

國立臺灣藝術教育館

一、優質便民服務

評核項目	評核指標	重大績效及待改進或建議事項
服務流程	1. 服務流程便捷性 2. 服務流程透明度	重大績效： 設置藝論紛紛網路諮詢系統，提供民眾線上提問並邀請各領域之專家學者線上回答提問，截至 10 月已累計 398 則問題可供民眾參考。 待改進或建議事項： 1. 各項成效建請儘量以具體數據量化，並加強呈現前一年度績效之成長率。 2. 建請規劃建立展館場地線上申請機制、加強呈現簡化申辦流程之情形及比較、流程透明度，並建立超過逾期處理告知機制。 3. 民眾透過網路系統提問或申請等資料，以不超過 6 天為原則，時間可再減少。 4. 建請建置全功能網路服務櫃檯，將報名、投稿申辦、線上學習等系統做整合，以提升效率。 5. 建請補充申辦項目主動告知制度及加強場地標示。
機關形象	1. 服務場所 2. 服務行為 3. 服務行銷 4. 服務行銷 5. 服務行銷 6. 服務行銷 7. 服務行銷 8. 服務行銷 9. 服務行銷 10. 服務行銷 11. 服務行銷 12. 服務行銷 13. 服務行銷 14. 服務行銷 15. 服務行銷 16. 服務行銷 17. 服務行銷 18. 服務行銷 19. 服務行銷 20. 服務行銷 21. 服務行銷 22. 服務行銷 23. 服務行銷 24. 服務行銷 25. 服務行銷 26. 服務行銷 27. 服務行銷 28. 服務行銷 29. 服務行銷 30. 服務行銷 31. 服務行銷 32. 服務行銷 33. 服務行銷 34. 服務行銷 35. 服務行銷 36. 服務行銷 37. 服務行銷 38. 服務行銷 39. 服務行銷 40. 服務行銷 41. 服務行銷 42. 服務行銷 43. 服務行銷 44. 服務行銷 45. 服務行銷 46. 服務行銷 47. 服務行銷 48. 服務行銷 49. 服務行銷 50. 服務行銷 51. 服務行銷 52. 服務行銷 53. 服務行銷 54. 服務行銷 55. 服務行銷 56. 服務行銷 57. 服務行銷 58. 服務行銷 59. 服務行銷 60. 服務行銷 61. 服務行銷 62. 服務行銷 63. 服務行銷 64. 服務行銷 65. 服務行銷 66. 服務行銷 67. 服務行銷 68. 服務行銷 69. 服務行銷 70. 服務行銷 71. 服務行銷 72. 服務行銷 73. 服務行銷 74. 服務行銷 75. 服務行銷 76. 服務行銷 77. 服務行銷 78. 服務行銷 79. 服務行銷 80. 服務行銷 81. 服務行銷 82. 服務行銷 83. 服務行銷 84. 服務行銷 85. 服務行銷 86. 服務行銷 87. 服務行銷 88. 服務行銷 89. 服務行銷 90. 服務行銷 91. 服務行銷 92. 服務行銷 93. 服務行銷 94. 服務行銷 95. 服務行銷 96. 服務行銷 97. 服務行銷 98. 服務行銷 99. 服務行銷 100. 服務行銷	重大績效： 1. 完成無障礙改善工程，辦理 2 樓地坪整建，提供行動不便民眾至 2 樓洽公動線之便利性。 2. 有效利用整個南海學園空間，發揮適切洽公環境，提供遊園民眾充分之廁所、無障礙設施、無線網路等服務及消防安全等維護管理，建構友善親切性。 3. 該館編印文宣品及出版品放置各相關機關，並建置臉書、電子報及結合廣播與媒體等宣傳活動，另透過辦理表演藝術活動，達推廣藝術教育之目的。 待改進或建議事項： 1. 採多元網路行銷，惟應再檢討強化以結合學校及社會之藝術教育活動為基礎之行銷服務。 2. 機關服務滿意度調查整體滿意度為 88.29%，較 99 年（90.69%）低落，建請針對滿意度偏低部分加以分析，並提出改善措施。 3. 電話禮貌測試可採與友館互評，降低服務盲點，並可建立量化評量機制，及加強敘寫具體量化成效。 4. 為增進展區的辨識度及服務，除製作動線標示、展場平面圖外，若能有更多志工之加入，相信對現場的熱度會有助益。 5. 建議將藝教館的活動功能廣作行銷，讓社會團體及民眾有更多的印象及運用。 6. 建請再檢討強化以結合學校及社會之藝術教育活動為基礎之行銷服務。 7. 整體環境（如天花板漏水、油漆剝落、電話線外露、廁所風扇清潔等）環境設施問題均有待改善。
顧客關係	1. 民眾滿意度 2. 民眾意見處理有效性	重大績效： 無。 待改進或建議事項： 1. 整體服務滿意度為 88.84%，較 99 年度略微下降 0.52%，請就各項項目提出分析並研議改善措施。 2. 建議主動邀約國中小參觀藝教館所辦的活動以推廣藝術教育。 3. 建請針對民眾陳情回應、與民眾有約等服務，未能獲得民眾正面回應情形，加強了解原因及調整做法。 4. 建請加強網路廣宣，以便讓民眾瞭解藝教館所提供之服務。

評核項目	評核指標	重大績效及待改進或建議事項
		5. 若滿意度調查可以及於多元之活動及現場，相信能有助於顧客關係之經營。

二、資訊流通服務

評核項目	評核指標	評審情形
		重大績效及待改進或建議事項
資訊提供及檢索服務	1. 資訊公開適切性 2. 資訊內容有效性 3. 資訊檢索完整性與便捷性	重大績效： 1. 每月將該館活動訊息編印成藝教資訊，並採紙本印刷與電子版並行方式出刊，除提供民眾免費索取及寄贈訂閱戶，民眾另可隨時上網瀏覽。 2. 該館就民眾使用網頁之便利性及服務滿意度調查，整體滿意度比 99 年成長 1.52%。 待改進或建議事項： 1. 建請加強推動線上服務及線上申辦，提高使用率，並強化統計數據分析及成長率。 2. 建請針對線上問卷滿意度調查，補充相關統計分析，以精進未來相關改善方向。
線上服務及電子參與	1. 線上服務量能擴展性 2. 電子參與多樣性	重大績效： 1. 辦理 37 種數位線上學習課程，100 年共計有會員 1,325 位、建置「藝術與人文媒合平臺」提供有用資源協助學校教師藝術教學，線上服務推廣績效良好。 2. 建置無線網路環境及完成 PDA 之功能建置，便利民眾不受環境限制，可即時得知館內活動訊息。 待改進或建議事項： 1. 建請考量以 facebook、plurk 等宣傳方式提供民眾參與館所活動。 2. 民眾滿意度達 87.88%，惟較 99 年度下降 6.56%，顯示有改善的空間，另建請加強改善展場網路頻寬及無線上網問題。

三、創新加值服務

評核項目	評核指標	評審情形
		重大績效及待改進或建議事項
提供創新(意)服務情形	1. 有價值的創意服務 2. 服務措施延續性及標竿學習推動效益 3. 服務措施執行方法效能性 4. 組織內部創新機制	重大績效： 辦理臺灣本土音樂教材創作與徵選及青少年表演藝術聯演，並建構跨校學生藝術交流平台，透過徵選及表演，鼓勵音樂創作與切磋表演藝術知能等，以培育具創新能力的下一代。 待改進或建議事項： 1. 可思考規劃大高中小學生之「學生藝術殿堂」服務目標，集中有限資源，提升藝術教育服務品質及績效。將藝教館小而美發展成為精緻藝術中心，提升創意服務價值。 2. 建請思考有關組織內部創新機制，如何推廣館內同仁運用，以期創新為民服務之效能。 3. 本項目之敘寫應載明本項創新服務措施之名稱，並依 4 項評核指標分列加強呈現績效，且提出佐證： (1) 有價值的創意服務。 (2) 服務措施延續性及標竿學習效益。 (3) 服務措施執行方法效能性。 (4) 組織內部創新機制(可單獨敘寫)。