

# 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	<b>重大績效：</b> 1. 建置繳費金流服務平臺，提供推廣藝術教育研習班學員利用金流通路繳費，提供線上刷卡及超商代碼繳費 2 種方式繳費，除即時線上刷卡外，並可就近至超商繳費，105 年信用卡繳費者 448 人、超商繳費者 589 人。 2. 建置多項競賽活動線上報名服務，包括：網路報名系統、簡化表演藝術比賽檢錄作業流程、南海劇場及展場租借線上申請服務、導覽活動線上預約登記、線上投稿等。 3. 申辦案件提供查詢管道及主動回應機制，以確認作業情形，使處理流程更加透明及具公信力，包括：即時回應報名序號、即時回應繳費狀況、電子郵件自動確認報名成功（教育部文藝創作獎報名、網路藝學園會員申請、藝拍即合網站藝文深耕媒合、補助案）、線上館長信箱自動回復、申辦結果 3C 化等。 4. 建置多功能服務臺，提供各種立即性服務（老花眼鏡、防蚊液、愛心傘、輪椅、充電站、代叫計程車、紀念章蓋印等）。 <b>待改進或建議事項：</b> 1. 有關大門出口「漂書」空間可思考改為全館導覽室，作為全館展示靜、動態資訊之行銷簡介。 2. 服務臺提供之物品應建立檢視功能、數量，並維持清潔（例如：老花眼鏡）之機制。
機關形象及顧客關係	1. 機關形象 2. 顧客滿意情形	<b>重大績效：</b> 1. 提供多項創意性服務設施，例如：南海劇場親子角落，常發生兒童於演出中哭鬧需要安撫，因此增闢了「親子角落」，並放置適合兒童閱覽的書籍，讓情緒緊張的小朋友得到適度的舒緩，繼續入場觀賞節目。 2. 105 年計辦理內部電話禮貌測試 12 次，外部與國立教育廣播電臺測試 2 次，總計測試 206 人次，測試結果甲等以上者 100%，並能針對缺失部分提出具體改進措施。 3. 策辦「學長姐好優 Show」表演藝術推廣活動計畫，結合全國學生表演藝術類比賽優等以上學生團隊，組成「好優 Show 學生藝團」，作為表演藝術學習標竿，延伸競賽後續教育效益，讓比賽回歸交流觀摩及成長學習，並分享豐富的藝術成果。 4. 於南海學園入口設置漂書站，並進行漂書活動，105 年計已放漂本館出版品計 700 本。 5. 藝教館於 105 年就不同屬性客群進行滿意度調查，包括「參訪民眾滿意度調查」、「業務活動滿意度調查」、「機關內部滿意度調查」及「志工滿意度調查」等，並依據調查結果進行改善措施分析。 <b>待改進或建議事項：</b> 1. 針對民眾滿意調查結果分數偏低部分項目，以及內部同仁滿意度調查結果下降部分，應強化改善措施內容。 2. 建議增加志工培訓方式及專業技能增加內容。 3. 建議再全面檢視館內所有標示牌及服務臺提供之相關物品是否均有雙語標示，

評核項目	評核指標	重大績效及待改進或建議事項
		<p>以達國際友善環境。</p> <p>4. 戶外的「黑色照相機」裝置，建議增設吸引民眾探索之標示；南海劇場階梯走道之白線建議可改用螢光色漆處理，以避免民眾跌倒；「戶外藝廊」之展示主題建議能明確標示，並能安排檔期及做預告等行銷。</p> <p>5. 有關服務行銷有效程度敘寫方式宜著重分眾及精準行銷來表達內容，並強調行銷後之效益（例如：機關辦理各項行銷活動後，反映在來館人數之成長或滿意度的提升）。</p>

## 二、資訊網路服務

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	<p>1. 資訊公開適切性與內容有效性</p> <p>2. 資訊檢索性與便捷性</p>	<p><b>重大績效：</b></p> <p>1. 依據行政院「推動 ODF-CNS15251 為政府標準格式實施計畫」，該館網站提供檔案下載，除放置 WORD 或 EXCEL 格式檔案外，亦一併提供 PDF、ODT、ODS 等開放性格式供下載，讓需要者不因使用軟體之不同而無法查詢或使用，並建立檢核機制進行檢核。</p> <p>2. 105 年度共發行 12 期電子報，提供 5,790 位民眾使用，較 104 年之 5,537 位成長 4%，有助於藝教活動的即時流通性。</p> <p>3. 網頁設計版面清晰簡明易使用，並設有 YouTube 影片，與現在科技結合，效果良好。</p> <p>4. 在有限人力下，同時提供網站、YouTube 及 facebook 等服務，卓有成效值得肯定。</p> <p><b>待改進或建議事項：</b></p> <p>1. 臺灣藝術教育網民眾滿意度達 96.44%，惟填答人數僅 45 人，建議設法增加填答人數，且首頁之「藝術教育入口連結網」，所連結之網站似多為非藝術教育相關之網站，建議重新檢視修正；另與貴館全球資訊網，兩網站之功能或服務對象是否有區隔，造成民眾不易搜尋資訊，宜再行通盤檢視。</p> <p>2. 網站可加強與讀者共鳴內容，例如：可增設擺放學員作品獲得獎感言影片等。</p> <p>3. 藝教館全球資訊網之次網站較多，包括藝拍即合、網路藝學院、議論紛紛及藝教研習班等，各網站相關資訊龐雜或有重複，恐造成民眾不易搜尋訊息或資料，建議思考各次網站之定位及功能後，酌予調整或整併。</p> <p>4. 各次網站帳號及密碼並非一致，且採會員制，造成會員每次登錄各該網站必須重行輸入帳號、密碼及驗證碼。又民眾運用該館網站資源必須申請不同帳號及密碼，恐形成使用障礙，建議於不違反資訊安全情況下，整合帳號及密碼，運用單一簽入功能，營造更友善之使用者環境。</p>
線上服務及電子參與	<p>1. 線上服務量能擴展性</p> <p>2. 電子參與多樣性</p>	<p><b>重大績效：</b></p> <p>1. 線上申辦質量成長，例如：全國學生創意戲劇比賽、全國學生音樂比賽、全國師生鄉土歌謠比賽、教育部文藝創作獎，105 年提供 8 萬 3,932 人次的服務，較 104 年度之 7 萬 9,540 人次成長 9%。</p> <p>2. 臺灣藝術教育網建置便捷的線上學習平臺—網路藝學園，提供藝術教育「學習無界限，教室不打烊」之學習服務，課程包括視覺、表演及綜合藝術 3 大類，本</p>

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
		<p>年度新增「舞動生命的真善美」、「從舞蹈看美感教育」、「臺灣的小提琴教母」、「如歌的文化人」及「美育人生」等，共計59門課程，較104年增加5門，成長10%。</p> <p>3. 電子報線上服務擴增，全年發送計12次，訂閱管道包括「意見調查表」及「全球資訊網」，105年累計訂閱戶共5,790筆，較104年的5,537筆成長4.57%。</p> <p>4. facebook貼文每日排定1則以上，粉絲人數從104年的1萬0,455人，提升至1萬2,000人，貼文觸及人數從104年的22萬4,329人，提升至33萬2,000人，成長47%。</p> <p><b>待改進或建議事項：</b></p> <p>1. 藝拍即合網站目前僅有學校端提出需求，建議可以鼓勵藝術家端也登錄展演服務項目，以加成媒合平臺之效益。</p> <p>2. 藝教館統計年度進館服務38萬0,054人次，館外服務32萬3,602人次，網站服務549萬6,230人次，顯示該館顧客來源及運用網路服務之重要性，建議可透過VR（虛擬實境），擴充虛擬展覽等創新線上服務，以期擴大遠距服務。</p> <p>3. 建議針對學生或兒童，建置學生版或兒童版，結合網路藝學院課程或小遊戲（例如：闖關活動等翻轉學習課程），增加行銷及推廣藝術教育，將藝術教育向下扎根。</p>

### 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
創新服務情形	<p>1. 有價值的創新服務</p> <p>2. 創新服務標準學習效益</p> <p>3. 組織內部創新機制及運作情形</p>	<p><b>重大績效：</b></p> <p>1. 「藝拍即合」網除連結官方及民間相關網站資源外，並協助學校教師藝術教學，使民間資源與學校教學相結合，目前已有214筆媒合成果影音分享案例供參考運用，深獲各教育局（處）及學校的好評。</p> <p>2. 105年行銷小組召開2次整合行銷會議，激發館內同仁的創意思維。</p> <p>3. 建立「創藝集思會」的機制，透過腦力激盪及集思廣益，匯集創意發想，運用於業務推廣，推動館務之創新發展。</p> <p>4. 有計畫系統的將「藝術賞析」作為通識教育講座，並錄影製作e化教材，提供予大學使用，並經由網路、電臺廣播等擴大影響效應。</p> <p><b>待改進或建議事項：</b></p> <p>1. 建議可規劃素人藝術家「肥皂箱」創作演說平臺及提升學校藝術教育使命，例如：加拿大 Art Bank（藝術銀行）之措施，以鼓勵培育青年藝術家提供展示平臺。</p> <p>2. 建議文創行銷品能進行販售，將有助於機構形象行銷，以及擴大藝術文創之影響效益。</p>

### ※綜合性意見：

1. 建議實地訪視每站均提供各站名稱、設置目的及功能以及目前運作情形及成效，另輔以照片佐證。
2. 封面可再強化機關服務特色，並參採雜誌式編輯。
3. 簡報內容可適當加入新聞媒體報導及影音元素，使其更具說服力。