

致理科技大學

商務科技管理系 實務專題報告



wanay部落平台以志工服務為例

學生：哈娜吉露 (10933119)

謝昕霓(10933129)

張凱傑(10933137)

呂紹麒(10933140)

中華民國 112 年 11 月

致理科技大學

商務科技管理系 實務專題報告

wanay部落平台以志工服務為例

學生：哈娜吉露 (10933119)
謝昕霓(10933129)
張凱傑(10933137)
呂紹麒(10933140)

本成果報告書經審查及口試合格特此證明

指導老師（親簽）：_____

中華民國 112 年 11 月

CTM 實務專題研究授權書

本授權書所授權之實務專題研究為

wanay 部落平台以志工服務為例 共 4 人，

在致理科技大學商務科技管理系 112 學年度第 1 學期完成商管實務專題。

商管實務專題名稱：

wanay 部落平台以志工服務為例

同意 不同意 本組同學共 4 人，皆同意著作財產權之論文全文資料，授予教育部指定送繳之圖書館及本人畢業學校圖書館，為學術研究之目的以各種方法重製，或為上述目的在授權他人以各種方法重製，不限地域與時間，惟每人以一份為限。

上述授權內容均無須訂立讓與及授權契約書。依本授權之發行權為非專屬性發行權利。依本授權所為之收錄、重製、發行及學術研發利用均為無償。上述同意與不同意之欄位若未勾選，該組同學皆同意視同授權。

指導教授姓名(親筆正楷)：

專題生簽名(親筆正楷)：

學號：

專題生簽名(親筆正楷)：

學號：

專題生簽名(親筆正楷)：

學號：

專題生簽名(親筆正楷)：

學號：

中華民國 年 月 日

誌謝

為了讓這篇論文順利完成，首先我們要衷心感謝我們的指導老師陳明郁老師。這個專題從無到有，多虧陳老師不辭辛勞地幫助我們檢查並提供論文修改建議。無論是在作業或專題方面，陳老師都非常耐心地給予我們寶貴的建議，讓我們在過程中不斷發現問題和答案。陳老師對論文的撰寫方式非常開放和自由，給予我們無限的發揮空間，同時也對進度和研究的嚴謹性表現出高度的關注。我們真的非常感謝陳老師給予我們的各種指導和教誨。

接下來，要衷心感謝專題組的各位成員，感謝你們在這段時間內對專題的認真和不懈努力。在這個過程中，雖然我們曾經遇到矛盾和不悅，但我們慢慢地進行磨合，互相提供建議並給予支持。我要感謝大家在這段時間內所表現出的耐心、體諒和奉獻的時間。從最初是不同的組員，變成了這次專題的主要成員，一同走過這段旅程，促成了這篇論文的誕生。最後，我們也要感謝所有曾經幫助過我們的人，因為有了這些幫助，我們才能順利完成。

摘要

原住民族群一直是受關注和討論的，而有些地方族群的部落並未讓許多人發覺這裡的特別，同時也需要幫助。本團隊與花蓮新社部落在緣份交織下，看見部落的環境在沒有組織與團體的管制下，公共空間未受到保護，也容易造成環境髒亂以及破壞的其中原因。

團隊設計一個「wanay 部落平台」以志工服務來為維護部落的關鍵媒介，並透過平台來號召志願者帶動部落環境的宣導與實踐。此 App 平台的重要特點是結合生態保育和可持續發展的概念，志工分為兩種類型：大學生志工者和一般志工。我們之所以這樣劃分，是為了在大學生志工中推動 USR 計畫，以促進社會責任教育和學生參與社會公益活動。而一般志工則對所有身份的民眾開放，使更多人能夠參與志工服務。這些志工活動還融合了 SDGs 的理念，特別注重保護陸域生態，以實現社區和環境的可持續發展。在保有文化產業的發展及生態環境的前提下，解決部落問題而設計出這樣的應用程式。

「wanay 部落平台」希望帶給參與志工的參與者因體驗感受到新社部落的文化知識和美景，若不是參與志工的民眾，也能在 App 上認識新社部落的相關故事文化以及提供援助，結合科技的工具，不僅能改善部落的環境質量和提升居民的生活品質，還能夠同時保護和弘揚部落的傳統文化以及環境，確保其持續蓬勃發展。

關鍵字：原住民、志工服務、SDGs、APP、USR 計畫

目 錄

CTM 實務專題研究授權書	i
誌 謝	ii
摘 要	iii
目 錄	iv
圖目錄	vii
表目錄	viii
第一章 緒論.....	1
第一節 研究目的.....	1
第二節 研究動機.....	1
第二章 文獻探討	2
第一節 原住民	2
第二節 志工服務	2
第三節 SDGs	3
第四節 APP	4
第五節 USR 計畫	5
第三章 研究方法	6
第一節 問卷	6

第二節 訪談	6
第三節 研究限制	7
第四章 研究結果	7
第一節 發展方案	7
第二節 深度訪談結果	8
第三節 量化研究	9
第四節 系統架構	10
第五節 App Logo 設計理念	11
第六節 畫面說明	12
第七節 營運模式	18
第五章 產業情報分析	19
第一節 大環境趨勢情報分析	19
第二節 五力分析	20
第三節 競爭者分析	21
第四節 消費者情報分析	21
第五節 市場目標定位分析	23
第六章 行銷策略	25
第一節 產品策略	25
第二節 價格策略	25
第三節 宣傳促銷策略	25

第四節 通路策略	26
第五節 人員訓練策略	26
第六節 有形展示策略	26
第七節 服務流程策略	27
第七章 結論與效益	27
第一節 結論	27
第二節 效益說明	27
參考文獻	29
附錄一：	31

圖 目 錄

圖 1 問卷調查結果	10
圖 2 問卷調查結果	10
圖 3 系統架構圖	10
圖 4 App Logo 圖	11
圖 5 營運模式圖	18
圖 6 五力分析	20

表 目 錄

表 1 受訪者資訊	6
表 2 編碼規則	7
表 3 系統詳細介面表	12
表 4 集資改造專區介面表	13
表 5 活動專區介面表	14
表 6 志工專區介面表	16
表 7 設定系統介面表	17
表 8 大環境趨勢情報分析(PEST).....	19
表 9 競爭對手情報分析表	21
表 10 SWOT 分析	22
表 11 目標市場	24