

財團法人中華電信基金會

中華民國 112 年度預算

財團法人中華電信基金會 編

目 次

壹、總說明	2
貳、主要表	11
(一)收支營運預計表	11
(二)現金流量預計表	12
(三)淨值變動預計表	13
參、明細表	
(一)收入明細表	14
(二)支出明細表	14
肆、參考表	
(一)資產負債預計表	15
(二)員工人數彙計表	16
(三)用人費用彙計表	17

財團法人中華電信基金會

總說明

中華民國112年度

壹、概況

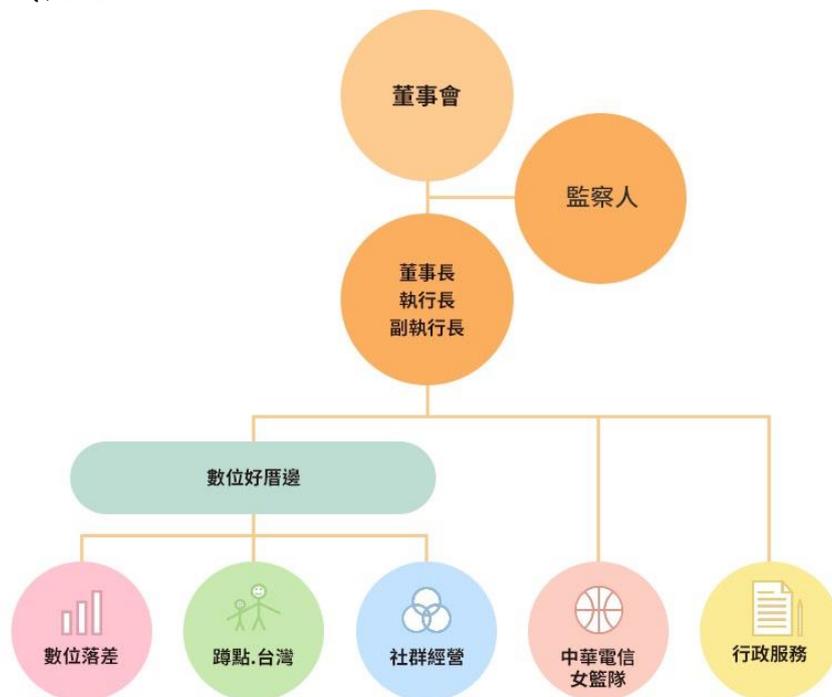
一、設立依據

中華電信於95年2月成立中華電信基金會，以「縮短城鄉數位落差」、「協助傳統文化產業」、「耕耘社區生活」為三大主軸，透過長期蹲點與社區建立互信的合作基礎，支持在地穩定成長。基金會為資源整合平台，亦是數位育成平台，不間斷地耕耘在地、落實企業社會責任，共同關心社區事務。我們持續從社區需求出發，開展方方面面的行動專案深耕在地，期望強韌在地競爭力，為鄉里儲備永續自轉的能量，成就更多與鄉共好的故事。

二、設立目的

中華電信基金會成立宗旨為改善城鄉、族群、貧富，在教育及傳播間之數位落差，並提倡身心健康以平衡資訊科技的過度使用，更希望能透過連接全台的中華電信網路與廣大民眾緊密結合，以關懷社會、回饋社會為出發點，替台灣社區人文發展貢獻一點心力。以基金會為連結橋樑，結合企業核心技能及社會上的各項資源，共同陪伴社區，我們執行的工作以在地文化為主軸，以社區參與為服務起點，期能為台灣社區的發展貢獻一份心力。

三、組織概況



貳、年度工作(業務)計畫目標

一、計畫名稱

2006年「中華電信數位好厝邊」計畫啟動，成為中華電信暨基金會實踐數位平權場域。我們與在地組織、第三方專業團隊進行跨域合作，面向資源落差的現象共商解方。伴隨疫後數位化浪潮，一方面結合行動載具的普及性及便利性，導入相關課程及數位知能，也投注更多心力協助地方積累與提升軟性資產，為在地全方位儲備數位養分，與時代趨勢同行。

112年，我們將透過「數位培力」、「青年培力」、「在地培力」及「故事行銷」等4大面向，傾聽在地聲音投注各式資源，持續深耕地方使社區活化，並將基金會的行動與社區的故事向外擴散傳遞。

進入5G AIoT時代後，科技所勾勒的未來充滿無限想像，基金會做為社區的數位引路人，將持續強化在地的資通訊能力。「數位培力」計畫持續支持在地建置數位學習環境，讓不同年齡、不同族群的住民都能因此享有對等的科技資源；「青年培力」計畫導入大專青年人力，鼓勵青年學子跳脫框架，透過服務在地、紀錄鄉土的過程開拓個人視野；「在地培力」計畫則是藉由基金會的穿針引線，將各領域的業師及專業團隊帶進社區，協助培力在地人才、產業優化升級；「故事行銷」則是透過我們的自媒體頻道與社群平台，讓地方作為得以被看見，帶動正向循環。

二、計畫重點

(一)數位培力：扎根科技知能，實踐數位平權

翻轉偏鄉弱勢，須從數位教育開始，「數位好厝邊」計畫以彌平城鄉數位落差為本心，結合中華電信科技本業，把設備與頻寬延伸至邊陲地域，提升偏鄉社區的數位韌性。基金會將持續強化在地的資通訊能力，從不同的切點引入適切的資源，讓不同年齡、不同族群的住民都能享有對等的科技資源，維持在地競爭力。

(二)青年培力：結合青年視角，紀錄多元文化

「蹲點.台灣」計畫於每年暑期，媒合大專生進入社區，投入近半個月的歷程結合青年學子所長，共創社區所需的服務方案，為在地注入活力與創意。大專青年在蹲點期間，走看台灣地方人情，運用擅長的社群記錄，化為一篇篇的在地故事。112年擬結合線上線下的執行，募集更多青年學子共同參與，將蹲點精神持續向外傳散。此外，我們也將關懷延伸至新二代，為新二代提供對外發聲的交流平台，也讓社會大眾從多元視角切入，看見另一群在台青年的心境與意見。

(三)在地培力：翻轉社區產業，跨域同創共好

發展社區產業除了硬體的構建，軟性的人力資源同等重要。基金會為支持在地朝永續經營邁進，挹注數位能量培育在地人才之外，並募集具備設計專業的大專院校團隊及社會設計平台共同參與，一面協助梳理社區資源及現況，同時帶入產業知識及共創精神，為社區打造進階學習、優化產業的機會。此外，我們共邀企業以實際行動支持社區產業，期許地方創生之路我們能成為社區堅強的奧援與支柱。

(四)故事行銷：紀錄在地故事，傳遞正向能量

目前基金會在全國共有89個「數位好厝邊」合作據點，涵括閩南、客家、原鄉部落，遍及台灣本島北東南中及離島，每個據點有其獨特的地方文化，更蘊含了一篇篇動人的故事。未來，基金會將持續經營自媒體頻道與社群平台，透過線上結合線下的模式，讓更多人有機會認識並參與在地。平時投入籃球領域的中華電信女籃，也將善盡公益大使的任務，與基金會一同關懷社會，傳遞共好的力量。

三、經費需求

112年各項業務計畫的經費預算如下：

	工作項目	內容說明	預算
數位好厝邊	數位培力	1. 拓點及設備建置：50萬元 2. 數位好厝邊維運費：100萬 3. 好厝邊小導演：140萬 4. 社區應用課程：80萬元	370萬元
	青年培力	1. 暑假蹲點台灣：150萬元 2. 校園巡迴影展暨線上宣傳：30萬元 3. 心南向線上座談暨實體活動：60萬 4. 蹲點頒獎典禮暨成果發表：60萬元	300萬元
	在地培力	1. 蹲點創新設計暨社區深耕個案：150萬元 2. 交流及工作坊：40萬元 3. 協助社區產業：160萬元	350萬元
故事行銷	媒體行銷	1. 專案合作：100萬元 2. 活動廣宣：100萬元	380萬元
	社群經營	1. 第14屆蹲點台灣內容更新：20萬元 2. 社群經營暨網站維護更新：50萬元	
	籃球推廣	1. 三對三鬥牛賽三場：80萬元 2. 電信女籃社區巡迴交流活動：30萬元	

四、預期效益

後疫情年代加速邁向數位時代，也更加凸顯城鄉數位落差的嚴重性。承載著守護數位平權的使命，基金會連結企業的科技能力，協助偏遠區域或非營利組織建立穩定可用的網路環境，導入軟硬體資源，輔導需求端善用各式數位工具，為在地開創更多可能性。

為落實永續經營社區的理念，依照社區發展進程遠近，提供客製化資源。從數位學習、青年志工、地方創生、社群擴散等面向，以期全力建構社區發展過程所需的支撐網絡。透過年度專案規畫，預期達成下列效益：

(一) 善用數位力，開創新優勢

中華電信基金會成立後，肩負「縮短城鄉數位落差」的社會責任，我們所建構的數位學習環境成為社區成長的基底。近年來，因應數位化的時代浪潮，我們深信善用數位就能協助地方開創更多的優勢，因此除了提供資源，我們也扮演育成平台的角色，運用通訊科技協助社區打造穩健的軟實力：提供教育相對缺乏的孩子線上課輔的機會，帶領下一代運用數位紀錄家鄉故事，鼓勵樂齡長輩開創人生的多元學習，結合網路平台記錄地方文化、推廣社區物產等。我們將持續為社區建構資訊平等的場域，為在地數位力扎下穩健的根基。

(二) 媒合青年力，帶入創意力

自2009年開展的「蹲點.台灣」，募集大專青年走進社區，展開為期近半個月的服務旅程，結合專長為社區打造創意服務方案，為地方補足人力空缺，注入創意與活力，自我延伸多元觸角的同時也打開了社區的視角，讓青春與土地連結起來，帶來正向循環。本計劃提供蹲點青年記錄歷程的影音分享平台，從靜態文字到動態影音都能進行直面的記實，透過社群平台的放送，讓更多人看見這群青年耕耘在地的身影，也為社區部落留下更多動人的故事。

(三) 導入設計力，帶動產業力

地方創生的力量遍地開花，風土經濟學因運而生，從小農商品、社企品牌、在地小旅行等型態，隨處可見地方創生的養分。為了協助社區產業跳出框框，邁向新生，我們邀請跨領域的專業團隊參與社區，以強強聯手之姿，梳理社區產業現況、並進一步提出解決方案，透過教學相長的合作模式，協助社區夥伴建立專業知識，更加貼近消費者喜好需求，也讓在地組織從點到面鏈結資源，一步步轉動地方經濟圈。

(四) 社群擴散力，傳遞好故事

基金會將持續善用資通訊網絡結合自媒體頻道，加速擴散公益影響力。亦廣結盟第三方友好廣宣平台，以此分享更多基金會的公益行動，也讓「數位好厝邊」的美好故事和成長軌跡觸及更多人。

參、本年度預算概要

一、收支營運概況

本會112年度業務收入為中華電信捐贈之5170萬元（內含女籃隊1800萬元），無其他的業外收入，預估定存孳息為35萬元。預算經費包括：專案支出3810萬元（內含業務計畫經費1400萬元、志工費用370萬元、電信女籃隊費用2040萬元），會務推廣、教育訓練及人事行政費用為1395萬元，總計5205萬元，請參考收支營運預計表之內容。

二、現金流量概況

受疫情影響部份專案調整執行時程，疫情趨緩後女籃交流活動、數位學習課程等專案於年底陸續啟動，需跨年度進行付款，故預估112年度現金流量預計表為101.4萬元。

三、淨值變動概況

在淨值變動的部分，本年度的總收入為5205萬元，預計支出為5205萬元。

肆、前年度及上年度已過期間預算執行情形及成果概述

一、前年度決算結果及成果概述

本會110年度業務收入為中華電信捐贈收入51,700,000元，其他捐贈收入354元及孳息收入189,674元，110年度的總收入為51,890,028元，而110年的經費總支出費用為50,191,720元，餘絀款為1,698,308元。

110年的工作內容以「數位培力」、「青年培力」、「在地培力」以及「其他專案」等四個面向進行業務推動，各項執行成果如下：

（一）數位培力專案

為彌平城鄉間的數位落差，基金會長年協助社區建置數位環境、提供數位養分，為「數位好厝邊」不同需求開辦對應課程，亦是創造一個屬於在地互動交流的場域，增進人際流通機會，本專案達成效益如下：

1. 好厝邊小導演：

- （1）基金會逐年透過本專案培育學童的數位影像能力，並在過程中強化對土地文化的連結度，進而更關心家鄉議題。因應疫情，我們將實體課程轉為線上，與台東土坂部落方舟教室、屏東獅子鄉楓林教會與台中天恩社區關懷協會合作，透過遠距線上執行「好厝邊小導演」專案，共培育64位小導演。
- （2）邀請專業導演擔任講師，教授影像剪輯及說故事技巧之餘，藉此教導學童認識數位工具的多元使用，後以實作拍攝收斂課程所學，由小組分工共同完成創作影音。
- （3）為讓學員從不同的面向認識影像的魅力，特別在結業式安排了3D電影車到場，帶給學員更寬廣的視覺體驗。
- （4）活動成果請上：

https://www.youtube.com/user/clicktaiwan/playlists?view=50&sort=dd&shelf_id=5

2. 好厝邊E起學：

(1) 疫情期間為能維持社區住民的居家學習力，於 4 月間籌劃「好厝邊 E 起學」線上課程，內容係依據社區需求，製播自媒體經營及電商實戰等課程，協助地方產業善用自媒體進行廣宣，並透過電商平台拓展銷售管道。

(2) 結合專業團隊，與中國生產力中心首度合作「好厝邊 E 起學」，透過業界導師的規劃參與，提供好厝邊知識性課程及實作案例。

(3) 課程內容豐富多元，涵蓋現今最熱門的社群平台實務操作，如：Facebook 商品銷售，Instagram 品牌經營，LINE2.0實戰應用，Google 雲端工具，各大電商平台實務分享等。

3. 維運數位好厝邊：

(1) 基金會在全國共有 89 個數位好厝邊，我們深知在地蹲點的重要性，因此選擇以長期扎根、永續經營的模式陪伴在地、將資源導入社區，有鑑於據點資源相對缺乏且發展進程不一，遂以長期耕耘的角度陪伴在地，依在地狀態導入專案資源，扶持社區穩健前進。

(2) 除了提供資源，基金會亦扮演資源連結平台的角色，隨著社區發展進程及需求面向，媒合第三方友好單位或跨領域資源進入社區，擴大並深化基金會對在地的服務層面，也是善用「串聯力」為地方帶入多樣資源與多元的夥伴關係。

(二)青年培力專案

串連各大專院校青年資源，將大學生的創意力及實踐力帶入「數位好厝邊」，結合社區再造、紀錄片拍攝、文字紀錄、服務方案等多層面，從在地視角為社區發聲。本專案達成效益如下：

1. 因應疫情滾動式調整廣宣方式，虛實並進的宣傳策略使青年志工之招募人數創新高，共招募 30 組團隊，每組 2 人。但因五至七月間疫情嚴峻，全台升為三級警戒，為守護社區健康，取消暑期蹲點實體活動。

2. 邀請關鍵評論網創辦人楊士範、楊力州導演、政大廣電系王亞維教授等大師級名人與蹲點學長姊共同錄製線上節目「蹲點 Online」，分享展開蹲點旅程後，「一手服務，一手紀錄」的心路歷程與生命意義。

3. 辦理「蹲點·台灣」紀錄片新秀獎的徵件競賽，鼓勵 30 歲以下的青年也發揮蹲點精神，記錄身邊的動人故事。我們透過獎項頒布，支持新世代勇於表達與進行創作，善用影像力為社區發聲，向大眾傳遞正向能量。（★得獎名單有《GDP 守護者》、《Red Sea》、《地瓜葉大王》、《婆婆跳舞》、《採歌》、《規暝無暝》、《遠端對話》、《蟲境》。）

4. 10 多年來，全台近 50 校、超過 80 系、近 600 位大學生參與蹲點。歷屆「蹲點·台灣」成果請上：

https://youth.chtf.org.tw/achievement?field_cate_year_tid=18

5. 新二代的跨文化認同為新興的社會議題，基金會藉由「蹲點·台灣·心南向」讓大眾看見新二代的看見，激發台灣人多元文化包的容力量。本年度透過製播線上節目，邀請新二代青年領袖劉千萍、李如寶、鄒佳晶等人對談生命經歷與成長體會，呈現他們對身份認同、跨國遷移的反思，進而透過社群擴散力，引動大眾對新移民的關懷與理解。線上節目的播放達成 83,900 觸及人次，14,333 互動與 4.2 萬觀看次數。

2021 新二代聊天室：欸！你是混哪裡的？【完整版】

<https://www.youtube.com/watch?v=-5uDqIYbC3s>

(三) 在地培力專案

基金會視社區發展過程之所需，媒合專業人力及相關活動，提供社區進階學習的機會，亦為在地導入、媒合多面向資源。本專案達成效益如下：

1. 蹲點創新設計行動：

(1) 與 5% Design Action 合作，媒合亞洲大學創意商品設計系、東海大學工業設計系及龍華科技大學文創與數位媒體設計系三組具備設計專業的師生團隊分別到花蓮邦查農場、花蓮黎明教養院與桃園新屋愛鄉協會，進行為期近半年的蹲點與探查。

(2) 歷經近半年時程，依產業發展進程及期待，從空間優化、LOGO 及 IP 設計、產品包裝設計、食農教育推廣、海廢料的延伸運用等，以共創的方式由團隊和社區產出適合的設計方案，後續由基金會協助落實計劃，支持地方產業優化升級。

(3) 花蓮邦查農場、亞洲大學創意商品設計系以推廣阿美族野菜文化出發，從優化品牌 LOGO、強化產品包裝識別度、食農教育教材的規劃設計等面向著手，協助部落產業升級，也有助於消費者深度認識阿美族野菜文化。

(4) 花蓮黎明教養院庇護工場、東海大學工業設計系則是從優化空間、禮盒包裝設計的精進、品牌 LOGO 及 IP 設計進行規劃。一方面改善庇護工場室內空間動線，讓有限的空間能有最佳應用，同時也讓更多人注意到該場域的存在，此外透過設計元件的調整，也讓工場產出的禮盒更有記憶度。

(5) 桃園新屋愛鄉協會、龍華科技大學文創與數位媒體設計系結合在地關注的環保題材及海廢料循環設計的概念，共同產出符合地方文化意象的產業品牌 LOGO 及周邊商品設計，此外延續海廢料再利用的想法，將年輕人的創意融入其中，創作出別具特色的伴手禮。

(6) 舉辦實體交流分享會，除了展示各組產出的成果，藉分享執行計劃的歷程，讓各組團隊能在設計專業、社區經營層面促進多面向激盪，而有所收穫、有所學習。

(7) 與「今周刊」合辦線上沙龍座談，由知名作家「洪震宇」擔任座談主持人、花東菜市集創辦人「彭昱融」擔任與談人；後續運用網路社群擴散力，增加活動的能見度。

(8) 活動成果請見

<https://www.chtf.org.tw/news/648>

<https://fb.watch/cfz32aHgwj/>

2. 年節伴手禮：

為協助推廣地方產業，基金會結合企業年節送禮的需求，從「數位好厝邊」當中，挑選推薦 10 個社區 24 款商品予公司長官同仁做為企業伴手禮選購之品項，涵蓋台灣原味、光原社會企業、森林紅茶、愛一家親社會企業、幸福食間、愛不囉嗦、台灣肯納自閉症基金會、花蓮黎明庇護工場、嘉義松竹社區等。

3. 好厝邊提案：

(1) 我們與台新銀行公益慈善基金會「您的一票，決定愛的力量」專案合作，鼓勵在地積極主動的爭取資源，藉由社區提案及網路票選二階段的過程提供專案經費，共同推展數位應用。

(2) 將支持 3 個社區單位專案經費：良顯堂社會福利基金會、台灣微客公益行動協會及基隆武崙社區發展協會。

(3) 以數位學習結合社區關懷為提案主題，包括建置青少年就業準備網路平台、為學童建構穩定的數位環境以促進學習、以及培訓社區志工的攝影剪輯能力記錄社區之美。

(四) 故事行銷 (含社群經營及籃球推廣)

電信女籃在不影響平日訓練的原則下，走入社區全力投入公益活動。此外，基金會亦透過網路平台將各專案耕耘社區的故事分享予大眾，活動效益細述如下：

1. 「電信女籃回娘家」公益活動：

(1) 配合政府防疫政策，本年度取消大型三對三鬥牛賽，轉變活動型態，邀請電信女籃球員回到國中母校分享職籃生活，鼓勵孩子們勇於追夢。

(2) 本次共辦理宜蘭、新竹二場活動，分別前往球員潘姿吟及王游乙文的母校「宜蘭壯圍國中」及黃湘婷、林玉書的母校「新竹光華國中」。總計吸引超過三百位學生到場參加。

(3) 電信女籃除了日常培訓及賽事，也透過各類型活動與熱愛籃球運動者切磋球技，所以活動中除了分享職籃生活，電信球員也親自指導在校選手，以團隊及分組的模式，讓選手充分了解對籃球的正確觀念及技巧。

2. 好厝邊 FUN 暑假：

為了在疫情期間，陪伴社區樂於居家學習，基金會與台灣玩具圖書館協會、水源地文教基金會、台灣肯納自閉症基金會合作，特別邀集親子型 KOL 以活潑淺顯的表達方式，製播手作教學影片。再邀請 15 個以服務學童為主的「數位好厝邊」據點線上參與，瞭解洋蔥手染布、玩具相框與手工肥皂的趣味性與製作過程，基金會並提供了超過 800 份手作材料包，鼓勵好厝邊的長輩陪伴孩子們，透過親子共學認識好厝邊的在地文化，帶來有溫度的陪伴。線上教學影片透過自媒體的擴散與放送，達成

61,662 觸及人次，8,503 互動，158 次分享，在 YouTube 頻道累計觀看已超過 34 萬次。

3. 社群媒體經營：

透過基金會自媒體、多元頻道的經營，如 FB、IG、YouTube 與官網，分享我們和社區互動的篇篇故事，為能讓更多人認識基金會作為、將地方故事播至更多人面前，也持續與友善媒體合作擴散。今年官網總造訪達 64,374 人次、FB 總觸及人數達 851,861 人次、YouTube 頻道觀看人次突破 3 萬(3.7 萬)。

二、上年度已過期間預算執行情形

111 年度的實際捐贈收入為 5170 萬元。支出總預算為 5420 萬元，估計自結數為 5353 萬元。其中業務計畫預算 1535 萬元，估計自結數 1366 萬元，上半年度受疫情影響部份實體專案未能執行，除了以線上方式彈性調配執行方式，疫情趨緩後也重啟各項專案，本年度業務計劃執行率達八成九；行政管銷預算 1465 萬元，估計自結數為 1328 萬元，執行率為九成；另電信女籃隊原編列預算 2050 萬元，本年度因應隊員人事異動，資深隊員離隊，相關經費動支因此增加，估計自結數為 2308 萬元。

貳、主要表

一、收支營運預計表

財團法人中華電信基金會

收支營運預計表

中華民國112年度

單位：新台幣千元

前年度決算數		項目	本年度預算數		上年度預算數		比較增(減)數		說明
金額	%		金額(1)	%	金額(2)	%	金額 (3)=(1)-(2)	% (4)=(3)/(2)*100	
51,890	100.00	收入	52,050	100.00	52,050	100.00	0	0.00	
51,890	100.00	業務收入	52,050	100.00	52,050	100.00	0	0.00	
51,700	99.63	受贈收入	51,700	99.33	51,700	99.33	0	0.00	係為預估中華電信股份有限公司之捐贈
190	0.37	利息收入	350	0.67	350	0.67	0	0.00	係為預估定存孳息
0	0.00	業務外收入	0	0.00	0	0.00	0	0.00	
0	0.00	財務收入	0	0.00	0	0.00	0	0.00	
0	0.00	其他業務外收入	0	0.00	0	0.00	0	0.00	
50,192	96.73	支出	52,050	100.00	54,200	104.13	(2,150)	(3.97)	
50,192	97	業務支出	52,050	100	54,200	104	(2,150)	(30)	
36,451	70.25	專案支出	38,100	73.20	39,550	75.98	(1,450)	(3.67)	調整專案項目及執行方式
404	0.78	會務推廣費用	400	0.77	400	0.77	0	0.00	
10	0.02	教育訓練費用	100	0.19	100	0.19	0	0.00	
2,209	4.26	行政管理費用	1,950	3.75	2,650	5.09	(700)	(26.42)	
11,118	21.43	人事薪資費用	11,500	22.09	11,500	22.09	0	0.00	
0	0.00	業務外支出	0	0.00	0	0.00	0	0	
0	0.00	財務費用	0	0.00	0	0.00	0	0	
0	0.00	其他業務外支出	0	0.00	0	0.00	0	0	
0	0.00	所得稅費用(利益)	0	0.00	0	0.00	0	0.00	
1,698	3.27	本期餘絀(短絀)	0	0.00	(2,150)	(4.13)	2,150	(100.00)	
0	0.00	本期其他綜合餘絀	0	0.00	0	0.00	0	0.00	
0	0.00	本期其他綜合餘絀合計	0	0.00	0	0.00	0	0.00	

二、 現金流量預計表

財團法人中華電信基金會		
現金流量預計表		
中華民國112年度		單位：新台幣千元
項 目	本年度預算數	說 明
業務活動之現金流量		
稅前賸餘(短絀)	0	
調整項目		
提列備抵呆帳及損失		
提存各項準備		
折舊及折耗		
攤銷		
沖轉遞延負債		
兌換損失(利益)		
處理資產損失(利益)		
債務整理損失(利益)		
存貨淨減(淨增)	14	備品一批
應付費用淨增(淨減)	1,000	
遞延所得稅淨增(淨減)		
營業活動之淨現金流入(流出)	1,014	
投資活動之現金流量		
短期投資淨減(淨增)		
減少長期投資		
減少基金及長期應收款		
減少固定資產及遞耗資產		
無形資產及其他資產淨減(淨增)		
增加長期投資		
增加基金及長期應收款		
增加固定資產及遞耗資產		
投資活動之淨現金流入(流出)	0	
籌資活動之現金流量		
短期債務淨增(淨減)		
增加長期債務		
其他負債淨增(淨減)		
增加基金餘額、公積及填補短絀		
減少長期債務		
減少基金餘額		
籌資活動之淨現金流入(流出)	0	
匯率影響數		
現金及約當現金之淨增(淨減)	1,014	
期初現金及約當現金	150	
期末現金及約當現金	1,164	

三、 淨值變動預計表

		財團法人中華電信基金會		
		淨 值 變 動 表		
		中華民國112年度		單位：新台幣千元
項 目	上年度餘額 (1)	本年度增 (減)數 (2)	截至本年度 餘 額 (3)=(1)+(2)	說 明
基金	100,000	0	100,000	
創立基金	100,000	0	100,000	
捐贈基金				
其他基金				
公積				
特別公積				
累積餘絀	(5,434)	0	(5,434)	
累積賸餘				
累積短絀	(5,434)	0	(5,434)	當年度餘絀數
淨值其他項目				
累積其他綜合餘絀				
未認列為退休金成本之淨短絀				
合計	94,566	0	94,566	

肆、參考表

一、資產負債預計表

財團法人中華電信基金會				
資產負債預計表				
中華民國 112 年 12 月 31 日				單位：新台幣千元
110年12月31日 實際數	項 目	112年12月31日 預算數 (1)	111年12月31日 預算數 (2)	比較增(減)金額 (3)=(1)-(2)
	資 產			
34,336	流動資產	1,566	566	1,000
33,843	銀行存款/現金	1,164	150	1,014
7	應收利息	15	15	0
486	備品盤存	387	401	(14)
	基金、長期投資及應收款			
100,000	基金定期存款	100,000	100,000	0
100,000	基金定期存款	100,000	100,000	0
	固定資產			
0	固定資產	0	0	0
	無形資產			
0	無形資產	0	0	0
	其他資產			
0	其他資產	0	0	0
0	存出保證金	0	0	0
	資 產 總 計			
134,336	資 產 總 計	101,566	100,566	1,000
	負 債			
8,904	流動負債	7,000	6,000	1,000
6,784	應付費用	7,000	6,000	1,000
0	其他應付款-關係人			
0	長期負債	0	0	0
	其他負債			
2,120	其他負債	0	0	0
	負 債 合 計			
8,904	負 債 合 計	7,000	6,000	1,000
	淨 值			
100,000	基金餘額	100,000	100,000	0
100,000	基金餘額	100,000	100,000	0
	公積			
0	公積	0	0	0
	餘絀			
25,432	餘絀	(5,434)	(5,434)	0
25,432	累積餘絀	(5,434)	(5,434)	0
0	權益調整	0	0	0
	淨 值 合 計			
125,432	淨 值 合 計	94,566	94,566	0
	負 債 及 淨 值 總 計			
134,336	負 債 及 淨 值 總 計	101,566	100,566	1,000

二、員工人數彙計表

財團法人中華電信基金會

員工人數彙計表

中華民國 112年度

單位：人

職類 (稱)	本年度員額預計數	說明
董事長	1 人	無給職，基金會負責人
執行長	1 人	負責基金會的營運與管理，並對外代表本會
副執行長	1 人	協助執行長基金會的營運與管理，並推動執行各項業務
經理	1 人	負責專案規畫與督導執行
企畫	6 人	負責不同專案的企畫與執行
行政	1 人	負責基金會的行政及總務
電信女籃	15人	負責籃球推廣專案執行及賽事
總計	26人	

三、用人費用彙計表

用人費用彙計表

中華民國 112年度

單位：新臺幣千元

項目名稱 職類(稱)	薪資	超時工作報酬	津貼	獎金	退休及、卹償金 及 資遣費	分攤保險 費	福利費	其他	總計
董監事	董事長及董事、監事，皆為無給職，僅支領會議車馬費：105								
	依職位、資歷不等，給予不同的薪資報酬	依勞基法規 定提報加班 費	會務工作 津貼、球 員學雜費	三節獎 金	資遣費、勞退金 比照勞基法規 定。卹償金依本 會人事管理規則 辦理	本會提供 團保及勞 健保	生日禮 金等福 利費		
基金會職員	8100	50	200	1600	500	1000	50		11500
電信女籃	9960	0	200	1850	600	1100	20		13743
總計	112年度人事費用含勞健保、三節獎金總計為2524.3元。 (基金會1150萬元，電信女籃1374.3萬元)								