

台灣殯葬禮儀人員工作價值觀與 執業角色自我定位關係之研究

——以中部地區為例

黃芝勤* 徐福全**

摘要

本研究旨在了解我國殯葬禮儀人員的工作價值觀及執業角色自我定位的現況；並分析我國殯葬禮儀人員不同的背景變項對工作價值觀與執業角色自我定位上產生的差異及探討我國殯葬禮儀人員的工作價值觀、執業角色自我定位的關係。

本研究採用文獻分析法、問卷調查法為主，並輔以訪談分析。以台灣中部地區參加葬儀商業同業公會之會員為調查樣本。先以「台灣殯葬禮儀人員執業現況調查問卷」為研究工具進行普查，有效樣本達149位，所蒐集的資料分別以描述性統計、t考驗、變異數分析（ANOVA）、Scheffe多重比較檢定、典型相關等統計方法進行分析，再訪談6位殯葬禮儀人員以深入了解其執業行為知覺，研究結果如下：

1. 台灣殯葬禮儀人員之工作價值觀、執業角色自我定位，因其背景變項不同有差異。
2. 台灣殯葬禮儀人員之工作價值觀普遍頗佳，以「能力與

* 南華大學生死學系講師

** 銘傳大學應用中文系教授

環境」構面知覺為主；喪家對殯葬禮儀人員的肯定，會影響台灣殯葬禮儀人員之成就感。

3. 台灣殯葬禮儀人員之執業角色自我定位普遍頗清楚，以「殯葬服務」的角色知覺為主；他們是殯葬禮儀服務舞台的協調者、規劃者、指導者。
4. 台灣殯葬禮儀人員的工作價值觀各層面與執業角色自我定位各層面有顯著典型相關，工作價值觀對執業角色自我定位解釋力較高。

最後，本研究根據上述發現提出建議，以供主管殯葬行政機關、殯葬業者、殯葬禮儀人員、有意從事殯葬禮儀服務業的人員及社會大眾，明確了解殯葬禮儀人員與殯葬禮儀服務業的生態及殯葬禮儀人員應有的服務準則與規範。

關鍵詞：殯葬禮儀人員、工作價值觀、執業角色自我定位

A Research of Mortician Employees' Practice:

Using Central Taiwan Area as An Example

Huang, Chih-Chin* Hsu, Fu-Chuan**

Abstract

This study intends to understand the current condition of professional background, cultivating process and professional self-positioned role of mortician employees; and to explore the effect of different variables of professional backgrounds on cultivating process and professional self-positioned role and analyze the relationship between cultivating process and professional self-positioned role of mortician employees in Taiwan area.

A literature analysis method and questionnaire were adopted and assisted with an interview analysis. The research samples were taken mainly from members of Mortician Industrial Association in central Taiwan. We have gained 149 effective samples from census by using "The current situation of mortician employees in Taiwan area" questionnaire as a tool. The effective samples were then analyzed by various methods, such as descriptive statistic, t-test, ANOVA, Scheffe multiple comparison examination, and typical relation. Finally, we performed interviews with 6 mortician employees to further understand

* Adjunct Instructor, Department of Life-and-Death Studies, Nanhua University

** Professor, Applied Chinese Dept., Ming Chuan University

their practicing behavior. We have gained the following results:

1. The job value and professional self-positioned role in Taiwan area differ with different variables of backgrounds.
2. The job value of mortician employees in Taiwan area is relatively high, primarily with the item of “competence and environment”. The achievement of the mortician employees are affected by the affirmation of families of the dead.
3. The professional self-positioned role of mortician employees in Taiwan area is universally clear, especially on the role perception item of “funeral service industry”. They perform as the coordinators, planners and the directors on the stage of mortician service industry.
4. An apparent typical relation is shown between various levels of job value and various levels of professional self-positioned role. There is a high explanation level of professional self-positioned role to job value.

Finally, based on the findings of this study, we will provide suggestions and a better understanding regarding the trade ecology, service guidelines and regulations to the administrative authorities, mortician industry, mortician employees, those who intend to enter the trade, and the public.

Key Words: *Mortician Employee, Job Value, Professional Self-Positioned Role*

台灣殯葬禮儀人員工作價值觀與 執業角色自我定位關係之研究

——以中部地區為例

壹、緒論

一、研究背景

廚師、裁縫師、建築師、醫師、護士、教師、律師……等專業服務人員，都有一段由薪火相傳歷史到角色扮演循序漸進的導讀本，唯獨負責生死大事的殯葬禮儀人員的角色總是被國人漠視，無人關懷。長久以來，殯葬禮儀人員就在以訛傳訛、以盲導盲的混沌狀況中求生存。

其實殯葬相關從業人員角色的文獻記載歷歷，但研究者深入觀察到殯葬服務業的工作人員往往都沒有一個固定的職稱或工作內容，在殯葬流程中常常出現此刻擔任司儀，而下一刻擔任抬棺夫，再下一刻是司機……等情形。陳皎眉與林世崇曾指出殯葬業者一直未受到台灣社會重視，甚至被列入下九流之林，主要原因乃工作人員素質參差不齊。從業人員大多是學徒出身或半路出家，如此師徒制傳承，容易失真、失傳，甚至以訛傳訛，難以提供優質的社會服務與獲得大眾的認同。（陳皎眉、林世崇，2001：79-80）。有些殯葬服務人員必須在惡劣的環境工作。可能是悶熱、空氣污濁的火葬場，也可能是需要直接接觸遺體的冷藏室，整日與遺體為伍，呼吸的是有屍臭味、令人作噁的空氣。在工作環境惡劣、報酬偏低的制度下，加上社會地位低下不受認同，一般

人給予異樣的眼光……等等的因素，人員的進用當然有其困難，要談經驗的傳承、專業形象與服務品質就有如緣木求魚了（同上，2001：79-80）。

工作價值觀（work value）是價值觀的延伸觀念。工作價值觀具個別差異，也受文化因素的影響，在不同文化差異影響下，可以說是「一個概念各自表述」。然而，Super（1970）將工作價值觀定義為與工作有關的目標，表達個人內在需求及從事活動時所追求的工作特質。因此，工作價值觀是影響職業選擇與生涯規劃的主要因素。國內學者吳鐵雄等（1996）認為，工作價值觀係個體於從事工作時，據以評斷有關工作事物、行為或目標的持久性信念與標準，個體據此表現工作行為、追求工作目標。在工作價值觀的相關研究發現，公司年資、任職經歷、職位、性別、年齡、教育程度等與工作價值觀有相互影響關係。朴英培（1988）研究發現，女性員工比較重視工作薪酬價值；男性員工比較重視工作內在價值與社會地位價值；較高階層的員工較重視工作之內在價值、晉升及社會地位價值；而位階較低的員工較重視薪酬價值。徐增圓（1999）研究指出，愈年長的非新世代工作者對集體利益、能力與理智、謙和寬容以及尊重傳統等工作價值觀愈重視。

莎士比亞說：「整個世界就是一個舞台。」美國社會學家高夫曼也說：「每個人日常生活呈現自己的方式，就是一種表演。」他的代表作《日常生活中的自我表演》，就用戲劇表演來解釋人們的社會互動，他認為舞台不限於歌劇院中，在我們日常生活中，無所不在，只要人與人交往的情境中，人們就有可能自然被推向台前。世間的男女都是在觀眾前扮演不同的角色，演員必須竭盡所能呈現最完美的演出，情境不同，即須改變自我演出，遇到不同觀眾的要求或挑戰時也可能要調整形象。在世界的舞台形成後，表演者不斷運

用特定技巧表現自我，試圖運用導演與操縱他人的反應和置身的情境來維持自我形象或角色。當個人試圖運用導演與操縱他人的反應的時候，也同時受他人操縱而成爲觀眾。一個人可同時扮演表演者的角色及觀眾的角色。

人的一生在不同的年齡、不同的社會場合所扮演的角色也不同。就以業務員來說：Jackson（1988）認爲，現代業務員必須扮演教育者（Educator）、促成變化的銷售員（Change Agent）、問題解決者（Problem solver）、創新者（Innovator）、管理者（Manager）、溝通者（Communicator）、研究者（Researcher）、告知者（Informant）、預測者（Forecaster）、變通者（Modifier）、心理學家（Psychologist）等十一個角色（引自顏瑞伶，2002：30）。

在殯葬禮儀服務的舞台上，從以前的婆仔、土工仔……到現在法律明文規定的「禮儀師」，其工作並沒有因時代的變遷而減少，反而因應現代化、專業化有增加的趨勢。在陳繼成（2003：129-150）研究中，建構了台灣現代禮儀師的角色，包含輔導者、陪伴者、協調者、殯葬政策的宣導者、喪俗的改革者、殯葬志工、治喪的專業者、社會資源的協尋者、殯葬用品及設施的仲介者、孝道的弘揚者、正確生死觀的推廣者、殯葬儀節的指導者。

有感於殯葬禮儀服務業已開始順著時代變遷而進化，在《殯葬管理條例》已施行、專業證照制度將推出，不同殯葬禮儀人員背景變項差異下，他們所面臨的挑戰可以想見。因此，爲提升其專業認知與殯葬文化，必須深入探究殯葬禮儀人員在執業過程中角色自我定位與工作價值觀之間關聯的情形。

本研究預期了解現有殯葬禮儀人員在執行業務中，對於個人角色自我定位爲何？從事本行業之工作價值觀爲何？提

供殯葬禮儀服務公司主管參考，遇到勞資問題可由員工心聲的告白，改善勞資關係、留住人才。進而更能「對症下藥」提升殯葬服務工作品質與殯葬文化，減除殯葬傳統習俗的束縛，促使殯葬產業蓬勃發展。

二、研究目的

有關殯葬禮儀人員執業角色自我定位，在陳繼成《台灣現代殯葬禮儀師角色之研究》（2003）中，發現禮儀師角色的核心是對傳統禮俗的專業知識，角色扮演中包含心理、社會、業務、教育四個層面為現代禮儀師的表徵。

殯葬禮儀人員執業角色自我定位，在工作價值觀中是屬於「目的價值」或是「工具價值」呢？有關殯葬禮儀人員的工作價值觀迄今尚無專門研究，至於一般工作價值觀在吳鐵雄（1996）研究認為，工作價值觀係個體於從事工作時，據以判斷有關工作事物、行為或目標的持久性信念與標準，個體據此表現工作行為、追求工作目標。因此，本研究的主要目的為：

- (一) 深入了解我國殯葬禮儀人員執業角色自我定位與工作價值觀的現況。
- (二) 分析我國殯葬禮儀人員不同背景變項對執業角色自我定位與工作價值觀的差異。
- (三) 分析我國殯葬禮儀人員不同背景變項對執業角色自我定位與工作價值觀的關係。

三、名詞界定

本研究主要變項解釋界定如下：

(一) 殯葬禮儀人員

本研究「殯葬禮儀人員」，是指殯葬禮儀服務業中，只在殯葬流程中執行殯葬禮儀服務業的喪葬禮儀主要領導人；

也就是殯葬管理條例第四十條所規定的「禮儀師」或中華民國職業分類典所稱「禮儀師」業務的人。至於其他殯葬相關的行業或從業人員則非本研究之重點。

(二)工作價值觀

本研究所稱工作價值觀是以吳鐵雄（1995：4）所定義的「工作價值視個體從事工作時，據以評斷有關工作事物、行為或目標的持久性信念與標準，個體據此表現工作行為、追求工作目標」為之。

經因素分析結果萃取六個成分因素，這些成分因素構面分別命名為：

1. **能力與環境**：旨在協助受試者了解自己對「工作時能否發揮個人才能，環境中能否擁有管理權力與支配權，以及獲得良好的社會互動」的重視程度。
2. **待遇與福利**：旨在協助受試者了解自己對「工作時能否獲得合理的待遇報酬，以及組織中是否有完善的制度以滿足安全感」的重視程度。
3. **學習與創新**：旨在協助受試者了解自己對「工作時能否不斷獲得新知識與自我成長，發揮創造力、展現個人才華以及增進個人發展」的重視程度。
4. **心理安全**：旨在協助受試者了解自己對「工作時能否免於緊張、焦慮、混亂與恐懼，以及能否穩定而規律的工作」的重視程度。
5. **休閒健康**：旨在協助受試者了解自己對「工作時能否擁有充分的休閒活動，以及獲得充足的體能活動」的重視程度。
6. **交通條件**：旨在協助受試者了解自己對「工作時能否獲得交通便利」的重視程度。

(三) 執業角色自我定位

在陳繼成的研究（2003：153-155）發現角色定位是由禮儀師本身如何看待「自己」的面向，加上其他人如何看待「禮儀師」的面向交織而成。本研究是指殯葬禮儀人員本身對於「角色知覺」與「角色期待」相互作用下所自我建構「角色定位」。

經因素分析結果萃取四個成分因素，這些成分因素構面分別為：

1. **生命教育**：旨在協助受試者了解自己在執業中扮演「經由殯葬禮儀服務而教育所有參與的人員正確的生命禮儀觀，以及心靈抒發」的角色。
2. **殯葬服務**：旨在協助受試者了解自己執業中扮演「殯葬禮儀中提供全方位服務，以及擁有專業知識涵養」的角色。
3. **行銷管理**：旨在協助受試者了解自己執業中扮演「仲介殯葬用品及設施，以及獲得佣金收入」的角色。
4. **附加價值**：旨在協助受試者了解自己執業中扮演「提供家屬與親友正確生死觀，以及本身角色利益衝突抉擇」的角色。

四、研究限制

殯葬禮儀服務業存在歷史雖然非常久遠，直到近年才有法律明文界定，但不論有無申請設立的公司行號，業者都可為往生者服務。在台灣稱為殯葬禮儀服務業的總家數，尚無正確統計數字，由於政府資源有限加上國人忌諱死亡的傳統思想影響下，殯葬禮儀服務業總是被社會遺忘在某個角落中。所以在抽樣母體部分，本研究僅能針對中部地區有參加葬儀商業同業公會之會員進行全面性的普查，至於沒有參加葬儀商業同業公會的隱形業者，本研究即無從探討。由於國

內有關殯葬禮儀服務業的研究不多見，因此可供參考文獻的資源稀少，可供參考的資料也非常少見。

在研究資料的收集部分，由於人力、財力與時間之有限，只能採取郵寄問卷、個別訪談填答與團體填答。郵寄問卷針對中部地區葬儀商業同業公會之會員，選取符合研究條件業者施行普查；但由於研究調查期間正處於殯葬禮儀服務業向政府機關辦理備查階段，有些受訪者深怕本研究與法令相關，會對他們產生影響或傷害而不願填答。

郵寄問卷常見的回答率是介於10%到50%之間（W. Lawrence Neuman著，朱柔若譯，2000：461），本研究因採取郵寄問卷全面普查、未親自拜訪、研究議題過於學術性、題目數量多、業者教育程度參差不齊、未有發送禮物的種種因素下，初期造成回答率較低，因此除以電話催收或在各縣市公會舉行會員大會時到場催收外，並盡自己的能力親自登門拜訪催收，最後方得以完成46.05%的回收率。經過整理分析，為求研究結果更為精確，乃採取高標準衡量問卷，凡部分量表完全未答或各題勾選分數完全一致者即視為無效問卷。所以，最後所得有效問卷為34.65%，這個百分比就殯葬業者做全面性的問卷而言，已令人相當滿意；其結果雖不能擴大解釋全台灣的現象，但應足以代表中部地區業者的心聲。

個別訪談僅限於研究者能力範圍內拜訪業者；團體填答部分乃利用各縣市葬儀商業同業公會舉辦會員大會時，到場分發給未填答者，但因會場內在開會，故有時無法分心來填答或因時間倉促形成部分無效問卷。

研究結果分析部分，本研究僅針對中部地區符合研究條件業者施行普查，故研究結果只能解釋台灣中部地區殯葬禮儀人員工作價值觀與執業角色自我定位關係，尙未能擴及至全台灣地區，亦屬本研究限制之一。

貳、研究方法

一、研究架構與假設

本研究主要探討殯葬禮儀人員執業角色自我定位與工作價值觀之間的關聯性，其基本架構如圖1所示：

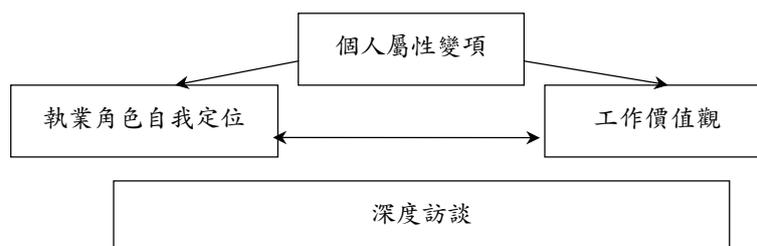


圖1 研究架構圖

根據研究目的與研究架構，本研究欲驗證之研究假設如下：

- (一) 不同背景變項的殯葬禮儀人員對「工作價值觀」有顯著差異。
- (二) 不同背景變項的殯葬禮儀人員對「執業角色自我定位」有顯著差異。
- (三) 殯葬禮儀人員的「執業角色自我定位」與「工作價值觀」有顯著相關。

二、研究工具

本研究採用問卷調查法，並輔以訪談分析。量化問卷包含三大部分，第一部分包含「個人基本屬性資料」、「企業基本資料」、「入行背景」與「養成歷程」四個要項，分別包含了性別、年齡、籍貫、教育程度、教育類別、婚姻狀況、宗教信仰、從事殯葬相關工作多久、現任職務、目前任職公司行號的型態、目前任職的公司行號開業歷史為多久、

在目前的公司中已經工作多久及個人月收入、目前任職的公司行號開業歷史為多久、目前任職公司行號的型態、進入殯葬服務業的原因、入行前的職業、接觸死亡經驗、宗教信仰的幫助、進入殯葬服務業的方式或途徑、成為禮儀人員的流程、工作職場第一份職務及如何學習禮儀工作等。

問卷的第二部分為工作價值觀量表，本問卷是採用吳鐵雄（1995）發展的工作量表，該量表施測對象為大專生畢業生及大專畢業在職人員。其信度係數平均值介於0.76~0.80，內部一致信度係數均在0.8以上。此量表經由專家學者審查，歷經數位研究者針對不同研究對象施測，實證得知此量表具有一定的信效度。

本量表施測結果利用主成分分析法萃取，取特徵大於1因素，以最大變異數法進行正交轉軸法，其中因素負荷量大於0.4者，是為顯著負荷量。本量表一共49題，經因素分析結果萃取六個成分因素，而這些成分因素構面分別命名為能力與環境、待遇與福利、學習與創新、心理安全、休閒健康、交通條件等六大因素。

問卷的第三部分為執業角色自我定位量表，此部分參考陳繼成（2003）的研究結果，他指出台灣現代禮儀師的角色期許至少必須涵蓋心理、社會、業務、教育四個層面方足以建構出「禮儀師」的面貌。然後自行編製量表後再經由專家學者經審查預試後施測。發現本量表以此理論架構為參考依據，根據編制內容分為四個層面共計16題，其中第6題與第15題為反向題。利用主成分分析法萃取，取特徵大於1因素，以最大變異數法進行正交轉軸法，其中因素負荷量大於0.4者，是為顯著負荷量。經因素分析結果萃取四個成份因素，而這些成分因素構面分別命名為生命教育、殯葬服務、行銷管理及附加價值等四大因素。

訪談大綱部分為在量化研究統計分析結果之後，與殯葬

禮儀人員深度訪談以了解其實際執行業務中的情境與認知。

問卷的信度分析部分，根據Nunnally（1978）指出 α 值高於0.7，則具有相當良好的內部一致性。一般而言，Crobach's α 數若大於0.7，表示其具有較高的信度，而介於0.35與0.7之間屬仍能接受範圍。（引自陳宗賢2003：114-115）。

本研究問卷分析的結果，各變項皆大於0.7，屬於高信度係數，而各所得子構面的信度係數如表1所示。由表1可知，除部分子構面是介於0.65與0.7之間屬仍能接受範圍，其餘可靠程度相當高。

表1 各量表信度分析結果彙整表

構面	Crobach's α	子構面	Crobach's α	所包含之題項
工作價值觀	0.9660	能力與環境	0.9509	15.16.18.20.17.14.13.31.30.19.21.9.29.10.7.27.32
		待遇與福利	0.9312	37.36.39.38.35.33.34.
		學習與創新	0.8758	3.2.4.5.1.8.6
		心理安全	0.8612	44.46.45.42.43.41.
		休閒健康	0.8891	23.24.22.25.28.12.40.11.47.26.
		交通條件	0.7922	48.49.
執業角色自我定位	0.7757	生命教育	0.8544	4.3.2.1.5.
		殯葬服務	0.7469	10.7.8.9.11.16.14.
		行銷管理	0.7545	13.12.
		附加價值	0.671	15.6.

資料來源：本研究整理。

三、研究對象

本研究針對中部地區六縣市有加入葬儀商業同業公會之會員，進行全面性問卷普查，自93年4月21日起全面郵寄發放，總計發出問卷438份，經郵局退回8份，總發放問卷為430

份。因採取郵寄問卷全面普查、未親自拜訪、研究議題過於學術性、未有發送禮物的種種因素下，造成回答率較低。研究者乃於公會召開年度會員大會時，到現場針對未填答之殯葬禮儀人員進行催收，或以電話催收，或親自到該公司所在地現場催收。實際回收之樣本數為198份，回收率為46.05%，本研究從嚴認定無效問卷將部分量表完全未答者18份，各題勾選分數完全一致者31份，共計49份，視為無效問卷。經扣除無效問卷49份，實際有效問卷149份，有效回收率為34.65%。

在六個縣市之有效問卷樣本中，採取「叢集立意抽樣」(cluster purposive sampling)進行抽樣，更深入殯葬禮儀人員生態中執行深度訪談及參與觀察。前提需為受訪者在量化問卷上有留下電話且有意願接受訪談者，針對不同縣市之殯葬禮儀人員，按照縣市別進行立意取樣，每個縣市各抽取一位受訪者，進行實施深度訪談，發掘業者內心深度的動機。

四、資料分析處理方法

本研究之量化資料先進行人工整理，剔除無效問卷，再將資料鍵入電腦中，然後以SPSS10.0套裝軟體處理。分析方法包括描述性統計、t檢定、單因子變異數分析、典型相關等統計方法。最後使用三角交叉檢視(triangulation)，以量化問卷結果為主，深度訪談結果為輔，進而相互檢視、互補、整合。將研究結果總體綜合分析，探討殯葬禮儀人員執業角色自我定位與工作價值觀的全貌。

參、結果與討論

一、台灣殯葬禮儀人員執業行為之現況分析

(一)個人特徵部分

台灣殯葬禮儀人員執業行為中，男性是女性的三倍之多。年齡以41-50歲的人居多；21-30歲次之；再來是31-40歲。受試者中以閩南人居多。有47.7%的殯葬禮儀人員具有高中／高職的學歷，其餘依序是專科、國民中學、國民小學、大學、研究所。在專科以上學歷的殯葬禮儀人員是以商科與工科較多。

大部分的殯葬禮儀人員皆為已婚者；佛教、一般民間信仰、道教是目前在台灣最普遍的宗教信仰，殯葬禮儀人員的宗教信仰即以這三種為主。殯葬禮儀的學習，可說是經驗的累積。截至目前為止進入此行業的人，在本研究中發現有三成以上的禮儀人員的年資為15年以上。

受試者為公司行號負責人或董事的殯葬禮儀人員佔近48%的比率，可見目前禮儀人員大多由公司行號負責人或董事自己兼任此職務；在公司型態不同的影響下專任禮儀師與兼任禮儀師，可說是新興行業的代表。在任職年資的現況與從事殯葬業務年資的比率顯示，差不多是成正比的情況。可能因為殯葬禮儀服務業是沒有固定收入與業務的行業，故大部分的殯葬禮儀服務業者都選擇以視業績與公司拆帳來做為薪資發放的標準；另外還有一些原因，有的是收入結構不一定，或是公司行號負責人或董事須自負公司盈虧，或是保密不希望透露。

(二)企業特徵部分

在殯葬服務業的業者當中以獨資的型態居多，大部分的殯葬禮儀人員以獨資開業15年以上的41-50歲男性、已婚且學

歷為高中／高職的公司行號負責人或董事擔任殯葬禮儀人員居多，可說是未來禮儀師族群的先鋒。

表2 企業特徵基本特性表

n=149

項目	類型	次數	百分比 (%)	項目	類型	次數	百分比 (%)
開業歷史	1年以下	11	7.4	開業型態	獨資	86	57.7
	1年(含)~3年以下	17	11.4		合夥	12	8.1
	3年(含)~5年以下	11	7.4		有限公司	36	24.2
	5年(含)~10年以下	17	11.4		股份有限公司	12	8.1
	10年(含)~15年以下	23	15.4		未填答	3	2
	15年以上	67	45				
	未填答	3	2				

資料來源：本研究整理。

(三)入行背景部分

中部地區殯葬禮儀人員以家族傳承者較多，入行前的職業為自由業為多數。有59.1%的人是在從事此工作前是否曾親自協助臨終病患或死亡者。大部分的殯葬禮儀人員認為宗教信仰對所從事的工作是沒有幫助。

(四)養成過程部分

進入這個行業的原因以家族傳承為主；殯葬教育訓練機構的訓練也形成進入此行業的另一個途徑與風氣。入行第一份職務大部分都是由外部服務開始殯葬禮儀服務的執業生涯史為多數。然而，研究結果發現成為殯葬禮儀人員的流程以「內勤服務→外部服務→經營管理者」為居多；對於殯葬相關知識的全盤了解與涉獵，最常使用的方式是跟隨先進或同事實地觀察與學習；其次乃師徒制，口頭教授的方式，在喪葬的場地中觀摩學習；這二種方式是在殯葬科系未有教科書

前，最佳的真實教科書與學習環境。

表3 個人特徵基本特性表

n=149

項目	類型	次數	百分比 (%)	項目	類型	次數	百分比 (%)	
性別	男	117	78.5	宗教信仰	佛教	48	32.2	
	女	32	21.5		道教	31	20.8	
年齡	21歲	3	2		一貫道	5	3.4	
	21-30歲	40	26.8		基督教	4	2.7	
	31-40歲	36	24.2		天主教	1	0.7	
	41-50歲	43	28.9		伊斯蘭教	0	0	
	51-60歲	23	15.4		一般民間信仰	41	27.5	
	60歲以上	4	2.7		無宗教信仰	18	12.1	
籍貫	閩南人	125	83.9		其他	1	0.7	
	客家人	9	6		投入時間	1年以下	19	12.8
	外省人	14	9.4			1年(含)~3年以下	27	18.1
	原住民	1	0.7	3年(含)~5年以下		17	11.4	
	其他	0	0	5年(含)~10年以下		18	12.1	
教育程度	未入學	0	0	10年(含)~15年以下		20	13.4	
	國民小學	16	10.7	15年以上		48	32.2	
	國民中學	22	14.8	目前職務	公司行號負責人或董事	71	47.7	
	高中/高職	71	47.7		專任禮儀師	31	20.8	
	專科	26	17.4		兼任禮儀師	35	23.5	
	大學	12	8.1		其他	12	8.1	
教育類別	研究所以上	1	0.7	服務年資	1年以下	24	16.1	
	未填答	1	0.7		1年(含)~3年以下	27	18.1	
	高中/高職以下	109	73.2		3年(含)~5年以下	19	12.8	
	文科	5	3.4		5年(含)~10年以下	15	10.1	
	法科	0	0		10年(含)~15年以下	18	12.1	
	商科	15	10.1		15年以上	44	29.5	
	理科	1	0.7	未填答	2	1.3		
	工科	14	9.4	月收入結構	月薪<獎金	24	16.1	
	農科	0	0		月薪>獎金	15	10.1	
	軍警學校	1	0.7		視業績與公司拆帳	39	26.2	
	醫護	3	2		底薪+業績分紅	27	18.1	
未填答	1	0.7	其他			34	22.8	
婚姻狀況	未婚	36		24.2				
	已婚	113		75.8				
	其他	0	0					

資料來源：本研究整理。

表4 入行背景與養成過程特性表 n=149

入行背景部分				養成過程部分			
項目	類型	次數	百分比 (%)	項目	類型	次數	百分比 (%)
入行原因	家族傳承	59	39.6	入行方式或途徑方面	家族傳承	63	42.3
	學以致用	16	10.7		毛遂自薦	12	8.1
	修行服務	19	12.8		就業服務站轉介	6	4.0
	待遇吸引	9	6		網路查詢	4	2.7
	遭逢喪事，產生興趣	14	9.4		朋友介紹	3	2.0
	朋友遊說	14	9.4		殯葬教育訓練機構轉介	49	32.9
	其他	17	11.4		其他	6	4.0
	未填答	1	0.7		未填答	6	4.0
入行前職業	公務員	4	2.7	入行第一份職務	經營管理	35	23.5
	教師	2	1.3		外部服務	48	32.2
	運輸業	2	1.3		內勤服務	36	24.2
	軍警	1	0.7		其他	22	14.8
	自營商（攤販、自營商等）	9	6		未填答	8	5.4
	企業雇主	5	3.4	成為禮儀人員流程	內勤服務→外部服務→經營管理	74	49.7
	企業雇員（白領階級）	15	10.1		外部實習服務→外部服務	46	30.9
	製造業員工	11	7.4		其他	22	14.8
	服務業（洗衣、美容……等）	15	10.1	學習禮儀工作方面	未填答	7	4.7
	自由業	45	30.2		師徒制，口頭教授	43	28.9
	醫護人員（醫生、護士、看護）	4	2.7		跟隨先進或同事實地觀察與學習	65	43.6
	其他	35	23.5		公司內部舉辦教育訓練	9	6
	未填答	1	0.7		參加殯葬相關研習或教育課程	21	14.1
			自我摸索		11	7.4	
			其他		0	0	
從事前曾親自協助	是	88	59.1				
	否	60	40.3				
	未填答	1	0.7				
從事的宗教信仰對所	非常有幫助	2	1.3				
	有幫助	17	11.4				
	普通	33	22.1				
	沒有幫助	59	39.6				
	非常沒有幫助	38	25.5				

資料來源：本研究整理。

(五)台灣殯葬禮儀人員工作價值觀之現況分析

就整體工作價值觀而言，樣本受訪者的工作價值觀平均分數為3.71分，高於中立意見的3分，能力與環境平均4.07，略高於整體平均，表示在該方面認同度是更高的；相反地，心理安全平均3.28，表示在該方面認同度是稍低的。其餘構面表現接近；也就是說台灣殯葬禮儀人員工作價值觀介於「普通同意」到「大部分同意」之間，表示殯葬禮儀人員對工作價值觀有正面的看法，對自身所從事的行業有認同感。

尤其在能力與環境部分有較高的認同感，可能原因為在殯葬禮儀工作環境中能有較高的成就感，在自己認同與喜愛的環境中，能發揮自己的專業才能來服務需要受服務的人、事、物。但殯葬禮儀人員在心理安全部分的認同感稍低，可能原因為在工作中會令禮儀人員緊張焦慮的時間點與事物都不一定，譬如說下一個接的個案無法預知他會是什麼原因而死亡，有可能為車禍、發臭、生病……等等原因，而死亡之後，殯葬禮儀人員所面對的就是接體時（喪葬禮儀服務中）的情境與接體後（喪葬禮儀服務後）自我的調適。故工作價值觀因而有影響。

表5 工作價值觀之現況分析

構面	題數	最小值	最大值	平均數	標準差
能力與環境	17	2.00	5.00	4.07	0.54
待遇與福利	7	1.00	5.00	3.82	0.71
學習與創新	7	1.86	5.00	3.99	0.56
心理安全	6	1.00	5.00	3.28	0.81
休閒健康	10	1.10	5.00	3.54	0.72
交通條件	2	1.00	5.00	3.51	0.87
整體工作價值觀	49	1.78	5.00	3.71	0.56

資料來源：本研究整理。

(六)台灣殯葬禮儀人員執業角色自我定位之現況分析

樣本受訪者的執業角色自我定位平均分數為3.47分，也是高於中立意見的3分，表示殯葬禮儀人員對執業角色自我定位是持贊成的看法，也就是說對一名殯葬禮儀人員應該扮演的角色定位大都可以認同。然而行銷管理平均2.91、附加價值平均2.98，這兩項則低於整體平均。在殯葬服務與生命教育層面的認同較高。至於行銷管理的認同是最低，許多前輩明確指出不贊成將行銷管理的角色納入禮儀人員需扮演的角色之一。不過也有前輩並不認為行銷管理應剔除在禮儀人員需扮演的角色之外。本研究體察時代潮流認為殯葬禮儀人員所扮演的角色應包含生命教育者、殯葬服務者、行銷管理者及附加價值者的角色。

表6 執業角色自我定位之現況分析

構面	題數	最小值	最大值	平均數	標準差
生命教育	5	2.00	5.00	3.70	0.67
殯葬服務	7	2.29	5.00	3.82	0.54
行銷管理	2	1.00	5.00	2.91	0.75
附加價值	2	1.00	4.50	2.98	0.65
執業角色自我定位	16	2.18	4.75	3.47	0.40

資料來源：本研究整理。

二、台灣殯葬禮儀人員執業行為之差異分析

為了解殯葬禮儀人員的「工作價值觀」、「執業角色自我定位」在背景變項上的差異，利用t檢定比較性別、婚姻狀況、從事此工作以前是否曾親自協助處理臨終病患或死亡者的經驗對其差異性；所比較的樣本數超過兩個時，運用ANOVA分析統計方法，來對各研究主題及其組成構面進行差異分析，若達顯著性差異，再以Scheffe進行事後比較分析。

但是進行Scheffe's事後比較分析，至少須有兩個平均數之間有顯著差異存在，方可進行事後比較分析。至於研究中平均數少於兩個的類別變項，即將該平均數予以刪除，由於籍貫當中原住民、教育程度中研究所以上、教育類別中理科和軍警學校以及宗教信仰中天主教和其他的樣本數都只有一人，沒有代表性，因而予以刪除，進行事後比較分析。以下變項若遇此情形，則依此方式予以刪除變項，再進行分析。

不同個人月收入結構、公司行號開業時間的長或短、投入殯葬服務相關工作的主要原因、投入殯葬服務業以前的職業、您進入此行業的方式或途徑、進入此行業的第一份職務、進入此行業後，成為殯葬禮儀人員的流程為何、進入此行業後，如何學習殯葬禮儀的工作項目等變項，在台灣殯葬禮儀人員對「工作價值觀」、「執業角色自我定位」各變數及子構面皆無顯著差異。

綜合以上有關企業基本資料部分（見表2）、個人基本資料部分（見表3）、入行背景部分與養成過程部分（見表4）之T檢定、One-way ANOVA之分析結果，以綜合分析表的方式彙總如表7、表8所示。針對差異假設的部分，其分析驗證結果有一部分是獲得接受，而有一部分是不獲得接受。

表7 T檢定之綜合分析表

構面	性別		婚姻狀況		協助處理死亡經驗	
	1	2	1	2	1	2
	男	女	未婚	已婚	是	否
能力與環境			1 < 2*			
待遇與福利						
學習與創新						
心理安全						
休閒健康			1 < 2*			
交通條件						
整體工作價值觀						
生命教育			1 < 2*			
殯葬服務					1 > 2**	
行銷管理						
附加價值						
執業角色自我定位	1 > 2*				1 > 2*	

註：*表 P<0.05 顯著差異，**P<0.01 非常顯著差異，*** P<0.001 極顯著差異。

資料來源：本研究整理。

表8 One-way ANOVA之綜合分析表

構面	6						7				8						11				14					
	1 1年 以下	2 1年 (含) ~3年 以下	3 3年 (含) ~5年 以下	4 5年 (含) ~10年 以下	5 10年 (含) ~15年 以下	6 15年 以上	1 公司 行號	2 專任 禮儀	3 兼任 禮儀	4 其他	1 1年 以下	2 1年 (含) ~3年 以下	3 3年 (含) ~5年 以下	4 5年 (含) ~10年 以下	5 10年 (含) ~15年 以下	6 15年 以上	1 獨資	2 合夥	3 有限 公司	4 股份 有限公司	1 非常 有幫助	2 有幫助	3 普通	4 沒有 幫助	5 非常 沒有 幫助	
能力與環境																										
待遇與福利			6>4**										6>4*											5>1**		
學習與創新																										
心理安全																								4,5>1*		
休閒健康																										
交通條件								2>1,3*																		
整體工作價值觀								2>3*																		

構面	6						7				8						11				14					
	1 1年 以下	2 1年 (含) ~3年 以下	3 3年 (含) ~5年 以下	4 5年 (含) ~10年 以下	5 10年 (含) ~15年 以下	6 15年 以上	1 公司 行號	2 專任 禮儀	3 兼任 禮儀	4 其他	1 1年 以下	2 1年 (含) ~3年 以下	3 3年 (含) ~5年 以下	4 5年 (含) ~10年 以下	5 10年 (含) ~15年 以下	6 15年 以上	1 獨資	2 合夥	3 有限 公司	4 股份 有限公司	1 非常 有幫助	2 有幫助	3 普通	4 沒有 幫助	5 非常 沒有 幫助	
生命教育							1>3,4*** 2>4																			
殯葬服務							1>3,4**																			
行銷管理																	2>4*									
附加價值																						2,3,4>1*				
執業角色自我定位							1>3,4*** 2>4																			

註：*表 P<0.05 顯著差異，**P<0.01 非常顯著差異，*** P<0.001 極顯著差異。

資料來源：本研究整理。

假設驗證：

假設1：不同屬性變項（個人特徵、企業特徵、入行背景、養成過程）殯葬禮儀人員的「工作價值觀」有顯著差異。

假設2：不同屬性變項殯葬禮儀人員的「執業角色自我定

位」有顯著差異。

(一)工作價值觀

在不同性別、不同婚姻狀況與不同接觸死亡經驗經t檢定分析顯示，僅在不同婚姻的殯葬禮儀人員有顯著差異，其餘皆無顯著差異；也就是說在這個部分中假設1是部分成立。

由表7發現，不同婚姻狀況的殯葬禮儀人員方面，已婚殯葬禮儀人員比未婚殯葬禮儀人員在子構面「能力與環境」及「休閒健康」有顯著差異；也就是說已婚的殯葬禮儀人員在能力與環境、休閒健康的知覺上，較未婚的殯葬禮儀人員對於有較高的認同感。其可能原因為已婚者在工作行為的方向、動機與工作評斷標準較未婚者深思熟慮，而且也有可能因入行年資較久，對於在工作中所面對的「能力與環境」及「休閒健康」有深刻的認識，懂得進一步去爭取與努力。未婚者對於工作中「能力與環境」及「休閒健康」大多正處於學習階段。所以，對於殯葬禮儀人員而言，在工作中所面對的「能力與環境」及「休閒健康」會受到結婚與否之影響。

由表8發現，殯葬禮儀人員在「工作價值觀」的知覺上，會因投入殯葬服務相關工作年資、目前擔任職務、進入公司服務年資、宗教信仰對工作的幫助不同而有顯著的差異，其餘則不受影響。經事後進行Scheffe多重比較，發現投入殯葬服務年資及進入公司服務年資15年以上比5年（含）～10年以下的殯葬禮儀人員有較高的同意水準。在整體「工作價值觀」知覺上，專任禮儀師比兼任禮儀師有較高的同意水準，達顯著差異。在「交通條件」知覺上，專任禮儀師比公司行號負責人或董事及兼任禮儀師（平均值為3.42及3.34）有較高的同意水準，達顯著差異。也就是說在這個部分中假設1是部分成立。

(二) 執業角色自我定位

在執業角色自我定位的t檢定分析上，不同性別、不同婚姻狀況與不同接觸死亡的殯葬禮儀人員皆有顯著差異，也就是說在這個部分中假設2是成立。

在子構面「生命教育」中已婚者較未婚者有較高的同意程度。殯葬禮儀人員接觸死亡經驗在「殯葬服務」中角色的自我定位上，曾經有經驗的殯葬禮儀人員較沒有經驗的禮儀人員有較高的認同度。

就執業角色自我定位整體而言，不同性別與不同接觸死亡經驗的殯葬禮儀人員有顯著差異。其可能原因為男性殯葬禮儀人員在傳統殯葬文化賦予較吉利與較優的特點，曾經有接觸死亡經驗的殯葬禮儀人員較能盡早進入殯葬禮儀服務業的情境中。

羅素如《殯葬人員對死亡態度與生死課程需求初探》一書指出，殯葬人員以信佛教、一般民間信仰、道教者佔前三位，而且普遍認為宗教對所從事的殯葬工作有幫助。與本研究結果相對照，在問卷調查對象中也是以佛教、一般民間信仰、道教者佔前三位；但在宗教對所從事的殯葬工作的幫助上，本研究結果顯示大部分殯葬禮儀人員認為沒有幫助。可能原因為在台灣的宗教信仰以佛教、一般民間信仰、道教者為主，從事殯葬禮儀人員也大多以這三種宗教為主，在同樣的氣氛中不易感受其差異與幫助。

在執業角色自我定位上，不同的目前擔任職務、不同的進入公司服務年資、不同的公司行號型態與不同的宗教信仰對工作之幫助的殯葬禮儀人員皆有顯著差異。

事後進行Scheffe多重比較發現，在「生命教育」構面中公司行號負責人或董事高於兼任禮儀師及其他之殯葬禮儀人員，專任禮儀師也高於其他之殯葬禮儀人員，達顯著差異；「殯葬服務」構面中公司行號負責人或董事比兼任禮儀師及

其他之殯葬禮儀人員有較高的同意水準；「行銷管理」構面中公司行號型態為合夥的殯葬禮儀人員，在行銷管理知覺上高於股份有限公司的殯葬禮儀人員；在「附加價值」構面中發現認為宗教信仰對工作有幫助、普通、沒有幫助及非常沒有幫助的殯葬禮儀人員，高於認為宗教信仰對工作非常有幫助的殯葬禮儀人員；在整體「執業角色自我定位」構面中，公司行號負責人或董事高於兼任禮儀師及其他之殯葬禮儀人員，而專任禮儀師高於其他之殯葬禮儀人員，有顯著差異。在這個部分中假設2是成立的。

三、台灣殯葬禮儀人員執業行為之相關分析

表9 工作價值觀與執業角色自我定位的典型相關分析摘要表

控制變項 (X變項)	典型因素		效標變項 (Y變項)	典型因素	
	X ¹	X ²		η^1	η^2
能力環境	.915	-.174	生命教育	.721	-.574
待遇福利	.545	-.080	殯葬服務	.909	-.110
學習創新	.712	-.522	行銷管理	.075	-.040
心理安全	.354	.338	附加價值	.307	.740
休閒健康	.639	.361			
交通條件	.210	-.319			
抽出變異數 百分比	36.968	10.917	抽出變異數 百分比	36.167	22.257
重疊 (%)	8.695	1.399	重疊 (%)	8.506	2.853
N=194			ρ^2	0.235	0.128
			ρ	0.485***	0.358*

註：*表 P<0.05 顯著典型相關，**表 P<0.01 非常顯著典型相關

***表 P<0.001 極顯著典型相關。

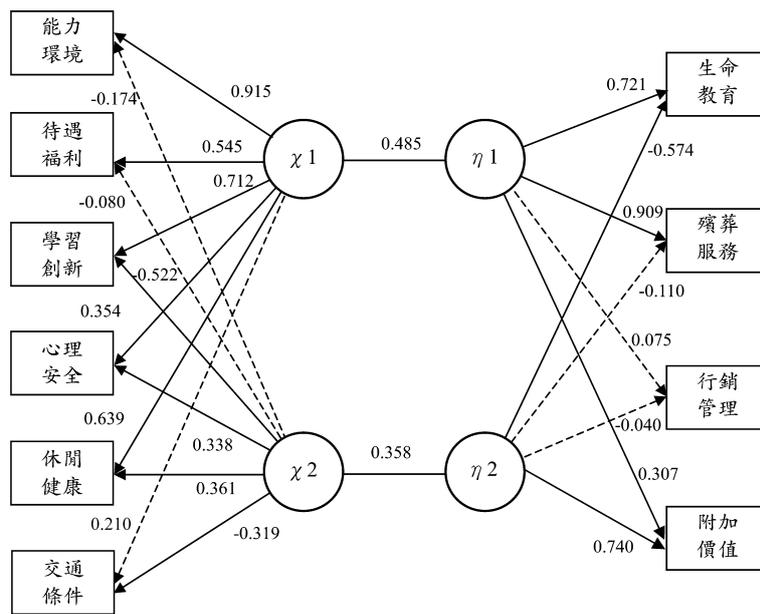


圖2 工作價值觀與執業角色自我定位的典型相關分析徑路圖

從表9之典型相關分析得知，第一個典型相關係數 $\rho = 0.485$ ($p < .001$)；第二個典型相關係數 $\rho = 0.358$ ($p < .05$) 皆達顯著水準，顯示台灣殯葬禮儀人員的能力環境、待遇與福利、學習創新、心理安全、休閒健康等五項的工作價值觀評價愈高，對於生命教育、殯葬服務、附加價值等三項的執業角色自我定位愈清楚。然而，當台灣殯葬禮儀人員的（學習創新、交通條件）等二項工作價值觀評價愈低，或心理安全、休閒健康等二項工作價值觀評價愈高，則生命教育執業角色自我定位愈不清楚；但附加價值的執業角色自我定位愈清楚。

為探討本研究假設3：「殯葬禮儀人員的工作價值觀與執業角色自我定位有顯著相關」，茲將典型相關研究所得資料分析討論如下：

在工作價值觀與執業角色自我定位的關係方面，從典型

相關分析結果可以得知，工作價值觀的六個層面與執業角色自我定位的四個層面之間具有顯著的正向相關。從表9的典型相關摘要表可知，在二個典型因素中以第一個的解釋力最高，而第二個典型因素亦達顯著水準。在第一個典型中，工作價值觀的六個層面與執業角色自我定位的四個層面相關頗高。

工作價值觀與執業角色自我定位的影響力方向究竟如何？專家學者的看法及許多實證研究顯示，工作價值觀與執業角色自我定位呈現明顯且一致相關性，而在本研究的發現中，從二者相互影響的解釋力來看，執業角色自我定位對工作價值觀的解釋力高。顯示執業角色自我定位對工作價值觀的影響力較大。因此，就本研究結果而言，台灣殯葬禮儀人員的工作價值觀受到執業角色自我定位的影響，其中執業角色自我定位的生命教育、殯葬服務、附加價值層面與工作價值觀的能力與環境、待遇與福利、學習與創新、心理安全、休閒健康五者均有較大的正向影響力。另一方面，在工作價值觀對執業角色自我定位層面的影響力雖然只有8.506%，與執業角色自我定位層面對工作價值觀層面影響力8.695%差距不大。因此，亦不宜忽視工作價值觀層面對執業角色自我定位層面的影響力，仍有繼續加以探究的空間。

綜上所述，台灣殯葬禮儀人員之執業角色自我定位對工作價值觀有一定程度的影響力，工作價值觀是一種可以藉由提高殯葬禮儀人員對執業角色自我定位而予以改變的動力。本研究發現執業角色自我定位在工作價值觀當中，可能是一個重要因素，這個結果正顯示執業角色自我定位對殯葬禮儀人員的重要。

四、訪談分析

本研究針對不同執業地區、具異質性的六位個案進行

訪談，以蒐集更多真相，並有助於對執業行為更深入了解，同時彌補和強化問卷調查法之不足，期望以縱向綜合分析結果與橫向問卷結果做一相互印證。以自編半結構式訪談大綱為依據，採取非正式、開放性的訪談方式，以了解受訪者過去的執業經驗以及他們耳聞目睹的有關事件。

以下先探討台灣殯葬禮儀人員在不同個人背景所呈現的工作價值觀、執業角色定位之現況，最後與問卷調查結果做一個綜合討論。

(一)受訪殯葬禮儀人員之基本資料

本研究訪談對象之抽樣採取立意抽樣，根據研究目的選取中部地區之殯葬禮儀人員做為樣本，共計訪問六個個案。六位受訪者中有一位是女性，其餘五位為男性；平均年齡為46歲，年齡範圍在為41~51歲間；四位教育程度為高中職，二位為專科。為尊重受訪者個人隱私及學術倫理，對於受訪者基本資料予以保留，摘引訪談內容時，全部以代碼代表受訪者姓名。

表10 個案基本資料表

受訪者	性別	年齡	婚姻	教育程度	執業年資
A	男	41	已	高職	24
B	男	47	已	高職	25
C	男	51	已	高職	7
D	男	46	已	專科	25
E	女	47	已	專科	3
F	男	47	已	高職	6

(二)殯葬禮儀人員對工作價值觀的呈現

對於殯葬禮儀人員工作價值觀的呈現，研究者根據本論文文獻探討，就六位個案對工作價值觀的陳述歸納出三個屬

性，加以說明如下：

1. 工作目標

個案A及B均爲了家庭生活以圖家庭溫飽爲首先目標，因爲都是家族傳承之獨資行號，故是家庭生活經濟來源之重心。個案C及F協助參與政治多年，爲了遠離政治變化迅速的世界，進入殯葬禮儀服務業，針對殯葬的詬病進行改革。其中F的家族曾爲殯葬禮儀服務業的相關行業者，有稍許的殯葬淵源以致從事此行業。個案D也是家族傳承之公司，除了要顧及家庭生活，更融入傳統殯葬服務乃作功德好事之說，加上廣結善緣、交友廣闊。個案E是對目前殯葬禮儀服務業的生態不認同，而自行創業，以服務品質、孝道的追思爲目標來執業。特別提到，目前大多數禮儀人員都是努力的去，一個命令一個動作的去執行，他會去做完它，但不一定會去做好它。並非完全做到溝通協調，因爲只有一次的機會，不能NG，不能重新再來，所以希望做好它。

2. 工作行為表現

殯葬服務是爲了服務往生者及協助家屬辦理治喪事宜，在這過程中訪談個案皆盡心盡力全程爲其服務，受訪個案雖然因服務有金錢的收入，但在這個服務的背後，與家人的相處時間、休閒生活、個人健康等成同比例的減少。在服務之餘，對於第一時間與往生者的接觸之防護措施是每一個受訪者都有提及，因爲做好自己的安全防護，才能繼續爲往生者服務。民國91年正處SARS流行時期，高雄的某一位殯葬服務人員就因替SARS往生的人服務，而也感染SARS去世。所以，受訪者都強調防護衣、手套……等器具對禮儀人員的重要性。

其中個案E強調，告別式中要對亡者做一個追思。在殯葬禮儀服務當中，禮儀人員要引導家屬裡面對亡者的一個追

思。引導家屬去回憶這個爸爸或媽媽從小的時候對自己的教育，還有長大以後我們是否盡到孝道。從此處去激發，讓為人子女去警惕自己為人處世各方面是不是需要做一些調整；也可以成爲下一代的楷模及進行機會教育，把喪葬禮儀的淵源與做法傳承給下一代子孫。

3. 成就感

殯葬禮儀服務業雖然是屬於社會邊緣的一角，但生、老、病、死又無人能逃脫這循環，殯葬禮儀人員在服務過程所想獲得的並不多，在訪談個案中把「亡者的生死大事辦的很好」、「家屬還跟你感謝」、「交了好多朋友」及「喪禮時間點的選定」視爲殯葬禮儀人員在服務的過程中獲得最大的成就感。經實地訪談可知殯葬禮儀人員獲得的並不是僅在乎服務所得金額的多寡，最重要還是在喪葬禮儀服務之後喪家給予的肯定及順利將整件喪葬禮儀圓滿完成，爲往生者舉辦一場品質好、個性化、價格公道的畢業典禮，讓往生者在人生最後一程能畫上完美的句點。

(三)殯葬禮儀人員對執業角色定位的呈現

在殯葬禮儀服務業中，角色的定位是由禮儀師自己對於「禮儀師」這個角色的「角色知覺」及「他人」對於「禮儀師」這個角色的「角色期待」所交織而成（陳繼成，2002：153-154）。

1. 應扮演角色的看法

如果將莎士比亞的《皆大歡喜》一文用在殯葬禮儀服務業中，應可說是在殯葬禮儀舞台上，所有的男女殯葬禮儀服務人員都只不過是在舞台上的演員，他們都有上場表演、下臺休息或擔任後台支援的時候，在殯葬禮儀表演中總是扮演著好幾個角色……。

六位受訪個案均認爲殯葬禮儀人員必須站在指導的角

色，都需具備宗教、禮俗、文化素養。對於殯葬禮儀服務的過程自始至終都能瞭若指掌，在服務上都能拿捏掌控得當；加上殯葬禮儀服務的事情是不容NG的事件發生，在此也不能因失誤而重來；故至真、至善、至美的殯葬禮儀人員角色扮演是生死大事的重心所在。

2. 殯葬禮儀服務人員與殯葬禮儀業務人員的認定

研究者根據本論文文獻探討中得知，不論是在我國殯葬管理條例或中國、日本及美國的殯葬禮儀人員（葬祭指導師、殯葬禮儀師）的工作範圍中均未提及商品銷售或行銷管理的部分。但是中華民國職業典及陳繼成在《台灣現代殯葬禮儀師角色之研究》中指出，禮儀師的角色包含喪禮中的價格估算與收取者、殯葬用品及設施的仲介者。

個案A、B及D均認為，殯葬禮儀服務人員與殯葬禮儀業務人員需要分開，不可合一。個案A在訪談中提及「禮儀服務就像鐵路一樣，而生意就好像公路一樣，彎彎曲曲。」也就是說「殯葬禮儀服務」就像鐵路一般，從南部到北部早已有固定的鐵軌可行駛，可使殯葬禮儀人員在固定的鐵軌下行駛，以安全、準時、迅速的方式，提供往生者及其家屬所需的服務；然而，「殯葬禮儀銷售」就像汽車行使在一般公路上，彎彎曲曲無固定的路線可行駛，有時還會遇上塞車、修路。但不管路程要去哪裡，皆有路可到達，可說條條道路通羅馬。在殯葬禮儀銷售中，喪家要購買較高價格商品或低價位商品時，殯葬禮儀業務人員並無一定規範與方法可遵循。在訪談個案中，他們最擔心的是殯葬禮儀銷售人員了解價格與內容之後，就自己出去開公司。因此，目前大多還是由老闆兼任殯葬禮儀服務人員與殯葬禮儀業務人員的角色。

相反的，個案C、E、F均認為殯葬禮儀的服務與業務本應合一，才能真正做到自始至終全套、全包式的服務。但是，在某一程度上為了家庭經濟及同業競爭的起因，大都與

銷售商品之業務行為有關聯。受訪者認為在服務的過程中，無形的就是在進行商品行銷的工作，他們認為只要提供優質的服務與喪家建立互信的關係，讓喪家知道業者服務與品質的優點。至於在喪葬禮儀中所需的商品，喪家自然會與禮儀人員接洽；此時禮儀人員就應依專業的知識、專業的眼光、專業的技能來服務喪家，讓喪家得以將金錢花在有效果的地方，消除殯葬禮儀服務業是黑店的污名。

(四)小結

1. 角色理論之呼應

高夫曼融合心理學、社會學將戲劇模式運用於角色理論中，所著重在社會中的人類行為，以及人們如何出現在他人面前表現。將殯葬禮儀服務業假設為喪葬儀式舞台，在這喪葬儀式的舞台前，殯葬禮儀人員需扮演溝通協調的角色，表現出一個在台前為完美無缺的印象，希望自己在台前所留下的印象能對觀眾（即家屬及所有參與喪禮的人員）產生最佳的影響。在走下喪葬儀式舞台後，可以放鬆一切，同時隱藏了世人不樂意接受的因素（世人一般碰到殯葬禮儀人員多少都會忌諱，尤其是喜慶場合）。

在喪葬儀式舞台上，每一位殯葬禮儀人員都盡全力演出，因為每個喪葬儀式的表演幾乎不可能有預演的機會，也不容許有NG的時刻。殯葬禮儀人員需把喪葬儀式的往生者當成自己家人來服務；把每一場喪葬儀式都當成自己生平第一次從事的殯葬禮儀服務；把每一場喪葬儀式的角色都能使其順利圓滿的表演。

以上說法在殯葬禮儀人員深度訪談中獲得明顯的支持。這個結果與問卷調查結果也是相符合，台灣殯葬禮儀人員全體「執業角色自我定位」量化數據為3.47，屬「中等以上」的認同度。在訪談中發現喪葬儀式的禮儀服務屬全套性、全程性、全包性。在問卷調查與深度訪談的結果發現，殯葬禮

儀人員是自接觸往生者，甚至是人們臨終前，就開始執行殯葬禮儀服務。殯葬禮儀人員在喪葬儀式台上的自我表現和喪葬禮儀活動的安排，運用表演者自己特定的技巧維持高水準的表演，使整場喪葬儀式能完美演出，並試圖導演與操縱其他表演者（如家屬）及參與者（如所有參與喪禮者）對自己有深刻的印象。

2. 訪談結果與問卷調查結果之相互印證

在員工個人基本資料部分，訪談結果與問卷結果相符合。在企業基本資料部分，訪談結果與問卷結果相符合。在入行背景部分，訪談結果與問卷結果相符合。在養成歷程部分，訪談結果與問卷結果相符合。直至今日為止，成為殯葬禮儀人員大都是不受個人歷史背景所影響，只要是不恐懼遺體、不忌諱死亡流言、肯用心、肯學習、發揮愛心、發揮誠心，就能成為一位殯葬禮儀人員。當然，要將殯葬禮儀服務做到真、善、美的境界，還是需要用心學習經營，順應時代進步，將喪葬儀節文化的過去式與現在式融會貫通，方可成為e世代所需的殯葬禮儀人員。

在「工作價值觀」部分，訪談結果與問卷結果相符合。即殯葬禮儀人員將喪葬儀式提供圓滿服務，對自身從事此行業的認同度就高。在訪談中提及吉日時遇上多件個案需服務，而殯葬禮儀人員卻只有一人，需扮演許多角色，甚至是趕場的情形，此時壓力就產生。在「執業角色自我定位」部分，訪談結果與問卷結果大部分相符合。

與本研究結果顯示有爭議性的是在於行銷管理的角色，有人認為應該加入殯葬禮儀人員的角色之一；在陳繼成《台灣現代殯葬禮儀師角色之研究》的研究中，也發現行銷管理應屬於殯葬禮儀人員的角色之一；但也有人持相反意見。而服務是無形，其價格是由服務者訂定，被服務者肯定，所以在喪禮中有很多費用是無法輕易以戲劇化來表現。也就是

說，殯葬禮儀服務當中「服務」無法以統一價格來制定，更不可能將「服務」用戲劇化的方式表現出來，只要服務者所定的價格經受服務者肯定，那就是行銷管理的角色所在處（陳繼成，2002）。

肆、結論與建議

一、結論

(一)台灣殯葬禮儀人員背景變項的現況分析

1. 個人特徵部分

殯葬禮儀人員執業行為中，以男性、已婚、41-50歲閩南人居多；教育程度大都具有高中／高職的學歷，在專科以上學歷的殯葬禮儀人員是以商科與工科較多；宗教信仰以佛教、一般民間信仰、道教為主；進入此行業的年資大都為15年以上。

在受試者為公司行號負責人或董事的殯葬禮儀人員佔近48%的比率，目前殯葬禮儀人員大多由公司行號負責人或董事自己兼任此職務；在公司型態不同的影響下專任禮儀師與兼任禮儀師，在任職年資的現況與從事殯葬業務年資的比例顯示，差不多是成正比的情況。大部分的殯葬禮儀服務業者都選擇以視業績與公司拆帳來做為薪資發放的標準，或是因公司行號負責人或董事須自負公司盈虧或是保密不希望透露。

2. 企業特徵部分

在殯葬禮儀服務業中大部分的禮儀人員任職在獨資企業居多，其開業歷史以經營殯葬禮儀服務業有15年以上經驗者居多。

3. 入行背景部分

中部地區殯葬禮儀人員以家族傳承者較多，入行前的職業為自由業、有處理死亡經驗者居多。絕大部分的殯葬禮儀人員認為，宗教信仰對所從事的工作是沒有幫助。但是在深度訪談中，有幾位受訪者認為熟悉宗教內容對於安排喪葬儀節具有相當的幫助。

4. 養成過程部分

進入這個行業的原因以家族傳承為主；以殯葬教育訓練機構的訓練為次之。大部分在入行第一份職務都是由外部服務開始殯葬禮儀服務的執業生涯史。然而，研究結果發現成為殯葬禮儀人員的流程以「內勤服務→外部服務→經營管理者」為居多；對於殯葬相關知識的全盤了解與涉獵，最常使用的方式是跟隨先進或同事實地觀察與學習；其次乃師徒制，口頭教授的方式在喪葬的場地中觀摩學習。這二種方式是在殯葬科系未有教科書前，最佳的真實教科書與學習環境。

(二)台灣殯葬禮儀人員的工作價值觀

1. 台灣殯葬禮儀人員之工作價值觀普遍頗佳，以「能力與環境」構面知覺為主。

由本研究問卷結果可得知，殯葬禮儀人員對工作價值觀是有正面的看法，他們對自身從事行業有認同感。尤其在「能力與環境」部分有較高的認同感，但在心理安全部分的認同感稍低。分析其可能原因是，多數殯葬禮儀人員在工作的環境中能盡其所能的服務喪家與往生者，尤其是能主導整件喪葬的所有工作。此點也可從深度訪談中獲得證明。

2. 喪家對殯葬禮儀人員的肯定，會影響台灣殯葬禮儀人員之成就感。

殯葬服務是為服務往生者及協助家屬辦理治喪事宜，殯葬禮儀人員在這過程中盡心盡力全程為其服務，雖然因服

務有金錢的收入，但在這個服務的過程中，喪家對殯葬禮儀人員的感謝與肯定更是殯葬禮儀人員在執業中獲得最大的成就感。

3. 台灣殯葬禮儀人員之工作價值觀因其背景變項不同而有差異。

問卷結果發現，婚姻狀況、投入殯葬服務相關工作年資、目前擔任職務、進入公司服務年資、宗教信仰對工作的幫助不同而有顯著的差異，其餘則不受影響。其中以男性、已婚、有接觸死亡經驗、60歲以上、閩南人／客家人、高中職教育程度、投入殯葬服務年資3年（含）～5年以上、專任禮儀師、進入公司服務年資10年（含）～15年以上、月薪＜獎金、任職公司開業歷史3年（含）～5年以上、任職於股份有限公司、因朋友遊說入行、入行前為軍警、認為宗教信仰對工作非常沒有幫助、就業服務站轉介任職、入行第一份職務為經營管理者、參加殯葬相關研習或教育課程來學習殯葬禮儀工作的殯葬禮儀人員，工作價值觀得分較高。

在「能力與環境」構面中，已婚者比未婚者有較高的認同感。在「待遇與福利」構面中，投入殯葬服務業年資15年以上高於5（含）～10年、進入公司服務年資15年以上5（含）～10年、認為宗教信仰對工作非常沒有幫助高於認為宗教信仰對工作非常有幫助。在「休閒健康」構面中，未婚低於已婚；認為宗教信仰對工作非常沒有幫助、沒有幫助高於認為宗教信仰對工作非常有幫助。在「交通條件」構面中，專任禮儀師高於公司行號負責人或董事、兼任禮儀師。在「整體工作價值觀」構面中，專任禮儀師高於兼任禮儀師。

綜上所述，本研究假設1為部分成立，因部分不同屬性變項（個人特徵、企業特徵、入行背景、養成過程）使殯葬禮儀人員的「工作價值觀」有顯著差異。

(三)台灣殯葬禮儀人員的執業角色自我定位

1. 台灣殯葬禮儀人員之執業角色自我定位普遍頗清楚，以「殯葬服務」的角色知覺為主。

由本研究結果可得知，殯葬禮儀人員對於殯葬禮儀人員應該扮演的角色定位大都可以認同。在「殯葬服務」的層面中，殯葬禮儀人員的角色認同較高，可能原因為在殯葬禮儀服務業中，就是要從事殯葬禮儀的服務，主導喪家、親友、工作夥伴、同業、社會大眾進行殯葬禮儀的服務。

2. 台灣殯葬禮儀人員是殯葬禮儀服務舞台的協調溝通者、規劃指導者。

正如前面提到，如果將莎士比亞的《皆大歡喜》一文運用在殯葬禮儀服務業中，再加上高夫曼的戲劇理論來詮釋，那麼殯葬禮儀人員在殯葬禮儀舞台上的表演，總是在不同的時間分飾著好幾個角色……。經實地訪談個案得知，殯葬禮儀服務人員必須站在指導的角色，對於宗教、禮俗、文化素養都需具備。對於殯葬服務的過程自始至終都能瞭若指掌，在技術實務服務上都能拿捏掌控得當。加上殯葬服務的事情是不容NG的事件發生，因此也不能因失誤而重來；故至真、至善、至美的殯葬禮儀服務人員角色扮演是生死大事的重心所在。

就本研究而言，也是認為殯葬禮儀人員所扮演的角色應包含生命教育者、殯葬服務者、行銷管理者及附加價值者的角色；因為，殯葬禮儀人員需擁有全方位的能力與角色，才能隨時隨地為往生者、喪家及需要服務的人提供服務。在這四個角色中若缺少一個，那麼在執業時，就可能會有困擾與問題出現。

3. 台灣殯葬禮儀人員之執業角色自我定位知覺因其背景變項不同而有差異。

問卷結果發現，性別、婚姻狀況、協助處理死亡經驗、目前擔任職務、進入公司服務年資、公司行號型態、宗教信仰對工作的幫助、入行第一份職務不同而有顯著的差異，其餘則不受影響。其中以男性、已婚、有接觸死亡經驗、60歲以上、客家人、國民小學教育程度、投入殯葬服務年資10年（含）～15年以下、公司行號負責人或董事、進入公司服務年資15年以上、任職公司開業歷史3年（含）～5年以上、任職於合夥公司、因遭逢喪事而產生興趣入行、入行前為運輸業、認為宗教信仰對工作非常有幫助、網站查詢任職、入行第一份職務為經營管理、自我摸索來學習殯葬禮儀工作的殯葬禮儀人員，執業角色自我定位得分較高。

在子構面「生命教育」已婚者較未婚者有較高的同意程度，且公司行號負責人或董事高於兼任禮儀師及其他之殯葬禮儀人員，而專任禮儀師高於其他之殯葬禮儀人員，達顯著差異。殯葬禮儀人員接觸死亡經驗在「殯葬服務」中角色的自我定位上，曾經有經驗的殯葬禮儀人員較沒有經驗的殯葬禮儀人員有較高的認同度；公司行號負責人或董事高於兼任禮儀師及其他之禮儀人員有較高的同意水準。

在子構面「行銷管理」部分，公司行號型態為合夥的殯葬禮儀人員在行銷管理知覺上高於股份有限公司的殯葬禮儀人員。在「附加價值」構面中發現，認為宗教信仰對工作有幫助、普通、沒有幫助及非常沒有幫助的殯葬禮儀人員高於認為宗教信仰對工作非常有幫助的殯葬禮儀人員。在整體「執業角色自我定位」構面中，男性較女性有認同感；曾經有經驗的殯葬禮儀人員較沒有經驗的殯葬禮儀人員有較高的認同度；公司行號負責人或董事高於兼任禮儀師及其他之禮儀人員，而專任禮儀師高於其他之殯葬禮儀人員，有顯著差異。

綜上所述，本研究假設2為部分成立，因部分不同屬性變

項殯葬禮儀人員的「執業角色自我定位」有顯著差異。

(四)台灣殯葬禮儀人員的工作價值觀與執業角色自我定位之間的關係。

台灣殯葬禮儀人員的工作價值觀各層面（能力與環境、待遇與福利、心理安全、學習與創新、休閒健康、交通條件）與執業角色自我定位各層面（生命教育、殯葬服務、行銷管理、附加價值）有顯著典型相關，工作價值觀對執業角色自我定位解釋力較高。

能力與環境、待遇與福利、學習與創新、心理安全、休閒健康、交通條件六個工作價值觀層面，經由二個典型因素可說明生命教育、殯葬服務、行銷管理、附加價值四個執業角色自我定位層面總變異量12.301%。生命教育、殯葬服務、行銷管理、附加價值四個執業角色自我定位層面經由二個典型因素可說明能力與環境、待遇與福利、心理安全、學習與創新、休閒健康、交通條件六個工作價值觀層面總變異量9.050%。從典型相關中二者相互影響的解釋力來看，工作價值觀對執業角色自我定位的解釋力較高。就本研究的結果而言，台灣殯葬禮儀人員的執業角色自我定位受到工作價值觀的影響，其中能力與環境、待遇與福利、學習與創新、心理安全、休閒健康五者對執業角色自我定位的生命教育、殯葬服務、附加價值各個層面均有較大的正面影響力。

二、建議

(一)對政府相關單位之建議

「禮儀師」是提昇殯葬服務業服務品質的開始，在不同政府機關制定的內涵與工作項目中，彼此之間似乎有些落差，沒有統一規定，使從業人員陷入迷惘之中，盼政府相關單位能加以統合，並期早日落實「禮儀師」之考試制度，使殯葬服務業證照化，使民眾得到高品質、高水準的服務。但

在這個前提之下，也需真正實地了解目前傳統的、改良中的、先進的殯葬禮儀服務業的困境，方能使「禮儀師」制度早日上路。

因應台灣各地殯葬傳統文化的不同，必須將各地之殯葬文化劃分出不同之區域。在相同區域將殯葬服務統一化，使各地的殯葬服務能顧及傳統文化，更能凸顯當地特色。將其製成各地殯葬禮儀服務指導書，提供民眾使用，方可將殯葬傳統文化流傳千古。

在爭取吉日吉時效應下，反映出目前殯葬禮儀人員面對殯葬設施嚴重不足，然而喪家都選要在吉日，正是給殯葬禮儀人員一大考驗；也因此政府單位要趕緊擴建殯葬設施，以便適應喪家的要求，使往生者有足夠的殯葬設施可以使用。殯葬禮儀人員亦可不用為殯葬設施不足的問題而產生工作壓力。

(二)對殯葬相關從業人員之建議

1. 殯葬業者（雇主）

殯葬禮儀服務業正值脫胎換骨、新舊喪葬文化交替時期，仍有許多改進的空間，如網路掃墓、價格公開化、網路行銷、殯葬電腦化、當地產物與喪禮物品的結合……等等可創新與應用。也有許多可簡化刪除的空間，如陣頭的車隊減化、減少焚燒金紙的數量、環保棺的使用……等等。最重要的還是要教育員工與家屬，唯有教育，才能進行殯葬的改革。

2. 殯葬禮儀人員（禮儀師）及有意從事殯葬禮儀服務業的人

教育是殯葬改革的開始，有了教育、與先進國家知識相互交流，在執行殯葬服務時，就能有體貼的服務與高品質的服務水準。扮演喪葬儀式中全包式的角色是一件不容易的事；要做到不一定什麼都要親自執行，但一定要什麼都會、

都懂。與殯葬禮儀人員及同業相互疼惜、相互幫忙、相互成爲真心的朋友，對於喪家、同業、家人都是一件福報。

綜合殯葬禮儀服務工作內容，可知殯葬禮儀屬於服務業的一種。既然是服務業，那麼售後服務也是不可少；在本研究中受訪者也曾提及售後服務是客戶來源的主要動力之一。也就是說，新時代的殯葬禮儀服務再也不是只求做完它，而是自始至終的服務亡者及所有參與喪葬流程的人，甚至是在喪禮儀式結束後，加一些貼心提醒服務，例如對年、三年祭拜時間的提醒，祭拜用品的準備指導……等服務。

「把喪葬儀式的往生者當成自己家人來服務！」，「把每一場喪葬儀式都當成自己生平第一次的殯葬禮儀服務！」是在服務人生的最後一場畢業典禮中最重要的信念。

◆ 參考文獻 ◆

- 台灣省政府民政廳（1998）。《民政叢書宗教禮俗系列之六——喪葬禮俗範本》。南投：台灣省政府民政廳。
- 行政院勞工委員會職業訓練局（2000）。《中華民國職業分類典》。台北：正中。
- 吳明隆（2000）。《SPSS 統計應用實務》。台北，華泰。
- 吳鐵雄、李坤崇、劉佑星、歐慧敏（1995）。《工作價值觀量表之編制研究》。台北：內政部青年輔導委員會委託研究報告。
- 李自強（2002）。《台灣地區殯葬服務之消費行為分析》。中央大學高階主管企管研究所碩士論文。
- 林財丁（1993）。《業務人員心理學》。台北：學英。
- 林清山（1991）。《多變項分析統計法》。台北，東華。
- 邱皓政（2002）。《量化研究與統計分析：SPSS 中文視窗版資料分析範例解析》（二版）。台北：五南。
- 政治大學（2003）。《政策論壇電子報》，第六十六號 2003.06.06 發行
- 徐福全（1984）。《台灣民間傳統喪葬儀節研究》。國立台灣師範大學國文研究所博士論文
- 陳皎眉、林世崇（2001）。〈台北市殯葬改革面面〉。《社區發展季刊》，第 96 期，頁 78-85。
- 陳繼成（2002）。《台灣現代殯葬禮儀師角色之研究》。私立南華大學生死學研究所碩士論文。
- 黃有志、尉遲淦、鄧文龍（2001）。《殯葬業證照制度可行性之研究》。台北：內政部。
- 葉至誠（2000）。《社會學》。台北：揚智。
- 葉椒椒（2000）。《工作心理學》。台北：五南。
- 蔡坤良（2004）。《小琉球漁村老人生命意義感、死亡態度與幸福感之研究》。私立南華大學生死學研究所碩士論文。
- 謝寶媛（2001）。《APA Style 完全上手指南》（五版）。台北：文華。
- 羅珮瑜（2002）。《台灣殯葬業現代化的研究——台北地區的例子》。國立政治大學社會學研究所碩士論文。
- 羅素如（1999）。《殯葬人員對死亡的態度與生死學課程需求初探》。私立南華大學生死學研究所碩士論文。
- Earl Babbie (1998)。《社會科學研究方法》（初版）（The practice of social research, 8th ed），李美華、孔祥明、林嘉娟、王婷玉等譯。台北：時英。

- Erving Goffman (1992)。《日常生活中的自我表演》。(Viktor E. Frankl.)，徐江敏、李姚軍譯。台北：桂冠。
- Ritzer, George (1995)。《社會學理論》(Sociological Theory)，馬康莊，陳信木譯。台北：麥格羅·希爾。
- Robert J. Sternber (2000)。《普通心理學》(Pathways to Psychology)，陳億貞譯。台北：雙葉。
- Turner, Jonathan H. (1992)。《社會學理論的結構》(The Structure of Sociological Theory)，吳曲輝譯。台北：桂冠。
- W. Lawrence Neuman (2000)。《社會研究方法——質化與量化取向》(Qualitative Sociology-Research-Methodology)，朱柔若譯。台北：揚智。
- Brief, A P., Schler, R. S. & Vansell, M. (1981), *Managing job stress*. Boston: Little, Brown and Company.
- Cooley, C. H. (1920)。 *Human Nature and Social Order*. New York: Charles Scribner's Sons.