

運用方案理論取向評估婦女 經濟與就業培力計畫

張菁芬、陳雅伶、曾雅晴

壹、前言

國家發展委員會（2021）公布2021～2024年的「國家發展計畫」指出，當前的數位經濟時代，產業數位轉型已是國際趨勢，先進國家數位經濟結構最大特點之一，無形資產投資占整體經濟的比重愈來愈大。數位發展部《113年數位近用調查》（2024）結果也顯示，數位化已迅速而深刻地影響著各個層面的生活。從個人的影音娛樂、網路銀行、雲端服務到行動支付，再到公共服務的預約看診及政府主動訊息推播，數位科技已融入每一環節。業務數位化的比率在不斷升高，也模糊了工作和生活的界線。在數位經濟上「社群平臺」及「微電商」已成為最重要的營運方法，透過社群的高互動性與高使用率，建立品牌知名度、對潛在用戶進行產品和機能與教育。

婦女為了滿足家庭經濟需求與照顧

子女需求，會採用多重策略來因應，工作選擇上會以彈性時間的工作為優先考量，成為「實用的彈性工作策略者」；有的母親則是成為「親自育兒的自由工作者」，維持工作的自由度（鄭思琪，2019）。若有高經濟需求，透過多份兼職工作或選擇在家工作的方式因應。李孟臻（2019）表示，在不同生命週期階段的家庭與工作衝突程度會受到教育程度、工時情況的影響有所變化，使不同特質的女性發生職場中斷事件的差異；陳婷筠（2019）也提出女性除配合照顧子女外，也重視個人生活安排，對於未來重返職場的想像，傾向可自行安排時間、配合興趣發展事業等優點的選擇。

對於不利處境婦女的服務，張菁芬（2024）提及不利處境婦女在參與數位經濟的門檻往往較其他人面臨更多的障礙，社會工作在培力婦女扮演重要的角色。尤其，社工專業透過婦女團體組織的活動或

者支持性的方案培力婦女數位知能並提供相關服務，以使婦女參與數位經濟。婦女經濟議題上，導入數位經濟並提升能力，不僅回應婦女需求，也透過提升多元就業的數位能力，同時促進所得與經濟。目前各縣市都有對於婦女經濟及就業需求上投入資源或設計培力方案。然而，以婦女中心所提供的婦女培力方案，多著力在辦理的執行次數及滿意度作為服務成效的呈現方式，較少對於婦女經濟與就業方案的執行過程、成效及社工專業介入方案等進行論述（張菁芬，2024）。本文旨在運用方案理論取向評估女性數位經濟培力方案的成果和影響，以臺中市大里婦女及新住民培力中心（簡稱大里婦培中心）的經濟與就業培力方案進行評估，運用多元方法進行評估，以作為婦女經濟培力方案規劃及推動之參酌。

貳、方案理論取向評估

方案理論取向評估（program theory-driven evaluation, PTDE）或稱為方案理論評估（program-theory evaluation）或稱方案理論本位評估（program theory-based evaluation），此類的評估模式係透過方案理論（program theory）建構方案評估的架構，並據以提出評估問題、驗證方案的因果機制及評估方案的成效（林素卿，2018；張炳煌等人，2014；Lin & Wu,

2016）。方案理論評估在1980年及1990年逐步受到重視，方案理論評估的提出對於傳統以輸入——產出（input-output）評估模式提出反思；尤其輸入及產出模式無法說明方案介入為何產生效益抑或者為何方案執行及投入資源仍無法有所效益。

Weiss（1997）主張「評估應該要走進黑盒裡」（p. 51）。PTDE係指「包含一個明確的理論或模式，說明方案所意圖或觀察到的結果」（Rogers, 2000, p. 5）。PTDE主張應建構一個說明因果機制的方案理論，作為評估的基礎（王麗雲、侯崇博，2005，頁222）。誠如Lin與Wu（2016）所提，PTDE可在方案形成前發展，也可在方案完成之後進行。Donaldson（2007）指出，PTDE是一個綜合性的取向，一般包括了三個步驟：發展方案理論、制定評估問題並確定其優先順序以及回答評估問題。

方案理論旨在解釋或描述事實及關聯。Weiss（2000）指出，方案理論的重點在於驗證方案理論的因果邏輯假設，說明其中的機制如何影響方案結果，並探討最後的方案結果。林素卿（2016）的文章種指出，PTDE三個基本的核心特性：（一）詳細描述輸入、中介過程及短中長期結果及三者之間的關係，以說明方案介入的情形；（二）測量方案理論中的所有假設性構念；以及（三）分析數據及資料。Weiss（1998）指出，方案理論通常

包括四個部分：（一）方案輸入；（二）方案活動；（三）執行過程中的結果；（四）預期的結果。方案理論可被視為採取行動的信念，亦能說明方案如何推動及導致何種結果。方案理論評估仰賴方案理論的信念作為假設，經由評估的過程了解執行成效。

參、方法與執行步驟

本文運用PTDE評估大里婦培中心2023年（第一年）及2024年（第二年）所執行的婦女經濟與就業培力方案。婦培中心主要是由臺中市晚晴協會承接臺中市政府的委外方案，婦女經濟與就業培力方案的設計需要符合委外標案的規格。2023年及2024年委外標案所設定的方案目的為「增加婦女經濟力以非傳統領域及女性領

導力課程為主題，辦理提升女性經濟力相關活動或服務方案」。因此，兩年度的方案所服務的群體主要是育有子女、二度就業且經營社群平臺及運用電子商務面臨困境的婦女，透過PTDE的運用檢視方案的成效，以精進「數位能力、品牌經營、互助共學」的方案目標。

資料蒐集的方法，蒐集量化資料，包括參與方案的前後測分數、講師評分、業師評估成員對經營粉絲專業之掌握度及學員的回饋問卷等；在質性資料的部分，包括文本資料的閱讀與分析，如成果報告；參與者的作業、回饋及粉絲專頁經營情形；業師對個別學員的回饋及社工的訪談記錄等。方案的執行及評估過程包括：（一）建立方案理論架構；（二）設計課程及活動；（三）設計評估問題；（四）完成評估。

表 1 婦女數位經濟培力的評估步驟、焦點與問題

步驟	焦點	問題
輸入	評估計畫的適切性	1. 計畫主題適切否? 2. 活動安排恰當嗎? 3. 計畫主題和活動安排有否關連? 4. 活動安排有否達到預期的結果?
活動	評估課程講授及實作成果的交互情形	1. 學員有否學習到課程的知能? 2. 學員的學習有運用在銷售平臺上?
結果	評估學習知能及運用情形	1. 參與學員學習到那些核心概念? 2. 這些概念有實際運用嗎?
影響	評估參與者的知識與技能改變情形	參與者產生了甚麼樣的改變?

資料來源：整理自臺中市大里婦女及新住民培力中心（2023，2024）。

一、建立數位經濟培力的方案理論架構及評估問題

立基於方案理論架構的邏輯模型，在評估問題的設計包括輸入的評估在於了解「評估計畫的適切性」；活動的評估著力於「評估課程講授及實作成果的交互情形」；結果的評估重點為「評估學習知能及運用情形」最後在影響的評估為「評估參與者的知識與技能改變情形」（詳如表1）。

二、婦女數位經濟培力方案的實施

大里婦培中心在規劃本次方案時，為回應中心在個案服務過程中婦女所需要的彈性工作時間，同時也建構在中心於2016年至2022年間逐年針對婦女經濟與創業方案的參與者回應並透過需求評估及資源評估的建立此為期兩年的方案。

（一）界定問題與需求

方案構思前期針對區域婦女的人口資料、運用社群媒體電子婦女的需求。方案執行前評估的需求評估包括：盤點區域人口群的資料及屬性、目前婦女在從事數位經濟歷程中所面臨的議題及其需求，包括課程內容、開課時間，以作為方案規劃時之參考。

首先，理解方案對於從事數位經濟婦女目前所能使用的資源及資源所需給付的費用等，中心的社工對於資源進行評估，

包括公部門及民間團體所投入的婦女數位經濟培力的相關資源，在訓練時間及課程需求上較難符合有育齡幼兒婦女的需求。再而，目前勞政及就業資源對於所服務區域的婦女而言，因離開職場太久，二度就業之婦女參與職能培訓和就業支持等連續性課程的課程，產生家庭與工作衡平的困難；最後，商業部門的數位資源，皆需要付費，對於二度就業婦女會有學習費用高的難處。

（二）方案目標及對象

方案規劃初期以分年度書寫方案的方式，第二年的方案再依第一年執行情形進行微調與修正。第一年的方案目標在培力婦女經營數位平臺的能力及建立自信心，並且成員可以在團體中建立自己的非正式支持系統。考量此計畫為中長程計畫，故第一年著重於增強婦女之數位競爭力，提升創業自信心及自我價值，同時提高產品於網路上之曝光度，並增加其開源管道與建立自身網絡資源。第二年的方案的服務對象著力於婦女在承擔母職時，期待能建立社會關係，鑒於第一年的服務經驗，第二年的課程內容培力成員善用行銷及以AI為助力並同時延續第一年的互助精神（詳見表2）。

方案服務對象為：「因家庭因素退出職場6個月（含）以上，或已返回職場，勞工保險（或勞工職業災害保險）月投保

表 2 兩年度婦女經濟與就業培力方案的方案目標

第一年	第二年
1. 培力成員經營數位平臺的能力。 2. 提升團體成員創業的自信心。 3. 團體成員可以在團體中建立自己的非正式支持系統。	1. 提升團體成員社群豐富度。 2. 培力成員善用AI助力內容行銷。 3. 團體成員可以在團體中建立自己的非正式支持系統。

資料來源：整理自臺中市大里婦女及新住民培力中心（2023，2024）。

薪資為30,300元（含）以下，且已設立社群平臺（如：Facebook、Instagram等），並近半年定期更新貼文的二度就業婦女為主；並設定為有自身產品且已設立臉書粉絲專頁，但是缺乏數位平臺經營能力之35~45歲婦女，雖擁有基本的電腦文書處理能力，無法適應科技發展快速與產經結構的變化，資源連結力薄弱，鮮少有機會結識同為社群經營者的夥伴」；第一年方案參與者的目標值為8~15位。第二年的招募人口群特質則鎖定已有經營社群平臺之二度就業婦女，招募目標值為10位。

（三）方案執行

1. 方案運作歷程

由於第一年為創新方案，區域內的婦女及社工對於婦女在數位經濟的議題及執行未曾有過執行的經驗，因此社工採取透過實體及網路的行銷、社工主動評估目前網路上既有的粉絲專頁經營的情形，並透過一對一的方式，主動與潛在需求婦女進行方案的說明與評估，第一年著力於六項能力的培力；第二年則透過第一年的經驗

及參與者的行銷與擴散，同時也透過資源網絡串聯的方式進行招募。社工逐一致電講解課程規劃，了解民眾參加動機及配合完成回家作業之意願。

2. 增能培力課程

第一年課程共七場次，每場次3小時。在課程安排上，透過外督老師、中心督導與社工及3位講授業師的討論，網路相關課程的內容評估，經過修改後定稿並執行。為使培力方案達到效益，每次課程都會進行評估及安排課前或課後作業，透過作業練習建構能力。第二年共八場次，每場次3小時。第二年的課程規劃上，依據第一年成員及業師的回饋、外督老師的意見以及社工的觀察；社工在第二年同時調整帶領模式並增加一場次的課程。

（四）評估規劃

第一年的方案成效指標分為量化指標及質性指標，蒐集資料的範疇包括成員經營的社群成長情形、參與成員回饋社工觀察記錄以及業師於課程三個月後針對成員對經營數位平臺掌握度進行評估與回饋。

質性評估的部分，包括「個別訪談」、「團體記錄」及觀察記錄。量化評估的部分，由成員填寫的「課程適切度」、「滿意度」；建立評比機制並依分項指標進行評估。

1. 建立評比機制：為使方案能夠於結束後選出業師進而成為第二年課程的學姐，在評估上建立了評比機制，透過「評比機制」選出前三名擔任中心重點培力之「種子講師」。(1) 由中心進行前後測

的指標，「粉專按讚數」：課程結束三個月後統計成員粉專之按讚數與課程前的差異；「粉專觸及率」：課程結束三個月後統計成員粉專的觸及率與課程前的差異。

(2) 邀請3位業師於課程三個月後評估成員對經營數位平臺之掌握度進行量化評估。

2. 依服務方案規劃進行評估：為具體有效的評估服務執行情形，方案依其目標設定三個預期達成的服務成效，在各方

表 3 兩年度方案目標的評估及測量方式

第一年			
目標	面向	面向	測量方式
一、培力成員經營數位平臺的能力	掌握品牌經營法則	品牌角色定位	品牌九宮格
		訂定行銷策略	社群營運計畫
		熟練文案架構	粉絲專頁洞察報告
	提升品牌視覺識別度	分析FB及IG社群特性	回家作業、前後測問卷
		拆解貼文技巧和規律性	回家作業、前後測問卷
	提升數位進用與數位學習	熟稔構圖設計	回家作業、前後測問卷
		領略拍攝技巧	回家作業
		精進影音剪輯	回家作業
	二、提升團體成員創業的自信心	市集參與情形 社群經營情形	
三、參與者建立自己的非正式支持系統	增強非正式支持系統的人數及參與其他成員活動的情形		LINE群組、觀察紀錄 社工個別訪談

第二年			
一、提升團體成員社群豐富度	藉由短影音學習、文案創作，提升成員經營之社群豐富性	影片創作	回家作業、前後測問卷
		剪輯指南	回家作業、前後測問卷
		社群攻略	回家作業、前後測問卷
		行銷心法	回家作業、前後測問卷
二、培力成員善用AI助力內容行銷	培力成員應用AI工具，提升成員數位進用與數位學習	AI影音創新	回家作業、前後測問卷
		AI社群助手	回家作業、前後測問卷
三、參與者建立自己的非正式支持系統	增強非正式支持系統的人數及參與其他成員活動的情形		粉絲專頁、LINE群組、觀察紀錄 市集參與情形 社群經營情形 焦點團體訪談

資料來源：整理自臺中市大里婦女及新住民培力中心（2023，2024）。

案目標上亦設定分項指標並列出測量方式（詳如表3）。服務成效的設計除透過閱讀相關資料外，同時與中心的團隊督導及社工們、授課業師及外聘督導老師定期依方案進度進行討論，並建置方案成效指標。

第二年的評估，除修正第一年的指標外，同時依第二年的方案目標進行設計。首先，在量化評估的部分，設計前後測問卷：藉由每節課堂的前後測問卷分析，了解成員對於課程內容的掌握度及吸收程

度；再而，滿意度問卷：由活動滿意度問卷表及簽到表，了解參與人員的屬性、人數以及對活動內容、講師及時間安排、工作人員服務等是否符合參與人員之需求。

再而，質性評估的部分，包括「團體記錄」：社工根據每週團體課程內容，撰寫團體記錄，並針對每個團體成員的改變及成長進行分析，作為質性評估之依據；「人物訪談」：應用課堂所學，邀請成員自由分組，相互深度質性訪談，了解其在課程結束後之真實改變，包括幫助程度、

生活因應的感受提升或具體行動改變等，並剪輯成一部影片，作為成果展現；以及「後續追蹤」：於課程結束後的六週，鼓勵成員發文頻率維持兩週1篇，並對比成員課程前後之社群貼文數量、文案質量及瀏覽量，了解成員經營之社群豐富度改變情形。

肆、結果與討論

一、方案設計評估

透過量化問卷蒐集參與者的意見並且有社工質性的訪談蒐集成員對方案整體的意見（詳見表4）。首先，在服務輸入以評估計畫的適切性面向，參與者回饋問卷都呈現百分百的滿意。在質性評估的部分，針對「方案規劃適切性」、「課程安排適切性」、「講師的適切性」、「社工帶領的適切性」及「作業設計的適切性」進行整理。首先，方案規劃適切性，考量課程規劃異業合作之展望，共計篩選出九種類別之成員參與，提升成員看見異業合作之多元。同時，成員產業多元，也增加了成員異業結盟及多元合作的機會。第二，在課程安排適切性的部分，考量成員的期待及工作、家庭與學習的衡平，成員覺得時間安排上符合需求。第三，講師的適切性的部分，成員除了課程參與之外，對於課後請教講師，講師也利用個人的非課程時間回應成員疑惑，深受成員喜歡。

第二年共四位種子講師參與，不僅豐富了團體成員的知識和技能，也在實踐層面上為團體成員們提供實質的指導和支持，促進整個團體在社群經營和創業領域的持續成長和發展。有關社工帶領的適切性，透過社工的專業介入，促進成員在職涯規劃和個人發展上的持續成長。最後，作業設計的適切性的部分，成員表示雖感到負擔，然仍感謝回家作業機制，給予實際練習、輸出的機會，增加回頭複習課程講義的次數。

二、方案執行評估

方案辦理的情形，透過量化場次的討論中可知，在預計辦理場次上，第二年辦理的場次達成率為150%，其中後續的四場次為參與成員在課程結束後希望形成自主團體，每月持續到中心進行課程的學習，由成員自己擔任業師。預計參與的總人次上，兩年度的參與人次都超過預期值，第一年及第二年的達成率分別為182%及128.75%。課程時數的安排上，兩年度都已達標，第二年的達成率為137.5%（詳見表5）。在服務活動上，以評估課程講授及實作成果的交互情形，參與者回饋問卷都呈現百分百的滿意。

在方案執行到方案結案，在經費投入上第一年9萬，第二年7.2萬，兩年共僅有16.2萬元的業務執行費用。執行人力的投入情形，總投入時數為1132小時；誠如表

表 4 兩年度方案設計的質性評估

項目	第一年	第二年
方案規劃適切性	考量課程規劃異業合作之展望，共計篩選出九種類別之成員參與，提升成員看見異業合作之多元。	考量課程規劃異業合作，除增加成員產業豐富度外，更提升成員看見異業合作的可能性。
課程安排適切性	除基本課程內容外，著重於社工帶領，有助於更深入地探討各項課程內容，提供更多實作和互動的機會，冀能培力團體凝聚力及自主性。	對於今年度團體辦理四週，每週一整天的團體時間感到滿意，尤為四週團體時間剛好有兩週跨月份，便於向公司安排休假。
講師的適切性	三位講師於各自專業上及教學內容豐富，會依成員需求回應問題，成員評價高。	二位講師經營社群及教學經驗豐富，成員評價高。種子講師的參與豐富了團體成員的知識和技能，也在實踐層面上為團體成員們提供實質的指導和支持，促進整個團體在社群經營和創業領域的持續成長和發展。
社工帶領的適切性	社工因應當週課程內容，每週規劃相關小遊戲，隨機安排成員座位，增加成員彼此間的交流互動外，使成員對於每週課程抱有期待。	社工運用多元學習的工具，幫助成員進行自我探索和反思，並透過小組討論和分享，增強成員從小組內之其他成員反饋中獲得的支持和鼓勵，促進成員在職涯規劃和個人發展上的持續成長。
作業設計的適切性	每週皆會安排回家作業要求成員當週完成，成員表示雖感到負擔，然仍感謝回家作業機制，給予實際練習、輸出的機會，增加回頭複習課程講義的次數。	為增強成員的學習深度和廣度，並在團體內部建立更有成效的學習氛圍和互動機會，社工每周安排課前及課後作業，鼓勵成員在課堂外進行自主學習，並確保成員在課程結束後，能夠深入理解和應用所學的知識和技能。

資料來源：整理自臺中市大里婦女及新住民培力中心（2023，2024）。

表 5 方案執行情形量化指標

	第一年	第二年
預計場次 / 服務場次 / 達成率	7場次 / 7場次 達成率100%	8場次 / 12場次 達成率150%
預計人次 / 參與人次 / 達成率	56人次 / 102人次 達成率182%	80人次 / 103人次 達成率128.75%
預計時數 / 服務時數 / 達成率	21小時 / 21小時 達成率100%	24小時 / 33小時 達成率137.5%

資料來源：整理自臺中市大里婦女及新住民培力中心（2023，2024）。

表 6 方案人力投入時間（年）

規劃期	執行期	評估結案期
3個月	4個月	3個月
社工師每週投入時間		
12小時 / 週	30 小時 / 週	8 小時 / 週
專案相關人力投入時間（年）		
職稱	投入時間	每年合計
社工師	規劃期12小時*4週*3月+ 執行期30小時*4週*4月+ 結案期8 小時*4週*3月	720小時
社工督導	平均8 小時*4週*10月	320 小時
外聘督導	外督討論3小時*4次+ 整理評估與討論8小時*10天	92 小時

資料來源：整理自臺中市大里婦女及新住民培力中心（2023，2024）。

6呈現，專業社工師每年投入執行此方案的時間高達720小時。由於社工的專責工作仍有個案訪視、諮詢及其他方案需要執行；為達方案品質所投入的時間及其工作量，主責社工工作負荷大，後續相關方案規劃時應納入考量。

三、方案成果及影響力評估

（一）方案目標評估：前後測

第一年「掌握品牌經營法則」的項目以「專業形象品牌力」及「開創未來社群力」各10題進行前後測，本項目目標改變情形為23%。社工同時規劃品牌九宮格和社群營運計畫作為回家作業，100%成員皆如期準時完成，並於回饋問卷表示同意活動後，提升了對文案架構及撰寫的認識，

且對於自身品牌定位及經營目標更加明確，知道如何使用洞察報告及數據分析計算，由此可知透過品牌角色定位、行銷策略及文案架構撰寫，有助於提升成員掌握品牌經營法則（詳見表7）。

再而，「提升品牌視覺的識別度」的量化指標項目為「耀眼奪目美感力」10題，參與成員在前測回答正確率為96%，後測回答正確率則高達99%，回答正確率增加3%。另社工邀請成員完成品牌視覺識別定義學習單，100%成員皆完成且上傳至雲端，並於回饋問卷表示同意活動後，更加了解「品牌識別的重要性」，由此可知藉由分析FB及IG社群特性、拆解貼文技巧和規律性，可提升成員品牌視覺的識別度。

表 7 兩年度方案目標評估：前後測

第一年方案評估：前後測						
目標	面向	分項指標	前測正確率	後測正確率	後測正確率	
培力成員經營數位平臺的能力	掌握品牌經營法則	專業形象 品牌力	68%	87%	19%	23%
		開創未來 社群力	91%	99%	8%	
	提升品牌視 覺的識別度	耀眼奪目 美感力	96%	99%	3%	3%
	提升成員數 位近用與 數位學習	嶄新構想 攝影力	65%	100%	35%	19.7%
		深得人心 設計力	93%	98%	5%	
		樂趣多多 影音力	77%	96%	19%	
第二年方案評估：前後測						
提升團體成員 社群豐富度	影片創作	70%	74%	4%	4.7%	
	剪輯指南	84%	92%	8%		
	社群攻略	77.8%	80%	2.2%		
	行銷心法	93.3%	97.8%	4.5%		
培力成員善用 AI助力內容行銷	AI影音創新	88%	96%	8%	8%	
	AI社群助手	78%	86%	8%		

資料來源：整理自臺中市大里婦女及新住民培力中心（2023，2024）。

最後，「提升成員數位近用與數位學習」，透過3個分項指標各10題的測量，前後測的改變情形為增加19.7%；透過後測問卷分析中得知成員之回答正確率皆有所提升，其中又以嶄新構想攝影力提升最多，回答正確率增加了35%。社工針對攝影構圖與影音剪輯邀請成員各發布一則貼文，100%成員皆完成發布貼文一篇，並搭配文案、商品照及主題標籤，於回饋問卷中也有100%成員同意活動後，學到了多種構圖及拍攝角度技巧，且可以在課堂上運用Canva製作一張產品圖文，並實際使用手機拍攝和剪輯一支短影音，由此可知培力成員知悉構圖設計、拍攝技巧及影音剪輯，有助於提升成員數位近用與數位學習。

第二年在「短影音學習、文案創作，提升成員經營之社群豐富性」的前後測增加率為4.7%。透過4個指標的分項前後測中可知，成員對影片創作的理解和技術有一定的提升，課程有效地增強成員的影片創作能力；表明課程於提升成員對影片剪輯技術的認識和應用能力方面取得顯著成效；在社群經營方面的知識和技能有一定的提升以及在行銷策略和工具運用方面有了明顯的進步。在「培力成員應用AI工具，提升成員數位進用與數位學習」的項目中以兩個次項目各五題的方式進行前後測，改變情形為8%。顯示出成員在課程結束後，對AI影片工具和應用的理解明

顯提升，課程有效增強了他們的知識和技能；在提升成員對AI工具的認識和使用能力方面取得了顯著成效。

（二）參與數位經濟課程後，運用在社群經營上的經營及量能提升情形評估

由表8檢視成員於課程後三個月的粉絲專頁瀏覽量貼文數量，並對比兩者間之成長幅度、社群貼文數量對比皆有所提升。第一年共15位成員的參與，在粉絲專頁按讚人數成長率中，最高值為成長了466.7%、最低值為0.9%、平均值為74.7%；粉絲專頁追蹤人數成長率，最高值為成長了600%、最低值為1%、平均值為96.6%；3位講師評分成長率，最高值為成長81.8%、最低值為4.5%、平均值為34.6%。

第二年的方案共10位參與，於課程結束後的六週，鼓勵成員發文頻率維持兩週1篇，並邀請兩名業師對比成員課程前後之社群貼文數量、文案質量及瀏覽量，了解成員經營之社群豐富度改變。粉絲專頁貼文成長率，最高值為成長了120%、最低值為-65.52%、平均值為22.1%；粉絲專頁瀏覽量成長率，最高值為成長了153.6%、最低值為-32%、平均值為42.9%；2位講師評分成長率，最高值為成長105%、最低值為44.2%、平均值為62.8%。

檢視兩年度的成果，參與者的成長情

表 8 兩年度參與數位經濟課程後，運用在社群經營上的量能評估

第一年								
粉絲專頁按讚人數成長率			粉絲專頁追蹤人數成長率			3位講師評分成長率		
最高值	最低值	平均值	最高值	最低值	平均值	最高值	最低值	平均值
466.7%	0.9%	74.7%	600%	1.0%	96.6%	81.8%	4.5%	34.6%
第二年								
粉絲專頁貼文成長率			粉絲專頁瀏覽量成長率			2位講師評分成長率		
最高值	最低值	平均值	最高值	最低值	平均值	最高值	最低值	平均值
120%	-65.52%	-65.52%	153.6%	-32%	42.9%	105%	44.2%	62.8%

資料來源：整理自臺中市大里婦女及新住民培力中心（2023，2024）。

形中，最高值和最低值的差異性大，且第二年的參與成員中，有2位因為帳號密碼的遺忘以及參與者面臨個人的議題，呈現出粉絲專頁貼文及瀏覽率下降。為更了解成員的情況，社工提供成員個別的會談及後續的相關資源連結。

（三）參加方案對社群平臺經營的及自身品牌經營的改變

社工針對參與者在參與團體後對於品牌經營的成效，第一年以個別訪談了解的改變。彙整15位成員之訪談內容，15位參與的成員皆回應到方案對他們在經營社群平臺上皆有所收穫，其中又以「文案撰寫」、「品牌經營技巧」與「貼文期程」安排最為受益。

有關文案撰寫在參與前後的改變上，

可由參與者1-6中提到在參與此方案之前，經營社群平臺所面臨的困境為「對社群平臺不熟悉，難以開發新客人的空間」；參與團體之後，對於自身所產生的改變中提到「學到了分析、關鍵字、攝影、影片、品牌設計等知識，有了更多發文的想法，貼文的觸擊率逐漸上升」（參與者1-6）。在品牌經營技巧的改變上，誠如1-7所提到的「在參與計畫之前，因為同時有B2B跟B2C媒合平臺經營的困擾，一開始無法精準鎖定TA。…參與之後知道如何下標及圖文掌握度，品牌辨識力道也更強了。」在貼文期程的改變上，成員1-9提到，「參與之前的困難是文案的內容不豐富、影片的製作會卡關、按讚人數無法突破。……參與了課程，學到並對社群平臺有更多了解，我會有計畫地規

劃貼文，提升了產品透過圖片和影片的曝光」。

第二年，社工為深入了解成員在參與團體後對於品牌經營的成效，應用課堂所學，邀請成員自由分成三組，相互深度質性訪談，了解其在課程結束後之真實改變，包括幫助程度、生活因應的感受提升或具體行動改變等，並剪輯成一部影片，作為成果展現。總結成員的收穫，所有成員皆對於這次的課程覺得收穫很多，不僅提升了「影片製作的技術」和「文案策略的技能」，更重要的是「增強了自信心，擴展了人脈和視野」，為未來的個人和品牌發展奠定了堅實的基礎，而成員們也在不同方面取得顯著進步，顯示團體內容在提升經濟和就業能力方面的有效性。

首先，在影片製作的技術的部分，成員2-3提到「參加團體以前，都是單調的照片編輯。……參加團體後，開始善用運鏡製作短影音，甚至學會配音、上字幕，讓自己的影片更專業，也吸引了點閱流量」。再而，成員2-5對於文案策略的技能上，有很大的收穫，「參加團體以前，主要困擾是社群平臺的貼文、影片無法吸引客人，大部分按讚留言的都是親朋好友。……參加團體後，更加了解品牌經營的技巧與曝光方式，對於社群文案以及影音文案的內容規劃也越來越有方向和目標，同時對於未來個人的品牌經營之路越來越明確，期許一年後的自己能更加發光

發熱」。最後，在「增強了自信心，擴展了人脈和視野」的部分，每位成員都覺得受益多，也對自己內在及能力上產生的改變，誠如成員2-4 的分享中提到：「參加團體以前，覺得短影音有如唐三藏取經一樣困難，自己在網路上摸索根本大海撈針，網路的資訊也很細碎和片段。……參加團體後，最大的收穫是發現原來官方LINE有這麼多功能可以使用，深入淺出的課程解救了原本身陷難產的粉專影片，但現在一週完成一支影片的錄製和剪輯都沒問題！有種任督二脈被打通的感覺」。

（四）增強參與者的創業自信心

於回饋問卷分析得知100%成員同意活動後，結識了至少二名新朋友，且私下有所互動，並願意嘗試將課堂所學應用於經營的臉書粉專，社工於LINE群組和觀察紀錄中發現成員不吝分享資源及課程資訊，達到共享、共學、共好，此外成員也積極參與平臺辦理之女子市集，並於擔任聯繫會議之種子講師分享及品牌活動體驗活動，由此可知成員能夠將課程所學應用於粉絲專頁經營，另建立團體LINE群組，增強其非正式支持系統及創業自信心。

（五）形成共學及社團機制

第一年期的方案結束後，參與者自主形成Line群及學習群；第二年更是發展

自主互助共享團體。團體結束後，成員間自主約定每個月一次的互助共享聚會，由成員自行認領決定帶領者和活動時間，彼此分享每個月的社群經營概況和遇到的卡點，不僅可以增進彼此的學習與成長，也能建立更緊密的群體連結，使每個人都有機會發展自己的教學能力和領導技能。

(六) 增加多管道的經營及多元參與

多元參與的管道包括參與市集、持續進修、參與競賽及實體駐點。

1. 參與市集：方案進行兩年後，每一年都有參與市集，其中，第一年參與女子市集擺攤，拓展服務客群之年齡與居住地；同時，有部分參與者用政府資源，並接受尤努斯基金會邀請，辦理兩場公益永續手作課程，且積極參與中部縣市多元市集。第二年的市集參與包括了「臺中女子市集」、成為「購物節合作店家」及「性平友善店家」。第二年的成員除參與臺中女子市集外，另成員為確保所參加之市集能夠最大化地提升品牌的曝光率和銷售機會，依據目標客群匹配度、市集規模與頻率、地理位置、市集類型與主題、攤位費用與收益比等綜合因素考量，選擇最契合的市集參加。

2. 運用政府資源進行推廣或持續進修：第一年的成員於團體結束後，擔任學姊及講師。另外有一位成員運用勞動部之課程持續進修。

3. 產品入圍：第二年參與的成員受團體其他成員鼓勵和分享，首次參加臺中市十大伴手禮，並成功入圍，且在參賽前，團體成員除提供道具借用外，也不吝給出擺設建議。

4. 運用資源進駐基地設立店家：第二年參與的成員有一位成為光復新村進駐店家。成員連結臺中市勞工局青年一站式創業服務站，積極參加臺中市「摘星青年、築夢台中」計畫，於今年10月光復節成功進駐光復新村青創基地，並擁有自己的實體店面。

5. 自主參與競賽：第二年參與的成員參與金蘭88週年「台味飄起律動金蘭」短影音比賽，成員為練習於團體習得的短影音文案創作、拍攝手法及剪輯技巧，自主報名參加金蘭88週年「台味飄起律動金蘭」短影音比賽，且積極將參賽進度和心路歷程分享至群組，同時成員也給予參賽肯定。

伍、結論：社工在方案的專業角色

上述透過PTDE的評估分析結果得知，方案目標已然實現，並且呈現出透過社工專業的介入及有利於提升參與者的數位經濟營運能力，同時透過成員的社會參與增加影響力。方案對參與者的知識、數位技能和社群網絡等皆產生了顯著影響。

運用PTDE評估婦女經濟與就業培力方案，可更精實的掌握服務的輸入情形、結果及影響力；尤其可透過評估的介入，清楚掌握方案介入方法的運用及效能，同時可在第二年調整方案進行的方式。有關婦女培力方案的進行，除了參與的成員、帶領的老師及中心的夥伴之外，大里婦培中心的團隊及社工在方案扮演的角色與功能對方案成功的關鍵性因素。由於在上述方案評估的文本中對於社工專業介入方案所產生的影響論述較少，因此，本文結論以社工在方案的介入及專業職能作為結論。

在社工專業介入的方式，由方案成員招募時，運用個案工作方法進行個別訪談，在方案進行過程中，針對個別成員的參與情形及學習情形，進行會談及個別的支持，持續增加學員的學習動機透過與業師的協力，個別化的指導，提升技能。社工在方案設計時運用團體工作方法，透過團體動力的運作及帶領，團體形成互助圈；在產品行銷及市集參與等相關的資源，都有賴社工及大里婦培中心長期的在地耕耘建立多元的網絡。

一、評估婦女的需求及進行個別化的支持與培力

團體開始前社工進行電話初訪時，多位報名成員反映勞工局開設之數位行銷與經營課程內容艱深，對於初學者或電腦操作能力不強的中高年齡者來說，難以理

解和應用，雖然課程內容豐富，然過於雜亂，無法專精於特定需求，並不符合婦女社群經營的現況和實際需求。再而，社工的電話初訪也針對部分報名成員反映市售課程玲瓏滿目，且收費高昂，課後卻發現不如預期，學習成效有限的部分進行分析，以做為課程進行時的重點。

社工在初次訪談評估中得知，成員步入家庭後，為擔負照顧責任，社交圈逐漸變小，在日復一日的生活中，想結交新朋友拓展人脈，變得困難。社工透過諮詢及會談，鼓勵參與成員跨出當前的情況，對於網路軟體操作的不熟悉，甚至感到焦慮、懷疑自我，仍勇敢踏出第一步，跟著課程規劃及回家作業的練習，逐步精進社群經營。

二、透過團體動力的運作及帶領，團體形成互助圈

雖成員經營之社群領域不一樣，然卻有共同經營社群之需求，除課堂間的互助外，另有成員協助連結相關資源及課程，找到共同學習的夥伴。成員們自主學習意願高：團體結束後，成員間自主約定每個月一次的互助共享聚會，除了彼此分享每個月的社群經營概況、遇到的卡點，每月也會隨機抽籤或自動認領決定帶領者，讓成員試著學習成為講師，不僅可以增進彼此的學習和成長，也能夠建立更緊密的群體連結，讓每個人都有機會發展自己的教

學能力和領導技能。

三、提供資源並依成員需求進行資源連結

社工在方案執行時，除了團體帶領時和成員討論之外，亦會透過Line社群回答成員的問題及透過個別會談，評估成員的需求並連結相關的資源。社工同時也提供及連結外部資源，協助成員申請及參與相關活動，同時提供相關的場域、市集與平臺，成員除可實作之外也同時行銷方案的成果，發揮影響力。

四、尊重成員的決定及經營的決策

社工透過持續性的和成員的會談及方案的互動，成員面臨議題及需求時皆會和

社工討論，透過專業服務的介入，成員改變態度、能力提升並增加自我的價值。例如，有幾位成員由在方案的團體進行時害怕發言及回饋自己的意見，在方案即將結束及後續市集活動的參與上，皆願意主動擔任領導者。同時，由第二年的成員在粉絲專頁成長的高度差異情形中，少數成員面臨一些議題，社工尊重成員的決定。

（本文作者：張菁芬為國立臺北大學社會工作學系副教授；陳雅伶為臺中市大里婦女及新住民培力中心督導；曾雅晴為臺中市大里婦女及新住民培力中心社工師）

關鍵詞：方案評估、婦女培力、經濟與就業、電子商務

📖 參考文獻

- 王麗雲、侯崇博（2005）。〈應用方案理論進行評鑑：以嘉義縣市國小週三進修方案為例〉。載於潘慧玲（主編）。《教育評鑑的回顧與展望》（頁219-249）。心理。
- 李孟臻（2019）。《影響台灣已婚婦女職場中斷風險因素：妻子與丈夫個人與工作特質的調節效果》（碩士論文，國立臺灣大學）。臺灣博碩士論文知識加值系統。<https://hdl.handle.net/11296/36qh9f>
- 林素卿（2018）。〈方案理論導向評鑑模式之探究〉。《評鑑雙月刊》，74，40-44。
- 國家發展委員會（2021）。《國家發展計畫（110至113年）（核定本）》。
- 張炳煌、蔡清華、陳盈傑（2014）。〈高雄市國中教師對樂學計畫和合理性評估之研究：方案理論評鑑的觀點〉。《教育科學研究期刊》，59（1），33-67。[https://doi.org/10.6209/JORIES.2014.59\(1\).02](https://doi.org/10.6209/JORIES.2014.59(1).02)
- 張菁芬（2024）。〈數位包容促進婦女參與數位經濟——兼論社工專業角色〉。《社區發展季

刊》，187，120-131。

- 陳婷筠（2019）。《我國二度就業婦女重返職場問題與因應對策之探討》（碩士論文，國立政治大學）。臺灣博碩士論文知識加值系統。<https://hdl.handle.net/11296/32p2n3>
- 臺中市大里婦女及新住民培力中心（2023）。《品牌經營，點亮社群——育齡婦女經濟與就業培力服務方案成果報告》。
- 臺中市大里婦女及新住民培力中心（2024）。《品牌經營，點亮社群+——二度就業婦女經濟與就業培力服務方案》。
- 數位發展部（2024）。《113年數位近用調查報告及摘要》。
- 鄭思琪（2019）。《熟齡婦女在家庭與工作的處境——以勞動合作社社員為例》（碩士論文，國立臺灣大學）。臺灣博碩士論文知識加值系統。<https://hdl.handle.net/11296/969bd3>
- Donaldson, S. I. (2007). *Program theory-driven evaluation science*. Lawrence Erlbaum.
- Fournier (Eds.), Progress and future directions in evaluation: Perspectives on theory, practice and methods. *New Directions for Evaluation*, 1997(76), 41-55. <https://doi.org/10.1002/ev.1086>
- Lin, S.-C., & Wu, M.-S. (2016). Applying program theory-driven approach to design evaluate a teacher professional development program. *Journal of Education and Practice*, 7(24), 138-148.
- Rogers, P. J., Petrosino, A., Huebner, T. A., & Hacsí, T. A. (2000). Program theory evaluation: Practice, promise, and problems. In P. J. Rogers, A. Petrosino, T. A. Huebner, & T. A. Hacsí (Eds.), *Program theory in evaluation: Challenges and opportunities* (pp. 5-13). Jossey-Bass. <https://doi.org/10.1002/ev.1177>
- Weiss, C. H. (1997). *Theory-based evaluation: past, present and future*. IN D. J. Rog & D.
- Weiss, C. H. (1998). *Evaluation: Methods for studying programs and policies* (2nd ed.). Prentice Hall.
- Weiss, C. H. (2000). Which links in which theories shall we evaluate? In P. J. Rogers, A. Petrosino, T. A. Huebner, & T. A. Hacsí (Eds.), *Program theory in evaluation: Challenges and opportunities* (pp. 35-45). Jossey-Bass. <https://doi.org/10.1002/ev.1180>