

花蓮縣政府__114__年度重要施政計畫先期作業摘要評審表

製表日期：113年4月9日

計畫名稱	花蓮購物節	計畫性質	☐ 新興計畫 ☒ 延續性（修正）計畫	
計畫依據	花蓮縣政府青年發展中心設置及作業要點			
計畫目標	為了解在地青年創業產業發展脈絡，並響應推廣聯合國17項永續發展目標SDGs，透過活動提供業者適切之創新創業輔導機制，協助完成商業登記或於商業模式中落實永續發展目標，包含提供穩定就業機會、建立數位曝光管道及加速數位轉型，以實踐終結貧窮、消除飢餓、性別平權、合適的工作及經濟成長、責任消費及生產、保育海洋生態、氣候行動與保育陸域生態等永續發展目標，以帶動整體產業轉型。同時，為擴大宣傳效益，以百元低門檻、周周抽高互動與特約店家專屬回饋機制方式，促進民眾消費，且進一步了解SDGs內涵，讓響應SDGs成為全民運動。另為平衡區域經濟發展，搭配北中南區分區抽獎方式，提升中南區業者能見度。			
計畫內容摘要	1. 活動辦理記者會與店家說明會，針對官網站前台、後台系統維運及既有架構效能調整擴充，提供特約店家與消費者瀏覽相關活動資訊或登錄各項資料數據，並運用後台大數據分析產業樣態及消費模式，並運用平面媒體、廣播、臉書等各式管道，提升店家能見度，並讓民眾了解店家落實SDGs的方式與辦理情形。 (一)活動對象：特約店家為花蓮縣在地商家；抽獎對象為全國民眾。 (二)活動期間：預計於暑假期間辦理，為期12週。 (三)活動內容：民眾於活動期間在特約店家消費滿額新臺幣100元整(含以上)，每筆購物證明得1次抽獎(登錄)機會。 (四)登錄方式：民眾結帳後，現場掃描活動QR code或至於活動官方網站登錄，亦提供電子載具綁定登錄。 (五)活動購物證明，針對開立有效統一發票之店家以「統一發票號碼」做為購物證明；針對登錄「未開立有效統一發票之店家」，以店家開立之收據或購物明細，或「拍照」等方式足以證明實際消費情況作為購物證明。 2. 辦理職人體驗活動，提供花蓮就學青年多元學習機會，以及與青年店家建立長期合作機會。 3. 辦理聯名行銷活動及聯名快閃活動協助店家曝光並創造話題拓展行銷力度。			
全程所需經費總額	單位:新台幣千元	計畫期間	民國114年4月1日起至114年11月30日止	
經費概算	來源需求	合計	中央預算	縣預算
	114年度	5,800	0	5,800
	總需求	5,800	0	5,800
計	計畫需求	青年發展業務拓展計畫政策-青年發展培育業務		

畫 執 行 單 位 自 評	計畫可行性	青年發展業務拓展計畫政策
	計畫效果（益）	落實本府青年發展及產業輔導政策，並響應推廣聯合國17項永續發展目標 SDGs，提供業者適切之創新創業輔導機制，於商業模式中落實永續發展目標，協助店家數位轉型，也機會教育民眾於日常消費中建立 SDGs 相關概念。
	計畫協調	無
	計畫影響	全民響應聯合國17項永續發展目標 SDGs

計畫執行單位：青年發展中心 計畫聯絡人：羅文慈 職稱：約用人員 電話：03-8221316

花蓮縣政府__114__年度重要施政計畫先期作業計畫書

主辦單位：青年發展中心

壹、計畫緣起

- 一、依據：花蓮縣政府青年發展中心設置及作業要點
- 二、未來環境預測：自聯合國宣布「2030永續發展目標」，各企業商家除了創造就業、追求經濟，更重要的是創造永續價值，為品牌加值，以爭取消費者及民眾的認同。
- 三、問題評析：花蓮購物節迄今辦理第四屆，初衷因應疫情趨緩，規劃透過抽獎活動促進民眾消費意願，提升區域經濟；如今進入後疫情時代，活動宗旨亦由促進全民消費運動轉型為機會教育全民永續發展概念，提升產業轉型意願。

貳、計畫目標

- 一、目標說明：為了解在地青年創業產業發展脈絡，並響應推廣聯合國17項永續發展目標 SDGs，透過活動提供業者適切之創新創業輔導機制，協助完成商業登記或於商業模式中落實永續發展目標，包含提供穩定就業機會、建立數位曝光管道及加速數位轉型，以實踐終結貧窮、消除飢餓、性別平權、合適的工作及經濟成長、責任消費及生產、保育海洋生態、氣候行動與保育陸域生態等永續發展目標，以帶動整體產業轉型。同時，為擴大宣傳效益，以百元低門檻、周周抽高互動等方式，促進民眾消費，且進一步了解 SDGs 內涵，讓響應 SDGs 成為全民運動。另為平衡區域經濟發展，搭配北中南區分區抽獎方式，提升中南區業者能見度。
- 二、達成目標之限制條件：若預算經費不足，核列數在推動執行將有困難。
- 三、預期績效指標及評估基準：

工作項目	績效內容	評估基準
活動系統維運擴充及店家招募	1. 官方網站前台、後台系統維運及既有架構效能調整擴充(含頻寬及網域租賃、資料備份及資安弱點掃描)。 2. 網站圖文更新與伺服器流量等營運維護 3. 特約店家招募及消費者參與活動方式說明影片(含簡介 SDGs 目標) 4. 特約店家招募說明會(含即時線上)	1. 官方網站維運擴充1式 2. 活動說明影片2支 3. 特約店家招募說明會(含即時線上)4場
活動宣傳及執行	1. 主視覺設計 2. 宣傳物產製發放(含海報、特約店家識別貼紙等) 3. 設立專案辦公室(由專責人員於現場綜理活動作業) 4. 宣傳記者會 5. 特約店家招募及輔導 SDGs 6. 特約店家聯名活動 7. 職人體驗活動 8. 職人體驗或聯聯名行銷活動等本案相關短影音製作 9. 粉絲專頁網友互動活動	1. 主視覺設計1式 2. 宣傳物產製發放(含海報、特約店家識別貼紙等)各2,000份。 3. 專案辦公室1處 4. 宣傳記者會1場 5. 特約店家招募及輔導 SDGs 至少1,600家(各區至少180家) 6. 特約店家聯名活動12場 7. 職人體驗活動10場 8. 短影音24部

工作項目	績效內容	評估基準
	10. 粉絲專頁貼文廣告投放 11. LINE@活動客服平台及各項行政雜支(含簡訊費、通訊費等) 12. 直播加碼抽獎活動 13. 國內電視媒體宣傳	9. 粉絲專頁網友互動活動12次 10. 粉絲專頁貼文廣告投放12次 11. LINE@客服平台1式 12. 直播加碼抽獎活動1場 13. 國內電視媒體宣傳1式
活動獎項	1. 每週頭獎至伍獎各1份；普獎5份。 2. 直播加碼頭獎2份；普獎(花蓮特色禮品)3份。	抽獎品項總計101項

參、既有相關策略、政策及方案之執行檢討

- 一、既有策略、政策及方案內容：透過消費滿佰即可參加、每周抽獎直播等方式創造行銷話題，吸引店家響應活動，刺激民眾消費，振興花蓮經濟，並藉由此活動協助店家建立數位曝光管道；透過聯名行銷活動及聯名快閃活動增加店家曝光度並創造話題拓展行銷力度，並運用平面媒體、廣播、臉書等各式管道，提升店家能見度，並讓民眾了解店家落實 SDGs 的方式與辦理情形。
- 二、執行檢討：花蓮購物節迄今辦理第四屆，初衷因應疫情趨緩，規劃透過抽獎活動促進民眾消費意願，提升區域經濟；如今進入後疫情時代，活動宗旨亦由促進全民消費運動轉型為機會教育全民永續發展概念，提升產業轉型意願。

肆、實施策略及方法：

- 一、計畫內容：活動辦理記者會與店家說明會，並擴充維運網站，提供特約店家與消費者瀏覽相關活動資訊或登錄各項資料數據，並運用後台大數據分析產業樣態及消費模式；辦理職人體驗活動，提供花蓮就學青年多元學習機會，以及與青年店家建立長期合作機會；辦理聯名行銷活動及聯名快閃活動協助店家曝光並創造話題拓展行銷力度，並運用平面媒體、廣播、臉書等各式管道，提升店家能見度，並讓民眾了解店家落實 SDGs 的方式與辦理情形。
- 二、分期（年）實施策略：第一屆限定設籍花蓮民眾參加；第二屆開放全國民眾；第三屆112年結合電子發票載具；113年結合職人體驗提供花蓮就學青年多元學習機會；114年結合推廣聯合國17項永續指標。

三、主要工作項目：

- (一)活動系統建置維運及店家招募
- (二)活動宣傳及執行
- (三)活動獎項

四、實施步驟、方法與分工：

期別	年度	實施內容	執行單位
1	114	(一)活動系統建置維運及店家召募 1. 官方網站前台、後台系統維運及既有架構效能調整擴充(含頻寬及網域租賃、資料備份及資安弱點掃描)。 2. 網站圖文更新與伺服器流量等營運維護 3. 特約店家召募及消費者參與活動方式說明影片(含簡介 SDGs 目標) 4. 特約店家召募說明會(含即時線上) (二)活動宣傳及執行 1. 主視覺設計 2. 宣傳物產製發放(含海報、特約店家識別貼紙等) 3. 設立專案辦公室(由專責人員於現場綜理活動作業) 4. 宣傳記者會 5. 特約店家召募及輔導 SDGs 至少1,600家(各區至少180家)。 6. 特約店家聯名活動 7. 職人體驗活動 8. 職人體驗或聯聯名行銷活動等本案相關短影音製作 9. 粉絲專頁網友互動活動 10. 粉絲專頁貼文廣告投放 11. LINE@活動客服平台及各項行政雜支(含簡訊費、通訊費等) 12. 直播加碼抽獎活動 13. 國內電視媒體宣傳 (三)活動獎項 1. 每週頭獎至伍獎各1份；普獎5份。 2. 直播加碼頭獎2份；普獎(花蓮特色禮品)3份。	青年發展中心

產生的效果（益）及對於相關地區或一般人民之正、負面影響：

落實本府青年發展及產業輔導政策，並響應推廣聯合國17項永續發展目標 SDGs，提供業者適切之創新創業輔導機制，於商業模式中落實永續發展目標，協助店家數位轉型，也機會教育民眾於日常消費中建立 SDGs 相關概念。

伍、資源需求

一、所需人力需求：本中心明年度依規定進用5名約用人員維持中心業務運作，業務類別包含創新培育組、青年公共參組及綜合規劃組，視業務需求調整經費進用臨時人員推動重要業務及政策。

二、經費需求：

(一)財務需求方案

單位：千元

114年度 用途別 預算科目	以前年 度已列 預 (概) 算數累 (A)	未來年度						總需求 (A+B)	備註
		114年 度	115年 度	116年 度	117年 度	4年後經 費 需求	小計 (B)		
青年發展培育 業務-青年發 展培育業務- 業務費	0	5,800	0	0	0	0	5,800	5,800	

(二)經費需求之計算：

單位：千元

計畫 名稱	項目	單 位	數量	單價	預算數	說明
花蓮 購物 節	活動系統維運 擴充及店家召 募	式	1	450	450	1. 官方網站前台、後台系統維運及既有架構效能調整擴充(含頻寬及網域租賃、資料備份及資安弱點掃描)。 2. 網站圖文更新與伺服器流量等營運維護1式 3. 特約店家招募及消費者參與活動方式說明影片(含簡介 SDGs 目標)2支 4. 特約店家招募說明會(含即時線上)4場
	活動宣傳執行	式	1	2,700	2,700	1. 主視覺設計1式 2. 宣傳物產製發放(含海報、特約店家識別貼紙等)各2,000份 3. 設立專案辦公室(由專責人員於現場綜理活動作業)1處 4. 宣傳記者會1場 5. 特約店家招募及輔導 SDGs 至少1,600家(各區至少180家) 6. 特約店家聯名活動共計12場 7. 職人體驗活動10場 8. 職人體驗或聯聯名行銷活動等本案相關短影音製作24部 9. 粉絲專頁網友互動活動12次 10. 粉絲專頁貼文廣告投放12次 11. LINE@活動客服平台及各項行政雜支(含簡訊費、通訊費等)1式 12. 直播加碼抽獎活動1場 13. 國內電視媒體宣傳1式
	活動獎項	式	1	2,650	2,650	抽獎品項計101項(每週頭獎至伍獎各1份；普獎5份；直播加碼頭獎2份；普獎3份)。
	小計				5,800	

計畫總成本估算方式：依業務需求概估經費

(三) 預定進度

重要工作 項目	工作 比重 %	預定進 度	1-3月	4-6月	7-9月	10-12月	備註
------------	---------------	----------	------	------	------	--------	----

花蓮購物節	35%	工 作 量 或 內 容	招標作業、活動網站系統架設	特約店家招募及說明SDGs目標	活動執行、系統維運、行銷宣傳	活動執行、系統維運、行銷宣傳、結案作業	
		累 計 百 分 比	0%	35%	70%	100%	

陸、過去4年預算執行情形

單位：千元

年度	預算數 (A)	決算數			執行率 (E) = (D) / (A)
		實支數 (B)	保留數 (C)	合計 (D) = (B) + (C)	
111	4,350	4,350		4,350	100%
112	5,300	5,299		5,299	99.98%
113	5,800	0			0%

備註：

- 倘該計畫未編列預算，而以勻支方式執行，則(A)欄位免填，僅填(B)(C)(D)欄位。
- 上年度預算預算執行情形僅填(A)(B)欄位，(B)欄位請填至6月底止實支數，其他年度(A)至(E)欄位均須填列(以提報113年度先期計畫為例，上年度係指112年度，其他年度係指109至112年度)

柒、預期效果及影響

一、預期效果：

1. 可量化效益：

指標項目	單位	預期成果			
		XXX 年	XXX 年	XXX 年	XXX 年

2. 其他政策效益或不可量化效益：

二、計畫影響：

捌、附則

一、有關機關應配合事項

配合事項	配合方法	應完成時間(年月)	配合機關
無	無	無	無

二、性別影響評估檢視表(如附表二)

三、替選方案之分析及評估：無

填寫說明：

- 第壹項中「未來環境預測」，請進行相關社會、經濟、政治、實質及科技發展等外部環境變遷趨勢分析，預測目標年度相關服務及業務發展需要，指出所面臨的壓力、機會與威脅，並檢討、預測組織內部資源及各部門作業能力，了解其優、缺點及應付外部環境挑戰與機會能力；前述內部資源包括組織結構、人力、物力、財力、資源、技術及時間等因素。「問題評析」，請依內、外環境分析結果，評析「現有及理想服務水準」暨「未來可能與理想服務水準」的差距，並界定未來問題之內容、特性、範圍、程度、影響地區、對象、數量及變化趨勢。

2. 第貳項中「目標說明」，請說明所欲達成之中程計畫目標，並敘述計畫服務之對象、範圍、數量及人口特性；「預期績效指標及評估基準」，請將計畫目標轉化為具體、容易衡量之預期服務水準指標及評估基準。
3. 第參項請進行「既有策略、政策及方案內容摘要」說明及「執行檢討」，作為進一步研（修）訂計畫之依據。
4. 第肆項「實施策略及方法」，請依據計畫分析所選定之中（長）程計畫，敘述其「計畫內容及地點」、「分期（年）實施策略」、「主要工作項目」暨「實施步驟方法與分工」，前述實施步驟及方法亦即「分期（年）實施計畫」。
5. 第伍項「所需資源說明」，請對於計畫執行所需各類人力、物力及財力等資源執行總說明。「經費需求」，請依計畫年期表明「財務需求方案」及「經費需求之計算」，「財務需求方案」宜反映各項「用途別預算科目」未來各年度經費需求及計畫總經費需求，執行中之計畫亦應列出以前年度已列預（概）算累計數，並註明相關年度預（概）算數。計畫經費若由數個機關共同分擔者，請註明分擔方式。另經費需求之計算請說明計畫總成本及各類用途別費用之估算方式顯示相關單價、單位、數量及合計數，並以「計畫總成本」觀念，估計方案執行需相關經常門及資本門支出。
6. 第陸項「預期效果及影響」，請敘述計畫執行後對於原定目標群體可產生的效果（益）及對於相關地區一般人民之正、負面影響。
7. 第柒項附則「有關機關應配合事項」，凡本機關或其他機關在時間先後，空間配置或功能依存有上有關聯而需相互配合之計畫。

花蓮縣政府重要施政計畫性別影響評估檢視表 【一般表】

【第一部分－機關自評】：由機關人員填寫

填表人姓名：羅文慈 職稱：約用人員 電話：03-8221316

填表日期：113年4月11日 e-mail：hydc963@gmail.com

【填表說明】

一、計畫研擬階段

(一) 請於研擬初期即閱讀並掌握表中所有評估項目；並就計畫方向或構想徵詢性別諮詢員，或提報本府性別平等專案小組，收集性別平等觀點之意見。

(二) 請運用本表所列之評估項目，將性別觀點融入計畫書草案：

- 1、將性別目標、績效指標、衡量標準及目標值納入計畫書草案之計畫目標章節。
- 2、將達成性別目標之主要執行策略納入計畫書草案之適當章節。

二、計畫研擬完成

(一) 請填寫完成【第一部分－機關自評】之「壹、看見性別」及「貳、回應性別落差與需求」後，併同計畫書草案送請性別平等專家學者（以下稱為程序參與者）填寫【第二部分－程序參與】。

(二) 請參酌程序參與者之意見，修正計畫書草案，並填寫【第一部分－機關自評】之「參、評估結果」敘明主要意見參採情形後，再送請程序參與者審閱。

三、計畫審議階段：請參酌性別平等專家學者意見，修正計畫書。

四、計畫執行階段：請將性別目標之績效指標納入管制；如於實際執行時遇性別相關問題，得視需要將計畫提報至本府性別平等專案小組進行諮詢討論，以協助解決所遇困難。

本註：本表各欄位除評估計畫對於不同性別之影響外，亦請關照對不同性傾向、性別特質或性別認同者之影響。

計畫名稱：花蓮購物節計畫

主辦機關／單位：花蓮縣政府／青年發展中心

壹、看見性別：檢視本計畫與性別平等相關法規、政策之相關性，並運用性別統計及性別分析，「看見」本計畫之性別議題。

評估項目	評估結果
1-1 【請說明本計畫與性別平等相關法規、政策之相關性】 性別平等相關法規與政策包含憲法、法律、性別平等政策綱領及消除對婦女一切形式歧視公約（CEDAW）可參考行政院性別平等會網站（https://gec.ey.gov.tw）。	1、本案目標為了解花蓮青年創業產業發展脈絡，並藉由此活動導入創新創業輔導機制，協助參與店家穩定創業、建立數位曝光管道及應用數

	位工具，進而加速數位轉型。 2、憲法增修條文第10條第6項：「國家應維護婦人之人格尊嚴，保障婦女之人身安全，消除性別歧視促進兩性地位之實質平等。」 3、參考有關消除對婦女一切歧視公約、性別平等政策綱領等資料，確保女性、原住民族等在文化參與及公共事務參與機會之均等。
評估項目	評估結果
1-2【請蒐集與本計畫相關之性別統計及性別分析（含前期或相關計畫之執行結果），並分析性別落差情形及原因】請依下列說明填寫評估結果： a.歡迎查閱行政院性別平等處建置之「性別平等研究文獻資源網」(https://www.gender ey.gov.tw/research/)、「重要性別統計資料庫」(https://www.gender ey.gov.tw/gecdb/)（含性別分析專區）、各部會性別統計專區、我國婦女人權指標及「行政院性別平等會—性別分析」(https://gec ey.gov.tw)。 b.性別統計及性別分析資料蒐集範圍應包含下列3類群體： ①政策規劃者（例如：機關研擬與決策人員；外部諮詢人員）。 ②服務提供者（例如：機關執行人員、委外廠商人力）。 ③受益者（或使用者）。 c.前項之性別統計與性別分析應盡量顧及不同性別、性傾向、性別特質及性別認同者，探究其處境或需求是否存在差異，及造成差異之原因；並宜與年齡、族群、地區、障礙情形等面向進行交叉分析（例如：高齡身障女性、偏遠地區新住民女性），探究在各因素交織影響下，是否加劇其處境之不利，並分析處境不利群體之需求。前述經分析所發現之處境不利群體及其需求與原因，應於後續【1-3找出	1、關於本計畫之研擬與執行均納入不同性別者(男6人、女6人)之參與，於研擬計畫與決策時已考量性別平等的概念。 2、依據花蓮縣民政處112年10月花蓮縣青年（18歲至45歲）人口統計為112,680人；性別比例女性人數略少於男性，女性各年齡層均低於男性人數5-10%。 3、本計畫於執行時將統計尋求或配合本計畫之業者的性別比例，以了解性別比例差距之現況與嚴重程度，以作為日後相關計畫中去調整或規劃優先保障或加強輔導等機制。

本計畫之性別議題】，及【貳、回應性別落差與需求】等項目進行評估說明。 d.未有相關性別統計及性別分析資料時，請將「強化與本計畫相關的性別統計與性別分析」列入本計畫之性別目標（如2-1之f）。	
評估項目	評估結果
1-3【請根據1-1及1-2的評估結果，找出本計畫之性別議題】 性別議題舉例如次： a.參與人員 政策規劃者或服務提供者之性別比例差距過大時，宜關注職場性別隔離（例如：某些職業的從業人員以特定性別為大宗、高階職位多由單一性別擔任）、職場性別友善性不足（例如：缺乏防治性騷擾措施；未設置哺集乳室；未顧及員工對於家庭照顧之需求，提供彈性工作安排等措施），及性別參與不足等問題。 b.受益情形 ①受益者人數之性別比例差距過大，或偏離母體之性別比例，宜關注不同性別可能未有平等取得社會資源之機會（例如：獲得政府補助；參加人才培訓活動），或平等參與社會及公共事務之機會（例如：參加公聽會/說明會）。 ②受益者受益程度之性別差距過大時（例如：滿意度、社會保險給付金額），宜關注弱勢性別之需求與處境（例如：家庭照顧責任使女性未能連續就業，影響年金領取額度）。 c.公共空間 公共空間之規劃與設計，宜關注不同性別、性傾向、性別特質及性別認同者之空間使用性、安全性及友善性。 ①使用性：兼顧不同生理差異所產生的不同需求。 ②安全性：消除空間死角、相關安全設施。 ③友善性：兼顧性別、性傾向或性別認同者之特殊使用需求。 d.展覽、演出或傳播內容 藝術展覽或演出作品、文化禮俗儀典與觀念、文物史料、訓練教材、政令/活動宣導等內容，宜注意是否避免複製性	綜合 1-1 及 1-2 評估結果，確認本計畫性別議題包含以下幾點： 1、關於本計畫參與之特約店家或業者，其負責人之任一性別比例應達1/3以上，納入不同性別者之參與機制，以兼顧不同性別之觀點與詮釋。 2、本計畫於宣傳時，留意不同性別取得社會資源之機會，使受益者有平等參與社會及公共事務之機會。

別刻板印象、有助建立弱勢性別在公共領域之可見性與主體性。 e.研究類計畫 研究類計畫之參與者（例如：研究團隊）性別落差過大時，宜關注不同性別參與機會、職場性別友善性不足等問題；若以「人」為研究對象，宜注意研究過程及結論與建議是否納入性別觀點。	
貳、回應性別落差與需求：針對本計畫之性別議題，訂定性別目標、執行策略及編列相關預算。	
評估項目	評估結果
2-1【請訂定本計畫之性別目標、績效指標、衡量標準及目標值】 請針對1-3的評估結果，擬訂本計畫之性別目標，並為衡量性別目標達成情形，請訂定相應之績效指標、衡量標準及目標值，並納入計畫書草案之計畫目標章節。性別目標宜具有下列效益： a.參與人員 ①促進弱勢性別參與本計畫規劃、決策及執行，納入不同性別經驗與意見。 ②加強培育弱勢性別人才，強化其領導與管理知能，以利進入決策階層。 ③營造性別友善職場，縮小職場性別隔離。 b.受益情形 ①回應不同性別需求，縮小不同性別滿意度落差。 ②增進弱勢性別獲得社會資源之機會（例如：獲得政府補助；參加人才培訓活動）。 ③增進弱勢性別參與社會及公共事務之機會（例如：參加公聽會/說明會，表達意見與需求）。 c.公共空間 回應不同性別對公共空間使用性、安全性及友善性之意見與需求，打造性別友善之公共空間。 d.展覽、演出或傳播內容 ①消除傳統文化對不同性別之限制或僵化期待，形塑或推展性別平等觀念或文化。 ②提升弱勢性別在公共領域之可見性與主體性（如作品展	☐有訂定性別目標者，請將性別目標、績效指標、衡量標準及目標值納入計畫書草案之計畫目標章節，並於本欄敘明計畫書草案之頁碼： ☒未訂定性別目標者，請說明原因及確保落實性別平等事項之機制或方法：招募特約店家時注意負責人性別均衡性，任一性別比例應達1/3以上。

出或演出；參加運動競賽)。 e.研究類計畫 ①產出具性別觀點之研究報告。 ②加強培育及延攬環境、能源及科技領域之女性研究人才，提升女性專業技術研發能力。 f.強化與本計畫相關的性別統計與性別分析。 g.其他有助促進性別平等之效益。	
評估項目	評估結果
2-2【請根據2-1本計畫所訂定之性別目標，訂定執行策略】 請參考下列原則，設計有效的執行策略及其配套措施： a.參與人員 ①本計畫研擬、決策及執行各階段之參與成員、組織或機制（如相關會議、審查委員會、專案辦公室成員或執行團隊）符合任一性別不少於三分之一原則。 ②前項參與成員具備性別平等意識/有參加性別平等相關課程。 b.宣導傳播 ①針對不同背景的目標對象（如不諳本國語言者；不同年齡、族群或居住地民眾）採取不同傳播方法傳布訊息（例如：透過社區公布欄、鄰里活動、網路、報紙、宣傳單、APP、廣播、電視等多元管道公開訊息，或結合婦女團體、老人福利或身障等民間團體傳布訊息）。 ②宣導傳播內容避免具性別刻板印象或性別歧視意味之語言、符號或案例。 ③與民眾溝通之內容如涉及高深專業知識，將以民眾較易理解之方式，進行口頭說明或提供書面資料。 c.促進弱勢性別參與公共事務 ①計畫內容若對人民之權益有重大影響，宜與民眾進行充分之政策溝通，並落實性別參與。 ②規劃與民眾溝通之活動時，考量不同背景者之參與需求，採多元時段辦理多場次，並視需要提供交通接駁、臨時托育等友善服務。 ③辦理出席民眾之性別統計；如有性別落差過大情形，將提出加強蒐集弱勢性別意見之措施。 ④培力弱勢性別，形成組織、取得發言權或領導地位。	☐有訂定執行策略者，將主要的執行策略納入計畫書草案之適當章節，並於本欄敘明計畫書草案之頁碼： ☒未訂執行策略者，請說明原因及改善方法：有關本計畫之相關宣傳或活動規畫將鼓勵或協助在地業者及就學青年參與，融入不同性別、年齡、多元文化等觀點，串聯不同產業共同推廣花蓮在地特色，以低門檻、高互動及聯名推廣之方式吸引店家參與；以北中南區分區抽獎的方式促進跨域消費，活動獎項包含花蓮特色禮品，亦藉由此活動導入創新創業輔導機制，協助參與店家穩定創業、建立數位曝光管道及應用數位工具，進而加速數位轉型。

d. 培育專業人才

- ①規劃人才培訓活動時，納入鼓勵或促進弱勢性別參加之措施（例如：提供交通接駁、臨時托育等友善服務；優先保障名額；培訓活動之宣傳設計，強化歡迎或友善弱勢性別參與之訊息；結合相關機關、民間團體或組織，宣傳培訓活動）。
- ②辦理參訓者人數及回饋意見之性別統計與性別分析，作為未來精進培訓活動之參考。
- ③培訓內涵中融入性別平等教育或宣導，提升相關領域從業人員之性別敏感度。
- ④辦理培訓活動之師資性別統計，作為未來師資邀請或師資培訓之參考。

e. 具性別平等精神之展覽、演出或傳播內容

- ①規劃展覽、演出或傳播內容時，避免複製性別刻板印象，並注意創作者、表演者之性別平衡。
- ②製作歷史文物、傳統藝術之導覽、介紹等影音或文字資料時，將納入現代性別平等觀點之詮釋內容。
- ③規劃以性別平等為主題的展覽、演出或傳播內容（例如：女性的歷史貢獻、對多元性別之瞭解與尊重、移民女性之處境與貢獻、不同族群之性別文化）。

f. 建構性別友善之職場環境

委託民間辦理業務時，推廣促進性別平等之積極性作法（例如：評選項目訂有友善家庭、企業托兒、彈性工時與工作安排等性別友善措施；鼓勵民間廠商拔擢弱勢性別優秀人才擔任管理職），以營造性別友善職場環境。

g. 具性別觀點之研究類計畫

- ①研究團隊成員符合任一性別不少於三分之一原則，並積極培育及延攬女性科技研究人才；積極鼓勵女性擔任環境、能源與科技領域研究類計畫之計畫主持人。
- ②以「人」為研究對象之研究，需進行性別分析，研究結論與建議亦需具性別觀點。

評估項目	評估結果
2-3【請根據2-2本計畫所訂定之執行策略，編列或調整相關經費配置】 各機關於籌編年度概算時，請將本計畫所編列或調整之性別	☐ 有編列或調整經費配置者，請說明預算額度編列或調整情形：

相關經費納入性別預算編列情形表，以確保性別相關事項有足夠經費及資源落實執行，以達成性別目標或回應性別差異需求。	■未編列或調整經費配置者，請說明原因及改善方法：本案之經費編列用於花蓮購物節計畫相關活動系統維運擴充及店家招募、活動宣傳執行之宣傳物製作發放、活動獎項、與業者之聯名或體驗活動、社群平台短影音及貼文等，受益者為區分性別，後續階段落實執行。	
【注意】填完前開內容後，請先依「填表說明二之（一）」辦理【第二部分－程序參與】，再續填下列「參、評估結果」。		
參、評估結果 請機關填表人依據【第二部分－程序參與】性別平等專家學者之檢視意見，提出綜合說明及參採情形後通知程序參與者審閱。		
3-1綜合說明	本案內容綜合檢視合宜且具體可行，未來在執行階段將儘量顧及性別平衡議題，以及不同性別、性傾向及性別認同者之年齡、族群、地區等面向，營造性別友善環境，維護其平等參與公共事務之機會，俾於政策方向與計畫內容更符合性別平等之施政目標。	
3-2參採情形	3-2-1說明採納意見後之計畫調整 (請標註頁數)	業已遵循審查建議修正本計畫，並考量本計畫所執行之內容，納入不同性別者之參與機制，維護不同性別者人身安全與平等參與之權益，共同促進性別平等，營造溫暖安全而人性化的性別友善環境，以提高民眾共同參與之意願。
	3-2-2說明未參採之理由或替代規劃	
3-3通知程序參與之專家學者本計畫之評估結果： 已於 113 年8月23日將「評估結果」及「修正後之計畫書草案」通知程序參與者審閱。		
本案已於計畫研擬初期■徵詢性別諮詢員之意見，或□提報性別平等專案小組（會議日期：__年__月__日）性別諮詢員姓名：__黃愛珍__服務單位及職稱：__東華大學教育行政與管理學系講師__		
【第二部分－程序參與】：由性別平等專家學者填寫		

程序參與之性別平等專家學者應符合下列資格之一：

□1.教育部性平教育人才庫

https://www.gender.edu.tw/web/index.php/m6/m6_01_index

□2.現任或曾任行政院性別平等會、中央各部會或本府性別平等委員會(工作小組/專案小組)民間委員。

■3.現任花蓮縣性別主流化人才資料庫人員

https://sa.hl.gov.tw/Detail_sp/e55ce0adcdf64b1c87f86129beb2c3b5

(一) 基本資料

1.程序參與期程或時間	113 年8月10日至113年8月22日
2.參與者姓名、職稱、服務單位及其專長領域	黃愛珍 東華大學教育行政與管理學系講師、花蓮縣政府勞資爭議獨任調解人 勞動法令、性別平等
3.參與方式	□計畫研商會議 □性別平等專案小組 ■書面意見

(二) 主要意見(若參與方式為提報本府性別平等專案小組,可附上會議發言要旨,免填4至10欄位)

4.性別平等相關法規政策相關性評估之合宜性	本計畫內容核與憲法、原住民族基本法、性別平等政策綱領等相符,確保女性、原住民族在文化參與及公共事務參與機會之均等,應屬合宜。
5.性別統計及性別分析之合宜性	1、本計畫之受益者未以特定性別、性傾向或性別認同加以區分,且已注意本計畫之研擬與執行均納入不同性別者之參與,應屬合宜,惟建議將政策規畫者(如主管)、服務提供者(如承辦人員)之性別與人數確實列出,以便查核任一性別比例是否達1/3以上。 2、雖已注意本縣青年性別比例女性人數略少於男性,且是女性各年齡層均低於男性人數5-10%,但性別影響評估除了解現象之結果外,應更著重於其發生原因及改善方式,如以本計畫觀之,去統計本縣青年創業的性別比例、尋求或配合本計畫之業者的業別比例,更能了解性別比例差距之現況與嚴重程度,於計畫中去調整或規劃優先保障或加強輔導等機制,則更加符合性別影響評估之用意,也能作為日後相關計畫的修改或規劃。

6.本計畫性別議題之合宜性	1、1-3之說明應為業者而非消費者，請更正。 2、已注意本計畫參與特約店家與業者，其負責人之任一性別比例應達1/3以上，以納入不同性別者之參與機制，應屬合宜。而此議題在於關注在地青年於不同性別，面臨創業或經營有無不同需求或問題，而行政機關之相關計畫或活動規劃時，即可加強輔導或宣傳，確保實際受益者非集中於某些族群或性別上，而是能促使在地產業、農特產、文化藝術及弱勢族群能藉由相關活動，減輕或改善其弱勢之處境。
7.性別目標之合宜性	本計畫之受益者除參與活動的業者外，活動參與者為全國民眾甚至外國旅客，關於本計畫主題、活動之規劃與執行，仍應注意不同性別、年齡、障別、親子、多元文化等需求，確保提供之服務及相關活動內容無特定性別偏見，並應鼓勵及協助在地、經濟弱勢者參與活動，推廣在地產業、青年創業、原住民相關音樂、工藝技術或農特產品等，另應考量活動參與者之便利性、安全性及友善性，以確保女性、原住民族在文化參與及公共事務參與機會之均等。
8.執行策略之合宜性	1、已注意融入不同觀點與需求，並建立數位曝光管道及應用數位工具，應屬合宜。另就活動之宣導或報名之資訊，考量不同性別、年齡、族群對於資訊獲取能力的差異，除結合新興傳播自媒體並運用網路外，仍應於群眾聚集之車站、醫院或學校張貼海報，盡量使用淺顯易懂之語言，輔以簡易圖表或說明，提高活動能見度與民眾參與率。 2、計畫中【肆、實施策略及方法】對於活動獎項納入花蓮特色禮品，除可協助行銷在地特色，更有助於本計畫之目的，應寫入2-2執行策略中。
9.經費編列或配置之合宜性	本計畫之經費編列用於花蓮購物節計畫相關活動系統維護擴充及店家召募、活動宣傳執行之宣傳物製作發放、活動獎項、與業者之聯名或體驗活動、社群平台短影音及貼文等，且受益者未區分性別，應屬合宜，期後續執行階段得以落實。

10.綜合性檢視意見	1、本計畫為花蓮購物節計畫，透過活動規劃與宣傳，建立數位曝光管道及加速數位轉型，提供在地業者及青年創業所需之創新創業輔導機制，以及活絡觀光、帶動產業經濟等目標，帶動觀光人潮與相關地方產業發展，尤其在近期本縣地震頻繁及災後受損嚴重，確有執行本計畫之必要性與急迫性。 2、本計畫除參加活動之業者及活動獎項之得獎者為直接受益人外，因為本計畫透過活動之規劃、宣傳及執行，行銷花蓮在地產業與文化，其所帶來之文化與經濟效益，受益對象為全體國民，經核均未以性別、年齡、族群、障別等為特定受益對象，惟為兼顧不同性別之觀點與詮釋，維護其平等參與公共事務之機會，應納入下列不同性別者之參與機制，建議就下列意見修訂計畫內容及檢視表之說明： (1) 為提高在地藝文工作者與表演團體、傳統手工藝、美食及農特產品之能見度與文化參與，得優先保障或加強輔導設籍本縣之女性或原住民，受本計畫招募及輔導之特約店家，負責人之性別比例於單一性別應至少達三分之一以上，如經統計仍有明顯性別差距，應納入日後相關活動之規畫設計，邀集不同性別之主管、專家學者及縣民共同參與，適度融入性別觀點，持續關注不同性別、年齡、親子、多元文化等需求，確保活動內容及社群平台所張貼之資訊內容、表達方式等均無特定性別偏見。 (2) 本計畫雖未涉及公共建設之空間規劃與工程設計，但執行計畫辦理相關活動時，應注意不同年齡、障別、性別等之需求，選擇具有男、女廁所、親子廁所、無障礙設備、哺乳室等設施之場地，並維護不同性別之隱私與人身安全，營造性別友善環境。
(三) 參與時機及方式之合宜性	於提報審查前以電子郵件進行資料與意見交換，參與時機及方式應屬合宜。
本人同意恪遵保密義務，未經部會同意不得逕自對外公開所評估之計畫草案。 (簽章，簽名或打字皆可) <u>黃愛珍</u>	