

臺北廣播電臺 108 年度策略地圖

【使命】

作為民眾與政府溝通平臺

【願景】

成為大臺北生活圈必聽電臺

【核心價值】

正直誠信、團隊合作、創新卓越、開放共享

促進公共利益

策略主題	提供優質節目 A	強化公益宣導 B
------	-------------	-------------

策略目標	顧客 C	AC1 提升節目及收聽品質	BC1 協助公益訊息宣導 BC2 加強公益訊息宣導效度
	內部流程 P	AP1 建構友善收聽環境	BP1 推動社群互動平臺
	學習成長 L	AL1 培育優秀人力 AL2 提升創新學習效能	BL1 提升員工政策行銷能力
	財務 F	AF1 提高預算執行效能 AF2 覈實編列年度預算	BF1 提高預算執行效能 BF2 覈實編列年度預算

提供優質節目 A 平衡計分卡

策略目標	KPI (關鍵績效指標)	KPI 計算公式及 計量單位	105年 實際值	106年 實際值	107年 實際值	108年 目標值	109年 目標值	110年 目標值	KPI 主責課室	行動方案	行動方案對應 108年預算 (元)	行動方案對應 109年預算 (元)	行動方案對應 110年預算 (元)	行動方 案主責 課室
顧客構面 C														
AC1 提升節目及收聽品質	AC1.1 本臺於臺北地區廣播人口之收聽佔有率	12-65歲臺北地區有收聽廣播者中收聽本臺之每季比率 單位：%	7-9月:5 10-12月:6.7	1-3月:6.2 4-6月:5.9	1-3月:5.0 4-6月:7.5 7-9月:5.8 10-12月:5.6	1-3月:5.5 4-6月:5.5 7-9月:5.5 10-12月:5.5	1-3月:5.5 4-6月:5.5 7-9月:5.5 10-12月:5.5	1-3月:5.5 4-6月:5.5 7-9月:5.5 10-12月:5.5	節目課	AC1.1.1 強化節目內容及多元收聽管道，提升收聽佔有率。	於本臺業務費項下支應	於本臺業務費項下支應	於本臺業務費項下支應	節目課
內部流程構面 P														
AP1 建構友善收聽環境	AP1.1 愛台北 App 流量	愛台北 App 點入本臺人次 單位:人次	204,731	138,960	116,720	120,349	121,752	123,169	工程課	AP1.1.1 透過多元模式宣傳，加強使用便利性與即時及歷史音檔隨選收聽功能。	於本臺業務費項下支應	於本臺業務費項下支應	於本臺業務費項下支應	工程課
	AP1.2 本臺中文官網瀏覽量	本臺中文官網瀏覽次數 單位:次	未有量化資料	未有量化資料	233,810	240,349	241,752	243,169	工程課	AP1.2.1 即時更新本臺最新消息，提供網路即時及歷史音檔隨選收聽介面。	於本臺業務費項下支應	於本臺業務費項下支應	於本臺業務費項下支應	工程課
學習成長構面 L														
AL1 培育優秀人力	AL1.1 員工與業務相關訓練時數20小時以上比率	編制內公務人員與業務相關之訓練20小時以上完訓人數/編制內公務人員人數 單位：%	77.27	95.45	77.9	78	79	80	人事機構	AL1.1.1 鼓勵同仁至數位學習網站進行與業務相關之學習	於本臺業務費項下支應	於本臺業務費項下支應	於本臺業務費項下支應	人事機構
AL2 提升創新學習效能	AL2.1 與專業職能相關訓練10小時比率	編制內公務人員與專業職能相關之訓練10小時以上完訓人數/編制內公務人員人數 單位：%	2.3	2.56	2.8	4	5	6	人事機構	AL2.1.1 各課室自辦與業務相關之教育訓練	於本臺業務費項下支應	於本臺業務費項下支應	於本臺業務費項下支應	人事機構
財務構面 F														

策略目標	KPI (關鍵績效指標)	KPI 計算公式及 計量單位	105年 實際值	106年 實際值	107年 實際值	108年 目標值	109年 目標值	110年 目標值	KPI 主責課室	行動方案	行動方案對應 108年預算 (元)	行動方案對應 109年預算 (元)	行動方案對應 110年預算 (元)	行動方 案主責 課室
AF1 提高預算執行效能	AF1.1 資本支出預算達成率	當年度資本支出執行數(實際執行數+節餘款+預付款)/資本支出可支用預算或可用預算數*100% 單位：%	100	100	100	100	100	100	會計室	AF1.1.1 臺務會議定期督考	0	0	0	會計室
AF2 覈實編列年度預算	AF2.1 預算執行差異率	(預算數-決算數)/機關預算數*100% 單位：%	3.6	5.07	4.19	5	5	5	會計室	AF2.1.1 臺務會議定期督考	0	0	0	會計室

強化公益宣導 B 平衡計分卡

策略目標	KPI (關鍵績效指標)	KPI 計算公式及 計量單位	105年 實際值	106年 實際值	107年 實際值	108年 目標值	109年 目標值	110年 目標值	KPI 主責課室	行動方案	行動方案對應 108年預算 (元)	行動方案對應 109年預算 (元)	行動方案對應 110年預算 (元)	行動方 案主責 課室
顧客構面 C														
BC1 協助公益訊息宣導	BC1.1 協助公益訊息於本臺宣導之比例	本臺播出之公益訊息數量/請本臺宣導之公益訊息數量 單位：%	100	100	100	100	100	100	節目課	BC1.1.1 配合政府及公益團體等單位，於頻道中提供相關訊息。	於本臺業務費項下支應	於本臺業務費項下支應	於本臺業務費項下支應	節目課
BC2 加強公益訊息宣導效度	BC2.1 公益訊息宣導插播帶播放次數	年度播放次數 單位：次	48,959	47,563	49,213	49,300	49,500	49,700	節目課	BC2.1.1 製作公益訊息宣導插播帶，配合節目特性強化播出。	於本臺業務費項下支應	於本臺業務費項下支應	於本臺業務費項下支應	節目課
內部流程構面 P														
BP1 推動社群互動平臺	BP1.1 本臺臉書頁粉絲數	本臺臉書頁粉絲數 單位：人	8,382	9,532	9,723	9,917	10,115	10,321	節目課	BP1.1.1 透過影片露出、粉絲互動、舉辦活動等方式，增加臉書頁粉絲人數。	於本臺業務費項下支應	於本臺業務費項下支應	於本臺業務費項下支應	節目課

策略目標	KPI (關鍵績效指標)	KPI 計算公式及 計量單位	105年 實際值	106年 實際值	107年 實際值	108年 目標值	109年 目標值	110年 目標值	KPI 主責課室	行動方案	行動方案對應 108年預算 (元)	行動方案對應 109年預算 (元)	行動方案對應 110年預算 (元)	行動方 案主責 課室
	BP1.2 本臺 Youtube 頻道觀 看次數	本臺 Youtube 頻道觀看次 數 單位:人次	未有量化 資料	未有量化 資料	12,000	130,000	150,000	170,000	節目課	BP1.2.1透過影片露 出、粉絲互動、舉 辦活動等方式，增 加YouTube頻道觀 看次數。	於本臺業務費 項下支應	於本臺業務費 項下支應	於本臺業務費 項下支應	節目課
學習成長 構面 L														
BL1 提升員 工政策行銷 能力	BL1.1 達成行政 院規定必須完成 課程 10 小時學 習時數比率	編制內公務 人員與專業 職能訓練完 成之訓練 10 小時完訓人 數/編制內公 務人員人數 單位：%	未有量化 資料	80	81.2	82	83	84	人事 機構	BL1.1.1 鼓勵同仁 參加各機構辦理之 專業職能訓練	於本臺業務費 項下支應	於本臺業務費 項下支應	於本臺業務費 項下支應	人事 機構
財務構面 F														
BF1 提高預 算執行效能	BF1.1 資本支 出預算達成率	當年度資 本支出執 行數(實際 執行數+節 餘款+預付 款)/資本支 出可支用 預算或可 用預算數 *100% 單位：%	100	100	100	100	100	100	會計室	BF1.1.1 臺務會議 定期督考	0	0	0	會計室
BF2 覈實編 列年度預算	BF2.1 預算執 行差異率	(預算數-決 算數)/機關 預算數 *100% 單位：%	3.6	5.07	4.19	5	5	5	會計室	BF2.1.1 臺務會議 定期督考	0	0	0	會計室