

致理科技大學
休閒遊憩管理系
畢業專題

食破天驚-行動 Menu

專 題 學 生：韓皓鈞、王思雅、郭慧雯、
林吟容、李翊安、張哲維撰

學 號：10523120、10523137、
10523143、10523145、
10523153、10523270、

中 華 民 國 一 百 零 八 年 四 月

摘要

在現今的社會中隨著消費者的飲食習慣改變，造成外食族增加，再加上科技進步，因此有許多餐飲業都開始使用行動點餐 APP，但其功能卻不一定真正的能符合消費者們的需求，因此我們希望可以了解到消費者在使用後的想法，來找出需改善的問題，使廠商未來在設計時，能做出更符合消費者需求的點餐 APP。本專題採用之研究方法為量化研究的問卷調查法，藉由此方式來了解消費者對於點餐 APP 的意見及想法，研究結果發現，目前所使用的點餐 APP 的缺點為會有閃退或當機的問題，而使用的功能大多是點餐、餐點介紹、優惠資訊及訂位為主，因此期許能多增加一些遊戲、查詢等待時間、及時客服等功能，提升整體實用性。

關鍵字：點餐 APP、外食族、餐飲業、飲食習慣、科技進步

目錄

摘要.....	I
表次.....	III
圖次.....	IV
第一章緒論.....	1
1-1 研究背景與動機.....	1
1-2 研究目的.....	3
第二章文獻探討.....	3
2-1 APP 的現代發展.....	3
2-2 企業行銷 APP 的使用概況.....	4
2-3 現代人飲食文化的改變.....	5
2-4 現代餐飲業 APP 的使用現況.....	7
第三章研究方法.....	11
3-1 研究方法.....	11
3-2 研究流程.....	12
3-3 研究架構.....	13
3-4 研究對象.....	15
第四章研究結果分析.....	15
4-1 問卷分析.....	15
4-2 設計結果分析.....	35
第五章結論.....	43
5-1 結論.....	43
5-2 建議.....	44
5-3 研究限制.....	44
參考文獻.....	44
附錄一問卷.....	48

表次

表 1-1 亞太區各地每月外出用餐平均消費金額及成長	1
表 1-2 目前國內餐飲業推出行動 APP 的功能分析	2
表 2-1 國外餐飲業的點餐 APP 使用現況	7
表 2-2 國外餐飲業的點餐 APP 使用現況 (續)	8
表 2-3 國內餐飲業的點餐 APP 使用現況	9
表 2-4 國內餐飲業的點餐 APP 使用現況 (續)	10
表 3-1 問卷構面	14

圖次

圖 2-1 創市際市場研究顧問	4
圖 2-2 2015-2017 企業行銷 APP 相關服務使用比率	4
圖 2-3 111 職涯論壇	6
圖 2-4 產銷履歷農產品標示事項	6
圖 3-1 本研究流程圖	13
圖 3-2 本研究架構圖	14
圖 4-1 性別	16
圖 4-2 年齡	16
圖 4-3 教育程度	17
圖 4-4 職業	17
圖 4-5 婚姻狀況	18
圖 4-6 你是否曾經使用過點餐 APP 來點餐？	18
圖 4-7 使用點餐 APP 的頻率	19
圖 4-8 大多使用哪街店家的點餐 APP？	19
圖 4-9 大多會使用點餐 APP 何種功能	20
圖 4-10 您是透過何種通路來得知點餐 APP？	20
圖 4-11 店家名稱	21
圖 4-12 請問您是第一次使用此店家的 APP？	21
圖 4-13 請問您來此店的次數為？	22
圖 4-14 請問您是從哪裡得知此店 APP 的資訊？〈可複選〉	22
圖 4-15 點餐 APP 使用功能：〈可複選〉	23
圖 4-16 請問您對版面配置滿意嗎？	23
圖 4-17 請問您對操作流暢度滿意嗎？	24
圖 4-18 您使用 APP 過程中是否有遇到問題？	24
圖 4-19 請問您使用具有點餐 APP 的餐廳更有消費意願嗎？	25
圖 4-20 使用點餐 APP 是方便的	25
圖 4-21 使用點餐 APP 是簡單容易的	26

圖 4-22 使用點餐 APP 的功能能符合我的需求	26
圖 4-23 點餐 APP 快速值得使用的	27
圖 4-24 使用點餐 APP 是新奇的體驗	27
圖 4-25 使用點餐 APP 是有趣的	28
圖 4-26 使用點餐 APP 是愉悅的	28
圖 4-27 使用點餐 APP 能夠讓我感到驕傲	29
圖 4-28 使用點餐 APP 能夠展現獨特性	29
圖 4-29 使用點餐 APP 能夠吸引別人的目光	30
圖 4-30 點餐 APP 服務的功能不如想像中的完善	30
圖 4-31 點餐 APP 服務的實用性不夠高	31
圖 4-32 點餐 APP 服務其效率不如我預期	31
圖 4-33 點餐 APP 整體滿意度	32
圖 4-34 請問您對服務向務齊全滿意嗎?	32
圖 4-35 是否會把點餐 APP 推薦給其他人使用	33
圖 4-36 是否會因為點餐 APP 而吸引您再次前來消費	33
圖 4-37 請問您願意因為促銷活動而使用此 APP 嗎?	34
圖 4-38 APP 首頁	35
圖 4-39 APP 菜單	36
圖 4-40 APP 判別會員	37
圖 4-41 APP 註冊會員	38
圖 4-42 APP 登錄會員	39
圖 4-43 APP 點餐紀錄	40
圖 4-44 APP 結帳	41
圖 4-45 APP 優惠活動	42
圖 4-46 APP 分店資訊	43

第一章緒論

1-1 研究背景與動機

隨著現代人消費及飲食習慣的改變，再加上平時工作繁忙，以致於三餐幾乎都是依靠外食解決。根據萬事達卡（2017）的調查顯示（表 1-1），台灣的外食人口每月在外用餐的平均花費為新台幣 7,178 元，高居大中華區第一名，若與台灣去年調查每月平均的 4,973 元相比，成長率高達 44.34%，將近亞太區平均成長率 10.59% 的 4 倍之多，且超越了中國大陸每月平均 6,940 元及香港 7,093 元，消費金額僅次於南韓、澳洲、新加坡。從以上觀點可以看出台灣的消費者為飽口慾不手軟。經濟部表示，2018 上半年餐飲業營收達 2,355 億元，創歷年同期新高，年增率 4.7%，創近 7 年最大增幅；且隨著景氣續升、餐飲服務需求持續增加，展店與新品牌推升，營業額可望再創新高。社群網路的資訊擴散效應，帶動餐飲消費需求擴增，餐飲業營業額自 91 年逐年攀升，102 年突破 4 千億元，106 年續升至 4,523 億元，其中餐館業占 84.6% 居最大宗，飲料店業則占 11.3%，其他餐飲業為 4.1%（中時電子報，2018）。

表 1-1 亞太區各地每月外出用餐平均消費金額及成長率 單位：%及 NTD

排名	國家或地區	成長率(%)	新台幣(NTD)
	亞太區	10.59	85,767
1	斯里蘭卡	72.06	2,832
2	印尼	65.71	3,990
3	澳洲	50.73	11,970
4	臺灣	44.34	7,178
5	印度	41.38	12
6	馬來西亞	31.86	6,450
7	泰國	22.17	5,229
8	中國大陸	11.46	6,940
9	南韓	4.96	11,989
10	菲律賓	3.97	3,498
11	日本	2.54	5,955
12	新加坡	0.07	8,427
13	香港	-10.24	7,093
14	越南	-16.71	3,231
15	紐西蘭	-17.28	6,342
16	孟加拉	-44.21	1,226
17	緬甸	-49.01	583

資料來源：萬事達卡提供

根據法國《歐洲時報》報導，外賣送餐公司 Deliveroo 進行的調查顯示，從打電話訂餐到網路訂餐，英國人平均每人每年花 1,000 英鎊（約 4,363 台幣）叫外賣，平均每個月 80 英鎊約 3,262 台幣，其中 58% 受訪者最愛中式餐點，以倫敦人最多，是實至名歸的「外賣首都」。倫敦人平均每月外賣的消費額高達 107 英鎊（約 40,780 台幣），愛丁堡為 92 英鎊（約 3,751 台幣），排名第二。再來是伯明翰 89 英鎊（約 3,629 台幣），萊切斯特和牛津均為 87 英鎊（約 3,547 台幣），則曼徹斯特為 83 英鎊（約 3,384 台幣）。調查發現，大部分受訪者認為簡易快速的網路訂餐服務最適合爭分爭秒的生活！約 86% 受訪者表示，喜歡或願意嘗試各國不同的口味（環球網，2016）。

上述各項資料都一再顯示，隨著現代人的工作越來越繁忙，多數人都選擇外食較為方便，因此外食人口每年都在逐漸攀升，但等餐時間也因此拉長。隨著智慧型手機普及與社群網路的活絡，為促進行銷及提升服務效率，餐飲業服務模式也隨著行動裝置而改變。有科技業者為解決外食族的困擾，趁勢推出美食外帶、外送的預約 APP 服務，此服務除了可簡化並節省使用者的購物時間外、更可為商家招攬更多的顧客（台灣好新聞，2017）。經濟部統計，106 年經營網路社群或 LINE 的業者占 54.1%，提供線上訂位或點餐服務占 23.3%，提供手機支付服務占 17.2%，其中手機支付服務較上年提高 10.5 個百分點，未來在行動生活趨勢持續帶動下，可望繼續提升（中時電子報，2018）。

為解決外食族的痛苦，「快速取餐+節省餐費」成為一大重點（台灣好新聞，2017），假如顧客在線上訂餐完成後，就能立刻知道該取餐的時間，這樣就不用多等待製作餐點的時間；如果在結帳的時候又不用拿出現金，直接用第三方支付來結帳，這樣用餐就可以方便許多。如果顧客在有外送需求的情況下，訂餐系統可以提供部分的外送費折抵優惠，讓顧客不必花昂貴的費用來用餐，也能吸引更多的顧客來使用訂餐系統。

表 1-2 目前國內餐飲業推出行動 APP 的功能分析

功能 店名	餐點 資訊	餐廳 簡介	遊戲	優惠 資訊	預估等 候時間	點餐	帳單 資訊
御牛殿	✓						
點爭鮮			✓		✓	✓	✓
彌生軒					✓	✓	✓
愛茶棧	✓					✓	✓
小蒙牛	✓					✓	
瓦城	✓	✓			✓		

資料來源：自行整理

根據上述表格顯示，我們可以發現目前國內擁有的點餐 APP 功能，點餐功能、點餐資訊以及帳單功能較為齊全，而其他的功能例如：餐廳簡介、遊戲、優惠資訊、預估等待時間則較為不足，有鑑於現代人較為忙碌的步伐，我們必須研究建立出一套點餐 APP 來彌補這些比較不足的功能，尤其是等候時間，對於忙碌的消費者來說特別重要。然而我們並不知道上述那些缺乏的功能，比如餐廳簡介、遊戲、優惠資訊、預估等待是否是消費者真的不需要，還是廠商覺得不需要，現有的功能也不清楚是顧客需要，還是廠商覺得需要，所以我們將把研究設計完成的點餐 APP 在未來提供給企業參考，一套功能完整的點餐 APP，不但能讓消費者享受到更好的服務品質，也能有效提供餐飲業本身的競爭力，更能使企業節省人力資源和成本。

1-2 研究目的

基於上述的研究背景與動機，本文研究目的主要在探討分析臺灣點餐 APP 的未來趨勢及改善方案。因此本文研究希望達成的目的如下：

1. 依據目前 APP 的現況來探討未來的趨勢
2. 做出點餐 APP 未來可供企業參考

第二章文獻探討

2-1 APP 的現代發展

所謂 APP，即泛指安裝使用於智慧型手機及平板電腦等行動裝置上的軟體；由於這些設備的商品不斷推陳出新，雖然價格不比過去平易近人，但功能隨著價格越來越貴也越來越好，加上通訊網路的發達，傳輸速率大幅提升等因素，使得越來越多人使用手機或平板電腦與親人、朋友作互動，聊天、收發 email、玩社群網路、撰寫文章、玩遊戲等，成為生活上不可或缺的工具（台北市政府警察局，2014）。

在台灣，人手一機的情況越來越多，甚至連孩童都有智慧型手機，而其中，智慧型手機用來使用 APP 的人數與使用時間更是逐年上升，根據創市際市場研究顧問（圖 2-1）指出，APP 使用率以「社交即時通訊類」比例最高，其次是「遊戲類」與「商業財經類」，而「購物／生活品味」類及「旅遊／交通」類等 APP 則排名第三（創市際市場研究顧問，2017）。

圖 2-1 創市際市場研究顧問 單位：%



資料來源：創市際市場研究顧問

2-2 企業的行銷 APP 的使用概況

根據東方線上 E-ICP (2018) 的資料 (圖 2-2) 顯示, 2017 年消費者使用過企業銷 APP 相關服務的比重已接近四成, 且出現連年提升的態勢。業者透過 APP 的行銷操作, 已快速涉入消費者的生活當中。換言之, APP 介面在消費者購物旅程中的角色愈來愈重! 1/3 的消費者使用過企業 APP, 份量漸增的消費節點。比較族群差異, 25-49 歲的中堅族群使用比率超過四成, 且在 3 年間的成長也最為明顯, 是帶動整體 APP 使用比例的最大族群; 其次為 24 歲以下的年輕族群, 他們的成長比率也超過 20%; 值得注意的是, 50 歲以上的族群也有顯著的提升, 2015 年使用的比率不到 2%, 2017 年已突破 15%。此現象可以看出, 在此股企業行銷 APP 爆發性的擴張浪潮中, 除了年輕及青壯族群外, 熟年族群也展現不可輕忽的成長力道。

圖 2-2 2015-2017 企業行銷 APP 相關服務使用比率 單位：%



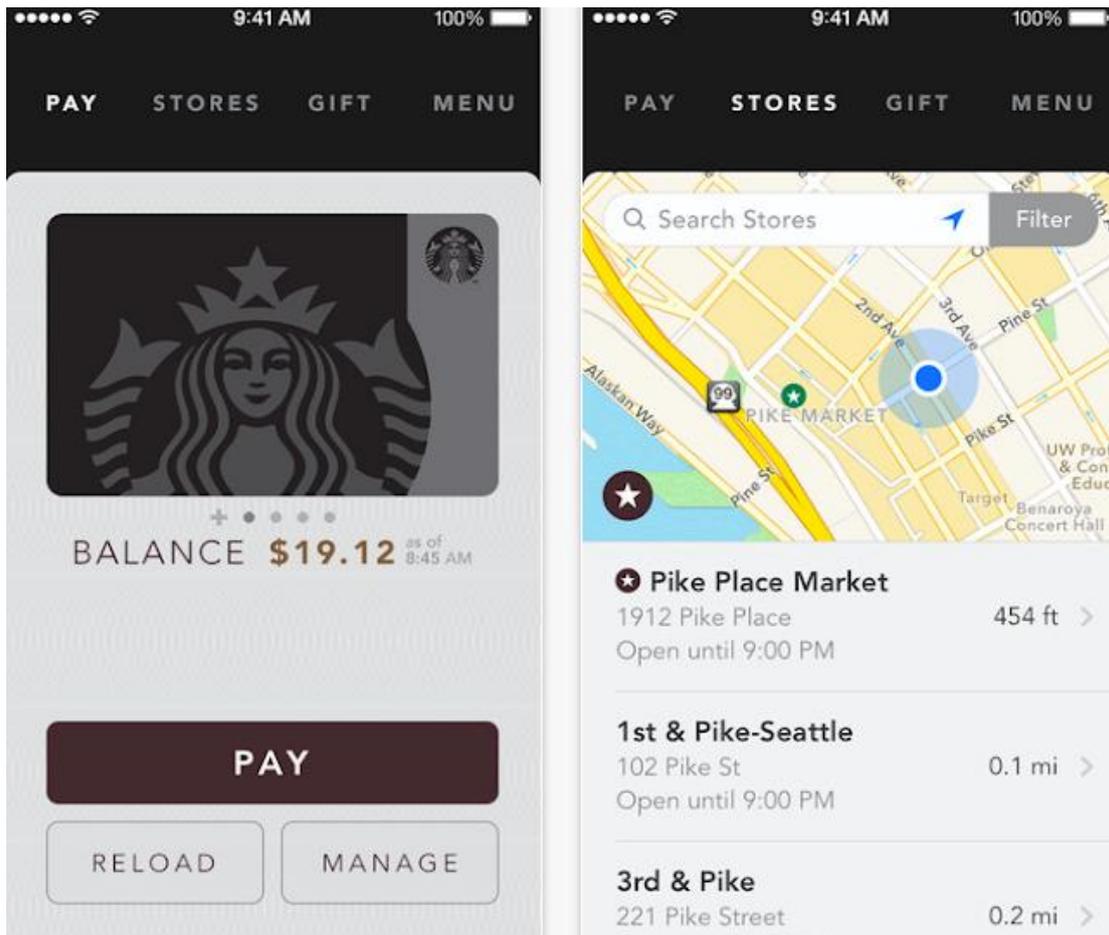
資料來源：東方線上 E-ICP 歷年資料

儘管各類 APP 服務面向的使用比率皆提高，但透過東方線上的族群分析，可發現 50 歲以上的民眾，仍以查詢等被動性功能為主，而 49 歲以下民眾則已涉入直接性的消費行為。50 歲以上的使用者大多為這兩年才加入，對於一些進階功能仍較陌生。因此，業者應該思考熟年族群的網路使用習慣，透過流程、介面等設計，降低使用障礙及熟悉時間，來達到更好的效果。進一步觀察消費者對於企業 APP 的使用功能，首要仍以獲取折扣券的比率最高，其次主要為各類搜尋功能，包括搜尋門市、商品目錄、訂餐、集點等等。綜觀整體企業 APP 使用趨勢，可發現不僅僅是使用人數的大幅增加外，企業 APP 上的各種功能也是愈來愈受到消費者的依賴。以超商雙雄為例 OINT APP，目前點數平台 APP 會員已超過百萬人。全家更以 APP、集點、購物三方串連的策略，成功吸引消費者加入，會員人數已達 460 萬人，並帶來更強的銷售力道。上述的案例顯示以 APP 為機制的會員行銷活動，會員模式多元化，是未來市場兵家必爭之處，本文將觀察台灣消費者在企業行銷 APP 的使用情況，並比較各類市場指標，以探討未來市場上的潛在機會。目前皆將虛擬的會員經營，作為行銷策略的重點，7-11 透過電子票證 icash 串接點數平台 OPENP。APP 介面可以提供即時、主動的訊息。因此，如何在對的時候，提供對的內容，是業者需要掌握的課題。此部分可以透過專業的市場調查，瞭解不同族群的消費偏好，再依據這些特徵，由 APP 推播各族群感興趣的內容，可望達到更好的效果。（東方線上，2018）

2-3 現代人飲食文化的改變

從前因為科技不發達生活不富裕，人們追求的是吃飽就好，點餐的方式也是簡單的人力點餐，但是，隨著時間的推進，科技日新月異的進步，人們的經濟也開始有了穩定的發展，所以現在追求的是吃得安心吃得健康，以及點餐的便利性。比如連鎖咖啡店 Starbucks 宣布將在美國西雅圖與紐約 2 地，推出 APP 點餐外送服務（圖 2-3），讓消費者在 Starbucks 的行動 APP 中，完成點餐、付費與外送指定（111 職涯論壇，2015）。

圖 2-3 111 職涯論壇



資料來源：111 職涯論壇

然後德國的's Baggers 餐廳為了因應現代人們的飲食習慣而在菜單上還貼心標示食物的熱量及營養價值，目前泰國也有產品外表有二維條碼可以識別出產品類別、產品名稱、認證年分、企業編號以及認證月分等重要信息，讓消費者能吃得安心（QR-CODE 應用，2010）。

圖 2-4 產銷履歷農產品標示事項



2-4 現代餐飲業 APP 的使用現況

在過去，人們對於點餐的方式大多習慣人力的點餐，直到 weiby I -store 開始第一個點餐 APP 出現，人們的點餐方式開始慢慢有了新的方式，時至今日點餐 APP 開始趨於成熟。因此，我們想著如果把 APP 應用在餐飲業這一塊呢？我們觀察到類似的 APP 在台灣並不盛行，目前點餐 APP 比較成熟的餐廳整理如下：

國外：

表 2-1 國外餐飲業的點餐 APP 使用現況

店名	馬雲無人餐廳	麥當勞	Le Petit Chef
國家	大陸	大陸	法國
使用載具	桌面顯示屏	1. 自助點餐機 2. 二維碼 3. 打通線上線下的互動體驗遊戲 4. 電子互動牆	桌面 3D 投影
功能	1. 刷臉支付，出去店外自動支付寶結帳 2. 多人同時點餐 3. 依歷史紀錄提供個性化推薦餐點 4. 玩遊戲上網	1. 支付寶結帳 2. 點餐 3. DIY 漢堡及加餐 4. 獲得對應取餐號，取餐處設有滾動屏幕	出現小人物做菜表演給客人觀賞
優點	1. 無須準備錢包手機即可點餐和結帳 2. 無須搶菜單看 3. 減少等餐的無聊時間 4. 成本支出大約只有傳統餐廳的四分之一	1. 不會大量人擁擠在取餐處 2. 可自由搭配的 24 種食材 3. 根據桌面自動定位送餐到桌 4. 吸引年輕族群 5. 等待時間不會無聊	1. 裸眼 3D 技術，讓觀看者可以看到立體的虛擬人物 2. 等餐的時候不再無聊
缺點		1. 比人工點餐多耗時了 48 秒 2. 下完單還要再掃一次桌上二維碼，以便確認顧客位置有點繁瑣 3. 很多顧客忘了二次掃碼，使送餐服務員要	

		滿房間詢問是哪位顧客點的餐	
--	--	---------------	--

資料來源：

蘋果體驗；2017，「刷臉時代來了 2 秒點餐 5 秒進站 直擊上海 杭州 北京」，蘋果日報：<https://tw.Appledaily.com/headline/daily/20171119/37850007>。2018/11/05。

溫子豪；2018，「麥當勞自助點餐試跑 刷卡結帳能送餐到桌」，卡優新聞網：<https://www.cardu.com.tw/news/detail.php?35362>。2018/11/08。

Winnie；2017，「馬雲無人餐廳今天開業，沒有一個點菜員、收銀員，不用手機，不用錢包」，轉引互聯網熱點：<https://life.tw/?APP=view&no=681291>，2017。2018/11/03。

搜狐媒體平台；2017，「全息 3D 投影餐廳，人均消費則高達 3000 元」，搜狐媒體平台：<https://m.sohu.com/n/488912942>。2018/11/05。

huang1983；2016，「未來的餐廳長怎樣？來看看麥當勞在北京的第一家概念店」，轉引惜墨，36 氪：<https://36kr.com/p/5042800.html>，2016。2018/11/09。

表 2-2 國外餐飲業的點餐 APP 使用現況 (續)

店名	E la Carte	必勝客	Eatsa 餐廳
國家	美國	美國	美國
使用載具	平板裝置	觸控點餐桌	iPad
功能	<ol style="list-style-type: none"> 1. 點餐 2. 各項餐點資訊提供 3. 遊戲 4. 付款功能 5. 供顧客輸入個人 E-mail，加入餐廳會員 6. 內建信用卡讀卡機 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 點餐 2. 付款 3. 玩遊戲 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 自動讀取你的卡片持卡人信息 2. 點餐 3. 刷卡支付 4. 有食物的營養搭配介紹
優點	<ol style="list-style-type: none"> 1. 方便店家在座位上為客人提供結帳服務，免除了顧客許多等待的時間 2. 即時取得餐廳資訊與服務 3. 讓顧客選擇在結帳後，將收據直接 mail 至個人的信箱 4. 具有長效電源，可因應用餐廳長時間使用 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 尺寸大小、放番茄醬與否、起司份量的多寡到上面的配料的選擇與搭配，愛怎麼放就怎麼放 2. 不覺得等餐時間無聊 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 僅需十分鐘 2. 節省大部分的人工成本、運營成本

資料來源：

Sanji Feng；2014，「Pizza Hut 的概念觸控餐桌讓妳自己動手做 Pizza」，engadget 中文版：<https://chinese.engadget.com/pizza-hut-touch-table>。2018/11/04。

林蕙茹；2014，「必勝客觸控餐桌讓你動手自由搭配披薩」，轉引 AMANDA KOOSER，CNET HOME：<https://www.cnet.com/news/pizza-hut-table-lets-you-touch-screen-your-toppings>。2018/11/04。

賴麗秋；2014，「平板電腦點餐系統 助餐飲業者提升服務品質與業績」，DIGITIMES 科技網：https://www.digitimes.com.tw/iot/article.asp?cat=130&id=0000229573_ve345nl7848poj2sxjoik。2018/11/06。

李小雙；2014，「餐飲數字化時代，E la Carte 平板電腦的活法」，每日頭條：<https://kknews.cc/zh-tw/tech/v9pmn52.html>。2018/11/04。

Kryptoners；2014，「為餐廳和酒店業開發平板電腦的 E la Carte 公司獲 1350 萬美元 B 輪融資」，36 氪：<https://36kr.com/p/204191.html>。2018/11/03。

國內：

表 2-3 國內餐飲業的點餐 APP 使用現況

店名	御牛殿	點爭鮮	彌生軒 (Yayoi)
國家	國內	國內	國內
使用載具	QR-CODE	iPad	iPad
功能	<ol style="list-style-type: none"> 1. 即時查詢這些食材的產地、生產者及生產紀錄 2. 將視消費者反應，進一步運用雲端服務建構便利的資訊系統 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 點餐 2. 查詢消費明細、送餐狀態 3. 按結帳後須自行將帳單送至櫃台付款 4. 遊戲 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 點餐 2. 查詢料理運作狀況 3. 顯示總金額 4. 多國語言介面
優點	<ol style="list-style-type: none"> 1. 追溯食材產地來源 2. 讓消費者更直接感受產銷履歷食材安全性與資訊公開的特性 3. 協助更多餐飲業者共同支持產銷履歷驗證制度，維護消費者食的安全與知的權利 4. 提升消費者對餐廳的信任度 5. 增添消費者享用料理時的安心感 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 超省力卻不打折的服務方式 2. 點餐金額滿 300 元，可以玩 1 次平板遊戲，遊戲中獎就送《精美小禮》1 份，讓客人想點更多餐點 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 節省人力 2. 說明清楚 3. 無壓力
缺點			螢幕尺寸太小

資料來源：

農委會(企劃處)；2012，「國內餐廳首創食材溯源公布欄，選用產銷履歷農產品，溯源餐廳好 easy」，農業新聞：https://www.coa.gov.tw/theme_data.php?theme=news&sub_theme=agri&id=4556。

2018/11/21。

林君翰；2018，「可追溯食材市場穩步提升，通路串聯生產與消費端，共同為安全農產品把關」，豐年雜誌：https://www.agriharvest.tw/theme_data.php?theme=article&sub_theme=article&id=2477。

2018/11/21。

表 2-4 國內餐飲業的點餐 APP 使用現況 (續)

店名	愛茶棧	小蒙牛	瓦城
國家	國內	國內	國內
使用載具	iPad	平板	手機
功能	<ol style="list-style-type: none"> 1. 點餐 2. 餐廳廚房同步收到訂單 3. 服務鈴 4. 檢視餐點內容，並確認結帳金額 5. 有三次以上的餐點確認 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 服務鈴 2. 點餐 3. 顯示菜單 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 訂位 2. 可查詢等待時間
優點	<ol style="list-style-type: none"> 1. 帶來讓顧客感覺自在的用餐氣氛 2. 客人覺得新奇有趣 3. 節省人力成本 4. 減低出錯餐的機率 5. 修改新增菜單輕鬆簡易 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 方便又快速 2. 可以控制送餐份量，避免客人自取過多造成浪費自助區有時候會被弄得很髒(冰淇淋挖得亂七八糟、水果東挑西揀) 3. 不易漏單 	
缺點		連線不穩，需叫服務人員	不用在店裡等待，有其他時間能去附近逛逛

資料來源：微碧愛普科技；2016，「微碧智慧店面—餐飲 iPad POS X 點餐 APP」，微碧愛普科技：<https://reurl.cc/z60v6>。2018/11/21。

島民食庫；2016，「[府中美食] 愛茶棧 i 茶棧 Love Tea 創意空間 時尚茶坊」，隨意窩：<https://reurl.cc/9R0jV>。2018/11/22。

大口；2015，「【板橋吃到飽】小蒙牛頂級麻辣養生鍋·肉質一流、食材新鮮! 火鍋聚餐方便好去處!」，窩客島：<https://reurl.cc/8NYKX>。2018/11/22。

小可可阿姨；2016，「【中壢。食】小蒙牛頂級麻辣養生鍋(中壢店)*價格.. 變貴了! 點餐.. 變科技了ㄟ!」，隨意窩：<https://reurl.cc/a4EoZ>。2018/11/22。

目前依照國內的點餐 APP 來看，APP 所帶來的效益以方便、省時以及容錯率高為基本需求。像是御牛殿，提供可以追查產地的服務，讓消費者可以清楚知道自己吃的東西來自哪裡，給予了點餐 APP 更多的附加價值，提供消費者更好的體驗。而國外的方面，除了方便、省時，還有其他更多的附加價值，像是無須準備錢包即可點餐（支付寶），裸眼 3D 技術，讓觀看者可以看到立體的虛擬人物，等待過程不再無聊，以及收據自動送到信箱等，不過點餐 APP 卻也因為必須要在螢幕上操作才能完成點餐，因此有些消費者會覺得有點費時，畢竟沒辦法像人工點餐一樣，用口訴即可完成點餐動作，再加上每家餐廳的網速不一，因此會讓點餐因為連線問題而使速度更慢，再來為了減少成本，雇主會讓 APP 裝置整體變小，所以消費者在使用時會因為螢幕小而造成點餐不易，有些比較複雜的餐點組合，也會受限於螢幕版面問題，而較難呈現給消費者看，業者在將來必須要盡快改善這些問題。

第三章研究方法

3-1 研究方法

本研究採用「問卷調查法」來收集消費者對各種餐廳的點餐 APP 的意見和使用的感受，藉由這些調查的結果，以達到開發 APP 所需的內容。

問卷調查法也稱問卷法，是調查者運用統一設計的問卷向被選取的調查對象瞭解情況或徵詢意見的調查方法。是以書面提出問題的方式搜集資料的一種研究方法。研究者將所要研究的問題編製成問題表格，以郵寄方式、當面作答或者追蹤訪問方式填答，從而瞭解被試對某一現象或問題的看法和意見，所以又稱問題表格法。問卷法的運用，關鍵在於編製問卷，選擇被試和結果分析（MBA 智庫百科，2015）。

問題的種類：

問卷中要詢問的問題，大體上可分為四類：

1. 背景性問題：主要是被調查者個人的基本情況。
2. 客觀性問題：是指已經發生和正在發生的各種事實和行為。
3. 主觀性問題：是指人們的思想、感情、態度、願望等一切主觀世界狀況方面的問題。
4. 檢驗性問題：為檢驗回答是否真實、準確而設計的問題。

問題的結構：

1. 按問題的性質或類別排列，而不要把性質或類別的問題混雜在一起。
2. 按問題的複雜程度或困難程度排列。
3. 按問題的時間順序排列。

設計問題的原則：

要提高問卷回覆率、有效率和回答質量，設計問題應遵循以下原則：

1. 客觀性原則：即設計的問題必須符合客觀實際情況。
2. 必要性原則：即必須圍繞調查課題和研究假設計最必要的問題。
3. 可能性原則：即必須符合被調查者回答問題的能力。凡是超越被調查者理解能力、記憶能力、計算能力、回答能力的問題，都不應該提出。
4. 自願性原則：即必須考慮被調查者是否自願真實回答問題。凡被調查者不可能自願真實回答的問題，都不應該正面提出。

表述問題的原則：

1. 具體性原則：即問題的內容要具體，不要提抽象、籠統的問題。
2. 單一性原則：即問題的內容要單一，不要把兩個或兩個以上的問題合在一起提。
3. 通俗性原則：即表述問題的語言要通俗，不要使用被調查者感到陌生的語言，特別是不要使用過於專業化的術語。
4. 準確性原則：即表述問題的語言要準確，不要使用模稜兩可、含混不清或容易產生歧義的語言或概念。
5. 簡明性原則：即表述問題的語言應該儘可能簡單明確，不要冗長和囉嗦。
6. 客觀性原則：即表述問題的態度要客觀，不要有誘導性或傾向性語言。
7. 非否定性原則：即要避免使用否定句形式表述問題（MBA 智庫百科，2015）。

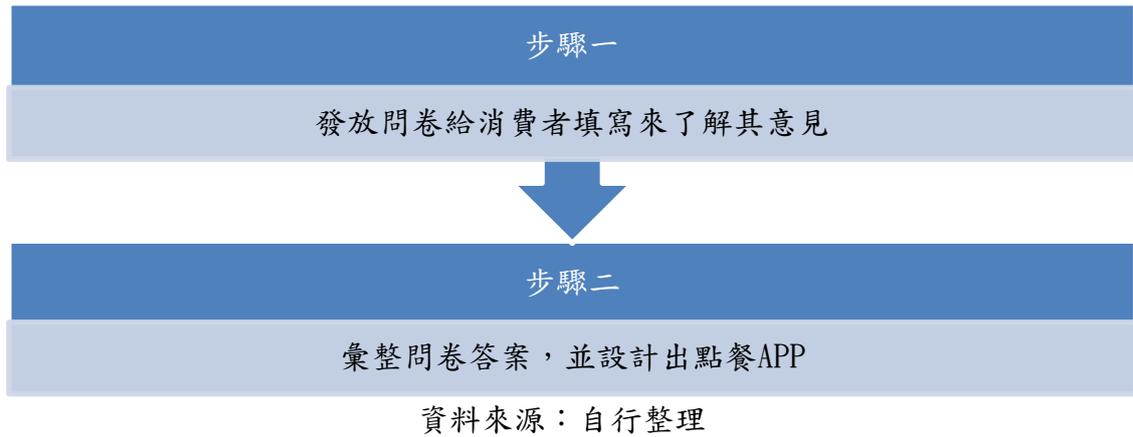
3-2 研究流程

本研究之研究流程，在研究並收集相關文獻及各餐廳點餐 APP 的資訊後，為了能讓本研究做出來的點餐 APP 能符合市場所需，我們針對各家 APP 的點餐缺點並改善後，最後確定研究對象為目前台灣有使用點餐 APP 的店家的消費者。而本研究之問卷是參考由張宸榮、葉子齊、陳韋嘉所做的速食店 APP 滿意度調查—以淡水商工為例的問卷來做設計，其中我們為了要得知消費者在使用點餐 APP 時是否感到新奇，或是方便快捷，因此增加了「使用點餐 APP 是方便的」、「使用點餐 APP 是新奇的體驗」的題目，來得知消費者的看法，再來為了調查點餐 APP 是否會影響消費者的消費意願，因而增加了「使用具有點餐 APP 的餐廳會因此更有消費意願嗎」的題目，除此之外，我們更增加了使用點餐 APP 時的滿意度調查問題，期許能藉此了解到消費者對於點餐 APP 的改善意見，並針對那些意見來改善現有點餐 APP 不足的地方，設計出一款更符合消費者需求的點餐 APP，讓消費者能使用得開心。

一、針對消費者發放問卷，其內容的勾選結果會顯示出消費者對於點餐 APP 的意見及想法，藉由此方式來改善 APP 的缺點並做出符合消費者需求的點餐 APP，此階段為量化研究。

二、將收回的問卷資料做彙整，了解消費者的意見及需求，再設計出一款更能符合大眾需求的點餐 APP。

圖 3-1 本研究流程圖



3-3 研究架構

根據研究目的並參考文獻研究及資料後的結果，本研究將針對目前台灣現有點餐 APP 功能不完善的地方做改善，以滿足消費者實際的需求，進而研發出一款符合消費者用餐前、用餐中、用餐後的需求之點餐 APP，本研究針對研究對象為台灣現有點餐 APP 的店家之消費者，初步劃分為前中後三個階段，以求能提供消費者更完善且方便的服務，以下為三階段的詳細介紹內容。

一、用餐前

安心：可以看到詳細的菜單內容及其所使用的食材，能夠更放心的點餐。

開心：可以事先得知店內的優惠資訊，使消費者可以用最優惠的價格來購買餐點。

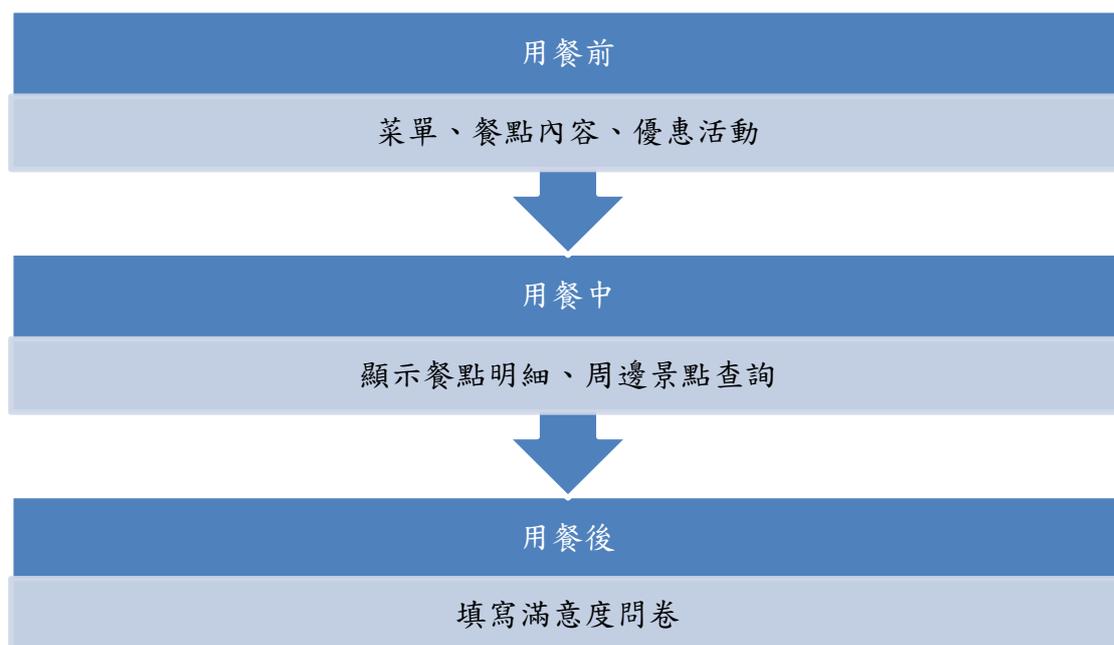
二、用餐中

貼心：點完餐後可以看到這次的餐點明細，並且也能夠在用餐時先查看周邊景點資訊，以便安排之後的行程。

三、用餐後

用心：在用完餐後，能將本次所體驗到的服務感受填入滿意度問卷，使業者可以將其加以改善，來提升整體的服務品質。

圖 3-2 本研究架構圖



資料來源：自行整理

表 3-1 問卷構面

構面		題號	問題
人口統計(第一部分)		1	性別
		2	年齡層
		3	教育程度
		4	職業
		5	婚姻狀況
消費者使用習慣(第二部分)		1	你是否曾經使用過點餐 APP 來點餐
		2	使用點餐 APP 的頻率
		3	大多是使用哪間店家的點餐 APP
		4	大多會使用點餐 APP 何種功能
		5	您是透過何種通路來得知該點餐 APP
行為變數(第三部分)	行為模式	1	店家名稱
		2	請問您是否是第一次使用此家店的 APP
		3	請問您來此店的次數為
		4	請問您是從哪裡得知此店家 APP 的資訊
	流暢度	5	點餐 APP 使用功能
		6	請問您對版面配置滿意嗎
		7	請問您對操作流暢度滿意嗎
		8	請問您使用 APP 過程中是否有遇到問題

心理變數(第三部分)	個人價值	9	請問您使用具有點餐 APP 的餐廳會更有消費意願嗎 使用點餐 APP 是方便的 使用點餐 APP 是簡單容易的 使用點餐 APP 的功能能符合我的需求 點餐 APP 是快速值得使用的 使用點餐 APP 是新奇的體驗 使用點餐 APP 是有趣的 使用點餐 APP 是愉悅的
		10	
		11	
		12	
		13	
		14	
	15		
	16		
	社會價值	17	
18		使用點餐 APP 能夠展現獨特性	
19		使用點餐 APP 能更吸引別人的目光	
功能價值	20	點餐 APP 服務 的功能不如想像中的完善 點餐 APP 服務的實用性不夠高 點餐 APP 服務其效率不如我預期 點餐 APP 整體滿意度	
	21		
	22		
	23		

3-4 研究對象

本研究的研究對象為「台灣現有使用點餐 APP 的店家之消費者」，依據其所填寫的意見來設計出一款功能更完善的點餐 APP。問卷發放方式我們將以網路問卷的形式發放，再加上去店家門口請有使用點餐 APP 的消費者來填寫電子問卷，發放總數為 453 份，回收率 100%、回收問卷數為 453 份，其中 451 份為有效問卷，2 份為無效問卷。

第四章研究結果分析

4-1 問卷分析

第一部分 基本資料

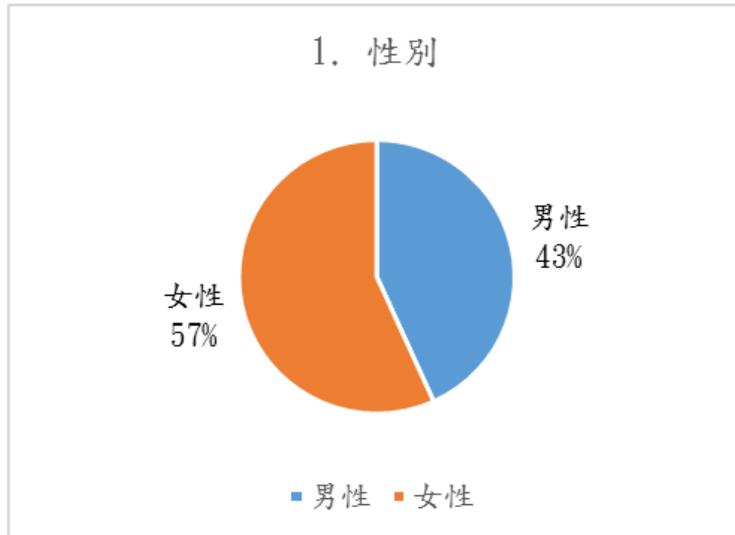


圖 4-1 性別 單位：%

根據圖 4-1 可以得知，研究對象的性別女性比例佔多數，其原因可能為本研究團體周遭環境多以商業學校為主，而商科學生大多是女性居多，因此女性比例較男生比例多了 14%。

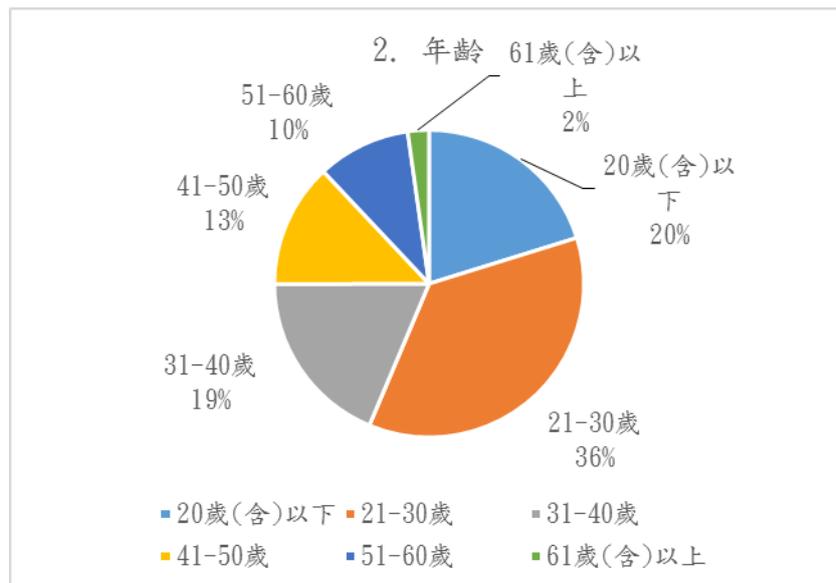


圖 4-2 年齡 單位：%

根據圖 4-2 的圖表，我們可以發現主要年齡層是落在 21-30 歲，有 36%，其次為 20 歲（含）以下 20%，兩者相加的比例高達 56%，其原因可能是因為本研究團體成員都還是學生，問卷發放對象大多是針對學生族群，因此 21-30 歲的比例佔較高。

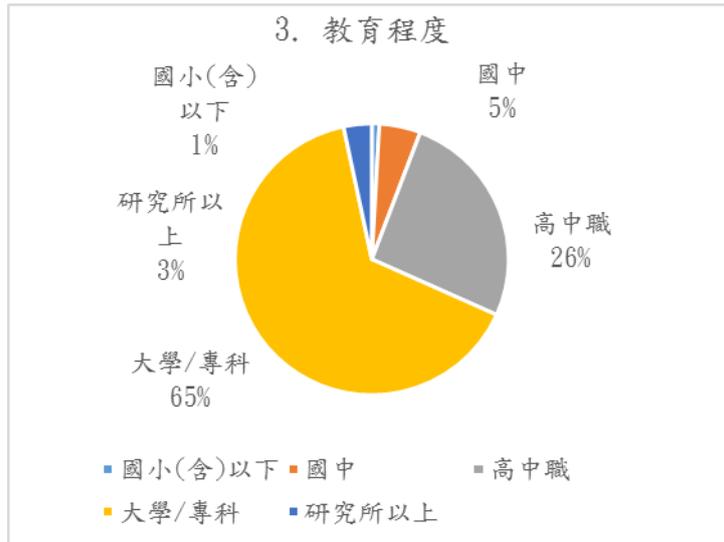


圖 4-3 教育程度 單位：%

根據圖 4-3 的圖表，我們可以得知在教育程度上，大多為大學/專科學歷，比例上高達 65%，原因可能為研究對象多為年輕族群，再加上現代的教育趨勢為大學/專科畢業為主，因此比例才會佔為多數。

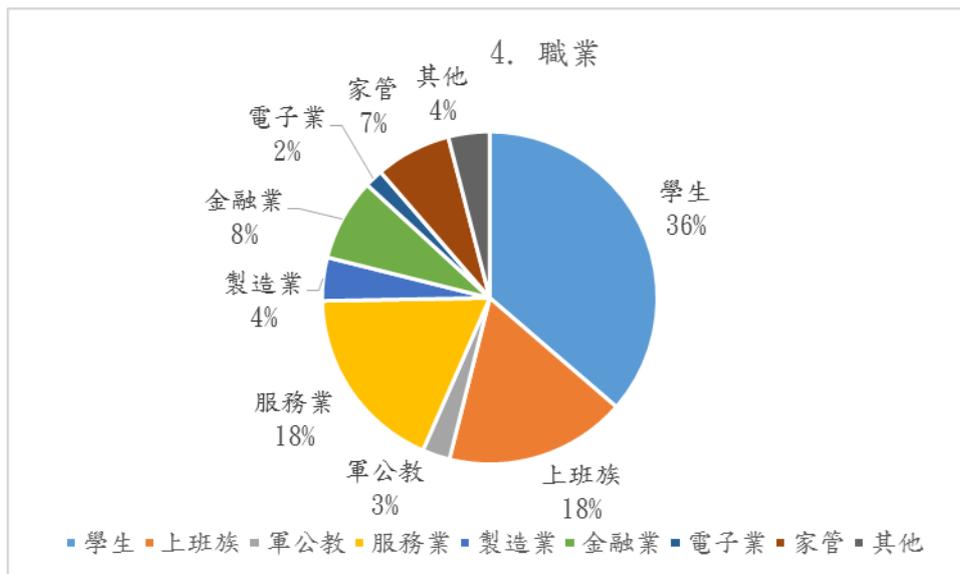


圖 4-4 職業 單位：%

根據圖 4-4 的圖表，我們可以發現在職業方面，所占比例較高的為學生族群 36%和服務業及上班族 18%，原因可能是因為本研究團體成員都還是學生，因此問卷發放大多是以學生為主，比例相對佔比較高，而在現今的社會上大多數人會選擇職缺較多或是薪水較穩定的工作，因此在所從事的行業中以較為普遍的服務業及上班族居多。

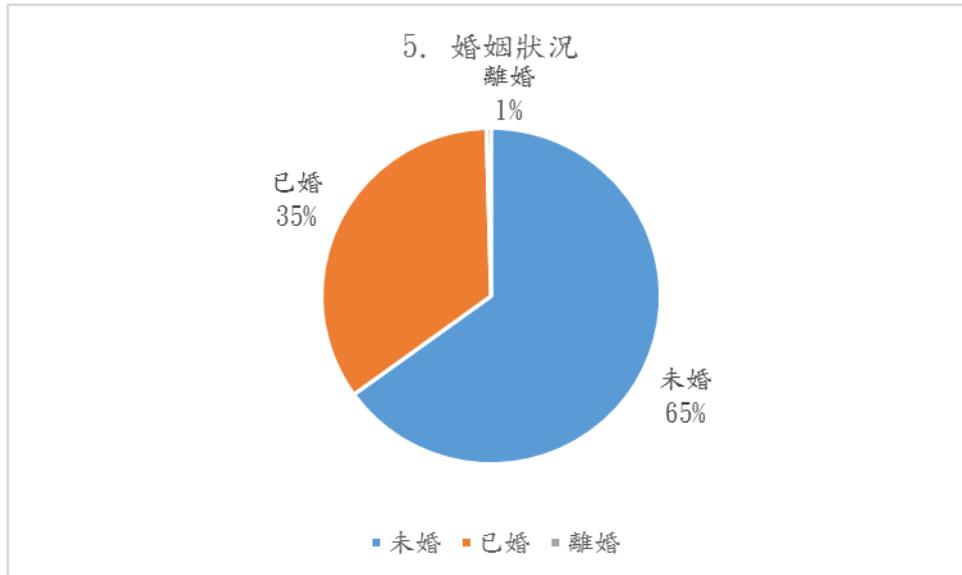


圖 4-5 婚姻狀況 單位：%

根據圖 4-5 的圖表，我們可以發現在婚姻狀況方面，未婚人數的比例高達 65%，已婚 35%，其原因可能是因為主要研究對象為學生族群以及現代人經濟壓力大和不婚主義的意識抬頭，因此未婚的比例佔多數。

第二部分 消費者使用習慣

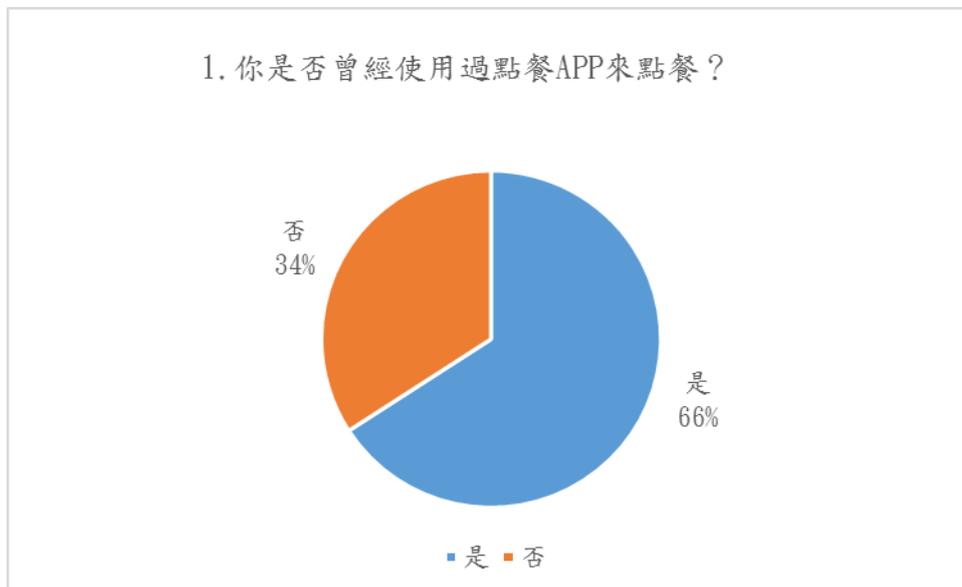


圖 4-6 你是否曾經使用過點餐 APP 來點餐？ 單位：%

根據圖 4-6 的圖表，我們發現高達 66% 的消費者是使用過點餐 APP 的，由此可以了解，現代科技越來越發達，因此有越來越多餐飲業者開始增設點餐 APP，帶給消費者更為便利的點餐方式。

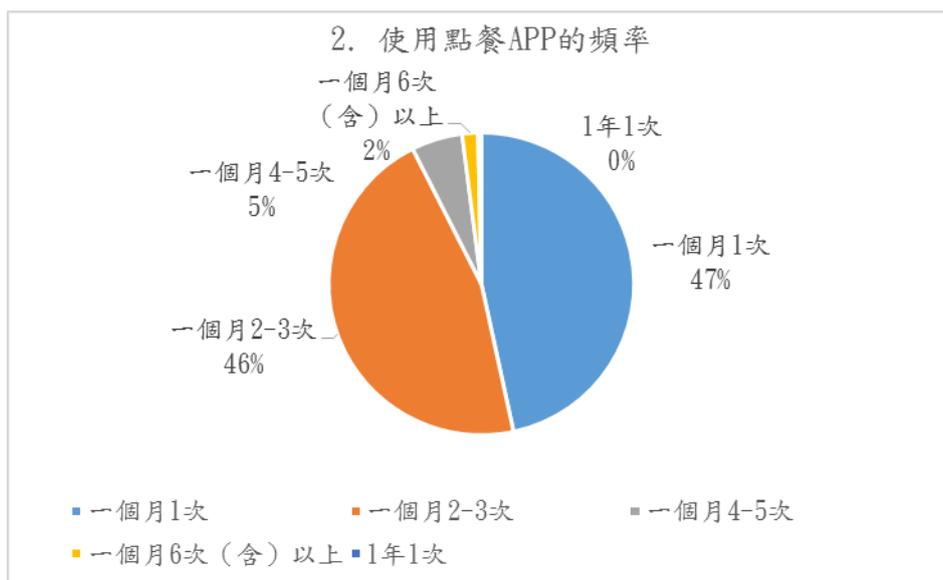


圖 4-7 使用點餐 APP 的頻率 單位：%

根據圖 4-7 可以得知，隨著科技越來越發達，很多業者都開始陸續增設點餐 APP，但圖表上顯示使用頻率並沒有那麼高，其原因我們推論為問卷發放對象主要為學生族群，大多數學生用餐的店家都是鄰近學校的小攤商，那些店家不一定有使用點餐 APP，因此使用頻率較少。

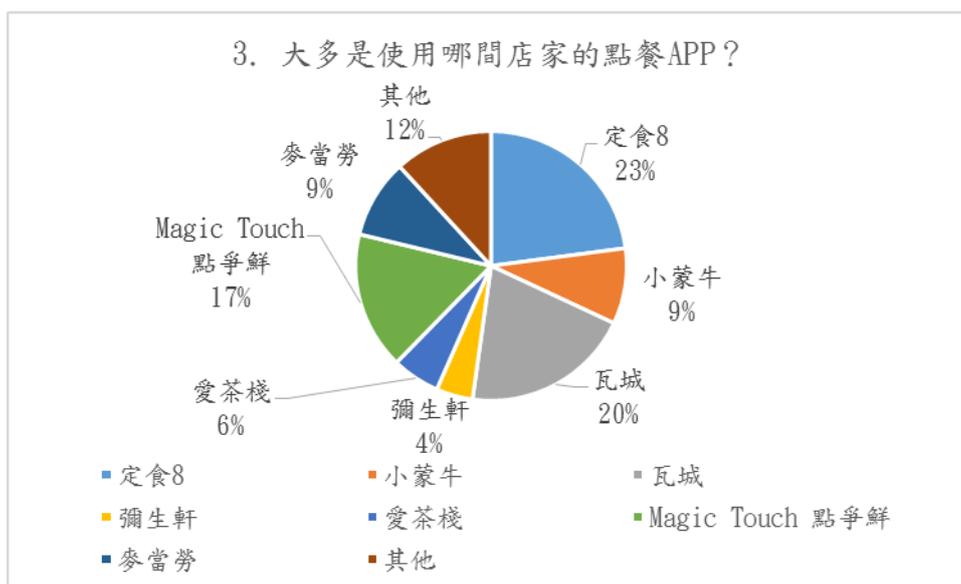


圖 4-8 大多使用哪間店家的點餐 APP? 單位：%

根據圖 4-8 可以得知，定食 8 使用 APP 來點餐比例有 23%，是所有店家中比例佔比較高的，其原因我們推論，可能是跟它會不定時的推出優惠餐點有關，而且價格算是比較平價的，就像之前飯加麵只要一百多元，因此比較容易吸引學生或是其他小資族的人

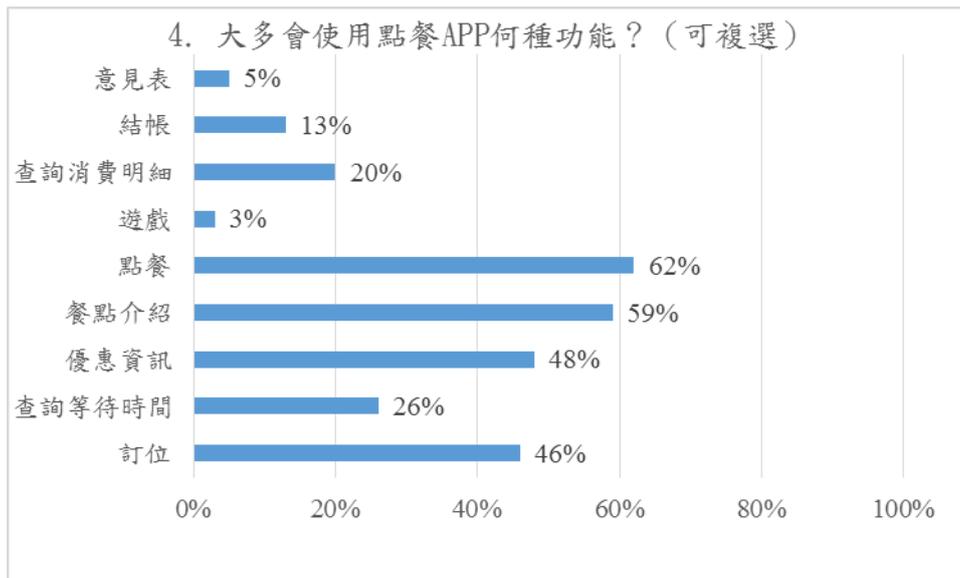


圖 4-9 大多會使用點餐 APP 何種功能 單位：%

根據圖 4-9 可以得知，使用點餐 APP 的「點餐」功能，比例高達 62%，其次依序是「餐點介紹」59%、「優惠資訊」48%，原因可能是因為目前的點餐 APP 多是提供點餐、餐點介紹的功能，因此兩者使用比率較高，以及消費者會因為優惠資訊來增加其消費意願，因此該功能也較常被使用。

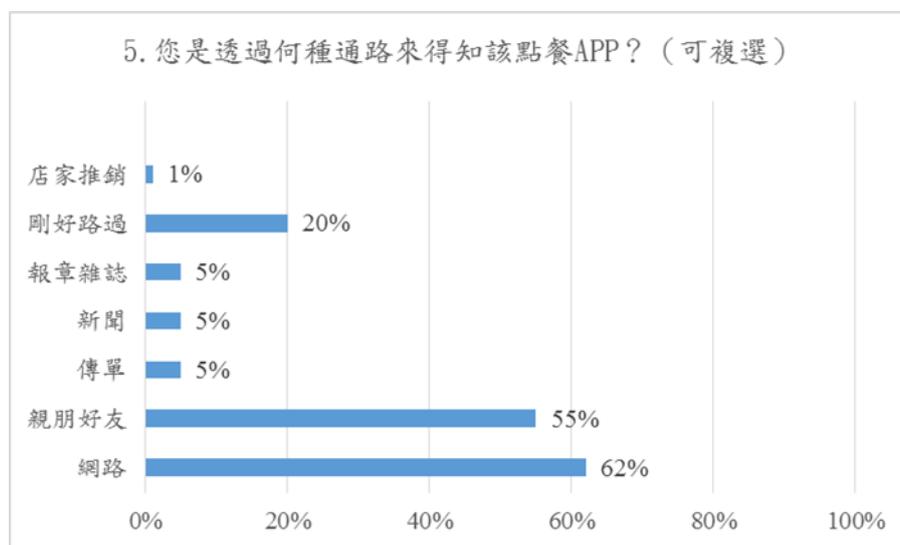


圖 4-10 您是透過何種通路來得知點餐 APP？ 單位：%

根據圖 4-10 可以得知，「網路」為最主要得知點餐 APP 的通路，比例高達 62%，原因可能為網路較於其他媒介訊息傳播的速度更快速且現代科技發達，消費者獲得知識的來源很多都是來自網路，也能夠即時分享給親朋好友。

第三部分 APP 使用現況

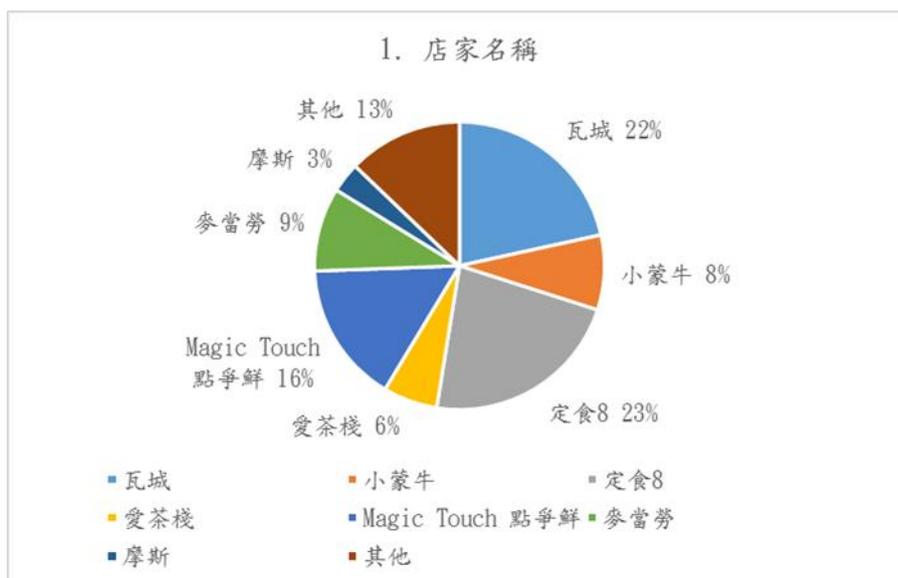


圖 4-11 店家名稱 單位：%

根據圖 4-11 可以得知，定食 8 的 23% 和瓦城 22% 佔了大多比例，原因可能為兩家的知名度較高加上又有點餐 APP 的加持，所以更多人想去嘗試使用，因此較能吸引消費者前來用餐。

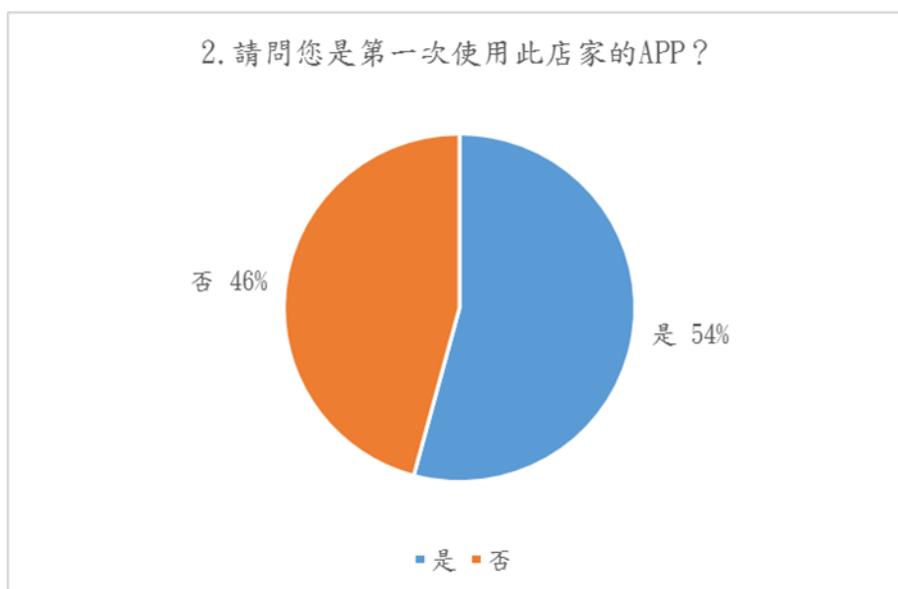


圖 4-12 請問您是第一次使用此店家的 APP? 單位：%

根據圖 4-12 可以得知，部分消費者會因為好奇而到店家使用點餐 APP，圖表上顯示有 54% 消費者是樂於嘗試一個過往沒有體驗過的服務，另外 46% 的消費者可能比較習慣於傳統的點餐方式。

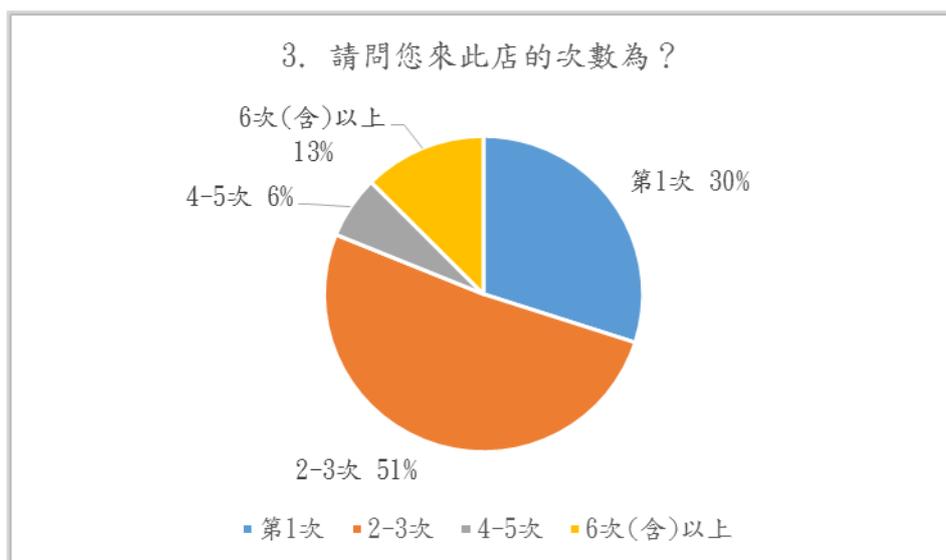


圖 4-13 請問您來此店的次數為？ 單位：%

根據圖 4-13 可以得知，消費者容易因為上次用餐的各種經驗而選擇再度光臨同一家店家，其中的原因可能是因為餐廳有很多家可以做選擇，所以大家不一定每次都去光顧同品牌的店家，也怕一直吃同家店會吃膩，除非是少數人特愛這家店的餐點和服務以及點餐 APP 才會常常光顧。

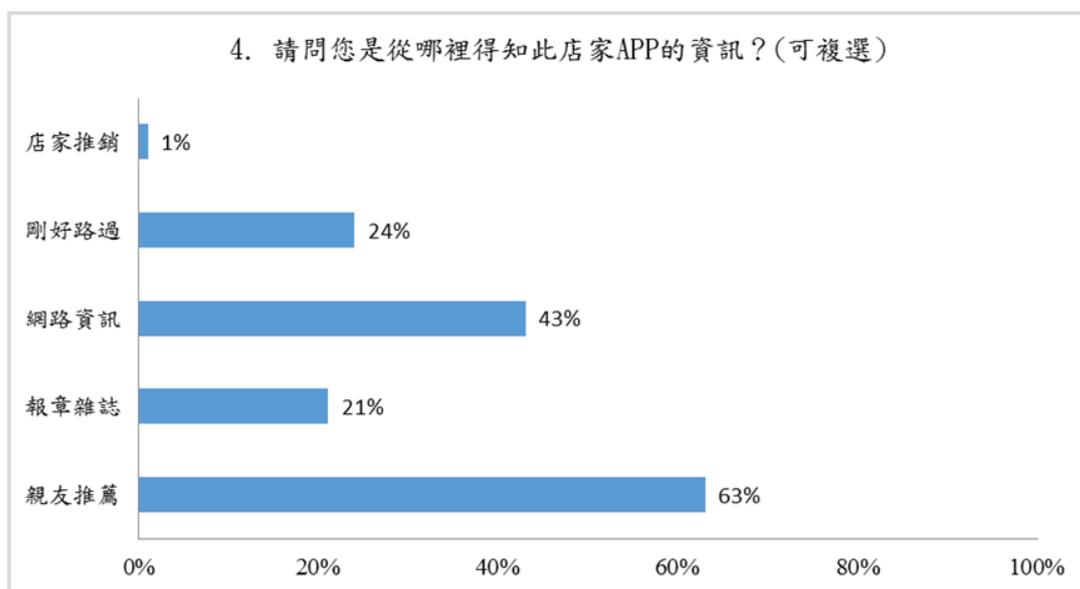


圖 4-14 請問您是從哪裡得知此店家 APP 的資訊？(可複選) 單位：%

根據圖 4-14 的圖表調查，我們發現消費者獲得店家 APP 資訊的方式，大都是透過親友推薦，比例佔 63%，其次為網路資訊 43%，由此我們可以推論，因為親友之間的口耳相傳，因此傳播速度較為快速，再來現代網路通訊發達，消費者也都能及時從網路上獲得資訊。

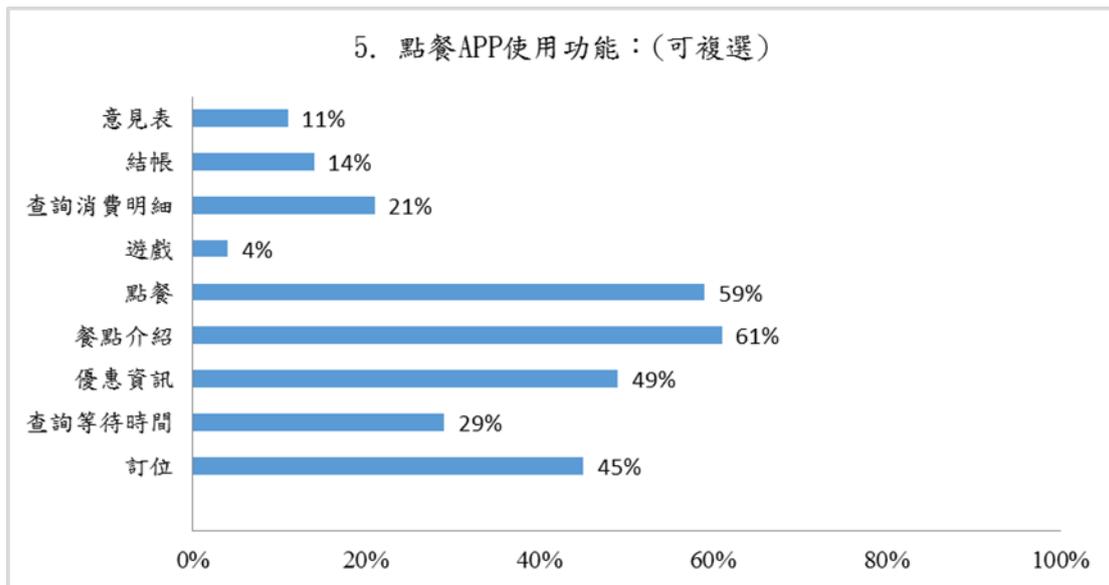


圖 4-15 點餐 APP 使用功能：(可複選) 單位：%

根據圖 4-15 的圖表調查，我們可以發現在點餐 APP 使用功能上，「餐點介紹」功能是最多消費者使用，比例達到 61%，緊接在後的是「點餐」59%，再來是「優惠資訊」49%、「訂位」45%，由此可以推論，目前的點餐 APP 多是提供點餐、餐點介紹的功能，因此兩者使用比率較高，以及消費者會因為優惠資訊來增加其消費意願，因此該功能也較常被使用。

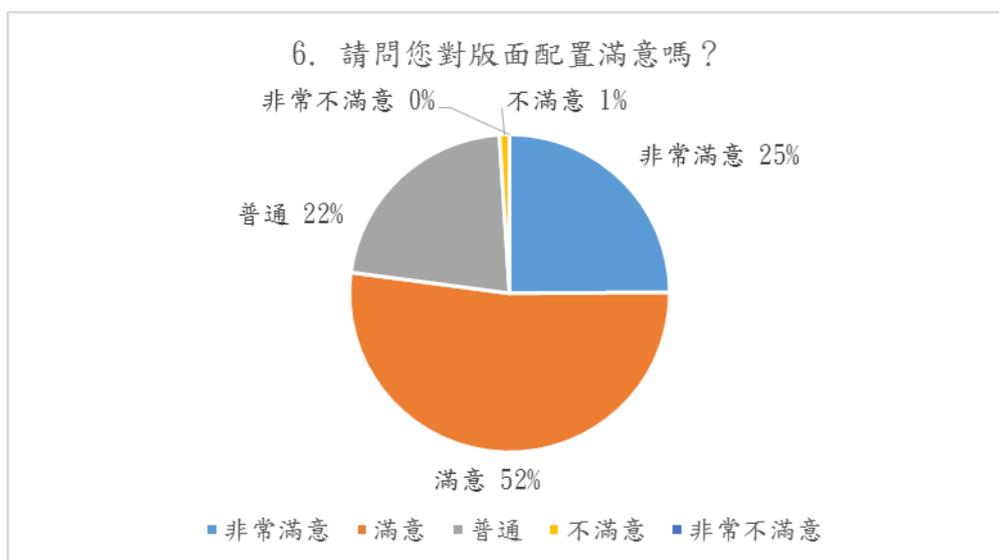


圖 4-16 請問您對版面配置滿意嗎？ 單位：%

根據圖 4-16 的圖表，我們可以發現對於點餐 APP 版面配置滿意和非常滿意的比例佔了相當高，分別為 52%和 25%，由此我們可以推論，科技的進步使現代餐飲業者的點餐 APP 功能越來越多，版面配置也必須不斷更新改善，才能吸引更多消費者前來光顧。

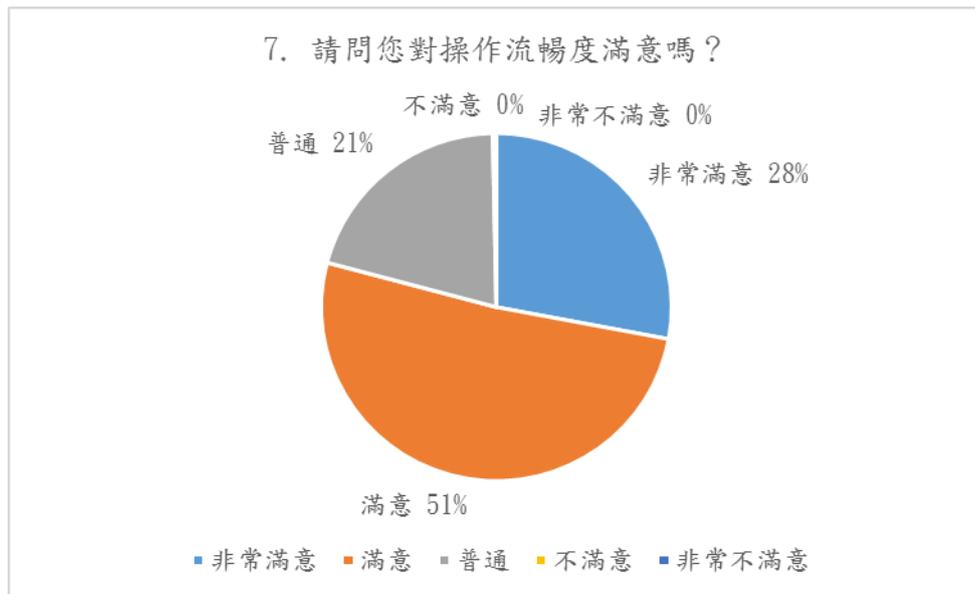


圖 4-17 請問您對操作流暢度滿意嗎？ 單位：%

根據圖 4-17 的圖表，我們可以發現消費者對於點餐 APP 的操作流暢度都是滿意的，比例高達 79%，由此我們推論，因為科技不斷的進步，許多餐飲業者為了提供消費者更便利的服務而增設了點餐 APP，但是現代人常會因為電子產品的速度快慢而影響心情，因此業者在點餐 APP 的操作上必須適時調整更新，才不會使消費者用得不愉快。

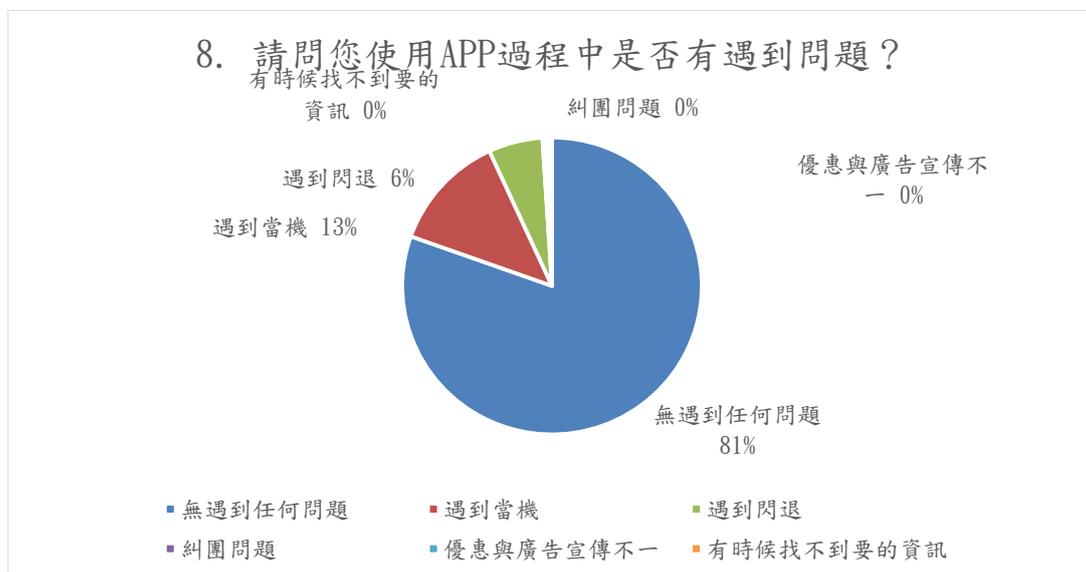


圖 4-18 請問您使用 APP 過程中是否有遇到問題？ 單位：%

根據圖 4-18 可以得知，對於使用點餐 APP 過程中沒有遇到任何問題的消費者，比例高達了八成，由此我們可以了解，台灣現代餐廳所增設的點餐 APP 大多是符合消費者需求的。

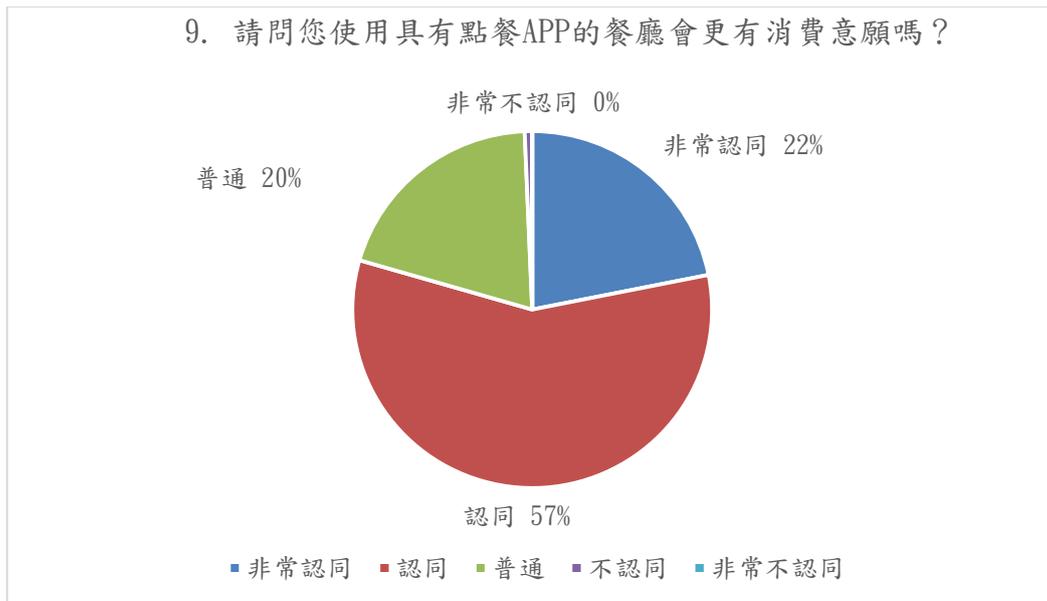


圖 4-19 請問您使用具有點餐 APP 的餐廳更有消費意願嗎？ 單位：%

根據圖 4-19 的圖表，我們可以發現對於有增設點餐 APP 的餐廳會更有消費意願的消費者，認同和非常認同的比例高達八成，其中原因我們推論，因為現代飲食習慣的改變，外食人口的比例也逐年攀升，加上現代人講求效率，因此餐廳增設點餐 APP 可以使消費者節省時間。

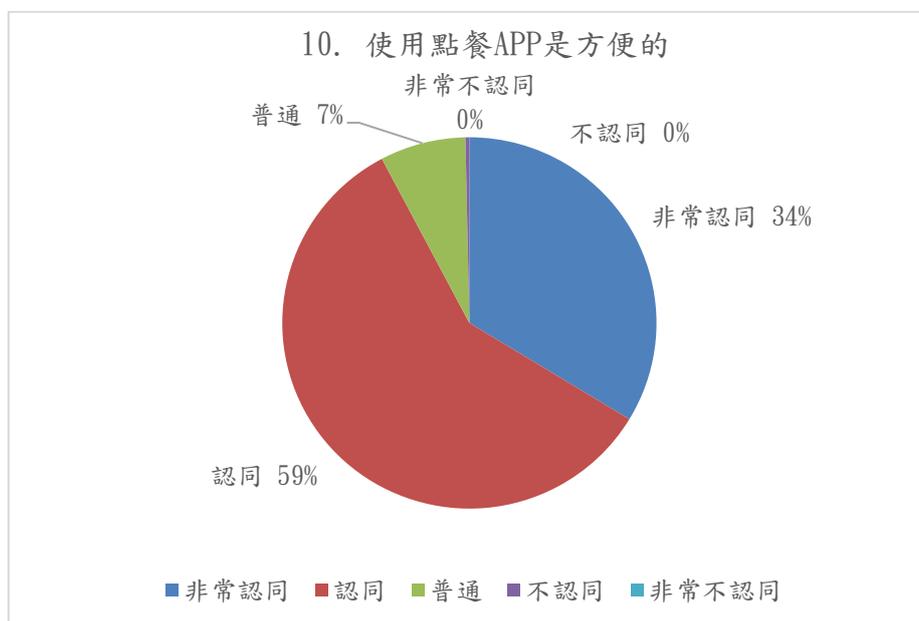


圖 4-20 使用點餐 APP 是方便的 單位：%

根據圖 4-20 的圖表，我們可以發現對於使用點餐 APP 是方便的消費者，認同和非常認同的比例分別是 59%和 34%，由此可見，現代科技越來越發達，許多餐廳業者為了提供消費者更便利的服務，陸續增設了點餐 APP，不但可以讓消費者更快速的點好餐，相較於傳統的人力點餐，餐廳更能節省人力資源。

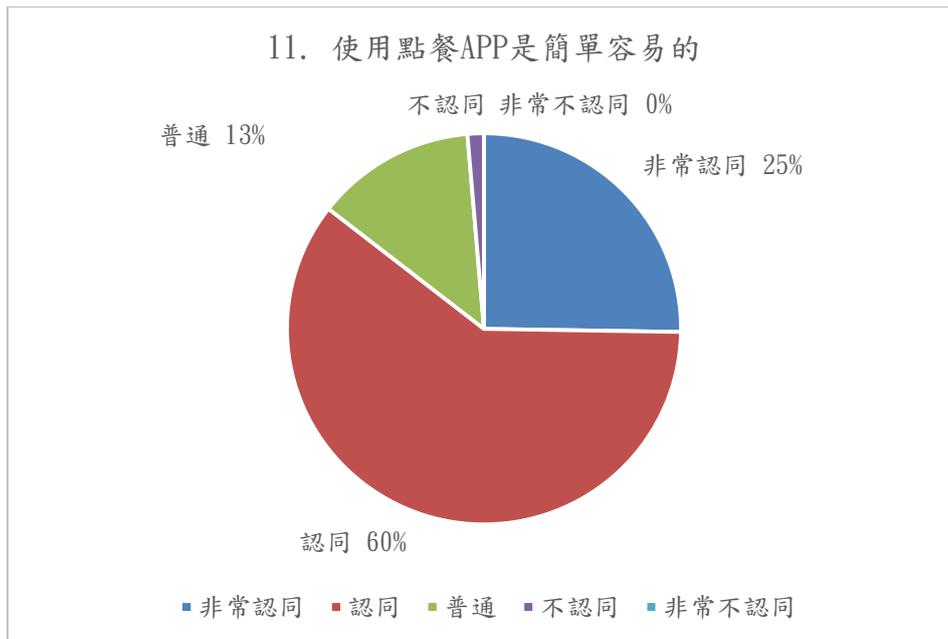


圖 4-21 使用點餐 APP 是簡單容易的 單位：%

根據圖 4-21 的圖表，我們可以發現對於使用點餐 APP 是簡單容易的消費者，認同和非常認同的比例分別是 60%和 25%，由此可見，現代的消費者對於點餐 APP 都是滿意的。

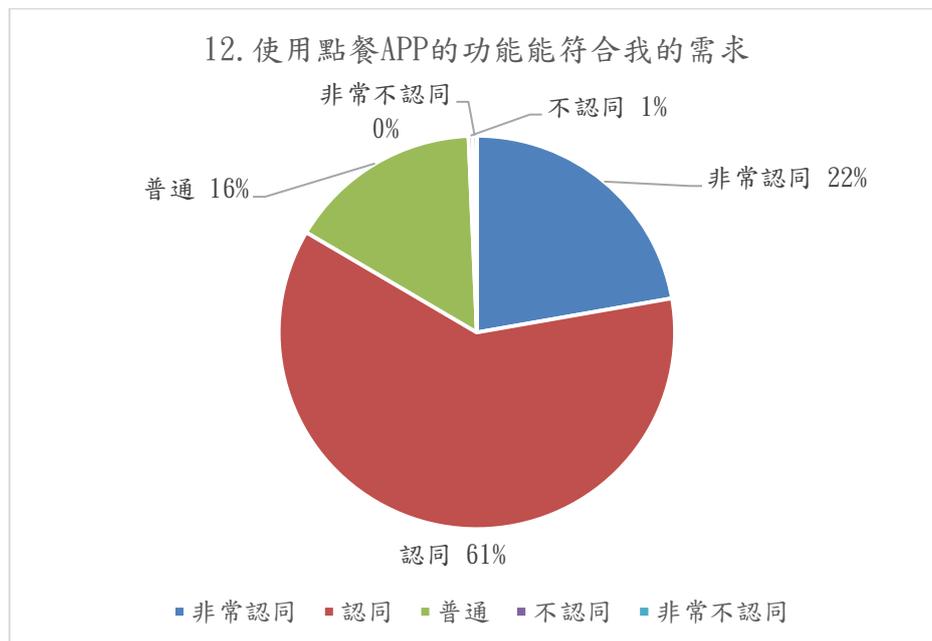


圖 4-22 使用點餐 APP 的功能能符合我的需求 單位：%

根據圖 4-22 的圖表，我們可以發現對於點餐 APP 的功能能符合需求的消費者，認同和非常認同的比例高達八成，由此我們可以推論，因為現代飲食習慣的改變，外食人口逐年攀升，餐廳業者在增設點餐 APP 時，也必須了解消費者的需求，才可以提供消費者更為便利的服務。

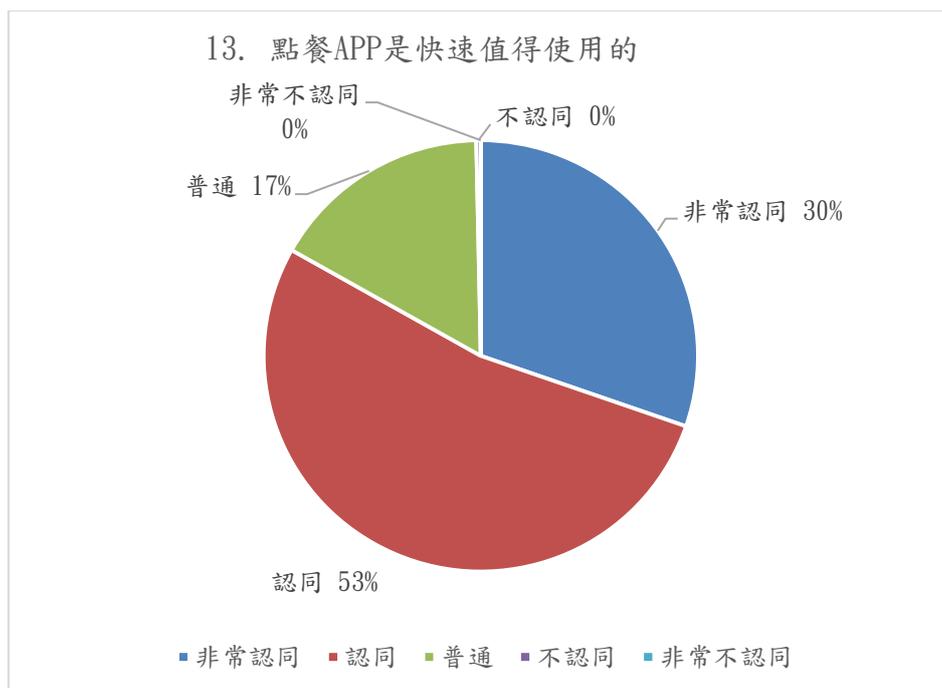


圖 4-23 點餐 APP 快速值得使用的 單位：%

根據圖 4-23 的圖表，我們可以得知對於使用點餐 APP 是快速的消費者，認同和非常認同的比例佔相當高，分別是 53%和 30%，因為現代人飲食文化的改變，外食人口逐年增長，多數人因為忙碌而不願等待太久，選擇點餐 APP 相對比較快速，因此是值得使用的。

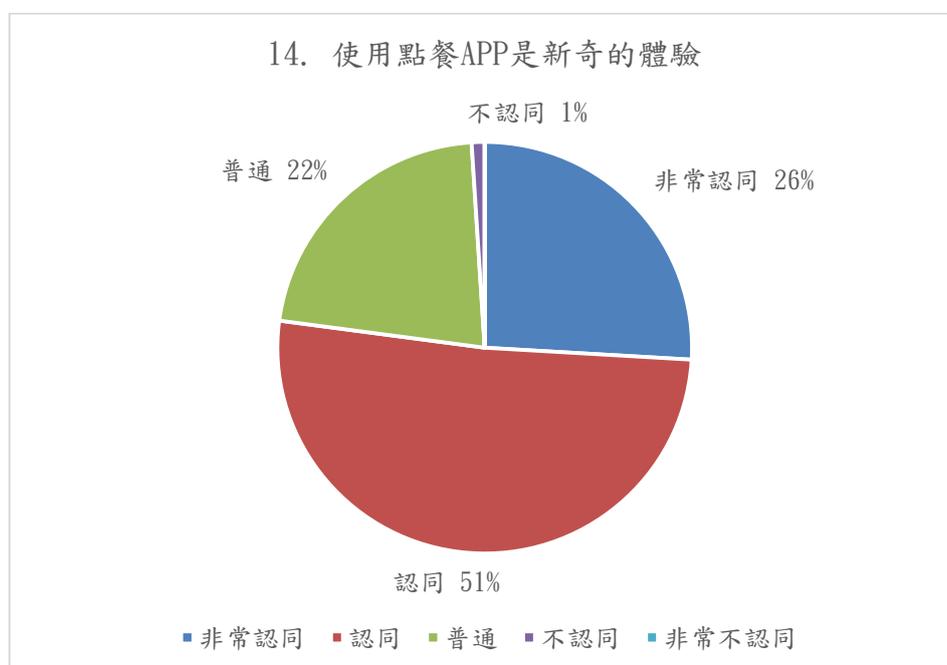


圖 4-24 使用點餐 APP 是新奇的體驗 單位：%

根據圖 4-24 的圖表，我們可以發現高達八成的消費者都是認同使用點餐 APP 是新奇的體驗，因為現代科技的進步，使得點餐 APP 的功能越來越完善，

對於消費者而言，比起傳統的點餐方式，點餐 APP 更能帶給他們不同的體驗。

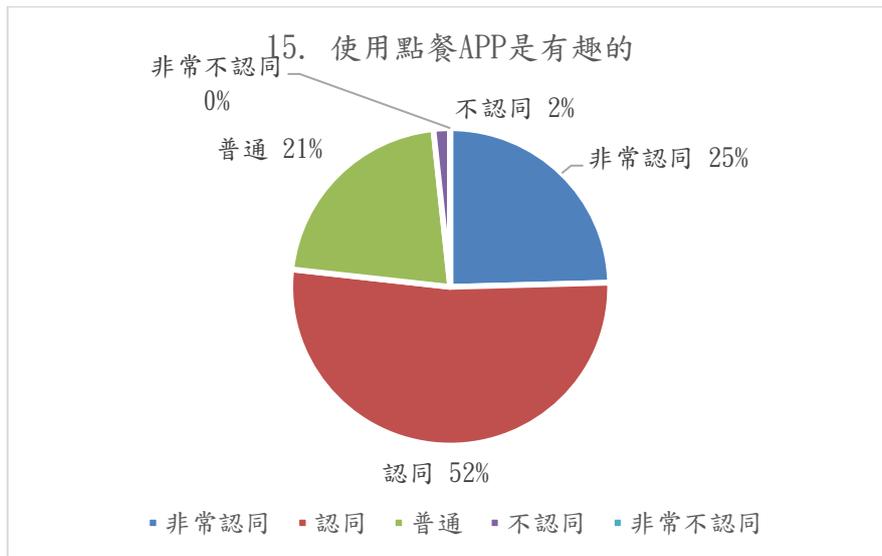


圖 4-25 使用點餐 APP 是有趣的 單位：%

根據圖 4-25 的圖表，我們可以發現對於使用點餐 APP 是有趣的，認同和非常認同的比例佔了 77%、普通 21%、不認同 3%，由此可以得知因為科技越來越進步，餐廳的點餐 APP 功能也日新月異，甚至加上了小遊戲，讓消費者可以在等餐過程中玩小遊戲打發時間，因此大多數人都覺得使用點餐 APP 是方便有趣的。

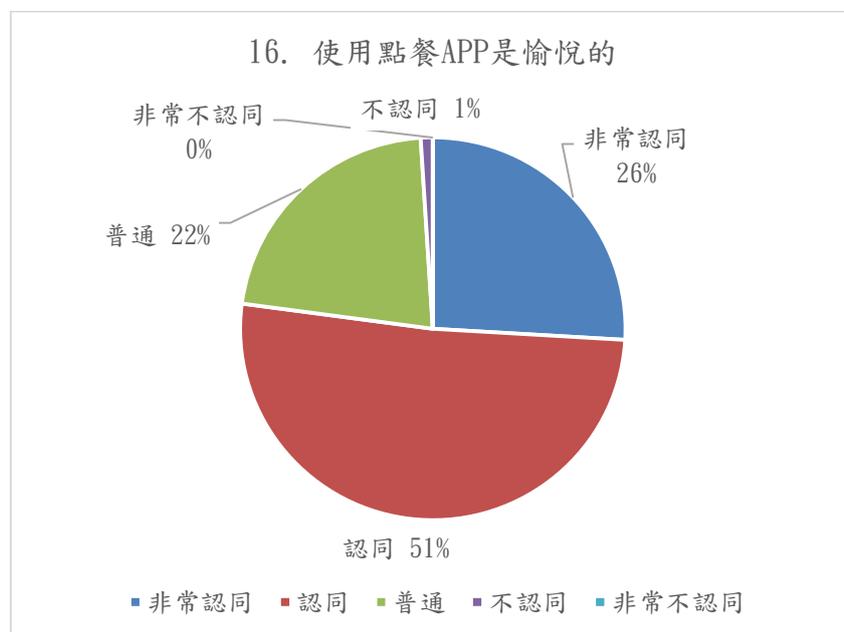


圖 4-26 使用點餐 APP 是愉悅的 單位：%

根據圖 4-26 的圖表，我們發現對於使用點餐 APP 是愉悅的，認同和非常認同的消費者比例佔了 77%，由此可以得知因為科技的發達，餐廳的點餐 APP 功能日新月異，不但可以讓消費者節省時間，也能在使用過程中感到新奇有趣。

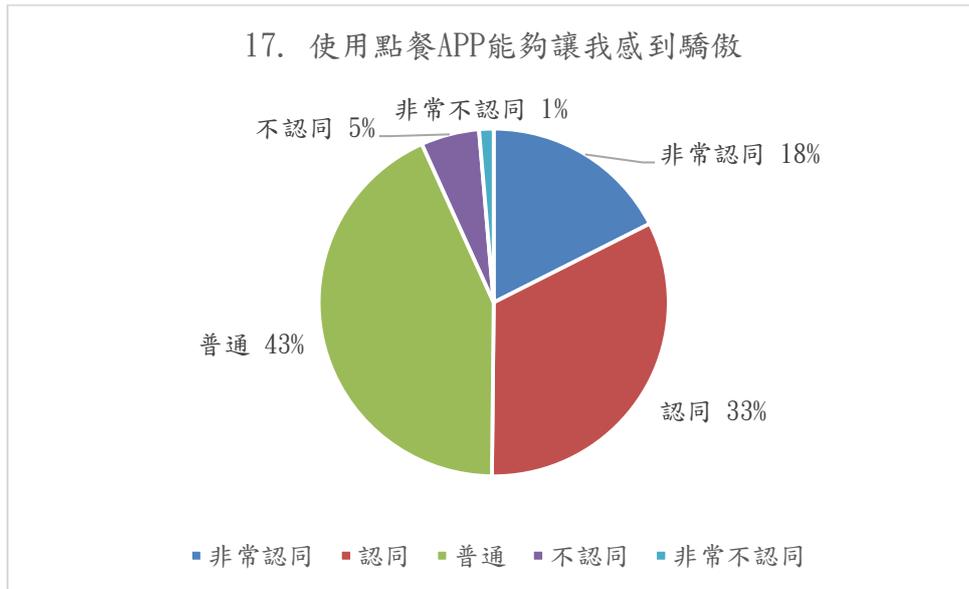


圖 4-27 使用點餐 APP 能夠讓我感到驕傲 單位：%

根據圖 4-27 的圖表，我們發現對於使用點餐 APP 能感到驕傲的，認同和非常認同的比例佔了 51%，普通 43%，由此我們推論，現在有很多餐廳都開始有了點餐 APP 的功能，因此導致有一半的人並不太會認為使用點餐 APP 是驕傲的。

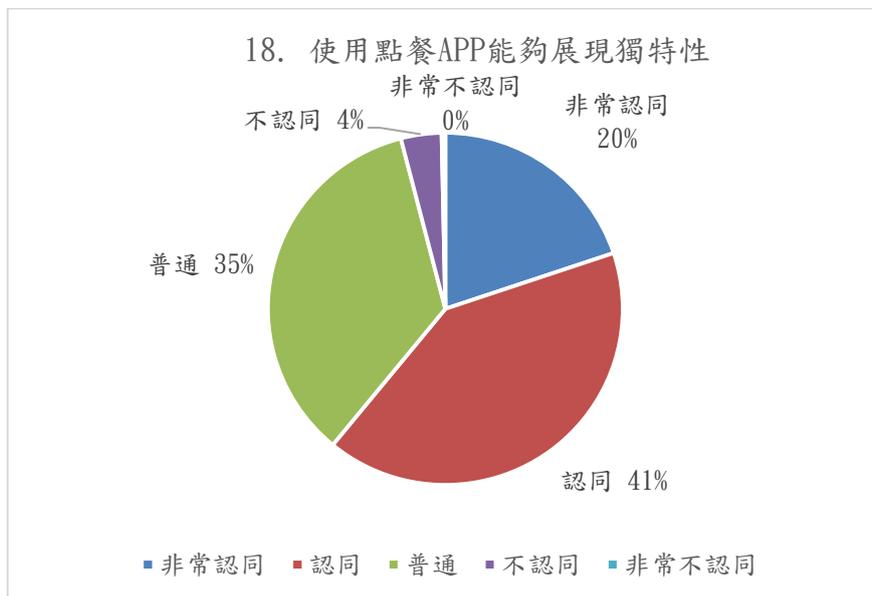


圖 4-28 使用點餐 APP 能夠展現獨特性？ 單位：%

根據圖 4-28 的圖表，我們可以發現對於使用點餐 APP 能夠展現獨特性，認同和非常認同的消費者佔了 61%，由此可以了解因為現代科技越來越發達，很多餐飲業為了提供消費者更有效率的服務，因此陸續開始使用點餐 APP，功能也越來越完善，跟傳統的點餐方式相比，更能讓消費者覺得方便有趣，餐廳也可以節省人力並增加營業收入。

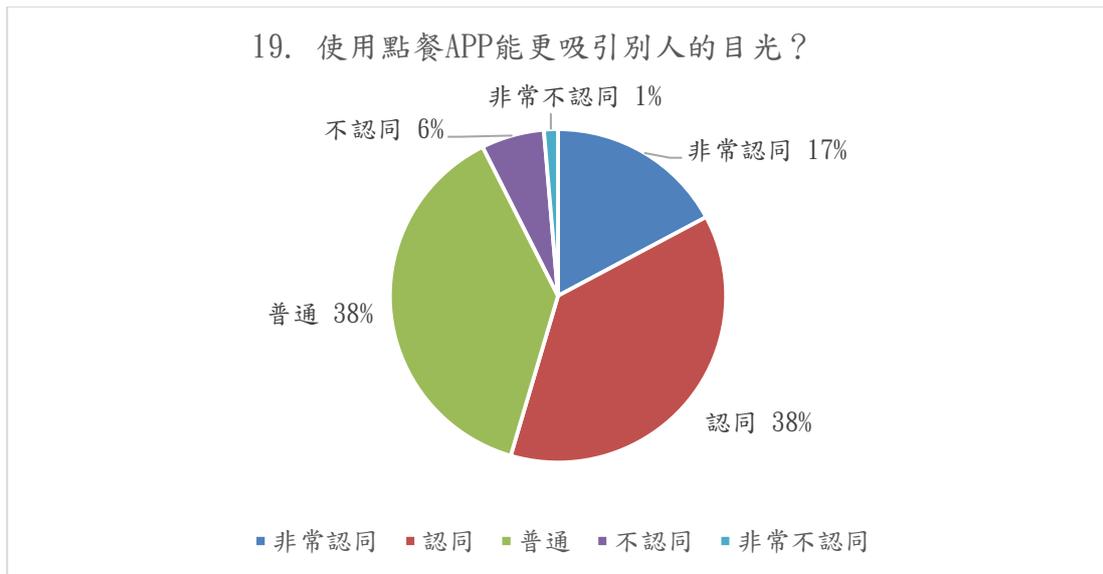


圖 4-29 使用點餐 APP 能更吸引別人的目光？ 單位：%

根據圖 4-29 的圖表，我們可以得知對於使用點餐 APP 能更吸引別人目光，認同和非常認同的消費者佔了 55%，由此可以了解，因為現代社會科技越來越發達，為了給消費者更便利的服務方式，很多餐廳都陸續開始使用點餐 APP，也加上各種新奇功能，帶給消費者不同的體驗，更能吸引到別人的目光。

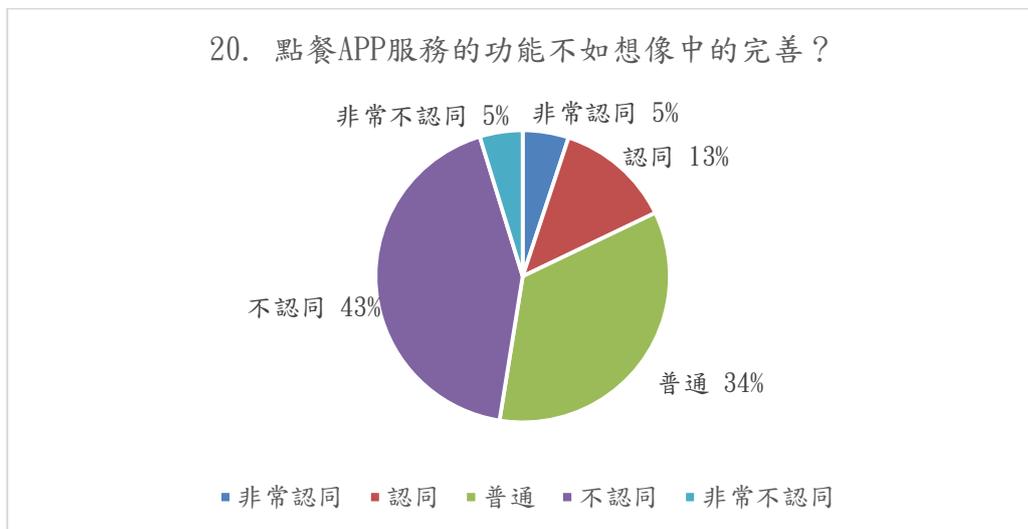


圖 4-30 點餐 APP 服務的功能不如想像中的完善？ 單位：%

根據圖 4-30 的圖表，我們可以發現對於點餐 APP 服務功能不如預期完善的，認同和非常認同的只佔了 18%，由此可以了解因為現代科技的發達，很多餐廳的點餐 APP 功能越來越完善，有的餐廳在功能上還加了小遊戲，帶給消費者更多新奇的體驗，也能讓消費者在等餐之餘可以玩 APP 裡的小遊戲打發時間。

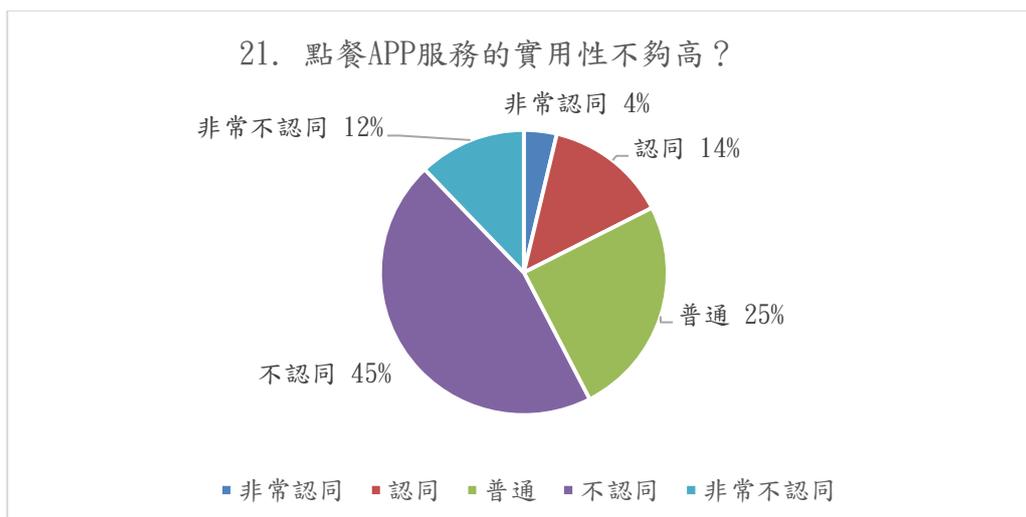


圖 4-31 點餐 APP 服務的實用性不夠高？ 單位：%

根據圖 4-31 的圖表，我們可以得知消費者對於點餐 APP 服務實用性不夠高，認同和非常認同的只佔了 18%，由此可以了解，因為現代網路資源便利，科技的進步也帶動各個餐廳開始改變經營模式，陸續增設點餐 APP，功能也越來越完善，不但可以讓消費者更快速的點餐感受不同的新奇體驗，也能讓餐廳節省人力並增加店裡的營業收入。

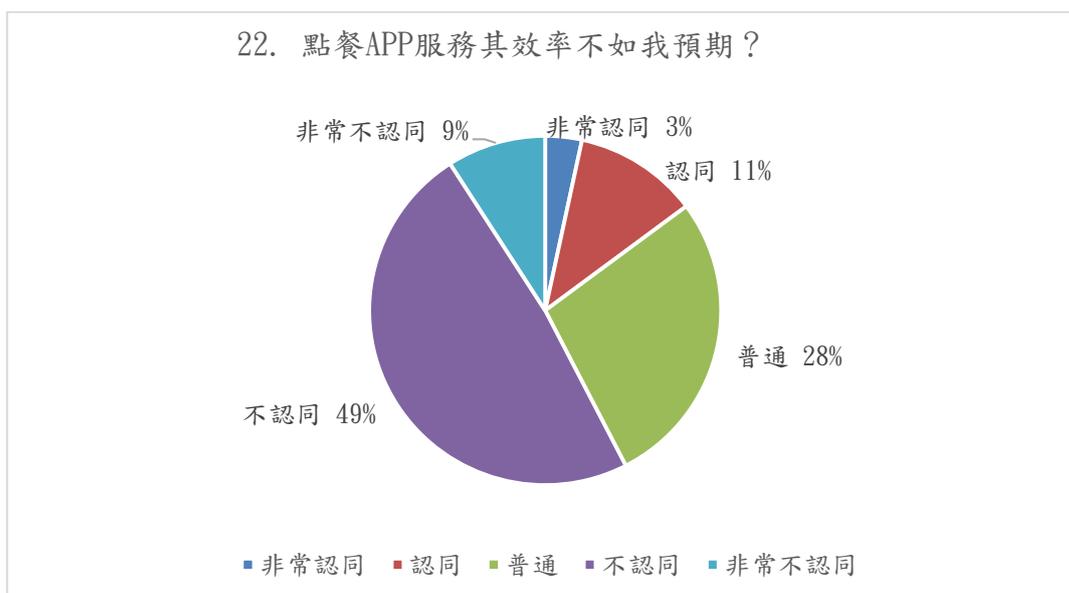


圖 4-32 點餐 APP 服務其效率不如我預期？ 單位：%

根據圖 4-32 的圖表，我們可以得知對於點餐 APP 服務其效率不如預期的，認同和非常認同的消費者只佔了 14%，因此可以了解到大多數消費者都認為點餐 APP 是快速方便的，也因為現代有點餐 APP 的餐廳越來越多，功能也日新月異，不但可以節省外食族的時間，更可以帶給外食族更多的新奇體驗。

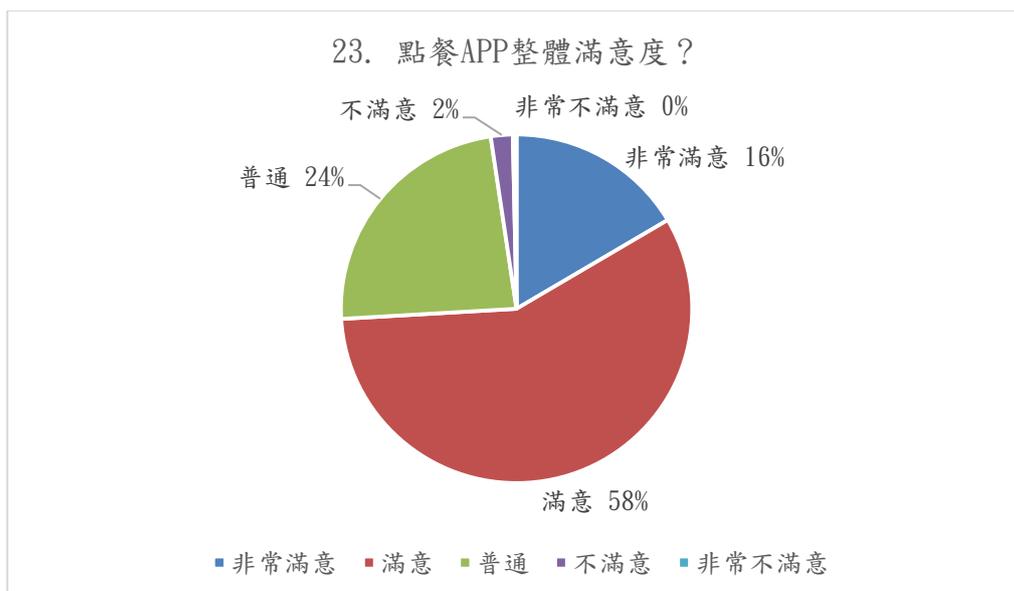


圖 4-33 點餐 APP 整體滿意度 單位：%

根據圖 4-33 的圖表，我們發現將近七成的消費者對點餐 APP 整體是滿意的，由此可以得知，因為外食人口的增加，現代人講求效率，相比於傳統的點餐方式，點餐 APP 更能讓消費者節省時間。

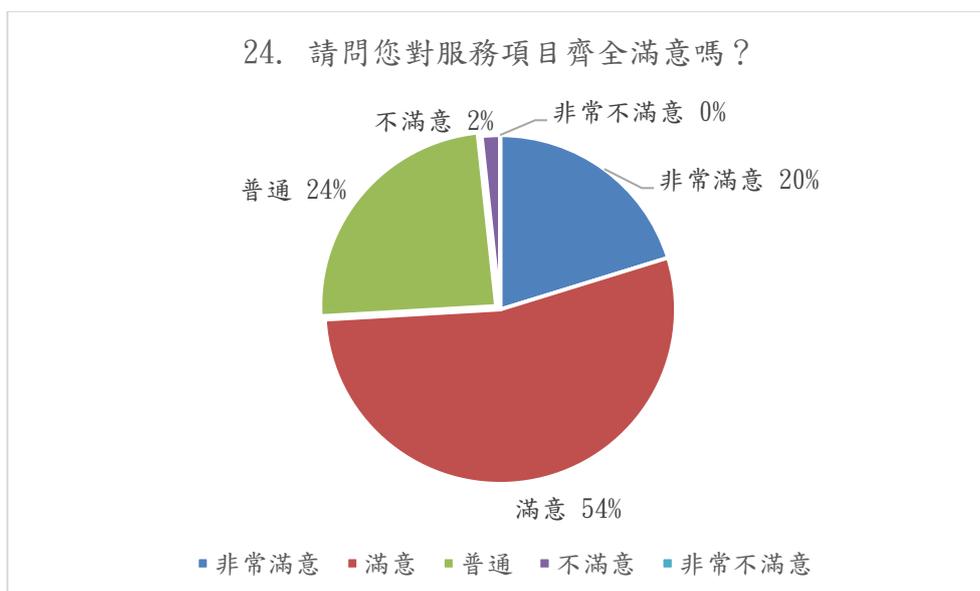


圖 4-34 請問您對服務項目齊全滿意嗎？ 單位：%

根據圖 4-34 可以得知，對於餐廳服務項目齊全滿意的消費者，滿意和非常滿意的比例分別是 54% 和 20%，其原因我們推論，因為現代消費意識抬頭，餐廳業者為了避免消費糾紛，因此在各個服務項目中都會適時調整並改善。

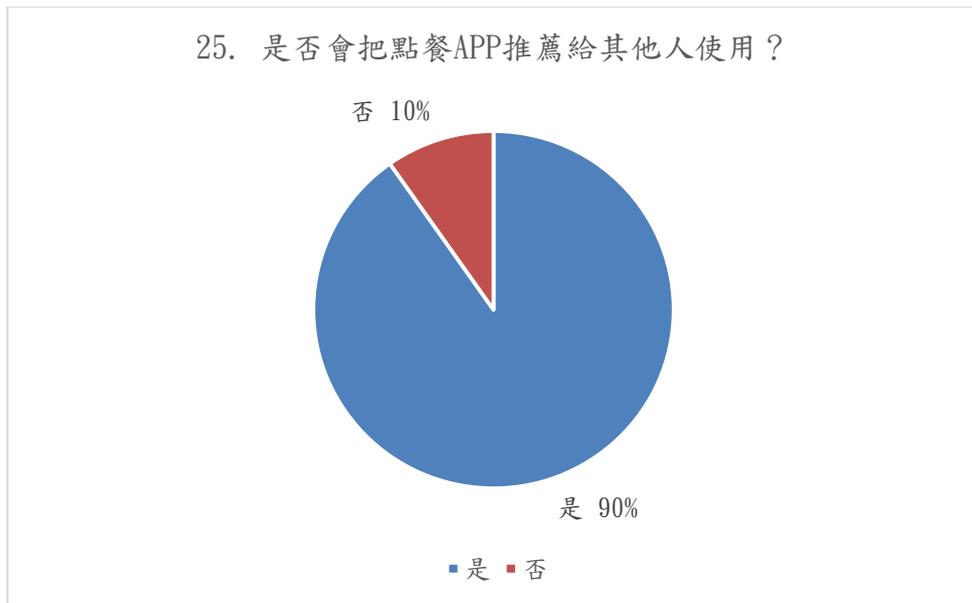


圖 4-35 是否會把點餐 APP 推薦給其他人使用？ 單位：%

根據圖 4-35 的圖表，我們發現有九成的人都會把點餐 APP 推薦給其他人使用，可能是因為有點餐 APP 的餐廳，可以帶給消費者更快速及便利的服務，也是個新奇的體驗，更基於好東西要跟好朋友分享，因此大多數消費者都會推薦給朋友使用。

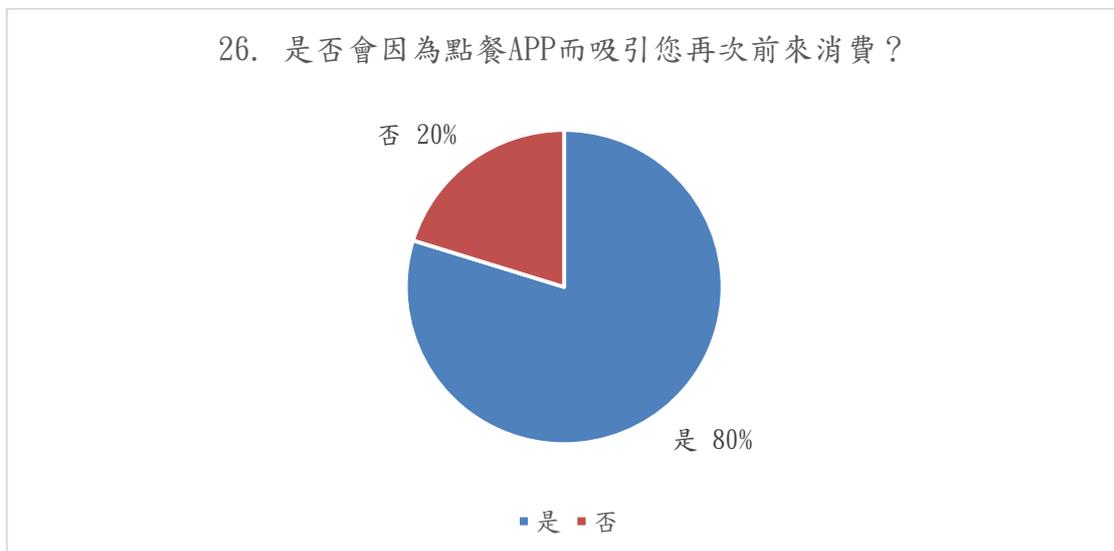


圖 4-36 是否會因為點餐 APP 而吸引您再次前來消費？ 單位：%

根據圖 4-36 的圖表分析，我們發現將近八成的消費者都會因為點餐 APP 再次前來消費，由此可以得知，現代社會的飲食習慣改變，且外食人口逐年增加，而現代人無論在生活或工作上，凡事都講求速度與效率，因此餐廳多了點餐 APP 的功能，不但可以節省時間，也能帶給消費者更便利的服務。

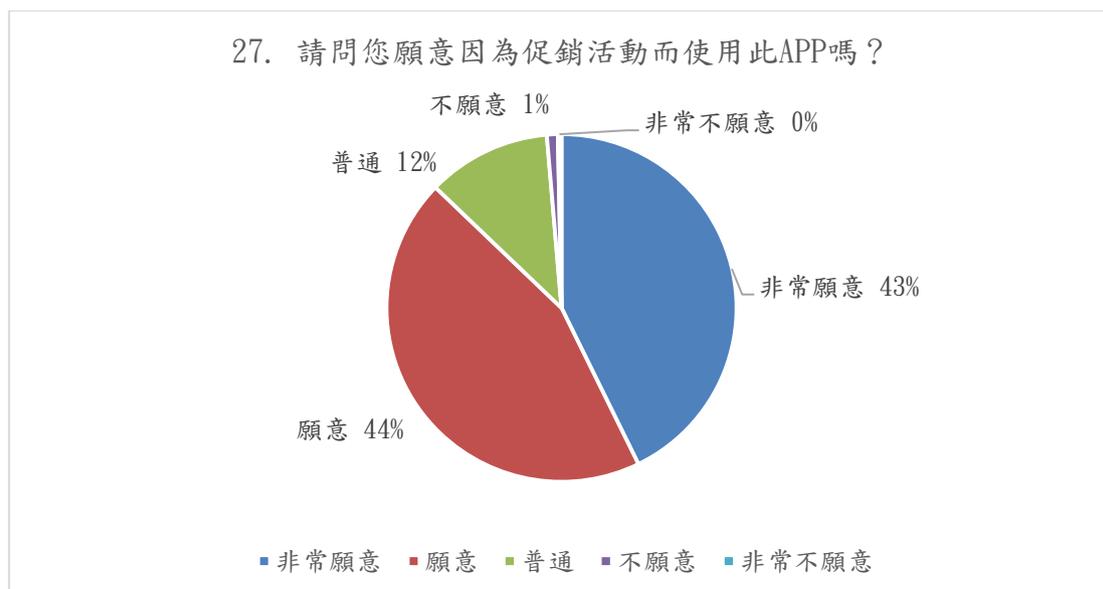


圖 4-37 請問您願意因為促銷活動而使用此 APP 嗎？ 單位：%

根據圖 4-37 的圖表，我們發現將近九成的消費者都會因為促銷活動而使用點餐 APP，由此結果我們可以推論，現代餐廳因為物價上漲，導致餐點價格越來越高，所以只要有優惠折扣，消費者都會願意使用點餐 APP。

4-2 設計結果分析

圖 4-38 APP 首頁



這是我們設計的點餐 APP 首頁，一點進來有四個功能可以使用，分別是開始點餐、點餐紀錄、優惠資訊以及分店資訊。

圖 4-39 APP 菜單



點進開始點餐介面時，有許多菜單的圖片和價錢，而底下的下拉式選單，則可以選擇數量。

圖 4-40 APP 判別會員



而選完數量之後點下結帳，APP 會通知店員，並且自動跳出是否有會員資格，若選否則原價計費，點選是則依店家給的優惠計費。

圖 4-41 APP 註冊會員



The screenshot shows a mobile application registration screen with a white background. At the top, there is a dark grey header with the text "註冊" (Register) in white. Below the header, the form contains five input fields, each with a label in bold black text: "會員暱稱" (Member Nickname), "會員帳號" (Member Account), "會員密碼" (Member Password), "會員手機" (Member Mobile), and "電子信箱" (Email). Each label is followed by a white rectangular input box. At the bottom left of the form area, there is a grey button with the text "完成" (Finish) in black. The bottom of the screen shows a black navigation bar with three white icons: a back arrow, a home icon, and a recent apps icon.

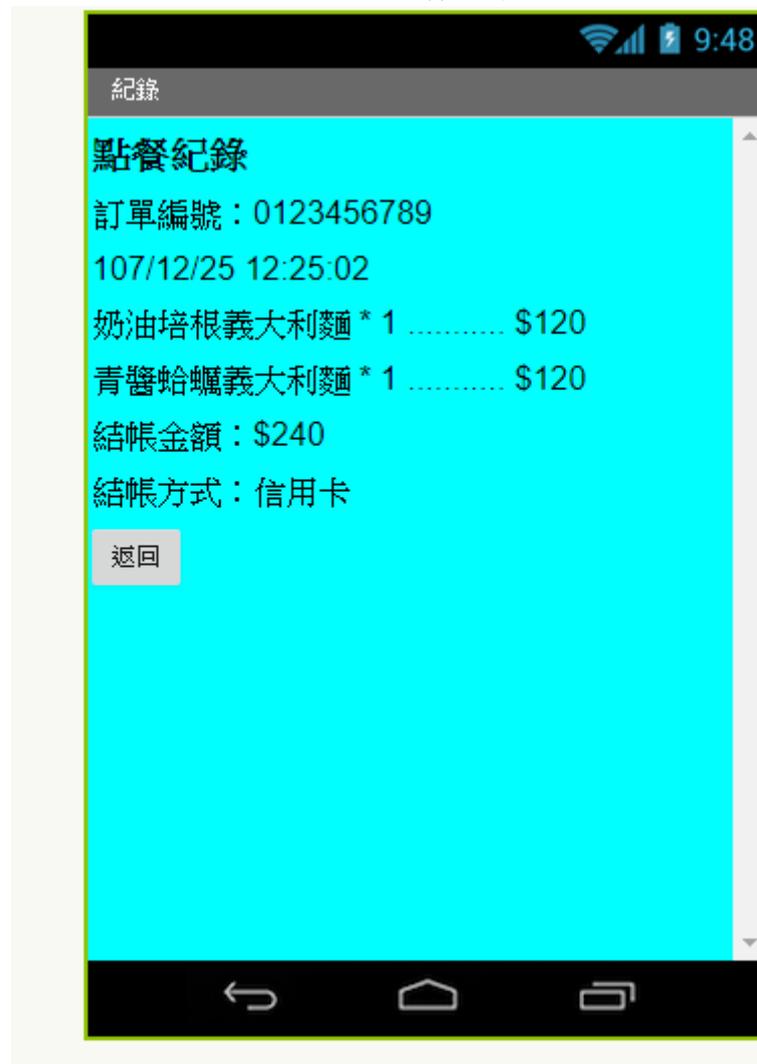
當你沒有會員想註冊時，點下立即註冊會跳出此介面，分別點選暱稱、帳號、密碼、手機和信箱點選完成即可完成註冊。

圖 4-42 APP 登錄會員



若你有會員，點選是的時候將會跳出圖 4-42 的介面請你輸入。

圖 4-43 APP 點餐紀錄



點選點餐紀錄則會跳出如圖 4-43 的介面，目的就是為了讓消費者明白自己點了什麼。

圖 4-44 APP 結帳



點選結帳，則會跳出圖 4-44 的介面，不但可以讓消費者知道金額，可以直接選擇付款的方式，不再只是侷限傳統的現金。

圖 4-45 APP 優惠活動



點選優惠資訊，則會顯示目前有的優惠活動目的，為了消費者如果在家要去吃的時候，可以先在家裡看有什麼優惠再決定要吃什麼。

圖 4-46 APP 分店資訊



點選分店資訊，則會出現圖 4-46 的介面，所有的分店地址、分店店名、營業時間以及電話一覽無遺。

第五章結論

5-1 結論

根據本文研究目的，本研究團體透過文獻收集、問卷發放等方法來收集消費者對於點餐 APP 的想法與意見，進而改善點餐 APP 的功能，讓消費者能用得更開心，並且本研究團體自行設計點餐 APP 的介面，提供給業者作為參考對象。在研究過程中，發現了許多矛盾的論點，像是現今科技越來越發達，許多餐廳為了提供消費者更便利的服務而陸續增設點餐 APP，也因為飲食習慣的改變造成外食人口增加，但實際點餐 APP 的使用率卻沒有明顯的上升。由此我們推論可能是因為現代的消費者多數還是比較習慣傳統的點餐方式，再加上現在為高齡化社會，銀髮族對於新穎的點餐方式接受度較低，還是比較習慣傳統的點餐方式。現今餐廳所使用點餐 APP 系統的付費功能還無法做到更完善，仍然需要顧客自行到櫃檯結帳，因此希望未來能改善點餐 APP 的交易系統，其中包含第三方支付或 Taiwan Pay 以及即時客服等功能，讓消費者在使用時能更加便利。

5-2 建議

- 一、發放問卷時能把客群年齡層再拉大，避免問卷結果趨近於同一族群。
- 二、發放問卷時能再多增加一點男性的比例，造成研究數據過於偏頗。
- 三、因為是網路問卷，消費者在作答時，對問題可能會有不同的認知，而缺乏釐清問題的機會，其結果則會影響研究者在開發點餐 APP 時的看法。
- 四、點餐付費功能需要跟相關單位討論如何開發與改善，以此增加點餐 APP 的便利性，讓點餐 APP 功能更加完善。
- 五、點餐 APP 的版面配置以及流暢度可以再加強，使消費者更容易使用。
- 六、少數點餐 APP 有閃退以及當機的問題需要加以改善，促使消費者滿意度增加。

5-3 研究限制

依照目前台灣點餐 APP 發展現況來看，還需要一段時間完全才能完全落實第三方支付，並且會牽扯到很多的面向，因此我們這次並未設計第三方支付的介面，也因為本研究此次未與廠商合作，所以無法提供研究食材營養成分的資料。

參考文獻

一、網路文獻

張語羚、邱琮皓，2018，「創新高！餐飲業上半年營收 2,355 億」，中時電子報：<https://www.chinatimes.com/newspapers/20180816000377-260202>。2018/11/01。

許雅綿；2017，「台灣人愛外食！每月平均花 7,178 元 居亞太區冠軍」，轉引自：萬事達卡：http://www.xinhuanet.com/world/2017-10/27/c_129727586.htm，2017。2018/11/01。

任梅子；2017，「英國人每年花 1000 英鎊點外賣 58%受訪者最愛中餐」，轉引自環球網：<http://world.huanqiu.com/exclusive/2017-10/11339096.html>，2017。2018/11/02。

張家豪；2017，「統計外帶用餐族群 善用 APP 工具女性佔八成」，台灣好新聞：<http://www.taiwanhot.net/?p=443772>。2018/11/02。

東方線上；2018，「企業行銷新風口！6 點瞭解企業 APP 的龐大商機」，轉引自東方線上：<https://www.smartm.com.tw/article/34353932cea3>，2017。2018/11/03。

藍翔，2017，「又一場顛覆！馬雲的無人餐廳今天開業，沒有一個點菜員收銀員」，每日頭條：<https://kknews.cc/zh-tw/tech/ax9bvmg.html>。2018/11/04。

範慧宜，2018，「【經濟日報】《商業興觀點》 餐飲業創新 人際互動更重要」，商業發展研究院：<http://www.cdri.org.tw/xcdoc/cont?xsmsid=0H270572502035851587&sid=0I149320037029887238>。轉引自經濟日報 B5 經營管理，2018。2018/11/05。

蘋果體驗；2017，「刷臉時代來了 2 秒點餐 5 秒進站 直擊上海 杭州 北京」，蘋果日報：<https://tw.APPIedaily.com/headline/daily/20171119/37850007>。2018/11/05。

溫子豪；2018，「麥當勞自助點餐試跑 刷卡結帳能送餐到桌」，卡優新聞網：<https://www.cardu.com.tw/news/detail.php?35362>。2018/11/08。

Winnie；2017，「馬雲無人餐廳今天開業，沒有一個點菜員、收銀員，不用手機，不用錢包」，轉引互聯網熱點：<https://life.tw/?APP=view&no=681291>，2017。2018/11/03。

搜狐媒體平台；2017，「全息 3D 投影餐廳，人均消費則高達 3000 元」，搜狐媒體平台：<https://m.sohu.com/n/488912942>。2018/11/05。

huang1983；2016，「未來的餐廳長怎樣？來看看麥當勞在北京的第一家概念店」，轉引惜墨，36 氦：<https://36kr.com/p/5042800.html>，2016。2018/11/09。

Sanji Feng；2014，「Pizza Hut 的概念觸控餐桌讓妳自己動手做 Pizza」，engadget 中文版：<https://chinese.engadget.com/pizza-hut-touch-table>。2018/11/04。

林蕙茹；2014，「必勝客觸控餐桌讓你動手自由搭配披薩」，轉引 AMANDA KOOSER，CNET HOME：<https://www.cnet.com/news/pizza-hut-table-lets-you-touch-screen-your-toppings>。2018/11/04。

賴麗秋；2014，「平板電腦點餐系統 助餐飲業者提升服務品質與業績」，DIGITIMES 科技網：https://www.digitimes.com.tw/iot/article.asp?cat=130&id=0000229573_ve345nl7848poj2sxjoik。2018/11/06。

李小雙；2014，「餐飲數字化時代，E la Carte 平板電腦的活法」，每日頭條：<https://kknews.cc/zh-tw/tech/v9pnm52.html>。2018/11/04。

Kryptoners；2014，「為餐廳和酒店業開發平板電腦的 E la Carte 公司獲 1350 萬美元 B 輪融資」，36 氦：<https://36kr.com/p/204191.html>。2018/11/03。

農委會(企劃處)；2012，「國內餐廳首創食材溯源公布欄，選用產銷履歷農產品，溯源餐廳好 easy」，農業新聞：https://www.coa.gov.tw/theme_data.php?theme=news&sub_theme=agri&id=4556。2018/11/21。

林君翰；2018，「可追溯食材市場穩步提升，通路串聯生產與消費端，共同為安全農產品把關」，豐年雜誌：https://www.agriharvest.tw/theme_data.php?theme=article&sub_theme=article&id=2477。2018/11/21。

金子齡；2018，「Magic Touch 点爭鮮(中華店)－平板點餐&新幹線直送@山居歲月之生活」，PChome 個人新聞台：<http://mypaper.pchome.com.tw/mick1113/post/1376383747>。2018/11/22。

瑋瑋 美食萬歲；2018，「桃園市美食 | 『Magic Touch 点爭鮮』桃園愛買逛街吃美食-趣味的新幹線送餐~品嚐美味的日本料理!」，桃園地區 吃喝玩樂：<https://vivawei.tw/magic-touch/>。2018/11/22。

羅正漢；2014，「日本定食連鎖彌生軒登臺第一店，每桌配平板掀自助點餐風潮」，iThome：<https://ithome.com.tw/news/91881>。2018/11/21。

微碧愛普科技；2016，「微碧智慧店面－餐飲 iPad POS X 點餐 APP」，微碧愛普科技：<https://weibyapps.wordpress.com/2016/08/15/ipad-%E8%87%AA%E5%8A%A9%E9%BB%9E%E9%A4%90%E3%80%82%E5%B0%B1%E8%AE%93-ipad-%E7%95%B6%E6%9C%8D%E5%8B%99%E7%94%9F%E5%90%A7%E7%BC%81/>。2018/11/21。

島民食庫；2016，「[府中美食] 愛茶棧 i 茶棧 Love Tea 創意空間 時尚茶坊」，隨意窩：<https://blog.xuite.net/blueshk/hAPPy/401022190-%5B%E5%BA%9C%E4%B8%AD%E7%BE%8E%E9%A3%9F%5D+%E6%84%9B%E8%8C%B6%E6%A3%A7+i+%E8%8C%B6%E6%A3%A7+Love+Tea+%E5%89%B5%E6%84%8F%E7%A9%BA%E9%96%93+%E6%99%82%E5%B0%9A%E8%8C%B6%E5%9D%8A%28%E5%9C%96%E5%A4%9A%29%E6%9D%BF%E6%A9%8B>。2018/11/22。

大口；2015，「【板橋吃到飽】小蒙牛頂級麻辣養生鍋・肉質一流、食材新鮮!火鍋聚餐方便好去處!」，窩客島：<https://www.walkerland.com.tw/article/view/81413>。2018/11/22。

小可可阿姨；2016，「【中壢。食】小蒙牛頂級麻辣養生鍋(中壢店)*價格..變貴了!點餐..變科技了ㄟ!」，隨意窩：<https://blog.xuite.net/jerome1103/blog/430130105-%E3%80%90%E4%B8%AD%E5%A3%A2%E3%80%82%E9%A3%9F%E3%80%91%E5%B0%8F%E8%92%99%E7%89%9B%E9%A0%82%E7%B4%9A%E9%BA%BB%E8%BE%A3%E9%A4%8A%E7%94%9F%E9%8D%8B%28%E4%B8%AD%E5%A3%A2%E5%BA%97%29+%2A%E5%83%B9%E6%A0%BC..%E8%AE%8A%E8%B2%B4%E4%BA%86%E7%BC%81%E9%BB%9E%E9%A4%90..%E8%AE%8A%E7%A7%91>

E6%8A%80%E4%BA%86%E3%84%9F%EF%BC%81。2018/11/22。

二、機構網站

方碼科技，2017，「QR Code 食品應用」，方碼科技：https://www.funcode-tech.com/QR_Code_APPLICATIONS_Food.html。2018/11/05。

黃金貴，2015，「國外星巴克推 APP 點餐外送 台灣何時也能跟進？」，1111 職涯論壇：

<https://www.1111.com.tw/15sp/delicacy/discussTopic.asp?id=6483>。
2018/11/06。

MBA 智庫百科，2015，「問卷調查法」，MBA 智庫百科：

<https://wiki.mbalib.com/zh-tw/%E9%97%AE%E5%8D%B7%E8%B0%83%E6%9F%A5%E6%B3%95>。2018/11/06。

附錄一問卷

親愛的受訪者：

您好，這份問卷是為了調查您對於點餐 APP 的使用情況與滿意度調查，懇請您撥空填寫，此問卷無需具名，並且為非公開，資料僅為此專題研究之使用，請您安心填寫，感謝您的協助。

敬祝 闔家平安、事事如意！

新北市致理科技大學休閒遊憩管理系

指導教授：蔡進祥博士、詹悉珍博士

學生：韓皓鈞、王思雅、郭慧雯、林吟容、李翊安、張哲維

第一部份 基本資料

1. 性別：

男性 女性

2. 年齡層：

20 歲(含)以下 21~30 歲 31~40 歲
 41~50 歲 51~60 歲 61 歲(含)以上

3. 教育程度：

國小(含)以下 國中 高中職
 大學/專科 研究所以上 其他_____

4. 職業：

學生 上班族 軍公教 服務業 製造業 金融業
 電子業 家管 醫療業 待業中 其他_____

5. 婚姻狀況：

未婚 已婚 其他_____

第二部份 消費者使用習慣

1. 你是否曾經使用過點餐 APP 來點餐：

是 否 (若選否，即結束問卷)

2. 使用點餐 APP 的頻率：

一個月 1 次 一個月 2-3 次 一個月 4-5 次 一個月 6 次(含)以上

3. 大多是使用哪間店家的點餐 APP？

彌生軒 瓦城 小蒙牛 定食 8 愛茶棧

Magic Touch 點爭鮮 其他_____

4. 大多會使用點餐 APP 何種功能？（可複選）

訂位 查詢等待時間 優惠資訊 餐點介紹
 點餐 遊戲 查詢消費明細 結帳 意見表 其他_____

5. 您是透過何種通路來得知該點餐 APP？（可複選）

網路 親朋好友 傳單 新聞 報章雜誌 剛好路過 其他

第三部份 APP 使用現況

1. 店家名稱：

彌生軒 瓦城 小蒙牛 定食 8 愛茶棧
 Magic Touch 點爭鮮 其他_____

2. 請問您是否是第一次使用此家店的 APP？

是 否

3. 請問您來此店的次數為？

第 1 次 2-3 次 4-5 次 6 次（含）以上

4. 請問您是從哪裡得知此店家 APP 的資訊？（可複選）

親友推薦 報章雜誌 網路資訊 剛好路過 其他_____

5. 點餐 APP 使用功能：（可複選）

訂位 查詢等待時間 優惠資訊 餐點介紹 點餐
 遊戲 查詢消費明細 結帳 意見表 其他_____

6. 請問您對版面配置滿意嗎？

非常滿意 滿意 普通 不滿意 非常不滿意

7. 請問您對操作流暢度滿意嗎？

非常滿意 滿意 普通 不滿意 非常不滿意

8. 請問您使用 APP 過程中是否有遇到問題？

無遇到任何問題 遇到當機 遇到閃退 其他

9. 請問您使用具有點餐 APP 的餐廳會更有消費意願嗎？

非常認同 認同 普通 不認同 非常不認同

10. 使用點餐 APP 是方便的：

非常認同 認同 普通 不認同 非常不認同

11. 使用點餐 APP 是簡單容易的：
非常認同 認同 普通 不認同 非常不認同
12. 使用點餐 APP 的功能能符合我的需求：
非常認同 認同 普通 不認同 非常不認同
13. 點餐 APP 是快速值得使用的：
非常認同 認同 普通 不認同 非常不認同
14. 使用點餐 APP 是新奇的體驗：
非常認同 認同 普通 不認同 非常不認同
15. 使用點餐 APP 是有趣的：
非常認同 認同 普通 不認同 非常不認同
16. 使用點餐 APP 是愉悅的：
非常認同 認同 普通 不認同 非常不認同
17. 使用點餐 APP 能夠讓我感到驕傲：
非常認同 認同 普通 不認同 非常不認同
18. 使用點餐 APP 能夠展現獨特性：
非常認同 認同 普通 不認同 非常不認同
19. 使用點餐 APP 能更吸引別人的目光：
非常認同 認同 普通 不認同 非常不認同
20. 點餐 APP 服務的功能不如想像中的完善：
非常認同 認同 普通 不認同 非常不認同
21. 點餐 APP 服務的實用性不夠高：
非常認同 認同 普通 不認同 非常不認同
22. 點餐 APP 服務其效率不如我預期：
非常認同 認同 普通 不認同 非常不認同
23. 點餐 APP 整體滿意度：
非常滿意 滿意 普通 不滿意 非常不滿意
24. 請問您對服務項目齊全滿意嗎？
非常滿意 滿意 普通 不滿意 非常不滿意
25. 是否會把點餐 APP 推薦給其他人使用：
非常認同 認同 普通 不認同 非常不認同

26. 是否會因為點餐 APP 而吸引您再次前來消費：

非常認同 認同 普通 不認同 非常不認同

27. 請問您願意因為促銷活動而使用此 APP 嗎？

非常願意 願意 普通 不願意 非常不願意

~感謝您耐心的填寫本問卷~

休致
閒理
遊科
總管
系
大
學

畢業專題題目：

食破天驚——行動

Menu
(105)

學生：

林吟
容、
李翊
安、
郭基
燮、
張哲
維

撰