

101 年度改進傳統市場經營管理

樂活菜市仔競爭力提升計畫執行績效

一、計畫執行效能優良，有效降低計畫作業成本及提升執行效率

- (一)計畫執行超越目標量及去年實際執行成效：本計畫年度預算與去年相同(27,900 千元)，計畫目標完成認證優良市集 30 處、樂活名攤 100 攤，實際完成認證優良市集 43 處(較目標值成長 43.3%，較去年成長 13.2%)、樂活名攤 157 攤(較目標值成長 57%，較去年成長 49.5%)，其中市集、攤商自發性踴躍報名，優良市集報名 49 處(較去年成長 14%)、樂活名攤報名 325 攤(較去年成長 58.5%)，攤商紛紛想參與認證得到政府認同，自發學習、改善，有效降低輔導成本，執行效率及效益均較去年提升。
- (二)發行 101 年優良市集暨樂活名攤精選 1 冊(集結市集、名攤成功經驗供學習，並向消費者推薦優質的市集名攤)，及樂活菜市仔雜誌 3 期(以故事行銷為主軸，採訪認證市發展動態、新知)，並登載於本辦公室全球資訊網及「樂活市集」網站，供民眾下載及瀏覽，不僅有效宣導業務執行成效，又節省政府發行紙本刊物費用，降低計畫作業成本。
- (三)推動成立市場自治會，成立 23 處市場自治會，作為政府與攤商溝通互動橋樑，創造本辦公室(中央主管機關)、縣市政府及鄉鎮公所(地方主管機關)、市場自治會、攤商四贏，及 69 位義務志工(23 處市場自治會*3 位義務志工(會長、副會長、總幹事))，有效降低計畫作業成本及增加義務志工提升執行效率。

二、有效宣導計畫內容獲國內媒體肯定

- (一)積極協助傳統市場爭取各式媒體報導及曝光的機會，辦理北、中、南區媒體參訪報導列車 9 車，媒體宣傳 114 則，藉由行動參訪報導列車親身體驗傳統市場的嶄新風貌及市場美食，現場參訪媒體記者及部落客共 311 人，提升傳統市場正面形象。
- (二)辦理市場促銷活動，以主動積極的行銷優惠方案，回饋消費者並吸引大量人潮前來市場消費，媒體正面報導露出共 335 則(電子媒體 265 則、平面媒體 70 則)，創造諸多正面話題與消費人潮。

三、業務創新提升政府施政效能，提高民眾對政府施政滿意度

因應時下智慧型手機愈來愈普及，首創掌中市集，讓手機族可以隨時逛市場，有效行銷傳統市場，「樂活市集」網站重要訊息、求職就業、教育訓練等相關訊息，掌中市集 e 網搞定，大大提升計畫執行效能，同時也提供消費者更便利、多元的 e 化資訊。

四、計畫達成預期目標，且執行後對人民福祉影響深遠

- (一)輔導市集 31 處，平均營業額及來客數提升 8.15%及 8.85%；示範攤輔導 257 攤，平均營業額及來客數提升 7.06%及 7.35%，有效提升市集與攤商的營運成效，並穩定市場攤商的就業，計畫之執行不僅能扶助庶民經濟，對台灣失業率的抑制亦有助益。
- (二)鼓勵傳統市場共同來關懷社會，特別將公共事務關懷列為認證優良市集加分重要項目之一，給予作公益之市場正面的肯定，發揮傳統市場的愛，例如臺中第五市場捐贈白米、泰山市場獎勵清寒子弟、永樂市場的獨居老人送餐等，讓台灣社會更溫馨、美好
- (三)配合本部油電雙漲政策，辦理 20 場次傳統市場產業節能輔導系列說明會，加強宣導節能減碳，分享節能措施，協助攤商降低成本，共計 1,916 人次參與。
- (四)辦理創業者初期營運輔導 183 攤，內容針對失業者、應屆畢業生、退休人士、攤商第二代、欲轉型之攤商進行創業協助，除了為市集注入新血，帶動市場創新經營，更創造就業人數。

五、推動建置具有「市集主題亮點」的特色示範市集及攤鋪各主要業種示範輔導模式，提升市集攤商經營實力，本年度計畫目標輔導市集 30 處、示範攤 240 攤，實際完成輔導市集 31 處(較目標值成長 3%)、示範攤 257 攤(較目標值成長 7%)，受輔導市集年營業額及來客數均能成長 8.15%及 8.85%，輔導示範攤平均營業額及來客數提升 7.06%及 7.35%，提升的幅度為歷年之最。

六、辦理創業者初期營運輔導及樂活創業課程培訓，本年度共計輔導 183 攤、創業培訓課程 15 場次，培訓 667 人次，除了協助民眾創業降低失業率外，更能注入新血讓市場更有活力。

- 七、配合政府政策，回應時代需求，在傳統市集推動節能減碳的政策；本年度共計輔導3處綠色市集，導入節能、節水、節電、減廢及3R運動。推動建立3處二手市集，活化傳統市場閒置空間改善市場經營管理。
- 八、推行認證制度，型塑示範性傳統市場，激發市集自我學習改善：輔導市集、攤商自願性參與認證，引導取得認證的過程中能了解自身優劣勢，參考複審委員(專家學者)所提出的改善建議，透過自發性的改善，帶動市場升級，甄選認證優良市集43處、樂活名攤157攤、優良二手市集3處、綠色市集6處，其中市集、攤商自發性踴躍報名，優良市集報名45處(較去年成長14%)、樂活名攤報名325攤(較去年成長58.5%)、優良二手市集報名處(較去年成長50%)、綠色市集報名處(較去年成長40%)。
- 九、肯定攤商努力，頒獎表揚：舉辦全國性頒獎典禮一場次，以榮耀來鼓勵認證市集和攤商自我提升，同時積極運用行動參訪報導、媒體報導、發行成果專輯、網路(本部、本辦公室、樂活市集網站)等將認證市集及攤商行銷至全國。本年度頒獎典禮參加人數達506人(較去年成長6.75%)，認證制度日益獲全國傳統市集攤商的肯定與重視。
- 十、本年度積極辦理各式政策及成果行銷活動：認證市集促銷活動共計15場次、主題性集客活動8場次等，以主動積極的行銷優惠方案，回饋消費者並吸引大量人潮前來傳統市集消費。(七)積極協助傳統市集爭取各式媒體報導及曝光的機會：辦理產業觀摩交流活動6車次，共241人次參加；媒體參訪列車9車，311人次參加，並辦理傳統市集各式促銷活動，本年度媒體的正面報導共335則(較去年成長128%)，大幅提升傳統市集的形象。
- 十一、發行市場專業期刊3期及成果專輯1冊，運用市場專業雜誌加強宣導市集輔導成效及作法。
- 十二、樂活市集網站維運管理：增建置市場及攤商資料庫統計報表可隨時維護更新，及了解市場動態、並增設各個網頁瀏覽統計表、建立節慶行銷攤商資料庫、配合年輕消費者需求增設手機版網頁及法規資料庫建置。
- 十三、輔導攤商建置網路行銷計24攤以擴大營業廣度，增加攤商收益。
- 十四、輔導傳統零售市集活禽攤商改善安全衛生及宰殺作業

- (一)配合行政院禽流感防疫政策，協同行政院農委會督導地方政府輔導傳統市集活禽攤商改善安全衛生及宰殺作業，成果定期提報「行政院禽流感聯繫會議」報告。
- (二)幫助列管活禽攤商徹底瞭解管理輔導內容及規劃，辦理 6 場次教育宣導活動，以助活禽攤商改善作業環境清潔與個人衛生，遵守宰殺作業規範。

十五、受益或服務對象滿意調查：

就 101 年度相關受益或服務對象進行滿意度調查，針對各對象參與計畫之瞭解程度、輔導滿意度等進行問卷調查，共回收 308 份問卷，有效問卷為 302 份，滿意以上之比例占受訪人數 83.3%。

- (一)計畫服務對象與數量：縣市政府、鄉鎮市區公所、輔導市集、輔導示範攤。
- (二)調查日期：101/10/15~101/10/19。
- (三)調查單位：中國生產力中心
- (四)受訪人數：302 人(縣市-17；公所-24；輔導市集-26；輔導示範攤-235)
- (五)受訪人員選取方式：針對本年度接受計畫資源輔導之相關對象，包含輔導市集、攤鋪及其所屬公所、縣市政府單位，發放問卷進行調查及回收。
- (六)滿意以上比例佔受訪人數比例：
 - 1. 縣市政府 87.6%、鄉鎮市公所 88.7%、輔導市集 81.5%、輔導示範攤 75.2 %。
 - 2. 整體滿意以上比例佔受訪人數比例 83.3%。

十六、消費者滿意度：

就對傳統市集環境與空間的觀感、購物的觀感，進行問卷調查，1,463 人填寫問卷，滿意以上之比例占受訪人數 80%。

- (一)計畫服務對象與數量：接受 101 年計畫輔導之市場、攤集區，共 29 市集，回收計 1,463 份。調查日期：101/09/04~101/09/20。調查單位：中國生產力中心
- (二)受訪人數：1,463 人
- (三)受訪人員選取方式：針對 101 年度計畫輔導之市場、攤集區進行消費者滿意度問卷調查及回收，每一市集於主要通道早上 08:00 至 10:00 間，每市集 50 名。

(四)滿意以上比例佔受訪人數比例：

1. 對傳統市集環境與空間的觀感 81.14%、對傳統市集購物的觀感 78.88 %。
2. 整體滿意以上之比例佔受訪人數 80%。