中科大學報第 5 卷第 1 期暨教育特刊
2018 年 12 月第 49 至 70 頁

airiti

讓我們彼此更貼近—共享家庭App行銷企劃之研究

樊祖燁[1*]　陳明郁[2]　謝雅婷[3]　方冠茹[4]　姜家綺[5]

[1、2]致理科技大學商務科技管理系副教授

[3、4、5]致理科技大學商務科技管理系學生

*通訊作者

摘要

因應台灣人口的逐漸老化，政府積極推廣青銀共居，但因為沒有一個很好的機制，造成推動的成效不彰。「共享家庭」App 運用目前已非常普及的智慧型手機做為載具，藉由創新的數位經濟平台，重新塑造針對 C2C 使用者之服務的買賣結構和經濟價值。「共享家庭」App 希望利用步驟式選單，讓老年房東與年輕房客都能找到理想的房東或房客。再結合創新的「時間銀行」，以雙向提領模式的互惠方式，讓雙方經由勞務與租屋的交換來達到供需平衡。未來，本研究希望將這個平台推廣到其他需要以勞務換取物資的交換活動上，以避免某些以金錢給付會造成弊端的事件發生。

關鍵詞：時間銀行、數位經濟平台、共享經濟、銀髮族、青銀共居

本研究初稿曾發表於「2017FORMOSA產業個案及經營管理研討會」，後針對此專題持續進行研究。

airiti

Let's Get Closer to Each Other

—Sharing Family App Marketing Plan

Tsu-Yeh Fan[1*] Ming-Yuh Chen[2]
Ya-Ting Hsieh[3] Guan-Ru Fang[4] Jia-Ci Jiang[5]

[1 2]Associate Professor, Department of Commerce Technology and Management, Chihlee University of Technology

[3 4 5]Student, Department of Commerce Technology and Management, Chihlee University of Technology

*Corresponding Author

Abstract

In response to the gradual aging of Taiwan's population, the government actively promotes seniors to co-house with younger generations. But the results of this promotion are not good because there is no good mechanism. The "Shared Family" App uses smart phones that are now very popular as devices to reshape the buying and selling structure and economic value of C2C users' services through an innovative digital economy platform. The "Shared Family" App intends to use the step-by-step menu to allow both an elderly landlord and a young tenant to find the ideal landlord or tenant. Combined with the innovative "time bank", the two-way deviating model of reciprocal means, so that the two sides may exchange through the exchange of labor for rent to achieve a balance between supply and demand. In the future, this study intends to extend this platform to other exchange activities that allow the exchange labor services for materials to avoid certain incidents that money payments will cause malpractice.

Keywords: time bank, digital economic platform, sharing economy, silver hair, seniors to co-house with younger generations

airiti

壹、研究動機與目的

醫療的進步造成高齡化社會來臨，加上年輕人大多外出工作，因此獨居老人比例增加，也伴隨著許多風險。「青銀共居」的新概念在市場上打開，使老年人與年輕人既能共享生活又兼具個人空間。在國外，「青銀共居」的觀念已經非常盛行（壹讀，2016；風傳媒，2017），而在台灣獨居老人及大學生租屋需求增加的情況下，台北市、新北市、桃園市及高雄市等 4 都皆引入青銀共居方案（吳思萍，2018；葉德正，2017），但結果卻不理想。

國外如此成功的案例，為何到了台灣便失敗了呢（好房網，2017）？政府提出的主要原因為「房東怕繳稅」以及「年輕不願意與長者共居」（葉德正，2017），但這似乎有些不合理。本研究為了發掘真正的問題點，對致理科技大學（後簡稱致理科大）的租屋大學生及致理商圈之老年租屋房東進行了深度訪談，發現是因為政策並沒有掌握到雙方最重要的需求，大多老人房東需要的是陪伴，租屋學生需要的是免除房租壓力，而現行並沒有一個交易的機制與媒介。

綜合上述的問題點，本研究發展了「共享家庭」App，希望能解決上述的問題。「共享家庭」係以時間銀行為理論基礎提出一個全新的商業模式，讓房客以做家務來換取房屋租金，並已經將系統介紹給新北市，希望能推行至新北市之「青銀共居」方案。未來希望在新北市站穩腳步後，能夠把「共享家庭」推廣到各縣市，最後對於目前一些因金錢發放的衍生問題，更希望能透過將「共享家庭」功能擴充為「勞務銀行」改變這個現象。

「共享家庭」App 係由致理科大商務科技管理系（後簡稱商管系）的師生們，利用「創業家學分」學程中之深碗課程「商業模式設計與實作」，結合專題實作課程，以問題導向式學習（PBL，Problem-Based Learning）的方式發展。「共享家庭」結合了商管系老師的研究成果，並獲新北市政府城鄉發展局的指導，目前已進行了 1 年，也積極地向外推廣，希望未來可以將此技術發展至新北市以外的地區。「共享家庭」App 系統希望能達到下列目的：

1. 讓房客可以透過做家務換取房屋租金，來減輕租金壓力，房東可從中獲得陪伴。
2. 房客可以透過 App 中的勞務銀行選擇自己喜歡的工作進而做租屋的篩選，房東也可從學生資料中選擇符合自己需求的房客。
3. 我們藉由勞務銀行訂定一套明確的規範，避免雙方對於家務完成度認知的不同，減少雙方的衝突。
4. 在減輕學生租金壓力、房東又可獲得陪伴的情況下，創造雙贏的局面。

貳、文獻探討

一、時間銀行

「時間銀行」是在獎勵從事社區營造與社會服務方面之志願服務工作的一種輔幣（服務儲值）記帳制度。它是一種社區貨幣，目的在將無償的工作所付出的時間轉化為有價的商品，同時藉由志願服務互助建立社會資本與藉由同時提供與接受協助進行時間儲值交換進而提升社區自助（Seyfang，2002）。吳來信（2011）認為「時間銀行」提供一個機制，用來建立或實施社群互助合作，其目的在增進社會的聯結而非經濟的聯結。「時間銀行」強調提

供社會服務，而不是提供物品。「時間銀行」是在解決某些社會服務的供應短缺問題，特別是在傳統的貨幣經濟不被重視的服務，目標在增加非正式經濟部門的活動，促進人人工作平等機會，同時在強化社區的凝聚力。

在時間銀行的經營中，往往包括五個核心價值：人人都是資產、工作不只是價格、助人不如互惠、人人需要彼此、以及每個人都重要(Cahn, 2004)。基於這些核心價值，沈介文、張亦孜（2011）認為時間銀行具備 4 個特色：強調平等、強調人盡其才、強調有價值的交換以及強調尊重與符合需求。

鄭勝分（2007）認為，社會企業可以透過兩個層面來觀察，包括社會創新以及商業化。沈介文、沈敬（2017）更提出獨特的觀點，若以社會創新精神的實作來看，如果時間銀行能夠發展成服務交換的共享經濟平台，找到合適的運作模式使其自給自足（不一定是收費），也會是很好的社會創新案例，至於是不是符合社會企業的商業化標準，或許就不是很重要了。因為本研究主要是聚焦在房客以勞務做為支付房租的媒介，所以本研究以「勞務銀行」取代「時間銀行」的名稱。

二、數位經濟平台

數位經濟可定義為在新經濟時代下，透過各種創新數位科技，並結合跨域整合平台與創新服務模式（資誠聯合會計師事務所，2017）。2014 年台灣的數位經濟已占 GDP20.57%（蔡鳳凰，2017）。2016 年中國數位經濟占其 GDP30.61%，更成為中國經濟的重要組成（張景勛，2017）。未來，無論企業或政府，在策略與政策的擬定推動上，都將以「平台」的角度思考，藉由數位化平台與科技的激盪，創造新型態服務與商業模式，推升產品與服務之附加價值（黃千雲，2018）。

科技部在 2016 年所做的研究指出，我國服務業者多為中小型企業，發展課題需透過跨業合作及跨境發展，才能取得競爭優勢。而在數位經濟浪潮下，物聯網應用服務將會帶動服務業智慧化，以顛覆傳統供需體系、產業生態鏈與消費者價值。因此要如何從現有 PC/server/手機為基礎的產業發展型態，轉變為以特定數位科技為基礎的產業應用，就是一個重要的課題（陳信宏，2018）

三、共享經濟

共享經濟的出發點奠基於人與人之間的信任。但現在看來，先取得政府和人的信賴，新經濟體才得以延續下去（曾筱媛，2015）。C2C 與 B2C 線上交易平台發展出的信任機制也是促成人們接受共享經濟的重要原因（Schor，2014）。由於網路環境導致交換雙方需要自己承擔交換失敗的風險，倘若平台具有良好的信任機制則會降低消費者對於交易的不信任感（Tran，Hitchens，Varadharajan & Watters，2005）。許多共享經濟平台訂定明確地交易規範與懲罰機制、會員評等與評量制度，甚至是規範會員需要以真實姓名與個人照片註冊，且綁定手機或是其他網路平台的帳號等，意圖維持交換過程的品質進而促進人們參與協同消費活動的意願（Schor & Fitzmaurice，2015）。也因為以上的因素，人們對於共享經濟的態度基於科技因素逐漸由排斥轉為接受。

共享經濟已創造新的顧客價值，吸引愈來愈多潛在參與者，進而使共享經濟逐漸受到社會重視 （Böckmann，2013），這樣的情況會讓資源變得相對有限，當個人產生需求時可

能無法立即找到相符的商品或是服務來滿足需要，造成交換循環的流暢性降低而限制共享經濟的成長性，反之，當共享經濟形成流暢的交換循環系統時，則能適時地滿足人們的需要（Dillahunt & Malone，2015）。鄒明憲（2017）更認為共享經濟可視為一個創造新的商業模式機會，商業模式的創新更可能造成產業的創新。

四、銀髮族

根據世界衛生組織（WHO）在 1958 年定義，所謂的健康是指個體在生理、心理和社會的安康狀態，而不只是沒有疾病而已（李卓倫，1985）。WHO 更在 1986 年 11 月於加拿大所發表「渥太華健康促進憲章」（Ottawa Charter for Heaith Promotion）中，提出「健康促進，是指增加人們控制及改善自我健康能力的過程」（李怡娟，2000）。Ruffing-Rahal（1991）指出，老年人 80%以上有慢性病，45%有社會及身體的限制，健康促進可以使其健康與安適。對於老年人而言，他們仍想要追求健康及獨立的生活方式。

魏慧娟、胡夢鯨、李藹慈、黃錦山、蔡佳旂及林秉毅（2007）的研究發現，半數以上的老人（約佔 51.47%）喜歡「長青」和「銀髮族」的稱呼。在經濟合作發展組織(OECD)的報告中指出：「個體於家庭、學習、工作、休閒、照顧中所能享有之高度選擇彈性，同時經由公共政策消除已存之限制，且提供終生學習或醫療處遇之支持，藉由增加個人選擇進而維持個體邁入老年期的自主性，即為活躍老化。」（蕭文高， 2010）。徐慧娟與張明正（2004）更將成功老化及活躍老化定義為老人的健康應同時滿足「身體健康」、「心理健康」、「社會健康」三面向的要求。

黃松元（2000）則更進一步地說明，健康促進應開始於人還是健康的時候，即開始設法尋求發展社區和個人策略，來協助人們採行有助於增進健康和維護的生活方式，其目標則是在增進每一個人對健康的自我責任及自我照顧的知能，所著重為正面的健康。吳俐穎（2008）則認為，為因應台灣社會老年人口的急遽增加，國家的衛生政策由消極的疾病治療，漸轉型為積極的促進健康及自我照顧計畫，可幫助銀髮族增進生產力、培養獨立、及降低健康問題的阻礙，進而創造有益的生活方式。

五、青銀共居

「共居」之理念源自 1967 年的丹麥，逐漸演變為共居住宅。1990-2000 年共居住宅在歐洲迅速發展為共居社區，自此北美也開始呈倍數成長（Sargisson，2010）。隨著高齡人口的增加與需求，近年來歐美甚至日本也開始出現為服務銀髮族而成立的共居住宅，有以企業經營的模式，也有高齡者自行找伴分租共居的形式，這也成為政府住宅一個優先而重要的方向（Jarvis，2011）。滕淑芬（2018）提到，近來新北市、台北市不約而同把在荷蘭、德國、日本實施多年的「青銀共居」模式移植國內，進行小規模實驗。「青銀共居」即是指「跨世代」居住在同一個住屋內，有的研究亦稱之為「代際共融」。陳倩如（2017）指出，共居模式的平台很多，但多數為 NPO 組織，以提供共居者不同的保障，但近年來已有越來越多的社會團體致力於建立不同世代的融合。

林欣姿（2018）表示許多國外研究指出高齡者的慢性社會隔離會明顯增加住院與醫療成本，研究並顯示有超過一半的高齡者表示最大的苦惱是寂寞，因此「青銀共居」的議題在高齡議題中被廣泛討論。青銀共居興起滿足青銀痛點的需求，包括了 1.獨居老人日益增加，

需要陪伴與照顧；2.居高不下的房價，青年覓屋困難；3.共享經濟成為全球趨勢，共居概念再度被提倡。劉宜君（2018）則認為青銀共居成功的條件首先是要藉由提供免費或便宜住所給青年人來舒緩高房租問題。第二則是做為免費或便宜入住的主要條件是青年人必須為同居高齡者服務，但並非單向的「照顧」，而是一起生活例如聊天、看電視。第三為此計畫之目的必須是為消除代際隔閡，促進世代共融而設計。第四則是青銀共居應由民間自主發展。

綜合以上的研究文獻內容，本研究對國內外類似共享資源的案例作比較分析後，可推論出下列結論：

1. 數位經濟已成為台灣GDP的主要組成部份，中小企業可由智慧型手機為基礎轉變為以特定數位科技為數位經濟平台基礎的產業應用。
2. 時間銀行可發展成服務交換的共享經濟平台，並善用智慧型手機的運作模式，形成一個很好的社會創新案例
3. 為因應台灣社會老年人口的急遽增加，政府應幫助銀髮族培養獨立、及降低健康問題的阻礙，進而創造有益的生活方式。
4. 青銀共居利用共享經濟原理，透過銀髮族自有房產中空置的房間，出租給需要租屋的青年人，滿足雙方的多元需求，並以時間銀行為基礎的數位經濟平台，不但可創造新的商業模式，更可能造成租屋產業的創新。

上述的文獻探討結論，正可以支持我們開發「共享家庭」App 以建立一個創新數位經濟平台。這個平台不但可創造新的商業模式，更可能產生租屋產業的創新。本研究希望透過文獻探討後進行 App 的開發設計，再依據產業的內外部分析設計出符合需求的 App。

參、產品與服務內容

一、產品與服務內容

本研究所設計之 App 命名為「共享家庭」，係依黃彬華(2015)及張紹勳(2005)的研究進行 App 編寫。主要的產品特點有下列 4 項:

(一) 租屋雷達：利用定位系統更快速找到附近房子，欲租屋者查看租屋條件是否滿意，如果滿意就可與房東開啟聊天功能，開始討論價格部分是否需要調整。

(二) 嚴格品質把關：當房東把租屋資料及照片上傳至App時，經營團隊會派人到現場進行確認拍照的動作，評估每項勞動的危險性並將這些資料上傳至備註地方。

(三) 回饋評價：每個月到了要付房租時，房客與房東都必須至App裡的評價功能裡對彼此進行評價的動作，而這些評價資料將會公開在租屋資訊裡。

(四) 勞務銀行：系統會提供各項基本勞動所對應的行情價格，再讓房東與房客定期進行協調，依照不同狀況來調整價格。

為了更詳細的說明產品與服務內容，本研究將分產品介紹以及產品架構在後面的論文中，來加以說明。

二、產品介紹

「共享家庭」透過 App 滿足租屋者及獨居房東雙方的需求。也藉由創新的勞務銀行功能來吸引大眾目光，刺激大家的好奇心及參與感。透過共居的方式，可以讓老人及年輕人的

生活不再枯燥乏味，雙方可以互相學習優點、專長或是共同分享生活經驗，更可以讓年輕人培養責任感，並因此促進經濟發展。「共享家庭」設有評價功能，每當到月底時，房東及房客都可以在系統中為彼此填寫評價，而評價內容也屬公開資訊，可提供其他人做參考資料，而在租屋期間內當雙方發生衝突時都可以聯絡業務人員做第三方調解。

三、產品架構

「共享家庭」之系統設計共分為三大模組：會員註冊、主畫面以及功能表。舊客戶登入本軟體後，會顯示系統的主要功能，分別為：我要出租、我要租屋、法律資訊、搬家評鑑、租屋資訊、勞務銀行、我的收藏等畫面。各主要的系統架構模組將分別介紹（系統架構圖請參圖 1）如下：

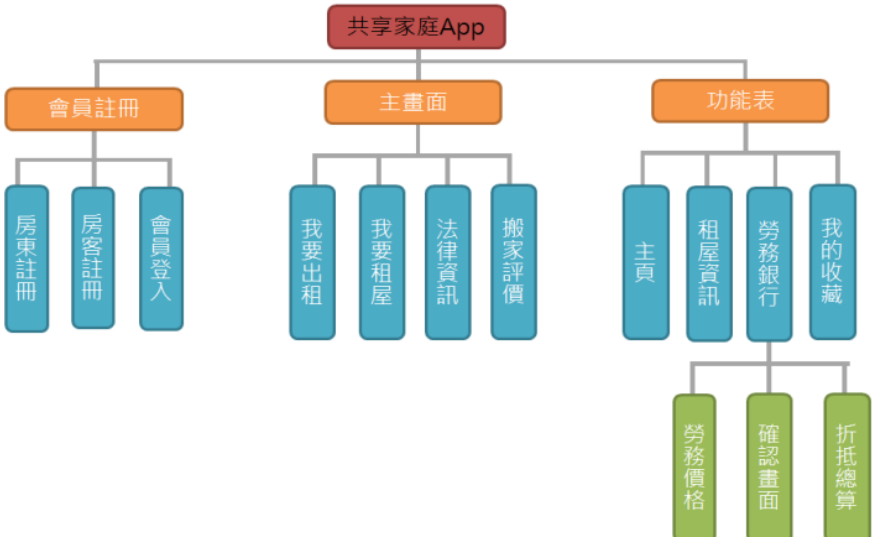


圖1 系統架構圖

「共享家庭」系統共有12個主要介面，如表1所示。各介面的介紹將詳細說明如下

（一）系統登入/註冊介面：首次使用者必須先註冊會員，會員則可以直接登入。

（二）房東註冊介面：房東註冊時必須先填入帳號密碼。

（三）房東資料介面：房東必須將自己的名字、連絡電話、地址記錄在系統。

（四）房客註冊介面：房客註冊時必須先填入自己的帳號密碼、學校名稱及郵箱。

（五）房客資料介面：房客必須將姓名、性別、連絡電話、生日、地址都輸入至系統內。

（六）房客自介介面：房客必須先將自己的生活習慣或是能達成的勞務或是任何想告訴房東的事項都記錄在上面。

（七）會員登入介面：填入已申請過的帳號密碼即可。

（八）我要出租介面：將房屋的現況以文字及圖片的方式完整呈現。

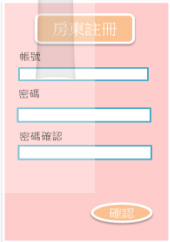
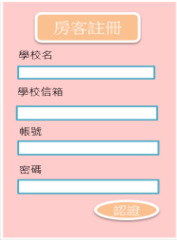
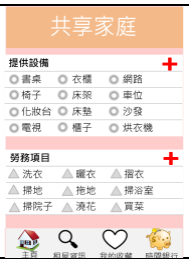
（九）我要租房介面：租房提供的設備或是房東需要的勞務都記錄在上面。

（十）租屋資訊介面：房客可以利用地區搜尋附近的租屋處。

（十一）勞務銀行界面：給房東及房客參考各項勞動所能抵抵的基本租金。

（十二）紀錄工作內容介面：房客每天做的任何勞動都必須記載，方便房東清算還需繳交不足或退還超付的租金。

表1 系統詳細介面

1.系統登入/註冊畫面	2.房東註冊介面	3.房東資料介面
		
4.房客註冊介面	5.房客資料介面	6.房客自介介面
		
7.會員登入介面	8.我要出租介面	9.我要租房介面
		
10.租屋資訊介面	11.勞務銀行介面	12.紀錄工作內容介面

二、產品與服務之創新性、市場可行性

本產品是提供一個以「勞務提供」代替「金錢支付」的平台，在創新服務性以及市場可行性分析上，如下所示:

(一)服務創新性

「共享家庭」係依據「時間銀行」相關的理論提出以勞務折抵房租的創新數位經濟平台，這種創新服務，有下列 3 項亮點：

1.全新的數位經濟模式，運用智慧型手機做為載具，藉由跨域整合平台，以創新服務模式，重新塑造針對 C2C 使用者之商品與服務的買賣結構和經濟價值。

2.解決年輕人沒有足夠經濟能力租屋的問題，以及讓不缺錢的老年房東藉由此模式換取其最需要的陪伴。「共享家庭」更可以彌補長照資源之不足，減輕專業照顧服務員壓力。

3.對於其他因現有金錢給付產生弊端的現象，亦可利用此模式加以解決。而且經由明確的勞動記錄以及合理的調解機制，可以解決許多原本金錢交易會產生的不便與困擾。

（二）市場可行性

「共享家庭」是一種創新服務，但究竟是否能夠在市場運作？經由下列 3 點的分析，本研究可確認「共享家庭」平台具有高度的市場可行性。

1.「共享家庭」透過時間銀行奠定系統發展的理論基礎。再以市場調查掌握老年房東與租屋大學生的實際需求。接下來 App 的編寫與平台的建置讓系統具備完善功能。

2.致理科大一直有在關注教育部推行的「友善臺灣－境外學生接待家庭計畫」，並有許多教師參與本計劃。致理科大在板橋新埔商圈紮根 50 年以上，有許多的出租房屋資訊，以及接待家庭經驗。

3.「共享家庭」完成後，創業團隊已於 2017 年 11 月向新北市政府城鄉發展局的主管單位做過簡報，並獲得到場官員的認可，同意研擬將本創業企劃案列入未來的的預算執行。

三、營運模式

「共享家庭」中的勞務銀行功能創造了系統的價值核心，它的商業模式略不同於時間銀行（如圖 2），更將會決定「共享家庭」的營運與收益。勞務銀行功能不但可讓房東及房客免於租金上的糾紛，也能促進「共享家庭」業務的成長，並創造下列之雙贏的局面。

（一）消費者：

勞務銀行讓房客清楚知道應做勞務及抵押金額，透過租屋雷達可以快速找到出租的共享房屋，評鑑功能也可以讓房客對房東做最初的評估。

（二）合作房東：

透過勞務銀行，針對各房東所需服務制定勞務項目，並與房東協議抵押之金額，在未來共享房屋數量持續增加時，不至會因結算項目增加而造成營運瓶頸。

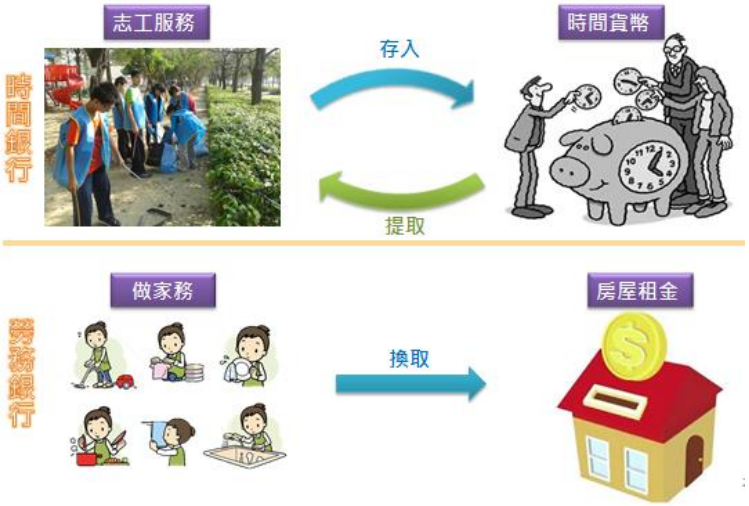


圖 2 勞務銀行介紹

本系統之營運模式流程如圖 3 所示。當房東將房屋資料拍照上傳至 App，加上文字說明及所需勞務之對應金額後，業務人員便會親自到現場再次進行拍照存檔，並評估勞務對應之金額是否為合理價格，當以上動作完成後房屋才會真正刊登在系統內讓房客搜尋，當

房客找到中意的房型後可以連同房東及我們的業務人員簽訂合約，合約完成後雙方的 App 資料將會連線，房客可以經由 App 輸入每日所執行之勞務，房東便可以進行檢查及確認，在這過程中雙方認知產生問題時可以聯絡業務人員做第三方調解。到了月底時，系統會結算勞務抵押之總金額，當勞務金額大於房租時，可以將剩餘的部分延至下個月使用，反之，則須補付差額的現金給房東，或是將短缺的勞務於下個月執行完畢。因為房客當月多做的勞務與少做的勞務都應視為房租支付金額的多餘或短缺。如果雙方無法互相信任，那麼勞務支付房租的機制就無法順利運作。因此房東與房客建立足夠的信任機制就是「共享家庭」成功的關鍵因素。

圖3 營運模式流程圖

肆、市場與競爭分析與公司策略

本研究以 PEST 分析、五力分析、SWOT 分析、STP 分析，區隔出「共享家庭」的獨特市場區隔，以便能夠做為擬定行銷策略之參考。PEST 主要是以政治、經濟、社會、技術四大層面為外部環境分析指標，SWOT 分析則可以讓企業善用機會與優勢、化解威脅及避免劣勢，針對其所面臨的內、外在環境加以檢視主要原因。而我們在分析方式上採用次級資料分析法，並交叉分析理論應用於各層面間的關聯性與發展性，最後提出具體分析結果。為了要做出有效的目標市場定位，本研究採取的 3 個步驟為市場區隔、選擇目標市場和產品市場定位。本研究針對「共享家庭」所進行的各項研究分析如下所示：

一、外部大環境趨勢情報分析

本研究首先對「共享家庭」要設計時所面對的外部環境加以分析。PEST 分析模式最早可追溯至 Aguilar（1967）之研究，最初被稱為「ETPS」;主要是以政治、經濟、社會、技術四大層面為外部環境分析指標，藉以協助企業或產業於宏觀環境發展評估所需，除了可瞭解市場成長與衰退、外部環境分析與整體產業政策外，亦可做為企業或產業於規劃、執行、經營發展與研究之基礎。Kotler，Ang，Leong，and Tan（2004）指出 PEST（如表 2）是一項有用的策略分析工具，用以進行外部環境趨勢情報分析。本研究藉由觀察外部之不可變

環境因素，對「共享家庭」的可行性與銷售方向，做一個初步的了解，以進行後續之行銷規劃。由 PEST 的分析資料看來（請參考表 2），現有的產業外在環境極有利於本系統發展。

表 2 大環境趨勢情報分析

政治/法律趨勢情報：	經濟/消費趨勢情報：
1.政府鼓勵老人在原本居住的社區內集體共住，互相照顧。 2.政府媒合年輕人和獨居老人共住，打造出新型態「社區」生活。 3.混齡居住模式，讓老人更融入社區，人與人之間的多元關係再次連接。	1.市場經濟低迷，物價指數飛漲，房屋租金指數也穩定上揚。 2.大學生租屋需求增加，經濟負擔大，在租屋期間，存錢效率低。 3.學生套房房價上漲，租屋大學生租屋壓力大，租金成為一大開銷。
社會/人口趨勢情報：	**科技/技術趨勢情報：**
1.家庭結構逐漸從大家庭變小家庭，獨居老人比例上升，已成社會重大議題。 2.台灣大學生租屋需求比例逐漸提升，但學校宿舍的供給不足。 3.老人生活圈窄化，心理的孤獨與疏離感，造成健康上的問題。	1.App的普及，很多行業透過平台進行營業活動。 2.透過App租屋快速又方便，許多租屋在市場上出現。 3.租屋App眾多，但目前租屋App多以現金租屋的方式進行。

二、產業情報分析

Porter（1980）提出產品競爭情形可由五種相對競爭作用力決定。本產品之產業生命週期中屬導入期。由「共享家庭」之五力分析（如圖4）可知，現有競爭者及替代品威脅較低。消費者、潛在進入者及供應商議價能力的競爭態勢皆為相對較高。「共享家庭」會藉由加強房東與房客的信任關係，以維護運作的機制。至於潛在進入者的部份，因為各縣市政府都希望能解決青年人的住屋問題，以及老年人的照護問題，所以勢必都會找尋合作夥伙進入這個市場。所以我們會以與各縣市政府簽約及積極開發老人租屋，來防範滲入此市場之廠商，並提高我們的競爭力。

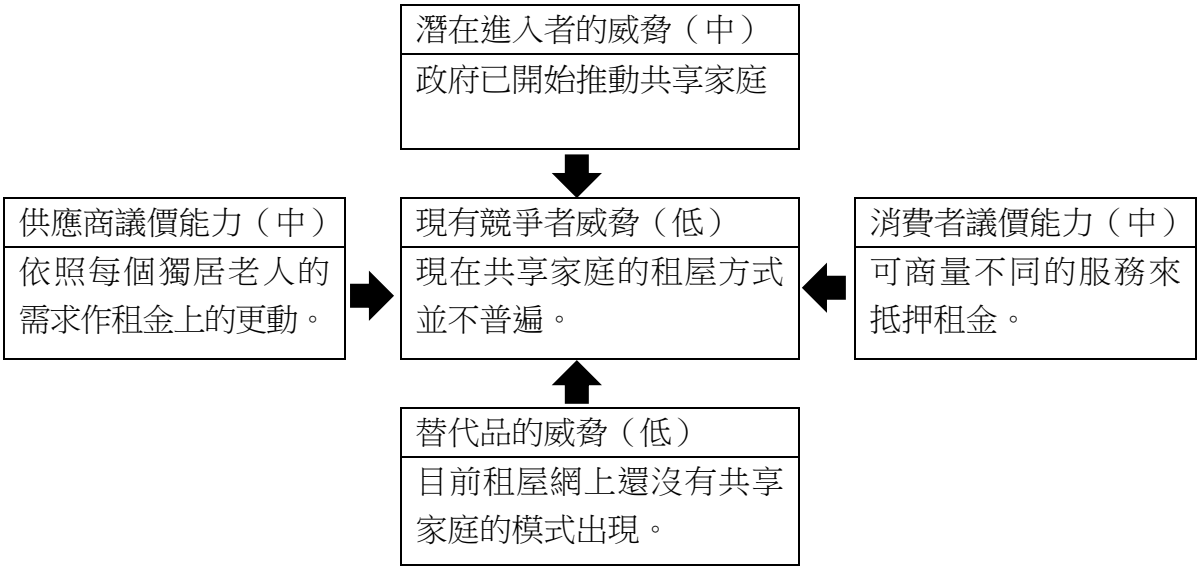


圖4 產業情報分析

三、競爭對手情報分析

由競爭情報分析（如表3）的比較上來看，我們鎖定目前目標客戶，租屋學生，最主要的兩個選擇，一般在外的租屋以及學校宿舍來加以比較。「共享家庭」在租金價格以及合約彈性都較其他租屋方式有競爭優勢，但我們知名度部分必須再做加強。

表3 競爭者情報分析

產品	一般租屋	學校宿舍	共享家庭App
評價功能	無	無	有
資料即時性	中	中	高
租金	房東定價（中高）	學校定價（中低）	較一般租屋低
勞務銀行機制	無	無	有
合約彈性	低	低	高

四、SWOT 分析

Weihrich（1982）提出的SWOT矩陣策略配對法分析，透過此分析模式，可以評價企業內部的優勢、劣勢與外部競爭市場上的機會和威脅。「共享家庭」將善用機會與優勢、化解威脅及避免劣勢，針對其所面臨的內、外在環境加以檢視，並辨識出影響競爭力的主要因素。SWOT分析詳如表4所示。

表4 SWOT分析

		O機會	T威脅
1.第1年：滿意度達95%，出租160戶，下載達1萬次。 2.第3年：滿意度達97%，出租300戶，下載達2萬次。 3.第5年：滿意度達98%，出租500戶，下載達3萬次。		1.台灣家庭型態改變，獨居老人增加。政府推動共享家庭。 2.壯年人口因工作繁忙較無時間陪伴家中老人。 3.大學生租屋需求增加。 4.房屋租金造成大學生負擔。	1.政府推動共享家庭，其他廠商開始進軍市場。 2.目前租屋平台，未來取代性高。 3.老人對此方案之信任感不高。
S 優勢	1.租屋者可利用勞務折抵房租。 2.共享家庭滿足學生及獨居老人需求。 3.評鑑功能，讓雙方可以相互做評估。	(SxO發展策略) 許多銀髮族有了空屋，但不缺錢。許多在外租屋大學生卻因經濟壓力，無法租到較好的房子。利用共享家庭App，讓雙方可以進行勞務與房租的交換。	(SxT去除策略) 藉由共享家庭，可以讓老年房東及租屋大學生找到相互適合的對方，不僅降低了不信任感，而且多了許多的安全性。
W 劣勢	1.較難在老人中打開產品知名度。 2.老人對於外人入住家中，還有疑慮。 3.共享家庭在家中財產方面，較無保障。	(WxO補足策略) 利用共享家庭App之相互評價制度及資訊公開，不但能使消費者能夠放心，也可減少陌生人入住家中的疑慮。	(WxT放棄策略) 透過專業服務人員，讓消費者增加對產品認知，也提高對產品的信任感。而共享家庭App也可篩選不合適的人。

綜合SWOT提出的策略議題，本研究擬定出下列四點短期策略基本方針，而這四項基本方針剛好解決了我們的瓶頸分析：

1. 藉由致理商圈進行初期試辦，以目前提供國際學生寄宿家庭的本校老師為主，搭配擔任

世代志工學生(葉書宏，2016)，選定三個地點進行試辦，並且模擬平台可行性。

2. 經由新北市政府預算編列，在三峽新北市試點住宅進行經營並修正問題點。
3. 藉由新北市三峽的成功個案，再推廣到現在已有推動「青銀共居」的都市。
4. 本研究的數位經濟平台可結合學校的獎助學金系統，並向外推廣至其他非營利單位。

五、STP 分析

（一）市場區隔（Segment）

「共享家庭」為了符合目標客群的需求，本研究將整個租屋的消費者市場依據人口、地理、心理及行為變數，分為幾個同性質較高的小市場（請參表5），再針對目標客群的市場提供行銷組合。

表5 市場區隔分析表

消費者市場區隔變數	項目	市場區隔分析
人口統計變數	族群	老年房東、大學生
	月收入（NT$）	NT$20,000 、 NT$20,000- NT$50,000 、 NT$50,000↑
地理變數	區域分布	台灣各地社區
心理變數	生活型態	獨居、租屋
行為變數	使用時機	大學生租屋、小家庭租屋
	使用動機	老人希望有人陪伴；大學生租屋

產品功能設計考量老年房東及大學生為主要對象，而銷售對象則可以考慮兩個方向，一為想將空房租出去的老人，二為尋找租金價格較低的租屋的大學生。考慮大學生之消費水準情況，計算合理的房租價格，以避免定價太低不符合成本效益，或是價格太高沒有達到雙向提領互惠模式的效益。

（二）目標客群

經過上述市場區隔變數的分析後，本研究決定將目標市場設定為老年房東及租屋的大學生，並透過App提供給他們租屋資訊及勞務銀行標準，讓兩者能透過「共享家庭」的平台租出房屋及找到租屋，並能藉由房客的勞務付出來折算房租。

（三）商品定位

「共享家庭」App提供了簡易的租屋平台介面，讓老年房東能輕鬆上傳租屋資訊，還能針對自己的需求設定需做家務及家務價格表，並可對房客條件做篩選，我們將商品定位為下列四點：

1.簡易的租屋平台，設計簡單的介面讓老人不需擔心使用上的困難。

2.結合勞務銀行的功能，讓房客在以做家務換取房屋租金時有保障。

3.會員資料審核，透過學校信箱進行認證，防止不肖人士的進入。

4.訂定一套明確規範，降低雙方對於家務完成度認知的不同，減少雙方的衝突。

airiti

伍、行銷策略

一、目標消費族群

（一）消費者情報分析

1.深度訪談

本企劃案為了在進行問卷調查前更進一步地確認問卷題項，並對於後續產品功能發展與7P行銷策略提供初步之方向，先以致理科技大學為研究標的，對學校周圍之老年房東及租屋大學生進行專家深度訪談，以確定研究命題，接下來再進行問卷設計及問卷調查。訪談對象的選擇標準為

（1）致理科技大學之租屋大學生。

（2）致理科技大學周圍之老年房東。

（3）與此政策相關之政府單位。

本研究在進行專家深度訪談前，先由2位專家審視訪談大綱，以確認其效度。並協助修正訪談大綱，讓問題變得更明確及訪談的話術更容易讓受訪者了解，接著對租屋大學生及老年房東進行深度訪談（時間為2017年9月-10月），經確認訪談結果符合預期後，再對新北市政府單位之人員進行簡報（時間為2017年11月）。所有的訪談內容皆有錄音並做成逐字稿。專家訪談結束後再將逐字稿整理歸納如表6所示，以推導得出命題。

表 6 深度訪談紀錄彙整表

年齡職業	目前經濟能力	對於勞務銀行認知	希望從中得到什麼
18 歲學生	父母提供零用及打工	付出時間換取租金	減輕家中經濟壓力
21 歲學生	打工	付出時間換取等價金額	體驗不同租屋方式，得到不同生活經驗
22 歲學生	父母提供零用及打工	用勞務換取房屋租金	縮小新世代壓力
60 歲房東	兒女提供零用及收租金	陪伴老人換取便宜租金	在家中能得到陪伴
65 歲房東	每月之退休金	付出時間換取等價商品	讓自己心境更年輕
66 歲房東	每月退休金及生意收入	用勞務換取便宜房屋租金	希望有人能陪自己從事休閒活動

2.形成命題凝聚共識：

匯整上述三位學生及三位老年房東深度訪談結果後，經由逐字稿歸納整理，本研究推導出了4個研究命題如下所示，

命題 1：獨居老人希望將家中空房屋出租，使生活不再孤單寂寞。

命題 2：租屋大學生希望解決經濟壓力，輕鬆找到理想房屋。

命題 3：增加多樣化功能是提高競爭力的一個重要因素，主要的功能還要能與勞務銀行相結合。

命題 4：共享家庭不能僅僅單純是雙方共居，而是希望藉由共居解決雙方的需求，而這些功能須具備方便與簡單的特性。

本研究將文獻探討的內容與深度訪談所獲得的命題整理後，並討論擬定出後續進行的量化研究具體行動方案，最後決定對目標客群，致理科大的學生，進行問卷調查。

3.問卷設計：

本研究依據上述研究之結論，並參考相關學者文獻研究內容，發展出本研究之問卷。問卷設計完成後，邀請2位專家審視問卷，確認各題項之權重，再請之前做過專家深度訪談的學生受訪者填答，以確認其填答內容與其所做的專家訪談結果是相符的。接著請符合本次受訪條件的學生做預試，並確定問卷內容的閱讀性及做信度與效度確認，以完成問卷。

4.問卷調查

本研究採立意抽樣法，抽樣的對象鎖定致理科技大學有租屋經驗的大學生進行問卷調查。問卷調查之方式為人員親訪，本研究團隊成員負責進行受訪者問卷的填答與回收。由以往類似研究之有效回收問卷比例，可推算出有效問卷回收率大約在60-70%之間（樊祖燁、劉芳梅與丁中得，2012；樊祖燁、劉芳梅與陳怡秀，2013）。Sekaran（2003）指出：大於30並小於500之樣本規模適用於大多數的研究，但在多個變數的研究中，樣本規模應數倍（最好是10倍以上）於研究變數的數目。因此預定發放的問卷數為220份，實際上於2017年11月共發放了260份，回收了230份的問卷，其中有效問卷為224份，有效問卷回收率達86.2%。

5.資料分析與結果討論

問卷分析主要以問卷問題分析，再以圖表顯示分析結果。分別為在外租屋人數比例、在外租屋房型、目前每月租金金額、父母是否提供生活費、是否有意願以勞務換取租金，願意接受價格，再依分析結果（如圖5）做出解釋及討論，提出未來之經營策略與具體措拖。

本研究透過問卷發現多數租屋大學生租金費用遠遠超過父母所提供之零用錢，必須利用課外時間去打工來補足生活費，在經濟壓力大的情況下，願意參與勞務銀行功能的學生達到了7成，希望能減輕經濟負擔。

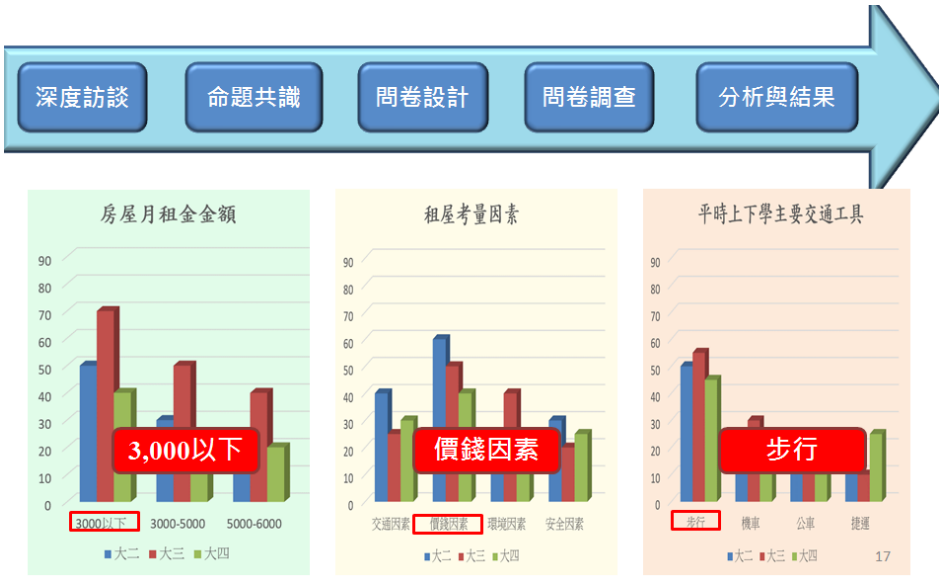


圖 5 問卷調查分析結果

透過問卷分析，以及深度訪談結果，我們發現政府實施「青銀共居」所出現的問題是政

府的政策並沒有掌握到雙方最重要的需求，「大學生需要的是減輕經濟壓力，老年房東需要的是陪伴照顧」。「共享家庭」則可有效地解決這些問題。

二、行銷策略

本研究對消費者行為、內/外在的環境及競爭對手做了調查分析後，製作出符合老年房東及租屋學生的服務系統，「共享家庭」租屋平台，並擬訂出7P 行銷策略。本研究依鄭啟川、趙滿玲、洪敏莉（2013）研究，將7P行銷策略說明如下：

（一）產品策略

我們的產品策略是希望建立一個創新的數位經濟平台。租屋學生能透過幫房東做勞務來換取便宜的租金及舒適的租屋環境，並藉此方式讓老年房東家裡的房間不再空著，在家中能獲得陪伴，老年房東與房客之間還可以互相學習彼此的專長、一起尋找生活樂趣、交換生活經驗，種種外部的影響甚至可以減緩慢性疾病的發生。總之，「共享家庭」的產品策略如下所示：

1.房客可以透過做家務來換取房屋租金，減少經濟壓力。

2.房東可藉由共居的方式獲得陪伴，不再孤單。

3.透過共居方式，房客與房東可以彼此互相陪伴、交換生活經驗，並創造雙贏。

（二）價格策略

消費者端的定價策略採滲透訂價法，下載「共享家庭」是免費的，如果透過App找到合適的房東及房客，才必須支付費用。先由房東將房屋照片上傳至平台，寫下所需要的勞動事項條件及對應價格，經過銷售者到場評估過後認定勞動價格合理範圍後，此房屋才會出現在找房區，讓房客進行挑選，完成後再由房東及房客見面進行溝通，達成一個共識的勞動價格，並將價格輸入至平台，最後簽訂紙本合約後交給業務員，本項交易即完成。

商家的定價策略是採成本加成策略：收取的費用依照功能需求而定，提供店家推播、廣告等需求，相較FB、IG收費便宜2成左右。基本收費標準如表7所示。

表 7 價格收費標準表

初次刊登	刊登費 NT$1,000 元
	管理費 NT$300 元
第二次刊登	刊登費 NT$500 元
	管理費 NT$300 元
廣告收入	每則 NT$2,000 元

（三）宣傳促銷策略

「共享家庭」初期的宣傳促銷策略鎖定目標客戶，，老年房東及租屋學生採整合宣傳策略，鎖定為產品的介紹與企業形象的建立，因此主要採下列4個方向來進行。

1.學校宣傳：透過校園的推廣，讓致理科大的學生及附近常來學校運動的老人先掌握「共享家庭」的內容，透過學生間的討論，順利在校園內打開產品知名度。

2.媒介推廣：本系統在行銷初期的首要工作是要打開產品知名度，所以利用網路、電視、里長廣播、政府機構推廣作為重點，希望能吸引到更多大學生及老人的目光。

3.傳單宣導：老年人喜歡清晨時到附近學校的操場做運動，所以我們也會在清晨時在校園內發放宣傳單，並詳細跟老人們說明本系統的主要功能。

4.校園微電影：考量到現在的人可能都不太喜歡閱讀報紙或是沒有看電視新聞的習慣，所以利用微電影的方式讓老人及大學生們更瞭解「共享家庭」的功能。

（四）通路策略

「共享家庭」採取零階通路，供消費者免費下載。因為有一些的銀髮族不太會使用智慧型手機，所以本研究與實體店面合作，提供介紹、諮詢及協助各種關於App上的需求，並可以最直接的方式了解到使用者的需求。目前主要通路如下：

1.利用網路商店免費下載。

2.實體店面提供諮詢處，協助老人關於系統上的需求。

3.透過致理科大申請「共享家庭」的註冊與學習使用。

（五）人員訓練策略

因目前的經營方式是屬校園創業階段，人員訓練策略主要是以精兵主義，掌握客服、技術、銷售、業務部門，其他的公司部門則採取虛擬式的組織運作。在人員訓練策略上，必須著重於：

1.客服人員：提升溝通與理解能力，必須了解每位客人所想表達的問題，並給予正確回應。

2.技術部門人員：積極研發商品開發新功能，及解決或改善問題，將消費者認為最需要改進的地方進行修正，讓「共享家庭」的功能更貼近消費者。

3.行銷專業人員：學會透過各種不同傳播工具讓消費者更認識產品及服務，

4.業務部門人員：主動找房並了解屋主屋況及所需勞務，現場拍照留存及評估勞務價格。

（六）有形展示策略

因初期行銷資源有限，所以在有形展示策略上，採結合現有資源，並鎖定目標客群，集中投放資源的原則：

1.舉辦說明會：清晨時利用學校創新育成中心舉辦產品說明會，讓老人能夠知道本產品。

2.提供使用者心得：特定使用者定期撰寫心得上傳至網路上，或是每個月到了繳房租時，房東及房客必須填寫給對方的評價，而這份評價也會公開顯示在「共享家庭」。

3.事件新聞：主動發放新聞稿，利用事件行銷，吸引大眾目光，讓更多人了解「共享家庭」的特性與功能目的。

4.參加競賽：創業團隊參加各式競賽，讓更多人看見本產品。

5.學校推廣：透過致理科大在校園進行宣傳推廣。

（七）服務流程策略

「共享家庭」服務流程策略採系統化設計，以SOP的方式規劃將流程設計在系統平台上進行。我們會在初期時進行宣傳，讓老年房東們瞭解本App進而願意將空房出租給鄰近大學生，而出租房屋的首要步驟，係將家中的空房間拍照加上文字撰寫上傳至「共享家庭」並寫下所需勞務及勞務價值，當業務人員看見後就會與房東安排時間見面至現場查看實際屋況及評估勞務價值，當調查完成後，業務員會將所有資料重新整理好後再次上傳「共享家庭」，此時大學生即能從租屋資訊中看到租屋的資訊。

租屋者在搜尋房間時能夠透過價格條件篩選，以便更快速找到理想的房子，當找到理想房間時可以先主動連絡房東，安排見面時間討論勞動價格有無須調整，當全部事項都達成雙方協議後就可以簽訂紙本合約，最後組成一個共享家庭。到了每個月繳房租的日期，銷售者會要求房東及房客填寫「共享家庭」內的問卷，給予彼此的一個評價，以便其他使用者可以先了解此房東及房客好不好相處，再決定要不要入住。總而言之，「共享家庭」的詳細服務流程如下所示:

1.房東刊登租屋資訊。

2.房屋評估人員到老人家中做勞務抵押價格之評估及房屋安全性的檢查。

3.經由檢查後會擬定出勞務換取金額的價目表。

4.當房客簽約時可再協調房屋抵押之租金金額。

5.簽約成功後，房客每日可從勞務銀行裡記錄所做家務。

6.每月底完成勞務結算租金的作業，並互相填寫評價。

陸、財務計畫

我們整個資本規劃為先籌措創業費用，向銀行貸款NT$200,000（第一年付息不還本），以及自備開辦費NT600,000（含股東借款）成為基本營運費用NT$800,000。在資本形成部份，總共為NT$600,000，其中致理科大以專利作價投資NT$30萬元，其餘股款則由老師負責籌措。同時與致理科技大學產學合作，進行系統的開發與維護。

初期營運時因知名度不高，所以前半年的營運預計會虧損，但整年來說會賺錢的，為了避免黑字倒閉，在財務計劃中將每月營業費用控制在NT$15萬元以內，維持淨現金流入狀態。本研究希望在一年內達到160戶住宅的成功出租與入住，達到單月收支平衡。系統順利運行後，顧客使用率逐步提升，品牌成功深植顧客人心。共享家庭軟體的經營不僅可改善初期成本負擔之問題，更可憑藉知名度，開放站內刊登廣告。因為顧客的使用要依賴時間累積，雖然預計營運一年後可達到單月盈利的目標，第二年也僅能小賺，但自第三年起即可穩定獲利。營運前3年預估損益表請參表8，費用類的大項說明亦詳見如下：

表 8 預估三年損益表　　單位：NT$

	第一年	第二年	第三年
營業收入	1,136,000	1,805,000	2,745,800
營業成本	468,000	552,500	672,900
營業毛利	668,000	1,252,500	2,072,900
營業費用	720,000	860,000	1,200,000
薪資費用	320,000	520,000	840,000
行銷費用	350,000	260,000	210,000
雜費	50,000	80,000	150,000
稅前利潤	-52,000	392,500	872,900

1. 薪資費用：在初期針對人事費用加以控制，目前創業團隊人員兼職為主，在未來穩定獲利後將人員轉為正職，至於辦公室則進駐致理科大創新育成中心，設備則暫時使用致理科大商管系設備。
2. 廣告費用：因為資金有限，不能進行大量的行銷活動，所以集中資源在我們的目標客戶上，初步的預估行銷活動為：運用免費資源、發放 DM 和張貼海報。
3. 專利技術：本技術是同學之創意發想，我們將會申請專利來保護，讓本構想能夠發揮更大效用。

柒、結論

「共享家庭」打破以往商業經營模式，以時間銀行結合租屋服務，訴求「青銀共居」，與傳統商業經營模式做出服務區別，且就目前產業現況分析，資訊科技日新月異，可知此時是投入產品開發之最佳時機。「共享家庭」掌握顧客心理，藉由顧客需求，使得產業界對本系統產生需求，符合現代創新服務之趨勢，對經營者、房東與房客形成三贏的局面。

本創業企劃案利用老年房東及大學生租屋需求增加的情況下，發展出「共享家庭」App，讓消費者可以輕鬆組成共享家庭，另外結合時間銀行，充分運用資訊科技快速、便利、以及網路的低成本資源，大大提升營運績效。「共享家庭」之經營模式即為：對消費者進行推廣活動，促使其利用智慧型手機下載軟體，再藉由勞務銀行的租金給付方式提高顧客使用「共享家庭」之意願。本系統的發展亦須配合時代的變遷而進行修改，以確保未來成長契機。

在以往沒有類似市場區塊的情況下，「共享家庭」預計將向各縣市政府申請創業補助，以及搭配免費創業輔導諮詢服務，獲取創業基金及充分運用政府照顧青年創業措施，先搶佔各級地方政府推廣「青銀共居」的市場，成為委託經營的單位，希望可成功打開知名度，並藉由營運成本的降低，增加服務之利潤，相信能在日漸競爭之市場中，創造一片天地，影響現有之商業模式，成為市場領導者。未來更希望能藉由已建置的平台，將「共享家庭」這個平台推廣到其他需要以勞務換取物資的交換活動，以避免某些以金錢給付會造成弊端的事件發生。

airiti

參考文獻

好房網（2017）。青銀共居 北市試辦 4都也有。取自 https://news.housefun.com.tw/news/article/418459182314.html

好房網（2017）。租屋族給津貼 新北再推「青銀共居」。取自 https://news.housefun.com.tw/news/article/144324169325.html

吳來信（2011）。一種新興的志願服務工作運作---從「時間銀行」建立談起。**空中大學教學發展中心電子報第7期**。取自 https://sites.google.com/site/nouctldepaper/7/wubiaotidewenzhang

吳思萍（2018）。北市青銀共居 套房月租3000元 需陪老人逛街看電影。取自 https://udn.com/news/story/7323/2923614

吳俐穎（2008）。**老年人自我照顧能力與健康促進生活型態關係之研究～以高雄縣老人公寓為例**（未出版之碩士論文）。台北教育大學生命教育與健康促進研究所，台北。

李卓倫（1985）。健康的定義與假說。**公共衛生，12（2）**，46-159。

李怡娟（2000）。健康促進在護理專業中的應用。**護理雜誌，47（1）**，5-12。

沈介文、沈敬（2017）。時間銀行社會企業化之行動研究。**致理通識學報，5**，73-94。

沈介文、張亦孜（2011）。互惠、分享與時間銀行志工意願之討論。**致理學報，31**，127-150。

林欣姿（2018）。**代際共融趨勢展現- 共居案例探究**。IEK 產業情報網，取自 http://ieknet.iek.org.tw/iekrpt/rpt_more.aspx?actiontype=rpt&indu_idno=6&domain=75&rpt_idno=719164906

風傳媒（2017）。陪我聊天,我不收你房租！阿嬤的「善終」創意，竟同時解決政府無能的高齡照護與青年居住。取自https://www.storm.mg/lifestyle/354738

徐慧娟、張明正（2004）。台灣老人成功老化與活躍老化現況:多層次分析。**台灣社會福利學刊，3**，1-36。

張紹勳（2005）。**資料結構與演算法**。台北：旗標。

張景勛（2017）。數位經濟的特性與衝擊，**證券服務，659**，23-30。

葉書宏（2016）。致理科大新生當志工 負重體驗老年生活。取自 https://www.chinatimes.com/realtimenews/20160907006722-260405

葉德正（2017）。新聞透視-青銀共居 房東房客興趣缺缺。取自 http://www.chinatimes.com/newspapers/20170831000469-260107

陳信宏（2018）。**打造共有、共治、共享的數位網路世代**。2018網際網路趨勢研討會，台大醫院國際會議中心201會議廳。

陳倩如（2017）。**我國老人住居安養模式之可行性探討－以共居模式為例**（未出版之碩士論文）。中原大學室內設計研究所碩士論文，桃園。

曾筱媛（2015）。共享經濟的下一步：取得政府和大眾的信賴，**數位時代**。取自 https://www.bnext.com.tw/article/35076/BN-ARTICLE-35076

黃千雲（2018）。數位科技激盪 刺激平台模式新思維，**卓越雜誌，382**，14-15。

黃松元（2000）。**健康促進與健康教育**。台北：師大書苑。

黃彬華（2015）。**Android.X App 開發教戰手冊**。台北：碁峰。

壹讀（2016）。瑞士的「時間銀行」養老。取自 https://read01.com/MRG3Ba.html#.W0HxwPsUmZM

鄒明憲（2017）。**科技創新與共享經濟觀點之實現-以Join Me與Uber為例**（未出版之碩士論文）。國防大學管理學院資訊管理學系，台北。

劉宜君（2018）。**高齡社會的代際共融議題之研究**。2018人文關懷與社會實踐暨世界公益學論壇，政治大學綜合院館五樓國際會議廳。

資誠聯合會計師事務所（2017）。**數位經濟**。取自 https://www.pwc.tw/zh/industries/digital-economy.html

滕淑芬（2018）。青銀共居跨代互助差30歲也能當麻吉室友。**遠見雜誌2018，5月號**。

鄭啟川、趙滿玲、洪敏莉（2013）。**贏在企劃專業的起跑點**。台灣：前程文化。

鄭勝分（2007）。社會企業的概念分析。**政策研究學報，7**，65-107。

蔡鳳凰（2017）。產業瞭望_以數位經濟活絡創新創業之發展。**經濟前瞻，171**，121-128。

樊祖燁、劉芳梅與丁中得（2012）。網路互動性、口碑效果對忠誠度之影響－以社群網站為例。**育達科大學報，32**，157-174。

樊祖燁、劉芳梅與陳怡秀（2013）。社群網站之網站品質與網路互動性對購買意願影響之研究－以燦星旅遊臉書粉絲網為例。**蘭陽學報，12**，21-29。

魏慧娟、胡夢鯨、李藹慈、黃錦山、蔡佳旂、林秉毅（2007）。**高齡學習方案企畫師訓練手冊－入門篇**。台北市：教育部。

蕭文高（2010）。活躍老化與照顧服務：理論、政策實活躍老化與照顧服務：理論、政策實。**社區發展季刊，132**，42-58。

Aguilar, F.J. (1967). *Scanning the business environment***.** New York: MacMillan.

Böckmann, M. (2013). *The Shared Economy: It is time to start caring about sharing; value creating factors in the shared economy*. University of Twente, Faculty of Management and Governance.

Cahn, Edgar S. (2004). *No More Throw Away People*. Washington, DC: Essential Books.

Dillahunt, T. R. and Malone, A. R. (2015). The promise of the sharing economy among disadvantaged communities. *In Proceedings of the 33rd Annual ACM Conference on Human Factors in Computing Systems*, 2285-2294.

Jarvis, H. (2011). Saving space, sharing time: Integrated infrastructures of daily life in cohousing. *environment and planning A***,** *43* (3), 560-577.

Kotler, P., Ang, S. H., Leong, S. M. and Tan, C.T. (2004). *Marketing Management An Asian Perspective 3e*, Singapore:Prentice-Hall Inc.

Porter, M. E. (1980). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance: with a New Introduction*. New York: Free Press.

Ruffing- Rahal, M. A. (1991). Rationale and design for health promotion with older adults. *Public*

Health Nursing, 8, 258-263

Sargisson, L. (2010). Cohousing: A utopian property alternative? Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/265562416_Cohousing_A_Utopian_Property_Alternative

Schor, J. (2014). Debating the Sharing Economy. Great Transition Initiative. Retrieved from http://www.greattransition.org/publication/debating-the-sharing-economy

Schor, J. B., and Fitzmaurice, C. J. (2015). Collaborating and connecting: The emergence of the sharing economy. *Handbook of Research on Sustainable Consumption,* 410-425.

Sekaran, U. (2003). *Research Methods for Business: A Skill Building Approach , 4th ed*., Wiley, New York.

Seyfang, G. (2002). Tackling social exclusion with community currencies; learning from LETS to Time Banks. *International Journal of Community Currency Research, 6* (3), 1-11.

Tran, H., Hitchens, M., Varadharajan, V., and Watters, P. (2005). *A trust based access control framework for P2P file-sharing systems*. In Proceedings of the 38th Annual Hawaii International Conference on System Sciences, Big Island, Hawaii.