執行摘要

本篇報告以過去 5 年間「運用資通訊科技為工具賦予或促進婦女經濟賦權」之計畫為研究蒐集對象,研究範圍包括智利、韓國、菲律賓與中華臺北等 4 個 APEC 經濟體,擬藉此達到下列兩項目標(i)就採用 ICT 工具以促進婦女經濟賦權進展的計畫進行跨經濟體且跨案例的比較,以找出影響計畫進行的障礙和限制,以及(ii)向所有 APEC 經濟體提出制定婦女經濟賦權培力政策之建議。研究主題不但觸及 APEC 尚未被聚焦關注的研究主題上,亦對所蒐集盤點的計畫提出初步檢視,並深入至個案分析與提出綜合成果。

計畫執行步驟 1:整份研究奠基於計畫基礎資料盤點、觀察並歸納這些計畫如何善用 ICT 工具來增進女性企業家或潛在企業家的經濟賦權。最終盤點範圍涵蓋 34 個計畫案,其中 3 案來自智利、6 案來自韓國、14 案來自菲律賓、11 案則由中華臺北提供。

計畫執行步驟 2:在考量初步盤點基礎資訊的完整度與符合研究目地的匹配度上,深入選定 8 個計畫案進行深入的案例研究追蹤,就計畫執行過程與成效評估等重要資訊進行面對面訪談。訪談以主辦單位代表和參與者為對象,期許能取得他們在計畫的參與心得和執行層面上的第一手資訊。此種深度訪談將使研究人員得以就計畫實施與執行的議題,從個人和組織的觀點取得更深入的看法。

為了探索計畫的實施模式如何讓支持婦女創業系統能自主且具永續性運作、以進一步促進女性經濟賦權的提升,本研究透過上述的研究步驟進行調查後提供主要成果如下,並依據 APEC 婦女與經濟政策夥伴中舊金山宣言的四大面向分類為:

- 1. 技術與能力培養:多數課程透過面對面授課的方式以減少參與者間數位知識或使用技術的差距,並在課程設計中整合性別敏感議題,以擴大婦女社交圈,同時改變婦女看待自己的方式。針對四個經濟體計畫案中參與者的學習狀況,實施包含對性別敏感整合產生影響的不同項目。在以社會邊緣化婦女為目標對象的計畫中,此項元素特別重要。
- 2. 進入市場的管道:計畫常見採用電子商務平台作為幫助婦女增加進入市場管道的 ICT 工具。然而,在不同經濟體中運用商務平台的方式各有不同。但值得注意的是,許多參與者對採用商務平台有許多困難,無論是社會文化的因素、或僅因為參與者的產品為手工製品或具有不易保存的性質,這些參與者都對利用電子商務平台來接觸更廣大的國際市場表現抗拒的心態。

然而,不穩定的技術設備並非阻礙參與者探索更新、更廣大市場的唯一障礙;加入國際市場的企業成本支出和維護電子商務平台的潛在成本也是常見的障礙。

- 3. 取得資金的管道:雖然取得資金的管道被視為是阻礙女性企業家進一步發展的主要屏障,特別是在企業創始階段更是如此,但這次的基本研究中,未有計畫著重於以創新的 ICT 方案來解決這項問題。因此,在此面向上,未來計畫仍有改善的空間。
- **4. 女性領導力**: 所有計畫中皆可見促進女性領導力的成功之處。例如採用 ICT 工具不只在直接參與者間,也在潛在企業家間建立起連結網絡。

這份研究進一步提出社交網絡的議題。在企業創始階段,女性企業家傾向透過聚會來分享生活經驗或參與社交活動,因為這類場合為她們帶來情感上的慰藉並且提供支援。然而,對於事業已具有確定發展方向的創業或企業者而言,網絡的重要性在於尋求可合作的領域、探索商機或建立「事業合作」的機會。因此,不同層次的網絡可提供參與者就特定階段於商務拓展上最需要的支援。

另外,文末針對案例研究成果建立的 SWOT 分析,則期盼能提供進行中或未來類似計畫的規畫據與參考方向,亦可作為多年期計畫中第二年的發展依據。而本研究從 8 項個案中模擬出兩套應用 ICT 工具的公私部門合作模組,期許可被不同社經背景的 APEC 經濟體採用。這兩套模組可支援現有計畫,或用以規劃類似的計畫。

目次

第一章 序言	
1-1 動機	2
1-2 研究目標	3
1-3 研究步驟	3
1-4 章節概要	4
第二章 文獻探討	
2-1 運用 ICT 強化女性企業家賦權	6
2-2 舊金山宣言四大面向	7
2-3 缺乏正向強化作用	8
第三章 方法論	
3-1 基礎案例盤點	10
3-2 計畫選擇	11
3-3 面對面訪談	11
3-4 資訊來源:設計訪談題目	12
3-5 跨國工作會議	13
第四章 案例研究:智利	
4-1 背景資訊	16
4-2 案例研究:I-KUNA	17
4-3 訪談結果	22
4-4 總結	22

第五章 案例研究:韓國

5-1 背景資訊	24
5-2 案例研究:京畿婦女發展中心(GWDC)	25
5-3 案例研究:婦女創業支援中心(WESC)	31
5-4 研究發現摘要	35
第六章 案例研究:菲律賓	
6-1 菲律賓執行摘要	38
6-2 背景資訊	40
6-3 案例研究:PhilCeCNet 女性數位知能	41
6-4 案例研究:PTTC 電腦訓練計畫	47
6-5 研究發現摘要	52
第七章 案例研究:中華臺北	
7-1 案例研究:「She Economic」高雄婦女數位經濟培力方案	54
7-2 案例研究:微型創業鳳凰貸款及諮商計畫	58
7-3 案例研究:中小企業數位關懷計畫	62
7-4 中華臺北研究結果摘要	68
第八章 跨案例比較與調查	
8-1 技術與能力培養	72
8-2 進入市場的管道	73
8-3 取得資金的管道	74
8-4 女性領導力	75
8-5 公私部門夥伴	75
8-6 調查結果	76
8-7 從非正式到正式、從地方到國際化	79

81	
85	
88	
115	
121	
122	
	85 88 115 121

第一章/

- 1-1 動機
- 1-2 研究目標
- 1-3 研究步驟
- 1-4 章節概要

動機

婦女是驅動全球經濟成長的重要力量。近年各國婦女創業的人數不斷增加,為許多 APEC 經濟體帶來實際的改變和貢獻。然而,企業主也必須體認全球商業趨勢的改變,並面對如何透過與地方、區域或全球價值鏈的連結,有效參與全球貿易的挑戰。

近數十年來,資訊與通訊科技(Information and Communication Technology,ICT)的附加價值逐漸浮現,其角色與潛力逐漸獲得注意,各國莫不期望能透過 ICT 工具打破經濟發展中的性別隔閡,例如具有克服時間和行動力之限制的特性、協助婦女取得正式金融服務的工具、或是提出技能訓練和商務網絡的管道。

行動電話即是一例。全球行動通訊系統協會 - GSMA 在 2010 年就行動電話工具進行全球研究,結果顯示,女性持有行動電話的人數比男性少了 21%,而這相當於全球有 3 億人口的性別落差。因此,GSMA 發起一項「mWomen」計畫,以增加婦女取得行動電話和相關服務的管道,幫助女性能在改善健康、教育、安全和財務等構面上擁有和男性平等的機會;而這些面向皆與婦女進入就業市場或經營小型企業的條件密切相關。

另外一項由國際電信聯盟(International Telecommunication Union,ITU)提出的報告指出,在低度開發國家,網路使用率的兩性差距可能是行動裝置使用率的兩倍。而目前 APEC 區域經濟體所面臨的主要問題,是缺乏改善婦女生計所需、取得新科技與商務機會管道的必要整體運作模式。

為了進一步探討此議題,亞太婦女資訊網路中心(Asia Pacific Women's Information Network Center,APWINC)於 2011 年以東南亞國家居住於市郊地區的婦女為對象進行一項調查,結果顯示,缺乏便捷 ICT 管道的婦女對於學習基本和進階電腦技能的意願十分熱切。該調查報告總結指出,(i)教導無識字能力,或識字能力不高的婦女閱讀技巧、(ii)資助長期訓練,以及(iii)支援微型貸款和行銷倡議,皆是發展教育課程以解決婦女需求的重要要素。

然而,儘管網路的普及率與頻寬都有所提升,但上網的成本過高依然是難以克服的瓶頸,也是希望以 ICT 工具參與經濟活動的婦女所面臨的最棘手問題(Chang,2013)。萬事達卡(MasterCard)的近期研究指出,將近 90%的小型企業有網路連結,但只有 20% 得以透過網路銷售其產品和服務,而這個問題即在於網路的高成本和專業知識技術的缺乏。當然,婦女經營的企業也有類似的問題,因為婦女經營的事業傾向商務成長較緩慢或是收入較低的產業,因此比起男性經營的事業,通常產品生命週期較短。除了上述問題外,婦女也經常面臨社會規範的限制,導致其無法順利使用 ICT。

研究目標

為了處理上一節所提出的議題,中華臺北於2012年6月在俄羅斯聖彼得堡舉辦的婦女與經濟論壇(Women and Economy Forum, WEF)上發起一項名為「女性創新經濟發展:善用資訊通訊科技強化女性經濟發展與活力」的多年期計畫(Multi-year Project, MYP)。該計畫獲得十四個會員經濟體的共同支持與 APEC 資金的挹注,成為APEC婦女經濟政策夥伴關係(Policy Partnership on Women and Economy, PPWE)中以建立婦女 ICT 能力為目標所推動的領航計畫,希望能夠幫助婦女善用 ICT 工具來促進商業機會。

本多年期計畫的主要目的在於評測採用 ICT 工 具的計畫以創造商機 — 特別是整合婦女經營的 微型或小型企業加入全球價值鏈,可促進婦女 經濟參與的程度。計畫旨在:

- 1. 呼籲 APEC 各經濟體, 重視婦女在經濟發展時所需的創新設備與服務。
- 2. 找出並傳播 ICT 創新經驗與知識技術,以複製和擴展婦女應用 ICT 經商加入全球價值鏈的能力。
- 3. 協助利益關係人規劃全新的公私部門夥伴關係(Public Privte Partnership Network, PPPN),以促進以永續經營為目標的新商務模式,並創造適合婦女經商的環境。

1-3

研究步驟

多年期計劃第一期的研究內容可分成 3 大階 段。

階段 1:2013 年 6 月 29 日已於中華臺北舉辦公私部門夥伴網絡(Public Private Partnerships Network,PPPN)會議,針對案例研究的架構進行討論,以確認優先領域和適合納入研究對象的婦女族群。來自 13 個經濟體的代表出席PPPN 會議,以探究應用 ICT 增強婦女經濟賦權所面臨的重要挑戰。四個經濟體:智利、韓國、菲律賓和中華臺北,參與了第一階段研究項目,共同進行與 ICT、婦女和企業活動有關計劃之研究。

階段 2:舉行追蹤工作群組會議,針對所挑選的計畫進行深度調查前的目標設定,並找出可能面臨的共同問題,以(i)達成所有利益關係人的期望,以及(ii)討論計畫人員在研究時可能面臨的不同文化挑戰。

階段 3:在 4 個夥伴經濟體內分別進行個案訪談,有意識的將文化與當地背景一同列入考量。針對符合培力婦女經濟賦權且具有公私部門合作契機的計畫進行深度研究,包含計畫主辦方與參與者的質性調查。調查內容係聚焦在辨識各方利益關係人可能面臨的下列兩大挑戰:

- 1. 找出有效應用 ICT 基準法則所需的關鍵驅策 因子,以提升女性企業家取得金融資源、商務 網絡和諮商服務的管道,並應用在區域和國際 市場中。
- 2. 找出可能阻礙女性企業家應用 ICT 的障礙,確立解決方案準則與政策建議,以處理面臨的阻礙。

下面圖表 1 說明質性研究的研究流程,即透過(i)基礎計畫盤點,以及(ii)深度案例研究兩個層面來執行。基礎盤點檢視了四個夥伴經濟體境內過去 5 年間「運用資通訊科技為工具賦予或促進婦女經濟賦權」之計畫。這項調查包含了背景資訊,同時確認在這些經濟體中所推行的 ICT 領航計畫。另一方面,深度案例研究中並採用結構完整的問卷和面對面訪談的方式,調查婦女所經營的企業中採用 ICT 工具的關鍵驅策因子、障礙和解決方案。

1-4

章節概要

第一章 詳列計畫動機和目標。

第二章 簡述本研究關注及參考之婦女和 ICT 相關文獻,用以再次探討、佐證理論架構和研究內容。

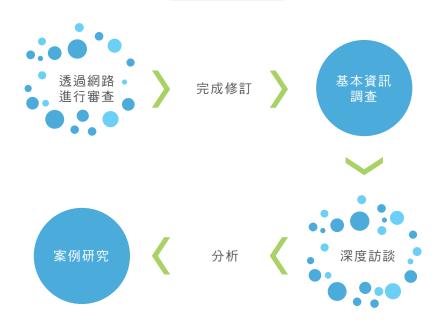
第三章 敘述並說明此研究採用的架構、方法以 及執行個案訪談研究所使用之程序。

第四章至第七章 依序為各經濟體個案訪談研究 的成果論述(智利、韓國、菲律賓與中華臺北), 包含基礎盤點所摘錄的資訊和訪談摘要,用以 支援分析。

第八章 闡述訪談中來自不同利益關係人所顯示 的對照情況,以及從研究經驗提出比較分析。 第九章 闡述此個案研究的重要發現,並為多年 期計劃第二期的研究、執行方向提供建議。

圖表 1:採用質性研究的研究活動流程

第一期研究



第二章/ 文獻探討

- 2-1 運用 ICT 強化女性企業家賦權
- 2-2 舊金山宣言四大面向
- 2-3 缺乏正向強化作用

運用 ICT 強化女性 企業家賦權

2-1-1 ICT 的定義

資訊與通訊科技(ICT)的定義如 Gerster 和 Zimmermann(2003)所言:「透過電子化的 方式創造、儲存、管理和散布資訊。符合該定 義的電子產品包括收音機、電視、電話、傳真、電腦和網路。」兩位學者指出,現代化的 ICT 具有以下 4 大特色:(a)互動性:ICT 率先具 備有效雙向溝通的科技;(b)長期待命:新的 ICT 提供全天候的服務;(c)涵蓋全球:現實 生活的距離再也不是問題;(d)大幅降低成本:通訊成本和過往相比大幅降低。

因此,許多研究均顯示,婦女若應用 ICT 工具而擁有與男性一樣取得資訊的機會,其經濟賦權將大為增強,婦女將可從事更高所得的工作,同時提高工作效率,或是建立自己的事業以及取得進入新市場的管道(Laizu、Armarego和 Sudweeks, 2010; Malhotra、Kanesathasan和 Patel, 2012; UNCTAD, 2014)。

2-1-2 數位世界的性別隔閡

從以上敘述可知,ICT的發展確實創造更多汲取資源、資訊和教育的管道;儘管如此,數位世界仍存在性別落差,對於身處於不被鼓勵、甚至限制學習使用ICT工具的文化環境的婦女而言,仍面對許多難題。這樣的情況常導致婦女缺乏自信,進而阻礙她們開拓更廣大的市場或從更優勢的經濟機會中獲益。

汲取資源管道的擴充實際上也擴大了兩性之間的差距,這些情況無論是已開發國家或世界其他地區皆同(Gill等學者,2010)。Teltscher(2002)指出,基於下列原因,ICT 和電子商務已成為改變全球經濟的強力工具:(i)減少成本和時間、(ii)打破地理疆界、(iii)讓人們得以接觸更廣大的市場以探索新商機。然而,他對婦女能否擁有取得ICT管道的均等機會也提出質疑,特別是開發中國家的婦女可能面臨更多挑戰。

2-2 舊金山宣言 四大面向

2011 年 APEC WES 的 舊 金 山 宣 言 (San Francisco Declaration)中將阻礙婦女全面參與經濟活動之因素分為四大面向,包括: (i)技術與能力培養、(ii)進入市場的管道、(iii)取得資金的管道、(iv)女性領導力,故本研究將聚焦於此四大面向。

2011 APEC 婦女與經濟會議(2011 APEC Women and the Economy Summit)確認並提出、 證成婦女沒有全面參與經濟活動之解決方案的 四大面向,已成為本研究中問卷訪談和研究報告內容分類的主要項目。

--技術與能力培養

研究顯示,針對女性舉辦的商務訓練可幫助「培養新世代女性」(vinnicombe 和 Singh, 2002)。

——進入市場的管道

根據《舊金山宣言》中「進入市場的管道」的 敘述,缺乏進入市場的管道將阻礙婦女經營的 微型或小型企業的成長,同時減少就業機會。 在回應女性企業家拓展國內或國際市場需求的 問題方面,目前已找出三個相關層面:(i)透 過參與輔導和技術協助,造就女性敏銳的商業 頭腦;(ii)善用媒合和技術協助計畫,幫助 APEC 經濟體建置有利法規環境和取得市場商 機資訊的管道;(iii)增加取得企業取得政府 採購計畫的機會。

——取得資金的管道

傳統上由男性主導的法律和法規體制以及銀行業務,可能會阻礙婦女取得資金和資產的管道。研究顯示,女性經營者大多仰賴自籌而非「借貸或公開發行股權」的方式籌募資金(Treichel和 Scott,2006)。確實,正規的借貸體制通常會拒絕女性創業者,特別是小型企業創業者的貸款申請(Constantinidis、Cornet 和 Asandei,2014)。

——女性領導力

在《舊金山宣言》中,已確認 4 項會阻礙女性 領導力發展的障礙: (i)組織的障礙、(ii) 工作生活平衡的挑戰(iii)組織氛圍(iv)個人 心態。在宣言的結尾敘述中並加入了性別刻板 印象,作為上述 4 項阻礙的總結。性別刻板印 象正是阻礙女性領導力的主因。前兩項關注的 文獻眾多,包括下方:

2-2-1 組織氛圍

組織的障礙可能是缺乏角色模範。Donald E. Gibson(2006)為角色模範提供兩種定義 - 傳 統定義與較現代化的定義。傳統定義視角色模 範為「為身分識別與職涯成就提供必要線索的 模範人物」,而較現代化的定義則是「個人構 想的認知架構,根據自我發展的需求與目標, 打造其理想化或『可能』的自己」。Wilson、 Kickul 和 Marlino (2007) 提到自信和職涯偏好 與表現之間的動態連結時曾表示,成功的企業 家仰賴自身具備成功條件的自信;因此,一些 企業家精神教育計畫中,會引用角色模範作為 教學法。因此,角色模範展示了特定情境中企 業家應有的表現。在 Pande 和 Ford (2011)所 列阻礙女性領導力發展的項目中可發現類似觀 點;在「抱負」的標題下,這兩位學者表示, 女性會受到同樣身為女性、展現有能力創造可 能性的前輩所激勵。Morris、Miyasaki、Watters 和 Coombes 進一步指出,「文化考量也有可能影響女性擁抱的角色模範類型」(Morris、Miyasaki、Watters 和 Coombes, 224)。

2-2-2 工作生活平衡挑戰

雖然《舊金山宣言》視旅行需求和長時間工作 計畫為工作生活平衡的構成條件,但這兩項條 件都與婦女傳統性別角色所延伸的期待和責任 相關。

2-3 缺乏正向強化作用

性別刻板印象

《舊金山宣言》指出,女性即使身為領導人也必須扮演「身為家庭主婦」的刻板印象。舉例而言,百事可樂的行政總裁(Chief Excutive Officer)Indra K. Nooyi 女士於大西洋城受訪時回應道,女性顯然必須在家庭之外擁有「其他角色」。然而,當女性回到家中,無論她在工作上取得多大成就,都必須「把皇冠抛在車庫中」(Friedersdorf,2014)。一個人對自身的觀點往往受到社會規範和性別角色所影響,如Shinnar、Giacomin和Janssen的主張:「社會的性別角色刻板印象和職業性別角色也會形塑個人對自己的認知」。

第三章/ 方法論

- 3-1 基礎案例盤點
- 3-2 計畫選擇
- 3-3 面對面訪談
- 3-4 資訊來源:設計訪談題目
- 3-5 跨國工作會議

本章將敘述案例研究的程序。章節 3.1 闡述計畫盤點調查進行的方式,章節 3.2 顯示個案選擇標準並列舉各會員經濟體選擇的計畫。章節 3.3 討論如何透過面對面訪談程序完成個案研究。章節 3.4 和 3.5 闡述訪談問題設計的方式,以及如何進行資料蒐集與分析,並提供樣本特性的敘述。

3-1

基礎案例盤點

計畫盤點的目標主要為四個夥伴經濟體內參與 過去5年間「運用資通訊科技為工具賦予或促 進婦女經濟賦權」之計畫。盤點包含3個步驟: (i)廣泛的網路搜尋相關計畫案(ii)透過電 話或電子郵件進行後續計畫案細節調查(iii) 完成基礎盤點摘要報告。研究小組設計了調查 表,並依據上述程序進行調查。以下說明執行 細節步驟。

步驟 1:準備基礎網路計畫案盤點

為了找出進行案例研究的潛在目標,各經濟體 的研究小組首先在網路上以關鍵字進行搜尋相 關的計畫案。調查項目必須符合特定項目需求, 目標在於取得下列計畫相關資訊:

- 1. 計畫/方案的開始及完成年度
- 2. 執行地區
- 3. 目標
- 4. 受益人
- 5. 運作機制
- 6. 成本/預算
- 7. 合作夥伴
- 8. 成果
- 9. 評估

(請參見附錄 A 列舉的完整調查項目表。)

步驟 2:透過電話或電子郵件進行後續調查 所有基礎網路盤點所得之計畫案的計畫案主辦 單位都會收到研究小組的電子郵件或電話,請 求其進一步協助調查。調查小組透過網路資訊 填寫的半完成調查表將會寄送到計畫案主辦單 位處,作進一步修正和完整調查表填寫。此必 要步驟可取得主辦單位核可認同參與本多年期 計畫案第一年的學術研究,並納入調查項目中。 同時,對研究人員來說,此步驟亦可在選擇最 適合作進一步案例研究的計畫前,取得充足且 精確的資訊。

步驟 3:完成摘要報告

計畫規劃者和主辦方確認並填完調查表後,由來自四個經濟體夥伴的研究人員準備經濟體盤點摘要報告,所有的調查項目皆儲存在線上資料庫中;此線上資料庫的建立得以儲存更多由其他組織或 APEC 經濟體提供的相關計畫案基礎盤點調查表 (請參考網站 http://www.globalgender.org/en-global/database/index 取得相關資訊)。請參考附錄 B,檢視四份說明經濟體夥伴初步調查項目的摘要報告。

計畫選擇

完成基礎盤點後,下列篩選標準用以挑選出每個夥伴經濟體下一階段的研究案例:

- 1. 採用 ICT 工具有助於婦女創新事業或強化現有事業的計畫。
- 2. 計畫吸引 50% 以上婦女參與。
- 3. 計畫案的目標必須涉及《舊金山宣言》中提 出的四大面向至少 2 至 4 個面向(即:技術與 能力培養;進入市場的管道;取得資金的管道; 女性領導力)。
- 4. 由公私部門共同合作執行的計畫。

根據上述標準,4個經濟體共選出8個計畫案 作為下一階段的深度案例研究。部分經濟體有 一項以上的計畫符合選擇標準;因此,計畫案 的具體特性需被闡述以示計畫案被選擇的公正 性。

被選出進行案例研究的計畫有:

- 1. 智利:I-Kuna
- 2. 韓國:京畿婦女發展中心(GWDC)、婦女 創業支援中心(WESC);
- 3. 菲律賓: PhilCeCNet、PTTC 電腦訓練計畫;
- 4. 中華臺北:「She Economic」一高雄婦女 數位經濟培力方案、鳳凰微型創業貸款與諮商 計畫、中小企業數位學習計畫。

3-3

面對面訪談

接著,針對這8個挑選出來的計畫案,以面對 面訪談的方式,蒐集 ICT 工具如何為女性企業 家創造機會的第一手資訊。訪談的架構依照《舊 金山宣言》的4大面向 - 技術與能力培養、進 入市場的管道、取得資金的管道和女性領導力 設計。團隊設計兩組問卷,供計畫主辦方和參 與者使用,再逐一的依問卷列舉問題和要點進 行訪談,以蒐集第一手「實際參與人士」觀點。 由於訪談的進行橫跨四個夥伴經濟體,因此, 協助受訪者回憶其應用 ICT 工具的方式、以及 其身為女性創業者在企業開展過程中得到協助 的方式等問題便相當重要。因此,研究團隊成 員藉由 2014 年 3 月 7 至 8 日於臺北舉辦的工作 會議,於會中交換意見並重新修訂問卷內容、 挑選訪談計畫的篩選標準,以及決定訪談者進 行訪談的方式。

每項計畫的主辦方須提名至少六位參與者參與 之(即企業女性代表)。於訪談進行時,訪談 者都先向受訪者簡單介紹計畫,並說明其扮演 的角色、資料取得與使用的方式、不具名保證, 同時必須得到受訪者對訪談過程錄音的許可。

資料蒐集:半結構式訪談

取得相關資料的方式為面對面、質性和半結構式訪談。如 Steinar Kvale (1996)所述:「質性訪談試圖從受訪對象的角度瞭解世界,以展開(來自)具有意義的人們的體驗。」因此,為了瞭解 ICT 工具如何為女性企業家創造更多商業、經濟機會,本研究調查採用上述方式,檢視用 ICT 相關訓練課程及/或工具來取得資金和市場管道的方式。

資訊來源: 設計訪談題目

採用《舊金山宣言》所提出的 4 個面向,作為 訪問參與者和主辦方的主題(請參見附錄 C), 並為參與者加上探索其背景(如婚姻或財務狀 況)的「一般資訊」欄位設計。

3-4-1 給計畫主辦單位與 參與者的訪談題目

中華臺北的研究小組提供了同一份開放式問題 清單給四個經濟體的訪問者,這份開放式問卷 被用在半結構式的訪談中。為了評量參與者和 主辦方的不同經歷,某些為主辦方和參與者設 計的題目極為類似,但也有只針對主辦方設計 的題目。由於研究任務在於瞭解 ICT 工具經濟 賦權微型和中小企業女性創業者的方式,因此 針對主辦方設計的訪談問題聚焦在規劃計畫的 方式、所面臨的限制和計畫執行的時間。

3-4-2 開放式問題

許多研究人員強烈建議在質性研究中採用開放式題目,因為可以鼓勵不受限制、具差異化的豐富回應,當然也有可能帶來無法預測、出乎意外或不明確的答案(Carey,1996; Hancock,1998; Kurasaki,2000; Colosi,2006)。此外,Maxwell(2008)也表示對訪談題目的判斷「不應只根據是否可從研究題目作邏輯性推演,也應確認其是否能提供對回答題目有幫助的資料」。因此,本研究的題目設計採用預先設計、編碼完整且開放式的題目類型。

3-4-3 試訪

為了創造有成效且有效率的訪談題目,確認題 目是否有任何問題或缺點;因此,中華臺北研究小組率先進行訪問前測,事前訪談測試的受 測對象為一名計畫經理,曾負責為微型和小型 企業的女性創業者提供電子商務平台。因此, 依據該份事前測試所收到的回應,已對發現到 的問題和限制加以修正,並重新修訂訪談題目。

跨國工作會議

2014 年 3 月 7 日至 8 日在臺北舉辦一場由 PPWE 中華臺北研究小組籌組的工作會議(請 參見附錄 D 的議程)。討論內容包括(i)研究 程序、(ii)時間表、(iii)訪談題目、(iv) 重要訊息確認、(v)案例研究選擇標準,以 及(vi)預計於 2014 年 10 月底舉行的研討會 議程——第一年研究案的成果亦將發表於此會 議。

此工作會議期間,訪談題目已由主要的研究小組成員和多年期計畫的執行人員作進一步修正;由於執行研究計畫的四個夥伴經濟體其經濟、文化和政治背景與數位知識/讀寫能力人口比例各有不同,因此必須調整最初版本的訪談題目。

3-5-1 進行訪談

訪談指南(請參見附錄 E):分別寄給四個經濟體。

語言:可能以參與者的母語或英語進行訪談。 以母語進行的訪談將於後分析時翻譯。

限制與局限:雖然受訪者皆同意於訪談時錄音, 但部分受訪者對於錄音的狀態相當敏感,因此 可能使受訪回復趨於保守。

3-5-2 資料分析

蒐集而來的深度訪談資料經分類後,接著採用 論述分析法進行分析。資料依 5 大主題分類, 再進一步區分次主題¹。5 大主題分別為:(i) 技術與能力培養、(ii)進入市場的管道、(iii) 取得資金的管道、(iv)女性領導力、(v)公 私部門合作。

¹ 每個次主題皆包含一個比較主辦方和參與者差異的表格。

第四章 /

案例研究:智利

4-1 背景資訊

4-2 案例研究: I-KUNA

4-3 訪談結果

4-4 智利研究結果摘要

● 第四章 案例研究:智利

背景資訊

智利位於南美洲,官方語言為西班牙語。人口近 1,700 萬人,89 %集中在都市,近來的人口成長率不到 1%,國民平均壽命 80 歲²。

智利的經濟結構被公認是拉丁美洲國家中最穩定、開放和具競爭力的國家之一。其經濟結構於 1970 年代中期逐漸由中央規劃體制轉向自由市場經濟,當時智利經歷徹底的政體轉變和全面性經濟結構改革。Bergoing等人(2006)對此時期的智利摘要如下:「在其各項改革中,公營企業變私有化、大部分貿易障礙解除、勞動市場自由化,且隨著金融體制的開放,建立了採用個人退休帳戶的社會安全私人體制」。成功的經濟改革和自由化也創造了新商機,具有競爭力的環境和國家發展策略共同推動了企業活動。

轉向自由市場體制和開放的經濟結構使智利的企業面臨巨大的混亂和國際挑戰。但國際貿易也讓智利的企業家學到如何在經濟整合與自由貿易協定(Free Trade Agreements,FTA)的簽訂下,使企業利益最大化、同時使成本最小化,以因應國際市場的競爭。

智利的從價關稅從 1998 年的 11% 降至 2003 年的 6%,已與最重要的兩個貿易夥伴 — 美國和歐洲 — 簽訂 FTA。在南美,智利與南方共同市場(MERCOSUR)簽訂 FTA,並和祕魯、哥倫比亞、委內瑞拉、厄瓜多、玻利維亞、加拿大、墨西哥和中美洲簽訂雙邊 FTA。另外,智利也與韓國、新加坡、印度、中國、日本和紐西蘭簽訂 FTA。

2007 年,智利是第一個受邀加入經濟合作暨發展組織(Organization for Economic Co-operation and Development,OECD)的非歐洲開發中國家一該組織從1960年起結合已開發國家,共同肩負起促進全球人民經濟與社會福祉政策的責任。

2012 美國傳統基金會經濟自由指標(Economic Freedom Index of The Heritage Foundation)評比智利的經濟自由度全球排名第7,緊跟在排名第6的加拿大之後,因此智利可說是美洲大陸最自由的經濟體,排名更領先美國3個名次。OECD 的報告指出智利是十個失業率最低的國家之一。2013年智利的失業率為5.7%,排名第9,比美國、德國、澳洲和紐西蘭等國家就業情況更佳。智利的婦女失業率為6.9%。2011年CASEN 國家調查顯示智利婦女人口的勞動參與率為42.3%。

智利人口的創業活動參與度顯示與教育和收入程度呈現高度相關。企業家的人數隨著收入增加而提高,但女性企業家卻顯示相反的情況。與高收入婦女(38%)相比,低收入婦女(52%)顯示較高的創業活動參與度。這正是聚焦在推行女性企業家善用資訊與通訊科技(ICT)的計畫之所以得令女性在充滿競爭與多元化的市場獲致成功的原因。

http://www.indexmundi.com/chile/demographics_profile.html citation 2/14/2014

案例研究:I-KUNA

選擇此計畫的原因在於,I-KUNA 是智利所有 盤點方案中,唯一一個應用 ICT 工具以協助婦 女將其經營商業化的計畫。這是目前在智利尚 未全面發展的創新工具。

在計畫設計、網站和所有通訊資料中,組織具體說明如何運用多項重要的 ICT 工具,訓練參與者為商品拍照、上傳照片。計畫由私部門的非營利組織(I-KUNA)執行,但曾與政府部門合作。

4-2-1 計畫重要特色

I-KUNA 是由「Acción Emprendedora」 創立者所管理的非政府組織(NGO)之一,其主要任務是建立連結企業家與潛在買主的電子商務平台,再由 I-KUNA³ 建置和管理可供企業家展示與銷售其商品的平台。參與本計畫的微型企業主往往缺乏在網路上銷售商品的管道或知識,而 I-KUNA 可教導這些企業主應用 ICT 來增加其商品的銷售量。

這項嶄新計畫從 2013 年 3 月開始執行。主辦方與公私部門共同合作,提倡創業精神;合作單位有智利的政府部門「青年機構」(Institute of Youth, INJUV)、「智利創新機構」(Startup Chile, CORFO)以及私部門的社會育成公司。

4-2-2 受訪者一般資訊

■ 參與者

訪談內容涵蓋 5 位參與者參加 I-KUNA 的經驗。

I-KUNA 的參與者均為將自身的產品照片上傳至平台銷售的業者。其中訓練內容不只侷限在技術層面,NGO 教導這些業者將產品照片上傳至平台,如果業者本身無法做到,就僱用可以執行此項任務的員工。

接受訪問的參與者平均年齡約50歲且子女多已成年,受訪者有3名已婚,1名必須負責照料父母,另1名其兒子患有腦性麻痺。她們分別是:Paulina Fernandez,銷售來自智利聖地牙哥STEVIA農場產品的家族事業(智利聖地牙哥);Verónica Galleguillos,「Taller Las Gordas」彩繪陶瓷人偶(智利聖地牙哥);Virginia Alicia Perez,美味果醬「Doña vicky」(智利 Peñaflor);Angélica Cortés,「Manquenor」果醬和有機產品(智利 Ovalle);Eliana Carter,馬鬃手工藝品(智利 Rari)。

▲ 主辦方

訪談內容包含 I-KUNA 經理和創立者的經驗:

Sebastián Espinosa 擁有社會事業、非營利組織和育成公司的工作經驗。對於新興國家的貧困解決方案見解深入,擔任「Acción Emprendedora」的開發經理一職。最近獲頒智利最重要的社會創新競賽「Desafio Clave」首獎,以及「StartupChile」國際創辦人大獎,有關「IKUNA」計畫請參考www.ikuna.cl。

4-2-3 分析

技術與能力培養

● 學習經驗

▲ 主辦方

計畫主辦方相當關切訓練參與者的部分,其構 想為使手工藝者可以參與商業化的各個階段, 而非只有生產過程。然而,他們也承認,因受

http://www.accionemprendedora.org/

限於時間因素,其難以為婦女進行工作坊訓練。 例如,Sebastian Espinoza 提到工作坊的訓練情 況時表示,主辦方已事先通知婦女們上課時間, 但這些婦女往往沒有出現。

他們向手工藝者收取上架費,手工藝者必須承擔部分成本,根據手工藝者的定價收取 20% 的上架費。其權責下放,手工藝者可自行決定售價,以及決定是否提高售價以增加收入。 有2至5名志工負責維護電子商務平台。另外

有2名網站開發人員負責管理。

▲ 參與者

即使 I-Kuna 主張組織應介入訓練過程,但受訪者卻表示沒有參加組織提供的 ICT 工具訓練課程。其中一位參與者 vicky 表示,組織有提供課程訓練,但因為時間因素所以無法參加。她說類似情況以前也曾經出現:「…因為我一直很忙,所以無法參加他們提供的訓練。但我認為這也跟組織提供課程的意願和時間安排有關。」

這是相當重要的考量點,因為就某種程度而言, 根據這位受訪者的觀點,組織沒有改變課程時 間來配合她可上課的時間。這樣的情況可由不 同角度分析,但若將組織採取女性觀點的角度 列入考量,則必須慎重處理上述情況。像 Vicky 這樣的婦女往往沒有時間參加訓練課程,因為 她們大多數時間都必須生產產品、扮演母親和 家戶長的角色(根據 Vicky 對自己的定義), 必須盡力作好社會加諸在女性身上的所有角 色。此外,她還必須生產產品。這也是像 I-Kuna 這類的組織必須從女性觀點納入考量的重要原 因,假如組織希望為婦女提供訓練課程,就必 須將課程安排在婦女能夠參加的時間。

如前所述,所有的婦女都表示沒有參加過

I-Kuna 提供的課程訓練,並表示她們以前就學過相關技術。其中 3 位婦女表示曾經從其他組織上過訓練課程,這些課程方向與 I-Kuna 提供的不大相同,多是教導如何管理與取得進入市場管道。其中一位婦女曾上過大學,這也是她更能充分掌握相關領域的原因。大學課程是她接受科技工具訓練的地方。

總之,在能力培養上可透過兩種管道學習:一個管道是較正式的學習課程,另一個管道則是透過個人傳授的方式(非正式的學習管道)。以下兩項說明之:

- 参加其他組織(非 I-Kuna)提供的訓練課程, - 在家庭中(通常是在男性)成員的協助下, 學會建立自己網頁或臉書頁面的技巧。

進行這些訓練課程的組織例如:Acción Emprendedora,該組織是I-Kuna和 Servicio País 的合作夥伴,係一結合公私部門合作的組織,目標在籌組志工(大多數皆非專業人員),為不同的公私部門計畫提供支援。其中2位受訪者也表示她們曾參加如FOSIS和 SERCOTEC 之類的政府機構工作坊訓練,組織目標在於提升婦女優勢以及提供如訓練工作坊之類的服務。

● 學習 ICT 工具的影響

■ 主辦方

I-Kuna 表示主要的訓練工具是該計畫開始時寄給使用者的 YouTube 影片。因為主辦方曾嘗試舉辦訓練工作坊課程,但由於時間因素,參與人數不多,因此他們著重於透過影片指導的方式,讓所有使用者都可以在家上課。大致上可以確定的是,該項工具比較偏重於服務提供,而非計畫的執行。

● 參與者

受訪婦女提到並沒有自己管理 I-Kuna 網站,而 是由家人 - 通常為男性 - 代為管理。

● 其他社會和文化規範

▲ 主辦方

當進一步詢問主辦方為何訓練課程中沒有同男性一樣人數的女性協助人員時,他們回應說,這是因為必須順應傳統所加諸(社會所加諸)的性別角色,例如婦女要主導家務等。主辦方表示女性無法勝任此類工作。關於這點也可從組織的性別角度作有趣的分析。主辦方附帶表示這是因為女性無法就優先順序處理事務,因此就某層面而言,該組織也排除了性別觀點。整體而言,這是因為在男性主導的社會中,女性安排時間與工作的優先順序大幅受到傳統文化所影響。

■ 參與者

我們所訪問的所有婦女皆聲稱她們是家戶長。 然而,男性也在她們的事業發展中扮演重要角 色。例如,在其中一個案例裡,家中男性並沒 有參與事業經營,而是以開計程車維生,但當 有市場開發或市集(銷售商品的場所)時,他 就不作計程車生意,而是去協助婦女經營者。

進入市場的管道

● 電子商務

▲ 主辦方

協助婦女創業的其中一項支援是讓婦女能夠建置網頁,為商品拍照並在網路上銷售。付款系統為 Web pay、Pay Pal 和 Kipu。使用這些付款機制的優缺點很常見。唯一的問題是必須收取1.9%的上架費,且需考量有些產品是否不用包裝即可寄送。此外,歷史傳統的手工藝品往往具有代代相傳的精神價值,因此也要考量是否適合在網路上販售。

有些商品是較為現代和美食類的產品。由於需求不大,因此並不容易銷售。

電子商務平台的付款系統有提供計畫參與者優惠折扣,收取較低的交易手續費。(例如,優惠服務之一是,計畫參與者可享有一年免費將產品照片上傳至商務平台的服務)

由於會對手工藝者收取上架費,上架費是商品 售價的 20%。因此這些業者必須想辦法打平成 本。價格由手工藝者制定,其可將上架費包含 在定價中。

● 參與者

家族企業較常運用商務平台。在這些案例中都 是個人使用者,操作的功能相當基本,且沒有 固定使用的習慣。

取得資金的管道

東雲 ●

■ 主辦方

計畫並不包含取得資金的管道。目前 I-Kuna 尚 未替使用者整合取得資金的管道,但已就取得 資金或集資的延伸服務可能性進行分析。

● 參與者

取得資金的管道通常與婦女的社交情況和教育程度有關。

在智利要籌措資金並不容易,婦女必須自備一定的資本或相當的資金才能銷售更多產品。一般而言,可透過公部門(政府層級,透過如 CORFO、SERCOTEC 等諸多計畫,或是NGO)的計畫尋求資源。而這些創業者也並不需要大筆資金。

資金需求因受訪者而異。若其事業必須支持一

或多人的生計,則通常會申請信貸,但往往也因個人情況而有不同,與公司或經營事業無關。

●阻礙

▲ 主辦方

阻礙來自於婦女本身,因為她們必須負責家務。

♪ 參與者

婦女所面臨的問題各自不同,企業主通常會想 接洽更大的公司以銷售更多產品。總言之,阻 礙與募集資金相關,因為必須提出正式文件。 這些企業主也考量過其他由政府提供的資助方 案,但大多時候還是必須從集資市場取得。

女性領導力

●社交網絡

■ 參與者

對參與者而言,如 C1R6 所提到的社交網絡機會十分重要,因為參與者大多是家庭主婦,其生活被家人和家事所圍繞。

定期參加手工藝/自製食品展為這些婦女創造結交同樣是微型女性企業家的機會,可以彼此分享生活心得。在許多研究中可發現,相較男性,女性在社交生活上更為疏離。這樣的疏離會阻礙婦女取得經營事業所需的幫助及/或資源。

建立社交網絡對婦女企業家相當有幫助。有參與社交網絡的婦女大多會利用這樣的機會來認識彼此、參與讓她們可以銷售更多商品的活動,就社交網路而言,大多數的人會使用Facebook。

所有參與者都參加至少一個團體或協會。以下 是她們提到的團體和協會:

•智利 Chigo 美食產品協會 (Chigo, Chilean

association of Gourmet products)

- •Mapu Newen 瑪普切族協會 (Mapu Newen, Mapuche association)
- •Maquehua 有機農夫合作社 (Cooperative of organic farmers of Maquehua)
- •Rari 手工藝家協會 (Association of Artisans of Rari)
- •Maipú 手工藝家協會(Association of Artisans of Maipú)
- •vicaría de Pastoral Social y de Trabajadores (天 主教教堂協會)

參與者除了參加電腦技能訓練外,也有機會參加每星期六舉辦的自製食品/手工藝展。市集不只是作為提供參與者服務的固定平台,讓大部分的個人創業者可以促銷其產品與賺取利潤,同時也提供參與者課後共同合作的機會,以進一步瞭解彼此。

這群婦女對彼此逐漸熟識後,開始籌組自己的 聚會活動,甚至在 2013 年成立正式的協會。

雖然一開始這群婦女在處理事情上仍需前計畫 主辦方提供建議,以確保組織有效運作,但大 家都為其目前在財務和社交上更為獨立而深感 驕傲。如同她們所言:「我們以前只是閒賦在 家、整天照顧家人的家庭主婦,但現在我們擁 有分享生活點滴的朋友、自己的事業,和自主 管理營運的協會。」

成為社交網路一分子的實際效用對每個人各有 不同,有些人用來與他人聯繫,有些人則透過 與他人的互動,對自己的事業有更多瞭解。

關於社群網站,有些使用者對科技較為生疏, 但多數人表示他們並沒有善用社群網站。有的 已懂得善加應用科技,有的則是用來協助自己 原本應扮演的角色。在接受媒體採訪、拓展市場或參加市集時,參與者皆表示受益於社群網站。許多婦女都是由他人代為處理社群網站的各項功能,但 Vicky 例外,她的家族事業已營運 4年,不但建置了自己的專屬網站,還自行拍攝商品介紹影片。

● 模範 / 榜樣

▲ 主辦方

主辦方個人之間沒有顯著的差別,可參見群組 整合的可能性。

▲ 參與者

在領導力方面,會被這些婦女視為領導者的人往往是自己周遭親近熟知的人。(其中一位婦女雖然被要求舉出一位女性的名字,卻仍稱她的兒子是領導人)。其中兩位稱自己是參與協會的一分子。

有趣的是,婦女們並未體認到自己是否身處於 性別的刻版印象之中,但她們都視家庭為自己 唯一存在的女性角色。沒有人強調工作生活平 衡的重要性。

在其中一份訪談案例中,由於受訪者兒子的健康問題,該名婦女必須尋找可以讓自己維持較佳生活條件的居住地區。在此之前,她住在智利的首都聖地牙哥,城市中充斥著汙染,且食物的品質普遍低劣。但她的丈夫無法忍受住在鄉村,最後搬回城市去,留下她獨自照顧小孩。另一位婦女則認為,無論是社會的性別刻板模式或是她們自己的看法,手工藝都是屬於婦女的技藝。

當問這群婦女對領袖與領袖特質等問題時,對這些婦女而言,真正的領袖是生活中跟她們有直接關聯的人。

工作生活平衡

♪ 主辦方

I-Kuna 的觀點認為無需探究此議題。

■ 參與者

在智利,從事手工藝的婦女往往在家中有自己 的工作室,因此她們可以同時掌管家務和經營 事業、同持扮演好兩種不同的角色。

對大多數婦女而言,婚後成為家戶長的角色, 代表她們是家庭中重要的支柱與付出者。她們 都將心力投注在照顧小孩上。

這些婦女認為她們有義務維持小孩的教育以及 生活、即使他們並不工作,以供應子女取得更 高等的教育,因此工作與生活上的協調是一大 挑戰。

公私部門夥伴

●合作

♪ 主辦方

政府、非營利組織與私部門相互結盟,也有許多協會組織存在,但只偶爾共同合作。

♪ 參與者

實質的結盟尚不足以維持支援低收入創業者的網絡。

訪談結果

計畫的目的主要在吸引女性微型企業家。參與 計畫讓這些婦女有社交和分享自製產品的機 會,同時也提高了年銷售。

公私部門的結盟尚不足以維持支援低收入創業 者的網絡。

所有的參與者皆受過基本教育,只有一位曾上 過大學;大多數婦女視自己為家戶長。受訪者 的收入介於週薪 140 至 250 美元間。

其中兩位受訪者與丈夫一同工作,因此視自己 的事業為家族事業。這些家族事業也是我們樣 本中最成功的範例,且也從 ICT 計畫中得到最 多的益處。

智利的家庭結構強化了改善婦女應用 ICT 工 具的必要性:參與者提到,有在學子女的婦女 特別需要支援,因為婦女負擔著照顧子女的責 任(在智利的文化中,兒子會與雙親同住相當 久的時間,特別是仍在學生或大學生的求學階 段)。

4-4

智利研究結果摘要

網路的連結讓生活更便利,距離再也不是問題。 網路已成為提供資訊、溝通、知識、表達不滿 和號召行動等目的之工具。

儘管我們的社會在許多方面已大有進步,但兩性之間仍存在性別差距。透過網路與社群媒體的使用,或可促進婦女賦權,同時提升其領導力。

科技並非男性專屬的場域。學習應用科技的婦女不再受限於僅能扮演妻子、母親與家務管理者的角色。這些婦女可運用科技讓自己的微型事業永續經營,成為社會動力的來源,也為自己的子女創造更多的機會。

I Kuna 提供女性微型企業家學習、社交與建立 自己事業的良好機會,有時這些婦女所經營的 事業甚至是家中唯一的經濟來源。

透過該計畫提供的協助,婦女得以終結不平等的狀態,展現自己的能力。創造公平的競爭環境,並連結世界上不同區域與不同文化的婦女,是不同文化間的共同目標。只要這些婦女勇敢嘗試,就能連結所有女性,一同實現心中的理想。

第五章 /

案例研究:韓國

5-1 背景資訊

5-2 案例研究:京畿婦女發展中心(GWDC) 5-3 案例研究:婦女創業支援中心(WESC)

5-4 韓國研究結果摘要

背景資訊

在韓國,資訊化從 1990 年代中期就是最重要的 國家政策之一。政府支持與鼓勵所有的 IT 訓練 和相關活動。降低社會的無效率運作、改進生 產率和提升透明度,一直是政府的重要政策。 投注在 IT 產業的相關投資更幫助韓國從 IMF 經濟危機中逐漸復甦。因此,韓國規劃並執行 多項計畫,以促使國家的資源數位化。為了降 低國家失業率,政府規劃且實現了多項 IT 相 關的教育方案,並在政府的支持下建立有效的 領導模式。這些努力伴隨不同層級的公私部門 合作,涵蓋大量政府服務項目,例如農業、製 造和軟體等產業。其中一項重要的減少性別數 位差距計畫是從 2000 年 3 月至 2001 年 8 月實 施的「百萬主婦網路課程」(Internet classes for one million housewives)。該項計畫的成 果卓越,使主婦的網路使用率從 1999 年 5 月 的 1.8% 提升到 2000 年 12 月的 19.6%。主婦 們會使用網路協助子女的教育和進行購物。 另一項重要計畫是由行政安全部 (Ministry of Administration and Security, MOAS) 支持的 「資訊網絡村」(Information Network village, INVIL: www.invil.or.kr, www.invil.com), 這 項從 2001 年展開的計畫善用高速網路和電子商 務系統來跨越城市和農、漁村的數位差距。目 前 INVIL 已拓展至 363 個村落,以提升當地經 濟。政府、私領域和學術界在 IT 建設上的努力 - 公私部門夥伴(PPP),成為打造數位經濟 堅實基礎的主要驅動力。

ICT 產業提供的高速網路、個人電腦、智慧型 手機和創新科技都是促進該領域發展的基本架 構。由於科技的更迭如此迅速,為了應用更新 款、先進與創新的 ICT 工具,必須進行適當的 訓練。不同的公部門皆舉辦線上訓練,且大多 為免費課程。積極向上的人可透過便利的管道 提升自己。

目前,數位知識、取得 ICT 管道和網路使用 對婦女而言都不是問題。根據 2013 KISA(南 韓網際網路暨安全機構)報告(http://isis.kisa. or.kr),性別平等數據資料顯示兩性之間並不 存在明顯的數位差距,而 ICT 已成為韓國民眾 日常生活的一部分。

IT 數據資料(2013 年 5 月): 男女兩性的行動網路使用率分別為 88.6% 和 85.2%; 男女兩性的行動電話使用率分別為 99.7% 和 99.7%; 男女兩性的智慧型手機使用率分別為 95.5% 和 95.5%。

男女兩性的網路使用率分別為 86.2% (與前年相比提升 2.6%) 和 78.0% (與前年相比提升 4.8%)。男女兩性的網路使用人數分別為 2,104 萬和 1,904 萬人次 (與前年相比,分別提升 71 萬和 125 萬人次)。

大量的青年人口 - 青少年(99.7%)、20 多歲(99.9%)和30 多歲(99.7%)的年輕人皆是網路使用族群,年紀較長者的網路使用率也有所提升,包括50 多歲(80.3%)和60 多歲(41.8%)者。

至於網路使用的主要目的,「取得資訊或資料」 比例最高,達 91.3%,接下來是「聽音樂和玩 遊戲等的休閒活動」(86.4%),以及「透過電 子郵件或即時通訊軟體聯絡」(85.5%)等。

女性(56.2%)使用 SNS 的比率比男性(54.1%) 略微高出 2.1%。以年齡層而言,20 多歲人口的 使用率為 87.5%,30 多歲的人口為 74.0%,年 齡介於 6-19 歲的人口則為 52.0%。

年齡 12 歲以上的網路使用者,有半數(50.4%) 在過去 1 年內有「上網購買」商品或服務(包括訂位)的經驗。

女性(57.3%)透過網路購物的比率比男性(44.2%)高。若以年齡層區分,20多歲(81.2%)與30多歲(72.9%)的年輕人口進行網路購物的比率相當高。43.2%的網路購物者會透過「智慧型手機」購物。

增強婦女經濟賦權

為了復甦韓國經濟,促進女性企業家應用 ICT 工具有其必要。創新事業可提升經濟創造力與 彈性,同時協助創造工作機會。

在深度調查中,我們聚焦在創新育成企業與塑造新世代女性企業家的性別敏感方案上,透過善用 ICT 工具來增強婦女經濟賦權。共有兩項相關計畫提出:京畿婦女發展中心(GWDC)和婦女創業支援中心(WESC)。從 2007 年起,每年有 14 所 WESC 分支機構於不同城市運作 171 個婦女創業育成中心。位於京畿道的GWDC 則自 1999 年起每年運作 22 個婦女創業育成中心。單在京畿道這一行政區就有 48 個與公部門和學術界合作的創新育成中心。部分大學的育成中心支援參與者藉由開發 App 展開新事業。這些創新事業善用智慧科技,如智慧手機工具,以在越來越智慧化的社會中開創嶄新事業。

5-2 案例研究: 京畿婦女發展中心 (GWDC)

5-2-1 計畫重要特色

京畿婦女發展中心(GWDC)由京畿行政區政府建立,是一個獲得韓國國家與國際認可的非營利機構,透過整合訓練和婦女創新事業育成計畫來增進婦女賦權。

GWDC 為所有人提供線上終身客製化服務 — Home Learn。其線上教育服務提供近 400 門課程,從基礎電腦知識到進階 ICT 和手機應用程式皆有,以 24 小時免費授課的方式提供。

有意往 IT 專業邁進的婦女可接受密集的 IT 課程訓練。IT 教育計畫(IT Education Program)提供 14 至 15 種類別的職業訓練課程。每年訓練 300 至 350 名學員,大部分的學員是中斷工作後想要再次進入職場的婦女。年齡大致介於 30 多至 40 多歲之間,亦有一些 50 多歲的婦女。這群女性的就業率從 1997 年提升至 2013年的 68%。

創新育成計畫的創業學院提供多門開展新事業 所需的訓練課程,例如成功建立創新事業必要 的企業文獻與研究、市場策略、財務管理和 ICT 訓練。線上職涯輔導服務提供診斷企業在 營運項目上的能力及探究其弱點的教育計畫。 目前已累積 42 項專門和多元產業服務紀錄, 並且提供事業發展各階段所需的客製化教育方 案。

大部分的參與學員都是想要找工作或是自行創

業的婦女,例如家庭主婦、單親媽媽、再次進 入職場、具家戶長身分,或是京畿道地區身心 障礙的婦女。她們大部分都是經濟上處於邊緣 化且資源有限的婦女。京畿道是位在韓國首都 首爾和大都市仁川外環的行政區。

5-2-2 受訪者簡介

在這份深度調查中,所選擇的受訪者為 GWDC 創新事業育成計畫的參與者;年齡介於近 30 至 40 多歲之間,每項育成計畫為時一年,每年度 會就所有育成計畫的成效與表現進行評估。育成計畫的參與期間最長 3 年。

這些受訪者創業的產業類別為 IT 服務、保養品和兒童服飾。所有的受訪者皆得到家人的全力支持,其中一位已婚,育有一名子女,另外兩位單身。

在這份深度調查中,所選擇的受訪者為 GWDC 創新事業育成計畫的參與者;年齡介於將近 30 至 40 多歲之間,每項育成計畫為時一年,每年 度會就所有育成計畫的成效與表現進行評估。 育成計畫的參與期間最長 3 年。

這些受訪者創業的產業類別為 IT 服務、保養品和兒童服飾。所有的受訪者皆得到家人的全力支持,其中一位已婚,育有一名子女,另外兩位單身。

■ 參與者

首位受訪者是創新育成和 IT 教育計畫的參與者 (參與者 1)。該位受訪者過去在一家研究機 構工作(研究氣候變遷議題),但該份工作常 需要夜間輪班,因此受訪者辭職以專心養育小孩。脫離職場四五年後,她參加每日 10 am 至 6 pm、為期 6 個月的密集課程計畫,在順利畢

業後獲得育成中心的事業支援團隊支持,著手開創自己的事業。公司的主要業務是網頁建置。 目前該名受訪者已是全職的職業婦女,僱用 2 名員工。她很高興有更多彈性時間照顧年幼子女。

第二位受訪者是 Home Learn 計畫的參與者,這 是創新育成中心規劃的線上學習計畫(參與者 2)。受訪者是一位 20 多歲的年輕女性。她對 自己原本的工作不滿意,因此想要展開自己的 事業。為此目標,她曾參加由其他政府組織針 對創新事業規劃的多門課程和 IT 訓練。隨後得 知此項育成計畫,於是辭職創業。她有感於貓 的居家寵物用品普遍品質低劣,因此想要提供 與貓相關的寵物用品和服務。她參加 GWDC 線 上學習中心的 Home-Run 課程,目前經營與貓 相關的線上商務,對自己的事業十分滿意。第 三位受訪者年約30多歲,是創新育成中心規劃 的 Home-Run 線上學習計畫的參與者(參與者 3)。她學習建置購物商場、編輯設計,透過 Home-Run 計畫學習使用 Photoshop。目前經營 販售兒童服飾的線上購物商場。她覺得自己在 原本任職的工作尚未作好升遷準備,因此辭去 工作,全心投入新創事業。

■ 主辦方

共有兩位女性受訪者,其中一位是 GWDC 主任 (主辦方 1),另一位是 GWDC 創新育成計畫 的主辦方(主辦方 2)。

5-2-3 分析

技術與能力培養

● 學習經驗

▲ 主辦方

GWDC 為婦女規劃完善的 IT 教育和創新育成計畫,向京畿行政區的婦女提供免費密集的 IT

訓練課程,以幫助女性尋求更高階的工作機會和更多元的職涯發展。創新育成計畫包含創業教育課程,以協助婦女經營與維持成功的事業。

▲ 參與者

婦女受到許多社會規範的限制。GWDC 不只提供卓越的 IT 教育計畫,也為婦女提供支援計畫的完善硬體設施,例如接駁車、托兒所和餐廳,因此婦女可專注於 IT 訓練和其他教育課程的學習。

● 學習 ICT 工具的影響

▲ 主辦方

對婦女參與者來說,最重要的是能夠找到工作或創業。為了讓婦女能夠專心學習,育成中心提供如接駁車、托兒所和餐廳等的服務設施。 GWDC 保證 IT 教育計畫的畢業生都能找到工作。由於許多人可以透過線上課程展開不受時間限制的學習,因此線上課程的品質相當重要。主辦方看到了為學生提供高品質設施所帶來的巨大效益。線上學習中心和托兒所是我們的重要設施,因為設施越完善,學生就越能專心學習,學習成效也越佳。

▲ 參與者

IT 教育計畫的訓練課程讓參與者有效學習商業界的技術,並得以將所學知識應用在現實世界的商務環境中。計畫完美整合了團隊導向的課程設計和嚴謹的課程架構,讓參與課程的個人能真正獲得展開事業、尋找工作或發展職涯所需的技術。

● 其他(婦女創業教育)主辦方

▲ 主辦方

線上與課後輔導涵蓋了從法律文書作業到實務 教學等所有展開新事業的必要步驟。

■ 參與者

撰寫計畫案、稅法、品牌註冊、會計和商業法 規等都是開創事業必須具備的知識,而這些知 識不只提供理論課程,更有高度務實的指導。 進入市場的管道

● 電子商務

▲ 主辦方

我們提供銷售商品的外部資源管道,並指導學 生參訪可以為她們的電子商務提供幫助的網 站。

■ 參與者

電子商務在韓國的開放市場平台和 cafe24 都可廣泛取得。對大多數有意創業的人而言,電子商務是事業相當重要的一環。她們體認到在開放市場上應用電子商務迅速為品牌打開知名度及增加企業收入的價值。育成計畫為想要在重要商務平台上開創事業的人士提供資金支援,對許多創業者而言無疑是相當實際的協助。

● 線上行銷

♪ 主辦方

GWDC 並沒有就自身的育成計畫展開宣傳或行銷。然而,從 GWDC 育成中心畢業的成功校友常常在知名的報章媒體上提到本中心的貢獻,主動為我們的服務打廣告。育成中心的計畫為新創公司提供行銷策略、參加展覽活動的補助、以及專利註冊和網頁建置等服務。

● 參與者

成功的線上行銷需要投入大量的廣告與宣傳計畫,因此開放市場是迅速展示與促銷產品的機會。育成中心和政府也為參與者的參展提供許多補助。

● 其他(國際市場)主辦方

▲ 主辦方

GWDC 期望其育成系統平台可獲得國際認可與應用。GWDC 的所有計畫(IT 教育計畫、育成計畫、線上學習計畫: Dream-Wings(夢想之翼)、Business Academy(企業學院)等)皆相互整合與連結,提供單一系統的一站式服務,因此建議可將 GWDC 系統分享與擴展到世界其他地方。

● 參與者

每個創新事業的創業者最大的夢想就是可以將自家產品透過電子商務銷售至全球市場。

取得資金的管道

●需求

▲ 主辦方

主辦方指引創新事業的學生取得其所需貸款的 相關資訊。

■ 參與者

由於申請者眾多,因此通常難以取得政府提供給創新公司的貸款。然而,透過育成計畫的指引,貸款取得變得較為容易。事實上,有許多育成計畫的創業執行長都曾經從 SMBA Loan 和 YoungMen Government Loan 取得貸款,此兩者的申請都競爭激烈。

● 阻礙

■ 參與者

只要加入創新育成計畫,並被選為育成計畫輔助者,就不難申請微型貸款。

女性領導力

● 社交網路

▲ 主辦方

GWDC 透過以下四種方式啟動婦女的參與及社交網絡:1) GWDC 架設的主要網站 - Dream Wagon;2)網路雜誌 WoORI;3) 上班族媽媽社群(Working Mom Community);4)婦女資訊郵件服務(Women Information Mailing Service) - 該網站主動提供相關新聞資訊。主辦方2:由校友和計畫輔導者組成的社交網絡每月舉辦例行聚會來分享想法,且一年舉辦兩次社交網絡會議。

■ 參與者

由於家務和養育子女的因素,婦女常必須中斷職涯。育成計畫連結了有相同處境的婦女,由於面臨類似的困難,這些婦女自然形成可分享彼此經驗的多元社交網絡。育成中心的輔導者瞭解婦女再度投入就業市場的疑慮和不安全感,因此針對其有自信的領域和實務經驗提供許多幫助。參與育成計畫的成員和校友舉辦定期聚會,以進一步拓展人際網絡。

● 模範 / 榜樣

▲ 主辦方

在育成計畫中,由資深校友擔任指導者的角色。 透過校友和創新事業受輔導者的聚會,資深校 友成為有心創業婦女的模範/榜樣。

▲ 參與者

透過育成計畫提供的輔導/被輔導體制,創新 事業的經營者在事業上取得極具價值的建議。 她們與其他從事同樣產業的輔導員會面,從輔 導員處學到更多的故事和經驗。

● 工作生活平衡

▲ 主辦方

透過線上上班族媽媽社群與網路雜誌 WoORI, 婦女找到工作生活平衡的解決方案。

▲ 參與者

身為母親,大多數婦女在職涯與個人生活的平 衡間面臨重大難題;這些母親常常無法從事有 時間限制的工作。接受育成計畫輔導的婦女會 加入線上事業,以解決時間限制的問題。離開 職場數年後,參加過 IT 教育計畫畢業六個月的 畢業生可以繼續其中斷的職涯或是開創自己的 事業。

● 性別刻板模式

♪ 參與者

克服職涯中斷的問題需要適當的教育,而 GWDC 提供最完善的課程,讓面臨相同困難的 婦女能夠彼此聯繫、提升自信並取得邁向成功 的動力。

公私部門夥伴

●合作

▲ 主辦方

目前已結合 SDS (Samsung Data System,三星 資料系統)與 IT 教育計畫,形成公私部門合作夥伴,因此完整連結了 SMBA (中小企業管理)、GWDC 和育成計畫校友網絡。

● 合作

▲ 主辦方

GWDC 提供多元整合服務,特別為女性提供 IT 專業訓練和輔導創新事業,可透過 ROK 的 ODA 贊助,在開發中的經濟體複製此系統。

5-2-4 研究發現

GWDC 計畫的特別之處在於其為婦女設計課程,使受過訓練的婦女能夠尋找高階 IT 專業工作,或善用 ICT 工具開創事業。GWDC 目前已與私部門市場的專業訓練機構合作,打造堅實月有具體成果的夥伴關係(公私部門合作夥

伴)。為有效地向婦女傳授專業 IT 技巧,IT 訓練計畫特以性別敏感觀點來設計與執行課程。

IT 教育計畫已證明,即使是 30 和 40 多歲的已婚婦女,透過長期的訓練計畫學習高度專業技巧後,也是投入就業市場的極佳人力資源。為了因應快速改變的市場需求和婦女的生活規劃,在 IT 教育計畫下的私人專業機構已經修改教育課程內容,迎頭趕上快速變化的市場腳步,同時以彈性方式安排課程的進行。

IT 教育計畫提供 14 至 15 門為期 3 個月至 1 年的職涯訓練課程。每年訓練 300 至 350 名學員,大部分的學員是中斷職涯後想要重新進入就業市場的婦女。目標受益者的年齡大多介於 30 至 40 多歲,但也有些年齡 50 多歲的婦女。這群婦女的就業率從 1997 年逐步提升至當前的 68%。

要恢復中斷的職涯必須接受適當的教育,而 GWDC 提供完善的教育課程,並特別著重及提 倡婦女間的網絡連結,以協助這群婦女克服職 涯中斷所面臨的困難,同時提升其自信與邁向 成功的驅動力。

IT 教育計畫的訓練課程使學員得以學習企業的技術面,並應用在實際的就業市場中。計畫完美整合了團隊導向的計畫,與規劃嚴謹的課程相結合,讓學員得以為發展職涯、創業或尋找工作真正作好準備。IT 教育計畫與育成計畫相互連結,學員從 IT 訓練計畫學得的知識可以立即應用在新創的事業中。

開創事業是消除貧窮、增進婦女經濟賦權以及整合女性創業家加入全球商機的解決方案。 GWDC的創新事業育成計畫為婦女清楚描繪這樣的可能性,並協助婦女學習必要的IT技術, 以在男性主導的商業界平等競爭。由於婦女缺 乏經驗、資金和專業知識技術,因此成功的育 成計畫應以填補這些空缺為目的。

育成計畫提供參與者配備先進 IT 設備的辦公室,並且提供創新事業教育課程,如撰寫企劃案、瞭解稅法、商標註冊、精通會計實務和學習商務法規等知識。不只在理論層面上教授所有創新事業必須知道的步驟,同時還提供高度務實的環境。此外,亦透過 GWDC 的 IT 教育計畫或 Home-Learn 網路學習計畫傳授電子商務、行動商務課程,並提供許多高品質的諮商服務。GWDC 更拓展與專業顧問的夥伴關係,以確保諮商服務的品質,同時補充育成中心員工所缺少的專業知識。

對大多數身為母親或已婚婦女的女性而言,在職涯和個人生活間取得平衡有其困難。為了讓IT教育計畫和育成計畫的學員能夠專注在學習或事業上,GWDC提供兒童托育服務、地鐵至育成中心的接駁車服務和用餐服務。許多育成計畫的學員都投入線上事業的經營,以靈活管理自己的時間。

認真工作的動機與價值以及懷抱的熱忱,對學員而言十分重要。此處舉其中一位想要建立自己網路商城的學員為例。該名學員參加課程,以學習創業必須具備的知識(SHMTL、CSS、JavaScript)。在加入計畫前,她只會使用基本電腦軟體,如 Power point 和 Word;她以前從來沒有參與過任何類似的計畫,這次的計畫對她而言是嶄新的體驗。加入計畫 6 個月後,她以身為育成計畫學員的身分(創業者)展開自己的 IT 服務事業。

電子商務在韓國的開放市場平台和 cafe24 皆可 廣泛取得。對大多數有意創業的人而言,電子 商務是事業相當重要的一環。她們體認到在開放市場上應用電子商務迅速為品牌打開知名度及增加企業收入的價值。育成計畫為想要在重要商務平台上開創事業的人士提供資金支援,對許多創業者而言無疑是相當實際的協助。

所有的參與者和主辦方都希望可以將產品銷售至全球市場以及在 Cafe24 和 Makeshop 等的線上平台開設商城,善用這些平台就能取得通往國際市場的管道。

育成計畫在財務上協助創業成員的專利申請、商標註冊、網頁建置,以及提供約 4000 美元的補助金,支援學員參加各項展覽。除了該項別具意義的贊助外,育成計畫甚至支付 ISO9001 認證費用的部分成本。育成中心也促進金融計畫的發展(借貸、補助金),並幫助學員申請利率只有 2.9% 的貸款。

GWDC 透過以下四個方式啟動婦女的參與及社 交網絡:1) GWDC 架設的主要網站 — Dream Wagon;2)網路雜誌 WoORI;3) 上班族媽 媽 社 群 (Working Mom Community);4) 婦 女資訊郵件服務 (Women Information Mailing Service) — 該網站主動提供相關新聞資訊。

由校友和計畫輔助者組成的網絡每月舉辦例行 聚會來分享想法,且一年舉辦兩次網絡會議。 在育成計畫中,資深校友擔任指導者的角色。 透過校友和創新事業被輔導者的聚會,資深校 友成為有心創業婦女的模範/榜樣。藉由育成 計畫提供的輔導/被輔導機制,創新事業的經 營者在事業上取得極具價值的建議。她們與其 他從事同樣產業的輔導員會面,得以從輔導員 處學到更多的故事和經驗。

案例研究:婦女 創業支援中心 (WESC)

5-3-1 計畫重要特色

婦女創業支援中心(WESC)最初於 2007 年 10 月通過的婦女創業者支援法案(Women Entrepreneur Support Act)下成立。WESC 設法提供資訊、教育、諮商和其他相關支援,以協助婦女展開和管理自己的事業。

WESC 計畫專為有心拓展事業的婦女所打造。 接受 WESC 育成中心輔導的婦女來自各年齡層,各有不同背景、家庭狀態和工作選擇。這些婦女在育成中心進行為期 1 年的研習,每年進行成果評估,最長可研習 3 年。

WESC 分支機構拓展成 5 項各有特色的提議, 協助婦女成功掌管自己的新創公司。

i. 婦女創業支援中心的運作

婦女創業支援中心培育女性企業家、提供資訊 與資源,並透過 200 所韓國的事業育成機構安 排教育訓練、管理活動與市場支援。

ii. 創新事業學校

該計畫透過安排教育課程,提升女性創業家的 能見度,並讓更多婦女得以參與經濟活動。

iii. 培育青年女性執行長的教育訓練課程

激勵新一代年輕人的創業興趣並提高創業意 識,課程透過系統化的教育,灌輸開創公司的 積極態度。

iv. 婦女創新事業競賽

舉辦競賽,以創造培育商務能力和鼓舞創業的 氛圍,促進女性創業家候選人探索創意和創新 事業的想法,同時為有效務實的商務營運模式 提供建議。

v. 協助婦女經營事業進行海外行銷

此計畫為婦女經營的事業提供客製化的海外經商支援,為想要開拓海外市場但缺乏相關資訊的婦女提供協助。WESC 計畫支援婦女經營的事業,透過市場調查和資助參與國際展覽的經費,協助這些事業打入國際市場。

5-3-2 受訪者簡介

從 WESC 育成中心選擇 4 位女性學員接受深度 訪談,每一位皆來自不同的產業,各有成功的 表現。多元化的群組顯示育成中心輔導的婦女 涵蓋社會各階層,年齡介於 20 至 40 多歲間。

■ 參與者

第一位受訪者(參與者1)年齡40多歲,是該項育成計畫的畢業生。目前投入動畫製作和數位內容產業。她的事業可說相當成功,共僱用15名員工。在家庭生活上,她已婚,育有兩名子女,子女由母親幫忙照顧。

第二位受訪者(參與者 2)年齡近 30 歲,是WESC育成計畫的現任學員。她的事業版圖著重在生醫產品的供應(例如手、足保養),目前聘僱 2 名員工。她投入該事業的初衷是為了治療母親的足部問題。她參加生技創意構想競賽(Bio Idea Competition),所提想法贏得5000美元獎金,於是這筆獎金成為她的創業基金。至於家庭生活,她目前單身,但顯然家人給予充分精神支持。

第三位受訪者(參與者 3)年約 30 多歲,也是 育成計畫的現任學員。她就讀大學時主修設計, 因而有了開創鞋與服飾事業的構想。她在原本 任職的公司因想法不受上司支持而深感受挫, 她認為成功的潛力就在她的想法中,因此辭去 工作,展開自己的事業。30多歲時,她獲得一 筆首爾市江南區所頒發、資助創業者的獎金。 目前公司僱用 1 位員工和 1 位兼職的實習生。 雖然單身,但訪談中特別註明她的家人在精神 與財務上都支援她的事業。

第四位,也是最後一位受訪者(參與者 4)年約 40 出頭,與其他三位受訪者一樣,是育成計畫的現任學員。她的事業重心在於特製織布(可防火隔熱),她希望近期可以打入美國市場,並將產品銷往歐洲。公司並不從事製造,織布是在 2 位員工的協助下從中國進口,其中一位員工派駐在中國,另一位在韓國。至於家庭生活,她目前單身,但得到很多來自家人的直接支援。

▶ 主辦方

該計畫所選擇的 2 位主辦方年齡都約 30 多歲; 一位男性,一位女性。男性是多項 WESC 計畫 (主辦方 1)的成員,女性則是 WESC 育成計 畫的成員(主辦方 2)。

5-3-3 分析

技術與能力培養

● 學習經驗

▲ 主辦方

主辦方傾向教導學生特定的商業技巧,如管理和稅務。因為參與計畫的大多數學員都還很年輕,因此能夠在不需要太多協助的情況下很快熟悉 IT 工具的應用。

■ 參與者

相當年輕(將近 20 至 40 多歲),這些參與者 有自己的網頁,購物商場,對於學習 IT 工具似 平沒有什麼困難。所有參與者都能體認 IT 平台 的價值,例如開放市場、購物商場和線上會議, 並且廣泛應用在自己的事業上。

● 學習 ICT 工具的影響

▶ 主辦方

大學生在接受專門為青年女性經營者所規劃的 創業訓練計畫後,就有資格參加創新事業競賽。 如果在競賽中贏得獎項,便能夠成為 WESC 創 新事業育成計畫的學員。這個完整的學習系統 將培養真正的青年女性經營者。此規劃完善的 學習系統中,一個相當成功的案例是「線上媒 合學校」(Online Math School)服務,其透過 網站與 App,為國際化的商務機會提供連線。 其中一名學員贏得了私人機構所提供的 3 百萬 美元補助金。

● 參與者

在參與者 1 的案例中可看到,如 Harmony 之類的計畫引領開創不同領域中深具潛力的事業,而參與者 2 則以部落格作為絕佳的免費產品行銷機會。所有的參與者對於以現代科技和 App協助節省行銷成本都分享類似的想法,也都認為這些現代科技讓企業主和員工之間的溝通更流暢、也更有效率。

進入市場的管道

●電子商務

▲ 主辦方

基本上大多數育成中心學員使用如購物工具、 App 和 SNS(facebook、tweeter、kakao talk 和 line)等各式 ICT 工具進行電子商務、或為自己 的事業作線上宣傳。

₹ 參與者

在參與者 1 的案例中可見到,她計劃透過線上 資源銷售動畫產品,認為即使是像動畫產品的 產業,電子商務依然是事業重要的一環。無論 他們選擇開放市場或是透過如 cafe24 的平台建置專屬網站,身為經營者的參與者都表達了電子商務在日常生活重要性的看法。此外,像自己經營線上購物平台的 OliveYoung(參與者 2)和 Lotte Department store(參與者 3),她們所打造的電子商務形式跟其他的企業經營者一樣具有競爭力。

● 網路行銷

▲ 主辦方

WESC 補助參與國際展覽和國際行銷的經費。 因此育成中心的創新事業經營者得以結合線上 與傳統行銷方式開創事業。

● 參與者

大多數的參與者僅使用 SNS 和部落格宣傳自家產品。而參與者 3 另外在雜誌/電子雜誌和其他管道宣傳自家服飾。另外一位創業新手是參與者 4,她與其他公司搭配,透過商展和特定展覽促銷自家產品。

取得資金的管道

●需求

▲ 主辦方

WESC 育成計畫除了資助參加商展/展覽的部分經費外,另外贊助學員約 2000 美元補助款。此外,GWDC 的會員也為學員、新創事業的經營者的信用作擔保,讓她們更容易申請所需的補助和貸款。

₹ 參與者

所有的參與者都談到她們需要資金,因為她們 的部分事業正在拓展階段,而她們往往只能靠 自己尋找資金來源。從參與者 2 的成果中可看 到,她在每天早上 8:00 開會前都必須尋找資金 來源。尋找資金的快速反應能力對於需要資金 的事業經營者來說相當重要。

女性領導力

● 社交網絡

▲ 主辦方

WESC 隸屬於KWEA(Korean Women's Entrepreneurs Association,韓國女性企業家協會)。學員可申請KWEA發起的計畫 —「女性經營者MBA計畫」和「女性經營者輔導計畫」。KWEA、WESC和創新育成中心都位在同一棟建築物中,因此這些機構具備和成功經營者聯繫的機會與網絡。

▲ 參與者

由於 KWEA、WESC 和創新育成中心都位在同一棟建築物中,參與者經常有機會與 KWEA 的成功經營者互動,因而受到啟發,進一步奮發向上。目前需要進一步提升 WESC 育成中心的網絡服務品質。

● 工作生活平衡

● 參與者

參與者皆談到家人的支持正是讓她們得以展開 自己事業的主因。參與者 1 說,在工作與生活 間取得平衡,比自己原先的預期更重要。應用 IT 科技讓她得以展開自己的事業,同時減少在 許多產業(如衣飾、設計、動畫、生技產業等) 中所面臨的性別不均衡現象。然而,某些產業, 如織布業等,仍然對女性企業家存有偏見。

公私部門夥伴

●合作

₹ 主辦方

KWEA 的「經營者輔導」與「經營者 MBA」 的公私部門合作,且 WESC 的育成中心計畫在 (中小企業管理) SMBA 的支援之下成立,因 而建立了 SMBA 暨 WESC 網絡育成計畫。

5-3-4 研究發現

韓國政府計劃透過善用科技、婦女人力資源和 微型與中小型企業(SME)提振經濟,並且藉 由立法成立 WESC,支持女性經營事業。只要 婦女有動機與學習熱忱,就有許多免費的機會 可學習進階的 ICT 計畫。

由於育成計畫的參與者仍相當年輕(將近 20 至 40 多歲),因此透過線上、課堂學習與自我研讀即可輕鬆習得符合自身需求的 ICT 工具。所有的參與者皆體認到 IT 平台的價值,並且廣泛應用在自己的事業上。這些參與者應用如購物商場和行動購物中心(Cafe24、Makeshop等)平台、智慧手機應用程式和各種 SNS(facebook、tweeter、kakao talk、line等)等的ICT 工具,為自己的事業規劃電子商務、行動商務和電子行銷。其中一位參與者已經使用如QQ10 首爾商城、TaoBao 和 Rakuten OKI 商城的國際開放市場,其他參與者則可能在 Cafe24購物商城建立自己的購物網站。大多數的參與者會使用 Photoshop 編輯照片和設計自己的產品。

從 WESC 育成中心畢業生的案例中可知,如 Harmony 等的自修動畫工具已引領不同的潛在事業擴展至教育服務領域。大多數的參與者會使用部落格作為最佳的免費產品行銷資源。所有參與者共同分享應用 ICT 計畫與 App 來協助節省行銷費用的想法,同時也為遠距離的雇主和員工間建立起便捷免費的溝通方式。

WESC 育成計畫除了資助參加商展/展覽的部分經費外,另外贊助學員約 2000 美元補助款。此外,GWDC 的會員也為學員、新創事業的經營者的信用作擔保,讓她們更容易申請所需的補助和貸款。

所有的參與者都談到她們需要資金,因為她

們的事業正在拓展階段,而她們往往只能靠自己尋找資金來源。其中一位參與者申請通過 Uri 銀行提供的 50,000 美元創新事業支援貸款,利率只有 1%,分 3 年償付,也獲得稅務上的支援。另外一位參與者則分別收到來自SMBS(Small and Medium Business Supporting Center,中小企業支援中心)和 KISED(Korea Instituted of Startup and Entrepreneurship Development,韓國創新暨事業發展機構)提供的 15,000 美元和 70,000 美元的補助款。

在參與者 2 的情況中,她搜尋各種可以取得資金的管道和計畫並加以追蹤,每天早上檢視可以取得的資金來源。對很多事業經營者而言,具備尋找資金的快速反應和能力非常重要。如何有效應用 ICT 工具來搜尋有用的資訊和知識是經營成功事業的關鍵。在韓國,如中小企業的政府政策資訊、公共採購招標等的資訊都十分公開。

參與者皆表示,來自家人的支持是她們之所以 能夠經營事業的最大原因。工作與生活平衡比 許多人原先想像的更為重要。

參與者表示,應用 IT 科技展開自己的事業,也 縮短了如衣飾、設計、動畫製作、生技等產業 的性別落差。然而,某些產業,如織布業等, 仍然對女性企業家存有偏見。

WESC 整合所有提倡婦女創業的相關計畫。 首先,大學生接受青年女性經營者的創業教育 計畫。接著,大學生可參與創業競賽。第三階 段是,一旦大學生贏得競賽獎項,就可以加入 WESC 的創新事業育成計畫。WESC 規劃完整 結合的計畫,以確實協助女性企業家展開自己 的事業。此外,由於 KWEA、WESC 和創新育 成中心皆位在同一棟大樓中,因此學員經常有 機會和 KWEA 的成功經營者互動、獲得邁向成功事業坦途的啟發。學員也可申請參加 KWEA 舉辦的經營者輔導計畫。

5-4

韓國研究結果摘要

在韓國,從 1990 年代中期起,資訊化就是國家最重要的政策之一。政府規劃與實施多項計畫,以使國家資源數位化。為了降低失業率,政府規劃並完成多項 IT 相關教育計畫,相關計畫在政府支持與領導下展現卓越成果。在政府與私部門的共同合作下,這些成果遍及各項政府服務,如農業、製造業和軟體業等。所有公私部門夥伴(PPP)在 IT 領域的合作,成為打造韓國數位經濟的堅強基石。

目前,數位知識、取得 ICT 的管道和網路使用 對婦女而言都不是問題。根據 2013 KISA(南 韓網際網路暨安全機構)報告指出,性別平 等數據資料顯示兩性之間並不存在明顯的數位 應用差距,ICT 已然成為韓國民眾每日生活的 一部分。男女兩性的行動網路使用率分別為 88.6% 和 85.2%;男女兩性的行動電話使用率 分別為 99.7% 和 99.7%;男女兩性的智慧型手 機使用率分別為 95.5% 和 95.5%。

為了復甦韓國經濟,政府致力於提倡女性企業 家應用 ICT 工具。創新事業可提升經濟創造力 與活力,同時增加就業機會。

GWDC 在增加女性 IT 專業人士和婦女創新事業的推展上所獲致的成就,可歸功於其採性別敏感觀點來推行策略。其在計畫的各個階段皆將性別因素列入考量:選擇訓練主題、規劃訓練時間與時段和挑選訓練人員;透過雙向訓練提升學員自信和專業程度,並且聽取學員意見回饋。在計畫規劃和運作過程中採用的性別敏感方法是計畫獲致成功的關鍵因素。該計畫的受益者有京畿行政區的家庭主婦、單親媽媽,

以及重新進入職場的婦女。這群婦女大多是經 濟邊緣化且沒有太多資源的女性。

由 GWDC 和 WESC 提供的計畫有許多相似處,皆為創新事業的女性規劃基礎創業訓練課程和專業課程。育成計畫協助婦女學習必要的 IT 技術和基礎商務技巧,以使女性能在男性主導的商業界平等競爭。由於婦女缺乏經驗、資金和專業知識技術,因此成功的育成計畫應該以填補這方面的空缺為目的。育成計畫也提供高品質的多項諮商服務與擁有先進 IT 設備的辦公室。

從 2007 年起,每年有 14 所 WESC 分支機構在不同都市運作 171 個婦女創業育成中心。位於京畿行政區的 GWDC 自 1999 年起每年運作22 個婦女創業育成中心。部分大學的育成中心也支援參與者藉由開發 App 展開新事業。這些創新事業善用智慧科技(如智慧型設備),在越來越智慧化的社會中開創嶄新事業。

第六章/ 第六章/ 案例研究:菲律賓

6-1 菲律賓執行摘要

6-2 背景資訊

6-3 案例研究: PhilCeCNet 女性數位知能

6-4 案例研究:PTTC 電腦訓練計畫

6-5 菲律賓研究結果摘要

6 - 1

菲律賓執行摘要

從 1992 年前總統羅慕斯 (Fidel v. Ramos)執政時期開始,資訊與通訊科技 (ICT)就被視為發展菲律賓國家政治與經濟遠景的工具。菲律賓在地理和人口統計上均面臨許多挑戰,因此致力於連結與動員人口不斷成長的多元種族,以促進橫跨島嶼和區域間的交流。菲律賓有將近三分之一 (26.7%)的婦女人口須面對貧窮問題。菲律賓的 240 萬名婦女中,有 68% 沒有特殊專長,從事沒有支薪的工作。由於職涯選擇、就業機率和財務獨立狀態都極為受限,故需經濟賦權菲律賓這群處於劣勢的婦女,讓她們能脫離不利的社會地位。針對婦女創業最關切的議題和需求發展,實施以 ICT 為基礎的訓練計劃,是協助婦女增進經濟賦權的有效方式。

在這份報告中,我們檢視以 ICT 為基準的訓練計畫為菲律賓的婦女企業家所帶來的衝擊與成果。我們也找出訓練計畫執行期間所處理或忽視的各個層面。我們所評估的層面包含:婦女學習 ICT 的技術和能力、進入市場的管道、取得資金的管道、女性領導力以及公私部門夥伴(PPP)合作的機會。

這份報告的資料來自菲律賓訓練計畫中針對 8 位主辦方和 8 位女性參與者所進行的訪問內容。

從 2008 年 起 至 今,數 位 中 心 社 群 網 絡 (Community e-Centers Network,PhilCeCNet)和 菲 律 賓 商 務 訓 練 中 心 (Philippine Trade Training Center,PTTC)在國家及/或地方性的規模上實施訓練計畫,但只有 PhilCeCNet 為婦女設計專屬的課程計畫。

PTTC 是隸屬貿易暨產業部門 (Department of Trade and Industry, DTI)的次級機構,主要任 務在於為菲律賓的出口和貿易領域發展訓練計 畫。而 PhilCeCNet 則是由來自下列機構的代表 官員所組成的非營利組織,包括:科學暨科技 部門 (Department of Science and Technology, DOST)、菲律賓發展協會(Development Academy of the Philippines, DAP)、非政府組 織(NGO),以及學術機構,特別是亞洲新聞 和 通 訊 機 構 (Asian Institute of Journalism and Communication, AIJC)、菲律賓開放大學(the University of the Philippine Open University, UPOU)。這些機構都是 TeleCenter.org 網絡 組織的成員,共同帶領大眾邁向全球化數位知 識的全新時代。PhilCeCNet 透過數位中心社群 (Community e-Centers, CeC) 運作,也是地 方政府單位(LGU)的電腦訓練中心。

我們的研究發現顯示,由 CeC 和 PTTC 所進行的 ICT 基礎訓練計畫,大體上並無專為女性企業家特別規劃課程。由於 PTTC 權責的限制,因此無法提供和執行客製化的訓練計畫。至於 PhilCeCNet,其客製化的訓練計畫無法深根於 CeC 之中。該機構所提供的訓練計畫主要對象 為一般大眾。上述情況的產生有兩大主因。 首先,只有少數主辦方在政府擴大婦女取得 ICT 訓練管道的國際承諾上具備足夠的專業知識。其次,部分 CeC 已經數年沒有啟動,因此無法完成當前被賦予的任務。儘管有上述限制, CeC 和 PTTC 還是能夠吸引婦女參與者和婦女企業家。這代表婦女和婦女企業家總是在尋求機會改善自身的專業技術及/或探索商機。

這些訓練計畫的優勢在於所提供的課程內容。 訓練計畫的課程內容以積極的態度影響學員, 因此學員得以學習在工作上所需的基本技術和 能力,或是建立社交連結。所學習的電腦應用工具包含網路、臉書等社群媒體、網站和電腦軟體(如 Word、Excel 和 Powerpoint)。

課程進行時間是訓練計畫的優點之一,其課程期間可彈性調整。每項 CeC 課程均能在 3 個月內完成。PTTC 提供的訓練計畫歷時較短,參與者可在 1 年內完成訓練計畫,而課程可在 1 至 60 天內完成。每項課程結束 6 個月後還有後續訓練。

訓練計畫以間接的方式提供婦女領導力訓練。 畢業生得以和各個機構以及具有影響力的個人 形成社交網絡,有些成了有潛力的參與者或同 儕的模範/榜樣,以及所代表企業的榮譽象徵, 有些則得以改善其在工作上、個性和生活上的 表現。

創新定位和訓練方式是訓練計畫的關鍵特色。 訓練計畫由 CeC 規劃,主辦方可以安排集中與 分散式的訓練計畫。集中式的訓練計畫一般由 市政府舉辦,受訓對象為公務員。分散式的訓 練計畫則在村或鎮等級的行政區舉辦,以服務 不同生活型態的參與者。

此外,訓練計畫並不受限於指導式的學習方式。 在指導式的訓練中,學習過程由導師帶領學員, 而 CeC 的合作項目和國際基金會是採輔導式的 學習方法。輔導式可確保學員永續學習,由輔 導者輔導學員,而受訓過的學員再去指導他人。 在訓練過程中,我們期許訓練大批婦女,並藉 由這群婦女帶領更多其他婦女。

訓練計畫的弱勢之一是所使用的工具。電腦軟體、電腦設備、網路連線和 LCD 投影機等的各種工具設備不是已經過時,就是運作效能不佳,必須升級。在安排訓練課程的過程中,必須為

網路和軟體等工具募集資金,以使訓練計畫符合產業界發展的需求。然而,PhilCeCNet 和PTTC 無法提供參與者品質一致的課程。有些人從課程中學到許多知識,有些人則透過自學電腦軟體的方式發展所需的技術並應用在商務上。訓練計畫對於進階學員而言太過基礎,也過於偏向講課形式,缺乏實際操作演練。因此,訓練課程帶給學員的直接影響難以確定。就此觀點而言,PhilCeCNet 和PTTC 以及政府可以透過公私部門合作的方式,探索上述議題的解決方法。時至今日,PhilCeCNet 和PTTC 的合作夥伴協議仍受限於少數機構,而這些組織夥伴主要扮演捐贈者的角色。

部分 ICT 訓練計畫收到主辦方和參與者的一些意見回饋。這些意見主要是關於進入市場和取得資金的管道。在這些面向上,參與者分享自身的經驗。然而,這些故事無法取得持續關注,也無法引發相關政策的注意。我們最多能說,只有極少數的參與者可透過電子商務或線上商務取得進入市場的管道。儘管如此,這些參與者皆因訓練課程中所學(如 Adobe Photoshop 及/或 Corel Draw 等繪圖工具)或是因參與輔導計畫而受到啟發,從而協助她們取得進入市場的管道。就此結果而言,課程輔導者能夠找出學員有心創業的商務形式或是必須學習的生產技巧,進而傳授教導學員。

6-2

背景資訊

在地理位置上,菲律賓地處東南亞,位於台灣 和婆羅洲之間,共由7,107座島嶼組成,面積 廣達 30 萬平方公里。可劃分成三大區域:呂宋 (北部)、維薩亞斯(中部)、民答那峨(南 部)。國內的16個政治和行政區,無論是彼 此相鄰或相隔遙遠,皆因缺乏道路連結或是因 山脈、水域的阻隔,往往聯繫不易。菲律賓的 人口由 2013 年的 9700 萬人增加至目前的 9800 萬人。過去十年間人口的出生率從 2% 下降至 1.89%,但菲律賓目前仍是全球人口第 13 多的 國家(worldpopulationreview.com, 2014)。菲 律賓人口由多元文化族群組成。時至今日,其 共有 180 多個民族語系使用 170 多種地方和國 家語言(www.ethnologue.org, 2014)。大多數 的人口(54.7%)住在鄉村,鄉村也是其大部分 貧窮人們和家庭的居住之處(NSO, 2010)。

就性別而言,菲律賓的女性人口佔 51% (NSO, 2013)。將近五分之二(38%)的女性沒有就業。共有 240 萬婦女人口是未支薪的家庭工作者,其中 68% 不具專業技術。在支薪的婦女工作者間,為私人企業工作的人數佔過半比例(60.6%),服務業佔 78%,超過50%的婦女至少高中畢業。這些數據顯示婦女的社會經濟動態和教育程度與就業領域有直接相關。針對此情形,應為社經地位居於劣勢的婦女提供取得訓練計畫的管道,以提升其專業技能。

菲律賓在 1990 年代即體認到資訊與通訊科技 (ICT)在社會不同領域發展所扮演的重要角 色。ICT 是指「透過電子化方式促進創造力、 資訊儲存管理和訊息散布的科技整合」(引用 2002 年 Tiglao 和 Alampay 於數位機會任務小組 (Digital Opportunities Task Force) 的論述)、以及讓使用者具備取得和應用資訊的能力(www.wikipedia.com,2014)。隨著個人、機構和社交通訊的資訊流通,ICT 可作為教育及培育人民知識和技術能力的工具,這樣的情勢發展對婦女而言更具意義。在菲律賓的各個機構與群體間皆規劃安排了以 ICT 為基礎的計畫。這些計畫包括 PhilCeCNet 女性數位知識和 PTTC 電腦訓練計畫。

6-3 案例研究: PhilCeCNet 女性數位知能

6-3-1 計畫重要特色

被稱之為「菲律賓婦女數位知識運動」 (Philippine Digital Literacy for Women Campaign)或 PDLWC 的計畫於 2011 年展開, 在 2012 年完成。計畫的主要目的在於提供全菲 律賓的婦女應用 ICT 工具的管道,以改善其生 活並提升自己的經濟賦權。計畫由英特爾公司、 PhilCeCNet 的合作夥伴和菲律賓的地方政府單 位(LGU)共同資助,安排婦女參加電腦知識 訓練。

部分計畫由 PhilCeCNet 執行。PhilCeCNet 為一非營利組織,目前考慮併入科學暨科技部門 the Department of Science and Technology,DOST)之下。PhilCeCNet 由菲律賓政府所發展和應用的協調架構進一步演變,在 20 世紀末時(www. philcecnet.org,n.d.)進一步拓展成立數位中心社群(CeC)。CeC 於 1999 年成立之初,是由科學暨科技部門(DOST)組織運作,但從 2005 年開始成為國家電腦中心(NCC)的全面性計畫活動。

CeC 運作 4 年後進一步拓展並擁有千名成員。 為建立網絡及共同學習和訓練的群體,CeC 的 拓展使創立 PhilCeCNet 成為必要。在其中,人 們可一同分享 CeC 的經驗,並加以複製至其他 的 CeC 中。PhilCeCNet 同時也具有提供 CeC 技 術協助的功能,以改善窮困民眾的生活,同時 消除菲律賓社會中存在於世代、貧富和兩性之 間的數位知識落差。

在 PDLWC 執行期間, PhilCeCNet 和 DOST 的多個次級機構密切合作,如:NCC、資訊通訊科技處(Information Communications Technology Office, ITCO)、菲律賓農業、水產暨自然資源研究與發展會議(Natural Resources Research and Development, PCARRD)、菲律賓發展協會(DAP)、非政府組織(NGO),以及亞洲新聞和通訊機構(AIJC)與菲律賓開放大學(UPOU)兩個學術機構。UPOU負責為PhilCeCNet 推展的策略進行控管和把關。

PDLWC 形成部分 Telecenter.org 帶領下的數位知識全球倡議,菲律賓參加此倡議計畫並連續兩年(2012 — 2014)擔任主辦國。該項計畫隨後由 2013 年展開的 I-Pinay 計畫接任。不同於PhilCeCNet 的 PDLWC 所推展的單一活動,健康、創業和數位知識皆是 I-Pinay 的主要計畫元素。PhilCeCNet 和 I-Pinay 共同主導課程規劃和計畫執行的 UPOU 合作。

案例研究中心檢視 PLDCW 計畫、CeC 之前的倡議和過去 5 年的 I-Pinay 計畫所造成的影響。CeC 受訪者來自 Batangas 省 Malvar 和 Tuy市、Laguna 省 Calamba 市,以及 Cavite 省的Noveleta 和 Trece Martirez 市。PhilCeCNet 的受訪者來自第 4 大區 Laguna 省的 Los Banos 城鎮。

6-3-2 受訪者一般背景資訊摘要

▲ 參與者

報告涵蓋 4 位受訪參與者的經歷。其中 3 位受訪者是 Batangas 省 Malvar 和 Noveleta 的居民,

已完成其市政當局 CeC 提供的訓練計畫。其中 2 位由 CeC 的主管直接推薦參加訓練計畫。 Malvar 的 CeC 主管 Linda Balbuena 女士建議以 影像記錄採訪其中一位參與者作為此份報告的 內容,因為該名參與者十分忙碌,其受訪情況 可能會影響此份報告的完整性。該份影像紀錄 也是 Linda Balbuena 女士提交作為 ICT 訓練計 畫 10 個成功故事的社區參與者案例之一。

4 名受訪者在其工作單位主管的建議下,各自加入其 CeC 的 ICT 訓練計畫。她們皆已達法定工作的年齡。其中 2 名受訪者必須負責家中生計,另外 2 名則沒有透露她們在家庭中承擔的責任。就工作而言,有 2 位受訪者是公務員,另 2 位受訪者在私人企業上班。有 3 名受訪者從他人處得知此次受訓機會,另一名受訪者沒有提到她得知此次訓練的管道。除其中一位受訪者外,其他人皆已完成訓練計畫。以下表格中,本章節受訪參與者的編碼為 PCRP1、PCRP2、PCRP3 和 PCRP4。

▲ 主辦方

本篇報告中有 8 名受訪者。其中 2 名在菲律賓政府的數位知識提議上具有全球和國家性的影響力。其他則為直接管理 CeC 或曾經管理 CeC的 LGU 政府人員。在大多數案例中,(曾經)掌握 CeC 管理職責的 LGU 政府人員其目前擔任的職務為市政規劃人員。其中 2 名受訪者被視為 Calamba 和 TreceMartirez 市政當局的 CeC代表人員。基於共同合作的本質,其受訪回應共同形成了一組有關市政當局的訓練課程描述。以下表格包括 5 名 CeC 受訪者和主辦方,其編碼為 PCPO1、PCPO2、PCPO3、PCR4 和PCRO5。

6-3-3 分析

技術與能力培養

● 學習經驗

■ 主辦方

•PhilCeCNet 婦女參與者的本質。

訓練計畫提供但不限於婦女或婦女企業家的需要。無論是政府對國際社會的承諾 - 例如主要目標為要在 2015 年前讓貧窮人口減半的聯合國千禧年發展目標(Millennium Development Goals,MDG)或是 LGU 對其成員的承諾,CeC 都與訓練計畫的推行相配合。不論是對外或對內的承諾,LGU 的共通點都在於促進所有人民透過 ICT 工具取得資訊的管道。因此,計畫中的婦女參與者皆來自不同領域。這些婦女各有如僱員、懷抱理想的創業者或主婦等不同身分。

• 參與計畫的動機。

無疑地,參與者因為受到 CeC 的鼓舞而參與訓練。事實上,有 3 個單位的 CeC 表示他們開放課程給全 barangays 或市鎮,讓所有居民都有上課的機會。因此,所有市民都有參與課程來拓展個人及/或專業成長的機會。參與者的外部和內部動機在於提升自己的技術能力,期望課程結束後至少具備能應用 ICT 的能力。

•訓練計畫的本質和內容。

本份報告中,CeC 表示訓練計畫聚焦在基本電腦技術,如微軟 Office 系列的 Word、Excel 和Powerpoint。部分 CeC 提供如網站管理和列印服務的進階課程。成功的 CeC 從原本提供的基本電腦知識訓練計畫進一步擴展其服務。然而,並非所有的 CeC 皆能夠維持其訓練計畫的執行。閒置或較不成功的 CeC 被併入市政機構單位或其他計畫中,因此無法繼續提供電腦訓練課程。

•訓練計畫主題。

本分報告中所訪問的主辦方大部分也是市政人員及/或LGU的負責人員,他們充分利用各種參考資料來說明CeC的營運情況和方向。他們並沒有將CeC視為由政府下令再交由LGU執行的責任。這也說明了市政府對其管轄的CeC和ICT訓練計畫所下達指令的不同層級優先順序。根據蒐集的資料,維持CeC運作的其中一個因素來自於LGU對於經營和訓練計畫上的支援。所獲支援較少的CeC通常在運作上會逐漸失去效用而被閒置。這種常見的情況若深究其因,可歸咎在CeC的成立通常來自於政府對如TeleCenter.org的承諾,以及如菲律賓中期開發計畫(Medium Term Philippine Development Plan)等多年期計畫的策略性規劃,並非針對課程需要而設立。

只有一所 CeC 提供 ICT 商務應用課程,但這並非 CeC 的常態課程。一般而言,訓練目標在於讓參與者重視電腦應用。如同 CeC 主辦方所述,課程不齊全的情況乃因訓練計畫缺乏特定學員對象所致。

目前面臨的實際情況是,數所 CeC 提供電腦訓練課程的優先對象皆為政府雇員。這代表訓練計畫的學習人數不足是 CeC 面臨的共同問題。一些 CeC 的主辦方表示在學習人數如此低的情況下,提供電腦課程是缺乏效益的。

數所 CeC 也沒有就訓練計畫的機構執行狀況和 參與者學習情況進行評估。這讓 CeC 的主辦方 難以記錄其營運成果和透過訓練計畫評估其成 功經驗。

•訓練計畫的成就。

訓練計畫提供各階層人民,特別是窮人、離開學校的年輕人或是需要訓練的個人基礎電腦知識。這對消除貧窮以及幫助參與者取得就業所

需的知識和技巧有直接的貢獻。其中一名參與 者因為參加訓練而獲得升遷。

■ 參與者

• PhilCeCNet 婦女參與者的本質。

PhilCeCNet 舉辦的訓練計畫同時邀請政府雇員 和創業者參加。有些人在參加訓練前已經擁有 電腦相關知識,其他人則是完全從零開始。

• 參加計畫的動機。

所有人皆認為參加訓練計畫能夠改善他們的生活。他們接受主管或開發人員的建議,透過參加和完成計畫來改善生活。

•訓練計畫的本質和內容。

大多數的參與者表示訓練計畫提供了實用的電 腦技能。其中一位受訪者表示課程教導她利用 網路搜尋產品開發的資訊。

•訓練計畫主題。

訓練計畫幫助大多數的參與者學習工作場所中 必須使用的微軟 Word、Excel 和 PowerPoint 等 軟體。但訓練計畫未就某些參與者的學習狀況 進行調整。有些學員參加課程時已經具備基本 電腦知識。其中一位學員沒有足夠的預算上完 課程。

•訓練計畫成就。

所有的參與者皆一再表示從訓練計畫中獲得意 料之外的收穫。首先,他們的生活態度更樂觀。 其中一位學員改善了工作效率。另一位學員在 參加課程後考慮也讓子女參加電腦訓練課程, 以讓下一代的未來更有保障。第三位學員則變 得更有自信,這也正是準備應徵工作的自己最 需要的。第四位學員則透過分享的過程,指導 另一位婦女其在訓練計畫中學到的技巧。

● 學習 ICT 工具的影響

▲ 主辦方

可供應用的 ICT 學習工具:訓練計畫中所使用 基本工具是電腦設備,設備來自 DOST、以及 從 LGU 機關和訓練計畫的外部捐贈者處募集 而來,而使用的軟體為微軟的 Word、Excel 和 PowerPoint。

課程講師和其他訓練人員:本篇報告甚少就這些人員進行訪談。在一些案例中,CeC 的主管同時身兼講師。在其中一個市政當局的案例中,CeC 的主管招募在職訓練人員(on the job trainee, OJT)以協助訓練的進行。

課程進行模式:所有的 CeC 皆表示訓練課程是在所內進行。根據其中兩個市政當局的經驗, CeC 採用兩種不同的訓練時程表。沒有任何 CeC 進行模擬訓練。

訓練工具對參與者造成的影響:無法以訓練工 具衡量是否對所有 CeC 的參與者都帶來正面影響,因為只有兩位受訪者能夠正確回憶 CeC 的 訓練計畫流程。根據他們的回憶,學員使用的 工具幫助他們探索電腦程式的應用。

受訪者提出的議題:受訪者一致認為經營 CeC 的訓練計畫並不容易。需要付出許多勇氣、熱情和努力才能得到參與者的注意和持續的興趣。他們在資源短缺的情形下進行課程,透過一些 CeC 主管和主辦方的巧思,部分 CeC 才得以改善其 ICT 工具。

■ 參與者

可供應用的 ICT 學習工具:訓練計畫教授學員熟悉微軟 Word、Excel 或 Powerpoint 等軟體的指令和操作方式。對於使用的電腦設備沒有特別評論。

課程講師和其他訓練人員:共有兩類課程講師: 所內的講師提供課程和指導練習,線上講師則 透過網路傳授學員知識。學員表示講師具備專 業知識且提供學習上的必要協助。

課程進行模式:訓練計畫的進行透過學員到場上課的方式,促進講師和學員之間的互動。參與者並沒有提到訓練時程表和課程費用。另一種上課方式是遠距上課,透過電腦科技的應用來增進講師和學員間的互動。此種上課模式在時間的安排上較為彈性。

訓練工具對參與者造成的影響:除了其中一位 學員持不同看法外,其餘學員均表示訓練計畫 使用的工具相當有幫助。所有的參與者皆能在 工作中應用訓練工具。

● 其他

▲ 主辦方

CeC 回應了實施訓練計畫時所面對的挑戰。有些能以創新的方式維持 CeC 計畫順利執行。其他的 CeC 則放棄該項計畫,因為即使他們有創新的構想,但提供額外課程服務所需的資金並無法負擔如電腦維修服務、電腦租金和列印服務等每日的營運開銷。因此部分 CeC 成為 LGU的次要優先項目。

進入市場的管道

● 電子商務

▲ 主辦方

經營小型影印店的參與者是此項訓練的受益人。他們從課程中學到如微軟 Office 的電腦軟體和網路及網站使用等工具,可以協助他們管理影印事業和線上商務交易。電子商務是 CeC 訓練計畫的特殊主題課程。

● 其他

▲ 主辦方

訓練計畫得以發展婦女參與者的創業能力。該 位學員應用從訓練計畫中所學到的技術創辦影 印事業。

● 參與者

由於網路提供產品開發的不同技術管道,女性參與者得以改善其產品品質。

取得資金的管道

● 需求

■ 參與者

社群可成為參與者正式的支援機制。根據其中 一位參與者的經驗顯示, 社群在她有需要時提 供財務的協助。

女性領導力

● 社交網絡

1 主辦方

社交網絡並非 CeC 訓練計畫的內容,而是深具價值的附加特色。建立虛擬社群和參加競賽開啟參與者和工作領域中重要人士連結的機會和管道。

■ 參與者

訓練計畫促進參與者的社會化。參與者有機會和不同工作背景的人接觸。在訓練期間所進行的網路聯繫和面對面的互動在參與者間形成社群。一位參與者因而能拓展其交友圈和人際關係網絡。

● 模範 / 榜樣

主辦方

女性領導力並非數位知識訓練的主題或內容。 然而, CeC 記錄了善用策略的參與者在婦女和 其城市中樹立模範/榜樣的成功故事。就某層 面而言,CeC 的主管成為成功婦女的導師。 來自受訓婦女的收獲可激勵更多人加入訓練計 畫。

■ 參與者

當參與者完成訓練計畫時,自然成為模範/榜樣。在其生活的城市中,有些居民可能已經有工作,但並非所有人在工作上都具有行動力,或是能夠擁有更佳的工作機會。參與者向其他人展示只要持續改進技術能力,就有機會過著更好的生活。取得 ICT 訓練的認證是克服生活挑戰的一種方式,並讓參與者有機會找到在職涯上能夠取得更進一步發展的工作。

●個人心態

▲ 主辦方

一些地方層級的主辦方相信數位資料計畫確實 改變市政當局的心態。地方層級的主辦方嚴肅 看待自身在 CeC 的角色。他們相信 CeC 不應只 依賴市政府提供財務資源,CeC 的管理者必須 知道如何將現有資源和社區的需求相連結。他 們動員所有可得的資源和聯絡平台,讓目標參 與者得知課程訊息。

■ 參與者

ICT 訓練計畫為其中一位參與者的工作帶來正面影響。

● 性別刻板模式

♪ 參與者

以前有位參與者沒有獲得他人的公平對待,但 接受訓練後,她在生活中展現積極的態度,現 在已克服這些挑戰,特別是 CeC 提供的精神支援,讓這位婦女的賦權大為增進。

公私部門夥伴

● 合作

▲ 主辦方

來自私部門的協助幫助 CeC 主辦方應付財務緊縮的問題。對國家層級的主辦方而言,私部門提供了發展訓練計畫的技術協助。

●可能性

▲ 主辦方

CeC目前正在規劃和澳洲團體合作的方式。

● 其他

▲ 主辦方

CeC 和 Cherry Blair 基金會的合作為社區的婦女訓練計畫引進輔導制度的新模式。

概念化與執行國家層級的訓練計畫,需要合作 夥伴組織提供技術和財務上的資源。

6-3-4 研究發現

PhilCeCNet 為有學習需要的社群提供有效的合作網絡,以促進所有菲律賓國民的 ICT 能力。ICT 計畫和與之配合的 ICT 訓練首先於 1990 年由 DOST 執行。2010-2011 和 2013-2014 年分別由 PLDWC 和 I-Pinay 計畫接續,主要負責確認ICT 的國家層級計畫由 LGU 層級的單位實施。

訓練計畫為婦女參與者的職涯晉升和個人發展 提供保證。部分參與者的身分為公務員和志工。 因為這些參與者和主管以及同事在工作上維持 良好互動,因此被引薦參加訓練計畫。至少對 一位參與者而言,完成訓練計畫是使她獲得升 遷的因素。參加訓練為其他參與者帶來的激勵 效果和受訪主辦方的敘述相似。如主辦方所言, 一些參與者參加課程的目標在於取得 TESDA 認證,以作為工作能力證明。其他參與訓練計 畫的學員,其目標在於改善自信,同時提升工 作技能。一位不具名的參與者表示參加電腦課 程的目的是為將所學知識應用在事業上。 顯然並非所有的參與者都是企業家。地方層級的主辦方估計婦女學員約佔總學員人數的 60%至 80%。但對於參與訓練計畫的婦女企業家人數並無統計。上述資料顯示,有部分國家計畫已納入 CeC 和 LGU 的核心推展計畫中,因此 CeC 得以對 MDG 提供的地方婦女進展作出更多的回應。婦女發展與推廣 ICT 工具兩者皆是國家發展的優先計畫,必須加以整合以共同推廣執行,兩者並非彼此爭奪優先執行權的互斥計畫。作為 CeC 計畫內容的 ICT 訓練是唯一針對婦女作調整的課程。目前可能只有一門完全為婦女設計的訓練計畫,但課程本身是 Cherry Blair 基金會和 CeC 共同合作的成果。

訓練計畫的執行可採中央統籌安排或由行政區各自執行的方式。在中央統籌安排的模式中,訓練計畫大多由位於市政府的CeC執行。這些CeC為公務員進行訓練,因此訓練計畫的學員參與率較高。部分CeC也可採用由行政區各自執行的訓練方式。這些課程深入個村落或地方單位,讓多數大眾和學生都有接觸訓練計畫的機會,對以社區為據點ICT訓練中心而言是較佳的管理模式。

訓練計畫的主要貢獻大部分在於培養參與學員的 ICT 技術和領導力。大多數的 CeC 提供基礎電腦知識計畫,讓參與者學習如微軟 Word、Excel 和 Powerpoint 之類的軟體應用。部分參與者也學到如何應用網路資源和 Adobe Photoshop與 Corel Draw 等的影像編輯和繪圖工具。在訓練策略中充分應用講課結合實際操作的學習方式。學習上述電腦軟體幫助參與者在工作中展現其成果,或是改善其工作表現。訓練計畫也同樣拓展參與者的社交網絡,例如,取得訓練證照的故事與成就必能為其他參與者帶來啟發、可透過參與訓練課程來尋找自己的人生方向並規劃未來的職涯發展。婦女也加入輔導計

畫,讓部分婦女學習擔任輔導員,以幫助其他 生活條件居於劣勢的婦女。

無論是主辦方或參與者皆表示訓練計畫存在著落差。首先,並非 PhilCeCNet 網站上列出的所有 CeC 皆可正常營運。有兩所 CeC 無法正常運作。這表示在執行訓練計畫時面臨許多挑戰:(1)CeC 沒有管理和營運人員;(2)CeC 的計畫缺乏方向;(3)LGU 將訓練計畫安排為次要優先順序,以及(4)CeC 的訓練計畫出現完全沒有學員註冊的情況。其次,CeC 被指定設置的場所目前被政府挪作其他用途。

訓練計畫需要一些改進。就工具而言,由 DOST 捐贈給 CeC 的電腦設備已經過時,再也 無法正常使用。網路連線速度也太慢,必須升 級。在 CeC 內應該設置文件紀錄系統。目前, 有關 CeC 訓練計畫的文件並未作系統化建檔。 時至今日,CeC 的運作網絡相當受限。透過公 私領域夥伴合作,應可彌補上述落差,但一些 CeC 主辦方也需要進一步提升其能力。

我們也發現參與者皆十分關切訓練計畫未就取 得市場和資金的管道提供充分資訊。造成上述 問題的原因可歸咎於 CeC 訓練計畫著重於電腦 課程的性質。

6-4

案例研究: PTTC 電腦訓練計畫

6-4-1 計畫重要特色

成立於 1987 年的 PTTC 目的在回應菲律賓政府 對於貿易領域人才培養漸增的需求。PTTC 為 隸屬貿易暨產業部門(DTI)的次級機構,主 要負責發展貿易領域的產品開發和行銷活動技 術與能力,以迎合全球標準。PTTC 的主要功 能是提供以 ICT 為基礎的訓練計畫。

PTTC 近年來開始提供訓練計畫。首先於 2008 年推出基礎電腦知識課程,並於 2014 年推出最新的社群媒體行銷課程。PTTC 所推出的 10 項訓練課程歸納於以下表格。

表格:PTTC訓練計畫推展時間表

計畫 / 課程名稱	年度
基礎與進階微軟 Office 研討課程 / 2013 研討會系列	2008
應用 Joomla 2.5 程式架設基本網站	2009
基本網站建置應用 3.0	2009
應用 Joomla「延伸」版本 3.0 架設進階網站	2010
全球行銷與資源搜尋	2103
臉書商務頁面管理	2013
應用 OrangeHRM 開發動態人力資源	2012
利用社群媒體行銷	2014
部落格的商務機會	2014
開拓網路事業	2014

6-4-2 計畫重要特色 (計畫介紹/背景)

■ 參與者

本篇報告的 4 位受訪者皆已完成訓練計畫,本身也都是創業者。有 2 位參與者參加基礎電腦訓練,其他人則參加網路行銷和文件紀錄。文件紀錄的課程內容也包含在此篇報告中。雖然提供 ICT 訓練計畫並非 PTTC 提供的標準課程,但文件紀錄本身有應用 ICT 工具。在參加PTTC 訓練課程之前,所有的參與者皆已擁有自己的事業。這些參與者投入的事業包括攤位收租、spa 服務、供應學校制服和旅遊導覽服務。此份研究中的參與者編碼為 PTPR1、PTPR2、PTPR3 和 PTPR4。

▲ 主辦方

2 位來自 PTTC 的主辦方皆同意參與此次訪問。 其中一位是基礎電腦知識課程的講師,另外一 位則是 PTTC 訓練計畫的主管。本份報告中這 2 位受訪者的編碼分別為 PTPO1 和 PTPO2。

6-4-3 分析

技術與能力培養

● 學習經驗

▲ 主辦方

PTTC 訓練計畫旨在促進出口貿易人士,包括 男女兩性在內的福祉。然而,在訓練計畫中, 女性表現出比男性更高的學習意願。這並不表 示從事出口貿易領域的女性人數比男性多,但 卻顯示訓練計畫有回應婦女對商務課程的需 求。

主辦方相信訓練計畫對參與者的技術學習與能力培養具有正面貢獻。但訓練計畫的實際效果卻無法得知,因為部分參與者已經具備相關的

知識,且無論在計畫執行期間或之後,都沒有針對參與者的學習成果和計畫執行過程進行評鑑。

● 參與者

PTTC 婦女參與者的本質。PTTC 訓練計畫獲得女性企業家的注意。有些參與者在參加課程前已經具備電腦知識,其他人則有管理家族事業的經驗。

參與計畫的動機。學員認為參加課程可以培養 自己所缺乏的商務技巧。

訓練計畫的本質和內容。所有的參與者皆表示訓練計畫提供基礎的電腦訓練。

訓練計畫的主題。對參與者而言,訓練計畫的本質是雙面的。沒有電腦基礎的學員受益於課程內容,因為他們從中學到自己所需的技術。 已經具備電腦基礎的學員則希望課程內容能教授應用方式,這表示學員所參加的課程可能未符合自身期許,或是課程目標和內容無法達成學生期望。

計畫成就:所有參與者都認為計畫提供正面回 饋。他們從課程中學到基本電腦技術,例如 Excel 的計算功能、網路應用和線上通訊。其中 2 位已培養出持續學習特定領域的興趣。雖然 課程內容有所侷限,但訓練計畫也啟發和鼓勵 參與者追求自己的計畫,為企業的會計、倉儲 系統升級或計算其事業生產成本。

● 學習 ICT 工具的影響

▲ 主辦方

可供應用的 ICT 學習工具:主辦方表示電腦和網路為參與者使用的工具。訓練計畫以參與者的表現衡量其學習效果。

課程進行模式:主辦方表示講師和學員以面對 面互動的方式上課。

採用的訓練策略:主辦方表示訓練課程採用講 課和實際操作並重的方式上課。

ICT 訓練工具課程面臨的議題:其中一位主辦方表示,儘管參與者有學到新的技術,但由於PTTC 面臨預算和技術問題,因此他們對未來發展並不樂觀。這樣的情況也降低了參與者的學習興趣。

■ 參與者

可供應用的 ICT 學習工具:參與者一致提到有關 PTTC 上課場地、電腦和使用軟體的問題,但沒有明確表示是否每位參與者上課時都有電腦和軟體可以使用。

課程講師和其他訓練人員:參與者回應 PTTC 有指派專業講師上課。一位網路專家被指派為 學生架設線上商務。參與者顯然認為他們的訓練講師對課程內容具備專業知識,也能為他們帶來啟發。

採用的訓練策略:課程講師善用講課和討論的 方式進行課程。有時會提供講義或手冊來支援 課程和討論。有些參與者透過電子郵件接收講 義。訓練期間沒有讓所有學員一致進行實務操 作演練。

課程進行模式:課程需要講師和學員間的面對面互動。課程安排通常為一日上課 3 小時。比起類似的機構,參與者比較能夠負擔 PTTC 提供的課程費用。

訓練工具帶給參與者的影響:訓練工具幫助許多參與者認識軟體在商務上的應用。由於並非

所有的課程都可實務操作,參與者會使用工具 作為自我訓練的參考。

商務應用工具的使用已幫助參與者培養電腦技 能和資訊管理。

ICT 訓練工具面臨的問題:訓練工具的成效受到講師上課方式所影響。只有講課卻沒有搭配實務操作的上課方式讓部分學員不滿意。這些學員希望課堂上能進一步介紹商務應用工具,但卻無法從課堂上得到相關知識,只好以自修方式學習所需知識,故無法清楚得知訓練課程對學員的影響,因有部分學員是採自修的方式學習。其中一位學員對於講課和實務操作適當搭配的授課方式感到滿意。

進入市場的管道

●電子商務

▲ 主辦方

PTTC 的重點在於促進線上商務交易。

● 線上行銷

♪ 主辦方

PTTC 的線上行銷訓練計畫推廣是利用社群媒體工具作為產品開發的行銷平台。

● 其他

♪ 參與者

訓練計畫必須納入如 ICT 在商務應用方面的安全性等相關主題。

取得資金的管道

● 需求

₹ 主辦方

參與者的資金取得和拓展並非 PTTC 訓練計畫 的一部分,PTTC 著重在技術能力的培養上。 然而,訓練計畫對於政府提供商業發展的貸款 機構缺乏討論。

● 參與者

取得資金的管道並非參與者最關切的問題。這 也顯示 PTTC 的訓練計畫目標市場可能是對自 已經營的事業已有資金管道的婦女企業家。

●阻礙

▶ 主辦方

婦女的市民身分可能使其在取得資金的管道上 受限。已婚婦女難以在資金需求上作彈性處置, 因為當需要借貸資金時,她們必須尋求丈夫的 認可並被稽查其經商紀錄。

女性領導力

● 社交網絡

▲ 主辦方

網絡並非 PTTC 訓練計畫的一部分。一位主辦 方建議 PTTC 必須留意參與者的社交網絡需 求。主辦方強調參與者可運用人際網絡和科技 工具來達成其事業目標。

● 模範 / 榜樣

▲ 主辦方

雖然發展女性領導力並非基礎電腦知識訓練的 目標,但 PTTC 保留了像是學生會議中心等的 場地,婦女可在其中發展能力,成為他人的模 節/榜樣。

● 性別刻板模式

♪ 參與者

訓練計畫是增進婦女賦權的工具,因為這些工具可以為婦女帶來提升與轉變。

● 其他

♪ 參與者

訓練計畫讓一些參與者在更長久的未來,能為

自己的事業作更完整的規劃,並且進一步善用個人資源(例如領導力、技術和能力)。

公私部門合作

● 合作

▲ 主辦方

PTTC 在發展與計畫的推行上受限於本身資源,因此尋求與其他產業合作,以共同發展訓練課程。這也代表訓練計畫的目的在於提供國家產業需求所需的人才。

● 其他

▲ 主辦方

PTTC 也與產業界和學術界合作,邀請產、學領域人士擔任訓練課程的講師。

6-4-4 研究發現

參與者和 PTTC 皆有感於婦女企業家熱切參與ICT 工具訓練計畫。事實上,PTTC 的訓練計畫並非專為婦女而規劃,其課程目的在於為男女兩性從事進出口和貿易的人員提供所需的支援和培養其技術能力。然而,參與者並沒有將訓練計畫視為讓自身的電腦技術隨時代需求而進步的課程,而是視為改善其商務經營的方法訓練。參與者也體認到基本電腦知識的需求,特別是培養運用 Excel 處理資料的技能,以及線上商務、全球行銷和網站管理等能力。

婦女創業家視 ICT 為開拓商機的工具,因此, PTTC 的訓練計畫成功培育參與者的基礎電腦 技術。課程教育了參與者努力工作的價值,並 且重視工作與生活的平衡。最後,訓練計畫鼓 勵部分參與者探索網路工具在商務上的應用, 如社群媒體網站,以及微軟的 Excel 和網路工 具程式。 PTTC 的訓練計畫同時建立並增強了女性領導力。然而,主辦方和參與者對於目前所面臨的兩面情況皆進行評估。主辦方透過幫助婦女連結社群媒體來促進女性領導力,顯示訓練計畫雖幫助婦女建立商務社交網絡,但該項倡議的成果至今依然未知。在另一方面,參與者視領導力的培育與個人發展和改變個人心態相關。訓練計畫調參與者擁抱更樂觀積極的態度。訓練計畫同時也讓參與者有機會證明,即使身為女性,也能夠發展傳統上男性所精通的電腦知識能力,同時也影響其他參與者看待自己的角度,視自己為真正的企業家。

然而,無論是主辦方或參與者,皆認為訓練計畫在很多方面仍有不足。參與者學習 ICT 技術的能力可歸納於許多不同因素,例如原本就具備的電腦知識、學習毅力、理解力和努力程度。 參與者身處的社會環境是否能提供幫助也是另一個考量因素。

課程、講師與學習工具都是影響參與者學習 ICT技能的重要關鍵。課程是訓練計畫的重點。 參與者期望在訓練計畫中進一步增進其電腦知 識,這是合理的期望,因為訓練計畫的目的在 於培養能力。然而,訓練計畫的課程設計沒有 針對不同程度的參與者作安排(例如基礎或進 階)。參與者沒有受到選擇適合其學習程度之 課程的指引。因此,已經具備電腦知識的參與 者對課程並不滿意。

再者,相同的課程內容,其課程進行的方式卻不一致。由於訓練計畫的目標在於技能培養,因此必須要能實際應用電腦概念和原則,部分課程講師以講授和實務操作的方式教導參與者,但有些課程只有講課,所以這些學員必須在課程進行中和課程結束後,更努力地自行作實務練習,也因此我們無法確知講師是否成功

地傳遞技能給學員。

儘管如此,PTTC 的訓練計畫仍有一些優點, 大多數短期課程皆可在 1 - 60 天內完成,課 程結束 6 個月後另再安排後續訓練。這種課程 規劃的缺點是有部分參與者對訓練計畫並不滿 意,而訓練計畫也缺乏從參與者身上蒐集意見 回饋的系統。有些學員希望在微軟 Office 軟體 和網路工具上有更廣泛的商務應用,特別是社 群媒體和網站。

但可一致同意的是,課程時間安排影響了參與者的上課意願,訓練計畫仍有一些尚無解答的問題。無論是主辦方或參與者皆抱怨網路連線速度太慢、電腦設備和軟體數量不足、上課的方式太過傳統。上述問題皆突顯訓練計畫的預算不足和設備必須升級的問題,這並非只是PTTC所面臨的問題,政府和DTI都需要發展策略性計畫,以促進菲律賓的ICT活動和產業發展。

公私部門夥伴合作是改善 PTTC 訓練計畫的機會。至今只有少數機構成員協助 PTTC 的訓練計畫。只靠如 DTI 和 TESDA 等政府單位以及如英特爾和微軟等私人企業的協助,對訓練計畫的管理和訓練課程發展幫助仍然有限。考量資源上的侷限,PTTC 可以銜接公私資源來改善其設備、設施和教學策略。

目前尚無充分資料顯示參與者訓練時是否關切取得資金管道的問題,然而,PTTC 在訓練計畫中可透過不同方式探究此問題,以協助參與者探索拓展事業發展的機會。

6-5 菲律賓 研究結果摘要

從 1990 年代起,菲律賓就體認到 ICT 對國家發展的重要性。政府透過 DOST 採取數個步驟來動員社區,使之成為 ICT 服務的提供據點。菲律賓政府繼續努力培養 LGU 應用 ICT 的能力,隨後更建立 CeC 並成發展成為知識交換中心網絡 PhilCeCNet。DTI 經過十多年的發展後成立了 PTTC,為出口和貿易業者提供以 ICT 為基礎的訓練計畫。

由 PhilCeCNet 和 DTI 提供的訓練計畫有許多相似性。兩者皆包含基礎電腦知識課程,讓參與者得以學習網路和微軟 Office 的基本功能,特別是如 Word、Excel 和 Powerpoint 等軟體。一些 CeC 和 PTTC 也提供進階電腦知識課程。這些課程包含 ICT 商務應用如電子商務、線上行銷和進階網站開發。

PhilCeCNet 和 PTTC 的訓練計畫延伸至 3 個不同領域。PTTC 基於其成立的定位,主要服務出口和貿易業者的需求。而 PhilCeCNet 則照顧一般大眾的需求,對一些 CeC 而言,婦女是最主要的學員對象。特別為女性企業家的需求而規劃的 ICT 訓練計畫,則是新浮現的提議。目前顯然缺乏特別為培養和加強婦女技術與能力所規劃的 ICT 訓練課程。

PhilCeCNet 和 PTTC 訓練計畫的優勢在於技能 和領導力的培養。完成課程計畫的婦女學員可 能是首次學習電腦相關知識技能的人,或僅進 一步強化其原本已經具備的相關技能。有些參 與者變得更有自信、樂觀,而成為其他人的模 範/榜樣,有些則是在完成課程計畫後得以找 到工作或在職涯上擁有全新動力。有些人發現 自己的創業天賦,因而得以設立自己的事業, 還有一些申請者得以建立和拓展其計群網絡。

訓練計畫的工具和設備已略有改善。電腦設備、軟體和網路設備等訓練工具則需要升級。 PhilCeCNet 和 PTTC 可再次檢視以傳統方式進行課程的問題,傳統上課方式以講課為主,缺少提供學員實務操作的經驗。可安排和探索電腦技能應用相關的實務演練活動,就課程設計再次進行檢視。PhilCeCNet 必須將 CeC 一併納入其規劃中。一些單位必須重新啟動其擔負的任務,讓所有民眾,特別是婦女,都能夠擁有學習數位知識訓練的管道。PhilCeCNet 和PTTC 可探索不同公私部門合作的安排,充分利用策略和工具應對以上所述問題。

大體而言,課程安排缺乏商務應用的訓練計畫, 因此參與者比較少提出取得資金和進入市場管 道的問題。儘管如此,仍可以預先將此議題和 課程相整合,以回應本身有經營事業的學員或 是因同儕或講師的影響而有意展開事業的學員 之需求。

第七章/ 案例研究:中華臺北

7-1 案例研究:「She Economic」高雄婦女數位經濟培力方案

7-2 案例研究:微型創業鳳凰貸款及諮商計畫

7-3 案例研究:中小企業數位關懷計劃

7-4 中華臺北研究結果摘要

7-1

案例研究:

「She Economic」 高雄婦女數位經濟 培力方案

7-1-1 計畫重要特色

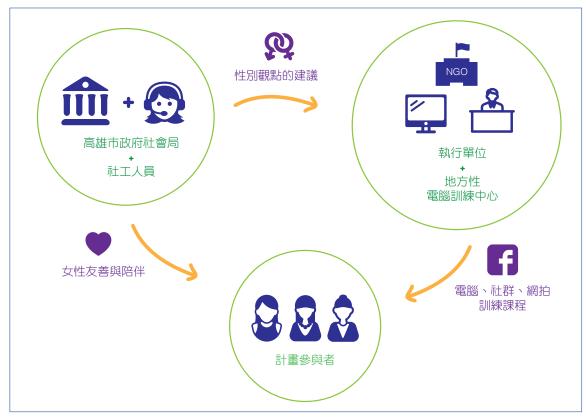
「She Economic - 高雄婦女數位經濟培力方案」受到當時的高雄市長全力支持,於 2008 年展開。計畫構想起始於提供婦女援助,特別是幫助邊緣化、經濟情況不佳的單親媽媽渡過難關,希望透過提供基礎數位知識訓練、以及善開現有的線上拍賣平台來增加這群弱勢婦女的收入。時逢全球金融危機,許多私部門的員工被迫休無薪假,此項計畫也為國家的失業率帶來正面影響。高雄市政府社會局婦幼青少年活動中心聘請 2 位資深社工推展該項計畫,社工也提供本身協助婦女方面的專業,從性別的觀

點整合該項計畫。

「She Economic - 高雄婦女數位經濟培力方案」從2008年展開至今,由地方政府提供財務支援,計畫開端提供訓練課程,以發展婦女數位技術和能力,同時提供數位工具來鼓勵婦女創業、改善其經營管理的技巧和事業成果,以增加地方婦女的收入。從2012年開始,計畫焦點逐漸轉為透過電子商務技術,建立可促進婦女全體間相互支援的系統,以銜接數位領域的性別落差。

社工的參與以及全心投入計畫的規劃與執行層面,是促使計畫成功的關鍵動力。因此,主辦方和參與者間有著強烈的連結,締造深厚的「信任」基礎,團體間交流密切,鼓勵共同合作與彼此支援,以確保管理機制順暢。

下圖說明「She Economic — 高雄婦女數位經濟 培力方案」的合作模式。



7-1-2 受訪者簡介

■ 參與者

基於保密原則,參與受訪者的編碼分別為 C1R1、C1R2、C1R3、C1R4、C1R5 和 C1R6。 年齡層分布為 36 至 70 歲。全部皆為高雄鳳山 市當地居民,6 位當中有 5 位以販售自製的食 品展開自己的事業。

▲ 主辦方

主辦方編碼為 C1O1、C1O2 和 C1O3; 其中一位男性成員為計畫課程規劃與諮商的執行代表,另外 2 位為高雄市政府的資深社工。

7-1-3 分析

技術與能力培養

● 學習經驗

♪ 主辦方

性別敏感訓練課程:計畫的常駐社工善用其訓練和經驗,提供有益於參與者的性別敏感課程。 因此,社工透過與主辦方、執行單位和參與者 之間所進行的雙向溝通,對計畫的執行深具貢獻。

▲ 參與者

訓練課程整合性別意識:受訪者 CIR1 提到大多數參與課程的學員為年紀較長的婦女,而這群婦女從來沒學過電腦,因此她們認為,可以在設備完善的電腦教室練習實際操作是個很好的學習機會。這位受訪者認為課堂實際操作練習對年長婦女十分重要。此外,呼應主辦方式前的溝通設計,參與者的確感受到課程導師的耐心與有效的教學方式。

● 學習 ICT 工具的影響

♪ 參與者

學習 ICT 明顯拓展了婦女的社交圈並提升婦女 自信。這群婦女以前只視自己為母親和妻子的 角色。在參與計畫後,她們視自己為學生、班 長、助教或創業者,可獨立於另一性別或他人 的自我定位,強化這些參與者後續行動的自信。

● 取得資訊的管道

■ 參與者

地點和在地化:大多數受訪者之所以得知有此 計畫,是因為地緣關係或是本身曾接觸主辦方 人員或社工。其中一位受訪者就住在附近社區, 平常喜歡到婦幼青少年活動中心走走。

● 計畫執行前後改變

♪ 參與者

經由學習如何使用電子商務而踏入 ICT 的世界,並逐漸對使用科技有信心,而且也增加了平日使用 ICT 工具的機率。知識就是力量。有了知識後可以克服使用科技產品的恐懼。婦女一般對科技產品較不熟悉,但是透過參加 ICT 教育課程,可以為自己和家人創造更多經濟上的契機。

● 遭遇問題和解決方式

▲ 參與者

參與者和主辦方間交流密切,彼此互信,且因 為計畫的主辦方是備受依賴信任的社工,所以 這樣的互信關係更具意義。參與者和講師也因 此形成社群與婦女會。

婦女會的互信感鼓勵婦女進一步參加課程或加 入其他活動,因為在自己熟悉的環境中會覺得 更自在。

進入市場的管道

● 電子商務

♪ 參與者

Yahoo 拍賣是中華臺北最受歡迎的拍賣平台。 參與者 - 特別是較年長的婦女認為,Yahoo 是 比較可靠且值得信賴的電子商務平台,因為對 較資深的電腦使用者來說,Yahoo 是最熟悉的 入口網站。6 名受訪者全都表示她們對探索或 使用新設立或不熟悉的入口網站、拍賣平台意 願較低。

●阳礙

♪ 參與者

本計畫的婦女參與者偏好銷售食品。但這類產品有「區域限制」的特性,因為食物容易腐敗,如乳製品和肉類,所以通常需要較高的運輸成本。但由於受訪者都是零售商,無法負擔大量庫存成本,因此只能生產少量產品並在鄰近區域內販售。

取得資金的管道

●需求

● 參與者

一些受訪者提到資金需求。儘管受訪者平均已 有透過電子拍賣平台銷售產品 2 年的經歷,但 由於目前事業尚不穩定,故籌措資金並非最重 要的問題。也有受訪者提到基於其個人因素, 無法順利申請企業貸款。

女性領導力

● 社交網絡

■ 參與者

影響:受訪者 C1R6 提到,和她一同參加課程 的學員大多是生活圍繞著家人打轉的家庭主 婦。因此,定期的手工藝和自製食品聚會為她 們創造交友機會,得以結交同樣是微型創業者 的朋友。

而其餘研究報告顯示,女性在社交上往往比男 性更為孤立,這使婦女較難取得發展事業所需 的幫助及/或資源。因此,社交活動協助婦女 創業者建立事業網絡,對婦女相當有幫助。

受訪者 CIR6 表示她的同學對於自己的學習成果相當驕傲。透過定期舉辦活動,她們建立與朋友相聚的「網絡」,這群婦女因而提升自信,也更肯定自我價值。因此,肯定自我價值和自信都是建構婦女領導力的重要元素。

上述討論呈現一項重點議題:女性 - 特別是中年婦女,有著社交隔離的危機。參與 ICT 訓練課程並學習經營網路商務不僅提升了婦女的技巧,同時也大為拓展她們的生活圈。因此,「社交網絡」不但提供了事業合作的機會,同時也能從中結交新朋友和拓展個人生活。

● 角色模範

♪ 主辦方

較早參加電腦訓練課程的參與者被推薦擔任講 師助教,幫助這些參與者建立自信。

▲ 參與者

讓較早參加訓練課程的參與者成為班長或講師 助教有助於提升自信。

● 工作生活平衡

▲ 參與者

受訪者表示,從事網路商務提供參與者在母親 和妻子角色以及個人事業發展之間取得平衡的 機會。對這群婦女而言,時間管理相當重要, 因此,她們必須在傳統女性角色和事業抱負之 間取得平衡。

公私部門夥伴 (PPP)

● 婦女團體

▲ 主辦方

主辦方、執行單位和參與者之間的合作出現一

些其他計畫所未見的特別元素 - 婦女團體。由 於該計畫起源於前高雄縣鳳山市,因此所有的 利益關係人都是當地居民,包括計畫主辦方、 執行單位和參與者。如此強烈的連結乃奠基於 當地友善熱情的文化傳統上。

● 公私部門夥伴的合作可能

▲ 主辦方

電腦訓練和網路拍賣訓練課程是本計畫最初的 焦點,目的在協助婦女賺取小額報酬,以因應 每日「應付」款項的生活壓力。計畫本身即是 公私部門合作的範例,由高雄市政府社會局婦 幼青少年活動中心的社工統籌執行。但從 2012 年起,主辦方除了繼續推行計畫外,持續與委 辦諮商單位合作及推動有關電子商務管理和策 略架構的專業知識,以促進提升婦女技術和能 力的共同目標。

● 永續性

▶ 主辦方

由於計畫受到政府提供的專案資助,因此必須 產生部分利潤來支持計畫進行。其中一項活動 就是參加每星期六舉辦的市集。此計畫透過收 取參與者在每週市集所賺取的一小部分利潤, 讓計畫本身成為「自行永續發展」的專案。

7-1-4 調查結果

社工/主辦單位所扮演的互助角色

計畫的主辦單位以資深社工的角度投入計畫, 故對參與者的生活情況、限制和影響其課堂學 習表現或事業成就的因素知之甚詳。

從 2012 年起,來自高雄市中山企業管理學術研究學會、具備專業知識與合格認證的講師,開始接手課程規劃和上課的責任。然而,計畫主辦方仍扮演學員和講師間重要的溝通橋樑。

處於社會弱勢的女性跟其他族群不同,往往面 臨艱難的生活處境,因而使其學習和改善生活 的能力受限。這群婦女由於相對缺乏資源,因 此計畫的安排必須作深入的規劃和周詳的考 量,所需要的並非只是單純的經商和學習應用 電腦的問題而已。由於在經濟上處於劣勢,在 資源有限的情況下甚至可能出現生活困境,但 推動課程所面臨的困難已因社工所帶來的正面 影響而取得平衡。

因此,這系列課程中也建立起性別觀點。但一般具有商務和管理知識的訓練人員不見得能夠 理解這群婦女學員在學習上所面臨的障礙;因 此,透過社工居間的正向溝通往往可以銜接起 理解上的鴻溝。

這是一項有趣的嘗試,過去常見由執行單位扮演銜接主辦方和參與者之間的橋樑,但由於計畫的主辦方和參與者彼此間更為熟悉,故得以向執行單位提出有效建議,講師也因而能夠提供符合參與者需要的學習資訊和技術訓練的方式。

提升經商成果和增加收入是參與者和專業講師 共同的最佳評估指標與成就。因此,在參與者、 主辦方和計畫執行者間所建立的互相瞭解和支 持的氛圍,使訓練課程順利進行,造就三方「皆 贏」的局面。

婦女團體

由於計畫只對婦女開放,因此參與者間建立起極為緊密的情感連結。這或許可歸結於文化傳統,或是因為參與者都是在地婦女居民的因素,因此,由於區域上的集中性,參與者更容易聚會「分享」彼此生活。同時,也由於社會角色類似,大多數參與者都是社交圈有限的家庭主婦,因而更需要緊密聯繫的友誼網絡。「婦女

團體」的建立並不容易,卻可培養所有人的自 我價值感和自信,並且提供額外的情感支援, 而深厚的信任感更有助於提升參與者的學習成 果。以此為概念,數群計畫參與者在主辦方支 持下成立婦女團體。

地點和在地化; 社區和在地文化

參與者之間的連結相當緊密。高雄市政府社會 局婦幼青少年活動中心提供各類自我成長課 程,如家庭和婚姻建議、參與社會事務和社會 服務的管道、婦女自我保護和一般諮商等;中 心也提供各種福利設施和多種休閒活動,全部 開放給有需要的市民。社工和在該中心任職的 政府員工都相當熟悉在地文化和周遭社區常見 的社會問題。

學習 ICT 和電子商務應用

由於受訪者多為對資通訊科技知識缺少或是經濟弱勢的婦女,參與 ICT 工具學習計畫有助於提升自我價值和拓展社交圈。應用電子商務平台或參加在地市集可提升參與者收入,或是成為其經濟來源。

7-2

案例研究: 微型創業鳳凰貸款 及諮商計畫

7-2-1 計畫重要特色

此計畫未「直接」採用 ICT 工具,卻是全部個案分析中唯一一個提供取得資金管道的計畫。 計畫要求參與者在能夠申請微型創業鳳凰貸款前,先參加初階訓練課程以達到申請門檻。

鳳凰貸款是一個提供年長者或微型、小型婦女 創業家、免擔保品和保證人的金融貸款服務。 貸款頭 2 年利息由政府補助。其目的與用意在 於提供對婦女友善的信用保證貸款,目前開放 給曾經於 3 年內參加政府舉辦的創業訓練課 程、有自營事業、員工人數 5 名內、年齡介於 20 至 65 歲的婦女,或是年齡介於 45 至 65 歲 的市民,經專業企業顧問評估通過後即可申辦。 具資格的參與者也必須符合以下貸款申請條件 其一:

- 所經營企業必須通過商業登記法第五條, 且以稅務登記替代的期間不可超過2年。
- 企業成立時間不超過2年。
- 若所經營企業為私立幼稚園、短期課後補 習班或私立托兒中心,則必須在2年內正 式立案。

訓練課程不一定包含 ICT 相關訓練;共提供 3 種階級的課程 - (i) 初階、(ii) 中階,和(iii) 進階課程。想要申請鳳凰貸款的學員務必進修 初階和中階課程。

初階課程上課期間為3小時,透過帶領參與者

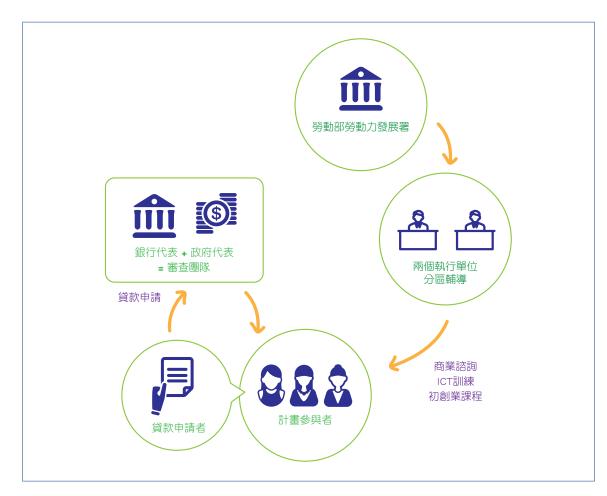
瞭解創業本質,讓學員對成為創業者掌握具體概念。中階課程的安排較為密集,共3天,每 天上課6小時。

本系列的課程從 2007 年起開始推行,至今已 造就眾多成功案例。課程的目的在於鼓勵婦女 開創自己的事業並降低失業率。所提供的貸款 主要作為創業的種子基金,最高貸款上限為 33,000 美元,因此目前協助對象為微型和小型 創業者,但計畫最初時只開放婦女申請。

計畫由兩個非政府組織(NGO)負責所有活動的執行。計畫官網提供參與者眾多免費資源,其中包括將近 113 名專業事業顧問,可透過網路、電話或電子郵件的方式與參與者聯繫,而本篇報告的受訪者也善用其提供的服務。這些免費、個別化的專業事業諮商服務,提供婦女創業者在創業初期極具價值的開放資訊管道。

表 1:中階課程表

中階課程			
	第1天	第2天	第3天
早上	金融主題	行銷主題	產品設計 / 實體店面位置評估
(3 小時)	由講師 B 指導	由講師 C 指導	由講師 D 指導
下午	(創業)計畫提案撰寫課程		
(3 小時)	由講師 A 指導		



7-2-2 受訪者簡介

● 參與者

最年輕的受訪者為 24 歲,其他則多介於 30-60 歲間;全部受訪對象皆為有稅務登記的正式企業經營者,且曾成功申請到鳳凰計畫的貸款。這項勞動部所推動的計畫吸引國內無數創業家,因此本篇報告所選擇的受訪者來自各個不同區域,包括來自大都市、鄉鎮、農村或市郊的學員。

▲ 主辦方

主辦方與兩個執行單位各推薦一位受訪者代表,當中2位男性來自執行單位,而唯一1位 女性則是主辦單位代表。

7-2-3 分析

技術與能力培養

● 學習經驗

■ 主辦方

提供 3 個階級的訓練課程,其中 2 階級為必修課,係專為想要申請鳳凰貸款的參與者而設計。第 1 階級是「為初學者開設的入門課程」,最多可同時有 150 位參與者上課,並讓參與者進行自我評估,以決定是否真心想要投入開創事業。

♪ 參與者

部分學員表示訓練課程和講課內容實用,但仍 有部分學員表示之所以參加初階課程是為符合 申請貸款門檻;另外也有一些學員解釋在申辦 貸款成功後,因為忙於事業拓展或創業,並未 參加選修的進階課程。這代表參與者參加計畫 大都有明確的目的,也顯示當課程與事業相抵 觸時,學員會把上課擺在第二順位。

● 計畫宣傳的效果

▲ 參與者和主辦方

參與者和主辦方對如何得知計畫訊息均提供相同答案 - 因為資訊傳播的方式相當有效率,例如,透過地方廣播電台、地方性電視節目的跑馬廣告、傳單和宣傳手冊而得知課程訊息。網路並非散播計畫資訊的主要媒體,因為對計畫宣導目標而言,比起上述的媒體,ICT 和網路是甚少使用的工具。由於主辦方注意到此類數位應用上的限制,因此決定以更傳統的方式接觸潛在參與者。

進入市場的管道

● 電子商務

♪ 參與者

雖然該計畫在官網上提供網站黃頁廣告服務以 促銷計畫參與者的商品,但因廣告影響力有限 且配套措施不完整,因此沒有充分利用,且部 分受訪者表示他們甚少在官網上搜尋資源。

♪ 主辦方

由於計畫推展單位是公部門組織,因此不應直接以官方背書的方式從 Google 和 Yahoo 等的搜尋網站連結推廣參與者的產品。學員可考慮以有限的金流和高度透明化的成本建立電子商務,而網站的黃頁廣告服務似乎是目前最合適的折衷方式。

取得資金的管道

● 需求

● 參與者

計畫以提供婦女便利的申辦貸款管道而知名, 因此所有的受訪者參與課程的原因皆是需要資 金來展開或拓展其事業,且所有人也都在投入 計畫的 6 個月內收到貸款款項;然而,有些人 表示她們需要更多拓展事業的資金,因此無法 符合該計畫聚焦於鼓勵創業者起步的立意。

女性領導力

● 社交網絡

▶ 主辦方

除了將計畫各屆的參與者定期聚會外,此計畫 也提供有興趣創業的新參與者和已成功創業的 前幾屆參與者從事未支薪的實習媒合服務;此 安排的目的在於讓有抱負的創業者有和相同產 業的成功企業家合作的機會。

該體制對新創業者大有助益,因為可拓展其經 驗,並在展開與經營新事業時,為自己即將面 臨的障礙有更清楚的認知;他們也可以和有相 同經歷的資深企業主建立連結。

■ 參與者

其中一位受訪者十分讚賞課後同學的聚會,可 強化人際關係連結、同時和其他婦女創業者分 享想法和體驗。然而,仍有受訪者表示並沒意 願或時間參加任何課後活動。

● 角色模範

→ 主辦方

透過舉辦創業模範競賽以和事業穩定發展的前 參與者交流。這些競賽的目標在於向新參與者 介紹角色模範,並且為前參與者和新參與者建 立社交機會。

公私部門夥伴 (PPP)

● 合作



1 主辦方

組織和超過 113 位專業企業顧問合作。選擇合 作顧問的標準為(i)地點,以及(ii)專長領域。 雖然目前性別並非選擇的標準之一,但接下來 的計畫執行年度也會將性別納入考量。之所以 會有上述政策改變,乃是因主辦方發現目前沒 有從參與者的角度選擇顧問。

7-2-4 調查結果

中華臺北全國中小企業總會和中華臺北管理科 學學會是負責本計畫的兩個執行單位;前者負 責中華臺北的北部和東部地區,後者則負責南 部地區的執行事務。

雖然本篇研究就分析目的而言,所選擇的樣本 數似平渦小,但參與者、網絡安排和參與者與 執行單位之間的連結,在某些層面似乎相當緊 密。例如,雖然大部分的參與者基於特定種類 產品運輸成本的考量,或是其業務形態 - 如咖 啡廳、農產品和彩色玻璃,而沒有使用電子商 務平台經營事業,但受訪的參與者的 ICT 能力 大致介於中至高階。

7-3

案例研究:中小企 業數位關懷計畫

7-3-1 計畫重要特色

此計畫參與者涵蓋都市與鄉村且並不限於女性。計畫旨為兩性創業者創造同業或異業合作的機會;重要的是,所有的活動最終皆強化與提升了創業者間的合作和夥伴關係。「合作互惠」是本計畫驅動策略性合作模式的重要因素,參與人士的類別為:(i)重要利益關係人,以及(ii)創業者。

中小企業數位關懷計畫以促進群聚之電子商務 平台為主要執行項目。目的在鼓勵擁有生產高 品質產品技術、卻不知道或不確定該如何應用 電子商務或將其事業數位化的企業家。因此, 本計畫也為企業家免費提供介紹企業數位化優 勢的課程訓練。電子商務平台係由輔導單位建 立,並由主辦方提供資金補助,在計畫執行期 間提供所有數位群聚免費的數位技能、知能輔 導。

每個數位群聚由至少 8 位企業家組成,因此每位參與者的產品或服務只要能善用相關的電子商務平台,都可同時獲得無數促銷的機會。顯然全新世代已經展開,企業家將以合作代替以往的競爭。因此,網路在此扮演打破競爭關係的角色,因為顧客已可更便利地搜尋自己所需的產品。

計畫架構

以下段落敘述計畫 4 組利益關係人各自的功能 - (i) 主辦方(ii) 計畫執行單位、(iii) 數 位群聚以及(iv) 群聚輔導單位。此 4 組利益 關係人在計畫架構中都扮演重要角色,透過緊 密的合作關係讓架構的運作更有效率。

主辦方為經濟部中小企業處,負責計畫設計和 規劃,為計畫執行單位、輔導單位提供資助, 以促進計畫的執行。計畫本身採用 ICT 工具, 以促進不同商務類別企業家的合作。隨著以下 列舉重要角色之間的連結,該計畫成功建立有 效且可實際運作、生生不息的自助商業循環模 式,可在無需主辦方繼續以資金贊助的情況下 永續經營。

計畫的 4 個重要角色為:主辦方、計畫執行單位、數位群聚、群聚輔導單位。

主辦方

主辦方為經濟部中小企業處,負責設計和規劃 計畫原型,並設立關鍵績效指標(KPI)以監督 和評估計畫執行的進展狀況。

計畫執行單位

執行單位扮演計畫執行單位角色。負責計畫的 運作與執行,包括和數位群聚企業家們成員間 的溝通,與輔導單位的溝通以及提供輔導單位 必要協助。

數位群聚

每個數位群聚需由至少 8 名在區域位置上相鄰的微型或中小企業主組成。

企業主並沒有從主辦方得到資金挹注,而是獲得來自輔導單位提供的服務和商業建議。數位群聚的成員間彼此間有著緊密的連結,並與輔導單位建立良好的合作關係,包括確認輔導單位提供其所需的服務,例如提供客製化的 ICT工具、電子商務或管理課程課表,課程選擇等。每個數位群聚會選出 1 至 2 位主要召集人負責

(i)建立和改善與輔導單位間的溝通效率、(ii) 處理數位群聚的事務,以及(iii)進行所有和 數位群聚相關的決策。

群聚輔導單位

輔導單位通常是地方電腦公會或是科技公司。 雖然名為「輔導」單位,但主要的任務是(i) 為數位群聚的使用者建立網路購物平台;(ii) 規劃與提供 ICT 工具學習、電子商務、管理技 巧和事業相關主題的訓練課程。然而,所有的 服務皆是由計畫主辦方資助。輔導單位通常是 由數位群聚所自行尋找的,但有時是由輔導單 位自行尋找地方企業家合作,以建立數位群聚 來參與本計畫案。

以下為中小企業處數位學習計畫的流程說明:

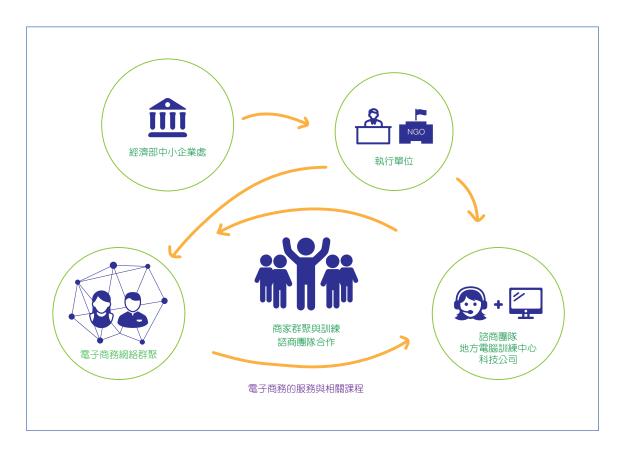
7-3-2 受訪者資訊摘要

● 參與者

計畫 6 位受訪者中過半數為餐飲業經營者,且 該計畫目前只開放已經取得「營利事業登記證」 的企業主參加,而此次受訪者皆為曾擔任群聚 召集人。依據保密原則,參與者編碼為 C3R1、 C3R4、C3R5、C3R7、C3R8 和 C3R9。

▲ 主辦方

4 位受訪者來自 3 個不同單位, 2 位來計畫主辦方,1 位則是計劃執行單位代表,另 1 位為群聚輔導單位的專案經理。4 位受訪者依所署單位被編碼為 C3O2、C3O3 和 C3O6。



7-3-3 分析

技術與能力培養

● 學習經驗

▲ 主辦方

由計畫主辦方安排的訓練課程提供線上學習系統,讓包含數位群聚在內的所有成員都可以免費註冊使用。輔導單位負責規劃 ICT 主題以及企業和管理方面的訓練課程,課程可作客製化設計,以配合數位群聚企業家的需求。

■ 參與者

動機

大多數作為參與者的受訪者均體認到電子商務的力量,因此都很高興能有參與課程、加入學習行列的機會。有些受訪者希望嘗試「企業數位化」,且部分數位群聚成員參加計畫前就已是熟識的朋友,因此會想和友人共同經營事業。

訓練課程的內容

課程由輔導單位安排與提供,通常是以面對面 授課的方式教授 ICT 工具、電子商務技巧或管 理等主題,如同前述,輔導單位所提供的課程 內容可根據數位群聚成員的需求進行調整。

線上訓練課程則均由擔任計畫籌劃單位的經濟 部中小企業處免費提供 (中小企業處網路大學 校)。

問題和解決方案

由於企業經營者往往工作繁忙,數位群聚的成 員常很難同時聚集參加訓練課程,所以線上訓 練課程是其選項之一,但也因此減少了與夥伴 相聚和形成連結網絡的機會。

成果

所有參與者均回報參與訓練課程和研討會獲益

良多。其中一名學員特別強調參加商務管理相關的線上訓練課程得到許多收獲,線上課程則 為她省下交通返往的時間,讓上課更方便。

C3R9 表示參加本計畫或其他組織提供的免費訓練課程讓她建立起自信。現在她已經擁有經商所需的知識,也能夠在主辦方舉辦的領袖會議中分享自身經驗並幫助他人。

彈性調整

由於可以根據數位群聚的需要調整訓練課程課 表、時程表,因此成員可就自己的時間規劃上 課時間、安排欲學習內容。

● 取得資訊的管道

▲ 主辦方

宣傳策略。計畫初期由計畫輔導單位的行政主管機關招募有意合作的地方單位,例如,電腦協會或電腦中心,計劃推行後的宣傳策略則是由輔導單位向有意透過其服務使企業數位化的企業主介紹這樣的計畫,並推廣合作可能性。

■ 參與者

許多受訪者是透過其當地電腦公會或科技公司 (也就是潛在的群聚輔導團隊)的介紹得知此 計畫,也有參與者是透過自己加入的婦女企業 網絡協會而得知本計畫資訊。所有的受訪者皆 非透過網路「搜尋」或其他管道得知本計畫。

進入市場的管道

●電子商務

▲ 主辦方

電子商務平台的成立是主辦方所設立的關鍵績效指標(KPI)之一。為了讓數位群聚進一步打通進入市場的管道,並且提升應用電子商務的優勢,主辦方為其提供資金,並由輔導團隊協助設立免費的電子商務平台。數位群聚和輔導團隊共同合作,形成夥伴關係。

■ 參與者

大多數受訪的參與者均肯定電子商務平台的運 用,認為這是向廣大群眾和潛在客戶宣傳的有 效工具,且認為企業數位化在起步階段需要付 出很多努力。

阻礙和解決方案

● 網路行銷

▲ 主辦方

根據受訪者的回覆顯示,本計畫案中的電子商務平台的使用仍存有一些障礙,例如進行電子交易時,常面臨到商品寄送和金流的問題。因此,要建立數位群聚,除需要有良好的互動和順暢的溝通,且必須有至少 8 名經營不同事業的企業家共同合作,才得以成功建立,成員彼此之間以及成員與輔導團隊也需要相當的信任。

有不只一名受訪者提到商品交易的問題。因為 無論是哪個數位群聚,都有一種以上的產品類 別,而不同種類的商品需有不同的運送方式, 所以運費也大不相同。因此,若同一位顧客想 在同樣的商務平台上購買不同種類的商品,就 會出現問題,而企業家們必須設法解決運送問 題,最後結論是,有些數位群聚的企業家們各 自負責自家商品的出貨事官。

金流是另一個重要的問題。部分數位群聚成員 共享一個銀行帳號,共同使用此帳戶收款和付款,這樣子分享共同帳戶的方式雖使得金流問 題得以解決,但這亦代表著成員間強大的信任 關係,所以我們可見仍有數位群聚成員各有自 己的銀行帳戶。綜觀上述問題,或許電子商務 運作的問題只能藉由數位群聚成員頻繁的討論 和協商才得以解決。

在訪談中,部份受訪者稱,即使他們知道電子

商務可以賺取更多利潤,但他們對電子商務交易仍不表樂觀,因為他們的產品 — 主要是食品 — 即時烹調的口感要比真空包裝運送的產品來得美味。

媒體宣傳

為了提供參與者免費的產品促銷機會,與善於 幫地方企業家宣傳的熱門電視節目合作(特別 是美食節目)。對民眾而言,觀賞美食節目和 美食介紹是流行文化的一部分,藉此也可激勵 有競爭力的數位群聚成員為自己的產品進行有 效的宣傳廣告,並進一步促使成員改良自家的 產品,以獲得其他宣傳機會。

♪ 參與者

一些受訪者提到,他們的電子商務平台和臉書 粉絲頁是和顧客直接溝通與促銷產品最直接有 效的工具。

取得資金的管道

● 需求

● 參與者

部分受訪者表示需要有更多的資金來拓展事業,但他們比較傾向依賴自己的積蓄或向親友 請求資金協助而非使用正式管道的資金借貸方 式。

女性領導力

● 社交網絡

▲ 主辦方

社交網絡是本計畫的關鍵元素。數位群聚中的個人以及和輔導單位之間的有效合作並且形成 社交網絡,是此計畫的重要元素。主辦方舉辦 年度「數位群聚領導營」,以提供成員分享知 識、經驗和拓展社交網絡的機會。

領導風格。數位群聚的召集人和副召集人的領

導風格會影響成員合作的密切程度,同時也影響群組成員事業經營的方向和利潤。

社交網絡是計畫的關鍵。其中一名受訪者提到, 她透過日會議、週會議、月會議以及和小組成 員間透過智慧手機的即時通訊功能,和夥伴建 立緊密的連結。這類的個人承諾強化了信任基 礎、促進成員間的溝通,更提升線上購物平台 的經營效率。

♪ 參與者

每位成員對於維持線上購物平台的運作各有貢獻。例如,有人擅長為產品拍照,有人負責金流處理,推派一名成員負責根據各自產品的網購紀錄分配利潤。有時,數位群聚的成員們也會針對一些較不熱門的產品可以和熱門產品互相搭配,推出「禮物組合」並共享利潤,這樣不僅加強了群聚成員間的情感,亦增強利潤成長的可能性。

信任。如上所述的電子商務平台經營模式需要 相當的信任基礎,因為涉及金錢的合作往往較 為複雜。但只要所有數位群聚成員能各司其職 並有相當程度的信任,電子商務平台就可以順 利運作。

● 角色模範

● 參與者

性別觀點。本計畫目前開放男女兩性皆可參加, 受訪者不一定會視參加「數位群聚領導營」的 女性企業家為角色模範,通常是在事業上賺取 最多利潤的企業家會被視為角色模範,無論性 別。然而,有許多女性企業家參與該項計畫, 這些參與者可成為有意往企業經營之路邁進的 女性模節。

● 機構心態

▲ 主辦方

主辦方表示,該計畫必須提供男女兩性均等參 與的機會,因為由政府資助的計畫不能只嘉惠 特定性別。大眾均認可女性企業家的表現和男 性一樣優秀;事實上,就男女兩性在領導營的 表現而言,女性企業家更擅於溝通,也更有活 力。

▲ 參與者

沒有任何身為企業家的受訪者表示遭遇性別不平等的問題。所有受訪者均表示,在由兩性組成的數位群聚中,女性領導者沒有遭遇任何問題。

公私部門夥伴

● 合作

▲ 主辦方

不同利益關係人的共同合作是計畫關鍵。在此架構中,至少有以下 4 個層級的合作:(i)數位群聚各企業家間的合作、(ii)數位群聚和輔導單位間的合作、(iii)輔導單位和執行單位間的合作,以及(iv)輔導單位和主辦方間的合作。

● 永續性

▲ 主辦方

計畫主辦方瞭解執行過程中很容易遇到困難而使計畫胎死腹中,因此主導計畫的政府部門人員須具備豐富的政府相關贊助計畫經驗,能從較高的層級找出和整合可能妨礙整體計畫合作的因素,以確保計畫的獨立性與持續性。

提供電子商務平台運作的資金常於計畫終止時 停止資助,目前看來政府出資的計畫年限最長 為 3 年。因此,為了確保電子商務平台可永續 經營,此計畫教導數位群聚成員上傳產品資訊 和價格以及維持平台運作的方法。而這樣的長 期目標在於使計畫成為能自主運作的「有機生態系統」,亦即透過企業家經營事業的收益持續運轉,而非仰賴政府提供的經費資助。因此,計畫主辦方考量其永續性,並樂於參考計畫參與者提出的建議和意見。

■ 參與者

輔導團隊建立電子商務平台,再交由數位群聚 成員自行運作,而成員則自願提供一定比例的 經營利潤作為平台經營之固定開銷,以便未來 政府不再繼續資助計畫而停止供應免費服務 時,平台仍可以自主運作。成員必須瞭解輔導 團隊只能在有限期間內做免費支援。

而由當地電腦協會組成的輔導團隊若有意努力 維護與經營電子商務平台例如推廣地方美食, 則其數位群聚和輔導單位間的合作關係可持 續。因此,對於有些數位群聚而言,雖然無法 繼續申請計畫資助,但仍可在平台上繼續有效 經營既有的電子商務。

計畫執行期間將免費提供參與者商務平台,但 平台同時也開放給從未參與計畫的經營者使 用,只是向這些非計畫參與者需付費使用這個 電子商務平台。

7-3-4 調查結果

合作的重要性

本計畫需要有下列四個層次的合作,因此合作 相當重要。

- vi. 數位群聚的企業家間的合作
- vii. 數位群聚成員和輔導團隊間的合作
- viii. 輔導團隊和執行單位間的合作
- ix. 執行單位和主辦單位間的合作

因此,對數位群聚成員而言,互信合作是確保

計畫成功的重要因素;為了促進合作關係,必 須確保成員間的溝通順暢有效。根據受訪者的 回應表示,如果數位群聚的經營者彼此間、或 是與輔導單位主導者間無法順利溝通,則有可 能導致該群組運作失效。

形成順暢的溝通與有效合作並不容易,需要所有人共同努力;結果顯示,參與的企業家均滿意計畫所帶來的商業利益,證實本計畫確實成功。

更具體地說,企業家與輔導團隊之間的合作關係是相當值得探索的,由於輔導團隊需收到主辦方提供的經費資助,負責向想要將企業數位化的經營者提供服務和訓練課程,因此若無來自數位群聚成員的合作,輔導團隊將無法申請經費資助,反之亦然。

值得注意的是,本計畫只有已取得營利事業登 記證的正規企業才能參與,因此只有已經正式 經營的企業主才能參加。比起非正式經營事業 的企業主,這群經營者在事業拓展上往往更有 抱負。

白我認同

計畫參與者視自己為企業家和事業經營者,而非只是想要多點收入的自營攤商。她們認同自己的事業為人生職涯的發展,並且懷抱獲得更大利潤的理想,並非單純賺錢支持家計而已。因此參與者以自己身為「女性企業家」的角度看待自己,有著表達意見和拓展事業的自信和勇氣。

網路訓練課程、 彈性上課時間與課程規劃

雖然訓練課程由輔導單位提供,但也鼓勵數位 群聚成員參與課程設計和規劃,因此課程安排 可完全符合數位群聚成員的需求,創造雙贏局 面,節省時間進而引領企業成長。

7-4

中華臺北研究結果 摘要

7-4-1

參與者的成功合作關係

中華臺北所提出的三項研究案例展現不同領域、不同利益關係人之間有效且成功的合作方式和夥伴結盟。

第一個案例研究 - 「She Economic」 - 高雄婦女數位經濟培力方案,係針對區域內創業初期且資源有限的婦女。該案例展現社工人員在這類以資源受限婦女為主要輔導目標的計畫案中能扮演的重要角色。社工人員在管理剛開始不具性別敏感意識的課程中扮演重要角色,從旁協助溝通,讓課程進行得更順暢,並幫忙減少計畫參與者和教師間的障礙。因此,透過將性別意識引導至商務專業和電腦學習的領域,社工在這個極為成功的計畫中扮演重要的推動角色。

在第二個案例 - 微型創業鳳凰貸款及諮商計畫中,專業企業顧問參與計畫、提供客製化的商務諮詢,成為這項計畫最重要的特色。雖然提供婦女取得貸款的便捷管道是這項計畫成立的主要動機,但主辦方還提供了其他讓事業起步階段的婦女可蒙受其利的服務項目。成果是,目前共有來自不同產業領域的 113 名企業顧問提供參與者網路諮商服務與支援。

第三個案例 - 中小企業數位關懷計畫 - 是公 私部門成功合作的絕佳範例,計畫中可見四種 利益關係人共同合作: (i)計畫主辦方、(ii) 計畫執行單位、(iii)輔導單位、(iv)數位群聚。來自四個領域的合作關係幫助參與者相互連結,以創造未來可能的商務合作機會。政府資助的計畫大多有嚴謹的時間規劃,突顯了政府資助計畫的問題和侷限,或可歸結出,這類計畫通常有「非永續性」的風險存在。然而,這次的合作計畫藉由善用既有資源,結合不同重要領域和利益關係人的合作,找到成功的解決方案,也得以處理相關問題和限制,顯示出相互合作的關係可協助達成經濟上的自主發展。

7-4-2 政府單位的 完全資助

第八章/跨案例比較與調查

- 8-1 技術與能力培養
- 8-2 進入市場的管道
- 8-3 取得資金的管道
- 8-4 女性領導力
- 8-5 公私部門夥伴
- 8-6 調查結果
- 8-7 從非正式到正式、從地方到國際化

本章將比較四個 APEC 經濟體夥伴:智利、韓國、菲律賓和中華臺北的研究小組所進行的八個研究案例成果。

根據此份報告所定義的五個主題: (i)技術與能力培養、(ii)進入市場的管道、(iii)取得資金的管道、(iv)女性領導力和(v)公私部門夥伴,這項跨案例的研究將展示在不同地理區域和文化背景下,運用ICT工具的多項計畫促進和提升婦女經濟賦權的方式。

8-1

技術與能力培養

8-1-1 知識的力量

以下列舉知識力量讓參加數位訓練課程的女性 學員受惠良多的方案: (i)中華臺北的「She Economic」 - 高雄婦女數位經濟培力方案、 (ii)中華臺北的中小企業數位學習計畫、(iii) PhilCeCNet 女性數位知識,以及(iv)菲律賓 的 PTTC 電腦訓練計畫。

加入上述計畫讓參與者無論於內在或外在都獲益良多,例如:(i)提升自信、(ii)培養領導力、(iii)學習應用ICT工具、(iv)增強商務能力、(v)視自己為企業家、(vi)生活找到新目標、(vii)強化自我價值、(viii)更能夠自給自足、(ix)與事業顧問和其他企業家等人士建立社交網絡、(x)發現新市場和進入新市場的方式,以及(xi)擁有新的社交朋友圈。也許個別參與者還能從計畫中獲得其他不同的益處,但或許也可用一句話總結,那就是「認知全新的自己」。

對許多參與者而言,長期的成果是 - 有些人因

此獲得工作、有些人展開自己的事業、有些人 因此提升自己的工作效率,也有的人加入相關 商業協會並成為領導者。

8-1-2

課程安排與上課模式

關於課程的安排與上課模式,在智利提出的 I-KUNA 案例報告中,由於無法將參與者的上課時間安排納入考量,因此彈性較少,缺乏從性別角度思考。其婦女因為要照顧家庭,在時間安排上往往較受侷限,而若課程安排缺乏彈性,往往導致婦女無法上課。韓國的計畫 GWDC和其他三個中華臺北的計畫則提供時間上的彈性,且符合性別敏感角度的 ICT 工具訓練課程。例如,中華臺北的「She Economic」計畫考量參與者的時間規劃,安排彈性上課時間,而數位學習計畫也根據參與者的時間和數位知能程度,調整訓練課程和上課模式,提供客製化的課程。

菲律賓的 PTTC 課程安排由於沒有考量參與者的不同數位知識程度來設計課程,因此參與者對此課程滿意度不高。然而,中華臺北的鳳凰創業計畫則提供三種不同層級的課程,供不同企業型態和數位知識能力的參與者學習。

8-1-3 基礎設備

在學習 ICT 的基本設備方面,菲律賓的 PTTC 計畫面臨網路速度過慢、電腦設備和軟體不足 等問題,而且因為缺乏訓練場地,使得即使只 是單純的講課也難以進行,所有的原因皆是因 為缺乏經費贊助所致。

另一方面,中華臺北的電腦課程特與地方的電

腦中心合作,由主辦方提供經費資助,並聘請專業講師在配備最新 ICT 工具的課堂上傳授結合講課和實際操作的課程。設備完善的 ICT 工具可促進學員在課堂上的「實務」演練。韓國的 WESC 課程上課地點和韓國女性企業家協會(KWEA)以及其他創新事業「育成中心」均位在同一棟大樓內。另一項韓國計畫 - GWDC則是在有著先進 IT 設備、餐廳、托兒所、甚至在還有接駁車服務的地點上課,這些設備提供忙碌婦女最需要的便捷服務,好讓婦女更能專注在課堂學習上。由於婦女依然是負責照顧家庭的主要人物,因此提供托兒服務項目特別顯示對性別敏感的考量。

8-2

進入市場的管道

8-2-1 國際和國內市場: 正式和非正式企業經營

韓國 WESC 為想要參加國際展覽的參與者提供市場調查服務和資金協助,目的在鼓勵參與者開拓國際市場。另一方面,中華臺北的中小企業數位學習計畫則是透過建立電子商務平台,協助參與者開發國內市場,主要目標在促銷當地食品。同樣地,中華臺北「She Economic」計畫的對象大多是經濟邊緣化的婦女,所生產的手工製品或是較容易腐壞的自製食品和農產品,這些產品比起知名品牌較不具競爭性且有運送成本負擔、食品保鮮程度等考量,因此商務活動以地方或區域性市場為主。

「She Economic」和 I-KUNA 的目標參與者大 多是非正式企業的業主,而鳳凰計畫的參與者 則偏向已經有稅務登記、發展較完整的企業, 中小企業數位學習計畫則只開放給已取得正式 企業登記證的企業主參加。持平而言,非正式 企業缺乏進一步成長的必要潛力,較不可能吸 引海外顧客。

8-2-2 專業顧問

大多數案例皆為參與者提供企業諮商服務。有 些計畫,例如中華臺北的全部三項計畫和韓國 的兩項計畫,都與專業顧問合作。中華臺北的 創業鳳凰計畫為想要申請諮商服務的參與者提 供不同產業和財務專業的網路諮商服務;中小 企業數位學習計畫促進參與者和擔任輔導單位 的地方電腦協會之間的交流並提供諮商服務, 此外,電腦訓練中心和一些科技公司也提供企 業相關諮商服務。而「She Economic」不只提供企業諮商服務,還有兩名資深社工駐點服務,這兩名社工也是計畫最初的主辦方和規劃者,有時也扮演諮商者的角色。這兩名女士是計畫案中目標參與者的最佳傾聽者,也促進了講師和參與者之間的溝通。

8-3

取得資金的管道

在韓國的 GWDC 計畫中,雖然缺乏應用 ICT 工具來直接幫助女性企業家取得資金管道,但 其也顯示了透過非直接資金管道輔助學員展開 事業的案例,例如為不同產業領域的參與者提供約 4,000 美元的輔助款,以協助專利申請、商標註冊和網頁建置。此外,該計畫也鼓勵參與者申請利率只有 2.9% 的貸款。對於 GWDC 的參與者而言,獲選加入計畫是一種能力的肯定與保證,因此在申請貸款上也更為容易。 GWDC 甚至支付申請 ISO9001 認證的部分成本。同樣地,中華臺北的鳳凰計畫也針對完成初階訓練課程,取得認證的婦女提供最高相當 27,000 美元的婦女友善貸款。

8-4 女性領導力

社交網絡的可能性

在四個經濟體所提出的案例中,婦女參與者似 乎自然形成社交網絡。「She Economic」的參 與者有來自計畫籌劃單位(高雄市政府社會局 婦幼青少年活動中心)的技術支援和諮商建議, 因此很快成立了高雄女性企業家協會。

GWDC 強調婦女彼此間建立網絡的重要性,以 利於在工作中斷後克服障礙重回職場(二度就 業婦女)。無論是網路課程,或是 PhilCeCNet 以親自上課的方式傳授婦女數位知識,均建立 起婦女間的社群。婦女的角色經常受限於僅扮 演家庭中的母親和妻子,這樣的課程為婦女創 造了拓展社交圈的機會。透過接觸更廣泛的人 群,如政府官員、教育人員和成功的女性企業 家,婦女能夠跨出她們被社會「指定」的角色。 PhilCeCNet 女性數位知識計畫也展現了同樣 的精神; 計畫的目標參與者有政府人員、或是 WESC (隸屬於韓國女性企業家協會 (KWEA)) 的成功 CEO, 且地點與課程都在同一棟建築 中,因此學員擁有與成功的女性執行長交流的 機會。而「She Economic」計畫的參與者則有 機會與來自有類似文化和經濟背景的婦女交 流。社交與商業圈的擴展不僅提升婦女的專業 知識,也提供了情感上的慰藉。

對婦女而言,特別是處境貧困的婦女,透過以下方式提升其自信及培養領導力是相當有益的: (i)學習 ICT 技巧、(ii)藉由結交新朋友帶來的感情慰藉,以及(iii)拓展社交圈。這些方式所帶來的正面影響都是相輔相成的。

8-5 公私部門夥伴

合作讓永續發展成為可能

不同利益關係人之間的合作,為財務和資源方面的問題提供了解決方案。例如,在數位學習計畫和鳳凰計畫中規劃利益關係人和政府單位間有效的合作,以對於現有設備和輔導資源作最好的利用;同時,線上購物平台在計畫結束後,也因有後續的資金來源而得以繼續運作。這也證明了如果免費的服務合乎企業家的真正需求,參與者便會願意付費,以繼續維持平台的運作。

菲律賓的 PTTC 的電腦訓練計畫雖然獲得政府和 PPI 的支援,卻受限於管理訓練課程的規劃發展,且需要更多財務上的資源。智利的I-KUNA 也面臨相同的情況,雖然現有的 PPI 合作夥伴提供支援,但仍需要額外的資金來維護電子商務平台的運作。因此,平台的使用者和利益關係人需要針對資金的籌措安排提出更創新的方案,以解決資金短缺的問題。

8-6 調查結果

8-6-1 技術與能力培養

知識的力量

透過參加訓練課程學習 ICT 工具與商務相關知 識雖然不一定能立即改善婦女的經濟狀態,卻 可減少婦女所面臨的不公平待遇。四個經濟體 的受訪者對 ICT 工具大多抱持正面回應,因為 這些工具不只讓參與者學得技術,更增加了改 善企業營運和尋找工作所需的知識和自信,同 時也擴大了社交圈。

在課程設計中整合性別意識和性別敏感度

學習 ICT 工具的困難度和昂貴的成本,往往使婦女缺乏學習的機會;然而,以性別意識的觀點規劃課程,突破了原先因社會偏見而使婦女學習受阻礙的處境,讓婦女得以參加課程並增進自己的知識。跨案例的比較研究顯示,採取性別敏感的角度來設計課程顯然是必要的,尤其課程的設計若符合貧困、資源不足婦女的需求,則更具意義。

8-6-2 進入市場的管道

更嶄新廣大的市場

電子商務平台的一項優勢是可以透過有效的促 銷工具接觸全球廣大的客群,進而拓展市場。 然而,此篇報告的案例研究顯示,電子商務對 於開拓國際市場的幫助似乎不大,在本研究的 案例中因為商品特性、社會風俗習慣種種因素 而尚未有任何一個案例顯示有成功運用電子商 務拓展國際市場的經驗。儘管如此,在八個案例中仍顯示電子商務平台是開拓區域性或國內市場的有效工具。不過,在智利的 I-KUNA 計畫中,也發現要維持平台運作需要高昂的成本,此乃婦女使用電子商務系統的門檻之一。

對於想要拓展市場的小型企業而言,似乎存在許多障礙,例如(i)在中華臺北的「She Economic」中,參與者大多是小型事業的經營者,其產品具有容易腐壞的特性,因此較適合參加每週市集來展售商品,網路拍賣平台對參與者而言目前較多是作為網路宣傳管道;(ii)以乾冰保鮮加上包裝和國際運送成本,其費用將比產品本身的成本還高,因而降低少量商品購買者的興趣;(iii)報告中的案例顯示,對中小企業經營者而言,物流設備和法規限制依然是尚未解決的問題。

8-6-3 取得資金的管道

在八個案例中,只有兩個提供相關資金服務。 然而,基於社會文化或性別不平等的因素,婦 女似乎更難取得資金。一些參與者表示比較傾 向透過非正式的借貸管道或資源 — 例如親友或 自己的積蓄,以籌措事業所需的資金。這顯示 了議題在創新 ICT 的後續計畫中尚有進步的空 間。

8-6-4 女性領導力

已克服和必須克服的阻礙

八個研究案例中有五個案例顯示,計畫讓參與 者串連更多不同背景的人群,或是建立起有相 同目標夥伴的社交網絡,這樣的連結可替參 與者帶來商務合作的機會。例如,在韓國的 WESC 計畫中,參與者和企業執行長建立網絡 關係;菲律賓的 PhilCeCNet 計畫中,參與者得 以認識更多不同專業背景的人士。

韓國和菲律賓的案例中顯示有性別不平等的現象存在,但隨著參與者的 ICT 技術提升或是事業開始運作,此現象有所趨緩。相較之下,智利的案例較無性別不平等的現象,因為婦女傳統上是手工藝組織的主導人物。但在中華臺北的案例中,造成性別歧視的現象依然不明確。然而,智利所有的受訪者仍傾向認同自身的角色是「家庭中的母親和妻子」;一些中華臺北的受訪者也表示她們擔心若是事業太過成功,可能會有損家庭生活的和諧。

因此,上述經濟區的婦女即使當她們成為成功 的微型事業家,依然受限於社會規範和被期許 擔任的角色。結果是,這些婦女寧可繼續維持 目前的角色,而不進一步尋求事業的擴張。

婦女會:商業活動或心靈慰藉

在大多數案例中,一些參與者獲得了定期聚會 甚至展開正式或非正式社交圈的益處。有些社 交圈可帶來更多的商務機會,例如商業合作或 是發展商業展覽,有些則是成為提供情感上「舒 適圈」的婦女會。雖然友誼的力量在婦女創業 階段對於提升自信相當重要,較為成熟企業的 參與者似乎更願意參加主要聚焦在商業目的、 而非僅有「婦女會」功能的協會活動,因為參 與者認為實務層面的支援可以帶來更大的經濟 實質幫助。

8-6-5 公私部門夥伴

永續運作的可能性: 互相合作的夥伴關係

在所有的案例研究中,採用 ICT 工具來增強女

性企業家賦權的計畫,均有經費資助和執行期間的限制。然而,還是有可能規劃善用利益關係人之間合作和夥伴關係的永續計畫;由於八個案例均有相互合作的夥伴關係,所以即使有困難存在,仍可透過充分運用不同的合作模式,結合擁有不同資源的利益關係人,以確保計畫的長久運作。

8-6-6SWOT 分析

以下的 SWOT 係根據研究調查結果,依本報告的五大面向分類進行分析。

- 知識的力量
- ◆ 女性領導力:已克服和必須克服的阻礙

• 在課程規劃中整合性別觀點

SW

- 進入市場的管道: 更嶄新廣大的市場
- 婦女會:商務活動或心靈慰藉

• 取得資金的管道

• 永續運作的機會

優勢: (i) 知識的力量:可強化 ICT 技能或開拓商機。(ii) 女性領導力:改善企業營運。未來在設計鼓勵女性企業家的 ICT 工具計畫時,保有此研究所提的優勢非常重要。

劣勢:沒有在課程中採用性別觀點造成了強烈 的負面衝擊,必須就此問題進行處理。

機會:(i)大多數計畫採用電子商務,以作為 讓參與者有機會進入更廣大市場的管道;(ii) 打破社會文化的限制,進入國際市場;但此尚 需就整體經濟制度和設備作彈性調整,也必須 對法規有更詳盡的瞭解;(iii)進入區域性(地 方)市場;大多數參與者在這方面均表示滿意; 以及(iv)進入國內(國家)市場;正式企業 的經營者在此項目滿意度較高。 計畫規劃者必須思考女性經營者其經營的事業從非正式轉變成正式商務活動所面臨的考驗,以及正式企業的經營者從國內市場走向國際市場的挑戰,此時,企業家團體的聚會也將從「婦女會」轉變成「商務」聚會,以讓成員的事業能夠永續經營,同時創造更實際的事業拓展機會。

威脅: (i)沒有可便捷取得資金的管道,故此部分必須更加努力,同時將「創新」的 ICT 工具或計畫列入考量; (ii)在此份研究中,永續計畫的可能性被視為是重要利益關係人順利合作的成果;在此之所以被列為威脅,是因為計畫的執行層面必須就合作需求給予更多關注。

8-7

從非正式到正式、 從地方到國際化

根據 SWOT 模式,取得資金的管道、採用性別 觀點的課程設計和永續計畫規劃,是未來訓練 計畫必須改進之處。以下體現不同計畫利益關 係人合作關係的兩個可能模組,被視為是針對 APEC 四個經濟體夥伴(智利、韓國、菲律賓 和中華臺北)所提案例的檢驗成果。

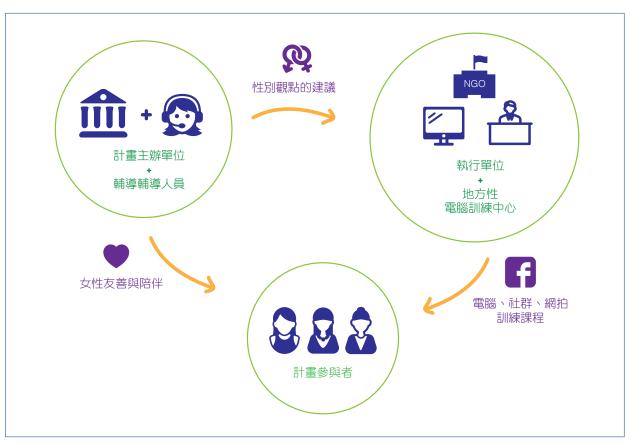
模式1-

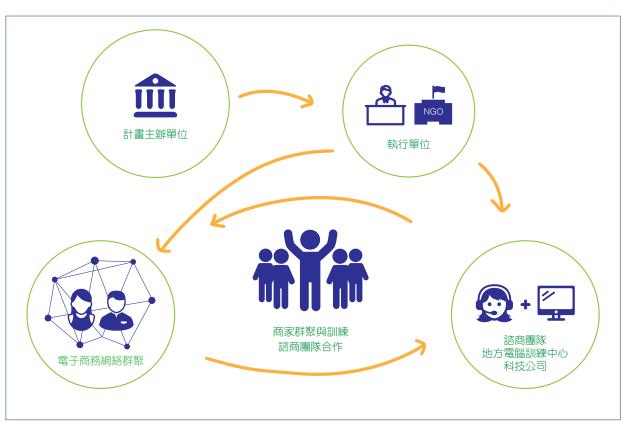
針對非正式事業的婦女經營者,特別是身處鄉村、經濟上邊緣化且資源有限的婦女;整合參與者、地方電腦中心和社工之間的夥伴關係一社工擔任參與者與講師之間的重要溝通橋樑,也熟悉當地婦女的生活情況,因此可影響參與者的學習動機、經驗和自我發展歷程。

模式 2 -

適合正式的企業經營者;此模式較有永續運作的可能。輔導單位所展示的參與者和私部門間的合作關係,在外部的經費資助停止後成了使計畫得以持續運作的重要因素。在此模式中,輔導單位提供如 ICT 工具、設備、設計客製化的訓練課程,同時建置與維護電子商務平台,以協助參與者打通進入市場的管道,目前的模式之下是由公部門挹注資金來維持整個外部合作,而計劃參與者則與此同時與輔導單位培養合作默契與培育自身的企業成長。

模式 1 的限制是缺乏維持獨立運作的多元雙邊 合作;模式 2 的設計則是為發展成熟的企業規 劃經營者之間的合作,以共同拓展市場。兩種 模式的企業家都需要有穩定的財務和更專業的 支援及鼓勵,以就目前的事業營運作必要的改變,同時改善企業的物流系統,得以因應法規限制和市場變化。





參考文獻

2013 National Survey of the Internet Usage Executive Summary, Korea Internet Security Agency KISA (2014, March).

2012 Yearbook of Information Society Statistics, National Information Society Agency, Ministry of Public Administration and Security, Republic of Korea

Audretsch, David B., T. Taylor Aldridge, and Mark Sanders. "Social Capital Building and New Business Formation A Case Study in Silicon Valley." International Small Business Journal 29.2 (2011): 152–169. Brush, Candida G., Anne de Bruin, and Friederike Welter. "A Gender-Aware Framework for Women's Entrepreneurship." International Journal of Gender and Entrepreneurship 1.1 (2009): 8–24.

Carey, James W., Mark Morgan, and Margaret J. Oxtoby. "Intercoder Agreement in Analysis of Responses to Open-Ended Interview Questions: Examples from Tuberculosis Research." Cultural Anthropology Methods 8.3 (1996): 1–5.

Conor Friedersdorf. (2014, July 1) Why PepsiCo CEO Indra K. Nooyi Can't Have It All. The Atlantic, Retrieved from http://www.theatlantic.com/business/archive/2014/07/whypepsico-ceo-indra-k-nooyi-cant-have-it-all/373750/

Ethnologue (2014). The Philippines. Retrieved from www.ethnologue.org.

Constantinidis, Christina, Annie Cornet, and Simona Asandei. "Financing of women-owned ventures: The impact of gender and other owner-and firm-related variables." Venture Capital 8.02 (2006): 133-157.

Gerster, Richard, and Sonja Zimmermann. "Information and Communication Technologies (ICTs) for

Poverty Reduction." Agencia Suiza por el Desarrollo y la Cooperación. Disponible en línea:[http://www.gersterconsulting.ch/docs/ICT_for_Poverty_Reduction.pdf (2003): n. pag.

Gill, Kirrin et al. "Bridging the Gender Divide. How Technology Can Advance Women Economically." (2010): n. pag.

Gupta, Vishal K., Daniel B. Turban, and Nachiket M. Bhawe. "The Effect of Gender Stereotype Activation on Entrepreneurial Intentions." Journal of Applied Psychology 93.5 (2008): 1053.

Gyeonggi Women's Development Center (GWDC). n.p. n.d. Web. 16 Sep. 2014. http://www.womenpro.go.kr/

Hancock, Beverley, Elizabeth Ockleford, and Kate Windridge. An Introduction to Qualitative Research. Trent focus group Nottingham, 1998.

Kim, Kio Chung and et al. (2002), Facilitating Economic Activities of APEC Women through IT Capacity Building: The Shifts in Economic Activities and Business with IT Development, Asia Pacific Women's Information Network Center, Ministry of Gender Equality

Korea institute of startup and entrepreneurship development. n.p. n.d. Web. 16 Sep. 2014. http://www.kised.or.kr/eng/default.asp

Korean Women Entrepreneurs Association. n.p. n.d. Web. 16 Sep. 2014. http://www.womanbiz.or.kr Korean Women Entrepreneurs Supporting Center. n.p. n.d. Web. 16 Sep. 2014. http://www.wbiz.or.kr Kurasaki, Karen S. "Intercoder Reliability for Validating Conclusions Drawn from Open-Ended Interview Data." Field methods 12.3 (2000): 179–194.

Kvale, Steinar. Doing Interviews. Sage, 2008.

Laizu, Zebunnessa, Jocelyn Armarego, and Fay Sudweeks. "The Role of ICT in Women's Empowerment in Rural Bangladesh." (2010): n. pag.

Langowitz, N. and Morgan, C. (2003) Women entrepreneurs: Breaking through the glass barrier. In: New Perspectives on Women Entrepreneurs, edited by J. Butler. Greenwich, CT: Information Age Publishing, pp. 101–19.

Maxwell, Joseph A. "Designing a Qualitative Study." Handbook of applied social research methods (1998): 69–100.

National Statistical Office, Republic of the Philippines (2014, March). Two in five wage and salary worker are women. Gender Fact Sheet.

National Statistical Office, Republic of the Philippines (2013, April). Four in Seven Unpaid Family Workers are Women. Gender Fact Sheet.

Pande, Rohini, and Deanna Ford. "Gender Quotas and Female Leadership." (2012): n. pag. Philippine Community e-Center Network PhilCeCNet (n.d.). History. Retrieved from http://www.philcecnet.org, n.d..

Tiglao, Noriel and Erwin Alampay (2002). Assessing Ict4d Projects in the Philippines. Retrieved from http://www.ifmt.auf.org/IMG/pdf/ICT4D_Project_Inventory.pdf.

Treichel, Monica Zimmerman, and Jonathan A. Scott. "Women-owned businesses and access to bank credit: evidence from three surveys since 1987." Venture Capital 8.1 (2006): 51-67.

Wikipedia (2014). Information and Communication Technology (ICT). Retrieved from http://www.wikipedia.com, 2014.

World Population Review (2014). The Philippines. Retrieved from http://worldpopulationreview.com. Shinnar, Rachel S., Olivier Giacomin, and Frank Janssen. "Entrepreneurial Perceptions and Intentions: The Role of Gender and Culture." Entrepreneurship Theory and Practice 36.3 (2012): 465–493. Small and Medium Business Administration. n.p. n.d. Web. 16 Sep. 2014. http://www.smba.go.kr Teltscher, Susanne. "Gender, ICT and Development." Background Note to Presentation given at the World Civil Society Forum at Geneva (14–19 July), at Http://www. Worldcivilsociety.org/onlinenews/docs/17.13 _teltscher_susanne_unctad. Doc, Accessed. Vol. 19. n.p., 2004. Google Scholar. Web. 16 Sept. 2014.

UNCTAD (2014) Empowering Women Entrepreneurs through Information and Communications Technologies: A Practical Guide. UNCTAD/DTL/STICT/2013/2.

Vinnicombe, Susan, and Val Singh. "Women-Only Management Training: An Essential Part of Women's Leadership Development." Journal of Change Management 3.4 (2002): 294–306. Wilson, Fiona, Jill Kickul, and Deborah Marlino. "Gender, Entrepreneurial Self-Efficacy, and

83 參考文獻

Entrepreneurial Career Intentions: Implications for Entrepreneurship Education1." Entrepreneurship theory and practice 31.3 (2007): 387–406.

Platforms for shopping mall:

Cafe24. n.p. n.d. Web. 16 Sep. 2014. http://www.cafe24.com

Make shop. n.p. n.d. Web. 16 Sep. 2014. http://www.makeshop.co.kr

International open market:

QQ10. n.p. n.d. Web. 16 Sep. 2014. http://www.qq10.com

填寫計畫報告表格之指示

填寫計畫報告指示

標題

• 請插入計畫標題

執行與完成年度

• 請提供計畫執行與完成年度(若適用)

地點

• 請說明計畫執行地點

目標

• 請說明計畫目標

受益者

- 請說明計畫的目標婦女受益者,例如特定產業中經營微型、中小型事業的婦女
- 請說明受益者的社會經濟特徵(若適用),例如職業、收入、年齡層、居住於鄉村/都市、教育程度、種族

機制

- 請說明計畫中用以達成目標的方法和 ICT 工具種類。
- 請說明本計畫提供的 ICT 服務/應用。

成本/預算

• 請提供以當地貨幣計的大概年度預算,並說明支援本計畫所需的財務來源

合作夥伴

- 請說明參與計畫的合作夥伴,例如政府機構、私人公司和非政府組織
- 請說明每個合作夥伴的角色和其貢獻。

成果

- 請說明計畫目標達成程度。建議用定量測量來顯示達成的程度
- 請說明哪個群組的婦女從這項計畫獲益最多,並說明其原因
- 請說明參與者認為計畫的哪些層面最有價值或最有益

評估

- 請說明用以衡量計畫成效的標準和評估結果(若適用)
- 請說明遇到的實質問題和解決方法
- 請說明提高計畫層級以使更多女性企業家受益的可能性

計畫報告格式

聯絡資訊(請填寫聯絡資訊)

聯絡資訊				
姓名		電子郵件		
聯絡電話	手機:			
州給电前	辦公室:			
單位		職稱		

摘要表

(請於下表列出每項計畫的名稱,並填寫完整報告表格)

	計畫名稱				
項目					
1					
2					
3					

完整報告 - 1

(如果有超過一項以上的計畫,請複製以下表格)

項目 1:「計畫名稱」				
執行與完成年度				
地點				
目標				
受益者				
機制				
成本/預算				
合作夥伴				
成果				
評估				

經濟體初步盤點摘要

前言

本多年期計畫 — 「婦女和經濟發展:應用 ICT 以促進婦女生計和復原力」,探討應用資訊與通訊 科技(ICT)以增強亞太地區女性企業家經濟賦權的方式。本計畫獲 APEC 支持,並由財團法人婦 女權益促進發展基金會執行,計畫共分三個階段。第一年有四個 APEC 經濟體成員參與:中華臺北、 菲律賓、智利和韓國,目的在調查應用 ICT 工具提升各經濟體中女性企業家賦權的進行中或已完 成的政府計畫。

本摘要報告的目的在於針對智利、韓國、菲律賓與中華臺北目前應用 ICT 工具增進女性企業家賦權的既有策略及/或計畫提出預覽。報告係根據財團法人婦女權益促進發展基金會提供的格式呈現。報告包含第一階段調查的方法和初步研究發現。

智利

智利計畫初步盤點概覽

研究方法和研究設計

初步檢視訪談題目

初步檢視訪談題目係設計為利用聚焦於性別、ICT工具和婦女能如何透過參與計畫獲得支援的計畫,來蒐集詳細的資訊。

步驟 1:網路搜尋

首先,必須說明的是,筆者本身任職於國家婦女服務(National Service for Women)單位,工作內容和婦女企業家及勞動力相關,在首次參與中華臺北舉辦的「ICT、婦女暨企業精神」(ICTs,Women and Entrepreneurship)會議後,即籌組促進 ICT 應用的研討會。這也是筆者之所以對目前智利推廣 ICT 工具的組織機構有充分認識的原因。此外,筆者也參與智利婦女國家服務部門(SERNAM)「婦女家戶長計畫」(Women's Heads of Household Program)的作業,讓婦女有機會認識本篇報告所討論的計畫內容。

即使我們已經對數個組織機構的運作有所認識,但仍上網搜尋更多有關計畫的相關資料。在進行過所有研究後,考量有些計畫的焦點不一定在女性企業家身上,而是培養工作或生活的技能,因此我們將範圍縮小至三個特定計畫。

在研究並歸結出適合的計畫後,我們聯絡負責計畫的主辦人,請對方填寫初步檢視訪談題目。在所有案例中,即使可從網路上得知大部分計畫的相關資訊,我們還是與這些計畫三名主管的其中兩名會面,並透過電話與第三名主管聯繫。在此脈絡下,我們與主管人員討論半小時,以對計畫有更完整的認識。因此,即使主管人員自行填寫問卷,但仍有透過多通電話和電子郵件聯繫,以取得更完整詳盡的資料。

步驟 2:計畫主辦方的投入

計畫主辦方以積極的態度完成問卷。在填寫問卷上,主辦方沒有花費太久的時間,在我提出要求並與他們透過電話討論後,即完成了問卷填寫。被選出協助完成其中兩項計畫問卷的協調者,在剛開始時並沒有提供充分的資訊。因此,我們請對方透過電子郵件提供我們問卷中呈現黃色標示題目的必要詳細資訊。對方稍後提供我們所需的資料,還附帶一份沒有在網路上公開、但可讓我們進一步瞭解計畫完整內容的文件。

這是必要的程序,可提供我們以電子郵件交流後需要的詳細資料,此外,也能夠讓我們得知計畫 的進展,對計畫有更多的瞭解。我們認為這部分的程序相當有用,也讓研究人員和訪談人員對計 畫有周詳的認知,而得以進行適切的訪談。

分類

2011 年 9 月 16 日,美國加州舊金山舉行婦女與經濟高階政策對話(High level Policy Dialogue on Women and the Economy Declaration),其宣言中提出了阻礙婦女全面參與經濟活動的四大面向,如下:

- 技術與能力培養
- ●進入市場的管道
- 取得資金的管道
- 女性領導力

在此份摘要中,計畫目標和增進婦女經濟賦權的 ICT 工具係依上述四大面向分類,目標在提供這些計畫的選派和四大面向間相互關聯的概觀。然而,在此必須強調,根據《舊金山宣言》主張所提出的女性領導力面向並未完全應用於此研究計畫中。取得資訊的管道則比較可行,許多婦女藉由知識的取得增進了自身賦權,這些都是參與計畫前未能擁有的。

計畫列表

表格 1 是智利應用 ICT 工具增進女性企業家賦權的計畫摘要表。

表格 1:智利推行計畫列表

計畫項目	計畫名稱(依字母順序排列)
1	企業家數位知識和行銷訓練
2	I-kuna:企業家數位平台訓練
3	企業家數位知識

計畫目標

表格 2 提供初步檢視訪談題目所描述的每項計畫目標,雖然計畫目標不一定和應用 ICT 相關,但 皆依據前述四大面向分類。

透過採用四大面向的架構作為檢視計畫的標準,表格 2 呈現智利計畫的資源配置重心,同時提供計畫說明概覽。

計畫名稱	技術與能力 培養	進入市場的 管道	取得資金的 管道	女性領導力	其他
企業家數位 知識和行銷 訓練	1			N/A	本訓練課程同時作為 取得資金管道的評估 工具,並顯示企業家 可以運用的資源。
I-kuna: 企 業家數位平 台訓練	V	$\sqrt{}$		N/A	可以透過取得資訊的 管道評估和分析女性 領導力。
企業家數位 知識	√			N/A	

表格 3 顯示智利推行的 3 項計畫所應用的 ICT 工具概覽。

表格 3:3 項計畫採用的 ICT 工具(依四大面向分類)

技術與能力培養		進入市場的	管道	取得資金的管道	女性領導力
訓練課程	√數位行銷	電子商務	√透過	N/A	N/A
	√數位知識(基		I-Kuna 平台		
	礎電腦課程、		加入電子商		
	excel、word 文		務		
	件、如何經營電				
	子商務、如何為				
	產品拍攝數位				
	照片等技術。)				
	√商務模式				

檢視既有措施/計畫

共選擇三項與創業精神和經營事業相關的數位訓練特別計畫來作為本研究的標的,並完成訪談題目填寫。在此必須特別說明,雖然進行網路搜尋時以及筆者目前工作的 SERNAM 網絡中有找到多項計畫,但因為技術或可得性的原因,並未在此逐一列出。例如,其中一項 CDI 計畫即使提供兩性有關事業發展的數位知識訓練,但因為機構剛經歷攻擊事件,已沒有相關繼續運作的設備,因此不予考慮。所以從實際運作的角度選擇可行計畫有其困難度。此外,Dreambuilder(打造夢想)

也是一項透過 ICT 工具增強婦女企業家賦權的計畫,但此項計畫因為籌劃單位表示沒有意願參與研究,所以也不予考慮。

因此,研究人員會選擇該 3 項計畫,不僅是因為計畫聚焦在企業家和 ICT 能力的培養,也是因為 其籌劃單位顯示了參與研究調查的興趣和意願。

所選擇的 3 項計畫均由私部門非營利單位執行,但會與地方、區域及/或國家政府合作。例如,在第 1 項名為「企業家數位知識和行銷訓練」的計畫中,由非政府組織 Acción Emprendedora 主導,並與智利不同的政府部門合作,例如 CORFO、FOSIS、SERCOTEC 和 SERNAM。此外,亦與 Colbún、GASCO 和 Fundación Minera Escondida 等私人公司合作。

第二項由 Acción Emprendedora 創辦人之一所管理的非政府組織 I-Kuna 引領的倡議,主要任務是聚 焦於建置連結企業家與潛在客戶的電子商務平台。這是 2013 年 3 月展開的最新計畫。主辦方建立 起公私部門的合作關係,與智利的政府單位「青年機構」(Institute of Youth,INJUV)、「智利創新機構」(Startup Chile,CORFO)以及私部門的社會育成公司 Sociable 共同合作。

最後一項名為「企業家數位知識」的計畫同樣聚焦在企業家的數位知識訓練。如同另外兩項計畫, 合作單位也包括私部門,如「創新實驗室」(Laboratory for Innovation,ILab)、Entel 和 Pontificia Universidad Católica de Chile。

技術與能力培養

訓練課程

參加訓練課程的管道

智利選擇的所有計畫均將訓練列為相關元素。雖然第一項和最後一項計畫對訓練的規劃較為完善,但第二項 I-Kuna 計畫同樣也有訓練課程的安排,其訓練內容為教導參與者使用 I-Kuna 網頁的方法: 讓事業經營者學習拍攝高質感的產品照、上傳照片至 I-Kuna 網頁,以及學習須與顧客溝通時傳送文字訊息的方式。

進入市場的管道

電子商務

在所有 3 項計畫中,只有 I-Kuna 計畫聚焦在電子商務。這是一項創新的計畫,也是首次有計畫不僅將電子商務列入考量,也透過電子商務的訓練增強企業家賦權。手工藝業者接受使用電子商務平台的訓練後,當顧客有意購買商品時,文字訊息可以傳送到業者的手機上,通知業者有一筆新交易。所有功能均透過 I-Kuna 建置的平台運作。

取得資金的管道

以上所選擇的 3 項計畫均沒有提供取得資金的管道。然而,所有的計畫在訓練課程和諮商服務中均提供取得資金管道的資訊,只是沒有直接提供資金服務。

女性領導力

根據《舊金山宣言》的架構,我們在此提出的計畫均不涉及女性領導力的發展。

研究發現

√目標市場

所有計畫的目標皆在增進婦女經濟賦權,同時定義目標市場。大多時候均透過訓練課程、以間接 方式進行來達成目標。但須特別強調 I-Kuna 是與此面向最具關聯性的計畫,此計畫透過電子商務 的應用,具體定義其目標市場 — 市場涵蓋國內外,即使是國外顧客也可透過網路下單購買商品。

√月標受益者

男女兩性企業家皆可參與計畫。我們所選擇的計畫均沒有特別聚焦於女性。但這 3 個計畫的參與者大部分是女性(超過 70%)。根據我們對計畫的研究,最值得注意的是 Dreambuilder 計畫直接鎖定女性作為目標對象,但是當我們聯繫參與者詢問否有意參與研究時,至少在初步階段對方表示沒有意願。因此我們沒有將此計畫納入研究中。

√容易損壞或較不具競爭性的產品

所有計畫的參與者皆是事業經營者,他們接受訓練,以學習如何讓自身的產品更具競爭力。在 I-Kuna 案例中,產品由主辦方仔細挑選,並將競爭力列入考量。在此案例中,競爭力的其中一項 要素是產品具有創意,且為手工製作。

√計畫主辦方

I-Kuna 和企業家數位知識與行銷訓練計畫由同一位人物 — Sebastián Espinoza 主導,Sebastián Espinoza 先生擔任第二項計畫的經理,並成立第一項計畫:I-Kuna。這兩個組織並非政府組織,而是皆為私部門的非營利機構。

主辦方也共同參與企業家訓練發展的唯一計畫是 I-Kuna 計畫。在此案例中,創辦人 Sebastián Espinoza 先生訓練事業經營者拍攝高品質的商品照、上傳至網路以及使用商務平台等諸多項目。另外兩項計畫由主辦方主導,訓練工作則交由數位行銷、數位知識等各領域的專家進行。

√計畫執行期間

三個計畫的執行期間各不相同。就運作期間而言,I-Kuna 是最新推出的計畫,於 2013 年 3 月展開並持續進行中,其目標在於建置讓商品賣家和買家可以永久使用的平台。另外一個持續進行中的

「企業家數位知識和行銷訓練」,是以企業家為對象提供更廣泛的訓練,因此課程內容不限於數位知識學習。該計畫從 2002 年持續至今,於智利大部分區域推展。最後,「企業家數位知識計畫」是於智利的一處社區推展,執行期間為 2013 年 8 月至 12 月。

參與者參加計畫的期間各不相同。I-Kuna 電子商務平台提供初步的訓練,教導產品賣家為商品拍照,並持續提供有關網站經營的課程。企業家數位知識計畫(項目 3)則持續數月,另外兩項計畫目前持續進行中。

√永續性

計畫的永續性可透過數個面向檢視。但,就此摘要的目的而言,我們將永續性視為與組織推行計畫的制度化相關,且至少在計畫推展的某階段必須有女性企業家參與,例如設計、規劃以及實施和/或評鑑等階段。此外,企業家是否因參與計畫而培養特定能力,也是評估永續性的重要面向。最後,觀察永續性的另一個很重要的面向為,評估計畫的合作夥伴是否包含一個以上的公私部門領域。

第一項名為「企業家數位知識和行銷訓練」的計畫從 2002 年推展至今,每年定期舉辦課程訓練。計畫一開始是於智利的地方區域實施,隨後拓展至多個據點。Acción Emprendedora 在智利的各個地區與不同的公私部門合作,共同推廣課程活動。例如,政府合作單位包括經濟部的 CORFO、FOSIS 和 SERCOTEC 以及智利婦女國家服務(Women's National Service of Chile,SERNAM)。而私部門則包括 Fundación Minera Escondida、Gasco、Colbún 等眾多單位。

推行計畫的過程中整合了多方單位,並有許多人員參與;隨著承諾配置更多資源,計畫的永續性也更可能實現。此計畫不僅獲得更多的資源投入,有些主辦方本身也是計畫負責人(至少主導部分計畫)。

此外,由於 I-Kuna 計畫是由 Acción Emprendedora 的創辦人之一執行,因此妥善結合了政府機構和 私部門的資源。由於計畫皆由 Acción Emprendedora 的(其中一位)創辦人籌劃與實施,彼此間高度相關,因而更突顯其交互連結作用。Acción Emprendedora 透過第一項計畫的訓練課程增強其參與者(大多數為女性企業家)的賦權。其創辦人表示,下一步驟就是要找出符合 I-Kuna 計畫資格的企業家,並且與之整合。

如摘要所述,第 3 項計畫也與不同單位共同合作,但只限於私部門組織,包括智利天主教大學 (Catholic University of Chile)、創新實驗室 (Innovation Laboratory) 和 Entel。因此計畫創辦人表示下一步驟將規劃與公部門單位合作。

韓國

韓國計畫初步盤點概覽

計畫列表

表格 4 是韓國應用 ICT 增進女性企業家賦權的計畫摘要表。

表格 4:韓國推行計畫列表

計畫項目	計畫名稱
1	IT 婦女網路(ITWomenNet)
2	婦女創業支援中心(WESC)
3	京畿婦女發展中心(GWDC)
4	資訊網絡村(INVIL)
5	智慧型應用程式創意中心
6	APEC 婦女參與數位經濟倡議

計畫目標

表格 5 提供初步檢視訪談題目所描述的每項計畫目標,雖然計畫目標不一定和應用 ICT 相關,但皆依據前述四大面向分類。

透過採用四大面向的架構作為檢視計畫的標準,表格 5 呈現韓國過去以及執行中計畫的資源配置重心,同時提供計畫說明概覽,用以強化新的學習內容和想法,協助未來類似計畫的委派和規劃作業。透過以下檢視程序,可進一步妥善規劃計畫的設計和實施層面,以提供符合婦女需求並促進女性企業家全面參與的方案。

表格 5:透過四個面向檢視計畫目標

計畫名稱	技術與能力 培養	進入市場的 管道	取得資金的管道	女性領導力	其他
IT 婦女網路	√	√		√	
婦女創業支援中心	√	√	√	V	
京畿婦女發展中心	√	√		√	
資訊網絡村	√	√		√	
智慧型應用程式創意中心	V	V		√	
APEC 婦女參 與 數 位 經 濟 倡議	1	1		V	

ICT 工具

表格 6 呈現韓國推行的 6 項計畫所應用的 ICT 工具概覽,強調出透過不同 ICT 應用來提升四個面向的有效表現,證明可確實增強女性企業家的賦權。

表格 6:計畫採用的 ICT 工具(依四大面向分類)

技術與能力均	· ··養	進入市	5場的管道
訓練課程	 基礎電腦知識課程(電子郵件/網路通訊/微軟 Office 系列軟體) 進階電腦訓練課程(繪圖工具/影像工具/部落格/B2C電子商務零售解決方案/基礎網站設計程式) 電子商務訓練課程 創新事業學園 - 新商務開發,探索商機教育課程(多媒體出版等) 	宣傳	 電子目錄 傑出 IT 企業的解決方案展示 創新事業競賽 主題參訪 短片宣傳 電子商務案例競賽 電子商務展 電子報(網路雜誌) 部落格宣傳 臉書 簡易零售商線上名錄
參加訓練 課程的管 道	線上職涯輔導服務開發應用程式課程(行動裝置城市/UX設計/行動裝置遊戲程式/行動裝置 LBS 服務程式等)	電子商務	電子目錄ASP 支援領航支援計畫(ERP)電子商務購物平台
相關數位資源	線上學習計畫官方網站電子郵件		
諮商	• 免費商務諮詢		

表格 6:計畫採用的 ICT 工具(依四大面向分類)

取得資金的管道	女性領導力	其他	
● 提供家計負擔者展 開事業的資金	提供女大學生 IT 計畫輔導培養新世代女性執行長智慧型應用程式開發一對一輔導	• 創新事業支援服務	工作空間、初階設備成本、分擔辦公設備、善用合資經營體制攝影工作室和支援視覺編輯設備
		• 上班族媽媽社群	
		• 市鎮運作委員會	

檢視既有措施/計畫

大多數計畫皆由公私部門單位共同設計和籌劃,以應用 ICT 增強婦女經濟賦權。在韓國,數位知識和取得 ICT 的管道對婦女而言均不是問題(行動網路使用者:男性 88.6%,女性 85.2%。資料來源:2013 年 KISA 報告 http://isis.kisa.or.kr)。在這份研究中,我們著重於支援創新事業以及培養新世代女性創業家的計畫。

14 個婦女創業支援中心(WESC)在韓國的不同城市運作總計有 163 個的事業育成中心。京畿婦女發展中心(GWDC)自 1999 年起即有婦女事業育成中心的運作。資訊網絡村(INVIL)計畫則是從 2001 年起善用高速網路和電子商務系統,以銜接都市和農漁村之間的數位落差。為提振地方經濟,目前 INVIL 已拓展至 363 個村落。APEC 所發起的倡議「APEC 婦女參與數位經濟」(APEC Women's Participation in the Digital Economy),則由公私部門以及學術界和國際組織共同合作推展。該項倡議推廣能力的培養、促進地方性和區域性電子社群的凝聚、強化 ICT 的使用,並提供APEC 女性企業家和有潛力的女性企業家開發電子商務的機會。

ITWomenNet 計畫為想要加入 IT 專業事業領域的大學生規劃完整的公私部門和學術界的合作關係。智慧型應用程式創意中心在公部門和學術界的合作下,支援參與者藉由開發創新應用程式來展開新事業。該項創新事業計畫善用智慧科技,在新型態的智慧化社會中開發出嶄新的智慧型設備工具。

技術與能力培養

訓練課程

韓國 6 個計畫項目均特別強調創新事業的技術與能力培養。為了達成此目的,與 ICT 相關的訓練課程、商務管理技巧、電子商務和行動事業均充分應用 ICT 工具。大多數的計畫皆教育並協助婦女展開新事業、開拓新商機,並提供發展事業所需的諮商服務和網絡。

WESC 推出創新事業學園計畫,提供開發新事業的教育課程。GWDC 為每個人提供線上終身學習 客製化服務「Home Learn」。該項線上教育計畫提供從基礎電腦知識到進階 ICT、行動應用程式等 近 400 種課程,並有 24 小時的免費線上授課。

想要成為 IT 專業人士的婦女可參加密集的 IT 訓練課程。GWDC 創業學院提供多門創新事業所需的訓練課程,例如商業文書與研究、行銷策略、成功創新事業的財務管理以及 ICT 訓練。

ITWomenNet 發起參與者和成功婦女企業家媒合的活動,以提高大眾開創新事業的興趣,並促進婦女加入事業領域。GWDC線上職涯輔導服務提供企業業務內容診斷服務,並協助發現其弱點。GWDC共有42項不同專業領域的服務,能為每一事業階段提供所需的客製化教育計畫。應用程式創意中心則提供應用程式教育和開發課程。

參與訓練課程的管道

WESC、GWDC、INVIL 和應用程式創意中心的多數 IT 訓練計畫皆包含線上和當面授課的課程。每個區域的地方教育中心均提供創業實務教育。偏遠地區若提出申請,GWDC 可提供客製化的訓練計畫。INVIL 的村落社區中心永遠都有開放給所有村民參與的訓練課程。在 ITWomenNet 的媒合計畫案例中,女性企業家可親自參訪創新事業。

進入市場的管道

電子商務

INVIL 商務模式是應用 ICT 的地方開發計畫,提供高速網路和電子商務系統,讓地方居民得以賺取利潤,為地方經濟發展作出貢獻。INVIL 電子商務的網站為 www.INVIL.com。 應用程式創意中心教導參與者充分運用行動商務的商機。GWDC 提供 e-Biz 個人空間和線上購物商城。WESC 負責婦女商務資訊入口網站 www.webiz.or.kr, running showroom 的運作。

宣傳

此項目下應用了各種 ICT 作為廣告宣傳的工具。例如,許多計畫均使用韓國最受歡迎的社群媒體 KakaoTalk 和臉書發布訊息,以提高計畫參與者事業/產品的知名度,或增加產品本身的能見度。使用 KakaoTalk 和臉書等社群媒體宣傳,讓計畫參與者獲得了許多的益處。除了使用便利外,更重要的是,對創業初期的女性企業家而言,其行銷工具的成本相當低,或幾近於零成本。 部分計畫(WESC、INVIL)以線上零售商名錄作為展示計畫參與者產品/企業的聯絡資訊管道。 ITWomenNet 為小型和未上軌道的女性企業家提供免費電子目錄製作服務,每年幫助一百名婦女。INVIL 則透過地方體驗和導覽等活動宣傳參與者的產品,相關資訊亦透過線上網站、臉書和Twitter 散布。

取得資金的管道

為養家糊口的婦女提供開創事業的基金

為了幫助經濟困難、需養家糊口的婦女開創事業,以維持穩定、獨立的家庭生計,韓國女性企業家協會(KWEA)提供每個人最高約 50,000 美元、享有優惠利率 3.0% 的企業財務支援保證金。 KWEA 負責 WESC 的運作。

女性領導力

大多數的計畫均有助於培養女性領導力。應用程式創意中心:提供一對一的輔導;ITWomenNet: 提供女大學生 IT 專業輔導;WESC:培育下一世代的女性執行長。GWDC:提供女性執行長領導力課程。有一些培養女性領導力及提升女性企業家應用 ICT 工具能力的措施正在實施,例如網路資訊雜誌(WoORI)、產業與大學的合作網絡(ITWomenNet)。

99 附錄 B

其他

創新事業學園(WESC)

為了積極培育女性企業家,韓國女性企業家協會在 15 個城市營運 WESC。中心不只提供婦女托兒 服務和各項設備,也有商務諮詢和發展基金,以及進入國內外市場的管道。

上班族媽媽社群 (GWDC)

社群成立的目的係在使不同地區婦女有分享資訊的管道,讓職業婦女能在家事和工作間取得平衡。

村鎮活動社區(INVIL)

計區成為當地居民溝通的工具和場所,農漁村落和市郊居民可藉此交換資訊和知識。

研究發現

√月標市場

大多數計畫的設計提升了婦女進入國內市場的管道。部分企業更加入國際市場。

√目標受益者

在 INVIL 計畫中,居住於鄉村地區的婦女是主要的目標受益者。而其他的計畫中,只要是想要開 創事業的婦女,無論是家庭主婦、單身女性或是重新進入職場的婦女,則都是目標受益者。她們 大多是經濟上處於邊緣化且資源有限的婦女。

√應用 ICT 開創新事業

上述計畫的目標受益者多為經濟上處於邊緣化的婦女,所生產的商品(如手工配件)大多無法和 大廠牌競爭。但對年輕女性而言,一些具有創意、應用 ICT 與智慧型科技的產品則帶來開創嶄新 事業的希望。

√計畫主辦方

大多數的計畫項目皆由公私部門合作規劃與實施。

√計畫執行期間

除了應用程式創意中心外(4年),計畫平均最長執行期間是5-10年。多數計畫仍持續進行中。

√永續性

為支援女性企業家而建置的電子商務平台,目前仍持續運作中。計畫會針對當前和未來的情況隨 時修正,以維持其永續性。

菲律賓

菲律賓計畫初步盤點概覽

計畫列表

表格7是菲律賓應用ICT增進女性企業家賦權的計畫摘要表。

表格 7: 菲律賓推行計畫列表

計畫項目	計畫名稱(依字母順序排列)
1	非財會人員的會計課程,AFNA
2	基礎與進階微軟 Office 研討課程 / 2013 研討會系列
3	應用 Joomla 2.5 建置基本網站
4	應用 3.0 建置基礎網站
5	應用 Joomla「延伸」版本 3.0 架設進階網站
6	全球行銷與資源搜尋
7	臉書商務頁面管理
8	應用 OrangeHRM 開發動態人力資源
9	利用社群媒體行銷
10	部落格的商務機會
11	開拓網路事業
12	婦女數位知識(2011 — 2012)
13	I-Pinay (2013 至今)
14	青年女性企業家培訓營(2013 至今)

計畫目標

表格 8 提供初步檢視訪談題目所描述的每項計畫目標,雖然計畫目標不一定和應用 ICT 相關,但 皆依據前述四大面向分類。

透過採用四大面向的架構作為檢視計畫的標準,表格 8 呈現菲律賓過去以及執行中計畫的資源配置重心,同時提供計畫說明概覽,用以強化新的學習內容和想法,協助未來類似計畫的委派和規劃作業。透過以下檢視程序,可進一步妥善規劃計畫的設計和實施層面,以提供符合婦女需求並

促進女性企業家全面參與的方案。

表格 8:透過四個面向檢視計畫目標

計畫名稱	技術與能 力培養	進入市場 的管道	取得資金的管道	女性領導 力	其他
非財會人員的會計課程(AFNA)	1				聚焦於善用金融紀錄, 以改善事業和降低生產 成本。 包含最新記帳程序趨勢 的討論。
基礎與進階微 軟 Office 研討 課程/ 2013 研討會系列	V	V			由於參與者仍在學習基 本網頁建置,因此進入 市場係一間接目標。參 與者開創自己的事業或
應用 Joomla 2.5 建置基本 網站	√	V			改善/拓展事業後,可 利用網站作為線上行銷 平台。
應用 3.0 建置 基礎網站	√	√			
應用 Joomla 「延伸」版本 3.0 架設進階 網站	V	V			
全球行銷與資 源搜尋	√	√			
臉書商務頁面 管理	√	√			
應用 OrangeHRM 開發動態人力 資源	V				
利用社群媒體 行銷	√	√			
部落格的商務機會	√	√			
開拓網路事業	V	√			

計畫名稱	技術與能 力培養	進入市場 的管道	取得資金 的管道	女性領導 力	其他
婦女數位知 識(2011 -	√			√	
2012) I-Pinay (2013 至今)	√	√		√	2014 年新課程推出後, 參與者將可取得進入市
主フ)					場的管道。目前數位知識計畫聚焦在技術和能
					力的培養以及女性領導力上。
青年女性企業家培訓營	$\sqrt{}$			√	課程以間接方式呈現 ICT 工具。菲律賓的
(2013至今)					SPARK ! Philippines 組織已經預見未來在計畫中直接整合 ICT 的潛力。

103 附錄 B

ICT 工具

表格 9 呈現菲律賓推行的 14 項計畫所應用的 ICT 工具概覽,強調出透過不同 ICT 應用來提升四個 面向的有效表現,證明可確實增強女性企業家的賦權。

表格 9:計畫採用的 ICT 工具(依四大面向分類)

技術與能力培養		進入市場的管道		
訓練課程	•基礎電腦知識課程 (會計/電子郵件/ 微軟 Office 軟體) •進階電腦訓練課程 (繪圖工具/影像工 具/部落格/B2C 電子商務零售解決方 案/基本網站設計程 式)/網站管理 •電子商務訓練課程 (建置線上商務/行 銷)	宣傳	 部落格宣傳 臉書、Twitter 簡易線上零售商名錄 	
加入訓練計畫的管道 ・線上學習計畫(固定地點使用電腦設備上課) ・行動學習計畫(在不同場所使用電腦設備上課)		電子商務	●B2C 電子商務零售解 決方案 ●線上商務與資源搜尋	
電子資源儲存	●官方網站			
諮商	• 免費商務諮商			

取得資金的管道	女性領導力	其他	
N/A	●能力培養	網路溝通服務商務管理和其他計畫連結連結/社交網絡宣傳最新商務趨勢和實務	 電子郵件 使用行動電話的管道 人力資源和會計系統 健康教育 增強青年賦權 透過計畫連結參與者、講師、知名企業人士和其他計畫協調者 繼續招募參與者 展示 ICT 應用的商務會議

檢視既有措施/計畫

此報告中提到的機構/組織於 2014 年 1 月至 3 月間回覆問卷。上述計畫大部分由公部門單位設計與籌劃;學術界和非政府組織提出其中四項計畫,計有菲律賓 Diliman 大學小型研究機構(UP Diliman ISSI)推行的非財會人員會計課程、菲律賓數位中心社群網絡(PhilCeCNet)推行的數位知識計畫和 I-Pinay 計畫,以及 Pag-unlad 的 Samahan ng mga Pilipina Para sa Reporma 推行的青年女性企業家培訓營(菲律賓改革和發展倡議婦女協會或 SPARK ! Philippines)。

所有公部門推行的計畫皆由學術界和產業界專家主導。PhilCeCNet 執行的計畫妥善建立起不同部門的合作關係,以打破數位隔閡,同時改善邊緣化的婦女和青年學習數位知識和取得ICT的管道。PhilCeCNet 有科學暨科技部門的資訊科技協調機構(Information Technology Coordination Office,ITCO)」協助其策略規劃,菲律賓開放大學(UPOU)則負責婦女能力培養計畫,特別是有關訓練課程發展和修正的部分。前者整合將近十個地方的行政單位、私人企業和非政府組織,由自願負責的社區管理者監管數百個社區中心的運作,並由地方政府單位提供支援(LGU)。同時,藉由與銜接國際電信聯盟(ITU)的國際組織Telecenter、聯合國(UN)和其他聲譽卓越的全球倡議組織相結合,致力於改善民眾一特別是婦女和貧窮人口的數位知識。在SPARK!Philippines青年女性企業家培訓營計畫中,個別成員間也形成夥伴關係,部分成員是菲律賓的高階政府官員或產業專家,共同為動員婦女而努力,並與參與者一同分享主辦方的專業和事業網絡。

提供女性企業家的 ICT 計畫不一定是免費課程,但 PhilCeCNet 提供免費的基礎電腦知識訓練。由於有相當高比例的民眾(特別是居住在鄉村地區的婦女)不具備數位知識能力,且學習管道也相當缺乏,因此這些課程的目標在打破數位區隔,讓民眾得以應用 ICT 工具。到 2014 年的第 3 季,PhilCeCNet 將準備好推行數位知識的進階課程,以訓練婦女和青年建立並管理線上事業的能力。PhilCeCNet 獲得了大企業(如美國英特爾公司、菲律賓的長途電話公司或 PLDT 等眾多企業)的贊助,因此得以提供免費訓練,其代表人員或主管可能是計畫委員會的成員,或是與委員會成員的其他計畫有關。

其他 ICT 訓練課程教授基礎電腦知識至進階電腦應用和商務軟體等系列內容,由參與者自行支付訓練費用。課程費用包含場地費、訓練教材、講師費用和訓練操作的成本。若課程人數達到一定名額,則學費可以打折,如菲律賓貿易訓練中心(PTTC)的案例。針對表格 7 中第 2 項至第 10 項的計畫,PTTC 的訓練與技術教育和技能發展機構(TESDA)整合,該行政機關負責菲律賓國內職業教育課程的實施。市區供有付費課程訓練 — 這是在假設城市地區的婦女參與者在參加 ICT 訓練計畫上有較多財務支援的前提下所安排的課程。

¹ 2011年以前被指派協調數位知識計畫的官方單位為 DOST 的國家電腦中心 (NCC)。NCC 負責貿易暨產業部門 (DTI)、交通暨通訊部門 (DOTC)、各行政單位、 私立大學和 LGU 之間的協調。PhilCeCNet 進一步拓展其協調工作,以整合其他有意參與的組織,包括私部門及自願單位。

部落格廣告、電子商展、臉書粉絲頁等 ICT 工具經常作為女性企業家的線上宣傳工具以及進入市場的管道。除了宣傳外,一些由 PTTC 所職掌的計畫也提供參與者整年度與貿易暨產業部門網站(DTI)連結的機會。這樣的安排能幫助參與者建立並善用電子郵件和線上帳戶,以和潛在顧客及供應商連結。

技術與能力培養

訓練課程

菲律賓的 14 項計畫中皆強調技術發展、能力培養和強化工作價值的重要性。為了達到此目標並增強 ICT 工具的應用,特別推出與 ICT 相關的商務管理技巧和電子商務等訓練課程。

由於年紀較長、處於社會邊緣化或居住於鄉村的婦女往往缺乏數位知識,因此 PhilCeCNet 針對此族群提供 ICT 基礎知識訓練課程。而由 PTTC 針對都市民眾提供的訓練課程則視參與者的需求,提供較適合的 ICT 知識。TESDA 和 UP ISSI 提供了獨立於其他訓練計畫的基本 ICT 課程,例如建立事業、營運管理的方法等。

PTTC 提供的進階訓練課程係針對想要學習基礎電腦知識以開展微型事業、電子商務、線上事業、線上行銷、網頁建置和管理等功能的婦女所設計。

訓練課程通常針對目標客戶而規劃,不一定只有婦女。例如,PTTC 的數位知識課程鎖定都市地區的出口商,因此可能包含男女兩性。PTTC 並非處理婦女議題的政府機構,僅是針對貿易領域的需求提供訓練,特別是菲律賓的出口區塊。此外,對訓練課程有興趣的人士,不論其性別或教育程度,都歡迎參加由 UP ISSI 推出的課程。PhilCeCNet 的訓練課程以婦女為目標對象,其以社區為主的課程則是將青年人口和其他有興趣的成年人納入課程參加對象。也因此,PhilCeCNet 讓所推展的數位知識計畫和 I-Pinay 計畫的學習對象擴及男性和非企業家參與者。

SPARK ! Philippines 是受訪機構中唯一提出針對婦女打造理想學習環境的計畫。但目前尚未針對上述理想提出具體系列課程。該機構於 2012 年建立, 2013 年獲得計畫資金,於 2014 年 3 月提出第一項計畫 — 商務會議,作為所有後續活動的序幕。ICT 是作為本計畫的展示工具,而非開創商務或管理的工具。

參加訓練課程的管道

上述計畫執行範圍涵蓋鄉村和市區。全國各地都有都市和鄉村,所以即使訓練場地在菲律賓國家首都區(National Capital Region, NCR),但仍以全民為目標對象。NCR是菲律賓的首都區,範圍涵蓋首都馬尼拉和包括奎松市與帕賽市在內的十多個大都市,此地區是多數訓練課程舉辦的地方。

加入訓練課程的管道受限於幾個因素。第一個因素是市區參與者上課的成本。整個訓練期間的課程費用介於 1,000 披索(22 - 25 美元)至 3,500 披索(60 - 65 美元)之間。第二個因素和訓練課程的設計有直接關聯。在 PTTC 的案例中,為了提升訓練課程的參與率,必須確保參與者擁有穩定的網路連線、可操作的電腦設備和訓練工具。PhilCeCNet 面臨參與學員減少的處境,因為學員無法負擔訓練所需的交通費用。在一些案例中,社區管理者面臨為參與者募集資金的挑戰,因此若能從 LGU 和其他私人單位取得財務和其他形式的協助,對於技術與能力訓練計畫的目標實現將大有幫助。然而,並非所有的社區管理者在徵求地方機構夥伴的協助上皆能獲得成功。在過往的一些案例中,有些管理者面臨 LGU 官員的反對和抵制,甚至在推動 PhilCeCNet 的數位知識議程時被殺害。儘管如此,成功的社區管理者還是為提供創新行動訓練計畫鋪路。有些參與者因為窮困、必須負擔家庭生計或個人生活優先順序的安排而無法負擔課程費用,這些創新構想顯然協助並改善了一些參與者所關切的議題。

數位機會中心

就另一方面而言,鄉村許多數位機會中心的成立是 PhilCeCNet 的重要計畫提議。其目標在於增進 菲律賓鄉村所有處於社會邊緣的窮困婦女和年輕人的福祉。

進入市場的管道

電子商務

本報告所記載的多數訓練課程,其目標均在於讓參與者學習操作電腦和網路工具。PTTC 提供的系列訓練課程包含 ICT 在企業上的應用,特別是電子商務。部落格的商務機會和開拓網路事業(請參考表格 7 的項目 10 和 11)兩項計畫於 2014 年展開,但婦女不一定為訓練課程的目標對象,因為 PTTC 課程的主要對象包含了兩性出口商和出口供應商。

就 PhilCeCNet 而言,目前尚未以菲律賓數位知識計畫的電子商務為課程重心,但已經開放給尋求改善自身 ICT 技術能力的婦女參加。除了上述兩項數位知識計畫外,PhilCeCNet 為目前擔任 ICT 宣傳大使的 Myrna Padilla 女士提供課程訓練。Padilla 女士是一名海外婦女工作者(OFW),在完成 ICT 訓練後創立了一家地方性的企業流程外包公司,進而僱用其他的 OFW。

廣告

在本項目中,PTTC的 3 項計畫可被視為廣告訓練課程(請參見表格 7 的項目 6、7 和 9)。其中一項課程教導臉書的重要商務應用。臉書等的社群媒體可幫助提高參與者的企業/產品知名度,或提升其事業的能見度。PTTC 也指導參與者應用社群媒體的技巧,並認識網路虛擬世界的各項工具對自己事業和產品的行銷助益。PTTC的 3 項訓練課程都是比較嶄新的計畫,於 2013 或 2014 年展開。

取得資金的管道

菲律賓目前缺少應用 ICT 工具從訓練計畫取得資金的措施。訓練計畫的主要重心在於培養參與者 基礎至進階的電腦操作技術。

女性領導力

所有參與者參加的訓練計畫都以增強婦女賦權為目標,同時含有培育女性領導力的潛在目的。但 PhilCecNet 還設計了一套更完整的方式,針對外部資金需求和大規模實施訓練計畫的安排,評估女性企業家參加訓練計畫的影響和效果。由於 PhilCecNet 相信成功的女性可有效拓展自身、家人和社區的影響力,因此訓練的目標在於增強婦女賦權。PhilCecNet 密切注意婦女完成計畫後的自我實現和新增加的機會。Padilla 女士的成功故事正是 PhilCecNet 計畫的最佳證言。PhilCecNet 也舉辦婦女參與者的年度競賽,以分享其成功故事。

SPARK ! Philippines 舉行的企業會議特別以忙碌的婦女為對象。其討論內容聚焦於婦女事業角色的扮演、提出創新構想、建立專業合作、如何在工作和家庭之間取得平衡,以及東南亞國協(Association of South-east Asian Nations,ASEAN)的區域事務整合。

其他

ICT 訓練計畫大多聚焦於培養參與者操作電腦和使用電腦軟體的能力。有些訓練計畫則著重於網路資源的應用和經營與管理事業上。所有的訓練計畫都將 ICT 資源限於電腦、電腦工具、網路連線和臉書操作上。其他電腦或手機的網路通訊服務,如 Skype、Line、What's app 和 Google Talk,則未部署供計畫參與者應用。

研究發現

√日標市場

所有計畫安排均透過直接或間接方式,增加婦女進入國內市場的管道。

√日標受益者

如研究發現顯示,居住於鄉村、經濟上處於邊緣化和資源有限的婦女,是計畫的主要對象或對象之一。

√容易損壞或較不具競爭性的產品

以上計畫的目標受益者大多是經濟邊緣化的婦女,訓練計畫的主辦方並沒有就其產品或服務作有 系統的紀錄。在 PhilCeCNet 的案例中,最近已展開這些項目的紀錄作業。

√計畫主辦方

儘管以上列舉的多數計畫由不同公部門單位規劃與執行,但有關 ICT 的所有提議均是由學術界、 產業界和非政府組織統籌與實施。其中一項訓練課程由國立大學定期舉辦,另外三項 ICT 提議則 在 ICT 的基礎上進行。

√計畫執行期間

根據上述計畫清單,若排除企業會議,每個訓練模組實施的期間將近一至兩週。在 PTTC 的案例中,所有 ICT 課程的實施與應用皆可在約一年的時間內完成。企業會議是由 SPARK ! Philippines 所籌劃,為一日研討會。除了前者外,所有的訓練計畫都由贊助者定期舉辦。這些計畫也要求學員需先研習必修課程,才能參加特定的進階課程。

√永續性

訓練計畫的永續性是依課程參與者人數、是否能找到相關主題專家以及資金的分配來決定。在維護參與者使用電腦和網路的利益方面,必須在各個社區提供設備功能完善的電腦或行動電話供使用者應用。就 TESDA 和 PTTC 所提供的課程經驗而言,因參與者以前並沒有使用 ICT 的經驗,這樣的情況嚴重影響訓練活動的進展。國家單位皆視訓練計畫的財務來源為永久性的問題。其有限的資源嚴重限制訓練配備的提升,特別是電腦和軟體以及如 LCD 投影機等的設備。由於參與者居住地區的網路連線不穩定,因此電子商務和行銷平台難以持續維護。對居住於鄉村的婦女參與者而言,社區管理者構想創新的營運方式對訓練計畫的永續性至關重要。所有上述機構目前都未有失敗的訓練計畫或提議回報。

中華臺北

中華臺北計畫初步盤點結果概覽

計畫列表

表格 10 是中華臺北應用 ICT 增進女性企業家賦權的計畫摘要表。

表格 10:中華臺北推行計畫列表

計畫項目	計畫名稱
1	2013 微型創業鳳凰數位課程
2	縮減婦女數位落差計畫
3	點·台灣
4	中小企業數位學習計畫
5	飛雁計畫
6	公益 2.0「弱勢家庭經濟自立扶助計畫」
7	高雄女性企業家協會
8	鳳凰微型創業貸款與諮商計畫
9	「She Economic」 — 高雄婦女數位經濟培力方案
10	微型手工藝品聯合事業夥伴諮商平台計畫
11	WOMEN UP 數位鳳凰計畫

計畫目標

表格 11 提供初步檢視訪談題目所描述的每項計畫目標,雖然計畫目標不一定和應用 ICT 相關,但 皆依據前述四大面向分類。

透過採用四大面向的架構作為檢視計畫的標準,表格 11 呈現中華臺北過去以及執行中計畫的資源配置重心,同時提供計畫說明概覽,用以強化新的學習內容和想法,協助未來類似計畫的委派和規劃作業。透過以下檢視程序,可進一步妥善規劃計畫的設計和實施層面,以提供符合婦女需求並促進女性企業家全面參與的方案。

表格 11:透過四個面向檢視計畫目標

計畫名稱	技術與能力 培養	進入市場的 管道	取得資金的管道	女性領導力	其他
2013 微型創 業鳳凰數位課 程	V	V			
縮減婦女數位 落差計畫	√				
點•台灣	√				
中小企業數位 學習計畫	√	√			成立數位群聚
飛雁計畫	√				
公益 2.0	√	√			成立區域化創 新事業網絡
高雄女性企業 家協會	√	√			成立女性領導 創新事業網絡
鳳凰微型創業 貸款與諮商	V		V		成立女性企業 家網絡
計畫					
「She Eco- nomic」 一 高 雄婦女數位經 濟培力方案	1	1		1	
微型手工藝品 聯合事業夥伴 諮商平台計畫	V	V		V	
WOMEN UP 數位鳳凰計畫	√				

ICT 工具

表格 12 呈現中華臺北推行的 11 項計畫所應用的 ICT 工具概覽,強調出透過不同 ICT 應用來提升 四個面向的有效表現,證明可確實增強女性企業家的賦權。

表格 12:計畫採用的 ICT 工具(依四大面向分類)

技術與能力培養		進入市場的管道	
訓練課程	●基礎電腦知識課程 (電子郵件/微軟 Office) ●進階電腦訓練課程 (繪圖工具/影像工 具/部落格/B2C電 子商務/零售商解決 方案/基礎網路設計 程式) ●電子商務訓練課程	宣傳	宣導短片電子商務案例競賽網路商展宣導短片電子報部落格廣告臉書簡易線上零售商名錄
加入訓練課程的管道	數位機會中心線上學習計畫	電子商務	電子拍賣平台電子商務購物平台
電子資源儲存	●官方網站		
諮商	• 免費企業諮商		

取得資金的管道	女性領導力	其他	
● 群眾募資網站(捐 款為主)	N/A	• 網路通訊服務	網路電話(voIP)即時通訊(IM)(智 慧型手機和電腦)電子郵件

檢視既有措施/計畫

大多數的計畫由公部門單位設計和籌劃,只有兩個計畫由私部門發起:台灣微軟的「WOMEN UP 數位鳳凰計畫」和中華電信基金會的「點 · 台灣」。WOMEN UP 計畫已建立起良好的公私部門和學術界的合作關係、打破兩性數位隔閡、增進社會邊緣婦女的數位知識,並且增進其取得 ICT 管道的便捷性。

由於處於社會邊緣的婦女往往相當缺乏數位知識,因此上述計畫通常提供免費的電腦知識基礎訓練課程,以打破性別上的數位差距。

常被作為促進女性企業家進入市場管道的網路行銷 ICT 工具有:部落格宣傳、電子商展和臉書粉

絲頁等。除了廣告外,一些計畫也提供電子商務平台建置,包括簡易線上名錄,或是如 Yahoo 拍賣或露天拍賣等大型網路公司所提供的應用線上拍賣平台訓練計畫。

技術與能力培養

訓練課程

中華臺北所推出的 11 項計畫皆強調技術與能力培養的重要性,包括推出業務管理技巧和電子商務等 ICT 相關應用課程,以聚焦於技術與能力的培養。

由於年長、資源有限和居住在鄉村的婦女普遍缺乏數位知識,因此傳授基礎 ICT 知識的訓練課程 通常是最先採取的步驟。

對於已經具備基礎電腦知識、準備展開其微型事業的婦女,接著會向其提供商務管理技術、電子商務策略以及網路和/或一般行銷技巧等課程。

訓練課程係針對全女性學員的上課環境所舉辦。根據參與學員的回應,全女性的課堂讓這些婦女的丈夫、婆婆不會阻止她們上課,也讓上課的婦女更為自在,不用擔心會被同班的男性學員看不起。

參加訓練課程的管道

此外,為了促進居住鄉村的婦女參加訓練課程,並使其得以利用完善的 ICT 設備和擁有穩定的網路連線,在這方面也付出許多努力。這群婦女可能因為負擔照顧家庭的重要責任,或是受到丈夫或婆婆的禁止,往往無法離開居住地區太遠。微軟公司的 Women Up 計畫和經濟建設委員會提出的縮減婦女數位落差計畫都提供小貨車改造的行動學習中心,可載著 ICT 設備和志工講師到沒有便捷大眾運輸工具的偏遠鄉村,教導這群婦女數位知識。

數位機會中心

在另一方面,在鄉村設立眾多數位機會中心是「點 · 台灣」的主要計畫活動,該計畫的目標在於 促進鄉村社區的永續發展,並且加強社區成員的連結。

進入市場的管道

電子商務

由高雄市政府社會局舉辦的「She Economic」 - 高雄婦女數位經濟培力方案,計畫最初特別以社會邊緣化婦女、單親媽媽和東南亞移民婦女為對象,在 2008 年金融危機期間讓這群婦女有小額收入。學員參加訓練課程,並透過 Yahoo 拍賣和露天拍賣等大型網路公司的平台銷售自製食品和手工藝品,展開自己經營的微型事業。

官傳

在此項目上,應用了多項 ICT 作為宣傳工具。例如,中華臺北最受歡迎的社群媒體 — 臉書,就成為多項計畫用以提升參與者的事業/商品或增加其計畫能見度的主要工具。

臉書的便捷性使其成為計畫參與者進行宣傳的最佳工具,更重要的是,臉書在婦女展開事業初期 提供了低成本/免費的行銷管道。

除了臉書外,在一些計畫中(飛雁計畫、中小企業數位學習計畫和「She Economic」-高雄婦女數位經濟培力方案)也應用線上零售商名錄來展示計畫參與者產品/企業的聯絡資訊。

取得資金的管道

線上群眾募資

由中華社會福利聯合勸募協會出資贊助和 104 公司籌劃的公益 2.0 計畫,係從不同角度出發,讓處於社會邊緣化的民眾擁有更舒適的生活環境。受到成功的小額貸款群眾募資網站 Kiva 的啟發,公益 2.0 採用類似的群眾募資計畫,目標在於降低計畫參與者取得資金的阻礙,但目前中華臺北對於群眾募資仍存在法律上的限制。公益 2.0 是一個以捐款為基礎的群眾募資系統,以中華社會福利聯合勸募協會所建議的 15 名少數民族身分參與者為對象(此計畫無性別限制)所發起。群眾所捐助的資金平均分配給 15 名參與者,成為他們創業初期的主要資金。

對婦女友善的貸款

微型創業鳳凰貸款及諮商計畫是中華臺北首次、也是唯一一個為創業初期的女性企業家提供取得 資金機會的計畫,但本計畫並無應用 ICT 工具。年齡介於 20 至 65 歲、有意參與鳳凰微型創業貸 款計畫的婦女,必須參與本計畫安排的線上與一般商務訓練課程,以取得貸款資格。

女性領導力

相較於以培養技術和能力為主要目的的眾多措施,目前缺少應用 ICT 工具來培養女性領導力和提升婦女企業家賦權的既有策略。

其他

電腦或智慧手機的網路通訊服務,如 skype、Line、What's app、Google Talk 等,均妥善部署供計畫參與者應用,使用這些免費且便捷的服務可以強化參與者彼此間的連結,作為女性企業家在其建立的社群間培養領導力的網絡平台。

研究發現

√目標市場

所有計畫的目標均在於增加女性進入國內市場的管道。

√目標受益者

如上列計畫所示,來自鄉村、經濟上處於邊緣化且資源有限的婦女是計畫的目標受益者。

√容易損壞或較不具競爭性的產品

上述計畫的目標受益者大多是經濟上處於邊緣化的婦女,其產品多為手工配件,或是容易腐壞的自製食品、農產品等較無法和知名品牌競爭的商品。

√計畫主辦方

雖然大多數的計畫都由不同公部門單位籌劃與執行,但其中兩項計畫(公益 2.0 和 Women Up)最初是由市場導向的私部門發起,之後再和公部門共同合作。

√計畫執行期間

計畫平均最長執行期間為3年。

√永續性

目前缺少維護電子商務平台永續運作以支持女性企業家的機制。大多數的平台運作在計畫結束後容易失去原有網絡。

115 附錄 C

訪談問卷設計I

為了瞭解和比較計畫主辦方及參與者的各個面向,我們根據《舊金山宣言》所提出的架構設計兩套問卷系統。以下為訪談題目:

主辦方

段落 A:一般性題目

- 1. 如何散布計畫資訊?(透過電視廣告、廣播節目、臉書粉絲頁等)
 - 1.1 請說明為何這些方式是有效(或無效)的計畫散布方法。
- 2. 計畫實施期間,女性參與者面臨哪些挑戰?
 - 2.1 請說明形成挑戰的原因?
 - 2.2 請說明計畫參與者如何克服上述挑戰。
 - 2.3 請說明計畫主辦方幫助參與者克服挑戰的方式。

段落 B:技術與能力培養

- 1. 計畫教導了哪些 ICT 工具?
 - 1.1 課堂上參與者是否有實際操作 ICT 工具的機會?(若無,為何未提供參與者進行課堂練習的 ICT 工具?)
 - 1.2 請說明在計畫中選擇教導上述 ICT 工具的原因。
 - 1.3 請說明教導上述 ICT 工具的方式(如上課地點等)。
 - 1.4 請說明參與者在課程結束後練習使用上述 ICT 工具的方式。(參與者是否有借用設備的管道?)
 - 1.5 請說明當講師(老師)在課堂上遇到問題時,有哪些協助?
 - 1.6 請說明執行訓練課程期間所面臨的問題,以及解決的方法。
- 2. 請描述參與計畫所提供課程的女性和男性(若適用)學員。
 - 2.1 請說明影響婦女參與課程的阻礙(文化、社會情況和其他原因)?(例如,參與者必須留在家中照顧長者及/或小孩和做家事;參與者不被允許學習新技術;交通不便)
 - 2.2 在規劃本計畫前,已發現哪些限制婦女參加訓練課程或應用 ICT 工具的文化或社會因素?
 - 2.3 在本計畫完成後,另發現哪些限制婦女參加訓練課程或應用 ICT 工具的文化或社會因素?

段落 C: 進入市場的管道

1. 請說明本計畫應用哪些 ICT 工具和服務來增強/改善參與者進入市場的管道。(若適用)

- 2. 請說明在本計畫中,上述的 ICT 工具如何增強/改善參與者進入市場的管道。
- 3. 本計畫所設定的目標市場規模?(國內或國際?)
 - 3.1 若目標市場為國內,請說明為何將國內市場鎖定為目標市場。
 - 3.2 若目標市場為國際,請說明為何將國際市場鎖定為目標市場。
- 4. 請說明計畫中為參與者提供哪些電子商務付款系統(買家付款和賣家收款機制)(例如 Paypal、銀行轉帳、信用卡、金融卡簽帳等)
 - 4.1 請說明使用上述付款方式的優缺點。
 - 4.2 請說明寄送商品給買家的方式。
 - 4.2.1 請說明參與者以上述方式寄送商品的優缺點。
 - 4.3. 電子商務付款系統是否有提供任何折扣給計畫參與者,以降低其交易成本? (例如,提供 計畫參與者商品免費上架電子商務平台)
 - 4.3.1 若答案為肯定,請詳述其內容(例如,提供計畫參與者一年期電子商務平台商品免費上架的優惠)。
 - 4.3.2 若答案為否定,請說明原因。
 - 4.4 請說明維護電子商務平台的方式?(由哪個單位負責維護平台及/或提供維護成本?)
 - 4.5 請說明完成計畫後出現的問題。平台是否仍繼續運作,或隨著計畫結束/在計畫結束後即 停止運作?

段落 D:取得資金的管道

- 1. 本計畫是否提供參與者更便利的申請貸款/資金/金融資源的機會?
 - 1.1 若答案為肯定,請說明計畫參與者申請計畫所提供的貸款/資金/金融資源方式。
 - 1.2 若答案為否定,請說明為何本計畫沒有提供/引進相關機會。
- 2. 是否提供計畫參與者增加取得資金管道的媒合計畫?(提供參與者和投資公司/贊助者/投資者等合作的機會)
 - 2.1 若答案為肯定,請說明媒合計畫如何運作?
 - 2.2 若答案為肯定,請說明媒合計畫的運作機制。
 - 2.3 若答案為否定,請說明有何限制
- 3. 參與者在申請促進企業發展的貸款或資金方面,面隔哪些挑戰/限制?
 - 3.1 請說明參與者如何克服挑戰/限制?
 - 3.2 請說明計畫主辦方如何幫助/協助參與者克服挑戰/限制?

117 附錄 C

段落 E:女性領導力

- 1. 請說明已使用哪些 ICT 工具/服務來強化/促進參與者參加任何網絡/組織/協會,以及其應用的方式?
 - 1.1 就強化參與者參加網絡/組織/協會而言,這些 ICT 工具是否有效?請說明 ICT 工具之所以有效(無效)的原因。

段落 F: 公私部門夥伴

- 2. 您的組織中是否有任何公私部門夥伴(PPP)?(不限於此計畫)
 - 2.1 若答案為肯定,根據您在這個組織的經驗, PPP 有哪些優勢和劣勢?
 - 2.2 若答案為肯定,本計畫的 PPP 有哪些優勢和劣勢?

段落 G:基本背景資料

1.	部門類型 □ 公部門 □ 私部門
2.	性別 □ 男性 □ 女性
3.	本計畫的財務贊助單位(複選)
	□ 僅公部門 □ 僅私部門
	□ 公私部門共同贊助(或共同合作): % 從公部門 % 從私部門

訪談問卷設計 ||

參與者

段落 A:一般性問題

- 1. 請說明您參與本計畫的原因。
- 2. 請說明您的家人對於您參與本計畫的態度和意見。
- 3. 您透過何種管道獲知本計畫資訊?請說明您通常透過哪些管道接收此類訊息。

段落 B:技術與能力培養

- 1. 請說明您從本計畫學習到哪些 ICT 工具。
 - 1.1. 請說明您為何想要學習這些 ICT 工具,以及您參加本計畫後想要完成的目標。
- 2. 在您參加本計畫並學習 ICT 工具前,是否有任何應用這些 ICT 工具的經驗?
 - 2.1. 若答案為肯定,請說明您的經驗。若答案為否,請說明為何以前沒有應用這些工具的經驗。
- 3. 計畫的所有參與者是否都有使用 ICT 工具的機會?
 - 3.1. 若答案為肯定,請說明這對您的課堂應用有何影響。您是否遇到任何問題,又如何解決這些問題。
 - 3.2. 若答案為否定,請說明在課堂練習時無法使用 ICT 工具對您有何影響。
- 4. 請說明您參加課程的自我評價。
 - 4.1. 請說明影響您參與課程的因素。
 - 4.2. 請說明您喜歡哪些課程及其原因。
 - 4.3. 請說明您比較不喜歡哪些課程。
 - 4.4. 請說明舉行課程的場所(例如,大教室授課或小型電腦教室)。
 - 4.5. 請說明課程進行的方式(例如,老師引導課程、小組討論、以學生為中心的練習安排等)
 - 4.6. 請說明在參加訓練課程期間遇到哪些問題,該如何解決這些問題。
 - 4.7. 請說明您在訓練課程中所學的哪些 ICT 工具對您最有益或具有實用價值。

段落 C: 進入市場的管道

1. 參加本計畫前,您是否有利用 ICT 工具經商的經驗(例如電子商務、行動商務等)?若答案為肯定,請說明您參與本計畫前後,利用 ICT 工具的經商經驗。

(以下兩道題目請參與計畫期間有使用電子商務平台的學員回答。)

119 附錄 C

- 2. 請說明您參與計畫前後所使用的電子商務平台(Yahoo 拍賣、ebay 等)。
 - 2.1 請說明您最喜歡這些電子商務平台的哪些功能,以及您希望平台提供哪些其他功能(例如,可一次上架 100 項商品等)?
- 3. 本計畫所採用電子商務平台的目標市場規模?(國內或國際市場?)
 - 3.1 請說明此目標市場規模的優勢和劣勢。

段落 D:取得資金的管道

- 1. 計畫是否提供參與者(特別是婦女)小型/微型事業貸款申請管道?
 - 1.1 若答案為肯定,請說明借貸機構、還款機制和申請資格。
 - 1.2 請說明貸款申請方式的優缺點。
- 2. 在申請事業所需的貸款和資金時,您面臨哪些挑戰/限制?
 - 2.1 請說明您如何克服這些挑戰/限制?
 - 2.2 請說明計畫主辦方如何幫助您克服這些挑戰/限制?

段落 E:女性領導力

- 3. 您是否曾參與任何網絡、組織或協會?
 - 3.1 若答案為肯定,請回答下列問題:
 - 3.1.1 您認為與他人建立網絡對於建立或改善您的事業是否有幫助?原因為何?
 - 3.1.2 您在本計畫中是否學到有用的 ICT 工具(例如臉書、Twitter、linkin 等),是否能夠幫助您加強人際網絡?
 - 3.2 若答案為否定,請解釋原因。
- 4. 在您參與本計畫前,是否曾思考過社會規範、傳統價值、刻板角色等(您生活圈裡的人給您的 意見)對您成為女性雇主或企業家的影響?
 - 4.1 若答案為肯定,請說明有哪些社會規範或傳統價值會影響您成為女性雇主或企業家。若答案為否定,請說明為何您不認為社會規範會對您成為女性雇主或企業家造成影響。 (此為選擇性題目。訪談者可視不同國情或受訪者能力,決定是否需要回答上述題目)
- 5. 請提供您居住社區或鄰近地區的女性領導者範例,並說明為何您認為對方可被視為領導人物。

段落 F:基本背景資料

(請訪談者提出下列問題並填寫問卷)

4	1	团人	背害沓約	
→.	н	四ノヽ		r

4.1	性別 □ 男性 □ 女性
4.2	年齡 $\ \square\ 20$ 歲以下 $\ \square\ 20-29$ 歲 $\ \square\ 30-39$ 歲 $\ \square\ 40-49$ 歲 $\ \square\ 50-59$ 歲 $\ \square\ 60$ 歲以上
4.3	婚姻狀態(請勾選)
4.4	□ 單身 □ 已婚 □ 分居
4.5	□離婚 □ 喪偶 □ 同居
4.6	教育程度 (請勾選)
4.7	□ 未受教育 □ 基礎教育(小學) □ 初等教育(初中至高中)
4.8	□ 高等教育(大學或學院) □ 學士後教育(碩士或博士)
4.9	您是否在參與本計畫期間/之後創業?
4.10	□ 是,企業經營時間:
	□否

5. 家庭成員

- 5.1 請列舉家中成員。
- 5.2 請列舉家中經濟獨立的成員。
- 5.3 家中哪位成員是主要的經濟支柱?
- 5.4 您認為誰是家戶長?
- 5.5 以下為選擇性問題
 - 5.5.1 請說明家中每位成員的職業(維持生計的收入來源)。
 - 5.5.2 家中成員每週賺取的金錢(美元)?(包含自己)
 - 5.5.3 請列舉家中需要您提供財務支援的成員和支援比例。
 - 5.5.4 請列舉家中需要長期照護的成員以及提供照護者。

121 附錄 D

活動議程

APEC 多年期計畫 (計畫編號 M SCE 03 2013A): 2014 年跨經濟體工作會議

I. 日期:2014年3月7-8日

II. 地點:中華臺北台灣國家婦女館

III. 主辦單位:PPWE 中華臺北

IV. 經濟體:智利、韓國、菲律賓和中華臺北

V. 議程:

2014年3月7日

第1天		
	13:45~13:55	活動揭幕 性別平等處處長黃碧霞 主席:中央研究院經濟研究所研究員張靜貞
	13:55~14:00	議程介紹
	14:00~14:40	確認摘要報告格式
	14:40~15:30	設定標準和從四個經濟體中選擇案例
	15:30~16:00	說明問卷初稿
	16:00~16:20	休息時間/群組拍照
	16:20~18:00	討論問卷初稿(I)
	18:00~	歡迎餐會

訪談者指南

訪談者指引守則

訪談者指南

一名深具經驗的質性分析訪談者應:

- 1. 保持開放的心態。評斷或批判的態度可能會阻礙溝通,所以在訪談過程中務必要保持開放的 態度。如果受訪者覺得自己被評斷或評價,就比較不可能以開放的態度分享自身意見。訪談 結束後的所有相關結論可記錄於日誌中。
- 2. 保持彈性和良好的回應。人與人間的互動相當複雜,且人們對於問題的回應相當難以預測, 因此,一位優良的訪談者會設身處地為他人著想,妥善因應困難的局面,同時確認完成核心 目標。
- 3. 耐心。讓受訪者以自由開放的態度,依照自己舒適的節奏回應問題。
- 4. 敏銳的觀察力。優良的訪談者深具觀察力,能夠覺察細微的線索,例如受訪者的臉部表情、 身體語言和說話音調。
- 5. 良好的傾聽者。良好的傾聽者是採取下列態度專注傾聽的人:
 - □ 全神貫注於受訪者訴說的內容。專注的傾聽必須完全注意說話者的談話內容,直到訊息完 整接收或說話者停止談話為止。
 - □ 複述說話者的談話內容,以顯示聆聽者確實收到正確訊息。複述也能讓說話者專心在談話 內容上,以避免分心的情況。
 - □ 回應說話者於訊息中夾帶的情緒。藉由注意話語的音調和情緒,訪談者可以對傳遞的訊息 有更完整的了解。

123 附錄 E

進行訪談

在受訪者覺得最自在的環境中進行訪談。

您或許可透過電話進行訪談(通常對訪談者而言較為便利,對受訪者而言可能也是如此),但若 無時間和資源的限制,可讓受訪者選擇進行訪談的地點。可以選在受訪者家中、工作場所或合適 的公眾場所(例如安靜的餐廳或咖啡廳)。

訪談的進行

解釋
□ 訪談的目的
□ 訪談預計的時間
提出問題後,給受訪者幾分鐘說明
請謹記,訪談內容將以靈活的方式應用。若有必要,可在訪談進行時修改問卷,以深入探討
受訪者有意探索的面向以及蒐集的資訊類別等。
無論在任何情況下,訪談者都必須選擇自己能充分掌握的題目,並根據受訪者的情況調整問
題。應根據受訪者的社會背景或教育程度,依不同的方式構想題目。
訪談者應避免出現「喔」、「嗯」、「沒錯」、「是的」等常見的日常口語回應。訪談者應
留心避免打斷受訪者的談話或搶話;沈默或停頓通常是引出受訪者資訊的最有效方式。也應
讓受訪者有時間思考、反應和回想。

訪談計畫

訪談時間:60-90 分鐘

受訪者(主辦方)

日期:時間:

訪談者介紹

您好,我的名字是 訪談者的姓名。

感謝您願意參與這項 APEC 多年期計畫的訪談。

首先我想向您保證,若您希望的話,本次訪談將完全不具名,所有的訪談資料都不會出現您的姓名。

我也想要獲得您的允許,希望此次訪談內容全程<u>錄音</u>。錄音的原因是希望可以建立有關您的 回應和意見的準確資料,同時也有助於本計畫進行的資料分析。我們對於您的個人資料將絕 對保密。謝謝您的合作!

若您沒有其他的問題,我想要向您簡短介紹這次訪問的主題。

為了協助政府相關部門規劃實際可行的政策,這是一次具有特別意義的調查,目標在探索現行計畫或已完成的計畫所應用的 ICT 工具對於增強婦女經濟賦權的貢獻。

調查內容主要涵蓋您個人經驗的相關面向,例如擔任應用 ICT 工具促進婦女經濟賦權計畫的 主辦方的角色。

本研究是希望針對設計/協調/應用 ICT 工具的計畫/方案在協助婦女創新事業、促進事業成長、或單就開拓經濟發展機會方面,就您的經驗提供個人認知和理解。

訪問預計進行60-90分鐘。

結束訪談

是否有其他您想要補充的內容?

感謝您撥冗參與本次訪談。

125 附錄 E

參考文獻

Carolyn, Boyce, Carolyn and Palena Neale. "http://www2.pathfinder.org/site/DocServer/ m_e_tool_series_indepth_interviews.pdf?docID=6301." n.d.

Guion, Lisa A.; David C. Diehl, and Debra McDonald. "https://edis.ifas.ufl.edu/pdffiles/FY/ FY39300. pdf." n.d.

Marsiglio, William. http://web.clas.ufl.edu/users/marsig/conducting.qual.interviews.PDF. n.d. Pokela, Julianne, et al. "http://www.wallacefoundation.org/knowledge-center/afterschool/collecting-and-using-data/Documents/Workbook-E-Indepth-Interviews.pdf. "n.d.