

A Study on the Recruiting Marketing Activities and Recruiting Effects of the Army Service Volunteers Between Singapore and

邱盟雄、蔡翠旭

E-mail: 9511158@mail.dyu.edu.tw

ABSTRACT

The recruiting of national army is moving from the mandatory system to the voluntary system step by step, and the ultimate goal is to implement the whole voluntary policy to achieve the goal of limited quantity, better quality, and strong national defenses; therefore, the recruiting of national army plays an important role. This study is based on the research and questionnaires with the population of the Singaporean and our national army to explore the relationship between the voluntary army recruiting activities and recruiting effectiveness. Since the past research proved only the remarkable impact that the former has on the recruiting activities, it did not explore profoundly the cause and effect between these two factors. Therefore, the study is based on the recruiting activities through the recruiting media as the mediating variable, and by using the indicator of organizational socialization as the measurement of recruiting effectiveness to deepen the research. The study explores three assumptions, H1: recruiting marketing activities and recruiting information channel are positive related, H2: recruiting information channel and recruiting effectiveness are positive related, H3: recruiting marketing activities and recruiting effectiveness are positive related. The result proves that these three assumptions are true no matter in Singapore or in our country. Also it identifies that the recruiting information channel does play the mediating role between the recruiting marketing activities and the recruiting effectiveness. The main discovery from the study is that the recruiting marketing activities through these three systems of recruiting information channel will benefit the recruiting effectiveness and lead to good results. When it comes to our nation, the current recruiting is on the right direction. Judging from the study, it is recommended that the national army recruiting center continues the current focus and holds a variety of recruiting marketing activities by targeting on different population. It certainly will improve our recruiting effectiveness by interviewing the family of people who has the willingness to be voluntary soldier during the activities and by utilizing the school army training instructors to provide early coach.

Keywords : recruiting effectiveness, organizational socialization, mediating variable

Table of Contents

封面內頁 簽名頁 授權書	iii 中文摘要
.	iv 英文摘要 v
誌謝	vii 目錄
.	viii 圖目錄 xi 表目錄
.	xii 第一章 緒論
.	1 1.1 研究動機 1 1.2 研究目的
.	2 1.3 研究範圍 3 1.4 研究流程
.	3 第二章 文獻探討 6 2.1 兵役制度
.	6 2.2 招募方法
.	10 2.2.1 招募的定義 10 2.2.2 招募方式與管道
.	11 2.3 招募行銷活動 17 2.3.1 行銷的定義與演進
.	17 2.3.2 我國志願役軍人招募行銷活動 18 2.3.3 新加坡志願役軍人招募行銷活動
.	22 2.3.4 新加坡與我國招募之比較 25 2.4 招募成效相關理論
.	27 2.4.1 招募成效的定義 27 2.4.2 招募成效的指標
.	30 第三章 研究設計 36 3.1 研究架構
.	36 3.2 研究推論與假設 37 3.2.1 招募行銷活動與招募資訊管道關係假說
.	38 3.2.2 招募資訊管道與招募成效關係假說 39 3.2.3 招募行銷活動與招募成效關係假說
.	40 3.3 研究變數及操作型定義 41 3.3.1 招募行銷活動操作型定義及衡量問項
.	41 3.3.2 招募資訊管道操作型定義及衡量問項 42 3.3.3 招募成效操作型定義及衡量問項
.	42 3.4 研究設計 44 3.4.1 研究對象與資料分析
.	44 3.4.2 資料分析方法 46 第四章 研究發現

47	4.1 問卷回收情形與樣本結構	47	4.2 信效度分析說明
50	4.3 假設驗證	51	4.3.1 招募資訊管道對招募行銷活動之影響
52	4.3.2 招募資訊管道對招募成效之影響	62	4.3.3 招募行銷活動對招募成效之影響
70	4.3.4 招募行銷活動與招募資訊管道對招募成效之影響	80	4.3.5 招募成效變異數分析
82	4.4 小結	86	4.4.1 研究分析結果
86	4.4.2 新加坡與我國之比較分析	90	第五章 結論
92	5.1 理論與實務的意涵		
92	5.1.1 理論方面的意涵	92	5.1.2 實務方面的意涵
93	5.2 研究建議	94	5.2.1 實務上的建議
94	5.2.2 後續研究上的建議	96	5.3 研究限制
96	參考文獻	98	附錄
102			

REFERENCES

- 中文部份: 1. 內政部 (1998), 世界各國兵役制度概論。台北。 2. 國防部 (2002), 立法院第五屆第二會期國防委員會會議:國軍招募志願役士兵規劃報告。 3. 國防部 (2002), 國防部人力規劃小組, 立法院第五屆第一會期國防委員會會議:國軍實施募兵制可行性之評估報告 4. 國防部人次室 (2002), 國軍人才招募行銷活動企劃書。 5. 國防部 (2004)。台北:國防報告書。 6. 國防部人力司 (2004), 九十三年度赴韓國、新加坡、日本考察兵役制度案返國報告。 7. 管理雜誌 (1999), 求才管道新策略。 8. 李珊珊 (2001), 招募方法與工作投入關係之研究, 文化大學國際企業管理研究所碩士論文。 9. 何永福、楊國安 (1993), 人力資源管理, 台北:三民書局 10. 杜永祥 (2005), 國軍人才招募策略之研究:整合行銷傳播途徑, 世新大學公共關係暨廣告學系碩士論文。 11. 吳美連, 林俊毅(1999), 人力資源管理-理論與實務(再版), 台北:智勝文化事業有限公司。 12. 房美玉等著(2002), 人力資源管理的十二堂課全新修訂本, 第三堂課:員工招募、甄選, 天下遠見。 13. 范揚松 (1990) 譯, 人事 / 人力資源管理, Heneman著等。台北:順達出版社。 14. 耿靜宜(1998), 非自願性與自願性失業者尋職行為之比較-以台北地區為例, 國立中央大學人力資源管理研究所未出版之碩士論文。 15. 陳綺薇 (2001), 企業聲望、人才招募管道與招募成效之關聯性研究, 中原大學企業管理研究所碩士論文。 16. 郭崑謨等編著 (1990), 人事管理, 空中大學。 17. 郭乾泰 (2002), 建立顧客導向的人力招募行銷活動之研究—以天弓志願兵為例, 元智大學管理研究所部碩士論文。 18. 黃英忠 (1997), 人力資源管理。台北:三民。 19. 黃英忠 (2000), 人力資源管理, 第五版。台北:三民。 20. 黃俊英 (1997), 行銷學。台北:華泰。 21. 黃俊英 (2001), 行銷學的世界。台北:天下。 22. 黃深勳、黃營杉、洪順慶、吳清松、陳松柏等 (1998), 行銷學概論。台北:空中大學。 23. 湛明暉 (2003), 觀光整合行銷在中小型企業運用的成效, 以獅潭實業合作虛擬組織為例, 世新大學傳播研究所碩士論文。 24. 葉紹琪(1995), 求職行為對於新進員工社會化的影響, 國立中山大學人力資源管理研究所未出版之碩士論文。 25. 張緯良(1996), 人力資源管理, 台北:華泰書局。 26. 張火燦 (1999), 策略性人力資源管理。台北:楊智公司。 27. 鄭修明 (2003), 兩因素理論、社會大眾角色評價與外部發展工作認知對離職傾向影響之研究, 義守大學管理研究所碩士論文。 28. 鄭君邁 (2006), 組織形象、人才招募方式與招募成效關係之研究—以新加坡與我國空軍飛行員招募為例, 大葉大學國際企業管理學系碩士論文。 29. 劉秀娟、湯志安譯(1998), Lawrence S. Kleiman著, 人力資源管理-取得競爭優勢之利器, 揚智文化。 30. 劉爾榮 (2004), 國軍志願役士兵投考因素對人力招募行銷活動之研究-以海軍志願役士兵為例, 義守大學管理研究所碩士論文。 31. 蔡維奇 (1999), 人力資源管理的十二堂課, 李誠主編。台北:天下文化。 32. 璩德平 (2004), 國軍人才招募廣告之研究-從閱聽人角度分析, 大葉大學工業關係學系碩士班論文。 33. 鍾國雄與郭致平譯 (2001), Byars, L. L. and Rue, L.W.著, 人力資源管理。台北:美商麥格羅·希爾。 34. 簡士評 (2001), 招募管道成效之評估, 國立中央大學人力資源管理研究所碩士班論文。 英文部份: 1. Barber A.E. (1994). Recruiting employees: Individual and organizational perspectives. New York: Thousand Oaks. 2. Barber, A. E. (1998) . Recruiting employees: Individual and organizational perspectives. Thousand Oak, CA:Sage 3. Baron,R.M. & Kenny, D.A. (1986) , " The moderator-mediator variable distinction in social psychological research:Conceptual, strategic, and statistical considerations. " Journal of Personality and Social Psychology. 4. Breaugh, J. A. (1992) . Recruitment Science and Practice, PWS-KENT Publishing Company. 5. Breaugh, J. A., and Stark, M. (2000) , " Research on employee recruitment: So many studies, so many remaining questions " , Journal of Management. 6. Chao et al., G .T. O ' Leary-Kelly, A. M., Wolf, S., Klein, H. J., & Garder, P. D. (1994) , " Organizational Socialization:Its Content and Consequences " . Journal of Applied Psychology. 7. Joseph, J. W. (1979) .People and Jobs:Recruitment Problems. Personnel Journal. 8. Ledvinka, S. (1988) . Personnel / Human Resource Management, PWS-KENT Publishing Company, Boston, Massachusetts, U.S. 9. Milkovich, G.T., and Boudreau, J.W., (1999) , Human Resource Management, IRWIN, Inc. 10. Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1994). Psychometric Theory (3th ed.). New York: McGraw-Hill.