

精進政策及業務宣導預算之編列與執行

行政院主計總處公務預算處



● 公務預算處簡專門委員信惠業務報告情景

壹、前言

立法院於 100 年 1 月三讀通過增訂預算法第 62 條之 1（以下簡稱本法）條文，明文規定政府機關團體編列預算辦理政策宣導，應明確標示其為廣告且揭示辦理或贊助機關、單位名稱，並不得以置入性行銷方式進行。為使各機關有所依循，行政院主計總處（以下簡稱本總處）於 101 年 6 月

8 日訂定「預算法第 62 條之 1 執行原則」（以下簡稱執行原則），規範機關辦理宣導是否標示廣告及相關行政作業流程，又立法院於 101 至 103 年度審查中央政府總預算案針對政策宣導費分別作成決議，要求各機關（含附屬單位）編列政策宣導經費，應於預算書表內將經費編列情形妥適表達、除突發事件所需外，不得動支任何經費進行宣導、按月於機

關網站公布及按季彙送立法院等，並由行政院轉請各機關配合依上開決議辦理。

嗣 108 年下半年行政院農業委員會鑒於網路上農業錯假訊息數量暴增，規劃加強農業訊息因應對策計畫，期能針對在網路社群平台之錯假訊息即時澄清處理，遭致外界質疑政府養網軍帶風向球之非議，又 109 年下半年「科學人」雜誌於臉書上刊登萊豬廣告，更引

爆政府置入性行銷之爭議，以及相關預算編列及執行是否符合本法規定之質疑，立法院審查年度總預算案通過多項有關預算執行控管及資訊揭露之相關決議，立法委員並主動提案進行本法之修法，政策宣導經費再次成爲各界關注之焦點，審計部與監察院亦就政策宣導經費進行專案查核與調查。

貳、近期立法院決議、 修法情形與監察院 調查意見

一、近期立法院通過之決議

立法院於審查 109 及 110 年度中央政府總預算案時通過決議，包括行銷費、廣告費須詳細列明費用項目及金額，另其他科目經費不得流入；自 111 年度各機關、基金辦理政策宣導應於預算書中以表列方式呈現預算科目、金額、預計執行內容等；政府各機關編列廣告費用及宣傳費用，須符合本法規定，按季將辦理方式、政策效益及執行情形函送立法院備查。另立法院於審查

110 年度預算，亦要求本總處於 109 年 12 月底前建置網站專區，按季公布各機關及國營事業廣告及行銷費用之相關資料。

二、立法院再次主動提案 修正本法

110 年間立法院爲強化監督機制，要求各機關揭露其政策宣導預算之執行情形，爰提案修正本法，並經立法院於 110 年 5 月 18 日三讀通過，於同年 6 月 9 日總統公布，主要修正內容包括將適用範圍由原「政策宣導」擴大爲「政策及業務宣導」、宣導方式定明爲於平面媒體、廣播媒體、網路媒體（含社群媒體）及電視媒體（以下簡稱四大媒體）所辦理者，並增訂第 2 項有關政策及業務宣導經費執行情形之揭露機制。

三、監察院調查缺失及應 改進事項

監察院前依據審計部 110 年 4 月 22 日函送有關 109 年度行政院所屬 22 個主管機關

編列與執行宣導經費運用狀況，經該院於 110 年 5 月 14 日立案調查，並於 110 年 12 月 22 日將調查意見函送行政院，包括：

- (一) 審計部查核 109 年度宣導經費相關缺失，主要係中央行政機關政策宣導經費編列之用途別科目各異，且未符預算科目之定義、預算書表未專項列示、製作成本認列不一、網站定期公開資訊格式不一或未依規定公布於機關網站或按季彙送立法院、未明確標示廣告並揭示辦理或贊助機關名稱等情事。
- (二) 111 年度政策及業務宣導經費預算之編列作業，尚有預算書資料編列表達不一及非屬四大媒體之經費仍列於所編同一預算項目中等缺失，要求行政部門應予改善，以確符立法院要求宣導經費須「專項編列」及「妥適表達」之決議。

專題

(三) 雖已增訂媒體政策及業務宣導三級用途別科目，惟仍有運用工程管理費辦理政策宣導相關爭議，前述三級科目尚未及於可能編列媒體政策及業務宣導相關經費之二級科目，應謀求解決之道。

(四) 四大媒體以外辦理宣導活動時之揭示名稱必要性，行政機關宜再為審酌，以避免外界產生政府置入性行銷之質疑。

參、精進宣導預算編列及執行之作法

因應前述歷年立法院所作決議以及本法之修正，本總處業就宣導經費之預算與執行作業加以檢討，並研擬相關作法，作為各機關遵循之依據，主要包括：

一、研訂媒體宣導費專屬科目及揭露預算全貌方式

為加強各機關媒體政策及

業務宣導經費資訊揭露，以利各機關掌握資料及執行控管所需，增設媒體宣導經費專屬預算科目與新增 111 年度宣導經費相關預算書表，俾利資料勾稽及各界監督宣導經費全貌，其中：

(一) 單位預算部分

1. 增設專屬用途別科目及專表：參酌各機關主要編列媒體政策及業務宣導經費情形，於「委辦費」、「一般事務費」及「對國內團體之捐助」等 3 個二級用途別科目項下增設宣導相關三級科目，新增單位預算書表「媒體政策及業務宣導經費彙計表」（以下簡稱彙計表）。

2. 111 年度總預算編製作業手冊單位預算應編書表格式及注意事項規定：各機關歲出計畫提要及分支計畫概況表、媒體政策及業務宣導經費彙計表及宣導相關三級用途別科目數額應予一致。

(二) 附屬單位預算部分

1. 增設專屬科目及專表：新

增「媒體政策及業務宣導費」專項科目及附屬單位預算書表之彙計表。

2. 「111 年度中央政府總預算附屬單位預算編製應行注意事項－營業及非營業部分」規定：依本法規定透過四大媒體辦理，配合政府推動各項政策及業務之宣導經費應編列於「媒體政策及業務宣導費」科目，並納入彙計表。至前述媒體政策及業務宣導費以外之行銷、宣導費則編列於「行銷推廣費」。

二、訂定各機關對於媒體政策及業務宣導案件認定標準一致規範

為期各機關（基金）對四大媒體政策及業務宣導經費之認定有一致性遵循原則，本總處經蒐集各機關辦理政策及業務宣導之執行態樣，就媒體宣導之製作成本是否應計入媒體政策及業務宣導費等相關議題，邀集相關機關共同討論一致性之認定原則，訂定單位預

算「媒體政策及業務宣導表件及科目問答集」及納入「111年度中央政府總預算附屬單位預算編製應行注意事項－營業及非營業部分」，並通知各機關（基金）予以遵循。

三、建置網站公開區並統一各機關資訊揭露之格式

為便利各界能迅速查詢並取得各機關媒體政策及業務宣導費之執行情形資訊，本總處業於官網完成建置網站超連結專區，自109年第4季起，按季公布各機關媒體政策及業務宣導執行狀況。又為使各機關公開資訊一致，本總處亦統一定「各主管機關（含國營事業、基金、財團法人）辦理政策及業務宣導之執行情形表」，並於110年6月22日函請各主管機關，按季依前述一致性格式彙整執行情形表，送立法院備查。

四、研修執行原則

配合本次本法之修正，本總處經參酌各機關意見檢討修

正本執行原則，並於110年12月15日分行各機關據以辦理，主要修正重點包括：明定免予適用事項僅限「應明確標示其為廣告」之規定，惟仍應揭示辦理或贊助機關、單位名稱；刪除非屬本法規範之示例項目；為利各機關（基金）揭露政策及業務宣導經費預算之編列情形，並增訂預算編列及相關資訊揭露方式、事項、週期及報送之程序等。

肆、監察院調查意見之改進作為

為因應前述監察院調查意見，本總處於111年1月11日邀集中央各機關會商，除加強宣導各機關辦理媒體政策及業務宣導，應依本法及其執行原則，以及前述精進作法辦理，主管機關應就所屬機關執行情形加強管理；又未來各主管機關應督導所屬機關強化內部控制機制，以避免再發生調查意見（一）（二）所列缺失。另亦針對調查意見（三）（四）所提研擬相關機制進行討論後獲致結論，分項

說明如下：

一、工程之媒體宣導經費優先由彙計表所列預算支應

- （一）查行政院110年11月4日修正中央政府工程管理費支用要點第3點第9款規定，工程管理費支應工程建設相關之宣導，如係透過四大媒體辦理，應符合本法規定，111年度各機關如有以工程管理費支應屬本法相關宣導經費需求，為避免爭議，請先由彙計表所列預算優先支應，如仍有不足支應之個案，再另案處理。
- （二）至112年度預算是否於「委辦費」、「一般事務費」及「對國內團體之捐助」以外之二級用途別科目項下增設媒體政策及業務宣導經費三級科目一節，將由本總處蒐集各機關單位意見後另案通盤研議。

專題

二、四大媒體以外辦理宣導活動時應揭示機關名稱

各機關舉辦活動、說明會、園遊會，或發放各式宣傳品等非透過四大媒體辦理之宣導，與營業及非營業基金辦理產品或勞務等行銷推廣，雖非屬本法規範範圍，惟各機關仍應依行政院 100 年 1 月 13 日訂定「政府機關政策文宣規劃執行注意事項」辦理，不得置入性行銷，並明確揭示辦理或贊助機關名稱，至是否標示廣告由各機關自行決定。

三、預算執行應控管不得超支

現行本法第 2 項與各機關單位預算執行要點第 18 點第 3 項規定，各主管機關應就辦理政策及業務宣導預算執行情形加強管理，為使各機關（基金）預算執行控管有一致遵循之依據，考量 111 年度各機關（基金）業將所編媒體政策及業務宣導費列入彙計表揭露，請依下列原則從嚴審核執行，各主

管機關應就其執行情形加強管理：

- （一）單位預算部分：各工作計畫項下媒體政策及業務宣導費（三級用途別科目之合計數）不得超支。
- （二）附屬單位預算部分：各基金媒體政策及業務宣導費專項科目法定預算數總額內支應。

伍、結語

政府施政攸關全民福祉，政府有責任亦有義務將政策內容透過各項宣導作清楚傳達，俾增進民衆的瞭解，近年來政府編列之政策及業務宣導經費向來係為外界關注之焦點，政府辦理政策及業務宣導，除應符合本法有關不得置入性行銷等規定外，外界要求相關媒體宣導預算編列與執行資訊應充分揭露之標準亦日益提高。本總處將持續配合各界所提意見，與時俱進滾動檢討相關規定，冀望各機關辦理政策及業務宣導時均能共同遵守相關規定，避免引發不必要之爭議及

造成民衆之誤解，以達成政策及業務宣導之預期效果。❖