

協助街友創業的經驗分享： 個人經驗的敘說

劉一龍

壹、前言

一、背景

許多實務工作者的經驗分享指出，不少接受社會福利機構安置的無家者，大多是非志願性、年齡高或身障者，他們在流浪街頭之前就已自行找過工作，只是就業之路並不順暢。進入安置機構或中途之家後，因為結構或身體限制，就業大多侷限在清潔和保全等需要勞力的類型，這類工作需要體能付出，加上身體限制或休息不足，影響工作表現，漸漸地，無家者無法穩定且正式就業，再度在職場上被迫退出，消磨無家者的信心與鬥志。

「如果就業有難度，創業可行嗎？有無自由度較廣的資金運用來源？」

許多 NPO 承接政府無家者的委託案或標案時，服務要求大致是外展、安置或協助就業，協助無家者「創業」的資源相對較少，「群眾募資」成為資金來源的選擇之一。

「群眾募資」，在國外並非新興議題，2009 年於美國成立的 KICKSTARTER 平臺，是讓人們可以進行科技商品或影視產業的專案提案的平臺，即使提案內容和食物或軟體相關的專案也頗受歡迎，類別和內涵十分多元（<https://www.kickstarter.com/>）。由於法令規範，群眾募資平臺的贊助者將可獲得對應回饋，回饋方式可能是產品或特殊體驗等。

在臺灣，也有類似的平臺，例如：FlyingV、嘖嘖（zeczec）和紅龜（Red Turtle）等。若以本文的服務對象（無家者）為例，芒草心慈善協會的「起家工作室」計畫就是讓具備或訓練無家者的水電技能。我在 2015 年在紅龜募資平臺發起「路行者咖啡」計畫，協助桃園市安欣關懷協會（外展中心）合作執行。2016 年，也和新北市志願服務協會（「觀照園」，中途之家）合作，在相同的平臺提案「雷達胖」烘培坊，目前也和機構督導和業師一起合作執行。

由學界撰寫和發想計畫、為 NPO 募

資提案，以及參與後續協助的相關討論較少，描述過程遭遇的困難和調適方法是本研究之目的，期待日後能為類似合作模式提供參考。

二、倫理問題是優先考量（註 1）

由於募資提案牽涉敘說案主的個人需求或故事，可能需要案主現身說法。因此，涉及案主自身權益的倫理議題，依照社會工作師對案主的倫理守則，相關議題有：

1.2 社會工作師應尊重並促進案主的自我決定權...

1.3 社會工作師服務時，應明確告知案主有關服務目標、風險、費用權益措施等相關事宜，協助案主作理性的分析，以利案主作最佳的選擇。

1.6 社會工作師應保守業務秘密...

關於上述三點，首先，「路行者咖啡」黃大哥先前已經登過媒體；「雷達胖」機構住民則不願意在鏡頭之前曝光，尊重案主個人意願，在募資平臺的影片上，前者以黃大哥為主，後者由研究者代為說明。

其次，創業更需尊重案主個人意願，而非上對下的命令方式，故「路行者咖啡」是由研究者詢問黃大哥意願，並攜帶咖啡沖煮工具讓黃大哥試作；「雷達胖」烘焙坊是透過硬體建設過程、發放食用麵包引發住民興趣，再邀請過去有經驗或意願的住民參與。

最後，在「路行者咖啡」和「雷達胖」計畫中，研究者保持相關業務資料秘

密，且於協助機構「臉書」網路和行銷經營時，不販賣可憐故事或相關議題。

貳、相關文獻

一、無家者的定義、研究和就業

有關無家者（即一般所稱之遊民或街友）之定義，Jencks（1995）的定義為居住在臨時性收容所或露宿於不適人居的公共場域；臺灣各縣市政府有收容輔導自治條例，或以林萬億（1995）的調查分析為主，該調查以三個指標：無固定住所、流浪街頭 2 週以上和所得低於基本工資為主。定義上，Jencks 的後者和林萬億的研究偏向一般外展社工的服務對象，本文之案例和對象是以居住在臨時性收容所為主，也就是一般俗稱中途之家的住民，主因是研究者（含一般社會大眾）要深入接觸街頭無家者的可近性較低。

臺灣有關中途之家（收容所）的討論，主要有生命歷程之研究，例如：吳瑾嫻（2000）；對工作人員觀察訪談和提出政策建議，例如：潘淑滿（2005）、郭盈靖（2009）；生活、就業或健康問題，例如：李媚媚、林季宜和鐘聿琳（2002）。方孝鼎（2001）也指出持續穩定就業是回歸正常生活之關鍵，許多收容之家和安置機構也將「工作」當作重要服務指標。

然而，實務觀察和研究皆指出，無論是街頭或是安置機構，無家者可選擇的工作仍是短期性或臨時工作為主，派報、舉牌、搬運或陣頭等，長期性的工作可能集中在大樓保全、管理員或清潔員為主（郭

慧明，民 93)。這些常態工作之自由度高，且需要付出大量體力，不一定適合無家者。

二、微型創業

70 年代的開發中國家，因其產業經濟發展較為落後，故藉由小型創業模式（微型創業，Micro-business）來改善弱勢族群之生活。初期的模式和類別，大多以資本額未滿 1,000 美元的「家庭式」產業為主軸，主要類型是農業、家庭代工等經濟活動。簡單來看，微型創業是透過小額資本來創業，目標為減少貧窮與改善弱勢經濟生活（Errington and courtney, 1999）。參照 2002 年亞太經合會（APEC）微型企業高峰會議，微型企業的規模其實很迷你，通常是小於 5 人的小型企業，包含個人型企業、工作室，或是獨資和合夥經營的自僱工作者，皆在其範疇之內（趙文衡，民 91）。微型創業也可運用在已開發國家，吳玟萱（2016）指出已開發國家有其經濟發展基礎，從法令規範與方案規模都能顧及，創業環境更為友善。

臺灣也有微型創業相關方案，例如 2009 年，行政院勞工委員會整合多個方案成為「微型創業鳳凰貸款」（蘇郁芬，民 101），以及 2011 年由中國信託慈善基金會和家扶基金會合作之「信扶專案」。

微型創業被視為改善弱勢生活的方法之一，卻不是絕對成功的保證。許多人可能被低利率吸引而貸款創業，卻無法在課程、諮詢、技術和各項資訊順暢運作，未能持續穩定創業，反而背負貸款債務（陳

芬苓，民 101）。

三、小結

無家者的穩定就業並不容易，自由度高且保護性質較好的「創業」或許是另一個選擇。唯需考慮創業的資金和技術來源，並藉由陪伴與個案一起成長。

參、研究方法

一、敘事研究取向

本文將採用敘事研究取向，分享如何透過群眾募資協助弱勢創業（無家者）的可能、專案撰寫方式，以及後續協助過程。敘事分析包含個人過去的經驗、以及如何理解經驗並透過和敘說方式呈現，亦即將經驗轉為敘說，賦予經驗意義（Bruner, 1990）。本研究以研究者個人經驗為主，研究者為「路行者咖啡」和「雷達胖」計畫的提案人、持續協助和合作者（臉書經營、商業行銷、資源尋找、問題解決與社工專業等），分別擔任外聘督導或協會顧問，與計畫執行和工作人員一起成長。

二、敘事研究取向的嚴謹度

王勇智、鄧明宇（2003）認為敘事研究的有效性，可分成(1)說服力：研究之詮釋可否讓人支持信服；(2)符合程度：研究者再建構的研究結果，再讓被研究者重新檢視，觀察研究的適切程度；(3)連貫性：觀察整理並維持被研究對象的敘述脈絡與連貫；(4)實用性：泛指研究貢獻或影響。

肆、研究結果

一、接觸：發掘特質並和 NPO 分工合作

(一) 發掘特質

臺灣的大都會幾乎都有無家者存在，每個縣市的社會經濟發展不同，無家者成因的發展脈絡也有差異，同時，提供服務的機構和人員組成的異質性也高，連帶處遇理念或模式可能不同。發掘特質之目的是找出差異，因為「創業」的性質且於網路募資平臺呈現。因此，計畫的特質、原因和故事非常重要，一般民眾不會支持雷同性高或複製性強的計畫。我是藉由直接相處來發掘個案或機構特質，為不同縣市的機構與個案打造專屬計畫。

以「路行者咖啡」來說，2015 年，很榮幸擔任芒草心慈善協會桃園辦事處（現為安欣關懷協會）的外聘督導，同年二月，在中壢高中徐老師和七位高中生參與「流浪生活體驗營」活動中，初次認識擔任「導師」的黃大哥，接著在外督會議

前刻意觀察，發現其強烈的工作意願。進一步詳談，了解過去的工作經驗（街頭擺攤和木工），以及每天的販售報紙之工作狀況和強烈的工作意願。

至於「雷達胖」計畫，則是觀察到機構過去是軍方雷達站的特性，風景優美卻位置偏僻，想運用烘培坊方式培養助民的工作習慣和人際互動。希望透過麵包共做、機構導覽和儲蓄課程等子計畫，促使其重返社會更加容易。

(二) 和 NPO 積極合作

任何計畫的執行，不是單一個人可以成就，兩個計畫的執行皆需和 NPO 工作人員合作。簡單來說，由我負責提案發想和從旁協助，機構工作人員（社工）在原有的社會個案工作服務中，帶入和執行計畫內容。需額外說明的是，我都有直接參與兩個計畫的後續執行，也較能理解過成困難，並為機構人員討論解決方式。

以「路行者咖啡」來說，合作模式如下表 1：

表 1 合作模式

學校教師（機構督導或顧問）	機構人員
提案發想	販售聯絡事宜/督導個案練習
撰寫計畫文案	身體身心狀況評估（個案工作）
部分社會資源尋找	平日陪伴與討論（個案工作）
假日陪伴（「路行者咖啡」）	問題提出和討論
問題分析與解決	執行解決辦法

簡單來說，我利用擔任機構外聘督導或顧問機會，預先了解個案或機構屬性，從中觀察後再提出想法。我並非專職的計畫撰寫者，皆需了解各項細節之後，才能提出「不複製、非量產」的計畫，也協助行銷宣傳。

二、過程：執行細節

(一)為何選擇創業？

大眾多會期待無家者穩定就業、以工作收入租屋和維持生活，這是「重返社區」的概念，更是理想狀況。然而，實務上並不容易達成，人成為無家者是一種轉變歷程，他們在流浪街頭之前，可能已經試過自行就業了。另外，穩定就業較不適合年長者、身體或行動不便者，身體限制更難穩定工作，有些走投無路後再度流浪街頭，他們要運用傳統就業獲取經濟資源並不容易，傳統模式較適用在年輕且身體健康者。另外，有些安置機構的位置可能較為偏僻，個案往返的時間較長或遠，例如：交通阻礙或風雨天仍想工作，故選擇「創業」來拓展經濟資源。「路行者咖啡」屬於前者，「雷達胖」則為後者。

(二)創業需要什麼？

創業，聽起來不簡單又複雜。由「路行者咖啡」和「雷達胖」之資金和員工規模而言，可算是一種「微型創業」，有關創業的兩大要件－資金和技術，分述如下：

1.從募資平臺獲取創業資金

在臺灣，無論是官方的「創業飛雁計畫」和「微型創業鳳凰」，或是中國信託慈善基金會「信扶專案」，無家者皆不符合資格，無法透過這些微型貸款或創業輔導取得資源。

某次論文口試，知道群眾募資平臺（「紅龜」）的存在，可透過撰寫計畫書，向社會大眾取得經濟支持。較特別的是「紅龜」未收取任何費用，我擬定計畫書，很快獲得回應！「紅龜」賴先生甚至到學校談一個下午，確認計畫的可行性（註 2）。運用募資平臺的另一好處，「創業」在募資階段就已經開始行銷，且資金的運用自由度更高。

我將計畫取名為「路行者咖啡」，希望增加黃大哥的經濟資源，也包含倡議，以及認同和合作（註 3）。經過多次修改，計畫在 2015 年的 9 月 29 日上線，金額不高（不到一萬七千元），當晚就達標，達標速度讓我非常驚訝。隔日，曾要求計畫下架，平臺建議多放幾日，也能讓議題發酵。最後，專案於 14 天後下架（一般為 45 天）（註 4），募得將近三萬元。

由於「路行者咖啡」協助的對象較少，2016 年的 9 月 29 日，我再和新北市觀照園合作，同樣在「紅龜」上提出「雷達胖」準備性職場計畫，且金額增加至 10 餘萬元。較為特殊的是，此次計畫沒有個案願意露臉，尊重其意願，照片採背影方式呈現，短片則由我代為說明。或許因為這樣，募資的速度較為緩慢，讓人欣慰的是，可能是因為「路行者咖啡」的影

響，或是認同「雷達胖」之做法，許多贊助者為無家者的實務工作者，也是另一種肯定。

2.募資專案之撰寫

撰寫募資專案就像拍攝電影一樣，需在極短時間內表達訴求，因為贊助者不一定有耐心會把專案內容看完，如何在第一時間就吸引目光便顯重要。無論是演員（呈現者）、圖片、影像、好記憶的文字與計劃名稱，甚至音效，各有考量。舉例來說，文字撰寫和表達方式無法像學術文章較難親近；圖片和影像之焦點需要清楚；計畫名稱要容易朗朗上口，「路行者咖啡」的原名稱是「051150」計畫，代表0.5磅咖啡要在一周內賣完，一杯的價格是50元，因為不好記憶且沒有解釋機會，再考量操作者特質和倡議目的，才將計畫轉變成「路行者咖啡」。

更重要的是，無論何種呈現方式，募資計畫的主軸都要清楚。「路行者咖啡」是一位年長的無家者想要多取得經濟資源；「雷達胖」烘培坊，更是從較為複雜的三個子計畫，修改為集中從準備性職場角度來替就業不便的機構住民找到一種職前準備。

3.業師協助取得創業技術

「路行者咖啡」的沖泡技術分為數個階段。初期，來自新莊某咖啡店老闆指導，並由我（SCAE 歐洲精品咖啡協會咖啡師證照、SCA 精品咖啡協會感官證照）示範給黃大哥參考。計畫上架後，我和咖啡器材店家許先生（咖啡品質鑑定師證照）討論參數，並轉告給機構社工，由

社工協助、確保黃大哥能夠熟悉流程。正式營業後，仍有不少客人或專家給予技術指導，例如：鐘老師（SCAE 歐洲精品咖啡協會咖啡師、感官和金杯萃取證照）前來指導，黃大哥改用其方法沖泡咖啡，持續時間約半年。2016年中，因為生意狀況不佳，我帶著黃大哥去逛咖啡店，黃大哥興起再學習沖泡咖啡念頭，目前改採手沖學習課的王老師（SCAE 歐洲精品咖啡協會咖啡師、SCAA 美國精品咖啡協會烘豆師和SCAE 歐洲精品咖啡協會金杯萃取證照）指導方式來沖泡咖啡，這也是一種培力過程。

「雷達胖」準備性職場是烘培坊模式，由醒吾科技大學許燕斌老師擔任技術指導（麵包、蛋糕和餅乾），許老師擁有豐富的業界資歷（註5），每週到機構指導，並搭配該校服務學習中心同學一同指導。

4.其他資源

「路行者咖啡」也受到不少社會資源協助，例如：媒體傳播（壹週刊、好臺灣、非凡電視、客家電視和公共電視，以及電臺或部落客等）；物資捐贈（咖啡豆和磨豆機）；聯繫邀約（醫美中心、臺灣燈會攤位、房屋仲介、設計展或餐廳，由機構社工直接聯繫。欣興電子，由我用企業社會責任探詢擺攤可能，答應後在由社工後續協助。）；鐵工師傅和木作達人協助咖啡車改造；商業設計，有設計師表示願無償協助，僅要求我提供文字來製作名片和關東煮旗，我提供的文字如下：

「好咖啡冷了，嚐來仍有一番滋味；

心若冷了，人生就失去風味！」

「路行者和天行者的共通點：他們都不向命運低頭！」

上述協助，除了名片、關東煮旗幟和部分咖啡器材由我個人支付之外，其餘皆是免費協助。若將協助換算成市場價格，粗估預算還要增加約四萬元，我認為自己要求「計畫提早下架」是個錯誤，原因是創業預算比計畫要多很多！

「雷達胖」準備性職場的經費則更高，除了烘培設施（來自募資平臺）之外，還包含房舍改善、水電結構更新和環境美化，機構也自行尋找相關資源，新北市政府社會局也挹注資源。為「雷達胖」提供的文字十分簡單：

「新人生，鮮出爐。」

5. 「路行者咖啡」的執行困境

由於「雷達胖」尚在練習階段，以下將以「路行者咖啡」為例說明無家者創業歷程。

「路行者咖啡」正式營業（2015/12/16）的前三週，生意真的很好，黃大哥可說是完全忙不過來。爾後，在隔年農曆春節之前，每天約有 40 杯上下營業額。可是，好景不常，之後生意便一落千丈。不僅如此，臉書關注度也持續下滑（註 6）。仔細思考，我歸納出以下幾個問題：

（1）販售地點問題

農曆春節是黃大哥生意從高峰跌落谷底的分水嶺，他可能枯坐一整天，卻僅有不到 10 杯的收入，也打擊到準時定點擺攤的信心。有時他會離開去做其他事情

（資源回收），有時客人到了現場卻不見販售者，下次不肯再來，黃大哥又來開工作崗位…交互影響，顧客越來越少，生意越來越糟。

2016 年初的外督會議，為找出影響營業因素，請社工提供每日營收記錄，我再搭配中央氣象局的氣溫和雨量資訊，討論二者和營業額的關係。發現雨量和營業額呈現顯著負相關，溫度則未達顯著。意味雨天大家會不想出門，也可能是販售地點不意尋找和停車困難，影響民眾外出購買之意願。

機構位置不佳的另一佐證是支持者實際反應，我曾收到一封電子郵件，內容指出販售地點的問題：

「…我從其他縣市搭火車到桃園，剛出桃園火車站，看到熱鬧的街道和百貨公司，覺得這是繁榮的都市…開啟手機地圖，懷疑自己走錯路，越來越荒涼…」

販售地點不佳是可能的問題之一，開始思考其他販售可能，然而，有些地點需租金，有的距離機構太遠、交通不便利，短時間內找不出解決辦法。

（2）其他可能問題

2016 年的三月至四月，是黃大哥生意最慘澹的時候。我在外督會議建議尋找電子廠或社區合作的可能，或許是交通不便而無進展。不僅如此，機構人力不足，加上社工需要夜訪、外展和個案工作，也無暇穩定更新臉書，可從 2016 年初的臉書宣傳、時間和人氣獲得網路人氣降低之佐證。這是一個警訊，因為「路行者咖

啡」是透過網路相傳吸引目光，諸多邀約擺攤亦是。若臉書內容的變化較少或一成不變，吸引力將會減少，行銷和倡議的機會也變少，不利營運發展。

另外，原先規劃一位會寫書法的住民協助黃大哥，類似連鎖咖啡店模式，讓他將點餐顧客的姓氏和口味寫在紙杯上，空檔也能協助黃大哥包裝較大量之咖啡，甚至，未來可以連結春聯或輓聯工作之可能。我曾親自送了文房四寶給這位個案，因為一些因素，最後他選擇離開機構。

(3)「創業引導員」課程的啓示

輔仁大學社會工作學系金融社會工作教育推廣中心，在 2016 年四月辦理「創業引導員課程」，我和機構社工同時參加「創業引導員課程」。授課內容分享協助弱勢創業的過程，包含收入和支出等成本考量，以及獲利計算，還有方案分析。我重新思考「路行者咖啡」計畫，也發現一些錯誤：產品定位是什麼（一杯不放棄的咖啡）？客群是誰（網路群眾）？二者高度相關。但是，計畫卻僅專注準備好器材、沖泡訓練上，或因媒體報導的短暫營收而忽略客群！最後，我運用課程所學並重新盤整，進行 SWOT 分析、短中長期計畫和規畫營運方向，並於五月外督會議提出可能模式。

6.「路行者咖啡」的新營運模式

在 2016 年五月的外督會議，我訂出幾個可行方向，敘述如下：

(1)我成為臉書網頁管理者之一

臉書更新可吸引大眾目光，增加實際購買和邀約可能，與支持者之間的互動也

達到倡議目的。爲了提高臉書的更新速度，我申請臉書帳號，購買參考書，加入並協助臉書粉絲頁管理。

在 2016 年五月到十二月之間，我試著了解時常留言互動的支持者、拍攝黃大哥和支持者的互動短片留言（母親節、畢業典禮、情人節、曾經幫助的記者、支持者留言和改裝車子的情況）、邀約擺攤之前的預告提醒和當日分享貼圖、回應不再只是按讚，以文字互動取代、應用輕鬆的文字或圖像，還有留意拍照取景角度等。另外，我也撰寫其他住民故事（「路行者故事集」）和「儲蓄俱樂部」團體，並分享社會福利議題，達成倡議目的。

目前，我以「志工一號」的角色協助「路行者咖啡」臉書更新和發文。

(2)使用企業社會責任（CSR）和電子廠洽談

我主動聯繫龜山工業區的某電子廠，以 CSR 尋求讓黃大哥擺攤機會，待對方同意，陪同黃大哥和社工場勘，之後由社工後續聯繫，每週定時擺攤（工時較短且環境較佳）。由於電子廠員工使用網路資訊流通快速，且多有喝咖啡習慣，唯一缺點是用餐時間較短，但是營收相對穩定。

(3)邀約擺攤

邀約擺攤和臉書經營有關，許多邀約單位透過臉書或電話與機構聯絡，例如：板橋房仲、松山菸廠設計展、以及各式餐廳駐點等，2016 年的臺灣燈會擺攤機會也是如此。

(4)搭配演講

我的演講邀約不少，若主題和貧窮議

題相關，就邀請黃大哥前往，黃大哥也在現場沖煮咖啡並上臺分享。例如：2016 年輔仁大學社工系一年級的課程、桃園市社工師公會、社工專協和財團法人怡仁愛心基金會等。有些主管在聽完分享後，也主動邀請黃大哥擺攤，後續由社工負責聯繫協助。

(5)戶外擺攤

我的原先構想是讓黃大哥到街頭擺攤，但是「路行者咖啡」至今，只有在 2016 年五月經社工鼓勵，至桃園虎頭山花市擺攤兩天。根據我在現場的觀察，由於天氣炎熱、受限電力、顧客待建立和罰單風險，戶外擺攤的效果不好。

(6)逛咖啡店、學習手沖咖啡技術，成為駐點咖啡師

生意不佳時，我曾建議黃大哥可到咖啡店走走，一方面緩衝，也觀察專業店家如何介紹和沖泡咖啡。2016 年五月某天午後，我邀請黃大哥至龜山某咖啡店坐坐，黃大哥當下決定想進一步學習手沖技巧，我也邀請社工一起加入，三人利用兩個月的晚上一同學習手沖咖啡技術，並將學習歷程公布在臉書。過程中，有朋友持續關注，聯繫社工拍攝學習過程，並於八月聯繫臺北某餐廳，邀請黃大哥駐點服務，黃大哥僅需人到即可，也拓展一種新可能。

(7)重新出發

上述模式運作到 2016 年底，一切步上軌道，我也於該年底辭去機構外督，協助時間總共兩年，身分從外督轉換成志工（為免失焦，臉書改用志工一號）。由於

黃大哥的身體舊傷，機構協助他開刀治療，在 2017 年三月開始重新出發，目前定期在敏盛醫院的怡仁愛心小舖擺攤。

至於「雷達胖」計畫，目前仍持續練習，在 2017 年五月底開始慢慢運作。因為人力有限，目前先以社區或各團體邀約參訪為主，大眾可直接到中途之家接觸無家者住民的生活，也可破除刻板印象。

伍、結論

觀察計畫之演進，發現並非一路順遂，只是會尋找解決方法，尋求持續進化之可能。這些計畫牽涉的學術和實務議題，簡述如下：

一、弱勢者的微型創業

經濟困境一直是弱勢者的主要難題，尤其是非志願成為無家者，他們可能年紀較長、或因身體限制而無法穩定就業，機構協助以輔導就業為主，只能從事簡單、臨時性工作，無力累積足夠經濟資源。若就業無法有效增加經濟資源，那麼微型創業是另一條路（註 7）。不是每位弱勢者都適合創業，以黃大哥為例，他的一些特質讓創業路相對順利，例如：過去曾有街頭叫賣經驗、貼心且為人著想、態度積極又正面、願嘗試、努力堅持和自主性。觀察這些優點並相信會持續成長和進步，也是優勢觀點的展現（Modrcin, Rapp and Chamberlin, 1985）。

二、利用募資平臺取得創業資金

群眾募資平臺可以是獲取資源的來源之一，正因募資平臺的募款對象是一般大眾，多為網路使用者，他們對此議題或計畫是有興趣的，有些甚至長期關注，會默默觀察計畫運作，故需對其交代經費流向和更新進度，這不僅是一種感謝，也是「責信」展現。

三、運用提案和臉書達到社會行銷目的

募資計畫在提案時，就能吸引大眾目光，經媒體報導之後，關注會更多。計畫正式執行，臉書粉絲頁的關注更多。因為關注易隨時間下降，更需努力經營臉書或其他媒體管道，另一目的是社會行銷（social marketing），將市場行銷（commercial marketing）的原則與技巧用於社會單位，以提升社會目標、理念和改變改變（王順民，民 95）。

四、針對「受助者」和「助人者」之培力

針對黃大哥（受助者）或「雷達胖」個案之培力，包含：服裝儀容、衛生要求、以及各項相關技術等，會進行團隊討

論，並由社工協助督導。至於助人者之培力，主要是創業引導員課程和咖啡沖煮訓練，「雷達胖」由許老師協助。有時，我也轉介相關社會資源給機構人員。

五、不一樣的督導和合作模式

有時，部份外聘督導只是「下指令」者，未參與實作，不易體現實務工作的困境。「路行者咖啡」或「雷達胖」則是由機構外聘督導提案，並和機構一起努力，能夠同理和成長，雙方在助人實務皆能有收穫，且會持續前進。

六、限制

創業需考量資金和技術，也有經營失敗風險。同時，創業收入並不穩定，若收入不穩定，後續財務規劃和重返社區就不容易。另外，仰賴技術的創業模式還得留意創業者（受助個案）的身心狀況，這些可能中斷或影響創業進度。唯有努力陪伴和協助，提出問題並找到解決方法，創業才有成功之可能。

（本文作者為輔仁大學社會工作學系副教授）

關鍵詞：無家者、微型創業、群眾募資

註 釋

註 1：中華民國社工師工會全國聯合會：

<http://www.nusw.org.tw/modules/tadnews/index.php?nsn=913>。

註 2：來回共改了六次，主要問題有：用字遣詞、撰寫方式過於學術、相片解析度、主題明確度、需要短片或回饋...等，「紅龜」的夥伴很有耐心地給意見，來回約四個月，最後順利上架。

- 註 3：指使用紅龜的咖啡豆，該咖啡豆是採用公平貿易咖啡豆，盈餘用在偏鄉學童課輔點心和網站運作。
- 註 4：原以為創業金額多了近兩倍，資金應該足夠。實際運作上是不足的，幸好有許多贊助，才舒緩壓力。
- 註 5：<http://dhm.hwu.edu.tw/files/11-1057-2776.php?Lang=zh-tw>
- 註 6：需要再說明的是，「路行者咖啡」的許多邀約擺攤是因媒體報導或臉書宣傳而來，故臉書關注度下滑是個警訊，且「路行者咖啡」的臉書宣傳模式無法適用在所有創業者身上。
- 註 7：不同單位或地區對微型創業的定義並不相同，共通點是規模小、資本低且人力少的企業（吳玟萱，2016）。

參考文獻

- 方孝鼎，2001，《臺灣底層階級研究：以臺中市遊民、拾荒者、原住民勞工、外籍勞工為例》。臺中：東海大學社會學研究所博士論文。
- 王勇智、鄧明宇，2003，《敘說分析》。臺北市：五南圖書公司。
- 王順民，2006，〈非營利組織的社會行銷及其相關議題論述－以當代臺灣地區為例〉，國政研究報告，<http://old.npf.org.tw/PUBLICATION/SS/095/SS-R-095-007.htm>。
- 吳玟萱，2016，《微型創業的成效評估－以「信扶專案」參與者為例》。臺北：輔仁大學社會工作學系碩士論文。
- 吳瑾嫻，2000，《女性遊民研究－家的意義與都市生活經驗》。臺北：國立臺灣大學建築與城鄉研究所碩士論文。
- 李媚媚、林季宜和鐘聿琳，2002，〈萬華地區遊民的生活狀況與健康問題〉《護理雜誌》49(4)：87-91。
- 林萬億，1995，《遊民問題之調查分析》。臺北：行政院研究考核委員會。
- 郭盈靖，2009，《看不見的勞動者--臺灣遊民勞動權益剝奪的意識型態與建制分析》。臺北：世新大學社會發展研究所碩士論文。
- 郭慧明，2004，《我要活下去！遊民的生存策略和生活世界》。臺北：世新大學社會發展研究所碩士論文。
- 陳芬苓，2012，《我國政府協助婦女微型創業成果分析》。臺北：財團法人婦女權益促進發展基金會委託專題研究成果報告。
- 趙文衡，2002，〈APEC 微型企業議題－兼論臺灣微型企業之發展〉。《臺灣經濟研究月刊》25(12)：23-27。

- 潘淑滿，2005，〈飄浪人生：遊民、家與公共政策〉。《臺灣社會工作學刊》4：172-198。
- 蘇郁芬，2012，《我國女性創業動機與利用微型創業鳳凰貸款服務之研究》。嘉義：國立中正大學勞工關係學系碩士論文。
- Bruner, J., 1990, *Acts of meaning*, Cambridge, MA: Havard Univseristy Press.
- Errington, A. and Courtney, P.,1999, “The role of small towns in rural development: a preliminary investigation of some rural-urban linkages” Paper prepared for the Xth Congress of the European Association of Agricultural Economics, Warsaw, 24-28 August 1999.
- Modrcin, M., Rapp, C.A. and Chamberlin, R., 1985, *Case management with psychiatrically disabled individuals: Curriculum and training program*, Lawence: University of Kansas School of Social Welfare.
- Jencks, C., 1995, *The Homeless*, Cambridge, MA: Havard Univseristy Press.