



103年公務人員普通考試試題

代號：4 160

類 科：一般行政
科 目：公共管理概要
考試時間：1 小時 30 分

座號：_____

※注意：禁止使用電子計算器。

甲、申論題部分：(50分)

- (一)不必抄題，作答時請將試題題號及答案依順序寫在申論試卷上，於本試題上作答者，不予計分。
- (二)請以藍、黑色鋼筆或原子筆在申論試卷上作答。

一、何謂公部門志工？公部門可以透過那些途徑以有效推動志工管理？(25分)

二、政策行銷的類別有那些？試舉例說明。(25分)

乙、測驗題部分：(50分)

代號：6401

- (一)本測驗試題為單一選擇題，請選出一個正確或最適當的答案，複選作答者，該題不予計分。
- (二)共25題，每題2分，須用2B鉛筆在試卡上依題號清楚劃記，於本試題或申論試卷上作答者，不予計分。

- D 1 下列何者是公共管理的主要特質？
- (A)完全等於政府管理，但強調其與私部門、非營利組織之間的公私夥伴關係
 - (B)主要在運用市場機制，並將公共服務完全市場化，以追求經濟效率
 - (C)是將企業管理手段運用於公部門，並改變公部門的主體性
 - (D)重視與外部環境的關係，強調最高管理者的策略設計
- C 2 以下那一項不是公共選擇理論 (public choice theory) 對於傳統公共官僚組織的批評之一？
- (A)官僚組織欠缺競爭性
 - (B)官僚追求預算極大化
 - (C)官僚時常創造風險
 - (D)政府功能擴張產生尋租行為
- B 3 下列何項描述比較符合企業精神政府的原則？
- (A)增加政府對於經濟活動的管制
 - (B)採取扁平式的組織結構設計
 - (C)強調公共服務的公平與正義
 - (D)推動社會福利的公共化
- D 4 公共管理者常須分析組織內部情況與外部環境，亦即進行 SWOT 分析，其中之「O」代表？
- (A)組織 (Organization)
 - (B)運作 (Operation)
 - (C)觀察 (Observation)
 - (D)機會 (Opportunity)
- D 5 根據治理的理論觀點，網絡式的治理結構中，網絡成員之間是以何者作為其最主要運作機制？
- (A)命令
 - (B)誘因
 - (C)交易
 - (D)信任
- A 6 有關全面品質管理的概念中，下列何者錯誤？
- (A)只強調滿足顧客的實質需求為焦點
 - (B)強調工作與人性整合的管理哲學
 - (C)以不斷持續改進為目標
 - (D)強調以團隊合作為基礎的全面參與
- D 7 下列何者不是倡導全面品質管理的重要學者？
- (A)戴明 (W. Deming)
 - (B)寇斯比 (P. Crosby)
 - (C)朱朗 (J. Juran)
 - (D)卡斯特 (F. Kast)
- A 8 下列何者不是團隊的特點？
- (A)團隊的整體績效即每一成員個體績效之總和
 - (B)有共同而明確的團隊目標
 - (C)團隊成員應具備互不重疊的異質性功能
 - (D)個人目標與團隊目標合而為一
- A 9 戶政事務所提供便民措施，例如：網路預約服務，是一種什麼樣的管理表現？
- (A)顧客導向管理
 - (B)標竿學習
 - (C)目標管理
 - (D)團隊管理



103年公務人員普通考試試題

代號：40160

全一張 (背面)

類 科：一般行政
科 目：公共管理概要

- B 10 在危機管理過程中，危機情境監測系統是屬於下列那一個階段的活動？
(A)危機爆發前 (B)危機發生時 (C)危機潛伏時 (D)危機結束後
- B 11 美國聯邦危機管理局建立的整合性危機管理系统，將整個危機過程分為下列何種先後階段？
(A)回應、準備、紓緩、復原 (B)紓緩、準備、回應、復原
(C)準備、回應、復原、紓緩 (D)復原、準備、回應、紓緩
- C 12 參與管理的原始起源為何？
(A)家庭民主 (B)女權運動 (C)政治民主的參與 (D)企業營利
- B 13 有關「團隊」的意涵，下列何者正確？
(A)強調個人責任 (B)藉共識做決策 (C)領導權被指定 (D)成員獨立作業
- B 14 目標管理過程四個階段之概念為：①行動計畫 ②定期考核 ③自我控制 ④目標設定，其排序為何？
(A)①②③④ (B)④①③② (C)①④③② (D)①④②③
- D 15 標竿學習的流程順序為何？①觀察 ②分析 ③規劃 ④適用 ⑤探尋
(A)①②③④⑤ (B)①③②④⑤ (C)③②①⑤④ (D)③⑤①②④
- B 16 有關非營利組織之敘述，下列何者正確？
(A)非營利組織多係指國際性或非某一特定國家之公益組織 (B)非營利部門亦被稱為「第三部門」
(C)非營利組織是法律名詞，非學術概念 (D)非營利組織係專指一國國內之公益組織
- A 17 知識管理的構成要素為何？①知識 ②競爭 ③分享 ④人員 ⑤權威 ⑥科技
(A)①③④⑥ (B)①②④⑤ (C)①③④⑤ (D)④②③⑥
- B 18 有關公私部門績效管理的差異，下列何者錯誤？
(A)公部門具政治責任；私部門不具政治責任 (B)公部門的所有權明確；私部門的所有權模糊
(C)公部門不具交易制度；私部門具交易制度 (D)公部門競爭程度低；私部門競爭程度高
- D 19 由於開發中國家人民接觸電腦與網路的管道比已開發國家人民少，因此加重了富有國家和窮困國家在電子化政府推動上的差異。這樣的現象最常被稱為：
(A)數位分流 (B)數位割裂 (C)數位分層 (D)數位落差
- B 20 美國學者奧斯本 (D. Osborne) 和蓋伯勒 (T. Gaebler) 提出新公共管理十項原則，下列何者不包括在其中？
(A)強調任務導向 (B)注重過程取向 (C)運用成效分析 (D)運用企業投資觀念
- C 21 如果公營事業以出售官股的方式來完成民營化，則符合何種民營化類型？
(A)替代 (B)委託 (C)撤資 (D)無償移轉
- B 22 下列何者是臺灣實施 BOT 的案例？
(A)中華電信 (B)臺灣高鐵 (C)故宮博物院 (D)木柵動物園
- D 23 下列何者不屬於知識管理中構成知識地圖的三大元素？
(A)知識社群 (B)知識專家 (C)知識庫 (D)知識盤點
- B 24 人類在有限理性的制約下，追求設計最佳的政策與選擇最適的政策工具，最需要依賴那一種方式來補救？
(A)團體討論 (B)政策學習 (C)組織變革 (D)教育訓練
- B 25 我國政府建立與民間機構的合夥關係，將傳統由政府自辦的公共建設，開放民間投資興建，並給予一定營運期間的主要法源依據為何？
(A)獎勵民間參與交通建設條例 (B)促進民間參與公共建設法
(C)政府採購法 (D)獎勵投資條例



申論題解答

一、

【擬答】

(一)公部門志工的運用：

傳統上，第三部門又被稱為志願部門，是以「志工」來扮演重要樞紐的角色，藉以主導該一部門的管理與運作，並協同組織內其它的支薪員工以共同進行組織的運作。

然而，學者徐立德從公部門的角度出發認為，我國近年來隨著公部門組織人力多樣化的要求，在人力資源運用上應保持彈性，而在人力的羅致上也應拋開傳統編制的觀念，須視業務性質及需求多方面考量，尤其現在公、私部門均面臨組織再造及員額精簡，而所必須要做的事情又不見得可減少的情形下，有學者建議可建立「公部門志工服務及管理制」，來支援行政事務減輕人事費負荷，有其正面效益。根據李少華的研究指出，公共部門有志工的參與，一方面可達到組織紓解人力減輕人事費的負擔，另一方面如果退休人員回來擔任志工本身，更可藉此讓退休人員明正言順地踏出家門，讓可能因退休形成在家無所事事之枷鎖降低，渠等更因可再發揮所長獲得歸屬感的滿足，減少因失落所產生的社會問題，二者之間的互動交流，具有雙贏的作用。

(二)公部門志工管理的有效推動方式：

為了擷取第三部門志工管理的制度優點，並有效於公部門推行，建議可從下列兩層面進行：

1.對志工管理者：

- (1)瞭解志工的參與動機，以篩選適合單位運用之志工；
- (2)公部門必須重視志工的管理，並落實志工專業訓練；
- (3)建立志願服務相互支援網絡，節省訓練成本；
- (4)志工督導應能布達組織目標和輔導志工協力達成機關目標，亦應於平時落實管理以預防志工可能出現的干預業務行為。

2.對志願服務運用單位：

- (1)志工工作內容應建立標準化的作業程序，明確讓志工清楚授權範圍，以確保志工的服務為機關所需；
- (2)激勵志工持續服務，編列基本福利配套措施；
- (3)工作內容之設計除講求豐富外，應考量志工的專長和需求，以維繫志工長期服務之興趣與意願；
- (4)賦予志工對其服務工作『有意義』的價值認知和肯定；
- (5)公部門運用志願服務業務首先要做人力需求的評估，並提供志願服務資訊化所需資訊設備，並指定專人負責推動志願服務，以建立志工管理制度。

二、

【擬答】

(一)政策行銷的定義與內涵：

依據吳定教授的定義，政策行銷（Policy Marketing）係指「政府機關及人員採取有效的行銷策略及方法，促使內部執行人員及外部服務對象，對研議中或已形成之公共政策產生共識或共鳴的動態性過程；其目的在增加政策執行的成功機率、提高國家競爭力、達成為公眾謀福利的目標。」對於民主國家的政府而言，透過民主的溝通及參與程序，政策行銷可由以下四方面實踐：

- 1.對上——國會監督：應能有效回應立委諸公的強烈質詢與監督，包括應重視媒體公關、民代公關等。



- 2.對外——政策行銷：能掌握民眾心理與需求，處理與各利益團體乃至社會大眾的互動。
- 3.對內——部際宣導：消除部際間，如政務官與事務官間的認知差異與本位主義，達成對政策執行的共識，加強聯繫與溝通。
- 4.對下——府際溝通：在不同層級間的政府部門關係中，加強彼此的協力合作。

(二)政策行銷管理的類別：

陳敦源&魯炳炎（2008）強調政策行銷與管理的能力應為當代公共管理者的核心能力（core competence），並以「政策行銷五問」為策略思考架構，認為公共管理者應在誠實透明（transparency）與專業說理（reasoning）的前提下，運用政策專業與傳播技巧為公共政策創造有利的環境，將政策行銷的活動與效能分成下列五類：

行銷策略	政策行銷五問	行銷管理能力
產品（product）	<u>意義嗎？誰關心？</u> 策是否有意義？有無能說服民眾的正性？政策成敗誰最關心？	策規劃與願景創造的能力 策的合理規劃、願景創造與分享。
價格（price）	<u>源在哪裡？</u> 府可用經費？政府外部資源有些？部間行銷資源的整合？如何整合運用？	合資源的能力 府財政管理與連結社會資源。
促銷（promotion）	<u>的是誰？內容為何？</u> 的團體是誰？有無主、次要團體之，特質是什麼？怎樣的訊息能打動人、標的團體需要什麼樣訊息才能配合策推廣？	策標的團體聚焦與論述的能力 種探詢民意的能力，找出政策標的團體創造其合適接受的訊息。
通路（place）	<u>何行銷？</u> 爭對手（資訊）是誰？民眾對政策產形象的定位？如何滿足其需求？行銷路如何組合才能極大化傳播效果？	略思考的能力 爭對手的指認、產品形象的塑造與傳播路的選擇等。
計畫（plan）	<u>何評估？</u> 策行銷的效果？如何評估？執行過程何缺失？行銷個案中累積何經驗？對後的幫助？	策評估的能力 經驗研究的準實驗設計方法，評估行銷源的投入產出及其影響。