

僑務委員會 112 年度單位決算評估報告

三、為提升廠商網頁維運品質並吸引訪客瀏覽，允宜參據過往指標及實際情形，酌訂僑務電子報網站維運採購案關鍵績效指標目標值

僑委會 112 年度預算編列透過各媒介提供即時僑務訊息服務經費 674 萬元，決算數 671 萬元，執行率 99.55%，用於維運僑務電子報、租用 Line@ 平臺、YouTube 頻道、臉書粉絲專頁、LINE 官方帳號、Twitter 及 Instagram 等，冀透過前開管道與民眾互動，瞭解政府施政及海外僑情，提供國內重要訊息與最新僑社新聞，使僑胞獲知國家脈動，促進對臺灣認同與支持。

上開媒介中，僑務電子報網站布建全球僑務新聞網絡，提供僑胞海外僑社動態、國內要聞及攸關僑民權益之相關政策，每年皆辦理僑務電子報網站維運採購案，復為提升僑務電子報網站點閱率及品牌能見度，於採購需求說明書工作項目中訂定廠商應維持達成每月不重複訪客數或網頁瀏覽量之目標值。據該會統計，自 106 年 5 月由宏觀電子報轉型為僑務電子報後，107 至 112 年度關鍵績效指標實際值均超逾目標，其中 109 及 110 年度更超逾 1 倍(詳表 1)，所訂目標值似顯寬鬆；另關鍵績效指標自 112 年度起由月平均不重複訪客數改為月平均網頁瀏覽量，該 2 項指標意涵不同，前者每位訪客計算 1 次，凸顯用戶覆蓋程度，後者記錄每次訪問或刷新頁面，呈現訪客對網站內容興趣及網站頁面導航設計結構，結合使用可全面評估使用狀況，爰更改後之關鍵績效指標，允更周全。

表 1 107 至 112 年度僑務電子報網站維運關鍵績效指標達成情形表

單位：人；人次

年度	關鍵績效指標	衡量標準	目標值	達成值
107	月平均不重複訪客數	訪客數	22,000/月	33,749/月
108	月平均不重複訪客數	訪客數	26,000/月	42,937/月
109	月平均不重複訪客數	訪客數	28,000/月	67,992/月
110	月平均不重複訪客數	訪客數	30,000/月	73,000/月

年度	關鍵績效指標	衡量標準	目標值	達成值
111	月平均不重複訪客數	訪客數	32,000/月	304,416/月 (網頁瀏覽量)
112	月平均網頁瀏覽量	網頁瀏覽量	200,000/月	302,278/月

資料來源：僑委會及 113 年 12 月 3 日洽詢資料，本中心整理。

綜上，僑委會運用僑務電子報、租用 Line@ 平臺、YouTube 頻道、臉書粉絲專頁、LINE 官方帳號、Twitter 及 Instagram 等多重管道，提供僑胞重要訊息及僑社新聞，凝聚對臺灣向心力。其中僑務電子報網站提供海外僑社動態、國內要聞及攸關僑民權益之相關政策，加深僑胞與國家之連結，須瞭解使用狀況持續優化，俾使經費效益最大化；惟各年度關鍵績效指標實際值均超逾目標甚多，恐欠挑戰性，且所設定指標容未完備，允宜參據過往指標及實際情形，酌訂維運採購案關鍵績效指標目標值，俾資周妥。

(分機：1933 張峻萍)