

新北市原住民電腦資訊勞動合作社與數位永續發展 烏來 E-Party 原遊會輔導案例

林家豪、吳穎錫

◆ 前言

原住民族就業問題在學術界已討論多年，許多學者與專家的寶貴結論與建議，包含開放外勞政策、保障進用、政府工程承攬、創業貸款等的問題都顯示出整體經濟環境的不友善（高弘勳，2010）、建議發展長期策略與啟動產業共同輔導機制降低台灣原住民族青年就業困境等（Qiawa·Limei, 2016）讓後續研究者有了研究的方向，惟以業界實務經驗之觀點探討原住民族青年（簡稱原青）就業議題，因原住民合作社相關研究文獻參考非常稀少。綜觀臺灣整體勞動市場，造就或輔導原民合作社進入台灣主流勞動市場，期許創造就業與商業機會發展，但先決條件是合作社關係人思維必須一致，目標必須相同。本篇研究係以筆者們研析合作社場經營與管理實務經驗，聚焦原青於社場承攬業務所衍生之就業議題，試著勾勒出兩者間的相互關係，釐清原青期許適切性為何，並探討其合作社未來發展性，筆者們提

供原鄉烏來個案研究數據以利原鄉合作社數位永續發展參考案例，最後根據結論提出相關建議。

◆ 研究目標與合作社發展趨勢

本篇文章筆者們研究勞務服務合作社為主要研究目標，研析成立至少五年之合作社場為研究主體，研究背景著重原青於社場服務情況，針對管理實務人員進行研究分析。在研究背景中，筆者歸納出三個原住民勞動合作社場營運類型及訪談人員職階分別為：搬運服務類合作社經理、生命禮儀服務類合作社管理人員以及資訊服務類理事主席；基於學術倫理不主動揭露社場名稱及受訪者資訊。就訪談對象服務之社場，分為三種勞務曲向作為後續研究指標，合作社分類如下：

（一）純勞務曲向：指提供專業知識及勞動層度較高者，此曲向為搬運服務類。

（二）準勞務曲向：指提供專業知識且勞動層度高者，此曲向為生命禮儀服務類。

(三) 技術勞務曲向：指提供專業知識且勞務層度較低者，此曲向為資訊服務類。

筆者們研究分析指出，技術勞務及純勞務曲向社場，原住民族青年參與率較高，涉入層度相對也高，自然能吸引原青加入；後者則因入社門檻較低，雖無原青管理階層，依然存在原青社員。而準勞務曲向社場雖擁有原青任管理階層，惟入社社員普遍為已創業人士，年齡層偏高非本研究目標。另外研究顯現合作社提供服務與時下原青接觸之科技應用有關，由此得一結論，合作社業務與勞務曲向影響原青加入意願，並非由傳統觀念的原青擔任合作社管理階層較能吸引原青加入合作社與其共同成長。

另一方面筆者們歸納合作社統計數據，由研究結果瞭解純勞務及資訊勞務曲向社場之社員，入社後在外創業者共有 5 位，原青創業者佔 80%，而創立類別以公司行號者佔 60%，創立人民團體者為 40%，創業後持續與社場合作者為 80%。其中技術勞務曲向社場之社員創業比例佔總體 83%。研究歸納原住民合作社的技術勞務曲向社場因社員均以個人名義入社，在習得經驗與技術後創業機會增高，且技術勞務不需大量人力即可提供消費者解決方案，如一名程式設計師可以負責多個系統開發專案工

作、行銷企劃人員亦是一人可完成多個專案，說明技術勞務創業門檻較低（指投入成本）而增加創業慾望；反觀提供純勞務服務需要相對人力共同完成專案，在增加人的不確定因素下，創業慾望相對減少。

筆者們透過此研究三個結論方向：（一）資訊應用能力將會是合作社原青主要價值之一，若用其填補社場資訊化缺口，可提升合作社營運績效；（二）社場勞務轉型符合台灣產業升級經濟型態，此模式將會增加原青加入合作社意願；（三）合作社發展出永續共享資源供應鏈，將為合作社開另一獲利機制。這讓筆者聯想到時下青年工作型態新名詞「Slash（斜槓青年）」，此名詞最早由紐約時報的專欄作家 Marci Alboher（麥瑞克·阿爾伯）撰寫的書籍《雙重職業》中出現，作者指出這是社會發展的必然現象，也是象徵社會進步的表現，筆者認為形容在原青身上更是貼切，在這相對缺乏資源的環境下，原青可以藉由合作社事業衍生出創新與永續發展商業服務機制與模式。

◆ 原住民數位資訊與永續發展：烏來數位發展案例

根據原住民耆老口述，三百年前泰雅族原住民勇士們，在一次的狩獵行動追蹤獵物到烏來，遠眺發現有冒煙的熱

水從河谷岸隙間滾沸湧出，齊呼「ulay kilux」；而「ulay」指的是溫泉，「kilux」則指的是熱騰騰的感覺，「ulay、ulay」叫著叫著也就成為了烏來。南勢溪的上游有個相當知名的景點「烏來瀑布」，據了解，在地觀光事業起源正是以瀑布商圈為終點所發展出的商業活動。歷史上一場無名大火燒掉了族人賴以為生的「山胞公司」，使原本熱鬧的瀑布商圈隨之沒落，然而商業人潮也漸漸朝烏來老街湧去，失去經濟來源的族人因缺乏地域主導性及文化商品（服務）無法具體展現等狀況，無法在已發展的烏來商圈中生存。

隨著時代發展筆者們探究烏來老街商圈裡，顯少有在地原住民商家的存在。正是因為本團隊負責人為原住民族人，發想為瀑布商圈的商家提升數位應用能力，並藉由實際參與數位行銷活動，融會並貫通其應用效益。並在商家遴選過程中收集其痛點，了解商家多數不擅長於網路（數位）行銷工作，且單打獨鬥的困境無法吸引更多的消費者目光，藉此團隊有了共同努力的目標，將利用地域性及文化性串連在地化效應，建立一個專屬的永續商業與國際商業模式。

烏來 E-Party 原遊會群聚商家之據點，有七成非位於傳統烏來老街上，而

是位於烏來瀑布商圈，其地域性上具有延伸老街商圈之優勢。群聚組成由 2 家文化體驗商家提供由淺入深的文化體驗服務；2 家在地美食小館提供半日或一日遊程美食補給；2 家鄰烏來瀑布旁咖啡店提供半日或一日遊程的銜接點；2 家購物商店提供紀念品採購服務，洽洽好串起配對式遊程的機會。在此團隊也思考到必須排除商家公休或臨時無法接待的問題，同時樂見提供同樣服務的商家互相學習、互補共生。

有限責任新北市原住民電腦資訊勞動合作社、原始人科技資訊有限公司的泰雅原住民團隊與輔仁大學跨領域英語學程外籍生共同協作，以「綠色數位商模轉型」為核心價值與永續發展為目標，以大台北烏來地區的泰雅原住民 12 名原民微型商家為對象，透過管理專案大數據化（Project Management with Big Data）與問題解決與設計思考（Design Thinking）模式，筆者們針對烏來商家規劃跨文化雙語數位市場創新暨創業方式，協助原民部落改善傳統文化行銷商業模式、結合社區文創商品與觀光行程，透過雙語數位行銷、串聯臺灣歷史與文化進程及結合其他原住民合作社多面向的服務計畫（如圖 1 與圖 2）。



圖 1 Nanu 烏來原遊會



圖 2 Nanu 數位行銷

烏來 E-Party 群聚成員包含「溪潞工作坊」為泰雅文化工作者，以熱情的生命力投入在編織與串珠教學及「安娜

貝兒咖啡屋」為販售原民手工藝品為主；「東昇特產店」為原民特產店；「台灣瑪拉斯藝品有限公司」為銷售原民美食、文化藝術及工藝商品為主；「泰雅的廚房」及「加納富魚食坊」為販售原民特色風味餐；「給樹營地及谷繞休閒農場」為原民文化、生態體驗並提供住宿。商家主要分成原民手工技藝體驗、原民特色風味餐及原民生態文化體驗等類別，位置分佈在烏來街、瀑布路與環山道路一帶，本計畫筆者們利用配對踩點活動，連結烏來知名景點及提升外來觀光人流串連，組成具原民文化特色商家。

◎ 資訊加值力：提升數位工具及數位行銷之應用及成員本身數位能力與經管資訊技術、促進店家自我數位學習、廣泛運用社媒技術、推動實體結合數位通路。

◎ 服務優化力：使用科技工具改善服務流程、導入數位服務傳遞、促進消費者數位體驗。

◎ 組織凝聚力：共建群聚集體價值、群聚成員資源共享、學習集體商業合作、商定集體商業模式、建立永續經營機制。

◎ 環境擴散力：在地環境資源結合、創造新興亮點場域、擴散區位條件優勢、串連外來觀光人流。

筆者們針對上述數位永續與國際行銷模式協助原民商家建置跨文化雙語溝

通環境，建立雙語數位行銷服務平台並將推動結果反饋其他原民部落經濟研究，此計畫執行目標為輔導新型態原民數位合作社實踐產業轉型動機，使烏來跨文化雙語行銷經驗得以模組化而移轉至其他臺灣原民部落，擴大績優原民合作社社會影響力。

◆ 結論

新冠疫情加速新北市烏來原民部落商圈轉型需求，因為疫情也發展出數位商業模式，本團隊發想為瀑布商圈的商家提升數位應用能力，此計畫透過跨領域思維，解決企業實作場域問題導向的解決方案，並藉由實際參與數位行銷活動，通其數位應用效益並開啟數位永續契機。筆者們建置第一階段烏來商家透過雙語資訊化能力提升國際能見度，透過英文數位工具建置，提升群聚商店產品競爭力，透過數位化科技延伸原民部落產業永續經營。

協助烏來原住民產業面對當代社會產業實務挑戰提升原民產業數位轉型，發展部落原民產業群聚商店產品數位行銷競爭力，透過原民實質合作社管理與輔導機制，發展數位資訊行銷與合作社部落產業協作模式，成為台灣原民產業數位行銷工具升級，增加產業轉型暨永續發展契機，協助原住民商家透過數位資訊化能力與英語商業平台共創國際數

位行銷生態系統（Eco-System），使原住民部落數位永續模式成為國際觀光的亮點區域。

◆ 參考文獻

1. 高弘勳（2010）。〈台灣原住民族就業政策之研究〉。東吳大學政治學系碩士論文。
2. Qiawa·Limei(卡娃·立媚)，(2016)。〈台灣原住民族青年就業困境與競爭力之探討〉。國立中山大學人力資源管理研究所碩士論文。
3. Marci Alboher（2007），One Person/Multiple Careers: The Original Guide to the Slash Career, (Tennessee: Warner Books)。

〈本文作者林家豪、吳穎錫係有限責任新北市原住民電腦資訊勞動合作社理事主席、輔仁大學跨領域英語學士學位學程助理教授〉