



# 兼顧產業發展與餐飲 外送員的勞動權益

◎王素鸞／中華經濟研究院第三（臺灣經濟）研究所 研究員

餐飲外送模式隨著網際網路平臺的出現而興起，尤其COVID-19之後更是蓬勃發展，我國投入外送服務行列的外送員人數可能已達10萬人，而除了食品外送之外，各種生鮮雜貨、代買、代排隊等服務也陸續出現。隨著外送服務的多元化，投入人數也不斷增加，外送員的勞動權益漸受重視。目前除西班牙將餐飲外送員視為平臺員工之外，其他國家皆以自營作業者的方式認定外送員，我國應持續關注國外的發展，以便制訂更符合時代需求的政策。

**關鍵詞：**餐飲外送員、數位平臺、勞基法

**Keywords:** food delivery workers, digital platform, Labor Standards Act

隨著網際網路的出現，數位平臺提供基礎設施與制訂規則，透過網路將雙邊的使用者連結起來，並扮演架橋或媒合（connection, bridge & matchmaking）的角色，平臺主要透過演算法和雲端資訊技術，結合物聯網與大數據等科技，為生產者、消費者或使用者共創價值，在智慧型手機出現之後，平臺的雙邊或多邊參與者，也可利用手機應用程式（app），達成交易或創造價值。

平臺的經營模式與傳統企業所採用的單向線性（供應商－製造商－顧客）模式不同，

並能取代部分過去必須透過第三人或第三單位仲介才能完成的工作，開創過去未曾出現的商業模式。加上平臺累積大量的使用者資料，使得平臺得以運用演算法或人工智慧工具，提供更有效率或更有用的資訊給使用者，因此快速擴大規模，就市場價值而言，有些平臺已經成為全球前十大公司。

由於平臺經濟可服務的項目多元，隨著O2O（online to offline）技術的成熟與應用，與食物相關的外送平臺（food O2O service platform）也越來越多，一般可分為三類：（1）