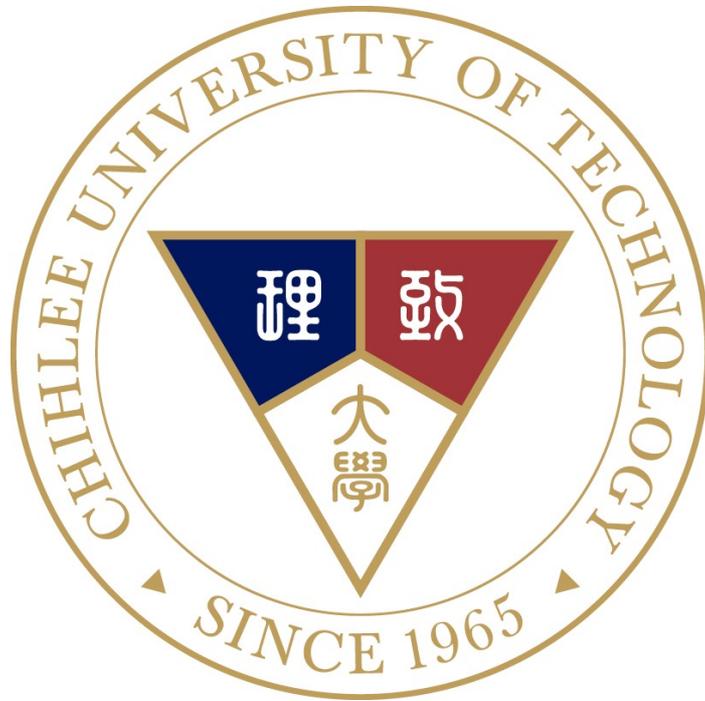


致理科技大學財務金融系  
財金實務專題



大專社團募資平台服務設計專題研究

學生：林辰陽、郭欣頻、呂昆育、黃晴、林佳穎、梁政恆

中華民國一零九年四月

# 摘要

摘要內文：

近幾年台灣的線上群眾募資平台逐漸建立，隨著時間的推移，漸漸地發展出各自獨特的特色。但往往卻忽略了從學生時期所參與的各個社團活動之募資，但不得否認線上的募資目前並非為主流，因而想建立一個專屬於社團募資可以使用的平台，解決大學社團募資會遇到的問題。研究內容主要分為四大類，校園募資現況與問題、區塊鏈定義與應用、募資平台設計與規劃、問卷結果與分析。

校園群眾募資的募款來源主要是以店家為主，卻相當耗時費力且達成率不高，因此想藉由此平台擴充募款來源讓消費者們都可以較容易知道相關訊息。而在獲利來源的部分主要是募資者，本研究也會探討區塊鏈以及社群商務的應用，希望未來能結合區塊鏈，讓募資捐款的流程更佳的透明化，目的是提高捐款者的信任度，對於初次使用或曾經捐款過的人，能夠再次進行捐款。

關鍵詞:群眾募資平台、大專募資平台、區塊鏈、社群商務

# 目錄

摘要 .....	ii
第一章、緒論 .....	0
第一節、研究背景 .....	0
第二節、研究動機 .....	0
第三節、研究目的 .....	0
第四節、研究方法 .....	0
第五節、研究流程 .....	1
第二章、文獻探討 .....	2
第一節、大專社團募資活動研究與募資現況問題 .....	2
第二節、群眾募資機制與平台營運模式 .....	5
第三節、區塊鏈定義與社群商務的應用 .....	9
第三章、問卷訪問調查與結果 .....	12
第一節、群眾訪問調查分析 .....	12
第二節、社團募資現況分析 .....	14
第四章、大專社團募資平台服務設計與開發規劃 .....	16
第一節、大專社團募資平台開發規劃 .....	16
第二節、大專社團募資平台雛形 .....	18
第三節、大專社團募資平台營運模式設計 .....	19
第五章、結論與未來展望 .....	23
第一節、研究結論 .....	23
第二節、未來展望 .....	23
第六章、參考文獻 .....	24

## 圖表目錄

圖 1 研究流程圖.....	1
圖 2 傳統集資與募資平台差異圖.....	7
圖 3 平台規劃流程圖.....	17
圖 4 贊助人介面圖.....	19
圖 5 募資人介面圖.....	19
圖 6 社團與募資平台關係圖.....	20
圖 7 募資平台與贊助人關係圖.....	20
圖 8 募資平台與第三方支付關係圖.....	21
圖 9 贊助人、社團及第三方支付關係圖.....	21
圖 10 社團與贊助人關係圖.....	22
圖 11 完整營運模式圖.....	22
表 1 群眾募資平台比較圖.....	6
表 2 群眾基本資料表.....	12
表 3 有無贊助經驗數據資料表.....	12
表 4 贊助管道數據資料表.....	13
表 5 贊助人不願贊助之原因數據資料表.....	13
表 6 對架設大專社團平台支持與否數據資料表.....	13
表 7 社團募款人基本資料表.....	14
表 8 募款管道數據資料表.....	14
表 9 募資困難數據資料表.....	14

# 第一章、緒論

## 第一節、研究背景

大學時期的社團活動參與經驗，是培養大專院校學生多元能力的重要途徑，校園中的任何學習經驗或學習規劃，都應存在協助學生規劃未來職場發展的教育理念。(蔡珮珊，2019)面對社會的快速發展，以及知識經濟時代的來臨，學生在參與社團活動的經驗對於能力訓練、人格養成等皆有重大影響。大學時期的社團活動參與經驗，是培養大專院校學生多元能力的重要途徑，校園中的任何學習經驗或學習規劃，都應存在協助學生規劃未來職場發展的教育理念。(蔡珮珊，2019)面對社會的快速發展，以及知識經濟時代的來臨，學生在參與社團活動的經驗對於能力訓練、人格養成等皆有重大影響。蘇士博(2000)指出社團想經營得好必須包含豐富的社團活動與充裕的經費。因此經費可說是社團經營不可缺少的要素，本組透過自身經驗及觀察發現目前學生募資方式較單一缺乏管道，並且耗費大量時間成本、人手不足的問題也造成宣傳效率不佳，再者店家無法確認資金用途，金錢流向不夠透明，對學生缺乏可信度，種種問題導致活動募資困難，耗時又費力。以台灣環境而言，微型企業及個人創業的營收規模相對較小，校園募資相對困難，除了募款不易之外，社團的募資計畫仍然面臨許多困境，例如專業知識的缺乏、對目標市場不了解等皆是募資者會遭遇之挑戰。

## 第二節、研究動機

群眾募資的興起成為改善創業環境一大助益。提供一個網路平台讓社團們或任何有意成立活動與完成夢想的人可以自由發表專案，利用網際網路向大眾尋求資金，有興趣的投資人則出資支持，協助學生們克服活動初期的資金問題，資金來源為向群眾募集大量但小額的資金，作為活動的資金基礎。群眾募資網站除了改變上述資金的募集方式，也拉近了過去創業環境與目標市場的距離。

## 第三節、研究目的

根據研究背景與研究動機，本研究希望透過台灣群眾募資網站上累積之專案，檢視平台中的差異現況，分析背後之影響因素;並且研究進一步探討大、小型募資專案各自掌握哪些利基，希望藉由問卷調查能明確得知募款者與贊助者所遇到的問題並且加以解決，根據以上資訊進行整理，建構出大專社團募資平台。

## 第四節、研究方法

### 1. 文獻探討法

根據書報雜誌、新聞、網路，蒐集群眾募資及大小型募資案相關內容並進行整理和分析。

### 2. 實地探訪

(1)拜訪度度客募資平台創辦人，了解目前市場狀況、趨勢與平台營運模式。

(2)拜訪財團法人資訊工業策進會研究人員了解現今區塊鏈技術與應用。

(3)逐一拜訪商家與社團了解其募資與贊助經驗。

### 3. 問卷調查

利用文獻蒐集以及個案研究內容，進行相關資料分析，並針對群眾與社團進行問卷調查，以獲得研究結果。

## 第五節、研究流程

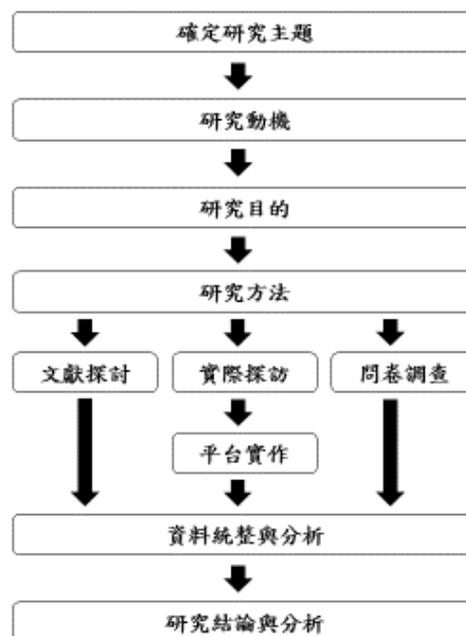


圖 1 研究流程圖

## 第二章、文獻探討

### 第一節、大專社團募資活動研究與募資現況問題

#### 一、學生社團之定義

學校社團依學校規準而設立，是一個教育組織，亦是社會的小型縮影，蔡志賢(2016)認為學生社團是校內一群志同道合的學生，為了相同的目標與理想，在符合學校規定的前提下，提出申請而成立的學生團體。楊蕙宇(2018)提出大學學生社團需要有以下條件:(一)成員為大專校內學生；(二)依學校規定申請核准成立並由學校老師輔導；(三)依個人興趣自由參加；(四)擁有相同的目標與理想。賴科位(2001)認為一個健全發展的社團，在社團運作過程中必須具備凝聚力(cohesion)、組織力(organization)、資源力(resource-fulness)、與活力(energy)，並且達成此四種狀態才能向外擴展，能夠使社團成員因參與社團而滿足。

依據教育部年度大專院學生社團評選暨觀摩活動實施計畫分類，將社團分為五類，分別為:學術性、服務性、體育性、康樂性、自治性，分述如下:

1. 學術性:以學術研究或文藝、技藝教學為主要宗旨者。
2. 服務性:以校內外服務為主要宗旨者。
3. 體育性:以體能或體育活動為主要宗旨者。
4. 康樂性:以康樂或休閒活動為主要宗旨者。
5. 自治性:以自製或社團聯誼為主要宗旨者。

#### 二、大專社團活動參與之研究

今日大學社團活動呈現多樣化發展，學生經由參與社團可以培養群育、增進知識、提高興趣，並習得領導能力(蔡佩珊，2019)。李立群(2012)提出學習者在參與學習的過程中，對該項活動的參與程度和態度，並感受與期待目標的達成程度。許龍君(2003)研究發現，學生參與社團時間越長，其人際關係較參與社團時間短者為佳，並且學生在社團中能夠學到寬容、體諒、合作情感，表現出積極人生建立良好人際關係。

綜合上述文獻得知，社團活動的參與不但可培養學生更多元化的價值體系，在某種程度上與情緒處理及自主性發展也有相關性，若是社團的經營能正常運作及發展，即可發揮多元學習的功能。

社團要維持良好的營運，須具備豐富的社團活動與社團計畫，且有完善的社團

規範及運作公開透明化，透過籌辦活動社員及幹部間協同合作方式，使社員滿意度提升。同時活動的組織行為也會因社團領導人、學校行政資源等而有所影響，以下分別敘述：

#### 1. 社團領導人能力之影響

王誕生、吳昌憲、葉琦文(2003)研究發現，大學社團領導人的領導能力對社團的凝聚力、組織力、活力有顯著的正相關。意味著社團幹部領導效能越高越能激發部屬產生達到目標的動機。因此社團領導人在承續經驗上極其重要，將過往辦理組織活動的經驗傳承，能加深社團的扎實根基。由此可知社團幹部領導能力及控制能力，對於社團的運作具有顯著影響因素。

#### 2. 學校行政資源之影響

陳茂祥(2001)提出，大學學生事務處對其活動之指導，應提供充足的機會與資源給學生使用，如此能促進學生和學校建立休戚與共的正向關係。蔡佩珊(2019)研究發現學校行政單位的配合與支持，以及指導老師熱誠的教導，才能真正發揮寓教於樂的功能。學校對社團活動的重視程度對其發展的助益最為直接，且學校行政單位的全力支持，可有效提升社團士氣，通過校內教師及其他單位的輔導，會使社團發展更為順暢。

綜合以上發現，社團運作會影響社團發展，有能力的社團領導人加上完善的校內資源，才能健全組織創造更大的績效，讓社團活動的益處擴大影響，進而回饋給學生、學校及社會大眾。

### 三、大專社團募資現況與問題之研究

李明憲(2001)指出各社團在推展學生社團工作時最困難的因素除場地問題外，還包含經費問題，社團經費補助的主要來源為每學期學生繳交之社團活動費，且社團快速成長所分配的經費更趨緊絀，可謂粥少僧多現象。張良漢、蘇士博(2000)表示一個社團想經營的好，能吸收更多學生參加，並且能永續生存及發展必須具備以下條件：(一)組織架構明確，幹部健全；(二)豐富的社團活動與社團計畫；(三)完善的設備與空間；(四)好的社團規範；(五)經費充裕且運用公開透明化。綜上述得知，經費是社團營運中不可缺少的要素，想要辦好活動就必須擁有足夠的經費，目前社團經費仍以社員繳交支社費為主，若是想配合社團快速的成長，需開創更多管道。

本研究以問卷調查和實際探訪方式，將回饋整合後整理出目前大專社團遇到的

募資困難主要為:

1. 缺乏募資管道
2. 耗時費力
3. 金流不夠透明
4. 學生可信度低
5. 無法在短時間內完整表達活動內容

其中又以缺乏募資管道占比最重。目前學生募資管道以校園義賣、拜訪店家、街頭拉讚為主，台灣首家群募顧問公司「貝殼放大」顧問林大涵指出，學生在資金籌措方面，因缺乏人脈籌到的經費通常比一般提案人少近30%，並且在募資過程中無多餘經費做廣告宣傳，導致出現募資金額一度停滯的狀況。教育部人權教育諮詢暨資源中心(2019)提到學生活動與企業合作已成常態，從特約商店、企業參訪、各成果發表會到校慶，處處可見企業參與的痕跡。企業提供活動所需經費、學生提供各種宣傳曝光或攤位是最為常見的合作模式。由此可看出，學生和企業間的合作對於活動經費有一定程度的影響，然而當募資進入商業贊助就得依序面對資料、信件、提問、回饋四個問題，下面分別敘述學生在此四部分遇到的問題:

#### 1. 資料

資料準備指的是贊助企劃書的撰寫與呈現，企劃書是企業在考量是否合作的第一階段，在此階段常遇到學生撰寫之企劃書內容虛無縹緲，對於能帶給企業什麼樣的效益並無太多論述，企業注重的並非鉅細靡遺的活動流程，而是簡單清楚的經費資料和具體的贊助回饋方式，將交給學校的企劃書原封不動地呈現給企業更是現今學生募資的常犯的大忌。

#### 2. 信件

信件是學生與企業聯絡的其中一種方式，信件交談過程中若是能帶給對方好的印象，後續合作的可能性也能得到提升，在此部分學生常犯的錯誤有:(1.)語氣有失禮儀(2.)內容缺乏具體佐證或無說服力(3.)發信時間不當(4.)語句不順、詞不達意等。寄送給企業之信件應針對不同品牌客製化撰寫，而不是通篇到底的罐頭信件。

#### 3. 提問

在談論的過程中，企業的疑惑不外乎就是活動與品牌的聯繫、活動宣傳範

圍及具體的回饋，在這部分，很多學生會抓不到企業的痛點，不懂對方要什麼，導致雙方在討論期間出現牛頭不對馬嘴的現象。

#### 4. 回饋

傳統意義上，企業往往只有金錢贊助一途，但事實上，比起「贊助」這樣的單一選擇，「贊助合作」反而更易引起企業興趣，以合作代替傳統拉贊，反而讓雙贏的機會大增，但學生常以社團自身利益去尋求贊助在活動結束後，無法如期給予回饋，或是根本不記得要回饋對方，導致企業對學生活動的印象淪為「要錢」。

整合以上發現，學生在進行活動募資時仍需進行諸多改善，在缺乏管道的情況下，能抓住與企業合作的機會無非是最大的利益，現在社團募資大多以人工方式進行，親自拜訪店家，使用網路募款方式的社團較少數，在同一個時間內無法進行多方行銷，募資管道不易尋求，且因短時間內企畫內容說明不清，在活動結束後並無提供結案報告給贊助方，金錢流向不夠透明，導致企業和大眾對學生社團活動可信度不高，贊助方看重資金的使用和具體的回饋，若能夠以重點式撰寫企畫反而較易引起贊助方興趣，提高募資效率。

## 第二節、群眾募資機制與平台營運模式

### 一、何謂群眾募資

群眾募資(Crowdfunding 群募)是一種新興的籌資型態，透過向社會大眾集資，並利用網路的方便性及資訊的傳播互動，達成個人或團體的目標，近年來，群募已然成為網路時代進入公共議題的窗口。其概念來自於廣義群眾外包(Crowdsourcing)的概念，是將一些需要仰賴大量人力完成的工作，在特定平台上外包給網路上不特定的一群自願者(Howe, 2006)。群眾募資的核心價值為通過小眾力量來提供創新及創業者所需的資源，實現「你有想法，我來贊助」。具有社群互動與回饋的概念(中小企業白皮書，2015)，其優勢包含：

1. 集資程序簡易:傳統募資可能得透過創投、銀行方式集資，而募資平台的出現打破時間及空間限制，直接向群眾募資，藉由網路傳播的力量吸引有相同理念的人出資。
2. 成案門檻低:大多數平台提供免費加入或免費啟動專案的機會，即使沒有成功募資也只需支付平台約百分之五至十的手續費，使提案人較易維持自身

創意及營運的獨立性。

3. 免費市調及預知市場需求:提案人在提案計畫書中詳細的介紹發想經過,達到免費的宣傳效果,在執行計畫前,透過觀察進而探討可行性及市場接受度,以此減少誤判損失。
4. 與群眾互動的機會:啟動募資專案可以直接與群眾互動,取得他們對產品或服務的意見和回應,能夠與潛在客群進行更加頻繁的接觸。

群眾募資崛起的原因(Agrawal et al., 2011)包括:(1.)由於全球經濟危機,創業者與新創公司無法從傳統管道取得資金而造成資本短缺。(2.)WEB2.0 科技的演化,能更容易發展網路平台,該平台可使專案發起者與專案投資者互動。(3.)群眾外包的普及與成功。這些因素解釋了群眾募資成功的原因,卻不能說明單一創業專案成功的原因(劉盈珮, 2014)。整體而言,群募是現今社會資金需求者一個新穎且低成本的融資方法,就現階段來說,提案者可以在平台提案及說明回饋方式,吸引社會大眾支持,因科技的方便而更有效率。

## 二、群眾募資平台之運作

群眾募資平台(Crowdfunding platform)作為溝通媒介,不僅為提案人創造一個容易進入、程序簡單的集資管道,也提供贊助人一個溝通管道,能直接與提案人交換意見,並選擇自己感興趣的專案支持,募資平台的出現使兩者間能夠更加了解彼此,同時平台也成為產品、理念測試的管道。目前全球群募平台種類主要可以分成四種類型(見表):1.回饋型(Rewarded-based)、2.捐獻型(Donation-based)、3.借貸型(Lending-based)、4.股權型(Equity-based),其中又以回饋型最為常見(高啟仁, 2014),捐獻行位居第二,例如大眾較為熟知的美國的Kickstarter、Indiegogo及台灣的flyingV、嘖嘖、度度客,都是屬於回饋型或捐獻型的群募平台。

表 1 群眾募資平台比較圖

平台類型	定義	特性	主要平台
回饋型	贊助人透過資金贊助獲得產品或服務,其回饋產品價值低於贊助金額	募集總額最高 小額捐款 耗時最長	Kickstarter(美) 嘖嘖(台) FlyingV(台)
捐獻型	贊助人直接小額捐款,且無獲得實質上		Kickstarter(美) Indiegogo(美)

	的回饋，偏向公益類型的垂直型募資平台		GoDreamer(台)
借貸型	贊助人透過贊助換取財務報酬或未來利益，類似於債權型態	募集時間最短 明確的利息及本金 償還計畫	KIVA Lending Club
股權型	贊助人透過資金贊助支持專案，以換取股權	募集總額最低 大額募資 投資會員限制多	Funders Club Crowdcube

本研究經過上述文獻，由於回饋型平台擁有回饋贊助人，且多為小額捐款的特性，因此將本平台定位為回饋型平台進行構思、設計，使學生能夠用自身微薄的力量去回饋大眾，增加贊助人的贊助意願。

以往個人或創業者在資本市場最常見的問題就是因為缺乏擔保而導致募資困難(程凱，2016)。相較於傳統銀行或股票集資方式，募資平台不需提供任何擔保品，近年來，也因小額付款的便利，讓贊助人可以跨越地域限制，因此本平台選擇以回饋型為設計方向，以下圖二簡要說明傳統集資與透過募資平台募資的差異。

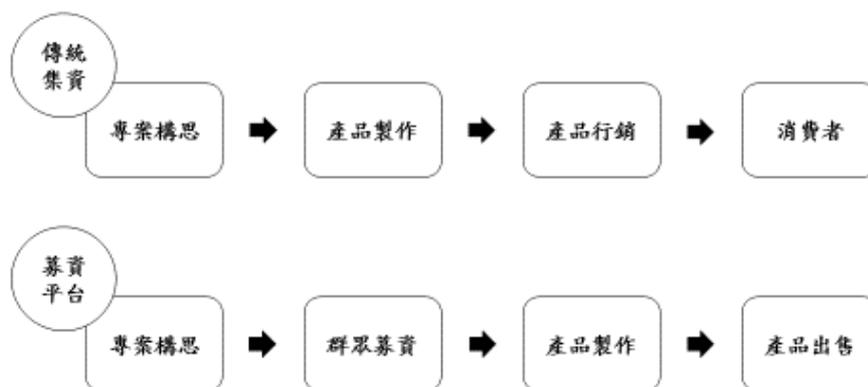


圖 2 傳統集資與募資平台差異圖

專案要進行募資，首先提案人需選擇適當的平台，並按照其規定將資訊公開在平台上，包含:企劃書、執行時間表.....等，同時提案人也要提供承諾，對於贊助人提供回饋，例如:提供贈品、較優惠的價格或是其他優惠措施。

提案人會制訂一個募資金額並在一個期限內達標，平台會根據實際募到的金額，扣除一定比例的手續費用後，將募到的金額交至提案人，若金額未達標則必須將款項退回贊助人，這樣的運作方式稱為「全拿或全無」，是多數平台使用的方式，

在專案金額達標後，提案人按照計畫履行承諾，並不時向贊助人報告進度，最後提案人需完成結案報告供贊助人知曉。

### 三、群眾募資議題探討

群眾募資看似簡單方便，實際上仍存在不少風險，理想和現實中往往還有一段距離，以下我們整理出幾項群募風險進行探討。

#### 1. 募資專案下架或無法如期交貨:

群募專案常常以「綁預售」方式進行，贊助人投入資金就等於預購某項產品或服務，實際上募得資金有一大部分會花在製造及物流成本，每一筆贊助都等於一項產品的售出，提案人必須思考研發和營運資本，否則仍會發生無法交貨之問題，因此贊助人需承擔:(1.)創新產品失敗風險(2.)企業倒閉風險(3.)經營階層詐欺等風險，由於群眾募資投資人所面臨的投資風險極高，故法規相關的配套措施極為重要(林瑛珪，2016)。在無法如期交貨的情況下，首先必須知道提案者與贊助者是否為買賣契約關係，如果是，則在有說明交貨期程(ex.提案者會提案文宣說明整體時程表、預計交貨期)、或經贊助者催告後，屆期而無法交貨時，如果「可歸責」於提案者本身事由，便會產生民法給付遲延等相關責任(蔡朝安律師、陳全正律師/普華商務法律事務所)。

#### 2. 提案被抄襲或仿冒之風險:

啟動群募時提案人需將企畫完整公開於募資平台，意味著創意會公諸於眾，在上市前產品可能會被抄襲、仿冒，或上市後很快會出現競爭品，在此同時，功能型商品的提案者，智財佈局首要考慮的是專利保護，但若企業規模較小，可能尚無能力採取申請專利或提出訴訟等保護智慧財產之措施，因而無法繼續存活(林瑛珪，2016)。其次，在群募上架之前，熟知商品設計的成員多為提案者與其合作廠商和員工，彼此間須有一定程度的信任感，這是廠商較常見的狀況，在有多國申請案的情事，可輔以優先權，將第二個以後申請專利的國家，援用於第一件基礎案的申請日作為審查基準日。

#### 3. 資訊不對稱之風險

透過群募集資之企業受到的資訊揭露規範往往不如公開發行公司嚴謹，因

此贊助人可能因資訊不對稱而承擔較高的投資風險，且公司亦較易發生管理階層舞弊風險，此時法律規範配套措施極為重要，以股權行群募為例，美國在 2015 年通過《新創企業推動法案》後，也針對股權群眾募資的後續成效追蹤，設定詳細的格式規範，因此，現在可以運用這些資料，來教育正確的股權群眾募資風險概念。與中國相較，台灣的整體商業環境更接近美國，應該更適合發展股權群眾募資(Jason Best, 2017)，2017 年我國立法院通過了《產業創新條例》和《外國專業人才延攬及僱用法》，《金融科技發展與創新實驗條例》也已經出了委員會，展現出了台灣在創造友善投資人、新創生態系的決心，若能整合以上法規，再搭配股權群眾募資，將營造出台灣作為東亞科技金融重鎮的條件。

### 第三節、區塊鏈定義與社群商務的應用

#### 一、區塊鏈之意義及特性

區塊鏈概念源自於中本聰的比特幣白皮書，是透過去中心化和去信任化的方式集體維護一個可靠的資料庫的技術，是一種分散式計算架構，裡面的每個網路節點執行並記錄相同的交易(劉繼元, 2018)。區塊鏈技術根據複雜的密碼學來加密資料，再透過巧妙的數學分散式演算法，讓互聯網最讓人擔憂的安全信任問題，可以在不需要第三方介入的前提下讓使用者達成共識，以非常低的成本解決了網路上信任與資料價值的難題(Lydia, 2016)。

區塊鏈技術是整合軟體、密碼學加密技術與賽局理論，根據上述得知區塊鏈是為在不需第三方介入之情況下也能維護一套由多個參與者組成的網路資料庫，以下就區塊鏈的定義分成三個面向說明：

1. 法律面:區塊鏈本身結合認許制或其他方式來控管節點，決定讓哪些節點參與交易驗證及存取所有資料，目前區塊鏈可分成非實名制和實名制，其中實名制如 GCoin 區塊鏈已經可做到可認許制，能配合金融監管所需的反洗錢與身分驗證規範。
2. 商業面:區塊鏈的運作原理由多個節點組成一個網路，當某一個節點要發起一筆交易時，會先將交易廣播給其他節點，此時所有節點都可以經由共識演算法來決定誰可以驗證這筆交易，由此方式在各點間移動有價物交換網。

3. 技術面:區塊鏈的底層技術由節點、區塊、獎勵機制等形成，透過這些方法達到讓 P2P 的電子現金系統避免雙花攻擊，提供可公開維護的分散帳本資料庫。

區塊鏈運用其去中心化、訊息透明公開、防偽等優勢，解決了數據追蹤及資訊防偽問題，在區塊鏈形成的過程中可以看到以下特色:

1. 去中心化:去中心化為區塊鏈的核心宗旨，強調其共享性，無須依賴第三方機構作為驗證交易之機構，而是通過分散式運算改由電腦加密演算法進行精確且嚴謹之驗證，任何節點間的權益是均等的，不僅大幅降低交易成本，也使小額支付成為可能。
2. 匿名性:區塊鏈透過公鑰匿名的方式進行資訊傳遞，各區塊節點的身分資料不需公開或驗證。
3. 不可竄改:外界若想惡意竄改區塊鏈上的資料，必須獲得網路上 51%以上的算力才能實現，故整個網路資料的安全性得以確保。
4. 開放性:區塊鏈技術的基礎是開源的，除交易的訊息會另外被加密外，其他運算數據皆對所有人開放，任何人都能通過公開介面查詢。
5. 獨立性:類似於中心化概念，基於協商一致的協議及規範，整個區塊鏈系統不依賴的三方，所有節點皆能在系統內自動安全驗證、交換數據，不需任何人為干預。

## 二、區塊鏈之發展

梅蘭妮·斯萬(2016)在區塊鏈:新經濟藍圖及導讀《Blockchain:Blueprint for a New Economy》一書中提到，區塊鏈發展可分為三階段，以下分別整理出從區塊鏈 1.0 到區塊鏈 3.0 的功能應用。

1. 區塊鏈 1.0：虛擬貨幣—比特幣

區塊鏈 1.0 是透過區塊鏈技術為基礎所創建的比特幣虛擬貨幣體系(沈家瑞，2018)。在此階段應用於支付整合、加密貨幣及數位交易平台。

2. 區塊鏈 2.0：智能合約

區塊鏈 2.0 開始出現智慧財產、智能合約，能夠自動執行合約條款的電腦程式，轉換不同資產並創建不同資產單元的價值，主要應用在金融資產交易活動，如:股票交易、交易信託、合約管理及交易清算等。

### 3. 區塊鏈 3.0：其他應用（IOTA—連接實體生活、物聯網）

區塊鏈 3.0 透過較為簡單的演算法，讓每個鏈上的交易者都可以參與加密，且不需全體認證，不需礦工，可以加快加密時間，因此能進行物與物之間非常小、但頻率高的交易。應用於物聯網、社群共享、供應鏈管理及智能家庭等。

## 三、區塊鏈於募資之應用

以太坊是一個開源的有智慧型合約功能的公共區塊鏈平台，使開發人員能夠建立和發布下一代分散式應用。可以用來編寫程式擔保和交易任何事物：投票、金融交易所、眾籌等(劉繼元，2018)。根據統計，有近五成的捐款者都希望公布捐款的使用情形；有 45% 的為捐款者，躊躇的原因都是擔心捐款沒有被妥善運用(聯合勸募，2011)。由此可見，募款後金流的透明化是影響贊助人出資與否的關鍵。度度客(dodoker)於 2015 年上線，作為我國第一個導入區塊鏈技術的群眾募資平台，整合區塊鏈強化公益募資平台的金流透明度，將捐款人的匯款紀錄寫入以太坊公有區塊鏈上，再透過圖像方式及時呈現款項的運用，並且與工研院合作，將智能合約技術與公益募資結合。當一個募款專案發起時，所有相關資訊包含：專案的名稱、發起時間、募款週期、目標金額及區塊鏈地址皆以智能合約方式記錄在以太坊區塊鏈上，當點入「專案發起記錄」時，會導到第三方的區塊鏈檢索網站 Etherscan，即可看到發起的詳細資訊。除了將募款專案與捐款資料全部寫入區塊鏈外，度度客還提供讓專案的發起者自由分配贊助的規劃的服務。例如：將 5 萬元的額度，分配 2 萬元給外部供應商，或分配 3 千元到其他參與夥伴。提案者因此具備有分配的數位規劃工具，更省時便利，不可竄改的區塊鏈記錄一攤開來，既可以對捐款者負責，也能在發生爭議時，成為有利的仲裁指標。此外，系統也會自動產生報表，更容易與銀行帳本對帳。

本研究以度度客的案例作為此次專題的參考基礎，利用區塊鏈的特性，串連主題「大專社團募資平台」。基於區塊鏈之數學加密演算法，贊助者透過募資平台進行募資活動參與者之贊助明細與募資契約之權利義務，一旦寫入區塊鏈即不可被篡改，以確保不被有心人士或是駭客修改其權利義務關係，也藉由區塊鏈的獨立性與安全性，在平台內自動安全地驗證、交換數據，不會被干擾，資金帳目與紀錄，在

區塊鏈中移轉迅速且低成本，省下透過銀行轉帳匯款的時間及交易成本，也能清楚讓贊助者明白金錢的流向，並兼顧雙方隱私，所有紀錄皆為永久保存，權益不受損。

## 第三章、問卷訪問調查與結果

### 第一節、群眾訪問調查分析

本研究將問卷調查對象分為群眾、社團進行發放及填答，並針對不同對象設計不一樣的問題。此問卷針對群眾為作答對象，共計收回 52 份。採不記名式問卷訪問調查。

#### 一、性別

填表人性別分佈為男性 27 人次(佔 51.9%)，女性 25 人次(佔 48.1%)，受訪者以男性較多。

#### 二、年齡

填表人年齡以 21 歲~30 歲居多，為 21 人次(佔 40.4%);其次 20 歲(含)以下為 17 人次(佔 32.7%)之後依人數多寡依序為：31 歲~40 歲 9 人次(佔 17.3%)、41 歲以上 5 人次(佔 9.6%)。

表 2 群眾基本資料表

類別	受訪者屬性	人數	百分比
性別	男	27	51.9%
	女	25	48.1%
年齡	20 歲(含)以下	17	32.7%
	21 歲~30 歲	21	40.4%
	31 歲~40 歲	9	17.3%
	41 歲以上	5	9.6%

#### 三、有無贊助經驗，贊助方法為何？

(1)填表人中 26 人次(50 佔%)贊助過;26 人次(50 佔%)未贊助過。

表 3 有無贊助經驗數據資料表

類別	受訪者屬性	人數	百分比
有無贊助經驗	是	26	50%
	否	26	50%

(2)填表人中贊助管道為使用募資平台有 15 人次(57.7%)為最多，其次為義賣活

動 6 人次(佔 23.1%)，之後依人數多寡依序為：學生親自詢問 3 人次(佔 11.5%)、學生親自詢問 3 人次(佔 11.5%)、其它 2 人次(佔 7.7%)。

表 4 贊助管道數據資料表

類別	受訪者屬性	人數	百分比
贊助管道	募資平台贊助	15	57.7%
	義賣活動	6	23.1%
	學生親自詢問	3	11.5%
	其它	2	7.7%

(3) 填表人不願贊助原因為短時間無法將活動內容完整表達 6 人次(佔 23%)其次為金流不夠透明 6 人次(佔 23%)，之後依人數多寡依序為：其它 5 人(佔 19.2%)、不感興趣 3 人(佔 11.5%)。

表 5 贊助人不願贊助之原因數據資料表

類別	受訪者屬性	人數	百分比
不願贊助原因	不感興趣	3	11.5%
	金流不夠透明	6	23%
	短時間無法將活動內容完整表達	12	46.1%
	其它	5	19.2%

根據群眾訪問得出，大部分群眾會使用募資平台贊助(57.7%)，由訪問得知群眾不願贊助原因為金流不夠透明(23%)與無法在短期間內了解學生活動具體內容(46.1%)。

#### 四、與群眾解釋設立大專社團募資平台，群眾是否會支持？

(1) 本研究填表人中 34 人次(佔 65.4%)支持;16 人次(佔 30.1%)不支持;2 人次(佔 3.8%)無異議。

表 6 對架設大專社團平台支持與否數據資料表

類別	受訪者屬性	人數	百分比
架設大專募資平台	支持	34	65.4%
	不支持	16	30.1%
	無異議	2	3.8%

根據訪問得出聽完本組所欲創立的大專社團募資平台，有超過五成民眾(57.5%)表示

支持架設大專社團募資平台。

#### 五、實際訪問內容(本內容已經過當事人同意能夠公開發表)

楊先生:有實際遇過在路上尋求贊助的學生，以簡單的企劃書敘述活動內容，但由於我不清楚實際的金錢流向因此對學生信任度不高，但聽取了令組欲架設之大專募資平台，對於平台能夠詳細記錄金錢流向，事後也能夠看到結案報告書，有相當大的興趣，能夠得知自己所贊助的金額花到哪去，會使我的贊助意願提高。

日期 2019 年 12 月 22 日

## 第二節、社團募資現況分析

此問卷針對社團人為作答對象，共計收回 72 份，作答者皆有社團參與經驗。採不記名式問卷訪問調查。

### 一、性別

填表人性別分佈男性為 45 人次(佔 62.5%)，女性為 27 人次(佔 37.5%)，受訪者以男性較多。

表 7 社團募款人基本資料表

類別	受訪者屬性	人數	百分比
性別	男	45	62.5%
	女	27	37.5%

### 二、社團人募款所遇到之困難

(1)填表人募款管道為拜訪店家 42 人次(佔 58.3%)為最多，其次為街頭募款 22 人次(佔 30.6%);之後依人數多寡依序為：校園義賣 6 人次(佔 8.3%)、其它 2 人次(佔 2.8%)。

表 8 募款管道數據資料表

類別	受訪者屬性	人數	百分比
募款管道	校園義賣	6	8.3%
	拜訪店家	42	58.3%
	街頭募款	22	30.6%
	其它	2	2.8%

(2)填表人募資困難為短時間無法將活動內容完整表達 23 人次(佔 31.9%)為最多，其次為金流不夠透明 15 人次(佔 20.8%)、不感興趣(20.8%);之後依人數多寡依序為：耗時費力 13 人次(佔 18.1%)、無法說服店家 4 人次(佔 5.6%)、其它 2 人次(佔 2.8%)。

表 9 募資困難數據資料表

類別	受訪者屬性	人數	百分比
募資時遇到困難	耗時費力	13	18.1%
	金流不夠透明	15	20.8%
	短時間無法將活動內容完整表達	23	31.9%
	不感興趣	15	20.8%
	無法說服店家	4	5.6%
	其它	2	2.8%

根據訪問得知社團人普遍募資管道以拜訪店家為主，在募資過程中社團常被店家以不清楚活動內容與金流不夠透明為由拒絕贊助。

### 三、實際訪問內容(本內容已經過當事人同意能夠公開發表)

蔡同學:本人就讀東南科大表演藝術系，當時一年級加入熱舞社，期末成果發展時，全社團為了募集資金，於是去到附近的深坑老街一一拜訪路人與店家向其說明我們來自哪間學校、什麼社團、辦什麼活動，但店家和路人多半以我不清楚為由婉拒，使我們在募集資金時感到乏力與耗時。

日期 2020 年 2 月 15 日

## 第四章、大專社團募資平台服務設計與開發規劃

### 第一節、大專社團募資平台開發規劃

#### 一、大專社團募資平台規劃的功能

##### 1. 文案撰寫

募資人要按照平台的規範，將專案的研發計畫、功能、專案雛形、製作時間表、上傳時間表等資訊，公開在募資平台上。

##### 2. 金流機制

金錢皆以區塊鏈做管制，募資平台會要求募資人制訂一個募資金額，如果在一個期限內成功達標，平台會根據實際募到的金額，在扣除手續費之後，將募得的金額由第三方支付給募資人。如果金額沒有達標，則募資人必須把款項依贊助人個人意願一一退回給贊助人或進行轉贊助。

##### 3. 回饋區

贊助人可底下留言給募資人回饋建議進行雙向溝通。

##### 4. 結案措施

募資人在專案募資成功後，提供結案報告專區給募資人上傳他們的成果相片、影片等等，供贊助人或大眾觀看，讓贊助人清楚了解他們所贊助的專案是真的有實際上的運作，而非空白專案。而募資人兌現承諾，對於願意支持專案並有金錢贊助的贊助人提供回饋。回饋的方式有很多種，例如：讓贊助人用優惠的價格，拿到第一批產品，或是提供其他的贈品、優惠措施等等。

#### 二、大專社團募資平台規劃的發展及趨勢

##### 1. 市場概述

群眾募資現有規模已經達 51 億美元，若單計算一小時的募集金額，其可以達到每小時 6 萬美元，相當於台幣約 180 萬元，群眾募資是一股令人無法忽視的新興力量（游仲宇，2019）。目前全球市場上最大的群眾募資網為 KICKSTARTER、INDIEGOGO，而台灣市場上最大的群眾募資平台為 FLYINGV，皆以群眾募資為主。綜觀上述內容所得知，並無一個是以特定募資對象為核心的募資平台，本組經由文獻探討及問卷調查，因應上述趨勢所缺乏的，加上有過豐富的現場募資經驗，進而建構出專門提供給大專院校社團募資的線上平台，除了是個創新的趨勢以外，更與目前市場上的募資平台有一個明顯的市場區隔，提升平台之附加價值。

## 2.發展策略

大專社團募資平台為一個線上募資平台，主要研發方向為專屬全台大專校院的社團進行募資的地方。平台行銷策略為透過各大線上網路社群媒體進行推廣，並積極結合各大校園進行行銷、宣傳等等行為，提供各個大專社團良好的募資支援。且平台上的運作機制皆以區塊鏈做為管制，以達到募資雙方安全與誠信為本。

## 3.機會與優勢

在募資計畫中，社團必須研擬專案內容與募資方案，向民眾說明募款用途、捐款選項與幫助的方式。而如何吸引民眾捐款，是社團在做計畫時重要的考量。中正大學社會福利學系三年級的李湘葳表示，在與機構接洽時剛好碰上機構的年度評鑑，內部人員因為事務繁忙，不太能即時回覆學生們的問題(中正E報，2018)。在社團進行募資時所耗費的時間與遇到的困難相當的多，但社團使用此平台進行募資，藉由網路傳播能夠更加的節省人力與時間，贊助人也能透過平台瀏覽專案，快速的了解社團所在進行的活動、金錢的流向，大大的提升民眾贊助意願，且本平台專為大專院校社團設計，結合交流互動等特性，促使社團及群眾雙方意見能夠及時反饋。在社團募資金額目標低於其他群眾募資所需的情況下，此平台相較現有其他平台會更適合社團募款，成為社團重要的助力。

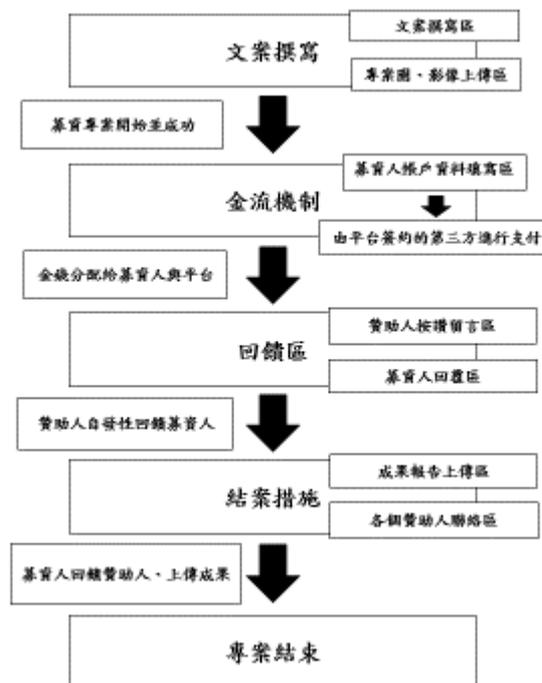


圖 3 平台規劃流程圖

## 第二節、大專社團募資平台雛形

### 一、大專社團募資平台雛形之應用

#### 1.提案申請

提案社團必須為符合學校認可之社團。並提供完整提案企劃書資料，所撰寫之專案企劃書須遵守平台內所規定之格式。包含：

- (1)專案名稱。
- (2)專案活動目的、摘要、介紹。
- (3)專案活動宣傳影片、圖像。
- (4)專案活動回饋。

#### 2.募資平台接收社團專案的申請

募資平台接收社團的專案並審核是否有符合平台規定。

- (1)符合規定之社團，平台將專案上傳至平台網頁並進行募資。
- (2)未符合規定之社團，平台將退回專案給提案社團。

#### 3.贊助人透過募資平台接收社團專案資訊

贊助人透過平台內的專案了解社團活動目的與內容。

- (1)贊助人對於活動有興趣並且進行贊助。
- (2)贊助人對於活動有興趣但不進行贊助，仍可對於活動表示支持，可在專案下方支持鍵點選表示支持此活動。
- (3)贊助人若對於活動沒有興趣，可選擇在下方回饋欄說明原因。

#### 4.社團募資期間

募資期間平台提供社團進行募資。

- (1)募資期限內社團達成所需募資金額，平台將收取 5%平台管理費，並透過第三方支付將募資金額匯款給社團。
- (2)募資期限內社團未達成所需要募資金額，提案社團將主動聯繫所有贊助人，並依照贊助人意願進行退款或轉贊助其他專案。社團募資失敗並不需付任何費用。

#### 5.回饋方式

依照社團的活動性質進行回饋。

舉例一：熱舞社成果發表達成募資金額，回饋贊助人成果發表門票與感謝函。

#### 6.結案報告

社團活動結束後上傳活動影片與相片，並分享活動心得與感想供贊助人觀看成果。

## 二、贊助人介面



圖 4 贊助人介面圖

## 三、募資人介面



圖 5 募資人介面圖

## 第三節、大專社團募資平台營運模式設計

### 一、營運模式設計

### 1. 社團與募資平台之關係

社團提交專案及影音圖像至募資平台上，募資平台審核社團是否符合平台規定。

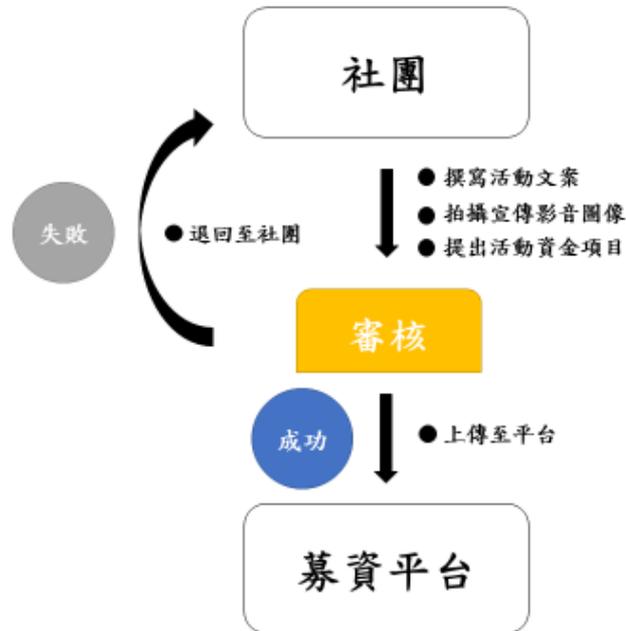


圖 6 社團與募資平台關係圖

### 2. 募資平台與贊助人關係

募資平台推廣吸引募資人前來贊助，贊助人瀏覽社團專案選擇是否要贊助。

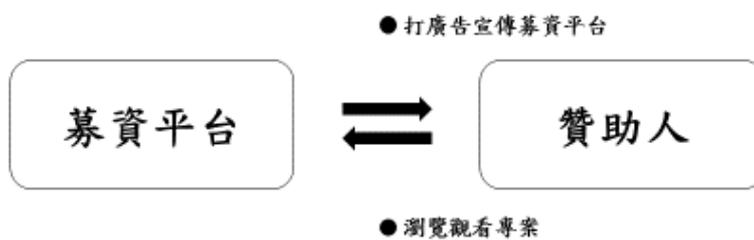


圖 7 募資平台與贊助人關係圖

### 3. 募資平台與第三方支付

募資平台與第三方支付簽訂條約。

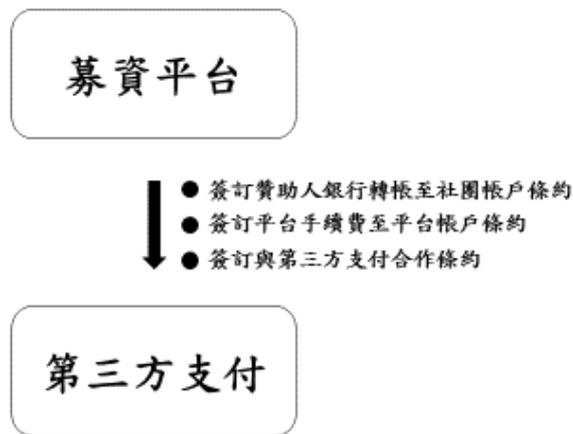


圖 8 募資平台與第三方支付關係圖

4. 贊助人與社團與第三方支付關係

- (1) 贊助人匯款贊助金至第三方支付，第三方支付接收贊助金。
- (2) 第三方支付匯款贊助金至社團，社團接收贊助人所贊助金額。

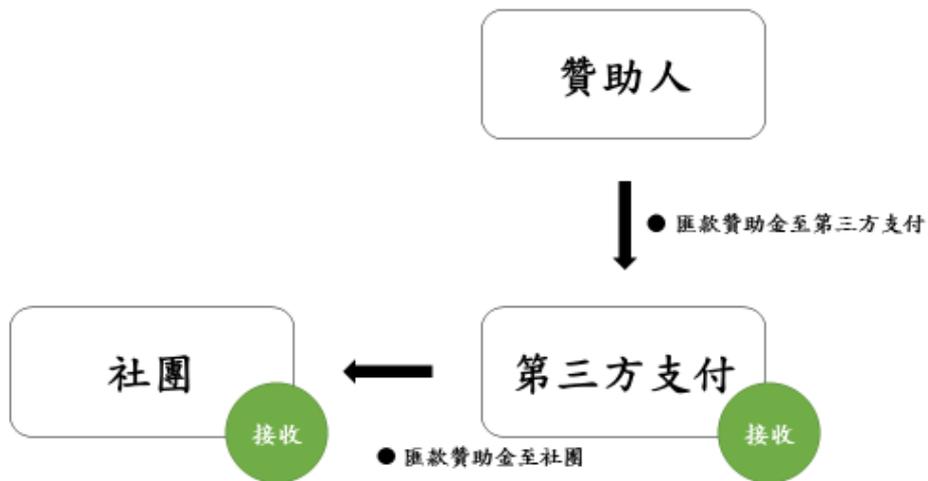


圖 9 贊助人、社團及第三方支付關係圖

5. 社團與贊助人關係

回饋與聯繫贊助人。

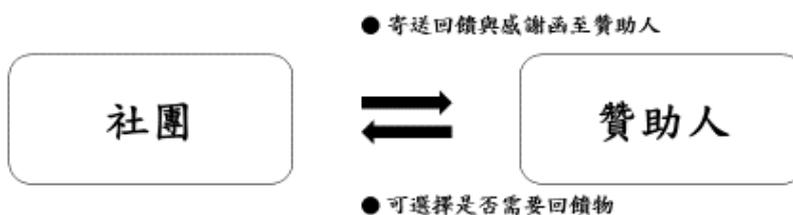


圖 10 社團與贊助人關係圖

二、完整營運模式圖

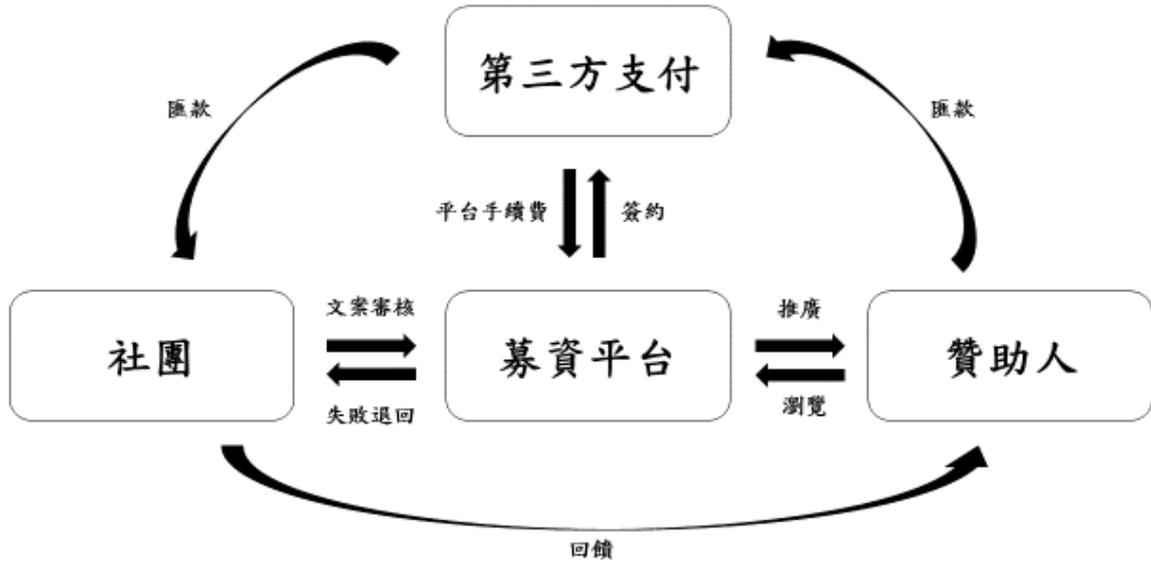


圖 11 完整營運模式圖

## 第五章、結論與未來展望

### 第一節、研究結論

本研究根據以上之文獻探討及問卷分析，經過彙整與討論後得知：

1. 目前無針對學生社團募資為主的平台
2. 學生進行募資活動時最主要的困難為缺乏募資管道
3. 大眾對學生社團活動還是保有不信任態度

由此更體現出「大專社團募資平台」的重要性，本研究以文獻結果和親自拜訪度度客驗證區塊鏈運用於募資平台能夠簡化交易流程，利用其特性完整保留資料，且不易竄改，解決網路上信任與資料價值的難題，作為本次主題開發之平台特色之一，架設專屬大專院校社團募資平台，提供社團新的募資管道，結合相關技術解決金流不透明等問題，提升學生社團可信度。

### 第二節、未來展望

本專題研究之大專社團募資平台因有配合使用區塊鏈的方式進行金流，因此金錢的去向足夠透明，除了能有效增加群眾對於大專社團活動的可信度以外，也能順利提升對於本次專題開發之平台的使用度。大專社團專案所需募資的金額通常不多，因此本平台收取之手續費也相對較低，對於大專社團使用本平台發起募資專案所需花費的成本來說，遠低於以現場方式所進行的拉贊行為，加上本主題中開發之募資平台裡的各項功能及營運特點，相信能大幅提升全台各個大專社團對於本平台的使用度，藉此進而發起更多專案，舉辦各式各樣的活動，增加校園生活色彩，而各個贊助人也能放心挑選自己感興趣的活動進行支持、贊助，不需擔心金錢白白流失又得不到回饋的問題，創造平台、募資方以及贊助方三贏的局面。且現已完成本募資平台之雛型，期望在不久將來能正式上架測試並使用，成為目前市場上所缺乏的以針對特定對象為目的經營之募資平台。

## 第六章、參考文獻

1. 游仲宇(2016)。從群眾募資看社會創新-以FlyingV為例。東海大學企業管理學系:碩士論文。
2. 蔡佩珊(2019)。影響社團參與滿意度之研究-以國立屏東科技大學為例。國立屏東大學教育學院文教事業經營碩士在職學位學程班:碩士論文。
3. 劉盈珮(2014)。影響群眾募資網站上贊助者出資意圖之因素。國立中山大學資訊管理學研究所:碩士論文。
4. 程凱(2016)。影響群眾募資成功可能性的因素。國立臺灣師範大學管理學院全球經營與策略研究所:碩士論文。
5. 黃愛玲(2007)。從關係行銷來探討非營利組織募款-以我國私立大學為例。東海大學行政管理暨政策研究所:碩士論文。
6. 劉則倫(2017)。台北市大學學生會行政部門之組織滿意度與組織公民行為研究。國立臺灣師範大學公民教育與活動領導學系:碩士論文。
7. 楊蕙宇(2018)。北區大學校院學生社團參與及自我認定關係之研究。國立臺灣師範大學公民教育與活動領導學系:碩士論文。
8. 柯朝塗(2017)。台灣公立高中職捐募策略之研究。國立嘉義大學教育學系:博士論文。
9. 林子娟(2016)。線上群眾募資平台消費者行為意願之研究。國立屏東大學行銷與流通管理學系碩士班:碩士論文。
10. 王笙(2015)。從台灣群眾募資專案探討其資源差異現況與競爭策略。國立臺灣師範大學國際與社會科學學院大眾傳播研究社:碩士論文。
11. 王冠翔(2018)。以區塊鏈為基礎之電子商務商業模式關鍵成功因素研究。國防大學管理學院資訊管理學系碩士班:碩士論文。
12. 楊開勻(2019)。應用區塊鏈技術驗證與儲存數位歷程資料。國立高雄科系大學海事資訊科技系暨研究所:碩士論文。
13. 沈家瑞(2018)。銀行業務導入區塊鏈技術之挑戰與策略-以國泰世華銀行為例。國立中山大學高階經營碩士班:碩士論文。
14. 劉繼元(2018)。應用區塊鏈技術於數位貨幣支付系統結合課程眾籌平台。國立台北

科技大學資訊與財金管理系碩士班:碩士論文。

15. 翁杰廷(2019)。區塊鏈技術於電子簽章法之相容性研究。國立政治大學法律科技整合研究所:碩士論文。
16. 林合懋、陳昭雄(2010)。我國大專校院學生社團發展:影響因素與期望落差。弘光學報63
17. ARON HACK(2020)。學生辦活動的痛，怎麼跟廠商拉贊助-數位行銷篇。取自 <https://aronhack.com/學生辦活動的痛-怎麼跟廠商拉贊助-概念篇/>
18. 曾建元(2015)。台灣大學生的社團參與經驗。取自 <https://www.peoplenews.tw/news/f48383fb-293c-49e9-bc4d-5c155fcce5e8>
19. 蕭瑟寡人(2016)。群眾募資的現實面貌:不是集資，而是行銷。取自 <https://www.inside.com.tw/article/5897-the-reality-of-crowdfunding-is-not-raising-funds-but-marketing>
20. 教育部人權教育諮詢暨資源中心(2019)。漫談學生組織與企業之合作。取自 <https://hre.pro.edu.tw/campus/4889>
21. 政大大學報(2020)。【網路募資正夯 群眾助青年圓夢二】募資困難重行銷成關鍵。取自 <https://unews.nccu.edu.tw/unews/專題紙本和完整版一樣%EF%BC%89/>
22. 傅觀(2019)。不只募資，也募影響力，度度客讓一群人一起成就好事。取自 <https://npost.tw/archives/53197>
23. Lydia(2016)。「區塊鏈」到底是什麼？專業懶人包在這裡。取自 <https://www.mile.cloud/zh-hant/what-is-blockchain/>
24. 林佳賢(2018)。不懂技術沒關係！圖解告訴你區塊鏈可以這樣用。取自 <https://www.cw.com.tw/article/article.action?id=5090842>