

การออกแบบหน้าจอของเมนูบริการจากประสบการณ์ผู้ใช้
บนแอปพลิเคชันและเว็บไซต์ของธนาคาร
USER INTERFACE DESIGN OF SALES GALLERY
ON BANKING APPLICATION AND WEBSITE
BASED ON USER EXPERIENCE



สหกิจศึกษาเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต (วิทยาการคอมพิวเตอร์)
ภาควิชาวิทยาการคอมพิวเตอร์ คณะวิทยาศาสตร์
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ปีการศึกษา 2566

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

USER INTERFACE DESIGN OF SALES GALLERY
ON BANKING APPLICATION AND WEBSITE
BASED ON USER EXPERIENCE



GUNLAYAWATT CHUNCHOMRATIMONGKOUL
TANAWAN WONGPHETCHARAT

A COOPERATIVE EDUCATION SUBMITTED IN PARTIAL
FULFILLMENT OF THE REQUIREMENT FOR
THE DEGREE OF BACHELOR OF SCIENCE (COMPUTER SCIENCE)
DEPARTMENT OF COMPUTER SCIENCE, SCHOOL OF SCIENCE
KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG
ACADEMIC YEAR 2023

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อสหกิจศึกษา	การออกแบบหน้าจอของเมนูบริการจากประสบการณ์ผู้ใช้บนแอปพลิเคชัน และเว็บไซต์ของธนาคาร	
	User interface design of sales gallery on banking application and website based on user experience	
ชื่อนักศึกษา	นางสาว กัลยวรรณ ชื่นชมรมติมงคล	รหัสนักศึกษา 63050097
	นางสาว ธนวรรณ วงศ์เพชรชารัต	รหัสนักศึกษา 63050137
ปริญญา	วิทยาศาสตรบัณฑิต (วิทยาการคอมพิวเตอร์)	
ภาควิชา	วิทยาการคอมพิวเตอร์	
ปีการศึกษา	2566	
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผศ.ดร.อินทราพร อรัณยะนาค	

คณะวิทยาศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง (สจล.) อนุมัติให้สหกิจศึกษานี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต (วิทยาการคอมพิวเตอร์) ประจำปีการศึกษา 2566

คณะกรรมการสอบ	ลายมือชื่อ
ดร. วิชญะ ต่ดวงศ์ไพเชษยนต์ ประธานกรรมการ	
ผศ.ดร.อินทราพร อรัณยะนาค อาจารย์ที่ปรึกษา	

ลิขสิทธิของคณะวิทยาศาสตร์

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อสหกิจศึกษา	การออกแบบหน้าจอบริการจากประสบการณ์ผู้ใช้บนแอปพลิเคชันและเว็บไซต์ของธนาคาร		
ชื่อนักศึกษา	นางสาว กัลยวรรณ ชื่นชมรมติมงคล	รหัสนักศึกษา	63050097
	นางสาว ธนวรรณ วงศ์เพชรชารัต	รหัสนักศึกษา	63050137
ปริญญา	วิทยาศาสตร์บัณฑิต (วิทยาการคอมพิวเตอร์)		
ภาควิชา	วิทยาการคอมพิวเตอร์		
คณะ	วิทยาศาสตร์		
มหาวิทยาลัย	สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง (สจล.)		
ปีการศึกษา	2566		
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผศ.ดร.อินทราพร อรรถนิยะนาค		

บทคัดย่อ

สหกิจศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบส่วนต่อประสานผู้ใช้ (User Interface) ของแอปพลิเคชันและเว็บไซต์ธนาคาร โดยฟีเจอร์ (Features) ใหม่ที่พัฒนาสำหรับแอปพลิเคชันได้แก่เมนูบริการ (Sales Gallery) ซึ่งประกอบไปด้วยตัวช่วยค้นหาผลิตภัณฑ์จากเป้าหมายของผู้ใช้และพื้นที่จัดแสดงสินค้า รวมไปถึงหน้าสำหรับอ่านรายละเอียดผลิตภัณฑ์ต่างๆ โดยมุ่งเน้นในการสร้างรูปแบบการออกแบบของหน้าจที่เป็นเทมเพลต (Template) เพื่อนำไปประยุกต์ใช้กับผลิตภัณฑ์ต่างๆ ของธนาคารได้อย่างครอบคลุม และสำหรับการพัฒนาเว็บไซต์ได้ให้ความสำคัญในการพัฒนาในเรื่องการแสดงผลที่ตอบสนองและรายละเอียดผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นการเพิ่มเติมจากเวอร์ชันเดิมที่มีอยู่ นอกจากนี้ได้มีการเขียนโปรแกรมส่วนหน้าบ้าน (Front-End) ซึ่งเป็นส่วนที่ใช้สำหรับการแสดงผล โดยตลอดการวิจัยจะตั้งอยู่บนพื้นฐานของการออกแบบประสบการณ์ผู้ใช้ (UX Design) จึงนำไปสู่การบรรลุตามวัตถุประสงค์หลักคือเพิ่มยอดการเข้าถึงของผู้ใช้งาน (Engagement Rate) ได้สูงขึ้นถึง 14.41% เมื่อเทียบข้อมูลกับเวอร์ชันเก่าเป็นระยะเวลา 2 เดือนหลังจากปล่อยเวอร์ชันใหม่ให้กับผู้ใช้จริง พบว่าวิจัยนี้สามารถสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับผู้ใช้มากยิ่งขึ้นได้ นั่นคือผู้ใช้สามารถเข้าถึงบริการผลิตภัณฑ์ทางการเงินของธนาคารได้ด้วยตนเอง โดยไม่ต้องเดินทางไปยังธนาคารสาขาต่างๆ ได้รับความสะดวกสบายผ่านการใช้เทคโนโลยี และสำหรับองค์กรก็จะสามารถนำ

ประโยชน์จากการพัฒนาครั้งนี้ไปต่อยอดเพื่อเพิ่มความสามารถในทางธุรกิจและตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มเป้าหมายให้ดียิ่งขึ้นได้

คำสำคัญ : ส่วนต่อประสานผู้ใช้งาน, การออกแบบประสบการณ์ผู้ใช้, กระบวนการคิดเชิงออกแบบ, การทดสอบ A/B



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Title	User interface design of sales gallery on banking application and website based on user experience
Students	Miss Gunlayawatt Chunchomratimongkoul Student ID 63050097 Miss Tanawan Wongphetcharat Student ID 63050137
Degree	Bachelor of Science (Computer Science)
Department	Computer Science
School	Science
University	King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang (KMITL)
Academic Year	2023
Advisor	Asst.Prof.Inthraporn Aranyanak, Ph.D.

Abstract

This cooperative education focuses on research related to the design of the user interface (UI) for a banking application and website. The new features developed for the application include the Sales Gallery menu, which comprises a product search assistant based on user preferences and an area for displaying products. Additionally, there are detailed product pages. The emphasis is on creating a template-based design for screens that can be applied comprehensively to various products offered by the bank. In the context of website development, importance is placed on showcasing the benefits and product details, serving as an enhancement from the existing version. Furthermore, front-end programming has been implemented to handle the display throughout the user interface. The research is grounded in User Experience (UX) design principles, which led to achieving the main intention of increasing the engagement rate by 14.41% when comparing to the previous version that was released 2 months ago. As a result,

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

this research has improved the user's experience drastically. This aims to allow users to access financial product services from the bank independently, without the need to visit physical branches. This convenience is achieved through the utilization of technology. For the organization, the benefits derived from this development can be further leveraged to enhance business capabilities and better meet the needs of the target audience. In summary, the goals of this research focus on contributing to the creation of a user-friendly experience, enabling users to conveniently access financial services offered by the bank through technology. For the organization, it represents an opportunity to capitalize on this development to enhance business capabilities and better meet the needs of the target user.

Keywords : User Interface, UX Design, Design Thinking, A/B Testing

กิตติกรรมประกาศ

โครงการสหกิจศึกษาระดับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี เนื่องมาจากความกรุณาและความร่วมมือของทุกๆ ท่าน ขอขอบพระคุณ ผศ.ดร.อินทราพร อรัณยธนาศ ที่คอยให้คำปรึกษาดูแลอย่างใกล้ชิดและให้ความช่วยเหลือแนะนำที่ดีในการปรับปรุงข้อบกพร่องในการทำโครงการสหกิจศึกษา และขอขอบพระคุณกรรมการสอบโครงการสหกิจศึกษา คือ ดร. วิชญะ ต่อบวงศ์ไพชยนต์ ที่ให้ออกความเห็นและคำแนะนำช่วยเหลือในการทำโครงการพิเศษให้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

ขอขอบพระคุณ ธนาคารทหารไทยธนชาต จำกัด (มหาชน) ที่ให้ความอนุเคราะห์อุปกรณ์คอมพิวเตอร์และสถานที่ในการปฏิบัติงาน

ขอขอบพระคุณ เจ้าหน้าที่รับผิดชอบโครงการ คือ คุณศุภภัฏฉรีย์ จันทนา ที่ให้ความช่วยเหลือและอำนวยความสะดวก ในการทำโครงการสหกิจศึกษาให้สำเร็จไปด้วยดี

ขอขอบพระคุณ ผู้สอนงาน คือ คุณธนะพันธ์ หิริภูโรจน์ ตำแหน่ง Head of UX/UI Designer และคุณณฤพณ์ เนตรประชา ตำแหน่ง UX/UI Designer ที่ให้คำปรึกษา แนะนำ ถ่ายทอดประสบการณ์และสนับสนุนการพัฒนาศักยภาพตลอดของการทำโครงการสหกิจศึกษา จนกระทั่งสำเร็จไปด้วยดี

ขอขอบพระคุณ บิดา-มารดา ที่ให้ได้รับการศึกษา ตลอดจนคอยเลี้ยงดูและอบรมสั่งสอน และเป็นกำลังใจเป็นแรงผลักดันในการทำโครงการสหกิจศึกษาให้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี รวมถึงเพื่อนๆ และ บุคคลอื่นๆ ที่ไม่ได้กล่าวมา ผู้จัดทำโครงการขอขอบคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

กัลยวรรณ ชื่นชมรมติมงคล

ธนวรรณ วงศ์เพชรชาติ

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ.....	ก
Abstract.....	ค
กิตติกรรมประกาศ.....	จ
สารบัญ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ฉ
สารบัญรูป.....	ฉ
คำย่อ/สัญลักษณ์.....	ท
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของสหกิจศึกษา.....	2
1.3 ขอบเขตของสหกิจศึกษา.....	2
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	2
บทที่ 2 ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	3
2.1 ประสบการณ์ผู้ใช้ (User Experience).....	4
2.2 ส่วนต่อประสานกับผู้ใช้งาน (User Interface).....	4
2.3 การออกแบบตามหลักประสบการณ์ผู้ใช้ (User Experience Design).....	4
2.4 การออกแบบตามหลักส่วนต่อประสานผู้ใช้ (User Interface Design).....	5
2.5 แบบร่างหน้าจอ (Wireframe).....	5
2.6 แบบจำลองสมจริง (Mockup).....	6
2.7 แบบจำลองต้นแบบ (Prototype).....	7
2.8 กระบวนการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking Process).....	8
2.9 การศึกษาคู่แข่ง (Competitive Analysis).....	10
2.10 การวิจัยผู้ใช้ (User Research).....	10
2.11 แบบสอบถามออนไลน์ (Online Survey).....	10
2.12 การสัมภาษณ์ผู้ใช้ (User Interview).....	10

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.13	แผนภาพตัวแทนผู้ใช้ระบบ (Persona).....	11
2.14	แผนภาพเส้นทางผู้ใช้ (User Journey Map)	12
2.15	การทดสอบการใช้งาน (Usability Testing).....	13
2.16	การทดสอบ A/B (A/B testing)	15
2.17	ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับเครื่องมือที่ใช้ในการพัฒนา (Tools).....	16
2.18	ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับภาษาโปรแกรมในการพัฒนา (Programming Language)	18
บทที่ 3	วิธีการดำเนินงานวิจัย.....	20
3.1	การสร้างกลยุทธ์ (Strategy Phase).....	20
3.2	การสำรวจค้นหา (Discovery Phase).....	21
3.2.1	แบบสอบถามออนไลน์ (Online Survey).....	22
3.2.2	สัมภาษณ์ผู้ใช้ (User Interview).....	24
3.2.3	การวิเคราะห์คู่แข่ง (Competitive Analysis).....	25
3.3	การวิเคราะห์ข้อมูล (Analysis Phase).....	29
3.3.1	สร้างแผนภาพตัวแทนผู้ใช้ระบบ (Persona).....	30
3.3.2	สร้างแผนภาพเส้นทางผู้ใช้ (User Journey Map).....	32
3.4	การออกแบบ (Design Phase).....	33
3.4.1	การระดมความคิด (Ideate).....	33
3.4.2	ขั้นตอนการสร้างแบบร่างหน้าจอ (Wireframe)	34
3.4.3	ขั้นตอนการสร้างแบบจำลองสมจริง (Mockup).....	41
3.4.4	ขั้นตอนการสร้างแบบจำลองต้นแบบ (Prototype)	47
3.5	การทดสอบ (Test Phase).....	48
3.5.1	การทดสอบการใช้งาน (Usability Test).....	49
3.5.2	การทดสอบ A/B (A/B Testing)	60
3.6	การพัฒนาโปรแกรม (Development Phase).....	61
3.6.1	ขั้นตอนการออกแบบระบบซอฟต์แวร์ (Software Design Phase).....	61
3.6.2	ขั้นตอนการเขียนโปรแกรม (Programming).....	70

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4 ผลการวิจัยและการอภิปรายผล	71
4.1 ผลลัพธ์ที่ได้รับจากแบบสอบถามออนไลน์.....	71
4.1.1 ผลลัพธ์ของแบบสอบถามผลิตภัณฑ์สินค้า.....	71
4.1.1 ผลลัพธ์ของแบบสอบถามผลิตภัณฑ์บัตรเครดิต	78
4.1.2 ผลลัพธ์ของแบบสอบถามผลิตภัณฑ์บัญชีเงินฝากและบัตรเดบิต	86
4.1.3 ผลลัพธ์ของแบบสอบถามผลิตภัณฑ์กองทุน	92
4.1.4 ผลลัพธ์ของแบบสอบถามผลิตภัณฑ์ประกัน.....	108
4.1.5 ผลลัพธ์ที่ได้จากการทำแบบสอบถามของบัญชีเงินเดือน	114
4.2 ผลลัพธ์จากการวิเคราะห์คู่แข่ง.....	119
4.2.1 ผลลัพธ์การวิเคราะห์คู่แข่งของแอปพลิเคชัน.....	119
4.2.2 ผลลัพธ์ของการวิเคราะห์คู่แข่งของเว็บไซต์.....	123
4.3 ผลการดำเนินจากการสร้างแผนภาพตัวแทนผู้ใช้งาน.....	126
4.4 ผลการดำเนินจากการสร้างแผนภาพเส้นทางผู้ใช้.....	130
4.5 ผลการดำเนินของแอปพลิเคชัน.....	134
4.5.1 ผลการทดสอบการใช้งานของแอปพลิเคชัน.....	134
4.5.2 ผลการออกแบบหน้าจอของแอปพลิเคชัน.....	155
4.5.3 ผลจากตัวชี้วัดประสิทธิภาพการออกแบบแอปพลิเคชัน.....	161
4.6 ผลการดำเนินของเว็บไซต์.....	162
4.6.1 ผลการทดสอบการใช้งานของเว็บไซต์.....	163
4.6.2 ผลการทดสอบ A/B ของเว็บไซต์.....	172
4.6.3 ผลลัพธ์การออกแบบหน้าจอของเว็บไซต์.....	178
4.7 ผลการดำเนินจากการพัฒนาโปรแกรม (Develop).....	182
4.7.1 ส่วนของแถบด้านบน (Navigation Bar).....	183
4.7.2 ส่วนของแบนเนอร์ (Banner).....	184
4.7.3 ส่วนของการ์ดที่มีแท็กและไม่มีแท็ก (Tag).....	185
4.7.4 ส่วนการคำนวณ	186
4.7.5 ส่วนรายละเอียดผลิตภัณฑ์	187

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.7.6	ส่วนของความเห็นลูกค้าและผลิตภัณฑ์อื่น ๆ	188
4.7.7	ส่วนของแถบส่วนล่าง (Footer).....	189
บทที่ 5	สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ.....	190
5.1	สรุปผลการวิจัย.....	190
5.2	ข้อเสนอแนะ	192
5.2.1	ด้านกลยุทธ์	192
5.2.2	ด้านการเก็บข้อมูลของแบบสอบถามออนไลน์.....	192
5.2.3	ด้านตัวชี้วัดที่ใช้ในการทดสอบการใช้งาน.....	193
5.2.4	ข้อเสนอแนะอื่นๆ	193
เอกสารอ้างอิง	195
ภาคผนวก	197
ภาคผนวก ก แบบสอบถามออนไลน์	198
ก.1	แบบสอบถามเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สินเชื่อ	199
ก.2	แบบสอบถามเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิต.....	202
ก.3	แบบสอบถามเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บัญชีเงินฝากและบัตรเดบิต.....	205
ก.4	แบบสอบถามเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์กองทุน.....	207
ก.5	แบบสอบถามเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ประกัน.....	213
ก.6	แบบสอบถามเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บัญชีเงินเดือน	215
ภาคผนวก ข ตัวอย่างการตอบแบบสอบถามออนไลน์	217
ข.1	ตัวอย่างการตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สินเชื่อ	218
ข.2	ตัวอย่างการตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิต.....	221
ข.3	ตัวอย่างการตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บัญชีเงินฝากและบัตรเดบิต	225
ข.4	ตัวอย่างการตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์กองทุน	227
ข.5	ตัวอย่างการตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ประกัน	237
ข.6	ตัวอย่างการตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บัญชีเงินเดือน.....	239
ภาคผนวก ค แบบสอบถามประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งาน	241
ภาคผนวก ง การวิเคราะห์คู่แข่ง.....	246

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ง.1	การวิเคราะห์คู่แข่งสำหรับแอปพลิเคชัน.....	247
ง.2	การวิเคราะห์คู่แข่งสำหรับเว็บไซต์	256
ภาคผนวก จ	แผนภาพตัวแทนผู้ใช้ระบบ.....	262
ภาคผนวก ฉ	แผนภาพเส้นทางผู้ใช้	265
ภาคผนวก ช	การสร้างแบบร่างหน้าจอ	271
ช.1	การสร้างแบบร่างหน้าจอสำหรับแอปพลิเคชัน	272
ช.2	การสร้างแบบร่างหน้าจอสำหรับเว็บไซต์.....	281
ภาคผนวก ซ	การสร้างแบบจำลองสมจริง	283
ซ.1	การสร้างแบบจำลองสมจริงสำหรับแอปพลิเคชัน	284
ซ.2	การสร้างแบบจำลองสมจริงสำหรับเว็บไซต์.....	293
ภาคผนวก ฌ	ตัวอย่างการบันทึกระหว่างการทดสอบการใช้งานและสัมภาษณ์.....	298

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
ตารางที่ 3.1 คำอธิบายสำหรับเข้าสู่หน้ารายการผลิตภัณฑ์	63
ตารางที่ 3.2 คำอธิบายสำหรับเข้าสู่ผลิตภัณฑ์.....	63
ตารางที่ 3.3 คำอธิบายสำหรับดูการคำนวณ	63
ตารางที่ 3.4 คำอธิบายสำหรับกรอกข้อมูลเพื่อคำนวณ	63
ตารางที่ 3.5 คำอธิบายสำหรับดูโปรโมชั่น.....	64
ตารางที่ 3.6 คำอธิบายสำหรับดูเสียงจากลูกค้าของเรา.....	64
ตารางที่ 3.7 คำอธิบายสำหรับดูผลิตภัณฑ์อื่น ๆ	64
ตารางที่ 3.8 คำอธิบายสำหรับดู FINTIPS.....	64
ตารางที่ 3.9 คำอธิบายสำหรับการอัปเดตโปรโมชั่น	65
ตารางที่ 3.10 คำอธิบายสำหรับการอัปเดตเสียงจากลูกค้าของเรา.....	65
ตารางที่ 3.11 คำอธิบายสำหรับการอัปเดตผลิตภัณฑ์อื่น ๆ	65
ตารางที่ 3.12 คำอธิบายสำหรับดูการอัปเดต FINTIPS.....	65
ตารางที่ 4.1 ผลลัพธ์การเปรียบเทียบยอดการมีส่วนร่วมผู้ใช้ระหว่างการออกแบบหน้าจอเวอร์ชันเก่า กับเวอร์ชันใหม่ ของแอปพลิเคชัน	162
ตารางที่ 4.2 คำอธิบายสำหรับการวิเคราะห์แบบจำลอง	165
ตารางที่ 4.3 คำอธิบายสำหรับการวิเคราะห์แบบจำลอง	168
ตารางที่ 4.4 คำอธิบายสำหรับการวิเคราะห์แบบจำลอง	171

สารบัญรูป

รูปที่	หน้า
รูปที่ 2.1 ตัวอย่างแบบร่างของหน้าจอ (WIREFRAME).....	6
รูปที่ 2.2 ตัวอย่างแบบร่างหน้าจอ (WIREFRAME) และแบบจำลองสมจริง (MOCKUP).....	7
รูปที่ 2.3 ตัวอย่างการเปรียบเทียบระหว่างแบบร่างหน้าจอ (WIREFRAME), แบบจำลองสมจริง (MOCKUP) และ แบบจำลองต้นแบบ (PROTOTYPE).....	8
รูปที่ 2.4 กระบวนการคิดเชิงออกแบบ (DESIGN THINKING PROCESS)	9
รูปที่ 2.5 ตัวอย่างแผนภาพตัวแทนผู้ใช้ระบบ (PERSONA).....	11
รูปที่ 2.6 ตัวอย่างแผนภาพเส้นทางผู้ใช้ (USER JOURNEY MAP).....	13
รูปที่ 2.7 ขั้นตอนการทดสอบการใช้งาน (USABILITY TESTING).....	14
รูปที่ 2.8 ตัวอย่างการทดสอบ A/B (A/B TESTING)	16
รูปที่ 2.9 โปรแกรม FIGMA.....	17
รูปที่ 2.10 โปรแกรม VISUAL STUDIO CODE.....	18
รูปที่ 3.1 ตัวอย่างแบบสอบถาม (ก) แบบสอบถามเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สินเชื่อ (ข) แบบสอบถามเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิต (ค) แบบสอบถามเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บัญชีเงินฝากและบัตรเครดิต (ง) แบบสอบถามเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์กองทุน (จ) แบบสอบถามเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ประกัน และ (ฉ) แบบสอบถามเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บัญชีเงินเดือน.....	23
รูปที่ 3.2 ตัวอย่างการวิเคราะห์คู่แข่งของหน้าชั้นจัดแสดงผลิตภัณฑ์บนแอปพลิเคชัน	26
รูปที่ 3.3 ตัวอย่างการวิเคราะห์คู่แข่งของหน้าแสดงรายละเอียดผลิตภัณฑ์บนแอปพลิเคชัน	27
รูปที่ 3.4 ตัวอย่างการวิเคราะห์คู่แข่งของหน้าชั้นจัดแสดงผลิตภัณฑ์บนเว็บไซต์	28
รูปที่ 3.5 ตัวอย่างการวิเคราะห์คู่แข่งของหน้าแสดงรายละเอียดผลิตภัณฑ์บนเว็บไซต์.....	29
รูปที่ 3.6 ตัวอย่างการสร้างแผนภาพตัวแทนผู้ใช้ระบบ (PERSONA).....	31
รูปที่ 3.7 ตัวอย่างการสร้างแผนภาพเส้นทางผู้ใช้ (USER JOURNEY MAP)	32
รูปที่ 3.8 ตัวอย่างบรรยากาศการระดมความคิด.....	34
รูปที่ 3.9 ตัวอย่างการสร้างแบบร่างหน้าแรกของเมนูบริการ สำหรับแอปพลิเคชัน	35
รูปที่ 3.10 ตัวอย่างการสร้างแบบร่างหน้าค้นหาจากเป้าหมาย สำหรับแอปพลิเคชัน	36
รูปที่ 3.11 ตัวอย่างการสร้างแบบร่างหน้าชั้นจัดแสดงผลิตภัณฑ์ สำหรับแอปพลิเคชัน	36
รูปที่ 3.12 ตัวอย่างการสร้างแบบร่างหน้ารายละเอียดผลิตภัณฑ์ สำหรับแอปพลิเคชัน	37

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รูปที่ 3.13 ตัวอย่างการสร้างแบบร่างหน้ารายละเอียดเพิ่มเติม สำหรับแอปพลิเคชัน.....	38
รูปที่ 3.14 ตัวอย่างการสร้างแบบร่างหน้าชั้นจัดแสดงผลภัณฑ์สำหรับลูกค้าบัญชีเงินเดือน สำหรับเว็บไซต์ที่เข้าถึงผ่านโทรศัพท์.....	39
รูปที่ 3.15 ตัวอย่างการสร้างแบบร่างหน้าชั้นจัดแสดงผลภัณฑ์สำหรับลูกค้าบัญชีเงินเดือน สำหรับเว็บไซต์ที่เข้าถึงผ่านคอมพิวเตอร์.....	39
รูปที่ 3.16 ตัวอย่างการสร้างแบบร่างหน้ารายละเอียดผลิตภัณฑ์ สำหรับเว็บไซต์ที่เข้าถึงผ่านโทรศัพท์.....	40
รูปที่ 3.17 ตัวอย่างการสร้างแบบร่างหน้ารายละเอียดผลิตภัณฑ์ สำหรับเว็บไซต์ที่เข้าถึงผ่านคอมพิวเตอร์.....	40
รูปที่ 3.18 ตัวอย่างการสร้างแบบจำลองสมจริงหน้าแรกของเมนูบริการสำหรับแอปพลิเคชัน.....	42
รูปที่ 3.19 ตัวอย่างการสร้างแบบจำลองสมจริงหน้าค้นหาจากเป้าหมายสำหรับแอปพลิเคชัน.....	42
รูปที่ 3.20 ตัวอย่างการสร้างแบบจำลองสมจริงหน้าค้นหาประเภทผลิตภัณฑ์สำหรับแอปพลิเคชัน .	43
รูปที่ 3.21 ตัวอย่างการสร้างแบบจำลองสมจริงหน้ารายละเอียดผลิตภัณฑ์สำหรับแอปพลิเคชัน	44
รูปที่ 3.22 ตัวอย่างการสร้างแบบจำลองสมจริงหน้ารายละเอียดเพิ่มเติมสำหรับแอปพลิเคชัน	44
รูปที่ 3.23 ตัวอย่างการสร้างแบบจำลองสมจริงหน้าชั้นจัดแสดงผลภัณฑ์สำหรับลูกค้าบัญชีเงินเดือน สำหรับเว็บไซต์ที่เข้าถึงผ่านโทรศัพท์.....	45
รูปที่ 3.24 ตัวอย่างการสร้างแบบจำลองสมจริงหน้าชั้นจัดแสดงผลภัณฑ์สำหรับลูกค้าบัญชีเงินเดือน สำหรับเว็บไซต์ที่เข้าถึงผ่านคอมพิวเตอร์	46
รูปที่ 3.25 ตัวอย่างการสร้างแบบจำลองสมจริงหน้ารายละเอียดผลิตภัณฑ์สำหรับเว็บไซต์ ที่เข้าถึงผ่านโทรศัพท์.....	47
รูปที่ 3.26 ตัวอย่างการสร้างแบบจำลองสมจริงหน้าหน้ารายละเอียดผลิตภัณฑ์ สำหรับเว็บไซต์ที่เข้าถึงผ่านคอมพิวเตอร์	47
รูปที่ 3.27 ตัวอย่างการเชื่อมโยงแบบจำลองต้นแบบโดยโปรแกรม FIGMA	48
รูปที่ 3.28 ตัวอย่างการเขียนภาพรวมเส้นทางของผู้ใช้งาน ในกรณีที่ผู้ใช้ต้องการค้นหาผลิตภัณฑ์บัตรเครดิต	49
รูปที่ 3.29 การทดสอบการใช้งานครั้งที่ 1 สำหรับแอปพลิเคชัน	51
รูปที่ 3.30 การทดสอบการใช้งานครั้งที่ 2 สำหรับแอปพลิเคชัน	52
รูปที่ 3.31 การทดสอบการใช้งานครั้งที่ 3 สำหรับแอปพลิเคชัน	54
รูปที่ 3.32 การทดสอบการใช้งานครั้งที่ 4 สำหรับแอปพลิเคชัน	55

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รูปที่ 3.33 การทดสอบการใช้งานครั้งที่ 1 สำหรับเว็บไซต์.....	57
รูปที่ 3.34 การทดสอบการใช้งานครั้งที่ 2 สำหรับเว็บไซต์.....	58
รูปที่ 3.35 การทดสอบการใช้งานครั้งที่ 3 สำหรับเว็บไซต์.....	59
รูปที่ 3.36 การทดสอบ A/B ในการเปิดหรือปิดหัวข้อ FINTIPS.....	60
รูปที่ 3.37 การทดสอบ A/B ในการแสดงรายละเอียดผลิตภัณฑ์บรรยายแบบยาวหรือแบบสั้น.....	61
รูปที่ 3.38 แผนภาพ USE CASE DIAGRAM ของระบบเว็บไซต์เมนูบริการของธนาคาร	62
รูปที่ 3.39 แผนภาพ ACTIVITY DIAGRAM ของเว็บไซต์สำหรับลูกค้า.....	66
รูปที่ 3.40 แผนภาพของเว็บไซต์การเพิ่มโปรโมชั่นเสียงจากลูกค้า, ผลิตภัณฑ์อื่นๆ และ FINTIPS ...	67
รูปที่ 3.41 แผนภาพ ACTIVITY DIAGRAM ของการลบโปรโมชั่น, เสียงจากลูกค้าของเรา, ผลิตภัณฑ์ อื่นๆ และ FINTIPS	68
รูปที่ 3.42 แผนภาพ ACTIVITY DIAGRAM ของการแก้ไขโปรโมชั่น, เสียงจากลูกค้า, ผลิตภัณฑ์อื่นๆ และ FINTIPS.....	69
รูปที่ 4.1 แผนภาพแสดงค่าเฉลี่ยอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	72
รูปที่ 4.2 แผนภาพแสดงค่าเฉลี่ยอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม	73
รูปที่ 4.3 แผนภาพแสดงความสนใจในสินเชื่อบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม	74
รูปที่ 4.4 แผนภาพแสดงรายละเอียดในสินเชื่อบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	75
รูปที่ 4.5 แผนภาพแสดงความสนใจในสินเชื่อบ้านของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	76
รูปที่ 4.6 แผนภาพแสดงความสนใจในสินเชื่อรถยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	77
รูปที่ 4.7 แผนภาพแสดงรายละเอียดในสินเชื่อรถยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม	78
รูปที่ 4.8 แผนภาพแสดงค่าเฉลี่ยอายุของผู้ที่ทำแบบสอบถาม	79
รูปที่ 4.9 แผนภาพแสดงค่าเฉลี่ยอาชีพของผู้ที่ทำแบบสอบถาม	80
รูปที่ 4.10 แผนภาพแสดงค่าเฉลี่ยประสบการณ์การทำบัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถาม	81
รูปที่ 4.11 แผนภาพแสดงค่าเฉลี่ยจำนวนบัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถาม	82
รูปที่ 4.12 แผนภาพแสดงผลลัพธ์การใช้บัตรตามผู้ให้บริการบัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถาม....	83
รูปที่ 4.13 แผนภาพแสดงอันดับขององค์ประกอบที่มีผลต่อการตัดสินใจสมัครบัตรเครดิตของผู้ตอบ แบบสอบถาม	85
รูปที่ 4.14 แผนภาพแสดงค่าเฉลี่ยเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม	86
รูปที่ 4.15 แผนภาพแสดงค่าเฉลี่ยอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	87
รูปที่ 4.16 แผนภาพแสดงค่าเฉลี่ยอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม	88

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รูปที่ 4.17 แผนภาพแสดงค่าเฉลี่ยการทำบัญชีเงินฝากของผู้ตอบแบบสอบถาม	88
รูปที่ 4.18 แผนภาพแสดงค่าเฉลี่ยจำนวนบัญชีเงินฝากต่อหนึ่งธนาคารของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	89
รูปที่ 4.19 แผนภาพแสดงค่าเฉลี่ยการสมัครบัตรเดบิตของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	90
รูปที่ 4.20 แผนภาพแสดงความคิดเห็นการสมัครหรือไม่สมัครบัตรเดบิตของผู้ตอบแบบสอบถาม	90
รูปที่ 4.21 แผนภาพแสดงค่าเฉลี่ยจำนวนบัตรเดบิตของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	91
รูปที่ 4.22 แผนภาพแสดงส่วนสำคัญในบัตรเดบิตของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	92
รูปที่ 4.23 แผนภาพแสดงค่าเฉลี่ยอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม	93
รูปที่ 4.24 แผนภาพแสดงค่าเฉลี่ยประสบการณ์ของผู้ตอบแบบสอบถาม	94
รูปที่ 4.25 แผนภาพแสดงลักษณะการลงทุนของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	95
รูปที่ 4.26 แผนภาพแสดงเป้าหมายในการลงทุนของผู้ตอบแบบสอบถาม	96
รูปที่ 4.27 แผนภาพแสดงวิธีการซื้อกองทุนของผู้ตอบแบบสอบถาม	96
รูปที่ 4.28 แผนภาพแสดงวิธีการค้นหากองทุนของผู้ตอบแบบสอบถาม	97
รูปที่ 4.29 แผนภาพแสดงลำดับปัจจัยที่สำคัญจากมากไปน้อยที่ใช้พิจารณาเลือกซื้อกองทุนของผู้ตอบ แบบสอบถาม	98
รูปที่ 4.30 แผนภาพแสดงช่องทางการติดตามข่าวสารเกี่ยวกับการลงทุนของผู้ตอบแบบสอบถาม... 99	
รูปที่ 4.31 แผนภาพแสดงแอปพลิเคชันสำหรับใช้ลงทุนของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	100
รูปที่ 4.32 แผนภาพแสดงข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการปรับปรุงแอปพลิเคชันสำหรับลงทุน	101
รูปที่ 4.33 แผนภาพแสดงสาเหตุที่ผู้ตอบแบบไม่เคยมีประสบการณ์ลงทุน.....	102
รูปที่ 4.34 แผนภาพแสดงเป้าหมายการลงทุน กรณีสมมติว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีโอกาสลงทุนใน กองทุนรวม	103
รูปที่ 4.35 แผนภาพแสดงวิธีการค้นหากองทุน กรณีสมมติว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีโอกาสลงทุนใน กองทุนรวม	104
รูปที่ 4.36 แผนภาพแสดงช่องทางการศึกษาเกี่ยวกับการลงทุนของผู้ตอบแบบสอบถาม	105
รูปที่ 4.37 แผนภาพแสดงปัจจัยพิจารณาเลือกซื้อกองทุน กรณีสมมติว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีโอกาส ลงทุนในกองทุนรวม	106
รูปที่ 4.38 แผนภาพแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการปรับปรุงแอปที่ใช้ลงทุน	107
รูปที่ 4.39 แผนภาพแสดงค่าเฉลี่ยอายุของผู้ที่ทำแบบสอบถาม	108
รูปที่ 4.40 แผนภาพแสดงค่าเฉลี่ยอาชีพของผู้ที่ทำแบบสอบถาม	109
รูปที่ 4.41 แผนภาพเฉลี่ยความสำคัญของประเภทประกันของผู้ที่ทำแบบสอบถาม.....	110

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รูปที่ 4.42	แผนภาพเฉลี่ยการจัดประเภทประกันคุ้มครองกิจการของผู้ที่ทำแบบสอบถาม	111
รูปที่ 4.43	แผนภาพเฉลี่ยการจัดประเภทประกันคุ้มครองสินเชื่อของผู้ที่ทำแบบสอบถาม	112
รูปที่ 4.44	แผนภาพเฉลี่ยการจัดประเภทประกันคุ้มครองชีวิตและส่งต่อมรดก	112
รูปที่ 4.45	แผนภาพเฉลี่ยการจัดประเภทประกันการเดินทางของผู้ที่ทำแบบสอบถาม	113
รูปที่ 4.46	แผนภาพแสดงรายละเอียดในประกันของผู้ที่ทำแบบสอบถาม	114
รูปที่ 4.47	แผนภาพแสดงค่าเฉลี่ยเพศของผู้ที่ทำแบบสอบถาม	115
รูปที่ 4.48	แผนภาพแสดงค่าเฉลี่ยอายุของผู้ที่ทำแบบสอบถาม	116
รูปที่ 4.49	แผนภาพแสดงค่าเฉลี่ยอาชีพของผู้ที่ทำแบบสอบถาม	116
รูปที่ 4.50	แผนภาพแสดงค่าเฉลี่ยประเภทการรับเงินเดือนของผู้ที่ทำแบบสอบถาม	117
รูปที่ 4.51	แผนภาพแสดงค่าเฉลี่ยการทราบบลิตธิประโยชน์ PAYROLL ของผู้ที่ทำแบบสอบถาม	118
รูปที่ 4.52	แผนภาพแสดงความเห็นการได้รับสิทธิประโยชน์ผู้ที่ทำแบบสอบถาม	118
รูปที่ 4.53	ผลลัพธ์การจัดกลุ่มผลิตภัณฑ์สินเชื่อของแอปพลิเคชัน	120
รูปที่ 4.54	ผลลัพธ์การจัดกลุ่มผลิตภัณฑ์บัญชีเงินฝากและบัตรเครดิตของแอปพลิเคชัน	120
รูปที่ 4.55	ผลลัพธ์การจัดกลุ่มผลิตภัณฑ์ประกันของแอปพลิเคชัน	121
รูปที่ 4.56	ผลลัพธ์องค์ประกอบของหน้าการ์ดผลิตภัณฑ์ของแอปพลิเคชัน	122
รูปที่ 4.57	ผลลัพธ์องค์ประกอบหน้ารายละเอียดผลิตภัณฑ์ของแอปพลิเคชัน	123
รูปที่ 4.58	ผลลัพธ์การจัดกลุ่มผลิตภัณฑ์บัญชีเงินเดือนของเว็บไซต์	124
รูปที่ 4.59	ผลลัพธ์องค์ประกอบหน้ารายละเอียดผลิตภัณฑ์ของเว็บไซต์	125
รูปที่ 4.60	แผนภาพ PERSONA จากเงินเนอร์เรชั่น ซี	126
รูปที่ 4.61	แผนภาพ PERSONA เงินเนอร์เรชั่น วาย	127
รูปที่ 4.62	แผนภาพ PERSONA เงินเนอร์เรชั่น เอ็กซ์	128
รูปที่ 4.63	แผนภาพ PERSONA เงินเนอร์เรชั่น เอ็กซ์	129
รูปที่ 4.64	แผนภาพเส้นทางผู้ใช้ (USER JOURNEY MAP) จากเงินเนอร์เรชั่น ซี เพื่อเปิดบัญชีเงินฝาก	130
รูปที่ 4.65	แผนภาพเส้นทางผู้ใช้ (USER JOURNEY MAP) จากเงินเนอร์เรชั่น วาย เพื่อสมัครบัตรเครดิต	131
รูปที่ 4.66	แผนภาพเส้นทางผู้ใช้ (USER JOURNEY MAP) จากเงินเนอร์เรชั่น เอ็กซ์ เพื่อสมัครสินเชื่อ	132

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รูปที่ 4.67 แผนภาพเส้นทางผู้ใช้ (USER JOURNEY MAP) จากเจนเนอร์เรชัน เอ็กซ์ เพื่อสมัคร ประกันรถยนต์	133
รูปที่ 4.68 แผนภาพเส้นทางผู้ใช้ (USER JOURNEY MAP) จากเจนเนอร์เรชัน บี เพื่อสมัครประกัน ชีวิตและสุขภาพ	134
รูปที่ 4.69 ผลลัพธ์การทดสอบของแอปพลิเคชันครั้งที่ 1	135
รูปที่ 4.70 ผลจากการวิเคราะห์ภารกิจของการทดสอบรอบที่ 1	135
รูปที่ 4.71 ผลลัพธ์การทดสอบของแอปพลิเคชันครั้งที่ 2	136
รูปที่ 4.72 ผลจากการวิเคราะห์การทดสอบรอบที่ 2 หน้าแรกของเมนูบริการ	138
รูปที่ 4.73 ผลจากการวิเคราะห์การทดสอบรอบที่ 2 หน้าค้นหาจากเป้าหมาย	139
รูปที่ 4.74 ผลจากการวิเคราะห์การทดสอบรอบที่ 2 หน้าค้นหาจากประเภทผลิตภัณฑ์	140
รูปที่ 4.75 ผลจากการวิเคราะห์การทดสอบรอบที่ 2 หน้ารายละเอียดผลิตภัณฑ์	141
รูปที่ 4.76 ผลจากการวิเคราะห์การทดสอบรอบที่ 2 หน้ารายละเอียดเพิ่มเติม	142
รูปที่ 4.77 ผลลัพธ์การทดสอบของแอปพลิเคชัน ครั้งที่ 3	144
รูปที่ 4.78 ผลจากการวิเคราะห์การทดสอบรอบที่ 3 หน้าแรกของเมนูบริการ	145
รูปที่ 4.79 ผลจากการวิเคราะห์การทดสอบรอบที่ 3 หน้าค้นหาจากเป้าหมาย	146
รูปที่ 4.80 ผลจากการวิเคราะห์การทดสอบรอบที่ 3 หน้าค้นหาจากประเภทผลิตภัณฑ์	147
รูปที่ 4.81 การปรับปรุงหน้าแรกของเมนูบริการจากผลตอบลัพธ์	148
รูปที่ 4.82 การปรับปรุงคำของป้ายแท็กจากผลตอบลัพธ์	149
รูปที่ 4.83 การปรับปรุงความสอดคล้องระหว่างการออกแบบหน้าจอและประสบการณ์ของผู้ใช้งาน จากผลตอบลัพธ์	150
รูปที่ 4.84 ผลลัพธ์การทดสอบของแอปพลิเคชันในรอบที่ 4	151
รูปที่ 4.85 ผลจากการวิเคราะห์การทดสอบรอบที่ 4 หน้าแรกของเมนูบริการ	152
รูปที่ 4.86 ผลจากการวิเคราะห์การทดสอบรอบที่ 4 การ์ดกลุ่มผลิตภัณฑ์	153
รูปที่ 4.87 ผลลัพธ์การคำนวณจากแบบสอบถามการประเมินความพึงพอใจของแอปพลิเคชัน	154
รูปที่ 4.88 ตัวอย่างผลลัพธ์การออกแบบหน้าจอของแอปพลิเคชัน	155
รูปที่ 4.89 การเปรียบเทียบหน้าแรกของเมนูบริการระหว่างเวอร์ชันเดิมกับเวอร์ชันใหม่	156
รูปที่ 4.90 การเปรียบเทียบหน้าค้นหาจากเป้าหมายระหว่างเวอร์ชันเดิมกับเวอร์ชันใหม่	157
รูปที่ 4.91 การเปรียบเทียบหน้าค้นหาจากประเภทผลิตภัณฑ์ระหว่างเวอร์ชันเดิมกับเวอร์ชันใหม่	158
รูปที่ 4.92 การเปรียบเทียบการ์ดผลิตภัณฑ์เวอร์ชันเดิมและเวอร์ชันใหม่	159

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รูปที่ 4.93 การเปรียบเทียบหน้ารายละเอียดผลิตภัณฑ์ระหว่างเวอร์ชันเดิมกับเวอร์ชันใหม่..... 160

รูปที่ 4.94 การเปรียบเทียบหน้ารายละเอียดเพิ่มเติมระหว่างเวอร์ชันเดิมกับเวอร์ชันใหม่..... 161

รูปที่ 4.95 แบบจำลองหน้าจอเว็บไซต์รูปแบบโทรศัพท์ของหนึ่งในผลิตภัณฑ์จากทางธนาคาร 164

รูปที่ 4.96 ผลลัพธ์จากการทดสอบพบว่าผู้เข้าร่วมทดสอบรอบที่ 1 166

รูปที่ 4.97 แบบจำลองหน้าจอเว็บไซต์รูปแบบโทรศัพท์ของเมนูบริการ PAYROLL..... 167

รูปที่ 4.98 ผลลัพธ์จากการทดสอบพบว่าผู้เข้าร่วมทดสอบรอบที่ 2 169

รูปที่ 4.99 แบบจำลองหน้าจอเว็บไซต์รูปแบบเดสก์ท็อปของหนึ่งในผลิตภัณฑ์จากทางธนาคาร 170

รูปที่ 4.100 ผลลัพธ์จากการทดสอบพบว่าผู้เข้าร่วมทดสอบรอบที่ 3..... 171

รูปที่ 4.101 ผลของการทำแบบสอบถามสำหรับการทดสอบการใช้งานแบบจำลองหน้าจอเว็บไซต์
รูปแบบเดสก์ท็อปของหนึ่งในผลิตภัณฑ์จากทางธนาคาร 172

รูปที่ 4.102 การทดสอบ FINTIPS แบบปิดและเปิดข้อมูลภายในหัวข้อ 173

รูปที่ 4.103 ผลของการเข้าถึงภายในเว็บไซต์การทดสอบ FINTIPS แบบปิดและเปิดข้อมูลภายใน
หัวข้อระหว่างการทดสอบ A/B..... 174

รูปที่ 4.104 ผลของการทดสอบ A/B ของเว็บไซต์ระหว่าง FINTIPS แบบปิดและเปิดข้อมูลภายใน
หัวข้อ 174

รูปที่ 4.105 การทดสอบคำบรรยายแบบสั้นและคำบรรยายแบบยาว 175

รูปที่ 4.106 ผลของการเข้าถึงภายในเว็บไซต์ การทดสอบคำบรรยายแบบสั้นและคำบรรยายแบบยาว
ระหว่างการทดสอบ A/B..... 176

รูปที่ 4.107 ผลของจำนวนผู้ใช้ที่เลื่อนดูข้อมูลภายในเว็บไซต์ ของการทดสอบ คำบรรยายแบบสั้นและ
คำบรรยายแบบยาวระหว่างการทดสอบ A/B..... 177

รูปที่ 4.108 ผลของการทดสอบ A/B ของเว็บไซต์ ระหว่างคำบรรยายแบบสั้นและคำบรรยายแบบ
ยาวระหว่างการทดสอบ A/B..... 178

รูปที่ 4.109 ตัวอย่างการเปลี่ยนแปลงจากขั้นตอนการร่างถึงขั้นตอนการจำลองหน้าจอ 179

รูปที่ 4.110 ตัวอย่างแบบจำลองหน้าจอของแอปพลิเคชันและเว็บไซต์..... 179

รูปที่ 4.111 แบบจำลองหน้าจอเว็บไซต์รูปแบบเดสก์ท็อปของหนึ่งในผลิตภัณฑ์จากทางธนาคาร .. 180

รูปที่ 4.112 แบบจำลองหน้าจอเว็บไซต์รูปแบบโทรศัพท์ของหนึ่งในผลิตภัณฑ์จากทางธนาคาร 180

รูปที่ 4.113 แบบจำลองหน้าจอเว็บไซต์รูปแบบโทรศัพท์ของเมนูบริการ PAYROLL..... 181

รูปที่ 4.114 ผลลัพธ์หน้าเมนูบริการของ PAYROLL และหน้าหนึ่งในผลิตภัณฑ์ของธนาคาร 182

รูปที่ 4.115 ตัวอย่างโค้ดของส่วนแถบด้านบน (NAVIGATION BAR)..... 183

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รูปที่ 4.116 ตัวอย่างโค้ดของส่วนของแบนเนอร์ (BANNER)..... 184

รูปที่ 4.117 ตัวอย่างโค้ดของส่วนของการ์ดที่มีแท็กและไม่มีแท็ก (TAG) 185

รูปที่ 4.118 ตัวอย่างโค้ดของส่วนการคำนวณ 186

รูปที่ 4.119 ตัวอย่างโค้ดของส่วนรายละเอียดผลิตภัณฑ์ 187

รูปที่ 4.120 ตัวอย่างโค้ดของส่วนความเห็นลูกค้าและผลิตภัณฑ์อื่น ๆ..... 188

รูปที่ 4.121 ตัวอย่างโค้ดของส่วนแถบส่วนล่าง (FOOTER) 189



คำย่อ/สัญลักษณ์

คำย่อ/สัญลักษณ์	คำอธิบาย
UX	ประสบการณ์ผู้ใช้ (User Experience)
UI	ส่วนต่อประสานกับผู้ใช้ (User Interface)
UX Design	การออกแบบตามหลักประสบการณ์ผู้ใช้ (User Experience Design)
UI Design	การออกแบบตามหลักส่วนต่อประสานผู้ใช้ (User Interface Design)
ProdCat	ประเภทของผลิตภัณฑ์ (Product Category)



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันธนาคารต่างๆ ในประเทศไทยมีแอปพลิเคชันและเว็บไซต์ ทั้งในรูปแบบบนโทรศัพท์ (Mobile) และเดสก์ท็อป (Desktop) เพื่อใช้เป็นช่องทางสร้างปฏิสัมพันธ์และอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้า ซึ่งเห็นได้ชัดอย่างยิ่งว่าเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทอย่างมากในการทำธุรกรรมทางการเงินของผู้คนในยุคสมัยนี้เนื่องจากสามารถสร้างความสะดวกสบายได้มากกว่าการทำธุรกรรมที่สาขาที่ต้องเสียทั้งเวลาและค่าใช้จ่ายในการเดินทาง โดยฟังก์ชันการทำงานพื้นฐานที่แอปพลิเคชันธนาคารสามารถทำได้คือ การฝากเงิน การโอนเงิน การจ่ายบิล การถอนเงิน และการสแกนคิวอาร์โค้ด รวมไปถึงในด้านของเว็บไซต์ก็จะมีฟังก์ชันดังกล่าวเช่นกัน แต่เป็นในรูปแบบของธนาคารอิเล็กทรอนิกส์ (Internet Banking) ซึ่งนอกเหนือจากฟังก์ชันที่กล่าวไปข้างต้นนั้น ยังมีส่วนที่ใช้สำหรับให้บริการลูกค้า (Sale gallery) ซึ่งเปรียบเสมือนส่วนที่ใช้จัดแสดงสินค้าและรวบรวมผลิตภัณฑ์ทั้งหมดของธนาคารและบริษัทผู้ค้าไว้ เพื่อให้ลูกค้าสามารถค้นหาผลิตภัณฑ์ที่สนใจได้ด้วยตนเอง โดยธนาคารมีความมุ่งหวังว่าส่วนที่ใช้สำหรับให้บริการลูกค้า (Sale gallery) ส่วนนี้จะสามารถช่วยให้ลูกค้าค้นพบผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและเหมาะสมมากที่สุด

เนื่องด้วยปัจจุบันเมนูบริการ (Sale gallery) ของแอปพลิเคชันและเว็บไซต์ธนาคาร มียอดการเข้าถึงของผู้ใช้งาน (Engagement Rate) ที่ค่อนข้างต่ำ รวมถึงเนื้อหาภายในแอปพลิเคชันและเว็บไซต์ไม่สอดคล้องกันทำให้เกิดปัญหาการเข้าใช้งาน อาทิเช่น รูปแบบการนำเสนอข้อมูลผลิตภัณฑ์ไม่เอื้อต่อการรับรู้ของลูกค้าหรือต้องใช้เวลาในการค้นหาผลิตภัณฑ์ที่ต้องการ จากสาเหตุดังกล่าวนี้จึงทำให้ไม่สามารถเพิ่มอัตราการเข้าถึงและการสมัครผลิตภัณฑ์ต่างๆ ของลูกค้าบนแอปพลิเคชันและเว็บไซต์ได้ ซึ่งส่งผลกระทบต่อการสร้างผลประกอบการขององค์กรได้ทั้งสิ้น

ดังนั้นผู้จัดทำจึงทำการวิจัยและศึกษาพฤติกรรมของลูกค้าโดยใช้กระบวนการออกแบบจากกระบวนการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking Process) และประสบการณ์ผู้ใช้ (User Experience Design) เพื่อค้นหาปัญหาและทำความเข้าใจพฤติกรรมของผู้ใช้งาน รวมทั้งนำมาช่วยสำหรับการออกแบบส่วนต่อประสานผู้ใช้ (User Interface) ของแอปพลิเคชัน เพื่อนำไปสู่การออกแบบฟังก์ชันการใช้งานที่สามารถมอบประสบการณ์การใช้งานที่ดีให้กับลูกค้า และทางผู้จัดทำมีความคาดหวังอย่างยิ่งว่าการปรับปรุงการออกแบบหน้าจอนี้จะสามารถเพิ่มยอดการเข้าถึงของผู้ใช้งาน (Engagement Rate) และสามารถทำให้องค์กรมีผลประกอบการในส่วนนี้เพิ่มสูงขึ้นได้ เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.2 วัตถุประสงค์ของสหกิจศึกษา

- 1) ศึกษาพฤติกรรมกรรมการทำธุรกรรมต่างๆของผู้ใช้งานแอปพลิเคชันและเว็บไซต์ธนาคาร โดยยึดตามกระบวนการประสบการณ์ผู้ใช้ (User Experience Design) เพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีให้แก่ลูกค้า
- 2) ปรับปรุงการออกแบบหน้าจอในส่วนของเมนูบริการ (Sale gallery) เพื่อเพิ่มยอดการเข้าถึงของผู้ใช้งาน (Engagement Rate)

1.3 ขอบเขตของสหกิจศึกษา

- 1) ทำการวิจัยเพื่อศึกษาเกี่ยวกับประสบการณ์ผู้ใช้งาน ตามกระบวนการออกแบบจากกระบวนการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking Process) และ ประสบการณ์ผู้ใช้ (User Experience Design) เพื่อออกแบบหน้าจอภายในเมนูบริการ (Sale gallery) ทั้งบนแอปพลิเคชันและเว็บไซต์ของธนาคาร
- 2) พัฒนาโดยเขียนโปรแกรมในส่วนหน้าบ้าน (Front-End) คือ ส่วนของหน้าเว็บไซต์บัญชีเงินเดือน และ ส่วนของหน้าเว็บไซต์ผลิตภัณฑ์สินเชื่อบ้านรีไฟแนนซ์

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1) แอปพลิเคชันและเว็บไซต์สามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้ใช้งานและประสบการณ์ที่ดีให้แก่ผู้ใช้งาน รวมถึงการที่ผู้ใช้งานสามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นเบื้องต้นด้วยตนเองโดยไม่ต้องไปยังที่ธนาคารสาขา ซึ่งจะสามารถลดระยะเวลาของผู้ใช้งานได้
- 2) ส่วนของเมนูบริการ (Sale gallery) มียอดการเข้าถึงของผู้ใช้งาน (Engagement Rate) ที่เพิ่ม ทำให้องค์กรได้รับผลประกอบการจากส่วนนี้มากยิ่งขึ้นได้

บทที่ 2

ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สำหรับการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาทฤษฎีรวมถึงนำความรู้และข้อมูลที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับงานวิจัยในหลากหลายหัวข้อ โดยจะมีการนำเสนอรายละเอียดที่เกี่ยวข้องตามลำดับหัวข้อ ดังต่อไปนี้

1. ประสบการณ์ผู้ใช้ (User Experience)
2. ส่วนต่อประสานกับผู้ใช้ (User Interface)
3. การออกแบบตามหลักประสบการณ์ผู้ใช้ (User Experience Design)
4. การออกแบบตามหลักส่วนต่อประสานผู้ใช้ (User Interface Design)
5. แบบร่างหน้าจอ (Wireframe)
6. แบบจำลองสมจริง (Mockup)
7. แบบจำลองต้นแบบ (Prototype)
8. ระดับของการออกแบบผลิตภัณฑ์ดิจิทัล (Digital Product Design)
9. กระบวนการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking Process)
10. การวิจัยผู้ใช้ (User Research)
11. การสัมภาษณ์ผู้ใช้ (User Interview)
12. แบบสอบถามออนไลน์ (Online Survey)
13. การศึกษาคู่แข่ง (Competitive Analysis)
14. แผนภาพ PERSONA
15. แผนภาพ USER JOURNEY MAP
16. แผนภาพ SITE MAP
17. การทดสอบการใช้งาน (Usability Testing)
18. การทดสอบ A/B (A/B testing)
19. ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับเครื่องมือที่ใช้ในการพัฒนา
20. ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับเครื่องมือที่ใช้ในการพัฒนา (Tools)
21. ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับภาษาโปรแกรมในการพัฒนา (Programming Language)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.1 ประสบการณ์ผู้ใช้ (User Experience)

ประสบการณ์ผู้ใช้ (User Experience) คือประสบการณ์ของผู้ใช้งานในด้านความรู้สึกที่ตอบสนองต่อการใช้งานจนเกิดเป็นความพึงพอใจสูงสุด หรือเกิดประสบการณ์ที่ดีและครอบคลุมการเดินทางของผู้ใช้ทั้งก่อนใช้งาน ขณะใช้งาน และภายหลังการใช้งาน ซึ่งการออกแบบที่มอบประสบการณ์ที่ยอดเยี่ยมให้กับผู้ใช้นั้นไม่เพียงแค่มุ่งเน้นที่การสร้างผลิตภัณฑ์ที่ใช้งานได้เท่านั้น ยังมุ่งเน้นในด้านอื่นๆ ของประสบการณ์ผู้ใช้ เช่น ความเพลิดเพลิน ประสิทธิภาพ และความสนุกสนาน โดยประสบการณ์เหล่านี้มีผลมาจากคุณภาพ และประสิทธิภาพของระบบ (Usability) ดังนั้นจึงไม่มีคำจำกัดความเพียงหนึ่งเดียวของประสบการณ์การใช้งานที่ดีของผู้ใช้

2.2 ส่วนต่อประสานกับผู้ใช้ (User Interface)

ส่วนต่อประสานกับผู้ใช้ (User Interface) คือ ส่วนที่ให้ผู้ใช้งานสามารถโต้ตอบกับการใช้งานผลิตภัณฑ์ได้ ซึ่งจะมุ่งเน้นไปที่เรื่องของหน้าตา การออกแบบ และการดีไซน์ ยกตัวอย่างเช่น หน้าจอ แพลตฟอร์ม เมนู รูปแบบต่าง ๆ การวางภาพ ขนาดตัวอักษร ปุ่ม แป้นพิมพ์ เสียง เป็นต้น

2.3 การออกแบบตามหลักประสบการณ์ผู้ใช้ (User Experience Design)

กระบวนการพัฒนาตามหลักประสบการณ์ผู้ใช้ (User Experience Design) คือ กระบวนการออกแบบที่มุ่งเน้นไปที่การสร้างผลิตภัณฑ์ที่ให้ประสบการณ์ที่ดีกับผู้ใช้ ซึ่งครอบคลุมทุกแง่มุมของการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้กับผลิตภัณฑ์หรือบริการ ตั้งแต่การรับรู้แรกเห็นจนถึงการใช้งานจริงและรวมถึงการให้บริการหลังการขาย รวมถึงการวิเคราะห์ความต้องการของผู้ใช้, การออกแบบการทดสอบ, การวิจัย และการประเมินผลิตภัณฑ์ โดยต้องคำนึงถึงระหว่างส่วนต่อประสานกับผู้ใช้ (User Interface) และประสบการณ์โดยรวม (UX) ให้ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้และสอดคล้องกับเป้าหมายทางธุรกิจ ซึ่งมีภาพรวมของกระบวนการพัฒนาดังต่อไปนี้

- การวิจัย (Research) การศึกษาผู้ใช้และตลาดเป้าหมาย เพื่อเข้าใจความต้องการและความคาดหวังของผู้ใช้บริการธนาคาร รวมทั้งการวิเคราะห์คู่แข่งและแนวโน้มในอุตสาหกรรม
- ตัวแทนผู้ใช้ระบบและสถานการณ์จำลอง (User Personas & Scenarios) สร้างแผนภาพตัวแทนกลุ่มผู้ใช้ระบบหลักและสถานการณ์จำลองเพื่อทำความเข้าใจผู้ใช้และสถานการณ์ที่พวกเขาอาจใช้แอปหรือเว็บไซต์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

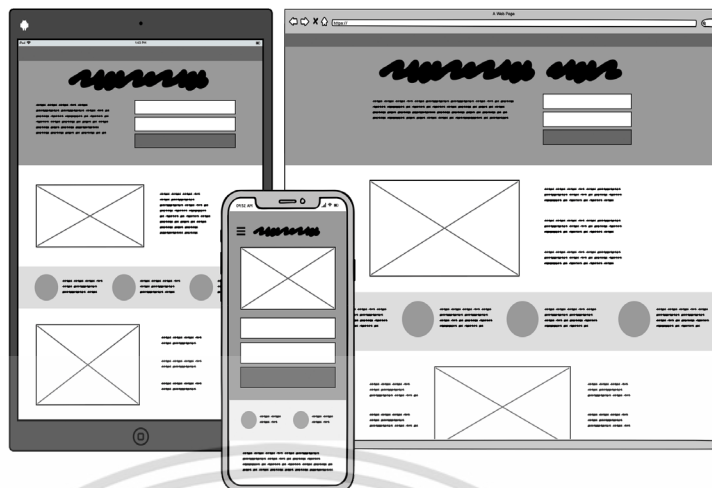
- สถาปัตยกรรมข้อมูล (Information Architecture) ออกแบบโครงสร้างและการจัดการข้อมูลในแอปหรือเว็บไซต์เพื่อให้ผู้ใช้สามารถนำทางและค้นหาข้อมูลได้อย่างง่ายดาย
- การสร้างกรอบหน้าจอและต้นแบบ (Wireframing & Prototyping) สร้างหน้าจอเบื้องต้นและสร้างต้นแบบเพื่อทดลองและทดสอบความคิดริเริ่มด้านการออกแบบ
- การออกแบบส่วนต่อประสานผู้ใช้ (User Interface Design) ออกแบบส่วนต่อประสานที่สวยงามและใช้งานได้จริง โดยคำนึงถึงสี, ฟอนต์ และองค์ประกอบทางภาพอื่นๆ
- การทดสอบความสามารถในการใช้งาน (Usability Testing) ทดสอบหน้าจอแอปและเว็บไซต์กับผู้ใช้จริงเพื่อรับข้อเสนอแนะและทำการปรับปรุงก่อนเปิดตัวอย่างเป็นทางการ
- การปรับปรุงเชิงวนซ้ำ (Iteration) การนำข้อเสนอแนะที่ได้มาปรับปรุงและปรับแต่งการออกแบบให้ดียิ่งขึ้นเพื่อให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ
- การเปิดตัว (Launch) การนำผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการปรับปรุงและทดสอบมาออกสู่ตลาด
- การประเมินผลและการวิเคราะห์ข้อมูล (Evaluation & Analytics) เพื่อค้นหาประสิทธิภาพและโอกาสในการพัฒนาต่อไป

2.4 การออกแบบตามหลักส่วนต่อประสานผู้ใช้ (User Interface Design)

การออกแบบตามหลักส่วนต่อประสานผู้ใช้ (User Interface Design) คือ กระบวนการออกแบบส่วนติดต่อระหว่างมนุษย์กับเทคโนโลยี โดยการสร้างผลิตภัณฑ์หรือแอปพลิเคชันที่มีการโต้ตอบเมื่อผู้ใช้มีการใช้งาน ในกระบวนการนี้นักออกแบบ UI จะใช้สี รูปแบบ ข้อความ และองค์ประกอบอื่น ๆ มุ่งเน้นที่ความสวยงามของผลิตภัณฑ์และการสร้างประสบการณ์ทางภาพที่ดึงดูดผู้ใช้ รวมถึงต้องคำนึงถึงการจัดวางข้อมูลและการประยุกต์ใช้หลักการออกแบบเพื่อให้ผู้ใช้งานสามารถทำงานหรือโต้ตอบกับแอปพลิเคชันได้อย่างรวดเร็วและสะดวกสบาย

2.5 แบบร่างหน้าจอ (Wireframe)

แบบร่างหน้าจอ (Wireframe) คือ เครื่องมือพื้นฐานในการออกแบบส่วนต่อประสานผู้ใช้ (UI Design) และประสบการณ์ผู้ใช้ (UX Design) ที่ใช้เพื่อแสดงโครงสร้างพื้นฐานของหน้าจอหรือหน้าเว็บไซต์ ซึ่งเป็นขั้นตอนเริ่มต้นในกระบวนการออกแบบ UI/UX ที่สำคัญเพื่อดำเนินการพัฒนาขั้นสูงต่อไป

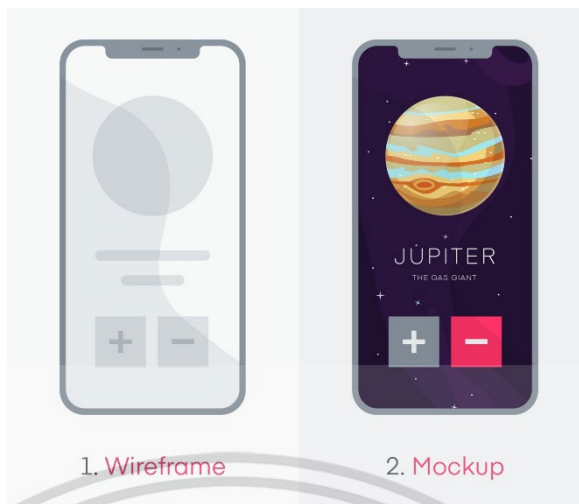


รูปที่ 2.1 ตัวอย่างแบบร่างของหน้าจอ (Wireframe)

จากรูปที่ 2.1 แสดงถึงแบบร่างหน้าจอของเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันบนอุปกรณ์ต่างๆ ที่มีรูปแบบที่เรียบง่าย มีการใช้สัญลักษณ์แทนข้อความและภาพ โดยมีจุดประสงค์เพื่อมุ่งเน้นไปที่โครงสร้างและเลย์เอาต์ของหน้าจอ ไม่มีการใช้สีหรือกราฟิกที่ซับซ้อน เพื่อที่จะแสดงถึงการจัดวางของส่วนประกอบหลัก เช่น ที่วางโลโก้, เมนูนำทาง, พื้นที่ของเนื้อหาหลัก, และปุ่มต่างๆ ที่สำคัญ

2.6 แบบจำลองสมจริง (Mockup)

แบบจำลองสมจริง (Mockup) คือ เครื่องมือพื้นฐานในการออกแบบส่วนต่อประสานผู้ใช้ (UI Design) และประสบการณ์ผู้ใช้ (UX Design) ที่มีรายละเอียดมากขึ้นเมื่อเทียบกับแบบร่างหน้าจอ (wireframe) ซึ่งรวมถึงการออกแบบทางศิลปะ, การใช้สี, การจัดวางตัวอักษร, รูปภาพ, และเนื้อหาจำลองที่มีจุดประสงค์เพื่อให้เห็นภาพลักษณ์ขั้นสุดท้ายของการออกแบบ แต่ในแบบจำลองนี้ยังไม่สามารถที่สามารถโต้ตอบได้จริง เป็นการแสดงผลลัพธ์ที่คาดว่าจะได้หลังจากการพัฒนาเสร็จสมบูรณ์ ทำให้เป็นเครื่องมือที่สำคัญในการสาธิตและรับผลตอบรับ (feedback) ก่อนการพัฒนาชิ้นงานจริง

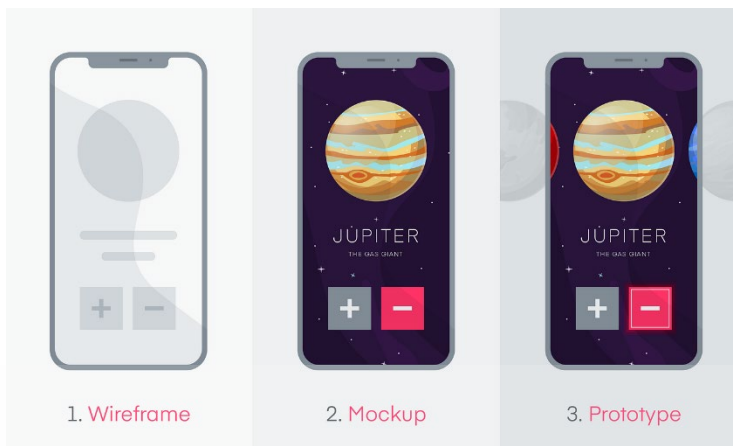


รูปที่ 2.2 ตัวอย่างแบบร่างหน้าจอ (Wireframe) และแบบจำลองสมจริง (Mockup)

จากรูปที่ 2.2 แสดงถึงความแตกต่างระหว่างแบบร่างหน้าจอ (Wireframe) ที่เน้นโครงสร้างและใช้สีเทาและสัญลักษณ์เพื่อแสดงพื้นที่ของเนื้อหาและฟังก์ชันต่างๆ และแบบจำลองสมจริง (Mockup) ซึ่งมีความสมจริงมากขึ้นและใช้ภาพของดาวพฤหัสบดีและข้อความประกอบ แสดงให้เห็นถึงองค์ประกอบทางภาพและการจัดวางที่มีความสมบูรณ์มากขึ้น

2.7 แบบจำลองต้นแบบ (Prototype)

แบบจำลองต้นแบบ (Prototype) คือ เวอร์ชันการออกแบบที่สามารถโต้ตอบได้ มีรายละเอียดใกล้เคียงกับผลิตภัณฑ์สุดท้ายทั้งในด้านการออกแบบและการใช้งาน ซึ่งใช้สำหรับทดสอบการทำงานและประสบการณ์ของผู้ใช้ก่อนการผลิตจริง ช่วยให้เห็นปัญหาในระยะแรกและช่วยประหยัดเวลารวมถึงทรัพยากรในระยะยาว โดยการหลีกเลี่ยงความจำเป็นในการแก้ไขที่ซับซ้อนหลังจากที่ผลิตภัณฑ์ได้ถูกพัฒนาเสร็จสิ้นแล้ว การสร้างแบบจำลองต้นแบบจึงเป็นขั้นตอนสำคัญที่ทำให้การพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นไปอย่างราบรื่นและมีประสิทธิภาพ

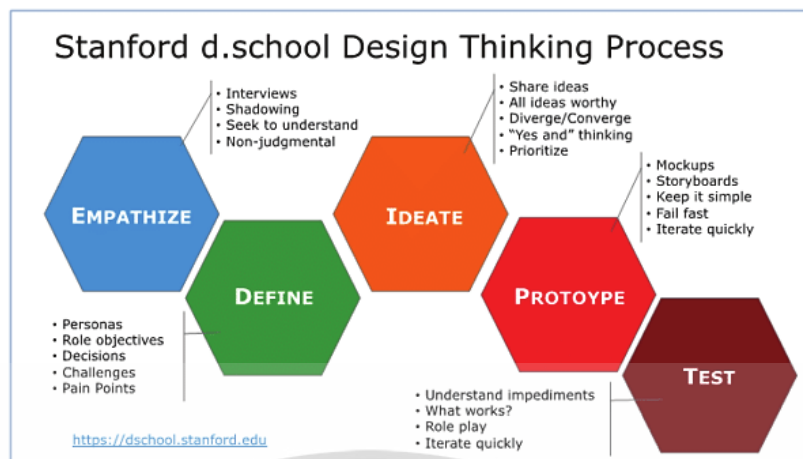


รูปที่ 2.3 ตัวอย่างการเปรียบเทียบระหว่างแบบร่างหน้าจอ (wireframe), แบบจำลองสมจริง (Mockup) และ แบบจำลองต้นแบบ (Prototype)

จากรูปที่ 2.3 แสดงถึงความแตกต่างสำคัญของแบบจำลองต้นแบบ (prototype) กับเวอร์ชันการออกแบบในระดับอื่นๆ คือการที่แบบจำลองต้นแบบสามารถโต้ตอบกับผู้ใช้ได้จริง ซึ่งผู้ใช้สามารถคลิกหรือแตะเพื่อเข้าสู่การทำงานต่างๆ ของแอปพลิเคชันได้ โดยหน้าจอจะมีการแสดงปฏิสัมพันธ์ที่เกิดขึ้น เช่น การเปลี่ยนหน้าจอหรือการแสดงผลลัพธ์ตามการกระทำ

2.8 กระบวนการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking Process)

กระบวนการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking Process) คือ กระบวนการทางความคิดในการพยายามทำความเข้าใจสมมติฐานต่างๆ และการกำหนดปัญหา และวิธีแก้ปัญหา เป็นการพัฒนาวิธีการคิดและการทำงานเป็นทีม เพื่อให้เกิดความสนใจอย่างลึกซึ้ง ในการพัฒนาความเข้าใจทีมที่กำลังทำงานอยู่ร่วมกัน ช่วยพัฒนาการสังเกต ความเห็นอกเห็นใจในการทำงานร่วมกัน



รูปที่ 2.4 กระบวนการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking Process)

จากรูปที่ 2.1 แสดงถึงขั้นตอนที่ใช้ในการแก้ไขปัญหาและพัฒนานวัตกรรมที่มุ่งเน้นไปยังผู้ใช้ โดยประกอบไปด้วย 5 ขั้นตอนหลักดังต่อไปนี้

1) สร้างความเข้าใจ (Empathize) เป็นสร้างความเข้าใจลึกซึ้งในปัญหาของผู้ใช้ ผ่านการสัมภาษณ์, การสังเกตการณ์โดยไม่รบกวน (shadowing), และการสังเกตการณ์โดยไม่ตัดสิน เพื่อนำไปสู่การสร้างแผนภาพตัวแทนผู้ใช้งาน (personas) ที่สะท้อนถึงความต้องการของผู้ใช้

2) กำหนดปัญหาให้ชัดเจน (Define) เป็นการทำความเข้าใจความต้องการ ปัญหา และวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึก เพื่อคัดกรองหาปัญหาที่แท้จริง กำหนดหรือบ่งชี้ปัญหาเพื่อที่จะเป็นแนวทางในการปฏิบัติและมีทิศทางในการแก้ไขปัญหาอย่างชัดเจน

3) ระดมความคิด (Ideate) เป็นการนำเสนอแนวคิดต่างๆร่วมกันถึงวิธีการแก้ไขปัญหาอย่างไม่มีกรอบจำกัด โดยการระดมความคิดควรมีเสนอมุมมองและแนวทางที่หลากหลายให้ได้มากที่สุด เพื่อให้มีฐานข้อมูลในการนำไปวิเคราะห์และสรุปผลเพื่อนำไปแก้ไขปัญหา ซึ่งไม่จำเป็นต้องเป็นแนวทางใดแนวทางหนึ่งเท่านั้น

4) การสร้างต้นแบบ (Prototype) สร้างต้นแบบสำหรับการทดสอบ การลงมือปฏิบัติเพื่อทดลองออกแบบตามแนวทางการแก้ไขปัญหาที่ได้กำหนดไว้และนำไปทดสอบถัดไป เพื่อหาข้อบกพร่องได้และการทำซ้ำเพื่อแก้ไขอย่างรวดเร็ว

5) การทดสอบ (Test) คือ การทดสอบเพื่อทำความเข้าใจปัญหาและอุปสรรคระหว่างการใช้งาน โดยจะมีการย้อนกลับไปทำในขั้นตอนอื่นซ้ำเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของนวัตกรรม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.9 การศึกษาคู่แข่ง (Competitive Analysis)

การศึกษาคู่แข่ง (Competitive Analysis) คือ กระบวนการวิเคราะห์คู่แข่ง ทั้งคู่แข่งทางตรงและทางอ้อม โดยวิเคราะห์ในมิติที่สนใจและมีประโยชน์ เพื่อช่วยให้เข้าใจภาพรวม รู้จุดอ่อนจุดแข็ง สามารถมองหาโอกาสและวางกลยุทธ์เพื่อให้ได้เปรียบในการแข่งขันทำให้เกิดประโยชน์สูงสุด โดยสิ่งสำคัญคือ เลือกคู่แข่งที่เหมาะสม รู้แง่มุมหรือมิติในการวิเคราะห์คู่แข่ง รวมถึงรู้แหล่งวิธีค้นหาข้อมูล เพื่อนำข้อมูลมาปรับใช้และพัฒนาธุรกิจ

2.10 การวิจัยผู้ใช้ (User Research)

การวิจัยผู้ใช้ (User Research) คือ การค้นคว้ารวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับผู้ใช้ ด้านความต้องการหรือปัญหาต่างๆ เพื่อที่จะทำความเข้าใจผู้ใช้ในบริบทต่างๆ รวมถึงข้อมูลเชิงลึก (Insight) ที่เกี่ยวข้องกับผู้ใช้ซึ่งสามารถรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ใช้ด้วยวิธีการต่างๆ เช่น แบบสอบถามออนไลน์ (Online Survey), การสัมภาษณ์ผู้ใช้ (User Interview) และการทดสอบการใช้งาน (Usability Testing)

2.11 แบบสอบถามออนไลน์ (Online Survey)

แบบสอบถามออนไลน์ (Online Survey) คือ เครื่องมือที่ใช้สำรวจข้อมูลหรือเก็บข้อมูลความคิดเห็นจากกลุ่มคนจำนวนมากผ่านทางอินเทอร์เน็ต โดยที่สามารถมีคำถามได้หลากหลายรูปแบบ เช่น คำถามเลือกตอบ, คำถามเปิด และการให้คะแนน ซึ่งสามารถกระจายแบบสอบถามไปยังผู้ตอบผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ เช่น อีเมล, เว็บไซต์, หรือโซเชียลมีเดีย ทำให้มีความสะดวกในการสร้าง, การจัดการ, การเข้าถึงผู้ตอบที่กว้างขวาง, ค่าใช้จ่ายต่ำ และการวิเคราะห์ผลที่รวดเร็วและแม่นยำ เนื่องจากมีเครื่องมือในการวิเคราะห์ข้อมูลที่ทันสมัย

2.12 การสัมภาษณ์ผู้ใช้ (User Interview)

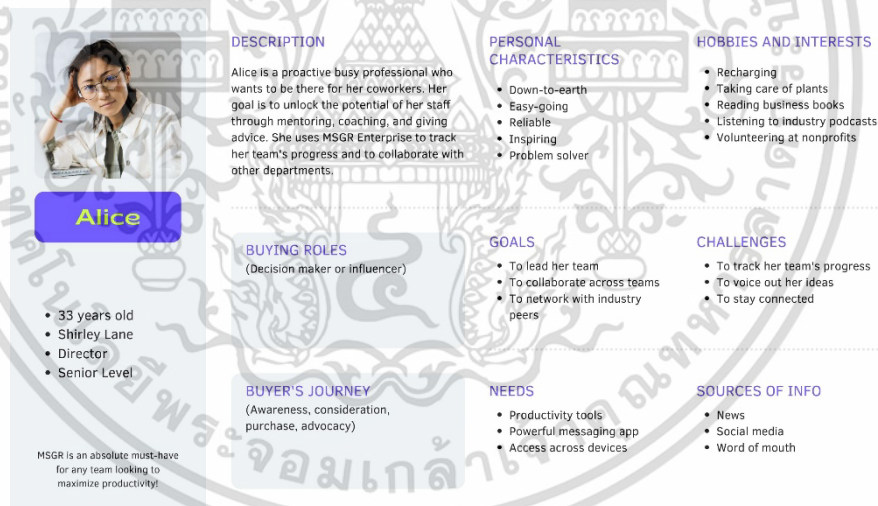
การสัมภาษณ์ผู้ใช้ (User Interview) คือ วิธีการเก็บข้อมูลจากผู้ใช้หรือกลุ่มเป้าหมายอย่างหนึ่ง โดยการพูดคุยหรือสัมภาษณ์เพื่อเก็บข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับประสบการณ์ต่างๆ รวมทั้งด้านของการใช้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

งานผลิตภัณฑ์ ของผู้ใช้ ไม่ว่าจะ เป็นรายละเอียดเกี่ยวกับความรู้สึก เช่น ความต้องการ, ปัญหาที่ต้องได้รับการแก้ไข, แรงจูงใจ, เป้าหมายในชีวิต และกิจวัตรประจำวันต่างๆ

2.13 แผนภาพตัวแทนผู้ใช้ระบบ (Persona)

แผนภาพตัวแทนผู้ใช้ระบบ (Persona) คือ เครื่องมือทางการตลาดและการออกแบบประสบการณ์ผู้ใช้ (User Experience) ที่ประกอบด้วยการสร้างตัวละครสมมติเพื่อเป็นตัวแทนระบบจากกลุ่มลูกค้าหรือผู้ใช้จริง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความเข้าใจที่ลึกซึ้งและแท้จริงเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์, พฤติกรรม, ความต้องการ และแรงจูงใจของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งการใช้แผนภาพตัวแทนผู้ใช้ระบบ (Persona) ในกระบวนการออกแบบช่วยให้ทีมงานสามารถตั้งเป้าหมายและพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างแม่นยำ และเป็นการแสดงถึงความใส่ใจในประสบการณ์ของลูกค้า เพื่อนำไปสู่การออกแบบและกลยุทธ์ทางการตลาดที่มีประสิทธิภาพ



รูปที่ 2.5 ตัวอย่างแผนภาพตัวแทนผู้ใช้ระบบ (Persona)

จากรูปที่ 2.4 แสดงให้เห็นองค์ประกอบที่มักพบในแผนภาพตัวแทนผู้ใช้ระบบ (Persona) ที่มักพบบ่อยดังต่อไปนี้

- รูปภาพหรืออวตาร ใช้ภาพประกอบเพื่อแสดงให้เห็นถึงลักษณะของผู้ใช้
- ข้อมูลประวัติพื้นฐาน เช่น ชื่อ, อายุ, เพศ, สถานที่อยู่, อาชีพ, ระดับการศึกษา

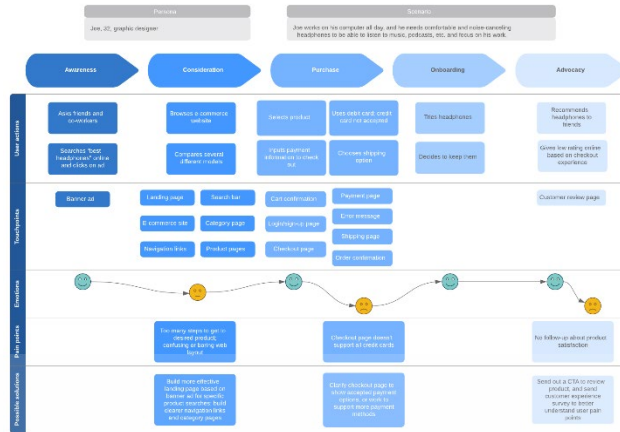
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- พฤติกรรมและกิจวัตรประจำวัน: งานอดิเรก, นิสัย, การใช้เวลาประจำวัน
- เป้าหมายและความต้องการ เป้าหมายส่วนบุคคลหรือทางธุรกิจที่ Persona มุ่งหวังจะบรรลุ ผ่านการใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการ
- ความท้าทายและปัญหา จุดที่พบความยากลำบากหรือปัญหาที่พวกเขาต้องการแก้ไข
- คำพูดและคำคม ที่สะท้อนความคิดเห็นหรือทัศนคติเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบริการ
- รายละเอียดเชิงจิตวิทยาและสังคมวิทยา เช่น ค่านิยม, แรงจูงใจ และความเชื่อ ที่อาจมีผล ต่อการตัดสินใจและการใช้งานผลิตภัณฑ์
- ความสัมพันธ์กับเทคโนโลยี ระดับความชำนาญหรือความคุ้นเคยกับเทคโนโลยีและ ผลิตภัณฑ์ดิจิทัล

การใช้แผนภาพตัวแทนผู้ใช้ระบบ (Persona) จะสามารถช่วยให้ทีมพัฒนาสามารถเข้าใจลูกค้าและ ผู้ใช้งานได้ดียิ่งขึ้น และช่วยให้สามารถออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์ความต้องการของพวกเขาได้ อย่างแม่นยำ

2.14 แผนภาพเส้นทางผู้ใช้ (User Journey Map)

แผนภาพเส้นทางผู้ใช้ (User journey map) คือ เครื่องมือที่ใช้ในการวางแผนและออกแบบ ประสบการณ์ผู้ใช้ (User Experience) โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาและวิเคราะห์เส้นทางการใช้งาน หรือประสบการณ์ของผู้ใช้ตลอดจากจุดเริ่มต้นจนถึงจุดสิ้นสุดในการใช้งานผลิตภัณฑ์หรือบริการ แผนภาพนี้มีความสำคัญในการช่วยให้ทีมงานเข้าใจถึงความต้องการ, ปัญหา, และประสบการณ์ของผู้ใช้ในแต่ละขั้นตอนของการใช้งาน เพื่อช่วยให้ทีมงานสามารถมองเห็นภาพรวมของประสบการณ์ผู้ใช้ และเข้าใจถึงจุดแข็ง, จุดอ่อน, และจุดที่ต้องปรับปรุง ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญในการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือ บริการให้ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ



รูปที่ 2.6 ตัวอย่างแผนภาพเส้นทางผู้ใช้ (User journey map)

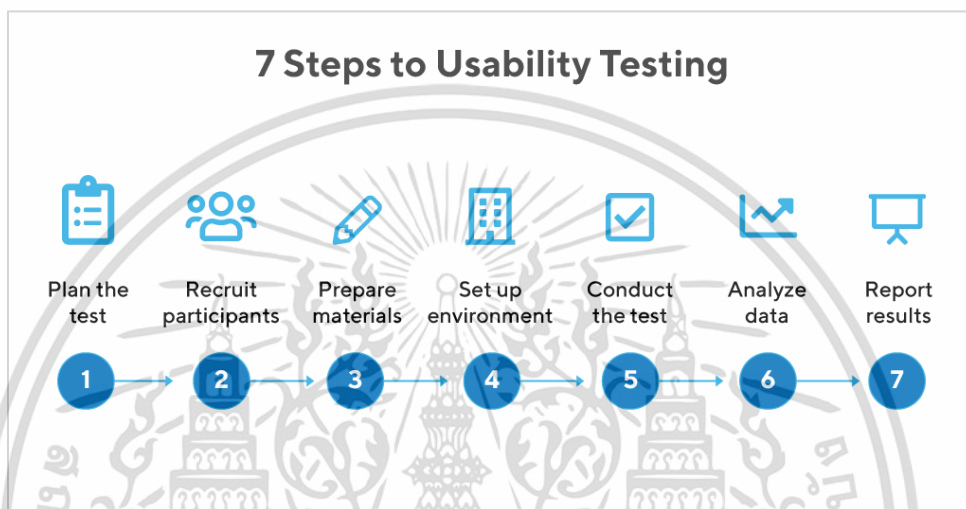
จากรูปที่ 2.6 แสดงถึงองค์ประกอบหลักของแผนภาพเส้นทางผู้ใช้ (User journey map) ดังต่อไปนี้

- คำอธิบายหรือโปรไฟล์ของตัวแทนผู้ใช้ที่เกี่ยวข้อง
- เหตุการณ์หรือจุดเริ่มต้น จุดเริ่มต้นของการเดินทางหรือประสบการณ์ของผู้ใช้
- จุดสัมผัส (Touchpoints) ช่วงเวลาหรือจุดที่ผู้ใช้ได้พบกับผลิตภัณฑ์หรือบริการ
- ช่องทาง วิธีการหรือช่องทางที่ผู้ใช้ใช้งาน
- ความคิดและอารมณ์ สิ่งที่ผู้ใช้คิดหรือรู้สึกในแต่ละจุดสัมผัส
- ปัญหาและโอกาส เพื่อวิเคราะห์จุดที่ผู้ใช้อาจพบปัญหาหรือมีโอกาสในการปรับปรุงประสบการณ์
- การกระทำ การดำเนินการหรือพฤติกรรมของผู้ใช้ที่เกิดขึ้นจริงในแต่ละจุดสัมผัส
- เป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ ที่ผู้ใช้ต้องการบรรลุหรือแก้ไขในแต่ละขั้นตอนของการเดินทาง
- การวิเคราะห์และข้อเสนอแนะ การให้ข้อมูลเชิงลึกและการแนะนำแนวทางการปรับปรุงตามข้อมูลที่เกี่ยวข้อง

2.15 การทดสอบการใช้งาน (Usability Testing)

การทดสอบการใช้งาน (Usability Testing) คือ กระบวนการทดสอบและประเมินระบบที่ออกแบบ โดยมีเป้าหมายในการวัดและประเมินความสามารถในการใช้งาน โดยที่การทดสอบนี้มุ่งเน้นไปที่การประเมินความสะดวกสบาย, ความเข้าใจง่าย, และประสิทธิภาพในการใช้งาน การทดสอบการเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ใช้งานจึงเป็นส่วนสำคัญในกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการ เนื่องจากช่วยให้ผู้พัฒนาได้รับข้อมูลที่สำคัญเกี่ยวกับประสบการณ์ของผู้ใช้ ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญในการปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการให้ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ กระบวนการทดสอบการใช้งานมักประกอบไปด้วยบทบาทสำคัญในการทดสอบ (Usability Tester Role) เช่น ผู้เข้าร่วมทดสอบ (Test Participant), ผู้ที่นำการทดสอบ (Moderator), ผู้จดบันทึก (Note Taker), ผู้สังเกตการณ์ (Observer)



รูปที่ 2.7 ขั้นตอนการทดสอบการใช้งาน (Usability Testing)

จากรูปที่ 2.8 แสดงถึงกระบวนการทำการทดสอบการใช้งานระบบ (Usability Testing) โดยประกอบไปด้วย 7 ขั้นตอนดังต่อไปนี้

- 1) การวางแผนการทดสอบ จัดทำเอกสารที่อธิบายเป้าหมายการทดสอบ, วิธีการทดสอบ, วิธีเลือกผู้เข้าร่วมทดสอบ, ขั้นตอนการทำงาน, ประเภทของข้อมูลที่ต้องการเก็บ เป็นต้น
- 2) การรับสมัครผู้เข้าร่วมทดสอบ ขั้นตอนนี้รวมถึงการตัดสินใจหาผู้เข้าร่วมทดสอบที่เหมาะสม โดยต้องมีการพัฒนาแบบสอบถามการรับสมัครอย่างละเอียด และการกำหนดแผนการดำเนินการเพื่อเริ่มการค้นหาและประเมินผู้เข้าร่วมทดสอบ
- 3) การเตรียมอุปกรณ์สำหรับการทดสอบ รวมไปถึงการออกแบบสภาพแวดล้อมการทดสอบ
- 4) การจัดสภาพแวดล้อมการทดสอบ ตัวอย่างเช่น การทดสอบในห้องปฏิบัติการ และการทดสอบจากระยะไกล โดยเลือกประเภทที่ความเหมาะสมสำหรับเป้าหมายและความต้องการ
- 5) การดำเนินการทดสอบ ทดสอบความสามารถในการใช้งานกับผู้เข้าร่วมทดสอบของคุณ โดยการก่อนทดสอบจริงผู้พัฒนาสามารถทำการทดสอบแบบแห้งกับภายในทีมก่อน เพื่อค้นหาวิธี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

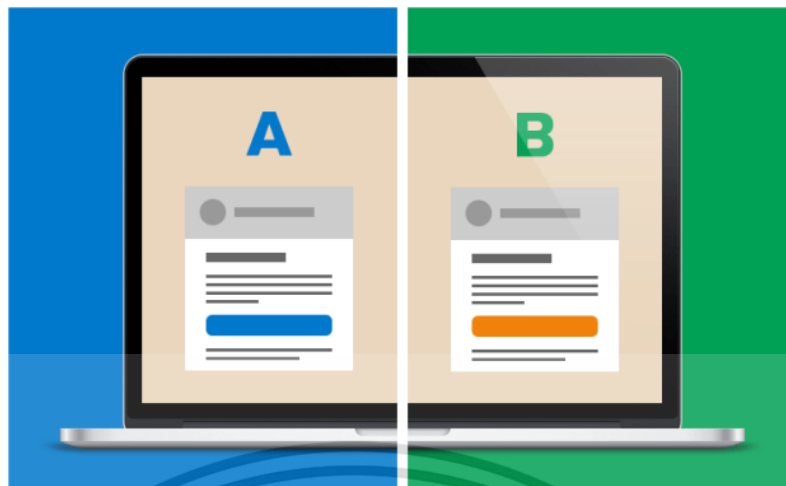
ที่ตีล่งหน้าในการเก็บรวบรวมและบันทึกข้อมูล และยังเพิ่มโอกาสในการค้นพบปัญหาอื่นๆ กับผลิตภัณฑ์ก่อนที่ผู้เข้าร่วมทดสอบจะทำ

- 6) การวิเคราะห์ข้อมูล ศึกษาข้อมูลทั้งหมดที่เก็บรวบรวมจากการทดสอบการใช้งาน เพื่อให้ได้ข้อมูลสำคัญและข้อมูลที่สามารถนำไปทำการปรับปรุงความสามารถในการใช้งานของผลิตภัณฑ์
- 7) การรายงานผลลัพธ์ นำเสนอผลการทดสอบกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องในทีม เพื่อรับการสนับสนุนในการดำเนินการหรือการปรับปรุง

ความสำคัญของการทดสอบความสามารถในการใช้งาน (Usability Testing) อยู่ที่ความสามารถในการประเมินและปรับปรุงวิธีที่ผู้ใช้งานจริงโต้ตอบกับผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้ยังช่วยสร้างความมั่นใจในผลิตภัณฑ์สุดท้ายว่าจะเป็นที่น่าพึงพอใจ ใช้งานง่าย และมีประสิทธิภาพสำหรับผู้ใช้งาน

2.16 การทดสอบ A/B (A/B testing)

การทดสอบ A/B (A/B testing) คือ กระบวนการทดสอบทางการตลาดและการวิเคราะห์หน้าเว็บไซต์ โดยการเปรียบเทียบการออกแบบแต่ละเวอร์ชันที่มีความแตกต่างกันเล็กน้อย เพื่อทดสอบหาเวอร์ชันที่มีประสิทธิภาพดีกว่าในการบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ ซึ่งมีความสำคัญในการตัดสินใจทางการตลาดและการพัฒนาเว็บไซต์ เพราะช่วยให้ผู้พัฒนาและนักการตลาดสามารถทดลองและเปรียบเทียบผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงที่เล็กน้อยต่อประสิทธิภาพของระบบหรือการสื่อสารทางการตลาด ซึ่งนำไปสู่การตัดสินใจที่มีข้อมูลเชิงลึกและการปรับปรุง



รูปที่ 2.8 ตัวอย่างการทดสอบ A/B (A/B Testing)

จากรูปที่ 2.9 แสดงให้เห็นภาพตัวอย่างที่ใช้ในการทดสอบ A/B (A/B Testing) ที่มีเพียง 2 เวอร์ชันที่มีความแตกต่างกันเล็กน้อย แต่ในทางปฏิบัติจริงไม่จำเป็นต้องจำกัดอยู่เพียงแค่สองตัวเลือกคือ A และ B เท่านั้น อาจมีการทดลองหลายตัวเลือก ตัวอย่างเช่น 3 หรือ 4 ตัวเลือก ขึ้นอยู่กับการกำหนดสมมติฐานและการออกแบบการทดสอบ โดยในภาษาเฉพาะทางของผู้ที่ดำเนินการทดสอบ ตัวเลือกแรก (A) จะถูกเรียกว่า "Control" ในขณะที่ตัวเลือกที่สอง (B) จะถูกเรียกว่า "Variation" หากมีตัวเลือกมากกว่าสองตัว เราจะใช้คำว่า Variation2 สำหรับตัวเลือกถัดไป การทดสอบที่มีตัวเลือกมากกว่าสองตัวเราจะเรียกว่า A/B/n testing ซึ่งอาจรวมถึงการทดสอบแบบ A/B/C/D ได้ อย่างไรก็ตาม การทดสอบหลายตัวเลือกจำเป็นต้องมั่นใจว่ามีการเข้าชมเว็บไซต์ที่เพียงพอสำหรับการทดสอบ เพื่อให้สามารถได้ผลลัพธ์ที่น่าเชื่อถือและมีความถูกต้อง

2.17 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับเครื่องมือที่ใช้ในการพัฒนา (Tools)

ในการพัฒนาและออกแบบด้าน UX/UI จำเป็นต้องมีการนำเครื่องมือและเทคนิคต่างๆ เพื่อนำมาใช้ในกระบวนการออกแบบ โดยในการพัฒนาผู้วิจัยได้มีการใช้โปรแกรมที่เป็นที่นิยม ดังต่อไปนี้

- 1) Google Form เป็นเครื่องมือที่ให้ผู้สร้างแบบสอบถามออนไลน์ได้อย่างสะดวกและง่ายดายผ่านบราวเซอร์บนเว็บ มีอินเตอร์เฟซใช้ลายเซ็นออนไลน์ รูปภาพ และรูปแบบต่างๆ สำหรับการสร้างแบบสอบถามที่ปรับแต่งได้ ช่วยในการรวบรวมข้อมูลจากผู้ตอบ และแสดงผลอย่างรวดเร็วผ่านรายงานและกราฟต่างๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- 2) Figma เป็นซอฟต์แวร์ออกแบบ UX/UI บนเว็บที่ทำให้ง่ายต่อการสร้างและแบ่งปันการออกแบบ มีคุณสมบัติมากมายที่ทำให้เป็นเครื่องมือที่สมบูรณ์แบบสำหรับนักออกแบบ UX/UI เป็นเครื่องมือที่ใช้งานง่ายที่ช่วยให้คุณสามารถสร้าง แก้ไข และแบ่งปันการออกแบบของคุณกับผู้อื่นโดยไม่ต้องยุ่งยากคุณยังสามารถใช้ Figma เพื่อทำงานร่วมกับนักออกแบบคนอื่นๆ และรับคำติชมเกี่ยวกับงานของคุณแบบเรียลไทม์ Figma เป็นโซลูชันที่สมบูรณ์แบบสำหรับการออกแบบ UX/UI เนื่องจากอินเทอร์เน็ตเฟสที่ใช้งานง่าย คุณลักษณะการทำงานร่วมกัน และ Figma มีหน้าตาโปรแกรมดังรูปที่ 2.1

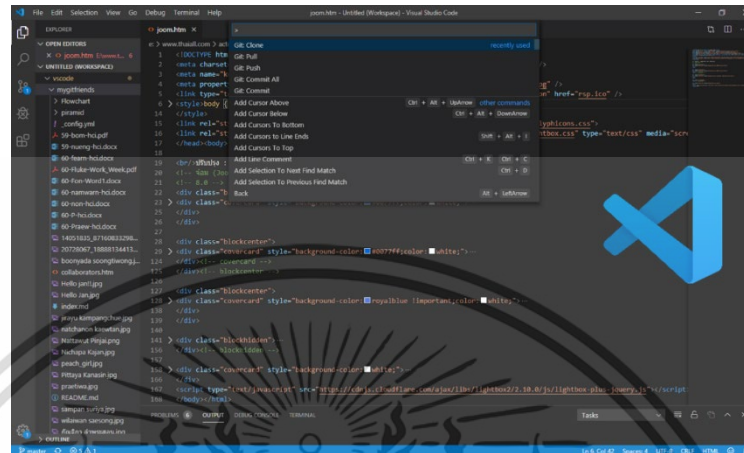


รูปที่ 2.9 โปรแกรม Figma

- 3) Visual Studio Code เป็นโปรแกรมแก้ไขซอร์สโค้ดที่พัฒนาโดยไมโครซอฟท์สำหรับ Windows, Linux และ macOS มีการสนับสนุนสำหรับการดีบั๊ก การควบคุม Git ในตัว และ GitHub การเน้นไวยากรณ์ การเติมโค้ดอัจฉริยะ ตัวอย่าง และ code refactoring มันสามารถปรับแต่งได้หลายอย่าง ให้ผู้ใช้สามารถเปลี่ยนธีม แป้นพิมพ์ลัด การตั้งค่า และติดตั้งส่วนขยายที่เพิ่มฟังก์ชันการทำงานเพิ่มเติม ซอร์สโค้ดนั้นฟรีและโอเพนซอร์ส และเผยแพร่ภายใต้สิทธิ์การใช้งาน MIT ไบนารีที่คอมไพล์แล้วเป็นฟรีแวร์และฟรีสำหรับการใช้ส่วนตัวหรือเพื่อการค้าวิซวลสตูดิโอโค้ดใช้โอเล็กตรอนเป็นเฟรมเวิร์กที่ใช้ในการปรับใช้แอปพลิเคชัน Node.js สำหรับเดสก์ท็อปที่รันบนเอ็นจิน Blink แม้ว่าจะใช้เฟรมเวิร์กโอเล็กตรอน ซอฟต์แวร์นี้ไม่ได้ใช้อะตอม และใช้คอมโพเนนต์ตัวแก้ไขเดียวกัน (ชื่อรหัส "Monaco") กับที่ใช้ใน Azure DevOps (เดิมชื่อ Visual Studio

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Online และ Visual Studio Team Services) และ Visual Studio Code มีหน้าต่างโปรแกรมดังรูป 2.11



รูปที่ 2.10 โปรแกรม Visual Studio Code

2.18 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับภาษาโปรแกรมในการพัฒนา (Programming Language)

ภาษา Next.js เป็น open-source React framework ซึ่งต่างจาก react ตรงที่ Next.js เป็นการใช้ Server Side Rendering และยังสามารถทำเว็บไซต์ได้ทั้งแบบ Static และ Dynamic ซึ่งข้อดีของการเป็น Server Side Rendering คือ ช่วยในเรื่อง SEO หรือ Search Engine Optimization เพราะถ้าทำการ Inspect เว็บไซต์ที่สร้างโดย Next.js จะเห็นว่า Source จะเป็น HTML ส่วนใหญ่ ซึ่งทำให้ SEO คืบผ่าน Source เพื่อให้ได้ข้อมูลและจัดหมวดหมู่ได้ง่ายกว่า React ที่เป็น Javascript มากกว่า ทำให้ Next.js เป็นที่นิยมในหลายๆบริษัท นอกจากนี้ ข้อดีก็คือ Render ได้เร็วกว่า React เพราะ Next.js มีสิ่งที่เรียกว่า Get Static Path ซึ่งการสร้าง Path แบบ Static แบบเว็บไซต์ HTML โดยไม่ต้องทำการเชื่อมต่อกับ Backend เพื่อให้ได้ข้อมูลยิ่งไปกว่านั้น Next.js สามารถรวมเข้ากับ Backend ได้ เพราะ Next.js มีสิ่งที่เรียกว่า API routes ในการรับส่ง Request ใน Folder ของหน้า จะมีอีก Folder ที่เรียกว่า API ที่ถูกปฏิบัติเป็น Endpoint แทนที่จะเป็นหน้า ซึ่ง Folder API นี้จะเป็นในส่วนหนึ่งของ Server-side เท่านั้น ทำให้ไม่ไปเพิ่มขนาดของ Client side ในส่วนการ Deployment Vercel เป็นตัวหนึ่งที่ช่วย Next.js อย่างมาก เพราะ Vercel เป็นผู้พัฒนา Next.js

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ขึ้นมาเอง ซึ่งถ้าจะสร้าง Project จาก Next.js ก็แนะนำ ให้ใช้ Github เพราะสะดวกในการ Deploy เพียงแค่ Push ก็ทำการ Auto Deploy ให้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3

วิธีการดำเนินงานวิจัย

ในการวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการพัฒนาในส่วนเมนูบริการ (Sale gallery) ซึ่งเป็นพื้นที่ในการจัดแสดงผลภัณฑ์ทั้งหมดของธนาคาร ที่ผู้ใช้งานสามารถสำรวจ ค้นหาและสมัครผลิตภัณฑ์ที่ต้องการได้ผ่านของแอปพลิเคชันและเว็บไซต์ธนาคาร การวิจัยได้ศึกษาถึงพฤติกรรมของลูกค้าโดยใช้กระบวนการออกแบบจากกระบวนการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking Process) และประสบการณ์ผู้ใช้ (User Experience Design) เพื่อค้นหาปัญหาและทำความเข้าใจพฤติกรรมของผู้ใช้เพื่อนำมาช่วยสำหรับการออกแบบส่วนต่อประสานผู้ใช้ (User Interface) จนกระทั่งนำไปสู่การออกแบบฟังก์ชันการใช้งานที่สามารถมอบประสบการณ์การใช้งานที่ดีให้กับผู้ใช้งานได้ นอกจากนี้ผู้วิจัยได้ทำการตัวอย่างขั้นตอนการพัฒนาส่วน Front-End ของหน้าเว็บไซต์เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาในอนาคตต่อไป ซึ่งการวิจัยครั้งนี้ประกอบไปด้วยกระบวนการดำเนินงาน 7 ขั้นตอนดังต่อไปนี้

3.1 การสร้างกลยุทธ์ (Strategy Phase)

ขั้นตอนสร้างกลยุทธ์ (Strategy) เป็นขั้นตอนที่สำคัญในกระบวนการวางแผนและดำเนินการเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายที่ตั้งไว้ โดยผู้วิจัยได้เริ่มต้นจากการตั้งเป้าหมายโดยคำนึงถึงคุณลักษณะเหล่านี้ คือ ความชัดเจนของเป้าหมาย, ความยืดหยุ่นในการปรับปรุงต่อสถานการณ์เปลี่ยนแปลง, สามารถวัดผลและติดตาม จึงสามารถสรุปเป้าหมายและความคาดหวังดังต่อไปนี้

เป้าหมายและความคาดหวัง

- เมนูบริการของแอปพลิเคชันหรือเว็บไซต์ สามารถเป็นบริการที่ให้ครบจบที่เดียว (One-stop service) ที่ให้ความช่วยเหลือหรือบริการต่างๆ ที่ผู้ใช้สามารถใช้งานหรือเข้าถึงได้ในสถานที่เดียว โดยไม่ต้องเดินทางหรือไปหาบริการอื่น
- เมนูบริการของแอปพลิเคชันหรือเว็บไซต์ สามารถมียอดการเข้าถึง (Engagement rate) ที่เพิ่มสูงขึ้นได้ เมื่อมีการปล่อยเวอร์ชันที่ได้รับการพัฒนาออกสู่ตลาด ซึ่งยอดการเข้าถึง (Engagement rate) จะเป็นตัวชี้วัดสำคัญในการวัดความสำเร็จของกลยุทธ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เป้าหมายและความคาดหวังเป็นสององค์ประกอบที่สำคัญในการกำหนดและวางแผนกลยุทธ์ในการพัฒนาการออกแบบเมนูบริการบนแอปพลิเคชันและเว็บไซต์ของธนาคาร ซึ่งกลยุทธ์ที่กำหนดขึ้นคือแผนการที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อให้เป้าหมายบรรลุได้ โดยอาจรวมการใช้ทรัพยากรและเทคโนโลยีเข้าด้วยกัน รายละเอียดของกลยุทธ์จึงมีดังต่อไปนี้

กำหนดกลยุทธ์ในการพัฒนาการออกแบบเมนูบริการบนแอปพลิเคชันและเว็บไซต์ของธนาคาร

- 1) การพัฒนาแอปพลิเคชันหรือเว็บไซต์ที่ตอบสนองต่อความคาดหวังของผู้ใช้โดยใช้การออกแบบและเทคโนโลยีที่เหมาะสม
- 2) ใช้การออกแบบหน้าจอเมนูควรใช้หลักการ "One-stop service" โดยการรวมผลิตภัณฑ์และบริการต่าง ๆ ให้สามารถเข้าถึงได้ให้อยู่ในสถานที่เดียว เพื่อเพิ่มความสะดวกในการใช้งาน
- 3) การใช้ระบบค้นหาและการแนะนำผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมโดยอัตโนมัติจะเพิ่มความสะดวกและเสริมให้เป้าหมายของการให้บริการที่ครบจบที่เดียวเป็นจริง
- 4) การทดสอบการใช้งาน (Usability Test) และการทดสอบ A/B (A/B Testing) มาใช้ในช่วงตอนการออกแบบ เพื่อปรับปรุงการออกแบบและช่วยให้ความสำเร็จของกลยุทธ์เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ เพิ่มอัตราการเข้าถึง (Engagement rate) ได้ตรงตามเป้าหมายและความคาดหวัง

ดังนั้นเมื่อสร้างหน้าจอที่สอดคล้องกับกลยุทธ์การออกแบบและมีการรวมผลิตภัณฑ์และบริการที่เพิ่มมีประโยชน์ให้แก่ผู้ใช้ จะสามารถเพิ่มอัตราการเข้าถึง (Engagement rate) ให้สูงขึ้นได้ โดยเพิ่มความสนใจและความสะดวกในการใช้งานของผู้ใช้ในสถานที่เดียวเพื่อตอบสนองต่อเป้าหมายและความคาดหวังทั้งสองด้านในข้อความข้างต้น

3.2 การสำรวจค้นหา (Discovery Phase)

การสำรวจค้นหามีจุดประสงค์เพื่อทำความเข้าใจลักษณะและความต้องการของกลุ่มเป้าหมายในที่นี้คือลูกค้าธนาคารที่ต้องการใช้บริการผลิตภัณฑ์ทางการเงิน โดยการรวบรวมข้อมูลในขั้นตอนนี้จะสามารถช่วยกำหนดปัญหาหรือความต้องการที่ต้องการแก้ไขได้ นอกจากนี้ยังมีความสำคัญต่อการนำไปใช้ในการออกแบบหน้าจอ เพื่อรวบรวมข้อมูลที่สำคัญเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ทางการเงินที่ต้องการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นำเสนอให้แก่ลูกค้า รวมถึงรายละเอียด สิ่งประกอบ และข้อมูลอื่น ๆ ที่เป็นประโยชน์ โดยข้อมูลที่ผู้วิจัยต้องการรวบรวมจากสำรวจคั้นหามีทั้งหมดสองประเภทดังนี้

- 1) ข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Data) คือ ข้อมูลที่เป็นตัวเลขและสามารถวัดหรือนับได้ โดยใช้เครื่องมือการสำรวจที่มีลักษณะตรวจสอบหรือทางตามาก เช่น แบบสอบถามออนไลน์ที่มีตัวเลือกตอบข้อคำถามเป็นตัวเลข เป็นต้น
- 2) ข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Data) คือ ข้อมูลที่มีลักษณะเป็นคำบรรยายหรือคำอธิบายที่ไม่สามารถวัดหรือนับได้โดยตรง แต่มีความหมายและความรู้ที่มีค่าในงานวิจัยที่สามารถช่วยในการเข้าใจถึงประสบการณ์ ความคิดเห็น และความรู้สึกของผู้ใช้ เช่น การวิเคราะห์เนื้อหาจากบทสนทนาหรือบันทึกการกระทำความเห็นในเชิงลึกของแต่ละผลิตภัณฑ์ เป็นต้น

3.2.1 แบบสอบถามออนไลน์ (Online Survey)

ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามออนไลน์เพื่อเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ ทั้งจากผู้ใช้งานใหม่และผู้ใช้งานปัจจุบัน ผ่าน Google Form ซึ่งเป็นเครื่องมือออนไลน์ในการสร้างแบบสอบถามและสำรวจความคิดเห็น

หากท่านกำลังมองหาสินค้าส่วนบุคคล สิ่งใดที่ท่านให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก*	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
วงเงินสูงสุดที่จะได้รับ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ระยะเวลาในการผ่อนชำระ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
อัตราดอกเบี้ย	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ระยะเวลาในการอนุมัติ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

(ก)

ปัจจุบันคุณมีบัตรเครดิตจำนวนกี่ใบ
<input type="radio"/> 1 ใบ
<input type="radio"/> 2 ใบ
<input type="radio"/> 3 ใบ
<input type="radio"/> 4 ใบ
<input type="radio"/> มากกว่า 5 ใบ

(ข)

คุณเคยมี บัญชีเงินฝาก มาก่อนหรือไม่*
<input type="radio"/> เคย
<input type="radio"/> ไม่เคย

(ค)

ท่านเคยมีประสบการณ์ลงทุนใน กองทุนรวม หรือไม่*
<input type="radio"/> เคย
<input type="radio"/> ไม่เคย

(ง)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คุณคิดว่าประเภทประเภทใดสำคัญต่อการใช้ชีวิตของคุณมากที่สุด (โปรดเลือก 4 อันดับแรก
ที่สำคัญที่สุด)

- ประกันชีวิต
- ประกันสุขภาพ
- ประกันอุบัติเหตุ
- ประกันรถยนต์
- ประกันการเดินทาง
- ประกันคุ้มครองกิจการ
- ประกันโรคร้ายแรง
- ประกันคุ้มครองสินเชื่อ
- ประกันคุ้มครองชีวิตและสังคมตก
- ประกันการออมและการเกษียณ

(จ)

สมมติว่าท่านเป็นพนักงานมีบัญชีเงินเดือน(Payroll) แล้วกำลังเลื่อนหาผลิตภัณฑ์ของ
ธนาคาร ในหมวดสินเชื่อบ้าน จากหน้าจอโทรศัพท์
"ห้ามทราบหรือไม่ว่า สิทธิประโยชน์ที่เพิ่มเติมของ ของพนักงานมีบัญชีเงินเดือนใน
หน้าจอนี้ คือเรื่องอะไร"

9:41

< **สินเชื่อบ้าน**



(ฉ)

รูปที่ 3.1 ตัวอย่างแบบสอบถาม (ก) แบบสอบถามเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สินเชื่อ (ข) แบบสอบถามเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิต (ค) แบบสอบถามเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บัญชีเงินฝากและบัตรเดบิต (ง) แบบสอบถามเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์กองทุน (จ) แบบสอบถามเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ประกัน และ (ฉ) แบบสอบถามเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บัญชีเงินเดือน

จากรูปที่ 3.1 แสดงถึงตัวอย่างคำถามจากแบบสอบถามเป็นทั้งหมด 6 ชุด ซึ่งแบ่งตามประเภทต่างๆ ของผลิตภัณฑ์ทั้งหมดในธนาคาร ดังต่อไปนี้

- 1) แบบสอบถามเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สินเชื่อ
- 2) แบบสอบถามเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิต
- 3) แบบสอบถามเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บัญชีเงินฝากและบัตรเดบิต
- 4) แบบสอบถามเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์กองทุน
- 5) แบบสอบถามเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ประกัน
- 6) แบบสอบถามเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บัญชีเงินเดือน

โดยภายในแบบสอบถามนี้ผู้วิจัยได้ทำการสำรวจระดับความรู้ของผู้ใช้งานเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ และประเมินระดับความสำคัญในองค์ประกอบแต่ละผลิตภัณฑ์ตามความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม เช่น การให้คะแนนหรือเรียงลำดับองค์ประกอบที่สนใจ เป็นต้น โดยแบบสอบถามจะประกอบไปด้วย 2 ส่วน ดังนี้

- ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ทำแบบสอบถาม
- ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่เฉพาะด้านนั้นๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผู้วิจัยการเผยแพร่แบบสอบถามผ่านช่องทาง ได้แก่ ช่องทางการติดต่อออนไลน์ส่วนบุคคล และกลุ่มชุมชนออนไลน์ที่ความสนใจเฉพาะด้านนั้นๆ โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการเผยแพร่แบบสอบถามเป็นระยะเวลาทั้งหมด 7 วัน ตั้งแต่วันที่ 20 มกราคม พ.ศ. 2566 ถึง วันที่ 26 มกราคม พ.ศ. 2566 โดยใช้แบบสอบถามเพื่อเก็บข้อมูลดังภาคผนวก ก

3.2.2 สัมภาษณ์ผู้ใช้ (User Interview)

ผู้วิจัยดำเนินการสัมภาษณ์ทั้งในรูปแบบออนไลน์และออนไลน์เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกที่เป็นข้อมูลเชิงคุณภาพ ก่อนหรือหลังของการทดสอบการใช้งาน (Usability Test) โดยแต่ละคนจะใช้ระยะเวลาในการสัมภาษณ์ประมาณ 30 นาทีถึง 1 ชั่วโมง โดยจะมีการแบ่งเป็น คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ที่ใช้งานใหม่และปัจจุบันรวมถึงประสบการณ์ด้านการใช้งานของผู้ใช้งานในแอปพลิเคชันอื่น อีกทั้งยังมีการสัมภาษณ์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์แบบเจาะลึก รวมถึงรวบรวมความเห็นที่ตรงกันของผู้ใช้ซึ่งทำให้สามารถทราบถึงปัญหาที่แท้จริง และข้อเสนอแนะของผู้ใช้งานเพื่อนำมาปรับปรุงและแก้ปัญหที่ตรงจุดมากขึ้น ในการสัมภาษณ์จะมีการสัมภาษณ์ออนไลน์ผ่านทาง Microsoft Teams และ ออนไลน์ที่สำนักงาน โดยแบ่งเป็นระยะเวลา 3 ช่วงคือ ช่วงที่ 1 ตั้งแต่วันที่ 10 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2566 ถึง วันที่ 13 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2566 ช่วงที่ 2 ตั้งแต่วันที่ 27 เมษายน พ.ศ. 2566 ถึง วันที่ 28 เมษายน พ.ศ. 2566 และช่วงที่ 3 คือ ตั้งแต่วันที่ 19 มิถุนายน พ.ศ. 2566 ถึง วันที่ 20 มิถุนายน พ.ศ. 2566 โดยในการสัมภาษณ์ในครั้งนี้มี 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ที่ใช้งานใหม่และปัจจุบัน และประสบการณ์ที่ได้รับจากผลิตภัณฑ์นั้นๆ

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นและความเข้าใจต่อการทดสอบของหน้านั้นๆ

นอกจากนี้การบันทึกการสัมภาษณ์นั้นสามารถทำได้หลากหลายรูปแบบ ดังภาคผนวก ฉ ดังนั้นการสัมภาษณ์ทั้งออนไลน์และออนไลน์เป็นขั้นตอนสำคัญในการรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ และข้อมูลที่มีความรู้สึกและประสบการณ์จริงๆ ของผู้ใช้งาน ที่จะช่วยให้เราเข้าใจและนำข้อมูลนี้มาใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของเราให้ตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้งานได้อย่างเหมาะสมมากยิ่งขึ้นในอนาคต

3.2.3 การวิเคราะห์คู่แข่ง (Competitive Analysis)

ผู้วิจัยได้ดำเนินการทำวิเคราะห์คู่แข่ง (Competitive Analysis) โดยการวิเคราะห์แอปพลิเคชัน และเว็บไซต์คู่แข่งที่เป็นอันดับสูงในตลาด โดยที่การวิเคราะห์เว็บไซต์ยังครอบคลุมถึงการเข้าถึงผ่านโทรศัพท์มือถือ คอมพิวเตอร์อีกด้วย เพื่อเข้าใจภาพรวมของแอปพลิเคชันเหล่านั้น ระบุจุดอ่อนและจุดแข็ง เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาเพื่อให้สามารถเข้าสู่เป้าหมายที่ตั้งได้

ขั้นตอนการวิเคราะห์คู่แข่งในด้าน UX/UI มีดังนี้

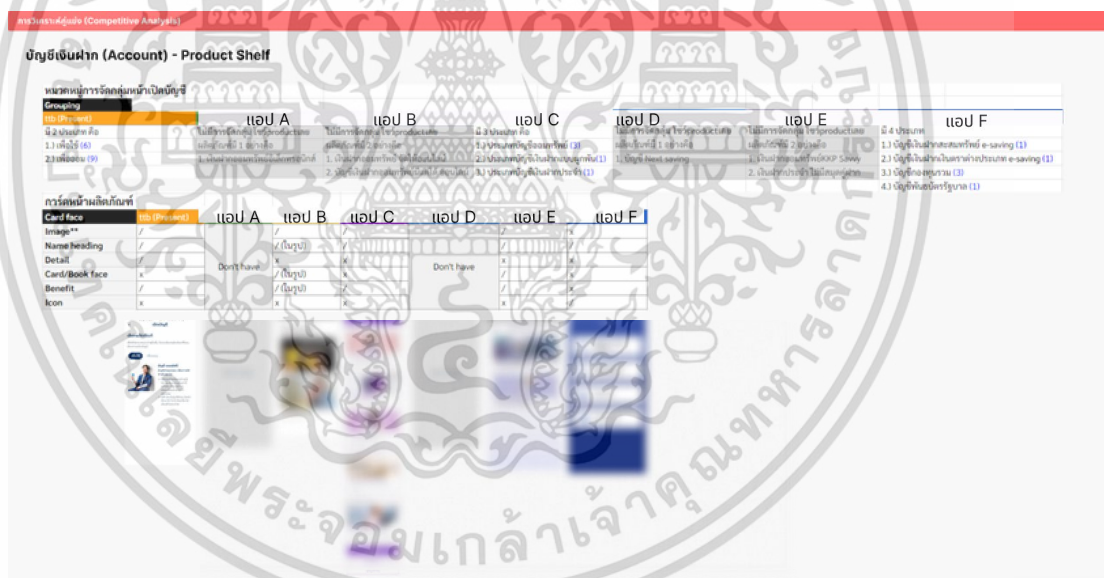
- 1) การรวบรวมข้อมูล เริ่มต้นด้วยการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับแอปพลิเคชันคู่แข่งที่เป็นที่นิยมในตลาดที่กำลังศึกษา จัดเก็บข้อมูลที่จำเป็นรวมถึงคุณลักษณะของแอปพลิเคชัน, ฟังก์ชัน, UI, การนำเสนอข้อมูล และคุณลักษณะพิเศษอื่น ๆ ที่อาจมี โดยใช้วิธีการถ่ายรูปหน้าจอ (Screenshot) และจัดวางบนโปรแกรมสำหรับออกแบบ Figma
- 2) การวิเคราะห์และการเปรียบเทียบ ทำการวิเคราะห์ข้อมูลที่รวบรวมเพื่อเข้าใจความแตกต่างและความเหมาะสมของแอปพลิเคชันคู่แข่ง ซึ่งรวมถึงการเปรียบเทียบข้อได้เปรียบและข้อบกพร่องของแต่ละแอปพลิเคชัน โดยการสร้างตารางเปรียบเทียบแต่ละหัวข้อขององค์ประกอบหน้าจอ เพื่อความสะดวกในการอ่านและวิเคราะห์
- 3) การทดลองใช้และการประเมิน ทดลองใช้แอปพลิเคชันคู่แข่งเพื่อทดสอบประสบการณ์ผู้ใช้และประสิทธิภาพของแอปพลิเคชัน ประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้ และระบุข้อเสนอแนะหรือปรับปรุงที่จำเป็น
- 4) การสร้างรายงาน จัดทำรายงานที่สรุปผลการวิเคราะห์และการเปรียบเทียบ รายงานนี้ควรรวมถึงข้อมูลเชิงคุณภาพและข้อมูลเชิงปริมาณที่เกี่ยวข้องกับ UX/UI ของแอปพลิเคชันคู่แข่ง ซึ่งนำไปสู่การสร้างข้อเสนอแนะต่างๆ เพื่อนำมาปรับใช้กับหน้าจอที่กำลังพัฒนาและออกแบบ
- 5) การติดตามและการประเมินผล ติดตามผลการปรับปรุงที่สร้างขึ้นจากข้อมูลและความคิดเห็นที่ได้รับจากการทดลองใช้และการประเมิน ปรับปรุงการออกแบบหน้าจอเพื่อให้เป็นไปตามความต้องการของผู้ใช้งานและสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ของธนาคาร

ขั้นตอนการวิเคราะห์คู่แข่ง (Competitive Analysis) ดังที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยได้มีการดำเนินการรวบรวมและวิเคราะห์แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่หนึ่งการวิเคราะห์แอปพลิเคชัน และส่วนที่สองการวิเคราะห์เว็บไซต์ที่สามารถเข้าถึงผ่านโทรศัพท์และคอมพิวเตอร์

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์แอปพลิเคชัน สำหรับการพัฒนาเมนูบริการซึ่งเป็นพื้นที่สำหรับจัดแสดงผลผลิตภัณฑ์ทางการเงินของธนาคารบนแอปพลิเคชัน สามารถแบ่งการรวบรวมและวิเคราะห์ได้ 2 ส่วนย่อยตามหน้าที่ของแต่ละหน้าจอก็คือ หน้าชั้นจัดแสดงผลผลิตภัณฑ์ (Product Shelf) และ หน้าแสดงรายละเอียดผลิตภัณฑ์ (Product Detail) โดยจะมีการรวบรวมข้อมูลครบตามจำนวนของผลิตภัณฑ์ทางการเงินทั้ง 6 ประเภท คือ ผลิตภัณฑ์สินเชื่อ, ผลิตภัณฑ์บัตรเครดิต, ผลิตภัณฑ์บัญชีเงินฝากและบัตรเดบิต, ผลิตภัณฑ์กองทุน, ผลิตภัณฑ์ประกัน, ผลิตภัณฑ์บัญชีเงินเดือน

การวิเคราะห์คู่แข่งของแอปพลิเคชันทั้ง 2 ส่วนย่อย

- 1) หน้าชั้นจัดแสดงผลผลิตภัณฑ์ (Product Shelf) เป็นพื้นที่ส่วนหนึ่งบนแอปพลิเคชัน ที่ใช้ในการแสดงและจัดวางผลิตภัณฑ์ที่จะขายหรือโปรโมตให้กับลูกค้า โดยทั่วไปแล้วหน้าชั้นจัดแสดงผลผลิตภัณฑ์จะมีการจัดวางผลิตภัณฑ์ในลักษณะที่ทำให้ลูกค้าสามารถมองเห็นและเข้าถึงสินค้าได้ง่าย และสะดวกในการเลือกซื้อ หรืออาจมีการนำเสนอโปรโมชันสินค้าต่างๆ เพื่อดึงดูดความสนใจของลูกค้า



รูปที่ 3.2 ตัวอย่างการวิเคราะห์คู่แข่งของหน้าชั้นจัดแสดงผลผลิตภัณฑ์บนแอปพลิเคชัน

จากรูปภาพที่ 3.2 แสดงถึงตัวอย่างขั้นตอนการวิเคราะห์และการเปรียบเทียบของหน้าชั้นจัดแสดงผลผลิตภัณฑ์ (Product Shelf) โดยจะมุ่งเน้นที่การดูวิธีจัดกลุ่มหมวดหมู่ของแต่ละผลิตภัณฑ์ (Grouping) และรูปแบบของการ์ดผลิตภัณฑ์ (Product Card) ซึ่งในที่นี้คือผลิตภัณฑ์บัญชีเงินฝากภาคผนวก ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2) หน้าแสดงรายละเอียดผลิตภัณฑ์ (Product Detail) เป็นหน้าที่ใช้แสดงข้อมูลละเอียดต่างๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่จะขาย รวมถึงรายละเอียดเกี่ยวกับคุณสมบัติและข้อมูลอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อช่วยลูกค้าในการตัดสินใจซื้อสินค้าและส่งเสริมการซื้อสินค้าด้วยข้อมูลที่ครบถ้วนและชัดเจน

บัญชีเงินฝาก (Account) - Product Detail

บัญชีเงินฝาก (Account)	แอป A	แอป B	แอป D	แอป E	แอป F	แอป G
ttb (Present)	1. ชื่อ 2. คำอธิบายสั้นๆ 3. รายละเอียดเบื้องต้น 3. ข้อมูลผลิตภัณฑ์ (PDF) 4. 35ทราโจ	1. ชื่อผลิตภัณฑ์ 2. รูป 3. benefit (4 ข้อ) 5. คุณสมบัติผู้สมัคร 6. ตารางปันผลย้อนหลัง	1. รูป 2. ชื่อผลิตภัณฑ์ 3. คำอธิบายสั้นๆ 4. จุดเด่นผลิตภัณฑ์ 5. เงื่อนไขผลิตภัณฑ์	1. ชื่อผลิตภัณฑ์ 2. รูป 3. จุดเด่นผลิตภัณฑ์ 4. ข้อควรทราบ 5. ข้อมูลผลิตภัณฑ์ (PDF)	1. รูป 2. ชื่อผลิตภัณฑ์ 3. คำอธิบายสั้นๆ 4. จุดเด่นผลิตภัณฑ์ 5. โฉนบผลิตภัณฑ์	1. โฉนบ 2. ชื่อผลิตภัณฑ์ 3. ประเภทบัญชี 4. อัตราดอกเบี้ย 5. ข้อมูลผลิตภัณฑ์ (point) 6. ตารางและเงื่อนไขผลิตภัณฑ์ (PDF)
Don't have (สมัครใหม่)						

รูปที่ 3.3 ตัวอย่างการวิเคราะห์คู่แข่งของหน้าแสดงรายละเอียดผลิตภัณฑ์บนแอปพลิเคชัน

จากรูปภาพที่ 3.3 แสดงถึงตัวอย่างขั้นตอนการวิเคราะห์และการเปรียบเทียบของหน้าแสดงรายละเอียดผลิตภัณฑ์ (Product Detail) โดยจะมุ่งเน้นไปที่การดูองค์ประกอบและการจัดเรียง ซึ่งในที่นี้คือผลิตภัณฑ์บัญชีเงินฝาก ดังภาคผนวก ง

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์เว็บไซต์ สำหรับการพัฒนาเมนูบริการซึ่งเป็นพื้นที่สำหรับจัดแสดงผลิตภัณฑ์ทางการเงินของธนาคารบนเว็บไซต์ที่เข้าถึงได้ผ่านโทรศัพท์และคอมพิวเตอร์ สามารถแบ่งการรวบรวมและวิเคราะห์ได้ 2 ส่วนย่อยตามหน้าที่ของแต่ละหน้าจอก็คือ หน้าชั้นจัดแสดงผลิตภัณฑ์ (Product Shelf) และ หน้าแสดงรายละเอียดผลิตภัณฑ์ (Product Detail) โดยจะมีการรวบรวมข้อมูลครบตามจำนวนของผลิตภัณฑ์ทางการเงินทั้ง 6 ประเภท คือ ผลิตภัณฑ์สินเชื่อ, ผลิตภัณฑ์บัตรเครดิต, ผลิตภัณฑ์บัญชีเงินฝากและบัตรเดบิต, ผลิตภัณฑ์กองทุน, ผลิตภัณฑ์ประกัน, ผลิตภัณฑ์บัญชีเงินเดือน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การวิเคราะห์คู่แข่งของเว็บไซต์ทั้ง 2 ส่วนย่อย

- 1) หน้าชั้นจัดแสดงผลิตภัณฑ์ (Product Shelf) เป็นพื้นที่ส่วนหนึ่งของเว็บไซต์ ที่ใช้ในการแสดงและจัดวางผลิตภัณฑ์ที่จะขายหรือโปรโมตให้กับลูกค้า ซึ่งจะสามารถทำให้ลูกค้าสามารถดูสิทธิประโยชน์ในแต่ละผลิตภัณฑ์ได้อย่างง่ายก่อนที่จะเข้าไปเลือกสมัครในแต่ละผลิตภัณฑ์

Product Shelf						
ธนาคาร A	ธนาคาร B	ธนาคาร C	ธนาคาร D	ธนาคาร E	ธนาคาร F	ธนาคาร G
1.จุดเด่น	1.รายละเอียดทั่วไป	1.รายละเอียดทั่วไป	1.รายละเอียดทั่วไป	1.จุดเด่น	1.รายละเอียดทั่วไป	1.benefit by category
2.วิธีสมัครสิทธิพิเศษ	2.จุดเด่น	2.benefit by category	1.1 จุดเด่น	2.จุดเด่น	2.จุดเด่น	2.สิทธิพิเศษเพิ่มเติม
3.FAQ	3.benefit by category	3.คุณสมบัติการสมัคร	2.วิธีสมัครสิทธิพิเศษ	2.benefit by category	3.การแนะนำการใช้งาน	
	4.เงื่อนไขการสมัคร	4.drop lead	3.benefit by category	3.คุณสมบัติและเอกสารการสมัคร	4.คุณสมบัติการสมัคร	
	5.สิทธิพิเศษ	5.โปรโมชั่น	4.FAQ	4.FAQ		
	6.การรับสิทธิพิเศษ					

รูปที่ 3.4 ตัวอย่างการวิเคราะห์คู่แข่งของหน้าชั้นจัดแสดงผลิตภัณฑ์บนเว็บไซต์

จากรูปที่ 3.4 แสดงถึงตัวอย่างขั้นตอนการวิเคราะห์และการเปรียบเทียบของหน้าของหน้าชั้นจัดแสดงผลิตภัณฑ์บนเว็บไซต์ โดยจะมุ่งเน้นไปที่โดยรวมของหน้าชั้นจัดการแสดงผลิตภัณฑ์ การแสดงรูปแบบของการจัดผลิตภัณฑ์ (Product Card) และสิทธิพิเศษของทุกบัตรในเครือ ซึ่งในที่นี่คือผลิตภัณฑ์บัตรเครดิต ดังภาคผนวก ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2) หน้าแสดงรายละเอียดผลิตภัณฑ์ (Product Detail) เป็นหน้าที่ใช้แสดงข้อมูลละเอียดต่างๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อย่างละเอียดเพื่อให้ผู้ใช้งานสามารถทราบถึงจุดเด่น คุณสมบัติ โปรโมชั่น และข้อมูลอื่น ๆ และดำเนินไปจนถึงการสมัครผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ได้อย่างครบถ้วนและชัดเจน

Product detail	tab (Phase)	ขนาด A	ขนาด B	ขนาด C	ขนาด D	ขนาด F	ขนาด G
รูป	/	/	/	/	/	/	/
ชื่อผลิตภัณฑ์ (header)	/	/	/	/	/	/	/
คำอธิบายผลิตภัณฑ์สั้นๆ	/	/	/	/	/	/	/
จุดเด่นผลิตภัณฑ์	/	/	/	/	/	/	X
สื่อประกอบ	/	/icon+text	/	/	/	/	/
โปรโมชั่น(สิ่งพิเศษ)	/	/	/	/	/	X	/
รายละเอียดสินค้า/คุณสมบัติผู้สมัคร	/	/	/	/	/	X	X(PDF)
เอกสารการสมัคร	/	/	X	/	X	X	X(PDF)
เงื่อนไขผลิตภัณฑ์/ข้อมูลผลิตภัณฑ์	/	/	/	/	/	/	/
อัตราดอกเบี้ย สำหรับค่าธรรมเนียม	X	X	X	/	/	/	X
แบบฟอร์มสมัครสมัคร	/	/	X(เป็นปุ่ม)	/	/	/	X(เป็นปุ่ม)
แชทกับธนาคาร	X	/	X	X	/	X	/
FAQ	X	/	X	X	X	/	X



รูปที่ 3.5 ตัวอย่างการวิเคราะห์คู่แข่งของหน้าแสดงรายละเอียดผลิตภัณฑ์บนเว็บไซต์

จากรูปที่ 3.5 แสดงถึงตัวอย่างขั้นตอนการวิเคราะห์และการเปรียบเทียบของหน้าแสดงรายละเอียดผลิตภัณฑ์ (Product Detail) โดยจะมุ่งเน้นไปที่การดูองค์ประกอบและการจัดเรียง ซึ่งในที่นี้คือผลิตภัณฑ์บัตรเครดิต ดังภาคผนวก ง

3.3 การวิเคราะห์ข้อมูล (Analysis Phase)

การวิเคราะห์ข้อมูลมีบทบาทสำคัญในการทำ UX/UI Design ช่วยให้สร้างผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ตอบสนองความต้องการและคาดหวังของผู้ใช้งานได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ยังเป็นขั้นตอนสำคัญในการสร้าง Persona และ User Journey เพื่อให้เราสามารถ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มีภาพรวมเชิงลึกเกี่ยวกับผู้ใช้และประสบการณ์ของพวกเขาในการใช้งานผลิตภัณฑ์หรือบริการที่เรา ออกแบบ

3.3.1 สร้างแผนภาพตัวแทนผู้ใช้ระบบ (Persona)

สร้างแผนภาพตัวแทนผู้ใช้ระบบ (Persona) เป็นกระบวนการที่ช่วยให้สามารถสร้างตัวละครเสมือนที่แทนกลุ่มเป้าหมายของผู้ใช้งาน โดยมีเป้าหมายเพื่อให้เราเข้าใจลึกซึ้งซึ่งเกี่ยวกับผู้ใช้งาน และนำข้อมูลนี้ไปใช้ในกระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์หรือบริการให้ตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้มากยิ่งขึ้นได้ ซึ่งขั้นตอนการสร้างแผนภาพตัวแทนผู้ใช้ระบบ (Persona) มีดังต่อไปนี้

- 1) รวบรวมข้อมูล เริ่มต้นด้วยการรวบรวมข้อมูลที่เราเกี่ยวข้องกับกลุ่มเป้าหมาย ข้อมูลนี้สามารถมาจากการสำรวจ, สัมภาษณ์ผู้ใช้งาน, ข้อมูลทางสถิติ, หรือแหล่งข้อมูลอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ในที่นี้ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมข้อมูลในขั้นการสำรวจค้นหา (Discovery) ซึ่งเป็นขั้นตอนก่อนหน้าดังหัวข้อที่ 3.2
- 2) วิเคราะห์และกระบวนการคัดเลือก ทำการวิเคราะห์ข้อมูลที่รวบรวมมาเพื่อหาความต้องการ, ความคาดหวัง, และพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย จากนั้นคัดเลือกข้อมูลสำคัญที่จะนำมาใช้ในการสร้างตัวแทนผู้ใช้ระบบ (Persona)
- 3) การสร้างตัวแทนผู้ใช้ระบบเพื่อแทนกลุ่มเป้าหมาย โดยการสร้างตัวละครสมมติที่จะใช้เป็นตัวแทนผู้ใช้ระบบจะประกอบไปด้วยรายละเอียดและความเป็นส่วนตัว เช่น การกำหนดชื่อ, อายุ, อาชีพ, ความต้องการ และความคาดหวังของตัวละครนั้นๆ ควรรวมภาพประกอบและข้อมูลที่ช่วยให้ตัวแทนผู้ใช้ระบบนี้มีความรู้สึกเหมือนตัวละครที่มีชีวิตจริง
- 4) การกำหนดลักษณะเฉพาะของแต่ละตัวแทนผู้ใช้ระบบ (Persona) เป็นขั้นตอนสำคัญในการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ได้อย่างแม่นยำ สำหรับแต่ละตัวแทนผู้ใช้ระบบ (Persona) ควรกำหนดลักษณะเฉพาะที่ครอบคลุม ซึ่งรวมถึงความสนใจ, ความสามารถ, วิธีการใช้งาน และปัจจัยอื่นๆ ที่มีความสำคัญต่อการใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการ เช่น ความถนัดทางเทคโนโลยี, พฤติกรรมการซื้อ, ความต้องการเฉพาะด้านความปลอดภัย หรือความน่าเชื่อถือ การวิเคราะห์ลักษณะเหล่านี้จะช่วยให้ผู้วิจัยสามารถเข้าใจและตอบสนองต่อความต้องการและความคาดหวังของผู้ใช้ในแต่ละกลุ่มได้อย่างเหมาะสม ส่งผลให้การ

ออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้นมีความเป็นมิตรกับผู้ใช้และสามารถสร้างความพึงพอใจได้มากยิ่งขึ้น

- 5) ติดตามและปรับปรุง เพื่อให้สอดคล้องกับข้อมูลและความต้องการที่เปลี่ยนแปลงของผู้ใช้ เพื่อช่วยให้ผลิตภัณฑ์หรือบริการตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้ได้ดียิ่งขึ้น

การสร้างแผนภาพตัวแทนผู้ใช้งานระบบ (Persona) เป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพในการเข้าใจและติดตามผู้ใช้งานของเรา และช่วยให้ทีมงานออกแบบ UX/UI มีแนวทางและมุมมองที่ถูกต้องต่อผู้ใช้งานในกระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์หรือบริการ



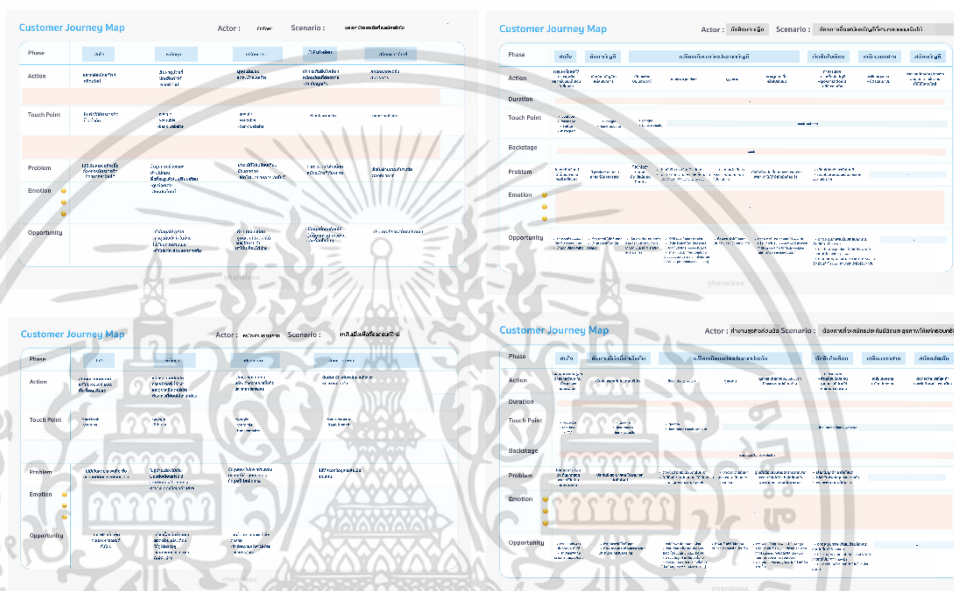
รูปที่ 3.6 ตัวอย่างการสร้างแผนภาพตัวแทนผู้ใช้งานระบบ (Persona)

จากรูปภาพที่ 3.6 แสดงถึงให้เห็นตัวอย่างของแผนภาพตัวแทนผู้ใช้งานระบบ (Persona) ทั้ง 4 แบบที่แตกต่างกัน ซึ่งแต่ละแบบต่างมีรายละเอียดของตัวละครที่แสดงถึงลักษณะเฉพาะของกลุ่มเป้าหมายในสถานการณ์ต่างๆ โดยลักษณะที่เห็นได้ชัดเจนเช่น ชื่อ อายุ อาชีพ รวมถึงความสนใจและความต้องการของพวกเขา มีทั้งภาพและข้อความที่มีไอคอนโซเชียลมีเดีย เช่น Facebook, Twitter, Instagram และ LinkedIn ที่แสดงถึงช่องทางการสื่อสารและการเชื่อมต่อที่ตัวละครเหล่านี้อาจใช้งาน นอกจากนี้แต่ละตัวแทนผู้ใช้งานระบบ (Persona) นั้นมีคำพูดที่คาดว่าพวกเขาจะพูดหรือคิด ซึ่งช่วยให้เข้าใจถึงทัศนคติและค่านิยมของพวกเขาได้ดีขึ้น แผนภาพเหล่านี้ช่วยให้เข้าใจว่าผู้คนที่ในกลุ่มเป้าหมายมีลักษณะทางสังคมและสถานการณ์ชีวิตอย่างไร ซึ่งสามารถนำไปสู่การสื่อสารและการออกที่มีประสิทธิภาพมากขึ้นได้ โดยมีรายละเอียดต่างๆ ของแผนภาพที่ชัดเจน ดังภาคผนวก จ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.3.2 สร้างแผนภาพเส้นทางผู้ใช้ (User Journey Map)

การสร้างแผนภาพเส้นทางผู้ใช้ (User Journey map) เป็นกระบวนการที่ใช้ในการทำความเข้าใจและแสดงถึงประสบการณ์ของผู้ใช้ตลอดการเดินทางของพวกเขาเกี่ยวกับบริการหรือผลิตภัณฑ์ ดังนั้นแผนภาพเส้นทางผู้ใช้ (User Journey map) จึงเป็นเครื่องมือที่มีประโยชน์สำหรับการทำความเข้าใจถึงความต้องการ ความรู้สึก และประสบการณ์สำคัญที่ผู้ใช้เคยพบเจอ



รูปที่ 3.7 ตัวอย่างการสร้างแผนภาพเส้นทางผู้ใช้ (User Journey map)

จากรูปที่ 3.7 แสดงถึงแผนภาพเส้นทางผู้ใช้ (User Journey map) ทั้ง 4 แบบที่ออกแบบมาสำหรับบุคคลหรือสถานการณ์ที่แตกต่างกัน ดังภาคผนวก ฉ โดยแต่ละแผนภาพประกอบด้วยหลายส่วนสำคัญ ดังนี้

- Phase (ขั้นตอนต่างๆ) ขั้นตอนหลักในการเดินทางของผู้ใช้ ตั้งแต่การรับรู้ถึงผลิตภัณฑ์ไปจนถึงการใช้งานและการประเมินผลหลังการใช้งาน
- Action (การกระทำ) การดำเนินการที่ผู้ใช้ทำในแต่ละขั้นตอนของการเดินทาง, อาจรวมถึงการค้นคว้า, การทดลองใช้, หรือการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์
- Duration (ระยะเวลา) เวลาที่ใช้ในแต่ละการกระทำหรือขั้นตอน, ซึ่งสามารถแสดงถึงความเร่งด่วนหรือความต้องการความพึงพอใจในการบริการ
- Touch Points (จุดสัมผัส) จุดที่ผู้ใช้มีปฏิสัมพันธ์กับบริการหรือผลิตภัณฑ์ เช่น การเยี่ยมชมเว็บไซต์หรือการใช้แอปพลิเคชัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- Backstage (กิจกรรมภายในองค์กร) กิจกรรมที่เกิดขึ้นภายในองค์กรเพื่อสนับสนุนแต่ละจุดสัมผัส เช่น การบริการลูกค้า
- Problems (ปัญหา) ปัญหาหรือความท้าทายที่ผู้ใช้เผชิญระหว่างการเดินทาง ซึ่งต้องได้รับการแก้ไขเพื่อปรับปรุงประสบการณ์
- Emotions (อารมณ์) อารมณ์หรือความรู้สึกที่ผู้ใช้มีตลอดการเดินทาง, ซึ่งส่งผลต่อการรับรู้และความพึงพอใจในบริการหรือผลิตภัณฑ์
- Opportunities (โอกาส) โอกาสสำหรับผู้วิจัยหรือทีมพัฒนาในการปรับปรุงประสบการณ์ของผู้ใช้, โดยอาจรวมถึงการนำเสนอฟีเจอร์ใหม่หรือปรับปรุงกระบวนการให้ดียิ่งขึ้น

การทำความเข้าใจเส้นทางการเดินทางของลูกค้าผ่านแผนภาพเส้นทางผู้ใช้ (User Journey map) ช่วยให้สามารถเห็นภาพรวมของประสบการณ์ลูกค้าได้ชัดเจนยิ่งขึ้น และเพิ่มโอกาสในการพัฒนาปรับปรุงบริการหรือผลิตภัณฑ์ให้ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ได้ดีขึ้น

3.4 การออกแบบ (Design Phase)

ในขั้นตอนการออกแบบนั้นจะเป็นการออกแบบผ่านโปรแกรม Figma ซึ่งเป็นการออกแบบเพื่อที่จะนำไปทดสอบกับผู้ใช้งานในขั้นตอนต่อไป และในการออกแบบนี้เป็นแบบจำลองหน้าจอซึ่งหลังจากการที่เราได้ทำขั้นตอนที่กล่าวมาข้างต้นแล้วก็จะมีการทำการออกแบบและสามารถพัฒนาแก้ไขได้อย่างรวดเร็วทันที ซึ่งในการออกแบบจะมีทั้งหมด 4 ขั้นตอนดังนี้

3.4.1 การระดมความคิด (Ideate)

ขั้นตอนนี้เกิดขึ้นหลังจากการทำความเข้าใจถึงปัญหาและความต้องการของผู้ใช้อย่างลึกซึ้ง เป็นการร่วมกันสร้างไอเดียหรือคำแนะนำระหว่างทีมงานซึ่งรวมถึงนักออกแบบ UX/UI และผู้ปฏิบัติงานในบทบาทอื่นๆ เพื่อหาวิธีแก้ไขปัญหาและตอบสนองความต้องการเทคนิคต่างๆ เช่น Brainstorming หรือการจัด Workshop มักถูกใช้ในขั้นตอนนี้เพื่อสร้างความคิดใหม่ๆ และค้นหาวิธีการที่เหมาะสม ดังตัวอย่างรูปที่ 3.8



รูปที่ 3.8 ตัวอย่างบรรยากาศการระดมความคิด

การระดมความคิดเป็นขั้นตอนที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบ เนื่องจากสามารถช่วยพัฒนาแนวคิดที่มีคุณค่าและสร้างสรรค์ในขั้นตอนถัดไปของกระบวนการออกแบบได้

3.4.2 ขั้นตอนการสร้างแบบร่างหน้าจอ (Wireframe)

ขั้นตอนนี้เป็นการออกแบบรูปแบบเริ่มต้นของหน้าจอ โดยเน้นที่โครงสร้างพื้นฐานและการจัดวางองค์ประกอบต่างๆ ในหน้าจออย่างง่าย ๆ มันไม่รวมถึงการออกแบบที่มีรายละเอียดภาพหรือสีสันทัน แต่เน้นที่การเรียงลำดับและการเชื่อมต่อของฟังก์ชันต่างๆ ในขั้นตอนการสร้างแบบร่างหน้าจอ (Wireframe) ผู้วิจัยออกแบบตัวเลือกหน้าจอที่หลากหลาย ซึ่งมีการจัดวางองค์ประกอบหน้าจอ, รูปแบบการนำเสนอผลิตภัณฑ์และวิธีการโต้ตอบของผู้ใช้ที่แตกต่างกัน ดังที่กล่าวมาข้างต้นผู้วิจัยจึงได้มีการดำเนินการที่สามารถแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่หนึ่งการสร้างแบบร่างหน้าจอสำหรับแอปพลิเคชัน และ ส่วนที่สองการสร้างแบบร่างหน้าจอสำหรับเว็บไซต์ที่สามารถเข้าถึงผ่านโทรศัพท์และคอมพิวเตอร์ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 การสร้างแบบร่างหน้าจอสำหรับแอปพลิเคชัน สำหรับการพัฒนาเมนูบริการซึ่งเป็นพื้นที่สำหรับจัดแสดงผลภัณฑ์ทางการเงินของธนาคารบนแอปพลิเคชัน สามารถแบ่งการออกแบบได้ 5 หน้า คือ หน้าแรกของเมนูบริการ (Sale gallery landing page), หน้าค้นหาจากเป้าหมาย (Goal-directed search page), หน้าค้นหาจากประเภทผลิตภัณฑ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(Product category search page), หน้ารายละเอียดผลิตภัณฑ์ (Product Detail page), หน้ารายละเอียดเพิ่มเติม (More details page) ดังภาคผนวก ข

การสร้างแบบร่างหน้าจอสำหรับแอปพลิเคชันทั้ง 5 **หน้ามีดังนี้**

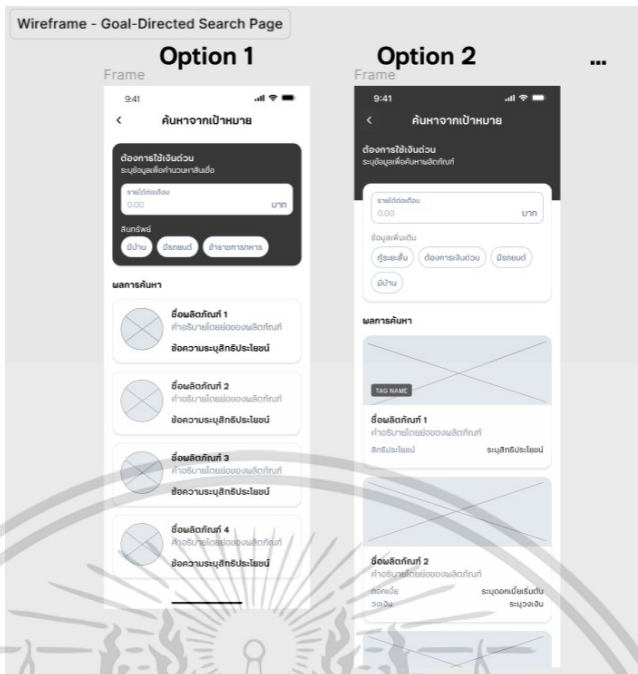
- 1) หน้าแรกของเมนูบริการ (Sale gallery landing page) เป็นหน้าจอที่ออกแบบมาเพื่อให้ผู้ใช้ทำการใช้งานสำหรับเรื่องที่เกี่ยวข้องเจาะจงในที่นี้คือการซื้อสินค้าหรือการส่งเสริมการตลาด ลูกค้า ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างแบบร่างหน้าจอ (Wireframe) ที่มีการจัดวางองค์ประกอบและรูปแบบการนำเสนอที่แตกต่างกันดังรูปที่ 3.9



รูปที่ 3.9 ตัวอย่างการสร้างแบบร่างหน้าจอแรกของเมนูบริการ สำหรับแอปพลิเคชัน

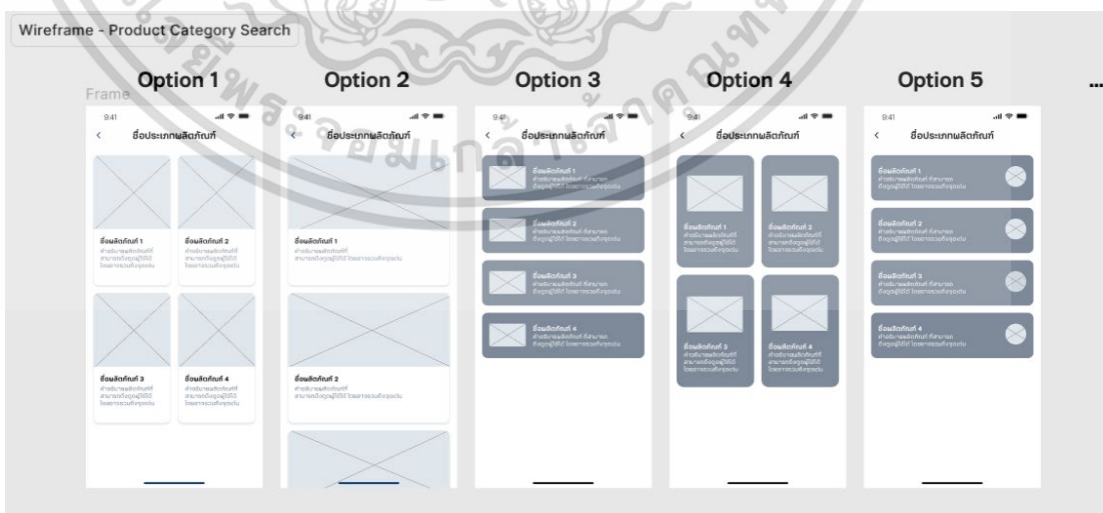
- 2) หน้าค้นหาจากเป้าหมาย (Goal-Directed search page) เป็นหน้าจอที่ออกแบบมาเพื่อให้ผู้ใช้สามารถค้นหาผลิตภัณฑ์ที่ตรงต่อความต้องการได้อย่างรวดเร็ว ลูกค้า ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างแบบร่างหน้าจอ (Wireframe) ที่มีการจัดวางองค์ประกอบและรูปแบบการนำเสนอที่แตกต่างกันดังรูปที่ 3.10

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 3.10 ตัวอย่างการสร้างแบบร่างหน้าค้นหาจากเป้าหมาย สำหรับแอปพลิเคชัน

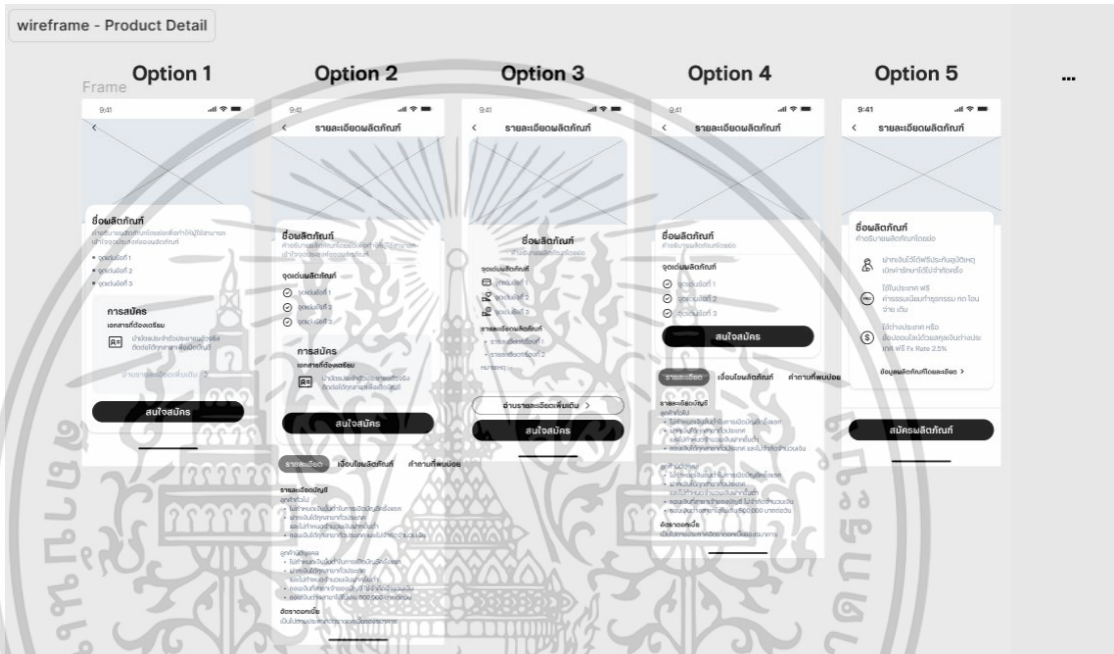
- 3) หน้าค้นหาจากประเภทผลิตภัณฑ์ (Product category search page) เป็นพื้นที่ส่วนหนึ่งบนแอปพลิเคชัน ที่ใช้ในการแสดงและจัดวางผลิตภัณฑ์ที่จะขายหรือโปรโมตให้กับลูกค้า ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างแบบร่างหน้าจอ (Wireframe) ที่มีการจัดวางองค์ประกอบและรูปแบบการนำเสนอที่แตกต่างกันดังรูปที่ 3.11



รูปที่ 3.11 ตัวอย่างการสร้างแบบร่างหน้าขึ้นจัดแสดงผลิตภัณฑ์ สำหรับแอปพลิเคชัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

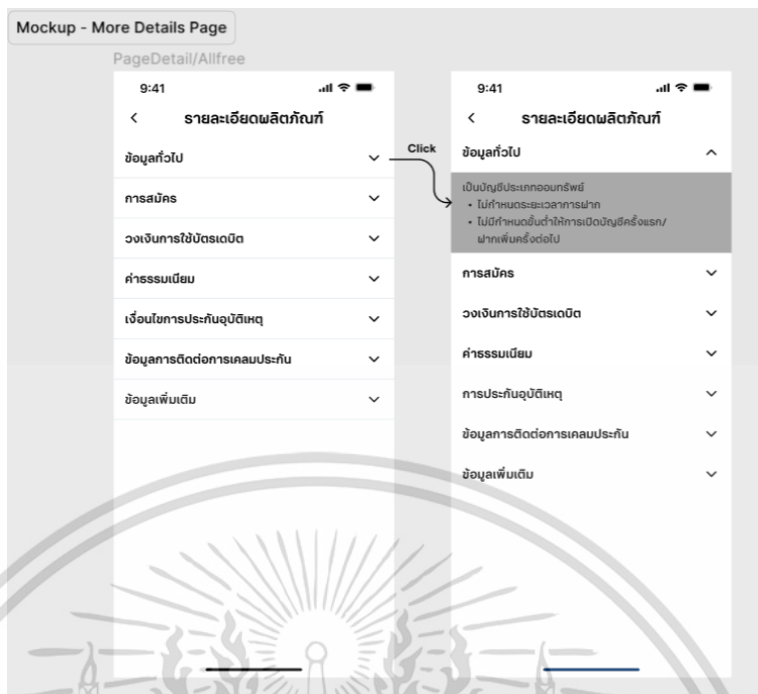
4) หน้ารายละเอียดผลิตภัณฑ์ (Product detail page) เป็นหน้าที่ใช้แสดงข้อมูลละเอียดต่างๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่จะขาย รวมถึงรายละเอียดเกี่ยวกับคุณสมบัติและข้อมูลอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อช่วยลูกค้าในการตัดสินใจซื้อสินค้าและส่งเสริมการซื้อสินค้าด้วยข้อมูลที่ครบถ้วนและชัดเจน ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างแบบร่างหน้าจอ (Wireframe) ที่มีการจัดวางองค์ประกอบและรูปแบบการนำเสนอที่แตกต่างกันดังรูปที่ 3.12



รูปที่ 3.12 ตัวอย่างการสร้างแบบร่างหน้ารายละเอียดผลิตภัณฑ์ สำหรับแอปพลิเคชัน

5) หน้ารายละเอียดเพิ่มเติม (More details page) เป็นหน้าสำหรับอ่านผลิตภัณฑ์โดยรายละเอียด ในกรณีที่หน้ารายละเอียดผลิตภัณฑ์ซึ่งเป็นหน้าก่อนหน้าไม่มีการระบุไว้และมีปุ่มสำหรับอ่านเพิ่มเติม ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างแบบร่างหน้าจอ (Wireframe) ที่มีการจัดวางองค์ประกอบและรูปแบบการนำเสนอที่แตกต่างกันตัวเลือกดังรูปที่ 3.13

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



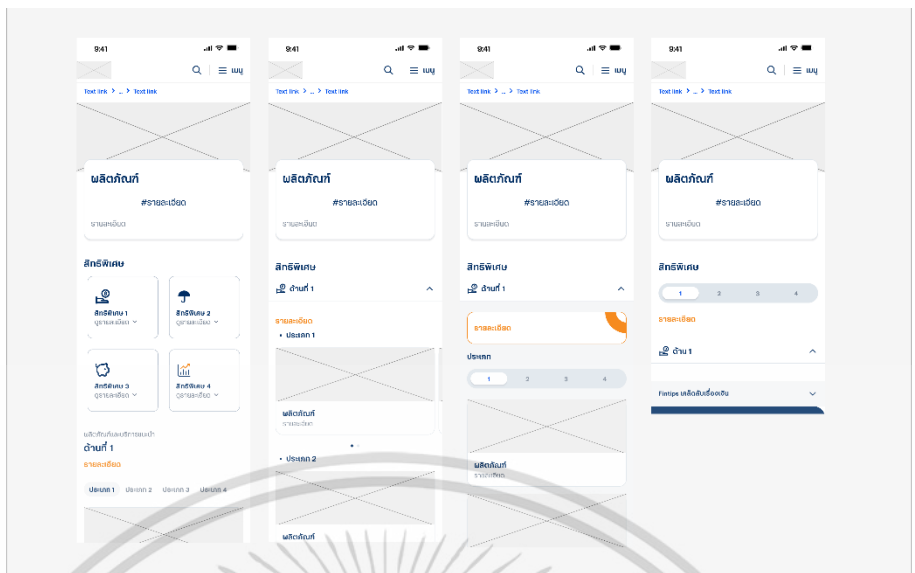
รูปที่ 3.13 ตัวอย่างการสร้างแบบร่างหน้ารายละเอียดเพิ่มเติม สำหรับแอปพลิเคชัน

ส่วนที่ 2 การสร้างแบบร่างหน้าจอสำหรับเว็บไซต์ สำหรับการพัฒนาเมนูบริการซึ่งเป็นพื้นที่สำหรับจัดแสดงผลิตภัณฑ์ทางการเงินของธนาคารบนเว็บไซต์ที่เข้าถึงได้ผ่านโทรศัพท์และคอมพิวเตอร์ สามารถแบ่งการออกแบบได้ 2 หน้า คือ หน้าชั้นจัดแสดงผลิตภัณฑ์สำหรับลูกค้าบัญชีเงินเดือน (Product shelf for payroll Page) และหน้ารายละเอียดผลิตภัณฑ์ (Product Detail page) ดังภาคผนวก ข

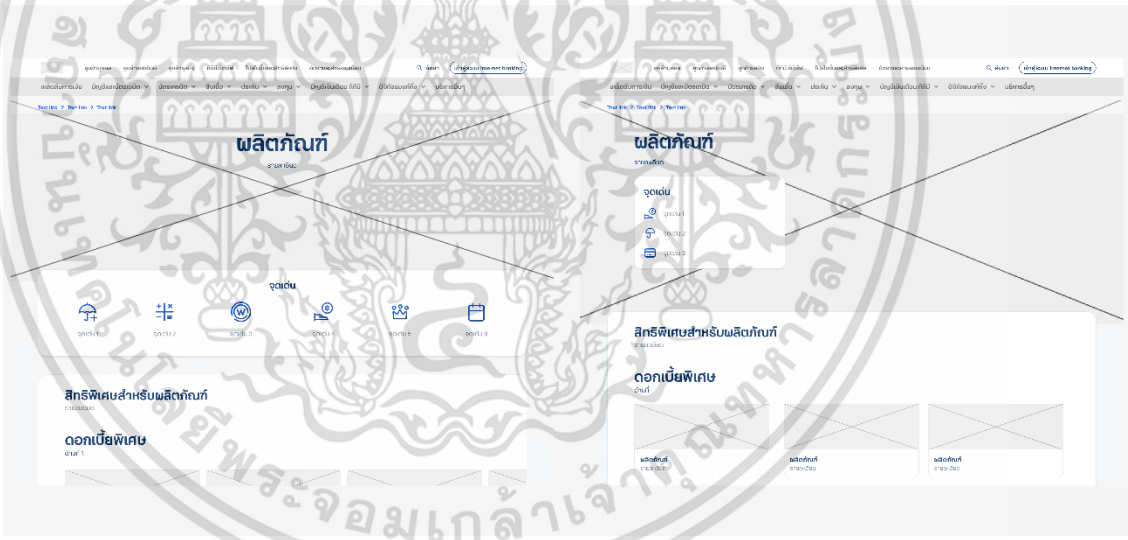
การสร้างแบบร่างหน้าจอสำหรับเว็บไซต์ทั้ง 2 หน้ามีดังนี้

- 1) หน้าชั้นจัดแสดงผลิตภัณฑ์สำหรับลูกค้าบัญชีเงินเดือน (Product shelf for payroll Page) เป็นหน้าจอที่ออกแบบมาเพื่อให้ผู้ใช้สามารถเข้าถึงสิทธิประโยชน์ที่ตนเองจะได้รับ และเป็นที่ยอมรับผลิตภัณฑ์ที่แสดงสำหรับผู้ใช้ได้เห็นได้ง่าย ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างแบบร่างหน้าจอ (Wireframe) ที่มีการจัดวางองค์ประกอบและรูปแบบการนำเสนอที่แตกต่าง โดยมีการออกแบบสำหรับการเข้าถึงผ่านโทรศัพท์ดังรูปที่ 3.14 และการเข้าถึงผ่านเว็บไซต์ดังรูปที่ 3.15

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 3.14 ตัวอย่างการสร้างแบบร่างหน้าชั้นจัดแสดงผลภัณฑ์สำหรับลูกค้าบัญชีเงินเดือน
สำหรับเว็บไซต์ที่เข้าถึงผ่านโทรศัพท์

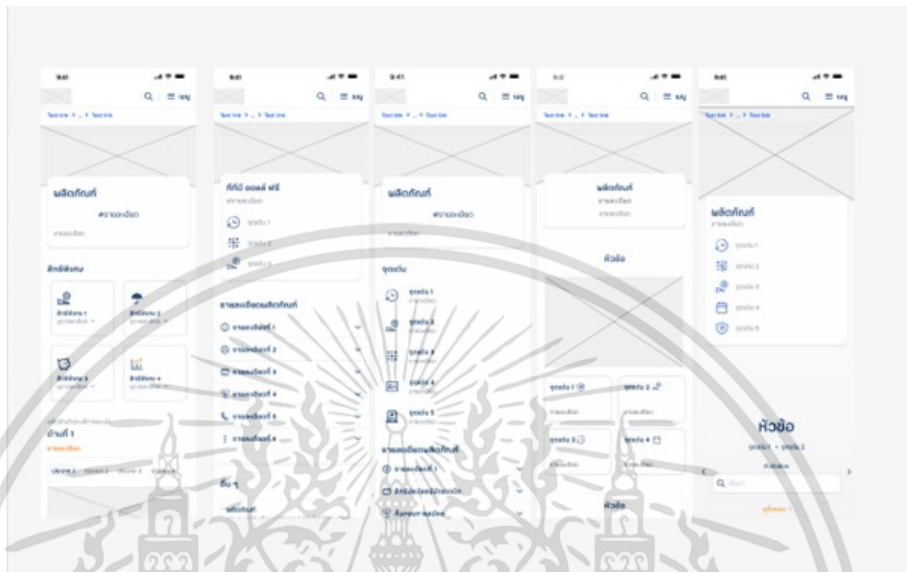


รูปที่ 3.15 ตัวอย่างการสร้างแบบร่างหน้าชั้นจัดแสดงผลภัณฑ์สำหรับลูกค้าบัญชีเงินเดือน
สำหรับเว็บไซต์ที่เข้าถึงผ่านคอมพิวเตอร์

- 2) หน้ารายละเอียดผลิตภัณฑ์ (Product detail page) เป็นหน้าจอที่ออกแบบมาเพื่อให้ผู้ใช้สามารถอ่านรายละเอียดของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ หลังจากที่ได้ทำการค้นหาหรือมาจากหน้าชั้นจัดแสดงผลภัณฑ์ และในหน้านี้จะสามารถดำเนินการสมัครผลิตภัณฑ์ได้โดยตรง ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างแบบร่างหน้าจอ (Wireframe) ที่มีการจัดวางองค์ประกอบและรูปแบบการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นำเสนอที่แตกต่าง โดยมีการออกแบบสำหรับการเข้าถึงผ่านโทรศัพท์ดังรูปที่ 3.16 และการเข้าถึงผ่านเว็บไซต์ดังรูปที่ 3.17



รูปที่ 3.16 ตัวอย่างการสร้างแบบร่างหน้ารายละเอียดผลิตภัณฑ์ สำหรับเว็บไซต์ที่เข้าถึงผ่านโทรศัพท์



รูปที่ 3.17 ตัวอย่างการสร้างแบบร่างหน้ารายละเอียผลิตภัณฑ์ สำหรับเว็บไซต์ที่เข้าถึงผ่านคอมพิวเตอร์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

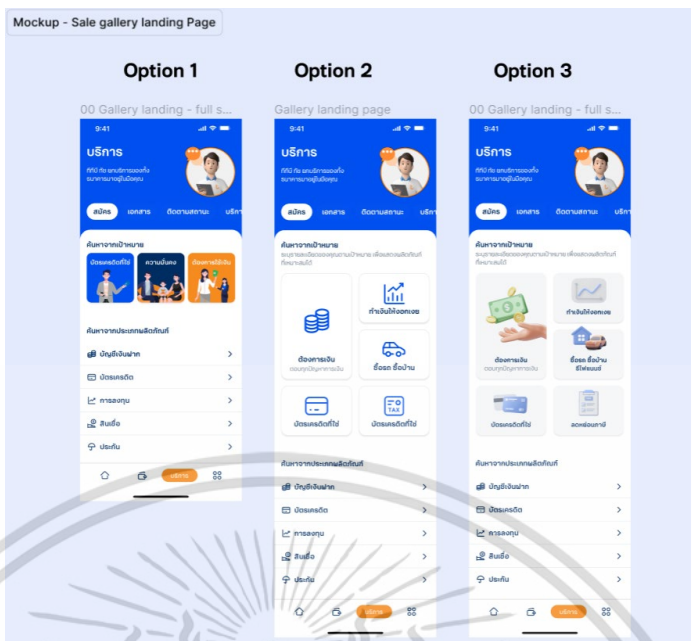
3.4.3 ขั้นตอนการสร้างแบบจำลองสมจริง (Mockup)

ในขั้นตอนนี้เป็นการออกแบบที่จะก้าวไปสู่ระดับที่มีความสมจริงมากขึ้น โดยการเพิ่มรายละเอียดเช่น สี, ตัวอักษร และภาพประกอบ แบบจำลองสมจริงหรือ Mockup นี้ช่วยให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องสามารถมองเห็นและประเมินความรู้สึกของผลิตภัณฑ์ในรูปแบบที่ใกล้เคียงกับสิ่งที่จะเป็นอย่างเต็มรูปแบบ กัน ดังที่กล่าวมาข้างต้นผู้วิจัยจึงได้มีการดำเนินการที่สามารถแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่หนึ่งการสร้างแบบจำลองหน้าจอสำหรับแอปพลิเคชัน และ ส่วนที่สองการสร้างแบบจำลองหน้าจอสำหรับเว็บไซต์ที่สามารถเข้าถึงผ่านโทรศัพท์และคอมพิวเตอร์ ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 การสร้างแบบจำลองสมจริงสำหรับแอปพลิเคชัน สำหรับการพัฒนาเมนูบริการซึ่งเป็นพื้นที่สำหรับจัดแสดงผลิตภัณฑ์ทางการเงินของธนาคารบนแอปพลิเคชันสามารถแบ่งการออกแบบได้ 5 หน้า คือ หน้าแรกของเมนูบริการ (Sale gallery landing page), หน้าค้นหาจากเป้าหมาย (Goal-Directed search page), หน้าค้นหาจากประเภทผลิตภัณฑ์ (Product category search page), หน้ารายละเอียดผลิตภัณฑ์ (Product Detail), หน้ารายละเอียดเพิ่มเติม (More details page) ดังภาพผนวก ข

การสร้างแบบจำลองสมจริงสำหรับแอปพลิเคชันทั้ง 5 หน้ามีดังนี้

- 1) หน้าแรกของเมนูบริการ (Sale gallery landing page) เป็นหน้าจอที่ออกแบบมาเพื่อให้ผู้ใช้ทำการใช้งานสำหรับเรื่องเฉพาะเจาะจงในที่นี้คือการซื้อสินค้าหรือการส่งเสริมการตลาด ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างแบบจำลองสมจริง (Mockup) ที่มีการจัดวางองค์ประกอบและรูปแบบการนำเสนอที่แตกต่างตัวเลือกดังรูปที่ 3.18



รูปที่ 3.18 ตัวอย่างการสร้างแบบจำลองสมจริงหน้าแรกของเมนูบริการสำหรับแอปพลิเคชัน

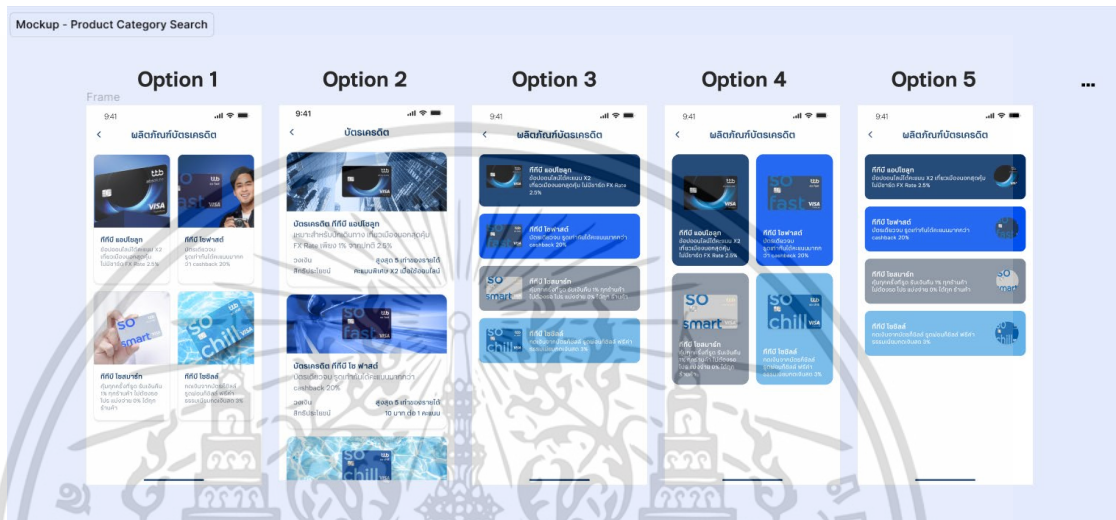
2) หน้าค้นหาจากเป้าหมาย (Goal-Directed search page) เป็นหน้าจอที่ออกแบบมาเพื่อให้ผู้ใช้สามารถค้นหาผลิตภัณฑ์ที่ตรงต่อความต้องการได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างแบบจำลองสมจริง (Mockup) ที่มีการจัดวางองค์ประกอบและรูปแบบการนำเสนอที่แตกต่างตัวเลือกดังรูปที่ 3.19



รูปที่ 3.19 ตัวอย่างการสร้างแบบจำลองสมจริงหน้าค้นหาจากเป้าหมายสำหรับแอปพลิเคชัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

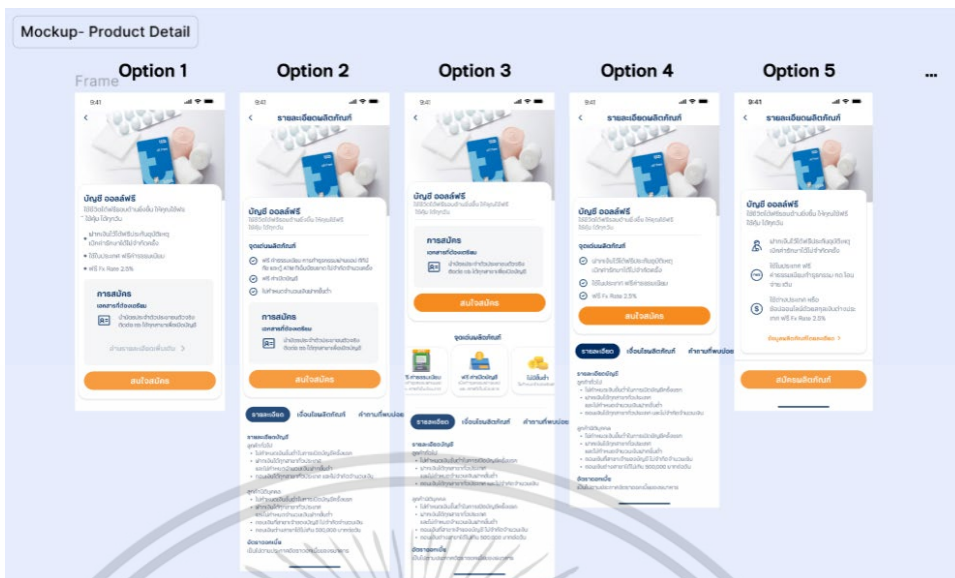
3) หน้าค้นหาจากประเภทผลิตภัณฑ์ (Product category search page) เป็นพื้นที่ส่วนหนึ่ง บนแอปพลิเคชัน ที่ใช้ในการแสดงและจัดวางผลิตภัณฑ์ที่จะขายหรือโปรโมตให้กับลูกค้า ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างแบบจำลองสมจริง (Mockup) ที่มีการจัดวางองค์ประกอบและรูปแบบการนำเสนอที่แตกต่างตัวเลือกดังรูปที่ 3.20



รูปที่ 3.20 ตัวอย่างการสร้างแบบจำลองสมจริงหน้าค้นหาประเภทผลิตภัณฑ์สำหรับแอปพลิเคชัน

4) หน้ารายละเอียดผลิตภัณฑ์ (Product detail page) เป็นหน้าที่ใช้แสดงข้อมูลละเอียดต่างๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่จะขาย รวมถึงรายละเอียดเกี่ยวกับคุณสมบัติและข้อมูลอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อช่วยลูกค้าในการตัดสินใจซื้อสินค้าและส่งเสริมการซื้อสินค้าด้วยข้อมูลที่ครบถ้วนและชัดเจน ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างแบบจำลองสมจริง (Mockup) ที่มีการจัดวางองค์ประกอบและรูปแบบการนำเสนอที่แตกต่างตัวเลือกดังรูปที่ 3.21

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 3.21 ตัวอย่างการสร้างแบบจำลองสมจริงหน้ารายละเอียดผลิตภัณฑ์สำหรับแอปพลิเคชัน

- 5) หน้ารายละเอียดเพิ่มเติม (More details page) เป็นหน้าสำหรับอ่านผลิตภัณฑ์โดยรายละเอียด ในกรณีที่หน้ารายละเอียดผลิตภัณฑ์ซึ่งเป็นหน้าก่อนหน้าไม่มีการระบุไว้จึงมีปุ่มสำหรับอ่านเพิ่มเติมมาอย่างหน้านี้ ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างแบบจำลองสมจริง (Mockup) ที่มีการจัดวางองค์ประกอบและรูปแบบการนำเสนอที่แตกต่างตัวเลือกดังรูปที่ 3.22



รูปที่ 3.22 ตัวอย่างการสร้างแบบจำลองสมจริงหน้ารายละเอียดเพิ่มเติมสำหรับแอปพลิเคชัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนที่ 2 การสร้างแบบจำลองหน้าจอสำหรับเว็บไซต์ สำหรับการพัฒนาเมนูบริการซึ่งเป็นพื้นที่สำหรับจัดแสดงผลภัณฑ์ทางการเงินของธนาคารบนเว็บไซต์ที่เข้าถึงได้ผ่านโทรศัพท์และคอมพิวเตอร์ สามารถแบ่งการออกแบบได้ 2 หน้า คือ หน้าขึ้นจัดแสดงผลภัณฑ์สำหรับลูกค้าบัญชีเงินเดือน (Product shelf for payroll page) และหน้ารายละเอียดผลิตภัณฑ์ (Product detail page) ดังภาพผนวก ข

การสร้างแบบจำลองสมจริงสำหรับเว็บไซต์ทั้ง 2 หน้ามีดังนี้

- 1) หน้าขึ้นจัดแสดงผลภัณฑ์สำหรับลูกค้าบัญชีเงินเดือน (Product shelf for payroll page) เป็นหน้าจอที่ออกแบบมาเพื่อให้ผู้ใช้สามารถเข้าถึงสิทธิประโยชน์ที่ตนเองจะได้รับ และเป็นที่ยอมรับผลภัณฑ์ที่แสดงสำหรับผู้ใช้ได้เห็นได้อย่างง่าย ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างแบบจำลองสมจริง (Mockup) ที่มีการจัดวางองค์ประกอบและรูปแบบการนำเสนอที่แตกต่าง โดยมีการออกแบบสำหรับการเข้าถึงผ่านโทรศัพท์ดังรูปที่ 3.23 และการเข้าถึงผ่านเว็บไซต์ดังรูปที่ 3.24



รูปที่ 3.23 ตัวอย่างการสร้างแบบจำลองสมจริงหน้าขึ้นจัดแสดงผลภัณฑ์สำหรับลูกค้าบัญชีเงินเดือน สำหรับเว็บไซต์ที่เข้าถึงผ่านโทรศัพท์

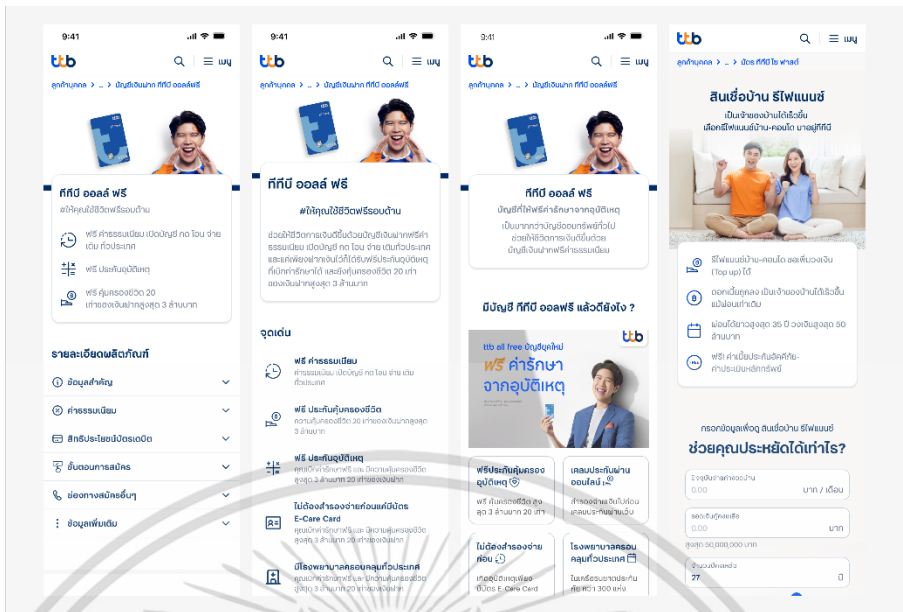
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



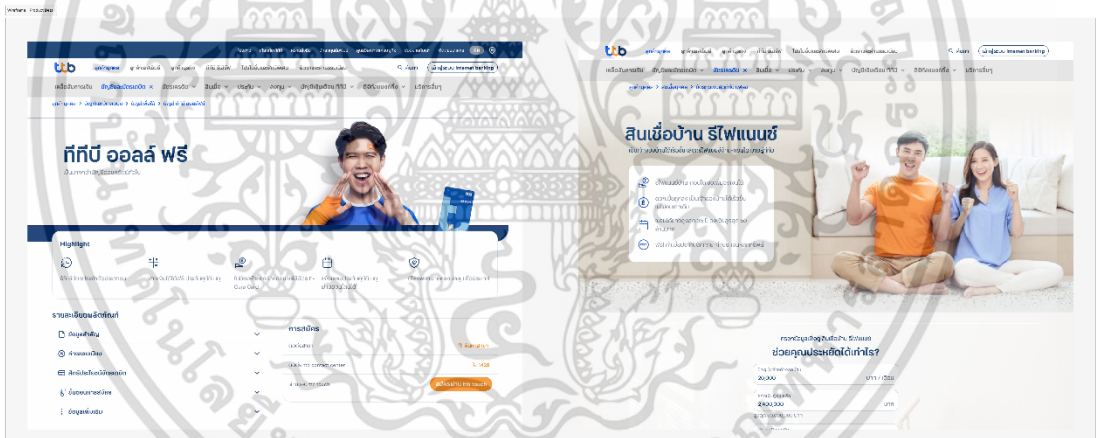
รูปที่ 3.24 ตัวอย่างการสร้างแบบจำลองสมจริงหน้าชั้นจัดแสดงผลภัณฑ์สำหรับลูกค้าบัญชีเงินเดือน สำหรับเว็บไซต์ที่เข้าถึงผ่านคอมพิวเตอร์

- 2) หน้ารายละเอียดผลิตภัณฑ์ (Product detail page) เป็นหน้าจอที่ออกแบบมาเพื่อให้ผู้ใช้สามารถอ่านรายละเอียดของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ หลังจากที่ได้ทำการค้นหาหรือมาจากหน้าชั้นจัดแสดงผลภัณฑ์ และในหน้านี้จะสามารถดำเนินสมัครผลิตภัณฑ์ได้โดยตรง ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างแบบจำลองสมจริง (Mockup) ที่มีการจัดวางองค์ประกอบและรูปแบบการนำเสนอที่แตกต่าง โดยมีการออกแบบสำหรับการเข้าถึงผ่านโทรศัพท์ดังรูปที่ 3.25 และการเข้าถึงผ่านเว็บไซต์ดังรูปที่ 3.26

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 3.25 ตัวอย่างการสร้างแบบจำลองสมจริงหน้ารายละเอียดผลิตภัณฑ์สำหรับเว็บไซต์ ที่เข้าถึงผ่านโทรศัพท์

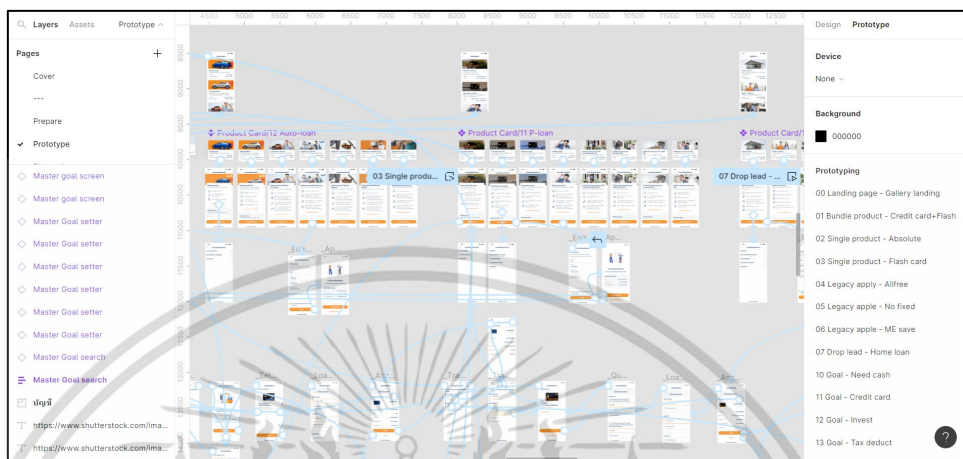


รูปที่ 3.26 ตัวอย่างการสร้างแบบจำลองสมจริงหน้าหน้ารายละเอียดผลิตภัณฑ์ สำหรับเว็บไซต์ที่เข้าถึงผ่านคอมพิวเตอร์

3.4.4 ขั้นตอนการสร้างแบบจำลองต้นแบบ (Prototype)

เป็นการนำแบบจำลองหน้าจอที่ออกแบบสมบูรณ์ที่ผ่านการคัดเลือกเรียบร้อยแล้วมาทำการเชื่อมโยงหน้าจอต่างๆเข้าด้วยกันตามเส้นทางผู้ใช้งาน (User flow) รวมถึงการสร้างการโต้ตอบ (Interactivity) ระหว่างแบบจำลองและผู้ใช้ เช่น การกดคลิก (Click), การเลื่อนหน้าจอขึ้นลง (Scroll up-down) เป็นต้น เพื่อนำแบบจำลองที่มีการใกล้เคียงกับผลิตภัณฑ์จริงที่สุดไปทดสอบ เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

และเก็บผลตอบลัพท์ (Feedback) ก่อนส่งการออกแบบขั้นสุดท้ายให้กับทีมนักพัฒนา (Developer)



รูปที่ 3.27 ตัวอย่างการเชื่อมโยงแบบจำลองต้นแบบโดยโปรแกรม Figma

จากรูปที่ 3.27 แสดงถึงฟังก์การโต้ตอบของแบบจำลองเสมือนจริง (Prototype) ที่สร้างขึ้นด้วย โปรแกรม Figma ซึ่งเป็นเครื่องมือออกแบบที่ช่วยในการสร้างและทดสอบแบบจำลองต้นแบบ ฟังก์นี้ประกอบด้วยหน้าจอจำนวนหนึ่งจัดเรียงตามเส้นทางการใช้งานที่ผู้ใช้จะต้องปฏิบัติ โดยมีการเชื่อมโยงแต่ละหน้าจอด้วยลูกศรสีน้ำเงิน นอกจากนี้ฟังก์นี้สะท้อนถึงความซับซ้อนของการออกแบบที่ต้องการให้ผู้ใช้สามารถนำทางผ่านแอปพลิเคชันได้อย่างราบรื่น ตั้งแต่การเริ่มต้นใช้งานจนถึงการบรรลุเป้าหมายที่ต้องการ

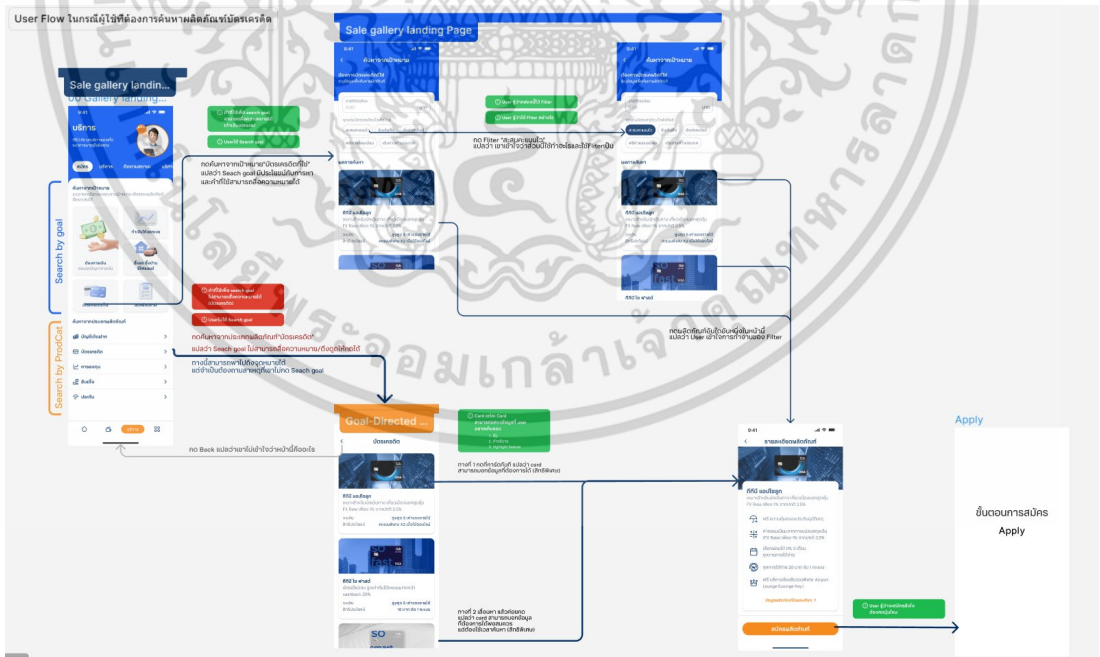
3.5 การทดสอบ (Test Phase)

ในขั้นตอนการทดสอบจะมุ่งเน้นไปที่การตั้งสมมติฐานเพื่อวัดและประเมินผลลัพธ์ของการทดลอง โดยมีการแบ่งการทดสอบออกเป็น 2 รูปแบบหลัก คือ การทดสอบในขณะของการออกแบบ (Design Phase Testing) และการทดสอบหลังจากการพัฒนาเป็นโปรแกรมเสร็จสิ้น (Post-Development Testing) แต่ละรูปแบบของการทดสอบนี้จะประกอบไปด้วยวิธีการทดสอบที่แตกต่างกัน ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.5.1 การทดสอบการใช้งาน (Usability Test)

เป็นกระบวนการทดสอบและประเมินระบบที่ออกแบบ โดยมีเป้าหมายในการวัดและประเมินความสามารถในการใช้งาน โดยที่การทดสอบนี้มุ่งเน้นไปที่การประเมินความสะดวกสบาย, ความเข้าใจง่าย และประสิทธิภาพในการใช้งาน การทดสอบการใช้งานจึงเป็นส่วนสำคัญในกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการ เนื่องจากช่วยให้ผู้พัฒนาได้รับข้อมูลที่สำคัญเกี่ยวกับประสบการณ์ของผู้ใช้ ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญในการปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการให้ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ ดังนั้นเพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับการทดสอบ ผู้วิจัยจึงนำแบบจำลองสมจริง (Mockup) มาทำการคัดเลือกเวอร์ชันที่ต้องการนำไปทดสอบ จากนั้นทำการเขียนภาพรวมเส้นทางของผู้ใช้งาน (User flow) ในทุกกรณีที่สามารถเป็นไปได้ พร้อมทั้งตั้งสมมติฐานถึงสาเหตุและความรู้สึกในแต่ละเส้นทางที่ผู้ใช้เลือก เพื่อลดข้อผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้นสำหรับการสร้างแบบจำลองต้นแบบ (Prototype) สำหรับนำไปทดสอบ เพื่อให้ผู้วิจัยสามารถเตรียมคำถามสัมภาษณ์ (User Interview) หลังการทดสอบสำหรับพิสูจน์สมมติฐานข้างต้นได้ถึงความเข้าใจที่ผู้ใช้ตัดสินใจกดปุ่มดังกล่าว เช่น สาเหตุที่กดย้อนกลับเกิดจากไม่พบสิ่งที่คาดหวังหรือไม่ เป็นต้น ดังตัวอย่างรูปที่ 3.28



รูปที่ 3.28 ตัวอย่างการเขียนภาพรวมเส้นทางของผู้ใช้งาน
ในกรณีที่ผู้ใช้ต้องการค้นหาผลิตภัณฑ์บัตรเครดิต

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กระบวนการทำการทดสอบ (Usability Testing) ที่ผู้วิจัยใช้ดำเนินการทดสอบการใช้งานที่ประกอบไปด้วย 7 ขั้นตอนดังต่อไปนี้

- 1) การวางแผนการทดสอบ จัดทำเอกสารที่อธิบายเป้าหมายการทดสอบ, วิธีการทดสอบ, วิธีเลือกผู้เข้าร่วมทดสอบ, ขั้นตอนการทำงาน, ประเภทของข้อมูลที่ต้องการเก็บ เป็นต้น
- 2) การรับสมัครผู้เข้าร่วมและการกำหนดแผนการดำเนินการ เพื่อเริ่มการค้นหาและประเมินผู้เข้าร่วมทดสอบ
- 3) การเตรียมอุปกรณ์ รวมไปถึงการออกแบบสภาพแวดล้อมการทดสอบ
- 4) การจัดสภาพแวดล้อมการทดสอบ ซึ่งมีทั้งการทดสอบในห้องปฏิบัติการและการทดสอบจากระยะไกล
- 5) การดำเนินการทดสอบ ทดสอบความสามารถในการใช้งานกับผู้เข้าร่วมทดสอบของคุณ โดยการก่อนทดสอบจริงผู้พัฒนาสามารถทำการทดสอบแบบแห้งกับภายในทีมก่อน เพื่อค้นหาวิธีที่ดีล่วงหน้าในการเก็บรวบรวมและบันทึกข้อมูล และยังเพิ่มโอกาสในการค้นพบปัญหาอื่นๆกับผลิตภัณฑ์ก่อนที่ผู้เข้าร่วมทดสอบจะทำ
- 6) การวิเคราะห์ข้อมูล ศึกษาข้อมูลทั้งหมดที่เก็บรวบรวมจากการทดสอบการใช้งาน เพื่อให้ได้ข้อมูลสำคัญและข้อมูลที่สามารถนำไปทำการปรับปรุงความสามารถในการใช้งานของผลิตภัณฑ์ ซึ่งสามารถสรุปผลวิจัยตามหัวข้อที่ 4.4
- 7) การรายงานผลลัพธ์ นำเสนอผลการทดสอบกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องในทีม เพื่อรับการสนับสนุนในการดำเนินการหรือการปรับปรุง

ในส่วนของการทำการทดสอบการใช้งาน (Usability Testing) ผู้วิจัยได้ดำเนินการทดสอบอย่างละเอียดทั้ง 2 ส่วนคือแอปพลิเคชันและเว็บไซต์จากภาคผนวก ข สำหรับแต่ละครั้งของการทดสอบ ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับประสบการณ์ผู้ใช้ รวมถึงความคิดเห็นและปัญหาที่พบ ซึ่งข้อมูลเหล่านี้จะถูกนำไปวิเคราะห์เพื่อปรับปรุงและพัฒนาแอปพลิเคชันและเว็บไซต์ให้มีประสิทธิภาพและความเหมาะสมสูงสุด โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 การทดสอบการใช้งานสำหรับแอปพลิเคชัน

ผู้วิจัยได้ใช้เทคนิคการทดสอบที่หลากหลาย เช่น การทดสอบแบบสังเกตการณ์, การสัมภาษณ์ผู้ใช้ และการใช้แบบสอบถามแตกต่างกันไปตามความเหมาะสม เพื่อรวบรวมข้อมูลที่ครอบคลุมและลึกซึ้ง เทคนิคเหล่านี้ช่วยให้ผู้วิจัยสามารถเข้าใจถึงปัญหาและข้อจำกัดที่แท้จริง เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ของผู้ใช้งาน และนำไปสู่การพัฒนาที่ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ได้อย่างเหมาะสมที่สุด การทำการทดสอบเช่นนี้จะช่วยให้ผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้นมีคุณภาพสูงและเป็นที่ยอมรับมากขึ้นในหมู่ผู้ใช้งานจริง ผู้วิจัยมีการดำเนินการทดสอบจำนวน 4 ครั้งซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

การทดสอบการใช้งานครั้งที่ 1

มีจุดประสงค์เพื่อทดสอบความเหมาะสมของการตั้งภารกิจและการออกแบบเบื้องต้น โดยมุ่งเน้นที่การทดสอบความสามารถในการเรียนรู้ฟีเจอร์ใหม่ (Learnability) ในการค้นหาผลิตภัณฑ์จากเป้าหมาย (Search by goal)

การทดสอบ

Test 1

(Onsite)

Role
Moderator & Note Taker

Tool
Figma prototype

Duration
30 mins/Session

Sample Size
4 Participants

Test 1: scenario test 4 บอร์ด
เพื่อทดสอบการตั้งค่าแถบและการออกแบบเบื้องต้น เน้นในส่วนของการใช้งาน search by goal

Testing on 8.02.23

Objectives

- Usability Test**
ผู้ใช้สามารถค้นหาผลิตภัณฑ์, ข้อมูลรายละเอียดที่ต้องการได้ราบรื่น โดยไม่เกิดความสับสน
- Learnability**
ความสามารถในการเรียนรู้วิธีการใช้งานผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่

รูปที่ 3.29 การทดสอบการใช้งานครั้งที่ 1 สำหรับแอปพลิเคชัน

จากรูปที่ 3.29 แสดงถึงรายละเอียดในการทดสอบการใช้งานครั้งที่หนึ่งดังต่อไปนี้

จุดประสงค์	เพื่อทดสอบความใช้งานง่าย (Usability) และความสามารถของผู้ใช้ในการเรียนรู้ฟีเจอร์ใหม่ (Learnability)
วิธีการทดสอบ	การทดสอบแบบมีภารกิจ (Task-Based Testing)
รูปแบบการทดสอบ	จัดการทดสอบในสถานที่จริง (Onsite)
เครื่องมือทดสอบ	โปรแกรม Figma (โมเดลนำเสนอ Prototype)
บทบาทผู้วิจัย	ผู้นำการทดสอบ (Moderator), ผู้จดบันทึก (Note Taker)
จำนวนผู้เข้าร่วมทดสอบ	4 คน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ระยะเวลาทดสอบ	30 นาที/คน
วันที่ทดสอบ	8 กุมภาพันธ์ 2566

การทดสอบการใช้งานครั้งที่ 2

มีจุดประสงค์เพื่อทดสอบการใช้งานของทั้งเมนูบริการที่พัฒนาออกแบบใหม่คือหน้าแรกของเมนูบริการ (Sale gallery landing Page), หน้าค้นหาจากเป้าหมาย (Goal-Directed Search Page), หน้าค้นหาจากประเภทผลิตภัณฑ์ (Product Category Search Page), หน้ารายละเอียดผลิตภัณฑ์ (Product Detail) และหน้ารายละเอียดเพิ่มเติม (More Details Page) การทดสอบในครั้งนี้การดำเนินการร่วมกับบริษัทภายนอกที่มีความเชี่ยวชาญในการดำเนินการจัดการทดสอบ ซึ่งผู้วิจัยมีบทบาทเป็นผู้สังเกตการณ์ โดยก่อนการทดสอบจริงผู้วิจัย ผู้มีส่วนร่วมที่เกี่ยวข้อง และบริษัทภายนอก ได้นัดหมายเพื่อจัดประชุมพูดคุยถึงจุดประสงค์และเป้าหมายในการทดสอบเพื่อความเข้าใจที่ถูกต้องตรงกัน

The image shows a slide titled 'การทดสอบ Test 2' (Testing Test 2) with the subtitle 'Test 2: ศึกษาราย journey พฤติกรรมของ user' (Test 2: Study user behavior journey). The slide includes the following information:

- Role:** Observer
- Tool:** Figma prototype (Online Via JMS team)
- Duration:** 1 hour/Session
- Sample Size:** 8 Participants
- Objectives:**
 - Usability Test:** ผู้ใช้สามารถค้นหาผลิตภัณฑ์, ข้อมูลรายละเอียดที่ต้องการได้ราบรื่น โดยไม่เกิดความสับสน
 - Usefulness:** องค์ประกอบอะไรที่เป็นประโยชน์ต่อความเข้าใจใช้งาน/สนใจในผลิตภัณฑ์มากยิ่งขึ้น
 - Understanding:** ศึกษาพฤติกรรมและเส้นทางการใช้งานของผู้ใช้
 - Content Structure and Attractiveness:** รู้ว่าสิ่งใดเป็นคุณสมบัติสำคัญที่นำไปสู่การตัดสินใจซื้อ

The slide also features a central image of a user interface prototype for 'morphosis' and a date 'Testing on 10&13.02.23'.

รูปที่ 3.30 การทดสอบการใช้งานครั้งที่ 2 สำหรับแอปพลิเคชัน

จากรูปที่ 3.30 แสดงถึงรายละเอียดในการทดสอบการใช้งานครั้งที่สองดังต่อไปนี้

จุดประสงค์ เพื่อทดสอบความใช้งานง่าย (Usability), ความเป็นประโยชน์ (Usefulness), ศึกษาพฤติกรรมผู้ใช้ (Understanding) และ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	ทดสอบโครงสร้างและความดึงดูด (Content Structure and Attractiveness)
วิธีการทดสอบ	การทดสอบแบบผู้ใช้ได้รับอิสระในการสำรวจและใช้งาน (Exploratory Usability Testing)
รูปแบบการทดสอบ	จัดการทดสอบผ่านออนไลน์ (Online)
เครื่องมือทดสอบ	โปรแกรม Figma (โหมคนำเสนอ Prototype), โปรแกรม Microsoft teams
บทบาทผู้วิจัย	ผู้สังเกตการณ์ (Observer)
จำนวนผู้เข้าร่วมทดสอบ	8 คน
ระยะเวลาทดสอบ	60 นาที/คน
วันที่ทดสอบ	10,13 กุมภาพันธ์ 2566

คำถามสำหรับการสัมภาษณ์หลังการทดสอบครั้งที่ 2

1. คุณมีความคิดเห็นหรือความเข้าใจเกี่ยวกับหน้าแรกของเมนูบริการ (Sale gallery landing page) อย่างไร ?
2. คุณมีความคิดเห็นหรือความเข้าใจเกี่ยวกับหน้าค้นหาจากเป้าหมาย (Goal-Directed search page) อย่างไร ?
3. คุณมีความคิดเห็นหรือความเข้าใจเกี่ยวกับหน้าค้นหาจากประเภทผลิตภัณฑ์ (Product category search page) อย่างไร ?
4. คุณมีความคิดเห็นหรือความเข้าใจเกี่ยวกับหน้ารายละเอียดผลิตภัณฑ์ (Product detail page) อย่างไร ?
5. คุณมีความคิดเห็นหรือความเข้าใจเกี่ยวกับหน้ารายละเอียดเพิ่มเติม (More details page) อย่างไร ?

การทดสอบการใช้งานครั้งที่ 3

มีจุดประสงค์เพื่อทดสอบการใช้งานในประเด็นที่ตกหล่นจากการทดสอบครั้งที่ 2 จากหน้าค้นหาจากเป้าหมาย (Goal-Directed Search Page), หน้าค้นหาจากประเภทผลิตภัณฑ์ (Product Category Search Page)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การทดสอบ

Test 3

Test 3: scenario test 6 ข้อ เน้นพิสัย 2 เรื่องที่ตกหล่นจากครั้งก่อน คือ Product bundling , Tag ลหย่อ

Role

Moderator & Note Taker

Tool


Figma prototype (Onsite)

Duration

1 hour/Session

Sample Size

6 Participants



Testing on 15.02.23

Objectives

- 1. Usability Test**
ผู้ใช้สามารถค้นหาผลิตภัณฑ์, ข้อมูลรายละเอียดที่ต้องการได้รับ โดยไม่เกิดความสับสน
- 2. Usefulness**
องค์ประกอบอะไรที่เป็นประโยชน์ต่อความเข้าใจผู้ใช้งาน/สนใจในผลิตภัณฑ์มากยิ่งขึ้น

รูปที่ 3.31 การทดสอบการใช้งานครั้งที่ 3 สำหรับแอปพลิเคชัน

จากรูปที่ 3.31 แสดงถึงรายละเอียดในการทดสอบการใช้งานครั้งที่สามดังต่อไปนี้

จุดประสงค์	เพื่อทดสอบความใช้งานง่าย (Usability), ความเป็นประโยชน์ (Usefulness)
วิธีการทดสอบ	การทดสอบแบบมีภารกิจ (Task-Based Testing)
รูปแบบการทดสอบ	จัดการทดสอบในสถานที่จริง (Onsite)
เครื่องมือทดสอบ	โปรแกรม Figma (โหมคนำเสนอ Prototype)
บทบาทผู้วิจัย	ผู้นำการทดสอบ (Moderator), ผู้จดบันทึก (Note Taker)
จำนวนผู้เข้าร่วมทดสอบ	6 คน
ระยะเวลาทดสอบ	60 นาที/คน
วันที่ทดสอบ	15 กุมภาพันธ์ 2566

คำถามสัมภาษณ์สำหรับหลังการทดสอบครั้งที่ 3

1. คุณมีความคิดเห็นหรือความเข้าใจเกี่ยวกับรูปภาพฟิกและคำที่ใช้เป็นชื่อแทนเป้าหมายแต่ละส่วนของหน้าแรกของเมนูบริการ (Sale gallery landing page) อย่างไร ?
2. คุณมีความคิดเห็นหรือความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดกลุ่มผลิตภัณฑ์ (Product Bundling) ในหน้าค้นหาจากเป้าหมาย (Goal-Directed search page) อย่างไร ?

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. คุณสังเกตเห็นป้ายแท็กลดหย่อนภาษี (Tag) บนการ์ดผลิตภัณฑ์หรือไม่ และความเข้าใจอย่างไร ?
4. คุณมีความคิดเห็นหรือความเข้าใจเกี่ยวกับหน้ารายละเอียดผลิตภัณฑ์ (Product detail page) อย่างไร ?
5. คุณมีความคิดเห็นหรือความเข้าใจเกี่ยวกับหน้ารายละเอียดเพิ่มเติม (More details page) อย่างไร ?

การทดสอบการใช้งานครั้งที่ 4

มีจุดประสงค์เพื่อทดสอบการใช้งานในประเด็นที่เพิ่มเติมจากการทดสอบครั้งที่ 3 จากหน้าแรกของเมนูบริการ (Sale gallery landing Page) และหน้าค้นหาจากเป้าหมาย (Goal-Directed Search Page) นอกจากนี้ผู้วิจัยให้ผู้ประเมินแบบสอบถามความพึงพอใจหลังจากทำการทดสอบเสร็จสิ้น ซึ่งมีรายละเอียดคำถามดังภาคผนวก ค

การทดสอบ
Test 4

Test 4: scenario test 1 คือ โดยไม่มีการกำหนด task ตายตัว เพื่อให้ user ทดลองเล่นเพื่อความเข้าใจ เพื่อนำไปสู่การสัมภาษณ์ความคิดเห็นและความรู้สึก เน้นพิสูจน์เรื่องรูปภาพ search goal และ product bundling

Role
Moderator & Note Taker

Tool
Figma prototype (Onsite)

Duration
15-20 mins/Session

Sample Size
4 Participants

Testing on 16-17.07.23

Objectives

1. Usefulness
องค์ประกอบอะไรที่เป็นประโยชน์ต่อความเข้าใจ
ผู้ใช้งาน/สนใจในผลิตภัณฑ์มากยิ่งขึ้น

รูปที่ 3.32 การทดสอบการใช้งานครั้งที่ 4 สำหรับแอปพลิเคชัน

จากรูปที่ 3.32 แสดงถึงรายละเอียดในการทดสอบการใช้งานครั้งที่สี่ดังต่อไปนี้
จุดประสงค์ เพื่อทดสอบความเป็นประโยชน์ (Usefulness)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วิธีการทดสอบ	การทดสอบแบบผู้ใช้ได้รับอิสระในการสำรวจและใช้งาน (Exploratory Usability Testing)
รูปแบบการทดสอบ	จัดการทดสอบในสถานที่จริง (Onsite)
เครื่องมือทดสอบ	โปรแกรม Figma (โมเมนต์นำเสนองาน Prototype)
บทบาทผู้วิจัย	ผู้นำการทดสอบ (Moderator), ผู้จดบันทึก (Note Taker)
จำนวนผู้เข้าร่วมทดสอบ	4 คน
ระยะเวลาทดสอบ	15-20 นาที/คน
วันที่ทดสอบ	16-17 กุมภาพันธ์ 2566

ส่วนที่ 2 การทดสอบการใช้งานสำหรับเว็บไซต์

ผู้วิจัยได้ใช้เทคนิคการทดสอบที่หลากหลาย เช่น การทดสอบแบบสังเกตการณ์, การสัมภาษณ์ผู้ใช้ และการใช้แบบสอบถามแตกต่างกันไปตามความเหมาะสม เพื่อรวบรวมข้อมูลที่ครอบคลุมและลึกซึ้ง เทคนิคเหล่านี้ช่วยให้ผู้วิจัยสามารถเข้าใจถึงปัญหาและข้อจำกัดที่แท้จริงของผู้ใช้งาน และนำไปสู่การพัฒนาที่ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ได้อย่างเหมาะสมที่สุด การทำการทดสอบเช่นนี้จะช่วยให้ผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้นมีคุณภาพสูงและเป็นที่ยอมรับมากขึ้นในหมู่ผู้ใช้งานจริง ผู้วิจัยมีการดำเนินการทดสอบจำนวน 3 ครั้งซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

การทดสอบการใช้งานครั้งที่ 1

มีจุดประสงค์เพื่อทดสอบผู้ใช้งานในด้านการค้นหาผลิตภัณฑ์ การวัดคุณภาพขององค์ประกอบที่สามารถเป็นประโยชน์ต่อผู้ใช้งานจนสามารถทำให้ผู้ใช้งานสนใจผลิตภัณฑ์ และดำเนินการสมัครผลิตภัณฑ์ โดยมุ่งเน้นที่การทดสอบในหน้ารายละเอียดผลิตภัณฑ์ในรูปแบบของหน้าจอโทรศัพท์ (Product detail of Mobile browser) และการทดสอบในครั้งนี้ การดำเนินการร่วมกับบริษัทภายนอกที่มีความเชี่ยวชาญในการดำเนินการจัดการทดสอบ ซึ่งผู้วิจัยมีบทบาทเป็นผู้สังเกตการณ์ โดยก่อนการทดสอบจริงผู้วิจัย ผู้มีส่วนร่วมที่เกี่ยวข้อง และบริษัทภายนอก ได้นัดหมายเพื่อจัดประชุมพูดคุยถึงจุดประสงค์และเป้าหมายในการทดสอบเพื่อความเข้าใจที่ถูกต้องตรงกัน



รูปที่ 3.33 การทดสอบการใช้งานครั้งที่ 1 สำหรับเว็บไซต์

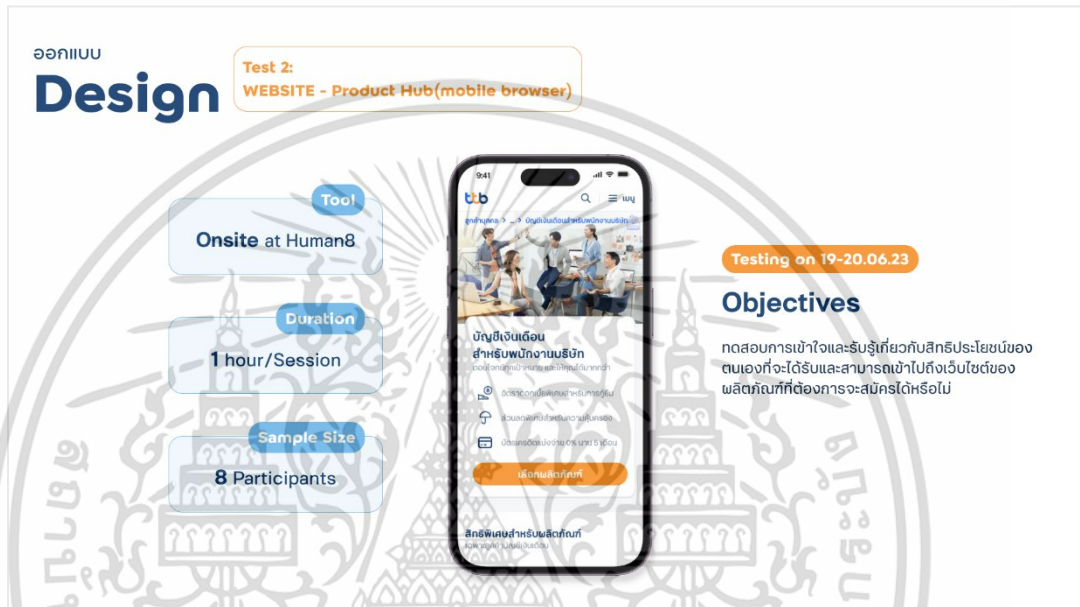
จากรูปที่ 3.33 แสดงถึงรายละเอียดในการทดสอบการใช้งานครั้งที่หนึ่งดังต่อไปนี้

จุดประสงค์	เพื่อทดสอบความใช้งานง่าย (Usability) และความเป็นประโยชน์ (Usefulness)
วิธีการทดสอบ	การทดสอบแบบมีภารกิจ (Task-Based Testing) หรือการทดสอบแบบผู้ใช้ได้รับอิสระในการสำรวจและใช้งาน (Exploratory Usability Testing)
รูปแบบการทดสอบ	จัดการทดสอบผ่านออนไลน์ (Online)
เครื่องมือทดสอบ	โปรแกรม Figma (โหมคนำเสนอ Prototype), โปรแกรม Microsoft teams
บทบาทผู้วิจัย	ผู้สังเกตการณ์ (Observer)
จำนวนผู้เข้าร่วมทดสอบ	8 คน
ระยะเวลาทดสอบ	60 นาที/คน
วันที่ทดสอบ	27-28 เมษายน 2566

การทดสอบการใช้งานครั้งที่ 2

มีจุดประสงค์เพื่อทดสอบการใช้งานและการรับรู้เกี่ยวกับสิทธิประโยชน์จนดำเนินการสมัครผลิตภัณฑ์ของทั้งหน้าชั้นจัดแสดงผลิตภัณฑ์สำหรับลูกค้าบัญชีเงินเดือน และหน้าเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รายละเอียดผลิตภัณฑ์ (Product Detail) การทดสอบในครั้งนี้การดำเนินการร่วมกับบริษัทภายนอกที่มีความเชี่ยวชาญในการดำเนินการจัดการทดสอบ ซึ่งผู้วิจัยมีบทบาทเป็นผู้สังเกตการณ์ โดยก่อนการทดสอบจริงผู้วิจัย ผู้มีส่วนร่วมที่เกี่ยวข้อง และบริษัทภายนอก ได้นัดหมายเพื่อจัดประชุมพูดคุยถึงจุดประสงค์และเป้าหมายในการทดสอบเพื่อความเข้าใจที่ถูกต้องตรงกัน



รูปที่ 3.34 การทดสอบการใช้งานครั้งที่ 2 สำหรับเว็บไซต์

จากรูปที่ 3.34 แสดงถึงรายละเอียดในการทดสอบการใช้งานครั้งที่สองดังต่อไปนี้	
จุดประสงค์	เพื่อทดสอบความใช้งานง่าย (Usability), ความเป็นประโยชน์ (Usefulness) และศึกษาพฤติกรรมผู้ใช้ (Understanding)
วิธีการทดสอบ	การทดสอบแบบมีภารกิจ (Task-Based Testing) หรือการทดสอบแบบผู้ใช้ได้รับอิสระในการสำรวจและใช้งาน (Exploratory Usability Testing)
รูปแบบการทดสอบ	จัดการทดสอบในสถานที่จริง (Onsite)
เครื่องมือทดสอบ	โปรแกรม Figma (โหมคนำเสนอ Prototype), โปรแกรม Microsoft teams
บทบาทผู้วิจัย	ผู้สังเกตการณ์ (Observer)
จำนวนผู้เข้าร่วมทดสอบ	8 คน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ระยะเวลาทดสอบ	60 นาที/คน
วันที่ทดสอบ	19-20 มิถุนายน 2566

การทดสอบการใช้งานครั้งที่ 3

มีจุดประสงค์เพื่อทดสอบการใช้งานในประเด็นที่ตกหล่นจากการทดสอบครั้งที่ 1 และ ครั้งที่ 2 จากหน้ารายละเอียดผลิตภัณฑ์ในรูปแบบของหน้าจอบริษัท (Product detail of Mobile browser) นอกจากนี้ผู้วิจัยให้ผู้ใช้งานประเมินแบบสอบถามความพึงพอใจหลังจากทำการทดสอบเสร็จสิ้น

ออกแบบ
Design

Test 3:
WEBSITE - Product Detail (desktop on Production)

Tool
Online Via Meets

Duration
45 mins/Session

Sample Size
5 Participants

Testing on 9-15.07.23

Objectives
ทดสอบการใช้งานเครื่องมือคำนวณ การครบถ้วนของข้อมูล และการเริ่มต้นเข้าไปสมัครผลิตภัณฑ์จนถึงสามารถไปสมัครผลิตภัณฑ์ได้

รูปที่ 3.35 การทดสอบการใช้งานครั้งที่ 3 สำหรับเว็บไซต์

จากรูปที่ 3.35 แสดงถึงรายละเอียดในการทดสอบการใช้งานครั้งที่สามดังต่อไปนี้

จุดประสงค์	เพื่อทดสอบความใช้งานง่าย (Usability), ความเป็นประโยชน์ (Usefulness)
วิธีการทดสอบ	การทดสอบแบบมีภารกิจ (Task-Based Testing) หรือการทดสอบแบบผู้ใช้ได้ รับอิสระในการสำรวจและใช้งาน (Exploratory Usability Testing)
รูปแบบการทดสอบ	จัดการทดสอบผ่านออนไลน์ (Online)
เครื่องมือทดสอบ	โปรแกรม Figma (โหมคนำเสนอ Prototype)

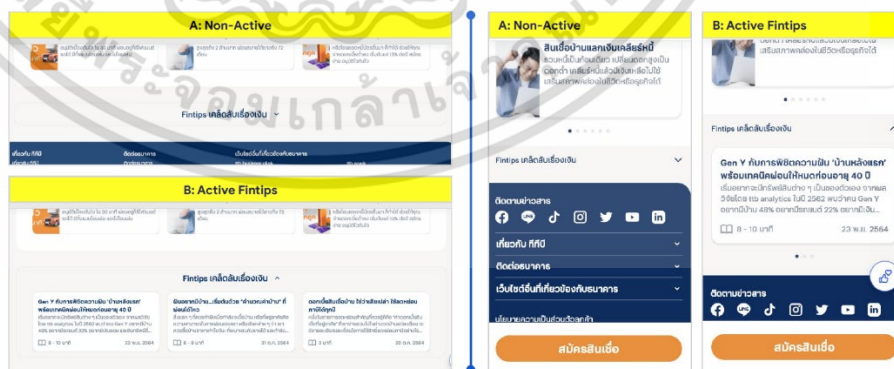
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทบาทผู้วิจัย	ผู้นำการทดสอบ (Moderator), ผู้จัดบันทึก (Note Taker)
จำนวนผู้เข้าร่วมทดสอบ	5 คน
ระยะเวลาทดสอบ	45 นาที/คน
วันที่ทดสอบ	9-15 กรกฎาคม 2566

3.5.2 การทดสอบ A/B (A/B Testing)

เป็นกระบวนการเพื่อวัดผลหลังจากโปรแกรมได้ถูกพัฒนาสำเร็จ โดยวิธีในการวัดผลคือ จะเป็นการแบ่งกลุ่มเป้าหมายที่จะทำการทดสอบออกเป็นสองกลุ่มเท่า ๆ กัน กลุ่มแรกให้แสดงผลแบบ A กลุ่มที่สองให้แสดงผลแบบ B จากนั้นวัดผลลัพธ์เพื่อตามหาเวอร์ชันที่บรรลุตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ได้ดีที่สุด เช่น การคลิกกรู๊ปแบบ A มากกว่ากรู๊ปแบบ B ซึ่งหากทราบผลแล้วก็จะนำมาปรับใช้บนเว็บไซต์จริงให้ผู้ใช้งานได้ใช้ต่อไป ซึ่งในการเลือกทำการทดสอบ A/B ของฟังก์ชัน (Functions) นี้ เนื่องจากเป็นจุดที่เป็นแหล่งรวม Search engine optimization (SEO) และจุดที่สามารถดึงดูดผู้ใช้งานได้ตั้งแต่แรกเห็น โดยผู้วิจัยนั้นได้ทำการทดสอบ A/B ของเว็บไซต์ที่พัฒนา โดยมีจุดประสงค์เพื่อวัดผลประเด็นดังต่อไปนี้

- 1) ทดสอบการเปิดหรือปิดหัวข้อ Fintips เป็นพื้นฐาน (Default) จากหน้ารายละเอียดผลิตภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์สินเชื่อ ว่ามีการส่งผลต่อพฤติกรรมผู้ใช้อย่างไร หรือสามารถทำให้ผู้ใช้นั้นทำการสนใจผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ มากขึ้นหรือไม่ ดังรูปภาพที่ 3.36



รูปที่ 3.36 การทดสอบ A/B ในการเปิดหรือปิดหัวข้อ Fintips

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- 2) ทดสอบการแสดงผลรายละเอียดผลิตภัณฑ์บรรยายแบบยาวหรือแบบสั้น จากหน้ารายละเอียดผลิตภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตเงินสดว่าผู้ใช้ได้อ่านหรือไม่และส่งผลต่อการทำให้ผู้ใช้สมัครผลิตภัณฑ์ดังกล่าวมากขึ้นหรือน้อยลงอย่างไร ดังรูปภาพที่ 3.37



รูปที่ 3.37 การทดสอบ A/B ในการแสดงผลรายละเอียดผลิตภัณฑ์บรรยายแบบยาวหรือแบบสั้น

สิ่งสำคัญในการทดสอบ A/B คือต้องดำเนินการภายใต้เงื่อนไขที่ควบคุมได้และมีความเท่าเทียมกัน เพื่อให้ได้ข้อมูลที่น่าเชื่อถือและสามารถทำนายผลลัพธ์ได้ดี โดยผลลัพธ์ที่ได้จากการทดสอบ A/B นี้จะช่วยให้ผู้วิจัยและทีมพัฒนาสามารถตัดสินใจได้อย่างมีข้อมูลเพื่อทำการปรับปรุงในลักษณะที่ตอบโจทย์ผู้ใช่มากขึ้นซึ่งสามารถอ่านเพิ่มเติมได้ที่หัวข้อ 4.5

3.6 การพัฒนาโปรแกรม (Development Phase)

ขั้นตอนการพัฒนาโปรแกรมเป็นกระบวนการที่สำคัญซึ่งตามมาหลังจากการสร้างแบบจำลองและการทดสอบเพื่อพัฒนาแบบจำลองสุดท้ายที่จะถูกนำไปใช้งาน. ในขั้นตอนนี้, การเขียนโปรแกรมเป็นส่วนสำคัญที่จะถูกดำเนินการเพื่อสร้างเว็บไซต์ที่มีประสิทธิภาพ. การเตรียมขั้นตอนต่างๆ ในการพัฒนาเป็นสิ่งจำเป็นเพื่อทำให้กระบวนการเขียนโปรแกรมเป็นไปอย่างมีระเบียบและราบรื่น

3.6.1 ขั้นตอนการออกแบบระบบซอฟต์แวร์ (Software Design Phase)

ขั้นตอนนี้เป็นขั้นตอนแรกก่อนการเขียนโปรแกรม, ที่ช่วยให้ผู้พัฒนาเห็นภาพรวมของระบบและการทำงานภายในระบบ. การออกแบบระบบช่วยให้ทีมพัฒนาที่มีความเข้าใจที่ชัดเจน

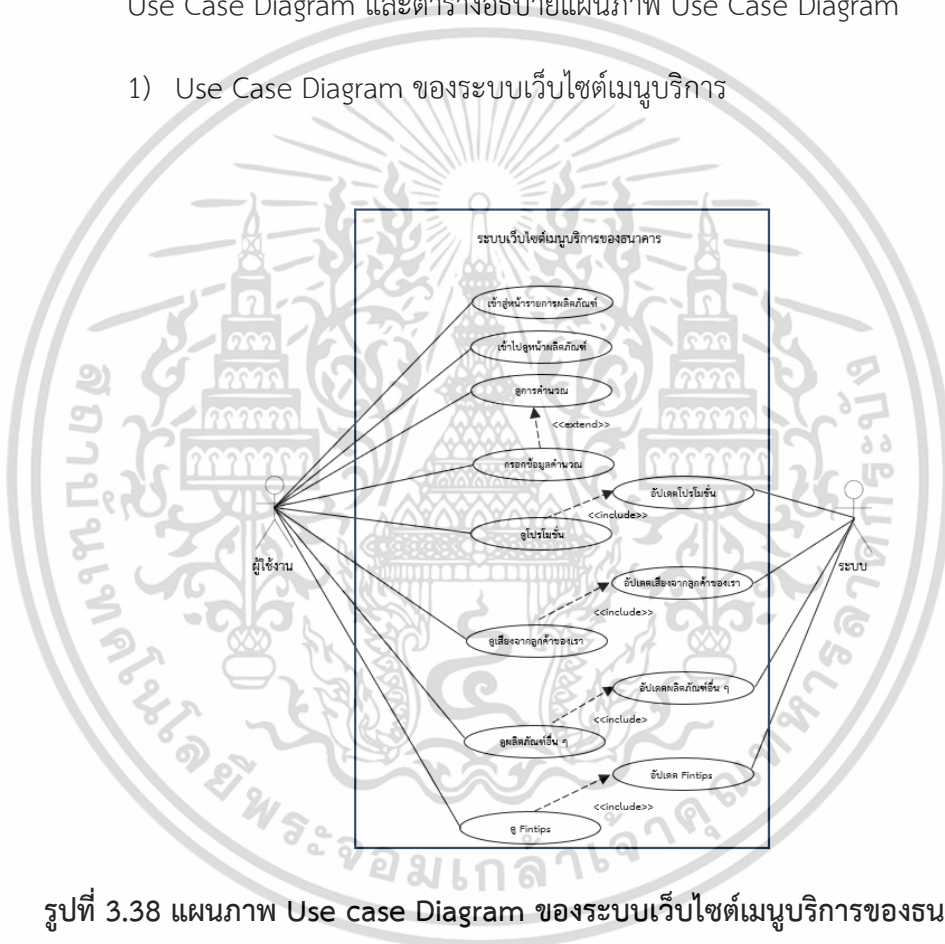
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เกี่ยวกับโครงสร้างและการทำงานของระบบทั้งหมด ทำให้ง่ายต่อการนำไปสู่การเขียนโปรแกรมที่มีประสิทธิภาพ

3.6.1.1 การเขียน Use Case Diagram

แผนภาพประเภทนี้จะแสดงความสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้ (actors) กับระบบ เพื่อเสนอภาพรวมของการทำงานในส่วน หน้าบ้าน (Front-End) ของเว็บไซต์ ช่วยให้เห็นความสัมพันธ์และการโต้ตอบของผู้ใช้กับระบบ ในหัวข้อนี้ประกอบไปด้วยแผนภาพ Use Case Diagram และตารางอธิบายแผนภาพ Use Case Diagram

1) Use Case Diagram ของระบบเว็บไซต์เมนูบริการ



รูปที่ 3.38 แผนภาพ Use case Diagram ของระบบเว็บไซต์เมนูบริการของธนาคาร

จากรูปที่ 3.38 แสดงถึงระบบเว็บไซต์เมนูบริการของธนาคาร จะทำการแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มที่ใช้ระบบนี้ได้แก่ ผู้ใช้และระบบ โดยในการเริ่มต้นเข้าใช้งานจะเข้ามาเจอหน้ารายการของผลิตภัณฑ์ ฝ่ายลูกค้าจะเข้ามาหน้ารายการของผลิตภัณฑ์, เข้าสู่ผลิตภัณฑ์, ดูการคำนวณ, กรอกข้อมูลเพื่อคำนวณ, ดูโปรโมชั่น, ดูเสียงจากลูกค้าของเรา, ดูผลิตภัณฑ์อื่น ๆ และดู Fintips ส่วน

ของระบบจะเป็นการอัปเดตโปรโมชัน, การอัปเดตเสียงจากลูกค้าของเรา, การอัปเดตผลิตภัณฑ์อื่น ๆ และการอัปเดต Fintips ซึ่งแต่ละ Use Case สามารถอธิบายได้ดังนี้

2) ตารางอธิบายแผนภาพ Use case Diagram

ตารางที่ 3.1 คำอธิบายสำหรับเข้าสู่หน้ารายการผลิตภัณฑ์

Use case Name:	เข้าสู่หน้ารายการผลิตภัณฑ์
Description:	เมื่อเข้าครั้งแรกผู้ใช้จะพบกับหน้าเมนูบริการ (หน้ารายการผลิตภัณฑ์) ซึ่งสามารถค้นหาผลิตภัณฑ์ที่ต้องการค้นหาได้
Actor:	ผู้ใช้งาน

ตารางที่ 3.2 คำอธิบายสำหรับเข้าสู่ผลิตภัณฑ์

Use case Name:	เข้าสู่ผลิตภัณฑ์
Description:	ในการจะเข้ามาสู่หน้าผลิตภัณฑ์จะต้องเข้ามาจากหน้าเข้าสู่หน้ารายการผลิตภัณฑ์ ซึ่งผู้ใช้งานสามารถอ่านรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ได้ในหน้านี้
Actor:	ผู้ใช้งาน

ตารางที่ 3.3 คำอธิบายสำหรับดูการคำนวณ

Use case Name:	ดูการคำนวณ
Description:	ในการคำนวณจะเป็นการคำนวณเพื่อให้ผู้ใช้งานสามารถประเมินและทราบข้อมูลเบื้องต้นก่อนดำเนินการสมัคร
Actor:	ผู้ใช้งาน

ตารางที่ 3.4 คำอธิบายสำหรับกรอกข้อมูลเพื่อคำนวณ

Use case Name:	กรอกข้อมูลเพื่อคำนวณ
Description:	ในการคำนวณจำเป็นที่จะต้องข้อมูลตามที่ผู้ใช้งานต้องการเพื่อที่จะทราบผลและประเมินข้อมูลได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Actor:	ผู้ใช้งาน
--------	-----------

ตารางที่ 3.5 คำอธิบายสำหรับดูโปรโมชั่น

Use case Name:	ดูโปรโมชั่น
Description:	เป็นพื้นที่สำหรับให้ผู้ใช้งานได้ทราบถึงสิทธิพิเศษในการสมัครที่จะได้รับในช่วงเวลาหนึ่ง
Actor:	ผู้ใช้งาน

ตารางที่ 3.6 คำอธิบายสำหรับดูเสียงจากลูกค้าของเรา

Use case Name:	ดูเสียงจากลูกค้าของเรา
Description:	เป็นพื้นที่สำหรับให้ผู้ใช้งานได้อ่านข้อมูลจากประสบการณ์ในการสมัครของผู้ใช้อื่น ๆ
Actor:	ผู้ใช้งาน

ตารางที่ 3.7 คำอธิบายสำหรับดูผลิตภัณฑ์อื่น ๆ

Use case Name:	ดูผลิตภัณฑ์อื่น ๆ
Description:	เป็นพื้นที่สำหรับให้ผู้ใช้งานที่ทราบถึงผลิตภัณฑ์ที่มีความคล้ายคลึงกัน และมีโอกาสให้ผู้ใช้งานที่เลือกผลิตภัณฑ์อื่นในการสมัคร
Actor:	ผู้ใช้งาน

ตารางที่ 3.8 คำอธิบายสำหรับดู Fintips

Use case Name:	ดู Fintips
Description:	เป็นพื้นที่ให้ผู้ใช้งานได้รับรู้เคล็ดลับในการเก็บออมต่าง ๆ
Actor:	ผู้ใช้งาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 3.9 คำอธิบายสำหรับการอัปเดตโปรโมชัน

Use case Name:	การอัปเดตโปรโมชัน
Description:	เป็นการให้ระบบทำการอัปเดตการเปลี่ยนแปลงโปรโมชันต่าง ๆ เมื่อโปรโมชันมีการหมดอายุหรือมีโปรโมชันใหม่
Actor:	ระบบ

ตารางที่ 3.10 คำอธิบายสำหรับการอัปเดตเสียงจากลูกค้าของเรา

Use case Name:	การอัปเดตเสียงจากลูกค้าของเรา
Description:	เป็นการให้ระบบทำการอัปเดตการเปลี่ยนแปลงความเห็นของผู้ใช้ใหม่
Actor:	ระบบ

ตารางที่ 3.11 คำอธิบายสำหรับการอัปเดตผลิตภัณฑ์อื่น ๆ

Use case Name:	การอัปเดตผลิตภัณฑ์อื่น ๆ
Description:	เป็นการให้ระบบทำการอัปเดตการเปลี่ยนแปลงผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ เมื่อมีผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ใหม่
Actor:	ระบบ

ตารางที่ 3.12 คำอธิบายสำหรับดูการอัปเดต Fintips

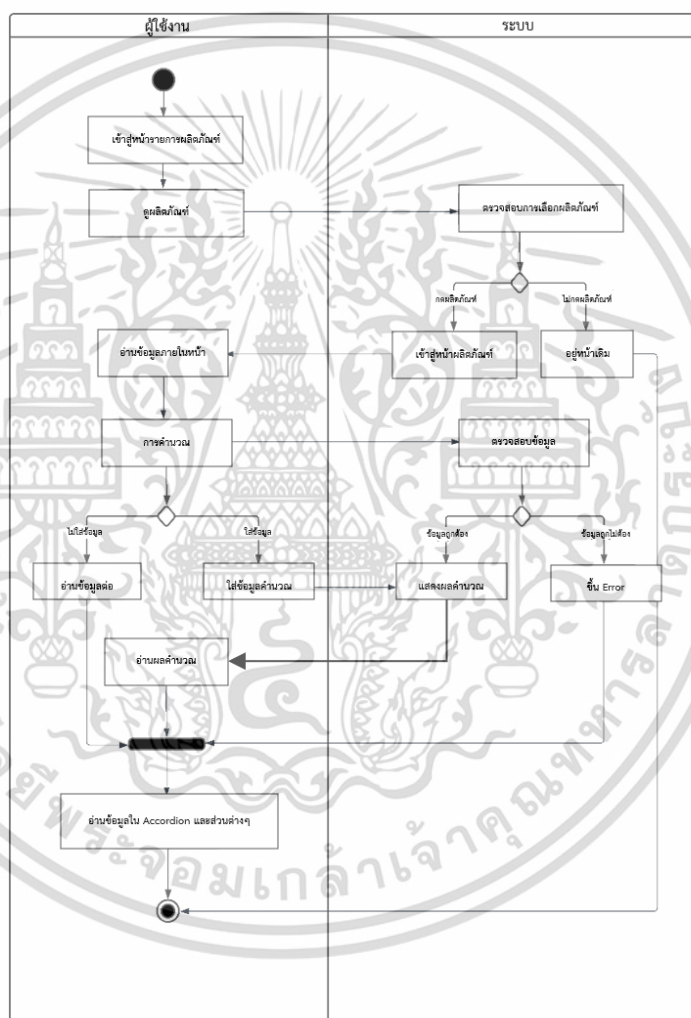
Use case Name:	การอัปเดต Fintips
Description:	เป็นการให้ระบบทำการอัปเดตการเปลี่ยนแปลง Fintips ต่าง ๆ เมื่อมี Fintips ใหม่
Actor:	ระบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.6.1.2 การเขียน Activity Diagram

แผนภาพนี้แสดงถึงกระบวนการและขั้นตอนการทำงานภายในระบบ รวมถึง workflow ของกิจกรรมต่างๆ โดยจะมีการระบุจุดเริ่มต้นและจุดสิ้นสุดของกระบวนการ พร้อมทั้งกิจกรรมที่เกิดขึ้นระหว่างจุดเหล่านั้น ซึ่งประกอบไปด้วย 4 แผนภาพดังนี้

- 1) แผนภาพ Activity Diagram ของเว็บไซต์สำหรับลูกค้า



รูปที่ 3.39 แผนภาพ Activity Diagram ของเว็บไซต์สำหรับลูกค้า

จากรูปที่ 3.39 แสดงถึง Activity Diagram ของเว็บไซต์สำหรับลูกค้า ผู้ใช้งานทำการเข้าสู่เว็บไซต์หน้ารายการผลิตภัณฑ์และทำการดูผลิตภัณฑ์ โดยระบบจะทำการตรวจสอบว่าผู้ใช้งานมีการเลือกผลิตภัณฑ์หรือไม่ ซึ่งถ้ามีการเลือกผลิตภัณฑ์ ลูกค้าจะทำการอ่านข้อมูลภายในหน้าเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลิตภัณฑ์และทำการคำนวณ ผู้ใช้งานสามารถเลือกได้ว่าจะไม่กรอกข้อมูลและดำเนินการอ่านข้อมูลต่อหรือจะทำการกรอกข้อมูลเพื่อทำการคำนวณและระบบจะตรวจสอบข้อมูลว่ามีการกรอกมาถูกต้องหรือไม่ ซึ่งถ้าถูกต้องจะขึ้นแสดงผลคำนวณและผู้ใช้งานจะอ่านผลคำนวณและอ่านข้อมูลใน Accordion และส่วนอื่น ๆ ต่อไป แต่ในกรณีที่ผู้ใช้งานไม่ทำการเลือกผลิตภัณฑ์ที่จะดูก็จะอยู่หน้ารายการผลิตภัณฑ์ดั้งเดิม และในส่วนถ้ากรอกข้อมูลการคำนวณไม่ถูกต้องระบบจะขึ้น Error และผู้ใช้งานสามารถกรอกใหม่หรือทำอ่านส่วนอื่น ๆ ต่อไป

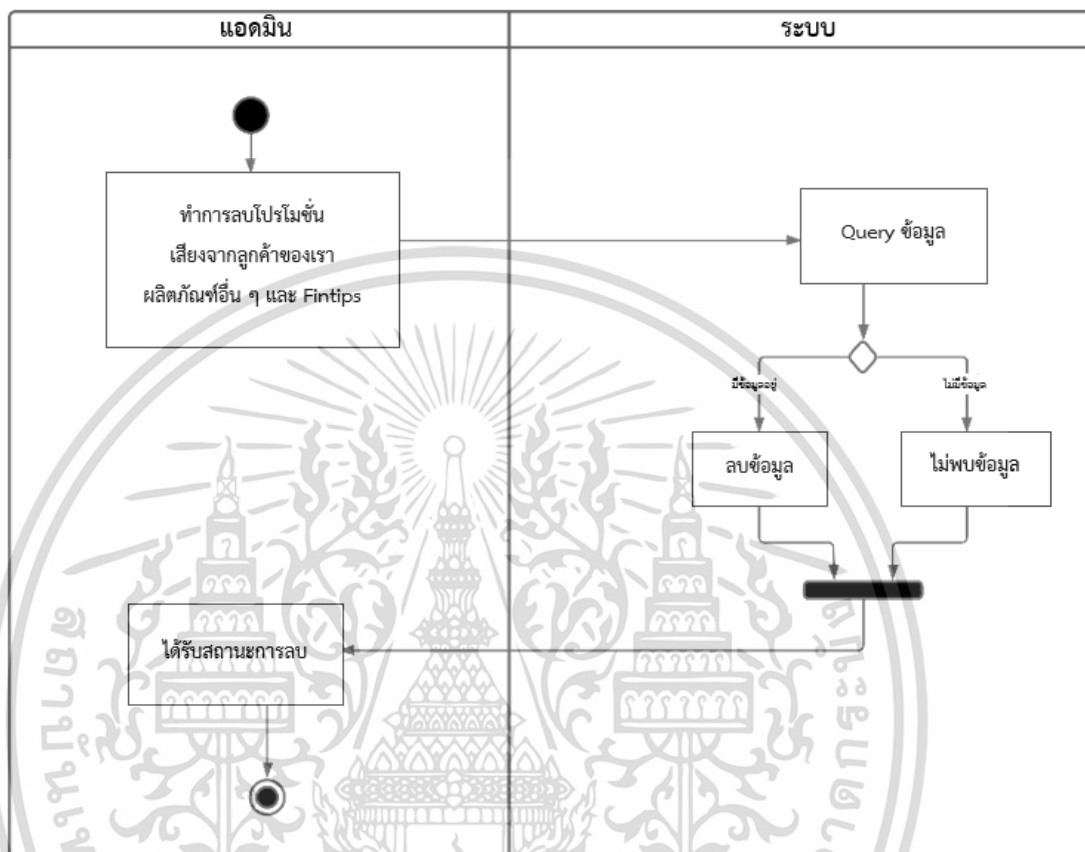
2) แผนภาพ Activity Diagram ของเว็บไซต์การเพิ่มโปรโมชั่น, เสียงจากลูกค้าของเรา ผลิตภัณฑ์อื่น ๆ และ Fintips



รูปที่ 3.40 แผนภาพของเว็บไซต์การเพิ่มโปรโมชั่นเสียงจากลูกค้า, ผลิตภัณฑ์อื่นๆ และ Fintips

จากรูปที่ 3.40 แสดงถึง Activity Diagram ของเว็บไซต์การเพิ่มโปรโมชั่นเสียงจากลูกค้าของเรา ผลิตภัณฑ์อื่น ๆ และ Fintips โดยแอดมินจะสามารถทำการเพิ่มข้อมูลต่าง ๆ ผ่านระบบและแอดมินจะได้รับสถานะการเพิ่มเสร็จสมบูรณ์จากระบบ

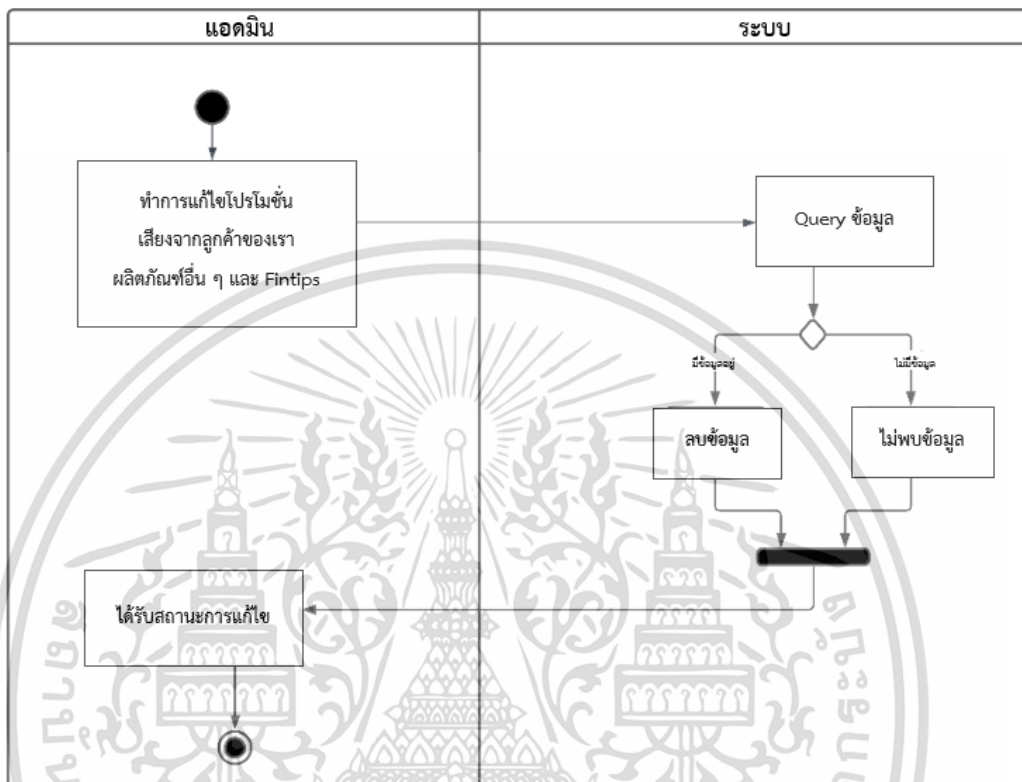
- 3) แผนภาพ Activity Diagram ของการลบโปรโมชัน, เสียงจากลูกค้าของเรา, ผลิตภัณฑ์อื่น ๆ และ Fintips



รูปที่ 3.41 แผนภาพ Activity Diagram ของการลบโปรโมชัน, เสียงจากลูกค้าของเรา,ผลิตภัณฑ์อื่น ๆ และ Fintips

จากรูปที่ 3.41 แสดงถึงแผนภาพ Activity Diagram ของเว็บไซต์การลบโปรโมชันเสียงจากลูกค้าของเรา ผลิตภัณฑ์อื่น ๆ และ Fintips โดยแอดมินจะทำการลบข้อมูลต่าง ๆ ผ่านระบบ โดยระบบจะทำการตรวจสอบว่ามีข้อมูลนั้นอยู่หรือไม่ ซึ่งถ้ามีข้อมูลอยู่ก็จะลบได้ทันทีแต่ถ้าไม่มีระบบจะขึ้นว่าไม่พบข้อมูล และแอดมินจะได้รับสถานะการลบเสร็จสมบูรณ์จากระบบ

- 4) แผนภาพ Activity Diagram ของการลบโปรโมชั่น, เสียงจากลูกค้าของเรา, ผลิตภัณฑ์อื่น ๆ และ Fintips



รูปที่ 3.42 แผนภาพ Activity Diagram ของการแก้ไขโปรโมชั่น, เสียงจากลูกค้า, ผลิตภัณฑ์อื่น ๆ และ Fintips

จากรูปที่ 3.42 แสดงถึงแผนภาพ Activity Diagram ของเว็บไซต์การแก้ไขโปรโมชั่นเสียงจากลูกค้าของเรา ผลิตภัณฑ์อื่น ๆ และ Fintips โดยแอดมินจะทำการลบข้อมูลต่าง ๆ ผ่านระบบ โดยระบบจะทำการตรวจสอบว่ามีข้อมูลนั้นอยู่หรือไม่ ซึ่งถ้ามีข้อมูลอยู่ก็จะทำการอัปเดตได้ทันที แต่ถ้าไม่มีระบบจะขึ้นว่าไม่พบข้อมูล และแอดมินจะได้รับสถานะการแก้ไขเสร็จสมบูรณ์จากระบบ

3.6.2 ขั้นตอนการเขียนโปรแกรม (Programming)

การเขียนโปรแกรมเป็นขั้นตอนสำคัญที่ต่อจากการออกแบบระบบซอฟต์แวร์ เพื่อนำแนวคิดที่วางไว้ให้กลายเป็นรูปธรรมบนเว็บไซต์ ซึ่งในที่นี้คือหน้าชั้นจัดแสดงผลภัณฑ์สำหรับลูกค้าบัญชีเงินเดือน (Product shelf for payroll) และหน้ารายละเอียดผลิตภัณฑ์บัตรเครดิต (Credit card details page) โดยจะมีการสร้างรูปแบบตามที่ทำการออกแบบหน้าจอและการสร้างแบบจำลองให้ตรง และสามารถใช้งานได้จริง ซึ่งในการเขียนเว็บไซต์ในครั้งนี้จะเป็นการใช้โปรแกรม Visual Studio Code โดยใช้ Next.js เป็น Framework ในการเขียนเว็บไซต์มีขั้นตอน ดังนี้

- 1) ติดตั้งโปรแกรม Visual Studio Code และ Next.js ในคอมพิวเตอร์
- 2) สร้างไฟล์และโฟลเดอร์ต่างๆ ที่ใช้ในการพัฒนา เช่น ไฟล์รูปภาพและไฟล์ฟอนต์
- 3) สร้างลิงก์เพื่อเชื่อมหน้าเว็บต่างๆ กัน
- 4) อัปโหลด (Deploy) เว็บไซต์ให้อยู่ในสภาพที่พร้อมสำหรับการใช้งานจริง
- 5) ค่อยๆ พัฒนาเว็บไซต์ตามที่เราออกแบบไว้ และนำเข้า Library เพิ่มเติมที่จำเป็นในขณะพัฒนา

บทที่ 4

ผลการวิจัยและการอภิปรายผล

ในบทนี้จะเป็นการนำเสนอผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยตั้งแต่ขั้นตอนการสำรวจค้นหา (Discovery Phase), ขั้นตอนการวิเคราะห์ (Analysis Phase), ขั้นตอนการออกแบบ (Design Phase) และขั้นตอนการทดสอบ (Test phase) เพื่อพัฒนาส่วนต่อประสานผู้ใช้ (User Interface) และประสบการณ์ผู้ใช้ (User Experience) ใน สำหรับเมนูบริการของธนาคารทั้งบน แอปพลิเคชันและเว็บไซต์ ผลลัพธ์ที่นำเสนอจะรวมถึงการออกแบบ UI ที่ได้พัฒนาขึ้นและการ ประเมิน UX ที่ได้จากการทดสอบจริงกับผู้ใช้ ซึ่งจะช่วยให้เห็นถึงประสิทธิภาพของการออกแบบ และการพัฒนาที่ได้ดำเนินการ สำหรับการอภิปรายจะมีการนำเสนอข้อมูลความสำเร็จ ปัญหา และข้อจำกัดที่พบในระหว่างการวิจัย นอกจากนี้ยังมีการวิเคราะห์ถึงแนวทางที่ทำให้ส่วนต่อ ประสานผู้ใช้และประสบการณ์ผู้ใช้มีประสิทธิภาพ จนถึงผลลัพธ์ของการเขียนโปรแกรม Front-End ในส่วนของเว็บไซต์ที่พัฒนาโดยคำนึงถึงหลักการของการออกแบบประสบการณ์ผู้ใช้ (User Experience Design) เพื่อส่งมอบบริการที่ไม่เพียงแต่ตอบโจทย์ความต้องการเท่านั้น แต่ ยังต้องให้ความรู้สึกที่ดีและสร้างความพึงพอใจในการใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4.1 ผลลัพธ์ที่ได้รับจากแบบสอบถามออนไลน์

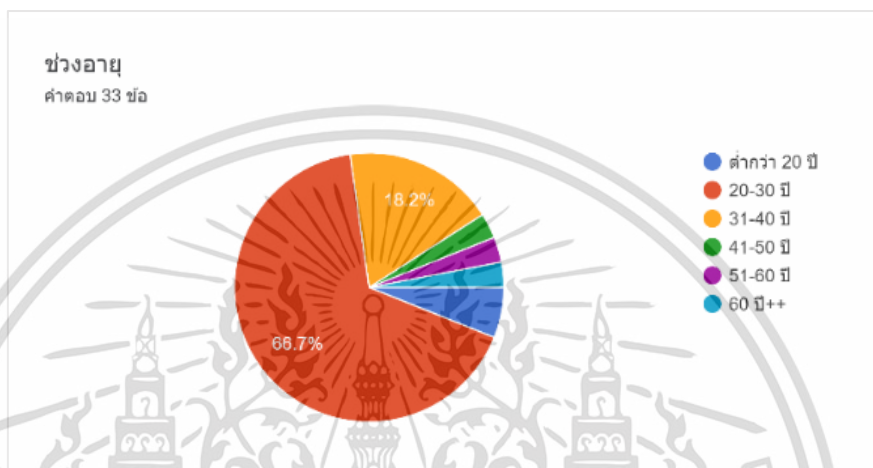
จากขั้นตอนการสำรวจค้นหา (Discovery Phase) ผลลัพธ์ของการรวบรวมข้อมูล ความ คิดเห็น และปัญหาจากวิธีการสร้างแบบสอบถามออนไลน์สามารถช่วยให้ผู้วิจัยทำความเข้าใจ และรับรู้ข้อมูลเชิงลึกมากขึ้นตลอดการพัฒนาเว็บไซต์และแอปพลิเคชัน ผลลัพธ์ที่ได้เกิดจากการ เผยแพร่แบบสอบถามจำนวน 6 ชุด ซึ่งแบ่งตามประเภทของผลิตภัณฑ์ดังนี้ ผลิตภัณฑ์สินเชื่อ, ผลิตภัณฑ์บัตรเครดิต, ผลิตภัณฑ์บัญชีเงินฝากและบัตรเดบิต, ผลิตภัณฑ์กองทุน, ผลิตภัณฑ์ ประกัน และผลิตภัณฑ์บัญชีเงินเดือน ซึ่งมีรายละเอียดของคำถามดังภาคผนวก ก

4.1.1 ผลลัพธ์ของแบบสอบถามผลิตภัณฑ์สินเชื่อ

รายละเอียดของแบบสอบถามจะประกอบไปด้วย 2 ส่วน คือ คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป และ คำถามเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สินเชื่อแบบเจาะลึกยิ่งขึ้น

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป พบว่าผู้ตอบทำแบบสอบถามส่วนใหญ่อายุอยู่ในช่วง 20 ถึง 30 ปี ซึ่งส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นนักศึกษาและรองลงมาเป็นพนักงานบริษัท ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1) ช่วงอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม

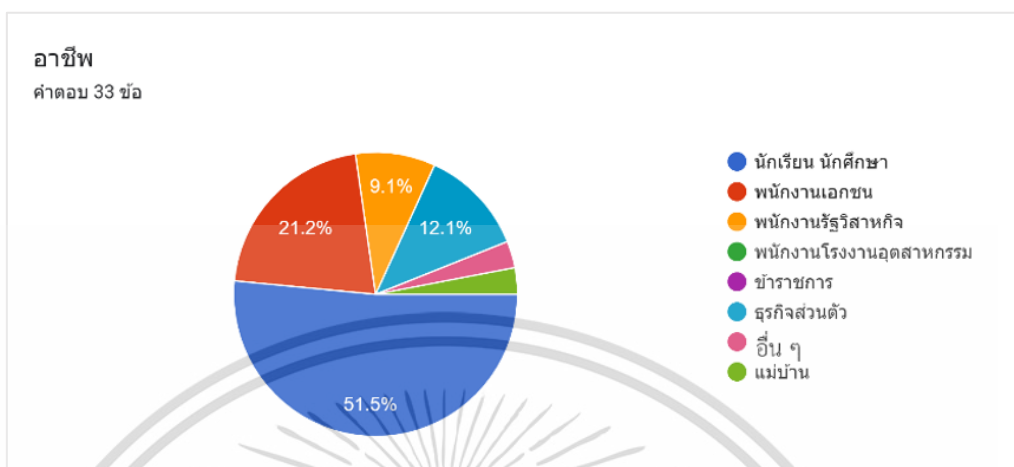


รูปที่ 4.1 แผนภาพแสดงค่าเฉลี่ยอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากรูปที่ 4.1 แสดงถึงข้อมูลช่วงอายุของผู้ตอบแบบสอบถามจากจำนวนคำตอบทั้งหมด 33 คน โดยมีรายละเอียดเพิ่มเติมดังนี้

ช่วงอายุ	จำนวน
ต่ำกว่า 20 ปี	2 คน
20 – 30 ปี	22 คน
31 – 40 ปี	6 คน
41 – 50 ปี	1 คน
51 – 60 ปี	1 คน
มากกว่า 60 ปี	1 คน

2) อาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม



รูปที่ 4.2 แผนภาพแสดงค่าเฉลี่ยอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม

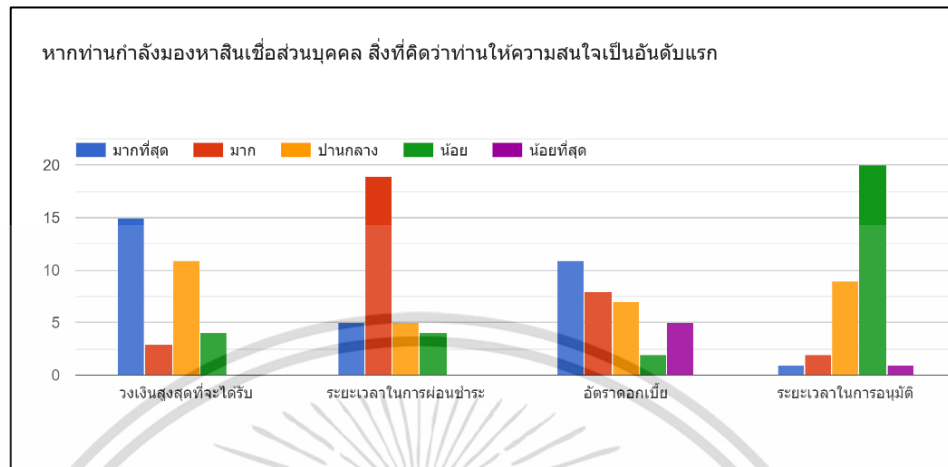
จากรูปที่ 4.2 แสดงถึงข้อมูลอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถามจากจำนวนคำตอบทั้งหมด 33 คน โดยมีรายละเอียดเพิ่มเติมดังนี้

อาชีพ	จำนวน
นักเรียน/นักศึกษา	17 คน
พนักงานบริษัทเอกชน	7 คน
พนักงานบริษัทรัฐวิสาหกิจ	3 คน
ธุรกิจส่วนตัว	4 คน
แม่บ้าน	1 คน
อื่นๆ	1 คน

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สินเชื่อแบบเจาะลึกยิ่งขึ้น พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับสินเชื่อในด้านต่าง ๆ มีความสนใจในเรื่องของวงเงินที่จะได้รับสูงสุดและในเรื่องของการแสดงรายละเอียด ซึ่งส่วนใหญ่สนใจที่จะรับรู้เรื่องรายละเอียดผลิตภัณฑ์แบบอธิบายและรองลงมาคือ สิทธิประโยชน์ วงเงิน ดอกเบี้ย ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1) องค์กรประกอบที่สนใจเมื่อกำลังมองหาสินค้าส่วนบุคคล

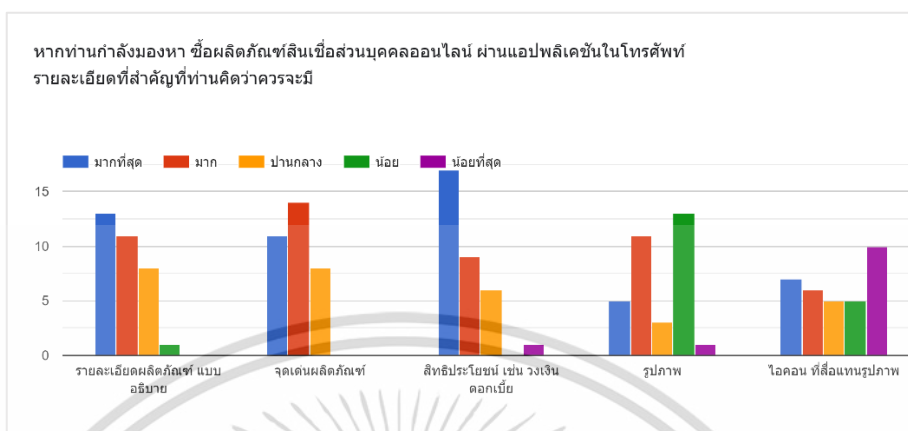


รูปที่ 4.3 แผนภาพแสดงความสนใจในสินค้าส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากรูปที่ 4.3 แสดงถึงข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามในส่วนข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับความสนใจในสินค้าส่วนบุคคลของผู้ที่ทำแบบสอบถาม โดยจะมีเกณฑ์การวัดคะแนนเป็น มากที่สุด 5 คะแนน มาก 4 คะแนน ปานกลาง 3 คะแนน น้อย 2 คะแนน และน้อยที่สุด 1 คะแนน ซึ่งจากการวัดคะแนนสามารถสรุปได้ดังนี้

องค์กรประกอบที่สนใจ	จำนวน
วงเงินสูงสุดที่จะได้รับ	128 คะแนน
ระยะเวลาในการผ่อน	124 คะแนน
อัตราดอกเบี้ย	117 คะแนน
ระยะเวลาในการอนุมัติ	8 คะแนน

2) องค์ประกอบที่ต้องการให้มีเมื่อต้องการสมัครสินเชื่อส่วนบุคคลออนไลน์

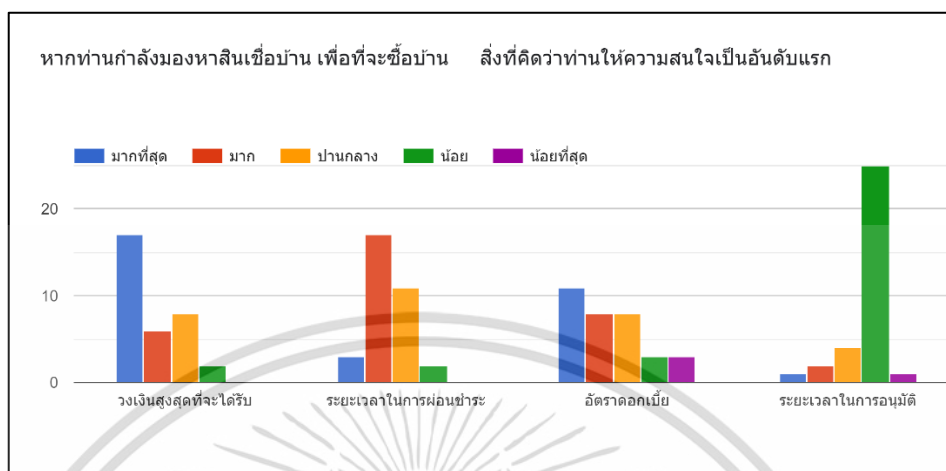


รูปที่ 4.4 แผนภาพแสดงรายละเอียดในสินเชื่อบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากรูปที่ 4.4 แสดงถึงข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามในส่วนของข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับรายละเอียดในสินเชื่อส่วนบุคคลของผู้ที่ตอบแบบสอบถาม โดยจะมีเกณฑ์การวัดคะแนนเป็น มากที่สุด 5 คะแนน มาก 4 คะแนน ปานกลาง 3 คะแนน น้อย 2 คะแนนและน้อยที่สุด 1 คะแนน ซึ่งจากการวัดคะแนนสามารถสรุปได้ดังนี้

องค์ประกอบที่ต้องการ (สินเชื่อส่วนบุคคล)	จำนวน
การอธิบายรายละเอียดผลิตภัณฑ์	154 คะแนน
จุดเด่นผลิตภัณฑ์	135 คะแนน
สิทธิประโยชน์ เงิน ดอกเบี้ย	140 คะแนน
รูปภาพ	115 คะแนน
ไอคอน ที่สื่อแทนรูปภาพ	94 คะแนน

3) องค์ประกอบที่สนใจเมื่อต้องการสมัครสินเชื่อบ้าน

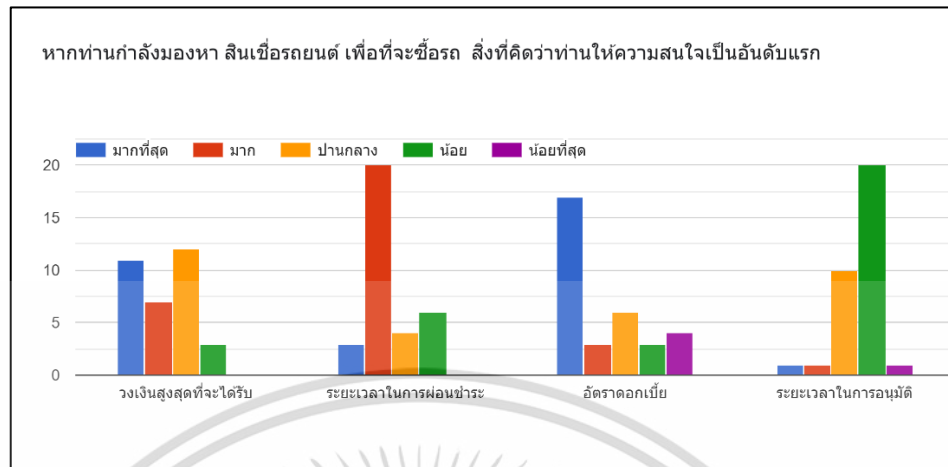


รูปที่ 4.5 แผนภาพแสดงความสนใจในสินเชื่อบ้านของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากรูปที่ 4.5 เป็นรูปที่แสดงเกี่ยวกับผลลัพธ์ที่ได้จากการทำแบบสอบถามในส่วนของข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับความสนใจในสินเชื่อบ้านของผู้ที่ทำแบบสอบถาม โดยจะมีเกณฑ์การวัดคะแนนเป็นมากที่สุด 5 คะแนน มาก 4 คะแนน ปานกลาง 3 คะแนน น้อย 2 คะแนนและน้อยที่สุด 1 คะแนน ซึ่งจากการวัดคะแนนสามารถอธิบายได้ดังนี้

องค์ประกอบที่ต้องการ (สินเชื่อส่วนบ้าน)	จำนวน
วงเงินสูงสุดที่จะได้รับ	137 คะแนน
ระยะเวลาในการผ่อน	120 คะแนน
อัตราดอกเบี้ย	120 คะแนน
ระยะเวลาในการอนุมัติ	66 คะแนน

4) องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเมื่อมองหาสินค้าหรือรถยนต์

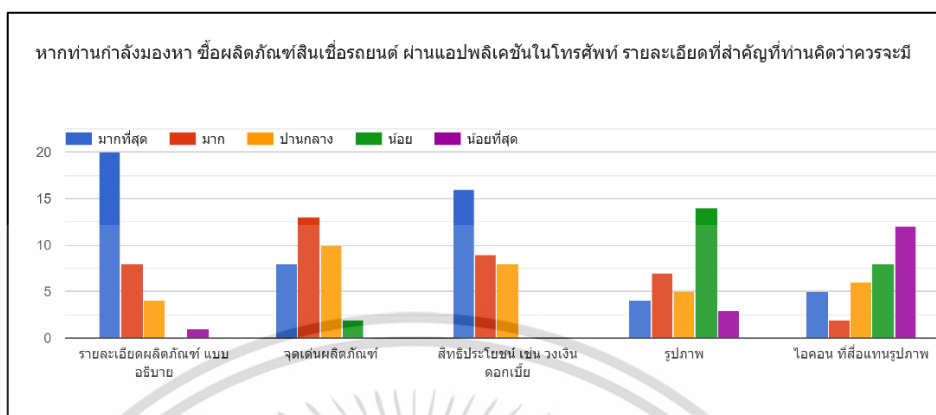


รูปที่ 4.6 แผนภาพแสดงความสนใจในสินค้าหรือรถยนต์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากรูปที่ 4.6 แสดงข้อมูลที่ได้จากการทำแบบสอบถามในส่วนของข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับความสนใจในสินค้าหรือรถยนต์ของผู้ที่ทำแบบสอบถาม โดยจะมีเกณฑ์การวัดคะแนนเป็น มากที่สุด 5 คะแนน มาก 4 คะแนน ปานกลาง 3 คะแนน น้อย 2 คะแนนและน้อยที่สุด 1 คะแนน ซึ่งจากการวัดคะแนนแล้วสามารถอธิบายได้ ดังนี้

องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่ต้องการ (สินค้าหรือรถยนต์)	จำนวน
วงเงินสูงสุดที่จะได้รับ	128 คะแนน
ระยะเวลาในการผ่อน	119 คะแนน
อัตราดอกเบี้ย	125 คะแนน
ระยะเวลาในการอนุมัติ	80 คะแนน

5) องค์ประกอบที่สนใจเมื่อต้องการสมัครสินเชื่อบัตรเครดิต



รูปที่ 4.7 แผนภาพแสดงรายละเอียดในสินเชื่อบัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากรูปที่ 4.7 แสดงข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามในส่วนของคุณสมบัติเกี่ยวกับรายละเอียดในสินเชื่อบัตรเครดิตของผู้ที่ทำแบบสอบถาม โดยจะมีเกณฑ์การวัดคะแนนเป็น มากที่สุด 5 คะแนน มาก 4 คะแนน ปานกลาง 3 คะแนน น้อย 2 คะแนนและน้อยที่สุด 1 คะแนน ซึ่งจากการวัดคะแนนแล้วสามารถอธิบายได้ ดังนี้

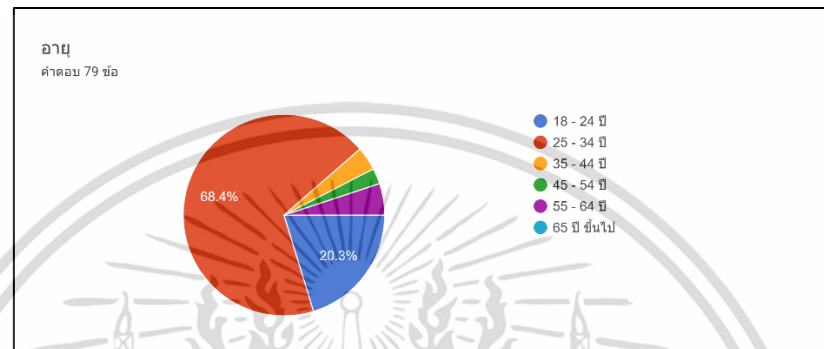
องค์ประกอบที่ต้องการ (สินเชื่อบัตรเครดิต)	จำนวน
รายละเอียดผลิตภัณฑ์แบบอธิบาย	145 คะแนน
จุดเด่นผลิตภัณฑ์	126 คะแนน
สิทธิประโยชน์ เช่น วงเงิน ดอกเบี้ย	140 คะแนน
รูปภาพ	94 คะแนน
ไอคอน ที่สื่อแทนรูปภาพ	81 คะแนน

4.1.1 ผลลัพธ์ของแบบสอบถามผลิตภัณฑ์บัตรเครดิต

รายละเอียดของแบบสอบถามจะประกอบไปด้วย 2 ส่วน คือ คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป และ คำถามเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตแบบเจาะลึกยิ่งขึ้น

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป พบว่าผู้ที่มาทำแบบสอบถามส่วนใหญ่อายุอยู่ในช่วง 25 – 34 ปี ซึ่งส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท และมีบัตรเครดิตรมาก่อน ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1) ช่วงอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม

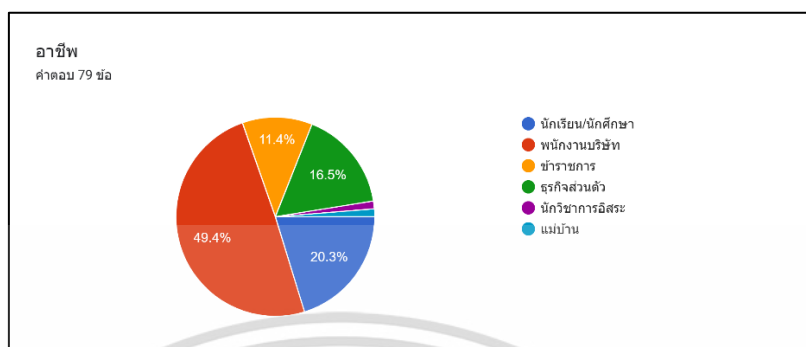


รูปที่ 4.8 แผนภาพแสดงค่าเฉลี่ยอายุของผู้ที่ทำแบบสอบถาม

จากรูปที่ 4.8 แสดงถึงผลลัพธ์ที่ได้จากการทำแบบสอบถามในส่วนของข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับอายุของผู้ที่ทำตอบแบบสอบถาม โดยสามารถอธิบายได้ดังนี้

ช่วงอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน
18 – 24 ปี	16 คน
25 – 34 ปี	54 คน
35 – 44 ปี	3 คน
35 – 44 ปี	2 คน
55 – 64 ปี	4 คน

2) อาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม



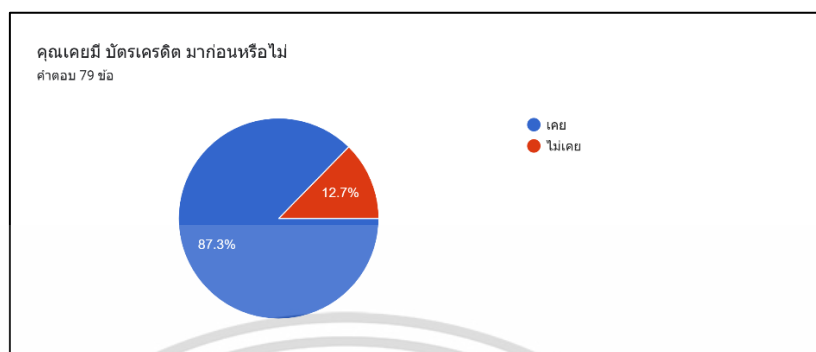
รูปที่ 4.9 แผนภาพแสดงค่าเฉลี่ยอาชีพของผู้ที่ทำแบบสอบถาม

จากรูปที่ 4.9 แสดงถึงผลลัพธ์ที่ได้จากการทำแบบสอบถามในส่วนของข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับอาชีพของผู้ที่ทำแบบสอบถาม โดยสามารถอธิบายได้ดังนี้

อาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน
นักเรียน/นักศึกษา	16 คน
ข้าราชการ	39 คน
ข้าราชการ	9 คน
ธุรกิจส่วนตัว	13 คน
นักวิชาการอิสระ	1 คน
แม่บ้าน	1 คน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3) ค่าเฉลี่ยประสบการณ์การทำบัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถาม



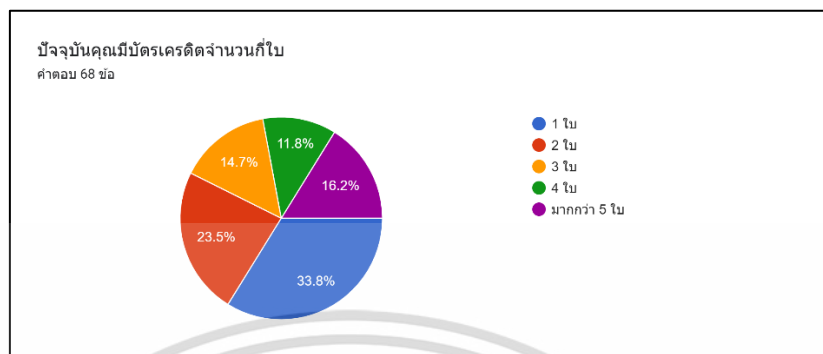
รูปที่ 4.10 แผนภาพแสดงค่าเฉลี่ยประสบการณ์การทำบัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากรูปที่ 4.10 แสดงถึงผลลัพธ์ที่ได้จากการทำแบบสอบถามในส่วนของคุณสมบัติเกี่ยวกับการทำบัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยสามารถอธิบายได้ดังนี้

ประสบการณ์การทำบัตรเครดิต	จำนวน
เคย	69 คน
ไม่เคย	10 คน

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์แบบเจาะลึกยิ่งขึ้น โดยคำถามส่วนนี้จะเลือกตอบเฉพาะผู้ใช้งานที่เคยมีประสบการณ์ทำบัตรเครดิตตามรูปที่ 4.10 พบว่าผลลัพธ์ของการทำแบบสอบถามในส่วนของคุณสมบัติเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์แบบเจาะลึกยิ่งขึ้นในรูปที่ 4.13 – 4.16 พบว่าผู้ที่มาทำแบบสอบถามส่วนใหญ่มีบัตรเครดิต 1 ใบ และมีการใช้บัตรเครดิตของ B และรองลงมาเป็น F ซึ่งเหตุผลในการสมัครนั้นเพราะมีฟรีค่าธรรมเนียมทั้งแรกเข้าและรายปี และรับเงินคืนทุกการใช้จ่าย 1% ทุกร้านค้า ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1) ค่าเฉลี่ยจำนวนบัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถาม

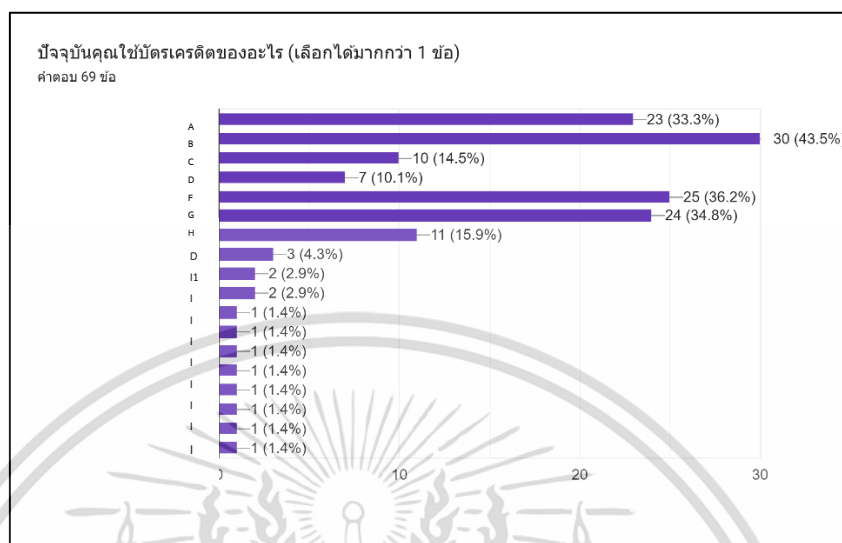


รูปที่ 4.11 แผนภาพแสดงค่าเฉลี่ยจำนวนบัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากรูปที่ 4.11 แสดงถึงผลลัพธ์ที่ได้จากการทำแบบสอบถามในส่วนของข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับจำนวนบัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยสามารถอธิบายได้ดังนี้

จำนวนบัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน
1 ใบ	23 คน
2 ใบ	16 คน
3 ใบ	10 คน
4 ใบ	8 คน
มากกว่า 5 ใบ	11 คน

2) ค่าเฉลี่ยการใช้บัตรตามผู้ให้บริการบัตรเครดิต



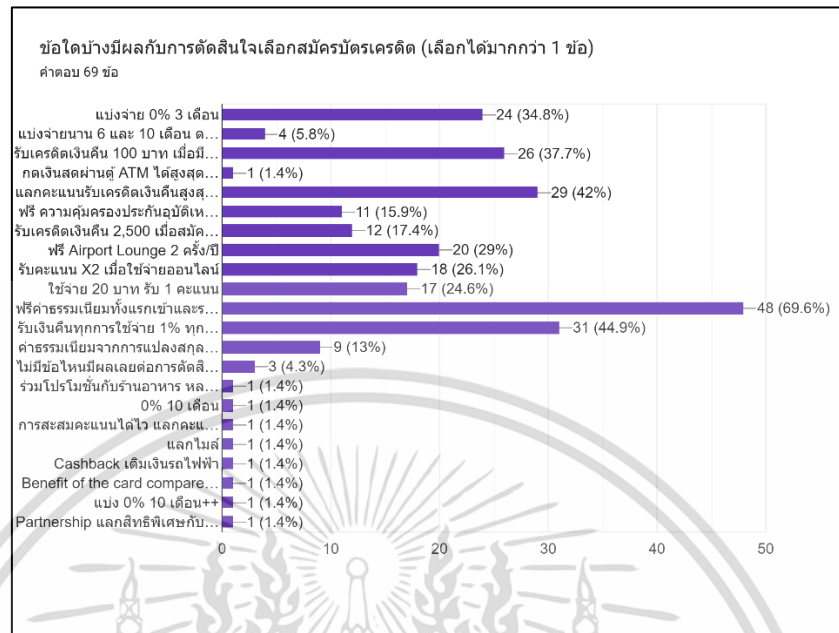
รูปที่ 4.12 แผนภาพแสดงผลลัพธ์การใช้บัตรตามผู้ให้บริการบัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากรูปที่ 4.12 แสดงถึงผลลัพธ์ที่ได้จากการทำแบบสอบถามในส่วนของข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการใช้บัตรเครดิตของผู้ที่ทำแบบสอบถาม โดยสามารถอธิบายได้ดังนี้

ผู้ให้บริการบัตรเครดิต	จำนวน
A	23 คน
B	30 คน
C	10 คน
D	11 คน
F	25 คน
G	24 คน
H	11 คน
อื่นๆ	11 คน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3) องค์ประกอบที่ใช้ประกอบการตัดสินใจสมัครบัตรเครดิต



รูปที่ 4.15 แผนภาพแสดงความเห็นการตัดสินใจเลือกบัตรเครดิตของผู้ที่ทำแบบสอบถาม

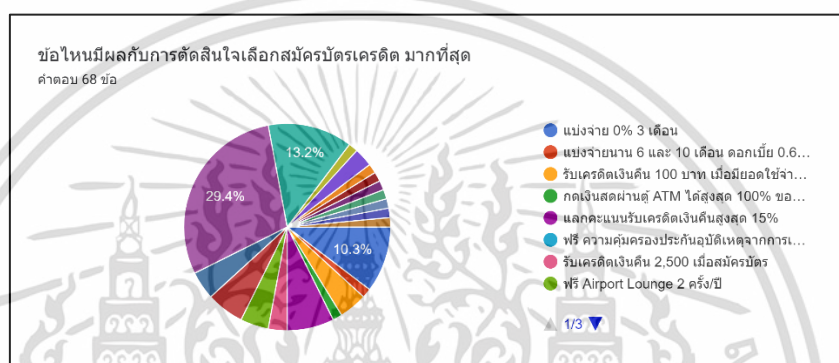
จากรูปที่ 4.15 เป็นรูปที่แสดงเกี่ยวกับผลลัพธ์ที่ได้จากการทำแบบสอบถามในส่วนของข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเลือกบัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยสามารถอธิบายได้ดังนี้

องค์ประกอบการสมัครบัตรของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน
แบ่งจ่าย 0% 3 เดือน	24 คน
แบ่งจ่ายนาน 6 และ 10 เดือน ดอกเบี้ย 0.69% ต่อเดือน	4 คน
รับเครดิตเงินคืน 100 บาท เมื่อมียอดใช้จ่ายครบ 1,200 บาทขึ้นไป / เซลล์สลิป สูงสุด 400 บาท	26 คน
กดเงินสดผ่านตู้ ATM ได้สูงสุด 100% ของวงเงินบัตร	1 คน
แลกคะแนนรับเครดิตเงินคืนสูงสุด 15%	29 คน
ฟรี ความคุ้มครองประกันอุบัติเหตุจากการเดินทาง	11 คน
รับเครดิตเงินคืน 2,500 เมื่อสมัครบัตร	12 คน
ฟรี Airport Lounge 2 ครั้ง/ปี	20 คน
รับคะแนน X2 เมื่อใช้จ่ายออนไลน์	18 คน
ใช้จ่าย 20 บาท รับ 1 คะแนน	17 คน
ฟรีค่าธรรมเนียมทั้งแรกเข้าและรายปี	48 คน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับกรใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รับเงินคืนทุกการใช้จ่าย 1% ทุกร้านค้า	31 คน
ค่าธรรมเนียมจากการแปลงสกุลเงิน (FX Rate) เพียง 1%	9 คน
ไม่มีข้อไหนมีผลเลยต่อการตัดสินใจเลย	3 คน
อื่น ๆ	8 คน

4) อันดับขององค์ประกอบที่มีผลต่อการตัดสินใจสมัครบัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถาม



รูปที่ 4.13 แผนภาพแสดงอันดับขององค์ประกอบที่มีผลต่อการตัดสินใจสมัครบัตรเครดิตของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากรูปที่ 4.13 แสดงถึงผลลัพธ์ที่ได้จากการทำแบบสอบถามในส่วนของข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเลือกบัตรเครดิตมากที่สุดของผู้ที่ทำแบบสอบถาม โดยสามารถอธิบายได้ดังนี้

องค์ประกอบการสมัครบัตรของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน
แบ่งจ่าย 0% 3 เดือน	7 คน
แบ่งจ่ายนาน 6 และ 10 เดือน ดอกเบี้ย 0.69% ต่อเดือน	1 คน
รับเครดิตเงินคืน 100 บาท เมื่อมียอดใช้จ่ายครบ 1,200 บาทขึ้นไป / เซลล์สลิป สูงสุด 400 บาท	3 คน
กดเงินสดผ่านตู้ ATM ได้สูงสุด 100% ของวงเงินบัตร	1 คน
แลกคะแนนบัตรเครดิตเงินคืนสูงสุด 15%	5 คน
รับเครดิตเงินคืน 2,500 เมื่อสมัครบัตร	2 คน
ฟรี Airport Lounge 2 ครั้ง/ปี	3 คน
รับคะแนน X2 เมื่อใช้จ่ายออนไลน์	4 คน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

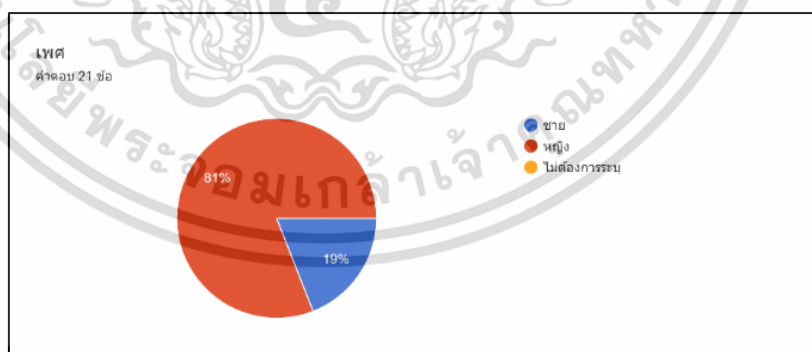
ใช้จ่าย 20 บาท รับ 1 คะแนน	3 คน
ฟรีค่าธรรมเนียมทั้งแรกเข้าและรายปี	20 คน
รับเงินคืนทุกการใช้จ่าย 1% ทุกร้านค้า	9 คน
ค่าธรรมเนียมจากการแปลงสกุลเงิน (FX Rate) เพียง 1%	1 คน
ไม่มีข้อไหนมีผลเลยต่อการตัดสินใจเลย	2 คน
อื่น ๆ	7 คน

4.1.2 ผลลัพธ์ของแบบสอบถามผลิตภัณฑ์บัญชีเงินฝากและบัตรเดบิต

รายละเอียดของแบบสอบถามจะประกอบไปด้วย 2 ส่วน คือ คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป และ คำถามเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บัญชีเงินฝากและบัตรเดบิตแบบเจาะลึกยิ่งขึ้น

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 18 – 24 ปี ซึ่งส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นนักศึกษาและรองลงมาเป็นพนักงานบริษัท และทุกคนที่มาทำแบบสอบถามนั้นล้วนมีบัญชีเงินฝากทั้งหมด ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1) ค่าเฉลี่ยเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม



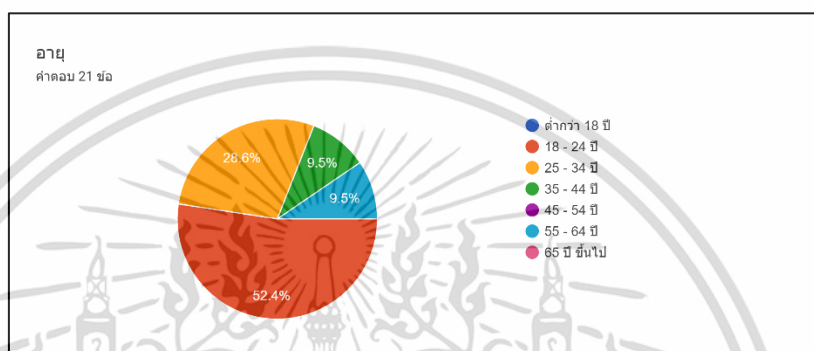
รูปที่ 4.14 แผนภาพแสดงค่าเฉลี่ยเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากรูปที่ 4.14 แสดงถึงผลลัพธ์ที่ได้จากการทำแบบสอบถามในส่วนของคุณสมบัติเกี่ยวกับเพศของผู้ที่ทำแบบสอบถาม โดยสามารถอธิบายได้ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เพศของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน
ชาย	4 คน
หญิง	17 คน

2) ค่าเฉลี่ยอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม

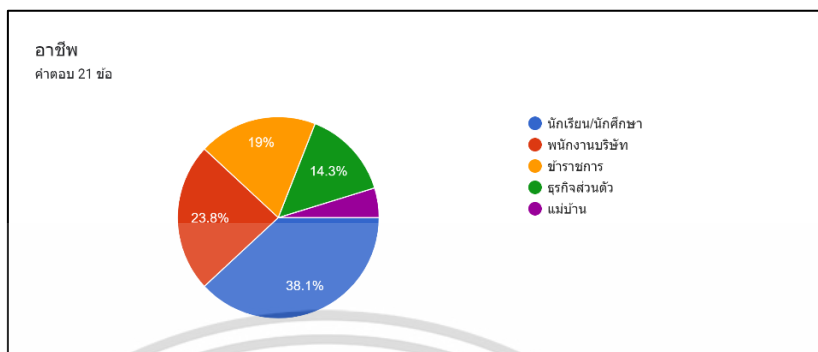


รูปที่ 4.15 แผนภาพแสดงค่าเฉลี่ยอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากรูปที่ 4.15 เป็นรูปที่แสดงเกี่ยวกับผลลัพธ์ที่ได้จากการทำแบบสอบถามในส่วนของข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยสามารถอธิบายได้ดังนี้

ช่วงอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน
18 - 24 ปี	11 คน
25 - 34 ปี	6 คน
35 - 44 ปี	2 คน
55 - 64 ปี	2 คน

3) อาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม

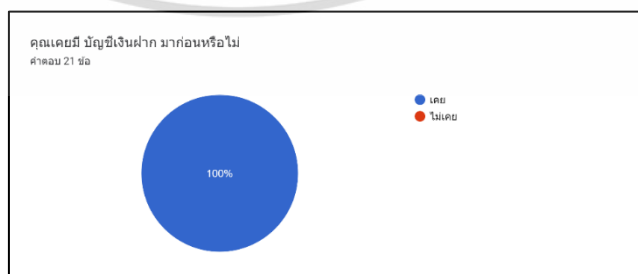


รูปที่ 4.16 แผนภาพแสดงค่าเฉลี่ยอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากรูปที่ 4.3 เป็นรูปที่แสดงเกี่ยวกับผลลัพธ์ที่ได้จากการทำแบบสอบถามในส่วนของข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยสามารถอธิบายได้ดังนี้

อาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน
นักเรียน/นักศึกษา	11 คน
พนักงานบริษัท	6 คน
ข้าราชการ	2 คน
ธุรกิจส่วนตัว	2 คน
แม่บ้าน	2 คน

4) ค่าเฉลี่ยประสบการณ์ใช้บัญชีเงินฝากของผู้ตอบแบบสอบถาม



รูปที่ 4.17 แผนภาพแสดงค่าเฉลี่ยการทำบัญชีเงินฝากของผู้ตอบแบบสอบถาม

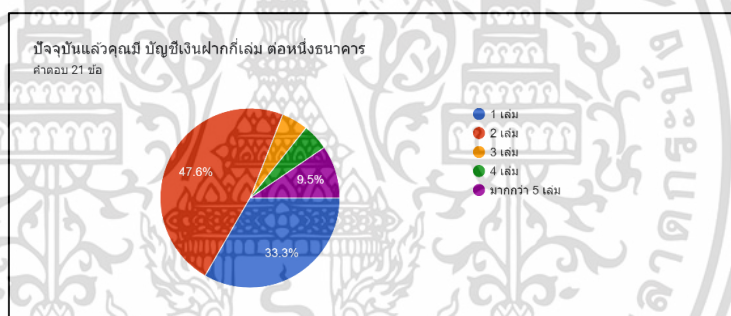
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากรูปที่ 4.17 แสดงถึงผลลัพธ์ที่ได้จากการทำแบบสอบถามในส่วนของข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการทำบัญชีเงินฝากของผู้ที่ทำแบบสอบถาม โดยสามารถอธิบายได้ดังนี้

ประสบการณ์ใช้บัญชีเงินฝากของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน
เคย	21 คน

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์แบบเจาะลึกยิ่งขึ้น พบว่าผู้ที่มาทำแบบสอบถามส่วนใหญ่มีบัญชีเงินฝากประมาณ 2 เล่มต่อหนึ่งธนาคาร และมีบัตรเดบิตโดยประมาณ 1 – 2 ใบต่อคน ซึ่งเหตุผลในการสมัครนั้นเพราะใช้จ่ายได้สะดวก และการให้ความสำคัญภายในบัตรเดบิต เลขบัตรเดบิตนั้นมีความสำคัญที่สุดสำหรับการแสดงให้ผู้อื่นได้เห็น ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

- 1) ค่าเฉลี่ยจำนวนบัญชีเงินฝากต่อหนึ่งธนาคารของผู้ตอบแบบสอบถาม

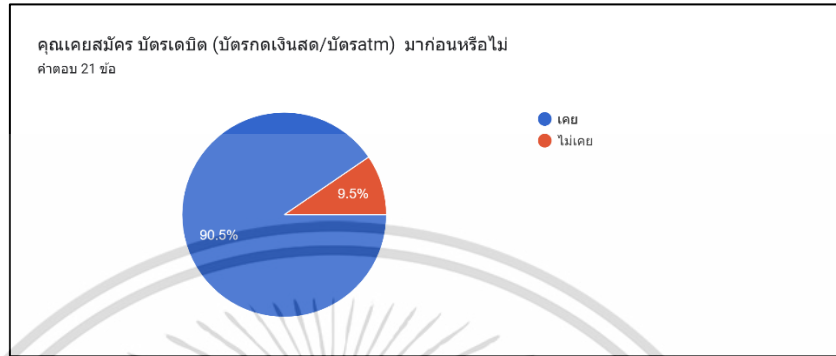


รูปที่ 4.18 แผนภาพแสดงค่าเฉลี่ยจำนวนบัญชีเงินฝากต่อหนึ่งธนาคารของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากรูปที่ 4.18 แสดงถึงผลลัพธ์ที่ได้จากการตอบแบบสอบถามในส่วนของข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับบัญชีเงินฝากต่อหนึ่งธนาคารของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยสามารถอธิบายได้ดังนี้

จำนวนบัญชีเงินฝากต่อหนึ่งธนาคารของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน
1 เล่ม	7 คน
2 เล่ม	10 คน
3 เล่ม	1 คน
4 เล่ม	1 คน
มากกว่า 5 เล่ม	2 คน

2) ค่าเฉลี่ยการสมัครบัตรเดบิตของผู้ตอบแบบสอบถาม

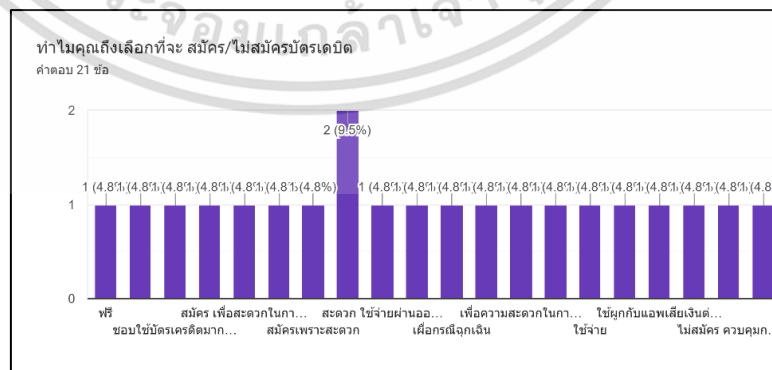


รูปที่ 4.19 แผนภาพแสดงค่าเฉลี่ยการสมัครบัตรเดบิตของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากรูปที่ 4.19 แสดงถึงผลลัพธ์ที่ได้จากการทำแบบสอบถามในส่วนของข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการสมัครบัตรเดบิตของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยสามารถอธิบายได้ดังนี้

ประเภทการตอบ	จำนวน
เคย	19 คน
ไม่เคย	2 คน

3) ความเห็นในการตัดสินใจสมัครบัตรเดบิตของผู้ตอบแบบสอบถาม



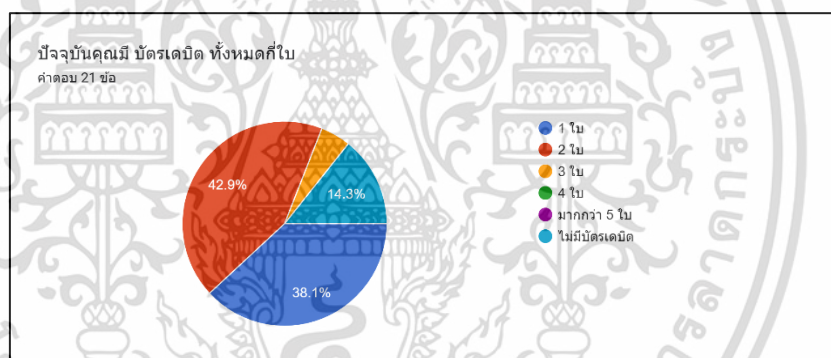
รูปที่ 4.20 แผนภาพแสดงความเห็นการสมัครหรือไม่สมัครบัตรเดบิตของผู้ตอบแบบสอบถาม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากรูปที่ 4.20 แสดงถึงผลลัพธ์ที่ได้จากการทำแบบสอบถามในส่วนของข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการสมัครบัตรเดบิตของผู้ที่ทำแบบสอบถาม โดยสามารถอธิบายได้ดังนี้

ความเห็นในการตัดสินใจสมัครบัตรเดบิต	จำนวน
สะดวก	8 คน
ใช้จ่ายยามฉุกเฉิน	3 คน
ผูกกับแอปธนาคาร	2 คน
ควบคุมการใช้จ่าย	1 คน
ชอบบัตรเครดิตมากกว่า	1 คน
อื่น ๆ	5 คน

4) ค่าเฉลี่ยจำนวนบัตรเดบิตของผู้ตอบแบบสอบถาม



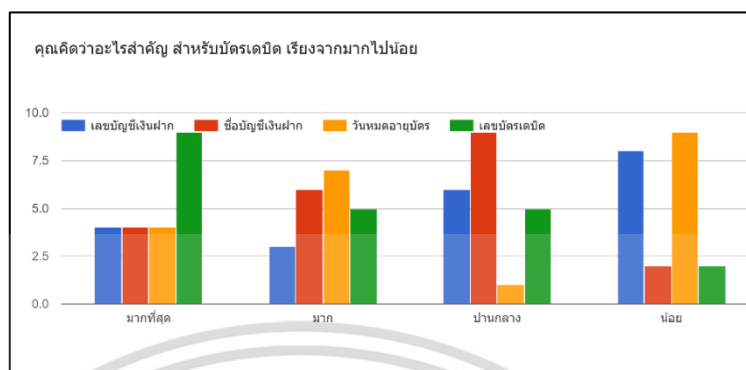
รูปที่ 4.21 แผนภาพแสดงค่าเฉลี่ยจำนวนบัตรเดบิตของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากรูปที่ 4.21 แสดงถึงผลลัพธ์ที่ได้จากการทำแบบสอบถามในส่วนของข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับจำนวนบัตรเดบิตของผู้ที่ทำแบบสอบถาม โดยสามารถอธิบายได้ดังนี้

จำนวนบัตรเดบิตของผู้ที่ทำแบบสอบถาม	จำนวน
1 ใบ	8 คน
2 ใบ	9 คน
3 ใบ	1 คน
ไม่มีบัตรเดบิต	3 คน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5) อันดับของส่วนประกอบสำคัญในบัตรเดบิตของผู้ตอบแบบสอบถาม



รูปที่ 4.22 แผนภาพแสดงส่วนสำคัญในบัตรเดบิตของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากรูปที่ 4.22 แสดงถึงผลลัพธ์ที่ได้จากการทำแบบสอบถามในส่วนของข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับส่วนสำคัญในบัตรเดบิตของผู้ที่ทำแบบสอบถาม โดยจะมีเกณฑ์การวัดคะแนนเป็นมากที่สุด 4 คะแนน มาก 3 คะแนน ปานกลาง 2 คะแนน และน้อย 1 คะแนน ซึ่งจากการวัดคะแนนแล้วสามารถอธิบายได้ ดังนี้

อันดับส่วนประกอบสำคัญในบัตรเดบิตของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน
เลขบัญชีเงินฝาก	40 คะแนน
ชื่อบัญชีเงินฝาก	46 คะแนน
วันหมดอายุบัตร	41 คะแนน
เลขบัตรเดบิต	53 คะแนน

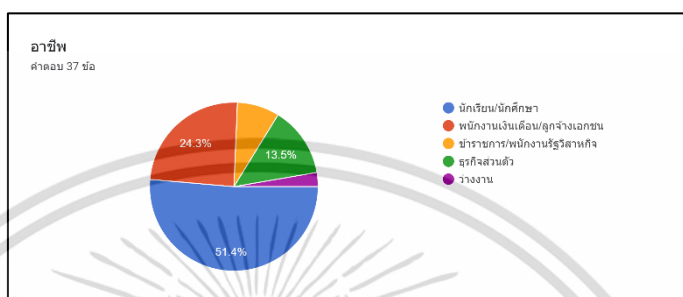
4.1.3 ผลลัพธ์ของแบบสอบถามผลิตภัณฑ์กองทุน

รายละเอียดของแบบสอบถามจะประกอบไปด้วย 3 ส่วน คือ คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป, คำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่อิทธิพลต่อการลงทุนในกองทุนรวมสำหรับผู้มีประสบการณ์ และคำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่อิทธิพลต่อการลงทุนในกองทุนรวมสำหรับผู้ไม่มีประสบการณ์

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป พบว่าส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นนักเรียน/นักศึกษา รองลงมาเป็นพนักงานเงินเดือน/ลูกจ้างเอกชนและข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ โดยจาก

สัดส่วนผู้ตอบแบบสอบถามมีผู้ที่มีประสบการณ์ในการลงทุนสูงถึง 54.1% จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 37 คน ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1) ค่าเฉลี่ยอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม



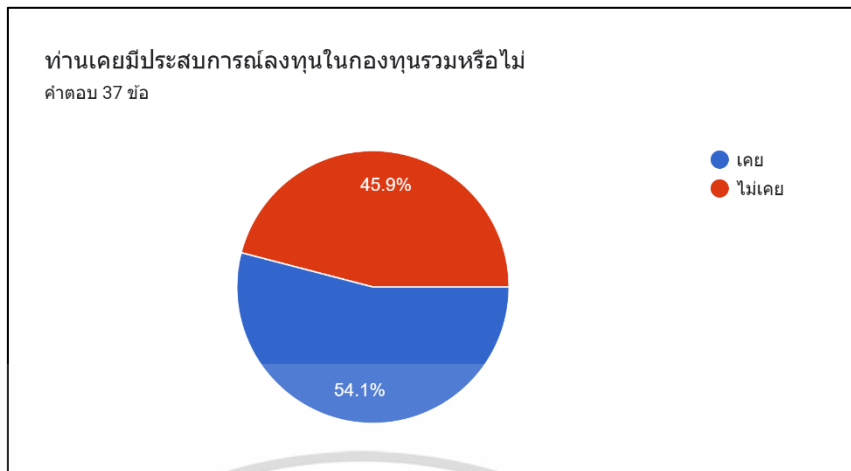
รูปที่ 4.23 แผนภาพแสดงค่าเฉลี่ยอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากรูปที่ 4.23 แสดงถึงผลลัพธ์ที่ได้จากการทำแบบสอบถามในส่วนของข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับอาชีพของผู้ที่ทำตอบแบบสอบถาม โดยสามารถอธิบายได้ดังนี้

อาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน
นักเรียน/นักศึกษา	19 คน
พนักงานเงินเดือน/ลูกจ้างเอกชน	9 คน
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	5 คน
ธุรกิจส่วนตัว	3 คน
ว่างงาน	1 คน

2) ประสบการณ์ในการลงทุนในกองทุนรวมของผู้ตอบแบบสอบถาม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 4.24 แผนภาพแสดงค่าเฉลี่ยประสบการณ์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากรูปที่ 4.24 แสดงถึงผลลัพธ์ที่ได้จากการทำแบบสอบถามในส่วนของข้อมูลที่เกี่ยวข้องอาชีพของผู้ที่ทำตอบแบบสอบถาม โดยสามารถอธิบายได้ดังนี้

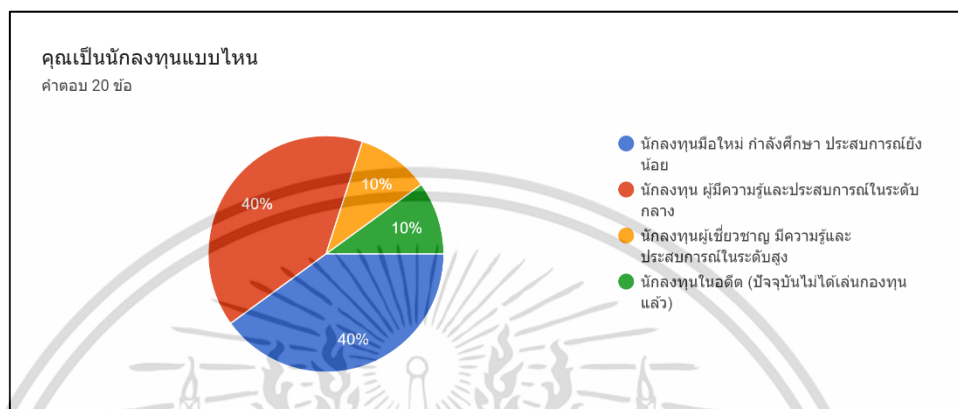
ประสบการณ์ในการลงทุนในกองทุนรวม	จำนวน
เคย	20 คน
ไม่เคย	17 คน

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนในกองทุนรวมสำหรับผู้ที่มีประสบการณ์ โดยคำถามส่วนนี้จะเลือกตอบเฉพาะผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยลงทุนในกองทุนรวมดังรูปที่ 4.24 พบว่าลักษณะการลงทุนของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นนักลงทุนมือใหม่ กำลังศึกษาประสบการณ์น้อยและนักลงทุนที่มีความรู้และประสบการณ์ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 80 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด โดยมีเป้าหมายการลงทุนดังนี้ อันดับ 1 ระยะสั้น เสี่ยงน้อย สภาพคล่องสูง, อันดับ 2 ลงทุนยาวขึ้น เพื่อผลตอบแทนที่เพิ่มขึ้น, อันดับ 3 ลงทุนเพื่อสร้างรายได้สม่ำเสมอ โดยที่ผู้ตอบแบบสอบถามมากกว่าครึ่งหนึ่งของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดมีวิธีการซื้อกองทุนผ่านแอปพลิเคชันธนาคารในเครือ บลจ. และมีการค้นหากองทุนตามประเภทของกองทุน รองลงมาเป็นการค้นหาตามประเภทของสินทรัพย์ ซึ่งปัจจัยในการพิจารณาการเลือกซื้อกองทุนแต่ละครั้งคือ ผลตอบแทน (Return), ระดับความเสี่ยงที่รับได้ (Risk), มูลค่าทรัพย์สินสุทธิ (NAV) ตามลำดับ และในส่วนของช่องทางการติดตามข่าวสารผู้ตอบแบบสอบถามนิยมติดตามผ่านช่องทางโซเชียลมีเดีย, เว็บไซต์ และแอปพลิเคชันเกี่ยวกับการลงทุนตามลำดับ ซึ่งรูปแบบคำถามและตัวอย่างการตอบของแบบสอบถามเป็นไปดังภาคผนวก ก และ ภาคผนวก ข

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลลัพธ์ของแบบสอบถามแต่ละข้อมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1) ลักษณะการลงทุนของผู้ตอบแบบสอบถาม



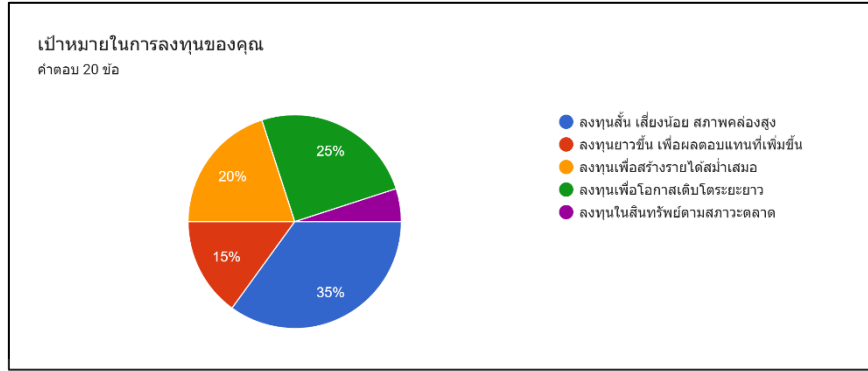
รูปที่ 4.25 แผนภาพแสดงลักษณะการลงทุนของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากรูปที่ 4.25 แสดงถึงผลลัพธ์ที่ได้จากการทำแบบสอบถามลักษณะการลงทุนของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยสามารถอธิบายได้ดังนี้

ลักษณะการลงทุน	จำนวน
นักลงทุนมือใหม่ กำลังศึกษา ประสบการณ์น้อย	8 คน
นักลงทุนที่มีความรู้และประสบการณ์ในระดับปานกลาง	8 คน
นักลงทุนผู้เชี่ยวชาญ มีความรู้และประสบการณ์ในระดับสูง	2 คน
นักลงทุนในอดีต (ปัจจุบันไม่เล่นกองทุนแล้ว)	2 คน

2) เป้าหมายการลงทุนของผู้ตอบแบบสอบถาม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

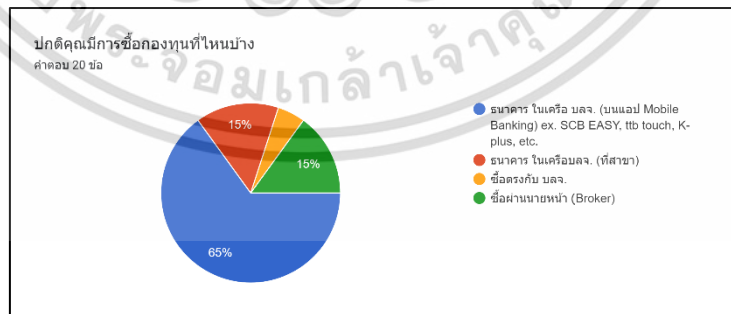


รูปที่ 4.26 แผนภาพแสดงเป้าหมายในการลงทุนของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากรูปที่ 4.26 แสดงถึงผลลัพธ์ที่ได้จากการทำแบบสอบถามเป้าหมายในการลงทุนของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยสามารถอธิบายได้ดังนี้

เป้าหมายการลงทุน	จำนวน
ลงทุนสั้น เสี่ยงน้อย สภาพคล่องสูง	7 คน
ลงทุนยาวขึ้น เพื่อผลตอบแทนที่เพิ่มขึ้น	5 คน
ลงทุนเพื่อสร้างรายได้สม่ำเสมอ	4 คน
ลงทุนเพื่อโอกาสเติบโตระยะยาว	3 คน
ลงทุนในสินทรัพย์ตามสภาวะตลาด	1 คน

3) วิธีการซื้อกองทุนของผู้ตอบแบบสอบถาม



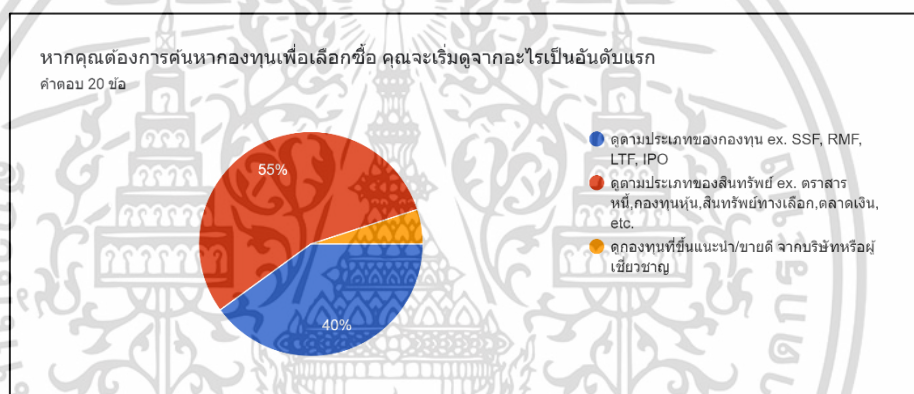
รูปที่ 4.27 แผนภาพแสดงวิธีการซื้อกองทุนของผู้ตอบแบบสอบถาม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากรูปที่ 4.27 แสดงถึงผลลัพธ์ที่ได้จากการทำแบบสอบถามวิธีการซื้อกองทุนของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยสามารถอธิบายได้ดังนี้

วิธีการซื้อกองทุน	จำนวน
ธนาคารในเครือ บลจ. (ผ่านแอปพลิเคชันธนาคาร)	13 คน
ธนาคารในเครือ บลจ. (ที่สาขา)	3 คน
ซื้อตรงกับ บลจ.	3 คน
ซื้อผ่านนายหน้า (Broker)	1 คน

4) วิธีการค้นหากองทุนของผู้ตอบแบบสอบถาม



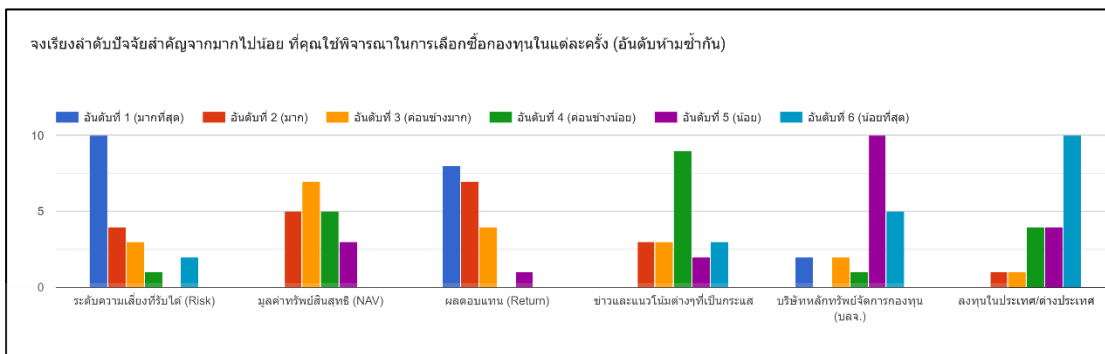
รูปที่ 4.28 แผนภาพแสดงวิธีการค้นหากองทุนของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากรูปที่ 4.28 แสดงถึงผลลัพธ์ที่ได้จากการทำแบบสอบถามวิธีค้นหากองทุนของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยสามารถอธิบายได้ดังนี้

วิธีการค้นหากองทุน	จำนวน
ดูตามประเภทของกองทุน ex. SSF, RMF, LTF, IPO	8 คน
ดูตามประเภทของสินทรัพย์ ex. ตราสารหนี้, กองทุนหุ้น, สินทรัพย์ทางเลือก, ตลาดเงิน, etc.	11 คน
ดูกองทุนที่ขึ้นแนะนำ/ขายดี จากบริษัทหรือผู้เชี่ยวชาญ	1 คน

5) ปัจจัยในการพิจารณาเลือกซื้อกองทุนของผู้ตอบแบบสอบถาม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 4.29 แผนภาพแสดงลำดับปัจจัยที่สำคัญจากมากไปน้อยที่ใช้พิจารณาเลือกซื้อกองทุนของผู้ตอบแบบสอบถาม

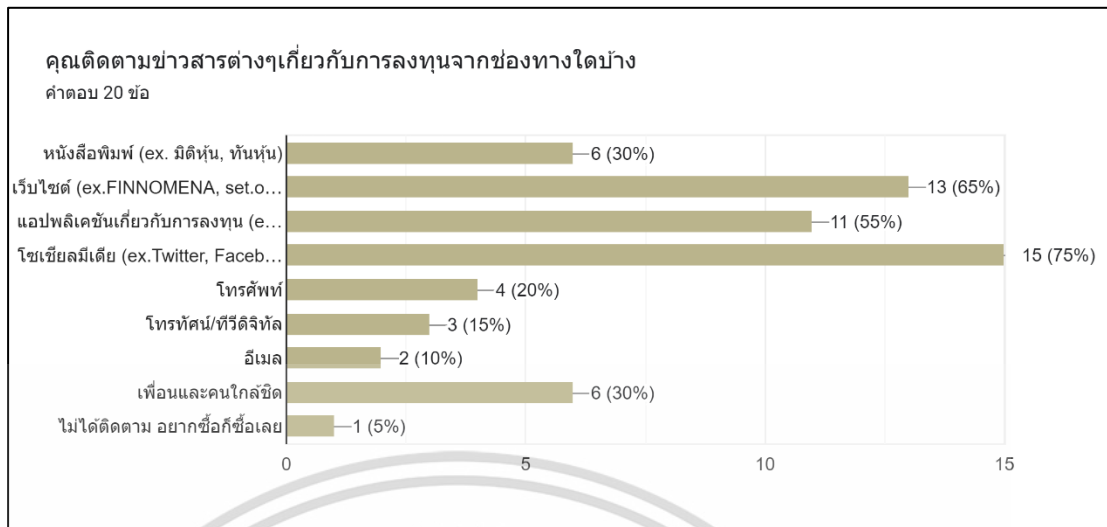
จากรูปที่ 4.29 แสดงถึงผลลัพธ์ที่ได้จากการทำแบบสอบถามปัจจัยในการพิจารณาการเลือกซื้อกองทุนของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยจะมีเกณฑ์การวัดคะแนนเป็น มากที่สุด 6 คะแนน มาก 5 คะแนน ค่อนข้างมาก 4 คะแนน ค่อนข้างน้อย 3 คะแนน น้อย 2 คะแนน และน้อยที่สุด 1 คะแนน ซึ่งจากการวัดคะแนนสามารถสรุปได้ดังนี้

โดยสามารถอธิบายได้ดังนี้

ปัจจัยพิจารณาเลือกซื้อกองทุน	จำนวน
ผลตอบแทน (Return)	101 คะแนน
ระดับความเสี่ยงที่รับได้ (Risk)	97 คะแนน
มูลค่าทรัพย์สินสุทธิ (NAV)	88 คะแนน
ข่าวและแนวโน้มต่างๆที่เป็นกระแส	61 คะแนน
บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน (บลจ.)	48 คะแนน
ลงทุนในประเทศ/ต่างประเทศ	39 คะแนน

6) ช่องทางติดตามข่าวสารในการลงทุนของผู้ตอบแบบสอบถาม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 4.30 แผนภาพแสดงช่องทางการติดตามข่าวสารเกี่ยวกับการลงทุนของผู้ตอบแบบสอบถาม

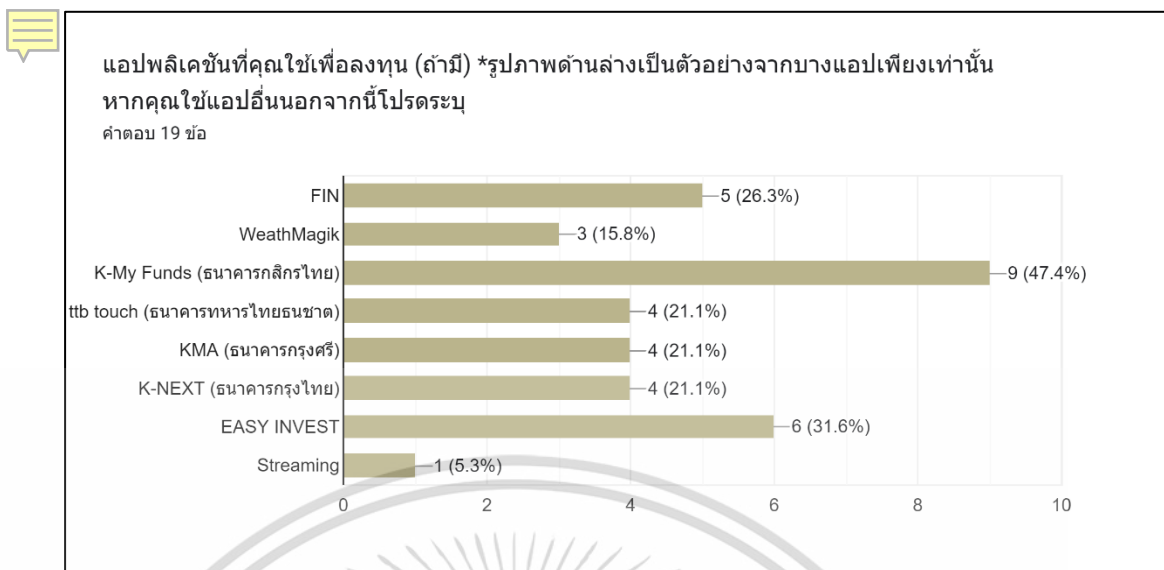
จากรูปที่ 4.30 แสดงถึงผลลัพธ์ที่ได้จากการทำแบบสอบถามช่องทางการติดตามข่าวสารเกี่ยวกับการลงทุนของผู้ตอบแบบสอบถาม

โดยสามารถอธิบายได้ดังนี้

ช่องทางการติดตามข่าวสารเกี่ยวกับการลงทุน	จำนวน
โซเชียลมีเดีย	15 คน
เว็บไซต์	13 คน
แอปพลิเคชันเกี่ยวกับการลงทุน	11 คน
หนังสือพิมพ์	6 คน
เพื่อนและคนใกล้ชิด	6 คน
ข้อความทางโทรศัพท์	4 คน
โทรทัศน์/ทีวีดิจิทัล	3 คน
อีเมล	2 คน
ไม่ติดตามข่าวสาร	1 คน

7) แอปพลิเคชันสำหรับการลงทุนของผู้ตอบแบบสอบถาม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



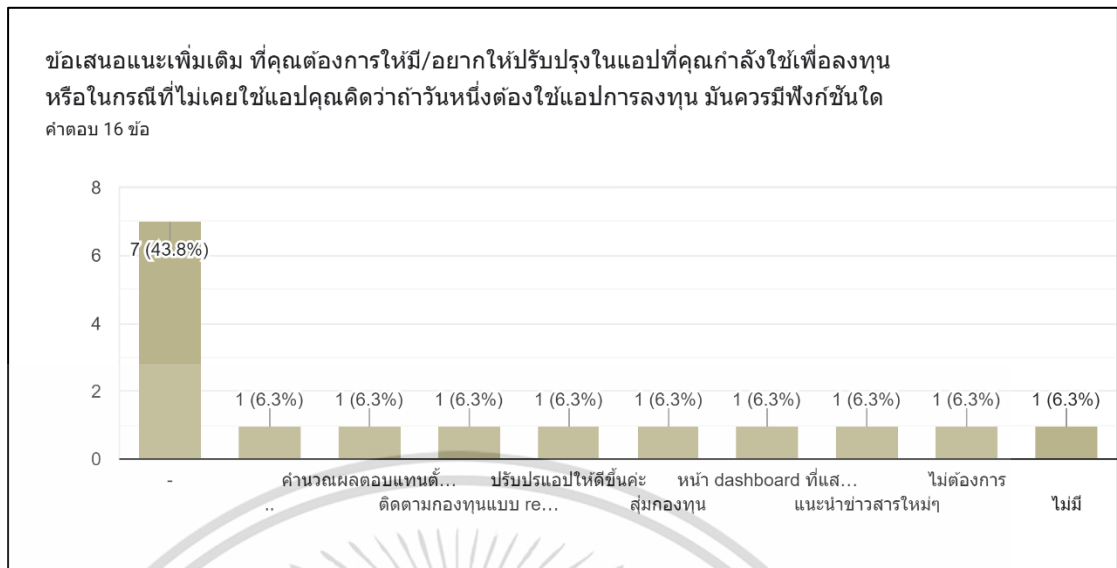
รูปที่ 4.31 แผนภาพแสดงแอปพลิเคชันสำหรับใช้ลงทุนของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากรูปที่ 4.31 แสดงถึงผลลัพธ์ที่ได้จากการทำแบบสอบถามแอปพลิเคชันสำหรับการลงทุนของผู้ตอบแบบสอบถามโดยสามารถอธิบายได้ดังนี้

แอปพลิเคชันสำหรับการลงทุน	จำนวน
K-My Funds (ธนาคารกสิกรไทย)	9 คน
EASY INVEST	6 คน
FIN	5 คน
ttb touch (ธนาคารทหารไทยธนชาติ)	4 คน
KMA (ธนาคารกรุงศรี)	4 คน
K-NEXT (ธนาคารกรุงไทย)	4 คน
WeathMagik	3 คน
Streaming	1 คน

8) ความคิดเห็นเกี่ยวกับการปรับปรุงแอปที่ใช้สำหรับลงทุน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 4.32 แผนภาพแสดงข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการปรับปรุงแอปพลิเคชันสำหรับการลงทุน

จากรูปที่ 4.32 แสดงถึงผลลัพธ์ที่ได้จากการทำแบบสอบถามข้อเสนอแนะเกี่ยวกับแอปพลิเคชันสำหรับการลงทุนของผู้ตอบแบบสอบถามมีทั้งหมดได้ดังนี้

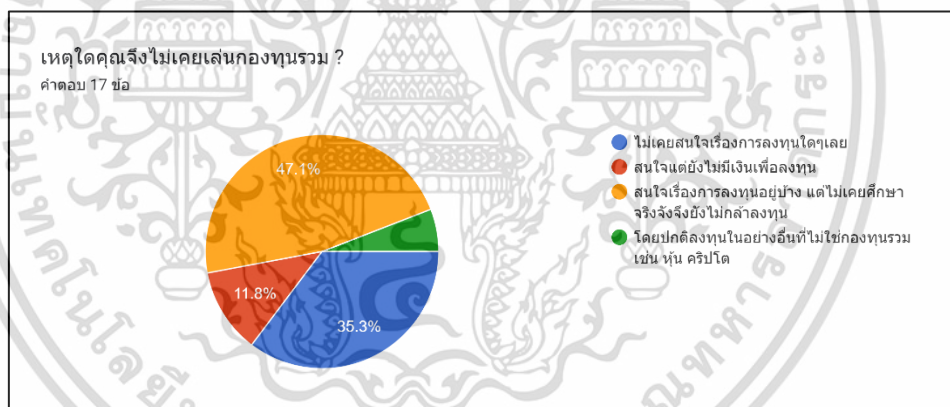
ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับแอปพลิเคชันสำหรับการลงทุน	จำนวน
ไม่ระบุ	13 คน
ไม่ต้องการ	1 คน
แนะนำข่าวสารใหม่ๆ	1 คน
ปรับปรุงให้ดียิ่งขึ้น	1 คน
ติดตามกองทุนแบบ realtime	1 คน
หน้า dashboard ที่แสดงข้อมูลละเอียดเข้าใจง่าย	1 คน
คำนวณผลตอบแทนตั้งแต่วันที่ลงทุนคิดเป็นร้อยละ	1 คน
ปุ่มกองทุน	1 คน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนในกองทุนรวมสำหรับผู้ที่ไม่เคยมีประสบการณ์ โดยคำถามส่วนนี้จะเลือกตอบเฉพาะผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เคยลงทุนในกองทุนรวมดังรูปที่ 4.24 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามกว่า 47% มีความสนใจในเรื่องการลงทุน แต่ยังไม่เคยศึกษาอย่างจริงจังจึงทำให้ไม่กล้าตัดสินใจลงทุน โดยหากสมมติว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีโอกาสได้เริ่มลงทุนจะมีเป้าหมายลงทุนเพื่อสร้างรายได้สม่ำเสมอ รองลงมาเป็นการลงทุนเพื่อโอกาสเติบโตระยะยาว และลงทุนสั้น เสี่ยงน้อย สภาพคล่องสูง ซึ่งปัจจัยที่พิจารณาเลือกซื้อกองทุนเป็นดังนี้ อันดับที่ 1 ระดับความเสี่ยงที่รับได้ (Risk), อันดับที่ 2 ผลตอบแทน (Return) และอันดับที่ 3 มูลค่าทรัพย์สินสุทธิ (NAV) โดยส่วนใหญ่จะมีวิธีการค้นหาตามประเภทของสินทรัพย์ ซึ่งจะมีช่องทางการศึกษาเกี่ยวกับการลงทุนผ่านทางออนไลน์

ผลลัพธ์ของแบบสอบถามแต่ละข้อมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1) สาเหตุที่ผู้ตอบแบบไม่เคยมีประสบการณ์ลงทุน



รูปที่ 4.33 แผนภาพแสดงสาเหตุที่ผู้ตอบแบบไม่เคยมีประสบการณ์ลงทุน

จากรูปที่ 4.3 แสดงถึงผลลัพธ์ที่ได้จากการทำแบบสอบถามสาเหตุที่ไม่เคยมีประสบการณ์ลงทุนของผู้ตอบแบบสอบถาม

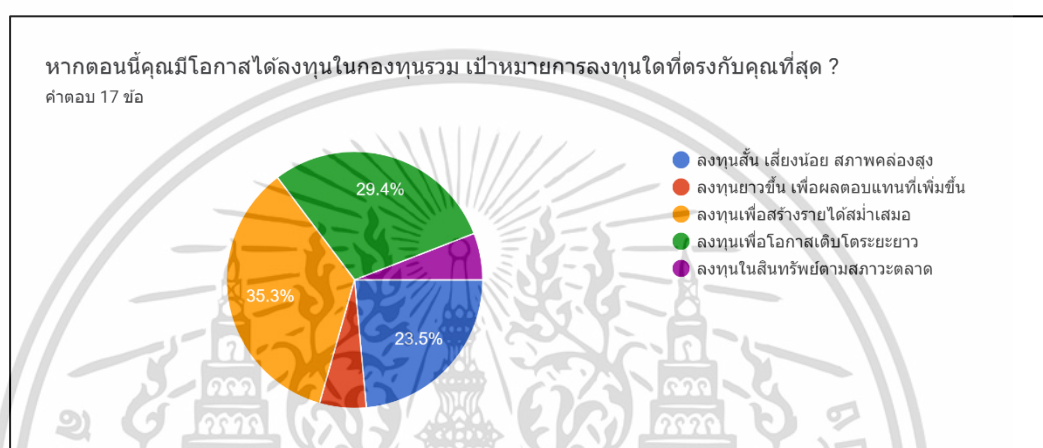
ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

สาเหตุที่ไม่เคยมีประสบการณ์ลงทุน	จำนวน
สนใจเรื่องการลงทุนอยู่บ้าง แต่ไม่เคยศึกษาจริงจัง	8 คน
จึ้งยังไม่กล้าลงทุน	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ไม่เคยสนใจเรื่องการลงทุนใดๆเลย	6 คน
สนใจแต่ยังไม่มีเงินเพื่อลงทุน	2 คน
โดยปกติลงทุนในอย่างอื่นที่ไม่ใช่กองทุนรวม	1 คน

2) เป้าหมายการลงทุน กรณีสมมติว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีโอกาสลงทุนในกองทุนรวม



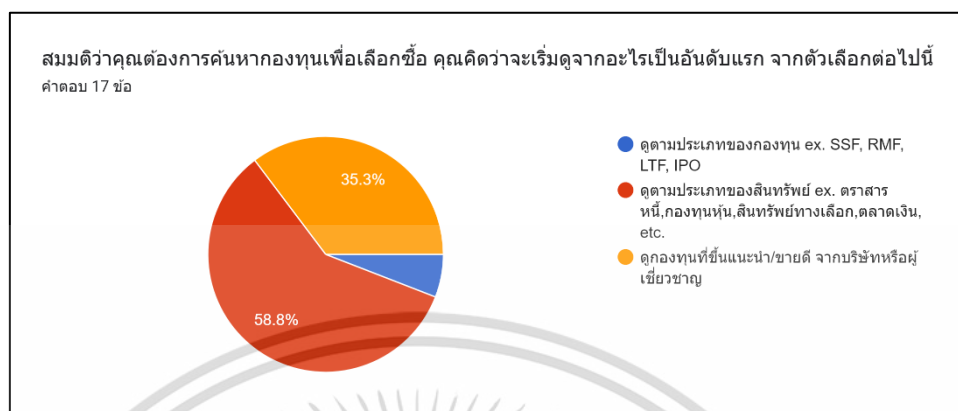
รูปที่ 4.34 แผนภาพแสดงเป้าหมายการลงทุน กรณีสมมติว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีโอกาสลงทุนในกองทุนรวม

จากรูปที่ 4.34 แสดงถึงผลลัพธ์ที่ได้จากการทำแบบสอบถามเป้าหมายในการลงทุนของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

เป้าหมายการลงทุน	จำนวน
ลงทุนเพื่อสร้างรายได้สม่ำเสมอ	6 คน
ลงทุนเพื่อโอกาสเติบโตระยะยาว	5 คน
ลงทุนสั้น เสี่ยงน้อย สภาพคล่องสูง	4 คน
ลงทุนยาวขึ้น เพื่อผลตอบแทนที่เพิ่มขึ้น	1 คน
ลงทุนในสินทรัพย์ตามสถานะตลาด	1 คน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3) วิธีการค้นหากองทุน กรณีสมมติว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีโอกาสลงทุนในกองทุนรวม



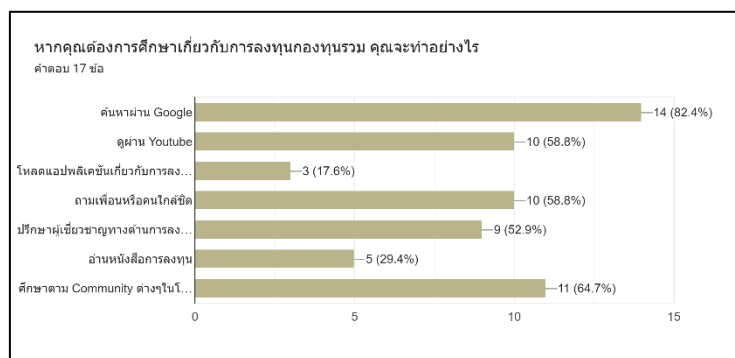
รูปที่ 4.35 แผนภาพแสดงวิธีการค้นหากองทุน กรณีสมมติว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีโอกาสลงทุนในกองทุนรวม

จากรูปที่ 4.35 แสดงถึงผลลัพธ์ที่ได้จากการทำแบบสอบถามวิธีค้นหากองทุนของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

วิธีการค้นหากองทุน	จำนวน
ดูตามประเภทของหลักทรัพย์ ex. ตราสารหนี้, กองทุนหุ้น, สินทรัพย์ทางเลือก, ตลาดเงิน, etc.	10 คน
ดูตามประเภทของกองทุน ex. SSF, RMF, LTF, IPO	6 คน
ดูกองทุนที่ขึ้นแนะนำ/ขายดี จากบริษัทหรือผู้เชี่ยวชาญ	1 คน

4) ช่องทางการศึกษาเกี่ยวกับการลงทุนของผู้ตอบแบบสอบถาม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



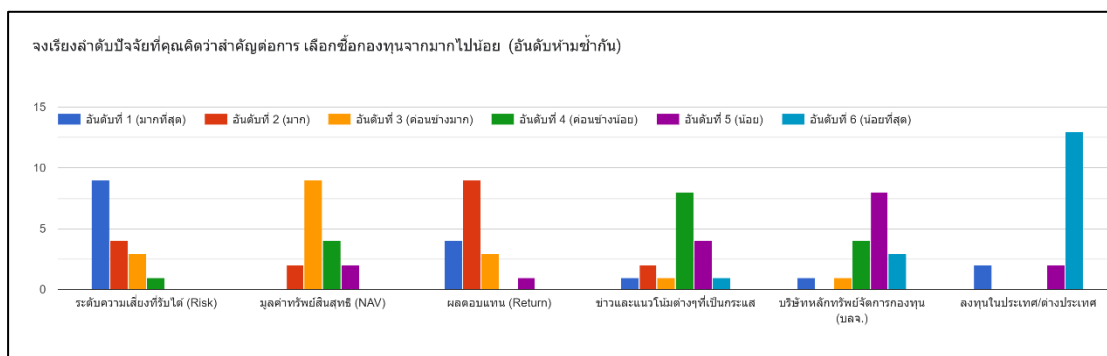
รูปที่ 4.36 แผนภาพแสดงช่องทางการศึกษาเกี่ยวกับการลงทุนของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากรูปที่ 4.36 แสดงถึงผลลัพธ์ที่ได้จากการทำแบบสอบถามช่องทางการศึกษาเกี่ยวกับการลงทุนของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ช่องทางการศึกษาเกี่ยวกับการลงทุน	จำนวน
ค้นหาผ่าน Google	14 คน
กลุ่มต่างๆในโซเชียลมีเดีย	11 คน
ค้นหาผ่าน Youtube	10 คน
เพื่อนหรือคนใกล้ชิด	10 คน
ปรึกษาผู้เชี่ยวชาญด้านการลงทุน	9 คน
หนังสือการลงทุน	5 คน
แอปพลิเคชันสำหรับลงทุน	3 คน

- 5) ปัจจัยในการพิจารณาเลือกซื้อกองทุน กรณีสมมติว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีโอกาสลงทุนในกองทุนรวม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



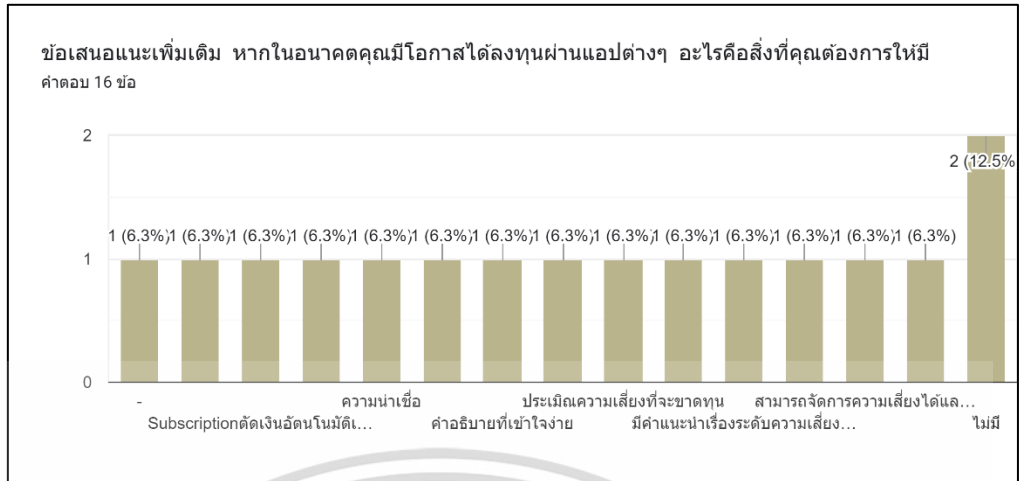
รูปที่ 4.37 แผนภาพแสดงปัจจัยพิจารณาเลือกซื้อกองทุน กรณีสมมติว่าผู้ตอบแบบสอบถามมี
โอกาสลงทุนในกองทุนรวม

จากรูปที่ 4.37 แสดงถึงผลลัพธ์ที่ได้จากการทำแบบสอบถามปัจจัยในการพิจารณาการเลือกซื้อกองทุนของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยจะมีเกณฑ์การวัดคะแนนเป็น มากที่สุด 6 คะแนน มาก 5 คะแนน ค่อนข้างมาก 4 คะแนน ค่อนข้างน้อย 3 คะแนน น้อย 2 คะแนนและน้อยที่สุด 1 คะแนน ซึ่งจากการวัดคะแนนสามารถสรุปได้ดังนี้

ปัจจัยพิจารณาเลือกซื้อกองทุน	จำนวน
ระดับความเสี่ยงที่รับได้ (Risk)	89 คะแนน
ผลตอบแทน (Return)	83 คะแนน
มูลค่าทรัพย์สินสุทธิ (NAV)	62 คะแนน
ข่าวและแนวโน้มต่างๆที่เป็นกระแส	53 คะแนน
บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน (บลจ.)	41 คะแนน
ลงทุนในประเทศ/ต่างประเทศ	29 คะแนน

6) ความคิดเห็นเกี่ยวกับการปรับปรุงแอปที่ใช้สำหรับลงทุน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 4.38 แผนภาพแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการปรับปรุงแอปที่ใช้ลงทุน

จากรูปที่ 4.38 แสดงถึงผลลัพธ์ที่ได้จากการทำแบบสอบถามข้อเสนอแนะเกี่ยวกับแอปพลิเคชันสำหรับการลงทุนของผู้ตอบแบบสอบถามมีทั้งหมดได้ดังนี้

ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับแอปพลิเคชันสำหรับการลงทุน	จำนวน
ไม่ระบุ	5 คน
การประเมินความเสี่ยงของกองทุน	4 คน
ความน่าเชื่อถือ เสถียร รวดเร็วและแม่นยำ	3 คน
คำอธิบายและคำแนะนำการลงทุนที่รวบรัด เข้าใจง่าย	3 คน
ข่าวหุ้น	1 คน
Subscriptionตัดเงินอัตโนมัติเพื่อลงทุน	1 คน
เช็คแนวโน้มการขาดทุนหรือการได้เงินค่าตอบแทน	1 คน
มี tutorial สอนในช่วงแรก	1 คน

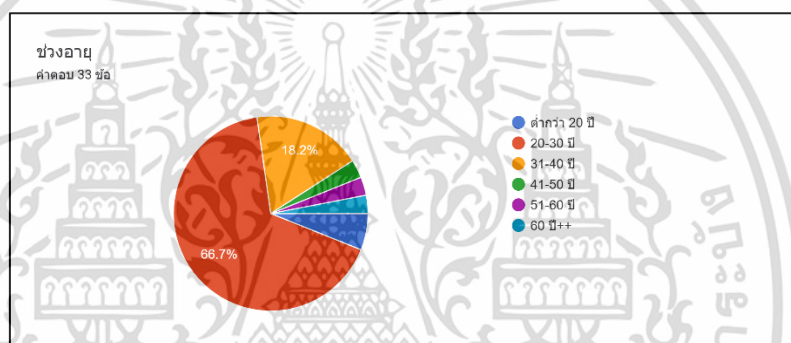
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.1.4 ผลลัพธ์ของแบบสอบถามผลิตภัณฑ์ประกัน

รายละเอียดของแบบสอบถามจะประกอบไปด้วย 2 ส่วน คือ คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป และคำถามเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์แบบเจาะลึกยิ่งขึ้น

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป พบว่าส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นนักเรียน/นักศึกษา รองลงมาเป็นพนักงานเงินเดือน/ลูกจ้างเอกชนและข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1) ช่วงอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม



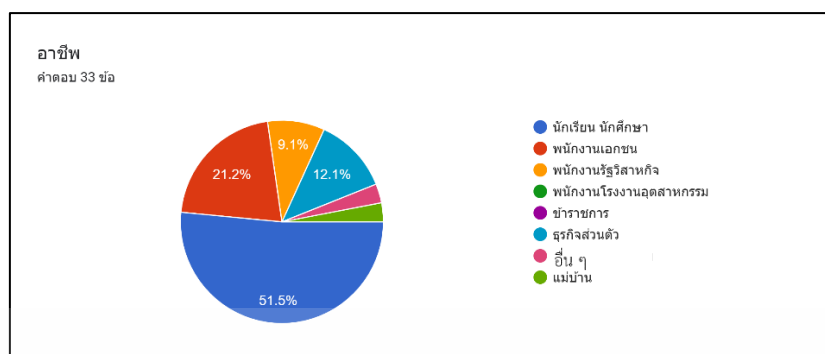
รูปที่ 4.39 แผนภาพแสดงค่าเฉลี่ยอายุของผู้ที่ทำแบบสอบถาม

จากรูปที่ 4.39 เป็นรูปที่แสดงเกี่ยวกับผลลัพธ์ที่ได้จากการทำแบบสอบถามในส่วนของข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับอายุของผู้ที่ทำแบบสอบถาม โดยสามารถอธิบายได้ดังนี้

ช่วงอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน
ต่ำกว่า 20 ปี	2 คน
20 – 30 ปี	22 คน
31 – 40 ปี	6 คน
41 – 50 ปี	1 คน
51 – 60 ปี	1 คน
มากกว่า 60 ปี	1 คน

2) อาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 4.40 แผนภาพแสดงค่าเฉลี่ยอาชีพของผู้ที่ทำแบบสอบถาม

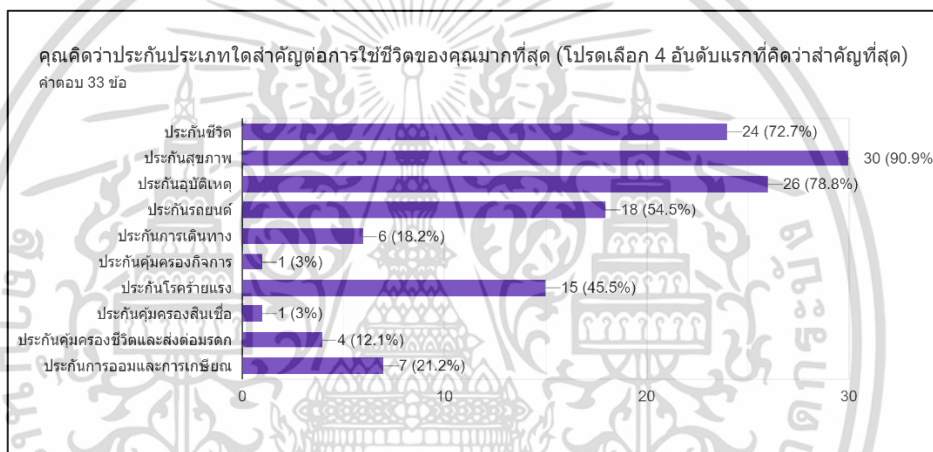
จากรูปที่ 4.40 เป็นรูปที่แสดงเกี่ยวกับผลลัพธ์ที่ได้จากการทำแบบสอบถามในส่วนของข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับอาชีพของผู้ที่ทำแบบสอบถาม โดยสามารถอธิบายได้ดังนี้

อาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน
นักเรียน/นักศึกษา	17 คน
พนักงานบริษัทเอกชน	7 คน
พนักงานบริษัทรัฐวิสาหกิจ	3 คน
ธุรกิจส่วนตัว	4 คน
แม่บ้าน	1 คน
อื่นๆ	1 คน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์แบบเจาะลึกยิ่งขึ้น พบว่าผู้ที่มาทำแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับประกันสุขภาพ และรองลงมาคือประกันอุบัติเหตุ ในส่วนของการจัดหมวดหมู่สำหรับประกันคุ้มครองกิจการและประกันคุ้มครองสินเชื้อผู้ที่มาทำแบบสอบถามส่วนใหญ่คิดว่าควรอยู่ในประกันประเภทอื่น ๆ ะกันคุ้มครองชีวิตและส่งต่อมรดก คิดว่าควรอยู่ในประกันชีวิต และประกันเดินทาง ควรอยู่ในประกันอุบัติเหตุ และในที่สุดท้ายสำหรับการแสดงรายละเอียดของผลิตภัณฑ์แบบอธิบายยังคงเป็นในส่วนที่ผู้ใช้งานเห็นด้วยมากที่สุด ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1) ค่าเฉลี่ยความสำคัญของประเภทประกันของผู้ที่ทำแบบสอบถาม



รูปที่ 4.41 แผนภาพเฉลี่ยความสำคัญของประเภทประกันของผู้ที่ทำแบบสอบถาม

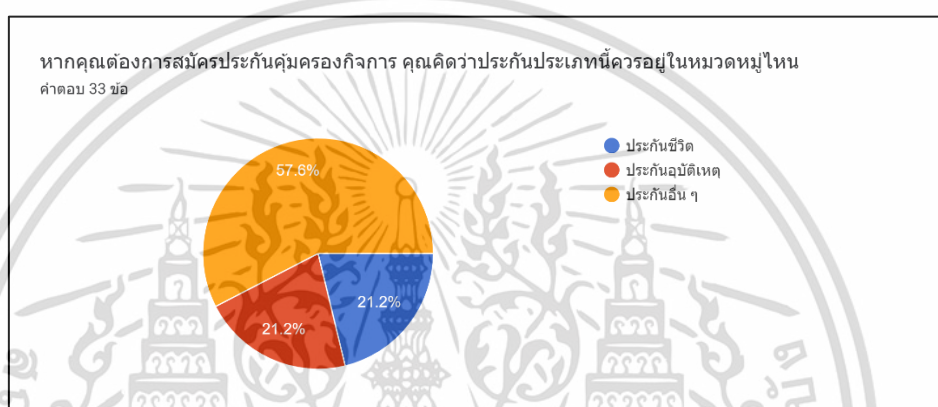
จากรูปที่ 4.41 เป็นรูปที่แสดงเกี่ยวกับผลลัพธ์ที่ได้จากการทำแบบสอบถามในส่วนของข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการได้รับความสำคัญของประเภทประกันของผู้ที่ทำแบบสอบถาม โดยสามารถอธิบายได้ดังนี้

ประเภทของหลักประกัน	จำนวน
ประกันชีวิต	24 คน
ประกันสุขภาพ	30 คน
ประกันอุบัติเหตุ	26 คน
ประกันรถยนต์	18 คน
ประกันการเดินทาง	6 คน
ประกันคุ้มครองกิจการ	1 คน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประกันโรคร้ายแรง	15 คน
ประกันคุ้มครองสินเชื่อ	1 คน
ประกันคุ้มครองชีวิตและส่งต่อมรดก	4 คน
ประกันการออมและการเกษียณ	7 คน

2) ค่าเฉลี่ยการจัดประเภทประกันคุ้มครองกิจการของผู้ที่ทำแบบสอบถาม



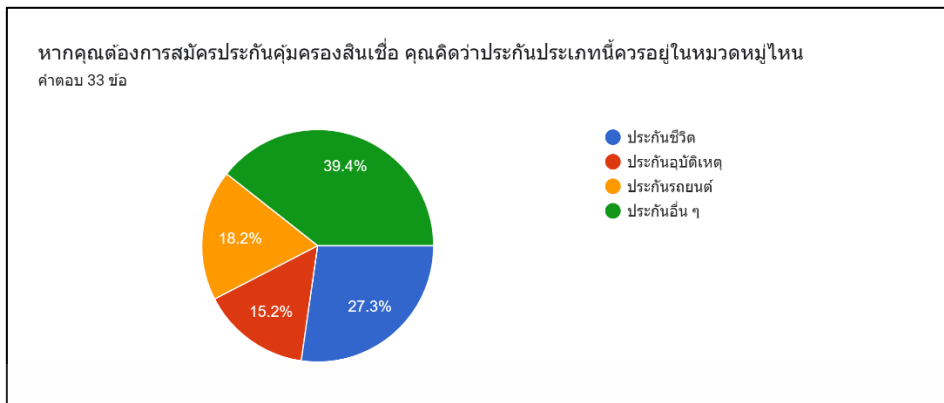
รูปที่ 4.42 แผนภาพเฉลี่ยการจัดประเภทประกันคุ้มครองกิจการของผู้ที่ทำแบบสอบถาม

จากรูปที่ 4.42 เป็นรูปที่แสดงเกี่ยวกับผลลัพธ์ที่ได้จากการทำแบบสอบถามในส่วนของข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการจัดประเภทประกันคุ้มครองกิจการของผู้ที่ทำแบบสอบถาม โดยสามารถอธิบายได้ดังนี้

ประเภทของหลักประกัน	จำนวน
ประกันชีวิต	7 คน
ประกันอุบัติเหตุ	7 คน
ประกันอื่น ๆ	19 คน

3) ค่าเฉลี่ยการจัดประเภทประกันคุ้มครองสินเชื่อของผู้ที่ทำแบบสอบถาม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

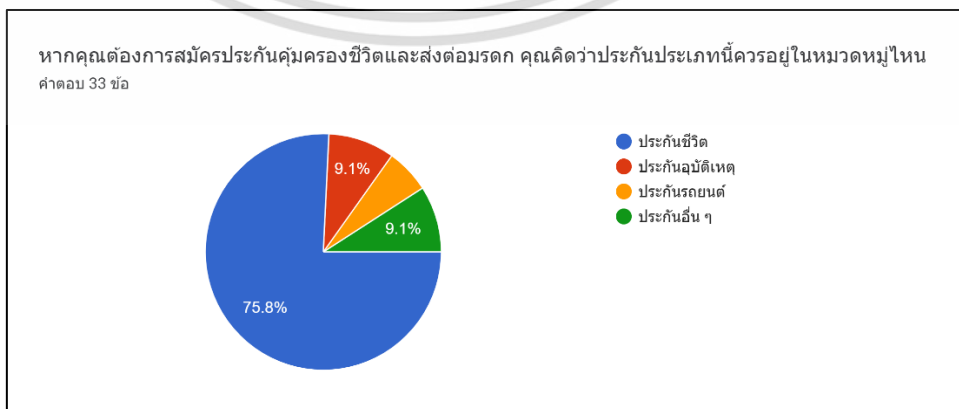


รูปที่ 4.43 แผนภาพเฉลี่ยการจัดประเภทประกันคุ้มครองสินเชื่อของผู้ที่ทำแบบสอบถาม

จากรูปที่ 4.43 เป็นรูปที่แสดงเกี่ยวกับผลลัพธ์ที่ได้จากการทำแบบสอบถามในส่วนของข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการจัดประเภทประกันคุ้มครองสินเชื่อของผู้ที่ทำแบบสอบถาม โดยสามารถอธิบายได้ดังนี้

ประเภทของหลักประกัน	จำนวน
ประกันชีวิต	9 คน
ประกันอุบัติเหตุ	5 คน
ประกันรถยนต์	6 คน
ประกันอื่น ๆ	13 คน

4) ค่าเฉลี่ยการจัดประเภทประกันคุ้มครองสินเชื่อของผู้ที่ทำแบบสอบถามเฉลี่ยการจัดประเภทประกันคุ้มครองชีวิตและส่งต่อมรดกของผู้ที่ทำแบบสอบถาม



รูปที่ 4.44 แผนภาพเฉลี่ยการจัดประเภทประกันคุ้มครองชีวิตและส่งต่อมรดก

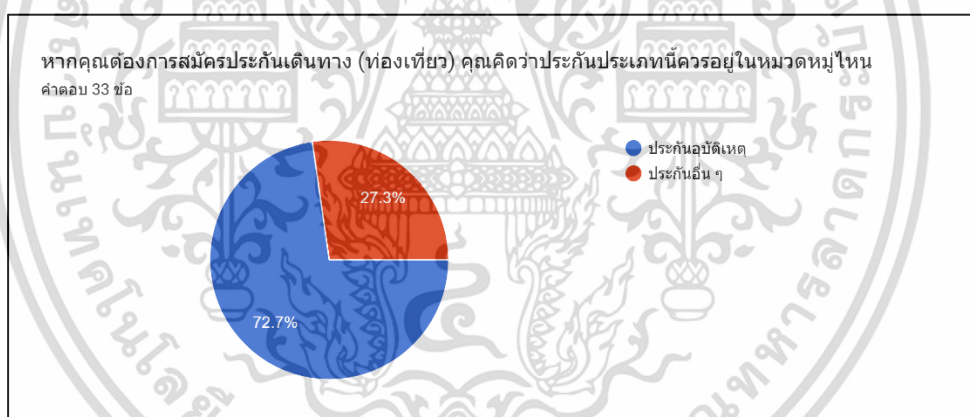
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ของผู้ที่ทำแบบสอบถาม

จากรูปที่ 4.44 เป็นรูปที่แสดงเกี่ยวกับผลลัพธ์ที่ได้จากการทำแบบสอบถามในส่วนของข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการจัดประเภทประกันคุ้มครองชีวิตและส่งต่อมรดกของผู้ที่ทำแบบสอบถาม โดยสามารถอธิบายได้ดังนี้

ประเภทของหลักประกัน	จำนวน
ประกันชีวิต	25 คน
ประกันอุบัติเหตุ	3 คน
ประกันรถยนต์	2 คน
ประกันอื่น ๆ	3 คน

5) ค่าเฉลี่ยการจัดประเภทประกันการเดินทางของผู้ที่ทำแบบสอบถาม



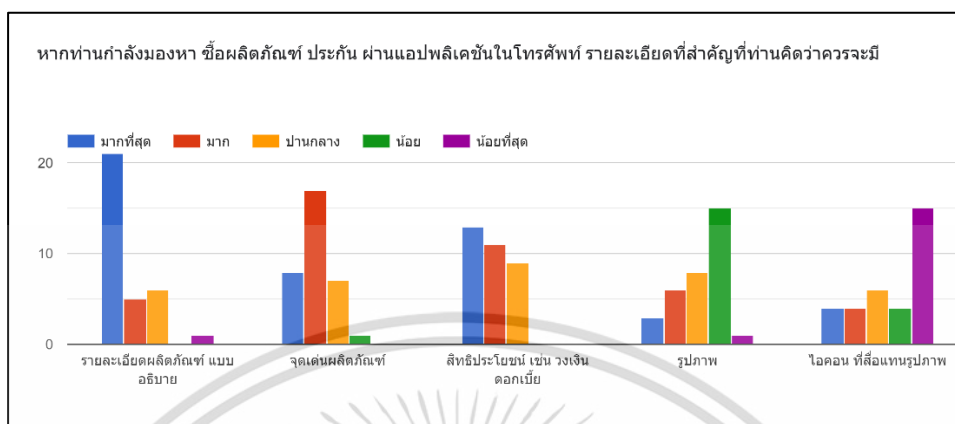
รูปที่ 4.45 แผนภาพเฉลี่ยการจัดประเภทประกันการเดินทางของผู้ที่ทำแบบสอบถาม

จากรูปที่ 4.45 เป็นรูปที่แสดงเกี่ยวกับผลลัพธ์ที่ได้จากการทำแบบสอบถามในส่วนของข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการจัดประเภทประกันการเดินทางของผู้ที่ทำแบบสอบถาม โดยสามารถอธิบายได้ดังนี้

ประเภทของหลักประกัน	จำนวน
ประกันอุบัติเหตุ	24 คน
ประกันอื่น ๆ	9 คน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6) อันดับการแสดงรายละเอียดในประกันของผู้ที่ทำแบบสอบถาม



รูปที่ 4.46 แผนภาพแสดงรายละเอียดในประกันของผู้ที่ทำแบบสอบถาม

จากรูปที่ 4.46 เป็นรูปที่แสดงเกี่ยวกับผลลัพธ์ที่ได้จากการทำแบบสอบถามในส่วนของข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับรายละเอียดในผลิตภัณฑ์ประกันของผู้ที่ทำแบบสอบถาม โดยจะมีเกณฑ์การวัดคะแนนเป็น มากที่สุด 5 คะแนน มาก 4 คะแนน ปานกลาง 3 คะแนน น้อย 2 คะแนนและน้อยที่สุด 1 คะแนน ซึ่งจากการวัดคะแนนแล้วสามารถอธิบายได้ ดังนี้

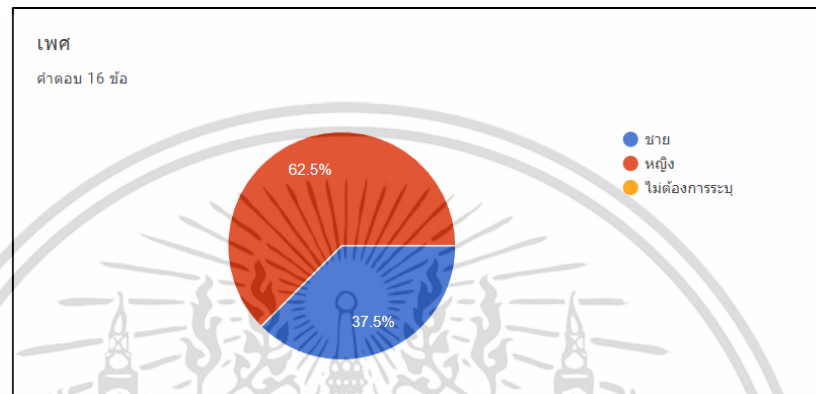
รายละเอียดในผลิตภัณฑ์ประกัน	จำนวน
รายละเอียดผลิตภัณฑ์แบบอธิบาย	144 คะแนน
จุดเด่นผลิตภัณฑ์	131 คะแนน
สิทธิประโยชน์ เช่น วงเงิน ดอกเบี้ย	131 คะแนน
รูปภาพ	94 คะแนน
ไอคอน ที่สื่อแทนรูปภาพ	77 คะแนน

4.1.5 ผลลัพธ์ที่ได้จากการทำแบบสอบถามของบัญชีเงินเดือน

รายละเอียดของแบบสอบถามจะประกอบไปด้วย 2 ส่วน คือ คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป และคำถามเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์แบบเจาะลึกยิ่งขึ้น

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป พบว่าส่วนใหญ่มีผู้ที่มีมาทำแบบสอบถามเป็นเพศหญิง อายุส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 25 – 34 ปี ซึ่งส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นนักศึกษาและรองลงมาเป็นพนักงานบริษัท และส่วนใหญ่รับเงินเดือนแบบเป็น Payroll ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1) ค่าเฉลี่ยเพศของผู้ที่ทำแบบสอบถาม



รูปที่ 4.47 แผนภาพแสดงค่าเฉลี่ยเพศของผู้ที่ทำแบบสอบถาม

จากรูปที่ 4.47 เป็นรูปที่แสดงเกี่ยวกับผลลัพธ์ที่ได้จากการทำแบบสอบถามในส่วนของข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับเพศของผู้ที่ทำแบบสอบถาม โดยสามารถอธิบายได้ดังนี้

เพศของผู้ตอบแบบสอบถาม

ชาย

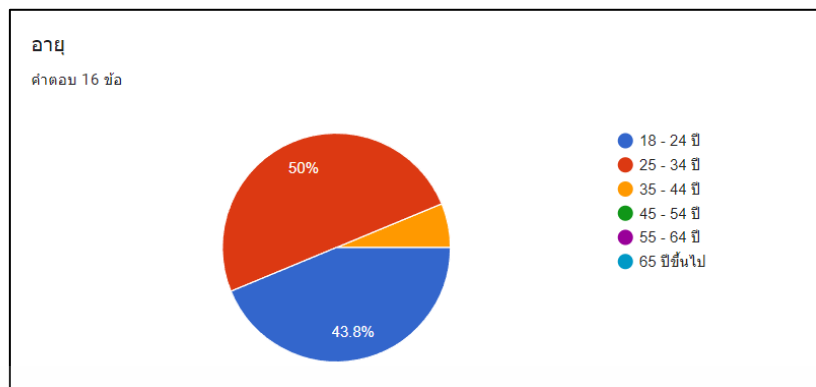
จำนวน

6 คน

หญิง

10 คน

2) ช่วงอายุของผู้ที่ทำแบบสอบถาม

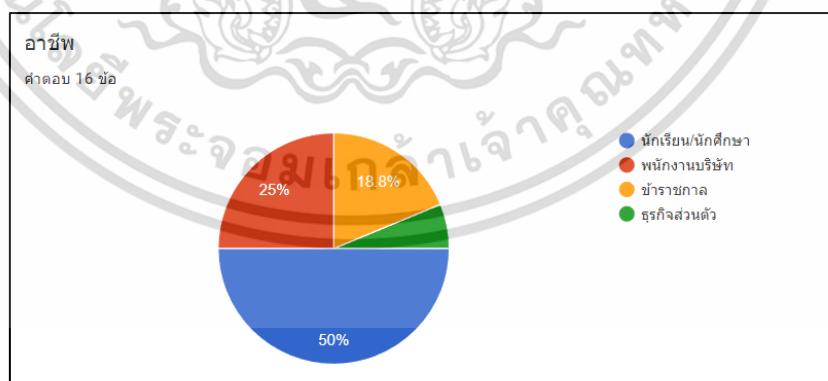


รูปที่ 4.48 แผนภาพแสดงค่าเฉลี่ยอายุของผู้ที่ทำแบบสอบถาม

จากรูปที่ 4.48 เป็นรูปที่แสดงเกี่ยวกับผลลัพธ์ที่ได้จากการทำแบบสอบถามในส่วนของข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับอายุของผู้ที่ทำแบบสอบถาม โดยสามารถอธิบายได้ดังนี้

ช่วงอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน
18 – 24 ปี	6 คน
25 – 34 ปี	8 คน
35 – 44 ปี	2 คน

3) อาชีพของผู้ที่ทำแบบสอบถาม

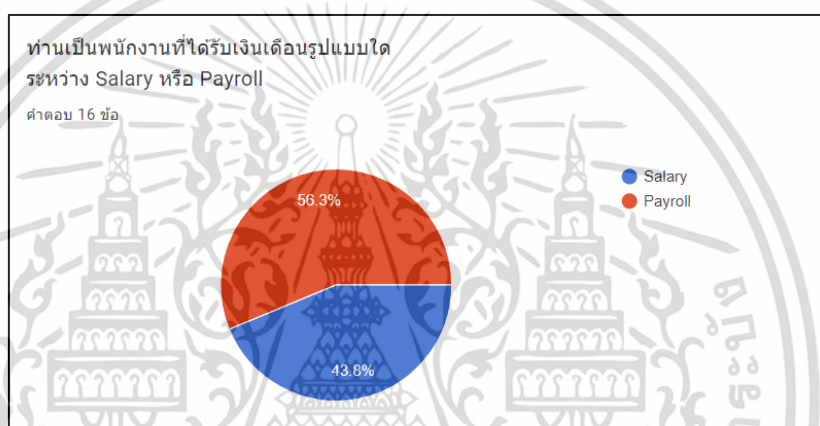


รูปที่ 4.49 แผนภาพแสดงค่าเฉลี่ยอาชีพของผู้ที่ทำแบบสอบถาม

จากรูปที่ 4.49 เป็นรูปที่แสดงเกี่ยวกับผลลัพธ์ที่ได้จากการทำแบบสอบถามในส่วนของข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับอาชีพของผู้ที่ทำแบบสอบถาม โดยสามารถอธิบายได้ดังนี้
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน
นักเรียน/นักศึกษา	8 คน
พนักงานบริษัท	4 คน
ข้าราชการ	3 คน
ธุรกิจส่วนตัว	1 คน

4) ค่าเฉลี่ยประเภทการรับเงินเดือนของผู้ที่ทำแบบสอบถาม



รูปที่ 4.50 แผนภาพแสดงค่าเฉลี่ยประเภทการรับเงินเดือนของผู้ที่ทำแบบสอบถาม

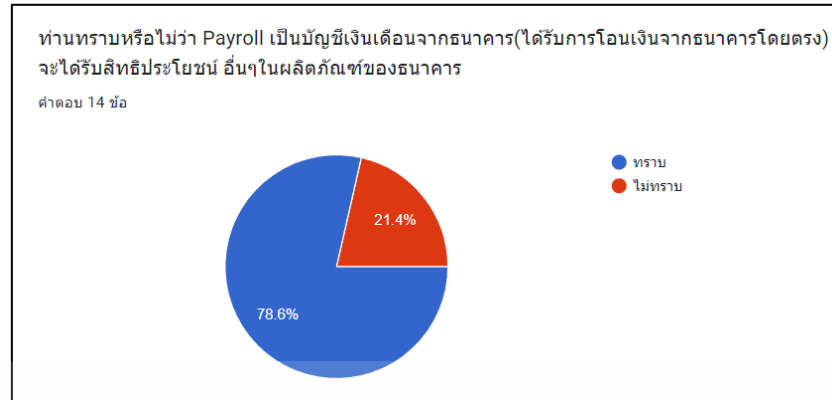
จากรูปที่ 4.50 เป็นรูปที่แสดงเกี่ยวกับผลลัพธ์ที่ได้จากการทำแบบสอบถามในส่วนของข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับประเภทการรับเงินเดือนของผู้ที่ทำแบบสอบถาม โดยสามารถอธิบายได้ดังนี้

ประเภทการรับเงินเดือนของผู้ที่ทำแบบสอบถาม	จำนวน
Salary	9 คน
Payroll	7 คน

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์แบบเจาะลึกยิ่งขึ้น ผู้ที่มาทำแบบสอบถามส่วนใหญ่มีทราบถึงสิทธิประโยชน์ของ Payroll และมีความเห็นว่าจะได้รับในเรื่องของดอกเบี้ยต่าง ๆ รายละเอียดดังต่อไปนี้

1) ค่าเฉลี่ยการทราบสิทธิประโยชน์ Payroll ของผู้ที่ทำแบบสอบถาม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

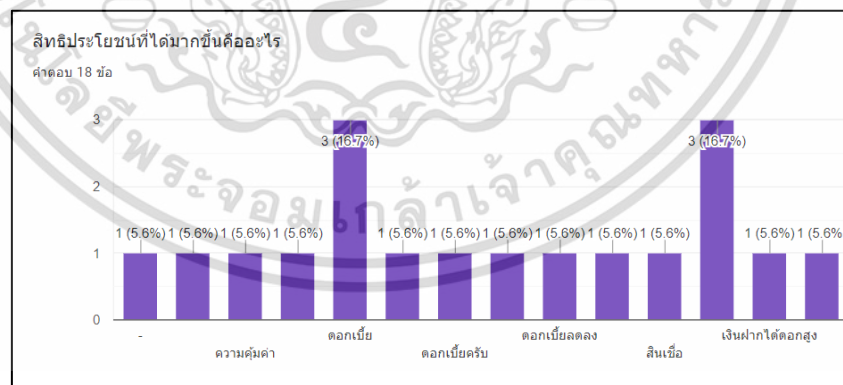


รูปที่ 4.51 แผนภาพแสดงค่าเฉลี่ยการทราบสิทธิประโยชน์ Payroll ของผู้ทำแบบสอบถาม

จากรูปที่ 4.51 เป็นรูปที่แสดงเกี่ยวกับผลลัพธ์ที่ได้จากการทำแบบสอบถามในส่วนของข้อมูล ที่เกี่ยวกับการทราบสิทธิประโยชน์ Payroll ของผู้ทำแบบสอบถาม โดยสามารถอธิบายได้ดังนี้

ผลลัพธ์การทราบสิทธิประโยชน์ Payroll	จำนวน
ทราบ	13 คน
ไม่ทราบ	3 คน

2) การแสดงความคิดเห็นการได้รับสิทธิประโยชน์ผู้ทำแบบสอบถาม



รูปที่ 4.52 แผนภาพแสดงความคิดเห็นการได้รับสิทธิประโยชน์ผู้ทำแบบสอบถาม

จากรูปที่ 4.52 เป็นรูปที่แสดงเกี่ยวกับผลลัพธ์ที่ได้จากการทำแบบสอบถามในส่วนของข้อมูล ที่เกี่ยวกับการได้รับสิทธิประโยชน์ของผู้ทำแบบสอบถาม โดยสามารถอธิบายได้ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความเห็นการได้การได้รับสิทธิประโยชน์	จำนวน
ดอกเบี้ยการจ่ายลด	6 คน
เงินฝากได้ดอกเบี้ยสูง	1 คน
อื่น ๆ	9 คน

4.2 ผลลัพธ์จากการวิเคราะห์คู่แข่ง

ผลลัพธ์จากขั้นตอนการวิเคราะห์คู่แข่ง (Competitive Analysis) ประกอบด้วย 2 ส่วน คือ ส่วนที่หนึ่งการวิเคราะห์แอปพลิเคชัน และ ส่วนที่สองการวิเคราะห์เว็บไซต์ที่สามารถเข้าถึงผ่าน โทรศัพท์และคอมพิวเตอร์ ซึ่งมีภาพโดยรวมของการวิเคราะห์ทั้ง 2 ส่วนดังภาคผนวก ง

4.2.1 ผลลัพธ์การวิเคราะห์คู่แข่งของแอปพลิเคชัน

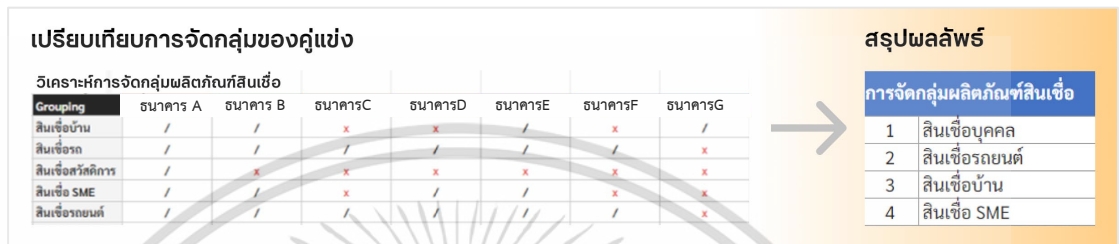
สำหรับการพัฒนาเมนูบริการซึ่งเป็นพื้นที่สำหรับจัดแสดงผลภัณฑ์ทางการเงินของธนาคาร บนแอปพลิเคชัน สามารถแบ่งการรวบรวมและวิเคราะห์ได้ 3 ส่วนย่อยตามหน้าที่ของแต่ละ หน้าจอคือ หน้าชั้นจัดแสดงผลภัณฑ์ (Product Shelf), การ์ดผลิตภัณฑ์ (Product Card) และ หน้าแสดงรายละเอียดผลิตภัณฑ์ (Product Detail) โดยผลลัพธ์ที่ได้จะนำไปประกอบการ ตัดสินใจ เพื่อคัดเลือกองค์ประกอบต่างๆที่สำคัญสำหรับการสร้างหน้าจอ

การวิเคราะห์คู่แข่งของแอปพลิเคชันทั้ง 3 ส่วนย่อย ดังนี้

ส่วนที่ 1 หน้าชั้นจัดแสดงผลภัณฑ์ (Product Shelf) เป็นพื้นที่ส่วนหนึ่งบนแอปพลิเคชัน ที่ใช้ในการแสดงและจัดวางผลิตภัณฑ์ที่จะขายหรือโปรโมทให้กับลูกค้า โดยทั่วไปแล้วหน้าชั้นจัด แสดงผลิตภัณฑ์จะมีการจัดวางผลิตภัณฑ์ในลักษณะที่ทำให้ลูกค้าสามารถมองเห็นและเข้าถึง สินค้าได้ง่าย และสะดวกในการเลือกซื้อ หรืออาจมีการนำเสนอโปรโมชั่นสินค้าต่างๆ เพื่อดึงดูด ความสนใจของลูกค้า โดยสรุปผลลัพธ์ตามจำนวนของผลิตภัณฑ์ทางการเงิน 3 ประเภทที่มีการ แบ่งกลุ่มผลิตภัณฑ์ คือ ผลิตภัณฑ์สินเชื่อ, ผลิตภัณฑ์บัญชีเงินฝากและบัตรเดบิต, ผลิตภัณฑ์ ประกัน นอกเหนือจากนั้นคือผลิตภัณฑ์บัตรเครดิต, ผลิตภัณฑ์กองทุน จะเป็นผลิตภัณฑ์ที่คง วิธีการแสดงผลดั้งเดิมซึ่งไม่มีการแบ่งกลุ่มย่อย แต่ในส่วนผลิตภัณฑ์บัญชีเงินเดือนจะยังไม่ปรากฏ สำหรับการออกแบบหน้าจอแอปพลิเคชันในครั้งนี้ แต่จะมีปรากฏที่การออกแบบหน้าจอของ เว็บไซต์ในหัวข้อ 4.7

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

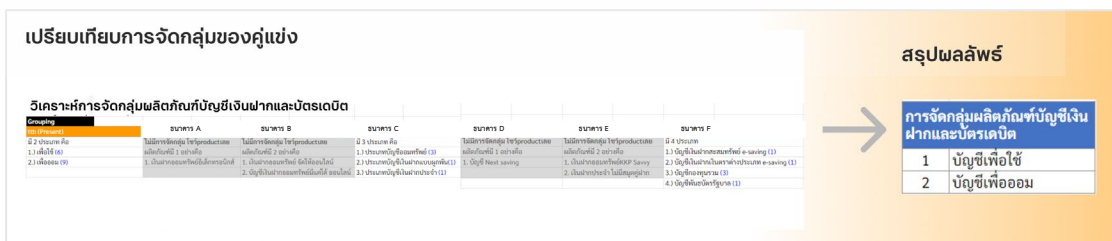
- 1) การแบ่งกลุ่มประเภทผลิตภัณฑ์สินเชื่อ จากการวิเคราะห์และอภิปรายร่วมกับทีม ผู้วิจัยจึงสามารถสรุปวิธีการจัดกลุ่มของผลิตภัณฑ์สินเชื่อ คือ สินเชื่อบุคคล, สินเชื่อรถยนต์, สินเชื่อบ้าน, สินเชื่อ SME ซึ่งมีความครอบคลุมกับผลิตภัณฑ์ทั้งหมดของธนาคาร ดังรูปที่ 3.53



รูปที่ 4.53 ผลลัพธ์การจัดกลุ่มผลิตภัณฑ์สินเชื่อของแอปพลิเคชัน

จากรูปที่ 4.53 แสดงถึงการจำแนกวิธีการจัดกลุ่มของผลิตภัณฑ์สินเชื่อของคู่แข่ง โดยสัญลักษณ์ (x) สีแดง หมายถึงคู่แข่งไม่มีการแบ่งกลุ่มนั้นๆ และสัญลักษณ์ (/) หมายถึงคู่แข่งมีการแบ่งกลุ่มตามหัวข้อนั้นๆ ซึ่งด้านขวาของรูปภาพแสดงถึงผลลัพธ์ของการจัดกลุ่มซึ่งประกอบไปด้วย 4 กลุ่มย่อย คือ สินเชื่อบุคคล, สินเชื่อรถยนต์, สินเชื่อบ้าน, สินเชื่อ SME

- 2) การแบ่งกลุ่มผลิตภัณฑ์บัญชีเงินฝากและบัตรเครดิต จากการวิเคราะห์และอภิปรายร่วมกับทีม ผู้วิจัยจึงสามารถสรุปวิธีการจัดกลุ่มของผลิตภัณฑ์บัญชีเงินฝากและบัตรเครดิต คือ บัญชีเพื่อใช้ และบัญชีเพื่อออม เพื่อแบ่งตามวัตถุประสงค์การใช้บัญชีของผู้ใช้งาน



รูปที่ 4.54 ผลลัพธ์การจัดกลุ่มผลิตภัณฑ์บัญชีเงินฝากและบัตรเครดิตของแอปพลิเคชัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากรูปที่ 4.54 แสดงถึงการจำแนกวิธีการจัดกลุ่มของผลิตภัณฑ์บัญชีเงินฝากและบัตรเครดิตของคู่แข่ง ซึ่งมีการระบุกลุ่มต่างๆที่แต่ละที่มีการแบ่งไว้ตามผลิตภัณฑ์ที่ตนมีอยู่ ณ เวลานั้น ส่วนทางด้านขวาของรูปภาพแสดงถึงผลลัพธ์ของการจัดกลุ่มซึ่งประกอบไปด้วย 2 กลุ่มย่อย คือ บัญชีเพื่อใช้ และบัญชีเพื่อออม

- 3) การแบ่งกลุ่มผลิตภัณฑ์ประกัน จากการวิเคราะห์และอภิปรายร่วมกับทีม ผู้วิจัยจึงสามารถสรุปวิธีการจัดกลุ่มของผลิตภัณฑ์ประกัน คือ ประกันชีวิตและสุขภาพ, ประกันการเดินทาง, ประกันอุบัติเหตุ และประกันรถยนต์ โดยการลดจำนวนกลุ่มมีจุดประสงค์เพื่อลดความซ้ำซ้อน แบ่งประเภทให้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

เปรียบเทียบการจัดกลุ่มของคู่แข่ง		วิเคราะห์การจัดกลุ่มผลิตภัณฑ์ประกัน						สรุปผลลัพธ์	
Grouping	Lib (Present)	A	B	C	E	F	H	การจัดกลุ่มผลิตภัณฑ์ประกัน	
ชีวิต	/	/	/	/	/	/	/	1	ประกันชีวิตและสุขภาพ
สุขภาพ	/	x	/	/	/	/	x	2	ประกันเดินทาง
อุบัติเหตุ	/	/	x	/	/	/	x	3	ประกันอุบัติเหตุ
โรคร้ายแรง	/	/	x	/	x	x	x	4	ประกันรถยนต์
รถยนต์	/	x	/	/	/	/	x		
เดินทาง	/	/	/	/	/	/	/		
มรดก	/	x	x	/	x	/	/		

รูปที่ 4.55 ผลลัพธ์การจัดกลุ่มผลิตภัณฑ์ประกันของแอปพลิเคชัน

จากรูปที่ 4.55 แสดงถึงการจำแนกวิธีการจัดกลุ่มของผลิตภัณฑ์ประกันของคู่แข่ง โดยสัญลักษณ์ (x) สีแดง หมายถึงคู่แข่งไม่มีการแบ่งกลุ่มนั้นๆ และสัญลักษณ์ (/) หมายถึงคู่แข่งมีการแบ่งกลุ่มตามหัวข้อนั้นๆ ส่วนทางด้านขวาของรูปภาพแสดงถึงผลลัพธ์ของการจัดกลุ่มซึ่งประกอบไปด้วย 4 กลุ่มย่อย คือ ประกันชีวิตและสุขภาพ, ประกันการเดินทาง, ประกันอุบัติเหตุ และประกันรถยนต์

ส่วนที่ 2 รูปแบบของการ์ดผลิตภัณฑ์ (Product Card) เป็นการ์ดที่จะปรากฏบนหน้าที่ใช้จัดแสดงสินค้าต่างๆ ของแอปพลิเคชัน โดยจากการวิเคราะห์การ์ดผลิตภัณฑ์ของคู่แข่ง ทำให้ทราบถึงองค์ประกอบที่นิยมใช้แสดง ยกตัวอย่างเช่น รูปภาพ ชื่อผลิตภัณฑ์ และคำอธิบาย จากการอภิปรายร่วมกันกับทีมนักออกแบบ จึงสรุปได้ว่าหน้าการ์ดของทุกประเภทผลิตภัณฑ์จะมีการใช้โครงสร้างรูปแบบเดียวกัน เพื่อความสม่ำเสมอต้นเสมอปลายของการออกแบบ (Consistency) โดยแต่ละประเภทและกลุ่มของผลิตภัณฑ์จะมีความแตกต่างกันในองค์ประกอบของข้อมูลเบื้องต้น เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เปรียบเทียบการจัดกลุ่มของคู่แข่ง วิเคราะห์หน้ารายละเอียดผลิตภัณฑ์

สรุปผลลัพธ์

องค์ประกอบหน้ารายละเอียดผลิตภัณฑ์	
1	รูปภาพ
2	ชื่อผลิตภัณฑ์
3	คำอธิบายโดยย่อ
4	จุดเด่นผลิตภัณฑ์
5	ปุ่มอ่านข้อมูลผลิตภัณฑ์โดยละเอียด
6	ปุ่มสมัคร

รูปที่ 4.57 ผลลัพธ์องค์ประกอบหน้ารายละเอียดผลิตภัณฑ์ของแอปพลิเคชัน

จากรูปภาพที่ 4.57 แสดงถึงผลลัพธ์ของโครงสร้างสำหรับหน้าแสดงรายละเอียดผลิตภัณฑ์ (Product Detail) ที่สามารถใช้ร่วมกับทุกประเภทผลิตภัณฑ์ได้ ซึ่งประกอบไปด้วย รูปภาพ, ชื่อผลิตภัณฑ์, คำอธิบายโดยย่อ, จุดเด่นผลิตภัณฑ์, ปุ่มอ่านข้อมูลโดยละเอียด และปุ่มสมัคร

4.2.2 ผลลัพธ์ของการวิเคราะห์คู่แข่งของเว็บไซต์

สำหรับการพัฒนาเมนูบริการซึ่งเป็นพื้นที่สำหรับจัดแสดงผลิตภัณฑ์ทางการเงินของธนาคารบนเว็บไซต์ที่เข้าถึงได้ผ่านโทรศัพท์และคอมพิวเตอร์ สามารถแบ่งการรวบรวมและวิเคราะห์ได้ 2 ส่วนย่อยตามหน้าที่ของแต่ละหน้าคือ หน้าชั้นจัดแสดงผลิตภัณฑ์ (Product Shelf) และ หน้าแสดงรายละเอียดผลิตภัณฑ์ (Product Detail) โดยผลลัพธ์ที่ได้จะนำไปประกอบการตัดสินใจเพื่อคัดเลือกองค์ประกอบต่างๆที่สำคัญสำหรับการสร้างหน้าจอ

ผลลัพธ์การวิเคราะห์คู่แข่งของเว็บไซต์ทั้ง 2 ส่วนย่อย ดังนี้
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนที่ 1 หน้าชั้นจัดแสดงผลภัณฑ์ (Product Shelf) เป็นพื้นที่ส่วนหนึ่งบนเว็บไซต์ที่ใช้ในการแสดงและจัดวางผลิตภัณฑ์ที่จะขายหรือโปรโมทให้กับลูกค้า โดยทั่วไปแล้วหน้าชั้นจัดแสดงผลภัณฑ์จะมีการจัดวางผลิตภัณฑ์ในลักษณะที่ทำให้ลูกค้าสามารถมองเห็นและเข้าถึงสินค้าได้ง่าย และสะดวกในการเลือกซื้อ หรืออาจมีการนำเสนอโปรโมชั่นสินค้าต่างๆ เพื่อดึงดูดความสนใจของลูกค้า โดยสรุปผลลัพธ์ที่มีการออกแบบหน้าจอนี้จะเป็นในส่วนของหน้าแสดงผลภัณฑ์บัญชีเงินเดือน ในส่วนของผลิตภัณฑ์อื่น ๆ คือ ผลิตภัณฑ์สินเชื่อ, ผลิตภัณฑ์บัญชีเงินฝากและบัตรเครดิต, ผลิตภัณฑ์ประกัน, ผลิตภัณฑ์บัตรเครดิต และผลิตภัณฑ์กองทุน จะเป็นผลิตภัณฑ์ที่คงวิธีการแสดงผลดังเดิม

ITB	ธนาคาร A	ธนาคาร B	ธนาคาร C	ธนาคาร D
1. Banner (รูป+หัวข้อ+คำดึงดูดใจ)	1. Banner (รูป+ชื่อ+คำดึงดูดใจ)	1. Banner (รูป+ชื่อ)	1. Banner (รูป+ชื่อ+ปุ่มสมัคร+รายละเอียด)	1. Banner (รูป+ชื่อบัญชี+รายละเอียด)
2. คำโปรย+รายละเอียด	2. menu link+ปุ่มสมัคร (สำหรับ Banner)	2. menu link (เป็นแบบป๊อปอัพหน้าต่าง)	2. menu link	2. จุดเด่น (icon+หัวข้อ+รายละเอียด)
3. หัวข้อดีพิเศษ	2.1 จุดเด่น (รูป+หัวข้อ+รายละเอียด+ปุ่มรายละเอียดเพิ่มเติม)	2.1 ป้ายหลัก	2.1 สิทธิพิเศษสำหรับบริษัท	3. Ads (รูป+หัวข้อ+รายละเอียด)
ด้านการเงิน	2.2 วิธีการขอรับสิทธิพิเศษ	2.2 คอลโทรเซย์ด้านการเงิน	2.2 สิทธิพิเศษสำหรับพนักงาน	4. รายละเอียดบัญชี
- ความคุ้มครอง	2.3 FAQ	2.3 สิทธิพิเศษ		5. ตามใจเลย
- ด้านการออมและใช้		2.4 โปรโมชัน		6. แนะนำสำหรับคุณ
- ด้านการลงทุน		2.5 กิจกรรม		
4. กุ๊ม (หัวข้อ+...เฉพาะลูกค้า payroll)		2.6 Newsletter		1. Banner (รูป+ชื่อบัญชี+รายละเอียด)
แสดงเป็น (รูป+หัวข้อ+รายละเอียด+จุดเด่น)		2.7 FAQ		2. จุดเด่น (icon+หัวข้อ+รายละเอียด)
- สินเชื่อบ้าน, รถยนต์, บุคคล, สวัสดิการ				3. เงื่อนไขการจ่ายดอกเบี้ย (หัวข้อ+)
5. ความคุ้มครอง (หัวข้อ+...เฉพาะลูกค้า payroll)				4. รายละเอียดบัญชี
แสดงเป็น (รูป+หัวข้อ+รายละเอียด) แบบ carousel				5. ตามใจเลย
- ประกันชีวิตและสุขภาพ, ส่งมอบตก, วันครบอายุ				6. แนะนำสำหรับคุณ
6. package แนะนำด้านการคุ้มครอง				
แสดงเป็น (รูป+หัวข้อ+รายละเอียด)				
7. ออมและใช้ (หัวข้อ)				
แสดงเป็น (รูป+หัวข้อ+รายละเอียด) แบบ carousel				
8. package แนะนำด้านออมและใช้				
แสดงเป็น (รูป+หัวข้อ+รายละเอียด)				
9. ลงทุน (หัวข้อ)				
แสดงเป็น (รูป+หัวข้อ+รายละเอียด)				
10. Fin tips				
11. วิธีการสมัครและโอนเงิน. คิดดอกเบี้ย				

รูปที่ 4.58 ผลลัพธ์การจัดกลุ่มผลิตภัณฑ์บัญชีเงินเดือนของเว็บไซต์

จากรูปภาพที่ 4.58 แสดงถึงผลลัพธ์ของโครงสร้างสำหรับหน้าการจัดกลุ่มผลิตภัณฑ์บัญชีเงินเดือนของเว็บไซต์ (Product shelf for payroll page) เท่านั้น ซึ่งจะเป็นในรูปแบบดั้งเดิมคือประกอบไปด้วย รูปภาพ, ชื่อผลิตภัณฑ์ และคำอธิบายโดยละเอียด โดยจะมีแบ่งไปตามหัวข้อผลิตภัณฑ์ในแต่ละด้าน ซึ่งก็จะมี รูปภาพ, ชื่อผลิตภัณฑ์ และจุดเด่นผลิตภัณฑ์ และสุดท้ายจะมีการสมัครไปยังผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ

ส่วนที่ 2 หน้าแสดงรายละเอียดผลิตภัณฑ์ (Product Detail) เป็นหน้าที่ใช้แสดงข้อมูลละเอียดต่างๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่จะขาย รวมถึงรายละเอียดเกี่ยวกับคุณสมบัติและข้อมูลอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อช่วยลูกค้าในการตัดสินใจซื้อสินค้าและส่งเสริมการซื้อสินค้าด้วยข้อมูลที่ครบถ้วนและชัดเจน โดยจากการวิเคราะห์และอภิปรายร่วมกับทีมนักออกแบบ สรุปได้ว่าหน้ารายละเอียดผลิตภัณฑ์ทั้ง 6

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รายละเอียดผลิตภัณฑ์/เอกสารตารางข้อมูลต่าง ๆ , แบบฟอร์มการสมัคร และผลิตภัณฑ์อื่นที่เกี่ยวข้อง

4.3 ผลการดำเนินการจากการสร้างแผนภาพตัวแทนผู้ใช้ระบบ

ในส่วนนี้ของการวิจัย ขั้นตอนการรวบรวมข้อมูลเพื่อสร้างตัวแทนผู้ใช้ระบบ (Persona) ได้รับการดำเนินการอย่างละเอียด โดยมีการพัฒนาตัวแทนผู้ใช้ระบบ (Persona) 4 แบบที่แตกต่างกันในแง่ของรุ่น (generation) การกระทำนี้มีเป้าหมายเพื่อครอบคลุมฐานลูกค้าที่หลากหลายของธนาคารในประเทศไทย ผลลัพธ์จากการสร้างตัวแทนผู้ใช้ระบบ (Persona) จะนำไปสู่การสร้างแผนภาพเส้นทางผู้ใช้ (User Journey map) เพื่อทำความเข้าใจแต่ละกลุ่มได้อย่างลึกซึ้งในหัวข้อถัดไป

รายละเอียดผลลัพธ์จากการสร้างแผนภาพ Persona มีดังต่อไปนี้

1) แผนภาพ Persona จากเจนเนอร์เรชัน ซี

แผนภาพตัวแทนผู้ใช้ระบบกลุ่มนี้สามารถยืนยันถึงความต้องการของ Generation Z ที่มีต่อบริการทางการเงินที่รวดเร็ว, ง่ายต่อการใช้งาน และสามารถเข้าถึงได้ทุกที่ทุกเวลาผ่านอุปกรณ์มือถือ ซึ่งในที่นี่กลุ่มนี้ต้องการธนาคารที่สามารถรองรับไลฟ์สไตล์ที่เคลื่อนไหวและเชื่อมต่ออยู่เสมอ พร้อมทั้งต้องการการสื่อสารที่สะดวกและมีประสิทธิภาพผ่านช่องทางดิจิทัลที่พวกเขาใช้งานอยู่เป็นประจำ

ชื่อ: แอน (สมมติ)
อายุ: 21 ปี
การศึกษา: กำลังศึกษาปริญญาตรี
อาชีพ: นักศึกษา
เงินเดือน: ~10,000 บาท
ความสนใจ: ฟังเพลง วาดรูป เล่นเกม

สิ่งที่กำลังมองหา: อยากเปิดบัญชีธนาคารใหม่เพราะอยากเริ่มออมเงินในบัญชี
กรณียังไม่เคยสมัครบัญชีใด ๆ มาก่อน

แอปธนาคารที่ใช้

โซเชียลมีเดีย

สิ่งที่กดห้วงจะเห็น อันดับแรกๆ

- บัญชีดีคืออะไร ทำอะไรได้บ้าง เว็บบัญชีคืออะไร
- จุดเด่นคืออะไรบ้าง
- อัตราดอกเบี้ยเป็นยังไง
- ถ้าทำการโอนเงินธนาคารอื่นแล้วเสียค่าธรรมเนียม
- ถ้าคิดว่าไม่มีการโอนเงินในบัญชีเลยหรือไม่เกิด transaction ในบัญชีเป็นยังไง
- ต้องเตรียมเอกสารอะไรและสามารถเปิดบัญชีได้ที่ไหนบ้าง

เวลาต้องการจะสมัครบัญชีทำสิ่งใด

- Search จาก google แล้วกดดูจากเว็บแรกๆ ที่ขึ้นมาแล้วมาคลิกเลือก
- ในสิ่งที่เราต้องการหาได้ หลังจากนั้นจะทำการโหลดแอปพลิเคชันในการจะใช้งานต่อไป

คติประจำใจ

"There is only one corner of the universe you can be certain of improving, and that's your own self."

รูปที่ 4.60 แผนภาพ Persona จากเจนเนอร์เรชัน ซี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากรูปที่ 4.60 แสดงถึง Persona ของแอน นักศึกษาวัย 21 ปี ซึ่งมีลักษณะตามแบบฉบับของ Generation Z รุ่นที่เติบโตมากับเทคโนโลยีและมีการเชื่อมต่อออนไลน์อย่างต่อเนื่อง. พฤติกรรมที่เธอแสดงออก, เช่น การใช้ Google ในการค้นหาข้อมูลทางการเงิน, ความชำนาญในการทำธุรกรรมผ่านแอปพลิเคชันธนาคาร, การตั้งค่าการแจ้งเตือนสำหรับธุรกรรม, และการทำงาน Social Media อย่างแพร่หลาย, เป็นตัวแทนของพฤติกรรมที่พบบ่อยในกลุ่มนี้นอกจากนี้ คำพูดที่ว่า "There is only one corner of the universe you can be certain of improving, and that's your own self." ซึ่งสะท้อนถึงความมุ่งมั่นของ Generation Z ในการปรับปรุงและพัฒนาตนเอง ซึ่งเป็นลักษณะสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจทางการเงินของพวกเขาการสร้าง Persona อย่าง 'แอน' ช่วยให้สามารถเจาะลึกไปถึงความคาดหวังและความต้องการเฉพาะของรุ่นนี้ ช่วยให้สถาบันการเงินสามารถออกแบบและนำเสนอบริการที่ตรงกับความต้องการของผู้ใช้กลุ่มนี้ได้ โดยมีรายละเอียดดังภาคผนวก จ

2) แผนภาพ Persona จากเจนเนอร์เรชัน วาย

แผนภาพตัวแทนผู้ใช้ระบบนี้ช่วยเผยให้เห็นความต้องการและความคาดหวังของกลุ่มคนเจนเนอร์เรชัน วาย ที่ต้องการความสะดวกสบายและความมั่นคงในการทำธุรกรรมทางการเงินโดยผลลัพธ์นี้ชี้ให้เห็นถึงความจำเป็นของสถาบันการเงินในการออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการที่ตอบสนองต่อความต้องการและสร้างโอกาสในการออมและการเติบโตทางการเงินสำหรับลูกค้า

ชื่อ: หนะถ่าย (สมมติ)
อายุ: 24 ปี
การศึกษา: ปริญญาตรี
อาชีพ: กราฟฟิคดีไซน์
เงินเดือน: -20,000 บาท
ความสนใจ: ฟังเพลง นั่งร้านกาแฟ

สิ่งที่กำลังมองหา: อยากเปิดบัตรเครดิตเพราะ
 ไม่มีเรื่องจำเป็นที่ต้องใช้
 กรณียังไม่เคยสมัครใด ๆ มาก่อน

- อ่านข้อมูลก่อนมีอินโบน่าสนใจ
- ที่บ้านใช้โซเชียลอยู่
- ไม่บัตรเครดิตจะสมัคร

สิ่งที่คาดหวังจะเห็น อันดับแรกๆ

- บัตรนี้ทำไรได้บ้าง
- สิทธิประโยชน์
- เอกสารต้องใช้อะไร ยื่นอะไร
- ต้องมีเงินเดือนเท่าไร มีรายได้รายรับเท่าไร

เวลาต้องการจะสมัครทำยังไง

- Search จาก google และพิมพ์บัตรที่จะสมัครบัตร และวงเงินที่อยากได้ ไม่มาจากหน้าเว็บ เลือกดูจากที่ดังๆก่อน

คติประจำใจ

"No pain, no gain."

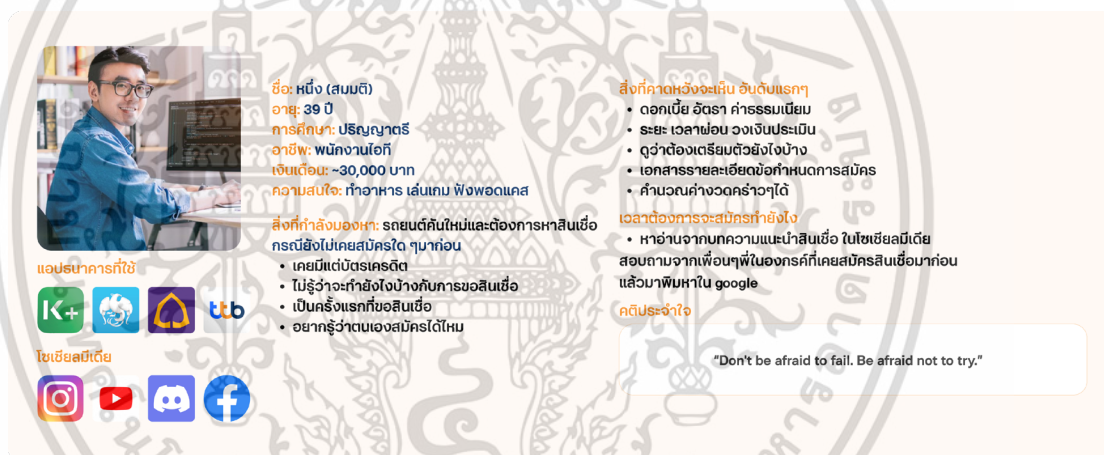
รูปที่ 4.61 แผนภาพ Persona เจนเนอร์เรชัน วาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากรูปที่ 4.61 แสดงถึงแผนภาพ Persona ของกระต่าย วัย 24 ปี เป็นกราฟฟิคดีไซน์เนอร์ที่มีรายได้ประมาณ 20,000 บาทต่อเดือน และกำลังมองหาการเปิดบัตรเครดิตเพื่อความสะดวกในเรื่องจำเป็นไม่คาดคิด พฤติกรรมการใช้จ่ายของเธอเกี่ยวข้องกับการเข้าร้านกาแฟ, การเดินทาง, การออกกำลังกาย นอกจากนี้คำพูด "No pain, no gain" แสดงถึงความเชื่อของเธอในการทำงานหนักเพื่อให้บรรลุเป้าหมายในชีวิตและการเงิน โดยมีรายละเอียดดังภาคผนวก จ

3) แผนภาพ Persona จากเจนเนอร์เรชัน เอ็กซ์

แผนภาพตัวแทนผู้ใช้ระบบกลุ่มนี้ชี้ให้เห็นความต้องการของกลุ่มคนเจนเนอร์เรชัน เอ็กซ์ ที่มีอาชีพและรายได้ที่มั่นคง และมีไลฟ์สไตล์ทันสมัยและการใช้งานเทคโนโลยีสำหรับการทำงาน และการเล่นเกมเพื่อพักผ่อน



ชื่อ: หนิง (สมมติ)
อายุ: 39 ปี
การศึกษา: ปริญญาตรี
อาชีพ: พนักงานไอที
เงินเดือน: ~30,000 บาท
ความสนใจ: ทำอาหาร เล่นเกม ฟังพอดแคส

สิ่งที่กำลังมองหา: สบายตัวกับใหม่และต้องการหาสินเชื่อก่อน
• เคยมีแต่บัตรเครดิต
• ไม่รู้ว่าจะทำอย่างไรบ้างกับการขอสินเชื่อ
• เป็นครั้งแรกที่ขอสินเชื่อ
• อยากรู้ว่าตนเองสมัครได้ไหม

สิ่งที่คาดหวังจะเห็น อันดับแรกๆ
• ดอกเบี้ย อัตราค่าธรรมเนียม
• ระยะ เวลาผ่อน วงเงินประเมิน
• ดูว่าต้องเตรียมตัวอย่างไรบ้าง
• เอกสารรายละเอียดข้อกำหนดการสมัคร
• ค่าวงค่างวดคร่าวๆได้

เวลาต้องการจะสมัครอย่างไร
• หาอ่านจากบทความและนำสินเชื่อ ไปเช็คขอลมได้
สอบถามจากเพื่อนๆ ในองค์กรที่เคยสมัครสินเชื่อมาก่อนแล้วมาพินหาใน google

คติประจำใจ
"Don't be afraid to fail. Be afraid not to try."

รูปที่ 4.62 แผนภาพ Persona เจนเนอร์เรชัน เอ็กซ์

จากรูปที่ 4.62 แสดงถึงแผนภาพ Persona ของหนิง พนักงานไอทีวัย 39 ปี ที่มีรายได้ประมาณ 30,000 บาทต่อเดือน มีอาชีพที่มั่นคง เขามีความต้องการที่หลากหลายตั้งแต่การทำอาหารเพื่อความสุขส่วนบุคคลไปจนถึงการเล่นเกมและฟังเพลงเพื่อการผ่อนคลาย ตัวแทนกลุ่มนี้จึงมีพฤติกรรมการใช้งานดิจิทัลที่หลากหลาย ตั้งแต่การค้นคว้าข้อมูลการทำอาหารไปจนถึงการติดตามความเคลื่อนไหวในวงการเกมและเทคโนโลยี คำพูดที่ว่า "Don't be afraid to fail. Be afraid not to try." สะท้อนถึงความเต็มใจที่จะรับความเสี่ยงและความมุ่งมั่นในการสำรวจโอกาสใหม่ๆ โดยมีรายละเอียดดังภาคผนวก จ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4) แผนภาพ Persona จากเจนเนอร์เรชัน บี

แผนภาพตัวแทนผู้ใช้ระบบกลุ่มนี้ชี้ให้เห็นความต้องการของกลุ่มคนเจนเนอร์เรชัน บี หรือเบบี้บูมเมอร์ ที่มีประสบการณ์การทำงานมาอย่างยาวนานและกำลังเข้าสู่หรืออยู่ในช่วงวัยเกษียณ ซึ่งคนกลุ่มนี้มีความต้องการให้บริการทางการเงินของเขาสะท้อนถึงความสะดวกสบายและการใช้งานที่ไม่ยุ่งยากหรือซับซ้อน

ชื่อ: เซน (สมมติ)
อายุ: 60 ปี
การศึกษา:ปริญญาตรี
อาชีพ:ธุรกิจส่วนตัว
เงินเดือน: ~30,000 บาท
ความสนใจ: ออกกำลังกาย ฟังข่าว

สิ่งที่กำลังมองหา: อยากรับประกันชีวิตและสุขภาพให้แก่ตัวเองและครอบครัว
 กรณียังไม่เคยสมัครมาก่อน

- Q TV แล้วเกิดความสนใจสมัครประกัน
- Search จาก google ว่ามีตัวแทนหรือบริษัทใดที่มีความน่าเชื่อถือ
- เข้าไปยังเว็บไซต์และทำการเลือกดูผลิตภัณฑ์
- ทำการพิมพ์เอกสารจากเว็บไซต์ออกมาอ่าน
- หากสนใจจะทำการโทรหาตัวแทนและนัดเจอเพื่อพูดคุยเรื่องการสมัคร

กรณีที่เคยสมัครแล้ว

- Search ตาม Keyword เช่น ประกันสุขภาพ ttb
- เข้ามาติดต่อ และ พิมพ์เอกสารออกมาเพื่ออ่านเพื่อตัดสินใจในการสมัคร

สิ่งที่คาดหวังจะเห็น อันดับแรกๆ

- ประกันนี้คืออะไร ทำอะไรได้บ้าง เงื่อนไขประกันคืออะไร
- จุดเด่นคืออะไรบ้าง
- มีทุนประกันเท่าไร เบี้ยประกันเท่าไร มีเงินคุ้มครองหรือไม่
- ต้องเตรียมเอกสารอะไรและสามารถติดต่อธนาคารอย่างไร

เวลาต้องการจะสมัครทำยังไง

- Search จาก google แล้วหาบริษัทที่น่าเชื่อถือ
- ติดต่อผู้ขายในบริษัทเพื่อเพิ่มความเชื่อมั่น
- แล้วก็ทำการหาข้อมูลเพื่อติดต่อเจ้าหน้าที่หรือตัวแทนเพื่อทำการสมัคร

คติประจำใจ

"Experience tells you what to do; Confidence allows you to do it."

รูปที่ 4.63 แผนภาพ Persona เจนเนอร์เรชัน เอ็กซ์

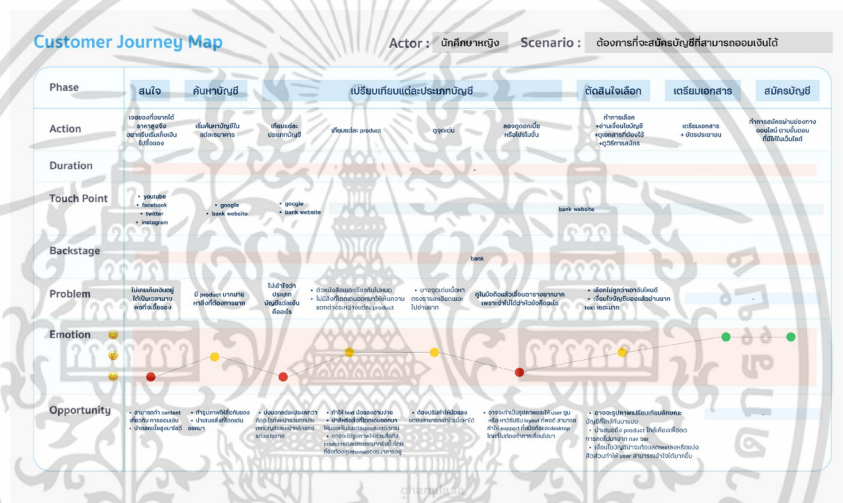
จากรูปที่ 4.63 แสดงถึงแผนภาพ Persona ของเซน อายุ 60 ปี ซึ่งเป็นตัวแทนจากเจนเนอร์เรชัน Baby Boomers ที่มีประสบการณ์การทำงานมาอย่างยาวนานและกำลังเข้าสู่หรืออยู่ในช่วงวัยเกษียณ ด้วยรายได้จากการเกษียณหรือการออมระยะยาว คนกลุ่มนี้จึงมีความต้องการให้การจัดการการเงินของเขามีความปลอดภัย, ง่ายตาย, และมีประสิทธิภาพ ในด้านการใช้เทคโนโลยีของเขาประกอบด้วยการใช้โทรศัพท์และช่องทางออนไลน์เพื่อความบันเทิง การค้นหาข้อมูลผ่าน Google เพื่อเรียนรู้สิ่งใหม่ และการใช้โซเชียลมีเดีย เช่น Facebook และ LINE เพื่อติดต่อสื่อสารกับเพื่อนและครอบครัว นอกจากนี้จากคำพูดที่เขาเลือกใช้ "Experience tells you what to do; Confidence allows you to do it." แสดงถึงคุณค่าของประสบการณ์และความมั่นใจที่เขาสร้างขึ้นตลอดชีวิตการทำงาน สำหรับสถาบันการเงิน, การสร้างผลิตภัณฑ์และบริการที่สนับสนุนความต้องการของเขาไม่เพียงแต่จะต้องคำนึงถึงความปลอดภัย แต่ยังรวมถึงการให้บริการที่เข้าใจง่ายและสะดวกในการใช้งานอีกด้วย โดยมีรายละเอียดดังภาคผนวก จ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.4 ผลการดำเนินการจากการสร้างแผนภาพเส้นทางผู้ใช้

ผลลัพธ์จากการสร้างแผนภาพเส้นทางผู้ใช้ (User journey map) ประกอบไปด้วย 4 รูปซึ่งเป็นไปตามแผนภาพ Persona ดังหัวข้อ 4.3 ซึ่งจะสามารถชี้ให้เห็นถึงโอกาสในการปรับปรุงที่สามารถทำได้เพื่อเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้าและลดความซับซ้อนในกระบวนการต่างๆ นอกจากนี้ยังช่วยในการสร้างการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพมากขึ้นในช่วงต่างๆ ของการให้บริการ

1) แผนภาพเส้นทางผู้ใช้ (User journey map) จากเงินเนอร์เรชั่น ซี เพื่อเปิดบัญชีเงินฝาก

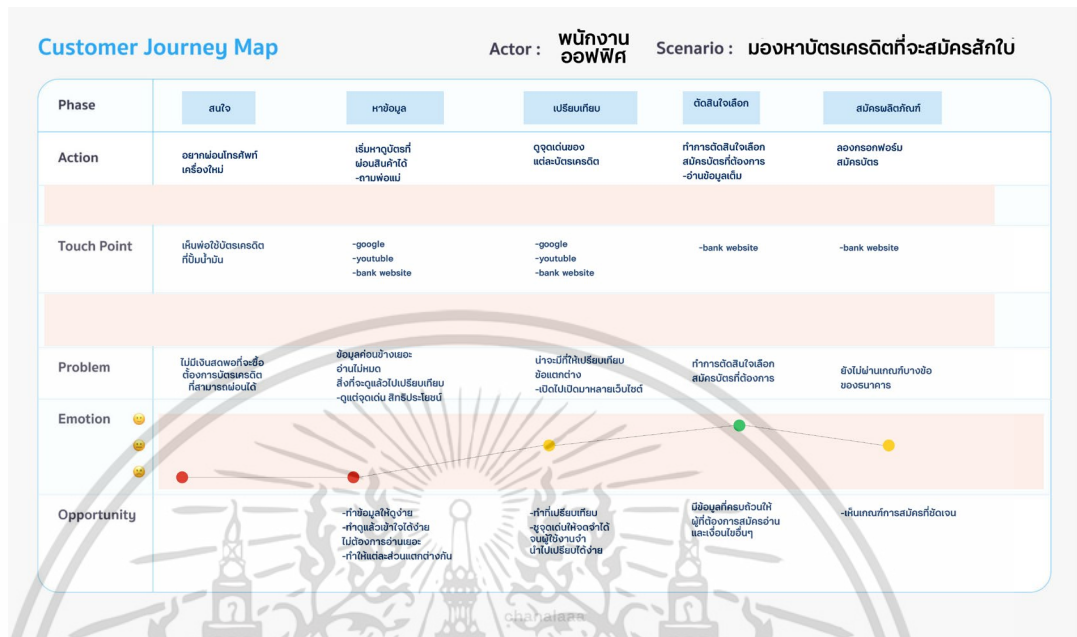


รูปที่ 4.64 แผนภาพเส้นทางผู้ใช้ (User journey map) จากเงินเนอร์เรชั่น ซี เพื่อเปิดบัญชีเงินฝาก

จากรูปที่ 4.64 แสดงถึงเส้นทางของผู้ใช้งานเพื่อเปิดบัญชีเงินฝากซึ่งมีปัญหาเนื่องจากในตลาดมีผลิตภัณฑ์อยู่มากมาย จึงทำให้ตามหาสิ่งที่ตรงกับความต้องการยาก ดังนั้นโอกาสที่จะสามารถสร้างขึ้นได้เพื่อดึงดูดลูกค้าจึงมีหลายวิธี ยกตัวอย่างเช่นการสร้างพีเจอาร์เพื่อใช้ค้นหาผลิตภัณฑ์อย่างรวดเร็วหรือการปรับรูปแบบการนำเสนอผลิตภัณฑ์ให้มีความชัดเจน น่าสนใจ และเข้าใจง่ายมากยิ่งขึ้น โดยมีรายละเอียดดังภาคผนวก ฉ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

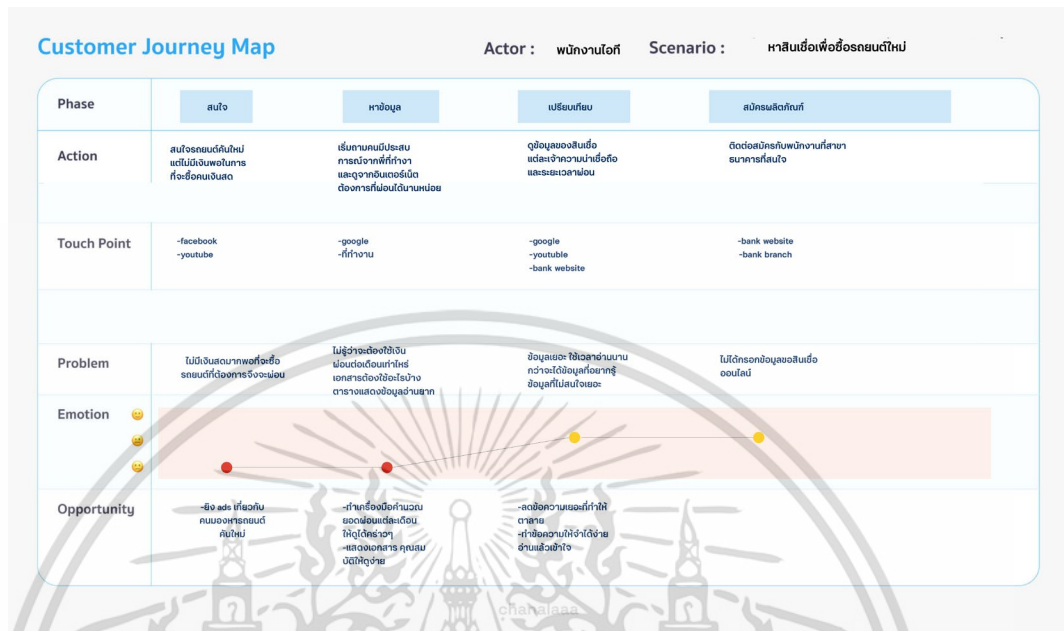
2) แผนภาพ Journey Map จากเงินเนอร์เรชั่น วาย เพื่อสมัครบัตรเครดิต



รูปที่ 4.65 แผนภาพเส้นทางผู้ใช้ (User journey map) จากเงินเนอร์เรชั่น วาย เพื่อสมัครบัตรเครดิต

จากรูปที่ 4.65 แสดงถึงปัญหาเมื่อต้องการสมัครบัตรเครดิต คือมีข้อมูลจำนวนมากทำให้ยากในการตัดสินใจเพื่อค้นหาบัตรเครดิตที่ตรงกับไลฟ์สไตล์ ดังนั้นเพื่อแก้ปัญหาในจุดนี้อาจมีการเปรียบเทียบจุดเด่นของบัตรเครดิต หรือแสดงจุดเด่นของบัตรแต่ละใบที่สามารถบ่งบอกถึงคุณสมบัติหรือวัตถุประสงค์ของบัตรที่ตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์แต่ละแบบ โดยมีรายละเอียดดังภาคผนวก ฉ

3) แผนภาพ Journey Map จากเงินเนอร์เรชั่น เอ็กซ์ เพื่อสมัครสินเชื่อ

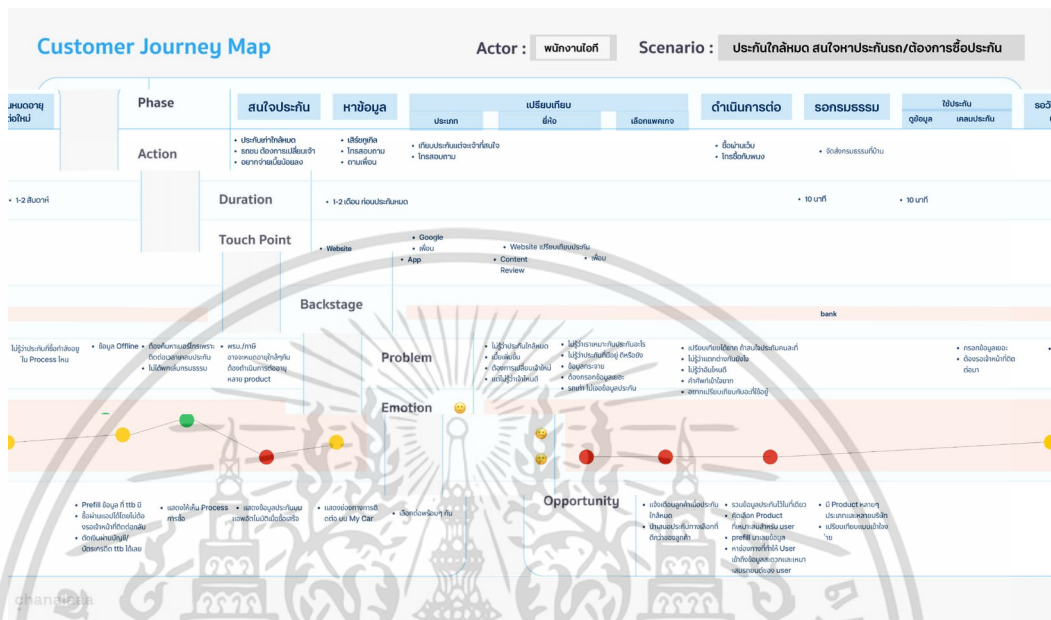


รูปที่ 4.66 แผนภาพเส้นทางผู้ใช้ (User journey map) จากเงินเนอร์เรชั่น เอ็กซ์ เพื่อสมัครสินเชื่อ

จากรูปที่ 4.66 แสดงถึงเส้นทางของผู้ใช้งานที่กำลังต้องการขอสินเชื่อ แต่ต้องเผชิญกับข้อมูลที่จำนวนมากจึงต้องใช้เวลาศึกษาทำความเข้าใจ และต้องจัดการเอกสารต่างๆ และเข้ามายังสาขาเพื่อสมัครสินเชื่อที่สนใจ ดังนั้นโอกาสที่ผู้วิจัยสามารถสร้างได้คือการให้ข้อมูลผ่านช่องทางเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชัน โดยใช้วิธีการเล่าเรื่องหรือจัดการแบ่งหัวข้อต่างๆ ให้สามารถอ่านและทำความเข้าใจได้ง่ายมากยิ่งขึ้น โดยมีรายละเอียดดังภาคผนวก ฉ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4) แผนภาพ Journey Map จากเจนเนอร์เรชัน เอ็กซ์ เพื่อสมัครประกัน

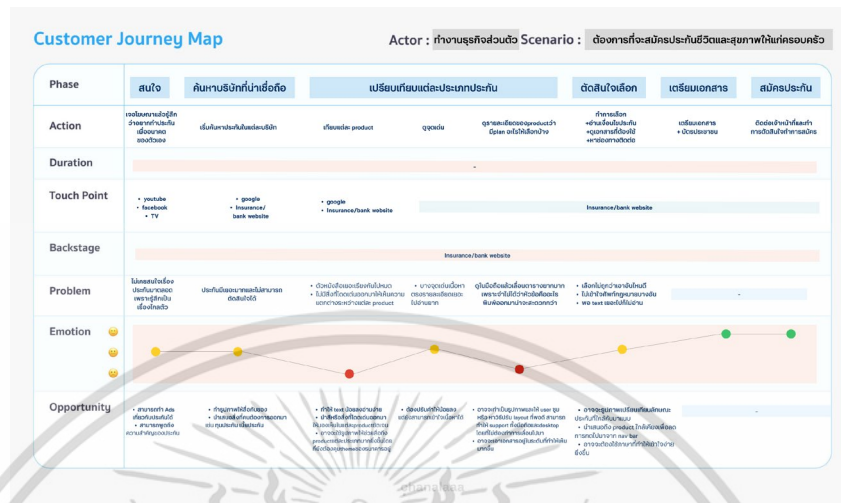


รูปที่ 4.67 แผนภาพเส้นทางผู้ใช้ (User journey map) จากเจนเนอร์เรชัน เอ็กซ์ เพื่อสมัครประกันรถยนต์

จากรูปที่ 4.66 แสดงถึงปัญหาของผู้ใช้งานประกันรถยนต์ ซึ่งประสบกับปัญหาตั้งแต่การเริ่มต้นหาประกันเนื่องจากประกันนั้นมีหลากหลายและยากต่อการหาผลิตภัณฑ์ที่ตรงและตอบโจทย์กับตนเอง และนอกจากนั้นข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับเล่มกรมธรรม์ก็เป็นข้อมูลที่ผู้ใช้อาจจะไม่ได้พกติดตัวตลอดเวลา ดังนั้นโอกาสที่สามารถสร้างได้จากปัญหานี้คือการรวบรวมข้อมูลประกันในบนเว็บไซต์และแอปพลิเคชันของธนาคาร โดยสร้างตัวกรอง (Filter) เพื่อพาผู้ใช้ไปพบกับผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์ได้สะดวกมากยิ่งขึ้น รวมทั้งข้อมูลต่างๆ หลังสมัครเสร็จสิ้นไว้บนแอปพลิเคชัน โดยมีรายละเอียดดังภาคผนวก ฉ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5) แผนภาพ Journey Map จากเงินเนอร์เรชั่น ปี เพื่อสมัครประกัน



รูปที่ 4.68 แผนภาพเส้นทางผู้ใช้ (User journey map) จากเงินเนอร์เรชั่น ปี เพื่อสมัครประกันชีวิตและสุขภาพ

จากรูปที่ 4.68 แสดงถึงเส้นทางของผู้ใช้งานที่เริ่มจากการอยากวางแผนอนาคตให้กับชีวิตของตน เพื่อไม่ให้เป็นการของของคนอื่นในครอบครัว จึงทำการค้นหาประกันที่เหมาะสมกับตนเอง แต่พบกับข้อมูลแผนและรายละเอียดมากมายที่ทำให้ต้องใช้เวลารออ่านและตัดสินใจ ดังนั้นโอกาสที่สามารถสร้างจากปัญหาเหล่านี้ได้คือการนำเสนอข้อมูลประกันให้อยู่ในรูปแบบที่อ่านและทำความเข้าใจได้ง่าย รวมถึงการมีตัวกรองต่างๆ เพื่อช่วยลดภาระในการค้นหาผลิตภัณฑ์ของผู้ใช้งาน โดยมีรายละเอียดดังภาคผนวก ฉ

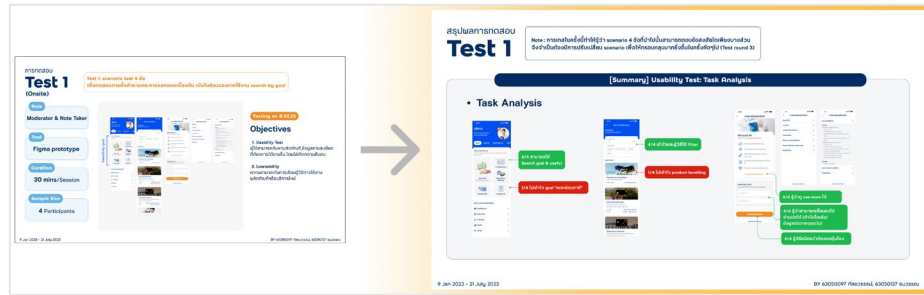
4.5 ผลการดำเนินการของแอปพลิเคชัน

4.5.1 ผลการทดสอบการใช้งานของแอปพลิเคชัน

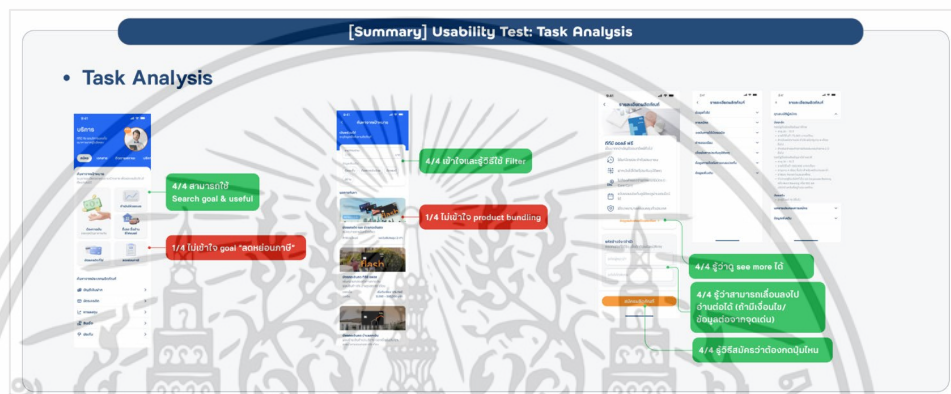
จากขั้นตอนทดสอบการใช้งาน (Usability Test) ได้นำแบบจำลองต้นแบบ (Prototype) ไปใช้ในการทดสอบทั้งสิ้นจำนวน 4 ครั้ง โดยแต่ละรอบของการทดสอบมีจุดประสงค์ วิธีการ ที่แตกต่างกันไป ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1) การทดสอบของแอปพลิเคชัน ครั้งที่ 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 4.69 ผลลัพธ์การทดสอบของแอปพลิเคชันครั้งที่ 1



รูปที่ 4.70 ผลจากการวิเคราะห์ภารกิจของการทดสอบรอบที่ 1

จากรูปที่ 4.69 และ 4.70 แสดงให้เห็นถึงรายละเอียดเกี่ยวกับผลลัพธ์การทดสอบดังต่อไปนี้

1.1) วัตถุประสงค์ของการทดสอบในรอบที่ 1

เพื่อทดสอบความเหมาะสมของการตั้งภารกิจและการออกแบบเบื้องต้น โดยมุ่งเน้นที่การทดสอบความสามารถในการเรียนรู้ฟีเจอร์ใหม่ (Learnability) ในการค้นหาผลิตภัณฑ์จากเป้าหมาย (Search by goal) และทดสอบความใช้งานง่าย (Usability)

1.2) การดำเนินการทดสอบในรอบที่ 1

เป็นการทดสอบแบบมีภารกิจ (Task-Based Testing) โดยจัดการทดสอบในสถานที่จริง (Onsite) จำนวนผู้เข้าร่วมทดสอบ 4 คน เป็นระยะเวลา 30 นาที/คน

1.3) ผลการทดสอบในรอบที่ 1

ผลจากการวิเคราะห์ภารกิจเป็นดังรูป 4.69 ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

- หน้าแรกของเมนูบริการ (Sale gallery landing page) พบว่าผู้เข้าร่วมทดสอบทุกคนสามารถค้นหาผลิตภัณฑ์จากเป้าหมาย (Search by goal) ได้สำเร็จ แต่ยังมีผู้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทดสอบ 1 คนที่ไม่เข้าใจคำว่าลดหย่อนภาษีว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถใช้ลดหย่อนภาษีได้หรือเครื่องคิดคำนวณภาษี

- หน้าค้นหาจากเป้าหมาย (Goal-Directed search page) พบว่าผู้เข้าร่วมทดสอบทุกคนเข้าใจและรู้วิธีใช้ตัวกรอง แต่ผู้ทดสอบ 1 คนไม่เข้าใจป้ายแท็กของการจัดกลุ่มผลิตภัณฑ์ (Product Bundling)
- หน้ารายละเอียดผลิตภัณฑ์ (Product detail page) พบว่าผู้เข้าร่วมทดสอบทุกคนสามารถเข้าใจจุดประสงค์ของหน้านี้และรู้วิธีการใช้งานปุ่มต่างๆ อย่างถูกต้อง

1.4) ผลการอภิปรายในรอบที่ 1

- จากการทดสอบครั้งนี้ทำให้ทราบว่าคำถามจำนวน 4 ข้อที่นำไปทดสอบจำเป็นต้องมีการปรับปรุงเพื่อให้ครอบคลุมกับการออกแบบในส่วนมากยิ่งขึ้น ซึ่งจะนำไปปรับปรุงในการทดสอบครั้งที่ 3

2) การทดสอบของแอปพลิเคชัน ครั้งที่ 2

รูปที่ 4.71 ผลลัพธ์การทดสอบของแอปพลิเคชันครั้งที่ 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากรูปที่ 4.71 แสดงให้เห็นถึงรายละเอียดดังต่อไปนี้

2.1) วัตถุประสงค์ของการทดสอบในรอบที่ 2

เพื่อทดสอบการใช้งานของทั้งเมนูบริการที่พัฒนาออกแบบใหม่คือหน้าแรกของเมนูบริการ (Sale gallery landing Page), หน้าค้นหาจากเป้าหมาย (Goal-Directed Search Page), หน้าค้นหาจากประเภทผลิตภัณฑ์ (Product Category Search Page), หน้ารายละเอียดผลิตภัณฑ์ (Product Detail) และหน้ารายละเอียดเพิ่มเติม (More Details Page) ผ่านการวัดผลด้านความใช้งานง่าย (Usability), ความเป็นประโยชน์ (Usefulness), ความเข้าใจ (Understanding) และทดสอบโครงสร้างและความดึงดูด (Content Structure and Attractiveness)

2.2) การดำเนินการทดสอบในรอบที่ 2

การทดสอบในครั้งนี้การดำเนินการร่วมกับบริษัทภายนอกที่มีความเชี่ยวชาญในการดำเนินการจัดการทดสอบ ซึ่งผู้วิจัยมีบทบาทเป็นผู้สังเกตการณ์ และการทดสอบการทดสอบแบบผู้ใช้ได้รับอิสระในการสำรวจและใช้งาน (Exploratory Usability Testing) โดยจัดการทดสอบผ่านออนไลน์ (Online) จำนวนผู้เข้าร่วมทดสอบ 8 คน เป็นระยะเวลา 60 นาที/คน

2.3) ผลการอภิปรายในรอบที่ 2

จากการทดสอบการใช้งานครั้งนี้ ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้เข้าร่วมหลังการทดสอบการใช้งานเสร็จสิ้น และนำมาวิเคราะห์จนได้ผลสรุปในแต่ละหน้าได้แก่

1. หน้าแรกของเมนูบริการ (Sale gallery landing page)
2. หน้าค้นหาจากเป้าหมาย (Goal-Directed search page)
3. หน้าค้นหาจากประเภทผลิตภัณฑ์ (Product category search page)
4. หน้ารายละเอียดผลิตภัณฑ์ (Product detail page)
5. หน้ารายละเอียดเพิ่มเติม (More details page)

ซึ่งมีผลสรุปและข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

- หน้าแรกของเมนูบริการ (Sale gallery landing page)

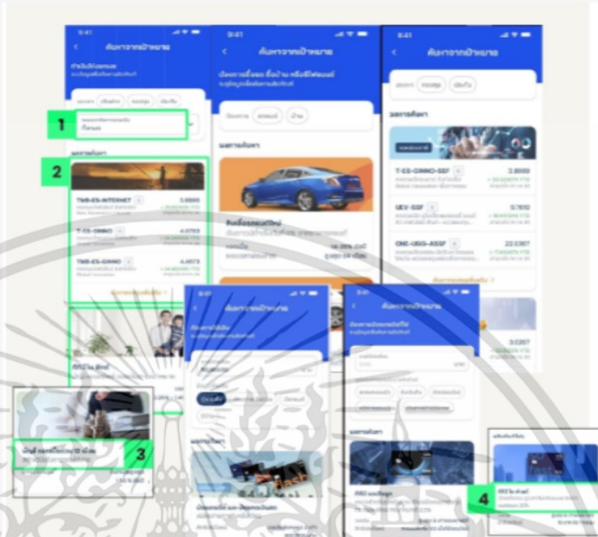


รูปที่ 4.72 ผลจากการวิเคราะห์การทดสอบรอบที่ 2 หน้าแรกของเมนูบริการ

จากรูปที่ 4.72 แสดงถึงผลลัพธ์จากการทดสอบพบว่าผู้เข้าร่วมทดสอบทุกคนสามารถใช้งานค้นหาผลิตภัณฑ์จากเป้าหมาย (Search by goal) เพื่อประโยชน์ในการค้นหาตามความต้องการได้สำเร็จ โดยมีความคิดเห็นจากผู้เข้าร่วมที่บ่งชี้ว่าการค้นหาผลิตภัณฑ์จากเป้าหมายมีการออกแบบที่ทำให้รู้สึกดึงดูดให้ลองกดเล่นแม้ไม่ได้มีความต้องการสมัครผลิตภัณฑ์ทางการเงินใดๆตั้งแต่เริ่มต้น แต่สำหรับการใช้คำสำหรับแต่ละปุ่มเพื่อแสดงถึงเป้าหมายในการค้นหาสามารถสื่อสารได้เพียงระดับปานกลาง เนื่องจากผู้เข้าร่วมทดสอบ 5 คนไม่สามารถเข้าใจได้ทันทีในครั้งแรกที่อ่าน และในส่วนด้านล่างอย่างค้นหาจากประเภทผลิตภัณฑ์ (Search by Category) พบว่ามีผู้เข้าร่วมทดสอบจำนวน 3 คนเข้าใจผิดว่าส่วนนี้เป็นผลิตภัณฑ์ที่เคยสมัครหรือมีอยู่แล้ว

- หน้าค้นหาจากเป้าหมาย (Goal-Directed search page)

• Task Analysis



รูปที่ 4.73 ผลจากการวิเคราะห์การทดสอบรอบที่ 2 หน้าค้นหาจากเป้าหมาย

จากรูปที่ 4.73 แสดงถึงผลลัพธ์จากการทดสอบซึ่งพบว่าผู้เข้าร่วมทดสอบทุกคนสามารถใช้งานหน้าค้นหาจากเป้าหมาย (Goal-Directed search page) สำเร็จ เนื่องจากมีผู้ใช้งานจำนวน 7 คนได้ทำการใช้งานปุ่มตัวกรอง (Filter) เพื่อช่วยกรองหาผลิตภัณฑ์ที่ต้องการ รวมถึงสามารถพิสูจน์ได้ว่าหน้าการ์ดผลิตภัณฑ์ (Product Card) ที่แสดงผลด้วยองค์ประกอบต่างๆ คือ รูปภาพ, ชื่อผลิตภัณฑ์, คำอธิบายโดยย่อ และข้อมูลเบื้องต้นที่เป็นปัจจัยในการเลือกผลิตภัณฑ์ประเภทนั้นๆ ซึ่งได้รับจากการทำแบบสอบถามออนไลน์และข้อมูลจากทีมอื่นๆ ที่มีส่วนร่วมในธนาคาร องค์ประกอบเหล่านี้สามารถเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการที่ทำให้ผู้ใช้งาน ซึ่งในที่นี้คือผู้เข้าร่วมทดสอบจะใช้ในการตัดสินใจ ก่อนกดเข้าไปอ่านรายละเอียดอื่นๆ เพิ่มเติม เพื่อค้นหาผลิตภัณฑ์ที่น่าดึงดูดและตอบโจทย์ของพวกเขาได้มากยิ่งขึ้นด้วยการอ่านและเปรียบเทียบข้อมูลเบื้องต้นของการ์ดแต่ละใบ ดังตัวอย่างกรอบข้อความข้อ 4 ที่มีข้อความของการ์ดผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตเกี่ยวกับการได้รับเงินคืน 20% เป็นต้น แต่นอกเหนือจากนี้ยังพบว่ามีข้อบกพร่องต่างๆระหว่างการทดสอบ คือ กรอบข้อความข้อ 1 พบว่าผู้เข้าร่วม 1 คนไม่สามารถเข้าใจความเกี่ยวข้องของตัวกรอง (Filter)

และผลลัพธ์การค้นหาของผลิตภัณฑ์กองทุน เนื่องจากผู้เข้าร่วมไม่มีความเชี่ยวชาญด้านการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ลงทุน, กรอบข้อความข้อ 2 พบว่าผู้เข้าร่วม 2 คน ไม่ทราบความแตกต่างระหว่างการแบ่งของส่วนบนและส่วนล่าง ซึ่งมาจากการค้นหาจากเป้าหมาย “ทำเงินให้กองงาย” ที่เป็นการรวมผลิตภัณฑ์กองทุน(ส่วนบน) และผลิตภัณฑ์บัญชี (ส่วนล่าง) ที่ให้สามารถให้ผลตอบแทนเช่นเดียวกันได้ และกรอบข้อความข้อ 3 พบว่าผู้เข้าร่วม 1 คนไม่ทราบว่าชื่อของผลิตภัณฑ์บัญชี “บัญชีดอกเบี้ยว 12 เดือน” หมายถึงผลิตภัณฑ์ประเภทใด

- หน้าค้นหาจากประเภทผลิตภัณฑ์ (Product category search page)

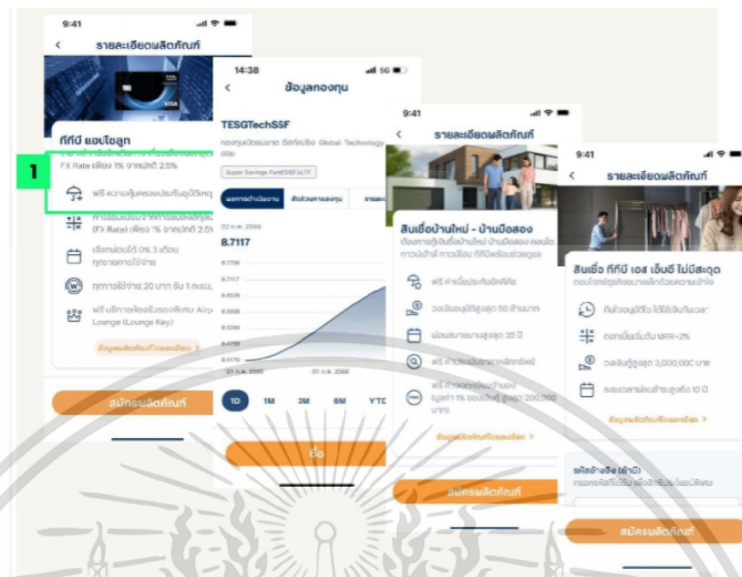


รูปที่ 4.74 ผลจากการวิเคราะห์การทดสอบรอบที่ 2 หน้าค้นหาจากประเภทผลิตภัณฑ์

จากรูป 4.74 แสดงถึงผลลัพธ์จากการทดสอบหน้าค้นหาจากประเภทผลิตภัณฑ์ (Product category search page) พบว่าผู้เข้าร่วมได้อ่านหน้าหน้าการ์ดผลิตภัณฑ์ (Product Card) ที่แสดงผลด้วยองค์ประกอบต่างๆ คือ รูปภาพ, ชื่อผลิตภัณฑ์, คำอธิบายโดยย่อ และข้อมูลเบื้องต้นที่เป็นปัจจัยในการเลือกผลิตภัณฑ์ประเภทนั้นๆ ซึ่งได้รับการทำแบบสอบถามออนไลน์และข้อมูลจากทีมอื่นๆ ที่มีส่วนร่วมในธนาคาร โดยใช้ประโยชน์จากองค์ประกอบเหล่านี้ในการช่วยตัดสินใจ ก่อนกดเข้าไปอ่านรายละเอียดอื่นๆ เพิ่มเติม เพื่อค้นหาผลิตภัณฑ์ที่น่าดึงดูดและตอบโจทย์ของพวกเขาได้มากยิ่งขึ้นด้วยการอ่านและเปรียบเทียบข้อมูลเบื้องต้นของการ์ดแต่ละใบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

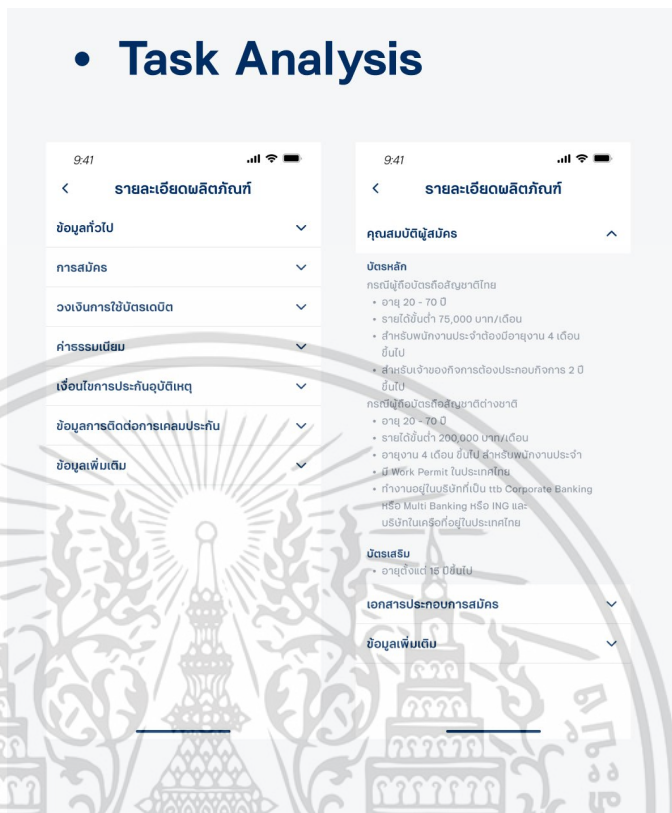
- หน้ารายละเอียดผลิตภัณฑ์ (Product detail page)



รูปที่ 4.75 ผลจากการวิเคราะห์การทดสอบรอบที่ 2 หน้ารายละเอียดผลิตภัณฑ์

จากรูปที่ 4.75 แสดงถึงผลลัพธ์จากการทดสอบหน้ารายละเอียดผลิตภัณฑ์ (Product detail page) พบว่าลิสต์จุดเด่นผลิตภัณฑ์ (Highlight list) ดังกรอบข้อความข้อ 1 สามารถดึงดูดให้ผู้เข้าร่วมทดสอบเกิดอารมณ์ความรู้สึกกับผลิตภัณฑ์นั้นๆ เช่น จุดเด่นข้อที่ 1 ฟรีค่าธรรมเนียมประกันอุบัติเหตุ ทำให้ผู้เข้าร่วมรู้สึกคลายความกังวลได้หากสมัครผลิตภัณฑ์นี้ อีกทั้งยังสามารถช่วยดึงดูดความสนใจและสร้างความเข้าใจในแง่ของจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้นได้ เปรียบเสมือนข้อมูลที่สรุปเพื่อช่วยในการตัดสินใจสมัคร และผู้เข้าร่วมมีความเข้าใจในกล่องกรอกรหัสอ้างอิงถูกต้อง (Referents Code) ที่ใช้สำหรับกรอกรหัสสำหรับพนักงานขาย นอกจากนี้ผู้เข้าร่วมทดสอบทุกคนสามารถเข้าใจและใช้งานปุ่มสมัครได้

- หน้ารายละเอียดเพิ่มเติม (More details page)



รูปที่ 4.76 ผลจากการวิเคราะห์การทดสอบรอบที่ 2 หน้ารายละเอียดเพิ่มเติม

จากรูปที่ 4.76 แสดงถึงผลลัพธ์จากการทดสอบหน้ารายละเอียดเพิ่มเติม (More details page) พบว่าผู้เข้าร่วมทดสอบทุกคนมีการกดเข้ามาเพื่ออ่านรายละเอียดเพิ่มเติม โดยผู้เข้าร่วมทดสอบจำนวน 6 คน ให้ความเห็นว่าหัวข้อที่ละเอียดและครบถ้วน แต่ผู้เข้าร่วมการทดสอบอีกจำนวน 2 คน ระบุว่าโดยปกติจะมั่นใจข้อมูลรายละเอียดเหล่านี้จากพนักงานสาขา เนื่องจากมีความเชื่อมั่นว่าพนักงานมีความรู้และความแม่นยำ สามารถแนะนำสิ่งที่ตรงกับความต้องการของพวกเขาและอีกทั้งยังสามารถช่วยเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์อื่นๆ ให้ ซึ่งเกิดจากประสบการณ์ของผู้ใช้ที่ชื่นชอบการไปนิทรรศการทางการเงิน

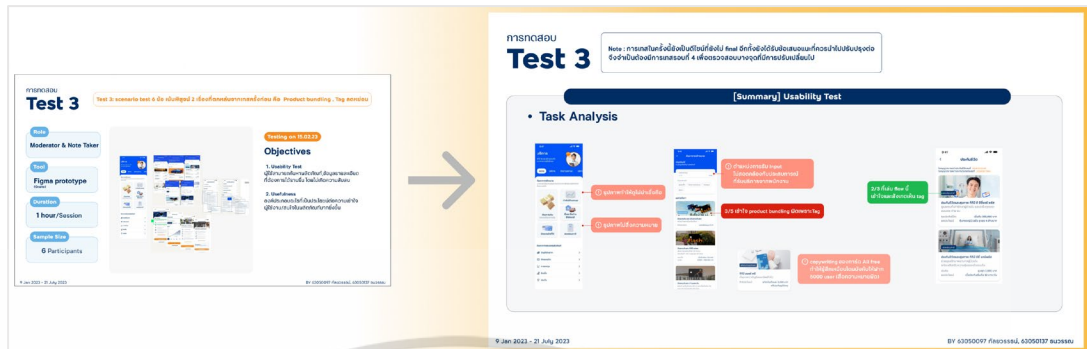
2.4) ผลการอภิปรายการทดสอบในรอบที่ 2

จากการทดสอบการใช้งานครั้งนี้ ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้เข้าร่วมหลังการทดสอบการใช้งานเสร็จสิ้น และนำมาวิเคราะห์จนได้ผลสรุปในแต่ละประเด็นดังต่อไปนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- จากการทดสอบครั้งนี้ทำให้ทราบถึงความสำคัญของการใส่ข้อมูลในแบบจำลองต้นแบบ (Prototype) ที่จำเป็นต้องมีความสมจริง เพื่อให้ลดความเบี่ยงจุดสนใจผู้เข้าร่วมทดสอบจากจุดประสงค์ที่ต้องการทดสอบ
- จำเป็นต้องได้รับการปรับปรุงคำและภาษาที่ใช้บางส่วน of แบบจำลองต้นแบบ (Prototype) เพื่อให้ผู้ใช้เกิดความเข้าใจที่ถูกต้อง
- พบว่าประสบการณ์ ความสนใจ ความรู้และความเชี่ยวชาญ มีผลต่อการแสดงความคิดเห็นกับฟังก์ชันการทำงานและหน้าจอที่ออกแบบแตกต่างกันออกไปของผู้เข้าร่วมทดสอบ แม้ว่าผู้เข้าร่วมบางส่วนจะได้รับข้อมูลผลิตภัณฑ์ครบถ้วนจากแอปพลิเคชันแล้ว แต่ยังคงมีความประสงค์ที่จะปรึกษากับพนักงานธนาคารเพื่อเพิ่มความมั่นใจอีกครั้ง ซึ่งสามารถชี้ให้เห็นถึงประเด็นเกี่ยวกับการเปลี่ยนผ่านสู่ยุคดิจิทัล (Digital Transition) ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อผู้ใช้งานบางส่วนที่มีความเคยชินกับการปฏิสัมพันธ์แบบตัวต่อตัว ซึ่งจำเป็นต้องใช้ระยะเวลาหนึ่งเพื่อการปรับตัวให้เข้ากับยุคดิจิทัล
- พบว่าการทดสอบแบบผู้ใช้ได้รับอิสระในการสำรวจและใช้งาน (Exploratory Usability Testing) ในครั้งนี้ ไม่สามารถตอบข้อสงสัยในบางประเด็นได้ ประเด็นแรกคือผู้เข้าร่วมทดสอบสามารถเข้าใจว่าการ์ดผลิตภัณฑ์ (Product Card) ที่มีการใช้ป้ายแท็ก (Tag) เพื่อบอกประเภทพิเศษของผลิตภัณฑ์นั้น อย่างเช่น ลดหย่อนภาษีได้ และประเด็นที่สองคือผู้เข้าร่วมทดสอบมีความเข้าใจอย่างไรกับการดกกลุ่มผลิตภัณฑ์ (Product Bundling) ซึ่งนำไปสู่การทดสอบการใช้งานครั้งที่ 4

3) การทดสอบของแอปพลิเคชันในรอบที่ 3



รูปที่ 4.77 ผลลัพธ์การทดสอบของแอปพลิเคชัน ครั้งที่ 3

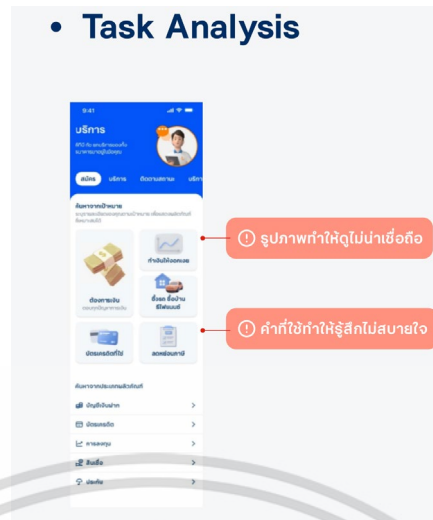
จากรูปที่ 4.77 แสดงให้เห็นถึงรายละเอียดดังต่อไปนี้

- 3.1) วัตถุประสงค์ของการทดสอบในรอบที่ 3

เพื่อทดสอบการใช้งานในประเด็นที่ตกหล่นจากการทดสอบรอบที่ 2 และปรับปรุงการตั้งภารกิจให้ครอบคลุมยิ่งขึ้นจากการอภิปรายผลของการทดสอบรอบที่ 1 โดยมีการทดสอบทั้งเมนูบริการที่พัฒนาออกแบบใหม่ทั้ง 3 หน้าคือหน้าแรกของเมนูบริการ (Sale gallery landing Page), หน้าค้นหาจากเป้าหมาย (Goal-Directed Search Page), หน้าค้นหาจากประเภทผลิตภัณฑ์ (Product Category Search Page) ผ่านการวัดผลด้านความใช้งานง่าย (Usability), ความเป็นประโยชน์ (Usefulness)
- 3.2) การดำเนินการทดสอบในรอบที่ 3

เป็นการทดสอบแบบมีภารกิจ (Task-Based Testing) โดยจัดการทดสอบในสถานที่จริง (Onsite) จำนวนผู้เข้าร่วมทดสอบ 6 คน เป็นระยะเวลา 60 นาที/คน
- 3.3) ผลการทดสอบในรอบที่ 3
 - หน้าแรกของเมนูบริการ (Sale gallery landing page)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

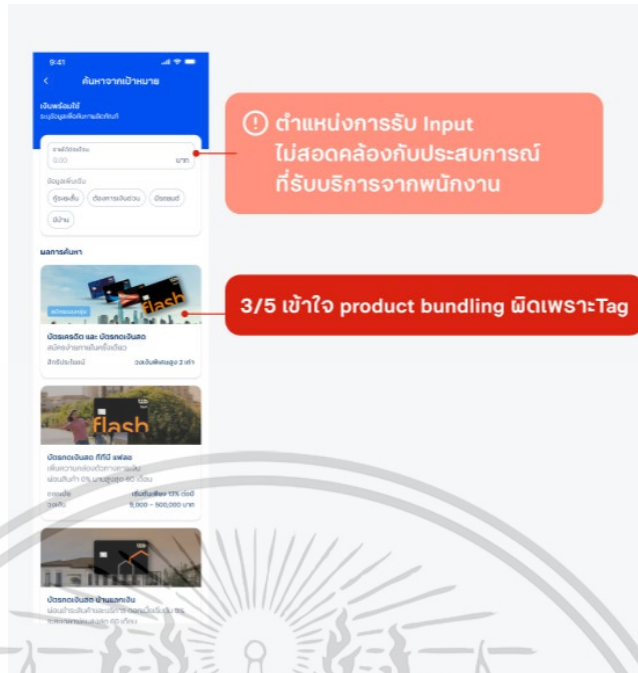


รูปที่ 4.78 ผลจากการวิเคราะห์การทดสอบรอบที่ 3 หน้าแรกของเมนูบริการ

จากรูปที่ 4.78 แสดงถึงผลลัพธ์จากการทดสอบหน้าแรกของเมนูบริการ (Sale gallery landing page) ซึ่งพบว่าผู้เข้าร่วมทุกคนให้ความเห็นในประเด็นเพิ่มเติมในเรื่องรูปภาพที่ใช้กับปุ่มซึ่งแบ่งตามเป้าหมายความต้องการในส่วนบนของการค้นหาผลิตภัณฑ์จากเป้าหมาย (Search by goal) ทำให้เกิดความไม่น่าเชื่อถือเนื่องจากรูปภาพสามมิติ (3D) ให้ความรู้สึกความสนุกสนาน ชี้เล่น รวมถึงคำที่เป็นชื่อของบางเป้าหมายอย่าง “ต้องการเงิน” เมื่อพิจารณาจากบริบทและความหมายแฝงอาจสะท้อนถึงสถานะหรือสภาพที่ขาดแคลนเงิน บ่งบอกถึงความไม่มั่นคงทางการเงินและอาจนำไปสู่ความรู้สึกอย่างเครียด กังวลหรือไม่สบายใจ และกระทบกับความรู้สึกในแง่ลบสำหรับผู้ใช้งานบางรายได้ นอกจากนี้การทำตามภารกิจในหลายๆ ข้อของผู้เข้าร่วมทดสอบทุกคน สามารถชี้ให้เห็นข้อสังเกตได้ว่าหากภารกิจที่ตั้งไว้มีการระบุชื่อผลิตภัณฑ์และประเภทอย่างชัดเจนผู้เข้าร่วมทดสอบจะเลือกค้นหาจากประเภทผลิตภัณฑ์ (Search by Category) ซึ่งเป็นส่วนด้านล่าง กลับกันหากเป็นภารกิจที่ไม่ระบุชื่อผลิตภัณฑ์และประเภทอย่างชัดเจน แต่พูดถึงความต้องการด้านการเงิน ผู้เข้าร่วมทดสอบจะเลือกค้นหาผลิตภัณฑ์จากเป้าหมาย (Search by goal) ซึ่งเป็นส่วนบนแทน

- หน้าค้นหาจากเป้าหมาย (Goal-Directed search page)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 4.79 ผลจากการวิเคราะห์การทดสอบรอบที่ 3 หน้าค้นหาจากเป้าหมาย

จากรูปที่ 4.79 แสดงถึงผลลัพธ์จากการทดสอบครั้งที่ 3 ของหน้าค้นหาจากเป้าหมาย (Goal-Directed search page) ซึ่งมีการจัดของกลุ่มผลิตภัณฑ์ (Product Bundling) ซึ่งเป็นวัตถุประสงค์หลักในการทดสอบครั้งนี้ พบว่ามีผู้เข้าร่วมทดสอบจำนวน 3 คนจาก 5 คนที่ได้ภารกิจมายังหน้านี้ไม่สามารถเข้าใจความหมายของการจัดผลิตภัณฑ์นี้ได้ถูกต้อง โดยเข้าใจผิดว่าผลิตภัณฑ์นี้สามารถสมัครร่วมกับบุคคลอื่นพร้อมกันได้ เนื่องจากคำที่ระบุไว้บนป้ายแท็ก (Tag) ระบุว่า “สมัครผลิตภัณฑ์แบบกลุ่ม” ซึ่งสร้างความสับสนในผลิตภัณฑ์ ที่มีจุดประสงค์ในการรวมผลิตภัณฑ์ต่างๆ เป็นกลุ่มเพื่อให้ผู้ใช้งานสามารถสมัครและกรอกข้อมูลในครั้งเดียว เพื่อลดความยุ่งยากของการกรอกข้อมูลเดิมซ้ำๆ สำหรับผู้ที่ประสงค์สมัครผลิตภัณฑ์หลายอันควบคู่กัน และนอกเหนือจากผลลัพธ์ดังกล่าว จากการสัมภาษณ์ผู้เข้าร่วมทดสอบหลังทดสอบตามภารกิจเสร็จสิ้น ผู้วิจัยได้พบอีกหนึ่งความคิดเห็นจากผู้เข้าร่วม ซึ่งเป็นประเด็นที่น่าสนใจคือหากสังเกตที่ตัวกรอง (Filter) ที่สามารถรับข้อมูลเข้า (Input) จากผู้ใช้งาน สามารถกรอกข้อมูลรายต่อเดือนได้ในบรรทัดแรกได้ ส่วนบรรทัดต่อไปจึงเป็นปุ่มเพื่อเลือกข้อมูลอื่นๆ เพื่อกรองเพิ่มเติม เช่น เงินกู้ระยะสั้น, ต้องการเงินด่วน, มีรถยนต์ และมีบ้าน การจัดลำดับของบรรทัดเพื่อรับข้อมูลเข้า (Input) ดังกล่าวนั้นไม่สอดคล้องกับประสบการณ์ของผู้ใช้งานในอดีต เนื่องจากผู้เข้าร่วมเคยสมัครผลิตภัณฑ์กับพนักงานสาขา โดยปกติของการบริการจากพนักงานมักจะเริ่มต้นด้วยการสอบถามถึงเป้าหมายหรือความต้องการของลูกค้าก่อนเป็น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อันดับแรก จากนั้นจึงสอบถามข้อมูลที่ละเอียดอ่อนอย่างเช่น รายได้ของลูกค้า เป็นลำดับถัดไป จึงให้ผู้เข้าร่วมรายนี้เลือกที่จะไม่กรอกข้อมูลรายได้ในการทดสอบเพราะผู้เข้าร่วมทดสอบไม่สบายใจในการกรอกรายได้ที่ถือเป็นข้อมูลละเอียดอ่อนของตนให้กับธนาคาร เนื่องจากไม่ทราบวัตถุประสงค์ของการใส่ข้อมูลดังกล่าวไป

- หน้าค้นหาจากประเภทผลิตภัณฑ์ (Product category search page)



รูปที่ 4.80 ผลจากการวิเคราะห์การทดสอบรอบที่ 3 หน้าค้นหาจากประเภทผลิตภัณฑ์

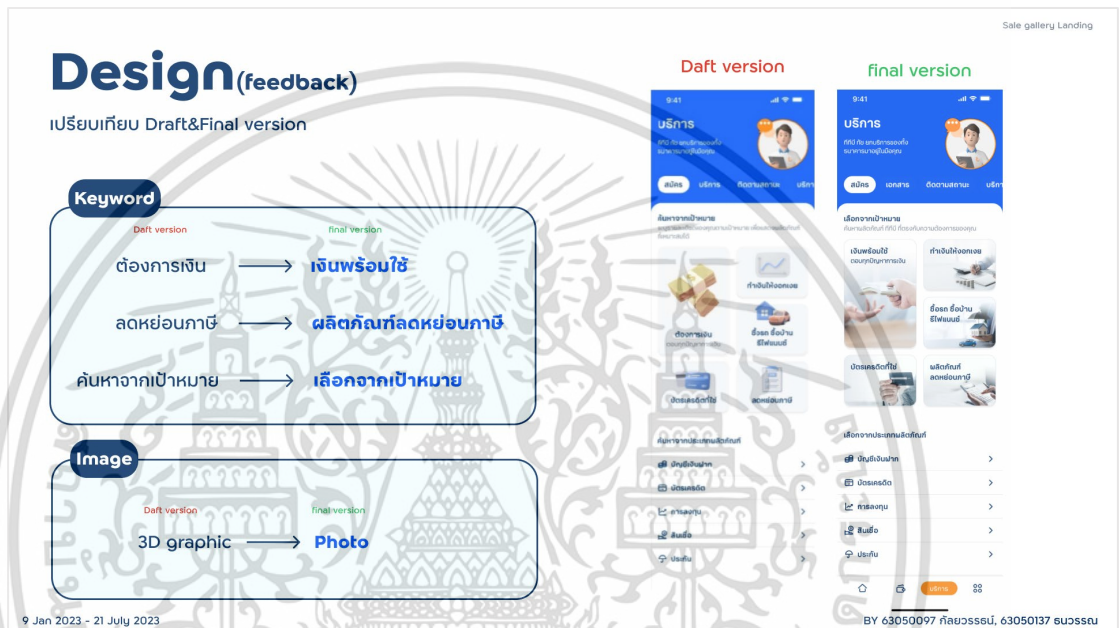
จากรูปที่ 4.80 แสดงถึงผลลัพธ์จากการทดสอบครั้งที่ 3 ที่มุ่งเน้นพิสูจน์ว่าการ์ดผลิตภัณฑ์ (Product Card) ที่มีการใช้ป้ายแท็ก (Tag) พบว่าผู้เข้าร่วมทดสอบ 2 คนจาก 3 คนที่ได้ทำภารกิจมายังหน้านี้สามารถสังเกตเห็นป้ายแท็ก (Tag) และใช้ประโยชน์ในการจำแนกการ์ดผลิตภัณฑ์พิเศษได้ซึ่งในที่นี้คือการ์ดผลิตภัณฑ์ประกันที่สามารถใช้ลดหย่อนภาษีได้ ป้ายแท็กนี้จึงพิสูจน์ความเป็นประโยชน์ (Usefulness) ได้

3.4) ผลการอภิปรายการทดสอบในรอบที่ 3

จากการทดสอบการใช้งานครั้งนี้ ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้เข้าร่วมหลังการทดสอบการใช้งานเสร็จสิ้น และนำมาวิเคราะห์จนได้ผลสรุปในแต่ละประเด็น ซึ่งมีผลสรุปและข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- จากการทดสอบหน้าแรกของเมนูบริการ (Sale gallery landing page) ซึ่งให้เห็นรูปภาพและคำที่ใช้ในการค้นหาจากเป้าหมายซึ่งเป็นส่วนบนของหน้าจอ มีผลต่ออารมณ์ ความรู้สึกของผู้ใช้งานอย่างมาก ซึ่งสามารถส่งผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าในอนาคตได้ จึงจำเป็นต้องมีการปรับปรุงการออกแบบหน้าจอและคำที่ใช้อีกครั้ง เพื่อกระตุ้นอารมณ์ในแง่บวกกับผลิตภัณฑ์ของผู้ใช้งาน ซึ่งผู้วิจัยได้ปรับปรุงดังรูปที่



รูปที่ 4.81 การปรับปรุงหน้าแรกของเมนูบริการจากผลตอบลัพธ์

จากรูปที่ 4.81 แสดงถึงการปรับปรุงหน้าแรกของเมนูบริการ (Sale gallery landing page) ทั้งหมด 2 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 คำที่ใช้ในส่วนค้นหาจากเป้าหมาย (Search by goal)

- “ต้องการเงิน” เปลี่ยนเป็น “เงินพร้อมใช้” เพื่อสื่อถึงความรู้สึกมั่นคงและความสำเร็จ ซึ่งมีแนวโน้มที่จะสร้างความรู้สึกเชิงบวกในผู้อ่านได้
- “ลดหย่อนภาษี” เปลี่ยนเป็น “ผลิตภัณฑ์ลดหย่อนภาษี” เพื่อลดการเข้าใจผิดของผู้ใช้งานที่เข้าใจว่าเป็นเครื่องมือสำหรับคิดคำนวณ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- “ค้นหาจากเป้าหมาย” เปลี่ยนเป็น “เลือกจากเป้าหมาย” เพื่อดึงดูดให้
ผู้ใช้งานเลือกกดมากยิ่งขึ้น และเพื่อเพิ่มความเข้าใจถึงการกระทำ (Action)
ของผู้ใช้งานที่ผู้พัฒนาต้องการ

ส่วนที่ 2 ประเภทของกราฟฟิกที่ใช้ในส่วนค้นหาจากเป้าหมาย (Search by goal)

- “กราฟฟิกสามมิติ” เปลี่ยนเป็น “รูปภาพถ่าย” เพื่อสื่อถึงความจริงจัง
น่าเชื่อถือ ให้เหมาะกับกับผลิตภัณฑ์ทางการเงินจนนำไปสู่การเพิ่ม
ความรู้สึกเชื่อมั่นให้แก่ผู้ใช้งาน

- จากการทดสอบป้ายแท็ก (Tag) การ์ดของกลุ่มผลิตภัณฑ์ (Product Bundling) พบว่า
การคำนึงถึงความหมายของคำอย่างไม่ละเอียดถี่ถ้วน อาจทำให้เกิดการเข้าใจผิดของ
ผู้ใช้งานได้ ดังนั้นจึงมีการเปลี่ยนจากคำว่า “สมัครแบบกลุ่ม” เป็น “สมัครกลุ่ม
ผลิตภัณฑ์” รวมถึงคำอธิบายให้มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้นว่าผลิตภัณฑ์ดังกล่าวเป็นการ
รวมกลุ่มของผลิตภัณฑ์ต่างๆ เพื่อสมัครคู่กันภายในครั้งเดียว ดังรูปที่ 4.82

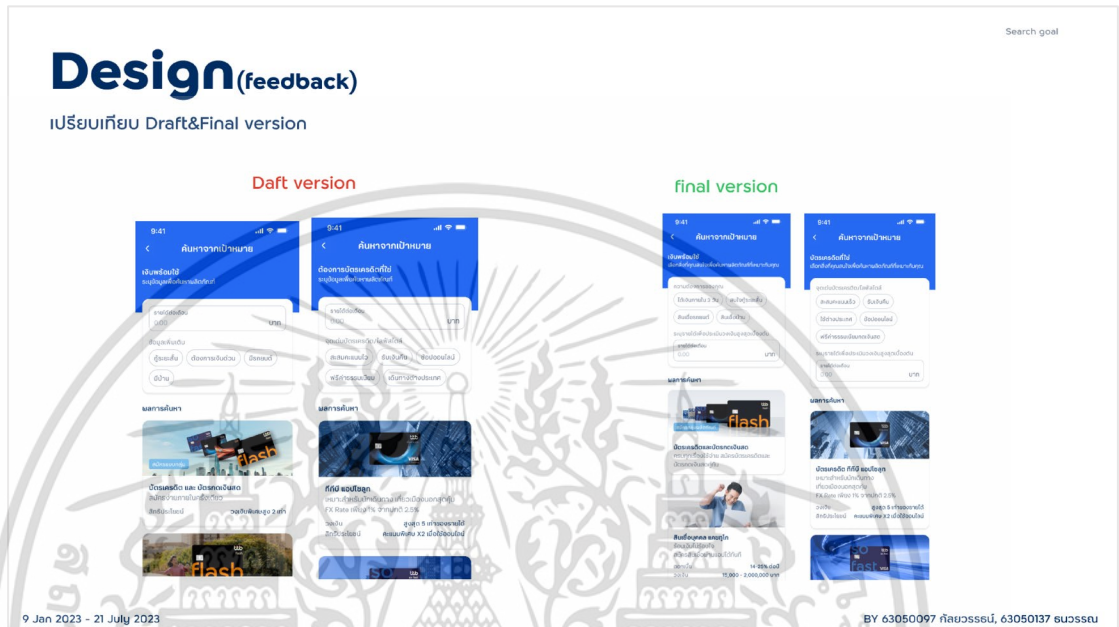


รูปที่ 4.82 การปรับปรุงคำของป้ายแท็กจากผลตอบลัพธ์

- จากการผลตอบลัพธ์ของทดสอบเรื่องความสอดคล้องระหว่างการออกแบบหน้าจอ
และประสบการณ์ของผู้ใช้งาน มีผลการตัดสินใจใช้งาน ดังนั้นจึงจำเป็นต้องมี
การปรับปรุงหน้าจกโดยการเปลี่ยนลำดับการรับข้อมูลเข้า (Input) ให้การกดเลือก
ความต้องการเบื้องต้นอยู่บรรทัดแรก และตามด้วยการถามรายละเอียดต่อเนื่องซึ่งเป็น
ข้อมูลที่ละเอียดอ่อน โดยระบุวัตถุประสงค์ของการกรอกให้กับผู้ใช้งานทราบโดย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

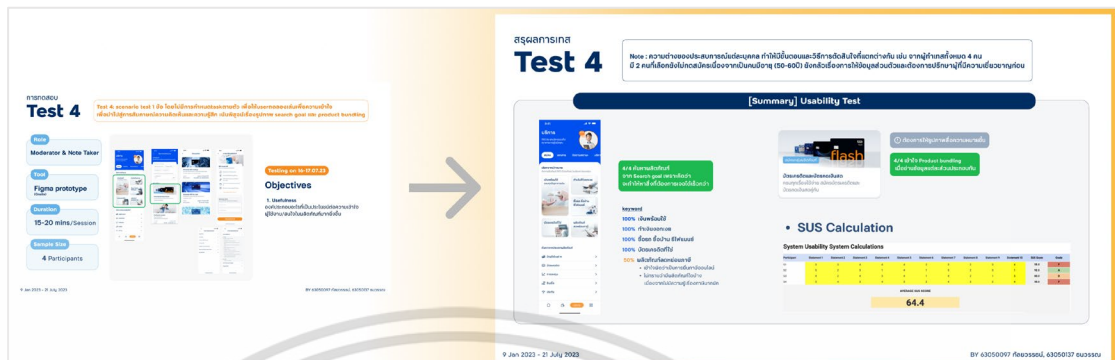
การเพิ่มคำอธิบายว่า “ระบุรายได้เพื่อประเมินวงเงินสูงสุดเบื้องต้น” ในกรณีของการผลิตภัณฑบัตรเครดิตในผลการค้นหา ที่จะมีการปรับเปลี่ยนจำนวนวงเงินสูงสุดที่เป็นไปได้ ดังรูปที่ 4.83



รูปที่ 4.83 การปรับปรุงความสอดคล้องระหว่างการออกแบบหน้าจอและประสบการณ์ของผู้ใช้งานจากผลตอบลัพธ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4) การทดสอบของแอปพลิเคชันในรอบที่ 4



รูปที่ 4.84 ผลลัพธ์การทดสอบของแอปพลิเคชันในรอบที่ 4

4.1) วัตถุประสงค์การทดสอบในรอบที่ 4

เพื่อทดสอบการใช้งานของหน้าจอที่ได้รับการปรับปรุงจากผลตอบรับจากการทดสอบรอบที่ 3 โดยมีการทดสอบทั้งเมนูบริการที่พัฒนาออกแบบใหม่ทั้ง 2 หน้าคือ หน้าแรกของเมนูบริการ (Sale gallery landing Page), หน้าค้นหาจากเป้าหมาย (Goal-Directed Search Page) ซึ่งมุ่งเน้นทดสอบการดักกลุ่มผลิตภัณฑ์ (Product Bundling) ผ่านการวัดผลด้านความเป็นประโยชน์ (Usefulness) โดยนอกจากนี้ยังมีการให้ผู้เข้าร่วมทดสอบประเมินแบบสอบถามความพึงพอใจของการใช้งานหลังการทดสอบ

4.2) การดำเนินการทดสอบในรอบที่ 4

เป็นการทดสอบแบบมีการทดสอบแบบผู้ใช้ได้รับอิสระในการสำรวจและใช้งาน (Exploratory Usability Testing) โดยจัดการทดสอบในสถานที่จริง (Onsite) จำนวนผู้เข้าร่วมทดสอบ 4 คน เป็นระยะเวลา 15 - 20 นาที/คน

4.3) ผลการทดสอบในรอบที่ 4

- หน้าแรกของเมนูบริการ (Sale gallery landing page)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 4.85 ผลจากการวิเคราะห์การทดสอบรอบที่ 4 หน้าแรกของเมนูบริการ

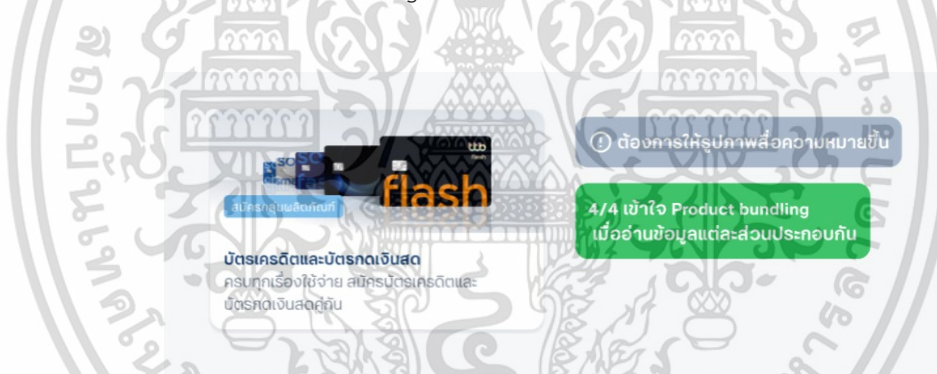
จากรูปที่ 4.85 แสดงถึงผลลัพธ์จากการทดสอบรอบที่ 4 ของหน้าแรกของเมนูบริการ (Sale gallery landing page) พบว่าระหว่างการทดสอบผู้เข้าร่วมทดสอบเลือกค้นหาจากเป้าหมาย (Search by goal) และมีการให้ความเห็นที่ตรงกันว่าวิธีค้นหาจากเป้าหมายจะสามารถทำให้ผู้เข้าร่วมพบผลิตภัณฑ์ที่ต้องการได้ง่ายและรวดเร็วมากกว่าการค้นหาจากประเภทผลิตภัณฑ์ (Search by category) แม้ว่าส่วนนี้จะมีการแบ่งหมวดหมู่ที่ชัดเจนกว่าแต่ส่วนของการค้นหาจากเป้าหมายก็สามารถดึงดูดผู้ใช้งานได้มากยิ่งขึ้น และนอกจากนี้หลังจากที่ผู้เข้าร่วมทุกคนได้สำรวจหน้าจอตามความต้องการเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์เกี่ยวกับความเห็นต่างๆ ในประเด็นเพิ่มเติม พบว่าจากผู้เข้าร่วมทดสอบจำนวน 1 คน มีความเข้าใจผิดว่าการค้นหาจากเป้าหมายส่วนบนสามารถสมัครผลิตภัณฑ์ด้วยตนเองได้ง่าย แต่ค้นหาจากประเภทผลิตภัณฑ์ส่วนล่างอาจต้องสมัครและรอเจ้าหน้าที่ติดต่อกลับ ซึ่งความเข้าใจนี้แม้จะไม่ถูกต้องเพราะการค้นหาทั้ง 2 วิธีมีวิธีการสมัครที่เหมือนกัน และประเด็นถัดไปคือเข้าความใจในเรื่องของคำแต่ละเป้าหมาย ซึ่งมีความคิดเห็นดังนี้

- “เงินพร้อมใช้” พบว่าผู้เข้าร่วมทุกคนเกิดรู้สึกในแง่บวก เสมือนมีเงินที่สามารถหยิบมาใช้ได้ทุกเมื่อที่ต้องการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- “ทำเงินนอกเงย” พบว่าผู้เข้าร่วมทุกคนมีความเข้าใจถูกต้องว่าเป้าหมายนี้เป็นการรวบรวมผลิตภัณฑ์ที่ได้รับผลตอบแทน
- “ซื้อรถ ซื้อบ้าน รีไฟแนนซ์” พบว่าผู้เข้าร่วมทุกคนให้ความเห็นว่าเป็นคำที่ชัดเจน เนื่องจากมีประสบการณ์เกี่ยวกับการขอสินเชื่อ
- “บัตรเครดิตที่ใช่” พบว่าผู้เข้าร่วมทุกคนมีความเข้าใจที่ถูกต้องของเป้าหมายนี้ซึ่งเป็นการรวบรวมบัตรเครดิต เพื่อช่วยตามหาใบที่ตรงกับความต้องการได้
- “ผลิตภัณฑ์ลดหย่อนภาษี” พบว่าผู้เข้าร่วมจำนวน 1 คนเข้าใจผิดว่าเป็นการยื่นภาษีออนไลน์ และผู้เข้าร่วมอีกคนเข้าใจถูกต้องว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้ลดหย่อนได้ แต่ไม่มีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ทางการเงินที่ใช้ลดหย่อนได้

- การ์ดกลุ่มผลิตภัณฑ์ (Product Bundling) ในหน้าค้นหาจากเป้าหมาย (Goal-Directed Search Page)



รูปที่ 4.86 ผลจากการวิเคราะห์การทดสอบรอบที่ 4 การ์ดกลุ่มผลิตภัณฑ์

จากรูปที่ 4.86 แสดงถึงผลลัพธ์จากการทดสอบการ์ดกลุ่มผลิตภัณฑ์ (Product Bundling) ในหน้าค้นหาจากเป้าหมาย (Goal-Directed Search Page) พบว่าผู้เข้าร่วมทดสอบทุกคนมีความเข้าใจถูกต้องเมื่อมีการอ่านข้อมูลในองค์ประกอบต่างๆ ร่วมกัน ทั้งป้ายแท็ก (Tag), ชื่อผลิตภัณฑ์ (Product name), คำอธิบาย (Description) และมีความคิดเห็นว่ามันนอกเหนือจากองค์ประกอบดังกล่าวสามารถเปลี่ยนรูปภาพเพื่อปรับปรุงให้สื่อความหมายมากยิ่งขึ้นในอนาคตได้

4.4) ผลการอภิปรายการทดสอบในรอบที่ 4

จากการทดสอบการใช้งานครั้งนี้ ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้เข้าร่วมหลังการทดสอบการใช้งานเสร็จสิ้น และนำมาวิเคราะห์จนได้ผลสรุปในแต่ละประเด็นดังต่อไปนี้

- ในประเด็นที่ผู้เข้าร่วมทดสอบจำนวน 1 คน มีความเข้าใจว่าการค้นหาจากเป้าหมายส่วนบนสามารถสมัครผลิตภัณฑ์ด้วยตนเองได้ง่าย แต่ค้นหาจากประเภทผลิตภัณฑ์ส่วนล่างอาจต้องสมัครและรอเจ้าหน้าที่ติดต่อกลับ ซึ่งความเข้าใจนี้แม้จะไม่ถูกต้องเพราะการค้นหาทั้ง 2 วิธีมีวิธีการสมัครที่เหมือนกัน แต่อาจชี้ให้เห็นว่าการค้นหาจากเป้าหมาย 5 ปุ่มที่มีรูปภาพประกอบทำให้ผู้ใช้งานรู้สึกถึงการเข้าถึงได้ง่ายยิ่งขึ้น
- เรื่องคำที่ใช้สำหรับแต่ละเป้าหมายที่ได้รับการปรับปรุง สามารถสร้างความรู้สึกในแง่บวกได้มากยิ่งขึ้น
- แบบประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้ดังรูปที่ 4.86 ได้ผลลัพธ์ที่ผ่านการคำนวณทางสถิติพบว่าได้ 64.4 คะแนน ซึ่งอยู่ในระดับปานกลาง จึงชี้ได้ว่าหน้าจอที่ได้รับการปรับปรุงล่าสุดสามารถพัฒนาต่อในอนาคตได้เพื่อเพิ่มความพึงพอใจผู้ใช้สำเร็จ

System Usability System Calculations

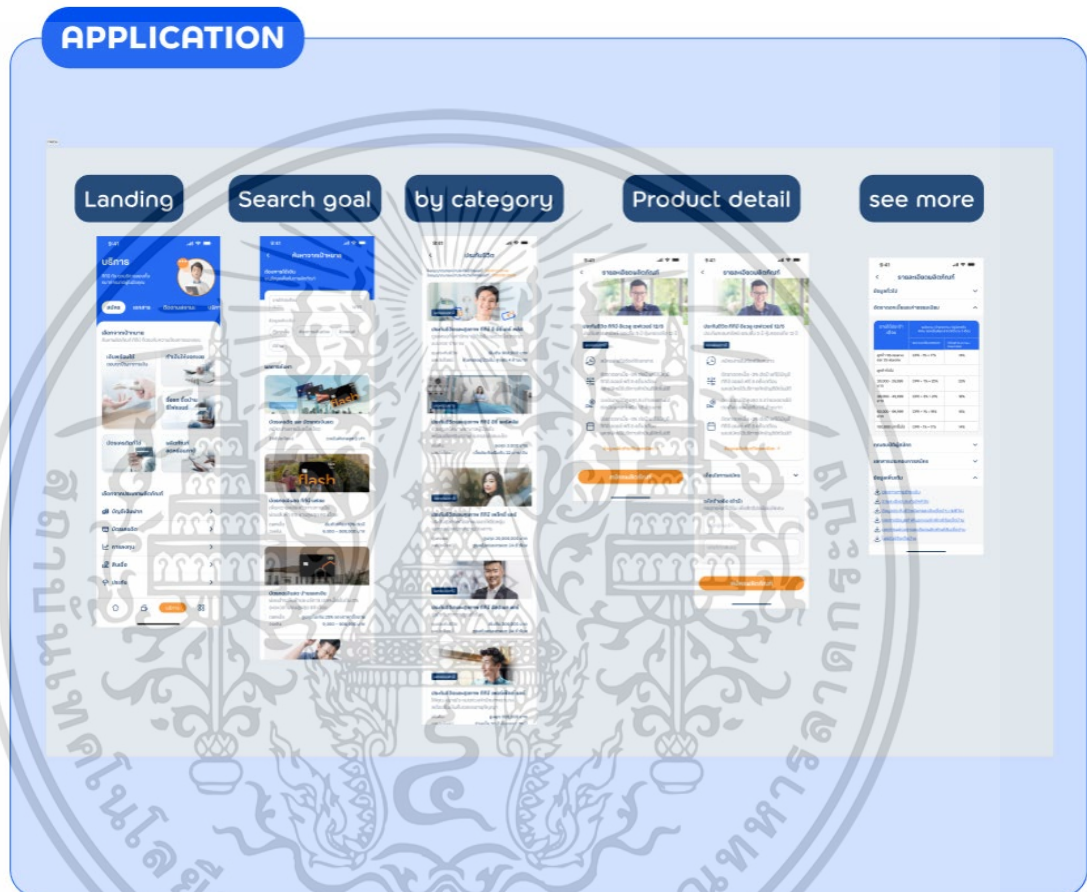
Participant	Statement 1	Statement 2	Statement 3	Statement 4	Statement 5	Statement 6	Statement 7	Statement 8	Statement 9	Statement 10	SUS Score	Grade
S1	3	3	4	4	4	2	3	2	3	4	55.0	F
S2	5	2	5	1	1	1	5	2	5	1	92.5	A
S3	4	2	4	3	4	1	4	2	1	5	60.0	D
S4	5	4	3	4	3	2	4	3	2	4	50.0	F
AVERAGE SUS SCORE											64.4	

รูปที่ 4.87 ผลลัพธ์การคำนวณจากแบบสอบถามการประเมินความพึงพอใจของแอปพลิเคชัน

- จำนวนผู้เข้าร่วมทดสอบในครั้งนี้มีจำนวนที่ค่อนข้างน้อย ทำให้ต้องพิจารณาเรื่องประสิทธิภาพของการวัดผลด้านความพึงพอใจ ซึ่งต้องอาศัยจำนวนเชิงปริมาณเพื่อยืนยันผลลัพธ์ให้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

4.5.2 ผลการออกแบบหน้าจอของแอปพลิเคชัน

เมื่อสิ้นสุดการทดสอบการใช้งานทั้ง 4 ครั้งดังหัวข้อที่ 4.5.1 จึงทำให้ได้ผลลัพธ์ของการออกแบบหน้าจอฉบับสมบูรณ์ ที่ได้รับการพัฒนาและปรับเปลี่ยนการผลตอบลัพธ์จากการทดสอบแต่ละครั้ง ซึ่งประกอบไปด้วย 5 หน้าจอดังรูปที่ 4.88

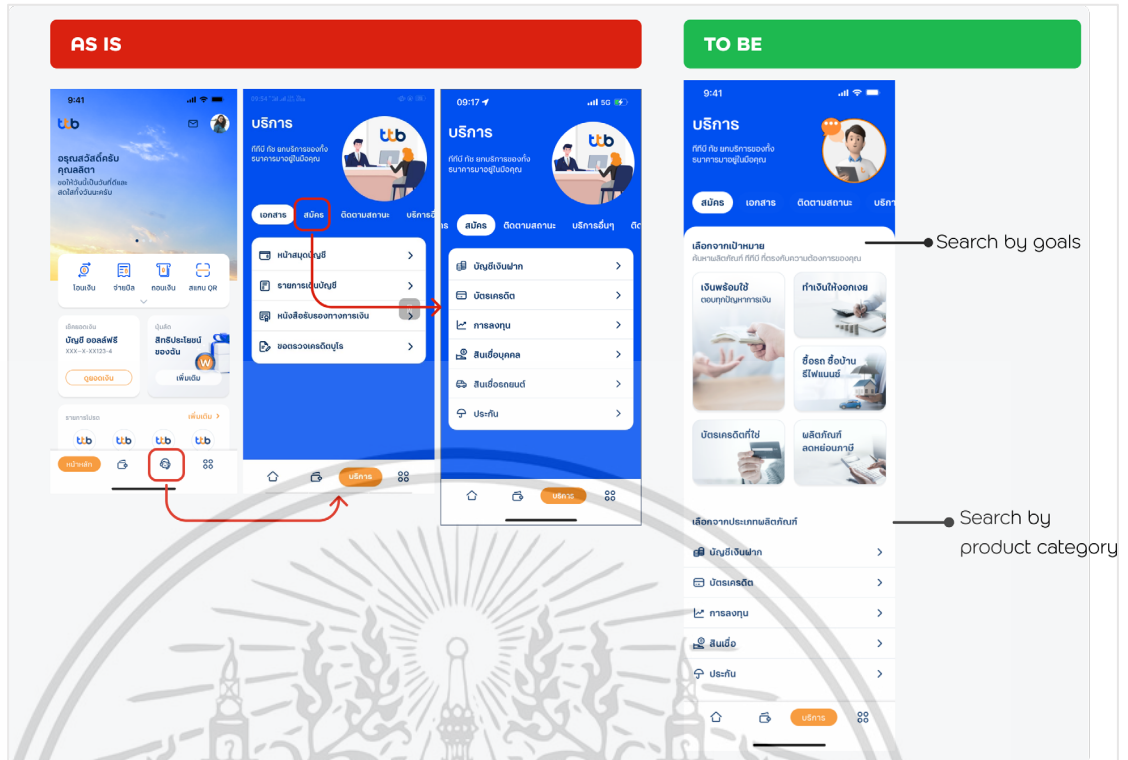


รูปที่ 4.88 ตัวอย่างผลลัพธ์การออกแบบหน้าจอของแอปพลิเคชัน

จากรูปที่ 4.88 แสดงถึงตัวอย่างผลลัพธ์ของหน้าจอสำหรับแอปพลิเคชัน ซึ่งประกอบไปด้วย 5 หน้าจอ ที่มีรายละเอียดต่อไปนี้

- 1) หน้าแรกของเมนูบริการ (Sale gallery landing page) เป็นหน้าจอที่ออกแบบมาเพื่อให้ผู้ใช้ทำการใช้งานสำหรับเรื่องที่เกี่ยวข้องที่เฉพาะเจาะจงในที่นี้คือการซื้อสินค้าหรือการส่งเสริมการตลาด ซึ่งจากการปรับปรุงการออกแบบเป็นไปดังรูปที่ 4.88

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 4.89 การเปรียบเทียบหน้าแรกของเมนูบริการระหว่างเวอร์ชันเดิมกับเวอร์ชันใหม่

จากรูปที่ 4.88 แสดงถึงความแตกต่างของหน้าจอหน้าแรกของเมนูบริการ (Sale gallery landing page) ของเวอร์ชันเดิมที่ต้องมีการกดอย่างน้อยถึง 3 ครั้ง จึงจะนำไปถึงหน้าแรกของเมนูบริการที่เป็นพื้นที่จัดแสดงผลิตภัณฑ์ทางการเงินได้ ดังนั้นในเวอร์ชันใหม่จึงมีการลดจำนวนครั้งของการกดเพื่อเข้าถึงยังหน้านี้ได้เพียงการกดครั้งเดียวที่เมนู ซึ่งจะปรากฏหน้าแรกของเมนูบริการดังรูปภาพด้านซ้ายมือทันที เพื่อให้ผู้ใช้เข้าถึงได้ง่ายยิ่งขึ้น อีกทั้งยังมีการเพิ่มฟีเจอร์การค้นหาจากเป้าหมายซึ่งมีขนาดปุ่มที่แตกต่างกันออกไปตามจุดประสงค์ของธนาคารที่มุ่งในการเสนอขายผลิตภัณฑ์ด้านนั้นๆเป็นพิเศษ โดยประกอบไปด้วย 5 เป้าหมาย ดังนี้

- “เงินพร้อมใช้” เป็นการรวบรวมผลิตภัณฑ์สินเชื่อ และผลิตภัณฑ์บัตรเครดิต
- “ทำเงินนอกเลย” เป็นการรวบรวมผลิตภัณฑ์กองทุน และผลิตภัณฑ์ประกัน
- “ซื้อรถ ซื้อบ้าน รีไฟแนนซ์” เป็นการรวบรวมผลิตภัณฑ์สินเชื่อ
- “ผลิตภัณฑ์ลดหย่อนภาษี” เป็นการรวบรวมผลิตภัณฑ์ใดๆ ที่สามารถนำไปลดหย่อนภาษีได้ ตัวอย่างเช่น ผลิตภัณฑ์กองทุน และผลิตภัณฑ์ประกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

➤ “บัตรเครดิตที่ใช่” เป็นการรวบรวมผลิตภัณฑ์บัตรเครดิต

นอกเหนือจากการค้นหาจากเป้าหมายดังกล่าว การออกแบบเวอร์ชันใหม่ยังคงส่วนของการค้นหาจากประเภทผลิตภัณฑ์ (Search by Category) ไว้ในส่วนล่าง เพื่อให้ส่วนนี้สามารถตอบโจทย์กับลูกค้าที่อาจมีผลิตภัณฑ์ที่สนใจหรือรู้จักชื่อผลิตภัณฑ์นั้นๆ ก่อนแล้ว การค้นหาโดยใช้วิธีนี้จึงยังตอบโจทย์ลูกค้ากลุ่มนี้ได้สะดวกและง่ายกว่า

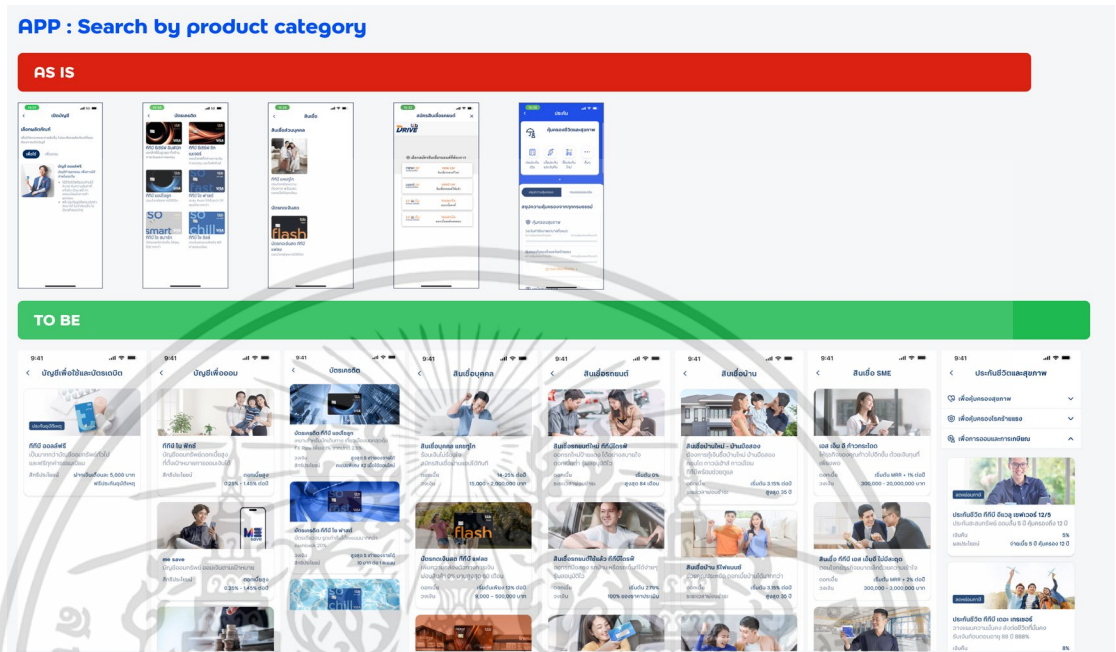
- 2) หน้าค้นหาจากเป้าหมาย (Goal-Directed search page) เป็นหน้าจอที่ออกแบบมาเพื่อให้ผู้ใช้สามารถค้นหาผลิตภัณฑ์ที่ตรงต่อความต้องการได้อย่างรวดเร็ว



รูปที่ 4.90 การเปรียบเทียบหน้าค้นหาจากเป้าหมายระหว่างเวอร์ชันเดิมกับเวอร์ชันใหม่

จากรูปที่ 4.90 แสดงถึงหน้าค้นหาจากเป้าหมาย (Goal-Directed search page) ซึ่งถูกสร้างขึ้นใหม่ โดยมีจุดประสงค์เพื่อช่วยลูกค้าค้นหาผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์พวกเขาได้สะดวกมากยิ่งขึ้นได้ โดยมีการออกแบบซึ่งแบ่งได้เป็น 2 ส่วนหลักๆ คือ ส่วนแรกเป็นตัวกรอง (Filter) ซึ่งสามารถรอกได้แตกต่างกันออกไปตามเป้าหมายแต่ละอัน และส่วนที่สองเป็นผลลัพธ์ที่ได้จากการค้นหา ซึ่งจะแสดงผลผลิตภัณฑ์ต่างๆในรูปแบบของการ์ดผลิตภัณฑ์ (Product Card)

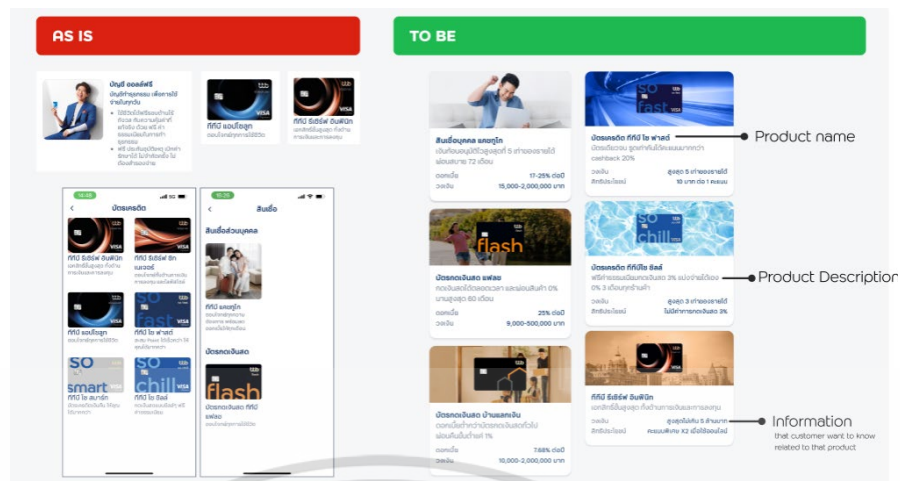
- 3) หน้าค้นหาจากประเภทผลิตภัณฑ์ (Product category search page) เป็นพื้นที่ส่วนหนึ่งบนแอปพลิเคชัน ที่ใช้ในการแสดงและจัดวางผลิตภัณฑ์ที่จะขายหรือโปรโมทให้กับลูกค้า



รูปที่ 4.91 การเปรียบเทียบหน้าค้นหาจากประเภทผลิตภัณฑ์ระหว่างเวอร์ชันเดิมกับเวอร์ชันใหม่

จากรูปที่ 4.91 แสดงถึงความแตกต่างระหว่างการออกแบบหน้าค้นหาจากประเภทผลิตภัณฑ์ (Product category search page) เวอร์ชันเดิมซึ่งมีรูปแบบการนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกับ เวอร์ชันใหม่ที่ได้มีการใช้รูปแบบการ์ดผลิตภัณฑ์เดียวกัน โดยมีจุดประสงค์เพื่อสร้างความสอดคล้องในการออกแบบ โดยการทำให้องค์ประกอบต่างๆ มีลักษณะที่คล้ายคลึงกัน เพื่อเพิ่มความเข้าใจง่ายและ ประสบการณ์การใช้งานที่ดีขึ้นสำหรับผู้ใช้ ลดความสับสนในการใช้งาน โดยการ์ดของผลิตภัณฑ์ (Product Card) จะมีโครงสร้างที่คล้ายคลึงกันและจะมีเพียงข้อมูลที่ใส่ลงไปจะแตกต่างกันออกไป ดังรูปที่ 4.92

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



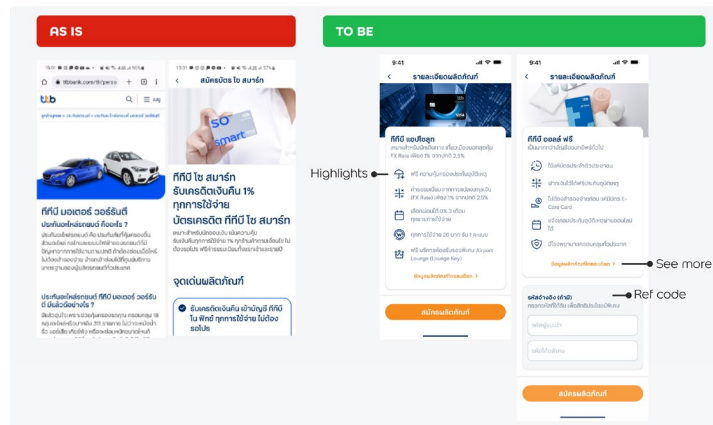
รูปที่ 4.92 การเปรียบเทียบการ์ดผลิตภัณฑ์เวอร์ชันเดิมและเวอร์ชันใหม่

จากรูปที่ 4.92 แสดงถึงองค์ประกอบของการ์ดผลิตภัณฑ์ที่มีการปรับเปลี่ยนใหม่ ซึ่งประกอบไปด้วยองค์ประกอบทั้ง 4 อย่างคือ รูปภาพ, ชื่อผลิตภัณฑ์, คำอธิบาย, ข้อมูลเพิ่มเติม โดยข้อมูลเพิ่มเติมจะมีความแตกต่างออกไปโดยการนำข้อมูลปัจจัยเด่นๆ ที่ลูกค้าใช้ประกอบการตัดสินใจในการสมัครผลิตภัณฑ์ขึ้นมาแสดงผล โดยมีจุดประสงค์เพื่อให้ผู้ใช้สามารถค้นหาและแยกความแตกต่างของแต่ละผลิตภัณฑ์ได้ จนนำไปสู่การพบกับผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์ความต้องการสำเร็จ ซึ่งข้อมูลเพิ่มเติมนี้อาจจะแตกต่างกันออกไปตามประเภทผลิตภัณฑ์ ดังนี้

- ผลิตภัณฑ์สินเชื่อบุคคล → ดอกเบี้ย, วงเงิน
- ผลิตภัณฑ์สินเชื่อรถยนต์ → ดอกเบี้ย, ระยะเวลาผ่อน
- ผลิตภัณฑ์สินเชื่อบ้าน → ดอกเบี้ย, วงเงิน
- ผลิตภัณฑ์บัตรเครดิต → วงเงิน, สิทธิประโยชน์
- ผลิตภัณฑ์บัญชีเงินฝาก → สิทธิประโยชน์, ดอกเบี้ย
- ผลิตภัณฑ์ประกัน → ค่าเบี้ย, ความคุ้มครอง/ระยะเวลาคุ้มครอง

4) หน้ารายละเอียดผลิตภัณฑ์ (Product detail page) เป็นหน้าที่ใช้แสดงข้อมูลละเอียดต่างๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่จะขาย รวมถึงรายละเอียดเกี่ยวกับคุณสมบัติและข้อมูลอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อช่วยลูกค้าในการตัดสินใจซื้อสินค้าและส่งเสริมการซื้อสินค้าด้วยข้อมูลที่ครบถ้วนและชัดเจน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

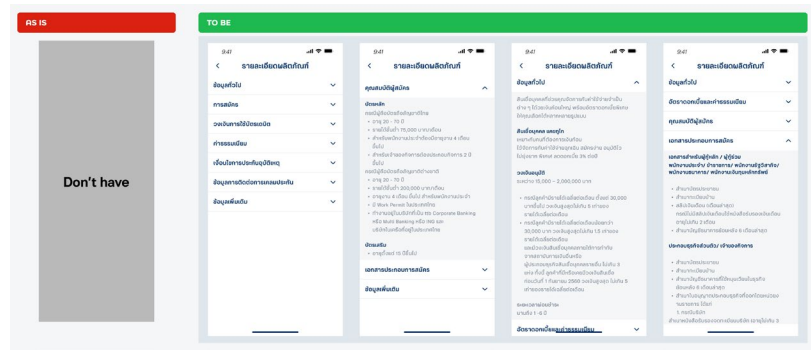


รูปที่ 4.93 การเปรียบเทียบหน้ารายละเอียดผลิตภัณฑ์ระหว่างเวอร์ชันเดิมกับเวอร์ชันใหม่

จากรูปที่ 4.93 แสดงถึงองค์ประกอบของหน้ารายละเอียดผลิตภัณฑ์ (Product detail page) เวอร์ชันใหม่ที่ถูกสร้างขึ้น โดยประกอบไปด้วย รูปภาพ, ชื่อผลิตภัณฑ์, คำอธิบายโดยย่อ, จุดเด่นผลิตภัณฑ์, ปุ่มอ่านรายละเอียดเพิ่มเติม, ช่องกรอกโค้ดอ้างอิงสำหรับพนักงาน, ปุ่มสมัครผลิตภัณฑ์ ซึ่งองค์ประกอบเหล่านี้จะนำไปใช้เช่นเดียวกับทุกประเภทผลิตภัณฑ์ โดยการออกแบบหน้านี้ได้มีการลดความยาวของหน้าจจากเวอร์ชันเดิม เพื่อความสะดวกของการเลื่อนขึ้นและเลื่อนลงเพื่ออ่านผลิตภัณฑ์ รวมถึงการนำข้อมูลของผลิตภัณฑ์มานำเสนอในรูปแบบของจุดเด่นเป็นข้อๆ เพื่อให้ง่ายต่อการอ่านและตัดสินใจของผู้ใช้งานเพื่อค้นหาผลิตภัณฑ์ที่สนใจหรือตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ของตนเอง

- 5) หน้ารายละเอียดเพิ่มเติม (More details page) เป็นหน้าสำหรับอ่านผลิตภัณฑ์โดยรายละเอียดในกรณีที่หน้ารายละเอียดผลิตภัณฑ์ซึ่งเป็นหน้าก่อนหน้าไม่มีการระบุไว้จึงมีปุ่มสำหรับอ่านเพิ่มเติมมายังหน้านี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 4.94 การเปรียบเทียบหน้ารายละเอียดเพิ่มเติมระหว่างเวอร์ชันเดิมกับเวอร์ชันใหม่

จากรูปที่ 4.94 แสดงถึงหน้ารายละเอียดเพิ่มเติมเวอร์ชันใหม่ที่มีการรวบรวมข้อมูลของผลิตภัณฑ์โดยละเอียดไว้เป็นหัวข้อต่างๆ โดยใช้เมนูแบบหุบขยาย (Accordion) ในการออกแบบ ซึ่งการทำงานของส่วนประกอบนี้สามารถ "ยุบ" (Collapse) หรือ "ขยาย" (Expand) เนื้อหาหรือส่วนของหน้าจอได้ หรือสามารถอธิบายได้ดังนี้

1. ยุบ (Collapse) หมายถึงการซ่อนเนื้อหาเพิ่มเติมที่ไม่จำเป็นต้องแสดงอยู่ตลอดเวลา เมื่อผู้ใช้คลิกหรือทำการกระทำใดๆ บนส่วนประกอบของเมนูจะยุบลงเพื่อประหยัดพื้นที่หรือเพื่อลดความซับซ้อนของหน้าจอ
2. ขยาย (Expand) หมายถึงการแสดงเนื้อหาเพิ่มเติมที่ถูกซ่อนไว้ เมื่อผู้ใช้งานต้องการดูข้อมูลเพิ่มเติมที่ถูกยุบไว้ภายใต้ส่วนประกอบเมนู จะสามารถคลิกหรือทำการกระทำบางอย่างเพื่อขยายส่วนนั้นและดูข้อมูลที่ซ่อนอยู่ได้

ดังนั้นเมนูหุบขยาย (Accordions) จึงเป็นเครื่องมือที่มีประโยชน์ในการจัดการกับพื้นที่จำกัดบนหน้าจอ โดยทำให้ผู้ใช้สามารถเข้าถึงเนื้อหาที่ต้องการได้อย่างมีประสิทธิภาพได้

4.5.3 ผลจากตัวชี้วัดประสิทธิภาพการออกแบบแอปพลิเคชัน

ผลจากการวัดการมีส่วนร่วมของผู้ใช้ (Engagement Rate) ในที่นี้คือจำนวนการคลิกเพื่อแสดงถึงความน่าสนใจและการตอบสนองของผู้ใช้ต่อหน้าจอที่ออกแบบ โดยผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลดังกล่าวเป็นเวลา 4 เดือนบนแอปพลิเคชันกับผู้ใช้งานจริง เพื่อเปรียบเทียบข้อมูลการมีส่วนร่วมของผู้ใช้ของหน้าจอส่วนเมนูบริการเวอร์ชันเก่าระหว่างวันที่ 1 กันยายน - 1 ตุลาคม พ.ศ. 2566 กับข้อมูลการมีส่วนร่วมของผู้ใช้ของหน้าจอส่วนเมนูบริการเวอร์ชันใหม่ที่ได้พัฒนาการออกแบบตั้งแต่เดือน 21 พฤศจิกายน - 22 มกราคม พ.ศ. 2567 โดยผลจากการวัดการมีส่วนร่วมของผู้ใช้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ชี้ให้เห็นได้ว่าการออกแบบเวอร์ชันใหม่มียอดการมีส่วนร่วมของผู้ใช้ที่สูงการการออกแบบเวอร์ชันก่อนหน้า ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.1 ผลลัพธ์การเปรียบเทียบยอดการมีส่วนร่วมผู้ใช้ระหว่างการออกแบบหน้าจอเวอร์ชันเก่ากับเวอร์ชันใหม่ ของแอปพลิเคชัน

ชื่อผลิตภัณฑ์ (Product name)	เวอร์ชันเก่า (2 เดือน)		เวอร์ชันใหม่ (2 เดือน)			ค่าความต่าง (ใหม่-เก่า)
	1 - 31 ก.ย. 2566	1 - 31 ต.ค. 2566	21 - 30 พ.ย. 2567	1 - 31 ธ.ค.2567	1 - 22 ม.ค. 2567	
	1. ค้นหาจากประเภทผลิตภัณฑ์ (Search by product category)					
1.1 บัญชีเงินฝาก (Deposit)	83413	90006	20021	118922	81101	46625
1.2 บัตรเครดิต (Credit Card)	189289	179052	13822	104707	82487	167325
1.3 ลงทุน (Investment)	11003	10539	1911	15198	10129	-5696
1.4 สินเชื่อ (Loan)	305790	297912	17449	168223	113740	304290
1.5 ประกัน (Insurance)	12193	11823	2163	15302	11301	-4750
2. ค้นหาจากเป้าหมาย (Search by goal)						
2.1 เงินพร้อมใช้ (Cash need)	0	0	18365	162288	110630	291283
2.2 บัตรเครดิตที่ใช้ (Right credit card)	0	0	9344	69994	59377	138715
2.3 ทำเงินงอกเงย (Growing money)	0	0	3069	25224	16212	44505
2.4 ซื้อรถ ซื้อบ้าน รีไฟแนนซ์ (Car and Home purchase or refinance)	0	0	2723	18981	14858	36562

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.5 ผลลัพธ์ ลดหย่อนภาษี (Tax deduction)	0	0	2009	17383	20118	39510
Total (Per Period)	601688	589332	90876	716222	519953	136031
Total (Version)	1,191,020		1,327,051			136,031

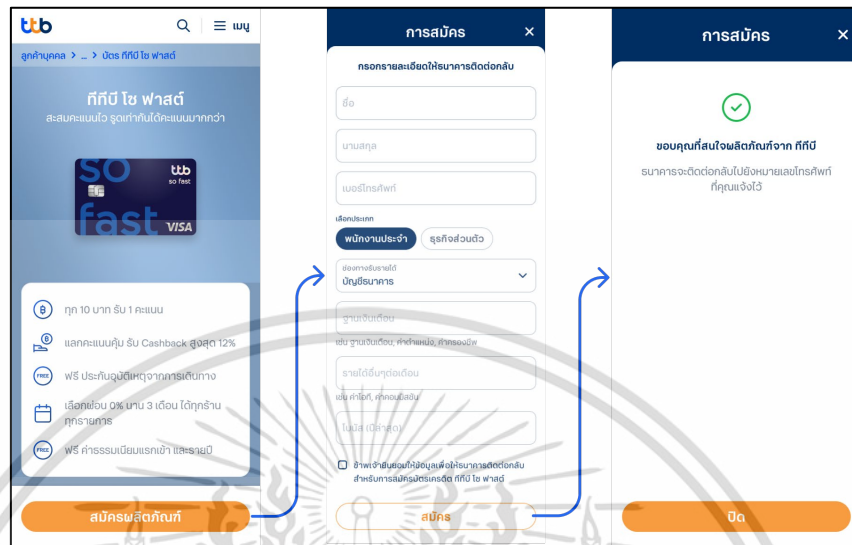
จากตารางที่ 4.1 พบว่าผลลัพธ์ยอดการมีส่วนร่วมของผู้ใช้ (Engagement Rate) หรือยอดการกดคลิกเพื่อทำรายการของหน้าจอที่ออกแบบเวอร์ชันใหม่มียอดรวมการมีส่วนร่วมที่สูงกว่าเวอร์ชันเก่าถึง 136,031 ครั้ง หรือคิดเป็น 14.41% และยังชี้ให้เห็นว่าถึงแม้ยอดการใช้งานของการค้นหาจากประเภทผลิตภัณฑ์ (Search by product category) จะมี 2 ผลลัพธ์ ได้แก่ ผลลัพธ์ที่ลงทุนและประกัน ที่การออกแบบเวอร์ชันใหม่นั้นจะมียอดที่ต่ำกว่าเล็กน้อยนั้น ไม่มีผลกระทบในแง่ลบต่อการขายหรือบริการ เนื่องจากข้อมูลของวิธีการค้นหาผลิตภัณฑ์จากเป้าหมาย (Search by goal) ที่มีการรวบรวมผลลัพธ์ที่ตอบโจทย์กับความต้องการทั้ง 5 เป้าหมายนั้นมียอดการมีส่วนร่วมที่สูงกว่ามากเมื่อเทียบกับส่วนต่างของเวอร์ชันเก่า ซึ่งตรงกับผลลัพธ์ที่ได้จากการทดสอบการใช้งาน (Usability test) ทั้ง 4 รอบของแอปพลิเคชันตามหัวข้อที่ 4.5.1 ที่ผู้ใช้มีแนวโน้มที่จะค้นหาผลิตภัณฑ์ตามเป้าหมายของตนเองก่อนการค้นหาตามประเภท สรุปได้ว่าการพัฒนาหน้าจอเมนูบริการของแอปพลิเคชันสามารถเพิ่มยอดการมีส่วนร่วมของผู้ใช้ (Engagement Rate) ได้เพิ่มมากขึ้นตามวัตถุประสงค์ของวิจัยในครั้งนี้ได้สำเร็จ

4.6 ผลการดำเนินของเว็บไซต์

4.6.1 ผลการทดสอบการใช้งานของเว็บไซต์

เมื่อมีการทำแบบจำลองเสร็จสิ้นแล้วในขั้นตอนต่อไปจะเป็นการดำเนินการทดสอบเพื่อทำการประเมินทั้งรูปแบบของเว็บไซต์และแอปพลิเคชัน โดยจะมีการประเมินในรูปแบบทั้งเป็นออนไลน์ (Onsite) และออนไลน์ (Online) ซึ่งจะดำเนินการทดสอบในช่วงอายุที่อยู่ในกลุ่มเป้าหมายที่กำหนดไว้ และในการทดสอบนี้จะเป็นการทดสอบที่ทำวนซ้ำจนสามารถสร้างประสบการณ์ผู้ใช้งานที่ดีให้แก่ผู้ใช้งานได้ ซึ่งในการทดสอบของแบบจำลองนี้จะสามารถอธิบายรายละเอียดได้ดังนี้

1) การทดสอบของเว็บไซต์ ครั้งที่ 1



รูปที่ 4.95 แบบจำลองหน้าจอเว็บไซต์รูปแบบโทรศัพท์ของหนึ่งในผลิตภัณฑ์จากทางธนาคาร

จากรูปที่ 4.95 แสดงถึงแบบการจำลองหน้าจอเว็บไซต์รูปแบบโทรศัพท์ของหนึ่งในผลิตภัณฑ์จากทางธนาคาร โดยในหน้าเว็บนี้จะเป็นการแสดงถึงรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ซึ่งหลังจากที่ทำการกดค้นหาจาก Google แล้วและเข้ามาผลิตภัณฑ์นี้ก็จะพบกับผลิตภัณฑ์ ซึ่งในเว็บไซต่นี้ก็สามารถสมัครผลิตภัณฑ์ได้เช่นกัน

1.1) วัตถุประสงค์ของการทดสอบในรอบที่ 1

ในวัตถุประสงค์ของการทดสอบเนื่องมาจากการจัดกลุ่มข้อมูลเว็บไซต่นั้นมีเยอะจนเกินไปจึงต้องการปรับเปลี่ยนให้เว็บไซต์เข้าใจได้ง่ายมากยิ่งขึ้น โดยจะมีวัตถุประสงค์ที่สามารถอธิบายได้ ดังนี้

- ด้านการใช้งาน (Usability) หน้าเว็บไซต์ช่วยในการค้นหาและสมัครผลิตภัณฑ์หรือไม่ อย่างไร
- ด้านประโยชน์ (Usefulness) มีองค์ประกอบอะไรที่เป็นประโยชน์ต่อความเข้าใจของผู้ใช้และสนใจในผลิตภัณฑ์มากยิ่งขึ้น
- ด้านเป้าหมายของธุรกิจ (Business Goal) เพื่อให้ผู้ใช้เข้าใจข้อมูลรายละเอียดในผลิตภัณฑ์และอ่านได้ง่ายขึ้น จนนำไปสู่การตัดสินใจสมัครผลิตภัณฑ์

1.2) การดำเนินผลการทดสอบในรอบที่ 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เป็นการทดสอบแบบมีภารกิจ (Task-Based Testing) โดยจัดการทดสอบผ่านออนไลน์ (Online) จำนวนผู้เข้าร่วมทดสอบ 8 คน เป็นระยะเวลา 60 นาที/คน

1.3) ผลการทดสอบในรอบที่ 1

โดยในการทดสอบนี้นั้นมีการเลือกผู้เข้าร่วมจะเป็นคนที่กำลังมองหาผลิตภัณฑ์นี้ อย่างน้อย 6 เดือน หรือ ผู้ที่เพิ่งทำการสมัครผลิตภัณฑ์ไม่เกิน 6 เดือน ซึ่งผลจากการวิเคราะห์ภารกิจเป็นดังรูป 4.95 ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

- การวิเคราะห์แบบจำลอง (Task Analysis) ผู้เข้าร่วมส่วนใหญ่เน้นขั้นตอนการสมัครผลิตภัณฑ์ได้อย่างราบรื่น

ตารางที่ 4.2 คำอธิบายสำหรับการวิเคราะห์แบบจำลอง

การทดสอบ	1	2	3	4	5	6	7	8	สรุป
ผลิตภัณฑ์	✓	✓	X	✓	✓	✓	✓	✓	✓

ในตารางนี้ถ้าหากมีสัญลักษณ์เป็นเครื่องหมายถูกต้อง (✓) คือผู้ใช้สามารถทำการทดสอบนั้นสำเร็จ แต่ถ้าหากเป็นเครื่องหมายผิด (X) นั่นคือผู้ใช้ไม่สามารถทำการทดสอบนั้นสำเร็จได้

- เกณฑ์การวัดคะแนน (Rating Score) โดยเฉลี่ยผู้เข้าร่วมรู้สึกพึงพอใจมากและเห็นว่าเว็บไซต์ใช้งานง่ายมาก โดยได้รับคะแนนพึงพอใจ 8 คะแนนเต็ม 10 คะแนน และคะแนนความใช้งานง่าย 9 คะแนนเต็ม 10 คะแนน
- การให้คำแนะนำ (Recommendations)



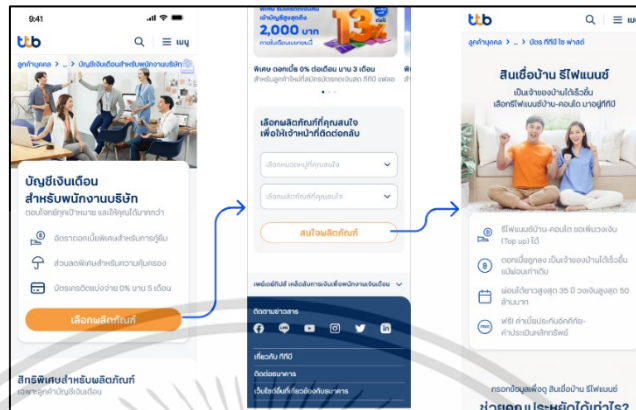
รูปที่ 4.96 ผลลัพธ์จากการทดสอบพบว่าผู้เข้าร่วมทดสอบรอบที่ 1

จากรูปที่ 4.96 แสดงถึงผลลัพธ์จากการทดสอบพบว่าผู้เข้าร่วมทดสอบ ดังนี้

1. โดยมีผู้เข้าร่วม 6 คนเสนอแนะ ให้รวมกันระหว่าง “จุดเด่นผลิตภัณฑ์” กับ “สิทธิประโยชน์และโปรโมชั่น” และการเพิ่มลิงค์ (Link) ข้อมูลเพิ่มเติม
 2. ผู้เข้าร่วม 5 คนเสนอแนะ ในส่วนของเสียงจากลูกค้าไม่มั่นใจว่าเป็นการรีวิวของผลิตภัณฑ์นี้หรือไม่ และการสมัครผ่านแอปพลิเคชันน่าจะง่ายกว่าการสมัครผ่านเว็บไซต์
 3. ผู้เข้าร่วม 3 คนเสนอแนะ ในการสมัครรู้สึกอยากสมัครผ่านเว็บไซต์มากกว่าเพราะไม่สะดวกโหลดแอปพลิเคชัน
- 1.4) ผลการอภิปรายในรอบที่ 1
- จากการทดสอบและการสัมภาษณ์ในครั้งนี้พบเห็นปัญหาจะหน้ารายละเอียดของผลิตภัณฑ์ (Landing Page) เป็นส่วนใหญ่ การขาดข้อมูลที่ครบถ้วน การนำเสนอข้อมูล การจัดวางและการจัดเรียงข้อมูลบนหน้าเว็บไซต์ยังมีความน่าสนใจน้อย จึงทำให้ความสนใจสมัครผลิตภัณฑ์นั้นมีน้อยลง จึงนำไปสู่การทดสอบในรอบที่ 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2) การทดสอบของเว็บไซต์ ครั้งที่ 2



รูปที่ 4.97 แบบจำลองหน้าจอเว็บไซต์รูปแบบโทรศัพท์ของเมนูบริการ Payroll

จากรูปที่ 4.97 แสดงถึงแบบการจำลองหน้าจอเว็บไซต์รูปแบบโทรศัพท์ของเมนูบริการ Payroll โดยในหน้าเว็บนี้จะเป็นการแสดงถึงสิทธิพิเศษที่พนักงานบริษัทจะได้รับ โดยหลังจากที่ทำการกดค้นหาจาก Google แล้วและเข้ามาผลิตภัณฑ์นี้ก็จะพบกับเมนูบริการ และสามารถค้นหาผลิตภัณฑ์ที่ต้องการสมัครได้ ซึ่งในเว็บไซต์นี้ก็สามารถสมัครผลิตภัณฑ์และไปหน้าผลิตภัณฑ์ที่สนใจได้

2.1) วัตถุประสงค์ของการทดสอบในรอบที่ 2

เพื่อทดสอบการใช้งานของทั้งเมนูบริการของผลิตภัณฑ์บัญชีเงินเดือนของเว็บไซต์ (Product shelf for payroll page) เกี่ยวกับการรับรู้สิทธิประโยชน์ของตนเองที่จะได้รับและสามารถเข้าไปถึงเว็บไซต์ของผลิตภัณฑ์ที่ต้องการจะสมัครได้หรือไม่ โดยจะมีวัตถุประสงค์ที่สามารถอธิบายได้ ผ่านการวัดผลด้านความใช้งานง่าย (Usability), ความเป็นประโยชน์ (Usefulness), ศักยภาพพฤติกรรมผู้ใช้ (Understanding) และด้านเป้าหมายของธุรกิจ (Business Goal)

2.2) การดำเนินผลการทดสอบในรอบที่ 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เป็นการทดสอบแบบมีภารกิจ (Task-Based Testing) โดยจัดการทดสอบผ่านจัดการทดสอบในสถานที่จริง (Onsite) จำนวนผู้เข้าร่วมทดสอบ 8 คน เป็นระยะเวลา 60 นาที/คน

2.3) ผลการทดสอบในรอบที่ 2

โดยในการทดสอบนี้นั้นมีการเลือกผู้เข้าร่วมจะเป็นคนที่ เป็นอาชีพพนักงานบริษัท หรือข้าราชการเท่านั้น ซึ่งผลจากการวิเคราะห์ภารกิจเป็นดังรูป 4.96 ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

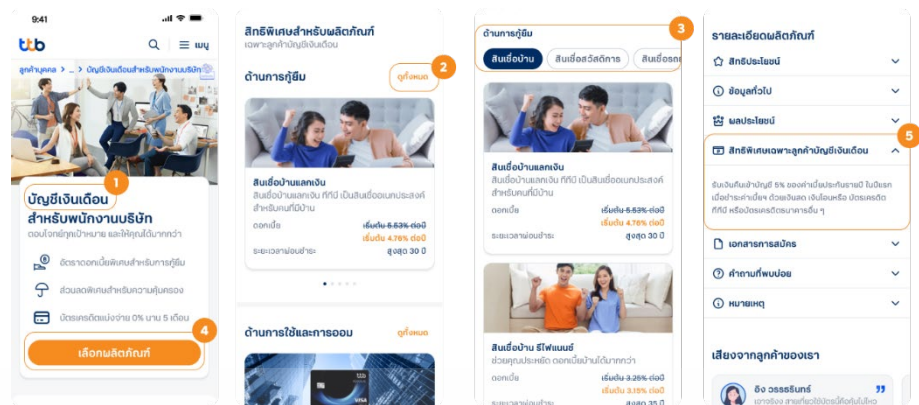
- การวิเคราะห์แบบจำลอง (Task Analysis) ผู้เข้าร่วมส่วนใหญ่เน้นขั้นตอนการสมัครผลิตภัณฑ์ได้อย่างราบรื่น

ตารางที่ 4.3 คำอธิบายสำหรับการวิเคราะห์แบบจำลอง

การทดสอบ	1	2	3	4	5	6	7	8	สรุป
ผลิตภัณฑ์	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	X	✓

ในตารางนี้ถ้าหากมีสัญลักษณ์เป็นเครื่องหมายถูกต้อง (✓) คือผู้ใช้สามารถทำการทดสอบนั้นสำเร็จ แต่ถ้าหากเป็นเครื่องหมายผิด (X) นั้นคือผู้ใช้ไม่สามารถทำการทดสอบนั้นสำเร็จได้

- เกณฑ์การวัดคะแนน (Rating Score) โดยเฉลี่ยผู้เข้าร่วมรู้สึกว่าจะสะดวกสามารถสมัครผลิตภัณฑ์ได้ง่าย มีข้อมูลในกล่องจุดเด่นซึ่งทำให้เห็นได้ชัดเจน อ่านแล้วเข้าใจ ไม่ต้องหารายละเอียดเพิ่ม สิทธิประโยชน์ต่าง ๆ ดูครบดี โดยได้รับคะแนนพึงพอใจ 8.7 คะแนนเต็ม 10 คะแนน
- การให้คำแนะนำ (Recommendations)



รูปที่ 4.98 ผลลัพธ์จากการทดสอบพบว่าผู้เข้าร่วมทดสอบรอบที่ 2

จากรูปที่ 4.98 แสดงถึงผลลัพธ์จากการทดสอบพบว่าผู้เข้าร่วมทดสอบ ดังนี้

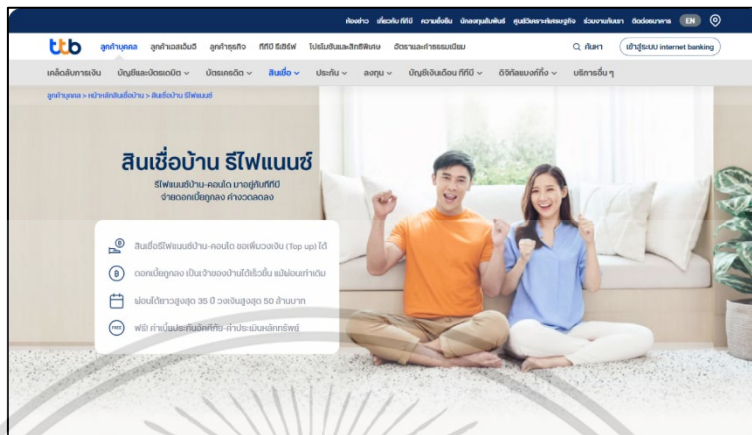
1. เรื่องปุ่มเลือกผลิตภัณฑ์อาจจะต้องมีการเปลี่ยนคำ (Copyright Writing) เพื่อให้ผู้ใช้ยากค้นหาข้อมในหน้านี้ยิ่งขึ้น
2. ปุ่ม ดูทั้งหมด ในหน้าเมนูบริการ Payroll มีขนาดที่ค่อนข้างเล็ก
3. ขอบการแบ่งประเภทหมวดหมู่ (Category) ดูได้ง่าย
4. ปุ่ม สมัครผลิตภัณฑ์ ในหน้าผลิตภัณฑ์ หากอยู่ตรงนี้อาจจะทำให้คนไม่เลื่อนลงไปดูในรายละเอียด
5. ในหน้าผลิตภัณฑ์ ผู้ใช้รู้สึกอยากให้มี "สิทธิพิเศษเฉพาะลูกค้าบัญชีเงินเดือน" อยู่ต้น ๆ ตั้งแต่แรกที่เข้ามาผลิตภัณฑ์

2.4) ผลการอภิปรายในรอบที่ 2

- จากการทดสอบและการสัมภาษณ์ในครั้งนี้พบเห็นปัญหาจะหน้าเมนูบริการ Payroll (Payroll Page) คือ การตั้งชื่อผลิตภัณฑ์ของ Payroll นั้นรู้สึกว่ายังชัดเจนไม่พอให้เข้าใจได้ และในหน้าของผลิตภัณฑ์ ผู้ใช้รู้สึกอยากให้มีการบอกว่าจะมีการติดต่อกลับหลังจากที่สมัครผลิตภัณฑ์เสร็จสิ้นแล้ว ในส่วนนี้จึงเป็นการสรุปผลสำหรับการปรับปรุงหน้าจอในการใช้งานของผู้ใช้งานต่อไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3) การทดสอบของเว็บไซต์ ครั้งที่ 3



รูปที่ 4.99 แบบจำลองหน้าจอเว็บไซต์รูปแบบเดสก์ท็อปของหนึ่งในผลิตภัณฑ์จากทางธนาคาร

จากรูปที่ 4.99 แสดงถึงแบบจำลองหน้าจอเว็บไซต์รูปแบบเดสก์ท็อปของหนึ่งในผลิตภัณฑ์จากทางธนาคาร โดยในหน้าเว็บนี้จะเป็นการแสดงถึงรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ซึ่งหลังจากที่ทำการกดค้นหาจาก Google แล้วและเข้ามาผลิตภัณฑ์นี้ก็จะพบกับผลิตภัณฑ์ ซึ่งในเว็บไซต์นี้ก็สามารถสมัครผลิตภัณฑ์ได้เช่นกัน

3.1) วัตถุประสงค์ของการทดสอบในรอบที่ 3

เพื่อทดสอบการใช้งานเว็บไซต์หน้ารายละเอียดผลิตภัณฑ์ในส่วนของเดสก์ท็อป (Product detail) เกี่ยวกับทดสอบการใช้งานเครื่องมือคำนวณ การครบถ้วนของข้อมูล และการเริ่มต้นเข้าไปสมัครผลิตภัณฑ์ จนถึงสามารถไปสมัครผลิตภัณฑ์ได้ โดยจะมีวัตถุประสงค์ที่สามารถอธิบายได้ ผ่านการวัดผลด้านความใช้งานง่าย (Usability), ความเป็นประโยชน์ (Usefulness) และศึกษาพฤติกรรมผู้ใช้ (Understanding)

3.2) การดำเนินผลการทดสอบในรอบที่ 3

เป็นการทดสอบแบบมีภารกิจ (Task-Based Testing) โดยจัดการทดสอบผ่านออนไลน์ (Online) จำนวนผู้เข้าร่วมทดสอบ 5 คน เป็นระยะเวลา 45 นาที/คน

3.3) ผลการดำเนินการทดสอบในรอบที่ 3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โดยในการทดสอบนี้นั้นมีการเลือกผู้เข้าร่วมจะเป็นคนที่มีผลิตภัณฑ์ประเภทนี้มาก่อนเท่านั้น ซึ่งผลจากการวิเคราะห์ภารกิจเป็นดังรูป 4.99 ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

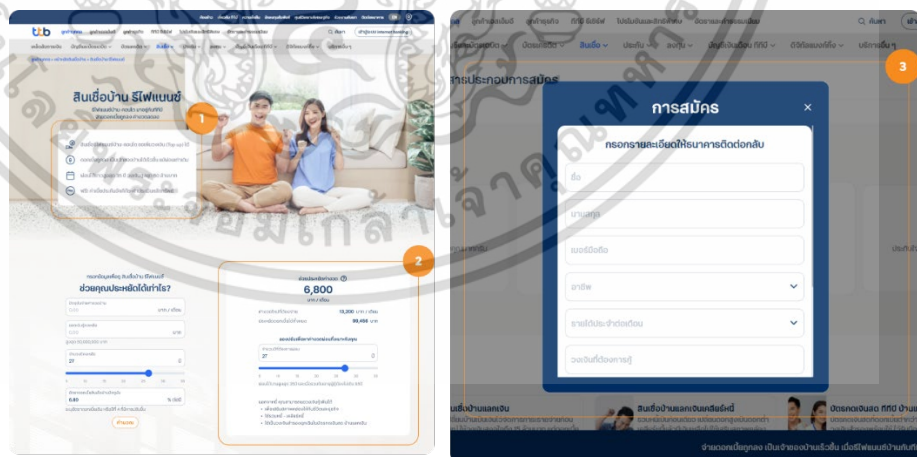
- การวิเคราะห์แบบจำลอง (Task Analysis) ผู้เข้าร่วมส่วนใหญ่ที่นั้นกดขั้นตอนการสมัครผลิตภัณฑ์ได้อย่างราบรื่น

ตารางที่ 4.4 คำอธิบายสำหรับการวิเคราะห์แบบจำลอง

การทดสอบ	1	2	3	4	5	สรุป
ผลิตภัณฑ์	✓	✓	✓	✓	X	✓

ในตารางนี้ถ้าหากมีสัญลักษณ์เป็นเครื่องหมายถูกต้อง (✓) คือผู้ใช้สามารถทำการทดสอบนั้นสำเร็จ แต่ถ้าหากเป็นเครื่องหมายผิด (X) นั้นคือผู้ใช้ไม่สามารถทำการทดสอบนั้นสำเร็จได้

- เกณฑ์การวัดคะแนน (Rating Score) โดยเฉลี่ยผู้เข้าร่วมรู้สึกว่าจะสะดวกสามารถสมัครผลิตภัณฑ์ได้ ใช้งานง่าย มีการแบ่งข้อมูลที่ดีและมีเครื่องในการคำนวณเบื้องต้นได้ด้วย โดยได้รับคะแนนพึงพอใจ 8 คะแนนเต็ม 10 คะแนน
- การให้คำแนะนำ (Recommendations)



รูปที่ 4.100 ผลลัพธ์จากการทดสอบพบว่าผู้เข้าร่วมทดสอบรอบที่ 3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากรูปที่ 4.100 แสดงถึงผลลัพธ์จากการทดสอบพบว่าผู้เข้าร่วมทดสอบ ดังนี้

2. ให้จุดเด่นของผลิตภัณฑ์นั้นมีปุ่มที่สามารถกดได้แล้วลงไปในส่วนของสิทธิประโยชน์
3. มีการสับสนหลังจากที่คำนวณ เพราะบางครั้งมีการกรอกข้อมูลไปแล้วมีการขึ้นว่า ประหยัด 0 บาท
4. มีการคิดว่าการสมัครผลิตภัณฑ์นั้นเป็นการสมัครเลยไม่ใช่การที่จะมีการมาขอข้อมูลหรือเอกสารเพิ่มเติม
 - แบบสอบถามสำหรับการทดสอบการใช้งาน (System Usability Scale) ซึ่งผลที่ออกมานั้นอยู่ในระดับเกณฑ์ที่ดี ซึ่งได้รับคะแนนเฉลี่ย 63.3 คะแนน

Participant	Statement 1	Statement 2	Statement 3	Statement 4	Statement 5	Statement 6	Statement 7	Statement 8	Statement 9	Statement 10	SUS Score	Grade
S1	2	1	5	1	3	3	5	1	5	2	75.0	C
S2	5	2	4	4	5	2	3	3	3	1	70.0	C
S3	2	5	2	2	3	2	5	1	5	4	70.0	C
S4	1	1	5	1	4	1	5	1	4	1	85.0	B
S5	3	1	5	5	5	1	4	1	4	1	80.0	B
AVERAGE SUS SCORE											63.3	

รูปที่ 4.101 ผลของการทำแบบสอบถามสำหรับการทดสอบการใช้งานแบบจำลองหน้าจอเว็บไซต์
รูปแบบเดสก์ท็อปของหนึ่งในผลิตภัณฑ์จากทางธนาคาร

3.4) ผลการอภิปรายในรอบที่ 3

- จากการทดสอบและการสัมภาษณ์ในครั้งนี้ พบเห็นปัญหาหน้ารายละเอียดผลิตภัณฑ์ในส่วนของเดสก์ท็อป (Product detail) คือต้องการจะอ่านรายละเอียดที่เยอะมากกว่านี้ในส่วนของสิทธิประโยชน์ และเสียงจากลูกค้าไม่มั่นใจว่าเป็นการรีวิวจริงหรือไม่อย่างไร จึงเป็นส่วนที่จะต้องทำการพัฒนาเพื่อปรับปรุงให้ประสบการณ์การใช้งานของผู้ใช้งานดีขึ้นต่อไป

4.6.2 ผลการทดสอบ A/B ของเว็บไซต์

เมื่อมีการทำแบบจำลองเสร็จสิ้นและได้ดำเนินการทดสอบและสัมภาษณ์ผู้ใช้งานเรียบร้อยแล้วในขั้นตอนต่อไปจะเป็นการดำเนินการทดสอบ A/B ของเว็บไซต์เพื่อทำการวัดผลสรุปออกมาได้ในลักษณะของตัวเลขและเก็บข้อมูลเพื่อนำไปวิเคราะห์ในด้านอื่น ๆ ซึ่งหลังจากได้ผลการเอกสารนี้เป็นเอกสารที่ส่งวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทดสอบ A/B เรียบร้อยแล้ว จะเป็นการนำมาพัฒนาและปรับปรุงในส่วนของเว็บไซต์โดยเป็นการเลือกจากค่าข้อมูลการวัดผลของแบบจำลองจากทีมผู้เชี่ยวชาญ และในการทดสอบของแบบจำลองในส่วน A/B จะสามารถอธิบายรายละเอียดได้ ดังนี้

1) การทดสอบ Fintips แบบปิดและเปิดข้อมูลภายในหัวข้อ



รูปที่ 4.102 การทดสอบ Fintips แบบปิดและเปิดข้อมูลภายในหัวข้อ

จากรูปที่ 4.102 แสดงถึงการทดสอบหน้าจอภายในเว็บไซต์ โดยมีการกำหนดหน้าจอเป็น A คือแบบปิดข้อมูลภายในหัวข้อ (Non-Active) และ B คือแบบเปิดข้อมูลภายในหัวข้อ (Active Fintips) โดยจะมีทั้งแบบเดสก์ท็อปและโทรศัพท์ ในการทดสอบนั้นจะเป็นการวัดว่าในส่วนของ Fintips มีผลอย่างไรต่อการสมัครผลิตภัณฑ์หรือไม่อย่างไร

Hypotheses				
When a drop-down menu is opened within the Fintips platform or interface, Has the potential to divert the attention of users Away from selecting or interacting with the "Drop lead" button.				
Metric	URL			
CTA Register button	https://www.ttbbank.com/th/personal/loans/home-loan/home-loan-refinance			
Total Session ผลรวมจำนวนผู้ใช้งานที่พบการทดลอง	Design A Session ผู้ใช้งานที่พบดีไซน์ "Non-Active"		Design B Session ผู้ใช้งานที่พบดีไซน์ "Active-Fintips"	
92,325	45,599		46,726	
	Desktop	Mobile	Desktop	Mobile
	9,171	36,646	8,988	38,160

รูปที่ 4.103 ผลของการเข้าถึงภายในเว็บไซต์การทดสอบ Fintips แบบปิดและเปิดข้อมูลภายใน หัวข้อระหว่างการทดสอบ A/B

จากรูปที่ 4.103 แสดงถึงผลของการเข้าถึงภายในเว็บไซต์การทดสอบ Fintips แบบปิดและเปิดข้อมูลภายในหัวข้อระหว่างการทดสอบ A/B โดยในการทดสอบนั้นจะเป็นการวัดว่าในส่วน ของ Fintips มีผลอย่างไรต่อการสมัครผลิตภัณฑ์หรือไม่อย่างไร ซึ่งในการทดสอบครั้งนี้มีผู้ใช้ที่ พบการทดสอบมีทั้งหมด 92,335 คน โดยหน้าจอ A แบบปิดข้อมูลภายในหัวข้อ (Non-Active) ผู้ใช้พบการออกแบบจำนวน 45,599 คน แบ่งเป็นเดสก์ท็อป 9,171 คน และโทรศัพท์ 36,646 คน ในส่วนของหน้าจอ B แบบเปิดข้อมูลภายในหัวข้อ (Active Fintips) มีผู้ใช้พบการออกแบบ จำนวน 46,726 คน แบ่งเป็นเดสก์ท็อป 8,988 คน และโทรศัพท์ 38,160 คน

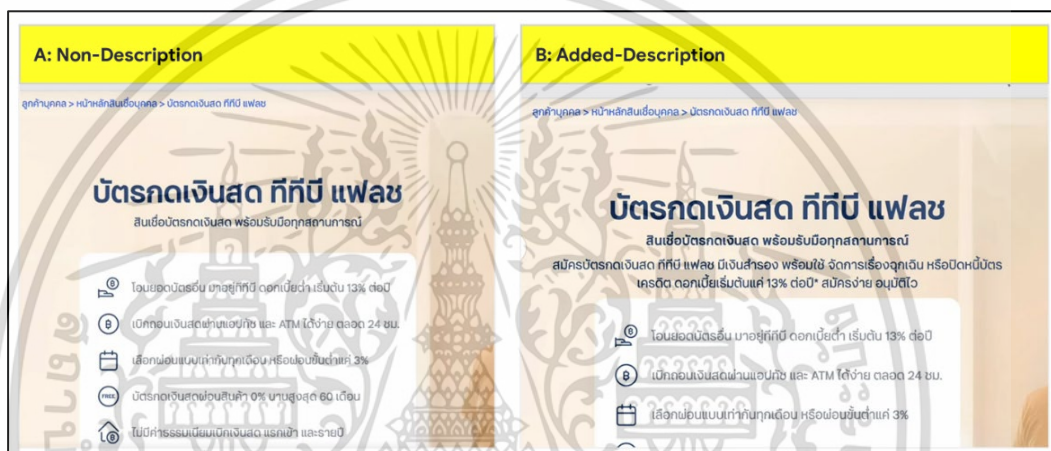


รูปที่ 4.104 ผลของการทดสอบ A/B ของเว็บไซต์ระหว่าง Fintips แบบปิดและเปิดข้อมูลภายใน หัวข้อ

จากรูปที่ 4.104 แสดงถึงผลของการทดสอบ A/B ของเว็บไซต์ระหว่าง Fintips แบบเปิดและปิดข้อมูลภายในหัวข้อ โดยหน้าจอ A แบบปิดข้อมูลภายในหัวข้อ (Non-Active) มีการทดสอบการ เองการนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลิตภัณฑ์ที่ 10.43 เปอร์เซ็นต์ และการกดเพื่ออ่านบทความ Fintips คือ 0 เปอร์เซ็นต์ ในส่วนของหน้าจอ B แบบเปิดข้อมูลภายในหัวข้อ (Active Fintips) การกดสมัครผลิตภัณฑ์ที่ 10.10 เปอร์เซ็นต์ และการกดเพื่ออ่านบทความ Fintips คือ 0.11 เปอร์เซ็นต์ เมื่อเทียบกับแล้วจะพบว่าในหน้าจอ B นั้นมีค่ายอดการตอบสนอง (Conversion Rate) ลดลงจากหน้าจอ A เท่ากับ 3.25 เปอร์เซ็นต์ แต่ก็ไม่สามารถสรุปได้ว่าหน้าจอ B นั้นมีผลลัพธ์น้อยกว่า เนื่องจากผลลัพธ์ไม่ได้แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ อ้างอิงจากค่าสถิติที่ P-Value ต้องมีค่ามากกว่า 0.05

2) การทดสอบคำบรรยายแบบสั้นและคำบรรยายแบบยาว



รูปที่ 4.105 การทดสอบคำบรรยายแบบสั้นและคำบรรยายแบบยาว

จากรูปที่ 4.105 แสดงถึงการทดสอบหน้าจอภายในเว็บไซต์ โดยมีการกำหนดหน้าจอเป็น A คือแบบคำบรรยายแบบสั้น (Non-Description) และ B คือแบบคำบรรยายแบบยาว (Added-Description) โดยจะมีทั้งแบบเดสก์ท็อปและโทรศัพท์ ในการทดสอบนั้นจะเป็นการวัดว่าในส่วนของคำบรรยายมีผลอย่างไรต่อการสมัครผลิตภัณฑ์หรือไม่อย่างไร

Hypotheses			
If we add a description to the banner, it may help users become more interested in applying.			
Metric	URL		
CTA Register button	https://www.ttbbank.com/th/personal/loans/personal-loan/flash-card		
Total Session ผลรวมจำนวนผู้ใช้งานที่พบการทดลอง	Design A Session ผู้ใช้งานที่พบดีไซน์ "Non-Description"	Design B Session ผู้ใช้งานที่พบดีไซน์ "Added-Description"	
123,322	62,467		60,855
	Desktop	Mobile	Desktop
	12,278	49,248	11,765
		Mobile	48,307

รูปที่ 4.106 ผลของการเข้าถึงภายในเว็บไซต์ การทดสอบคำบรรยายแบบสั้นและคำบรรยายแบบยาวระหว่างการทดสอบ A/B

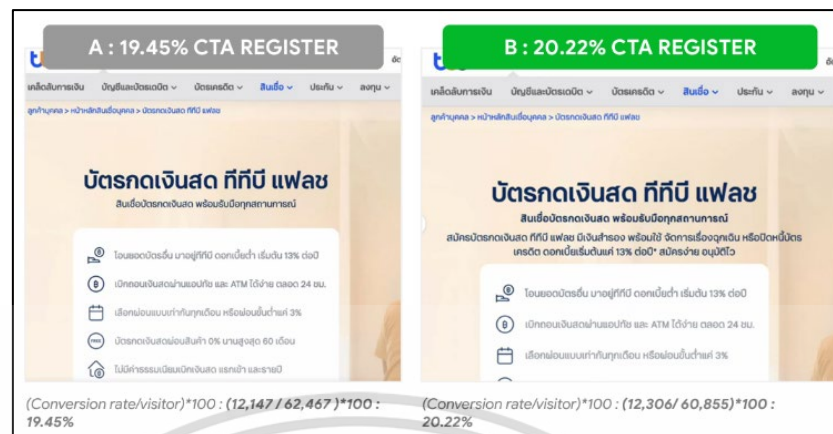
จากรูปที่ 4.106 แสดงถึงผลของการเข้าถึงภายในเว็บไซต์การทดสอบคำบรรยายแบบสั้นและคำบรรยายแบบยาวระหว่างการทดสอบ A/B โดยในการทดสอบนั้นจะเป็นการวัดว่าในส่วนของคำบรรยายมีผลต่อการสมัครผลิตภัณฑ์หรือไม่อย่างไร ซึ่งในการทดสอบครั้งนี้มีผู้ใช้ที่พบการทดสอบมีทั้งหมด 123,322 คน โดย A คำบรรยายแบบสั้น (Non-Description) มีผู้ใช้พบการออกแบบจำนวน 62,467 คน แบ่งเป็นเดสก์ท็อป 12,278 คน และโทรศัพท์ 49,248 คน ในส่วนของหน้าจอบ B คำบรรยายแบบยาว (Added-Description) มีผู้ใช้พบการออกแบบจำนวน 60,855 คน แบ่งเป็นเดสก์ท็อป 11,765 คน และโทรศัพท์ 48,307 คน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Event action	Design A	Design B
	จำนวนคนเลื่อนดูข้อมูล ต่อจำนวนคนทั้งหมด	จำนวนคนเลื่อนดูข้อมูล ต่อจำนวนคนทั้งหมด
50%	36.97%	38.76%
75%	29.66%	31.62%
100%	8.25%	8.33%

รูปที่ 4.107 ผลของจำนวนผู้ใช้ที่เลื่อนดูข้อมูลภายในเว็บไซต์ ของการทดสอบ คำบรรยายแบบสั้นและคำบรรยายแบบยาวระหว่างการทดสอบ A/B

จากรูปที่ 4.107 แสดงถึงผลของจำนวนผู้ใช้ที่เลื่อนดูข้อมูลภายในเว็บไซต์ ของการทดสอบคำบรรยายแบบสั้นและคำบรรยายแบบยาวระหว่างการทดสอบ A/B ซึ่งจะมีการแบ่งการเลื่อนดูจากการเริ่มเปิดเว็บไซต์ขึ้นมาจนถึงการเลื่อนดูในส่วนของเปอร์เซ็นต์ (Event action) ต่างๆ ออกเป็น 3 ส่วนคือ 50 เปอร์เซ็นต์ 75 เปอร์เซ็นต์ และ 100 เปอร์เซ็นต์ โดย A คำบรรยายแบบสั้น (Non-Description) ในระดับ 50 เปอร์เซ็นต์ มีการเลื่อนดูผลิตภัณฑ์ที่ 36.97 เปอร์เซ็นต์ ระดับ 75 เปอร์เซ็นต์ มีการเลื่อนดูผลิตภัณฑ์ที่ 29.66 เปอร์เซ็นต์ และระดับ 100 เปอร์เซ็นต์ มีการเลื่อนดูผลิตภัณฑ์ที่ 8.25 เปอร์เซ็นต์ ในส่วนของหน้าจอ B คำบรรยายแบบยาว (Added-Description) ในระดับ 50 เปอร์เซ็นต์ มีการเลื่อนดูผลิตภัณฑ์ที่ 38.76 เปอร์เซ็นต์ ระดับ 75 เปอร์เซ็นต์ มีการเลื่อนดูผลิตภัณฑ์ที่ 31.63 เปอร์เซ็นต์ และระดับ 100 เปอร์เซ็นต์ มีการเลื่อนดูผลิตภัณฑ์ที่ 8.33 เปอร์เซ็นต์ เมื่อเทียบกันแล้วจะพบว่า ในหน้าจอ B นั้นมีจำนวนผู้ใช้เลื่อนดูมาดูข้อมูลเพิ่มมากขึ้น ซึ่งหมายความว่าผู้ใช้มีความสนใจในการดูผลิตภัณฑ์มากยิ่งขึ้น เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



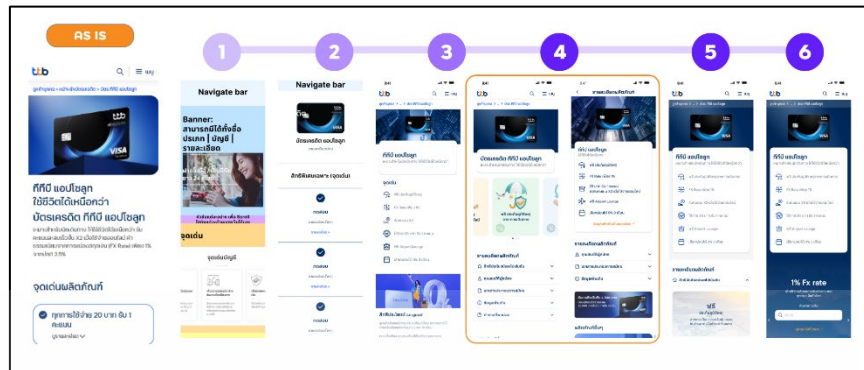
รูปที่ 4.108 ผลของการทดสอบ A/B ของเว็บไซต์ ระหว่างคำบรรยายแบบสั้นและคำบรรยายแบบยาว ระหว่างการทดสอบ A/B

จากรูปที่ 4.108 แสดงถึงผลของของการทดสอบคำบรรยายแบบสั้นและคำบรรยายแบบยาว ระหว่างการทดสอบ A/B โดย A คำบรรยายแบบสั้น (Non-Description) มีการเลื่อนดูมายังปุ่ม การกดสมัครผลิตภัณฑ์ที่ 19.45 เปอร์เซ็นต์ ในส่วนของหน้าจอ B คำบรรยายแบบยาว (Added-Description) การกดสมัครผลิตภัณฑ์ที่ 20.22 เปอร์เซ็นต์ เมื่อเทียบกันแล้วจะพบว่า ในหน้าจอ B นั้นมีค่ายอดการตอบสนอง (Conversion Rate) เพิ่มขึ้นจากหน้าจอ A ประมาณ 1 เปอร์เซ็นต์ แต่ไม่อาจทำให้สามารถสรุปได้ว่าหน้าจอ A นั้นมีผลลัพธ์น้อยกว่า เนื่องจากผลลัพธ์ไม่ได้แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ทำให้ไม่สามารถสรุปได้ว่าการที่ผู้ใช้งานเลื่อนดูข้อมูลเพิ่มมากขึ้นจากคำบรรยายแบบสั้นหรือแบบยาว หรือส่งผลให้ผู้ใช้งานสมัครผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้น โดยจากปัญหาที่ไม่สามารถสรุปผลและแก้ปัญหาได้ จึงได้มีการแก้ปัญหาจากภายในทีมจากข้อมูลที่ได้มาทั้งเลขจำนวนการเลื่อนผ่านและการเข้าถึง โดยสรุปผลให้ใช้เป็นคำบรรยายที่สามารถมีรูปแบบให้ไม่เกิน 2-3 บรรทัดในรูปแบบหน้าจอโทรศัพท์ ซึ่งทำให้คำบรรยายนั้นไม่มากและไม่น้อยเกินไป และยังทำให้ผู้ใช้งานยังเข้าใจถึงผลิตภัณฑ์ดังกล่าวจนนำไปสู่การสมัครผลิตภัณฑ์ได้

4.6.3 ผลลัพธ์การออกแบบหน้าจอของเว็บไซต์

หลังจากที่มีการรวบรวมความคิดเห็น ค้นคว้า และนำมาทำการวิเคราะห์แล้วและได้กลุ่มเป้าหมายและเส้นทางการใช้งานต่าง ๆ ซึ่งในขั้นตอนนี้จะเป็นการหาแนวทางการแก้ไข ปัญหาที่เกิดขึ้นจากการออกแบบเดิมมาปรับเปลี่ยนและพัฒนาเป็นการออกแบบใหม่ที่ดีกว่าเดิม โดยจะทำการออกแบบเป็นแบบจำลองเพื่อที่จะนำไปทดสอบต่อไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

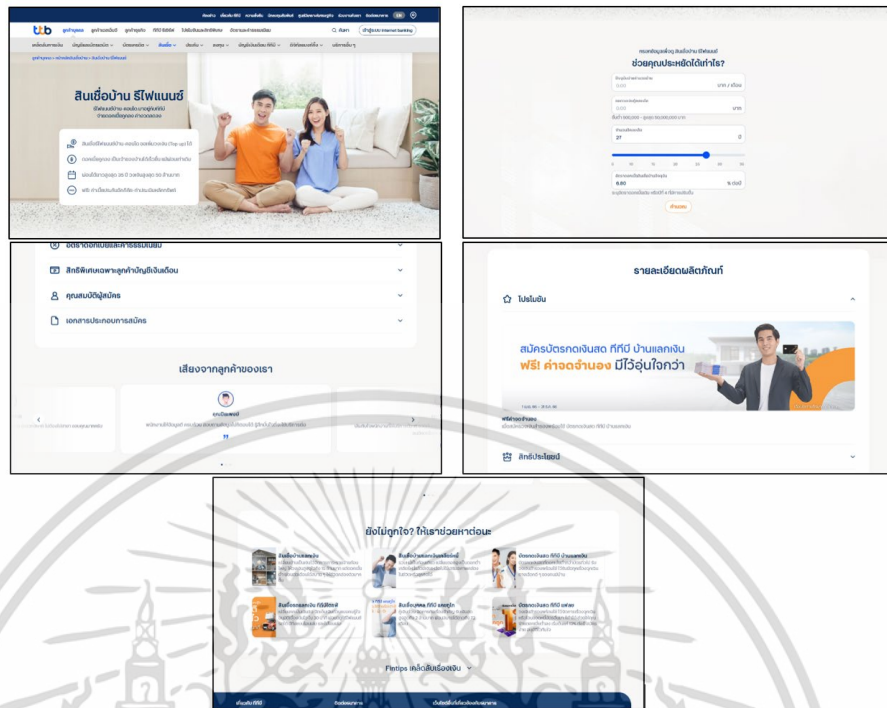


รูปที่ 4.109 ตัวอย่างการเปลี่ยนแปลงจากขั้นตอนการร่างถึงขั้นตอนการจำลองหน้าจอ



รูปที่ 4.110 ตัวอย่างแบบจำลองหน้าจอของแอปพลิเคชันและเว็บไซต์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปที่ 4.111 แบบจำลองหน้าจอเว็บไซต์รูปแบบเดสก์ท็อปของหนึ่งในผลิตภัณฑ์จากทางธนาคาร



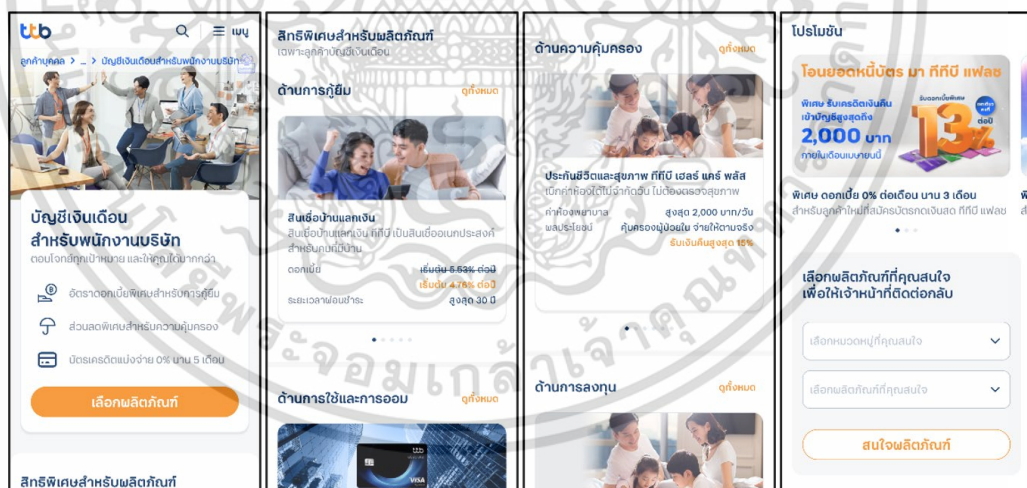
รูปที่ 4.112 แบบจำลองหน้าจอเว็บไซต์รูปแบบโทรศัพท์ของหนึ่งในผลิตภัณฑ์จากทางธนาคาร

จากรูปที่ 4.109 ถึง 4.112 แสดงถึงแบบการจำลองหน้าจอเว็บไซต์รูปแบบเดสก์ท็อปและโทรศัพท์ของหนึ่งในผลิตภัณฑ์จากทางธนาคาร โดยในหน้าเว็บนี้จะเป็นการแสดงถึงรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ซึ่งหลังจากที่ทำการกดค้นหาแล้วและเข้ามาผลิตภัณฑ์นี้จะพบทั้งหมด 4 ส่วนคือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- 1) ส่วนของแบนเนอร์ (Banner) โดยเริ่มแรกจะเป็นการเปิดมาด้วยชื่อผลิตภัณฑ์ รายละเอียดผลิตภัณฑ์แบบสั้น ๆ เพื่อให้ผู้ใช้งานได้พอเข้าใจในผลิตภัณฑ์ และ จุดเด่นของผลิตภัณฑ์
- 2) ส่วนของการคำนวณ เป็นส่วนที่สามารถให้ผู้ใช้งานประเมินการรีไฟแนนซ์ได้ด้วยตนเอง ว่ามีการประหยัดจากค่างวดบ้านเดิมได้เท่าไร
- 3) ส่วนของรายละเอียดผลิตภัณฑ์ เป็นส่วนที่ให้ผู้ใช้งานได้อ่านรายละเอียดเกี่ยวกับ ผลิตภัณฑ์ทั้ง โปรโมชั่น สิทธิประโยชน์ ข้อมูลทั่วไป อัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียม สิทธิพิเศษ คุณสมบัติผู้สมัคร และเอกสารประกอบการสมัคร
- 4) ส่วนของความเห็นลูกค้าและผลิตภัณฑ์ เป็นส่วนที่ทางองค์กรจะนำความเห็นจากผู้ใช้ผลิตภัณฑ์นี้มานำเสนอให้ผู้ใช้งานใหม่ ๆ ได้ทราบ และส่วนสุดท้ายจะเป็นส่วนที่ไว้ให้ผู้ใช้งานสามารถศึกษาหรือดูผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ที่ใกล้เคียงในการตัดสินใจสมัครได้เช่นกัน

โดยในการเลื่อนหน้าจอจะมีปุ่มการสมัครไปเรื่อย ๆ เนื่องจากหากผู้ใช้งานต้องการที่จะสมัครก็สามารถทำการกดสมัครได้ทันที และในการมีส่วนนี้ทำให้ผู้ใช้ไม่เกิดความสับสนรวมถึงลดการสลับหน้าจอ



รูปที่ 4.113 แบบจำลองหน้าจอเว็บไซต์รูปแบบโทรศัพท์ของเมนูบริการ Payroll

จากรูปที่ 4.113 แสดงถึงแบบจำลองหน้าจอเว็บไซต์รูปแบบโทรศัพท์ของเมนูบริการ Payroll โดยในหน้าเว็บนี้จะเป็นการแสดงถึงสิทธิพิเศษของพนักงานบริษัทโดยจะมีในแต่ละด้านคือ ด้านการกู้ยืม ด้านการใช้และการออม ด้านความคุ้มครอง และด้านการลงทุน รวมถึงก็จะมีโปรโมชั่น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ให้ผู้ใช้ได้ทราบและหากผู้ใช้มีความสนใจในผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในหน้าเมนูบริการก็สามารถกดที่สนใจผลิตภัณฑ์แล้วก็จะทำการไปที่หน้าผลิตภัณฑ์นั้น ๆ

4.7 ผลการดำเนินการจากการพัฒนาโปรแกรม (Develop)

หลังจากแบบจำลองสุดท้ายที่มาจากการออกแบบและทดสอบการใช้งานทั้งเว็บไซต์และแอปพลิเคชัน ผลลัพธ์สุดท้ายของการประเมินหลังจากมีการแก้ไขจุดที่บกพร่องเสร็จเรียบร้อยแล้ว ขั้นตอนถัดมาจะเป็นการเขียนโปรแกรมซึ่งในที่นี้จะเป็นการเขียนโปรแกรมของเว็บไซต์ที่เป็นหน้าเมนูบริการของ Payroll และหน้าหนึ่งในผลิตภัณฑ์ของธนาคาร โดยงานวิจัยดำเนินการเขียนเพียงส่วนของ Front-End เท่านั้นและการพัฒนาในส่วนนี้จะเป็นการใช้ Next.js ทั้งเว็บไซต์ในการดำเนินงานซึ่งในแต่ละส่วนจะสามารถอธิบายได้ ดังนี้



รูปที่ 4.114 ผลลัพธ์หน้าเมนูบริการของ Payroll และหน้าหนึ่งในผลิตภัณฑ์ของธนาคาร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.7.1 ส่วนของแถบด้านบน (Navigation Bar)

```

8      <div className={navBarStyles.firstRow}>
9        <Link href="#" className={navBarStyles.navbarTopic}>ห้องข่าว</Link>
10       <Link href="#" className={navBarStyles.navbarTopic}>เกี่ยวกับ ที่ที่มี</Link>
11       <Link href="#" className={navBarStyles.navbarTopic}>ความยั่งยืน</Link>
12       <Link href="#" className={navBarStyles.navbarTopic}>นักลงทุนสัมพันธ์</Link>
13       <Link href="#" className={navBarStyles.navbarTopic}>ศูนย์วิเคราะห์เศรษฐกิจ</Link>
14       <Link href="#" className={navBarStyles.navbarTopic}>ร่วมงานกับเรา</Link>
15       <Link href="#" className={navBarStyles.navbarTopic}>ติดต่อธนาคาร</Link>
16       <Button className={navBarStyles.buttonEn} radius="lg" uppercase w={35} h={21} size="sm">EN</Button>
17       <Button className={navBarStyles.buttonPinWithoutHover} variant="subtle" size="xs" radius="xl" compact>
18         <div>
19           <Image src="/icons/pin.png" className={navBarStyles.whitePin}></Image>
20           <Image src="/icons/pin-hover.png" className={navBarStyles.orangePin}></Image>
21         </div>
22       </Button>
23     </div>
24     <div className={navBarStyles.secondRow}>
25       <Button className={navBarStyles.ttbLogo} variant="subtle">
26         <Image src="/images/logo.png" />
27       </Button>
28       <Link href="#" className={navBarStyles.navbar2FirstTopic}>ลูกค้าบุคคล</Link>
29       <Link href="#" className={navBarStyles.navbar2Topic}>ลูกค้าเอสเอ็มอี</Link>
30       <Link href="#" className={navBarStyles.navbar2Topic}>ลูกค้าธุรกิจ</Link>
45     <div className={navBarStyles.thirdRow}>
46       <div className={navBarStyles.triangle}>
47         <Image src="/icons/triangle.png"></Image>
48       </div>
49       <Link href="#" className={navBarStyles.navbar3Topic}>ผลิตภัณฑ์การเงิน</Link>
50       <Button className={navBarStyles.buttonChevronWithoutHover} variant="subtle" size="xs" radius="xl" compact>
51         <Text className={navBarStyles.categoryWord}>บัญชีเงินฝากพิเศษ</Text>
52         <div>
53           <Image src="/icons/ChevronDown-grey.svg" className={navBarStyles.grayChevron}></Image>
54           <Image src="/icons/ChevronDown-blueTint.svg" className={navBarStyles.navyChevron}></Image>
55         </div>
56       </Button>
57       <Button className={navBarStyles.buttonChevronWithoutHover} variant="subtle" size="xs" radius="xl" compact>
58         <Text className={navBarStyles.categoryWord}>บัตรเครดิต</Text>
59         <div>
60           <Image src="/icons/ChevronDown-grey.svg" className={navBarStyles.grayChevron}></Image>
61           <Image src="/icons/ChevronDown-blueTint.svg" className={navBarStyles.navyChevron}></Image>
62         </div>
63       </Button>
64       <Button className={navBarStyles.buttonChevronWithoutHover} variant="subtle" size="xs" radius="xl" compact>
65         <Text className={navBarStyles.categoryWord}>บริการอื่น ๆ</Text>
66         <div>
67           <Image src="/icons/ChevronDown-grey.svg" className={navBarStyles.grayChevron}></Image>
68           <Image src="/icons/ChevronDown-blueTint.svg" className={navBarStyles.navyChevron}></Image>
69         </div>
70       </Button>

```

รูปที่ 4.115 ตัวอย่างโค้ดของส่วนแถบด้านบน (Navigation Bar)

จากรูปที่ 4.115 สามารถอธิบายได้ว่าจะมีการแบ่งออกเป็น 3 กล่อง (Division) ซึ่งจะแบ่งเป็นแถบแถวแรก แถวที่สอง และแถวที่สามตามลำดับ โดยแถวแรกจะมีข้อความที่เป็นหัวข้อปุ่มเปลี่ยนภาษาโดยจะเป็นขนาดเล็ก (sm) และมีไอคอน (Icon) ที่สามารถเปลี่ยนสีได้โดยหากไม่ได้เอาเมาส์ไปวางตรงไอคอน (Icon) ก็จะเป็นสีขาว หากเอาเมาส์ไปวาง (Hover) ก็จะเป็นสีน้ำเงินเข้ม ไอคอนสีน้ำเงินเข้ม ต่อมาแถวที่สองจะมีการเพิ่มในส่วนของโลโก้ (Logo) ธนาคาร และใส่หัวข้อตามลำดับ และส่วนสุดท้ายแถวที่สามจะเป็นหัวข้อที่เรียงกันตามลำดับ โดยบางหัวข้อที่เป็น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประเภทของผลิตภัณฑ์ทางธนาคารก็จะมีกรใส่ไอคอนลูกศรลงเพื่อทำการบ่งบอกว่าสามารถเลือกดูผลิตภัณฑ์ได้ในตรงนี้

4.7.2 ส่วนของแบนเนอร์ (Banner)



```

154 <div className={bodyStyles.imageContainer}>
155 
156 </div>
157
158 <div className={bodyStyles.textTitle}>
159 สินเชื่อบ้าน รีไฟแนนซ์
160 </div>
161
162 <div className={bodyStyles.textDesc}>
163 เป็นเงินผ่อนบ้านได้เร็วขึ้น ดอกเบี้ยแทนบ้าน-คอนโด ภาษีที่ต่ำ
164 </div>
165
166 <div className={bodyStyles.textContainer}>
167
168 <div className={bodyStyles.textLine}>
169 <Image src="/icons/Productloan.svg" width={36} height={36}></Image>
170 รีไฟแนนซ์บ้าน-คอนโด ช่างที่วางเงินได้
171 </div>
172
173 <div className={bodyStyles.textLine}>
174 <Image src="/icons/BIH.svg" width={36} height={36}></Image>
175 ดอกเบี้ยลดลง เป็นเจ้าของบ้านได้เร็วขึ้น ทรัพย์สินเพิ่ม
176 </div>
177
178 <div className={bodyStyles.textLine}>
179 <Image src="/icons/Calendar.svg" width={36} height={36}></Image>
180 ผ่อนได้ยาวสูงสุด 35 ปี วงเงินสูงสุด 50 ล้านบาท
181 </div>
182
183 <div className={bodyStyles.textLine}>
184 <Image src="/icons/ProductAllFree.svg" width={36} height={36}></Image>
185 ฟรี! ค่าบริการทุกชนิดด้วย ค่าประเมินหลักประกัน
    
```

รูปที่ 4.116 ตัวอย่างโค้ดของส่วนของแบนเนอร์ (Banner)

จากรูปที่ 4.116 สามารถอธิบายได้ว่าในส่วนแรกจะมีการสร้างกล่องที่ไว้วางรูปภาพด้านหลัง ต่อมา ก็จะเป็นการใส่หัวข้อและข้อความบรรยายสั้น ๆ และในส่วนของจุดเด่นผลิตภัณฑ์จะเป็นการสร้างกล่องมาและมีการใส่ไอคอนที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลและใส่ข้อมูลเรียงกันตามลำดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.7.3 ส่วนของการ์ดที่มีแท็กและไม่มีแท็ก (Tag)



รูปที่ 4.117 ตัวอย่างโค้ดของส่วนของการ์ดที่มีแท็กและไม่มีแท็ก (Tag)

จากรูปที่ 4.117 สามารถอธิบายได้ว่าในการ์ดที่มีแท็กนั้นจะมีการสร้างกล่องขึ้นมาในการใส่รูปภาพ กำหนดชื่อหัวข้อ รายละเอียดผลิตภัณฑ์แบบสั้น มีการกำหนดพื้นที่ด้านบน (Margin Top) เพื่อที่จะทำการใส่ข้อมูลเด่นของผลิตภัณฑ์ในกล่องเป็น 2 บรรทัด และสุดท้ายจะเป็นการใส่แท็ก (Tag) ส่วนในกรณีที่การ์ดไม่มีแท็กจะเป็นในรูปแบบเดียวกันเพียงแต่ไม่มีในโค้ดส่วนของแท็กเพิ่มมาเท่านั้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.7.4 ส่วนการคำนวณ



รูปที่ 4.118 ตัวอย่างโค้ดของส่วนการคำนวณ

จากรูปที่ 4.118 สามารถอธิบายได้ว่าในการจะทำการคำนวณจะมีการแบ่งกล่องออกเป็น 2 กล่อง โดยกล่องแรกที่อยู่กล่องซ้ายจะเป็นกล่องไว้สำหรับการกรอกข้อมูลเพื่อทำการคำนวณ โดยก็จะมีการกำหนดให้แต่ละช่องสามารถใส่ตัวเลขเข้าไปได้เท่านั้น โดยก็จะมีการเฝ้าตามแต่ละกล่องกำหนด นอกเหนือจากนั้นจะเป็นการที่ปุ่มกลม ๆ ในส่วนของจำนวนปีสามารถเลื่อนไปมาได้ (Slider) และก็มีปุ่มไว้สำหรับทำการคำนวณ แต่เนื่องจากกรณีนี้ทำเพียงแต่ Front-End จึงไม่สามารถทำการคำนวณได้จริง จึงเกิดเป็นกล่องด้านขวาขึ้นมา โดยกล่องด้านขวาเป็นเพียงจำลองขึ้นถ้าหากการคำนวณออกมาแล้วนั้นหน้าตาแบบจำลองประมาณนี้ ซึ่งในด้านขวานั้นจะเป็นหัวข้อ ผลการคำนวณ ช่องไว้สำหรับกรอกจำนวนปีค่างวด และคำแนะนำต่าง ๆ เพิ่มเติม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.7.5 ส่วนรายละเอียดผลิตภัณฑ์

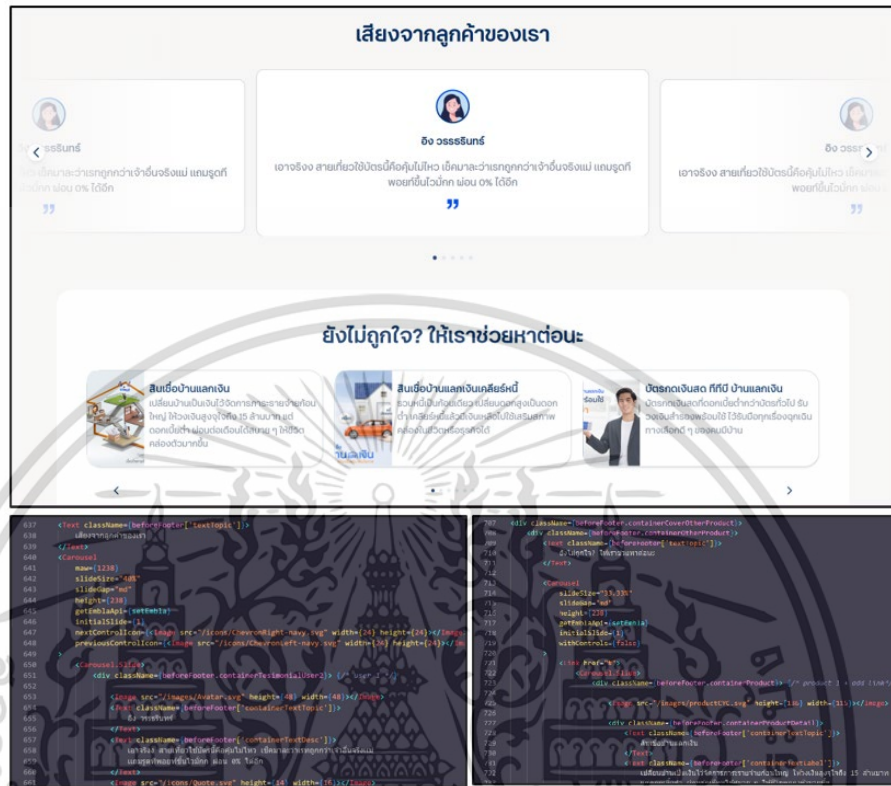


รูปที่ 4.119 ตัวอย่างโค้ดของส่วนรายละเอียดผลิตภัณฑ์

จากรูปที่ 4.119 สามารถอธิบายได้ว่า ในส่วนแรกจะเป็นการสร้างกล่องมาเพื่อกำหนดขอบเขตของส่วนรายละเอียดผลิตภัณฑ์ และ แท็บสำหรับการเปิด-ปิด (Accordion) โดยในส่วน of โปรโมชั่นที่ทำการขยายออกมา (Expand) สามารถหุบปิดได้เช่นกัน (Collapse) ซึ่งในหัวข้อนี้ก็จะ มี รูปภาพ หัวข้อ และข้อความบรรยายโปรโมชั่นแบบสั้น ๆ ซึ่งในส่วนนี้หากมีมากกว่า 1 โปรโมชั่นจะสามารถทำการเลื่อนไปมาได้ (Carousel) แต่ในส่วนอื่น ๆ จะเป็นการเขียนโค้ดเพียงหุบปิด (Collapse) ไว้เท่านั้น โดยจะมีเป็นไอคอน (Icon) ตามลักษณะหัวข้อขนาด 24 พิกเซล และหัวข้อ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.7.6 ส่วนของความเห็นลูกค้าและผลิตภัณฑ์อื่น ๆ

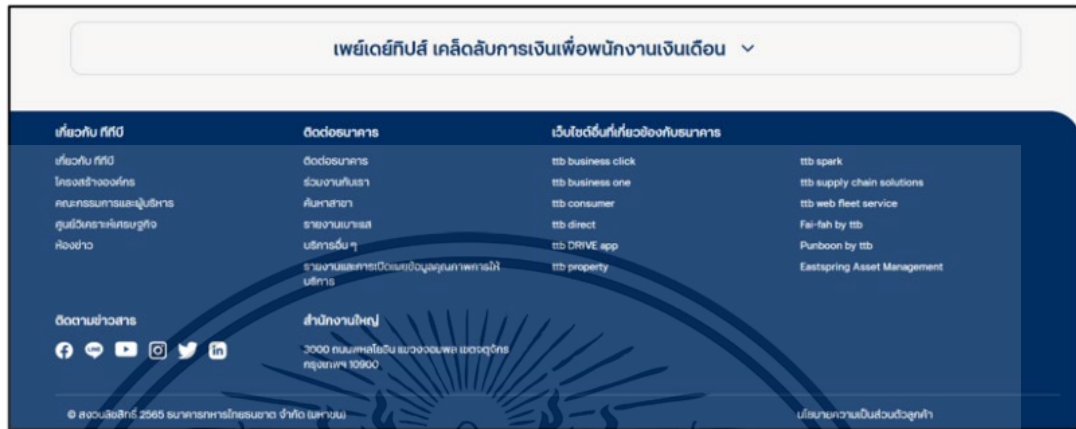


รูปที่ 4.120 ตัวอย่างโค้ดของส่วนความเห็นลูกค้าและผลิตภัณฑ์อื่น ๆ

จากรูปที่ 4.120 สามารถอธิบายได้ว่าในส่วนของความเห็นลูกค้าจะมี หัวข้อ และในส่วนที่เป็นการเล่นไปมาซ้ายขวา (Carousel) ได้ ซึ่งในแต่ละกล่องก็จะมี รูปภาพ ชื่อ ข้อความ และ ไอคอน (icon) ในส่วนต่อมาเป็นส่วนของผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ซึ่งในส่วนนี้ก็จะเป็นการสร้างกล่องขึ้นมาไว้สำหรับแต่ละผลิตภัณฑ์ โดยก็จะมี รูปภาพที่ไว้อยู่ทางซ้ายสุด ชื่อผลิตภัณฑ์ และ ข้อความของแต่ละผลิตภัณฑ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.7.7 ส่วนของแถบส่วนล่าง (Footer)



```

export default function Comp_Footer() {
  return (
    <div className={Footer.container}>
      <div className={Footer.rectangle}>
        <div className={Footer.rectangle}>
          <div className={Footer.containerTextFlow}>
            
            
            
            
            
            
          </div>
          <div className={Footer.containerTextCol}>
            <text className={Footer.textTopic2}>
              สานักข่าว
            </text>
            <div className={Footer.containerTextFlow}>
              
              
              
              
              
              
            </div>
            <div className={Footer.containerTextCol}>
              <text className={Footer.textTopic1}>
                สำนักงานใหญ่
              </text>
              <text className={Footer.textTopic3}>
                3000 ถนนพหลโยธิน แขวงจตุจักร เขตจตุจักร กรุงเทพฯ 10900
              </text>
            </div>
          </div>
        </div>
      </div>
    </div>
  )
}

```

รูปที่ 4.121 ตัวอย่างโค้ดของส่วนแถบส่วนล่าง (Footer)

จากรูปที่ 4.121 สามารถอธิบายได้ว่าจะเป็นการสร้างกล่องไว้สำหรับการเก็บแถบส่วนล่างทั้งหมดโดยก็จะแบ่งเป็นถ้าเกิดเป็นการเรียงหัวข้อแบบคอลัมน์ (Column) ก็จะเก็บไว้ในส่วนนี้ แต่ถ้าหากเป็นแนวนอน (Row) อย่างเช่น การติดตามข้อมูลข่าวสารที่เป็นไอคอน (Icon) ก็จะทำให้การใส่ไว้ในส่วนนี้ โดยในแต่ละไอคอน (icon) จะมีขนาด 21 พิกเซล เท่ากันทั้งหมด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

หลังจากที่มีการออกแบบหน้าจอของเมนูบริการจากประสบการณ์ผู้ใช้งานแอปพลิเคชันและเว็บไซต์ของธนาคารและพัฒนาการเขียนโปรแกรมในส่วน Front-End แล้วนั้นพบว่าสามารถดำเนินการตามกระบวนการประสบการณ์ผู้ใช้งาน (UX Process) ได้อย่างครบถ้วนจนได้ถึงผลลัพธ์แบบจำลองสุดท้ายไปสร้างเป็นส่วนต่อประสานผู้ใช้งานจริงทั้งเว็บไซต์และแอปพลิเคชัน

5.1 สรุปผลการวิจัย

การออกแบบหน้าจอของเมนูบริการจากประสบการณ์ผู้ใช้งานแอปพลิเคชันและเว็บไซต์ของธนาคารและพัฒนาการเขียนโปรแกรมในส่วน Front-End โดยเริ่มแรกนั้นมีวัตถุประสงค์เพื่อที่จะเพิ่มยอดการเข้าถึงของผู้ใช้งาน (Engagement Rate) จนทำให้องค์กรได้รับผลประโยชน์จากส่วนนี้มากยิ่งขึ้นได้ และสามารถเพิ่มความพึงพอใจให้แก่ผู้ใช้งาน สามารถสร้างประสบการณ์ที่ดีให้แก่ผู้ใช้งานขณะที่ใช้ รวมทั้งสามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นเบื้องต้นด้วยตนเองโดยไม่ต้องไปยังที่ธนาคารสาขาเพื่อแก้ไขปัญหา ซึ่งจะสามารถลดระยะเวลาของผู้ใช้งานได้ ซึ่งมีการดำเนินการตามกระบวนการประสบการณ์ผู้ใช้งาน (UX Process) และเริ่มต้นด้วยการสร้างกลยุทธ์ (Strategy) คือ การที่ตั้งเป้าหมายและสิ่งที่คาดหวังว่าจะมีการเปลี่ยนแปลงในรูปแบบเว็บไซต์และแอปพลิเคชันอย่างไร ต่อมาคือสิ่งที่ต้องทำการค้นคว้าหาสิ่งว่าผู้ใช้มีปัญหาที่ตรงไหน อย่างไร โดยการรวบรวมข้อมูลผ่านการทำแบบสอบถามที่จะได้เป็นข้อมูลเชิงปริมาณ และการสัมภาษณ์ที่จะได้ข้อมูลเชิงลึกว่าหรือเจาะประเด็นได้มากกว่าในการทำแบบสอบถาม ซึ่งเรียกได้ว่าเป็นข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยหลังจากที่มีการรวบรวมแล้วนั้นก็จะสามารถค้นหากลุ่มเป้าหมาย ปัญหาที่ผู้ใช้งานพบเป็นส่วนใหญ่ และก็จะมาสร้างเป็นกลุ่มเป้าหมาย หาแนวทางในการแก้ไขปัญหาที่พบได้จากการทำเส้นทางการใช้งานของผู้ใช้ได้ ต่อมาก็จะนำข้อมูลต่าง ๆ ที่ได้มานั้นมาทำการออกแบบ และในการออกแบบจะไม่สามารถออกแบบแล้วผู้ใช้งานจะสามารถเข้าใจได้ในครั้งเดียว ซึ่งเพราะเหตุนี้การออกแบบก็จะต้องมีการทดสอบไปด้วยหลากหลายครั้ง เพื่อวัดคุณภาพ การใช้งาน และนำความคิดเห็นของผู้ใช้มาปรับปรุงแก้ไข และพัฒนาเพื่อออกแบบในครั้งต่อไป ให้ได้ดีที่สุด โดยในการทดสอบนั้นจะมีสถานการณ์ที่ให้ผู้มาทำการทดสอบได้ลองใช้งาน ซึ่งหลังจากมีการทดสอบเสร็จสิ้นจะมีการทำการสัมภาษณ์และความเห็นต่าง ๆ และในการทดสอบครั้งสุดท้ายจะมีแบบประเมินแบบสอบถามสำหรับวัดคุณภาพ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(System Usability Scale) โดยผลลัพธ์ของเว็บไซต์นั้นคือ 63.3 คะแนนและของแอปพลิเคชันคือ 64.4 คะแนน ซึ่งหมายถึงเว็บไซต์นั้นมีเกณฑ์อยู่ในระดับที่ ดี ในขั้นตอนสุดท้ายนั้นคือการพัฒนาเว็บไซต์ในส่วนของ Front-End ของหน้าหน้าเมนูบริการของ Payroll และหน้าหนึ่งในผลิตภัณฑ์ของธนาคาร โดยดำเนินการเขียนโปรแกรมด้วย Next.js ทั้งสิ้น

การปรับปรุงการออกแบบหน้าจอบริการสำหรับแอปพลิเคชัน มีผลลัพธ์ดังนี้คือหน้าจอสําหรับแอปพลิเคชันประกอบไปด้วย 5 หน้าหลักๆ ดังนี้ หน้าแรกของเมนูบริการ (Sale gallery landing page), หน้าค้นหาจากเป้าหมาย (Goal-Directed search page), หน้าค้นหาจากประเภทผลิตภัณฑ์ (Product category search page), หน้ารายละเอียดผลิตภัณฑ์ (Product detail page) และหน้ารายละเอียดเพิ่มเติม (More details page) การพัฒนาประสบการณ์ผู้ใช้ในแต่ละหน้าจอกที่มุ่งหวังให้ผู้ใช้สามารถค้นหาผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์ความต้องการและสามารถสมัครได้ด้วยตนเองผ่านแอปพลิเคชันโดยไม่ต้องไปสาขา ผู้วิจัยได้มีการนำหลักการออกแบบ องค์ความรู้ ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ ที่ได้รับจากกระบวนการต่างๆ ทั้งจากผู้ใช้งาน ผู้เชี่ยวชาญจากทีมต่างๆ ที่มีส่วนร่วมในการพัฒนาภายในองค์กร ด้วยความร่วมมือในครั้งนี้จึงนำไปสู่ผลงานที่บรรลุตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยในแง่ของการมีส่วนร่วมการใช้งานของผู้ใช้ (Engagement Rate) ที่เพิ่มสูงขึ้นกว่าเวอร์ชันเก่า

การปรับปรุงการออกแบบหน้าจอบริการสำหรับเว็บไซต์ มีผลลัพธ์ดังนี้คือหน้าชั้นจัดแสดงผลิตภัณฑ์ (Product Shelf) และ หน้าแสดงรายละเอียดผลิตภัณฑ์ (Product Detail) การพัฒนาประสบการณ์ผู้ใช้นั้นคือผู้ใช้สามารถรับรู้ถึงการแสดงข้อมูลที่สำคัญเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ควรรู้ภายในหน้าเดียว และสามารถสมัครผลิตภัณฑ์ได้ด้วยตนเองโดยไม่ต้องไปยังสาขา ซึ่งในการพัฒนาในครั้งนี้ ผู้วิจัยและผู้เชี่ยวชาญจากทีมต่าง ๆ ได้มีการใช้หลักการออกแบบและการวัดผลของเว็บไซต์ทั้งมีการเปรียบเทียบในด้านการสมัครผลิตภัณฑ์ว่ามี การเพิ่มขึ้นของค่ายอดการตอบสนอง (Conversion Rate) จากการทดสอบของ A/B และการสัมภาษณ์ผู้ใช้งานระหว่างการทดสอบแบบจำลองหน้าจอนำไปปรับปรุงและพัฒนาต่อไปในอนาคต

การวิจัยด้าน UX/UI ที่นำเสนอในเล่มวิทยานิพนธ์นี้ได้เปิดประตูสู่การเข้าใจที่ลึกซึ้งยิ่งขึ้นเกี่ยวกับวิธีการที่การออกแบบส่งผลต่อประสบการณ์ของผู้ใช้งานในยุคดิจิทัลที่กำลังเปลี่ยนผ่าน ผ่านการค้นคว้าอย่างเข้มข้นและวิเคราะห์ที่ละเอียด ผลงานนี้ได้เปิดเผยถึงความสำคัญของการออกแบบที่ตอบสนองต่อความต้องการและพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไปของผู้ใช้ สะท้อนให้เห็นว่าเทคโนโลยีไม่เพียงแต่ทำให้ชีวิตของเราสะดวกสบายขึ้น แต่ยังเป็นแรงบันดาลใจให้เราเติบโตและพัฒนาอย่างไม่หยุดยั้ง ในยุคที่โลกเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว การออกแบบที่มีความยืดหยุ่นและสามารถปรับตัวได้กลายเป็นกุญแจสำคัญในการสร้างสรรค์ผลงานที่ตอบสนองต่อความต้องการที่เป็นอยู่และที่จะเกิดขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ของผู้ใช้ แสดงให้เห็นว่าอนาคตของการออกแบบไม่ใช่เพียงการทำให้สิ่งต่างๆ สะดวกสบายเท่านั้น แต่ยังรวมถึงการสร้างประสบการณ์ที่เข้าใจและตอบโจทย์ผู้ใช้ในทุกๆ มิติ ท้ายที่สุดการวิจัยนี้ยังสะท้อนให้เห็นถึงความจำเป็นในการพัฒนาอย่างต่อเนื่องและการมีความยืดหยุ่นในการปรับตัวเพื่อให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงที่ไม่มีที่สิ้นสุดในยุคดิจิทัลนี้ ผลงานนี้ไม่เพียงแต่เป็นการศึกษาที่มีคุณค่าสำหรับวงการออกแบบในปัจจุบัน แต่ยังเป็นแนวทางนำทางสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนและการออกแบบที่ตอบโจทย์ในอนาคต

5.2 ข้อเสนอแนะ

5.2.1 ด้านกลยุทธ์

เป้าหมายและความคาดหวังกับกลยุทธ์เป็นจุดที่ผู้วิจัยต้องปรับทั้งสององค์ประกอบให้สอดคล้องกัน เพื่อให้กลยุทธ์ที่ใช้สามารถบรรลุเป้าหมายและสามารถตอบสนองต่อความคาดหวังของผู้ใช้ได้ ซึ่งนำไปสู่ความสำเร็จของโครงการหรือสิ่งที่เราต้องการที่จะบรรลุในระยะยาวและระยะสั้นของการพัฒนาแอปพลิเคชันหรือเว็บไซต์ของธนาคาร ดังนั้นการปรับปรุงกลยุทธ์และการออกแบบควรทำโดยตรงตามความคาดหวังของผู้ใช้เพื่อให้เกิดความสัมพันธ์ที่เข้ากันและมีประสิทธิภาพระหว่างเป้าหมายและกลยุทธ์ในการพัฒนา

5.2.2 ด้านการเก็บข้อมูลของแบบสอบถามออนไลน์

การเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามออนไลน์เป็นองค์ประกอบสำคัญที่มีผลต่อการออกแบบเว็บไซต์และแอปพลิเคชันอย่างมีประสิทธิภาพและตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้อย่างแท้จริง หากเราสามารถทำได้ถูกต้องและมีประสิทธิภาพ จะสามารถสร้างประสบการณ์ผู้ใช้ที่ดีขึ้นและนำมาซึ่งข้อมูลที่มีคุณค่าในการตัดสินใจและปรับปรุงสิ่งต่าง ๆ ในเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันให้เหมาะสมกับความต้องการของผู้ใช้และเป้าหมายได้ โดยคำนึงถึงข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

- 1) การกำหนดเป้าหมายชัดเจน ก่อนสร้างแบบสอบถามออนไลน์จำเป็นต้องกำหนดเป้าหมายให้ชัดเจนว่าเราต้องการรับข้อมูลอะไรและในรูปแบบใด เป้าหมายที่ชัดเจนจะช่วยให้เราสามารถเลือกข้อมูลที่สำคัญและตัดสินใจเกี่ยวกับโครงสร้างแบบสอบถามได้ถูกต้อง

- 2) การออกแบบแบบสอบถามที่มีคุณภาพ การออกแบบแบบสอบถามต้องสอดคล้องกับเป้าหมายของการสำรวจ และต้องมีความครบถ้วนและชัดเจน หากแบบสอบถามไม่ครบถ้วนหรือมีข้อผิดพลาด ข้อมูลที่ได้รับอาจไม่เป็นประโยชน์หรือเสียเวลา
- 3) การเลือกกลุ่มเป้าหมายที่เหมาะสม การระบุและเลือกกลุ่มเป้าหมายที่เหมาะสมเป็นสิ่งสำคัญ เพราะข้อมูลที่ได้จะต้องมีคุณค่าและสามารถนำไปใช้งานได้จริง
- 4) การเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามในปริมาณที่เหมาะสม เป็นสิ่งสำคัญเนื่องจากมีผลต่อความสมบูรณ์และคุณภาพของข้อมูลที่ได้รับ การเก็บข้อมูลが多เกินไปหรือน้อยเกินไป อาจทำให้ข้อมูลไม่เพียงพอหรือไม่จำเป็น ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อ การตัดสินใจและการวิเคราะห์ข้อมูลในภายหลัง
- 5) การรวบรวมข้อมูลอย่างมีระเบียบ ข้อมูลที่ได้รับจากแบบสอบถามต้องรวบรวมและบันทึกอย่างมีระเบียบ เพื่อให้ง่ายต่อการวิเคราะห์และการนำไปใช้
- 6) การวิเคราะห์และการนำข้อมูลไปใช้ การทำความเข้าใจข้อมูลที่ได้รับเป็นขั้นตอนสำคัญ เพื่อนำข้อมูลไปใช้ในการตัดสินใจ การวิเคราะห์ข้อมูลจะช่วยให้เราเข้าใจความคาดหวังของผู้ใช้ และสามารถปรับปรุงการออกแบบและพัฒนาต่อไป
- 7) การปรับปรุงและการติดตาม หลังจากได้รับข้อมูลจำเป็นต้องดำเนินการปรับปรุงเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันตามข้อมูลที่ได้รับ และติดตามผลการปรับปรุงเพื่อให้แน่ใจว่าเรามีการพัฒนาในทิศทางที่ถูกต้อง

5.2.3 ด้านตัวชี้วัดที่ใช้ในการทดสอบการใช้งาน

การทดสอบการใช้งาน (Usability test) สามารถเพิ่มตัวชี้วัดเวลาและประสิทธิภาพ (Timing and Efficiency Metrics) ตรวจสอบเวลาที่ผู้ใช้ใช้ในการทำงานต่างๆ และประสิทธิภาพของการกระทำ เช่น จำนวนคลิกหน้าจอหรือเวลาที่ใช้ในการทำรายการที่กำหนด เพื่อปรับปรุงประสบการณ์ผู้ใช้ของเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันให้ดียิ่งขึ้น

5.2.4 ข้อเสนอแนะอื่นๆ

การทดสอบหลายครั้งเป็นก้าวแรกในการปรับปรุงหน้าจอเพื่อให้ผู้ใช้ได้รับประสบการณ์ที่ดีขึ้นอย่างต่อเนื่องและตอบโจทยความต้องการของผู้ใช้ได้ดียิ่งขึ้นด้วยการปรับปรุงอินเตอร์เฟซของเราเรื่อย ๆ การทดสอบหลายครั้งช่วยให้เราเรียนรู้และปรับปรุงอินเตอร์เฟซของเราอย่าง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สม่ำเสมอโดยที่เราได้รับข้อมูลและความคิดเห็นจากผู้ใช้ในทุกครั้งที่ทดสอบ ซึ่งการวิจัยและปรับปรุงในครั้งนี้นี้ยังมีข้อจำกัดด้านระยะเวลาและการคัดเลือกผู้เข้าร่วมการทดสอบการใช้งาน เนื่องจากความเฉพาเจาะจงของกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมที่แท้จริงและความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์ทางการเงินโดยตรงไปตรงมาของพวกเขา จึงทำให้ยากต่อการค้นหาและคัดเลือกผู้เข้าร่วมการทดสอบในระยะเวลาอันสั้นได้ ส่งผลให้แต่ละรอบของการทดสอบจึงมีจำนวนของผู้เข้าร่วมการทดสอบมากน้อยที่แตกต่างกันไป ซึ่งในอนาคตวิจัยนี้ยังสามารถพัฒนาและต่อยอดเพิ่มเติมจากเดิมได้อย่างไม่มีที่สิ้นสุดตามพฤติกรรมของผู้ใช้งานที่มีการปรับเปลี่ยนตามยุคสมัยอยู่เสมอได้ ท้ายที่สุดดังนั้นการทดสอบหลายๆ จึงเป็นกระบวนการสำคัญในการพัฒนาและปรับปรุงหน้าจอของแอปพลิเคชันหรือเว็บไซต์เพื่อให้มีประสิทธิภาพและตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้ที่เหมาะสม



เอกสารอ้างอิง

- สถาบันเดอะ วิสคอม. 2566. รู้หรือไม่? Design Thinking คืออะไร เริ่มต้นทำได้อย่างไร? (พร้อมตัวอย่าง). [Online]. เข้าถึงได้จาก <https://thewisdom.co/content/what-is-design-thinking/>
- วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี. 2566. วิชาลสตูดิโอโค้ด. [Online]. เข้าถึงได้จาก <https://th.wikipedia.org>
- มายด์ ออน แมพ. 2565. User Journey Map คำจำกัดความและวิธีการสร้าง: ขั้นตอนแรกในธุรกิจ. [Online]. เข้าถึงได้จาก <https://www.mindonmap.com/th/blog/user-journey-map/>
- พรเทพ เขตธรรม. 2557. A/B testing คืออะไร สร้างขั้นตอนการทำตั้งแต่เริ่มจนจบเพื่อเพิ่ม conversion ให้กับเว็บไซต์. [Online]. เข้าถึงได้จาก <https://googleanalyticsthailand.com>
- บล็อกฟิnth. 2565. Competitor Analysis คืออะไร และทำอย่างไร?. [Online]. เข้าถึงได้จาก <https://www.blockfint.com/blog/how-to-do-competitor-analysis>
- บริษัท ยัวร์ แพลน จำกัด. 2565. Figma คืออะไร ทำไมถึงควรใช้ ออกแบบ UX/UI ก่อนพัฒนาเว็บไซต์. [Online]. เข้าถึงได้จาก <https://www.your-plans.com/blog/what-is-figma.html>
- บริษัท ฟรีเวชั่น จำกัด. 2564. Next js. [Online]. เข้าถึงได้จาก <https://www.frevation.com/blog/web-development/next-js/>
- บริษัท บลูบิค กรุ๊ป จำกัด (มหาชน). 2564. “User Experience Design” ออกแบบที่มากกว่าแค่ออกแบบ. [Online]. เข้าถึงได้จาก <https://bluebik.com/th/insights/4339>
- บริษัท ดีมีเตอร์ ไอซีที จำกัด. 2562. UX / UI คืออะไร?. [Online]. เข้าถึงได้จาก <https://www.dmit.co.th>
- บริษัท แกรสป์ เอเชีย จำกัด. 2566. กลยุทธ์ UX อีกหนึ่งเคล็ดลับทางการตลาดออนไลน์ที่สำคัญธุรกิจ. [Online]. เข้าถึงได้จาก <https://grasp.asia/>
- ProductPlan. 2023. Usability Testing. <https://www.productplan.com/glossary/usability-testing/>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- Balsamiq Studios. 2023. What Are Wireframes?.
<https://balsamiq.com/learn/articles/what-are-wireframes/>
- InVisionApp Inc. 2023. Mockup. <https://www.invisionapp.com/defined/mockup>
- Luca J. 2023. What Is User Research, and What's Its Purpose?.
<https://careerfoundry.com/en/blog/ux-design>
- Lucid Software Inc. 2023. How to create a customer journey map.
<https://www.lucidchart.com/blog/how-to-build-customer-journey-maps>
- Nielsen Norman Group. 2023. User Interviews 101.
<https://www.nngroup.com/articles/user-interviews/>



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาคผนวก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ก.1 แบบสอบถามเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สินเชื่อ

ส่วนที่ 1 จาก 6

แบบสอบถามเรื่องสินเชื่อ สินเชื่อรถ สินเชื่อบ้าน

สินเชื่อส่วนบุคคล และประกันภัย

สินเชื่อ คือ เงินที่เราไปยื่นเรื่องทำการกู้ยืมจากสถาบันการเงินโดยสถาบันนั้นจะเป็นธนาคารหรือไม่ใช่ธนาคารก็ได้ สินเชื่อที่เป็นเงินกู้ยืม ตั้งขึ้นสถาบันการเงินที่ให้อำนาจแก่ผู้ยืมเขาจะคิดผลตอบแทนจากการให้กู้ยืม ด้วยอัตราดอกเบี้ยตามแต่ข้อตกลงในการทำสินเชื่อครั้งนั้นหรือตามแต่เงื่อนไขของสถาบันการเงินที่เป็นคนปล่อยสินเชื่อ

ช่วงอายุ *

ต่ำกว่า 20 ปี

20-30 ปี

31-40 ปี

41-50 ปี

51-60 ปี

60 ปี++

ระดับการศึกษา *

มัธยมศึกษาตอนต้น(ม.3)

มัธยมศึกษาตอนปลาย(ม.6/ปวช.)

อนุปริญญา/ปวส./หรือเทียบเท่า

ปริญญาตรี

ปริญญาโท

ปริญญาเอก

อาชีพ *

นักเรียน นักศึกษา

พนักงานเอกชน

พนักงานรัฐวิสาหกิจ

พนักงานโรงงานอุตสาหกรรม

ข้าราชการ

ธุรกิจส่วนตัว

อื่นๆ...

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนที่ 2 จาก 6

สินเชื่อส่วนบุคคล

สินเชื่อส่วนบุคคล (Personal Loan) คือ รูปแบบหนึ่งของการกู้เงินแบบแบงก์ประสงค์ ที่ผู้สามารถนำเงินไปใช้จ่ายได้ตามความต้องการหรือความจำเป็นได้ โดยไม่ต้องมีหลักทรัพย์หรือบุคคลค้ำประกัน

หากท่านกำลังมองหาสินเชื่อส่วนบุคคล สิ่งที่คุณคิดว่าท่านให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก*

	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
วงเงินสูงสุดที่จะ...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ระยะเวลาในการ...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
อัตราดอกเบี้ย	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ระยะเวลาในการ...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

หากท่านกำลังมองหา ข้อผลิตภัณฑ์สินเชื่อส่วนบุคคลออนไลน์ ผ่านแอปพลิเคชันในโทรศัพท์ รายละเอียดที่สำคัญที่ท่านคิดว่าควรมี

	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
รายละเอียดผลิตภัณฑ์...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
จุดเด่นผลิตภัณฑ์	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
สิทธิประโยชน์...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
รูปภาพ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ไอคอน ที่สื่อแทน...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

ส่วนที่ 3 จาก 6

สินเชื่อบ้าน

สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยนั้น คือ เงินกู้ระยะยาวที่ผู้กู้ยืมจากธนาคารหรือสถาบันการเงิน เพื่อซื้อที่อยู่อาศัย เช่น บ้าน ทาวน์โฮม ทาวน์เฮาส์ และคอนโด เป็นต้น โดยผู้กู้จำเป็นต้องให้ที่อยู่อาศัยเป็นหลักประกันในการจำนองแก่ธนาคารหรือสถาบันการเงินที่เป็นผู้ให้สินเชื่อ ดังนั้นการกู้เพื่อการลงทุนหรือการกู้เพื่อที่อยู่อาศัยจึงจำเป็นต้องเปรียบเทียบหรือเลือกอัตราดอกเบี้ยเพื่อที่อยู่อาศัยให้คุ้มค่าที่สุด

หากท่านกำลังมองหาสินเชื่อบ้าน เพื่อที่จะซื้อบ้าน สิ่งที่คุณคิดว่าท่านให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก*

	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
วงเงินสูงสุดที่จะ...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ระยะเวลาในการ...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
อัตราดอกเบี้ย	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ระยะเวลาในการ...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนที่ 4 จาก 6

สินเชื่อรถยนต์

สินเชื่อแบบเช่าซื้อ : สินเชื่อสำหรับคนอยากซื้อรถ
 สินเชื่อประเภทนี้เป็นสินเชื่อสำหรับคนที่ไม่มีเงินสดสำหรับซื้อรถยนต์ จึงทำการซื้อขายในลักษณะจ่ายเงินดาวน์ก่อนหนึ่ง จากนั้นจึงผ่อนชำระค่ารถเป็นงวดโดยไม่จ่ายเต็มครั้งเดียว การทำสัญญาซื้อขายระหว่างผู้ซื้อและผู้เช่าหรือผู้เช่า โดยมีคนกลางคือไฟแนนซ์ ลีสซิ่ง หรือสถาบันการเงินที่เข้ามาชำระค่ารถต่อผู้ให้เช่าดาวน์ผู้ซื้อ จากนั้นผู้ซื้อจะต้องทำสัญญาผ่อนชำระเงินจำนวนนั้นให้กับสถาบันการเงิน ไฟแนนซ์ หรือลีสซิ่งที่ไปขอสินเชื่อ ซึ่งการกู้สินเชื่อประเภทนี้ส่วนใหญ่กรรมสิทธิ์จะเป็นของสถาบันการเงิน และจะตกเป็นของผู้เช่าเมื่อผ่อนชำระค่ารถหมดแล้ว

หากท่านกำลังมองหา **สินเชื่อรถยนต์** เพื่อที่จะซื้อรถ สิ่งที่คุณคิดว่าท่านให้ความสนใจเป็นอันดับแรก *

	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
วงเงินสูงสุดที่จะ...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ระยะเวลาในการ...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
อัตราดอกเบี้ย	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ระยะเวลาในการ...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

หากท่านกำลังมองหา **ข้อผลิตภัณฑ์สินเชื่อรถยนต์** ผ่านแอปพลิเคชันในโทรศัพท์ รายละเอียดที่สำคัญที่ *
 ท่านคิดว่าควรมี

	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
รายละเอียดผลิตภัณฑ์...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
จุดเด่นผลิตภัณฑ์...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
สิทธิประโยชน์ ...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
รูปภาพ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ไอคอน ที่สื่อแทน...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

สินเชื่อแลกเงิน

สินเชื่อ หรือ สินเชื่อบ้าน ที่นำไปแลกเปลี่ยนเป็นเงิน สินเชื่อประเภทนี้ต่างจากประเภทแรก เพราะเป็นลักษณะการนำรถยนต์ หรือ บ้าน คอนโด ที่เรามีไปใช้แทนทรัพย์สินค้ำประกันเพื่อการกู้ยืมเงิน เป็นการใช้เงินของรถนำรถ หรือบ้าน ที่ปลอดภาระหนี้ ไปจำนำกับบริษัทไฟแนนซ์ หรือลีสซิ่ง ที่ให้บริการสินเชื่อประเภทนี้ จากนั้นก็จะได้เงินสดออกมาจำนวนหนึ่งเพื่อนำไปใช้จ่ายเวลาจำเป็น

หากท่านกำลังมองหา **สินเชื่อส่วนแลกเงิน** สิ่งที่คุณคิดว่าท่านให้ความสนใจเป็นอันดับแรก *

	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
วงเงินสูงสุดที่จะ...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ระยะเวลาในการ...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
อัตราดอกเบี้ย	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ระยะเวลาในการ...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ก.2 แบบสอบถามเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิต

ส่วนที่ 1 จาก 2

แบบสอบถามบัตรเครดิต (ใช้เวลาไม่เกิน 2 นาที) × ⋮

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อสำรวจความคิดเห็นในการเลือกสมัครบัตรเครดิตเพื่อนำผลสำรวจมาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ของคุณอย่างยั่งยืน

เพศ *

ชาย

หญิง

ไม่ต้องการระบุ

อื่นๆ...

อายุ *

18 - 24 ปี

25 - 34 ปี

35 - 44 ปี

45 - 54 ปี

55 - 64 ปี

65 ปี ขึ้นไป

อาชีพ *

นักเรียน/นักศึกษา

พนักงานบริษัท

ข้าราชการ

ธุรกิจส่วนตัว

อื่นๆ...

คุณเคยมี บัตรเครดิต มาก่อนหรือไม่ *

เคย

ไม่เคย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนที่ 2 จาก 2

ส่วนของบัตรเครดิต

คำอธิบาย (ระบุหรือไม่ก็ได้)

ปัจจุบันคุณมีบัตรเครดิตจำนวนกี่ใบ

1 ใบ

2 ใบ

3 ใบ

4 ใบ

มากกว่า 5 ใบ

ปัจจุบันคุณใช้บัตรเครดิตของอะไร (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)*

SCB

Kbank

ttb

KMA

KTC

Citi

Central The 1

อื่นๆ...

ข้อใดบ้างที่มีผลกับการตัดสินใจเลือกสมัครบัตรเครดิต (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)*

แร้งจ่าย 0% 3 เดือน

แร้งจ่ายนาน 6 และ 10 เดือน ดอกเบี้ย 0.69% ต่อเดือน

รับเครดิตเงินคืน 100 บาท เมื่อมียอดใช้จ่ายครบ 1,200 บาทขึ้นไป / เชลล์สลิป สูงสุด 400 บาท

กดเงินสดผ่านตู้ ATM ได้สูงสุด 100% ของวงเงินบัตร

แลกคะแนนบัตรเครดิตเงินคืนสูงสุด 15%

ฟรี ความคุ้มครองประกันอุบัติเหตุจากการเดินทาง วงเงินคุ้มครอง 16 ล้านบาท

รับเครดิตเงินคืน 2,500 เมื่อสมัครบัตร

ฟรี Airport Lounge 2 ครั้ง/ปี

รับคะแนน X2 เมื่อใช้จ่ายออนไลน์

ใช้จ่าย 20 บาท รับ 1 คะแนน

ฟรีค่าธรรมเนียมทั้งแรกเข้าและรายปี

รับเงินคืนทุกการใช้จ่าย 1% ทุกร้านค้า

ค่าธรรมเนียมจากการแปลงสกุลเงิน (FX Rate) เพียง 1%

ไม่มีข้อไหนมีผลเลยต่อการตัดสินใจเลย

อื่นๆ...

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อไหนมีผลกับการตัดสินใจเลือกสมัครบัตรเครดิต **มากที่สุด** *

- แบ่งจ่าย 0% 3 เดือน
- แบ่งจ่ายนาน 6 และ 10 เดือน ดอกเบี้ย 0.69% ต่อเดือน
- รับเครดิตเงินคืน 100 บาท เมื่อมียอดใช้จ่ายครบ 1,200 บาทขึ้นไป / เซลล์สลิป สูงสุด 400 บาท
- กวดเงินสดผ่านตู้ ATM ได้สูงสุด 100% ของวงเงินบัตรเครดิต
- แลกคะแนนรับเครดิตเงินคืนสูงสุด 15%
- ฟรี ความคุ้มครองประกันอุบัติเหตุจากการเดินทาง วงเงินคุ้มครอง 16 ล้านบาท
- รับเครดิตเงินคืน 2,500 เมื่อสมัครบัตร
- ฟรี Airport Lounge 2 ครั้ง/ปี
- รับคะแนน X2 เมื่อใช้จ่ายออนไลน์
- ใช้จ่าย 20 บาท รับ 1 คะแนน
- ฟรีค่าธรรมเนียมทั้งแรกเข้าและรายปี
- รับเงินคืนทุกการใช้จ่าย 1% ทุกร้านค้า
- ค่าธรรมเนียมจากการแปลงสกุลเงิน (FX Rate) เพียง 1%
- ไม่มีข้อไหนมีผลเลยต่อการตัดสินใจเลย
- อื่นๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ก.3 แบบสอบถามเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บัญชีเงินฝากและบัตรเดบิต

ส่วนที่ 1 จาก 2

**แบบสอบถามบัญชีเงินฝากและบัตรเดบิต (ใช้เวลา ~ :
ไม่เกิน 2 นาที)**

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อสำรวจความคิดเห็นในการสมัครบัญชีเงินฝากและบัตรเดบิตเพื่อมาผลสำรวจมาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพยิ่งขึ้น

เพศ *

ชาย

หญิง

ไม่ต้องการระบุ

อื่นๆ...

อายุ *

ต่ำกว่า 18 ปี

18 - 24 ปี

25 - 34 ปี

35 - 44 ปี

45 - 54 ปี

55 - 64 ปี

65 ปี ขึ้นไป

อาชีพ *

นักเรียน/นักศึกษา

พนักงานบริษัท

ข้าราชการ

ธุรกิจส่วนตัว

อื่นๆ...

คุณเคยมี บัญชีเงินฝาก มาก่อนหรือไม่ *

เคย

ไม่เคย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนที่ 2 จาก 2

ส่วนของบัญชีเงินฝากและบัตรเดบิต(บัตรกดเงินสด/บัตรatm) ✕ ⋮

คำอธิบาย (ระบุหรือไม่ก็ได้)

ปัจจุบันแล้วคุณมี **บัญชีเงินฝากกี่เล่ม** ต่อหนึ่งธนาคาร *

1 เล่ม

2 เล่ม

3 เล่ม

4 เล่ม

มากกว่า 5 เล่ม

โดยปกติแล้ว คุณเป็นคนที่ **สามารถจำเลขบัญชีเงินฝากของตนเอง** ได้หรือไม่ *

จำได้

จำไม่ได้

คุณเคยสมัคร **บัตรเดบิต (บัตรกดเงินสด/บัตรatm)** มาก่อนหรือไม่ *

เคย

ไม่เคย

ทำไมคุณถึงเลือกที่จะ **สมัคร/ไม่สมัครบัตรเดบิต** *

ข้อความสำคัญสั้นๆ

ปัจจุบันคุณมี **บัตรเดบิต** ทั้งหมดกี่ใบ *

1 ใบ

2 ใบ

3 ใบ

4 ใบ

มากกว่า 5 ใบ


ไม่มีบัตรเดบิต

คุณคิดว่าอะไรสำคัญ **สำหรับบัตรเดบิต** เรียงจากมากไปน้อย *

	เลขบัญชีเงินฝาก	ชื่อบัญชีเงินฝาก	วันหมดอายุบัตร	เลขบัตรเดบิต
มากที่สุด	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
มาก	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ปานกลาง	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
น้อย	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ก.4 แบบสอบถามเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์กองทุน



ส่วนที่ 1 จาก 4

แบบสอบถามเรื่องการลงทุนในกองทุนรวม (ใช้เวลาไม่เกิน 3 นาที)

แบบสอบถามนี้ไม่มีการระบุตัวตน และไม่มีการเปิดเผยข้อมูลของท่านเป็นอันขาด โดยข้อมูลทั้งหมดนำไปใช้เพื่อศึกษาและพัฒนาแอปพลิเคชันเพียงเท่านั้น

คำชี้แจงในการตอบแบบสอบถาม

วัตถุประสงค์ของการจัดทำแบบสอบถาม

แบบสอบถามนี้มีการปฏิบัติตามหลักพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA) และได้ขออนุญาตของมหาวิทยาลัยโดยไม่มีภาระระบุตัวตน เพื่อใช้สำหรับพัฒนาแอปพลิเคชันเกี่ยวกับการเงินและการลงทุน ที่เป็นส่วนหนึ่งของโครงการสหกิจศึกษา ระดับชั้นปริญญาตรี สาขาวิทยาการคอมพิวเตอร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

แบบสอบถามชุดนี้แบ่งออกเป็น 2 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ทำแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 มีวิจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุน

คุณยินยอมในการนำข้อมูลนี้ไปทำการวิเคราะห์ต่อไปหรือไม่ (ข้อมูลของผู้ตอบจะไม่มีการระบุตัวตน และจะไม่เปิดเผยข้อมูล)

ยินยอม

ไม่ยินยอม

ต่อจากส่วนที่ 1 ไปยังส่วนถัดไป

ส่วนที่ 2 จาก 4

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ทำแบบสอบถาม

คำชี้แจง : โปรดเลือกข้อมูลที่ตรงกับความต้องการของท่านมากที่สุด

อาชีพ *

นักเรียน/นักศึกษา

พนักงานเงินเดือน/ลูกจ้างเอกชน

ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ

ธุรกิจส่วนตัว

ว่างาน

อื่นๆ...

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อควรรู้ “กองทุนรวม” คืออะไร ?

กองทุนรวม คือ การระดมเงินลงทุนจากนักลงทุนหลายรายมารวมกันให้เป็นเงินลงทุนก้อนใหญ่ โดยบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน (บลจ.) ผู้ทำหน้าที่ระดมเงินลงทุนจะนำกองทุนไปจดทะเบียน เป็นนิติบุคคล และนำเงินกองทุนนั้นไปลงทุนตามนโยบายตามที่ระบุไว้ในหนังสือชี้ชวน

ท่านเคยมีประสบการณ์ลงทุนใน**กองทุนรวม**หรือไม่ *

- เคย
- ไม่เคย

ต่อจากส่วนที่ 2 ไปยังส่วนถัดไป

ส่วนที่ 3 จาก 4

ตอนที่ 2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนในกองทุนรวม

คำชี้แจง : โปรดเลือกข้อมูลที่ตรงกับความต้องการของท่านมากที่สุด

คุณเป็นนักลงทุนแบบไหน *

- นักลงทุนมือใหม่ กำลังศึกษา ประสพการณ์ยังน้อย
- นักลงทุน ผู้มีความรู้และประสบการณ์ในระดับกลาง
- นักลงทุนผู้เชี่ยวชาญ มีความรู้และประสบการณ์ในระดับสูง
- นักลงทุนในอดีต (ปัจจุบันไม่ได้เล่นกองทุนแล้ว)

เป้าหมายในการลงทุนของคุณ *

- ลงทุนสั้น เสี่ยงน้อย สภาพคล่องสูง
- ลงทุนยาวขึ้น เพื่อผลตอบแทนที่เพิ่มขึ้น
- ลงทุนเพื่อสร้างรายได้สม่ำเสมอ
- ลงทุนเพื่อโอกาสเติบโตระยะยาว
- ลงทุนในสินทรัพย์ตามสภาวะตลาด
- อื่นๆ...

ปกติคุณมีการ**ซื้อกองทุน**ที่ไหนบ้าง *

- ธนาคาร ในเครือ บลจ. (บนแอป Mobile Banking) ex. SCB EASY, ttb touch, K-plus, etc.
- ธนาคาร ในเครือบลจ. (ที่สาขา)
- ชื่อดirectกับ บลจ.
- ซื้อผ่านนายหน้า (Broker)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หากคุณต้องการ**ค้นหากองทุนเพื่อเลือกซื้อ** คุณจะเริ่มดูจากอะไรเป็น**อันดับแรก** *

- ดูตามประเภทของกองทุน ex. SSF, RMF, LTF, IPO
- ดูตามประเภทของสินทรัพย์ ex. ตราสารหนี้, กองทุนหุ้น, สินทรัพย์ทางเลือก, ตลาดเงิน, etc.
- ดูกองทุนที่ขึ้นแนะนำ/ขายดี จากบริษัทหรือผู้เชี่ยวชาญ

จงเรียงลำดับปัจจัยสำคัญจากมากไปน้อย ที่คุณใช้พิจารณาในการ**เลือกซื้อ**กองทุนในแต่ละครั้ง (อันดับ * ห้ามซ้ำกัน)

*** ห้ามเลือกอันดับซ้ำกัน (ใน 1 คอลัมน์แนวตั้ง ต้องมีเพียงจุดเดียว)***

อันดับที่ 1 (มา... อันดับที่ 2 (มา... อันดับที่ 3 (ค... อันดับที่ 4 (ค... อันดับที่ 5 (น... อันดับที่ 6 (น...

- | | | | | | | |
|---------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| ระดับความเสี่ยง... | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| มูลค่าทรัพย์สิน... | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| ผลตอบแทน (...) | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| ข่าวและแนวโน้ม... | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| บริษัทหลักทรัพย์... | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| ลงทุนในประเทศ... | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

คุณติดตาม**ข่าวสาร**ต่างๆเกี่ยวกับการลงทุนจากช่องทางใดบ้าง *

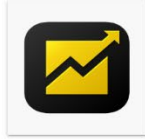
- หนังสือพิมพ์ (ex. มิติหุ้น, หุ้นหุ้น)
- เว็บไซต์ (ex. FINNOMENA, set.or.th, Investing.com, MSN Money, etc.)
- แอปพลิเคชันเกี่ยวกับการลงทุน (ex. Bisnews, Fin, iBillionaire, eToro Social Trading, etc.)
- โซเชียลมีเดีย (ex. Twitter, Facebook, etc.)
- โทรศัพท์
- โทรทัศน์/ทีวีดิจิทัล
- อีเมล
- เพื่อนและคนใกล้ชิด
- อื่นๆ...

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

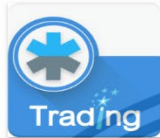
แอปพลิเคชันที่คุณใช้เพื่อลงทุน (ถ้ามี)

*รูปภาพด้านล่างเป็นตัวอย่างจากบางแอปเพียงเท่านั้น หากคุณใช้แอปอื่นนอกจากนี้โปรดระบุ

FIN



WeathMagik



K-My Funds (ธนาคารกสิกรไทย)



ttb touch (ธนาคารทหารไทยธนชาต)



KMA (ธนาคารกรุงศรี)



K-NEXT (ธนาคารกรุงไทย)



EASY INVEST



อื่นๆ...

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ที่คุณต้องการให้มี/อยากให้ปรับปรุงในแอปที่คุณกำลังใช้เพื่อลงทุน หรือในกรณีที่ไม่เคยใช้แอปคุณคิดว่าถ้าวันหนึ่งต้องใช้อัปการลงทุน มันควรมีฟังก์ชันใด

ข้อความคำตอบสั้นๆ

ต่อจากส่วนที่ 3 ส่งแบบฟอร์ม

ส่วนที่ 4 จาก 4

ตอนที่ 2 บีจียที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนในกองทุนรวม (สำหรับผู้ไม่เคยลงทุน)

คำชี้แจง : โปรดเลือกข้อมูลที่ตรงกับความต้องการของท่านมากที่สุด

เหตุใดคุณจึงไม่เคยเล่นกองทุนรวม ? *

- ไม่เคยสนใจเรื่องการลงทุนใดๆเลย
- สนใจแต่ยังไม่พร้อมเงินเพื่อลงทุน
- สนใจเรื่องการลงทุนอยู่บ้าง แต่ไม่เคยศึกษารังจิ้งยังไม่กล้าลงทุน
- โดยปกติลงทุนในอย่างอื่นที่ไม่ใช่กองทุนรวม เช่น หุ้น คริปโต

หากตอนนี้คุณมีโอกาสได้ลงทุนในกองทุนรวม เป้าหมายการลงทุนใดที่ตรงกับคุณที่สุด ? *

- ลงทุนสั้น เลี้ยงน้อย สภาพคล่องสูง
- ลงทุนยาวขึ้น เพื่อผลตอบแทนที่เพิ่มขึ้น
- ลงทุนเพื่อสร้างรายได้สม่ำเสมอ
- ลงทุนเพื่อโอกาสเติบโตระยะยาว
- ลงทุนในสินทรัพย์ตามสภาวะตลาด

สมมติว่าคุณต้องการค้นหากองทุนเพื่อเลือกซื้อ คุณคิดว่าจะเริ่มดูจากอะไรเป็นอันดับแรก จากตัวเลือกต่อไปนี้ *

- ดูตามประเภทของกองทุน ex. SSF, RMF, LTF, IPO
- ดูตามประเภทของสินทรัพย์ ex. ตราสารหนี้, กองทุนหุ้น, สินทรัพย์ทางเลือก, ตลาดเงิน, etc.
- ดูกองทุนที่ขึ้นแนะนำ/ขายดี จากบริษัทหรือผู้เชี่ยวชาญ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หากคุณต้องการศึกษาเกี่ยวกับการลงทุนกองทุนรวม คุณจะทำอะไร *

- ค้นหาผ่าน Google
- ดูผ่าน Youtube
- โหลดแอปพลิเคชันเกี่ยวกับการลงทุนเพื่อศึกษา
- ถามเพื่อนหรือคนใกล้ชิด
- ปรึกษาผู้เชี่ยวชาญทางการลงทุน ตามบริษัทลงทุน
- อ่านหนังสือการลงทุน
- ศึกษาตาม Community ต่างๆในโซเชียลมีเดีย ex. Facebook, Twitter
- อื่นๆ...

จงเรียงลำดับปัจจัยที่คุณคิดว่าสำคัญต่อการเลือกซื้อกองทุนจากมากไปน้อย (อันดับห้ามซ้ำกัน) *

*** ห้ามเลือกอันดับซ้ำกัน (ใน 1 คอลัมน์แนวดิ่ง ต้องมีเพียงจุดเดียว)***

อันดับที่ 1 (มากที่สุด) อันดับที่ 2 (มาก) อันดับที่ 3 (กลาง) อันดับที่ 4 (น้อย) อันดับที่ 5 (น้อยที่สุด) อันดับที่ 6 (น้อยที่สุด)

ระดับความเสี่ยง	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
มูลค่าทรัพย์สิน	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ผลตอบแทน (...)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ข่าวและแนวโน้ม	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
บริษัทหลักทรัพย์	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ลงทุนในประเทศ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม หากในอนาคตคุณมีโอกาสดำเนินการลงทุนผ่านแอปต่างๆ อะไรคือสิ่งที่คุณต้องการให้ *
มี

ข้อความคำตอบสั้นๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ก.5แบบสอบถามเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ประกัน

ส่วนที่ 6 จาก 6

ประกันภัย ✕ ⋮

การประกันภัย (Insurance)

เป็นทางเลือกหนึ่งที่สามารถช่วยบรรเทาความเดือดร้อนเมื่อเกิดความเสียหายแก่ชีวิตและทรัพย์สินต่างๆ ที่ได้ทำประกันภัยไว้ ด้วยการเฉลี่ยหรือการกระจายความเสียหายไปยังสมาชิกที่ทำประกันภัย โดยมีบริษัทประกันภัยเป็นผู้ทำหน้าที่เก็บเบี้ยประกัน และชดเชยค่าสินไหมทดแทนให้แก่ผู้เอาประกันภัยหรือผู้รับประโยชน์ตามที่ระบุไว้ในสัญญา

คุณคิดว่าประกันประเภทใดสำคัญต่อการใช้ชีวิตของคุณมากที่สุด (โปรดเลือก 4 อันดับแรกที่คุณคิดว่าสำคัญ * ที่สุด)

- ประกันชีวิต
- ประกันสุขภาพ
- ประกันอุบัติเหตุ
- ประกันรถยนต์
- ประกันการเดินทาง
- ประกันคุ้มครองกิจการ
- ประกันโรคร้ายแรง
- ประกันคุ้มครองสินเชื่อ
- ประกันคุ้มครองชีวิตและสังคม
- ประกันการออมและการเกษียณ

คุณเคยสมัครประกันหรือไม่ (เช่น ประกันชีวิต ประกันสุขภาพ ประกันอุบัติเหตุ ประกันอื่น ๆ) *

เคย

ไม่เคย

คุณคิดว่าประกันประเภทใดสำคัญต่อการใช้ชีวิตของคุณมากที่สุด (ให้คะแนนจากมากไปน้อยโดยไม่มีซ้ำกัน) *

	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ประกันชีวิต	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ประกันสุขภาพ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ประกันอุบัติเหตุ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ประกันรถยนต์	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ประกันวินาศภัย	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หากคุณต้องการสมัครประกันคุ้มครองกิจการ คุณคิดว่าประกันประเภทนี้ควรอยู่ในหมวดหมู่ไหน*

ประกันชีวิต

ประกันอุบัติเหตุ

ประกันอื่น ๆ

หากคุณต้องการสมัครประกันคุ้มครองสินเชื่อ คุณคิดว่าประกันประเภทนี้ควรอยู่ในหมวดหมู่ไหน*

ประกันชีวิต

ประกันอุบัติเหตุ

ประกันรถยนต์

ประกันอื่น ๆ

หากคุณต้องการสมัครประกันคุ้มครองชีวิตและสังคมรวมกัน คุณคิดว่าประกันประเภทนี้ควรอยู่ในหมวดหมู่ไหน*

ประกันชีวิต

ประกันอุบัติเหตุ

ประกันรถยนต์

ประกันอื่น ๆ

หากคุณต้องการสมัครประกันเดินทาง (ท่องเที่ยว) คุณคิดว่าประกันประเภทนี้ควรอยู่ในหมวดหมู่ไหน*

ประกันอุบัติเหตุ

ประกันอื่น ๆ

หากท่านกำลังมองหา ข้อมูลผลิตภัณฑ์ ประกัน ผ่านแอปพลิเคชันในโทรศัพท์ รายละเอียดที่สำคัญที่ท่านคิดว่าควรมี

	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
รายละเอียดผลิตภัณฑ์...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
จุดเด่นผลิตภัณฑ์	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
สิทธิประโยชน์ ...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
รูปภาพ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ไอคอน ที่สื่อเท...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ก.6 แบบสอบถามเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บัญชีเงินเดือน

ส่วนที่ 1 จาก 2
✕ ⋮

แบบสอบถามการใช้งานผลิตภัณฑ์ สำหรับ พนักงานบัญชีเงินเดือน (Payroll) ไม่เกิน 2 นาที

Salary คือเงินเดือนที่จ่ายในเวลาที่ถูกกำหนด โดยการโอนเข้าบัญชีโดยตรง หรือ บางที่อาจจะใส่ของแล้วยื่นให้พนักงานในทุกๆสิ้นเดือน โดยฝ่าย HR หรือ เจ้าของกิจการ

Payroll จะถูกจ่ายอัตโนมัติโดยธนาคารหรือผ่านโปรแกรมคำนวณครับ โดยจะคำนวณและจ่ายอัตโนมัติเลยเมื่อถึงเวลา ซึ่งตัวของระบบ Payroll นี้ก็จะคำนวณโบนัส เงินเพิ่มต่างๆ รวมไปถึงหักค่าใช้จ่ายต่างๆ จนเป็นยอดสุทธิและโอนให้แกพนักงานครับ โดยไม่ต้องใช้คนมานั่งคำนวณผ่านเอ็กเซล เหมือน Salary ครับ

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อสำรวจความคิดเห็นในการเลือกสมัครผลิตภัณฑ์เพื่อนำผลสำรวจมาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพยิ่งขึ้น

เพศ *

ชาย

หญิง

ไม่ต้องการระบุ

อื่นๆ...

อายุ *

18 - 24 ปี

25 - 34 ปี

35 - 44 ปี

45 - 54 ปี

55 - 64 ปี

65 ปีขึ้นไป

อาชีพ *

นักเรียน/นักศึกษา

พนักงานบริษัท

ข้าราชการ

ธุรกิจส่วนตัว

อื่นๆ...

ท่านเป็นพนักงานที่ได้รับเงินเดือนรูปแบบใด *
ระหว่าง Salary หรือ Payroll

Salary

Payroll

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนที่ 2 จาก 2

แบบสอบถามความเข้าใจเกี่ยวกับการเป็นพนักงานบัญชีเงินเดือนของธนาคาร

คำอธิบาย (ระบุหรือไม่ได้)

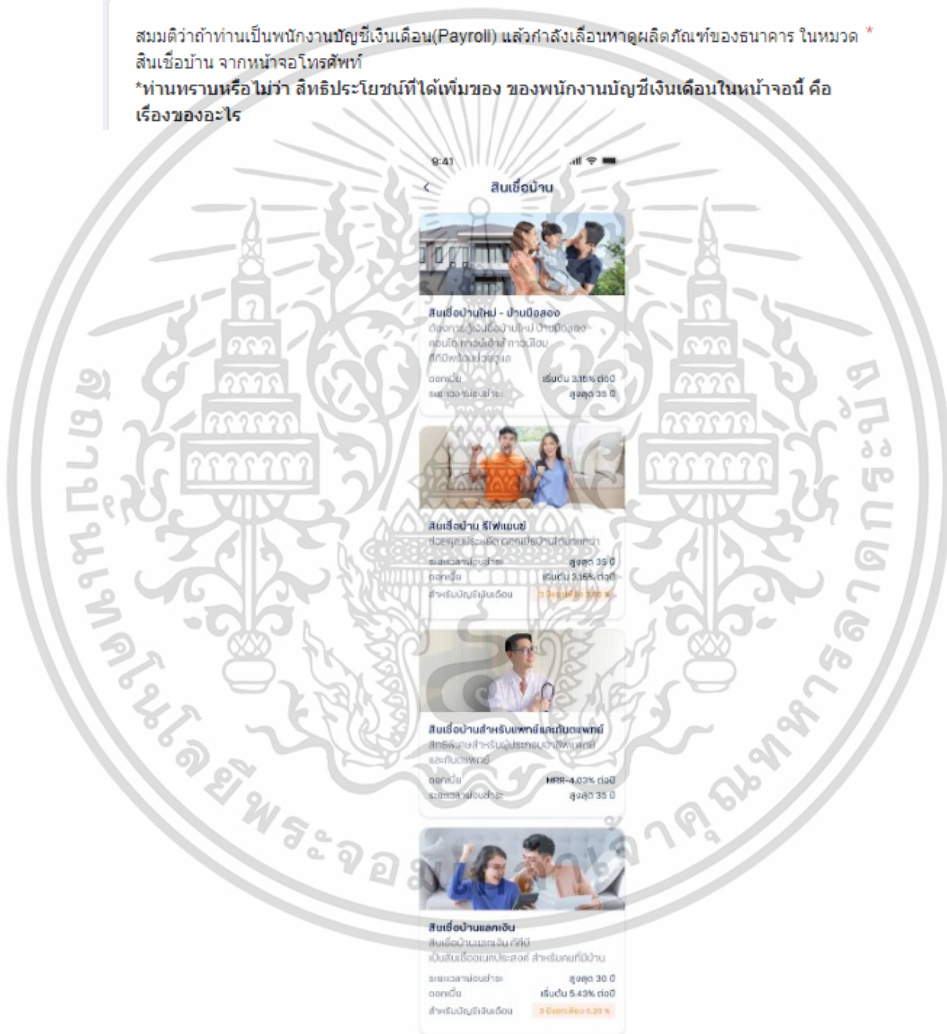
ท่านทราบหรือไม่ว่า Payroll เป็นบัญชีเงินเดือนจากธนาคาร(ได้รับการโอนเงินจากธนาคารโดยตรง) จะได้ *
รับสิทธิประโยชน์ อื่นๆในผลิตภัณฑ์ของธนาคาร

ทราบ

ไม่ทราบ

สมมติว่าท่านเป็นพนักงานบัญชีเงินเดือน(Payroll) แล้วกำลังเลือหาผลิตภัณฑ์ของธนาคาร ในหมวด *
สินเชื่อบ้าน จากหน้าจอโทรศัพท์

*ท่านทราบหรือไม่ว่า สิทธิประโยชน์ที่ได้เพิ่มขึ้นของ ของพนักงานบัญชีเงินเดือนในหน้าจอนี้ คือ
เรื่องอะไร



ทราบ

ไม่ทราบ

สิทธิประโยชน์ที่ได้มากขึ้นคืออะไร *

ข้อความคำตอบสั้นๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาคผนวก ข
ตัวอย่างการตอบแบบสอบถามออนไลน์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข.1 ตัวอย่างการตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สินเชื่อ

แบบสอบถามเรื่องสินเชื่อ สินเชื่อรถ สินเชื่อบ้าน สินเชื่อส่วนบุคคล และประกันภัย

สินเชื่อ คือ เงินที่เราไปยื่นเรื่องทำการกู้ยืมจากสถาบันการเงินโดยสถาบันนี้จะเป็นธนาคารหรือไม่ใช่ธนาคารก็ได้ สินเชื่อที่เป็นเงินกู้ยืม ดังนั้นสถาบันการเงินที่ให้กู้ยืมเขาจะคิดผลตอบแทนจากการให้กู้ยืม ด้วยอัตราดอกเบี้ยตามแต่ข้อตกลงในการทำสินเชื่อครั้งนั้นหรือตามแต่เงื่อนไขของสถาบันการเงินที่เป็นคนปล่อยสินเชื่อ

ช่วงอายุ *

- ต่ำกว่า 20 ปี
- 20-30 ปี
- 31-40 ปี
- 41-50 ปี
- 51-60 ปี
- 60 ปี++

ระดับการศึกษา *

- มัธยมศึกษาตอนต้น(ม.3)
- มัธยมศึกษาตอนปลาย(ม.6/ปวช.)
- อนุปริญญา/ปวส./หรือเทียบเท่า
- ปริญญาตรี
- ปริญญาโท
- ปริญญาเอก

อาชีพ *

- นักเรียน นักศึกษา
- พนักงานเอกชน
- พนักงานรัฐวิสาหกิจ
- พนักงานโรงงานอุตสาหกรรม
- ข้าราชการ
- ธุรกิจส่วนตัว
- อื่นๆ:

สินเชื่อส่วนบุคคล

สินเชื่อส่วนบุคคล (Personal Loan) คือ รูปแบบหนึ่งของการกู้เงินแบบอนепประสงค์ ที่ผู้สามารถนำเงินไปใช้จ่ายได้ตามความต้องการหรือความจำเป็นได้ โดยไม่ต้องมีหลักทรัพย์หรือบุคคลค้ำประกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หากท่านกำลังมองหาสินเชื่อบุคคล สิ่งที่คุณคิดว่าท่านให้ความสนใจเป็นอันดับแรก *

	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
วงเงินสูงสุดที่จะได้รับ	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ระยะเวลาในการผ่อนชำระ	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
อัตราดอกเบี้ย	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
ระยะเวลาในการอนุมัติ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

หากท่านกำลังมองหา ผลิตภัณฑ์สินเชื่อส่วนบุคคลออนไลน์ ผ่านแอปพลิเคชันในโทรศัพท์ รายละเอียดที่สำคัญที่ท่านคิดว่าควรมี *

	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
รายละเอียดผลิตภัณฑ์แบบอธิบาย	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
จุดเด่นผลิตภัณฑ์	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
สิทธิประโยชน์ เช่น วงเงิน ดอกเบี้ย	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
รูปภาพ	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ไอคอน ที่สื่อแทนรูปภาพ	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยนั้น คือ เงินกู้ระยะยาวที่ผู้กู้ยืมจากธนาคารหรือสถาบันการเงิน เพื่อซื้อที่อยู่อาศัย เช่น บ้าน ทาวน์โฮม ทาวน์เฮาส์ และคอนโด เป็นต้น โดยผู้กู้ยืมจะต้องให้ที่อยู่อาศัยเป็นหลักประกันในการจำนองแก่ธนาคารหรือสถาบันการเงินเป็นผู้ให้สินเชื่อ ดังนั้นการกู้เพื่อการลงทุนหรือการกู้เพื่อที่อยู่อาศัยจึงจำเป็นต้องเปรียบเทียบหรือเลือกอัตราดอกเบี้ยเพื่อที่อยู่อาศัยให้คุ้มค่าที่สุด

หากท่านกำลังมองหาสินเชื่อบ้าน เพื่อที่จะซื้อบ้าน สิ่งที่คุณคิดว่าท่านให้ความสนใจเป็นอันดับแรก *

	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
วงเงินสูงสุดที่จะได้รับ	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ระยะเวลาในการผ่อนชำระ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
อัตราดอกเบี้ย	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ระยะเวลาในการอนุมัติ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>

สินเชื่อรถยนต์

สินเชื่อรถยนต์เช่าซื้อ : สินเชื่อสำหรับคนอยากซื้อรถยนต์
 สินเชื่อประเภทนี้เป็นสินเชื่อสำหรับคนที่ไม่อยากจ่ายเงินก้อนใหญ่และไม่มีเงินสดสำหรับซื้อรถยนต์ จึงทำการซื้อขายในลักษณะจ่ายเงินค่างวดก่อนหนึ่ง จากนั้นจึงผ่อนชำระค่างวดรถเป็นงวดโดยไม่จ่ายเต็มครั้งเดียว การทำสัญญาจะเป็นสัญญาซื้อขายระหว่างผู้ซื้อและผู้เช่าซื้อหรือผู้เช่ารถ โดยมีคนกลางคือไฟแนนซ์ ลีสซิ่ง หรือสถาบันการเงินที่เข้ามาชำระค่ารถยนต์หลังหักเงินค่างวดแทนผู้ซื้อ จากนั้นผู้ซื้อจะต้องทำสัญญาผ่อนชำระเงินจำนวนนั้นคือให้กับสถาบันการเงินไฟแนนซ์ หรือลีสซิ่งที่ไปขอสินเชื่อ ซึ่งการกู้สินเชื่อประเภทนี้ส่วนใหญ่กรรมสิทธิ์จะเป็นของสถาบันการเงิน และจะตกเป็นของผู้ซื้อเมื่อผ่อนชำระค่างวดหมดแล้ว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หากท่านกำลังมองหา **สินเชื่อบยนต์** เพื่อที่จะซื้อรถ สิ่งที่คุณคิดว่าท่านให้ความสนใจเป็นอันดับแรก *

	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
วงเงินสูงสุดที่จะได้รับ	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ระยะเวลาในการผ่อนชำระ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
อัตราดอกเบี้ย	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ระยะเวลาในการอนุมัติ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>

หากท่านกำลังมองหา **ข้อผลิตภัณฑ์สินเชื่อบยนต์** ผ่านแอปพลิเคชันในโทรศัพท์ รายละเอียดที่สำคัญที่ท่านคิดว่าควรมี

	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
รายละเอียดผลิตภัณฑ์แบบอธิบาย	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
จุดเด่นผลิตภัณฑ์	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
สิทธิประโยชน์ เช่น วงเงิน ดอกเบี้ย	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
รูปภาพ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ไอคอน ที่สื่อแทนรูปภาพ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>

สินเชื่อบยนต์

สินเชื่อบยนต์ หรือ สินเชื่อบ้าน ที่นำไปแลกเปลี่ยนเป็นเงิน

สินเชื่อบยนต์ประเภทนี้ต่างจากประเภทแรก เพราะเป็นลักษณะการนำรถยนต์ หรือ บ้าน คอนโด ที่เรามีไปใช้แทนทรัพย์สินค่าประกันเพื่อการกู้ยืมเงิน เป็นการที่เจ้าของรถปลด หรือบ้าน ที่มีลดภาระหนี้ไปจ่ายให้กับบริษัทไฟแนนซ์ หรือลิสซิ่ง ที่ให้บริการสินเชื่อบยนต์ประเภทนี้ จากนั้นก็จะได้นำเงินสดออกมาจำนวนหนึ่งเพื่อไปใช้จ่ายเวลาจำเป็น

หากท่านกำลังมองหา **สินเชื่อบยนต์** สิ่งที่คุณคิดว่าท่านให้ความสนใจเป็นอันดับแรก *

	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
วงเงินสูงสุดที่จะได้รับ	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ระยะเวลาในการผ่อนชำระ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
อัตราดอกเบี้ย	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ระยะเวลาในการอนุมัติ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข.2 ตัวอย่างการตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บัตรเครดิต

แบบสอบถามบัตรเครดิต (ใช้เวลาไม่เกิน 2 นาที)

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อสำรวจความคิดเห็นในการเลือกสมัครบัตรเครดิตเพื่อมาผลสำรวจมาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพยิ่งขึ้น

เพศ *

- ชาย
- หญิง
- ไม่ต้องการระบุ
- อื่นๆ:

อายุ *

- 18 - 24 ปี
- 25 - 34 ปี
- 35 - 44 ปี
- 45 - 54 ปี
- 55 - 64 ปี
- 65 ปี ขึ้นไป

อาชีพ *

- นักเรียน/นักศึกษา
- พนักงานบริษัท
- ข้าราชการ
- ธุรกิจส่วนตัว
- อื่นๆ:

คุณเคยมีบัตรเครดิต มาก่อนหรือไม่ *

- เคย
- ไม่เคย

ส่วนของบัตรเครดิต

ปัจจุบันคุณมีบัตรเครดิตจำนวนกี่ใบ

- 1 ใบ
- 2 ใบ
- 3 ใบ
- 4 ใบ
- มากกว่า 5 ใบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัจจุบันคุณใช้บัตรเครดิตของอะไร (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ) *

- A
- B
- C
- D
- F
- G
- H
- อื่นๆ:

ข้อใดบ้างที่มีผลกับการตัดสินใจเลือกสมัครบัตรเครดิต (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ) *

- แบ่งจ่าย 0% 3 เดือน
- แบ่งจ่ายนาน 6 และ 10 เดือน ดอกเบี้ย 0.69% ต่อเดือน
- รับเครดิตเงินคืน 100 บาท เมื่อมียอดใช้จ่ายครบ 1,200 บาทขึ้นไป / เซลล์สลิป สูงสุด 400 บาท
- กดเงินสดผ่านตู้ ATM ได้สูงสุด 100% ของวงเงินบัตร
- แลกคะแนนรับเครดิตเงินคืนสูงสุด 15%
- ฟรี ความคุ้มครองประกันอุบัติเหตุจากการเดินทาง วงเงินคุ้มครอง 16 ล้านบาท
- รับเครดิตเงินคืน 2,500 เมื่อสมัครบัตร
- ฟรี Airport Lounge 2 ครั้ง/ปี
- รับคะแนน X2 เมื่อใช้จ่ายออนไลน์
- ใช้จ่าย 20 บาท รับ 1 คะแนน
- ฟรีค่าธรรมเนียมทั้งแรกเข้าและรายปี
- รับเงินคืนทุกการใช้จ่าย 1% ทุกร้านค้า
- ค่าธรรมเนียมจากการแปลงสกุลเงิน (FX Rate) เพียง 1%
- ไม่มีข้อไหนมีผลเลยต่อการตัดสินใจเลย
- อื่นๆ:

ข้อไหนมีผลกับการตัดสินใจเลือกสมัครบัตรเครดิต มากที่สุด *

- แบ่งจ่าย 0% 3 เดือน
- แบ่งจ่ายนาน 6 และ 10 เดือน ดอกเบี้ย 0.69% ต่อเดือน
- รับเครดิตเงินคืน 100 บาท เมื่อมียอดใช้จ่ายครบ 1,200 บาทขึ้นไป / เซลล์สลิป สูงสุด 400 บาท
- กดเงินสดผ่านตู้ ATM ได้สูงสุด 100% ของวงเงินบัตร
- แลกคะแนนรับเครดิตเงินคืนสูงสุด 15%
- ฟรี ความคุ้มครองประกันอุบัติเหตุจากการเดินทาง วงเงินคุ้มครอง 16 ล้านบาท
- รับเครดิตเงินคืน 2,500 เมื่อสมัครบัตร
- ฟรี Airport Lounge 2 ครั้ง/ปี
- รับคะแนน X2 เมื่อใช้จ่ายออนไลน์
- ใช้จ่าย 20 บาท รับ 1 คะแนน
- ฟรีค่าธรรมเนียมทั้งแรกเข้าและรายปี
- รับเงินคืนทุกการใช้จ่าย 1% ทุกร้านค้า
- ค่าธรรมเนียมจากการแปลงสกุลเงิน (FX Rate) เพียง 1%
- ไม่มีข้อไหนมีผลเลยต่อการตัดสินใจเลย
- อื่นๆ: ฟรีค่าธรรมเนียมบัตรตลอดชีพ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบสอบถามบัตรเครดิต (ใช้เวลาไม่เกิน 2 นาที)

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อสำรวจความคิดเห็นในการเลือกสมัครบัตรเครดิตเพื่อมาผลสำรวจมาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ใหม่คุณภาพยิ่งขึ้น

เพศ *

- ชาย
- หญิง
- ไม่ต้องการระบุ
- อื่นๆ:

อายุ *

- 18 - 24 ปี
- 25 - 34 ปี
- 35 - 44 ปี
- 45 - 54 ปี
- 55 - 64 ปี
- 65 ปี ขึ้นไป

อาชีพ *

- นักเรียน/นักศึกษา
- พนักงานบริษัท
- ข้าราชการ
- ธุรกิจส่วนตัว
- อื่นๆ:

คุณเคยมี บัตรเครดิต มาก่อนหรือไม่ *

- เคย
- ไม่เคย

ส่วนของบัตรเครดิต

ปัจจุบันคุณมีบัตรเครดิตจำนวนกี่ใบ

- 1 ใบ
- 2 ใบ
- 3 ใบ
- 4 ใบ
- มากกว่า 5 ใบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัจจุบันคุณใช้บัตรเครดิตของอะไร (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ) *

- A
- B
- C
- D
- F
- G
- H
- อื่นๆ:

ข้อใดบ้างมีผลกับการตัดสินใจเลือกสมัครบัตรเครดิต (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ) *

- แฉงจ่าย 0% 3 เดือน
- แฉงจ่ายนาน 6 และ 10 เดือน ดอกเบีย 0.69% ต่อเดือน
- รับเครดิตเงินคืน 100 บาท เมื่อมียอดใช้จ่ายครบ 1,200 บาทขึ้นไป / เชลล์สลิป สูงสุด 400 บาท
- กัดเงินสดผ่านตู้ ATM ได้สูงสุด 100% ของวงเงินบัตร
- แลคคะแนนรับเครดิตเงินคืนสูงสุด 15%
- ฟรี ความคุ้มครองประกันอุบัติเหตุจากการเดินทาง วงเงินคุ้มครอง 16 ล้านบาท
- รับเครดิตเงินคืน 2,500 เมื่อสมัครบัตร
- ฟรี Airport Lounge 2 ครั้ง/ปี
- รับคะแนน X2 เมื่อใช้จ่ายออนไลน์
- ใช้จ่าย 20 บาท รับ 1 คะแนน
- ฟรีค่าธรรมเนียมทั้งแรกเข้าและรายปี
- รับเงินคืนทุกการใช้จ่าย 1% ทุกร้านค้า
- ค่าธรรมเนียมจากการแปลงสกุลเงิน (FX Rate) เพียง 1%
- ไม่มีข้อไหนมีผลเลยต่อการตัดสินใจเลย
- อื่นๆ:

ข้อไหนมีผลกับการตัดสินใจเลือกสมัครบัตรเครดิต มากที่สุด *

- แฉงจ่าย 0% 3 เดือน
- แฉงจ่ายนาน 6 และ 10 เดือน ดอกเบีย 0.69% ต่อเดือน
- รับเครดิตเงินคืน 100 บาท เมื่อมียอดใช้จ่ายครบ 1,200 บาทขึ้นไป / เชลล์สลิป สูงสุด 400 บาท
- กัดเงินสดผ่านตู้ ATM ได้สูงสุด 100% ของวงเงินบัตร
- แลคคะแนนรับเครดิตเงินคืนสูงสุด 15%
- ฟรี ความคุ้มครองประกันอุบัติเหตุจากการเดินทาง วงเงินคุ้มครอง 16 ล้านบาท
- รับเครดิตเงินคืน 2,500 เมื่อสมัครบัตร
- ฟรี Airport Lounge 2 ครั้ง/ปี
- รับคะแนน X2 เมื่อใช้จ่ายออนไลน์
- ใช้จ่าย 20 บาท รับ 1 คะแนน
- ฟรีค่าธรรมเนียมทั้งแรกเข้าและรายปี
- รับเงินคืนทุกการใช้จ่าย 1% ทุกร้านค้า
- ค่าธรรมเนียมจากการแปลงสกุลเงิน (FX Rate) เพียง 1%
- ไม่มีข้อไหนมีผลเลยต่อการตัดสินใจเลย
- อื่นๆ: ฟรีค่าธรรมเนียมบัตรตลอดชีพ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข.3 ตัวอย่างการตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บัญชีเงินฝากและบัตรเดบิต

แบบสอบถามบัญชีเงินฝากและบัตรเดบิต (ใช้เวลาไม่เกิน 2 นาที)

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อสำรวจความคิดเห็นในการสมัครบัญชีเงินฝากและบัตรเดบิตเพื่อประชาสัมพันธ์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพยิ่งขึ้น

เพศ *

- ชาย
- หญิง
- ไม่ต้องการระบุ
- อื่นๆ:

อายุ *

- ต่ำกว่า 18 ปี
- 18 - 24 ปี
- 25 - 34 ปี
- 35 - 44 ปี
- 45 - 54 ปี
- 55 - 64 ปี
- 65 ปี ขึ้นไป

อาชีพ *

- นักเรียน/นักศึกษา
- พนักงานบริษัท
- ข้าราชการ
- ธุรกิจส่วนตัว
- อื่นๆ:

คุณเคยมี **บัญชีเงินฝาก** มาก่อนหรือไม่ *

- เคย
- ไม่เคย

ส่วนของบัญชีเงินฝากและบัตรเดบิต(บัตรกดเงินสด/บัตร atm)

ปัจจุบันแล้วคุณมี **บัญชีเงินฝากกี่เล่ม** ต่อหนึ่งธนาคาร *

- 1 เล่ม
- 2 เล่ม
- 3 เล่ม
- 4 เล่ม
- มากกว่า 5 เล่ม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โดยปกติแล้ว คุณเป็นคนที่ **สามารถจำเลขบัญชีเงินฝากของตนเอง** ได้หรือไม่ *

- จำได้
- จำไม่ได้

คุณเคยสมัคร **บัตรเดบิต** (บัตรกดเงินสด/บัตรatm) มาก่อนหรือไม่ *

- เคย
- ไม่เคย

ทำไมคุณถึงเลือกที่จะ **สมัคร/ไม่สมัครบัตรเดบิต** *

สะดวก ใช้จ่ายผ่านออนไลน์

ปัจจุบันคุณมี **บัตรเดบิต** ทั้งหมดกี่ใบ *

- 1 ใบ
- 2 ใบ
- 3 ใบ
- 4 ใบ
- มากกว่า 5 ใบ
- ไม่มีบัตรเดบิต

คุณคิดว่าอะไรสำคัญ สำหรับบัตรเดบิต เรียงจากมากไปน้อย *

	เลขบัญชีเงินฝาก	ชื่อบัญชีเงินฝาก	วันหมดอายุบัตร	เลขบัตรเดบิต
มากที่สุด	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
มาก	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
ปานกลาง	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
น้อย	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข.4 ตัวอย่างการตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์กองทุน

แบบสอบถามเรื่องการลงทุนในกองทุนรวม (ใช้เวลาไม่เกิน 3 นาที)

แบบสอบถามนี้ไม่มีการระบุตัวตน และไม่มีการเปิดเผยข้อมูลของท่านเป็นอันขาด โดยข้อมูลทั้งหมดนำไปใช้เพื่อศึกษาและพัฒนาแอปพลิเคชันเพียงเท่านั้น

คำชี้แจงในการตอบแบบสอบถาม

วัตถุประสงค์ของการจัดทำแบบสอบถาม

แบบสอบถามนี้มีการปฏิบัติตามหลักพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA) และได้นำข้อมูลของผู้ตอบมารวบรวม โดยไม่มีการระบุตัวตน เพื่อใช้สำหรับพัฒนาแอปพลิเคชันเกี่ยวกับการเงินและการลงทุน ที่เป็นส่วนหนึ่งของโครงการสหกิจศึกษาระดับชั้นปริญญาตรี สาขาวิทยาการคอมพิวเตอร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

แบบสอบถามชุดนี้แบ่งออกเป็น 2 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ทำแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุน

คุณยินยอมในการนำข้อมูลนี้ไปทำการวิเคราะห์ต่อไปหรือไม่ (ข้อมูลของผู้ตอบจะไม่มีการระบุตัวตน และจะไม่เปิดเผย * ข้อมูล)

ยินยอม

ไม่ยินยอม

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ทำแบบสอบถาม

คำชี้แจง : โปรดเลือกข้อมูลที่ตรงกับความต้องการของท่านมากที่สุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อาชีพ *

- นักเรียน/นักศึกษา
- พนักงานเงินเดือน/ลูกจ้างเอกชน
- ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ
- ธุรกิจส่วนตัว
- ว่างาน
- อื่นๆ: _____

ข้อควรรู้ "กองทุนรวม" คืออะไร ?

กองทุนรวม คือ การระดมเงินจากนักลงทุนหลายรายรวมกันให้เป็นเงินลงทุนก้อนใหญ่ โดยบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน (บลจ.) ผู้ทำหน้าที่ระดมเงินจะนำกองทุนไปจัดทะเบียน เป็นนิติบุคคล และนำเงินกองทุนนั้นไปลงทุนตามนโยบายตามที่ระบุไว้ในหนังสือชี้ชวน

ท่านเคยมีประสบการณ์ลงทุนในกองทุนรวมหรือไม่ *

- เคย
- ไม่เคย

ตอนที่ 2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนในกองทุนรวม

คำชี้แจง : โปรดเลือกข้อมูลที่ตรงกับความต้องการของท่านมากที่สุด

คุณเป็นนักลงทุนแบบไหน *

- นักลงทุนมือใหม่ กำลังศึกษา ประสบการณ์ยังน้อย
- นักลงทุน ผู้มีความรู้และประสบการณ์ในระดับกลาง
- นักลงทุนผู้เชี่ยวชาญ มีความรู้และประสบการณ์ในระดับสูง
- นักลงทุนในอดีต (ปัจจุบันไม่ได้เล่นกองทุนแล้ว)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เป้าหมายในการลงทุนของคุณ *

- ลงทุนสั้น เสี่ยงน้อย สภาพคล่องสูง
- ลงทุนยาวขึ้น เพื่อผลตอบแทนที่เพิ่มขึ้น
- ลงทุนเพื่อสร้างรายได้สม่ำเสมอ
- ลงทุนเพื่อโอกาสเติบโตระยะยาว
- ลงทุนในสินทรัพย์ตามสภาวะตลาด
- อื่นๆ:

ปกติคุณมีการซื้อกองทุนที่ไหนบ้าง *

- ธนาคาร ในเครือ บลจ. (บนแอป Mobile Banking) ex. SCB EASY, ttb touch, K-plus, etc.
- ธนาคาร ในเครือบลจ. (ที่สาขา)
- ซื้อตรงกับ บลจ.
- ซื้อผ่านนายหน้า (Broker)

หากคุณต้องการค้นหากองทุนเพื่อเลือกซื้อ คุณจะเริ่มดูจากอะไรเป็นอันดับแรก *

- ดูตามประเภทของกองทุน ex. SSF, RMF, LTF, IPO
- ดูตามประเภทของสินทรัพย์ ex. ตราสารหนี้, กองทุนหุ้น, สินทรัพย์ทางเลือก, ตลาดเงิน, etc.
- ดูกองทุนที่ขึ้นแนะนำ/ขายดี จากบริษัทหรือผู้เชี่ยวชาญ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จงเรียงลำดับปัจจัยสำคัญจากมากไปน้อย ที่คุณใช้พิจารณาในการเลือกซื้อกองทุนในแต่ละครั้ง (อันดับห้ามซ้ำกัน) *
 *** ห้ามเลือกอันดับซ้ำกัน (ใน 1 คอลัมน์แนวดิ่ง ต้องมีเพียงจุดเดียว)***

	อันดับที่ 1 (มากที่สุด)	อันดับที่ 2 (มาก)	อันดับที่ 3 (ค่อนข้างมาก)	อันดับที่ 4 (ค่อนข้างน้อย)	อันดับที่ 5 (น้อย)	อันดับที่ 6 (น้อยที่สุด)
ระดับความเสี่ยงที่รับได้ (Risk)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
มูลค่าทรัพย์สินสุทธิ (NAV)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
ผลตอบแทน (Return)	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ข่าวและแนวโน้มต่างๆที่เป็นกระแส	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน (บลจ.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
ลงทุนในประเทศ/ต่างประเทศ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

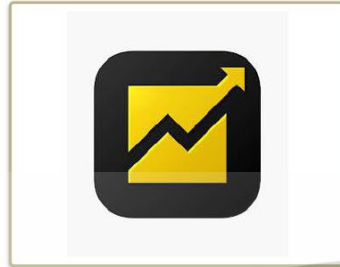
คุณติดตามข่าวสารต่างๆเกี่ยวกับการลงทุนจากช่องทางใดบ้าง *

- หนังสือพิมพ์ (ex. มติชน, ฐานันท์)
- เว็บไซต์ (ex.FINNOMENA, [set.or.th](#), Investing.com,MSN Money, etc.)
- แอปพลิเคชันเกี่ยวกับการลงทุน (ex.Bisnews, Fin, iBillionaire, eToro Social Trading, etc.)
- โซเชียลมีเดีย (ex. Twitter, Facebook, etc.)
- โทรศัพท์
- โทรทัศน์/ทีวีดิจิทัล
- อีเมล
- เพื่อนและคนใกล้ชิด
- อื่นๆ: _____

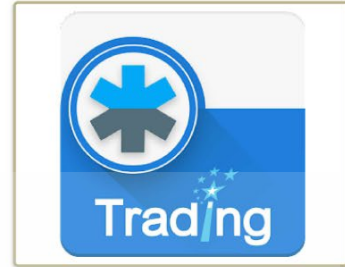
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แอปพลิเคชันที่คุณใช้เพื่อลงทุน (ถ้ามี)

*รูปภาพด้านล่างเป็นตัวอย่างจากบางแอปเพียงเท่านั้น หากคุณใช้แอปอื่นนอกจากนี้โปรดระบุ



✓ FIN



✓ WeathMagik



✓ K-My Funds (ธนาคารกสิกรไทย)



✓ ttb touch (ธนาคารทหารไทยธนชาต)



✓ KMA (ธนาคารกรุงศรี)



✓ K-NEXT (ธนาคารกรุงไทย)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้


 อื่นๆ:

 EASY INVEST

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ที่คุณต้องการให้มี/อยากให้ปรับปรุงในแอปที่คุณกำลังใช้เพื่อลงทุน หรือในกรณีที่ไม่เคยใช้แอปคุณคิดว่าถ้าวันหนึ่งต้องใช้แอปการลงทุน มันควรมีฟังก์ชันใด

*

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบสอบถามเรื่องการลงทุนในกองทุนรวม (ใช้เวลาไม่เกิน 3 นาที)

แบบสอบถามนี้ไม่มีการระบุตัวตน และไม่มีการเปิดเผยข้อมูลของท่านเป็นอันขาด โดยข้อมูลทั้งหมดนำไปใช้เพื่อศึกษาและพัฒนาแอปพลิเคชันเพียงเท่านั้น

คำชี้แจงในการตอบแบบสอบถาม

วัตถุประสงค์ของการจัดทำแบบสอบถาม

แบบสอบถามนี้มีการปฏิบัติตามหลักพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA) และได้นำข้อมูลของผู้ตอบมาวิเคราะห์ โดยไม่มีการระบุตัวตน เพื่อใช้สำหรับพัฒนาแอปพลิเคชันเกี่ยวกับการเงินและการลงทุน ที่เป็นส่วนหนึ่งของโครงการสหกิจศึกษาระดับชั้นปริญญาตรี สาขาวิทยาการคอมพิวเตอร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

แบบสอบถามชุดนี้แบ่งออกเป็น 2 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ทำแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 มีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุน

คุณยินยอมในการนำข้อมูลนี้ไปทำการวิเคราะห์ต่อไปหรือไม่ (ข้อมูลของผู้ตอบจะไม่มีการระบุตัวตน และจะไม่เปิดเผย * ข้อมูล)

ยินยอม

ไม่ยินยอม

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ทำแบบสอบถาม

คำชี้แจง : โปรดเลือกข้อมูลที่ตรงกับความต้องการของท่านมากที่สุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อาชีพ *

- นักเรียน/นักศึกษา
- พนักงานเงินเดือน/ลูกจ้างเอกชน
- ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ
- ธุรกิจส่วนตัว
- วางงาน
- อื่นๆ: _____

ข้อควรรู้ "กองทุนรวม" คืออะไร ?

กองทุนรวม คือ การระดมเงินลงทุนจากนักลงทุนหลายรายมารวมกันให้เป็นเงินลงทุนก้อนใหญ่ โดยบริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน (บลจ.) ผู้ทำหน้าที่ระดมเงินลงทุนจะนำกองทุนไปจดทะเบียน เป็นนิติบุคคล และนำเงินกองทุนนั้นไปลงทุนตามนโยบายตามที่ระบุไว้ในหนังสือชี้ชวน

ท่านเคยมีประสบการณ์การลงทุนในกองทุนรวมหรือไม่ *

- เคย
- ไม่เคย

ตอนที่ 2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการลงทุนในกองทุนรวม (สำหรับผู้ไม่เคยลงทุน)

คำชี้แจง : โปรดเลือกข้อมูลที่ตรงกับความต้องการของท่านมากที่สุด

เหตุใดคุณจึงไม่เคยเล่นกองทุนรวม ? *

- ไม่เคยสนใจเรื่องการลงทุนใดๆเลย
- สนใจแต่ยังไม่มียกเงินเพื่อลงทุน
- สนใจเรื่องการลงทุนอยู่บ้าง แต่ไม่เคยศึกษาจริงจังจึงยังไม่กล้าลงทุน
- โดยปกติลงทุนในอย่างอื่นที่ไม่ใช่กองทุนรวม เช่น หุ้น คริปโต

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หากตอนนี้คุณมีโอกาสดำเนินการลงทุนในกองทุนรวม เป้าหมายการลงทุนใด ที่ตรงกับคุณที่สุด? *

- ลงทุนสั้น เสี่ยงน้อย สภาพคล่องสูง
- ลงทุนยาวขึ้น เพื่อผลตอบแทนที่เพิ่มขึ้น
- ลงทุนเพื่อสร้างรายได้สม่ำเสมอ
- ลงทุนเพื่อโอกาสเติบโตระยะยาว
- ลงทุนในสินทรัพย์ตามสภาวะตลาด

สมมติว่าคุณต้องการค้นหากองทุนเพื่อเลือกซื้อ คุณคิดว่าจะเริ่มดูจากอะไรเป็นอันดับแรก จากตัวเลือกต่อไปนี้ *

- ดูตามประเภทของกองทุน ex. SSF, RMF, LTF, IPO
- ดูตามประเภทของสินทรัพย์ ex. ตราสารหนี้, กองทุนหุ้น, สินทรัพย์ทางเลือก, ตลาดเงิน, etc.
- ดูกองทุนที่ขึ้นแนะนำ/ขายดี จากบริษัทหรือผู้เชี่ยวชาญ

หากคุณต้องการศึกษาเกี่ยวกับการลงทุนกองทุนรวม คุณจะทําอย่างไร? *

- ค้นหาผ่าน Google
- ดูผ่าน Youtube
- โหลดแอปพลิเคชันเกี่ยวกับการลงทุนเพื่อศึกษา
- ถามเพื่อนหรือคนใกล้ชิด
- ปรึกษาผู้เชี่ยวชาญทางการลงทุน ตามบริษัทลงทุน
- อ่านหนังสือการลงทุน
- ศึกษาตาม Community ต่างๆ ในโซเชียลมีเดีย ex. Facebook, Twitter
- อื่นๆ: _____

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จงเรียงลำดับปัจจัยที่คุณคิดว่าสำคัญต่อการเลือกซื้อกองทุนจากมากไปน้อย (อันดับห้ามซ้ำกัน) *

*** ห้ามเลือกอันดับซ้ำกัน (ใน 1 คอลัมน์แนวดิ่ง ต้องมีเพียงจุดเดียว)***

	อันดับที่ 1 (มากที่สุด)	อันดับที่ 2 (มาก)	อันดับที่ 3 (ค่อนข้างมาก)	อันดับที่ 4 (ค่อนข้างน้อย)	อันดับที่ 5 (น้อย)	อันดับที่ 6 (น้อยที่สุด)
ระดับความเสี่ยงที่รับได้ (Risk)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
มูลค่าทรัพย์สินสุทธิ (NAV)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
ผลตอบแทน (Return)	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ข่าวและแนวโน้มต่างๆที่เป็นกระแส	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุน (บลจ.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ลงทุนในประเทศ/ต่างประเทศ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม หากในอนาคตคุณมีโอกาสได้ลงทุนผ่านแอปต่างๆ อะไรคือสิ่งที่คุณต้องการให้มี *

เนื้อหานี้ได้ถูกสร้างขึ้นหรือรับรองโดย Google

Google ฟอรัม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข.5 ตัวอย่างการตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ประกัน

ประกันภัย

การประกันภัย (Insurance)

เป็นทางเลือกหนึ่งที่สามารถช่วยบรรเทาความเดือดร้อนเมื่อเกิดความเสียหายแก่ชีวิตและทรัพย์สินต่างๆ ที่ได้ทำประกันภัยไว้ ด้วยการเฉลี่ยหรือการกระจายความเสียหายไปยังสมาชิกที่ทำประกันภัย โดยมีบริษัทประกันภัยเป็นผู้ทำหน้าที่เก็บเบี้ยประกันและชดเชยค่าสินไหมทดแทนให้แก่ผู้เอาประกันภัยหรือผู้รับประโยชน์ตามที่ระบุไว้ในสัญญา

คุณคิดว่าประกันประเภทใดสำคัญต่อการใช้ชีวิตของคุณมากที่สุด (โปรดเลือก 4 อันดับแรกที่คุณคิดว่าสำคัญที่สุด) *

- ประกันชีวิต
- ประกันสุขภาพ
- ประกันอุบัติเหตุ
- ประกันรถยนต์
- ประกันการเดินทาง
- ประกันคุ้มครองกิจการ
- ประกันโรคร้ายแรง
- ประกันคุ้มครองสินเชื่อ
- ประกันคุ้มครองชีวิตและสิ่งต่อมรดก
- ประกันการออมและการเกษียณ

คุณเคยสมัครประกันหรือไม่ (เช่น ประกันชีวิต ประกันสุขภาพ ประกันอุบัติเหตุ ประกันอื่น ๆ) *

- เคย
- ไม่เคย

คุณคิดว่าประกันประเภทใดสำคัญต่อการใช้ชีวิตของคุณมากที่สุด (ให้คะแนนจากมากไปน้อยโดยไม่ซ้ำกัน) *

	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ประกันชีวิต	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ประกันสุขภาพ	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ประกันอุบัติเหตุ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ประกันรถยนต์	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
ประกันวินาศภัย	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หากคุณต้องการสมัครประกันคุ้มครองกิจการ คุณคิดว่าประกันประเภทนี้ควรอยู่ในหมวดหมู่ไหน *

- ประกันชีวิต
- ประกันอุบัติเหตุ
- ประกันอื่น ๆ

หากคุณต้องการสมัครประกันคุ้มครองสินเชื่อ คุณคิดว่าประกันประเภทนี้ควรอยู่ในหมวดหมู่ไหน *

- ประกันชีวิต
- ประกันอุบัติเหตุ
- ประกันรถยนต์
- ประกันอื่น ๆ

หากคุณต้องการสมัครประกันคุ้มครองชีวิตและสังคมรถ คุณคิดว่าประกันประเภทนี้ควรอยู่ในหมวดหมู่ไหน *

- ประกันชีวิต
- ประกันอุบัติเหตุ
- ประกันรถยนต์
- ประกันอื่น ๆ

หากคุณต้องการสมัครประกันเดินทาง (ท่องเที่ยว) คุณคิดว่าประกันประเภทนี้ควรอยู่ในหมวดหมู่ไหน *

- ประกันอุบัติเหตุ
- ประกันอื่น ๆ

หากท่านกำลังมองหา ชื่อผลิตภัณฑ์ ประกัน ผ่านแอปพลิเคชันในโทรศัพท์ รายละเอียดที่สำคัญที่ท่านคิดว่าควรมี

	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
รายละเอียดผลิตภัณฑ์ แบบอธิบาย	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
จุดเด่นผลิตภัณฑ์	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
สิทธิประโยชน์ เช่น เงิน ดอกเบี้ย	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
รูปภาพ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ไอคอน ที่สื่อแทนรูปภาพ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข.6 ตัวอย่างการตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บัญชีเงินเดือน

แบบสอบถามการใช้งานผลิตภัณฑ์ สำหรับพนักงาน บัญชีเงินเดือน (Payroll) ไม่เกิน 2 นาที

Salary ก็คือเงินเดือนที่ถูกจ่ายในเวลาที่ถูกกำหนด โดยการโอนเข้าบัญชีโดยตรง หรือ บางทีอาจจะใส่ซองแล้วยื่นให้พนักงานในทุกสิ้นเดือน โดยฝ่าย HR หรือ เจ้าของกิจการ

Payroll จะถูกจ่ายอัตโนมัติโดยธนาคารหรือผ่านโปรแกรมคำนวณครับ โดยจะคำนวณและจ่ายอัตโนมัติเลยเมื่อถึงเวลาซึ่งตัวของระบบ Payroll เนี่ยก็จะคำนวณโบนัส เงินเพิ่มต่างๆ รวมไปถึงหักค่าใช้จ่ายต่างๆ จนเป็นยอดสุทธิและโอนให้แก่พนักงานครับโดยไม่ต้องใช้คณมาทั้งคำนวณผ่านเอ็กซ์เซล เหมือน Salary ครับ

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อสำรวจความคิดเห็นในการเลือกสมัครผลิตภัณฑ์เพื่อนำผลสำรวจมาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ไข่มุกคุณภาพยิ่งขึ้น

เพศ *

- ชาย
- หญิง
- ไม่ต้องการระบุ
- อื่นๆ:

อายุ *

- 18 - 24 ปี
- 25 - 34 ปี
- 35 - 44 ปี
- 45 - 54 ปี
- 55 - 64 ปี
- 65 ปีขึ้นไป

อาชีพ *

- นักเรียน/นักศึกษา
- พนักงานบริษัท
- ข้าราชการ
- ธุรกิจส่วนตัว
- อื่นๆ:

ท่านเป็นพนักงานที่ได้รับเงินเดือนรูปแบบใด *

ระหว่าง Salary หรือ Payroll

- Salary
- Payroll

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ท่านทราบหรือไม่ว่า Payroll เป็นบัญชีเงินเดือนจากธนาคาร(ได้รับการโอนเงินจากธนาคารโดยตรง) จะได้รับสิทธิประโยชน์ อื่นๆในผลิตภัณฑ์ของธนาคาร *

- ทราบ
- ไม่ทราบ

สมมติว่าท่านเป็นพนักงานบัญชีเงินเดือน(Payroll) แล้วกำลังมองหาผลิตภัณฑ์ของธนาคาร ในหมวด สินเชื่อบ้าน จากหน้าจอโทรศัพท์ *

*ท่านทราบหรือไม่ว่า สิทธิประโยชน์ที่ได้เพิ่มของ ของพนักงานบัญชีเงินเดือนในหน้าจอนี้ คือเรื่อง ของอะไร



- ทราบ
- ไม่ทราบ

สิทธิประโยชน์ที่ได้มากขึ้นคืออะไร *

คลิกเพื่อดูคำตอบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบประเมินความพึงพอใจในการใช้ sale gallery - ttb touch

** แบบสำรวจข้อมูลนี้ เป็นเครื่องมือสำหรับเก็บข้อมูล เพื่อรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้ ที่มีต่อแอปพลิเคชัน ttb touch ซึ่งการวิจัยและแบบสำรวจ ดังกล่าว มีจุดประสงค์เพื่อเป็นประโยชน์ในการ ออกแบบ ส่วนติดต่อใช้งานของ

แอปพลิเคชัน ttb touch เพื่อให้เป็นที่พึงพอใจของผู้ใช้มากที่สุด **

กรุณาเลือกช่องเพื่อระบุความพึงพอใจของท่าน โดยแบ่งระดับความพึงพอใจดังนี้

- 5 หมายถึง พอดีมากที่สุด
- 4 หมายถึง พอดีมาก
- 3 หมายถึง พอใช้
- 2 หมายถึง ค่อนข้างน้อย
- 1 หมายถึง น้อยที่สุด

* Indicates required question

1. ชื่อ - สกุล *

2. ฉันคิดว่าฉันจะเข้าใช้งานแอปพลิเคชัน ttb touch น้อย *

(Mark only one oval)

1 2 3 4 5

น้อย มากที่สุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. ฉันคิดว่าแอปพลิเคชัน ttb touch มีความซับซ้อนโดยไม่จำเป็น *

Mark only one oval

1 2 3 4 5

น้อย มากที่สุด

4. ฉันคิดว่าแอปพลิเคชัน ttb touch ใช้งานง่าย *

Mark only one oval

1 2 3 4 5

น้อย มากที่สุด

5. ฉันคิดว่าฉันต้องการความช่วยเหลือจากผู้อื่นเพื่อให้ฉันใช้แอปพลิเคชัน ttb touch นี้ได้ *

Mark only one oval

1 2 3 4 5

น้อย มากที่สุด

6. ฉันคิดว่าฟังก์ชันการทำงานต่างๆในแอปพลิเคชัน ttb touch ทำงานได้ดี *

Mark only one oval

1 2 3 4 5

น้อย มากที่สุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

7. ฉันคิดว่าการออกแบบหน้าจอนี้ไม่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน สัมพันธ์กับรูปแบบหน้าจอ *

Mark only one oval.

1 2 3 4 5

น้อย มากที่สุด

8. ฉันคิดว่าทุกคนสามารถเรียนรู้การใช้งานแอปพลิเคชัน ttb touch ได้อย่างรวดเร็ว *

Mark only one oval.

1 2 3 4 5

น้อย มากที่สุด

9. ฉันคิดว่าแอปพลิเคชัน ttb touch มีความซับซ้อนมาก *

Mark only one oval.

1 2 3 4 5

น้อย มากที่สุด

10. ฉันคิดว่าฉันสนใจและรู้สึกปลอดภัยที่จะใช้แอปพลิเคชันนี้ *

Mark only one oval.

1 2 3 4 5

น้อย มากที่สุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

11. ฉันต้องการเรียนรู้การใช้งานแอปพลิเคชันก่อนถึงจะใช้งานได้ *

Mark only one oval.

1 2 3 4 5

น้อย มากที่สุด

This content is neither created nor endorsed by Google.

Google Forms



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาคผนวก ง
การวิเคราะห์คู่แข่ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

competitive analysis - Product Shelf&card			
Investment			
Grouping			
ttb (Present)			SCB
1. ทั้งหมด	1. ชื่อ	1. กองทุนแนะนำ	การลงทุน
2. เคยซื้อ	ประเภทกองทุน (filter)	2. กองทุนลดหย่อนภาษี	1. ก
3. แนะนำ	กองทุนเปิดทั่วไป		- แ
4. ติดตาม	SSF	RMF	
- คัดสรรโดย CIO	5. IPO	LTF	IPO
- คัดสรรเพื่อผู้เริ่มลงทุน	6. ttb smart port	กองทุนตามสินทรัพย์	
2. Intelligent Port (ช่วยบริหารพอร์ต)	7. (1D, 1M, 3M, 6M, YTD, 1Y, 3Y)	ตลาดเงิน	ตราสารหนี้/คปท
3. ลงทุนผ่าน InnovestX		ผสม	หุ้นไทย/คปท
4. พันธมิตร		สินทรัพย์ทางเลือก	สินทรัพย์โหดภัยพิ
	5. หุ้นกู้	กองทุนตามเป้าหมาย	
	6. หุ้นสามัญ/หน่วยทรัสต์/หน่วยลงทุน	ลงทุนสั้นเสี่ยงน้อย	ลงทุนสร้างรายได้
		ลงทุนยาว	โอกาสเติบโต
		โอกาสเติบโต	ความสภาวะตลาด
		2. ขาย	
		3. สับเปลี่ยน	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

competitive analysis - Product Shelf&card										
Insurance (Application)										
หมวดหมู่การจัดกลุ่มประกัน										
Group/กลุ่ม Content/ประเภท										
	7	ชีวิต	/	/	/	/	/	/	/	/
	6	สุขภาพ	/	x	/	/	/	/	/	x
	9	อุบัติเหตุ	/	/	/	/	/	/	/	x
	4	โรคร้ายแรง	/	/	x	/	x	x	x	/
	8	รถยนต์	/	x	/	/	/	/	/	x
	1	เดินทาง	/	/	/	/	/	/	/	/
/	/	5	มรดก	/	x	x	/	/	x	/
การ์ดหน้าผลิตภัณฑ์ (ประกัน)										
KKP	BBL									
/	x	Image**	/	/	/	/	/	/	/	/
/	/	Name heading	/	/	/	/	/	/	/	/
/	/	- bundle -	/	/	/	x	/	/	/	/
/	/		/	/	/	/	/	x	/	/
x	/		x	/	/	x	x	x	x	/
x	/	x	/	/	/	x	x	x	x	/
x	x	x	/	/	/	x	x	x	x	/



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

competitive analysis - Product Shelf&card							
Loan							
การ์ดหน้าผลิตภัณฑ์สินเชื่อ				มีproductเดียว			
Card face	ttb (Present)						
Image**	/	/	/	/	/	/	/
Name heading	/	/	/	/	/	/	/
Detail	/	/	x	/	/	/	/
Card face	/	/	/	/	/	/	/
Benefit	x	x	x	/	/	x	x
icon	x	x	x	/	/	x	x
call	x	x	x	/	/	x	x
history	x	x	x	x	x	x	/
Calculate	x	x	x	x	/	x	x
หมวดหมู่การจัดกลุ่มหน้าเปิดบัญชี							
Grouping	ttb (Present)						
สินเชื่อบ้าน	/	/	x	x	/	x	/
สินเชื่อรถ	/	/	/	/	/	/	x
สินเชื่อสวัสดิการ	/	x	x	x	x	x	x
สินเชื่อ SME	/	/	x	/	/	x	x
สินเชื่อรถยนต์	/	/	/	/	/	/	x

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

competitive analysis (Card)

The collage displays multiple screenshots of mobile banking applications. Key elements include:

- Account Management Screens:** Screens showing account balances, transaction history, and options to add or manage cards.
- Transfer and Payment Screens:** Interfaces for sending money to other accounts or making payments at various merchants.
- Card Management Screens:** Screens for activating, blocking, or managing debit and credit cards.
- Navigation and Home Screens:** Dashboards with icons for different services like transfers, payments, and account info.

Two tables are visible in the collage, likely representing data extracted from the apps:

ชื่อแอป	Platform	Card type	Bank	Image
Bank of Buriram	Android	Debit Card	(Bank of Buriram)	
Bank of Buriram	Android	Debit Card	(Bank of Buriram)	
Bank of Buriram	Android	Debit Card	(Bank of Buriram)	
Bank of Buriram	Android	Debit Card	(Bank of Buriram)	

ชื่อแอป	Platform	Card type	Bank	Image	Name holder	Card type	History	Card type
Bank of Buriram	Android	Debit Card	(Bank of Buriram)					
Bank of Buriram	Android	Debit Card	(Bank of Buriram)					
Bank of Buriram	Android	Debit Card	(Bank of Buriram)					
Bank of Buriram	Android	Debit Card	(Bank of Buriram)					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บัญชีเงินฝาก

รายละเอียดผลิตภัณฑ์ (Product detail)

ttb (Present)	1. ชื่อ	1. ชื่อผลิตภัณฑ์	1. รูป	1. ชื่อผลิตภัณฑ์	1. รูป	1. ไอคอน
Don't have (สมัครทันที)	2. คำอธิบายสั้นๆ	2. รูป	2. ชื่อผลิตภัณฑ์	2. รูป	2. ชื่อผลิตภัณฑ์	2. ชื่อผลิตภัณฑ์
	2. รายละเอียดเบื้องต้น	3. benefit 4 กลอง	3. คำอธิบายสั้นๆ	3. จุดเด่นผลิตภัณฑ์	3. คำอธิบายสั้นๆ	3. ประเภทบัญชี
	3. ข้อมูลผลิตภัณฑ์ (PDF)	4. วิธีการใช้	4. จุดเด่นผลิตภัณฑ์	4. ข้อควรทราบ	4. จุดเด่นผลิตภัณฑ์	4. อัตราดอกเบี้ย
		5. คุณสมบัติผู้สมัคร	5. เงื่อนไขผลิตภัณฑ์	5. ข้อมูลผลิตภัณฑ์ (PDF)	5. เงื่อนไขผลิตภัณฑ์	5. ข้อมูลผลิตภัณฑ์(point)
		6. ตารางเปิดเผยข้อมูล			6. ข้อมูลผลิตภัณฑ์ (PDF)	6. เอกสารแสดงข้อมูลผลิตภัณฑ์ (PDF)

ปัจจุบัน

Don't have

บัตรเครดิต

รายละเอียดผลิตภัณฑ์ (Product detail)

ttb (Present)	1. รูป	1. รูป (แสดงบัตร)	1. รูป	1. รูป	1. รูป
2. ชื่อผลิตภัณฑ์	2. ชื่อผลิตภัณฑ์	2. เงื่อนไขของ (advertise)	2. ชื่อผลิตภัณฑ์	2. ชื่อผลิตภัณฑ์	2. ชื่อผลิตภัณฑ์
3. คำอธิบายไอชื่อผลิตภัณฑ์	3. รายละเอียด	3. เงื่อนไขการสมัคร คุณสมบัติผู้สมัคร	3. จุดเด่น	3. จุดเด่น	3. จุดเด่นพิเศษ (ถ้า มี)
4. จุดเด่นผลิตภัณฑ์	4. Sale sheet (link)	4. อัตราดอกเบี้ย ค่าบริการ	4. คำอธิบาย	4. คำอธิบาย	4. ข้อดีและสิ่งอำนวยความสะดวก
5. สิทธิประโยชน์อื่นๆ	5. เงื่อนไขบัตร (link)	5. รับ ค่าธรรมเนียมประเภทต่าง ๆ	5. วิธีการใช้บัตร	5. วิธีการใช้บัตร	5. อัตราค่าธรรมเนียม
6. รายละเอียดการสมัคร (คุณสมบัติผู้สมัคร,เอกสาร, รายละเอียดผลิตภัณฑ์)		5. แผนที่ (Krugrad and map)			6. FAQ
7. Tip ระวังสิ่งต้องระวัง (เป็นบล็อกความรู้ทั่วไป)					7. หมายเลข
					8. Product Catalog
					9. Sale Sheet
					10. คู่มือการใช้บัตรอิเล็กทรอนิกส์
					11. ตรวจสอบอัตราแลกเปลี่ยน

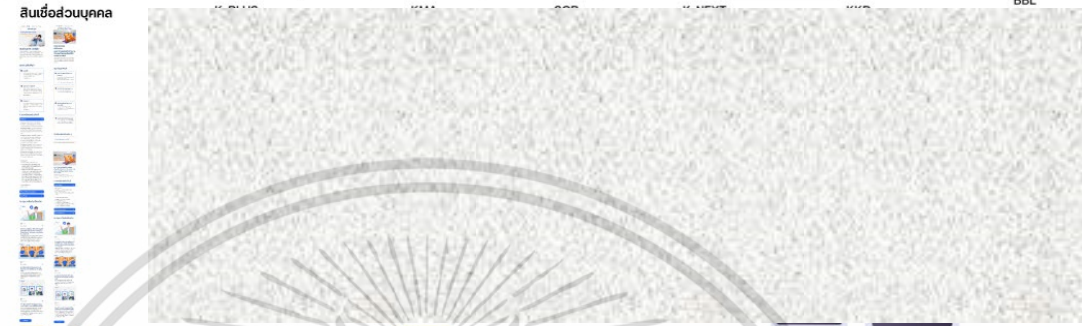
Don't have

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

LOAN

รายละเอียดผลิตภัณฑ์ (Product detail)

สินเชื่อบุคคล					
ttb (Personal)					
1. รูป	1. รูป	1. ทะเบียนรถ	1. รูป	1. ทะเบียนรถ	1. รูป
2. ชี้อะไหล่	2. ชี้อะไหล่	2. รูป	2. ชี้อะไหล่	2. ชี้อะไหล่	2. ชี้อะไหล่
3. ค่าอธิบายผลิตภัณฑ์	3. ค่าอธิบายผลิตภัณฑ์	3. ขั้นตอนการสมัคร	3. ค่าอธิบายผลิตภัณฑ์	3. ประเมินความเสี่ยง	3. ค่าอธิบายผลิตภัณฑ์
4. จุดเด่นผลิตภัณฑ์	4. รายละเอียดอื่นๆ	4. จุดเด่นผลิตภัณฑ์	4. จุดเด่นผลิตภัณฑ์	- เอกสารชี้ - รายได้เดือน	4. จุดเด่นผลิตภัณฑ์
5. รายละเอียดผลิตภัณฑ์	5. วิดีโอ	5. สำรับพิมพ์/ร่างของกิจการ	5. นโยบายความเป็นส่วนหัว	- รายได้ที่ต้องการ - จำนวนเดือน	5. เงื่อนไขการสมัคร/ผลิตภัณฑ์
- ชื่อลูกค้าไป	6. อัตราดอกเบี้ย	6. อัตราดอกเบี้ย	7. คุณสมบัติเบื้องต้นผู้สมัคร	- จำนวนเดือน	6. ข้อมูลผลิตภัณฑ์(PDF)
- อัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียม	7. เอกสารสมัคร	8. เอกสารสมัคร	8. เอกสารสมัคร	4. รายละเอียดผลิตภัณฑ์	7. ฟิล์มาัจฉิน(ถ้ามี)
- ชื่อลูกค้าเพิ่ม	9. ช่องทางการชำระคืน	9. ช่องทางการชำระคืน	9. ช่องทางการชำระคืน		
6. fin tip เคล็ดลับเรื่องเงิน	10. ข้อมูลผลิตภัณฑ์(PDF)	10. ข้อมูลผลิตภัณฑ์(PDF)	10. ข้อมูลผลิตภัณฑ์(PDF)		
	11. หมายเหตุ	11. หมายเหตุ	11. หมายเหตุ		



สินเชื่อบุคคล

ttb (Personal)					
1. รูป	1. รูป	1. ชี้อะไหล่	1. รูป	1. รูป (ไฟล์)	1. รูป
2. ชี้อะไหล่	2. ชี้อะไหล่	2. รูป	2. ชี้อะไหล่	2. ชี้อะไหล่	2. ชี้อะไหล่
3. ค่าอธิบายผลิตภัณฑ์	3. ค่าอธิบายผลิตภัณฑ์	3. จุดเด่น 4 ข้อ	3. ค่าอธิบายผลิตภัณฑ์	4. จุดเด่นผลิตภัณฑ์	3. ค่าอธิบายผลิตภัณฑ์
4. จุดเด่นผลิตภัณฑ์	4. คุณสมบัติผู้สมัคร	4. ขั้นตอนการสมัคร	4. จุดเด่นผลิตภัณฑ์	4. จุดเด่นผลิตภัณฑ์	4. จุดเด่นผลิตภัณฑ์
5. รายละเอียดผลิตภัณฑ์	5. วิทยะระผลิตภัณฑ์	5. วิทยะระผลิตภัณฑ์	5. วิทยะระ	5. วิทยะระ	5. เงื่อนไขผลิตภัณฑ์
- คุณสมบัติเอกสาร รอดผ่าน	3. คุณสมบัติเอกสาร	3. คุณสมบัติเอกสาร	6. นโยบายความเป็นส่วนหัว		6. เงื่อนไขผลิตภัณฑ์(PDF)
- คุณสมบัติเอกสาร ไฟล์แนบ	4. สถาบันและค่าธรรมเนียม	4. สถาบันและค่าธรรมเนียม			7. ฟิล์มาัจฉิน(ถ้ามี)
- คุณสมบัติเอกสาร ฟิล์มาัจฉิน					
- คุณสมบัติเอกสาร ฟิล์มาัจฉินออก					
- อัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียม					
- ข้อมูลเพิ่มเติม					
6. fin tip เคล็ดลับเรื่องเงิน					



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สืบเชื้อบ้าน						
ttb (WEB Present)						
1. รูป	1. รูป	1.ชื่อผลิตภัณฑ์	1.รูป	1.รูป	1.รูป	1.รูป
2. ชื่อผลิตภัณฑ์	2. ชื่อผลิตภัณฑ์	2.รูป	2.ชื่อผลิตภัณฑ์	2.ชื่อผลิตภัณฑ์	2.ชื่อผลิตภัณฑ์	2. ชื่อผลิตภัณฑ์
3. คำอธิบายผลิตภัณฑ์	3. คำอธิบายผลิตภัณฑ์	3.เครื่องมือคำนวณ	3. คำอธิบายผลิตภัณฑ์	3. คำอธิบายผลิตภัณฑ์	3. คำอธิบายผลิตภัณฑ์	3. คำอธิบายผลิตภัณฑ์
4. จุดเด่นผลิตภัณฑ์	4.จุดเด่น(รูปผล ผ่อนบาน)	4.สมัครสินเชื่อ	4. จุดเด่นผลิตภัณฑ์	4. จุดเด่นผลิตภัณฑ์	4. จุดเด่นผลิตภัณฑ์	4. จุดเด่นผลิตภัณฑ์
5. รายละเอียดการสมัคร	5.คุณสมบัติผู้สมัคร	5.คำอธิบาย	5. รายละเอียดการสมัคร	5.สมัครสินเชื่อ(ปุ่ม)	5.รายละเอียดผลิตภัณฑ์	5. เอกสารข้อมูลผลิตภัณฑ์
- ข้อมูลทั่วไป		6.รายละเอียด	- ข้อมูลทั่วไป	6.รายละเอียดการสมัคร	-เงื่อนไข	
- อัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียม		-คุณสมบัติ	- อัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียม	- อัตราดอกเบี้ย	-ข้อมูลผลิตภัณฑ์	
- ข้อมูลเพิ่มเติม		-ลักษณะเด่น	- ค่าต่างๆนา อ่าง,จตุรัส,อ.	- ค่าเบี้ยประกัน	6.รหัสแนะนำ(ref code)	
- คุณสมบัติผู้สมัคร		-ค่าธรรมเนียม	- ค่าเบี้ยประกัน	-ชื่อตัวรู้	7.สมัครผลิตภัณฑ์	
- เอกสารการสมัคร		7.ช่องทางรับสมัคร	6.คุณสมบัติการสมัคร	8. โทคเอกสาร PDF	7.สมัครผลิตภัณฑ์	
7. สมัครสินเชื่อ		8.เอกสารประกอบการสมัคร	-เอกสารประกอบการสมัคร	9.FAQ		
8. เครื่องมือคำนวณ		-เอกสารแสดงรายได้	7.ช่องทางติดต่อ	10.ผลิตภัณฑ์แนะนำ		
9. fin tip เคล็ดลับเรื่องเงิน		-เอกสารทวงอีกประกัน	8.ผลิตภัณฑ์แนะนำ			
		9.ดาวน์โหลดเอกสาร File	10.Tip แนะนำ			
		10.FAQ				

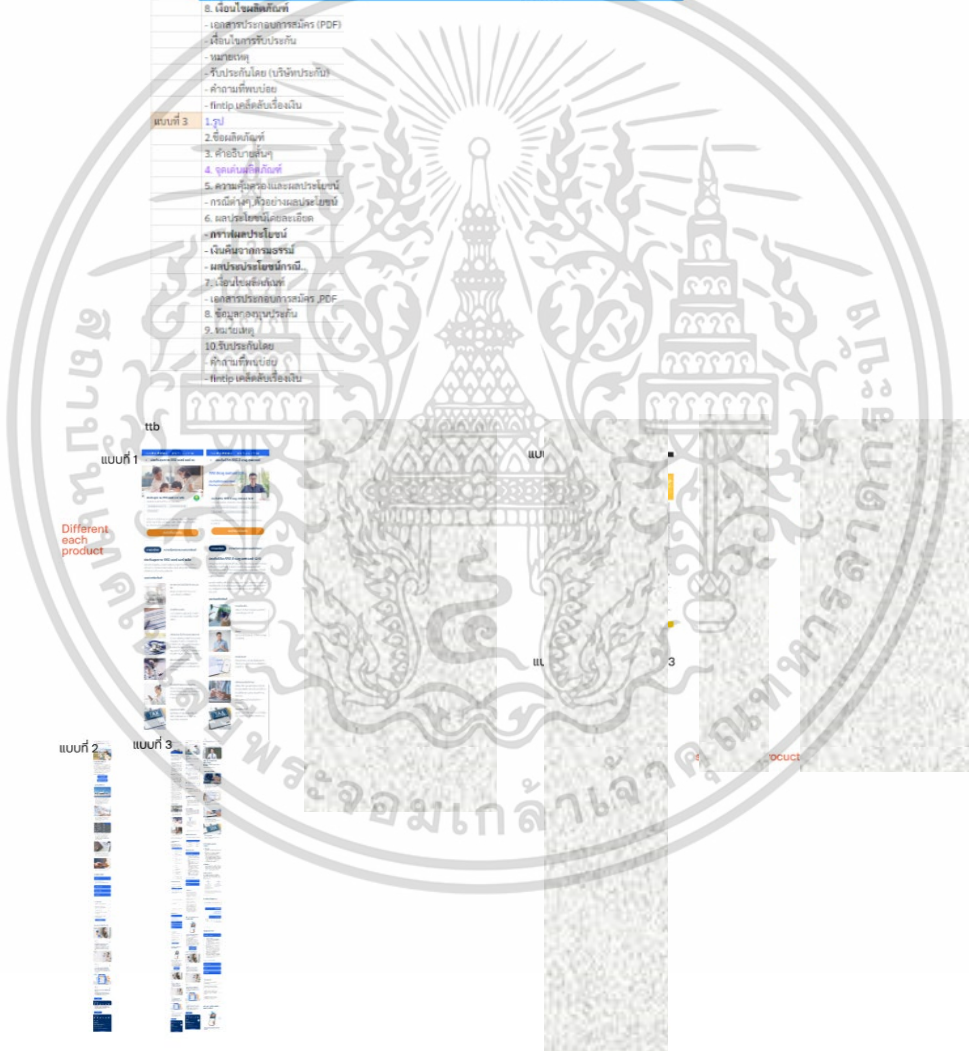
สืบเชื้อบ้าน
ttb



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Insurance

รายละเอียดผลิตภัณฑ์ (Product detail)					
[มี 2 หน้า]					
ttb (Present)					
แบบที่ 1	1. รูป 2. ชื่อผลิตภัณฑ์ 3. ชื่อบริษัทประกัน 4. TAG ประเภทประกัน 5. คำอธิบายสั้นๆ 6. รายละเอียด - จุดเด่นผลิตภัณฑ์ (รูป + ข้อความ) 7. ความคุ้มครองและผลประโยชน์ - ตารางผลประโยชน์ 8. เงื่อนไขผลิตภัณฑ์ - เอกสารประกอบการสมัคร (PDF) 9. คำถามที่พบบ่อย	1. ชื่อกำหนดเงื่อนไข (Page 1) 2. รายละเอียดประกัน (Page 2) - วันเริ่มต้น วันสิ้นสุด - แผนความคุ้มครอง - รายละเอียดความคุ้มครอง (บอกเป็นกรณี + เงินผลประโยชน์) แบบที่ 1 1. ชื่อผลิตภัณฑ์ 2. รูป 3. benefit 4 กลอง 4. จุดเด่นผลิตภัณฑ์ 5. เงื่อนไขประกัน แบบที่ 2 1. ชื่อผลิตภัณฑ์ 2. รูป 3. จุดเด่น 4 กลอง 4. รายละเอียดผลิตภัณฑ์ แบบที่ 3 1. ชื่อผลิตภัณฑ์ 2. รูป 3. จุดเด่น 4 กลอง 4. รายละเอียดผลิตภัณฑ์ 5. ตารางความคุ้มครอง 6. เงื่อนไขการรับประกัน 7. เอกสารประกอบการสมัคร 8. การรับประกันและแผนข้อมูล 9. FAQs	1. ชื่อผลิตภัณฑ์ 2. รูป 3. benefit 3 อย่าง 4. รูป 5. จุดเด่น 6. แผนประกัน 7. บริษัทภายใต้ 8. ส่งข้อความ 9. คำถามที่พบบ่อย 10. ที่อยู่และ call center	1. รูป 2. ชื่อผลิตภัณฑ์ 3. คำอธิบายสั้นๆ 4. TAG ประเภทประกัน 5. benefit 4 กลอง 6. แผนประกัน 7. ความคุ้มครอง (ตาราง) ใบอนุญาตขายประกัน 8. ติดต่อ call center 8. คำถามที่พบบ่อย	1. รูป 2. ชื่อผลิตภัณฑ์ 3. คำอธิบายสั้นๆ 4. จุดเด่น
แบบที่ 2	1. รูป 2. ชื่อผลิตภัณฑ์ 3. ให้ความรู้เรื่องประกันประเภทนั้นๆ 4. มีประกันนั้นแล้วดีอย่างไร 5. ประกันนี้เหมาะกับใคร 6. จุดเด่นผลิตภัณฑ์ 7. ความคุ้มครองและผลประโยชน์ (ตาราง) 8. เงื่อนไขผลิตภัณฑ์ - เอกสารประกอบการสมัคร (PDF) - เงื่อนไขการรับประกัน - แผนประกัน - วันประกันโดย (บริษัทประกัน) - คำถามที่พบบ่อย - flight เติร์ตขึ้นเครื่องบิน	1. รูป 2. ชื่อผลิตภัณฑ์ 3. คำอธิบายสั้นๆ 4. จุดเด่นผลิตภัณฑ์ 5. ความคุ้มครองและผลประโยชน์ - กรณีคำพิพาทอย่างสมบูรณ์ 6. แผนประกันโดยละเอียด - ตารางผลประโยชน์ 7. เงื่อนไขผลิตภัณฑ์ - เอกสารประกอบการสมัคร PDF 8. ชื่อลูกค้าประกัน 9. ชื่อแผน 10. วันประกันโดย - คำถามที่พบบ่อย - flight เติร์ตขึ้นเครื่องบิน	1. รูป 2. ชื่อผลิตภัณฑ์ 3. คำอธิบายสั้นๆ 4. TAG ประเภทประกัน 5. benefit 3 อย่าง 6. แผนประกัน 7. ความคุ้มครอง (ตาราง) ใบอนุญาตขายประกัน 8. ติดต่อ call center 8. คำถามที่พบบ่อย	1. รูป 2. ชื่อผลิตภัณฑ์ 3. คำอธิบายสั้นๆ 4. TAG ประเภทประกัน 5. benefit 4 กลอง 6. แผนประกัน 7. ความคุ้มครอง (ตาราง) ใบอนุญาตขายประกัน 8. ติดต่อ call center 8. คำถามที่พบบ่อย	1. รูป 2. ชื่อผลิตภัณฑ์ 3. คำอธิบายสั้นๆ 4. จุดเด่น
แบบที่ 3	1. รูป 2. ชื่อผลิตภัณฑ์ 3. คำอธิบายสั้นๆ 4. จุดเด่นผลิตภัณฑ์ 5. ความคุ้มครองและผลประโยชน์ - กรณีคำพิพาทอย่างสมบูรณ์ 6. แผนประกันโดยละเอียด - ตารางผลประโยชน์ 7. เงื่อนไขผลิตภัณฑ์ - เอกสารประกอบการสมัคร PDF 8. ชื่อลูกค้าประกัน 9. ชื่อแผน 10. วันประกันโดย - คำถามที่พบบ่อย - flight เติร์ตขึ้นเครื่องบิน	1. รูป 2. ชื่อผลิตภัณฑ์ 3. คำอธิบายสั้นๆ 4. จุดเด่นผลิตภัณฑ์ 5. ความคุ้มครองและผลประโยชน์ - กรณีคำพิพาทอย่างสมบูรณ์ 6. แผนประกันโดยละเอียด - ตารางผลประโยชน์ 7. เงื่อนไขผลิตภัณฑ์ - เอกสารประกอบการสมัคร PDF 8. ชื่อลูกค้าประกัน 9. ชื่อแผน 10. วันประกันโดย - คำถามที่พบบ่อย - flight เติร์ตขึ้นเครื่องบิน	1. รูป 2. ชื่อผลิตภัณฑ์ 3. คำอธิบายสั้นๆ 4. TAG ประเภทประกัน 5. benefit 3 อย่าง 6. แผนประกัน 7. ความคุ้มครอง (ตาราง) ใบอนุญาตขายประกัน 8. ติดต่อ call center 8. คำถามที่พบบ่อย	1. รูป 2. ชื่อผลิตภัณฑ์ 3. คำอธิบายสั้นๆ 4. TAG ประเภทประกัน 5. benefit 4 กลอง 6. แผนประกัน 7. ความคุ้มครอง (ตาราง) ใบอนุญาตขายประกัน 8. ติดต่อ call center 8. คำถามที่พบบ่อย	1. รูป 2. ชื่อผลิตภัณฑ์ 3. คำอธิบายสั้นๆ 4. จุดเด่น



Different each product

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

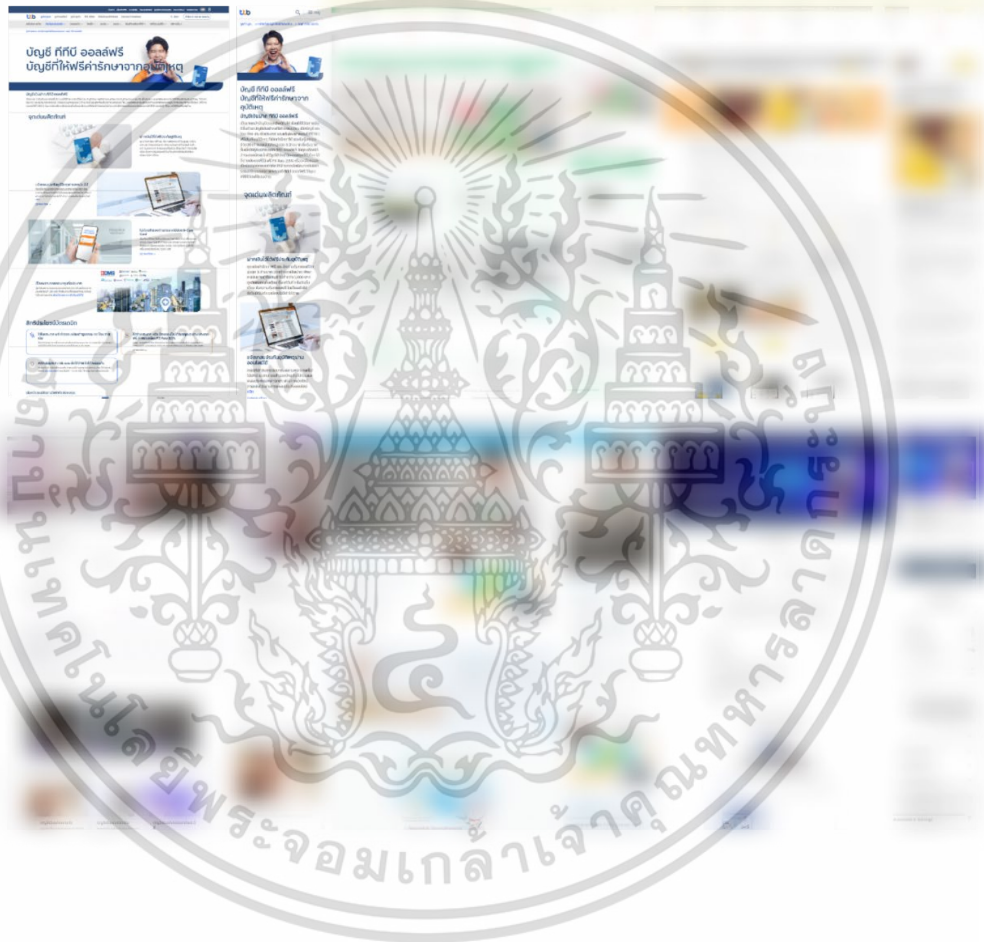
ง.2 การวิเคราะห์คู่แข่งสำหรับเว็บไซต์

Product Shelf							
ธนาคาร A 1.จุดเด่น 2.5ริบอริลลิตี้พิเศษ 3.FAQ	ธนาคาร B 1.รายละเอียดทั่วไป 2.จุดเด่น 3.benefit by category 4.เงื่อนไขการสมัคร 5.สิทธิพิเศษ 6.การรับสิทธิ์พิเศษ	ธนาคาร C 1.รายละเอียดทั่วไป 2.benefit by category 3.คุณสมบัติการสมัคร 4.drop lead 5.โทรไปขึ้น	ธนาคาร D 1.รายละเอียดทั่วไป 1.1 จุดเด่น 2.5ริบอริลลิตี้พิเศษ 3.benefit by category 4.FAQ	ธนาคาร E 1.จุดเด่น 2.benefit by category 3.คุณสมบัติและเอกสารการสมัคร 4.FAQ	ธนาคาร F 1.รายละเอียดทั่วไป 2.จุดเด่น 3.การแนะนำการใช้งาน 4.คุณสมบัติการสมัคร	ธนาคาร G 1.benefit by category 2.สิทธิพิเศษเพิ่มเติม	ธนาคาร H 1.รายละเอียดทั่วไป 2.จุดเด่น 3.สิทธิพิเศษเพิ่มเติม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

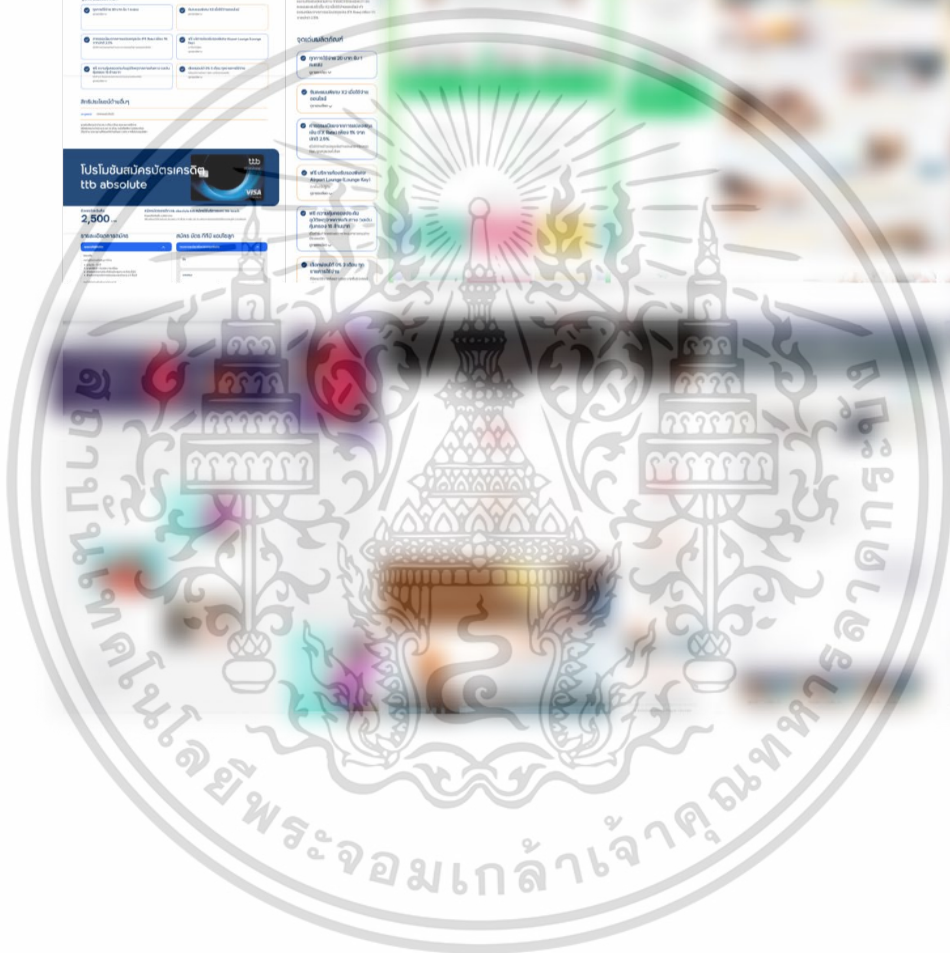
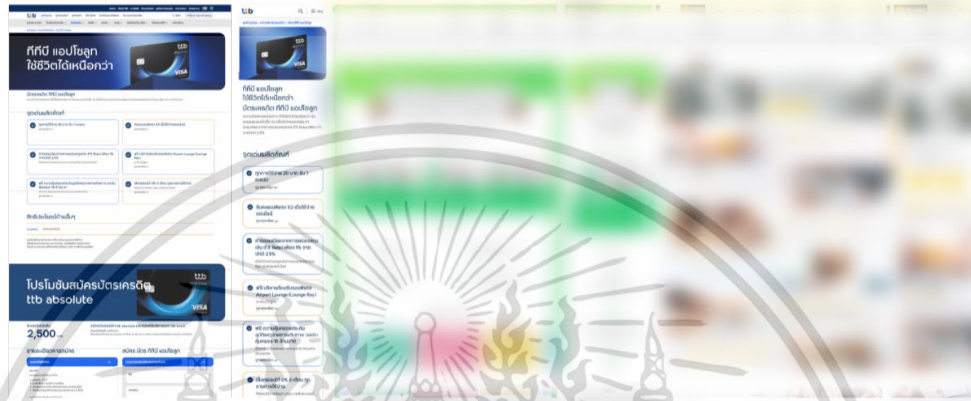
บัญชีเงินฝาก

Product detail)	ttb (Present)	สาขา A	สาขา B	สาขา C	สาขา D	สาขา F	สาขา G
Banner	/	/	/	/	/	/	/
ชื่อผลิตภัณฑ์ (header)	/	/	/	/	/	/	/
คำอธิบายผลิตภัณฑ์/รายละเอียด	/	/	/	/	/	/	/
จุดเด่นผลิตภัณฑ์	/	/	/	/	Ads	x	/
อัตราดอกเบี้ยเงินฝาก	/	x	x	x	/	x	x
Table เปรียบเทียบบัตรเครดิต	มีแค่ ออโต้พี	x	x	x	x	x	/
สิทธิประโยชน์	/	x	/	/	x	x	/
โปรโมชั่น(สิทธิประโยชน์)	มีแค่ ออโต้พี	/	/	x	x	x	/
รายละเอียดสมัคร/คุณสมบัติผู้สมัคร	/	/	/	x	x	/	x
เอกสารสมัคร/ดาวน์โหลด	/	/	x	/	/	x	กรอก
เงื่อนไขผลิตภัณฑ์/ข้อมูลผลิตภัณฑ์	/	/	/	file	x	x	/
FAQ	/	/	x	x	x	x	x
บริการเสริมของบัญชี	x	/	x	x	x	x	x
การเปิดบัญชี	/	/	/	x	x	x	x
product อื่นที่เกี่ยวข้อง / แนะนำสำหรับคุณ	x	x	/	/	/	x	x
ช่องทางการติดต่อ	/	/	/	/	/	/	/
เครื่องมือช่วยเหลือ	x	x	x	x	x	/	x



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

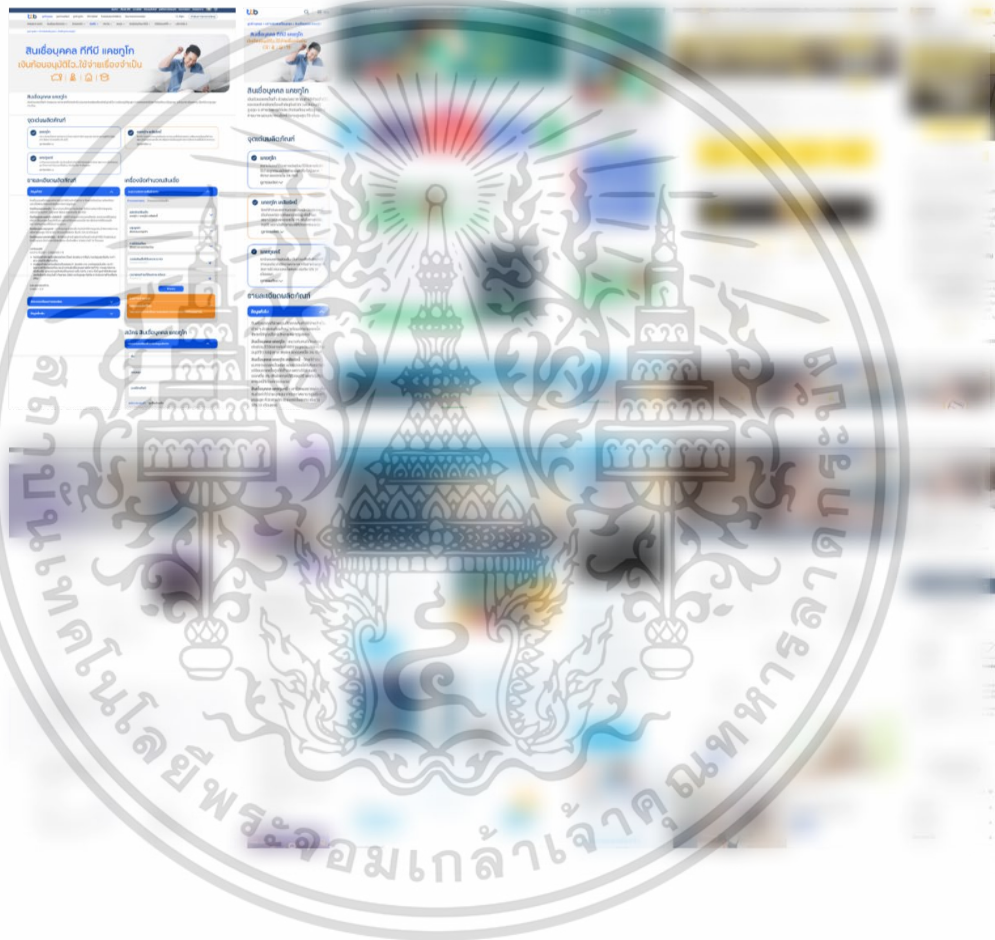
บัตรเครดิต								
Product detail	ttb (Present)	สสาร A	สสาร B	สสาร C	สสาร D	สสาร F	สสาร G	
รูป	/	/	/	/	/	/	/	/
ชื่อผลิตภัณฑ์ (header)	/	/	/	/	/	/	/	/
คำอธิบายผลิตภัณฑ์สั้นๆ	/	/	/	/	/	/	/	/
จุดเด่นผลิตภัณฑ์	/	/	/	/	/	/	/	X
สื่อโซเชียล	/	/ (icon+text)	/	/	/	/	/	/
โปรแกรม (สิทธิ์ประโยชน์)	/	/	/	/	/	/	X	/
รายละเอียดสมัคร/คุณสมบัติผู้สมัคร	/	/	/	/	/	/	X	X(PDF)
เอกสารการสมัคร	/	/	X	/	X	X	X	X(PDF)
เงื่อนไขผลิตภัณฑ์/ข้อมูลผลิตภัณฑ์	/	/	/	/	/	/	/	/
อัตราดอกเบี้ย ค่าบริการ ค่าธรรมเนียม	X	X	X	/	/	/	/	X
แบบฟอร์มสมัครบัตร	/	/	/	X (เป็นปุ่ม)	/	/	/	X (เป็นปุ่ม)
เช็กกับธนาคาร	X	/	X	X	/	X	/	/
FAQ	X	/	X	X	X	/	/	X



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สินเชื่อ

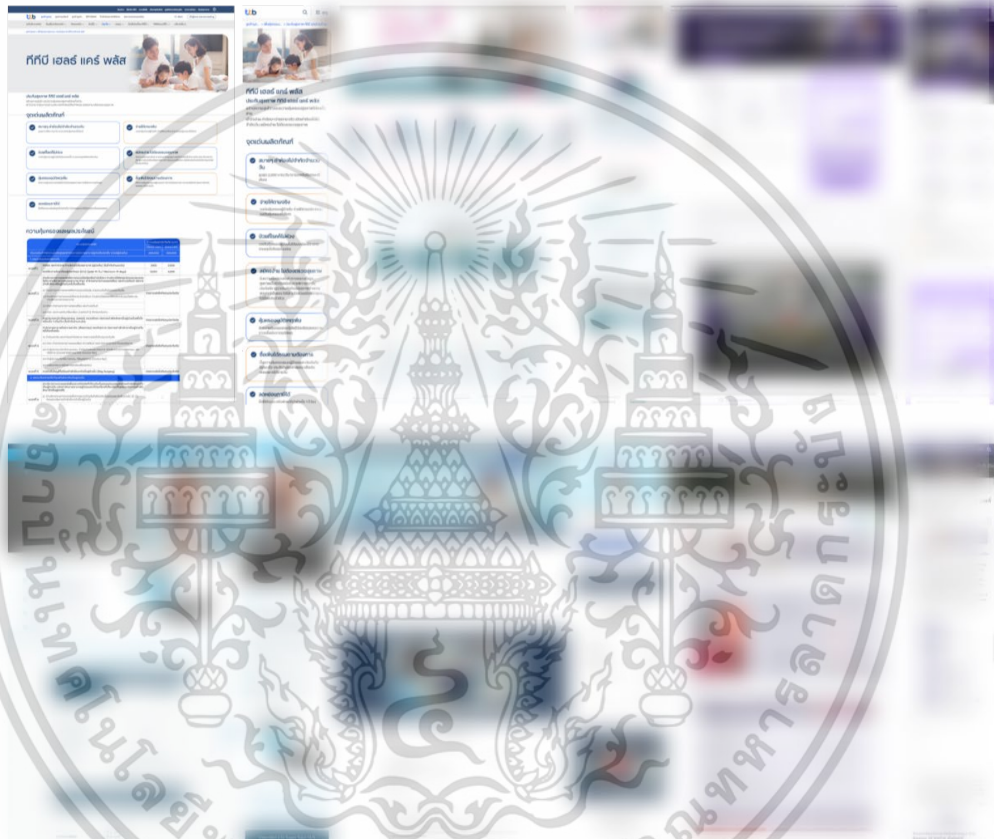
Product detail)	ttb (Present)	ธนาคาร A	ธนาคาร B	ธนาคาร C	ธนาคาร D	ธนาคาร F	ธนาคาร G
Banner	/	/	/	/	/	/	/
ชื่อผลิตภัณฑ์ (header)	/	/	/	/	/	/	/
คำอธิบายผลิตภัณฑ์/รายละเอียด	/	/	/	/	/	/	/
จุดเด่นผลิตภัณฑ์	/	เป็นแบบเลื่อนซ้าย-ขวา	x	/	/	/	/
ประเมินการอ่าน/สมัคร	/	x	x	x	x	x	x
เครื่องมือคำนวณ	มีแค่ สินเชื่อบ้าน+บุคคล	/	/	/	/	/	/
สิทธิประโยชน์	SME มี	x	/	x	x	x	/
โปรโมชั่น/แนะนำพิเศษ	x	/	/	/	/	/	/
รายละเอียดสมัคร/คุณสมบัติผู้สมัคร	/	/	/	/	x	x	/
เอกสารสมัคร/ดาวน์โหลด	/	กรอก	/	/	/ กรอก	/	/ กรอก
เงื่อนไขผลิตภัณฑ์/ข้อมูลผลิตภัณฑ์	/	x	/	file	/	/	x
FAQ	x	/	x	x	x	x	x
อัตราดอกเบี้ยอ้างอิง	x	/	x	table	x	x	x
product อื่นที่เกี่ยวข้อง / แนะนำสำหรับคุณ	x	x	/	x	/	x	x
ข้อเสนอ	x	x	/	x	x	x	x
สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติม/ช่องทางติดต่อ	x	x	/	/	x	x	x
วงเงิน/ระยะเวลา	x	x	x	x	x	x	/



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประกัน

Product detail	ttb (Present)	สสาร A	สสาร B	สสาร C	สสาร D	สสาร F	สสาร G
Banner	/	/	/	/	/	/	/
ชื่อผลิตภัณฑ์ (header)	/	/	/	/	/	/	/
คำอธิบายผลิตภัณฑ์/รายละเอียด	/	/	/	/	/	x	/
จุดเด่นผลิตภัณฑ์	/	เดือนชาย-ขวา	/ bullet	/	/	/	/
ความคุ้มครอง/เงื่อนไขความคุ้มครอง	/	/ table	/ table	x	/	/	//(Table)
ตัวอย่างผลประโยชน์	/	x	x	x	x	x	x
ผลประโยชน์/สิทธิพิเศษ/สิทธิประโยชน์	/	file	/	บางอันเป็น file	//(Table)	/	/
รายละเอียดสมัคร/คุณสมบัติผู้สมัคร	/	/	x	/ +มีกรอกข้อมูลการศึกษา	//(Table)	/	x
เอกสารการสมัคร/ดาวน์โหลด	/	/	file	บางอันเป็น file	x	x	/
เงื่อนไขผลิตภัณฑ์/ข้อมูลผลิตภัณฑ์/เงื่อนไขประกัน	/	บางอันเป็น file / table	x	/	/	/	/
FAQ	บางประกันไม่มี	/	x	x	x	x	x
เครื่องมือช่วยเหลือ/คำนวณเบี้ยประกัน	x	/	x	/	x	/	x
product ที่เกี่ยวข้อง/แผนประกันแนะนำ	x	/	/	x	/	x	x
ผู้ให้บริการประกัน	x	/	x	x	x	x	/
เหมาะกับใคร	x	x	x	/	x	x	x
ช่องทางทางการติดต่อ	/	/	/	/	/	/	/
VDO	x	x	x	x	x	/	x



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กองทุน

Product detail)	ttb (Present)	สสาร A	สสาร B	สสาร C	สสาร D	สสาร F	สสาร G
รูป	/	/		/	/	/	/
ชื่อกองทุน	/	/		/	/	/	/
คำอธิบายผลิตภัณฑ์สั้นๆ	X	/		/	/	/	/
ประเภทกองทุน	/	/		/	/	/	/
รายละเอียดกองทุน							
-มูลค่ากองทุน [บาท] NAV	/	/		/	/	X	X
-%การเปลี่ยนแปลง	/	/		/	/	X	X
-มูลค่าทรัพย์สิน	/	/		/	X	X	X
-วันจดทะเบียนกองทุน	/	/		/	/	X	X
-ประเภทกองทุน	/	/		/	/	X	/
-นโยบายการลงทุน	/	/		/	/	/	/
ระดับความเสี่ยงกองทุน	/	/	pdf	/	/	/	/
การซื้อขาย - ขายกองทุน	/	/		/	/	X	/
เอกสาร Fact sheet	/	/		/	/	/	/
ผลตอบแทนย้อนหลัง NAV	/	/		/	/	X	/




เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Persona



ชื่อ: แอน (สมมติ)
อายุ: 21 ปี
การศึกษา: กำลังศึกษาระดับปริญญาตรี
อาชีพ: นักศึกษา
เงินเดือน: -10,000 บาท
ความสนใจ: ฟังเพลง วาดรูป เล่นเกม

สิ่งที่กำลังมองหา: อยากเปิดบัญชีธนาคารใหม่เพราะอยากเก็บเงินในบัญชีกรณีซึ่งไม่เคยสมัครบัญชีใด ๆ มาก่อน

- Search จาก google ว่ามีธนาคารใดที่เปิดตามที่สิ่งที่มองหาได้
- เข้าเว็บไซต์ผ่าน google ที่ขึ้นมาแสดงก่อน
- ลองดูบริการของบัญชีว่ามีรายละเอียดตรงกับสิ่งที่เราต้องการบ้าง
- และเข้าไปกดไปดูผลิตภัณฑ์
- หากน่าสนใจสมัครทันที

กรณีที่เราสมัครแล้วมีบริการอะไรบ้าง

- Search ตาม Keyword เช่น บัญชี ๓๖ และกดอันดับแรก
- เข้าเว็บไซต์ที่ตามสิ่งที่ต้องการหา และดูข้อมูลแบบเร็ว ๆ แล้วทำการสมัคร

สิ่งที่คาดหวังจะเห็น อันดับแรกๆ

- บัญชีที่ค่าธรรมเนียม ค่าธรรมเนียมได้บ้าง เช่น บัญชีที่ค่าธรรมเนียม
- จุดเด่นของธนาคาร
- อัตราดอกเบี้ยที่เป็นสิ่งใจ
- ถ้าหากค่าธรรมเนียมของธนาคารอื่นแล้วเสียค่าธรรมเนียม
- ถ้าคิดว่าไม่มีการเสียเงินในบัญชีเลยหรือไม่มี transaction ในบัญชีเป็นสิ่งที่
- ต้องเตรียมเอกสารอะไรและสามารถเปิดบัญชีได้ที่ไหนบ้าง

เวลาต้องการจะสมัครบัญชีที่อยากได้

- Search จาก google แล้วไปดูจากเว็บไซต์ที่ขึ้นมาดูว่าธนาคารไหนตอนไหน
- ในสิ่งที่เราต้องการหาได้ หลังจากนั้นก็ทำการโหลดแอปพลิเคชันในการจะใช้งานต่อไป

คติประจำใจ

"There is only one corner of the universe you can be certain of improving, and that's your own self."



ชื่อ: กระต่าย (สมมติ)
อายุ: 24 ปี
การศึกษา: ปริญญาตรี
อาชีพ: กราฟฟิคดีไซน์เนอร์
เงินเดือน: -20,000 บาท
ความสนใจ: ฟังเพลง นั่งร้านกาแฟ

สิ่งที่กำลังมองหา: อยากเปิดบัตรเครดิตเพราะเมื่อมีเรื่องจำเป็นที่จำเป็นต้องใช้

กรณีซึ่งไม่เคยสมัครใด ๆ มาก่อน

- อ่านข้อมูลก่อนนี้ยังไม่เห็นภาพ
- ที่บ้านใช้เงินสดอยู่
- ไม่บัตรเครดิตจะสมัคร

สิ่งที่คาดหวังจะเห็น อันดับแรกๆ

- บัตรนี้ทำไรได้บ้าง
- สิทธิประโยชน์
- เอกสารต้องทำอะไร ยื่นอะไร
- ต้องมีเงินเดือนเท่าไร มีรายได้รายอื่นเท่าไร

เวลาต้องการจะสมัครที่อยากได้

- Search จาก google และพิมพ์บัตรที่จะสมัครบัตร และวงเงินที่อยากได้ ไปดูจากหน้าเว็บ เลือกดูจากที่ดังๆก่อน

คติประจำใจ

"No pain, no gain."

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ชื่อ: หนึ่ง (สมมติ)
อายุ: 39 ปี
การศึกษา: ปริญญาตรี
อาชีพ: พนักงานไอที
เงินเดือน: ~30,000 บาท
ความสนใจ: ทำอาหาร เล่นเกม ฟังพอดแคส

สิ่งที่กำลังมองหา: รถยนต์คันใหม่และต้องการหาสินเชื่อ
 กรณีซื้อไปเลยสมัครใด ๆ มาก่อน

- เคยมีแต่บัตรเครดิต
- ไม่รู้ว่าจะทำอย่างไรบ้างกับการขอสินเชื่อ
- เป็นครั้งแรกที่ขอสินเชื่อ
- อยากรู้ว่าตนเองสมัครได้ไหม

แอปธนาคารที่ใช้



โซเชียลมีเดีย



สิ่งที่คาดหวังจะเห็น อันดับแรกๆ

- ดอกเบี้ย อัตรา ค่าธรรมเนียม
- ระยะ เวลาผ่อน วงเงินประเมิน
- ดูว่าต้องเตรียมตัวอย่างไรบ้าง
- เอกสารรายละเอียดข้อกำหนดสมัคร
- จำนวนค่างวดคร่าวๆได้

เวลาต้องการจะสมัครทำอย่างไร

- หาอ่านจากบทความแนะนำสินเชื่อ โซเชียลมีเดีย
- สอบถามจากเพื่อนๆ ในองค์กรที่เคยสมัครสินเชื่อมาก่อน
- แล้วมาพิมพ์หาใน google

คติประจำใจ

"Don't be afraid to fail. Be afraid not to try."



ชื่อ: เชน (สมมติ)
อายุ: 60 ปี
การศึกษา: ปริญญาตรี
อาชีพ: ธุรกิจส่วนตัว
เงินเดือน: ~30,000 บาท
ความสนใจ: ออกกำลังกาย ฟังข่าว

สิ่งที่กำลังมองหา: อยากสมัครบัตรเครดิตชีวิตและสุขภาพให้พนักงานและครอบครัว
 กรณีซื้อไปเลยสมัครมาก่อน

- Q TV แล้วเกิดความรู้สึกรังเกียจ
- Search จาก google ว่ามีตัวแทนหรือบริษัทใดที่มีความน่าเชื่อถือ
- เข้าไปยังเว็บไซต์และทำการติดต่อผู้รับผิดชอบ
- ทำการสืบค้นเอกสารจากเว็บไซต์ออกมาอ่าน
- หากสนใจจะทำการโทรหาตัวแทนและนัดเจอเพื่อพูดคุยเรื่องการสมัคร
- กรณีที่ครอบครัวทราบข้อมูลมาบ้างแล้ว
- Search ตาม Keyword เช่น สมัครสุขภาพ ttb
- เข้าเว็บไซต์ทันที และ พิมพ์เอกสารออกมาเพื่ออ่านเพื่อตัดสินใจในการสมัคร

แอปธนาคารที่ใช้



โซเชียลมีเดีย



สิ่งที่คาดหวังจะเห็น อันดับแรกๆ

- ประกันมีคืออะไร ทำอะไรได้บ้าง เงื่อนไขประกันคืออะไร
- จุดเด่นมืออะไรบ้าง
- มีทุนประกันเท่าไร เบี้ยประกันเท่าไร มีเงินคุ้มครองหรือไม่
- ต้องเตรียมเอกสารอะไรและสามารถติดต่อธนาคารอย่างไร

เวลาต้องการจะสมัครทำอย่างไร

- Search จาก google แล้วหาบริษัทที่น่าเชื่อถือ
- ดูข้อมูลในรายละเอียดในบริษัทเพื่อความเชื่อมั่น
- แล้วทำการหาข้อมูลเพื่อติดต่อเจ้าหน้าที่หรือตัวแทนเพื่อทำการสมัคร

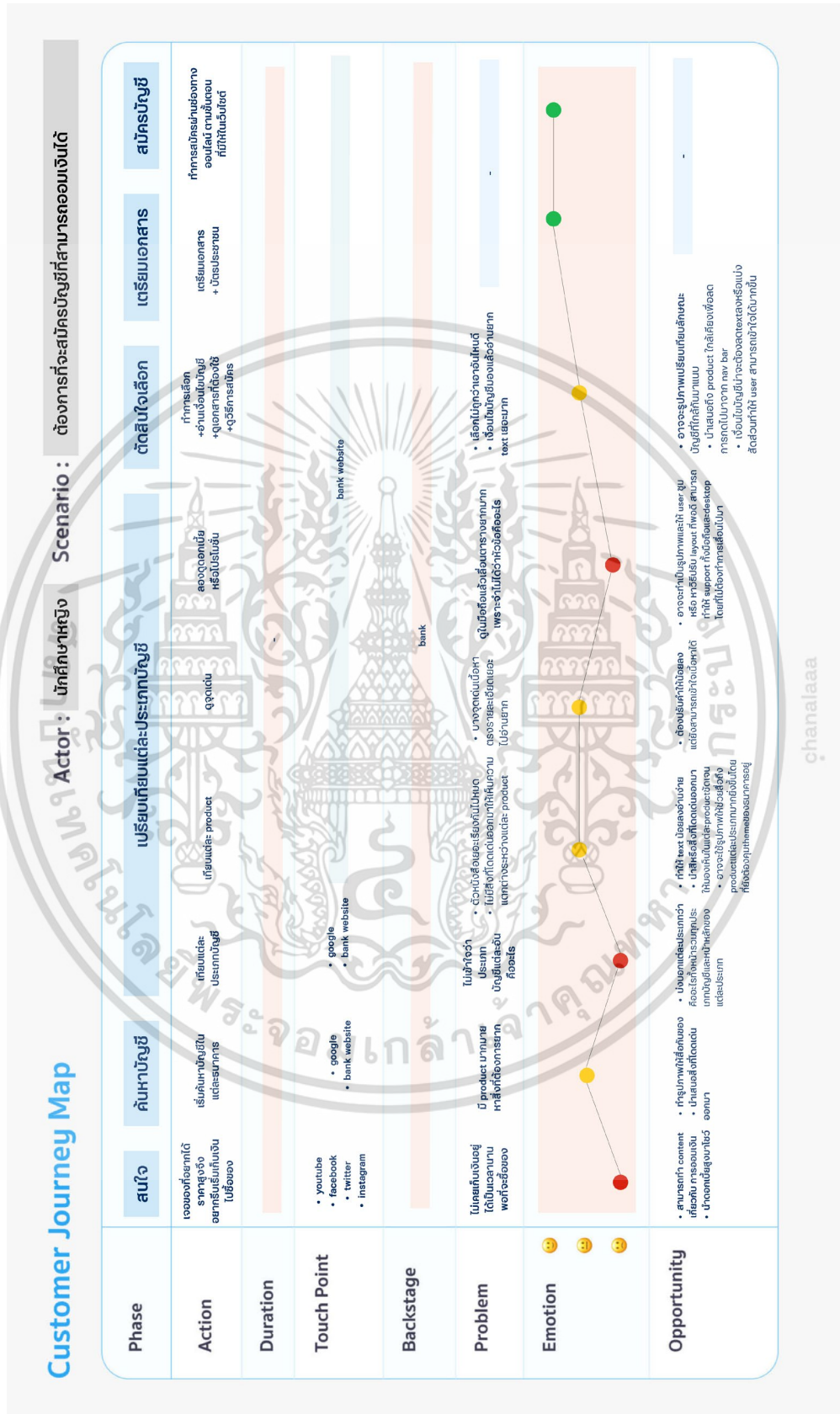
คติประจำใจ

"Experience tells you what to do; Confidence allows you to do it."

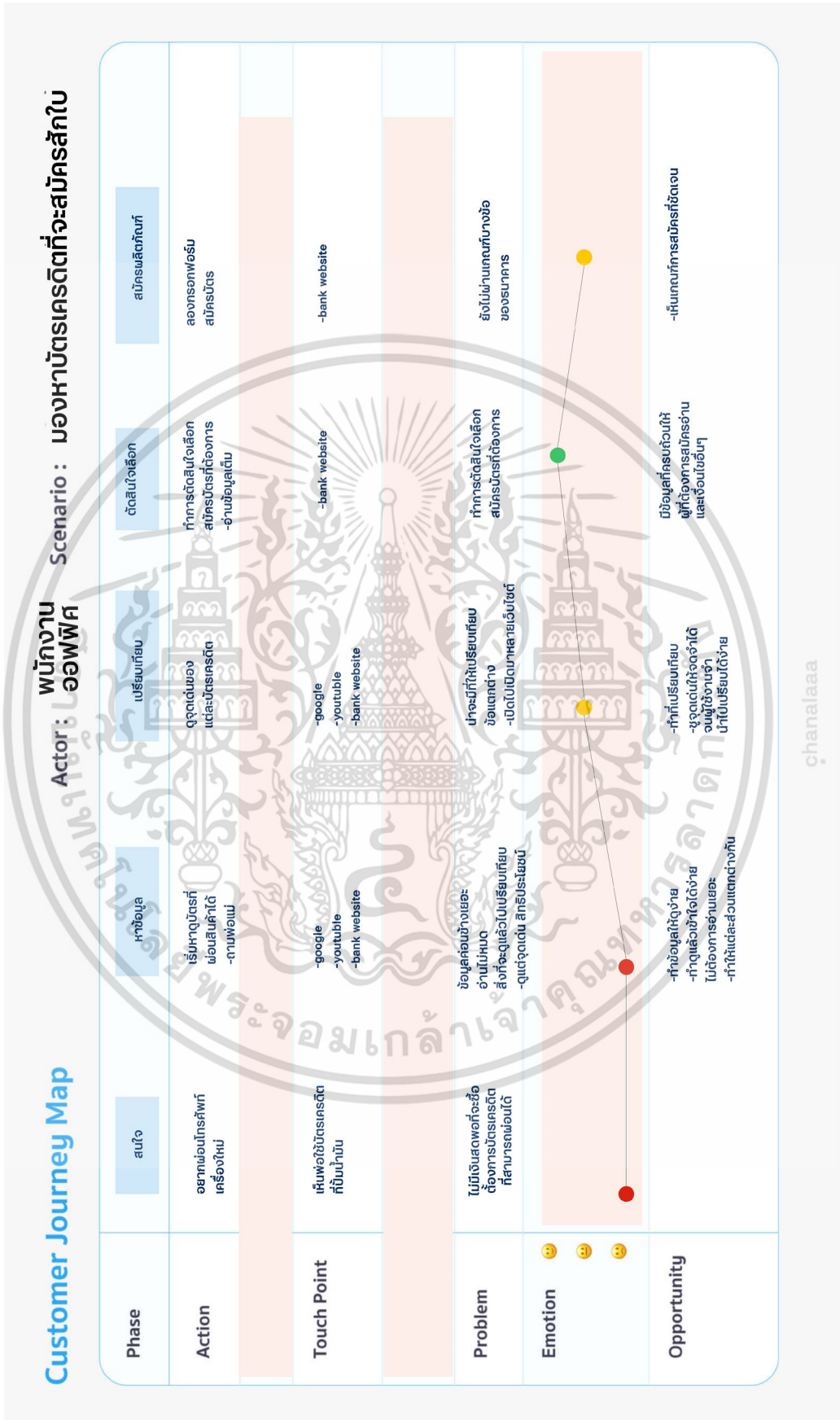
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



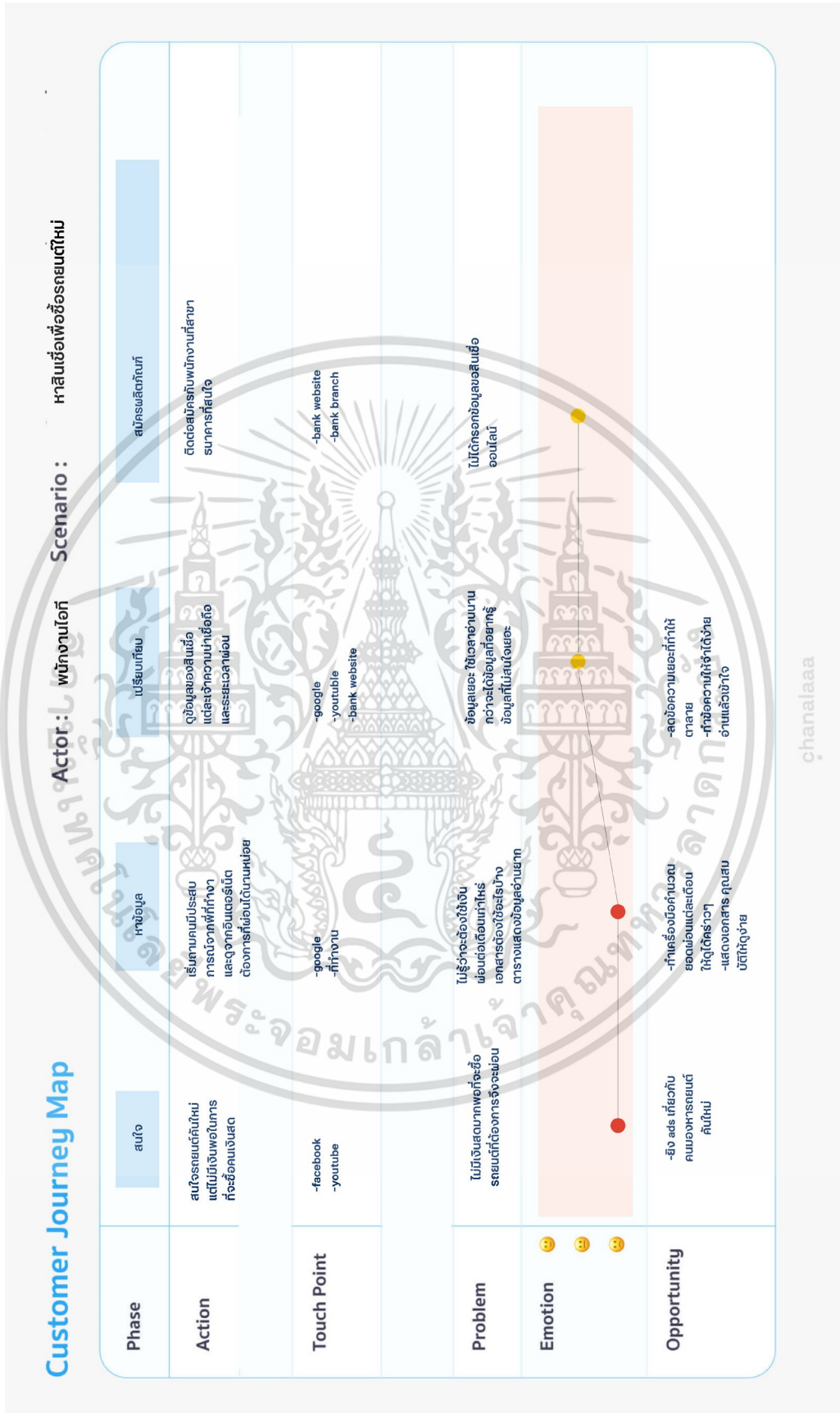
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



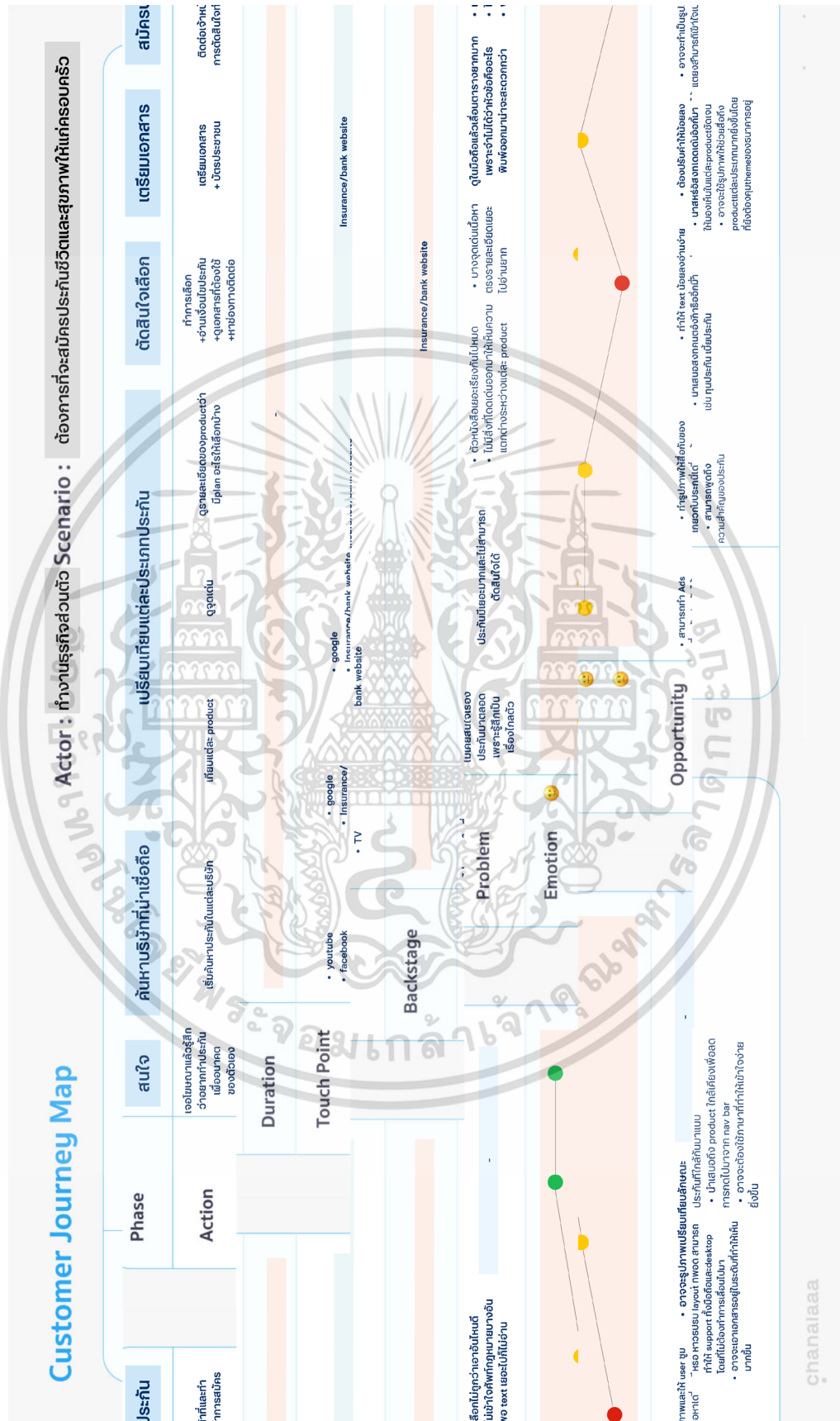
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

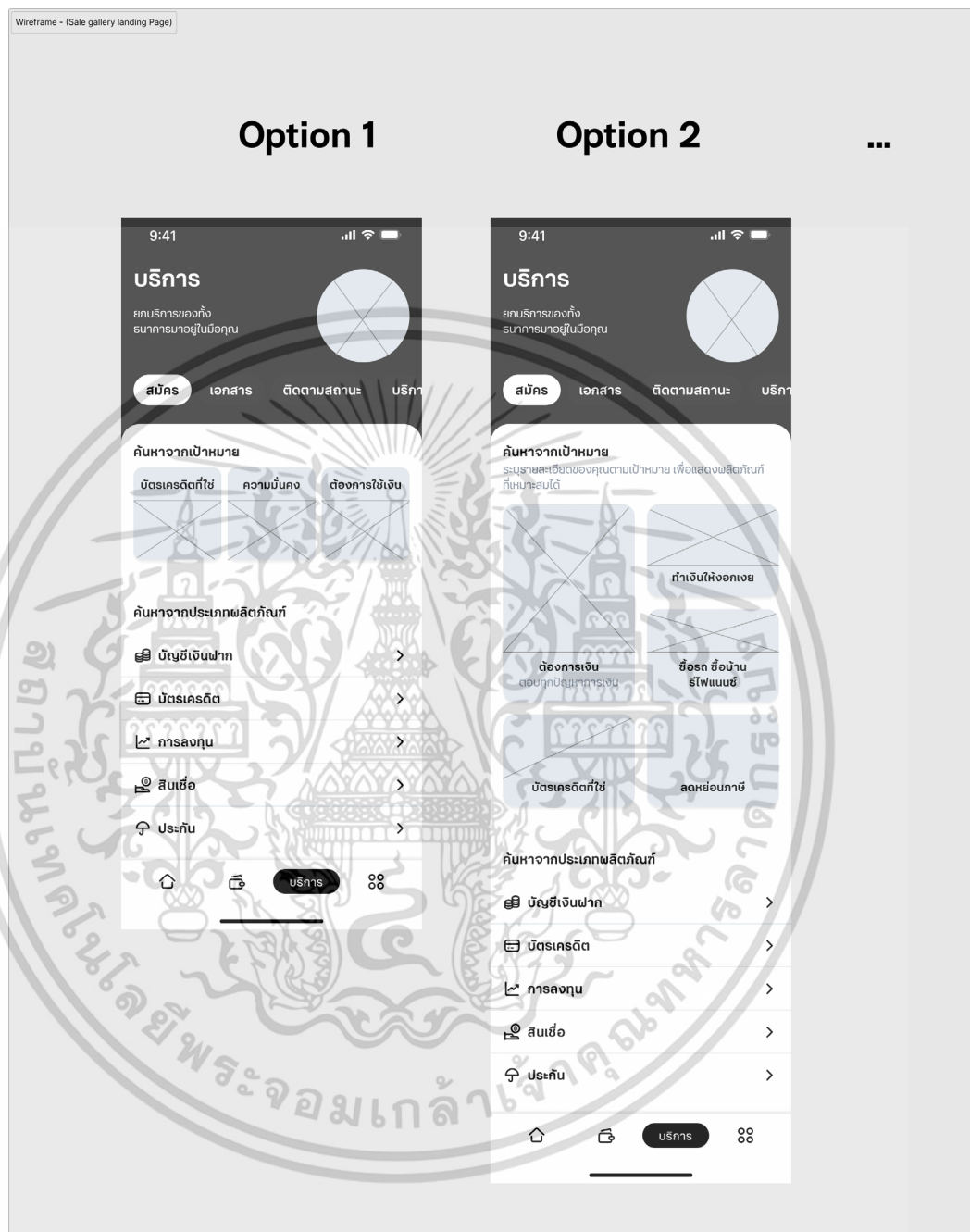


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

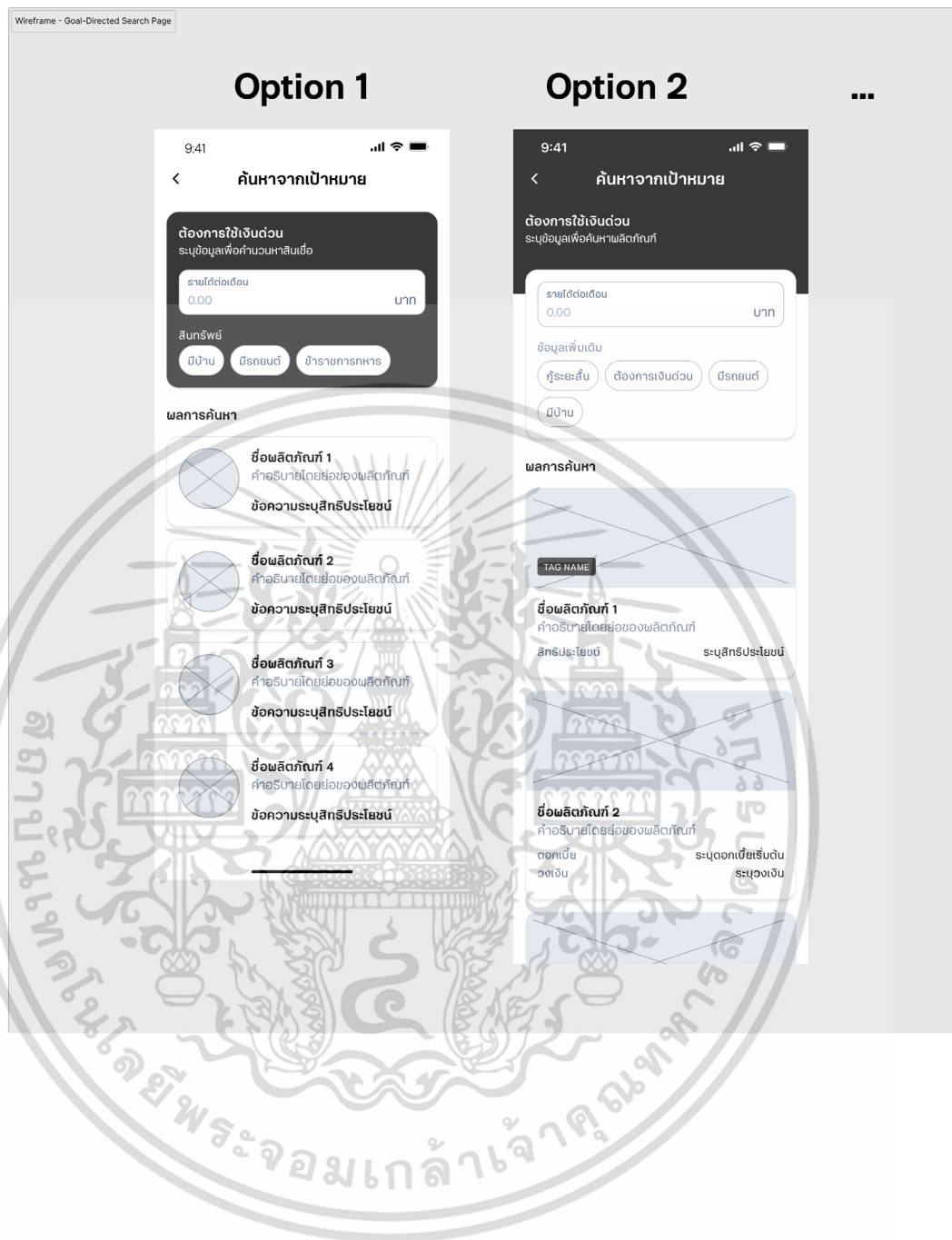


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ช.1 การสร้างแบบร่างหน้าจอสําหรับแอปพลิเคชัน



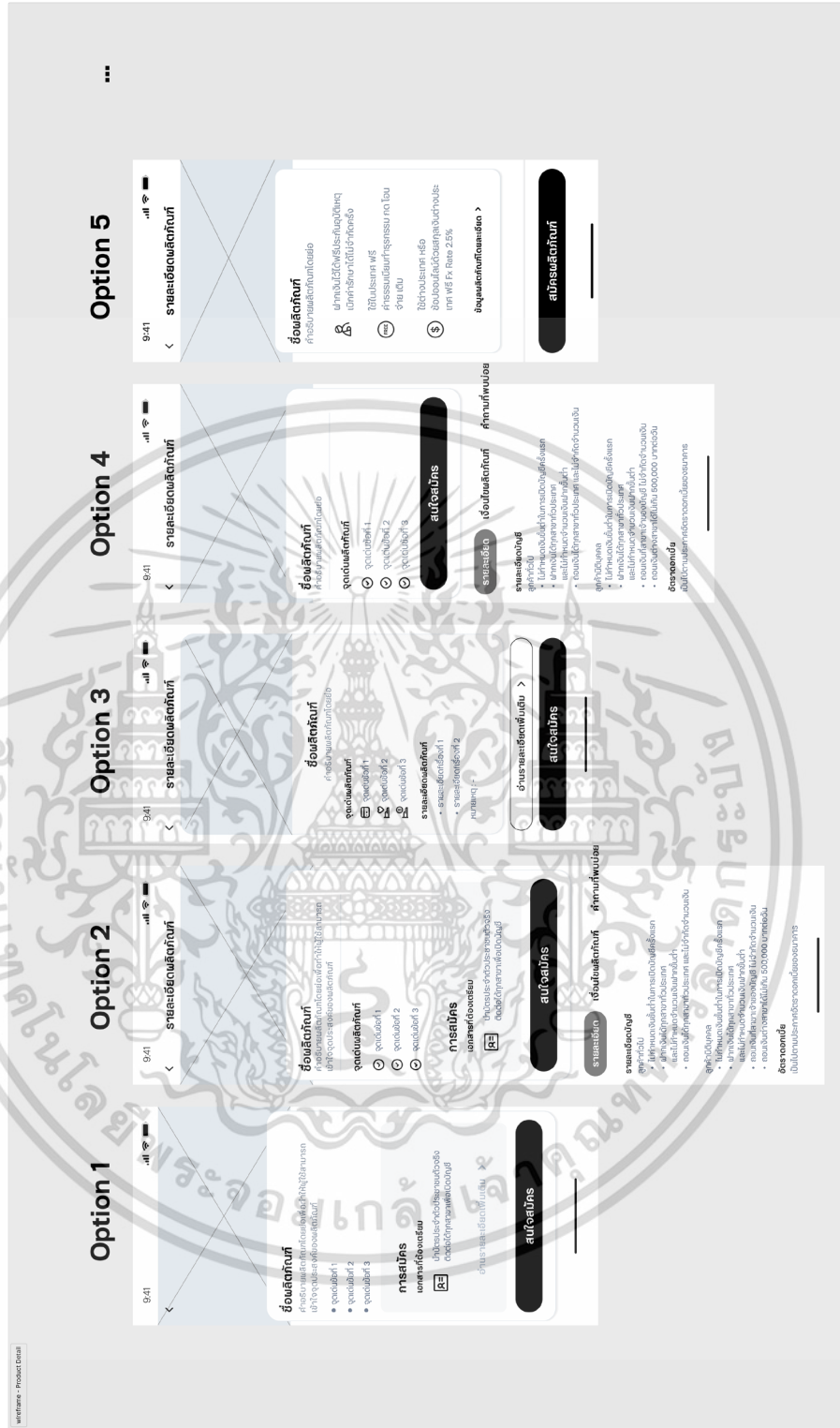
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



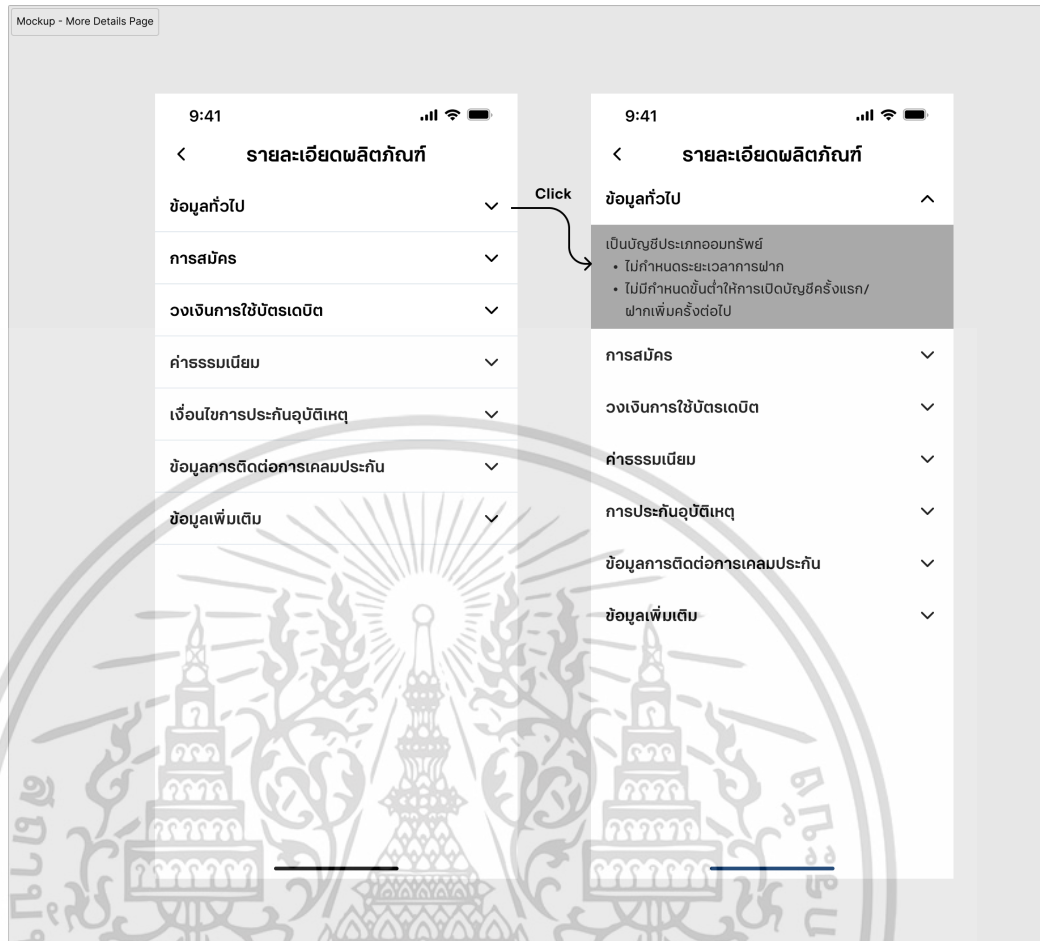
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



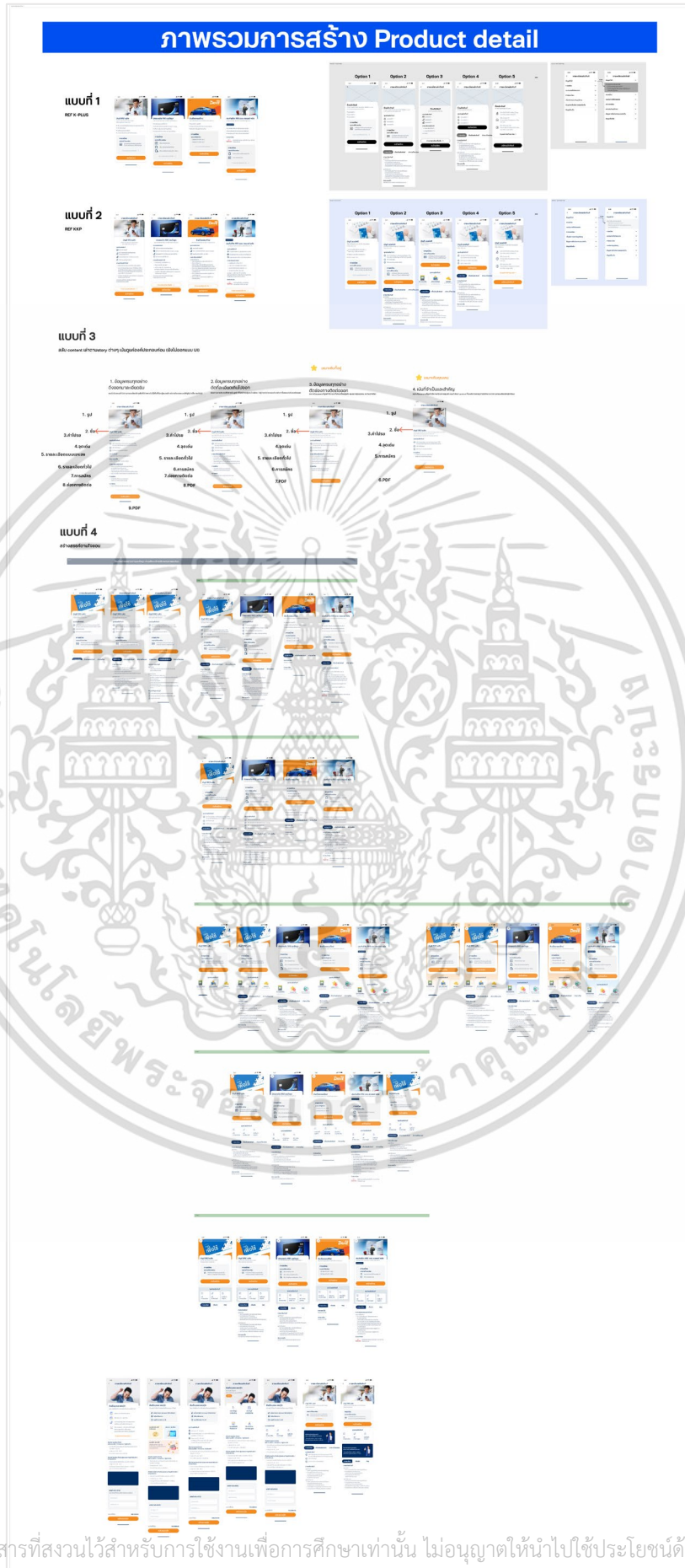
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

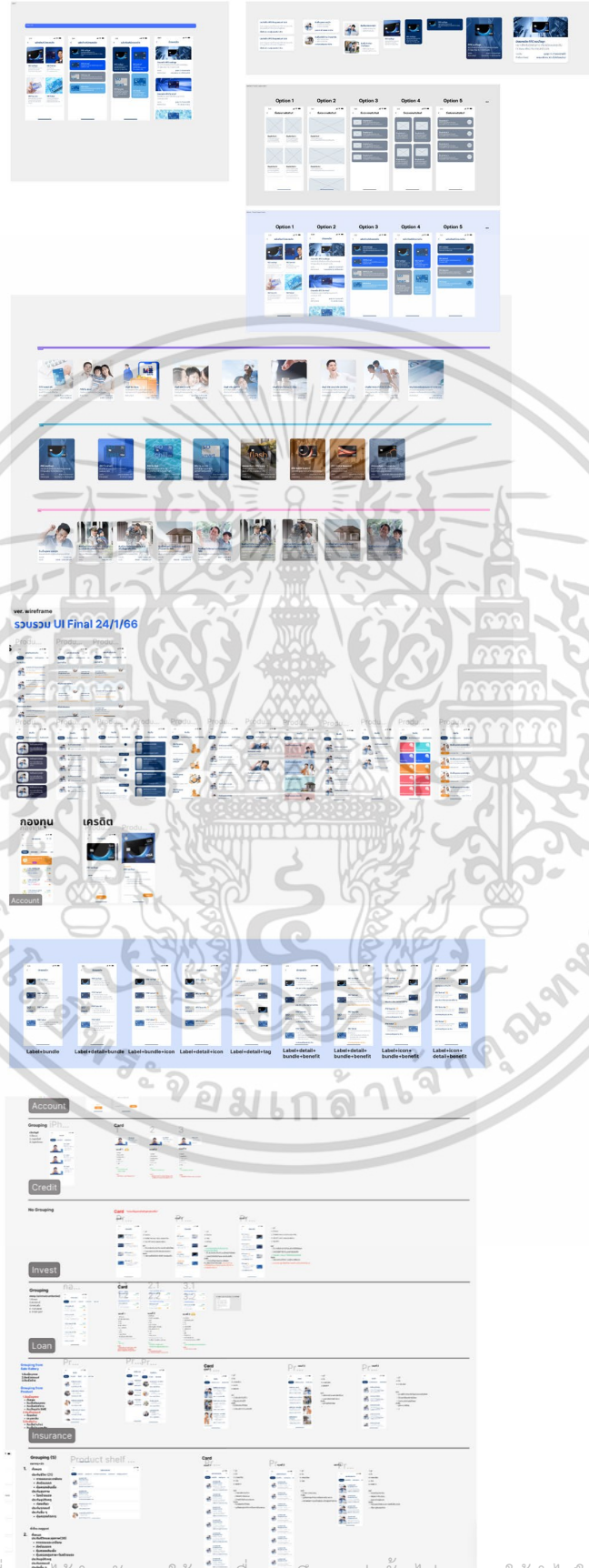


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

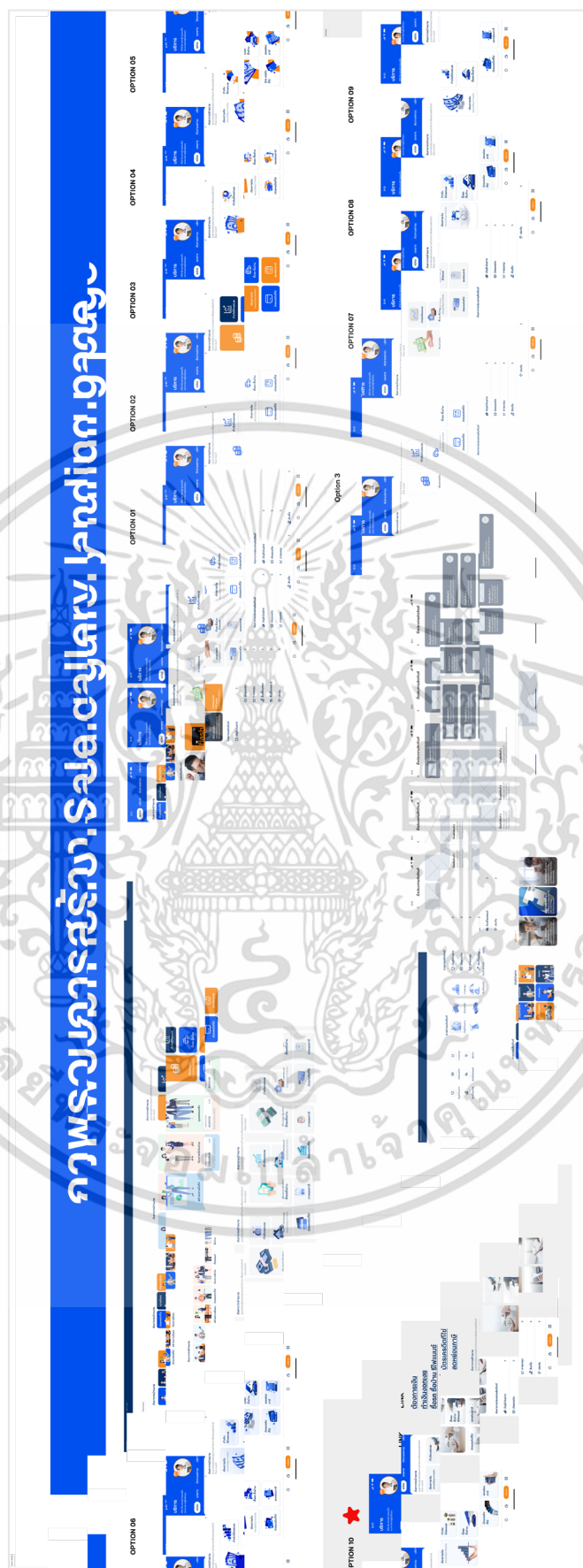


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

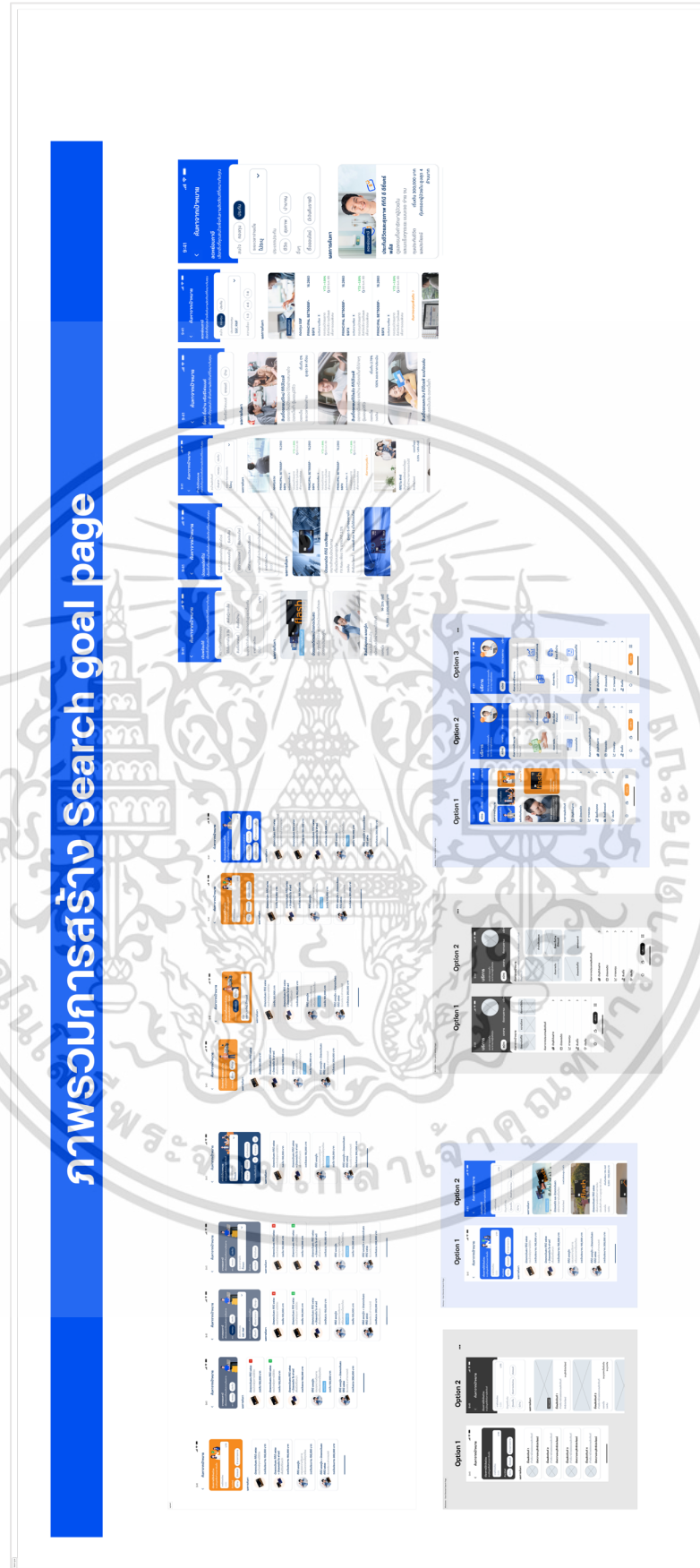
ภาพรวมการสร้าง Product Shelf&Card



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

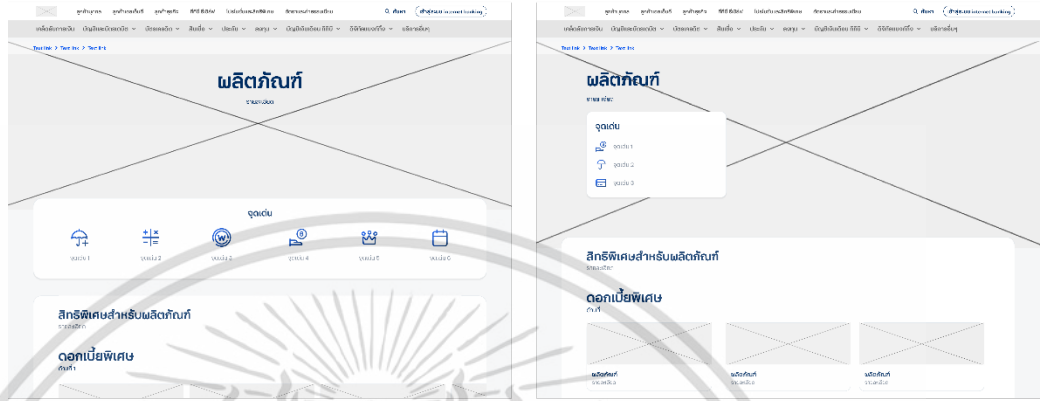


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

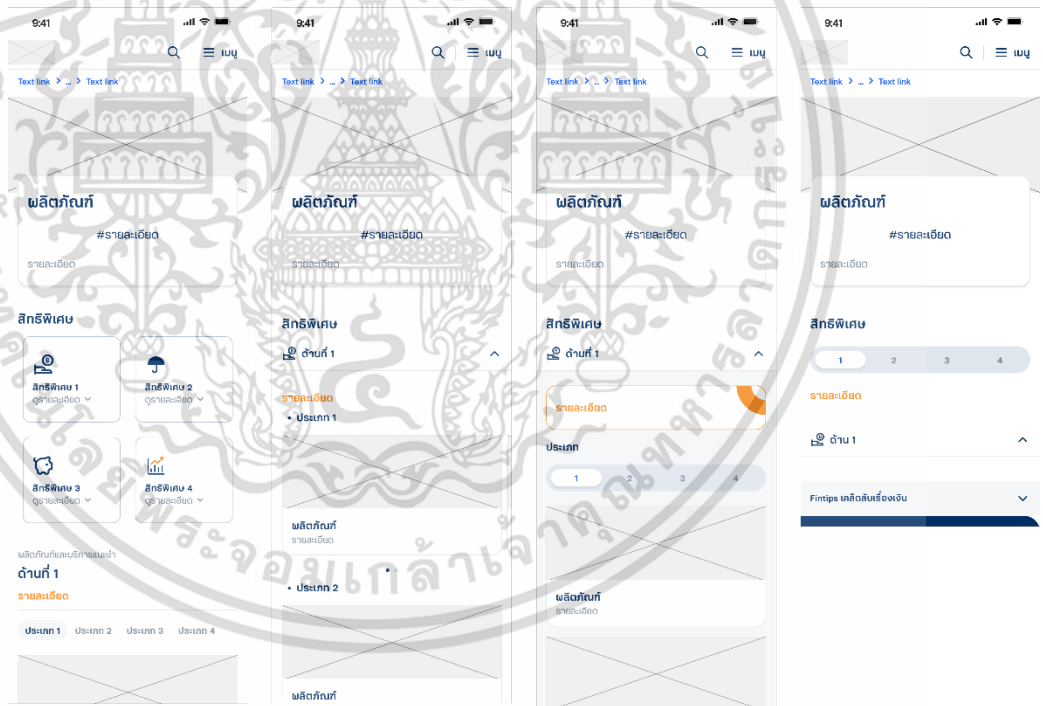
ข.2 การสร้างแบบร่างหน้าจอสําหรับเว็บไซต์

Product Shelf - Wireframe

Desktop



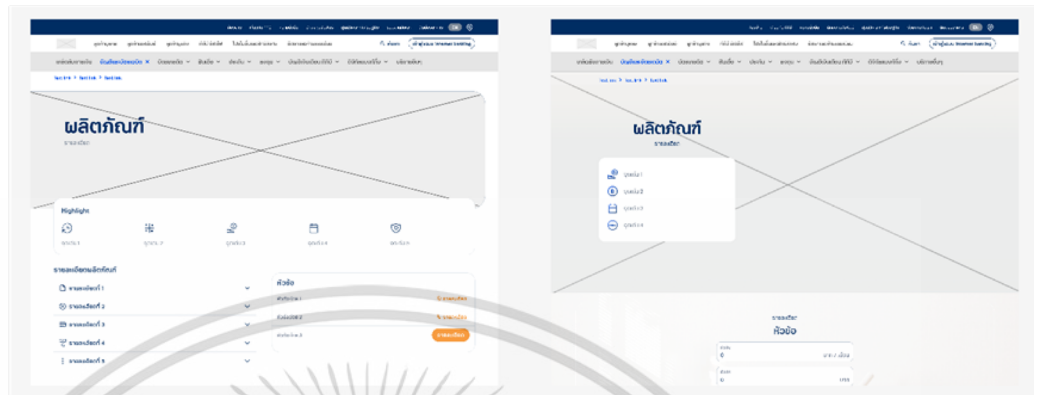
Mobile Browser



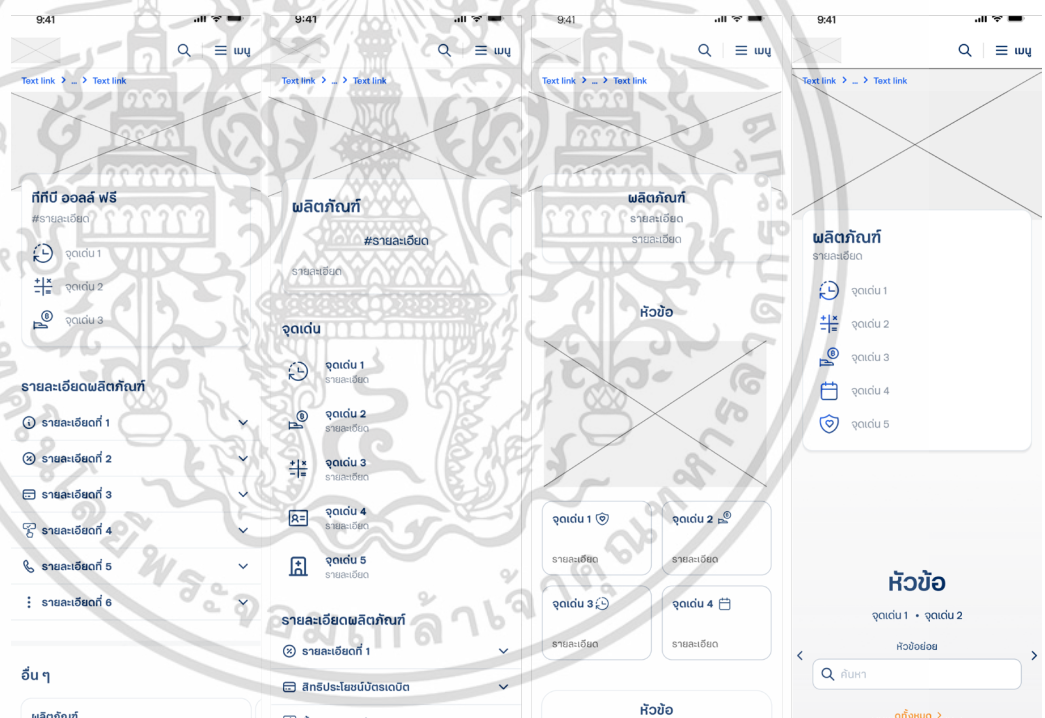
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Product Detail - Wireframe

Desktop



Mobile Browser



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ช.1 การสร้างแบบจำลองสมจริงสำหรับแอปพลิเคชัน



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Mockup - Goal-Directed Search Page

Option 1

9:41

< ค้นหาจากเป้าหมาย

ต้องการใช้เงินด่วน
ระบุข้อมูลเพื่อค้นหาสินเชื่อ

รายได้ต่อเดือน
0.00 บาท

สินทรัพย์

มีบ้าน มีรถยนต์ มีรายการทหาร

ผลการค้นหา

บัตรเครดิตเงินสด ทีทีบี แฟลช
ตอบโจทย์ทุกการใช้จ่ายชีวิต
วงเงินประมาณ 100,000 บาท

บัตรเครดิตเงินสด ทีทีบี แฟลช + บัตรเครดิต โซ ฟาสต์
เพื่อชีวิตที่ปังกว่าเดิม
วงเงินประมาณ 150,000 บาท

ทีทีบี แคชกูโก
ตอบทุกความต้องการ พร้อมลดดอกเบี้ยทุกเดือน
วงเงินประมาณ 100,000 บาท

ทีทีบี แคชกูโก + บัตรกดเงินสด ทีทีบี แฟลช
รับวงเงิน 2 เท่าจากปกติ
วงเงินประมาณ 200,000 บาท

Option 2

9:41

< ค้นหาจากเป้าหมาย

เงินพร้อมใช้
ระบุข้อมูลเพื่อค้นหาผลิตภัณฑ์

รายได้ต่อเดือน
0.00 บาท

ข้อมูลเพิ่มเติม

กู้ระยะสั้น ต้องการเงินด่วน มีรถยนต์

มีบ้าน

ผลการค้นหา

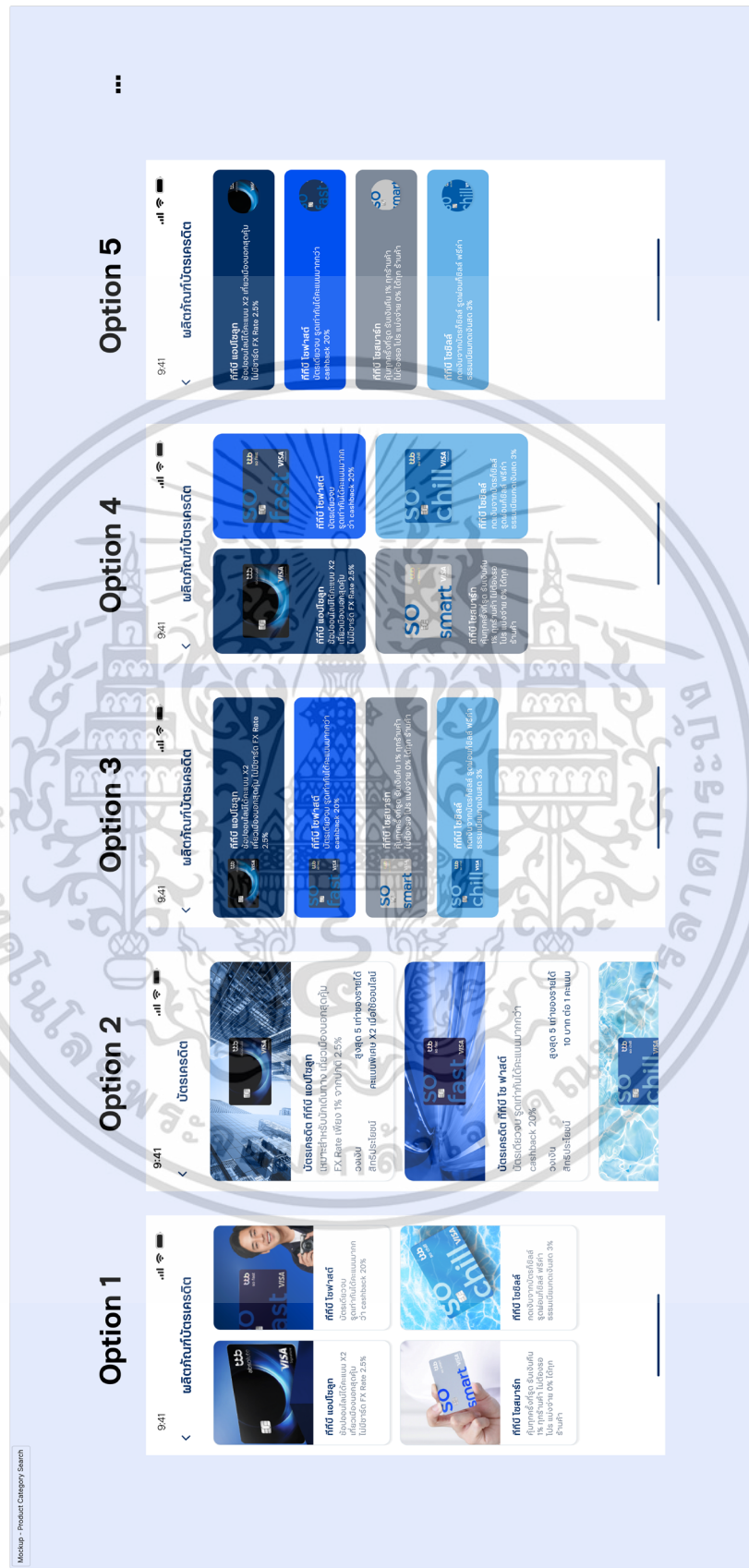
สมัครแบบกลุ่ม

บัตรเครดิต และ บัตรกดเงินสด
สมัครง่ายภายในครึ่งเดียว
สิทธิประโยชน์ วงเงินพิเศษสูง 2 เท่า

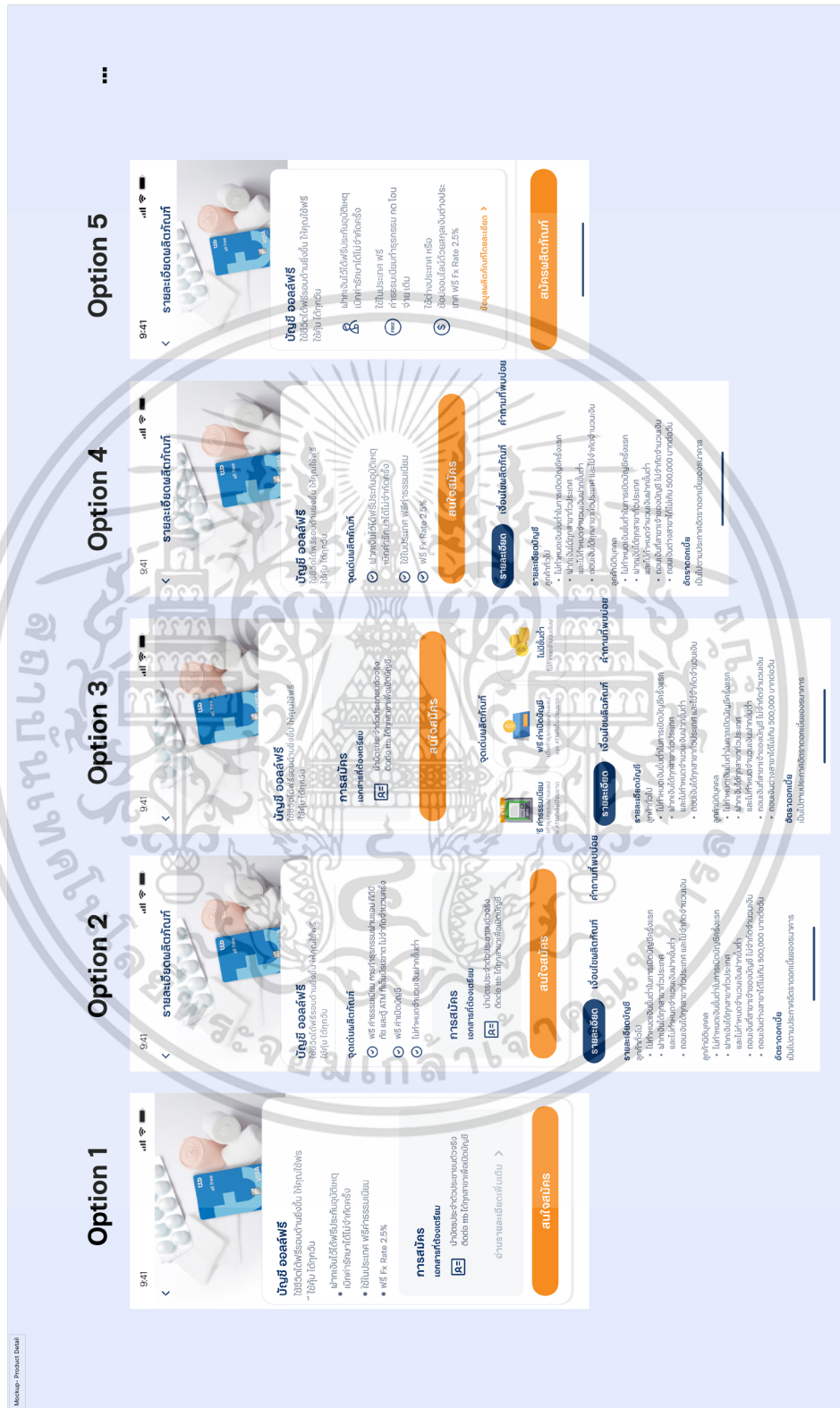
บัตรเครดิตเงินสด ทีทีบี แฟลช
เพิ่มความคล่องตัวทางการเงิน
ผ่อนสินค้า 0% นานสูงสุด 60 เดือน

ดอกเบี้ย เริ่มต้นเพียง 13% ต่อปี
วงเงิน 9,000 – 500,000 บาท

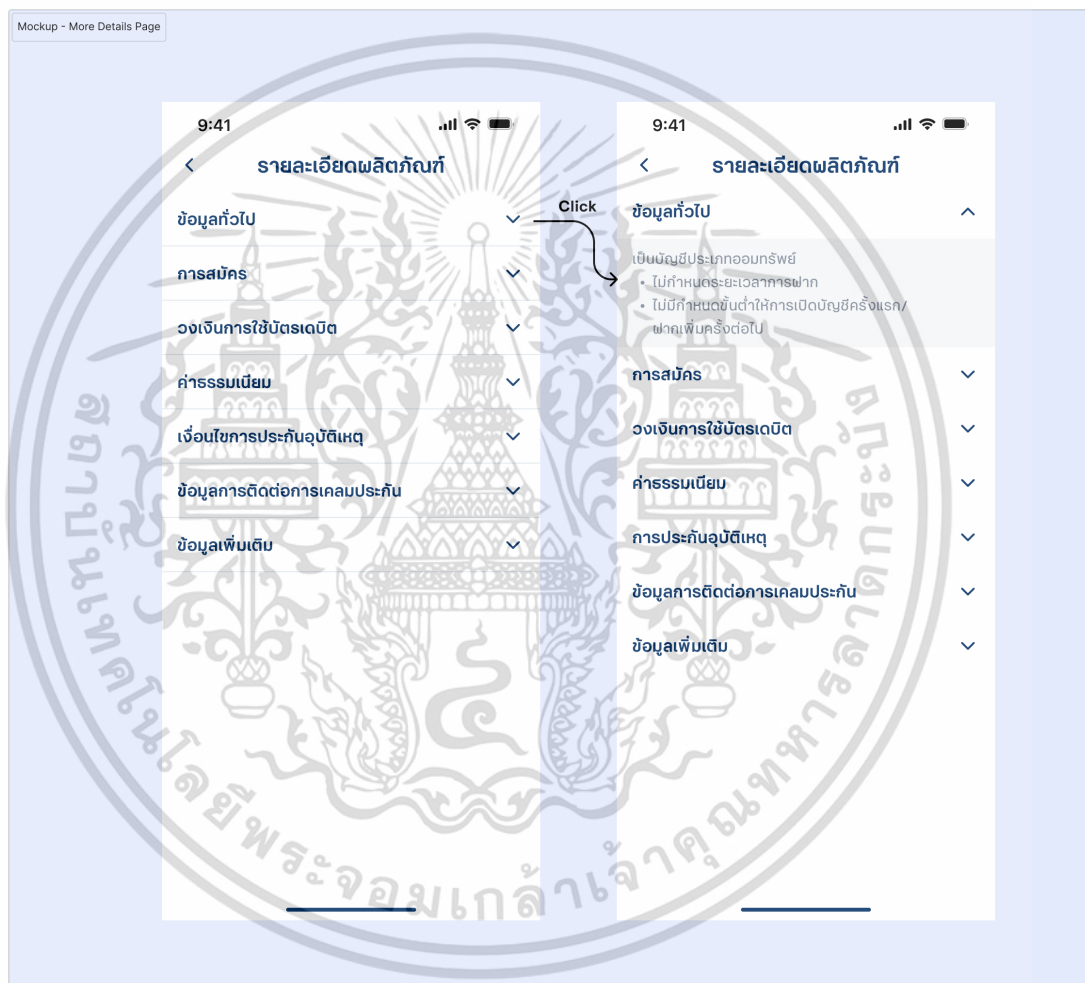
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

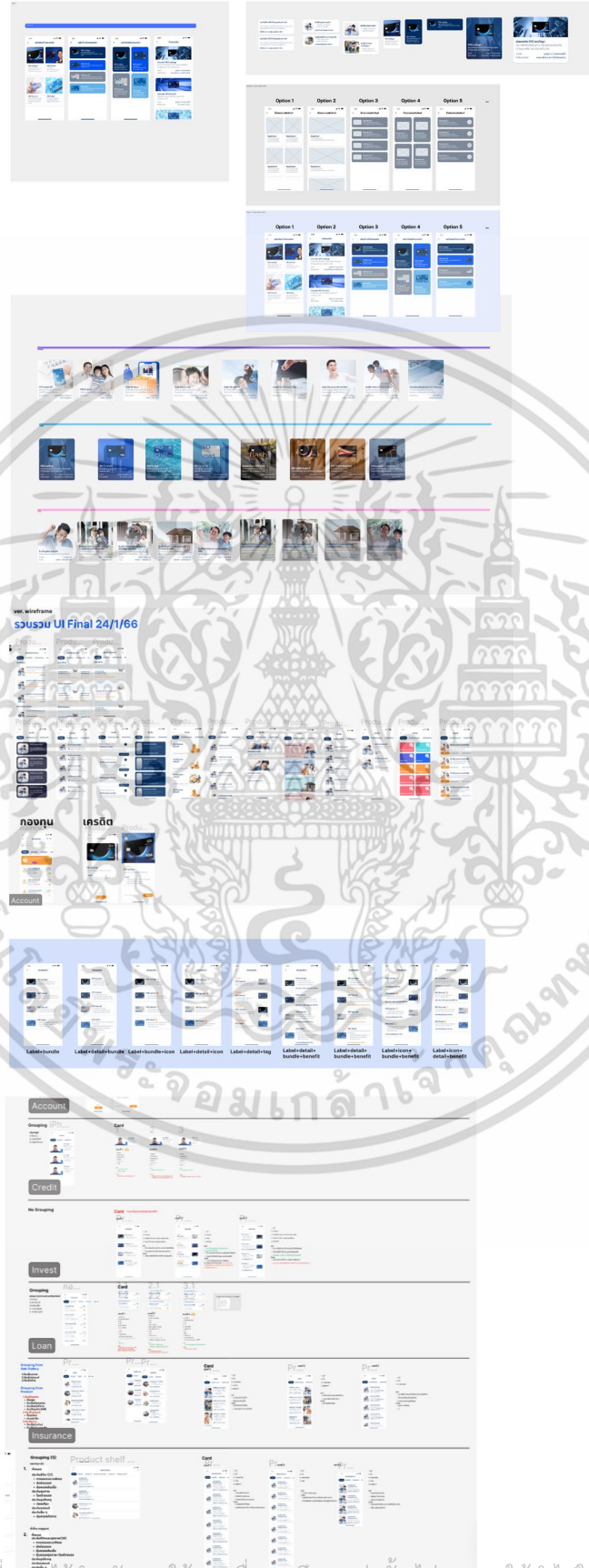


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

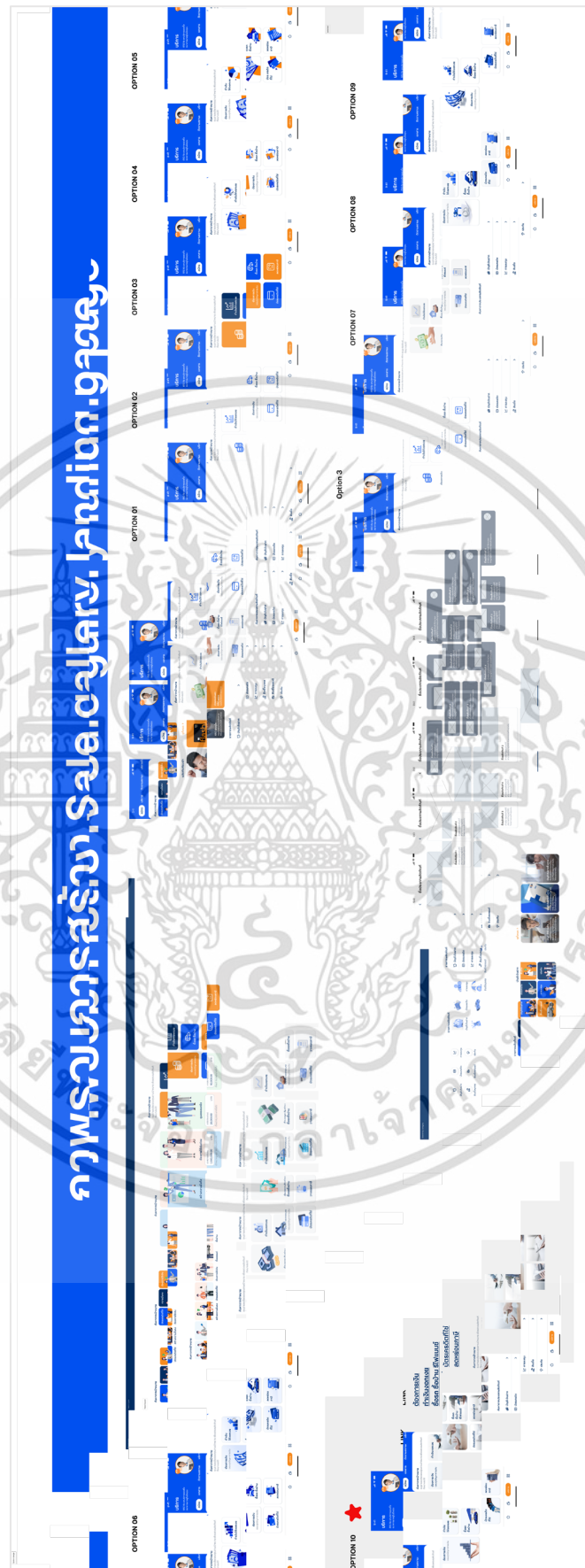


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

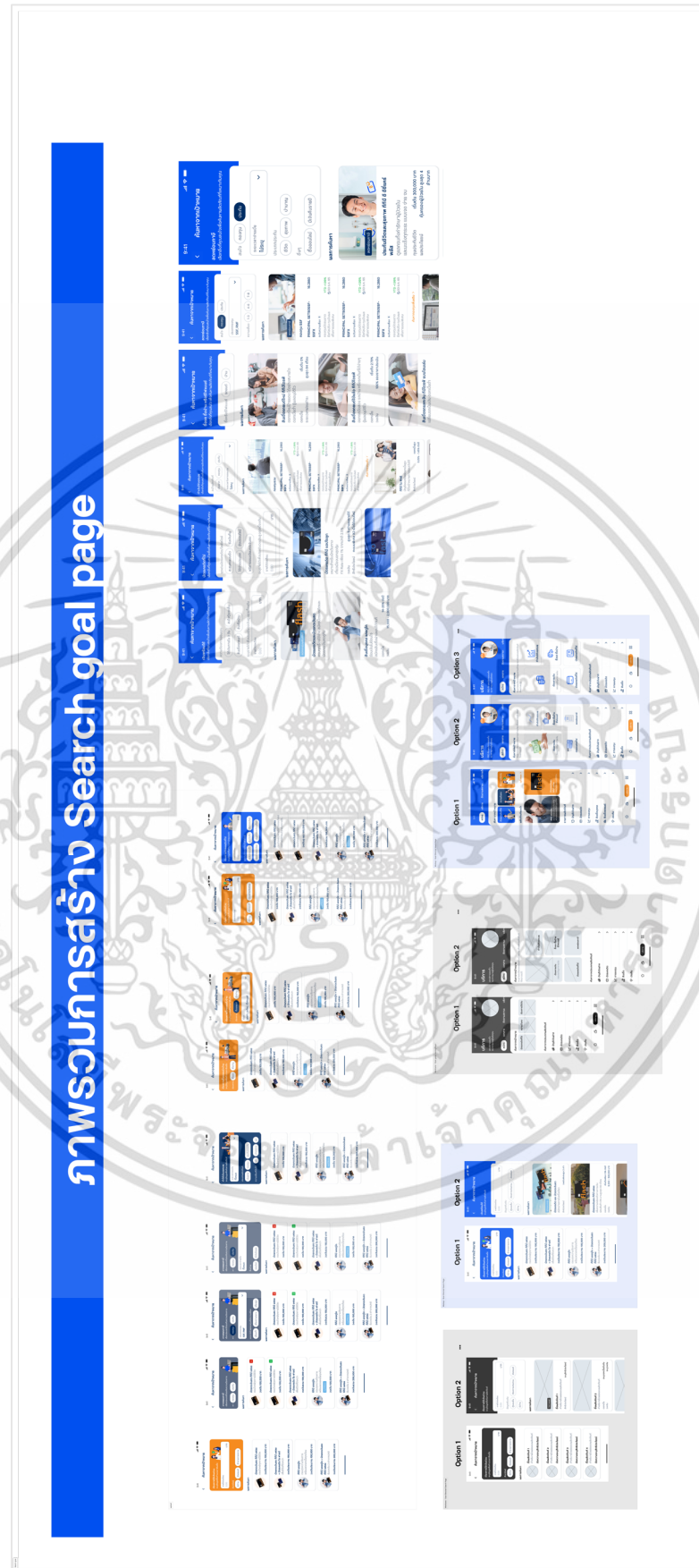
ภาพรวมการสร้าง Product Shelf&Card



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

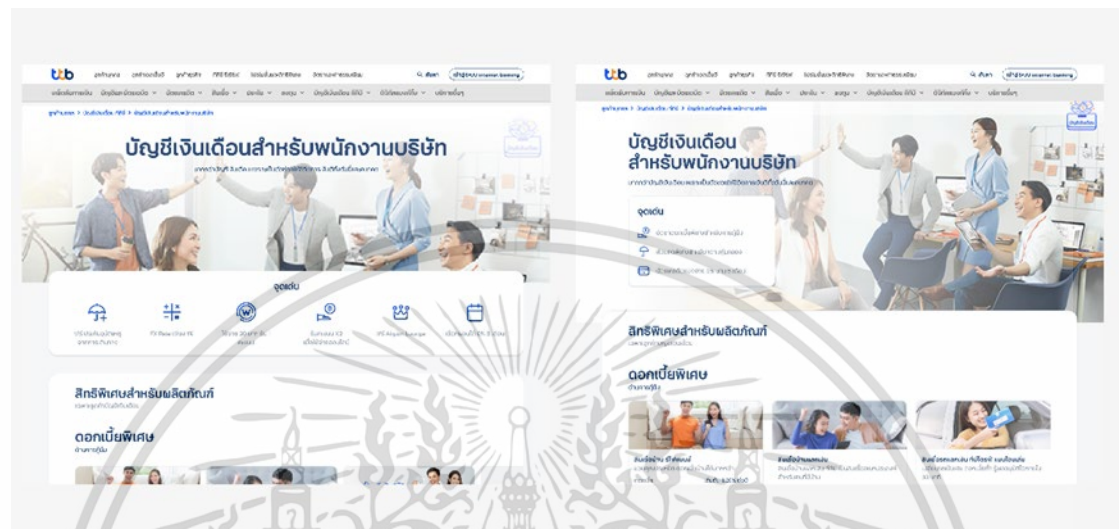


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

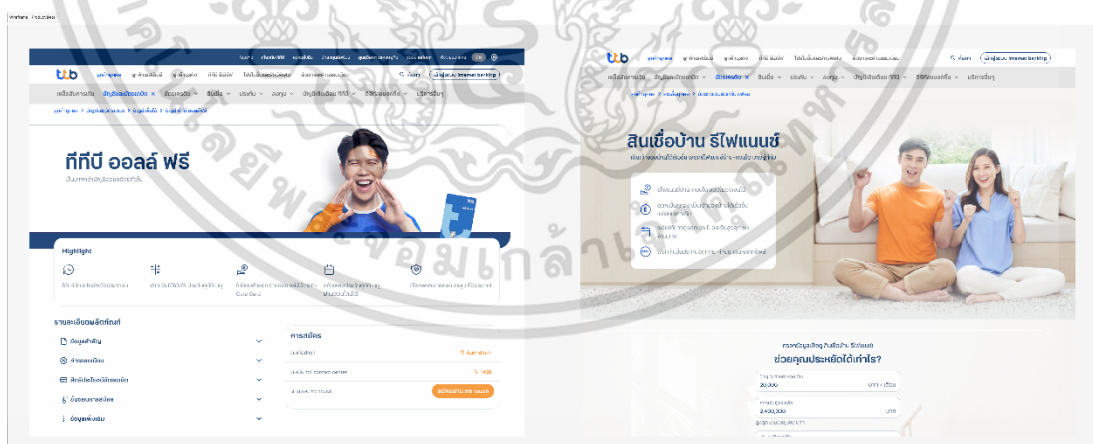
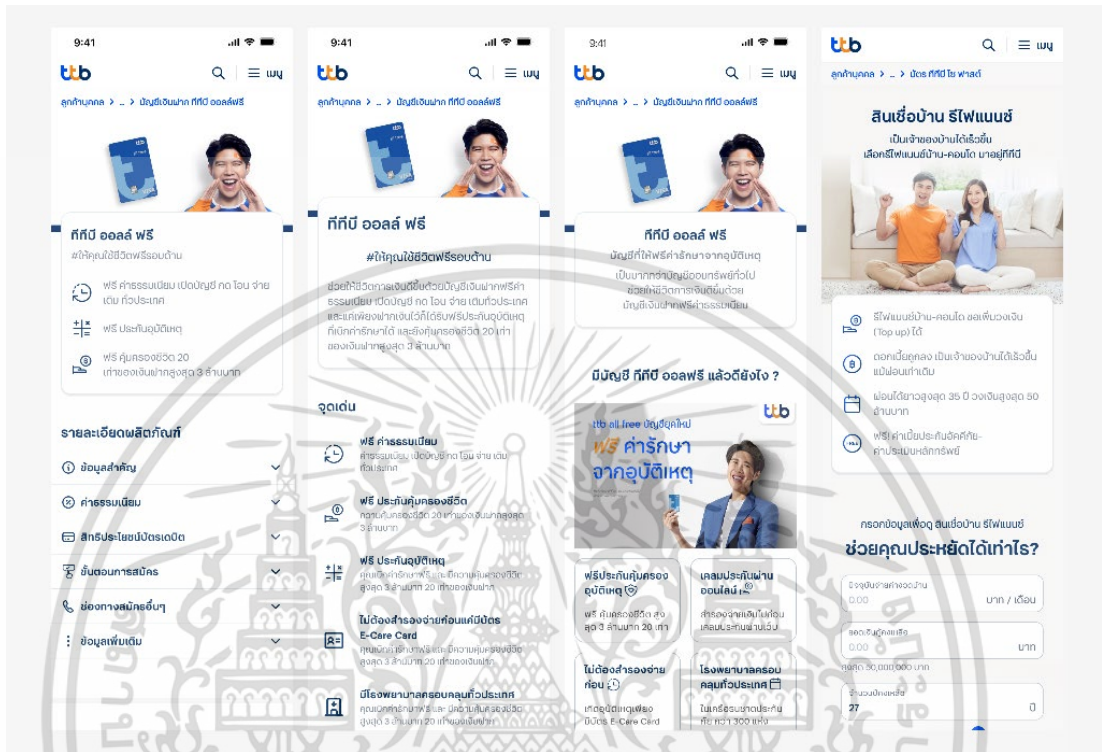


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ช.2 การสร้างแบบจำลองสมจริงสำหรับเว็บไซต์

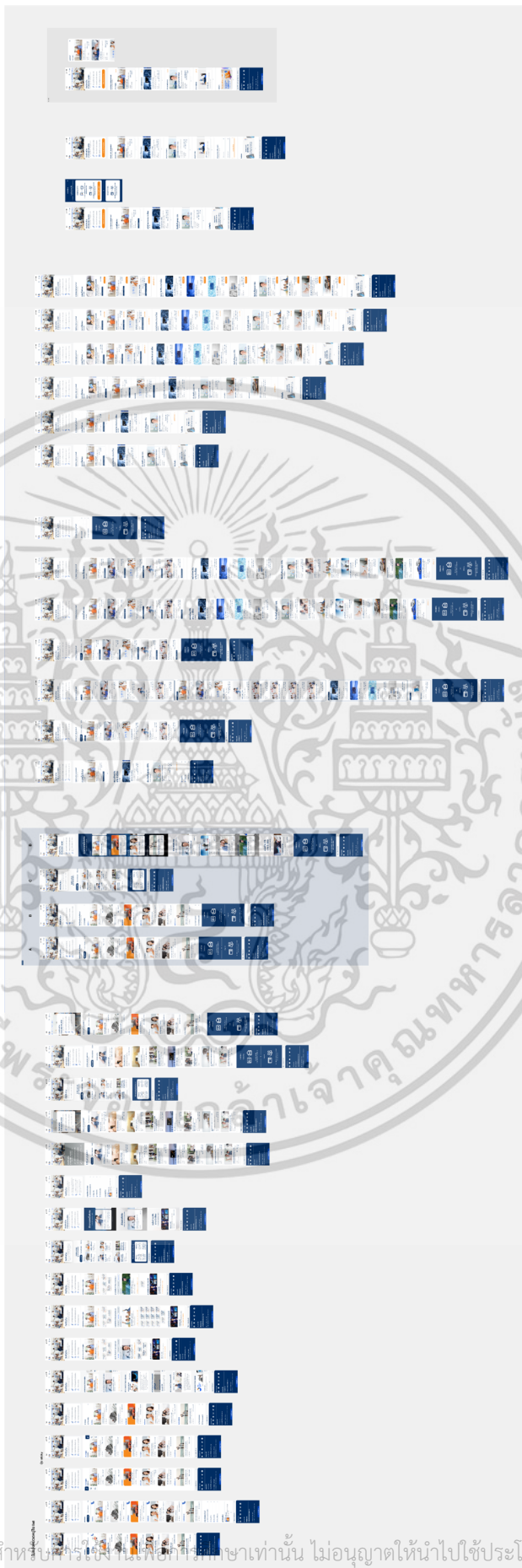


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพรวมการร่าง Product Shelf (Mobile Browser)



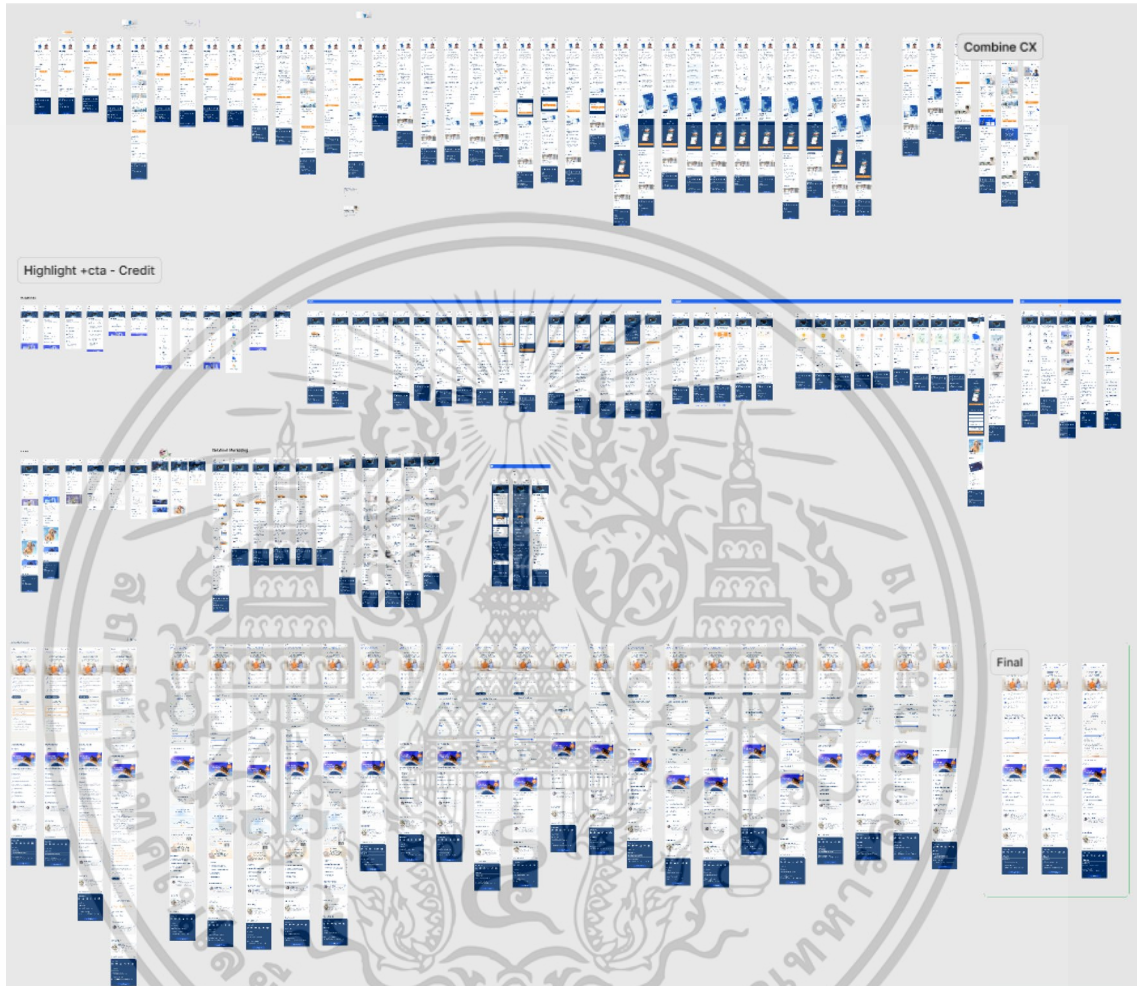
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับใช้ภายในเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพรวมการสร้าง Product Shelf (Desktop)

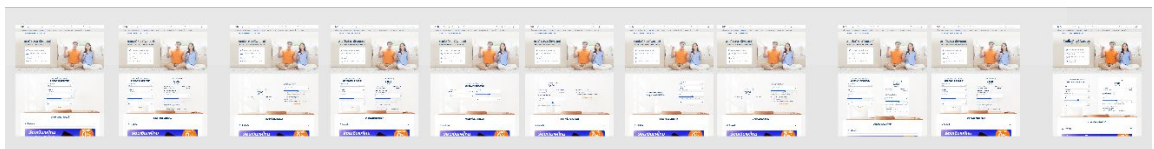


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพรวมการสร้าง Product Detail (Mobile Browser)



ภาพรวมการสร้าง Product Detail (Desktop)



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Note

Test ครั้งที่ 1

	USER 1	USER 2	USER 3	USER 4
เพศ	หญิง	ชาย	หญิง	ชาย
อาชีพ	นักศึกษา	นักศึกษา	นักศึกษา	Tester (ttb)
Mobile banking	SCB kbank TTB	K* SCB TTB	SCB K* TTB	K* SCB KNEXT TTB
Product	กองทุน (ttb)	กองทุน (Kplus) บัตรเครดิต (KTC)	บัตรเครดิตอื่นหากมี	บัตรเครดิตอื่นหากมี (มาพร้อม)

Task 4 - Check Search Goal - บัตรเครดิตที่ใช่ (absolute,sofast,rainfinite,rssignature)
 หากคุณต้องการสมัครบัตรเครดิตที่มีจุดเด่น ระบบเด่นได้ชื่อ คุณจะใช้คำอย่างไร (ทดสอบฟิวเจอร์)

USER1 Goal"บัตรเครดิตที่ใช่" > Filter "สะสมคะแนนไว"> Sofast > สำเร็จ 🕒 User ใช้ Search goal & useful

USER2 Goal"บัตรเครดิตที่ใช่" > Sofast > สำเร็จ 🕒 User รู้ว่ากำลังใช้ Filter

USER3 Goal"บัตรเครดิตที่ใช่" > Filter "สะสมคะแนนไว"> Sofast > สำเร็จ 🕒 User รู้ว่าวิธีใช้ Filter

USER4 Goal"บัตรเครดิตที่ใช่" > พยายามกดกรอกชื่อในเดือน > Filter "สะสมคะแนนไว"> สำเร็จ
 เพิ่มเติม user เลื่อนดู product detail 1 นาที > กดสมัคร > see more

Task 5 - Check Search goal - ต้องการเงิน
 หากคุณต้องการสมัครบัตรเครดิตเงินสด ที่มี แฟลช เพื่อสะสมเงิน คุณจะใช้คำอย่างไร

USER1 Directory "บัตรเครดิต" > ไม่เจอ > กดกลับ > [กำลังวางเงินเป็นเงินเชื่อหรือเปล่า เพราะคิดว่าเป็นบัตร]
 Goal"บัตรเครดิตที่ใช่" > ไม่เจอ > กดกลับ > [กำลังวางเงินเป็นเงินเชื่อหรือเปล่า เพราะคิดว่าเป็นบัตร]
 Goal "ต้องการเงิน" > สำเร็จ 🕒 คำที่ใช้เพื่อ search goal สามารถสื่อความหมายได้หรือป (ลดหย่อน ไม่รู้ว่าจะมีประกัน)

USER2 Goal"ต้องการเงิน"> สำเร็จ 🕒 เรื่องของ bundling user จะทราบใหม่ว่าProductเป็น Loan shelf/Credit card shelfคืออะไร

USER3 Goal"ต้องการเงิน"> Filter "รู้ระยะสั้น" > สำเร็จ [สืบค้นตัวBunding จึงกดเข้าไปดูก่อน]

USER4 Goal"ต้องการเงิน"> Filter "ต้องการเงินด่วน"> เข้าไปในบัตร > อ่าน Detail > อ่าน Detail See more > กดกลับ > สมัครบัตร > สำเร็จ 🕒 User รู้ว่าดู see more ได้

Task 6 - Check Search goal - ย้ายบ้าน
 หากคุณต้องการกู้เงินเพื่อซื้อบ้านใหม่ คุณจะใช้คำอย่างไร

USER1 Goal"ซื้อรถบ้าน" > สำเร็จ

USER2 Goal"ซื้อรถบ้าน"> Filter ย้ายบ้าน > สำเร็จ [ไปดู default result]

USER3 Goal"ซื้อรถบ้าน"> Filter ย้ายบ้าน > สำเร็จ [ไปดู default result]

USER4 Goal"ซื้อรถบ้าน"> Filter "ซื้อบ้าน" > กดสืบเชื้อไฟแนนซ์ > สมัคร > สำเร็จ

Task 8 - Check Search goal- ลดหย่อนภาษี / ทำเงินออกเอง
 หากคุณต้องการ สมัครประกันชีวิต ที่คุ้มครอง 15/9 เพื่อใช้ลดหย่อนภาษีและรับเงินปันผลเพื่อทำเงินของคุณเองเอง คุณจะใช้คำอย่างไร

USER1 Directory ประกัน > ประกันชีวิต > เลือกหาจุดเจอ

USER2 Goal "ทำเงินออกเอง"> Filter ประกัน > สำเร็จ

USER3 Directory ประกัน > ประกันชีวิต > เลือกหาจุดเจอ [คิดว่า goal ลดหย่อนนำไปเจอประกันเสียไม่ได้]

USER4 Goal "ลดหย่อน" > Filter ประกัน > กดประกัน 15/9 > กดเชื่อมโยง > อ่าน Detail > อ่าน Detail See more > กดกลับ > สมัครบัตร > สำเร็จ 🕒 User รู้ว่าสามารถเลื่อนลงไปอ่านต่อได้ (ถ้ามีเงื่อนไข/ข้อมูลจากจุดเด่น)

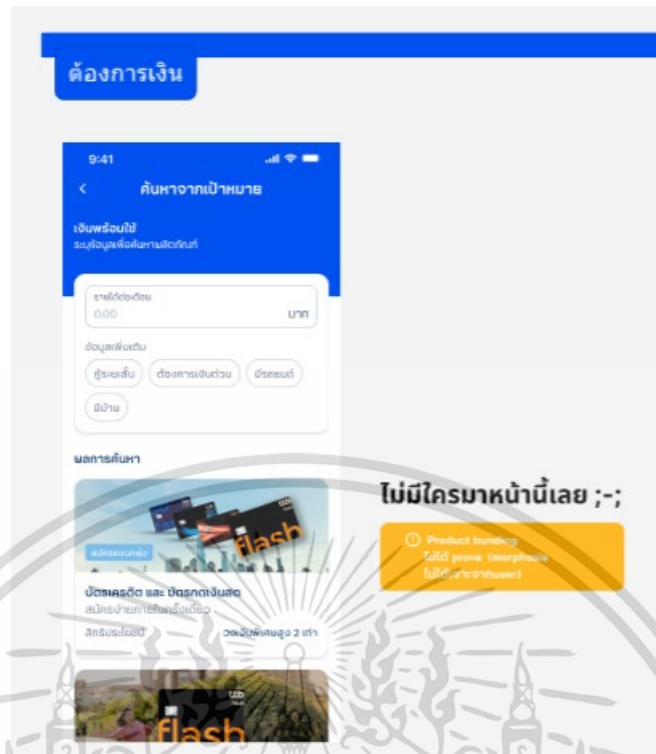
🕒 User รู้วิธีสมัครว่าต้องกดปุ่มไหน

เพิ่มเติม

- มีเมนู 2 คนในรู้ว่าลดหย่อนจะมีประกันเรื่องอยู่
- พบ(Tester) เข้าใจว่า Ref Code คือการยื่นสมัครมาก่อนแล้วได้ code มาจากแม่ค้าเพื่อน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



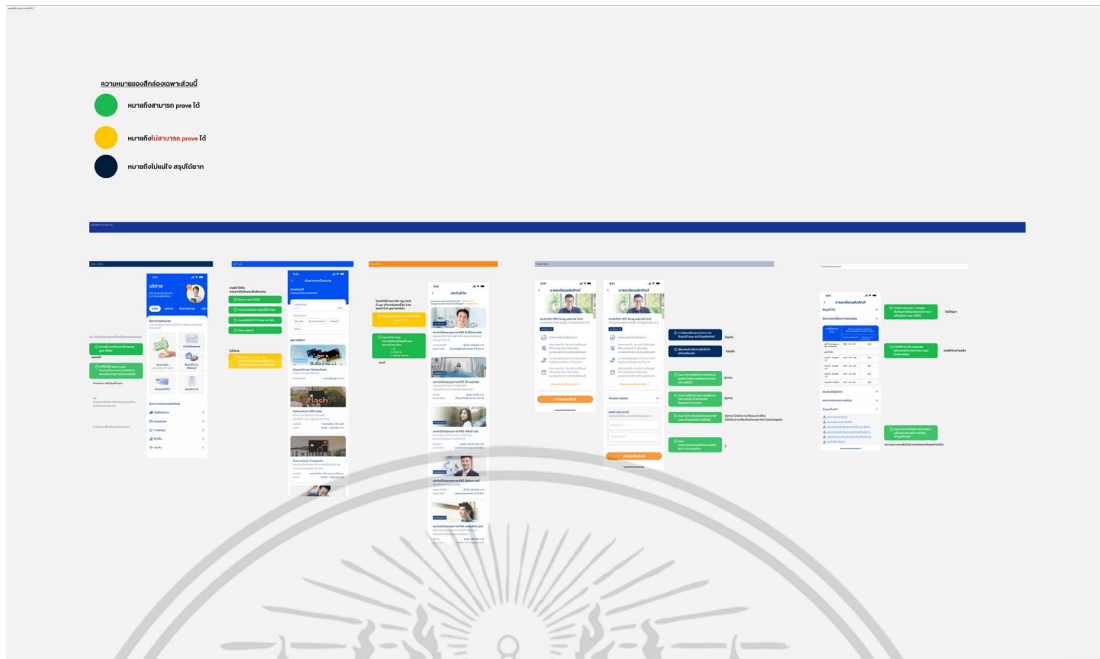
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



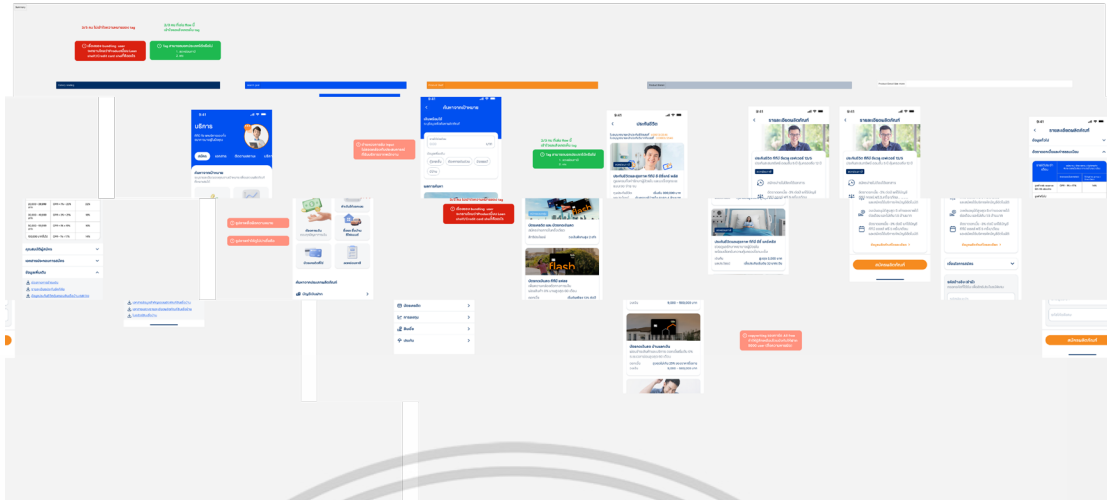
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คำรับรองเล่มสหกิจศึกษาโดยสถานประกอบการ

วันที่ 29 เดือน มีนาคม พ.ศ. 2567

ข้าพเจ้า ศุภะพันธ์ นีรัญโรจน์ ตำแหน่ง Head of OneApp design เป็นตัวแทนของสถานประกอบการ ธนาคารทหารไทยนคร (ttb) ขอรับรองว่าทางสถานประกอบการได้ตรวจสอบเล่มสหกิจศึกษา User interface design of sales gallery on banking application and website based on experience ของนักศึกษาชื่อ ธนวรรณ วงศ์เพชรชารัต ซึ่งเป็น นักศึกษาภาควิชาวิทยาการคอมพิวเตอร์ คณะวิทยาศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร ลาดกระบัง เรียบร้อยแล้ว และไม่มีส่วนหนึ่งส่วนใดในเล่มสหกิจศึกษานี้ที่มีข้อมูลอ่อนไหว และ/หรือ ข้อมูล อันเป็นความลับอัน จะก่อให้เกิดความเสียหายต่อสถานประกอบการ รวมทั้งอนุญาตให้สามารถเผยแพร่ต่อ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังได้ จึงลงชื่อไว้เป็นหลักฐาน

ลงชื่อ ศ.
(ศุภะพันธ์ นีรัญโรจน์)

ตัวแทนสถานประกอบการ

ข้าพเจ้า ผศ. ดร. อินทราพร อรัณยະนาค อาจารย์ที่ปรึกษาสหกิจศึกษา ได้ตรวจสอบเล่มสหกิจศึกษาแล้วและรับทราบ ว่าสถานประกอบการดำเนินการตรวจสอบเล่มสหกิจศึกษาแล้ว จึงลงชื่อไว้เป็นหลักฐาน

ลงชื่อ อินทราพร อรัณยະนาค
(ผศ. ดร. อินทราพร อรัณยະนาค)

อาจารย์ที่ปรึกษา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



งานทะเบียนคณะวิทยาศาสตร์

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

คำรับรองเล่มสหกิจศึกษา

วันที่...3...เดือน...พฤษภาคม.....พ.ศ. 2567

ข้าพเจ้า นางสาว...กัญจวรรณ ชัยสมรรถมงคล..... รหัสประจำตัว... 63050097

นางสาว...จนวนรณ วงศ์เพชรชาวีต..... รหัสประจำตัว... 63050137

นักศึกษาหลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชา...วิทยาการคอมพิวเตอร์..... ภาควิชา...วิทยาศาสตร์.....

ขอรับรองว่า สหกิจศึกษา เรื่อง

ชื่อภาษาไทย...การออกแบบหน้าจอบริการจากประสบการณ์ผู้ใช้บนแอปพลิเคชันและเว็บไซต์ของธนาคาร

ชื่อภาษาอังกฤษ...user interface design of sale gallery on banking application and website based on user experience

ปีการศึกษา...2566.....

เป็นผลงานวิจัยที่มีได้คัดลอกหรือละเมิดลิขสิทธิ์ของผู้อื่นและได้ผ่านการตรวจสอบความซ้ำซ้อนเรียบร้อยแล้ว และได้แนบเอกสารการตรวจสอบการลอกเลียนงานวรรณกรรมที่ตรวจสอบจากเล่มสหกิจศึกษาฉบับสมบูรณ์แล้ว

โปรแกรมอักขราวิสุทธิ์...0.65.....%

ลงชื่อ...กัญจวรรณ ชัยสมรรถมงคล.....

ลงชื่อ...จนวนรณ วงศ์เพชรชาวีต.....

(นางสาวกัญจวรรณ ชัยสมรรถมงคล)

(จนวนรณ วงศ์เพชรชาวีต)

นักศึกษา

นักศึกษา

ข้าพเจ้า ผศ.ดร. ...อินทราพร อรรถนะชาติ..... อาจารย์ที่ปรึกษาสหกิจศึกษา ได้ตรวจสอบ สหกิจศึกษาของนักศึกษา

ข้างต้น แล้ว ขอรับรองว่าเป็นผลงานวิจัยของนักศึกษาจริงและมีเนื้อหาสมบูรณ์ จึงลงชื่อไว้เป็นหลักฐาน

ลงชื่อ...อินทราพร อรรถนะชาติ.....

(อินทราพร อรรถนะชาติ)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาอาจารย์ที่ปรึกษาถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้