

逢甲大學學生報告 ePaper

報告題名：

社會企業創新創業計畫書 - 「街友幸腹計畫」

Proposal for Social Enterprise Innovation and
Entrepreneurship - 「iFood for Homelessness」

作者：鄭喜恩

系級：都資四甲

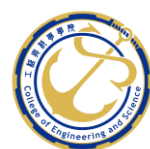
學號：D0526513

開課老師：陳兆衡老師

課程名稱：科技管理導論

開課系所：工業工程與系統管理學系

開課學年： 108 學年度 第二學期



中文摘要

近十年來，電子商務高速興起，以及網路的快速發展，使偏好外食的國人生活越來越便利，基本的三餐想獲得溫飽已無需本人親自外出購買，而是透過現在人人皆有的智慧型手機即可下訂單以及付款。近年，許多國外餐飲外送平台與企業也相中台灣對於外食的龐大消費力，紛紛來台灣設立據點，如 Foodpanda、Honestbee 及 Uber Eats 等，而在 Honestbee 退出台灣後，現今其他兩家已讓市場有飽和之勢。想當然耳，在如此的趨勢下，似乎幫助弱勢團體的方式又變得更多元了一些。考慮社會動蕩時期難以像平日一樣的對弱勢團體出手救援，本計畫針對街友一族群，希望組建一社會企業，透過與統一超商與線上外送平台的合作，提供街友三餐。期許此推陳出新的計畫成功之後，其他團體或一般人，亦能沿用此模式，幫助更多社會上的弱勢團體。



關鍵字：愛心餐、社會企業、街友關懷服務、線上外送平台

Abstract

With the rise of e-commerce and the rapid development of the Internet within this decade, the life of us become more convenient. Basic meals and meals are no longer necessary to go out and buy in person. Orders and payments can be placed through mobile phones. Food delivery platform companies also value Taiwan's huge consumption power for all variants of food, and have set up bases in Taiwan, such as Foodpanda, Honestbee and Uber Eats. Under such a trend, it seems that there are diverse ways to help vulnerable groups. Considering that during the period of social turmoil, it is difficult to give a hand to those vulnerable groups like usual, this project is aimed at the group of homelessness and hopes to form a social enterprise to provide meals for them through cooperation with Seven-Eleven in Taiwan and online delivery platforms. It is hoped that after the success of the plan, any other groups or even an ordinary people can also use this model to help more disadvantaged groups in future.

Keyword : Caring meals, Homeless care service, Online for delivery platform, Social enterprises

目 次

摘要

目錄

圖目錄

表目錄

壹.	緒論.....	5
一、	計畫緣起與目的.....	5
二、	本社企背景.....	6
三、	文獻回顧/名詞解釋.....	6
貳.	計畫目標.....	18
一、	短期.....	18
二、	中長期.....	18
參.	執行計畫內容.....	20
一、	計畫內容與社會問題關連性.....	20
二、	計畫創新與可執行性.....	25
三、	商業模式.....	26
四、	社會效益或其影響力.....	26

參考文獻

圖目錄

圖 1 PEARCE 的經濟三系統模式.....	8
圖 2 行政院衛生福利部列冊各縣市遊民人數分佈直條圖.....	19
圖 3 IBON 系統點餐流程示意圖.....	24
圖 4 ESG 原則下 UBEREATS 及 FOODPANDA 之執行項目示意圖.....	25
圖 5 統一超商 CSR 願景圖	25

表目錄

表 1 台灣社會企業簡介彙整表.....	9
表 2 行政院衛生福利部列冊各縣市遊民人數-統計值 (100 年 ~ 107 年).....	18



壹. 緒論

一、計畫緣起與目的

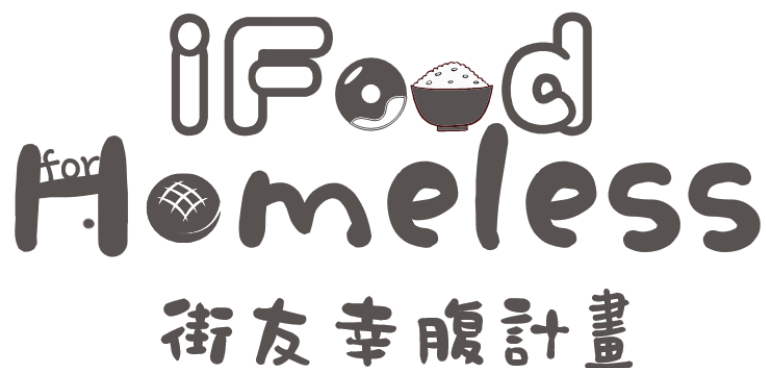
筆者最初對於社會企業的印象只是「幫助弱勢的非營利組織」或是「賣的東西都很貴」，直到選修了陳兆衡老師的課程後才知道，原來我對社會企業的誤解與迷思竟有如此之多。為了期末報告做出社會企業創新創業計畫書，我開始去了解何謂社會企業，台灣現行的社會企業又有哪些，這些概念帶给了我一些新的啟發，並引發了我想深入研究與為其尋找新的可能的想法。

由於本身就讀都市計畫與空間資訊學系，一直對社會議題都有所關注，在關注這個城市的時候，一直對某個族群有著許多複雜的心情，有同情、有不解，而這個族群就是本次計畫的重點服務對象--街友。街友正確名稱為「露宿者（英譯 Homelessness）」，台灣社會稱其為「街友」，該稱呼乃是對台灣遊民較為和善、有禮貌的稱呼方式。

筆者檢閱許多與街友以及社會企業相關的論文後，發現其實台灣又許多社會企業都對街友持著「授以魚不如授以漁」之態度，我也相當認同。但是就 2020 年這個社會動蕩、疫情肆虐的一年，我產生了不同的想法。的確，「授以漁」讓他們能自力更生，不用每日挨餓，更好的期望就是希望街友們都能鹹魚翻身，回歸正常普通人一至少不用流落街頭的生活；但是，這一年以來，無論是肆虐台灣以至全世界的中國武漢新型冠狀病毒（Coronavirus）或是與我們只有一小時多飛機航程的香港的社會事件，從「反送中」至「港版國安法」，除了重挫世界各國的經濟以及政治動蕩，更多的是人民的人身安全問題，而無家可歸流落街頭的這族群，在特殊情況發生時無人幫助又失去工作，到底該何去何從？根據報道，疫情與社會事件影響下，街友賴以維生的打工機會銳減、願意上街發放食物的熱心人士也減少頻率，連街友們戲稱「最適合露宿」的台北車站都不再適合求生，全國無家群眾面臨的生計困境比肺炎更嚴重。

街友一現象的存在與成因因為每位無家者有不同的生計、健康、精神狀況，其中與之相關問題可謂複雜，本計畫期望則較為單純，就是想替在特殊情況時期的街友們提供另個供餐選擇，那就是與數平台如統一超商以及線上外送平台合作，成立一個新平台，為街友提供三餐。

二、 本社企背景



本社命名為「街友幸腹計畫」，係我們的計畫，也是本社企名稱，由本人與謝姓合作人共創。本社的核心目標宗旨就是希望為街友們帶來「幸運」、「幸福」以及「飽腹」。

三、 文獻回顧/名詞解釋

1. 社會企業之起源與定義（國立臺南大學行政管理育學系，張雅彥，109 年 2 月，「社會企業利社會動機對營運方式之影響-以動物保護社會企業為例」碩士論文）

- 起源

根據國立臺南大學行政管理育學系張雅彥研究生 109 年 2 月發表的「社會企業利社會動機對營運方式之影響-以動物保護社會企業為例」碩士論文之定義：在社會學及經濟學中，社會必由三大部門組合而成：分別為第一部門，即政府；第二部門為私人部門，即企業；而第三部門，即為社會部門。在美國「第三部門」常被稱之為「獨立部門」(Independent Sector)，以強調其相對於政府和私人企業的獨立性(Drucker, 1994)。第三部門之所以富涵獨立性，係因非政府組織及非營利組織其公益的功能及追求公共的使命(顧立華，2000)，如：教育與研究、健康(心理健康與危機預防)社會服務(社會服務提供、經濟與生活的支持)環境(環境保護保護動物 Salamon & Anheier, 1996)等多項具備社會性的服務內容。

一般而言，非營利組織為達成以上各項社會目標，需筹措會員會費、政府補助、民眾小額捐款及活動收入(吳培儷、陸宛蘋，2002)等各方資源才能夠維持組織的運行。近年來卻因全球經濟不景氣、公部門削弱社會福利的預算及企業和民眾的捐款逐漸縮減大多數非營利組織面臨了財務危機，而為了因應隨之而來的人才不足及績效表現銳減的困境採取暫時的節流作

法。然而，為了全面性的改善非營利組織的營運狀況，應改以發展積極開源的營利方式及社會企業模式(陳金貴，2002)。

社會企業之所以能夠成為非營利組織困境的良方，是由於它為不同的社會族群提供社會參與和經濟包容的可能性，並以新穎的方法替公部門和企業解決了社會問題(Amin，2009： Defourny et al..2001)。它將商業活動所創進產生的利潤，回饋到組織並進一步實現社會目的(Boschee， 1995： Boschee & McClurg. 2003： Defourny et al.. 2001)。也因為社會企業能產生多元的收入，有能力聘請技術人才進入組織，提升績效與創新並回應環境的變遷(Dees & Anderson， 2003)。社會企業具有的特質正好能補足非營利組織的缺陷，因此在某些狀況下被視為是非營利組織資金問題的創新回應(Dees， 1998， 2001)。

社會企業起源於 19 世紀歐洲社會慈善的概念，直至 1970 年代左右再由經濟合作暨發展組織(Organization for Economic Co-operation and Development，OECD) 十五個會員國提出發展的新概念，強調從社會經濟著手促進社會凝聚、公平及個體間的合作來維持經濟(OECD，1999)。而各國社會企業的浮現，在於因應市場失靈與志願服務失靈，而從公共政策角度，讓企業社會責任(Corporate Social Responsibility，簡稱 CSR)更具社會改造力，及讓非營利組織更具競爭力，則為政策支持社會企業發展之動力(鄭勝分，2016)。

而社會企業之所以出現主要來自三個驅動力(Gidron & Hasenfeld， 2012)：其一為失靈論，社會企業扮演政府與市場雙重失靈的填補性角色，社會企業應該滿足社會需求的缺口。其二為商業性企業的促動，偏向資本市場失靈的對應，即符合企業應擔負社會責任的理念。其三為工作整合觀點，即將社區需求融入市場系統(Sriram，2011)。例如：穆罕默德·尤努斯(Muhammad Yunus)在孟加拉成立了提供窮人小額貸款的格拉明銀行(Grameen Bank)，至今格拉明銀行已提供超過美金五十億元的貸款給孟加拉人，此微型信貸的創新模式也成為社會企業概念的先驅(臺灣社會企業創新創業學會，2016)。

● 定義

社會企業在全球各地蓬勃發展，並順應著各地不同的經濟環境和政策制度而有著相異的風貌，也因此並沒有通用且一致的定義。在國際上較為廣泛的概念為 DTI(2002)對於社會企業所提出的基本定義：「以社會目的為主的市場貿易，並認為社會企業應具有企業取向、社會目標與社會所有權三種常見的特徵」。換句話說，社會企業使用非政府的，基於市場的方法來解決社會問題(Peattie & Morley，2008)，與美國社會企業聯盟所提出的「組

組織或企業透過賺取收入的策略達成社會使命」的概念相似，即是強調透過營利模式創造收益，以支持社會目標(Miles et al., 2014)。

Pearce 的經濟三系統模式也展現了類似的精神，Park 和 Wilding(2014)等學者，將社會企業定位成一種「接近企業的非營利組織」模式。在圖 2-1 的模型中，顯示了社會經濟的多樣性和複雜性，且根據組織的大小、法律結構活動、地域範圍、收入來源、動機、社區關係、所有權和文化的不同，將組織區分成三大類及其他小類別。而社會企業雖然被歸類在第三系統(即第三部門)類別中，但因該組織形式，乃透過交易方式來實現社會目標，因此被置於較鄰近私部門類型的一種第三系統次類型。但 Pearce(2003)認為，社會企業的主要目的為達成社會使命，商業活動只是實現目的的手段。

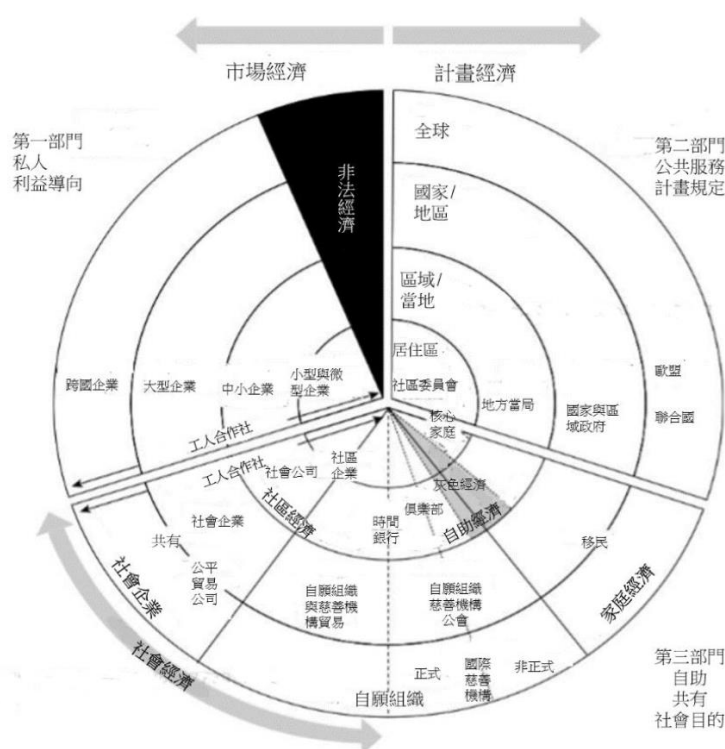


圖 1 PEARCE 的經濟三系統模式

資料來源：修改自 Pearce, 2003: 25。

在歐洲，社會企業定義往往更具體(Defouny & Develtere, 2009)。歐洲研究社會企業重要跨國學術團，歐洲研究網絡(EMES)對社會企業的定義提出了四個標準，以區分經濟與社會指標：1.持續參與商品與服務的生產，生產活動是社會企業存在的重要因素 2.一群人在自主目標的基礎上所創建——他們不被公共機構或其他組織(聯合國，以營利為目的的私營公司等)管理 3.經濟風險 4.最少報酬的工作(Doherty et al., 2009)。因此社會企業應是一個享有盈餘與淨資產的營利實體，其利潤明確用在服務社會目的(Dees & Anderson, 2003)。

換句話說，雖然社會企業通常在其組織結構中採用市場機制，但他們對特定社會結果的強調意味著他們有意追求雙重和三重目標，從而將它們與許多傳統的營利性企業區分開來(Kerlin, 2009)。也就是非營利機構為實現社會使命，應用商業模式增加財源，或為協助解決社會問題而創立企業組織(陳隆祥、薛昭義、黃子明, 2018)。值得注意的是，吳宗憲(2017)指出，社會企業並不是為了平衡社會目的與經濟目的雙底線(Double bottomline)為目標，其重點是產生創新效應與社會影響(Dees, 2003)，也因此社會企業應為「創造社會價值是主要的使命，而創造經濟價值是必要但非充分條件」(Mair & Marti, 2006)。為了實現上述的使命，社會創業家秉持的理念則包括了：1.肩負著創造與維護社會價值(而非個人利益)的使命；2.辨識與不斷追求實現使命的新機會；3.致力於不斷的創新、適應與學習的過程；4.不因現有資源的限制而影響其行動；5.對所服務的對象及一切行動結果皆秉持責信的態度(Dees, 1998, 2001)。

● 台灣社會企業介紹

為使計畫進行順利，創立本社會企業前，查找並彙整了在地的社會企業與其簡介，詳見表 1。

表 1 台灣社會企業簡介彙整表

社企	經營領域	簡介
<u>點點塑</u> 	水域清潔	自主研發顆粒捕捉技術，應用在環境工程和第一級產業水域清潔，清除水域中危險物質（如塑膠微粒、藻類），還給海洋生物乾淨的家。
<u>啟夢</u> 	升學輔導	幫助孩子探索科系，找到適合自己的方向發展沿革／商業經營模式 啟夢致力於提供最好的探索科系服務，透過獨家「系統化科系探索方法」求廣、求深、求透，以家教班、工作坊等形式，協助高中生「完整經歷」探索的歷程，找到適合自己的科系。
<u>ECOCO 循環經濟</u> 	資源回收再利用、循環經濟	打造一套「線上社群平台」與「線下智慧回收機」雙軌配合的商業模式，透過趣味的獎勵機制連結環保與日常生活，鼓勵更多的民眾與企業一起為環境動起來。

社企	經營領域	簡介
青瓢 	環保食器	提供環保食器租賃服務，建置高品質的使用、回收、清洗、高溫殺菌及倉儲系統，讓使用環保食器成為省時省力的事，以減少一次性食器的浪費。
斜槓生活文化有限公司 	環保食器	致力於推廣減碳減塑生活、並開發天然材質的生活用品，作為替代現有塑料器具的替代方案。創辦人投入可自然分解的天然植物吸管設計研發，成立斜槓生活並建構減塑行動方案。
好盒器 	環保食器	為解決一次性容器所造成的資源耗損及垃圾污染，好盒器推動用循環取代拋棄，提供可重複用容器給外帶餐飲的民眾租用，並為大型活動設計容器租借流程與整體解決方案。
Bionicraft 	研發創新生物應用技術	研發創新生物應用技術，進而設計生物強化產品、開發與生物環境共生的系統解決方案。
元沛農坊 	環境友善農業	運用新科技的觀念與技術（如微生物防治、IoT 感測計、大數據），替農業尋找升級契機。近期正透過增加土壤中微生物的多樣性，打造不需化肥和農藥的蔬果栽培方式。
臺灣湛藍海洋聯盟 	海洋保護	臺灣湛藍海洋聯盟發起「為湛而戰」計畫，致力於開發海洋垃圾子母車，放在港灣垃圾熱點中，以半自動化的方式移除港灣海漂垃圾，透過科技找回大海的湛藍。
岩生築見 	偏遠區域貧窮議題	為解決偏遠區域經濟發展困境，岩生築見結合社區發展工作與國內企業，一同重構產業模式，實踐新經濟關係。
皮康	動物友善	皮康希望挖掘問題的根本，用設計文創力

社企	經營領域	簡介
		改善社會問題，透過傳遞理念減緩人為造成流浪動物的可能。
禾餘麥酒 	有機農作	禾餘採用契作方式，協助復育本土的小麥、大麥、蕎麥、玉米等雜糧作物，並鼓勵農民從環境友善開始逐步走向有機耕作。希望能為在地生產的雜糧作物賦予更高的經濟價值，保障農民收入、提高生產意願，進而改變台灣農業環境中水稻產量過剩、休耕地過多、雜糧作物仰賴國外進口等困境。
Mata taiwan 	原住民文化推廣	Mata Taiwan 希望能成為一個平台，呈現用心的原住民作品、傳遞有深度的原住民文化，搭起一個推廣的橋樑！
台灣潛水 	海洋保護	台灣潛水宗旨為「Bring Ocean Into Your Life」，藉由潛水，讓海洋進入大家的生生活。讓更多人愛上大海而成為海人，進而一起保護這片大海。
閱讀人 	閱讀文化	閱讀可以完成什麼？「閱讀人」創辦人鄭俊德希望透過閱讀，讓人們遇見更好的自己，也得到來自彼此的助力，讓成就自己及許多美好的事變得更簡單，進而改變整個社會。
綠藤生機 	綠色產品	綠藤生機希望傳遞給消費者一種新的生活方式，讓人們經由消費買到兼顧誠實、健康的產品，促成一個更永續生活型態在台萌芽。
茶籽堂 	文創與在地農業結合	茶籽堂創辦人趙文豪，結合了文創和在地農業正式創立茶籽堂，並連續兩年成為金馬獎連續的贈獎禮品；不只如此，茶籽堂也成功復興苦茶油的農業文化和價值，並成功打造出獨特、富含茶籽文化的品牌。

社企	經營領域	簡介
<u>瑪帛科技</u> 		「讓孝順的人有一個便利工具，得以完成及時關心的心願」是創辦人顧偉揚的初衷。由他創辦的瑪帛科技研發了適合長者使用的簡易視訊裝置，讓長輩使用視訊觀看電視一樣簡單，只要按下遙控器就能看見熟悉的家人、朋友。
<u>弘道老人福利基金會</u> 	長照服務	1993 年起，台灣便進入高齡化社會，近年人口老化速度更是急速成長，成為社會及家庭面臨的共同難題。為此，弘道老人福利基金會的宗旨以「弘揚孝道」、「社區照顧」、「不老夢想」三大區塊的並行發展，努力為高齡化社會建構預防與長期照顧的照護體系。
<u>春一枝</u> 	天然食品	創辦人李銘煌因常常收到鄰居送來免費水果，才知道當地果農有時因生產過量，被中盤商用不平等的低價收購，或是水果過熟而無法進入市場，只能棄置，造成辛勤耕作卻血本無歸的情況。為了解決農民的經濟與就業問題，創辦人李銘煌成立了不以營利為主要目標的春一枝商行，以「友善交易」方式以合理價格收購將近熟透而無法進入市場的季節性水果，透過手工方式製成完全天然、無任何添加劑的冰棒行銷至消費市場。
<u>直接跟農夫買</u> 	友善農耕	「直接跟農夫買」希望透過帶領更多人認識投入友善農耕的農夫，支持更多友善耕作的農友，也推動更多青年回鄉發展。最終期待是賦予「農村」這兩個字，成為需要好好感激的所在；同時，也藉此拉近都市與鄉村的疏遠關係，找回環境生態、生產者、消費者之間的親密感。
<u>iHealth</u>	行動醫療服務	透過建置行動醫療服務平台縮短城鄉差距，解決解決偏鄉藥局資源不足與老人領藥不便的問題。iHealth 致力結合藥師專業和藥品宅配服務，民眾可透過電話、傳真、網路等通訊方式傳送處方箋，藥師收到資訊後即開始進行調劑與配藥，並親自

社企	經營領域	簡介
		將藥品送到府，提供藥品使用方式和諮詢，且不收取任何費用，所有服務費與藥費皆由健保局負擔。
<u>IOH</u> 	生涯規劃輔導	創辦人莊智超運用網路與數位化的普及，改善台灣資訊資源不平等的問題。IOH 平台邀請國內外各大學的學長姐錄製影片，上網分享各系的就讀、留學經驗，讓高中生可以提前更了解各校的科系特色與校園生活，藉此打破地域的疆界，讓更多學子提前規劃未來生涯。
	天然植物產品	研發以天然植物為主的產品，屏除不必要的化學有害物質添加物，生產「自然、純淨、環保」的髮妝產品，為消費者與地球的健康盡一份心力。
<u>用心快樂社企</u> 	影視結合輔導服務	創辦人趙士懿在經歷生命低潮後，重新思考人生方向，投入影像製作的文創產業，媒合「視覺影像」、「文化創意」與「社會公益」三大元素，議題聚焦在「憂鬱防治」、「老年樂活」和「青少年教育」三大主軸，而企業的核心價值則是要大家都能找到內心的快樂。
<u>四方文創</u> 	異國文化知識宣導	創辦人張正還在台灣立報社擔任副總編輯時，即以越、泰、印、菲、柬五國文字發行《四方報》，為移民/工提供生活必備資訊與各種工商新聞，並保留一半的版面給移民/公投書。四方文創從文化的角度出發，讓移工與新住民展現才華，透過文化的傳播與交流，提醒台灣人正視東南亞移民工的人權問題，未來才有可能改變政策。
<u>CAMGOLDIA</u>	偏遠區域貧窮議題	柬埔寨的特色產品-棕櫚樹花蜜製成的棕糖，因大量快速地生產常常忽略品質，做工粗糙且衛生環境低劣，於是王銘峰決定透過開發精緻的棕櫚糖，幫助柬埔寨脫

社企	經營領域	簡介
		貧。CAMGOLDIA 與十多個村落的糖農合作，為四十幾個家庭提供收入較好的工作機會；未來希望能與更多當地組織合作，協力開發產品，並同時逐步實現建造學校來改善教育，最終達成使柬埔寨人民脫貧自立的目標。
BR Link 	偏遠區域貧窮議題	創辦人陳玟潔過去在國內外偏鄉服務，發現孩童因缺乏合腳的鞋而行動受阻或受傷感染，於是創造品牌 BR Link，代表 Buyer（消費者）和 Receiver（接受者）的結合—當消費者購買一雙鞋的同時，會送出一雙符合需求的新鞋給無鞋可穿的孩子，建立購買人和受助者間的連結。
洋嘎 	偏遠區域貧窮議題	又平（Jyothi）2008 年在非洲喀麥隆擔任義工時，喜愛上鮮豔美麗的非洲花布，也看到開發中國家面臨的困境，她靈機一動，以 2 倍的當地工資聘請當地婦女製作 30 條喀麥隆裙子運回台灣的販售，竟然迅速售罄，看到機會的她，決定創辦公平貿易服裝品牌「洋嘎」。
新頭殼 	健康媒體	胡元輝、蘇正平、莊豐嘉等幾位資深媒體人，有感於台灣的媒體亂象，於是在 2009 年成立了新型的新聞資訊平台—新頭殼（newtalk）。做為社會企業，其公司章程明訂「首重新聞專業、培育優秀記者、推動媒體改革及促進民主深化」，期望成為推動社會進步的原動力，健全台灣的媒體生態。

社企	經營領域	簡介
網絡行動科技有限公司 	網站製作服務	「NETivism」來自「網路 (Net)」與「行動主義 (Activism)」的結合，代表公司的營運願景：透過成為網路世界的行動者，促成一般網路使用者、非營利組織工作者、商業經營者，皆能善用資訊傳播科技、採取行動，改變自己與世界。網絡行動科技的計價模式和一般網站製作公司類似，相對於一般商業客戶，針對非營利組織的收費標準會較低，也提供如較長的保固時效等更優惠的條件。公司利潤的 20% 將用於非營利組織的相關工作，另有 20% 則進行開放原始碼相關的推廣與研發工作。
2021 社會企業 	地方再生	2021 社會企業打造的是上、下游合作的老梅經濟圈。他們在山上青梅產地，以公平、合理價格收購青梅，改善產銷失衡造成青梅價格長期低迷的現狀。2021 社會企業進行多元產品開發，增加當地就業機會，並藉此吸引觀光消費人潮，復興風災重建區部落產業。2021 社會企業也將盈餘 35% 用於公益性捐贈或投資，進一步回饋社區。
喜憨兒社會福利基金會 	弱勢團體培育與輔導	對喜憨兒基金會來說，社會企業只是手法，讓心智障礙者能自我實現，開創生命的尊嚴與生存的喜悅才是主要目標。基金會希望用愛與關懷化解障礙，同時藉專業的復健及工作指導，改善憨兒的智能、體能及工作能力，培養自立更生的能力並融入社會，為心智障礙者開啟生命的一扇窗。

資料來源：本計畫整理。

2. 街友之定義

根據國立臺灣師範大學社會教育學系李學禮研究生 106 年 6 月發表的「街友服務導入社會企業政策之研究：以新北市為例」碩士論文之定義：「街友」這個詞彙隨著時代的變化而有著不同的定義，在臺灣通常以「流浪漢」「遊民」「街友」來稱呼，臺灣在早期則是以「羅漢腳」來稱呼，這大略是廣指無業街友的通稱，此外還有指沒有妻小、沒有財產、沒有固定的工作單身漢一個人生活在社會最底層的人，這些都是現在街友的先行者，然而在日據時期時所出現的「乞丐」與「流浪漢」又被民眾認為是危害社會治安的一群人，常被當作是社會犯罪問題的製造者，曾大力主張社會應該強制取締、收容管治(林萬億，1995；陳自昌，1995)。另外在美國最常見的說法是「流浪漢」(Vagrants)、「流動勞工」(Hobos)「乞丐」(Bums)、「街友」(Street people)目前美國國會圖書館主題標目內是採用「無家可歸」(Homelessness)或「無家可歸者」(Homeless persons)來稱呼(王憲章，2010)。

本文所定義之街友是採廣義上的定義，只要是上述國內外所定義之名詞都屬本文所界定之街友，新北市政府在政策上對遊民的用語自 2016 年 12 月 5 日起更新為「街友」是為了更加平等的關愛與對待，故採用這個更進步的用語，另外對於社會有疏離感的低下階層人士也都是屬本文所界定研究之範疇。

3. 網路（又稱線上）外送平台簡介（台灣地區）

根據南華大學科技學院資訊管理學系蔡芸箏研究生 109 年 1 月發表的「網路外送平台滿意度與忠誠度之研究」碩士論文之定義：外送的定義是指「餐飲業者提供之服務，在確認訂餐後將食品送到客戶指定的地點(李秋香，2016)」。凡是包括餐飲業店面的外送行為及網路訂購的外送行為，均為本計畫所涵蓋之外送行為，其中李芳怡(2011)說餐飲業外送績效改善之模擬，業者可參考研究結果來訂定外送政策，改善外送服務品質，並依照其營運目標來訂定外送政策提升其營運績效。目前常見的外送食品有速食、便當、飲料等，大部分外送是透過電話訂購，消費者等待食品送達後付錢，網路普及後，有越來越多的業者提供線上付款服務，甚至是網路訂餐才有的優惠，通常便當、飲料業者並不收取外送服務費，或者要達到一定數量才可外送，而速食店的業者則多為規定消費若未達一定金額，將收取外送費用。

目前在台灣進駐的外商餐飲較大規模的主要平台外送公司有：Foodpanda、Uber Eats。本計畫以德商空腹熊貓 (Foodpanda)、及美商(Uber Eats)為合作對象。

首先是 2012 年進入台灣的 Foodpanda，是最早進入台灣經營美食外送市場的平台，據 Foodpanda 表示，Foodpanda 在台灣配合的餐飲店家數於 2018 年突破 14 萬家，是目前合作夥伴商家數最多的外送業者，服務據點涵蓋全台 11 座城市，2019 年，Foodpanda 再呈暴風成長，穩坐全台最大美食外送平台龍頭寶座(Foodpanda，2019)。Foodpanda 在選擇合作的餐飲業者上，幾乎專攻中高價位以上的餐廳以及餐飲業龍頭店家，包含：糖朝、Chilis、TGIF、Outback、海壽司等(郭芝榕，2014)。

Uber Eats 在 2016 年進入台灣，至 2018 年止，合作餐廳數超過 3000 家，從咖啡廳、餐廳到中大型國外餐飲品牌都有。其配送方式多元，從步行、騎腳踏車到機車等多種方式配送，其中光是台灣的外送員行車里程數，合計就超過 1 百萬公里，相當於繞地球赤道 25 圈；Uber 營運長 Barney 表示 UberEats 的成功秘訣就是掌握了外送員位置、交通時間等數據，並不斷透過數據分析來優化營運，順利交出每筆訂單在 30 分鐘內送達的漂亮成績單(黃楸晴，2018)。這些餐飲外送平台除了幫消費者預定外帶餐點以外，還有將實體的餐飲送到在虛擬平台下單的消費者手中，達到線上線下的虛實整合餐飲業者和外送平台合作，讓餐飲市場，發揮最大產值(吳銘峻、李釗如，2014)。



圖 2 UBER EATS 和 FOODPANDA 之標誌

貳. 計畫目標

台灣有高達 93% 的臺灣民眾有外食的習慣，也由於電子商務的蓬勃發展進而帶動了整合型餐飲外送平台於臺灣的普及程度。本計畫想藉由在台已如此普及化網路外送平台：Foodpanda 與 Uber Eats，以及另個重要夥伴一統一超商的 ibon 系統合作，讓一般民眾能透過平台認購愛心餐給弱勢族群，而我們的目標族群先會放在街友身上。一般民眾利用手機即可下載，亦或者網頁版亦可使用的網路外送平台認購愛心餐，而街友利用 ibon 點餐與網路外送平台 Foodpanda 以及 Uber Eats 合作以外，尚需一個能讓街友們也能輕鬆使用的管道。以下為本構想計畫預期達成之具體目標。

一、短期

根據調查街友數量為多的是台北區（詳見表 1 及圖 2），因此短期目標是先以台北市 12 行政區為第一個示範據點，台北市作為台灣一線城市，以大安、松山及大同區人口較集中。

二、中長期

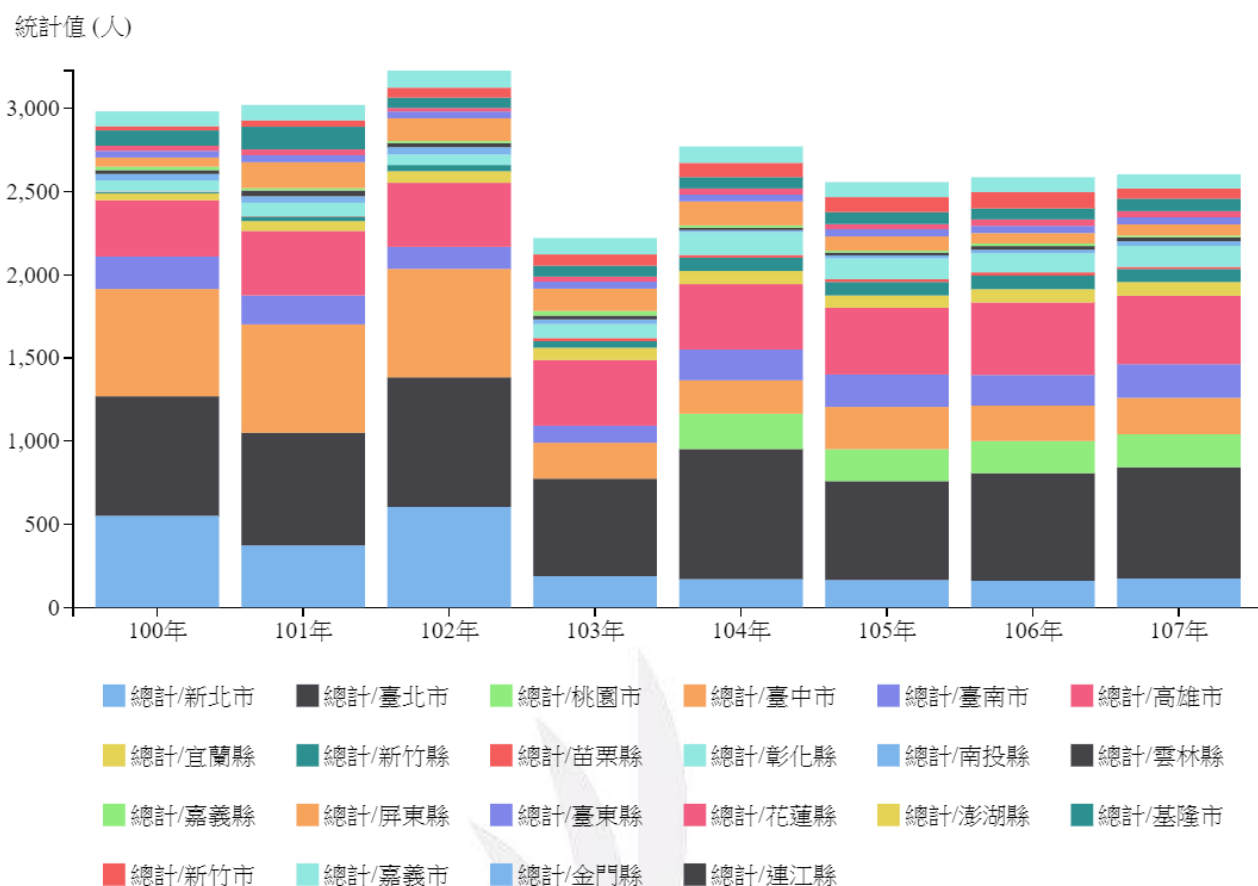
六個月觀察期後，將服務區域拓展至三都六府。並期望未來除了提供愛心餐以外，能跨域增加為街友介紹工作等服務。

表 2 行政院衛生福利部列冊各縣市遊民人數-統計值 (100 年 ~ 107 年)

縣市別	新北市	臺北市	桃園市	臺中市	臺南市	高雄市	宜蘭縣	新竹縣	苗栗縣	彰化縣	南投縣	雲林縣	嘉義縣	屏東縣	臺東縣	花蓮縣	基隆市	新竹市	嘉義市
100 年	551	718	-	645	195	338	41	7	4	67	39	23	21	55	40	31	92	25	89
101 年	373	677	-	651	174	388	59	27	3	80	39	35	14	156	42	35	136	38	93
102 年	604	779	-	652	132	385	70	37	-	63	44	25	12	137	41	21	62	60	102
103 年	188	586	-	216	102	395	74	39	19	84	28	23	28	134	42	30	66	68	98
104 年	170	782	212	201	185	393	79	80	16	138	12	14	14	144	41	37	68	86	98
105 年	165	594	192	254	195	401	74	81	17	125	18	17	11	86	43	31	72	90	90
106 年	160	647	193	213	184	436	80	81	20	115	21	22	15	63	43	39	66	98	89
107 年	174	669	198	219	202	411	83	78	13	126	28	23	11	67	43	37	75	61	85

資料來源：本計畫整理。報表產製時間：2020/06/28 23:14

註：澎湖縣、金門縣以及連江縣並未有遊民列冊因此並未列出。



資料來源：行政院性別平等會本計畫整理。

圖 2 行政院衛生福利部列冊各縣市遊民人數分佈直條圖

未來期望除了 ibon 系統，還能利用其它超商之系統如全家、萊爾福及 OKMART 的 FamiPort、Life-ET 及 OK・go。而現在正興起 Gogoro Network 也很不錯，其換電站數量與設置位置也能觸及許多民眾，也許未來，換電站也能成為服務系統據點之一。

參. 執行計畫內容

一、 計畫內容與社會問題關連性

步驟一：利用網路外送平台

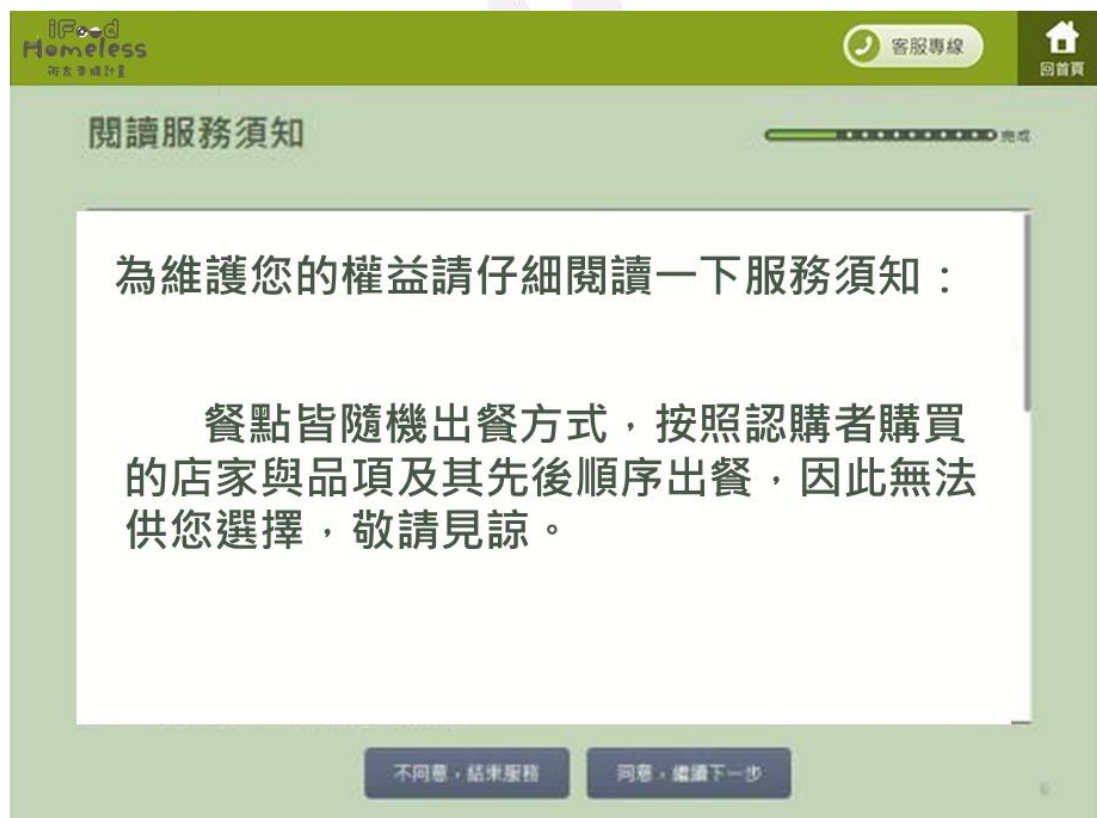
在網路普及的時代，帶動了電子商務模式 O2O (Online to Offline)的興起，提供消費者更便利的購物環境，生活大小事都能透過網路來達成，藉由線上行銷與購買行為帶至實體店家的模式，也讓各產業增加其競爭力，加上宅經濟(Stay-at-home Economy)的盛行，人們的生活習慣與企業的營運模式皆帶來改變。以餐飲業來說，整合型餐飲外送平台的發展有目共睹，例如 UberEats、foodpanda、honestbee、Deliveroo、有無外送等出現在大街小巷。而習慣了外食的台灣國人，更是利用這些平台，無論何時何地的進行點餐。

步驟二：街友點餐與餐點送達方式

為街友們之福利考量，本計畫欲通過網路外送平台讓一般民眾可以做認領愛心餐之行動，達到街友也能無時無刻享受到美食。然而如何讓不一定擁有一台智慧型手機的街友們可以順利點餐？

根據行政院公平交易委員會調查數據顯示，目前台灣便利商店總家數已逾 9,000 家，平均每 0.26 平方公里就有一家店，連鎖便利商店的店數呈現飽和，目前連鎖式便利商店業者多已放緩展店計畫，除販售商品外，也積極推出提供各種代收費用、宅配、預購商品及多媒體機等更多元化之服務、透過異業結盟合作開發新客源等策略，創造更大的附加價值，提高營收。ibon 便利生活站為 7-ELEVEN 的服務平台提供各種即時便利的服務，在服務項目中可分為 12 大項，在服務項目中可以從 B2B 或 B2C 的方式提供服務，也可利用網路與 ibon 結合，將需要列印的資料傳到網路或 USB，藉由 ibon 印出所需資料。ibon 服務項目很多，如：代收汽、機車強制險、交通罰單、補單繳費、旅遊票券、飯店訂房、展覽表演及演唱會門票、銀行會員紅利兌換、手機圖鈴下載及命理等，服務的項目將隨著日常生活的需求會持續增加。

因為 ibon 具生活化、多功能性、便捷性的特性，所以本文將利用 7-ELEVEN 之 ibon 系統，進行本計畫產品創新、服務創新與流程創新。為此，本計畫模擬了以 ibon 系統界面作為點餐流程示範：







iFood Homeless 街友幸腹計畫

客服專線

回首頁

領取餐點注意事項

今日尚可領取：3 餐

目前可領餐份數：52 份

所需份數：- 1 + 份

不同意，結束服務

同意，繼續下一步



iFood Homeless 街友幸腹計畫

客服專線

回首頁

列印收據，共1張，請稍候！

1 請拿取「收據」，並於餐點送達時交於外送人員即可。

iFood Homeless 街友幸腹計畫



資料來源：本計畫製作。

圖 3 IBON 系統點餐流程示意圖

為確保訂餐身份，本計畫利用 ibon 系統的掃描裝置對訂餐者身份證做確認，而街友身份則由衛生福利部等有做名單列冊之單位提供。為確認訂餐與取餐人為同一人，訂餐者需取好收據作為依據。而當遇到久未送達等問題，也可到 ibon 愛心餐的主頁右上聯絡客服。

二、計畫創新與可執行性

本計畫期望利用本系統，簡易且又方便的為街友做創新服務。因此，合作夥伴相當重要。在談合作夥伴前，我們先了解一下一般企業為回饋社會而做的 CSR 企業社會責任（Corporate Social Responsibility, 簡稱 CSR）計畫為何吧。CSR 計畫有個 ESG 原則分別是：環境永續、社會參與、公司治理、以及企業承諾四項。其中之細節不贅述，以下為 Uber Eats 以及 Foodpanda 在 ESG 原則之下已執行的部分：



資料來源：本計畫整理。

圖 4 ESG 原則下 UBEREATS 及 FOODPANDA 之執行項目示意圖

可見上述兩家外送業者，較為欠缺社會參與的計畫，而透過三方合作，能夠幫助街友增加企業的社會參與，創造更多的社會價值。而統一超商則以三大主軸以及五大實踐原則作為 CSR 願景：



資料來源：7-ELEVEN 官網。

圖 5 統一超商 CSR 願景圖

由圖可見，統一超商是絕對樂意且願意讓本社企利用其 ibon 系統做為服務網絡平台的。因此，本計畫可行性可謂非常之高。

三、 商業模式

關鍵夥伴 - 網路外送平台 Foodpanda、Uber Eats - 統一超商 7-Eleven	關鍵活動 - 利用網路外送平台服務讓一般民眾點餐給街友們吃 關鍵資源 - 網路外送平台 Foodpanda、Uber Eats - 統一超商 7-Eleven ibon系統	價值主張 無論何時何地，都能為街友們提供三餐溫飽。	顧客關係 - 餐飲服務 - 網路服務 - 街友關懷服務 通路 - 一般網路行銷(IG、FB、LINE) - 網路外送平台 Foodpanda&Uber Eats、統一超商7-Eleven廣告宣傳	目標客群 - 一般民眾 - 弱勢族群-街友
成本架構 既定成本：與合作夥伴網路外送平台Foodpanda、Uber Eats以及統一超商7-Eleven合作費		收益流 合作夥伴網路外送平台Foodpanda、Uber Eats以及統一超商7-Eleven將可賺取外送費及平台手續費		

四、 社會效益或其影響力

本社會企業之成立是期望透過本計畫來達到三大目標：

1. 降低突發事件或大環境之變動造成街友糧食取得的困難
2. 隨手做公益，拉近一般民眾與街友的距離
3. 利用不同的管道幫助到更多需要幫助的人

其中社會效益及其影響力極大，而量測社會效益之標準，或我們稱之為社會影響力評估，是為社會企業很重要的一環，而其評估表標準方法很多，比方 Social Return On Investment (SROI) 就是一個用來衡量產品或服務所產生社會價值的量化方法。SROI 雖然有它的優點，但對許多組織來說工程十分浩大，期望未來計畫執行後能以此為第一個衡量的方式。

參考文獻

- 林鈺琦（2012）。商業模式創新之研究：以 7-Eleven 之 ibon 為例，育達商業科技大學行銷與流通管理系碩士論文，苗栗縣：育達商業科技大學。檢自 <https://hdl.handle.net/11296/6kqbnt>。
- 李學禮（2017）。街友服務導入社會企業政策之研究：以新北市為例。國立臺灣師範大學社會教育學系碩士論文，台北市：國立臺灣師範大學。檢自 <https://hdl.handle.net/11296/5gha92>。
- 蔡芸箏（2020）。網路外送平台滿意度與忠誠度之研究。南華大學科技學院資訊管理學系碩士論文，嘉義縣：南華大學。檢自 <https://hdl.handle.net/11296/gd6xw6>。
- 張雅彥（2020）。社會企業利社會激動對營運方式之影響-以動物保護社會企業為例，國立臺南大學行政管理學系碩士論文，臺南市：國立臺南大學。檢自 <https://hdl.handle.net/11296/88yrq5>。

