

南華大學人文學院生死學系碩士班

碩士論文

Department of Life-and-Death Studies

College of Humanities

Nanhua University

Master Thesis

應用修正式德菲法建立生前殯葬服務流程評估準則之研究

Research on the Application of Modified Delphi Method to
Establish the Evaluation Criteria for the Process of Pre-need
Funeral

莊婷尹

Ting-Yin Chuang

指導教授：李慧仁 博士

Advisor: Hui-Jen Lee, Ph.D.

中華民國 110 年 6 月

June 2021

南華大學

生死學系碩士班

碩士學位論文

應用修正式德菲法建立生前殯葬服務流程
評估準則之研究

Research on the Application of Modified Delphi Method
to Establish the Evaluation Criteria for the Process of
Pre-need Funeral

研究生：莊婷尹

經考試合格特此證明

口試委員：謝國偉

張國偉
李靜怡

指導教授：李靜怡

系主任(所長)：楊國松

口試日期：中華民國110年6月16日

謝誌

想當初剛進入南華大學就讀生死學系碩士班的自己，還是個剛從工業管理學科畢業涉世未深尚未了解生死學的大學生，在經過這四年漫長的學習與磨練，心情從一開始的懵懂畏懼，到現在即將完成一篇碩士論文，終於要畢業了，心境已有所成長，不管是學術上的學習，還是後來親身實際從事禮儀服務，對於生死學的知識也算是有所精進。首先特別感謝慧仁老師在我對於碩士班求學的路上，給了我人生一個很不一樣的轉變，感謝當初慧仁老師的建議，讓我有機會認識到生死學領域，更了解殯葬禮儀這項專業，提供學生相當豐富的學習資源，使我人生多了一項專業技能；同時也感謝慧仁老師辛苦的指導我完成碩士論文，願意讓我應用大學所學的專業結合殯葬禮儀的研究，在論文寫作的過程中給我很多自由發揮的空間，並且細心地指導給予專業見解協助我完成這項艱辛的任務。

在此感謝口試委員尉遲淦教授、張國偉教授，在這特別的疫情時刻，協助學生進行遠距線上碩士論文口試，並且給予本論文精闢的建議，使本論文更加完整。

另外特別感謝協助完成本研究問卷調查的十五位專家，感謝專家們不吝指教，給予後學相當豐富的專業建議與資源，協助本研究完成三回合的問卷調查，才能使後學完成學位論文；感謝研究所的同學：宇鉸與珮瑄，謝謝你們在我就讀碩班的過程中，給予我很多陪伴與幫助，一起帶我認識新環境、完成多項計畫案、出國見習等，感謝宇鉸給我實際從事殯葬禮儀服務的機會，感謝珮瑄在這段完成論文艱辛的期間，陪伴鼓勵我繼續完成這項難關，也帶我體驗很多以前未嘗試的活動與工作，感謝怡靜協助我校正文本內容；感謝大學同學怡萱協助我完成英文摘要，謝謝育婷解答我任何在寫作論文上遇到的問題，最後感謝我的家人，謝謝你們無條件的支持與鼓勵，讓我在寫作的期間可以不用擔心生活經濟等問題，使我順利完成論文。

莊婷尹 謹識於南華大學生死學所

2021 年 6 月 1 日

應用修正式德菲法建立生前殯葬服務流程評估準則之研究

摘要

由於生前契約服務內容是多項複雜的殯葬禮儀服務組合而成，且一般大眾消費者並不了解生前契約真正意涵與使用內容的相關觀念，又因生前契約為非日常消費品的特性，導致消費者經常是在不清楚與不了解的情況下進行購買，因此產生消費糾紛的問題多有耳聞。為了避免消費者在選購生前契約商品時，面對眾多不同生前契約內容與不同規格的殯葬服務項目之疑慮，故運用修正式德菲法建立生前殯葬服務流程評估準則，幫助消費者釐清生前契約的服務流程內容，以利消費者評估出適用的生前契約商品。

本研究初步透過相關文獻與蒐集專家學者之意見，建立第一階段問卷並實施調查，運用修正式德菲法作為資料分析與專家意見整合之研究方法，建出生前殯葬服務流程評估準則，並應用層級分析法進行各準則之重要性排序分析。研究結果作為提供消費者評估生前契約服務流程的參考依據。

研究結果顯示五大範疇，流程之首的「緣」範疇（0.440）群權重以「購前簽約」評估準則最為重要；排序第二階段的「殯」範疇（0.367）群權重以「治喪協調」評估準則最為重要；第三階段的「殮」範疇（0.102）群權重以「入殮移柩」評估準則最為重要；第四階段的「葬」範疇（0.069）群權重以「遺體安葬」評估準則最為重要；最末流程的「續」範疇（0.022）群權重以「後續關懷」評估準則最為重要，其中「購前簽約」評估準則是生前殯葬服務流程評估準則中最為重要的指標，建議消費者可從購前簽約評估指標內之重要性排名前六項的準則作為首要評估之依據，排序分別是：履約保證（0.0572）、服務品質（0.0508）、價格（0.0490）、依宗教別區分契約服務內容（0.0445）、顧客滿意度（0.0436）、銷售者的可信度（0.0427）

關鍵字：生前殯葬服務契約、修正式德菲法、層級分析法、殯葬服務流程

Research on the Application of Modified Delphi Method to Establish the Evaluation Criteria for the Process of Pre-need Funeral

Abstract

Owing to the pre-need funeral contract is a more complex funeral service combination, and the general public does not understand the true meaning and usage concept of the pre-need funeral contract, because of the pre-need funeral contract at non-characteristic daily consumer goods, consumers often lead the purchase is made without knowing or understanding, so there are endless consumer disputes. To prevent consumers from facing most doubts about the content of different contracts and different funeral service specifications when purchasing pre-need contracts, the use of the modified Delphi method to establish the evaluation criteria for the process of the pre-need funeral to help consumers clarify the content and evaluate products suitable for the pre-need funeral contract.

The objective of this study is to establish the first-stage questionnaire survey based on relevant literature and the opinions of experts and scholars, and use the modified Delphi method as a research method for data analysis and expert opinion integration to establish the evaluation criteria for the process of the pre-need funeral, and apply the Analytic Hierarchy Process to analyze the importance of each criterion. The research results serve as a reference basis for consumers to evaluate the pre-need funeral contract.

The study found that the Beginning of funeral is the primary factor in the pre-need funeral service in the five categories, with a weight of 0.440, especially purchase a pre-need funeral contract is the first important factor for the group weight; the funeral arrangement is the secondary factor, with a weight of 0.367, especially arrangement conference to prepare funeral

arrangements is the first important factor for the group weight; the third factor has put the corpse in a coffin, with a weight of 0.102. The fourth factor is corpse remains resettlement, with a weight of 0.069. Sustainable care, with a weight of 0.022, ranks in the bottom. According to the research results, in the purchase a pre-need funeral contract, recommended that consumers can use the top six criteria as the basis for the primary evaluation. The rankings are: performance guarantee (0.0572), service quality (0.0508), price (0.0490), and religion distinguish the contract service content (0.0445), customer satisfaction (0.0436), and seller's credibility (0.0427).

Keywords: pre-need funeral contract, the modified delphi method, analytic hierarchy processt, the process of funeral service



目錄

謝誌.....	I
摘要.....	II
Abstract.....	III
目錄.....	V
圖目錄.....	VII
表目錄.....	VIII
第一章 緒論.....	1
第一節 研究背景與動機.....	1
第二節 研究目的.....	2
第三節 研究流程.....	2
第四節 名詞界定.....	4
第二章 文獻探討.....	6
第一節 生前契約相關文獻之探討.....	6
第二節 生前殯葬服務流程.....	23
第三節 生前殯葬服務流程評估指標.....	29
第三章 研究方法.....	37
第一節 研究架構.....	37
第二節 研究方法.....	38
第三節 研究對象.....	49
第四節 資料分析.....	52
第四章 研究分析.....	54
第一節 第一回合修正式德菲法問卷調查結果.....	54
第二節 第二回合修正式德菲法問卷調查結果.....	68

第三節 層級分析法問卷調查與分析.....	87
第五章 結論與未來研究建議	112
第一節 結論	112
第二節 未來研究建議.....	128
參考文獻.....	129
一、中文文獻	129
二、外文文獻	132
三、網站資料	134
附錄一 第一回修正式德菲法問卷	136
附錄二 第二回修正式德菲法問卷	144
附錄三 層級分析法問卷.....	152
附錄四 殯葬服務定型化契約應記載事項及不得記載事項	164
附錄五 生前殯葬服務定型化契約範本（自用品）	167
附錄六 生前殯葬服務定型化契約範本（家用型）	184

圖目錄

圖 1-1 研究流程圖.....	3
圖 2-1 殯葬服務流程圖	25
圖 3-1 研究架構圖.....	37
圖 4-1 緣(範疇)層級架構圖	91
圖 4-2 殯(範疇)層級架構圖	92
圖 4-3 殯(範疇)層級架構圖	93
圖 4-4 葬(範疇)層級架構圖	94
圖 4-5 續(範疇)層級架構圖	95
圖 5-1 主要層級範疇權重分析圖.....	113
圖 5-2 主要層級評估指標權重分析圖	114
圖 5-3 主要層級評估指標組內與相對權重分析圖	116
圖 5-4 購前簽約評估準則權重分析圖	119
圖 5-5 治喪協調評估準則權重分析圖.....	120
圖 5-6 入殯移柩評估準則權重分析圖	121
圖 5-7 遺體安葬評估準則權重分析圖	123
圖 5-8 後續關懷評估準則權重分析圖	124

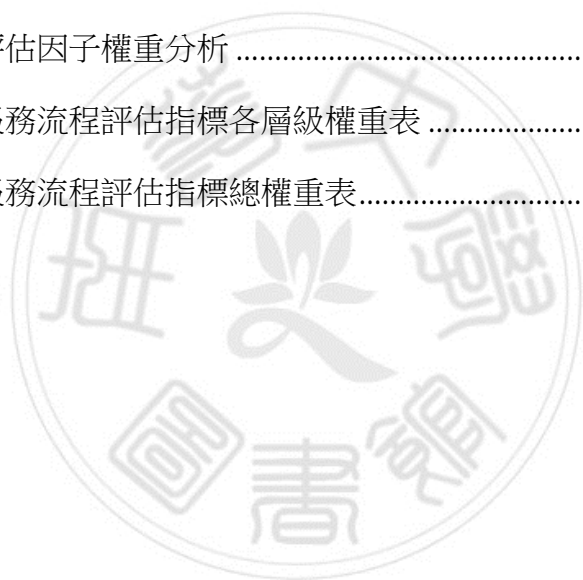
表目錄

表 2-1 生前契約主要定義.....	7
表 2-2 殯葬服務定型化契約種類比較表.....	17
表 2-3 中式生前殯葬服務契約服務項目與規格.....	26
表 2-4 購前簽約評估指標與項目文獻彙整表.....	30
表 2-5 臨終諮詢評估指標與項目文獻彙整表.....	31
表 2-6 遺體接運評估指標與項目文獻彙整表.....	31
表 2-7 安靈服務評估指標與項目文獻彙整表.....	32
表 2-8 治喪協調評估指標與項目文獻彙整表.....	32
表 2-9 奠禮場地準備評估指標與項目文獻彙整表.....	33
表 2-10 入殮移柩評估指標與項目文獻彙整表.....	34
表 2-11 奠禮儀式評估指標與項目文獻彙整表.....	34
表 2-12 發引評估指標與項目文獻彙整表.....	35
表 2-13 火化封罐評估指標與項目文獻彙整表.....	35
表 2-14 遺體安葬評估指標與項目文獻彙整表.....	36
表 2-15 後續關懷評估指標與項目文獻彙整表.....	36
表 3-1 AHP 評估尺度意義及說明.....	47
表 3-2 隨機指標表.....	49
表 3-3 專家學者背景資料表.....	50
表 3-4 四分位距判定對照表.....	54
表 4-1 第一次購前簽約指標分析表.....	56
表 4-2 第一次購前簽約指標專家建議修正彙總表.....	57
表 4-3 第一次臨終諮詢指標分析表.....	58
表 4-4 第一次臨終諮詢指標專家建議修正彙總表.....	58

表 4-5 第一次遺體接運指標分析表	59
表 4-6 第一次遺體接運指標專家建議修正彙總表	59
表 4-7 第一次安靈服務指標分析表	60
表 4-8 第一次安靈服務指標專家建議修正彙總表	60
表 4-9 第一次治喪協調指標分析表	61
表 4-10 第一次治喪協調指標專家建議修正彙總表	61
表 4-11 第一次奠禮場地準備指標分析表	62
表 4-12 第一次奠禮場地準備指標專家建議修正彙總表	63
表 4-13 第一次入殮移柩指標分析表	63
表 4-14 第一次入殮移柩指標專家建議修正彙總表	64
表 4-15 第一次奠禮儀式指標分析表	64
表 4-16 第一次奠禮儀式指標專家建議修正彙總表	65
表 4-17 第一次發引指標分析表	65
表 4-18 第一次發引指標專家建議修正彙總表	66
表 4-19 第一次火化封罐指標分析表	66
表 4-20 第一次火化封罐指標專家建議修正彙總表	67
表 4-21 第一次遺體安葬指標分析表	67
表 4-22 第一次遺體安葬指標專家建議修正彙總表	67
表 4-23 第一次後續關懷指標分析表	68
表 4-24 第一次後續關懷指標專家建議修正彙總表	68
表 4-25 第二次購前簽約指標分析表	70
表 4-26 購前簽約指標評估項目表	71
表 4-27 第二次臨終諮詢指標分析表	72
表 4-28 臨終諮詢指標評估項目表	72
表 4-29 第二次遺體接運指標分析表	73

表 4-30 遺體接運指標評估項目表.....	74
表 4-31 第二次安靈服務指標分析表	75
表 4-32 安靈服務指標評估項目表.....	75
表 4-33 第二次治喪協調指標分析.....	76
表 4-34 治喪協調指標評估項目表.....	77
表 4-35 第二次奠禮場地準備指標分析	77
表 4-36 奠禮場地準備指標評估項目表	78
表 4-37 第二次入殮移柩指標分析.....	79
表 4-38 入殮移柩指標評估項目表.....	79
表 4-39 第二次奠禮儀式指標分析.....	80
表 4-40 奠禮儀式指標評估項目表.....	81
表 4-41 第二次發引指標分析.....	81
表 4-42 發引指標評估項目表.....	82
表 4-43 第二次火化封罐指標分析.....	82
表 4-44 火化封罐指標評估項目表.....	83
表 4-45 第二次遺體安葬指標分析.....	83
表 4-46 遺體安葬指標評估項目表.....	83
表 4-47 第二次後續關懷指標分析.....	84
表 4-48 後續關懷指標評估項目表.....	84
表 4-49 本研究建立之生前殯葬服務流程評估框架表	85
表 4-50 層級分析法購前簽約指標評估因子修正彙整表	89
表 4-51 Cronbach's α 係數值對照表	90
表 4-52 問卷整體信度分析結果.....	91
表 4-53 問卷各層面 α 係數值分析結果	91
表 4-54 主要層級之各項範疇比較表	97

表 4-55 主要層級之購前簽約與臨終諮詢評估指標比較表.....	98
表 4-56 主要層級之遺體接運與入殮移柩評估指標比較表.....	98
表 4-57 主要層級之安靈服務、治喪協調、奠禮場地準備、奠禮儀式評估指標比較表	99
表 4-58 主要層級之發引、火化封罐、遺體安葬評估指標比較表	99
表 4-59 次要層級之各項評估因子比較表	100
表 4-60 AHP 問卷一致性檢定結果	103
表 4-61 主要層級範疇權重分析表.....	104
表 4-62 主要層級評估指標權重分析表	104
表 4-63 次要層級評估因子權重分析	105
表 4-64 生前殯葬服務流程評估指標各層級權重表	108
表 4-65 生前殯葬服務流程評估指標總權重表.....	110



第一章 緒論

第一節 研究背景與動機

學習看待死亡是人類共同的重要課題，近年來我國生死議題談論風氣逐漸開放，回顧過去，從對於談論死亡的忌諱並缺乏生涯規劃觀念，到政府推行新殯葬觀念，提倡殯葬自主，鼓勵每人們突破傳統思維，建立殯葬自主意識，強調喪禮也應彰顯人權觀念，在生前預做身後事規劃，於是近年來，生前殯葬服務契約（以下簡稱生前契約）商品成為社會大眾接觸自主規劃喪禮的重要基石。

我國生前契約源於西元 1993 年由國內殯葬業者-國寶集團仿效日本的做法引進台灣，並依台灣風俗習慣與殯葬管理相關法規制定適合國人之生前契約（許景雅，2017）。然而，隨著經濟發展，民國 90 年後國內出現企業集團投入殯葬服務產業，加上業者與媒體的報導，以及受到學者提倡生死教育的影響，生前契約開始盛行。目前我國內政部訂定有合法販售生前殯葬服務合約業者規範，然符合殯葬管理條例規定「一定規模」且交付信託，計有 32 家（內政部，2021）。

依中華民國信託業商業同業公會 109 年第四季統計資料顯示，生前契約信託金額為 156.37 億，雖然所有信託預收款中，生前契約信託金額呈現逐年增加的趨勢，但在各項金錢信託（不含證投信、期信基金保管）業務比率中，持有率只占 1%；另在楊國柱、王枝燦、李慧仁（2017）探討《我國殯葬消費行為調查研究》中提及：消費者選擇生前殯葬服務契約業者的比率，已由 95 年的 29.8% 明顯下降為 106 年 4.8%，以上述統計資料明顯得知：消費者對於生前契約的購買需求乃未普及化，反而在殯葬禮儀服務商品的購買評選時，選擇生前契約業者的比率下降；加上過去生前契約消費糾紛的問題屢次浮出新聞媒體版面，內政部（2017）表示乃有消費者因不了解生前契約提供的殯葬服務內容或對殯葬消費金額未透明化而受騙的事件，生前契約甚至變相成為直銷商業手段的工具，起初可幫助社會大眾達到對死亡預先規劃的初衷，已變成社會大眾與消費者對殯葬產業商品的不信任與誤會。

綜上所述，為了避免消費者在選購生前契約商品時，面對眾多不同生前契約內容與服務規格之疑慮，故運用修正式德菲法建立生前殯葬服務流程評估準則，以利消費者評估出適合自己的生前契約商品，為本研究之動機。本研究旨在透過相關文獻與蒐集專家學者的意見來建立生前殯葬服務流程之評估指標，運用修正式德菲法作為資料分析與整合之研究方法，以建立出生前殯葬服務流程之評估準則，並應用層級分析法分析各準則之重要性。研究結果以提供消費者未來在選購生前殯葬服務契約的一個評估依據。

第二節 研究目的

本研究之目的在於應用修正式德菲法，經過專家學者問卷調查，建立生前契約服務流程關鍵因素評估指標架構，並應用層級分析法分析各準則之重要性，分析結果可提供消費者解決生前契約選購的問題，本研究目的如下：

- 一、 運用修正式德菲法建構生前殯葬服務流程之構面與準則。
- 二、 應用層級分析法，探討生前殯葬服務流程評估準則之權重與排序。
- 三、 提供消費者在選購生前契約時可應用之有效評估準則。

第三節 研究流程

本研究經由文獻回顧以及專家訪問，蒐集整理生前契約服務內容、禮儀流程以及消費者購買意願等文獻資料，初步建立第一階段問卷調查，再以修正式德菲法綜合資深專家學者之意見，篩選分析出合適的評估因子，建立出本研究評估生前契約的構面及準則（項目），再由評估準則製作權重計算之專家問卷，將調查之結果以層級分析法（AHP）進行分析得出各別評估因子之權重排序，得以建立生前殯葬服務流程評估指標之架構，作為消費者評估生前契約的參考依據。

承上所述，本研究流程如圖 1-1 所示

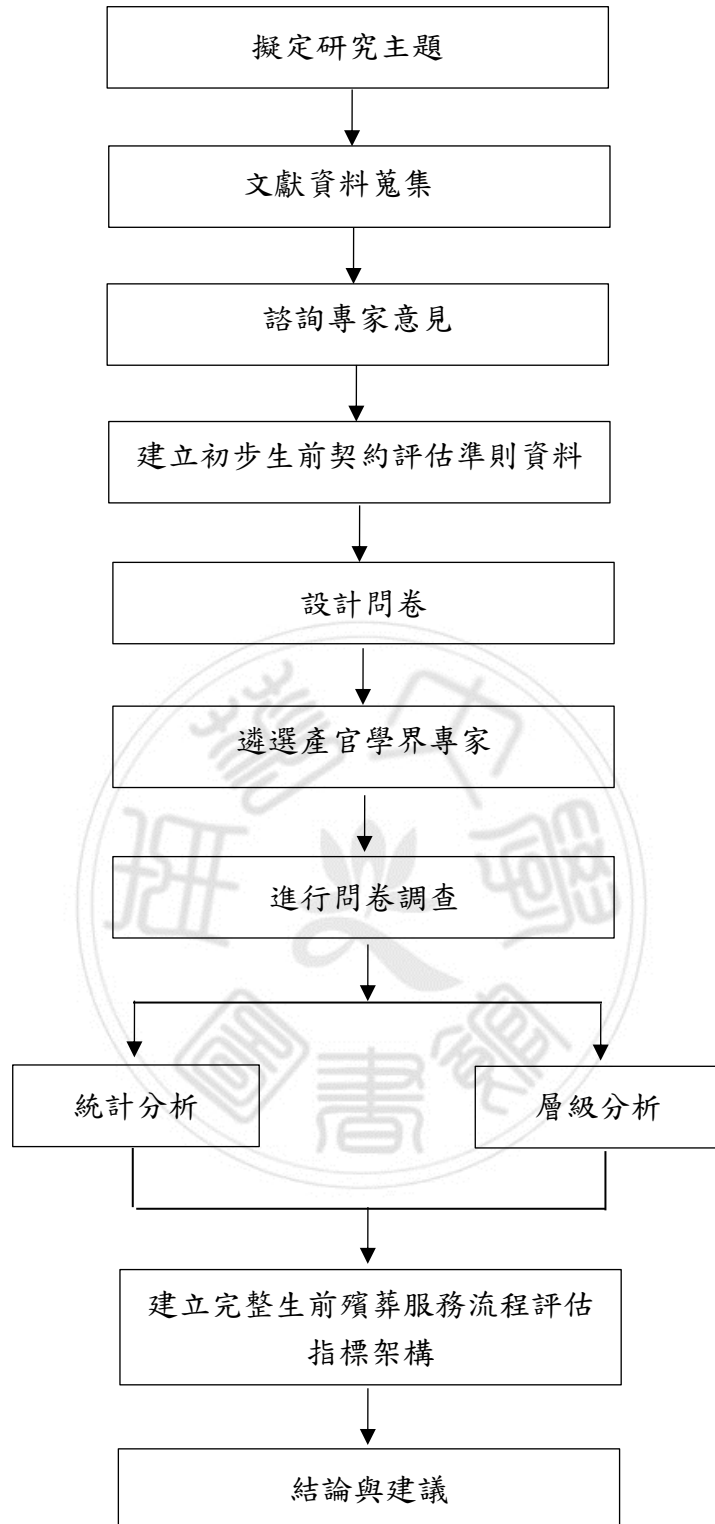


圖 1-1 研究流程圖

第四節 名詞界定

一、 生前契約

依《殯葬管理條例》第二條第十六款規定：「生前殯葬服務契約：指當事人約定於一方或其約定之人死亡後，由他方提供殯葬服務之契約。」(內政部，2017)。生前契約的核心理念是提前規劃自己的身後事，是一項預先為死亡做好準備的殯葬服務，可依照自己的想法及期望，在死亡之前先決定好未來的葬儀方式，藉由與殯葬業者簽訂契約並預付信託費用達到法律保障，且殯葬業者需依照契約內容履行殯葬服務，來保障亡者生前的遺願，守護最後的尊嚴。

本研究探討的生前契約為符合內政部殯葬管理條例規範合法之殯葬公司生前契約商品，研究範圍以殯葬禮儀服務流程與內容為主，以一般傳統佛道教所使用之中式火化喪禮服務契約作為評估基準。

二、 修正式德菲法

德菲法 (Delphi Method) 最初是由 Murry and Hammons (1995) 所開發的一套決策方法，主要目的是透過組成專家群體，針對某特定方面的問題進行研究，透過反覆的問卷調查，蒐集諸位專家的意見並逐一修正其看法，在問卷往來彙整回饋之中，使專家群體對問題的看法達成共識，而修正式德菲法 (Modified Delphi Method) 是由原德菲法演變而來，保留傳統的原理，唯一不同在於修正式德菲法簡略一開始開放式問卷的複雜步驟，首回問卷更改為參考過去文獻，以蒐集資料的方式或是進行專家訪談設計出具結構化的問卷，作為首回合之問卷調查，節省開放性問卷所造成多餘反覆的時間，進而提高問卷回收率，使專家群體能準確達成一致性的共識。

本研究透過修正式德菲法進行問卷調查，參考過去文獻資料與專家訪問，初步建立結構性問卷做為第一回問卷，接著進行後兩回問卷施測，經由統計分析得出具一致性共識之研究結果，作為生前殯葬服務流程之評估準則，建立完整生前殯葬服務流程評估指標架構。

三、 層級分析法 (AHP)

層級分析法 (Analytic Hierarchy Process, AHP)，此模式起源於美國匹茲堡大學，由 Thomas L. Saaty 教授所提倡的決策手法，應用於問題分析方面，設法解決過去無法應對且多個選擇方案之情況下所開發的決策方法 (王興國，2006)。根據 Saaty (1980) 的研究指出層級分析法主要目的是把複雜多樣的問題簡單化，藉由系統化分層，透過不同層級的比較運算，將個別的基準給予量化之評價，並在過程中加以綜合評估，求出特徵項量作為各評估項目之權重，最後乘以加權權重獲得項目優劣排序。

本研究以層級分析法進行生前殯葬服務流程之評估準則之重要性，依層級分析法計算權重，以問卷調查方式給予因素間適當評估尺度數值，再以決策分析軟體得出成對比較矩陣、評估因素權重及排序。

四、 評估準則

評估 (evaluation) 一詞是根據鄭振源 (2012) 所提到用來表述各種不同的評判 (justify) 及估量 (measurement) 所解釋的用語，且敘述的順序必須先估量再做評判。估量又名衡量，以現代科學的方法來衡量如何策劃達成目標，與達到決策者或決策群體成員的價值偏好；而評判也可稱作決定，根據計畫的準則 (項目) 去衡量方案的權衡取捨後，決定哪樣計畫較優具可行性 (教育部，重編國語辭典修訂本，2015)。而整個評估過程就是在做決策，在做決策之前，依準則進行衡量，以達到最優的目標結果。因此，依據評估準則做決定是達成計畫的必要關鍵。

本研究所指的評估準則是建立一個可以給消費者在選擇生前契約時，可以參考的基準，藉由這些評估準則衡量最適合且最佳的生前契約方案。

第二章 文獻探討

第一節 生前契約相關文獻之探討

一、生前契約之定義

生前契約以過去相關文獻與新聞事件的結果來看，對於現代社會的消費者來說它是一項與現實有所落差的商品，不論是以投資心態還是預備心理，在消費者對生前契約的價值認知中，購買動機往往是想從中獲取金錢與經濟上的利益；而生前契約的本質是殯葬服務的使用與落實生前所擬定的遺願，所以才需透過簽訂合約作為保障消費者與業者履行後續殯葬服務的依據；根據談靜柔（2020）的研究指出消費者對生前契約會產生認知錯誤的兩大因素，（一）是對生前契約的內容並不了解，容易被無良業者誤導；（二）是殯葬業者利用誇大不實的行銷手法進行代售契約或多層次傳銷，使消費者認為購買生前契約可以因此獲利，結果造成消費爭議糾紛，更使社會大眾對生前契約有負面觀感，進而延伸出生前契約銷售負面等問題。本研究為改善以上問題，認為應該要藉由探討出正確的定義導正社會大眾對生前契約的誤解，透過明確的定義使消費者更加了解生前契約實質的內涵與功能；並藉由改變消費者的認知，增加對生前契約的信心，在理解正確的使用觀念與確實的資訊下，才能提升消費者購買意願，解決消費糾紛與客戶不滿意的潛在問題。

首先從生前契約的名詞定義進行探討，根據黃昭燕（2001）所提生前契約一詞最早出於美國，美國將生前契約這個名詞稱為「Pre-need」或是「Pre-arrangement」；北川慶子（2001）則表示日本的前生契約是在 1991 年由長江曜子從美國引進，日本依照美國生前契約的內容再加以發展，並依照英文原文翻譯成「生前契約」；而在 1993 年由國寶集團將生前契約引進台灣，就直接按照日本的翻譯稱之為「生前契約」。為此研究者彙整各界專家學者對生前契約的定義，如表 2-1。

表 2-1 生前契約主要定義

年份	提出者	定義
1988	Fiore	提前安排葬禮 (Pre-need Funeral) 指的是消費者先為自己的死亡作安排或預先購置一場喪禮。事先安排葬禮的協議 (Pre-need Funeral Arrangement) 是指喪禮服務買賣之間存在的契約關係。買方可選擇自己期望之商品與服務，並同意為此產品分期付款或是一次付清的方式繳交款項，而賣方在買方死亡之後依照契約內容提供此項商品的服務。
1996	碑文谷創	生前契約是指在殯葬禮儀方面，由購買人在生前依照自己的期望而訂下的契約之形式，將生前契約分成兩個部份說明，第一為決定葬儀服務內容；第二為制定葬儀費用的支付方法。
2000	尉遲淦	根據生前契約本身的涵義，是指在當事人死亡之前，預先以當事人的意願為當事人作合適的喪葬安排。
2001	Stalter	生前契約 (Pre-need Contract) 是指消費者與殯儀館 (funeral Home) 簽訂契約，契約內容須明定殯儀館將能在消費者死亡後提供喪禮或墓地的服務。每一州的相關管理法令中，皆要求殯葬業者須將與消費者收取的全部或部份費用存入信託基金銀行帳戶。
2001	黃有志	在簽訂合約之前，殯葬業者以專業化套裝的方式提供葬儀及相關服務內容，使消費者自行選擇商品與喪禮服務內容，在生前與殯葬業者訂定好契約，事先決定將來往生時葬禮的方式及其各項相關服務。

(續下頁)

年份	提出者	定義
2003	潘志鵬	生前契約之概念，起源於十九世紀英國的遺囑信託，當時對於遺產的保管、分配與身後事的安排處理，皆以信託指定方式委請受託人執行。此信託遺囑的概念於二十世紀初從英國傳至美國，此概念逐步以企業化經營方式，建構出以消費者為需求導向的殯葬服務。
2017	內政部	依《殯葬管理條例》第二條第十六款規定：「生前殯葬服務契約是指當事人約定於一方或其約定之人死亡後，由他方提供殯葬服務之契約。」且第五十條規定：「非依第四十二條規定經直轄市、縣（市）主管機關許可經營殯葬禮儀服務業之公司，不得與消費者簽訂生前殯葬服務契約。與消費者簽訂生前殯葬服務契約之公司，須具一定規模；其應備具一定規模之證明、生前殯葬服務定型化契約及與信託業簽訂之信託契約副本，報請直轄市、縣（市）主管機關核准後，始得與消費者簽訂生前殯葬服務契約。前項生前殯葬服務契約，中央主管機關應訂定定型化契約範本及其應記載及不得記載事項；一定規模，由中央主管機關定之。」
2017	許雅景	所謂「生前契約」即為「生前殯葬服務契約」，契約所約定的主要標的是為人往生後所做的流程儀式與相關服務，以業者與消費者雙方談定的價格分期或一次付清的方式，讓消費者預先購買服務，等需要用到時，憑藉此契約進行往生者禮儀服務，稱為生前契約。

(續下頁)

年份	提出者	定義
2018	陳宗煜	生前契約是一種利用儲蓄的方式，在當事人還存在於世上的時候，向專業的禮儀公司預先購買一套殯葬禮儀服務，消費者可以依照自己個人的宗教信仰、生活習慣及喜好，向殯葬禮儀禮儀公司以契約的方式約定葬禮服務需求的內容。

綜合上述定義，本研究認為生前契約是一項預先為死亡做好準備的殯葬服務，生前契約的核心理念是提前規劃自己的身後事，可依照自己的想法及期望，在死亡之前先決定好未來的葬儀方式，藉由與殯葬業者簽訂契約並預付信託費用，達到法律保障且殯葬業者需依照契約內容履行殯葬服務，未來透過確實的履約服務內容，來保障亡者生前的遺願，守護最後的尊嚴。

二、生前契約之特性及功能

生前契約與一般傳統殯葬服務最大的差異為生前契約可以保障消費者自主選擇的權利，也等同消費者給予殯葬業者可以執行後續喪禮服務的權限。根據黃有志、鄧文龍（2001）表示「生前殯葬服務契約」應建構為一個「全方位關懷的服務體系」，生前契約本於人道關懷、維護死亡尊嚴的一種莊嚴服務。然而，在簽訂生前契約之前，殯葬業者必須提出正確的殯葬相關資訊與商品、服務，讓消費者自行選擇想要的殯葬服務，業者從旁輔助說明完成初步治喪協調，並對消費者所選購的商品與服務提出保證履行的一種契約形式，根據以上定義，學者黃有志（2002）指出以下生前契約具有的特性：

（一）消費者擁有自主選擇權

因為過去消費者較無殯葬知識相關之訊息，所以較無選擇的權利。現今社會價值觀念多元化，影響以往對殯葬死亡忌諱的談論風氣，使殯葬自主意識提高，且生前契約提供多方面的訊息，較有個性化的自主選擇權，有別於傳統喪禮，讓消費者成為無從選擇僅能接受角色。

(二) 服務費用透明化

「生前契約」之所以能使消費者接受，是因為殯葬業者將服務與商品包套制式化，收取費用公開透明，且依服務內容之不同將收費等級差異區隔出來，使消費者一目了然。

(三) 量身定做個別化服務

除了業者所提供多樣化商品之外，更希望消費者能自主選擇為自身量身訂做屬於自己的喪禮儀式，強調自主選擇權在消費者，是生前契約最主要的核心理念。

(四) 中途解約可受到保障

由於死亡發生的時間並未完全確定，因此消費者擁有中途解約的絕對權利。再加上考量外在環境因素變遷之影響，人的處境也會改變，因此消費者應擁有變更契約的權利並且受到法律保障。

(五) 個人意願優先尊重

雖然喪禮儀式是為亡者而所舉辦，同時也具有為遺族而舉行的目的。因此生前契約最好盡可能使簽約者本人與家屬達到共識。同時生前契約的精神應該以當事人主觀的意願為優先且尊重當事人的決定。

(六) 契約費用交付信託

生前契約採取簽約方式辦理，須必要制定收費標準，因喪禮發生日期時間無法預知，且物價變動不易掌握，故應將契約費用明確化，且將買方繳納的費用交付專業機關信託，保障消費者權益，亦能使消費者安心。

(七) 監督機關的必要性

生前契約的屬性是未來取向的一種契約，當事人有權要求業者進行「履約保證」，同時應有具公信力之非營利組織來監督業者，避免當事人已不在人世業者卻不依照約定履行契約內容之情形發生，因此，公正的監督機關有其存在之必要性。

生前契約本質的內涵最主要是喪禮服務的執行，其中也包含了關於喪禮的定義與喪禮的功能，施慧敏（2013）認為喪禮就是與人連結和釋放的儀式，連結所有為同一哀傷事件的哀悼者在一起，同時也協助與往生者作分離。而透過葬禮儀式協助哀悼者宣洩哀傷是喪儀的主要功用，處理得當的葬禮程序，可以提供協助和鼓勵「健全哀傷」的重要管道。以自古以來的「好死」到現今社會對「善終」的想法，在面臨死亡時是最好的體現，其中趙可式（2007）的研究提到善終包含了對於人生心願已了不留下遺憾的心理層面；而生前契約的本質也涵蓋此項功能，坦然面對死亡提前為自己也為遺族做好人生最終的準備，完成自己的心願不留遺憾也是善終的表現。尉遲淦（2009）認為可以從社會與經濟、心理素質、生死觀的角度來探討生前契約的功能，分述如下：

（一）社會功能

過去人們習慣將自己的後事交由後代來處理，可是現在許多人不認為結婚是必要的，結婚了也不一定認為生育後代是必要的。換言之，現今的社會結構已和過去不一樣，當一個人沒有後代，雖可少了養育及教育子女的問題，但是死亡問題和祭祀問題卻是另一個衍生問題。因此對生前契約而言，這種避免死後喪事無人處理的作為，就是生前契約的社會功能。

（二）經濟功能

殯葬的消費年年增加，生活費用也不斷飆高，在這樣的社會形態下，儲蓄成為人心中難以達成的目標，一旦遇到家中有人去世，擔心會有付不出喪葬費的窘境。為了避免將來自己的喪事成為家人的負擔，可以事先購買生前契約以備不時之需，且一般的喪葬費用不似生前契約可分期付款。換言之，為了避免造成家人經濟負擔而自己預先付出殯葬費用的作為，是生前契約的經濟功能。

（三）心理功能

過去受困於社會上對死亡的禁忌，讓人不方便處理自己的後事；另一方面受困於對死亡的恐懼，讓我們不敢自己直接處理。因此，願意購買生前契約，反映出現代人勇於面對死亡的心理，也就是說現代人敢自己處理自己的殯葬事宜，就是生前契約的

心理功能。

(四) 實現個人生死意涵的功能

生前契約不只表達出我們對於死亡的面對與接受，也顯現出我們對生前契約內容的選擇與實現。願意做生前規劃，把喪禮當成實踐自己生死體會的場所，更是實現了自己生死意義的地方，這就是生前契約實現個人生死意涵的功能。

彙整上述生前契約的特性與功能，作為本研究探討建立生前殯葬服務流程評估準則之研究基礎，研究者認為透過了解生前契約的特性與功能，有助於幫助社會大眾更加明白生前契約這項服務商品的正確使用性，以及提高對生前契約的認同與接受度，能使消費大眾未來遇到生前契約抉擇問題或是喪禮規劃時，更能釐清方案選項。

三、合法的生前契約

隨著時代的變遷與消費意識抬頭，依照上述生前契約之特性，為了更加確保消費者在簽訂生前契約後，殯葬業者對於生前契約的履約能力，透過制定法律保障消費者權益；於是內政部在 2002 年立法通過《殯葬管理條例》，其中明訂殯葬管理之主管機關為：「在中央為內政部；在直轄市為直轄市政府；在縣（市）為縣（市）政府；在鄉（鎮、市）為鄉（鎮、市）公所」，將主管機關之權責與監督劃分清楚，並歷經修法後，於第 44 條明文規定：「與消費者簽訂生前殯葬服務契約之殯葬服務業，須具一定之規模，其有預先收取費用者，應將該費用百分之七十五依信託本旨交付信託業管理。」

而所謂符合「一定規模」條件於法規第 50 條第三項明訂之，如下之敘述：

- (一) 經營殯葬禮儀服務業務需達三年以上。
- (二) 年度財務報表經會計師簽證出具：(1) 實收資本額達新臺幣三千萬元以上，且無累積虧損；(2) 最近三年內平均稅後損益無虧損。
- (三) 於其服務範圍所及之直轄市、縣（市）均設置有專任禮儀服務人員。
- (四) 具備生前殯葬服務契約資訊公開及查詢之電腦作業，並經直轄市、縣（市）主管機關認定符合之殯葬服務業者。

(五) 預收生前殯葬服務契約款項達新臺幣一億元以上之公司，應於達到該額度一年內，建立內部控制的制度，並經聯合或法人會計師事務所執業之會計師審查簽證有效遵行。

(六) 應訂定定型化契約範本及其應記載及不得記載事項之殯葬服務契約。

除了以上生前契約的法規明文規定之外，內政部尚於殯葬資訊網站公告符合殯葬管理條例規定「一定規模」且交付信託之生前契約合法業者名單，以供消費者查詢。目前更新累計至 2021 年 5 月 31 日共有 32 家生前契約殯葬服務業者。經由法律規範下，生前契約應具備以下特性（蔡忻容，2013）：

(一) 服務流程標準化

根據徐福全（1984）依照儒家禮經及文公家禮等古代典籍所規範，並將歷代所有的儀節及規制歸納與整合導入生前契約喪葬服務流程中，於契約內以條文列示清楚提供之服務內容及相關使用物品之數量，該主要項目為：臨終關懷→遺體接運→設立靈堂→入殮→治喪協調→典禮準備→家公奠禮（西式安息彌撒）→發引→火化封罐→返主除靈（西式則無）→晉塔安葬→後續關懷等，均以此作為喪葬服務作業之標準流程。

(二) 定型化契約

生前契約之條款內容，應符合內政部訂定之定型化契約範本，及其應記載及不得記載事項之規範，包含 5 天的契約審閱期及簽定後十四日內皆可主張解除契約之消費保障權益。

(三) 價格確定及公開透明

契約簽定後，未來業者即不能任意巧立名目收取價差，也應將收費之標準公開予消費者瞭解相關資訊。

(四) 付款方式多元

契約應明訂雙方協議的付款方式，除了有一次總繳或分期繳付的分期制度外，以現金或信用卡繳款，也要在契約載明。

(五) 信託保障、資訊公開

於現行《殯葬管理條例》之規定，業者應將消費者繳納之款項於尚未履行契約前，按簽定契約金額之 75% 提存專業銀行機關信託，並且公開其信託資訊，以供消費者查詢。

(六) 自由轉讓彈性

契約不限購買本人使用，可依消費者自我意願轉讓或指定予任何人使用。

(七) 明定服務區域範圍

於其服務範圍所及之直轄市、縣（市）均設置有專任禮儀服務人員。

(八) 解約退款機制

不限時間、理由，消費者皆可主張解除契約，業者應退回消費者已繳金額扣除必要費用後之剩餘價金。

(九) 業者合法性

內政部依《殯葬管理條例》符合一定規模之規範，公告合法販售生前契約之業者名單，以保護消費者之權益。

(十) 開立發票

殯葬業者與消費者簽定生前契約成立後，消費者交付任何價金，已有買賣交易之事實，業者則應按營業稅法之規定，誠實開立發票給予買受人。

(十一) 專業禮儀師

《殯葬管理條例》第 45 條規定：「殯葬禮儀服務業具一定規模者，應置專任禮儀師，始得申請許可及營業。禮儀師應具備之資格、條件、證書之申請或換（補）發、執業管理及其他應遵行事項之辦法」，另按第 46 條規定：「未取得禮儀師資格者，仍得繼續執業，惟不得自稱禮儀師。」，而《禮儀師管理辦法》已於 2012 年 7 月 1 日施行，規定禮儀師資格為：「取得喪禮服務乙級技術士證」、「修畢殯葬專業課程 20 學分」及「具 2 年實際從事殯葬禮儀服務工作資歷」者，才可以禮儀師的身分進行執業。

本研究藉由以上對於合法生前契約所規範之條文與特性之彙整，作為本研究建構生前殯葬服務流程評估準則相關指標構面與進行專家問卷調查之研究基礎。本研究以符合內政部殯葬管理條例規範合法之殯葬公司生前契約商品，作為本研究範圍進行後續問卷調查與專家訪問。

四、殯葬服務定型化契約

根據消費者保護法第 2 條第 9 款規定，定型化契約是「指以企業經營者提出之定型化契約條款作為契約內容之全部或一部而訂立之契約」。詹森林（2020）表示定型化契約是指以一方當事人（企業經營者）預先擬定之條款為內容而訂立之契約，其特色在於他方（消費者）必須接受該條款，而無商量餘地。由於現代社會消費交易量龐大，傳統雙方個別一對一討論契約細節的交易模式已逐漸減化，企業經營者為了節省成本、增加效率，會事先擬定契約交易條款的範本，以此範本與多數消費者訂定契約，這樣的範本契約成為現今的定型化契約。但定型化契約容易使消費者不理解或無法深究其內容，進而陷於契約不平等條款當中，因此消費者保護法特別對定型化契約有所規範，以保障消費者權益（潘佳苙，2019）；依據消費者保護法第 17 條第 1 項：「中央主管機關為預防消費糾紛，保護消費者權益，促進定型化契約之公平化，得選擇特定行業，擬訂其定型化契約應記載或不得記載事項，報請行政院核定後公告之」，表示當事人使用定型化契約，是不得牴觸主管機關公告的「定型化契約應記載事項及不得記載事項」，否則該條款無效；另外中央主管機關所公告之應記載或不得記載事項，假使未經企業經營者記載於其定型化契約中，該事項仍構成契約內容。

依據內政部所公布之殯葬管理條例，從 2006 年開始規範「殯葬服務定型化契約應記載及不得記載事項」，將殯葬服務定型化契約依三個形式分別規範定型化契約條款，分別是「生前殯葬服務定型化契約（自用品）應記載及不得記載事項」、「生前殯葬服務定型化契約（家用型）應記載及不得記載事項」、「殯葬服務定型化契約應記載及不得記載事項」。生前殯葬服務定型化契約之所以分為「自用品」與「家用型」兩種是依據內政部於 2007 年 4 月 14 日台內民字第 0960054802 號函，顯示實務上有先為自己身亡後

所簽訂之殯葬服務契約，也有以他人為被服務人所簽訂，其於契約履行時之權利義務主體有所差別；兩者最主要之差別在於，自用型於契約履行時締約之消費者已經死亡，而家用型消費者可能尚生存可自行為權利義務之主張及履行，所以自用型生前契約另有規範契約執行人以代替消費者為相關權利之主張（胡詩英，2011）。殯葬服務定型化契約與前兩種定型化契約最大的不同是殯葬服務定型化契約並非預售性質，故不需要執行預收款項交付信託，並且依據殯葬服務定型化契約應記載事項中提及對價與付款方式，是消費者與殯葬服務業者雙方議定簽約時，消費者需繳付契約所訂定之部分費用，剩餘款項經雙方議定於全部服務完成時繳納，並未有分期付款之選項，屬於一次性的給付費用可完結服務內容的契約形式；由於殯葬服務定型化契約並未有百分之七十五的交付信託規定，但對於消費者先繳付的費用而言，較無保障作用，故殯葬服務定型化契約是屬於提供被服務人死亡後的殯葬服務契約，相對尚未履行契約時間較長，屬於繼續性契約的生前殯葬服務定型化契約，是決然不同的契約形式。本研究根據行政院公告之殯葬禮儀類定型化契約範本與應記載及不得記載事項，分別依上述三項定型化契約作以下整理，如表 2-2。

表 2-2 殯葬服務定型化契約種類比較表

種類/項目	殯葬服務 定型化契約	生前殯葬服務定型化契約	
		自用型	家用型
當事人及其聯絡 方式	甲方：消費者	甲方：消費者/契約執行 人	甲方：消費者
	乙方：殯葬服務業者	乙方：殯葬服務業者	乙方：殯葬服務業者
	被服務人：亡者	被服務人：甲方	丙方：亡者
契約審閱期間	至少 3 天	至少 5 天	至少 5 天
契約標的	提供被服務人死亡後 之殯葬服務	提供消費者死亡後之 殯葬服務	提供被服務人死亡後 之殯葬服務
廣告責任與自訂 服務規範不得牴 觸契約	殯葬服務業者應確保廣告內容之真實，對消費者所負之義務不得低於廣告之內容。文宣與廣告均視為契約內容之一部分。 殯葬服務業者自訂之殯葬服務相關規範，不得牴觸契約。		
服務內容與 服務範圍	殯葬服務業者提供之 殯葬服務項目、規格 與價格、契約提供之 殯葬服務實施程序與 分工	殯葬服務業者提供之殯葬服務項目與規格。 殯葬服務業依契約收取總價款提供之殯葬服 務，縣（市）為服務範圍，如超出服務範圍 時，其所生費用由消費者、殯葬服務業雙方另 為約定。	
對價與付款方式	契約總價款為新臺幣_____元整，消費者應支付予殯葬服務業者， 作為提供殯葬服務之對價。		
	消費者、殯葬服務業 者雙方議定簽約時， 消費者繳付新臺幣 元，餘款新臺幣 元，經雙方議定於全 部服務完成時繳納。 消費者、殯葬服務業 者雙方議定付款方式 如下：以 <input type="checkbox"/> 現金 <input type="checkbox"/> 刷卡 <input type="checkbox"/> 其他方 式：。	消費者、殯葬服務業者議定付款方式如下： <input type="checkbox"/> 一次總繳：消費者於簽約時將總價款新臺 幣 元整，以 <input type="checkbox"/> 現金 <input type="checkbox"/> 刷卡 <input type="checkbox"/> 其他方式繳款。 <input type="checkbox"/> 分期繳付：簽約時消費者繳付新臺幣 元， 餘款新台幣 元，經雙方議定分 期，按 <input type="checkbox"/> 月 <input type="checkbox"/> 季 <input type="checkbox"/> 半年 <input type="checkbox"/> 年分期繳納，以 <input type="checkbox"/> 現金 <input type="checkbox"/> 刷卡 <input type="checkbox"/> 其他方 式繳款。 <input type="checkbox"/> 其他付款方式：	

(續下頁)

種類/項目	殯葬服務 定型化契約	生前殯葬服務定型化契約	
		自用型	家用型
規費負擔與 外加費用	契約總價款不包含下列行政規費：		
	無規範	因消費者契約執行人之要求，致服務項目、規格變動，或需服務地點超出殯葬服務業者服務範圍時，所生之費用，另為約定之。	無規範
退款規定	殯葬服務業者依契約應退款者，如有總價與分項總和不符者，該分項退款計算方式應以兩者比例為之。	無規範	無規範
服務內容與 服務範圍	殯葬服務業者提供之殯葬服務項目、規格與價格、契約提供之殯葬服務實施程序與分工	殯葬服務業者提供之殯葬服務項目與規格。殯葬服務業依契約收取總價款提供之殯葬服務，縣（市）為服務範圍，如超出服務範圍時，其所生費用由消費者、殯葬服務業雙方另為約定。	
對價與付款方式	契約總價款為新臺幣_____元整，消費者應支付予殯葬服務業者，作為提供殯葬服務之對價。		
	消費者、殯葬服務業者雙方議定簽約時，消費者繳付新臺幣_____元，餘款新臺幣_____元，經雙方議定於全部服務完成時繳納。消費者、殯葬服務業者雙方議定付款方式如下：以 <input type="checkbox"/> 現金 <input type="checkbox"/> 刷卡 <input type="checkbox"/> 其他方式：。	消費者、殯葬服務業者議定付款方式如下： <input type="checkbox"/> 一次總繳：消費者於簽約時將總價款新臺幣_____元整，以 <input type="checkbox"/> 現金 <input type="checkbox"/> 刷卡 <input type="checkbox"/> 其他方式繳款。 <input type="checkbox"/> 分期繳付：簽約時消費者繳付新臺幣_____元，餘款新台幣_____元，經雙方議定分_____期，按 <input type="checkbox"/> 月 <input type="checkbox"/> 季 <input type="checkbox"/> 半年 <input type="checkbox"/> 年分期繳納，以 <input type="checkbox"/> 現金 <input type="checkbox"/> 刷卡 <input type="checkbox"/> 其他方式繳款。 <input type="checkbox"/> 其他付款方式：	

(續下頁)

種類/項目	殯葬服務 定型化契約	生前殯葬服務定型化契約	
		自用型	家用型
規費負擔與 外加費用	契約總價款不包含下列行政規費：		
	無規範	因消費者契約執行人之要求，致服務項目、規格變動，或需服務地點超出殯葬服務業者服務範圍時，所生之費用，另為約定。	無規範
退款規定	殯葬服務業者依契約應退款者，如有總價與分項總和不符者，該分項退款計算方式應以兩者比例為之。	無規範	無規範
服務程序與分工	有說明	(本)契約提供之殯葬服務實施程序與分工。	
契約執行人之指定	無規範	殯葬服務業者同意消費者指定為契約執行人(國民身分證統一編號：，聯絡電話：，並附願任契約執行人同意書)，於消費者死亡後以自己名義執行本契約。	無規範
提供服務之通知 與切結	無規範	殯葬服務業者於接獲消費者之契約執行人通知時，應即依本契約提供殯葬服務。義執行本契約。	無規範
	殯葬服務業者提供接體服務者，應填具遺體接運切結書予消費者之契約執行人。		
同級品之替換	□ 消費者得依殯葬服務業者提供之選項，選擇以同級或等值之商品或服務替代之	同級品之替換	□ 消費者得依殯葬服務業者提供之選項，選擇以同級或等值之商品或服務替代之
消費者之親友對 契約應予尊重		有說明	無規範

(續下頁)

種類/項目	殯葬服務 定型化契約	生前殯葬服務定型化契約	
		自用型	家用型
專任服務人員	無規範	有說明	有說明
預收款交付信託	無規範	有說明	有說明
延遲繳款之處理	無規範	有說明	有說明
契約之效力	契約有效期間自簽約日起至契約履行完成時止。	契約之完成及效力 契約於殯葬服務業者履行全部約定之服務內容，並經消費者之契約執行人於殯葬服務完成確認書上簽字確認後完成。	契約之完成及有效期間。 契約於殯葬服務業者履行全部約定之服務內容，並經消費者於殯葬服務完成確認書上簽字確認後完成。
契約之完成	殯葬服務業者履行全部約定之服務內容，並經消費者於殯葬服務完成確認書上簽字確認後完成。	契約有效期間自簽約日起至契約履行完成止。 消費者於未付清全部價款前死亡，殯葬服務業者仍應依約提供殯葬服務，餘款由消費者之契約執行人給付。	契約有效期間自簽約日起至契約履行完成止。
契約之檢視與修訂	無規範	有說明	有說明
契約之解除、終止與退款	無規範	有說明	有說明
履約責任之轉讓	無規範	有說明	有說明
未經使用部分之購回	有說明	無規範	無規範
違約之處理	違約與終止契約之處理	有說明	有說明
保密	資料保密義務	聯絡資訊變動之通知與資料保密	
管轄法院	有說明	有說明	有說明
契約分存	一式二份	一式三份	一式二份

資料來源：本研究整理

受法律保障的生前契約應以行政院公告之生前殯葬服務定型化契約範本與應記載及不應記載事項作為基礎架構，是消費者可依循法律條文作為衡量是否購買商品的重要依據，也依法律條款得以保障消費權益，但法律條文無法保障每間殯葬禮儀公司所提供之服務或殯葬商品的品質與標準，也因每間殯葬公司所提供的服務內容有所不同，在定型化契約條款固定且相同的情況下，更需要注意服務內容與定型化契約條款與應記載及不應記載事項是否互牴觸，本研究認為生前契約所提供的服務內容更是需要消費者仔細審閱與評估之部分，故本研究以生前殯葬服務契約服務項目與規格亦指服務流程作為主要研究探討範圍。

五、生前契約與消費者

近年來購買生前契約的觀念雖然逐漸被社會大眾接受，但因生前契約屬於未來取向的勞務契約，因為消費者不會立刻使用，若是一開始沒看清楚契約條文內容，一旦面臨解約退費時，才發現問題重重感到後悔莫及；根據聯合報記者魏萸伊（2016）指出經北市消保處統計近三年生前契約消費爭議案件，更是從六件上升至二十三件，多數因為退費談不攏、未與合法的殯葬業者簽約、買投資型生前契約卻未確認履約保證等爭議造成消費糾紛；對於一般消費者而言在面對喪禮時，往往是在親人過世之後才突然要面對的事情，所以時常都是在還未了解殯葬服務內容之情況下匆匆忙忙的舉行，所以容易造成喪事主導權在殯葬業者手上，又因為不了解時下殯葬業所提供的商品服務內容，且市場價格與品質沒有一定的標準作為衡量，無法與一般生活消費品作比較挑選，故消費者的自主選擇權其實是備受限制的；更何況消費者未清楚應當採用的葬儀方式，更加對殯葬業所提供的服務現況缺乏概念，等到喪禮結束之後，消費者通常難以接受所要支付的費用，而最大的原因是喪家在面臨死亡時缺少事先準備與殯葬資訊不對等的情况下，委託殯葬業者服務必然的結果（黃有志、鄧文龍，2001）。另外孫鎮寰（2003）提及國內業者對生前契約多以商品方式銷售，甚至業者多以強調生前契約是一種兼具理財投資的工具，可轉讓可增值，其實相當容易誤導消費者。楊國柱（2017）提及對於國內殯葬消費行為的探討中，購買與認識生前契約的管道最大多數比例是來自於親朋好友的介紹，顯

示出消費者在購買生前契約之前是少有正確資訊，反而受親朋好友口碑影響而購買，造成少了正確資訊來評選生前契約商品的機會，然而尹章華（1999）提到大部分消費者多屬後覺型，往往與業者簽訂合約後才發現問題，又或者更多為不知不覺型，只看見投資利益卻不懂得保障自己的消費權益，更不知吃虧受損如何申訴等問題出現。

本研究在進行生前契約相關文獻回顧時，發現從民國 100 年至民國 108 年生前契約相關的文獻中，大多數以消費者作為研究對象，研究內容以藉由探討消費者的消費型態、消費行為、消費價值、產品認知等相關變數如何影響購買意願及改善服務品質等主題比例最多，而研究目的大多以透過相關因素分析，借助於改善行銷方式進而提高生前契約銷售為主要探討目的，這些研究結果的確可從中發現消費者對生前契約的看法與購買原因，但在這些相關研究之中還是未能解決生前契約普遍不被社會大眾接受與銷售市場處於待開發的問題。近年唯有談靜柔（2020）的研究中以生前契約的現況對消費者、業者及政府公部門進行三方探討，從中發現社會大眾對生前契約有不信任與負面觀感，是因為在過去時常發生消費糾紛與詐騙爭議事件等新聞，間接影響生前契約的銷售市場；而這背後最主要的問題是消費者往往在不了解生前契約的內容與使用方式的情況下而購買，才造成如此結果；而本研究認為消費者始終才是生前契約的最大受益者，如果在為自己最終的旅程作預先規劃時，是在不清楚不了解沒有正確資訊可以參考的情況下而購買，結果不如預期有損自身權益，如同扭曲生前契約的本意。在面對人生最終必經過程，不論生前契約是不是必需品，本研究認為透過理解生前契約的正確觀念與資訊，有助於增加社會大眾的殯葬知識，也是本研究目的建立生前殯葬服務流程評估準則的動機。

綜合上述，為了避免以上文獻所提之情況，在購買之前應釐清生前契約服務內容與規格，在評選購買生前契約商品時，才能自身保障消費者權益，達到最初購買生前契約為預先規劃喪禮的願景；由於本研究探討的生前契約為符合內政部殯葬管理條例規範合法之殯葬公司生前契約商品，服務內容本身符合行政院訂定之生前殯葬服務定型化契約範本，及其應記載及不得記載事項，以及符合具一定之規模與契約費用 75% 交付信託的規定，所以本研究以殯葬禮儀服務流程之內容作為主要探討項目。

第二節 生前殯葬服務流程

一、殯葬服務流程

內政部於2002年公布實施「殯葬管理條例」之後，促使台灣殯葬產業邁入新的現代化里程碑，過去藉由臺灣社會之變遷，影響社會對於談論生死議題風氣逐漸盛行，以及突破傳統思維建立殯葬自主意識，進而改變殯葬產業逐漸商業化，使相關公司行號營業項目有所改變精進。經濟部也因應殯葬管理條例之規範，在2003年6月30日修新第四章殯葬服務業之管理及輔導第三十七條，將原本營業項目代碼JZ99040的殯葬服務業分為JZ99141殯葬設施經營業及JZ99151殯葬禮儀服務業兩個部分，使殯葬產業更具備服務業及文化產業之功能，也以營利及非營利之經營模式形成更為專業的產業型態，根據行政院主計處於2011年3月第九次修訂將殯葬服務業定義為：「從事人或動物屍體之埋葬、火化、殯葬禮儀服務等行業。墓地租售及維護亦歸入本類。」使得殯葬服務產業更趨近於專業分工化。

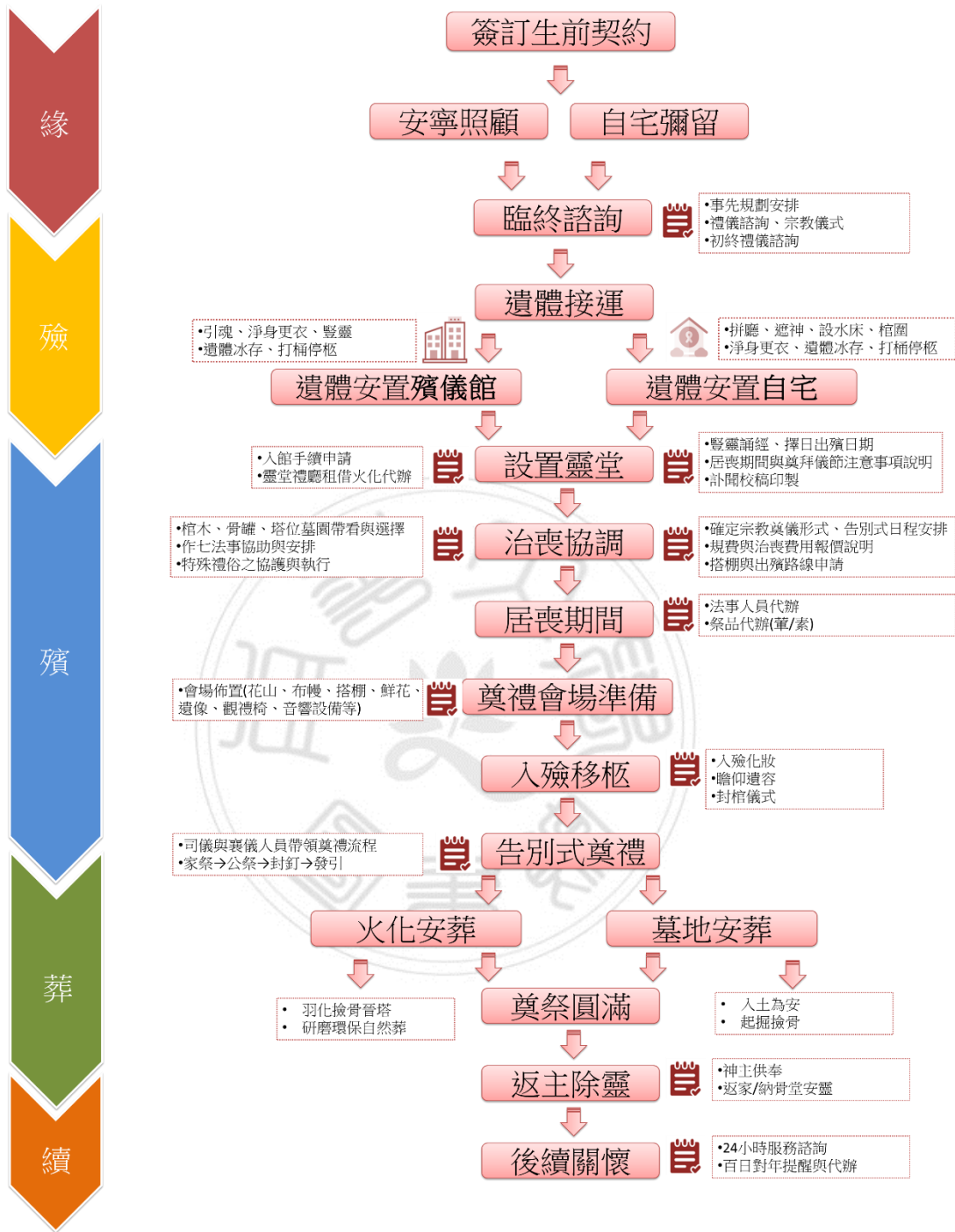
殯葬業本屬於服務業的一門，是以禮儀為本的服務產業，而過去時常提到的「殯葬」是指殮、殯、葬三個階段的服務內容，便是遺體處理完成為亡者洗身更衣後，接著將遺體放入棺木內進行蓋棺儀式停放於靈堂後方，經過居喪期間停放至告別奠禮儀式結束，遺體入土為安或火化晉塔之服務流程（陶在樸，2003）。而後經歷時間的演變，又以王士峰(2003)提出以價值創造的觀點來看，殯葬服務產業所創造的價值不應當只是有「殮」、「殯」、「葬」三個部分，應拓展至前端「緣」及後端「續」服務的部分，殯葬服務最大的宗旨是使喪禮圓滿，藉由「緣」階段與客戶接觸透過簽訂生前契約，或醫護單位合作在進行安寧療護時，給予臨終者及家屬作預先規劃之幫助；而「續」階段則是透過對遺族進行悲傷輔導及後續相關祭祀等關懷提醒，完成售後服務與永續經營，因此為殯葬產業串聯了完整的殯葬服務流程。殯葬業價值鏈分述如下：

- (一) 緣：從潛在客源開始，與顧客進行接觸，簽訂生前契約，並與醫護單位合作，進行安寧照顧，讓潛在客戶預先進行生前規劃、確保將來往生之尊嚴，這是殯葬產

業未來之趨勢。

- (二) 殮：從逝者往生後接運遺體、潔淨與掩埋亡者身體。主要透過遺體美容為亡者身體進行淨身更衣服務，以供親友瞻仰及緬懷使遺族能壓抑對遺體之懼怕心理，進而得到慰藉。
- (三) 殯：將遺體停柩讓生者憑柩奠拜，使其心情調適，逐漸接受死者已往生事實。透過舉行告別奠禮儀式，以達家屬角色重整及人際網絡重整。
- (四) 葬：將遺體火化或土葬，將遺體放置於棺槨入土為安或進行火化將骨灰放置骨灰罐中保護之。使親友能夠定期慎終追遠。
- (五) 續：一個專業化的企業，必須注重售後服務及永續經營，落實顧客管理。對逝者家屬也需時常給予關心及提供必要的服務。業者提供高品質的售後服務，便可立下口碑培養潛在客戶。

依據內政部於2012年所編制的「現代國民喪禮」書籍之中，已將喪禮流程分為五階段，分別是卒、殮、殯、葬、祭，其中卒階段涵蓋預立遺囑、臨終交代及初終治喪；殮階段涵蓋遺體安置與靈堂設置；殯階段涵蓋規劃準備、入殮移柩、奠禮儀式及出殯行程；葬階段涵蓋土葬、火葬晉塔及環保自然葬；祭階段涵蓋做七與百日、對年與三年及歲時節日；然而上述五階段仍缺少了生前殯葬服務契約所創造的服務價值之概念，本研究將加以綜合「緣、殮、殯、葬、續」與「卒、殮、殯、葬、祭」等喪禮流程的共通點與特性，以下整理出完整的殯葬服務流程，如圖2-1。



資料來源：本研究整理

圖 2-1 殯葬服務流程圖

二、生前契約之服務流程

根據黃珮玲（2014）表示依內政部訂定之中式生前殯葬服務定型化契約之服務項目與實施程序，生前契約服務內容包含：臨終諮詢（臨終關懷與輔導、各地方習俗或宗教信仰諮詢、初終禮儀諮詢）、遺體接運（接送遺體至指定地點、遺體放置、遺體處理）、安靈服務（祭品代辦、靈堂布置、誦經豎靈）、治喪協調（各項宗教禮儀諮詢、家屬參與討論決定喪禮服務內容、擇日出殯家公奠禮時間、訃聞撰寫等）、發喪（訃聞印製與發送、居喪期間進行宗教儀式奠拜）、奠禮場地準備（場地租借與規劃、禮堂布置、奠禮會場座位安排、告別式會場用品準備）、入殮移柩（瞻仰遺容、入殮用品準備及入殮儀式完成將棺木移至告別式會場）、奠禮儀式（司儀及襄儀引導奠禮儀式進行、宗教儀式誦經法事、家祭與公祭）、發引（引導發引隊伍至火化場，進行火化儀式）、返主除靈（牌位返回供奉安靈完成後進行除靈與洗淨儀式）、火化封罐（火化完成後進行撿骨、宗教法師誦經）、遺體安葬（土葬、火化後晉塔或進行環保自然葬）、後續關懷服務（悲傷輔導、百日、對年等節日祭拜提醒）。

另外生前契約服務內容主要是以禮儀服務為中心，依喪禮服務必備的各項環節設計標準化服務流程，除了以包套服務內容作為契約基本架構，同時因地制宜根據各地方禮俗或是宗教信仰而有所調整，配合家屬需求提供適當的禮儀服務；服務內容最重要的部分是從臨終、遺體接運、治喪期間至火化後晉塔亦自然葬或土葬等服務程序之執行，其中墓園、納骨塔及環保自然葬等安葬地點選擇與收費並未包括在生前契約服務內容之中。其服務內容如表 2-3。

表 2-3 中式生前殯葬服務契約服務項目與規格

流 程	服 務 項 目	選 項 （ 依 需 要 勾 選 ）	規 格 說 明
遺 體 接 運	接 運 遺 體	<input type="checkbox"/> 至殯儀館	接體車、接體人員○人、接體袋
		<input type="checkbox"/> 在宅	接體車、接體人員○人、接體袋
	遺體修補、防腐	<input type="checkbox"/> 有 <input type="checkbox"/> 無	專人防腐藥劑處理
	遺 體 冰 存	<input type="checkbox"/> 殯儀館內冰存	○天
		<input type="checkbox"/> 移動式冰櫃在宅租用	○天

安 靈 服 務		<input type="checkbox"/> 殯儀館內	靈位布置、祭品代辦
	靈位布置、拜飯	<input type="checkbox"/> 在宅	靈位布置、祭品代辦
治 喪 協 調	禮儀諮詢		禮儀師或專任禮儀人員一名
	擇日、祭文撰擬	擇定告別式日期、撰寫祭文	禮儀師或專任禮儀人員一名
	代辦申請事項	<input type="checkbox"/> 代聯絡行政法醫開立死亡證明書	指派專人代辦申請殯儀館出殯禮堂暨火化（埋葬）許可
	報備出殯路線		指派專人代辦
	申請搭棚許可	<input type="checkbox"/> 搭棚者適用	指派專人代辦
發 喪	訃聞印製		訃聞○份（規格請詳述）
奠 禮 場 地 準 備	場地租借	<input type="checkbox"/> 殯儀館 <input type="checkbox"/> 其他	○級禮廳（請說明空間大小與設備）
		<input type="checkbox"/> 戶外搭棚	棚架（規格、尺寸、素材請詳述）
	花牌、鮮花布置	花瓶、像框、花圈、保力龍字	○樣花、花牌規格、尺寸、素材請詳述、高架花籃○對
	禮堂布置		○色布幔、○尺花山（或三寶架、祭壇）、地毯、指路牌○組、觀禮座椅○張、燈光、講台
	遺像	<input type="checkbox"/> 彩色 <input type="checkbox"/> 黑白	○吋照片（含框）
	音響設備		音響主機○套、擴音喇叭○支、麥克風○支、控制人員○人
入 殮 移 柩	禮品		胸花○枚、簽名簿○本、謝簿○本、公祭單○本、簽字筆○枝、毛巾○份、香燭○份、紙錢（種類與數量）
	運輸車輛、車位	<input type="checkbox"/> 中型 <input type="checkbox"/> 大型巴士	靈車○部、家屬車輛○人座○部、禮車○部
	壽衣		標準壽衣乙套（詳述規格、男女）
	棺木	<input type="checkbox"/> 土葬	棺木規格、材質、尺寸、顏色請詳述

入殮移柩	棺	木 <input type="checkbox"/> 火化	環保火化棺木、套棺
	棺內用品		蓮花被、蓮花枕、庫錢（數量）、壽內組
	孝服		黑長袍或麻孝服 <input type="checkbox"/> 套
	祭品	<input type="checkbox"/> 素食 <input type="checkbox"/> 葷食	牲禮 <input type="checkbox"/> 付、水果 <input type="checkbox"/> 樣、水酒、菜碗 <input type="checkbox"/> 碗
	儀式主持人	中式適用（移靈、入殮、火化）	佛教或道教師父 <input type="checkbox"/> 人（在家修）
奠禮儀式	司儀、宣讀祭文		專任禮儀人員 <input type="checkbox"/> 名
	襄儀人員	引導公祭、襄助儀式進行	專任禮儀人員 <input type="checkbox"/> 名
	誦經人員、樂師	（在家修師姐）	宗教人員 <input type="checkbox"/> 名、樂師 <input type="checkbox"/> 人
遺體處理		<input type="checkbox"/> 火化	代為預訂火化日期、火化爐、交通車輛安排靈車 <input type="checkbox"/> 部（規格請詳述）、家屬車 <input type="checkbox"/> 人座 <input type="checkbox"/> 部（規格請詳述）
		<input type="checkbox"/> 火化後晉塔	扶棺人員 <input type="checkbox"/> 人、骨灰罐（材質、大小、樣式）、刻字、磁像、包巾

資料來源：（行政院，2014）。生前殯葬服務定型化契約範本（自用品、家用型）

本研究綜合上述關於殯葬服務的主要五項基本服務項目以及行政院訂定之生前殯葬服務定型化契約之服務項目等文獻整理，並考量生前契約之特性，將生前契約服務流程評估要素分成「緣」、「殮」、「殯」、「葬」、「續」等五項研究評估範疇，以及「購前簽約」、「臨終諮詢」、「遺體接運」、「入殮移柩」、「安靈服務」、「治喪協調」、「奠禮場地準備」、「奠禮儀式」、「發引」、「火化封罐」、「遺體安葬」、「後續關懷」等十二項評估指標，並進行生前殯葬服務流程評估指標建立之研究。

第三節 生前殯葬服務流程評估指標

本研究藉由蒐集整理相關文獻，依據生前契約的服務內容、禮儀流程與生前契約之特性以及消費者行為、服務品質與顧客滿意度等相關文獻資料，進行探討建立生前殯葬服務流程評估指標與項目。

在消費者行為、服務品質與顧客滿意度等文獻中，Blackwell、Miniard & Engel (2001) 在消費者行為理論 (Consumer Behavior) 所提出的EBM模式，可知消費者決策過程受到許多因素的影響而形成，影響決策的因素可分為三大類包含個別差異因素，又分為人口統計、心理、價值觀與個性、消費者資源、動機、知識及態度等因素；環境影響因素又分別以文化、社會階層、家庭與人員影響等因素；心理程序因素又以資訊處理、學習、態度與行為改變等因素作區分。依據Parasuraman et al. (1991) 在服務品質衡量模式中提出的SERVQUAL量表中，依照十項服務品質因素可判定是否符合服務品質的標準，分別可從信用性 (Credibility)、可靠性 (Reliability)、反應性 (Responsiveness)、有形性 (Tangible)、勝任性 (Competence)、禮貌性 (Courtesy)、可及性 (Access)、溝通性 (Communication)、瞭解顧客 (Understanding/Knowing the customer)、安全性 (Security) 來作決定。Zeithaml and Bitner (1996) 指出服務品質同時會影響顧客對服務的期望與認知，並且過去的服務經驗、他人的口碑推薦、個人化需求也會改變顧客對服務的期望值，服務品質與顧客滿意度可視為單獨的服務接觸傳輸水準。傅聖儒 (2009) 提出顧客滿意度是滿足服務品質的需求後所累積之經驗，服務品質則是顧客滿意度的前提要素，而在喪禮服務中的滿意度是亡者家屬處於哀傷情緒的情境下，藉由服務人員的陪伴及幫助，並且適時給予情緒的支援與撫慰，進而完成亡者身後事的處理事宜，使親人家屬反應出對殯葬服務業所提供之整體服務的感受程度。根據以上文獻彙整建立出「購前簽約」評估指標，如表2-4。

表2-4購前簽約評估指標與項目文獻彙整表

評估指標	評估項目	參考依據
購前簽約	1.價格 2.經營理念 3.品牌 4.履約保證 5.付款方式 6 行銷通路 7.販售公司本身擁有私人會館 8.提供塔位販售之服務 9.服務營業地點 10.政府評鑑優良的商家	Blackwell、Miniard & Engel (2001) Parasuraman et al. (1991) Zeithaml and Bitner (1996) 傅聖儒 (2009)

根據黃珮玲 (2014) 提出生前契約之服務流程應包含臨終諮詢，其中涵蓋臨終關懷與輔導、各地方習俗或宗教信仰諮詢、初終禮儀諮詢。洪美新 (2017) 認為禮儀師可提供客戶心靈層面的服務就是陪伴、同理心與支持，以及透過布置溫馨的環境來讓喪親者表達悲傷與哀悼，並適時使用悲傷輔導的技巧。江至洲 (2018) 指出臨終關懷可以紓解降低臨終者及陪伴者在面對死亡時的焦慮，使心情舒緩，坦然面對接受死亡的到來助於提升良好的死亡尊嚴與品質。臨終關懷主要以照護臨終者以下面向：臨終者身體含所處醫療環境上的安排與照護、請聽臨終者心情並協助完成心願、協助臨終者給予心靈的支持與關懷。根據以上文獻彙整建立出「臨終諮詢」評估指標，如表2-5。

表2-5臨終諮詢評估指標與項目文獻彙整表

評估指標	評估項目	參考依據
臨終諮詢	1.設立二十四小時臨終禮儀諮詢專線	黃珮玲（2014） 洪美新（2017） 江至洲（2018）
	2.專業禮儀人員親訪現況說明	
	3.提供代辦死亡證明之服務	
	4.提供稅務法律諮詢之服務	
	5.提供生前殯儀服務契約實施程序與分工表	

根據行政院規定之生前殯葬服務定型化契約範本對遺體接運服務之說明，遺體接運應包含遺體接運至指定自宅或殯儀館、遺體修補、防腐、遺體冰存。陳繼成（2003）指出現代台灣目前常見的殯葬禮儀服務儀節及流程約有三十二項之多。禮儀人員服務項目主要包含遺體處理、治喪流程規劃、協助治喪期間所有服務支援、告別式現場的布置、殯葬禮俗諮詢等。根據以上文獻彙整建立出「遺體接運」評估指標，如表2-6。

表2-6遺體接運評估指標與項目文獻彙整表

評估指標	評估項目	參考依據
遺體接運	1.接體車的接送距離	行政院（2014） 陳繼成（2003）
	2.接體服務人員（一般禮儀人員或禮儀師）	
	3.協助家屬初終禮儀各項事宜與代辦遺體安置、冰存之服務人員（一般禮儀人員或禮儀師）	
	4.提供念佛機	

根據行政院規定之生前殯葬服務定型化契約範本對安靈服務之說明，安靈服務應包含靈位布置、豎靈、守靈拜飯、祭品代辦。劉光軒（2014）指出設立靈堂的流程有（1）誦經人員為亡者豎靈誦經，並設置亡者靈位。（2）為亡者家屬規劃和設立孝堂，讓家屬在這段治喪期間可以早晚奠拜。（3）禮儀師應告知在治喪期間要注意的事項與正確

教導喪服孝誌的穿戴。根據以上文獻彙整建立出「安靈服務」評估指標，如表2-7。

表 2-7 安靈服務評估指標與項目文獻彙整表

評估指標	評估項目	參考依據
安靈服務	1.靈位布置（自宅）的樣式 2.豎靈用品的內容 3.安靈儀式的引導人員 4.說明指導居喪期間應注意事項與奠拜及親友憑弔流程之服務人員	行政院（2014） 劉光軒（2014）

根據行政院規定之生前殯葬服務定型化契約範本對治喪協調服務之說明，治喪協調應包含禮儀諮詢、擇日、訃聞與祭文撰擬、代辦申請事項、報備出殯路線、申請搭棚許可等。劉光軒（2014）指出治喪協調主要是由禮儀師提供與建議家屬選擇入殮、告別式奠禮、出殯日期、火化及晉塔等時辰，包含整場喪禮服務的細節。根據以上文獻彙整建立出「治喪協調」評估指標，如表2-8。

表2-8治喪協調評估指標與項目文獻彙整表

評估指標	評估項目	參考依據
治喪協調	1.提供禮儀諮詢之服務人員 2.擇日、祭文與治喪規劃書撰寫之服務人員 3.提供作七法事之服務 4.提供並教導孝誌配戴 5.訃聞印製	行政院（2014） 劉光軒（2014）

根據行政院規定之生前殯葬服務定型化契約範本對奠禮場地準備服務之說明，奠禮場地準備應包含場地租借、花牌、鮮花布置、告別式禮堂布置、遺像輸出、音響設備、告別式用品準備。談欽彰（2013）指出現代人在整個殯葬流程中最重視的是告別式奠禮會場的布置，「奠禮會場」成為彰顯家屬門面的表徵。以往對陣頭、法事、棺木等家屬所重視之事項，隨著時代變遷，已逐漸將重點轉移到奠禮會場的布置及奠禮會場的品質。根據以上文獻彙整建立出「奠禮場地準備」評估指標，如表2-9。

表2-9奠禮場地準備評估指標與項目文獻彙整表

評估指標	評估項目	參考依據
奠禮場地準備	1.場地的租借（可提供的布置規格） 2.花山尺寸 3.布幔規格 4.回禮用品的內容 5.花牌、鮮花布置 6.外牌布置 7.提供觀禮座椅 8.特別提供之服務項目	行政院（2014） 談欽彰（2013）

根據行政院規定之生前殯葬服務定型化契約範本對入殮移柩服務之說明，入殮移柩應包含移靈、壽衣、棺木、棺內用品、孝服等入殮用品準備、入殮儀式、遺體美容。劉光軒（2014）指出入殮的流程為（1）禮儀師引導家屬進行入殮儀式。（2）由專業人員為亡者更衣進行遺容整理。根據以上文獻彙整建立出「入殮移柩」評估指標，如表2-10。

表 2-10 入殮移柩評估指標與項目文獻彙整表

評估指標	評估項目	參考依據
入殮移柩	1.棺內用品的內容 2.祭品的內容 3.入殮封口之服務內容 4.遺體清洗、著裝、化妝之服務人員 5.提供入殮法事之服務	行政院（2014） 劉光軒（2014）

根據行政院規定之生前殯葬服務定型化契約範本對奠禮儀式服務之說明，奠禮儀式應包含司儀、襄儀人員、宗教儀式誦經人員、樂師。談欽彰（2013）指出告別式當天家族所舉行之敬拜稱為「家奠」，而各機關團體所舉行之敬拜稱為「公奠」。李慧仁（2012）指出現今的「喪禮司儀」除了提供儀節的引導外，還必須負責現場氣氛營造、儀節改良及奠文宣讀、哀章撰寫的角色。奠禮主持的成功與否，不僅止於喪禮公司本人的專業能力，最重要關鍵在於司儀對服務個案了解多寡，所以在告別奠禮前喪禮司儀都必須與亡者的家屬或協助辦理治喪事宜者進行事先溝通做好充分的準備。根據以上文獻彙整建立出「奠禮儀式」評估指標，如表2-11。

表2-11奠禮儀式評估指標與項目文獻彙整表

評估指標	評估項目	參考依據
奠禮儀式	1.司儀之專業度 2.襄儀之專業度 3.誦經人員數（含法師或一般法事人員） 4.樂師人數規格	行政院（2014） 談欽彰（2013） 李慧仁（2012）

根據行政院規定之生前殯葬服務定型化契約範本對發引、火化封罐與遺體安葬服務之說明，發引應包含出發火化場，進行火化儀式；火化封罐應包含骨罐的挑選與刻印；遺體安葬應包含火化後晉塔或進行環保葬。劉光軒（2014）指出當告別式奠禮結束後，喪禮即算是脫離了殯儀，進入了所謂葬儀的流程。火化封罐會由禮儀師陪同家屬至火化場擺設祭品，協助家屬進行撿骨與封罐儀式，最後再由館方工作人員協助完成撿骨、裝罐、封蓋包裝並請家屬確認領回。為了響應環保及政府推動的環境永續，越來越多民眾可以接受除了傳統土葬、火化晉塔的葬法。自然葬如於火化後將骨灰採用樹葬、海葬或植存等葬法。根據以上文獻彙整建立出「發引」、「火化封罐」與「遺體安葬」等評估指標，如表2-12、表2-13、表2-14。

表 2-12 發引評估指標與項目文獻彙整表

評估指標	評估項目	參考依據
發引	1.移靈扶棺人員數 2.靈車規格 3.引導發引隊伍至火化場之服務人員 4.靈車接送距離	行政院（2014） 劉光軒（2014）

表2-13火化封罐評估指標與項目文獻彙整表

評估指標	評估項目	參考依據
火化封罐	1.骨灰罐材質與樣式 2.引導火化前的祭拜與除服儀式之人員 3.撿骨封罐儀式之服務人員 4.提供返主除靈之服務	行政院（2014） 劉光軒（2014）

表 2-14 遺體安葬評估指標與項目文獻彙整表

評估指標	評估項目	參考依據
遺體安葬	1.提供護送骨灰至指定安葬地點之專車 2.安葬祭品的內容 3.協助安葬流程之服務人員	行政院（2014） 劉光軒（2014）

根據黃珮玲(2014)提出生前契約之服務流程應包含後續關懷，其中涵蓋關懷輔導、百日、對年等節日祭拜提醒。曾煥棠、林君好與許靜怡（2008）指出業者近年來將後續關懷納為其他項目，僅停留在百日、對年的通知與祭祀的操作。尉遲淦（2015）認為悲傷輔導融入殯葬服務的時機不一定只能在殯葬禮儀中，也可能是剛開始或殯葬禮儀服務結束後，只要悲傷的情形出現就是需求的開始。根據以上文獻彙整建立出「後續關懷」評估指標，如表2-15。

表 2-15 後續關懷評估指標與項目文獻彙整表

評估指標	評估項目	參考依據
後續關懷	1.百日、對年提醒 2.提供百日、對年、三年、合爐及四時祭享等相關資訊免費諮詢服務 3.後續關懷的方式	黃珮玲（2014） 曾煥棠、林君好與許靜（2008） 尉遲淦（2015）

本研究目的在於建立生前殯葬服務流程評估準則，故藉由以上文獻回顧與探討作為建構生前殯葬服務流程評估指標架構之基礎資料來源，並透過初步專家訪談，經由與專家學者討論將統整的資料逐次討論修改與設計，並且重複確認，建立本研究生前殯葬服務流程評估指標構面之雛形，設計出結構式調查問卷，以利後續修正式德菲法研究的進行。

第三章 研究方法

第一節 研究架構

根據本研究目的與文獻探討所彙整之內容，本研究透過相關生前契約服務內容、禮儀流程以及消費者購買意願等文獻資料，以及初階專家訪談，進而建立出本研究生前殯葬服務流程評估指標之初步資料，設計第一階段問卷調查，再以修正式德菲法綜合資深專家學者之意見，篩選分析出合適的評估因子，建立本研究評估生前契約的構面及準則（項目），再由評估準則製作進行權重計算之專家問卷，將調查之結果以層級分析法（AHP）進行分析得出各別評估因子之權重排序，得以建立生前殯葬服務流程評估指標之架構。本研究架構如圖 3-1 所示。

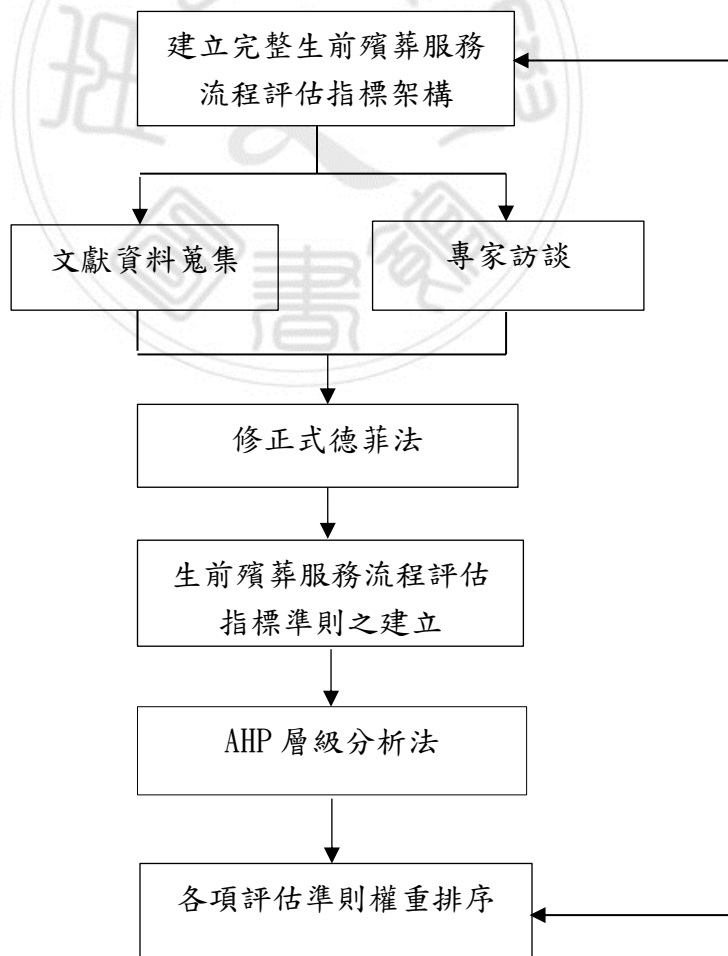


圖 3-1 研究架構圖

第二節 研究方法

一、資料蒐集方法

根據羅凱揚、蘇宇暉（2018）的觀點資料蒐集可分為兩部分，分別為初級資料與次級資料。初級資料（primary data）指的是研究者自己主動收集的第一手資料，常見之初級資料蒐集方式包含訪談法、問卷調查、田野觀察、實驗方法等，而本研究初級資料是藉由與專家進行初步訪談與後續問卷調查方式，經由整理彙整後所取得的資料；次級資料（secondary data）是指間接參考引用別人過去所研究的資料結果，也就是第二手資料來源，次級資料包含相關文獻資料、論文、期刊、書籍、法規條文、網路資料等蒐集方式，本研究透過國內外相關論文、書籍、期刊、法規範例等文獻方式取得次級資料，作為後續問卷調查內容之基礎資料。

本研究目的在於建立生前殯葬服務流程評估準則，故藉由蒐集之初級資料與次級資料作為建構生前殯葬服務流程評估指標架構之資料來源，並透過次級資料的文獻探討與初級資料之專家訪談及問卷調查，再經由與專家學者討論彙整修正後，建立完整的前殯葬服務流程評估指標架構。下列為資料蒐集方式之介紹。

(一) 專家訪談

蒐集文獻資料時，並與一位國內殯葬相關科系助理教授以上學者與二位業界從事生前契約商品規劃與行銷十年經驗專家進行訪談調查，將統整的資料逐次討論修改與設計，並且重複確認，完成本研究生前殯葬服務流程關鍵評估因子雛形之建立。

(二) 問卷調查法

將初步文獻探討與專家學者討論所得之生前殯葬服務流程關鍵評估因子，製作成修正式德菲法問卷，進行評估因子篩選修正，接著再透過層級分析法問卷，得出各項評估領域因子之重要性排序，使設計之生前殯葬服務流程關鍵因子評估框架更加完善。

(三) 資料分析方法

以問卷調查分析應用修正式德菲法進行評估因子篩選修正後之分析結果，彙整出生前殯葬服務流程關鍵因子評估框架，再進行 AHP 層級分析法調查評估因子其重要性排序與權重評估。

二、修正式德菲法 (Modified Delphi Method)

(一) 修正式德菲法之定義

德菲法 (Delphi Method) 最初是由 Murry and Hammons (1995) 所開發的一套決策方法，主要目的是透過組成專家群體，針對某特定方面的問題進行研究，透過反覆的問卷調查，蒐集諸位專家的意見並逐一修正其看法，在問卷往來彙整回饋之中，使專家群體對問題的看法達成共識。而修正式德菲法 (Modified Delphi Method) 是由原德菲法演變而來，保留傳統的原理，唯一不同在於修正式德菲法簡略一開始開放式問卷的複雜步驟，首回問卷更改為參考過去文獻以蒐集資料的方式，或是進行專家訪談設計出具結構化的問卷，作為首回合之問卷調查，節省開放性問卷所造成多餘反覆的時間，進而提高問卷回收率，使專家群體能準確達成一致性的共識。

(二) 修正式德菲法之特性

基本上德菲法的本質是仰賴專家學者們的專業經驗、價值及直覺判斷，藉由專業領域多元性的意見想法，在反覆的問卷調查之中綜觀彙整專家群體之意見，並綜合歸納其他專家學者的意見並對決策問題進行修正，藉由專家學者集思廣益的討論，達成專家群體對決策問題有共識性 (鄭振源，2012)。修正式德菲法繼承了傳統德菲法之精神，只是改變原始傳統德菲法反覆開放性的問卷調查方式，將繁瑣的問卷過程加以簡化，首回合開放式問卷設計改由研究者利用過去之參考文獻或研究者的計畫，又或是以專家訪談的方式取代之，直接設計出具結構化之問卷；而修正式德菲法最大的優點就是除了本身透過專家學者對研究問題之集中討論而獲得回饋之外，更是集結了過去相關文獻資料，

更能表達研究目的確實性，使所探討之研究結果具更高的可信度。

根據修正式德菲法的操作原則，以下可歸納六點特性（鄭振源，1997）：

1. 可接受不相同的專業觀點與利益群體之意見。
2. 專家不進行面對面討論，透過匿名意見回答，可避免會面討論時產生少數服從多數、說服別人、不願放棄己見等心理因素影響，比較能獲得確實的專家意見。
3. 以文獻探討或專家訪談的方式設計結構式問卷，取代傳統德菲法首回合開放式問卷，以利有效問卷的回收與省略問卷反覆來回的次數，節省研究時間。
4. 可將專家學者不同的意見透過系統化分析，逐步縮短問題範圍而達到具一致性共識的結果，例如透過平均數、標準差、四分位距可檢測出不一致的答案，將其刪除使問題目標更加有共識性。
5. 每回問卷施測給予專家學者充足的思考填寫時間，使專家學者能仔細針對每一題目做出慎密的判斷。
6. 專家學者經由問卷反覆回饋的過程，均可知曉每回問卷調查結果了解專家群體不同的意見，透過參考依據可不斷學習修正自己對問題的看法，給出更具一致性的答案。

由於傳統德菲法是採用開放式的問卷調查，較容易產生專家學者依主觀意識給出分歧的見解，導致需要多數回合的問卷調查才能收斂得到共識，研究時間一旦拉長難免有專家群體意見想法前後不一致等情形發生，對於研究過程容易產生干擾之疑慮。因此本研究藉由修正式德菲法的特性，透過專家學者的經驗建立具有公信力的議題，來進行生前契約相關研究的探討，使用結構性問卷讓專家學者可以集中注意力在研究主題上，節省對開放式問卷之揣測，避免傳統德菲法所遇到的問題。

（三）修正式德菲法之應用

本研究討論之議題屬於社會大眾較少數接觸的研究領域，況且現代社會對於生前契約相關議題的了解程度還未成熟，本身須藉由文獻探討與收集殯葬相關專家學者提供之有效意見，促使本研究結果更加慎密嚴謹與確實性；故本研究應用修正式德菲法，作為建立生前殯葬服務流程評估指標之研究方法，首先透過國內外文獻蒐集整理出相關議題之資料，經專家訪談修正彙整後，建立初步的結構性問卷，在無相互干擾的情況下，個別寄送問卷，採取匿名方式進行專家集體決策與專家評定之間卷調查，再以統計分析並將系統化的資料綜觀彙整專家群體之意見，藉以建構出生前殯葬服務流程相關評估指標之共識，最後取得生前殯葬服務流程評估指標之層級架構，後續再以層級分析法(AHP)進行分析得出各別評估因子之權重與排序。其研究方法施程序如下：

1. 界定問題：

透過蒐集生前契約服務內容、禮儀流程以及消費者購買意願等相關文獻資料，並進行專家訪談，將其相關議題資料經修正彙整後，建立修正式德菲法結構式問卷，作為擬定研究目的之各層級構面與指標之基礎。

2. 成立專家小組：

鄭振源（2012）提出應根據決策問題的內容，遴選相關領域的專家學者 10-15 人來組成專家群體；依據 Dalkey（1969）表示 10 人以上的專家群組，所得到的研究結果誤差值最小，群體可信度最高。本研究依研究問題遴選 15 位對生前契約相關議題有一定熟悉程度且背景符合的專家學者，組成專家小組。

3. 實問卷調查：

將原本開放式問卷調查改由上述所建立的結構式問卷作為修正式德菲法的第一回問卷調查，調查方式是將第一回合問卷調查表的每一項目給予評分欄，依專家意見給

予價值評估；而本研究採用李克特五等量表作為評分尺度，依等級分為 1 到 5 分，個別表示「非常不重要」、「不重要」、「普通」、「重要」、「非常重要」等五個選項。除此之外，在問卷調查的每一個指標項目後面，再加上一欄空白處作為專家意見欄，目的是希望專家學者們可以主動寫出個人的見解與想法，提供專業建議與評論。

回收第一回調查問卷，將專家學者對各項目的價值評估分數與專業建議仔細加以整理，並將專家學者的評分進行統計分析，求取平均數與標準差，彙整意見之後將結果納入第二回問卷中，製作成修正式德菲法第二回問卷並依照原專家群體發放問卷。在第二回問卷調查中，專家學者可以透過資料分析得知專家群體之意見分佈情況與其他專業建議，同時可作為專家群體在填答第二回問卷各項目重要性程度評分的參考依據。而重要性程度評估的分析，可以看出每一項目重要性程度的高低，依照系統化資料分析重要性高的核心因素，便能分析出決策問題未來發展的重要方向，也是判斷問卷調查結果是否趨於一致性的必要分析，並確認專家群體對決策問題的看法達成共識。回收第二回調查問卷後，一樣將意見整合與進行統計分析，檢核專家群體的共識性是否達成，如未達成將持續下回合問卷調查，直到專家意見取得共識為止。

4. 專家群體共識意見之整合：

第二回調查問卷之內容，主要是將專家學者對每一評估項目的重要性程度評分做統整歸納，使決策問題達到具一致性共識。在此回合專家群體須依據第一回調查問卷的分析結果，依照自己的回答與他人的答案做比較，給出新的重要性程度評分或保持原意，重新評估每一項問題。此步驟的目的在於將達成共識的評估項目與未達成共識的評估項目做區分，並以統計分析四分位距來判定評估項目是否有一致性，可以更加確定評估項目有達成一致性共識。依據陳文亮與陳姿樺（2011）的觀點，認為其中達成輿論共識項目，包含等級 4 分以上的答案，也就是「非常重要」、「重要」的回應；未達成輿論共識項目，是指 4 分以下的答案，即為「非常不重要」、「不重要」與「普通」的回應。而代表有一致性共識項目，以四分位距數值越小，表示專家意見共識度越高，根據 Holden

and Wedman (1993) 指出，當某一題目的四分位距小於或等於 0.6 時，代表專家群體對該評估項目意見具有高度一致性；本研究以小於或等於 0.6 之四分位距的評估項目，視為已達高度一致性共識，將其列為生前契約服務流程關鍵因素評估指標框架之評估因子。

5. 資料分析：

本研究採用李克特量表，以 5 個等級作為重要性程度評價的區分，若以總平均結果 3 分代表中間值，則表示重要性程度只有普通等同沒有意見，這樣無法看出重要性且無法檢核是否有達到一致性共識；因此依據陳文亮與陳姿樺 (2011) 的觀點，為了歸納專家學者對決策問題的整體重要性程度，將研究等級結果限制在 3.5 分以上者，表示介於普通與重要之間，視為專家群體達成共識，也代表評估項目的重要程度為 70%，至於其他項目低於 70% 則表示歸納為專家群體未達成共識之項目。

三、層級分析法 (AHP)

(一) 層級分析法 (AHP) 之定義

層級分析法 (Analytic Hierarchy Process, AHP)，此模式起源於美國匹茲堡大學，由 Thomas L. Saaty 教授所提倡的決策手法，應用於問題分析方面，設法解決過去無法應對且多個選擇方案之情況下所開發的決策方法 (王興國，2006)。根據 Saaty (1980) 的研究指出層級分析法主要目的是把複雜多樣的問題簡單化，藉由系統化分層，透過不同層級的比較運算，將個別的基準給予量化之評價，在評價的過程中加以綜合評估，求出特徵項量作為各評估項目之權重，最後乘以加權權重獲得各項目優劣排序。

目前對於層級分析法的應用相關文獻資料非常豐富，自從 1973 年 Saaty 教授將層級分析法運用至蘇丹運輸上的研究後，經過後續不斷修正與應用證明，使理論更加成熟，在 1980 年正式推出 AHP 理論相關的書籍 (鄭振源，2012)。隨後國際期刊與相關論文相繼發行，在 Satty and Kearns (1985) 的研究中指出 AHP 分析法是將複雜的研究問題，分解成數個層面的問題，透過分解問題的步驟將研究問題簡單化，逐級分解後再經整理建立完整的層級結構，並利用兩兩成對的比較方式，進而分析研究問題的權重，並依據

評判排出優先順序，分析結果可提供決策者最佳決策方案，使決策者在做決定時減少決策錯誤的發生；且決策者在面臨決策問題時，可運用層級架構的方式，是有助於對決策問題的了解並可做出正確的判斷，進而依照分層問題的檢視，逐一評估各選擇方案，有利於釐清各項評估方案之間的優先排序，使決策者從中找出最適當的方案（邱福星，2002）。

而本研究目的在於建立生前殯葬服務流程評估準則，藉由層級分析法的理論基礎，將前述透過修正式德菲法篩選出的評估準則，結合層級分析法作層級架構的整理，使本研究更加清楚各項構面指標的相對重要性，藉由層級架構項目兩兩比對的結果，依據各指標構面相對之權重排序，便能有效找出最重要及關鍵的評估準則。

（二）層級分析法（AHP）之特性

根據 Saaty (1980) 的研究發現現今社會本身就是一個問題複合體 (problematique)，而在這個結構中產生的問題包含有形或無形的，又有質化及量化的分別，所以需要系統化的方法幫助解決複雜的問題；如今系統方法已廣泛發展應用在社會與行為科學上，使得複雜問題得以簡化，關於解決多準則決策問題的系統方法也相當多元，甚至很多研究將其拿來比較或是結合使用，目的是使決策者在面對決策問題時，更能清楚理解每個選擇項目的優劣勢，評估出適合的最佳解。在多個多準則決策問題的研究方法中，層級分析法除了可以簡化複雜的決策問題之外，同時也建立了具有相互影響關係的層級結構，而對於決策者而言，層級結構有助於對問題事物的理解，相對其他研究方法，更具代表性且精確的結果（鄭振源，2012）。由於面對多準則決策問題時，不能單從一個面向去評估問題，否則將因為不夠客觀的立場導致錯誤的決策，必須考慮多方面的評估基準，根據這些評估基準進行評估規劃，決定可行的優勢順序。而評估基礎需要從社會、科學、經濟、技術等層面加以考量，在這樣的需求背景下層級分析法被發展成一套理論，應用於各方面領域處理複雜的決策問題。

綜合上述，依據層級分析法發展目的與假設以及層級分析法之基礎理論，歸納以下層級結構化的重點（鄧振源、曾國雄，1989）：

1. 整體目標可以被分解成多元的種類或組件（Components），並且形成具有方向性網絡的層級架構，最高層級代表評估之整體目標。
2. 層級架構中每層級的要素均假設具有獨立性，有相依性存在時，可先各別分析再將二者合併。每一層級內的要素可以依據上層級組內的某些或所有要素進行評估，盡量將重要性相似之要素放在同層級。
3. 評估比較時，可將絕對數值尺度轉換成比例尺度。例如 C1 比 C2 時，C2 稍微為重要，則比值為 1/3。
4. 成對比較（Pairwise Comparison）後可用正倒值矩陣處理。
5. 偏好關係滿足遞移性（Transitivity）。例如 $A > B$ ， $B > C$ ，則 $A > C$ ，而強度關係也滿足遞移性（A 優於 B 二倍，B 優於 C 三倍，則 A 優於 C 六倍）。
6. 由於完全有遞延性不容易，因此可容許不具遞延性，但必須進行一致性程度檢定。根據學者 Saaty 表示層級內要素不宜過多，以免影響層級的一致性，建議每層級內以 ± 7 個項目最適合。
7. 要素之間的優勢比重，須經加權法求得。任何只要出現在層級架構中的要素，不論其優勢大小如何，均認為與整體評估結構有關。

本研究藉由層級分析法的特性，建立完整生前殯葬約服務流程評估指標之層級架構，也將其內容製作成層級分析法調查問卷，以問卷發放方式請專家學者填寫，專家學者以決策者的角度，依據本研究生前殯葬服務流程指標之層級架構，進行各項目重要性成對比較，決策者可依自身的專業評判，給予有效的權重分數，進行加權分析後可得出評估項目之權重優劣順序，藉此找出本研究關鍵評估準則以及重要性排名，並從建立的層級架構更加了解各評估準則之間的影响程度，以便給後續需要生前契約的決策者、研究者、消費者，比對出最符合需求的方案。

（三）層級分析法（AHP）之應用

AHP 方法的研究步驟首先是取得與決策問題有關聯的要素，由於修正式德菲法本質是經由文獻探討與專家學者進行腦力激盪討論下的研究產物，因此符合 AHP 方法所要建立的層級目標，所以本研究以修正式德菲法專家問卷調查結果，作為是評估因子的建立，也形成本研究生前殯葬服務流程評估指標層級架構之雛形；緊接 AHP 方法之第二步驟是將取出的要素作層級建立，本研究藉由文獻探討與專家學者討論，將評估因子進行修正整合後逐一建構出完整的生前殯葬服務流程指標之層級架構；接著將層級架構的內容整合 AHP 評估尺度表製作成問卷，以問卷調查的方式邀請專家學者填寫，進行各層級評估項目的成對比較，再以矩陣數學公式計算出層級架構之權重與排序。其研究方法施程序如下：

1. 收集評估因子與建立層級架構

依據修正式德菲法調查問卷之分析結果，經過文獻探討與專家學者討論，建立生前殯葬服務流程評估準則與層級架構。

2. 評估因子的量化比較

本研究 AHP 問卷調查對象是延續第二回修正式德菲法之專家群體，來進行各評估因子相對重要度給予量化數值，重要度的評比方式是依照前一層級的因子作為參考準則將待評比同一層級內之因子進行兩兩比較，這樣的評比方式可以讓決策者清楚的比較出因子間相對的重要程度。AHP 方法是採用名目尺度兩兩成對的比較建立出量化的評估指標數值，一般評估尺度的設定多採用五個等級，分別是：同等重要、稍重要、頗重要、極重要及絕對重要，再依序給予量化數值成 1、3、5、7、9 的衡量值；而其他數值的 2、4、6、8 衡量值則分布於五個基本尺度之間。相關內容如下表 3-1 說明：

表 3-1 AHP 評估尺度意義及說明

評估 尺度	定義	說明
1	同等重要 (Equal Importance)	兩因素具有同等重要之貢獻度 ● 等強 (Equally)
3	稍微重要 (Weak Importance)	經驗與判斷稍微傾向某一因素 ● 稍強 (Moderately)
5	頗為重要 (Essential Importance)	經驗與判斷強烈傾向某一因素 ● 頗強 (Strongly)
7	相當重要 (Very Strong Importance)	實際顯示非常強烈喜好某一因素 ● 極強 (Very Strong)
9	非常重要 (Absolute Importance)	有足夠證據肯定絕對喜好某一因素 ● 絕強 (Extremely)
2, 4, 6, 8	相鄰尺度之中間值 (Intermediate values)	必要折衷值時

(資料來源：Saaty,1980)

3. 成對比較矩陣

根據層級架構，針對兩兩要素間之相對重要性來進行成對比較 (pairwise comparison)，而成對比較矩陣的元素如下所示：

$$A = \begin{bmatrix} a_{11} & a_{12} & \mathbf{L} & a_{1n} \\ a_{21} & a_{22} & \mathbf{L} & a_{2n} \\ \mathbf{M} & \mathbf{M} & \mathbf{L} & \mathbf{M} \\ a_{n1} & a_{n2} & \mathbf{L} & a_{nm} \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} w_1/w_1 & w_1/w_2 & & w_1/w_n \\ w_2/w_1 & w_2/w_2 & & w_2/w_n \\ & & \mathbf{M} & \\ w_n/w_1 & w_n/w_2 & & w_n/w_n \end{bmatrix} \quad (1)$$

其中， a_{ij} 表示決策者對決策因素 i 與 j 兩兩相比後所得之比較值，如決策因素 i 之重要度為決策者因素 j 之重要度的三倍或 0.5 倍，則 a_{ij} 分別為 3 或 0.5，且 $a_{ij} = \frac{1}{a_{ji}}$ 。

4. 計算特徵值及特徵向量

計算最大特徵值與特徵向量之目的是檢定成對比較矩陣 是否符合一致性要求，本研究提公式產生權重向量如下：

$$w_i = \frac{1}{n} \sum_{j=1}^n \frac{a_{ij}}{\sum_{i=1}^n a_{ij}} \quad i, j = 1, 2, \dots, n \quad (2)$$

最大特徵值 λ_{\max} ：首先將成對比較矩陣 乘以所求得之特徵向量，可得到一個新向量，在求算兩者之間之平均倍數即得，即：

$$A = \begin{bmatrix} 1 & a_{12} & \mathbf{L} & a_{1m} \\ a_{21} & 1 & \mathbf{L} & a_{2m} \\ \mathbf{M} & \mathbf{M} & \mathbf{L} & \mathbf{M} \\ a_{n1} & . & \mathbf{L} & 1 \end{bmatrix} \times \begin{bmatrix} w_1 \\ w_2 \\ \mathbf{M} \\ \mathbf{M} \\ w_j \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} w'_1 \\ w'_2 \\ \mathbf{M} \\ \mathbf{M} \\ w'_j \end{bmatrix} \quad (3)$$

$$\lambda_{\max} = \left(\frac{1}{m}\right) \times \left(\frac{w'_1}{w_1} + \frac{w'_2}{w_2} + \dots + \frac{w'_j}{w_j}\right)$$

5. 一致性檢定

決策者對各決策因素之重要度判斷，有時會發前後不一致之情形，因此，為了瞭解決策者前後評判是否一致，必須對成對比較矩陣做一致性檢定。若一致性指標

$C.R. \geq 0.1$ 時，矩陣的一致性程度就已超出可容許之偏誤範圍，決策者必須重新思考各決策因素間重要度關係。其中

$$C.R. = \frac{C.I.}{R.I.} \quad (4)$$

$$C.I. = \frac{\lambda_{\max} - m}{m - 1} \quad (5)$$

而 $R.I$ 為一隨機指標，表 3-2 為決策因素個數 M 時，所對應的 $R.I$ 隨機指數表。

表 3-2 隨機指標表

m	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
R.I.	0	0	0.58	0.9	1.12	1.24	1.32	1.41	1.45	1.49

資料來源：Saaty (1980)

第三節 研究對象

依據 Delbecq, Van de Ven and Gustafson (1975) 的建議，如果德菲法專家小組成員同質性者較多，專家小組人數應該為 15 至 30 位；若是異性值的小組，人數應該介於 5 到 10 位，是最適合的數量。不建議大於 30 人，若超過 30 人的專家群體對研究的貢獻也極其有限，且人數過多將會導致工作量繁雜，難以獲得有效的結果。本研究基於人力、物力及時間上之限制，採取立意抽樣方式，根據研究問題遴選 15 位對生前契約相關議題有一定熟悉程度且背景符合的專家學者，組成專家小組。透過具有同性質背景的專家進行討論，對研究結果更具公信力，加上專家群體本身之背景多元化、不同理念或經驗等考量因素，可加強德菲法研究的成效。本研究邀請殯葬相關專業包含禮儀服務、學術研究、生前契約商品行銷規劃等領域且具備十年以上經歷的專家學者，總共分為 2 位國內殯葬相關科系助理教授（含）以上學者、4 位禮儀服務業界講師顧問、9 位禮儀服務業者，作為本研究對象來進行修正式德菲法問卷調查。專家學者背景資料整理如表 3-3。

表 3-3 專家學者背景資料表

編號	性別	教育程度	現職	10 年以上經歷
1	男	研究所 (含) 以上	大專院校殯葬相關科系 副教授	1.教學 2.學術研究 3.教育訓練 4.行政管理
2	女	研究所 (含) 以上	大專院校殯葬相關科系 兼任講師、職訓局課程 講師	1. 教學 2. 教育訓練

(續下頁)

編號	性別	教育程度	現職	10年以上經歷
3	女	大學	馬來西亞殯葬集團公司 禮儀服務顧問	1. 禮儀服務 2. 教育訓練 3. 生前契約商品規劃 4. 行政管理 5. 墓園納骨塔服務管理
4	男	專科	禮儀服務公司負責人	1. 教學 2. 禮儀服務 3. 教育訓練 4. 生前契約商品規劃 5. 生前契約商品行銷
5	男	研究所 (含)以上	殯葬集團公司禮儀服務 處長	1. 教學 2. 學術研究 3. 禮儀服務 4. 教育訓練 5. 生前契約商品規劃 6. 生前契約商品行銷
6	男	專科	新加坡殯葬集團公司禮 儀服務處經理	1. 教學 2. 學術研究 3. 禮儀服務 4. 教育訓練
7	女	研究所 (含)以上	殯葬集團公司營業處 主任	1. 生前契約商品行銷

(續下頁)

編號	性別	教育程度	現職	10年以上經歷
8	男	專科	殯葬集團公司禮儀師	1.禮儀服務 2.生前契約商品行銷
9	男	專科	禮儀服務公司負責人	1. 禮儀服務
10	男	專科	禮儀服務公司負責人	1.禮儀服務 2.教育訓練
11	男	研究所 (含)以上	禮儀服務公司負責人	1. 禮儀服務
12	女	研究所 (含)以上	殯葬集團公司禮儀師	1.禮儀服務 2.生前契約商品規劃 3.生前契約商品行銷 4.行政管理
13	男	研究所 (含)以上	禮儀服務公司負責人	1.禮儀服務 2.教育訓練 3.生前契約商品行銷
14	男	大學	禮儀服務公司負責人	1.禮儀服務 2.教育訓練
15	男	大學	殯葬集團公司禮儀服務 人員	1.禮儀服務

第四節 資料分析

本研究統計分析是使用統計軟體 SPSS 2.0 作為資料分析工具，而層級分析法的矩陣數學與公式運算則是使用 EXECL 2013 作為數據計算工具。

一、修正式德菲法統計資料分析

本研究參考過去修正式德菲法最常使用的平均數、標準差、及四分位距等統計方法，以下分別描述各項測量標準的檢測方式。

1. 平均數：

本研究以平均數作為判斷各項指標重要程度的依據，也是代表每回合問卷中所有專家學者對各項目重要性程度的平均值，數值越大代表重要性越高，數值越小代表重要性越低。平均數表示資料的集中程度，當平均數 (M) ≥ 3.5 ，表示該項目為專家群體認為相當重要（陳文亮、陳姿樺，2011）。

2. 標準差：

標準差代表全體專家學者對於各項目重要性看法的離散程度，標準差越大表示專家學者對重要性的看法較不一致，數值越小表示重要性的看法越集中。而標準差大於 1，表示意見紛歧，離散程度大，藉著觀察標準差的大小的變化，若標準差在兩回合問卷中逐漸縮小，表示專家間的意見趨於一致。

3. 四分位距：

四分位距指的是第三四分位數 Q_3 與第一四分位數 Q_1 的差距，可作為檢測專家學者對於題目是否達成共識的判斷依據，而在一致性檢定標準的部份，四分位距數值越大，代表專家意見越不一致，四分位距數值越小，代表專家意見共識度高。根據 Holden and Wedman (1993) 指出當某題目的四分位距小於或等於 0.6，代表專家群體對該題目的意

見具有高度一致性;四分位距大於 0.6 且小於或等於 1 時，為中度一致性;四分位距大於 1 則代表專家群體意見未達一致性。判定對照表 3-4 所示。

表 3-4 四分位距判定對照表

四分位距 (QD)	一致程度
$QD \leq 0.6$	高度
$0.6 < QD \leq 1$	中度
$QD \geq 1$	低度



第四章 研究分析

第一節 第一回合修正式德菲法問卷調查結果

本研究第一回合修正式德菲法專家問卷共發出 15 份，總計回收有效問卷 15 份，回收率 100%。計由 15 名專家學者（大學教授講師 2 名、禮儀服務業界講師顧問 4 名、禮儀服務業者 9 名）配合完成兩次複式問卷調查。以下彙整分析專家學者對於問卷的看法及意見統計表，並針對意見與看法進行統整、修正，詳細分析結果如下所示：

一、第一次專家問卷結果

本研究在生前殯葬服務流程評估準則之雛型的設計中，透過文獻參考與專家訪談初步設計出 12 項生前契約服務流程指標和 59 項設計評估因子，提出評估因子的目的在於使研究項目逐一致性的順利進行，並實踐設計範疇指標的目標。而初步引用之評估因子將應用於「修正式德爾菲法」，進行專家意見篩選分析。

在問卷設計部分，採用李克特量表 5 個等級為區分，若總平均結果「3」為中間值，表示普通（沒有意見）。因此第一回合問卷為了歸納專家學者們的整體同意度，將等級結果限制在「3.5」介於普通與重要之間以上的項目，表示全體專家學者達成共識，並且標準差小於 1，表示專家意見具有高度共識；若低於 3.5 分則表示為專家學者們未達共識之項目，則將予刪除。

以下經由回收第一回合問卷並分析統計第一次問卷之專家意見後，並將意見完成整理過後，併同本次專家建議修正及增列題項。下列表 4-1 到 4-24 皆為第一次修正式德菲法各項指標分析結果。

1. 服務流程之「購前簽約」指標：

表 4-1 顯示購前簽約指標中的評估因子，故將第一次問卷分析之平均數未達 3.5 分

的「行銷通路」、「販售公司本身擁有私人會館」、「提供塔位販售之服務」3項因子與標準差大於1的「服務營業地點」、「政府評鑑優良的商家」2項因子於第二回問卷中刪除，其餘指標項目之平均數皆達3.5分（含）以上且標準差皆小於1，將保留於第二回問卷再次進行最後確認與分析。

表 4-1 第一次購前簽約指標分析表

項次	評估因子	平均數	標準差
1	價格	4.133	0.884
2	經營理念	4.133	0.718
3	品牌	3.867	0.618
4	履約保證（包含信託業者、公司資本額）	4.400	0.712
5	付款方式（含分期付款）	3.667	0.943
6	行銷通路	3.375	1.111
7	販售公司本身擁有私人會館	2.688	0.982
8	提供塔位販售之服務	3.000	1.225
9	服務營業地點	3.813	1.073
10	政府評鑑優良的商家	3.875	1.166

表 4-2 則顯示購前簽約指標第一次問卷分析中，部分專家學者提出之修正意見，將其意見彙總整合，並將專家建議及舉例的內容列入評估指標內容中，藉以更加釐清語意，修正評估因子的文字內容，讓指標內容更具完善。根據以上第一回合專家問卷的建議，修正 1 項與新增 13 項評估因子，並進行第二回合專家問卷調查。

表 4-2 第一次購前簽約指標專家建議修正彙總表

項次	購前簽約指標增修內容	修正說明
1	付款方式（例：可分期數付款、信用卡、行動支付等）	語意修正
2	使用者的履約經驗	新增評估因子
3	使用者的口碑推薦	新增評估因子
4	顧客滿意度（例：使用者的意見回饋）	新增評估因子
5	銷售者的可信度	新增評估因子
6	網路評價	新增評估因子
7	服務品質	新增評估因子
8	販售人員的服務態度	新增評估因子
9	禮儀人員給顧客的信任感（例：第一時間取得家屬信任）	新增評估因子
10	人員重要性的條件（例：重視對顧客的承諾、給予及時性的服務、達到服務品質水準、服務概況）	新增評估因子
11	依宗教別區分契約服務內容	新增評估因子
12	在總價款不變之下，履約中可依家屬需求等價更換服務內容	新增評估因子
13	契約條文符合政府公告應記載，不應記載事項	新增評估因子
14	依法定預立遺囑，調整契約服務內容，使其符合需求	新增評估因子

2. 服務流程之「臨終諮詢」指標：

表 4-3 顯示臨終諮詢指標中的評估因子，故將第一次問卷分析之平均未達 3.5 分的「提供稅務法律諮詢之服務」1 項因子與標準差大於 1 的「提供生前殯儀服務契約實施程序與分工表」1 項因子將於第二回問卷中刪除，其餘指標項目之平均數皆達 3.5 分(含)以上且標準差皆小於 1，將保留於第二回問卷再次進行最後確認與分析。

表 4-3 第一次臨終諮詢指標分析表

項次	評估因子	平均數	標準差
1	設立二十四小時臨終禮儀諮詢專線	4.400	0.712
2	專業禮儀人員親訪現況說明	4.467	0.618
3	提供代辦死亡證明之服務	3.533	0.884
4	提供稅務法律諮詢之服務	3.188	0.808
5	提供生前殯儀服務契約實施程序與分工表	3.800	1.046

表 4-4 則顯示臨終諮詢指標第一次問卷分析中，部分專家學者提出之修正意見，將其意見彙總整合，並將專家建議及舉例的內容列入評估指標內容中，藉以再深入釐清語意。故根據以上第一回合專家問卷的建議，新增 7 項評估因子，並進行第二回合專家問卷調查。

表 4-4 第一次臨終諮詢指標專家建議修正彙總表

項次	臨終諮詢指標增修內容	修正說明
1	禮儀服務單位的回應效率	新增評估因子
2	禮儀人員的服務態度	新增評估因子
3	依家屬需求給予可靠的服務	新增評估因子
4	提供商品的更換使用（例：棺木可換花山布置）	新增評估因子
5	提供契約的轉讓使用（原消費者可將契約商品轉換給他人履約使用）	新增評估因子
6	提供臨終關懷的具體服務	新增評估因子
7	依據宗教儀式別協助提前規劃	新增評估因子

3. 服務流程之「遺體接運」指標：

表 4-5 顯示遺體接運指標中的評估因子，故將第一次問卷分析之平均數未達 3.5 分的「提供念佛機」1 項因子於第二回問卷中刪除，其餘指標項目之平均數皆達 3.5 分(含)以上且標準差皆小於 1，將保留於第二回問卷再次進行最後確認與分析。

表 4-5 第一次遺體接運指標分析表

項次	評估因子	平均數	標準差
1	接體車的接送距離	3.867	0.718
2	接體服務人員	4.333	0.596
3	協助家屬初終禮儀各項事宜與代辦遺體安置、冰存之服務人員	4.267	0.772
4	提供念佛機	3.063	0.966

表 4-6 則顯示遺體接運指標第一次問卷分析中，部分專家學者提出之修正意見，將其意見彙總整合，並將專家建議及舉例的內容列入評估指標內容中，藉以再深入釐清語意。故根據以上第一回合專家問卷的建議，新增 8 項評估因子，並進行第二回合專家問卷調查。

表 4-6 第一次遺體接運指標專家建議修正彙總表

項次	遺體接運指標增修內容	修正說明
1	接體人員能有安撫家屬情緒的訓練，使家屬免除恐懼	新增評估因子
2	接體人員能判斷並因應不同死因，協助家屬處理特殊情形（即非自然死亡）之事宜（例：通報警察機關）	新增評估因子
3	提供初終禮俗的提醒說明和指導進行	新增評估因子
4	提供醫院太平間手續的協助辦理	新增評估因子
5	相關申報（戶政、社保申請）的提醒	新增評估因子

(續下頁)

項次	遺體接運指標增修內容	修正說明
6	遺體安置場所的介紹	新增評估因子
7	服務人員或公司能派車接送家屬	新增評估因子
8	遺體接運切結書的確實簽署與確認	新增評估因子

4. 服務流程之「安靈服務」指標：

表 4-7 顯示安靈服務指標中的評估因子，第一次問卷分析之平均數皆達 3.5 分(含)以上且標準差皆小於 1，將全項保留於第二回問卷再次進行最後確認與分析。

表 4-7 第一次安靈服務指標分析表

項次	評估因子	平均數	標準差
1	靈位布置(自宅)的樣式	4.200	0.748
2	豎靈用品的內容	3.733	0.680
3	安靈儀式的引導人員	4.267	0.680
4	說明指導居喪期間應注意事項與奠拜及親友憑弔流程之服務人員	4.533	0.618

表 4-8 則顯示安靈服務指標第一次問卷分析中，部分專家學者提出之修正意見，將其意見彙總整合，並將專家建議及舉例的內容列入評估指標內容中，藉以再深入釐清語意。故根據以上第一回合專家問卷的建議，新增 3 項評估因子，並進行第二回合專家問卷調查。

表 4-8 第一次安靈服務指標專家建議修正彙總表

項次	安靈服務指標增修內容	修正說明
1	安靈的意義說明	新增評估因子
2	安靈地點的專業建議	新增評估因子
3	停殯期間的禮俗禁忌與因應提醒	新增評估因子

5. 服務流程之「治喪協調」指標：

表 4-9 顯示治喪協調指標中的評估因子，第一次問卷分析之平均數皆達 3.5 分(含)以上且標準差皆小於 1，將全項保留於第二回問卷再次進行最後確認與分析。

表 4-9 第一次治喪協調指標分析表

項次	評估因子	平均數	標準差
1	提供禮儀諮詢之服務人員	4.333	0.699
2	擇日、祭文與治喪規劃書撰寫之服務人員	4.267	0.772
3	提供作七法事之服務	4.067	0.680
4	提供並教導孝誌配戴	3.933	0.854
5	訃聞印製	4.000	0.894

表 4-10 則顯示治喪協調指標第一次問卷分析中，部分專家學者提出之修正意見，將其意見彙總整合，並將專家建議及舉例的內容列入評估指標內容中，藉以再深入釐清語意。故根據以上第一回合專家問卷的建議，新增 8 項評估因子，並進行第二回合專家問卷調查。

表 4-10 第一次治喪協調指標專家建議修正彙總表

項次	治喪協調指標增修內容	修正說明
1	協助訃聞撰稿和訃告刊登	新增評估因子
2	依宗教別進行治喪流程規劃	新增評估因子
3	協助家屬選擇決定告別奠禮的日期、時間	新增評估因子
4	協助「故人生平介紹」之撰寫	新增評估因子
5	主動提供不同形式與費用的治喪內容供客戶選擇	新增評估因子
6	個性化儀式流程規劃與準備	新增評估因子
7	回禮品的提早規劃與準備	新增評估因子
8	主動說明禮儀習俗，法事安排建議及因應的相關物品	新增評估因子

6. 服務流程之「奠禮場地準備」指標：

表 4-11 顯示奠禮場地準備指標中的評估因子，故將第一次問卷分析之平均數未達 3.5 分的「特別提供之服務項目」1 項因子於第二回問卷中刪除，其餘指標項目之平均數皆達 3.5 分（含）以上且標準差皆小於 1，將保留於第二回問卷再次進行最後確認與分析。

表 4-11 第一次奠禮場地準備指標分析表

項次	評估因子	平均數	標準差
1	場地的租借（提供的布置規格）	4.400	0.712
2	花山尺寸	4.000	0.516
3	布幔規格	3.733	0.772
4	回禮用品的內容	3.667	0.699
5	花牌、鮮花布置	4.000	0.632
6	外牌布置	3.933	0.772
7	提供觀禮座椅	4.000	0.632
8	特別提供之服務項目	3.313	0.916

表 4-12 則顯示奠禮場地準備指標第一次問卷分析中，部分專家學者提出之修正意見，將其意見彙總整合，並將專家建議及舉例的內容列入評估指標內容中，藉以更加釐清語意，修正評估因子的文字內容，讓指標內容更具完善。根據以上第一回合專家問卷的建議，修正 2 項與新增 8 項評估因子，並進行第二回合專家問卷調查。

表 4-12 第一次奠禮場地準備指標專家建議修正彙總表

項次	奠禮場地準備指標增修內容	修正說明
1	花山尺寸和款式	語意修正
2	回禮用品的內容（一般通用用品如毛巾）	語意修正
3	奠禮會場動線與告別儀式流程規劃	新增評估因子
4	行禮弔唁的動線規劃	新增評估因子
5	司儀主持大綱	新增評估因子
6	提醒客戶事先安排簽到與收賻處人員	新增評估因子
7	樂隊位置的規劃安排	新增評估因子
8	依宗教別的規劃布置	新增評估因子
9	因應地方風俗調整規劃	新增評估因子
10	交通安全的考量規劃	新增評估因子

7. 服務流程之「入殮移柩」指標：

表4-13顯示入殮移柩指標中的評估因子，第一次問卷分析之平均數皆達3.5分(含)以上且標準差皆小於1，將全項保留於第二回問卷再次進行最後確認與分析。

表 4-13 第一次入殮移柩指標分析表

項次	評估因子	平均數	標準差
1	棺內用品的內容	4.067	0.854
2	祭品的內容	3.867	0.806
3	入殮封口之服務內容	4.133	0.806
4	遺體清洗、著裝、化妝之服務人員	4.333	0.699
5	提供入殮法事之服務	4.067	0.573

表 4-14 則顯示入殮移柩指標第一次問卷分析中，部分專家學者提出之修正意見，將其意見彙總整合，並將專家建議及舉例的內容列入評估指標內容中，藉以更加釐清語意，修正評估因子的文字內容，讓指標內容更具完善。根據以上第一回合專家問卷的建議，修正 1 項與新增 3 項評估因子，並進行第二回合專家問卷調查。

表 4-14 第一次入殮移柩指標專家建議修正彙總表

項次	入殮移柩指標增修內容	修正說明
1	入殮封棺之服務內容	語意修正
2	提供壽衣的選擇	新增評估因子
3	能向家屬說明辭生、放手尾之流程	新增評估因子
4	會提醒家屬應參與的儀式（例：遺體淨身、化妝、辭生、放手尾）	新增評估因子

8. 服務流程之「奠禮儀式」指標：

表 4-15 顯示奠禮儀式指標中的評估因子，故將第一次問卷分析之平均數未達 3.5 分的「樂師人數規格」1 項因子於第二回問卷中刪除，其餘指標項目之平均數皆達 3.5 分（含）以上且標準差皆小於 1，將保留於第二回問卷再次進行最後確認與分析。

表 4-15 第一次奠禮儀式指標分析表

項次	評估因子	平均數	標準差
1	司儀之專業度	4.400	0.712
2	襄儀之專業度	4.067	0.772
3	誦經人員數	3.867	0.618
4	樂師人數規格	3.375	0.599

表 4-16 則顯示奠禮儀式指標第一次問卷分析中，部分專家學者提出之修正意見，將其意見彙總整合，並將專家建議及舉例的內容列入評估指標內容中，藉以再深入釐清語意。根據以上第一回合專家問卷的建議，新增 6 項評估因子，並進行第二回合專家問卷調查。

表 4-16 第一次奠禮儀式指標專家建議修正彙總表

項次	奠禮儀式指標增修內容	修正說明
1	陣頭的介紹與代叫服務	新增評估因子
2	禮儀師的專業度	新增評估因子
3	禮儀師、司儀與襄儀的團隊合作	新增評估因子
4	誦經人員的身分別（例：在家修或出家師父）	新增評估因子
5	司儀能提前與家屬溝通「生平事略」及「哀奠文」	新增評估因子
6	司儀的時間與吉時的掌控	新增評估因子

9. 服務流程之「發引」指標：

表 4-17 顯示發引指標中的評估因子，第一次問卷分析之平均數皆達 3.5 分（含）以上且標準差皆小於 1，將全項保留於第二回問卷再次進行最後確認與分析。

表 4-17 第一次發引指標分析表

項次	評估因子	平均數	標準差
1	移靈扶棺人員數	3.867	0.618
2	靈車規格	4.133	0.618
3	引導發引隊伍至火化場之服務人員	3.933	0.854
4	靈車接送距離	4.067	0.772

表 4-18 則顯示發引指標第一次問卷分析中，部分專家學者提出之修正意見，將其意見彙總整合，並將專家建議及舉例的內容列入評估指標內容中，藉以再深入釐清語意。根據以上第一回合專家問卷的建議，新增 4 項評估因子，並進行第二回合專家問卷調查。

表 4-18 第一次發引指標專家建議修正彙總表

項次	發引指標增修內容	修正說明
1	靈車可放置亡者遺像	新增評估因子
2	出殯車輛及人員的安排	新增評估因子
3	家屬的交通安排	新增評估因子
4	前導車（例：佛祖車或重型機車）	新增評估因子

10.服務流程之「火化封罐」指標：

表 4-19 顯示火化封罐指標中的評估因子，第一次問卷分析之平均數皆達 3.5 分(含)以上且標準差皆小於 1，將全項保留於第二回問卷再次進行最後確認與分析。

表 4-19 第一次火化封罐指標分析表

項次	評估因子	平均數	標準差
1	骨灰罐材質與樣式	4.333	0.789
2	引導火化前的祭拜與除服儀式之人員	4.000	0.632
3	協同撿骨封罐儀式之服務人員	3.800	0.833
4	提供返主除靈之服務	4.133	0.618

表 4-20 則顯示火化封罐指標第一次問卷分析中，部分專家學者提出之修正意見，將其意見彙總整合，並將專家建議及舉例的內容列入評估指標內容中，藉以再深入釐清語意。根據以上第一回合專家問卷的建議，新增 1 項評估因子，並進行第二回合專家問卷調查。

表 4-20 第一次火化封罐指標專家建議修正彙總表

項次	火化封罐指標增修內容	修正說明
1	骨甕或塔位銘文與碑文字稿的校對提醒	新增評估因子

11.服務流程之「遺體安葬」指標：

表 4-21 顯示遺體安葬指標中的評估因子，第一次問卷分析之平均數皆達 3.5 分(含)以上且標準差皆小於 1，將全項保留於第二回問卷再次進行最後確認與分析。

表 4-21 第一次遺體安葬指標分析表

項次	評估因子	平均數	標準差
1	提供護送骨灰至指定安葬地點之專車	4.000	0.730
2	安葬祭品的內容	3.600	0.712
3	協助安葬流程之服務人員	4.000	0.730

表 4-22 則顯示遺體安葬指標第一次問卷分析中，部分專家學者提出之修正意見，將其意見彙總整合，並將專家建議及舉例的內容列入評估指標內容中，藉以再深入釐清語意。根據以上第一回合專家問卷的建議，新增 2 項評估因子，並進行第二回合專家問卷調查。

表 4-22 第一次遺體安葬指標專家建議修正彙總表

項次	遺體安葬指標增修內容	修正說明
1	安葬場所的規範與服務說明	新增評估因子
2	地理風水師的推薦安排	新增評估因子

12.服務流程之「後續關懷」指標：

表 4-23 顯示後續關懷指標中的評估因子，第一次問卷分析之平均數皆達 3.5 分（含）以上且標準差皆小於 1，將全項保留於第二回問卷再次進行最後確認與分析。

表 4-23 第一次後續關懷指標分析表

項次	評估因子	平均數	標準差
1	百日、對年提醒	4.467	0.618
2	提供百日、對年、三年、合爐及四時祭享等相關資訊 免費諮詢服務	4.333	0.699
3	後續關懷的方式	4.067	0.680

表 4-24 則顯示後續關懷指標第一次問卷分析中，部分專家學者提出之修正意見，將其意見彙總整合，並將專家建議及舉例的內容列入評估指標內容中，藉以更加釐清語意，修正評估因子的文字內容，讓指標內容更具完善。根據以上第一回合專家問卷的建議，修正 2 項與新增 3 項評估因子，並進行第二回合專家問卷調查。

表 4-24 第一次後續關懷指標專家建議修正彙總表

項次	後續關懷指標增修內容	修正說明
1	提供百日、對年、合爐等等的免費諮詢服務	語意修正
2	後續關懷的方式（例：寄送關懷卡、慰問卡）	語意修正
3	告知對年內祭拜的時間與方式	新增評估因子
4	百日、對年之祭品代辦	新增評估因子
5	宗教法事人員聯繫安排	新增評估因子

第二節 第二回合修正式德菲法問卷調查結果

本研究第二回合修正式德菲法專家問卷共寄出 15 份，總計回收有效問卷 13 份，回收率 86%。本次施測的重點是再次透過眾位專家學者們針對評估項目重新評分，藉由對照第一回問卷的分析結果，專家學者們可得知專家群的意見分布狀況以及新增的建議項目，藉此讓每位專家學者們可以參考他人的回答進行比較後再做評估，重新給出重要性評分，此目的在於能凝聚出重要性高的核心項目，使研究方向與分析結果更具一致性。

在第二次問卷分析中，最重要目的是專家學者共識輿論的整合，為了整合出更具一致性的評估項目結果，以平均數作為判斷指標重要程度之依據，平均數越大，適切性及關聯性越高。本次問卷分析對於評估項目的勾選平均數值設定在 4.0~5.0 之間，即判定為「重要程度很高」，表示全體專家學者達成共識；標準差小於 1，表示專家意見具有高度共識；以四分位距判定評估項目是否具有的一致性，四分位距數值越大，代表專家意見越不一致，四分位距數值越小，代表專家意見共識度高，四分位距設定在 0.6 以下表示全體專家學者對該題項的意見具有高度一致性，若高於設定值則表示專家學者們未達共識之項目將予刪除，下列為第二次修正式德菲法各項指標的結果分析。

1. 服務流程之「購前簽約」指標：

表 4-25 顯示購前簽約指標第二次問卷分析結果，平均數未達 4 分的「經營理念」、「品牌」、「網路評價」、「契約條文符合政府公告應記載，不應記載事項」、「依法定預立遺囑，調整契約服務內容，使其符合需求」及四分位距大於 0.6 的「付款方式」、「在總價款不變之下，履約中可依家屬需求等價更換服務內容」7 項因子表示未達共識將予刪除，其餘 11 項因子平均數皆達 4.0（含）以上表示全體專家學者對指標項目達成共識。

表 4-25 第二次購前簽約指標分析表

項次	評估因子	平均數	標準差	四分位距
1	價格	4.385	0.650	0.5
2	經營理念	3.923	0.760	0.0
3	品牌	3.923	0.760	0.5
4	履約保證（包含信託業者、公司資本額）	4.615	0.506	0.5
5	付款方式（例：可分期數付款、信用卡、行動支付等）	4.000	0.877	1
6	使用者的履約經驗	4.308	0.630	0.5
7	使用者的口碑推薦	4.308	0.480	0.5
8	顧客滿意度（例：使用者的意見回饋）	4.462	0.519	0.5
9	銷售者的可信度	4.615	0.506	0.5
10	網路評價	3.385	0.768	0.5
11	服務品質	4.538	0.634	0.5
12	販售人員的服務態度	4.385	0.506	0.5
13	禮儀人員給顧客的信任感（例：第一時間取得家屬信任）	4.308	0.480	0.5
14	人員重要性的條件（例：重視對顧客的承諾、給予及時性的服務、達到服務品質水準、服務概況）	4.231	0.439	0.5
15	依宗教別區分契約服務內容	4.308	0.480	0.5
16	在總價款不變之下，履約中可依家屬需求等價更換服務內容	4.077	1.038	1
17	契約條文符合政府公告應記載，不應記載事項	3.692	0.751	0.5
18	依法定預立遺囑，調整契約服務內容，使符合需求	3.769	1.092	1

表 4-26 則顯示購前簽約指標的各項因子平均數皆大於 4.0，標準差相較第一次調查有較低之趨勢，且四分位數皆小於 0.6，表示專家意見達高度一致性，由此可知專家意見已趨於一致與穩定。

表 4-26 購前簽約指標評估項目表

項次	評估因子	平均數	標準差	四分位距
1	價格	4.385	0.650	0.5
2	履約保證（包含信託業者、公司資本額）	4.615	0.506	0.5
3	使用者的履約經驗	4.308	0.630	0.5
4	使用者的口碑推薦	4.308	0.480	0.5
5	顧客滿意度（例：使用者的意見回饋）	4.462	0.519	0.5
6	銷售者的可信度	4.615	0.506	0.5
7	服務品質	4.538	0.660	0.0
8	販售人員的服務態度	4.385	0.506	0.5
9	禮儀人員給顧客的信任感（例：第一時間取得家屬信任）	4.308	0.480	0.5
10	人員重要性的條件（例：重視對顧客的承諾、給予及時性的服務、達到服務品質水準、服務概況）	4.231	0.439	0.5
11	依宗教別區分契約服務內容	4.308	0.480	0.5

2. 服務流程之「臨終諮詢」指標：

表 4-27 顯示臨終諮詢指標第二次問卷分析結果，平均數未達 4 分的「提供代辦死亡證明之服務」、「提供生前殯儀服務契約實施程序與分工表」、「提供契約的轉讓使用」及四分位距大於 0.6 的「提供商品的更換使用」4 項因子表示未達共識將予刪除，其餘 7 項因子平均數皆達 4.0（含）以上表示全體專家學者對指標項目達成共識。

表 4-27 第二次臨終諮詢指標分析表

項次	評估因子	平均數	標準差	四分位距
1	設立二十四小時臨終禮儀諮詢專線	4.615	0.506	0.5
2	專業禮儀人員親訪現況說明	4.385	0.506	0.5
3	提供代辦死亡證明之服務	3.769	0.832	0.5
4	提供生前殯儀服務契約實施程序與分工表	3.923	0.760	0.5
5	禮儀服務單位的回應效率	4.615	0.506	0.5
6	禮儀人員的服務態度	4.385	0.506	0.5
7	依家屬需求給予可靠的服務	4.308	0.480	0.5
8	提供商品的更換使用（例：棺木可換花山布置）	4.077	1.038	1
9	提供契約的轉讓使用（原消費者可將契約商品轉換給他人履約使用）	3.615	0.961	0.5
10	提供臨終關懷的具體服務	4.462	0.519	0.5
11	依據宗教儀式別協助提前規劃	4.231	0.439	0.5

表 4-28 則顯示臨終諮詢指標的各項因子平均數皆大於 4.0，標準差相較第一次調查有較低之趨勢，且四分位數皆小於 0.6，表示專家意見達高度一致性，由此可知專家意見已趨於一致與穩定。

表 4-28 臨終諮詢指標評估項目表

項次	評估因子	平均數	標準差	四分位距
1	設立二十四小時臨終禮儀諮詢專線	4.615	0.506	0.5
2	專業禮儀人員親訪現況說明	4.385	0.506	0.5
3	禮儀服務單位的回應效率	4.615	0.506	0.5
4	禮儀人員的服務態度	4.385	0.506	0.5

（續下頁）

項次	評估因子	平均數	標準差	四分位距
5	依家屬需求給予可靠的服務	4.308	0.480	0.5
6	提供臨終關懷的具體服務	4.462	0.519	0.5
7	依據宗教儀式別協助提前規劃	4.231	0.439	0.5

3. 服務流程之「遺體接運」指標：

表 4-29 顯示遺體接運指標第二次問卷分析結果，平均數未達 4 分的「接體車的接送距離」、「相關申報（戶政、社保申請）的提醒」、「遺體安置場所的介紹」、「服務人員或公司能派車接送家屬」、及四分位距大於 0.6 的「提供醫院太平間手續的協助辦理」、「遺體接運切結書的確實簽署與確認」6 項因子表示未達共識將予刪除，其餘 5 項因子平均數皆達 4.0（含）以上表示全體專家學者對指標項目達成共識。

表 4-29 第二次遺體接運指標分析表

項次	評估因子	平均數	標準差	四分位距
1	接體車的接送距離	3.615	0.870	0.5
2	接體服務人員	4.154	0.376	0.0
3	協助家屬初終禮儀各項事宜與代辦遺體安置、冰存之服務人員	4.308	0.480	0.5
4	接體人員能有安撫家屬情緒的訓練，使家屬免除恐懼	4.231	0.439	0.0
5	接體人員能判斷並因應不同死因，協助家屬處理特殊情形（即非自然死亡）之事宜（例：通報警察機關）	4.231	0.439	0.0
6	提供初終禮俗的提醒說明和指導進行	4.462	0.519	0.5
7	提供醫院太平間手續的協助辦理	4.154	0.899	1
8	相關申報（戶政、社保申請）的提醒	3.846	0.801	0.5

(續上頁)

項次	評估因子	平均數	標準差	四分位距
9	遺體安置場所的介紹	3.923	1.038	0.5
10	服務人員或公司能派車接送家屬	3.538	0.776	0.5
11	遺體接運切結書的確實簽署與確認	4.077	0.862	1

表 4-30 則顯示遺體接運指標的各項因子平均數皆大於 4.0，標準差相較第一次調查有較低之趨勢，且四分位數皆小於 0.6，表示專家意見達高度一致性，由此可知專家意見已趨於一致與穩定。

表 4-30 遺體接運指標評估項目表

項次	評估因子	平均數	標準差	四分位距
1	接體服務人員	4.154	0.376	0.0
2	協助家屬初終禮儀各項事宜與代辦遺體安置、冰存之服務人員	4.308	0.480	0.5
3	接體人員能有安撫家屬情緒的訓練，使家屬免除恐懼	4.231	0.439	0.0
4	接體人員能判斷並因應不同死因，協助家屬處理特殊情形（即非自然死亡）之事宜（例：通報警察機關）	4.231	0.439	0.0
5	提供初終禮俗的提醒說明和指導進行	4.462	0.519	0.5

4. 服務流程之「安靈服務」指標：

表 4-31 顯示安靈服務指標第二次問卷分析結果，平均數未達 4 分的「靈位布置（自宅）的樣式」、「豎靈用品的內容」、「安靈的意義說明」、「安靈地點的專業建議」4 項因子表示未達共識將予刪除，其餘 3 項因子平均數皆達 4.0（含）以上表示全體專家學者對指標項目達成共識。

表 4-31 第二次安靈服務指標分析表

項次	評估因子	平均數	標準差	四分位距
1	靈位布置（自宅）的樣式	3.846	0.689	0.5
2	豎靈用品的內容	3.538	0.660	0.5
3	安靈儀式的引導人員	4.385	0.650	0.5
4	說明指導居喪期間應注意事項與奠拜及親友弔唁流程之服務人員	4.692	0.480	0.5
5	安靈的意義說明	3.923	0.641	0.0
6	安靈地點的專業建議	3.846	0.689	0.5
7	停殯期間的禮俗禁忌與因應提醒	4.154	0.689	0.5

表 4-32 則顯示安靈服務指標的各項因子平均數皆大於 4.0，標準差相較第一次調查有較低之趨勢，且四分位數皆小於 0.6，表示專家意見達高度一致性，由此可知專家意見已趨於一致與穩定。

表 4-32 安靈服務指標評估項目表

項次	評估因子	平均數	標準差	四分位距
1	安靈儀式的引導人員	4.385	0.650	0.5
2	說明指導居喪期間應注意事項與奠拜及親友弔唁流程之服務人員	4.692	0.480	0.5
3	停殯期間的禮俗禁忌與因應提醒	4.154	0.689	0.5

5. 服務流程之「治喪協調」指標：

表 4-33 顯示治喪協調指標第二次問卷分析結果，平均數未達 4 分的、「協助『故人生平介紹』之撰寫」、「主動提供不同形式與費用的治喪內容供客戶選擇」、「回禮品的提早規劃與準備」及四分位距大於 0.6 的「訃聞印製」、「個性化儀式流程規劃與準備」、

「主動說明禮儀習俗，法事安排建議及因應的相關物品」6 項因子表示未達共識將予刪除，其餘 7 項因子平均數皆達 4.0（含）以上表示全體專家學者對指標項目達成共識。

表 4-33 第二次治喪協調指標分析

項次	評估因子	平均數	標準差	四分位距
1	提供禮儀諮詢之服務人員	4.462	0.519	0.5
2	擇日、祭文與治喪規劃書撰寫之服務人員	4.385	0.650	0.5
3	提供作七法事之服務	4.231	0.599	0.5
4	提供並教導孝誌配戴	4.231	0.725	0.5
5	訃聞印製	4.154	0.899	1
6	協助訃聞撰稿和訃告刊登	4.308	0.630	0.5
7	依宗教別進行治喪流程規劃	4.539	0.519	0.5
8	協助家屬選擇決定告別奠禮的日期、時間	4.077	0.641	0.0
9	協助「故人生平介紹」之撰寫	3.462	0.519	0.5
10	主動提供不同形式與費用的治喪內容供客戶選擇	3.769	0.725	0.5
11	個性化儀式流程規劃與準備	4.077	0.760	1
12	回禮品的提早規劃與準備	3.462	0.519	0.5
13	主動說明禮儀習俗，法事安排建議及因應的相關物品	4.154	0.689	1

表 4-34 顯示治喪協調指標的各項因子平均數皆大於 4.0，標準差相較第一次調查有較低之趨勢，且四分位數皆小於 0.6，表示專家意見達高度一致性，由此可知專家意見已趨於一致與穩定。

表 4-34 治喪協調指標評估項目表

項次	評估因子	平均數	標準差	四分位距
1	提供禮儀諮詢之服務人員	4.462	0.519	0.5
2	擇日、祭文與治喪規劃書撰寫之服務人員	4.385	0.650	0.5
3	提供作七法事之服務	4.231	0.599	0.5
4	提供並教導孝誌配戴	4.231	0.725	0.5
5	協助訃聞撰稿和訃告刊登	4.308	0.630	0.5
6	依宗教別進行治喪流程規劃	4.539	0.519	0.5
7	協助家屬選擇決定告別奠禮的日期、時間	4.077	0.641	0.0

6. 服務流程之「奠禮場地準備」指標：

表 4-35 顯示奠禮場地準備指標第二次問卷分析結果，平均數未達 4 分的「花山尺寸和款式」、「布幔規格」、「回禮用品的內容（一般通用用品如毛巾）」、「花牌、鮮花布置」、「外牌布置」、「提供觀禮座椅」、「行禮弔唁的動線規劃」、「司儀主持大綱」、「提醒客戶事先安排簽到與收賻處人員」、「樂隊位置的規劃安排」10 項因子表示未達共識將予刪除，其餘 5 項因子平均數皆達 4.0（含）以上表示全體專家學者對指標項目達成共識。

表 4-35 第二次奠禮場地準備指標分析

項次	評估因子	平均數	標準差	四分位距
1	場地的租借（含場地可布置規格說明）	4.462	0.519	0.5
2	花山尺寸和款式	3.769	0.599	0.5
3	布幔規格	3.385	0.506	0.5
4	回禮用品的內容（一般通用用品如毛巾）	3.385	0.506	0.5
5	花牌、鮮花布置	3.615	0.506	0.5
6	外牌布置	3.462	0.519	0.5
7	提供觀禮座椅	3.692	0.751	0.5

(續上頁)

項次	評估因子	平均數	標準差	四分位距
8	奠禮會場動線與告別儀式流程規劃	4.539	0.519	0.5
9	行禮弔唁的動線規劃	3.846	0.730	1
10	司儀主持大綱	3.692	1.109	1
11	提醒客戶事先安排簽到與收賻處人員	3.846	0.899	1
12	樂隊位置的規劃安排	3.462	0.776	0.5
13	依宗教別的規劃布置	4.692	0.480	0.5
14	因應地方風俗調整規劃	4.769	0.439	0.0
15	交通安全的考量規劃	4.154	0.376	0.0

表 4-36 則顯示奠禮場地準備指標的各項因子平均數皆大於 4.0，標準差相較第一次調查有較低之趨勢，且四分位數皆小於 0.6，表示專家意見達高度一致性，由此可知專家意見已趨於一致與穩定。

表 4-36 奠禮場地準備指標評估項目表

項次	評估因子	平均數	標準差	四分位距
1	場地的租借（含場地可布置規格說明）	4.462	0.519	0.5
2	奠禮會場動線與告別儀式流程規劃	4.539	0.519	0.5
3	依宗教別的規劃布置	4.692	0.480	0.5
4	因應地方風俗調整規劃	4.769	0.439	0.0
5	交通安全的考量規劃	4.154	0.376	0.0

7. 服務流程之「入殮移柩」指標：

表 4-37 顯示入殮移柩指標第二次問卷分析結果，平均數未達 4 分的「棺內用品的內容」、「祭品的內容」、「提供壽衣的選擇」、「能向家屬說明辭生、放手尾之流程」及四

分位距大於 0.6 的「提供入殮法事之服務」5 項因子表示未達共識將予刪除，其餘 3 項因子平均數皆達 4.0（含）以上表示全體專家學者對指標項目達成共識。

表 4-37 第二次入殮移柩指標分析

項次	評估因子	平均數	標準差	四分位距
1	棺內用品的內容	3.756	0.439	0.0
2	祭品的內容	3.615	0.650	0.5
3	入殮封棺之服務內容	4.154	0.376	0.0
4	遺體清洗、著裝、化妝之服務人員	4.308	0.480	0.5
5	提供入殮法事之服務	4.000	1.155	1
6	提供壽衣的選擇	3.769	0.599	0.5
7	能向家屬說明辭生、放手尾之流程	3.923	0.760	0.5
8	會提醒家屬應參與的儀式（例：遺體淨身、化妝、辭生、放手尾）	4.077	0.277	0.0

表 4-38 則顯示入殮移柩指標的各項因子平均數皆大於 4，標準差相較第一次調查有較低之趨勢，且四分位數皆小於 0.6，表示專家意見達高度一致性，由此可知專家意見已趨於一致與穩定。

表 4-38 入殮移柩指標評估項目表

項次	評估因子	平均數	標準差	四分位距
1	入殮封棺之服務內容	4.154	0.376	0.0
2	遺體清洗、著裝、化妝之服務人員	4.308	0.480	0.5
3	會提醒家屬應參與的儀式（例：遺體淨身、化妝、辭生、放手尾）	4.077	0.277	0.0

8. 服務流程之「奠禮儀式」指標：

表 4-39 顯示奠禮儀式指標第二次問卷分析結果，平均數未達 4.0 分的「襄儀之專業度」、「誦經人員數」、「陣頭的介紹與代叫服務」、「誦經人員的身分別」、「司儀能提前與家屬溝通『生平事略』及『哀奠文』」5 項因子表示未達共識將予刪除，其餘 4 項因子平均數皆達 4.0（含）以上表示全體專家學者對指標項目達成共識。

表 4-39 第二次奠禮儀式指標分析

項次	評估因子	平均數	標準差	四分位距
1	司儀之專業度	4.539	0.519	0.5
2	襄儀之專業度	3.846	0.801	1
3	誦經人員數	3.615	0.650	0.5
4	陣頭的介紹與代叫服務	3.077	0.494	0.0
5	禮儀師的專業度	4.539	0.519	0.5
6	禮儀師、司儀與襄儀的團隊合作	4.769	0.439	0.0
7	誦經人員的身分別	3.538	0.660	0.5
8	司儀能提前與家屬溝通「生平事略」及「哀奠文」	3.923	0.641	0.0
9	司儀的時間與吉時的掌控	4.231	0.599	0.5

表 4-40 則顯示奠禮儀式指標的各項因子平均數皆大於 4.0，標準差相較第一次調查有較低之趨勢，且四分位數皆小於 0.6，表示專家意見達高度一致性，由此可知專家意見已趨於一致與穩定。

表 4-40 奠禮儀式指標評估項目表

項次	評估因子	平均數	標準差	四分位距
1	司儀之專業度	4.539	0.519	0.5
2	禮儀師的專業度	4.539	0.519	0.5
3	禮儀師、司儀與襄儀的團隊合作	4.769	0.439	0.0
4	司儀的時間與吉時的掌控	4.231	0.599	0.5

9. 服務流程之「發引」指標：

表 4-41 顯示奠禮儀式指標第二次問卷分析結果，平均數未達 4 分的「移靈扶棺人員數」、「靈車規格」、「靈車接送里程」、「靈車可放置亡者遺像」、「出殯車輛及人員的安排」、「前導車」6 項因子表示未達共識將予刪除，其餘 2 項因子平均數皆達 4.0（含）以上表示全體專家學者對指標項目達成共識。

表 4-41 第二次發引指標分析

項次	評估因子	平均數	標準差	四分位距
1	移靈扶棺人員數	3.231	0.439	0.0
2	靈車規格	3.769	0.927	0.5
3	引導發引隊伍至火化場之服務人員	4.154	0.689	0.5
4	靈車接送里程	3.769	1.013	1
5	靈車可放置亡者遺像	3.154	0.376	0.0
6	出殯車輛及人員的安排	3.846	0.801	0.5
7	家屬的交通安排	4.308	0.630	0.5
8	前導車	2.692	0.855	0.0

表 4-42 則顯示發引指標的各項因子平均數皆大於 4.0，標準差相較第一次調查有較低之趨勢，且四分位數皆小於 0.6，表示專家意見達高度一致性，由此可知專家意見已趨於一致與穩定。

表 4-42 發引指標評估項目表

項次	評估因子	平均數	標準差	四分位距
1	引導發引隊伍至火化場之服務人員	4.154	0.689	0.5
2	家屬的交通安排	4.308	0.630	0.5

10. 服務流程之「火化封罐」指標：

表 4-43 顯示火化封罐指標第二次問卷分析結果，平均數未達 4 分的「引導火化前的祭拜與除服儀式之人員」、「撿骨封罐儀式之服務人員」、「提供返主除靈之服務」3 項因子表示未達共識將予刪除，其餘 2 項因子平均數皆達 4.0（含）以上表示全體專家學者對指標項目達成共識。

表 4-43 第二次火化封罐指標分析

項次	評估因子	平均數	標準差	四分位距
1	骨灰罐材質與樣式	4.308	0.480	0.5
2	引導火化前的祭拜與除服儀式之人員	3.769	1.013	0.5
3	撿骨封罐儀式之服務人員	3.923	0.760	0.5
4	提供返主除靈之服務	3.923	0.760	0.0
5	骨甕或塔位銘文與碑文字稿的校對提醒	4.231	0.439	0.0

表 4-44 則顯示火化封罐指標的各項因子平均數皆大於 4.0，標準差相較第一次調查有較低之趨勢，且四分位數皆小於 0.6，表示專家意見達高度一致性，由此可知專家意見已趨於一致與穩定。

表 4-44 火化封罐指標評估項目表

項次	評估因子	平均數	標準差	四分位距
1	骨灰罐材質與樣式	4.308	0.480	0.5
2	骨甕或塔位銘文與碑文字稿的校對提醒	4.231	0.439	0.0

11. 服務流程之「遺體安葬」指標：

表 4-45 顯示遺體安葬指標第二次問卷分析結果，平均數未達 4 分的「安葬祭品的內容」、「安葬場所的規範與服務說明」、「地理風水師的推薦安排」3 項因子表示未達共識將予刪除，其餘 2 項因子平均數皆達 4.0（含）以上表示全體專家學者對指標項目達成共識。

表 4-45 第二次遺體安葬指標分析

項次	評估因子	平均數	標準差	四分位距
1	提供護送骨灰至指定安葬地點之專車	4.154	0.376	0
2	安葬祭品的內容	3.538	0.776	0.5
3	協助安葬流程之服務人員	4.154	0.555	0
4	安葬場所的規範與服務說明	3.692	0.855	0.5
5	地理風水師的推薦安排	3.538	0.776	0.5

表 4-46 則顯示遺體安葬指標的各項因子平均數皆大於 4.0，標準差相較第一次調查有較低之趨勢，且四分位數皆小於 0.6，表示專家意見達高度一致性，由此可知專家意見已趨於一致與穩定。

表 4-46 遺體安葬指標評估項目表

項次	評估因子	平均數	標準差	四分位距
1	提供護送骨灰至指定安葬地點之專車	4.154	0.376	0
2	協助安葬流程之服務人員	4.154	0.555	0

12. 服務流程之「後續關懷」指標：

表 4-47 顯示後續關懷指標第二次問卷分析結果，平均數未達 4 分的「後續關懷的方式」、「百日、對年之祭品代辦」、「宗教法事人員聯繫安排」及四分位距大於 0.6 的「告知對年內祭拜的時間與方式」4 項因子表示未達共識將予刪除，其餘 2 項因子平均數皆達 4.0（含）以上表示全體專家學者對指標項目達成共識。

表 4-47 第二次後續關懷指標分析

項次	評估因子	平均數	標準差	四分位距
1	百日、對年提醒	4.462	0.519	0.5
2	提供百日、對年、合爐等等的免費諮詢服務	4.308	0.480	0.5
3	後續關懷的方式	3.538	0.877	0.5
4	告知對年內祭拜的時間與方式	4.154	0.801	1
5	百日、對年之祭品代辦	3.538	0.967	0.5
6	宗教法事人員聯繫安排	3.615	0.870	0.5

表 4-48 則顯示遺體安葬指標的各項因子平均數皆大於 4.0，標準差相較第一次調查有較低之趨勢，且四分位數皆小於 0.6，表示專家意見達高度一致性，由此可知專家意見已趨於一致與穩定。

表 4-48 後續關懷指標評估項目表

項次	評估因子	平均數	標準差	四分位距
1	百日、對年提醒	4.462	0.519	0.5
2	提供百日、對年、合爐等等的免費諮詢服務	4.308	0.480	0.5

最後經由以上兩回合修正式德菲法問卷調查分析結果，並透過專家學者之意見篩選且達成一致性共識，彙整出以下生前殯葬服務流程評估框架表，本研究將框架表分為三個層面，第一層分為五項範疇，第二層分為十二項評估指標，第三層分為五十三項評估因子。後續接著應用層級分析法計算各範疇與評估指標、評估因子之權重分析，並比對其中之重要性排序，建立完整的評估準則架構，如表 4-49。

表 4-49 本研究建立之生前殯葬服務流程評估框架表

範疇	評估指標	評估因子
緣	購前簽約	價格
		履約保證
		使用者的履約經驗
		使用者的口碑推薦
		顧客滿意度
		銷售者的可信度
		服務品質
		販售人員的服務態度
		禮儀人員給顧客的信任感
		人員重要性的條件
		依宗教別區分契約服務內容
		臨終諮詢
	專業禮儀人員親訪現況說明	
	禮儀服務單位的回應效率	
	禮儀人員的服務態度	
	依家屬需求給予可靠的服務	
	提供臨終關懷的具體服務	
	依據宗教儀式別協助提前規劃	

範疇	評估指標	評估因子
殮	遺體接運	接體服務人員
		協助家屬初終禮儀各項事宜與代辦遺體安置、冰存之服務人員
		接體人員能有安撫家屬情緒的訓練，使家屬免除恐懼
		接體人員能判斷並因應不同死因，協助家屬處理特殊情形之事宜
		提供初終禮俗的提醒說明和指導進行
	入殮移柩	入殮封棺之服務內容
		遺體清洗、著裝、化妝之服務人員
會提醒家屬應參與的儀式		
殯	安靈服務	安靈儀式的引導人員
		說明指導居喪期間應注意事項與奠拜及親友弔唁流程之服務人員
		停殯期間的禮俗禁忌與因應提醒
	治喪協調	提供禮儀諮詢之服務人員
		擇日、祭文與治喪規劃書撰寫之服務人員
		提供作七法事之服務
		提供並教導孝誌配戴
		協助訃聞撰稿和訃告刊登
		依宗教別進行治喪流程規劃
		協助家屬選擇決定告別奠禮的日期、時間

(續上頁)

範疇	評估指標	評估因子
	奠禮儀式	場地的租借（含場地可布置規格說明）
		奠禮會場動線與告別儀式流程規劃
		依宗教別的規劃布置
		因應地方風俗調整規劃
		交通安全的考量規劃
		司儀之專業度
		禮儀師的專業度
		禮儀師、司儀與襄儀的團隊合作
		司儀的時間與吉時的掌控
葬	發引	引導發引隊伍至火化場之服務人員
		家屬的交通安排
	火化封罐	骨灰罐材質與樣式
		骨甕或塔位銘文與碑文字稿的校對提醒
	遺體安葬	提供護送骨灰至指定安葬地點之專車
		協助安葬流程之服務人員
續	後續關懷	百日、對年提醒
		提供百日、對年、合爐等的免費諮詢服務

第三節 層級分析法問卷調查與分析

本研究藉由文獻彙整以及修正式德菲法專家問卷調查之結果，透過相關生前契約服務內容、禮儀流程以及消費者購買意願、服務品質、顧客滿意度等文獻資料，再經由與資深專家學者討論綜合群體之意見，篩選調整適合的評估因子，建立出本研究評估生前殯葬服務流程的構面及準則(項目)。再由建立之評估準則製作為專家問卷(AHP問卷)，將調查結果以層級分析法進行分析得出各別評估因子之權重與排序。本節將說明以下AHP專家問卷的建構與結果分析流程，並對所建立生前殯葬服務流程評估指標之架構進行各項目權重之重要性程度分析。

一、AHP問卷設計

本研究以修正式德菲法專家問卷結果作為AHP專家問卷內容的基礎資料，藉由相關文獻資料與專家學者進行檢視討論及修改，在一致性共識下修正各層級構面之細項，以獲得客觀且合理之問卷去進行後續調查與分析。以下為問卷各層面包含題項檢視修正後的結果。

(一) 題目調整

在本研究所建立之生前殯葬服務流程關鍵因素評估框架表中，將「購前簽約」評估指標中的評估因子進行項目縮減，因層級分析法對各層級的要素數量最大容許量是 7 ± 2 項，原表4-49為修正式德菲法問卷分析後的結果，本研究經文獻彙整與專家學者討論檢視後，認為評估因子中的「使用者的履約經驗」與「使用者的口碑推薦」兩項因素屬於「顧客滿意度」的評估討論範圍，依據前述文獻探討所提之相關文獻將以收斂為統一評估項目；而「販售人員的服務態度」、「禮儀人員給顧客的信任感」、「人員重要性的條件」三項評估因子，依照服務品質相關文獻Parasuraman et al.(1991)所提的SERVQUAL量表，將收斂統一為「服務品質」評估因子當中作為評估範圍，所以將「購前簽約」此項評估指標的評估因子從原本11項收斂為6項，修正如表4-50。

表 4-50 層級分析法購前簽約指標評估因子修正彙整表

(原) 評估因子	(新) 評估因子	修正說明	文獻來源
使用者的履約經驗	顧客滿意度	屬同一項評估研究範圍	Zeithaml and Bitner (1996)
使用者的口碑推薦			
販售人員的服務態度	服務品質	屬同一項評估研究範圍	Parasuraman et al. (1991) 傅聖儒 (2009)
禮儀人員給顧客的信任感			
人員重要性的條件			

(二) 問卷信效度分析

效度 (validity) 指的是利用衡量工具測量到達某預期目標可以完成多少程度的測量值，陳慧玟 (2018) 意旨一份問卷或測驗可以準確地反映出所要測量之概念程度。效度又分為內部效度 (Internal Validity) 與外部效度 (External Validity) 兩類。邱皓政 (2008) 表示內部效度指的是研究敘述的正確性與真實性，也就是問卷內容是否能表達研究目的；而外部效度是指研究推論的正確性，代表研究實驗結果具有效性。

本研究 AHP 專家問卷是經由兩回合修正式德菲法問卷調查所得到之結果，問卷建構的過程是集結相關知識背景的專家學者，逐一針對每題題目進行討論加以檢視與作答，並確認題目可以確實測量出所要表達的內涵，根據詞彙語意的適切性給予修正意見。本問卷依照群體專家意見，並經由文獻彙整加以修正內容，分析出適切的題目，因此本問卷具備專家效度與內部效度。

所謂信度 (reliability) 是指經過量表工具測驗出的結果具有一致性或可靠性，意思是量表的信度值越大，則其測量誤差越小。本問卷採用社會科學研究常用的檢驗信度方法來進行專家問卷之信度分析，使用 L.J.Cronbach (1951) 所提出的 α 值檢測問卷內容

是否具可靠性。 α 值主要是透過問卷題數與題目之間的變異數進行運算，計算得出 α 值結果依照信度係數值對照表，可看出問卷整體的一致性是否符合標準，表示問卷信度是否足夠。如表 4-51 可看出 α 值代表量表的一致性程度， α 係數值介於 1 至 0 之間，少數出現剛好等於 0 或 1 的極端值，Nunnally (1978) 與 Devellis (1991) 對 α 係數值有不同的見解，前者指出 α 係數值至少大於 0.7 才具有可信度，0.7 是偏低但還可以接受的邊界值，後者則將 α 係數值系分界線，界於 0.65 至 0.7 之間表示最低可接受的值；界於 0.7 至 0.8 之間表示相當好；界於 0.8 至 0.9 之間則表示非常好。

表 4-51 Cronbach's α 係數值對照表

信度係數值	一致性程度	整體量表信度
$\alpha \geq 0.9$	Excellent	非常理想，信度非常高
$0.9 > \alpha \geq 0.8$	Good	佳，信度高
$0.8 > \alpha \geq 0.7$	Acceptable	可以接受
$0.7 > \alpha \geq 0.6$	Questionable	勉強接受
$0.6 > \alpha \geq 0.5$	Poor	不理想，重新編製
$0.5 > \alpha$	Unacceptable	非常不理想，捨棄不用

(資料來源：George & Mallery, 2003)

本問卷經過調查結果統計分析後，問卷整體信度分析如表 4-52， α 係數值顯示 0.944，代表整體問卷信度為「非常理想」；而各層面的信度分析對照表 4-53，各層面的 α 係數值顯示信度程度介於「可以接受」至「佳」之間，依據統計分析結果表示本問卷具有相當高的信度。

表 4-52 問卷整體信度分析結果

可靠性統計量	
Cronbach's Alpha 值	項目的個數
0.944	53

表 4-53 問卷各層面 α 系數值分析結果

各範疇（層面）	α 係數
緣	0.852
殮	0.831
殯	0.793
葬	0.897
續	0.836

(三) AHP 各層級架構圖

經由以上分析，藉由本研究表 4-49 與表 4-50 彙整並經修飾各層級評估項目語意後，所建立以下生前殯葬服務流程評估準則之層級架構圖，層級架構總共分為三層，第一層目標層級是本研究最主要探討之目的，第二層主要層級包含了五項範疇與十二項評估指標，第三層次要層級包含各評估指標下的所有四十八項評估準則。依範疇分別為「緣（範疇）-購前簽約與臨終諮詢（評估指標）」、「殮（範疇）- 遺體接運與入殮移柩（評估指標）」、「殯（範疇）- 安靈服務、治喪協調、奠禮場地準備、奠禮儀式（評估指標）」、「葬（範疇）- 發引與火化封罐、遺體安葬（評估指標）」、「續（範疇）-後續關懷（評

估指標)」五個層級架構圖。

1. 緣（範疇）構面層級架構圖



圖 4-1 緣(範疇)層級架構圖

2. 殮（範疇）構面層級架構圖

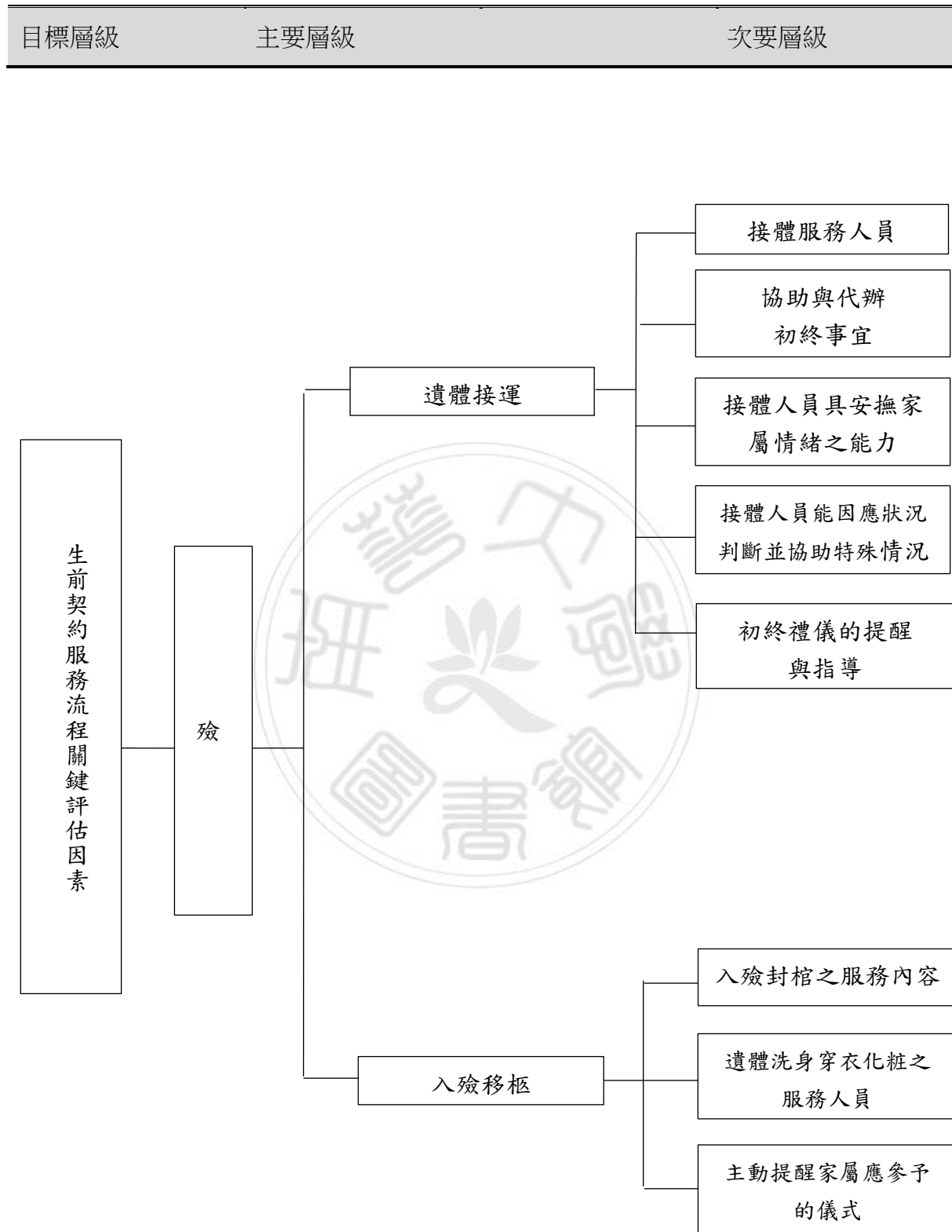


圖 4-2 殮(範疇)層級架構圖

3. 殯（範疇）構面層級架構圖

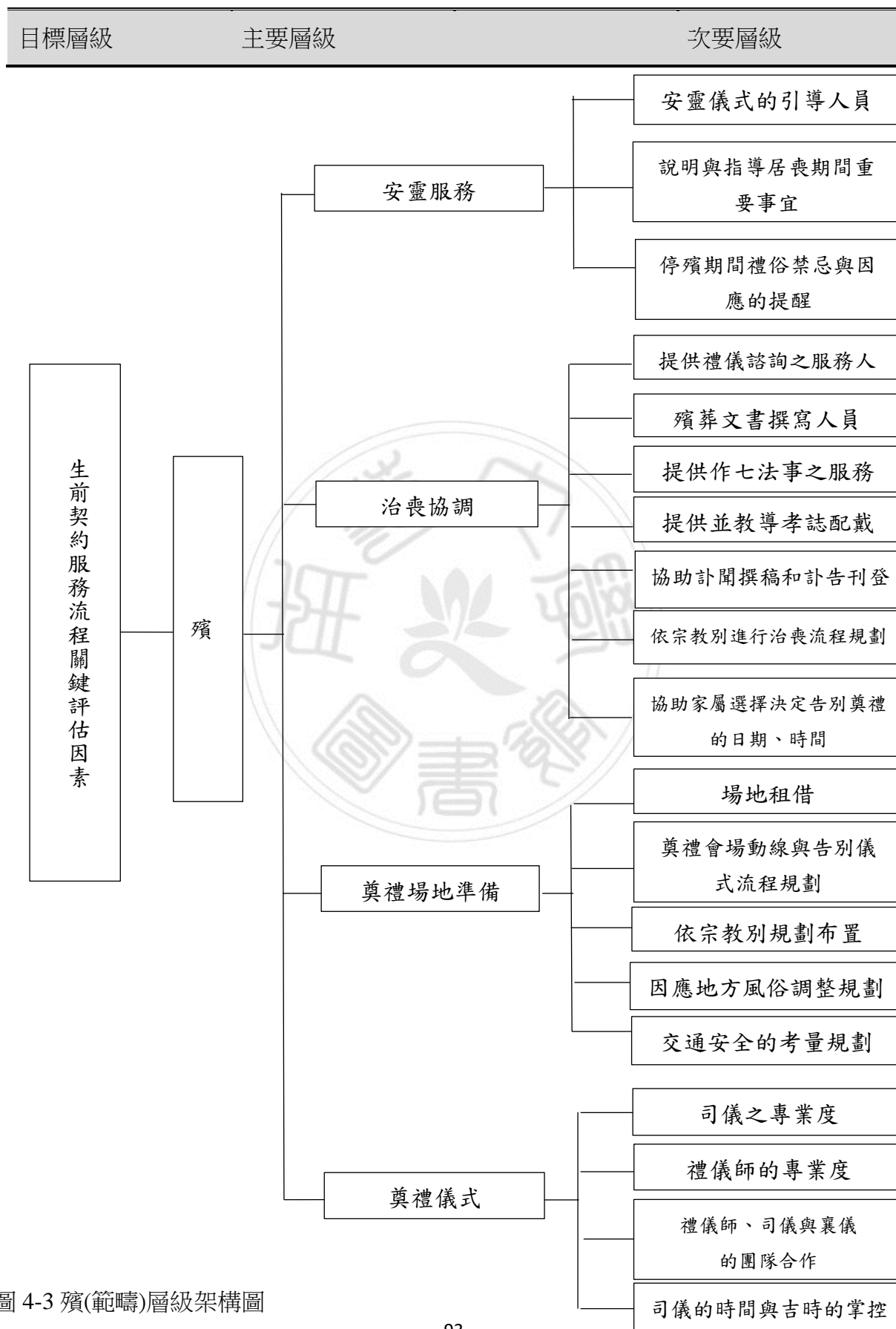


圖 4-3 殯(範疇)層級架構圖

4. 葬（範疇）構面層級架構圖

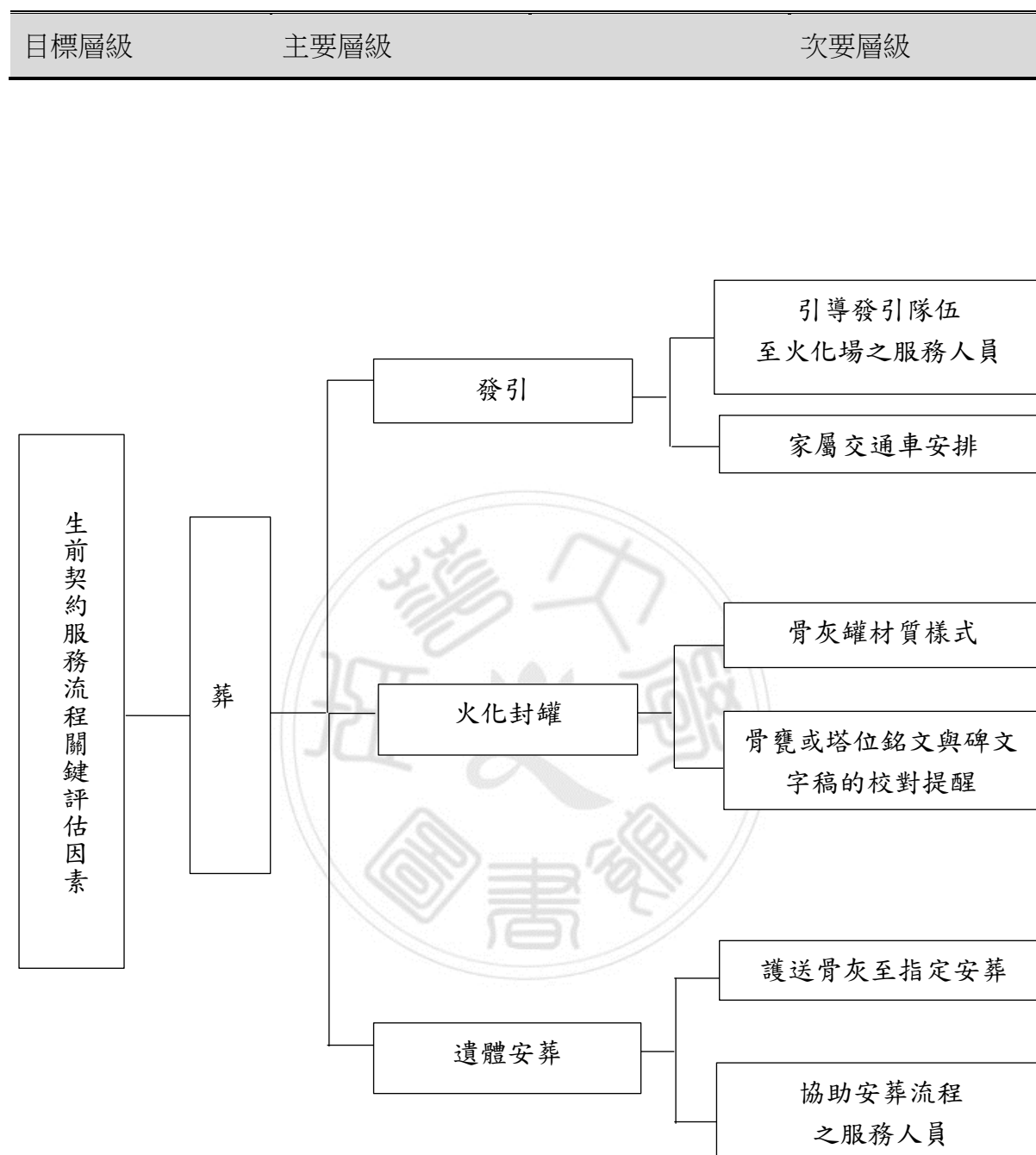


圖 4-4 葬(範疇)層級架構圖

5. 續（範疇）構面層級架構圖

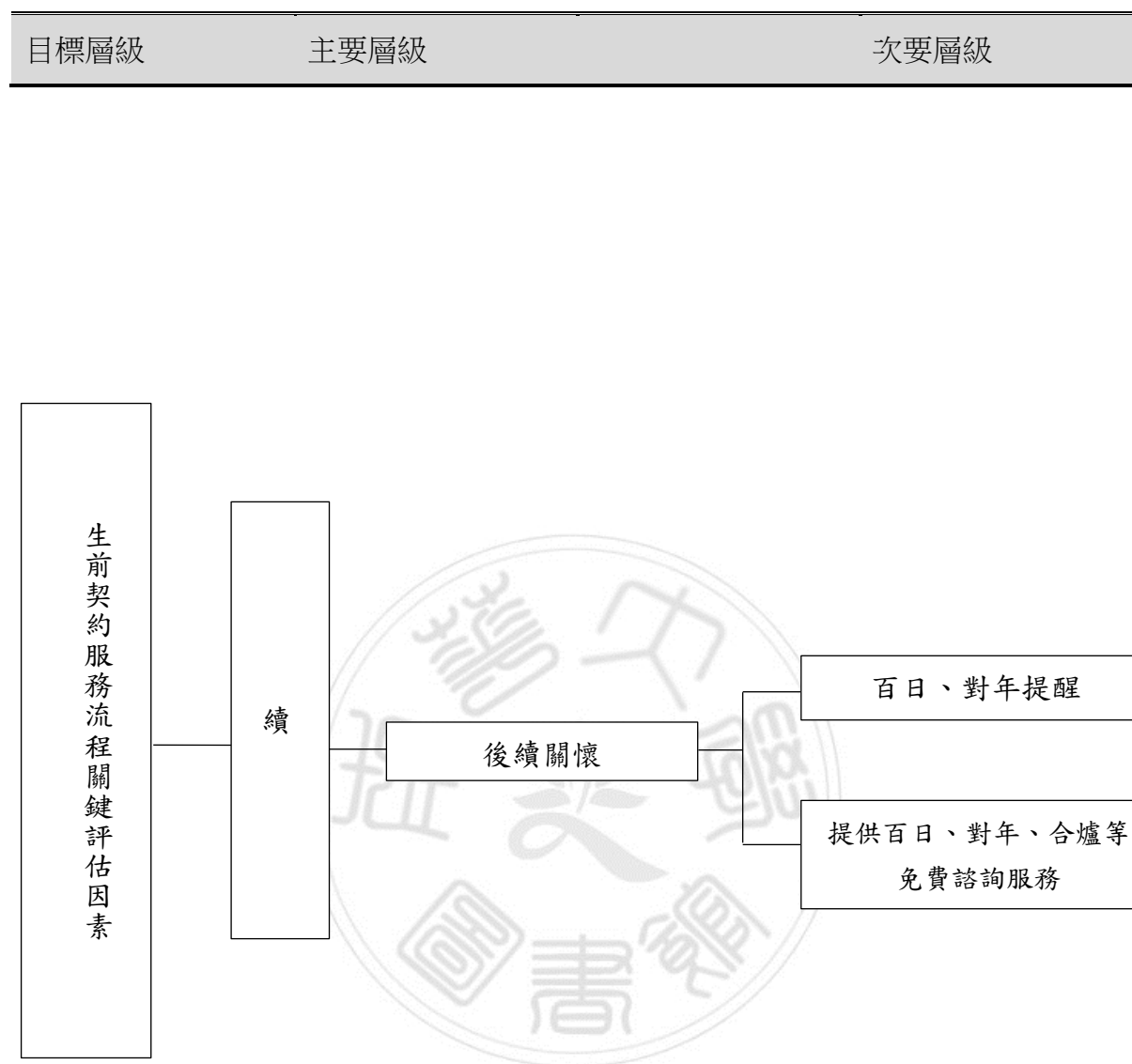


圖 4-5 續(範疇)層級架構圖

(四) AHP 問卷內容

依據以上層級架構設計問卷，本問卷之目的在探討建立生前殯葬服務流程評估準則與各構面的重要性分析。本研究透過層級分析法，以兩兩項目比較的方式，計算出生前殯葬服務流程評估架構之各項因子之權重關係。本研究將其分為五項範疇與十二項評估指標作為問卷之主要準則層；各項評估準則為問卷之次要準則層。其問卷比較如下表 4-54、表 4-55、表 4-56、表 4-57、表 4-58、表 4-59：

表 4-54 主要層級之各項範疇比較表

評估範疇	左邊重要性 > 右邊重要性					右邊重要性 > 左邊重要性				評估範疇
	絕對重要	極為重要	頗為重要	稍微重要	同等重要	稍微重要	頗為重要	極為重要	絕對重要	
	9:1	7:1	5:1	3:1	1:1	1:3	1:5	1:7	1:9	
緣										殮
緣										殯
緣										葬
緣										續
殮										殯
殮										葬
殮										續
殯										葬
殯										續
葬										續

表 4-55 主要層級之購前簽約與臨終諮詢評估指標比較表

評估指標	左邊重要性 > 右邊重要性					右邊重要性 > 左邊重要性				評估指標
	絕對重要	極為重要	頗為重要	稍微重要	同等重要	稍微重要	頗為重要	極為重要	絕對重要	
	9:1	7:1	5:1	3:1	1:1	1:3	1:5	1:7	1:9	
購前簽約										臨終諮詢

表 4-56 主要層級之遺體接運與入殮移柩評估指標比較表

評估指標	左邊重要性 > 右邊重要性					右邊重要性 > 左邊重要性				評估指標
	絕對重要	極為重要	頗為重要	稍微重要	同等重要	稍微重要	頗為重要	極為重要	絕對重要	
	9:1	7:1	5:1	3:1	1:1	1:3	1:5	1:7	1:9	
遺體接運										入殮移柩

表 4-57 主要層級之安靈服務、治喪協調、奠禮場地準備、奠禮儀式評估指標比較

表

評估指標	左邊重要性 > 右邊重要性				右邊重要性 > 左邊重要性					評估指標
	絕對重要	極為重要	頗為重要	稍微重要	同等重要	稍微重要	頗為重要	極為重要	絕對重要	
	9:1	7:1	5:1	3:1	1:1	1:3	1:5	1:7	1:9	
安靈服務										治喪協調
安靈服務										奠禮場地準備
安靈服務										奠禮儀式
治喪協調										奠禮場地準備
治喪協調										奠禮儀式
奠禮場地準備										奠禮儀式

表 4-58 主要層級之發引、火化封罐、遺體安葬評估指標比較表

評估指標	左邊重要性 > 右邊重要性				右邊重要性 > 左邊重要性					評估指標
	絕對重要	極為重要	頗為重要	稍微重要	同等重要	稍微重要	頗為重要	極為重要	絕對重要	
	9:1	7:1	5:1	3:1	1:1	1:3	1:5	1:7	1:9	
發引										火化封罐
發引										遺體安葬
火化封罐										遺體安葬
遺體安葬										奠禮場地準備

表 4-59 次要層級之各項評估因子比較表

評估指標	評估準則	非常不重要	不重要	稍不重要	普通	稍重要	重要	非常重要
購前簽約	價格	1	2	3	4	5	6	7
	履約保證	1	2	3	4	5	6	7
	顧客滿意度	1	2	3	4	5	6	7
	銷售者的可信度	1	2	3	4	5	6	7
	服務品質	1	2	3	4	5	6	7
	依宗教區別服務內容	1	2	3	4	5	6	7
臨終諮詢	24小時臨終諮詢服務	1	2	3	4	5	6	7
	專業人員親訪現況說明	1	2	3	4	5	6	7
	禮儀服務單位回應效率	1	2	3	4	5	6	7
	禮儀人員服務態度	1	2	3	4	5	6	7
	依家屬需求給予可靠的服務	1	2	3	4	5	6	7
	提供臨終關懷的具體服務	1	2	3	4	5	6	7
	依據宗教儀式別協助提前規劃	1	2	3	4	5	6	7
遺體接運	接體服務人員	1	2	3	4	5	6	7
	協助與代辦初終事宜	1	2	3	4	5	6	7
	接體人員具安撫家屬情緒之能力	1	2	3	4	5	6	7
	初終禮儀的提醒與指導	1	2	3	4	5	6	7

(續下頁)

評估指標	評估準則	非常不重要	不重要	稍不重要	普通	稍重要	重要	非常重要
	接體人員能因應狀況判斷並協助特殊情況之事宜	1	2	3	4	5	6	7
入殮移柩	入殮封棺之服務內容	1	2	3	4	5	6	7
	遺體洗身穿衣化妝之服務人員	1	2	3	4	5	6	7
	主動提醒家屬應參與的儀式	1	2	3	4	5	6	7
安靈服務	安靈儀式的引導人員	1	2	3	4	5	6	7
	說明與指導居喪期間重要事宜	1	2	3	4	5	6	7
	停殯期間禮俗禁忌與因應的提醒	1	2	3	4	5	6	7
治喪協調	提供禮儀諮詢之服務人員	1	2	3	4	5	6	7
	殯葬文書撰寫人員	1	2	3	4	5	6	7
	提供作七法事之服務	1	2	3	4	5	6	7
	提供並教導孝誌配戴	1	2	3	4	5	6	7
	協助訃聞撰稿和訃告刊登	1	2	3	4	5	6	7
	依宗教別進行治喪流程規劃	1	2	3	4	5	6	7
	協助家屬選擇決定告別奠禮的日期、時間	1	2	3	4	5	6	7
奠禮場地準備	場地租借	1	2	3	4	5	6	7
	奠禮會場動線與告別儀式流程規劃	1	2	3	4	5	6	7

(續上頁)

評估指標	評估準則	非常不重要	不重要	稍不重要	普通	稍重要	重要	非常重要
	依宗教別規劃布置	1	2	3	4	5	6	7
	因應地方風俗調整規劃	1	2	3	4	5	6	7
	交通安全的考量規劃	1	2	3	4	5	6	7
奠禮儀式	司儀之專業度	1	2	3	4	5	6	7
	禮儀師的專業度	1	2	3	4	5	6	7
	禮儀師、司儀與襄儀的團隊合作	1	2	3	4	5	6	7
	司儀的時間與吉時的掌控	1	2	3	4	5	6	7
發引	引導發引隊伍至火化場之服務人員	1	2	3	4	5	6	7
	家屬交通車安排	1	2	3	4	5	6	7
火化封罐	骨灰罐材質樣式	1	2	3	4	5	6	7
	骨甕或塔位銘文與碑文字稿的校對提醒	1	2	3	4	5	6	7
遺體安葬	護送骨灰至指定安葬地點之專車	1	2	3	4	5	6	7
	協助安葬流程之服務人員	1	2	3	4	5	6	7
後續關懷	百日、對年提醒	1	2	3	4	5	6	7
	提供百日、對年、合爐等免費諮詢服	1	2	3	4	5	6	7

二、AHP 問卷分析

本研究 AHP 專家問卷調查依續由第二回修正式德菲法問卷回應之專家學者填寫，進行各項目重要性比對，總共寄出 13 份，總計回收 10 份，回收率 77%，於 2021 年 2 月寄發，至 2021 年 3 月回收完畢，在進行問卷各項目權重分析之前，先進行層級分析法之一致性檢定，確保問卷各項目進行兩兩成對比較具有效性。以下為本問卷一致性檢定與各項權重分析之結果。

(一) 一致性檢定

以下為本問卷進行一致性檢定之結果，10 份問卷的 C.R. 值檢定均小於 0.1，表示問卷調查結果已達到一致性檢定標準，如表 4-60，A 代表各範疇比對之 C.R 值；B 代表兩項評估指標購前簽約與臨終諮詢比對之 C.R 值；C 代表兩項評估指標遺體接運與入殮移柩比對之 C.R 值；D 代表四項評估指標安靈服務、治喪協調、奠禮場地準備、奠禮儀式比對之 C.R 值；E 代表三項評估指標發引、火化封罐、遺體安葬比對之 C.R 值。

表 4-60 AHP 問卷一致性檢定結果

問卷編號	A	B	C	D	E
1.	0.035	0.00	0.00	0.029	0.00
2.	0.053	0.00	0.00	0.065	0.033
3.	0.064	0.00	0.00	0.058	0.033
4.	0.049	0.00	0.00	0.055	0.025
5.	0.054	0.00	0.00	0.078	0.033
6.	0.050	0.00	0.00	0.057	0.00
7.	0.053	0.00	0.00	0.043	0.025
8.	0.066	0.00	0.00	0.058	0.056
9.	0.047	0.00	0.00	0.012	0.033
10.	0.034	0.00	0.00	0.039	0.057

(二) 主要層級權重分析

本研究經由專家學者對各項範疇與指標給予相對重要性之成對比較，形成相對比較矩陣，經計算工具 EXCEL 得出各項範疇指標之權重排序；本問卷調查之範疇權重分析如表 4-61 所示，從分析數據顯示專家學者認為「緣」範疇最為重要，權重為 0.440；最末為「續」範疇，權重為 0.022。

表 4-61 主要層級範疇權重分析表

範疇項目	權重	排序
緣	0.440	1
殮	0.102	3
殯	0.367	2
葬	0.069	4
續	0.022	5

本問卷調查之評估指標權重分析如表 4-62 所示，依據分析數據顯示各指標項目之組內權重與相對權重之分析結果與排序，其中以指標項目之相對權重來看，「購前簽約」指標最為重要，權重為 0.288；而排序最後為「火化封罐」指標，權重為 0.016。

表 4-62 主要層級評估指標權重分析表

範疇	指標項目	組內權重	排序	相對權重	排序
緣 (0.440)	購前簽約	0.654	1	0.288	1
	臨終諮詢	0.346	2	0.152	3
殮 (0.102)	遺體接運	0.313	2	0.032	9
	入殮移柩	0.688	1	0.070	4
殯 (0.367)	安靈服務	0.120	4	0.044	7
	治喪協調	0.545	1	0.200	2

(續下頁)

範疇	指標項目	組內權重	排序	相對權重	排序
	奠禮場地準備	0.188	2	0.069	5
	奠禮儀式	0.147	3	0.054	6
葬 (0.069)	發引	0.262	2	0.018	11
	火化封罐	0.228	3	0.016	12
	遺體安葬	0.510	1	0.035	8
續 (0.022)	後續關懷	1	1	0.022	10

(三) 次要層級權重分析

本問卷調查之次要層級評估因子權重分析，如表 4-63 所示，購前簽約指標群權重以「履約保證」為最重要；臨終諮詢指標群權重以「禮儀人員服務態度」為最重要；遺體接運指標群權重以「接體服務人員」為最重要；入殮移柩指標群權重以「入殮封棺之服務內容」為最重要；安靈服務指標群權重以「說明與指導居喪期間重要事宜」為最重要；治喪協調指標群權重以「提供禮儀諮詢之服務人員」為最重要；奠禮場地準備指標群權重以「因應地方風俗調整規劃」為最重要；奠禮儀式指標群權重以「司儀之專業度」為最重要；發引指標群權重以「引導發引隊伍至火化場之服務人員」為最重要；火化封罐指標群權重以「骨灰罐材質樣式」為最重要；遺體安葬指標群權重以「協助安葬流程之服務人員」為最重要；後續關懷指標群權重以「提供百日、對年、合爐等免費諮詢服」為最重要。

表 4-63 次要層級評估因子權重分析

評估構面	準則	組內權重	排序
購前簽約 (0.654)	價格	0.170	3
	履約保證	0.199	1
	顧客滿意度	0.151	5
	銷售者的可信度	0.148	6

(續上頁)

評估構面	準則	組內權重	排序
	服務品質	0.177	2
	依宗教區別服務內容	0.155	4
臨終諮詢 (0.346)	24 小時臨終諮詢服務	0.156	2
	專業人員親訪現況說明	0.145	4
	禮儀服務單位回應效率	0.145	4
	禮儀人員服務態度	0.159	1
	依家屬需求給予可靠的服務	0.124	6
	提供臨終關懷的具體服務	0.121	7
	依據宗教儀式別協助提前規劃	0.151	3
遺體接運 (0.313)	接體服務人員	0.220	1
	協助與代辦初終事宜	0.190	4
	接體人員具安撫家屬情緒之能力	0.172	5
	接體人員能因應狀況判斷並協助特殊情況之 事宜	0.201	3
	初終禮儀的提醒與指導	0.216	2
入殮移柩 (0.688)	入殮封棺之服務內容	0.352	1
	遺體洗身穿衣化妝之服務人員	0.341	2
	主動提醒家屬應參與的儀式	0.308	3
安靈服務 (0.120)	安靈儀式的引導人員	0.346	2
	說明與指導居喪期間重要事宜	0.371	1
	停殯期間禮俗禁忌與因應的提醒	0.283	3
治喪協調 (0.545)	提供禮儀諮詢之服務人員	0.166	1
	殯葬文書撰寫人員	0.133	5

(續上頁)

評估構面	準則	組內權重	排序
	提供作七法事之服務	0.156	3
	提供並教導孝誌配戴	0.123	7
	協助訃聞撰稿和訃告刊登	0.136	4
	依宗教別進行治喪流程規劃	0.161	2
	協助家屬選擇決定告別奠禮的日期、時間	0.125	6
奠禮場地準備 (0.188)	場地租借	0.182	5
	奠禮會場動線與告別儀式流程規劃	0.208	2
	依宗教別規劃布置	0.204	3
	因應地方風俗調整規劃	0.215	1
	交通安全的考量規劃	0.190	4
奠禮儀式 (0.147)	司儀之專業度	0.276	1
	禮儀師的專業度	0.264	2
	禮儀師、司儀與襄儀的團隊合作	0.226	4
	司儀的時間與吉時的掌控	0.234	3
發引 (0.262)	引導發引隊伍至火化場之服務人員	0.563	1
	家屬交通車安排	0.437	2
火化封罐 (0.228)	骨灰罐材質樣式	0.520	1
	骨甕或塔位銘文與碑文字稿的校對提醒	0.480	2
遺體安葬 (0.510)	護送骨灰至指定安葬地點之專車	0.453	2
	協助安葬流程之服務人員	0.547	1
後續關懷	百日、對年提醒	0.486	2
	提供百日、對年、合爐等免費諮詢服務	0.514	1

(四) 生前契約服務流程關鍵因素評估指標各層級權重之建立

根據以上問卷調查分析結果彙整出整體架構之權重表，如表 4-64 表示各項範疇指標與準則之權重。

表 4-64 生前殯葬服務流程評估指標各層級權重表

範疇	權重	評估指標	權重	評估準則	權重	
緣	0.440	購前簽約	0.654	價格	0.170	
				履約保證	0.199	
				顧客滿意度	0.151	
				銷售者的可信度	0.148	
				服務品質	0.177	
				依宗教別區分契約服務內容	0.155	
		臨終諮詢	0.346		設立二十四小時臨終禮儀諮詢專線	0.156
					專業禮儀人員親訪現況說明	0.145
					禮儀服務單位的回應效率	0.145
					禮儀人員的服務態度	0.159
					依家屬需求給予可靠的服務	0.124
					提供臨終關懷的具體服務	0.121
					依據宗教儀式別協助提前規劃	0.151
					殮	0.102
協助與代辦初終事宜	0.190					
接體人員具安撫家屬情緒之能力	0.172					
接體人員能因應狀況判斷並協助特殊情況之事宜	0.201					
初終禮儀的提醒與指導	0.216					

(續下頁)

範疇	權重	評估指標	權重	評估準則	權重
		入殮移柩	0.688	入殮封棺之服務內容	0.352
				遺體洗身穿衣化妝之服務人員	0.341
				主動提醒家屬應參與的儀式	0.308
殯	0.367	安靈服務	0.120	安靈儀式的引導人員	0.346
				說明與指導居喪期間重要事宜	0.371
				停殯期間禮俗禁忌與因應的提醒	0.283
		治喪協調	0.545	提供禮儀諮詢之服務人員	0.166
				殯葬文書撰寫人員	0.133
				提供作七法事之服務	0.156
				提供並教導孝誌配戴	0.123
				協助訃聞撰稿和訃告刊登	0.136
				依宗教別進行治喪流程規劃	0.161
				協助家屬選擇決定告別奠禮的日期、時間	0.125
		奠禮場地準備	0.188	場地租借	0.182
				奠禮會場動線與告別儀式流程規劃	0.208
				依宗教別規劃布置	0.204
				因應地方風俗調整規劃	0.215
				交通安全的考量規劃	0.190
		奠禮儀式	0.147	司儀之專業度	0.276
		禮儀師的專業度	0.264		
		禮儀師、司儀與襄儀的團隊合作	0.226		
		司儀的時間與吉時的掌控	0.234		

(續下頁)

範疇	權重	評估指標	權重	評估準則	權重
葬	0.069	發引	0.262	引導發引隊伍至火化場之服務人員	0.563
				家屬交通車安排	0.437
		火化封罐	0.228	骨灰罐材質樣式	0.520
				骨甕或塔位銘文與碑文字稿的校對提醒	0.480
		遺體安葬	0.510	護送骨灰至指定安葬地點之專車	0.453
				協助安葬流程之服務人員	0.547
續	0.022	後續關懷	1	百日、對年提醒	0.486
				提供百日、對年、合爐等免費諮詢服務	0.514

經由上述之各層級權重彙整表，將各項範疇、指標及評估準則之權重相乘，最後計算出各項評估準則之總權重與排序，如表 4-65 所示。

表 4-65 生前殯葬服務流程評估指標總權重表

評估準則	總權重	排序
履約保證	0.0572	1
服務品質	0.0508	2
價格	0.0490	3
依宗教區別服務內容	0.0445	4
顧客滿意度	0.0436	5
銷售者的可信度	0.0427	6
提供禮儀諮詢之服務人員	0.0332	7
依宗教別進行治喪流程規劃	0.0322	8
提供作七法事之服務	0.0312	9
協助訃聞撰稿和訃告刊登	0.0271	10
殯葬文書撰寫人員	0.0266	11

(續下頁)

評估準則	總權重	排序
協助家屬選擇決定告別奠禮的日期、時間	0.0250	12
入殮封棺之服務內容	0.0247	13
提供並教導孝誌配戴	0.0245	14
禮儀人員服務態度	0.0241	15
遺體洗身穿衣化妝之服務人員	0.0239	16
24 小時臨終諮詢服務	0.0237	17
依據宗教儀式別協助提前規劃	0.0229	18
專業人員親訪現況說明	0.0221	19
禮儀服務單位回應效率	0.0221	19
主動提醒家屬應參與的儀式	0.0216	21
協助安葬流程之服務人員	0.0193	22
依家屬需求給予可靠的服務	0.0188	23
提供臨終關懷的具體服務	0.0184	24
說明與指導居喪期間重要事宜	0.0163	25
護送骨灰至指定安葬地點之專車	0.0159	26
安靈儀式的引導人員	0.0152	27
司儀之專業度	0.0149	28
因應地方風俗調整規劃	0.0149	28
奠禮會場動線與告別儀式流程規劃	0.0144	30
禮儀師的專業度	0.0142	31
依宗教別規劃布置	0.0141	32
交通安全的考量規劃	0.0131	33
司儀的時間與吉時的掌控	0.0127	34

(續下頁)

評估準則	總權重	排序
場地租借	0.0126	35
停殯期間禮俗禁忌與因應的提醒	0.0125	36
禮儀師、司儀與襄儀的團隊合作	0.0122	37
提供百日、對年、合爐等免費諮詢服	0.0113	38
百日、對年提醒	0.0107	39
引導發引隊伍至火化場之服務人員	0.0102	40
骨灰罐材質樣式	0.0082	41
家屬交通車安排	0.0079	42
骨甕或塔位銘文與碑文字稿的校對提醒	0.0076	43
接體服務人員	0.0070	44
初終禮儀的提醒與指導	0.0069	45
接體人員能因應狀況判斷並協助特殊情況之事宜	0.0064	46
協助與代辦初終事宜	0.0061	47
接體人員具安撫家屬情緒之能力	0.0055	48

第五章 結論與未來研究建議

本研究主要目的是建立生前殯葬服務流程評估準則，藉由生前契約之相關文獻探討，同時進行專家訪談，初步篩選出生前殯葬服務流程評估指標，後續邀請殯葬相關專業的禮儀服務業者、學者、禮儀服務業界講師及顧問組成專家群體作為本研究受訪對象，採用修正式德菲法與層級分析進行問卷調查，並做統計分析與相對權重之分析，建構出完整的生前殯葬服務流程評估準則之層級架構。最後以生前殯葬服務流程評估指標之分析結果，討論生前殯葬服務流程評估準則優先排序之決策意見，提供消費者、與未來需面對生前契約抉擇的決策者在選購生前契約時的評估依據，及未來研究的建議。

第一節 結論

本研究透過生前契約國內外文獻蒐集整理出相關議題之資料，經專家訪談修正彙整後，建立初步的結構性問卷，進行兩回合修正式德菲法問卷調查後，經統計分析出生前殯葬服務流程評估指標框架，接續再以層級分析法（AHP）進行分解層面，建構出五大範疇與十二項評估指標以及四十八項準則，本研究五大範疇分別是緣、殮、殯、葬、續；而「緣」範疇又為兩項評估指標，各別為「購前簽約」與「臨終諮詢」；「殮」範疇分為「遺體接運」與「入殮移柩」兩項評估指標；「殯」範疇又分「安靈服務」、「治喪協調」、「奠禮場地準備」、「奠禮儀式」四項評估指標；「葬」範疇又以「發引」、「火化封罐」、「遺體安葬」分為三項評估指標；「續」範疇唯一「後續關懷」評估指標。

經過建構完整生前殯葬服務流程評估準則層級架構後，接續設計 AHP 問卷並邀請專家填寫，進行 AHP 法評估準則兩兩重要性比對，從分析結果可得知各大範疇、指標與準則之權重結果，下列以各層面進行論述。

一、 五大範疇之重要性排序

以本研究生前殯葬服務流程評估指標架構所建立之範疇層面，進行各範疇兩兩重要性比對，藉由層級分析法資料分析結果，可得出各範疇在專家群體之中的重要性排名，也就是在五大基本殯葬禮儀服務項目中進行評估抉擇，可依權重分數結果作為影響評估抉擇方案的重要因素，消費者可依據各範疇之權重排序，了解生前契約最重要的關鍵範疇，進而再評估各範疇之中的關鍵指標與準則，決選出最適合的生前契約方案。如圖 5-1，可依權重比例分配排出優劣順序。

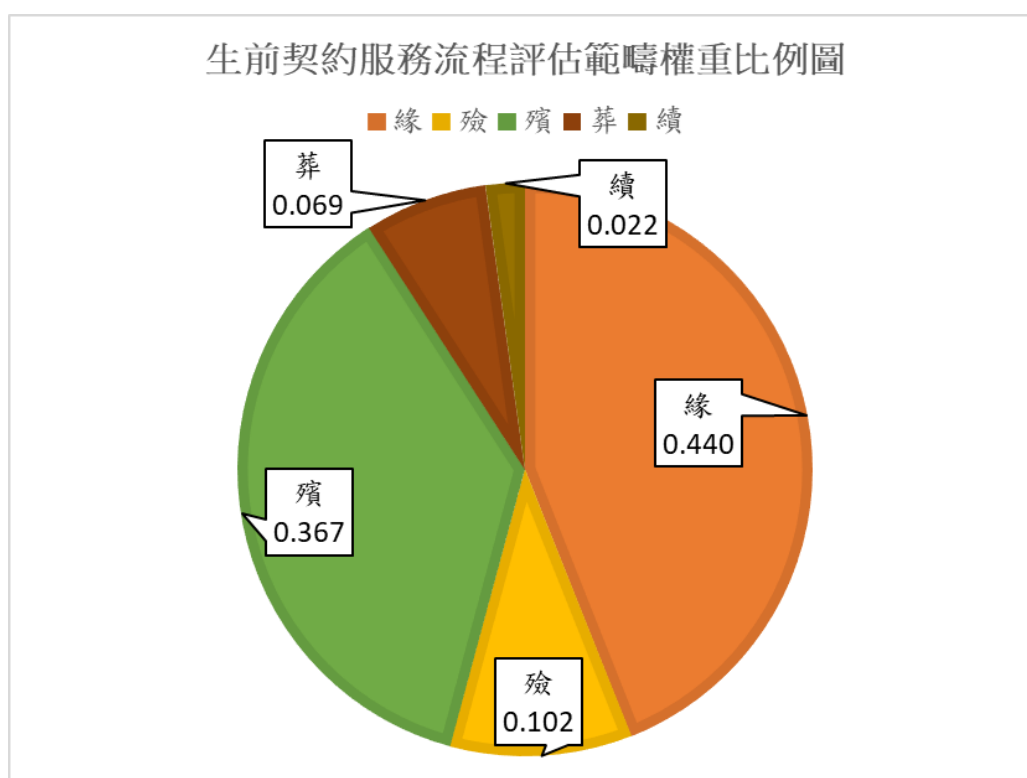


圖 5-1 主要層級範疇權重分析圖

依據圖 5-1 可以看出首要重要之項目為緣範疇，表示專家群體一致認為緣範疇最為重要，緣範疇即是與客戶接觸的開始，客源是生前契約最重視的要素，也是消費者接觸生前契約最為重要的階段，代表消費者在緣階段透過正確的使用觀念是有助於釐清生前契約服務內容與選擇方案最關鍵的評估因素；而排序依次為殯、殮、葬、續，表示殯範疇是排序第二重要的評估因素，殯範疇的服務項目是整個喪禮流程的核心，而辦好與實現自己想要的身後事也是使用生前契約最重要的目的，因此殯範疇是專家認為次要重要

的評估因素；而殮範疇與葬範疇都屬於遺體處理與葬禮儀式相關重要的環節，處理得當的葬禮程序是協助和鼓勵「健全哀傷」的重要管道，因此專家認為殮與葬範疇是再次要的評估因素；最後排序的續範疇，是逝者與生者分離的最後一個階段，主要是對逝者家屬提供後續關懷的服務，透過祭拜亡者的儀式，幫助逝者家屬釋懷思念的情緒，接受逝者離世的事實撫平悲傷恢復正常的生活，所以專家認為對於使用者（消費者）是最後一項可以考慮的評估因素。

二、 十二項評估指標之重要排序

藉由層級分析法之特性在進行評估項目成對比較時，發現更能釐清決策問題，是因為每一層級內的要素可以依據上層級組內的某些或所有要素進行評估，也就是透過相對權重，可分析出全部因子之間的權重排序，藉此更加理解所要評估之項目，找出關鍵因素。如圖 5-2 可依評估指標與範疇之間的相對權重比例排列優劣順序，消費者可藉由權重排序得知生前契約的關鍵評估指標，進而了解各項評估指標中的評估準則。

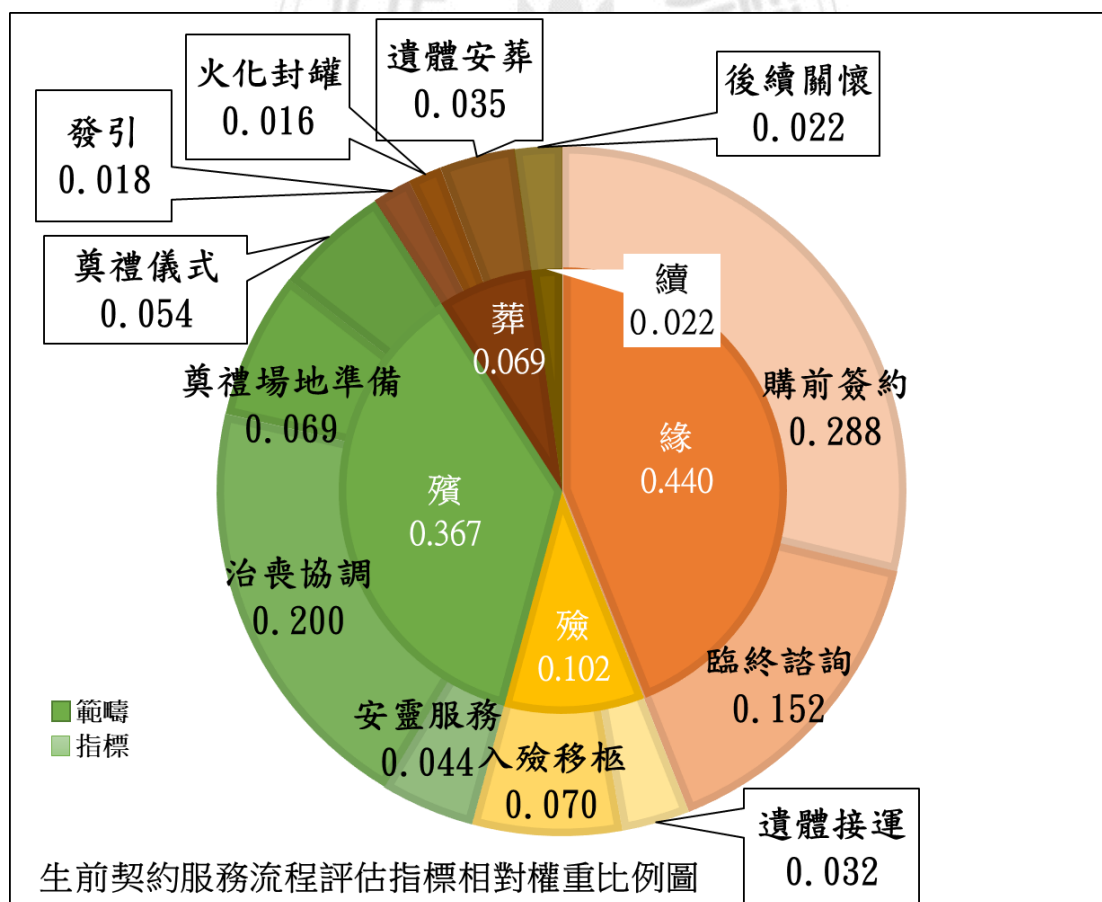


圖 5-2 主要層級評估指標權重分析圖

根據圖 5-2 以相對權重比例可以看出十二項評估指標的重要性排序，依研究結果以最為重要的緣範疇之中的指標來看，購前簽約為首要重要評估指標，表示消費者可從十二項評估指標中以購前簽約作為最優先評估之項目，進而了解購前簽約內含評估準則之重要性排序，以利找出關鍵準則更能釐清生前契約之服務內容。購前簽約即是消費者在購買生前契約之前須相當重視的階段，透過正確的使用觀念了解其特性，藉由相關購前評估準則去衡量是否購買，才能決選出最優勢的生前契約方案，因此專家群體一致認同購前簽約階段是釐清與判斷生前契約服務內容最為重要的關鍵指標；然而臨終諮詢是緣範疇第二重要的評估指標，但因為受到層級權重之影響，相對權重比例為全體的第三重要的關鍵指標，表示臨終諮詢對於評估生前契約服務內容也相當重要，臨終諮詢應提供臨終者及家屬關懷輔導、相關臨終禮儀服務諮詢及逢喪準備用品，以及輔導協助家屬準備相關手續所需證件等服務，使家屬不慌不忙進入狀況，但評估整個生前契約服務流程不能只單一考慮一個範疇或指標，第二重要殯範疇中的治喪協調更是需要禮儀服務人員協助完成後續喪禮規劃與喪禮儀式進行的重要關鍵階段，達成辦理完好喪禮是生前契約服務內容最重要之任務，因此專家認為治喪協調比臨終諮詢更為重要，將治喪協調階段視為整體第二重要的關鍵指標。

再次要重要的指標排序為入殮移柩、奠禮場地準備、奠禮儀式、安靈服務、遺體安葬、遺體接運、後續關懷、發引與火化封罐，此研究結果皆因各評估範疇之權重比例影響本身指標的權重排序，而每個評估指標原本就是單獨的個體，自身的權重比例也是評估整體生前殯葬服務流程相當重要的影響因素。如圖 5-3 可以知道各評估指標的組內權重比例分佈的情形與相對權重之排序，各項評估指標自身的權重比例也會影響整體排序，消費者可從中了解範疇與指標層級之間互相影響的關係。

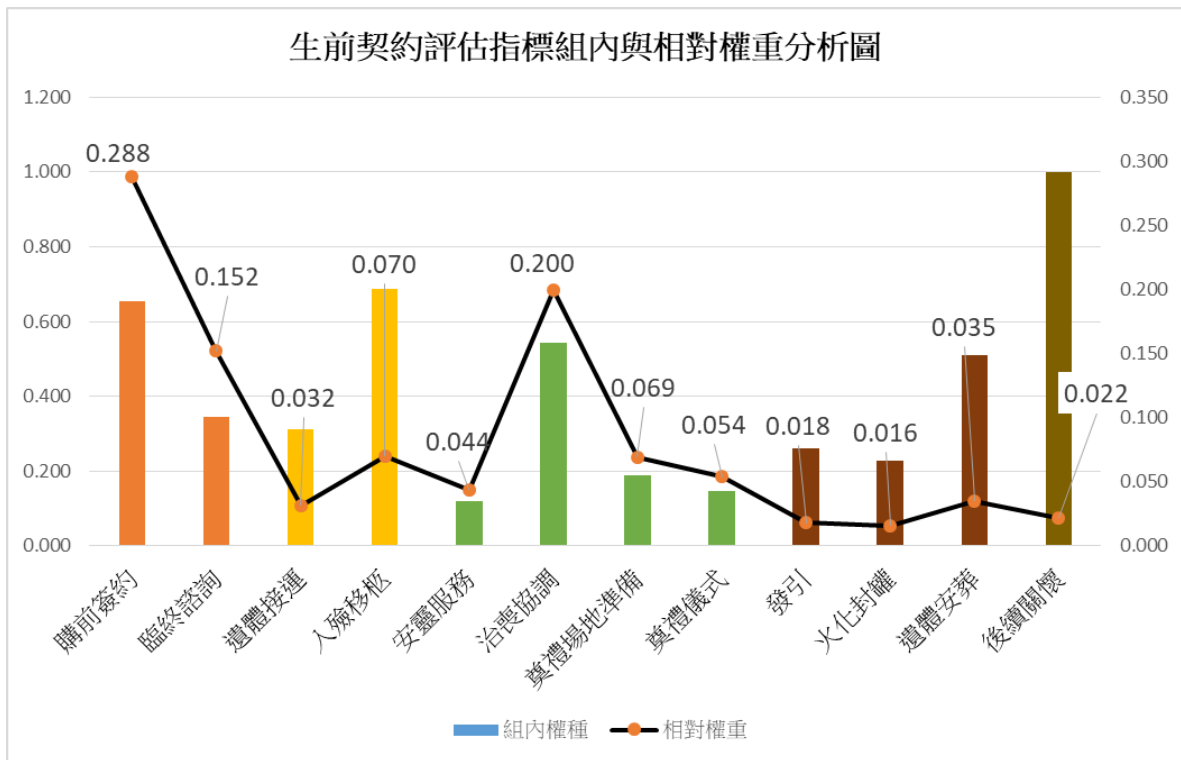


圖 5-3 主要層級評估指標組內與相對權重分析圖

根據圖 5-3 的研究結果顯示入殮移柩之所以是整體排序第四重要的關鍵指標，是因為入殮移柩在殮範疇中的組內權重本身就相當重要，由於入殮移柩是使用者也是逝者與在世的親人進行見最後一面的告別儀式，透過遺體的淨身穿衣化妝，使逝者以安祥莊嚴的遺容與生者進行辭生放手尾的入殮儀式，藉由入殮儀式使生者與逝者做到好好的告別，逝者以安詳的樣子離開對於在世的親人仍同感到欣慰，以達到生死兩安，因此專家認為入殮移柩是生前契約服務流程中相對重要的關鍵評估指標；而遺體安葬與後續關懷視為相同的解釋，遺體安葬在葬範疇的組內權重是最為重要的評估指標，表示遺體骨骸的存放與選擇葬儀方式比發引至火葬場、火化檢骨與挑選骨甕更為重要，其本身組內權重最為重要，再加上層級權重的影響，甚至比殮範疇的遺體接運指標還更為重要，代表專家認為遺體安葬的地點與安葬流程的圓滿比遺體接運的過程或接體人員能否安撫家屬的心情更加重要；續範疇原本是最後一項評估範疇，但因為續範疇中的後續關懷是唯一重要的評估指標，本身組內權重最為重要又受層級權重之影響，研究結果顯示後續關懷甚至比葬範疇中的發引、火化封罐更為重要，表示專家認為後續關懷對亡者的祭拜比發引至火葬場、火化檢骨與挑選骨甕更為重要。其餘如殮範疇之中的奠禮場地準備、奠禮儀式

及安靈服務各別是組內排序第二、三、四重要的評估指標，由於奠禮場地準備與奠禮儀式兩項指標包含了整場殯葬禮儀服務最重要的告別式之準備與舉行，告別式是逝者與所有親友最後告別的公開儀式，也是整個生前契約服務過程中需要廠商人力及家屬互相配合參與的重要儀式，透過奠禮場地的事先準備，與廠商、人力以及與家屬進行溝通、彩排流程，對於告別式當天奠禮儀式的舉行可以更加順利流暢，再加上專業司儀的指揮與場控，能使整場告別奠禮呈現溫馨莊嚴的氛圍，使告別奠禮更加圓滿成功，因此專家認為奠禮場地準備比奠禮儀式更為重要；而安靈服務主要是依照逝者所信仰的宗教，依各宗教法事內容，請法師或風水師父來為亡者做豎靈與立牌位或進行牌位合爐的儀式，生前契約服務流程中的安靈服務是指在亡者未完成頭七法會與告別式之前的豎靈儀式，以及火化安葬後對年入祖先牌位之前的安靈儀式，專家表示對於逝者的靈魂是否有因為宗教法事的執行而受到慰藉與保護，是因人而異的感受認知，所以將安靈服務視為殯範疇中最次要的評估指標，而整體相對權重排序變成第五、六、七重要的評估指標仍是受到層級權重之影響。

根據上述對生前殯葬服務流程評估指標組內與相對權重分析圖與範疇相對比例圖的分析結果，其代表各項評估指標或評估準則皆會受到層級分析特性的影響，改變整體最後的排列順序；其中殮、葬、續範疇雖然是整體權重排序第三、四、五重要的關鍵評估範疇，但其中相當重要的入殮移柩、遺體安葬與後續關懷指標都是各別範疇中最重要評估指標，所以本身的重要程度也會影響整體權重排序，使排名順序往前，也造成奠禮場地準備、奠禮儀式、安靈服務、遺體接運、發引、火化封罐的排序往後遞延；表示不論是上層級範疇的影響還是本身權重對其他評估指標的影響都相當重要，並且組內權重越大相對權重就越大，即便評估範疇排序較為次要也會因為指標自身權重越大使整體排序往前；而評估指標自身權重即使較次要，也會因為評估範疇權重越大使整體排序往前，因此消費者可參考的依據也不受限於評估範疇的排序，而應該以整體客觀的相對權重比例來衡量生前契約的服務內容以利決選適合的生前契約方案。

三、 評估準則重要性排序與代表的意義

根據以上對於生前殯葬服務流程評估範疇與指標之間的相對權重優劣排序之結果，可得知每項評估範疇中最為重要也就是最為關鍵的評估指標項目，再藉由關鍵評估指標中的評估準則之權重排序，理解關鍵評估準則的重要性，消費者可透過關鍵評估準則了解生前契約服務流程之細項內容，藉由關鍵評估準則來衡量生前契約方案，使更加釐清方案內容與準確決擇出最優勢並且符合條件的生前契約。本研究之評估準則是根據專家學者給予各項準則重要性分數經平均加權分析後得出之權重，透過層級架構相對權重之影響，計算出生前殯葬服務流程評估準則層級架構之總權重，再將各項評估準則之總權重進行優劣排序，依照排序作為衡量購買選擇生前契約之參考依據。

綜上所述，每項評估準則（次要層級）對於評估生前契約（目標層級）都相當重要，而評估準則（次要層級）的權重排序是依據評估範疇與指標（主要層級）之相對權重經由層級加權而來的結果，因此可將每項評估範疇之中最為關鍵評估指標內的評估準則作為關鍵評估準則，依照權重排序可知道每項關鍵評估準則對於生前契約服務流程的重要性程度，根據重要性排名作為衡量生前契約服務流程的評估依據。下列依照五項評估範疇之權重排序，依序將各項範疇中最為關鍵的評估指標與關鍵評估準則作各別說明。

（一）緣範疇群權重以購前簽約評估準則最為重要

依據原圖 5-2 研究結果顯示緣範疇（0.440）是生前契約服務流程最為重要之關鍵範疇，而在緣範疇的相對權重之中最為重要的評估指標為購前簽約（0.288），表示購前簽約是生前契約服務流程最為重要的關鍵指標，如圖 5-4 可以知道購前簽約指標的各項評估準則權重比例分佈情形與整體總權重之排序結果。

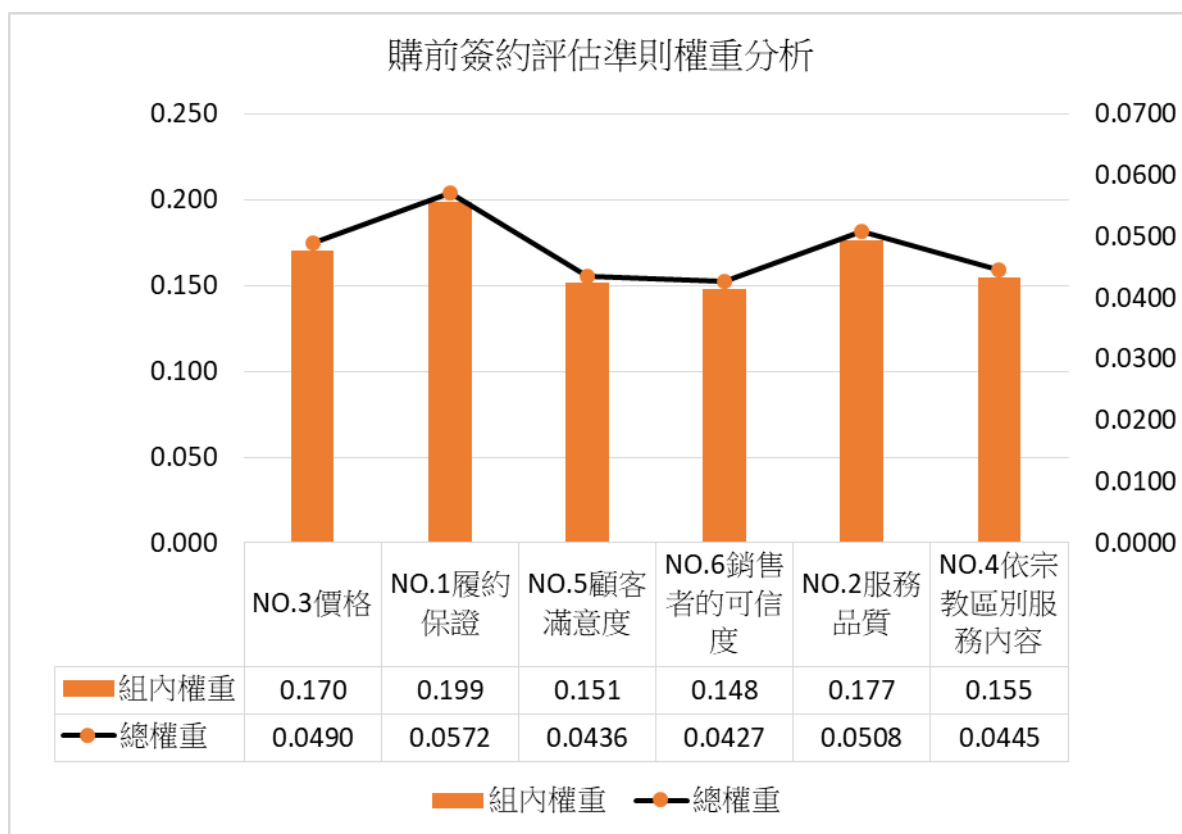


圖 5-4 購前簽約評估準則權重分析圖

根據圖 5-4 研究結果顯示購前簽約指標內的履約保證 (0.199) 是首要重要的評估準則，其次是服務品質 (0.177)，再者是價格 (0.170)，依序為依宗教區別服務內容 (0.155)、顧客滿意度 (0.151)、銷售者的可信度 (0.148)；而整體總權重排序為履約保證 (0.0572) 最為重要，次要為服務品質 (0.0508)，再次要為價格 (0.0490)，依序為依宗教區別服務內容 (0.0445)、顧客滿意度 (0.0436)、銷售者的可信度 (0.0427)。結果顯示組內排序與總體排序呈現一致，表示此六項評估準則對評選生前契約是非常重要的評估因素，尤其履約保證是最為關鍵的評估準則，表示專家群體認為生前契約是否可行的關鍵在於殯葬業者的履約能力，消費者可依公司營業規模、資本額與信託合作的銀行來判斷生前契約之履約能力。

(二) 殯範疇群權重以治喪協調評估準則最為重要

依據原圖 5-2 研究結果顯示殯範疇(0.367)是生前契約服務流程第二重要之關鍵範疇，而在殯範疇的相對權重之中最為重要的評估指標為治喪協調(0.200)，表示治喪協調是生前契約服務流程第二重要的關鍵指標，如圖 5-5 可以知道治喪協調指標的各項評估準則權重比例分佈情形與整體總權重之排序結果。

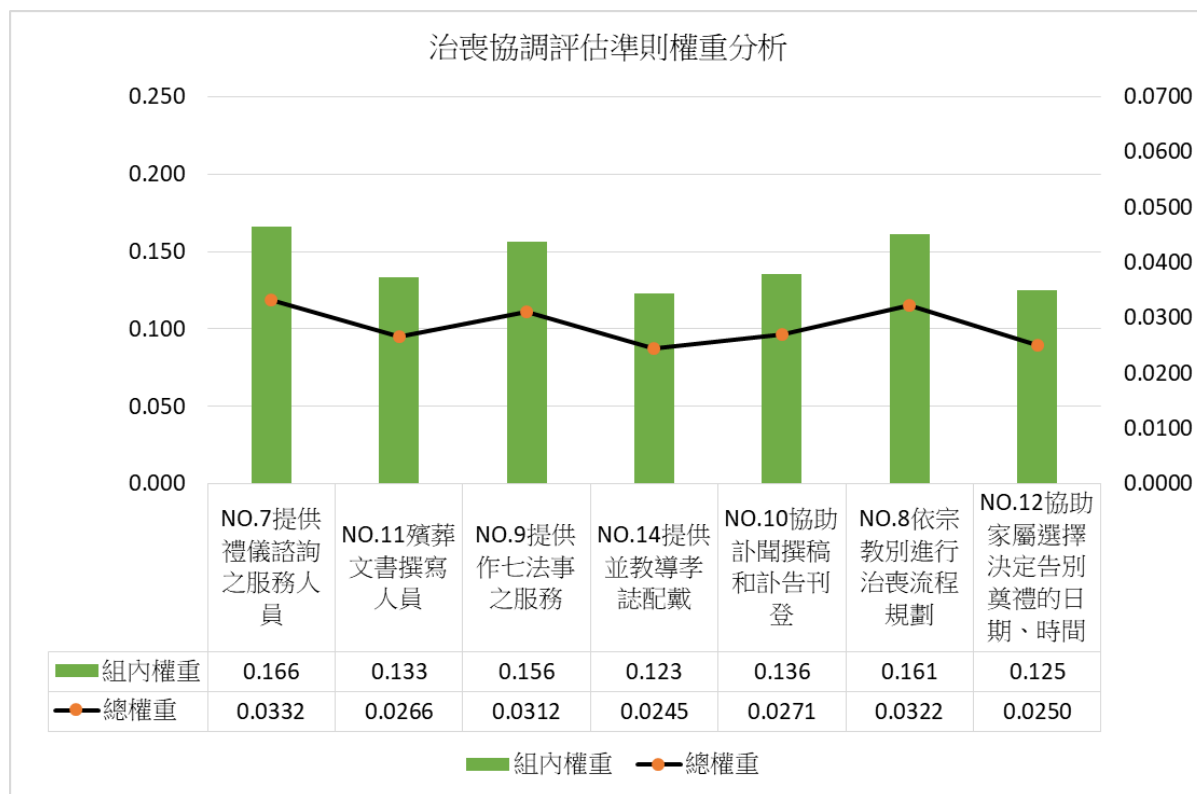


圖 5-5 治喪協調評估準則權重分析圖

根據圖 5-5 研究結果顯示治喪協調指標內的提供禮儀諮詢之服務人員(0.166)是最為重要的評估準則，其次是依宗教別進行治喪流程規劃(0.161)，再者是提供作七法事之服務(0.156)，依序為協助訃聞撰稿和訃告刊登(0.136)、殯葬文書撰寫人員(0.133)、協助家屬選擇決定告別奠禮的日期與時間(0.125)、提供並教導孝誌配戴(0.123)；而總權重依排序為提供禮儀諮詢之服務人員(0.0332)最為重要，次要為依宗教別進行治喪流程規劃(0.0322)，再次要為提供作七法事之服務(0.0312)，依序為協助訃聞撰稿和訃告刊登(0.0271)、殯葬文書撰寫人員(0.0266)、協助家屬選擇決定告別奠禮的日期與時間(0.0250)、提供並教導孝誌配戴(0.0245)。結果顯示組內排序與總體排序呈

現一致性遞延，表示此七項評估準則對於治喪協調所涵蓋的服務內容是絕對重要的；而治喪協調評估準則在組內與總權重之重要性排序皆以提供禮儀諮詢之服務人員顯示最為關鍵的評估準則，由於生前契約最重要的任務就是殯葬禮儀服務的執行，從臨終關懷、禮儀諮詢，到各項喪葬禮儀的協調溝通，給予親人家屬適時、適當的悲傷輔導，以及協助喪葬事務相關工作的進行都是禮儀師或禮儀服務人員之職責，因此專家認為禮儀師或禮儀服務人員的專業能力與素質是影響喪禮服務能否健全圓滿的關鍵因素，此結果也反映服務品質的重要性，透過受到保障之完好的服務體驗實現殯葬自主，才能顯現生前契約的購買價值。

(三) 殯範疇群權重以入殯移柩評估準則最為重要

依據原圖 5-2 研究結果顯示殯範疇（0.102）是生前契約服務流程第三重要之關鍵範疇，而在殯範疇的相對權重之中最為重要的評估指標為入殯移柩（0.070），表示入殯移柩是生前契約服務流程第四重要的關鍵指標，如圖 5-6 可以知道入殯移柩指標的各項評估準則權重比例分佈情形與整體總權重之排序結果。

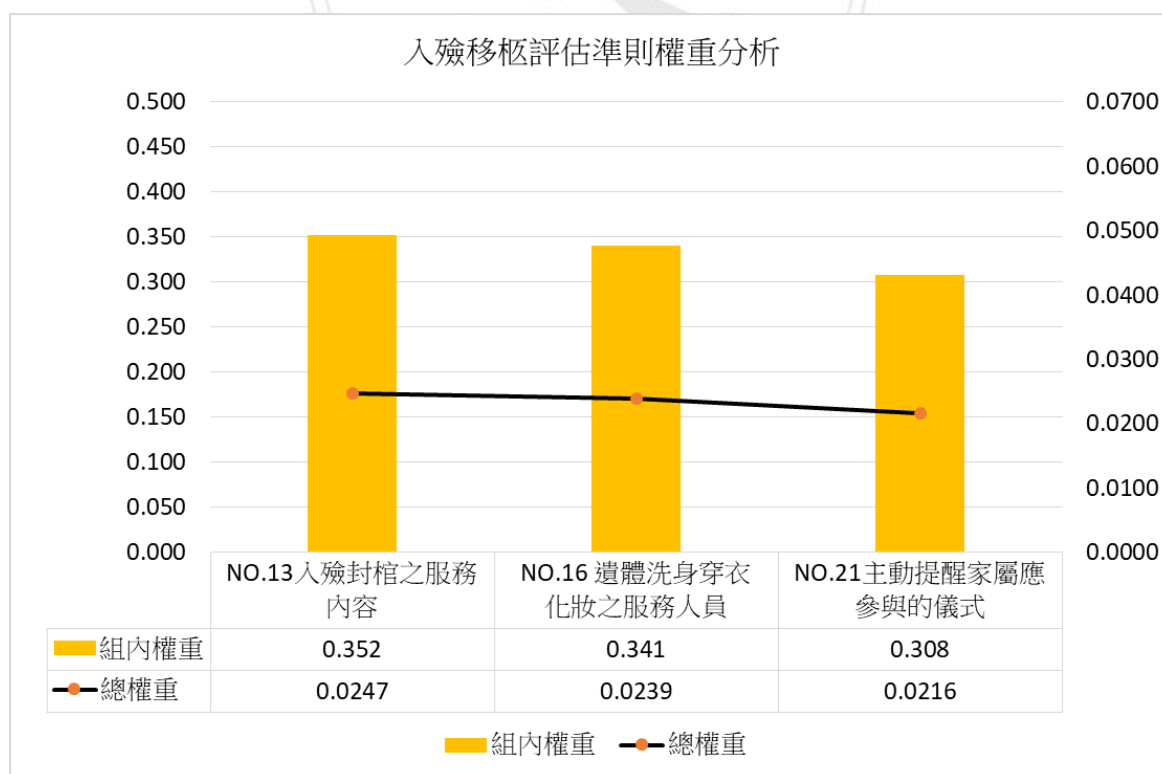


圖 5-6 入殯移柩評估準則權重分析圖

根據圖 5-6 研究結果顯示入殮移柩指標內的入殮封棺之服務內容 (0.352) 是首要重要的評估準則，其次是遺體洗身穿衣化妝之服務人員 (0.341)，再者是主動提醒家屬應參與的儀式 (0.308)；而總權重依排序為入殮封棺之服務內容 (0.0247) 最為重要，次要為遺體洗身穿衣化妝之服務人員 (0.0239)，再次要為主動提醒家屬應參與的儀式 (0.0216)。結果顯示組內排序與總體排序呈現一致性遞延，表示此三項評估準則對於入殮移柩所涵蓋的服務內容是絕對重要的，尤其入殮封棺之服務內容更是最為關鍵的評估準則，因為入殮封棺之服務內容除了包含壽衣的選擇、棺木規格材質樣式的挑選、棺內用品的擺放之外，還包含了更深層的意義，藉由預先為自己的死亡決定好離開時最想要的模樣，好好地跟親人朋友作最後一面的道別，落實預先規劃達到殯葬自主是生前契約最重要的意涵，因此專家認為透過預先為入殮封棺之服務內容準備入殮用品與確認儀式，展現了最初購買生前契約達到預先規劃實現殯葬自主的使用價值，所以將其視為關鍵評估準則。

(四) 葬範疇群權重以遺體安葬評估準則最為重要

依據原圖 5-2 研究結果顯示葬範疇 (0.069) 是生前契約服務流程第四重要之關鍵範疇，而在葬範疇的相對權重之中最為重要的評估指標為遺體安葬 (0.035)，表示遺體安葬是生前契約服務流程第八重要的關鍵指標，如圖 5-7 可以知道遺體安葬指標的各項評估準則權重比例分佈情形與整體總權重之排序結果。

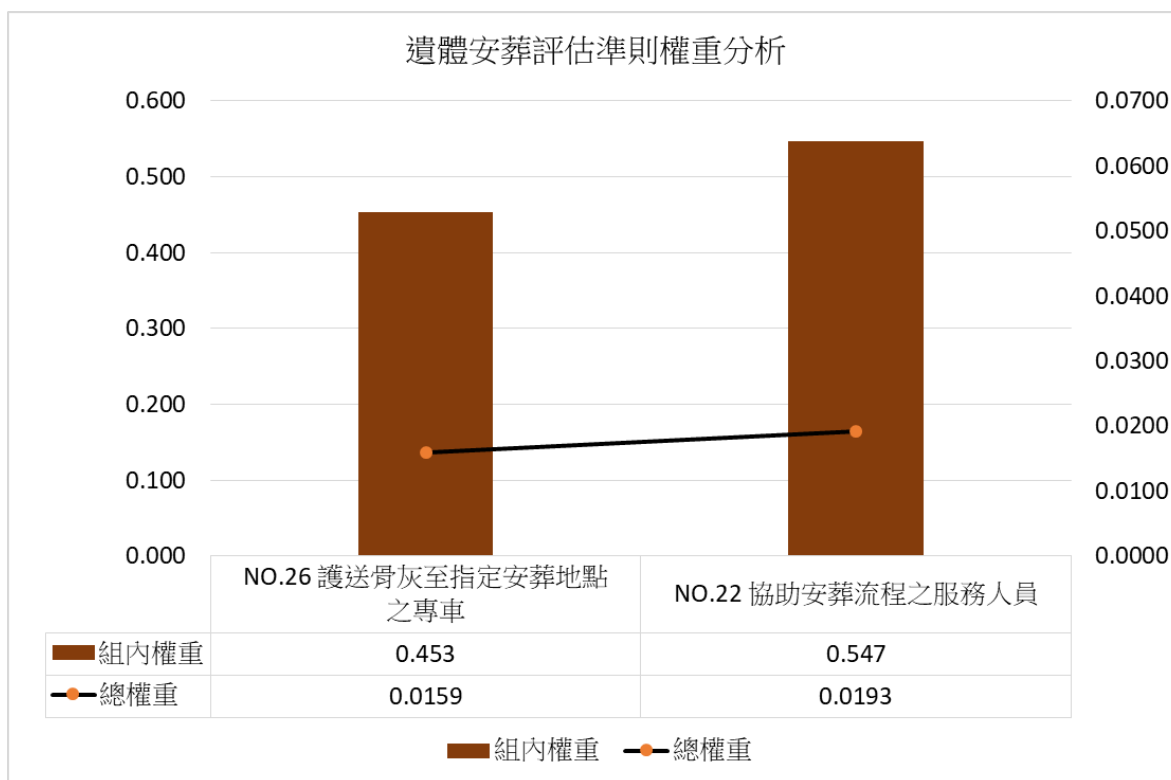


圖 5-7 遺體安葬評估準則權重分析圖

根據圖 5-7 研究結果顯示遺體安葬指標內的協助安葬流程之服務人員 (0.547) 是首要重要的評估準則，其次是護送骨灰至指定安葬地點之專車 (0.453)；而總權重依排序為協助安葬流程之服務人員 (0.0193) 最為重要，次要為護送骨灰至指定安葬地點之專車 (0.0159)。結果顯示組內排序與總體排序呈現一致性遞延，表示此兩項評估準則對於遺體安葬所涵蓋的服務內容是絕對重要的，尤其協助安葬流程之服務人員更是最為關鍵的評估準則，安葬流程是指遺體骨骸存放的過程，透過不同的葬儀方式完成骨骸安置的服務。安葬流程需要逝者、家屬與禮儀師進行事先溝通或討論，一起完成配合決定安葬地點及葬儀的選擇，透過禮儀服務相關工作人員（法師、禮儀師、風水師）的帶領協助完成後續依照土葬、火化晉塔或自然葬之葬儀流程，圓滿安葬流程使逝者安息，生者得以安心，因此專家認為協助安葬流程之服務人員對於執行生前契約服務流程是相當重要的關鍵準則。

(五) 續範疇群權重以後續關懷評估準則最為重要

依據原圖 5-2 研究結果顯示續範疇（0.022）是生前契約服務流程最次要之關鍵範疇，後續關懷（0.022）也是續範疇唯一關鍵的評估指標，整體相對權重排序結果是生前契約服務流程第十順位重要的評估指標，如圖 5-8 可以知道後續關懷指標的各項評估準則權重比例分佈情形與整體總權重之排序結果。

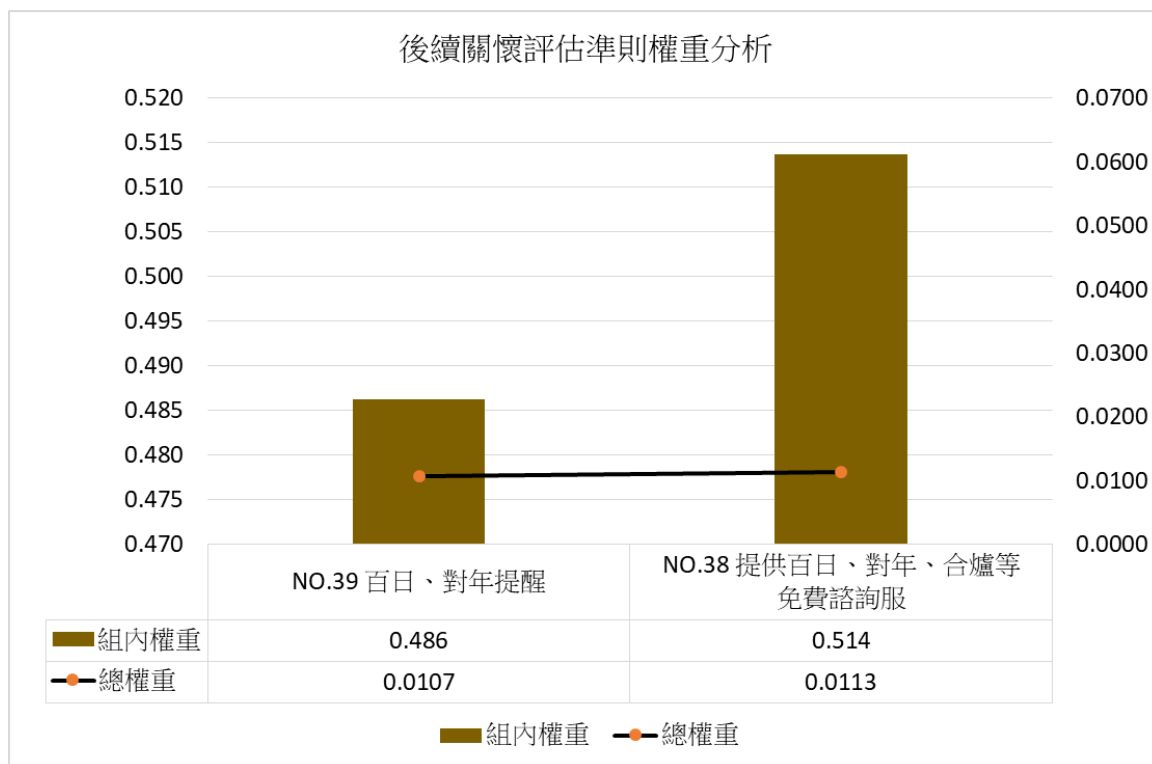


圖 5-8 後續關懷評估準則權重分析圖

根據圖 5-8 研究結果顯示後續關懷準則組內與總權重之重要性排序皆以提供百日、對年、合爐等免費諮詢服務最為重要，表示提供百日、對年、合爐等免費諮詢服務是後續關懷最為重要之關鍵評估準則；百日、對年與合爐是送別亡者最後及最重要的祭祀儀式，依照宗教禮俗祭拜的禮儀內容與方式不大相同，但主要是透過祭祀來表達家屬對亡者的思念與追悼的一種方式，代表亡者仍存在在世人的心中，藉由祭祀儀式的進行，使家屬心理得到安慰，把對亡者的思念以祝福代替悲傷，不論對亡者或是家屬都是一種療傷的方式，因此專家認為喪禮的結束其實是面對新生活的另一個開始，禮儀公司能否主動提醒與提供祭祀相關的諮詢進而做到後續關懷，協助家屬走出悲傷恢復正常生活是一項重要的服務。

(六) 生前殯葬服務流程評估準則應用與建議

1. 履約保證

生前契約是否可行的關鍵在於殯葬業者的履約能力，消費者可依公司營業規模、資本額、財務狀況、交付信託總額與信託合作的銀行來判斷生前契約之履約能力；最重要的是定型化契約一定要明文規定且符合行政院生前殯葬服務定型化契約範本與應記載及不應記載事項，業者應將消費者繳納之款項於尚未履行契約前，按簽定契約金額之75%提存專業銀行機關信託，並且公開其信託資訊，以供消費者查詢。建議消費者在簽訂契約之前，應注意契約審閱期間，並且請依各中央主管機關的契約書範本與業者協商作為契約內容，查證行政院公告之生前殯葬服務定型化契範本及應記載與不應記載事項並確定所簽訂契約是否牴觸行政院版本。

2. 服務品質

消費者可從觀察殯葬禮儀公司對於服務品質條件是否符合期待來評估購買生前契約之可行性，例如簽約之前可先作服務諮詢，可依據公司對於禮儀服務流程是否依照標準 SOP 流程執行、是否有獲得政府評鑑優良商家、提供之殯葬商品的品質有無符合標準、服務銷售人員能否第一時間給予消費者信任感、該公司能否提供過去實質的服務案件分享、實際參訪公司環境及所能提供的喪禮設備（可提供私人會館租借、可提供私人塔位墓園的選擇等）、公司給予消費者的服務態度有無符合需求等條件作為服務品質之參考。

3. 價格

市面上生前契約的內容相當多元種類也相當豐富，也隨著價格不同有不一樣的服務內容，建議消費者在考慮價格的同時，消費內容應當檢視清楚，避免消費爭議；價格影響實際服務品質的好壞，建議消費者除了可定期參考內政部殯葬資訊網所提供之殯葬消費資訊與喪葬費用標準外，在購買契約之前貨比三家不吃虧，詳細閱讀各家公司之契約禮儀服務內容與提供殯葬商品有無符合需求，避免消費糾紛得不償失。

4. 依宗教別區分契約服務內容

禮儀服務雖然有一定的服務流程與內容，但因應不同宗教，禮儀服務內容與需要的喪禮用品及提供的宗教儀式、商品形式有所不同，所以建議消費者可選擇依宗教別區分服務內容的生前契約，在購買前可更清楚核對禮儀服務內容與提供之商品是否符合需求，避免花冤枉錢又不符合期待。

5. 顧客滿意度

消費者可從使用者的意見回饋來衡量契約的優劣，進而思考是否需要購買此契約，可透過使用者的履約經驗、網路評價、殯葬公司能否提供顧客滿意度調查、搜尋新聞事件查閱殯葬公司過去是否有發生消費爭議案件等方式來做為參考。

6. 銷售者的可信度

銷售者可指企業或是銷售人員，可信度是指銷售者帶給顧客的信任程度，消費者可依內政部公布之殯葬管理條例所訂定的條文內容來判斷公司的可信度，與消費者簽訂生前殯葬服務契約之殯葬服務業者，須具一定之規模，消費者可根據公司所符合之條件來做評估，並且達成資訊透明可供消費者查詢，例：經營殯葬禮儀服務業務需達三年以上、公司須將年度財務報表經會計師簽證出具，實收資本額達新臺幣三千萬元以上，且無累積虧損、最近三年內平均稅後損益無虧損、具備生前殯葬服務契約資訊、預收生前殯葬服務契約款項達新臺幣一億元以上並經聯合或法人會計師事務所執業之會計師審查簽證等相關資訊公開及查詢；並且銷售人員需做到誠信原則，重視對顧客的承諾，履行承諾也須明文規定於定型化契約之中，以保證確實履約。

本研究之最大的目的是提供消費者在購買生前契約之前，可參考本研究的評估準則重要性順序作為購買生前期契約之評估依據，本研究之評估準則皆以現有的服務內容與服務流程作為準則內容，從研究結果可知緣範疇之購前簽約評估準則顯示最為重要，建議消費者可從購前簽約評估指標內之重要性排名前六項的準則作為首要評估之依據，其餘評估準則可依循現今市面所販售的生前契約服務內容，依契約提供之服務流程繼續作各細項評估參考。

最後根據上述結論分析，歸納以下重點結論：

(一) 使用修正式德菲法之用意

由於生前契約服務內容本身是多項複雜的殯葬禮儀服務組合而成，且一般大眾消費者並不了解生前契約真正意涵與使用觀念，故應用修正式德菲法進行問卷調查，藉由專家學者對生前契約的專業見解建構一個清楚且適用的準則架構，透過了解生前契約準則架構可以更加釐清生前契約的服務內容。為了避免消費者在選購生前契約商品，面對眾多不同生前契約內容與服務規格產生之疑慮，故運用修正式德菲法所建立的生前殯葬服務流程評估準則，來幫助消費者釐清生前契約之服務內容與問題，以利消費者評選出適合自己的生前契約商品。

(二) 建立生前契約評估準則之涵義

本研究建立生前殯葬服務流程評估準則最主要目的是協助消費者釐清生前契約服務內容，透過了解生前契約實質的內涵與正確的使用觀念，導正社會大眾對生前契約的錯誤認知與負面觀感，避免過去時常發生的消費糾紛問題，藉由生前殯葬服務流程評估準則提供消費者明確的參考依據，消費者可透過評估依據更加確切了解使用生前契約之服務內容，保障消費者權益，完成預先規劃喪禮以及確認自己的遺願可以被實現，達到殯葬自主的願景，增加消費者對生前契約的信心與認同。

(三) 準則重要性排序對消費者之助益

以層級分析法計算權重的最大優點是透過分層分析建構層級架構，可使決策問題更加清楚明朗，且具有一致性權重關係，可以相當確實呈現每項準則的重要性，依據準則的重要性排序可以更加準確評選出適合自己並且符合條件的生前契約方案，從每項評估準則的重要性排序使消費者可以更加謹慎仔細思考生前契約每一項服務內容代表的含義，去評估使用與購買生前契約的必要性與價值實用性。

第二節 未來研究建議

由於本研究對象只有從相關專家學者的立場作為建構生前契約之評估準則的基準，缺少其他專業領域或是政府公部門對生前契約之相關看法與意見，因此研究結果有可能因為研究樣本的問題而有所差異，本研究建議除了可從多方專業領域的角度來進行討論之外，也可藉由消費者對生前契約現況的看法與意見，找出相關問題進而思考生前契約不足之處；本研究在文獻探討的過程中發現有關生前契約之研究內容都大同小異，探討生前契約與政府公部門的相關研究更是少之又少，潛在的問題仍然沒有解決；而本研究在進行專家訪談時，發現政府公部門對於業者與消費者之間是一個相當重要的橋梁，若能透過政府公部門對生前契約現有的問題進行改善建立更完整的消費制度，有助於消費者對生前契約的認知更加清楚，而業者也能藉由政府因應消費市場與環境因素等來改變生前契約的門檻規範，在兩方都能得益的情況達到對生前契約的共識。建議可以做後續延伸探討與研究，針對政府公部門、業者、消費者進行三方探討，使生前契約之評估準則建立更加完善，生前契約的內容不只有服務流程，可透過不同研究對象之探討，將其他質性因素、量化因素合併討論，使生前契約相關研究更加健全。

參考文獻

一、中文文獻

(一) 書籍

- 內政部 (2012)。平等自主慎終追遠—現代國民喪禮。內政部
- 尹章華 (1999)。消費者保護法與你。台北：永然文化公司。
- 邱皓政 (2008)。量化研究與統計分析-SPSS 中文視窗版資料分析範例解析。台北：五南圖書。
- 尉遲淦 (2000)。生死學概論，台北市：五南書局。
- 尉遲淦 (2009)。殯葬臨終關懷。台北縣：威仕曼文化。
- 黃有志 (2002)。殯葬改革概論。高雄：復文圖書出版社。
- 趙可式 (2007)。安寧伴行。台北市：天下。
- 鄭振源 (2012)。多準則決策分析—方法與應用。臺北市：鼎茂圖書。
- 黃有志、鄧文龍 (2001)。往生契約概論。高雄貴族企業社。

(二) 期刊

- 王士鋒 (2003)。全球化與知識經濟對殯葬業經營管理之挑戰。兩岸「生命教育與管理」學術研討會，台北縣：致理技術學院。
- 李慧仁 (2012)。喪禮司儀溝通表格的運用分享。中華禮儀，(26)，36-40。
- 尉遲淦 (2015)。悲傷輔導融入殯葬服務得時機與方式。中華禮儀，(33)，74-78。
- 陶在樸 (2003)。計畫死亡與殯葬業發展。殯葬文化與設施用地永續發展學術研討會論文集，台北：中國土地經濟學會。
- 黃有志 (2001)。從殯葬角度看生命管理。教育資料集刊，26，215-235。
- 潘志鵬 (2003)。論台灣現行的生前契約現況與展望。中華民國禮儀協會，第十期，

2003 年 5 月號，頁 12-18。

陳文亮、陳姿樺（2011）。應用修正式德菲層級程序法建構成衣設計指標之研究。人文暨社會科學期刊，第七卷，第一期，49-59。

鄧振源、曾國雄（1989）。「層級分析法（AHP）的內涵特性與應用（上）」。**中國統計學報**，第 26 卷第 6 期，第 5-27 頁。

鄧振源、曾國雄（1989）。「層級分析法（AHP）的內涵特性與應用（下）」。**中國統計學報**，第 27 卷第 7 期，第 1-20 頁。

曾煥棠、林君妤、許靜怡（2008）。喪葬後續關懷之實作分享。**中華禮儀**，(18)，40-41。

（三）學位論文

王興國（2006）。科學工業園區開發工程分標原則之研究。國立交通大學工學院碩士在職專班營建技術與管理學程碩士論文，新竹市。取自 <https://hdl.handle.net/11296/vkr7rg>

江至洲（2018）。台灣臨終文化變遷探討—世代差異之比較。南華大學生死學系碩士班碩士論文，嘉義縣。取自 <https://hdl.handle.net/11296/c3sn7j>

邱福星（2002）。供應鏈管理下電子產業鉍錫供應商評選之研究。國立臺北科技大學生產系統工程與管理研究所碩士論文，台北市。取自 <https://hdl.handle.net/11296/aa3t9w>

施慧敏（2013）。生前契約消費價值、態度與再購意願關聯性之研究-以龍巖集團為例。國立暨南國際大學管理學院經營管理碩士學位學程碩士在職專班碩士論文，南投縣。取自 <https://hdl.handle.net/11296/r8ksfd>

洪美新（2017）。驟然喪親遺族治喪歷程的喪慟經驗之探究。南華大學生死學系碩士班碩士論文，嘉義縣。取自 <https://hdl.handle.net/11296/5zu38s>

胡詩英（2011）。生前殯葬服務契約之研究-以自用型契約之監督機制為中心。國立政治大學法律學研究所碩士論文，台北市。取自 <https://hdl.handle.net/11296/28zn8f>

- 孫鎮寰 (2003)。從消費者權益保護觀點對生前契約之研究。國立中山大學公共事務管理研究所碩士論文，高雄市。取自 <https://hdl.handle.net/11296/2m87vq>
- 徐福全 (1984)。臺灣民間傳統喪葬儀節研究。國立臺灣師範大學中國文學研究所博士論文，台北市。取自 <https://hdl.handle.net/11296/5hzqvd>
- 許景雅 (2017)。應用品質機能展開於生前契約消費價值之研究。台南應用科技大學國際企業經營系碩士班碩士論文，台南市。取自 <https://hdl.handle.net/11296/ck5wsn>
- 陳繼成 (2003)。台灣現代殯葬禮儀師角色之研究。南華大學生死學研究所碩士論文，嘉義縣。取自 <https://hdl.handle.net/11296/7px2cp>
- 陳慧玟 (2018)。運用德爾菲法探討連鎖文理補習班員工組織承諾因素之研究。正修科技大學經營管理研究所碩士論文，高雄市。取自 <https://hdl.handle.net/11296/b8r36c>
- 陳宗煜 (2018)。企業社會責任、產品信任對生前契約購買意願影響之探討—以涉入程度為干擾變項。遠東科技大學行銷與流通管理系碩士班碩士論文，台南市。取自 <https://hdl.handle.net/11296/qhh5qm>
- 傅聖儒 (2009)。殯葬服務業服務品質與滿意度之研究-以 G 集團為例。中華大學經營管理研究所碩士論文，新竹市。取自 <https://hdl.handle.net/11296/s52shn>
- 黃昭燕 (2002)。國內生前契約研究—從殯葬業者與消費者行為談起。南華大學生死學研究所碩士論文，嘉義縣。取自 <https://hdl.handle.net/11296/jtjax5>
- 黃佩鈴 (2014)。自我建構對生前契約廣告之說服效果：以調節焦點與訊息框架為干擾變數。國立中興大學高階經理人碩士在職專班碩士論文，台中市。取自 <https://hdl.handle.net/11296/gqy6ag>
- 劉光軒 (2014)。台灣殯葬儀式之時空演變。中國文化大學地學研究所地理組碩士論文，台北市。取自 <https://hdl.handle.net/11296/679u72>
- 蔡忻容 (2013)。影響消費者生前契約購買意圖之相關因素探討。國立東華大學管理學院高階經營管理碩士在職專班碩士論文，花蓮縣。取自 <https://hdl.handle.net/11296/cnxqng>

談欽彰 (2013)。現行喪禮服務之研究-以台中生命禮儀管理所為例。玄奘大學宗教學系碩士班碩士論文，新竹市。 取自 <https://hdl.handle.net/11296/42t7ww>

談靜柔 (2020)。生前契約對傳統殯葬業之衝擊。僑光科技大學企業管理研究所碩士論文，台中市。 取自 <https://hdl.handle.net/11296/6buw9p>。

(四) 研究報告、計畫

行政院主計處 (2011)。中華民國行業標準分類。中華民國 100 年 3 月。

楊國柱、王枝燦與李慧仁 (2017)。我國殯葬消費行為調查研究。內政部委託研究報告 (編號：PG10603-0017)。台北。

鄭振源 (1997)。國防科研計畫評選之研究。國科會專題研究計畫 (編號：NSC86-2623-D211-001)。台北：華梵大學。

(五) 法條

消費者保護法 (2015 年 6 月 17 日)。

殯葬管理條例 (2017 年 6 月 14 日)。

二、外文文獻

Cronbach, L. J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. *Psychometrika*, 16, 297-334

DeVellis, R. F.(1991).Scale development: Theory and applications.Newbury Park, CA:Sage Publications.

Dalkey (1969) .*The Delphi Method: An experimental study of group opinion*. Santa Monica:The Rand Corporation.

Fiore, Nicholas J.(1988) .*IRS Explains “Funeral Trusts”* , The Tax Adviser,Vol.19, pp.79-81.

Murry,J.W.,Hammons,J.O.(1995).Delphi: A Versatile Methodology for

- Conducting Qualitative Research. *Review of Higher Education*, 18 (4), 423-436.
- Nunnally, J.C., (1978), *Psychometric Theory*, New York: McGraw-Hill.
- Saaty, Thomas L.; Peniwati, Kirti (1980). *Group Decision Making: Drawing out and Reconciling Differences*. Pittsburgh, Pennsylvania: RWS Publications. ISBN 978-1-888603-08-8.]
- Stalter, William R. (2001). Preneed Funeral Trusts : A Tax Primer, *ABA BankCompliance*, Vol.22, pp.36-42
- 北川慶子 (2001)。高齢期最後の生活課題と葬送の生前契約。佐賀大学文化教育学術論文集。
- 碑谷文創 (1993)。葬儀概論，表現社。
- Blackwell, R. D., Miniard, P. W. & Engel, J. F. (2001). *Consumer Behavior*, 9th ed., Harcourt Asia Pte Ltd.
- George, D. & Mallery P. (2003). *SPSS for Windows step by step: A simple guide and reference*. 11.0 update (4th ed.). Boston: Allyn & Bacon.
- Holden, M. C., & Wedman, J. F. (1993). Future issues of computer-mediated communication: The results of a Delphi study. *Educational technology research and development*, 41(4), 5-24.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. & Berry, L. L. (1991). Refinement and Reassessment of the SERVQUAL Scale. *Journal of Retailing*, 67(4), 420-450.
- Saaty, T.L. & K.P. Kearns. (1985), *Analytical Planning*, New York: Pregrmon Press Inc.
- Zeithaml, V. A. & Bitner, M. J. (1996). *Service Marketing*. New York: McGraw-Hill.
- Delbecq, A. L., Van de Ven, A. H., & Gustafson, D. H. (1975). *Group techniques for program planning: A guide to nominal group and Delphi*

Processes. Chicago, NJ: Scott. Foresman and Company.

三、網站資料

內政部全國殯葬資訊入口網 (2017)。避免殯葬商品消費糾紛 內政部提醒民眾勿抱投資心態、慎選合法業者(網頁更新至 2017-09-11)。取自：

<https://mort.moi.gov.tw/frontsite/cms/newsAction.do?method=viewContentDetail&iscancel=true&contentId=MzE0MQ==>

內政部全國殯葬資訊入口網 (2021)。生前殯葬服務契約業者名單.doc (網頁最後更新日期: 2021-05-31)。取自：

<https://mort.moi.gov.tw/frontsite/search/companyPublishAction.do?method=viewCompanyList&isPublish=true&siteId=MTax&subMenuId=403>

中華民國信託業商業同業公會(2020)。民國 109 年第四季信託業務統計。(網頁截至日期 2020-12-31)。取自：<https://www.trust.org.tw/tw/info/related-statistics/0>

行政院(2014)。生前殯葬服務定型化契約範本(家用型)。(網頁更新至 2014-08-14)。取自：

<https://www.ey.gov.tw/Page/AABD2F12D8A6D561/528797ea-893b-4e9c-942a-9f592f0faa5a>

行政院(2014)。生前殯葬服務定型化契約範本(自用品)。(網頁更新至

2014-08-14)。取自：<https://www.ey.gov.tw/Page/AABD2F12D8A6D561/01067f00-f3f2-4577-9f7a-c76b24556538>

行政院(2014)。定型化契約應記載及不得記載事項。(網頁搜尋日期：2021-07-19)。

取自：<https://www.ey.gov.tw/Page/2285E9A14973DE75?page=1&Cate=2fbe4acf-94cf-4cb9-b2cb-2f76adeafa98&M=S>

教育部重編國語辭典修訂本入口網(2015)。準則名詞解釋。(網頁搜尋日期：2021-03-01)。取自：<http://dict.revised.moe.edu.tw/cbdic/>

詹森林(2020)。什麼是定型化契約？定型化契約的內容一律有效嗎？(網頁更新至：2020-05-20)。取自：[https://www.legis-pedia.com/article/consumers-loan-](https://www.legis-pedia.com/article/consumers-loan-contract/77?highlight=%E7%94%9F%E5%89%8D%E5%A5%91%E7%B4%84)

[contract/77?highlight=%E7%94%9F%E5%89%8D%E5%A5%91%E7%B4%84](https://www.legis-pedia.com/article/consumers-loan-contract/77?highlight=%E7%94%9F%E5%89%8D%E5%A5%91%E7%B4%84)

潘佳苡(2019)。定型化契約。(網頁搜尋日期：2021-07-17)。取自：

<https://www.legis-pedia.com/dictionary/209>

聯合報(2016)。生前契約爭議多 消保處幫你把關。記者魏葭伊，台北報導。(網頁搜尋日期：2021-07-15)取自：

https://hyint.nhu.edu.tw:3699/ndapp/Story?no=37&page=2&udnbid=udndata&SearchString=pc2rZau0rPkrpOm0wT49MjAxNTA3MjYrOm0wTw9MjAyMTA3MTkrs%2FInTz3BcKZYs%2Fh8uGfA2aTps%2Fh8wXCmWLFhs%2Fh8VXBhcGVy&sharepage=20&select=1&kind=2&article_date=2016-11-18&news_id=8568568

羅凱揚、蘇宇暉 (2018)。基本資料類型—初級資料與二級資料。(網頁更新至：

2018-04-06)。取自：<https://medium.com/marketingdatascience/淺談資料類型-初級料與次級資料-1699e329898>

附錄一 第一回修正式德菲法問卷

「生前契約服務流程關鍵因素評估準則」調查問卷

各位親愛的專家、學者您好：

這是一份學術研究的調查問卷，主要目的是想瞭解您對生前契約商品的看法，藉此探討消費者對於生前契約的期望與實際認知，做為生前契約商品改善的參考，以利維護國人的生死尊嚴。本問卷純屬學術研究之用，不作其他用途，誠摯邀請您撥冗填寫。謝謝您！

最後，衷心的感謝您的熱心支持及參與，敬祝您：

健康愉快 萬事如意

南華大學生死學系研究所

指導教授：李慧仁教授

研究生：莊婷尹

敬上

第一部份 個人基本資料

1. 生理性別：男 女
2. 年齡：21~30 歲 31~40 歲 41~50 歲 51~60 歲 61~70 歲 71 歲以上
3. 職業：學生 軍公教 工 商 自由業 服務業 其他
4. 教育程度：國小/國中 高中/職 專科 大學 研究所(含)以上
5. 目前就職單位職稱：_____
6. 殯葬專業具備 10 年以上經驗的領域(可複選)：
教學 學術研究 禮儀服務 教育訓練 生前契約商品規劃
生前契約商品行銷 行政管理 其他_____

第二部份 生前契約商品內容項目重要程度調查

就您的看法，所謂服務品質優良值得消費者購買的生前契約商品，是否應具備下列所述的因素？請針對下列每一問項敘述，表示您認同的重要程度。

以下是影響消費者選擇購買生前契約的考量因素，若您認為該因素對購買優異的生前契約商品而言是非常重要的，請您勾選非常重要；若您認為該因素對購買生前契約商品而言是無關的，請您勾選非常不重要；若您認為該因素的同意程度在以上兩者之間，請您勾選適當的同意程度。請您精準地表示您的同意程度，因為這對研究的分析將造成很大的影響。若有不足的部分亦可於意見欄內給予增減之意見。

一、請就下列「購買前」的考量因素，對選擇生前契約之影響程度，依重要性在適當的方格打勾。	非常不重要	不重要	普通	重要	非常重要
1.價格					
2.經營理念					
3.品牌					
4.履約保證(包含信託業者、公司資本額)					
5.付款方式					
6.行銷通路(可透過多傳銷公司、銀髮族關懷博覽會等取得購買資訊)					
7.販售公司本身擁有私人會館					
8.提供塔位販售之服務					
9.服務營業地點					
10.政府評鑑優良的商家					
<p>綜合意見欄</p> <p>請您寫下其它未列在上欄，但是對消費者來說在「購買前」必須考量的重要因素：</p> <p><input type="checkbox"/>無，以上已包含。</p> <p><input type="checkbox"/>有，羅列如下：</p>					

二、請就下列「臨終諮詢」的服務內容，對購買生前契約之影響程度，依重要性在適當的方格打勾。	非常不重要	不重要	普通	重要	非常重要
1.設立二十四小時臨終禮儀諮詢專線					
2.專業禮儀人員親訪現況說明					
3.提供代辦死亡證明之服務					
4.提供稅務法律諮詢之服務					
5.提供生前殯儀服務契約實施程序與分工表					
<p>綜合意見欄</p> <p>請您寫下其它未列在上欄，但是對消費者來說，就「臨終諮詢」的服務內容必須考量的重要因素：</p> <p><input type="checkbox"/>無，以上已包含。</p> <p><input type="checkbox"/>有，羅列如下：</p>					
三、請就下列「遺體接運」的服務內容，對購買生前契約之影響程度，依重要性在適當的方格打勾。	非常不重要	不重要	普通	重要	非常重要
1.接體車的接送距離					
2.接體服務人員(一般禮儀人員或禮儀師)					
3.協助家屬初終禮儀各項事宜與代辦遺體安置、冰存之服務人員(一般禮儀人員或禮儀師)					
4.提供念佛機					
<p>綜合意見欄</p> <p>請您寫下其它未列在上欄，但是對消費者來說，就「遺體接運」的服務內容必須考量的重要因素：</p> <p><input type="checkbox"/>無，以上已包含。</p> <p><input type="checkbox"/>有，羅列如下：</p>					

四、請就下列「安靈服務」的服務內容，對購買生前契約之影響程度，依重要性在適當的方格打勾。	非常不重要	不重要	普通	重要	非常重要
1.靈位布置(自宅)的樣式					
2.豎靈用品的內容					
3.安靈儀式的引導人員					
4.說明指導居喪期間應注意事項與奠拜及親友憑弔流程之服務人員(一般禮儀人員或禮儀師)					
<p>綜合意見欄</p> <p>請您寫下其它未列在上欄，但是對消費者來說，就「安靈服務」的服務內容必須考量的重要因素：</p> <p><input type="checkbox"/>無，以上已包含。</p> <p><input type="checkbox"/>有，羅列如下：</p>					
五、請就下列「治喪協調」的服務內容，對購買生前契約之影響程度，依重要性在適當的方格打勾。	非常不重要	不重要	普通	重要	非常重要
1.提供禮儀諮詢之服務人員(一般禮儀人員或禮儀師)					
2.擇日、祭文與治喪規劃書撰寫之服務人員(一般禮儀人員或禮儀師)					
3.提供作七法事之服務					
4.提供並教導孝誌配戴					
5.訃聞印製					
<p>綜合意見欄</p> <p>請您寫下其它未列在上欄，但是對消費者來說，就「治喪協調」的服務內容必須考量的重要因素：</p> <p><input type="checkbox"/>無，以上已包含。</p> <p><input type="checkbox"/>有，羅列如下：</p>					

六、請就下列「奠禮場地準備」的服務內容，對購買生前契約之影響程度，依重要性在適當的方格打勾。	非常不重要	不重要	普通	重要	非常重要
1.場地的租借(可提供的布置規格)					
2.花山尺寸					
3.布幔規格					
4.回禮用品的內容					
5.花牌、鮮花布置					
6.外牌布置					
7.提供觀禮座椅					
8.特別提供之服務項目(例如：免費提供輓聯、供佛用品、淨水造景布置)					
<p>綜合意見欄</p> <p>請您寫下其它未列在上欄，但是對消費者來說，就「奠禮場地準備」的服務內容必須考量的重要因素：</p> <p><input type="checkbox"/>無，以上已包含。</p> <p><input type="checkbox"/>有，羅列如下：</p>					
七、請就下列「入殮移柩」的服務內容，對購買生前契約之影響程度，依重要性在適當的方格打勾。	非常不重要	不重要	普通	重要	非常重要
1.棺內用品的內容					
2.祭品的內容					
3.入殮封口之服務內容					
4.遺體清洗、著裝、化妝之服務人員					
5.提供入殮法事之服務					
<p>綜合意見欄</p> <p>請您寫下其它未列在上欄，但是對消費者來說，就「入殮移柩」的服務內容必須考量的重要因素：</p> <p><input type="checkbox"/>無，以上已包含。</p> <p><input type="checkbox"/>有，羅列如下：(請翻至下一頁填寫)</p>					

八、請就下列「奠禮儀式」的服務內容，對購買生前契約之影響程度，依重要性在適當的方格打勾。	非常不重要	不重要	普通	重要	非常重要
1.司儀之專業度					
2.襄儀之專業度					
3.誦經人員數(含法師或一般法事人員)					
4.樂師人數規格					
<p>綜合意見欄</p> <p>請您寫下其它未列在上欄，但是對消費者來說，就「奠禮儀式」的服務內容必須考量的重要因素：</p> <p><input type="checkbox"/>無，以上已包含。</p> <p><input type="checkbox"/>有，羅列如下：</p>					
九、請就下列「發引」的服務內容，對購買生前契約之影響程度，依重要性在適當的方格打勾。	非常不重要	不重要	普通	重要	非常重要
1.移靈扶棺人員數					
2.靈車規格					
3.引導發引隊伍至火化場之服務人員					
4.靈車接送距離					
<p>綜合意見欄</p> <p>請您寫下其它未列在上欄，但是對消費者來說，就「發引」的服務內容必須考量的重要因素：</p> <p><input type="checkbox"/>無，以上已包含。</p> <p><input type="checkbox"/>有，羅列如下：</p>					

十、請就下列「火化封罐」的服務內容，對購買生前契約之影響程度，依重要性在適當的方格打勾。	非常不重要	不重要	普通	重要	非常重要
1.骨灰罐材質與樣式					
2.引導火化前的祭拜與除服儀式之人員					
3.撿骨封罐儀式之服務人員					
4.提供返主除靈之服務					
<p>綜合意見欄</p> <p>請您寫下其它未列在上欄，但是對消費者來說，就「火化封罐」的服務內容必須考量的重要因素：</p> <p><input type="checkbox"/>無，以上已包含。</p> <p><input type="checkbox"/>有，羅列如下：</p>					
十一、請就下列「遺體安葬」的服務內容，對購買生前契約之影響程度，依重要性在適當的方格打勾。	非常不重要	不重要	普通	重要	非常重要
1.提供護送骨灰至指定安葬地點之專車					
2.安葬祭品的內容					
3.協助安葬流程之服務人員					
<p>綜合意見欄</p> <p>請您寫下其它未列在上欄，但是對消費者來說，就「遺體安葬」的服務內容必須考量的重要因素：</p> <p><input type="checkbox"/>無，以上已包含。</p> <p><input type="checkbox"/>有，羅列如下：</p>					

十二、請就下列「後續關懷」的服務內容，對購買生前契約之影響程度，依重要性在適當的方格打勾。	非常不重要	不重要	普通	重要	非常重要
1.百日、對年提醒					
2.提供百日、對年、三年、合爐及四時祭享等相關資訊免費諮詢服務					
3.後續關懷的方式					
<p>綜合意見欄</p> <p>請您寫下其它未列在上欄，但是對消費者來說，就「後續關懷」的服務內容必須考量的重要因素：</p> <p><input type="checkbox"/>無，以上已包含。</p> <p><input type="checkbox"/>有，羅列如下：</p>					

(問卷結束)

附錄二 第二回修正式德菲法問卷

第二回「生前契約服務流程關鍵因素評估準則」調查問卷

各位敬愛的專家、學者您好：

首先非常感謝各位先進日前針對本研究第一回的德菲研究法問卷提供許多的寶貴意見，末學已將其分析、彙整並納入制定如下的第二回合問卷。

第二回合問卷主要是希望各位專家學者根據第一回合問卷彙整的分析結果，依據其他專家學者給出之意見作為參考，再進行第二次的專家評估，重新給予評分作為專家值，協助後學分析出關鍵的評估準則。再次誠摯邀請您撥冗填答，本問卷純屬學術研究之用，不作其他用途，敬請您安心填答，謝謝您！

最後，衷心感謝您的熱心支持與協助，敬祝您：

健康愉快 諸事如意

南華大學生死學系研究所

指導教授：李慧仁 博士

研究學生：莊婷尹 敬上

壹、問卷填答說明：請各位專家學者們閱讀以下填答說明後，再進行問卷填寫。

一、平均數：代表第一回合問卷中所有專家學者對各項目重要性程度的平均值，數值越大代表重要性越高，數值越小代表重要性越低。

二、標準差：全體專家學者對於各項目重要性看法的離散程度，標準差越大表示專家學者對重要性的看法較不一致，數值越小表示重要性的看法越集中。

三、本問卷分為十二項服務流程階段，請依您的意見判定各服務流程內的評估因子其重要性程度，請將您寶貴的意見填入「專家值」的欄位中。本問卷採用李克特五等量表(Likert-type)方式，依等級區分為 1 分至 5 分表示「非常不重要」、「不重要」、「普通」、「重要」、「非常重要」等五個選項作為評分方式。

四、範例說明：

請各位專家學者細讀各服務流程中的評估因子後，依第一回合問卷結果的平均數與標準差，作為參考依據再次給予評分，可保持原意或參考其他專家的意見分析結果，對於消費者選擇購買生前契約之影響程度重新給予分數，評分方法以 1 分至 5 分表示「非常不重要」、「不重要」、「普通」、「重要」、「非常重要」等五個選項作為評分方式，請在「專家值」的欄位內填寫您所給予之分數(1~5 分)。若有需修正之處可於其他建議欄內填寫增減之意見。

EX：如果您覺得「使用者的履約經驗」是影響消費者在「購前簽約」階段，視為必需考慮的重要因素，請您依重要程度在「專家值」欄位內填寫分數，如果影響程度是「重要」的，請填寫 4 作為評分分數。

評估因子	平均數	標準差	專家值
價格	4.133	0.884	4
經營理念	4.133	0.718	5
*****	-	-	4
使用者的履約經驗	-	-	4

貳、問卷內容：

一、「購前簽約」階段

評估因子	平均數	標準差	專家值
價格	4.133	0.884	
經營理念	4.133	0.718	
品牌	3.867	0.618	
履約保證(包含信託業者、公司資本額)	4.400	0.712	
付款方式(例：可分期數付款、信用卡、行動支付等)	3.667	0.943	
使用者的履約經驗	-	-	
使用者的口碑推薦	-	-	
顧客滿意度(例：使用者的意見回饋)	-	-	
銷售者的可信度	-	-	
網路評價	-	-	
服務品質	-	-	
販售人員的服務態度	-	-	
禮儀人員給顧客的信任感(例：第一時間取得家屬信任)	-	-	
人員重要性的條件(例：重視對顧客的承諾、給予及時性的服務、達到服務品質水準、服務概況)	-	-	
依宗教別區分契約服務內容	-	-	
在總價款不變之下，履約中可依家屬需求等價更換服務內容	-	-	
契約條文符合政府公告應記載，不應記載事項	-	-	
依法定預立遺囑，調整契約服務內容，使其符合需求	-	-	

二、「臨終諮詢」階段

評估因子	平均數	標準差	專家值
設立二十四小時臨終禮儀諮詢專線	4.400	0.712	
專業禮儀人員親訪現況說明	4.467	0.618	
提供代辦死亡證明之服務	3.533	0.884	
提供生前殯儀服務契約實施程序與分工表	3.800	1.046	
禮儀服務單位的回應效率	-	-	
禮儀人員的服務態度	-	-	
依家屬需求給予可靠的服務	-	-	
提供商品的更換使用(例：棺木可換花山布置)	-	-	
提供契約的轉讓使用(原消費者可將契約商品轉換給他人履約使用)	-	-	
提供臨終關懷的具體服務	-	-	
依據宗教儀式別協助提前規劃	-	-	

三、「遺體接運」階段

評估因子	平均數	標準差	專家值
接體車的接送距離	3.867	0.718	
接體服務人員	4.333	0.596	
協助家屬初終禮儀各項事宜與代辦遺體安置、冰存之服務人員	4.267	0.772	
接體人員能有安撫家屬情緒的訓練，使家屬免除恐懼	-	-	
接體人員能判斷並因應不同死因，協助家屬處理特殊情形(即非自然死亡)之事宜(例：通報警察機關)	-	-	
提供初終禮俗的提醒說明和指導進行	-	-	
提供醫院太平間手續的協助辦理	-	-	
相關申報(戶政、社保申請)的提醒	-	-	
遺體安置場所的介紹	-	-	
服務人員或公司能派車接送家屬	-	-	
遺體接運切結書的確實簽署與確認	-	-	

四、「安靈服務」階段

評估因子	平均數	標準差	專家值
靈位布置(自宅)的樣式	4.200	0.748	
豎靈用品的內容	3.733	0.680	
安靈儀式的引導人員	4.267	0.680	
說明指導居喪期間應注意事項與奠拜及親友弔唁流程之服務人員	4.533	0.618	
安靈的意義說明	-	-	
安靈地點的專業建議	-	-	
停殯期間的禮俗禁忌與因應提醒	-	-	

五、「治喪協調」階段

評估因子	平均數	標準差	專家值
提供禮儀諮詢之服務人員	4.333	0.699	
擇日、祭文與治喪規劃書撰寫之服務人員	4.267	0.772	
提供作七法事之服務	4.067	0.680	
提供並教導孝誌配戴	3.933	0.854	
訃聞印製	4.000	0.894	
協助訃聞撰稿和訃告刊登	-	-	
依宗教別進行治喪流程規劃	-	-	
協助家屬選擇決定告別奠禮的日期、時間	-	-	
協助「故人生平介紹」之撰寫	-	-	
主動提供不同形式與費用的治喪內容供客戶選擇	-	-	
個性化儀式流程規劃與準備	-	-	
回禮品的提早規劃與準備	-	-	
主動說明禮儀習俗，法事安排建議及因應的相關物品	-	-	

六、「奠禮場地準備」階段

評估因子	平均數	標準差	專家值
場地的租借(含場地可布置規格說明)	4.400	0.712	
花山尺寸和款式	4.000	0.516	
布幔規格	3.733	0.772	
回禮用品的內容(一般通用用品如毛巾)	3.667	0.699	
花牌、鮮花布置	4.000	0.632	
外牌布置	3.933	0.772	
提供觀禮座椅	4.000	0.632	
奠禮會場動線與告別儀式流程規劃	-	-	
行禮弔唁的動線規劃	-	-	
司儀主持大綱	-	-	
提醒客戶事先安排簽到與收賻處人員	-	-	
樂隊位置的規劃安排	-	-	
依宗教別的目的的規劃布置	-	-	
因應地方風俗調整規劃	-	-	
交通安全的考量規劃	-	-	

七、「入殮移柩」階段

評估因子	平均數	標準差	專家值
棺內用品的內容	4.067	0.854	
祭品的內容	3.867	0.806	
入殮封棺之服務內容	4.133	0.806	
遺體清洗、著裝、化妝之服務人員	4.333	0.699	
提供入殮法事之服務	4.067	0.573	
提供壽衣的選擇	-	-	
能向家屬說明辭生、放手尾之流程	-	-	
會提醒家屬應參與的儀式(例：遺體淨身、化妝、辭生、放手尾)	-	-	

八、「奠禮儀式」階段

評估因子	平均數	標準差	專家值
司儀之專業度	4.400	0.712	
襄儀之專業度	4.067	0.772	
誦經人員數	3.867	0.618	
陣頭的介紹與代叫服務	-	-	
禮儀師的專業度	-	-	
禮儀師、司儀與襄儀的團隊合作	-	-	
誦經人員的身分別(例：在家修或出家師父)	-	-	
司儀能提前與家屬溝通「生平事略」及「哀奠文」	-	-	
司儀的時間與吉時的掌控	-	-	

九、「發引」階段

評估因子	平均數	標準差	專家值
移靈扶棺人員數	3.867	0.618	
靈車規格	4.133	0.618	
引導發引隊伍至火化場之服務人員	3.933	0.854	
靈車接送里程	4.067	0.772	
靈車可放置亡者遺像	-	-	
出殯車輛及人員的安排	-	-	
家屬的交通安排	-	-	
前導車(例：佛祖車或重型機車)	-	-	

十、「火化封罐」階段

評估因子	平均數	標準差	專家值
骨灰罐材質與樣式	4.333	0.789	
引導火化前的祭拜與除服儀式之人員	4.000	0.632	
撿骨封罐儀式之服務人員	3.800	0.833	
提供返主除靈之服務	4.133	0.618	
骨甕銘文或塔位碑文字稿的校對提醒	-	-	

十一、「遺體安葬」階段

評估因子	平均數	標準差	專家值
提供護送骨灰至指定安葬地點之專車	4.000	0.730	
安葬祭品的內容	3.600	0.712	
協助安葬流程之服務人員	4.000	0.730	
安葬場所的規範與服務說明	-	-	
地理風水師的推薦安排	-	-	

十二、「後續關懷」階段

評估因子	平均數	標準差	專家值
百日、對年提醒	4.467	0.618	
提供百日、對年、合爐等等的免費諮詢服務	4.333	0.699	
後續關懷的方式(例：寄送關懷卡、慰問卡)	4.067	0.680	
告知對年內祭拜的時間與方式	-	-	
百日、對年之祭品代辦	-	-	
宗教法事人員聯繫安排	-	-	

參、其他建議：

附錄三 層級分析法問卷

第三回「生前契約服務流程關鍵因素評估準則」調查問卷

各位敬愛的專家、學者您好：

非常感謝各位先進日前給予本研究兩次問卷提供許多寶貴的意見，使得本研究建構之內容順利進行，今再懇請支持本研究最後一輪問卷調查，後學在此致上十二萬分的感謝之意。

第三回合問卷乃是根據前兩回德菲研究法問卷的分析結果所編制而成，經由文獻資料收集與各位前輩們的指教，彙整出五項範疇與十二項服務流程指標，本次調查目的是在這五項範疇與十二項指標中探討細部評估因子之間的權重關係，故採用層級分析法(AHP)來計算五項範疇、十二項指標與多項細部評估因子之權重分析，敬請各位敬愛的專家、學者提供您寶貴的意見，以做為各項評估指標重要性排序之參考依據。本問卷純屬學術研究之用，不作其他用途，敬請您安心填答，謝謝您!

最後，衷心敬祝您：

健康愉快 諸事如意

南華大學生死學系研究所

指導教授：李慧仁 博士

研究學生：莊婷尹 敬上

壹、問卷填答說明：請諸位專家學者們閱讀以下填答說明後，再進行問卷填寫。

一、本次問卷將分為三個階段：

第一階段為填寫五項評估範疇之重要性比對。

第二階段為填寫各範疇中評估指標之重要性比對。

第三階段為填寫各指標細項評估因子之重要性選擇。

請依照以下本研究之生前契約服務流程評估因子，依第一與第二階中的評估項目進行兩兩比對，參考層級分析因素評估準則尺度表作評判，以作為相互評估項目之間的權重比例。第三階段則是給予各項評估指標中的評估因子重要性分數。

本研究之生前契約服務流程評估因子

範疇	緣	殮	殯	葬	續							
評估指標	購前簽約	臨終諮詢	遺體接運	入殮移柩	安靈服務	治喪協調	奠禮場地準備	奠禮儀式	發引	火化封罐	遺體安葬	後續關懷
評估因子	★價格 ★履約保證 ★顧客滿意度 ★銷售者的可信度 ★服務品質 ★依宗教區別服務內容	★24小時臨終諮詢服務 ★專業人員親訪現況說明 ★禮儀服務單位回應效率 ★禮儀人員服務態度 ★依家屬需求給予可靠的服務 ★提供臨終關懷的具體服務 ★依據宗教儀式別協助提前規劃	★接體服務人員 ★協助與代辦初終事宜 ★接體人員具安撫家屬情緒之能力 ★接體人員能因應狀況判斷並協助特殊情況之事宜 ★初終禮儀的提醒與指導	★入殮封棺之服務內容 ★遺體洗身穿衣化妝之服務人員 ★主動提醒家屬應參與的儀式	★安靈儀式的引導人員 ★說明與指導居喪期間重要事宜 ★停殯期間禮俗禁忌與因應的提醒	★提供禮儀諮詢之服務人員 ★殯葬文書撰寫人員 ★提供作七法事之服務 ★提供並教導孝誌配戴 ★協助訃聞撰稿和訃告刊登 ★依宗教別進行治喪流程規劃 ★協助家屬選擇決定告別奠禮的日期、時間	★場地租借 ★奠禮動線與告別式流程規劃 ★依宗教別規劃布置 ★因應地方風俗調整規劃 ★交通安全的考量規劃	★司儀之專業度 ★禮儀師的專業度 ★禮儀師、司儀與襄儀的團隊合作 ★司儀的時間與吉時的掌控	★引導發引隊伍至火化場之服務人員 ★家屬交通車安排	★骨灰罐材質樣式 ★骨罐(甕)或塔位字稿的校對提醒	★護送骨灰至指定安葬地點之專車 ★協助安葬流程之服務人員	★百日、對年提醒 ★提供百日、對年、合爐等免費諮詢服

層級分析因素評估準則尺度表

尺度	重要程度	重要比重說明
1	同等重要	成偶比對之兩因素具有同等重要性。
3	稍微重要	認定成偶比對的指標一稍微重要。
5	頗為重要	強烈傾向認定成偶比對的指標之一較重要。
7	極為重要	實例或證據顯示舉出，非常強烈認定成偶比對的指標之一及為重要
9	絕對重要	有足夠證據肯定成偶比對的指標之一有絕對的重要性。
2.4.6.8	中間值	需要折衷值時。

貳、填答範例

一、第一階段生前契約五項評估範疇之重要性比對

請依照您認為的相對重要性，依層級分析因素評估準則尺度表來做評判，並請在□中打✓

範例 1：

當您在眾多影響消費者購買生前契約的考慮因素當中，以服務流程之範疇「緣」和「殮」兩因素讓您做比較，假設您認為「緣」之重要程度比「殮」極為重要，則請您在左邊極為重要「7:1」那欄打✓

評估範疇	左邊重要性 > 右邊重要性					右邊重要性 > 左邊重要性				評估範疇
	絕 對 重 要	極 為 重 要	頗 為 重 要	稍 微 重 要	同 等 重 要	稍 微 重 要	頗 為 重 要	極 為 重 要	絕 對 重 要	
	9:1	7:1	5:1	3:1	1:1	1:3	1:5	1:7	1:9	
緣		✓								殮

範例 2：

當您在眾多影響消費者購買生前契約的考慮因素當中，以服務流程之範疇「緣」和「殯」兩因素讓您做比較，假設您認為「緣」之重要程度與「殯」同等重要，則請您在中間同等重要「1:1」那欄打✓

評估範疇	左邊重要性 > 右邊重要性				右邊重要性 > 左邊重要性					評估範疇
	絕 對 重 要	極 為 重 要	頗 為 重 要	稍 微 重 要	同 等 重 要	稍 微 重 要	頗 為 重 要	極 為 重 要	絕 對 重 要	
	9:1	7:1	5:1	3:1	1:1	1:3	1:5	1:7	1:9	
緣					✓					殯

範例 3：

當您在眾多影響消費者購買生前契約的考慮因素當中，以服務流程之範疇「殮」和「殯」兩因素讓您做比較，假設您認為「殯」之重要程度比「殮」稍微重要，則請您在右邊稍微重要「1:3」那欄打✓

評估範疇	左邊重要性 > 右邊重要性				右邊重要性 > 左邊重要性					評估範疇
	絕 對 重 要	極 為 重 要	頗 為 重 要	稍 微 重 要	同 等 重 要	稍 微 重 要	頗 為 重 要	極 為 重 要	絕 對 重 要	
	9:1	7:1	5:1	3:1	1:1	1:3	1:5	1:7	1:9	
殮						✓				殯

參、問卷內容

一、第一階段生前契約五項評估範疇之重要性比對

請依照您認為的相對重要性，依層級分析因素評估準則尺度表來做評判，並請在□中打✓

評估範疇	左邊重要性 > 右邊重要性				右邊重要性 > 左邊重要性					評估範疇
	絕對重要	極為重要	頗為重要	稍微重要	同等重要	稍微重要	頗為重要	極為重要	絕對重要	
	9:1	7:1	5:1	3:1	1:1	1:3	1:5	1:7	1:9	
緣										殮
緣										殯
緣										葬
緣										續
殮										殯
殮										葬
殮										續
殯										葬
殯										續
葬										續

二、第二階段生前契約各範疇中評估指標之重要性比對。

請依照您認為的相對重要性，依層級分析因素評估準則尺度表來做評判，並請在□中打√

1.生前契約之「緣」範疇中的評估指標：「購前簽約」與「臨終諮詢」

評估指標	左邊重要性 > 右邊重要性				右邊重要性 > 左邊重要性					評估指標
	絕 對 重 要	極 為 重 要	頗 為 重 要	稍 微 重 要	同 等 重 要	稍 微 重 要	頗 為 重 要	極 為 重 要	絕 對 重 要	
	9:1	7:1	5:1	3:1	1:1	1:3	1:5	1:7	1:9	
購前簽約										臨終諮詢

2. 生前契約之「殮」範疇中的評估指標：「遺體接運」與「入殮移柩」

評估指標	左邊重要性 > 右邊重要性				右邊重要性 > 左邊重要性					評估指標
	絕 對 重 要	極 為 重 要	頗 為 重 要	稍 微 重 要	同 等 重 要	稍 微 重 要	頗 為 重 要	極 為 重 要	絕 對 重 要	
	9:1	7:1	5:1	3:1	1:1	1:3	1:5	1:7	1:9	
遺體接運										入殮移柩

3. 生前契約之「殯」範疇中的評估指標：「安靈服務」、「治喪協調」、「奠禮場地準備」、「奠禮儀式」。

評估指標	左邊重要性 > 右邊重要性				右邊重要性 > 左邊重要性					評估指標
	絕對重要	極為重要	頗為重要	稍微重要	同等重要	稍微重要	頗為重要	極為重要	絕對重要	
	9:1	7:1	5:1	3:1	1:1	1:3	1:5	1:7	1:9	
安靈服務										治喪協調
安靈服務										奠禮場地準備
安靈服務										奠禮儀式
治喪協調										奠禮場地準備
治喪協調										奠禮儀式
奠禮場地準備										奠禮儀式

4. 生前契約之「葬」範疇中的評估指標：「發引」、「火化封罐」、「遺體安葬」。

評估指標	左邊重要性 > 右邊重要性				右邊重要性 > 左邊重要性					評估指標
	絕對重要	極為重要	頗為重要	稍微重要	同等重要	稍微重要	頗為重要	極為重要	絕對重要	
	9:1	7:1	5:1	3:1	1:1	1:3	1:5	1:7	1:9	
發引										火化封罐
發引										遺體安葬
火化封罐										遺體安葬
遺體安葬										奠禮場地準備

三、第三階段為填寫各指標細項評估因子之重要性選擇。

回答方式為勾選該因子之重要性，分別為非常不重要、不重要、稍不重要、普通、稍重要、重要、非常重要，依您認為的重要程度在框內打“ ”。

1. 「購前簽約」指標之評估因子

評估因子	非常不重要	不重要	稍不重要	普通	稍重要	重要	非常重要
價格							
履約保證							
顧客滿意度							
銷售者的可信度							
服務品質							
依宗教區別 服務內容							

2. 「臨終諮詢」指標之評估因子

評估因子	非常不重要	不重要	稍不重要	普通	稍重要	重要	非常重要
24 小時臨終諮詢服務							
專業人員親訪現況說明							
禮儀服務單位回應效率							
禮儀人員服務態度							
依家屬需求給予可靠的服務							
提供臨終關懷的具體服務							
依據宗教儀式別協助提前規劃							

3. 「遺體接運」指標之評估因子

評估因子	非常不重要	不重要	稍不重要	普通	稍重要	重要	非常重要
接體服務人員							
協助與代辦初終事宜							
接體人員具安撫家屬情緒之能力							
接體人員能因應狀況判斷並協助特殊情況之事宜							
初終禮儀的提醒與指導							

4. 「入殮移柩」指標之評估因子

評估因子	非常不重要	不重要	稍不重要	普通	稍重要	重要	非常重要
入殮封棺之服務內容							
遺體洗身穿衣化妝之服務人員							
主動提醒家屬應參與的儀式							

5. 「安靈服務」指標之評估因子

評估因子	非常不重要	不重要	稍不重要	普通	稍重要	重要	非常重要
安靈儀式的引導人員							
說明與指導居喪期間重要事宜							
停殯期間禮俗禁忌與因應的提醒							

6. 「治喪協調」指標之評估因子

評估因子	非常不重要	不重要	稍不重要	普通	稍重要	重要	非常重要
提供禮儀諮詢之服務人員							
殯葬文書撰寫人員							
提供作七法事之服務							
提供並教導孝誌配戴							
協助訃聞撰稿和訃告刊登							
依宗教別進行治喪流程規劃							
協助家屬選擇決定告別奠禮的日期、時間							

7. 「奠禮場地準備」指標之評估因子

	非常不重要	不重要	稍不重要	普通	稍重要	重要	非常重要
場地租借							
奠禮會場動線與告別儀式流程規劃							
依宗教別規劃布置							
因應地方風俗調整規劃							
交通安全的考量規劃							

8. 「奠禮儀式」指標之評估因子

	非常不重要	不重要	稍不重要	普通	稍重要	重要	非常重要
司儀之專業度							
禮儀師的專業度							
禮儀師、司儀與襄儀的團隊合作							
司儀的時間與吉時的掌控							

9. 「發引」指標之評估因子

	非常不重要	不重要	稍不重要	普通	稍重要	重要	非常重要
引導發引隊伍至火化場之服務人員							
家屬交通車安排							

10. 「火化封罐」指標之評估因子

	非常不重要	不重要	稍不重要	普通	稍重要	重要	非常重要
骨灰罐材質樣式							
骨甕銘文或塔位碑文字稿的校對提醒							

11. 「遺體安葬」指標之評估因子

	非常不重要	不重要	稍不重要	普通	稍重要	重要	非常重要
護送骨灰至指定安葬地點之專車							
協助安葬流程之服務人員							

12. 「後續關懷」指標之評估因子

	非常不重要	不重要	稍不重要	普通	稍重要	重要	非常重要
百日、對年提醒							
提供百日、對年、合爐等免費諮詢服							

(問卷結束，再次感謝您的耐心填寫)

附錄四 殯葬服務定型化契約應記載事項及不得記載事項

殯葬服務定型化契約應記載事項及不得記載事項

壹、殯葬服務定型化契約應記載事項：

一、當事人及其聯絡方式

契約應載明消費者姓名、聯絡方式及殯葬服務業者名稱、聯絡方式。

二、契約審閱期間

契約及其附件之審閱期間應予載明不得少於三日。

違反前項規定者，該條款不構成契約內容。但消費者得主張該條款仍構成契約內容。

三、契約標的

契約由消費者、殯葬服務業者雙方訂定，由殯葬服務業者提供被服務人之殯葬服務。

四、廣告責任與自訂服務規範不得牴觸契約

殯葬服務業者應確保廣告內容之真實，對消費者所負之義務不得低於廣告之內容。文宣與廣告均視為契約內容之一部分。

殯葬服務業者自訂之殯葬服務相關規範，不得牴觸契約。

五、服務內容與服務範圍

殯葬服務業者提供之殯葬服務項目、規格與價格。

契約提供之殯葬服務實施程序與分工。

六、對價與付款方式

契約總價款為新臺幣_____元整，消費者應支付予殯葬服務業者，作為提供殯葬服務之對價。

消費者、殯葬服務業者雙方議定簽約時，甲方繳付新臺幣_____元，餘款新臺幣_____元，經雙方議定於全部服務完成時繳納。

消費者、殯葬服務業者雙方議定付款方式如下：以現金刷卡其他方式：_____。

殯葬服務業者對消費者所繳納之款項，應開立發票。

七、規費負擔與外加費用

契約總價款不包含下列行政規費：

1. _____。

2. _____。

3. _____。

八、退款規定

殯葬服務業者依契約應退款者，如有總價與分項總和不符者，該分項退款計算方式應以兩者比例為之。

九、提供服務之通知與切結

殯葬服務業者於接獲消費者通知時起，應即依約提供殯葬服務。

殯葬服務業者提供接體服務者，應填具遺體接運切結書予消費者。

十、同級品之替換

殯葬服務業者於提供殯葬服務時，因不可抗力或不可歸責於殯葬服務業者之事由，導致殯葬服務項目或商品無法提供時：

□消費者得依殯葬服務業者提供之選項，選擇以同級或等值之商品或服務替代之。

□消費者得要求殯葬服務業者扣除相當於該項服務或商品之價款。

十一、契約之效力

契約有效期間自簽約日起至契約履行完成時止。

十二、契約之完成

殯葬服務業者履行全部約定之服務內容，並經消費者於殯葬服務完成確認書上簽字確認後完成。

十三、未經使用部分之購回

殯葬服務業者依約完成服務後，如有未經使用者，消費者得退還該殯葬服務業者，並扣除相當於該項服務或商品之價款。

十四、違約及終止契約之處理

殯葬服務業者應於接獲消費者通知起開始提供服務，經消費者催告仍未開始提供服務，或逾四小時未開始提供服務者，消費者得通知殯葬服務業者解除契約，並要求該殯葬服務業者無條件返還已繳付之全部價款，殯葬服務業者不得異議。消費者並得向殯葬服務業者要求契約總價款____倍（不得低於二倍）之懲罰性賠償。但無法提供服務之原因非歸責於該殯葬服務業者，不在此限。

殯葬服務業者依契約提供服務後，消費者終止契約者，殯葬服務業者得將消費者已繳納之價款扣除已實際提供服務之費用，剩餘價款應於契約終止後七日內退還消費者。

十五、資料保密義務

殯葬服務業者因簽約所獲得有關消費者及被服務人之個人必要資料，負有保密義務。

十六、管轄法院

雙方因消費爭議發生訴訟時，同意_____地方法院為管轄法院。但不得排除消費者保護法第四十七條及民事訴訟法第四百三十六條之九小額訴訟管轄法院之適用。

十七、契約分存

契約一式兩份，消費者、殯葬服務業者雙方各收執乙份，殯葬服務業者不得藉故將應交消費者收執之契約收回或留存。

貳、殯葬服務定型化契約不得記載事項：

一、不得約定廣告文字、圖片或服務項目僅供參考。

二、不得於契約服務項目中使用概念模糊或不確定之名詞，例如「喪禮一場」或「禮儀人員一組」。

三、不得約定日後因貨幣升、貶值、通貨膨脹或信託財產運用之損失等事由

得要求消費者另為金錢之給付。

- 四、不得約定殯葬服務業者得因實際情形片面變更提供服務品項而消費者不得異議。
- 五、不得約定契約所載服務項目消費者若未使用則視同放棄，且不得更換。
- 六、不得排除消費者要求解除契約之權利。
- 七、不得約定簽約後消費者須將契約交由業者留存。
- 八、不得為其他違反法律強制或禁止規定之約定。



附錄五 生前殯葬服務定型化契約範本（自用型）

摘要

一、 審閱期間：消費者攜回審閱後至少 5 日

二、 當事人資料：

（一）甲方：（消費者）

 甲方契約執行人（第 7 條）

（二）乙方：（殯葬服務業者）

三、 契約重要內容：

（一） 契約主要給付項目、期間

 1. 主要給付項目：如附件一服務項目各欄（第 3 條）

 2. 期間：自簽約日起至契約履行完成止（第 14 條）

（二） 契約金額：

 1. 對價與付款方式（第 4 條）：

 付款方式可選擇：一次繳清、分期繳付或其他方式

 2. 規費負擔與外加費用（第 5 條）

（三） 違約之處理（第 18 條）

 1. 甲方未繳款經催告仍不履行者，乙方得以書面通知解除本契約，並沒收甲方已繳納之價款作為損害賠償。

 2. 甲方契約執行人於乙方履行服務前，表明拒絕給付餘款者，乙方得以書面通知甲方契約執行人解除本契約，並沒收甲方已繳納之價款作為損害賠償。

 3. 乙方如經甲方催告後仍未開始提供服務，或逾 4 小時未開始提供服務，甲方得逕自以書面通知乙方解約，並要求乙方無條件返還已繳付之全部價款。甲方並得向乙方要求懲罰性賠償，但非可歸責於乙方者，不在此限。

（四） 契約解除終止、退款事由（第 16 條）

 1. 本契約自簽訂日起 14 日內，甲方得以書面向乙方解除契約，乙方應退

還甲方已繳付之全部價款。

2. 本契約簽訂逾 14 日，甲方要求終止本契約時，乙方應於契約終止日起退還甲方不得低於百分之八十之全部價款；甲方選擇分期繳付者，退還甲方已繳付價款扣除不得高於百分之二十之契約總價餘額。但乙方已開始提供服務者，其費用應予扣除。
3. 甲方因災難或不可抗力事件死亡，致乙方無法依本契約提供服務時，乙方同意無條件終止本契約，並退還全部價款。

(五) 保險或履約保證

1. 提供服務之通知與切結（第 8 條）
2. 甲方親友本契約應予尊重（第 9 條）
3. 專任服務人員（第 10 條）
4. 同級品之替換（第 11 條）：不可歸責於乙方之事由時替換
5. 預收款交付信託（第 12 條）：甲方所給付價款之 75% 部分
6. 延遲繳款之處理（第 13 條）：_日寬限期，逾期乙方得加收利息
7. 契約之完成及效力（第 14 條）：甲方契約執行人簽字確認
8. 契約之檢視與修改（第 15 條）：每_年檢視本契約 1 次
9. 履約責任之轉讓（第 17 條）：乙方經營權轉讓應通知甲方決定是否終止契約。

四、應記載之事項摘要

- (一) 當事人及其聯絡方式
- (二) 契約審閱期間
- (三) 契約標的
- (四) 廣告責任與自訂服務規範不得牴觸契約
- (五) 服務內容與服務範圍
- (六) 對價與付款方式
- (七) 規費負擔與外加費用
- (八) 服務程序與分工

- (九) 契約執行人之指定
- (十) 提供服務之通知與切結
- (十一) 消費者之親友對契約應予尊重
- (十二) 專任服務人員
- (十三) 同級品之替換
- (十四) 預收款交付信託
- (十五) 遲延繳款之處理
- (十六) 契約之完成及效力
- (十七) 契約之檢視與修改
- (十八) 契約之解除、終止與退款
- (十九) 履約責任之轉讓
- (二十) 違約之處理
- (二十一) 聯絡資訊變動之通知與資料保密
- (二十二) 管轄法院
- (二十三) 契約分存

五、不得記載事項之摘要

- (一) 不得約定廣告文字、圖片或服務項目僅供參考。
- (二) 不得於契約服務項目中使用概念模糊或不確定之名詞。
- (三) 不得約定日後因貨幣升、貶值、通貨膨脹或信託財產運用之損失等事由得要求消費者另為金錢之給付。
- (四) 不得約定殯葬服務業者得因實際情形片面變更提供服務品項而消費者不得異議。
- (五) 不得約定契約所載服務項目消費者若未使用則視同放棄，且不得更換。
- (六) 不得排除消費者要求解除契約之權利。
- (七) 不得約定簽約後消費者須將契約交由業者留存。
- (八) 不得為其他違反法律強制或禁止規定之約定。

本契約於中華民國____年____月
____日經甲方攜回審閱____日
(契約審閱期間至少五日)

甲方： (簽章)

乙方： (簽章)

注意事項：本契約附件一所列服務項目與規格及附件二所列實施程序與分工，均無加註「其他」選項，以免各定型化契約變化太大，衍生之消費爭議更多。

立契約書人 _____ (消費者姓名) (以下簡稱甲方) ，經雙

方合意訂立契約： _____ (殯葬服務業者名稱) (以下簡稱乙

第一條 (契約標的)

本契約係由甲乙雙方訂定，由乙方提供甲方本人死亡後之殯葬服務。

第二條 (廣告責任與自訂服務規範不得牴觸本契約)

乙方應確保廣告內容之真實，對甲方所負之義務不得低於廣告之內容。文宣與廣告均視為契約內容之一部分。

乙方自訂之殯葬服務相關規範，不得牴觸本契約。

第三條 (服務內容與服務範圍)

乙方依本契約所提供之殯葬服務項目與規格，如附件一。

乙方依本契約第四條收取總價款提供之殯葬服務，以_____

、_____、_____縣(市)為服務範圍，如超出服務範圍時，其所生費用依第五條第二項規定處理。

第四條 (對價與付款方式)

本契約總價款為新臺幣_____元整，甲方應支付予乙方，作為提供殯葬服務之對價。

甲乙雙方議定付款方式如下：

一次總繳：甲方於簽約時將總價款新臺幣_____元整，以現金刷卡其他方式繳款。

分期繳付：簽約時甲方繳付新臺幣_____元，餘款新台幣_____元，經雙方議定分_____期，按月季半年年分期繳納，以現金刷卡其他方式繳款。

其他付款方式：

乙方對甲方所繳納之款項，應開立發票。

第五條 (規費負擔與外加費用)

本契約總價款不包含下列行政規費：

1、_____。

2、_____。

3、_____。

因甲方契約執行人之要求，致服務項目、規格變動，或需服務地點超出乙方服務範圍時，所生之費用，另為約定之。

第六條（服務程序與分工）

本契約提供之殯葬服務實施程序與分工如附件二。

第七條（契約執行人之指定）

乙方同意甲方指定_____為契約執行人（國民身分證統一編號：_____，聯絡電話：_____，願任契約執行人同意書如附件三），於甲方死亡後以自己名義執行本契約。

有下列情形之一者，甲方得變更契約執行人並通知乙方：

- 一、契約執行人先於甲方死亡。
- 二、契約執行人不願或不能繼續擔任。
- 三、甲方主動變更。

甲方簽約後，契約執行人不存在或無法執行本契約，而甲方不能指定或變更契約執行人者，依民法第一千一百三十八條所定繼承人之順序定之。

第八條（提供服務之通知與切結）

乙方於接獲甲方契約執行人通知時，應即依本契約提供殯葬服務。

乙方提供接體服務者，應填具遺體接運切結書（如附件四）予甲方契約執行人。

第九條（甲方親友對本契約應予尊重）

為確保本契約之履行，甲方親友對本契約內容應予尊重並應協助配合。

契約執行人與甲方親友就本契約履行意見不一致時，以本契約之內容及契約執行人之意見為準。

第十條（專任服務人員）

乙方為履行本契約時，應指派專任服務人員提供服務。

第十一條（同級品之替換）

因不可抗力或不可歸責於乙方之事由，致附件一所提供之殯葬服務項目或商品無法提供時，乙方應經甲方契約執行人之同意，以同級或等值以上之商品或服務替代之。

第十二條（預收款交付信託）

自訂約日起，至甲方死亡、契約終止或解除前，就甲方所繳納價款之百分之七十五，乙方應按月造冊於次月底前交付信託業管理，並於每會計年度終了後四個月內，將信託財產目錄及收支計算表送經會計師查核簽證後公布，供甲方查閱。

乙方對於前項交付信託之金錢，除法律另有規定或為甲方死亡後之本契約履行、契約終止或解除外，不得提領或動支。

乙方將第一項價款交付信託業或更換信託業者時，應以書面或依約定之方式主動告知甲方。

第十三條（遲延繳款之處理）

甲方應依約按時繳款，因故遲延付款或未繳款時，乙方同意給予甲方____日之繳款寬限期，逾期並得對甲方進行催告；乙方自逾約定繳款日起得加收遲延利息_____（每日利率不得逾萬分之一），最高不得超過二個月。

第十四條（契約之完成及效力）

本契約於乙方履行全部約定之服務內容，並經甲方契約執行人於殯葬服務完成確認書（如附件五）上簽字確認後完成。

本契約有效期間自簽約日起至契約履行完成止。

甲方於未付清全部價款前死亡，乙方仍應依約提供殯葬服務，餘款由甲方契約執行人給付。

第十五條（契約之檢視與修改）

甲方死亡前，以簽約日為基準日，甲方得每____年檢視本契約內容一次，並在總價款不變原則下，變更服務項目或規格，乙方應配合辦理。

第十六條（契約之解除、終止與退款）

本契約自簽訂日起十四日內，甲方得以書面向乙方解除契約，乙方應於契約解除日起____日（最長不得逾三十日）內退還甲方已繳付之全部價款。

本契約簽訂逾十四日，甲方要求終止本契約時，乙方應於契約終止日起日（最長不得逾三十日）內退還甲方全部價款之百分之____（不得低於百分之八十）；甲方選擇分期繳付者，退還甲方已繳付價款扣除契約總價百分之____（不得高於百分之二十）後之餘額。但乙方已開始提供服務者，其費用應予扣除。

前項退還比例未填載者，視為應退還全部價款；甲方選擇分期繳付者，應退還全部已繳付價款。

甲方因空難、海難、戰爭或其他不可抗力事件死亡，致乙方無法依本契約提供服務時，乙方同意無條件終止本契約，並比照第一項規定退款。退款之歸屬，依民法繼承編之規定辦理。

甲方係基於多層次傳銷之傳銷商身分與乙方簽訂本契約時，契約之解除、終止及退款依多層次傳銷管理法第二十條至第二十二條、第二十四條規定辦理。

本契約以訪問買賣之方式成立者，適用消費者保護法有關訪問買賣之規定。

第十七條（履約責任之轉讓）

乙方經營權移轉時，應通知甲方，甲方於接獲該通知後得選擇繼續或終止本契約，如甲方選擇終止本契約，乙方應依前條第一項規定退款。

第十八條（違約之處理）

甲方違反第四條之約定，未繳款累計達二個月，經三十日以上期間之催告後，仍不履行者，乙方得以書面通知甲方解除本契約，並沒收甲方已繳納之價款作為損害賠償，但沒收之金額，最高不得逾總價款百分之二十，超過部分，應於解除契約後三十日內退還甲方。

依第十四條第三項之約定，甲方契約執行人於乙方履行服務前，表明拒絕給付餘款者，乙方得以書面通知甲方契約執行人解除本契約，並沒收甲方已繳納之價款作為損害賠償，但沒收之金額，最高不得逾總價款百分之二十，超過部分，應於解除契約後三十日內退還，有關退款之歸屬，依民法繼

承編之規定辦理。

乙方應於接獲甲方死亡通知時起開始提供服務，經甲方契約執行人催告仍未開始提供服務，或逾四小時未開始提供服務，甲方契約執行人得逕自以書面通知乙方解除契約，並要求乙方無條件返還已繳付之全部價款，乙方不得異議。甲方契約執行人並得向乙方要求契約總價款____倍（不得低於二倍）之懲罰性賠償。但無法提供服務之原因非歸責於乙方者，不在此限。有關退款及懲罰性賠償款之歸屬，依民法繼承編之規定辦理。

第十九條（聯絡資訊變動之通知與資料保密）

本契約完成前，甲方或甲方契約執行人依本契約留存之聯絡資料有變動，或乙方之營業據點與聯絡方式有變更時，有互相通知之義務。

乙方因簽訂本契約所獲得有關甲方或甲方契約執行人之個人必要資料，負有保密義務。惟乙方得提供前開之個人資料予本契約之信託機構作為製發憑證或受理甲方查詢之用。

第二十條（管轄法院）

雙方因消費爭議發生訴訟時，同意_____地方法院為管轄法院。但不得排除消費者保護法第四十七條及民事訴訟法第四百三十六條之九小額訴訟管轄法院之適用。

第二十一條（契約分存）

本契約一式三份，甲乙雙方各收執乙份，另一份予契約執行人。乙方不得藉故將應交甲方收執之契約收回或留存。

立契約書人：

甲方：(消費者姓名)

國民身分證統一編號：

住址：

電話：

契約執行人：

國民身分證統一編號：

住址：

電話：

乙方：(殯葬服務業者名稱)

營利事業統一編號：

代表人：

地址：

電話：

中 華 民 國 年 月 日



(附件一中式)○○生前殯葬服務契約服務項目與規格

流程	服務項目	選項(依需要勾選)	規 格 說 明
遺體接運	接運遺體	<input type="checkbox"/> 至殯儀館	接體車、接體人員○人、接體袋
		<input type="checkbox"/> 在宅	接體車、接體人員○人、接體袋
	遺體修補、防腐	<input type="checkbox"/> 有 <input type="checkbox"/> 無	專人防腐藥劑處理
	遺體冰存	<input type="checkbox"/> 殯儀館內冰存	○天
<input type="checkbox"/> 移動式冰櫃在宅租用		○天	
安靈服務	靈位布置、拜飯	<input type="checkbox"/> 殯儀館內	靈位布置、祭品代辦
		<input type="checkbox"/> 在宅	靈位布置、祭品代辦
治喪協調	禮儀諮詢		禮儀師或專任禮儀人員一名
	擇日、祭文撰擬	擇定告別式日期、撰寫祭文	禮儀師或專任禮儀人員一名
	代辦申請事項	<input type="checkbox"/> 代聯絡行政法醫開立死亡證明書	指派專人代辦申請殯儀館出殯禮堂暨火化(埋葬)許可
	報備出殯路線		指派專人代辦
	申請搭棚許可	<input type="checkbox"/> 搭棚者適用	指派專人代辦
發喪	訃聞印製		訃聞○份(規格請詳述)
奠禮場地準備	場地租借	<input type="checkbox"/> 殯儀館 <input type="checkbox"/> 其他	○級禮廳(請說明空間大小與設備)
		<input type="checkbox"/> 戶外搭棚	棚架(規格、尺寸、素材請詳述)
	花牌、鮮花布置	花瓶、像框、花圈、保力龍字	○樣花、花牌規格、尺寸、素材請詳述、高架花籃○對
	禮堂布置		○色布幔、○尺花山(或三寶架、祭壇)、地毯、指路牌○組、觀禮座椅○張、燈光、講台
	遺像	<input type="checkbox"/> 彩色 <input type="checkbox"/> 黑白	○吋照片(含框)
	音響設備		音響主機○套、擴音喇叭○支、麥克風○支、控制人員○人
禮品		胸花○枚、簽名簿○本、謝簿○本、公祭單○本、簽字筆○枝、毛巾○份、香燭○份、紙錢(種類與數量)	

	運輸車輛、車位	<input type="checkbox"/> 中型 <input type="checkbox"/> 大型巴士	靈車○部、家屬車輛○人座○部、禮車○部
入殮移柩	壽衣		標準壽衣乙套(詳述規格、男女)
	棺木	<input type="checkbox"/> 土葬	棺木規格、材質、尺寸、顏色請詳述
		<input type="checkbox"/> 火化	環保火化棺木、套棺
	棺內用品		蓮花被、蓮花枕、庫錢(數量)、壽內組
	孝服		黑長袍或麻孝服○套
	祭品	<input type="checkbox"/> 素食 <input type="checkbox"/> 葷食	牲禮○付、水果○樣、水酒、菜碗○碗
儀式主持人	中式適用(移靈、入殮、火化)	佛教或道教師父○人(在家修)	
奠禮儀式	司儀、宣讀祭文		專任禮儀人員○名
	襄儀人員	引導公祭、襄助儀式進行	專任禮儀人員○名
	誦經人員、樂師	(在家修師姐)	宗教人員○名、樂師○人
遺體處理		<input type="checkbox"/> 火化	代為預訂火化日期、火化爐、交通車輛安排靈車○部(規格請詳述)、家屬車○人座○部(規格請詳述)
		<input type="checkbox"/> 火化後晉塔	扶棺人員○人、骨灰罐(材質、大小、樣式)、刻字、磁像、包巾

(附件一西式)○○生前殯葬服務契約服務項目與規格

流程	服務項目	選項(依需要勾選)	規 格 說 明
遺體接運	接運遺體	<input type="checkbox"/> 至殯儀館	接體車、接體人員○人、接體袋
		<input type="checkbox"/> 在宅	接體車、接體人員○人、接體袋
	遺體修補、防腐	<input type="checkbox"/> 有 <input type="checkbox"/> 無	專人防腐藥劑處理
	遺體冰存	<input type="checkbox"/> 殯儀館內冰存	○天
<input type="checkbox"/> 移動式冰櫃在宅租用		○天	
安靈服務	靈位布置	<input type="checkbox"/> 殯儀館內	靈位布置、祭品代辦
		<input type="checkbox"/> 在宅	靈位布置、祭品代辦
治喪協調	禮儀諮詢		禮儀師或專任禮儀人員一名
	擇日、祭文撰擬	擇定告別式日期、撰寫祭文	禮儀師或專任禮儀人員一名
	代辦申請事項	<input type="checkbox"/> 代聯絡行政法醫開立死亡證明書	指派專人代辦申請殯儀館出殯禮堂暨火化(埋葬)許可
	報備出殯路線		指派專人代辦
	申請搭棚許可	<input type="checkbox"/> 搭棚者適用	指派專人代辦
發喪	訃聞印製		訃聞○份(規格請詳述)
奠禮場地準備	場地租借	<input type="checkbox"/> 殯儀館 <input type="checkbox"/> 其他	○級禮廳(請說明空間大小與設備)
		<input type="checkbox"/> 戶外搭棚	棚架(規格、尺寸、素材請詳述)
	花牌、鮮花布置	花瓶、像框、花圈、保力龍字	○樣花、花牌規格、尺寸、素材請詳述、高架花籃○對
	禮堂布置		布幔、○尺鮮花十字架、地毯、指路牌○組、觀禮座椅○張、燈光、講台○尺花台
	遺像	<input type="checkbox"/> 彩色 <input type="checkbox"/> 黑白	○吋照片(含框)
	音響設備		音響主機○套、擴音喇叭○支、麥克風○支、控制人員○人
	禮品		十字胸花○枚、簽名簿○本、謝簿○本、公祭單○本、簽字筆○枝、毛巾○份、香燭○份
	運輸車輛、車位	<input type="checkbox"/> 中型 <input type="checkbox"/> 大型巴士	靈車○部、家屬車輛○人座○部、禮車○部

入殮 移柩	壽衣		教友專用綢質壽衣乙套
	棺木	<input type="checkbox"/> 土葬	棺木規格、材質、尺寸、顏色請詳述
		<input type="checkbox"/> 火化	環保火化棺木、套棺
	棺內用品		十字被、十字枕、棉紙
	孝服		黑長袍○套
奠禮儀式	祭品	<input type="checkbox"/> 素食 <input type="checkbox"/> 葷食	水果○樣
	司儀		專任禮儀人員○名
	襄儀人員	引導公祭、襄助儀式進行	專任禮儀人員○名
遺體處理		<input type="checkbox"/> 火化	代為預訂火化日期、火化爐、交通車輛安排靈車○部(規格請詳述)、家屬車○人座○部(規格請詳述)
		<input type="checkbox"/> 火化後晉塔	扶棺人員○人、骨灰罐(材質、大小、樣式)、刻字、磁像、包巾

(附件二)○○生前殯葬服務契約實施程序與分工

流程	活動事項	分工情形		備註
		殯葬公司負責	家屬或契約執行配合	
臨終諮詢	關懷輔導	指派專人服務	隨侍在側、通知親友	填送服務通知書
	殯葬禮儀諮詢	服務專線：00000000	家屬參與	
	安排治喪場地	場地聯繫、代訂	參與決定	
	申辦死亡證明	指派專人代辦	準備身分證	
遺體接運	接運遺體至殯儀館	指派專人、專車接運	陪同	收受遺體接運切結書
	遺體修補、防腐	委請專人服務		
	遺體冰存	代訂或提供冰櫃	在宅者負責提供場地	
安靈服務	□殯儀館內	靈位安置		
	□在宅	靈堂安置、祭品代辦	按時祭拜	
治喪協調	擇定公祭、出殯日期	委請專人擇日、代訂火化時間	提供○○○生辰、決定日期	
	遺像準備	指派專人代辦	選定相片或底片	
	撰寫祭文	指派禮儀師或專業人員代筆	參與討論	
	申請火化(埋葬)許可	指派專人代辦	提供所需文件	
發喪	訃聞印製與發送	代為撰擬、印製	提供名單、自行寄送	
奠禮場地準備	奠禮布置	指派專人辦理	參與決定	
	觀禮者席位安排	指派專人辦理	參與決定	
	公祭用品準備	指派專人籌辦	專人點收、點退	
	運輸工具、車位安排	指派專人辦理	詢問親友出席意願	
入殮移柩	遺體清洗、著裝、化妝	委請專人服務		
	遺體移至禮堂	指派專人服務	陪同	
	入殮用品準備	提供棺木、相關用品	陪葬用品(環保、簡樸為宜)	
	入殮	指派專業禮儀人員服務		
	家奠法事	委請法師服務	全程參與	

奠禮儀式	工作人員分派	司儀、襄儀、祭文宣讀、服務引導等人員安排	指派奠儀收付人員、指定親友擔任接待	
	喪葬禮儀、服制穿戴指導	指派禮儀師或專業禮儀人員服務	配合穿戴及禮儀指導	
	典禮進行	依儀式進行	排定公祭單位順序、致謝	
	場地善後	指派專人辦理	指定數位親友協助督導	
遺體安葬	<input type="checkbox"/> 火化	指派專人代為安排	全程參與	
	<input type="checkbox"/> 火化後晉塔	指派專人扶棺護送、交通安排、骨灰罐、祭品等提供	全程參與	
	<input type="checkbox"/> 土葬	指派專人扶棺護送、交通安排、骨灰罐、祭品等提供	全程參與	
	<input type="checkbox"/> 火化後其他方式處理	自行填列	自行填列	

(附件三) 願任契約執行人同意書

本人_____同意依_____ (甲方) 與_____ (乙方) 簽定之生前殯葬服務契約 (契約編號: 第_____號) 第七條擔任契約執行人, 業已詳細審閱本契約全部條款及瞭解本契約第五、七、八、九、十一、十四、十八、十九條涉契約執行人之權利義務, 並同意於甲方身故後執行本契約。

契約執行人: _____ (簽章)

國民身分證統一編號: _____

通訊住址: _____

聯絡電話: _____

中 華 民 國 _____ 年 _____ 月 _____ 日

(附件四) 遺體接運切結書 (自用型)

本_____ (乙方) 依據與_____ (甲方) 所簽訂
「_____生前殯葬服務契約」(契約編號: 第_____號) 約定, 接運其遺
體。切結事項如下:

一、 接體人員姓名: _____ 國民身分證統一編號: _____

姓名: _____ 國民身分證統一編號: _____

二、 該遺體經契約執行人或其指定人確定係甲方本人無訛。簽名:

此 致

_____ (甲方契約執行人)

切 結 人: _____ (乙方)

代 表 人: _____

通 訊 地 址: _____

聯 絡 電 話: _____

中 華 民 國 _____ 年 _____ 月 _____ 日

(附件五) 殯葬服務完成確認書 (自用型)

_____ (甲方) 與 _____ (乙方) 簽訂「_____ 生前殯葬服務契約」(契約編號：第 _____ 號)，今乙方已依約提供甲方殯葬服務，且內容與品質均合乎約定，本契約之帳款業已結清，雙方同意本契約已完成無訛，特此確認。

甲方契約執行人： _____ (簽章)

國民身分證統一編號：

通訊地址：

乙方： _____ (簽章)

代表人：

營利事業統一編號：

通訊地址：

中 華 民 國 _____ 年 _____ 月 _____ 日

附錄六 生前殯葬服務定型化契約範本（家用型）

摘要

- 六、 審閱期間：消費者攜回審閱後至少 5 日
- 七、 當事人資料：
 - （一） 甲方：（消費者）
 - （二） 乙方：（殯葬服務業者）
 - （三） 丙方：（被服務人）
- 八、 契約重要內容：
 - （一） 契約主要給付項目、期間
 - 3. 主要給付項目：如附件一服務項目各欄（第 3 條）
 - 4. 期間：自簽約日起至契約履行完成止（第 12 條）
 - （二） 契約金額：
 - 1. 對價與付款方式（第 4 條）：
付款方式可選擇：一次繳清、分期繳付或其他方式
 - 2. 負擔與外加費用（第 5 條）
 - （三） 違約之處理（第 16 條）
 - 4. 甲方未繳款經催告仍不履行者，乙方得以書面通知解約，並沒收甲方已繳納之價款作為損害賠償。
 - 5. 乙方如經甲方催告後仍未開始提供服務，或逾 4 小時未開始提供服務，甲方得逕自以書面通知乙方解約，並要求乙方無條件返還已繳付之全部價款。甲方並得向乙方要求懲罰性賠償，但非可歸責於乙方者，不在此限。
 - （四） 契約解除終止、退款事由（第 14 條）
 - 1. 本契約自簽訂日起 14 日內，甲方得以書面向乙方解除契約，乙方應於契約解除日起退還甲方已繳付之全部價款。
 - 2. 本契約簽訂逾 14 日，甲方要求終止本契約時，乙方應於契約終止日起退還甲方不得低於百分之八十之全部價款；甲方選擇分期繳付者，退還

甲方已繳付價款扣除不得高於百分之二十之契約總價餘額。但乙方已開始提供服務者，其費用應予扣除。

3. 丙方因災難或其他不可抗力事件死亡，致乙方無法依本契約提供服務時，乙方同意無條件終止本契約，並退還全部價款。

(五) 保險或履約保證

10. 提供服務之通知與切結 (第 7 條)
11. 專任服務人員 (第 8 條)
12. 同級品之替換 (第 9 條): 不可歸責於乙方之事由時替換
13. 預收款交付信託 (第 10 條): 甲方所給付價款 75% 部分
14. 延遲繳款之處理 (第 11 條): _日寬限期，逾期乙方得加收利息
15. 契約之完成及有效期間 (第 12 條): 甲方簽字確認
16. 契約之檢視與修改 (第 13 條): 每_年檢視本契約 1 次
17. 履約責任之轉讓 (第 15 條): 乙方經營權轉讓應通知甲方決定是否終止

契約

- 九、 應記載之事項摘要
 - 甲、 當事人及其聯絡方式
 - 乙、 契約審閱期間
 - 丙、 契約標的
 - 丁、 廣告責任與自訂服務規範不得牴觸契約
 - 戊、 服務內容與服務範圍
 - 己、 對價與付款方式
 - 庚、 規費負擔與外加費用
 - 辛、 服務程序與分工
 - 壬、 提供服務之通知與切結
 - 癸、 專任服務人員
 - 11、 同級品之替換
 - 12、 預收款交付信託

- 13、 遲延繳款之處理
 - 14、 契約之完成及有效期間
 - 15、 契約之檢視與修改
 - 16、 契約之解除、終止與退款
 - 17、 履約責任之轉讓
 - 18、 違約之處理
 - 19、 聯絡資訊變動之通知與資料保密
 - 20、 管轄法院
 - 21、 契約分存
- 十、 不得記載事項之摘要
- (一) 不得約定廣告文字、圖片或服務項目僅供參考。
 - (二) 不得於契約服務項目中使用概念模糊或不確定之名詞。
 - (三) 不得約定日後因貨幣升、貶值、通貨膨脹或信託財產運用之損失等事由得要求消費者另為金錢之給付。
 - (四) 不得約定殯葬服務業者得因實際情形片面變更提供服務品項而消費者不得異議。
 - (五) 不得約定契約所載服務項目消費者若未使用則視同放棄，且不得更換。
 - (六) 不得排除消費者要求解除契約之權利。
 - (七) 不得約定簽約後消費者須將契約交由業者留存。
 - (八) 不得為其他違反法律強制或禁止規定之約定。

第五條（規費負擔與外加費用）

本契約總價款不包含下列行政規費：

- 1、_____。
- 2、_____。
- 3、_____。

因甲方之要求，致服務項目、規格變動，或需服務地點超出乙方服務範圍時，所生之費用，另為約定之。

第六條（服務程序與分工）

本契約提供之殯葬服務實施程序與分工如附件二。

第七條（提供服務之通知與切結）

乙方於接獲甲方通知時，應即依本契約提供殯葬服務。

乙方提供接體服務者，應填具遺體接運切結書（如附件三）予甲方。

第八條（專任服務人員）

乙方為履行本契約時，應指派專任服務人員提供服務。

第九條（同級品之替換）

因不可抗力或不可歸責於乙方之事由，致附件一所提供之殯葬服務項目或商品無法提供時，乙方應經甲方之同意，以同級或等值以上之商品或服務替代之。

第十條（預收款交付信託）

自訂約日起，至丙方死亡、契約終止或解除前，就甲方所繳納價款之百分之七十五，乙方應按月造冊於次月底前交付信託業_____管理，並於每會計年度終了後四個月內，將信託財產目錄及收支計算表送經會計師查核簽證後公布，供甲方查閱。

乙方對於前項交付信託之金錢，除法律另有規定或為被服務人死亡後之本契約履行、契約終止或解除外，不得提領或動支。

乙方將第一項價款交付信託業或更換信託業者時，應以書面或依約定之方式主動告知甲方。

第十一條（遲延繳款之處理）

甲方應依約按時繳款，因故遲延付款或未繳款時，乙方同意給予甲方____日之繳款寬限期，逾期並得對甲方進行催告；乙方自逾約定繳款日起得加收遲延利息_____（每日利率不得逾萬分之一），最高不得超過二個月。

第十二條（契約之完成及有效期間）

本契約於乙方履行全部約定之服務內容，並經甲方於殯葬服務完成確認書（如附件四）上簽字確認後完成。

本契約有效期間自簽約日起至契約履行完成止。

第十三條（契約之檢視與修改）

丙方死亡前，以簽約日為基準日，甲方得每____年檢視本契約內容一次，並在總價款不變原則下，變更服務項目或規格，乙方應配合辦理。

第十四條（契約之解除、終止與退款）

本契約自簽訂日起十四日內，甲方得以書面向乙方解除契約，乙方應於契約解除日起____日（最長不得逾三十日）內退還甲方已繳付之全部價款。本契約簽訂逾十四日，甲方要求終止本契約時，乙方應於契約終止日起日（最長不得逾三十日）內退還甲方全部價款之百分之____（不得低於百分之八十）；甲方選擇分期繳付者，退還甲方已繳付價款扣除契約總價百分之____（不得高於百分之二十）後之餘額。但乙方已開始提供服務者，其費用應予扣除。

前項退還比例未填載者，視為應退還全部價款；甲方選擇分期繳付者，應退還全部已繳付價款。

丙方因空難、海難、戰爭或其他不可抗力事件死亡，致乙方無法依本契約提供服務時，乙方同意無條件終止本契約，並比照第一項規定退款。

甲方先於丙方死亡時，如尚有甲方未付清乙方之餘款，甲方之繼承人得選擇是否願意繼續給付，承擔契約。如無人繼續給付時，乙方得解除本契約，並退還甲方全部價款之百分之

____（不得低於百分之八十）；甲方選擇分期繳付者，退還甲方已繳付價款扣除契約總價百分之____（不得高於百分之二十）後之餘額。退款之歸屬，依民法繼承編之規定辦理。

甲方係基於多層次傳銷之傳銷商身分與乙方簽訂本契約時，契約之解除、終止及退款依多層次傳銷管理法第二十條至第二十二條、第二十四條規定辦理。

本契約以訪問買賣之方式成立者，適用消費者保護法有關訪問買賣之規定。

第十五條（履約責任之轉讓）

乙方經營權移轉時，應通知甲方，甲方於接獲該通知後得選擇繼續或終止本契約，如甲方選擇終止本契約，乙方應依前條第一項規定退款。

第十六條（違約之處理）

甲方違反第四條之約定，未繳款累計達二個月，經三十日以上期間之催告後，仍不履行者，乙方得以書面通知甲方解除本契約，並沒收甲方已繳納之價款作為損害賠償，但沒收之金額，最高不得逾總價款百分之二十，超過部分，應於解除契約後三十日內退還甲方。

乙方應於接獲甲方通知丙方死亡時起開始提供服務，經甲方催告仍未開始提供服務，或逾四小時未開始提供服務，甲方得逕自以書面通知乙方解除契約，並要求乙方無條件返還已繳付之全部價款，乙方不得異議。甲方並得向乙方要求契約總價款____倍（不得低於二倍）之懲罰性賠償。但無法提供服務之原因非歸責於乙方者，不在此限。

第十七條（聯絡資訊變動之通知與資料保密）

本契約完成前，甲方或丙方依本契約留存之聯絡資料有變動，或乙方之營業據點與聯絡方式有變更時，有互相通知之義務。

乙方因簽訂本契約所獲得有關甲方或丙方之個人必要資料，負有保密義務。惟乙方得提供前開之個人資料予本契約之信託機構作為製發憑證或受理甲方查詢之用。

第十八條（管轄法院）

雙方因消費爭議發生訴訟時，同意_____地方法院為管轄法院。但不得

排除消費者保護法第四十七條及民事訴訟法第四百三十六條之九小額訴訟管轄法院之適用。

第十九條（契約分存）

本契約一式二份，甲乙雙方各收執乙份。乙方不得藉故將應交甲方收執之契約收回或留存。

立契約書人：

甲方：（消費者姓名）

國民身分證統一編號：

住址：

電話：

乙方：（殯葬服務業者名稱）

營利事業統一編號：

代表人：

地址：

電話：

中 華 民 國 年 月 日

(附件一中式)○○生前殯葬服務契約服務項目與規格

流程	服務項目	選項(依需要勾選)	規 格 說 明
遺體接運	接運遺體	<input type="checkbox"/> 至殯儀館	接體車、接體人員○人、接體袋
		<input type="checkbox"/> 在宅	接體車、接體人員○人、接體袋
	遺體修補、防腐	<input type="checkbox"/> 有 <input type="checkbox"/> 無	專人防腐藥劑處理
	遺體冰存	<input type="checkbox"/> 殯儀館內冰存	○天
<input type="checkbox"/> 移動式冰櫃在宅租用		○天	
安靈服務	靈位布置、拜飯	<input type="checkbox"/> 殯儀館內	靈位布置、祭品代辦
		<input type="checkbox"/> 在宅	靈位布置、祭品代辦
治喪協調	禮儀諮詢		禮儀師或專任禮儀人員一名
	擇日、祭文撰擬	擇定告別式日期、撰寫祭文	禮儀師或專任禮儀人員一名
	代辦申請事項	<input type="checkbox"/> 代聯絡行政法醫開立死亡證明書	指派專人代辦申請殯儀館出殯禮堂暨火化(埋葬)許可
	報備出殯路線		指派專人代辦
	申請搭棚許可	<input type="checkbox"/> 搭棚者適用	指派專人代辦
發喪	訃聞印製		訃聞○份(規格請詳述)
奠禮場地準備	場地租借	<input type="checkbox"/> 殯儀館 <input type="checkbox"/> 其他	○級禮廳(請說明空間大小與設備)
		<input type="checkbox"/> 戶外搭棚	棚架(規格、尺寸、素材請詳述)
	花牌、鮮花布置	花瓶、像框、花圈、保力龍字	○樣花、花牌規格、尺寸、素材請詳述、高架花籃○對
	禮堂布置		○色布幔、○尺花山(或三寶架、祭壇)、地毯、指路牌○組、觀禮座椅○張、燈光、講台
	遺像	<input type="checkbox"/> 彩色 <input type="checkbox"/> 黑白	○吋照片(含框)
	音響設備		音響主機○套、擴音喇叭○支、麥克風○支、控制人員○人
	禮品		胸花○枚、簽名簿○本、謝簿○本、公祭單○本、簽字筆○枝、毛巾○份、香燭○份、紙錢(種類與數量)

	運輸車輛、車位	<input type="checkbox"/> 中型 <input type="checkbox"/> 大型巴士	靈車○部、家屬車輛○人座○部、禮車○部
入殮移柩	壽衣		標準壽衣乙套(詳述規格、男女)
	棺木	<input type="checkbox"/> 土葬	棺木規格、材質、尺寸、顏色請詳述
		<input type="checkbox"/> 火化	環保火化棺木、套棺
	棺內用品		蓮花被、蓮花枕、庫錢(數量)、壽內組
	孝服		黑長袍或麻孝服○套
	祭品	<input type="checkbox"/> 素食 <input type="checkbox"/> 葷食	牲禮○付、水果○樣、水酒、菜碗○碗
儀式主持人	中式適用(移靈、入殮、火化)	佛教或道教師父○人(在家修)	
奠禮儀式	司儀、宣讀祭文		專任禮儀人員○名
	襄儀人員	引導公祭、襄助儀式進行	專任禮儀人員○名
	誦經人員、樂師	(在家修師姐)	宗教人員○名、樂師○人
遺體處理		<input type="checkbox"/> 火化	代為預訂火化日期、火化爐、交通車輛安排靈車○部(規格請詳述)、家屬車○人座○部(規格請詳述)
		<input type="checkbox"/> 火化後晉塔	扶棺人員○人、骨灰罐(材質、大小、樣式)、刻字、磁像、包巾

(附件一西式)○○生前殯葬服務契約服務項目與規格

流程	服務項目	選項(依需要勾選)	規 格 說 明
遺體接運	接運遺體	<input type="checkbox"/> 至殯儀館	接體車、接體人員○人、接體袋
		<input type="checkbox"/> 在宅	接體車、接體人員○人、接體袋
	遺體修補、防腐	<input type="checkbox"/> 有 <input type="checkbox"/> 無	專人防腐藥劑處理
	遺體冰存	<input type="checkbox"/> 殯儀館內冰存	○天
<input type="checkbox"/> 移動式冰櫃在宅租用		○天	
安靈服務	靈位布置	<input type="checkbox"/> 殯儀館內	靈位布置、祭品代辦
		<input type="checkbox"/> 在宅	靈位布置、祭品代辦
治喪協調	禮儀諮詢		禮儀師或專任禮儀人員一名
	擇日、祭文撰擬	擇定告別式日期、撰寫祭文	禮儀師或專任禮儀人員一名
	代辦申請事項	<input type="checkbox"/> 代聯絡行政法醫開立死亡證明書	指派專人代辦申請殯儀館出殯禮堂暨火化(埋葬)許可
	報備出殯路線		指派專人代辦
	申請搭棚許可	<input type="checkbox"/> 搭棚者適用	指派專人代辦
發喪	訃聞印製		訃聞○份(規格請詳述)
奠禮場地準備	場地租借	<input type="checkbox"/> 殯儀館 <input type="checkbox"/> 其他	○級禮廳(請說明空間大小與設備)
		<input type="checkbox"/> 戶外搭棚	棚架(規格、尺寸、素材請詳述)
	花牌、鮮花布置	花瓶、像框、花圈、保力龍字	○樣花、花牌規格、尺寸、素材請詳述、高架花籃○對
	禮堂布置		布幔、○尺鮮花十字架、地毯、指路牌○組、觀禮座椅○張、燈光、講台○尺花台
	遺像	<input type="checkbox"/> 彩色 <input type="checkbox"/> 黑白	○吋照片(含框)
	音響設備		音響主機○套、擴音喇叭○支、麥克風○支、控制人員○人
	禮品		十字胸花○枚、簽名簿○本、謝簿○本、公祭單○本、簽字筆○枝、毛巾○份、香燭○份
	運輸車輛、車位	<input type="checkbox"/> 中型 <input type="checkbox"/> 大型巴士	靈車○部、家屬車輛○人座○部、禮車○部

入殮 移柩	壽衣		教友專用綢質壽衣乙套
	棺木	<input type="checkbox"/> 土葬	棺木規格、材質、尺寸、顏色請詳述
		<input type="checkbox"/> 火化	環保火化棺木、套棺
	棺內用品		十字被、十字枕、棉紙
	孝服		黑長袍○套
祭品	<input type="checkbox"/> 素食 <input type="checkbox"/> 葷食	水果○樣	
奠禮儀式	司儀		專任禮儀人員○名
	襄儀人員	引導公祭、襄助儀式進行	專任禮儀人員○名
	神職人員	<input type="checkbox"/> 牧師 <input type="checkbox"/> 神父	○神職人員○名、○詩班○人
遺體處理		<input type="checkbox"/> 火化	代為預訂火化日期、火化爐、交通車輛安排靈車○部(規格請詳述)、家屬車○人座○部(規格請詳述)
		<input type="checkbox"/> 火化後晉塔	扶棺人員○人、骨灰罐(材質、大小、樣式)、刻字、磁像、包巾

(附件二)○○生前殯葬服務契約實施程序與分工

流程	活動事項	分工情形		備註
		殯葬公司負責	家屬或契約執行配合	
臨終諮詢	關懷輔導	指派專人服務	隨侍在側、通知親友	填送服務通知書
	殯葬禮儀諮詢	服務專線：00000000	家屬參與	
	安排治喪場地	場地聯繫、代訂	參與決定	
	申辦死亡證明	指派專人代辦	準備身分證	
遺體接運	接運遺體至殯儀館	指派專人、專車接運	陪同	收受遺體接運切結書
	遺體修補、防腐	委請專人服務		
	遺體冰存	代訂或提供冰櫃	在宅者負責提供場地	
安靈服務	□殯儀館內	靈位安置		
	□在宅	靈堂安置、祭品代辦	按時祭拜	
治喪協調	擇定公祭、出殯日期	委請專人擇日、代訂火化時間	提供○○○生辰、決定日期	
	遺像準備	指派專人代辦	選定相片或底片	
	撰寫祭文	指派禮儀師或專業人員代筆	參與討論	
	申請火化(埋葬)許可	指派專人代辦	提供所需文件	
發喪	訃聞印製與發送	代為撰擬、印製	提供名單、自行寄送	
奠禮場地準備	奠禮布置	指派專人辦理	參與決定	
	觀禮者席位安排	指派專人辦理	參與決定	
	公祭用品準備	指派專人籌辦	專人點收、點退	
	運輸工具、車位安排	指派專人辦理	詢問親友出席意願	
入殮移柩	遺體清洗、著裝、化妝	委請專人服務		
	遺體移至禮堂	指派專人服務	陪同	
	入殮用品準備	提供棺木、相關用品	陪葬用品(環保、簡樸為宜)	
	入殮	指派專業禮儀人員服務		
	家奠法事	委請法師服務	全程參與	

奠禮儀式	工作人員分派	司儀、襄儀、祭文宣讀、服務引導等人員安排	指派奠儀收付人員、指定親友擔任接待	
	喪葬禮儀、服制穿戴指導	指派禮儀師或專業禮儀人員服務	配合穿戴及禮儀指導	
	典禮進行	依儀式進行	排定公祭單位順序、致謝	
	場地善後	指派專人辦理	指定數位親友協助督導	
遺體安葬	<input type="checkbox"/> 火化	指派專人代為安排	全程參與	
	<input type="checkbox"/> 火化後晉塔	指派專人扶棺護送、交通安排、骨灰罐、祭品等提供	全程參與	
	<input type="checkbox"/> 土葬	指派專人扶棺護送、交通安排、骨灰罐、祭品等提供	全程參與	
	<input type="checkbox"/> 火化後其他方式處理	自行填列	自行填列	

(附件三) 遺體接運切結書 (家用型)

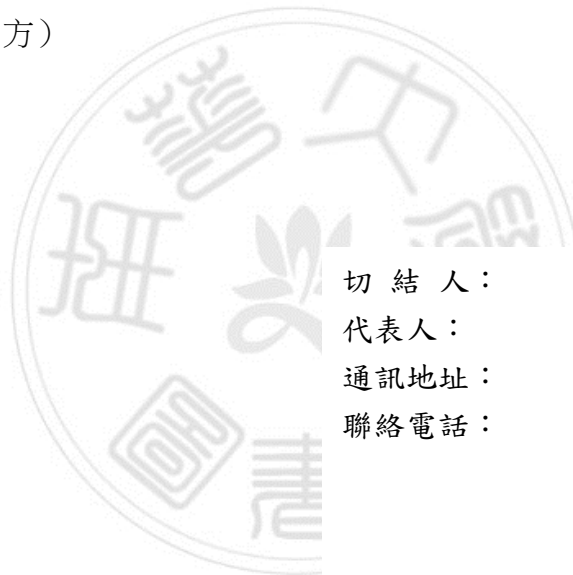
本_____ (乙方) 依據與_____ (甲方) 所簽訂「_____生前
殯葬服務契約」(契約編號：第_____號) 約定，接運_____ (丙方) 之
遺體。切結事項如下：

一、接體人員姓名： 國民身分證統一編號：
 姓名： 國民身分證統一編號：

二、該遺體經甲方或其指定人確認係丙方本人無訛。簽名：

此 致

_____ (甲方)



切 結 人： (乙方)
代 表 人：
通 訊 地 址：
聯 絡 電 話：

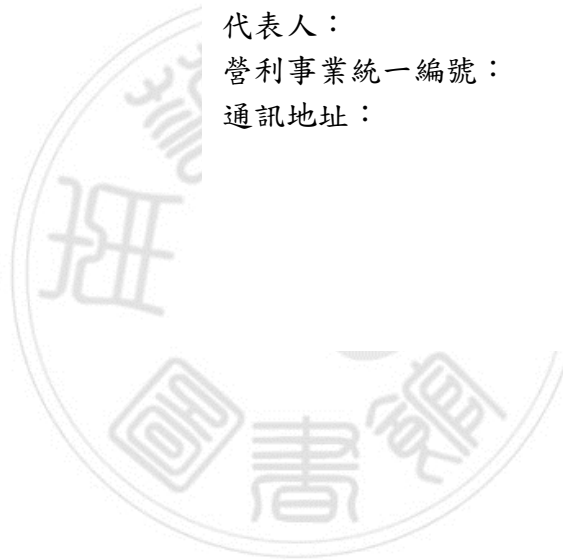
中 華 民 國 年 月 日

(附件四) 殯葬服務完成確認書 (家用型)

_____ (甲方) 與 _____ (乙方) 簽訂「_____ 生前殯葬服務契約」(契約編號：第 _____ 號)，今乙方已依約提供 _____ (丙方) 殯葬服務，且內容與品質均合乎約定，本契約之帳款業已結清，雙方同意本契約已完成無訛，特此確認。

甲方： _____ (簽章)
國民身分證統一編號：
通訊地址：

乙方： _____ (簽章)
代表人：
營利事業統一編號：
通訊地址：



中 華 民 國 _____ 年 _____ 月 _____ 日