

# 逢甲大學學生報告 *ePaper*

成真咖啡數位轉型下數位人才的招募與甄選

Recruitment and Selection of digital talents  
under the Digital Transformation of Come True  
Coffee

作者：沈智鵬、蕭宥沂

系級：國貿三甲、國貿四丙

學號：D0891183、D0877653

開課老師：陳信宏

課程名稱：國際人力資源管理


開課系所：國際經營與貿易學系

開課學年：110 學年度 第 1 學期

## 中文摘要

成真咖啡成立於 2015 年，前王品副董王國雄秉持回饋社會的心，以「一杯咖啡，夢想成真」兼具理性和浪漫的咖啡為產品，成立成真社會企業，開啟第二次創業。目前，成真咖啡在全台共有 14 家門市，遍佈北中南各大都會區。

在數位轉型趨勢下，成真咖啡需要甄選及招募數位人才已直接圍繞消費者做服務及提升黏著度。計劃透過 OMO 虛實融合，針對成真線上商城及實體通路的消費者的需求服務重新整合。然而，成真因轉型時的扁平化招募，較難以讓每個人都能夠快速理解並推動執行招募目標及計畫執行。又因在部門精簡架構及人力短缺下對人才要求高，暫未能及時招募所需人才，急需透過不同方式徵求所需人才。本報告將透過尋找成真咖啡競爭者的方式確立標杆企業，再透過訪談及詢問的方式得知成真咖啡之需求，並透過創意發想尋找解決方案，以滿足成真咖啡之數位人才招募需求。



**關鍵字：數位轉型 招募 甄選 OMO**

## Abstract

Come true coffee opened in 2015. Former Wowprime vice chairman Wang-Guo-Siong upholds the heart of giving back to the society. With the slogan "a cup of coffee, dreams come true", with both rational and romantic coffee products, the Come True coffee social enterprise was established. Start the second business venture. At present, Come True Coffee has 14 stores across Taiwan, covering all major metropolitan areas in northern, central and southern Taiwan.

Under the trend of digital transformation, Come True Coffee needs to select and recruit digital talents to provide services and increase stickiness directly around consumers. The plan is to reintegrate services for consumers in the Come True coffee online store and physical channels through OMO integration of virtuality and reality. However, it is difficult for everyone to quickly understand and promote the implementation of recruitment goals and plan execution due to the flat recruitment during the transition of Come True caffeine. Because of the high demand for talents due to the streamlined structure of the department and the shortage of manpower, it is temporarily not allowed to recruit mental methods, and there is an urgent need to solicit the required talents through different methods.

This report will establish benchmarking companies by finding competitors for Come True coffee, and then learn about the needs of Come True coffee through interviews and inquiries. And find solutions through creative ideas to meet the digital talent recruitment needs of Come True coffee.

**Keyword : Digital transformation, Recruitment, Selection**

## 目 次

<b>一、成真咖啡組織介紹及訪談分析</b>	<b>4</b>
1. 組織簡介	4
2. 訪談內容	4
3. 訪談小結	5
4. 數位轉型需求 SWOT 分析	5
<b>二、標杆企業案例分析，以黑浮咖啡為例</b>	<b>6</b>
1. 黑浮咖啡簡介	6
2. 標杆企業選擇原因	6
<b>三、新型招募創意發想</b>	<b>7</b>
1. 使用 Yourator 招募平台招募	7
2. 內部再招募	8
3. 導向式招募及競爭	8
4. 數位人才社群咖啡交流會	9
<b>四、問卷數據分析</b>	<b>10</b>
<b>五、結論與建議</b>	<b>14</b>
1. 結論	14
2. 建議	15
<b>六、附錄</b>	<b>15</b>
<b>問卷：應聘者對新型招募形式之求職意願調查</b>	<b>15</b>
第 1 節 基本資料調查	15
第 2-1 節 傾向工作調查	16
第 2-2 節 工作行業調查	17
第 3 節 網路招聘管道調查	18
第 4 節 人才招聘方式或活動	20
<b>七、參考文獻</b>	<b>22</b>

## 一、 成真咖啡組織介紹及訪談分析

### (一) 組織簡介

「一杯咖啡，夢想成真」前王品副董王國雄秉持回饋社會的心，以兼具理性和浪漫的咖啡為產品，於 2015 年成立成真社會企業，開啟第二次創業。目前全台具有 14 家門市。成真社會企業在 2017 年 7 月通過認證，成為台灣第 20 家 B 型企業，同時也是台灣第一家通過認證的咖啡公司。

### (二) 訪談內容

#### 1. 成真目前在數位人才招聘的情況？

成真目前有自品牌部獨立出數位行銷部門，相關數位的部分都會由這個部門主要負責，會依照總部部門的職涯發展。數位行銷部主管是自原品牌部拆分為品牌行銷部及數位行銷部；而數位行銷部更著重在於數位工具的推行與使用上。且成真目前組織較扁平，實際編制僅有一位數位行銷部經理，但為了將數位工具導入門市人員的使用，有分別選出門市三名過往在數位工具使用較有興趣的小編作為門市數位工具推行的種子，再由這些種子夥伴協助所有門市執行。

#### 2. 成真想要招募什麼樣的數位人才？

成真目前正在做 OMO 虛實融合，針對成真線上商城及實體通路的消費者的需求服務重新整合，需要對於電子商務熟悉，能建構網頁及 app，並能運用各種數據分析，直接圍繞我們的消費者去做服務及提升黏著度。另外，數位人才必需融合在目前所有單位中，不論是第一線門市同仁到主管，都要有數位化的認知及工具運用基礎能力。一般門市同仁也都要有數位化的學習力及跨域力，如此一來才能夠真正讓後勤部門及門市真正在數位工具的使用上雙向溝通進而真正解決到需求。

#### 3. 成真目前利用什麼方式招募數位人才？

成真目前以策略聯盟方式，尋求外部業務合作夥伴資源去補足在數位轉型上的不足，再透過內部招募培育所需數位人才。能了解不同成真消費者客群需求，結合數位工具滿足並創造美好消費體驗，以提升顧客高度黏著度的個人化服務能力；觀察門市消費者實際消費使用需求並回饋總部，讓數位化工具能真正貼近顧客，持續優化消費體驗的數據整合及調整能力。外部合作夥伴指的是在目前合作或邀約合作提案廠商，針對現在的數位化轉型給予建議並共同規劃，並能協助導入數位化工具的教育訓練。

#### 4. 成實在招募數位人才遇到哪些問題？

數位人才是必須融合在目前所有單位工作中，而非建立在單一部門，目前成實在轉型時的扁平化招募，較難以讓每個人都能夠快速理解並推動執行招募目標及計畫執行。

5. 成真目前使用徵才的管道有哪些？  
目前有三個管道：104 廣告徵才、單店鋪粉絲專頁、店鋪徵才文宣廣告。
6. 數位行銷部門的相關執掌？
  - (1) 將品牌行銷策略數位化並運用數位通路、社群建立、線上廣告推廣與宣傳。
  - (2) 各項網路數據流量追蹤與分析。
  - (3) 市場數位新趨勢的主動追蹤及分析報告。
  - (4) 數位工具使用持續優化。
  - (5) KOL 的關係建立與開發。

### (三) 訪談小結

需求	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ OMO 虛實融合，整合成真線上商城及實體通路。</li> <li>➢ 提升門市人員數位化的認知及工具運用基礎能力。</li> </ul>
目標	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 了解不同成真消費者客群需求，提升顧客高度黏著度的個人化服務能力，及時進行服務調整。</li> </ul>
現況	<ul style="list-style-type: none"> <li>➢ 架構：品牌部-數位行銷部</li> <li>➢ 執掌功能：負責社群經營、網路數據流量及市場趨勢分析</li> <li>➢ 招募方式：(外部) 104、FB 粉絲專頁、店鋪廣告；(內部) 策略聯盟，尋求外部業務合作夥伴資源。內部招募，分別選出門市三名過往在數位工具使用較有興趣的小編作為門市數位工具推行的種子。</li> <li>➢ 現存問題：組織較扁平，實際編制僅有一位數位行銷部經理，較難以讓每個人都能夠快速理解並推動執行招募目標及計畫執行。</li> </ul>

### (四) 數位轉型需求 SWOT 分析

Strengths (優勢)	Weakness(劣勢)
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 成真具有完整的線上商城系統，商品品類齊全，配送體系已具備。</li> <li>2. 線下門市形象真實、遍佈全台、佈點方便，能接觸較多線下顧客引流；可直接提貨或試飲，較純線上的咖啡商城有實際體驗機會。</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 進場佈局較同業緩慢，已有其他許多熟悉 OMO 模式之咖啡企業，競爭激烈。</li> <li>2. 會員系統能見度低，門市人員缺乏推廣，缺乏誘因，線下顧客難以引流。</li> <li>3. 內部缺乏相應人員進行管理及建構數位系統，難以平衡架構與實際需求的人力調配。</li> <li>4. 員工意願及接受程度，培訓難度。</li> </ol>

Opportunity (機會)	Threats(威脅)
1. 如果 OMO 整合順利，可透過 OMO 互補線上及實體門市的不足之處，並改善線上及線下現存弊端。 2. 架構精簡不臃腫，能提供人才升遷誘因。 3. OMO 延長顧客消費鏈，單一顧客價值能最大化，提升顧客黏著度。	1. 引流不當或會導致線上及線下客源流失，衝擊現有顧客消費意願。 2. 企業辨識度及方便程度必須在推出初期完備，否則無法留下顧客繼續消費，影響成真形象。

## 二、 標竿企業案例分析，以黑浮咖啡為例

### (一) 黑浮咖啡簡介

黑浮國際企業在 2011 年在高雄紮根，旗下有黑浮咖啡及奎克咖啡兩大咖啡品牌，至今全台擁有 20 間連鎖店舖。黑浮咖啡堅持新鮮烘焙，選用世界頂級莊園咖啡豆，對於「食」的定義，健康、天然，不添加人工香料的現做餐點並致力創造「百分百顧客滿意」的美好生活體驗。

黑浮咖啡會員系統需使用【黑浮國際餐飲】手機 APP，目前加入會員可享有免費招牌拿鐵加購券。

### (二) 標竿企業選擇原因

#### 1. 黑浮咖啡數位應用優勝

	黑浮咖啡	成真咖啡
程式系統建制	APP，顯眼	LINE 官方帳號內置，難以尋找
程式界面設計	富有設計感 突出產品照片	經壓縮後圖片模糊不清、 文字擠在一起、難以看清
程式功能選擇	門市據點+地圖、儲值卡、 優惠票券	每次使用都要花時間登入， 功能較少
顧客黏著度	會員儲值提升顧客黏著度	無儲值功能，只有集點

#### 2. 黑浮咖啡服務人員數位背景優勝

根據實際調查發現，成真咖啡櫃檯人員不會使用機台系統、不會刷載具、不會刷 Line Pay、在錯點餐點後只能退款重頭再結帳，餐點最後仍然點錯。而黑浮咖啡櫃檯人員在兩次調查中均無出現上述情形。

#### 3. 黑浮咖啡數位宣傳性強

(1) 黑浮咖啡為行銷自家線上商城，在菜單、店面均有顯眼廣告，吸引顧客轉移到線上繼續消費，而成真咖啡提示較不顯眼。

(2) 服務人員主動推銷自家會員系統

4. 黑浮咖啡與成真線下規模相若  
黑浮咖啡門市共 20 間，成真咖啡門市共 14 間，規模相若。
5. 黑浮咖啡與成真咖啡有類似職缺需求  
黑浮現正招募電子商務營運經理及企劃管理師，相關職務需要及需求與成真相似

#### 【黑浮集團】 電子商務營運經理

1. 集團電子商務 APP 經營策略規劃、執行控管、營運、會員系統管理。
2. 短、中、長期電商品牌與商品經營策略規劃/預算、損益及利潤預估。
3. 產業市場情報分析，協助品牌進行產品開發、品牌定位、競爭對手分析和商務決策。
4. 跨部門管理並整合各項專案，確保進度與目標進度。
5. 追蹤控管各項營運績效管理目標。
6. 跨部門推動新品牌的電商計劃及策略。
7. 建立與改善電子商務作業流程。
8. 電商推廣的資源整合，和電商客戶擁有良好的合作關係。
9. 電商相關工作經驗 3 年以上佳。

#### 【黑浮集團】 企劃管理師

##### 一、電子商務

1. 負責自營電商之 SEO、內容更新與網站客服。
2. 禮盒商品企劃及電商文案撰寫。
3. 檔期活動規劃、行銷活動提案，且能實際為品牌創造業績。
4. 數位廣告投放。動態調整廣告預算和素材，提供數據分析報表，並據以提出改善建議。
5. 開發及經營大型電商平台(如：PChome 和 MoMo)，負責站內行銷規劃及商品銷售管理。

##### 二、社群企劃

1. 社群企劃提案及社群貼文撰寫。
2. 社群平台經營(含：FB、IG 及 LINE 官方)，以確實提升觸及人數及互動率。
3. 社群客服回覆。能合宜得體地與粉絲互動和解決問題。

##### 三、 新型招募創意發想

##### (一) 使用 Yourator 招募平台招募

1. 簡介



Yourator 作為一個新創求職與徵才平台，希望幫助有願景的新創公司獲得更高的能見度。將電子媒體與社群的概念導入求職網，利用「策展式」的介面深度介紹徵才企業的文化與團隊，希望幫助想要開創新局的年輕人找到值得奉獻的人生志業。比起找工作時才會開啟的人力銀行，Yourator 希望提供求職時間點以外也可以關注的職涯資訊，幫助工作者以長期且持續的方式吸收新創思維與職場動態，慢慢的找到自己的人生目標與價值。

## 2. 特點

- (1) 平台新創人才集中。
- (2) 使用界面友好，較為吸引同類人才。
- (3) 熱門職位符合成真需要。
- (4) 相關同業較少在平台上架，報告撰寫時僅有步昂咖啡有在該平台上架，步昂咖啡無實體店面，同業競爭度低。

## 3. 成本比較分析

將以上架 3 個月 (90 天) 之金錢成本進行比較分析，單位為新台幣

 新創人才媒合平台	 www.1111.com.tw	
\$7575*	\$8400	\$8400

(註：\*1. 其中\$1575 為上架費，後續無需再支付；2. 以輕量版費用為基準，基於成真無需招募過多職位，輕量版應已足夠)

## 4. 應徵者評價

在受訪者中，91%認同該適合數位人才使用，83%認同符合求職需求，89%會使用該平台求職。(詳見第四節問卷數據分析及第六節附錄)

### (二) 內部再招募

#### 1. 簡介

於公司內部發出數位行銷部招募公告，吸引有興趣的員工參與。

#### 2. 特點

此方案旨在由內部提拔人才，減少招募作業成本，提升員工積極性，員工也可因此提升數位技能。

#### 3. 應徵者評價

85%以上受訪者認同該項招募方式具有趣味性、挑戰性，也認同該項招

募形式能體現個人程度及能力。

4. 部分受訪者認為需提供相對的福利誘因或提供職業培訓。(詳見第四節問卷數據分析及第六節附錄)
5. 成本分析  
在招募部門成員後，需對該員工進行在職教育訓練。以參加台灣金融研訓院數位內容製作實務班為例，參與該課程將耗時兩個周末共 16 小時進行培訓，培訓費用為\$9600 元/人，該方案成本較高。

### (三) 導向式招募及競爭

1. 簡介  
在面試中，要求應聘者對某個數位營運問題提出具體解決方案，並就不同應聘者的解決方案進行比賽，以測試應聘者解決問題的能力。
2. 特點
  - (1) 此面試流程較能測試面試者在一般專案處理中的反應程度，因咖啡產業的獨特性，較一般數位企業之需求不同，設計相應情形之方案亦可為成真咖啡數位轉型提出新思路與方案。
  - (2) 在面試前需進行篩選，參與者必須具有相應背景及接受度，並避免使用過於直接的方案問題作為面試題目。
3. 成本分析  
此種招募方式較一般招募方式而言無顯著成本增加。
4. 應聘者評價
  - (1) 81%以上受訪者認同該項招募方式具有趣味性，也認同該項招募形式能展現個人程度及能力，然而有 44%受訪者認為該項招募方式難以參與。
  - (2) 部分受訪者認為給面試者的感覺是想拿到免費的提案，會降低參與意願；另有意見認為面試者需多加篩選，有一定的背景、知識、實際經驗。(詳見第四節問卷數據分析及第六節附錄)

### (四) 數位人才社群咖啡交流會

1. 簡介  
在成真咖啡的線下門市，舉行數位人才交流會，廣邀數位人才來店交流。在交流會上，受訪者將會在咖啡和甜點的陪伴中和同領域的人才互相交流、分享經驗、發表看法、展現實力，認識到更多志同道合的朋友，

成真咖啡也可在交流會中瞭解最新數位轉型趨勢，尋覓合適數位人才。

## 2. 特點

相較於其他招募方式而言較無招募色彩，能發揮成真咖啡的餐飲優勢，除人才招募外，可借此話題提升企業知名度。

## 3. 成本分析

場地借出後，將影響當天餐飲營收，以客均價\$150元，來客數10人一小時計算，舉辦2小時之該項活動一次將損失\$3000元營收，活動方式以Accupass活動通分享報名，活動形式以演講、報名分享、餐會的方式舉行，將與外部單位合作（如Yourator），與新創平台的合作能提高有意參與者之參與度。本活動可搭配媒體宣傳，提高活動能見度。除了上述的費用，需額外計算嘉賓邀請費、組織活動費。

## 4. 應徵者評價

(1)90%以上受訪者認同該項招募方式具有趣味性、挑戰性，也認同該項招募形式能體現個人程度及能力。

(2)部分受訪者更認為此類型活動具有雙向性，互相可獲得需要的知識、眼界，除了求職，另一方面能夠拓展人脈。（詳見第四節問卷數據分析及第六節附錄）

## 四、問卷數據分析

本研究將問卷填答的結果分為受訪者基本資料、工作傾向調查、工作行業調查、網路招聘管道調查、創意招募方式接受程度進行彙整及分析。本問卷採取網路填答<sup>註2</sup>、校園發放<sup>註3</sup>、網路訪談<sup>註4</sup>的方式進行，於2021年12月13日至2021年12月16日、12月22日至12月25日期間內進行調查，問卷填答人數共135人，有效問卷135份。

（問卷問題類型及問題方法參考國立東華大學教育行政與管理學系四年級洪麗君同學，《大學生對服務學習參與動機與滿意度研究—以東部某大學教育學系學生為例》中的問題分類方法，問卷內容全文詳見第六節附錄）

註2：在Facebook「論文問卷互助社」、「填問卷軍團+好心人」、「問卷互助社」、「日行一善幫寫問卷」、「問卷設計交流區」及Instagram發放。

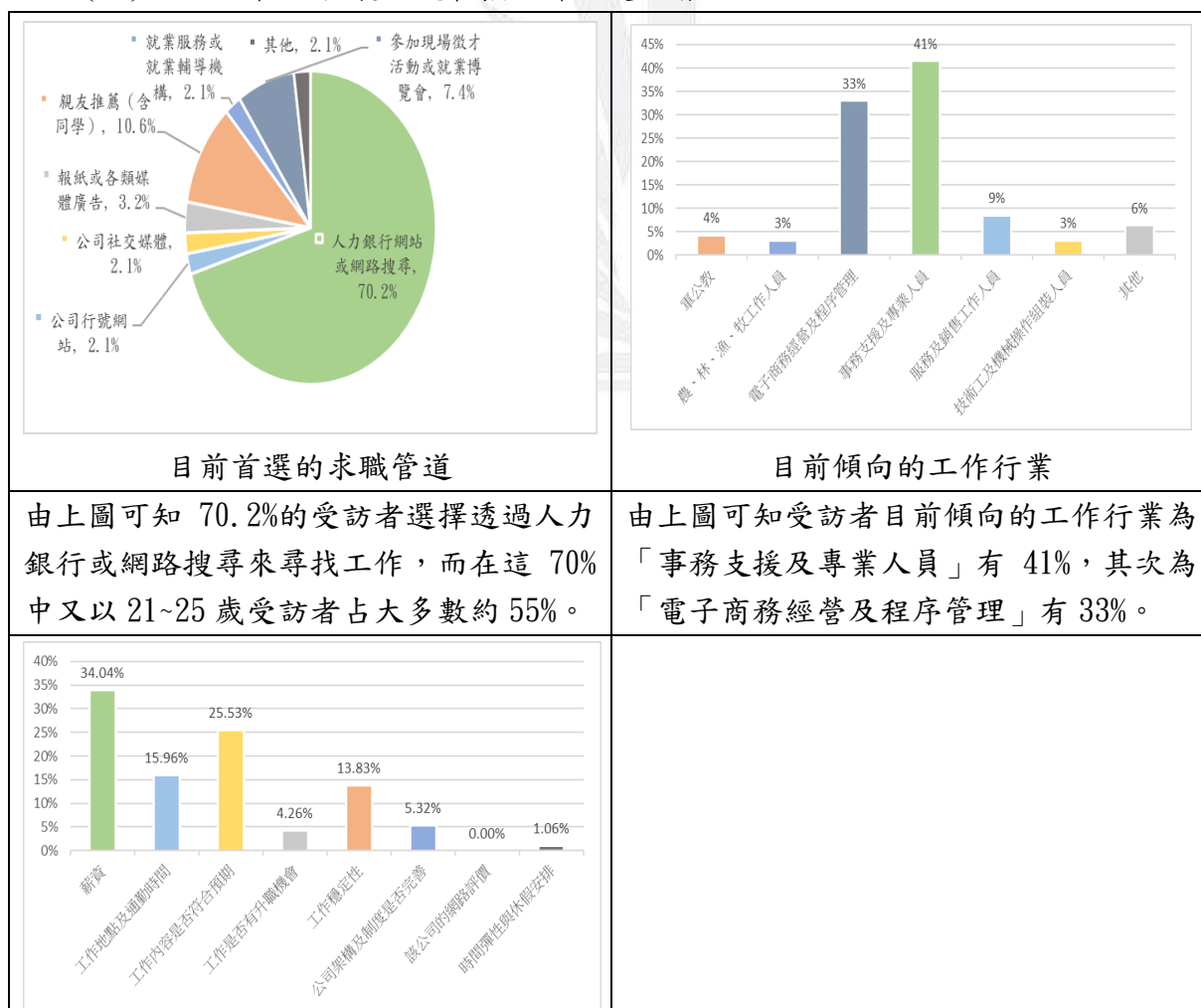
註3：隨機在大學校園內進行發放，得到部分老師及同學的反饋。

註4：經由組員的個別請託，也有邀請部分具工作年資或應徵經驗等科技產業相關僱員回答。

(一) 基本資料

項目	該項目所占百分比		項目	該項目所占百分比	
性別	男性	27.4%	就讀 或畢業科系	商學院 及經營管理類	65.9%
	女性	72.6%		資訊電機類	0.7%
年齡	16~20 歲	32.6%		工程或建設學院	3.7%
	21~25 歲	41.5%		人文社會類	20.7%
	26~30 歲	5.9%		其他	8.9%
	31~40 歲	11.1%		目前工作狀況	工作中-5 年以上
	41~50 歲	6.7%	工作中-5 年以下		11.1%
	51 歲以上	2.2%	待業中 或應屆畢業生		3.7%
學歷	高中職	10.4%	就學中		65.9%
	大專	74.1%			
	碩士	14.8%			
	博士	0.7%			

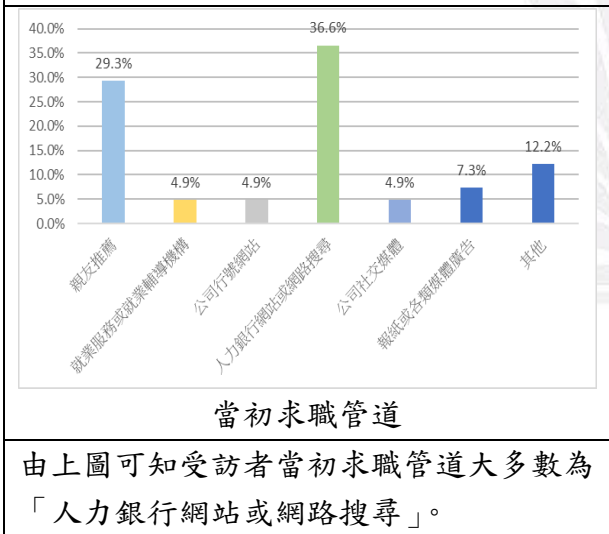
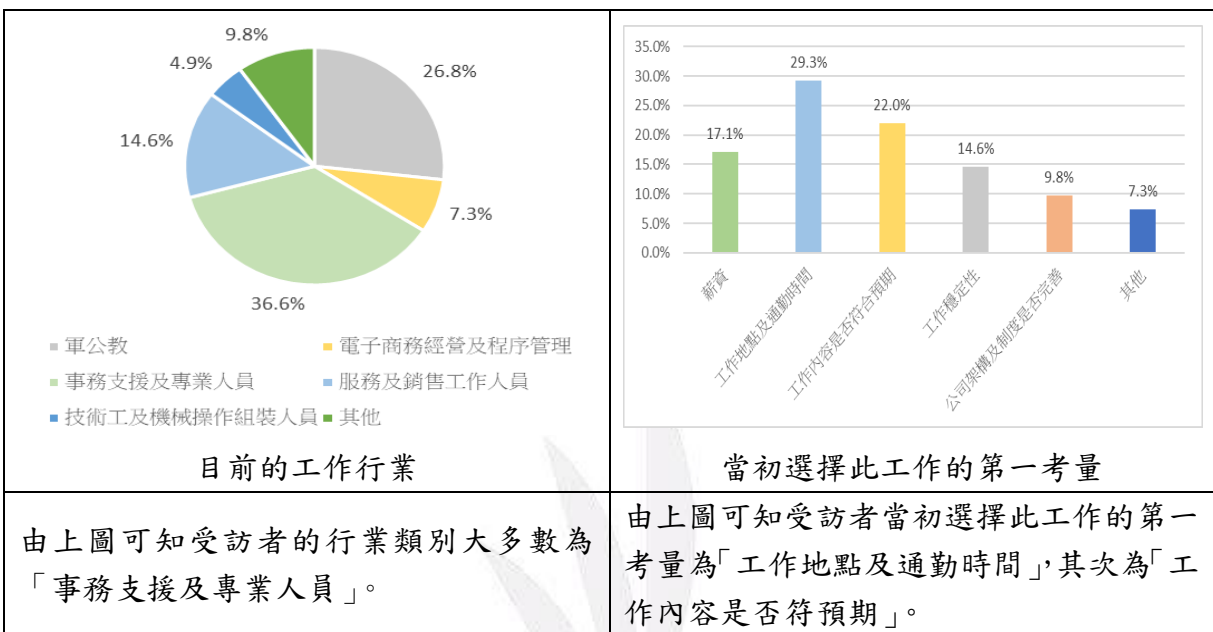
(二) 工作傾向調查-現在無工作之受訪者



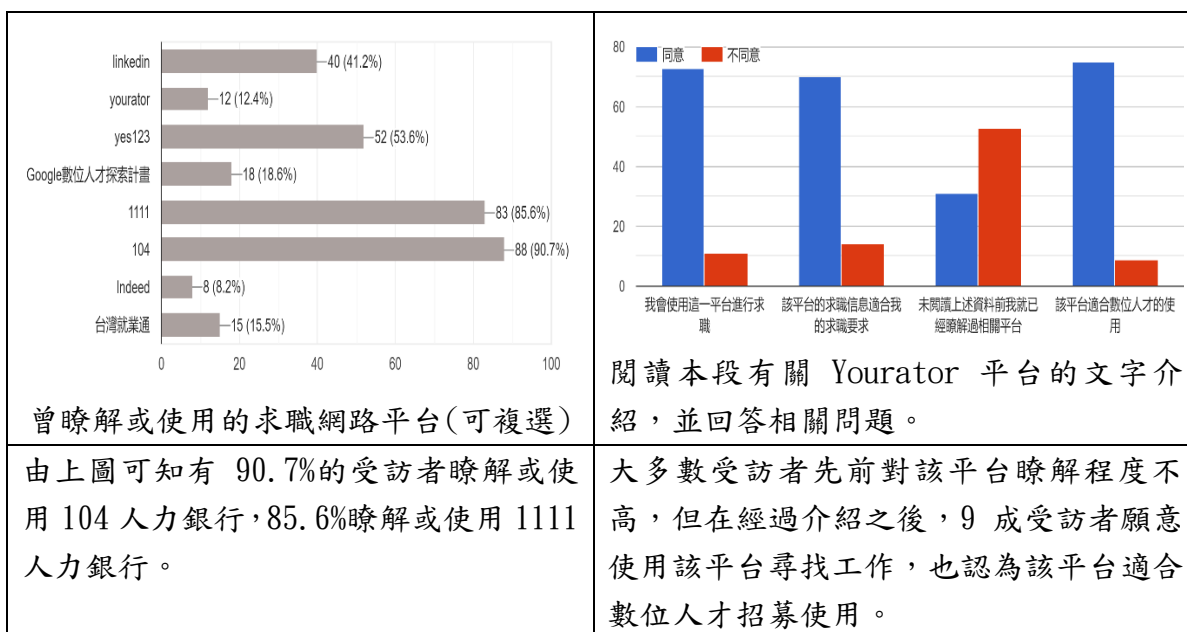
**選擇工作的第一考量**

由上圖可知有 34.04%的受訪者認為「薪資」是選擇工作的第一考量，其次為「工作內容是否符合期待」。

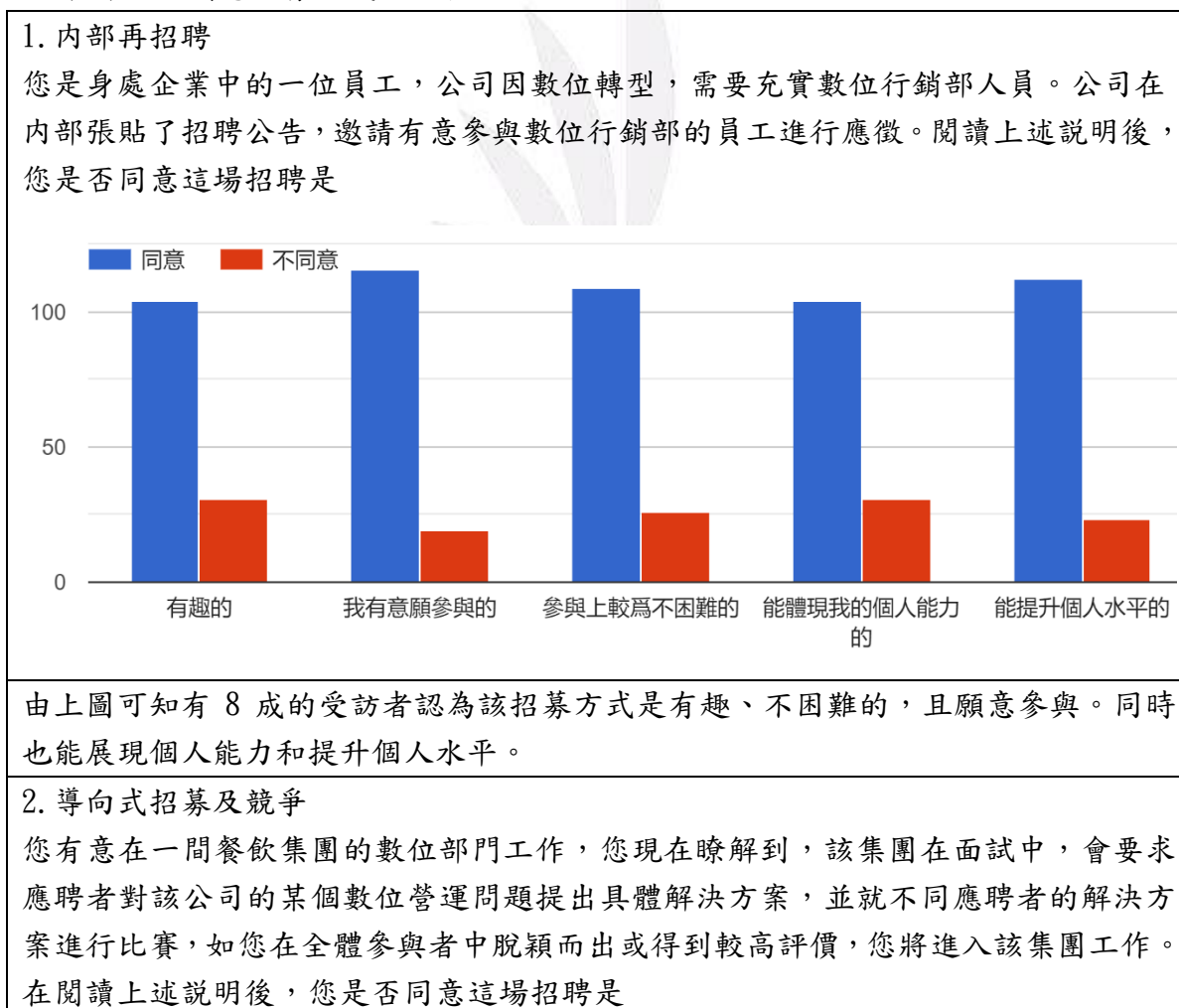
**(三) 工作行業調查-現在有在工作之受訪者**

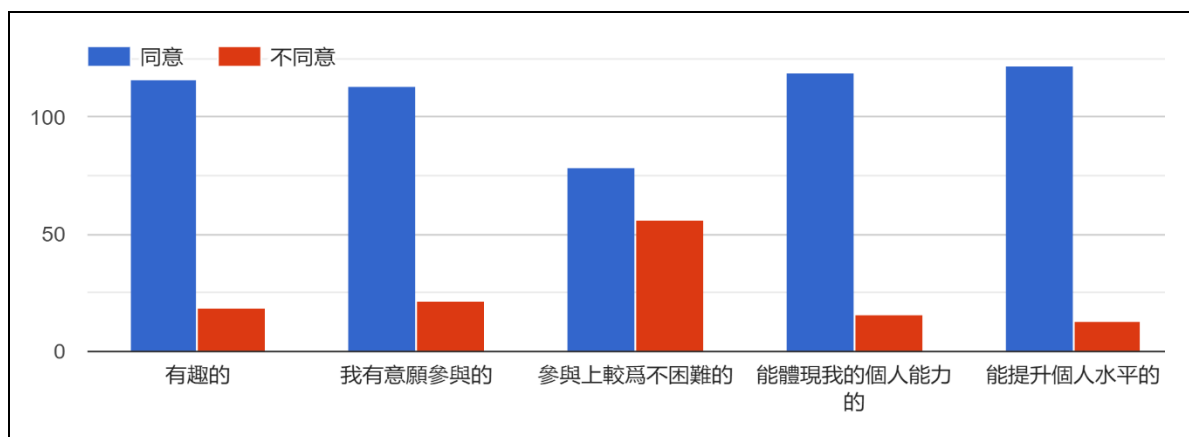


**(四) 網路招聘管道調查**



### (五) 創意招募方式接受程度

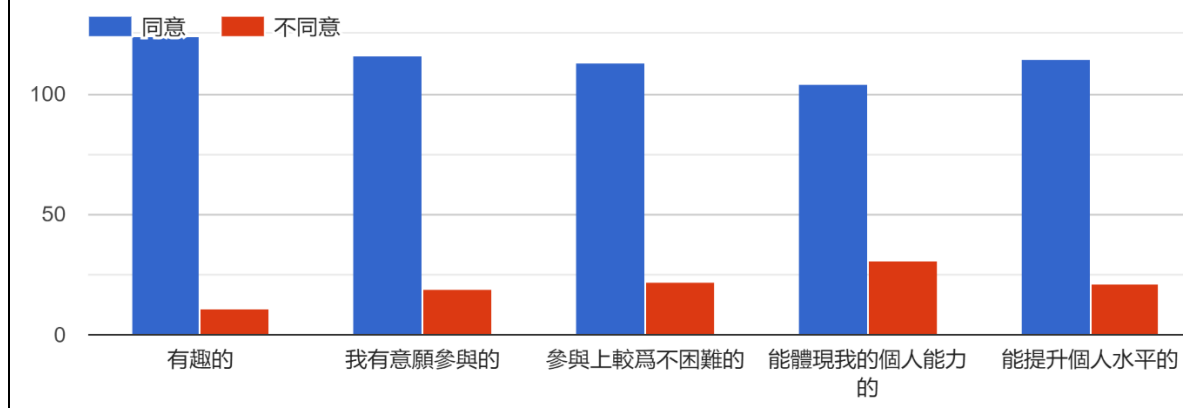




由上圖可知有 8 成的受訪者認為該招募方式是有趣、且願意參與，9 成的受訪者認為能展現個人能力和提升個人水平；但約一半的受訪者在該方式的參與上感到困難。

### 3. 數位人才社群咖啡交流會

您現在瞭解到，一間連鎖咖啡集團每月都會在旗下咖啡廳，舉行數位人才交流會，廣邀數位人才來店交流。在交流會上，您不僅會在咖啡和甜點的陪伴中和同領域的人才互相交流、分享經驗、發表看法、展現實力，認識到更多志同道合的朋友，還可能會在人才交流會上獲得工作機會。在閱讀上述說明後，您是否同意這場活動是



由上圖可知有 9 成的受訪者認為該招募方式有趣，8 成受訪者願意參與、參與上不困難且能提升個人水平。

## 五、 結論與建議

### 1. 結論

綜合上述問卷調查中各項分析，將所獲得之結論彙整並提出建議，以供未來成真咖啡在數位人才招募之參考。

#### (1) 求職管道以人力銀行網站或網路搜尋最多

由於網路資訊越來越發達，現代人大多會在知名人力銀行網站上尋找心儀的工作，除了可以節省尋找時間也可以在同性質的職缺中比較出最符合自己需求的公司，且傳統人力銀行觸及到的範圍較廣。

(2) 新型人才招募平台的接受程度高

雖然新型人才招募平台的知名度不高，但是透過簡單介紹能讓大家了解並使用該平台，也相信能在該平台上找到符合需求的工作。

(3) 薪資為多數人選擇工作的第一考量要素

大多數人都希望自身條件、工作難易度能和薪資成正比，畢竟日常開銷也需要一定程度的花費，如果獲得的薪資無法負擔支出或不符合工作難易度，這份工作將不會列入考慮。

## 2. 建議

(1) 定期舉辦數位人才社群咖啡交流會

1. 根據問卷回饋，此方法是最多人接受和有興趣參與。
2. 企業和應徵者能有雙向的交流，互相可獲得需要的知識、眼界，除了求職，另一方面能夠拓展人脈。
3. 應徵者能夠瞭解實際的公司文化和工作環境。

(2) 使用成真既有的場地，能節省場地租賃費用和時間。

(3) 傳統人力銀行和新型人才招募平台可同時使用

1. 傳統人力銀行觸及範圍廣，能接受各領域的人才增加企業的選擇。
2. 新型招募平台能精準鎖定需要的人才，更快速補充企業的人力缺口。

## 六、 附錄

### 問卷：應聘者對新型招募形式之求職意願調查

本研究將問卷填答的結果分為受訪者基本資料、工作傾向調查、工作行業調查、網路招聘管道調查、創意招募方式接受程度進行彙整及分析。本問卷採取網路填答(Facebook 社團、Instagram)、校園發放、網路訪談的方式進行，於 2021 年 12 月 13 日至 2021 年 12 月 16 日、12 月 22 日至 12 月 25 日期間內進行調查，問卷填答人數共 135 人，有效問卷 135 份

親愛的受訪者：

您好，感謝您在百忙中抽空填答本問卷。因本問卷所涉及之問題有關求職意願及想法，需要對自身的優勢及意願有所評估與瞭解，如您未滿 16 歲，請不要填答本問卷，感謝您的參與。

我們是逢甲大學國際經營與貿易系人力資源管理課程學員，目前正對應聘者對新型招募形式之求職意願進行調查。在本問卷中，您將模擬不同應聘身份，旨在收集及分析，應聘者在不同的應聘方式下與求職管道中之求職意



願。問卷問題之答案僅作學術分析之用途，並不會涉及個人資訊。所有填寫之內容均將保密，請您放心填寫。

再次感謝您撥冗填寫本問卷。

此致

敬頌時祺

逢甲大學 國際經營與貿易學系 人力資源管理課程小組成員 敬啟

### 第 1 節 基本資料調查

親愛的受訪者您好，在此區段中，您將填寫性別、年齡及學歷信息以作基本背景參考。本問卷不記名，所有填寫的內容均將保密，請您放心填寫。

1. 請問您的性別是  
A. 男 B. 女
2. 請問您的年齡是  
A. 16-20 歲 B. 21-25 歲 C. 26-30 歲 D. 31-40 歲 E. 41-50 歲 F. 51 歲以上
3. 請問您的學歷是  
A. 高中職 B. 大專 C. 碩士 D. 博士
4. 請問您目前所就讀或畢業的相關科系為？  
(註：您好，恕未能儘錄相關科系名稱，如選項中未有提及，請在【E. 其他】欄位中填寫。)  
A. 商學院及經營管理類 (含金融、經濟、貿易、行銷等)  
B. 資訊電機類 (含軟體開發、資工、電工、電機等)

(此為第 1 頁結尾，請轉至第 2 頁繼續作答，謝謝)

- C. 工程或建設學院 (含土木工程、運輸物流、都市計劃等)
- D. 人文社會類 (含哲學、文學、法律、歷史、藝術、設計等)
- E. 其他，請注明\_\_\_\_\_
5. 您目前的工作狀況是  
A. 工作中，且已工作 5 年以上 (請轉至第 2-2 節作答)  
B. 工作中，目前年資還在 5 年以下 (請轉至第 2-2 節作答)  
C. 待業中或應屆畢業，目前正在尋找工作 (請轉至第 2-1 節作答)  
D. 仍在就學中 (請轉至第 2-1 節作答)

### 第 2-1 節 傾向工作調查

親愛的求職者您好，請您假設自己正在尋找心儀工作，在此區段中，我們將調查您的工作職位及意願傾向。

1. 請問您目前首選的求職管道為？

(註：您好，本題為單選題，請您憑直覺及第一反應，選擇您首選的求職管道類型。)

- A. 報紙或各類媒體廣告 (在本節作答完成後，請轉至第4節作答)
- B. 親友推薦(含同學) (在本節作答完成後，請轉至第4節作答)
- C. 就業服務或就業輔導機構 (在本節作答完成後，請轉至第4節作答)
- D. 參加現場徵才活動或就業博覽會 (在本節作答完成後，請轉至第4節作答)
- E. 公司社交媒體
- F. 人力銀行網站或網路搜尋
- G. 公司行號網站
- H. 其他，請注明\_\_\_\_\_

2. 請問您目前傾向的工作行業為？

(註：您好，本題請您選擇您首選的傾向工作行業，如選項中未提供您所心儀的職位，請您在【G. 其他】欄位中填寫。)

- A. 軍公教
- B. 農、林、漁、牧工作人員
- C. 電子商務經營及程序管理(如行銷主管、程序軟體開發等)
- D. 事務支援及專業人員(如行政、文書、會計、出納、護士、記者等)
- E. 服務及銷售工作人員(如廚師、理容、服務生等)
- F. 技術工及機械操作組裝人員(如泥水匠、麵包師傅、司機等)
- G. 其他，請注明\_\_\_\_\_

3. 請問以下哪個原因會是您對工作的第一考量？

- A. 薪資
- B. 工作地點及通勤時間
- C. 工作內容是否符合預期

(此為第2頁結尾，請轉至第3頁繼續作答，謝謝)

- D. 工作是否有升職機會
- E. 工作穩定性
- F. 公司架構及制度是否完善
- G. 該公司的網路評價
- H. 其他，請注明\_\_\_\_\_

## 第2-2節 工作行業調查

親愛的填答者您好，工作辛苦了，請您稍作回憶自己在獲得現有職位的過程。在此區段中，我們將調查您目前的工作職位情況。

1. 請問您目前的工作行業為？

(註：您好，恕未能儘錄行業類別，如選項中未提供您所在的行業類別，請您在【G. 其他】欄位中填寫。)

- A. 軍公教
- B. 農、林、漁、牧工作人員
- C. 電子商務經營及程序管理（如行銷主管、程序軟體開發等）
- D. 事務支援及專業人員（如行政、文書、會計、出納、護士、記者等）
- E. 服務及銷售工作人員（如廚師、理容、服務生等）
- F. 技術工及機械操作組裝人員（如泥水匠、麵包師傅、司機等）
- G. 其他，請注明\_\_\_\_\_

2. 請問以下哪個原因是您當初對此工作的第一考量？

- A. 薪資
- B. 工作地點及通勤時間
- C. 工作內容是否符合預期
- D. 工作是否有升職機會
- E. 工作穩定性
- F. 公司架構及制度是否完善
- G. 該公司的網路評價
- H. 其他，請注明\_\_\_\_\_

3. 請問您目前首選的求職管道為？

- A. 報紙或各類媒體廣告（在本節作答完成後，請轉至第 4 節作答）
- B. 親友推薦（含同學）（在本節作答完成後，請轉至第 4 節作答）
- C. 就業服務或就業輔導機構（在本節作答完成後，請轉至第 4 節作答）
- D. 參加現場徵才活動或就業博覽會（在本節作答完成後，請轉至第 4 節作答）
- E. 公司社交媒體
- F. 人力銀行網站或網路搜尋

(此為第 3 頁結尾，請轉至第 4 頁繼續作答，謝謝)

- G. 公司行號網站
- H. 其他，請注明\_\_\_\_\_

### 第 3 節 網路招聘管道調查

親愛的網路求職者您好，您曾瞭解或使用哪些求職平台呢？在本區段中，您將選擇自己所瞭解或使用的網路求職平台。

1. 以下求職網路平台中您曾有所瞭解或使用的有

(註：您好，本題為**多選題**，請您將您所知道的所有求職平台皆進行勾選，如選項中沒有提及您所知道的求職平台，請在本節【題目 1-1】中將名字輸

入文本框中，謝謝。)

- A. LinkedIn B. yourator C. yes123 D. Google 數位人才探索計畫 E. 1111  
F. 104 G. Indeed H. 台灣就業通

1-1 . 您還有瞭解過哪些網路求職平台？

(註：您好，本題為選答題，如在上述名單中沒有包括您所瞭解過的求職平台，請在下方欄位填寫，如已包括可留空。)

## 2. 背景選擇題

(註：您好，接下來你將有一段文字介紹及一段影片介紹，在閱讀和體驗 Yourator 平台後，請您回答下列【2-1】~【2-4】問題)

### ➤ 背景一 文字

Yourator 作為一個新創求職與徵才平台，希望幫助有願景的新創公司獲得更高的能見度。將電子媒體與社群的概念導入求職網，利用策展式的介面深度介紹徵才企業的文化與團隊，希望幫助想要開創新局的年輕人找到值得奉獻的人生志業。比起找工作時才會開啟的人力銀行，Yourator 希望提供求職時間點以外也可以關注的職涯資訊，幫助工作者以長期且持續的方式吸收新創思維與職場動態，慢慢的找到自己的人生目標與價值。網址 <https://www.yourator.co/>

### ➤ 背景二 影片

請您觀看這段有關 Yourator 平台的影片介紹

[https://www.youtube.com/watch?v=1k\\_UsvJ6GDk](https://www.youtube.com/watch?v=1k_UsvJ6GDk)

感謝您的觀看，在閱讀和體驗 Yourator 平台後，請您回答下列問題

(此為第 4 頁結尾，請轉至第 5 頁繼續作答，謝謝)

在瞭解與體驗該平台後，您是否同意以下說法？

	同意	不同意
2.1 我會使用這一平台進行求職		
2.2 該平台的求職信息適合我的求職要求		
2.3 未閱讀上述		

資料前我就已經瞭解過相關平台		
2.4 該平台適合數位人才的使用		

#### 第 4 節 人才招聘方式或活動

親愛的填答者您好，接下來，您將閱讀 3 種不同的人才招聘方式或活動，請您假設您是一位求職者，請您對這些招聘方式或活動進行評價。

##### 1. 背景選擇題-內部再招聘

➤ 背景：

您是身處企業中的一位員工，公司因數位轉型，需要充實數位行銷部人員。公司在內部張貼了招聘公告，邀請有意參與數位行銷部的員工進行應徵。

在閱讀上述內部再招聘的說明後，您是否同意這場招聘是

	同意	不同意
1-1 有趣的		
1-2 我有意願參與的		
1-3 參與上較為不困難的		
1-4 能體現我的個人能力的		
1-5 能提升個人水平的		

1-6 您對這種招聘方式有其他評價嗎？如有，請填寫。

(註：您好，本題為選答題，如沒有其他評價可留空。)

##### 2. 背景選擇題-導向式招募及競爭

➤ 背景：

(此為第 5 頁結尾，請轉至第 6 頁繼續作答，謝謝)

您有意在一間餐飲集團的數位部門工作，您現在瞭解到，該集團在面試中，會要求應聘者對該公司的某個數位營運問題提出具體解決方案，並就不同應聘者的解決方案進行比賽，如您在眾多參與者中脫穎而出或得到較高評價，

您將進入該集團工作。

在閱讀上述導向式招募及競爭的說明後，您是否同意這場招聘是

	同意	不同意
2-1 有趣的		
2-2 我有意願參與的		
2-3 參與上較為不困難的		
2-4 能體現我的個人能力的		
2-5 能提升個人水平的		

2-6 您對這種招聘方式有其他評價嗎？如有，請填寫。

(註：您好，本題為選答題，如沒有其他評價可留空。)

### 3. 背景選擇題-數位人才社群咖啡交流會

➤ 背景：

您現在瞭解到，一間連鎖咖啡集團每月都會在旗下咖啡廳，舉行數位人才交流會，廣邀數位人才來店交流。在交流會上，您不僅會在咖啡和甜點的陪伴中和同領域的人才互相交流、分享經驗、發表看法、展現實力，認識到更多志同道合的朋友，還可能會在人才交流會上獲得工作機會。

在閱讀上述數位人才社群咖啡交流會的說明後，您是否同意這場活動是

	同意	不同意
3-1 有趣的		
3-2 我有意願參與的		
3-3 參與上較為不困難的		
3-4 能體現我的個人能力的		
3-5 能提升個人水平的		

3-6 您對這種招聘方式有其他評價嗎？如有，請填寫。

(註：您好，本題為選答題，如沒有其他評價可留空。)

(此為第 6 頁結尾，如有疑問，請使用電郵發送至 pzsrrz@icloud.com，再次誠摯感謝您填寫本問卷。)

### 參考文獻

1. 洪麗君(2013)。大學生對服務學習參與動機與滿意度研究—以東部某大學教育學系學生為例。國立東華大學教育行政與管理學系四年級
2. Yourator(2022 年 1 月 15 日)。 <https://www.yourator.co/>
2. 1111 人力銀行(2022 年 1 月 15 日)。刊登費用。 <https://reurl.cc/Y99Ebx>
3. 台灣金融研訓院(2022 年 1 月 15 日)。數位內容製作實務班。  
<https://reurl.cc/GoojYA>
4. Yourator(2022 年 1 月 15 日)。方案介紹。 <https://reurl.cc/x00a85>
5. Yourator(2022 年 1 月 15 日)。步昂咖啡。 <https://reurl.cc/022vb6>
6. 黑浮咖啡(2022 年 1 月 15 日)。 <https://www.reve-cafe.com/>

