

第三章 族群經濟觀點下的南洋背景商店

對於這兩研究區的店家，本章將針對「雇主」、「雇員」進行族群背景分析，藉由釐清雇主找尋雇員的管道，及瞭解雇主是否考慮雇用相同族群背景的雇員。在表 3-1、表 3-2 的雇主欄位中區分出資者與經營者二欄，若是這間商店實際上的掌權者（具有雇用雇員的權力，實際在看雇這間商店的人），則加上▲符號表示之。綜合兩地區的田野調查紀錄，茲將結果列表如下表 3-1、表 3-2。

在中壢火車站周遭的東南亞商店共有 42 間，有訪談紀錄共 27 間，其中雇主身分可分為台灣、華人與外籍配偶，台灣占全部 14%，華人占 41%，外籍配偶則占 45%；忠貞市場的滇緬商店共 34 間，有訪談紀錄共 26 間，其中雇主身分同樣也區分為雲南與華人，雲南占全部 58%，華人占 42%，其中雲南雇主包括了已經有台灣身分證，但仍認為自己本身具有雲南身分背景，故雲南雇主的比例偏高。

表 3-1 中壢火車站東南亞店家調查紀錄表

編號	店名	雇主身分		雇員身分	期望消費者族群背景	經營型態
		出資者身分	經營者身分			
1.	福隆大旅社 兼複合式餐飲店	▲ 台灣人(女)	與出資者相同	台灣人	菲律賓	住宿休息
2.	DJ-spot MANILA REPUBLIK	台灣人(夫)	▲ 原籍菲律賓(妻)	菲律賓人(外勞,經營者朋友)	菲律賓	小吃店
3.	EEC 中壢分店	菲律賓華人(男)	▲ 菲律賓華人(女)	菲律賓華人	菲律賓	金融服務 兼 進口商品 零售商店
4.	Bing go 中壢分店	台灣人(男)	▲ 菲律賓華人(男)	菲律賓華人	菲律賓	金融服務 兼 進口商品 零售商店
5.	LA	▲ 台灣人(男)	與出資者相同	菲律賓華人(經營者的朋友)、原籍越南(外籍配偶,經營者的鄰居)	菲律賓	通訊手機

6.	RJ-FIESTA (菲世達)	▲ 菲律賓華人 (男)	與出資者 相同	菲律賓華人 (經營者的 親戚)	菲律賓	進口商品 零售商店
7.	Honey Bee Pinoy store					金融服務 兼 進口商品 零售商店
8.	DAVAO EXPRESS 2	台灣人(夫)	▲ 原籍菲律賓 (妻)	菲律賓人 (外勞,經營 者朋友)	菲律賓	小吃店
9.	American Boulevard					進口商品 零售商店
10.	ATE MEL PINOY	▲ 台灣人(男)	菲律賓華人 (女)	菲律賓華人 (經營者的 朋友)	菲律賓	小吃店
11.	Testival shopping place					服飾批發
12.	My Friend Pinoy Grocery	▲ 菲律賓華人 (男)	與出資者 相同	台灣人 (經營者以 前工廠的員 工)	菲律賓	進口商品 零售商店
13.	METREX					小吃店
14.	聖心堂附近的 衣服飾品攤販					攤販
15.	聖心堂附近的 衣服攤販					攤販
16.	聖心堂附近的 衣服攤販 2	台灣人(夫)▲ 原籍菲律賓 (妻)	與出資者 相同	沒有雇員	菲律賓	攤販
17.	聖心堂附近的 青芒果攤販	台灣人(夫)▲ 原籍越南(妻)	與出資者 相同	沒有雇員	菲律賓、 越南	攤販
18.	聖心堂附近賣 菲律賓料理的攤販	▲ 菲律賓華人 (夫妻)	與出資者 相同	沒有雇員	菲律賓	攤販

19.	M&G					進口商品 零售商店
20.	雜貨店 REGALO PINAS					進口商品 零售商店
21.	聖心堂附近的 衣服、香水攤販	台灣人(夫)▲ 原籍菲律賓 (妻)	與出資者 相同	沒有雇員	菲律賓	攤販
22.	jim'S	台灣人(夫)	▲ 原籍菲律賓 (妻)	菲律賓華人 (經營者的 朋友)	菲律賓	小吃店
23.	Baan Thai 2					小吃店
24.	泰國超市商行	▲原籍泰國 (夫) 台灣人(妻)	與出資者 相同	沒有雇員	泰國	進口商品 零售商店
25.	約會泰式料理	▲ 泰國華人(男)	與出資者 相同	泰國華人 (經營者親 戚)	泰國	小吃店
26.	泰式小吃店					小吃店
27.	隆德灣泰式餐廳	▲ 台灣人(男)	與出資者 相同	泰國華人 (經營者的 朋友)	泰國、 台灣	小吃店
28.	阿茹小吃清真美食	▲ 泰國華人(女)	與出資者 相同	沒有雇員	沒有期望 消費者	小吃店
29.	Toko Indo Cen Cen	▲ 印尼華人(男)	與出資者 相同	印尼華人 (經營者的 父親)	印尼	小吃店
30.	CAFÉ NGOC PINE					小吃店
31.	峇里島咖啡					小吃店

32.	RUMAH MAKAN MAJA JAKARDA	▲ 印尼華人(男)	與出資者 相同	沒有雇員	印尼	小吃店
33.	印尼口味 WARUNG PONDONK	台灣人(夫)	▲ 原籍印尼(妻)	印尼華人 (經營者的 朋友)	印尼	小吃店
34.	玉豔小吃 CAFÉ NGOCDIEM					小吃店
35.	阿蓮小吃店					小吃店
36.	Toko Indo BAHAGIA 尼龍印尼小吃店	▲ 印尼華人(男)	與出資者 相同	印尼華人	印尼	小吃店
37.	方東越南小吃店	台灣人(夫)	▲ 原籍越南(妻)	沒有雇員	越南	小吃店
38.	菁菁美髮	▲ 台灣人(女)	與出資者 相同	原籍越南(外 籍配偶, 女)	越南	美容美髮
39.	越南小吃店	台灣人(夫)	▲ 原籍越南(妻)	沒有雇員	越南	小吃店
40.	家鄉越南小吃店	台灣人(夫)	▲ 原籍越南(妻)	原籍越南 (外籍配 偶, 經營者的 妹妹)	越南	小吃店
41.	Quan an MINH TAN (鳴心小吃店)	台灣人(夫)	▲ 原籍越南(妻)	越南人(經營 者的媽媽、弟 弟)、 原籍越南(外 籍配偶, 經營 者的妹妹)	越南	小吃店
42.	夢想餐飲 (已結束經營)					小吃店

資料來源：本研究整理

說明：表格若填滿灰色，表示此商店已結束營業，或多次拒絕筆者訪談。

表 3-2 忠貞市場滇緬商店調查紀錄表

編號	店名	雇主身分		雇員身分	期望消費者族群背景	經營型態
		出資者身分	經營者身分			
1.	宏珍雲南過橋米線米干					小吃店
2.	不一樣小吃館	▲ 緬甸華人 (夫妻)	與出資者相同	緬甸華人 (經營者的 朋友)	沒有期望 消費者	小吃店
3.	盧媽媽米干	▲ 具雲南身分背 景的人(女,第 二代)	與出資者相同	沒有雇員	沒有期望 消費者	小吃店
4.	周 雲南米干	▲ 具雲南身分背 景的人(男,第 二代)	與出資者相同	台灣人	沒有期望 消費者	小吃店
5.	帝冠雲南米干					小吃店
6.	何媽媽醬菜	▲ 具雲南身分背 景的人(女 , 第二代)	與出資者相同	沒有雇員	沒有期望 消費者	攤販
7.	大鬍子米干店	▲ 具雲南身分背 景的人(男 , 第一代)	與出資者相同	台灣人	沒有期望 消費者	小吃店
8.	雲南小館	▲ 具雲南身分背 景的人(夫妻, 第二代)	與出資者相同	台灣人	沒有期望 消費者	小吃店
9.	正宗雲南美食	▲ 緬甸華人(女)	與出資者相同	沒有雇員	沒有期望 消費者	攤販
10.	泰式料理	▲ 泰國華人(女)	與出資者相同	沒有雇員	泰國	攤販
11.	雲南料理、泰式料理醬 菜	▲ 具雲南身分背 景的人(女,第 一代)	與出資者相同	沒有雇員	沒有期望 消費者	攤販

12.	賣涼拌木瓜、泰式小吃	▲ 泰國華人(女)	與出資者相同	沒有雇員	沒有期望 消費者	攤販
13.	阿美米干	▲ 具雲南身分背 景的人(女 ，第三代)	與出資者相同	具雲南身分 背景的人(經 營者的親戚)	沒有期望 消費者	小吃店
14.	(阮)阿珍米線					小吃店
15.	伊斯蘭泰國雲南小吃店					小吃店
16.	光復雲仙小館	▲ 具雲南身分背 景的人(夫妻 ，第三代)	與出資者相同	台灣人	沒有期望 消費者	小吃店
17.	賣蔬菜(緬甸、雲南、 泰國特有蔬菜)	▲ 泰國華人(女)	與出資者相同	沒有雇員	雲南、 緬甸	攤販
18.	許媽媽美食	▲ 緬甸華人(女)	與出資者相同	沒有雇員	沒有期望 消費者	小吃店
19.	忠貞馬家	▲ 緬甸華人(女)	與出資者相同	緬甸華人 (經營者的 兒子)	沒有期望 消費者	小吃店
20.	無店名的店家：賣米 干、巴巴絲					小吃店
21.	雲滇	▲ 具雲南身分背 景的人(女 ，第三代)	具雲南身分背 景的人(男， 第三代)	台灣人	沒有期望 消費者	小吃店
22.	雲峰	▲ 緬甸華人(女)	與出資者相同	沒有雇員	沒有期望 消費者	攤販
23.	忠貞雲鄉米干	▲ 具雲南身分背 景的人(夫妻 ，第二代)	具雲南身分背 景的人(太太)	具雲南身分 背景的人(經 營者親戚、朋 友)	沒有期望 消費者	小吃店

24.	印度甩餅	▲ 緬甸華人(女)	與出資者相同	沒有雇員	沒有期望 消費者	攤販
25.	黑妞泰式涼拌	▲ 泰國華人(女)	與出資者相同	沒有雇員	泰國、 雲南	攤販
26.	新曼谷(泰式)	▲ 泰國華人(女)	與出資者相同	泰國華人 (經營者的 朋友)	泰國	小吃店
27.	楊家將雲泰料理	▲ 具雲南身分背 景的人(男,第 二代)	與出資者相同	台灣人	沒有期望 消費者	小吃店
28.	唐記米干					小吃店
29.	陳家米干					小吃店
30.	好料理小吃					小吃店
31.	紫米蛋糕、糍粑、紫糯米飯	▲ 具雲南身分背 景的人(男 ,第一代)	與出資者相同	沒有雇員	雲南、 緬甸	攤販
32.	雲南破酥包	▲ 具雲南身分背 景的人(女 ,第一代)	與出資者相同	沒有雇員	沒有期望 消費者	攤販
33.	雲南小吃攤	▲ 具雲南身分背 景的人(女 ,第一代)	與出資者相同	沒有雇員	沒有期望 消費者	攤販
34.	九旺米干	▲ 具雲南身分背 景的人(夫)、 緬甸華人(妻)	與出資者 相同	沒有雇員	沒有期望 消費者	小吃店

資料來源：本研究整理

說明 1：表格若填滿灰色，表示沒有這家商店的訪談資料。

說明 2：在「雇主身分」欄位中有兩種身分同時出現，這是基於尊重受訪者意願，將受訪者主觀認定的族群背景放在前頭，在後面的()補上雇主真正的族群背景。

族群經濟的定義為雇主和雇員是相同族群，其著重的相同族群背景，是建立在雇主與雇員的「共同生產」關係上。本章節的第一節與第二節將探討與分析在相同族群背景下，公開與私下招聘的徵人方式；第三節與第四節將探討雇主與雇員是不同族群背景時，雇主尋找雇員的方式。筆者發現到，當主雇間是相同族群且私下招聘的情況時，雇主主要雇用自己的親友為雇員；當主雇間是不同族群背景且私下招聘時，雇主則是雇用朋友為雇員。

筆者將分析不同徵人方式的情況、消費者的族群背景、雇主所鎖定的消費者之族群身分，來探討雇主、雇員、消費者三者之間的互動情況，接著陳述如下。

第一節 同族群私下招聘的主雇關係

一、中壢火車站周遭地區

(一) 菲世達 (RJ-FIESTA)

菲世達 (RJ-FIESTA) 老闆為菲律賓華人，老闆的母親是台灣人，父親是菲律賓人，從小在台灣成長，後至菲律賓唸書及生活，由於在台灣出生的老闆對台灣的社會環境較熟悉，便選擇畢業後返回台灣發展事業。老闆在菲律賓的生活經驗，表現在商店經營上；運用在菲律賓的人際關係，方便自己將商品從菲律賓運回台灣；並與台灣朋友共同合作開設東南亞商店，朋友的商店開設在一樓，自己則開設在隔壁棟的二樓；結合這兩種身分，不僅幫助老闆吸引到菲律賓人，也幫助自己經營商店；老闆一開始經營菲式商店時，便鎖定菲律賓人為主要消費者，目前店內無販賣其他東南亞國家商品。

「雇員」方面，目前雇員是老闆住在台灣的菲律賓親戚，老闆禮拜一至禮拜五是負責門市的業務，只有在老闆外送貨物和補貨時，會把門市業務交給同為菲律賓華人的表姊妹，基於雇主與雇員早已建立信任的基礎，所以老闆很放心把店面交給他（她）們來管理。筆者同時也觀察到老闆的菲律賓華人身分，讓他在雇員的選擇上有明顯的偏好，老闆希望最好能夠雇用和他具親戚關係的菲律賓華人，主要是他（她）們會講菲律賓語與華語，讓雇員與菲律賓人或台灣人間溝通無障礙；另一方面，也因老闆與雇員之間的親屬關係，較放心把店內事務交給雇員，自己則充分擴展其他的業務。

(二) Jim's 菲律賓風味小吃店

Jim's 菲律賓風味小吃店的經營者為原籍菲律賓的老闆娘—Jim；而出資者是台籍丈夫，老闆娘的丈夫平日在工廠上班，並沒有在店內幫忙。Jim 在嫁到台灣

之前，是在菲律賓經營小吃店，故對小吃店的經營及烹調手法很瞭解，且 Jim 在兩國生活經驗，讓她瞭解台灣與菲律賓在文化、社會環境以及飲食方面等的差異，也順利在中壢經營這間菲式口味小吃店；再者，老闆娘以前在工廠上班，認識許多在附近工業區上班的菲籍勞工，加上小吃店的位置就在中壢聖心堂附近，故許多菲律賓人上完教堂後，便會與朋友相約在這裡聊天、用餐；住在附近的原籍菲律賓的配偶也會與丈夫、小孩一起來店裡用餐。老闆娘有鑑於上述幾項優勢，故一開始經營這間小吃店時，便鎖定菲律賓人為店裡的主要消費者。

「雇員」方面，老闆娘禮拜一至禮拜五的時間，皆是自己掌管店內各項烹飪工作，並無雇用其他員工，到了週六、日才會請同族群背景的朋友來店內幫忙烹飪，一方面是想讓朋友在假日時有額外的賺錢機會，也因彼此是「朋友關係」，有時朋友來店內幫忙是無支薪性質的；另一方面，因同族群背景的朋友較易掌握菲律賓菜餚的口味與料理方式，與消費者溝通無障礙，故在雇員條件上會傾向雇用與自己同族群背景者為主。

（三）DAVAD EXPRESS 2

DAVAD EXPRESS 2 是家菲式口味的小吃店，經營者為原籍菲律賓的配偶，出資者是台籍丈夫。小吃店主要是老闆娘負責，其先生平常是在中壢附近的工廠上班，沒有上班時才會在店內幫忙，老闆娘也曾經在工廠上班，由於對小吃店的經營與烹調感興趣，希望藉由經營小吃店的收入貼補家用，才會頂下姑姑的餐飲店轉型成為目前的菲律賓小吃店。⁸⁸ 因老闆娘是菲律賓人，讓她經營起菲式口味的小吃店會較得心應手；同時，老闆娘具備了兩國的生活經驗，這點讓她很瞭解台灣與菲律賓在文化、社會環境及飲食習慣上的差異，基於上述幾項因素，讓老闆娘在開設商店前便鎖定菲律賓人，作為她店裡的主要消費者。

「雇員」方面，平日是老闆娘一個人負責店內採購、烹飪等的事務，並無雇用員工，直到週六、日，才會雇用同是菲籍友人來店內幫忙烹飪，主要是同族群背景的朋友在語言上溝通順暢；另一方面，他（她）們也比較瞭解菲律賓菜的口味與料理方式，在雇員上老闆娘會較偏愛雇用與自己同族群背景的雇員。

（四）Dj-spot

Dj-spot 為菲式口味的小吃店，主要的經營者是原籍菲律賓的配偶，出資者是台籍丈夫，老闆娘嫁到台灣已經七年，丈夫平時不會在店內幫忙，店內的事務都是由老闆娘一手打理。之前老闆娘與丈夫是在同一間工廠上班，由於自己對烹飪感興趣；另一方面，也因自己是菲律賓人，想讓與自己同族群背景的朋友有吃

⁸⁸ DAVAD EXPRESS 2 老闆娘的姑姑也是原籍菲律賓的配偶，以前在此處經營餐飲店。

飯、聊天的場所，才經營這家小吃店，故老闆娘在開店時便鎖定以菲律賓人，為主要的販售對象。

「雇員」方面，Dj-spot 是一間小資本的小吃店，並無多餘的資金聘請員工，只在每週六、日，老闆娘的菲籍友人會來店裡幫忙煮東西或招呼客人，其中有幾位菲律賓朋友也只是單純在店內幫忙是無支薪的，只供給免費餐點給員工，在這家小吃店用餐的消費者，大部分是老闆娘在故鄉認識的朋友，他（她）們來到台灣工作後與老闆娘還有聯繫，也知道她在中壢開了小吃店，便利用工作之餘來這裡聊天、用餐，也互相交換家鄉的消息。

（五）Toko Indo CenCen

Toko Indo CenCen 的老闆為印尼華人，本身在台灣與印尼都持有身分證，老闆在印尼居住並接受教育，故對印尼的社會文化以及菜色、口味都相當的瞭解，老闆過去在印尼的生活經驗，讓他快速掌握在台的印尼籍勞工在食、衣、住、行上的各種需求。老闆時常往來於印尼與台灣兩地之間，讓兩國商品能在國與國之間產生流通，也憑藉著老闆的生活經驗與人際網絡的協助下，促使他選擇在中壢火車站周遭開設這間小吃店。在消費者方面，Toko Indo CenCen 主要鎖定印尼人，也包括同是印尼華人身分的消費者。

「雇員」方面，老闆表示，由於是小本經營的因素加上剛開幕不久，目前雇員僅有老闆的父親在店內幫忙各種事務，未來小吃店若逐漸穩定後，才會想增加店員；⁸⁹ 在雇員上的要求，老闆比較想尋求同具有印尼華人身分的雇員或住在台灣的印尼人，考量到相同族群背景的雇員，才能與印尼人在語言上溝通順暢，對印尼料理也具有相當程度的瞭解，如此才能勝任這份工作。

（六）印尼口味 WARUNG PONDONK

印尼口味 WARUNG PONDONK 的經營者是原籍印尼的配偶，出資者是台籍丈夫，目前小吃店是由老闆娘負責店內的各項事務，而先生平日是在工廠上班。老闆娘的開店動機，是因她剛嫁到台灣時不會說國語，自然也就不易有工作機會，為了家計便選擇到桃園後火車站的印尼小吃店打工賺錢，工作一段時間有了經驗，加上自己是印尼人，知道印尼人喜歡吃的料理口味，便選擇在中壢後火車站周遭地區開設這家小吃店，讓自己有機會賺取生活費貼補家用；另一方面，老闆娘發現中壢這一帶有很多印尼人，卻很少見到專門販賣印尼口味的餐飲店。基於上述兩個原因，她決定在中壢開始經營印尼小吃店，並把主要消費者鎖定在印尼人；起初在新興路開設經營的印尼商店，僅有附近兩家，分別是自家的小吃店

⁸⁹ Toko Indo CenCen 印尼商店 老闆口述，於 2007 年 4 月 1 日 於店內訪談資料。

以及間隔三間的一家印尼雜貨店，其他的印尼商店都是後期才陸續在此地經營設立的，而老闆娘在此設立店面也已有十幾年的時間，附近印尼商店的店家也都認識她。

「雇員」方面，店內目前雇用一位還在當地就學的印尼華人學生，該雇員表示，每逢寒暑假他才會來這裡打工，開學後只有假日才會在店裡幫忙。⁹⁰ 雇員的父母親與老闆娘是熟識，加上他會說印尼話也會說華語，才會在課餘時間在店內打工賺取生活費。老闆娘也表示，由於小本經營的緣故，平日都是自己與婆婆在店內負責各項事務，目前僅雇用這名印尼華人的工讀生，沒有打算再雇用其他人。⁹¹ 從此情形判斷，老闆娘在挑選雇員會先以自己的社會網絡為主，挑選同族群背景的雇員，主要是老闆娘認為同族群背景的雇員與印尼人在語言上才能溝通無障礙，也可幫助小吃店招呼台灣人；而老闆娘和雇員是舊識，雇主與雇員間建立起信任與互動的關係，這層關係對於老闆娘而言，是幫助她經營小吃店的助力，也是老闆娘身分背景所帶來的資源。

（七）家鄉越南小吃店

在筆者訪談時（2007年12月08日），家鄉越南小吃店才設立剛滿三個星期，台籍丈夫是出資者，在店內主要是負責出資與協助的角色，老闆娘的丈夫在每星期六、日會來店裡幫忙，原籍越南的配偶才是主要的經營者。老闆娘的開店動機，是她以前在越南家鄉的餐飲店工作過，且具有烹煮越南料理手藝，加上本身就是越南人，烹煮出來的菜餚能抓住多數越南人的胃口，老闆娘的小吃店鎖定販賣的對象是鎖定以越南人為主；另一方面，她也希望藉由自己經營餐飲，為家裡增加生活收入，便決定在此經營越南小吃店。

「雇員」方面，目前在店裡的雇員是老闆娘的妹妹，她也是原籍越南的配偶。老闆娘會雇用自己的妹妹，是因小吃店才剛起步，沒有充裕的資金聘用其他雇員，雇用自己的妹妹在薪水支付上相對會比較便宜；另外，老闆娘認為只有同族群背景的親戚、朋友，在溝通上會比較容易，如果雇用其他族群的雇員，在語言上較不易溝通，思考也不易達成共識，故沒有意願雇用其他族群的雇員。

（八）鳴心越南小吃店

鳴心越南小吃店的經營者為原籍越南的配偶，出資者是台籍丈夫，這家小吃店是由老闆和老闆娘一起共同經營的，平日夫妻倆是以經營這間越南口味的小吃店為主。開店的動機，緣起於老闆娘從事前一份工作，因公務上的需要經常與在台的越南商品進口商有所接觸，也因此擴展她在台灣的人際脈絡，直至老闆娘開

⁹⁰ 印尼口味 WARUNG PONDONK 雇員口述，於 2008 年 3 月 20 日 於店內訪談資料。

⁹¹ 印尼口味 WARUNG PONDONK 老闆娘口述，於 2008 年 3 月 20 日 於店內訪談資料。

始經營小吃店，店內的食材、商品也都是她透過這層關係，向負責越南商品進口商訂貨；另一方面，因為自己是越南人，瞭解越南人的生活、飲食習慣，故能夠烹煮出越南人喜歡的料理，也清楚在台灣生活的越南人在日常生活的需求，並藉由自己在語言上的優勢，能與同族群背景的消費者溝通，除了商品的交易買賣外，這裡也成為越南人的情感交流站。與鳴心越南小吃店相隔一間店的家鄉越南小吃店，這兩家店不論在位置上或經營型態上都十分相近與類似，老闆娘說道，她們兩家都是作越南人生意的小吃店，故主要消費者也鎖定以越南人為主。⁹²

「雇員」方面，目前店裡的雇員都是老闆娘的母親、弟弟和妹妹，老闆娘的妹妹同樣嫁到台灣，母親與弟弟則是最近幾年才來到台灣與她同住，因越南身分的因素在台灣不易找到工作，全家人便決定一起經營這家越南小吃店，老闆娘也表示，會特別雇用自家人當雇員，主要是家人之間早已熟悉彼此做事的習慣；⁹³另一方面，在語言溝通不會有障礙，這些因素讓老闆娘會優先從家人和親戚中去挑選雇員。

二、忠貞市場一帶

（一）新曼谷（泰式）

新曼谷的老闆娘為泰國華人，當初會在忠貞市場內開設店面，主要是老闆娘的小孩年紀尚小，若自行設立經營小吃店，便可就近照顧年幼的子女，也可增加收入改善家計；老闆娘發現在忠貞市場周遭有許多原籍泰國與印尼的配偶，附近的龍岡清真寺也吸引了桃、竹、苗地區的其他族群在此聚集。起初，新曼谷販售泰國商品、雜貨，直到有其他原籍泰國的配偶的消費者向老闆娘反應，希望能吃到家鄉味的菜餚，而老闆娘認為自己有能力可提供簡餐服務，並希望藉由簡餐來增加收入，才開始販賣起泰國料理。筆者認為，老闆娘的開店動機是為了照顧小孩與改善家計，儘管經營型態有所改變，但動機仍是以改善家計為主；且老闆娘本身是泰國華人，除了能烹煮出泰國口味的料理外，也很瞭解泰國人的飲食文化與習慣，才能同時販賣泰國商品雜貨店兼營泰式料理小吃。

「消費者」方面，由於老闆娘長期便在此地積極耕耘泰籍消費者的市場，故泰國人便成為小吃店主要鎖定的消費者，消費者的範圍包括了泰籍勞工與原籍泰國的配偶。

「雇員」方面，因小吃店的資金有限，並無額外雇用員工，只有老闆娘的子女和同族群背景的朋友會來店裡幫忙，目前老闆娘的子女都在大學就讀，只能利

⁹² 鳴心越南小吃店 老闆娘口述，於 2008 年 3 月 22 日 於店內訪談資料。

⁹³ 同前註。

用假日與寒暑假來幫忙，朋友則是有空時會來店裡。老闆娘表示，若是雇用同族群背景的員工，在對話、溝通、買賣、訊息交換各方面都會比較方便。⁹⁴ 筆者與老闆娘對話時，瞭解到老闆娘雇用同族群背景的雇員，其動機不一定是為了幫助相同族群背景的人，才提供工作機會給他（她）們，反而是雇員（孩子與朋友）來幫助雇主，孩子為了不讓母親太過於疲累，所以在假日時會過來幫忙；朋友則是與店家有深厚的交情，在空暇時也會來幫忙她，從此情況來看，可發現到因老闆娘受族群背景和人際網絡的影響，讓她得到同族群背景員工的協助，成為這層關係的受益者，這個情況與過去文獻中所提及到雇用「相同族群」的雇員在概念出現差異，也成為雇主與雇員間較特別的現象。

（二）不一樣小吃館

不一樣小吃館的經營者與出資者是一對馬姓夫妻，夫妻兩人皆是信仰伊斯蘭教的緬甸華人，約 1997 年在忠貞市場開始經營這家小吃店，起初夫妻倆是在忠貞市場內擺設小吃攤，直到後來市場內要整修，才把店面搬到龍東路上，遷移至現址已有兩年多的時間，平日以老闆娘在店內經營為多，老闆則在附近的工廠上班，到了午休、下班時間或假日才會在店內幫忙煮東西、招呼客人。會經營這家小吃店一開始是老闆的小舅子提出的建議，因忠貞市場附近有許多是從緬甸過來的人，加上偏緬甸口味的餐飲店在此地偏少的情形下，便建議老闆夫妻可以試著經營看看；而老闆與老闆娘之前都是在工廠上班，他（她）們的小孩都是托給奶奶照顧，老闆娘顧慮到在外工作，無法全心照顧兒女與家庭，便規劃開設小吃店，如此便可一邊經營店務、一邊照顧家庭。

馬老闆表示，在不一樣小吃館內部所販賣的菜色，都是當初老闆娘在緬甸就會烹煮的家常菜，老闆娘對於烹煮處理緬甸料理很有信心；⁹⁵ 老闆憑藉著這一項優勢，就找尋地點開設店面，一開始僅是在市場內擺設小吃攤，到了近期才從市場內部遷到龍東路上開起緬式口味的小吃店。而不一樣小吃館的老闆與老闆娘由於具備兩國的生活經驗，不僅緬甸話說得相當流利，對於華語也可以流暢交談。住在附近地區，同是來自緬甸的朋友也都認識他們夫妻倆，常會帶著全家人來此用餐，並與老闆娘閒話家常。老闆娘表示，由於他們夫妻都是緬甸華人的緣故，目前在緬甸當地還有很多親戚居住在那裡，老闆娘每年也會定期回到緬甸，購買一些當地才有的食材和調味料，利用貨運帶回來台灣。⁹⁶

「消費者」方面，由於不一樣小吃館是較後期才在忠貞市場經營店面的，在後期的忠貞市場，假日時附近常會聚集許多福佬人和由外地來此的遊客，甚至有許多龍岡清真寺的教徒與教長也都會來此用餐，故老闆與老闆娘在開始經營小吃

⁹⁴ 新曼谷小吃店 老闆娘口述，於 2007 年 12 月 8 日 於店內訪談資料。

⁹⁵ 不一樣小吃館 老闆口述，於 2007 年 4 月 5 日 於店內訪談資料。

⁹⁶ 不一樣小吃館 老闆口述，於 2007 年 4 月 5 日 於店內訪談資料。

店時，便無打算只服務單一族群的消費者，反而希望有更多不同的族群的消費者，都喜歡他（她）們所烹煮的滇緬料理，並藉由吃過的消費者介紹給自己的親朋好友，所以老闆自然也無特別鎖定要販賣給哪個族群的消費者。

「雇員」方面，老闆表示他希望雇員是來自緬甸且不想到公司上班，或是年紀大的人，因老闆認為年輕人不會想到這裡工作，目前在店裡則有兩位年紀較長的媽媽雇員，她們都是從緬甸來到中壢定居，平時兩位都是互相協調好時間輪流上班。⁹⁷ 老闆會雇用她們主要是基於大家都是同鄉，且對於緬甸菜的口味也能掌握；另一方面，這兩位媽媽由於年紀較年長，所以一般公司、工廠不會雇用她們，她們才會傾向來小吃店工作，也可以賺取一些生活費。基於上述原因，老闆才雇用她們，而她們與老闆一開始也只是「朋友關係」，經由這層關係，兩位媽媽得知不一樣小吃館有工作機會，而她們也符合老闆對員工的要求，彼此又是認識的同鄉，老闆和兩位媽媽進而成為了主雇關係。

（三）忠貞雲鄉米干

忠貞雲鄉米干於 1983 年便開始在忠貞新村開始經營，老闆娘的父母親是這家小吃店的第一代經營者，其父親當時為撤退到台灣的第一批雲南反共救國軍，父親當時在軍隊裡服務，母親則在附近的工廠上班，因母親不習慣上班生活，加上眷村內住著許多與他（她）們同族群背景的居民，這群人住在台灣很久一段日子，離鄉背景讓他（她）們思念家鄉雲南口味的家鄉菜，老闆娘的母親才決定在此經營小吃店。而現任的老闆娘是第二代經營者，她在雲南出生也在那裡生活過一段時間，之後便隨著父母親來到台灣定居，在雲南的生活經驗，讓她不僅熟悉雲南的生活環境及社會文化，也習得了雲南菜的手藝，繼承了母親所留下來的的小吃店，持續在忠貞市場內經營著，不僅讓住當地的同鄉有道地的家鄉味可以品嚐，也讓來自外地的遊客有機會藉著菜餚認識她（他）們；現任老的老闆娘為了擴展更多元的消費者族群，並沒有刻意鎖定要販賣給哪個族群的消費者。

「雇員」方面，目前的雇員是老闆娘同族群背景的親戚，除了老闆娘的小姑會在假日在店內幫忙準備食材外，也另外雇用兩位幫忙端菜及洗碗的雇員，這兩位雇員是老闆娘的親戚，也同樣具有雲南身分背景。老闆娘主要負責掌廚的工作，老闆有時候會來店內幫忙，由於這間小吃店跟這裡許多商店一樣是小本經營，故店裡的員工都以自己的「親戚」為主，也因雇員具有雲南身分背景，較瞭解雲南的文化、語言，也更懂得掌握菜餚味道的拿捏，且雇用自己親人，在工資的給付上也會比較節省。基於上述種種因素的考量，老闆娘則選擇以相同族群背景的親友為優先考量的雇員人選。

⁹⁷ 同前註。

（四）忠貞馬家

忠貞馬家的老闆娘是一位信仰伊斯蘭教的緬甸華人，老闆娘的丈夫當時還是雲南反共救國軍的軍人，於是她與丈夫隨著軍隊來到台灣定居。在 25 年前老闆娘還未開始經營小吃店時，是在附近工廠上班，她考量到上班無法全心照顧家庭與小孩，若自己開設小吃店的話，一方面可以幫家裡增加收入，另一方面也可照顧到家庭與小孩，加上忠貞市場附近的居民多半都與老闆娘有著相同的族群背景，大家在異地生活久了便想吃到家鄉菜，結合上述各種因素，老闆娘覺得在此設立店面有商機，才決定在此經營起小吃店。

「雇員」方面，目前小吃店僅有老闆娘與老闆娘的兒子兩人負責經營，由於僅有十幾坪大的店面，加上營業資本不多的情況下，老闆娘無意再雇用其他員工，並表示剛開始僅有自己一個人在店裡經營，由於兒子中年失業長期找不到工作，便回來與她一起經營這家店；目前老闆娘並沒有考慮雇用其他員工，主要是店內販售賣的食物都是由自己手工製作，也僅有自己和家人才知道如何製作出客人喜歡的口味，小吃店之後會傳承給兒子來經營，老闆娘則從旁輔助他。

「消費者」方面，老闆娘表示忠貞新村還未拆遷前，店內的餐飲主要以供應給當地居民為主；眷村拆遷後，多數具有雲南、緬甸身分背景的居民遷移至他處，之後陸續有外來的消費者到此處用餐，消費者的改變影響了老闆娘，昔日以滇緬族群為主要服務對象，改為不限定為單一族群服務，歡迎多元族群的消費者來店裡用餐。

（五）阿美米干

在忠貞市場內多為小本經營的小吃店，但仍有少數商店轉型成為連鎖店，其中最明顯的例子就是阿美米干。阿美米干設立經營已有 28 年的時間，老闆娘說道，當初外公、外婆帶著母親一路從雲南到了泰國，再從泰國隨著軍隊來到台灣，當時外公在軍隊裡，外婆為了分擔家計便開始經營小吃店；⁹⁸ 在忠貞市場內發跡的阿美米干，目前已在各縣市發展出阿美米干、雲滇、七彩雲南三個系列的分店。目前的老闆娘是第三代經營者，具有雲南身分背景，不會特別去限制雇員必須具有相同的身分背景，但對於特別的職務，如：掌廚的廚師、管理的店長等職務，就會要求是由自家人來擔任；同樣在忠貞市場內的分店－「雲滇」，其店長也是老闆娘的親戚。

老闆娘表示，雇員數少的小吃店在經營方式以及點餐程序上，較沒有一個標準和系統化的流程，若交給其他人負責，他（她）們會比較難以管理，故一定要

⁹⁸ 阿美米干小吃店 老闆娘口述，於 2007 年 4 月 5 日 於店內訪談資料。

讓自家人回來經營；⁹⁹ 老闆娘的家人、親戚，他（她）們的生長環境就是建立在忠貞市場的阿美米干之中，對於點餐流程、烹煮技巧都有著一定程度的經驗與認識，儘管是自家人也同樣必須從基層做起，一樣要經過公司的教育訓練課程，並在上一代老闆呈現半退休時，分店的其他親戚雇員就必須回到忠貞市場的阿美米干工作，這不僅是店家對自家員工的信任，也是店家傳承祖業的傳統，必須將他（她）在忠貞市場之內的社會網絡傳承給下一代經營者，讓自家人獲得足夠的經驗與技術，才能夠穩固祖業，因此老闆娘在台北接受過教育訓練之後，也必定回到忠貞市場經營創始老店。

「消費者」方面，阿美米干與忠貞馬家具有類似的情況，第一代、第二代的老闆娘都以鎖定具雲南、緬甸身分背景的居民為主要消費者，到現在第三代老闆娘經營管理後，為了因應忠貞新村與忠貞市場整個大環境的變遷，消費者逐漸改變的情況，經營者也改變對商店的經營策略，把原初鎖定滇緬族群為主要消費者，改以不只為單一族群服務，走向以多元族群的消費者為導向的經營方式。

第二節 同族群公開招聘的主雇關係

一、中壢火車站周遭地區

（一）中壢 EEC

在中壢市中心具知名度的東南亞進口商品零售商店—EEC，根據台北總公司會計部門的陳經理表示，EEC 的老闆本身是菲律賓華人，公司一開始主要是從事航運、貨運，並非進口商品零售；起初公司所提供的服務項目，僅有幫東南亞背景的人們寄送貨品到他（她）們的家鄉，此寄送貨品的經營型態逐漸在台灣與東南亞國家間拓展出其他的業務；¹⁰⁰ 因老闆具備了菲律賓與台灣的生長背景，也讓他在這兩國有了穩定的社會網絡與資源，到了後期，老闆在進口商品運送方面有一定經驗後，認為台灣的外籍勞工消費市場是可以持續被發展的。

EEC 轉型成為進口商品零售店的因素，主要是老闆想要服務在台灣工作的菲籍勞工，一方面也因老闆是菲律賓華人，對菲律賓的文化、環境都有一定程度的瞭解；另一方面，想要服務在台灣工作的菲籍勞工，便選擇在台灣開始經營起進口商品零售店。EEC 除了販賣一般東南亞進口食品、日常用品外，也協助東南亞背景的人們辦理匯款和寄貨物品等的服務項目，並採取與收件者合照作為確認物品收到的證據，此合照的動作不僅讓消費者感到安心，看到故鄉家人的照片

⁹⁹ 阿美米干小吃店 老闆娘口述，於 2007 年 4 月 5 日 於店內訪談資料。

¹⁰⁰ EEC 台北總公司 會計部經理陳小姐 口述，於 2006 年 10 月 2 日 於店內訪談資料。

也更能讓他（她）們信任 EEC 的服務。

「雇員」方面，中壢分店的雇主是店經理，在雇員上會特別找華人或至少會說國語和英語的雇員，因店經理是菲律賓華人，雇用華人的雇員，在語言上會比較好溝通，而同為菲律賓華人的雇員也較瞭解菲律賓文化與消費上的需求；另一方面，EEC 的主要消費者是菲律賓人，雇用華人雇員可與菲律賓人產生良好的溝通與互動關係。中壢 EEC 雇員也提及到，在各分店的店經理本身都具備了至少有兩國以上的生活經驗及語言，主要是他（她）們因業務上的需要，可以讓他（她）在台灣與東南亞國家之間進出方便，並在兩國之間從事貿易活動與商品的進出口工作。¹⁰¹

「消費者」方面，EEC 的主要消費者是鎖定在菲律賓人上，因此 EEC 在平日除了提供他（她）們日常用品所需要的食品外，也為了讓這群在異地生活的菲律賓人可以更方便與家鄉的人聯繫，也提供了販賣電話卡，抒解這些人在節日的時候不能回去的心情；另外 EEC 總公司也與台灣在地的菲律賓駐台辦事處合作，在每年的聖誕節或者新年的時候協助辦理慶祝活動，這些活動除了吸引這些菲律賓人的注意外，也藉由回饋活動讓菲律賓人感受到節慶的溫馨與歡愉的氣氛。

（二）福隆大旅社兼複合式餐飲店

這間旅社兼餐飲店設立已有十幾年的時間，老闆娘是台灣人，由於長期與東南亞國家有所接觸，便也開始在店內販賣起東南亞的商品與雜貨；由於位置開設在離火車站前站不遠處，讓搭乘火車來到此地的遊客一出來便可清楚看到商店的招牌。旅社的部分則雇用兩位女性雇員，她們表示老闆娘經營這家旅社，是為了吸引中壢附近的外籍勞工可以有地方休息、過夜，所以大多數來店內消費的人多半是菲律賓或其他外籍勞工，偶爾才有台灣人會來消費，而老闆娘也會不定時到泰國、菲律賓等國家，去帶一些當地的商品放在旅社內販賣；¹⁰² 在旅社隔壁的複合式餐飲店則雇用四至五位的服務生，餐飲店主要是以菲律賓口味的料理為主，外面也設置有小吃攤專門販賣菲式口味的麵食餐點，老闆娘平常白天是很少會來店裡，多為晚上九點半才會來店內核對帳目，以及巡視營業狀況事務，其他時間則是由雇員負責。

「雇員」方面，在此服務的雇員都是老闆娘利用登報或者其他徵人管道找到的，由於是經由公開招聘的徵人方式，故雇員與老闆娘在還沒形成主雇關係之前，彼此都不認識，而在旅館內負責櫃台的兩位小姐，也都是看到報紙的徵人廣告才來這裡工作，其中一位較年長的女士在此工作已有十幾年的時間，跟老闆娘

¹⁰¹ 中壢 EEC 雇員口述，於 2007 年 2 月於店內訪談資料。

¹⁰² 福隆大旅社兼複合式餐飲店 員工口述，於 2007 年 3 月 31 日於店內訪談資料。

也十分熟識，她表示目前這裡的員工是以台灣人為主，很少會雇用外籍人士，主要是老闆娘怕雇用到非法的員工，造成問題與糾紛，有時會有一、兩位華人雇員，但都是在隔壁的餐飲店工作。¹⁰³

「消費者」方面，可從老闆娘在住宿和餐飲服務來分析，老闆娘在商店上懸掛四樓高的菲律賓文與中文的廣告，讓菲律賓人與台灣人能一眼就明白這家商店的服務類型；福隆是一家旅社兼營菲律賓餐飲的複合式商店，在住宿服務方面，員工是以台灣人為主，但在餐飲服務方面，老闆娘會雇用華人雇員，可清楚知道老闆娘經營商店時，仍企圖透過在外場服務的華人雇員，來吸引菲律賓人的注意。

（三）Toko Indo BAHAGIA（尼龍印尼小吃店）

尼龍印尼小吃店位在中壢後火車站，假日與平日老闆會在店內管理店裡的大小事務，加上老闆是印尼華人，讓他與印尼有接觸，又熟悉兩國的社會文化背景。起初老闆是在桃園後火車站從事印尼進出口零售商品的批貨商，時間久了自己也想經營一間專賣印尼進口商品零售店，會選在中壢後火車站作為商店的位置，除了這裡聚集了許多印尼人與印尼商店；另一方面，在桃園火車站附近有很多印尼商店的老闆是都是跟自己進貨、批貨，所以不在桃園設立商店是避免和他（她）們產生競爭與糾紛；尼龍印尼小吃店除了在店裡販賣印尼各類的生活商品，同時也經營印尼口味的餐飲，店內的經營空間與用餐座位比當地其他間印尼小吃店來的大且多；經營印尼商店一直都是老闆的興趣以及規劃，加上在印尼跟台灣都有生意往來和豐富的人際網絡，故對印尼商店的經營會較得心應手，老闆才決定在中壢後火車站的新興路上經營小吃店。

「雇員」方面，在這裡工作的雇員都是看到印尼週報的徵人消息，才得知這裡有工作機會，老闆表示，在台灣的印尼人他（她）們會在每個禮拜出版印尼週報，週報內容會刊登哪裡有新的印尼商店開幕，或關於印尼方面的重要消息；¹⁰⁴而老闆也可以請他（她）們刊登徵人啓示，這些印尼華人看到週報上的消息，便會打電話來詢問徵人訊息。老闆的雇員條件是以印尼華人為主，因華人會說流利的印尼話及華語，不僅與印尼人溝通無障礙，遇到台灣人也可以說上幾句；另一方面，老闆偏愛雇用華人，也是因多數的華人都已取得台灣身分證，在雇用上不會有違法的行為出現，所以老闆才會把雇員條件設定在與自己同族群背景的印尼華人。

從老闆在印尼週報上刊登廣告徵才和宣傳商店這一點來看，老闆在開業之初便已鎖定印尼人作為販售對象，故店內雇員皆以印尼華人為主，成為吸引印尼人的媒介。

¹⁰³ 福隆大旅社兼複合式餐飲店 員工口述，於 2007 年 3 月 31 日於店內訪談資料。

¹⁰⁴ Toko Indo BAHAGIA 尼龍印龍小吃店 老闆口述，於 2008 年 5 月 1 日於店內訪談資料。

二、忠貞市場一帶

由於忠貞市場並沒有符合此項分類的個案，故無任何資料可供分析。

就上述的商店資料，我們統計出這兩個研究區中以「同族群公開招聘的主雇關係」的商店，在中壢火車站周遭半數為經營進口商品的零售店，另外為小吃店與其他類型的商店，忠貞市場則全部是經營小吃店類型的商店。

第三節 不同族群私下招聘的主雇關係

一、中壢火車站周遭地區

(一) 中壢 My Friend Pinoy Grocery

這間商店的雇主是菲律賓華人，同時擁有台灣和菲律賓的身分證，老闆先前是從事東南亞商品的代理事務，對進出口東南亞商品的各類事項相當瞭解，所以老闆也十分清楚東南亞背景的人們在日常生活中的需求；且老闆也具有讓貨品在兩個國家之間流通的經驗與社會網絡資源，讓他有機會在中壢火車站周遭地區開設東南亞進口商品零售店，以服務菲律賓人。

「雇員」方面，這間商店在筆者訪談時才剛開幕不到一個月，故目前老闆僅雇用一名賴姓雇員。賴姓雇員是中壢在地人，以前在老闆的工廠上班，當老闆開設這家店時便先雇用他來店內幫忙，這種尋找雇員的管道就是從店家的社會網絡中找尋；而另一種管道，是賴姓雇員藉著聊天的方式接觸東南亞背景的人們，藉此得知此人適不適合擔任店內職務。雇員表示老闆希望找到與他相同族群背景的人，且有意固定長期上班的員工，相較於在台灣工作時間不太穩定的外籍勞工，老闆傾向招攬嫁到台灣的外籍配偶，因外籍配偶已拿到台灣身分證，可以名正言順的在台灣工作，她們也想要有穩定的收入以幫忙改善家計；如果外籍配偶有小孩，老闆便會依小孩的年紀作為決定的標準。¹⁰⁵ 賴姓雇員能夠理解老闆在雇用員工方面的需求，對於店內的大小事務就顯得非常關注，表現出他十分重視這份工作的態度。雖然店家與雇員並非擁有相同族群背景，但賴姓雇員身處在菲律賓的消費圈中，觸目所及的人、事、物都會與菲律賓產生連結，也讓他對於菲律賓的人、事、物有更一層的瞭解。

My Friend Pinoy Grocery 的雇主對於雇員的偏好，可從賴姓雇員身上以及徵人管道來瞭解，儘管賴姓雇員和老闆具不同的族群背景，但雙方已在之前的工

¹⁰⁵ 中壢 My Friend Pinoy Grocery 員工口述，於 2007 年 3 月 31 日於店內訪談資料。

作環境中，建立起良好的伙伴關係和彼此的信任，故與雇主在相處上不會因族群背景不同有所顧忌；另一方面，雇主也想雇用到願意長期工作、具穩定性，且對東南亞生活、文化有著相當程度瞭解的雇員，於是雇主給賴姓雇員充分的權力去尋找適當的員工，藉由賴姓雇員的推薦與篩選，雇主不但省去親自尋找應徵者的力氣與時間，招募來的雇員更能迅速投入工作。

「消費者」方面，雇主的身分是菲律賓華人，經由身分的中介因素，當他來到台灣從事進口東南亞商品時，選擇了與自己生長背景有相關的菲律賓商品代理，所以這家東南亞商店主要是鎖定販賣給菲律賓人。

（二）LA 電話卡專賣店

這間電話卡專賣店的老闆是台灣人，因在菲律賓念過大學，讓老闆對當地東南亞族群的生活情況有相當程度的瞭解，畢業後回到台灣，便決定經營這家手機、電話卡的專賣店。在「消費者」方面，店家和期望的消費者是不同族群背景，但店家仍鎖定菲律賓人作為銷售對象，也把商店位置設立在菲律賓商店最多的街道上。

「雇員」方面，店內目前有兩位雇員，其中一位女性雇員是菲律賓華人，她會來這裡工作，主要是因為她的朋友認識這間店的老闆，當朋友聽到老闆需要找一位懂菲律賓話的員工時，便推薦她來這裡工作；另一位女性雇員則是老闆的鄰居，同時也是原籍越南的配偶，嫁到台灣已有三、四年的時間，在語言方面除了越南話之外也會說華語，會來工作主要是為了增加家庭收入。筆者發現 LA 電話卡專賣店的雇員方式主要有兩個管道，第一，是透過朋友的介紹，這些雇員本來不是老闆的朋友，透過共同朋友的引薦，才促使雙方由陌生人變成為主雇關係；第二，透過老闆的社會網絡，是指從居住在中壢市附近，且是老闆從認識的外籍配偶中挑選到的雇員。

（三）隆德灣泰式餐廳

這是一家餐廳兼營雜貨店的泰國商店，老闆是台灣人，並沒有在泰國生活過，但藉由原籍泰國的配偶在泰國的生活經驗，告知老闆該賣哪些泰國料理與商品，才能吸引中壢地區的泰國人前來消費；也因老闆娘是泰國人，在語言上面的優勢（至少會使用兩國以上的語言），讓她能在泰國人與台灣人間作生意。老闆娘在泰國擁有豐富的人際脈絡，結合老闆在台灣社會資源，這間泰國商店對於消費族群（如泰籍勞工、原籍泰國的配偶、台灣人等）有著更強的聯繫。

「雇員」方面，餐廳前場人員、雜貨店的員工皆為華人與外籍配偶，他（她）們被雇用的主要原因是語言能力，雇員表示老闆希望員工能夠說華語、泰語或英

語，有這些語言能力，員工才能和消費者（泰國、台灣人）進行溝通與買賣¹⁰⁶；可得知員工會被雇用的原因和他（她）們的族群背景並沒有絕對關係，但雇員表示若與老闆夫妻有認識，則獲得工作的機會相對的會較大，這表示老闆夫妻是從他們的人際脈絡中先挑選雇員，故員工多是他（她）們的親朋好友與鄰居；也有雇員是透過朋友引薦。可得知雇員條件不會侷限在東南亞族群，也會擴及到當地的台灣人，只要藉由人際脈絡的延伸，各種族群都有機會來到隆德灣工作。在此工作，也讓台灣員工進一步認識東南亞文化，也認識到其他不同族群背景的員工與消費者。從店家對雇員必須要懂得兩國語言能力，可以理解這間商店的期望消費者不是單一特定族群，店家同時鎖定泰國人和台灣人為其服務和銷售的對象。

二、忠貞市場一帶

由於忠貞市場並沒有符合此項分類的個案，故無任何資料可供分析。

第四節 不同族群公開招聘的主雇關係

一、中壢火車站周遭地區

（一）菁菁美髮

菁菁美髮的老闆娘是本地台灣人，平日不常出現在店內，雇員表示老闆娘每個月只來店裡三至四次，有時候是晚上才會來管理帳目。¹⁰⁷ 當初老闆娘會在這裡經營美髮店，主要是看中新興路上聚集了四、五家的越南小吃店，許多原籍越南的配偶經常會三五成群在這附近吃飯、聊天，若在這裡經營美髮店便可以吸引到她們的注意；再者，後火車站的租金又較前站便宜，這也是老闆娘決定在此處設立店面的最大考量。可以理解在「消費者」部份，店家鎖定女性的越南人為主要服務對象，雖然店家和期望消費者是不同的族群背景，但店家雇用越南籍雇員作為媒介，仍然能夠吸引期望消費者的注意。

「雇員」方面，目前店內雇用兩名女性的越南籍員工，她們都是嫁到台灣來的原籍越南的配偶，且是看到報上刊登的徵人啟事才來這裡工作，老闆娘對雇員的條件是需具備有美容、美髮工作經驗的原籍越南的配偶，而在這裡工作的兩位員工都符合這些資格，她們未嫁到台灣前，在越南當地便已從事過相關的美容、美髮行業，其中一位較資深的美髮師已有十幾年的工作經驗；另一位雇員，她則剛來工作一個禮拜，故一邊工作還需跟另一位的美髮師學習。雇員表示，這家美

¹⁰⁶ 龍德灣泰式餐廳 員工口述，於 2007 年 4 月 1 日於店內訪談資料。

¹⁰⁷ 菁菁美髮 員工口述，於 2007 年 11 月 23 日於店內訪談資料。

髮店主要是服務女性的越南人，和消費者交談溝通全程都是用越南話，因此不會有語言上的障礙，這也是老闆娘希望以原籍越南的配偶為雇員的原因，而雇員則使用華語和老闆娘交談，彼此間也不會產生溝通障礙。¹⁰⁸

二、忠貞市場一帶

（一）周雲南米干

周雲南米干於 1961 年開始經營，一開始是在眷村內自家門前擺設小吃攤，還未形成一個店面，周老闆的父親是雲南反共救國軍的一員，當初母親隨著父親的軍隊於 1954 年撤軍到忠貞眷村現址定居。周老闆表示，當時的眷村都是低矮的房子，平時大家都是組了些小板凳便坐在家門口吃起米干，一碗米干在那時僅有幾毛錢，當時老闆的父母親懂得料理雲南家鄉菜，便開始賣起雲南米干；¹⁰⁹ 另一方面，則是為了讓家裡有穩定的收入，才開始經營這家小吃店。第一代經營者是周老闆的母親，目前老闆的母親已八十幾歲，已把手藝和管理權交給兒子，但自己每天仍會在店裡幫忙做一些醬菜配料；近年來因忠貞新村的拆遷，許多小吃店也搬遷到離市場不遠處，經營起獨立的店面，而周老闆也是其中之一，他把店面從忠貞市場內部遷移到外部的龍東路上，周老闆表示這是為了能擴大店面，吸引夠多元的消費者，從這一點可以瞭解店家並無鎖定單一族群背景的消費者，希望有更多的消費者可以注意到他們，並進來消費。

「雇員」方面，目前在店內的雇員都是經由公開招聘的方式徵求到的，有刊登在報紙以及在店門口張貼公告兩種方式，經過或來用餐的人看到公告便會注意一下，有意應徵者會自己打電話或者親自來店裡詢問。周老闆自己是負責菜餚的烹煮，店內的員工則是幫忙店裡打掃、送餐，有時也需準備後續的食材、配料。由於是小本經營，店內雇員最多只有三位，員工的部分沒有限制一定要具有雲南身分背景或具備烹煮雲南料理的手藝，目前店內的三名員工都是住在忠貞當地及附近地區的台籍員工。

（二）大鬍子米干店

老闆具有雲南身分背景，1936 年出生，於 1954 年隨著雲南反共救國軍撤退到平鎮忠貞的軍人，來到台灣後仍在軍中服務，直到退休後為了維持生活開銷，便與同具有雲南身分背景的妻子一起經營小吃店。老闆表示，烹煮米干、米線的手藝是後來再去學習，並不是一開始就會。¹¹⁰ 老闆在此設立店面已有數十年的時間了，從以前到現在都堅持著原本的口味，不會隨意調整，除了米線是跟其他

¹⁰⁸ 菁菁美髮 員工口述，於 2007 年 11 月 23 日於店內訪談資料。

¹⁰⁹ 周雲南米干 老闆口述，於 2007 年 4 月 5 日於店內訪談資料。

¹¹⁰ 大鬍子米干店 老闆口述，於 2007 年 4 月 5 日於店內訪談資料。

店家進貨外，店內的食材都是自己和妻子親自製作的。老闆夫妻是忠貞市場的滇緬商店中，少數還是第一代經營小吃店的，其他的店家多數都已經傳承到第二代、第三代者居多，老闆的孩子都已在外地就業，目前並沒有打算接手這家小吃店，老闆表示這家小吃店會經營到自己不想經營時，便會停止營業。

「雇員」方面，店裡都是由老闆親自烹煮食物，老闆娘負責準備食材並幫忙端餐點給客人，店內唯一一位員工，是一個住在附近的本地人，除了協助老闆與老闆娘的各項事情外，最主要的工作就是清洗碗盤以及營業結束後的店家清潔；雇員表示，自己是看到店門口張貼的徵人公告，才有機會在此工作。由於大鬍子米干店是屬於小資本額的小吃店，故目前只雇用一位員工，老闆為了節省店裡的開銷，很多事情都是自己與妻子親力親為，故之後要再新增雇員以不超過二位為主；由於雇員主要是負責廚房內部事務與洗碗，很少碰觸到消費者或從事烹調食物的工作，老闆也就不會刻意去限制雇員的族群背景一定要與自己相同。¹¹¹「消費者」方面，並沒有特別鎖定消費者，不論是台灣人或滇緬族群，老闆都很歡迎大家來品嚐他的手藝。

（三）光復雲仙小館

光復雲仙小館約從 1981 年設立經營，老闆娘具有雲南身分背景，其父親是第一代的經營者，自父親從軍隊退伍後，發現養活一家老小生活不易，而父親對烹飪也十分感興趣，便決定到台北拜師學藝，十年學成回到忠貞後便開始經營這間餐廳。起初主要是幫人辦理外燴，餐廳並非以眷村的居民為主要消費者，故餐點項目多半以中式菜餚為主，並加入幾道雲南風味的菜餚，為的就是讓外地觀光客除了可吃得一般中式餐廳的菜餚外，同時也可吃到特殊的雲南菜。當第二代老闆娘接手經營後，也持續維持著中式餐廳的型態，與忠貞新村中專賣滇緬料理的小吃店有明顯的差異。

「雇員」方面，目前除了老闆娘以及掌廚的廚師是自家人外，其他的雇員都是透過報紙所刊登的徵人啟事才來這裡工作，老闆娘也表示由於眷村的居民都遷移到其他地方了，要找到雲南身分背景的雇員也不容易，¹¹² 而自己的餐廳又不全然以雲南風味的餐點為主，故不見得一定要雇用具雲南身分背景的人為雇員，目前除了自己和廚師是自己的親戚外，其他的雇員多屬於本地的台灣人。

（四）雲滇

「雲滇」為阿美米干的分店，但經營型態和菜單與阿美米干全然不同，雲滇目前的經營者是阿美米干老闆娘的堂弟，會經營這家店主要是家族企業的緣故，

¹¹¹ 龍德灣泰式餐廳 員工口述，於 2007 年 4 月 1 日於店內訪談資料。

¹¹² 光復雲仙小館 老闆娘口述，於 2007 年 4 月 26 日於店內訪談資料。

老闆表示，目前家族企業的連鎖分店經營者（店長）都希望由自家人或親戚接手管理，雲滇系列在其他地方還有分店，在忠貞市場目前僅有這一家。¹¹³ 雖然身為經營者，一開始也必須在總公司受訓，並輪流被派遣到台北忠孝店的雲滇學習接待客人及管理經營等的事務，往往都需要二、三年的時間，等受訓完成才會被分派到各個分店當店長，以統一的制度去管理員工，且每位分店店長也被要求，每隔一段時間須回總公司受訓，公司也會不定時派人到各分店視察督導，以瞭解各店的經營情況。

「雇員」方面，雲滇沒有限制一定要具有雲南身分背景的人才能應徵，筆者在店內所觀察到的雇員人數，在烹飪區工作的約有三至四位，在後面廚房準備處理後置事務有三位，烹飪區的雇員都是年紀較年長的女性雇員，其中一位員工表示，多數員工都是看報紙或店外貼的公告才知道店內有職缺，員工中有幾位是具有雲南身分背景，自己則是住在當地的台灣人；在這裡工作的員工大部分都是年紀較年長的媽媽，她們都是來到這裡工作後，才開始被教導如何烹煮雲南料理，員工都有自己應該負責的工作，店長也會每天在店裡服務客人，並給予員工適當的協助。

「消費者」方面，可以從雲滇和阿美米干有不同的菜單和經營型態中發覺，雲滇的店址雖然保持在忠貞市場內部，卻無鎖定單一族群的消費者作為服務與販賣的對象，反而會依照不同族群的消費者作口味上的調整。

¹¹³ 雲滇 老闆口述，於 2008 年 5 月 1 日於店內訪談資料。

小結

筆者統計上述 4 個分類（如下表 3-3、表 3-4），可以看出兩研究區有明顯的差別，即忠貞市場的店家在挑選雇員上只出現 2 種情況，其一為雇用同族群背景的雇員，店家會選擇用私下招聘的方式，另一為雇用不同族群背景的雇員，店家選擇用公開招聘的方式；中壢火車站周遭的東南亞店家則傾向雇用徵求同族群背景的雇員。

首先，「相同的族群背景，私下招聘」的分類中，中壢火車站一帶共占有 9 家，經營型態主要是小吃店類型，共有 8 家，其次是進口商品零售店類型，僅有 1 家，而 Quan an MINH TAN（鳴心小吃店）是此分類中唯一雇員數較多（雇員人數超過 5 人）的商店；¹¹⁴ 在此分類中，忠貞市場共有 5 家，皆為小吃店類型的商店，其中有 2 家雇員數較多的商店，分別是忠貞雲鄉米干與阿美米干。

其次，在「相同的族群背景，公開招聘」的分類中，中壢火車站周遭的商店占有 3 家，其中 2 家的經營型態為進口商品零售店，是屬於雇員數較多的商店，分別是 EEC 中壢分店、Bing go 中壢分店，另有 1 家商店為小吃店類型；忠貞市場沒有符合的案例。

再來看「不同的族群背景，私下招聘」的分類，中壢火車站一帶僅有 1 家東南亞商店 My Friend Pinoy Grocery，為進口商品零售店；忠貞市場則沒有實際案例可供分析。

最後，在「不同的族群背景，公開招聘」的分類中，中壢火車站一帶並沒有符合的案例；忠貞市場則有 6 家，全部是具有雲南身分背景雇員經營的小吃店，僅有雲滇是屬於雇員數較多的商店。

在表 3-3 的「徵求相同族群背景的雇員」，中壢火車站周遭的東南亞商店有兩點特別之處（參考圖 3-1）：一、雇員數較多的商店，傾向以公開招聘的方式雇用同族群背景雇員，在此分類下，有 3 家雇員數較多的商店，¹¹⁵ 其中有過半的比例是以公開招聘的方式徵求同族群背景雇員。在此推斷雇員數較多的商店，雇員偏好雇用同族群背景的雇員，為了能夠達到此目的，雇員會採用公開招聘的方式；二、雇員數較少的商店，傾向以私下招聘的方式雇用親友為雇員，在此分類中，以私下招聘的方式雇用同族群背景同樣有過半的比例。故推斷雇員數較少的

¹¹⁴ 兩研究區呈現不同數量的雇員數，範圍從 1 名雇員到 8 名雇員，因此在判斷雇員數多寡時，採用其中位數為判斷依據，因此當雇員數不超過 5 名，即為雇員數較少的商店；反之，當雇員數超過 5 名，即為雇員數較多的商店。

¹¹⁵ 雇員數較多的商店包括：EEC 中壢分店、Bing go 中壢分店、Quan an MINH TAN（鳴心小吃店）等 3 家。

商店，雇主偏好雇用同族群背景的雇員，爲了能夠節省挑選雇員所付出的成本，雇主會採用私下招聘的方式。

中壢火車站一帶雇員數較少的商店共計 10 家，¹¹⁶ 10 家之中有 8 家雇主傾向以私下招聘的方式徵求同族群背景的雇員，這 8 家雇主在身分上可區分爲華人（3 家）和外籍配偶（5 家），¹¹⁷ 雇主表示因爲已經在台灣生活一陣子，親戚與同族的朋友也都在台灣生活，所以當初決定開設店面時，在自己的社會網絡中便可以找到同族群背景的雇員；在這 8 家商店中，雇主爲外籍配偶的數量多於華人，可推測這個情況是受到社會人口組成的影響，雇主是外籍配偶，會與同族的雇員在族群背景上較爲親近，故在此區域延伸與發展社會網絡時，外籍配偶尋找同族群背景的雇員會比華人來得容易，其中最明顯的例子是 Quan an MINH TAN（鳴心小吃店），此家小吃店是雇員數較多的商店，但雇主仍以私下招聘的方式徵求同族群背景的雇員，主要是因雇員皆爲自家人，雇主較不須給付昂貴的薪資，還可以就近照顧自家人，親友型雇員會主動招呼消費者，並在自己的朋友圈中宣傳自家小吃店。而且除了依親來台的家人，還有嫁到台灣或來台灣工作的同鄉、朋友，都因爲社會網絡的關係得到工作機會，且雇主用私下招聘的方式去雇用同族群背景的親友，除了讓自家人多一份工作機會，也省去雇主刊登廣告的成本、挑選雇員的時間，更在一開始就建立起主雇之間的信任關係。

從表 3-4 與圖 3-2 中可發現，忠貞市場一帶雇員數較多的滇緬商店中，有超過一半的比例的雇主會採用私下招聘的方式徵求同族群背景的雇員；另外，在雇員數較少的滇緬商店中也有超過一半的比例，雇主會採用公開招聘的方式徵求不同族群背景的雇員。其中雇員數多少與雇用方式的特性和中壢火車站一帶呈現相反的情況，故無法以雇員數多寡來看出雇用方式的特性，推測造成雇用方式上的差異，其影響因素爲**社會人口組成與店家的社會網絡**。對忠貞市場的滇緬商店而言，社會人口組成是以「滇緬族群」爲主，由於過去店家爲了謀生而開設商店，雇主並不會去鎖定單一族群的消費者，且當時的居民也都是滇緬族群，雇主要找到同族的雇員非常容易。到了現在，觀光產業的發展與忠貞新村的遷移，社會人口組成隨之轉變（外縣市觀光客的增加與當地滇緬族群的減少），有些滇緬商店爲了追求更大的收入和更多元化的消費者，會採用公開招聘的方式去徵求不同族群背景的雇員。然而阿美米干、忠貞雲鄉米干等 2 家雇員數較多的滇緬商店依舊是採用私下招聘的方式徵求同族群背景的雇員。

來看阿美米干、忠貞雲鄉米干的情況，這 2 家商店在此經營都有十年以上，

¹¹⁶ 中壢火車站一帶雇員數較少的商店共計 10 家，DJ-spot、RJ-FIESTA、DAVAO EXPRESS 2、My Friend Pinoy Grocery、jim'S、約會泰式料理、家鄉越南小吃店、Toko Indo Cen Cen、印尼口味 WARUNG PONDONK、Toko Indo BAHAGIA 尼龍印尼小吃店。

¹¹⁷ 雇主爲華人的商店共計 3 家，分別是 RJ-FIESTA、約會泰式料理、Toko Indo Cen Cen；雇主爲外籍配偶的商店共計 5 家，分別是 DJ-spot、DAVAO EXPRESS 2、jim'S、印尼口味 WARUNG PONDONK、家鄉越南小吃店。

經歷過這段時間的耕耘，第一代店家在忠貞市場周圍已經扎下穩固的社會網絡，並將社會網絡傳承給後續的店家，故當店家需要同族群背景的雇員時，就能比其他店家花較短的時間，從親友之中挑選適合的人選作為雇員。相對來說，如果店家無法從自己的社會網絡中挑選到同族群背景的雇員，就只能用公開招聘的方式去徵選雇員，放棄對同族群背景的需求。筆者推測忠貞市場一帶的店家對於雇員都有同族群背景的需求，唯雇主在此區域內有豐富的社會人際網絡，才能找到同族群背景的雇員，否則只能用公開招聘的方式去徵選不同族群背景的雇員，但因為各店家的社會網絡之不同，才產生在忠貞市場一帶在徵求雇員上有兩極化現象的產生。

表 3-3 中壠火車站：族群背景和徵求雇員方式的分類統計表

		雇主與雇員的族群背景			
		相同	不相同		
雇 員 方 式	私 下 招 聘	(9 家)	(1 家)		
		雇員人數	雇員人數		
		2.DJ-spot (小吃店) -----	2 人	12.My Friend Pinoy Grocery (進 口商品零售店) -----	1 人
		6.RJ-FIESTA (菲世達) (進口商品零售店) -----	3 人		
		8.DAVAO EXPRESS 2 (小吃店) -----	1 人		
		22.jim'S (小吃店) -----	3 人		
		25.約會泰式料理 (小吃店) -----	4 人		
		29.Toko Indo Cen Cen (小吃店) -----	1 人		
		33.印尼口味 WARUNG PONDONK (小吃店) -----	1 人		
		40.家鄉越南小吃店 (小吃店) -----	2 人		
41.Quan an MINH TAN (鳴心小吃店) (小吃店) -----	5~6 人				
公 開 招 聘	(3 家)	(0 家)			
		3.EEC 中壠分店 (進口商品零售店) -----	6~7 人		
		4.Bing go 中壠分店 (進口商品零售店) -----	7~8 人		
		36.Toko Indo BAHAGIA 尼龍印尼小吃店(小吃店)-----	3~4 人		

說明 1：中壠火車站周遭受訪的店家中，共有 9 間商店沒有雇用雇員。

說明 2：本表僅檢視雇主是東南亞背景的人士，故有 5 家台籍雇主的商店沒有列入表內。

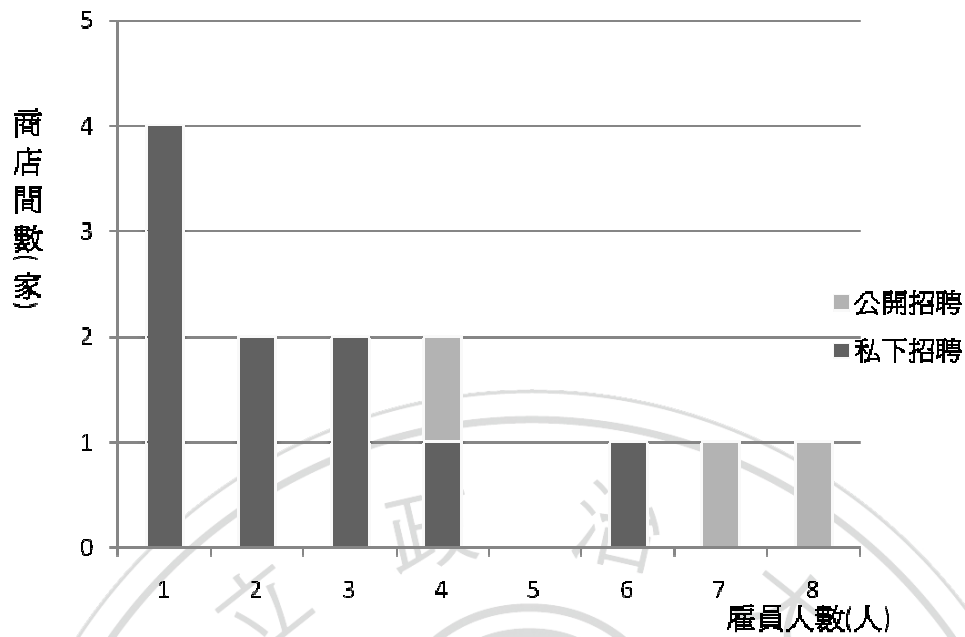


圖 3-1 東南亞商店的雇員方式：中壢火車站一帶

表 3-4 忠貞市場：族群背景和徵求雇員方式的分類統計表

		雇員與雇主的族群背景	
		相同	不相同
雇員方式	私下招聘	(5家) 雇員人數 2.不一樣小吃館(小吃店)----- 2人 19.忠貞馬家(小吃店)----- 1人 23.忠貞雲鄉米干(小吃店)----- 5~6人 26.新曼谷(泰式)(小吃店)----- 1人 13.阿美米干(小吃店)----- 5~6人	(0家)
	公開招聘	(0家)	(6家) 雇員人數 4.周雲南米干(小吃店)----- 2人 7.大鬍子米干店(小吃店)----- 1人 8.雲南小館(小吃店)----- 3~4人 16.光復雲仙小館(小吃店)----- 3~4人 21.雲滇(小吃店)----- 5~6人 27.楊家將雲泰料理(小吃店)---- 3~4人

說明：忠貞市場周遭受訪的店家中，共有 15 間商店沒有雇員。

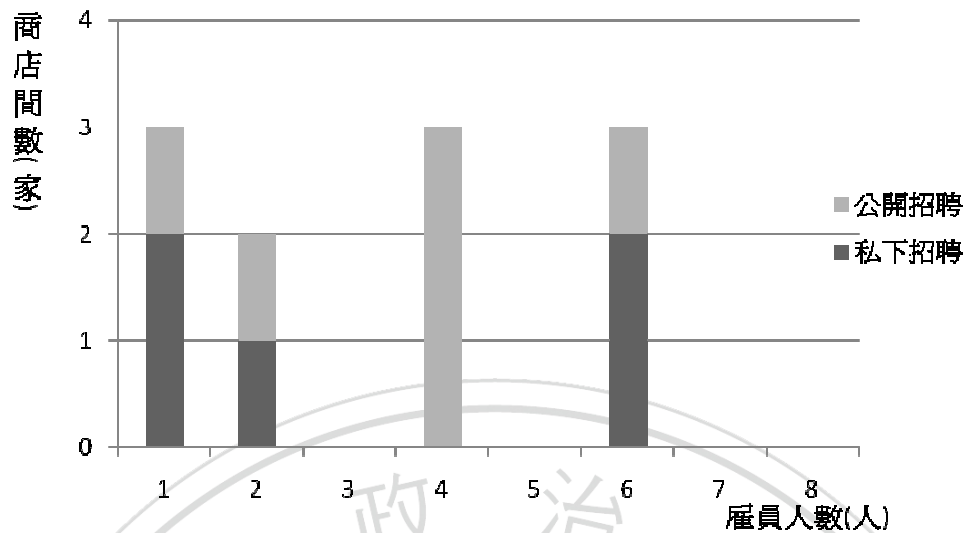


圖 3-2 滇緬商店的雇員方式：忠貞市場一帶

中壠與平鎮地區的族群多元化現象，帶動了相關的族群文化產業，即所謂的「族群產業」，意旨少數族群或移民所經營的產業。¹¹⁸ 其中，「族群經濟」與「文化經濟」兩個概念最廣為學者討論：前者一般指雇主、雇員為同一族群的產業；後者強調透過文化意象來銷售商品。忠貞市場一帶的滇緬商店，經營型態一開始就是「族群經濟」模式；中壠火車站周遭的東南亞店家，則為「族群產業」的初期階段，著重銷售兼具族群屬性與一般性的消費財給同族群顧客。

不過，經營型態的產生並非偶然也非一成不變，不論雇主尋找與挑選雇員的管道和方式為何，上述的南洋背景商店有個共同點：店家為了吸引東南亞背景的人們，都形成一種類似於文化親親性的關係，這種關係則是建立在外場服務人員（雇員）跟消費者是同族之間的「消費」行為。雇員這個身分的功能，可用來吸引同族群消費者的注意力，當東南亞背景的人們發現商店外場服務人員與自己是同族群背景，會較有意願來店內消費，此情況也印證傅湘承在桃園縣的研究，儘管店家是台灣籍身分，在外場的服務人員或廚師多為東南亞背景的人士。¹¹⁹ 換句話說，「族群經濟」原始定義所著重的雇主、雇員同族群背景，在中壠車站一帶的東南亞店家中雖仍占有一定的比例，但更大多數的店家經營方式係強調雇員、消費者的同族群背景。從「族群經濟」原始定義所強調的互惠族人的「生產」關係，轉成更強調「消費」關係的建立。

¹¹⁸ 「族群產業」通常都以「同族群為對象的族群消費財」開始經營，產業規模擴大後才逐漸分化發展，顧客對象是族群內部的同胞或擴張至其他人，發展規模有的只停留在族群市場(ethnic market)，有的則延伸至不具族群性的一般市場(non-ethnic market)。邱淑雯，〈「移民區病理 vs. 網絡集結點」的衝突與克服：以在台越南女性的店家為例〉，《教育與社會研究》13(2007)：97。

¹¹⁹ 傅湘承(2003)〈外籍勞工消費行為與消費空間型態—以桃園縣工業區外勞為例〉，國立師範大學地理系碩士班學位論文，頁96。