

# 經濟部「新經濟發展策略諮詢會議」108 年度第 1 次會議 —「有感小商家提振政策」會議重點結論

## 一、管理與經營輔導

- (一) 輔導團隊進駐時間最多 1 至 2 年，與地方商圈結合的力度與深度不足，很難挖掘在地商圈想創造的議題。建議經濟部能將國內重要的經營輔導團隊進行整合，不再只是辦活動，而是媒合與商圈合作深耕，發現未來商圈發展需要的方向。
- (二) 多數店家都是從第一代就開始經營，過去的行銷方式根深蒂固，導致二代難以推動新觀念，商圈世代替換需要借助專業來作商圈輔導。
- (三) 建議政府可以再針對特定議題成立專案輔導，又或者針對各個商圈的困難問題，進行個別輔導。
- (四) 如果商圈或市場攤商空間使用沒有轉換或競爭機制介入，在有些攤商使用權終身保障的世襲制度下，將造成商圈沒落的問題。
- (五) 商圈本身是否願意以成立公司、社會企業或合作社等形式，並讓專業的外力介入經營，後續請再找商圈或市場討論。建議可從最有意願的商圈開始做，建立典範，同時必須要與地方政府合作。

## 二、行銷推廣

- (一) 店家年紀普遍偏高，對科技產物的接受能力不強，使得近年政府推動的多元支付難以實行；使用多元支付後，又要面臨稅賦及相關問題，資訊不充足情形下，造成推動困難。

- (二) 灣裡商圈運用美食券 8 折優惠，增進消費者買單意願，讓消費者與店家共創雙贏；此外，商圈協助區公所舉辦美食講座，讓聽眾聽「食」同時，也能享受商圈特色美食。
- (三) 政府部門在推廣國際觀光行銷時，建議把商圈、傳統市場一同納入，讓臺灣市場文化推廣延續。
- (四) 建議經濟部多投入數位資源給傳統市集及商圈，成立市場官方網站及 APP，有助於觀光客對市集或商圈事先瞭解。

### 三、行政效能

- (一) 政府部門分工不合作，文化、觀光與商業無法作結合。
- (二) 有些中央的計畫，地方政府都是等公告才知道，導致來不及通知地方商圈或是業者來提案，建議應加強相互聯繫，整合出更大的力量。

### 四、法規或消費型態變遷

- (一) 自從推動一例一休後，夜間及假日薪資成本增加，許多店家寧可少做或關門不做，小店家經營成本及型態受影響。
- (二) 年輕人喜歡網路購物，走進傳統市場比較少；相關國際統計數據都顯示，各國觀光消費減少，可能與網路消費興起有關係。