

## 摘要

我國失業率從 1996 年突破 2% 以來，一路攀升至 2002 年 5.17% 的高峰。政府未償債務餘額佔 GDP 的比率從 1980 年代平均 8.8%，到 2005 年為 31.9%，時至今日仍在不斷增加中。相較於此，軍公教人員 18% 優惠存款利率之正當性與妥適性，遂引起社會各界的懷疑與關注。

2005 年 10 月間，前總統陳水扁公開宣示要對軍公教 18% 優惠存款制度進行改革，主管機關銓敘部與教育部、國防部及行政院人事行政局等相關主管機關組成專案小組，在一次退休金及優惠存款利率 18% 不作變動之前提下，擬具「公務人員退休所得合理化改革方案」，並訂於 2006 年 2 月 16 日軍公教三類人員同步實施，一時間各大電視節目及平面媒體對此議題廣泛討論，社會大眾正反雙方意見衝突瞬間爆發。本研究透過政策行銷策略 4Ps 之架構，探討改革方案在一片撻伐聲浪中，如何透過政策行銷來爭取社會大眾以及標的團體的認同。

改革方案從 2006 年 2 月 16 日實施 3 年以來，社會各界仍有不同意見。考試院於 2008 年 9 月 4 日第 11 屆考試委員第 1 次會議作成決議，要求銓敘部檢討。銓敘部在邀集相關主管機關會商後，於 2008 年 10 月 23 日提出處理方案與相關配套措施函送考試院審議；考試院經過 3 次全院審查會，於 2009 年 4 月 2 日考試院第 11 屆第 29 次會議審議通過，新的修正方案將俟公務人員退休法完成修法程序，再據以訂定實施日期，向後生效。筆者依據研究結果，提出本文之研究發現與研究建議，提供主管機關日後從事修正方案之政策行銷參考。同時也企盼政策行銷在承繼企業行銷之概念之餘，能以公共政策之「公共性」為出發點，並透過學術與實務的相互呼應與驗證，建立起健全完善且運作良好的政策行銷理論。

**【關鍵詞】**：18%、退休所得合理化改革方案、優惠存款、政策行銷、4Ps