

**2018 年 gov 公民科技創新獎助金計畫—無家者小幫手**  
**需求訪查報告**



圖片出處：生命力新聞

人生百味股份有限公司

2018 年 6 月

## 一、 人生百味簡介

人生百味自 2014 年起陸續發起幾項群眾計畫，關注無家者、街頭販售議題，藉由簡單趣味的活動與企劃，降低認識弱勢狀態的門檻、達到人與人間的交流。透過邀請群眾參與，觸發社會各行各業者；探討現象背後的成因；致力成為人們和無家、街賣議題間的「引路人」，陪伴大眾了解街頭的生存者。

在「人生柑仔店」計畫中，人生百味試圖打破街賣長期所承受的標籤、並翻轉街賣形象。而人們在消費的同時，不僅獲得百味嚴選的商品，也能和街賣者有所交流，一同分享街道上的故事。

「石頭湯計畫」則是透過蒐集剩食、共同料理、上街分享的步驟，讓人們在用餐的同時能夠面對面認識無家者、與之交流，拉近彼此距離。透過共食、共享，感受彼此的相同與相異，理解身而為人更立體的面向。

我們相信，當偏見引起的社會排除現象逐漸減少，街頭成為一個更溫暖明亮的地方，將能網住更多向下墜落的人們。

### 關於無家者

無家者，因為各種的原因，不只有個人因素，更多的是大環境決定的結構性因素，例如就業市場的排除、產業的變遷，以及居高不下的房價等等，使處於邊緣處境的人們，因著不同的人生際遇來到了弱勢狀態的最底層。

在台灣，無家者不論在工作、居住或建立社群等方面，都面臨選擇匱乏、為社會所排除的困境。因此，於無家者議題，人生百味透過大眾倡議與群眾參與的方式，致力於「破除汙名」與「創造連結」的工作，期待增進大眾對無家者立體樣貌的認識。消除偏見之餘，更發現彼此相同之處，進而能夠同理無家者形成有其脈絡、生存所面臨的匱乏處境，最後產生動力改變城市的風景——一座友善的包容城市。

## 二、 計畫背景

在街頭上進行石頭湯計畫，與無家者分享餐點時，我們經常遇到同時段也有其他團體來發便當的情形，有時候一個晚上同時碰上兩三個單位或個人前來。然而，也聽過無家者大哥大姊說：挨餓一整天乃是家常便飯。

缺少資訊整合，造成了許多物資被浪費，許多人來發便當，無家者不好意思拒絕，可能根本吃不完，許多人來發衣服，可能一個寒流的夜裡被蓋了三件大外套，我們看到真正的問題是：善心團體與個人之間彼此沒有橫向連結，造成這樣的善行雖然對於無家者有幫助，但不穩定卻讓這樣的幫助大打折扣。

因此為了減少資源浪費、使資源可以有效運用、改善無家者在街頭的生活，我們希望試著去解決這樣的現象。

人生百味於 2018 年 1 月，申請 g0v 台灣零時政府社群舉辦的「g0v 公民科技創新獎助金」，預計建立一個資訊整合平台。

此網站將開放社福團體或欲至街頭送餐的個人登記送餐的計畫，並以公開行事曆的方式呈現，讓使用者了解街頭分配的情況，在一定的程度上避開重複物資，以及知道何時匱乏，而調整發送計畫。

### 三、計畫前期：需求訪查

本次計畫主要影響的群體包含以下兩者：

#### 1. 社福團體與自主發餐的大眾

預計透過社群網站宣傳、請無家者與社福單位告知的方式，將此網站推廣給會到街頭分享食物的人使用。

##### 社福團體

為了將有限的資金採做更好的利用（特別是常態型的服務），將增強使用此網站的動機。而團體若有物資需求，更能夠透過此平台提出，使資源得以被有效媒合。當網站觸及更多使用者，此平台也將作為資訊佈達（提出需求與大眾教育）的空間。

##### 個人與團體

欲自主發餐的個人在上街時可能會遇到幾種問題：不清楚無家者的需求、哪裡有無家者、不知道該如何進行送餐，以及許多送餐時不愉快的經驗都可能降低往後再次上街的動力。因此網站除了提供可檢視的日曆，使個人得以和其他使用者協調時間，更能夠藉由網站上提供的「送餐小指南」、經驗交流分享區等資訊，使個人增強行動的動機。

#### 2. 無家者

待網站推廣達到一定程度的效果，行事曆的完整將使資源變得可預期、取得更加穩定，將避免無家者「有時候有一餐、沒一餐，有時又暴飲暴食的飲食狀況。而持有手機的無家者也能協助推廣資訊給其它無家者，以及尚未接觸網站的發餐團體或民眾。

計畫前期，為使網站結構更符合使用者需求，人生百味針對社福團體、個人與無家者進行了需求訪談，訪談對象包含 10 名無家者、2 個社福團體、3 名自主發餐的民眾、2 個自主發餐的團體，受訪者列如表一。

表一：訪談受訪者列表

稱謂	身分	備註
無家者 A	無家者 (台北車站南 3 門)	同時訪問
無家者 B	無家者 (台北車站南 3 門)	
無家者 C	無家者 (台北車站南 2 門)	同時訪問
無家者 D	無家者 (台北車站南 2 門)	
無家者 E	無家者 (台北車站南 2 門)	
無家者 F	無家者 (台北車站南 2 門)	
無家者 G	無家者 (台北車站東 3 門)	
無家者 H	無家者 (艋舺公園)	同時訪問
無家者 I	無家者 (艋舺公園)	
無家者 J	無家者 (艋舺公園)	
C 社工	社福單位 (萬華、中正區)	
W 師兄	社福團體 (台北車站)	
沈小姐	自主發餐個人 (台北車站)	
張小姐	自主發餐個人 (台北車站)	
鄭小姐	自主發餐個人 (台北車站)	
邱先生	自主發餐團體 (台北車站)	披薩店
何先生	自主發餐團體 (艋舺公園)	婚攝工作室

#### 四、訪談結果

##### 【無家者】

##### 1. 每周獲得捐贈餐點的頻率：無法掌握

本次訪談中詢問無家者：「平均來說，每周約有多少團體/個人來發便當，有幾天/幾餐需要自理？」然而 10 位中僅有 1 位無家者 F 明確地表示：「一周大約有 2 天會沒有人來發，這兩天就去 7-11 買泡麵吃。」

其它人對於天數的不確定，可從以下訪談內容知道：

(1)

無家者 C：也不一定，這也很難說。這真的很難說。

訪員：那這個禮拜呢？這個星期一到今天禮拜三有幾天了？

無家者 D：到今天已經有兩天來發了。所以明天會不會有也不知道。

訪員：這麼不固定？

無家者 D：對啊，來的時間也沒辦法拿捏啊。

無家者 D：可是禮拜一的話，是真的比較沒有。

無家者 C 每個禮拜一幾乎都沒有。

(2)

無家者 G：禮拜一都沒有。

訪員：禮拜二呢？

無家者 G：禮拜二有時候也是一樣沒有。

無家者 G：有時候禮拜三也.....有啦，多少會有，但比較少，有時候沒有就沒有，如果有的時候，吼，很多耶。

訪員：這樣喔，像禮拜四今天就有。

無家者 G：對，今天就有。

(3)

無家者 H：呃.... 這個沒有辦法給你一個正確的回答。

訪員：聽台北車站的人說，禮拜一通常都沒有，艋舺公園也是嗎？

無家者 H：沒有，也沒有。

訪員：禮拜二呢？

無家者 H：二到四.....不一定的東西。

無家者 I：可是那一天比較反常，那一天禮拜一很早就三個地方來發。

訪員：有沒有記得固定哪些團體，他們固定禮拜幾來？

無家者 J：沒有沒有沒有。

大部分的無家者都對於發餐的天數、團體無法預測，唯共同指出：**星期一通常不會有人來發便當。**

而無家者也反應經常有來發餐的善心人士碰在同一天的現象：

(1)

無家者 C：一吃便當，沒有的時候沒有，有的時候吃到吐。

(2)

訪員：你剛說有時候一天來很多，有多少？一些節日的時候嗎？

無家者 G：有時候很多喔。

訪員：有超過五個嗎？

無家者 G：我看也是有，有時候還吃不完要分別人吃。

## 2. 對街頭資訊的破碎理解

我們原本希望藉由訪談，畫出無家者視角的街頭物資日曆，然卻發現大部分受訪者心中的日曆幾乎是空白或缺乏規律的，可能原因除了善心人士送餐的時間並不固定、偶一為之的行動多集中在冬天或特別的節日，另外也與善心人士與無家者之間缺少互動、而無家者更不敢主動詢問對方有關，擔心若是對於食物有「意見」，恐怕會讓對方留下不好的印象，甚至遭人非議：「街友還會挑食、浪費愛心！」因此許多受訪者對於送餐情況的認識，僅存有口耳相傳的模糊印象，使得許多無家者除了被動地等待，難以獲取更多完整的資訊。

(1)

訪員：有沒有誰是會固定來（送餐）的？

無家者 A：沒有，都沒有。

訪員：那妳知道會來的人都是誰嗎？

無家者 A：沒有，都沒有問。

(2)

無家者 G：便當什麼時候要來根本不知道，他們高興就來，高興要給我們就給，如果不高興不給，我們也不能罵人家啊。有的人（無家者）很囉唆，還問人家什麼時候要來，有些新來的歐巴桑就會問。

(3)

無家者 C：有一打是固定農曆初一十五來啦。

訪員：初一十五，那是誰？普濟寺嗎？

無家者 C：不是不是，那叫什麼我也不知道。

無家者 D：好像是廟方的。

無家者 C：好像是寺廟的法師來發的啦。

訪員：不知道是哪個廟？

無家者 D：也有來發麵包的、飲料的。

訪員：你們有沒有給他們（發便當的人）一些建議？

無家者 C：我們有得吃就好哪敢給他建議啊？

訪員：像是說可能時間要固定啊。

無家者 C：他就說：「給你們，你們有好吃就好，理由那麼多幹嘛？會變成這樣子啦。」

(4)

無家者 G：但是，我怕你們覺得，喔，流浪漢怎麼還會挑食，要吃好的，我怕被妳們這樣說。」

### 3. 網站最大的受益群體：收入不穩定的無家者

本次訪問的 10 位無家者，其中 9 位有工作，無家者 A、B 從事陣頭（日薪 500-1000 元，每月工作天數不固定），無家者 C、D、E 從事粗工（日薪約 1100 元，每月工作約 20 天），無家者 F、H、I、J 從事舉牌或派報（發傳單）（日薪約 850 元，每月工作約 8-10 天），僅無家者 G 因年紀（72 歲）關係無法從事體力勞動的工作。

在資源不穩定的狀況下，調節供給端的分配方式，將對於收入不穩定或無工作收入的無家者影響最大。

(1) 例如固定從事粗工的無家者 D 表示：

訪員：像對什麼樣的人會覺得有幫助？

無家者 D：像那些沒有辦法工作的人啦，這裡有蠻多沒辦法工作的人，對他們的幫助很大。

(2) 每月陣頭天數不固定的無家者 A、B：

訪員：那沒有來發的時候要怎麼辦？

無家者 B：要忍耐啊！

無家者 A：我們都喝水。

(3) 無工作，以兌換路人提供的發票作為收入的無家者 G：

訪員：你每個月只有對統一發票的收入，還有其他的嗎？

無家者 G：沒有，只有統一發票而已。

訪員：但像你上個月只有中 600，可以度過一個月嗎？

無家者 G：不夠啦。我在阿滿（小吃店）那裏吃，一餐吃 40 元算是很省了，現在台北市要吃 40 元要去哪裡吃，不可能的。

訪員：600 元怎麼夠？

無家者 G：不夠啊，常常就餓肚子。

### 【社福團體】

本次訪談的社福團體包含服務貧困者的宗教團體（每月送餐 2 次），以及在台北市從事無家者常態型服務的公部門單位（逐漸將白天在艋舺公園送餐的資源轉到單位內部，作為供餐據點之一）

#### 1. 供給與實際需求量的平衡

W 師兄負責統籌的送餐業務，於農曆每月的初一、十五到台北車站定點發放 150 個便當，雖然以推廣素食為主要的送餐活動宗旨，因此當群眾排隊取餐時不會特別進行無家者身分的確認（篩選真正需要的人），然每次會預留至少 50

個便當，在排隊人潮散去後到車站周圍逐一詢問無家者，以往的經驗是每個人都能拿到一份便當。

社福單位的 C 社工也表示，在物資分配方面，餐食是最大的業務項目，目前每周有兩至三天的中午，單位會發放由其他機構或店家捐贈的便當，每次約 120 份，足以供應發放當日的需求量。未來若以網站作為資訊整合的平台，讓更多民眾可以透過認捐的方式來補足其它天數，則該社福單位也可以負擔一周五天，每次 120 份的供應量，使供給與需求更趨近於平衡。

## 2. 物資集中而無法消化的情況

社福團體相較個人，有固定的送餐時間，然而仍會遇到同時有其他團體也進行送餐行動的情況：

(1)

訪員：跟其他團體或是民眾撞到的時候，會有什麼樣的狀況嗎？

W 師兄：會啊我們會問他從哪裡來的啊。

訪員：他們是團體還是個人？

W 師兄：都有都有。

C 社工服務的社福單位則經常有臨時湧入的物資：

(2)

C 社工：還是會有零星打電話來說要捐的，像端午節有人要捐一萬顆粽子，量太大了，只能說服他改成以後分三節捐（端午、中秋、過年），把錢平均分在不同節日的物資，才會比較有效（地運用）。

## 3. 網站需提供各社福單位需求

團體遇到大量的物資湧入而無法處理的情況，可能源自民眾對於無家者和相關單位的需求不了解，如：無家者人數、有哪些單位可以提供服務、服務的項目等，若於網站提供各組織的聯絡資訊、服務項目介紹，將能媒合資源與單位，降低社福單位間自行轉介資源的成本，也讓有時效性的物資不被浪費。

(1)

C 社工：這次也有突然送了五百顆粽子來的，當下我們就趕快打電話問其他單位，隔天趕快找人送過去。因為要捐的人不知道人安（位於萬華的社福團體）會有需求，就打去公園管理處說要去艋舺公園發，管理處才緊急通知我們，我們再告訴人安，如果民眾提前知道人安也有需求的話就可以避免這種狀況發生。



(2)

C 社工：例如有民眾上去提供自己可以捐贈的時間和品項，不限定是食物，讓各個組織可以上去認領自己組織需要的物資。

另外有需要的組織也可以自己提出需求，如果今天有人就是要捐吃的，但沒想像過夏天也會有「衣服」的需求，這個平台就可以讓大家知道。像是我們這邊經常要發放夏天的物資，尤其有皮膚狀況的人常需要在很短時間內更換夏天的短袖，量這麼大的情況下我們很難一直提供新的衣服，也許有些民眾家裡就有還很新的二手衣物可以捐。

### 【自發性送餐的個人與團體】

#### 1. 有計畫的送餐行動

受訪者送餐頻率列表：

稱謂	頻率	項目	數量
沈小姐	每個月 1 號	大碗滷肉飯	10 份
鄭小姐	不固定，已執行三次	糖果、餅乾	70，50，20 份
張小姐	不固定，已執行 2 次	便當	50，40 份
邱先生	每周五晚上	披薩	10 盒
何先生	每月平均 3-4 次	婚宴菜色	10-20 份

五位受訪者的送餐頻率雖然僅有沈小姐與邱先生有固定的送餐日期，份量亦不如社福團體提供得穩定，然而訪問五位受訪者的動機，大部分仍屬於「有計畫」的行動，而非因為舉辦活動剩下大量餐點而需要臨時到車站發放。未來完成網站後，可邀請送餐時間是「可預期」的個人與團體作為第一批的使用者，當日曆上已有登記資料，則臨時需要處理手邊餐點的大眾便可以錯開已有資料的送餐地點。

#### 2. 時間難以彈性調整，可錯開送餐地點

在詢問受訪者「當發現計畫送餐的時間與其它人有衝突，是否方便協調其他時間上街發放？」

大部分的受訪者表示，由於工作需求（婚攝工作室的活動場次固定、店家有固定休息的時間）或個人在特定的時間較有餘裕，因此當送餐時間有衝突時，仍難以調整時間與其它人錯開，但可以更換送餐地點，或發放保值期較長的食品作為替代方式。

(1)

何先生：因為場次是固定的，無法調整時間，但換去其他地點發是可以的，只是夏天食物比較不能放，不要太遠，或是像台北車站不好停車的地方都可以。

(2)

鄭小姐：不會換時間，因為發的是保值期較長的東西，不會有衝突。

有些物資不具時效性，如睡袋、禦寒物品，或可存放的糖果餅乾，網站開放登記時必須讓使用者填寫品項，若物資總數量超過實際需求人數，但不同類型的物資性質不衝突，使用者仍可以自行評估需不需要再新增。

### 3. 不愉快的送餐經驗

部分的受訪者反應，自主上街分享餐點的時候，偶爾遭遇到無家者意料之外的舉動或餐點無法滿足每個人需求的狀況，容易造成個人的挫折感與對於行動本身的質疑，形成一次不愉快的送餐經驗，可能影響下次再次上街的意願。

(1)

沈小姐：在我參加過人生百味的無家者尾牙之後，有第一次嘗試自己去發，因為只有買十份，發到最後一個的時候，一個阿伯已經站起來要等我，但同時就有另一個人衝出來，我還是給他了，覺得對阿伯很不好意思。對方還很客氣地說：『毋湯安捏共。』那時候覺得很難過。」

(2)

何先生：我第一次去的時候不知道狀況，因為婚宴的菜是一道菜一道菜這樣打包的，所以我也就一包發給一個人，結果他們會用搶的、爭的，有人搶到只有菜但沒有肉的會摔地上，就覺得很挫折。

(3)

邱先生：去發的時候其實被拒絕過很多次，因為很多人都吃飽了，原本我想像是大家都很需要。另外也有遇過一個已經在吃麥當勞了，但又跟我要披薩的，那種我就不會給。

## 五、 結語

本次的需求訪談，發現無家者對於送餐者的形象，以及送餐者對於無家者的需求，在想像與實際情況上有很大的落差，資訊不流通使得物資不穩定而造成浪費、部分無家者的飲食無法均衡。

目前也有社福單位進行資源的調節，然而往往需要投入大量的人力成本，包含聯絡、運送、宣導，在資訊不透明的情況下難以進行整合。未來透過公開的平台，提供大眾更多參考資訊，以疏散過去常短時間內匯聚在同一個單位的資源，減少間接媒合的成本，各組織也能主動提出需求，尋找對應的資源。

因此，網站的製作將針對使用者的需求，加入給送餐者的上街參考指南、社福單位列表，對於街頭狀況有基本認識後，期許能減少使用者實際將餐點送往車站、公園時可能會產生的衝突。

由於持有可上網的手機的無家者不佔多數，網站完成後仍需要印製紙本的日曆，將網站上的資訊盡可能同步與無家者更新，當無家者獲得一份可預期的日曆，將有助於提高其推廣網站給潛在使用者（未接觸過網站的送餐民眾）的動力，使日曆上的資訊更趨近街頭上的真實情況。

最後，使日曆有機會被填滿、穩定街頭的飲食狀況，以及使網站作為所有使用者皆能交流想法與需求的平台，甚至認識到「物資分配不均」以外的需求，例如消除汙名，將是本計畫需要努力的方向。