



致理科技大學

資訊管理系專題報告

運動彩券線上經營之研究

Research on online sports lottery
operations

專題生：

60910190 李昇恩、609101A4 林昀輯

61010103 劉彥男、60910186 余嘉恩

61010121 黃偉傑

指導教授：曹祥雲

中華民國 113 年 5 月

致理科技大學

資訊管理系

畢業專題

運動彩券線上經營之研究

一一二學年度

致理科技大學

授權書

本授權書所授權之專題報告在致理科技大學

學年度第 112 學期所撰寫。

專題名稱：運動彩券線上經營之研究 Research on online sports lottery operations

本人具有著作財產權之論文或專題提要，授予致理科技大學，得重製成電子資料檔後收錄於該單位之網路，並與台灣學術網路及科技網路連線，得不限地域時間與次數以光碟或紙本重製發行。

本人具有著作財產權之論文或專題全文資料，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，或為上述目的再授權他人以各種方法重製，不限時間與地域，惟每人以一份為限。並可為該圖書館館藏之一。

本論文或專題因涉及專利等智慧財產權之申請，請將本論文或專題全文延至民國 年 月 日後再公開。

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, 本人同意視同授權)

同意 不同意

學生簽名：

(親筆正楷簽名)

指導老師姓名：

(親筆正楷簽名)

中華民國 113 年 5 月

摘要

專題報告名稱：**運動彩券線上經營之研究** Research on online sports lottery

頁數：總頁數

校系別：致理科技大學資訊管理系

完成時間：112 學年度第 1 學期

專題生：李昇恩、林昀輯、劉彥男、余嘉恩、黃偉傑

指導教授：曹祥雲

關鍵詞：運動彩券、世足賽、球版、線上投注、投注動機、公益、生活樂趣、網站改善、資源豐富性

運動彩券越來越熱門，包含棒球、籃球、足球、網球、羽球、冰球、美式足球、賽車、高爾夫、撞球等超過 10 種運動項目、20 種玩法供消費者投注，玩法非常多元也非常有趣，不僅可以當成娛樂增加生活樂趣，政府也把運動彩券的收益拿來造福社會，是個不錯的娛樂項目。運動彩券的起源、行銷模式、投注方式、營收用途、世足賽人數暴增原因是我們接下來要探討的。

本研究結果顯示，線上運動彩票消費者主要為男性，尤其以 26 至 35 歲的年齡層為主。在投注動機方面，大多數消費者將線上投注視為娛樂和生活樂趣的一部分，被歸類為「娛樂驅動者」。此外，部分消費者被好奇心驅使，而少數將投注視為潛在的收入來源，被歸類為「好奇心驅使者」和「收入來源導向者」。至於投注線上運動彩券時的行為傾向，使用者主要關注新的投注項目和活動，並希望能夠即時獲得相關資訊。此外，他們將參與線上運動彩券視為增加生活樂趣的一種方式，並期待能夠獲得第一手的訊息。這些結果表明，消費者在參與線上運動彩券時的動機和行為傾向是多樣的，且多受到娛樂和生活樂趣的驅使。

基於研究結果，我們提出了一些建議。首先，提升線上投注網頁的便利性和資訊呈現，包括簡化首頁版面、提供快速投注選項、清晰的資訊呈現等。其次，增加投注網頁的資訊豐富性，例如提供隊伍和賽事分析工具、線上賽事直播功能、社群互動平台等。這些改進將有助於提高使用者的參與度和滿意度，進而促

進台灣運動彩券的發展。

儘管目前對於台灣運動彩券線上投注的研究相對有限，主要集中於經營模式和族群分析等方面，但未來的研究可以擴展至更多層面，以深入理解消費者行為和平台功能的需求。這將有助於進一步改進投注平台，提供更好的服務，解決相關議題，並推動台灣運動彩券產業的發展。

ABSTRACT

Thesis Title : **Research on online sports lottery operations**

Pages :

University : Chihlee University of Technology

Graduate School : Department of Information Management

Date : April, 2016

Degree : Master

Researcher :

Advisor :

Keywords : List 3-5 keywords in *Italic style* and separate with comma

Start writing abstract from here.

誌謝

於本專題研究完成時，組員們也將完成身為大學生所應盡的其中一項里程碑，在這邊我們全體組員必須感謝本專題進行時，提供協助的所有人員。

首先，感謝專題指導老師 曹祥雲 老師，提供建議協助完成本專題研究之開發，時刻提醒敝班學生專題期程，以及專題所需繳交之資訊，並給予敝組組員即時的幫助與鼓勵。使我們專題順利進行。在這邊我們對 曹祥雲 老師獻上萬分的謝意。

再來，感謝所有組員們盡心盡力、同心協力完成本專題研究，尋找相關資訊、撰寫專題論文文案、蒐集分析問卷調查。在編譯軟體的過程中，提出了各自的創意想法，才能順利完成本專題研究。在此獻上最大的感謝。

李昇恩、林昀輯、劉彥男、余嘉恩、黃偉傑 謹致
致理科技大學 資訊管理 學士班
中華民國 113 年 5 月

目錄

摘要	I
ABSTRACT	III
誌謝	IV
目錄	V
圖目錄.....	VI
第壹章 緒論	1
第一節 運動彩券行銷策略.....	5
第二節 不同性別及年齡層行銷策略.....	6
第三節 精準行銷	6
第四節 世足賽人數暴增.....	7
第五節 運動彩券跟球版比較.....	9
第貳章 文獻回顧與探討	10
第一節 運動彩券的介紹.....	10
第二節 實體通路與虛擬通路之比較.....	12
第三節 國外運動彩券的比較.....	14
第參章 研究方法.....	17
第一節 研究設計與架構.....	17
第二節 變數測量	17
第肆章 資料分析與結果	22
第一節 分析方案	22
第二節 資料背景分析.....	24
第三節 會員轉換率分析.....	26
第伍章 台灣運動彩券網路經營模式之改良.....	28
第一節 分析結果	28
第二節 台灣運動彩券線上投注改善建議.....	29
第陸章 結論與建議.....	30

圖目錄

圖 3--1 觀念性研究架構.....	17
圖 4--1 年齡層分佈表格圖.....	23
圖 4--2 年齡層占比圖.....	23
圖 4--3 會員性別占比表格圖.....	25
圖 4--4 會員性別投注占比表格圖.....	25
圖 4--5 新會員性別占比表格圖.....	26
圖 4--6 轉換率分析.....	26

第壹章 緒論

運動彩券研究動機：

運動彩券自 1997 年 5 月開始在我國發行至今，已成為一個具有數年歷史的制度，為國人提供了一個合法且健康的投注管道。除了其作為打擊非法賭博的角色外，更具有發掘、培訓及照顧運動人才的長遠目標。運動彩券的銷售收入被固定比例撥入國家運動發展基金，成為政府發掘、培訓及照顧運動人才的重要財政支持來源。我們的研究動機在於透過努力，使運動彩券的購買更簡便、更有趣。

此外，我們將針對國人普遍喜愛的棒球、籃球、足球、網球、高爾夫球、賽車及撞球等運動，以貼近生活、簡單輕鬆、生動有趣以及方便安全的方式，提供賽事資訊以及投注服務。我們希望透過我們的研究成果，讓更多的社會大眾能輕鬆分享運動賽事資訊以及運動彩券投注的樂趣。透過實際行動，支持自己喜愛的運動賽事、球隊、球員及選手，同時增進個人生活情趣，並為國內運動彩券及運動產業注入活力，協助政府達成「健康國民、卓越競技、活力臺灣」的政策目標。

運動彩券研究限制：

進行對我國運動彩券的研究雖具有重要意義，但也面臨一些限制。首先，我們可能會受到資料取得的限制。運動彩券相關的數據可能受到政府或運動彩券發行機構的保密政策限制，或者存在於不易取得的資料庫中，這將對我們進行深入研究帶來困難。其次，受限於技術水平，我們可能無法開發出更簡單且有趣的運動彩券購買方式，或無法實現與運動彩券相關的技術創新，這將對我們的研究範圍和成果產生限制。此外，倫理方面的考量也是一個重要的限制因素。在進行運動彩券相關研究時，我們需要確保研究過程中不涉及任何不當行為，並保護參與者的隱私和權益。總之，這些限制將影響到我們對運動彩券的研究深度和廣度，需要我們在研究設計和執行過程中加以克服和解決。

運動彩券是：

- **賭博概念：**運動彩券是博彩的一種形式，參與者在體育比賽的結果上進行賭博。他們通常下注一筆金額，如果他們的預測正確，就有機會贏得獎金。賭博的結果取決於比賽的實際結果。

- **不同的運動：**運動彩券可以與各種體育相關，包括足球、籃球、棒球、賽馬、田徑、高爾夫、拳擊等。不同的地區和文化可能偏好不同的體育。

- **賭注類型：**參與者可以進行各種不同類型的賭注，例如預測比賽的贏家、比分、得分者、特定事件的發生等。

- **彩券提供商：**通常，運動彩券由彩票提供商、博彩機構或網絡博彩平台提供。參與者可以購買彩券或下注，並在提供商設定的規則下參與博彩。

- **風險和獎金：**參與運動彩券賭博存在風險，參與者可能會失去他們下注的金額。然而，如果他們的預測正確，他們可以贏得獎金，並根據下注的金

額和賠率來支付。

- **合法性和法律規定：**運動彩券的合法性和法律規定因地區而異。一些國家和地區完全合法化並規管運動彩券，而其他地方可能禁止或限制這種形式的博彩。

- **社會和娛樂價值：**除了賭博，運動彩券也具有社交和娛樂價值。它可以增加觀看體育比賽的樂趣，讓參與者參與並共享他們的預測。

需要注意的是，參與運動彩券賭博應該謹慎進行，不應視為獲利的可靠方式，而應視為一種娛樂形式。合法性和風險因地區和彩券提供商而異，因此在參與之前，您應該瞭解當地法律法規並謹慎考慮。

近年來，隨著運動休閒產業的盛行，許多的國民開始參與休閒運動，而運動產業可追溯源於二十世紀，當時美國的運動產業在短短的一年內便迅速的成長；另外，在英國不論是運動觀賞者或參與者，都願意花費更多的金錢在運動消費上。在亞洲，許多的研究也指出運動產業正逐漸發展中。由此可見，全球的運動產業已蓬勃的發展且也引起社會大眾廣泛的關注，運動休閒的消費已慢慢變成人們生活中的一部份。

運動彩券日漸盛行，越來越多的人購買運動彩券，對於運彩公司而言，能提升營業額；而對體育轉播業來說，能有效提升運彩銷售額可能使運動轉播收視率提高；若運動觀賞的提高亦可能提升運動的參與行為，也能使運動更普及，且從許多國家發行運動彩券得知，運動彩券之收益可為國家增加政府稅收、籌措體育經費、發展公共建設等方面，皆有極大的成效。

運動彩券是投注標的為某一場體育賽事的彩券，台灣地區運動彩券的發行始於 2008 年，直到 2009 年 7 月才訂定《運動彩券發行條例》。原《公益彩券發行條例》規定「各種公益彩券發行之盈餘專供政府補助國民年金、全民健康保險準備及社會福利支出之用」，未能如體育界預期將其發行盈餘挹注國家體育運動發展，為了力求發行盈餘能供台灣體育界發展，因此更改此條例。

運動彩券屬於運動產業的延伸商品，因此需要有人購買，才能達到體育運動發展、推廣運動風氣及經濟發展之提升。而民眾購買彩券的動機大多是認為自己有賭運或有好運氣、高額頭彩獎金、親戚朋友都在購買、看到廣告而購買、彩券盈餘分配目的為推廣公益、運動發展、相信發行單位具公信力等原因是最大的驅使力量。消費者購買彩券是根據運動比賽過程中觀察，來分析並蒐集相關的賽事統計數據，作出決策消費行為。倘若消費者不熟悉此運動，投注中獎率就會降低，而且消費動機也將隨之下降，因此運動觀賞可能成為運動彩券消費者所高度需求與關注的焦點而參與其中。根據運動電影觀賞體驗與運動態度之研究結果顯示，大專校院學生運動電影觀賞體驗與運動態度間有正向的顯著關係，因此從中可以發現除了運動觀賞程度的高低會影響其彩券的購買意願之外，也會影響個人的運動態度。

而擁有良好的的運動態度亦會去影響個人的運動行為，欲增強運動態度，必須藉由思考以表達態度的行為，以直接的經驗、先前的經驗或與自身密切相關而形成態度。態度是行為的心理因素，是對某事物所抱持穩定的價值觀，會影響個人的行為與活動。因此，良好運動行為的產生需要有正向的態度，以維持個人對運動的熱忱。且行政院體育委員會自 1997 年成立以來，積極於推動民眾養成規律之運動習慣，希望民眾能夠藉由參與運動過程中更了解運動知識與正確的運動態度。

綜合以上論述，民眾會因為各種原因而購買運動彩券，也有許多學者探討運動觀賞與運動態度、運動觀賞和運動參與行為兩者間之研究，卻很少有研究探討運動觀賞、運動態度、運動參與行為三者之間的關係，而運動觀賞是否影響民眾的運動態度與運動參與行為？且從上述文獻當中可以得知運動彩券在政府發展體育的推行政策上有很大的幫助，因此，運動觀賞若能有效地影響運動彩券消費者的運動態度與運動行為，並進而提升國民的運動水準，那麼運動彩券就有其存在及發展的必要性。本研究欲以運動彩券消費者為研究對象，來了解運動彩券消費者的觀賞行為是否會影響民眾的運動態度及運動行為的關係。

- 購買運動彩券的益處：
 - **娛樂性**：運動彩券提供了一種刺激的娛樂方式，讓參與者更加關注和投入體育比賽。這增加了比賽的樂趣，讓人們更有興趣觀看比賽。
 - **參與感**：運動彩券讓參與者參與體育比賽，即使他們不是運動員或球迷。它給人們一種參與和參與的機會，使比賽更具意義。
 - **獎金機會**：參與者有機會贏得獎金，這是一個吸引人的方面。成功的預測可以帶來實際金錢回報，並增加了參與的激勵。
 - **多樣性**：運動彩券通常涵蓋各種不同的體育比賽，從足球到籃球、賽馬和更多。這使參與者有更多選擇，可以參與多種不同比賽。
 - **知識和分析**：參與者可以使用他們的知識和分析技能來做出預測。這鼓勵人們深入了解比賽和球隊，並提高了他們的體育知識。
 - **社交互動**：參與者可以與朋友、家人或其他彩券愛好者分享他們的預測和比賽討論。這可以增強社交互動和建立共同興趣。
 - **促進觀看比賽**：參與者可能更有動力觀看比賽，因為他們對比賽的結果有利益。這有助於提高體育比賽的觀看率。
 - **全球性**：一些大型體育比賽，如世界杯和奧運會，具有全球性的吸引力，使運動彩券具有國際性的參與。
 - 然而，參與運動彩券也應該謹慎，因為賭博存在風險，可能會對個人財務和心理健康造成不良影響。因此，重要的是要負責任地參與運動彩券，並將其視為娛樂和休閒活動，而不是賺錢的方法。同時，合法性、社會責任和風險管理也應該是運動彩券提供商的關注重點。

購買運動彩券壞處：

- **賭博成癮**：賭博成癮是參與運動彩券可能面臨的主要風險之一。人們可能陷入賭博的困境，導致財務困難、家庭問題和心理健康問題。
- **財務損失**：參與者可能會失去大筆金錢，特別是如果他們未能控制賭注的金額和頻率。過度投入賭博可能對個人和家庭的財務狀況造成嚴重損害。
- **沒有保證的獎金**：贏得運動彩券的機會往往非常低，因此參與者可能花費大量金錢卻沒有確定的回報。許多人可能永遠不會中獎。
- **不道德行為**：在一些情況下，賭博可能導致不道德行為，例如賄賂運動比賽或參與非法賭博活動。這損害了體育的公平性和誠實性。

- **對家庭和個人關係的負面影響：**賭博成癮可能對家庭和個人關係造成嚴重破壞。父母、配偶和子女可能會受到賭博問題的影響。
- **社會壓力：**壓力來自賭博虧損可能導致焦慮、抑鬱和其他心理健康問題。參與者可能感到不斷擔憂金錢問題。
- **未成年參與：**未成年人可能參與運動彩券，這是不道德且可能非法的行為。保護未成年人不參與賭博是非常重要的。
- **失去控制：**對於一些人來說，賭博可能導致失去對自己行為的控制。他們可能不再能夠自主停止參與。
- **合法性問題：**在某些國家和地區，賭博法律不明確或不合法，因此參與運動彩券可能會面臨法律問題。

總之，運動彩券可以是一種娛樂和休閒方式，但它也存在風險，特別是對於那些不謹慎參與的人。重要的是要明智地參與，設立賭博預算，並遵守相關的法律法規。賭博成癮是一個嚴重的問題，需要及早識別和處理。

第一節 運動彩券行銷策略

- **目標市場分析：**首先，了解您的目標市場是誰。研究您的潛在參與者，包括他們的興趣、年齡、性別、地理位置等。這將幫助您更好地定位和定制您的行銷活動。
- **多渠道宣傳：**使用多種營銷渠道，包括網站、社交媒體、廣告、電子郵件、博客、新聞稿、廣播、合作夥伴營銷等。確保您的行銷信息能夠到達您的目標受眾。
- **社交媒體行銷：**社交媒體是一個強大的行銷工具，可以幫助您建立社群，與參與者互動，分享有關比賽和賭注的信息，並提供促銷和獎勵。
- **內容行銷：**創建有價值的內容，如賭注分析、比賽預測、體育資訊等，以吸引和保留參與者。這有助於建立您的業務作為可信賴的資訊來源。
- **促銷和特別活動：**提供促銷和特別活動，如免費賭注、存款獎金、VIP會員計劃等，以吸引新參與者並激勵現有參與者。
- **品牌建立：**建立一個強大的品牌形象，包括標誌、標語和識別。一個獨特且易識別的品牌可以幫助您在市場上脫穎而出。
- **移動應用程式：**如果您的運動彩券業務具有線上平台，則開發移動應用程式可以提供方便和即時的參與體驗。確保您的應用程式易於使用和導航。
- **客戶支援和回應：**提供優質的客戶支援，解答問題並處理投訴。積極回應參與者的需求和反饋。
- **數據分析：**使用數據分析工具來追蹤行銷活動的效果，了解哪些策略最有效，以便調整和改進您的行銷策略。
- **合作夥伴營銷：**與體育聯盟、球隊、體育網站或其他相關合作夥伴建立合作，以擴大您的受眾和增加知名度。
- **社會責任和宣傳：**強調您的運動彩券業務的社會責任，包括鼓勵負責任的博彩和提供賭博問題支援。
- **持續改進：**根據反饋和市場變化，持續改進您的行銷策略，以確保它們保持有效。

成功的運動彩券行銷策略是一個動態的過程，需要不斷評估和調整。這些

策略應該根據您的目標市場、競爭環境和目標市場的需求來定制。

第二節 不同性別及年齡層行銷策略

針對不同性別的行銷策略：

男性：

- 強調競爭性和知識：男性可能對運動比賽有較強的興趣，因此可以提供有關運動隊伍、球員和比賽的深入資訊，以吸引他們。
- 特別促銷和獎金：提供男性喜愛的運動項目的特別促銷和高額獎金，以吸引他們參與。

女性：

- 強調娛樂和社交性：女性可能更傾向於參與有趣的遊戲和社交活動，因此可以提供有趣的運動彩券遊戲和社交互動的選項。
- 聯繫健康和公益：結合運動彩券活動與慈善或健康促進，吸引女性參與。

針對不同年齡層的行銷策略：

青少年：

- 使用數位和社交媒體：青少年通常更喜歡使用數位平台，因此可以透過行動應用程式、社交媒體和網絡宣傳來推廣運動彩券。
- 開發有趣的遊戲和挑戰：創建有趣的彩券遊戲和挑戰，以吸引他們參與。

成年人：

- 強調經濟效益：成年人可能更關心金錢，因此可以強調運動彩券的潛在獎金和經濟效益。
- 提供多元化選擇：為成年人提供不同類型的運動彩券遊戲，讓他們根據自己的興趣選擇。

老年人：

- 強調娛樂和社交：老年人可能更注重娛樂和社交，因此可以提供簡單且有趣的遊戲，並鼓勵他們參與與家人和朋友的社交活動。
- 提供便利性：讓老年人容易購買和兌獎，包括提供網上購買和兌獎選項，並提供充分的客戶支持。

無論目標客戶群體是誰，了解他們的需求和喜好，以創建有吸引力的運動彩券行銷策略，這有助於提高參與率並提高業績。同時，需要遵循當地法律和監管要求，以確保合法運營。

第三節 精準行銷

- 目標受眾分析：了解潛在彩票購買者的特征和行為，包括年齡、性別、

地理位置、興趣愛好等。這有助於您確定目標受眾，以便有針對性地進行市場活動。

- 數據分析和預測：使用數據分析工具，識別潛在購買者的購買模式和偏好，以便預測他們可能感興趣的比賽或彩票遊戲。

- 個性化推廣：基於目標受眾的興趣和行為，制定個性化的廣告和宣傳活動。這可以包括通過社交媒體廣告、電子郵件營銷或短信營銷等方式傳達相關信息。

- 利用社交媒體：社交媒體平台是與潛在購買者互動和宣傳彩票遊戲的有效途徑。創建有趣的內容、投放廣告並與受眾互動可以增加知名度和參與度。

- 促銷活動：為吸引更多購買者，可以提供限時促銷活動，例如折扣、獎金或免費票券。這有助於刺激購買者的興趣。

- 合作夥伴關係：與體育賽事、體育團隊或其他相關品牌建立合作夥伴關係，共同推廣彩票遊戲。這有助於提高知名度，並吸引相關領域的受眾。

- 積極反饋和獎勵：對於經常購買彩票的忠實客戶，提供積極反饋和忠誠度計劃。這可以包括獎金、免費票券或其他獎勵。

- 教育和信息：向潛在購買者提供關於彩票遊戲規則和機會的教育和信息。這有助於降低購買者的不確定性，增加他們的參與度。

精準行銷應該遵守法律和道德準則，並確保廣告和宣傳活動不誤導或欺騙潛在購買者。同時，保護購買者的隱私是非常重要的。

第四節 世足賽人數暴增

2022 年卡達世界盃足球賽隨著疫情解封，成為全球關注運動賽事，在全民共同參與感受世足賽的熱情下，本屆賽事台灣運動彩券銷售金額累積達新臺幣 104 億元，創下破百億佳績，較上屆 2018 年俄羅斯世足賽銷售額 70 億元，成長 48%。教育部體育署表示本屆世足賽 64 場賽事挹注運動發展基金超過 10 億元，成為國家體育發展的重要助力。

台灣運彩在本屆世足賽首次規劃 64 場賽事全面提供單場及場中投注，且儘早開盤以提前暖身。此外，更提供冠軍及特別項目共 23 種投注玩法，包含：預測冠軍、晉級球隊、金靴獎得主、金球獎得主及金手套獎得主等多項玩法，提升投注動能，吸引民眾關注度。隨著媒體持續報導世足賽小組賽、16 強淘汰賽階段的爆冷新聞，以及亞洲球隊力爭上游的討論熱潮中，更帶動整體銷售熱潮，如：阿根廷首戰敗給沙烏地阿拉伯、日本 2：1 擊敗德國、南韓踢和烏拉圭等，使得本屆小組賽階段話題不斷，刺激買氣銷售已達 42 億元，相上屆同期成長近 80%。

為因應世足賽期間運彩官網穩定運作，本署責成台灣運彩公司預為規劃採取相關因應措施，並於世足賽期間加強網頁引流功能、導流新手會員避免停留時間過長、升級運彩官網主機 CPU、調整派彩作業流程等多項措施，加速網頁處理，以保障民眾投注權益。然本屆世足賽期間，運彩官網新會員申請數急劇暴增，網路會員總數自 103 年開通至今年 11 月 18 日近 22 萬人，然 11 月

19 日後急速增加累積申請量超過 25 萬人；線上會員同時大量湧入，爰線上投注金額顯著增加，高達 22 億元，相較上屆世足賽 7 億元達 3 倍以上，台灣運彩公司對網路瀏覽量大增，採取相關措施以維持網站正常運作，已有明顯紓緩成效。

消費者陸續分享以小金額投注抱回高額獎金，以及台灣運彩推動各式宣傳及促銷持續炒熱話題，吸引各家媒體熱烈報導，並輔以 4 位東奧選手演出的運彩公益廣告播放，成功吸引了消費者目光，提升消費者整體投注及購買意願。

此番熱潮最終在總冠軍戰達到高點，尋求衛冕的歐洲傳統強隊法國隊與球星梅西壓陣的南美強權阿根廷隊，兩隊對戰吸引眾多消費者投注，歷經 2 個多小時賽事後，最後阿根廷從 PK 賽中脫穎而出，阻斷法國連莊拿下大力神盃，精彩賽事更使總冠軍戰運彩銷售達 11 億元，再度刷新台灣運彩單一賽事銷售紀錄。

教育部體育署表示，111 年運動彩券截至目前累計銷售 586 億元，其中世足賽期間投注已累計銷售 104 億元，盈餘挹注運動發展基金逾 58 億元，即每銷售 100 元就有約 10 元挹注至運動發展基金，成為我國體育運動推展的財源支柱，作為政府培育、照顧運動人才、推展學校體育、型塑全民運動風氣、辦國際體育賽事及協助運動產業發展之用，成為國家體育發展的重要助力。

- **世界杯的全球吸引力：**世界杯足球賽是世界上最大的體育盛事之一，吸引著全球觀眾的關注。許多人對世界杯的比賽感興趣，並希望參與其中，因此運動彩券在這一時期變得非常受歡迎。

- **增加的賭注機會：**世界杯期間，通常會提供大量的賭注機會，包括預測比賽的結果、射手榜、小組賽排名等。這增加了參與運動彩券的吸引力，因為參與者可以進行多種賭注。

- **社交媒體和互聯網：**社交媒體和互聯網使人們更容易獲得有關世界杯比賽的信息和賭注建議。參與者可以分享他們的預測、參與討論，並從專業分析師和其他參與者的建議中受益。

- **全球化的參與：**運動彩券提供商通常在世界杯期間積極推廣，並吸引全球參與者。這使得世界各地的人都可以參與世界杯運動彩券，而不僅僅是主辦國的參與者。

- **娛樂和社交因素：**世界杯是一個具有社交性質的比賽，人們經常與朋友、家人和同事一起觀看比賽，分享預測，建立友誼。這種社交互動可以增加參與運動彩券的樂趣。

- **國家自豪感：**世界杯激發了參與者對自己國家的自豪感，他們希望支持自己國家隊並為之加油。運動彩券提供了一種方式，可以進一步參與並為自己國家隊的表现感到自豪。

總的來說，世界杯足球賽的全球吸引力、娛樂性、賭注機會和社交因素使運動彩券在這一時期的參與人數暴增。這也提供了參與者一個機會，以更深入地參與和享受這一全球體育盛事。

第五節 運動彩券跟球版比較

運動彩券：

- 官方運營：運動彩券通常是由政府或官方機構經營的合法博彩活動。例如，在台灣，台灣體育彩券公司（TSLC）是負責運營運動彩券的唯一官方機構。
- 多種運動：運動彩券涵蓋多種體育比賽，包括足球、籃球、棒球、賽馬等。參與者可以在不同的體育項目中下注。
- 簡單賭注：參與者通常下注的方式相對簡單，可以預測比賽的結果、分數等。賠率和賠款計算在購買彩券時已經確定。
- 參與範圍有限：運動彩券的參與範圍通常受限於特定地區或國家，並受到當地法律法規的監管。

球版：

- 非官方或網絡環境：球版通常是在非官方網站或在網際網絡上運營的博彩形式，它不像運動彩券那樣由官方機構經營。
- 多種運動：球版也可以涵蓋多種體育比賽，但由於它們通常由私人或網站經營，參與者可以在更多不同的體育項目中下注。
- 複雜的賭注：球版通常提供更多種賭注選擇，包括大小球、半場/全場、單雙數、特殊事件等。賠率可能因網站而異，並根據下注情況即時變動。
- 全球性：球版在網際網絡上運營，因此它的參與範圍可以橫跨多個國家和地區。這使得參與者可以參與來自世界各地的體育比賽。

第貳章 文獻回顧與探討

第一節 運動彩券的介紹

(一)運動彩券起源

運動彩券，簡稱**運彩**，是中華民國合法授權的體育投注彩券，依該國《運動彩券發行條例》發行，由主管機關公開甄選發行機構負責發行。台灣運動彩券自 2008 年 5 月起發行，第一屆發行期間為 2008 年至 2013 年，第二屆發行期間為 2014 年至 2023 年。第一屆運動彩券發行機構為台北富邦銀行，經營受委託機構為運彩科技；第二屆運動彩券發行機構為威剛科技，經營受委託機構為台灣運動彩券公司。

台灣運動彩券自 2014 年起進入第二屆發行期，發行期間自 2014 年至 2023 年，共十年。基於專業經營，第二屆運動彩券之發行、營運等相關事宜由台灣運動彩券公司負責。第二屆運動彩券在全台共設有 1,500 家投注站，並自 2014 年 4 月起提供網路投注服務。

(二)運動彩券的種類

台灣運動彩券目前提供包括棒球、籃球、足球、網球、羽球、冰球、美式足球、賽車、高爾夫、撞球等超過 10 種運動項目、20 種玩法供消費者投注。發行數十年延伸出許多附加產業也是台灣公益性質的先驅，可惜線上投注網頁非常不穩定，於卡達世足 32 強期間會員長時間無法登入，導致眾多客戶轉往運彩代購 以及台灣地下賭盤挹注。最有趣的是世足冠軍賽隔天，整天都無法順利登入網站，一直出現『您現在已經在排隊行列中。感謝您的耐心等待，網頁顯示等候』時間為 50 多分鐘，造成民眾很大的困擾。

國人對台灣運動彩券之購買意向透過問卷方式了解國人對於發行運動彩券的看法及購買意願，以作為相關單位之參考。研究結果發現目前國人對於運動彩券普遍皆有較正面的看法及態度；民眾最希望將運動彩券的盈餘投入年青選手的培訓；另外，研究發現對於運動彩券具有正面態度的民眾購買意願相對較高。探討運動彩券行銷組合活動以及不同彩券類型與購買意願之關係。研究結果發現運動彩券類型的喜好程度與運動彩券購買意願有顯著相關，行銷組合活動會顯著影響購買意願。

(三)運動彩券探討

- 賭博行為研究：研究者經常關注賭博行為的心理和社會因素。他們可能探討賭徒的決策過程、賭博成癮、個體差異以及賭博對健康和社會的影響。
- 賭注市場和經濟影響：研究可以關注賭注市場的規模、增長趨勢以及在經濟上的影響。這可能包括分析賭博公司的盈利、稅收和就業機會。
- 彩票規管和政策：研究者可能探討政府如何監管和管理體育博彩市場，以及相關政策的影響。這涉及到合法化、稅收政策、賭博廣告和保護消費者的措施。
- 賭博成癮和康復：研究關於運動彩券的成癮性質，以及為治療賭博成癮提供的康復和支持服務。
- 體育比賽的公平性和操縱：研究可能聚焦於體育比賽的公平性、賽事操縱和賭注對比賽結果的潛在影響。
- 賭博廣告和促銷：研究廣告和促銷如何影響人們的賭博行為，尤其是對年輕人和脆弱群體的影響。
- 比賽結果預測和分析：運用數據分析和統計模型來預測比賽結果，這在體育博彩中很常見。研究者可能探討這些模型的準確性和可行性。
- 社會和文化影響：研究可以關注不同文化和社會背景下的運動彩券的受歡迎程度以及對社會價值觀的影響。
- 科技和在線賭博：隨著技術的發展，在線體育彩票的增長已經引起了研究的關注。研究可能關注在線博彩的趨勢、問題賭博和安全性。

這些是探討運動彩券的一些方向，實際研究的方向可能因地域、法規和社會趨勢而異。研究運動彩券可以有助於更好地了解這一行業的各個方面，以及其對個人和社會的影響。

(四)運動彩券回顧

歷史和發展：

1. 運動彩券的概念可以追溯到古羅馬時代，當時人們在角鬥比賽中下注。
2. 現代運動彩券的起源可以追溯到 20 世紀初，當時一些國家開始引入體育博彩。
3. 運動彩券在全球範圍內逐漸普及，成為一種常見的博彩形式。

現狀：

1. 在一些國家，運動彩券已經合法化和監管，成為政府的重要稅收來源。
2. 體育博彩市場逐漸擴大，尤其是在線體育博彩市場的增長迅速。
3. 運動彩券也引發了一系列的爭議，包括賭博成癮、操縱比賽、合法性等問題。

社會和文化影響：

1. 運動彩券已經成為一種社會文化現象，與體育比賽密切相關。
2. 它可以在比賽中刺激人們的興趣，但也可能導致賭博成癮和社會問題。

問題和挑戰：

1. 賭博成癮是一個重要的問題，需要適當的康復和支持措施。
2. 賭注市場的廣告和促銷引發了擔憂，尤其是在年輕人中。
3. 比賽操縱和不正当行為可能損害體育的公平性和信譽。

投注市場的多樣性：

運動彩券市場不僅包括傳統的勝負彩或足球彩票，還包括賽馬博彩、體育博彩交易、虛擬賽事等各種形式。

技術和在線賭博：

1. 互聯網和移動技術的進步推動了在線運動彩券市場的增長。
2. 在線賭博的便捷性也引發了問題賭博的擔憂。

綜合來說，運動彩券是一個充滿機會和挑戰的領域。它在一些地方為經濟和體育產業帶來了重要的支持，但也需要適當的監管和保護措施，以減少不良影響，特別是賭博成癮和比賽操縱。這一領域仍然在不斷發展，需要繼續研究和監管以確保公平和負責任的運作。

第二節 實體通路與虛擬通路之比較

(一) 通路型態

- **實體彩票店：**許多國家和地區擁有專門的彩票店，允許參與者在店內填寫或選擇運動彩券，然後支付賭注。這些彩票店通常由政府或彩票運營商運營。
- **線上平台：**現在，大多數運動彩券提供商提供線上平台，允許參與者

在互聯網上購買和下注彩券。這種方式提供了便捷性，使參與者可以從家中或移動設備上參與。

- **手機應用程式：**許多運動彩券提供商提供移動應用程式，允許參與者通過智能手機或平板電腦購買彩券和下注。這種方式提供了隨時隨地參與的便捷性。
- **社交媒體平台：**一些運動彩券提供商使用社交媒體平台，如 Facebook、Twitter 或 Instagram，來吸引參與者。參與者可以通過這些平台訪問運動彩券遊戲，並參與其中。
- **運動場館：**在一些體育場館，特別是賽馬場，參與者可以購買運動彩券並下注。這種方式提供了一種即時參與的機會。
- **獎金店：**一些小型商店或獎金店可能會提供運動彩券的銷售服務，以吸引顧客。
- **線下賣點：**除了實體彩票店，一些超市、便利商店和報攤也可能提供運動彩券的購買服務。
- **合作夥伴網站和應用程式：**運動媒體、體育網站或合作夥伴可能提供與運動彩券提供商合作的鏈接，以引導參與者到相關的彩券遊戲。
- 這些通路各有優勢和不同的便捷性。參與者可以根據他們的喜好和需要選擇最適合的購買方式。無論是實體彩票店、線上平台還是移動應用程式，都需要確保遵守相關的法律法規，並提供安全和可信賴的購買和下注過程。

(二)通路特性

實體彩票店：

- **人際互動：**提供與店員互動的機會，可以尋求建議或獲得有關遊戲的信息。
- **即時購買：**參與者可以立即購買彩券，無需等待線上處理。
- **社交體驗：**有些人喜歡與其他彩票愛好者互動，分享預測和討論比賽。
- **線上平台：**
 - **便捷性：**提供了便捷的購買方式，無需前往實體店。
 - **多樣選擇：**通常有更多不同的遊戲和運動可供選擇。
 - **安全性：**提供安全的支付和個人資訊保護，通常受到監管機構監督。
- **手機應用程式：**
 - **移動性：**允許參與者隨時隨地參與遊戲，使用智能手機或平板電腦。
 - **即時通知：**應用程式通常會提供即時比賽結果和通知，讓參與者保持最新狀態。
- **快速下注：**簡化下注過程，使參與者可以快速下注。
- **社交媒體平台：**
 - **社交互動：**通過社交媒體平台，參與者可以與朋友分享預測，參與討論，以及參加社交媒體上的特別活動。
 - **分享性質：**社交媒體上的運動彩券遊戲通常具有分享性質，可以吸引新參與者。

運動場館：

- **即時參與**：在體育比賽場地內，參與者可以即時參與，感受比賽的氛圍。
- **體育體驗**：這種方式讓參與者更貼近比賽，並在現場下注。
- **獎金店**：
- **社區方便性**：通常位於當地社區，方便居民購買彩券。
- **即時服務**：提供即時購買和支援服務。
- **線下賣點**：
- **便利性**：在超市、便利店和報攤等線下賣點，參與者可以一併購買彩券和其他必需品。
- **當地接觸**：提供當地接觸點，讓參與者在當地社區購買。

不同的通路可以滿足不同參與者的需求。有些人可能更喜歡與人交互並在實體店購買彩券，而其他人可能更喜歡在線上或使用手機應用程式方便地參與。無論通路如何，安全性、合法性和社會責任都應該是運動彩券提供商的重要考慮因素。

第三節 國外運動彩券的比較

(一) 國外運動彩券之發展

本段主要介紹國外有關運動彩券之相關文獻。在中國大陸方面，由於體育彩券在中國大陸已發行多年，因此許多學者皆探討中國大陸體育彩券發行之狀況，其中朱南俊(2001)針對中國大陸體育彩票市場化運作的研究中，提到電腦體育彩票的銷售要符合市場經濟的規律，對整個銷售系統的規範管理是基本保證。林宏恩(2001)對以中國大陸運動彩券為對象的研究中，發現目前許多國家把運動彩券的發行當成發展運動事業的重要支柱。彩券是種弊利共存的形式，因此，妥善制定相關法律及有效率的管理政策，以疏導代替嚴禁，則會使整個社會更為繁榮與進步。另外，朱南俊等(2001)採用2001年6月1日到6月14日對上海地區體育彩票購買者及銷售員所做的問卷調查，研究發現上海體育彩票市場近年來的培育是成功的，銷售量的穩定中成長是市場成熟的標誌，目前已進入穩健、快速成長的時期。其他各國有關運動彩券之研究方面，金兌妍(2002)對韓國發行運動彩券收益利用之探討中，研究指出韓國發行之運動彩券其獎金率為70%，所得之收益主要用來投注在韓國體育運動發展，更進一步指出韓國發行運動彩券後對國家之運動風氣及水準有顯著之進展。Forrest and Simmons(2004)探討英國運動彩券與博彩事業之關連，同時針對英國運動彩券之發行推出各項建議。Considine and Crowley(2008)探討愛爾蘭運動彩券發行之經驗及對政策之影響，另研究中亦探討運動彩券盈餘之使用。

(二) 運動彩券虛擬通路基本模型

運動彩券虛擬通路基本模型 A：購買者對認證中心提出需求，與認證中心確認要作彩券投注之行為，認證中心確認購買者為合法之使用者後，再對購買者進行認證動作，並將確認後訊息或資訊送回給購買者。 B：購買者取得認證後，即可開始進行彩券投注，但在購買彩券之前必須先向銀行申請交易金額，於交易金額方面可分為後付制、預付制和信用制這三種方法來研究探討。 C：購買者可實際進行彩券投注，購買者將彩券投注資訊透過加密的密碼學來保護自身資訊之安全並再傳送給彩券商，而彩券商對收到購買者對於彩券投注的資訊後，再進行查核和檢驗，確認購買者為合法購買後，即回電子憑證給購買者。 D：為了維持公正性防止舞弊之行為，彩券商也會一並將購買者之投注資訊和電子憑證傳送給認證中心，以便日後查核。 E：購買者進行投注時會產生付款行為，當彩券商收到購買者付款之行為，彩券商也必須同時與銀行確認此購買者所投注付出款項是否合法。 F：銀行為了查驗購買者身份是否為認證中心合法所申購之購買者，銀行與認證中心取得確認，須將購買者和彩券商回傳消費之電子憑證。

(三)各國線上投注電子付款方式

各國線上投注電子付款方式隨著網際網路的發達，線上運動彩券早已成為各國的發展目標，其中各國在電子付費系統上均有一定流程。在傳統的付款方式中，較常使用的有現金、信用卡、以及轉帳等，而電子付款方式也與傳統的付費方式有所類似，以目前電子付款方式大致分為三種類型，帳戶型(Account-Based Model)、信用卡型(Credit Card Model)、及電子現金型(Electronic Cash Model)，以下將在表 2-1 說明，並且針對信用卡所設計的付款系統(SSL、SET)做比較。

- 信用卡型付款：目前電子付款方式中使用信用卡方式交易較為一般，進行網路交易的顧客，只要是合法信用卡的使用者，就可以透過 WWW 瀏覽器查詢並訂購商品。針對信用卡所設計的付款系統有：SET(Secure Electronic Transaction)、SSL(Secure Socket Layer)、CyberCash 及 Globe ID，當中以 SSL 與 SET 最為大眾所熟悉
- 帳戶型付款：凡是基於交易參與者帳戶的付款，則稱為帳戶型付款。它類似支票的電子憑據控制交易參與者帳戶間的金額轉換，因此又稱作“支票型付款”。由於帳戶型付款屬於延遲付款，電子支票中心必須記錄將來清算時由哪一個帳戶將金額轉出，存入另一個帳戶。支票型付款系統可說是現實世界中支票付款系統在網路世界的延伸，利用數位簽章來代替傳統的紙筆簽章，以及利用防篡改硬體來儲存簽章時的加密機制與電子支票的內容。
- 電子現金付款：電子現金實現了紙張貨幣數位化的理想，讓消費者可以透過電腦與通訊網路快速地處理和傳輸電子現金，以進行各種電子商業行為。由於電子現金的交易形態相當類似於現實中傳統的紙張貨幣，並且也適當地保密消費或交易行為，因而提高了電子現金的實用性與被接受的程度。消費者使用電子現金之前，先由電子現金簽發單位或銀行實際提領出等額金額存款，付款時消費者直接將電子現金傳給商家，商家可以去驗證電子現金的正確性。

第參章 研究方法

第一節 研究設計與架構

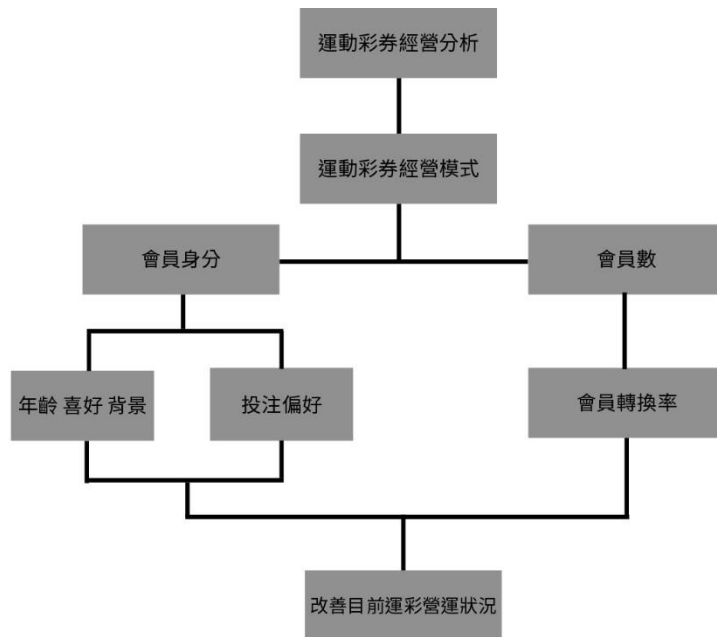


圖 3--1 觀念性研究架構

資料來源：本研究整理

第二節 變數測量

在本研究中，我們要豐富化有關變化數量的規定和寬鬆方式，主要參考了以下三個標準：

參考相關文獻和相關研究

我們首先查閱相關文獻和相關研究，以建立基本的理論和相關基礎。這有助於保證我們的變數定義和簡便方式是建立在先前的學術工作之上的。

適合評估新投注項目的開發：我們考慮數據的定義和寬鬆方式是否適合評估新投注項目的開發。這意味著我們需要確保這些變量能夠有關提供新台灣線上運動彩票平台的有用信息，以便做出明智的決策。

符合本研究的目的：

最重要的是，我們的變數定義和便利方式必須符合本研究的特定目的。我們要確保這些變數有助於我們開發新的台灣線上運動彩票投注平台，並為用戶提供有關行為的資訊、動機和個人因素的價值分析。

根據這些標準，我們將深入探討以下變數的操作性定義和簡化方法

使用者線上運彩投注網站功能屬性的重要性：此變更將評估使用者對線上運彩投注網站功能的重要性，可以使用調查表或評分方式進行平滑。

用戶線上運彩投注動機之傾向程度：

這個變數將探討用戶參與線上運彩投注的動機程度，可能需要使用問卷調查和行為分析等方法。

使用者投注線上運彩時的相關行為趨勢程度：

這種變化將影響使用者在投注線上運彩時的特定行為趨勢，可以使用行為分析和統計方法進行簡化。

個人特徵：

這個變數可能包括年齡、性別、教育程度等個人徵，可以利用統計和描述性分析方法來進行簡單。透過對這些變化數據的深入研究，我們可以更了解使用者的需求和行為，從而有地方開發新的台灣線上運動彩票投注平台。以下分別說明其操作性定義與衡量方法。

一、投注者使用偏好的操作性定義與寬鬆中，我們模式考慮了使用者對投注者的品種偏好。以下是這些操作性定義的進一步說明：

用戶博弈類型偏好：這個指標涉及用戶對不同類型投注的選擇偏好。我們需要設計一種簡單方法，以了解用戶喜歡哪種類型的博弈，以便改進網站的構建方式。這作為改進運動彩票在線運營模式的參考。

(一)資訊明確：

在此資訊時代，網站對使用者的明確性至關重要。使用者期望在網站首頁上快速找到滿足其需求的功能，並獲得清晰的資訊。這種明確性是使用者決定是否繼續因此，為了提高使用者體驗和滿意度，網站應確保首頁和關鍵頁面的資訊明確，滿足使用者的期望，並提供易於導航的功能，以幫助他們快速找到需要的內容。

(二) 資訊缺陷：

使用者在網站上需要的不僅僅是明確的訊息，還需要包括賽事分析、球隊分析和歷史賽事成績等相關資訊。這些資訊對使用者的判斷和決策非常重要。如果網站內容缺乏這些關鍵訊息，用戶將難以做出明智的選擇，這對於網站的使用率和吸引力有顯著的負面影響。因此，為了提高用戶體驗和滿意度，網站應確保提供完整的信息，包括賽事分析、球隊分析和歷史賽績等，以使用戶可以更好地理解並利用這些資訊做出更明智的決策。

(三) 資訊優勢：

在網站使用上，使用者希望獲得豐富的、有吸引力的信息，包括賽事分析、球隊分析以及歷史賽績等內容。這些資訊是用戶做出投注決策的參考。因此，確保資訊的重要性對於提高網站的使用率至關重要。當用戶能夠在網站上找到他們所需的吸引力資訊時，他們在該平台上進行投入的信心和動力就更高，從而提升了用戶滿意度和忠誠度。因此，對於在線體育彩票投注平台來說，提供全面、準確的信息對於吸引和保留用戶至關重要。通過提供有關比賽、球隊和歷史數據的完整信息，網站可以幫助用戶樹立信心的投注決策，從而提高使用者體驗和網站的成功度。

(四) 資訊簡單性：

資訊簡單性是指網站的版面和內容應該簡單明了，使用戶在使用和閱讀時更加方便。這滿足了用戶對進入網站的要求。網站簡化版面和內容的設計可以提高用戶體驗，降低學習曲線，讓用戶更容易理解和獲取所需資訊。簡潔的版面和內容排版使用戶能夠快速找到需要的信息，消耗費力搜尋或瀏覽。這有利於用戶滿意度，降低用戶的沮喪感，並提高網站的可用性。資訊簡單性對於網站的成功和吸引用戶至關重要，因為用戶通常更傾向於使用易於理解的網站，而不是複雜或混亂的介面。

透過深入研究和嚴格這些標準，我們可以更好地滿足用戶需求，完善運動彩票線上投注平台，提供更好的用戶體驗

(五) 資訊多樣性：

當網站提供多樣化的資訊時，用戶會更頻繁地再次訪問該網站，因為能夠在同一個平台上找到他們所需的各種資訊，從而需要進行額外的搜索。多樣化的資訊會吸引用戶談到網站的原因之一。為了實現這一目標，網站應該明確呈現不同主題和類別的訊息，使用戶能夠輕鬆找到他們需要的內容，從而節省時間並提高用戶體驗。

(六) 便利性：

便利性在網站設計中至關重要，它包括多個方面：

資訊讀取的便利性：

確保網站上的資訊容易取得，使用者能夠快速找到所需的內容。

關鍵字：

個人基本變項操作定義與寬鬆：

「使用者投注網站偏好」：此變數旨在了解使用者對於運動彩票線上投注網站的偏好，以便設計吸引興趣的網站。操作性定義如下：

設計更好的運動投注網頁：

這表示為使用者提供一個操作、方便、快速的網頁介面，以便他們可以輕鬆進行投注。這可以透過簡化網站的使用者操作性，以及使用者感覺網站是否方便操作。

新推出的投注項目相關資訊：

這指的是在網站上提供更多項目的相關信息，包括賽事分析、隊伍分析、歷史賽程等。這可用於簡化網站是否滿足用戶的需求，是否提供足夠的信息。

新推出的運動投注項目：

這表明用戶希望不斷更新和推出新的投注項目，從而滿足他們的好奇心並提供更多選擇。這可以透過網站持續推出新的投注選項來簡單。

這些操作定義和快捷方式有助於了解使用者對網站的期望，並幫助設計更符合他們需求的運動彩票線上投注網站。

三、個人因素

個人身分在線上投注行為中扮演重要角色。這些身分包括：

使用者投注經驗：

使用者過去的投注經驗對在線上投注的行為有影響。如果使用者之前未曾有過線上投注經驗，或者網頁介面過去過於複雜，使投注變得困難，那麼這可能會影響他們使用網頁取得更多的機會。

使用者的個人資料：

使用者的性別、年齡、職業、學歷和收入等個人因素也對線上投注的動機和行為有影響。這些因素可以用來研究哪些族群在使用線上投注網站的人數

最高，並有助於針對特定群體改善網頁功能和介面，以提高他們的更多體驗。

綜合以上，個人因素對於線上投注的吸引力和可用性至關重要，因此這些因素應被納入考慮，以更好地理解 and 改進線上投注平台。

第肆章 資料分析與結果

第一節 分析方案

針對不同年齡層設計針對性方案：

根據不同的特點，提供不同的會員計劃，例如針對年輕群體提供行動應用程式和社交上的互動功能，吸引媒體；針對年長者，提供更多的客戶服務和人工支持。

行銷差異策略化：

根據不同年齡層的消費者特徵，調整行銷策略。對於年輕族群，消費方向為數位廣告和社群媒體；對於年長族群，可以使用傳統廣告媒體，如電視或報紙。

教育與宣傳：

針對不同年齡層提供關於運彩的教育和宣傳活動。年輕人可能需要更多的信息，而年長者可能需要更多的幫助來了解如何參與運彩。

互動與社群建立：

為年輕族群提供線上論壇和社群媒體互動，以建立社群感。對於年長族群，可以舉辦線下活動和工作坊，以促進互動和社交。

賠率和投注選項：

了解不同年齡層的偏好，調整提供的賭注選項和賠率。年輕人可能更喜歡現代運動和賭注選項，而年長者可能更喜歡傳統體育和賭注。

這些是基於網路搜尋結果和行業研究，旨在幫助您針對不同年齡層的人制定吸引會員的方案。這些策略可幫助擴大您的會員基礎，吸引更多廣泛的族群參與運彩活動。

由運彩會員年齡分佈中可以發現，年齡分佈以 40 歲以下用戶為大宗，其中又以 2022 年時 30 歲以下用戶為高峰，因此針對不同族群採取不同的行銷模式來吸引不同年齡層的人參與運彩。以下是韻采會員年齡分佈圖及針對不同年齡層的建議策略：

Age/Year	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
<20										1,231
20-29	6,048	2,626	3,358	6,760	15,539	8,922	7,746	27,924	96,558	35,662
30-39	7,164	2,278	1,948	3,939	13,801	6,284	4,443	21,112	93,736	34,656
40-49	3,087	760	570	1,269	4,617	2,081	1,847	9,367	37,975	19,490
50-59	1,313	256	151	324	986	453	400	2,639	9,848	5,811
60-69	302	65	25	108	218	86	72	527	1,735	1,114
70-79	57	5	7	15	28	16	15	104	272	162
80-89	5	1	2	4	3	2	4	6	31	24
90-99									5	1

圖 4 - -1 年齡層分佈表格圖

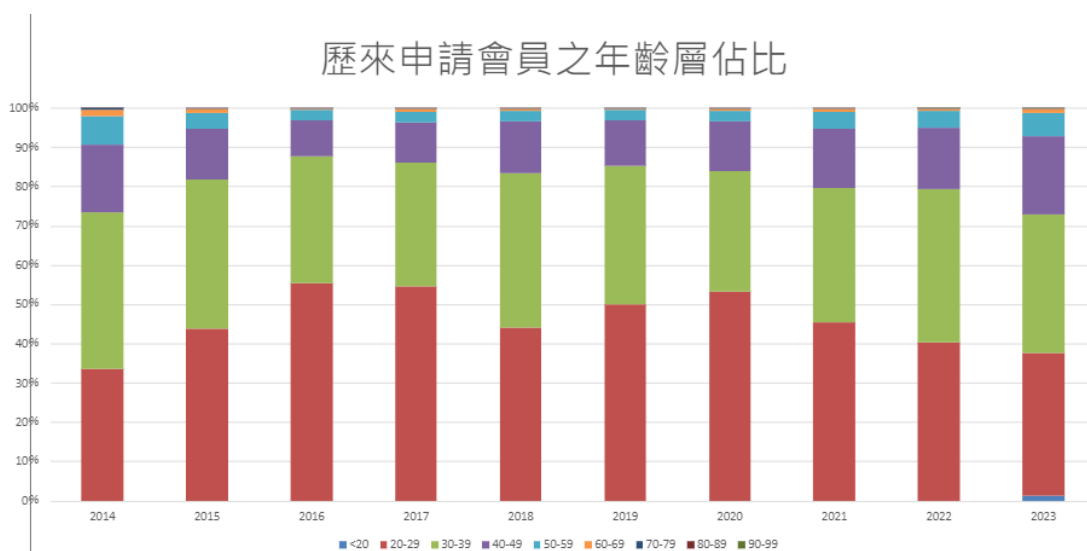


圖 4- -2 年齡層佔比圖

第一代（18-35 歲）：

數位體驗活動：

為了吸引年輕一代，運彩公司應提供先進的線上運彩平台，包括易於使用的手機應用程式。這樣他們就可以隨時隨地參與運彩，而不再受地點的限制。

社群媒體互動：

建立具有互動性的社群媒體社區，例如專用的運彩論壇或社群媒體頁面。舉辦線上競賽和挑戰，鼓勵人們參與，分享他們的運彩經驗

中年人（36-55 歲）：

家庭博彩活動：

為了吸引中年人，運彩公司可以組織家庭或朋友的體育博彩活動。這種方式促進了社交互動，讓參與者在家庭和朋友圈中享受運彩的樂趣。

賽事觀賞體驗：

提供體育賽事門票，讓中年人親身參與比賽。這不僅是運彩的一部分，也是一種娛樂活動，讓參與者感受到運動比賽的刺激。

長一代（56 歲以上）：

博彩知識坊工作：

舉辦博彩知識講座，幫助長輩了解博彩的規則和規則。這可以增加他們對博彩的信任

福利：

提供特別的長者會員優惠，如優惠券和獎金，以吸引長一代的參與。這些策略應根據不同年齡層的需求和偏好進行調整，以吸引更多人參與運彩，無論他們的年齡如何。運彩公司需要保持靈活性，隨著不同世代的變遷，調整其策略以確保吸引各界觀眾參與運彩。

第二節 資料背景分析

有關不同年齡層購買運彩的資訊，我們可以得出以下結論：

年齡層：

根據一項研究，運動彩票的消費者中，年齡層以 26 至 35 歲的人購買最多，約 30.5%。這顯示了這個年齡層對於運動彩票的興趣相對較高。

法律規定：

自 2023 年 1 月 1 日起，台灣的民法修正案已下修年齡，從具體的滿 20 歲降低到滿 18 歲。這意味著年滿 18 歲的人可以合法購買運彩，因為他們已經達到法定成年年齡。

性別：

根據一般趨勢，購買運動彩票的消費者中男性佔大多數。這一點在賭博和運動彩市場中是一個常見的特徵。

總的來說，年齡層以 26 至 35 歲的人最常購買運彩，而在台灣，合法購買運彩的年齡下修至 18 歲已。性別比例可能因地區和其他因素而有所不同，但通常情況下，男性購買運彩的比例居高不下，依照歷年來運彩會員註冊的性

別統計就能發現。

月分	開通申請數	男性	女性	女性佔比
202103	1,085	812	273	25.16%
202104	884	698	186	21.04%
202105	2,929	2,415	514	17.55%
202106	14,604	10,929	3,675	25.16%
202107	19,864	13,862	6,002	30.22%
202108	7,876	5,114	2,762	35.07%
202109	1,699	1,191	508	29.90%
202110	4,680	3,860	820	17.52%
202111	3,171	2,273	898	28.32%
202112	2,415	1,535	880	36.44%
202201	2,590	1,656	934	36.06%
202202	2,800	1,853	947	33.82%
202203	2,615	1,748	867	33.15%
202204	4,302	3,323	979	22.76%
202205	6,787	5,631	1,155	17.02%
202206	6,513	5,244	1,269	19.48%
202207	2,197	1,397	800	36.41%
202208	1,635	1,057	578	35.35%
202209	2,303	1,556	747	32.44%
202210	6,055	4,888	1,167	19.27%
202211	81,677	57,189	24,488	29.97%
202212	120,831	73,813	46,882	38.80%
202301	54,499	32,784	21,712	39.84%
202302	3,264	2,357	906	27.76%
202303	20,386	14,441	5,944	29.16%
202304	3,593	2,808	785	21.85%
202305	4,721	3,836	885	18.75%
202306	3,016	2,102	914	30.31%
202307	1,697	1,072	625	36.83%
202308	1,427	935	492	34.48%
202309	3,019	1,961	1,058	35.04%
202310	2,534	1,630	904	35.67%

圖 4- -3 會員性別占比表格圖

而以歷年來投注的男女比中亦可發現，男性購買運彩的比例同樣居高不下。

投注月分	男	女	女性比例	男	女	女性比例
2022/01	1,374,561,765	101,195,716	6.86%	13,446	1,889	12.32%
2022/02	1,308,152,582	88,937,427	6.37%	13,928	1,956	12.31%
2022/03	1,209,158,133	85,410,539	6.60%	13,550	2,004	12.88%
2022/04	1,337,307,376	99,451,748	6.92%	17,574	2,388	11.96%
2022/05	1,641,539,003	135,942,985	7.65%	21,687	2,846	11.60%
2022/06	1,537,806,014	111,611,888	6.77%	22,238	3,094	12.21%
2022/07	1,459,340,063	102,162,492	6.54%	14,372	2,137	12.94%
2022/08	1,315,864,994	95,635,909	6.78%	13,192	1,855	12.33%
2022/09	1,340,988,177	136,902,289	9.26%	13,930	2,051	12.83%
2022/10	1,576,506,980	124,963,300	7.34%	20,039	2,529	11.21%
2022/11	2,050,424,964	195,484,739	8.70%	64,613	16,999	20.83%
2022/12	2,291,515,418	272,554,651	10.63%	84,354	27,491	24.58%
2023/01	2,141,827,520	187,805,121	8.06%	28,491	5,548	16.30%
2023/02	1,808,024,314	164,264,399	8.33%	24,113	4,434	15.53%
2023/03	2,132,540,721	197,130,063	8.46%	51,552	11,986	18.86%
2023/04	2,291,407,556	204,004,505	8.18%	31,706	5,043	13.72%
2023/05	2,253,445,960	182,549,534	7.49%	35,724	5,245	12.80%
2023/06	1,788,852,505	170,970,343	8.72%	29,669	4,745	13.79%
2023/07	1,590,255,892	145,218,279	8.37%	19,454	3,509	15.28%
2023/08	1,247,566,878	96,834,450	7.20%	17,397	2,851	14.08%

圖 4- -4 會員性別投注占比表格圖

包含新註冊的男女比例同樣是以男性居多。

註冊月分	新會員			新會員累計		
	男	女	女性比例	男性	女性	女性比例
2022/01	1,656	934	36.06%	1,656	934	36.06%
2022/02	1,853	947	33.82%	3,509	1,881	34.90%
2022/03	1,748	867	33.15%	5,257	2,748	34.33%
2022/04	3,323	979	22.76%	8,580	3,727	30.28%
2022/05	5,631	1,155	17.02%	14,211	4,882	25.57%
2022/06	5,244	1,269	19.48%	19,455	6,151	24.02%
2022/07	1,397	800	36.41%	20,852	6,951	25.00%
2022/08	1,057	578	35.35%	21,909	7,529	25.58%
2022/09	1,556	747	32.44%	23,465	8,276	26.07%
2022/10	4,888	1,167	19.27%	28,353	9,443	24.98%
2022/11	57,189	24,480	29.97%	85,542	33,923	28.40%
2022/12	73,812	46,882	38.84%	159,354	80,805	33.65%
2023/01	32,784	21,712	39.84%	192,138	102,517	34.79%
2023/02	2,357	906	27.77%	194,495	103,423	34.72%
2023/03	14,441	5,944	29.16%	208,936	109,367	34.36%
2023/04	2,808	785	21.85%	211,744	110,152	34.22%
2023/05	3,836	885	18.75%	215,580	111,037	34.00%
2023/06	2,102	914	30.31%	217,682	111,951	33.96%
2023/07	1,072	625	36.83%	218,754	112,576	33.98%
2023/08	602	336	35.82%	219,356	112,912	33.98%

圖 4-5 新會員性別占比表格圖

第三節 會員轉換率分析

轉換日期	是否同意轉辦三屆	會員回復筆數	轉換日期	是否同意轉辦三屆	會員回復筆數
2023/10/26	同意	260	2023/10/7	同意	1244
2023/10/26	不同意	1	2023/10/7	不同意	23
2023/10/25	同意	498	2023/10/6	同意	752
2023/10/25	不同意	7	2023/10/6	不同意	7
2023/10/24	同意	269	2023/10/5	同意	903
2023/10/23	同意	322	2023/10/5	不同意	15
2023/10/23	不同意	1	2023/10/4	同意	627
2023/10/22	同意	695	2023/10/4	不同意	8
2023/10/22	不同意	5	2023/10/3	同意	763
2023/10/21	同意	498	2023/10/3	不同意	6
2023/10/21	不同意	8	2023/10/2	同意	979
2023/10/20	同意	380	2023/10/2	不同意	9
2023/10/20	不同意	6	2023/10/1	同意	742
2023/10/19	同意	345	2023/10/1	不同意	6
2023/10/19	不同意	9	2023/9/30	同意	682
2023/10/18	同意	264	2023/9/30	不同意	4
2023/10/18	不同意	1	2023/9/29	同意	680
2023/10/17	同意	270	2023/9/29	不同意	7
2023/10/17	不同意	5	2023/9/28	同意	789
2023/10/16	同意	314	2023/9/28	不同意	9
2023/10/16	不同意	3	2023/9/27	同意	684
2023/10/15	同意	493	2023/9/27	不同意	3
2023/10/15	不同意	4	2023/9/26	同意	823
2023/10/14	同意	392	2023/9/26	不同意	3
2023/10/14	不同意	6	2023/9/25	同意	972
2023/10/13	同意	305	2023/9/25	不同意	11
2023/10/13	不同意	5	2023/9/24	同意	1401
2023/10/12	同意	450	2023/9/24	不同意	13
2023/10/12	不同意	12	2023/9/23	同意	1387
2023/10/11	同意	487	2023/9/23	不同意	5
2023/10/11	不同意	11	2023/9/22	同意	2144
2023/10/10	同意	527	2023/9/22	不同意	10
2023/10/10	不同意	6	2023/9/21	同意	3958
2023/10/9	同意	836	2023/9/21	不同意	15
2023/10/9	不同意	7	2023/9/20	同意	16007
2023/10/8	同意	494	2023/9/20	不同意	63
2023/10/8	不同意	6	2023/9/19	同意	2

圖 4-6 轉換率分析

根據以上的數據與經銷商活動網站詳情，可以發現 9/20 起轉換同意率相當高，以下是 9/20 起申請第三屆會員數量增加的原因：

- **提前申請獎勵：**活動鼓勵第二屆會員提前申請成為第三屆會員。每個會員代號成功轉換即可獲得一個抽獎名額。這種提前申請機制為會員提供了額外的激勵，因為他們有機會贏得獎品。
- **抽獎獎品吸引力：**抽獎的獎品非常吸引人，包括活動代言人 KIMI 雅涵和溫迪·璇璇的運動 2 用玻璃水壺，以及其他彩禮總金額高達 500 萬以上的獎品，如豪華男士貝爾斯康 A180、電動貢品、AirPods Pro、三星 Galaxy Tab A7 Lite、小米 POCO Watch 等。這些獎品的吸引力增加了會員參與的動力。

時間窗口：活動時間橫跨一個間隔，從 2023 年 9 月 20 日到 2024 年 2 月 29 日，給會員更多的時間來參與。這個長期的時間窗口允許更多的人參與並提前申請。

簡單的參與條件：活動要求僅限於第二屆會員，不需要已經成為第二屆會員的人也可以加入。這簡化了參與條件，使更多的人有資格參與。

綜上所述，活動提前申請第三屆會員的獎勵和吸引人的獎品，以及簡單的參與條件，都是增加會員數量的原因。這種策略旨在鼓勵現有會員積極參與，並吸引新會員加入。

第五章 台灣運動彩券網路經營模式之改良

第一節 分析結果

本研究根據投注動機之傾向程度、相關行為傾向程度、網站功能屬性之重要程度進行因素分析，並得到以下結果：

一、投注動機之傾向程度分析

根據投注動機的傾向程度分析研究結果，大多數投注者的主要動機是好奇心，其次是娛樂性，而收入來源則不是他們最關注的部分。這顯示消費者的投注行為主要源於好奇心。因此，運動彩券線上投注網站的版面和內容應該設計得足夠引人好奇，以吸引他們的注意，進而促使他們下注。

這一研究結果強調了設計師和運營者應該著重於提供引人入勝的資訊和功能，以吸引消費者的好奇心。這可能包括提供有趣的統計數據、比賽預測、遊戲性質的互動等元素，以增加消費者的參與和投注。

同時，考慮到娛樂性也是一個重要動機，網站可以提供一個有趣的使用者體驗，例如遊戲化元素，以增加投注者的參與度和滿意度。

總之，研究結果表明，運動彩券線上投注網站的成功應該建立在引起消費者好奇心和提供娛樂性的基礎上，這將有助於驅動他們參與投注活動。

二、相關行為傾向程度因素分析

相關行為傾向程度因素分析的研究結果顯示，使用者對線上運動彩券的相關行為傾向主要體現在以下兩方面：

對新投注項目的資訊關注度高：

研究發現，使用者傾向經常關注新推出的投注項目的相關資訊。這表明他們對投注項目的多樣性和即時性感興趣，可能是因為新的投注項目提供了新的遊戲和機會。

對新推出的注投項目感興趣：

使用者也表現出對新推出的注投項目的興趣。這意味著他們對不斷變化的投注選項感興趣，並願意嘗試新的投注方式。

這些結果強調了在運動彩券網站設計和運營中提供及時的新資訊和新投注選項的重要性。透過不斷更新和改進投注選項，網站可以吸引更多使用者參與，並滿足他們對多樣性和新奇性的需求。

第二節 台灣運動彩券線上投注改善建議

根據前一節的統計結果，我們可以看出消費者在進行線上投注時所需要的關鍵網站項目。以下是本研究基於消費者傾向提出的改善建議：

操作簡單易用：

優化網站操作界面，確保使用者可以輕鬆且迅速進行投注，提供優秀的使用者體驗。

(一)完整的相關網站：

提供完整的相關資訊，包括賽事資訊、賠率、最新消息等，以滿足使用者的資訊需求。

(二)球賽直播服務：

提供實時的球賽直播服務，讓使用者能夠觀看他們下注的比賽，增強參與感。

(三)資料保密：

強化資料保密措施，確保使用者的個人資訊和金融資訊得到嚴格保護。

(四)兌獎方式簡單清楚：

簡化兌獎流程，提供清晰的兌獎指南，幫助使用者順利領取獎金。

(五)多樣的投注項目：

增加不同種類的投注項目，以滿足不同使用者的喜好，提供更多選擇。

(六)美觀的網頁設計：

優化網站設計，確保界面美觀，吸引更多使用者。

(七)競爭性的賠率：

提供具競爭力的賠率，吸引更多投注者參與。

這些改善建議可協助台灣運彩網站提升使用者體驗、吸引更多投注者，並保持競爭力

第陸章 結論與建議

本研究相關結果顯示，更多線上運動彩票消費者以男性居多，年齡層以 26 至 35 歲的人最多。研究結論總結如下：

一、投注動機之傾向程度

娛樂驅動者：

大多數消費者將線上投注視為一種娛樂和生活樂趣，他們參與投注是為了享受遊戲過程和增加娛樂價值。這類使用者認為投注是他們生活中的一部分，而非主要的收入來源。

好奇心驅使者：

一部分使用者被好奇心所驅使，他們參與線上投注以滿足對賭博和運氣的好奇心。這類使用者可能不尋求長期獲利，而是探索不同的賭博機會和結果。

收入來源導向者：

相對較少數的使用者將線上投注視為一種潛在的收入來源，他們可能有更嚴格的戰略和目標，試圖在投注中實現獲利。對這些使用者來說，線上投注是一項嚴肅的活動。

總結而言，不同使用者參與線上投注的動機和目的多種多樣，從純粹的娛樂到好奇心滿足和收入增加都有。這些結論有助於理解消費者在線上投注領域的多樣性和動機。

二、投注線上運動彩券時的相關行為傾向

根據本研究，投注線上運動彩券的使用者主要關注以下幾個方面，以影響他們的傾向程度：

新投注訊息：

使用者非常關注新的投注項目和活動。他們希望在第一時間了解到這些新推出的投注選項，這不僅可以增加他們的生活樂趣，還有可能提供更多的機會來參與投注。

增加生活樂趣：

使用者將參與線上運動彩券視為一種娛樂和休閒方式，並期望這樣的活動可以為他們的生活增色添彩。因此，了解新的投注選項和活動對他們而言非常重要，因為這有助於提高他們的生活樂趣。

第一手訊息：

使用者希望能夠經常獲得新投注項目的相關資訊，以瞭解第一手訊息。這可以幫助他們及時了解市場上的變化，並做出明智的投注決策。

總之，使用者的投注傾向程度受到他們對新投注訊息的關注和尋求第一手訊息的渴望的影響。這些因素使他們更有可能參與線上運動彩券，以滿足他們的

娛樂和生活樂趣需求。

綜合以上，本研究提出以下建議：

一、提升線上投注網頁之便利性

提升台灣運動彩券線上投注網頁的使用體驗是關鍵。以下是一些建議，以提高網站的簡單性和吸引力：

(一)簡化首頁版面：

確保首頁版面簡化，突顯重要資訊，如即將到來的比賽、最新的投注項目和優惠。減少不必要的廣告和分散注意力的元素，讓使用者能夠一目瞭然。

(二)清晰的導航：

創建簡單且直觀的導航結構，使使用者能夠輕鬆找到所需的資訊和功能。例如，設計一個明確的菜單，包含投注、賠率、比賽結果和帳戶設置等選項。

(三)快速投注選項：

提供快速投注選項，以減少繁瑣的投注手續。使用者可以快速選擇比賽、下注金額和投注選項，並立即下注。

(四)清晰的資訊呈現：

在投注網站上提供清晰的賽事資訊、賠率和投注選項。使用直觀的圖表和圖形，以協助使用者更容易理解。

(五)註冊和登入：

簡化註冊和登入過程，並提供快速的帳戶設置。使用者不應該遇到繁瑣的註冊手續。

(六)移動設備優化：

確保網站在移動設備上的運作良好，以便使用者可以隨時隨地進行投注。

(七)客戶支援：

提供有效的客戶支援，以解決使用者的問題和疑慮。這有助於提高使用者的滿意度。

簡化網站和投注手續，並提供更好的使用者體驗，可以增加消費者的投注意願和滿意度，進一步促進台灣運動彩券的發展。

二、增加投注網頁之資訊豐富性

提升台灣現有投注網站的使用體驗是關鍵，以下是建議的功能改進，以增強消費者投注意願：

(一)隊伍分析和賽事分析：

提供球隊分析工具，讓使用者可以查看球隊的最新表現、球員傷病情況和對手球隊歷史交手紀錄。這有助於使用者做出更明智的投注決策。

(二)線上賽事直播：

加入線上賽事直播功能，讓使用者實時觀看比賽，並在觀看的同時進行投注。這種互動性可以提高消費者的參與感，增加投注意願。

(三)社群互動：

創建一個社交互動平台，讓使用者討論賽事、分享分析和建議。這種社交互動可以增加使用者參與度和忠誠度。

(四)即時通知：

提供即時賽事結果和重要消息的通知服務，以便使用者能夠及時獲取信息。

(五)賠率比較：

提供多個投注網站之間的賠率比較功能，讓使用者能夠找到最有價值的投注選項。

這些功能改進將有助於提高投注網站的吸引力，增加使用者參與度，進而提高線上投注的意願。

台灣在運動彩券線上投注領域的研究相對有限，現有研究主要著重於經營方的角度，並關注運動彩券的線上經營模式改進，以及分析參與線上投注的族群、地區和收入等因素。然而，未來的研究方向可以進一步擴展，以更深入地了解台灣運動彩券線上投注的各個層面。

總之，未來的研究可以豐富我們對台灣運動彩券線上投注的理解，並有助於改進投注平台，提供更好的服務並解決相關議題。

<https://hdl.handle.net/11296/a7v6xf> 參考文獻[1]

<http://ir.lib.cyut.edu.tw:8080/handle/310901800/37449> 參考文獻[2]

畢業專題 系統操作手冊

【放置附錄】

【專題執行計畫表】

組名	運動彩券線上經營之研究		
組員	班級	學號	姓名
	夜資管四 A	60910190	李昇恩
	夜資管四 A	609101A4	林昀輯
	夜資管四 A	61010103	劉彥男
	夜資管四 A	60910186	余嘉恩
	夜資管四 A	61010121	黃偉傑
選定合作單位	名稱	台灣運動彩券	
	負責人	陳進福	聯絡人
	電話	02-27152885	電話
	地址	臺北市松山區民生東路 4 段 133 號 9 樓	
	運動彩券，簡稱運彩，是中華民國合法授權的體育投注彩券，依該國《運動彩券發行條例》發行，由主管機關公開甄選發行機構負責發行。		
專題名稱	運動彩券線上經營之研究		
研究並分析運彩發行之目的，各年齡層購買狀況，一年中購買人數之增減，並尋找能有效最佳化之行銷策略。			
指導老師簽		日期	年月日
備註			

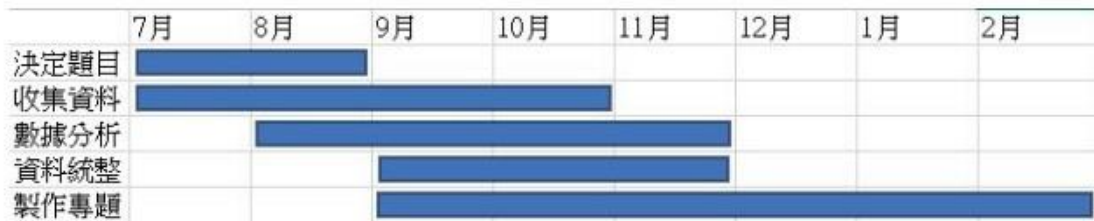
【專題工作分配表】

組名	運動彩券線上經營之研究	填寫人	李昇恩
專題名稱	運動彩券線上經營之研究	填寫日期	112年09月15日
分工			
資料文獻探討：李昇恩			
資料分析及撰寫結論：林昀輯 黃瑋傑			
Ppt 製作及排版：劉彥男			
上台報告：余嘉恩			

【GANTT 圖】

組名	運動彩券線上經營之研究	填寫人	劉彥男
專題名稱	運動彩券線上經營之研究	填寫日期	112 年 9 月 22 日

Gantt Chart



【專案結案報告】

組名	運動彩券線上經營之研究	填寫人	李昇恩
專題名稱	運動彩券線上經營之研究	填寫日期	112年10月26日
<p>經過這次的專題研究，更加的了解運動彩券的起源、娛樂方式、經營行銷模式、客群、營收用途、國內外運動彩券差異、購買運動彩券的利弊。</p> <p>運動彩券可以說是非常普遍的國民休閒娛樂，有人因為運動彩券贏得不少錢，也有人輸得一塌糊塗，購買前須先衡量自己的財力狀況，是否能接受損失，這不是一項穩賺不賠的娛樂，幾家歡樂幾家愁，不過因為是政府當莊，最後的盈收是拿來造福社會，若不慎輸了錢也不失為一項公益，依自己的能力量力而為，千萬別心存僥倖。</p>			

【會議記錄】

專題名稱	運動彩券線上經營之研究					
會議編號	001	召集人兼主席	李昇恩	紀錄者	李昇恩	
討論主題	確認專題主題及分工			會議時間	2023/9/9	
				會議地點	線上會議	
上次會議	決議事項		執行狀況			
	無		無			
本次會議	本週工作進度		本週工作內容		負責人員	
	1.確認專題主題 2.分工		與老師討論主題，確定方向		全組	
本次會議內容	本次會議為確定題目及分工					
決議事項（與主席裁示）						
1. 分工合作，討論之後再請老師跟台灣運彩要資料 2. 假日線上會議討論，延續相關進度						
李昇恩	劉彥男	林昀韜	余嘉恩	黃偉傑		
下次會議	召集人	李昇恩	紀錄者	李昇恩	時間	2023/9/16
					地點	線上會議
預定討論主題	需要台灣運彩的哪些資料					
指導老師意見	過程中有問題可以在群組發問					

【會議記錄】

專題名稱	運動彩券線上經營之研究					
會議編號	002	召集人兼主席	李昇恩	紀錄者	李昇恩	
討論主題	需要的所有資料			會議時間	2023/9/16	
				會議地點	線上會議	
上次會議	決議事項		執行狀況			
	1. 分工合作，討論之後再請老師跟台灣運彩要資料 2. 假日線上會議討論，延續相關進度		主題明確，分工明確			
本次會議	本週工作進度		本週工作內容		負責人員	
	請老師跟台灣運彩要資料		完成緒論文及一到四章		全組	
本次會議內容	請老師跟台灣運彩要資料，並且在下一次開會前完成各章節					
決議事項（與主席裁示）						
請大家多確實做好工作，如果有不懂可以討論						
李昇恩	劉彥男	林昶韓	余嘉恩	黃偉傑		
下次會議	召集人	李昇恩	紀錄者	李昇恩	時間	2023/9/23
					地點	線上會議
預定討論主題	內容修改及 ppt 製作					
指導老師意見	有問題可以在群組發問					

【會議記錄】

專題名稱	運動彩券線上經營之研究				
會議編號	003	召集人兼主席	李昇恩	紀錄者	李昇恩
討論主題	修改內容及 ppt 製作			會議時間	2023/9/23
				會議地點	線上會議
上次會議	決議事項		執行狀況		
	完成緒論及一到四章		內容需要再補充		
本次會議	本週工作進度		本週工作內容		負責人員
	修改內容		修改內容再做成 ppt		全組
本次會議內容	修改已經完成的內容，最後再做成 ppt				
決議事項（與主席裁示）					
整理資料及內容，完成報告書及簡報					
李昇恩	劉彥男	林昀韜	余嘉恩	黃偉傑	
下次會議	召集人		紀錄者		時間
					地點
預定討論主題					
指導老師意見	內容整理好後，挑出重點做成 ppt 盡快完成				