

美和學校財團法人美和科技大學

107 年度教師產學合作計畫

結案報告書

計畫名稱：女力經濟-高雄婦女經濟培立方案

計畫編號：107-FI-DOT-IAC-R-003

計畫期間：107 年 7 月 30 日起至 107 年 11 月 30 日

計畫主持人：翁守德 助理教授

共同主持人：林耘卉 助理教授

研究助理：

經費總額：50,000 元

經費來源：財團法人中山管理教育基金會

女力經濟-高雄婦女經濟培立方案

翁守德

美和科技大學觀光系

摘要

「幫助一個婦女，等於幫助一個家庭」-窮人銀行總裁葛拉敏。以支持為起點，以培力為核心；推動以婦女為主體的女力經濟模式，建立跨越政府、企業、社會組織的新工作模式，共同尋求創新方法解決中高齡婦女經濟問題，改善婦女貧窮化。

高雄市政府社會局積極培力經濟弱勢或中高齡婦女微型創業能力，特別規劃「女力經濟-高雄婦女經濟培力方案」，透過專業團隊集結在地團體或社區婦女的力量，培力婦女微型創業能力，以達成進入市場為目標，依階段性辦理培訓工作坊、創業技能課程、重點培力輔導，課程設計將依照創業所需的基本創業知能，商品展售技巧、品牌行銷行銷等主題，透過主題式教學與重點輔導，提供創業協助。同時為培力組織微型發展非營利企業能力，將結合社會企業概念，同心協力創造共同品牌，進入市場機制自給自足，收益回饋組織，尋求創新方法解決中高齡婦女經濟問題，增加婦女就業機會，提昇婦女經濟，改善婦女貧窮化。進而建立女性經濟自主權，亦可解決特定社會問題，達到自助助人及社會公益的目的。

關鍵詞:女力經濟、微型創業、品牌行銷

一、前言

窮人銀行總裁葛拉敏所說：「幫助一個婦女，等於幫助一個家庭」。以支持為起點，以培力為核心；推動以婦女為主體的女力經濟模式，建立跨越政府、企業、社會組織的新工作模式，共同尋求創新方法解決中高齡婦女經濟問題，改善婦女貧窮化。「貧窮女性化」1978年由美國學者Diana Pearce提出，根據統計資料顯示女性貧窮人口及低收入戶中女性戶長比率已超過五成且持續上升，受到結構性因素影響，女性相對貧窮風險較高，推論貧窮問題將逐漸變成女性的問題。聯合國世界婦女會議更將婦女經濟問題列為重要議題之一，1979年通過(CEDAW)「消除對婦女一切形式歧視公約」，並於1995年北京行動宣言中提倡「性別主流化」政策，影響世界各國陸續制訂對策以解決婦女經濟問題。在全球化發展的趨勢下，面臨市場競爭力激烈、社群結盟、網際網路技能等挑戰，個人力量有限，面對求新求變的消費市場趨勢，根據「性別主流化」與「CEDAW」保障婦女權益和福祉，落實性別工作平等，消除婦女職場就業障礙。

高雄市政府社會局積極培力經濟弱勢或中高齡婦女微型創業能力，特別規劃「女力經濟－高雄婦女經濟培力方案」，透過專業團隊集結在地團體或社區婦女的力量，培力婦女微型創業能力，以達成進入市場為目標，依階段性辦理培訓工作坊、創業技能課程、重點培力輔導，課程設計將依照創業所需的基本創業知能，商品展售技巧、品牌行銷行銷等主題，透過主題式教學與重點輔導，提供創業協助。同時為培力組織微型發展非營利企業能力，將結合社會企業概念，同心協力創造共同品牌，進入市場機制自給自足，收益回饋組織，尋求創新方法解決中高齡婦女經濟問題，增加婦女就業機會，提昇婦女經濟，改善婦女貧窮化。進而建立女性經濟自主權，亦可解決特定社會問題，達到自助助人及社會公益的目的。

有鑑於此，委託單位希望藉由委託美和科技大學觀光系執行網路行銷產學合作，可以確實規劃女力經濟的屬性定位及網站通路。透過網路行銷的方式除了提升婦女形象，擴展銷售通路，增加通路網站網路行銷的績效。

二、研究目的

高雄市政府社會局積極培力經濟弱勢或中高齡婦女微型創業能力，特別規劃「女力經濟－高雄婦女經濟培力方案」，透過專業團隊集結在地團體或社區婦女的力量，培力婦女微型創業能力，以達成進入市場為目標，依階段性辦理培訓工作坊、創業技能課程、重點培力輔導，課程設計將依照創業所需的基本創業知能，商品展售技巧、品牌行銷行銷等主題，透過主題式教學與重點輔導，提供創業協助。同時為培力組織微型發展非營利企業能力，將結合社會企業概念，同心協力創造共同品牌，進入市場機制自給自足，收益回饋組織，尋求創新方法解決中高齡婦女經濟問題，增加婦女就業機會，提昇婦女經濟，改善婦女貧窮化。進而建立女性經濟自主權，亦可解決特定

社會問題，達到自助助人及社會公益的目的。

三、研究主題內容

1. 量化效益：

- (1)微電影製作:拍攝 3 部 3-5 分鐘以產品宣傳為主題之微電影。
- (2)網路宣傳：透過 Facebook 社群網站及 YouTube 平台將微電影上架。

2. 質化效益：

- (1)形象提升：透過網路行銷及媒體宣傳報導，提升女力經濟的方案。
- (2)知名度提高：透過官方網站及網站行銷，提高女力經濟個案的產品知名度。

四、研究方法

本研究將以資料收集法進行，配合微電影的製作，利用網路多媒體的社群平台，輔以網路宣傳策略。

五、研究結果

- 1. 拍攝 2 部 3-5 分鐘以產品宣傳為主題之微電影。



- 2. 透過社群網站行銷產品。



3. 透過社群網站建立品牌故事與顧客互動。



The image shows a Facebook post from the page '好好庭幸福' (Happy Home Happiness). The post features a photograph of a woman, Kooky, sitting at a table with her henna art. She is wearing a black jacket and has her hand to her chin. On the table in front of her are several henna art pieces, including a large 'Kooky Henna' sign, a framed photo of her work, and a small sign that says '女力經濟' (Women's Power Economy). The background is a dimly lit room with blue and red lights.

【女力經濟-107年品牌故事5】 Kooky 藝堂•Henna彩繪師

好好庭幸福 · 2018年11月30日 星期五

「女力經濟-陪你拚經濟」-kooky藝堂•henna彩繪師

今天我們不找巷弄美食了！換換口味，帶著大家找漂亮囉！
來到了高雄楠梓區的台糖量販店，在入口處附近有個彩繪的小攤位，桌上擺滿了美麗創作的彩繪作品，讓我們一起來認識這位美麗的畫家- Kooky。

婚後為了照顧家庭，漸漸從職場脫離，因著孩子的長大，孩子對爸媽的情感也漸漸轉移到同儕，心裡面的空虛感也漸漸擴散加大。

六、參考文獻

1. 林蓬榮，2013，網路行銷：趨勢、策略與技能（第二版），新文京出版。
2. 白榮吉，蕭穎謙，陳楠熹，陳意婷，劉忠輔，黃宛婷&杜育帆，2013，線上購物網站網路社群經營關鍵成功因素之多重個案研究-以 Facebook 粉絲頁為例，創新研發學刊，9(1)，19-37。
3. 樂斌，邱于平，楊荏傑&林玉凡，2015，探討關鍵粉絲之訊息內容偏好-以 X 百貨之 Facebook 粉絲專頁為例，資訊管理學報，22(3)，225-242。
4. Kwok, L., & Yu, B. 2015, Taxonomy of Facebook messages in business-to-consumer communications: What really works?. Tourism and Hospitality Research, 1467358415600214.