

โครงการออกแบบแอปพลิเคชันเพื่อการส่งเสริมการขาย สำหรับร้านอาหาร  
ในเครือ เซ็นทรัล เรสตอรองส์ กรุ๊ป  
Application Design for Sales Promotion for Restaurants  
by Central Restaurants Group



นางสาวภมรพรรณ วิวัฒน์สนิทชัย

ศิลปนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต  
สาขาวิชาการออกแบบสันทนศาสตร์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
ปีการศึกษา 2561

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



หัวข้อศิลปนิพนธ์	โครงการออกแบบแอปพลิเคชันเพื่อการส่งเสริมการขาย สำหรับร้านอาหาร ในเครือ เซ็นทรัล เรสตอรองส์ กรุ๊ป
นักศึกษา	นางสาว ภมรพรรณ วิวัฒน์สนิทย
รหัสนักศึกษา	58020280
ปริญญา	ศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชา	การออกแบบสันทะสามมิติ
พ.ศ.	2561
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์ นवलพรรณ แก้วฉวีกรังษี

### บทคัดย่อ

โครงการศิลปนิพนธ์ฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อออกแบบสื่อส่งเสริมการขาย สำหรับร้านอาหารในเครือ เซ็นทรัล เรสตอรองส์ กรุ๊ป โดยศึกษาข้อมูลจากพฤติกรรมการใช้บริการในร้านอาหารของกลุ่มลูกค้าเป็นหลัก และจากความรวดเร็วในการสื่อสาร ที่ทำให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงข้อมูลต่างๆ ได้อย่างรวดเร็ว โดยการค้นหาข้อมูลของคนส่วนใหญ่จะใช้ Smartphone เป็นหลัก การใช้บริการร้านอาหารในแต่ละครั้งก็มักจะค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับร้านนั้นๆ เพื่อตรวจสอบเมนูหรือโปรโมชั่นใหม่ก่อนใช้บริการ เมื่อไปถึงร้านแล้วจะได้มีข้อมูลและไม่เสียเวลามากนัก ดังนั้นในโครงการนี้จึงเลือกใช้แอปพลิเคชันในการเชื่อมโยงร้านอาหารกับกลุ่มลูกค้าเข้าด้วยกัน เพื่อให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงข้อมูลของร้านอาหารได้รวดเร็วทันใจ อีกทั้งยังลดขั้นตอนและระยะเวลาในการใช้บริการร้านอาหารแต่ละครั้งได้ด้วยการใช้งานแอปพลิเคชันของร้านอาหาร

## กิตติกรรมประกาศ

ในการทำโครงการนี้ไม่ง่ายเลยกว่าจะเป็นรูปเป็นร่างจนสำเร็จมาถึงขั้นตอนสุดท้าย ต้องขอขอบคุณอาจารย์ทุกท่านที่คอยชี้แนะและให้คำปรึกษามาตลอดตั้งแต่การเลือกหัวข้อจนถึงการดำเนินงานในกระบวนการต่างๆ ขอขอบคุณครอบครัวที่คอยให้กำลังใจ คอยมอบรอยยิ้มและเสียงหัวเราะให้หายเครียด ขอขอบคุณเพื่อนนัส ปูน อินซ์ พี่ขวัญ ที่มาช่วยถ่ายคลิปลิโด้ด้วยกันที่ร้านอาหาร และขอขอบคุณพนักงานที่ร้านอาหารสาขา The Promenade ที่ใจดีให้ใช้สถานที่ถ่ายงานจนผ่านไปด้วยดี และให้ความร่วมมือในการร่วมแสดงอีกด้วย

สุดท้ายนี้ที่สำคัญที่สุดเลยคือเพื่อนๆและพี่ๆชาวสม. ทุกคนที่คอยถามคอยพูดคุยให้คำปรึกษา แก่กันและกัน และคอยมอบความสนุกสนาน ความบันเทิงร่วมกันตลอดเวลาที่ผ่านมา



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

# สารบัญ

	หน้า
ใบรับรองศิลปนิพนธ์ .....	II
บทคัดย่อภาษาไทย .....	III
กิตติกรรมประกาศ .....	IV
สารบัญ .....	V
สารบัญตาราง .....	VII
สารบัญภาพ .....	VIII
บทที่ 1 บทนำ .....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ .....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ .....	1
1.3 ขอบเขตของโครงการ .....	2
1.4 วิธีดำเนินโครงการโดยย่อ .....	2
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ .....	2
1.6 นิยามศัพท์ .....	3
บทที่ 2 การศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบ .....	4
2.1 ข้อมูลการวิเคราะห์ร้านอาหาร .....	4
2.2 ข้อมูลด้านการตลาดของธุรกิจอาหารในประเทศไทย .....	9
2.3 ข้อมูลกลุ่มผู้บริโภค .....	11
2.4 ข้อมูลเกี่ยวกับการออกแบบแอปพลิเคชัน .....	14
2.5 วิเคราะห์แอปพลิเคชัน CRG PLUS+ และแอปพลิเคชันตัวอย่าง .....	16
2.6 สรุปขอบเขตในการออกแบบ .....	23
บทที่ 3 การดำเนินการออกแบบ .....	29
3.1 สรุปเกณฑ์ในการออกแบบ .....	29
3.2 การสร้างบุคลิกลักษณะของกลุ่มเป้าหมาย ( Customer Persona ) .....	31
3.3 การทำแบบจำลองและพัฒนาแบบ ข้อมูลส่วนตัว .....	36
3.4 การทำแบบจำลองและพัฒนาแบบ การใช้งานหลักของร้าน Pepper Lunch .....	41
3.5 การทำแบบจำลองและพัฒนาแบบ การใช้งานหลักของร้าน CHABUTON .....	47
3.6 การทำแบบจำลองและพัฒนาแบบ การใช้งานหลักของร้าน Mister Donut .....	48
บทที่ 4 การนำเสนอผลงานการออกแบบ .....	49
4.1 การนำเสนอขั้นตอนการใช้งานแอปพลิเคชันภายในร้านอาหาร .....	49
4.2 การนำเสนอผลงานการออกแบบแอปพลิเคชัน .....	52

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.3 สื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ในพื้นที่ร้านอาหาร .....	69
บทที่ 5 การสรุปผล อภิปรายและข้อเสนอแนะ .....	74
5.1 ผลงานการออกแบบที่ได้จากการดำเนินโครงการฯ .....	74
5.2 การอภิปรายผลงานการออกแบบ .....	74
5.3 ข้อเสนอแนะจากคณะกรรมการตรวจศิลปนิพนธ์ .....	75



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

# สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
ตารางที่ 2.1 แสดงการเปรียบเทียบข้อมูลร้านอาหารในเครือ CRG .....	6
ตารางที่ 2.2 User Journey การใช้บริการในร้านอาหาร .....	13
ตารางที่ 2.3 สรุปรูปแบบการใช้งานหลักของแอปพลิเคชันที่จะออกแบบ .....	23
ตารางที่ 3.1 แสดงเงื่อนไขและความต้องการในการออกแบบ .....	30



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

# สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
ภาพที่ 2.1	แบรนด์ร้านอาหารในเครือ CRG .....4
ภาพที่ 2.2	Brand Positioning .....5
ภาพที่ 2.3	ตราสัญลักษณ์ CHABUTON.....7
ภาพที่ 2.4	ตราสัญลักษณ์ Pepper Lunch .....8
ภาพที่ 2.5	ตราสัญลักษณ์ Mister Donut .....8
ภาพที่ 2.6	จำนวนสาขาทางสรรพสินค้าและร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ทั่วประเทศ.....9
ภาพที่ 2.7	ตลาดธุรกิจร้านอาหารในปี พ.ศ. 2560.....10
ภาพที่ 2.8	กิจกรรม 10 อันดับแรกของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย.....11
ภาพที่ 2.9	ขนาดหน้าจอแสดงผลของ iPhone แต่ละรุ่น .....14
ภาพที่ 2.10	พื้นที่บนหน้าจอมือถือกับบริเวณที่นิ้วโป้งสัมผัส .....15
ภาพที่ 2.11	การขยับนิ้วเพื่อสัมผัสหน้าจอถือในบริเวณที่เข้าถึงยาก . .....15
ภาพที่ 2.12	เข้าสู่ระบบแอปพลิเคชัน CRG PLUS+ .....16
ภาพที่ 2.13	หน้าข้อมูลโปรโมชั่นและการทำรายการต่างๆ ในแอปพลิเคชัน CRG PLUS+ .....17
ภาพที่ 2.14	Information Architecture ของแอปพลิเคชัน CRG PLUS+ .....17
ภาพที่ 2.15	ความคิดเห็นของผู้ใช้งาน จาก App Store .....18
ภาพที่ 2.16	ความคิดเห็นของผู้ใช้งาน จากกระทู้พันทิป .....18
ภาพที่ 2.17	หน้าเมนูหลักของแอปพลิเคชัน McDonald's .....19
ภาพที่ 2.18	การค้นหาที่อยู่สาขาร้าน ในแอปพลิเคชัน McDonald's.....19
ภาพที่ 2.19	filter ช่วยในการค้นหาที่อยู่สาขาร้าน ในแอปพลิเคชัน McDonald's .....20
ภาพที่ 2.20	หน้าเมนูหลักและข้อมูลต่างๆ ในแอปพลิเคชัน The Pizza Company.....21
ภาพที่ 2.21	หน้าเมนูหลักและข้อมูลต่างๆ ในแอปพลิเคชัน myMK .....22
ภาพที่ 2.22	แสดงโครงสร้างข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการชำระเงิน ส่วนที่ 1 .....24
ภาพที่ 2.23	แสดงโครงสร้างข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการชำระเงิน ส่วนที่ 2 .....25
ภาพที่ 2.24	แสดงโครงสร้างข้อมูลของการใช้งานแอปพลิเคชัน ร้าน CHABUTON.....26
ภาพที่ 2.25	แสดงโครงสร้างข้อมูลของการใช้งานแอปพลิเคชัน ร้าน Pepper Lunch .....27
ภาพที่ 2.26	แสดงโครงสร้างข้อมูลของการใช้งานแอปพลิเคชัน ร้าน Mister Donut .....28
ภาพที่ 3.1	ข้อมูล Customer Persona คนที่ 1 ร้าน Pepper Lunch.....31
ภาพที่ 3.2	ข้อมูล Customer Persona คนที่ 2 ร้าน Pepper Lunch.....32
ภาพที่ 3.3	ข้อมูล Customer Persona คนที่ 3 ร้าน CHABUTON.....33

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 3.4	ข้อมูล Customer Persona คนที่ 4 ร้าน CHABUTON.....	34
ภาพที่ 3.5	ข้อมูล Customer Persona คนที่ 5 ร้าน Mister Donut .....	35
ภาพที่ 3.6	ข้อมูล Customer Persona คนที่ 6 ร้าน Mister Donut .....	36
ภาพที่ 3.7	โครงสร้างข้อมูลส่วนตัว แบบที่ 1.....	37
ภาพที่ 3.8	โครงสร้างข้อมูลส่วนตัว แบบที่ 1 .....	37
ภาพที่ 3.9	โครงสร้างข้อมูลส่วนตัว แบบที่ 2 .....	38
ภาพที่ 3.10	โครงสร้างข้อมูลส่วนตัว แบบที่ 2.....	38
ภาพที่ 3.11	โครงสร้างข้อมูลส่วนตัว แบบที่ 3 ข้อมูลในการชำระเงิน .....	39
ภาพที่ 3.12	ข้อมูลการชำระเงินในแอปพลิเคชัน .....	40
ภาพที่ 3.13	โครงสร้างข้อมูลส่วนตัว แบบที่ 3 ข้อมูลสมาชิกและข้อมูลบัตร .....	40
ภาพที่ 3.14	ข้อมูลสมาชิกและข้อมูลบัตรในแอปพลิเคชัน.....	41
ภาพที่ 3.15	โครงสร้างข้อมูลในแอปพลิเคชัน Pepper Lunch แบบที่ 1 .....	41
ภาพที่ 3.16	โครงสร้างข้อมูลในแอปพลิเคชัน Pepper Lunch แบบที่ 2.....	42
ภาพที่ 3.17	โครงสร้างข้อมูลในแอปพลิเคชัน Pepper Lunch แบบที่ 3.....	42
ภาพที่ 3.18	แนวทางการออกแบบ แบบที่ 1 .....	43
ภาพที่ 3.19	แอปพลิเคชัน Pepper Lunch แบบที่ 1.....	44
ภาพที่ 3.20	แนวทางการออกแบบ แบบที่ 2 .....	45
ภาพที่ 3.21	แอปพลิเคชัน Pepper Lunch แบบที่ 2 .....	46
ภาพที่ 3.22	แนวทางการออกแบบ .....	47
ภาพที่ 3.23	โครงสร้างข้อมูลในแอปพลิเคชัน CHABUTON.....	47
ภาพที่ 3.24	แนวทางการออกแบบ.....	48
ภาพที่ 3.25	โครงสร้างข้อมูลในแอปพลิเคชัน Mister Donut .....	48
ภาพที่ 4.1	ขั้นตอนการใช้งานแอปพลิเคชัน ภายในร้าน Pepper Lunch .....	50
ภาพที่ 4.2	ขั้นตอนการใช้งานแอปพลิเคชัน ภายในร้าน CHABUTON.....	51
ภาพที่ 4.3	ขั้นตอนการใช้งานแอปพลิเคชัน หน้าร้าน Mister Donut .....	52
ภาพที่ 4.4	แสดงรูปแบบการชำระเงินของแอปพลิเคชัน.....	52
ภาพที่ 4.5	Special Coupon .....	53
ภาพที่ 4.6	แสดงขั้นตอนการชำระเงินบนแอปพลิเคชัน .....	53
ภาพที่ 4.7	แสดงขั้นตอนการรับ Special Coupon หลังการชำระเงิน.....	54
ภาพที่ 4.8	แสดงข้อมูลสมาชิกและข้อมูลบัตร.....	55
ภาพที่ 4.9	Flowchart แสดงลำดับขั้นตอนการชำระเงิน .....	56
ภาพที่ 4.10	การนำเสนอแอปพลิเคชัน Pepper Lunch .....	57
ภาพที่ 4.11	การใช้งานแอปพลิเคชัน Pepper Lunch .....	57

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 4.12	แสดงหน้าจอข้อมูลข่าวสารและโปรโมชั่นร้าน Pepper Lunch .....	58
ภาพที่ 4.13	แสดงหน้าจอการสร้างเมนูอาหาร ( Make a Dish ) ร้าน Pepper Lunch .....	58
ภาพที่ 4.14	แสดงหน้าจอการสั่งอาหารจากเมนูที่บันทึกไว้ ( My Dish ) ร้าน Pepper Lunch.....	59
ภาพที่ 4.15	Flowchart แสดงลำดับขั้นตอนการใช้งานแอปพลิเคชัน Pepper Lunch .....	60
ภาพที่ 4.16	การนำเสนอแอปพลิเคชัน CHABUTON .....	61
ภาพที่ 4.17	แสดงหน้าจอข้อมูลข่าวสารและโปรโมชั่นร้าน CHABUTON .....	62
ภาพที่ 4.18	แสดงหน้าจอข้อมูลเมนูอาหารร้าน CHABUTON .....	63
ภาพที่ 4.19	Flowchart แสดงลำดับขั้นตอนการใช้งานแอปพลิเคชัน CHABUTON .....	64
ภาพที่ 4.20	การนำเสนอแอปพลิเคชัน Mister Donut .....	65
ภาพที่ 4.21	แสดงหน้าจอข้อมูลข่าวสารและโปรโมชั่นร้าน Mister Donut .....	65
ภาพที่ 4.22	แสดงหน้าจอข้อมูลเมนูอาหารร้าน Mister Donut .....	67
ภาพที่ 4.23	Flowchart แสดงลำดับขั้นตอนการใช้งานแอปพลิเคชัน Mister Donut .....	68
ภาพที่ 4.24	หน้าร้าน Pepper Lunch.....	69
ภาพที่ 4.25	ป้ายบนโต๊ะอาหารร้าน Pepper Lunch.....	69
ภาพที่ 4.26	โปสเตอร์โปรโมทแอปพลิเคชัน Pepper Lunch .....	70
ภาพที่ 4.27	โปสเตอร์โปรโมทแอปพลิเคชัน CHABUTON .....	70
ภาพที่ 4.28	หน้าร้าน CHABUTON .....	71
ภาพที่ 4.29	แผ่นรองจานบนโต๊ะอาหารร้าน CHABUTON .....	72
ภาพที่ 4.30	โปสเตอร์โปรโมทแอปพลิเคชัน Mister Donut .....	72
ภาพที่ 4.31	หน้าร้าน Mister Donut .....	73

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ

ธุรกิจอาหารในทุกวันนี้มีการแข่งขันสูง ทำให้ต้องมีการปรับตัวด้วยกลยุทธ์ใหม่ๆ ให้เหมาะสมกับกลุ่มผู้บริโภคอยู่ตลอดเวลา โดยเฉพาะการทำการตลาดผ่านทาง Social Network, Website และ Application ที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับร้านอาหารและข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบการใช้ชีวิต เนื่องด้วยปัจจุบันประชากรในประเทศไทย มีผู้ใช้โทรศัพท์มือถือที่เป็น Smartphone มากถึง 71% จากจำนวนประชากรทั้งหมด และสถิติการใช้ Smartphone เอง ได้มีตัวเลขที่สูงขึ้นเรื่อยๆ สามารถสังเกตได้จากแนวโน้มการเติบโตของการชำระเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ ที่ในหลายธุรกิจมีการพัฒนาช่องทางการซื้อขายสินค้าและบริการ ทำให้สามารถทำรายการและชำระเงินผ่านแอปพลิเคชัน เพิ่มความสะดวกรวดเร็วในการใช้ชีวิตมากขึ้น

บริษัท เซ็นทรัล เรสตอรองส์ กรุ๊ป (Central Restaurants Group : CRG) เอง ก็ได้มีการพัฒนาช่องทางการสื่อสารออนไลน์ ทั้งในรูปแบบเว็บไซต์ และ Mobile Application ให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงข้อมูลร้านอาหารและสั่งอาหารได้สะดวกขึ้น ผู้จัดทำจึงเล็งเห็นโอกาสในการพัฒนาช่องทางการสื่อสารกับผู้บริโภค ที่จะช่วยในด้านการส่งเสริมการขาย โดยเฉพาะในรูปแบบแอปพลิเคชัน เพื่อช่วยให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพมากขึ้น ทั้งฝ่ายของทางร้านอาหารเอง ในด้านการขายสินค้าและบริการภายในร้าน รวมไปถึงทางออนไลน์ และการรับข้อมูลข่าวสารของผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มลูกค้า ในด้านการซื้อสินค้าและบริการจากร้านอาหาร เพื่อให้เป็นไปตามความต้องการของทั้งสองฝ่าย

ในโครงการนี้ได้ทำการเลือกร้านอาหารภายในเครือ CRG เพื่อนำมาทำการออกแบบแอปพลิเคชันเพื่อการส่งเสริมการขาย ซึ่งจากรูปแบบการให้บริการของร้านอาหาร สามารถแบ่งออกเป็น 3 ประเภท โดยจะเลือกร้านอาหารเพื่อนำมาทำการออกแบบและทำแบบจำลองการใช้งาน 1 ร้าน จากแต่ละประเภท รวมทั้งหมด 3 ร้าน

### 1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ

1.2.1 ออกแบบแอปพลิเคชันเพื่อส่งเสริมการขาย สำหรับร้านอาหารภายในเครือ เซ็นทรัล เรสตอรองส์ กรุ๊ป เพื่อให้กลุ่มลูกค้าสามารถเข้าถึงข้อมูลร้านอาหารได้สะดวก รวดเร็ว และได้รับข้อมูลที่ครบถ้วน

1.2.2 แก้ปัญหาการลืมบัตร ลืมใช้โปรโมชั่นและสิทธิพิเศษต่างๆ

### 1.3 ขอบเขตของโครงการ

#### 1.3.1 ขอบเขตเนื้อหา

ออกแบบแอปพลิเคชันสำหรับร้านอาหาร เพื่อการสื่อสารข้อมูลไปยังกลุ่มลูกค้า ช่วยให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงข้อมูลร้านค้าได้สะดวกและรวดเร็วมากขึ้น รวมถึงการชำระเงินได้โดยไม่ต้องพกบัตร เพื่อให้การชำระเงินมีขั้นตอนที่ง่ายขึ้น ด้วยการใช้บริการผ่านทางแอปพลิเคชัน

ร้านอาหารที่วิเคราะห์และเลือกมาทำกรณีศึกษาโดยพิจารณาจากประเภทและรูปแบบการให้บริการของร้าน สามารถแบ่งได้เป็น 3 ประเภท และทำการเลือกร้านอาหารเพื่อนำมาออกแบบและทำแบบจำลองการใช้งาน 1 ร้าน จากแต่ละประเภท รวมทั้งหมด 3 ร้าน ดังนี้ Pepper Lunch, Mister Donut และ CHABUTON

#### 1.3.2 ขอบเขตประชากร

กลุ่มลูกค้าผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน เพื่อการซื้อสินค้าและบริการภายในร้านอาหาร

#### 1.3.3 ขอบเขตพื้นที่

ร้านอาหาร ณ จุดขายและจุดชำระเงิน และมีถือ iPhone บนหน้าจอขนาด 4.7 นิ้ว ( iPhone 6/7/8 ) ผ่านระบบปฏิบัติการ IOS

### 1.4 วิธีดำเนินโครงการ

1.4.1 ศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลร้านอาหารในเครือ Central Restaurants Group เพื่อสรุปผลและเลือกร้านที่จะนำมาออกแบบ

1.4.2 ศึกษาข้อมูลทางการตลาดของธุรกิจร้านอาหารในปัจจุบัน

1.4.3 ศึกษาและวิเคราะห์พฤติกรรมของกลุ่มลูกค้า

1.4.4 ศึกษาและวิเคราะห์แอปพลิเคชันตัวอย่าง

1.4.5 จัดเรียงระบบโครงสร้างของข้อมูลที่ต้องใช้ในการออกแบบ

1.4.6 สรุปแนวทางที่จะใช้ในการออกแบบ

1.4.7 ดำเนินการออกแบบ

1.4.8 ทดลองการใช้งานแบบจำลองแอปพลิเคชัน

1.4.9 ปรับปรุงและพัฒนาแบบจำลองแอปพลิเคชัน

1.4.10 นำเสนอผลงานการออกแบบ

### 1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.5.1 สร้างการรับรู้ด้านสินค้าและบริการของร้านอาหารต่อกลุ่มเป้าหมาย และส่งเสริมการขายให้กับร้านอาหาร

1.5.2 กลุ่มลูกค้าสามารถใช้งานแอปพลิเคชันในการเข้าถึงข้อมูลด้านต่างๆ ของร้านอาหารได้สะดวก รวดเร็ว ด้วยรายละเอียดของข้อมูลที่ครบถ้วน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 1.6 นิยามศัพท์

1.6.1 Social Network หมายถึง เครือข่ายสังคมออนไลน์ หรือเป็นการบริการที่เชื่อมโยงคนหลายคนเข้าไว้ด้วยกันผ่านอินเทอร์เน็ต ซึ่งเปรียบเหมือนสังคมจำลองเสมือนจริงนั่นเอง และในปัจจุบันนอกจากจะเป็นสังคมออนไลน์แล้ว ยังเป็นเครื่องมือทางการตลาดซึ่งเป็นที่นิยมอีกด้วย

1.6.2 Website หมายถึง ศูนย์รวบรวมความรู้และแหล่งข้อมูลมากมาย ทั้งข้อมูลเอกสารและสื่อประสมต่างๆ เช่น ภาพ เสียง และข้อความ มีหลายหน้าเชื่อมโยงกัน ส่วนใหญ่จัดทำขึ้นเพื่อนำเสนอข้อมูลผ่านคอมพิวเตอร์ โดยถูกจัดเก็บไว้ในเว็ลด์ไวด์เว็บ

1.6.1 Smartphone หมายถึง โทรศัพท์เคลื่อนที่ ที่มีความสามารถเพิ่มเติมนอกเหนือจากโทรศัพท์มือถือทั่วไป โดยสามารถเชื่อมต่อความสามารถหลักของโทรศัพท์มือถือเข้ากับแอปพลิเคชันของสมาร์ตโฟนเอง

1.6.2 Mobile Application หมายถึง โปรแกรมประยุกต์สำหรับอุปกรณ์เคลื่อนที่



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## การศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบ

โครงการออกแบบแอปพลิเคชันเพื่อการส่งเสริมการขาย สำหรับร้านอาหารในเครือ เซ็นทรัล เรสตอรองส์ กรุ๊ป มีการศึกษาข้อมูลและนำมาวิเคราะห์สรุปผลเพื่อใช้ในการออกแบบ แบ่งเป็นหัวข้อใหญ่ ดังต่อไปนี้

- 2.1 ข้อมูลการวิเคราะห์ร้านอาหาร
- 2.2 ข้อมูลด้านการตลาดของธุรกิจอาหารในประเทศไทย
- 2.3 ข้อมูลกลุ่มผู้บริโภค
- 2.4 ข้อมูลเกี่ยวกับการออกแบบแอปพลิเคชัน
- 2.5 วิเคราะห์แอปพลิเคชัน CRG PLUS+ และแอปพลิเคชันตัวอย่าง
- 2.6 สรุปขอบเขตในการออกแบบ

### 2.1 ข้อมูลการวิเคราะห์ร้านอาหาร

#### 2.1.1 Central Restaurants Group (CRG)

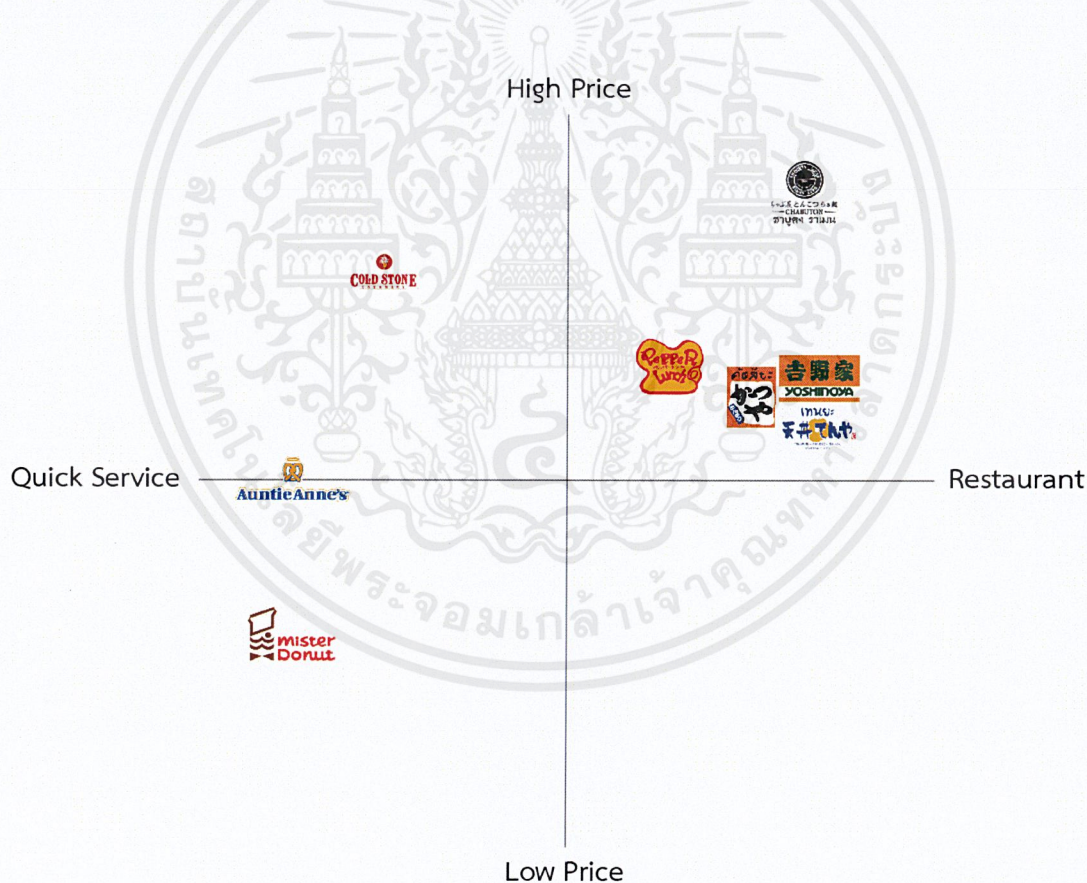
ธุรกิจอาหารในเครือเซ็นทรัล หนึ่งในผู้นำธุรกิจอาหารเครือข่าย (Food Chain Industry) ที่คัดสรรค้เฉพาะสินค้าและบริการที่มีคุณภาพดีเยี่ยม ได้รับความไว้วางใจให้อยู่คู่กับสังคมไทยมาเป็นระยะเวลาอันยาวนานและมุ่งมั่นที่จะครองความเป็นผู้นำอันดับหนึ่งในตลาดตลอดไป



ภาพที่ 2.1 แบนด์ร้านอาหารในเครือ CRG  
ที่มา : <http://www.crg.co.th/register/crgplu>

CRG ได้มีการขยายธุรกิจอย่างต่อเนื่อง ครอบคลุมมากขึ้น ในปัจจุบันมีแบรนด์ร้านอาหารรวมทั้งสิ้น 12 แบรนด์ ได้แก่ Mister Donut, KFC, Auntie Anne's, Pepper Lunch, CHABUTON, Cold Stone Creamery, The Terrace, YOSHINOYA, OOTOYA, TENYA, KATSUYA และ fetz Premium Ice Cream ในส่วนของการส่งเสริมการขาย เป็นการตอบรับกระแสสังคมไร้เงินสด (Cashless Society) ทางบริษัทจึงมี CRG Gift Card บัตรเงินสดใช้ในการชำระค่าสินค้า ที่ไม่ต้องพกเงินสดหรือบัตรหลายใบให้ยุ่งยาก เพื่อความสะดวก คู่แข่งกับมี้ออาหาร พร้อมกับมอบสิทธิพิเศษภายในบัตร ทั้งส่วนลดและโปรโมชั่นพิเศษ ตลอดอายุบัตร ( 2 ปี ) นอกจากนี้ยังสามารถลงทะเบียนเพื่อใช้งานร่วมกับแอปพลิเคชัน เพื่อชำระค่าสินค้าผ่านทางแอปพลิเคชันได้โดยไม่ต้องพกบัตรอีกด้วย

สำหรับในโครงการนี้ได้ทำการวิเคราะห์ร้านอาหารเพื่อเลือกร้านอาหารที่เหมาะสม นำมาทำการออกแบบและพัฒนาแอปพลิเคชันในโครงการ โดยไม่รวมร้าน KFC, The Terrace, OOTOYA และ fetz Premium Ice Cream เนื่องจากร้านดังกล่าวไม่รับชำระเงินผ่าน CRG Gift Card ซึ่งข้อมูลการวิเคราะห์ร้านอาหารทั้ง 8 แบรนด์ มีดังนี้



ภาพที่ 2.2 Brand Positioning

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 2.1.2 การจัดกลุ่มเพื่อแยกประเภทของร้านอาหาร

ร้านอาหารทั้ง 10 แบรินด์ มีสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน ทั้งในเรื่องของอาหาร รูปแบบร้านอาหาร และราคา ทำให้เห็นกลุ่ม เป้าหมายของแต่ละร้านได้ชัดเจน และสามารถทำการวิเคราะห์เพื่อเลือกร้านที่จะนำมาออกแบบแอปพลิเคชันในโครงการนี้ได้ ดังนี้

ตารางที่ 2.1 แสดงการเปรียบเทียบข้อมูลร้านอาหารในเครือ CRG

BRAND	ประเภทอาหาร	รูปแบบร้านอาหาร	ราคา / คน ราคาย่อมเยา ราคาปานกลาง ราคาสูง	CONCEPT
Mister Donut	Bakery	Counter Service	25 – 80	สร้างสรรค์ความสุขด้วยการมอบความอร่อยและประสบการณ์ใหม่ๆ
Auntie Anne's	Bakery	Counter Service	35 – 80	ความสดใส ทันสมัย คลายหิว สร้างสุข
Pepper Lunch	Japanese Food	Customize Menu	104 – 250	ญี่ปุ่นสไตล์โมเดิร์น ที่ให้ทุกคนได้สนุกกับการแต่งเติมความอร่อยได้ไม่ซ้ำในสไตล์ตัวเอง
Yoshinoya	Japanese Food	Half Service / QSR	129 – 249	ข้าวน้ำเนื้อเอกลักษณ์เฉพาะ ตันตำรับจากญี่ปุ่น ระดับตำนานกว่า 100 ปี
Cold Stone	Ice Cream	Customize Menu	99 – 199	ไอศกรีมสไตล์อเมริกัน มีความสร้างสรรค์ในรูปแบบเฉพาะตัว
Tenya	Japanese Food	Half Service / QSR	109 – 200	สูตรลับแบบดั้งเดิม ตันตำรับเต็มปุระอันดับ 1 จากญี่ปุ่น
Katsuya	Japanese Food	Half Service / QSR	99 – 239	อิมพอร์ต คุ่มค้า คุ่มราคา ตันตำรับจากญี่ปุ่น
CHABUTON	Japanese Food	Half Service / QSR	149 – 349	มีความพิถีพิถัน ไม่เหมือนใคร ตันตำรับจากญี่ปุ่น โดยสุดยอดเชฟราเมน ที่วีแชมป์เยียน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากการวิเคราะห์พฤติกรรมลูกค้าและรูปแบบการให้บริการของร้านอาหาร สามารถจัดกลุ่มเพื่อนำมาออกแบบแอปพลิเคชันให้ตรงกลุ่มเป้าหมายและความต้องการได้เป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

ก) Half Service / QSR การให้บริการแบบครึ่งหนึ่ง คือพนักงานรับออเดอร์ที่โต๊ะ และหลังทานเสร็จ ลูกค้าต้องชำระเงินด้วยตัวเองที่แคชเชียร์ ร้านอาหารที่จัดอยู่ในกลุ่มนี้ คือ CHABUTON, Yoshinoya, Katsuya และ Tenya

ข) Customize Menu ที่ให้ลูกค้าสามารถเลือกส่วนผสมในเมนูอาหารได้ด้วยตัวเอง ร้านอาหารที่จัดอยู่ในกลุ่มนี้ คือ Pepper Lunch และ Cold Stone

ค) Counter Service เป็นร้านในรูปแบบ counter/booth ลูกค้าสามารถเลือกซื้อ ชำระเงิน และรับอาหารได้เลยทันที ร้านอาหารที่จัดอยู่ในกลุ่มนี้ คือ Mister Donut และ Auntie Anne's

### 2.1.3 ร้านอาหารที่เลือกมาทำการออกแบบในโครงการ

จากข้อมูลทั้งหมด สามารถเลือกร้านอาหารที่จะนำมาออกแบบแอปพลิเคชันสำหรับร้านทั้ง 3 กลุ่ม กลุ่มละ 1 ร้าน ได้ดังต่อไปนี้

#### 2.1.3.1 CHABUTON จากกลุ่มร้านอาหาร Half Service / QSR

ร้านราเมนต้นตำรับแท้ๆ จากญี่ปุ่น ถือกำเนิดโดยเชฟ มร.ยาสุจิ โมริชิมิ ผู้คิดค้นสูตรราเมน ได้รางวัลชนะเลิศจากรายการ TV Champion ปี 2002 และได้รับรางวัล Michelin Guide Award



ภาพที่ 2.3 ตราสัญลักษณ์ CHABUTON

ที่มา : <http://www.centralgroup.com>

กลุ่มลูกค้าที่เข้าใช้บริการมีตั้งแต่วัยรุ่นไปจนถึงวัยทำงาน โดยกลุ่มลูกค้าหลักที่เข้าใช้บริการเป็นประจำเพราะชื่นชอบความหลากหลายของเมนู ที่น้ำซุป์มีรสชาติเป็นสูตรเฉพาะจากต้นตำรับ

#### 2.1.3.2 Pepper Lunch จากกลุ่มร้านอาหาร Customize Menu

เปปเปอร์ ลันซ์ (Pepper Lunch) มีต้นกำเนิดจากประเทศญี่ปุ่น โดยเชฟในโรงแรมชั้นนำที่โตเกียว ได้เกิดแรงบันดาลใจในการคิดค้นนวัตกรรมจานร้อนรูปแบบใหม่ ต่อมาได้ก่อตั้งสาขาแรกขึ้นที่เมืองคานากาวะ ในปี พ.ศ.2537 ปัจจุบันได้ขยายแฟรนไชส์ไปในหลายประเทศ หนึ่งในนั้นเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คือประเทศไทย เริ่มเปิดทำการ ในปี พ.ศ. 2550 ถือเป็นผู้นำธุรกิจร้านสเต็มกบนจานร้อนลิขสิทธิ์หนึ่งเดียวในประเทศไทย ที่ทุกเมนูเสิร์ฟบนจานร้อนและลูกค้าสามารถปรุงรสชาติเพิ่มเติมได้ด้วยตัวเอง ด้วยซอสสูตรพิเศษสั่งตรงจากญี่ปุ่น ภายใต้สโลแกน “เสิร์ฟร้อน...อร่อยสไตล์คุณ”



ภาพที่ 2.4 ตราสัญลักษณ์ Pepper Lunch  
ที่มา : <http://pepperlunchthailand.com>

ความหมายของชื่อและตราสัญลักษณ์ ชื่อ Pepper Lunch คำว่า Pepper มาจากองค์ประกอบเครื่องปรุงหลักของทางร้าน คือ พริกไทย ส่วนคำว่า Lunch มาจากอาหารมื้อกลางวัน ซึ่งเป็นไลฟ์สไตล์ของคนญี่ปุ่นที่อาหารมื้อกลางวันจะต้องมีปริมาณ รวดเร็ว ง่าย และราคาสมควร ในส่วนของตราสัญลักษณ์นั้นมาจากรูปทรงของจานผสมสีน้ำสมัยโบราณ ที่พร้อมจะแต่งแต้มสีสันให้ผู้คนมีความสุข

กลุ่มลูกค้าหลักที่เข้าใช้บริการของร้านนี้เป็นกลุ่มวัยรุ่น ที่เป็นนักเรียน นักศึกษา รวมไปถึงวัยทำงาน อายุ 18-32 ปี และส่วนใหญ่มักเป็นกลุ่มเพื่อน ที่ชื่นชอบความสนุกสนานและความแปลกใหม่ เนื่องจากเป็นร้านอาหารที่มีสินค้าและบริการที่ทันสมัย และราคาไม่สูงมากนัก โดยจุดเด่นของร้านคือการเสิร์ฟอาหารบนจานร้อนทุกเมนู ให้ลูกค้าทุกคนได้ปรุงอาหารด้วยตัวเองตามความพอใจ

### 2.1.3.3 Mister Donut จากกลุ่มร้านอาหาร Counter Service

ร้านมิสเตอร์ โดนต์ สาขาแรกในประเทศไทย ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2521 ภายใต้สโลแกน “ ความสุขใหม่ใหม่ มีได้เสมอ ” สรรค์สร้างโดนต์สดใหม่หลากหลายรูปแบบ พร้อมเสิร์ฟความอร่อยของโดนต์ที่ทำใหม่ตลอดทั้งวันให้กับทุกคนในทุกๆ วัน ภายใต้ Concept Casual and Relaxing At Home โดยนำต้นแบบการตกแต่งร้านมาจากประเทศญี่ปุ่น เน้นการใช้โทนสีอบอุ่น หรือ Earth Tone เพื่อให้ลูกค้ารู้สึกผ่อนคลาย ด้วยบรรยากาศภายในร้านที่ให้ความรู้สึกเหมือนรับประทานอยู่ที่บ้าน พร้อมกับครอบครัว



ภาพที่ 2.5 ตราสัญลักษณ์ Mister Donut

ที่มา : <http://www.whatshappening.com.ph/place/mister-donut-1510192398>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไมอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

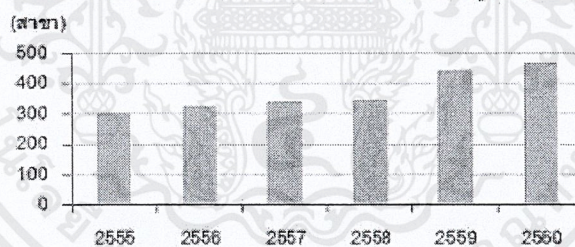
กลุ่มลูกค้าหลักของร้านส่วนใหญ่จะเป็นวัยเด็กไปจนถึงวัยรุ่น ที่ชอบรับประทานขนม และด้วยรสชาติความหลากหลายที่มีให้เลือกมากมาย รวมไปถึงการสร้างสรรค์โดนัทรูปแบบใหม่ๆ อยู่เป็นประจำ ทำให้ มิสเตอร์ โดนัท สามารถครองใจลูกค้าได้จนถึงทุกวันนี้

## 2.2 ข้อมูลด้านการตลาดของธุรกิจอาหารในประเทศไทย

ปัจจุบันธุรกิจร้านอาหารมีผู้ประกอบการในห้างสรรพสินค้าและร้านค้าปลีกขนาดใหญ่มากขึ้น โดยส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากการขยายสาขาและการเพิ่มสัดส่วนพื้นที่ร้านอาหารของห้างสรรพสินค้าและร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ เปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการร้านอาหารรายใหม่สามารถเข้าไปประกอบธุรกิจ และน่าจะส่งผลต่อเนื่องให้การแข่งขันระหว่างผู้ประกอบการร้านอาหารที่อยู่ในห้างสรรพสินค้าและร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ เป็นไปอย่างรุนแรงมากขึ้น เนื่องจากการกระจุกตัวของธุรกิจร้านอาหาร

ในปี พ.ศ 2561.การใช้บริการร้านอาหารระดับบนรวมถึงระดับกลาง อย่างร้านอาหารในห้างสรรพสินค้าและร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ ยังคงมีผู้ใช้บริการเป็นจำนวนมากในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ โดยผู้ประกอบการร้านอาหารในห้างสรรพสินค้าและร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ ส่วนใหญ่ยังคงเป็นร้านอาหาร ที่มีการขยายสาขาร้านอาหารไปตามการขยายสาขาของห้างสรรพสินค้าและร้านค้าปลีกขนาดใหญ่

จำนวนสาขาห้างสรรพสินค้า และร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ทั่วประเทศ



- บางแห่งกำหนดตำแหน่งการแข่งขันเป็น Food Destination		
พื้นที่ร้านอาหาร	อดีต	ปัจจุบัน
% ของพื้นที่ศูนย์การค้า	20-25%	30-40%
- ค่าเช่าพื้นที่ค้าปลีกโดยเฉลี่ยในกรุงเทพฯ และปริมณฑลปี 2560 เพิ่มขึ้น 5-10%		
- ใจกลางเมือง สูงสุด 3,000-4,000 บาท/ตร.ม./เดือน		
- ชานเมือง 800-3,500 บาท/ตร.ม./เดือน		

ที่มา: - ภาพรวมธุรกิจค้าปลีก ปี 2015 และ 2016 โดย สมาคมผู้ค้าปลีกไทย  
- Market Report : Bangkok Retail 2Q/2017 โดย Colliers International Thailand Research  
รวบรวมโดย ศูนย์วิจัยกิจการไทย

ภาพที่ 2.6 จำนวนสาขาห้างสรรพสินค้าและร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ทั่วประเทศ

ที่มา : <http://www.thansettakij.com/content/266747>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากภาพด้านบนแสดงให้เห็นว่ามีผู้ประกอบการร้านอาหารประกอบธุรกิจในห้างสรรพสินค้าและร้านค้าปลีกขนาดใหญ่มากขึ้นทุกปี ประกอบกับกลยุทธ์กำหนดตำแหน่งการแข่งขันให้ห้างสรรพสินค้าและร้านค้าปลีกขนาดใหญ่บางแห่ง เป็นจุดหมายสำหรับการรับประทานอาหาร (Food Destination) โดยใช้ร้านอาหารดึงดูดคนให้เข้ามาใช้บริการ ส่งผลให้ห้างสรรพสินค้าและร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ต่างให้ความสำคัญกับการเพิ่มสัดส่วนพื้นที่ร้านอาหาร

การขยายสาขาและการเพิ่มสัดส่วนพื้นที่ร้านอาหาร ของห้างสรรพสินค้าและร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ ทำให้ผู้ประกอบการร้านอาหารทั้งเซ่นร้านอาหาร ผู้ประกอบการรายใหญ่ และผู้ประกอบการรายย่อยทั่วไป สามารถเริ่มต้นธุรกิจหรือขยายสาขา เพื่อเข้าถึงลูกค้าในวงกว้างมากขึ้น และยังเป็นทางเลือกในการรับประทานอาหารให้มีความหลากหลายมากขึ้น จากเดิมที่ส่วนใหญ่เป็นการใช้บริการเซ่นร้านอาหารเป็นหลัก เปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการร้านอาหารรายใหม่สามารถเข้าไปประกอบธุรกิจ ส่งผลให้เกิดการแข่งขันที่สูงขึ้นระหว่างผู้ประกอบการร้านอาหารในห้างสรรพสินค้าและร้านค้าปลีกขนาดใหญ่



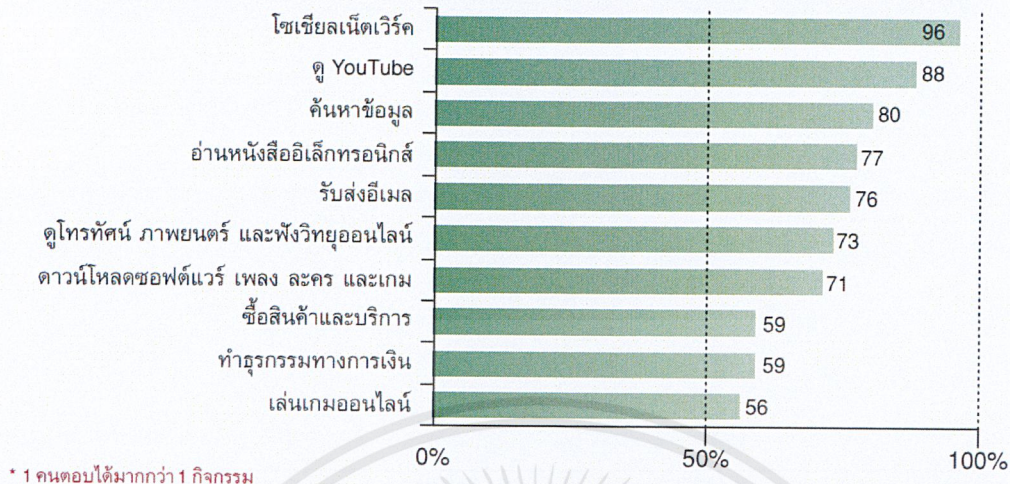
ภาพที่ 2.7 ตลาดธุรกิจร้านอาหารในปี พ.ศ. 2560

ที่มา : <https://www.smmagonline.com>

ธุรกิจอาหารมีการเติบโตต่อเนื่องทุกปี แต่ก็มีการแข่งขันสูงมากเช่นกัน ในปี พ.ศ.2560 ธุรกิจอาหารมีมูลค่าตลาดกว่า 390,000 ล้านบาท อัตราการเติบโตต่อปีเฉลี่ย 3-5% โดยตลาดส่วนใหญ่ยังเป็นร้านอาหารทั่วไป รวมถึงสตรีทฟู้ด ส่วนตลาดฟู้ดเซ่นหรือร้านอาหารที่มีสาขา มีมูลค่า 120,000 ล้านบาท ซึ่งในจำนวนนี้ CRG มีส่วนแบ่งทางการตลาดอยู่ที่ 8%

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## กิจกรรม 10 ลำดับแรกของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย\*



ที่มา : รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2559  
โดย สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน)

### ภาพที่ 2.8 กิจกรรม 10 อันดับแรกของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย

ที่มา : ศูนย์วิจัยกสิกร

การแข่งขันที่เป็นไปอย่างรุนแรงในตลาดธุรกิจร้านอาหารในปี พ.ศ. 2560 เป็นเหตุให้ผู้ประกอบการร้านอาหารกลุ่มต่างๆ ปรับกลยุทธ์รับมือต่อการแข่งขันอย่างแตกต่างกัน โดยเชนร้านอาหารมีการปรับกลยุทธ์ด้วยการขยายสาขาให้ทั่วถึงหลายพื้นที่มากขึ้น รวมถึงนำเสนอแบรนด์ร้านอาหารใหม่ๆ และอาศัยการจัดโปรโมชั่นเพื่อดึงดูดลูกค้า และไม่ลืมที่จะให้ความสำคัญกับการทำการตลาดผ่านช่องทางออนไลน์ ทั้งในรูปแบบการสื่อโฆษณา การจัดกิจกรรม รวมถึงการจัดโปรโมชั่นต่างๆ เพราะปัจจุบันเป็นยุคที่ผู้คนมีวิถีชีวิตเชื่อมโยงกับโลกออนไลน์มากขึ้น โดยการใช้ Social Network ในการดู Youtube และการค้นหาข้อมูล ในการทำกิจกรรมต่างๆ

## 2.3 ข้อมูลกลุ่มผู้บริโภค

### 2.3.1 ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้งาน Smartphone

การใช้งานงาน smartphone ในปัจจุบัน ประชากรคนไทยมากกว่าครึ่งหรือคิดเป็น 55% ของประชากรทั้งหมด เป็นกลุ่มผู้ใช้งานที่เข้าสู่ยุค Mobile First คือการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตโดยการใช้โทรศัพท์มือถือเป็นหลัก และมีการติดตั้งแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือ เฉลี่ย 32 แอปพลิเคชันต่อคน โดยส่วนมากต้องการความสะดวกรวดเร็วสอดคล้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิต ที่ผู้บริโภคมีความต้องการสูงขึ้นและหลากหลายมากขึ้น ในการเลือกรับประทานอาหารแต่ละครั้งก็จะมีความต้องการที่แตกต่างกันไป ตามแต่ละช่วงเวลาและโอกาส

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในการรับข้อมูลข่าวสารทางออนไลน์ของผู้ใช้งาน Smartphone ปัจจุบัน ให้ความสนใจกับคอนเทนต์ที่มีเนื้อหาตรงกับบุคลิกของตนเองและมีการนำเสนอในรูปแบบที่แต่ละคนชื่นชอบมากขึ้น โดยผลการสำรวจจาก OMNI Shopper 4.0 จัดทำโดยนักศึกษาปริญญาโท สาขาการตลาด วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล พบว่า พฤติกรรมการใช้งานโทรศัพท์ พ.ศ. 2560 ผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่ จะใช้งานผ่าน smartphone เป็นหลัก โดยได้ผลการสำรวจ ข้อมูลในโลกออนไลน์ที่กลุ่มตัวอย่างชอบค้นหา อันดับ 1 คือ ค้นหารายละเอียดสินค้า อันดับ 2 เชื่อมต่อกับคลังสินค้าบนโลกออนไลน์ (marketplace) อันดับ 3 ค้นหาส่วนลด อันดับ 4 เปรียบเทียบราคาสินค้า อันดับ 5 ค้นหาสถานที่ตั้งร้านค้า และอันดับ 6 ตรวจสอบจำนวนสินค้า

### 2.3.2 ขั้นตอนการซื้อสินค้าของผู้บริโภค



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.2 User Journey การใช้บริการในร้านอาหาร

STAGES	Consideration	On the way	Enter	Order	Wait	Eat	Depart	Post
ACTIONS	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เข้าเพจของห้างร้านเพื่อดูเมนูอาหาร/โปรโมชั่นล่าสุด</li> <li>- ตรวจสอบว่ามีส่วนลดหรือสิทธิพิเศษใดในบัตรสมาชิกที่สมัครแล้วได้บ้าง</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ค้นหาตำแหน่งของร้าน</li> <li>- มองหาร้าน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เลือกโต๊ะที่นั่ง</li> <li>- จองโต๊ะ</li> <li>- รอเสิร์ฟ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- อ่านเมนูอาหาร</li> <li>- มองหาเมนูพิเศษ/โปรโมชั่นอาหาร</li> <li>- สอบถามเสิร์ฟพิเศษ/ส่วนลดกับพนักงาน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- นั่งรออาหาร</li> <li>- เสริมเครื่องดื่ม</li> <li>- คุยกับเพื่อน</li> <li>- check in</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ถ่ายรูปอาหาร</li> <li>- โพสต์รูปอาหาร</li> <li>- ส่งรูปอาหารไปให้เพื่อน</li> <li>- ทานอาหาร</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ตรวจสอบรายการอาหาร</li> <li>- หอบบัตรสมาชิก</li> <li>- ชำระเงินด้วยเงินสด</li> <li>- ชำระเงินด้วยบัตรสมาชิก</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ตรวจสอบยอดคงเหลือภายในบัตร</li> <li>- ตรวจสอบคะแนนสะสมภายในบัตร</li> <li>- update ข่าวสาร/โปรโมชั่น/กิจกรรมล่าสุด</li> </ul>
THOUGHTS	<ul style="list-style-type: none"> <li>- มีเมนูใหม่ออกมาหรือยัง</li> <li>- มีเมนูที่ยากกินหรือไม่</li> <li>- บัตรรวมอายุหรือยัง</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- มีโต๊ะว่างหรือไม่</li> <li>- รอนานหรือไม่</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- นั่งมุมไหนดี</li> <li>- มีค็อกเทลหรือเครื่องดื่มอื่นหรือยัง</li> <li>- โทสงสิริหรือยัง</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เลือกเมนูไหนดี</li> <li>- เมนูที่สั่งครั้งที่แล้วคืออะไร</li> <li>- เมนูที่กินครั้งนับทีจะไร</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- อาหารจะมาเมื่อไหร่</li> <li>- รสชาติเป็นยังไง</li> <li>- หน้าตาอาหารจะเหมือนในรูปหรือไม่</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ถ่ายรูปสวยไหม</li> <li>- เมนูที่ทักถามสมาชิก</li> <li>- วัตถุประสงค์ของร้าน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ยอดคงเหลือในบัตรคงเท่าไร</li> <li>- ได้คะแนนสะสมกี่แต้ม</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- รายละเอียดและเงื่อนไขของโปรโมชั่น/กิจกรรมมีอะไรบ้าง</li> </ul>
TOUCHPOINT	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mobile App</li> <li>- บัตร/คู่มือ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ป้ายบอกทาง</li> <li>- ป้ายร้าน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ป้าย</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เมนูอาหาร</li> <li>- ป้ายโปรโมชั่นบนโต๊ะ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Social Media</li> <li>- Mobile</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mobile</li> <li>- Social Media</li> <li>- กล้องถ่ายรูป</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ใบเสร็จ</li> <li>- บัตรสมาชิก</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mobile App</li> <li>- Website</li> </ul>
PAINS	<ul style="list-style-type: none"> <li>- App ให้ข้อมูลรายละเอียดไม่ครบถ้วน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ทราfficไม่เจอ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่มีโต๊ะว่าง</li> <li>- ไม่รู้ว่าต้องรออีกกี่ตัว</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- พนักงานให้ข้อมูลผิดพลาดหรือไม่ครบถ้วน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- หน้าตาอาหารไม่เหมือนในรูป</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- หน้าตาอาหารไม่เหมือนในรูป</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- App ให้ข้อมูลรายละเอียดไม่ครบถ้วน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ออกแบบโครงสร้างของข้อมูลให้ครอบคลุมครบถ้วนมากขึ้น</li> </ul>
OPPORTUNITY	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ออกแบบโครงสร้างของข้อมูลให้ครอบคลุมครบถ้วนมากขึ้น</li> <li>- เพิ่มฟังก์ชันการใส่ร้าน E-Coupon</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เพิ่มข้อมูลเกี่ยวกับตำแหน่งของร้านอาหาร</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เพิ่มฟังก์ชันสำหรับกรจองโต๊ะล่วงหน้าและตรวจสอบจำนวนคิวล่าสุด</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ออกแบบโครงสร้างของข้อมูลให้ครอบคลุมครบถ้วนมากขึ้น</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เพิ่มฟังก์ชันสำหรับสร้าง profile บุคคล เพื่อโพสต์ข้อมูลต่างๆ และสามารถเชื่อมต่อกับเพื่อนภายใน App ได้</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เพิ่มฟังก์ชันสำหรับสร้าง profile บุคคล เพื่อโพสต์ข้อมูลต่างๆ และสามารถเชื่อมต่อกับเพื่อนภายใน App ได้</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ออกแบบโครงสร้างของข้อมูลให้ครอบคลุมครบถ้วนมากขึ้น</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ออกแบบโครงสร้างของข้อมูลให้ครอบคลุมครบถ้วนมากขึ้น</li> </ul>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากข้อมูลในขั้นตอนการตัดสินใจซื้อสินค้าของลูกค้า ที่มาใช้บริการในร้านอาหาร ทำให้เห็นพฤติกรรมที่แตกต่างกันในแต่ละขั้นตอน โดยระยะเวลาระหว่างขั้นตอนการพิจารณาตัดสินใจเลือกซื้อ (Consideration) และขั้นตอนการซื้อสินค้า (Purchase) อาจเกิดขึ้นได้ทันทีหรือต้องใช้เวลาในการตัดสินใจมากน้อย ขึ้นอยู่กับการตัดสินใจของลูกค้าและข้อมูลที่ลูกค้าได้รับ

## 2.4 ข้อมูลเกี่ยวกับการออกแบบแอปพลิเคชัน

iPhone เป็นโทรศัพท์มือถือที่มีความสามารถใช้งาน Internet และ Multimedia ผลิตและจำหน่ายโดยบริษัท Apple โดยมีอุปกรณ์หลักประกอบด้วย Wi-Fi , Bluetooth และกล้องถ่ายรูป การทำงานของ iPhone จะมีความแตกต่างจากโทรศัพท์มือถืออื่น โดยการทำงานทั้งหมดจะทำงานผ่านหน้าจอดด้วยการสัมผัส Multitouch ผ่านคำสั่งต่างๆ โดยมีระบบปฏิบัติการหลักคือ iOS

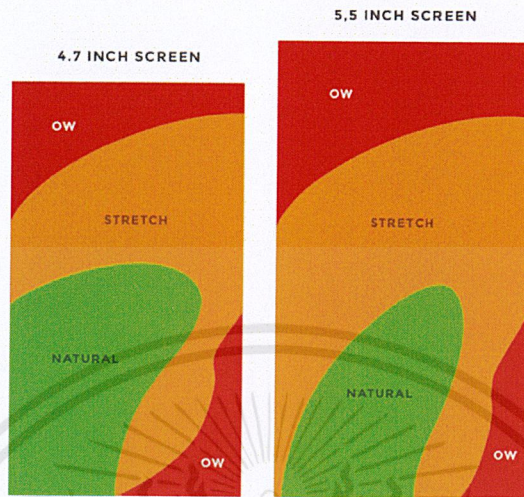
ระบบปฏิบัติการ iOS เป็นระบบปฏิบัติการสำหรับ Smartphone ของ Apple โดยเริ่มต้นพัฒนาสำหรับใช้ในโทรศัพท์ iPhone และได้พัฒนาต่อใช้สำหรับ iPod Touch และ iPad โดยระบบปฏิบัติการนี้สามารถเชื่อมต่อไปยัง App Store สำหรับการเข้าถึง Application จำนวนมาก และมีการพัฒนาระบบรักษาความปลอดภัยให้มีความเป็นเลิศอยู่ตลอดเวลา ซึ่งนี่คือข้อได้เปรียบเมื่เทียบกับคู่แข่ง นอกจากนี้ยังมีระบบ iCloud ที่เป็นระบบซิงค์ข้อมูลอัตโนมัติแบบไร้สาย ระหว่างอุปกรณ์ต่างๆ ผ่านศูนย์ข้อมูลของ Apple ซึ่งให้บริการฟรี

Display Size      5.8 in Resolution      1125 x 2436 px Screen Size      375 x 812 px	Display Size      5.5 in Resolution      1080 x 1920 px Screen Size      414 x 736 px	Display Size      4.7 in Resolution      750 x 1334 px Screen Size      375 x 667 px
iPhone X	iPhone 6/7/8 Plus (s)	iPhone 6/7/8 (s)

ภาพที่ 2.9 ขนาดหน้าจอแสดงผลของ iPhone แต่ละรุ่น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

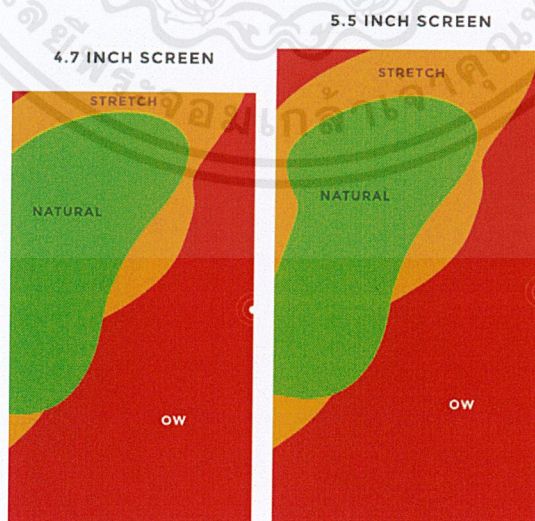
ในการใช้โทรศัพท์มือถือหน้าจอระบบสัมผัส 49% ของผู้ใช้งาน จะใช้มือข้างเดียวในการถือโทรศัพท์ และใช้นิ้วโป้งในการสัมผัสหน้าเป็นหลัก และแน่นอนว่าบนหน้าจอสัมผัส มีการตอบสนองจากการใช้นิ้วโป้งเป็นตัวขับเคลื่อนถึง 75% ของการสั่งการบนหน้าจอ



ภาพที่ 2.10 พื้นที่บนหน้าจอมือถือกับบริเวณที่นิ้วโป้งสัมผัส

ที่มา : <https://www.oreilly.com/learning/mechanics-interface-design>

จากการจับโทรศัพท์และตำแหน่งนิ้วมือ สามารถสรุปได้ว่าสัดส่วนบนหน้าจอสัมผัสจะมีทั้งส่วนที่เข้าถึงได้ง่าย (Natural) ไปจนถึงส่วนที่เข้าถึงได้ยาก (OW) โดยส่วนใหญ่สามารถสัมผัสได้โดยใช้นิ้วโป้งเพียงนิ้วเดียว นอกจากนี้ถ้าเปลี่ยนการจับโดยขยับจุดศูนย์กลางในการถือ จะทำให้นิ้วยืดไปได้มากขึ้นกว่าเดิม และสามารถเพิ่มพื้นที่บริเวณสัมผัสหน้าจอได้มากขึ้นอีกด้วย



ภาพที่ 2.11 การขยับนิ้วเพื่อสัมผัสหน้าจอถือในบริเวณที่เข้าถึงยาก

ที่มา : <https://www.oreilly.com/learning/mechanics-interface-design>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2.5 วิเคราะห์แอปพลิเคชัน CRG PLUS+ และแอปพลิเคชันตัวอย่าง

### 2.5.1 แอปพลิเคชัน CRG PLUS+

การใช้งานแอปพลิเคชัน ต้องทำการลงทะเบียนโดยใช้หมายเลขบัตร CRG Gift Card ที่ปรากฏบนบัตร และตั้งรหัสผ่าน จากนั้นทำการเข้าสู่ระบบครั้งแรก ในครั้งถัดไปสามารถใช้งานได้ด้วยรหัสผ่านชุดตัวเลข 6 หลัก (PIN Code)

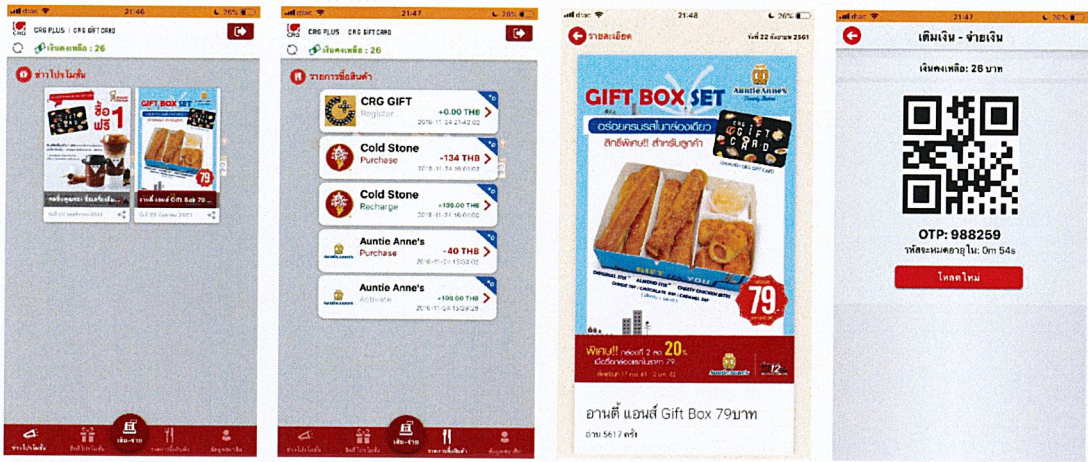


ภาพที่ 2.12 เข้าสู่ระบบแอปพลิเคชัน CRG PLUS+  
ที่มา : แอปพลิเคชัน CRG PLUS+

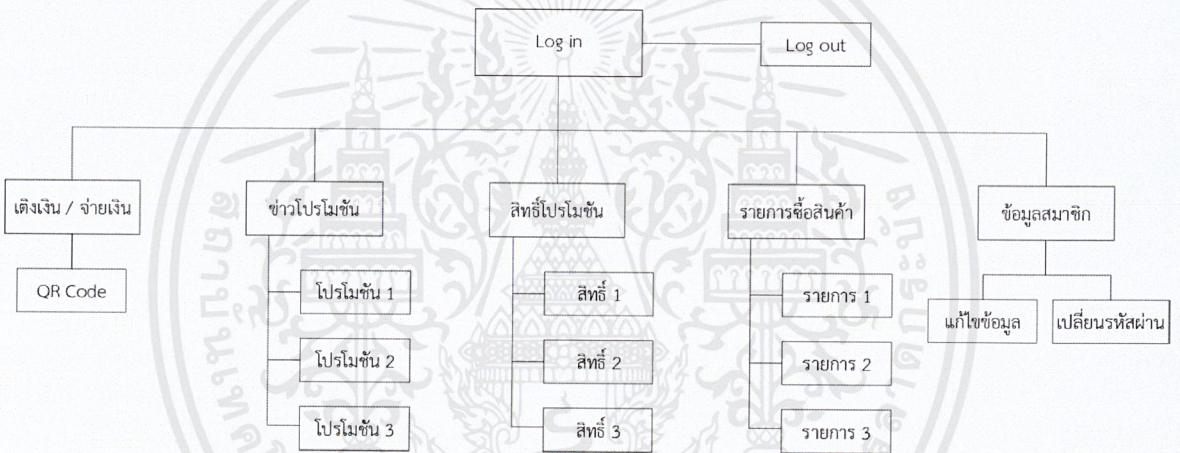
หน้าข้อมูลโปรโมชั่นและการทำรายการภายในบัตร ในหน้านี้จะมีการแจ้งข่าวข้อมูลโปรโมชั่นและสิทธิพิเศษต่างๆ จากทางร้าน และสามารถทำรายการต่างๆ ผ่านทางแอปพลิเคชันได้ ดังนี้

- ก) การชำระเงินผ่านแอปพลิเคชัน ด้วยการสแกน QR Code
- ข) ตรวจสอบยอดเงินคงเหลือและคะแนนสะสมภายในบัตร
- ค) ตรวจสอบประวัติการทำรายการย้อนหลัง โดยสามารถดูรายละเอียดของข้อมูลการทำรายการ วันเวลาที่ทำการ สาขาที่ใช้บริการ และจำนวนเงินที่ชำระ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



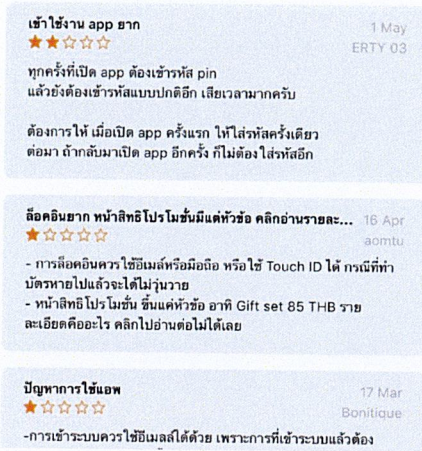
ภาพที่ 2.13 หน้าข้อมูลโปรโมชั่นและการทำรายการต่างๆ ในแอปพลิเคชัน CRG PLUS+  
ที่มา : แอปพลิเคชัน CRG PLUS+



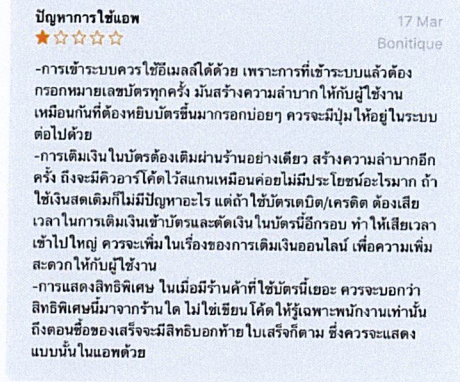
ภาพที่ 2.14 Information Architecture ของแอปพลิเคชัน CRG PLUS+

ความคิดเห็นจากผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน จากการเก็บข้อมูลการใช้งาน CRG PLUS+ Mobile Application ของกลุ่มผู้ใช้งานที่ได้แสดงความคิดเห็นใน App Store ทำให้รับรู้ถึงสิ่งที่ควรปรับปรุงในการใช้งานจากผู้ใช้ได้โดยตรง ดังภาพต่อไปนี้

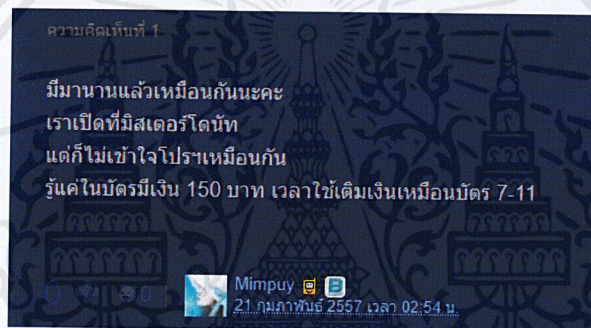
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



## Ratings & Reviews



ภาพที่ 2.15 ความคิดเห็นของผู้ใช้งาน จาก App Store  
ที่มา : App Store



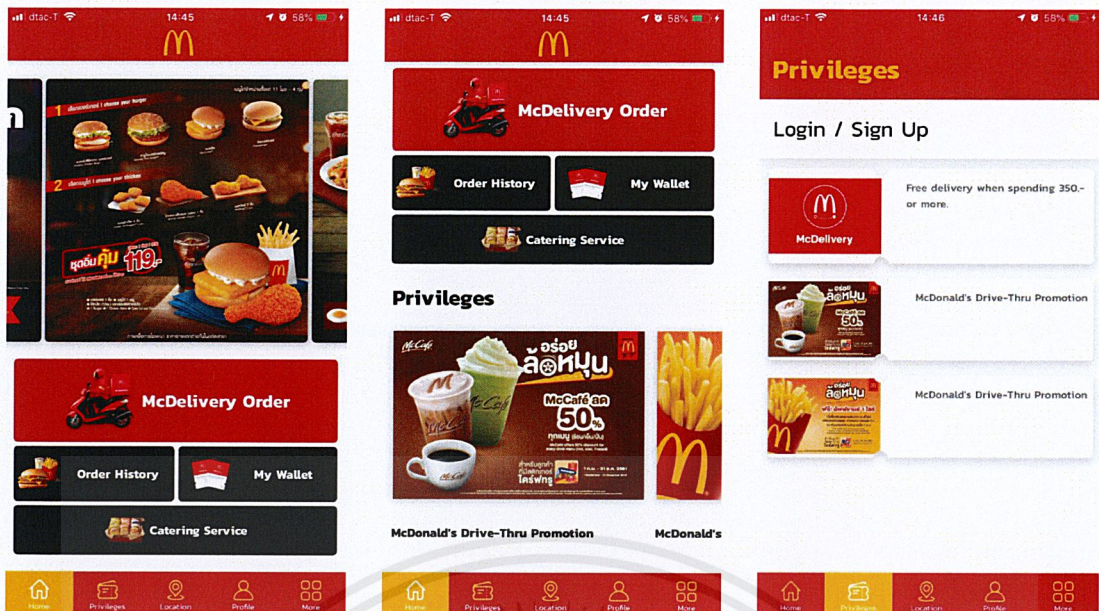
ภาพที่ 2.16 ความคิดเห็นของผู้ใช้งาน จากกระทู้พันทิป  
ที่มา : <https://pantip.com>

สรุปปัญหาจากข้อมูลผู้ใช้งาน

- ก) บัตร CRG PLUS+ ที่เป็นบัตรส่วนลดสำหรับร้านอาหารในเครือของบริษัท มีเงื่อนไขทางการใช้งานตั้งแต่ขั้นตอนการสมัคร ไปจนถึงการใช้บริการที่สาขาต่างๆ หลายเงื่อนไข แต่ยังไม่มีการประชาสัมพันธ์รายละเอียดที่ชัดเจน
- ข) การประชาสัมพันธ์ข้อมูลและรายละเอียดทางการส่งเสริมการขายยังไม่ครบถ้วนเพียงพอ ทำให้ลูกค้าเกิดการเข้าใจผิดพลาด
- ค) แอปพลิเคชันมีการใช้งานที่ซับซ้อนในบางขั้นตอน ทำให้ความสะดวกในการใช้งานลดลง

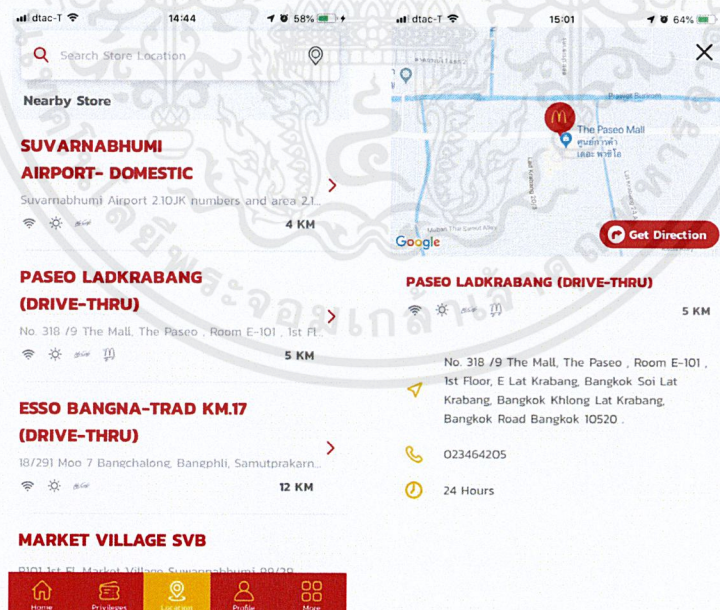
### 2.5.2 วิเคราะห์แอปพลิเคชัน McDonald's

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.17 หน้าเมนูหลักของแอปพลิเคชัน McDonald's  
ที่มา : แอปพลิเคชัน McDonald's

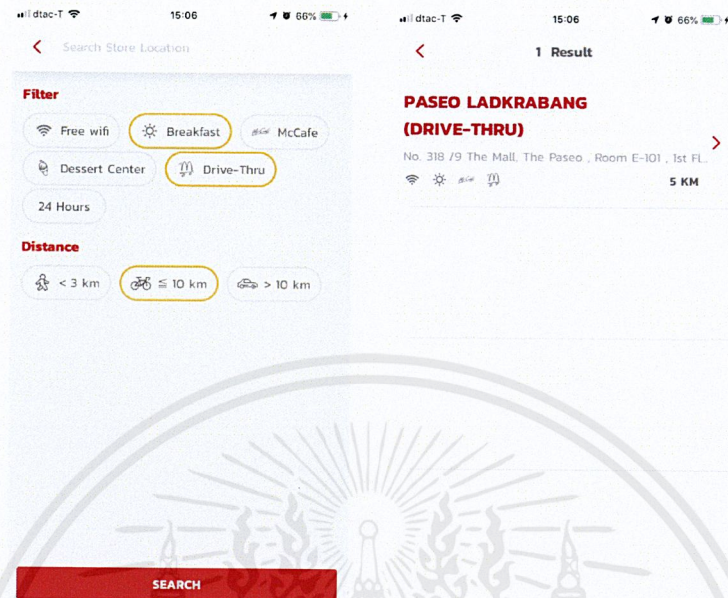
สามารถใช้งานได้โดยไม่ต้องเข้าสู่ระบบ แต่มีการจำกัดการเข้าถึงในบางส่วน มีบริการสั่งอาหาร Delivery ข้อมูลในแอปพลิเคชันมีการแบ่งเป็นหมวดหมู่ชัดเจน ใช้งานง่าย



ภาพที่ 2.18 การค้นหาที่อยู่สาขา ร้าน ในแอปพลิเคชัน McDonald's  
ที่มา : แอปพลิเคชัน McDonald's

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สามารถค้นหาสาขาร้านได้จากบริเวณใกล้เคียงหรือบริเวณอื่นๆ โดยทุกสาขาจะมีช่องทางการติดต่อให้ครบถ้วน และสามารถใช้ระบบแผนที่นำทางไปยังร้านได้

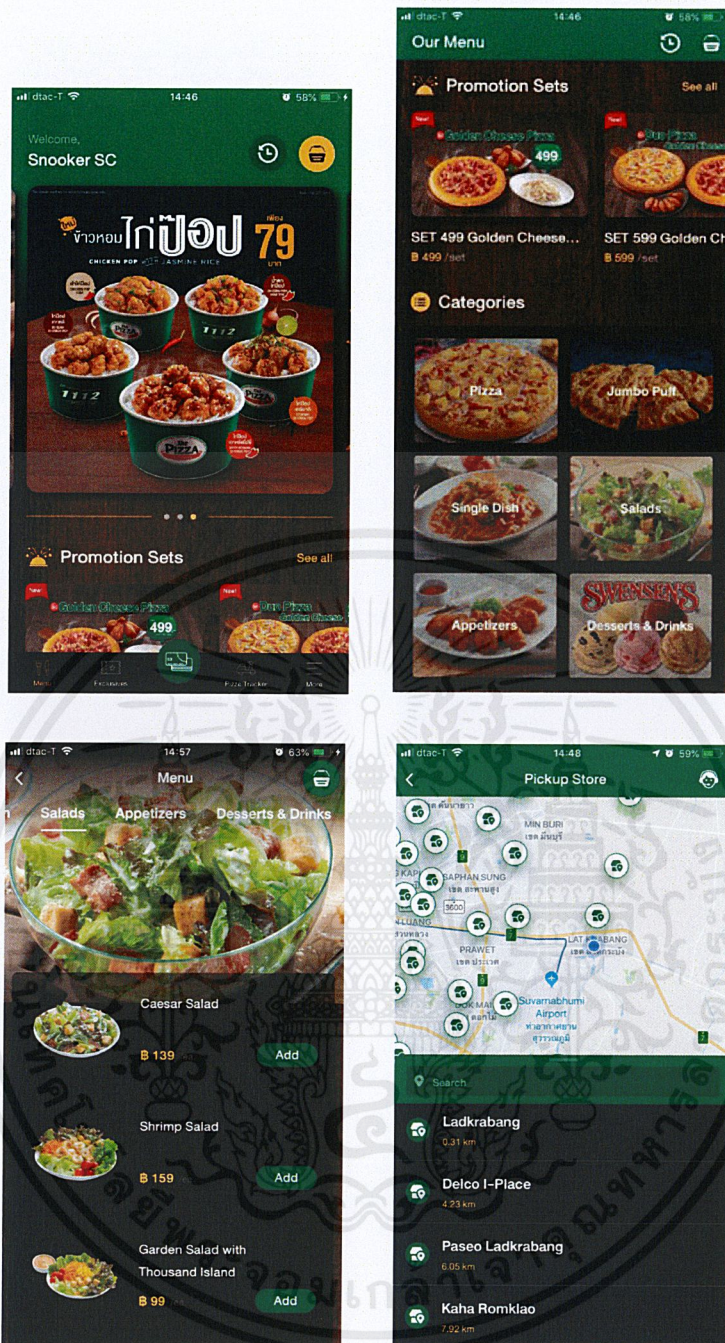


ภาพที่ 2.19 filter ช่วยในการค้นหาที่อยู่สาขาร้าน ในแอปพลิเคชัน McDonald's  
ที่มา : แอปพลิเคชัน McDonald's

มีตัวเลือกให้ค้นหาผ่านตัวกรองต่างๆ ได้ตามความต้องการ โดยเลือกจากสินค้าและบริการที่ในสาขานั้นๆ มีจำหน่ายหรือบริการ หรือระยะทางในการเดินทางไปยังร้านสาขา

### 2.5.3 วิเคราะห์แอปพลิเคชัน The Pizza Company

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.20 หน้าเมนูหลักและข้อมูลต่างๆ ในแอปพลิเคชัน The Pizza Company  
ที่มา : แอปพลิเคชัน The Pizza Company

เป็นแอปพลิเคชันสำหรับสั่งอาหาร delivery มีการแบ่งหมวดหมู่เมนูอาหารอย่างชัดเจน สามารถเลือกได้อย่างสะดวก ข้อมูลด้านสถานที่ร้านสาขาต่างๆ มีชื่อสาขาพร้อมทั้งแสดงในแผนที่ให้เห็นว่ามีร้านอยู่ตรงไหนในแผนที่บ้าง สามารถค้นได้ทั้งจากการพิมพ์ชื่อและค้นหาในแผนที่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2.5.4 วิเคราะห์แอปพลิเคชัน myMK



ภาพที่ 2.21 หน้าเมนูหลักและข้อมูลต่างๆ ในแอปพลิเคชัน myMK  
ที่มา : แอปพลิเคชัน myMK

แอปพลิเคชันสำหรับผู้ที่มิบัตรสมาชิกเอ็มเค ใช้สำหรับสะสมแต้มเพื่อแลกส่วนลด แต่ผู้ที่ไม่เป็นสมาชิกก็สามารถเข้าใช้งานได้ในบางส่วน คือ เมนูออกใหม่ ข้อมูลสาขาร้าน และการจองคิวในร้านอาหาร




เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2.6 สรุปขอบเขตในการออกแบบ

### 2.6.1 สรุปรูปแบบการใช้งานหลักของแอปพลิเคชัน

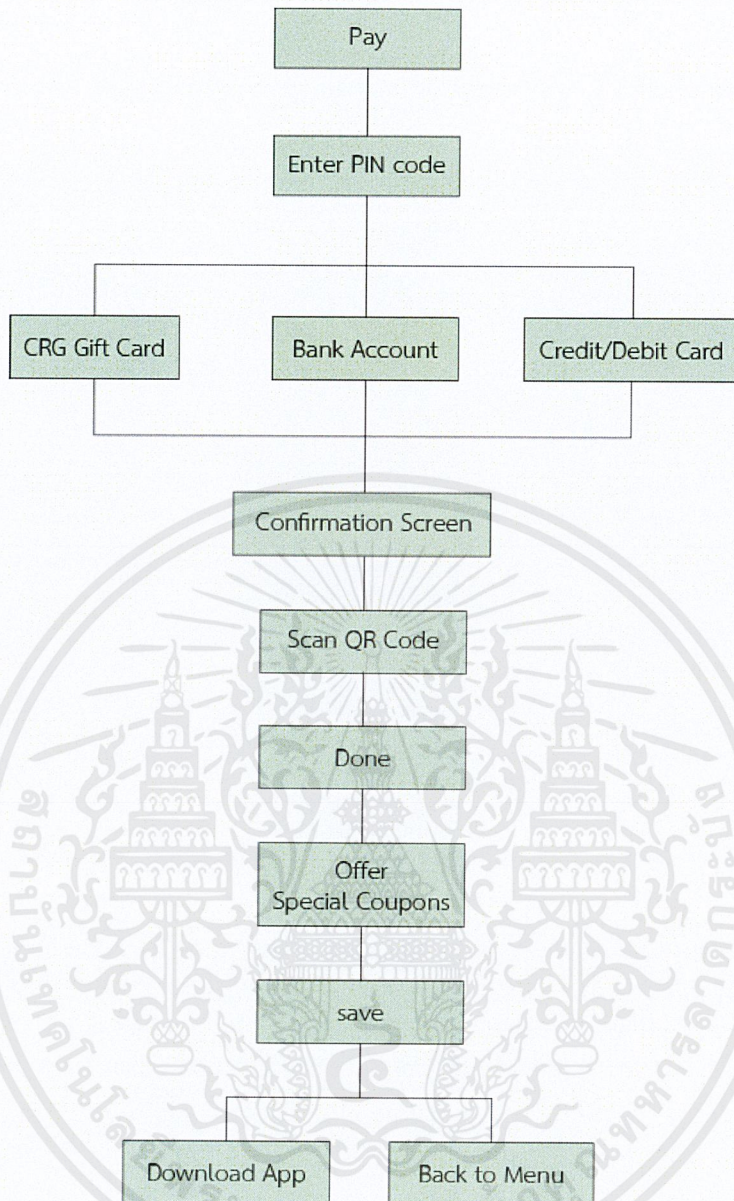
จากข้อมูลพฤติกรรมลูกค้า ทำให้สามารถสรุปรูปแบบการใช้งานหลักของแอปพลิเคชัน ตัวอย่างที่จะทำการออกแบบในแต่ละกลุ่มได้ ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 2.3 สรุปรูปแบบการใช้งานหลักของแอปพลิเคชันที่จะออกแบบ

ร้านอาหาร	รูปแบบของร้าน	ความต้องการของลูกค้า	function หลักของแอปพลิเคชัน
	QSR / Half Service	ดูข้อมูลเมนูอาหารและราคา	<ol style="list-style-type: none"> <li>ชำระเงิน</li> <li>ค้นหาโปรโมชั่น</li> <li>อัปเดตข่าวสารและเมนูอาหาร</li> <li>สะสมคะแนนแลกรับคูปองส่วนลดพิเศษ</li> </ol>
	Customize Menu	เลือกสั่งอาหารได้รวดเร็ว ไม่ ต้องใช้เวลาเลือกนาน ไปถึง ร้านแล้วสามารถสั่งได้เลย	<ol style="list-style-type: none"> <li>สั่งอาหาร</li> <li>ชำระเงิน</li> <li>อัปเดตข่าวสารและโปรโมชั่นใหม่</li> <li>สะสมคะแนนแลกรับคูปองส่วนลดพิเศษ</li> </ol>
	Counter Service	อัปเดตข้อมูลข่าวสารใหม่ๆ ตรวจสอบราคาและโปรโมชั่น สุดคุ้ม	<ol style="list-style-type: none"> <li>ชำระเงิน</li> <li>อัปเดตข่าวสารและโปรโมชั่นใหม่</li> <li>ตรวจสอบสิทธิพิเศษต่างๆ</li> </ol>

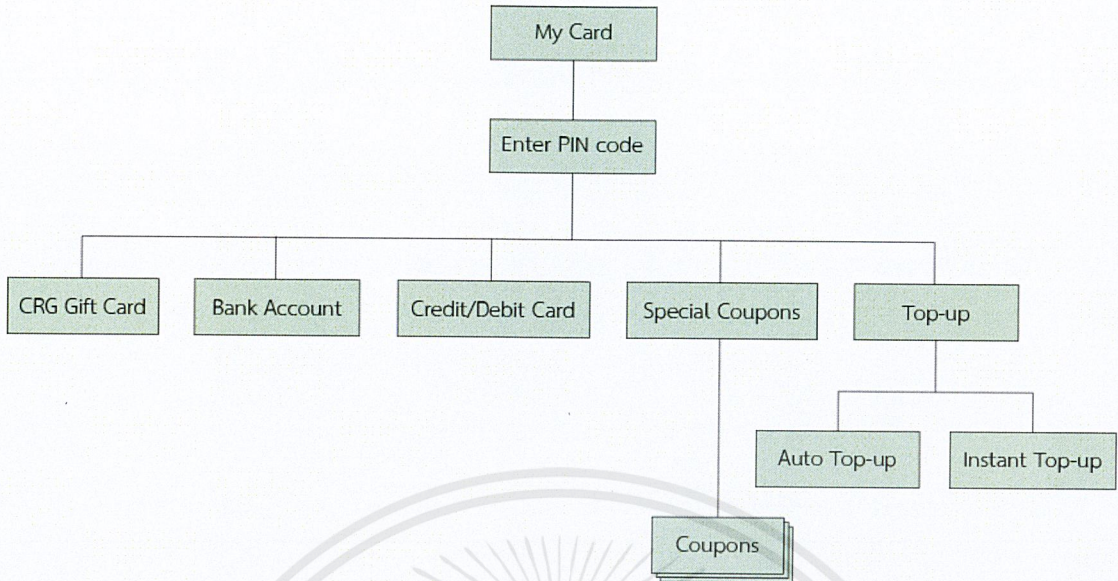
### 2.6.2 โครงสร้างของข้อมูลในแอปพลิเคชัน

จากการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับโครงการ จึงสามารถสรุปข้อมูลและออกแบบโครงสร้างของข้อมูลได้เป็น 2 โครงสร้างหลัก คือ โครงสร้างข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการชำระเงิน และโครงสร้างข้อมูลของการทำงานแอปพลิเคชันร้านอาหาร โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้



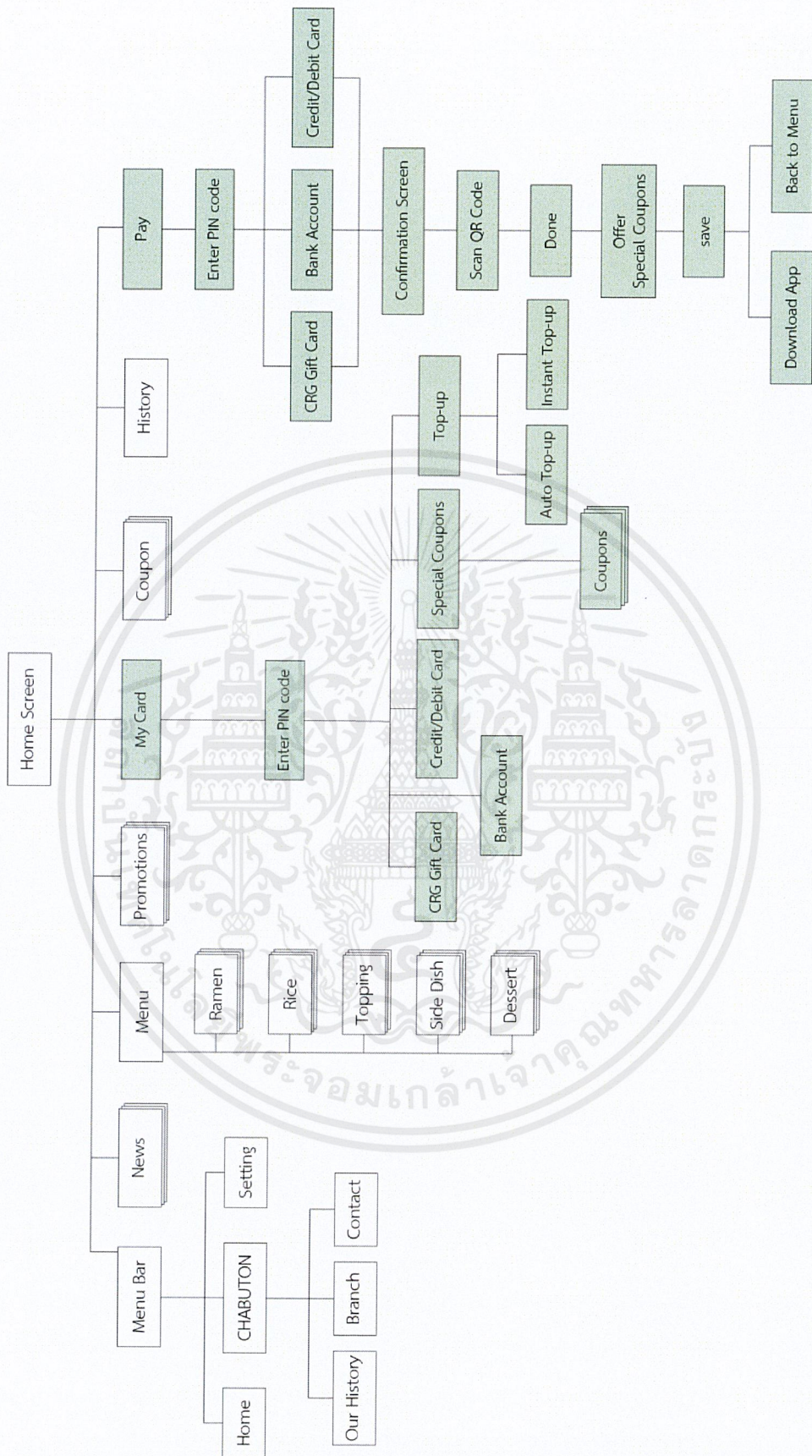
ภาพที่ 2.22 แสดงโครงสร้างข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการชำระเงิน ส่วนที่ 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



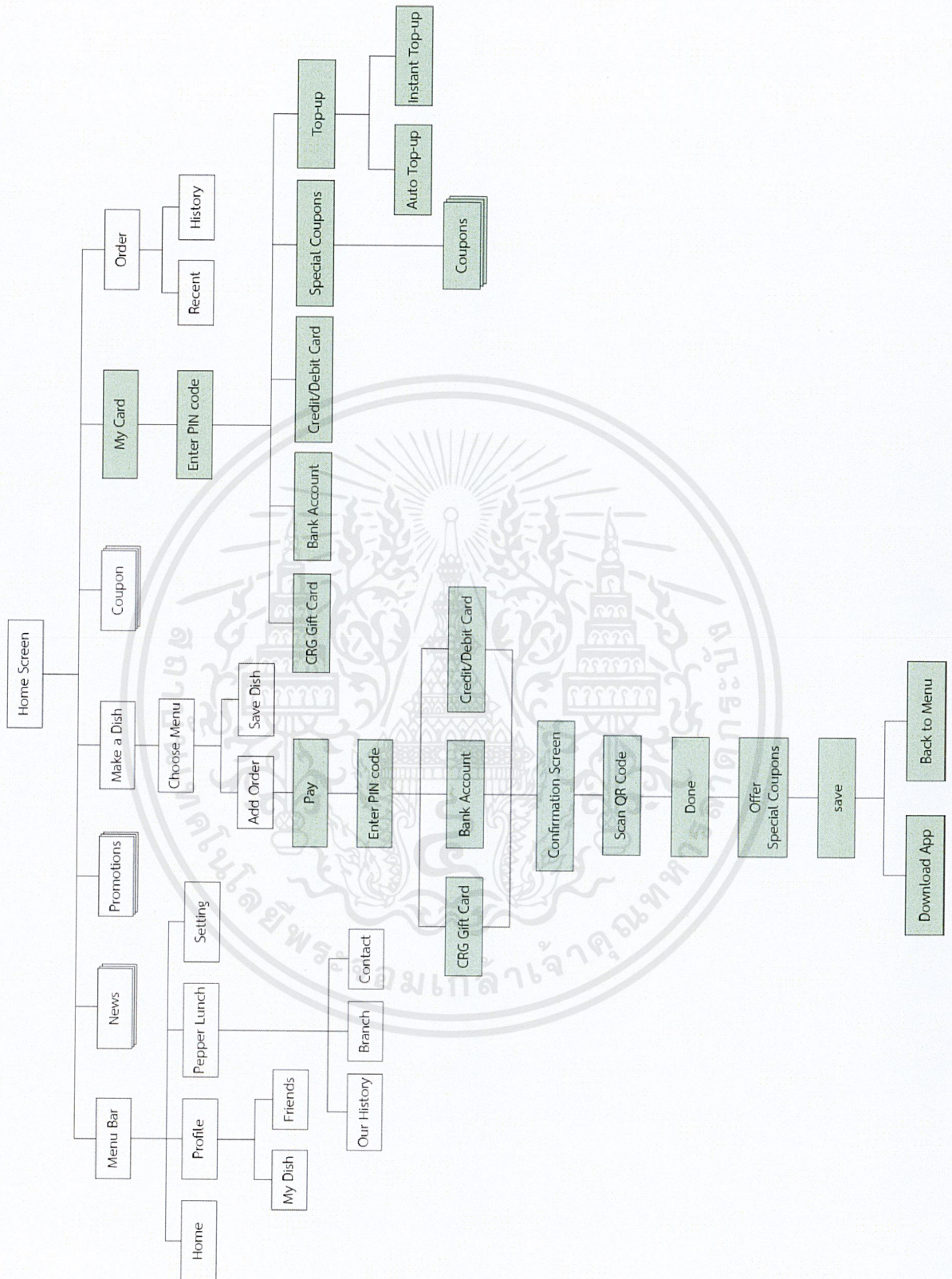
ภาพที่ 2.23 แสดงโครงสร้างข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการชำระเงิน ส่วนที่ 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



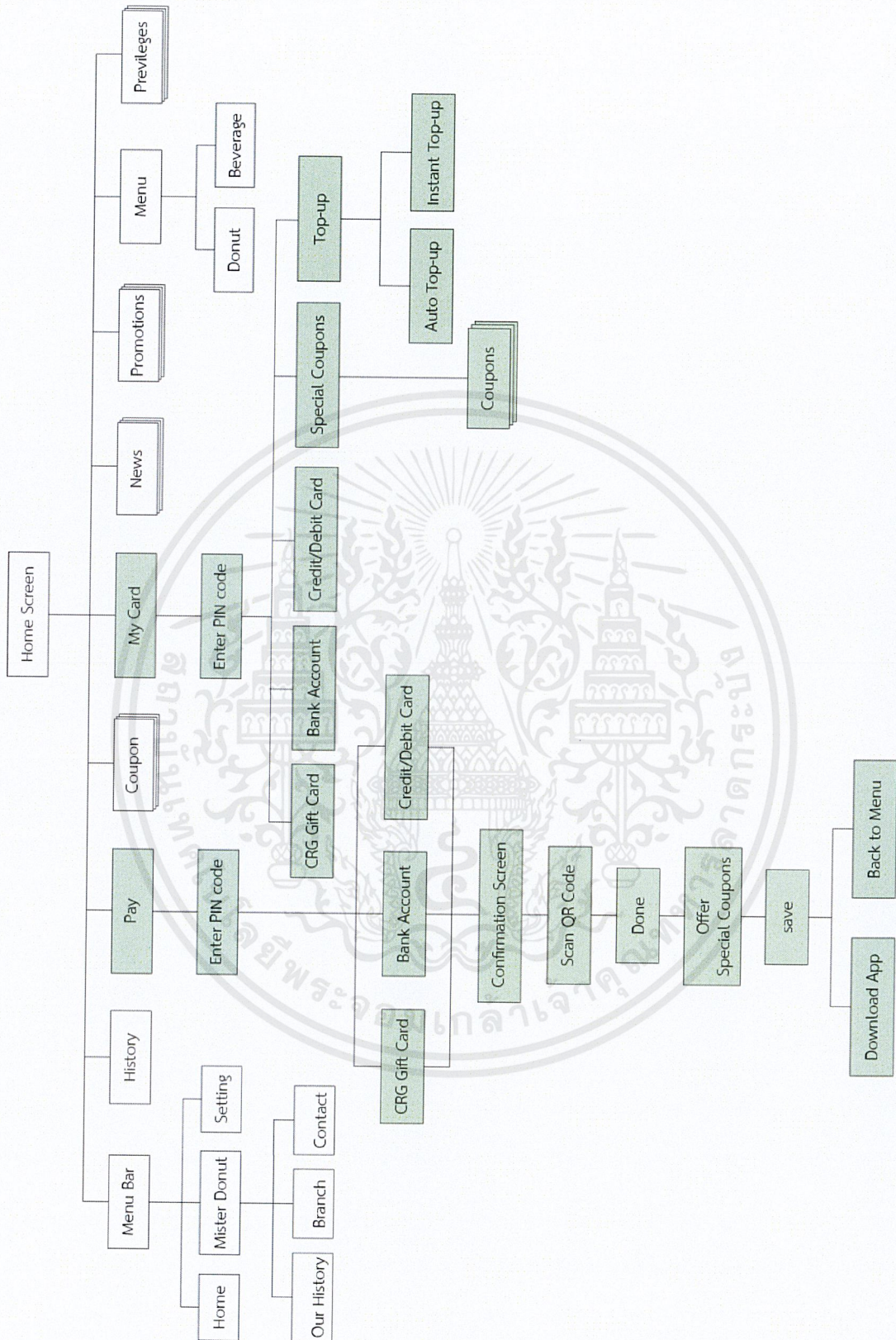
ภาพที่ 2.24 แสดงโครงสร้างข้อมูลของการใช้งานแอปพลิเคชัน ร้าน CHABUTON

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.25 แสดงโครงสร้างข้อมูลของการใช้งานแอปพลิเคชัน ร้าน Pepper Lunch

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.26 แสดงโครงสร้างข้อมูลของการใช้งานแอปพลิเคชัน ร้าน Mister Donut

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 3

### การดำเนินการออกแบบ

การศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบในบทที่ 2 ทำให้ทราบถึงความต้องการและขอบเขตในการออกแบบ การดำเนินการออกแบบแบ่งเป็นหัวข้อต่างๆ ได้ ดังนี้

- 3.1 สรุปเกณฑ์ในการออกแบบ
- 3.2 การสร้างบุคลิกลักษณะของกลุ่มเป้าหมาย ( Customer Persona )
- 3.3 การทำแบบจำลองและพัฒนาแบบ ข้อมูลส่วนตัว
- 3.4 การทำแบบจำลองและพัฒนาแบบ การใช้งานหลักของร้าน Pepper Lunch
- 3.5 การทำแบบจำลองและพัฒนาแบบ การใช้งานหลักของร้าน CHABUTON
- 3.6 การทำแบบจำลองและพัฒนาแบบ การใช้งานหลักของร้าน Mister Donut

#### 3.1 สรุปเกณฑ์ในการออกแบบ

##### 3.1.1 เงื่อนไขและความต้องการในการออกแบบ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลกลุ่มลูกค้าและร้านอาหารในด้านต่างๆ ที่กล่าวมาข้างต้นในบทที่ 2 ทำให้สามารถสรุปเงื่อนไขและความต้องการในการออกแบบได้ตามตารางนี้

ตารางที่ 3.1 แสดงเงื่อนไขและความต้องการในการออกแบบ

User	Requirements	Limitations	Criteria
ลูกค้า	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เข้าถึงข้อมูลของร้านอาหารได้สะดวก รวดเร็ว</li> <li>- ทำการสั่งอาหารและชำระค่าบริการ ได้สะดวก รวดเร็วมากขึ้น</li> <li>- update ข้อมูลข่าวสารและโปรโมชั่นใหม่ ๆ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ขั้นตอนการใช้งานแอปพลิเคชันที่ไม่ซับซ้อนยุ่งยากจนเกินไป</li> <li>- ผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน สามารถเข้าใจวิธีการใช้งานได้ในเวลาสั้น และจดจำได้ง่าย</li> <li>- สั่งอาหารและชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันได้เฉพาะผู้มีบัตรสมาชิก</li> <li>- ใช้งานแอปพลิเคชันบนหน้าจอแสดงผลข้อมูล ผ่านระบบปฏิบัติการ iOS</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ได้รับข้อมูลข่าวสารอย่างถูกต้อง ครบถ้วน และรวดเร็ว</li> <li>- สามารถทำคำสั่งอาหาร/ชำระเงิน ได้ด้วยตัวเอง ผ่านการใช้งานแอปพลิเคชัน</li> <li>- ไม่ต้องพกบัตรสมาชิก</li> <li>- ไม่มีเงินสดก็สามารถใช้บริการได้</li> </ul>
ร้านอาหาร	<ul style="list-style-type: none"> <li>- แจ้งข้อมูลข่าวสารกับลูกค้าได้อย่างทั่วถึง</li> <li>- ให้บริการลูกค้าได้รวดเร็วไม่ตกหล่น</li> <li>- ขั้นตอนการให้บริการในร้านมีความสะดวกและรวดเร็วมากขึ้น</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ให้อินเตอร์เฟซที่ใช้งานง่าย</li> <li>- อัปเดตข้อมูลใหม่ ๆ อย่างสม่ำเสมอ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ลูกค้าได้รับประโยชน์จากการใช้แอปพลิเคชัน</li> <li>- ลูกค้ามีความรู้สึกว่าการใช้บริการร้านได้สะดวกมากขึ้น</li> <li>- ลูกค้าเข้าถึงข้อมูลได้สะดวก</li> </ul>

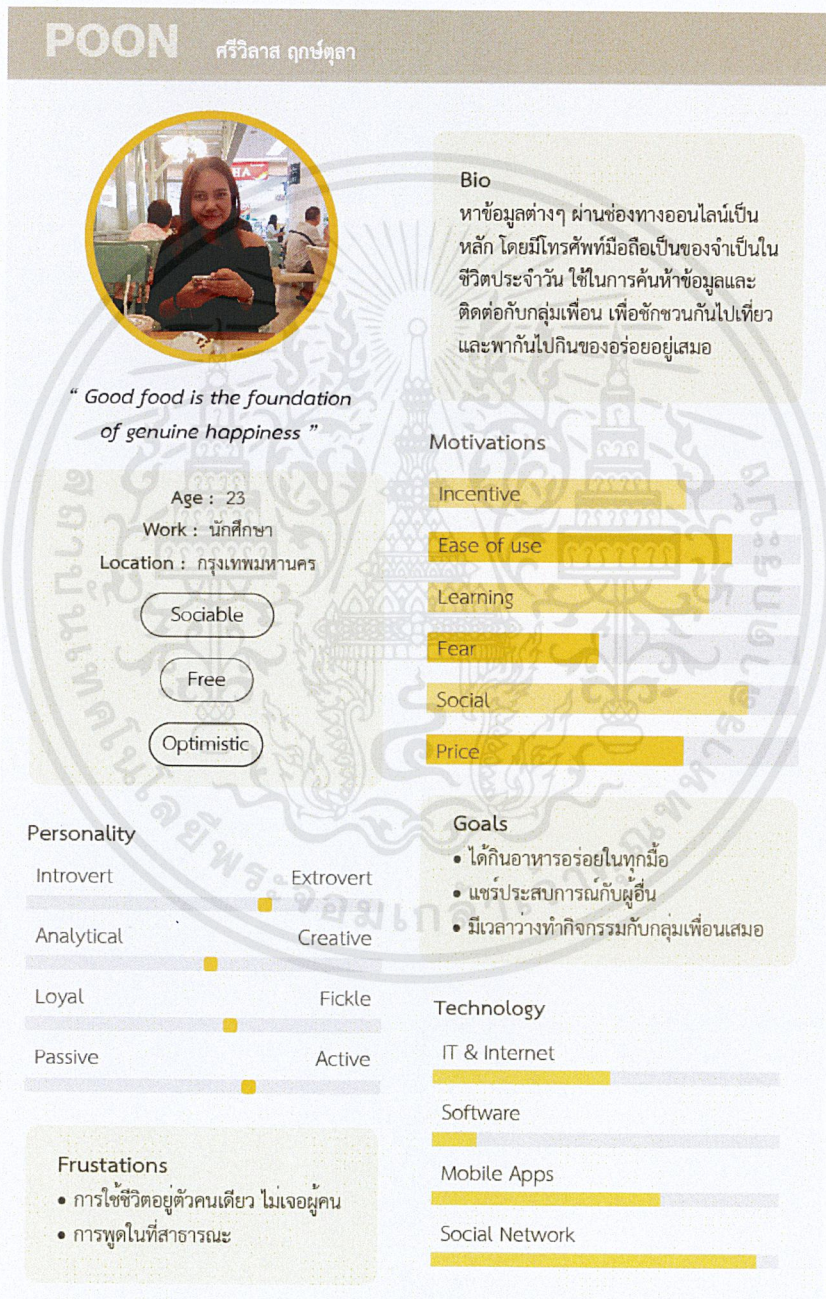
### 3.1.2 แนวคิดในการออกแบบ

จากวัตถุประสงค์ของโครงการและวัตถุประสงค์ของการใช้งานแอปพลิเคชันร้านอาหารสามารถนำมาวิเคราะห์ทำให้เกิดเป็น Design Concept ว่า “ สัมผัสถึงร้านอาหารได้รวดเร็ว เหมือนมีร้านอยู่ใกล้ตัว ซึ่งคำว่า “สัมผัส” ในที่นี้เป็นได้ 2 ความหมาย คือ สามารถ สัมผัส ถึงร้านอาหารด้วยเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การเข้าถึงข้อมูลร้านอาหารในด้านต่างๆ ได้อย่างรวดเร็วทันใจ และอีกความหมายคือการสัมผัสผ่านหน้าจอมือถือนั่นเอง

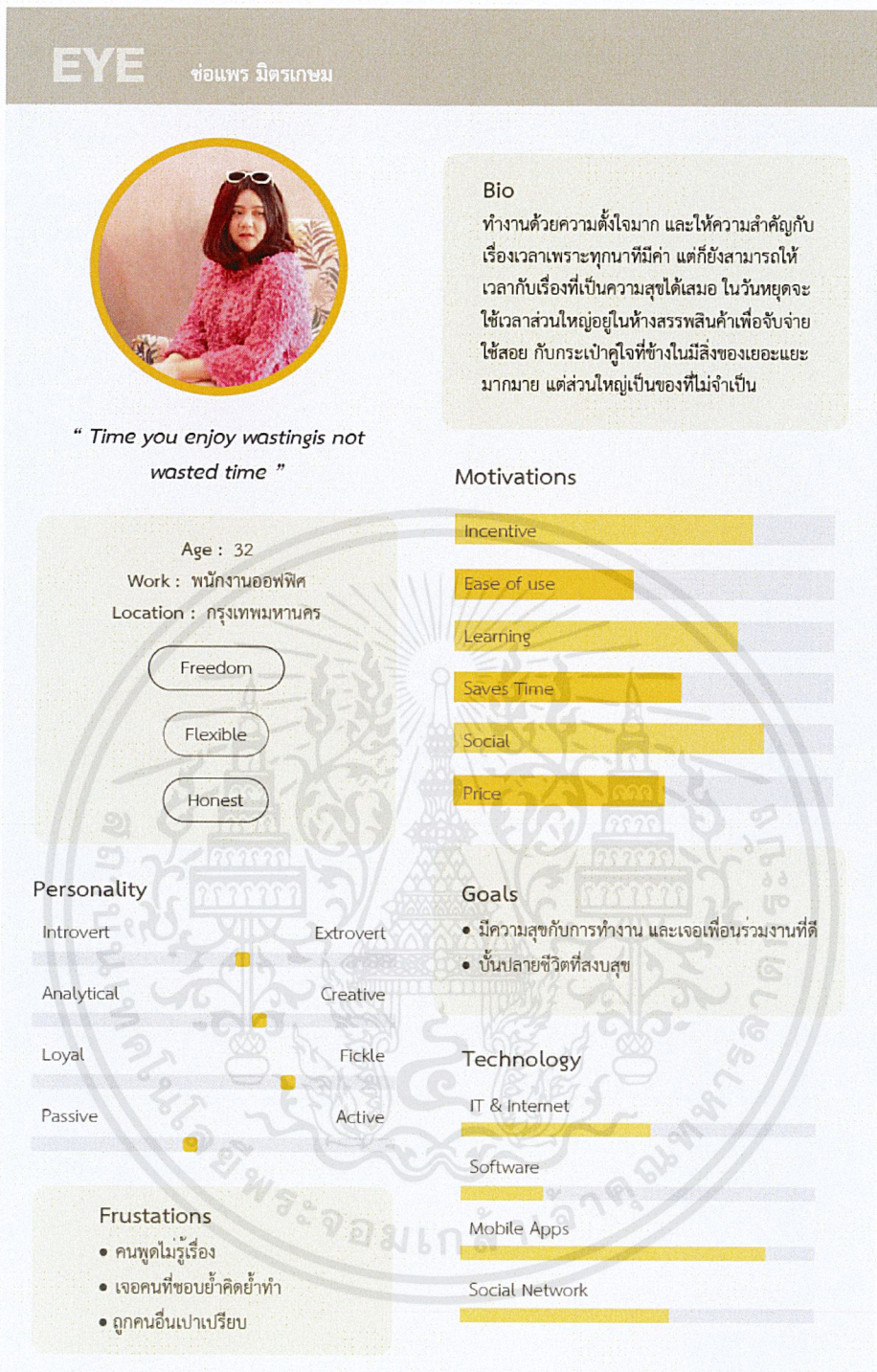
### 3.2 การสร้างบุคลิกลักษณะของกลุ่มเป้าหมาย ( Customer Persona )

เมื่อวิเคราะห์ข้อมูลกลุ่มลูกค้าของร้านอาหารที่จะทำการออกแบบแล้ว สามารถสร้าง Customer Persona ตามบุคลิกลักษณะของกลุ่มลูกค้า ร้านละ 2 คน รวมทั้งหมด 6 คน ดังนี้



ภาพที่ 3.1 ข้อมูล Customer Persona คนที่ 1 ร้าน Pepper Lunch

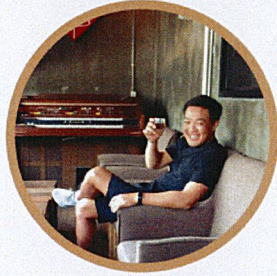
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 3.2 ข้อมูล Customer Persona คนที่ 2 ร้าน Pepper Lunch

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## Q วินัย จุฬาเจริญสุข



### Bio

มีอารมณ์ขัน เป็นที่รักของกลุ่มเพื่อน มักจะได้มีเพื่อนๆ มาปรึกษาขอความคิดเห็น มีนิสัยลุๆ ไม่อยู่นิ่งเฉย ชอบใช้สินค้าและบริการที่อำนวยความสะดวกรวดเร็ว เน้นไปที่คุณภาพ ไม่เน้นปริมาณ

“ It’s a moment of real pleasure when I eat ”

Age : 26

Work : นักกีฬา

Location : กรุงเทพมหานคร

Active

Funny

Fearless

### Personality



### Frustrations

- การพกสิ่งของมากมายหลายชิ้น
- การพูดคุยกับคนที่ไม่ฟังความคิดเห็นคนอื่น

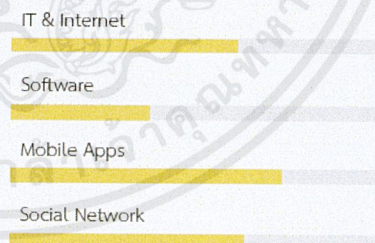
### Motivations



### Goals

- ดูแลสุขภาพให้ดี มีร่างกายที่แข็งแรงในวันที่ยาวมากขึ้น
- เตรียมร่างกายให้พร้อมเพื่อลงแข่งไตรกีฬา

### Technology



ภาพที่ 3.3 ข้อมูล Customer Persona คนที่ 3 ร้าน CHABUTON

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

# BELLE

ธัญชา ศรีทอง



## Bio

ใช้ชีวิตด้วยการพึ่งพาตัวเองเป็นหลัก สามารถตัดสินใจอะไรหลายอย่างได้ด้วยตัวเอง ทำอะไรเป็นระบบแบบแผน ใช้เงินอย่างมีสติ แต่กับเรื่องอาหารการกินสามารถทุ่มได้ไม่อิน

*" It's a moment of real pleasure when I eat "*

Age : 21

Work : นักศึกษา

Location : กรุงเทพมหานคร

Focus

Independent

Kind

## Personality

Introvert

Extrovert

Analytical

Creative

Loyal

Fickle

Passive

Active

## Frustrations

- การอยู่ท่ามกลางผู้คนมากหน้าหลายตา
- การอยู่ในสภาพแวดล้อมที่แออัด
- ความสกปรก รก รุงรัง

## Motivations

Incentive

Ease of use

Learning

Saves Time

Social

Price

## Goals

- กินอาหารให้ครบทุกวัฒนธรรม
- ฝึกทำอาหารให้ชำนาญ
- ทำอาหารให้ครอบครัวกินเป็นประจำ

## Technology

IT & Internet

Software

Mobile Apps

Social Network

ภาพที่ 3.4 ข้อมูล Customer Persona คนที่ 4 ร้าน CHABUTON

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

PRAW

ฉันชชา เลหาพิซ



## Bio

เป็นคนอารมณ์ดี พุดจาดี คุยเก่ง มักจะคอยเสาะแสวงหาของกินและโปรโมชั่นเด็ดอยู่ตลอด ใช้เวลาในวันหยุดด้วยการเดินเล่นในห้างสรรพสินค้าและหาของอร่อยๆ กิน โดยเฉพาะร้านที่มีส่วนลดสิทธิพิเศษต่างๆ

“ Life is a one time offer, use it well ”

Age : 27

Work : Blogger / Vendor

Location : กรุงเทพมหานคร

Lively

Friendly

Talkative

## Motivations

Incentive

Ease of use

Learning

Saves Time

Social

Price

## Personality

Introvert

Extrovert

Analytical

Creative

Loyal

Fickle

Passive

Active

## Goals

- ใช้เงินกับของที่คุ้มค้ำมราคา
- ท่องเที่ยวหาประสบการณ์ใหม่ๆ
- สร้างครอบครัวของตัวเอง

## Technology

IT &amp; Internet

Software

Mobile Apps

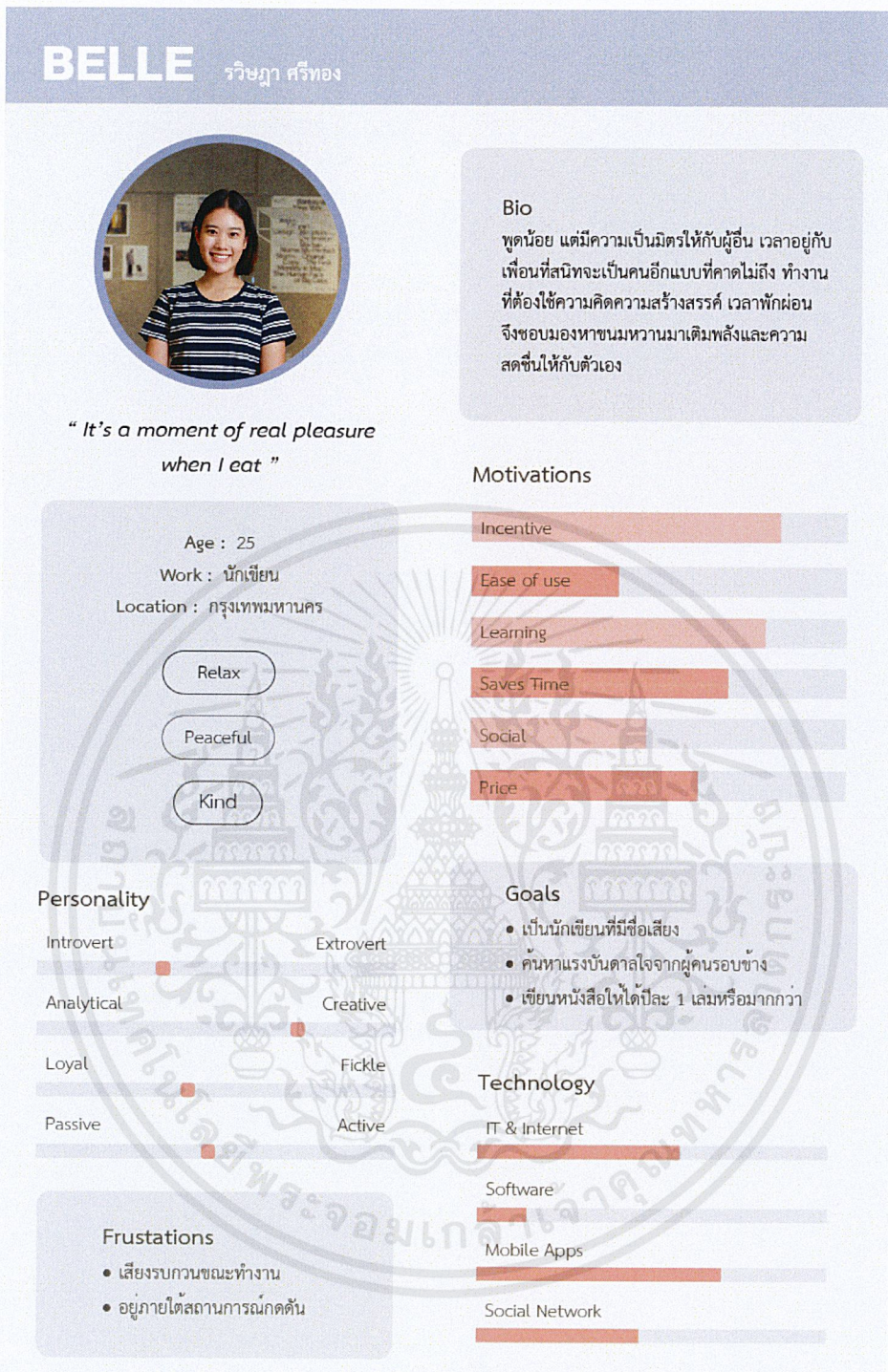
Social Network

## Frustrations

- เสียเวลาไปกับสิ่งที่ไม่ได้ทำให้มีความสุข
- สิ่งที่ไม่เป็นไปอย่างที่คิด
- ความซ้ำซาก จำเจ

ภาพที่ 3.5 ข้อมูล Customer Persona คนที่ 5 ร้าน Mister Donut

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



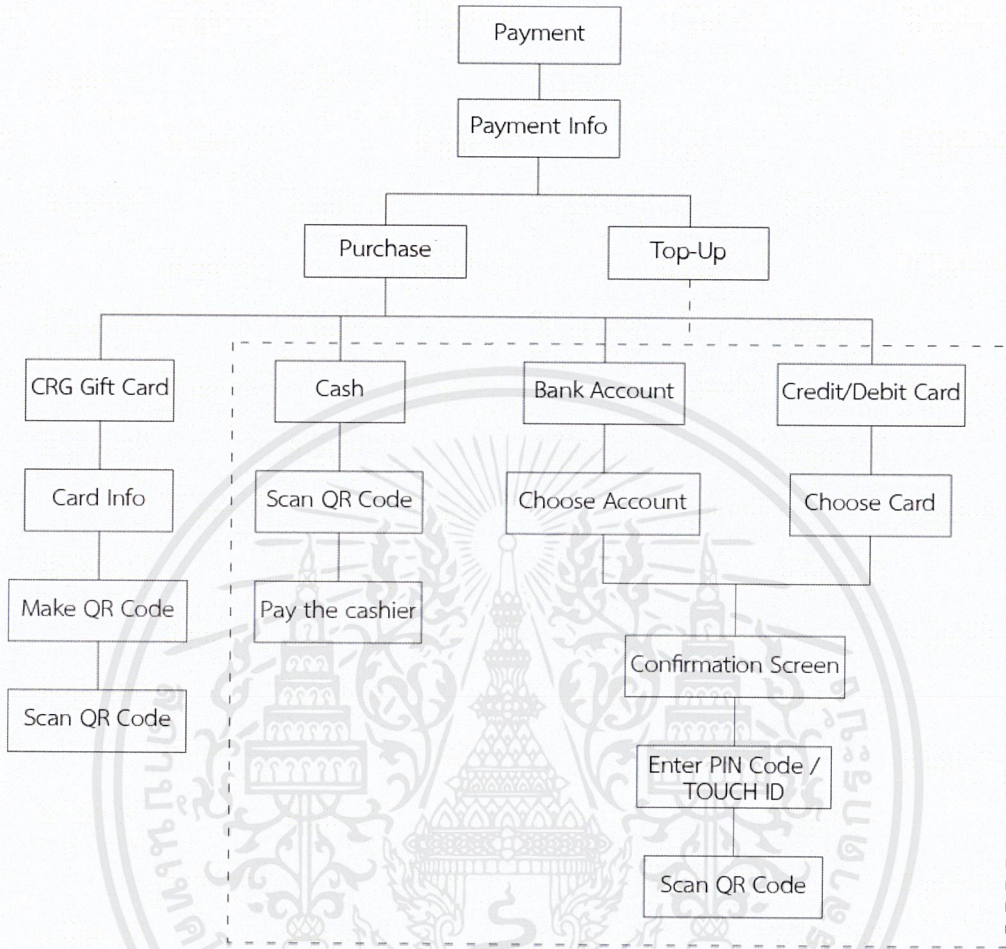
ภาพที่ 3.6 ข้อมูล Customer Persona คนที่ 6 ร้าน Mister Donut

### 3.3 การทำแบบจำลองและพัฒนาแบบ ข้อมูลส่วนตัว

ร้านอาหารตัวอย่างทั้ง 3 ร้าน ที่ได้เลือกนำมาออกแบบและพัฒนาแอปพลิเคชันในโครงการนี้มีระบบการทำงานหลัก ที่สามารถเชื่อมโยงข้อมูลถึงกันได้ทุกแอปพลิเคชัน คือ ระบบการชำระเงิน ข้อมูลส่วนตัว และข้อมูลบัตรสมาชิก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.3.1 การพัฒนาแบบจำลอง แบบที่ 1 ขั้นตอนการชำระเงิน และการเข้าสู่ข้อมูลส่วนตัว สามารถกดเข้าจากทางเข้าเดียวกัน โดยแยกเป็น 2 ทางเลือก คือ ชำระเงิน และเติมเงิน



ภาพที่ 3.7 โครงสร้างข้อมูลส่วนตัว แบบที่ 1

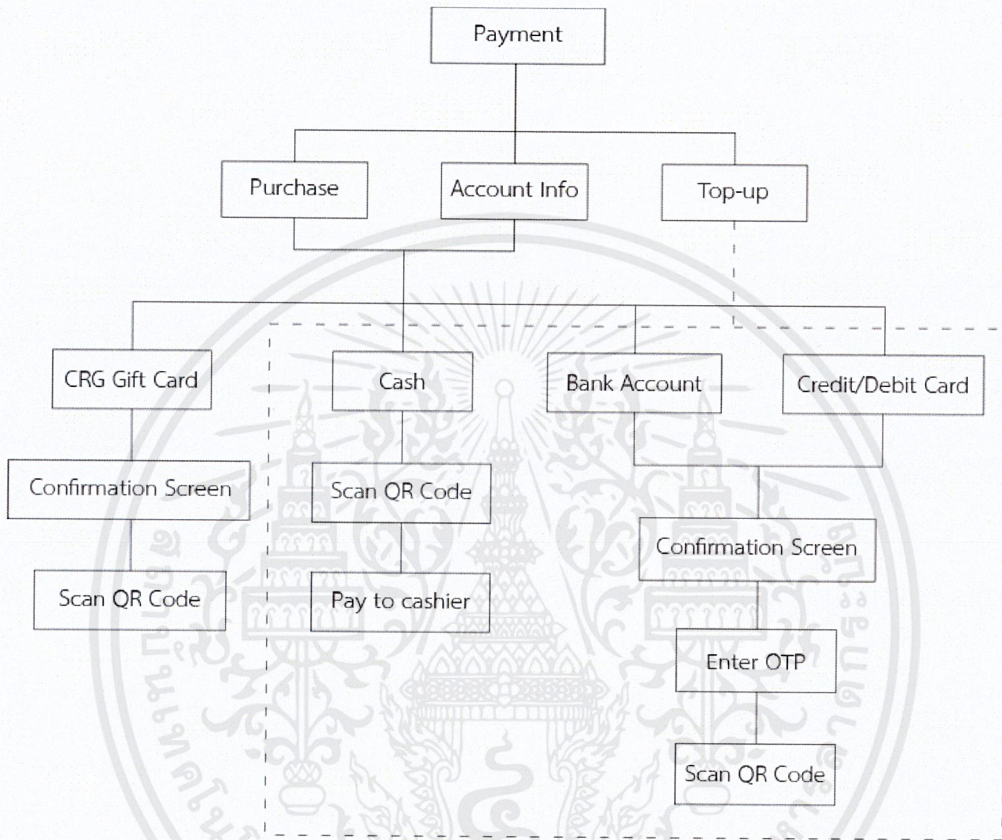


ภาพที่ 3.8 โครงสร้างข้อมูลส่วนตัว แบบที่ 1

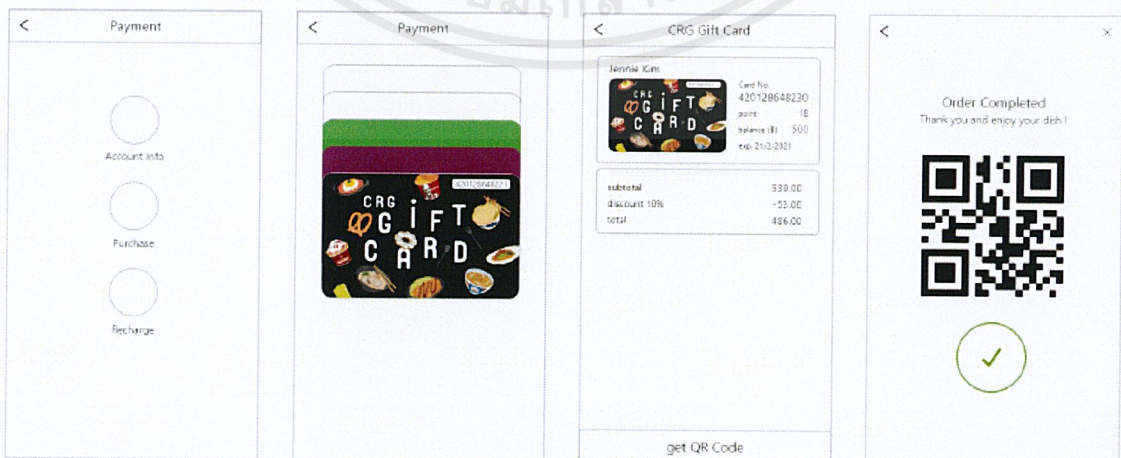
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แนวทางในการปรับปรุงแก้ไข ขั้นตอนในการใช้งานยังซับซ้อนกว่าที่ควรจะเป็น ควรปรับปรุงให้เข้าใจได้ง่ายขึ้นกว่านี้

3.3.2 การพัฒนาแบบจำลอง แบบที่ 2 ข้อมูลการชำระเงิน ข้อมูลส่วนตัว และการเติมเงิน สามารถกดเข้าจากทางเข้าเดียวกันได้ทั้งหมด



ภาพที่ 3.9 โครงสร้างข้อมูลส่วนตัว แบบที่ 2

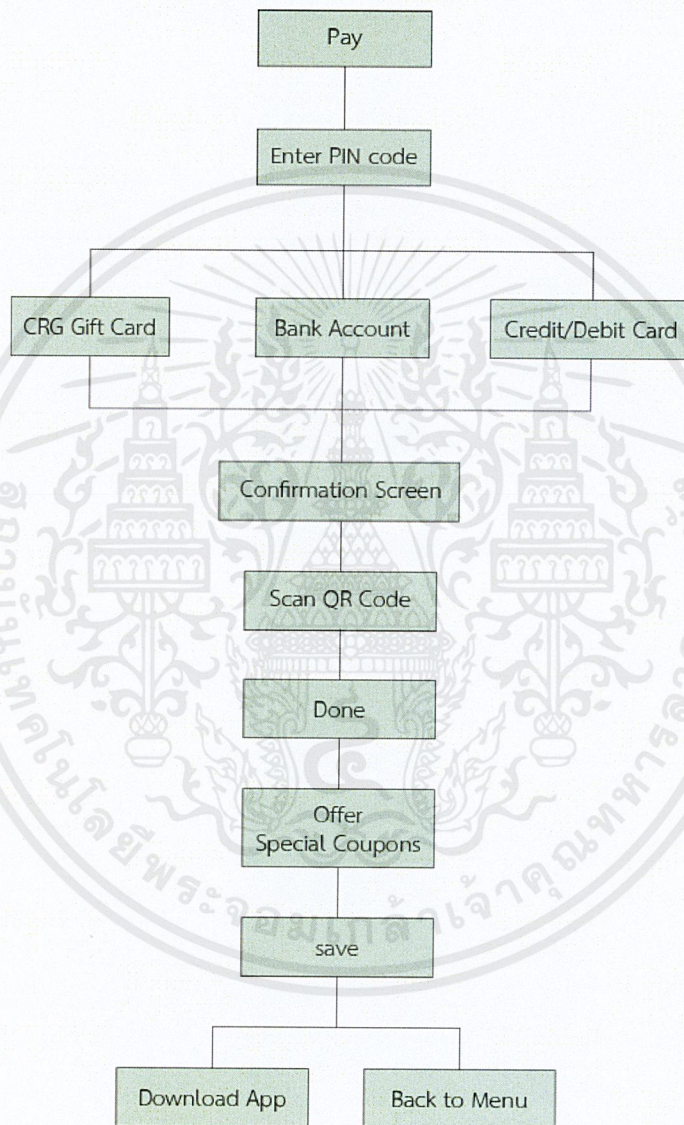


ภาพที่ 3.10 โครงร่างข้อมูลส่วนตัว แบบที่ 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

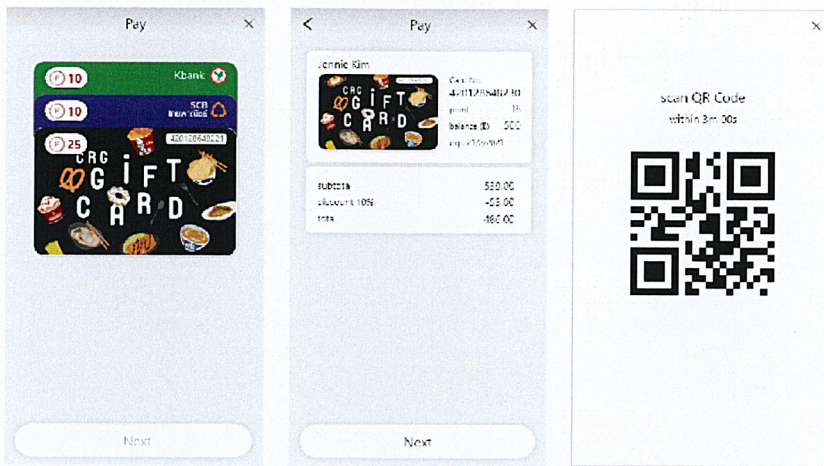
แนวทางในการปรับปรุงแก้ไข การนำเอาข้อมูลดังกล่าวมารวมอยู่ในขั้นตอนเดียวกัน อาจทำให้แอปพลิเคชันดูไม่ปลอดภัย ผู้ใช้งานอาจรู้สึกว่ระบบของแอปพลิเคชันไม่น่าเชื่อถือเพียงพอสำหรับการใช้ชำระเงิน

3.3.3 การพัฒนาแบบจำลอง แบบที่ 3 ข้อมูลการชำระเงิน, ข้อมูลส่วนตัวที่เกี่ยวข้องสมาชิก และข้อมูลบัตร แยกออกจากกันเป็นคนละส่วนอย่างชัดเจน

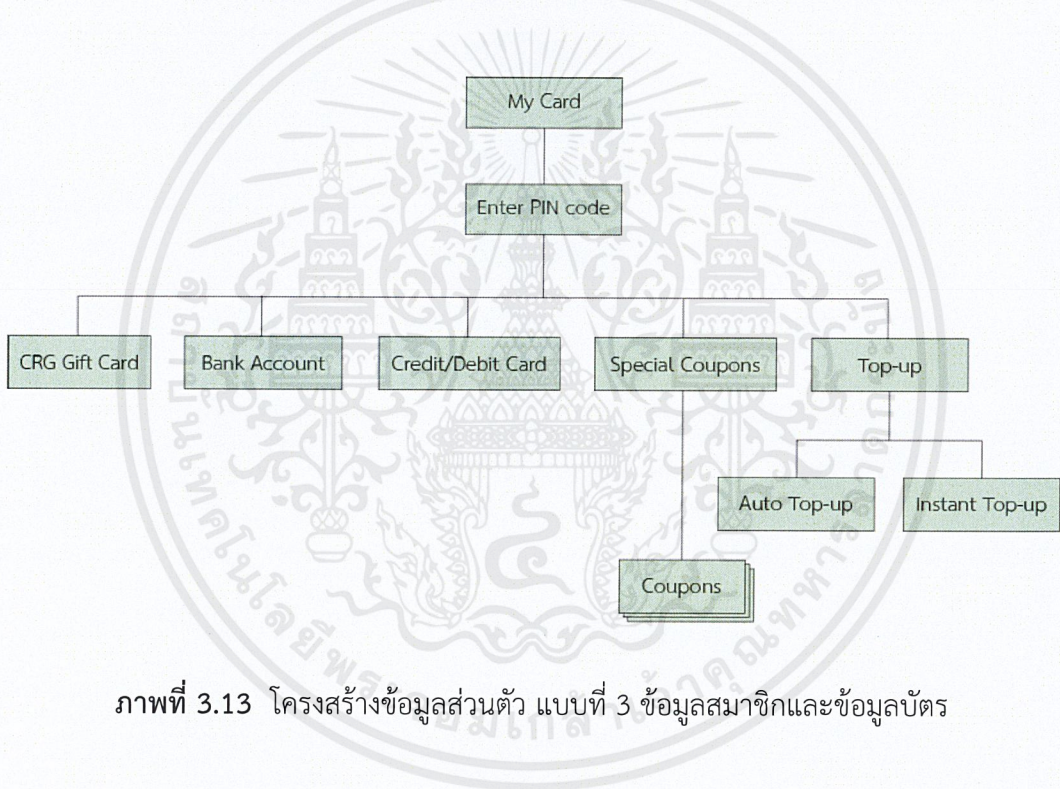


ภาพที่ 3.11 โครงสร้างข้อมูลส่วนตัว แบบที่ 3 ข้อมูลในการชำระเงิน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

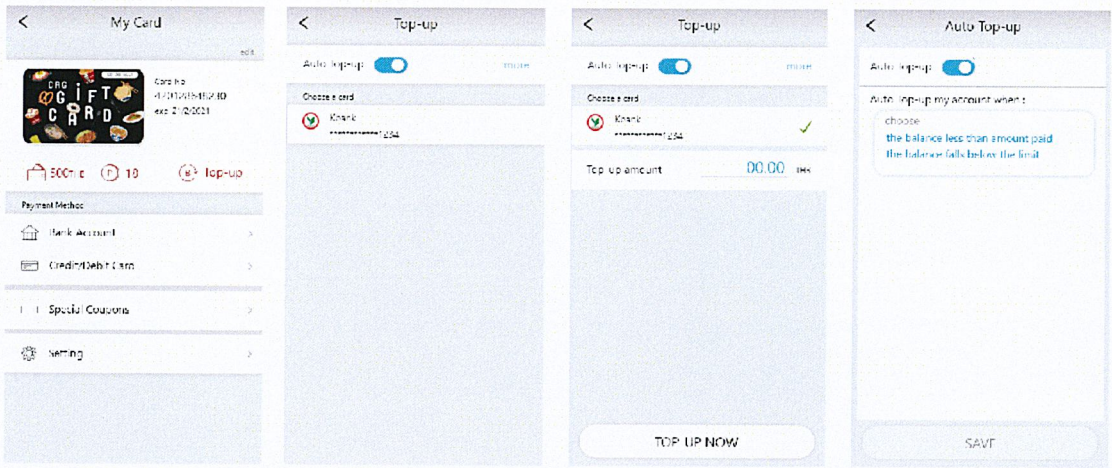


ภาพที่ 3.12 ข้อมูลการชำระเงินในแอปพลิเคชัน



ภาพที่ 3.13 โครงสร้างข้อมูลส่วนตัว แบบที่ 3 ข้อมูลสมาชิกและข้อมูลบัตร

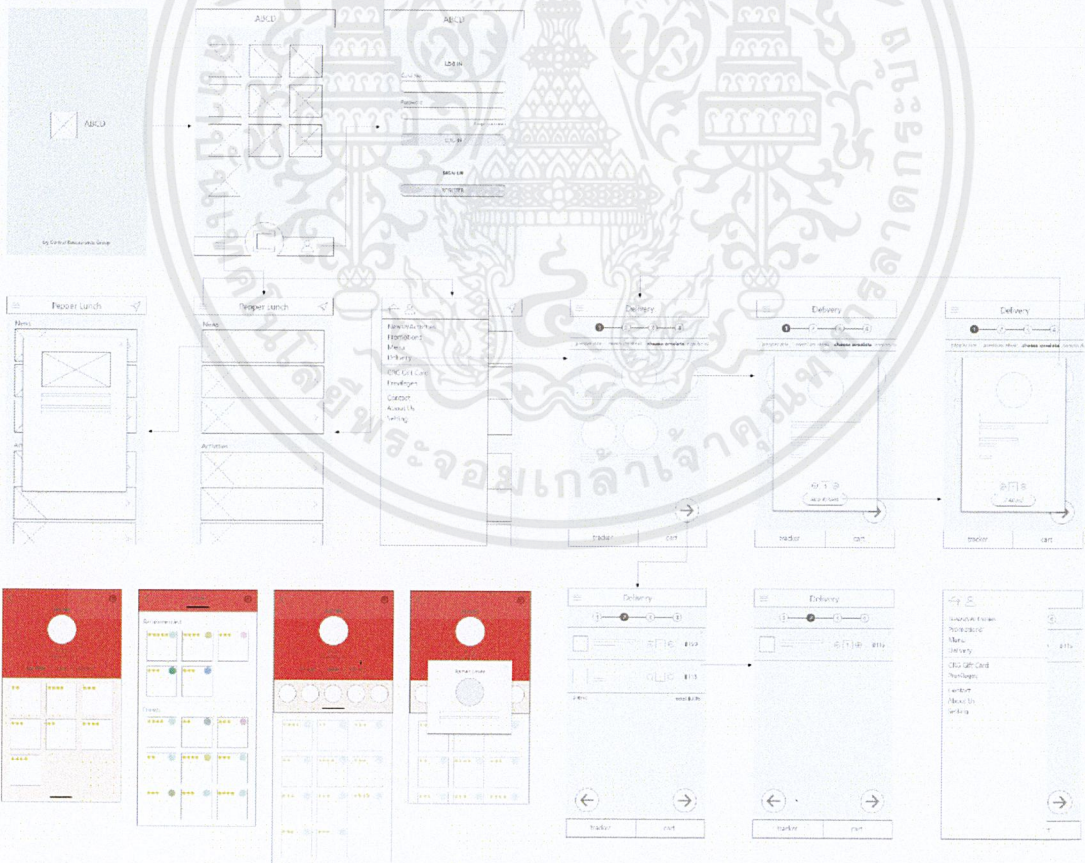
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 3.14 ข้อมูลสมาชิกและข้อมูลบัตรในแอปพลิเคชัน

### 3.4 การทำแบบจำลองและพัฒนาแบบ การใช้งานหลักของร้าน Pepper Lunch

#### 3.4.1 โครงร่างข้อมูล แบบที่ 1



ภาพที่ 3.15 โครงร่างข้อมูลในแอปพลิเคชัน Pepper Lunch แบบที่ 1

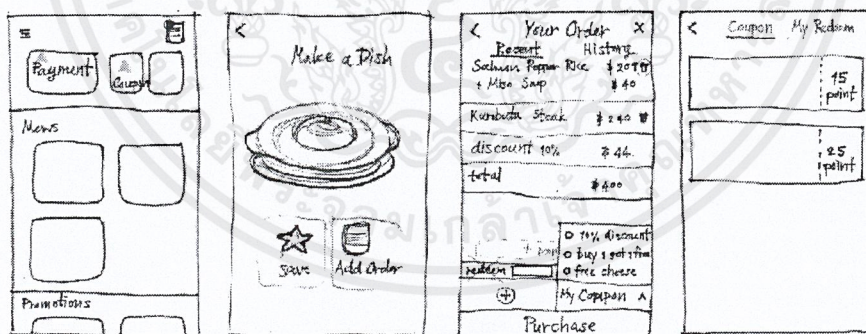
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดลอกเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 3.3.2 โครงร่างข้อมูล แบบที่ 2



ภาพที่ 3.16 โครงร่างข้อมูลในแอปพลิเคชัน Pepper Lunch แบบที่ 2

## 3.4.3 โครงร่างข้อมูล แบบที่ 3



ภาพที่ 3.17 โครงร่างข้อมูลในแอปพลิเคชัน Pepper Lunch แบบที่ 3

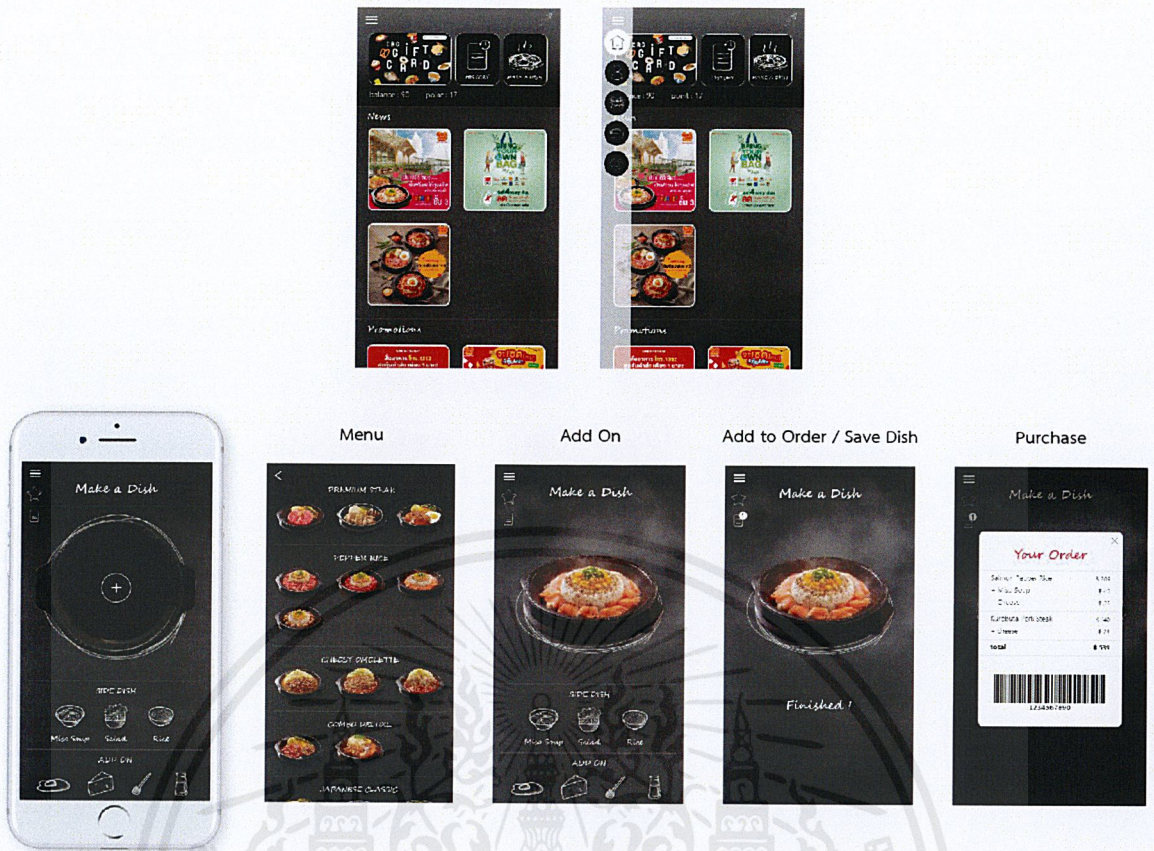
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 3.4.4 การพัฒนาแบบจำลองแอปพลิเคชัน แนวทางที่ 1



ภาพที่ 3.18 แนวทางการออกแบบ แบบที่ 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 3.19 แอปพลิเคชัน Pepper Lunch แบบที่ 1

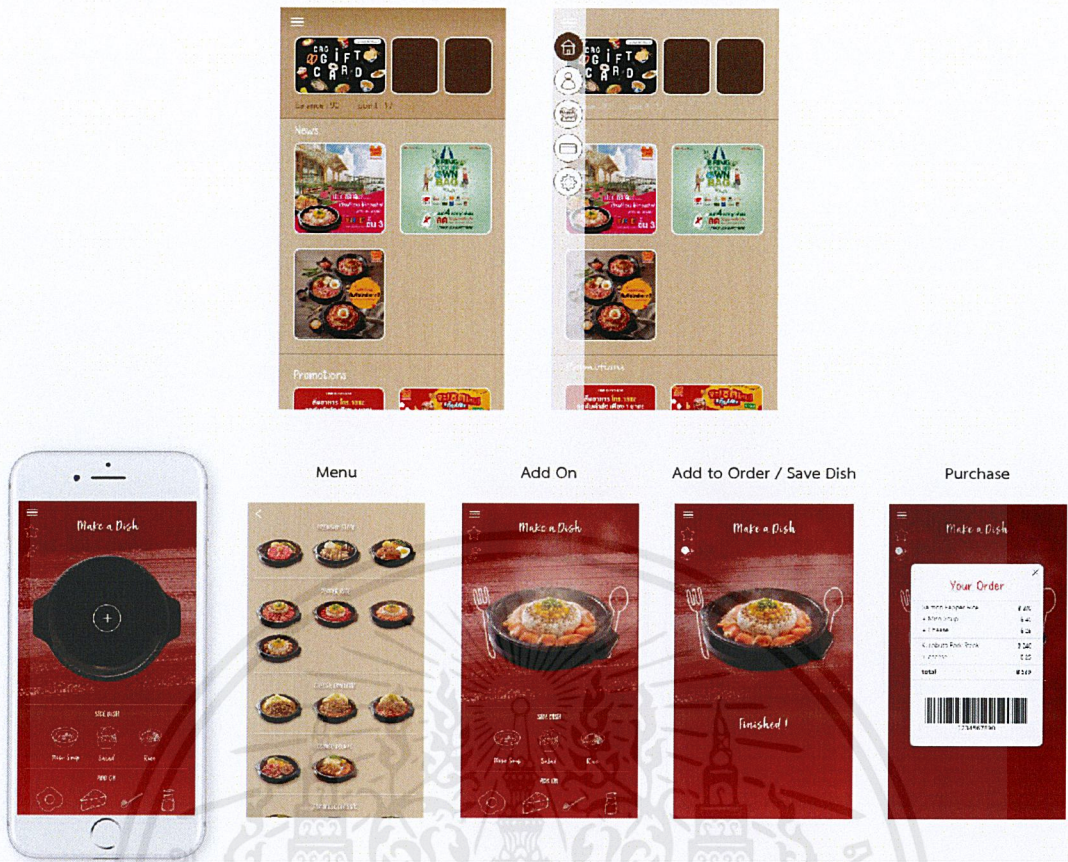
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 3.4.5 การพัฒนาแบบจำลองแอปพลิเคชัน แนวทางที่ 2



ภาพที่ 3.20 แนวทางการออกแบบ แบบที่ 2

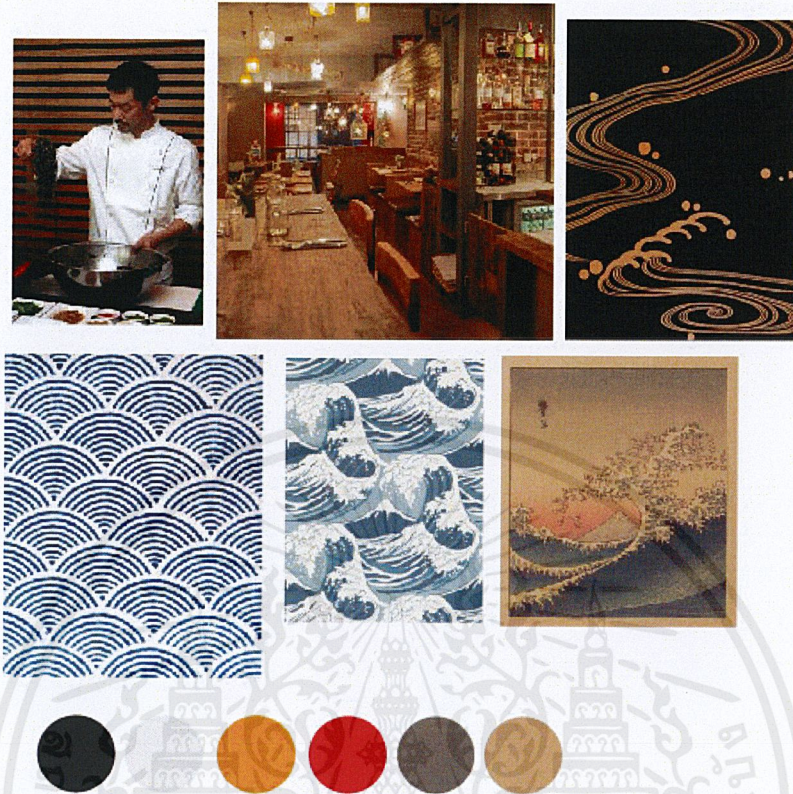
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



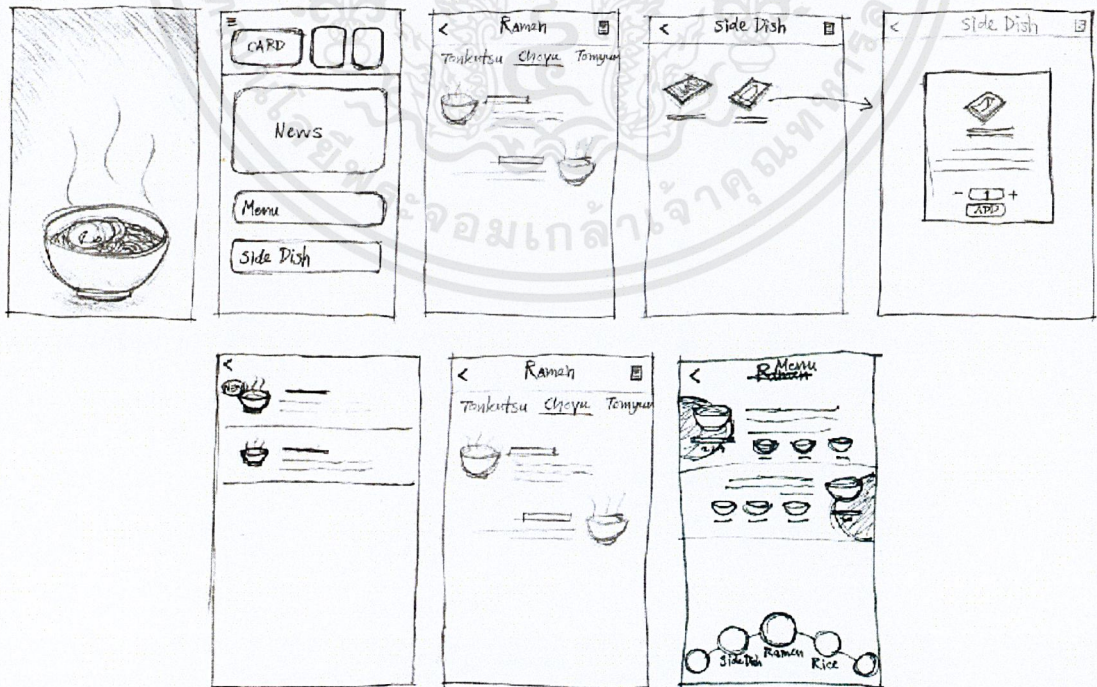
ภาพที่ 3.21 แอปพลิเคชัน Pepper Lunch แบบที่ 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 3.5 การทำแบบจำลองและพัฒนาแบบ การใช้งานหลังของร้าน CHABUTON



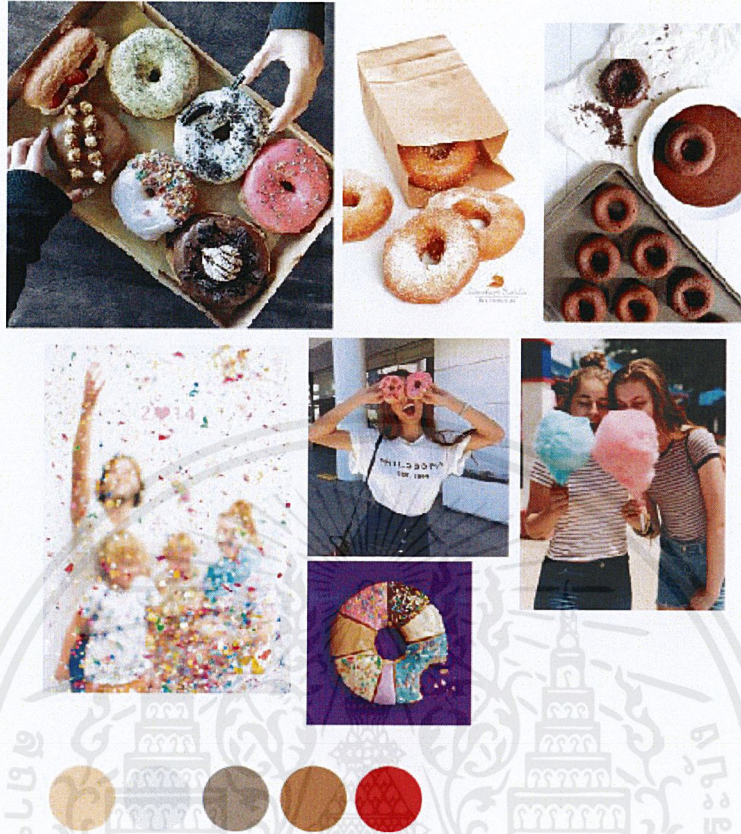
ภาพที่ 3.22 แนวทางการออกแบบ



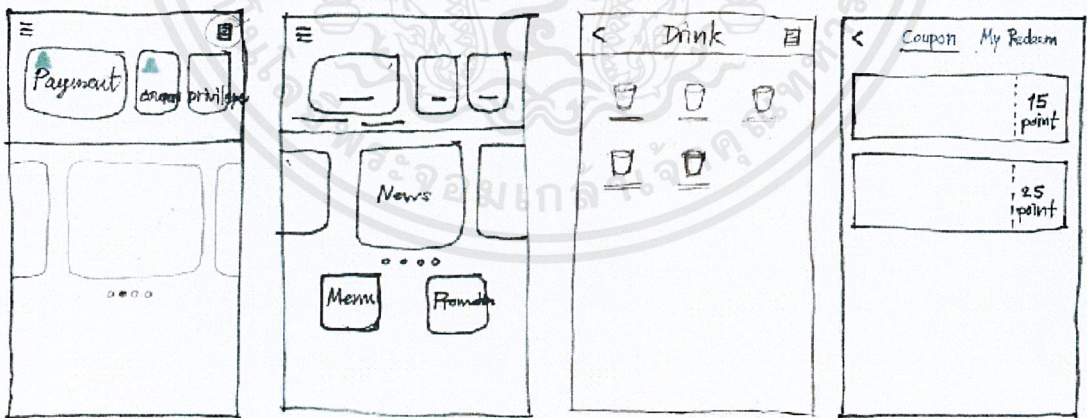
ภาพที่ 3.23 โครงร่างข้อมูลในแอปพลิเคชัน CHABUTON

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 3.6 การทำแบบจำลองและพัฒนาแบบ การใช้งานหลักของร้าน Mister Donut



ภาพที่ 3.24 แนวทางการออกแบบ



ภาพที่ 3.25 โครงร่างข้อมูลในแอปพลิเคชัน Mister Donut

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 4

### การนำเสนอผลงานการออกแบบ

การศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบ ได้ผลสรุปนำไปสู่การดำเนินการออกแบบในบทที่ 3 ได้เป็นผลงานการออกแบบ นำเสนอต่อคณะกรรมการตรวจศิลปนิพนธ์ในรูปแบบของแผ่นนำเสนอผลงาน ไฟล์ดิจิทัล ตลอดจนชิ้นงานที่เป็นหุ่นจำลองและต้นแบบ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

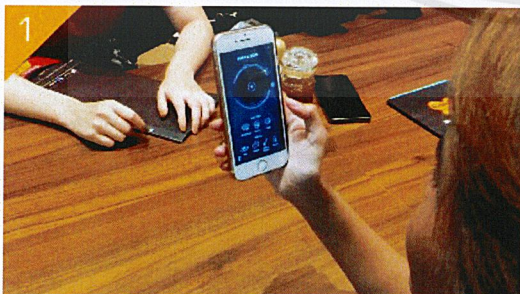
- 4.1 การนำเสนอขั้นตอนการใช้งานแอปพลิเคชันภายในร้านอาหาร
- 4.2 การนำเสนอผลงานการออกแบบแอปพลิเคชัน
- 4.2 สื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ในพื้นที่ร้านอาหาร

#### 4.1 การนำเสนอขั้นตอนการใช้งานแอปพลิเคชันภายในร้านอาหาร

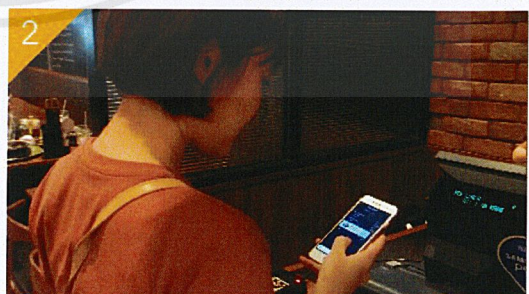
รูปแบบการใช้งานแอปพลิเคชันของร้านอาหาร ทั้ง 3 ร้าน ที่เลือกมาทำในโครงการนี้ มีการดำเนินการออกแบบจากข้อมูลการวิเคราะห์รูปแบบการให้บริการภายในร้านและพฤติกรรมของกลุ่มลูกค้า ในแต่ละร้านอาหารจึงมีรูปแบบการใช้งานหลักของแอปพลิเคชันที่แตกต่างกัน ซึ่งผู้ออกแบบทำการออกแบบประสบการณ์เพื่อการสั่งอาหารและชำระเงิน ดังต่อไปนี้

##### 4.1.1 ขั้นตอนการใช้งานแอปพลิเคชัน ภายในร้าน Pepper Lunch

ร้าน Pepper Lunch เป็นร้านอาหารที่ให้บริการในรูปแบบ Customize Menu ที่ให้ลูกค้าสามารถเลือกส่วนผสมและเครื่องเคียงในเมนูอาหารได้ด้วยตัวเอง การใช้งานในแอปพลิเคชันจึงเน้นไปที่ประสบการณ์การสั่งอาหารที่ให้ลูกค้าได้เลือกเมนูและเพิ่มส่วนผสมที่ขอบอกมาเป็นจานโปรดได้เลยทันที และการชำระเงิน โดยการเข้าใช้บริการภายในร้านอาหาร มีขั้นตอนการสั่งอาหารและการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันที่ได้ทำการออกแบบ ดังนี้

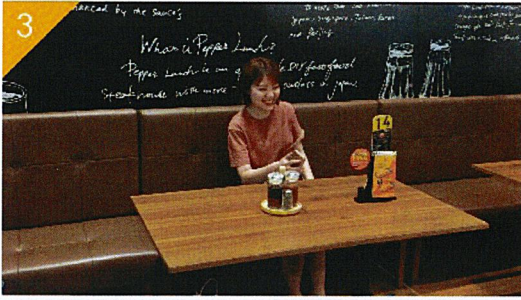


สร้างออเดอร์อาหารที่ต้องการ บนแอปพลิเคชัน  
( สามารถสร้างไว้ก่อนหรือหลังถึงร้านอาหารก็ได้ )

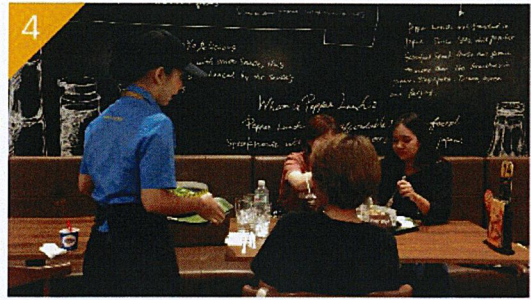


scan QR code หน้าออเดอร์ที่สร้างไว้  
เพื่อสั่งอาหารและชำระเงิน

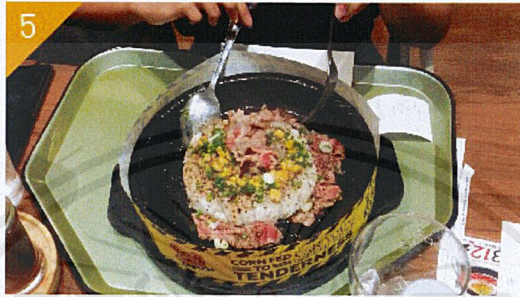
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



นั่งรออาหารที่โต๊ะ



ได้รับอาหารที่สั่ง

ปรุงอาหารตามความชอบ  
พร้อมรับประทาน

#### ภาพที่ 4.1 ขั้นตอนการใช้งานแอปพลิเคชัน ภายในร้าน Pepper Lunch

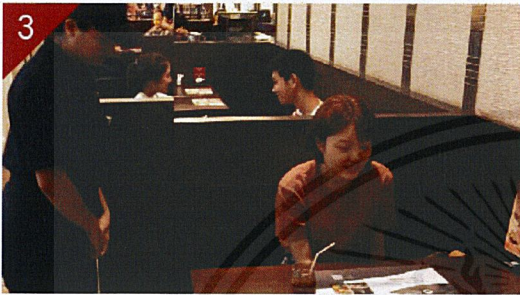
##### 4.1.2 ขั้นตอนการใช้งานแอปพลิเคชัน ภายในร้าน CHABUTON

ร้าน CHABUTON เป็นร้านอาหารที่ให้บริการในรูปแบบ QSR/Half Services คือพนักงานรับออเดอร์ที่โต๊ะ และหลังทานเสร็จ ลูกค้าต้องชำระเงินด้วยตัวเองที่แคชเชียร์หน้าร้าน การใช้งานในแอปพลิเคชันเน้นไปที่การให้ข้อมูลเมนูอาหารและโปรโมชั่น/สิทธิพิเศษ ตามช่วงเวลาต่างๆ และการชำระเงิน เนื่องจากทางร้านมีเมนูสูตรเฉพาะให้เลือกหลากหลายเมนู และโปรโมชั่น/สิทธิพิเศษ ที่ให้ลูกค้าได้เลือกใช้ โดยการเข้าใช้บริการภายในร้านอาหาร มีขั้นตอนการสั่งอาหารและการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันที่ได้ทำการออกแบบ ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เลือกโต๊ะที่นั่ง

ดูเมนูอาหารและโปรโมชั่นต่างๆ  
ในแอปพลิเคชัน

สั่งอาหารกับพนักงาน



ได้รับอาหารพร้อมรับประทาน



ชำระเงินผ่านแอปพลิเคชัน

ภาพที่ 4.2 ขั้นตอนการใช้งานแอปพลิเคชัน ภายในร้าน CHABUTON

#### 4.1.3 ขั้นตอนการใช้งานแอปพลิเคชัน ภายในร้าน Mister Donut

ร้าน Mister Donut เป็นร้านอาหารที่ให้บริการในรูปแบบ Counter Service booth ลูกค้าสามารถเลือกซื้อ ชำระเงิน และรับขนมที่หน้า counter ได้เลยทันที การใช้บริการเป็นไปอย่างรวดเร็ว การใช้งานแอปพลิเคชันจึงเน้นในด้านการให้ข้อมูลโปรโมชั่นและสิทธิพิเศษต่างๆ ที่ลูกค้าสามารถเลือกใช้ได้ตามเงื่อนไข และการชำระเงิน โดยการเข้าใช้บริการที่หน้าร้าน มีขั้นตอนการซื้อและการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันที่ได้ทำการออกแบบ ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เลือกโดนัท



ชำระเงินผ่านแอปพลิเคชัน



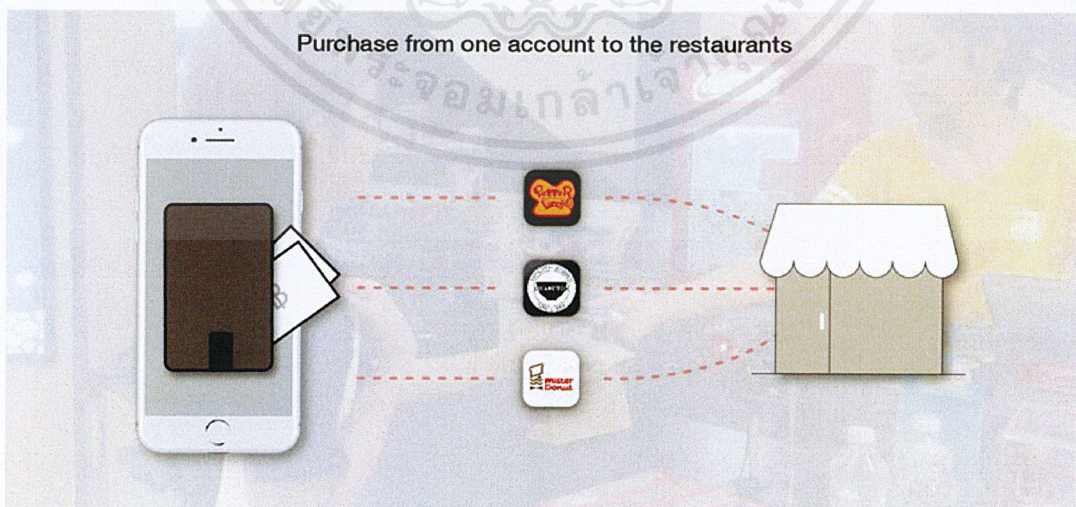
รับขนม

ภาพที่ 4.3 ขั้นตอนการใช้งานแอปพลิเคชัน หน้าร้าน Mister Donut

## 4.2 การนำเสนอผลงานการออกแบบแอปพลิเคชัน

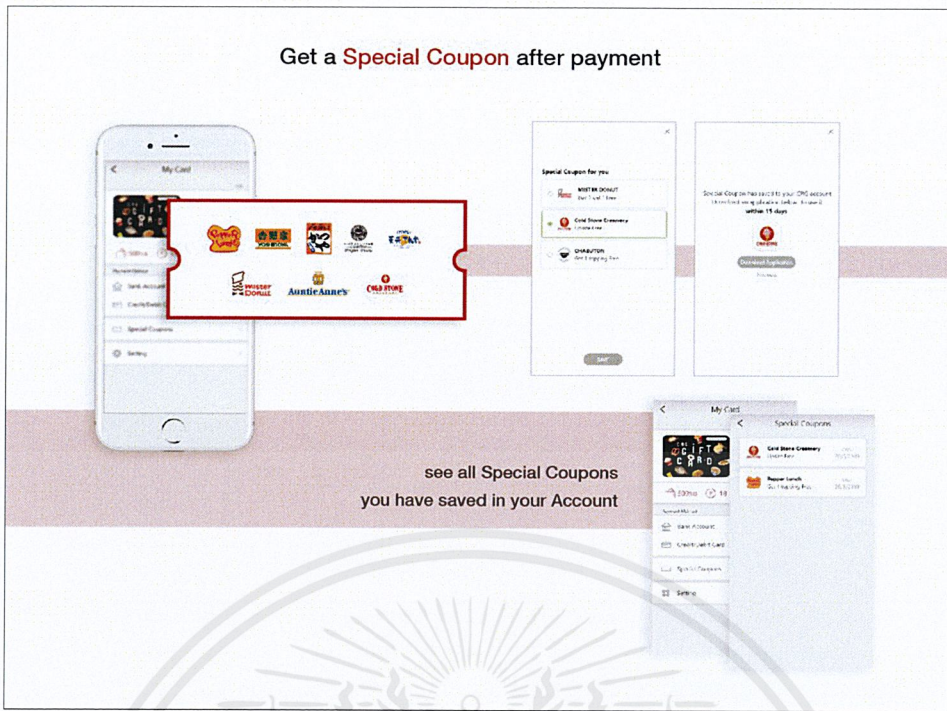
### 4.2.1 รูปแบบการชำระเงิน

การชำระเงินผ่านแอปพลิเคชัน สามารถเข้าสู่ระบบเพื่อใช้ข้อมูลในระบบเพื่อทำการชำระเงิน โดยข้อมูลจะเชื่อมถึงกันได้ทุกแอปพลิเคชันของร้านในเครือ



ภาพที่ 4.4 แสดงรูปแบบการชำระเงินของแอปพลิเคชัน

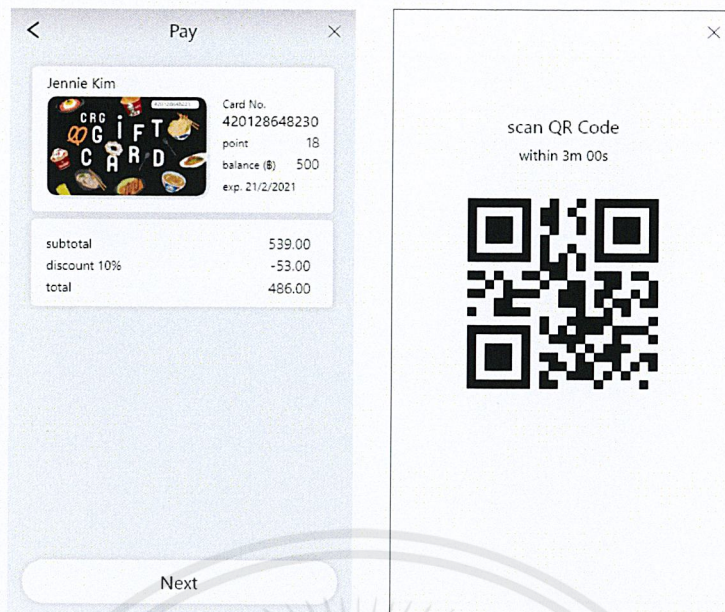
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



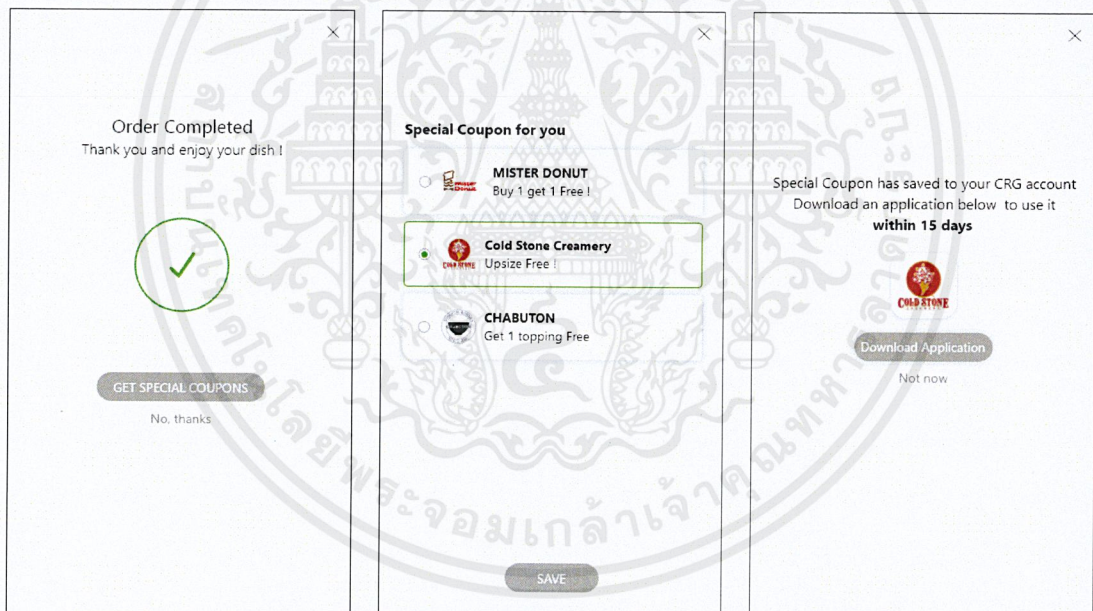
ภาพที่ 4.5 Special Coupon



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

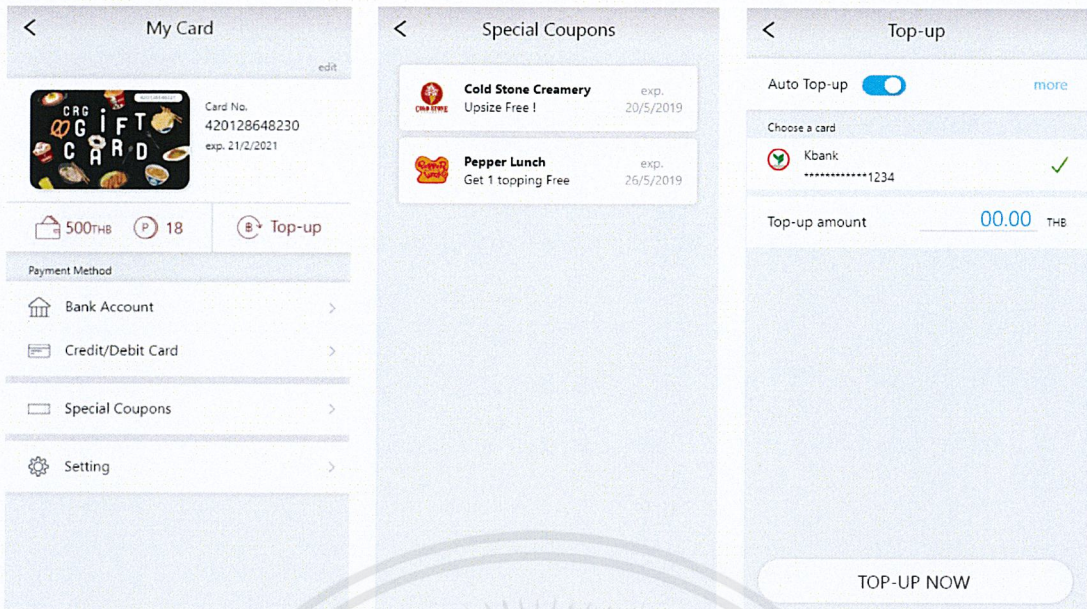


ภาพที่ 4.6 แสดงขั้นตอนการชำระเงินบนแอปพลิเคชัน



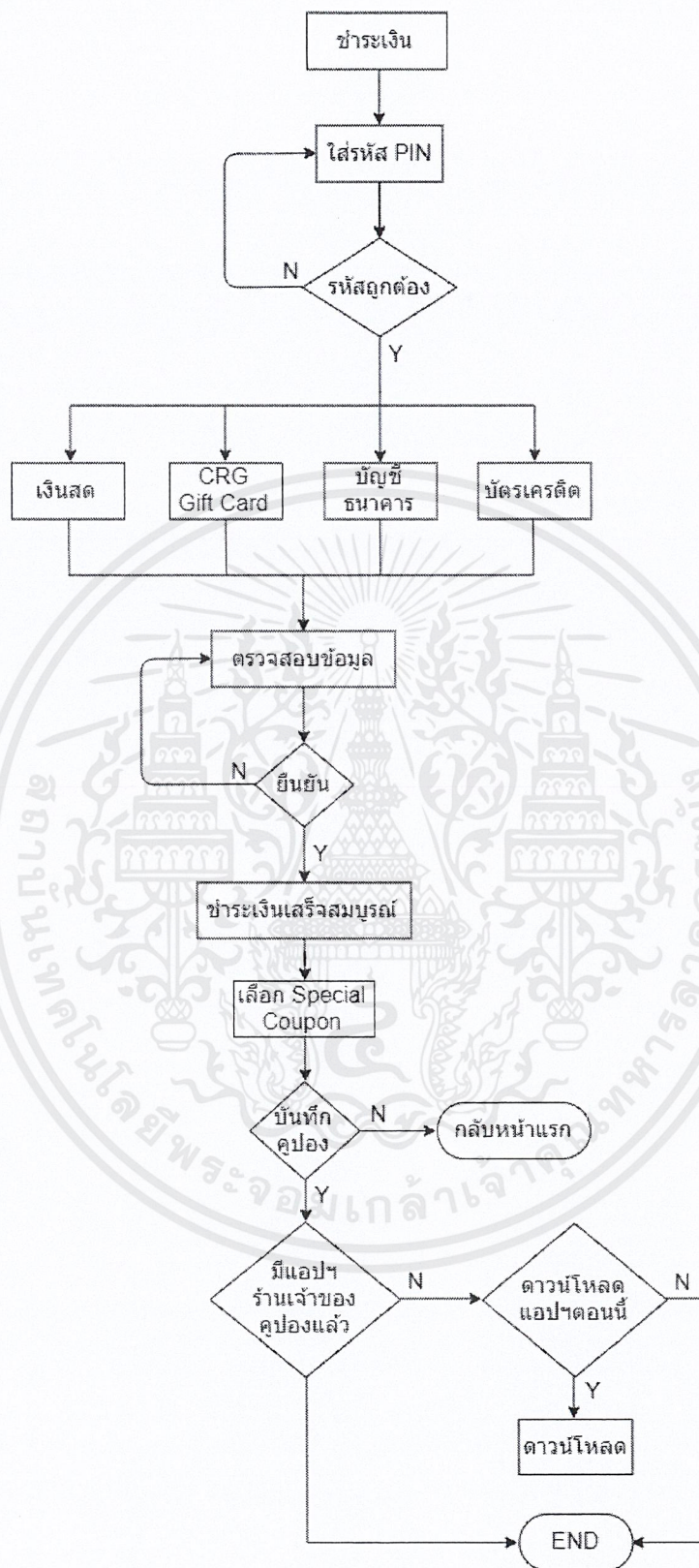
ภาพที่ 4.7 แสดงขั้นตอนการรับ Special Coupon หลังการชำระเงิน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.8 แสดงข้อมูลสมาชิกและข้อมูลบัตร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.9 Flowchart แสดงลำดับขั้นตอนการชำระเงิน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 4.2.2 ร้านอาหาร Pepper Lunch



**PEPPER LUNCH**  
Food&Drink Application

**Save time by ordering  
your favorite dishes from your phone**

เลือกสรรเมนูที่ถูกใจด้วยตัวคุณเอง  
สั่งง่าย ง่ายสะดวกเพียงปลายนิ้วสัมผัส



**MAKE A DISH**

**CUSTOMIZE YOUR MENU**

**PLACE YOUR ORDER**

**PURCHASE**

สามารถสั่งอาหารจานโปรดของเพื่อนได้ ที่หน้า Profile

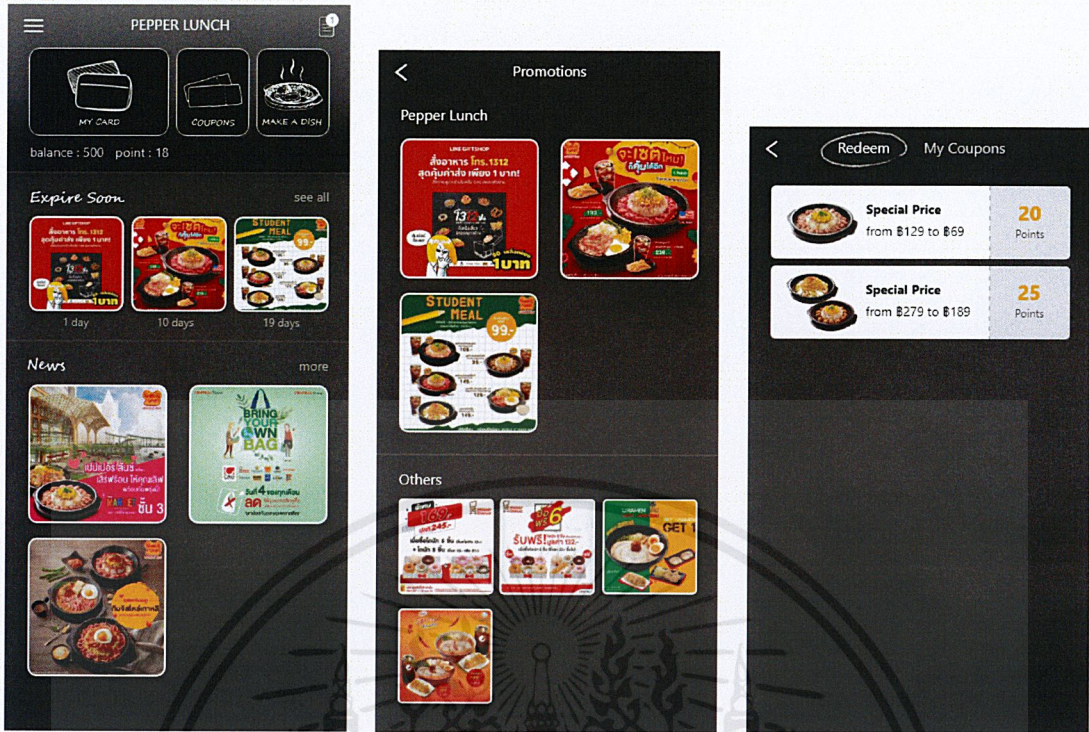
อัปเดตโปรโมชั่นใหม่ๆ แลกดดูส่วนลดพิเศษ

ภาพที่ 4.10 การนำเสนอแอปพลิเคชัน Pepper Lunch



ภาพที่ 4.11 การใช้งานแอปพลิเคชัน Pepper Lunch

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

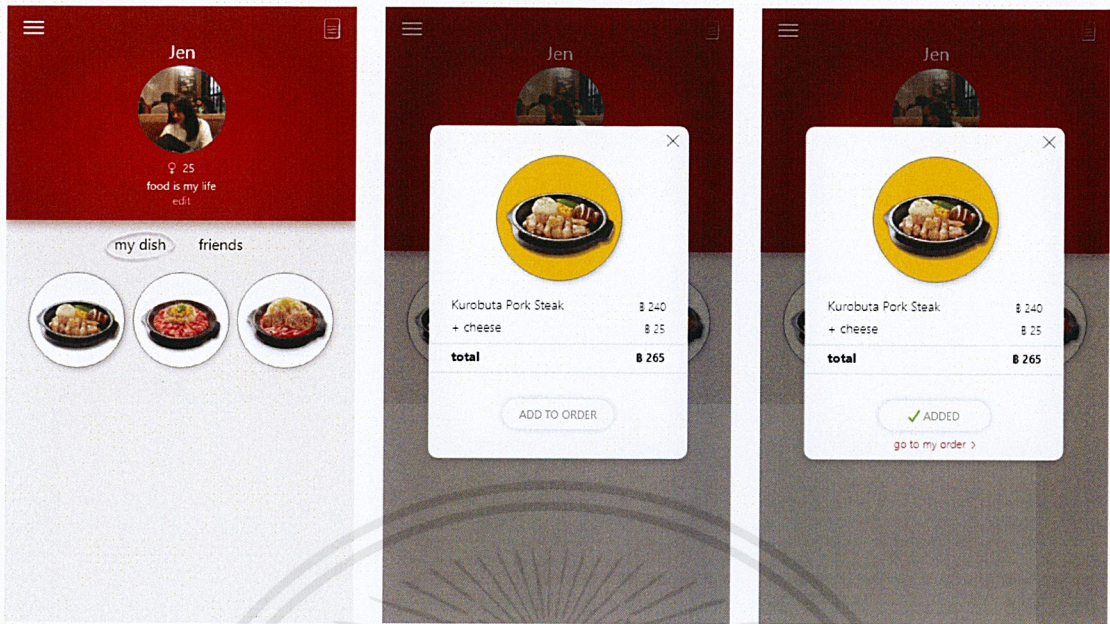


ภาพที่ 4.12 แสดงหน้าจอข้อมูลข่าวสารและโปรโมชั่นร้าน Pepper Lunch



ภาพที่ 4.13 แสดงหน้าจอการสร้างเมนูอาหาร ( Make a Dish ) ร้าน Pepper Lunch

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.14 แสดงหน้าจอการสั่งอาหารจากเมนูที่บันทึกไว้ ( My Dish ) ร้าน Pepper Lunch

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



### 4.2.3 ร้าน CHABUTON



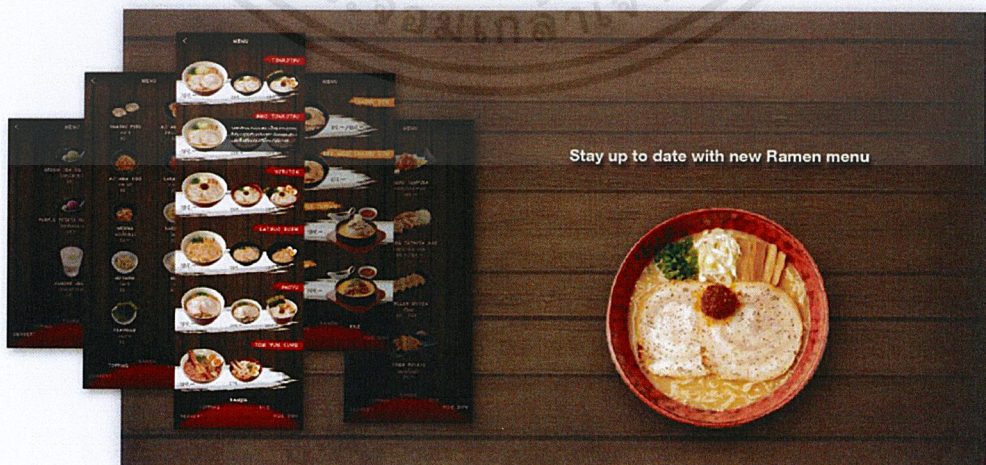
**CHABUTON**  
Food&Drink Application

The easy way to purchases, explore the promotions and update the latest special menu in seconds

- ชำระเงิน
- ค้นหาโปรโมชั่น
- อัปเดตข่าวสารและเมนูอาหาร



Browse the promotions  
Get the coupons  
anytime, anywhere you want



ภาพที่ 4.16 การนำเสนอแอปพลิเคชัน CHABUTON

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.17 แสดงหน้าจอข้อมูลข่าวสารและโปรโมชั่นร้าน CHABUTON

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.18 แสดงหน้าจอข้อมูลเมนูอาหารร้าน CHABUTON

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



## 4.2.4 ร้าน Mister Donut

## RECEIVE THE LATEST NEWS AND PROMOTIONS

ใช้ข้อมูลโปรโมชันและสิทธิพิเศษได้อย่างสะดวกรวดเร็ว  
พร้อมทั้งเลือกสรรเมนูสุดคุ้มได้ตรงใจ ให้คุณไม่พลาด  
ทุกการอัปเดต



ภาพที่ 4.20 การนำเสนอแอปพลิเคชัน Mister Donut



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.21 แสดงหน้าจอข้อมูลข่าวสารและโปรโมชั่นร้าน Mister Donut

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.22 แสดงหน้าจอข้อมูลเมนูอาหารร้าน Mister Donut

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



## 4.3 สื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์ในพื้นที่ร้านอาหาร

### 4.3.1 ร้าน Pepper Lunch

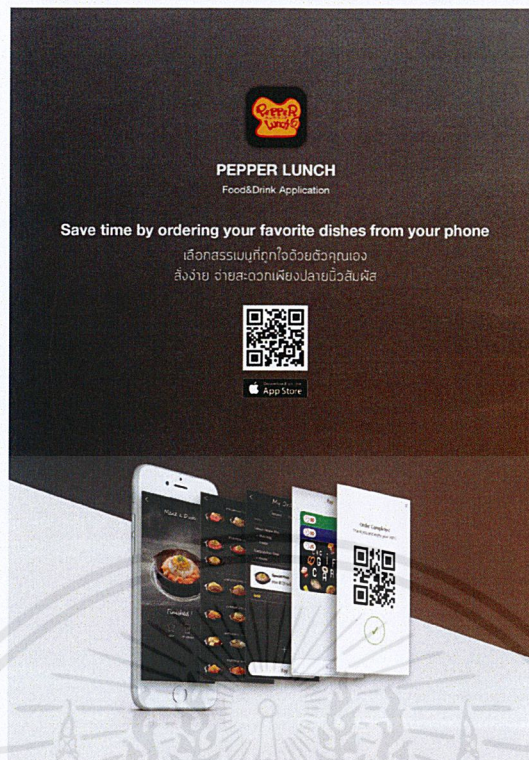


ภาพที่ 4.24 หน้าร้าน Pepper Lunch



ภาพที่ 4.25 ป้ายบนโต๊ะอาหารร้าน Pepper Lunch

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.26 โปสเตอร์โปรโมทแอปพลิเคชัน Pepper Lunch

#### 4.3.2 ร้าน CHABUTON



ภาพที่ 4.27 โปสเตอร์โปรโมทแอปพลิเคชัน CHABUTON

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.28 หน้าร้าน CHABUTON

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.29 แผ่นรองงานบนโต๊ะอาหารร้าน CHABUTON

#### 4.3.3 ร้าน Mister Donut



ภาพที่ 4.30 โปสเตอร์โปรโมทแอปพลิเคชัน Mister Donut

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.31 หน้าร้าน Mister Donut

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## การสรุปผล อภิปรายและข้อเสนอแนะ

การดำเนินโครงการออกแบบแอปพลิเคชันเพื่อการส่งเสริมการขาย สำหรับร้านอาหารในเครือเซ็นทรัล เรสตอรองส์ กรุ๊ป มีการสรุปผล อภิปรายและข้อเสนอแนะดังนี้

- 5.1 ผลงานการออกแบบที่ได้จากการดำเนินโครงการฯ
- 5.2 การอภิปรายผลงานการออกแบบ
- 5.3 ข้อเสนอแนะจากคณะกรรมการตรวจศิลปนิพนธ์

### 5.1 ผลงานการออกแบบที่ได้จากการดำเนินโครงการฯ

จากการศึกษา ค้นคว้า วิเคราะห์ข้อมูล และดำเนินการออกแบบ สามารถสรุปผลงานการออกแบบที่ได้รับจากการดำเนินโครงการออกแบบแอปพลิเคชันเพื่อการส่งเสริมการขาย สำหรับร้านอาหาร ในเครือเซ็นทรัล เรสตอรองส์ กรุ๊ป ได้ดังนี้

- 5.1.1 แอปพลิเคชันร้าน Pepper Lunch
- 5.1.2 แอปพลิเคชันร้าน CHABUTON
- 5.1.3 แอปพลิเคชันร้าน Mister Donut
- 5.1.4 สื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการประชาสัมพันธ์แอปพลิเคชันในพื้นที่ร้านอาหาร

### 5.2 การอภิปรายผลงานการออกแบบ

จากการดำเนินโครงการออกแบบแอปพลิเคชันเพื่อการส่งเสริมการขาย สำหรับร้านอาหารในเครือเซ็นทรัล เรสตอรองส์ กรุ๊ป อภิปรายผลได้ ดังนี้

แอปพลิเคชันร้านอาหารที่ทำการออกแบบ มีการใช้งานหลักอยู่ 2 ส่วน คือ ส่วนที่ให้ข้อมูลข่าวสารแก่ผู้ใช้งานและส่วนของการชำระเงิน ในด้านการออกแบบ ผู้ใช้งานสามารถเข้าใจวิธีการใช้ได้รวดเร็วตั้งแต่ครั้งแรกที่ทดลองใช้ ไม่เกิดการสับสน การออกแบบแอปพลิเคชันแสดงถึงเอกลักษณ์ของแบรนด์ร้านอาหารชัดเจน ในด้านการใช้งาน ช่วยให้ลูกค้าเข้าถึงข้อมูลของร้านอาหารอย่างสะดวกมากขึ้นด้วยข้อมูลที่ครบถ้วนถูกต้องตามความต้องการ และสามารถใช้บริการร้านอาหารได้ง่ายและมีความรวดเร็วมากขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 5.3 ข้อเสนอแนะจากคณะกรรมการตรวจศิลปนิพนธ์

ในการนำเสนอผลงานการออกแบบได้รับข้อเสนอแนะในการปรับปรุงผลงานการออกแบบและมีการจัดทำภาพจำลองหลังจากการปรับปรุงผลงานตามข้อเสนอแนะจากคณะกรรมการฯ ดังนี้

5.3.1 การใช้ Visual Design เป็นแบบสากลเกินไป ไม่มี Theme หรือ Style และไม่มีลักษณะพิเศษ

5.3.2 ไม่สื่อสาร Scenario และการแนะนำข้อมูลการเข้าแอปพลิเคชันไม่มีให้เห็นเด่นชัด

5.3.3 ควรโชว์ความน่ากินในการ Order ของกินมากกว่านี้ เช่น รูปภาพอาหาร

5.3.4 User Interface ของแต่ละฟังก์ชันดูเท่ากันหมด ควรลำดับการเข้าถึงแอปพลิเคชัน เน้นความสำคัญว่าอันไหนควรเด่นหรือไม่เด่น



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

# บรรณานุกรม

## ภาษาไทย

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2560). **ปรับกลยุทธ์ร้านอาหาร รวยไว รุ่งนาน.**

เข้าถึงได้จาก: <https://www.kasikornbank.com/th/business/sme/KSMEKnowledge/article/KSMEAnalysis/Pages/Restuarant-Strategies-2017.aspx>

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2560). **ผู้บริโภคยุคใหม่และไลฟ์สไตล์ชนชั้นกลาง กำหนดทิศทาง Content**

สื่อฯ. เข้าถึงได้จาก: <https://www.kasikornresearch.com/th/analysis/kecon/business/Pages/36637.aspx>.

Marketeer Team. (2561). **ก้าวต่อไปของ CRG คือการเป็น King Og Restaurant.**

เข้าถึงได้จาก: <https://marketeeronline.co/archives/14214>

Matemate. (2559). **วิเคราะห์การใช้งานอินเทอร์เน็ตของคนไทย 2559 เรื่องที่แบรนด์ต่างๆ ต้อง**

รู้. เข้าถึงได้จาก: <https://brandinside.asia/survey-internet-thailand-user-2559>

Pigabyte. (2561). **เจาะลึกพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของคนไทย ม.ค. 2561 แบบละเอียดฉบับ.**

เข้าถึงได้จาก: <https://www.marketingoops.com/reports/behaviors/thailand-digital-in-2018>

S.Vutikorn. (2561). **7 เทรนด์ผู้บริโภค ที่นักการตลาดต้องจับตามอง.**

เข้าถึงได้จาก: <http://www.brandage.com/article/6519/Consumer-Product>

Thai Franchise Center. (2560). **ส่องอาณาจักรแฟรนไชส์ในเครือ Central Restaurants**

Group (CRG). เข้าถึงได้จาก: <http://www.thaifranchisecenter.com/document/show.php?docuID=2616>

WP. (2561). **Brand Portfolio สำคัญต่อธุรกิจอาหารอย่างไร? ถอดกรณีศึกษา 3 กักฟู้ดเชน**

CRG-MK-MINOR. เข้าถึงได้จาก: <https://www.brandbuffet.in.th/2018/03/brand-portfolio-food-chain-industry>.

WP. (2561). **7 Food Tech ปฏิวัติอุตสาหกรรมจาก Farm To Fork – กรณีศึกษา “ไมเนอร์” ลง**

มือ Disrupt ตัวเอง. เข้าถึงได้จาก: <https://www.marketingoops.com/news/biz-news/7-food-tech-revolution-of-food-industry-and-minorgroup-case-study>.

# ภาคผนวก



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



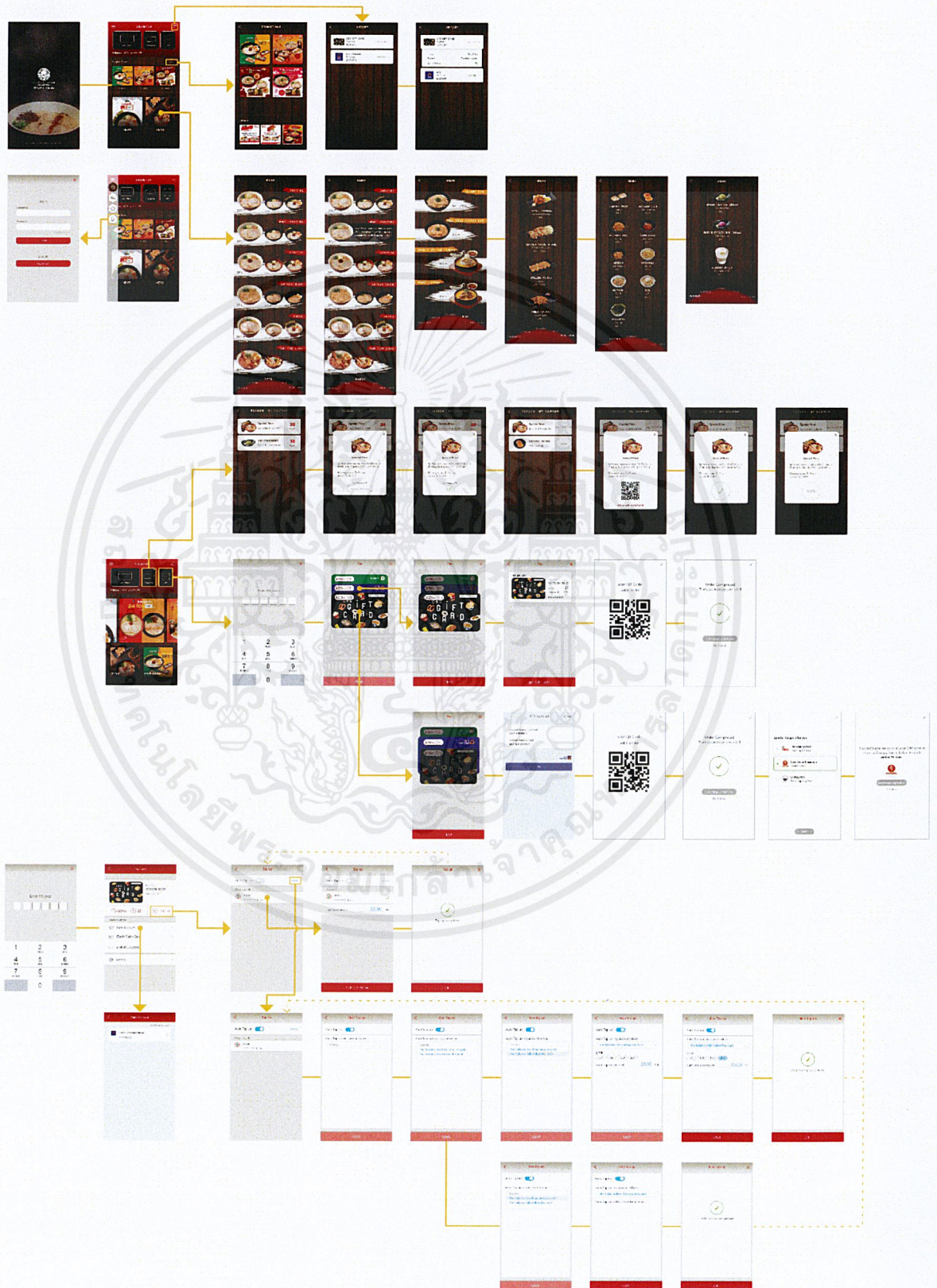
## ภาคผนวก

ภาพขยาย Wireframe ของ Application

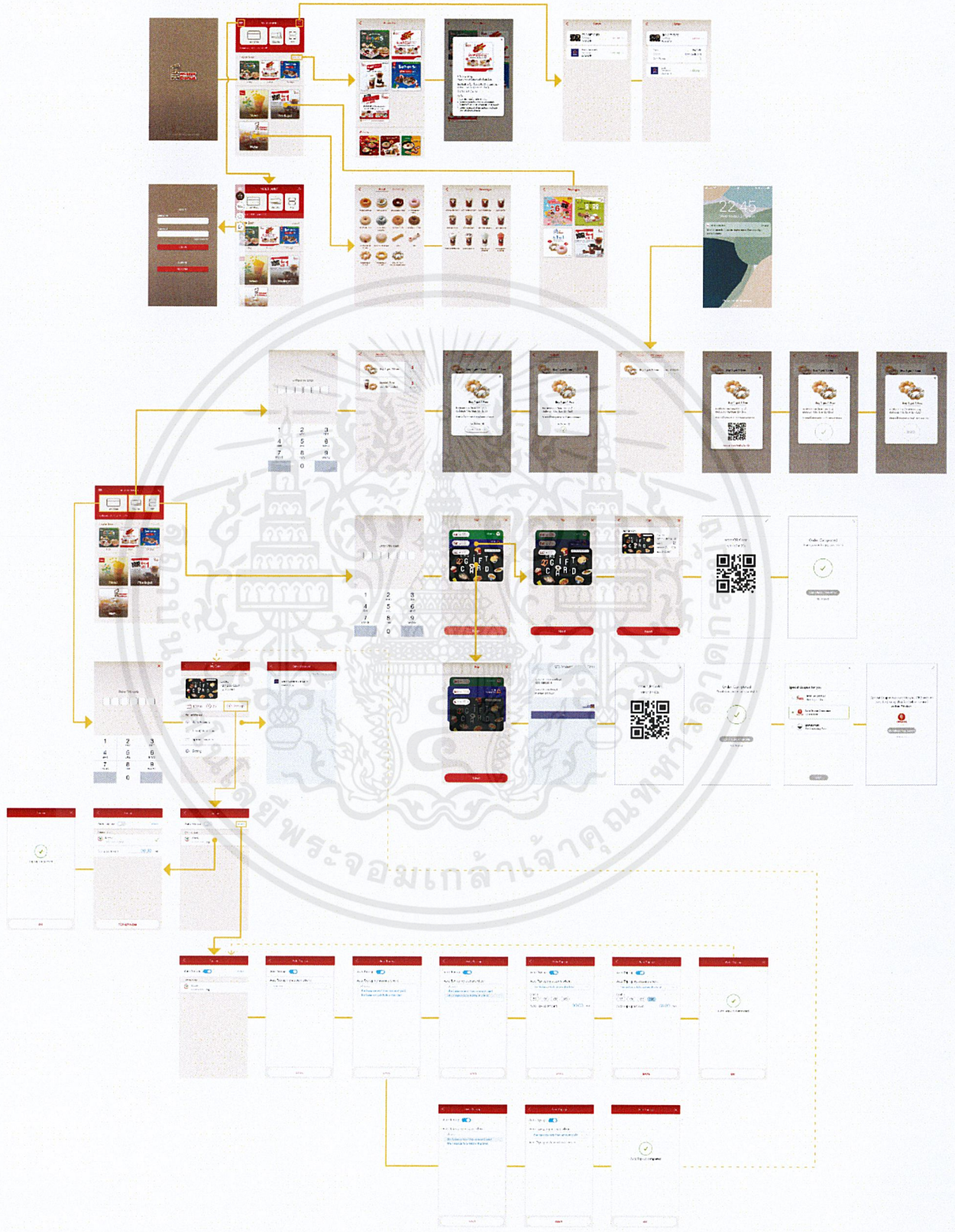
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

# ประวัติผู้เขียน

ชื่อ - สกุล นางสาวภมรพรรณ วิวัฒน์สนิทชัย

วัน เดือน ปีเกิด 2 ตุลาคม พ.ศ. 2538

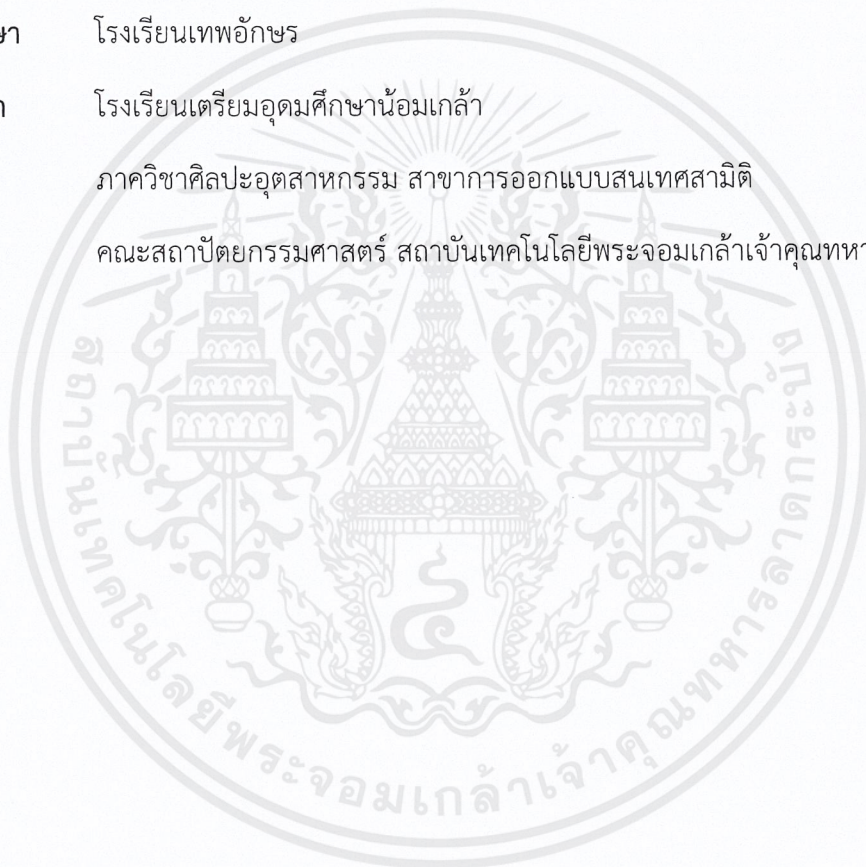
ประวัติการศึกษา

ระดับอนุบาลศึกษา โรงเรียนเทพอักษร

ระดับประถมศึกษา โรงเรียนเทพอักษร

ระดับมัธยมศึกษา โรงเรียนเตรียมอุดมศึกษาน้อมเกล้า

ระดับอุดมศึกษา ภาควิชาศิลปะอุตสาหกรรม สาขาการออกแบบสันทนเทศสามมิติ  
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้