

การออกแบบแอปพลิเคชันต้นแบบสำหรับธุรกิจซื้อขายเสื้อผ้ามือสอง โดยใช้การคิดเชิงออกแบบ และการเดินทางของผู้บริโภค

ลภัสกร บุญยั้งยืน^{1,*}, ฐิติกรัน โปตะวนิช²

^{1,2}สาขาวิชาการออกแบบเพื่อธุรกิจ วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

Received: 26 November 2025

Revised: 15 January 2026

Accepted: 21 January 2026

บทคัดย่อ

การออกแบบแอปพลิเคชันต้นแบบสำหรับธุรกิจซื้อขายเสื้อผ้ามือสองมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความต้องการของผู้ซื้อและผู้ขายเสื้อผ้ามือสอง เกี่ยวกับการทำงานในแอปพลิเคชันผ่านกระบวนการหลักแนวคิดเชิงออกแบบ และเพื่อออกแบบแอปพลิเคชันต้นแบบ ผู้วิจัยพบช่องว่างขององค์ความรู้เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคซื้อขายเสื้อผ้ามือสองผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์จึงทำให้ประเด็นดังกล่าวยังต้องการการศึกษาเพิ่มเติม ผู้วิจัยจึงดำเนินการศึกษาโดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกแบ่งเป็น 2 กลุ่มตัวอย่าง คือ (1) ผู้ขายเสื้อผ้ามือสองผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ในประเทศไทย จำนวน 8 คน (2) ผู้บริโภคเสื้อผ้ามือสองผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ในประเทศไทย จำนวน 8 คน โดยนำข้อมูลที่ได้รับจากการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์และสรุปผลเพื่อออกแบบ โดยใช้หลักแนวคิดเชิงออกแบบมาประยุกต์ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้ ผลการวิจัยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ (1) ปัจจัยและองค์ประกอบสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบแอปพลิเคชันต้นแบบ ได้แก่ องค์ประกอบที่แสดงถึงความน่าเชื่อถือของผู้ขาย หน้าจอสินค้าที่มีความชัดเจน และการออกแบบภาพรวมที่มอบประสบการณ์ที่ดีให้แก่ผู้ใช้งาน (2) การออกแบบแอปพลิเคชันต้นแบบ ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้รับมาออกแบบหน้าจอแสดงผล (User Interface) และสร้างต้นแบบ (Prototype) จากนั้นจึงได้ให้กลุ่มเป้าหมายประเมินรวมถึงขอคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญ 2 ท่าน เพื่อนำมาปรับปรุงให้แอปพลิเคชันต้นแบบมีประสิทธิภาพด้านการใช้งานและมีความสมบูรณ์ งานวิจัยนี้มีองค์ความรู้เชิงปฏิบัติในการประยุกต์ใช้การคิดเชิงออกแบบกับธุรกิจซื้อขายเสื้อผ้ามือสองข้อกำหนดเชิงระบบที่ควรมีในแพลตฟอร์มซื้อขายเสื้อผ้ามือสอง และต้นแบบของหน้าจอแสดงผล

คำสำคัญ: ธุรกิจซื้อขายเสื้อผ้ามือสอง แอปพลิเคชันต้นแบบสำหรับธุรกิจซื้อขายเสื้อผ้ามือสอง หน้าจอแสดงผล

* ผู้ประสานงานหลัก; อีเมล: rainylapasorn@gmail.com

Design of Application Prototype for Second-hand Clothing Business Using Design Thinking and Consumer Journey Approaches

Lapasporn Boonyoungyein^{1,*}, Tisiruck Potavanich²

^{1,2} Design for Business, College of Social Communication Innovation,
Srinakharinwirot University

Received: 26 November 2025

Revised: 15 January 2026

Accepted: 21 January 2026

Abstract

Design of application prototype for second-hand business have objectives to study the needs of buyers and sellers regarding the functions of a second-hand clothing application through the core processes of Design Thinking and aims to develop a prototype application for second-hand clothing business. The researcher identified a knowledge gap concerning trading behaviors on online second-hand clothing platforms, indicating a need for further investigation. This study employed in-depth interviews with two sample groups: (1) eight online second-hand clothing sellers in Thailand, and (2) eight online second-hand clothing consumers in Thailand. The data gathered from these interviews were analyzed to inform the design, utilizing Design Thinking principles as the primary framework. Research findings are divided into two parts (1) key factors and elements The study revealed that critical components for prototype design include features enhancing seller credibility, clear product display interfaces, and an overall design provides a positive user experience (2) Application prototype design researcher utilized the collected data to design the User Interface and develop a prototype. This prototype was subsequently evaluated by the target audience and two experts, to improve the prototype's usability and completeness. This research provides practical knowledge in applying Design Thinking to the second-hand clothing industry, defining system requirements and establishing a user interface prototype.

Keywords: Second-hand Business, Application Prototype for Second-hand Business and User Interface

* Corresponding Author; E-mail: rainylapasporn@gmail.com

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันการแต่งตัวมีบทบาทที่สำคัญในชีวิตประจำวันของมนุษย์มากขึ้นกว่าในอดีต ทำให้มีการผลิตเสื้อผ้าออกมาในหลากหลายรูปแบบ โดยแนวทางในการแต่งกายมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ไม่ว่าจะเป็นแนวทางการแต่งกายรูปแบบใหม่ที่รับค่านิยมแฟชั่นจากต่างประเทศ จากที่ได้กล่าวมานั้นทำให้ร้านค้าเสื้อผ้าออนไลน์เติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว ไม่ว่าจะเป็นร้านค้าเสื้อผ้าที่มีราคาต่ำหรือราคาสูง ผู้คนจำนวนมากหลังจากที่ได้ใช้งานเสื้อผ้าไปสักกระยะหนึ่งอาจมีความต้องการที่จะขายเพื่อแลกเปลี่ยนมาเป็นเงิน เพื่อที่จะสามารถนำไปซื้อเสื้อผ้าตัวใหม่ รวมถึงกลุ่มคนที่ชื่นชอบเสื้อผ้าวินเทจมักจะซื้อเสื้อผ้าประเภทมือสอง เสาคู่จากของวินเทจมักจะต้องผ่านการเก็บมาหลายปี หรือแบรนด์เสื้อผ้าบางแบรนด์จะวางขายเสื้อผ้าเป็นคอลเล็กชั่น หากผู้บริโภคซื้อไม่ทันในช่วงเวลาที่วางขายก็จะส่งผลให้ต้องซื้อเสื้อผ้าชิ้นนั้นในรูปแบบที่เป็นสินค้ามือสอง (Mookdamont, 2009) การซื้อขายเสื้อผ้ามือสองยังเป็นวิธีที่ดีสำหรับการรักษาสภาพแวดล้อมเพราะการสวมใส่เสื้อผ้ามือสองเป็นการใช้ซ้ำ และการนำมาใช้ใหม่ของเสื้อผ้าให้มีอายุการใช้งานที่ยาวนานขึ้น ถือเป็นการลดจำนวนสิ่งของที่เข้ามาในหลุมฝังกลบ และช่วยลดภาระให้โลกจากการผลิตเสื้อผ้าใหม่ จึงเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่ทำให้ในปัจจุบันเกิดการขายเสื้อผ้ามือสองกันอย่างแพร่หลาย

ถึงแม้ว่าเสื้อผ้ามือสองจะมีราคาที่ถูกกว่าเสื้อผ้ามือหนึ่ง แต่ผู้บริโภคเสื้อผ้ามือสองจำเป็นที่จะต้องตรวจสอบรายละเอียดให้ดีและครบถ้วนก่อนที่จะตัดสินใจซื้อผ่านช่องทางออนไลน์ บ่อยครั้งปัญหาที่มักเกิดขึ้นคือการที่ผู้บริโภคโดนผู้ขายหลอกหรือโกงเงินจากการซื้อผ่านช่องทางออนไลน์ โดยผู้วิจัยได้หาข้อมูลตลาดการซื้อขายเสื้อผ้ามือสองผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์มาสองช่องทางการขายดังนี้ แพลตฟอร์มแรก คือ การซื้อขายเสื้อผ้ามือสองผ่านแอปพลิเคชันเพชบุรี ข้อดีของการซื้อขายผ่านแอปพลิเคชันเพชบุรี คือ ผู้ซื้อ และผู้บริโภคสามารถติดต่อกันได้ง่าย สะดวกหากผู้บริโภคต้องการตามหาเสื้อผ้าจากแบรนด์ไหนโดยเฉพาะ สามารถโพสต์รูปเสื้อผ้าตัวนั้นและตามหาได้ ผู้บริโภคส่วนมากตัดสินใจซื้อเสื้อผ้ามือสองผ่านเพชบุรีจากราคาเป็นหลัก และจากประสบการณ์ที่ดีในการซื้อ (Parnkam and Karnjanarojpat, 2022) แต่มีข้อเสีย คือ การที่ผู้ขาย และผู้บริโภคไม่ได้รับราคาที่พึงพอใจกันทั้งสองฝ่าย หรือผู้บริโภคไม่ยอมชำระเงินทำให้ผู้ขายเสียสิทธิในการขายเสื้อผ้าตัวนั้นให้แก่บุคคลอื่น รวมถึงผู้ขายบางคนอาจเป็นมิจฉาชีพที่ต้องการเข้ามาใช้กลโกงในการขายเสื้อผ้ามือสอง แพลตฟอร์มที่สอง คือ แอปพลิเคชันเคลียตู้เป็นแอปพลิเคชันสำหรับการซื้อขายเสื้อผ้ามือสองโดยเฉพาะ แต่ภายในแอปพลิเคชันยังไม่สามารถมอบความสะดวกในการใช้งานให้แก่ผู้ใช้ได้ จึงทำให้มีผู้ใช้งานในจำนวนน้อยและแอปพลิเคชันก็มีการปิดตัวลง

จากการศึกษาข้างต้นทำให้ผู้วิจัยพบช่องว่างขององค์ความรู้เกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อขายเสื้อผ้ามือสองจึงต้องการออกแบบแอปพลิเคชันต้นแบบสำหรับธุรกิจซื้อขายเสื้อผ้ามือสอง เพื่อเป็นแพลตฟอร์มให้ผู้ขายและผู้ซื้อได้ทำการซื้อขายเสื้อผ้ามือสองอย่างสะดวกในทุกขั้นตอน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษา และวิเคราะห์ความต้องการของผู้ใช้งาน
2. เพื่อสังเคราะห์องค์ประกอบสำคัญในการออกแบบ
3. เพื่อออกแบบ และพัฒนาแอปพลิเคชันต้นแบบ

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

งานวิจัยนี้มุ่งศึกษาความต้องการ ปัญหา และประสบการณ์ของผู้ใช้งานในการซื้อขายเสื้อผ้ามือสองผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ เพื่อนำมาสังเคราะห์เป็นแนวทางในการออกแบบแอปพลิเคชันต้นแบบ โดยประยุกต์ใช้การคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) และการเดินทางของผู้บริโภค (Customer Journey) ในการวิเคราะห์และออกแบบหน้าจอแสดงผลและประสบการณ์ผู้ใช้

2. ขอบเขตด้านกลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมายประกอบด้วยผู้ขายและผู้ซื้อเสื้อผ้ามือสองผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ในประเทศไทย ซึ่งถูกคัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ตามคุณสมบัติที่กำหนด

3. ขอบเขตด้านผลลัพธ์ของการวิจัย

ผลลัพธ์ของงานวิจัยจำกัดอยู่ที่การพัฒนาแอปพลิเคชันต้นแบบ (Prototype) และการประเมินความเหมาะสมของต้นแบบในเชิงการใช้งานและการออกแบบ โดยไม่ครอบคลุมถึงการพัฒนาเป็นระบบที่ใช้งานจริงหรือการทดสอบเชิงพาณิชย์

ประโยชน์ที่ได้รับ

การออกแบบแอปพลิเคชันต้นแบบสำหรับการซื้อขายเสื้อผ้ามือสองในครั้งนี้ ผู้วิจัยมีความคาดหวังว่าจะออกแบบแอปพลิเคชันต้นแบบเพื่อเป็นช่องทางการซื้อ และขายเสื้อผ้ามือสองที่ทำให้ทั้งผู้ซื้อ และผู้ขายได้รับประสบการณ์การใช้ที่ดี และได้รับความสะดวกในการซื้อขายเสื้อผ้ามือสอง

วิธีดำเนินการวิจัย

แบบแผนการวิจัย

งานวิจัยเรื่องนี้เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยผู้วิจัยศึกษาค้นคว้ารวบรวมข้อมูลจากเอกสาร บทความ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และการสัมภาษณ์เชิงลึก จากนั้นผู้วิจัยจึงนำข้อมูลทั้งหมดที่ได้มาทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีวิเคราะห์แก่นสาระ (Thematic Analysis) เป็นวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพที่มุ่งเน้นการหาความหมายจากข้อมูลที่ได้รับมา นำมาใช้ในการถอดข้อความที่ได้บันทึกเสียงไว้จากผู้ให้สัมภาษณ์ โดยการวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้แบ่งออกเป็น 2 ขั้นตอน คือ การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และการวิเคราะห์ข้อมูลหลังจากการออกแบบการเดินทางของผู้บริโภค

ประชากรและตัวอย่าง

ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างที่ใช้เหตุผลในการคัดเลือก เนื่องจากเป็นงานวิจัยเชิงออกแบบสำหรับธุรกิจซื้อขายเสื้อผ้ามือสอง ดังนั้นจึงต้องคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างที่เป็นทั้งผู้ประกอบการและผู้บริโภคเสื้อผ้ามือสองผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์โดยเฉพาะ ใช้วิธีเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง ทำให้สามารถกำหนดเกณฑ์ หรือคุณลักษณะของกลุ่มตัวอย่างได้ตรงตามวัตถุประสงค์ และได้ข้อมูลเชิงลึก (In-depth Information) สำหรับงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการกำหนดคุณสมบัติ และเกณฑ์การคัดเลือกอย่างครบถ้วนเพื่อให้ได้ตัวแทนที่ดีในการเข้าร่วมการวิจัยและเพื่อให้มีความเหมาะสมตรงกับความมุ่งหมายของการวิจัย ผู้วิจัยกำหนดเกณฑ์

ในการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างไว้ดังนี้ แบ่งเป็น 2 กลุ่มได้แก่ (1) ผู้ชายหรือผู้ประกอบการธุรกิจเสื้อผ้ามือสองผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ ช่วงอายุ 23-35 ปี อาศัยในจังหวัดกรุงเทพมหานคร และต้องมีประสบการณ์การขายเสื้อผ้ามือสองผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ตั้งแต่ 5 ครั้งขึ้นไป (2) ผู้ซื้อหรือผู้บริโภคเสื้อผ้ามือสองผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ ช่วงอายุ 18-22 ปี ที่มีพฤติกรรมการซื้อเสื้อผ้ามือสองผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์เดือนละ 2 ครั้งขึ้นไป ซึ่งคุณสมบัติดังกล่าวตรงกับกลุ่มเป้าหมายและมีประสบการณ์เพียงพอสำหรับการวิจัยครั้งนี้

เครื่องมือวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่ (1) แบบบันทึกจากการสังเกตเอกสาร บทความ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยใช้แบบบันทึกเพื่อศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูล (2) แบบสัมภาษณ์เชิงลึก โดยใช้วิธีสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) เพื่อนำมาใช้ในการเก็บข้อมูลจากประชากร และตัวอย่างในการวิจัย

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง ทั้งที่เป็นการศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากเอกสาร บทความ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการสัมภาษณ์เชิงลึก ซึ่งดำเนินการเก็บข้อมูลอย่างต่อเนื่องและไม่มีการกำหนดตายตัว เป็นการเก็บข้อมูลจนกระทั่งไม่ปรากฏประเด็นหรือข้อมูลใหม่เพิ่มเติม ซึ่งถือว่าเข้าสู่จุดอิ่มตัวของข้อมูล (Data Saturation) หรือข้อมูลของผู้ให้สัมภาษณ์รายใหม่ไม่ก่อให้เกิดรหัส (Codes) หรือธีม (Themes) ใหม่เพิ่มเติมและเป็นข้อมูลที่เพียงพอสำหรับการวิเคราะห์ และกำหนดประเด็นการออกแบบ จึงพิจารณาว่าข้อมูลมีความอิ่มตัวและยุติการเก็บข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมมานั้นเป็นข้อมูลในเชิงคุณภาพ ได้แก่ ข้อมูลที่ได้รับจากการศึกษาค้นคว้าผ่านเอกสาร บทความ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลที่ได้รับจากคำตอบจากการสัมภาษณ์เชิงลึกจากประชากร และตัวอย่างในการวิจัย ดังนั้น ผู้วิจัยจึงใช้เทคนิคการวิเคราะห์แก่นสาระ (Thematic Analysis) ผสานกับเทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) รวมถึงขอคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญในสาขาที่เกี่ยวข้อง (Expert Review) เพื่อตรวจสอบความถูกต้อง ความเหมาะสม และความสอดคล้องขององค์ประกอบในงานวิจัย

ขั้นตอนการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้วิธีการศึกษาค้นคว้ารวบรวมข้อมูลจากเอกสาร บทความ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องร่วมกับการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างที่มีการเตรียมคำถามไว้ล่วงหน้า มีการส่งคำถามให้กับกลุ่มตัวอย่างล่วงหน้าเพื่อทำการขออนุญาตในการสัมภาษณ์ ที่สามารถปรับเปลี่ยนได้ตามความเหมาะสม เนื่องจากเป็นคำถามปลายเปิด เพื่อความเป็นอิสระในการตอบคำถามของกลุ่มตัวอย่าง จากนั้นผู้วิจัยจึงใช้การวิเคราะห์ข้อมูลแบบแก่นสาระมาช่วย เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพที่มุ่งเน้นการหาความหมายจากข้อมูลที่ได้รับมา ซึ่งจะใช้วิธีการถอดข้อความที่ได้บันทึกเสียงไว้ขณะสัมภาษณ์ เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพที่มักใช้กับชุดข้อความ เช่น การถอดบทสัมภาษณ์ หรือบทความเพื่อให้ผู้วิจัยได้ตรวจสอบข้อมูลอย่างถี่ถ้วนจำพวกหัวข้อ และแนวคิดที่เกิดขึ้นซ้ำ ๆ ที่ได้รับการพัฒนาขึ้นสำหรับการวิจัยทางจิตวิทยาโดย Virginia Braun และ Victoria Clarke เป็นวิธีการที่ยืดหยุ่นซึ่งสามารถปรับใช้กับการวิจัยได้หลายประเภท (Caulfield, 2019)

ผู้วิจัยได้นำแนวคิดเชิงออกแบบของมหาวิทยาลัยสแตนฟอร์ด เป็นกระบวนการที่เน้นมนุษย์เป็นศูนย์กลาง (Human-Centric Approach) เพื่อช่วยในการแก้ไขปัญหาอย่างสร้างสรรค์ ทดสอบกับผู้ใช้เพื่อรวบรวมข้อมูล และลด

ข้อผิดพลาด ซึ่งสามารถช่วยจัดการกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลาได้ ช่วยให้นักออกแบบสามารถมุ่งเน้นไปที่สิ่งที่ดีที่สุดสำหรับผู้ใช้ (Karl, 2020) โดยแนวคิดทฤษฎี Design Thinking ประกอบไปด้วยขั้นตอนการทำงาน 5 ขั้นตอนได้แก่ การทำความเข้าใจ ความต้องการของผู้ใช้งานอย่างลึกซึ้ง (Empathize) การกำหนด และนิยามปัญหาอย่างชัดเจน (Define) เป็นขั้นตอนที่ทำหลังจากรวบรวมข้อมูลจากการสังเกตทั้งหมดที่สามารถรวบรวมได้แล้วนำมาวิเคราะห์เพื่อช่วยใช้ในการกำหนดปัญหาหลัก นำไปสู่ขั้นตอนการสร้างความคิด (Ideate) เป็นขั้นตอนที่ต้องรวบรวมความคิดสร้างสรรค์ให้ได้มากที่สุด หลังจากนั้นเป็นขั้นตอนการสร้างต้นแบบ (Prototype) และขั้นตอนสุดท้ายคือการทดสอบ (Test) เป็นขั้นตอนในการนำต้นแบบที่ได้สร้างไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่าง เพื่อขอรับความคิดเห็นและพัฒนาต้นแบบเพื่อให้มีความสมบูรณ์ที่สุด นอกจากนี้แล้วนั้น ผู้วิจัยได้นำแนวคิดการเดินทางของผู้บริโภคมาใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นกระบวนการที่ศึกษาผู้ใช้งานตั้งแต่ขั้นตอนเริ่มรับรู้ความต้องการไปจนถึงการตัดสินใจซื้อ การใช้งาน และการมีปฏิสัมพันธ์หลังการซื้อสินค้าหรือบริการ แนวคิดนี้ช่วยให้ผู้วิจัยเข้าใจมุมมองของผู้ใช้งานในแต่ละจุดสัมผัส (Touchpoint) และประสบการณ์ (Experience) ที่เกิดขึ้นกับสินค้าหรือบริการ เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมผู้ใช้งานโดยรวม ผู้วิจัยได้นำแนวคิดทฤษฎีมาประยุกต์ ปรับใช้ และสามารถสรุปผลได้ดังต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาข้อมูลเพื่อทำความเข้าใจความต้องการของผู้ใช้งานอย่างลึกซึ้ง จากการซื้อขายเสื้อผ้ามือสองผ่านแพลตฟอร์มเฟซบุ๊ก การซื้อขายเสื้อผ้ามือสองผ่านแอปพลิเคชันเคสียด์ และรวบรวมแนวคิดในการออกแบบหน้าจอผู้ใช้งาน

ขั้นตอนที่ 2 วิเคราะห์ และทำความเข้าใจผู้ใช้งานแต่ละขั้นตอนอย่างละเอียด โดยสังเกตการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อผู้ขายในกลุ่มซื้อขายเสื้อผ้ามือสองผ่านเฟซบุ๊ก และการสัมภาษณ์เชิงลึกผ่านคำถาม

ขั้นตอนที่ 3 กำหนดปัญหาที่พบ รวบรวมข้อมูล และเลือกปัญหาเพื่อนำมาปรับปรุง

ขั้นตอนที่ 4 รวบรวมความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบแอปพลิเคชัน โดยศึกษาค้นคว้าและเก็บข้อมูลจากบทความ บทวิจารณ์ ศึกษาข้อมูลเชิงลึกเพื่อนำมาประเมินแนวความคิดและปรับใช้ในการออกแบบ รวมถึงใช้แนวคิดการเดินทางของผู้บริโภค

ขั้นตอนที่ 5 ออกแบบ และสร้างแบบจำลองของแอปพลิเคชันต้นแบบ เพื่อเก็บข้อมูล ข้อเสนอแนะ คำแนะนำจากกลุ่มตัวอย่าง และผู้เชี่ยวชาญ เพื่อนำมาพัฒนา และปรับปรุงแอปพลิเคชันต้นแบบให้มีความสมบูรณ์

ขั้นตอนที่ 6 อภิปรายผลการพัฒนาปรับปรุงแอปพลิเคชันต้นแบบสำหรับการซื้อขายเสื้อผ้ามือสอง

ผลการวิจัย

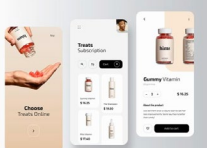
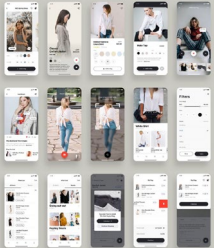
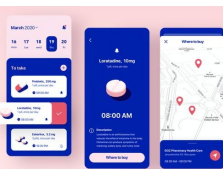
1. ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาข้อมูลเพื่อทำความเข้าใจความต้องการของผู้ใช้งานอย่างลึกซึ้ง ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาข้อมูลการซื้อขายเสื้อผ้ามือสองผ่านแพลตฟอร์มเฟซบุ๊ก พบว่ามีผู้ขายจำนวนมากมักขายเสื้อผ้ามือสองผ่านกลุ่มปิดโดยการขายนั้นเป็นการลงประกาศหลักโดยใช้ภาพรวมจำนวนสินค้าทั้งหมด และแจ้งผ่านช่องบรรยายข้อความให้ผู้ซื้อได้ทราบว่าครั้งนี้อยู่จะทำการขายสินค้ากี่ชิ้น มีสินค้าจากแบรนด์ใดบ้าง และผู้ซื้อที่สนใจในการขายครั้งที่ก็จะทำการติดตามหรือพิมพ์การแสดงความคิดเห็นที่ได้ประกาศ เมื่อถึงเวลาที่ผู้ขายจะดำเนินการขายแต่ละชิ้นผู้ขายก็จะทำการโพสต์สินค้าแต่ละชิ้นผ่านช่องความคิดเห็นที่ได้ประกาศ ซึ่งผู้ซื้อจะเข้ามาดู หากผู้ซื้อสนใจชิ้นใดก็จะพิมพ์ความคิดเห็นว่าจริง เป็นการยืนยันว่าตนรับสินค้าชิ้นนี้ และทำการพูดคุยเรื่องรายละเอียดเพิ่มเติมของสินค้ากับผู้ขายผ่านข้อความ ซึ่งการขายแบบนี้มีความสะดวกต่อผู้ซื้อที่สามารถเลือกซื้อได้ตามความสนใจของตนเอง สามารถติดต่อ

และทราบบัญชีผู้ใช้ของผู้ขายได้โดยตรง หลังจากการศึกษาการซื้อขายเสื้อผ้ามือสองผ่านแอปพลิเคชันเคลียตู้ พบว่าเป็นแอปพลิเคชันที่สร้างขึ้นมาเพื่อการซื้อขายสินค้าการแต่งตัวประเภทมือสองโดยเฉพาะ ผู้ขายสามารถประกาศขายเองโดยเป็นการขายผ่านรูปภาพของสินค้าและเพิ่มคำบรรยาย และมีรูปแบบการทำงานของแอปพลิเคชันที่ผู้ขายสามารถฝากขายผ่านแอปพลิเคชันได้ เมื่อสินค้าที่ฝากขายถูกซื้อเรียบร้อยแล้วทางแอปพลิเคชันจะทำการจัดส่งสินค้าภายใน 1-3 วัน แต่รูปแบบการทำงานนี้ทางแอปพลิเคชันมีการคิดอัตราค่าบริการอยู่ระหว่าง 5-20% จากราคาของสินค้า สิ่งที่ทำให้ผู้ซื้อเลือกใช้แอปพลิเคชันนี้เป็นเพราะมีการการันตีให้แก่ผู้ซื้อ หากสินค้าไม่มีคุณภาพตรงตามที่ผู้ขายแจ้งไว้ผู้ซื้อสามารถทำการติดต่อรับเงินคืนได้ แต่รูปแบบหน้าจอแสดงผลของแอปพลิเคชันมีความซับซ้อนรวมถึงสินค้าไม่หลากหลายจึงทำให้ผู้ซื้อและผู้ขายส่วนใหญ่เลือกใช้แพลตฟอร์มเฟซบุ๊กมากกว่า

ในงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยนำหลักการออกแบบหน้าจอผู้ใช้งานจาก Fleck (2022) ซึ่งได้กล่าวว่าการออกแบบหน้าจอแสดงผล ไม่มีวิธีการที่ถูกหรือวิธีการที่ผิดส่วนมากขึ้นอยู่กับการเรียนรู้ทฤษฎีเบื้องหลังการออกแบบที่ดีและฝึกฝนของผู้ออกแบบ ซึ่งขั้นตอนของการออกแบบมีดังนี้ การเรียนรู้พื้นฐานของการออกแบบประสบการณ์ของผู้ใช้บนเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชัน ถือเป็นส่วนที่สำคัญที่สุดของการออกแบบที่ประสบความสำเร็จ มุ่งเน้นไปที่การสร้างประสบการณ์ที่น่าพึงพอใจผ่านการตอบสนองความต้องการและความต้องการของผู้ใช้ตลอดจนผ่านจิตวิทยาของผู้ใช้ การทำความเข้าใจว่าเหตุใดผู้ใช้จึงดำเนินการบางอย่างและสิ่งที่ทำให้พวกเขาใช้งานแอปพลิเคชันต่อ หรือละทิ้งไซต์นั้น พัฒนาทักษะการออกแบบของตนเอง การเรียนรู้หลักการพื้นฐานของการออกแบบจะช่วยพัฒนาทักษะของนักออกแบบสามารถฝึกฝนการออกแบบเว็บไซต์และแอปพลิเคชันบนอุปกรณ์เคลื่อนที่ด้วยการสังเกต ยกตัวอย่างเช่น หากมีโอกาสได้พบเจอเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันที่ถูกใจให้ใช้เวลาในการใส่ใจ และวิเคราะห์ว่าเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันนี้มีหน้าตาอย่างไร ศึกษาทุกส่วนของการออกแบบ เลือกใช้เครื่องมือในการออกแบบที่เหมาะสม ในปัจจุบันมีเครื่องมือจำนวนมากที่เป็นที่นิยม และใช้งานง่ายที่สามารถเลือกใช้งานได้ตามความถนัด เช่น Figma เป็นเครื่องมือออกแบบและสร้างต้นแบบร่วมกันสำหรับโครงการดิจิทัล เป็นซอฟต์แวร์ออกแบบที่ใหม่ล่าสุดและเป็นเครื่องมือที่นักออกแบบเลือกใช้ได้อย่างรวดเร็ว นำไปสู่ขั้นตอนการเริ่มสร้างผลงาน เรียนรู้วิธีสร้างแบบจำลองสำหรับการออกแบบและลงโพสต์แบบออนไลน์เพื่อรับคำติชมและนำไปปรับปรุง สุดท้ายนั้นเป็นการขอความคิดเห็น คำติชมเพื่อนำไปพัฒนาต่อ

2. ขั้นตอนที่ 2 วิเคราะห์ ทำความเข้าใจผู้ใช้งานแต่ละขั้นตอนอย่างละเอียด และสัมภาษณ์เชิงลึกผ่านคำถาม ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลจากการศึกษาผ่านบทความ เอกสาร และคำตอบที่ได้จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง เพื่อนำไปสู่การสรุปประเด็นสำคัญ จากการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งหมด ผู้วิจัยพบว่าข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ขายสินค้าเสื้อผ้ามือสองนั้น ร้อยละ 50 ทำการขายเสื้อผ้ามือสองผ่านแพลตฟอร์มเฟซบุ๊ก ร้อยละ 30 ทำการขายเสื้อผ้ามือสองผ่านแพลตฟอร์มอินสตาแกรม (Instagram) และร้อยละ 20 ทำการขายเสื้อผ้ามือสองผ่านแพลตฟอร์มเคลียตู้โดยมีเหตุผลที่เลือกขายในแพลตฟอร์มที่แตกต่างกัน โดยประเด็นหลักที่เลือกใช้แพลตฟอร์มคือความสะดวกของการใช้งาน ส่วนสำคัญที่พบจากการสัมภาษณ์เชิงลึก คือ จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 8 คน พบว่าทุกคนเห็นด้วยกันทั้งหมดว่าความคิดเห็นของผู้บริโภคเป็นสิ่งที่มีความสำคัญมาก มีทัศนคติ และความคิดเห็นว่าหากแอปพลิเคชันซื้อขายเสื้อผ้ามือสองมีการส่งเสริมการขายผ่านบทความเกี่ยวกับเทรนด์การแต่งตัวจะช่วยส่งเสริมการขายได้ และอาจทำให้มีกลุ่มผู้ซื้อเสื้อผ้ามือสองจำนวนมากสนใจใช้งานแอปพลิเคชัน ประเด็นสำคัญที่จะส่งผลต่อการออกแบบแอปพลิเคชันต้นแบบสำหรับธุรกิจซื้อขายเสื้อผ้ามือสองในครั้งนี้คือความคิดเห็นของภาพตัวอย่างที่กลุ่มเป้าหมายเลือก

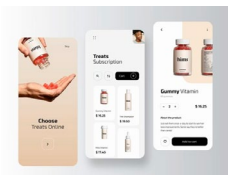
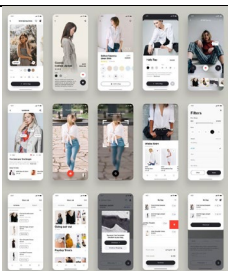
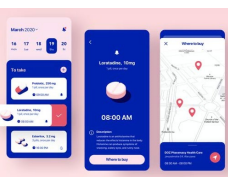
ตารางที่ 1 ผลการเลือกภาพหน้าจอตัวอย่างของกลุ่มผู้ขายเสื้อผ้ามือสองผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์

ภาพตัวอย่าง	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง ที่เลือกภาพนี้	เหตุผลโดยรวมที่เลือกภาพนี้
	5 คน	องค์ประกอบภาพรวมไม่มีจุดไหนแย่งจุดสนใจกันเลย ภาพสินค้าชัดเจน เนื้อหาไม่รกสายตา นำใช้งานต่อ ปุ่มกดเข้าใจได้ง่ายไม่ซับซ้อน
	2 คน	มีหน้าตามีเหมาะกับการซื้อขายผลิตภัณฑ์ประเภท แฟชั่นและเสื้อผ้า สีสันทันเรียบ จะช่วยให้สะดวกต่อการใช้งาน เพราะผู้บริโภคมองดูภาพเต็มของสินค้าได้
	1 คน	ดีไซน์ใช้งานง่าย สิ่งดึงดูดเป็นอย่างมากที่สุดคือสีส้มมีความสดใส แปลกใหม่ ไม่ใช้การใช้สีเขียวเรียบ ๆ เหมือนแอปพลิเคชันที่มีตามทั่วไป รวมถึงความโค้งมนของช่องหรือปุ่มกดทำให้รู้สึกไม่อึดอัด

จากตารางที่ 1 ผู้ให้สัมภาษณ์ 5 คนให้ความสำคัญกับหน้าจอแสดงผลที่มีความเรียบง่าย การจัดวางองค์ประกอบอย่างเป็นระเบียบ การใช้งานที่สะดวก และการนำเสนอภาพสินค้าอย่างโดดเด่น

การสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ซื้อสินค้าเสื้อผ้ามือสองนั้นพบว่า ผู้ให้สัมภาษณ์จำนวน 5 คน มักจะค้นหาร้านค้า หรือค้นหาผู้ขายเสื้อผ้ามือสองจากแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย ผู้ให้สัมภาษณ์จำนวน 2 คนเป็นการบอกต่อร้านค้าจากคนรู้จัก และจำนวน 1 คนค้นหาผ่านเว็บไซต์ Google โดยรายละเอียดของเสื้อผ้ามือสองที่ต้องการทราบก่อนตัดสินใจซื้อครั้งนี้ เกรดหรือสภาพของเสื้อผ้าโดยรวม เช่น เกรด A เกรด B และเกรด C ที่จะสื่อถึงคุณภาพของสินค้า ขนาดของเสื้อผ้า แปรนต์ ราคาขาย และผู้ซื้อต้องการทราบข้อมูลความน่าเชื่อถือของผู้ขายหรือร้านค้า โดยมีข้อมูลเกี่ยวกับคุณสมบัติการแนะนำสินค้าที่คล้ายคลึงกับสินค้าที่กำลังตามหาพบ 7 คนมีความคิดเห็นว่าคุณสมบัติ การแนะนำสินค้าที่คล้ายคลึงกับสินค้าที่กำลังตามหาอยู่มีความสำคัญต่อประสบการณ์การซื้อที่ดี และ 1 คนมีความคิดเห็นว่าคุณสมบัติการแนะนำสินค้าที่คล้ายคลึงกับสินค้าที่กำลังตามหาอยู่ไม่มีความสำคัญ ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์เพิ่มเติมว่าประสบการณ์ใดบ้างที่ทำให้อยากกลับมาซื้อซ้ำในแพลตฟอร์มที่ชอบใช้งาน คำตอบโดยรวมที่ได้รับ คือ ความสะดวกในการใช้งาน ผู้ขายมีการบริการที่ดี สินค้าที่ซื้อคุณภาพตรงตามที่ผู้ขายแจ้งไว้ ได้รับประสบการณ์ในการใช้งานที่ดีทุกด้าน ใช้เวลาในการสั่งซื้อเสื้อผ้าได้อย่างรวดเร็ว ติดต่อหรือส่งข้อความกับผู้ขายได้ง่าย กลุ่มตัวอย่างผู้ซื้อให้ความสำคัญกับหน้าจอแสดงผลที่มีความเรียบง่าย ใช้งานง่าย เน้นการมองเห็นภาพสินค้าอย่างชัดเจน องค์ประกอบทั้งหมดมีความสอดคล้องกัน ซึ่งจะทำให้ประสบการณ์การซื้อเสื้อผ้าออนไลน์มีความราบรื่น และเกิดความรู้สึกอยากกลับมาใช้งานซ้ำ เป็นประเด็นหลักที่ผู้วิจัยจะนำมาออกแบบแอปพลิเคชันโดยมีเหตุผลเพิ่มเติมดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการเลือกภาพหน้าจอตัวอย่างของกลุ่มผู้ซื้อเสื้อผ้ามือสองผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์

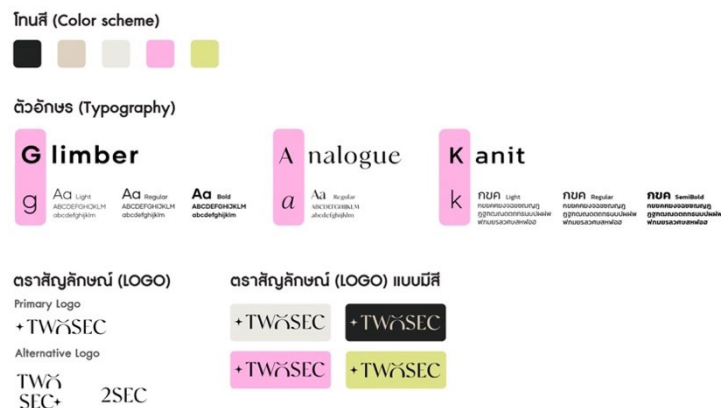
ภาพตัวอย่าง	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง ที่เลือกภาพนี้	เหตุผลโดยรวมที่เลือกภาพนี้
	6 คน	รูปแบบหน้าจอมีความมีความสอดคล้องกันทั้งหมดในด้านสี รูปแบบตัวอักษร และรูปแบบภาพสินค้า ภาพตัวอย่างนี้มีเอกลักษณ์ที่ชัดเจนดูแล้วรู้สึกเป็นมิตรกับผู้ใช้ สามารถโฟกัสไปที่เนื้อหาหลักอย่างสินค้าหรือปุ่มดำเนินการได้ง่าย อ่านแล้วประมวลผลข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว มองว่าเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งในการซื้อเสื้อผ้าออนไลน์
	1 คน	รูปภาพสินค้าเสื้อผ้าถูกทำให้โดดเด่นและมีขนาดใหญ่ ช่วยให้ผู้ใช้เห็นรายละเอียดสินค้าได้ชัดเจน และกระตุ้นความรู้สึกอยากได้ การวางภาพสวยงาม
	1 คน	โทนสีน้ำใช้งาน ไม่ค่อยเห็นแอปพลิเคชันใดเลือกใช้สีโทนนี้เลย แต่ถึงแม้ว่าสีมันจะสดใส แต่ภาพ และตัวอักษรก็ยังคงโดดเด่น อ่านแล้วสรุปใจความได้ง่าย

3. ขั้นตอนที่ 3 กำหนดปัญหาที่พบ รวบรวมข้อมูล และเลือกปัญหาเพื่อนำมาปรับปรุงผลการวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อออกแบบและพัฒนาแอปพลิเคชันต้นแบบสำหรับการซื้อขายเสื้อผ้ามือสอง โดยเปรียบเทียบจากแพลตฟอร์มเฟซบุ๊ก แอปพลิเคชันเคสียู และจากการสัมภาษณ์เชิงลึก สามารถสรุปปัญหาหลัก ข้อมูลสนับสนุน และแนวทางการออกแบบหน้าจอแสดงผลได้ดังนี้ ปัญหาหลักที่แอปพลิเคชันต้นแบบควรแก้ไข คือ การเติมเต็มช่องว่างด้านความน่าเชื่อถือ และความชัดเจนของข้อมูลสินค้า ต้องออกแบบให้ผู้ใช้งานอ่านรายละเอียดได้ครบถ้วน โดยการแสดงชุดข้อมูลสำคัญที่ผู้ซื้อต้องการทราบก่อนตัดสินใจซื้อ ซึ่งเป็นจุดอ่อนของการซื้อขายผ่านแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย แก้ปัญหาด้านความซับซ้อนของหน้าจอแสดงผลที่มีในแอปพลิเคชันเคสียู รวมถึงเพิ่มคุณสมบัติทางการตลาดในการกระตุ้นการซื้อ

4. ขั้นตอนที่ 4 รวบรวมความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบแอปพลิเคชัน ข้อสรุป และความคิดสร้างสรรค์เพื่อนำไปพัฒนาหน้าจอแสดงผลที่ได้จากการค้นคว้าและเก็บข้อมูลจากบทความ บทวิจารณ์มีหลักสำคัญในการออกแบบดังนี้ หลักการออกแบบที่มีความเป็นมิตรต่อผู้ใช้งาน (User-Friendliness) และความเรียบง่าย (Simplicity/Minimalism) เป็นปัจจัยสำคัญที่จะสร้างประสบการณ์การใช้งานที่ดีให้แก่ผู้ใช้แอปพลิเคชัน โดยมีระบบการนำทางที่ใช้งานง่าย ลดความซับซ้อน การใช้โทนสี (Color Schemes) รูปแบบตัวอักษร (Typography) สัญลักษณ์ (Icon) และสไตล์ของปุ่ม (Button Styles) ที่เหมือนกันในทุกหน้าจอ การออกแบบที่เน้นการใช้นิ้วโป้ง (Thumb-Friendly Design) ปุ่มสำคัญควรอยู่ในตำแหน่งที่ผู้ใช้สามารถเข้าถึงได้ง่ายด้วยนิ้วโป้งเพียงนิ้วเดียว การนำเสนอข้อมูลที่ชัดเจน

การค้นหาและตัวกรอง (Searchability and Filters) ความน่าเชื่อถือและความเชื่อมั่น (Trust and Credibility) ของแอปพลิเคชัน และร้านค้าหรือผู้ขาย โดยมีคุณสมบัติการให้คะแนนจากลูกค้า (Customer Reviews) และคุณสมบัติเสริมเพื่อส่งเสริมการขายของร้านค้า หรือผู้ขาย เพิ่มประสบการณ์ที่ดีให้แก่ผู้ซื้อ

5. ขั้นตอนที่ 5 ออกแบบ และสร้างแบบจำลองของแอปพลิเคชันต้นแบบเพื่อเก็บข้อมูล ข้อเสนอแนะ คำแนะนำจากกลุ่มตัวอย่าง และผู้เชี่ยวชาญ ผู้วิจัยได้นำข้อมูลจากการศึกษาในขั้นตอนที่ 1, 2, 3 และ 4 มาวิเคราะห์หาประเด็นหรือองค์ประกอบที่สำคัญ สรุปผล เพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการออกแบบแอปพลิเคชันต้นแบบสำหรับการซื้อขายเสื้อผ้ามือสองโดยมีตัวต้นแบบ ดังนี้



ภาพที่ 1 การใช้โทนสี รูปแบบตัวอักษร และตราสัญลักษณ์

ผู้วิจัยเลือกใช้โทนสีสว่าง สีสดใส และโทนสีที่หลากหลาย (Multicolor palette) เพื่อสื่อถึงความสดใหม่ ทันสมัย และลวดลายเกี่ยวกับสินค้ามือสอง โดยสร้างความน่าเชื่อถือผ่านการออกแบบที่สะอาดตา สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคในยุคปัจจุบันที่ให้ความสำคัญกับทั้งฟังก์ชัน และอารมณ์ความรู้สึกในการใช้งาน



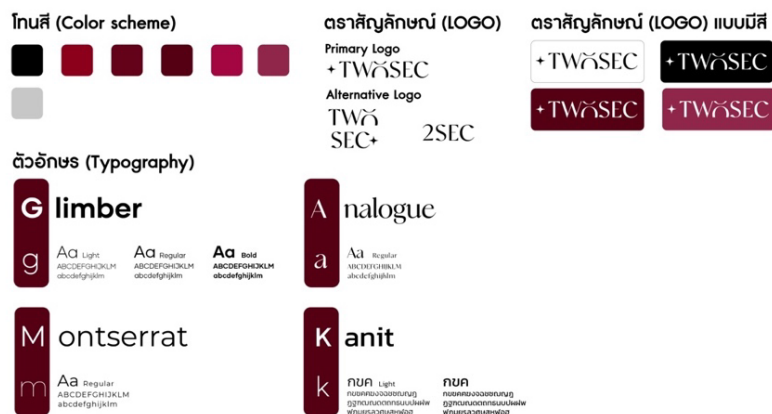
ภาพที่ 2 ภาพรวมของหน้าจอแสดงผลของแอปพลิเคชันต้นแบบสำหรับธุรกิจซื้อขายเสื้อผ้ามือสอง

แอปพลิเคชันต้นแบบนี้ออกแบบระบบนำทางในลักษณะแถบเมนูด้านล่าง (Bottom Navigation Bar) ซึ่งประกอบด้วย 5 เมนูหลัก ได้แก่ Home: สำหรับแสดงหน้าหลัก Feed: สำหรับแสดงบทความหรือแรงบันดาลใจด้านแฟชั่น Chat: สำหรับพูดคุยกับผู้ขาย Mall: สำหรับเลือกดูสินค้า Profile: สำหรับจัดการบัญชีผู้ใช้งาน โดยใช้รูปแบบการจัดวางเมนูช่วยให้ผู้ใช้สามารถเข้าถึงฟังก์ชันหลักได้อย่างรวดเร็วภายในคลิกเดียว ซึ่งเป็นแนวทางที่เหมาะสมกับอุปกรณ์พกพา (Mobile First Design) มีการออกแบบเพื่อกระตุ้นให้ผู้ใช้งานมองเห็น “คุณค่าใหม่” ของเสื้อผ้ามือ

สอง ผ่านการนำเสนอในรูปแบบที่ใกล้เคียงกับสินค้าใหม่ เช่น การจัดหมวดหมู่ที่หลากหลาย การตกแต่งร้านค้าให้มีเอกลักษณ์

โดยจากการประเมิน พบว่ากลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่ม มีความเห็นว่าระบบนำทางใช้งานง่าย และชื่นชอบการแสดงรายละเอียดอย่างชัดเจนของเสื้อผ้าแต่ละชิ้น แต่ภาพหน้าจอแสดงผลมีการใช้จำนวนสีเยอะมากเกินไป ทำให้มองไม่ออกหรืออาจเกิดความสับสนขณะใช้งาน ในบางส่วนมีพื้นที่ว่างมากเกินไป ผู้ให้สัมภาษณ์ชื่นชอบบทความเกี่ยวกับการแต่งตัวแต่ต้องการให้ลดขนาดลงเพื่อนำพื้นที่ไปเพิ่มจำนวนการแสดงเสื้อผ้า และภายในหน้าของร้านค้า หรือผู้ขายแต่ละท่านนั้นควรเพิ่มจำนวนดวงดาวที่สื่อถึงคุณภาพของร้านค้า หรือผู้ขายไว้อย่างชัดเจนเพื่อการตัดสินใจซื้อที่ง่ายขึ้นของผู้ซื้อ ในส่วนของผู้เชี่ยวชาญทั้ง 2 ท่านได้ให้ข้อมูล ข้อเสนอแนะ และคำแนะนำ ดังนี้ ควรลดการใช้สีให้เหลือเพียงแค่ 3 สี ปรับในส่วนหัวที่ใช้ตัวหนังสือและปุ่มสีเดียวกันหลายระดับ เพื่อให้ระดับความสำคัญของข้อมูลชัดเจนขึ้น การจัดวางองค์ประกอบ และพื้นที่ว่างควรลดพื้นที่ว่างสีขาวลง นำตราสัญลักษณ์ออกในหน้าที่ 2 เป็นต้นไป ปรับขนาดบทความเพื่อส่งเสริมทางการตลาด เพิ่มประสิทธิภาพทางการตลาดในบทความ โดยการเพิ่มกรอบสีเหลี่ยมข้างภาพบทความ พร้อมข้อความแสดงราคาชุดรวม (Bundle Price) และสุดท้ายองค์ประกอบย่อยและการนำทาง ควรปรับภาพสัญลักษณ์ของปุ่มกดให้ขนาดของเส้นและความทึบไปในทิศทางเดียวกันทั้งหมด เพื่อความสวยงามและดูเป็นมืออาชีพ และปรับลักษณะตัวอักษรของฟิเตอร์ตัวเลือกรูปแบบเสื้อผ้าภายในหน้าที่ 2 เป็นรูปแบบไม่มีขีดปลายตัวอักษร (San-Serif) เพื่อให้ดูเรียบ สะอาด ทันสมัย และอ่านง่าย

6. ขั้นตอนที่ 6 อภิปรายผลการพัฒนาปรับปรุงแอปพลิเคชันต้นแบบสำหรับการซื้อขายเสื้อผ้ามือสอง ในขั้นตอนที่ 6 ผู้วิจัยได้ทำการอภิปรายผลการศึกษา และพัฒนาปรับปรุงแอปพลิเคชันต้นแบบสำหรับการซื้อขายเสื้อผ้ามือสอง ซึ่งเริ่มต้นจากการรวบรวมข้อมูลทั้งจากการศึกษาเอกสาร บทความ การสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง และคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญ เพื่อทำความเข้าใจปัญหาหลักที่ต้องพัฒนาปรับปรุง และได้ทำการพัฒนาปรับปรุงดังนี้



ภาพที่ 3 การใช้โทนสี รูปแบบตัวอักษร และตราสัญลักษณ์ที่พัฒนาจากข้อมูลที่ได้รับจากตัวต้นแบบ

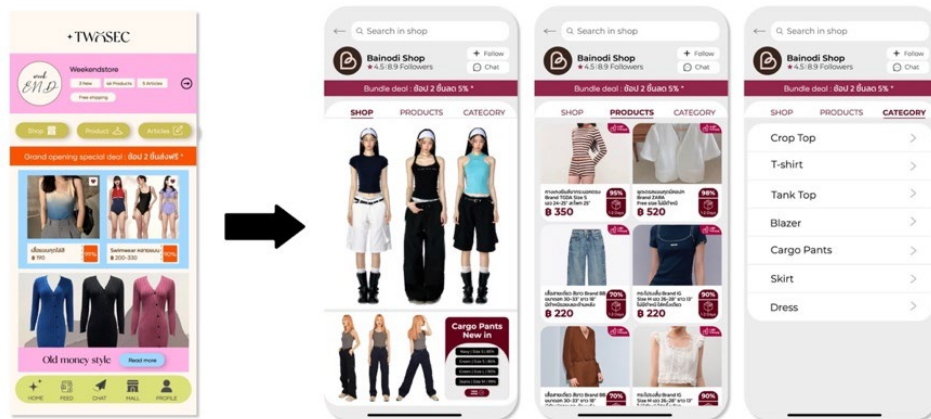
จากภาพที่ 3 ผู้วิจัยได้นำคำแนะนำจากทั้งกลุ่มตัวอย่าง และผู้เชี่ยวชาญว่าควรใช้โทนสีสดในจำนวนน้อยลง ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาข้อมูลเพิ่มเติม จึงได้เลือกเปลี่ยนมาใช้โทนสีแดง Burgundy ผสมกับสีดำ และเทา เพราะเป็นกลุ่มสีที่สื่อถึงการแต่งตัว (Fashion) ความทันสมัย ความโดดเด่น ความมีสไตล์ ซึ่งโทนสีแดง Burgundy จะช่วยสื่อให้ผู้ใช้งานแอปพลิเคชันรู้สึกถึงความหรูหรา แต่ภายในหน้าจอแสดงผลผู้วิจัยจะทำการเลือกใช้สีแดงในองค์ประกอบที่

เหมาะสมเท่านั้น ซึ่งจะทำให้ผู้ใช้งานไม่รู้สึกอึดอัด รวมถึงมีการเพิ่มรูปแบบตัวอักษร เป็นลักษณะที่มีชื่อว่า Montserrat ตัวอักษรประเภทที่ไม่มีขีดที่หัว จะทำให้ผู้ใช้งานอ่านรายละเอียดง่ายขณะใช้งาน



ภาพที่ 4 การพัฒนาปรับปรุงภาพหน้าจอแสดงผลของแอปพลิเคชันต้นแบบสำหรับธุรกิจซื้อขายเสื้อผ้ามือสอง

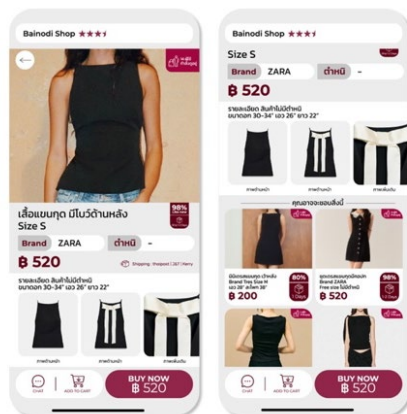
จากภาพประกอบที่ 4 ผู้วิจัยได้ทำการจัดวางองค์ประกอบใหม่ และลดพื้นที่ว่างสีขาวลง นำตราสัญลักษณ์ ออก ปรับขนาดบทความเพิ่มกรอบสีเหลี่ยมข้างภาพบทความ พร้อมข้อความแสดงราคาชุดรวม เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพทางการตลาดในจากคุณสมบัติบทความ เปลี่ยนสัญลักษณ์ของปุ่มกด ในปุ่มคุณสมบัติการเลือกดูหมวดหมู่เสื้อผ้าเป็นในรูปแบบทึบ และเป็นลักษณะการออกแบบทิศทางเดียวกันทุกปุ่ม ข้อมูลที่ได้รับจากการสัมภาษณ์ผู้ซื้อหรือผู้บริโภค เกี่ยวกับการออกแบบหน้าจอแสดงผลครั้งที่ 1 แล้วนั้น ผู้วิจัยได้สังเคราะห์ข้อมูล และเพิ่มกล่องบอกเปอร์เซ็นต์ของคุณภาพเสื้อผ้าที่มีคุณสมบัติบอกวันที่ร้านค้าหรือผู้ขายจะทำการจัดส่งสินค้า เพื่อลดขั้นตอนที่ผู้ซื้อจะต้องส่งข้อความไปสอบถามผู้ขาย



ภาพที่ 5 ภาพหน้าจอแสดงผลภาพในร้านค้า หรือบัญชีผู้ขาย

จากภาพที่ 5 เป็นการออกแบบหน้าจอแสดงผลภาพในร้านค้า หรือบัญชีผู้ขายใหม่ทั้งหมดโดยมีองค์ประกอบ ดังนี้ ด้านบนสุดมีกล่องให้ผู้ซื้อสามารถพิมพ์ชื่อของเสื้อผ้าเพื่อค้นหาสินค้าได้โดยตรง การแสดงรายละเอียดของร้านค้า มีปุ่มกดให้ผู้ซื้อสามารถติดตามร้านค้า สามารถกดไปยังหน้าจอส่งข้อความกับร้านค้าโดยตรง และแถบสีแดงผู้วิจัย ออกแบบมาเพื่อมีจุดประสงค์ให้เป็นการแสดงข้อความโปรโมชั่นของร้านค้า ในหน้า Shop จะเป็นหน้าจอแสดงผล

แรกจากร้านค้า ซึ่งจะมีการใส่รูปภาพของสินค้าที่ร้านค้าต้องการสนับสนุนเป็นอันดับแรก (Promote) เมื่อผู้ใช้งานเลื่อนไปยังหน้าถัดไปของร้านค้าเป็นหน้า Products มีคุณสมบัติในการแสดงสินค้าทั้งหมด ส่วนหน้าสุดท้ายภายในร้านค้าจะเป็นการแยกหมวดหมู่สินค้า ซึ่งจะช่วยอำนวยความสะดวกให้ผู้ซื้อ



ภาพที่ 6 ภาพหน้าจอแสดงผลในการเลือกดูสินค้าของแอปพลิเคชันต้นแบบสำหรับธุรกิจซื้อขายเสื้อผ้ามือสอง

จากภาพที่ 6 ผู้วิจัยทำการออกแบบเพิ่มในหน้าจอแสดงสินค้าเดี่ยว องค์ประกอบแถบบนสุดของหน้าจอแสดงผลจะเป็นการแสดงชื่อของร้านค้าหรือผู้ขาย มีสัญลักษณ์ดวงดาวซึ่งสื่อถึงคุณภาพของร้านค้าที่ได้รับจากการให้คะแนนของผู้ซื้อที่เคยสั่งซื้อไปแล้ว ด้านล่างของรายละเอียดสินค้าเป็นช่องรูปภาพเพิ่มเติมของเสื้อผ้าอย่างชัดเจนทุกมุม เพื่อแก้ไขปัญหาที่ผู้ซื้อสินค้าเสื้อผ้ามือสองทุกคนที่ซื้อผ่านแพลตฟอร์มเฟซบุ๊กมักจะต้องส่งข้อความไปยังผู้ขายเพื่อขอรูปภาพเพิ่มเติม องค์ประกอบสุดท้ายในหน้าจอแสดงผลนี้จะเป็นคุณสมบัติในการแนะนำสินค้าที่คล้ายคลึงกัน คุณสมบัตินี้มีผลต่อการกระตุ้นให้ผู้ซื้ออยากซื้อสินค้าเพิ่ม หรือส่งผลให้ผู้ซื้อซื้อสินค้าภายในแอปพลิเคชันมากกว่าหนึ่งชิ้นขึ้นไป มีการเพิ่มปุ่มกดพูดคุยได้ภาพสินค้า ปุ่มเพิ่มสินค้าลงตะกร้า และปุ่ม Buy now เพื่อเพิ่มความสะดวกให้แก่ผู้ซื้อที่จะสามารถซื้อสินค้าได้ทันทีภายในการกดครั้งเดียว

อภิปรายผล

การออกแบบแอปพลิเคชันต้นแบบสำหรับการซื้อขายเสื้อผ้ามือสอง เป็นงานวิจัยที่มุ่งหวังจะสร้างแพลตฟอร์มที่ให้ความสะดวกแก่ธุรกิจซื้อขายเสื้อผ้ามือสองออนไลน์ในประเทศไทย โดยมีการศึกษาและรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มประชากรตัวอย่าง 2 กลุ่มสำคัญในธุรกิจนี้ ได้แก่ ผู้ขายหรือผู้ประกอบการธุรกิจเสื้อผ้ามือสองผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ และผู้ซื้อหรือผู้บริโภคเสื้อผ้ามือสองผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกแสดงให้เห็นว่าทั้งสองกลุ่มประชากรตัวอย่างมีความคิดเห็นว่า ต้องการให้มีแอปพลิเคชันที่เกี่ยวกับการซื้อขายเสื้อผ้ามือสองที่มีคุณภาพ แม้ว่าทั้งสองกลุ่มประชากรตัวอย่าง 2 กลุ่มจะมีประสบการณ์ในการซื้อขายเสื้อผ้ามือสองผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์อยู่แล้วนั้นมักพบเจอปัญหาในหลายด้านที่ทำให้ไม่สะดวกในการซื้อขายเสื้อผ้ามือสอง

งานวิจัยนี้พบว่า ขั้นตอนที่มีความสำคัญคือการออกแบบหน้าจอแสดงผลโดยใช้การคิดเชิงออกแบบมีประโยชน์อย่างยิ่งในการช่วยให้งานออกแบบมีความสมบูรณ์ ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ทดสอบกับกลุ่มประชากรตัวอย่างเพิ่มเติมในการออกแบบแอปพลิเคชันต้นแบบครั้งที่ 2 หลังจากได้รับคำแนะนำแล้ว พบว่ากลุ่มประชากรตัวอย่างมีความพึงพอใจใน

แอปพลิเคชันต้นแบบที่ได้พัฒนา และไม่ต้องการให้ปรับปรุงเพิ่มเติม สอดคล้องกับหลักการ Human-centered Design ที่เน้นการลดภาระทางความคิดของผู้ใช้งานจากข้อมูลที่ Karl (2020) ได้อธิบายว่า การคิดเชิงออกแบบเป็นวิธีการทำงานแบบซ้ำ ๆ ไม่เป็นไปเชิงเส้นตรง เป็นการพยายามทำความเข้าใจผู้ใช้ และแก้ปัญหาให้ตรงจุดโดยทั้ง 5 ขั้นตอนจะช่วยให้นักออกแบบสามารถมุ่งเน้นไปที่สิ่งที่ดีที่สุดสำหรับผู้ใช้อย่างแท้จริง อีกทั้งยังสอดคล้องกับข้อมูลที่ Pireddu (2022) ได้อธิบายไว้ว่า การสร้างแอปพลิเคชันบนอุปกรณ์เคลื่อนที่ควรคำนึงถึงปัจจัยสำคัญ พัฒนาภาพลักษณ์ และเพิ่มการเข้าถึงของแบรนด์ เพื่อสร้างการให้ข้อมูลแก่ผู้บริโภคที่เหมาะสมกับความต้องการของธุรกิจ

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

สำหรับผู้ประกอบการด้านการสร้างแอปพลิเคชันฉบับสมบูรณ์ บริษัทเทคโนโลยีออนไลน์ หรือนักพัฒนาแอปพลิเคชัน ควรนำแอปพลิเคชันต้นแบบนี้ไปพัฒนาต่อไปเป็นระบบที่สามารถใช้งานได้จริง หรือที่เรียกว่าการเขียนโค้ด (Coding) เพื่อทดสอบคุณสมบัติทั้งหมดที่ออกแบบไว้ ควรมีการทดสอบประสิทธิภาพการใช้งานของแอปพลิเคชันต้นแบบกับกลุ่มผู้ใช้งานจริง เพื่อวัดผลความพึงพอใจและประสิทธิภาพของฟังก์ชันอื่นเพิ่มเติม เช่น ระบบป้ายแสดงคุณภาพสินค้า และการนำทางภายในแอปพลิเคชัน รวมถึงในอนาคตหน้าควรศึกษาข้อมูลปัจจุบันที่ทันสมัย (Update) หรือเพิ่มคุณสมบัติใหม่ที่จะช่วยอำนวยความสะดวกผู้ใช้ระหว่างใช้งานแอปพลิเคชันเพิ่มเติมได้ดียิ่งขึ้น ในการวิจัยครั้งนี้ เน้นการศึกษาเชิงคุณภาพเป็นหลัก อาจขาดการวิเคราะห์เชิงปริมาณ เช่น การทำแบบสอบถามจำนวนมากที่จะช่วยเพิ่มความแม่นยำ และความน่าเชื่อถือของผลสรุป

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรมีการศึกษาคำถามใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) เพิ่มเติม หรือ Chatbot มาช่วยตอบคำถามพื้นฐาน หรือตอบคำถามเฉพาะเจาะจงเกี่ยวกับคำหยาบของสินค้ามือสอง เพื่อลดภาระของผู้ขาย และเพิ่มความรวดเร็วในการสื่อสารกับผู้ซื้อ โดยยังคงรักษาความเป็นส่วนตัว และความจริงจังในการบริการ ควรมีการศึกษาคำถามอื่นที่อาจส่งผลกระทบต่อตัดสินใจซื้อเสื้อผ้ามือสองผ่านแอปพลิเคชันโดยเฉพาะ เช่น ความไว้วางใจในระบบการชำระเงิน การจัดการการขนส่ง นโยบายการรับประกันสินค้า หรือการคืนเงิน เพื่อให้การพัฒนาแอปพลิเคชันในอนาคตมีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- Caulfield, J. (2019). *How to Do Thematic Analysis | Step-by-Step Guide & Examples*. [Online]. Retrieved April 20, 2022, from: <https://www.scribbr.com/methodology/thematic-analysis/>.
- Karl, S. (2020). *The Design Thinking Process – How does it work?*. [Online]. Retrieved April 22, 2022, from: <https://www.maqe.com/insight/the-design-thinking-process-how-does-it-work/>
- Marie, P. (2022). *How to create an app in 2022*. [Online]. Retrieved April 22, 2022, from: <https://www.goodbarber.com/blog/how-to-make-an-app/>
- Mookdamont, S. (2009). Second-hand Clothing: Reflecting the Lifestyles of People in Pattani's Urban Society. *Rusamilae Journal*, 30(1), 51-55. (in Thai)

- Parnkam, S. and Karnjanarojpat, N. (2022). The Factors Influencing Second-Hand Clothing Purchase Decision on Facebook Page in Thailand. *Journal of Multidisciplinary in Humanities and Social Sciences*, 5(3), 1153-1165. (in Thai)
- Renee, F. (2022). *UI vs UX Design: A Definitive Guide*. [Online]. Retrieved April 22, 2022, from: <https://dribbble.com/resources/education/ui-vs-ux-design>