



軍事教育

政策指導、招募行銷及個人因素 對志願役士兵招募成效之研究 —以空軍防空砲兵暨飛彈指揮部為例

空軍少校 黃乙倫、空軍上校 尹秀媛、空軍中校 趙宥翔、副教授 王蒂玲

提 要

國防政策以募兵制為首要，依行政院101年核定「募兵制實施計畫」，採逐年增加募兵數，並減少徵兵員額，最終達成常備部隊由志願役人員組成之政策目標，國防部104年10月推動募兵制，陸續至106年11月完成相關配套措施修訂，依國防部預算書，志願役官士兵總計16萬餘人，比最低需求兵力17.3萬人，不足1萬餘人，未來缺員問題會越來越嚴重。募兵制係國家重要國防政策，國防部配合行政院積極推動招募及留營各項配套措施，於104年4月實施戰鬥部隊勤務加給及留營慰助金，透過提高薪資待遇誘因，迅速補充戰鬥部隊志願役人力，我國國軍人員補充之來源現階段均仰賴志願役士兵的招募，在持續募兵狀況下，亦可驗證我國募兵制是否成功。

本研究以210位空軍防空指揮部基層士兵為樣本，從「政策指導」、「招募行銷」、「個人因素」等方面，探討志願役士兵招募成效，採問卷調查方式，並以量化進行資料分析，期望研究結論能作為國軍人才招募政策之參考，以達到募兵制目標。

關鍵字：募兵制度、政策指導、招募行銷、個人因素、招募成效。



壹、緒論

一、研究背景與動機：

人力資源是組織運作之重要資產，在二十一世紀競爭激烈的經濟社會裡，人才素質將成為組織競爭勝負的關鍵。因應我國軍事朝高科技發展，當前需提高人力素質，國防部配合政策指導，每年需求補充員額達一萬餘人，決議成立國軍人才招募中心，除統合國軍招募資源外，亦採取主動行銷，廣建宣傳通路，並結合民間與政府組織，使國人及青年學子獲得投入軍旅之完整資訊，俾達成廣拓官士兵來源，全面提升國軍幹部素質。

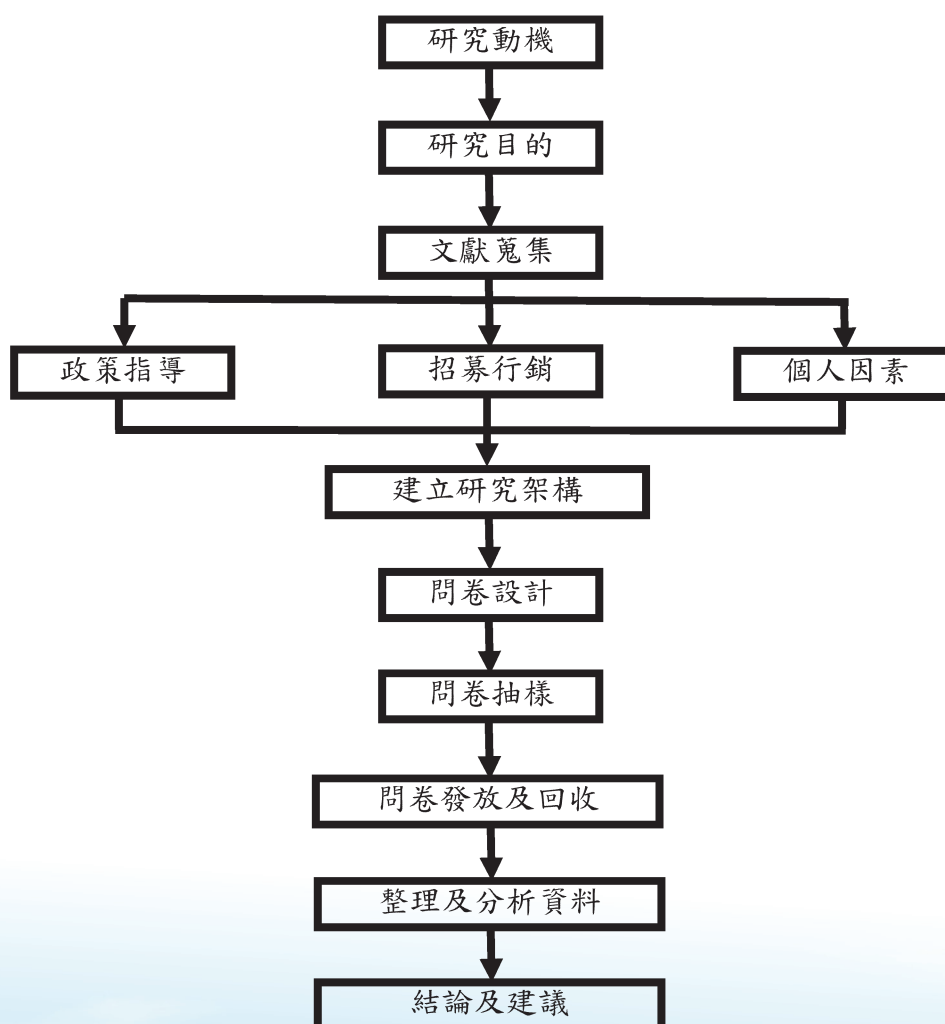


圖 1 本研究流程圖



國防人力資源的有效分配與運用，乃是國軍建軍備戰成功的關鍵，而優質的人力需求與素質的提升，更是國防革新轉型的重要因素。因此國防部將募兵制列為重要國防政策，也是近年來重點推行及關注的項目之一。

二、研究目的：

我國現階段兵役制度屬募兵制，以招募高素質、長役期之人力至軍中服務為目標，並讓具有專長的士兵能持續專精所學，持恆發揮本質學能，因此，如何精進志願役士兵招募成效及提高其留營意願，就現階段而言相對的重要，本研究選擇以招募工作推展相對困難的空軍防空砲兵暨飛彈指揮部志願役士兵為主軸，針對招募政策指導、招募行銷及個人因素等面項進行相關探究，期能對影響國軍基層志願役士兵之去留因子有更進一步的瞭解，並將研究結果提供後續國軍人才招募作為之參考。本研究之主要目的及流程(如圖1)如后：

- (一) 探討國軍招募政策對志願役士兵的影響。
- (二) 探討志願役士兵對招募行銷的接受程度。
- (三) 探討個人因素對國軍志願役士兵續服的情形。
- (四) 根據研究結果提出建議，作為後續精進之參考。

貳、文獻探討

一、政策指導之涵意

公共政策存在的歷史如同人類組織存在一樣長遠，巴比倫王國早在西元前1800年就制定了漢摩拉比法典，為人類樹立政治、社會、經濟的規範。近代公共政策已成為系統化的科學，拉斯威爾(H. D. Lasswell)及賴納(Daniel Lerner)1951年合著「政策科學-範圍與方法的新進發展」乙書，衍然已成為公共政策系統性研究的里程碑，用經濟分析的方式以更科學化、更合理的方法解決公共實際發生的問題。【註1】

募兵制的目的在爭取優質人員加入國軍行列，以建立小而精、小而強、小而巧之國軍部隊。募兵政策推動要成功，除完備軍人權益、福利保障及調整待遇外，推動誘因的相關制度設計，應朝向方「爭取優質人員加入國軍、優秀人員留在軍中」方向思考，並透過國家政策之制定與修正，改善部隊現況及行政管理，讓軍人在服役期間有完備的升遷管道、合理的管教與福利制度，退伍後仍有規劃完善之就業輔導機制，以提高軍人社會地位，更期以政策誘因，吸引

註1 H. D. Lasswell & Daniel Lerner. (1966). Policy Sciences. California: Stanford University Press.



更多優秀青年加入國軍行列。【註2】

二、招募行銷之涵意

招募 (Marketing) 係指組織或機關經確定工作性質與需求，為尋求符合待補條件的人員，運用各種方式吸引他們來應徵，並從中選拔出合適的人員，且加以任用的過程。【註3】本研究招募主要是指國軍志願役士兵人員的獲得，即國軍針對待補職位，藉由特殊管道或舉辦活動將職務相關資訊，傳遞給有意願加入的人，吸引他們前來報考。

當組織職位短缺人力時，便實施人才招募，為選用適當的人才，企業須先分析工作職缺，並設定職缺的規範，運用各項資訊通路，將訊息傳達讓具備條件的人員知悉，設法應徵符合條件的人，以招募及網羅質、適量的人才，招募過程如圖2所示。【註4】

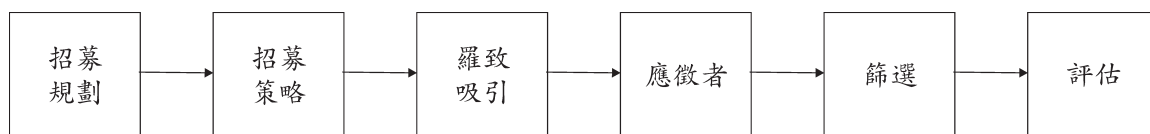


圖 2 招募過程

國家建軍最基本是兵，由徵兵制轉型為募兵制，主要改變的對象為志願役士兵，為因應未來數位化戰場及高科技化武器環境下，需要專業及高素質的長役期兵力，才能減少國安威脅；另人口漸趨於老年化及少子化，將會衝擊需要依靠大量兵源之徵兵制，這也是促使國軍積極轉型的一大主因。

三、個人因素之涵意

個人又稱為個體，一般指一個人或是一個群體中的特定主體。【註5】個人因素包含個人思想、家庭背景、婚姻狀況、情緒發展、健康問題、生涯規劃、工作價值觀及工作壓力等，上述因素均會直接或間接影響個人決定是否繼續從事或離開原工作崗位。本研究個人因素將從與招募較有關係之家庭背景、情緒發展及生涯規劃等方面進行討論，分述如后：

(一) 家庭背景：

林婉惠、朱玉嫻定義係家庭在社會中之經濟地位 (Social Economical Starus，簡稱社經地位)，也代表家庭在社會階層的位置，包括學歷、財富

註2 國防部「106年國防報告書」(2017)，113頁。

註3 張緯良(2003)，人力資源管理。臺北市：雙葉書廊。

註4 何永福、楊國安(1995)，人力資源策略管理。臺北市：三民書局。

註5 《MBA智庫百科》<https://wiki.mbalib.com/zh-tw>(檢索日期：2018年11月12日)。



、名聲等。【註6】Coleman定義家庭帶給子女兩層面的影響：1、社會資本：表示家人之間的感情越緊密，子女遇到問題會尋求與父母討論及協助，比不擅長尋求協助的人員，較容易解決困難。2、財務資本：家庭的經濟能力越好，越有能力支付額外花費，子女的發展比其他人更佔優勢。【註7】

(二) 情緒發展：

情緒係指個體經內(外)在刺激，產生的心理或生理上的情感反應，稱之為主觀知覺感受，旁人可由表情、行為推測個體的狀態，但無法親身感受。情緒因動機關係不容易受自我控制，動機受到情緒影響，情緒也可以誘發動機。金玉章定義人類的智力活動，主要由思考、想像、感知、記憶等認識過程所組成，認識過程以外的心理現象，稱為非智力活動，情緒屬於非智力之一種。【註8】

(三) 生涯規劃：

生涯指一個人之人生旅程，除工作或職業外，也包含人生命過程中各階段及層面；規劃指籌謀策劃，按照程序、步驟、計劃，完成所設定的工作。生涯規劃是整體、系統、全方位性的。余朝權認為人的生涯規劃包含個人、家庭、婚姻、經濟、人際關係、事業及其他。【註9】

家庭背景、情緒發展及生涯規劃等因素往往對個人的決策與認知有很大的影響，諸多的研究亦顯示家庭背景較優、情緒管理能力較好或是有良好的生涯規劃的人，普遍會有較正向的思考、積極努力奮鬥的意志，當然未來的發展與結果也會較佳。國軍募兵制漸趨成熟，國軍真正需要的不再僅是量的充足，而是質的實際提升，如何能招募素質好、能力佳的志願役士兵入營服役，這才是募兵制推行的目標。

四、招募成效之涵意

不同的招募活動招募成效也不一樣，惟招募成效應該如何衡量，巴柏(Barber)提出看法，認為企業對於吸引特定數目及特定資格之潛在員工相當感興趣，換句話說，吸引應徵者應同時考慮數目與品質之面向，在數量方面，被吸引之應徵者人數，並非人數太多或太少才是有效的招募；而在品質方面，係

註6 林婉惠、朱玉妮(2013)，英語學業成就的家庭背景因素探討，臺中教育大學學報：人文藝術類，第27卷第1期，93-113頁。

註7 Coleman James (1998) Social Capital in the Creation of Human Capital, American Journal of Sociology, 94(supplement), 95-120.

註8 金玉章(2004)，情緒與成材。臺北市：五南出版社。

註9 余朝權(1992)，生涯規劃技巧，臺北市：長程叢書。



不同組織需要不同特性之員工，應徵者素質符合組織實際需求才算是成功之招募。【註10】

評估招募成效時，會因為運用的指標或方法的不同，而得到不盡相同的結果，但評估最終的目的都希望為企業提供有效評估招募成效之指標，透過評估結果來提升組織之成效。

參、研究架構與假設

一、研究架構及假設

本研究主要在探討政策指導、招募行銷及個人因素對志願役士兵招募成效之研究，本研究之研究架構如圖3所示。

H1：政策指導對志願役士兵的招募成效有正向顯著影響。

H2：招募行銷對志願役士兵的招募成效有正向顯著影響。

H3：個人因素對志願役士兵的招募成效有正向顯著影響。

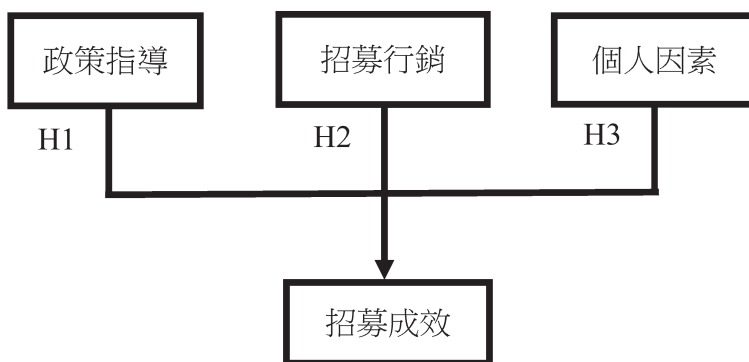


圖3 研究架構圖

二、研究變數之定義與測量方法

本研究針對各變項(政策指導、招募行銷、個人因素及招募成效)實施大量的文獻資料蒐整，綜整各專長學者之見解，再配合研究單位之特性與實況，分別賦予研究各變項操作性定義，並律定統一之量測工具。

本研究問卷採用李克特(Liker)七點尺度量表，區分為「非當不同意」、「不同意」、「部分不同意」、「普通」、「部份同意」、「同意」及「非當同意」，分別給予1至7分，分數越高表示受測者對題項之認同程度越高，說明如后：

(一) 政策指導：

1. 操作性定義：本研究定義「政策指導」為志願役士兵對軍隊提供軍人薪資

註10 Barber, A.E>(1998) Recruiting Employees: Individual and Organizational Perspectives. Thousand Oaks, CA: Sage.



待遇、個人福利、優良工作環境及社會地位等政策，產生認同，且具意願繼續服役於軍中。

2. 測量方法：(如表1)

表1 本研究政策指導題項內容表

變項	題項內容	備考
政策指導	A1. 我認同推動募兵制招募志願士兵。	
	A2. 我認同志願役士兵起薪為33,625元。	
	A3. 我認同國防部針對主戰部隊增加勤務加給。	
	A4. 我認同部隊開放智慧型手機在營區使用。	
	A5. 我認同部隊在不影響戰備任務情況下，推行上下班制度。	
	A6. 我認同志願役士兵在不影響戰備任務情況下，運用公餘時間(下班或假日)進修。	
	A7. 我對服役單位設施(如：一桌一床一櫃)感到滿意。	
	A8. 我對服役單位休假制度及方式感到滿意。	
	A9. 我認同幹部的作為，會增加自己繼續服役的意願。	
	A10. 我認同幹部在工作合理的要求，會增加自己繼續服役的意願。	
	A11. 我認同幹部在訓練合理的要求，會增加自己繼續服役的意願。	
	A12. 我認同幹部合理的生活管理，會增加自己繼續服役的意願。	

資料來源：本研究整理

(二) 招募行銷：

1. 操作性定義：本研究定義「招募行銷」為志願役士兵對於軍中轉型之招募行銷方式有所感受，透過人員服務態度、國軍軍力展現及職缺多樣化選擇等，讓志願役士兵繼續留任於軍中。

2. 測量方法：(如表2)

表2 本研究招募行銷題項內容表

變項	題項內容	備考
招募行銷	B1. 我是透過資訊媒體(國軍人才招募中心、報章雜誌、簡章、網站資訊、招募人員宣導、學校教官推廣)得知志願役士兵報考相關資訊。	
	B2. 我認同國軍人才招募中心透過工具(網站、資訊媒體、簡章、招募人員、學校教官)可以有效進行招募宣導。	
	B3. 我認同國軍人才招募中心之招募人員針對志願役士兵簡章內容能夠詳細解說相關問題。	
	B4. 我認同國軍人才招募中心服務人員專業度。	
	B5. 我認同招募人員服務態度具熱誠。	
	B6. 我認同招募人員溝通能力佳。	
	B7. 我認同招募人員服裝整齊、儀態端正，具正面形象。	
	B8. 我認同招募人員配合就業博覽會作為其招募行銷手段。	
	B9. 我認同國軍推動軍力成果展示(如：國慶日展示中科院研發武器裝備)及營區開放(如：國防知性之旅-陸海空軍基地)參觀，結合招募行銷能達到宣傳效果。	
	B10. 我認同國軍職缺提供多樣選擇，可以配合自己的報考需求。	
	B11. 我認同軍中不定期舉辦活動【如：寒(暑)假夏令營】，可以提高知名度及塑造正面形象。	

資料來源：本研究整理



(三) 個人因素：

1. 操作性定義：本研究定義「個人因素」為志願役士兵基於個人因素考量，參考家庭、親戚、朋友所提供論述的觀點，對未來所期望的目標，做好生涯規劃。
2. 測量方法：(如表3)

表3 本研究個人因素題項內容表

變項	題項內容	備考
個人因素	C1. 我認為志願役士兵的工作有保障。	
	C2. 我認為志願役士兵能減輕失業壓力。	
	C3. 我認為志願役士兵待遇很優渥。	
	C4. 我認為志願役士兵可自選服務地區。	
	C5. 我認為志願役士兵可以提升個人形象。	
	C6. 我認為同儕之間影響選擇志願役士兵。	
	C7. 我認為因家庭經濟狀況選擇加入志願役士兵。	
	C8. 我認為親朋好友是國軍志願役人員提供意見，而影響自己加入志願役士兵。	
	C9. 我認為軍中工作讓自己經歷不同的事務，對於未來發展有幫助。	
	C10. 我認為擔任志願役士兵，獲得親友對自己好的評價。	
	C11. 我認為擔任志願役士兵有晉升機會與公平性。	

資料來源：本研究整理

(四) 招募成效：

1. 操作性定義：

本研究定義「招募成效」為單位組織針對所屬人員，長時間調查及紀錄其工作績效與表現，以提升及精進單位組織之招募成效。
2. 測量方法：(如表4)

表4 本研究招募成效題項內容表

變項	題項內容	備考
招募成效	D1. 我對單位之歷史背景有一定程度了解。	
	D2. 我認同單位以往成功的優秀事蹟。	
	D3. 我對單位之文化傳統均熟悉。	
	D4. 我負責單位業務的態度均能獲得同事認同。	
	D5. 我瞭解單位內工作上專業術語。	
	D6. 我瞭解單位其他幹部之任務執掌。	
	D7. 我瞭解單位各項工作內容縮寫之含意。	
	D8. 我瞭解單位目前設定的目標。	
	D9. 我認同單位的價值觀。	
	D10. 我具有專業能力可完成各項工作。	
	D11. 我學習到工作應具備的技巧。	

資料來源：本研究整理



(五)個人背景資料：本研究「個人背景資料」從性別、年齡、教育程度、階級及工作年資等方面實施調查，用以了解志願役士兵樣本分布情況。(如表5)

表5 本研究個人背景資料表

變項	題項內容	備考
個人背景資料	E1. 性別：男、女。	
	E2. 年齡：17~20 歲、21~24 歲、25~38 歲、28 歲以上。	
	E3. 教育程度：高中(職)、專科、大學、碩士、博士。	
	E4. 階級：上兵、一兵、二兵。	
	E5. 工作年資：1~3 年、4~6 年、7~10 年。	

資料來源：本研究整理

三、研究對象及樣本結構分析

本研究以南部地

表6 回卷回收情況表

區空軍防空砲兵暨飛彈指揮部之志願役士兵為研究樣本，自108年2月11日至108年2月22日止(不含假日，共計10天)配合各單位莒光日及集會時機發放問卷，扣除差假未到人員外，餘均實施受測(普測)。本研究總共發出問卷250份，總回收225份，總回收率為90%，刪除無效樣本15份，共獲得有效問卷為210份，有效回收率達84%，如表6。

基本資料	類別	樣本數(人)	百分比(%)
性別	男	179	85.2
	女	31	14.8
年齡	17~20 歲	63	30
	21~24 歲	105	50
	25~28 歲	37	17.6
	28 歲以上	5	2.4
教育程度	高中(職)	175	83.3
	專科	10	4.8
	大學	25	11.9
階級	上兵	126	60
	一兵	63	30
	二兵	21	10
工作年資	1~3 年	147	70
	4~6 年	59	28.1
	7~10 年	4	1.9
婚姻	未婚(含訂婚或單身)	147	70
	已婚	60	28.6
	其他(離婚)	3	1.4

資料來源：本研究整理

肆、問卷結果與分析

本研究利用SPSS 25.0 for Windows電腦統計軟體，實施資料處理及分析作業，以驗證研究假設是否成立，各項分析情況說明如后：

一、信度分析



信度分析是用來了解量表的可靠程度，係數愈大表示一致性愈高。本研究經系統分析後，各變項 Cronbach' s α 係數

表7 問卷政策指導、招募行銷信度分析統計表

項次	變項	Cronbach' s α 係數	備考
1	政策指導	0.736	
2	招募行銷	0.727	
3	個人因素	0.706	
4	招募成效	0.998	

資料來源：本研究整理

值均大於0.7以上(如表7)，表示本問卷具有良好信度，且具較高之內部一致性。

二、效度分析

本研究在效度分析方面，採用內容效度來檢測問卷內容的可靠度。研究問卷題項係參考郭木智^{【註11】}、賴力顯^{【註12】}、賴建良^{【註13】}、林志坤^{【註14】}等學者之研究內容，並依指導教官及教授提供意見所編訂而成，且受測時，受測者對問卷題項無填寫問題，故本研究問卷具有內容效度。

另本研究利用因素分析檢定變項之適合性，分析結果顯示「政策指導」量表之KMO值為0.96，Bartlett顯著性值為0.00，小於0.05達到顯著水準、「招募行銷」量表之KMO值為0.68，Bartlett顯著性值為0.00，小於0.05達到顯著水準、「個人因素」量表之KMO值為0.98，Bartlett顯著性值為0.00，小於0.05達到顯著水準

表8 KMO值與Bartlett值檢定表

、「招募成效」量表之KMO值為0.94，Bartlett顯著性值為0.00，小於0.05達到顯著水準，如表8所示

變項		政策指導	招募行銷	個人因素	招募成效
檢驗方法	KMO 取樣適切性量數	0.96	0.68	0.98	0.94
	近似卡方值	18827.87	554.20	16416.64	12362.18
	自由度	66	55	55	66
	顯著性	0.00	0.00	0.00	0.00

；其中除招募行銷具

資料來源：本研究整理

有中度效度外，餘(政策指導、個人因素及招募成效)均具有極佳之效度。

三、相關分析

本研究利用皮爾森積差相關分析(Pearson Correlation Analysis)探討

註11 郭木智(2010)，軍志願役士兵營意願影響因素之研究(未出版之碩士論文)。朝陽科技大學，臺中市。

註12 賴力顯(2010)，國軍人招募中心之行銷策略影響求職者報考決策與招募成效關係之研究-以國軍志願役士兵為研究對象(未出版之碩士論文)。南台科技大學，臺南市。

註13 賴建良(2013)，影響消費者在網路購物平台購買意願之探討-以Yahoo!奇摩購物中心為例(未出版之碩士論文)。中國文化大學，臺北市。

註14 林志坤(2015)，志願士兵招募成效因素之研究(未出版之碩士論文)。環球科技大學，雲林縣。



國軍志願役士兵政策指導、招募行銷及個人因素對招募成效等主要研究變項間之關聯程度，【註15】分析結果如表9所示，可知政策指導對於招募成效

表9 Pearson積差相關性分析表

	政策指導	招募行銷	個人因素	招募成效
政策指導	1	--	--	--
招募行銷	0.07	1	--	--
個人因素	0.10	0.01	1	--
招募成效	0.76**	0.72**	0.70**	1

註：*表示 $p < 0.05$ ；**表示 $p < 0.01$

資料來源：本研究整理

，係數為0.76， $p < 0.01$ ，表示有正向顯著關係、招募行銷對於招募成效，係數為0.72， $p < 0.01$ ，表示有顯著正相關、個人因素對於招募成效，係數為0.70， $p < 0.01$ ，表示有顯著正相關；且變數間之相關係數軍介於0.7至0.8之間具有高度相關性。故研究假設H1、H2及H3均獲得支持成立。

伍、結論與建議

一、結論

當前依國軍政策指導，實施組織整併，造成軍隊員額大幅減少，又因「全募兵制」全面施行，加上時代變遷及社會環境改變，志願役士兵職業議題已然受到關注。為瞭解現役之志願役士兵對於當前政策指導、招募行銷及個人因素與招募成效間之關聯影響，並藉以提高招募成效為目標，讓志願役士兵有意願待在軍中，為國軍盡一份心力，期望能研擬明確之政策指導，適時多元化招募行銷，降低因個人因素產生離退，以創造國防及組織之最大效益。

本研究透過問卷調查方法，針對空軍防空砲兵暨飛彈指揮部南部志願役士兵210員進行統計分析，研究假設驗證如后：

假設H1：政策指導對志願役士兵的招募成效有正向顯著影響，獲得支持成立。

假設H2：招募行銷對志願役士兵的招募成效有正向顯著影響，獲得支持成立。

假設H3：個人因素對志願役士兵的招募成效有正向顯著影響，獲得支持成立。

(一) 政策指導對志願役士兵的招募成效有正向顯著影響

政策指導對志願役士兵的招募成效中，變項表現達顯著水準(相關係數

註15 周子敬(2007)，統計套裝軟體：精通SPSS。臺北市：全華書局。



為0.76， $p<0.01$)，顯示志願役士兵因良好的政策指導，增加自己繼續服役的意願，並能將良好的政策資訊傳達給有意願報考之優秀青年學子，進而提高招募成效。

(二) 招募行銷志願役士兵的招募成效有正向顯著影響

招募行銷對志願役士兵的招募成效表現顯著，變項表現達顯著水準(相關係數為0.72， $p<0.01$)，顯示志願役士兵透過國軍的招募行銷，使其更快取得及瞭解軍中資訊，提高自己報考的意願，進而增加招募成效。

(三) 個人因素志願役士兵的招募成效有正向顯著影響

個人因素對志願役士兵的招募成效表現顯著，變項表現達顯著水準(相關係數為0.70， $p<0.01$)，顯示個人因素對招募成效有影響，志願役士兵認同國軍後選擇加入，不僅在工作上有保障，亦可減輕家庭經濟狀況，增加自己報考及續服的意願，進而提高招募成效。

二、建議

本研究係以南部空軍防空指揮部基層單位為研究樣本，探討政策指導、招募行銷及個人因素對志願役士兵招募成效之影響，依研究結果及現況考量，提出相關實務建議如后：

(一) 國軍形象正面化，增加社會支持：

維護國家安全是國軍的責任與使命，整軍備戰及戰演訓任務更是一項艱鉅的工作，透過各種公共媒播(如電視、廣播、報紙等)或社群媒體(LINE、FB、IG等)，將國軍勤奮努力的歷程與成果廣為向國人宣傳，提高國軍曝光率，深化國人對國防(軍)的支持，藉此可有效塑造國軍正面形象及提高募兵執行率。

(二) 政策指導透明化，提高報考意願：

新政策的制定及推行是一項困難的工作，必須透過組織各層級的多方溝通與協調，方能使成員達到共識。例如：年金制度的修訂，就是因為事前的溝通說明較為不足，肇致軍內人員及國人的誤解，引發負面的效應，此對志願役士兵招募作業也間接產生不利的影響。所以提高政策指導透明度，讓基層人員對上級頒布之新政策或單位內施行之新命令均能瞭解與認同，進而成為國軍最好的說明官與招募員。

(三) 招募行銷多元化，廣拓報考管道：

現今社會已是網路資訊發達年代，網路科技的發展無遠弗屆，招募行銷除保留原有之作法外，可善加利用網路資源或社群媒體(LINE、FB、IG等)



，增加多元化招募行銷手段，提高招募曝光度及詢問度，讓有意報考人員透過線上資訊，瞭解自己想報考班隊的相關訊息；另於招募中心網站設立即時問答通聯管道，立即回覆意願人員疑問，以提升招募服務品質，減少意願人員流失。

(四) 心理檢測普及化，降低不適人數：

軍人是相對辛苦的志業，不是每個人都能適任，再加上近年不適服人數逐年攀升，影響基層部隊實際運作與單位士氣。因此，在報考作業時，可利用智力測驗時機增加心理檢測項目，並將檢測結果送交專業人士判讀辨別，以排除不適任人員進入軍中，徒增單位、其個人與家庭之困擾。

作者簡介

空軍少校 黃乙倫

學歷：中正理工學院92年班。經歷：保修官、保修排長、保修組長、飛修官、飛技官。現職：國防大學空軍指參學院少校學員。

空軍上校 尹秀媛

學歷：國管院女官班86年班。經歷：人事官、行政官、編裝官、科長。現職：國防大學空軍指參學院上校教官。

空軍少校 趙宥翔

學歷：空軍航技學院94年班。經歷：區隊長、軍樂官、人事官、圖管官、教參官、連絡官。現職：國防大學空軍指參學院少校教官。

副教授 王蒂玲

學歷：國立中山大學中國與亞太區域研究所博士。經歷：高苑科技大學國際貿易系講師、國際商務系副教授、觀光事業管理系副教授。現職：高苑科技大學觀光事業管理系副教授。