員 生 社 團 購 系 統 之 網 頁 開 發

學生：劉震凡　　指導教授：呂學毅
高一龍
沈銘遠

國立雲林科技大學工業工程與管理系

摘要

隨著網路的迅猛發展，網購已逐漸成為消費者的首選購物方式。只需透過電腦或智慧型手機，即可輕鬆購買所需商品或服務，並常常能享有比實體店面更優惠的價格。社區團購便是其中的一種銷售模式，其客群較為固定，且常以社交媒體作為宣傳和商品資訊傳遞的主要途徑，如Facebook和LINE社群。

然而，目前多數的社區團購仍依賴於手動的方式，如留言或表單，這不僅不便於消費者選擇商品和數量，也增加了發起者統計訂單的困難度。