

臺中市形象商圈發展課題評估與對策-以精明一街及繼光電子商店街為例
內容摘要

研究結果發現，本研究所選取的研究範圍為兩個不同性質商店街，因此中衛發展中心輔導的態度與方式也略有不同。由消費者問卷中發掘消費者對於這兩個商店街之滿意度及重視度，另一方面藉由店家問卷了解精明一街商店街與電子街商店街營運困難所在，提出對商店街應改進之建議。

整體而言，一個形象商圈是否能真正塑造出個別特色、獨特風格、對消費者來說是商圈吸引力的一大關鍵，藉著成功的經營模式，也可提升商圈的永續經營能力。但從西元 1996 年至今尚無形象商圈的相關法規可依循，使管委會在執行管理事務時，沒有相關法令依據，致使執行困難。若藉由商店街區發展條例草案的通過，將可使商店街環境管理機制更加制度化。