

good factory



Design Thinking

Handbook

[ฉบับ ตอกกล้า ไม้เติบโตในสวน]

ชื่อกลุ่ม _____

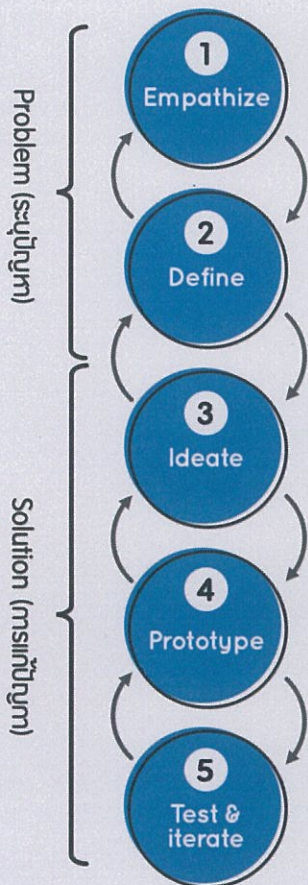
สารบัญ

อะไรคือ Design Thinking	1
กิจกรรมที่ 1 เปิดโต๊ะแถลงข่าว	3
แบบฝึกหัด 1.1 - ผลิตภัณท์ของฉัน	4
แบบฝึกหัด 1.2 - คุณค่าของผลิตภัณท์ที่มีต่อผู้ใช้	6
แบบฝึกหัด 1.3 - คุณค่าของผลิตภัณท์ที่มีต่อลูกค้า	8
แบบฝึกหัด 1.4 - รายชื่อผู้ใช้	10
แบบฝึกหัด 1.5 - รายชื่อลูกค้า	12
กระบวนการทดสอบผลิตภัณท์	14
กิจกรรมที่ 2 ทดสอบผลิตภัณท์	26
แบบฝึกหัด 2.1 - รายการสิ่งที่จะทดสอบ	27
แบบฝึกหัด 2.2 - ผลการทดสอบผู้ใช้ (User)	29
แบบฝึกหัด 2.3 - ผลการทดสอบลูกค้า (Customer)	31
แบบฝึกหัด 2.4 - เปรียบเทียบคุณค่าผลิตภัณท์	33
แบบฝึกหัด 2.5 - แนวทางการปรับแก้ไข	35
แบบฝึกหัด 2.6 - แนวทางการปรับแก้ไขเกี่ยวกับการใช้งาน	36
เอกสารอ้างอิง/ แหล่งข้อมูล	38

อะไรคือ Design Thinking

Design Thinking หรือ กระบวนการคิดเชิงออกแบบ เป็นกระบวนการพัฒนานวัตกรรม ที่ได้รับความนิยมในสหรัฐอเมริกา และ ได้รับความนิยมเป็นอย่างสูงในประเทศไทยในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา เนื่องจากเป็นกระบวนการที่ช่วยออกแบบและ พัฒนานวัตกรรมให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย (Problem-solution fit) ซึ่งเป็นเป้าหมายที่สำคัญที่สุดที่นวัตกรรมต้องบรรลุให้ได้ ก่อนที่จะขยายผลหรือผลักดันนวัตกรรมในเชิงพาณิชย์

Design thinking แบ่งออกเป็น 5 ขั้นตอน



ขั้นที่ 1 Empathize คือ การไปทำความเข้าใจกลุ่มเป้าหมายอย่างลึกซึ้งถึงพฤติกรรม ความต้องการ เป้าหมายที่อยากทำให้สำเร็จ เพื่อที่จะเข้าใจสถานการณ์/ ปัญหาที่กลุ่มเป้าหมายเผชิญอยู่

ขั้นที่ 2 Define คือ การนำข้อมูลจากการไปทำความเข้าใจกลุ่มเป้าหมายมาวิเคราะห์และระบุปัญหาเพื่อสร้างเป็นโจทย์นวัตกรรม

ขั้นที่ 3 Ideate คือ การระดมสมอง เพื่อสร้างไอเดีย/วิธีการแก้ไขปัญหามากมายซึ่งตอบโจทย์นวัตกรรมที่ตั้งไว้

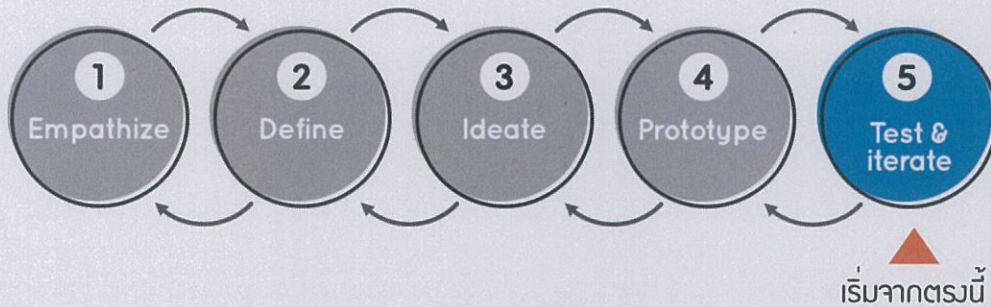
ขั้นที่ 4 Prototype คือ การนำไอเดียที่เลือกแล้วมาสร้างเป็นต้นแบบนวัตกรรม เน้นการทำอย่างรวดเร็ว ไม่ซับซ้อน และไม่ใช้ต้นทุนสูง เพื่อเรียนรู้ว่าต้นแบบนี้แก้ปัญหากลุ่มเป้าหมายหรือไม่

ขั้นที่ 5 Test & Iterate คือ การนำต้นแบบนวัตกรรมไปทดสอบกับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อดูว่าตรงตามความต้องการ/ แก้ไขปัญหา/ สร้างคุณค่าให้กลุ่มเป้าหมายหรือไม่ จากนั้นนำผลการทดสอบไปปรับแก้ไขชิ้นงาน

จะเห็นว่าขั้นตอนของ Design Thinking มีการทำซ้ำเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย หรือ เรียกอีกอย่างว่า “iterative process”

หากมีต้นแบบหรือผลิตภัณฑ์อยู่แล้ว ใช้ Design Thinking ได้ไหม

คำตอบ คือได้ โดยจะเริ่มที่ขั้นตอนการทดสอบ โดยเรานำต้นแบบหรือผลิตภัณฑ์ไปทดสอบกับกลุ่มเป้าหมายทั้ง ผู้ใช้ (User) และลูกค้า (Customer)



ผู้ใช้ (User) กับ ลูกค้า (Customer) ต่างกันอย่างไร

ผู้ใช้ (User) คือ ผู้ที่ใช้ผลิตภัณฑ์ของเรา

ลูกค้า (Customer) คือ ผู้ที่ซื้อผลิตภัณฑ์ของเรา



บ่อยครั้งผู้ใช้ และ ลูกค้าเป็นคนเดียวกัน แต่บางกรณีก็ไม่ได้เป็นแบบนั้น เช่น ของเล่นเด็ก

ผู้ใช้ คือ เด็ก

ลูกค้า คือ ผู้ปกครอง

การระบุผู้ใช้ผลิตภัณฑ์เป็นสิ่งที่ไม่ยากนักและค่อนข้างตรงไปตรงมา แต่ลูกค้าอาจจะซับซ้อนกว่า ยกตัวอย่าง เช่น เว็บไซต์ชื่อดังอย่าง youtube ที่ผู้ใช้เป็นบุคคลทั่วๆ ไปอย่างพวกเรา ลูกค้าของ youtube คือใคร คำตอบคือ เจ้าของผลิตภัณฑ์ต่างๆ ที่ต้องการพื้นที่โฆษณา ที่เราเห็นก่อนดูวิดีโอและพยายามกดข้ามนั้นแหละ

กิจกรรมที่ 1 เปิดโต๊ะแถลงข่าว

จุดประสงค์ของกิจกรรมนี้เพื่อให้น้องๆ ได้สะท้อนคุณค่าของผลิตภัณฑ์ได้อย่างรอบด้าน ผ่านหลายมุมมองของผู้ที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ไม่ว่าจะเป็นผู้ใช้ (User) หรือ ลูกค้า (Customer) นอกจากจะทำให้ได้ข้อมูลที่รอบด้านชัดเจนแล้ว ยังช่วยทำให้น้องเข้าใจ มุมมองของกลุ่มเป้าหมาย และ เห็นภาพกลุ่มเป้าหมายชัดเจนยิ่งขึ้น

รายละเอียดกิจกรรม

จินตนาการว่าเรากำลังอยู่ในงานแถลงข่าวเปิดตัวผลิตภัณฑ์ที่น้องๆ สร้างเสร็จแล้ว ให้น้องๆ แสดงบทบาทสมมติ โดยมี 3 บทบาทหลักๆ คือ

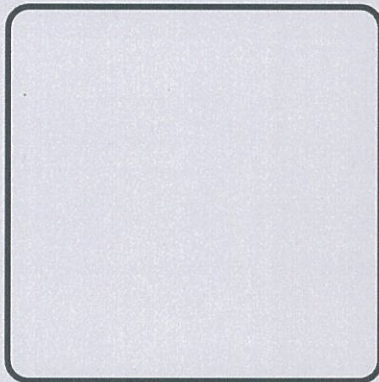


- CEO เล่าว่าผลิตภัณฑ์คืออะไร ทำอะไรได้บ้าง
- ผู้ใช้ เล่าว่าผลิตภัณฑ์นี้แก้ปัญหาหรือสร้างคุณค่าให้เขาอย่างไร
- ลูกค้า เล่าว่าผลิตภัณฑ์นี้แก้ปัญหาหรือสร้างคุณค่าให้เขาอย่างไร

หมายเหตุ ในกรณีที่ลูกค้ากับผู้ใช้เป็นคนเดียวกัน ให้แสดงบทบาทเป็นผู้ใช้สองคน ที่มีมุมมองต่างกัน

แบบฝึกหัด 1.1 - ผลิตภัณฑ์ของฉัน

จากกิจกรรมที่ 1 เปิดโต๊ะแถลงข่าว จะช่วยน้องๆ ได้สะท้อนคุณค่าผลิตภัณฑ์ของตนเอง ออกมาได้รอบด้านและชัดเจนยิ่งขึ้น นำสิ่งที่เรียนรู้มาเติมลงในช่องว่างได้เลย!
(ตัวอย่างอยู่หน้าถัดไป)



ชื่อผลิตภัณฑ์ [1]

ประเภทผลิตภัณฑ์ [2]

กลุ่มเป้าหมาย [3]

คุณค่า/ช่วยแก้ปัญหาอย่างไร [4]

คุณสมบัติ/Feature [5]

ตัวอย่าง - ผลิตภัณฑ์ของจับ



ชื่อผลิตภัณฑ์ [1]

NCD School

ประเภทผลิตภัณฑ์ [2]

เว็บไซต์บทเรียนออนไลน์เกี่ยวกับกลุ่มโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง (NCDs) เช่น เบาหวาน หัวใจ ไต

กลุ่มเป้าหมาย [3] ผู้ป่วยโรค NCDs ที่สามารถใช้อุปกรณ์คอมพิวเตอร์/มือถือได้

คุณค่า/ช่วยแก้ปัญหาอย่างไร [4] ผู้ป่วยสามารถเรียนรู้ในการดูแลตัวเอง และสามารถประยุกต์วิธีการให้เหมาะกับตัวเองได้

คุณสมบัติ/Feature [5] บทเรียนต่างๆที่คัดเลือกมาแล้ว และผ่านการตรวจสอบจากแพทย์ผู้เชี่ยวชาญแล้ว รวมทั้งแบบฝึกหัดต่างๆ

แบบฝึกหัด 1.2 – คุณค่าของผลิตภัณฑ์ที่มีต่อผู้ใช้

จากกิจกรรมที่ 1 เปิดโต๊ะแถลงข่าว จะช่วยให้น้องๆ เห็นลักษณะของกลุ่มเป้าหมาย (Persona) และมุมมองของกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน ลองเติมข้อมูลดูนะคะ (ตัวอย่างอยู่หน้าถัดไป)

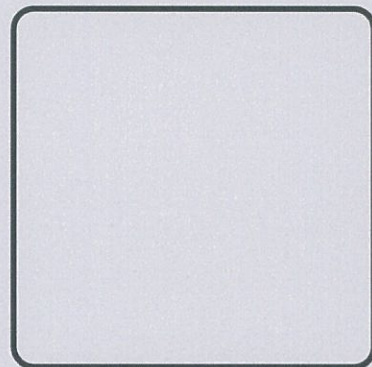
Persona คืออะไร การสร้างบุคลิกลักษณะของกลุ่มเป้าหมายออกมาไว้ใช้เป็นตัวแทนของผู้ใช้/ ผู้ซื้อ เพื่อจะสร้างผลิตภัณฑ์ได้ตรงตามความต้องการ และช่วยให้ทีมงานเห็นภาพเดียวกัน ว่ากำลังทำอะไร ให้ใคร

ผู้ใช้ ของเรา คำเป็นใครหนอ _____

ปัญหา/เป้าหมายของผู้ใช้ [1] _____

ข้อมูล [2] _____

ชื่อ [3] _____



ผลิตภัณฑ์แก้ปัญหายังไร/ให้คุณค่าต่อผู้ใช้อย่างไร [4]

ตัวอย่าง – คุณค่าของผลิตภัณฑ์ที่มีต่อผู้ใช้

ผู้ใช้ ของเรา ใครเป็นใครหนอ

ปัญหา/เป้าหมายของผู้ใช้ [1] ยังควบคุมเบาหวานไม่ได้ มีข้อมูลที่ต้องจำเยอะ ยังจำไม่ได้ และไม่ค่อยเข้าใจ อยากไปถามหมออีกนะ แต่ก็ไม่สะดวกเพราะรอคิวนานเสียเวลาทั้งวัน

ข้อมูล [2] ป้าพลอย อายุ 50 ปี มีโรคประจำตัวคือ เบาหวาน ทำงานเป็นแม่บ้าน ต้องทำงานทั้งวัน 6 วันต่อสัปดาห์ สามารถใช้สมาร์ทโฟนได้ ใช้ไลน์เป็นเพราะต้องใช้ติดต่อกับนายจ้าง

ชื่อ [3] ป้าพลอย ค่อยๆเรียน



ผลิตภัณฑ์แก้ปัญหาลักษณะใด/ให้คุณค่าต่อผู้ใช้อย่างไร [4]
ช่วยให้ป้าเข้าใจและค่อยๆจดจำข้อมูลผ่านการทบทวนบทเรียนได้เรื่อยๆ ตามเวลาที่ป้าสะดวกเกี่ยวกับวิธีการดูแลตัวเองเพื่อควบคุมเบาหวาน

แบบฝึกหัด 1.3 – คุณค่าของผลิตภัณฑ์ที่มีต่อลูกค้า

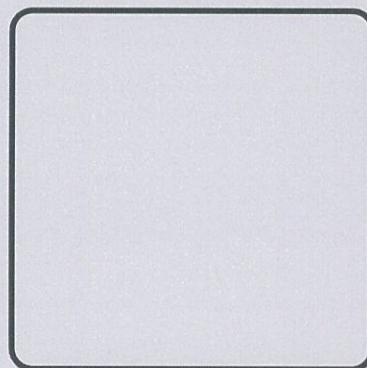
หากผลิตภัณฑ์ของน้องผู้ใช้และลูกค้าคนละคนกัน น้องๆควรสร้าง Persona ของลูกค้า (ผู้ซื้อ) ด้วยนะ เพราะเมื่อทำผลิตภัณฑ์ออกมาแล้วจะได้รู้ว่าต้องสื่อสารกับใคร อย่างไร

ลูกค้า ของเราคือใคร

ปัญหา/เป้าหมายของลูกค้า [1] _____

ข้อมูล [2] _____

ชื่อ [3] _____



ผลิตภัณฑ์แก้ปัญหายังไร/ให้คุณค่าต่อลูกค้าอย่างไร [4]

ตัวอย่าง – คุณค่าของผลิตภัณฑ์ที่มีต่อลูกค้า

ลูกค้า ของเราคือใคร

ปัญหา/เป้าหมายของลูกค้า [1] ปัญหาผู้ป่วยล้นโรงพยาบาล จากการกลับมาตาม
ข้อมูลเดิมๆ แต่ก็ยังควบคุมโรคไม่ได้ ทำให้ภาระงานของหมอและพยาบาลเพิ่มมากขึ้น

ข้อมูล [2] สสส. เป็นองค์กรที่ส่งเสริมให้เรื่อง
สุขภาพคนไทยมาตลาด 18 ปี เพื่อให้คนไทยมีสุขภาพ
ดีแบบองค์รวม มีการทำโครงการต่างๆ มากมายผ่านภาคี
เครือข่าย เพื่อให้เกิดนวัตกรรมที่แก้ปัญหาได้

ชื่อ [3] สสส. ช่วยหมอด่วย



ผลิตภัณฑ์แก้ปัญหาอย่างไร/ให้คุณค่าต่อลูกค้าอย่างไร [4]
ช่วยลดภาระงานของบุคลากรทางการแพทย์ได้ โดยการแนะนำให้ผู้ป่วยเดิมหันมาใช้
NCD School เป็นตัวช่วยในการทบทวนความรู้โรคด้วยตนเอง ส่งผลให้หมอและพยาบาล
สามารถใช้เวลาให้ข้อมูลความรักับผู้ป่วยหน้าใหม่ได้เต็มที่

แบบฝึกหัด 1.4 – รายชื่อผู้ใช้

เมื่อน้องๆ ได้สร้าง Persona ของผู้ใช้ในแบบฝึกหัดที่ 1.2 แล้ว อยากให้น้องๆ ลองนึกถึงพวกเขาเหล่านั้นในชีวิตจริงว่าเขาเป็นใคร มาจากไหน หรือจะหาเขาได้จากไหน แล้วร่างรายชื่อออกมาให้ชัดเจนที่สุด อย่าลืมว่า เราสร้างผลิตภัณฑ์ให้คนจริงๆ ใช้ ไม่ใช่คนในจินตนาการ รายชื่อเหล่านี้ จะเป็นผู้ที่ช่วยไขปริศนา ปัญหาผลิตภัณฑ์ของเราได้

ผู้ใช้ คนที่ 1

ชื่อ[1] _____

รายละเอียด[2] _____

ผู้ใช้ คนที่ 2

ชื่อ[1] _____

รายละเอียด[2] _____

ผู้ใช้ คนที่ 3

ชื่อ[1] _____

รายละเอียด[2] _____

ตัวอย่าง – รายชื่อผู้ใช้

ผู้ใช้ คนที่ 1



ชื่อ[1] คุณลุง คุณป้า ผู้สูงอายุ

รายละเอียด[2] ที่เป็นโรคเบาหวาน มารับการรักษาที่โรงพยาบาล

ผู้ใช้ คนที่ 2



ชื่อ[1] คุณป้าองค์

รายละเอียด[2] ที่เป็นโรคเบาหวาน ละแวกบ้าน

ผู้ใช้ คนที่ 3



ชื่อ[1] คุณลุงสมชาย

รายละเอียด[2] ที่เป็นโรคหัวใจ เป็น รพภ. ที่ออฟฟิศ

แบบฝึกหัด 1.5 – รายชื่อลูกค้า

เมื่อน้องๆ ได้สร้าง Persona ของลูกค้าในแบบฝึกหัดที่ 1.3 แล้ว อยากให้น้องๆ ลองนึกถึงพวกเขาเหล่านั้นในชีวิตจริงว่าเขาเป็นใคร มาจากไหน แล้วร่างรายชื่อออกมาให้ชัดเจนที่สุด เพราะอย่าลืมว่า เราสร้างผลิตภัณฑ์ออกมา ก็อยากขายได้ จริงมะ!

ลูกค้า คนที่ 1

ชื่อ[1] _____

รายละเอียด[2] _____

ลูกค้า คนที่ 2

ชื่อ[1] _____

รายละเอียด[2] _____

ตัวอย่าง – รายชื่อลูกค้า

ลูกค้า คนที่ 1



ชื่อ[1] ผู้มีอำนาจตัดสินใจในกรมอนามัย

รายละเอียด[2] ส่วนที่เกี่ยวกับการวางนโยบายระบบสุขภาพ

ลูกค้า คนที่ 2



ชื่อ[1] ผู้มีอำนาจตัดสินใจ/ กรรมการ/ที่ปรึกษาของ สสส.

รายละเอียด[2] เป็นดูแลการให้ทุนโครงการต่างๆ

กระบวนการทดสอบผลิตภัณฑ์

การทดสอบผลิตภัณฑ์ หรือ ชิ้นงาน เป็นขั้นตอนที่ 5 ในกระบวนการ design thinking (ยังจำได้ไหมเอ่ย) ซึ่งการทดสอบจะช่วยทำให้เรารู้ว่าผลิตภัณฑ์/ ชิ้นงาน/ ไอเดีย ของเรา แก้ไขปัญหาให้กับกลุ่มเป้าหมายหรือเปล่า เขาสามารถเรียนรู้ที่จะใช้ผลิตภัณฑ์ได้ไหม ช่วยให้เราเข้าใจกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น และผลจากการทดสอบยังช่วยให้รู้ทิศทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์อีกด้วย

การทดสอบแบ่งเป็น 3 ส่วน



1. หาผู้ทดสอบ

2. รายการสิ่งที่จะทดสอบ

3. ผลิตภัณฑ์ที่ต้องการทดสอบ

4. อุปกรณ์บันทึก

5. ผู้ทำผลิตภัณฑ์/ผู้เกี่ยวข้อง

6. สคริปต์ดำเนินการทดสอบ

1. ทักทาย + ชี้แจง

รายละเอียดการทดสอบ

2. สอบถามข้อมูล

3. ให้ผู้ทดสอบลองทำตาม
รายการสิ่งที่จะทดสอบ

4. สอบถามเรื่องคุณค่า/การ
แก้ปัญหา

1. สรุปผลการสัมภาษณ์เกี่ยวกับ
คุณค่าผลิตภัณฑ์

2. เปรียบเทียบคุณค่าผลิตภัณฑ์
จากการสัมภาษณ์กับที่ตั้ง
สมมติฐาน

3. สรุปปัญหาจากการทดสอบ

ส่วนที่ 1 การเตรียมตัว

ตรงตัวเป๊ะเลย คือ การเตรียมสิ่งต่างๆ ให้พร้อมก่อนการทดสอบผลิตภัณฑ์ ไม่ว่าจะ เป็น คน สิ่งของ หรือ สถานที่ เพื่อให้การทดสอบเป็นไปอย่างราบรื่น

1. การหาผู้ทดสอบ (แบบฝึกหัด 1.4 และ 1.5)

ให้คิดจากลักษณะของกลุ่มเป้าหมาย (Persona) ในแบบฝึกหัด 1.2 และ 1.3 เพราะ เป็นกลุ่มที่เราสนใจ ต้องการแก้ปัญหาให้ อาจไม่ต้องเป๊ะๆ 100% แต่ขอให้เข้าข่ายซักหน่อย ไม่เช่นนั้น ผลการทดสอบอาจนำมาใช้อะไรไม่ได้เท่าไร เมื่อหาได้แล้ว ก็ทำการนัดมาทดสอบเลย!

2. รายการสิ่งที่จะทดสอบ (แบบฝึกหัด 2.3)

อาจเริ่มจากการคิดถึงหน้าที่การใช้งานหลักๆ ตรงไหนเราอยากรู้จากผู้ใช้ หรือสิ่งที่ผู้ใช้ควร จะทำได้เมื่อใช้งานผลิตภัณฑ์ของเราในชีวิตจริง หรือเป็นสิ่งที่เราไม่แน่ใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ว่าผู้ใช้งานจะเข้าใจได้ไหม

3. ผลิตภัณฑ์/ ต้นแบบที่จะทดสอบ

หัวใจของการทดสอบเลยก็ว่าได้ เตรียมให้พร้อมนะคะ ตรวจสอบว่ามันใช้งานได้ในรูปแบบที่เรา ต้องการให้ผู้ใช้งานทดสอบหรือเปล่า

4. อุปกรณ์สำหรับบันทึกต่างๆ

เครื่องมือช่วยในการบันทึก เช่น ปากกา สมุด เอกสารบันทึกผลการทดสอบ รวมทั้งเครื่อง บันทึกเสียง เครื่องอัดวิดีโอ และการบันทึกวิดีโอการใช้งานผ่านหน้าจอ (กรณีที่มีผลิตภัณฑ์ที่มีการใช้งานผ่านหน้าจอ)

5. ผู้ทำผลิตภัณฑ์และผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง

คือน้องๆ และทีมงานนั่นเอง ขาดไม่ได้เหมือนกันเพราะ เป็นผู้ที่จะมาดำเนินการทดสอบ และ สังเกตการใช้งานของกลุ่มเป้าหมาย

6. สคริปต์ดำเนินการทดสอบ

เป็นส่วนรายละเอียดของคำถาม บทพูด (รวมทั้งสิ่งที่ต้องการจะทดสอบ) เพื่อช่วยให้การ ทดสอบเป็นไปอย่างราบรื่น

ทดสอบอะไรกับ ผู้ใช้ และ ลูกค้า

ผลิตภัณฑ์โดยทั่วไปที่ผลิตออกมาแล้วมีผู้ใช้งาน เป็นเพราะที่ผลิตภัณฑ์นั้นตอบสนองความต้องการ ช่วยสร้างคุณค่า หรือหรือแก้ปัญหาบางอย่างให้กลุ่มเป้าหมายได้ และกลุ่มเป้าหมายรู้ว่าสามารถใช้งานผลิตภัณฑ์นั้นอย่างไร

อย่างที่เคยมกรีนไว้แล้วว่า ผู้ใช้และผู้ซื้อ อาจเป็นคนเดียวกันหรือคนละคนก็ได้ขึ้นอยู่กับผลิตภัณฑ์ กลุ่มเป้าหมายที่ต่างกันมุมมองและคุณค่าย่อมแตกต่างกันไป ดังนั้น บางผลิตภัณฑ์ก็อาจจะต้องทดสอบแค่ผู้ใช้ (ในกรณีผู้ใช้และผู้ซื้อเป็นคนเดียวกัน) หรือบางผลิตภัณฑ์ก็อาจจะทดสอบผู้ใช้และผู้ซื้อแยกกัน

สิ่งที่เราต้องการทดสอบ คือ

1. ผลิตภัณฑ์นี้ช่วยแก้ปัญหา สร้างคุณค่า หรือ ตอบสนองความต้องการกลุ่มเป้าหมายหรือไม่ อย่างไร
--> เป็นจุดที่จะทำให้รู้ว่าหากเราผลิตสินค้าออกมาจริงๆ กลุ่มเป้าหมายจะซื้อผลิตภัณฑ์หรือไม่ ซึ่งหากผลิตภัณฑ์ไม่ตอบสนองความต้องการ ไม่ช่วยแก้ปัญหาหรือสร้างคุณค่าให้กลุ่มเป้าหมาย ก็มีความเสี่ยงสูงที่จะไม่ซื้อ)
2. กลุ่มเป้าหมายสามารถเรียนรู้ที่จะใช้งานผลิตภัณฑ์ได้หรือไม่
--> เพราะหากกลุ่มเป้าหมายไม่รู้ว่ามีมันใช้งานอย่างไร คำตอบคือเค้าจะไม่ใช้มัน และทัศนคติที่แยกกับผลิตภัณฑ์ ที่สำคัญ คือ ถูกซื้อไปแต่ไม่ใช้อยู่ดี และอาจนำไปบอกต่อในทางไม่ดี

การทดสอบ	ผู้ใช้	ผู้ซื้อ
ผลิตภัณฑ์นี้แก้ปัญหา หรือสร้างคุณค่าให้กลุ่มเป้าหมายอย่างไร	✓	✓
กลุ่มเป้าหมายสามารถเรียนรู้ที่จะใช้งานผลิตภัณฑ์ได้หรือไม่	✓	

ส่วนที่ 2 การทดสอบ

ก็คือ ขั้นตอนการทดสอบนั่นเอง เจอกลุ่มเป้าหมายตัวเป็นๆ เอาผลิตภัณฑ์ และของที่เตรียมมาในส่วนแรกมาใช้ในขั้นตอนนี้ ซึ่งการทดสอบมักดำเนินไปตามคริปต์ที่เราเขียนไว้ มี 4 ช่วงหลักๆ

1. การทักทาย และ ชี้แจงรายละเอียดการทดสอบ

เพราะผู้ทดสอบมาโดยรู้แค่เพียงว่ามาทดสอบ ดังนั้นเรามีหน้าที่ชี้แจงรายละเอียดการทดสอบ รวมทั้งขออนุญาตบันทึกการทดสอบ รายละเอียด เช่น

- เรากำลังจะทดสอบผลิตภัณฑ์อะไร
- เป็นการทดสอบแบบไหน
- ขั้นตอนจะเป็นอย่างไรบ้าง?
- ชี้แจงว่าการทดสอบนี้เป็นการทดสอบผลิตภัณฑ์ ไม่ใช่ตัวผู้มาทดสอบ ดังนั้นไม่ต้องกังวล ไม่มีถูก ไม่มีผิด
- ผู้ทดสอบสามารถขอหยุดพัก หรือ หยุดการทดสอบได้ทุกเมื่อ
- เมื่อเริ่มทดสอบขอให้ผู้ทดสอบใช้งานผลิตภัณฑ์ และพูดสิ่งที่คิดออกมา ดังๆ ไม่ว่าจะ เป็นความกังวล สงสัย หรือ ความรู้สึกใดๆ เพราะจะช่วยทำให้เข้าใจผู้ทดสอบมากขึ้น
- ชี้แจงเกี่ยวกับทีมงานอีกส่วนหนึ่งที่เป็นผู้สังเกต
- ขออนุญาตบันทึกการทดสอบ

2. สอบถามข้อมูลเกี่ยวกับกลุ่มเป้าหมาย

จุดประสงค์หลักคือเพื่อที่จะรู้จักผู้มาทดสอบมากขึ้น ข้อมูลส่วนนี้จะช่วยให้เรารู้ว่ากลุ่มเป้าหมายคนนี้ ตรงกับ Persona ที่เราดังไว้ไหม และยังช่วยให้ผู้มาทดสอบผ่อนคลาย

- ข้อมูลทั่วไป ชื่อ อายุ อาชีพ สถานะ (โสด, มีครอบครัว)
- ขอให้ช่วยเล่ากิจกรรมในชีวิตประจำวัน เพื่อดูว่ามีกิจกรรมใดที่เข้ามาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของเราบ้าง
- ปัญหาของเขา และ พฤติกรรม/วิธีการแก้ปัญหา

ส่วนที่ 2 การทดสอบ (ต่อ)

3. ทดสอบการใช้งานผลิตภัณฑ์

เป็นวัตถุประสงค์หลักข้อหนึ่งของการทดสอบ เพื่อดูว่าผู้ทดสอบสามารถเรียนรู้ที่จะใช้งานผลิตภัณฑ์เราได้ไหม เขารู้หรือเปล่าว่าผลิตภัณฑ์ใช้งานอย่างไร โดยมีลำดับ ดังนี้

3.1 ก่อนจะให้ผู้ทดสอบทำโจทย์ใดๆ ให้ผู้ทดสอบเล่าให้ฟังเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ก่อน เพื่อดูว่าผลิตภัณฑ์ของเราที่ออกแบบมาทำให้ผู้ใช้งานเข้าใจเกี่ยวกับการใช้งานได้ง่ายไหม เพราะในโลกจริงไม่ได้มีคนมาอธิบายข้างๆผลิตภัณฑ์ตลอดเวลา ดังนั้นผลิตภัณฑ์ควรจะอธิบายตัวมันเองได้

- ช่วยเล่าให้ฟังเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์จากการที่ดูโดยยังไม่ได้ใช้งาน
- ผลิตภัณฑ์นี้คืออะไร เขาสามารถทำอะไรกับผลิตภัณฑ์นี้ได้บ้าง
- ผลิตภัณฑ์ทำมาเพื่อใคร เพื่อวัตถุประสงค์อะไร

3.2 ให้ผู้ทดสอบทำโจทย์ (ตามรายการสิ่งที่ต้องการทดสอบ แบบฝึกหัด 2.3) ไปที่ละข้อ กระตุ้นถามให้เขาพูดสิ่งที่คิดออกมามากๆ

นอกจากการกระตุ้นให้ผู้ทดสอบพูดสิ่งที่คิดออกมามากๆ แล้ว ผู้ดำเนินการทดสอบควรพูด หรือ สามารถพูดอะไรได้บ้าง ? มี 3 รูปแบบของสิ่งที่ควรพูด

- **คำแสดงการรับรู้** : ผู้ดำเนินการทดสอบสามารถคำจำพวก “อาหะ” “คะ” หรือ “อ้อ” เท่าที่คิดว่าจำเป็น เพื่อเป็นสัญญาณว่าคุณรับรู้สิ่งที่ผู้ทดสอบพูดหรือกระทำ หรือ บอกให้ผู้ทดสอบทำสิ่งนั้นต่อไป ย้ำอีกครั้ง! เป็นการส่งสัญญาณการรับรู้นะ ไม่ใช่การบอกว่าสิ่งที่ผู้ทดสอบทำนั้น โอเค หรือ ไม่โอเค
- **กล่าวซ้ำคำพูดของผู้ทดสอบ** : บางครั้ง การพูดสรุปจากสิ่งที่ผู้ทดสอบพูดออกมาเพื่อให้มั่นใจว่าเราเข้าใจถูกต้อง เช่น “ที่คุณพูดเมื่อสักครู่ คือ ตัวหนังสือในหน้านี้เล็กเกินไป อ่านลำบากใช้หรือเปล่าคะ”
- **พูดเพื่อให้ผู้สังเกตการณ์เข้าใจชัดเจน** : ในกรณีที่ผู้ทดสอบผู้ถึงบางอย่างที่ผู้สังเกตการณ์ไม่สามารถดูได้ผ่านหน้าจอ (ที่แชร์ไปอีกห้องหนึ่ง) ผู้ดำเนินการทดสอบมีหน้าที่ทำให้ผู้สังเกตการณ์เข้าใจว่าผู้ทดสอบหมายถึงส่วนไหน เช่น หากผู้ทดสอบใช้ชี้ที่หน้าจอ แล้วบอกว่า “ส่วนนี้ ฉันชอบนะ” ผู้ดำเนินการทดสอบสามารถพูดว่า “หมายถึง ส่วนภาพขวามือด้านบนใช่ไหมคะ” เพื่อให้ผู้สังเกตการณ์เข้าใจเห็นภาพเดียวกัน

ส่วนที่ 2 การทดสอบ (ต่อ)

ยกตัวอย่างสถานการณ์ ที่จะเกิดและสิ่งที่ผู้ดำเนินการทดสอบควรพูดใช้

สถานการณ์	สิ่งที่ควรพูด
เราไม่ค่อยแน่ใจเกี่ยวกับสิ่งที่ผู้ทดสอบคิด	<ul style="list-style-type: none"> • เล่าให้ฟังได้ไหมคะ ว่าคุณกำลังคิดอะไรอยู่ • คุณกำลังหาอะไรอยู่หรือคะ • คุณกำลังพยายามทำอะไรหรือคะ เล่าให้ฟังหน่อยได้ไหม
ผู้ทดสอบพยายามขอให้คุณบอกหรือให้คำใบ้ เช่น “พอถึงตรงนี้แล้วฉันควรจะ...ใช้ไหม”	<ul style="list-style-type: none"> • หากคุณใช้งานสิ่งนี้คนเดียว สมมติฉันไม่ได้อยู่ตรงนี้ด้วย คุณจะทำยังไงหรือคะ • ลองทำเหมือนคุณใช้งานมันปกติในชีวิตประจำวันเลยคะ
ผู้ทดสอบเริ่มกังวลว่า เขาจะไม่ได้ให้ในสิ่งที่เราต้องการ	<ul style="list-style-type: none"> • ไม่หรือคะ คุณช่วยเราได้มากเลย • นี่คือ สิ่งที่เราต้องการคะ ไม่ต้องกังวลนะคะ
บางครั้งผู้ทดสอบมีท่าทางเหมือนประหลาดใจ แปลกใจระหว่างทำการทดสอบ เช่น เมื่อกดปุ่มแล้วพูดว่า “เอว!” หรือ “ฮืมม” เมื่อหน้าเว็บไปปรากฏขึ้น	<ul style="list-style-type: none"> • หน้านี้มันเป็นอย่างที่คุณคาดไว้หรือเปล่าคะ • สิ่งที่เกิดขึ้น เป็นอย่างที่คุณคาดไว้ไหมคะ
ผู้ทดสอบแสดงความคิดเห็น แต่คุณไม่แน่ใจว่ามันเกิดจากอะไร อะไรทำให้เขาคิดแบบนั้น	<ul style="list-style-type: none"> • ไม่แน่ใจว่ามีอะไรทำให้คุณคิดแบบนั้นหรือคะ
ผู้ทดสอบถามเพื่อให้คุณอธิบายเกี่ยวกับการทำงานของผลิตภัณฑ์ เช่น “ถ้าจะกดปิดเสียง มันจะปิดทุกหน้าไหม”	<ul style="list-style-type: none"> • แล้วคุณคิดยังไงหรือคะ • แล้วทำยังไงมันถึงจะทำงาน ใช้งานได้หรือคะ • ตอนนี้ ยังไม่สามารถให้คำตอบได้คะ เพราะเราอยากรู้ว่าผู้ใช้งานจะทำอย่างไร หากกำลังใช้ผลิตภัณฑ์อยู่แล้วเจอสถานการณ์นี้ แต่เมื่อสิ้นสุดการทดสอบ เรายินดีอธิบายให้ฟังคะ

ส่วนที่ 2 การทดสอบ (ต่อ)

4. สอบถามเกี่ยวกับคุณค่า/ การตอบโจทย

เป็นหัวใจหลักอีกข้อของการทดสอบ จุดประสงค์หลัก คือ เพื่อหาคำตอบว่าผลิตภัณฑ์แก้ปัญหาให้เขาได้หรือเปล่า สร้างคุณค่า หรือตอบสนองความต้องการได้ไหม โดยการสอบถามว่า...

- หลังจากใช้งานผลิตภัณฑ์แล้ว คิดว่าผลิตภัณฑ์นี้แก้ไขปัญหาได้ไหม
- ขอคำแนะนำในการปรับปรุงเพื่อให้สามารถแก้ไขปัญหาให้เขาได้

ตัวอย่าง

ส่วนที่ 1 : การทักทาย และ ชี้แจงรายละเอียดการทดสอบ

สวัสดีค่ะ คุณ ประมวล หนูชื่อ อารยา เรียกหนูว่า นิ ก็ได้นะคะ ยังไงหนูขออนุญาต เรียกว่า คุณลุงประมวล นะคะ

วันนี้ เราก็จะทำการทดสอบระบบ e-learning กันนะคะ ก่อนที่จะเริ่มต้นการทดสอบ ขอแจ้งเกี่ยวกับสิ่งที่เราจะทำในวันนี้หน่อยนะคะ คุณลุงประมวล น่าจะพอทราบแบบคร่าวๆจากตอนประกาศรับสมัครแล้ว หนูขออนุญาตสรุปให้ฟังแบบเร็วๆ นะคะ

คือว่าทาง Good Factory ร่วมกับภาคี คือ มูลนิธิหมอชาวบ้าน และ โรงพยาบาลเทพธารินทร์ จัดทำเว็บไซต์ที่เรียนออนไลน์ หรือ E-learning ขึ้นมาค่ะ ซึ่งตอนนี้ ได้ทำในส่วนหนึ่งของเว็บไซต์เรียบร้อยแล้ว จึงอยากรู้ว่าเว็บไซต์ที่สร้างขึ้น รวมถึงข้อมูลในเว็บไซต์ นั้นสามารถสื่อสารข้อมูลได้อย่างที่เราตั้งใจหรือเปล่า และใช้งานได้ง่ายหรือเปล่า โดยการทดสอบจะเป็นการทดสอบแบบทีละคน ใช้เวลาประมาณ ไม่เกิน 1 ชั่วโมงค่ะ

หนูชี้แจงก่อนนะคะว่าสิ่งที่ทางเราทดสอบ คือ เว็บไซต์ที่เราสร้างขึ้น ไม่ใช่ทดสอบตัวผู้ใช้งาน ตัวคุณ คุณลุงประมวล เพราะงั้น ไม่ต้องกังวลนะคะว่าจะทำอะไรผิด ไม่มีถูก ไม่มีผิดค่ะ มั่นใจได้

ขณะที่กำลังทำการทดสอบขอให้ คุณลุงประมวล ช่วยพูดออกมาดังๆค่ะ ว่าเห็นอะไร กำลังทำอะไรอยู่ พยายามจะทำอะไร มีอะไรที่สับสน สงสัย ขอให้พูดมาตรงๆ คือบางที พวกพี่ๆจะใจดี กลัวเรารู้สึกแย่มากกลัวพูดตรงๆ ยังไงขอให้บอกมาได้เลยไม่ต้องกลัวพวกเราเสียใจนะคะ เพราะพวกเราต้องการที่จะปรับปรุงระบบการเรียนออนไลน์นี้ให้เป็นประโยชน์ต่อผู้ใช้งานจริงๆ

ที่สำคัญระหว่างการทดสอบใช้งาน หากต้องการหยุดพัก บอกหนูได้ทุกเมื่อเลยนะคะ

ส่วนที่ 2 การทดสอบ (ต่อ)

ตัวอย่าง

ส่วนที่ 1 : การทักทาย และ ชี้แจงรายละเอียดการทดสอบ (ต่อ)

ทางเราจะขออนุญาตจาก คุณลุงประมวล ในการบันทึกเสียงการสนทนาระหว่างเรา รวมทั้งบันทึกภาพหน้าจอ ข้อมูลที่ถูกบันทึกจะถูกนำไปใช้ในการปรับปรุงเว็บไซต์ให้ดีขึ้นเท่านั้นคะ จะไม่มีการนำไปใช้ทำอย่างอื่น รวมทั้งจะไม่อนุญาตให้ใครที่ไม่ใช่ผู้ร่วมโครงการทำเว็บไซต์นี้เข้าถึงไฟล์บันทึกข้อมูลนี้ได้เด็ดขาด มั่นใจได้ค่ะ

หนูต้องขอแจ้งเพิ่มเติมว่า หลังจากกันอีกด้านหนึ่ง จะมีเจ้าหน้าที่ที่ทำโครงการพัฒนาเว็บไซต์นี้ คอยสังเกตการณ์ทดสอบนี้อยู่ แต่พวกเขาจะเห็นเฉพาะหน้าจอที่ทำการทดสอบเท่านั้น

สุดท้ายก่อนจะเริ่มต้นทำการทดสอบการใช้งานเว็บไซต์ หนูอยากจะขอให้ คุณลุงประมวล ช่วยเซ็นใบยินยอมให้ด้วยคะ แบบฟอร์มนี้เป็นเพียงเอกสารที่ใช้ยืนยันว่า คุณลุงประมวล ยินยอมที่จะให้เราบันทึกเสียงและบันทึกภาพหน้าจอ เพื่อนำไปใช้ในการพัฒนาปรับปรุงเว็บไซต์คะ

ส่วนที่ 2 : สอบถามข้อมูลเกี่ยวกับกลุ่มเป้าหมาย

มีคำถามอะไรไหมเอ่ย ก่อนที่เราจะเริ่มต้นทดสอบกัน ยังไงก่อนเริ่มทดสอบ ขอทราบข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับคุณ พี่ป้าน้ำอา นิดนึงนะคะ ว่า

- อายุเท่าไร
- อาชีพอะไร
- โรคประจำตัว หรือ การดูแลผู้ป่วยอะไรอยู่ ระยะไหน ตั้งแต่เมื่อไหร่ นานแค่ไหนแล้ว
- ปกติแล้วในหนึ่งวัน คุณทำอะไรบ้างหรือคะ
- ใช้เวลาในการเล่นอินเทอร์เน็ตนานแค่ไหนในหนึ่งวัน
 - ใช้ในการทำงาน หรือ เล่นทั่วไป
 - เล่นผ่านอะไรหรือคะ คอมพิวเตอร์ หรือ มือถือ หรือ อื่นๆ แบบไหนบ่อยกว่ากัน
- เว็บไซต์แบบไหนที่คุณมักจะเข้าใช้งานเป็นประจำ
 - คุณชอบเว็บไซต์อะไรหรือคะ เพราะอะไร
- หาคำความรู้ในการดูแลตัวเอง (หรือดูแลญาติ) อย่างไร
- เรื่องโรคเบาหวาน มีความท้าทายในการดูแลอย่างไรบ้าง

โอเคคะ คิดว่าน่าจะเพียงพอแล้ว แล้ว พี่ป้าน้ำอา มีคำถามอะไรไหมคะ ตอนนี้หากไม่มีคำถามอะไร พร้อมไหมเอ่ย ที่จะเริ่มต้นทดสอบเลย

ส่วนที่ 2 การทดสอบ (ต่อ)

ตัวอย่าง

ส่วนที่ 3 : ทดสอบการใช้งานผลิตภัณฑ์

[3.1] โอเคคะ ขอถามคุณ พี่บ้าน้ำอา นิดนึงคะว่า เมื่อคุณเข้าสู่หน้าหลักของเว็บนี้แล้ว คิดยังไงเกี่ยวกับเว็บไซต์นี้บ้างคะ ลองดูเบื้องต้นจากหน้าเว็บไซต์นี้ก่อนนะคะ เลื่อนดูได้คะ แต่อย่าเพิ่งกดปุ่มใด ๆ นะคะ

- คุณคิดว่าเว็บไซต์นี้เกี่ยวกับอะไร
- เว็บไซต์นี้สร้างมาเพื่อให้ผู้ใช้งานกลุ่มไหน
- เข้ามาแล้วสามารถทำอะไรได้บ้าง

[3.2] จากนี้ หนูจะขอให้ พี่บ้าน้ำอา ช่วยทำตามโจทย์ต่อไปนี้นะคะ ขณะที่ทำ คิดอะไรให้พูดออกมาได้เลยนะคะ

- เข้าสู่บทเรียนโรคเบาหวาน
- แชร้บทเรียนไปที่เฟสบุ๊ค
- เรียนให้จบหนึ่งบท
- ทำแบบฝึกหัดหนึ่งบท
- เข้าสู่บทเรียนอื่นๆ

ส่วนที่ 4 : สอบถามเกี่ยวกับคุณค่า/ การตอบโจทย์

ขอสอบถามเพิ่มเติมนิดนึงนะคะ ว่าหลังจากที่คุณ พี่บ้าน้ำอา ใช้งานผลิตภัณฑ์แล้ว

- คิดว่า NCD School เป็นอย่างไรบ้างคะ ในแง่ของการใช้งาน
- แล้ว NCD School ช่วยแก้ปัญหาให้คุณ พี่บ้าน้ำอา ได้มากน้อยแค่ไหน อย่างไรบ้างคะ
- มีคำแนะนำในการปรับปรุงให้ดีขึ้น หรือ ตอบโจทย์คุณ พี่บ้าน้ำอา อย่างไรบ้างหรือคะ
- อยากแนะนำ NCD School ให้ใครไหมคะ

ส่วนที่ 3 การสรุป

เป็นการสรุปเพื่อดูผลการทดสอบ 2 ส่วน คือ ผลการสัมภาษณ์คุณค่าที่กลุ่มเป้าหมายมีต่อผลิตภัณฑ์ และ สรุปปัญหาจากการใช้งานผลิตภัณฑ์ ส่วนนี้ควรทำหลังทดสอบเสร็จทันที เพราะข้อมูลยังสดใหม่อยู่

1. สรุปผลคุณค่าที่กลุ่มเป้าหมายมีต่อผลิตภัณฑ์ (แบบฝึกหัด 2.2 และ 2.3)

ส่วนนี้จะทำให้เรารู้ว่ากลุ่มเป้าหมายมองหาอะไร และข้อมูลส่วนนี้ยังเป็นอีกหนึ่งแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ระยะถัดไปอีกด้วย

2. เปรียบเทียบคุณค่าที่กลุ่มเป้าหมายมีต่อผลิตภัณฑ์ (แบบฝึกหัด 2.4)

นำข้อมูลคุณค่าของผลิตภัณฑ์จากการสัมภาษณ์ (แบบฝึกหัด 2.4 และ 2.5) มาเปรียบเทียบกับคุณค่าของผลิตภัณฑ์ที่เราตั้งสมมติฐานไว้ (แบบฝึกหัด 1.2 และ 1.3) จะช่วยให้เรารู้ว่าผลิตภัณฑ์ของเราตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมายไหม แก้ไขปัญหาให้เขาได้หรือเปล่า เพื่อที่จะได้ปรับ แก้ไข พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น

3. สรุปปัญหาที่พบจากการใช้งาน

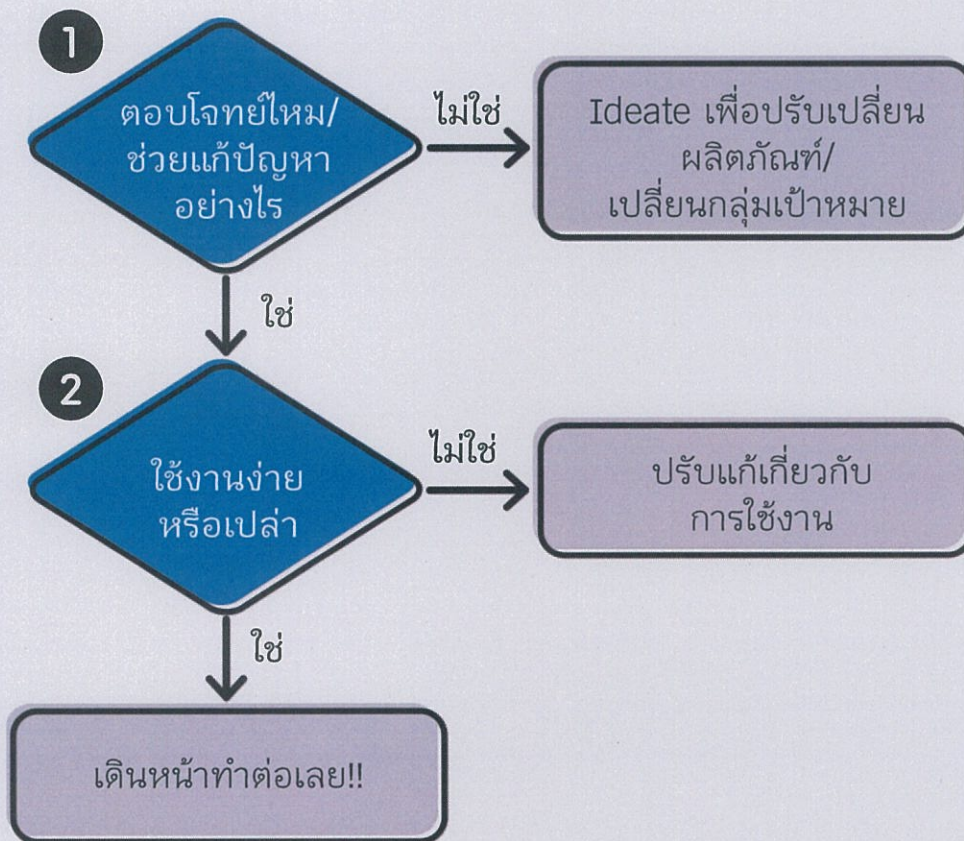
ข้อมูลส่วนนี้จะช่วยให้เรารู้วิธีคิด วิธีการใช้งาน รวมทั้งวิธีในการแก้ไขปัญหาของกลุ่มเป้าหมาย ช่วยให้เราตีความในการปรับแก้ไข รู้ว่าควรจะปรับแก้อะไร ส่วนไหนที่จำเป็น ไม่จำเป็น

เมื่อนำข้อมูลที่ได้จากการสังเกตของทุกคนในที่มารวมกันแล้ว ให้เขียนปัญหาที่พบออกมาเป็นข้อๆ จากนั้นพิจารณาเลือกปัญหาที่ควรแก้ไขก่อนประมาณ 2-3 ข้อ โดยเลือกจากปัญหาที่สำคัญและเร่งด่วน มักเป็นปัญหาที่เห็นชัดเจน (ดูจากว่าผู้ทดสอบหลายคนเจอจะปัญหานี้) หากยังเลือกปัญหาที่เร่งด่วนไม่ได้ก็ให้ใช้เกณฑ์นี้ช่วยตัดสินใจ

- สิ่งนี้คนส่วนใหญ่พบว่าเป็นปัญหาหรือเปล่า
- สิ่งนี้นำไปสู่ปัญหาใหญ่ หรือ เป็นแค่ความไม่สะดวก

แนวทางการแก้ไขปัญหาล้างทดสอบผลิตภัณฑ์

ในขั้นตอนของการทดสอบและปรับแก้ไขผลิตภัณฑ์ ส่วนใหญ่แล้วเจ้าของผลิตภัณฑ์ต้องการที่จะแก้ไขปัญหให้ตรงจุด โดยใช้เวลาและต้นทุนต่างๆ น้อยที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ เพราะการลงทุนหลายๆ ทำในสิ่งที่ยังไม่แน่ใจนั้นเป็นความเสี่ยง อีกทั้งหากปรับแก้ไขและนำไปทดสอบเร็วเท่าไร ก็แปลว่าจะยิ่งได้คำตอบเกี่ยวกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายเร็วเท่านั้น



จากแผนภาพด้านบน คือแนวทางในการดำเนินการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หลังการทดสอบ หากผลการทดสอบพบว่า

1. ผลิตภัณฑ์ไม่ตอบโจทย์ หรือ ไม่ช่วยแก้ไขปัญหให้กับกลุ่มเป้าหมาย ให้กลับไป Ideate เพื่อปรับเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ หรือ เปลี่ยนกลุ่มเป้าหมายในการทดสอบใหม่
2. หากตอบโจทย์แล้วให้ไปโฟกัสที่เรื่องการใช้งาน (Usability) ว่าใช้งานได้ง่ายไหม ถ้ามีปัญหาการใช้งาน ให้ปรับแก้ปัญหาที่พบ แต่หากไม่พบปัญหาแล้วก็เดินหน้าพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่อเลย

แนวทางการแก้ไขปัญหาล้างทดสอบผลิตภัณฑ์ (ต่อ)

ซึ่งในที่นี้จะแนะนำแนวทางการแก้ไขที่เกี่ยวกับการใช้งาน (Usability) โดยแนะนำเป็นแนวทางการแก้ไขปัญหาล้างทดสอบผลิตภัณฑ์ที่ลงทุนน้อยที่สุด ทั้งเวลาและแรงงาน เริ่มจากเลือกปัญหาที่สามารถแก้ได้ง่ายที่สุดแต่สร้างการเปลี่ยนแปลงที่ชัดเจน (ช่วยให้กลุ่มเป้าหมายไม่ต้องเจอกับปัญหาเดิม) มี 2 แนวทางที่น่าสนใจ

1. ปรับเล็กน้อย (tweak) ไม่ใช่ ทำใหม่แบบยกเครื่อง (Re-design)
2. ลองไม่ใส่เพิ่ม แต่เอาบางอย่างออก

ยกตัวอย่าง เช่น

ปัญหาของผู้ใช้งานเว็บไซต์บทเรียนออนไลน์ NCD School คือ *ไม่รู้ว่าจะเข้าสู่บทเรียนอย่างไร* จากหน้า Homepage เพราะไม่เข้าใจคำที่ใช้บทพูดว่า *ดูคอร์ส* หมายถึงอะไร แนวทางการแก้ไขคือปรับคำที่พูดใหม่ให้ชัดเจนกว่าเดิม โดยใช้คำว่า *รายละเอียดบทเรียน*



การแก้ไขแบบปรับเล็กน้อย (tweak) คือปรับแก้ไขคำ แทนที่จะไปออกแบบเว็บไซต์ใหม่ (Re-design) เพื่อแก้ไขปัญหาล้างทดสอบผลิตภัณฑ์เหมือนกัน แน่หนอนว่าออกแบบใหม่ใช้เวลามากกว่าปรับแก้คำอยู่แล้ว ฉะนั้นทำไมต้องเสียเวลา เสียแรงทำให้เป็นเรื่องใหญ่ ทั้งที่แก้ไขง่ายๆ ก็ได้ผลลัพธ์เดียวกันจริงไหม

กิจกรรมที่ 2 ทดสอบผลิตภัณฑ์

กิจกรรมนี้จะทำให้น้องเข้าใจกระบวนการทดสอบก่อนที่จะต้องกลับไปทำกับกลุ่มผู้ใช้หรือลูกค้าตัวจริง น้องจะได้เรียนรู้ว่าทดสอบอย่างไร และ ทดสอบอะไรบ้าง ซึ่งผลจากการทดสอบผลิตภัณฑ์จะช่วยให้น้องเข้าใจกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น และ ช่วยให้น้องเห็นทิศทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตัวเอง

รายละเอียดกิจกรรม

น้องๆ จะนำผลิตภัณฑ์ของตนเองไปทดสอบกับเพื่อนกลุ่มอื่น (ทดสอบทีละคน) เพื่อดูว่าผลิตภัณฑ์ของเราเป็นอย่างไรบ้าง สามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างที่เราคิดไว้หรือเปล่า โดยน้องๆ ในทีมจะแบ่งเป็น 3 บทบาท



ผู้ดำเนินการทดสอบ

- บอกให้ผู้ทดสอบทำโจทย์ต่างๆ
- กระตุ้นให้ผู้ทดสอบพูดสิ่งที่คิดออกมาต่างๆ
- ตอบคำถาม ด้วยคำถาม
- ไม่ไข้ ไม่ชี้หน้า



ผู้สังเกตการณ์

- สังเกต และจดบันทึกปัญหาที่พบ
- บันทึกสิ่งที่ผู้ทดสอบพูดออกมา และ สีหน้า ท่าทาง ระหว่างที่ทำการทดสอบ



ผู้ทดสอบ

- ทำตามที่คุณดำเนินการทดสอบบอก

1. คนที่เป็นผู้ดำเนินการทดสอบ และ ผู้สังเกตการณ์จะอยู่ประจำกลุ่ม เพื่อเตรียมตัวทดสอบผลิตภัณฑ์
2. คนที่เป็นผู้ทดสอบไปช่วยทดสอบผลิตภัณฑ์ให้กับกลุ่มอื่น
3. ดำเนินการทดสอบตามที่ได้เรียนรู้จากวิทยากร

แบบฝึกหัด 2.1 – รายการสิ่งที่ทดสอบ

การทดสอบการใช้งาน เป็นหนึ่งในหัวใจหลักของการทดสอบครั้งนี้ เพื่อดูว่าผลิตภัณฑ์ของเรา กลุ่มเป้าหมายสามารถเรียนรู้เพื่อใช้งานได้ของเราหรือเปล่า ดังนั้น เราต้องมีโจทย์หรือ สิ่งที่เราต้องการทดสอบเตรียมไว้ก่อน โดยเขียนเป็นข้อๆ

หากคิดไม่ออกให้นึกถึงการใช้งานหลักๆ ของผลิตภัณฑ์ที่มีตรงไหนเราอยากรู้จากผู้ใช้งานใดบ้างที่ผู้ใช้งานควรจะได้เมื่อใช้งานผลิตภัณฑ์ของเราในชีวิตจริง หรือเป็นสิ่งที่เราไม่แน่ใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ว่าผู้ใช้งานจะเข้าใจได้ไหม ลองเขียนไว้ 3-5 ข้อ

รายการสิ่งที่ทดสอบ

ผลิตภัณฑ์ _____

1. _____

2. _____

3. _____

4. _____

5. _____

ตัวอย่าง – รายการสิ่งที่จะทดสอบ

หากคิดไม่ออกให้นึกถึงการใช้งานหลักๆ ของผลิตภัณฑ์ที่มีตรงไหนเราอยากรู้จากผู้ใช้
สิ่งใดบ้างที่ผู้ใช้ควรจะได้ทำเมื่อใช้งานผลิตภัณฑ์ของเราในชีวิตจริง หรือเป็นสิ่งที่เรา
ไม่แน่ใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ว่าผู้ใช้งานจะเข้าใจได้ไหม ลองเขียนไว้ 3-5 ข้อ

รายการสิ่งที่จะทดสอบ

เว็บไซต์ NCD School บทเรียนออนไลน์เกี่ยวกับโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง

1. เข้าสู่บทเรียนโรคเบาหวาน
2. แชร้บทเรียนไปที่เฟสบุ๊ค
3. เรียนบทเรียนโรคเบาหวานให้จบหนึ่งบท
4. ทำแบบฝึกหัดหนึ่งบท
5. เข้าสู่บทเรียนอื่นๆ

แบบฝึกหัด 2.2 – ผลการทดสอบผู้ใช้ (User)

เป็นตัวอย่าง แบบฟอร์มที่ช่วยให้ห้องบันทึกผลการทดสอบได้สะดวก และสามารถนำผลการทดสอบไปเปรียบเทียบกับแบบฝึกหัดที่ 1.2 เพื่อว่าคุณค่า หรือ เป้าหมายของผลิตภัณฑ์ที่ห้องตั้งสมมติฐานไว้ตรงกับผู้ใช้คิดหรือเปล่า

ผลทดสอบคุณค่าผลิตภัณฑ์

ชื่อ [1] _____

เรื่องราว [2] _____

ปัญหา/เป้าหมายของผู้ใช้ [3] _____

ผลิตภัณฑ์แก้ปัญหอย่างไร/ให้คุณค่าต่อผู้ใช้อย่างไร [4]

ผลทดสอบการใช้งาน

สิ่งที่ทดสอบ	ผลการทดสอบ/ ปัญหาที่พบ
1.	
2.	
3.	

ตัวอย่าง – ผลการทดสอบผู้ใช้ (User)

ผลทดสอบคุณค่าผลิตภัณฑ์

ชื่อ [1] คุณลุงประมวล

เรื่องราว [2] เป็นคุณครูคณิตศาสตร์ วัย 59 ปี กำลังจะเกษียณอายุราชการ ก่อนหน้านี้มีภรรยาคุณแล้วมาตลอด แต่ภรรยาหนึ่งเสียชีวิตไปเมื่อต้นปี ทำให้ต้องดูแลตนเอง

ปัญหา/เป้าหมายของผู้ใช้ [3] เป็นโรคเบาหวานมา 5 ปี ยังไม่สามารถควบคุมเบาหวานได้ ถามใครก็ไม่มั่นใจ เลยมาถามหมอดักว่า

ผลิตภัณฑ์แก้ปัญหายังไง/ให้คุณค่าต่อผู้ใช้ยังไง [4]

ทำให้เข้าใจเกี่ยวกับโรคเบาหวานมากขึ้น แล้วก็รู้ว่าอาหารประเภทไหน ควรกินยังไงบ้าง แล้วก็บอกว่าข้อมูลมาจาก สสส. มีหมอตระจสอบแล้ว ก็สบายใจที่จะทำตาม

ผลทดสอบการใช้งาน

สิ่งที่ทดสอบ	ผลการทดสอบ/ ปัญหาที่พบ
1. เข้าสู่บทเรียนโรคเบาหวาน	ผู้ทดสอบลังเล และไม่แน่ใจว่า ต้องกดที่ตรงไหน ใช้การลองกดไปเรื่อยๆ เนื่อดูว่ากดตรงไหนได้บ้าง
2. เรียนบทเรียนให้จบหนึ่งบท	ผู้ทดสอบไม่รู้ว่าจะกดปุ่มไหนปิดซ่อนได้, ผู้ใช้งานไม่สามารถกดต่อไปได้ เพราะหาปุ่มกดไม่เจอ
3. ทำแบบฝึกหัดให้เสร็จหนึ่งบท	ไม่รู้ว่าจะต้องกดเนื้อไปทำแบบฝึกหัดตรงไหน ไม่คิดว่ามี เลื่อนหาไปเรื่อยๆ แล้วลองกดดู นอกรูแล้วกดคำตอบแล้ว ผู้ใช้คิดว่าหน้าเว็บจะเปลี่ยนเป็นข้อถัดไปอัตโนมัติ ผู้ใช้คิดว่าแบบฝึกหัดน่าจะอยู่ต่อจากบทเรียน

แบบฝึกหัด 2.3 – ผลการทดสอบลูกค้า (Customer)

เป็นตัวอย่าง แบบฟอร์มที่ช่วยให้ห้องบันทึกผลการทดสอบได้สะดวก และสามารถนำผลการทดสอบไปเปรียบเทียบกับแบบฝึกหัดที่ 1.3 เพื่อดูว่าคุณค่า หรือ เป้าหมายของผลิตภัณฑ์ที่ห้องตั้งสมมติฐานไว้ตรงกับผู้ใช้คิดหรือเปล่า

ผลทดสอบคุณค่าผลิตภัณฑ์

ชื่อ [1] _____

เรื่องราว [2] _____

ปัญหา/เป้าหมายของลูกค้า [3] _____

ผลิตภัณฑ์แก้ปัญหอย่างไร/ให้คุณค่าต่อลูกค้าอย่างไร [4]

ตัวอย่าง – ผลการทดสอบลูกค้า (Customer)

ผลทดสอบคุณค่าผลิตภัณฑ์

ชื่อ [1] ดร.ณัฐนันท์ ศุภกา

เรื่องราว [2] เป็น ผอ.ภาคีสัมพันธ์และวิเทศสัมพันธ์ ของ สสส. ดูแลโครงการต่างๆ
ในสำนักที่ทำเรื่องเกี่ยวกับนวัตกรรมเพื่อแก้ไขปัญหาสุขภาพ

ปัญหา/เป้าหมายของลูกค้า [3] ต้องการนวัตกรรมที่จะช่วยไขปัญหาเกี่ยวกับ
ระบบสุขภาพ หรือ เกี่ยวกับการควบคุมโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง

ผลิตภัณฑ์แก้ปัญหายังไง/ให้คุณค่าต่อลูกค้าอย่างไร [4]

ช่วยให้ผู้ป่วยสามารถเข้าถึงข้อมูลความรู้ได้มากขึ้น มีองค์ความรู้ในการดูแลตนเอง และ
ช่วยลดภาระหน่วยงานให้กับบุคลากรทางการแพทย์

แบบฝึกหัด 2.4 – เปรียบเทียบคุณค่าผลิตภัณฑ์

เป็นการนำข้อมูลคุณค่าของผลิตภัณฑ์จากการสัมภาษณ์ (แบบฝึกหัด 2.2 และ 2.3) มาเปรียบเทียบกับคุณค่าของผลิตภัณฑ์ที่เราตั้งสมมติฐานไว้(แบบฝึกหัด 1.2 และ 1.3) จะช่วยให้เรารู้ว่าผลิตภัณฑ์ของเราตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมายไหม

จากสมมติฐาน

(แบบฝึกหัด 1.2 หรือ 1.3)

Persona ผู้ใช้/ลูกค้า

ผลิตภัณฑ์แก้ปัญหอย่างไร/
ให้คุณค่าต่อผู้ใช้อย่างไร

จากการทดสอบ

(แบบฝึกหัด 2.2 หรือ 2.3)

Persona ผู้ใช้/ลูกค้า

ผลิตภัณฑ์แก้ปัญหอย่างไร/
ให้คุณค่าต่อผู้ใช้อย่างไร

ตัวอย่าง – เปรียบเทียบคุณค่าผลิตภัณฑ์

จากสมมติฐาน

(แบบฝึกหัด 1.2 หรือ 1.3)

Persona ผู้ใช้/ลูกค้า

ป่าปล่อย ค่อยๆเรียน

ใช้สมาร์ตโฟนได้ ใช้ไลน์เป็น

ควบคุมเบาหวานไม่ได้

ผลิตภัณฑ์แก้ปัญหายังไร/
ให้คุณค่าต่อผู้ใช้อย่างไร

ช่วยให้ป่าเข้าใจและ

ค่อยๆจดจำข้อมูลผ่านการ

ทบทวนบทเรียนได้เรื่อยๆ

ตามเวลาที่ป่าสะดวก

เกี่ยวกับวิธีการดูแลตัวเอง

เพื่อควบคุมเบาหวาน

จากการทดสอบ

(แบบฝึกหัด 2.2 หรือ 2.3)

Persona ผู้ใช้/ลูกค้า

ลุงประมว

ควบคุมเบาหวานไม่ได้

ไม่เชื่อใครนอกจากหมอ

ผลิตภัณฑ์แก้ปัญหายังไร/
ให้คุณค่าต่อผู้ใช้อย่างไร

ทำให้เข้าใจโรคเบาหวานมาก

ขึ้น แล้วก็รู้ว่าอาหารประเภท

ไหน ควรกินยังไงบ้าง แล้ว

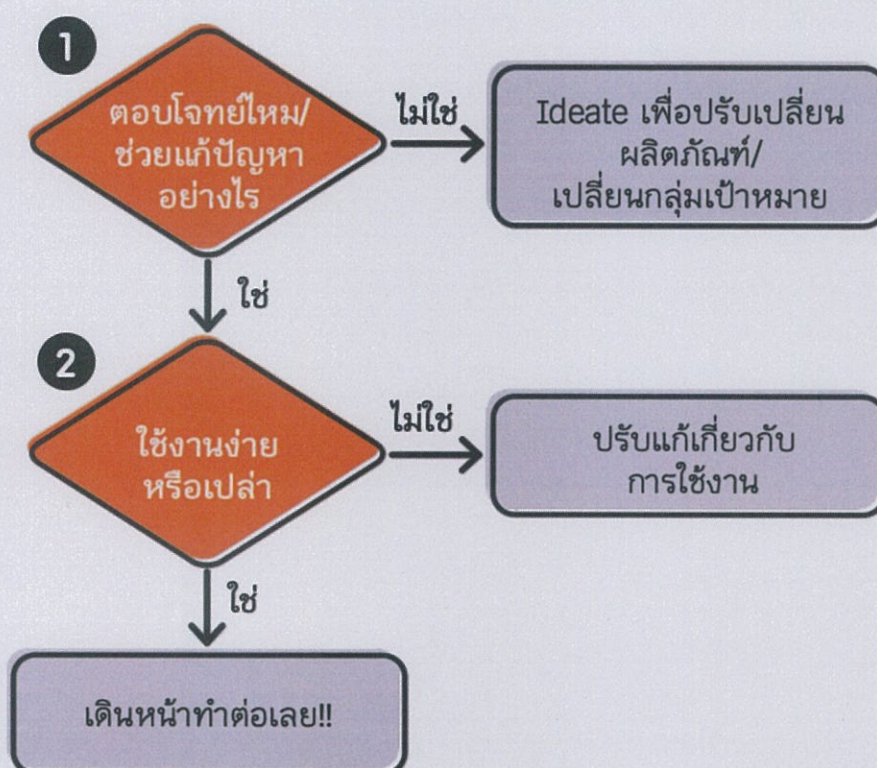
ก็นอบอกว่าข้อมูลมาจาก

สสส. มีหมอมตรวจสอบแล้ว

ก็สบายใจที่จะทำตาม

แบบฝึกหัด 2.5 – แนวทางการปรับแก้ไข

หลังจากนำผลการทดสอบมาเปรียบเทียบกับสมมติฐานแล้วจะทำให้เรารู้ว่าผลิตภัณฑ์ของเราเป็นอย่างไรในมุมมองของกลุ่มเป้าหมาย · ตอบโจทย์หรือแก้ปัญหาให้เขาได้ไหม ให้อ่างๆ ประเมินแล้วลองดูแนวทางการแก้ไขตามแผนผังด้านล่างค่ะ



ผลทดสอบคุณค่าผลิตภัณฑ์

ตอบโจทย์

ไปดูแบบฝึกหัด 2.6

ไม่ตอบโจทย์

มีแนวทางการแก้ไข คือ

แบบฝึกหัด 2.6 – แนวทางการปรับแก้ไขเกี่ยวกับการใช้งาน

หากผลจากการทดสอบปรากฏว่าผลิตภัณฑ์ตอบโจทย์แล้ว เราจะมาโฟกัสที่การแก้ไข ปัญหาการใช้งาน (Usability) ให้น้องๆ ลองดูผลการทดสอบการใช้งานในแบบฝึกหัดที่ 2.2 (ด้านล่าง) ว่าพบปัญหาการใช้งานอะไรบ้าง จากนั้นสรุปปัญหาเป็นข้อๆ แล้วเลือก ปัญหาที่ควรแก้ไขเร่งด่วนมา 3 ข้อ

ปัญหาเร่งด่วนที่ควรแก้ไข คือ ปัญหาเดียวกันที่พบจากผู้ใช้งานหลายๆคน หรือ ปัญหาที่จะส่งผลให้ผู้ใช้ไม่สามารถใช้งานฟังก์ชันหลักของผลิตภัณฑ์ได้

ปัญหาที่ 1 _____

การปรับแก้ไข _____

ปัญหาที่ 2 _____

การปรับแก้ไข _____

ปัญหาที่ 3 _____

การปรับแก้ไข _____

ตัวอย่าง – แนวทางการปรับแก้ไขเกี่ยวกับการใช้งาน

ปัญหาเร่งด่วนที่ควรแก้ไข คือ ปัญหาเดียวกันที่พบจากผู้ใช้งานหลายคน หรือ ปัญหาที่จะส่งผลให้ผู้ใช้งานไม่สามารถใช้งานฟังก์ชันหลักของผลิตภัณฑ์ได้

ปัญหาที่ 1 ผู้ใช้ไม่แน่ใจว่าตรงไหนเป็นปุ่มบ้าง

การปรับแก้ไข ทำปุ่มให้เด่นขึ้นมา และ ใช้สีที่เด่นขึ้นมาจากสีเว็บไซต์

ปัญหาที่ 2 ปุ่มกดหน้าต่อไปอยู่ด้านล่าง ทำให้หาปุ่มกดไม่เจอต้อง scroll ลงไป

การปรับแก้ไข จัดหน้าใหม่ วางปุ่มให้อยู่ในส่วนหน้าจอแรกที่ไม่ต้อง scroll ลงไปถึงจะเห็น

ปัญหาที่ 3 หาส่วนแบบฝึกหัดไม่เจอ

การปรับแก้ไข จัดเรียงหน้าข้อมูลใหม่ เอาแบบฝึกหัดมาไว้ต่อท้ายบทเรียน

เอกสารอ้างอิง/แหล่งข้อมูล

- หนังสือ Validating Product Ideas through Lean User Research
โดย Tomer Sharon
- หนังสือ Rocket Surgery Made Easy
โดย Steve Krug
- หนังสือ Running Lean (Iterate from plan A to a plan that works)
โดย Ash Maurya
- คอร์ส UX Research & Strategy โดย DesignLab