



嶺東科技大學
LING TUNG UNIVERSITY

資訊管理系

養生元氣素食外燴-網站建置

指導教授： 馮曼琳 教授
組員名單： 林筱潔 A18C014
張育瑄 A18C044
陳怡華 A18C125
陳盈鈞 A18C173

中 華 民 國 1 0 5 年 5 月



嶺東科技大學
LING TUNG UNIVERSITY

資訊管理系

養生元氣素食外燴-網站建置

指導教授： 馮曼琳 教授
組員名單： 林筱潔 A18C014
張育瑄 A18C044
陳怡華 A18C125
陳盈鈞 A18C173

指導教授： _____

口試委員： _____

中華民國 105 年 5 月 13 日

嶺東科技大學

資訊管理系

養生元氣素食外燴
| 網站建置

中華民國一〇五年五月

謝 誌

首先要感謝恩師馮曼琳老師細心、耐心地指導我們，並適時地給予我們一些協助及鼓勵，讓我們在製作過程中所遇到的難題都一一克服，才使得本專題如期完成。

研究報告口試期間，感謝黃江富老師、倪克明老師，不辭辛勞地細心提問，不僅給予我們指導，還提供最寶貴的建議，使我們的專題內容能更加完美，在此由衷地感謝。

最後，感謝系上諸位老師在各學科領域的熱心指導，增進商業管理知識範疇，在此一併致上最高的謝意。

林筱潔 張育瑄 陳怡華 陳盈鈞
謹誌

中華民國 105 年 5 月於嶺東

摘要

台灣早期在各種喜慶，如婚喪喜慶、新居入厝、彌月慶生、謝師餞行、尾牙春酒、廟會慶典、地方選舉等，都會舉行辦桌，邀請親朋好友及鄉親鄰里，一同前來共餐慶祝。辦桌通常是以搭棚架、爐灶與備菜的桌檯，現場烹煮食物，上桌後，由大家共同享用。

在網際網路普及化的趨勢下，我們不再只是靠鄰里介紹及電話聯絡訂餐的方式來接生意；本專題小組與廠商進行合作，依照業者的需求，精心為業者架設外燴網站，其內容具有多樣化，並且能讓消費者透過網站的瀏覽，瞭解養生資訊以及菜色的內容介紹，還能直接從網站上做訂購的功能。

本專題網站分別為前台與後台，前台有會員登入、線上訂購以及留言板的功能；而後台則是管理者，負責管理會員訂單的收發處理。

本專題決定採用 XAMPP 和 Apache 來架設本網站的相關環境建置，並且使用 MySQL 資料庫系統建置資料檔案。

以網站經營的方式，建立業者的起始由來與相關的商品資訊、活動通知等等，最主要的是利用網際網路的跨區域特性，加上網站的線上訂購功能，來拓展業者新的行銷路線來提供消費者們能夠快速且方便地清楚知道此業者相關的資訊及下單訂購。精心地為業者製作的 Logo 標誌及廣告單行銷等等，再藉由經營業者的粉絲專頁來達到品牌的曝光度，後續則以多方策略來推廣產品。

目錄

摘要.....	I
目錄.....	II
圖目錄.....	VI
表目錄.....	VIII
第一章 緒論.....	1
1.1 研究動機.....	1
1.2 研究目的.....	1
第二章 文獻探討.....	2
2.1 外燴的歷史與由來.....	2
2.2 電子商務.....	3
2.3 相關網站功能比較.....	5
2.3.1 天恩素食網站.....	5
2.3.2 天麟素食網站.....	6
2.3.3 網站差異比較.....	7
2.4 行銷策略.....	8
2.4.1 何謂行銷.....	8
2.4.2 行銷 4P.....	8
(1)何謂行銷 4P.....	8
(2)本網站的行銷 4P.....	9
2.4.3 顧客導向觀點 4C.....	10
(1)何謂顧客導向觀點 4C.....	10
(2)本網站的顧客導向觀點 4C.....	11
2.4.4 4P 與 4C 的差異.....	11

2.4.5 SWOT 分析.....	12
2.4.6 波特(Porter)的五力分析	13
第三章 研究方法.....	14
3.1 研究流程圖	14
3.2 系統流程	15
3.2.1 網站架構圖.....	15
3.2.2 會員註冊流程.....	16
3.2.3 會員登入流程.....	17
3.2.4 訂購流程	18
3.3 環境需求與開發軟體	19
3.3.1 HTML.....	19
3.3.2 XAMPP	19
3.3.3 MySQL.....	19
3.3.4 PHP.....	20
3.3.5 jQuery	20
3.3.6 JavaScript	20
3.3.7 Bootstrap	21
3.3.8 Adobe PhotoShop.....	21
3.4 網站標誌設計理念	22
3.5 資料表 ER-MODEL 圖.....	23
3.6 資料庫圖表	24
3.6.1 member 資料表.....	24
3.6.2 menu 資料表	24
3.6.3 type 資料表	25
3.6.4 package 資料表	25
3.6.5 answer 資料表.....	25

3.6.6 question 資料表	25
3.6.7 information 資料表	26
3.6.8 new 資料表	26
3.6.9 ad 資料表	26
3.6.10 orderc 資料表	27
3.6.11 orders 資料表	27
3.7 甘特圖	28
第四章 系統功能介紹	29
4.1 網站關鍵字搜尋	29
4.2 網站首頁廣告單	29
4.3 情報消息	30
4.4 餐點商城	30
4.5 養生資訊	31
4.6 合作廠商	31
4.7 關於元氣	32
4.8 Q&A	33
4.9 會員登入	34
4.10 註冊會員	34
4.11 會員資料修改	35
4.12 檔案下載	35
4.13 購物須知	36
4.14 訂購流程	36
4.15 管理者	37
4.15.1 會員管理	38
4.15.2 餐點管理	38
4.15.3 消息管理	39

4.15.4 資訊管理	39
4.15.5 問答管理	40
4.15.6 訂單管理	40
4.15.7 廣告管理	41
4.16 手機版頁面	41
第五章 結論	42
5.1 結論	42
5.2 網站行銷	43
5.2.1 行銷 4P	43
5.2.2 顧客導向觀點 4C	43
5.2.3 本網站 SWOT 分析	44
5.3 FB 粉絲專頁	45
5.4 行銷影片	45
5.5 網站宣傳單	46
5.6 名片	46
5.7 促銷方案	47
參考文獻	48

圖目錄

圖 2.1 天恩素食網站	5
圖 2.2 天麟素食網站	6
圖 3.1 流程圖	14
圖 3.2 網站架構圖	15
圖 3.3 會員註冊流程圖	16
圖 3.5 訂購流程圖	18
圖 3.6 網站標誌	22
圖 3.7 資料表 ER-MODEL 圖	23
圖 4.1 Google 關鍵字搜尋	29
圖 4.2 網站首頁廣告單	29
圖 4.3 情報消息	30
圖 4.4 餐點商城	30
圖 4.5 養生資訊	31
圖 4.6 合作廠商	31
圖 4.7 創業起源	32
圖 4.8 經營理念	32
圖 4.9 本店資訊	33
圖 4.10 Q&A	33
圖 4.11 會員登入	34
圖 4.12 註冊會員	34
圖 4.13 會員資料修改	35
圖 4.14 檔案下載	35
圖 4.15 購物須知	36
圖 4.16 訂購流程	36
圖 4.17 確定訂購	37

圖 4.18 管理者頁面	37
圖 4.19 會員管理	38
圖 4.20 餐點管理	38
圖 4.21 消息管理	39
圖 4.22 資訊管理	39
圖 4.23 問答管理	40
圖 4.24 訂單管理	40
圖 4.25 廣告管理	41
圖 4.26 手機版首頁廣告單	41
圖 4.27 手機版首頁	41
圖 4.28 手機版功能列	41
圖 5.1 新訪客與回訪客	42
圖 5.2 裝置類別流量	42
圖 5.3 瀏覽器流量	42
圖 5.4 FB 粉絲專頁	45
圖 5.5 行銷影片截圖	45
圖 5.6 網站宣傳單	46
圖 5.7 名片	46
圖 5.8 三月的促銷活動	47
圖 5.9 四月的促銷活動	47
圖 5.10 五月的促銷活動	47

表目錄

表 2.1 網站功能比較表	7
表 2.2 4P 理論與 4C 理論的差異	11
表 2.3 SWOT 分析表	12
表 3.1 member 資料表	24
表 3.2 menu 資料表	24
表 3.3 type 資料表	25
表 3.4 package 資料表	25
表 3.5 answer 資料表	25
表 3.6 question 資料表	25
表 3.7 information 資料表	26
表 3.8 new 資料表	26
表 3.9 ad 資料表	26
表 3.10 orderc 資料表	27
表 3.11 orders 資料表	27
表 5.1 SWOT 分析表	44

第一章 緒論

1.1 研究動機

近幾年發生了多起食品安全風暴危機的事件，例如：最有名的頂新黑心油、醃製及乾燥食品添加化學成分等等的食品安全，而這些問題都造就了消費者對於食品的安全及體內的健康感到重視。現今在網路資訊發達的狀態之下，本專題以消費者對食品安全及健康的重視下為出發點，藉由跟素食業者的合作為契機，並以素食外燴作為網站的主要銷售項目，從建置「養生元氣素食外燴網站」開始，積極經營業者的網路事業版圖。

本專題網站分為兩大部分：

- (1)前台：消費者可藉由網站快速瞭解業者的情報消息、餐點商城、養生資訊、合作廠商、關於元氣、Q&A、檔案下載的服務。
- (2)後台：網站管理員利用資料庫來達到產品管理、會員管理、發佈最新消息、更新養生資訊以及可快速地處理訂單，接收消費者的需求資訊等等。

1.2 研究目的

經食安風暴事件發生過後，諸多消費者對於飲食的方面越來越講求健康養生的觀念，近年素食的崛起，本專題決定以「素食」為方向，透過網際網路來推廣業者的料理，同時也以「健康養生」為概念、「養生素食」為主題，讓大家能夠安心享用，並且放上一些相關的養生資訊及菜色的內容物等等來做詳細介紹。因此本專題共同合作建置了「養生元氣素食外燴網」，讓外燴業者的產品不再只侷限於一對一，面對面或是透過電話聯絡方式來與顧客銷售接洽訂單，能夠利用網路的無限商機將其版圖慢慢拓寬至全台地區，並以網站經營方式來加以推廣，還能夠繼續把台灣外燴的習俗傳承下去。

第二章 文獻探討

2.1 外燴的歷史與由來

在台灣現有的本土餐飲型態上，最具名的莫過於「辦桌文化」，在台灣各地仍然可以看到在婚喪喜慶、祭祀、開幕、公司尾牙等，以不同形式所舉辦的辦桌。

何謂「辦桌」？以現今管理學的角度來看，辦桌即一般所稱的「外燴」，指的是專門承攬宴席包辦之餐飲業者，由廚師業者到客戶所指定的活動地點備料及製作餐點，並安排相關整套的宴席服務。

辦桌的起源則可以追溯到北宋時期，在當時已經有所謂的「四司六局筵會假貨」。而台灣的辦桌文化早在清朝統治時期就已經產生，起源於大陸-福建，只不過在當時的型態是，富有人家會請廚師到家中料理筵席菜餚。而到了日治時代，除了有商家會承包到府辦理筵席的業務之外，鄉下農村的地方也開始出現一些基本的辦桌活動，但當時辦桌體系尚未專業化，通常是由擅長料理的村民們幫忙，並提供自家所擁有的鍋、碗、瓢、爐灶、柴火、桌椅等相關道具烹煮食材。

台灣辦桌文化較盛行於嘉義以南的縣市，通常不需要再承租場地，大多以自家附近空曠的地方舉辦；而在早期更有所謂的「借桌」習俗，老一輩的人都說以前辦桌臨時需要桌子和椅子的時候，辦桌的人通常會跟附近的親朋好友借桌椅，否則會沒地方讓人坐。

辦桌文化兼具台灣人「豪邁」、「大氣」及「喜愛熱鬧」的特性，以簡便、效率、經濟著稱。將外燴、採購、運輸、租賃桌椅與餐具等相關行業進行結合，進而慢慢發展出各地方特色的辦桌文化。

在現今的辦桌規模型態，表面上雖然只是將料理菜餚送至賓客桌前的服務，但是這其中也包含了許多的禁忌與應該注意的禮節習俗。在不同的宴會主題，就會有不同的菜色擺設及不同的禮節，包括碗筷、桌椅的擺設，都有一定的規矩；而在宴席菜單上，每道菜色名稱都是經過精心設計所決定的，各有其含義所在。

早年負責辦桌菜的總廚師，也有許多秘藏的「手路菜」，這些菜色所擁有的獨特風味，算是總廚師的招牌，但大眾餐飲及速食興起後，辦桌文化逐漸消逝，很多總廚師也因年齡增長退隱，使得許多名菜開始消失。

近幾年婚喪喜慶型態也漸漸地在改變，因為台灣在這幾年經濟發展的提升，

所以社會大眾逐漸重視餐飲品質上的要求，但是傳統辦桌比較不追求菜餚精緻、烹煮設備及桌椅搭棚等細節，食品衛生及餐飲服務方面也仍還有一些進步空間，因此在現今，大部份的消費者願意花更多的金錢去飯店或者宴會館，以藉此來滿足自己對品質上面的要求[1]。

2.2 電子商務

網際網路(Internet)是由所有的電腦、作業系統、伺服器、LAN、WAN、通訊協定以及傳輸與溝通媒介所組成的。

網際網路發源於西元 1960 年，當時是由美國國防部使用在軍事用途上，經過 40 餘年的歷史演進，網際網路的使用已經是無法阻擋的熱潮，而網際網路的興起對企業與企業間、企業對消費者間的聯繫帶來不小的衝擊。小型企業能透過網際網路增加在國際市場上的競爭力，而消費者也能從網際網路上搜尋到想要購買的商品、服務及資訊。

王志仁(1997)提到網際網路的發明對於人類產生了重大的變革，其觀點為：

- 1.網際網路加速電腦業侵蝕家電產品。
- 2.透過網際網路，未來將是異業結盟的時代。
- 3.網際網路將改寫電腦產業的版圖。
- 4.網際網路重新改造傳播和商業媒介。網際網路能夠聽取聲音，觀看影片，又有即時和互動特性，為最有力的媒體。

其實可以發現網際網路由原本少數人在使用的小型網路，拓展成大型的網路，且各國間的企業紛紛投入資源在此發展，並尋求尚未開發的商機[5]。

電子商務是指透過電腦與資訊網路來達到交換商品相關資訊及完成商品交易的活動。主要包括了商務資訊、商務管理和商品交易。電子商務是網路技術與商業實務的結合，以科技來提升企業的競爭力。電子商務包含兩個層面的意義：技術層面與商務活動層面，在技術層面，電子商務可以通過網路與電子通訊方式來完成資訊的交換，主要是在網際網路上進行；在商務活動層面，指生產、流通、分配、交換和消費等環節中連接生產和消費的活動。

電子商務也可以進一步分為「電子商情與資訊的交換」和「利用網際網路來

進行商品的交易」，前者注重在資訊的查詢，而後者則在網路上將資訊流、商流、金流和部分的物流完整地實現。

電子商務所涵蓋的範圍：

1. 資訊傳遞與交換。
2. 客戶的售前與售後服務，如提供產品和服務的資訊、產品使用技術指南及回答顧客問題等。
3. 線上商品交易。
4. 線上付費或電子支付，如電子轉帳、信用卡、電子錢包等。
5. 商品的運送管理，如商品的配送、運輸追蹤以及數位產品(如音樂)在線上傳送。
6. 提高企業的策略合作，將由供應商到客戶的相關合作夥伴結合成一個策略聯盟[6]。

2.3 相關網站功能比較

2.3.1 天恩素食網站

優點：

天恩素食網站有詳細的地理位置圖於網站左下方，讓使用者清楚瞭解此店的地理位置。

缺點：

天恩素食網站的菜色介紹只有文字，沒有菜餚照片，讓消費者不清楚實際菜色是什麼，也沒有線上訂購功能，僅限於電話、傳真訂購。



圖 2.1 天恩素食網站

2.3.2 天麟素食網站

優點：

網站介面配色設計鮮豔，還有亮度及功能選項簡單清楚。

缺點：

沒有桌菜的菜單介紹、會員及線上訂購功能，僅限於電話、傳真訂購，訂購單無法下載供使用者使用。

Special Menu

- 01 天麟套餐 100元 精緻套餐 80元
豪華套餐 70元 家常套餐 60元
(白飯 五穀飯任選)
- 02 炒麵-炒飯 (套餐) 60元
水餃一份15個 60元
- 03 什錦-大滷-紅燒 60元
(麵-冬粉-飯-米粉)

下載訂購單

外送專線：04-2351-1811
0921-773017
FAX：04-2278-6467

外埠訂購連絡人：
0938-622988 李小姐

辦桌

壽生喜慶聚餐-台菜外送
3,000-10,000元任選
拜拜六菜一飯200元

拜拜用六菜一飯, 一組200元

〈40元小吃〉

韓式沙拉	炸薯條	韓式沙西米
干魚沙拉	炸豆腐	韓式小菜
和風沙拉	花生丁香	涼拌通菜

〈現炒〉辦桌3,000~10,000需先預定

高麗菜	100	三杯杏鮑菇	160	什錦炒麵	120/150
韓式空心菜	100	香煎杏鮑菇	180	什錦炒米粉	120/150
雞腿菜	100	宮保雞球	200	什錦炒米粉	120/150
涼拌嫩豆腐	100	三杯雞球	200	什錦?	120/150
蔥油餅	120	韓式炒什錦	150	苦瓜菇湯	120/150
素燒豆腐	120	四季拼盤	150	素雞養生湯	120/150
香煎茄子	120	絲綢菇南瓜封	150	綠竹筍雞菜三菇湯	120/150
香噴豆腐	120	大魯鴨半素封肉	150		
梅干菜瓜封	150	紅燒獅子頭	150/200	半天筒丸子菇湯	120/150
菇絲桂竹筍	150	素油麵線	120/150		

圖 2.2 天麟素食網站

2.3.3 網站差異比較

為了讓本專題能夠開發出實用簡單又好操作的網站，我們尋找了幾間相關的同業廠商，並且針對這些廠商的網站功能及操作頁面來做優缺點比較，希望能夠藉由這些相關網站讓本專題更進步。

表 2.1 網站功能比較表

功能 \ 網站	天恩素食網站	天麟素食網站	養生健康素食外燴網
簡單操作介面	V	V	V
詳細菜色介紹			V
會員功能	V		V
線上訂購功能			V
促銷方案		V	V

2.4 行銷策略

2.4.1 何謂行銷

根據書中的內容說明，行銷的意義，簡單來說就是「發掘顧客的需求與慾望並設法加以滿足」。是指企業內外環境的影響下，確定目標市場(即目標顧客群)的需求與慾望，並設法調整組織資源，並透過一般常見的行銷組合，即所謂的行銷 4P：產品策略、價格策略、通路策略、推廣策略等四大策略的整體，去深入探討並提出相關的執行策略及瞭解如何滿足消費者們的相關需求與慾望 [8]。

2.4.2 行銷 4P

(1)何謂行銷 4P

起源於尼爾·博頓最早提出了行銷組合的概念，但麥卡錫使這個概念更加地條理化以及清晰化，他在西元 1960 年出版的《基礎市場行銷-管理方法》一書中，率先提出了行銷組合的 4P 因素。而行銷 4P 理論的提出，造就了現代市場行銷理論最具劃時代意義的變革[9]。

行銷組合中的四個因素被稱作 4P，即：

- 1.產品策略：主要研究新產品的開發、生命週期、品牌、包裝、服務及營銷。
- 2.價格策略：主要研究產品的定價目標和方法，以及調價等市場營銷工具。
- 3.推廣策略：將組織與產品訊息傳播給目標市場進行有計畫性的行銷活動，主要的焦點在於與消費者溝通。
- 4.通路策略：為了達到產品的銷售目的而建立各種銷售管道；相關策略與行銷通路、實體配銷、後勤運送、地點等皆息息相關，所以商品要如何販售也是一個值得思考的問題 [10]。

(2)本網站的行銷 4P

1.產品(Product)

- (1)依照消費者的需求來做食品上視覺修改與口感上的層級改變。
- (2)為了在宅配貨運送的過程中繼續保有食品的新鮮感，我們用最短的時間運送到消費者所指定的地點，並且把熱食放在保麗龍箱裡，以確保熱食的溫度，讓食品送至消費者手中仍可嚐到現做食品的美味口感。
- (3)與上下游廠商訂購貨源同時取得相關的衛生驗證，將產品做層層把關。

2 價格(Price)

- (1)針對一些特別菜色的食材較為昂貴，正所謂「物以稀為貴」，所以採用競爭導向定價法中的「產品差別定價法」。
- (2)網路上的訂購則依照消費者的訂購數量來做相關的訂購優惠及折扣等等。

3.推廣(Promotion)

- (1)堅持理念
堅持不添加任何化學調味，以口碑互相傳承，保有顧客心中的良好形象。
- (2)保證食品品質
強調當季食材的鮮美口感，以少鹽、少油、少糖以及清新的滋味抓牢顧客們的胃，持有良好的服務來為消費者做最好的服務品質。

4.通路(Place)

- (1)本店除了接受電話訂購之外，也開放消費者使用本網站的訂購系統服務。
- (2)與飯店、餐廳或相關店家做結盟，建立長期的合作關係。

2.4.3 顧客導向觀點 4C

(1)何謂顧客導向觀點 4C

起源於西元 1990 年，美國學者羅伯特·勞特朋提出了與傳統「行銷 4P」相對應的「4C 行銷理論」。4C 行銷理論主要以消費者需求為導向，重新設定了市場行銷組合的四個基本要素，瞄準了消費者的需求和期望[9]。

4C 行銷理論即為：

1.顧客：企業必須先瞭解和研究消費者，根據顧客的需求來提供產品。同時，企業提供的不僅是產品和服務，更重要的是由此產生的客戶價值。

2.成本：不單是企業的生產成本，包括消費者的購買成本；意味著 4P 的理想情況，應該是指低於消費者的心理價格，也能夠讓企業有所營利。此外，消費者的購買成本不僅是貨幣的支出，還包含購買上所耗費的時間、體力和精力消耗，以及相關購買風險等等。

3.便利：即所謂為消費者們提供最大的購物和使用上的便利。強調企業在制定策略時，要多考慮消費者的方便性，而不是企業本身的利益。通過好的售前、售中和售後服務來讓消費者在購物的同時，也能享受到便利。

4.溝通：被用以取代 4P 中對應的推廣策略。企業應通過顧客進行積極有效的雙向溝通，建立基於共同利益的新型顧客關係。不再只是企業單向的促銷和勸導消費者，而是在雙方的溝通中找到能同時實現各自的理想目標 [11]。

(2)本網站的顧客導向觀點 4C

1.顧客(Customer)

主要目標市場是參與婚喪喜慶、新居入厝、彌月慶生、尾牙春酒、廟會慶典、祭祀等活動的一般民眾們(不分男女老少)。消費族群主要是吃素食的消費者們，而產品方面除了提供菜色多樣化，以及融入健康養生元素，同時也結合不同區域、不同習俗等做出客製化的服務，進而解決在不同消費族群上的各種需求。

2.成本(Cost)

目標族群大多在意菜色是否多樣化、用料是否實在、食品檢驗是否合格，只要在合理價格範圍內，大部分消費者都可以接受。

3.便利(Convenience)

為了提供遠距離消費者的方便性，除了電話訂購之外，還可以讓消費者直接搜尋本網站，藉此瞭解相關產品資訊以及線上訂購服務，本服務會將商品宅配到府，讓消費者可以品嚐到各式各樣的料理。

4.溝通(Communication)

在消費者訂購除了藉由電話做訂單上的確認之外，也可以同時在網站上詢問關於產品的問題，或是提供該產品的相關建議，讓本網站可以隨時注意需改善之處，並且加以改進。

2.4.4 4P 與 4C 的差異

表 2.2 4P 理論與 4C 理論的差異

	4P 理論	4C 理論
從導向來看	自上而下的運行原則，重視產品導向	以重視消費者的需求為導向
從行銷組合的基礎來看	以產品策略為基礎	以傳播和良好的雙向溝通為基礎
從宣傳來看	主要宣傳產品的知識、特性與功能	主要宣傳企業形象和建立品牌 以塑造品牌為核心

2.4.5 SWOT 分析

表 2.3 SWOT 分析表

Internal 內部 能力 因素	S 優勢(Strengths)
	<ol style="list-style-type: none"> 1.工作團隊擁有許多餐飲經歷與積極上進的服務態度，藉此增進彼此的合作默契，提高服務效率。 2.架設線上訂購網，減少實體店鋪的成本費用。 3.在全年無休的網站服務中，不受區域的侷限，方便讓消費者瀏覽找尋相關產品。
	W 劣勢(Weakness)
	<ol style="list-style-type: none"> 1.同質性高，易面臨同業激烈的削價競爭，同時為了降低相關成本費用，易忽略產品品質上的把關。 2.如何同時兼顧素食的原有風味與產品上的突破，研發出新產品。 3.某些消費者對於店家的產品提出衛生品質與口感上的疑慮。
External 外部 環境 因素	O 機會(Opportunity)
	<ol style="list-style-type: none"> 1.網路商店進入門檻低，網際網路日益發展，資訊方面能夠快速擴散及接收訊息。 2.並不侷限在同一地區，藉由線上訂購，拓展各個區域的消費區塊。 3.網站可跨區瀏覽、全年無休的經營模式、無須面對面即可進行交易，增加方便性。 4.藉由網路及多方策略來推廣產品，試圖增加品牌的曝光度。 5.由於生活型態及飲食習慣的改變，再加上食安風暴，導致消費者對產品的訴求趨向於安全衛生、新鮮、方便、多樣化及養生等取向。
	T 威脅(Threat)
	<ol style="list-style-type: none"> 1.無法有效預防線上訂購的相關不法行為。 2.網路商店經營進入門檻和投入成本有偏高的傾向，會使利潤愈來愈低。 3.隨著環境的變化，傳統外燴愈來愈少見，大多傾向於飯店或餐廳。 4.近年來物價上漲，容易造成支出成本增加。 5.上下游原料廠商互相包庇，製造出許多的黑心商品，造成消費者對食品的不信任感。

2.4.6 波特(Porter)的五力分析

1.消費者的議價能力：

- (1)大都是以賣家已訂好的價格去做選擇，很難有議價空間。
- (2)價格偏中高價位，需以量制價。

2.供應商的議價能力：

- (1)以大量進購食材原料，藉以壓低物料成本，爭取優惠。建立廠商與買家之間的契約式合作關係。
- (2)食材原料易因市場價格變動而變化。

3.潛在進入者的威脅：

- (1)古早老師傅的手藝幾乎已經失傳，較少有接任弟子或家族。

4.替代品的威脅：

- (1)逐漸偏向飯店及餐廳。
- (2)品牌聲譽宣傳的較不足。

5.現有競爭者的威脅：

- (1)菜單與菜色，容易有同質性過高的疑慮。
- (2)容易分散消費者市場，回客率偏低。

第三章 研究方法

3.1 研究流程圖

本專題以網站建置為主，首先確認研究動機與目的，開始廣泛蒐集相關資訊之後，並且加以應用，使用 XAMPP 這套軟體來建置環境，結合 Apache 資料庫來做連結，根據本專題實作結果，希望能提升消費者線上訂購的使用率。

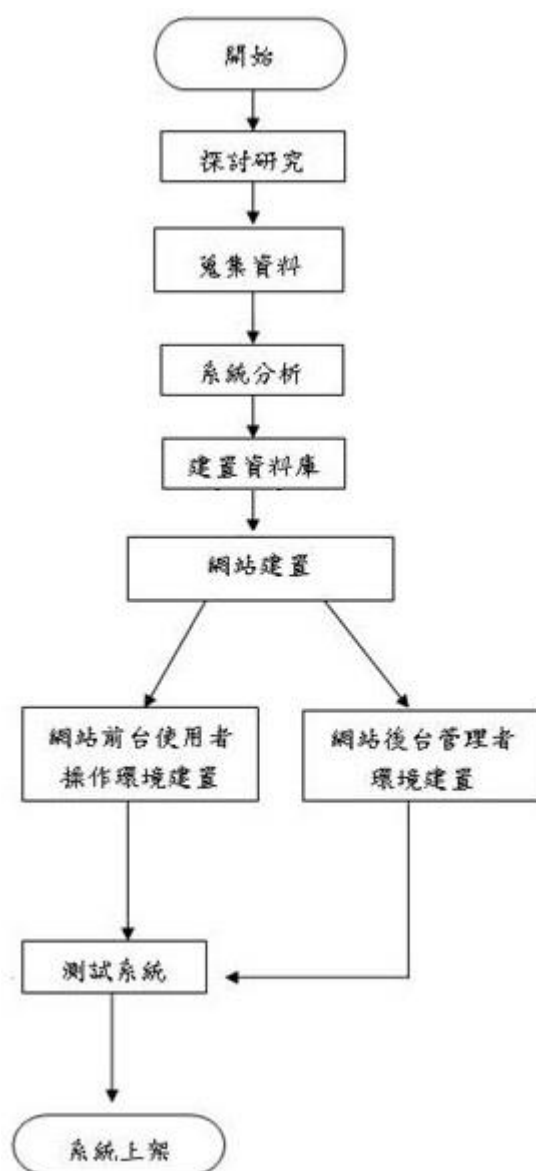


圖 3.1 流程圖

3.2 系統流程

3.2.1 網站架構圖

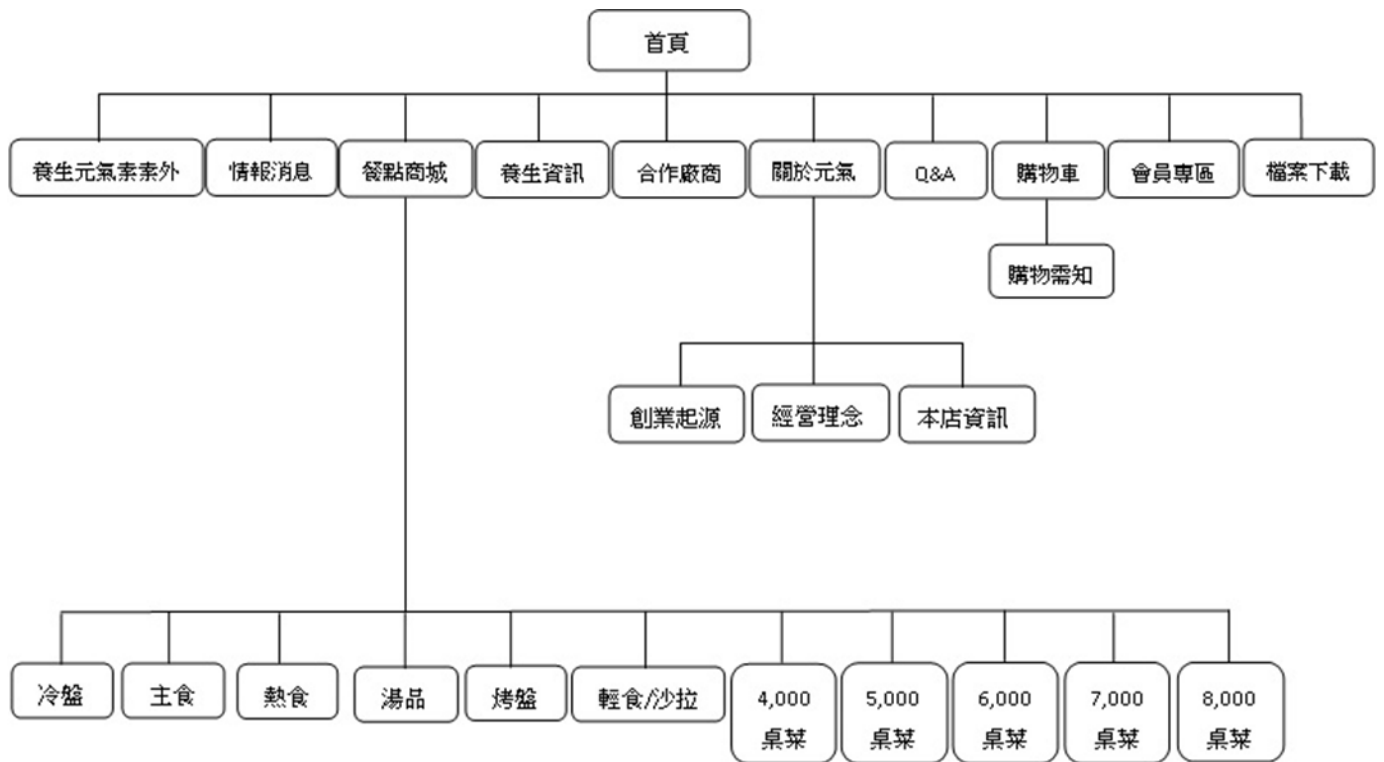


圖 3.2 網站架構圖

3.2.2 會員註冊流程

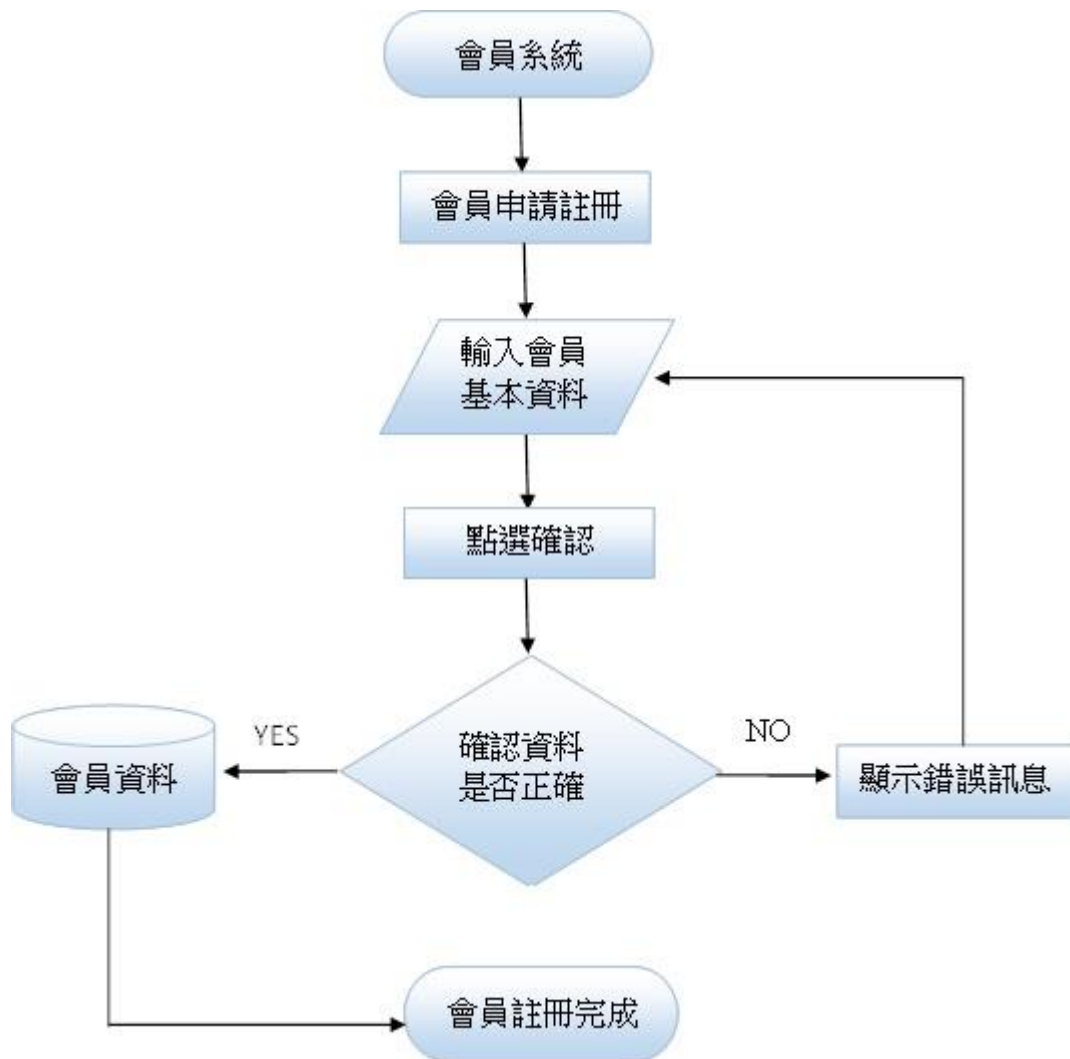


圖 3.3 會員註冊流程圖

3.2.3 會員登入流程

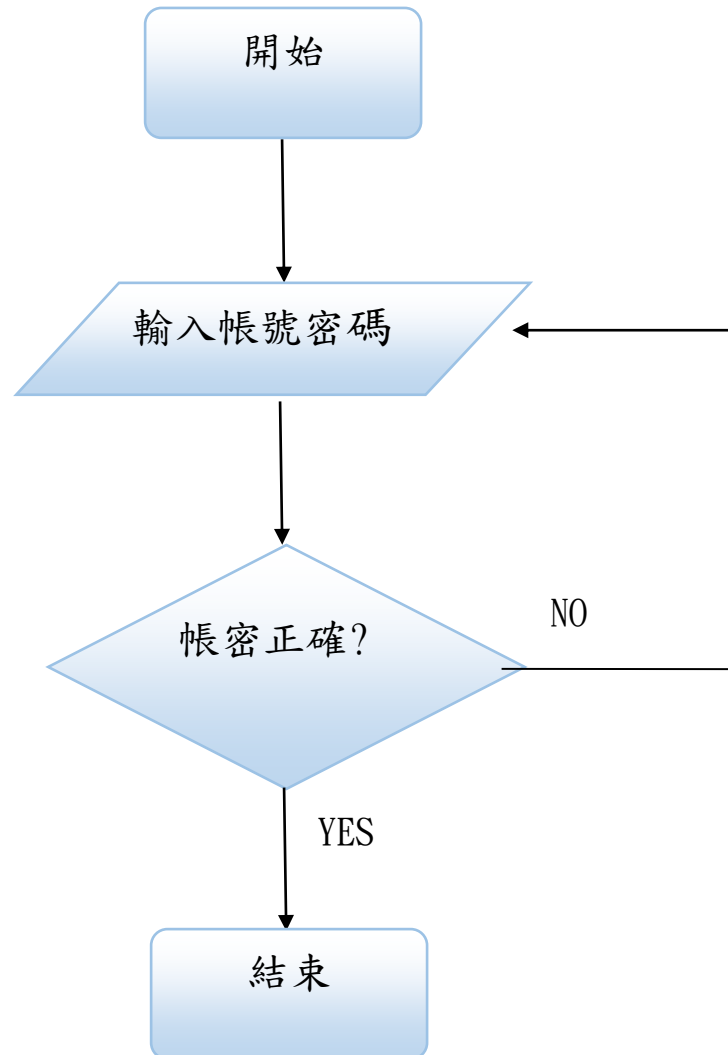


圖 3.4 會員登入流程圖

3.2.4 訂購流程

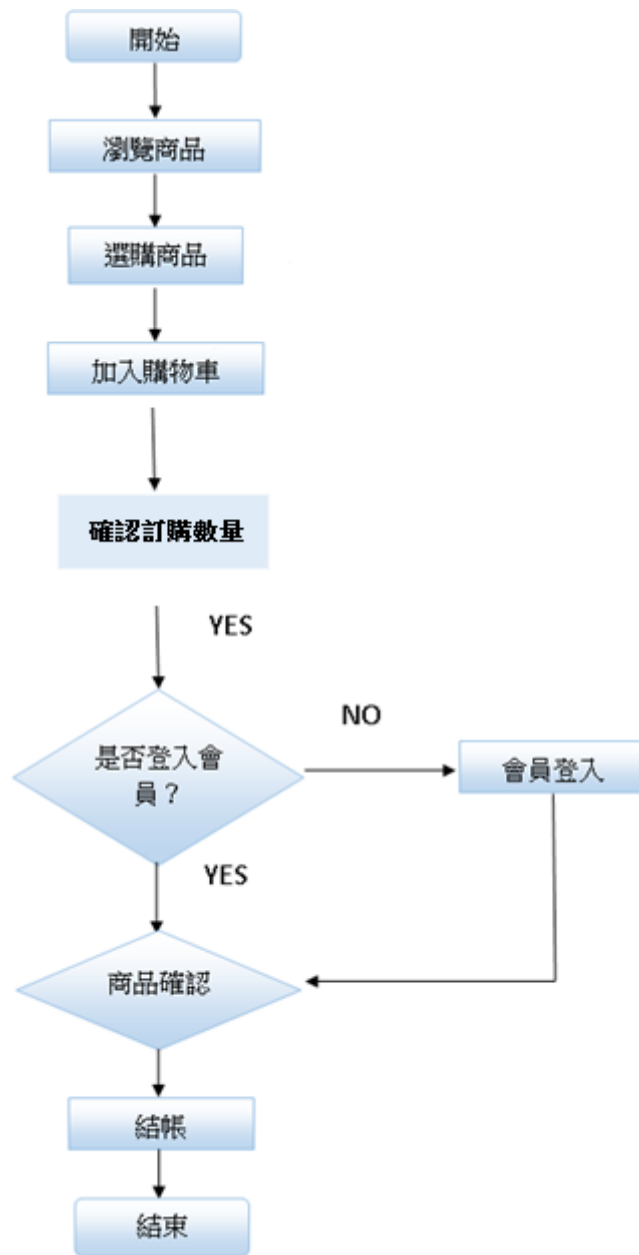


圖 3.5 訂購流程圖

3.3 環境需求與開發軟體

本專題第一步先確認廠商的需求，第二步分析系統，並規劃網站架構，第三步確認使用軟體。本網站分別為前台與後台，前台使用 HTML 架設；後台使用 PHP、MySQL、Bootstrap；動態功能則是使用 jQuery、JavaScript；圖片修改使用 Adobe PhotoShop；XAMPP 是本專題所使用的開發環境。

3.3.1 HTML

全名為 HyperText Markup Language，是編寫網頁的基本語言，但它並不是一個程式，只是一些插在普通文件內的碼，這些碼可以控制瀏覽器要怎麼把文件顯示出來，可控制字體的大小，也可以插入連結或圖像。

編寫的方式有很多種，最原始的方法是用 Windows 內的記事本或各種文書編輯軟體，編寫完成後儲存成 *.html 或 *.htm 即可。

一份標準的 HTML 文件是由元素所組成的，元素是由標籤以及文件內容所組成。文件內容可以是文字、圖形，甚至是影像、聲音等等[12]。

3.3.2 XAMPP

XAMPP 是一套整合 Apache+MariaDB（舊版是使用 MySQL）+PHP+Perl、操作簡單、跨平台（可以在 Windows、Linux 和 Mac OS X 跨平台執行）與開放原始碼的免費軟體。XAMPP 除了提供剛剛提到的 Apache 網頁伺服器和 MariaDB 資料庫等等工具外，此安裝包還整合了 FileZilla FTP Server（檔案伺服器）、Mercury Mail Server（郵件伺服器）、Tomcat 和 phpMyAdmin 等等不同的工具[13]。

3.3.3 MySQL

MySQL 是一個開放原始碼的關聯式資料庫管理系統。在過去，MySQL 由於效能高、成本低、可靠性好，已經成為最流行的開源資料庫，因此被廣泛應用在網際網路上的中小型網站中；隨著 MySQL 不斷的成長，也逐漸被用於大規模網站和應用[14]。

3.3.4 PHP

PHP(官方正式的名稱為 PHP：Hypertext Preprocessor)。PHP 是一種伺服器端支援的 HTML 嵌入式 script 語言(型態類似 Java script、VB script、IIS 的 ASP(Active Server Page))。

主要是使用在 Web Server 端的動態網頁開發。主要在處理 Web Server 端的計算、文字、檔案等等，且 PHP 內建有與眾多資料庫連結的能力。

利用模組的形式和 Apache Web 伺服器結合，可提供多種連結資料庫的介面 [15]。

3.3.5 jQuery

成為一套運用 JavaScript 來與 HTML 和 CSS 進行互動的新方法，仿效 CSS 選擇器機制的簡易選擇器功能，使得視覺設計師可以和程式開發者一樣，能夠輕鬆且容易地學會這套程式庫。jQuery 程式庫讓網頁開發者不再需要為了建立出可同時支援多種瀏覽器的互動性網站時，得先花費許多心力和時間去應付和忍受更種有關瀏覽器的相容性問題。

具有可支援複雜動畫，以及實現豐富效果的簡易性，可以透過這麼一套可塑性極高的 JavaScript 程式庫，來為網站訪客提供優異的互動體驗[16]。

3.3.6 JavaScript

JavaScript 早期是由 Netscape Communications 公司所開發的一種解譯式程式語言，專門用在網頁中，並在用戶端的電腦執行，以提高網頁的互動性為主要目標。近期的微軟瀏覽器 IE，則可以支援兩種程式語言，包含 JavaScript 和 VBScript，但是 JavaScript 還是網頁內訂預設的客戶端程式語言。因此只有 JavaScript 能夠同時適用於各大瀏覽器，如 IE、FireFox 和 Chrome 等[17]。

3.3.7 Bootstrap

雖然發行為一般的 CSS，但它的原始程式碼是基於 CSS 前置處理器，Less 和 Sess。可以選擇使用預編譯的 CSS 或從原始程式碼來建置自己想要的版本。

基於一份程式碼而簡易且有效的擴展網站和應用程式，利用 CSS 媒體查詢來處理手機、平板到桌上電腦各種平台。

有全面且美觀的文件，可以得到常見的 HTML 元素、若干自訂 HTML 和 CSS 元件和 jQuery 外掛[18]。

3.3.8 Adobe PhotoShop

主要處理以像素所構成的數位影像。使用眾多的編修與繪圖工具，做更有效的圖片編輯工具。獨特的歷史紀錄浮動視窗和可以編輯的圖層效果功能，讓使用者可以方便測試各種功能的效果。對於各種濾鏡的支援更令使用者能夠輕鬆創造出各式各樣奇幻的效果[19]。

3.4 網站標誌設計理念



圖 3.6 網站標誌

本專題設計一個特別又生動的元氣 Logo，目的是為了讓消費者吃到業者做的菜餚之後能夠擁有滿滿的精神，在我們所建置的網站裡面及粉絲專頁中也可以看到此 Logo，讓網購的消費者們看到它之後能夠精神加倍，並期待業者的料理。

標誌的設計概念為，元氣兩個字的底色為綠色，代表著業者食材採用綠色蔬食為主，料理過程中不添加任何化學調味料，讓消費者享用業者產品，保證健康養生又安心。

太陽則是代表工作人員的服務精神，面對客人時帶著笑容以及熱忱的心，親切地為每一位顧客做到最好的服務，讓消費者享用完料理後，也能夠展現出元氣滿滿的精神及笑容。

3.5 資料表 ER-MODEL 圖

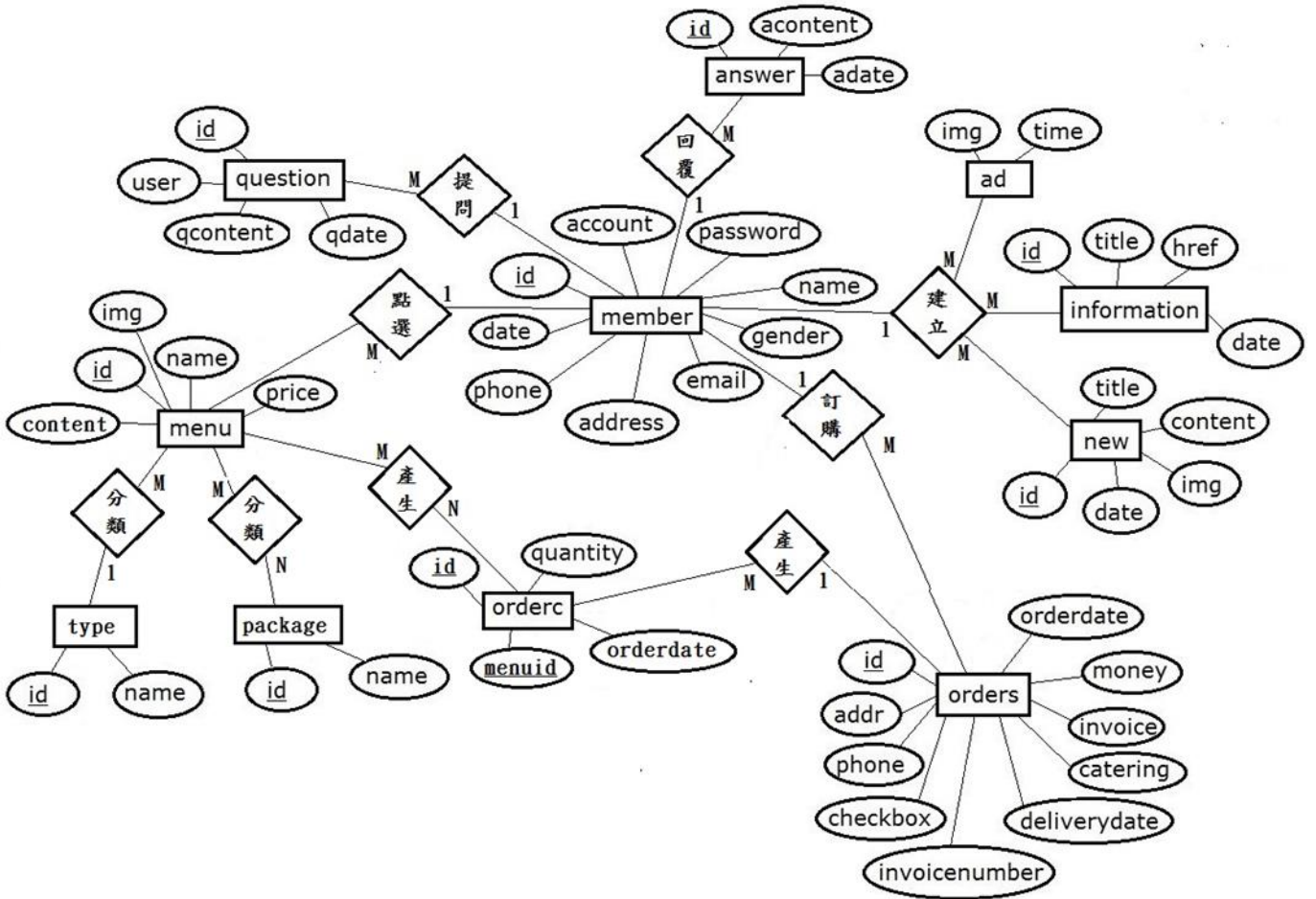


圖 3.7 資料表 ER-MODEL 圖

3.6 資料庫圖表

3.6.1 member 資料表

表 3.1 member 資料表

欄位名稱	型態	備註
id	int(10)	會員編號
account	varchar(20)	會員帳號
password	varchar(20)	會員密碼
name	varchar(10)	會員姓名
gender	varchar(4)	性別
address	varchar(50)	地址
phone	varchar(20)	電話
email	varchar(30)	信箱
date	timestamp	時間

3.6.2 menu 資料表

表 3.2 menu 資料表

欄位名稱	型態	備註
id	int(10)	商品編號
name	varchar(20)	商品名稱
content	longtext	商品內容介紹
price	int(10)	商品價格
img	longtext	商品圖片
type	int(10)	商品種類
package	int(10)	桌菜種類

3.6.3 type 資料表

表 3.3 type 資料表

欄位名稱	型態	備註
id	int(10)	種類編號
name	varchar(10)	種類名稱

3.6.4 package 資料表

表 3.4 package 資料表

欄位名稱	型態	備註
id	int(10)	種類編號
name	varchar(10)	種類名稱

3.6.5 answer 資料表

表 3.5 answer 資料表

欄位名稱	型態	備註
id	int(10)	回覆編號
accontent	longtext	回覆內容
adate	timestamp	回覆時間

3.6.6 question 資料表

表 3.6 question 資料表

欄位名稱	型態	備註
id	int(10)	提問編號
user	varchar(10)	提問帳號
qcontent	longtext	提問內容
qdate	timestamp	提問時間

3.6.7 information 資料表

表 3.7 information 資料表

欄位名稱	型態	備註
id	int(10)	資訊編號
title	longtext	資訊標題
href	longtext	資訊連結
date	timestamp	發佈時間

3.6.8 new 資料表

表 3.8 new 資料表

欄位名稱	型態	備註
id	int(10)	消息編號
title	longtext	消息標題
content	longtext	消息內容
date	timestamp	發佈時間

3.6.9 ad 資料表

表 3.9 ad 資料表

欄位名稱	型態	備註
img	longtext	廣告圖片
time	int(5)	發佈時間

3.6.10 orderc 資料表

表 3.10 orderc 資料表

欄位名稱	型態	備註
id	int(10)	會員編號
menuid	int(10)	商品編號
quantity	int(10)	訂購數量
orderdate	timestamp	訂購時間

3.6.11 orders 資料表

表 3.11 orders 資料表

欄位名稱	型態	備註
id	int(10)	會員編號
userid	varchar(10)	會員名稱
orderdate	timestamp	訂購時間
money	int(10)	總金額
invoice	tinyint(1)	是否開立發票
invoicenum	varchar(20)	統一編號
deliverydate	timestamp	送達時間
phone	varchar(20)	連絡電話
addr	longtext	送達地點
catering	tinyint(1)	餐飲方式
checkbox	int(1)	確認

3.7 甘特圖

年份	2015 年										2016 年					負責人
月份	四月	五月	六月	七月	八月	九月	十月	十一月	十二月	一月	二月	三月	四月	五月		
工作項目																
拜訪廠商	■														林筱潔、張育瑄、 陳怡華、陳盈鈞	
瞭解產品	■														林筱潔、張育瑄、 陳怡華、陳盈鈞	
與廠商討論		■													林筱潔、張育瑄、 陳怡華、陳盈鈞	
場地探勘		■													林筱潔、張育瑄、 陳怡華、陳盈鈞	
擬訂企劃書			■	■											陳怡華、張育瑄	
規劃網站			■	■											林筱潔、陳盈鈞	
資料收集與統整					■	■									陳怡華、張育瑄	
系統分析與設計					■	■									林筱潔、陳盈鈞	
製作網站							■	■	■	■					林筱潔、張育瑄、 陳怡華、陳盈鈞	
網站測試								■	■	■	■				林筱潔、陳盈鈞	
網站上架及行銷												■	■	■	林筱潔、張育瑄、 陳怡華、陳盈鈞	
網站維護												■	■	■	林筱潔、張育瑄、 陳怡華、陳盈鈞	
完成百分比	0	10	20	30	40	50	60	70	75	80	85	90	95	100	100%	

第四章 系統功能介紹

4.1 網站關鍵字搜尋

在 Google 瀏覽器輸入關鍵字“養生元氣素食”，就能夠順利搜尋到與本網站相關的所有東西，如圖 4.1 所示。



圖 4.1 Google 關鍵字搜尋

4.2 網站首頁廣告單

進入養生元氣素食外燴網站，首先會先跳出貴店最新廣告單圖片約 10 秒鐘的時間，讓使用者透過網站首頁就能夠清楚瞭解貴店最新促銷廣告單資訊，如使用者不想等待太久的時間，本專題在廣告單左上角，貼心地增加了跳過的按鍵，供使用者快速跳過瀏覽其他介面，而首頁上方可以點選至網站各分頁，方便使用者使用，如圖 4.2 所示。

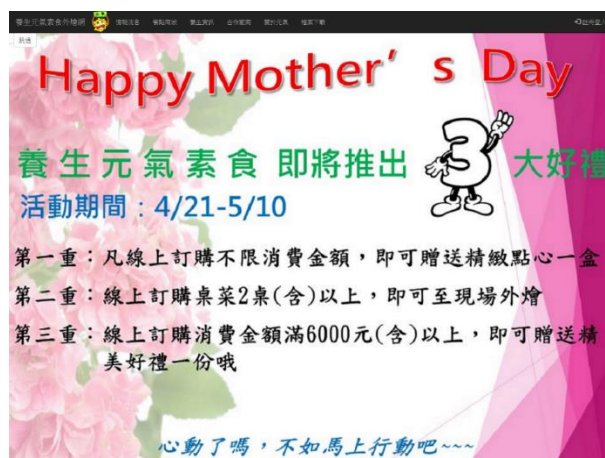


圖 4.2 網站首頁廣告單

4.5 養生資訊

本專題使用條列式的介面方式呈現，在畫面中會分享近期網路最新養生資訊文章，若想要知道詳細的資訊內容，使用者可以點擊標題字，系統會自動連結至相對應的網路最新文章，以利使用者清楚瞭解養生資訊，如圖 4.5 所示。



圖 4.5 養生資訊

4.6 合作廠商

為了增加使用者的方便性，本專題在網站上設置了與貴店合作的素食業者相關資訊，合作廠商設有廠商名稱、聯絡電話、地址，及詳細位置地圖，讓使用者更清楚瞭解廠商的資訊位置，如圖 4.6 所示。

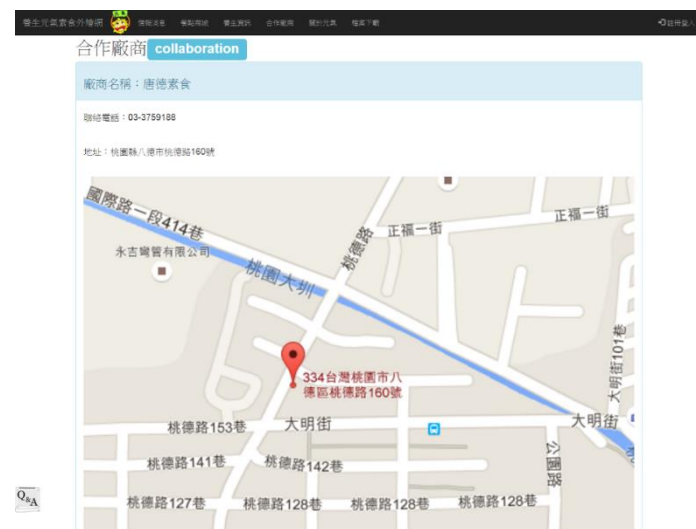


圖 4.6 合作廠商

4.7 關於元氣

此關於元氣頁面中，橫列包含三個按鈕，分別有貴店的創業起源、經營理念、本店資訊；創業起源敘述著貴店創始人的創業簡介；經營理念敘述貴店的精神標語理念；本店資訊有貴店的聯絡資訊、地址及 Facebook 粉絲專業連結，如圖 4.7、圖 4.8、圖 4.9 所示。



圖 4.7 創業起源

經營理念放置貴店對於商品、食材、服務等的理念。



圖 4.8 經營理念

店家資訊放置貴店的連絡電話、地址，以及臉書的粉絲專頁。

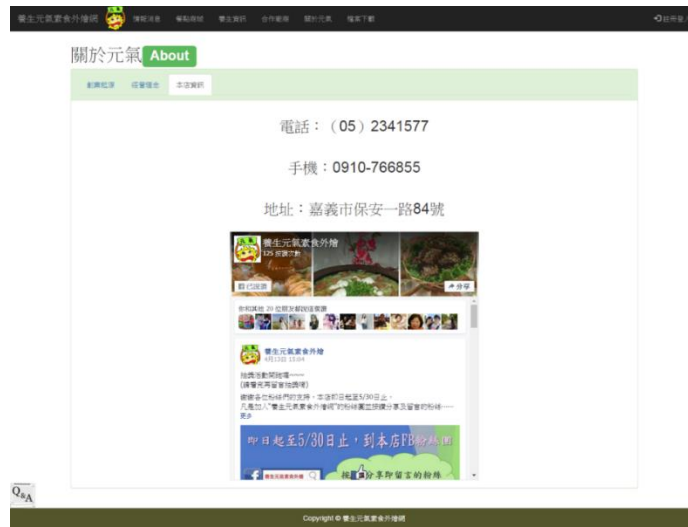


圖 4.9 本店資訊

4.8 Q&A

此 Q&A 頁面中，使用者有任何問題，可以經由 Q&A 來做提問，在留言之前必須先登入會員；網站管理者將會以最快的速度來做回覆，如圖 4.10 所示。



圖 4.10 Q&A

4.9 會員登入

使用者必須在註冊介面裡先完成註冊的動作，之後輸入以完成註冊的帳號密碼，便可成功登入系統，若是輸入尚未註冊的帳號密碼，便會出現帳號密碼輸入錯誤的訊息，導致使用者無法登入，如圖 4.11 所示。

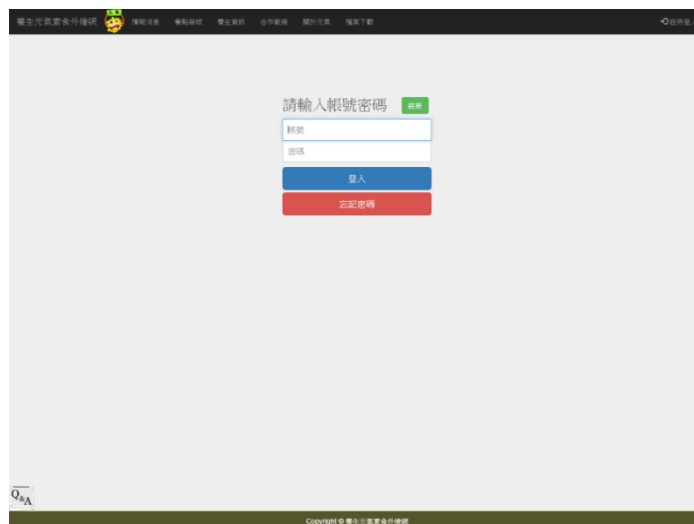


圖 4.11 會員登入

4.10 註冊會員

使用者必須在註冊欄位裡先填寫自己的帳號密碼，及個人基本資料，輸入完所有的欄位資料，按下送出按鈕，系統判斷資料正確無誤後，系統將會把使用者的資料存入資料庫裡，便可完成註冊動作，如圖 4.12 所示。

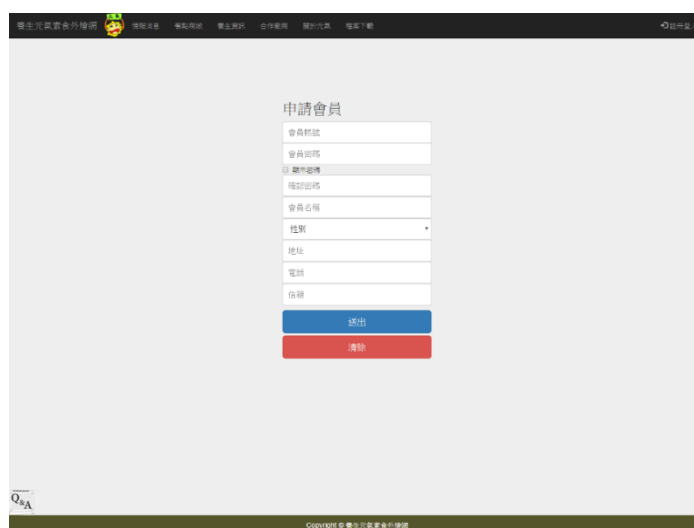


圖 4.12 註冊會員

4.11 會員資料修改

當使用者登入會員後，網站右上角會出現會員名稱，使用者想要更改會員資料時，能夠點擊右上角會員名稱，進入到會員修改介面後，便可進行會員資料的修改，如圖 4.13 所示。

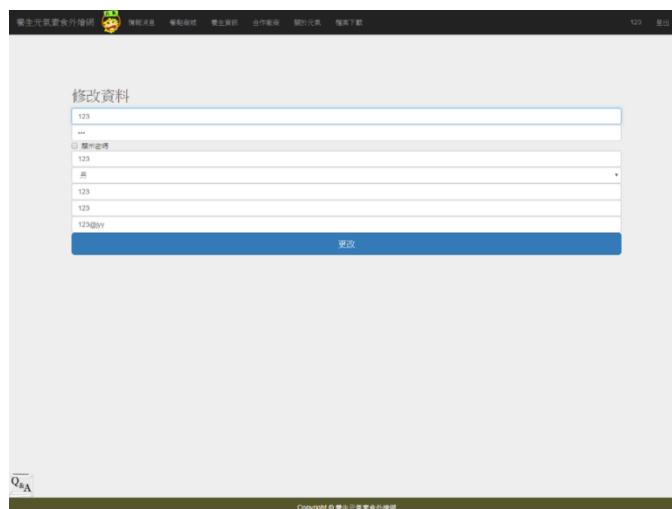


圖 4.13 會員資料修改

4.12 檔案下載

此頁面放置網站瀏覽操作手冊以及手機瀏覽操作手冊，詳細的把所有步驟做說明，讓使用者更清楚本網站的使用方式，如圖 4.14 所示。

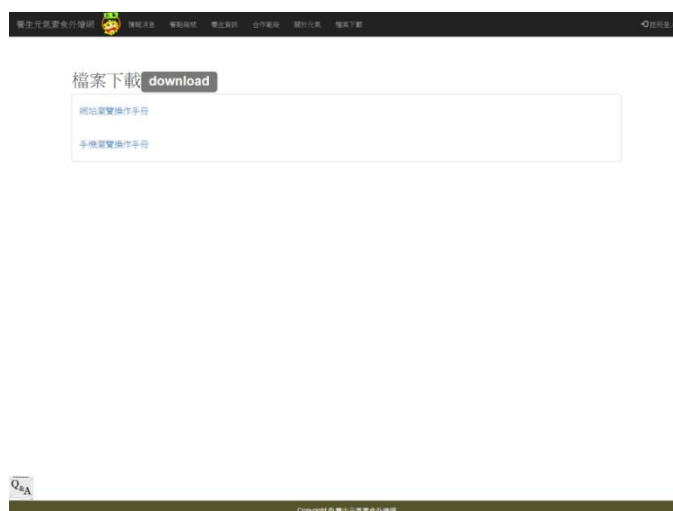


圖 4.14 檔案下載

4.13 購物須知

使用者將商品加入購物車後，在網頁介面右下角中，會跳出粉紅色購物車的小圖示，並設有購物須知連結，詳細說明店家營業時間、下單說明、產品追加說明及付款說明，如圖 4.15 所示。



圖 4.15 購物須知

4.14 訂購流程

使用者確認選購商品完畢後點選加入購物車，進入到購物車頁面，使用者必須填寫正確商品數量，如選購錯誤也能夠刪除商品，確認商品數量無誤後，點擊確認商品，如圖 4.16 所示。

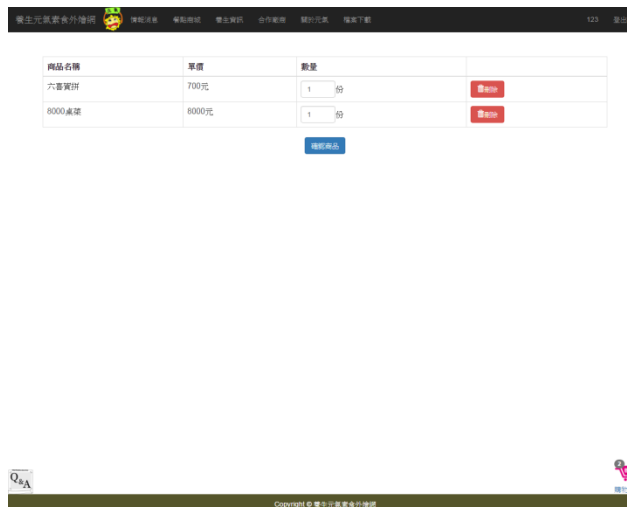


圖 4.16 訂購流程

確認商品後，如桌菜數量超過 10 份(含)以上，系統會有宅配或外燴選項供選擇，並且讓使用者正確填寫資料。如圖 4.17 所示。



圖 4.17 確定訂購

4.15 管理者

管理者登入會員後，管理者透過後台管理，管理權限包含會員管理、餐點管理、消息管理、資訊管理、問答管理、訂單管理、廣告管理，如圖 4.18 所示。

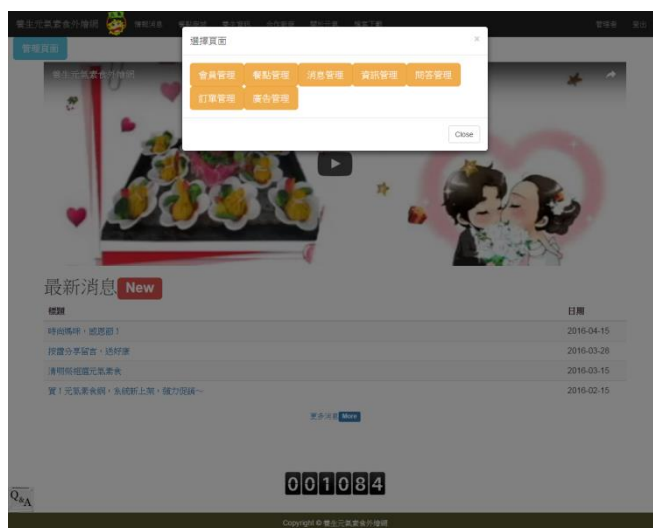


圖 4.18 管理者頁面

4.15.1 會員管理

會員管理的頁面中，可以對網站的會員資料進行管理，有新增、修改的功能，如圖 4.19 所示。

會員編號	會員帳號	會員密碼	會員姓名	性別	地址	電話	Email	加入日期	新增
65	open123	123	王小魚	男	台中市福樂路1號	0916458666	aaa@gmail.com	2016-04-29	新增
64	maggie	maggie	張翠翠	女	嘉義縣水上鄉柳村274號	05-1234567	mj50540@yahoo.com.tw	2016-04-29	新增
63	123	123	123	其他	123	123	123@jyy	2016-04-28	新增
55	open12345	open12345	王小明	男	台中市福樂路一段	25336009	open12345@gmail.com	2016-04-24	新增
53	nighblack826	nighblack826	謝文獻	男	苗栗縣湖山鄉中平村中平153-18號	0918363102	628cns@gmail.com	2016-04-22	新增
38	tsaihu1974	tsaihu1974	蔡雅惠	女	嘉義市保安二路20號	0910-876511	tsaihu1974@gmail.com	2016-04-13	新增
37	mj50540	mj50540	張沛芬	女	嘉義縣水上鄉柳村270號	05-2687379	mj50522@yahoo.com.tw	2016-04-13	新增
36	mj50522	mj50522	蔡育瑄	女	台中市南區健國神廟二樓152號10樓之1	0920468113	mj50522@gmail.com	2016-04-13	新增
34	ji1006kimo	mm8904011006	樺	女	臺中市南屯區大墩七街387號	0423899688	ji1006kimo@yahoo.com.tw	2016-04-12	新增
33	test2	abcd1234	user	男	taiwan	0999999999	user@yahoo.com.tw	2016-04-12	新增
Q&A	unacrystalcora	09041225	林筱婷	女	台中市西屯區博愛二街20號9F-13	0912063256	unacrystalcora@yahoo.com.tw	2016-04-12	新增

圖 4.19 會員管理

4.15.2 餐點管理

餐點管理的頁面中，針對餐點商城裡所顯示的菜色資料做管理，有新增、刪除、修改的功能，如圖 4.20 所示。

餐點圖片	餐點名稱	餐點內容	餐點價錢	種類	套餐	新增	修改	刪除
	水果拼盤	水果會物季節包裝動	0	水果/點心類	\$8000美菜	新增	修改	刪除
	水果拼盤	水果會物季節包裝動	0	水果/點心類	\$7000美菜	新增	修改	刪除
	水果拼盤	水果會物季節包裝動	0	水果/點心類	\$6000美菜	新增	修改	刪除
	水果拼盤	水果會物季節包裝動	0	水果/點心類	\$5000美菜	新增	修改	刪除
	水果拼盤	水果會物季節包裝動	0	水果/點心類	\$4000美菜	新增	修改	刪除
Q&A	精緻點心	點心會物季節包裝動	0	無	\$9000美菜	新增	修改	刪除

圖 4.20 餐點管理

4.15.3 消息管理

消息管理的頁面中，針對每筆消息活動做管理，有新增、刪除、修改的功能，如圖 4.21 所示。



圖 4.21 消息管理

4.15.4 資訊管理

資訊管理的頁面中，對每筆養生資訊做管理，有新增、刪除、修改的功能，如圖 4.22 所示。



圖 4.22 資訊管理

4.15.5 問答管理

此頁面中，管理者可以根據使用者所提問的留言做回覆，並且有刪除留言的功能，如圖 4.23 所示。



圖 4.23 問答管理

4.15.6 訂單管理

此頁面中，分為未完成訂單、已完成訂單、全部訂單；在未完成訂單部分，管理者可以把某筆訂單修改成“已完成”，代表該筆訂單已經完成，並且已送到消費者手上。管理者可以對每一筆訂單做刪除的動作，如圖 4.24 所示。

The screenshot shows the '訂單管理' (Order Management) page. It features a table with columns for '完成' (Status), '內容' (Content), '訂單編號' (Order ID), '會員姓名' (Member Name), '訂購日期' (Order Date), '金額' (Amount), '聯絡電話' (Contact Phone), '發票' (Invoice), '統一編號' (Unified Number), '送貨日期' (Delivery Date), '送貨地點' (Delivery Address), and '方式' (Method). There are 14 rows of data, each with '修改' (Modify) and '刪除' (Delete) buttons.

完成	內容	訂單編號	會員姓名	訂購日期	金額	聯絡電話	發票	統一編號	送貨日期	送貨地點	方式
內存	132	王小魚	2016-04-29 10:55:31	41770	0978012555	是	15759797	2016-05-20 13:00:00	台中市瑞華路1號	外推	修改 刪除
內存	127	吳慶祥	2016-05-05 10:24:10	4250	052132092	否		2016-05-15 18:00:00	嘉義縣北勢村200鄰164號	宅配	修改 刪除
內存	126	洪春月	2016-04-26 12:20:38	50000	052315038	否		2016-05-07 18:30:00	嘉義市八德路302號9樓之1	外推	修改 刪除
內存	125	董敬家	2016-04-10 16:19:52	75000	0921398309	否		2016-05-16 11:30:00	台中市西屯區福信路685巷51號	外推	修改 刪除
內存	104	樑	2016-04-20 11:45:31	10000	0912063256	否		2016-05-08 11:30:00	台中市南區忠明南路125號	外推	修改 刪除
內存	97	郭偉貴	2016-04-14 18:34:44	1650	052842452	否		2016-05-07 18:30:00	嘉義市民生南路403巷37號	宅配	修改 刪除
內存	91	羅淑貴	2016-03-26 10:23:31	6000	0921501717	否		2016-04-05 23:30:00	嘉義市林森路891巷33號	宅配	修改 刪除
內存	90	王凱翔	2016-03-25 08:22:31	5000	052287865	否		2016-04-03 23:00:00	嘉義市民生南路55巷38號	宅配	修改 刪除
內存	89	吉桂謙	2016-04-01 16:21:13	4500	0967252262	否		2016-04-11 06:00:00	嘉義市大雅路一段658巷72號	宅配	修改 刪除
內存	88	陳敏惠	2016-03-25 06:21:07	120000	052777142	是	23000832	2016-04-03 23:30:00	嘉義市大雅路二段594號	外推	修改 刪除
內存	87	楊維藍	2016-03-22 16:17:47	30000	0916182189	否		2016-04-01 21:35:00	嘉義市台林街203巷10號	宅配	修改 刪除

圖 4.24 訂單管理

4.15.7 廣告管理

在廣告管理的頁面中，管理者可以放置廣告單的圖片，並且針對該圖片做顯示秒數的更改，也可以做刪除更換照片的動作，如圖 4.25 所示。



圖 4.25 廣告管理

4.16 手機版頁面

本專題也有設計手機版，讓使用者也能用手機、平板來訂購，系統功能與電腦版網站相符，如圖 4.26、圖 4.27、圖 4.28 所示。



圖 4.26 手機版首頁廣告單

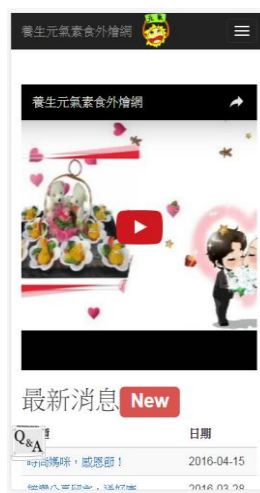


圖 4.27 手機版首頁

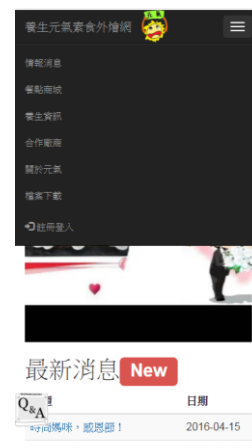


圖 4.28 手機版功能列

第五章 結論

5.1 結論

本專題與元氣素食公司進行產學合作，協助業者架設網站，讓業者從無到有，透過關鍵字搜尋、粉絲專頁、每個月的促銷活動以及行銷影片，讓更多的消費者可以知道，並且提升買氣。

元氣素食公司使用本網站後，能夠在第一時間讓消費者快速瞭解業者最新的產品與最新資訊，讓消費者清楚瞭解自己的需求而向業者下訂單，並且製作傳單及名片供業者發放，行銷業者網站並提高網站的瀏覽次數及消費者訂購率，還能夠提升與消費者的互動。

最後本專題為網站進行流量分析，使用 Google Analytics 從 2016 年 4 月 2 日至 2016 年 5 月 3 日針對此網站的新訪客與回訪客、瀏覽器、裝置類別，做流量分析探討，如圖 5.1、圖 5.2、圖 5.3 所示。

藉此機會本專題參加大葉大學第十七屆電子化企業經營管理理論暨實務研討會。

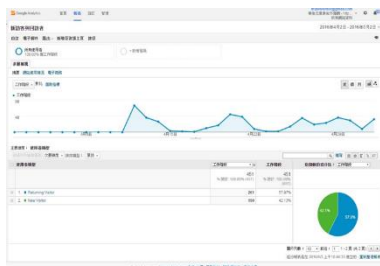


圖 5.1 新訪客與回訪客

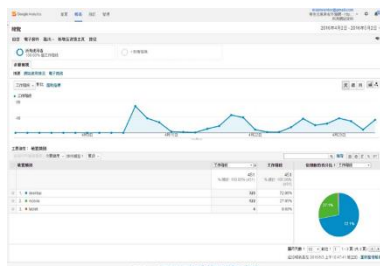


圖 5.2 裝置類別流量

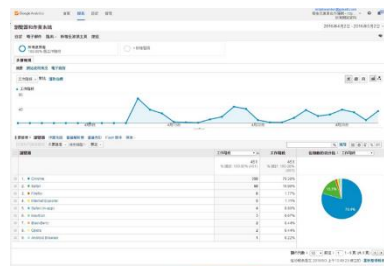


圖 5.3 瀏覽器流量

5.2 網站行銷

5.2.1 行銷 4P

1. 產品(Product)：為了保持食品的新鮮度，本專題在購物車的地方分成外燴與宅配，讓業者可以快速的瞭解到消費者的需求，並且在最短的時間把食品送至消費者手中。

2. 價格(Price)：本專題依照業者的需求把餐點商城分成四千、五千、六千、七千、八千。

3. 推廣(Promotion)：業者使用當季食材，不添加任何化學調味，以少鹽、少油、少糖以及清新的滋味。

4. 通路(Place)：業者除了接受電話訂購之外，本專題製作了該網站提供消費者來訂購。

5.2.2 顧客導向觀點 4C

1. 顧客(Customer)：業者的消費者族群並沒有區分，只要是吃素食的消費者就可以來網站訂購。

2. 成本(Cost)：業者依照消費者的需求提供菜色多樣化，只要隔一段時間就會變化菜色，網站的管理者就會變更網站的菜色資料。

3. 便利(Convenience)：本專題因應消費者的方便性，在網站建置菜色資訊以及線上訂購的服務，業者會把商品送至消費者所指定的地點。

4. 溝通(Communication)：本專題製作了留言板，供消費者向業者詢問關於產品的問題，或者是該產品的相關建議。

5.2.3 本網站 SWOT 分析

表 5.1 SWOT 分析表

Internal 內部 能力 因素	S 優勢(Strengths)
	1.現在越來越多人注重養生，所以我們每月提供養生資訊。 2.本網站提供線上訂餐系統，省掉人力訂購流程。
	W 劣勢(Weakness)
	1.無法有效預防消費者填寫資料的正確性。 2.網站內容缺乏豐富性。
	O 機會(Opportunity)
External 外部 環境 因素	1.把傳統訂購方式 E 化及 M 化，使訂購流程更方便。 2.本網站的產品實施宅配服務，解決地域上的問題。
	T 威脅(Threat)
	1.無法確認消費者的誠信問題。 2.在這注重養生的年代，競爭對手可能不斷地增加。 3.消費者對於產品會提出衛生品質與實際觀感等相關疑慮。

5.3 FB 粉絲專頁

本專題為了能夠行銷業者的訂購網站，便創立業者的粉絲專頁，希望增加本網站的曝光度。



圖 5.4 FB 粉絲專頁

5.4 行銷影片

為了讓消費者可以瞭解本網站的用途，本專題製作了一支簡單的影片，並放置在 YouTube 上，供消費者觀看。



圖 5.5 行銷影片截圖

5.5 網站宣傳單

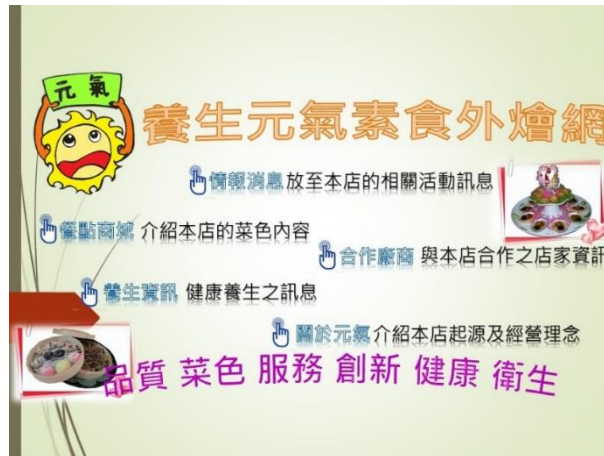


圖 5.6 網站宣傳單

5.6 名片

本專題另外幫業者老闆設計一組名片，方便業者做宣傳。



圖 5.7 名片

5.7 促銷方案

為了提升消費者對業者的消費率，本網站提出每個月的促銷方案。



圖 5.8 三月的促銷活動



圖 5.9 四月的促銷活動



圖 5.10 五月的促銷活動

參考文獻

中文文獻

- 1.台灣辦桌文化 | Yahoo 奇摩知識+
<http://tw.knowledge.yahoo.com/question/question?qid=1611122316295>
- 2.辦桌-維基百科，自由的百科全書
<http://zh.wikipedia.org/wiki/%E8%BE%A6%E6%A1%8C>
- 3.楊靜修，「辦桌文化之服務設計探討與創作-以結婚宴為例」，臺灣師範大學設計研究所在職進修碩士班學位論文，2011 年
- 4.林宜靜，「從定位觀點解構素食文化」，淡江大學大眾傳播學系碩士班學位論文，2014 年
- 5.國立中正大學企業管理研究所碩士論文-網際網路、創業導向與企業績效的關聯性研究
<http://handle.ncl.edu.tw/11296/ndltd/03428644018773447912>
- 6.電子商務-《經理人月刊》編輯部
<http://www.managertoday.com.tw/articles/view/118>
- 7.榮泰生，2007，網路行銷：電子商務實務，台中市：五南圖書出版股份有限公司
- 8.江建良，2005，行銷研究 Marketing Research，台北縣：普林斯頓國際
- 9.行銷 4P 與 4C 理論 @ Joe Joe Chang::痞客邦 PIXNET::
<http://info.0800000601.com/qygl/555.shtml>
- 10.何謂行銷？STP？4P？
<http://eportfolio.lib.ksu.edu.tw/~4990M021/blog?node=000000079>
- 11.4C 行銷理論
<http://info.abss.com.tw/a/marketplan/20130831676.html>
12. HTML 語法教學
<http://www.powmo.com/>
13. XAMPP 網頁伺服器架站工具設定與使用教學
<https://www.pcsetting.com/devtools/54>
14. MySQL-維基百科，自由的百科全書
<https://zh.wikipedia.org/wiki/MySQL>
- 15.劉國正、林景毅，2000，PHP 4 入門實務手冊，台北市，松崗電腦圖書資料股份有限公司
- 16.Jay Blanchard，2012，jQuery 應用程式設計極速上手，台北市，上奇資訊股份有限公司
- 17.張智星，2011，JavaScript 程式設計與應用第二版，台北市，碁峰資訊股份有限公司
18. Bootstrap 3 中文手冊，世界最受歡迎的行動優先和自適應前端框架-KKBruce
<https://kkbruce.tw/bs3/>

19. PhotoShop-維基百科，自由的百科全書
https://zh.wikipedia.org/wiki/Adobe_Photoshop