ใช้บริการ..	143
รูปที่ 4-117 : ต้นแบบด้วยวิธีการ Prototype หน้าเมนูเลือกระบบสำหรับพิตเนส.....	144
รูปที่ 4-118 : ต้นแบบด้วยวิธีการ Prototype หน้าสถานะการตอบกลับรวิว (ยังไม่ตอบกลับ).....	145
รูปที่ 4-119 : ต้นแบบด้วยวิธีการ Prototype หน้าแสดงสถานะตอบกลับรวิว (ตอบกลับแล้ว).....	146
รูปที่ 4-120 :ต้นแบบด้วยวิธีการ Prototype หน้าอ่าน / ตอบกลับรวิว	146
รูปที่ 4-121 : ต้นแบบด้วยวิธีการ Prototype หน้าเมนูสำหรับระบบการเพิ่มพิตเนส.....	147
รูปที่ 4-122 : ต้นแบบด้วยวิธีการ Prototype หน้าสาขาที่มีในปัจจุบัน.....	148
รูปที่ 4-123 : ต้นแบบด้วยวิธีการ Prototype หน้าแสดงที่อยู่ของสาขาที่เลือก.....	149
รูปที่ 4-124 : ต้นแบบด้วยวิธีการ Prototype หน้าระบุจังหวัดและชื่อสาขาที่ต้องการเพิ่ม	150
รูปที่ 4-125 : ต้นแบบด้วยวิธีการ Prototype หน้ากรอกรายละเอียดของสาขาที่เพิ่ม.....	150

รูปที่ 4-126 : ต้นแบบด้วยวิธีการ Prototype หน้าเมนูสำหรับระบบอัปเดตพีตเนส.....	152
รูปที่ 4-127 : ต้นแบบด้วยวิธีการ Prototype หน้าสาขาพีตเนสปัจจุบัน.....	153
รูปที่ 4-128 : ต้นแบบด้วยวิธีการ Prototype หน้าหมวดที่ต้องการดู/แก้ไขข้อมูล.....	154
รูปที่ 4-129 : ต้นแบบด้วยวิธีการ Prototype หน้าดู / แก้ไขค่าบริการ	155
รูปที่ 4-130 : ต้นแบบด้วยวิธีการ Prototype หน้าแสดงข้อมูลบริการ.....	156
รูปที่ 4-131 : ต้นแบบด้วยวิธีการ Prototype หน้าแก้ไขข้อมูลบริการ.....	156
รูปที่ 4-132 : ต้นแบบด้วยวิธีการ Prototype หน้าแสดงข้อมูลอุปกรณ์.....	157
รูปที่ 4-133 : ต้นแบบด้วยวิธีการ Prototype หน้าแก้ไขข้อมูลอุปกรณ์.....	157
รูปที่ 4-134 : ต้นแบบด้วยวิธีการ Prototype หน้าแสดงข้อมูลคลาส	158
รูปที่ 4-135 : ต้นแบบด้วยวิธีการ Prototype หน้าแก้ไขข้อมูลคลาส.....	158
รูปที่ 4-136 : ต้นแบบด้วยวิธีการ Prototype หน้าแสดงข้อมูลสินค้า	159
รูปที่ 4-137 : ต้นแบบด้วยวิธีการ Prototype หน้าแก้ไขข้อมูลสินค้า.....	159
รูปที่ 4-138 : ต้นแบบด้วยวิธีการ Prototype หน้าสาขาที่ต้องการเพิ่มข้อมูล.....	160
รูปที่ 4-139 : ต้นแบบด้วยวิธีการ Prototype หน้าหมวดที่ต้องการอัปเดต / เพิ่มข้อมูล	161
รูปที่ 4-140 : ต้นแบบด้วยวิธีการ Prototype หน้าเพิ่มข้อมูลค่าบริการ.....	161
รูปที่ 4-141 : ต้นแบบด้วยวิธีการ Prototype หน้าเพิ่มข้อมูลบริการ.....	162
รูปที่ 4-142 : ต้นแบบด้วยวิธีการ Prototype หน้าเพิ่มข้อมูลอุปกรณ์.....	162
รูปที่ 4-143 : ต้นแบบด้วยวิธีการ Prototype หน้าเพิ่มข้อมูลคลาส.....	162
รูปที่ 4-144 : ต้นแบบด้วยวิธีการ Prototype หน้าเมนูสำหรับระบบอัปเดตโปรแกรมชั้น	163
รูปที่ 4-145: ต้นแบบด้วยวิธีการ Prototype หน้าแสดงโปรแกรมชั้นที่อัปเดตแล้ว	164
รูปที่ 4-146 : ต้นแบบด้วยวิธีการ Prototype หน้าแก้ไขโปรแกรมชั้นที่อัปเดตแล้ว	164
รูปที่ 4-147 : ต้นแบบด้วยวิธีการ Prototype หน้าเพิ่มโปรแกรมชั้น	165
รูปที่ 4-148 : ต้นแบบด้วยวิธีการ Prototype หน้าเพิ่มสินค้าใหม่	165



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความสำคัญและที่มาของโครงการ

ในปัจจุบันเทรนด์สุขภาพกำลังมาแรง ผู้คนต่างก็หันมาสนใจสุขภาพตัวเองมากขึ้น ส่งผลให้ ผู้คนที่มีความสนใจหันมาใช้บริการฟิตเนสมากขึ้น อีกทั้งอาหารเสริมก็เป็นหนึ่งปัจจัยที่สำคัญสำหรับ คนออกกำลังกาย กลุ่มคนเหล่านี้จึงจำเป็นต้องค้นหาแบรนด์ฟิตเนสเพื่อเปรียบเทียบอุปกรณ์ ราคา โปรโมชัน สินค้าหรือบริการ รวมทั้งสถานที่ตั้งของฟิตเนส เพื่อที่จะได้ฟิตเนสและอาหารเสริมตรงตาม ความต้องการของตนเองมากที่สุด โดยกลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้องจะถูกแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มใหญ่คือผู้ใช้บริการ ฟิตเนสและฟิตเนส

ผู้ใช้บริการฟิตเนสสามารถแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มดังนี้

1. กลุ่มลูกค้าที่ไม่เคยใช้บริการฟิตเนส เนื่องจากลูกค้ากลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่ไม่เคยใช้บริการ ฟิตเนสมาก่อน จึงจำเป็นต้องถามคนรู้จักหรือผู้เคยใช้บริการฟิตเนส หรือแม้กระทั่งต้องค้นหา ข้อมูลเองตามเว็บไซต์ต่าง ๆ ซึ่งอาจจะทำให้ได้ฟิตเนสที่ไม่ตรงตามความต้องการไปในบางเรื่อง ไม่ว่าจะ เป็นเรื่องของสถานที่ตั้งของฟิตเนส ราคาและบริการ อุปกรณ์การออกกำลังกายต่าง ๆ เพราะ ข้อจำกัดในเรื่องของผู้ให้ข้อมูลกับลูกค้ากลุ่มนี้อาจมีอคติในฟิตเนสที่ตัวเองเคยใช้บริการและไม่ชอบ หรือการติดอยู่ในแบรนด์ของตนเองจนไม่ได้แนะนำแบรนด์อื่นที่อาจตอบโจทย์ต่อลูกค้ามากกว่าแบ รนด์ของตัวเอง หรือการที่ลูกค้ารู้จักแบรนด์อย่างจำกัดและทำให้ค้นหาข้อมูลตามเว็บไซต์ต่าง ๆ แค ่เพียงเท่าที่ตนเองรู้จัก

2. กลุ่มลูกค้าที่ต้องการจะเปลี่ยนฟิตเนส เป็นกลุ่มลูกค้าที่มีความคุ้นเคยในแบรนด์ของตัวเอง ในระดับหนึ่งหรือไม่ก็คุ้นเคยมาก แต่อาจมีความไม่พอใจในอุปกรณ์ บริการ ราคา สถานที่ตั้ง หรือ โปรโมชัน ในแบรนด์ที่ตนเองได้ใช้บริการอยู่ ซึ่งก็จำเป็นและมีความต้องการข้อมูลเพื่อมาสนับสนุน การตัดสินใจของตนเอง เพื่อที่จะเปลี่ยนไปใช้บริการในฟิตเนสแบรนด์ใหม่

3. กลุ่มลูกค้าที่ใช้ฟิตเนสเดิม เป็นกลุ่มลูกค้าที่ยังไม่มีความต้องการที่จะเปลี่ยนฟิตเนส ยังมี ความพอใจที่จะใช้บริการหรือยังใช้บริการฟิตเนสเดิมของตนได้เรื่อย ๆ โดยในบางครั้งลูกค้ามาใช้ บริการแต่ก็เกิดปัญหาเรื่องของการไม่สามารถใช้เครื่องเล่นที่ตนเองต้องการได้ เนื่องจากจำนวนคนใช้ บริการมากจนเกินไป หรือมีอีกปัญหาหนึ่งสำหรับลูกค้ากลุ่มนี้คือมีเหตุจำเป็นที่จะต้องไปต่างจังหวัด หรือต่างสถานที่ ซึ่งส่งผลให้ต้องหาฟิตเนสสาขาใหม่ในแบรนด์เดิม ผู้ให้บริการมีเพียงกลุ่มเดียวคือ

กลุ่มฟิตเนสจะเป็นกลุ่มผู้ให้บริการหลายๆแบรนด์ที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับลูกค้า โดยทางฟิตเนส จะหาวิธีทางที่จะให้ลูกค้าพึงพอใจเพื่อเพิ่มยอดขายให้กับธุรกิจตนเอง ซึ่งจากปัญหาของทางฝั่งลูกค้า ในปัจจุบัน ทำให้ทางฟิตเนสจำเป็นจะต้องมีระบบที่สามารถช่วยให้ทางฟิตเนสดำเนินงานเพื่อ

ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างทันใจ ซึ่งบางประเด็นเช่นความหนาแน่นของลูกค้าที่มาใช้บริการในแต่ละวันหรือช่วงเวลา ทางฟิตเนสจะทราบได้ว่าลูกค้ามาใช้บริการเยอะหรือน้อยนั้นล้วนอาศัยประสบการณ์จากการทำงานหรือสังเกตเอา ยังไม่มีระบบที่เก็บข้อมูลและแสดงผลออกมาให้เห็นชัด ๆ ว่า วันไหนหรือช่วงเวลาใดลูกค้ามาใช้บริการเยอะหรือน้อย

จากปัญหาของคนทั้ง 4 กลุ่มจึงนำมาสู่โอกาสทางธุรกิจที่มีรูปแบบเป็นแพลตฟอร์มหนึ่งซึ่งเป็นตัวกลางระหว่างกลุ่มลูกค้าและกลุ่มฟิตเนส เพื่อให้กลุ่มลูกค้าสามารถที่จะหาสินค้าและบริการที่ตอบโจทย์ความต้องการของตนเองและครอบคลุมความต้องการมากที่สุด ส่วนทางฟิตเนสก็มีช่องทางสำหรับให้ลูกค้าเข้าถึงได้มากขึ้น เป็นส่วนหนึ่งของการสร้างรายได้แบบอ้อม ๆ ทั้งยังก่อให้เกิด การแข่งขันระหว่างฟิตเนสที่อยู่ในแพลตฟอร์มอันนำไปสู่การแข่งขันทางธุรกิจที่เอื้อประโยชน์ต่อลูกค้ามากขึ้น โดยทางฝั่งลูกค้าจะพัฒนาเป็นแอปพลิเคชันสำหรับมือถือ ส่วนทางฝั่งฟิตเนสจะพัฒนาเป็นเว็บแอปพลิเคชัน

เนื่องจากการพัฒนาแอปพลิเคชันจะต้องมีความรู้ความเข้าใจผู้ใช้งานแอปพลิเคชันให้ดีพอ จึงได้นำหลักการบวนการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) มาใช้ออกแบบอันประกอบไปด้วย เข้าใจกลุ่มเป้าหมาย (Empathize) ตั้งกรอบปัญหา (Define) ระดมความคิด (Ideate) สร้างต้นแบบ (Prototype) การทดสอบ (Test) เพื่อทำความเข้าใจปัญหาที่แท้จริงของผู้ใช้งาน และนำข้อมูลที่ได้มาออกแบบ UX/UI เพื่อช่วยแก้ปัญหาของผู้ใช้งาน โดยอาศัย พฤติกรรม ความคิด และ ความต้องการของผู้ใช้งานจริง

1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ

โครงการ “การใช้การคิดเชิงออกแบบเพื่อพัฒนาเว็บแอปพลิเคชันสำหรับเลือกศูนย์บริการฟิตเนส” มีวัตถุประสงค์ในการจัดทำดังนี้

1. เพื่อสร้างระบบต้นแบบของระบบการค้นหาฟิตเนสได้ตามที่ผู้ใช้งานต้องการมากที่สุด
2. เพื่อนำหลักการการคิดเชิงออกแบบ มาประยุกต์ใช้กับการออกแบบระบบให้มีประสิทธิภาพมากที่สุด

1.3 ขอบเขตของโครงการ

โครงการ “การใช้การคิดเชิงออกแบบเพื่อพัฒนาเว็บแอปพลิเคชันสำหรับเลือกศูนย์บริการฟิตเนส” มีขอบเขตโครงการดังนี้

- 1) ระบบต้นแบบที่พัฒนาจะต้องประกอบด้วยส่วนต่อกับผู้ใช้งาน (User Interface) ดังนี้

1.1 โมบายล์แอปพลิเคชัน (Mobile Application)

- 1 ลูกค้ำที่ไม่เคยใช้บริการฟิตเนส

2 ลูกค้ำที่ต้องการจะเปลี่ยนฟิตเนส

3 ลูกค้ำที่ใช้ฟิตเนสเดิม

1.2 เว็บแอปพลิเคชัน (Web Application)

1 บุคลากรของฟิตเนส

2) แอปพลิเคชันที่พัฒนาจะประกอบไปด้วยคุณลักษณะของระบบ (Feature) ดังนี้

1 โมบายล์แอปพลิเคชัน (Mobile Application)

(1) ระบบค้นหาฟิตเนส (Fitness Finding System)

ระบบนี้สำหรับกลุ่มลูกค้ำที่ใช้ฟิตเนสเดิม กลุ่มลูกค้ำใหม่ และกลุ่มลูกค้ำที่ต้องการจะเปลี่ยนฟิตเนส เพื่อที่จะให้กลุ่มคนเหล่านี้สามารถหาฟิตเนสตามที่ต้องการได้ โดยใช้ตัวกรองข้อมูลในส่วนของสถานที่ตั้งเริ่มต้น ระยะทางที่ห่างออกไปจากลูกค้ำ อุปกรณ์ออกกำลังกาย บริการของฟิตเนส และแบรนด์ เพื่อที่จะให้ระบบแสดงข้อมูลของฟิตเนสตรงตามลูกค้ำกรองจากตัวกรอง และเป็นฟิตเนสที่น่าจะเหมาะสมกับโปรไฟล์ของลูกค้ำมากที่สุด (Recommendation System) ในส่วนของระบบค้นหาฟิตเนสจะมีการจดจำการระบุเงื่อนไขการค้นหาของลูกค้ำ เพื่อที่จะแนะนำหรือแสดงสิ่งที่ตรงตามลูกค้ำต้องการมากที่สุด ไม่ว่าจะเป็นในระบบบริว ระบบแสดงโปรโมชั่นระบบแสดงความหนาแน่นของการใช้บริการ โดยในระบบบริวจะใช้เงื่อนไขที่ระบุในระบบค้นหาไปเป็นค่าเริ่มต้นในตัวกรอง ส่วนโปรโมชั่นจะแสดงถึงโปรโมชั่นของแบรนด์ที่ลูกค้ำสนใจ(จากเงื่อนไขในระบบค้นหาที่ระบุไปตอนแรก) และระบบแสดงความหนาแน่นของการใช้บริการจะแสดงถึงความหนาแน่นของการใช้บริการของสาขาที่เข้าเงื่อนไขที่ระบุในระบบค้นหาฟิตเนสไปในตอนต้น

(2) ระบบบริว (Review System)

ระบบนี้เป็นระบบสำหรับ Persona ลูกค้ำทุกกลุ่มดังต่อไปนี้ ลูกค้ำใหม่ ลูกค้ำที่มองหาฟิตเนสใหม่ ลูกค้ำที่ใช้ฟิตเนสเดิม โดยตัวระบบจะทำให้ฝั่งลูกค้ำทั้ง 3 กลุ่มสามารถเข้าไปอ่านหรือให้คำแนะนำหรือติชมหรือให้ไลค์ได้เพื่อให้ผู้ที่มีความสนใจที่จะใช้บริการฟิตเนสได้เข้ามาอ่านและรู้ได้ว่าบริวไหนมีประโยชน์มากที่สุดตามลำดับ และใช้เป็นข้อมูลในการตัดสินใจที่จะเลือกใช้บริการฟิตเนส ซึ่งบริวที่มียอดไลค์สูงสุดหรือมีประโยชน์มากที่สุดจะอยู่ด้านบนสุดเพื่อให้ผู้ใช้เห็นก่อนบริวอื่นๆ อีกระบบที่น่าสนใจของระบบนี้คือหากผู้ใช้ได้ใช้ระบบค้นหาฟิตเนสก่อนที่จะมาใช้ระบบบริว ตัวระบบจะแสดงค่าเริ่มต้นของตัวกรองการค้นหาบริวตรงตามเงื่อนไขที่ผู้ใช้ได้ระบุไปในตอนใช้ระบบค้นหาฟิตเนส (Recommendation System) แต่หากผู้ใช้ไม่ได้ใช้ระบบค้นหาฟิตเนสมาก่อนหน้า ตัวระบบบริวจะแสดงค่าเริ่มต้นของตัวกรองในการค้นหาบริวเป็นค่าเริ่มต้นทั่วไป

(3) ระบบแสดงโปรโมชั่น (Promotion Displaying System)

ระบบนี้เป็นระบบสำหรับกลุ่มลูกค้ำเดิม ลูกค้ำใหม่และกลุ่มลูกค้ำที่ต้องการจะเปลี่ยนฟิตเนส โดยทางฝั่งลูกค้ำที่ระบุมาในตอนแรกสามารถที่จะเปรียบเทียบโปรโมชั่นหรือสิทธิพิเศษของฟิตเนส

สแต่ละแบรนด์ในแต่ละช่วงเวลาโดยที่ไม่ต้องเข้าไปเช็คข้อมูลในแต่ละเว็บไซต์ให้เสียเวลา และหากลูกค้ามีความสนใจก็จะมีช่องทางที่ใช้สำหรับติดต่อฟิตเนสแต่ละแบรนด์โดยตรง โดยลูกค้าสามารถเลือกติดต่อฟิตเนสแบรนด์ / สาขาที่สนใจได้จากผลการค้นหาที่อยู่ในระบบค้นหาฟิตเนสได้ โดยหน้าแสดงผลการค้นหาจะเรียงจากฟิตเนสแบรนด์ / สาขาที่ใกล้ลูกค้าที่สุดไปไกลสุด

(4) ระบบสมาชิก (Membership System)

ระบบนี้เป็นระบบสำหรับลูกค้าทุกคนที่เป็นสมาชิก(ผู้ที่โหลดแอปมาใช้) ตัวระบบจะแบ่งออกเป็น 2 ส่วนคือ 1.ส่วนของการ Login โดยในส่วนนี้จะให้ลูกค้าสมัครสมาชิกและกรอกข้อมูลเพื่อเก็บข้อมูลลูกค้า เพื่อที่จะทราบถึง Population ของการค้นหาหรือเลือกใช้บริการว่าใครกลุ่มไหนมักจะค้นหาหรือใช้บริการอะไรเป็นส่วนใหญ่เพื่อให้ตัวระบบมีระบบแนะนำที่แม่นยำมากยิ่งขึ้น (Recommendation System) 2.ส่วนของการแสดงสินค้า/บริการ โดยตัวระบบจะช่วยให้ลูกค้าที่เป็นสมาชิกสามารถทราบถึงโปรโมชั่นและสิทธิพิเศษสำหรับอาหารเสริมหรือสินค้าต่างๆได้ รวมทั้งลูกค้าสามารถกดหัวใจเพื่อให้ตัวสินค้าที่ลูกค้าสนใจหรือชอบแสดงอยู่ด้านบนสุดของหน้าได้ อีกทั้งตัวระบบมีการเปรียบเทียบราคาสินค้าชนิดเดียวกันระหว่างแบรนด์ทุกแบรนด์ที่ได้ขายและหากลูกค้ามีความสนใจสินค้าของฟิตเนสแบรนด์/สาขาไหน เพียงแค่โชว์หน้าแอปพลิเคชัน ก็จะสามารถซื้อสินค้า/บริการในราคาสมาชิกของแอปพลิเคชันได้ (ระบบนี้เป็นระบบที่ทำให้คนมาใช้งานแอปพลิเคชันบ่อย)

(5) ระบบแสดงความหนาแน่นของการใช้บริการ (Traffic Tracking System)

ระบบนี้เป็นระบบสำหรับกลุ่มผู้ใช้ที่เป็นลูกค้าที่ใช้ฟิตเนสเดิม โดยระบบจะแสดงความหนาแน่นของผู้คนที่จะมาใช้บริการฟิตเนสในแต่ละวันและช่วงเวลา โดยจะเก็บข้อมูลจากอดีตจากการที่ลูกค้าทุกๆคนที่เช็คอินเข้าฟิตเนสแล้วแสดงข้อมูลออกมาในรูปแบบกราฟแท่ง โดยจะแสดงออกมาเป็นค่าเฉลี่ยของจำนวนคนที่เข้ามาใช้บริการในช่วงเวลานั้น ๆ อีกทั้งยังมีการแสดงข้อมูลเป็นแบบเรียลไทม์ว่าในชั่วโมงปัจจุบันมีลูกค้ามาใช้บริการแล้วก็คน พร้อมทั้งแสดงสถานะความหนาแน่นของการใช้บริการในปัจจุบันว่าอยู่ระดับไหน เพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบในการช่วยตัดสินใจมากขึ้น ซึ่งจะ เป็นประโยชน์กับลูกค้าตรงที่ลูกค้าสามารถเลือกช่วงเวลาที่จะมาใช้บริการฟิตเนสในช่วงที่จำนวนคนในฟิตเนสไม่หนาแน่นเกินไป ต่างจากระบบแสดงจำนวนผู้ใช้บริการตรงที่ ระบบแสดงความหนาแน่นของการใช้บริการมีการแสดงข้อมูลเป็นกราฟแท่งแบบเรียลไทม์ แต่ระบบแสดงจำนวนผู้ใช้บริการของกลุ่มฟิตเนสไม่มีในส่วนนี้เพียงแต่เป็นการแสดงจำนวนผู้ใช้บริการเฉลี่ยเป็นรายวันเท่านั้น โดยหากลูกค้าเคยใช้ระบบค้นหาฟิตเนสตัวแอปพลิเคชันจะจดจำการค้นหาและแสดงข้อมูลความหนาแน่นของการใช้บริการเฉพาะสาขาที่ใกล้เคียงหรือตรงตามเงื่อนไขที่ได้ระบุไปในระบบค้นหา หรือข้อมูลที่ลูกค้าได้กรอกไปในส่วนของฟิตเนสที่ใช้บริการในปัจจุบันของระบบสมาชิก (Recommendation System)

2.2) เว็บแอปพลิเคชัน (Web Application)

(6) ระบบตอบกลับการรีวิว (Review Reply System)

ระบบนี้เป็นระบบสำหรับกลุ่มฟิตเนส ทางฟิตเนสสามารถที่จะเข้ามาตรวจสอบเช็คค่าสิ่งที่ลูกค้าได้ แสดงความคิดเห็นในระบบบริววินั้น มีสิ่งติชมอะไรบ้างเพื่อที่จะสามารถคงสิ่งที่ดีอยู่แล้วเอาไว้ และ แก้ไขในส่วนที่ควรแก้เพื่อที่จะทำให้ลูกค้าพึงพอใจมากยิ่งขึ้น สามารถตรวจเช็คได้ด้วยว่าสิ่งที่ลูกค้า แสดงความคิดเห็นมาเป็นความจริงหรือไม่ อีกทั้งยังสามารถตอบกลับรีวิวของลูกค้าเพื่อเป็นการ ขอบคุณลูกค้าที่ชื่นชม หรือขอโทษ/รับทราบในสิ่งที่ลูกค้าติ แต่ไม่สามารถที่จะสร้างหัวข้อการรีวิว เหมือนลูกค้าได้

(7) ระบบการเพิ่มฟิตเนส (Fitness Adding System)

ระบบนี้เป็นระบบสำหรับกลุ่มฟิตเนส โดยหากทางฟิตเนสมีการเพิ่มสาขาที่สามารถที่จะเพิ่ม ข้อมูลลงไปบนเว็บแอปพลิเคชันได้ว่าฟิตเนสสาขาใหม่ตั้งอยู่ที่ไหน โดยระบบนี้จะเชื่อมโยงกับระบบ ค้นหาโลเคชันของฝั่งลูกค้า คือเมื่อฝั่งฟิตเนสอัปเดตสาขาใหม่ ทางฝั่งลูกค้าก็จะสาขาเห็นที่ตั้งของ สาขาใหม่ที่ฝั่งฟิตเนสได้อัปเดตได้ อีกทั้งตัวระบบนี้ยังทำให้ทางฟิตเนสสามารถตรวจเช็คได้ว่าสาขาที่มี ในปัจจุบันมีสาขาอะไรบ้าง

(8) ระบบอัปเดตฟิตเนส (Fitness Updating System)

ระบบนี้เป็นระบบสำหรับกลุ่มฟิตเนส ทางฟิตเนสสามารถอัปเดตข้อมูลต่าง ๆ ลงบนเว็บแอปพลิเคชันได้ว่าภายในฟิตเนสแต่ละสาขา มีบริการ(รวมถึงสินค้าในระบบสมาชิก) ราคา อุปกรณ์ หรือ คลาสอะไรเปลี่ยนแปลงไปบ้าง ซึ่งทำให้ทางฝั่งลูกค้าเห็นความเปลี่ยนแปลงไปด้วยเมื่อลูกค้าได้ใช้ ระบบค้นหาฟิตเนส อีกทั้งยังสามารถตรวจเช็ค/แก้ไขข้อมูลที่อัปเดตไปแล้วได้

(9) ระบบอัปเดตโปรโมชั่น (Promotion Updating System)

ระบบนี้เป็นระบบสำหรับกลุ่มฟิตเนส โดยจะเป็นระบบสำหรับอัปเดตโปรโมชั่นตามที่ทางฟิตเนสแต่ละแบรนด์ต้องการจัดขึ้นในแต่ละช่วงเวลาหรือเทศกาลที่กำลังจะมีขึ้น โดยเมื่อทางฟิตเนสได้ทำการอัปเดตข้อมูลบนเว็บไซต์ จะทำให้ลูกค้าเห็นโปรโมชั่นต่าง ๆ ที่ทางฟิตเนสแต่ละแบรนด์ได้จัดขึ้น เมื่อกลุ่มลูกค้าได้ใช้ระบบแสดงโปรโมชั่น โดยทางฟิตเนสสามารถกำหนดช่วงเวลาที่จะเพิ่มโปรโมชั่นขึ้นแอปพลิเคชันกับเวลาที่สิ้นสุดแสดงโปรโมชั่นได้ เพื่อให้ตัวระบบเพิ่ม/นำโปรโมชั่นออกโดยอัตโนมัติ เพื่อที่บุคลากรของทางฟิตเนสไม่จำเป็นต้องนำโปรโมชั่นเพิ่มขึ้นเว็บไซต์เองหรือนำออกไปเอง และ หากทางฟิตเนสต้องการจะชม/แก้ไขโปรโมชั่นที่เพิ่มไปแล้วก็สามารถทำได้

1.4 วิธีการดำเนินโครงการ

1. สอบถามจากเพื่อนที่เคยใช้บริการ fitness ถึงปัญหาการเลือก fitness และปัญหาที่เกิดขึ้นระหว่างเป็นสมาชิก fitness
2. define persona ของผู้ใช้บริการ fitness
3. empathy เชิงลึกเพื่อสร้าง empathy map จากทั้งลูกค้าและผู้ให้บริการ fitness
4. สรุปประเด็นปัญหา และความต้องการร่วมกัน การเลือกใช้ fitness และการใช้บริการ fitness
5. สร้างต้นแบบอย่างหยาบ
6. นำต้นแบบอย่างหยาบ (Low - Fidelity Mockups) ไปทดสอบการใช้งานได้จากกลุ่มลูกค้า และผู้ให้บริการ
7. นำความคิดเห็นที่ได้จากกลุ่มลูกค้า และผู้ให้บริการมาออกแบบต้นแบบเสมือนจริง (High - Fidelity Mockups) ครั้งที่ 1 โดยใช้โปรแกรม Figma ในการออกแบบ
8. นำต้นแบบเสมือนจริง (High - Fidelity Mockups) ที่ออกแบบในครั้งที่ 1 ไปทดสอบกับการใช้งานกับกลุ่มลูกค้า และผู้ให้บริการ
9. นำความคิดเห็นที่ได้จากกลุ่มลูกค้า และผู้ให้บริการมาออกแบบต้นแบบเสมือนจริง (High - Fidelity Mockups) ครั้งที่ 2 โดยใช้โปรแกรม Figma ในการออกแบบ
10. เสร็จสิ้นโครงการ

1.5 เทคโนโลยีที่ใช้ในโครงการ

เทคโนโลยีที่ใช้สำหรับการพัฒนาโครงการ “การใช้การคิดเชิงออกแบบเพื่อพัฒนาเว็บแอปพลิเคชันสำหรับเลือกศูนย์บริการฟิตเนส” มีรายละเอียดดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 : เทคโนโลยีที่ใช้ในการพัฒนาระบบ

ด้าน Software	
ระบบปฏิบัติการ	Microsoft Windows 10 64-bit
เครื่องมือที่ใช้ในการจัดทำระบบต้นแบบ (Prototype System)	Figma 116.5.18

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการพัฒนาโครงการ “การใช้การคิดเชิงออกแบบเพื่อพัฒนาเว็บแอปพลิเคชันสำหรับเลือกศูนย์บริการฟิตเนส” มีดังนี้

1.ระบบค้นหาฟิตเนส (Fitness Finding System)

ได้ระบบต้นแบบ ที่ช่วยให้ลูกค้าสามารถหาฟิตเนสได้ตรงตามที่ต้องการมากที่สุด พร้อมทั้งลดปัญหาการที่ต้องเข้าเว็บไซต์ที่ละเว็บไซต์เพื่อเปรียบเทียบข้อมูลด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านบริการ อุปกรณ์ ราคา เส้นทางการเดินทางที่ต้องเข้า google map หรือการดูข้อมูลต่างๆเกี่ยวกับฟิตเนส

2.ระบบรีวิว (Review System)

ได้ระบบต้นแบบ ที่ช่วยให้ลูกค้าสามารถทราบถึงประเด็นที่ลูกค้าต้องการจะทราบอย่างเป็นทางการมากที่สุด ไม่ว่าจะเป็นเรื่องบริการ ราคา สภาพแวดล้อมหรือเรื่องใดๆก็ตาม พร้อมทั้งแสดงความคิดเห็นในประเด็นต่าง ๆ ที่พึงพอใจและไม่พึงพอใจได้

3.ระบบแสดงโปรโมชั่น (Promotion Displaying System)

ได้ระบบต้นแบบ ที่ช่วยให้ลูกค้าสามารถเปรียบเทียบโปรโมชั่นของฟิตเนสแต่ละแบรนด์ได้ โดยที่ไม่ต้องเสียเวลาไปเช็คข้อมูลเองตามแต่ละเว็บไซต์ หรือต้องเข้าไปดูในเพจเฟซบุ๊ก

4.ระบบสมาชิก (Membership System)

ได้ระบบต้นแบบ ที่ช่วยให้ลูกค้าสามารถทราบถึงโปรโมชั่นที่ทางฟิตเนสไม่ได้ประกาศในเว็บไซต์ทั่วไปหรือที่ต้องเข้าไปชมในเพจเฟซบุ๊ก และด้วยตัวระบบได้แบ่งหมวดหมู่ของประเภทโปรโมชั่นไว้อย่างชัดเจน ทางลูกค้าจึงไม่จำเป็นต้องไปหาข้อมูลด้านสินค้า/บริการอย่างเสียเวลาเหมือนการไปเลื่อนดูหาโปรโมชั่นในเพจเฟซบุ๊ก ส่วนทางฟิตเนสอาจได้ประโยชน์ทางด้านการเข้าใจลูกค้ามากขึ้นจากการที่ตัวกลางอย่างฟราวด์ฟิตได้เก็บข้อมูลของลูกค้าไว้ และอาจนำข้อมูลดังกล่าวไปใช้ต่อยอดทางธุรกิจในอนาคตได้

5.ระบบแสดงความหนาแน่นของการใช้บริการ (Traffic Tracking System)

ได้ระบบต้นแบบ ที่ช่วยให้ลูกค้าสามารถตัดสินใจเลือกช่วงเวลาที่จะมาใช้บริการฟิตเนสในสาขาที่ตนเองต้องการ หรือช่วยให้ลูกค้าตัดสินใจว่าในช่วงเวลาที่ลูกค้าวางแผนต้องการออกกำลังกาย ควรจะไปที่สาขาไหน ทำให้ลูกค้าสามารถจัดตารางชีวิตของตัวเองได้ง่ายขึ้น

6.ระบบตอบกลับการรีวิว (Review Reply System)

ได้ระบบต้นแบบ ที่ช่วยให้บุคลากรของฟิตเนสเห็น Feedback ของลูกค้าที่ Feedback กลับมาว่ามีประเด็นอะไรบ้าง ประเด็นที่ลูกค้ากล่าวมานั้นจริงหรือไม่จริงอย่างไรบ้าง อีกทั้งระบบต้นแบบยังช่วยให้บุคลากรฟิตเนสสามารถตอบกลับลูกค้าได้ไม่ว่าจะในกรณีที่ลูกค้าแสดงความเห็นใน

ประเด็นที่ไม่เป็นความจริง หรือทำให้ฟิตเนสเสียชื่อเสียง หรือในกรณีที่ลูกค้ามีปัญหาหรือข้อสงสัยอะไรก็ตาม

7.ระบบการเพิ่มฟิตเนส (Fitness Adding System)

ได้ระบบต้นแบบ ที่ช่วยให้บุคลากรของฟิตเนสสามารถเพิ่มสาขาฟิตเนสได้ ซึ่งช่วยให้ทางฝั่งลูกค้าทราบถึงสาขาใหม่ที่ได้มีขึ้นโดยลูกค้าจะทราบได้ผ่านระบบค้นหาฟิตเนส รวมทั้งอาจทำให้ทางฟิตเนสเข้าถึงกลุ่มลูกค้าใหม่ หรือลูกค้าเข้าถึงฟิตเนสสาขาใหม่ที่ได้มีขึ้นอย่างรวดเร็วขึ้น เนื่องจากธุรกิจ ฟิตเนสเมื่อลูกค้าเริ่มใช้บริการไปแล้ว โดยปกติจะใช้บริการเป็นระยะเวลายาวนาน ซึ่งหากแบรนด์ไหนสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ไวกว่าก็จะทำให้ครองตลาดได้ไวกว่า

8.ระบบอัปเดตฟิตเนส (Fitness Updating System)

ได้ระบบต้นแบบที่ช่วยให้บุคลากรของฟิตเนสอัปเดตความเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ของทางฟิตเนสได้ซึ่งหากทางฟิตเนสมีบริการ โปรโมชั่น และสภาวะแวดล้อมดี และได้ทำการอัปเดตข้อมูลดังกล่าวอย่างรวดเร็ว ก็ถือเป็นการเพิ่มโอกาสในการได้ลูกค้าเข้ามาได้ โดยทางลูกค้าสามารถเห็นข้อมูลดังกล่าวผ่านทางระบบค้นหาฟิตเนส

9.ระบบอัปเดตโปรโมชั่น (Promotion Updating System)

ได้ระบบต้นแบบ ที่ช่วยให้บุคลากรของฟิตเนสสามารถอัปเดตโปรโมชั่นต่าง ๆ ทั้งในส่วนที่ฝั่งลูกค้าจะได้เห็นในระบบแสดงโปรโมชั่น



บทที่ 2

เหตุผลและแนวคิด

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการคิดเชิงออกแบบ (Design thinking)

การคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) เป็นกระบวนการคิดที่ทำให้เราสามารถทำความเข้าใจความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ด้วยกระบวนการ 5 ขั้นตอนคือ การทำความเข้าใจกลุ่มเป้าหมาย การระบุกรอบปัญหา การนำไอเดียที่ได้จากแต่ละกลุ่มคนหลากหลายกลุ่มมาสร้างสรรค์ การนำไอเดียที่ได้มาสร้างเป็นต้นแบบ และการทดสอบต้นแบบที่ออกแบบ เพื่อที่จะแก้ปัญหาหรือโจทย์ที่ตั้งไว้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล

5 ขั้นตอน Design Thinking Process



รูปที่ 2-1 : กระบวนการคิดเชิงออกแบบ

(ที่มา : <https://thechapt.com/design-thinking/#design-thinking>)

2.1 ความคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking)

1. เข้าใจกลุ่มเป้าหมาย (Empathize)

สามารถทำได้โดยการสัมภาษณ์ เพื่อที่จะเข้าใจปัญหาของกลุ่มเป้าหมาย ไม่ว่าจะเป็นความต้องการ ความคิด อารมณ์ความรู้สึก สิ่งที่กลุ่มเป้าหมายได้กระทำเพื่อแก้ปัญหาที่พบเจอในปัจจุบัน เพื่อที่จะทำให้การออกแบบระบบเป็นไปตามความต้องการของผู้ใช้ระบบได้อย่างตรงจุดมากที่สุด

2. ตั้งกรอบปัญหา (Define)

เมื่อได้ข้อมูลจากขั้นตอนการทำความเข้าใจแล้ว จากนั้นก็มาสรุปว่า กลุ่มผู้ใช้มีใครบ้าง และแต่ละกลุ่มเขามีปัญหาอะไรหรือมีความต้องการอะไร เพื่อที่จะเห็นภาพรวมของปัญหาและวิธีการแก้ไขปัญหาได้ชัดเจนมากขึ้น

3. ระดมความคิด (Ideate)

เป็นขั้นตอนหลักจากสัมภาษณ์ทำความเข้าใจกลุ่มเป้าหมาย และตั้งกรอบปัญหาเรียบร้อยแล้ว โดยในขั้นตอนนี้ จะเป็นการนำเสนอแนวความคิดอย่างไม่มีกรอบจำกัด โดยความคิดไม่ได้เป็นความคิดที่มาจากเราเพียงคนเดียว แต่จะเป็นความคิดที่เกิดจากการผสมผสานจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็นบุคคลทั่วไป ผู้บริหาร หรือผู้ปฏิบัติงาน

4. สร้างต้นแบบ (Prototype)

เป็นขั้นตอนของการสร้างต้นแบบเพื่อเป็นตัวแทนไอเดีย และเป็นการสื่อสารแนวคิดออกมาเป็นสิ่งที่จับต้องได้ จากนั้นก็นำต้นแบบที่สร้างไปทดสอบ ว่าสิ่งที่ออกแบบเหมาะสมกับปัญหาของผู้ที่จะใช้ต้นแบบที่ทางผู้ออกแบบออกแบบหรือไม่ โดยการให้ผู้ทดลองใช้แสดงความคิดเห็นหรือออกความเห็นว่าจะควรแก้ไขหรือปรับปรุงตรงไหนหรือไม่ เพื่อที่จะให้ต้นแบบออกมาเป็นประโยชน์ต่อผู้ใช้งานมากที่สุด โดยอาจมีการทดสอบซ้ำหลายครั้งขึ้นอยู่กับความซับซ้อนและความพึงพอใจของผู้ใช้งานจริง

5. ทดสอบ (Test)

เป็นขั้นตอนการทดสอบซ้ำๆ เพื่อให้ได้ผลการทดสอบที่ดีที่สุด จะต้องมีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงแก้ไขไปด้วย เป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งเพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่ดีที่สุด และหากพบว่าวิธีการแก้ปัญหาที่เลือกนั้นไม่สามารถแก้ปัญหาได้จริง ก็สามารถกลับไปทำตามขั้นตอนที่ผ่านมาได้ เพื่อให้ได้ต้นแบบที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ใช้งานมากยิ่งขึ้น

(Chapt, 2565)

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับ (Recommendation System)

Recommendation System คือระบบที่แนะนำสิ่ง (item) ที่เหมาะสมให้กับผู้ใช้ โดย item เป็นได้ตั้งแต่ข่าว เพลง courseเรียน ไปจนถึงสินค้าที่ขายในร้านออนไลน์ โดยระบบจะแนะนำสิ่งต่างที่ต่างกันตามความชอบของแต่ละคนตามความเหมาะสม ในอดีตที่การขายของมีปัญหาที่พื้นที่การแสดง

สินค้ามีจำกัด หรือปัญหาจากร้านค้าออนไลน์ที่มีสินค้าและบริการมากเกินไป จนเกิดปัญหาว่าสินค้าแบบไหนที่ควรแนะนำให้ลูกค้า เพราะสินค้ามากเกินไปลูกค้าจะเห็นทั้งหมดในเวลาที่มีจำกัด ตัวอย่างธุรกิจที่น่าสนใจคือหนังสือ A 2 ปีแล้วยังขายได้ไม่ดี จนกระทั่งหนังสือ B เป็นที่นิยมมากขายดี และระบบได้วิเคราะห์และแนะนำหนังสือ A จนเป็นหนังสือขายดีกว่า B

(Prakobkaew., 2564)

โดยโมเดลส่วนใหญ่ที่ใช้กันมีอยู่ 3 ประเภทได้แก่

1. Content based เป็นรูปแบบโมเดลที่แนะนำลักษณะของตัวบริการหรือสินค้าเป็นตัวตั้ง โดยวิเคราะห์ประวัติย้อนหลังของผู้ใช้แต่ละคนว่าชอบชมเนื้อหาอะไรบ้าง แล้วจะแนะนำเนื้อหาที่นั่นอยู่เสมอ
2. Collaborative filtering ระบบนำข้อมูลของผู้ใช้หลาย ๆ คนมารวมกันเพื่อวิเคราะห์ และคาดการณ์ว่าผู้ใช้คนหนึ่งๆจะสนใจเนื้อหาประมาณไหน
3. Hybrid system เป็นการรวมวิธีการสองวิธีแรกเข้าด้วยกันทำให้ระบบมีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้นในการแนะนำสินค้าและบริการต่าง ๆ

(Tangruamsub, 2562)



บทที่ 3

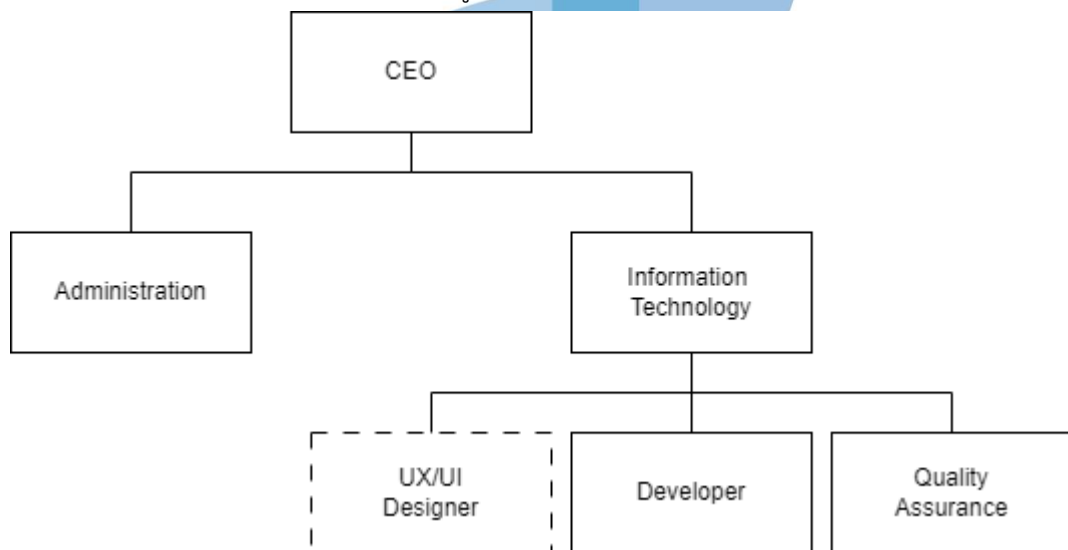
โครงสร้างขององค์กรและการดำเนินงาน

3.1 ประวัติองค์กร


บริษัท ฟราวด์ฟิต (นามสมมติ) เป็นธุรกิจต้นแบบในการพัฒนาโครงการพิเศษนี้ เป็นบริษัทที่เพิ่งเริ่มก่อตั้งในปี พ.ศ. 2565 เพื่อให้กลุ่มคนที่รักสุขภาพ หรือสนใจที่จะใช้บริการฟิตเนสได้เปรียบเทียบทั้งด้านราคา อุปกรณ์ออกกำลังกาย สิ่งอำนวยความสะดวกหรือบริการต่าง ๆ โดยบริษัทฟราวด์ฟิตจะเป็นตัวกลางระหว่างกลุ่มลูกค้าที่สนใจจะใช้บริการฟิตเนสหรือต้องการใช้ผลิตภัณฑ์ของฟิตเนส กับกลุ่มฟิตเนส โดยจะออกแบบแอปพลิเคชันตัวกลางของฝั่งลูกค้าเป็นโมบายล์แอปพลิเคชัน ทางฝั่งฟิตเนสเป็นเว็บแอปพลิเคชัน

3.2 โครงสร้างองค์กร

โครงสร้างองค์กรของฟราวด์ฟิต แสดงดังรูปที่ 2



รูปที่ 3-1 : โครงสร้างขององค์กรฟราวด์ฟิต

 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับโครงการนี้

3.3 ลักษณะการดำเนินงานขององค์กร

CEO ทำหน้าที่กำหนดเป้าหมายขององค์กร บริหารจัดการองค์กร กำหนดนโยบายเพื่อให้บริษัทสามารถดำเนินงานได้ตามเป้าหมายที่ตั้งไว้

Administration ทำหน้าที่บริหารองค์กรอันประกอบด้วย

2.1 ทรัพยากรบุคคล ทำหน้าที่จัดหาบุคลากรที่เหมาะสมกับตำแหน่งที่บริษัทต้องการ ประเมินผลของบุคลากรที่รับเข้ามาใหม่/เก่า ดูแลผลประโยชน์ของบุคลากรของบริษัท

2.2 การตลาด ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์และนำเสนอแอปพลิเคชันไปยังกลุ่มเป้าหมาย เพื่อเพิ่มปริมาณผู้ใช้งานแอปพลิเคชันมากขึ้น โดยใช้กลยุทธ์ทางการตลาดในการดึงดูดกลุ่มเป้าหมาย

2.3 การบัญชีการเงิน จัดทำงบประมาณให้บริษัท รวมทั้งบริหารจัดการทางด้านบัญชีและการเงินให้บริษัทสามารถดำเนินได้อย่างไม่มีปัญหา

3) Information Technology เป็นฝ่ายที่ทำหน้าที่ดูแลระบบสารสนเทศ

3.1 UX/UI Designer ทำหน้าที่ออกแบบหน้าจอแอปพลิเคชัน โดยใช้ประสบการณ์ของผู้ใช้งานมาออกแบบให้ตรงตามความต้องการของผู้ใช้งานทุกกลุ่ม

3.2 Developer ทำหน้าที่พัฒนาแอปพลิเคชันให้ได้ตามที่ UX/UI Designer ออกแบบไว้ รวมทั้งแก้ปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นระหว่างการทดสอบแอปพลิเคชันหรือระหว่างการใช้งาน

3.3 Quality Assurance ทำหน้าที่ตรวจสอบคุณภาพ Software ที่ถูกผลิตขึ้นมาโดย Developer โดยทำการทดสอบระบบต่าง ๆ และตรวจสอบหาข้อบกพร่องของ Software

3.4 ปัญหาที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน

ปัญหาของกลุ่มผู้คนที่มีความสนใจที่จะใช้บริการฟิตเนสและกลุ่มฟิตเนส ซึ่งได้จากการสำรวจและสอบถามลูกค้าฟิตเนส 3 กลุ่ม และกลุ่มฟิตเนส มีดังนี้

1. ปัญหาของกลุ่มลูกค้าใหม่

- กลุ่มลูกค้าไม่เคยใช้บริการรู้จักแบรนด์ฟิตเนสหรือรู้ข้อมูลที่จำกัด หรือจะสอบถามจากคนรู้จักที่เคยใช้บริการฟิตเนสก็เป็นไปได้ว่าผู้ที่ให้ข้อมูลกับลูกค้าอาจจะรู้ข้อมูลที่จำกัดหรือมีอคติในการให้ข้อมูลที่เป็นกลาง ซึ่งอาจส่งผลให้ทางลูกค้าใหม่ เลือกดัดสินใจที่จะใช้บริการฟิตเนสที่ไม่ได้ตรงตามความต้องการของตนเองมากที่สุด

- กลุ่มลูกค้าที่ยังไม่เคยใช้บริการฟิตเนส หากจะสำรวจฟิตเนสที่จะใช้บริการก็จำเป็นต้องค้นหาข้อมูลตามอินเทอร์เน็ต ซึ่งการค้นหาข้อมูลก็ต้องค้นหาตามแต่ละเว็บไซต์ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของ

สถานที่ตั้งของฟิตเนส อุปกรณ์ ราคา บริการ หรือสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ซึ่งทำให้เกิดการเสียเวลา

- กลุ่มลูกค้าที่ยังไม่เคยใช้บริการฟิตเนส ต้องการทราบถึงโปรโมชั่นของฟิตเนสแต่ละแบรนด์ ในช่วงเวลาที่ลูกค้าต้องการสมัครหรือใช้บริการช่วงนั้น ๆ ว่า มีโปรโมชั่นอะไรบ้างในช่วงเวลานั้น หรือโปรโมชั่นของ แบรนด์ใดคุ้มค่าที่สุดที่จะใช้บริการในช่วงเวลานั้นๆ

- กลุ่มลูกค้าที่ยังไม่เคยใช้บริการฟิตเนส ถึงจะยังไม่เคยใช้บริการฟิตเนส แต่ก็มีความรู้เรื่องโภชนาการและอาหารเสริมพอสมควร จึงมีความต้องการซื้ออาหารเสริมจากฟิตเนสในราคาที่ไม่แพง จึงต้องการทราบถึงโปรโมชั่นและสิทธิพิเศษในการซื้ออาหารเสริม เนื่องจากอาหารเสริมก็เป็นหนึ่งในสิ่งที่จำเป็นสำหรับคนออกกำลังกาย

2. ปัญหาของกลุ่มลูกค้าที่ต้องการจะเปลี่ยนฟิตเนส

- กลุ่มลูกค้าที่ต้องการจะเปลี่ยนฟิตเนสมีความไม่พอใจในอุปกรณ์การออกกำลังกาย บริการ ราคา หรือ สถานที่ตั้ง ส่งผลให้ต้องเปลี่ยนฟิตเนสแบรนด์ใหม่ ซึ่งอาจรู้จักแบรนด์ฟิตเนสหรือรู้ข้อมูลที่จำกัด หรือจะสอบถามจากคนรู้จักที่เคยใช้บริการฟิตเนสก็เป็นไปได้ว่าผู้ที่ให้ข้อมูลกับลูกค้าอาจจะรู้ข้อมูลที่จำกัดหรือมีอคติในการให้ข้อมูลที่เป็นกลาง ซึ่งอาจส่งผลให้ทางลูกค้าใหม่ เลือกดัดสินใจที่จะใช้บริการฟิตเนสที่ไม่ได้ตรงตามความต้องการของตนเองมากที่สุด

- กลุ่มลูกค้าที่ต้องการจะเปลี่ยนฟิตเนส จำเป็นจะต้องค้นหาข้อมูลตามอินเทอร์เน็ต ซึ่งการค้นหาข้อมูลก็ต้องค้นหาตามแต่ละเว็บไซต์ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของสถานที่ตั้งของฟิตเนส อุปกรณ์ ราคา บริการ หรือสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ซึ่งทำให้เกิดการเสียเวลา

- กลุ่มลูกค้าที่ต้องการจะเปลี่ยนฟิตเนส ต้องการที่จะทราบถึงโปรโมชั่นในช่วงเวลาที่ตนจะเปลี่ยน แบรนด์ฟิตเนสที่ใช้บริการ

- กลุ่มลูกค้าที่ต้องการจะเปลี่ยนฟิตเนส ต้องการซื้ออาหารเสริมจากฟิตเนสในราคาที่ไม่แพง จึงต้องการทราบถึงโปรโมชั่นและสิทธิพิเศษในการซื้ออาหารเสริม เนื่องจากอาหารเสริมก็เป็นหนึ่งในสิ่งที่จำเป็นสำหรับคนออกกำลังกาย

3. ปัญหาของกลุ่มลูกค้าที่ใช้ฟิตเนสเดิม

- กลุ่มลูกค้าที่ใช้ฟิตเนสเดิม ต้องการที่จะทราบถึงโปรโมชั่นการใช้บริการฟิตเนสในแต่ละช่วงเวลาเพื่อประโยชน์สูงสุดของการใช้บริการของตน

- กลุ่มลูกค้าที่ใช้ฟิตเนสเดิม ต้องการซื้ออาหารเสริมจากฟิตเนสในราคาที่ไม่แพงจึงต้องการทราบถึงโปรโมชั่นและสิทธิพิเศษในการซื้ออาหารเสริม เนื่องจากอาหารเสริมก็เป็นหนึ่งในสิ่งที่จำเป็นสำหรับคนออกกำลังกาย

- กลุ่มลูกค้าที่ใช้ฟิตเนสเดิม ไม่สามารถใช้บริการเครื่องเล่นบางเครื่องเล่นหรือคลาสบางคลาสที่มีจำนวนคนใช้บริการเยอะ ในช่วงเวลาที่ตนไปใช้บริการฟิตเนส

4.ปัญหาของกลุ่มบุคลากรของฟิตเนส

- กลุ่มบุคลากรของฟิตเนส ต้องการที่จะทราบถึงข้อมูลที่ลูกค้า Feedback ว่าสิ่งที่ลูกค้า Feedback มานั้นมีประเด็นเชิงบวกและเชิงลบเรื่องใดบ้าง รวมทั้งเป็นเรื่องจริงหรือไม่ แต่ในปัจจุบันบางช่องทางกลุ่ม ฟิตเนสก็ไม่ได้เข้าไปอ่าน Feedback ของข้อมูล

- กลุ่มบุคลากรของฟิตเนสจำเป็นต้องอัปเดตข้อมูล เมื่อมีการขยายสาขาของฟิตเนสในสถานที่ตั้งใหม่ เพื่อให้ทางลูกค้าทราบความเป็นไปใหม่ที่เกิดขึ้น

- กลุ่มบุคลากรของฟิตเนสจำเป็นต้องอัปเดตข้อมูลฟิตเนสแบรนด์ของตนเองว่า มีการเปลี่ยนแปลงด้านราคา บริการ หรือเครื่องมืออุปกรณ์ออกกำลังกายอย่างไรบ้าง เพื่อให้ลูกค้าสามารถเช็คข้อมูลได้

- กลุ่มบุคลากรของฟิตเนสจำเป็นต้องอัปเดตโปรโมชั่นการใช้บริการฟิตเนสของลูกค้าในแต่ละช่วงเวลาและเทศกาล

- กลุ่มฟิตเนส จำเป็นที่จะต้องอัปเดตโปรโมชั่นและสิทธิพิเศษสำหรับอาหารเสริม เพื่อที่จะสามารถแข่งขันกับฟิตเนสแบรนด์อื่น ๆ ที่อยู่ในกลุ่มตลาดเดียวกัน แต่ในปัจจุบันยังไม่มีช่องทางที่บอกถึงข้อมูลเกี่ยวกับการลดราคาของอาหารเสริมที่ชัดเจนเท่าที่ควร

- กลุ่มฟิตเนสในปัจจุบันจัดคลาสสอนในช่วงที่คนเยอะ ๆ โดยจะสังเกตด้วยตาเปล่าว่าช่วงเวลาไหนคนเยอะคนน้อย โดยจะอาศัยประสบการณ์ที่สั่งสมมา แต่ยังไม่มียระบบที่สามารถเก็บข้อมูลและแสดงผลให้เห็นว่าวันไหน ช่วงเวลาไหนที่คนมาใช้บริการเยอะหรือน้อยจริง ๆ

บทที่ 4

การพัฒนาระบบต้นแบบแอปพลิเคชัน

4.1 เข้าใจกลุ่มเป้าหมาย (Empathize)

จากการทำความเข้าใจกลุ่มเป้าหมาย (Empathize) และการตั้งกรอบปัญหา (Define) ตามหลักการของการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) ทำให้ได้ความต้องการระบบ (System Requirements) ดังนี้

4.1.1 เขาคือใคร (Persona)

ตารางที่ 2 : ข้อมูล Persona ของลูกค้าใหม่

เขาคือใคร (Persona)	ลูกค้าใหม่
เพศ	ชายหรือหญิง
อายุ	ระหว่าง 24 ถึง 35 ปี
ลักษณะ	รูปร่างยังไม่ได้ตามเป้าหมายที่ต้องการ สุขภาพยังไม่ดีเท่าที่ควร
บุคลิก พฤติกรรม และความต้องการ	เป็นกลุ่มคนที่เริ่มมีความสนใจที่จะดูแลสุขภาพ เริ่มสนใจที่จะใช้บริการฟิตเนส เลยเริ่มมองหาฟิตเนสให้ได้ตามที่ตัวเองต้องการไม่ว่าจะด้านบริการ หรืออุปกรณ์ ออกกำลังกาย

ตารางที่ 3 : ข้อมูล Persona ของลูกค้าที่มองหาฟิตเนสใหม่

เขาคือใคร (Persona)	ลูกค้าที่มองหาฟิตเนสใหม่
เพศ	ชายหรือหญิง
อายุ	ระหว่าง 25 ถึง 35 ปี
ลักษณะ	ร่างกายแข็งแรง
บุคลิก พฤติกรรม และความต้องการ	มีการใช้บริการฟิตเนสเป็นประจำ ออกกำลังกายเป็นประจำ แต่เริ่มมีความไม่ พอใจในอุปกรณ์ หรือบริการ หรือแม้กระทั่งอยากลองคลาสใหม่ ๆ ที่ฟิตเนสของ ตัวเองไม่มี หรือไปทำงาน/พักผ่อน ต่างสถานที่อยากหาฟิตเนสชั่วคราว

ตารางที่ 4 : ข้อมูล Persona ลูกค้ำที่ใช้ฟิตเนสเดิม (ยังไม่มีความต้องการที่จะเปลี่ยนที่)

เขาคือใคร (Persona)	ลูกค้ำที่ใช้ฟิตเนสเป็นประจำ(ยังไม่มีความต้องการที่จะเปลี่ยนที่)
เพศ	ชายหรือหญิง
อายุ	ระหว่าง 25 ถึง 30 ปี
ลักษณะ	ร่างกายแข็งแรง รูปร่างดี
บุคลิก พฤติกรรม และความต้องการ	มีการเข้าใช้บริการฟิตเนสเป็นประจำ ออกกำลังกายเป็นประจำ ยังพึงพอใจในอุปกรณ์และบริการของฟิตเนสที่ตนเองใช้อยู่

ตารางที่ 5 : ข้อมูล Persona บุคลากรของฟิตเนส

เขาคือใคร (Persona)	บุคลากรของฟิตเนส
เพศ	ชายหรือหญิง
อายุ	ระหว่าง 25 ถึง 35 ปี
ลักษณะ	ร่างกายแข็งแรง รูปร่างดี มีความอดทน
บุคลิก พฤติกรรม และความต้องการ	มีความมุ่งมั่นที่จะดูแลลูกค้ำให้ลูกค้ำบรรลุเป้าหมายด้านสุขภาพ และบริการตามที่ลูกค้ำต้องการ รวมทั้งให้ข้อมูลกับลูกค้ำทั้งกลุ่มลูกค้ำใหม่และเก่า

4.1.2 รายละเอียดความต้องการระบบ (System Requirements Details)

เพื่อให้ได้ระบบที่ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งานระบบอย่างถูกต้องและครบถ้วน จึงได้ทำการสัมภาษณ์ผู้ใช้ทั้ง 4 กลุ่มได้แก่ กลุ่มลูกค้ำใหม่เป็นจำนวน 3 คน กลุ่มลูกค้ำที่มองหาฟิตเนสใหม่ 3 คน กลุ่มลูกค้ำที่ใช้ฟิตเนสเดิม 6 คน กลุ่มบุคลากรฟิตเนส 3 คน โดยวิธีการสัมภาษณ์และเก็บข้อมูลมีหลากหลายวิธี มีทั้งวิธีการโทรสัมภาษณ์ เข้าไปเจอตัวจริงแล้วสัมภาษณ์ แชนทามเมื่อผู้สัมภาษณ์ไม่สะดวกโทร สอบถามข้อมูลจากเฟซบุ๊กเพจ สังเกตสถานที่ด้วยการไปใช้บริการจริง ค้นหาข้อมูลบนอินเทอร์เน็ตและแอปพลิเคชันของทางฟิตเนส

4.1.2.1 ส่วน Mobile App สำหรับลูกค้ำ Fitness

1 ระบบค้นหาฟิตเนส (Fitness Finding System)

ระบบนี้สำหรับกลุ่มลูกค้ำที่ใช้ฟิตเนสเดิม กลุ่มลูกค้ำใหม่ และกลุ่มลูกค้ำที่ต้องการจะเปลี่ยนฟิตเนส เพื่อให้กลุ่มคนเหล่านี้สามารถหาฟิตเนสตามที่ตนเองต้องการได้ โดยใช้ตัวกรองข้อมูลใน

ส่วนของสถานที่ตั้งเริ่มต้น ระยะทางที่ห่างออกไปจากลูกค้า อุปกรณ์ออกกำลังกาย บริการของฟิตเนส และแบรนด์ เพื่อที่จะให้ระบบแสดงข้อมูลของฟิตเนสตรงตามที่ถูกคัดกรองจากตัวกรอง และเป็นฟิตเนสที่น่าจะเหมาะสมกับโปรไฟล์ของลูกค้ามากที่สุด (Recommendation System) ในส่วนของระบบค้นหาฟิตเนสจะมีการจดจำการระบุเงื่อนไขการค้นหาของลูกค้า เพื่อที่จะแนะนำหรือแสดงสิ่งที่ตรงตามที่ถูกคัดกรองมากที่สุด ไม่ว่าจะเป็นในระบบบริวิว ระบบแสดงโปรโมชันระบบแสดงความหนาแน่นของการใช้บริการ โดยในระบบบริวิวจะใช้เงื่อนไขที่ระบุในระบบค้นหาไปเป็นค่าเริ่มต้นในตัวกรอง ส่วนโปรโมชันจะแสดงถึงโปรโมชันของแบรนด์ที่ถูกคัดสรรใจ (จากเงื่อนไขในระบบค้นหาที่ระบุไปตอนแรก) และระบบแสดงความหนาแน่นของการใช้บริการจะแสดงถึงความหนาแน่นของการใช้บริการของสาขาที่เข้าเงื่อนไขที่ระบุในระบบค้นหาฟิตเนสไปในตอนต้น

ตารางที่ 6 : ตารางแผนที่ความเข้าใจสำหรับระบบค้นหาฟิตเนส

แผนที่ความเข้าใจ	
SAY	“อยากหาฟิตเนสรายเดือน/ปี ถูก ๆ ใกล้บ้าน ใกล้ที่ทำงาน ถ้ามีระบบอะไรสักอย่างช่วยให้ชีวิตจะง่ายขึ้นเยอะเลย” (ลูกค้าใหม่) “ไม่มีช่องทางใน Social ให้ค้นหาติดต่อ”(ลูกค้าใหม่) “มีแบบศึกษาดูโปรละเอียด ๆ เองที่บ้านใหม่ ไบเสนอโปรขอแบบละเอียด ๆ ไม่หมกม昧”(ลูกค้าใหม่และลูกค้าที่ต้องการเปลี่ยนฟิตเนส) “เวลาจะค้นหาก็ต้องค้นหาตามเว็บไซต์ของแต่ละแบรนด์”(ลูกค้าทั้ง 3 กลุ่ม)
THINK	“อยากมีระบบที่ทำให้ไม่ต้องเสียเวลาไปค้นหาตามเว็บไซต์ของแต่ละยี่ห้อที่คงดี”(ลูกค้าทั้ง 3 กลุ่ม)
FEEL	รู้สึกเสียเวลาที่จะต้องหาที่ละแบรนด์ผ่านเว็บไซต์หรือค้นหาผ่านที่ละเว็บไซต์ที่ตัวเองรู้จักและอาจพลาดโอกาสการใช้บริการแบรนด์ที่ตรงตามความต้องการมากกว่าได้ในแบรนด์ที่ไม่รู้จัก(ลูกค้าใหม่กับลูกค้าที่ต้องการจะเปลี่ยนฟิตเนส)
DO	ถามคนแถวๆนั้นหรือถามคนรู้จักที่เคยใช้บริการฟิตเนส (ลูกค้าใหม่กับลูกค้าที่ต้องการจะเปลี่ยนฟิตเนส)

กรอบปัญหา (Problem Statement)

กรอบปัญหา (Problem Statement) ของระบบ มีดังนี้

- 1.ลูกค้าต้องการระบบที่สามารถค้นหาฟิตเนสในระยะจากจุดที่ตนเองอยู่หรือจากจุดเริ่มต้นที่ตัวเองกำหนด ราคา เครื่องเล่น สถานที่ตั้ง บริการ และแบรนด์ที่ตรงตามความต้องการแต่สามารถทำ

ได้เพียงค้นหาตามเว็บไซต์ของแบรนด์แต่ละแบรนด์ ถ้ามองจากคนรู้จักที่เคยใช้บริการ ซึ่งตัวลูกค้าหรือคนที่ให้ข้อมูลลูกค้าอาจรู้จักแบรนด์หรือรู้ข้อมูลไม่ครอบคลุม ทำให้เสียโอกาสใช้บริการในแบรนด์ที่ตรงตามความต้องการมากที่สุดหรือในกรณีที่ลูกค้ากำลังจะตัดสินใจ แต่ต้องเปิดเว็บไซต์สลับเว็บไปมาซึ่งทำให้เสียเวลา จากทั้ง 2 เหตุผลข้างต้นจึงเกิดความต้องการที่จะอยากมีข้อมูลมาเปรียบเทียบข้าง ๆ กัน

ความต้องการ (Requirements)

ความต้องการ (Requirement) ของระบบ มีดังนี้

1. ลูกค้าสามารถค้นหาพิตเนสในบริเวณที่ลูกค้ากำหนดได้
2. ลูกค้าสามารถค้นหาพิตเนสในบริการที่ลูกค้าอยากใช้ได้
3. ลูกค้าสามารถแสดงผลการเปรียบเทียบพิตเนสในมิติต่าง ๆ ได้แก่ ระยะทางจากจุดที่ลูกค้ากำหนด/ลูกค้าอยู่ อุปกรณ์ ราคา บริการ
4. ลูกค้าสามารถได้รับข้อมูลพิตเนส/บริการที่น่าจะเหมาะสมกับโปรไฟล์ลูกค้ามากที่สุด (Recommendation System)
5. ลูกค้าสามารถเข้าไปดูรายละเอียดพิตเนสในแบรนด์/สาขาที่สนใจได้
6. ลูกค้าสามารถดูเส้นทางและระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางไปพิตเนสแบรนด์/สาขาที่ตัวเองต้องการทราบได้
7. ลูกค้าสามารถเลือกโทรหาพิตเนสในแบรนด์/สาขาที่สนใจได้จากผลแสดงการค้นหาของระบบค้นหาพิตเนสได้
8. ลูกค้าสามารถเลือกดูรีวิวของพิตเนสในแบรนด์/สาขาที่ตัวเองสนใจได้จากผลแสดงการค้นหาของระบบค้นหาพิตเนสได้
9. ลูกค้าสามารถเลือกดูโปรโมชั่นในแบรนด์/สาขาที่ตัวเองสนใจได้จากหน้าแสดงผลการค้นหาของระบบค้นหาพิตเนสได้

2 ระบบรีวิว (Review System)

ระบบนี้เป็นระบบสำหรับ Persona ลูกค้าทุกกลุ่มดังต่อไปนี้ ลูกค้าใหม่ ลูกค้าที่มองหาพิตเนสใหม่ ลูกค้าที่ใช้พิตเนสเดิม โดยตัวระบบจะทำให้ฝั่งลูกค้าทั้ง 3 กลุ่มสามารถเข้าไปอ่านหรือให้คำแนะนำหรือติชมหรือให้ไลค์ได้เพื่อให้ผู้ที่มีความสนใจที่จะใช้บริการพิตเนสได้เข้ามาอ่านและรู้ว่ารีวิวไหนมีประโยชน์มากที่สุดตามลำดับ และใช้เป็นข้อมูลในการตัดสินใจที่จะเลือกใช้บริการพิตเนส ซึ่งรีวิวที่มียอดไลค์สูงสุดหรือมีประโยชน์มากที่สุดจะอยู่ด้านบนสุดเพื่อให้ผู้ใช้เห็นก่อนรีวิวอื่นๆ อีกระบบที่น่าสนใจของระบบนี้คือหากผู้ใช้ได้ใช้ระบบค้นหาพิตเนสก่อนที่จะมาใช้ระบบรีวิว ตัวระบบจะแสดงค่า

เริ่มต้นของตัวกรองการค้นหารีวิวตรงตามเงื่อนไขที่ผู้ใช้ได้ระบุไปในตอนใช้ระบบค้นหาพิตเนส (Recommendation System) แต่หากผู้ใช้ไม่ได้ใช้ระบบค้นหาพิตเนสมาก่อนหน้า ตัวระบบรีวิวจะแสดงค่าเริ่มต้นของตัวกรองในการค้นหารีวิวเป็นค่าเริ่มต้นทั่วไป

ตารางที่ 7 : ตารางแผนที่ความเข้าใจสำหรับระบบรีวิว

แผนที่ความเข้าใจ	
SAY	<p>“พิตเนสส่วนมากมี เฟซบุ๊กเพจ แต่ไม่สะดวกเข้าไปอ่านรีวิวหรือข้อมูลต่าง ๆ” (ลูกค้ำใหม่)</p> <p>“ไม่โอเคกับพนักงานฝ่ายขายที่ชอบมานำเสนอโปร อยากจะมีพื้นที่สำหรับระบายหรือบอกกล่าวกับทางพิตเนสให้ทราบเพื่อทางพิตเนสจะแก้ไขหรือหาวิธีการอื่นที่เหมาะสมในการนำเสนอมากกว่านี้” (ลูกค้ำทั้ง 3 กลุ่ม)</p> <p>“พิตเนสบางที่มีเครื่องเล่นไม่เพียงพอสำหรับมือใหม่” (ลูกค้ำที่ต้องการเปลี่ยนพิตเนส)</p> <p>“แถวบ้านมีพิตเนสแต่เจอให้จ่ายรายปีอย่างเดียวเลย” (ลูกค้ำที่ต้องการเปลี่ยนพิตเนส)</p> <p>“พิตเนสแถวบ้านต้องเล่น 5 ครั้งต่อสัปดาห์ถึงจะคุ้มไม่จั้นต้องจ่ายเป็นรายปีซึ่งตอนนั้นยังไม่แน่ใจกับแผนของชีวิต” (ลูกค้ำที่ต้องการเปลี่ยนพิตเนส)</p> <p>“อุปกรณ์เยอะจริง แต่คนที่มาเล่นก็เยอะด้วย คุณภาพบางเครื่องดี แต่ไม่ใช่ทุกเครื่อง หรือทุกส่วนของเครื่อง บางเครื่องเล่นได้หลายแบบ แต่บางส่วนของเครื่องใช้ไม่ได้” (ลูกค้ำที่ใช้พิตเนสเดิมกับลูกค้ำที่ต้องการจะเปลี่ยนพิตเนส)</p> <p>“ส่วนใหญ่ถึงแม้จะไปดูพิตเนสแล้ว ก็ต้องหาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อซัพพอร์ตการตัดสินใจซึ่งก็อยากได้รีวิวจากลูกค้ำที่เคยใช้บริการ” (ลูกค้ำทั้ง 3 กลุ่ม)</p> <p>“ถ้าเป็นไปได้หากรีวิวแล้วก็อยากได้สิทธิพิเศษ หรือส่วนลดอะไรซักอย่างเพื่อเป็นแรงบันดาลใจในการรีวิว” (ลูกค้ำทั้ง 3 กลุ่ม)</p> <p>“ไว้ศึกษาโปรบางโปรกับพนักงานขายตอนไม่เข้าใจหรือตอนตรงกับเซลล์ไม่ชอบตอนนำมาเสนอแล้วมาพูดเร็ว ๆ ให้เรามิน แล้วให้รีบตัดสินใจ” (ลูกค้ำทั้ง 3 กลุ่มที่ไม่เต็มใจรับข้อมูล แต่คนที่เต็มใจจะไม่มีปัญหาส่วนนี้)</p>
THINK	<p>“อยากมีแอปพลิเคชันที่รีวิวการใช้พิตเนสตามทีต่าง ๆ ก็คงดี จะได้ไม่ต้องเสียเวลาไปดูสถานที่จริง” (ลูกค้ำทั้ง 3 กลุ่ม)</p> <p>“อยากมีแอปพลิเคชันที่ใช้สำหรับระบายความในใจ” (ลูกค้ำทั้ง 3 กลุ่ม)</p>
FEEL	<p>รู้สึกถูกรบกวนจากโฆษณาจากเฟซบุ๊ก (ลูกค้ำทั้ง 3 กลุ่ม)</p>

แผนที่ความเข้าใจ	<p>ไม่โอเคกับพนักงานฝ่ายขายของแต่ละฟิตเนสที่เข้ามาเข้าซื้อ(ลูกค้าทั้ง 3 กลุ่ม)</p> <p>รู้สึกไม่โอเคกับสภาพเครื่องเล่นบางเครื่องก็ไม่เหมาะกับราคาที่ย่ำเพื่อความสะดวกสบายในการเล่นและความปลอดภัย(ผู้ที่ยังใช้บริการฟิตเนสเดิม)</p> <p>รู้สึกกลัวว่า ถ้าเครื่องฟังจะต้องชดใช้เขาเท่าไรและอันตรายใหม่(ลูกค้าใหม่)</p> <p>รู้สึกไม่อยากเล่นเลยไม่เล่นดีกว่าเดี่ยวเครื่องฟัง(ลูกค้าที่ต้องการเปลี่ยนฟิตเนส)</p>
DO	<p>ไม่ซื้อจากพนักงานฝ่ายขายที่ทำให้ราคาถูกลง(ลูกค้าทั้ง 3 กลุ่ม)</p> <p>เลือกเปลี่ยนฟิตเนสที่จะไปใช้บริการ(ลูกค้าทั้ง 3 กลุ่ม)</p> <p>ยังคงใช้บริการต่อที่เดิมเนื่องจากมีเพื่อนหรือมีเทรนเนอร์ที่คอยช่วยแก้ปัญหาให้ (ลูกค้าทั้ง 3 กลุ่ม)</p>

กรอบปัญหา (Problem Statement)

กรอบปัญหา (Problem Statement) ของระบบ มีดังนี้

1.ลูกค้าต้องการระบบการรีวิวเพิ่มเติมเพื่อที่จะใช้เป็นข้อมูลที่จะช่วยในการตัดสินใจในการเลือกใช้ฟิตเนส อย่างเป็นกลาง โดยไม่ถูกรบกวนจากโฆษณา หรือพนักงานฝ่ายขายของกลุ่มฟิตเนส ไม่ว่าจะเป็นเรื่องเครื่องเล่นในฟิตเนสพร้อมใช้งาน/ชำรุดใหม่ หรือคุ่มค่ากับค่าใช้จ่าย/ค่าบริการใหม่

ความต้องการ (Requirements)

ความต้องการ (Requirement) ของระบบ มีดังนี้

- 1.ลูกค้าสามารถทราบถึงรายละเอียดต่าง ๆ ของฟิตเนสแต่ละที่ โดยที่ไม่ถูกรบกวนจากพนักงานขาย หรือโฆษณาอย่างครบถ้วน
- 2.ลูกค้าสามารถแสดงความคิดเห็นลงในระบบรีวิว/ให้ดาวได้
- 3.ลูกค้าสามารถตอบกลับความคิดเห็นของผู้อื่น/ไลค์ได้

3 ระบบแสดงโปรโมชั่น (Promotion Displaying System)

ระบบนี้เป็นระบบสำหรับกลุ่มลูกค้าเดิม ลูกค้าใหม่และกลุ่มลูกค้าที่ต้องการจะเปลี่ยนฟิตเนส โดยทางฝั่งลูกค้าที่ระบุมาในตอนแรกสามารถที่จะเปรียบเทียบโปรโมชั่นหรือสิทธิพิเศษของฟิตเนสแต่ละแบรนด์ในแต่ละช่วงเวลาโดยที่ไม่ต้องเข้าไปเช็คข้อมูลในแต่ละเว็บไซต์ให้เสียเวลา และหากลูกค้ามีความสนใจก็จะมีช่องทางที่ใช้สำหรับติดต่อฟิตเนสแต่ละแบรนด์โดยตรง โดยลูกค้าสามารถ

เลือกติดต่อฟิตเนสแบรนด์ / สาขาที่สนใจได้จากผลการค้นหาที่อยู่ในระบบค้นหาฟิตเนสได้ โดยหน้า
แสดงผลการค้นหาจะเรียงจากฟิตเนสแบรนด์ / สาขาที่ใกล้ลูกค้าที่สุดไปไกลสุด

ตารางที่ 8 : ตารางแผนที่ความเข้าใจสำหรับระบบแสดงโปรโมชั่น

แผนที่ความเข้าใจ	
SAY	<p>“ค่าบริการฟิตเนสเดี่ยวนี้อีกไม่ใช่อีก ๑ ยิ่งค่าใช้จ่ายในส่วนของผู้ฝึกสอนส่วนตัวยิ่ง แพงไปใหญ่”(ลูกค้าทั้ง 3 กลุ่ม)</p> <p>“ปกติถ้าจะใช้บริการบางที่ก็รอถึงช่วงโปรโมชั่นจะได้จ่ายในราคาที่ถูก”(ลูกค้าที่ ใช้ฟิตเนสเดิมกับลูกค้าที่สนใจเปลี่ยนฟิตเนส)</p> <p>“บางที่อยากเปรียบเทียบโปรโมชั่นแต่ละแบรนด์แต่ต้องเข้าทีละเว็บ เปิดทีละ หน้าต่างสลับไปมารู้สึกวุ่นวาย” (ลูกค้าทั้ง 3 กลุ่ม)</p>
THINK	<p>“อยากให้มีส่วนลดเวลาเลือกใช้บริการฟิตเนส”(ทั้ง 3 กลุ่ม)</p> <p>“อยากให้มียระบบที่สามารถรวมโปรโมชั่นของฟิตเนสทุกแบรนด์ไว้ในแอปเดียว จะได้ไม่ต้องเข้าไปหาข้อมูลที่เว็บไซต์”(ลูกค้าทั้ง 3 กลุ่ม)</p>
FEEL	<p>รู้สึกไม่อยากจ่ายเงินเยอะ(ลูกค้าทั้ง 3 กลุ่ม)</p> <p>รู้สึกวุ่นวายที่ต้องเข้าไปเปรียบเทียบข้อมูลที่เว็บไซต์ (ลูกค้าทั้ง 3 กลุ่ม)</p>
DO	<p>จ่ายเท่าที่ต้องจ่าย (ลูกค้าทั้ง 3 กลุ่ม)</p> <p>เข้าไปเช็คข้อมูลที่แต่ละแบรนด์ (ลูกค้าทั้ง 3 กลุ่ม)</p>

กรอบปัญหา (Problem Statement)

กรอบปัญหา (Problem Statement) ของระบบ มีดังนี้

1.ลูกค้าต้องการระบบที่สามารถเปรียบเทียบโปรโมชั่นของฟิตเนสแต่ละแบรนด์โดยไม่ต้อง
เข้าไปดูข้อมูลที่เว็บไซต์ พร้อมทั้งสามารถติดต่อสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมจากทางฟิตเนส

ความต้องการ (Requirements)

ความต้องการ (Requirement) ของระบบ มีดังนี้

1.ลูกค้าสามารถเปรียบเทียบโปรโมชั่นของฟิตเนสแต่ละแบรนด์ได้สะดวกมากขึ้น พร้อมทั้ง
สามารถติดต่อสอบถามข้อมูลกับทางฟิตเนสได้

4 ระบบสมาชิก (Membership System)

ระบบนี้เป็นระบบสำหรับลูกค้าทุกคนที่เป็นสมาชิก(ผู้ที่โหลดแอปมาใช้) ตัวระบบจะแบ่ง
ออกเป็น 2 ส่วนคือ 1.ส่วนของการ Login โดยในส่วนนี้จะให้ลูกค้าสมัครสมาชิกและกรอกข้อมูลเพื่อ

เก็บข้อมูลลูกค้า เพื่อที่จะทราบถึง Population ของการค้นหาหรือเลือกใช้บริการว่าใครกลุ่มไหน มักจะค้นหาหรือใช้บริการอะไรเป็นส่วนใหญ่เพื่อให้ตัวระบบมีระบบแนะนำที่แม่นยำมากยิ่งขึ้น (Recommendation System) 2. ส่วนของการแสดงสินค้า/บริการ โดยตัวระบบจะช่วยให้ลูกค้าที่เป็นสมาชิกสามารถทราบถึงโปรโมชั่นและสิทธิพิเศษสำหรับอาหารเสริมหรือสินค้าต่างๆได้ รวมทั้งลูกค้าสามารถกดหัวใจเพื่อให้ตัวสินค้าที่ลูกค้าสนใจหรือชอบแสดงอยู่ด้านบนสุดของหน้าได้ อีกทั้งตัวระบบมีการเปรียบเทียบราคาสินค้าชนิดเดียวกันระหว่างแบรนด์ทุกแบรนด์ที่ได้ขายและหากลูกค้ามีความสนใจสินค้าของฟิตเนสแบรนด์/สาขาไหน เพียงแค่โชว์หน้าแอปพลิเคชัน ก็สามารถซื้อสินค้า/บริการในราคาสมาชิกของแอปพลิเคชันได้ (ระบบนี้เป็นระบบที่ทำให้คนมาใช้งานแอปพลิเคชันบ่อย)

ตารางที่ 9 : ตารางแผนที่ความเข้าใจสำหรับระบบสมาชิก

แผนที่ความเข้าใจ	
SAY	<p>“อาหารเสริมเป็นหนึ่งในประเด็นที่สำคัญสำหรับคนออกกำลังกาย แต่ก็มีหลายแบรนด์หลายราคา บางทีซื้อในแบรนด์ที่แพงกว่าอีกแบรนด์ทั้งที่คุณสมบัติของสินค้าเหมือนกัน” (ลูกค้าทั้ง 3 กลุ่ม)</p> <p>“น่าจะมึระบบหรืออะไรซักอย่างที่สามารถเปรียบเทียบอาหารเสริมในแต่ละแบรนด์ได้เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการซื้อ” (ลูกค้าทั้ง 3 กลุ่ม)</p> <p>“ถ้ามีสิทธิพิเศษลดราคาอาหารเสริมก็ดีนะ” (ลูกค้าทั้ง 3 กลุ่ม)</p> <p>“บางโปรโมชั่น ทางฟิตเนสก็ไม่ได้ประกาศลงบนเว็บโดยตรง ต้องเป็นคนที่ใช้บริการฟิตเนสนั้นอยู่ถึงจะทราบถึงโปรโมชั่นลับ”</p>
THINK	<p>“ถ้าระบบสามารถช่วยให้สามารถให้ข้อมูลอาหารเสริมเพื่อใช้เปรียบเทียบในราคาที่ต้องการ คุณลักษณะสินค้าและคุณภาพสินค้าตามที่ต้องการได้คือดีเลยจะดีใช้เป็นตัวเลือกในการตัดสินใจได้ง่าย” (ลูกค้าทั้ง 3 กลุ่ม)</p>
FEEL	<p>รู้สึกเสียตายนี่มารู้ทีหลังว่ามีโปรโมชั่นอาหารเสริมอยู่ (ลูกค้าทั้ง 3 กลุ่ม)</p>
DO	<p>หาซื้อเว่ยโปรตีนเองตามเว็บไซต์หรือแอปต่าง ๆ หรือสถานที่ต่าง ๆ (ลูกค้าทั้ง 3 กลุ่ม)</p>

กรอบปัญหา (Problem Statement)

กรอบปัญหา (Problem Statement) ของระบบ มีดังนี้

1. ลูกค้าต้องการระบบที่สามารถทราบถึงโปรโมชั่นอาหารเสริมหรือสินค้าบริการต่าง ๆ ที่ทางฟิตเนสอาจไม่ได้ประกาศลงบนเว็บไซต์

ความต้องการ (Requirements)

ความต้องการ (Requirement) ของระบบ มีดังนี้

1. ลูกค้าสามารถกรอกข้อมูลเพื่อสมัครเป็นสมาชิกของแอปพลิเคชันพร้อมทั้งสามารถ Login เข้าใช้แอปพลิเคชันได้
2. ลูกค้าที่เป็นสมาชิกของแอปพลิเคชันสามารถทราบถึงสิทธิประโยชน์ของสินค้าและบริการของระบบสมาชิกได้
3. ลูกค้าสามารถกดหัวใจสินค้า เพื่อให้สินค้าหรือบริการที่ลูกค้าชื่นชอบแสดงอยู่บนสุดของหน้าจอได้ ในทุกครั้งที่เข้ามาชมสินค้าและบริการ

5 ระบบแสดงความหนาแน่นของการใช้บริการ (Traffic Tracking System)

ระบบนี้เป็นระบบสำหรับกลุ่มผู้ใช้ที่เป็นลูกค้าที่ใช้ฟิตเนสเดิม โดยระบบจะแสดงความหนาแน่นของผู้คนที่จะมาใช้บริการฟิตเนสในแต่ละวันและช่วงเวลา โดยจะเก็บข้อมูลจากอดีตจากการที่ลูกค้าทุกๆคนที่เช็คอินเข้าฟิตเนสแล้วแสดงข้อมูลออกมาในรูปแบบกราฟแท่ง โดยจะแสดงออกมาเป็นค่าเฉลี่ยของจำนวนคนที่เข้ามาใช้บริการในช่วงเวลานั้น ๆ อีกทั้งยังมีการแสดงข้อมูลเป็นแบบเรียลไทม์ว่าในช่วงปัจจุบันมีลูกค้ามาใช้บริการแล้วก็คน พร้อมทั้งแสดงสถานะความหนาแน่นของการใช้บริการในปัจจุบันว่าอยู่ระดับไหน เพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบในการช่วยตัดสินใจมากขึ้น ซึ่งจะ เป็นประโยชน์กับลูกค้าตรงที่ลูกค้าสามารถเลือกช่วงเวลาที่จะมาใช้บริการฟิตเนสในช่วงที่จำนวนคนในฟิตเนสไม่หนาแน่นเกินไป ต่างจากระบบแสดงจำนวนผู้ใช้บริการตรงที่ ระบบแสดงความหนาแน่นของการใช้บริการมีการแสดงข้อมูลเป็นกราฟแท่งแบบเรียลไทม์ แต่ระบบแสดงจำนวนผู้ใช้บริการของกลุ่มฟิตเนสไม่มีในส่วนนี้เพียงแค่เป็นการแสดงจำนวนผู้ใช้บริการเฉลี่ยเป็นรายวันเท่านั้น โดยหากลูกค้าเคยใช้ระบบค้นหาฟิตเนสตัวแอปพลิเคชันจะจดจำการค้นหาและแสดงข้อมูลความหนาแน่นของการใช้บริการเฉพาะสาขาที่ใกล้เคียงหรือตรงตามเงื่อนไขที่ได้ระบุไปในระบบค้นหา หรือข้อมูลที่ลูกค้าได้กรอกไปในส่วนของฟิตเนสที่ใช้บริการในปัจจุบันของระบบสมาชิก (Recommendation System)

ตารางที่ 10 : ตารางแผนที่ความเข้าใจสำหรับระบบแสดงความหนาแน่นของการใช้บริการ

แผนที่ความเข้าใจ	
SAY	<p>“เป็นคนเข้าฟิตเนสแทบจะทุกวันเลยเห็นว่าช่วงเย็น ๆ คนจะเยอะค่ะ แต่วันเสาร์อาทิตย์คนจะค่อนข้างที่จะบาง” (ลูกค้าที่ใช้ฟิตเนสเดิม)</p> <p>“บางทีไปจะเล่นนอก แต่เครื่องเล่นดันเต็มซะงั้น” (ลูกค้าที่มองหาฟิตเนสใหม่)</p> <p>“บางวันมีธุระอยากรีบ ๆ ออกกำลังกายให้เสร็จ ๆ จะได้ไปทำธุระต่อ แต่ดันต้องมารอคิวเล่น ทำให้ ออกกกำลังกายได้ไม่ตามเป้าหมาย” (ลูกค้าที่ใช้ฟิตเนส</p>

แผนที่ความเข้าใจ	
	เดิม) “ถ้าคนเยอะจนไม่ได้เล่นก็ไม่เล่น”(ผู้ที่ยังใช้บริการฟิตเนสเดิม) “ถ้าเครื่องเล่นมีมากพอกับจำนวนคนที่จะเล่นคงดีกว่า เพราะทุกคนจ่ายเงินเท่ากัน แต่ต้องมาคอยรอคนอื่นเล่นเสร็จ ซึ่งคนที่เล่นอยู่ก็กดดัน คนรอก็เสียเวลา”(ผู้ใช้บริการฟิตเนสเดิมกับลูกค้าที่ต้องการเปลี่ยนฟิตเนส) “มันมีระบบอะไรไหมที่ทำให้การตัดสินใจในการใช้บริการง่ายขึ้นว่าช่วงเวลาไหนควรใช้บริการ ช่วงเวลาไหนคนเยอะจนไม่น่าไป”(ผู้ใช้บริการฟิตเนสเดิมกับลูกค้าที่ต้องการเปลี่ยนฟิตเนส)
THINK	“คิดว่าควรมีแอปหรืออะไรก็ตามที่สามารถทำนายล่วงหน้าได้ว่าช่วงวันไหนเวลาไหนคนจะเยอะจะได้วางแผนชีวิตดีกว่าแต่ละวันแต่ละช่วงเวลาต้องทำอะไรบ้าง”(ลูกค้าที่ใช้ฟิตเนสเดิม)
FEEL	รู้สึกเซง ๆ ที่ต้องมารอคิว คือผมก็มีอย่างอื่นที่ผมต้องไปทำ (ลูกค้าที่ใช้ฟิตเนสเดิมกับลูกค้าที่มองหาฟิตเนสใหม่)
DO	“ใช้บริการที่เดิมไปก่อน เพราะชีวิตประจำวันยุ่ง ๆ เลยต้องทน ๆ ต่อคิวเล่นไป”(ลูกค้าที่ใช้ฟิตเนสเดิม) “รอมดสัญญาแล้วเปลี่ยนฟิตเนส”(ลูกค้าที่มองหาฟิตเนสใหม่)

กรอบปัญหา (Problem Statement)

กรอบปัญหา (Problem Statement) ของระบบ มีดังนี้

- 1.ลูกค้าต้องการระบบที่สามารถประมาณการความหนาแน่นของผู้คนที่มาใช้บริการฟิตเนสได้อย่างแม่นยำ เพื่อที่จะหลีกเลี่ยงใช้บริการในช่วงเวลาที่มีผู้คนหนาแน่นมาก

ความต้องการ (Requirements)

ความต้องการ (Requirement) ของระบบ มีดังนี้

- 1.ลูกค้าสามารถทราบถึงความหนาแน่นของการใช้บริการฟิตเนสในแต่ละช่วงเวลาของแบรนด์/สาขาได้

4.1.2.2 ส่วน Web App สำหรับ Fitness

1 ระบบตอบกลับการรีวิว (Review Reply System)

ระบบนี้เป็นระบบสำหรับกลุ่มฟิตเนส ทางฟิตเนสสามารถที่จะเข้ามาตรวจสอบเช็คค่าสิ่งที่ลูกค้าได้แสดงความคิดเห็นในระบบบริววินั้น มีสิ่งติชมอะไรบ้างเพื่อที่จะสามารถคงสิ่งที่ดีอยู่แล้วเอาไว้ และแก้ไขในส่วนที่ควรแก้เพื่อที่จะทำให้ลูกค้าพึงพอใจมากยิ่งขึ้น สามารถตรวจเช็คได้ด้วยว่าสิ่งที่ลูกค้าแสดงความคิดเห็นมาเป็นความจริงหรือไม่ อีกทั้งยังสามารถตอบกลับรีวิวของลูกค้าเพื่อเป็นการขอบคุณลูกค้าที่ชื่นชม หรือขอโทษ/รับทราบในสิ่งที่ลูกค้าติ แต่ไม่สามารถที่จะสร้างหัวข้อการรีวิวเหมือนลูกค้าได้

ตารางที่ 11 : ตารางแผนที่ความเข้าใจสำหรับระบบตอบกลับการรีวิว

แผนที่ความเข้าใจ	
SAY	<p>“ลูกค้าสมัยนี้ฉลาดครับ มีอะไรเสียหายนิด ๆ หน่อย ๆ ก็เรียกร้องผลประโยชน์ ทำให้บางครั้งฝั่งเราก็ต้องเช็คครับว่าลูกค้าเรียกร้องความเสียหายโดยที่ต้นเหตุมาจากฝั่งฟิตเนสจริงไหมหรือมาจากลูกค้า” (บุคลากรของฟิตเนส)</p> <p>“มีช่องทางที่รับความเห็นจากลูกค้าเพิ่มเติมก็ดีครับ จะได้เห็นมุมมองเกี่ยวกับฟิตเนสมากขึ้น” (บุคลากรของฟิตเนส)</p> <p>“ถ้ามีระบบบริววินใหม่จริง ๆ ก็ควรที่จะทำให้ฝั่งพวกผมตอบกลับได้ หรือเช็คได้ด้วยว่าสิ่งที่ลูกค้าแสดงความคิดเห็นเป็นความจริงไหม” (บุคลากรของฟิตเนส)</p> <p>“การได้ฟีดแบคตรง ๆ จากลูกค้าถือเป็นสิ่งจำเป็นเพราะจะได้นำสิ่งที่ลูกค้าฟีดแบคนั้นมาปรับปรุงแก้ไขให้ลูกค้าพึงพอใจมากขึ้น” (บุคลากรของฟิตเนส)</p> <p>“ปกติก็ไม่ค่อยได้อ่านฟีดแบคจากพันทิปครับ เพจเฟซบุ๊กอ่านครับ” (บุคลากรของฟิตเนส)</p> <p>“ส่วนใหญ่ลูกค้าที่สนิทจะฟีดแบคกับ PT ตรง ๆ เลยครับ” (บุคลากรของฟิตเนส)</p>
THINK	<p>“อยากได้ระบบที่ทำให้สามารถเห็นว่าลูกค้าแสดงความคิดเห็นอะไรบ้าง พร้อมกับสามารถตอบกลับได้เมื่อข้อมูลที่ลูกค้าแสดงความคิดเห็นเป็นเท็จ หรือเกิดมีคำถามในความเห็นจะได้อตอบได้” (บุคลากรของฟิตเนส)</p>
FEEL	<p>รู้สึกว่ามีช่องทางการรับความเห็นเพิ่มก็ดีเหมือนกัน (บุคลากรของฟิตเนส)</p>
DO	<p>รับฟีดแบคจากกระดานที่ลูกค้าเขียน ลูกค้าบอกตรง ๆ หรือไม่ก็อ่านจากเพจเฟซบุ๊ก (บุคลากรของฟิตเนส)</p>

กรอบปัญหา (Problem Statement)

กรอบปัญหา (Problem Statement) ของระบบ มีดังนี้

1.บุคลากรของฟิตเนสต้องการระบบที่สามารถตรวจเช็คหรือตอบกลับลูกค้าได้หากมีระบบหรือช่องทางใหม่เกี่ยวกับการรีวิว

2.บุคลากรของฟิตเนสต้องการระบบที่เป็นช่องทางที่ได้รับฟีดแบคจากลูกค้าเพิ่มเติม/ฟีดแบคที่มีคุณภาพ เพราะบางช่องทางยังไม่มีคุณภาพเท่าที่ควร

ความต้องการ (Requirements)

ความต้องการ (Requirement) ของระบบ มีดังนี้

1.บุคลากรของฟิตเนสสามารถเห็นถึงสถานะการอ่าน/ตอบกลับรีวิวของลูกค้าได้ว่า รีวิวไหนอ่านแล้วหรือยังไม่อ่าน หรือรีวิวไหนตอบกลับแล้วหรือยังไม่ตอบกลับ เพื่อความสะดวกในการตรวจเช็คและบริหารจัดการได้

2.บุคลากรของฟิตเนสสามารถเห็นความเห็นของลูกค้าพร้อมทั้งสามารถตอบกลับได้

2 ระบบการเพิ่มฟิตเนส (Fitness Adding System)

ระบบนี้เป็นระบบสำหรับกลุ่มฟิตเนส โดยหากทางฟิตเนสมีการเพิ่มสาขาก็สามารถที่จะเพิ่มข้อมูลลงไปบนเว็บแอปพลิเคชันได้ว่าฟิตเนสสาขาใหม่ตั้งอยู่ที่ไหน โดยระบบนี้จะเชื่อมโยงกับระบบค้นหาโลเคชันของฝั่งลูกค้า คือเมื่อฝั่งฟิตเนสอัปเดตสาขาใหม่ ทางฝั่งลูกค้าก็จะสาขาเห็นที่ตั้งของสาขาใหม่ที่ฝั่งฟิตเนสได้อัปเดตได้ อีกทั้งตัวระบบนี้ยังทำให้ทางฟิตเนสสามารถตรวจเช็คได้ว่าสาขาที่มีในปัจจุบันมีสาขาอะไรบ้าง

ตารางที่ 12 : ตารางแผนที่ความเข้าใจสำหรับระบบการเพิ่มฟิตเนส

แผนที่ความเข้าใจ	
SAY	“ปกติถ้ามีการเพิ่มสาขา ทางฟิตเนสเราจะโปรโมทหรือ Pre Sale ก่อนเพื่อให้ลูกค้าทราบ ล่วงหน้า” (บุคลากรของฟิตเนส) “ช่องทางการโปรโมทจะเป็นเพจเฟซบุ๊กกับไอจี” (บุคลากรของฟิตเนส)
THINK	“อยากให้มีส่วนช่องทางที่ทำให้ลูกค้าทราบถึงเรื่องการเพิ่มสาขาเพิ่ม ถือเป็นการช่วยโปรโมทไปในตัว” (บุคลากรของฟิตเนส)
FEEL	รู้สึกว่ามีช่องทางที่ทำให้ลูกค้าสามารถทราบข่าวสารเพิ่มได้ก็จะดี เพื่อลูกค้าบางกลุ่มไม่ได้ติดตามข่าวจากช่องทางอื่นก็ใช้ช่องทางที่มีเพิ่มมาได้ (บุคลากรของฟิตเนส)

แผนที่ความเข้าใจ	
DO	โปรโมทให้ลูกค้าทราบก่อนเปิดสาขา ตามช่องทางต่าง ๆ ไม่ว่าจะเฟซบุ๊กเพจ หรือเว็บไซต์ หรือไอจี(บุคลากรของฟิตเนส)

กรอบปัญหา (Problem Statement)

กรอบปัญหา (Problem Statement) ของระบบ มีดังนี้

- 1.บุคลากรของฟิตเนสต้องการระบบที่สามารถอัปเดตข้อมูลเกี่ยวกับสาขาใหม่ของฟิตเนส
- 2.บุคลากรของฟิตเนสต้องการระบบที่เป็นช่องทางการแจ้งข่าวสารให้ลูกค้าทราบเพิ่มเติมเกี่ยวกับการเพิ่มสาขาใหม่

ความต้องการ (Requirements)

ความต้องการ (Requirement) ของระบบ มีดังนี้

- 1.บุคลากรของฟิตเนสสามารถตรวจสอบเช็คได้ว่าสาขาที่มีในปัจจุบันมีสาขาอะไรแล้วบ้างพร้อมทั้งยังสาขาแก้ไขข้อมูลที่ตั้งและเบอร์ติดต่อได้ หากข้อมูลดังกล่าวผิดพลาดหรือมีการเปลี่ยนแปลง
- 2.บุคลากรของฟิตเนสสามารถอัปเดต/เพิ่มข้อมูลเกี่ยวกับสาขาใหม่ ทำให้ลูกค้าเห็นข่าวสารเกี่ยวกับการเพิ่มของสาขามากขึ้น

3 ระบบอัปเดตฟิตเนส (Fitness Updating System)

ระบบนี้เป็นระบบสำหรับกลุ่มฟิตเนส ทางฟิตเนสสามารถอัปเดตข้อมูลต่าง ๆ ลงบนเว็บแอปพลิเคชันได้ว่าภายในฟิตเนสแต่ละสาขา มีบริการ(รวมถึงสินค้าในระบบสมาชิก) ราคา อุปกรณ์ หรือคลาสอะไรเปลี่ยนแปลงไปบ้าง ซึ่งทำให้ทางฝั่งลูกค้าเห็นความเปลี่ยนแปลงไปด้วยเมื่อลูกค้าได้ใช้ระบบค้นหาฟิตเนส อีกทั้งยังสามารถตรวจสอบ/แก้ไขข้อมูลที่อัปเดตไปแล้วได้

ตารางที่ 13 : ตารางแผนที่ความเข้าใจสำหรับระบบอัปเดตฟิตเนส

แผนที่ความเข้าใจ	
SAY	<p>“ลูกค้าชอบมาถามครับว่าเมื่อไรสาขาจะมีเครื่องเล่นที่ตัวลูกค้าอยากเล่นซักรั้วที่แต่ทางเราก็บอกไปแบบปากเปล่าหรือทางลูกค้าต้องสังเกตเอง เพราะไม่ได้มีการแจ้งบนเว็บไซต์หรือเพจครับ” (บุคลากรฟิตเนส)</p> <p>“บางครั้งก็มีปัญหากับลูกค้าเรื่องค่าใช้จ่ายบริการครับ เพราะทางเราไม่ได้อัปเดตค่าใช้จ่ายบริการลงบนเว็บไซต์ แต่บอกกันเป็นปากเปล่าทำให้เข้าใจผิดกันได้ครับ” (บุคลากรของฟิตเนส)</p> <p>“ในส่วนของคลาสจะมีการแจ้งบนแอปอยู่แล้วครับ” (บุคลากรของฟิตเนส)</p>

แผนที่ความเข้าใจ	
THINK	“อยากมีระบบที่สามารถอัปเดตข้อมูลอย่างทันท่วงที” (บุคลากรของฟิตเนส)
FEEL	รู้สึกว่าจะได้ถูกลูกค้าถามน้อยลง
DO	แจ้งกับลูกค้าด้วยปากเปล่าสำหรับการเปลี่ยนแปลงบางเรื่อง (บุคลากรของฟิตเนส)

กรอบปัญหา (Problem Statement)

กรอบปัญหา (Problem Statement) ของระบบ มีดังนี้

1. บุคลากรของฟิตเนสต้องการระบบที่สามารถอัปเดตการเปลี่ยนแปลงของฟิตเนส เพราะมีข้อมูลในบางเรื่องที่ไม่ได้อัปเดตขึ้นเว็บไซต์ ทำให้เกิดความเข้าใจผิดขึ้นระหว่างบุคลากรฟิตเนสกับลูกค้า

ความต้องการ (Requirements)

ความต้องการ (Requirement) ของระบบ มีดังนี้

1. บุคลากรของฟิตเนสสามารถอัปเดตเรื่องต่าง ๆ ภายในฟิตเนสให้กับลูกค้าทราบได้
2. บุคลากรของฟิตเนสสามารถตรวจสอบ/แก้ไขข้อมูลที่อัปเดตไปแล้วได้

4 ระบบอัปเดตโปรโมชั่น (Promotion Updating System)

ระบบนี้เป็นระบบสำหรับกลุ่มฟิตเนส โดยจะเป็นระบบสำหรับอัปเดตโปรโมชั่นตามที่ทางฟิตเนสแต่ละแบรนด์ต้องการจัดขึ้นในแต่ละช่วงเวลาหรือเทศกาลที่กำลังจะมีขึ้น โดยเมื่อทางฟิตเนสได้ทำการอัปเดตข้อมูลบนเว็บไซต์ จะทำให้ลูกค้าเห็นโปรโมชั่นต่าง ๆ ที่ทางฟิตเนสแต่ละแบรนด์ได้จัดขึ้น เมื่อกลุ่มลูกค้าได้ใช้ระบบแสดงโปรโมชั่น โดยทางฟิตเนสสามารถกำหนดช่วงเวลาที่จะเพิ่มโปรโมชั่นขึ้นแอปพลิเคชันกับเวลาที่สิ้นสุดแสดงโปรโมชั่นได้ เพื่อให้ตัวระบบเพิ่ม/นำโปรโมชั่นออกโดยอัตโนมัติ เพื่อที่บุคลากรของทางฟิตเนสไม่จำเป็นต้องนำโปรโมชั่นเพิ่มขึ้นเว็บไซต์เองหรือนำออกไปเอง และหากทางฟิตเนสต้องการจะชม/แก้ไขโปรโมชั่นที่เพิ่มไปแล้วก็สามารถทำได้

ตารางที่ 14 : ตารางแผนที่ความเข้าใจสำหรับระบบอัปเดตโปรโมชั่น

แผนที่ความเข้าใจ	
SAY	“ปัจจุบันโปรโมชั่นบางโปรโมชั่นเราแจ้งกับลูกค้าด้วยปากเปล่าครับ เพราะยังไม่ได้มีระบบที่สามารถจะแจ้งถึงโปรโมชั่นได้ครบทุกโปรโมชั่น” (บุคลากรของฟิตเนส)

แผนที่ความเข้าใจ	
	<p>“ลูกค้าชอบมาถามครั้นว่ามีโปรสำหรับลูกค้าเก่าใหม่ ซึ่งพวกผมก็ต้องมานึก ๆ” (บุคลากรของฟิตเนส)</p> <p>“ถ้ามีระบบที่แจ้งโปรโมชันให้กับลูกค้าแบบครบครันพวกผมก็คงสบายขึ้นเยอะ ไม่ต้องมานึกว่ามีโปรอะไรบ้างในแต่ละรอบ อารมณ์แบบอัปเดตขึ้นระบบให้ลูกค้าอ่านเองไปเลย” (บุคลากรของฟิตเนส)</p> <p>“โปรโมชันเป็นหนึ่งในเหตุผลที่ลูกค้ามาใช้บริการ ทำให้พวกผมมียอดเพิ่มและไม่ถูกไล่่อจากการหาลูกค้าไม่ได้” (บุคลากรของฟิตเนส)</p> <p>“ปกติจะเข้าหาลูกค้าแบบเดินเข้าไปคุยโดยตรง หรือไม่ก็รอให้ลูกค้าเห็นโฆษณาในเฟซบุ๊กแล้วกรอกข้อมูลเข้ามา” (บุคลากรของฟิตเนส)</p>
THINK	“อยากให้ระบบที่แจ้งถึงโปรโมชันให้กับลูกค้าโดยที่พวกผมไม่ต้องนึก” (บุคลากรของฟิตเนส)
FEEL	รู้สึกอยากขายของ แต่บางทีก็ลืมนึกถึงโปรโมชันที่มี (บุคลากรของฟิตเนส) รู้สึกเครียดกับการทำยอด (บุคลากรของฟิตเนส)
DO	แจ้งโปรโมชันกับลูกค้าด้วยปากเปล่าสำหรับโปรโมชันที่ไม่ได้ประกาศบนเพจเฟซบุ๊ก หรือช่องทางการโฆษณาต่าง ๆ (บุคลากรของฟิตเนส)

กรอบปัญหา (Problem Statement)

กรอบปัญหา (Problem Statement) ของระบบ มีดังนี้

- 1.บุคลากรของฟิตเนสต้องการระบบที่เป็นช่องทางสำหรับประกาศโปรโมชันสินค้าได้อย่างครบถ้วนให้กับลูกค้า
- 2.บุคลากรของฟิตเนสต้องการระบบที่เป็นช่องทางที่ทำให้ลูกค้าเข้าถึงฟิตเนสได้มากขึ้น เพื่อที่จะง่ายต่อการทำยอดและลดโอกาสที่จะโดนไล่่อออก โดยต้องการให้ลูกค้ากรอกข้อมูลเข้ามาทางหน้าเว็บเพื่อให้ทาง ฟิตเนสติดต่อกลับ

ความต้องการ (Requirements)

ความต้องการ (Requirement) ของระบบ มีดังนี้

- 1.บุคลากรของฟิตเนสสามารถอัปเดตข้อมูลเกี่ยวกับโปรโมชัน
- 2.บุคลากรของฟิตเนสสามารถทำให้ลูกค้าเข้าถึงโปรโมชันของทางฟิตเนสได้มากขึ้น

4.2 การสร้างต้นแบบ (Prototype)

4.2.1 สร้างต้นแบบแบบหยาบ (Low – fidelity Mockups)

สร้างต้นแบบแบบหยาบ (Low – fidelity Mockups) ด้วยการวาดมือทั้ง 10 ระบบข้างต้น ให้ผู้ใช้งานที่เป็นกลุ่มเป้าหมายเห็นภาพคร่าวๆจากการที่เห็นแบบและผู้ออกแบบได้อธิบายแบบให้ฟัง ถึงแบบ ซึ่งก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างผู้ออกแบบและกลุ่มเป้าหมายว่าแบบที่ออก ถูกใจกลุ่มเป้าหมายหรือไม่อย่างไร เพื่อที่ผู้ออกแบบจะได้นำไอเดียที่ได้จากขั้นตอนนี้ไปพัฒนาต่อใน ขั้นตอนของ สร้างต้นแบบแบบเสมือนจริง (High – fidelity Mockups)

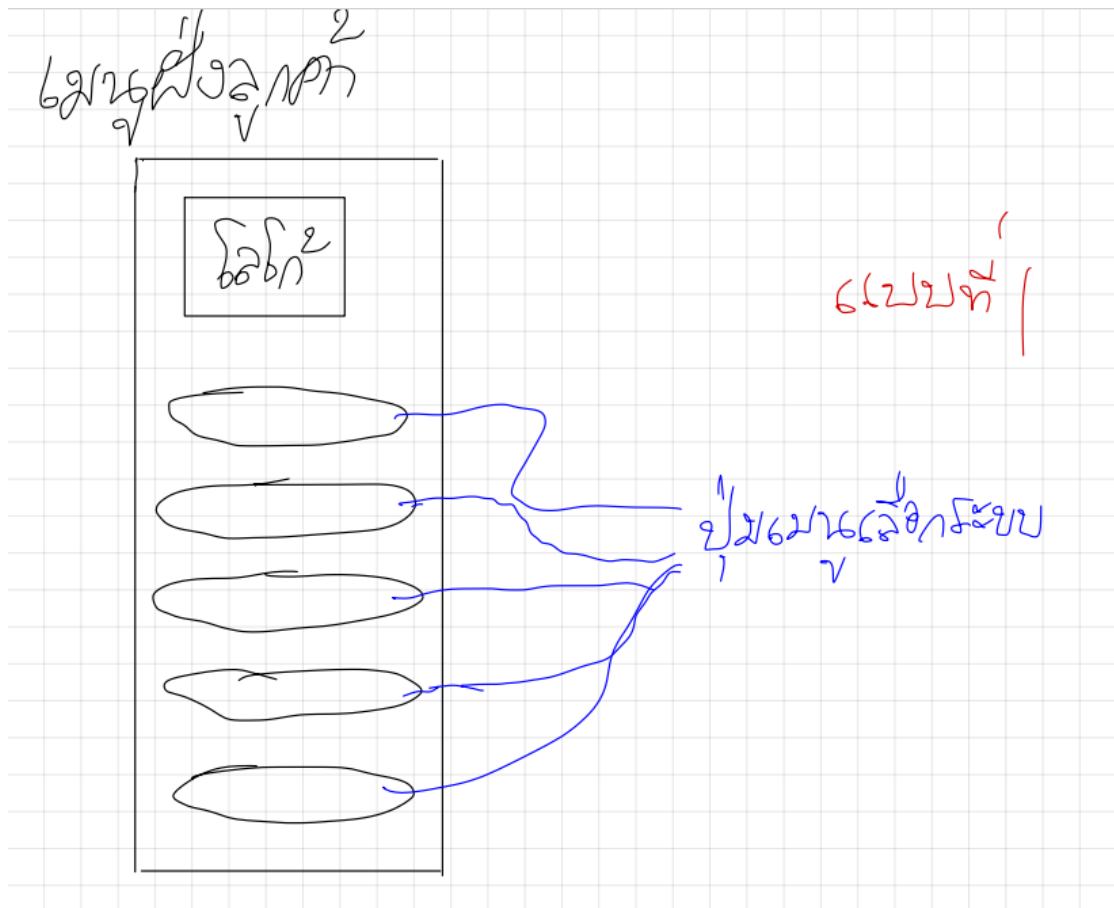
โดยต้นแบบแบบหยาบที่ผู้ออกแบบได้วาดมือมีระบบย่อยดังต่อไปนี้

- หน้าเมนูของฝั่งลูกค้า
- ระบบค้นหาฟิตเนส (Fitness Finding System)
- ระบบรีวิว (Review System)
- ระบบแสดงโปรโมชั่น (Promotion Displaying System)
- ระบบสมาชิก (Membership System)
- ระบบแสดงความหนาแน่นของการใช้บริการ (Traffic Tracking System)
- หน้าเมนูของฝั่งฟิตเนส
- ระบบตอบกลับการรีวิว (Review Reply System)
- ระบบการเพิ่มฟิตเนส (Fitness Adding System)
- ระบบอัปเดตฟิตเนส (Fitness Updating System)
- ระบบอัปเดตโปรโมชั่น (Promotion Updating System)

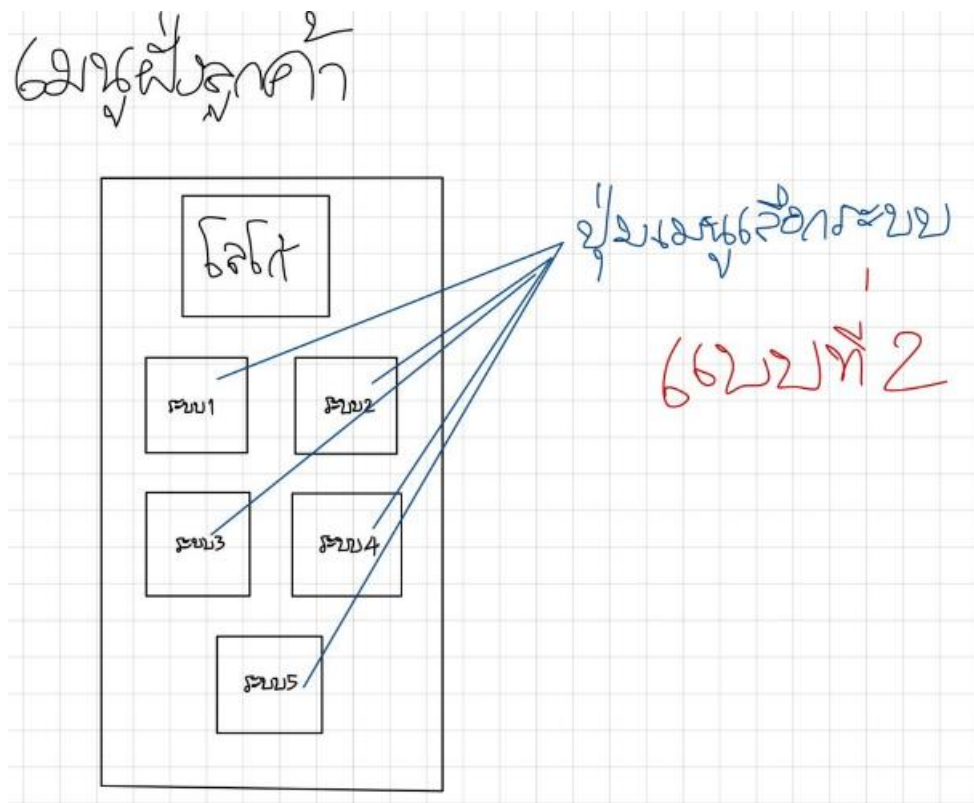
โดยแต่ละระบบจะมีการออกแบบดังต่อไปนี้

1.ฝั่งลูกค้า

- 1.1 หน้าเมนูเลือกระบบของการทำงานฝั่งลูกค้า แบบที่ 1 ดังแสดงในรูปที่ 4-1
- 1.2 หน้าเมนูเลือกระบบของการทำงานฝั่งลูกค้า แบบที่ 2 ดังแสดงในรูปที่ 4-2



รูปที่ 4-1: ต้นแบบด้วยการวาด แสดงหน้าเมนูเลือกระบบ แบบที่ 1
หน้าจอเมนูเลือกระบบฟังก์ชันค่าแบบที่1 ออกแบบโดยให้ปุ่มเมนูเรียงกันเป็นแนวตั้ง และมีชื่อระบบอยู่ในปุ่มเมนู



รูปที่ 4-2: ต้นแบบด้วยการวาด แสดงหน้าเมนูเลือกระบบ แบบที่ 2

รูปที่ 4-1 หน้าจอเมนูเลือกระบบฝั่งลูกค้าแบบที่ 1 ออกแบบโดยให้ปุ่มเมนูเรียงกันเป็นแนวตั้ง และมีชื่อระบบอยู่ภายในปุ่มเมนู

รูปที่ 4-2 หน้าจอเมนูเลือกระบบฝั่งลูกค้าแบบที่ 1 ออกแบบโดยให้ปุ่มเมนูเรียงกันเป็นแนวตั้ง แต่จะมีการใส่รูปในปุ่มเมนูด้วย

ผลการทดสอบการใช้งานได้ (Usability test)

กลุ่มลูกค้าเลือกแบบรูปที่ 3 เนื่องจากลูกค้ารู้สึกว่าการเรียงตัวของปุ่มในแนวตั้งเป็นระเบียบ เรียบร้อย ต่างจากแบบที่ 2 ที่การจัดวางตำแหน่งของปุ่มมีการเรียงตัวไม่เป็นระเบียบเท่าแบบที่ 1

1.2.ระบบค้นหาพิตเนส (Fitness Finding System)

1 หน้าใส่เงื่อนไขในการค้นหา ดังแสดงในรูปที่ 4-3

2 หน้าแสดงผลการค้นหา ดังแสดงในรูปที่ 4-4

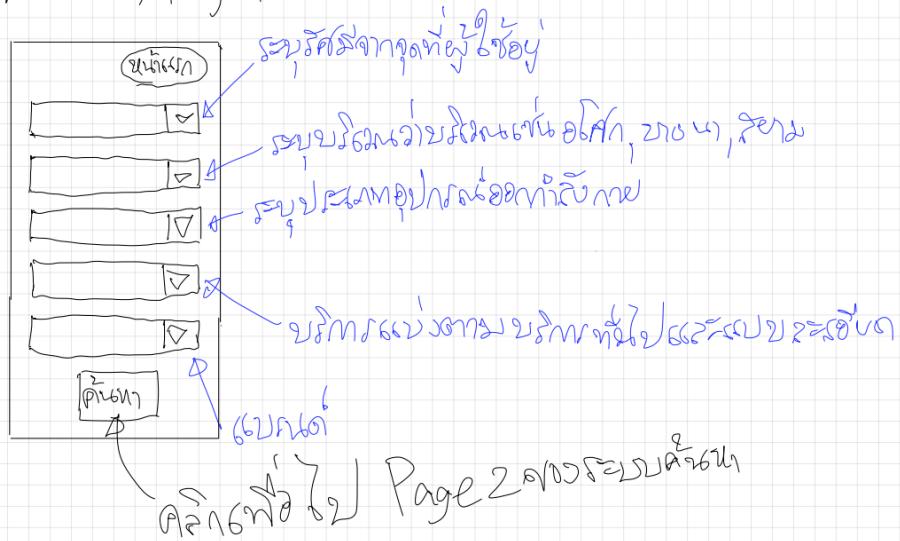
1) หน้าข้อมูลในเว็บหลังกดปุ่ม Web ของแบรนด์ที่เลือก

ดังแสดงในรูปที่ 4-5

2) หน้าดูเส้นทางและเวลาที่ใช้ในการเดินทางสำหรับพิตเนส

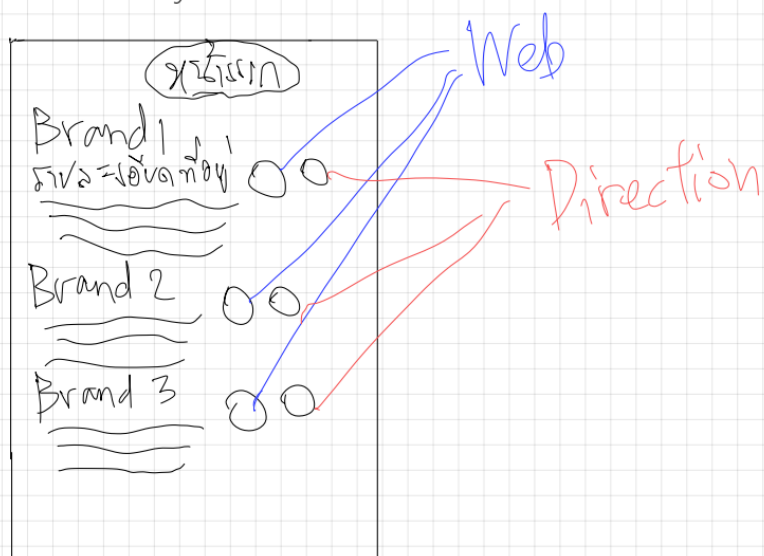
ที่เลือก ดังแสดงในรูปที่ 4-6

วิธีออกแบบ (Page 1)



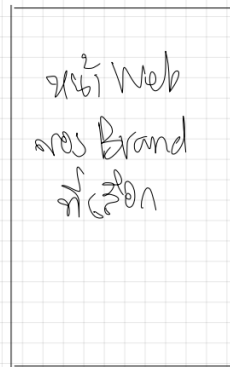
รูปที่ 4-3: ต้นแบบด้วยการวาด แสดงหน้าการใส่เงื่อนไขในการค้นหา

วิธีออกแบบ (Page 2)



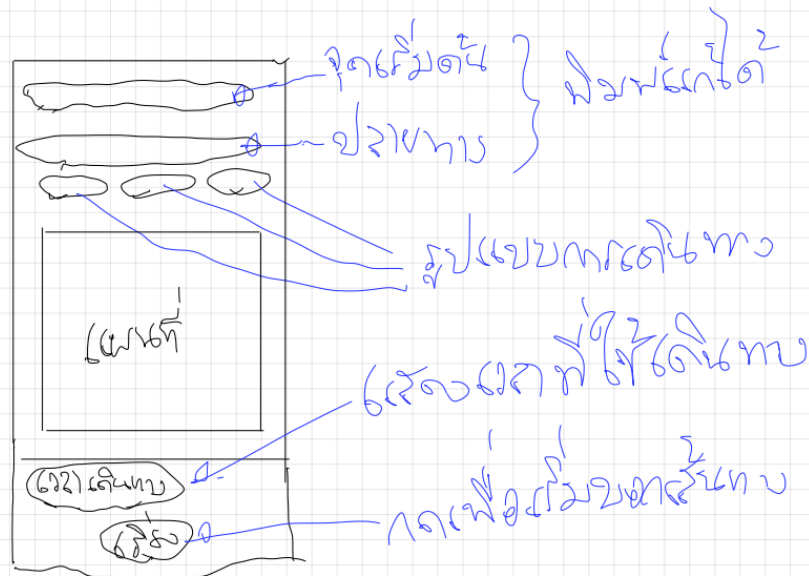
รูปที่ 4-4: ต้นแบบด้วยการวาด แสดงหน้ารายละเอียดจากผลการค้นหา

ระบบค้นหา (กล่อง Web)



เว็บไซต์แบบ
หน้า Web แต่ละ
แบรนด์หรือ
ผลิตภัณฑ์

รูปที่ 4-5: ต้นแบบด้วยการวาด แสดงหน้าเว็บของเว็บไซต์พิตเนสในแบรนด์ที่เลือก
ระบบค้นหา (กล่อง Direction)



รูปที่ 4-6 : ต้นแบบด้วยการวาด แสดงหน้าเส้นทางและระยะเวลาสำหรับการไปพิตเนสที่ต้องการ

รูปที่ 4-3 เป็นหน้าแรกที่จะแสดงเมื่อลูกค้าเข้าใช้ระบบค้นหาพิตเนส โดยจะมีตัวกรองอยู่ 5 ตัวกรองเรียงกันเป็นแนวตั้งดังรูปดังต่อไปนี้คือ ระบุรัศมีจากจุดที่ผู้ใช้อยู่ ระบุบริเวณว่าบริเวณไหนเช่น บางนา อโศก สยาม ระบุประเภทอุปกรณ์ออกกำลังกาย บริการแบ่งเป็นแบบทั่วไปกับละเอียด และ แปรนตร์ โดยทุกตัวกรองเป็นแบบ Dropdown

รูปที่ 4-4 เป็นหน้าแสดงผลการค้นหาจากรูปที่ 5 โดยหากลูกค้าเป็นสมาชิกของแอปพลิเคชัน ผลการค้นหาจะเรียงจากแบรนด์/สาขาที่เหมาะสมกับลูกค้ามากที่สุดจากบนลงล่างโดยตัวระบบจะใช้ข้อมูลจากโปรไฟล์ลูกค้าที่ได้กรอกไปในระบบสมาชิก แต่หากลูกค้าไม่ได้เป็นสมาชิกของแอปพลิเคชัน ผลการค้นหาจะเรียงจากแบรนด์/สาขา ที่ผู้ใช้ทุกคนให้ความสนใจในการค้นหามากที่สุดหรือค้นหาบ่อยสุด อีกทั้งในแต่ละแถบของแบรนด์ที่แสดง จะมีปุ่ม Web กับ ปุ่ม Direction ดังแสดงในรูป โดยปุ่ม Web จะเป็นปุ่มที่กดเพิ่มไปยังเว็บไซต์ของพิตเนสเพื่อดูข้อมูล ส่วนปุ่ม Direction เป็นปุ่มที่มีไว้เพื่อให้ลูกค้าทราบเส้นทางและระยะเวลาที่ใช้เดินทางไปยังพิตเนสที่ต้องการ เป็นรูปแบบแสดงผลแบบ Google Map

รูปที่ 4-5 เป็นหน้าเว็บไซต์หลังจากที่ลูกค้ากดปุ่ม Web ในรูปที่ 6 โดยจะเป็นหน้าเว็บไซต์ของพิตเนสจริงๆ

รูปที่ 4-6 เป็นหน้าแสดงเส้นทางการเดินทางไปพิตเนส และระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทาง รูปแบบแสดงจะคล้ายๆ Google Map

ผลการทดสอบการใช้งานได้ (Usability test)

รูปที่ 4-3 กลุ่มลูกค้ารู้สึกโอเคกับการที่มีตัวกรองระบุเงื่อนไขในหน้าเดียวไม่ต้องเปิดไปหลายๆหน้าให้ลำบาก แต่อยากให้ใส่รายละเอียดให้ชัดเจนขึ้นจะเห็นภาพได้มากขึ้น แต่ยังมีสิ่งๆ ประเด็นเรื่องตัวกรองระยะทางกับบริเวณว่า ในกรณีที่ยกกระบอกจุดเริ่มต้นกับพิตเนสที่ยกไปจะทำได้อย่างไรในเมื่อไม่มีตัวกรองจุดเริ่มต้นแต่ระบุบริเวณที่ยกไปเลย

รูปที่ 4-4 ไม่มีความคิดเห็นอะไรมากเพราะคุ้นชินกับการแสดงผลแบบ Google map และอยากเห็นตัวแบบที่ละเอียดมากกว่านี้

รูปที่ 4-5 No comment เพราะตอนสัมภาษณ์ได้อธิบายไปว่าหน้าเว็บจะเป็นหน้าเว็บของพิตเนสแต่ละแบรนด์เลย

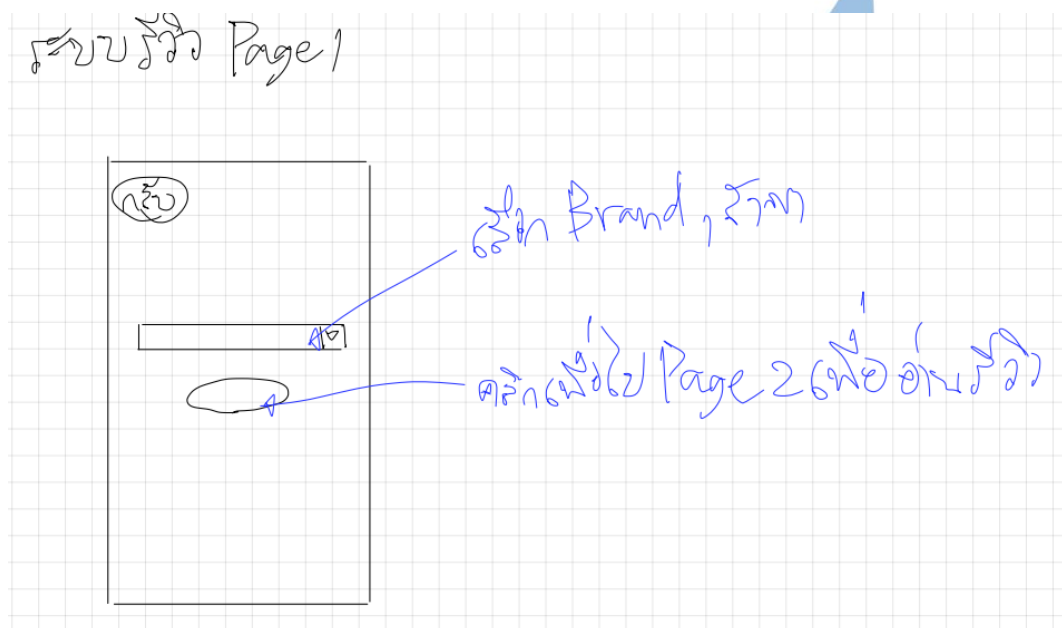
รูปที่ 4-6 กลุ่มลูกค้าโอเคกับแบบเพราะเป็นแบบที่นำเอาเดียวจาก google map มาใช้และลูกค้าคุ้นเคยแล้ว

1.3.ระบบรีวิว (Review System)

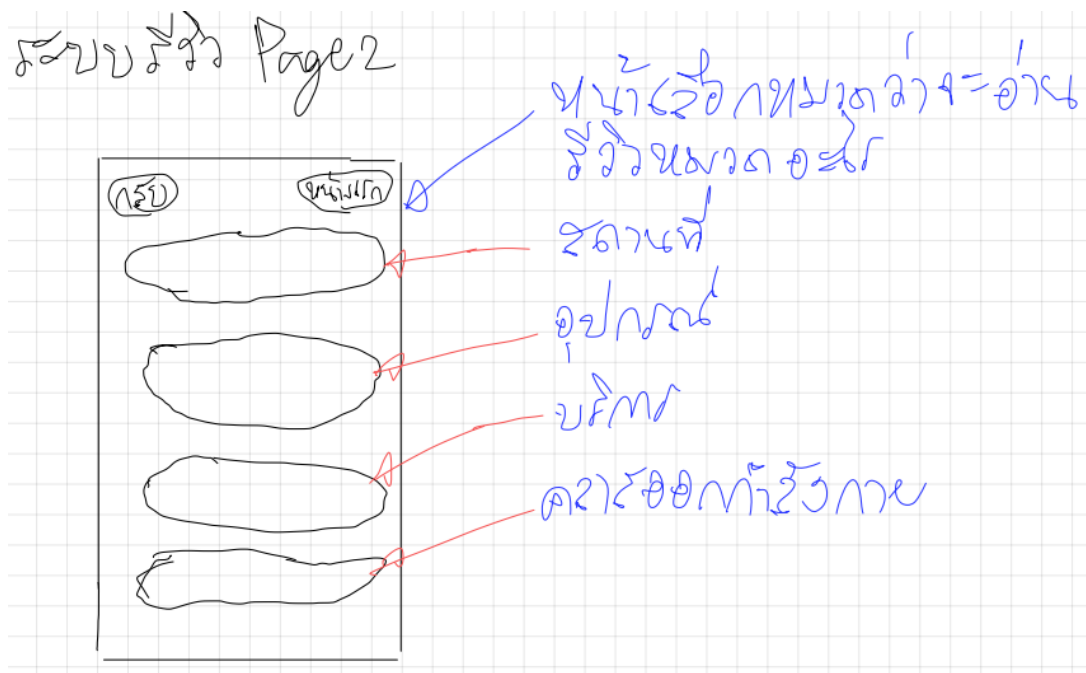
1 หน้าเลือกแบรนด์และสาขาของฟิตเนสที่ต้องการจะอ่านรีวิว ดังแสดง
ในรูปที่ 4-7

2 หน้าเลือกหมวดของรีวิวที่ต้องการจะอ่าน ดังแสดงในรูปที่ 4-8

3 หน้าหลังจากเลือกหมวดรีวิวที่จะอ่าน ดังแสดงในรูปที่ 4-9



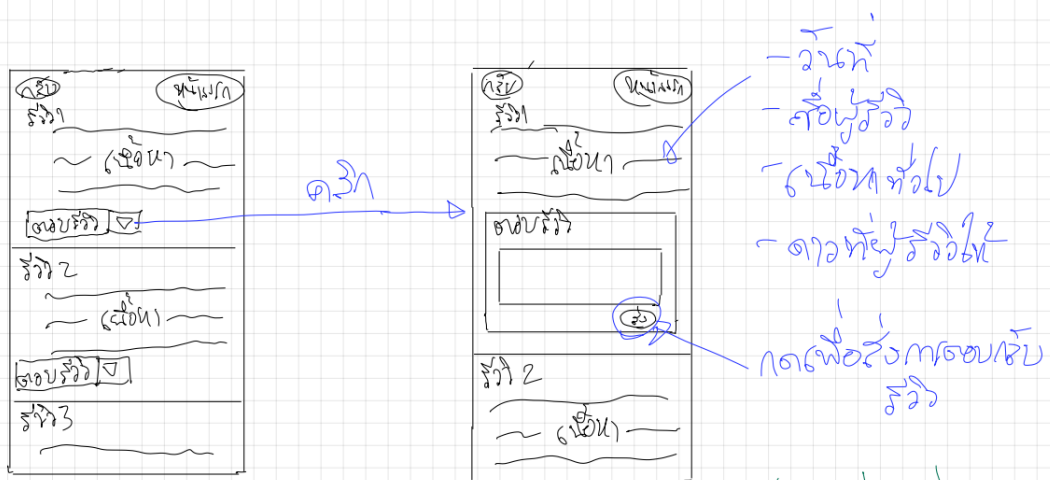
รูปที่ 4-7: ต้นแบบด้วยการวาด แสดงหน้าเลือกแบรนด์และสาขาเพื่อไปหน้าเลือกหมวดรีวิว



รูปที่ 4-8: ต้นแบบด้วยการวาด แสดงหน้าเลือกหมวดรีวิวที่จะอ่าน



แบบรีวิว (เลือกหมวดแล้ว)



Comment ① ดูคอมเมนต์ไม่ได้ → กดเพื่อส่งคำตอบรับ
ตอบอย่างไรใหม่

รูปที่ 4-9: ต้นแบบด้วยการวาด แสดงหน้าหลังเลือกหมวดรีวิว

รูปที่ 4-7 ออกแบบโดยให้ผู้ใช้ใช้ Dropdown ในการเลือกแบรนด์/สาขาพิเศษที่ต้องการอ่านรีวิว

รูปที่ 4-8 เป็นหน้าของการเลือกหมวดรีวิวที่ต้องการอ่านว่าอยากอ่านหมวดอะไรในแบรนด์ / สาขาที่เลือก โดยจะมี 4 หมวดดังนี้ สถานที่ อุปกรณ์ บริการ คลาสออกกำลังกาย โดยปุ่มเลือกหมวดเรียงกันเป็นแนวตั้งรูปแบบเดียวกับหน้าเมนูเลือกระบบ

รูปที่ 4-9 เป็นหน้ารีวิวที่แสดงโดยองค์ประกอบของหน้าจะเริ่มที่หัวข้อรีวิวอยู่ตรงบนซ้ายของแต่ละรีวิว จากนั้นจะเป็นเนื้อหา รีวิว โดยส่วนของเนื้อหาจะมี วันที่ รีวิว ชื่อผู้รีวิว รายละเอียดเนื้อหา ดาวที่ผู้รีวิวให้ หลังจากส่วนของเนื้อหาจะเป็นปุ่มตอบรีวิวโดยหากจะตอบรีวิวจะต้องกดลูกศร Dropdown เพื่อให้ลูกค้สามารถเขียนรีวิวเพื่อตอบกลับได้ แต่หากไม่กดปุ่ม Dropdown ช่องเขียนรีวิวตอบกลับก็จะซ้ายตั้งจอยังซ้ายตั้งแสดงในรูปที่ 4-9

ผลการทดสอบการใช้งานได้ (Usability test)

รูปที่ 4-7 ลูกค้ยังโอเคกับดีไซน์รูปแบบนี้ในขั้นตอนนี้

รูปที่ 4-8 รูปแบบปุ่มเรียงกันเป็นระเบียบดียังรู้สึกโอเค

รูปที่ 4-9 ลูกคามีความสงสัยว่าจะสามารถดูความคิดเห็นของคนอื่นที่ตอบกลับรีวิวต้นได้หรือไม่ อีกทั้งหากรายละเอียดเนื้อหาของรีวิวไหนเยอะและเนื้อหานั้นไม่มีประโยชน์ส่งผลให้เสียเวลาเลื่อนไชรีวิวที่ต้องการ แบบนี้จึงยังไม่เป็นที่น่าพอใจ

1.4. ระบบแสดงโปรโมชั่น (Promotion Displaying System)

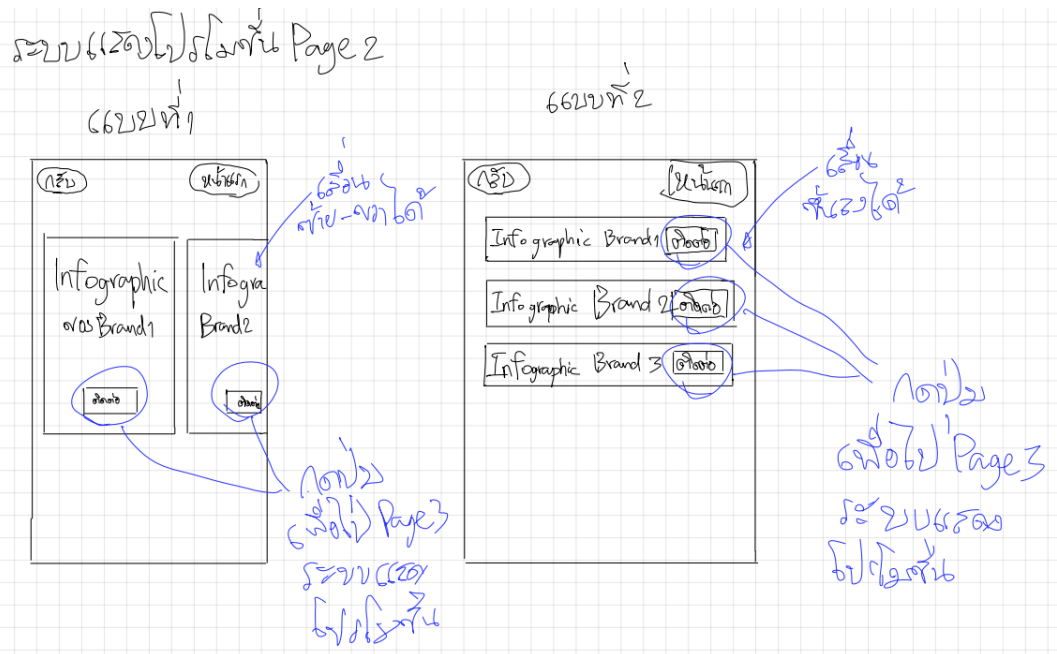
- 1 หน้าเลือกแบรนด์ฟิตเนสทั้งหมดที่ต้องการจะดูโปรโมชั่น ดังแสดงในรูปที่ 4-10
- 2 หน้าแสดงโปรโมชั่นของแบรนด์ทั้งหมดที่เลือก ดังแสดงในรูปที่ 4-11
- 3 หน้ากรอกข้อมูลให้ฟิตเนสแบรนด์ที่ผู้ใช้สนใจติดต่อกลับ ดังแสดงในรูปที่ 4-12

ระบบแสดงโปรโมชั่น Page 1

กดเพื่อเลือก Dropdown

กดค้นหาเพื่อไป Page 2 ระบบแสดงโปรโมชั่น

รูปที่ 4-10: ต้นแบบแสดงด้วยการวาด หน้าเลือกแบรนด์ฟิตเนสก่อนดูโปรโมชั่น



รูปที่ 4-11: ต้นแบบแสดงด้วยการวาด หน้าแสดงโปรโมชัน



แบบแสดงโปรโมชัน Page 3

กลับ หน้าแรก
 ชื่อ*
 เบอร์โทร*
 เบอร์โทร*
 อีเมล
 จังหวัดอำเภอ
 ช่วงเวลาที่สะดวกในใจคือ
 รายละเอียดที่ต้องการสอบถามเพิ่มเติม
 ทั้งหมดเรียนจบในกีฬาเบสบอล
 จ้างเจ้าหน้าที่ดูแลอบรม
 ว่าง

ออกเงินเก็บกับบัตรเครดิตไม่ได้
ส่วนไม่ได้

ออกหรือไม่ได้

คนต้องวิ่งหรือ Fitness

รูปที่ 4-12: ต้นแบบด้วยการวาด หน้ากรอกข้อมูลให้ฟิตเนสติดต่อกลับ

รูปที่ 4-10 หน้าเลือกแบรนด์เพื่อดูโปรโมชัน ออกแบบมาในรูปแบบ Dropdown 3 Dropdown ด้วยทางผู้ออกแบบมองว่าเป็นจำนวนที่ไม่มากไม่น้อยเกินไป อีกทั้งป้องกันการสะกดคำที่ไม่เหมือนกันของผู้ใช้แอปพลิเคชัน

รูปที่ 4-11 หน้าแสดงโปรโมชันถูกแบบออกมา 2 รูปแบบคือเลื่อนดูโปรโมชันแนวนอน กับเลื่อนดูโปรโมชันแนวตั้ง โดยทั้ง 2 แบบจะเป็นการแสดงโปรโมชันในรูปแบบ infographic แบบ 1 จะเห็นรูปมากกว่าแบบที่ 2 แต่แบบที่ 2 จะเห็นโปรโมชันหลายแบรนด์มากกว่าใน 1 หน้าจอ อีกทั้งแต่ละ infographic จะมีปุ่มติดต่อเพื่อให้ลูกค้าเข้าไปกรอกรายละเอียดดังรูปที่ 14 เพื่อให้ทางฟิตเนสติดต่อกลับให้ข้อมูลได้

รูปที่ 4-12 ออกแบบโดยเอาไอเดียจากเว็บของฟิตเนสที่ได้ไปสัมภาษณ์ 3 แบรนด์มาผสมกัน

ผลการทดสอบการใช้งานได้ (Usability test)

รูปที่ 4-10 ลูกค้ายากได้ Design เป็นเห็นข้อความโปรโมชันคร่าวๆก่อนคลิกเข้าไปดูรายละเอียดมากกว่า

รูปที่ 4-11 ได้นำไอเดียจากแบบทั้ง 2 แบบมาผสมกันจนได้แบบในขั้นตอนการใช้ Figma รอบที่ 1

รูปที่ 4-12 ลูกค้ำคุ้นชินกับฟอร์มเลยไม่มีความคิดเห็นใดๆ

1.5.ระบบสมาชิก (Membership System)

1 หน้า login ระบบสมาชิก ดังแสดงในรูปที่ 4-13

2 หน้าสมัครสมาชิกของระบบสมาชิก ดังแสดงในรูปที่ 4-14

1) หน้ากรอกข้อมูลการสมัครเพื่อ login หน้าจอซ้ายของรูปที่ 4-14

2) หน้ากรอกข้อมูลเพื่อเก็บข้อมูลผู้ใช้ หน้าจอขวาของรูปที่ 4-14

3 หน้าหลัง login เข้าสู่ระบบสมาชิก

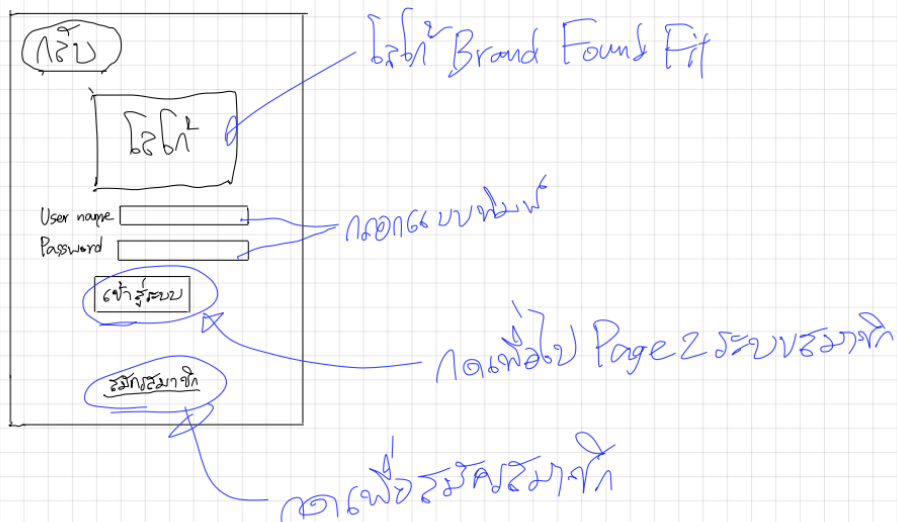
1) หน้าดูข้อมูลส่วนตัวของสมาชิก หน้าจอบนขวาของรูปที่ 4-15

2) หน้าเลือกหมวดสินค้าเพื่อเข้าไปดูสินค้าที่ต้องการ หน้าจอล่างขวาของรูปที่ 4-15

4 หน้าดูสินค้าแบบเปรียบเทียบหลังเลือกหมวดสินค้า ดังแสดงในรูปที่

4-16

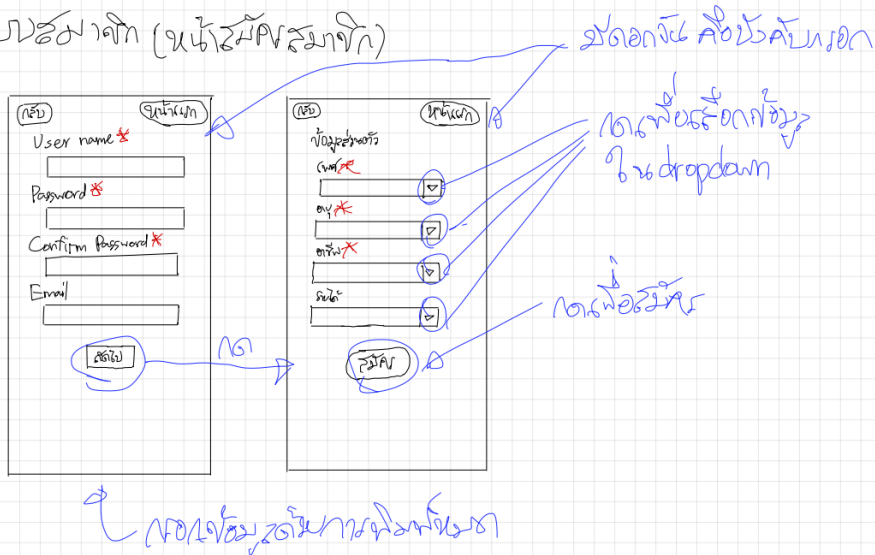
ระบบสมาชิก Page 1



รูปที่ 4-13: ต้นแบบด้วยการวาด หน้า login ระบบสมาชิก

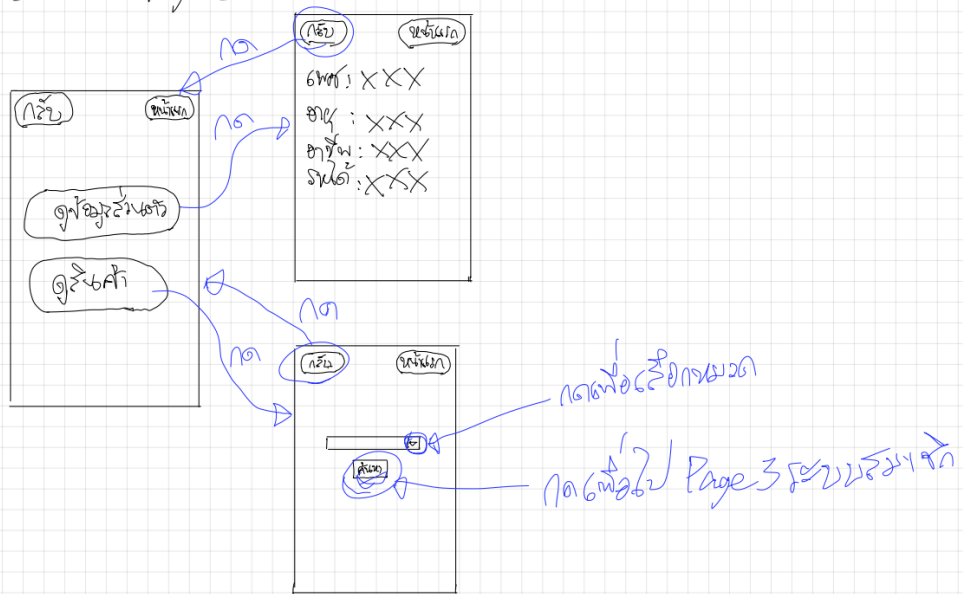


ระบบสมาชิก (หน้าสมัครสมาชิก)



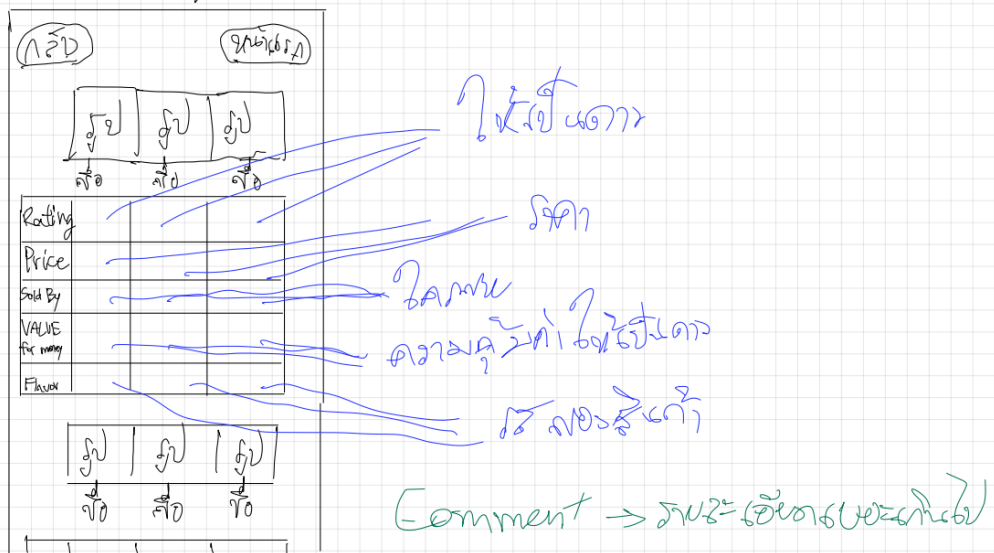
รูปที่ 4-14: ต้นแบบด้วยการวาด หน้าสมัครสมาชิกของระบบสมาชิก

ระบบสมาชิก Page 2



รูปที่ 4-15: ต้นแบบด้วยการวาด หน้าหลังเข้าสู่ระบบสมาชิก

ระบบร้านค้า Page 3



รูปที่ 4-16: ต้นแบบด้วยการวาด หน้าดูสินค้าหลังเลือกหมวดสินค้า

รูปที่ 4-13 เป็นหน้า Login เพื่อให้ลูกค้า Login เข้าสู่ระบบสมาชิก

รูปที่ 4-14 เป็นหน้าสมัครสมาชิกให้ลูกค้ากรอกรายละเอียดสำหรับการ Login และเก็บข้อมูลส่วนตัวเพื่อนำข้อมูลไปใช้ในการที่จะทำให้ตัวแอปพลิเคชันแนะนำสินค้าและบริการให้กับลูกค้าได้แม่นยำขึ้น

รูปที่ 4-15 หน้าแรกหลังจาก Login เข้าสู่ระบบสมาชิก โดยจะมีเมนูให้เลือกว่าจะดูข้อมูลส่วนตัวหรือจะดูสินค้า

รูปที่ 4-16 หน้าแสดงสินค้าเปรียบเทียบ ได้ไอเดียมาจากเว็บไซต์ Amazon

ผลการทดสอบการใช้งานได้ (Usability test)

รูปที่ 4-13 ปัจจุบันมีการ Login แบบเชื่อม Facebook หรือ Gmail ลูกค้าเลยรู้สึกว่าบางทีก็ไม่ได้อยากสมัครอยากกดลิงค์ Facebook กับ Gmail จะได้สะดวก

รูปที่ 4-14 ยังไม่มีความคิดเห็นอะไรมาก แต่ก็มีความรู้สึกขี้เกียจกรอกข้อมูลส่วนตัว

รูปที่ 4-15 อยากเห็นรายละเอียดของแบบมากกว่านี้

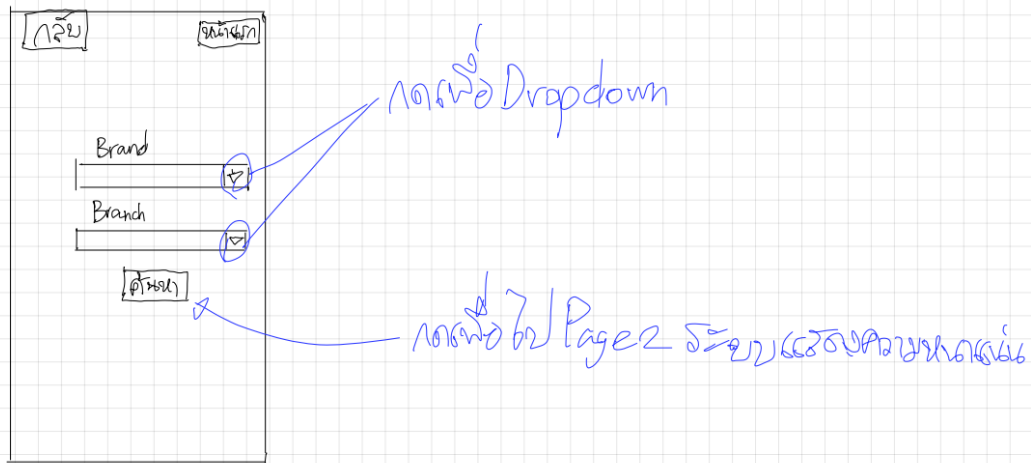
รูปที่ 4-16 แบบดีแต่รู้สึกว่ารายละเอียดเยอะไป บางรายละเอียดก็ไม่ได้ต้องการรู้เช่นความคุ้มค่าที่ให้เป็นดาว เพราะความรู้สึกของแต่ละคนไม่เท่ากัน

1.6.ระบบแสดงความหนาแน่นของการใช้บริการ (Traffic Tracking System)

1 หน้าเลือกแบรนด์และสาขาที่ต้องการดูความหนาแน่นของการใช้บริการ ดังแสดงในรูปที่ 4-17

2 หน้าแสดงความหนาแน่นของการใช้บริการ ดังแสดงในรูปที่ 4-18

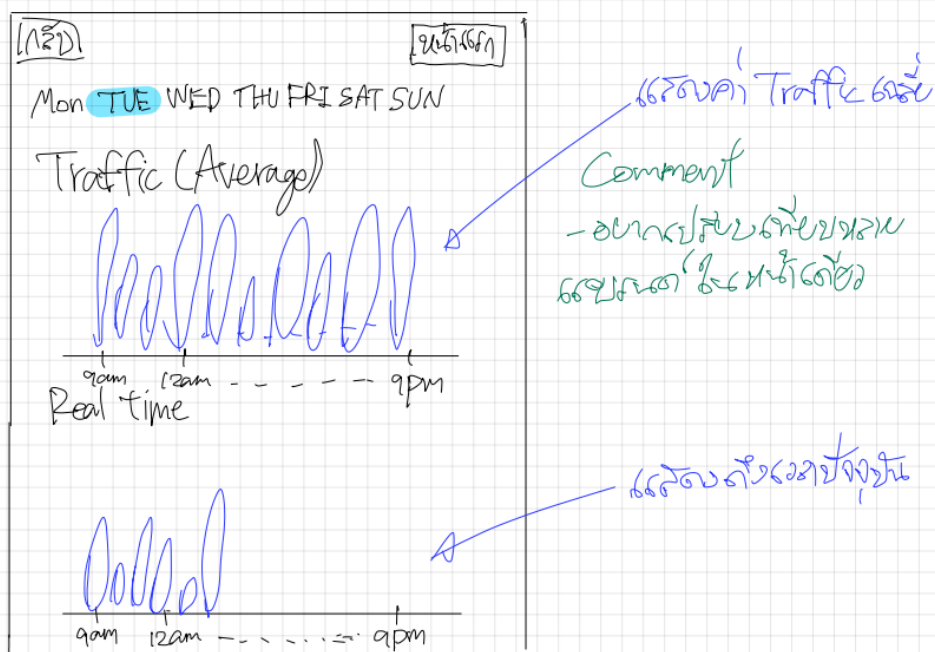
ระบบแสดงคอนเท้นต์ของเว็บไซต์บริการ Page 1



รูปที่ 4-17: ต้นแบบด้วยการวาด หน้าจอเลือกแบรนด์และสาขา



ระบบแสดงคอนเท้นต์ของเว็บไซต์บริการ Page 2



รูปที่ 4-18: ต้นแบบด้วยการวาด หน้าแสดงความหนาแน่นของการใช้บริการ

รูปที่ 4-17 หน้าจอเลือกแบรนด์และสาขาเพื่อดูความหนาแน่นของการใช้บริการ

รูปที่ 4-18 หน้าจอแสดงความหนาแน่นของการใช้บริการโดยแสดงเป็นค่าเฉลี่ยกราฟบน และแสดงเป็นความหนาแน่นแบบ Real time กราฟล่าง

ผลการทดสอบการใช้งานได้ (Usability test)

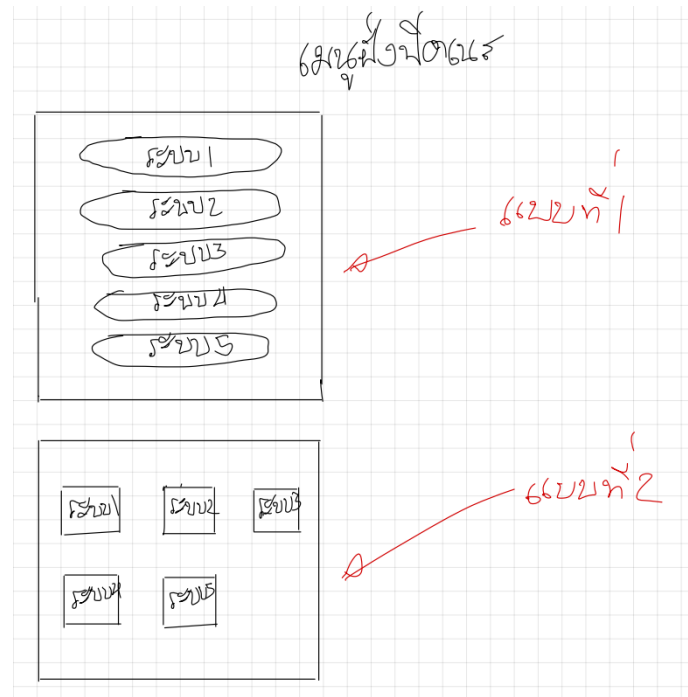
รูปที่ 4-18 อยากรให้ออกแบบเป็นกราฟแบบในที่แสดงใน Google เพราะมีความคุ้นชินกับการใช้ และอยากเปรียบเทียบหลายสาขาให้ได้ในหน้าจอเดียว

2. ฝั่งพิตเนส

2.1 หน้าเมนูของฝั่งพิตเนส

2.1.1 หน้าเมนูเลือกระบบของการใช้งานฝั่งพิตเนส ดังแสดงในรูปที่ 4-19





รูปที่ 4-19: หน้าเมนูฝั่งฟิตเนส

ผลการออกแบบหน้าจอ

แบบที่ 1 ปุ่มเมนูเรียงกันแบบแนวตั้ง

แบบที่ 2 ปุ่มเมนูเรียงกันแบบแนวนอน

ผลการทดสอบการใช้งานได้ (Usability test)

ฟิตเนสเลือกแบบที่ 2 เพราะหน้าจอคอมเป็นแนวนอนการวางปุ่มแบบที่ 2 จึงน่าจะเหมาะสมกว่า

2.2 ระบบตอบกลับการรีวิว (Review Reply System)

2.2.1 ระบบการตอบกลับรีวิวแบบที่ 1 ดังแสดงในรูปที่ 4-20

2.2.2 ระบบการตอบกลับรีวิวแบบที่ 2 ดังแสดงในรูปที่ 4-21

2.2.3 ระบบการตอบกลับรีวิวแบบที่ 3 ดังแสดงในรูปที่ 4-22

2.2.4 ระบบการตอบกลับรีวิวแบบที่ 4 ดังแสดงในรูปที่ 4-23

ระบบตอบกลับการรีวิว Page 1

หัวข้อ ▾

★★★★☆

หัวข้อ: _____

By: _____

_____ ชื่อ _____

Date: _____

Comment

Send

เลื่อนที่นี้-ลงได้

แบบที่ 1

รูปที่ 4-20: ต้นแบบด้วยการวาด หน้าจอแสดงระบบตอบกลับการรีวิวแบบที่ 1

ระบบตอบกลับการรีวิว Page 1

หัวข้อตอบกลับการรีวิว

หัวข้อ 1 หัวข้อ 2 หัวข้อ 3

หัวข้อ 4 หัวข้อ 5

เลือกหัวข้อ

หัวข้อ: ▾

★★★★☆

หัวข้อ: _____

By: _____

_____ ชื่อ _____

Date: _____

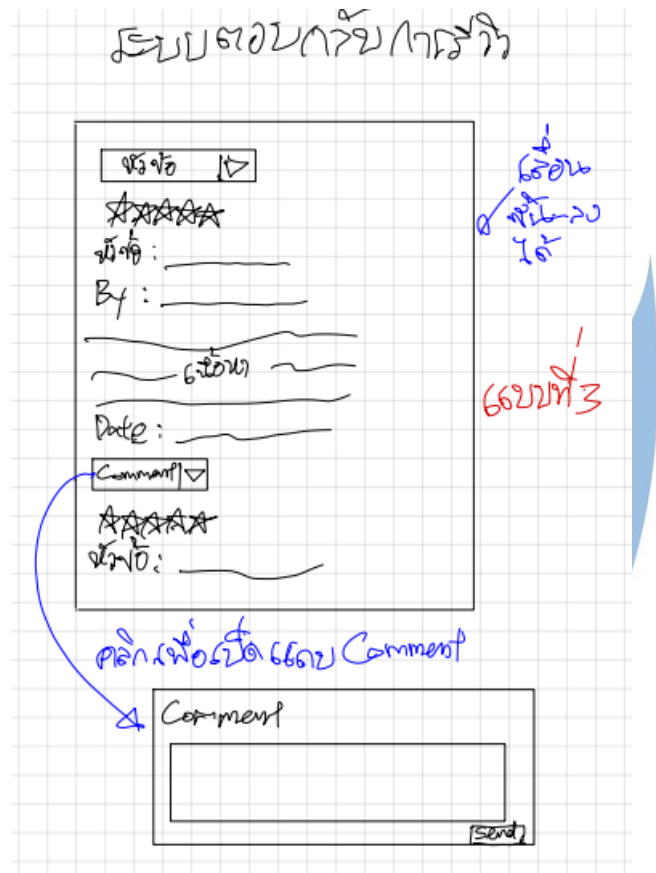
Comment

Send

เลื่อนที่นี้-ลงได้

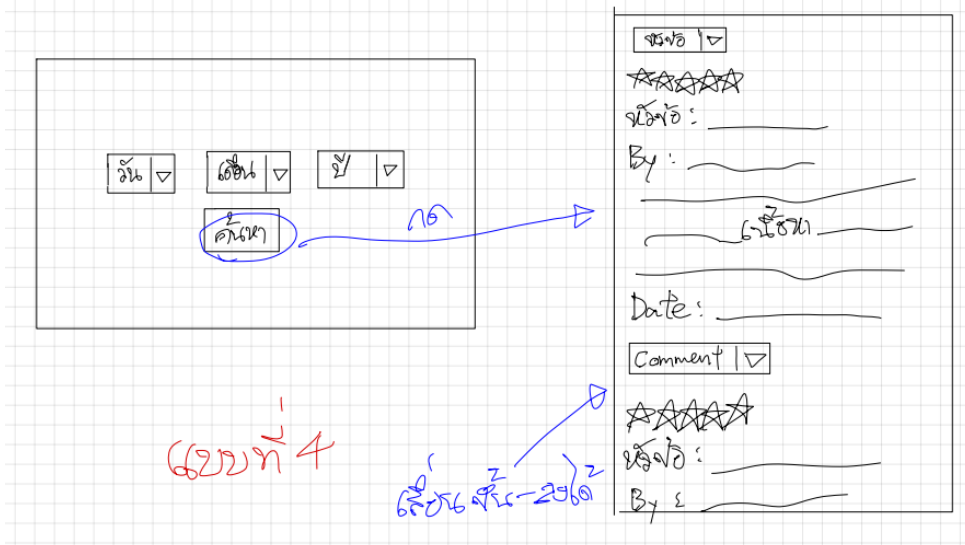
แบบที่ 2

รูปที่ 4-21 : ต้นแบบด้วยการวาด หน้าจอแสดงระบบตอบกลับการรีวิวแบบที่ 2



รูปที่ 4-22: ต้นแบบด้วยการวาด หน้าจอแสดงระบบตอบกลับการรีวิวแบบที่ 3

ระบบตอบ/รับ/ทบทวน



รูปที่ 4-23: ต้นแบบด้วยการวาด หน้าจอแสดงระบบตอบกลับการรีวิวแบบที่ 4

รูปที่ 4-20 แบบที่ 1 มี Filter อยู่บนซ้ายให้เลือกหมวดรีวิว และช่อง Comment สามารถแสดงความคิดเห็นได้เลย

รูปที่ 4-21 แบบที่ 2 พิสูจน์ต้องเลือกหมวดรีวิวก่อนแล้วค่อยไปหน้ารีวิวได้ โดยหน้ารีวิวสามารถระบุวันที่ได้ ส่วนรายละเอียดอื่นๆจะเหมือนแบบที่ 1

รูปที่ 4-22 แบบที่ 3 บนซ้ายมี Filter ให้เลือกหัวข้อรีวิว แต่ส่วนของ Comment จะถูกซ่อนไว้

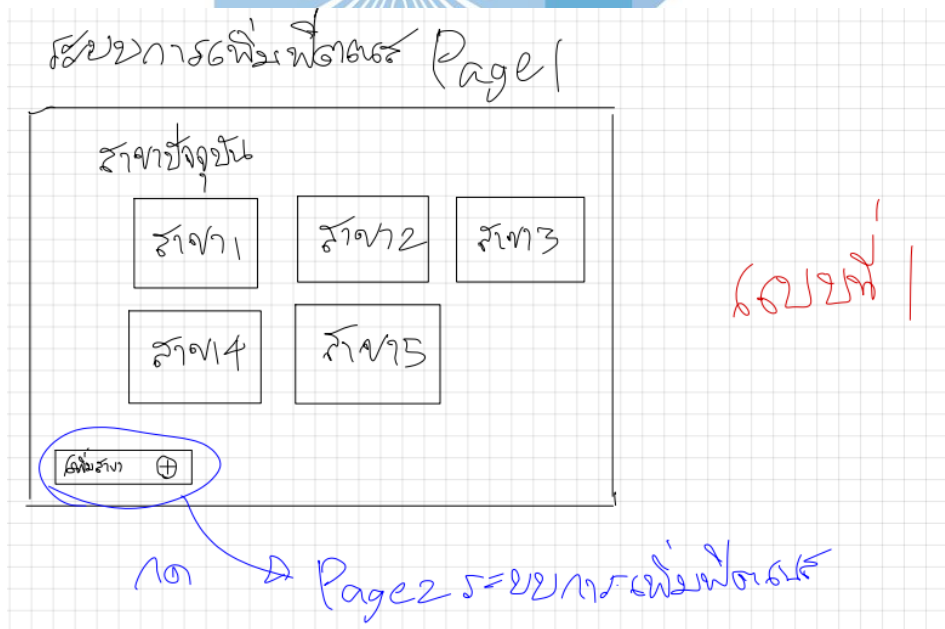
รูปที่ 4-23 แบบที่ 4 พิสูจน์ต้องระบุวันที่ของรีวิวที่จะอ่าน/ตอบกลับก่อนถึงจะไปหน้ารีวิวได้ ส่วนหน้ารีวิวบนซ้ายจะมี Filter เลือกหัวข้อ ส่วนของการตอบกลับจะถูกซ่อนไว้

ผลการทดสอบการใช้งานได้ (Usability test)

หน้าจอทั้ง 4 แบบไม่สามารถบริหารจัดการเกี่ยวกับการตอบกลับได้ดีเท่าไรนัก หรือบริหารจัดการไม่ได้ ว่ารีวิวไหนตอบกลับหรือยัง

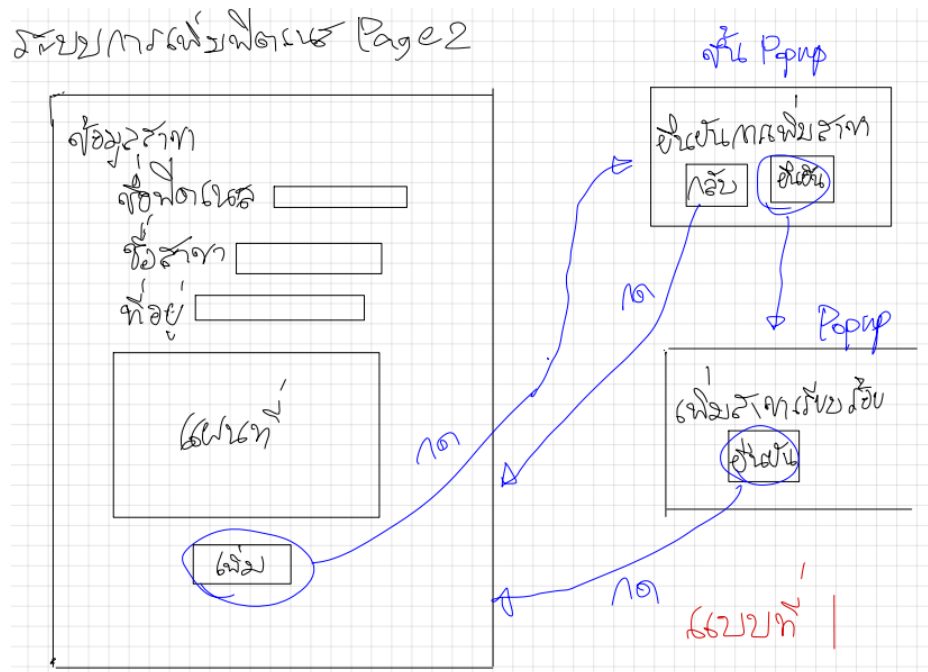
2.3 ระบบการเพิ่มฟิตเนส (Fitness Adding System)

- 1 หน้าแรกของระบบการเพิ่มฟิตเนสของแบบที่ 1 ดังแสดงในรูปที่ 4-24
- 2 หน้ากรอกรายละเอียดของสาขาที่ต้องการเพิ่มของแบบที่ 1 ดังแสดงในรูปที่ 4-25
- 3 หน้าแรกของระบบการเพิ่มฟิตเนสของแบบที่ 2 ดังแสดงในรูปที่ 4-26
- 4 หน้าเลือกสาขาของแบบที่ 2 ดังแสดงในรูปที่ 4-27
- 5 หน้าดูข้อมูลสาขาที่เลือกของแบบที่ 2 ดังแสดงในรูปที่ 4-28
- 6 หน้ากรอกข้อมูลสาขาใหม่ที่ต้องการเพิ่มของแบบที่ 2 ดังแสดงในรูปที่ 4-29



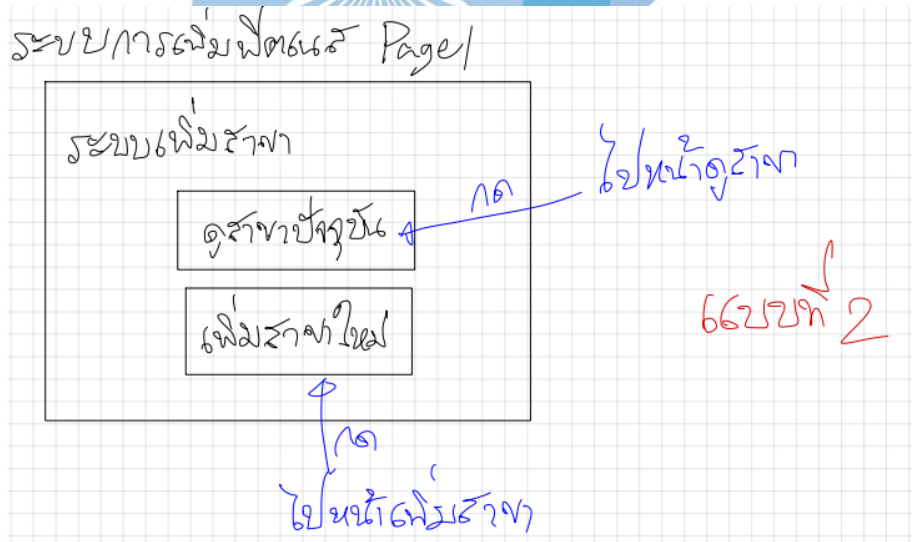
รูปที่ 4-24: ต้นแบบด้วยการวาด หน้าแรกของระบบการเพิ่มฟิตเนสของแบบที่ 1

ระบบการเพิ่มพัฒนา Page 2



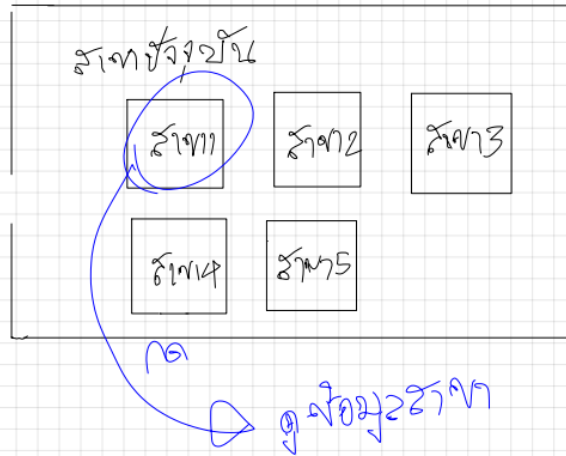
รูปที่ 4-25: ต้นแบบด้วยการวาด หน้ากรอกรายละเอียดของพัฒนาสาขาใหม่ของแบบที่ 1

ระบบการเพิ่มพัฒนา Page 1



รูปที่ 4-26: ต้นแบบด้วยการวาด หน้าแรกของระบบการเพิ่มพัฒนาของแบบที่ 2

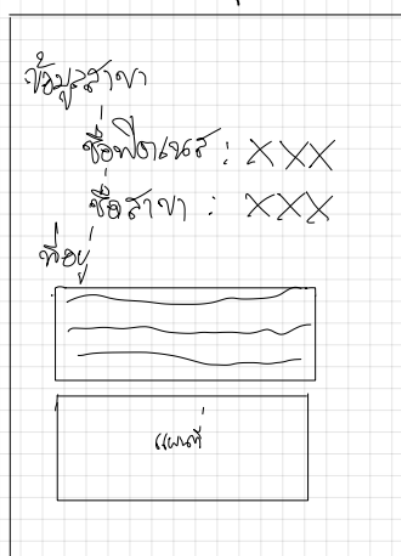
ระบบการเพิ่มพื้นที่ (หน้าตาสถา) ๓



แบบที่ 2

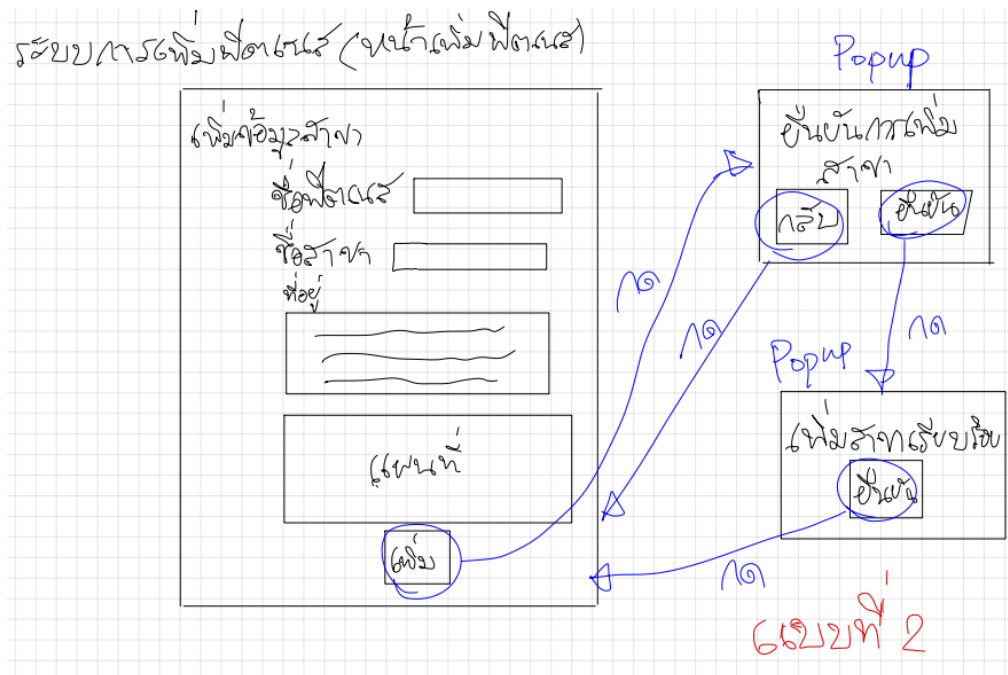
รูปที่ 4-27: ต้นแบบด้วยการวาด หน้าตาสถาของแบบที่ 2

ระบบการเพิ่มพื้นที่ (ข้อมูลสาขา) ๓



แบบที่ 2

รูปที่ 4-28: ต้นแบบด้วยการวาด หน้าข้อมูลสาขาของแบบที่ 2



รูปที่ 4-29: ต้นแบบด้วยการวาด หน้ากรอกข้อมูลเพื่อเพิ่มสาขาของแบบที่ 2

แบบที่ 1 หน้าแรกจะเป็นการแสดงผลสาขาปัจจุบันทั้งหมด และมีปุ่มเพิ่มสาขาอยู่ล่างซ้ายของหน้าจอ ปอกดปุ่มเพิ่มสาขาก็จะแสดงแบบตามรูปที่ 4-25

แบบที่ 2 จะมีการแบ่งหมวดหมู่ในหน้าแรกว่าจะดูสาขาปัจจุบันหรือจะเพิ่มสาขาใหม่

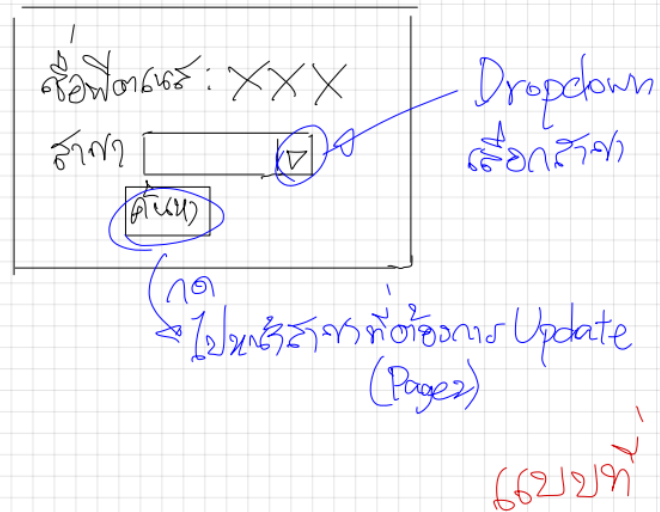
ผลการทดสอบการใช้งานได้ (Usability test)

ทางฟิตเนสชอบในรูปแบบที่ 2 เพราะแบบแรกดูยุ่งวายอีกทั้งผู้ที่ไม่ได้ต้องการดูสาขาฟิตเนสตลอดทุกครั้งที่ใช้ จึงอยากให้ทำเป็นตัวเลือกในหน้าแรกมากกว่า

2.4 ระบบอัปเดตฟิตเนส (Fitness Updating System)

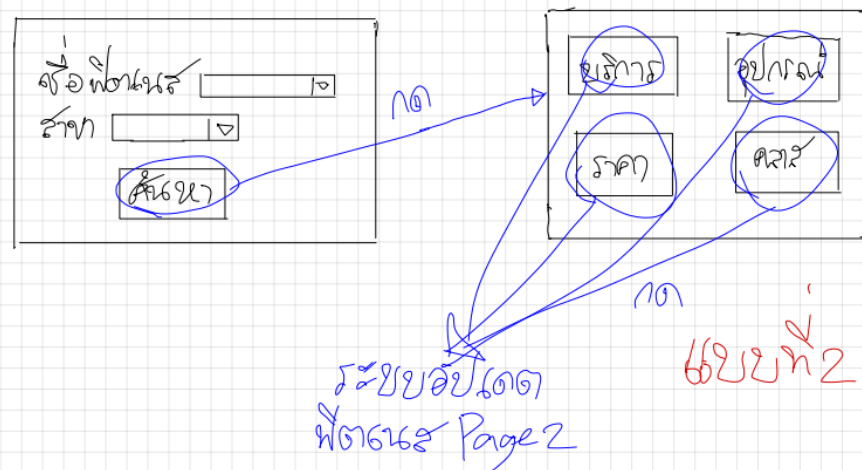
- 1 หน้าแรกของระบบอัปเดตฟิตเนสแบบที่ 1 ดังแสดงในรูปที่ 4-30
- 2 หน้าแรกของระบบอัปเดตฟิตเนสแบบที่ 2 ดังแสดงในรูปที่ 4-31
 - 1) หน้าเลือกแบรนด์และสาขา หน้าจอซ้ายของรูปที่ 4-31
 - 2) หน้าเลือกหมวดที่ต้องการอัปเดต หน้าจอขวาของรูปที่ 4-31
- 3 หน้ากรอกข้อมูลอัปเดตหมวดบริการ ดังแสดงในรูปที่ 4-32
- 4 หน้ากรอกข้อมูลอัปเดตหมวดค่าบริการ ดังแสดงในรูปที่ 4-33
 - 1) หน้าเลือกหมวดค่าบริการที่จะอัปเดต หน้าจอซ้ายของรูปที่ 4-33
 - 2) หน้าอัปเดตค่าบริการสมาชิกฟิตเนสรายเดือน หน้าจอบนขวาของรูปที่ 4-33
 - 3) หน้าอัปเดตค่าเทรนเนอร์ หน้าจอล่างซ้ายของรูปที่ 4-33
- 5 หน้ากรอกข้อมูลอัปเดตหมวดอุปกรณ์ ดังแสดงในรูปที่ 4-34
- 6 หน้ากรอกข้อมูลอัปเดตหมวดคลาส ดังแสดงในรูปที่ 4-35

ระบบอัปเดตสถานะ Page 1



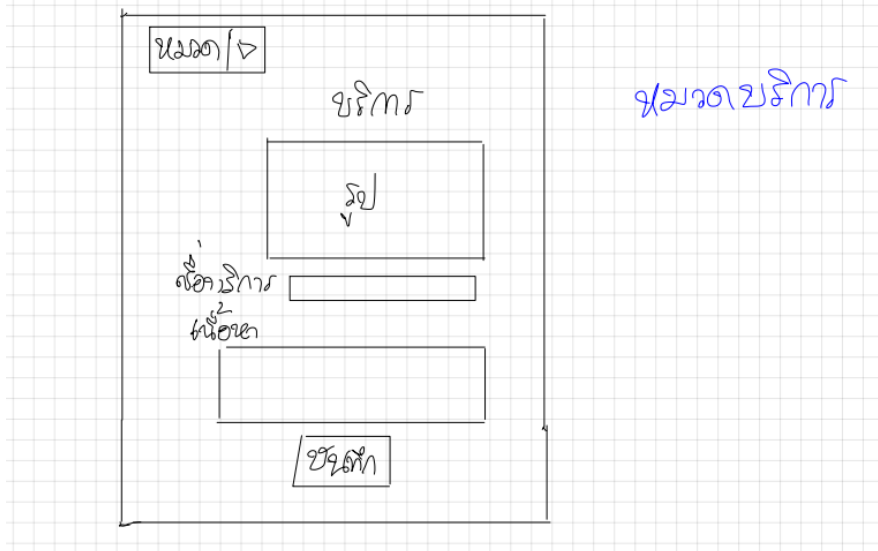
รูปที่ 4-30: ต้นแบบด้วยการวาด หน้าแรกของระบบอัปเดตสถานะแบบที่ 1

ระบบอัปเดตสถานะ Page 1



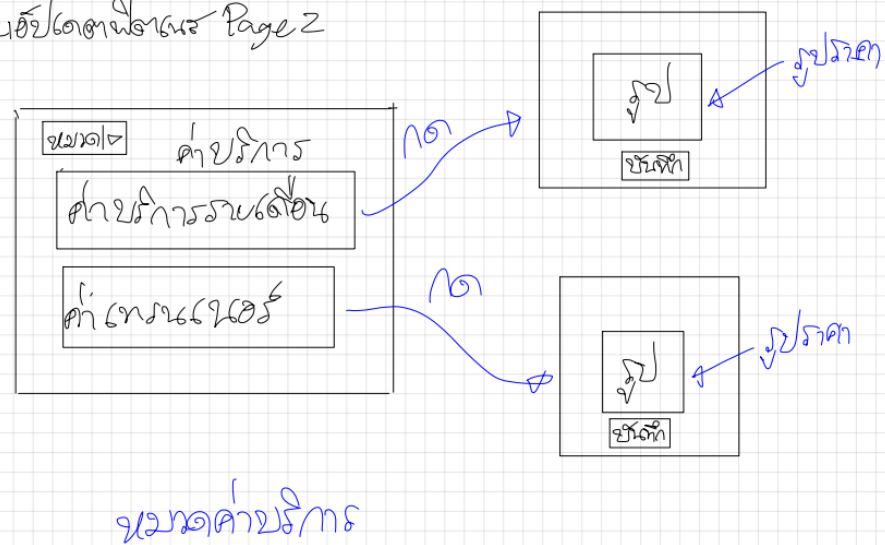
รูปที่ 4-31: ต้นแบบด้วยการวาด หน้าแรกของระบบอัปเดตสถานะแบบที่ 2

ระบบข้อโต้แย้ง Page 2



รูปที่ 4-32: ต้นแบบด้วยการวาด หน้ากรอกข้อมูลอัปเดตหมวดบริการ

ระบบข้อโต้แย้ง Page 2



รูปที่ 4-33: ต้นแบบด้วยการวาด หน้ากรอกข้อมูลอัปเดตหมวดค่าบริการ

ระบบอีเลคทรอนิกส์ Page 2

สมัคร

รูป

ชื่ออุปกรณ์

เบอร์โทร

ได้จำนวนปีของ

จำนวนเครื่อง

รายละเอียด

ยืนยัน

สมัครอุปกรณ์

รูปที่ 4-34: ต้นแบบด้วยการวาด หน้ากรอกข้อมูลอัปเดตหมวดอุปกรณ์

ระบบอีเลคทรอนิกส์ Page 2

สมัคร

รูปคลาส

ชื่อคลาส

จำนวนคน

รายละเอียด

ยืนยัน

สมัครคลาส

รูปที่ 4-35: ต้นแบบด้วยการวาด หน้ากรอกข้อมูลอัปเดตหมวดคลาส

หน้าแรกของระบบอัปเดตพิตเนสแบบที่ 1 ไม่ต้องกรอกชื่อแบรนด์กรอกแค่สาขาที่ต้องการเพิ่ม ส่วนแบบที่ 2 ต้องกรอกทั้งชื่อแบรนด์และสาขา พอกดปุ่มค้นหาที่ค้อยเลือกหมวดหมู่ที่จะอัปเดต

หน้าหมวดบริการสามารถอัปเดตรูป ชื่อบริการ และรายละเอียด

หน้าค่าบริการจะต้องเลือกหมวดหมู่ที่จะทำการอัปเดตค่าบริการ

หน้าอุปกรณ์ สามารถใส่รูป ชื่ออุปกรณ์ แบนด์ ใช้บริหาร จำนวนเครื่อง และรายละเอียด โดยจำนวนเครื่องกรอกข้อมูลด้วยการเลือกตัวเลือกใน Dropdown ส่วน ชื่ออุปกรณ์ แบนด์ ใช้บริหาร และรายละเอียดใช้การพิมพ์

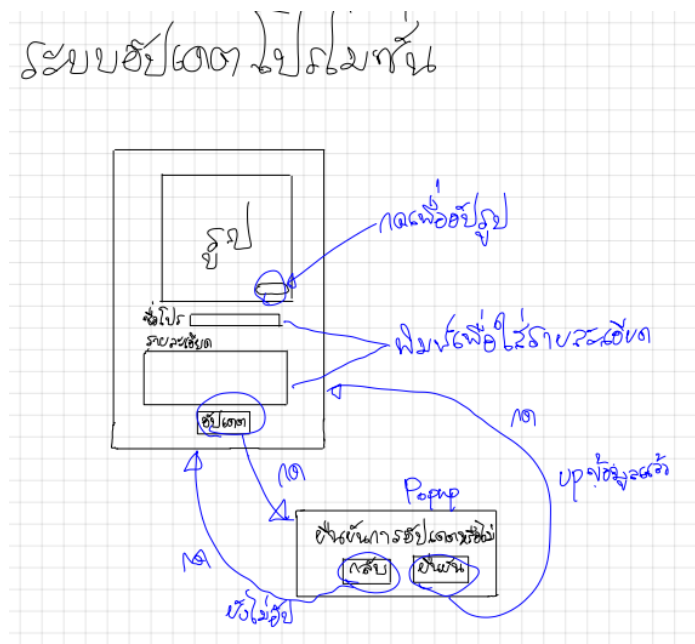
หน้าคลาส สามารถใส่รูป ชื่อคลาส จำนวนคน และรายละเอียดด้วยการพิมพ์

ผลการทดสอบการใช้งานได้ (Usability test)

หมวดค่าบริการทางพิตเนสอยากเข้ามาหน้าแรกแล้วเป็นหน้าที่สามารถอัปเดตค่าบริการทั้ง 2 อย่างได้เลย เพราะซีเกียจกดปุ่มหลายรอบ ส่วนหมวดอื่นๆยังโอเค แต่อยากเห็นรายละเอียดที่มากกว่านี้

2.5 ระบบอัปเดตโปรโมชั่น (Promotion Updating System)

1 หน้ากรอกข้อมูลเพื่ออัปเดตโปรโมชั่น ดังแสดงในรูปที่ 4-36



รูปที่ 4-36: ต้นแบบด้วยการวาด หน้ากรอกข้อมูลอัปเดตโปรโมชัน

4.2.2 สร้างต้นแบบแบบเสมือนจริง (High – fidelity Mockups)

นำระบบต้นแบบด้วยการวาด (Low – fidelity Mockups) มาสร้างเป็น Prototype เพื่อให้ผู้ใช้กลุ่มเป้าหมายได้เห็นภาพแอปพลิเคชันที่เสมือนจริงมากขึ้น พร้อมทั้งได้เหมือนกับได้ใช้งานในแอปพลิเคชันจริง เพื่อที่ผู้ออกแบบได้ความเห็นจากกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนขึ้นกว่าขั้นตอนออกแบบด้วยการวาดและออกแบบได้ตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้มากที่สุด โดยผู้ออกแบบได้ใช้ “Figma” เป็นเครื่องมือช่วยออกแบบ Prototype

4.2.2.1 สร้างต้นแบบแบบเสมือนจริงครั้งที่ 1 (High – fidelity Mockups 1st)

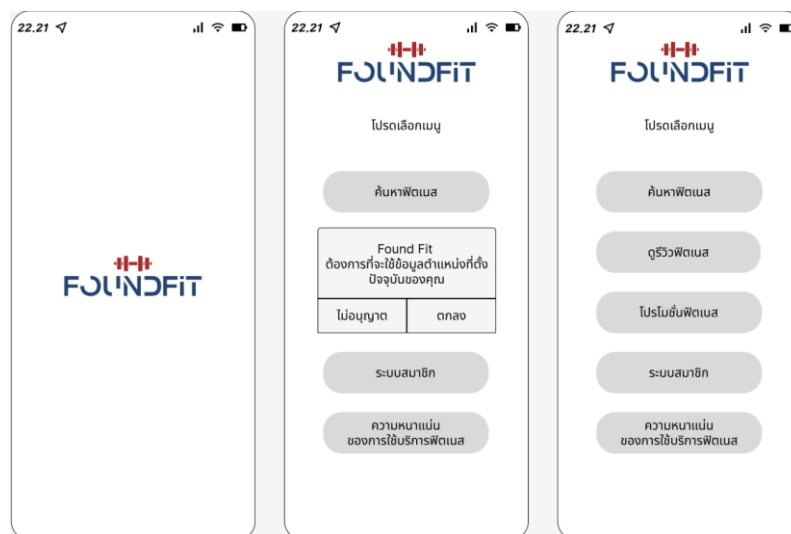
1. ฟังก์ชัน

1.1 หน้าแรกของการใช้งาน

1 หน้าแสดงโลโก้ของแอปพลิเคชันก่อนไปหน้าเมนูระบบที่มี Pop up (หน้าจอฝั่งซ้ายสุด) ดังแสดงในรูปที่ 4-37

2 หน้าเมนูระบบตอนมี Popup เด้งขึ้น (หน้าจอกกลาง) ดังแสดงในรูปที่ 4-37

3 หน้าเมนูเลือกระบบ ดังแสดงในรูปที่ (หน้าจอขวาสุด) ดังแสดงในรูปที่ 4-37



รูปที่ 4-37: ต้นแบบด้วยวิธีการใช้เครื่องมือ Prototype แสดงหน้าแรกของเมื่อเข้าแอปพลิเคชัน

ถูกคำพึงพอใจในแบบ พร้อมยังชมว่าออกแบบได้สวยงาม

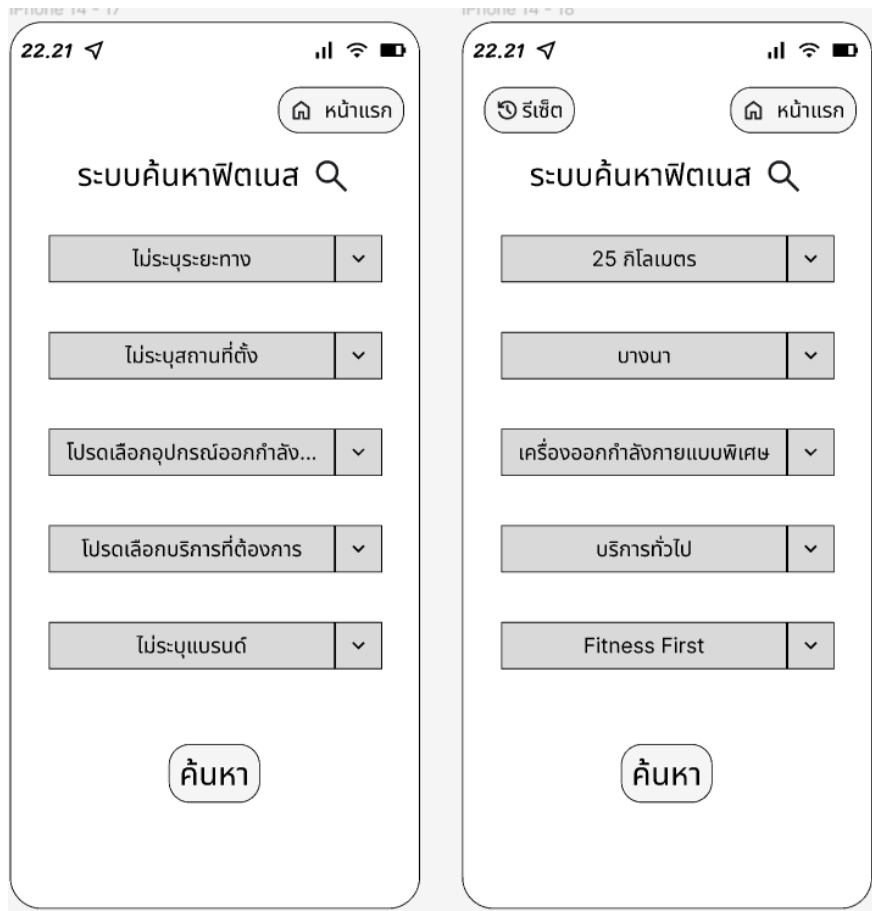
1.2 ระบบค้นหาฟิตเนส (Fitness Finding System)

1 หน้าใส่เงื่อนไขการค้นหา ดังแสดงในรูปที่ 4-38

2 หน้าแสดงผลการค้นหา ดังแสดงในรูปที่ 4-39

1) หน้าแสดงเว็บไซต์ในแบรนด์ที่ผู้ใช้สนใจ ดังแสดงในรูปที่ 4-40

2) หน้าแสดงเส้นทางและระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทาง ดังแสดงในรูปที่ 4-41



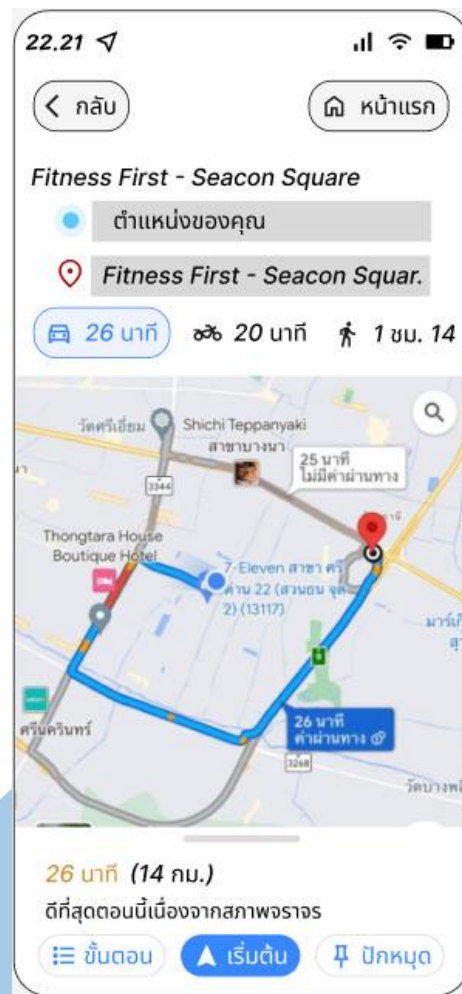
รูปที่ 4-38 : ต้นแบบด้วยวิธีการใช้เครื่องมือ Prototype แสดงหน้ากำหนดเงื่อนไขการค้นหา



รูปที่ 4-39 : ต้นแบบด้วยวิธีการใช้เครื่องมือ Prototype หน้าแสดงผลการค้นหา



รูปที่ 4-40 : ต้นแบบด้วยวิธีการใช้เครื่องมือ Prototype แสดงหน้า Website ฟิตเนสแบรนด์ที่ผู้ใช้สนใจ



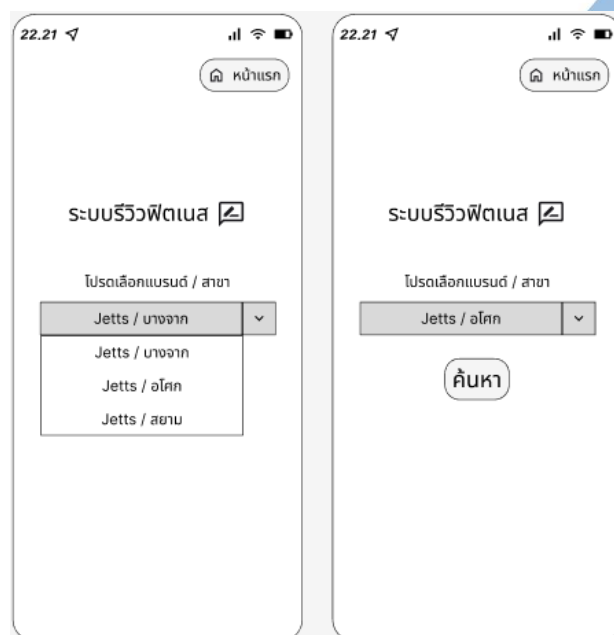
รูปที่ 4-41 ต้นแบบด้วยวิธีการใช้เครื่องมือ Prototype หน้าแสดง

ผลการทดสอบการใช้งานได้ (Usability test)

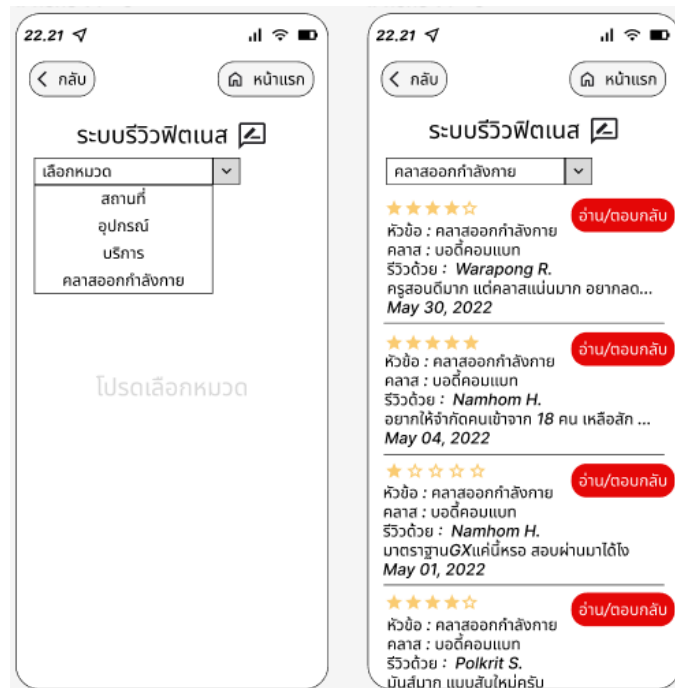
1. ชินในรูปแบบการใช้งานเพราะเป็นแบบใน google แต่ยังมีข้อสงสัยในส่วนของตัวกรองเหมือนเดิม จะต้องออกแบบใหม่ให้มีตำแหน่งจุดตั้งต้นเพื่อที่จะสามารถกดหนดระยะจากจุดตั้งต้น พร้อมทั้งอยากให้ตัวระบบมีการจัดการค้นหาในระบบนี้เพื่อที่จะนำไปใช้ต่อในระบบอื่นได้ และระบบนี้ยังไม่มีเปรียบเทียบข้อมูลในมิติต่างๆให้เห็นไม่ว่าจะเป็นเรื่อง ระยะทาง จำนวนอุปกรณ์ บริการ ราคา ในแต่ละแบรนด์/สาขา ทางลูกค้าอยากเห็นการเปรียบเทียบในหน้าจอเดียวโดยไม่ต้องเข้าทีละเว็บไซต์เปรียบเทียบเพื่อจดจำมาเปรียบเทียบเอง

1.3 ระบบรีวิว (Review System)

- 1 หน้าเลือกแบรนด์และสาขาที่ต้องการจะอ่านรีวิว ดังแสดงในรูปที่ 4-42
- 2 หน้าเลือกหมวดรีวิวที่ต้องการจะอ่าน ดังแสดงในรูปที่ 4-43
- 3 หน้าอ่าน / ตอบกลับรีวิว ดังแสดงในรูปที่ 4-44



รูปที่ 4-42 : ต้นแบบด้วยวิธีการใช้เครื่องมือ Prototype หน้าเลือกแบรนด์และสาขา



รูปที่ 4-43 : ต้นแบบด้วยวิธีการใช้เครื่องมือ Prototype หน้าเลือกหมวดวีวี





รูปที่ 4-44 : ต้นแบบด้วยวิธีการใช้เครื่องมือ Prototype แสดงหน้าอ่าน / ตอบกลับรีวิว

ผลการทดสอบการใช้งานได้ (Usability test)

1. ตัวระบบรีวิวมีกลุ่มลูกค้าที่รู้สึกว่าจะเป็นไปได้ใหม่ที่จะนำผลการค้นหาจากระบบค้นหาพิตเนสมาเป็นค่าเริ่มต้นของตัวกรองเพื่อที่จะไม่ต้องเข้ามากรองข้อมูลใหม่ทุกๆรอบที่ใช้ระบบ
2. หน้าเลือกหมวดรีวิว พอเลือกหมวดเสร็จและแสดงผลรีวิวอยากให้มีส่วนแสดงคะแนนหรืออะไรซักอย่างเพื่อเป็นสิ่งที่บอกว่ารีวิวไหนมีประโยชน์ จะได้ไม่ต้องเสียเวลาไปอ่านหลายๆรีวิว
3. ยังไม่มีในส่วนของการเขียนรีวิวทำได้แค่ตอบกลับ
4. รูปแบบการออกแบบนำเอาไอเดียมาจาก Comment ใน Facebook ลูกค้าเลยมีความคุ้นชิน

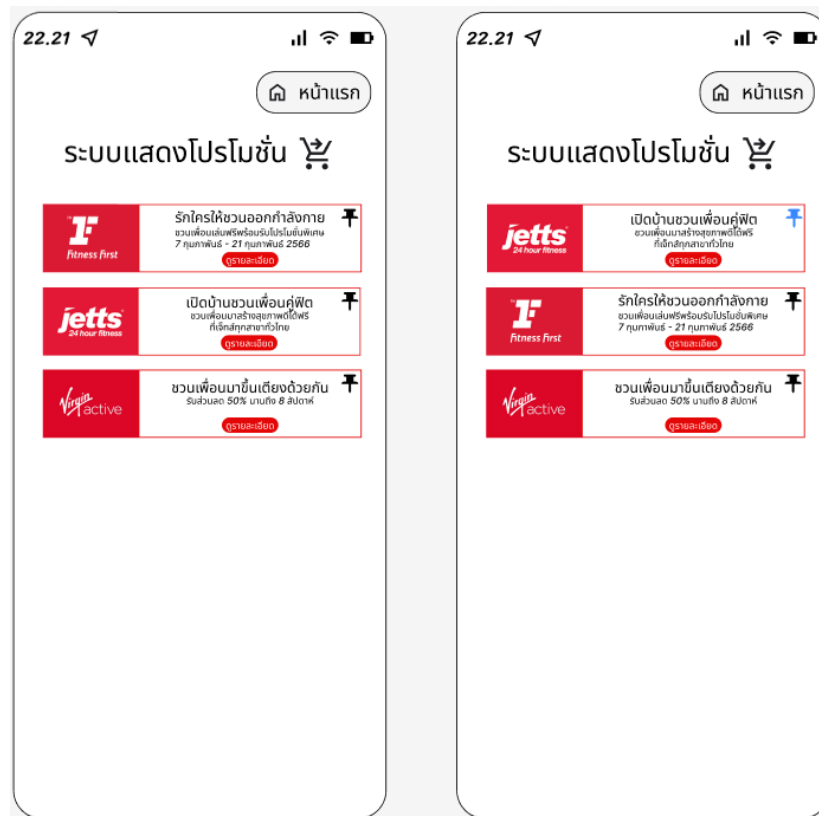
5.อยากให้ระบบแสดงรีวิวที่อยากอ่านได้โดยไม่ต้องไประบุเงื่อนไขในตัวกรองใหม่ทุกๆรอบที่ใช้ระบบ (เพิ่มระบบ Automatic)

6.แบบสวยงามดีลูกค้าชอบ

1.4 ระบบแสดงโปรโมชั่น (Promotion Displaying System)

- 1 หน้าแสดงแถบโปรโมชั่นของพิตเนส ดังแสดงในรูปที่ 4-45
- 2 หน้าแสดงรายละเอียดโปรโมชั่น ดังแสดงในรูปที่ 4-46
- 3 หน้ากรอกข้อมูลเพื่อให้พิตเนสติดต่อกลับ ดังแสดงในรูปที่ 4-47





รูปที่ 4-45 : ต้นแบบด้วยวิธีการใช้เครื่องมือ Prototype หน้าจอแสดงแถบโปรโมชั่น





รูปที่ 4-46 : ต้นแบบด้วยวิธีการใช้เครื่องมือ Prototype หน้าแสดงรายละเอียดโปรโมชั่น

22.21 22.21

< กลับ > หน้าแรก < กลับ > หน้าแรก

Leave us your info Leave us your info

ชื่อ * ชื่อ *

นามสกุล * นามสกุล *

เบอร์โทร * เบอร์โทร *

อีเมล

สาขาที่ต้องการ

ช่วงเวลาที่สะดวกให้ติดต่อ

รายละเอียดที่ต้องการสอบถามเพิ่มเติม

ข้าพเจ้ายินยอมให้บริษัทเก็บข้อมูลเพื่อให้เจ้าหน้าที่ติดต่อกลับเพื่อเสนอรายละเอียดเพิ่มเติม

ข้าพเจ้าได้อ่านและยอมรับข้อกำหนดและนโยบายความเป็นส่วนตัว

ส่ง ส่ง

ขอบคุณที่ให้ความสนใจ
ทางบริษัทจะติดต่อกลับโดยเร็วที่สุด

กลับหน้าโปรโมชัน

ช่วงเวลาที่สะดวกให้ติดต่อ

รายละเอียดที่ต้องการสอบถามเพิ่มเติม

ข้าพเจ้ายินยอมให้บริษัทเก็บข้อมูลเพื่อให้เจ้าหน้าที่ติดต่อกลับเพื่อเสนอรายละเอียดเพิ่มเติม

ข้าพเจ้าได้อ่านและยอมรับข้อกำหนดและนโยบายความเป็นส่วนตัว

รูปที่ 4-47 : ต้นแบบด้วยวิธีการใช้เครื่องมือ Prototype หน้ากรอกข้อมูลเพื่อให้ฟีดแบ็คติดต่อกลับ

ผลการทดสอบการใช้งานได้ (Usability test)

1. โพรโมชันของฟิตเนสไม่ได้มีเยอะถึงขนาดที่จะต้อง pin ใส่มากก็ไม่มีประโยชน์อะไร
2. ส่วนของการกรอกข้อมูลรู้สึกขี้เกียจกรอก ถ้าสนใจเดี๋ยวติดต่อไปเอง
3. การใช้เงื่อนไขการค้นหาที่ระบุไปในระบบค้นหาฟิตเนส ช่วยให้ระบบแสดงโปรโมชันแสดงโปรโมชันเหมาะสมกับผู้ชมมากที่สุดโดยที่ผู้ใช้ไม่ต้องหาโปรโมชันใหม่บ่อยๆ (เพิ่มระบบ Automatic)
4. รายละเอียดอื่นๆที่ไม่ได้กล่าวมาใน 3 ข้อข้างต้นควรมีเหมือนเดิม

1.5 ระบบสมาชิก (Membership System)

1 หน้า login เข้าสู่ระบบสมาชิก ดังแสดงในรูปที่ 4-48

2 หน้ากรอกข้อมูลสมัครสมาชิก ดังแสดงในรูปที่ 4-49

1) หน้ากรอกข้อมูลส่วน login หน้าจอซ้ายสุดของรูปที่ 4-49

2) หน้ากรอกข้อมูลส่วนตัว 2 หน้าจอขวาของรูปที่ 4-49

3 หน้า login ด้วย Facebook ดังแสดงในรูปที่ 4-50

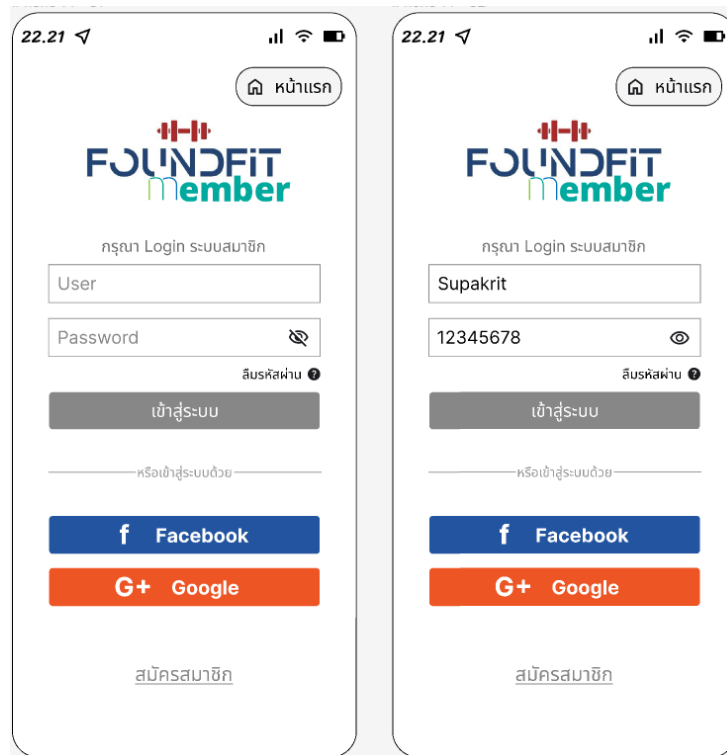
4 หน้าแสดงสินค้าสำหรับสมาชิก ดังแสดงในรูปที่ 4-51

5 หน้าแสดงเปรียบเทียบราคาสินค้า ดังแสดงในรูปที่ 4-52

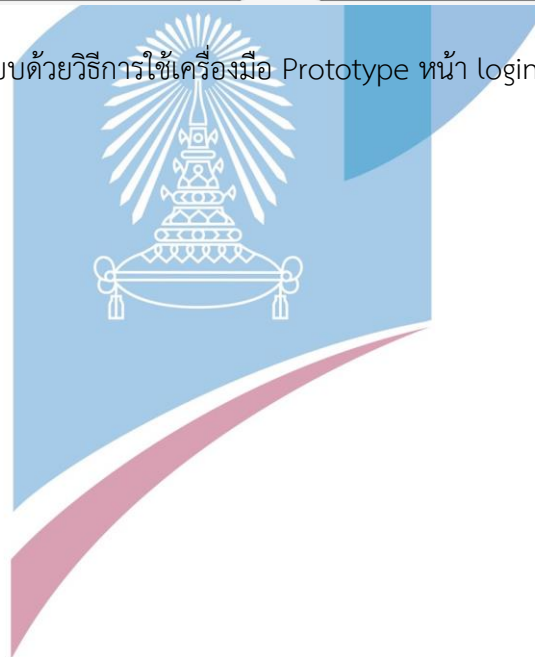
6 หน้าแสดงข้อมูลส่วนตัวของสมาชิก ดังแสดงในรูปที่ 4-53

7 หน้าแก้ไขข้อมูลส่วนตัว ดังแสดงในรูปที่ 4-54





รูปที่ 4-48 : ต้นแบบด้วยวิธีการใช้เครื่องมือ Prototype หน้า login เข้าสู่ระบบสมาชิก



The image displays three sequential mobile app screens for a membership registration system. Each screen has a status bar at the top showing the time 22.21 and signal, Wi-Fi, and battery icons. Navigation buttons for 'กลับ' (Back) and 'หน้าแรก' (Home) are present at the top of each screen.

- Screen 1: สมัครสมาชิก (Registration)**
 - Fields: User name *, รหัสผ่าน *, ยืนยันรหัสผ่าน *, อีเมล
 - Button: หน้าถัดไป (Next)
- Screen 2: ข้อมูลส่วนตัว (Personal Information)**
 - Fields: เพศ * (Gender), อายุ * (Age), อาชีพ * (Occupation), รายได้ (Income), แรนด์/สาขาที่ใช้บริการ (Brand/Branch), มีความสนใจใช้บริการฟิตเนสแบรนด์ไหน (Interested in which fitness brand), เห็นผลของการเปลี่ยนอยากเปลี่ยน/เปลี่ยนแบรนด์ (Wanted to change/switch brand due to results)
 - Button: สมัคร (Register)
- Screen 3: ข้อมูลส่วนตัว (Personal Information)**
 - Fields: เพศ * (Gender), อายุ * (Age), อาชีพ * (Occupation), รายได้ (Income), แรนด์/สาขาที่ใช้บริการ (Brand/Branch), มีความสนใจใช้บริการฟิตเนสแบรนด์ไหน (Interested in which fitness brand), เหตุผลของการเปลี่ยนอยากเปลี่ยน/เปลี่ยนแบรนด์ (Reason for wanting to change/switch brand)
 - Button: สมัคร (Register)

A modal dialog box is overlaid on the third screen, containing the text 'ขอบคุณที่สมัครเป็นสมาชิก' (Thank you for registering as a member) and a button labeled 'กลับหน้า Login' (Return to Login page).

รูปที่ 4-49 : ต้นแบบด้วยวิธีการใช้เครื่องมือ Prototype หน้ากรอกข้อมูลเพื่อสมัครระบบสมาชิก





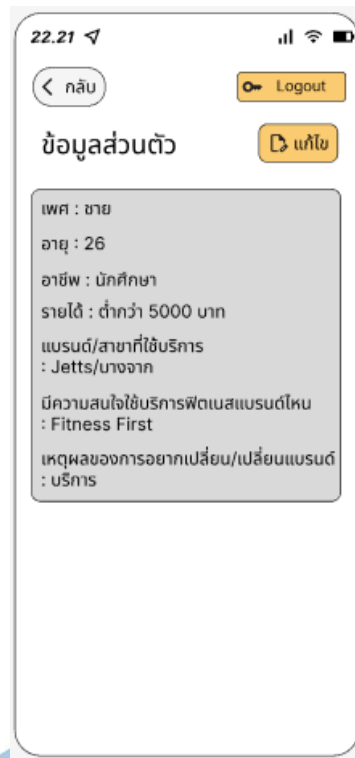
รูปที่ 4-50 : ต้นแบบด้วยวิธีการใช้เครื่องมือ Prototype หน้า login ด้วย Facebook



รูปที่ 4-51 : ต้นแบบด้วยวิธีการใช้เครื่องมือ Prototype หน้าแสดงสินค้าสำหรับสมาชิก



รูปที่ 4-52 : ต้นแบบด้วยวิธีการใช้เครื่องมือ Prototype หน้าแสดงราคาเปรียบเทียบของสินค้า



รูปที่ 4-53 ต้นแบบด้วยวิธีการใช้เครื่องมือ Prototype หน้าแสดงข้อมูลส่วนตัวของสมาชิก

22.21

< กลับ Logout

ข้อมูลส่วนตัว

เพศ *
ชาย

อายุ *
26 ปี

อาชีพ *
นักศึกษา

รายได้
ต่ำกว่า 5000 บาท

ใช้บริการฟิตเนสแบรนด์ไหนอยู่

มีความสนใจใช้บริการฟิตเนสแบรนด์ไหน

เห็นผลของการเปลี่ยนอยากเปลี่ยน/เปลี่ยนแบรนด์

บันทึก

รูปที่ 4-54 ต้นแบบด้วยวิธีการใช้เครื่องมือ Prototype หน้าแก้ไขข้อมูลส่วนตัว

ผลการทดสอบการใช้งานได้ (Usability test)

1. ลูกค้ำรู้สึกแปลกๆที่จะต้องเข้ามาในระบบสมาชิกแล้วถึงค่อย Login รู้สึกไม่ชิน
2. ในส่วนของข้อมูลส่วนตัวรู้สึกขี้เกียจกรอก ลูกค้ำจะกรอกเท่าที่บังคับ
3. ส่วนของการกรอกข้อมูลชื่อ แบนด์ที่สนใจ ลูกค้ำบอกว่าจะให้กรอกทำไมในเมื่อใช้บริการแบรนด์ไหนก็ต้องสนใจแบนด์นั้นอยู่แล้ว
4. ข้อมูลส่วนตัวคำถามเหตุผลการเปลี่ยนแบรนด์ไม่ควรให้มีเพราะจะทำให้ทางฟิตเนสเสียชื่อเสียง และลูกค้ำไม่มีใครที่อยากบอกตรงๆถ้าไม่สนิทกันจริงๆ

5.การจัดวางปุ่มของหน้าจอรูปที่ 4-51 Filter กับ ปุ่มข้อมูลส่วนตัวและ Logout อยู่ในระดับเดียวกันทำให้สับสน พร้อมทั้ง Filter ไม่มีการบอกว่าเป็น Filter อะไร

6.สินค้ามีจำนวนเยอะมาก ควรมีระบบการ pin หรือปุ่มกดไลค์หรือ Love เพื่อให้สามารถเข้ามาเช็คราคาได้สะดวกในระยะยาว

7.สีสันทันในการออกแบบมีความสวยงามดีแล้ว

8.หน้าเปรียบเทียบราคาถือว่าโอเคเพราะเป็นข้อมูลที่ใส่มาได้อย่างพอดี ไม่มากเกินไปไม่น้อยเกินไป คือลูกค้าอยากรู้แค่ราคา ไม่ต้องใส่มาเยอะแยะเหมือนตอนทำในขั้นตอนการวาด

9.ตัวแอปพลิเคชันโดยปกติจะมีการจดจำ Session ในตัวมันอยู่แล้ว ออกแบบให้ แอปพลิเคชันจดจำการใช้งานทุกการใช้งานไปเลย (เพิ่มระบบ Automatic ของแอปพลิเคชัน)

10.ข้อมูลในส่วนของรายได้เป็นข้อมูลที่ Sensitive ลูกค้าบางคนไม่ต้องการที่จะกรอก



1.6 ระบบแสดงความหนาแน่นของการใช้บริการ (Traffic Tracking System)

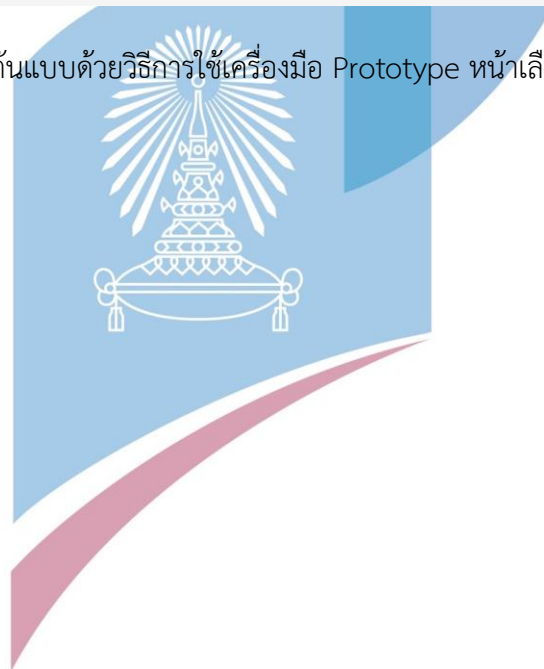
- 1 หน้าเลือกแบรนด์ฟิตเนสที่ต้องการดูความหนาแน่นของการใช้บริการ
ดังแสดงในรูปที่ 4-55
- 2 หน้าเลือกสาขาฟิตเนสที่ต้องการดูความหนาแน่นของการใช้บริการ
ดังแสดงในรูปที่ 4-56
- 3 หน้าแสดงความหนาแน่นของการใช้บริการ ดังแสดงในรูปที่ 4-57

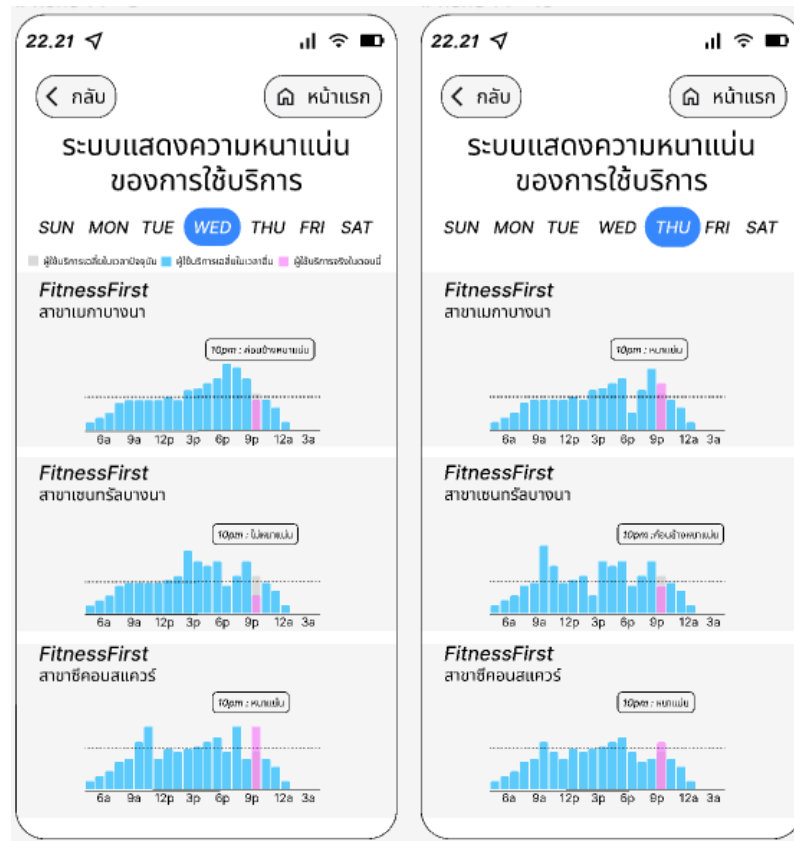


รูปที่ 4-55 : ต้นแบบด้วยวิธีการใช้เครื่องมือ Prototype หน้าเลือกแบรนด์ฟิตเนส



รูปที่ 4-56 : ต้นแบบด้วยวิธีการใช้เครื่องมือ Prototype หน้าเลือกสาขาฟิตเนส





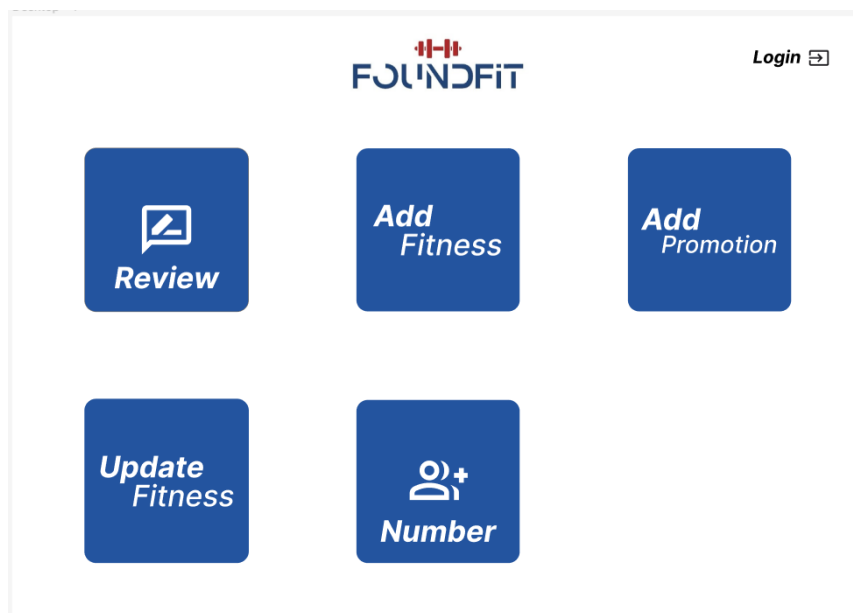
รูปที่ 4-57 : ต้นแบบด้วยวิธีการใช้เครื่องมือ Prototype หน้าแสดงความหนาแน่นของการใช้บริการ

ผลการทดสอบการใช้งานได้ (Usability test)

1. ออกแบบโดยนำไอเดียมาจาก Google map มีความสะดวกในการใช้งานเพราะลูกค้าคุ้นชินกับแบบ
2. ถ้าเป็นไปได้อยากให้ระบบแสดงค่าตัวกรองในสาขาพิเศษที่ลูกค้าสนใจเลย ลูกค้าจะได้ไม่ต้องไป Dropdown ใหม่ทุกรอบ (เพิ่มระบบ Automatic เข้าไป)
3. สถานะความหนาแน่นที่แสดงบนกราฟช่วยให้ตัดสินใจง่ายในการเลือกสาขาที่ใช้บริการ

2. ฝั่งฟิตเนส

1 หน้าเลือกเมนูสำหรับฝั่งฟิตเนส ดังแสดงในรูปที่ 4-58



รูปที่ 4-58 : ต้นแบบด้วยวิธีการใช้เครื่องมือ Prototype หน้าแสดงเมนูระบบของฝั่งฟิตเนส

ผลการทดสอบการใช้งานได้ (Usability test)

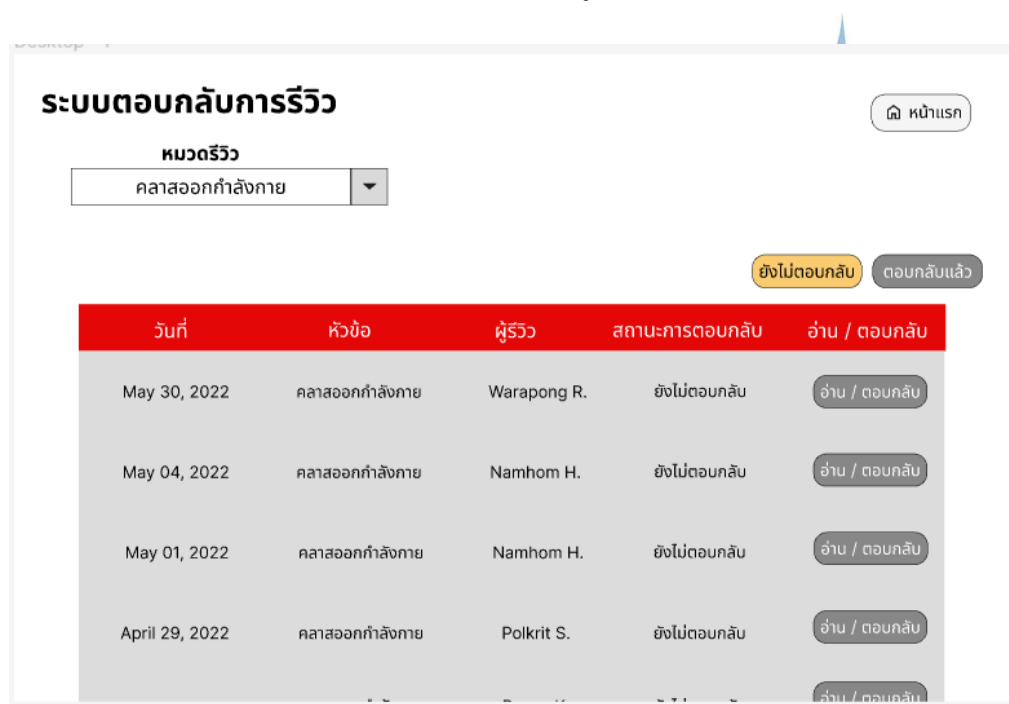
1. หน้าจอสวยงามน่าใช้งาน
2. ปุ่มเข้าใจง่ายแต่ระบบแสดงจำนวนผู้ใช้บริการ คำที่ใช้ยังงงๆ ควรใช้คำว่า population มากกว่า number

2.2 ระบบตอบกลับการรีวิว (Review Reply System)

1 หน้าสถานะการตอบรีวิว (หน้ายังไม่ตอบ) ดังแสดงในรูปที่ 4-59

2 หน้าสถานะการตอบรีวิว (หน้าตอบกลับแล้ว) ดังแสดงในรูปที่ 4-60

3 หน้าอ่าน / ตอบกลับรีวิว ดังแสดงในรูปที่ 4-61



รูปที่ 4-59 : ต้นแบบด้วยวิธีการใช้เครื่องมือ Prototype หน้าสถานะการตอบรีวิว (หน้ายังไม่ตอบ)



รูปที่ 4-60 : ต้นแบบด้วยวิธีการใช้เครื่องมือ Prototype หน้าสถานการณ์ตอบรีวิว (หน้าตอบกลับแล้ว)



รูปที่ 4-61 : ต้นแบบด้วยวิธีการใช้เครื่องมือ Prototype หน้าอ่าน / ตอบกลับรีวิว

ผลการทดสอบการใช้งานได้ (Usability test)

1. มีประเด็นเรื่องอ่านแล้วแต่ยังไม่ตอบ แต่ยังไม่ Status ให้เช็คได้
2. ส่วนอื่นๆโอเคหมดแล้ว

2.3 ระบบการเพิ่มฟิตเนส (Fitness Adding System)

1 หน้าเมนูสำหรับการเพิ่มฟิตเนส ดังแสดงในรูปที่ 4-62

1) สาขาที่มีในปัจจุบัน

(1) หน้าเลือกสาขา ดังแสดงในรูปที่ 4-63

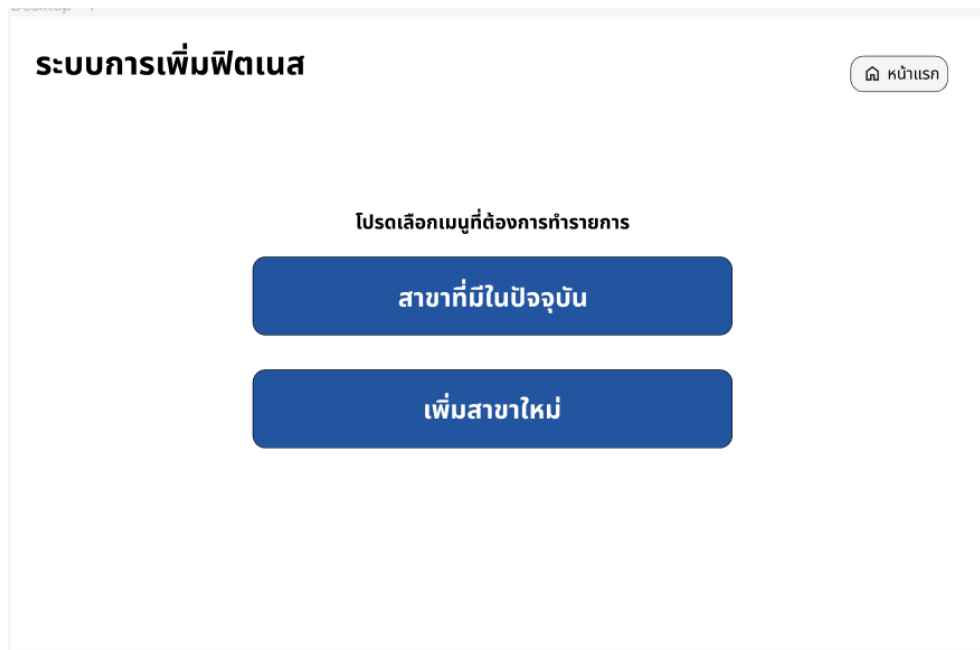
(2) หน้าดูรายละเอียดที่อยู่ของสาขา ดังแสดงในรูปที่ 4-64

2) เพิ่มสาขาใหม่

(1) หน้ากรอกชื่อจังหวัดและชื่อสาขาใหม่ ดังแสดงในรูปที่ 4-65

(2) หน้ากรอกข้อมูลสาขาใหม่ ดังแสดงในรูปที่ 4-66





รูปที่ 4-62 : ต้นแบบด้วยวิธีการใช้เครื่องมือ Prototype หน้าเมนูสำหรับระบบการเพิ่มฟิตเนส



รูปที่ 4-63 : ต้นแบบด้วยวิธีการใช้เครื่องมือ Prototype หน้าแสดงสาขาที่มีในปัจจุบัน



รูปที่ 4-64 : ต้นแบบด้วยวิธีการใช้เครื่องมือ Prototype หน้าแสดงที่อยู่ของสาขาที่เลือก

เพิ่มสาขาใหม่ ← กลับ 🔍 หน้าแรก

เลือกจังหวัด

กรอกชื่อสาขา

[ถัดไป](#)

รูปที่ 4-65 : ต้นแบบด้วยวิธีการใช้เครื่องมือ Prototype หน้ากรอกชื่อจังหวัดและชื่อสาขาใหม่

อโศก (BTS อโศก) ← กลับ 🔍 หน้าแรก

ที่อยู่ 📍 บันทึก

เบอร์โทร

[อัปเดตบน App](#)

Desktop - 13

อโศก (BTS อโศก) ← กลับ 🔍 หน้าแรก

ที่อยู่ 📍 บันทึก

348, 348/2 ถนนสุขุมวิท, แขวงคลองเตย, เขตคลองเตย, กรุงเทพมหานคร, 10110 ประเทศไทย

เบอร์โทร
 063-850-1234

[อัปเดตบน App](#)

รูปที่ 4-66 : ต้นแบบด้วยวิธีการใช้เครื่องมือ Prototype หน้ากรอกข้อมูลสาขาใหม่

ผลการทดสอบการใช้งานได้ (Usability test)

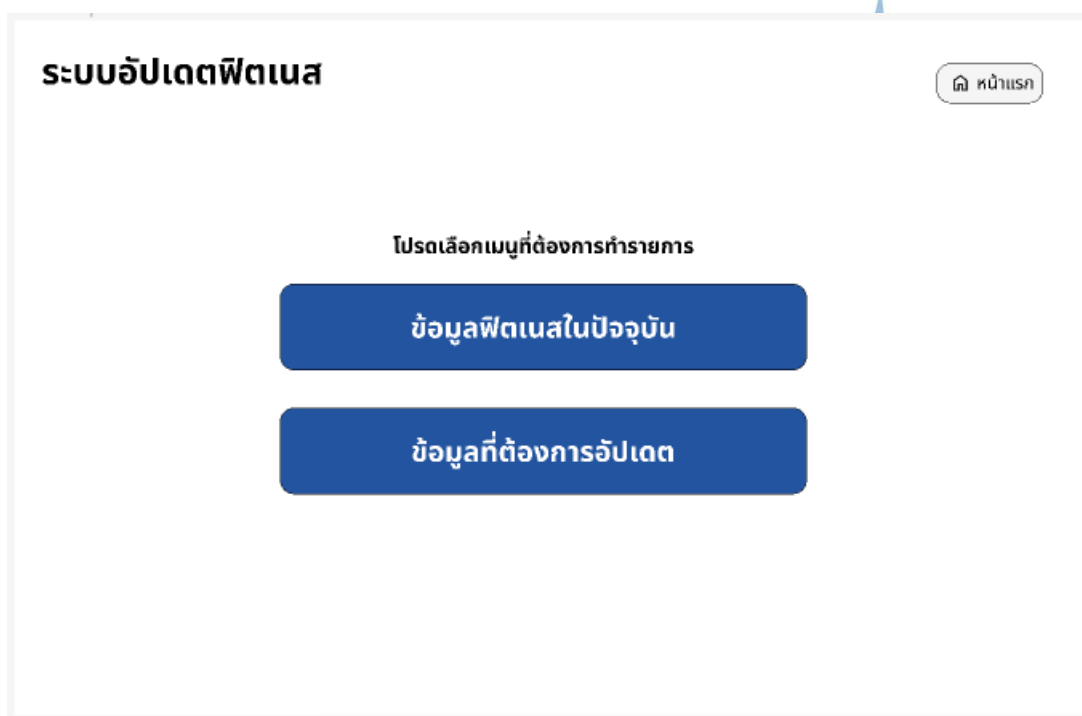
ไม่มี Comment อะไรในระบบนี้ถือว่าออกแบบได้โอเคแล้ว

2.4 ระบบอัปเดตฟิตเนส (Fitness Updating System)

- 1 หน้าเมนูสำหรับระบบอัปเดตฟิตเนส ดังแสดงในรูปที่ 4-67
- 2 หน้าเลือกสาขาเพื่อดูข้อมูล ดังแสดงในรูปที่ 4-68
- 3 หน้าเลือกหมวดข้อมูลที่ต้องการดู ดังแสดงในรูปที่ 4-69
- 4 หน้าแสดงข้อมูลหมวดค่าบริการ ดังแสดงในรูปที่ 4-70
- 5 หน้าแก้ไขข้อมูลหมวดค่าบริการ ดังแสดงในรูปที่ 4-71
- 6 หน้าแสดงข้อมูลหมวดบริการ ดังแสดงในรูปที่ 4-72
- 7 หน้าแก้ไขข้อมูลหมวดบริการ ดังแสดงในรูปที่ 4-73
- 8 หน้าแสดงข้อมูลหมวดอุปกรณ์ ดังแสดงในรูปที่ 4-74
- 9 หน้าแก้ไขข้อมูลหมวดอุปกรณ์ ดังแสดงในรูปที่ 4-75
- 10 หน้าแสดงข้อมูลหมวดคลาส ดังแสดงในรูปที่ 4-76
- 11 หน้าแก้ไขข้อมูลหมวดคลาส ดังแสดงในรูปที่ 4-77
- 12 หน้าเลือกสาขาที่ต้องการอัปเดตข้อมูล ดังแสดงในรูปที่ 4-78
- 13 หน้าเลือกหมวดที่ต้องการอัปเดตข้อมูล ดังแสดงในรูปที่ 4-79
- 14 หน้าเพิ่มข้อมูลหมวดค่าบริการ ดังแสดงในรูปที่ 4-80
- 15 หน้าเพิ่มข้อมูลหมวดบริการ ดังแสดงในรูปที่ 4-81

16 หน้าเพิ่มข้อมูลหมวดอุปกรณ์ ดังแสดงในรูปที่ 4-82

17 หน้าเพิ่มข้อมูลหมวดคลาส ดังแสดงในรูปที่ 4-83



รูปที่ 4-67 : ต้นแบบด้วยวิธีการใช้เครื่องมือ Prototype หน้าเมนูสำหรับระบบอัปเดตฟิตเนส



รูปที่ 4-68 : ต้นแบบด้วยวิธีการใช้เครื่องมือ Prototype หน้าเลือกสาขาเพื่อดูข้อมูล



รูปที่ 4-69 : ต้นแบบด้วยวิธีการใช้เครื่องมือ Prototype หน้าเลือกหมวดข้อมูลที่ต้องการดู



ค่าบริการ
← กลับ
หน้าแรก

ค่าบริการรายเดือน

ค่าสมัคร Fitness First ประเภทต่าง ๆ

• Club Class •	• ZONE •
เข้าใช้บริการได้ 34 สาขาทั่วประเทศ • Club Class 2 สาขา • ZONE 1 สาขา • Platinum 7 สาขา • Premium 24 สาขา ราคาเริ่มต้น : 2,785/เดือน	เข้าใช้บริการได้ 32 สาขาทั่วประเทศ • ZONE 1 สาขา • Platinum 7 สาขา • Premium 24 สาขา ราคาเริ่มต้น : 2,585/เดือน
• Platinum •	• Premium •
เข้าบริการได้ 31 สาขาทั่วประเทศ • Platinum 7 สาขา • Premium 24 สาขา ราคาเริ่มต้น : 2,535/เดือน	เข้าบริการได้ 24 สาขาทั่วประเทศ • Premium 24 สาขา ราคาเริ่มต้น : 2,395/เดือน

• สัญญาบริการ
ขั้นต่ำ 5-12 เดือน

• มีค่าสมัคร
เมื่อเข้าใช้งาน

• มี Body Start
Program 3 เดือน

• เข้าบริการ Fitness First
สมัคร, ลงทะเบียน,
และเข้าใช้งาน

[เปลี่ยนรูปภาพ](#)

ค่าบริการเทรนเนอร์ส่วนตัว

THB1,270 / 1 SESSION

THB7,600 / 10 SESSIONS

THB14,200 / 20 SESSIONS

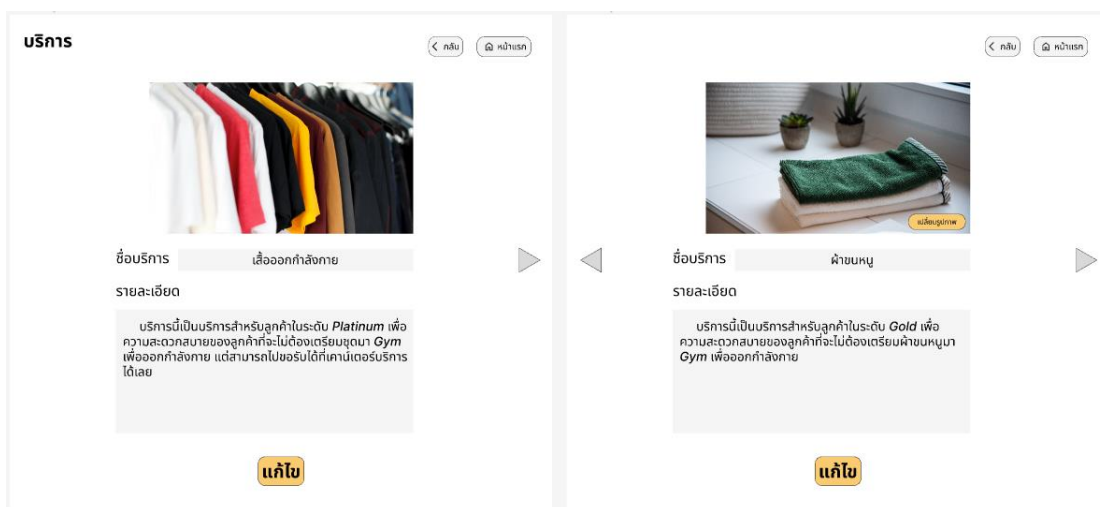
THB20,850 / 30 SESSIONS

THB33,500 / 50 SESSIONS

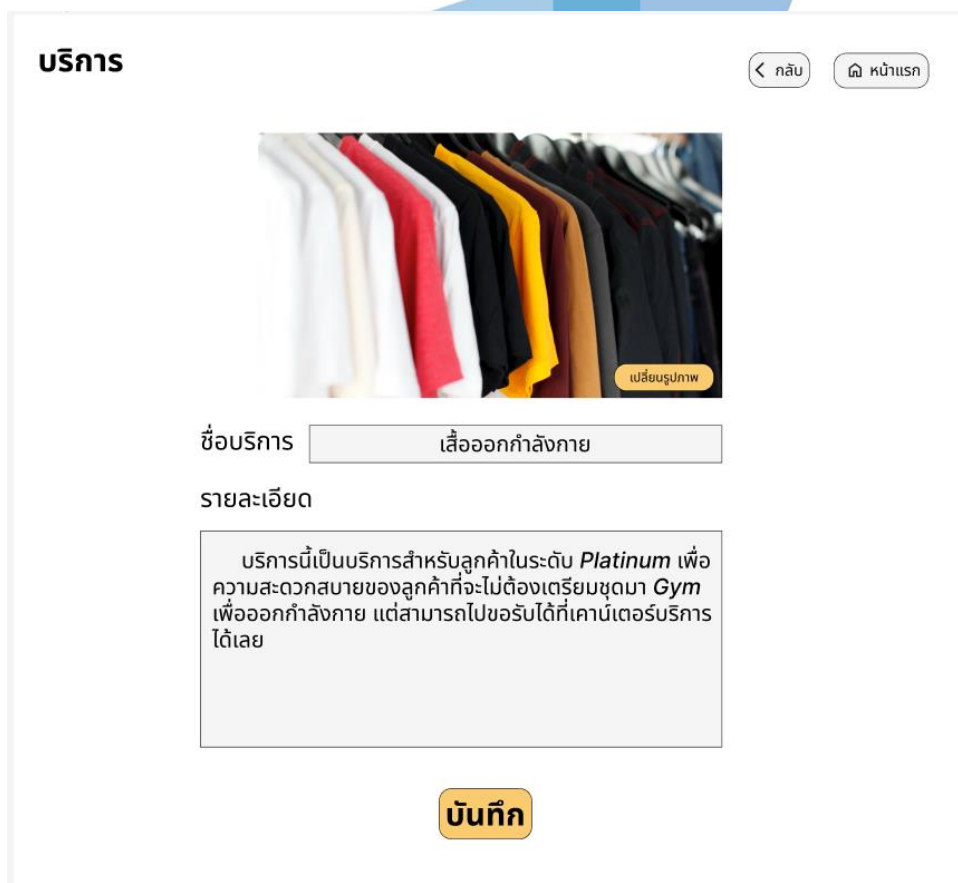
[เปลี่ยนรูปภาพ](#)

บันทึก

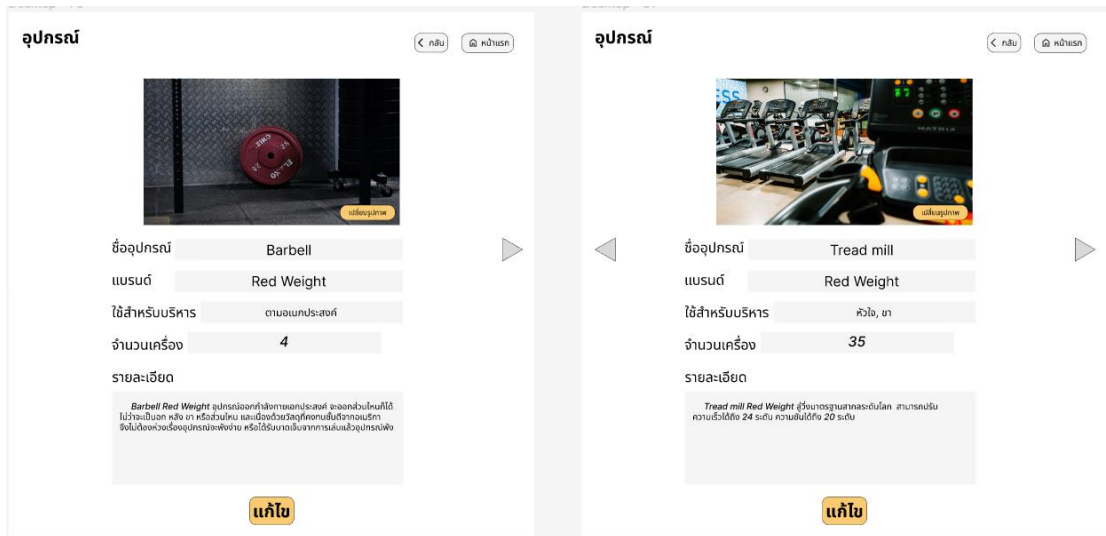
รูปที่ 4-71 : ต้นแบบด้วยวิธีการใช้เครื่องมือ Prototype หน้าแก้ไขข้อมูลหมวดบริการ



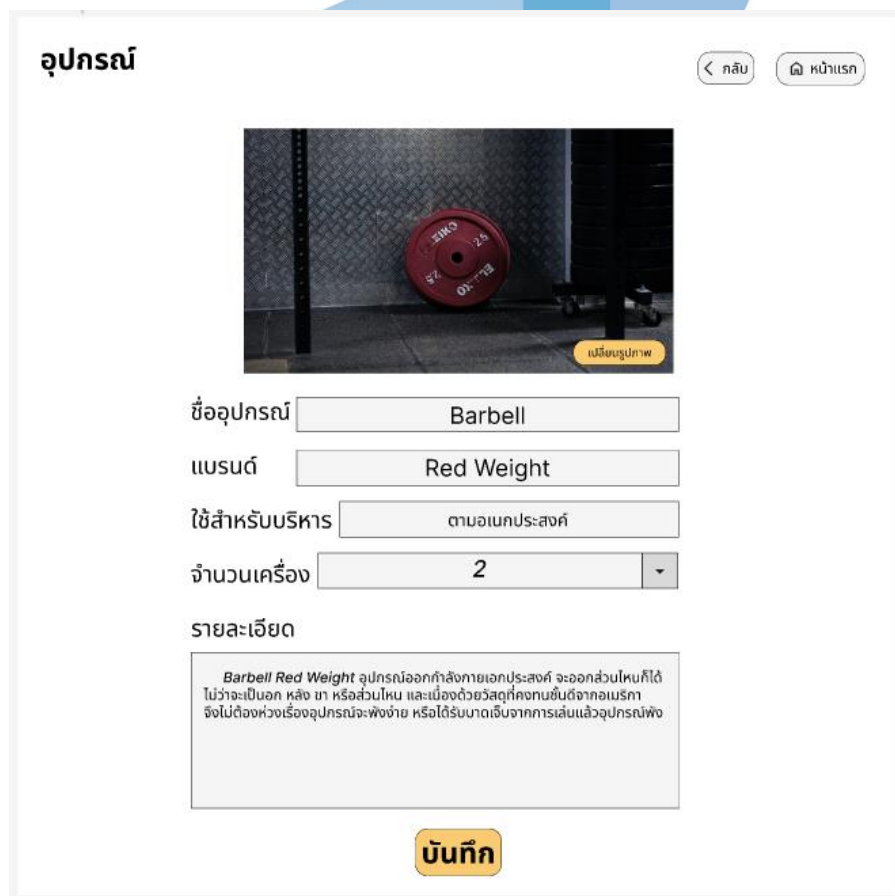
รูปที่ 4-72 : ต้นแบบด้วยวิธีการใช้เครื่องมือ Prototype หน้าแสดงข้อมูลหมวดบริการ



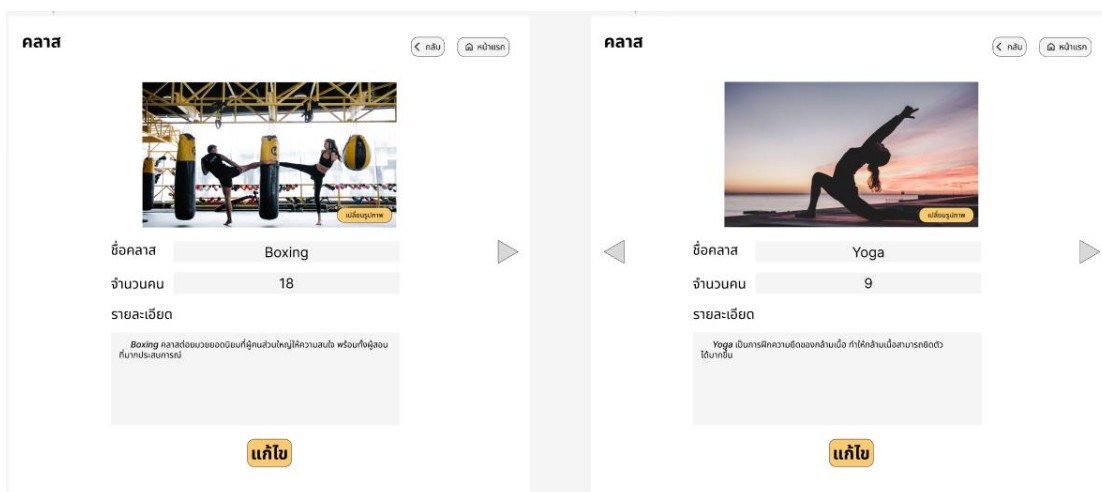
รูปที่ 4-73 : ต้นแบบด้วยวิธีการใช้เครื่องมือ Prototype หน้าแก้ไขข้อมูลหมวดบริการ



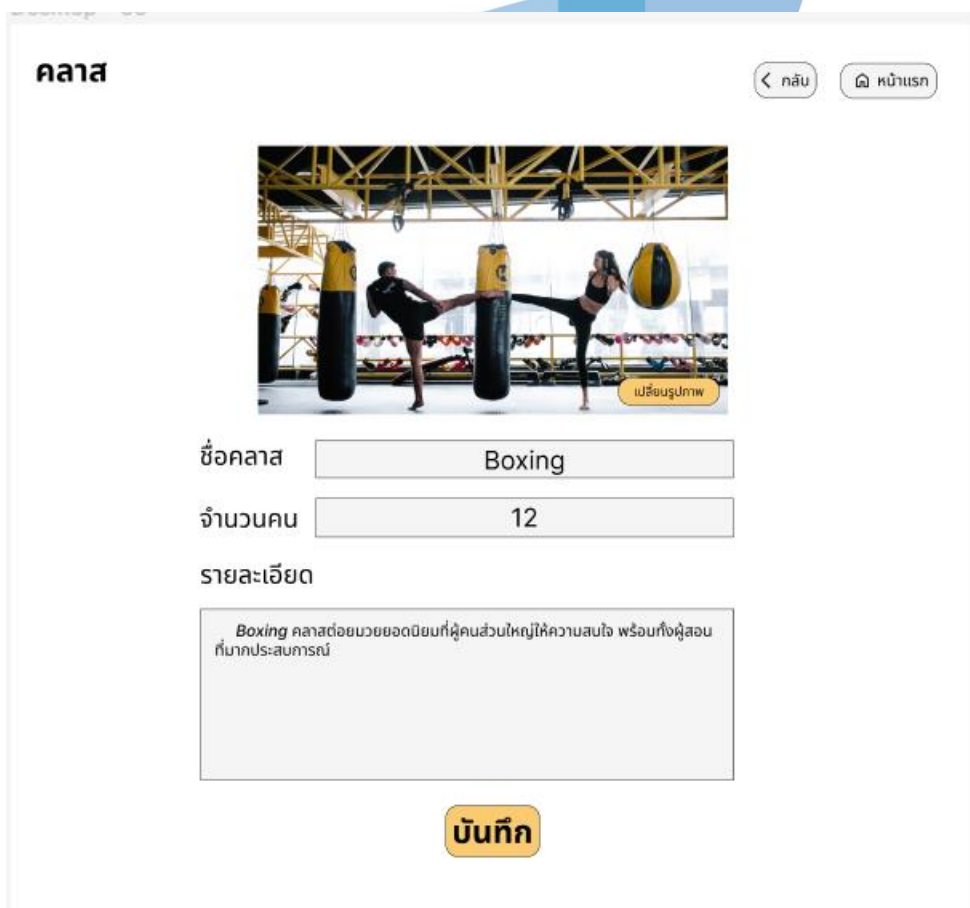
รูปที่ 4-74 : ต้นแบบด้วยวิธีการใช้เครื่องมือ Prototype หน้าแสดงข้อมูลหมวดอุปกรณ์



รูปที่ 4-75 : ต้นแบบด้วยวิธีการใช้เครื่องมือ Prototype หน้าแก้ไขข้อมูลหมวดอุปกรณ์



รูปที่ 4-76 : ตัวแบบด้วยวิธีการใช้เครื่องมือ Prototype หน้าแสดงข้อมูลหมวดคลาส



รูปที่ 4-77 : ตัวแบบด้วยวิธีการใช้เครื่องมือ Prototype หน้าแก้ไขข้อมูลหมวดคลาส

เลือกสาขาเพื่ออัปเดตข้อมูล

← กลับ
🏠 หน้าแรก

กรุงเทพ

เขตเวฬุ
(บางซื่อ)

เกษร
(ชิดลม)

ตองที่ มอลล์
(เอกมัย)

เดอะซีน
(ทาวนอินทาวน์)

เดอะพาร์ค
(MRT QSNC)

เดอะฟิล
(อ่อนนุช)

เดอะสตรีท
(รัชดา)

บางจาก
(BTS บางจาก)

มาร์เก็ตเพลส
(ตุสิต)

โรบินสัน
(ลาดกระบัง)

นนทบุรี

คอสโม บาร์ชาร์ท
(เมืองทองธานี)

โฮมโปร
(ราชพฤกษ์)

นครราชสีมา

เซฟวัน
(โคราช)

เทอร์มินัล 21
(โคราช)

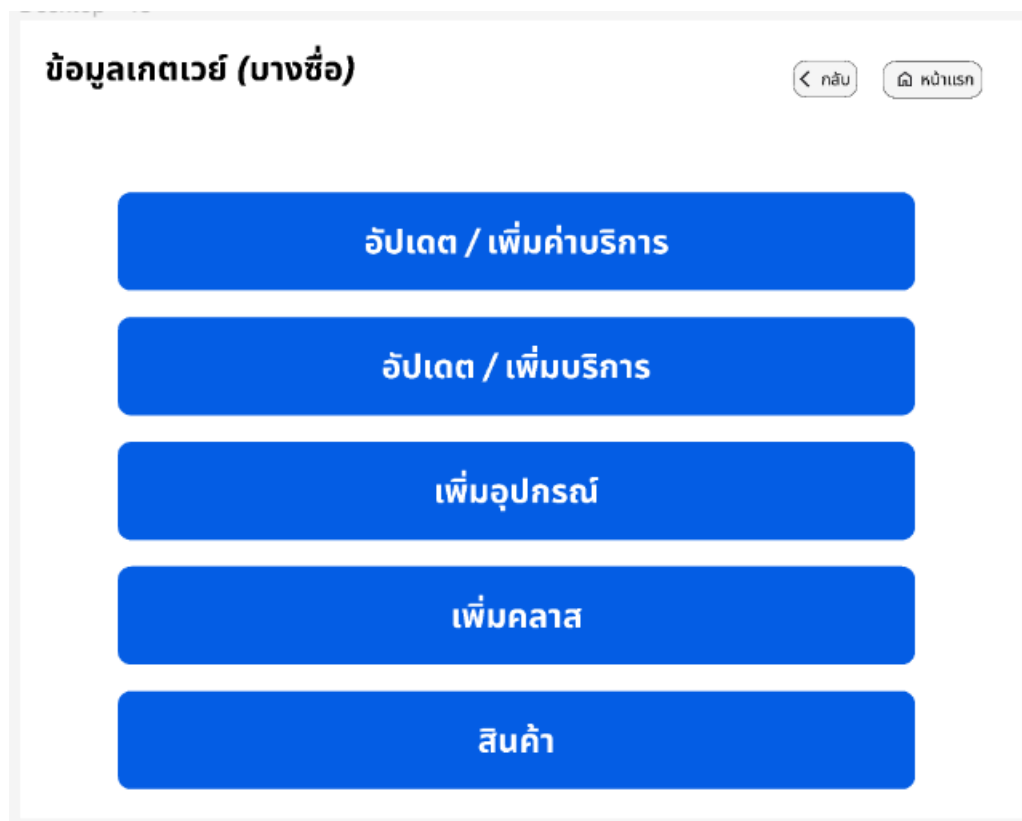
ภูเก็ต

เซ็นทรัลภูเก็ต
เฟลตวิล
(ภูเก็ต)

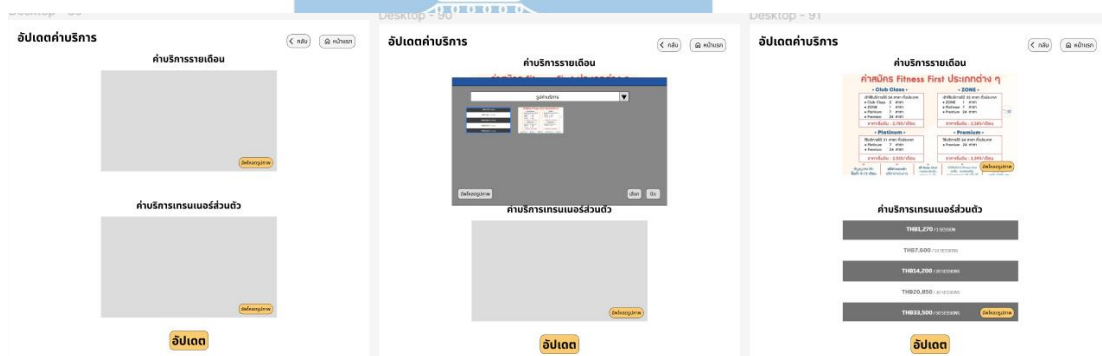
พระนครศรีอยุธยา

เซ็นทรัลอยุธยา
(อยุธยา)

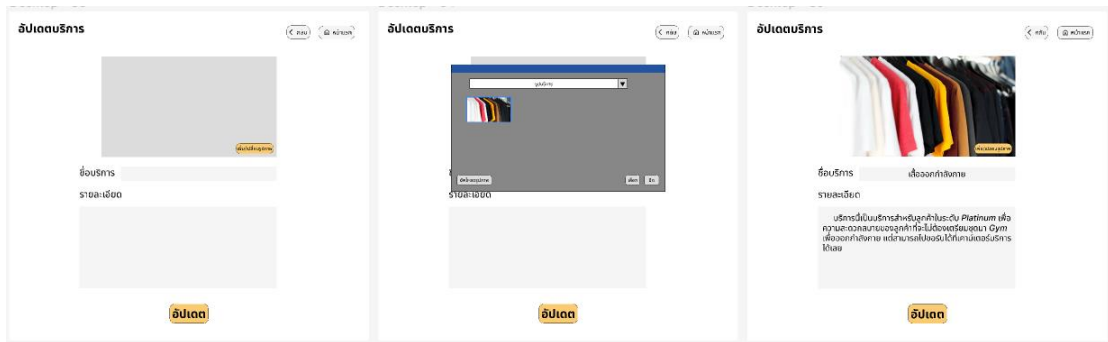
รูปที่ 4-78 : ตัวแบบด้วยวิธีการใช้เครื่องมือ Prototype หน้าเลือกสาขาที่ต้องการอัปเดตข้อมูล



รูปที่ 4-79 : ต้นแบบด้วยวิธีการใช้เครื่องมือ Prototype หน้าเลือกหมวดเพื่ออัปเดตข้อมูล



รูปที่ 4-80 : ต้นแบบด้วยวิธีการใช้เครื่องมือ Prototype หน้าเพิ่มข้อมูลใหม่หมวดค่าบริการ



รูปที่ 4-81 : ต้นแบบด้วยวิธีการใช้เครื่องมือ Prototype หน้าเพิ่มข้อมูลใหม่หมวดบริการ



รูปที่ 4-82 : ต้นแบบด้วยวิธีการใช้เครื่องมือ Prototype หน้าเพิ่มข้อมูลใหม่หมวดอุปกรณ์



รูปที่ 4-83 : ต้นแบบด้วยวิธีการใช้เครื่องมือ Prototype หน้าเพิ่มข้อมูลใหม่หมวดคลาส

ผลการทดสอบการใช้งานได้ (Usability test)

ฝั่งดู/แก้ไข ข้อมูล

1. ชื่ออุปกรณ์, ใช้บริหารอะไร, รายละเอียด เป็นข้อมูลที่คงที่ คือต่อให้เป็นคนละฟิตเนสหรือคนละสาขาที่ข้อมูลเหมือนกันอยู่ดี (เป็นข้อมูลที่ไม่จำเป็นต้องใส่เข้ามาหรือถ้าจะใส่เข้ามาก็ทำเป็น dropdown), แบนด์อุปกรณ์ฟิตเนสยี่ห้อเดียวกันใช้แบนด์เดียวกัน

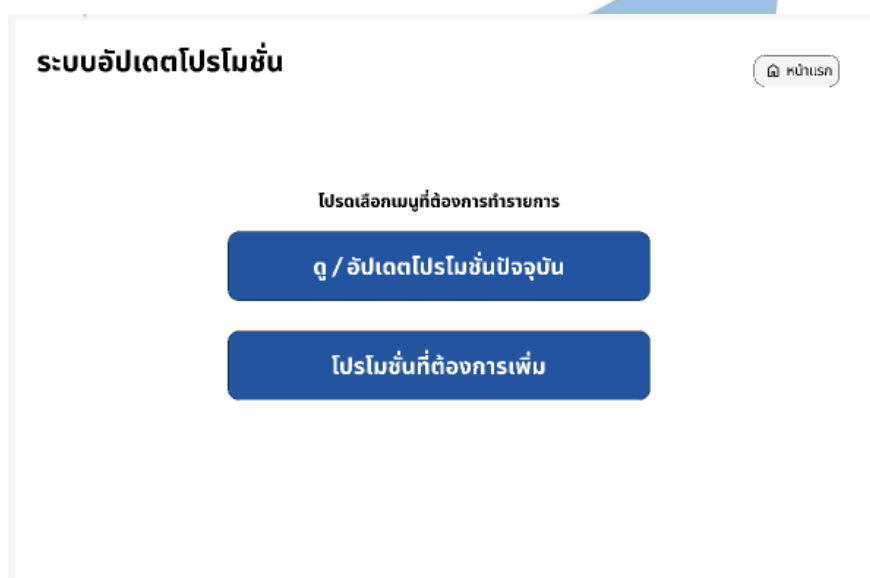
2. คลาส สิ่งที่แตกต่างกันของข้อมูลจะมีส่วนของจำนวนคนกับระยะเวลา ส่วนชื่อคลาสกับรายละเอียดมักจะคล้ายกัน

ฝั่งการเพิ่มข้อมูล

1. Pop up หมวดยุทธ การแบ่งหมวดแบบนี้ อาจมีการใส่รูปปิดหมวดก็ได้
2. หมวดบริการรายละเอียดบริการเป็นแบบกรอกเองดีแล้ว
3. อัปเดต หมายถึง ปรับให้เป็นปัจจุบัน ไม่ได้มีความหมายถึงการแก้ไข
4. เปลี่ยนคำว่าอัปเดตเป็น เพิ่ม...

2.5 ระบบอัปเดตโปรโมชั่น (Promotion Updating System)

- 1 หน้าแสดงเมนูสำหรับระบบอัปเดตโปรโมชั่น ดังแสดงในรูปที่ 4-84
- 2 หน้าแสดงโปรโมชั่นที่เพิ่มไปแล้ว ดังแสดงในรูปที่ 4-85
- 3 หน้าแก้ไขโปรโมชั่นเดิม ดังแสดงในรูปที่ 4-86
- 4 หน้าเพิ่มโปรโมชั่นใหม่ ดังแสดงในรูปที่ 4-87



รูปที่ 4-84 : ต้นแบบด้วยวิธีการใช้เครื่องมือ Prototype หน้าเมนูสำหรับระบบอัปเดตโปรโมชั่น



รูปที่ 4-85 : ต้นแบบด้วยวิธีการใช้เครื่องมือ Prototype หน้าแสดงโปรโมชั่นที่เพิ่มไปแล้ว



รูปที่ 4-86 : ต้นแบบด้วยวิธีการใช้เครื่องมือ Prototype หน้าแก้ไขโปรโมชั่นเดิม

4.2.2.2 สร้างต้นแบบแบบเสมือนจริงครั้งที่ 2 (High – fidelity Mockups 2st)

1. ฟังก์ชัน

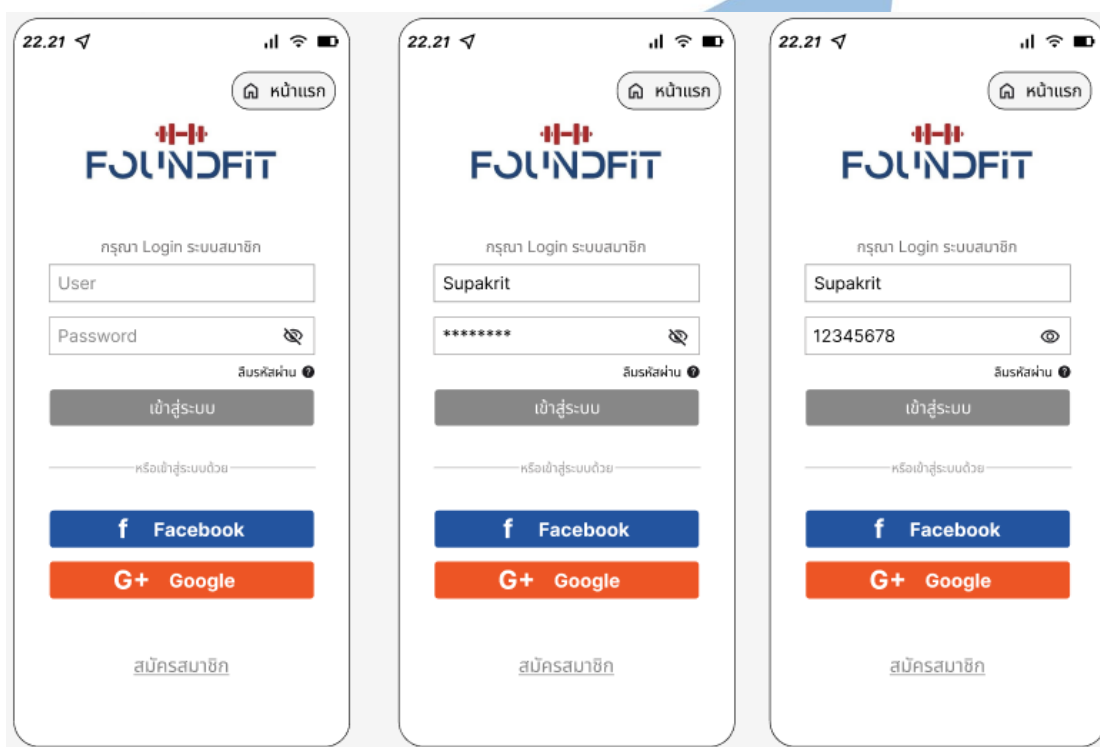
1.1 หน้าแรกเมื่อเข้าแอป



รูปที่ 4-88 : ต้นแบบด้วยวิธีการใช้เครื่องมือ Prototype หน้าแรกเมื่อเข้าใช้งาน

1.2 ระบบสมาชิก (Membership System)

- 1 หน้า Login เข้าแอปพลิเคชัน ดังแสดงในรูปที่ 4-89
- 2 หน้าสมัครสมาชิกข้อมูลส่วน Login ดังแสดงในรูปที่ 4-90
- 3 หน้าสมัครสมาชิกส่วนกรอกข้อมูลส่วนตัว ดังแสดงในรูปที่ 4-91
- 4 หน้า Login ด้วย Facebook ดังแสดงในรูปที่ 4-92



รูปที่ 4-89 : ต้นแบบด้วยวิธีการใช้เครื่องมือ Prototype หน้า Login เข้าแอปพลิเคชัน

The image displays two side-by-side mobile app screens for a login form. Both screens are titled "สมัครสมาชิก" (Register) and feature a back arrow labeled "กลับ" (Back) at the top left. The form includes four input fields: "User name *", "รหัสผ่าน *" (Password), "ยืนยันรหัสผ่าน *" (Confirm Password), and "อีเมล" (Email). A blue button labeled "หน้าถัดไป" (Next Page) is positioned at the bottom center of each screen. The right-hand screen shows the form filled with the following data: "Supakrit Kittipichayawongse" for the username, "*****" for both password fields, and an empty email field.

รูปที่ 4-90 : ต้นแบบตัววิธีการใช้เครื่องมือ Prototype หน้าสมัครสมาชิกข้อมูลส่วน Login



The image displays two side-by-side mobile app prototypes for a personal information form. Both screens show a 'ข้อมูลส่วนตัว' (Personal Information) form with a 'กลับ' (Back) button at the top left and a 'สมัคร' (Sign Up) button at the bottom center. The form fields are as follows:

- เพศ (Gender):** Dropdown menu with 'ไม่ต้องการระบุ' (Do not specify) selected.
- อายุ (Age):** Dropdown menu with 'ไม่ระบุอายุ' (Do not specify age) selected.
- อาชีพ (Occupation):** Dropdown menu with 'ไม่ระบุอาชีพ' (Do not specify occupation) selected.
- ค่าฟีดแบสที่อยากจ่ายต่อเดือน (Monthly fee you want to pay):** Dropdown menu with 'ไม่ระบุ' (Do not specify) selected.
- แบรนด์/สาขาที่ใช้บริการ (Brand/Branch used for service):** Dropdown menu with 'ยังไม่เคยใช้บริการ' (Never used service) selected.

The left prototype features a pop-up message box that reads: 'เพื่อให้ App และค่าบริการ ได้ตรงตามผู้ใช้ที่ต้องการมากที่สุด กรุณากรอกข้อมูลให้ครบ' (To ensure the App and service fees are most accurate for the users who need them most, please fill in the information completely). A blue 'รับทราบ' (Acknowledge) button is located at the bottom of the message box.

รูปที่ 4-91 : ต้นแบบตัววิธีการใช้เครื่องมือ Prototype หน้าสมัครสมาชิกส่วนกรอกข้อมูลส่วนตัว



รูปที่ 4-92 : ตัวแบบด้วยวิธีการใช้เครื่องมือ Prototype หน้า Login ด้วย Facebook

1.3 หน้าเมนูเลือกระบบของแอปพลิเคชัน ดังแสดงในรูปที่ 4-93





รูปที่ 4-93 : ตัวแบบด้วยวิธีการใช้เครื่องมือ Prototype หน้าเมนูเลือกระบบของแอปพลิเคชัน

1.4 ระบบค้นหาฟิตเนส (Fitness Finding System)

1 Use case ระบบแบรนด์ฟิตเนส (ลูกค้าที่ใช้ฟิตเนสเดิม)

หน้าแสดงผลการค้นหาจะมีปุ่ม Review กับ Promotion ซึ่งจะช่วยให้สามารถผู้ใช้แอปพลิเคชันสามารถไปดูรีวิวในระบบรีวิวและดูโปรโมชั่นในระบบแสดงโปรโมชั่นได้ โดยตัวระบบจะแสดงค่า Default Filter ของระบบรีวิวจะเป็นแบรนด์และสาขาฟิตเนสตามเงื่อนไขที่ผู้ใช้งานค้นหาในระบบค้นหาก่อนหน้าแต่ถ้าผู้ใช้อยากเปลี่ยนเงื่อนไขการอ่านรีวิวก็สามารถทำได้ ส่วนในระบบแสดงโปรโมชั่นก็จะแสดงโปรโมชั่นที่เข้าเงื่อนไขที่ผู้ใช้ได้ระบุในการค้นหาในระบบค้นหาก่อนหน้าเช่นกัน ในกรณีที่ผู้ใช้ไม่ได้ใช้ระบบค้นหาเป็นระบบแรก ส่วนของระบบรีวิวผู้ใช้จะต้องระบุแบรนด์และสาขาที่

ต้องการจะอ่านรีวิวเอง และระบบแสดงโปรโมชั่นจะแสดงโปรโมชั่นทั้งหมด นอกจากนี้หน้าผลแสดงการค้นหาก็มีปุ่มโทร ปุ่ม Direction (เป็นลูกศร) และปุ่ม view ที่ทำให้ผู้ใช้สามารถติดต่อฟิตเนสแบรนด์ / สาขาที่ผู้ใช้สนใจ ดูเส้นทางและระยะเวลาที่ใช้ที่ต้องการทราบ และดูข้อมูลฟิตเนสในแบรนด์/สาขาที่ผู้ใช้สนใจได้

- 1) หน้าระบุเงื่อนไขการค้นหาฟิตเนส ดังแสดงในรูปที่ 4-94
- 2) หน้าแสดงผลการค้นหาเรียงจากระยะทาง ดังแสดงในรูปที่ 4-95
- 3) หน้าแสดงผลการค้นหาเรียงจากจำนวนอุปกรณ์ ดังแสดงในรูปที่ 4-96
- 4) หน้าแสดงผลการค้นหาเรียงจากจำนวน / ขนาดบริการ ดังแสดงในรูปที่ 4-97



The image displays two mobile app prototypes for a fitness search system. Both screens show a search interface with the following elements:

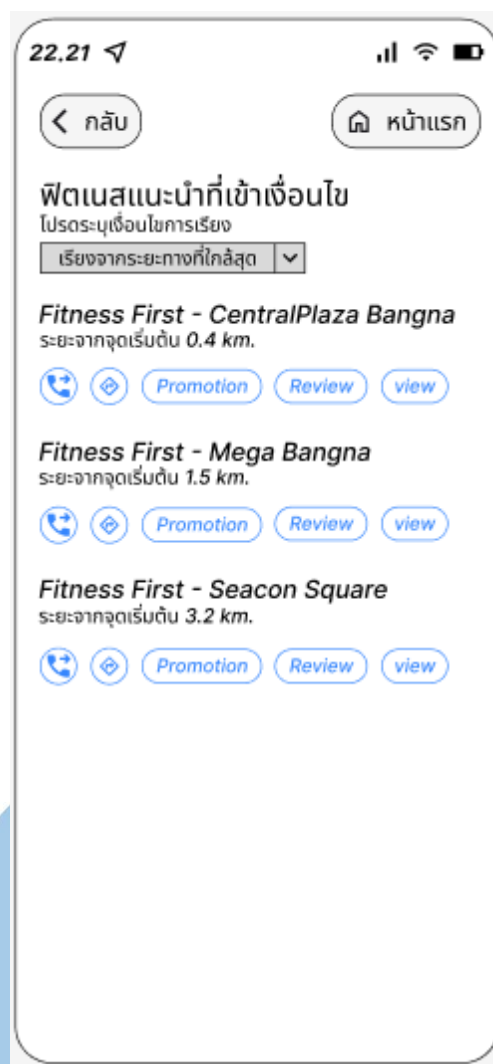
- Header:** Time 22.21, signal strength, Wi-Fi, and battery icons. A home button labeled "หน้าแรก" is in the top right.
- Title:** "ระบบค้นหาฟิตเนส" (Fitness Search System) with a search icon.
- Form Fields:**
 - Location:** "ไปรษณีย์ตำแหน่งเริ่มต้น" (Starting location) with a text input field.
 - Radius:** "ไปรษณีย์มีจากตำแหน่งเริ่มต้น" (Radius from starting location) with a dropdown menu.
 - Category:** "ไปรษณีย์ประเภทอุปกรณ์ออกกำลังกาย" (Exercise equipment category) with a dropdown menu.
 - Service:** "ไปรษณีย์บริการที่ต้องการ" (Required service) with a dropdown menu.
 - Brand:** "ไปรษณีย์แบรนด์ที่ต้องการ" (Required brand) with a dropdown menu.
- Action:** A "ค้นหา" (Search) button at the bottom.

Left Prototype (Initial State): All dropdown menus are set to "ไม่ระบุ" (Not specified).

Right Prototype (Filled State): The search criteria are:

- Location: Central Bangna
- Radius: 5 km.
- Category: ลูกบอลโยคะ, เครื่องสมีร, เครื่อง... (Yoga balls, smart equipment, equipment...)
- Service: ฟ้ายนหนู, เสื้อออกกำลังกาย (Yoga pants, exercise clothes)
- Brand: Fitness First

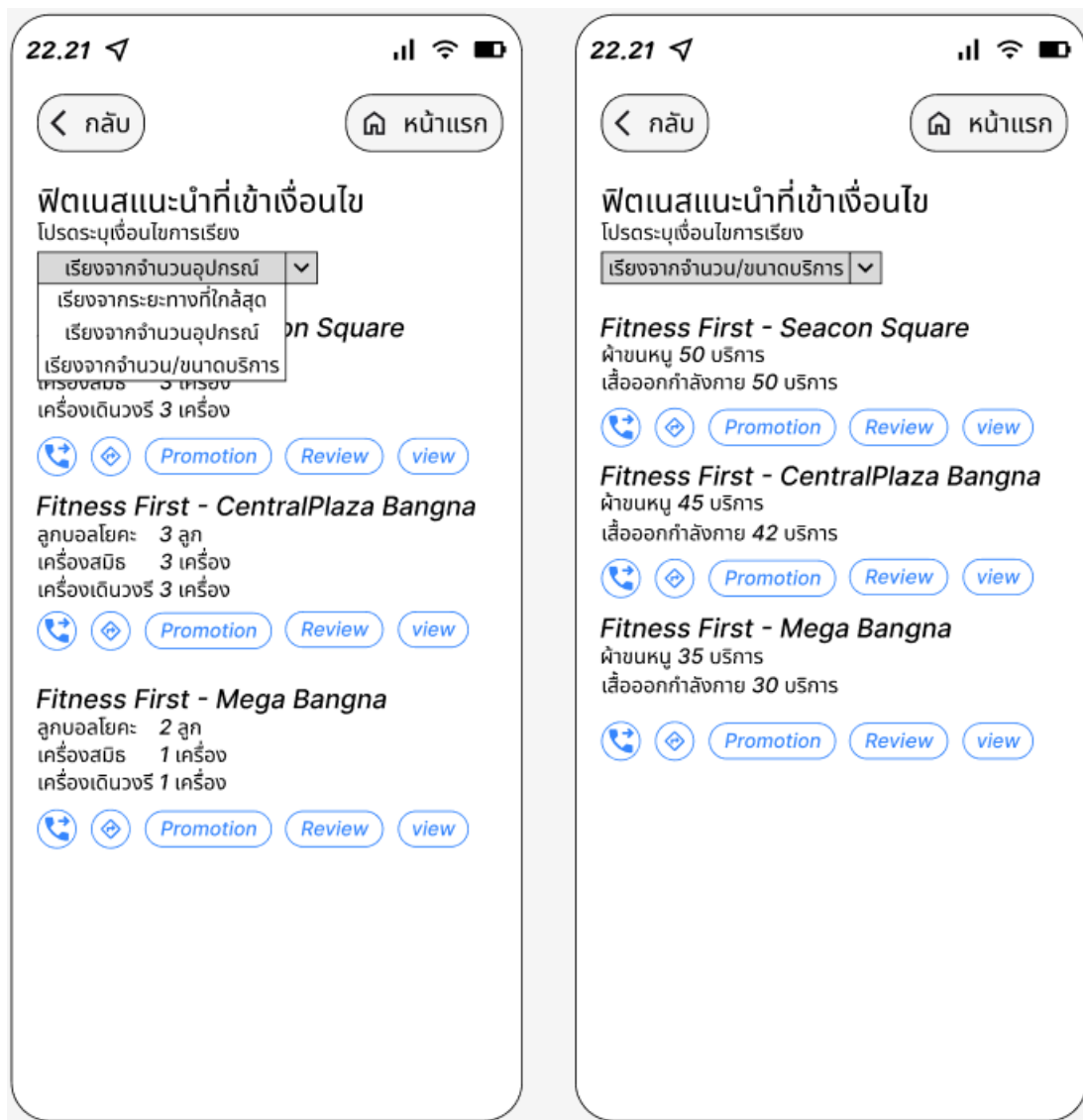
รูปที่ 4-94 : ตัวแบบด้วยวิธีการใช้เครื่องมือ Prototype หน้าระบุเงื่อนไขการค้นหาฟิตเนส



รูปที่ 4-95 : ตัวแบบด้วยวิธีการใช้เครื่องมือ Prototype หน้าแสดงผลการค้นหาเรียงจากระยะทาง



รูปที่ 4-96 : ตัวแบบด้วยวิธีการใช้เครื่องมือ Prototype หน้าแสดงผลการค้นหาเรียงจากจำนวนอุปกรณ์

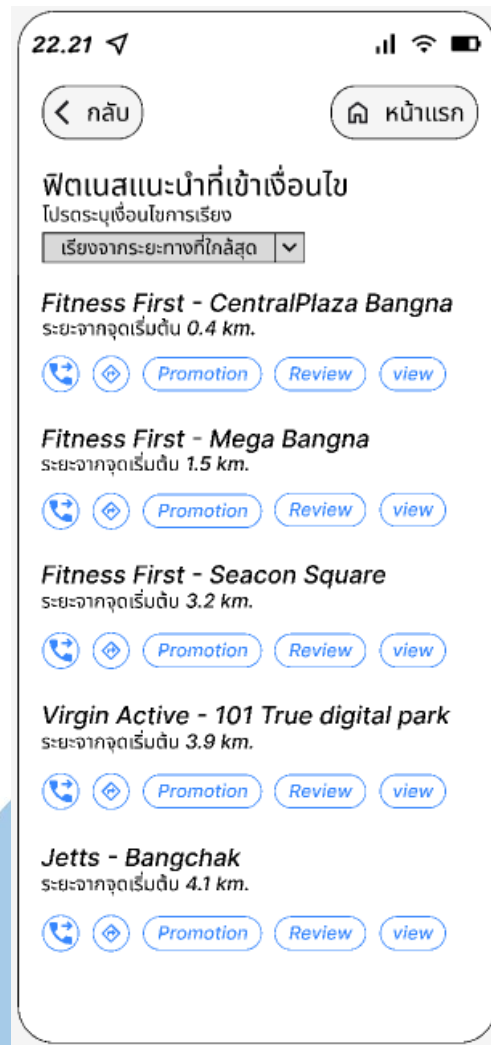


รูปที่ 4-97 : ตัวแบบด้วยวิธีการใช้เครื่องมือ Prototype หน้าแสดงผลการค้นหาเรียงจากจำนวน / ขนาดบริการ

2 Use case ไม่ระบุแบรนด์ฟิตเนส (ลูกค้าที่ต้องการจะเปลี่ยนฟิตเนส และลูกค้าใหม่)

หน้าแสดงผลการค้นหาจะมีปุ่ม Review กับ Promotion ซึ่งจะช่วยให้สามารถผู้ใช้แอปพลิเคชันสามารถไปดูรีวิวในระบบรีวิวและดูโปรโมชันในระบบแสดงโปรโมชันได้ โดยตัวระบบจะแสดงค่า Default Filter ของระบบรีวิวจะเป็นแบรนด์และสาขาฟิตเนสตามเงื่อนไขที่ผู้ใช้งานค้นหาในระบบค้นหาก่อนหน้า แต่ถ้าผู้ใช้ขอยกเปลี่ยนเงื่อนไขการอ่านรีวิวก็สามารถทำได้ ส่วนในระบบแสดงโปรโมชันก็จะแสดงโปรโมชันที่เข้าเงื่อนไขที่ผู้ใช้ได้ระบุในการค้นหาในระบบค้นหาก่อนหน้าเช่นกัน ในกรณีที่ผู้ใช้ไม่ได้ใช้ระบบค้นหาเป็นระบบแรก ส่วนของระบบรีวิวผู้ใช้จะต้องระบุแบรนด์และสาขาที่ต้องการจะอ่านรีวิวเอง และระบบแสดงโปรโมชันจะแสดงโปรโมชันทั้งหมด นอกจากนี้หน้าผลแสดงการค้นหายังมีปุ่มโทร ปุ่ม Direction (เป็นลูกศร) และปุ่ม view ที่ทำให้ผู้ใช้สามารถติดต่อฟิตเนสแบรนด์ / สาขาที่ผู้ใช้สนใจ ดูเส้นทางและระยะเวลาที่ใช้ต้องการทราบ และดูข้อมูลฟิตเนสในแบรนด์/สาขาที่ผู้ใช้สนใจได้

- 1 หน้าแสดงผลการค้นหาเรียงจากระยะทางที่ใกล้ที่สุด ดังแสดงในรูปที่ 4-98
- 2 หน้าแสดงผลการค้นหาเรียงจากจำนวนอุปกรณ์ ดังแสดงในรูปที่ 4-99
- 3 หน้าแสดงผลการค้นหาเรียงจากจำนวน / ขนาดบริการ ดังแสดงในรูปที่ 4-100
- 4 หน้าแสดงผลการค้นหาเรียงจากราคา ดังแสดงในรูปที่ 4-101
- 5 หน้าดูข้อมูลฟิตเนสแบรนด์/สาขาที่สนใจหลังจากกดปุ่ม view ดังแสดงในรูปที่ 4-102
- 6 หน้าแสดงเส้นทางและระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางไปฟิตเนสที่ต้องการ หลังจากกดปุ่ม direction(ลูกศร) ดังแสดงในรูปที่ 4-103



รูปที่ 4-98

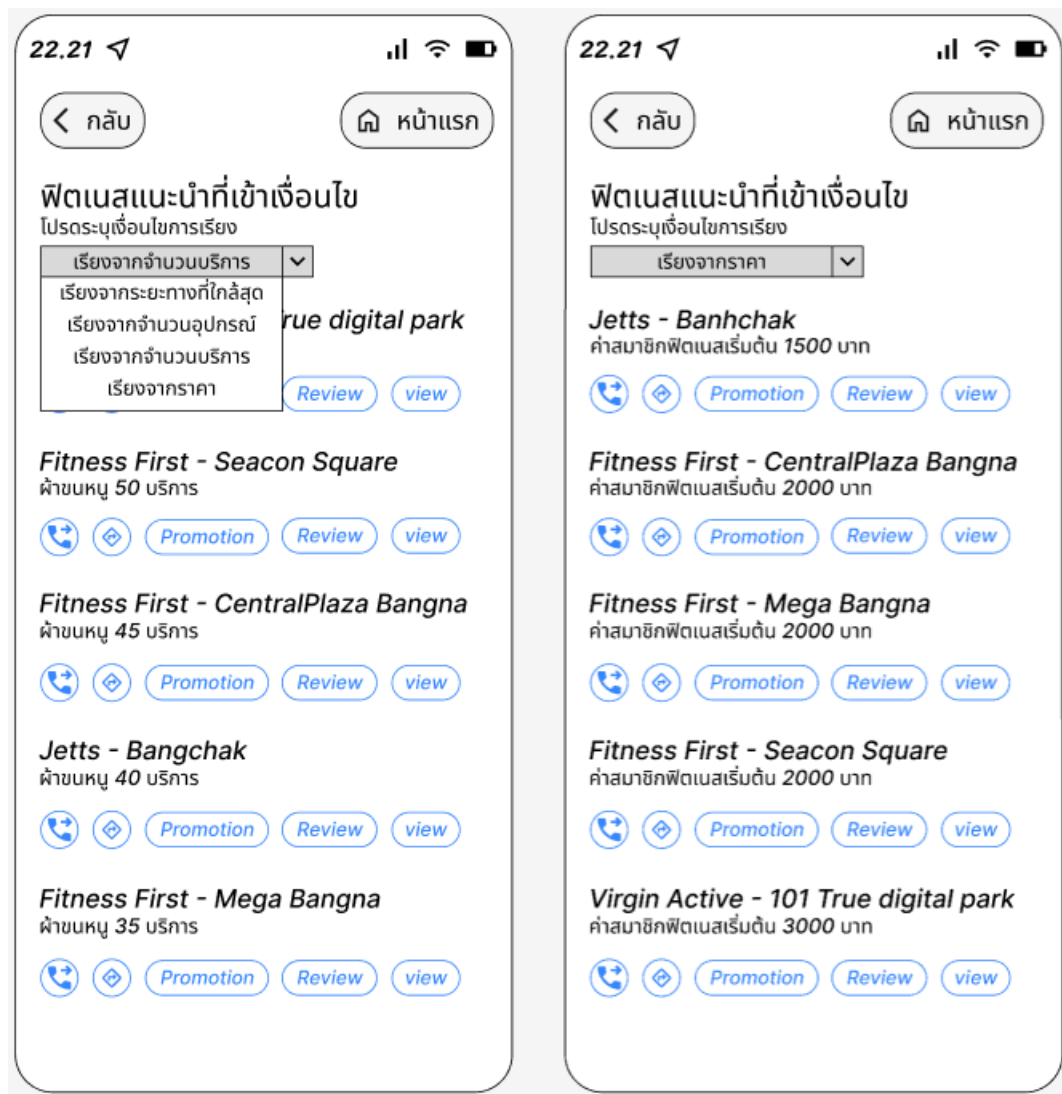
: ตัวแบบด้วยวิธีการใช้เครื่องมือ Prototype หน้าแสดงผลการค้นหาเรียงจากระยะทางที่ใกล้ที่สุด



รูปที่ 4-99 : ตัวแบบด้วยวิธีการใช้เครื่องมือ Prototype หน้าแสดงผลการค้นหาเรียงจากจำนวนอุปกรณ์



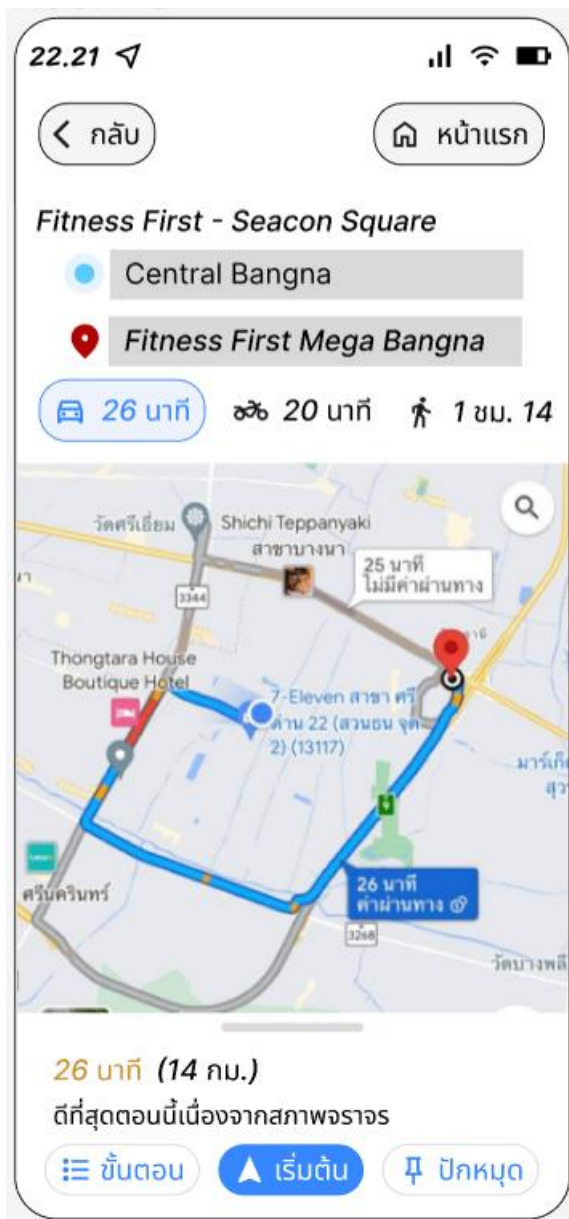
รูปที่ 4-100 : ตัวแบบด้วยวิธีการใช้เครื่องมือ Prototype หน้าแสดงผลการค้นหาเรียงจากจำนวน/ขนาดบริการ



รูปที่ 4-101 : ตัวแบบด้วยวิธีการใช้เครื่องมือ Prototype หน้าแสดงผลการค้นหาเรียงจากราคา



รูปที่ 4-102 : ตัวแบบด้วยวิธีการใช้เครื่องมือ Prototype หน้าข้อมูลฟิตเนส



รูปที่ 4-103 : ตัวแบบด้วยวิธีการใช้เครื่องมือ Prototype หน้าแสดงเส้นทางและระยะเวลาที่ใช้เดินทางไปฟิตเนส

1.5 ระบบแสดงโปรโมชั่น (Promotion Displaying System)

ในกรณีที่ผู้ใช้ใช้ระบบค้นหาก่อนจะมาใช้ระบบแสดงโปรโมชั่น ระบบโปรโมชั่นจะแสดงโปรโมชั่นที่เข้าเงื่อนไขที่ได้ระบุไปในระบบค้นหา แต่หากผู้ใช้ไม่ได้ใช้ระบบค้นหาเป็นระบบแรกเมื่อเข้าแอปพลิเคชัน ตัวระบบแสดงโปรโมชั่นจะแสดงโปรโมชั่นทั้งหมด

หน้าแสดงรายละเอียดโปรโมชั่นจะมีปุ่มติดต่อ ซึ่งเมื่อผู้ใช้งานกดจะทำให้แอปพลิเคชันดึงไปหน้าแสดงผลการค้นหาเพื่อให้ผู้ใช้สามารถเลือกโทรติดต่อฟิตเนสแบรนด์/สาขาที่สนใจได้ โดยในกรณีที่ผู้ใช้ใช้ระบบค้นหาหน้าผลการค้นหาจะแสดงตามที่ได้ระบุเงื่อนไขไป แต่ในกรณีที่ผู้ใช้ใช้ระบบโปรโมชั่นเป็นระบบแรก หน้าแสดงผลการค้นหาจะแสดงผลในแบรนด์ที่ผู้ใช้ได้สนใจในโปรโมชั่น และเรียงตามระยะทางที่ใกล้ที่สุดจากจุดที่ผู้ใช้อยู่

1 หน้าแสดงแถบโปรโมชั่น ดังแสดงในรูปที่ 4-104

2 หน้าแสดงรายละเอียดโปรโมชั่น ดังแสดงในรูปที่ 4-105





รูปที่ 4-104 : ต้นแบบด้วยวิธีการใช้เครื่องมือ Prototype หน้าแสดงแถบโปรโมชั่น



รูปที่ 4-105 : ต้นแบบด้วยวิธีการเครื่องมือ Prototype หน้าแสดงรายละเอียดโปรโมชั่น

1.6 ระบบรีวิว (Review System)

ในกรณีที่ผู้ใช้ใช้ระบบค้นหาเป็นระบบแรก Filter ของระบบรีวิวจะแสดงค่า Default เป็นไปตามเงื่อนไขที่ผู้ใช้ได้ระบุไปในระบบค้นหา แต่หากผู้ใช้ไม่ได้ใช้ระบบค้นหาเป็นระบบแรกเมื่อเข้าแอปพลิเคชัน ผู้ใช้จะต้องระบุแบรนด์และสาขาที่ผู้ใช้จะอ่านหรือเขียนรีวิวเอง โดยค่า Default ของ Filter จะเป็นไม่ระบุ

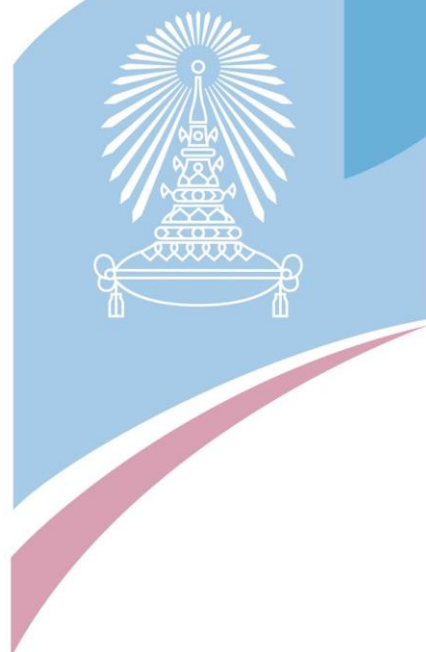
1.6.1 หน้าระบุเงื่อนไขรีวิวที่ต้องการอ่าน / เขียน ดังแสดงในรูปที่ 4-106

1.6.2 หน้าเลือกหมวดรีวิวที่ต้องการอ่าน / ตอบกลับ ดังแสดงในรูปที่ 4-107

1.6.3 หน้าอ่าน / ตอบกลับรีวิว ดังแสดงในรูปที่ 4-108

1.6.4 หน้าเลือกหมวดรีวิวที่ต้องการเขียน ดังแสดงในรูปที่ 4-109

1.6.5 หน้าเขียนรีวิว ดังแสดงในรูปที่ 4-110



22.21

หน้าแรก

ระบบรีวิวพีดเนส

โปรดเลือกแบรนด์

Jetts

โปรดเลือกสาขา

Bangchak

ค้นหา

รูปที่ 4-106 : ต้นแบบด้วยวิธีการเครื่องมือ Prototype หน้าระบบเงื่อนไขรีวิวที่ต้องการอ่าน / เขียน



รูปที่ 4-107 : ต้นแบบด้วยวิธีการเครื่องมือ Prototype หน้าเลือกหมวดรีวิวที่ต้องการอ่าน



รูปที่ 4-108 : ต้นแบบด้วยวิธีการเครื่องมือ Prototype หน้าอ่าน / ตอบกลับรีวิว



รูปที่ 4-109 : ต้นแบบด้วยวิธีการเครื่องมือ Prototype หน้าเลือกหมวดรีวิวที่ต้องการเขียน



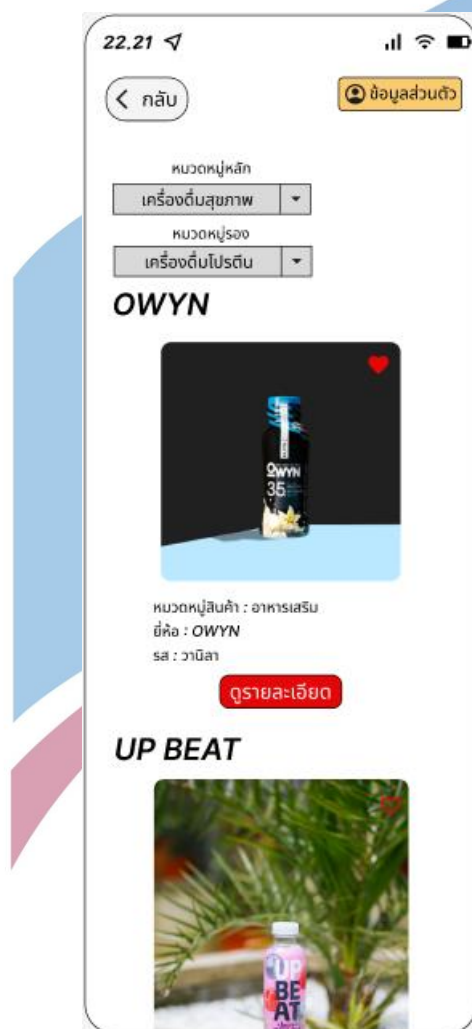


รูปที่ 4-110 ต้นแบบด้วยวิธีการเครื่องมือ Prototype หน้าเขียนรีวิว



1.7 ระบบบริการสำหรับสมาชิก (Membership System)

- 1 หน้าแสดงสินค้าสำหรับสมาชิก ดังแสดงในรูปที่ 4-111
- 2 หน้าเปรียบเทียบราคาสินค้า ดังแสดงในรูปที่ 4-112
- 3 หน้าแสดงข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้ ดังแสดงในรูปที่ 4-113
- 4 หน้าแก้ไขข้อมูลส่วนตัวผู้ใช้ ดังแสดงในรูปที่ 4-114



รูปที่ 4-111 : ต้นแบบด้วยวิธีการเครื่องมือ Prototype หน้าแสดงสินค้าสำหรับสมาชิก



รูปที่ 4-112 : ต้นแบบด้วยวิธีการเครื่องมือ Prototype หน้าเปรียบเทียบราคาสินค้า



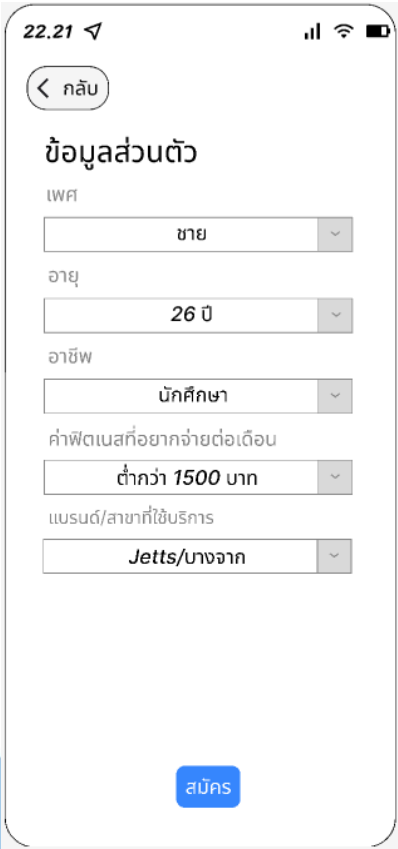
22.21

< กลับ

ข้อมูลส่วนตัว แก้ไข

เพศ : ชาย
อายุ : 26
อาชีพ : นักศึกษา
ค่าฟิตเนสที่อยากจ่ายต่อเดือน : ต่ำกว่า 1500 บาท
แบรนด์/สาขาที่ใช้บริการ : Jetts/บางจาก

รูปที่ 4-113 : ต้นแบบด้วยวิธีการเครื่องมือ Prototype หน้าแสดงข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้



22.21

< กลับ

ข้อมูลส่วนตัว

เพศ
ชาย

อายุ
26 ปี

อาชีพ
นักศึกษา

ค่าฟิตเนสที่อยากจ่ายต่อเดือน
ต่ำกว่า 1500 บาท

แบรนด์/สาขาที่ใช้บริการ
Jetts/บางจาก

สมัคร

รูปที่ 4-114 : ต้นแบบด้วยวิธีการเครื่องมือ Prototype หน้าแก้ไขข้อมูลส่วนตัวผู้ใช้

1.8 ระบบแสดงความหนาแน่นของการใช้บริการ (Traffic Tracking System)

กรณีที่ผู้ใช้ระบบค้นหาพิตเนสมาก่อนหน้านี้แล้วค่าเริ่มต้นของตัวกรอกจะแสดงจะค่าเริ่มต้นใกล้เคียง/ตรงกับสิ่งที่ผู้ใช้ได้ระบุเงื่อนไขการค้นหาไปในระบบค้นหาพิตเนส แต่หากไม่ได้ใช้ระบบค้นหาพิตเนสก่อนหน้านี้ ค่าเริ่มต้นจะเป็นค่าเริ่มต้นทั่วไป

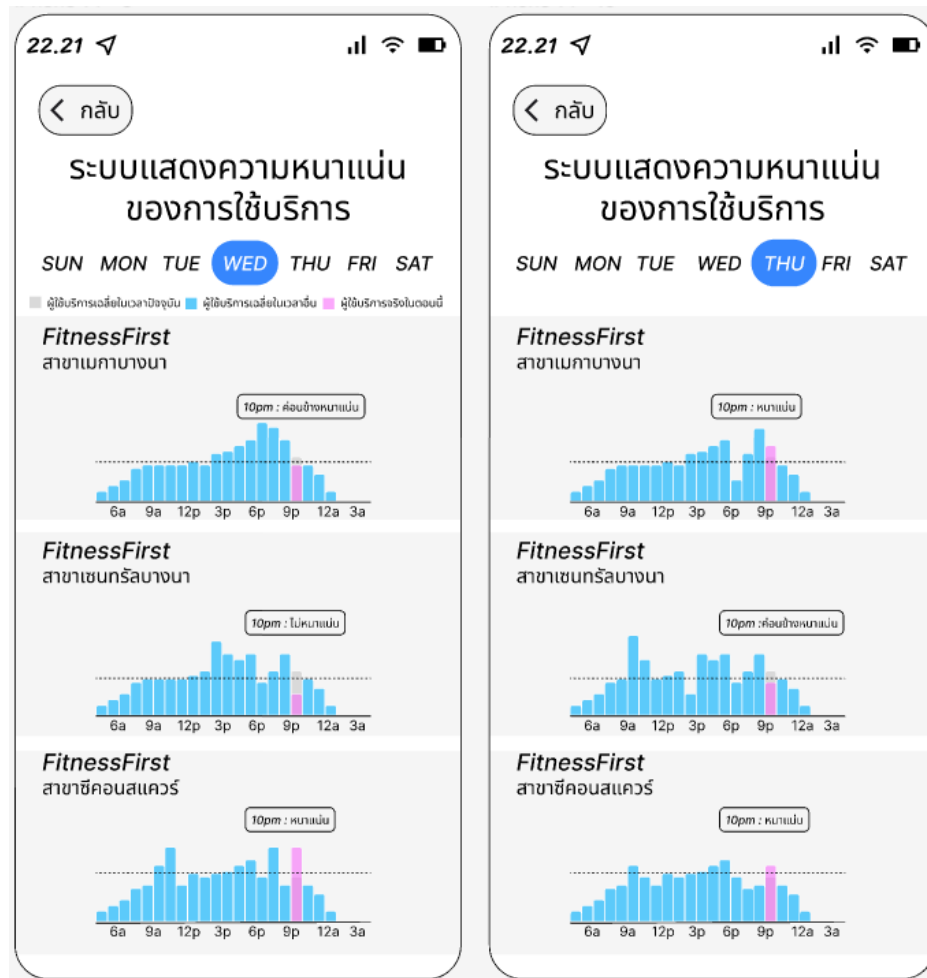
1 หน้าระบุเงื่อนไขแบรนด์/สาขาการค้นหา ดังแสดงในรูปที่ 4-115

2 หน้าแสดงความหนาแน่นของผู้ใช้บริการ ดังแสดงในรูปที่ 4-116





รูปที่ 4-115 : ต้นแบบด้วยวิธีการเครื่องมือ Prototype หน้าระบุเงื่อนไขการค้นหา



รูปที่ 4-116 : ต้นแบบด้วยวิธีการเครื่องมือ Prototype หน้าแสดงความหนาแน่นของผู้ใช้บริการ

2.ฝั่งฟิตเนส

2.1 หน้าเมนูเลือกระบบสำหรับฟิตเนส ดังแสดงในรูปที่ 4-117



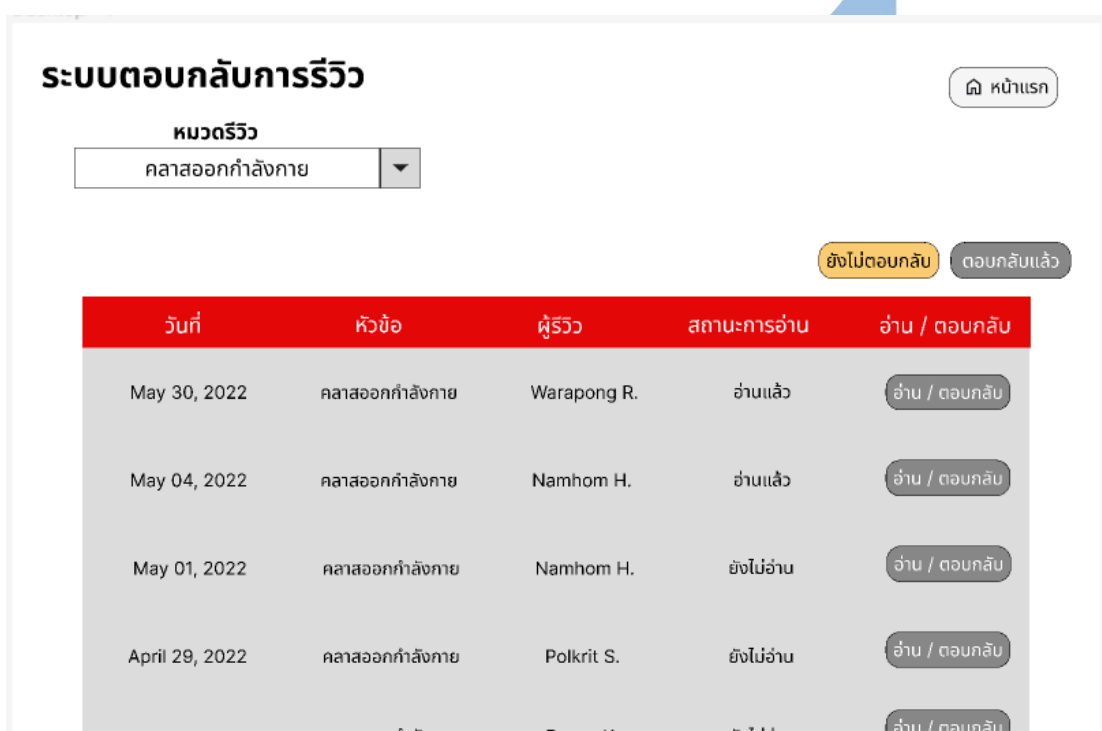
รูปที่ 4-117 : ต้นแบบด้วยวิธีการ Prototype หน้าเมนูเลือกระบบสำหรับฟิตเนส

2.2 ระบบตอบกลับรีวิว (Review Reply System)

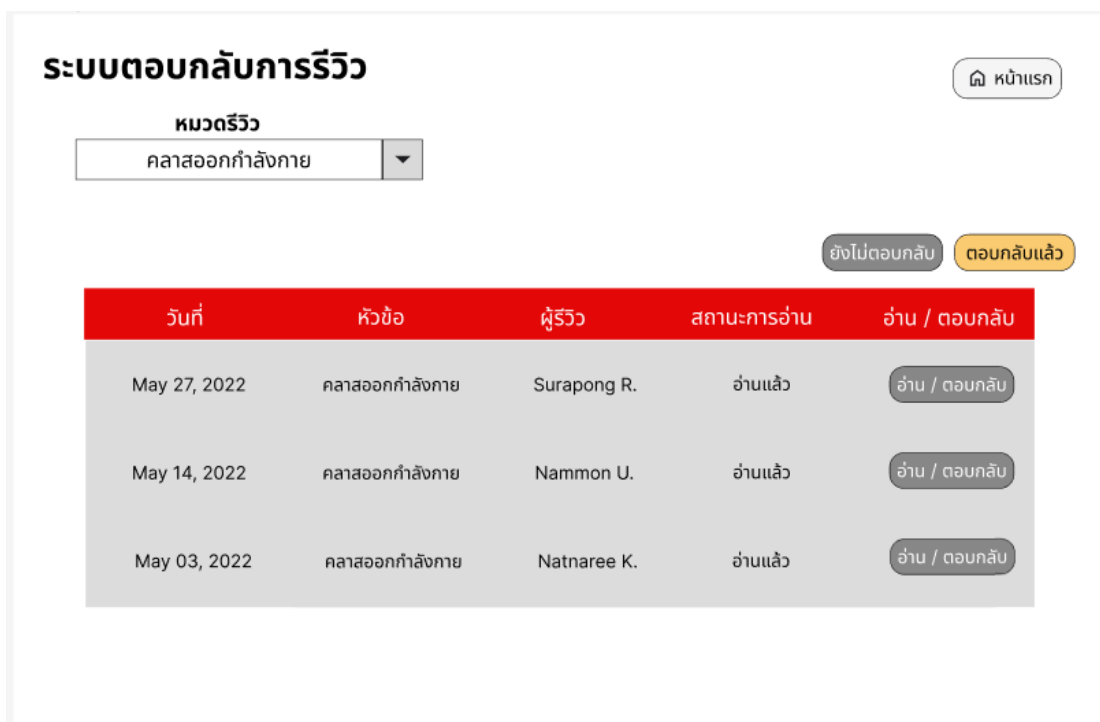
1 หน้าสถานะตอบกลับรีวิว (ยังไม่ตอบกลับ) ดังแสดงในรูปที่ 4-118

2 หน้าสถานะตอบกลับรีวิว (ตอบกลับแล้ว) ดังแสดงในรูปที่ 4-119

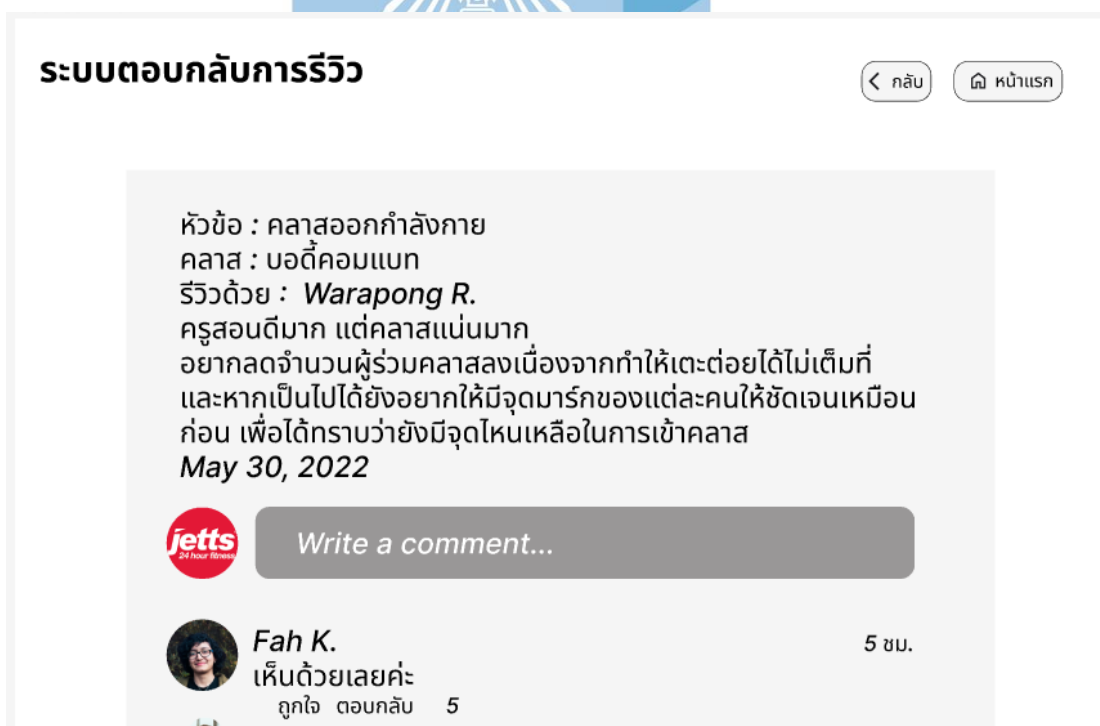
3 หน้าอ่าน / ตอบกลับรีวิว ดังแสดงในรูปที่ 4-120



รูปที่ 4-118 : ต้นแบบด้วยวิธีการ Prototype หน้าสถานะการตอบกลับรีวิว (ยังไม่ตอบกลับ)



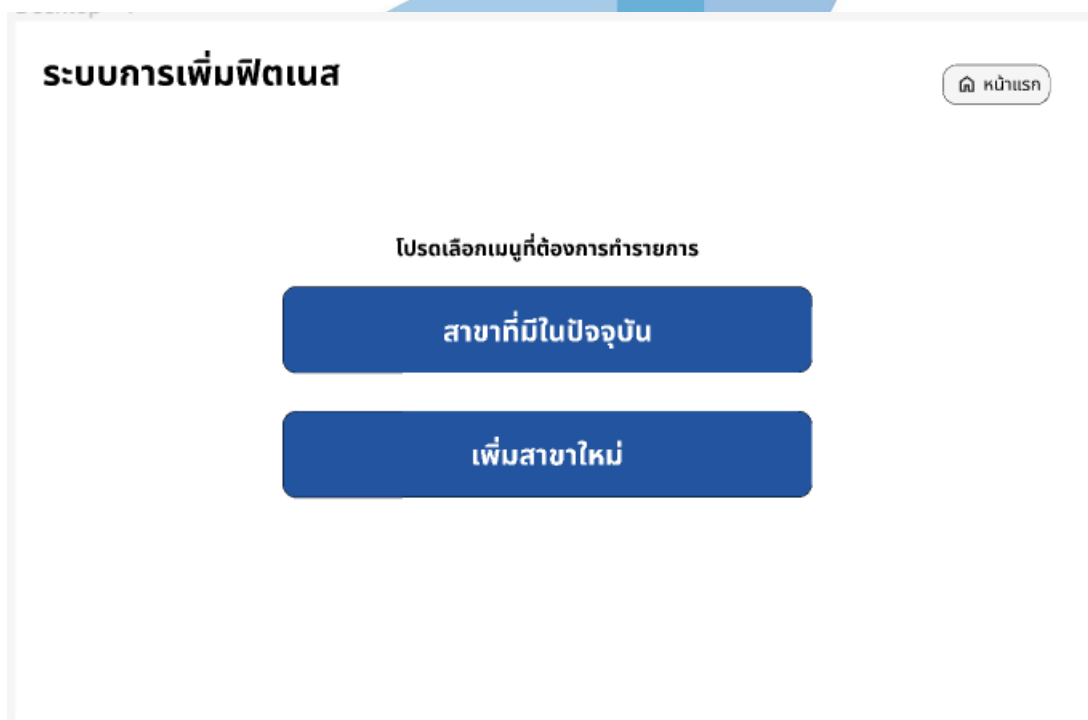
รูปที่ 4-119 : ต้นแบบด้วยวิธีการ Prototype หน้าแสดงสถานะตอบกลับรีวิว (ตอบกลับแล้ว)



รูปที่ 4-120 : ต้นแบบด้วยวิธีการ Prototype หน้าอ่าน / ตอบกลับรีวิว

2.3 ระบบการเพิ่มฟิตเนส (Fitness Adding System)

- 1 หน้าเมนูสำหรับระบบการเพิ่มฟิตเนส ดังแสดงในรูปที่ 4-121
- 2 หน้าสาขาที่มีในปัจจุบัน ดังแสดงในรูปที่ 4-122
- 3 หน้าแสดงที่อยู่ของสาขาที่เลือก ดังแสดงในรูปที่ 4-123
- 4 หน้าระบุจังหวัดและและชื่อสาขาที่ต้องการเพิ่ม ดังแสดงในรูปที่ 4-124
- 5 หน้ากรอกรายละเอียดของสาขาที่เพิ่ม ดังแสดงในรูปที่ 4-125



รูปที่ 4-121 : ต้นแบบด้วยวิธีการ Prototype หน้าเมนูสำหรับระบบการเพิ่มฟิตเนส



รูปที่ 4-122 : ต้นแบบด้วยวิธีการ Prototype หน้าสาขาที่มีในปัจจุบัน



รูปที่ 4-123 : ต้นแบบด้วยวิธีการ Prototype หน้าแสดงที่อยู่ของสาขาที่เลือก

เพิ่มสาขาใหม่

เลือกจังหวัด
ไม่ระบุจังหวัด

กรอกชื่อสาขา

ถัดไป

กลับ หน้าแรก

รูปที่ 4-124 : ต้นแบบด้วยวิธีการ Prototype หน้าระบุจังหวัดและชื่อสาขาที่ต้องการเพิ่ม

อโศก (BTS อโศก)

ที่อยู่

เบอร์โทร

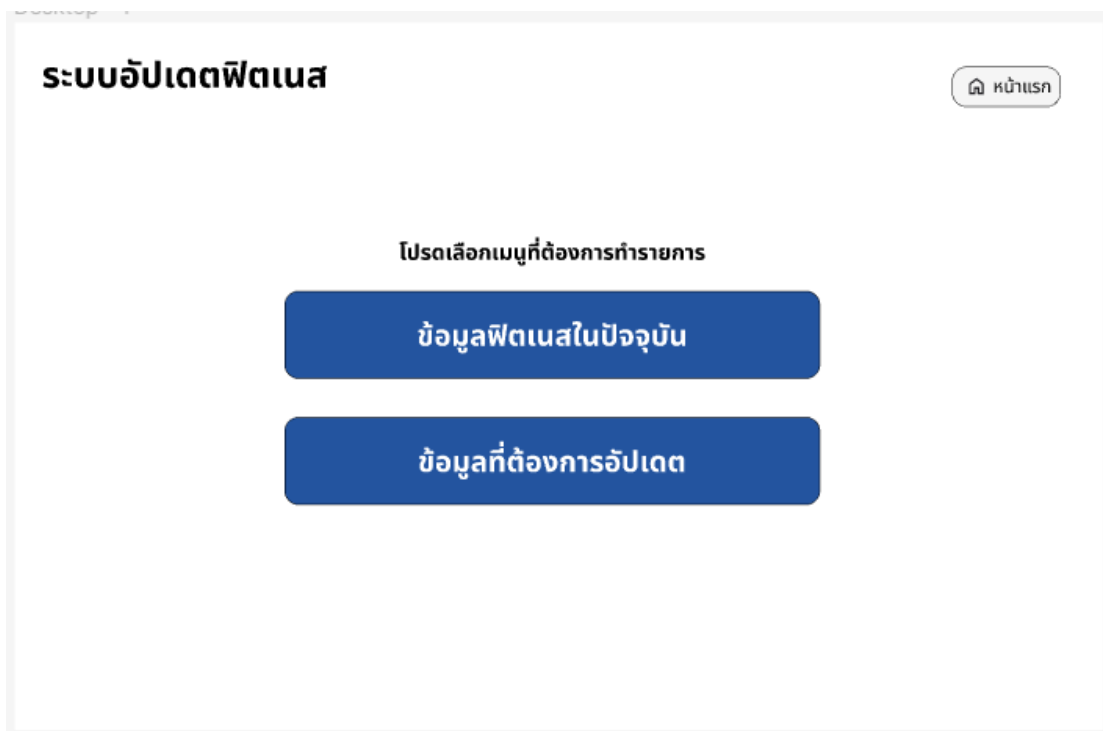
อัพโหลดขึ้น App

กลับ หน้าแรก

รูปที่ 4-125 : ต้นแบบด้วยวิธีการ Prototype หน้ากรอกรายละเอียดของสาขาที่เพิ่ม

2.4 ระบบอัปเดตฟิตเนส (Fitness Updating)

- 1 หน้าเมนูสำหรับระบบอัปเดตฟิตเนส ดังแสดงในรูปที่ 4-126
- 2 หน้าสาขาฟิตเนสปัจจุบัน ดังแสดงในรูปที่ 4-127
- 3 หน้าหมวดที่ต้องการดู / แก้ไขข้อมูล ดังแสดงในรูปที่ 4-128
- 4 หน้าดู / แก้ไขค่าบริการ ดังแสดงในรูปที่ 4-129
- 5 หน้าแสดงข้อมูลบริการ ดังแสดงในรูปที่ 4-130
- 6 หน้าแก้ไขข้อมูลบริการ ดังแสดงในรูปที่ 4-131
- 7 หน้าแสดงข้อมูลอุปกรณ์ ดังแสดงในรูปที่ 4-132
- 8 หน้าแก้ไขข้อมูลอุปกรณ์ ดังแสดงในรูปที่ 4-133
- 9 หน้าแสดงข้อมูลคลาส ดังแสดงในรูปที่ 4-134
- 10 หน้าแก้ไขข้อมูลคลาส ดังแสดงในรูปที่ 4-135
- 11 หน้าแสดงข้อมูลสินค้า ดังแสดงในรูปที่ 4-136
- 12 หน้าแก้ไขข้อมูลสินค้า ดังแสดงในรูปที่ 4-137
- 13 หน้าสาขาที่ต้องการเพิ่มข้อมูล ดังแสดงในรูปที่ 4-138
- 14 หน้าหมวดที่ต้องการอัปเดต / เพิ่มข้อมูล ดังแสดงในรูปที่ 4-139
- 15 หน้าเพิ่มข้อมูลค่าบริการ ดังแสดงในรูปที่ 4-140
- 16 หน้าเพิ่มข้อมูลบริการ ดังแสดงในรูปที่ 4-141
- 17 หน้าเพิ่มข้อมูลอุปกรณ์ ดังแสดงในรูปที่ 4-142
- 18 หน้าเพิ่มข้อมูลคลาส ดังแสดงในรูปที่ 4-143



รูปที่ 4-126 : ต้นแบบด้วยวิธีการ Prototype หน้าเมนูสำหรับระบบอัปเดตฟิตเนส



เลือกสาขาเพื่อดูข้อมูล

● สาขาระดับ Silver
 ● สาขาระดับ Gold
 ● สาขาระดับ Platinum

กรุงเทพฯ

เกตเวย์ (บางซื่อ)	เกษร (ชิดลม)	ทองที่ มอลล์ (เอกมัย)	เดอะเซ็น (ทาวน์อินทาวน์)	เดอะพาร์ค (MRT QSNCC)
เดอะฟีล (อ่อนนุช)	เดอะสตรีท (รัชดา)	บางจาก (BTS บางจาก)	บาร์เก็ท เพลส (ตุลิต)	โรบินสัน (ลาดกระบัง)

นนทบุรี

คอสโม บาร์ชัวร์ (เมืองทองธานี)	โฮมโปร (ราชพฤกษ์)
-----------------------------------	----------------------

นครราชสีมา

เซฟวัน (โคราช)	เทอร์มินัล 21 (โคราช)
-------------------	--------------------------

ภูเก็ต

เซ็นทรัลภูเก็ต เฟสติวัล (ภูเก็ต)
--

พระนครศรีอยุธยา

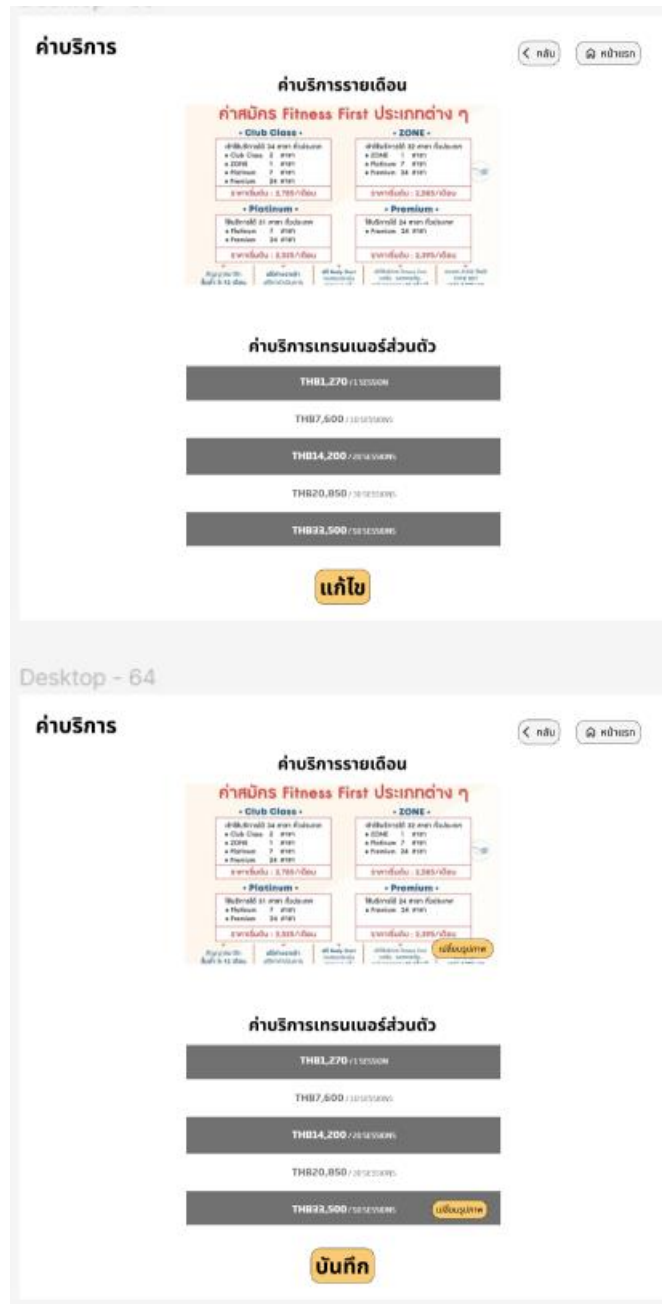
เซ็นทรัลอยุธยา (อยุธยา)

รูปที่ 4-127 : ต้นแบบด้วยวิธีการ Prototype หน้าสาขาฟิตเนสปัจจุบัน

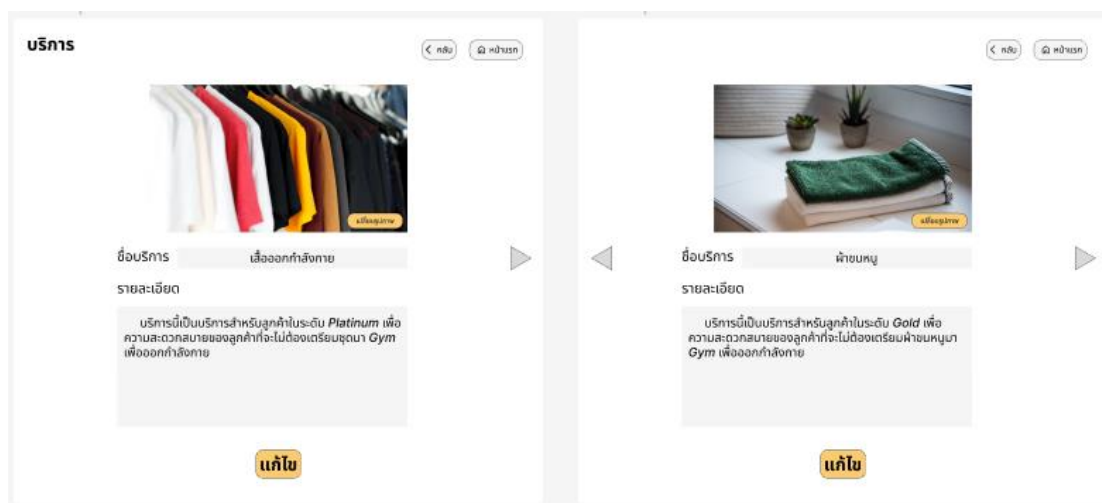


รูปที่ 4-128 : ต้นแบบด้วยวิธีการ Prototype หน้าหมวดที่ต้องการดู/แก้ไขข้อมูล





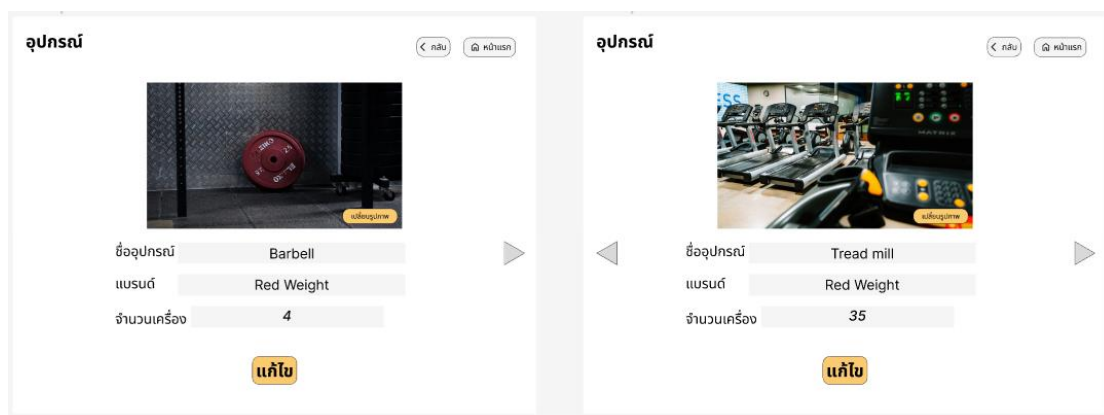
รูปที่ 4-129 : ต้นแบบด้วยวิธีการ Prototype หน้าดู / แก้ไขค่าบริการ



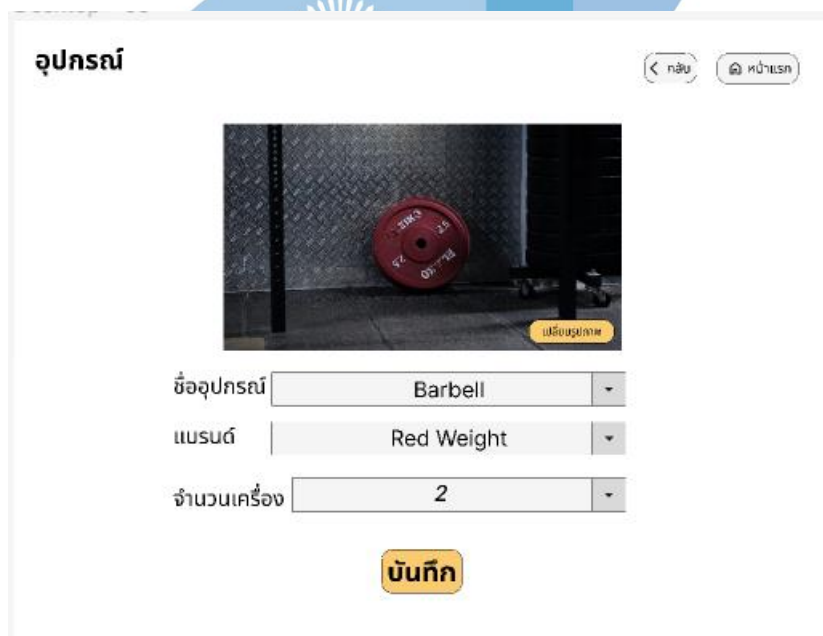
รูปที่ 4-130 : ต้นแบบด้วยวิธีการ Prototype หน้าแสดงข้อมูลบริการ



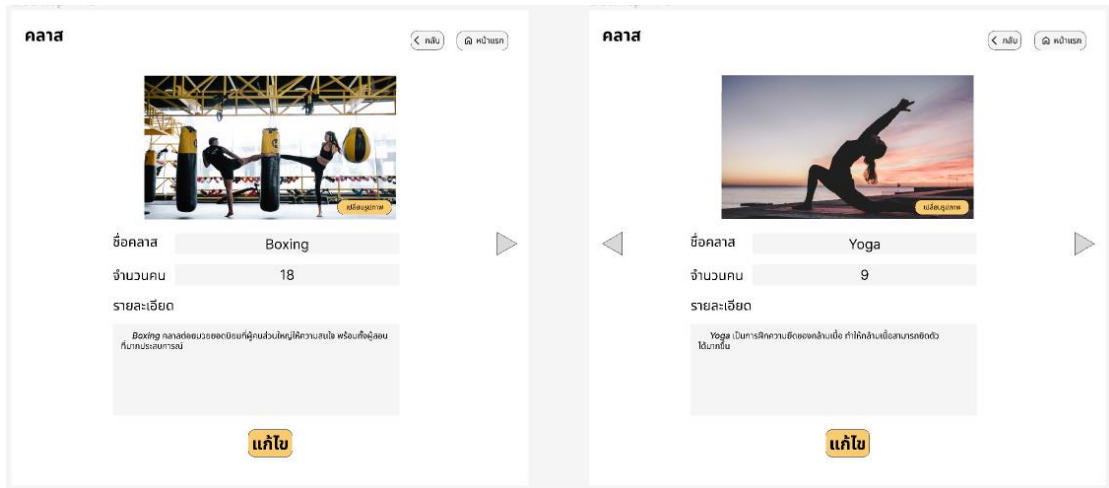
รูปที่ 4-131 : ต้นแบบด้วยวิธีการ Prototype หน้าแก้ไขข้อมูลบริการ



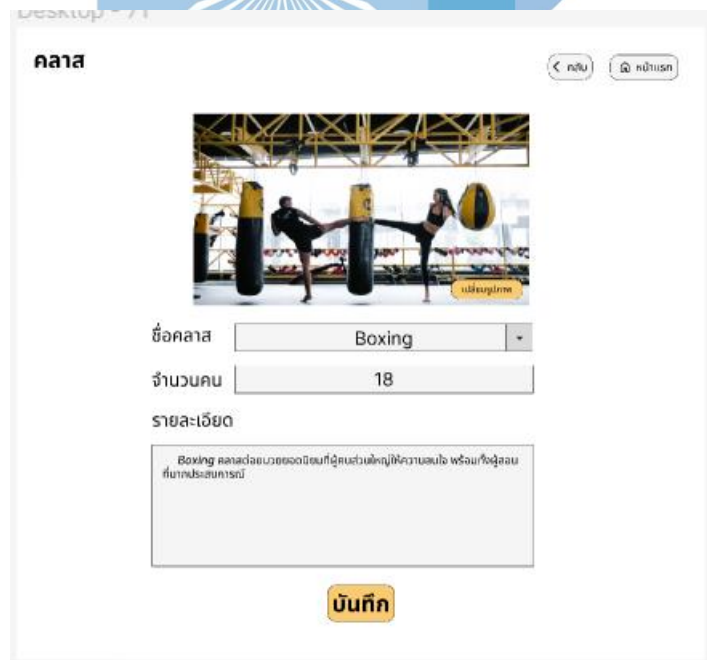
รูปที่ 4-132 : ต้นแบบด้วยวิธีการ Prototype หน้าแสดงข้อมูลอุปกรณ์



รูปที่ 4-133 : ต้นแบบด้วยวิธีการ Prototype หน้าแก้ไขข้อมูลอุปกรณ์



รูปที่ 4-134 : ต้นแบบด้วยวิธีการ Prototype หน้าแสดงข้อมูลคลาส



รูปที่ 4-135 : ต้นแบบด้วยวิธีการ Prototype หน้าแก้ไขข้อมูลคลาส

สินค้า < กลับ 🏠 หน้าแรก



ชื่อสินค้า	OWYN	▶
ราคาเต็ม	150	
ราคาสมาชิก	135	

แก้ไข

รูปที่ 4-136 : ต้นแบบด้วยวิธีการ Prototype หน้าแสดงข้อมูลสินค้า

สินค้า < กลับ 🏠 หน้าแรก



ชื่อสินค้า	OWYN	▶
ราคาเต็ม	150	
ราคาสมาชิก	135	

บันทึก

รูปที่ 4-137 : ต้นแบบด้วยวิธีการ Prototype หน้าแก้ไขข้อมูลสินค้า

เลือกสาขาเพื่อเพิ่มข้อมูล ● สาขาระดับ Silver ● สาขาระดับ Gold ● สาขาระดับ Platinum

< กลับ หน้าแรก >

กรุงเทพ

เกตเวย์ (บางซื่อ)	เกษร (อิตลอม)	ตองที มอลล์ (เอกมัย)	เดอะซีน (ทาวนอินทาวน)	เดอะพาร์ค (MRT QSNCC)
เดอะฟิล (อ่อนนุช)	เดอะสตรีท (รัชดา)	บางจาก (BTS บางจาก)	มาร์เก็ต เพลส (ตุสิต)	โรบินสัน (ลาดกระบัง)

นนทบุรี

คอสโม บาร์ชัวร์ (เมืองทองธานี)	โฮมโปร (ราชพฤกษ์)
-----------------------------------	----------------------

นครราชสีมา

เซฟวิน (โคราช)	เทอร์มินัล 21 (โคราช)
-------------------	--------------------------

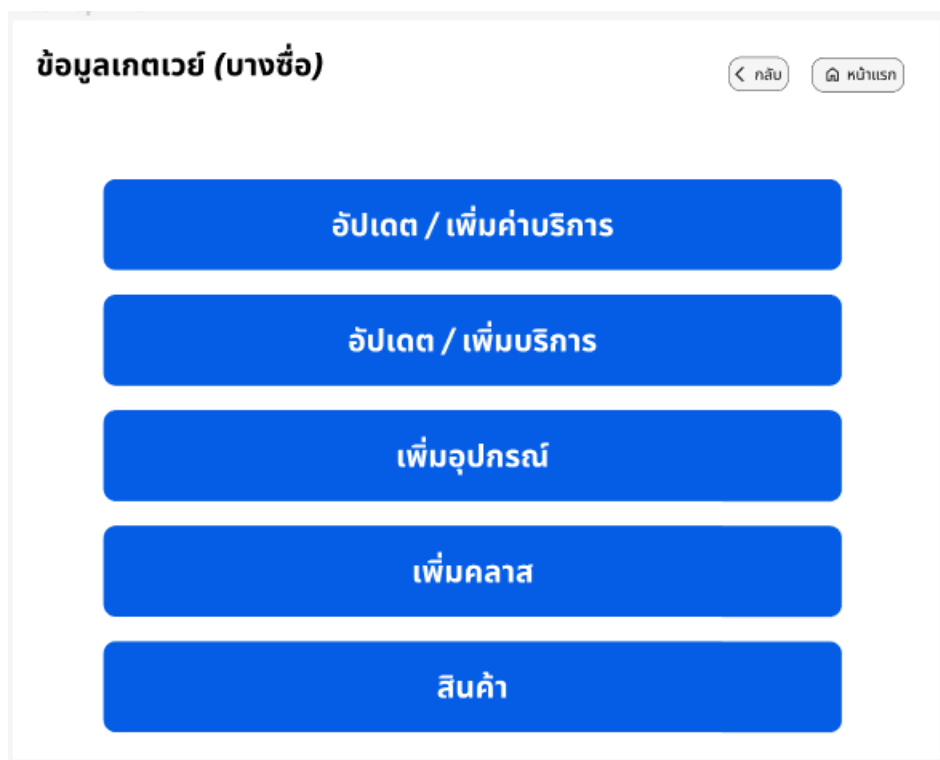
ภูเก็ต

เซ็นทรัลภูเก็ต เฟสตีวัล (ภูเก็ต)
--

พระนครศรีอยุธยา

เซ็นทรัลอยุธยา (อยุธยา)

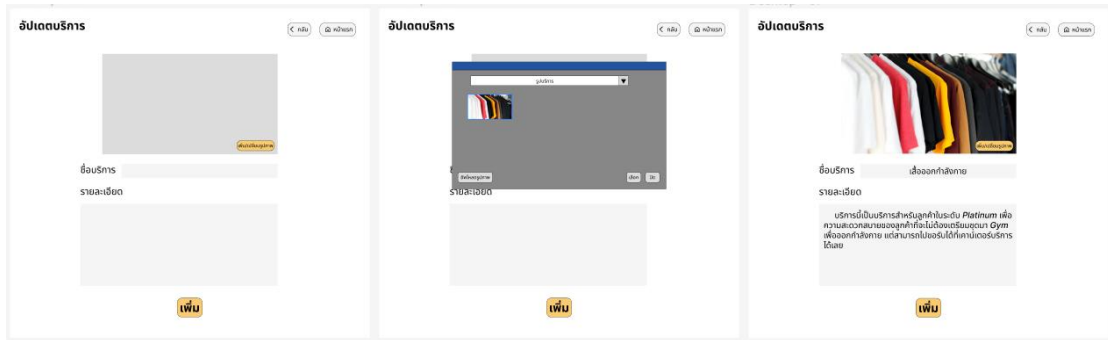
รูปที่ 4-138 : ต้นแบบด้วยวิธีการ Prototype หน้าสาขาที่ต้องการเพิ่มข้อมูล



รูปที่ 4-139 : ต้นแบบด้วยวิธีการ Prototype หน้าหมวดที่ต้องการอัปเดต / เพิ่มข้อมูล



รูปที่ 4-140 : ต้นแบบด้วยวิธีการ Prototype หน้าเพิ่มข้อมูลค่าบริการ



รูปที่ 4-141 : ต้นแบบด้วยวิธีการ Prototype หน้าเพิ่มข้อมูลบริการ



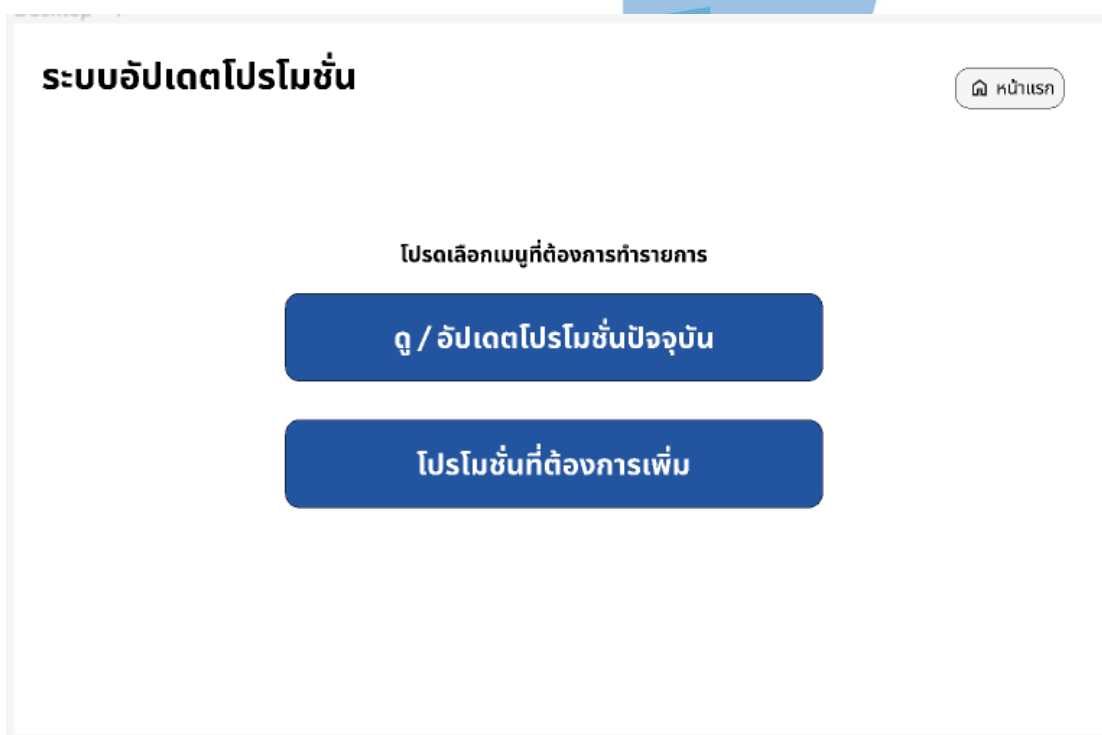
รูปที่ 4-142 : ต้นแบบด้วยวิธีการ Prototype หน้าเพิ่มข้อมูลอุปกรณ์



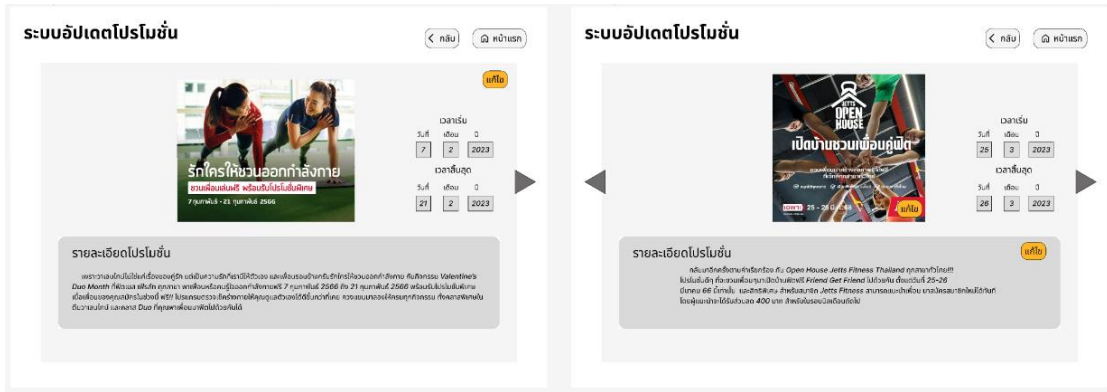
รูปที่ 4-143 : ต้นแบบด้วยวิธีการ Prototype หน้าเพิ่มข้อมูลคลาส

2.5 ระบบอัปเดตโปรโมชั่น (Promotion Updating System)

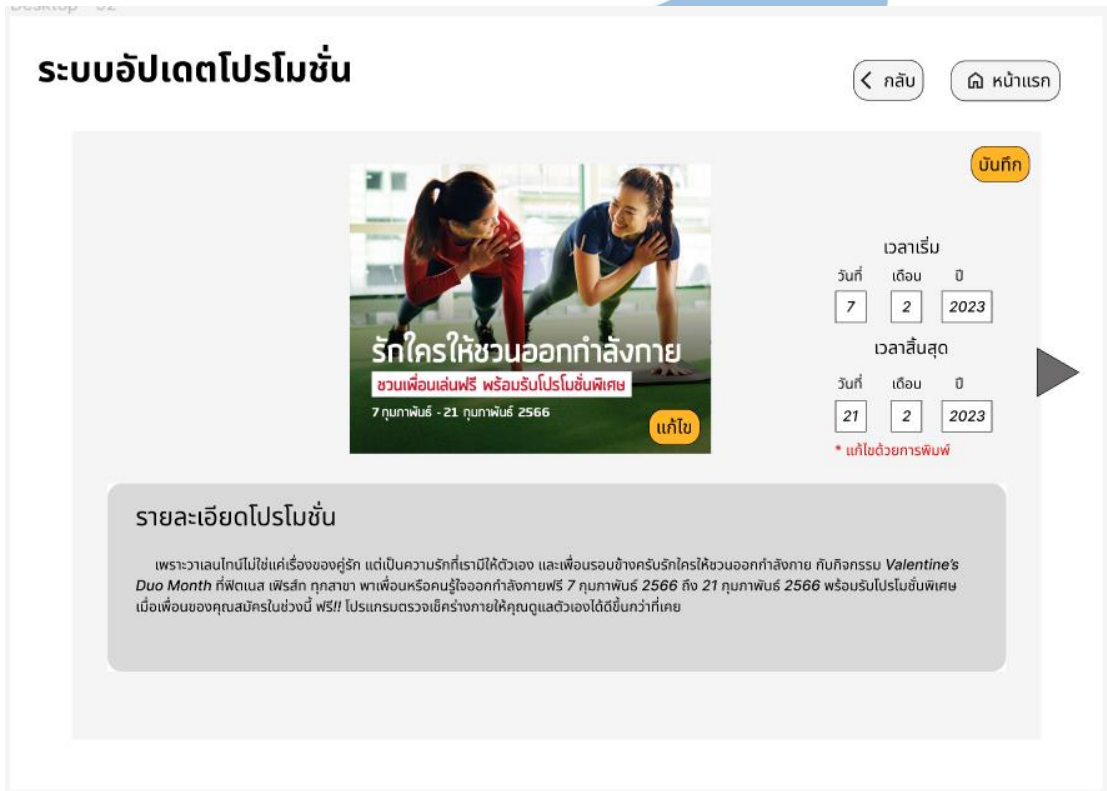
- 1 หน้าเมนูสำหรับอัปเดตโปรโมชั่น ดังแสดงในรูปที่ 4-144
- 2 หน้าแสดงโปรโมชั่นที่อัปเดตแล้ว ดังแสดงในรูปที่ 4-145
- 3 หน้าแก้ไขโปรโมชั่นที่อัปเดตแล้ว ดังแสดงในรูปที่ 4-146
- 4 หน้าเพิ่มโปรโมชั่น ดังแสดงในรูปที่ 4-147
- 5 หน้าเพิ่มสินค้าใหม่ ดังแสดงในรูปที่ 4-148



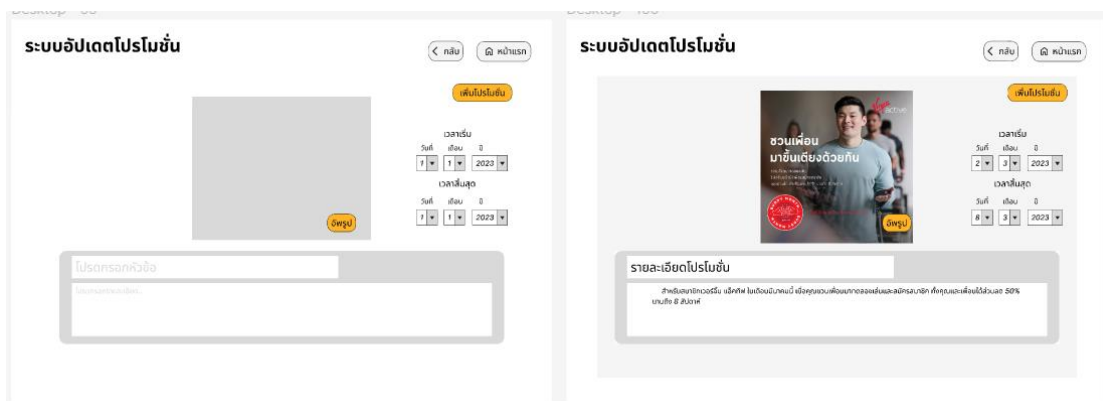
รูปที่ 4-144 : ต้นแบบด้วยวิธีการ Prototype หน้าเมนูสำหรับระบบอัปเดตโปรโมชั่น



รูปที่ 4-145: ต้นแบบด้วยวิธีการ Prototype หน้าแสดงโปรโมชั่นที่อัปเดตแล้ว



รูปที่ 4-146 : ต้นแบบด้วยวิธีการ Prototype หน้าแก้ไขโปรโมชั่นที่อัปเดตแล้ว



รูปที่ 4-147 : ต้นแบบด้วยวิธีการ Prototype หน้าเพิ่มโปรแกรม



รูปที่ 4-148 : ต้นแบบด้วยวิธีการ Prototype หน้าเพิ่มสินค้าใหม่

บทที่ 5

บทสรุป ปัญหา และข้อเสนอแนะ

ในบทนี้จะเป็นการสรุป กล่าวถึงปัญหา และข้อเสนอแนะของโครงการ “การใช้การคิดเชิงออกแบบเพื่อพัฒนาเว็บแอปพลิเคชันสำหรับเลือกศูนย์บริการฟิตเนส” เพื่อเป็นแนวทางสำหรับพัฒนาโครงการที่เกี่ยวข้องหรือให้ผู้ที่สนใจได้ศึกษา

5.1 บทสรุป

ในการจัดทำโครงการพิเศษ (Special Project) “การใช้การคิดเชิงออกแบบเพื่อพัฒนาเว็บแอปพลิเคชันสำหรับเลือกศูนย์บริการฟิตเนส” ทางผู้จัดทำได้ใช้แนวความคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) พัฒนาระบบต้นแบบซึ่งบรรลุวัตถุประสงค์ของโครงการดังต่อไปนี้

1.ระบบต้นแบบของเว็บแอปพลิเคชันสำหรับเลือกศูนย์บริการฟิตเนส ที่ออกแบบตอบสนองกลุ่มผู้ใช้ทั้งในกลุ่มลูกค้า 3 กลุ่ม อันได้แก่ ลูกค้าที่ใช้บริการฟิตเนสเดิม ลูกค้าที่ต้องการจะเปลี่ยนฟิตเนส และกลุ่มบุคลากรของฟิตเนส ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด

2.ระบบต้นแบบเป็นผลจากการประยุกต์การคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) และ ระบบแนะนำ (Recommendation System) ซึ่งได้มีการทดสอบการใช้งานไปกับผู้แทนผู้ใช้งานทั้ง 4 กลุ่ม เชื่อได้ว่ามีประสิทธิภาพ

ระบบย่อยสำหรับแอปพลิเคชันดังต่อไปนี้

- 1.ระบบค้นหาฟิตเนส (Fitness Finding System)
- 2.ระบบรีวิว (Review System)
- 3.ระบบแสดงโปรโมชั่น (Promotion Displaying System)
- 4.ระบบสมาชิก (Membership System)
- 5.ระบบแสดงความหนาแน่นของการใช้บริการ (Traffic Tracking System)
- 6.ระบบตอบกลับการรีวิว (Review Reply System)
- 7.ระบบการเพิ่มฟิตเนส (Fitness Adding System)
- 8.ระบบอัปเดตฟิตเนส (Fitness Updating System)
- 9.ระบบอัปเดตโปรโมชั่น (Promotion Updating System)

แนวคิดระบบแนะนำ (Recommendation System) ถูกประยุกต์ในระบบค้นหา (Fitness Finding System) ระบบรีวิว (Review System) ระบบแสดงโปรโมชั่น (Promotion Displaying System) และระบบแสดงความหนาแน่นของผู้ใช้บริการ (Traffic Tracking System) ซึ่งจะคอยจดจำกิจกรรมต่างๆที่ผู้ใช้ได้ทำไป เมื่อผู้ใช้ใช้งานระบบหนึ่งแล้วหลังจากนั้นไปใช้งานอีกระบบหนึ่ง ระบบที่ถูกใช้ตามหลังจากแสดงผลค่าเริ่มต้นของตัวกรองให้เข้ากับเงื่อนไขที่ได้ระบุในระบบก่อนหน้า เพื่อที่ผู้ใช้จะได้ไม่ต้องคอยระบุตัวกรองเองในทุกๆครั้งที่ใช้ระบบ แต่ในขณะเดียวกันหากสิ่งๆที่ระบบแนะนำได้แนะนำให้ยังไม่ใช่ว่าสิ่งๆที่ผู้ใช้ต้องการ ผู้ใช้ก็สามารถที่จะระบุตัวกรองใหม่เองได้

เมื่อได้ระบบย่อยต่างๆแล้วขั้นตอนต่อไปคือการสร้างต้นแบบ โดยผู้จัดทำได้ใช้การออกแบบด้วยการวาดมือลง iPad (Low-fidelity Mockups) ที่มีรายละเอียดเบื้องต้นไปสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายก่อน โดยผู้ออกแบบได้ออกแบบไว้หลายแบบในหน้าจอบ้างเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายเลือก ซึ่งบางระบบกลุ่มเป้าหมายก็ได้เลือกแบบที่ถูกใจและแนะนำให้ออกแบบต่อยอดจากตัวต้นแบบ ส่วนบางระบบก็ได้นำไอเดียแบบหน้าจอบ้างหลายๆแบบที่ทางผู้ออกแบบไว้มาปรับรวมกันอันเกิดไอเดียใหม่ขึ้นมา แล้วนำไปใช้พัฒนาในขั้นตอนของการสร้างต้นแบบด้วยโปรแกรม “Figma” (High-fidelity Mockups) โดยทางผู้ออกแบบได้ทำพัฒนาต้นแบบ 2 รอบ โดยรอบแรกจะเป็นการใช้ไอเดียที่ได้จากการออกแบบด้วยการวาด และในรอบ 2 จะเป็นการปรับ Prototype ให้ดียิ่งขึ้นโดยมีการใส่ระบบอัตโนมัติเข้าไปเกี่ยวข้องมากขึ้น ซึ่งทำให้ได้ระบบย่อยออกมา 9 ระบบดังนี้

5.1.1 ระบบค้นหาฟิตเนส (Fitness Finding System)

ระบบนี้ใช้สำหรับค้นหาฟิตเนสตามที่กลุ่มลูกค้าต้องการ โดยเมื่อระบุเงื่อนไขการค้นหาต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นระยะรัศมีจากจุดตั้งต้น อุปกรณ์ หรือบริการ หน้าแสดงผลการค้นหาจะแสดงผลแค่ฟิตเนสแบรนด์ที่ถูกคัดเลือก โดยจะแสดงเรียงจากสาขาฟิตเนสที่มีระยะทางที่ใกล้ที่สุดจากจุดเริ่มต้นสาขาที่มีอุปกรณ์ในเงื่อนไขการค้นหาที่เรียงจากมากที่สุดไปน้อยสุด จำนวน/ขนาดของบริการจากมากที่สุดไปน้อยสุด หรือราคาเริ่มต้นที่ถูกสุดไปแพงสุดขึ้นอยู่กับเงื่อนไขการเรียงที่ถูกคัดเลือก โดยหากเงื่อนไขในส่วนของอุปกรณ์ ขนาด/จำนวนบริการ หรือราคามีค่าเท่ากัน ตัวระบบจะเรียงจากฟิตเนสสาขาที่ใกล้ผู้ใช้มากที่สุดขึ้นมาก่อน และการระบุเงื่อนไขการค้นหาในระบบนี้ยังมีการจดจำเพื่อนำไปใช้งานต่อในส่วนของค่าเริ่มต้นของตัวกรองในระบบอื่นๆ เช่น ระบบรีวิว ระบบแสดงโปรโมชั่น และระบบ แสดงความหนาแน่นของการใช้บริการ โดยจุดต่างใหญ่ของลูกค้าแต่ละกลุ่มคือ กลุ่มลูกค้าที่ระบุแบรนด์ฟิตเนสไปในเงื่อนไขการค้นหาฟิตเนสกับไม่ระบุแบรนด์ไปในเงื่อนไขการค้นหาฟิตเนส โดยสามารถแบ่งกลุ่มผู้ใช้เป็น 2 กลุ่มใหญ่ ดังนี้

1. ลูกค้าที่ใช้ฟิตเนสเดิม

ลูกค้ากลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่จะระบุแบรนด์ฟิตเนสในการค้นหาเนื่องจากการใช้บริการฟิตเนสแล้ว โดยปกติผู้ใช้บริการจะใช้บริการแค่ทีละแบรนด์ โดยเมื่อระบุเงื่อนไขการค้นหาต่างๆไม่ว่าจะเป็นระยะรัศมีจากจุดตั้งต้น อุปกรณ์ หรือบริการ หน้าแสดงผลการค้นหาจะแสดงผลแค่ฟิตเนสแบรนด์ที่ลูกค้าเลือก โดยจะแสดงเรียงจากสาขาฟิตเนสที่มีระยะทางที่ใกล้ที่สุดจากจุดเริ่มต้น สาขาที่มีอุปกรณ์ในเงื่อนไขการค้นหาที่เรียงจากมากที่สุดไปน้อยสุด จำนวน/ขนาดของบริการจากมากที่สุดไปน้อยสุด หรือราคาเริ่มต้นที่ถูกสุดไปแพงสุดขึ้นอยู่กับเงื่อนไขการเรียงที่ลูกค้าเลือก แต่เนื่องจากกรณีนี้เป็นการระบุแบรนด์ไปราคาที่แสดงผลในทุกสาขาส่วนใหญ่จะเท่ากันยกเว้นสาขาพิเศษที่มีราคาแพงกว่าสาขาทั่วไปในแบรนด์เดียวกัน

2. ลูกค้าที่คิดจะเปลี่ยนฟิตเนสและกลุ่มลูกค้าใหม่

ลูกค้า 2 กลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่จะไม่ระบุแบรนด์ฟิตเนสในเงื่อนไขการค้นหาเนื่องจากต้องการค้นหาฟิตเนสแบรนด์ที่ต้องตามความต้องการของตัวเองมากที่สุดจึงต้องการให้ระบบแสดงผลการเปรียบเทียบในทุกๆแบรนด์

5.1.2 ระบบรีวิว (Review System)

ระบบนี้เป็นระบบที่ผู้ใช้สามารถอ่านและเขียนรีวิวได้ โดยในส่วนของ การอ่าน/ตอบกลับรีวิว ผู้ใช้สามารถอ่าน ตอบกลับ และกดไลค์ให้กับความคิดเห็นของคนอื่นที่ตอบกลับเจ้าของความคิดเห็น หรือกดไลค์ให้กับเจ้าของความคิดเห็นได้ เพื่อที่จะให้ระบบแสดงความคิดเห็นที่มีประโยชน์สุดอยู่ด้านบนสุด ส่วนของการเขียนรีวิวทางผู้ใช้สามารถที่จะเขียนรีวิวและให้ดาวได้ โดยการค้นหารีวิวในแบรนด์ฟิตเนส/สาขา โดยหากผู้ใช้ได้ใช้ระบบค้นหาก่อนหน้านี้ เงื่อนไขการค้นหาในระบบค้นหายังสามารถที่จะมาใช้เป็นค่าเริ่มต้นในระบบนี้ เพื่อความสะดวกสบายของผู้ใช้

5.1.3 ระบบแสดงโปรโมชั่น (Promotion Displaying System)

ระบบนี้เป็นระบบที่แสดงโปรโมชั่นที่มีอยู่ในช่วงเวลาหนึ่งๆ หากผู้ใช้ระบบได้ใช้ระบบค้นหาฟิตเนสก่อนหน้านี้ ตัวระบบจะแสดงโปรโมชั่นที่เข้าเงื่อนไขกับเงื่อนไขที่ระบุไปในระบบค้นหาฟิตเนส เนื่องจากระบบโปรโมชั่นที่จะตอบโจทย์ลูกค้าได้จะต้องเป็นโปรโมชั่นของฟิตเนสแบรนด์/สาขาที่อยู่ไม่ไกลจากลูกค้าและตรงตามเงื่อนไขที่ลูกค้าอยากใช้บริการ แต่หากลูกค้าไม่ได้ใช้ระบบค้นหาฟิตเนสก่อนหน้านี้ตัวระบบจะแสดงโปรโมชั่นของฟิตเนสทุกแบรนด์ โดยจะแสดงของแบรนด์/สาขาที่ใกล้ลูกค้าที่สุดก่อน

5.1.4 ระบบสมาชิก (Membership System)

ระบบนี้เป็นระบบที่แบ่งออกเป็น 2 ส่วนคือ 1 ส่วน Login เข้าใช้งานแอปพลิเคชัน / สมัครสมาชิกเพื่อ Login โดยส่วนของสมัครสมาชิกจะให้ลูกค้ากรอกข้อมูลส่วนตัวเพื่อใช้เป็นข้อมูลให้แอปพลิเคชันแนะนำสินค้าและบริการให้ตรงตามที่ต้องการมากที่สุด 2. แสดงสินค้าและบริการสำหรับสมาชิกแอปพลิเคชัน โดยผู้ใช้งานสามารถกดหัวใจในสินค้าหรือบริการที่ชื่นชอบเพื่อให้ตัวระบบแสดงสินค้า/บริการอยู่บนสุดของหน้าจอเมื่อผู้ใช้เข้ามาใช้งานระบบสมาชิก อีกทั้งยังเปรียบเทียบราคาของสินค้า/บริการระหว่างแบรนด์ฟิตเนสที่ขายสินค้าเดียวกัน

5.1.5 ระบบแสดงความหนาแน่นของการใช้บริการ (Traffic Tracking System)

ระบบนี้เป็นระบบสำหรับกลุ่มผู้ใช้ที่ใช้บริการฟิตเนสเดิม โดนต์ัวระบบจะแสดงความหนาแน่นของการใช้บริการ โดยหากผู้ใช้ได้ใช้งานระบบค้นหาฟิตเนสก่อนหน้าตัวแอปพลิเคชันจะจดจำเงื่อนไขการค้นหาฟิตเนส แล้วนำมาใช้แสดงความหนาแน่นของการใช้บริการตามเงื่อนไขการค้นหาฟิตเนส แต่หากผู้ใช้ไม่ได้ใช้ระบบค้นหาฟิตเนสก่อนหน้าทางผู้ใช้งานก็สามารถใช้ตัวกรองในการระบุเงื่อนไขการแสดงความหนาแน่นของการใช้บริการได้

5.1.6 ระบบตอบกลับรีวิว (Review Reply System)

ระบบนี้เป็นระบบสำหรับบุคลากรของฟิตเนส เพื่อที่บุคลากรของฟิตเนสจะอ่านรีวิวที่ลูกค้าได้แสดงความเห็นเข้ามาว่าจริงเท็จหรือไม่อย่างไร หรือมีประเด็นอะไรที่ต้องปรับปรุงหรือไม่ อีกทั้งยังสามารถตอบกลับลูกค้าได้ แต่ไม่สามารถที่จะสร้างหัวข้อการรีวิวเหมือนลูกค้าได้ โดยตัวระบบจะแบ่งรีวิวออกเป็น 2 กลุ่มใหญ่ๆ คือกลุ่มของรีวิวที่ทางฟิตเนสตอบกลับแล้ว กับยังไม่ตอบกลับ พร้อมทั้งตัวระบบยังมีการบอกถึงสถานะการอ่านรีวิวว่าอ่านหรือยังซึ่งจะมีความสำคัญกับรีวิวในส่วนที่ยังไม่ตอบกลับเพราะเป็นไปได้ทั้งอ่านแล้วแต่ยังไม่ตอบ กับยังไม่อ่านและยังไม่ตอบ เพราะถ้าเป็นส่วนของรีวิวที่ตอบแล้วจะเป็นไปได้แค่สถานะเดียวคืออ่านแล้ว

5.1.7 ระบบการเพิ่มฟิตเนส (Fitness Adding System)

ระบบนี้เป็นระบบสำหรับบุคลากรของฟิตเนส โดยทางบุคลากรสามารถเพิ่มสาขาฟิตเนสที่มีขึ้นมาใหม่ได้ อีกทั้งยังสามารถอ่าน/แก้ไขข้อมูลที่ตั้งและเบอร์โทรได้ เพื่อที่จะให้หน้าจอฝั่งลูกค้าอัปเดตสาขาฟิตเนสให้เป็นปัจจุบันได้

5.1.8 ระบบอัปเดตฟิตเนส (Fitness Updating System)

ระบบนี้เป็นระบบสำหรับบุคลากรฟิตเนส โดยทางบุคลากรฟิตเนสสามารถ อ่าน/แก้ไขข้อมูล ในส่วนของค่าบริการ บริการ อุปกรณ์ออกกำลังกาย และคลาสที่เพิ่มขึ้นแล้วได้ อีกทั้งยังสามารถเพิ่ม ข้อมูลค่าบริการ บริการ อุปกรณ์ออกกำลังกาย และคลาสที่ต้องการเพิ่มได้

5.1.9 ระบบอัปเดตโปรโมชั่น (Promotion Updating)

ระบบนี้เป็นระบบสำหรับบุคลากรฟิตเนส โดยทางบุคลากรของฟิตเนสสามารถเพิ่มโปรโมชั่น ที่ต้องการเพิ่มได้ โดยสามารถระบุเวลาที่ต้องการเพิ่มขึ้นแอปพลิเคชันกับนำออกจากแอปพลิเคชัน เพื่อให้ตัวระบบ นำโปรโมชั่นเข้าแอปพลิเคชันฝั่งลูกค้า และนำออกจากแอปพลิเคชันฝั่งลูกค้าแบบ อัตโนมัติโดยที่ทางฟิตเนสไม่จำเป็นต้องมาทำเอง อีกทั้งบุคลากรของฟิตเนสสามารถอ่าน/แก้ไข โฆษณที่เพิ่มไปแล้วได้ด้วย

5.2 ปัญหาและแนวทางการแก้ไข

5.2.1 ปัญหาเรื่องเวลาในการสัมภาษณ์

บุคคลที่อยู่ในกลุ่มเป้าหมายมีเวลาว่างที่ไม่ตรงกัน ส่งผลให้ไม่สามารถนัดสัมภาษณ์ในเวลา เดียวกันได้

วิธีแก้ปัญหา 1. นัดสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายแต่ละคนตามแต่ที่แต่ละคนสะดวก

5.2.2 ปัญหาเรื่องการเข้าถึงบุคลากรของฟิตเนส

ในช่วงแรกที่ได้หัวข้อใหม่การสัมภาษณ์เพื่อให้ได้ข้อมูลจากทางฝั่งฟิตเนสถือว่าเป็นเรื่องยาก สำหรับผู้จัดทำโครงการ เพราะเมื่อทางผู้จัดทำถามคำถามเกี่ยวกับโครงการที่ไร คำตอบที่ได้มักจะเป็น ประมาณว่า “ไม่สามารถบอกได้เนื่องจากเป็นข้อมูลลับของบริษัทค่ะ/ครับ”

วิธีแก้ปัญหา

1. สมัครเป็นสมาชิกของทางฟิตเนส และจ้างเทรนเนอร์มาเทรนด์เพื่อเข้าถึงข้อมูล ที่ต้องการทราบได้ง่ายขึ้น
2. ทำเป็นสนใจจะใช้บริการฟิตเนสในแบรนด์ที่ไม่ได้สมัครเป็นสมาชิกแล้วบอกว่ามี แผนจะเปลี่ยนฟิตเนสในอนาคตเพื่อที่จะสอบถามข้อมูลในส่วนของโปรโมชั่น ราคา อุปกรณ์ คลาส เพื่อที่จะเปรียบเทียบกับแบรนด์อื่นๆ พร้อมทั้งขอ Contact พนักงานที่ให้ข้อมูลเพื่อที่จะสามารถสอบถามข้อมูลต่างๆในระยะยาวได้ ทั้งนี้ทาง ผู้จัดทำมีแผนที่จะเปลี่ยนแบรนด์ในอนาคตจริงๆ

3. ฝากเพื่อนที่ใช้บริการฟิตเนสแบรนด์ที่ผู้จัดทำอยากทราบถึงข้อมูลเชิงลึกถามเทรนเนอร์ส่วนตัว

5.2.3 ปัญหาเรื่องจำนวนกลุ่มเป้าหมายน้อยเกินไป

ในช่วงแรกที่ทำโครงการการหากกลุ่มเป้าหมายเพื่อสัมภาษณ์ปริมาณของกลุ่มเป้าหมายก็ถือเป็นเรื่องสำคัญ เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายบางคนไม่ได้เต็มใจที่จะให้สัมภาษณ์หรือหากให้สัมภาษณ์ก็ให้สัมภาษณ์เพียงครั้งสองครั้งก็ไม่สามารถสัมภาษณ์ต่อได้

วิธีแก้ปัญหา

1. หาคนใกล้ตัวที่น่าจะใช้บริการฟิตเนสและทำการสอบถาม
2. สร้างแบบสอบถามคำถามสั้น แล้วฝากเพื่อนส่งต่อ โดยตัวแบบสอบถามไม่ได้ถามคำถามที่ยุ่งยากมากนัก เช่น ชื่ออะไร เพศอะไร อายุเท่าไร เคยใช้บริการฟิตเนสหรือไม่ พร้อมทั้งใส่คำถามขอช่องทางการติดต่อหากเต็มใจให้สัมภาษณ์ระยะยาว เพื่อที่จะสามารถติดต่อแล้วนัดสัมภาษณ์ต่อได้

5.2.4 ปัญหาเรื่องวิธีการสัมภาษณ์

กลุ่มเป้าหมายสะดวกสัมภาษณ์ในวิธีที่ต่างกันไปบางคนสะดวก zoom บางคนสะดวกโทรคุย บางคนสะดวกให้แชทถามทิ้งไว้แล้วเขาค่อยมาตอบตอนว่าง หรือบางคนสะดวกแค่ในช่วงเวลางานหรือตอนเจอเขาเท่านั้น โดยเฉพาะกลุ่มบุคลากรฟิตเนสการสัมภาษณ์มักจะเป็นการถามโดยไปเจอตัวจริง เพราะฉะนั้นวิธีการสัมภาษณ์จึงมีหลากหลายรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็น เจอตัวจริง zoom โทร หรือแชทเพื่อสอบถามข้อมูล

วิธีแก้ปัญหา

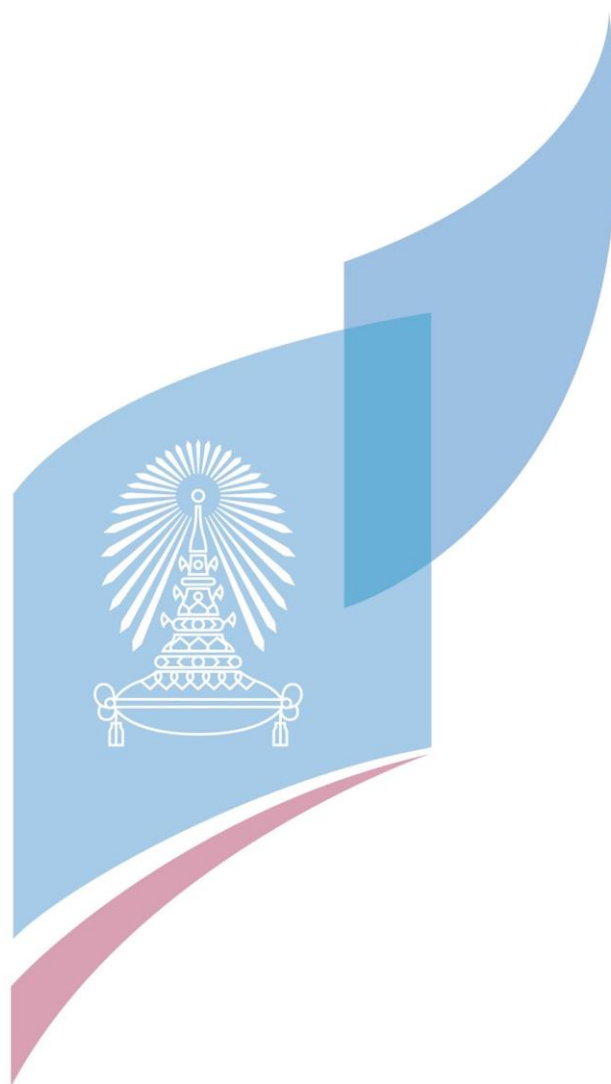
1. สัมภาษณ์ตามวิธีที่ผู้ถูกสัมภาษณ์สะดวกให้สัมภาษณ์

5.3 ข้อเสนอแนะ

ในการจัดทำโครงการพิเศษ “การใช้การคิดเชิงออกแบบเพื่อพัฒนาแอปพลิเคชันสำหรับเลือกศูนย์บริการฟิตเนส” มีข้อเสนอแนะสำหรับผู้ที่จะพัฒนาโครงการนี้ใหม่หรือพัฒนาเพิ่มเติม ดังนี้

1. ในระบบค้นหาควรมีหน้าจอส่วนที่เป็นแผนที่แสดงคะแนนฟิตเนสแต่ละที่ เพื่อให้ลูกค้าใช้เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจในการเลือก โดยฟิตเนสที่แสดงในแผนที่จะต้องเป็นฟิตเนสที่มี Rating ดีหรือคะแนนดี เพื่อที่จะไม่ส่งผลเสียต่อชื่อเสียงของฟิตเนสหรือเพื่อหลีกเลี่ยงประเด็นที่ฟิตเนสจะไม่พอใจ

2.ดีไซน์ที่ออกแบบหากมีสีเส้นหรือคุมธีมดีกว่านี้หรือมีการแสดง Logo Foundfit ทุกหน้าก็จะดีไม่น้อย



บรรณานุกรม

Chapt, T. (2565). Design Thinking คืออะไร? กระบวนการคิดเชิงออกแบบ ในปี2022 เข้าถึงได้จาก

The Chapt. <https://thechapt.com/design-thinking/#design-thinking>

Prakobkaew., C. (2564). [สรุป] RECOMMENDATION SYSTEM เข้าถึงได้จาก ALEX ABOUT

DATA. <https://www.devvortory.com/post/recommendation-system-20210403>

Tangruamsub, S. (2562). Recommendation System (แบบสรุปไม่ค่อยสั้น) เข้าถึงได้จาก

medium. [https://medium.com/@sinart.t/recommendation-system-แบบสรุปเอาเอง-](https://medium.com/@sinart.t/recommendation-system-แบบสรุปเอาเอง-ce6246f49754)

ce6246f49754





ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	ศุภกฤต กิตติพิชญ์วงศ์
วัน เดือน ปี เกิด	1 มกราคม 2540
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร
วุฒิการศึกษา	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ที่อยู่ปัจจุบัน	98/63 หมู่บ้านกรองทอง ซ.ศรีदान 22 ถ.ศรีนครินทร์ ต.บางแก้ว อ.บางพลี จ.สมุทรปราการ 10540

