

我國殯葬禮儀服務業動態研究

內政部委託研究報告

中華民國 97 年 12 月

(國科會 GRB 編號)

PG9702-0420

我國殯葬禮儀服務業動態研究

受 委 託 單 位：中華殯葬教育學會

研 究 主 持 人：王士峰

研 究 員：阮俊中

研 究 助 理：黃雲生、楊傑儒

內政部委託研究報告

中華民國 97 年 12 月

目次

表次	
圖次	?
摘要	
第一章 緒論	1
第一節 研究緣起	1
第二節 研究目的	4
第二章 文獻探討	11
第一節 殯葬禮儀服務業定義與範疇	11
第二節 殯葬禮儀服務業經營管理與發展之研究	19
第三章 我國殯葬禮儀服務業產業分析	35
第一節 殯葬禮儀服務業特性與使命	35
第二節 殯葬禮儀服務業環境分析	38
第三節 殯葬禮儀服務業經營型態	46
第四節 殯葬禮儀服務業社會責任	51
第五節 殯葬禮儀服務業能力建構	54
第四章 研究方法	57
第一節 研究步驟	57
第二節 研究方法與研究對象	59
第三節 研究架構	64

第五章 研究發現(一):問卷調查結果	67
第一節 公司基本資料分析	67
第二節 經營型態與服務內容分析	75
第三節 經營能力分析	86
第四節 對政策的建議分析	98
第六章 研究發現(二):深度訪談結果	105
第一節 深度訪談架構	105
第二節 訪談發現	107
第七章 結論與建議	121
第一節 結論	121
第二節 建議	126
附錄(一) 研究問卷	131
附錄(二)期中報告審查意見及修正說明	137
附錄(三)期末報告審查意見及修正說明	147
附錄(四) 深度訪談記錄	153
參考書目	205

表 次

表 1-1	本研究預期目標	6
表 1-2	預期目標(一)：管理模式建立	7
表 1-3	預期目標(二)：實地調查	8
表 1-4	預期目標(三)：殯葬管理條例議題	8
表 1-5	預期目標(四)：提出建議	9
表 2-1	2001 年底殯葬服務業普查資料	15
表 2-2	合法殯葬服務業調查表	16
表 2-3	歷次普查殯葬服務業收入	17
表 2-4	三次工商普查的年死亡人口	17
表 2-5	殯葬禮儀服務業相關研究文獻(一)	30
表 2-6	殯葬禮儀服務業相關研究文獻(二)	31
表 2-7	殯葬禮儀服務業相關研究文獻(三)	32
表 2-8	殯葬禮儀服務業相關研究文獻(四)	33
表 3-1	經營型態分類表	50
表 5-1	信度分析表	67
表 5-2	登記資本額次數分配表	68
表 5-3	經營年資次數分配表	69
表 5-4	人力資源次數分配表	70
表 5-5	每年平均服務件數次數分配表	71
表 5-6	每件服務平均收費次數分配表	72
表 5-7	每件燃燒紙類花費次數分配表	73

表 5-8	結緣經營型態與各項服務內容統計	75
表 5-9	入殮經營型態與各項服務內容統計	76
表 5-10	出殯經營型態與各項服務內容統計	76
表 5-11	安葬經營型態與各項服務內容統計	77
表 5-12	後續經營型態與各項服務內容統計	77
表 5-13	經營型態與服務內容重點排序	78
表 5-14	經營型態與服務內容相關性檢定	79
表 5-15	服務型態與服務內容涉入情形	80
表 5-16	公司基本資料對經營內容涉入差異檢定	82
表 5-17	登記資本額與經營型態對服務內容涉入差異檢定	83
表 5-18	經營年資與經營型態對服務內容涉入差異檢定	83
表 5-19	人力資源與經營型態對服務內容涉入差異檢定	84
表 5-20	具備能力重要度平均統計及排序	87
表 5-21	具備能力滿意度平均統計及排序	88
表 5-22	經營能力認知差異	89
表 5-23	經營能力認知差異(二)	90
表 5-24	登記資本額與經營能力檢定	94
表 5-25	經營年資與經營能力檢定	95
表 5-26	人力資源與經營能力檢定	96
表 5-27	公司基本資料對經營能力達顯著不同的項目	97
表 5-28	取得禮儀師的條件同意度	98
表 5-29	殯葬業者需要禮儀師之規模分析	99

表 5-30	具一定規模應置禮儀師分析	99
表 5-31	生前殯葬服務契約經營規範同意度	101
表 6-1	A 7 個案公司資料	185
表 6-2	A7 個案公司環保意見	187
表 6-3	訪談問題與個案訪問整理表(一)	117
表 6-4	訪談問題與個案訪問整理表(二)	121
表 6-5	訪談問題與個案訪問整理表(三)	126
表 6-6	訪談問題與個案訪問整理表(四)	128

圖 次

圖 1-1	本研究流程	5
圖 2-1	殯葬產業的價值鏈	13
圖 4-1	研究步驟	57
圖 4-2	研究架構	65
圖 5-1	登記資本額分配長條圖	68
圖 5-2	經營年資分配長條圖	69
圖 5-3	人力資源分配長條圖	70
圖 5-4	每年平均服務件數分配長條圖	71
圖 5-5	每件服務平均收費分配長條圖	72
圖 5-6	每件平均紙類花費分配長條圖	73

摘要

一、研究緣起

生、老、病、死是人的生命週期，死亡是生命的終結。而人類為同類妥善料理後事的殯葬活動，最早可追溯到三萬多年前。世界各民族對殯葬活動有不同的看法，而形成獨特的殯葬文化，無論在觀念上操作上及殯葬實務上都表現了獨特的文化內涵。殯葬事業單位之所以有別於其他的事業和企業，就在於它的首要任務是通過它的服務來完成移風易俗，改造社會的使命，而不是利潤，顯然非營利效益是第一位的。社會大眾將殯葬事業單位視為具有非營利組織(Nonprofit Organizations, NPO)的特質。

本研究針對國內殯葬禮儀服務業動態予以分析與探討，包括以下七個研究主題：

1. 殯葬禮儀服務業特性及基礎資料之分析
2. 殯葬禮儀服務業經營管理問題之分析
3. 現階段殯葬禮儀服務業重要課題之研究
4. 殯葬禮儀服務業之經營型態、服務內容及發展之分析
5. 應置專任禮儀師之殯葬服務業一定規模之建議
6. 生前契約業者須具一定規模之建議
7. 健全殯葬禮儀服務業管理制度建議之提出

二、研究方法與過程

本研究共分三階段，即理論模式建立、實地調查及結論與建議等。

(一) 模式建立階段理論

此階段乃在建立研究殯葬禮儀服務產業動態之理論架構，以做為基礎研究，共分二個步驟，即：

1. 產業本質與特性之分析
2. 經營管理之構面之分析

(二) 產業現況調查階段

此階段乃依據前階段之結果設計問卷，並經效度檢驗及預試後，進行實地現況調查，而採取二階段進行。先對全國業者發出問卷(約 2,000 份)，回收有效問卷 409 份，再依據經營型態，在北、中、南、東四個區域共選取 8 家，進行深度訪談，做為個案研究之資料。此階段分二個步驟，即：

1. 產業現況調查
2. 實證資料整理

(三) 結論與建議階段

1. 殯葬管理條例相關議題：包括施行前與施行後
2. 提出設置禮儀師之一定規模之建議
3. 提出生前契約業者資格之建議
4. 提供對政策制定之建議
5. 提供對業者之建議
6. 提出對研究者之建議

三、研究結論

有以下之重要結論：

- (一) 登記資本額 100 萬元以下之業者占 79.3%，顯示業者以小型規模居多。
- (二) 經營年資 10 年以上及 10 年以下各占 50%，顯示新舊業者比例相當。
- (三) 人力資源使用上，有 51%的業者是由自己公司加上協力廠商或執行團隊共同完成，完全由自己公司執行者僅占 20%
- (四) 每年平均服務件數，有 44%在 35 件以下，35 件以上者占 56%。
- (五) 每件平均收費，有 78%業者收費在 20 萬元下，而在 30 萬以下者占 99%，平均每件收費 15 萬元。

- (六) 每件燃燒紙類花費 5,000 元以下者佔 50%，5,000 元以上者占 50%，有 21% 花費 10,000 元以上，平均花費為 6,700 元，約占平均每件服務花費 15 萬元之 4.5%。
- (七) 業者認為燃燒紙類及衣物造成資源浪費或破壞生態的情形甚屬嚴重。業者也希望配合政策，但必須從民眾認知上著手才能改善此一情況。
- (八) 業者在 14 項能力中認為最重要的能力依序為：殯葬禮儀、入殮程序、會場佈置、知識管理與擇日知識。而較不重要者依序為電子商務、電腦處理能力及行銷能力。
- (九) 業者認為最滿意的能力依序為入殮程序、會場佈置、殯葬禮儀、擇日知識、及司儀工作。
- (十) 業者認同與期望落差較大的能力(即改善空間)依序為殯葬禮儀、知識管理、悲傷輔導、環保責任及臨終關懷。
- (十一) 殯葬業者認為取得禮儀師最主要的條件為相關工作經驗 2 年以上，其次才為取得乙級喪禮服務技術士及修習相關課程 20 學分。
- (十二) 殯葬業者認為所有業者都需要配置禮儀師者最多，占百分比 61.0%；其次認為具一定規模者才需要，占百分比 38.0%。

四、主要建議事項

本研究提出對殯葬禮儀服務業者之建議、對政府及相關部門之建議及對後續研究之建議三項建議，說明如下：

對殯葬禮儀服務業者之建議

1. 強化供應鏈系統管理
2. 深化產品/服務整體價值
3. 加強殯葬禮儀能力
4. 重視知識管理

5.重視環保責任

對政府及相關部門之建議

分為立即可行及中長期建議，說明如下：

一、立即可行之建議

(一) 禮儀師法應儘速公布

主辦機關：內政部

協辦機關：各縣市政府

1. 業者對禮儀師大都抱持歡迎與期待，建議按不同規模(如資本額 50 萬元必需設置一位禮儀師，100 萬元必需設置二位禮儀師等等)而有不同之規範。
2. 禮儀師的資格，業者認為工作經驗最重要。
3. 禮儀師取得資格應儘速公布，做為業者自我提昇能力之努力的標竿。

(二) 對於無公司行號之個人戶葬儀人員(蟑螂族，跑單幫)，政府應加強管制，不可因家屬自辦而傷害到合法的公司。

主辦機關：內政部警政署

協辦機關：各縣市政府

1. 縣市政府應嚴格取締沒有立案或備查之個人戶或行號經辦殯葬行為。
2. 加強監督及輔導。

(三) 應徹底杜絕警消人員與殯葬業者有所掛勾

主辦機關：內政部

協辦機關：各縣市政府

1. 各地公會可利用資訊管道(如登報)宣導警消惡劣行為，讓一般民眾了解相關訊息，也讓業者知道，也希望政府知道並嚴厲制止警消人員收受回扣之行徑。
2. 由縣市政府將殯葬評鑑優良公司名單提供給警消人

員，明定警消人員在亡者家屬無法或不堅持指定葬儀公司服務時，方可推薦評鑑優良之業者。

- (四) 政府應規範醫院，不應該有圍標殯葬事宜，甚至有黑道恐嚇事件，應尊重亡者家屬意願選擇，對五年落日條款應確實執行

主辦機關：內政部

協辦機關：各縣市政府

1. 許多業者對於醫院附設往生室，由集團占據甚為不滿，雖然「殯葬管理條例」修訂，明訂落日條款，規定五年內殮、殯、奠、祭等設施全面自醫院撤離，但許多業者擔心集團業者在醫院附近設據點，就近接近亡者家屬，進行不正當的推銷行為，無法斷絕集團或黑幫堂口壟斷在醫院死亡之殯葬業務。
2. 對五年落日條款應確實執行，許多業者仍然不知道此政策，應加強宣導，並要顯現政府之承諾與決心，以解業者之疑慮。

- (五) 加強對經營生前殯葬服務契約業者之監督

主辦機關：內政部

協辦機關：各縣市政府

1. 確實追蹤 75% 交付信託的執行情形，不只是帳面資料，應成立督導專案小組，架設專屬網站，定期公布現況，提供民眾透明資訊。
2. 管轄單位要有足夠的執行力，而不是只審核條件就可以上了。
3. 督導專案小組亦要監督業者是否過度擴強。

二、中長期建議

- (一) 強化在殯葬活動中節能減碳之措施

主辦機關：內政部、行政院環境保護署

協辦機關：各縣市政府

1. 根據本研究調查平均一件殯葬活動，要花費約 7000 元之紙錢，還會燒紙製品及衣物等，造成浪費與生

態破壞。

2. 結合宗教界人士宣導少燒紙錢，教育民眾，改變認知及態度。
3. 結合紙錢製造業者推動大面額紙錢，以減少燃燒量，並獎勵環保的香燭、紙錢之推動(如石頭製成之紙類)。
4. 學校生命教育中強化節能減碳的觀念。

(二) 加強殯葬禮儀服務業之評鑑制度

主辦機關:內政部

協辦機關:各縣市政府

1. 提供誘因，如優良之業者公開表揚、主動向社會大眾推薦、警消只能推薦優良業者等。
2. 各縣市政府應按照業者基本資料及經營型態之不同而有不同之評鑑表格，而不是都用同一表格。例如某些能力在某些經營型態是不需要的。
3. 對於評鑑應慎重其事，不走馬看花式的急就章，應視為主辦單位的常態性任務。

(三) 落實證照制度以提昇殯葬禮儀服務業之專業素養

主辦機關:內政部、行政院勞工委員會

協辦機關:各縣市政府

1. 修法訂定須持有喪禮服務技術士證照者，才能執行殯葬禮儀服務工作。
2. 小型業者希望政府能輔導業者提昇考試能力。

(四) 加速推動舊有公墓重造，走向環保自然葬

主辦機關:內政部

協辦機關:各縣市政府

1. 各縣市政府加速推動公墓重造，改變民眾對殯葬的刻板印象，有助於促進殯葬改革
2. 環保自然葬可提昇土地利用效率，並對節能減碳有甚

大的助益

(五) 推動綠色殯葬公司標章

主辦機關：內政部、行政院環境保護署

協辦機關：各縣市政府

1. 鼓勵殯葬業節能減碳，推動潔葬、少用紙、努力做資源回收，力行節約能源。
2. 定期表揚，並提供獎勵與誘因

對後續研究之建議

本研究提出以下二個方向，做為後續研究之建議：

1. 殯葬禮儀服務業能力建構之研究
2. 殯葬禮儀服務業白皮書之編製

關鍵詞：殯葬禮儀服務業、生前殯葬服務契約、殯葬禮儀師、能力建構、社會責任

Abstract

This project intends to study the dynamics of domestic funeral service industry the scope covers the following topics:

1. The properties and basic profiles of funeral service industry
2. The managerial framework of funeral service industry
3. The environment and trends of funeral service industry
4. The types of funeral service industry
5. The current status of funeral service industry
6. The issues impact on funeral service industry before and after the practice of the regulations for funeral service industry
7. The suggestions for the governance and management of funeral service industry

The research process of this project contains the following three stages:

1. Establishes the theoretical model.
2. Survey the current state of the funeral service industry we use the questionnaire survey and depth interviewing method. By sending out the questionnaires (about 2,000), we receive 409 valid questionnaires. We choose 10 companies by the business type and area distribution, and then conduct the depth interviewing.
3. Conduct the conclusions and suggestions.

The important findings of this project are summarized as the following nine main points:

1. The portion of the company who register the capital those less than one million NT dollars is 79.3%. It tells that most of the funeral service companies are small scale.
2. The portions of operating years of funeral service companies that above or bellow 10 years are equal
3. The portions of the human resource that totally owned by the company is 20%
4. The portions of the average service cases per year that more than 35 is 44%.
5. The portions of the average charges per case that less than 200 thousand NT

dollars is 78%. And the portion of those less than 300 thousand NT dollars is 99%.The average charges per case is 150 thousand NT dollars.

6. The portions of the average cost of the papers burned during the service that above 5 thousand NT dollars is 50%.
7. Papers and clothes burned during the service cause the waste of resources and ecological devastation. The operators are willing to cooperate with policy. And they think only aware the cognition of the public can improve this situation.
8. The operators think that the abilities in important order are funeral ceremony, procedure of lay the body into a coffin, the ceremony hall arrangement, the knowledge management and the knowledge of chooses the date. And the abilities in less important order are E-Commerce, computer literacy and marketing.
9. The operators think most the abilities in most satisfaction order are procedure of lay the body into a coffin, ceremony hall arrange, funeral ceremony, and the knowledge of chooses the date and the ability of emcee.

Keywords: funeral service industry, pre-need contract, funeral directors, capacity building, social accountability

第一章 緒論

第一節 研究緣起

生、老、病、死是人的生命週期，死亡是生命的終結。而人類為同類妥善料理後事的殯葬活動，最早可追溯到三萬多年前。世界各民族對殯葬活動有不同的看法，而形成獨特的殯葬文化，無論在觀念上、操作上及殯葬實務上都表現了獨特的文化內涵。基於觀念轉變，殯和葬的服務項目日益減少，甚至未來有可能減化為零。英美文獻逐漸用「死亡服務產業」(Death Care Industry)取代「殯葬產業」(Funeral Industry)(陶在樸，2008)。

殯葬業具有銜接「出生入死」橋樑之功能，除了安頓亡者外，更重要的是它可以藉著殯葬過程將亡者家屬的人際網路予以重整，以及在亡者家屬身心哀痛、惶恐失措時予以協助與安頓，並啟發其對人生價值觀反省的機會。殯葬業最高階的使命即在安頓死者與安慰生者。綜合而言，殯葬業在現代社會具有以下功能：

1. 生物功能：主要指遺體處理，包括遺體被慎重處理、妥善安置等。
2. 心理功能：主要是指悲傷得以調適。
3. 社會功能：主要是指幫助角色的調整及人際網絡的重整。
4. 倫理功能：主要是指慎終追遠及宗法差序的固有倫理文化傳承。
5. 靈性功能：主要是指終極關懷的呈現。

殯葬業之所以有別於其他的事業和企業，就在於它的首要任務是通過它的服務來完成移風易俗、改造社會的使命，而不是利潤，顯然非營利效益是第一位的。社會大眾將殯葬業視為具有非營利組織(Nonprofit Organizations, NPO)的特質。尤其是在民國91年7月17日殯葬管理條例未制定頒布前，國內在法律上根本就沒有「殯葬業」的存在，而殯葬業的主管機關在各縣市政府組織結構上，在近十年內由社會局

變更為民政局的比例愈來愈多，亦可說明政府高度重視與期許殯葬產業對社會的深遠影響。

殯葬業傳統上，是由在一個社區裡紮根數代的小型家庭式企業所形成的。傳統和傳承，使得殯葬業是一個既封閉又安全的行業。以美國為例，企業整體倒閉比例約為 0.82%，而殯葬業的平均倒閉率約為 0.13%，為整體企業的 15%。傳承和傳統也造成了殯葬業一直未能成功轉型成為一個專業企業的型態，無論在效益及效率上都有進步的空間。

殯葬產業是兼具服務業與文化業之功能，又同時要達成營利與非營利事業的使命。可以說是一個深具獨特性的產業，又加上死亡服務是人類商品市場中最特殊的「唯一性商品」，普通商品可以重複購買，唯一性商品則不然，既不能多買，也不能不買，終其一生一次而已，因此它的市場模式又與其他財貨大異其趣。

民國六十年代以前國內殯葬服務是以建立在鄉里、親族情感上的互助模式之方式來完成喪禮，由地方仕紳耆老來負責設計及掌控整個喪禮的進行。在執行層面上，則是由當地的業者或宗教從業人員負責。例如，棺木店提供棺木、采帛店提供殯葬用品、道士負責誦經作法事等等，這些人員只負責單一業務，其他喪禮上的事務都由鄉里親族來協力完成。

至今仍有少數地區在喪葬事務上會以這種類似生命共同體的方式來互助，在喪禮的進行上，雖交由殯葬公司來負責，但實際執行面上，包括擇日、儀式進行等仍由地方耆老來負責規劃，鄰里親友實際投入協助喪禮的行列。

自民國六十年後，隨著經濟起飛，社會與政治亦開始產生急遽的轉變，經濟發展連帶著改變社會結構。都市化的結果造成家庭結構改變，工業化的結果，造成人際關係的疏離與文化貧乏。受到高度的工業化、人口都市集中化、政治民主化、經濟自由化的影響，社會也進入現代化的過程。

至此，殯葬服務逐漸演變成專業分工的服務產業，脫離以往由地方耆老、鄉里親族集體完成的喪禮。殯葬產業化、分工化的過程，造就許多就業市場：從花店、棺木店、禮儀用品店、殯葬人力業等，只不過在對於死亡的禁忌下，殯葬從業人員成為社會地位低下的一群，殯葬業也成為邊緣產業。

台灣地窄人稠，在積極於土地高度利用的同時，對於墓地園區精緻化、高利用化的訴求，已成為共識。此一時期陸續有財團跨足承接墓園的經營管理，響應政府推動「公墓公園化」的政策，改善過去公墓給人雜亂、陰森的印象，另一方面，為改善傳統喪葬禮儀繁雜瑣碎的流程，產生符合現代社會簡單莊嚴的喪葬儀節，亦成為順應潮流勢必推動之要事。在墓地使用率逐漸飽和及政府對火葬推廣的政策下，火化進塔，逐漸成為國人死亡後的選擇。

而火化晉塔的流行，財團業者陸續興建納骨塔。為了納骨塔的銷售，民國 82 年國內某集團引進生前契約，一改過去台灣殯葬業只承辦往生市場的業務，將範圍擴及到生者市場。在此種環境下，財團業者看到殯葬一元化的市場，83 年開始成立禮儀服務部門，藉此達到殯葬服務一元化的目的。至此，台灣殯葬服務市場大餅儼然成形，因此吸引不少財團跨足經營。

民國 91 年通過「殯葬管理條例」後，台灣殯葬產業生態更是產生空前的巨變，進入二十一世紀的殯葬業，面臨著我國加入世貿組織後的機遇和挑戰，殯葬行業如何適應形勢發展，加大改革步伐，成為我國殯葬行業面臨的嚴厲挑戰與承擔。而殯葬管理條例施行後對殯葬行業的衝擊，更值得探討。

因此，以下為本研究之緣起：

1. 殯葬管理條例的實施
2. 殯葬業在範圍、規模、環境與消費行為等變化甚巨
3. 新型服務/產品出現
4. 有系統的研究殯葬業的理論模式尚未出現

第二節 研究目的

本研究針對國內殯葬禮儀服務業動態予以分析與探討，擬提出以下之研究流程，如圖 1-1 所示，包括以下七個研究主題：

1. 殯葬禮儀服務業特性及基礎資料之分析
2. 殯葬禮儀服務業經營管理問題之分析
3. 現階段殯葬禮儀服務業重要課題之研究
4. 殯葬禮儀服務業之經營型態、服務內容及發展之分析
5. 應置專任禮儀師之殯葬服務業一定規模之建議
6. 經營生前殯葬服務契約業者須具一定規模之建議
7. 健全殯葬禮儀服務業管理制度建議之提出

茲說明如下：

(一) 殯葬禮儀服務業特性及基礎資料之分析

從殯葬禮儀服務業的貢獻，使命與角色扮演等層面，瞭解其特性，並透過調查了解殯葬禮儀服務業之基礎資料。

(二) 殯葬禮儀服務業經營管理問題之分析

為了深入分析殯葬禮儀服務業之經營狀況，我們從幾個構面做為分析之架構，即：經營型態、能力建構、社會責任等構面，分析殯葬禮儀服務業之管理問題。

(三) 現階段殯葬禮儀服務業重要課題

我們將分析總體環境對殯葬禮儀服務業之衝擊，並探討殯葬禮儀服務業在目前面臨之重要課題及其重要性。

(四) 殯葬禮儀服務業之經營型態、服務內容及發展之分析

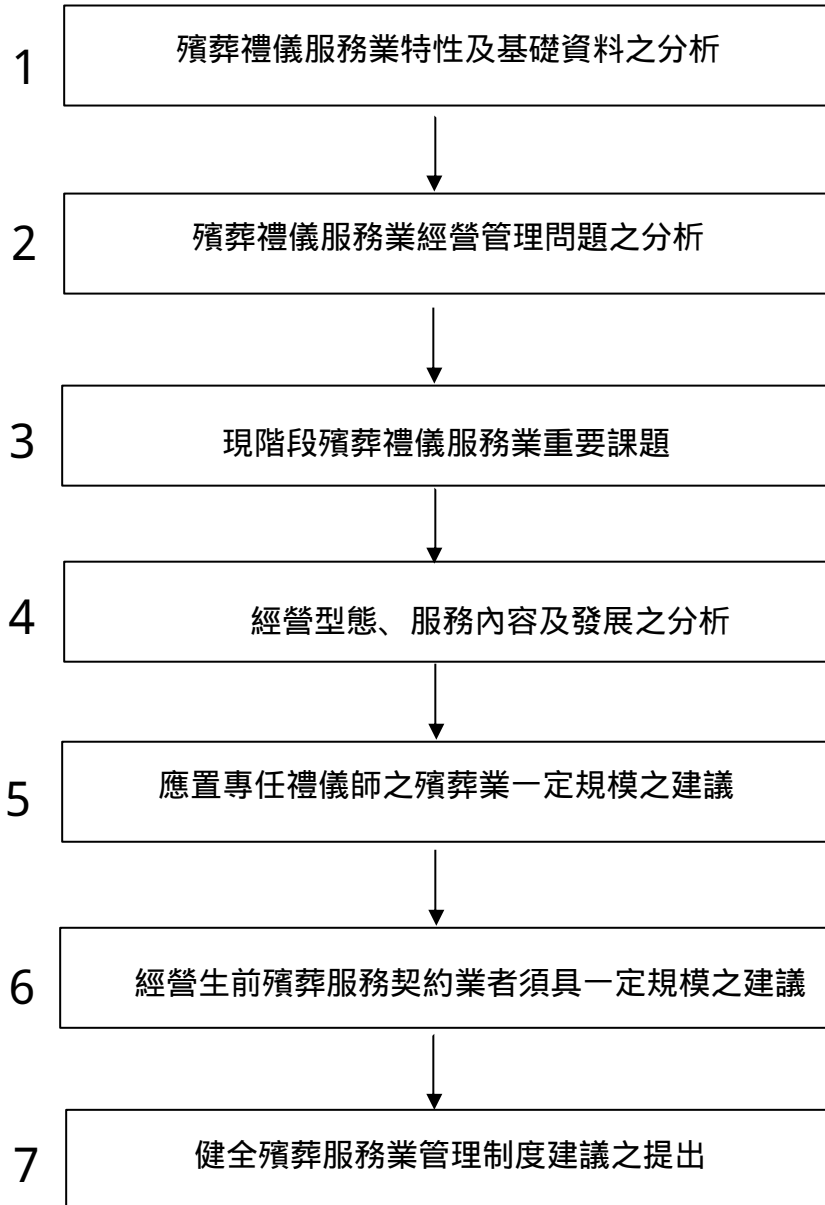
過去對此產業市場模式之研究可說是付之厥如，本研究利用設計問卷，實施調查，亦佐以深度訪談個案做為了解此產業市場之重要依據。

(五) 應置專任禮儀師之殯葬服務業一定規模之建議

本研究將調查殯葬業對於應置專任禮儀師之殯葬服務業一定規模的建議，並採用專家意見調查法，綜合提出可行之建議。

(六) 經營生前殯葬服務契約業者須具一定規模之建議

本研究將調查殯葬業對於經營生前殯葬服務契約業者須具一定規模之建議，並採用專家意見調查法，綜合提出可行之建議。



圖【1-1】本研究流程

(七) 健全殯葬禮儀服務業管理制度建議之提出

本研究經過上述六個主題之研究後，將提出針對政府在建立對殯葬禮儀服務業管理制度(稱治理)的具體建議，以及業者建立管理制度(稱管理)的具體建議，最後並提供未來進一步研究此一議題的建議。

本研究之預期目標，可列述於表 1-1，說明如下：

表【1-1】本研究預期目標

編號	目標	策略	對應之研究主題
一	建立研究殯葬禮儀服務業之管理模式	1. 瞭解殯葬禮儀服務業本質與特性	(一)
		2. 分析殯葬禮儀服務業經營構面	(二)
		3. 探索產業環境及發展趨勢	(三)
二	實地調查殯葬禮儀服務業之現況資料與實証	1. 建立調查之項目	(五)
		2. 問卷調查全國業者	(五)
		3. 深度訪談業者	(五)
		4. 資料整理得到結論	(五)
三	殯葬管理條例有關議題分析	1. 施行前之問題分析	(六)
		2. 瞭解施行後之議題	(六)
四	提出建議	1. 對政策制定之建議	(七)
		2. 對業者之建議	(七)
		3. 對未來研究者之建議	(七)

研究目標分為四大部分，即：

- (一) 建立研究殯葬禮儀服務業之管理模式
- (二) 實地調查殯葬禮儀服務業之現況資料與實証
- (三) 殯葬管理條例有關議題分析
- (四) 提出建議

至於此四大部分之策略與具體項目列於表 1-2，表 1-3，表 1-4 及表 1-5 中。

表【1-2】預期目標(一)：管理模式建立

編號	目標	具體項目
一	瞭解殯葬禮儀服務業 本質與特性	<ol style="list-style-type: none"> 1. 兼具營利與非營利之特質之探討 2. 文化與社會功能之探討 3. 使命之研究
二	分析殯葬禮儀服務業 經營構面	<ol style="list-style-type: none"> 1. 價值活動構面之分析 2. 能力建構構面之分析 3. 社會責任構面之分析 4. 經營管理構面之分析

表【1-3】預期目標(二)：實地調查

編號	目標	目標項目
一	建立調查之項目	1. 設計問卷 2. 經過專家效度檢驗 3. 預試
二	問卷調查	1. 取得全國業者資料 2. 調查約 2,000 家業者
三	深度訪談	1. 深度訪談個案業者 2. 採取開放性問卷
四	資料整理得到結論	1. 描述統計分析 2. 進行交叉分析

表【1-4】預期目標(三)：殯葬管理條例議題

編號	目標	目標項目
一	條例施行前之管理問題	1. 文獻探討 2. 問卷訪談歸納
二	條例施行後之相關議題	1. 文獻探討 2. 問卷訪談歸納 3. 專家座談結論

表【1-5】預期目標(四)：提出建議

編號	目標	具體項目
一	對政策制定之建議	1. 應置專任禮儀師之一定規模之建議 2. 經營生前殯葬服務契約業者須具一定規模之建議 3. 其他建議
二	對業者之建議	1. 經營策略之建議 2. 能力建構之建議等
三	對未來研究者之建議	未來研究方向之建議

第二章 文獻探討

第一節 殯葬禮儀服務業定義與範疇

一、價值活動理論

傳統殯葬業都認為「殮」、「殯」及「葬」等三者是殯葬產業創造價值的主要活動。說明如下：

- (一) 殮：從死亡後接運遺體，潔淨與掩藏。主要乃在使遺體得以美觀，使生者能壓抑對遺體之懼怕心理，進而能得到慰藉。包括：遺體的防腐、整形、整容，社會突發性死亡事件中遺體的處理，防疫及健康保護，廢水、廢氣的處理等方面。
- (二) 殯：將遺體停柩讓生者憑柩奠拜，而使其心情調，逐漸接受死者已死亡之事實。
- (三) 葬：將遺體火化或土葬，藏於棺槨或骨灰罐中保護之。使親友能夠定期慎終追遠。而在殮、殯、葬的活動中有許多的儀式也都是由殯葬業者代為安排與執行。

以上三項一直都是殯葬業作業的焦點。如果殯葬業作業只涵蓋殮、殯及葬，則無法創造最大的價值，王士峰（王士峰，2001）認為必須再加入兩項活動即緣及續，才能形成一個緊密的價值鏈。說明如下：

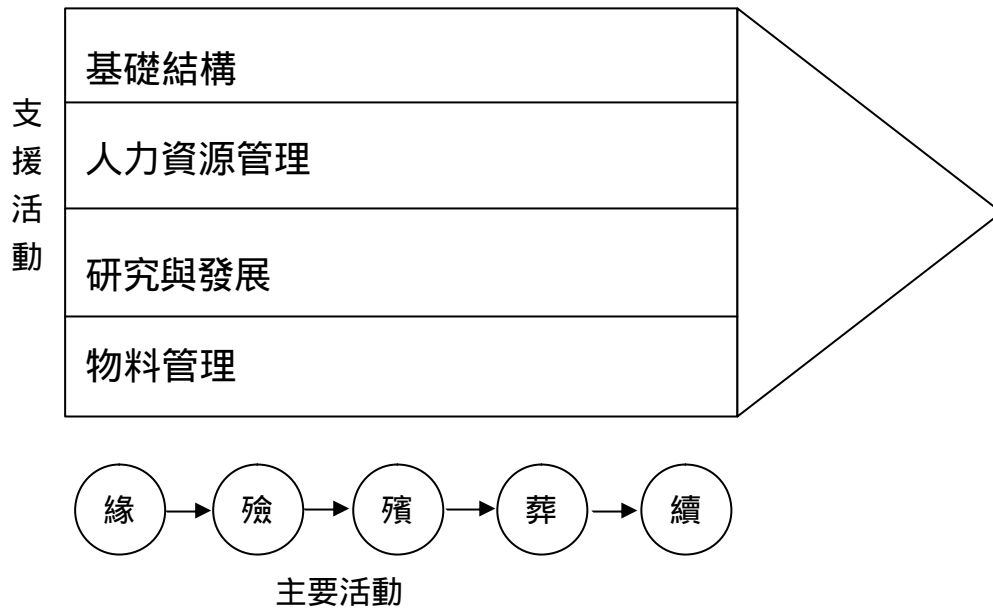
- (四) 緣：即結緣。可以從潛在客戶開始，與生者接觸，預立遺囑，並能與醫護單位合作，進行臨終關懷，讓潛在客戶預先進行死亡規劃，確保將來死亡之尊嚴，這是殯葬產業的發展趨勢。也必須與供應商密切連繫，對整體供應鏈體系做好合作之機制。因此，廣結善緣，包括對潛在顧客與供應商等都是此活動的重點工作，如推動生前契約、安寧照顧及其相關器具販賣等都是主要業務。
- (五) 續：即後續。一個專業化的企業必須注重售後服務及永續經營。對亡者之家屬也要常常給以關心

及提供必要的後續服務。此項活動就是顧客關係管理的落實。

以上五項就是殯葬業者創造價值的主要活動。而除了這五個主要活動之外，也必須執行一些支援活動，否則將削減了價值的創造。這些支援活動可列述如下：

- (一) 基礎結構：一個企業必須塑造出自己的企業文化、理念、政策及管理方式等，這些因素及企業的軟硬體設施等，成為企業的基礎結構，而企業識別系統就是基礎結構的具體表現。
- (二) 人力資源管理：殯葬業最為人所垢病的就是工作人員素質良莠不齊，在處理業務過程中往往使客戶感覺不專業，不被尊重。其實殯葬業需要許多專業工作人員，如禮儀顧問、入殮技術人員、遺體美容師、防腐技術人員以及專業管理人員等，這些人力都必須予以訓練與發展。
- (三) 研究與發展：企業要能永續發展必須不斷的研究與發展。例如材料或作業方式，會因為科技的發展而產生改變；再如利用光碟製作亡者生前之聲音及影像，可供網路掃墓或做為永久追思之紀念等。
- (四) 物料管理：在執行業務時常常需要一些特殊用品及物料。平常對物料之採購、庫存及保管運送等，必須考慮到效益及效率這二個層面。

我們可以將殯葬產業的價值鏈以圖【2-1】表示。



圖【2-1】殯葬產業的價值鏈

從殯葬業創造價值的活動中，殯葬業之範圍與經營型態可分為二個層面，說明如下：

(一) 從價值活動的程序層面

殯葬業範圍如下：

1. 緣：例如生前契約、行銷、安寧照顧、臨終關懷、悲傷輔導、供應商管理等相關的行業。
2. 殮：移體搬運、洗、殮與防腐、美容、化粧等相關行業。
3. 殯：司儀、文書、用品、用具等相關行業。
4. 葬：火化場、殯儀館、墓園、納骨塔等相關行業。
5. 續：後續關懷、顧客關係管理等相關行業。
6. 基礎結構：管理顧問、軟硬體設計等相關行業。
7. 人力資源管理：人力訓練、出版等相關行業。
8. 研究發展：資訊提供、諮詢等相關行業。
9. 物料管理：物料運送、倉儲、設計、製造等相關行業。

(二) 從價值活動的內涵層面

殯葬業的範圍如下：(李自強，2002)

1. 殯葬用品流通業：棺木、骨灰罈、壽衣、供品、花卉、用具等製造或販賣業者。
2. 殯儀專業人力服務業：遺體洗淨、殮、化粧、司儀、法事、封館、抬棺及火化處理等。
3. 喪奠埋葬場所經營業：墓園、火化場、殯儀館等業者。
4. 葬喪諮詢顧問業：禮儀師、生前契約規劃人員、資訊管理人員、風水師等。

二、官方之定義

由於殯葬業是傳統的十行業之一，統計工作的實施十分困難，至今行政院主計處仍缺乏年報制度，而以每五年一次的「工商及服務業調查報告」藉以公諸於世。

最近一次的「工商及服務業調查報告」完成於2001年，在該報告中殯葬業的行業代號為9630，並將殯葬業定義為：

「凡從事殯葬館，火葬場、墓地(納骨堂、塔)服務之行業均屬之，包括：殯儀館、葬儀樂隊、墓園管理、火葬場及葬儀服務」。

國際行業標準分類共有A至P16大類，殯葬業代號為9630。代號96的「未分類其他服務業」下共有以下六個小類：洗衣、理髮美容、殯葬、停車、家事服務及其他個人服務，依照主計處的統計，仍舊是一個弱勢的產業。

隨著時代之變遷，對殯葬產業相關的公司行號其營業項目也有所變更。而根據經濟部商業司所制定公司行號營業項目代碼表中，殯葬服務業代號為JG99040，其定義為：「係指殯儀館、火葬場及墓地(納骨堂、塔)服務業務，代辦喪葬事宜等行業」，顯然已無法涵蓋殯葬業之範圍。

因此，經濟部商業司因應「殯葬管理條例」的施行，在民國92年6月30日刪除JZ99040，而將殯葬服務業新增區分為JZ99141(殯葬設施經營業)及JZ99151(殯葬禮儀服務業)等兩類。

即依殯葬管理條例之規定，經營公墓、殯儀館、火化場、

骨灰（骸）存放設施之行業，稱為殯葬設施經營業，營業項目代碼為JZ99141。而依殯葬管理條例之規定，以承攬處理殯葬事宜之行業，稱為殯葬禮儀服務業，營業項目代碼為JZ99151。

2001年主計處對「中華民國行業標準分類」進行第七次修訂，修訂後的行業分類情況與聯合國的國際行業分類（ISIE, Rev.3, 1998）更為接近。修訂後的行業分為四個類別，即大類、中類、小類、細類。

大類皆以大寫英文字母表示，由A到P，例如A類表示農、林、漁、牧業；B類表示礦業及土石採取業；C類表示製造業等等。O類表示其他服務業。涵括殯葬業。

中類以兩位數，小類以三位數，和細類以四位數表示，例如大類O下，中類96號表示未分類的其他服務業，其下又分為小類961(洗衣業)，962(理髮及美容業)和963(殯葬服務業)，凡屬於未分類的其他服務業，其小類之下的細類並未區分，因此台灣殯葬服務業的細類號為9630。

國際行業標準分類共有A至P16大類，殯葬業代號為9630。代號96的「未分類其他服務業」下共有以下六個小類：洗衣、理髮美容、殯葬、停車、家事服務及其他個人服務，依照主計處的統計，仍舊是一個弱勢的產業。

2001年《工商及服務業調查報告》中有關殯葬服務業的普查資料摘要如表2-1所示。

表【2-1】 2001年底殯葬服務業普查資料

企業單位數 (家)	員工數 (人)	全年勞動報酬支出 (百萬元)	全年收入 (百萬元)	全年支出 (百萬元)	實際運用資產 (百萬元)
1,060	3,411	1,449	4,814	4,285	14,155

生產總額 (百萬元)	中間消費 (%)	折舊 (%)	間接稅 (%)	生產淨額 (%)	附加價值率 (%)	利潤率 (%)
4603	49.72	3.68	1.32	45.28	50.28	11.00

依照主計處的統計，臺灣死亡服務業目前仍舊是一個弱勢產業。以企業數目論，死亡服務業只有 1060 家，占整個未分類服務業的 2.55%，員工數占 3.79%。

普查統計有必要深入分析究。根據中華民國葬儀商業同業公會全國聯合會 2006 年之統計，全國有 2333 家殯葬服務公司，而根據內政部 2007 年 12 月 27 日公佈資料指出合法殯葬服務業(即經主管機關許可或備查)總計超過 2020 家，如表 2-2。

表【2-2】合法殯葬服務業調查表

縣市	家數	縣市	家數	縣市	家數	縣市	家數
台北市	285	苗栗縣	89	嘉義市	57	花蓮縣	N.A
台北縣	40	台中市	104	嘉義縣	90	台東縣	42
宜蘭縣	48	台中縣	126	台南市	136		
基隆市	25	彰化縣	184	台南縣	115		
桃園縣	189	南投縣	N.A	高雄縣	N.A		
新竹市	41	雲林縣	104	屏東縣	105		
新竹縣	61			高雄市	141		

註：1.外島不包括 2.南投及高雄未回報，需再聯繫

(資料來源:內政部 2007 年 12 月 27 日公佈)

主計處普查資料的正確性受到質疑，僅就殯葬服務業直接收入與價格的關係便可判斷普查資料的邏輯錯誤。殯葬業產值等於死亡者數目乘殯葬服務的平均價格。因為死亡者數目的統計誤差相對較小，如果收入波動很大則應由價格波動引起。

據表 2-3 可知，1991 年死亡服務收入指數為 100，1996 年收入指數為 223，2001 年為 408。這三個年度的臺灣死亡人數及成長指數見表 2-4，1991 年死亡人數指數為 100，1996 年死亡人數指為 115，2001 年則為 126。

表【2-3】歷次普查殯葬服務業收入，億元新臺幣（當年價）

時間	1991	1996	2001
收入	11.79(100)	26.30(223)	48.41(408)

資料來源：主計處《其他服務業普查結果分析》2005

表【2-4】三次工商普查的年死亡人口

年	1991	1996	2001
死亡人口(萬人)	10.6(100)	12.2(115)	12.8(126)

由表 2-3 和表 2-4 的資料可以推算死亡服務平均價格的波動，1996 年死亡服務平均價格為 1991 年的 1.94 倍 (223/115)，2001 年為 1996 年的 3.4 倍 (408/120)。與此相應 1991-1996 年死亡服務平均價格成長率應為 14%，1991-2001 年應為 12%，而 1991-2001 整個十年期間價格的平均成長率應為 13%，事實上死亡服務平均價格自 1999 年後由於整體經濟衰退和同業競爭一直呈現下降之趨勢，即便有波動也甚平緩。(陶在樸，2008)

由實際的死亡者數目和普查的收入資料，算得的服務平均價格如下：1991 年為 11,123 元，1996 年為 21,585 元，2001 年為 37,906 元；這些資料與統計部門的另二個調查完全矛盾。

1998 年臺灣省政府社會處公佈《臺灣省喪葬設施使用及費用概況調查報告》，1997 年上半年全臺灣省平均的死亡費用為 36 萬多元。而內政部 2006 年公佈《臺閩地區殯葬消費行為調查研究報告》(內政部，2006)，國人治喪費用平均金額為 354,145 元。

若以表 2-4 資料推估，臺灣死亡服務業 2001 年的收入當在 466 億元左右，而 2005 年當在 510 億元左右，這是《工商及服務業調查報告》統計值的十倍以上。

什麼普查資料與合理推估數相差如此懸殊？可能的原因有三，第一，普查未及沒有登記的殯葬公司，第二許多未參加同業公會的業主未受調查，第三，宗教寺廟的死亡服務收入未行調查。

本研究將進行全面問卷調查殯葬禮儀服務業 2020 家之資料，以補足某些缺失，並建立其基礎資料，但限於時間與預算之限制並無法做到全面普查之程度。

第二節 殯葬禮儀服務業經營管理與發展之研究

本研究蒐集有關殯葬禮儀服務業經營管理與發展研究之文獻，茲按照以下幾個分類，予以探討：

1. 經營型態
2. 動態研究
3. 經營模式
4. 經濟分析
5. 管理知識
6. 消費者行為
7. 流程犯罪型態
8. 法規議題
9. 個案分析
10. 生前契約
11. 禮儀師角色

一、經營型態

陳繼成（陳繼成，2003）針對目前台灣禮儀服務業之經營型態按照組織型態劃、客戶來源與營業內容等構面予以分類：

1. 以組織型態分類

- (1). 傳統公司：經由殯葬相關的下游廠商或從業人員轉型而來，大多歷史悠久、經驗豐富且具有一、兩項殯葬專業技能。公司規模小、營業範圍侷限某個區域，極少有設分店，且員工人數少大多為家庭成員。
- (2). 財團型態：通常以寶塔或生前契約為主要經營產品。公司規模大、營業據點範圍遍布全台，設有許多分公司。

- (3). 跑單幫：沒有申請公司登記、沒有固定員工、有沒有固定營業場所，幾乎可說是一人扮演所有的角色。大部分為殯葬相關的下游廠商或員工兼營。
- (4). 其他：部分宗教團體自組殯葬服務團隊，在服務團體中成員或家人的往生時，便介入其中。通常在人力部分扮演義工的角色，故無人事及管銷費用支出且不必繳稅。

2. 以客戶來源分類

- (1). 預佔市場：業者以販售生前契約或預售塔位的方式開發客戶，預先佔有殯葬市場。
- (2). 口碑、回頭客：經由服務過的喪家或參加親友的肯定與介紹而需要服務的客戶。
- (3). 太平間：承攬醫院太平間業務，在第一時間與喪家接觸，即時給予服務。
- (4). 意外死亡：承攬意外事件死亡業務，多半與警察、消防、119或相關單位維持良好互動關係下，藉此能在第一時間得到案發現場資訊，迅速抵達陳屍現場為亡者服務。
- (5). 宗教團體：針對特定宗教團體信眾為客源。大多以業者本身的宗教信仰為主，必須經常參與此宗教活動。
- (6). 其他：以社團、機關、宗親、同學會、鄉鎮地方為客戶來源，但前提需為經常參與該團體活動且扮演熱心公益者的角色。

3. 以營業內容分類

- (1). 綜合型：除了殯葬服務外尚能提供一項或一項以上的殯葬設施使用服務。
- (2). 全攬分工型：從往生到後續關懷服務全部承攬，再分包給下游廠商或專業從業人員去執行。
- (3). 相關行業業者兼辦型：由殯葬服務業相關從業人員（如誦經、樂隊、花店、司儀等）在經營本業以外，偶爾處理親友的治喪事宜。

二、動態研究

阮俊中（.阮俊中，2003）用系統動態學模式研究台灣殯葬產業之動態，

獲得以下幾個結論：

- (1). 影響台灣殯葬業收入與往生消費市場的往生者總量在未來 50 年內將發生重大改變。2050 年往生者將比 2000 年成長 3 倍左右，總數為 36 萬人。
- (2). 影響往生消費的家庭結構及往生者年齡結構將有重大變化。台灣家庭規模日益變小，估計 50 年後將減少到 3 人左右，65 歲以上的往生者佔死亡人口總量的百分比，將由 2000 年的 63% 上升至 2050 年的 74.5%。
- (3). 往生邊際消費傾向呈逐漸下降趨勢，意味家庭支出中，往生消費的比例下降，這是台灣殯葬價格下降的基本判斷。
- (4). 台灣省社會處 1997 年所公布的台灣殯葬平均價格為 367,757 元，業者與學者普遍認為有高估之嫌，本研究之最新估計值為 344,000 元。
- (5). 台灣殯葬價格基本上由賣方決定，其絕對值高於美國等先進工業國家，近年來受到業者相互競爭以及經濟衰竭形成的整體購買力下降等多種因素綜合影響，將出現不斷下降之趨勢，然而因素過於複雜，欲精確推估十分困難，據保守估計，2010 年殯葬平均價格將下降至 331,000 元。
- (6). 根據三種不同的價格出發，得出三種不同的殯葬業收入情景。情景一（以台灣省社會處調查的中位數 315,550 元為計算基礎）條件下，2000 年台灣殯葬總收入為 398 億元，2050 年將成長到 1,142 億元。在情景二（已消費傾向為計算基礎）條件下，2000 年殯葬業收入為 440 億元，2050 年將成長到 1,102 億元。在情景三（以價格調查平均數 367,757 元之基礎）條件下，2000 年殯葬業收入為 464 億元，2050 年將成長為 1,330 億元。

三、經營模式

曹聖宏(曹聖宏, 2003), 針對殯葬業企業化, 公司經營策略進行研究, 研究發現國內殯葬產業的關鍵成功因素為: 領導能力、禮儀人員的專業能力及向心力、服務品質穩定度、服務軟硬體設施、行銷通路穩定度、品牌知名度、充裕的資金及供應商關係等。他並提出以下之建議:

- (1). 短期採行產品擴張策略
- (2). 在長期採行市場擴張策略
- (3). 以差異化集中作為競爭策略, 以發揮公司的核心能力, 並能繼續累積未來的競爭優勢

陳金德(陳金德, 2004), 亦提出整合中的台灣殯葬產業經營模式研究, 研究發現:

- (1). 傳統葬儀社成為營業據點形式
- (2). 專業分工趨向 SOP 標準作業流程
- (3). 治喪協談室產生
- (4). 從以往住宅治喪改在殯儀館內進行
- (5). 宗教風俗儀式成為簡單、肅穆、尊重
- (6). 遠端系統化控制服務流程、品質, 物流功能充分顯現發揮
- (7). 悲傷輔導、掃墓祭祀安排等後續服務產生
- (8). 由於殯葬業者之垂直整合經營, 將迫使傳統體質不佳之小型業者淘汰出局, 而趨向寡占市場

他並提出以知識價值創造及創新學習, 運用資訊科技提昇服務速度、效率、品質, 達到引導進化成為競爭優勢。

許俊成(許俊成, 2006)針對殯葬產業的演化型態及廠商對應之轉型策略提出以下之結論:

- (1). 以時間數列及波特五力分析之主變數做交叉組合分析, 發現台灣殯葬產業預售市場的演化, 可分成「預售寡占期」、「預售雙寡占期」、「預售壟斷競爭期」、「預售準完全競爭及次級市場興起期」

等四個階段，並發現台灣殯葬產業市場的競爭度有逐年增加的趨勢。

- (2). 產業的龍頭廠商在轉型時均能符合「產業結構-廠商行為-績效表現」的理論邏輯。
- (3). 個案廠商的理念、策略等皆能配合環境與資源限制作調整。
- (4). 個案廠商的 4P 行銷理論策略也能隨產業的變遷，在四個階段推出不同的行銷策略組合。
- (5). 台灣未來之殯葬產業可稱為「整合-創新-轉型期」，其特色是與異業結合，並不斷地開創新的商業模式。

他提出建議如下：

- (1). 殯葬產業面對產業發展的新型態，要有不同的策略選擇。當前殯葬廠商必須降低營運成本並加強營運獲利能力，且要不斷地創造競爭優勢，以因應殯葬產業外在環境的需求，進而維持其產業中的生存優勢。
- (2). 殯葬業者在面對大環境改變時，必須要有新的轉型策略。殯葬業者最好擁有多元化的商品與完整的行銷網路，並結合各種社會資源，使商品朝向多樣化的發展。

李慧仁（李慧仁，2000）提出 殯葬業應用 ISO 9000 品質保證制度之個案研究，其要點如下：

- (1). ISO 9000 適用於殯葬業：品保制度的導入為殯葬業者的經營管理提供指引，同時也是在為消費者爭取保障。應用 ISO 9000 前後的效益差為：營業收入增加、提高客戶滿意度等。
- (2). 品保制度內部與外部的稽核活動，讓品質管理有系統的運作與服務品質的持續改善，促使殯葬業能為死後的尊嚴作保證。

羅珮瑜（羅珮瑜，2002）在其台灣殯葬業現代化的研究中提出：

- (1). 殯葬業的性質特殊，業者必須多思考其社會責任，而非一味追求利潤。
- (2). 殯葬儀式代表整個社會賴以維持穩定的基本制度，在沒有可代替的價值體系的狀況之下，現有制度的毀壞就代表社會穩定的消失，與個人的缺乏目標。而當前殯葬儀式的變化正代表了生活方式與底層價值體系之間的不協調。

四、經濟分析

陶在樸（陶在樸，2008），有系統的介紹殯葬經濟學，包括總體理論及個體應用皆有討論。尤其針對殯葬市場模式予以實證，提供了解殯葬市場動態之理論基礎。舉凡需求與供給分析、死亡服務的價格彈性、死亡服務業的生產函數、成本分析等都有詳細的分析與實證。

五、管理知識

王士峰（王士峰，2007）提出研究殯葬業產業動態之管理模式。廣泛探討殯葬業實用之管理知識及能力建構。提出殯葬業經營管理之趨勢如下：

1. 行銷焦點從市場佔有率走向顧客佔有率
2. 從賣方市場走向買方市場
3. 目標市場從人擴大至有情眾生
4. 經營使命從利潤導向走向社會責任導向
5. 從 TQM(全面品質管理)走向 TEM(全面品德管理)
6. 策略規劃程序從由上而下走向由下而上
7. 績效管理從量化走向質量並重
8. 從行業管理走向專業管理

並針對殯葬業經營提出六大關鍵成功因素：

1. 打破慣性
2. 均衡的發展能力
3. 建立持續進步的步調

4. 利用標竿學習法
5. 奉行變革管理
6. 能量、信念、比外顯知識更重要

六、消費者行為

李自強（李自強，2002）針對台灣地區殯葬服務之消費行為進行分析，

其結論如下：

- (1). 殯葬服務消費行為因傳統殯葬服務業者良莠不齊，伺消費者之無知而創造灌溉了更多似是而非的資訊，導致消費者排斥殯葬資訊之接觸，更遑論殯葬禮儀內涵之掌握，遂造成消費者在殯葬消費時，出現一些非理性的消費行為。
- (2). 殯葬消費之市場區隔：在市場區隔上，以生活型態構面為區隔基礎，得出三種消費族群，分別是時尚都會型、逍遙自我型及保守傳統型。若以消費需求動機為變數分析，得出外顯性社會需求強與弱兩種區隔。

內政部（內政部，2006）進行臺閩地區殯葬消費行為調查研究，此研究係委託南華大學生死研究所進行調查研究，可提供殯葬市場需求面之基本資訊。

研究發現：

- (1). 人口統計變項不完全能影響服務品質與服務行銷
- (2). 服務品質服務行銷間之相關程度略低
- (3). PZB 研發 SERVQUAL 量表內容經調整後，始適用於殯葬服務品質研究
- (4). 公司應重視售後服務與顧客關係管理，始能確保永續經營
- (5). 治喪期間，遺體存放地點與奠禮儀式舉辦地點以「家中」最多，「殯儀館」居次
- (6). 舉辦之喪葬儀式，以「一般民間習俗」宗教儀式辦理居多，其次則為「佛教儀式」

- (7). 大部分受訪民眾認為喪葬儀式「繁簡適切」
- (8). 治喪過程中，孝服型式以「傳統披麻帶孝」居多，但受訪者理想中的孝服型式以「穿著素色（全黑或全白）衣服」最多
- (9). 對於遺體先火化後再舉行奠禮儀式之接受度，正反意見各半
- (10). 在治喪期間的天數方面，無論使用殯儀館與否，平均天數皆約為 14 天
- (11). 治喪期間（從接體至安葬）的天數考量因素係以「擇吉日」居多，其次為「地方風俗習慣」
- (12). 過世親人的安葬方式係以「火化後送納骨堂塔」者居多，其次則為「土葬」
- (13). 選擇安葬地點以「公立納骨堂塔（或公墓）」居多，其次則為「私立納骨堂塔（或公墓）」
- (14). 受訪民眾不傾向為長輩安排環保自然葬（如：樹葬、海葬），但對於為自己安排環保自然葬（如：樹葬、海葬）之接受度則較高
- (15). 大部分民眾在治喪過程中全部委託（63.5%）或部分委託（23.1%）殯葬服務業者辦理，二者合計 86.6%；其中又以委託一般殯葬禮儀服務業者進行為最多，次為生前殯葬服務契約之履約業者
- (16). 選擇殯葬服務業者之途徑，大部分受訪者以親友介紹與意見為主
- (17). 國人治喪費用平均金額為 354,145 元。約六成以上消費者對於治喪費用之消費知覺的選擇認為「合理」
- (18). 高達 90% 以上的民眾尚未擁有生前殯葬服務契約產品；在未擁有生前殯葬服務契約產品的民眾中，表明未來不會購買者仍達 82.5% 之多
- (19). 約有 58.3% 的消費者對於現行生前殯葬服務契約 75% 契約價金交付信託抱持放心的態度；約有 40% 消費者認為「交付信託」為生前殯葬服務契

約的履約最佳保障方式

(20). 購買的生前殯葬服務契約價額平均為 164,234 元

七、流程犯罪型態

張祥儀 (張祥儀, 2003), 針對台北縣市殯葬服務流程犯罪之型態進行研究, 研究發現三類主要犯罪行為: 違法開立死亡證明、公務員賄賂及二手花詐欺問題:

- (1). 因為醫院逃避開立死亡證明的責任、民眾對於死亡證明認識不足, 以及殯葬禮儀服務業者圖方便心態、監督執法單位無力查禁, 而容易發生違法開立死亡證明行為。
- (2). 因為民眾能容忍送紅包行為、業者間送紅包積習成陋規與執法機關有努力但防不勝防, 所以容易發生公務員行賄、受賄行為。
- (3). 殯葬儀式過程緊湊、民眾無力自我保護、業者間默契存在, 姑息犯罪、執法機關的漠視, 所以容易發生二手花詐欺犯罪。

他也提出研究建議如下:

- (1). 在義務教育中加入生命教育課程, 建立健康的生死觀
- (2). 強化殯葬領域消費者之消費意識
- (3). 推動殯葬領域教育管道與證照制度
- (4). 強化衛生所死亡證明服務之功能, 並監督醫院開死亡證明工作, 禁止醫院逃避責任
- (5). 殯葬領域的任何支出都必須開立收據, 減少紅包問題
- (6). 掌握殯儀館實質人事權以減少紅包問題
- (7). 推廣出租花以及新舊花差別價格制度, 以減少二手花詐欺問題

八、法規議題

內政部(內政部, 2005)有系統的將殯葬管理法令, 包括殯葬法規、相關法規與法令解釋等予以彙編, 提供業者及研究者重要資料

九、個案分析九

許博雄(許博雄, 2006), 以某殯葬公司為例, 研究其近三年半內經營績效卓著之成功關鍵因素。以個案公司近三年半期間服務過之喪家約 1027 戶作為研究對象, 並採三個層面之分析:

- (1). 以因素分析法區分量表構面, 以瞭解消費者對殯葬服務需求之潛在特質。
- (2). 以差異檢定方式瞭解不同人口統計變項對服務需求之差異。
- (3). 以相關及迴歸分析方式瞭解個案公司目前服務項目間之關聯性, 藉以瞭解消費者對個案公司服務品質滿意度及服務行銷作為重視程度。

十、生前契約

黃有志(黃有志、鄧文龍, 2001)對美國與日本往生契約詳細探討, 並提出往生契約全方位關懷服務的建構, 並提供國內往生契約發展的建議。

黃昭燕(黃昭燕, 2002)則從殯葬業者與消費者行為探討國內生前契約, 其要點如下:

- (1). 殯葬業者以擁有大型墓園和寶塔, 夾者雄厚資金、人才和資源的前提下, 利用生前契約的銷售, 將原先以死亡市場為主的經營情形, 轉向為以健康人的市場來突破其銷售的瓶頸。
- (2). 殯葬業的激烈競爭也讓大型企業面臨在企業經營、人才訓練、服務品質上的問題。
- (3). (3)消費者因為業者標榜的高品質及費用低於國人平均喪葬費用服務而產生購買生前契約的動機。而業者的行銷手法、企業形象和幫助消費者解決未來心理層面的擔心等, 都是影響消費者購

買契約的因素。

十一、禮儀師角色

尉遲滄(尉遲滄, 2003)提出在生前契約的刺激下, 禮儀師服務新模式的方向, 建議將喪禮過程意義加以透徹解說的服務, 是一種知識性的服務, 也是一種讓喪家生命覺醒的人性服務。

蔡少華(蔡少華, 2007), 以殯葬禮儀師族群為研究的對象, 以個案公司之經營模式為範疇, 探討殯葬業現代化的發展。從殯葬禮儀師的成長歷程、殯葬禮儀師專業發展的現況, 以及殯葬禮儀師的困難與瓶頸, 探討殯葬禮儀師之實務操作與服務流程, 其中針對臨終關懷與悲傷輔導, 進一步分析, 並提出相關具體建議。

李慧仁(李慧仁, 2008)提出禮儀師的專業與文教功能, 探討並列舉禮儀師執業內容研擬禮儀師的專業職能為: 殯葬禮儀專業知識與規劃能力、殯殮葬會場設計與規劃能力、喪葬文書設計及撰寫能力、殯奠儀會場司儀執行能力及臨終關懷與悲傷輔導職能。而在禮儀師在工作實務上, 應執行文教功能, 並以四大項進行分析探討。

我們將這些殯葬禮儀服務業相關研究文獻, 按照產業定義與範疇、經營型態動態、研究經營模式、經濟分析、管理知識、消費行為、殯葬服務流程犯罪、法規議題、個案分析、生前契約與禮儀師角色等十二個構面, 略述其內容如表 2-5 至表 2-8。

表【2-5】殯葬禮儀服務業相關研究文獻(一)

編號	構面	作者/年代	主要內容
一	產業定義與範疇	王士? , 2001	從價值活動的程序層面, 殯葬服務業包含九大領域
		李自強 , 2002	從價值活動的內涵層面, 殯葬業包含四大領域, 即殯葬用品流通業、殯儀專業人力服務業、喪奠埋葬場所經營業及葬喪諮詢顧問業
		經濟部商業司 , 2003	刪除 JZ99040, 而將殯葬服務業新增區分為 JZ99141(殯葬設施經營業)及 JZ99151(殯葬禮儀服務業)等兩類
		主計處 , 2001	大類 O 下, 殯葬服務業的細類號為 9630。
二	經營型態	陳繼成 , 2003	禮儀服務業之經營型態按照組織型態劃、客戶來源與營業內容等構面予以分類
三	動態研究	阮俊中 , 2003	以系統動態學模式研究台灣殯葬產業之動態

表 2-6 殯葬禮儀服務業相關研究文獻(二)

編號	構面	作者/年代	主要內容
四	經營模式	曹聖宏， 2003	殯葬產業的關鍵成功因素為：領導能力、禮儀人員的專業能力及向心力、服務品質穩定度、服務軟硬體設施、行銷通路穩定度、品牌知名度、充裕的資金及供應商關係等
		陳金德， 2004	研究八大發現，並提出以知識價值創造及創新學習，運用資訊科技提昇服務速度、效率、品質，達到引導進化成為競爭優勢。
		許俊成， 2006	提出演化型態及廠商對應之轉型策略必須要有新的轉型策略。殯葬業者最好擁有多元化的商品與完整的行銷網路，並結合各種社會資源，使商品朝向多樣化的發展。
		李慧仁， 2000	應用 ISO 9000 前後的效益差為：營業收入增加、提高客戶滿意度等
		羅珮瑜， 2002	1.殯葬業者必須多思考社會責任 2.殯葬儀式的變化正代表了生活方式與底層價值體系之間的不協調
五	經濟分析	陶在樸， 2008	提供了解殯葬市場動態之理論基礎。舉凡需求與供給分析、死亡服務的價格彈性、死亡服務業的生產函數、成本分析等都有詳細的分析與實證

表【2-7】殯葬禮儀服務業相關研究文獻(三)

編號	構面	作者/年代	主要內容
六	管理知識	王士峰， 2007	提出研究殯葬業產業動態之管理模式，並廣泛探討殯葬業實用之管理知識及能力建構
七	消費行為	李自強， 2002	在市場區隔上，以生活型態構面為區隔基礎，得出三種消費族群，分別是時尚都會型、逍遙自我型及保守傳統型。若以消費需求動機為變數分析，得出外顯性社會需求強、弱兩種區隔
		內政部， 2006	係委託南華大學生死研究所進行調查研究，可提供殯葬市場需求面之基本資訊。如國人治喪費用平均金額為 354,145 元等。
八	殯葬服務 流程犯罪	張祥儀， 2003	針對台北縣市殯葬服務流程犯罪之型態進行研究，研究發現三類主要犯罪行為：違法開立死亡證明、公務員賄賂、二手花詐欺問題：
九	法規議題	內政部， 2005	將殯葬管理法令，包括殯葬法規、相關法規與法令解釋等予以彙編，提供業者及研究者重要資料

表【2-8】殯葬禮儀服務業相關研究文獻(四)

編號	構面	作者/年代	主要內容
十	個案分析	許博雄， 2006	以某殯葬公司為例，研究其近三年半內經營績效卓著之成功關鍵因素。以個案公司近三年半期間服務過之喪家約 1027 戶作為研究對象，並採因素分析法、差異檢定方式及相關及迴歸分析方式三個層面之分析
十一	生前契約	黃有志， 2001	提出往生契約全方位關懷服務的建構，並提供國內往生契約發展的建議
		黃昭燕， 2002	消費者因為業者標榜的高品質及費用低於國人平均喪葬費用服務而產生購買生前契約的動機。而業者的行銷手法、企業形象和幫助消費者解決未來心理層面的擔心等，都是影響消費者購買契約的因素
十二	禮儀師角色	尉遲淦， 2003	提出禮儀師服務新模式的方向，建議將喪禮過程意義加以透徹解說的服務，是一種知識性的服務，也是一種讓喪家生命覺醒的人性服務
		蔡少華， 2007	從殯葬禮儀師的成長歷程、殯葬禮儀師專業發展的現況，以及殯葬禮儀師的困難與瓶頸，探討殯葬禮儀師之實務操作與服務流程，其中針對臨終關懷與悲傷輔導，進一步討論，並提出相關具體建議
		李慧仁， 2008	探討禮儀師執業內容研擬禮儀師的專業職能並執行文教功能，並以四大項進行分析探討

第三章 我國殯葬禮儀服務業產業分析

第一節 殯葬禮儀服務業特性與使命

殯葬業傳統上，是由在一個社區裏紮根數代的小型家庭式企業所形成的。傳統和傳承，使得殯葬業是一個既封閉又安全的行業，也造成了殯葬業一直未能成功轉型成為一個專業化、企業化的型態。而我國殯葬禮儀服務業無論在效益及效率上都有進步的空間。

亡者之安頓是殯葬業存在之價值所在。對於亡者，從物質與生物的觀點可稱之為遺體。殯葬行業是由殯及葬兩個作業組成，“殯”是指殯殮，包括對遺體的運送、防腐、整容、化妝、換衣等一系列處置過程。“葬”就是遺體的最終處置形式，即安葬。

傳統上，殯葬業者的焦點放在亡者身上，但遺體一詞並無法表達精神與靈性的層面，更無法突顯殯葬業文化、倫理及文化層面的使命。醫學界對於遺體有時用「大體」來表達對亡者的尊敬，但是殯葬業者一向用遺體一詞。

中國大陸湖南長沙民政學院在 2006 年成立尊體處理研究所，將遺體尊敬的稱之為尊體，這是體現人性化關懷的一項重要內容，也為殯葬業使命提出了新的挑戰與新的詮釋。

賦予尊體權益，並努力保障與維護，應該就是殯葬業的最重要的使命。尊體權益應包括：

1. 慧命權：儘管死亡代表物質生命與權利的喪失，但精神生命（即慧命）並沒有喪失，我們應維護遺體基本的權益，使喪葬的過程能真正達到保障並維護其慧命與靈性的功能。
2. 自主權：尊重遺體生前表達的意願，盡可能的協助完成遺願。
3. 隱私權：男女有別的禮教仍延續在社會中，因此遺體洗身、穿衣、修復的過程中，在空間上

男與女應有所區格，並尊重其隱私權。

4. **尊重權**：遺體處理從業人員應受過系統化、科學化的專業養成訓練，確保對遺體專業化的照料與尊重。
5. **生物權**：即維持遺體的完整性，儘管是支離破碎屍首不全的遺體，應視遺體為完整的個體，運用修復技能，盡可能的恢復遺體合理的完整。
6. **陪伴權**：在整個喪葬過程中，家屬與殯葬業者應努力提供遺體終極關懷與陪伴。
7. **安詳權**：讓遺體能了無牽掛，無怨無悔，安詳的走完最後一程。

事實上一個專業的企業必須同時在效益及效率上努力。所謂效益就是「做正確的事」，效率就是「正確的做事」。殯葬業的使命可訂定如下：

「在完成非營利性質的文化與社會功能下，用最有效率的方式提供安頓亡者之服務，及使亡者之家屬及親友得到最大的安慰及最大的滿意」。

殯葬業者給一般社會大眾的印象就是在「做死人的事」。從上述使命觀之，殯葬業除安頓死者之外，焦點應該是亡者之家屬及親友。

總而言之，殯葬業最高階的使命即在安頓死者與安慰生者，而達成使「亡者靈安、生者心安」的生死兩安的目標。而殯葬業從業人員的角色可以從以下二個層面探討：

(1). 殯葬業是文化傳承者

中國傳統文化中非常重視孝道倫理、宗法差序與慎終追遠等之價值觀，因此，對於死亡的重視及其處置儀式的慎重，而產生獨特及隆重的葬儀文化。殯葬業者可以說是推動葬儀文化的執行者。

(2). 殯葬業是社會工作者

殯葬業具有銜接「出生入死」橋樑之功能，除了安頓亡者外，更重要的是它可以藉著殯葬過程將亡者家屬的人際網路予以重整，以及在亡者家屬身心哀痛、惶恐失措時予於協

助與安頓，並啟發其對人生價值觀反省的機會。

根據殯葬管理條例之規定，殯葬業具一定規模者，必須聘請殯葬禮儀師殯葬禮儀師，其業務範圍為：

1. 殯葬禮儀之規劃與諮詢。
2. 殯葬會場之規劃與設計。
3. 指導喪葬文書之設計與撰寫。
4. 指導或擔任殯奠儀會場司儀。
5. 臨終關懷及悲傷輔導。

從禮儀師之業務範圍，可知禮儀師必須具備管理、禮儀、心理、社會及醫護等知識。這也是殯葬業提供服務的聚焦、挑戰、承諾與使命之所在。

第二節 殯葬禮儀服務業環境分析

企業在制定經營策略時，必須先就面臨的環境予以探索，分析機會或威脅而採取必要的措施。

殯葬禮儀服務業之環境，包括總體與產業兩個層面予以探討。首先針對殯葬業面臨的總體環境說明如下：

(一) 經濟環境

根據阮俊中(2002年)利用系統動態模型，預測殯葬業的經濟環境，有以下之結論：

1. 影響台灣殯葬業收入與往生消費市場的往生者總量，在未來50年內將發生重大改變。2000年台灣往生者總數為12萬6千人，死亡率為千分之5.68，而2050年往生者成長3倍左右，總數為36萬人，死亡率成長到千分之16.23。
2. 影響往生消費的家庭結構及往生者年齡結構將有重大變化。台灣家庭規模日益變小，2000年每戶家庭平均3.62人，50年後估計將減少到3人左右，65歲以上的往生者佔死亡人口總量的百分比，將由2000年的63%上升至2050年的74.5%。
3. 往生邊際消費傾向呈逐漸下降趨勢，1994年往生消費傾向0.0549，2000年下降至0.0447，預計2050年將下降至0.022。邊際消費傾向的降低意味著家庭支出中，往生消費的比例下降，這是台灣殯葬價格下降的基本判斷。
4. 台灣省社會處1997年所公佈的台灣殯葬平均價格為367,757元，業者與學者普遍認為有高估，最新估計值為344,000元。而根據內政部(內政部，2006)實際調查值為354,145元
5. 台灣殯葬價格基本上由賣方決定，其絕對值高於美國等先進工業國家，近年來受到業者相互競爭，以及經濟衰退形成的整體購買力下降等多種因素影響，將出現不斷下降之趨勢，然而因素過於複雜，欲精確推估十分困難，據保守估計，2010年殯葬平均價格將下降至331,000元。

而再根據近年來衛生署的統計，每 10 萬人口自殺率從 1998 年的 9.97，1999 年的 10.36，2000 年的 11.14，2001 年的 12.45，2002 年的 13.59，到 2003 年的 14.16 亦逐年上升中。

(二) 政治法律環境

國內已於 2002 年 7 月公佈殯葬管理條例，並於 2003 年 7 月公佈殯葬管理條例施行細則。

而從政治法律面觀察，未來的趨勢列舉如下：

1. 各縣市主管機關對轄區內殯葬設施及禮儀服務已進行查核，並辦理評鑑及獎勵。
2. 禮儀師之資格，將由職訓局先辦理喪禮服務技術士考試，取得乙級資格，修習相關科目 20 學分，並有相關工作經驗之資格者，由內政部發給禮儀師之證照。
3. 2001 年台灣與大陸加入 WTO 後，跨國公司及保險公司，附帶往生服務之經營方式，可能對台灣殯葬市場帶來極大的競爭壓力。如美國國際殯儀服務集團 SCI(Service Corporation International)早在 1994 年即來台探路。由於 WTO 的法律規定，國內將對跨國公司介入殯葬業採取開放。
4. 目前的「宗教團體法」修定，將允許設立滿十年以上的寺廟附設納骨塔就地合法化，勢必對該區域的其它納骨塔的經營造成衝擊。
5. 「殯葬管理條例」修訂中將明訂落日條款，規定五年內殮、殯、奠、祭等設施全面自醫院撤離，對目前的經營者而言將是沉重的致命傷，但對其它經營者卻是一次重新洗牌的機會。

(三) 社會環境

從國內社會面觀察，未來的趨勢列舉如下：

1. 養兒防老觀念式微，生前契約將成為流行的計劃死亡的選擇。
2. 個性化與多樣化的葬喪方式。
3. 寵物葬喪的興起。

4. 簡葬、節葬、潔葬等開始流行。
5. 生前契約的流行，將成為殯葬業的主力產品，估計以投保率 10% 估計，每單約 15 萬元，則整個市場約有 230 萬人*15 萬元即 3500 億元的產值。

(四) 技術環境

從技術環境面觀察，未來的趨勢列舉如下：

1. Internet 的應用，尤其電子商務的應用將愈來愈重要。
2. 多媒體數位內容引入殯葬業，創造了許多新型服務。
3. 顧客關係管理 (Customer Relationship Management , CRM) 的技術會大量應用於殯葬業者。
4. 環保新型用品及用具將取代許多傳統的用品及用具。
5. 材料及工法的開發會改變殯葬設施的外貌，如過去納骨塔中的骨灰室大多為木製品，而今卻以鋁合金為主流，甚至將琉璃藝術融入設計。
6. 新配方的防腐劑早已取代福馬林讓嗆鼻異味消除，若加上冷藏技術的演進，已使得尊體的殮房無需在區域配置上要一再閃躲到偏遠角落。
7. 鮮花保鮮的冷藏技術，更讓以前一週的使用期限提升至一個月，使得營運成本大幅下降。(李自強、楊國柱，2008)
8. 科技文明越進度，人們對自然環境也越關心越在意，因此花葬、樹葬、海葬等環保自然葬亦隨之興起，甚至因科技的普及連太空葬、海底墓園等作法都已產生。

其次針對殯葬業的產業競爭環境說明如下：

(一) 經濟成熟期的變動因素

1. 產業結構的變化，如：
 - (1). 同業間競爭激烈。
 - (2). 潛在加入者多角化經營造成市場飽和。

2. 朝高附加價值經濟發展，如：

- (1). 由於技術創新和銷售服務革命而使經營意義擴大。
- (2). 由於便利的購買方式會形成「挑剔性市場」的利基市場。

(二) 技術造成結構變動因素

1. 資訊技術造成電子商務的興起。
2. 資訊技術造成新型服務的興起。
3. 商流、物流、金流及資訊流的變化。

(三) 社會變動造成價值觀改變因素

1. 高品質及個性化的個人需求。
2. 寵物視為家人趨勢。
3. 少子化與高齡化的趨勢。

殯葬業面臨這些環境下，發展之趨勢可以歸納如下：

(一) 產品生命週期之加長 ---- 生前契約興起

由於殯葬自主權的覺醒，再加上社會逐漸邁向高齡化、少子化的趨勢之下，美國在 1970 年代開始盛行 Pre-need，日本將之翻譯做『生前契約』。此種新型殯葬產品乃是當一個人尚未死亡前，依照自己之期待，先行決定自己未來之葬儀方式及內容，和殯葬業者簽訂契約，並預付費用。主要之目的即在確保葬儀自主，並可以降低死亡後所帶給家屬的經濟衝擊，及不必要之家庭紛爭。

生前契約在美、日等國已行之多年，而國內也在 1994 年開始出現生前契約之產品。為使消費者不受到傷害，第三者監督機關扮演重要角色。2002 年 7 月公布的殯葬管理條例即對生前契約規定 75% 之金額必須交付信託。

(二) 跨國殯葬公司走向全球化

過去的觀念是不同的文化以不同的方式處理死亡。傳承和傳統造成了外國人進入他國殯葬市場的二大障礙。但是併購他國業者，卻是順利克服了這二大障礙。

以 SCI(Service Corporation International) 為例，它設於美國，效法麥當勞連鎖經營的管理方式逐漸買下經過挑選的一些殯儀公司、墓園、花店及火葬場等。它於 1990 年代即接手法國及英國最大的連鎖公司。在全世界超過 20 個國家，擁有 3000 多個服務據點，400 多座墓園及約 200 間火葬場。在美國的殯葬服務有 11%，英國有 14%，澳洲有 25%，法國有 28% 是由 SCI 負責的，2001 年總收益即達到 25 億美元 (Micklethwait & Woodridge, 2002)。

在全球化的趨勢之下，戰後嬰兒潮的一群人在人生最後一程是由一些跨國公司陪著走完，那是極為普遍的。在加入 WTO 後的我國，跨國殯葬業之大舉入侵是無可避免的挑戰。

(三) 殯葬儀式走向多樣化與個性化

過去國內喪葬禮俗十分強調因循古禮的重要性，但又十分重視各地區域的差異性。然考察中國的喪葬禮俗史，可得知因時、因地各有不同的做法，古禮應遵循哪一朝代才是正確，恐怕無法得到解答。

因此走向個性與多樣化，將是一個必然的趨勢，列舉如下：

- (1). 預立遺囑，交待後事進行方式，並配合生前契約的簽訂而委託殯葬業者辦理。
- (2). 殯葬流程的多樣化：如先火化再行奠禮(此時奠禮可能改為追思紀念會)有其必要性，一方面乃是公共衛生之維護，另一方面乃是經濟性與管理性之考量。
- (3). 各種儀式之多樣化：如火葬、樹葬、花葬、海葬及太空葬等方式皆成為趨勢。
- (4). 殯葬儀式舉行場所之多樣化：如教堂、佛堂、飯店(舉辦先火化後追思紀念會)等場所，皆成為儀式舉行之場所。再如移動式火化場之火化方式等，皆為多樣性之表現。
- (5). 殯葬用品之多樣化：如環保棺木、環保骨灰罐等可供選擇。
- (6). 儀式呈現方式之多樣化：如多媒體告別式、網路

掃墓及網路告別式等。

(7). 寵物塔位與喪禮等需求的增加，商機逐漸擴大。

總之，過去由殯葬業主導儀式之進行的方式，已在顧客自主之趨勢下，主導權逐漸移轉至喪家。殯葬業在顧客滿意之要求下，必須有更彈性的經營方式。

(四) 電子商務的應用愈來愈廣

Internet 的興起也悄悄的引起了殯葬業結構的變化，在美國有以下之例子：

1. 網上葬禮服務，提供住在該市郊區的家庭其親人葬禮的網上播放。
2. 網上販賣棺木服務，在網頁上提供數十張不同類型棺木的照片，如價值五千美元的最精緻銅棺，到價值不到四百美元的櫻桃木、橡木或松木棺應有盡有。並負責將棺木送到全美各地的殯儀館。

而除了 Internet 的應用外，知識管理的重要愈來愈突顯。一個具有競爭優勢的殯葬業者必須掌握這個關鍵成功因素。知識管理的成功必須從理念及經營方針上根本思考。如：

1. 重視顧客關係管理，過去重視市場佔有率，而知識型的企業重視顧客佔有率。
2. 組織結構以知識創造為導向，如知識庫層之設計，而可加入正式組織之運作中。
3. 提供有利知識創造之情境之誘因，如員工享有自主權、創造性混沌及必備的多樣才能等。
4. 塑造組織內隱知識與外顯知識並重的企業文化，即重視互動、對話、學習型組織及邊做邊學的文化。

(五) 策略聯盟成為新的經營方式

策略聯盟的經營方式乃尋找長期合作對象，將價值鏈上之活動中保留價值創造最大者(稱核心作業)，而把其餘活動外包，其趨勢可說明如下：

1. 大公司變小：大型公司因某些非核心作業之外包而縮小作業範圍，稱作虛擬公司。

2. 小公司變大：小型公司因接受大公司之外包而逐漸擴大。

在此種趨勢下，誰能成功累積技術 (Know-how)，並定位成功者，將獲致最大之價值。

(六) 專業化教育愈來愈重要

由於殯葬業之業務走向多樣化，需要專業人才更加迫切，為使殯葬業升級而走向專業化，證照制度之趨勢將無可避免。國內已在 2002 年 7 月公布殯葬管理條例，有殯葬禮儀師之證照考試之規定。

從禮儀師之業務範圍，可知禮儀師必須具備管理、禮儀、心理、社會及醫護等知識。而？政部最近決定由勞委會先舉辦「喪禮服務技術士」技能檢定，未來若取得乙級以上技術士證書者，且有修習二十學分之殯葬專業課程，並有相關工作經驗者，則由？政部檢覈發給禮儀師證書。

(七) 體驗經濟愈來愈流行

社會變動造成價值觀改變的因素中，體驗經濟是一項極為重要的因素。人類經濟發展從傳統的「農業經濟、工業經濟、服務經濟」三階段，已再加上「體驗經濟」的第四階段。如以家長了為小孩子準備生日蛋糕的四段論變化，對體驗經濟加以說明：在農業經濟時代，母親用自家雞蛋，用集市的麵粉，從頭到尾親自生產；到了工業經濟時代，母親到店裡買回混合好的蛋糕原料自己烘烤；在服務經濟時代，母親一個電話，西點店登門送上訂製的蛋糕；及至體驗經濟時代，母親乾脆把生日活動包給一個富於創意的公司，請他們為子女舉辦一個終生不忘的生日宴會。(陶在樸、王士峰，2007)。

國內殯葬禮儀服務的體驗經濟時代已經來臨。體驗經濟的第一元素稱為「舞台」，有了這個「舞台」，傳統意義上的生產者和消費者煙消雲散，如在「民宿」經濟中，宿主為寄宿者提供的小農田便是舞台，在農田活動中，寄宿者既是消費者更是生產者，寄宿使人體驗了早為工商社會隔離的自然，體驗了「小橋流水人家」，也體驗了陶淵明。

殯葬禮儀服務也為消費者打造了一個「舞台」，例如殯葬禮儀服務業者推出「告別光碟」，所謂告別光碟是殯葬禮儀服務公司為亡者追寫的一部日記，呈現為多媒體形式。亡

者家屬在告別光碟的製作過程中既是生產者也是消費者，前一項是指亡者亡者家屬必須找到亡者生前的故事和寫真資料，諸如事蹟和照片，錄影品等。後一項是指「告別光碟」是一個十分專業的終端產品，當它播放時，亡者栩栩如生、活靈活現，這一刻可以體驗愛，體驗孝，體驗眼淚的原汁原味，也體驗了懷念的偉大情操。

而體驗經濟時代的流行，意味著殯葬禮儀服務的功能與附加價值在廣度與深度上將愈來愈加大、加深。

第三節 殯葬禮儀服務業經營型態

殯葬禮儀服務業，其產品/服務的整體概念可分為五個層次，即：

1. 實質利益層：即提供給顧客的核心利益。
2. 形式層：將產品/服務給予不同的型式與包裝，而增加其價值。
3. 延伸層：特別強化售前、售中及售後等服務提供。
4. 品牌層：藉著企業識別系統(包括理念、視覺及行為等)而塑造品牌價值。
5. 商譽層：乃是增加顧客滿意，而獲得口碑，增加商品/服務的價值

因此，殯葬禮儀服務業者除了提供給顧客的實質利益外，也會擴大產品的價值層次以提高附加價值，而獲得競爭優勢。而在擴大的過程中，經營型態也不斷的演化。

國內殯葬禮儀服務業經營型態的發展，基本上可分為三個階段：

- (1). 第一階段：是由棺木店、造墳者(土公仔)轉型
- (2). 第二階段：由用品百貨店、花店、司儀、法事人員等轉型
- (3). 第三階段：由設施業者轉型朝企業化經營

經過研究，我們將國內殯葬禮儀業按照以下幾個構面，予以分類：

1. 服務屬性
2. 服務時機
3. 市場區隔
4. 市場定位
5. 地理範疇

6. 通路特性
7. 價值鏈活動
8. 發展階段

茲說明下：

一、按服務屬性

可分為相關業者兼辦、承包分工服務，及一元化服務等型態：

1. 相關業者兼辦型：係由用品業者(如棺木、花店等)、樂隊、誦經團、司儀等相關行業之從業人員兼辦，或由經營養老院業者而兼辦者。
2. 承包分工型：本身有專職人員，承包禮儀服務業務後，再分給專業人員或其他業者去執行。
3. 一元化服務：完全由業者的專業團隊提供服務。

二、按服務時機

可分為期約客源與現用客源二種型態：

1. 期約客源：主要事先與客戶簽訂服務契約，如生前契約等之經營型態。
2. 現用客源：針對死亡發生後，才開始進行服務的經營型態。

三、按市場區隔

可分為小型利基與一般化市場二種型態：

1. 小型利基型：大都針對某一具特殊屬性的市場提供服務。目前此種型態大都以特定宗教團體或信仰為主要區隔；或以經營榮民之家為主要客源；或以醫院太平間業務為主要市場等。
2. 一般化市場型：以一般客戶為對象，其客源廣泛。

四、按市場定位

可分為成本領導及差異化二種型態：

1. 成本領導：係以低價格、低成本為主要經營方式。
2. 差異化：係以提高高品質、個性化、客製化來突顯服務的差異性為主要經營方式。

五、按地理範疇

可分為區域型及全區型二種：

1. 區域型：侷限在某一縣市或地區為主。
2. 全區型：跨區域為主，此種業者有時係以連鎖型態經營。

六、按通路特性

可分為以下三種經營型態：

1. 傳統經營型：大都是由家族成員組成，經營範圍較小，公司規模小，其能力建構在某些專業技能上，乃是經過長時間傳承而形成。
2. 品牌財團性：公司規模大，營業據點多，跨區域經營，並以墓園塔位及生前契約為主要價值創造活動。
3. 通路經營型：本身不提供產品而以代銷他人產品為主，一般而言，有專屬性通路商及一般性通路商二種型態。

七、按價值鏈活動

可分為結緣型、入殮型、出殯型、安葬型、後續型及整合型等六類型態，前五類是指殯葬禮儀服務業者其核心作業較專注於該項活動。而整合型則是其核心作業跨二項以上的活動。茲說明如下：

1. 結緣型：大都以銷售生前契約與塔位為主要核心作業。
2. 入殮型：以遺體搬運、洗、穿、化、及封棺等為主要核心作業，包括用品之販售。
3. 出殯型：以提供會場佈置及殯儀服務等為主要核心作業。
4. 安葬型：專注於墓園、納骨塔等商品之提供，及相

關商品之販售為主要核心作業。

5. 後續型：專注於後續關懷及顧客關係管理為主要核心作業。
6. 整合型：乃是超過上述二種以上價值活動為其核心作業之業者。

八、按發展階段

而從發展階段而言，經營型態可列舉如下：

1. 以經營養老院進而兼營葬儀
2. 以經營法事（道教）為主進而兼營葬儀
3. 以經營法事（佛教）為主進而兼營葬儀
4. 以經營棺木為主進而兼營葬儀
5. 以經營葬儀為主進而變為葬儀及部分人力派遣，提供支援服務
6. 以經營告別光碟為主，進而擁有場館，兼營葬儀
7. 以經營榮民之家為主進而兼營葬儀
8. 以經營醫院往生室為主進而兼營葬儀
9. 以經營告別會場（花藝為主）進而兼營葬儀
10. 以經營契約加上葬儀及墓園為主進而兼營一元化葬儀服務
11. 以經營宗教信眾為主進而兼營葬儀
12. 以經營殯葬百貨為主進而兼營葬儀

我們將殯葬禮儀服務業經營型態按上述八個構面予以分類如表 3-1。

表【3-1】經營型態分類表

構面	型態											
服務屬性	相關業者兼辦				承包分工服務				一元化服務			
服務時機	期約客源						現用客源					
市場區隔	小型利基						一般化市場					
市場定位	成本領導						差異化					
地理範疇	區域型						全區型					
通路特性	傳統經營型				品牌財團型				通路經營型			
價值鍵活動	結緣型		入殮型		出殯型		安葬型		後續型		整合型	
發展階段	養老院	法事（道教）	法事（佛教）	棺木	葬儀	告別光碟	榮民之家	告別會場	醫院往生室	宗教信眾	殯葬百貨	一元化葬儀

第四節 殯葬禮儀服務業社會責任

近年來，企業已逐漸由追求利潤之外，亦注意到社會責任(Social Accountability)。所謂社會責任指的是企業在採取任何行動時，會考慮到對社會造成的影響的一種經營理念。在服務過程中，殯葬業必須盡到對社會大眾的責任，包括環境生態保護、公共衛生維護及社會公益等責任。列舉如下：

(一) 環境生態保護

環境生態議題愈來愈受到重視，不但變成是道德考慮，更是法律考慮。近年來，有許多不肖企業任意丟棄廢棄物，造成河川污染；任意排放有害身體之氣體，直接危害公眾的健康。不但未能善盡企業的社會責任，更會受到法律的制裁。

在社會大眾對環境生態保護越來越重視的趨勢下，企業為了善盡社會責任，紛紛積極的推動以下之措施：

1. 污染防治

對企業活動產生的廢棄物必須妥善處理。

2. 資源回收

將使用過的材料加以處理以供再次使用。例如：對於紙張的回收，可以轉換成再生紙而加以利用，因此，可以少砍伐許多樹木，對於環境保護非常有幫助，例如一個力行紙類回收的家庭，一年等於少砍伐四棵 30 年的樹木。

3. 節約能源

地球的資源會有枯竭的一天，因此，節約能源是一個良好的解決之道。例如產品不做過度的包裝，利用省能源設施以避免浪費資源等，皆是可行之道。

從環境生態的觀點，企業必須善盡保護的責任。近年來，大家喜歡用「綠色企業」或「綠色辦公室」等名詞，來稱呼善盡環境生態環境保護的企業。例如一個稱為綠色企業的殯葬公司，除了不造成環境污染，如推動潔葬，包括使用環保棺木，宣導花葬、樹葬、海葬、拋撒葬等環保葬等，也能少用紙(多利用電腦網路傳遞公文)，又能努力做資源回收，更是力行節約能源的企業。

(二) 公共衛生維護

社會大眾極注重公共衛生的議題，包括傳染病及防腐等，分別說明如下：

1. 傳染病

殯葬業員工會暴露在傳染病的環境中，因此，必要的裝備與教育都必須努力盡到責任。尤其是社會突發性死亡事件中遺體的處理，防疫及健康保護的處理等方面更必須盡到防護的責任。

2. 防腐

如遺體之處理，必須符合公共衛生標準，再如棺木之火化要避免產生有毒元素，以免危害大眾健康。

(三) 社會公益

企業漸漸瞭解到為了滿足社會需要，必須要從事一些非營利活動，以促進社會公益之責任。如殯葬業者成立公益社團，推動公益事業，或直接推動回饋社會之措施，以低價回饋低收入者，配合政府推動聯合奠理等都是可行的措施。

為了有效監督企業是否善盡社會責任，近年來有許多國際認證制度的出現，列舉如下：

(一) ISO 9000 系列認證

1946年成立於瑞士日內瓦的國際標準組織(ISO)，創立宗旨就是制訂世界通用的國際標準，發佈如何應用與使用國際標準的準則，以促進標準國際化，減少技術性貿易障礙。

ISO 9000系列是企業對產品或服務品質管制的承諾與保證，亦即是一種監督企業對顧客的責任是否善盡的指標。

(二) ISO 14000

ISO 14000是一種有關環保與工安之認證，亦即是企業對環保及員工善盡責任的承諾與保證。

(三) SA 8000

SA 8000是由美國的非營利組織所制定，是一種有關Social Accountability(社會責任)的承諾與保證，較偏重于關

懷開發中國家的勞工人權。

(四) ISO 26000

ISO 過去致力於推動品質和管理流程的國際標準，近年來則是加重視環境保護等公共利益領域，如今打算推出代號為 ISO 26000 的標準，希望能作為企業的社會責任準則。

ISO 26000 標準是 ISO 與企業、各國政府、國際特赦組織等人權團體、綠色和平等環保團體、國際透明機構及反貪污運動團體等協商多時的成果，目的是希望企業能落實社會責任，將企業所獲成果與社會一同分享。

總之，現代化的企業，不注重利潤的追求，也重視公益、責任的追求；不但注意全面品質管制 (Total Quality Management ,TQM)，也重視全面品德管理 (Total Ethics Management ,TEM)。

目前殯葬禮儀服務業注重 ISO 9000 系列的認證，本研究將針對殯葬禮儀服務業在企業公益與環境生態方面進行調查，以檢視殯葬禮儀服務業的社會責任。

第五節 殯葬禮儀服務業能力建構

殯葬禮儀服務業能力建構可分為二個層面：一為組織層面之能力建構，另一為個人層面之能力建構。

(一) 組織層面之能力建構

在組織層面之能力建構，可說明如下：

1. 建立知識庫：在組織中創造知識互動之誘因，鼓勵透過互動範圍的擴大，透過對話，系統化學習及邊做邊學的活動，而累積及創造知識。
2. 企業識別系統：透過 VI(視覺識別)、BI(行為識別)及 MI(理念識別)等之建立而努力對內及對外予以傳播，而建立獨特的企業識別系統(CIS)，以凝聚共識及召感外部利益關係人。
3. 關係行銷能力：利用資料庫行銷、顧客關係管理、一對一行銷等進行強化關係行銷能力。
4. 議題管理能力：鼓勵員工接觸顧客與市場，並建立資訊回饋之機制，保持高度敏銳度，並建立適應型之企業文化。
5. 企業公益活動：殯葬業可以配合社會之需求，進行企業公益活動，如環保葬之推動，及捐助物質、金錢、人力等公益活動。

(二) 個人層面之能力建構

而在個人層次之能力建構，可以說明如下：

1. 顧客導向理念：建立以顧客滿意為導向之能力，多接觸顧客，並願意滿足其需求之承諾。
2. 正確生死知識：生死教育正確觀之建立，能引導顧客提升生命品質及重新建立價值觀之能力。
3. 喪葬禮俗：能掌握禮及俗之不同，保存良好喪葬文化能力。

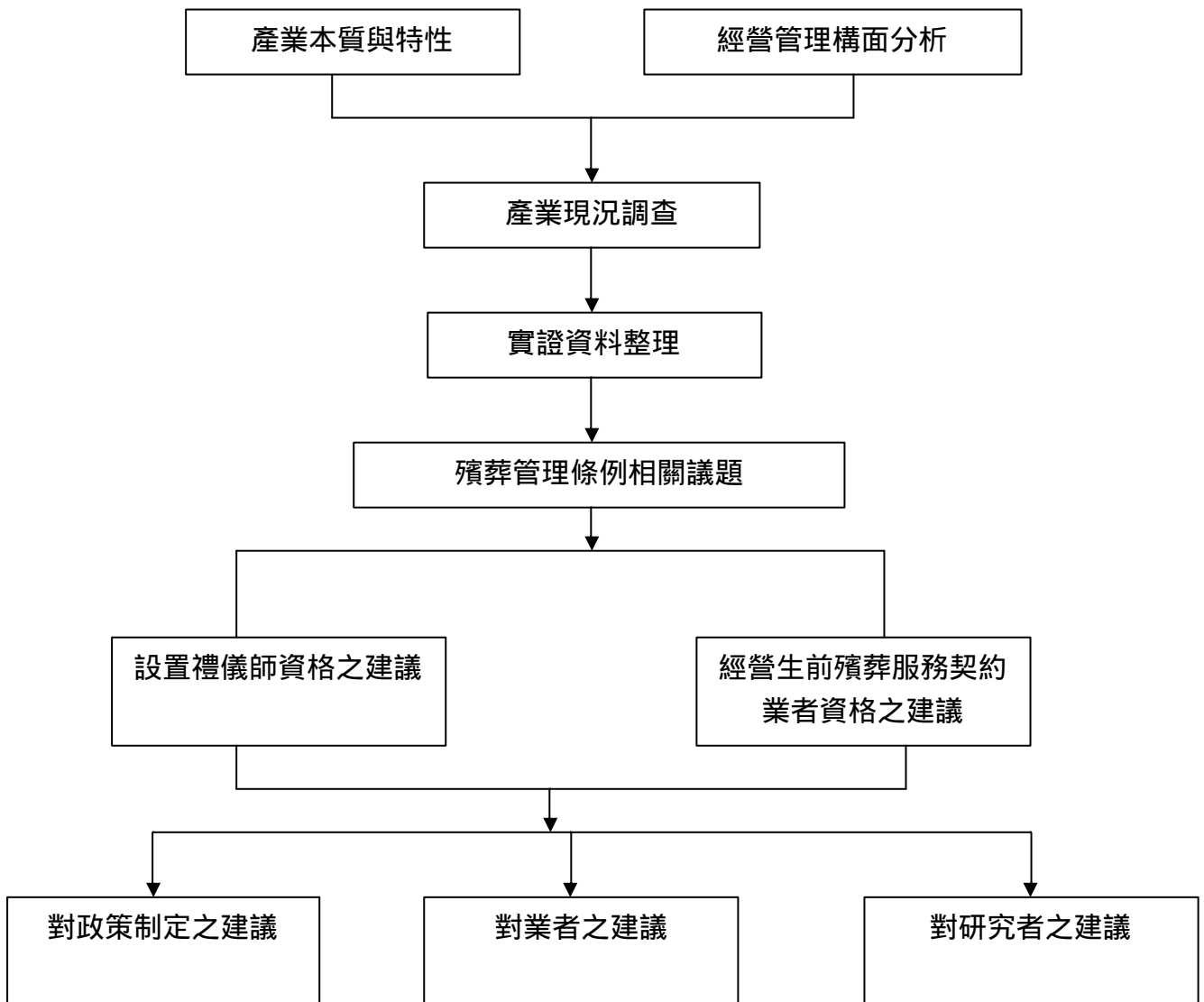
4. 專案管理：喪葬活動中牽扯到大量的作業及資源等，對整個活動的時間管理、成本管理及品質管制的的能力非常重要，此種能力即稱之為專案管理。
5. 悲傷輔導及諮商技巧：殯葬禮儀師必須扮演一個社會工作者，有關助人技巧，輔導及諮商技巧等都是重要的能力。

本研究將能力建構分為：臨終關懷、悲傷輔導、行銷能力、電腦處理能力、電子商務、殯葬禮儀、文書撰寫、司儀工作、社會公益、環保責任、會場佈置、入殮程序、知識管理與擇日知識等 14 項。將調查業者的自我期望與自我認同的情況，並進一步分析不同業者間的差異情況。

第四章 研究方法

第一節 研究步驟

本研究共分十個步驟，如圖 4-1，說明如下：



圖【4-1】研究步驟

本研究共分三階段，即理論模式建立、實地調查及結論與建議等。

一、模式建立階段理論

此階段乃在建立研究殯葬禮儀服務產業動態之理論架構，以做為基礎研究，共分二個步驟，即：

1. 產業本質與特性之分析
2. 產業之環境、經營型態、能力建構及社會責任之分析

二、產業現況調查階段

此階段乃依據前階段之結果設計問卷，並經專家效度檢驗及預試後，進行實地現況調查，而採取二階段進行。先對全國業者發出問卷(約 2,000 份)，再依據規模大小，在北、中、南、東四個區域共選取 11 家，進行深度訪談，做為個案研究之資料。此階段分二個步驟，即：

1. 產業現況調查
2. 實證資料整理

三、結論與建議階段

1. 殯葬管理條例相關議題：包括施行前與施行後
2. 提出設置禮儀師之一定規模之建議
3. 提出生前殯葬服務契約業者資格之建議
4. 提供對政策制定之建議
5. 提供對殯葬禮儀服務業者之建議
6. 提出對研究者之建議

第二節 研究方法與研究對象

本研究經文獻研究及建立研究模式後，即設計調查問卷，並經專家效度檢驗後，而完成問卷。針對合法殯葬服務業進行調查，以內政部 96 年 12 月 27 日製作之調查表為藍本，並透過中華殯葬教育學會與殯葬禮儀商業同業公會取得合法業者之資料，先進行全面問卷調查。

而先將上述約 2,000 家之業者郵寄問卷或透過各地公會送達，回收後，進行描述統計法與推論統計法之分析。並按不同經營型態公司選出 11 家進行深度訪談。

因此，本研究主要以問卷調查與深度訪談為主要研究方法。

問卷共分四大部分，說明如下：

(一) 公司基本資料

包括以下資料：

1. 公司名稱
2. 地址及 網址
3. 聯絡電話及填寫人
4. 登記資本額
5. 經營年資
6. 每年平均服務件數
7. 每件服務平均收費
8. 每件服務平均燃燒紙類(包括紙錢或紙紮品等)花費
9. 公司專職員工的人數
10. 公司兼職員工的人力配置

除前三項問題須填寫外，其餘問題皆用勾選方式。其中第 8 項每件服務平均燃燒紙類花費，即在了解殯葬禮儀服務業生態保護責任。

(二) 經營型態與服務內容

經營型態分類乃採取結緣、入殮、出殯、安葬及後續等五項活動，而服務內容則包含從不涉入、偶爾涉入、普通、經常從事及經營重點。由業者直接勾選，共 21 個服務內容，列述如下：

1. 結緣：

包括以下服務內容：

- (1) 與生前契約業者聯繫
- (2) 販售生前契約
- (3) 與供應商聯繫
- (4) 電子商務
- (5) 臨終關懷

2. 入殮

包括以下服務內容：

- (1) 遺體接運
- (2) 遺體清潔
- (3) 遺體化妝
- (4) 遺體修護
- (5) 遺體入殮

3. 出殯

包括以下服務內容：

- (1) 會場佈置
- (2) 司儀工作
- (3) 文書撰寫
- (4) 用品、用具販售

4. 安葬

包括以下服務內容：

- (1) 塔位(墓園)經營
- (2) 塔位(墓園)銷售
- (3) 海葬
- (4) 樹葬花葬等

5. 後續活動

包括以下服務內容：

- (1) 作七提醒客戶
- (2) 悲傷輔導
- (3) 百日、對年等後續關懷

將針對這 21 項服務內容了解殯葬業者的經營型態與重點。

(三) 殯葬業必須具備的能力

問卷中列出 14 項殯葬業必須具備的能力,而調查業者自我期望(即重要性)及業者自我認同的程度(即滿意度)。這 14 項能力分別為：

1. 臨終關懷
2. 悲傷輔導
3. 行銷能力
4. 電腦處理能力
5. 電子商務
6. 殯葬禮儀
7. 文書撰寫
8. 司儀工作
9. 社會公益
10. 環保責任
11. 會場佈置

12. 入殮程序

13. 知識管理

14. 擇日知識

這些能力項目，由業者勾選重要程度及滿意程度，以便了解業者自我期望（重要度）及業者自我認同的程度（滿意度）的平均數及排序。並進而分析滿意度與重要度之間的差異，做為改善之方向。

（四）對政策的建議

包括：

1. 取得禮儀師資格的條件
2. 殯葬業具何種規模必須設置禮儀師
3. 生前契約之經營者之規範
4. 針對政府政策，請列舉建議事項

而在深度訪談上，本研究依殯葬禮儀服務業不同之發展階段共訪談了 11 個個案。並採取「半結構性問卷」，問卷題目共有八題，說明如下：

- 一、目前服務案件平均每個月多少件？每件多少金額，（最大多少件？最少多少件？最大多少金額？最少多少金額？）
- 二、在經營上面臨最大的困難是什麼？有何解決之道？
- 三、殯葬產業可能會面臨哪些挑戰？有何因應對策？
- 四、最近？室效應的結果，使得大家對於環保與排碳量的問題受到重視，殯葬業應如何做？請問平均一件案件，用紙量大約多少金額？有可能減低嗎？您的看法是？
- 五、針對具一定規模者，必須設置禮儀師，您認為一定規模應該有哪些條件？
- 六、生前契約業者應具備哪些條件才合理？
- 七、對殯葬管理條例，您認為有哪些不適當？哪些可以增列？
- 八、您對殯葬服務業的看法為何？

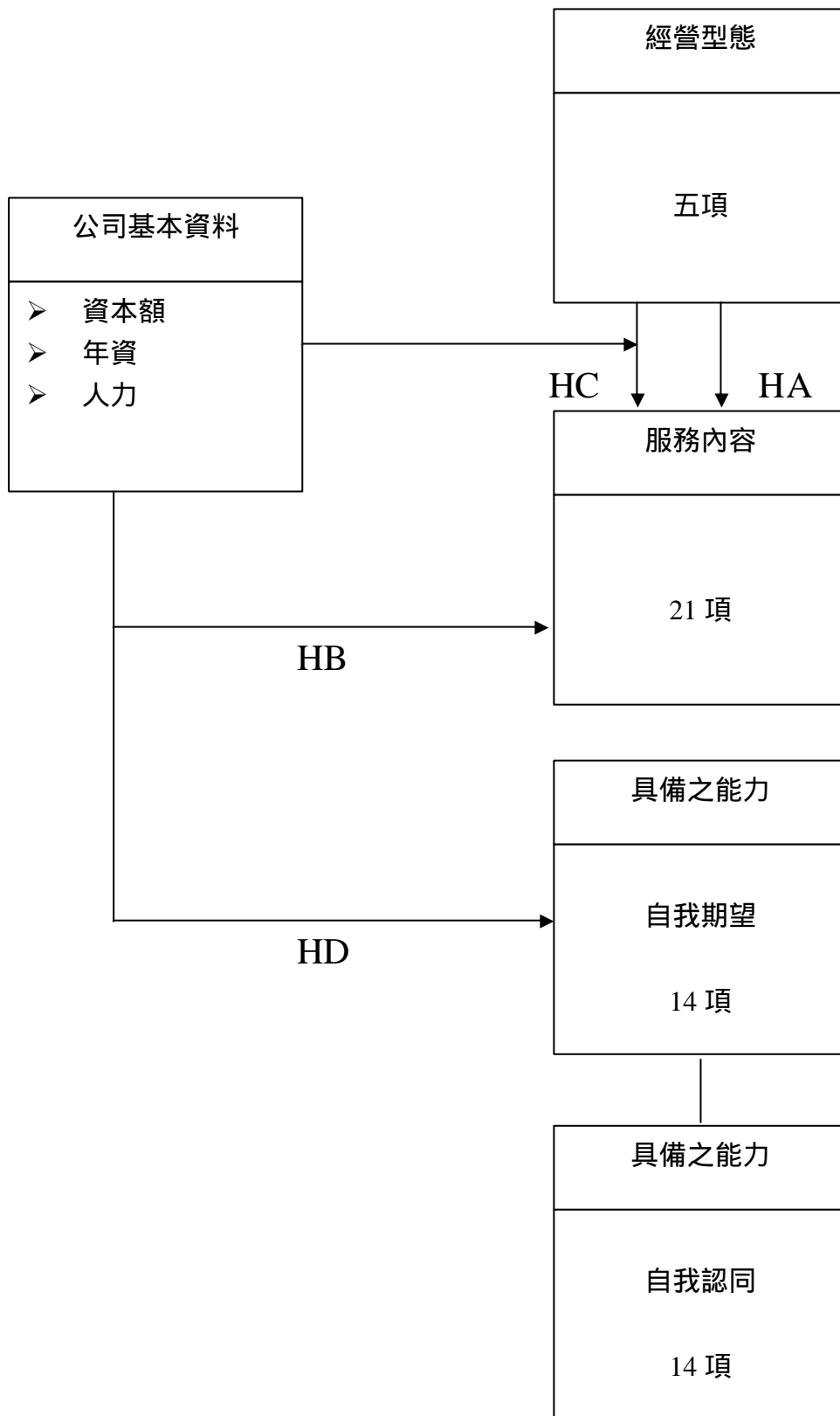
經過問卷調查與深度訪談後，予以歸納做出結論與建議。

第三節 研究架構

本研究除了針對公司基本資料、經營型態及經營能力等進行描述性統計分析外，並將進行相關性分析。採取圖 4-2 之研究架構。說明如下：

1. **HA**：檢定服務型態與經營內容的相關性(假說 1)
2. **HB**：檢定公司基本資料對服務內容涉入是否有顯著差異(假說 2)
3. **HC**：檢定公司基本資料與經營型態對服務內容涉入是否有顯著差異。包含以下假說：
 - (1) 登記資本額與結緣經營型態對經營內容涉入有顯著差異(假說 3)
 - (2) 經營年資與經營型態對經營內容涉入有顯著差異(假說 4)
 - (3) 人力資源與經營型態對經營內容涉入有顯著差異(假說 5)
4. **HD**：檢定公司基本資料與經營能力的重要度是否有顯著差異。包含以下假說：
 - (1) 登記資本額與經營能力的重要度有顯著不同(假說 6)
 - (2) 經營年資與經營能力的重要度有顯著不同(假說 7)
 - (3) 人力資源與經營能力的重要度有顯著不同(假說 8)

針對以上七個假說進行卡方分析，以檢定是否有顯著差異。



圖【4-2】研究架構

第五章 研究發現(一):問卷調查結果

第一節 公司基本資料分析

為提昇問卷效度，本研究先發放 66 份問卷進行前測，同時蒐集各地業者與學者意見，並依內政部於八月召開期中審查會議審查委員之建議修正前測問卷，同時也確認前測問卷的信度後，成為正式問卷共回收 457 份問卷。經刪除未填答比例過高或漏頁等無效問卷 48 份後，保留有效問卷 409 份作為分析基礎。

經以 Cronbach's α 係數對問卷進行信度分析以確定問卷具有可靠的信度，結果整體信度達 0.931，經營型態與服務內容與殯葬業必須具體的能力分析結果均達高度可信以上，分析結果如表 5-1。

表【5-1】信度分析表

信度分析分類	Cronbach's α	說明
整體信度	0.931	高度可信 (0.9)
經營型態與服務內容	0.915	高度可信 (0.9)
殯葬業必須具體的能力	0.939	高度可信 (0.9)

以下，我們針對公司基本資料進行描述性統計分析。

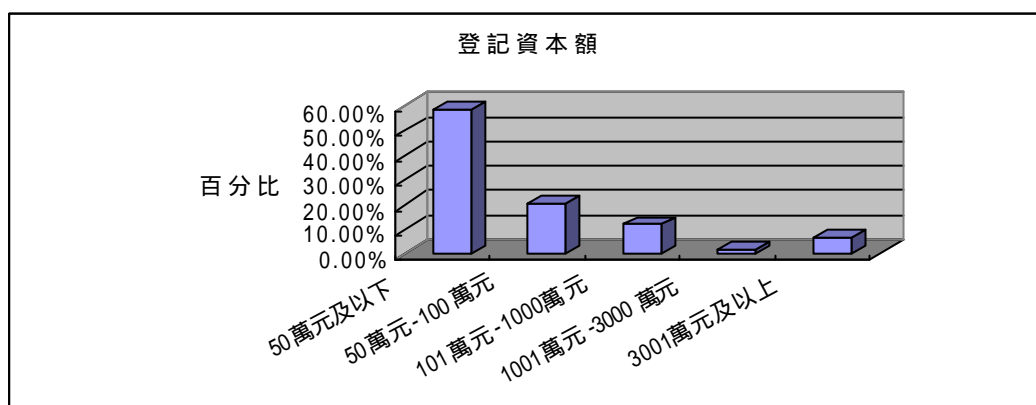
一、登記資本額

1. 以表 5-2 顯示次數分配表：

表【5-2】登記資本額次數分配表

登記資本額	家數	百分比
1.50 萬元及以下	239	58.6%
2.50 萬元 -100 萬元	85	20.7%
3.101 萬元 -1000 萬元	48	11.7%
4.1001 萬元 -3000 萬元	8	2.0%
5.3001 萬元及以上	29	7.0%
合計	409	100

2. 以圖 5-1 表示 家數分配長條圖：



圖【5-1】登記資本額分配長條圖

3. 統計說明：

由上述圖表資料顯示，殯葬業者之登記資本額以 50 萬元以下者為最多，共有 239 家，占 58.6%；資本額 1001 萬元 -3000 萬元為最少，僅有 8 家，占 2%。

二、經營年資

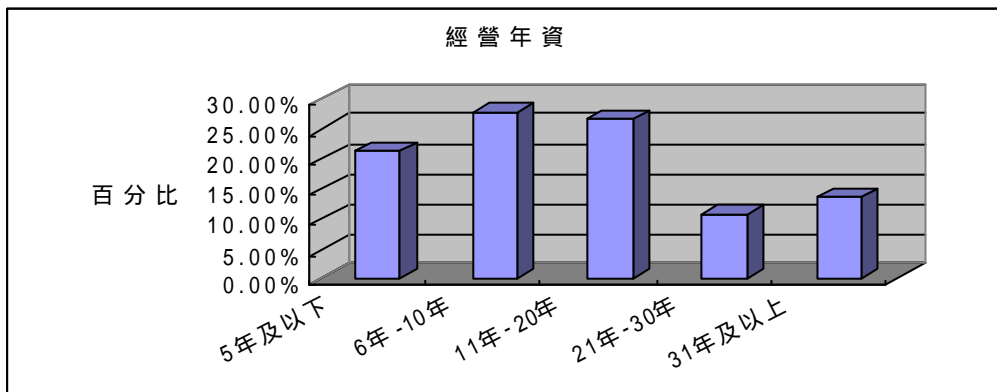
1. 以表 5-3 表示次數分配表：

表【5-3】經營年資次數分配表

經營年資	家數	百分比
1.5 年及以下	86	21.2%
2.6 年 - 10 年	114	27.8%
3.11 年 - 20 年	108	26.7%
4.21 年 - 30 年	44	10.6%
5.31 年及以上	56	13.7%
合計	408	100

註：1 家未填

2. 以圖 5-2 表示家數分配長條圖：



圖【5-2】經營年資分配長條圖：

3. 統計說明：

由上述圖表資料顯示，殯葬業者之經營年資以 6 年 - 10 年最多，共有 114 家，占 27.8%；最少則是 21 年 - 30 年以上，只有 44 家，占 10.6%。

三、人力資源

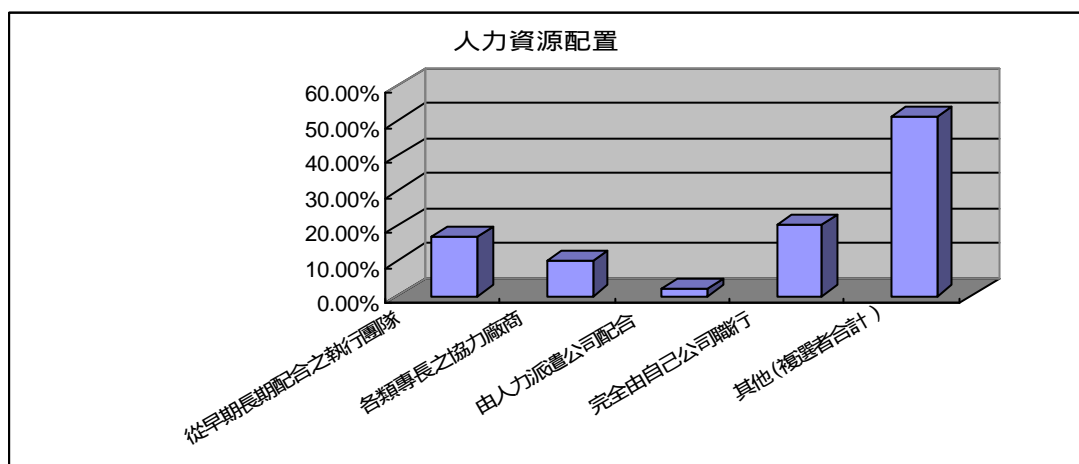
1. 以表 5-4 表示次數分配表：

表【5-4】人力資源次數分配表

人力資源配置	家數	百分比
1.從早期長期配合之執行團隊	68	16.8%
2.各類專長之協力廠商	42	10.2%
3.由人力派遣公司配合	8	2.0%
4.完全由自己公司執行	82	20.0%
5.其他(複選者合計)	208	51.0%
合計	408	100

註：1家未填

2. 以圖 5-3 表示人力資源分配長條圖：



圖【5-3】人力資源分配長條圖

3. 統計說明：

由上述圖表顯示，殯葬業者之人力資源配置非調查中的單一選項，而是以一項以上，也就是以複選者居多，共有 208 家，占 51%；最少則是由人力派遣公司配合，僅有 8 家，占 2%。

四、 每年平均服務件數

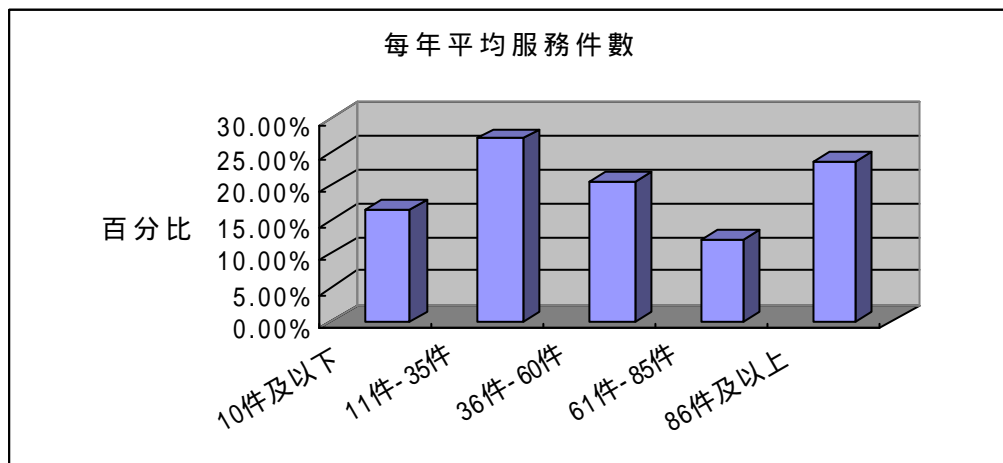
1. 以表 5-5 表示次數分配表：

表【5-5】每年平均服務件數次數分配表

每年平均服務件數	家數	百分比
1. 10 件及以下	69	16.8%
2. 11 件-35 件	110	27.1%
3. 36 件-60 件	83	20.4%
4. 61 件-85 件	50	12.2%
5. 86 件及以上	96	23.5%
合計	408	100

註：1 家未填

2. 以圖 5-4 表示每年平均服務件數分配長條圖：



圖【5-4】每年平均服務件數分配長條圖

3. 統計說明：

由上述圖表顯示，殯葬業者之每年平均服務件數以 11 件至 35 件者為最多，共有 110 家，占 27.1%；最少則是 61

件至 85 件，只有 50 家，占 12.2%。

五、每件服務平均收費

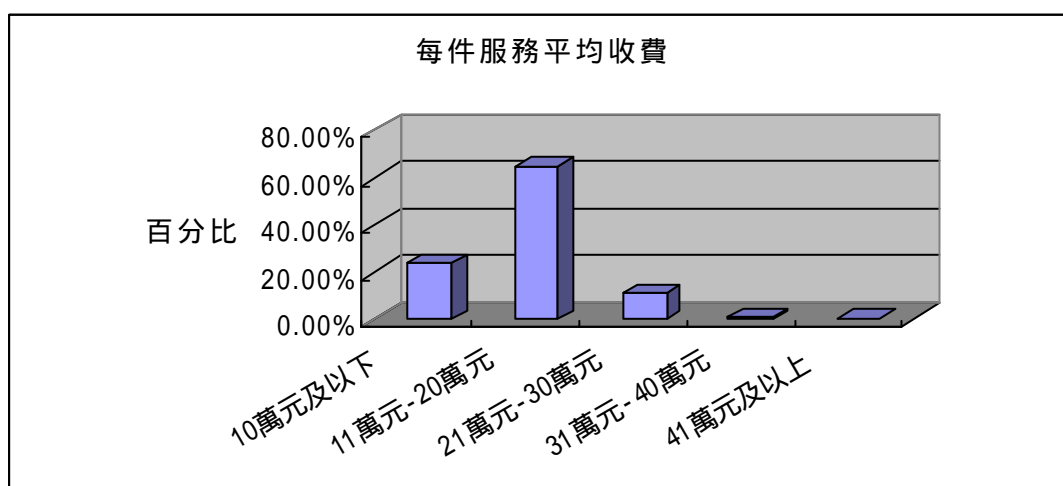
1. 以表 5-6 表示次數分配表：

表【5-6】每件服務平均收費次數分配表

每件服務平均收費	家數	百分比
1. 10 萬元及以下	96	23.5%
2. 11 萬元 -20 萬元	264	64.7%
3. 21 萬元 -30 萬元	43	10.6%
4. 31 萬元 -40 萬元	3	0.8%
5. 41 萬元及以上	2	0.4%
合計	408	100

註：1 家未填

2. 以圖 5-5 表示每件服務平均收費分配長條圖：



圖【5-5】每件服務平均收費分配長條圖

3. 統計說明：

由上述圖表顯示，殯葬業者之每件服務平均收費以 11 萬元至 20 萬元者為最多，共有 264 家，占 64.7%；每件服務平均收費 41 萬元及以上，僅 2 家勾選，占 0.4%。

整體來說服務平均收費為 30 萬元以下，即占了 98.8%。

六、每件服務平均燃燒紙類花費

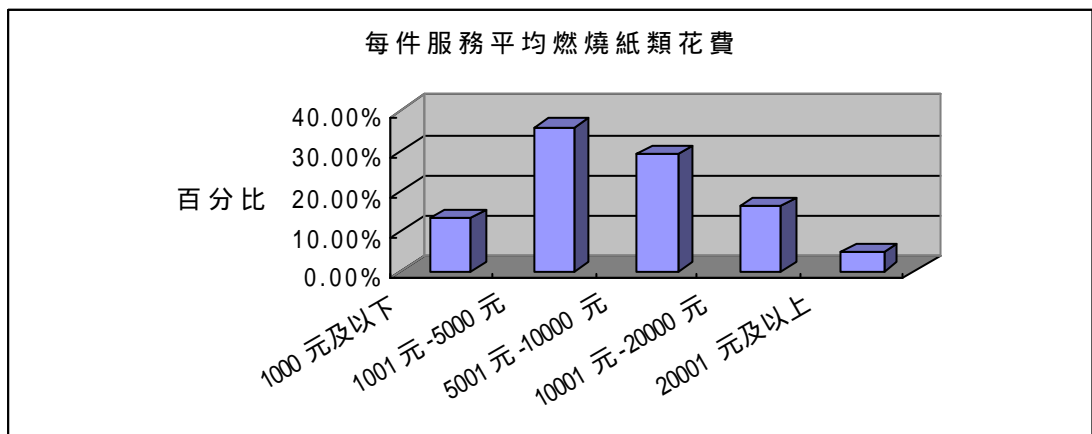
1. 以表 5-7 表示次數分配表：

表【5-7】每件燃燒紙類花費次數分配表：

每件服務平均燃燒紙類花費	家數	百分比
1. 1000 元及以下	54	13.4%
2. 1001 元-5000 元	146	36.0%
3. 5001 元-10000 元	119	29.3%
4. 10001 元-20000 元	68	16.6%
5. 20001 元及以上	19	4.7%
合計	406	

註： 3 家未填

2. 以圖 5-6 表示每件平均紙類花費分配長條圖



圖【5-6】每件平均紙類花費分配長條圖

3. 統計說明：

由上述圖表顯示，殯葬業者之每件服務平均燃燒紙類花費以 1001 元-5000 元者為最多，共有 146 家，占 36%；最少則是 20001 元及以上，只有 19 家，占 4.7%。

第二節 經營型態與服務內容分析

一、經營型態與服務內容描述性分析

結緣、入殮、出殯、安葬及後續活動等經營型態與各項服務內容的統計如下列表 5-8 至表 5-12。

1. 結緣經營型態與各項服務內容統計，如表 5-8：

表【5-8】結緣經營型態與各項服務內容統計

結緣服務內容經營型態	從不涉入		偶爾涉入		普通		經常從事		公司經營重點	
	家數	%	家數	%	家數	%	家數	%	家數	%
與生前契約業者聯繫	232	57.1	93	22.8	35	8.7	18	4.3	29	7.1
販售生前契約	309	75.7	41	10.2	22	5.5	3	0.8	32	7.8
與供應商聯繫	78	19.4	67	16.6	117	28.9	96	23.7	46	11.5
電子商務	214	52.8	82	20.1	59	14.6	30	7.5	21	5.1
臨終關懷	29	7.1	40	9.8	115	28.2	85	20.8	139	34.1
平均數	172.5	42.4	64.6	15.9	69.8	17.2	46.4	11.4	53	13.1

2. 入殮經營型態與各項服務內容統計，如表 5-9：

表【5-9】入殮經營型態與各項服務內容統計

入殮服務內容\經營型態	從不涉入		偶爾涉入		普通		經常從事		公司經營重點	
	家數	%	家數	%	家數	%	家數	%	家數	%
遺體接運	14	5.5	29	11.3	30	11.7	68	26.6	115	44.9
遺體清潔	29	11.3	19	7.4	28	10.9	65	25.4	115	44.9
遺體化妝	44	17.2	37	14.5	41	16.0	43	16.8	91	35.5
遺體修護	61	23.8	39	15.2	46	18.0	37	14.5	73	28.5
遺體入殮	21	8.2	17	6.6	22	8.6	68	26.6	128	50.0
平均數	33.8	13.2	28.2	11.0	29.4	13.0	56.2	22.0	104.4	40.8

3. 出殯經營型態與各項服務內容統計，如表 5-10：

表【5-10】出殯經營型態與各項服務內容統計

出殯服務內容\經營型態	從不涉入		偶爾涉入		普通		經常從事		公司經營重點	
	家數	%	家數	%	家數	%	家數	%	家數	%
會場佈置	29	7.0	40	9.8	43	10.5	102	25.0	195	47.7
司儀工作	83	20.3	78	19.1	80	19.5	51	12.5	117	28.5
文書撰寫	62	15.2	72	17.6	104	25.4	69	16.8	102	25.0
用品、用具販售	38	9.4	45	10.9	112	27.3	80	19.5	134	32.8
平均數	53.3	13.0	58.9	14.4	84.8	20.7	75.7	18.5	137.3	33.5

4. 安葬經營型態與各項服務內容統計，如表 5-11：

表【5-11】安葬經營型態與各項服務內容統計

安葬服務內容\經營型態	從不涉入		偶爾涉入		普通		經常從事		公司經營重點	
	家數	%	家數	%	家數	%	家數	%	家數	%
塔位(墓園)經營	203	50.0	58	14.2	59	14.6	53	13.0	34	8.3
塔位(墓園)銷售	126	30.9	86	21.1	94	23.0	57	14.1	45	10.4
海葬	266	65.1	99	24.3	29	7.1	8	2.0	6	1.6
樹葬花葬等	285	69.8	81	20.0	30	7.5	3	0.8	8	2.0
平均數	220	54.0	81.	20.0	63.3	13.1	30.4	7.5	23.2	5.6

5. 後續經營型態與各項服務內容統計，如表 5-12：

表【5-12】後續經營型態與各項服務內容統計

後續服務內容\經營型態	從不涉入		偶爾涉入		普通		經常從事		公司經營重點	
	家數	%	家數	%	家數	%	家數	%	家數	%
作七提醒客戶	14	3.5	16	3.9	35	8.6	102	25.0	241	59.0
悲傷輔導	19	4.9	35	8.6	88	21.5	104	25.4	163	39.8
百日、對年等後續關懷	14	3.5	24	5.9	50	12.1	85	20.7	372	57.8
平均數	16	4.0	25	6.1	57.	14.1	96	23.7	213	52.2

我們將這五種經營型態，統計其經常從事及公司經營重點，發現業者自己認為經營型態依序為後續、入殮、出殯、結緣與安葬。而在各個型態活動中，其服務內容為公司重點

的情形分別為：

1. 後續：公司服務重點為作七提醒客戶及百日、對年等後續關懷。而悲傷輔導占重點比例較小。
2. 入殮：公司服務重點為遺體入殮、遺體接運、遺體清潔、遺體化妝。而遺體修護占重點比例較小。
3. 出殯：公司服務重點為會場佈置、用品及用具販售、司儀工作。而文書撰寫占重點比例較小。
4. 結緣：公司服務重點為臨終關懷、與生前契約業者聯繫、販售生前契約。而供應商聯繫及電子商務占重點比例較小。
5. 安葬：公司服務重點為塔位(墓園)銷售、塔位(墓園)經營。而海葬及樹葬花葬占重點比例較小。

茲將經營型態及服務重點，整理如表 5-13。

表【5-13】 經營型態與服務內容重點排序

型態	經常從事及重點比例	服務內容(按重點排序)
後續	76.0%	百日、對年等後續關懷；作七提醒客戶；悲傷輔導
入殮	62.8%	遺體入殮；遺體接運；遺體清潔；遺體化妝；遺體修護
出殯	52.0%	會場佈置；用品、用具販售；司儀工作；文書撰寫
結緣	30.3%	臨終關懷；與生前契約業者聯繫；販售生前契約；與供應商聯繫；電子商務
安葬	14.0%	塔位(墓園)銷售；塔位(墓園)經營；海葬；樹葬花葬

二、經營型態與服務內容相關性分析

(一) 研究假說

經營型態包括結緣、入殮、出殯、安葬及後續活動；服務內容包含從不涉入、偶爾涉入、普通、經常從事及經營重點。服務內容與經營型態的卡方檢定，假說設立為

假說 1：經營型態與服務內容的相關性

假說 1-1 結緣經營型態與服務內容沒有顯著不同

假說 1-2 入殮經營型態與服務內容沒有顯著不同

假說 1-3 出殯經營型態與服務內容沒有顯著不同

假說 1-4 安葬經營型態與服務內容沒有顯著不同

假說 1-5 後續經營型態與服務內容沒有顯著不同

結緣、入殮、出殯、安葬及後續活動等經營型態與各項服務內容的統計如表 5-8 至表 5-12。這些表格可作為卡方檢定的資料來源。

(二) 假說檢定結果

經營型態與服務內容相關性檢定，結果如表表 5-14

表【5-14】經營型態與服務內容相關性檢定

假說	Pearson卡方值	P 值	檢定結果
1-1	488.772	0.000*	顯著
1-2	102.686	0.000*	顯著
1-3	161.409	0.000*	顯著
1-4	701.210	0.000*	顯著
1-5	386.975	0.000*	顯著

註：*表 $p < 0.05$ 為顯著

(三) 統計說明

- (1) 經營型態中結緣、入殮、出殯、安葬及後續活動與服務內容皆有顯著不同。此結果顯示不同的商家在結緣、入殮、出殯、安葬及後續活動等經營型態中，其服務內容有所不同。以結緣服務為例，其中服務內容「與生前契約業者聯繫」中，從不涉入占 57.1%，而服務內容「臨終關懷」中，從不涉入僅占 7.1%，此種差異也就是形成顯著不同的原因。
- (2) 以經營型態平均家數來看，結緣服務內容以從不涉入最多，占 42.4%；最少則是經常從事，占 11.4%。入殮方面以公司經營重點最多，占 40.8%；最少則是偶爾涉入，占 11.0%。出殯方面以公司經營重點最多，占 33.5%；最少則是從不涉入，占 13.0%。安葬方面以從不涉入最多，占 54.0%；最少則是公司經營重點，占 5.6%。後續服務方面以公司經營重點最多，占 52.2%；最少則是從不涉入，占 4.0%。
- (3) 整體來說，結緣與安葬服務型態中，從不涉入的商家最多。而入殮、出殯與後續服務型態中，公司經營重點的商家最多。整理如表 5-15。

表【5-15】服務型態與服務內容涉入情形

經營型態\服務內容	從不涉入	偶爾涉入	普通	經常從事	公司經營重點
結緣	最多			最少	
入殮		最少			最多
出殯	最少				最多
安葬	最多				最少
後續服務	最少				最多

三、登記資本額、經營年資、人力資源與服務型態對經營內容的影響

經營內容中的從不涉入、偶爾涉入、普通、經常從事及公司經營重點，因涉及經營內容的涉入平均數計算，因此將從不涉入之權數取為 1、偶爾涉入為 2、普通為 3、經常從事為 4、公司經營重點為 5。

(一) 研究假說

登記資本額、經營年資、人力資源對服務內容的影響進行變異數檢定，假說設立分為以下幾部份：

- (1) 假說 2：公司基本資料對服務內容涉入沒有顯著差異

假說 2-1：登記資本額對服務內容沒有顯著差異

假說 2-2：經營年資對服務內容沒有顯著差異

假說 2-3：人力資源對服務內容沒有顯著差異

- (2) 假說 3：登記資本額與結緣經營型態對服務內容涉入沒有顯著差異

假說 3-1 登記資本額與結緣經營型態交互作用對服務內容沒有顯著差異

假說 3-2 登記資本額與入殮經營型態交互作用對服務內容沒有顯著差異

假說 3-3 登記資本額與出殯經營型態交互作用對服務內容沒有顯著差異

假說 3-4 登記資本額與安葬經營型態交互作用對服務內容沒有顯著差異

假說 3-5 登記資本額與後續經營型態交互作用對服務內容沒有顯著差異

- (3) 假說 4：經營年資與經營型態對服務內容涉入沒有顯著差異

假說 4-1 經營年資與結緣經營型態交互作用對經營內容沒有顯著差異

假說 4-2 經營年資與入殮經營型態交互作用對服務內容沒有顯著差異

假說 4-3 經營年資與出殯經營型態交互作用對服務內容沒有顯著差異

假說 4-4 經營年資與安葬經營型態交互作用對服務內容沒有顯著差異

假說 4-5 經營年資與後續經營型態交互作用對服務內容沒有顯著差異

(4) 假說 5: 人力資源與經營型態對服務內容涉入沒有顯著差異

假說 5-1 人力資源與結緣經營型態交互作用對服務內容沒有顯著差異

假說 5-2 人力資源與入殮經營型態交互作用對服務內容沒有顯著差異

假說 5-3 人力資源與出殯經營型態交互作用對服務內容沒有顯著差異

假說 5-4 人力資源與安葬經營型態交互作用對服務內容沒有顯著差異

假說 5-5 人力資源與後續經營型態交互作用對服務內容沒有顯著差異

(二) 假說檢定結果

(1) 公司基本資料對服務內容涉入差異檢定結果如表 5-16。

表【5-16】 公司基本資料對經營內容涉入差異檢定

假說	F 值	P 值	檢定結果
2- 1	2.145	0.005*	顯著
2- 2	0.382	0.994	不顯著
2- 3	2.291	0.003*	顯著

註：*表 $p < 0.05$ 為顯著

- (2) 登記資本額與經營型態對服務內容涉入差異檢定結果如表 5-17。

表【5-17】登記資本額與經營型態對服務內容涉入差異檢定

假說	F 值	P 值	檢定結果
3 - 1	13.349	0.000*	顯著
3 - 2	0.650	0.895	不顯著
3 - 3	1.857	0.008*	顯著
3 - 4	5.358	0.000*	顯著
3 - 5	0.321	0.999	不顯著

- (3) 經營年資與經營型態對服務內容涉入差異檢定結果如表 5-18。

表【5-18】經營年資與經營型態對服務內容涉入差異檢定

假說	F 值	P 值	檢定結果
4 - 1	10.676	0.000*	顯著
4 - 2	0.575	0.957	不顯著
4 - 3	1.592	0.035*	顯著
4 - 4	5.203	0.000*	顯著
4 - 5	0.434	0.992	不顯著

- (4) 人力資源與經營型態對服務內容涉入差異檢定結果如表 5-19。

表【5-19】人力資源與經營型態對服務內容涉入差異檢定

假說	F 值	P 值	檢定結果
5 - 1	13.146	0.000*	顯著
5 - 2	0.766	0.770	不顯著
5 - 3	1.933	0.007*	顯著
5 - 4	6.104	0.000*	顯著
5 - 5	0.458	0.977	不顯著

(三) 統計說明

(1) 公司基本資料對服務內容

其中是登記資本額及人力資源對服務內容涉入達顯著差異，也就是商家中會因登記資本額及人力資源的不同，而有不同的服務內容。而經營年資對服務內容涉入未達顯著差異，此部份的結果顯示，不會因經營年資的不同，而在服務內容上有明顯的差異。

(2) 登記資本額與經營型態對服務內容

不同登記資本額的商家，在結緣、出殯及安葬等經營型態對服務內容均達顯著差異，也就是會因不同資本額與結緣、出殯及安葬等經營型態的不同，而發展不同的服務內容。但在入殮、後續服務時，卻未對服務內容涉入達到顯著差異，也就是不同資本額與入殮、後續等經營型態，其服務內容涉入未有顯著不同。

(3) 經營年資與經營型態對經營內容

不同經營年資的商家，也是在結緣、出殯及安葬等經營型態服務內容對服務內容均達顯著差異，也就是會因不同經營年資與結緣、出殯及安葬等經營型態的不同，而發展不同的服務內容。但在入殮、後續服務時，並未對服務內容涉入達到顯著差異，亦即不同人力資源與入殮、後續等

經營型態，其服務內容涉入未有顯著不同。

(4) 人力資源與經營型態對服務內容

不同人力資源的商家，也是在結緣、出殯及安葬等經營型態對服務內容均達顯著差異，也就是會因不同人力資源與結緣、出殯及安葬等經營型態的不同，而發展不同的服務內容。但在入殮、後續等經營型態時，並未對服務內容涉入達到顯著差異。亦即不同人力資源與入殮、後續等經營型態，其服務內容涉入未有顯著不同。

第三節 經營能力分析

一、經營能力描述性分析

本研究調查殯葬業者對於 14 項能力的意見，包括對殯葬業的重要程度(即業者自我期望)及業者本身具備該項能力的滿意度(即業者自我認同)兩部分，茲說明如下：

(一) 業者自我期望

1. 重要度平均統計及排序

根據調查結果，整理如表 5-20。

2. 統計說明：

經營能力項目中，殯葬業者認為最重要的前三項，分別是第一為殯葬禮儀，其次為入殮程序，再者為會場佈置。其中，行銷能力、電腦處理能力及電子商務均未達 4.0，此也顯示業者對此部份的自我期望較低，其餘能力重要度皆大於 4.0。

表【5-20】具備能力重要度平均統計及排序

項目	平均重要度	標準差	排序
1. 臨終關懷	4.23	0.91	6
2. 悲傷輔導	4.22	0.81	7
3. 行銷能力	3.97	0.93	11
4. 電腦處理能力	3.67	0.89	12
5. 電子商務	3.27	0.99	13
6. 殯葬禮儀	4.63	0.64	1
7. 文書撰寫	4.02	0.97	10
8. 司儀工作	4.15	0.84	8
9. 社會公益	4.10	0.87	9
10. 環保責任	4.22	0.84	7
11. 會場佈置	4.44	0.73	3
12. 入殮程序	4.59	0.69	2
13. 知識管理	4.30	0.81	4
14. 擇日知識	4.24	0.84	5

(二) 業者自我認同

1. 滿意度平均統計及排序

根據調查結果，整理如表 5-21。

表【5-21】具備能力滿意度平均統計及排序

項目	平均滿意度	標準差	排序
臨終關懷	3.67	0.95	7
悲傷輔導	3.61	0.92	11
行銷能力	3.40	0.94	12
電腦處理能力	3.22	0.92	13
電子商務	2.92	0.98	14
殯葬禮儀	3.99	0.90	3
文書撰寫	3.65	0.89	9
司儀工作	3.75	0.92	5
社會公益	3.66	0.93	8
環保責任	3.64	0.93	10
會場佈置	4.01	0.88	2
入殮程序	4.07	0.90	1
知識管理	3.68	0.99	6
擇日知識	3.89	0.93	4

2. 統計說明：

經營能力項目中，殯葬業者認同程度最高，也就是平均滿意度最高的前三項，第一項為入殮程序，其次為會場佈置，再者為殯葬禮儀。認同程度偏低的有行銷能力、電腦處理能力及電子商務等。

(三) 經營能力認知差異

1. 滿意度與重要度差異

我們將滿意度與重要度之差異統計結果如表 5-22。

表【5-22】經營能力認知差異

項目	平均滿意度	平均重要度	(重要度-滿意度)	改善排序
臨終關懷	3.67	4.23	0.56	6
悲傷輔導	3.61	4.22	0.61	3
行銷能力	3.40	3.97	0.57	5
電腦處理能力	3.22	3.67	0.45	8
電子商務	2.92	3.27	0.35	13
殯葬禮儀	3.99	4.63	0.64	1
文書撰寫	3.65	4.02	0.37	12
司儀工作	3.75	4.15	0.40	11
社會公益	3.66	4.10	0.44	9
環保責任	3.64	4.22	0.58	4
會場佈置	4.01	4.44	0.43	10
入殮程序	4.07	4.59	0.52	7
知識管理	3.68	4.30	0.62	2
擇日知識	3.89	4.24	0.35	13

註：若(重要度-滿意度)為正值，表示期望>認同，期待未達成，仍有努力空間；

若(重要度-滿意度)為負值，表示期望<認同，期待已達成。

2. 統計說明：

殯葬業者對於各項經營能力的認同均小於期望，也就是目前所有的經營能力項目均未達成期待，可以更加努力的來追求期待的達成，由表中，可以看出經營能力中認同與期望落差最大的前五項，分別為殯葬禮儀、知識管理、悲傷輔導、環保責任及行銷能力等。

如果我們將 14 項能力中，略去業者自我期望平均數小

於 4.0 者(包括行銷能力、電腦處理能力及電子商務等三項), 並按照平均重要度由大至小整理如表 5-23。

可以看出經營能力中認同與期望落差最大的前五項, 分別為殯葬禮儀、知識管理、悲傷輔導、環保責任及臨終關懷等。

表【5-23】經營能力認知差異(二)

項目	平均滿意度	平均重要度	(重要度-滿意度)	改善排序
殯葬禮儀	3.99	4.63	0.64	1
入殮程序	4.07	4.59	0.52	6
會場佈置	4.01	4.44	0.43	8
知識管理	3.68	4.30	0.62	2
擇日知識	3.89	4.24	0.35	11
臨終關懷	3.67	4.23	0.56	5
悲傷輔導	3.61	4.22	0.61	3
環保責任	3.64	4.22	0.58	4
司儀工作	3.75	4.15	0.40	9
社會公益	3.66	4.10	0.44	7
文書撰寫	3.65	4.02	0.37	10

二、登記資本額、經營年資、人力資源與經營能力重要度的差異分析

將登記資本額、經營年資、人力資源與經營能力的 14 個項目進行交叉，經營能力則依據業者自我期望(重要度)所填答的資料加以統計，並進行卡方檢定。

(一) 研究假說

研究假說共三大類，即登記資本額、經營年資、人力資源等與經營能力的重要度是否有顯著不同：

(1). 假說 6：登記資本額與經營能力的重要度沒有顯著不同

假說 6-1 登記資本額與臨終關懷重要度沒有顯著不同

假說 6-2 登記資本額與悲傷輔導的重要度沒有顯著不同

假說 6-3 登記資本額與行銷能力的重要度有顯著不同

假說 6-4 登記資本額與電腦處理能力的重要度沒有顯著不同

假說 6-5 登記資本額與電子商務的重要度沒有顯著不同

假說 6-6 登記資本額與殯葬禮儀的重要度沒有顯著不同

假說 6-7 登記資本額與文書撰寫的重要度沒有顯著不同

假說 6-8 登記資本額與司儀工作的重要度沒有顯著不同

假說 6-9 登記資本額與社會公益的重要度沒有顯著不同

假說 6-10 登記資本額與環保責任的重要度沒有顯著不同

假說 6-11 登記資本額與會場佈置的重要度沒有顯著不同

假說 6-12 登記資本額與入殮程序的重要度沒有顯著不同

假說 6-13 登記資本額與知識管理的重要度沒有顯著不同

假說 6-14 登記資本額與擇日知識的重要度沒有顯著不同

(2). 假說 7：經營年資與經營能力的重要度沒有顯著不同

假說 7-1 經營年資與臨終關懷的重要度沒有顯著不同

假說 7-2 經營年資與悲傷輔導的重要度沒有顯著不同

假說 7-3 經營年資與行銷能力的重要度沒有顯著不同

假說 7-4 經營年資與電腦處理能力的重要度沒有顯著不同

假說 7-5 經營年資與電子商務的重要度沒有顯著不同

假說 7-6 經營年資與殯葬禮儀的重要度沒有顯著不同

假說 7-7 經營年資與文書撰寫的重要度沒有顯著不同

假說 7-8 經營年資與司儀工作的重要度沒有顯著不同

假說 7-9 經營年資與社會公益的重要度沒有顯著不同

假說 7-10 經營年資與環保責任的重要度沒有顯著不同

假說 7-11 經營年資與會場佈置的重要度沒有顯著不同

著不同

假說 7-12 經營年資與入殮程序的重要度沒有顯著不同

假說 7-13 經營年資與知識管理的重要度沒有顯著不同

假說 7-14 經營年資與擇日知識的重要度沒有顯著不同

(3). 假說 8：人力資源與經營能力的重要度沒有顯著不同

假說 8-1 人力資源與臨終關懷的重要度沒有顯著不同

假說 8-2 人力資源與悲傷輔導的重要度沒有顯著不同

假說 8-3 人力資源與行銷能力的重要度沒有顯著不同

假說 8-4 人力資源與電腦處理能力的重要度沒有顯著不同

假說 8-5 人力資源與電子商務的重要度沒有顯著不同

假說 8-6 人力資源與殯葬禮儀的重要度沒有顯著不同

假說 8-7 人力資源與文書撰寫的重要度沒有顯著不同

假說 8-8 人力資源與司儀工作的重要度沒有顯著不同

假說 8-9 人力資源與社會公益的重要度沒有顯著不同

假說 8-10 人力資源與環保責任的重要度沒有顯著不同

假說 8-11 人力資源與會場佈置的重要度沒有顯著不同

假說 8-12 人力資源與入殮程序的重要度沒有顯著不同

假說 8-13 人力資源與知識管理的重要度沒有顯著不同

假說 8-14 人力資源與擇日知識的重要度沒有顯著不同

(二) 假說檢定結果

(1). 登記資本額與經營能力

檢定結果如表 5-24。

表【5-24】登記資本額與經營能力檢定

假說	Pearson 卡方值	P 值	檢定結果
7-1	16.300	0.432	不顯著
7-2	27.020	0.005*	顯著
7-3	7.137	0.871	不顯著
7-4	17.325	0.137	不顯著
7-5	22.067	0.141	不顯著
7-6	2.310	0.870	不顯著
7-7	13.422	0.642	不顯著
7-8	8.558	0.655	不顯著
7-9	23.750	0.021*	顯著
7-10	14.011	0.300	不顯著
7-11	20.064	0.066	不顯著
7-12	16.587	0.165	不顯著
7-13	11.041	0.525	不顯著
7-14	16.136	0.175	不顯著

註：*表 $p < 0.05$ 為顯著

(2). 經營年資與經營能力

檢定結果如表 5-25。

表【5-25】經營年資與經營能力檢定

假說	Pearson 卡方值	P 值	檢定結果
7-1	16.136	0.175	不顯著
7-2	18.377	0.070	不顯著
7-3	24.865	0.070	不顯著
7-4	16.466	0.171	不顯著
7-5	18.605	0.238	不顯著
7-6	7.476	0.476	不顯著
7-7	726.755	0.000*	顯著
7-8	14.268	0.274	不顯著
7-9	12.687	0.381	不顯著
7-10	8.257	0.671	不顯著
7-11	11.666	0.473	不顯著
7-12	20.178	0.064	不顯著
7-13	11.710	0.461	不顯著
7-14	15.373	0.222	不顯著

註：*表 $p < 0.05$ 為顯著

(3). 人力資源與經營能力

檢定結果如表 5-26。

表【5-26】人力資源與經營能力檢定

假說	Pearson 卡方值	P 值	檢定結果
8-1	18.355	0.251	不顯著
8-2	22.366	0.034*	顯著
8-3	10.137	0.758	不顯著
8-4	23.134	0.027*	顯著
8-5	47.240	0.000*	顯著
8-6	6.254	0.618	不顯著
8-7	12.737	0.682	不顯著
8-8	13.583	0.327	不顯著
8-9	17.727	0.121	不顯著
8-10	21.178	0.047*	顯著
8-11	7.045	0.772	不顯著
8-12	8.056	0.687	不顯著
8-13	13.775	0.315	不顯著
8-14	11.578	0.470	不顯著

註：*表 $p < 0.05$ 為顯著

(三) 統計說明

整理檢定結果，我們將登記資本額、經營年資及人力資源等變數對經營能力重要性有達到顯著不同的項目列舉如表 5-27。

表【5-27】公司基本資料對經營能力達顯著不同的項目

公司基本資料項目	經營能力達顯著不同項目
登記資本額	<ul style="list-style-type: none"> ■ 悲傷輔導 ■ 社會公益
經營年資	<ul style="list-style-type: none"> ■ 文書撰寫
人力資源	<ul style="list-style-type: none"> ■ 悲傷輔導 ■ 電腦處理能力 ■ 電子商務 ■ 環保責任

由上表可以觀察出在登記資本額、經營年資及人力資源所對應的經營能力項目中，大多數能力業者期望的程度並未達顯著不同。達顯著不同最多的是在人力資源此變數，此顯示不同人力資源的商家中，對於悲傷輔導、電腦處理能力、電子商務及環保責任的重視(期望)程度不同。

第四節 對政策的建議分析

本節將針對業者對政策的建議予以分析，分為禮儀師相關議題、生前殯葬服務契約經營規範議題及其他議題等三項。說明如下：

一、禮儀師相關議題

(一) 取得禮儀師條件

1. 取得禮儀師的條件同意度如表 5-28。

表【5-28】取得禮儀師的條件同意度

項目	非常不同意		不同意		普通		同意		非常同意		平均同意度
	人	%	人	%	人	%	人	%	人	%	
1. 取得乙級喪禮服務技術士	19	4.7	53	12.8	136	37.3	109	27.1	74	17.0	3.41
2. 修習相關課程20學分	40	8.7	69	16.8	123	34.5	85	20.7	72	17.6	3.24
3. 相關工作經驗2年以上	13	3.5	13	3.5	118	28.0	115	27.2	129	35.7	3.78

註：部份業者未填或未全填

2. 統計說明：

殯葬業者認為取得禮儀師最主要的條件為相關工作經驗 2 年以上，其次才為取得乙級喪禮服務技術士及修習相關課程 20 學分。

(二) 規模及禮儀師配置

1. 殯葬業者需要禮儀師之規模分析如表 5-29。

表【5-29】殯葬業者需要禮儀師之規模分析

項目	家數	百分比
1. 一定需要	248	61.0%
2. 具一定規模才需要	140	38.0%

註：21 家業者未填

2. 而填寫具一定規模才需要的業者，進一步分析如表 5-30。

表【5-30】具一定規模應置禮儀師分析

項目	家數(複選)	平均值
1. 資本額在一定規模者	114	747.17 (萬)
2. 服務件數在一定數量者	125	125.20 (件)
3. 專職員工人數達一定人數者	120	14.45 (人)

註：部份業者未填

3. 統計說明：

由表 5-29 及表 5-30 顯示，殯葬業者認為所有業者都需要配置禮儀師者最多，共有 248 家，占百分比 61.0%；其次認為具一定規模者才需要，共有 140 家，占百分比 38.0%。

此外，具一定規模才需要的條件統計中，殯葬業者認為資本額在 747 萬、服務件數每年在 125 件，或專職員工人數達 14 人才符合規模條件，必需設置禮儀師。

(三) 其他建議如下：

- (1). 禮儀師須設置，才可從事殯葬業，對於考取者也才有保障。
- (2). 取得禮儀師之執照，工作經驗應比修習相關學分重要，學分未必有效，且該工作相關經驗應增至 4~5 年以上。
- (3). 應杜絕仲介及無照營業者。
- (4). 很多禮俗因地域而有不同，因制訂標準來區分。
- (5). 禮儀師需具備高度專業的知識水平、道德觀與修養，才能正確引導喪家。
- (6). 請建立大體美容師考照制度，遵照專業分工。
- (7). 學歷不等於能力，合理的知識與專長訓練才是禮儀師應強調的重點。
- (8). 各地風俗禮儀皆有不同，因此一定要有不一樣的認同，實際的工作經驗比文憑重要。
- (9). 取得證照固然重要，但仍須以地方性不同、因地制宜來作規範。
- (10). 禮儀社皆執行禮儀服務者，本應具備國家認可之資格，來確保服務品質，不應由「是否具有一定規模來判定」。
- (11). 透過學習，將禮儀與實務結合，同時兼具相關課程內容，以補不足
- (12). 將紊亂參差不齊的殯葬亂象予以合理適度之修正和規範，方能提昇禮儀人員之社會觀感及地位，對家屬亦更有保障。
- (13). 殯葬業應具一定規模才需設置禮儀師，否則傳統業者會受衝擊。

二、生前殯葬服務契約經營規範議題

1. 生前殯葬服務契約經營規範的同意度，統計結果如表 5-31。

表【5-31】生前殯葬服務契約經營規範同意度

項目	非常不同意		不同意		普通		同意		非常同意		平均同意度
	家數	%	家數	%	家數	%	家數	%	家數	%	
1. 3000萬元以上資本額	42	10.3	59	14.7	114	27.2	85	21.0	104	25.7	3.37
2. 預收款75%交付信託	22	5.5	40	8.8	109	27.3	83	20.6	133	36.7	3.73
3. 最近三年平均稅後無虧損	16	4.0	37	8.1	117	32.7	81	20.2	120	33.6	3.73

註：部份業者未填或未全填

2. 統計說明：

殯葬業者認為目前生前契約經營者之規範，其中，最近三年平均稅後無虧損及預收款75%交付信託的平均同意度相同，各為3.73。其次為3000萬元以上資本額，其平均同意度為3.37。

三、業者對政策建議

整理如下：

1. 各地火化規費、館費不一，隱含紅包文化。
2. 應限制乙級技術士應考資格，需具備確實服務於殯葬業三年以上的資歷。
3. 生前契約及靈骨塔販賣，政府應限制業者勿過度擴張及超賣。
4. 殯葬服務業應規劃為特殊行業。
5. 改善台灣的殯葬技術產業，還有很大的提昇能力。
6. 有關禮俗、紙紮、燃燒金紙方面，因有個統一規定。
7. 各地火化規費太高。
8. 專業禮儀師的設置應盡快普及。
9. 對生前契約之經營、預收款 75% 交付信託，未能徹底執行，造成許多業務上之行為不當，引起喪家的抱怨。
10. 對於無公司行號之個人戶葬儀人員，政府應計劃該如何管制，不可因家屬自辦而傷害到合法的公司。
11. 醫院附設往生室，由集團占據，標金超高，不太合理。
12. 應嚴禁醫院往生室有殯葬相關業者進駐。
13. 政府應說明為何市立殯儀館周遭不可申請葬儀公司執照。
14. 應明文規定公司從事此相關事業服務，需具備經營執照。
15. 針對無照之業者，應加強輔導，取得證照。
16. 應落實殯葬管理條例之規則，對不合法的業者，確實取締，限期改善。
17. 如：市區寺廟附設納骨塔變相經營，低價促銷，不開發票，且消防設備不良等。

18. 對於財團殯葬公司發展太過放任，市場公平交易失去平衡。
19. 非合法業者辦理殯葬業務，對於合法業者不公平。
20. 禮儀殯葬服務，應可有殯葬用品的販賣。
21. 請強制執行殯葬法規第五十四條。
22. 政府應鼓勵人民自然葬，讓遺骨回歸自然。
23. 應徹底杜絕警消人員與殯葬業者有所掛勾。
24. 應防止圖利的大財團、大公司壟斷市場，這樣無以保障客戶後續之利益檔。
25. 強力推動舊有公墓重造、公園化。
26. 對於小型殯葬業者，希望政府能多加關懷。
27. 生前契約經營者之帳面財務報表與實際營收狀況，應確實審查，並非只看表面的美化報表。
28. 坊間生前契約商品雜亂，應更嚴格管控監督，禮儀師法遲遲未見出爐，公部門毫無前瞻性。
29. 政府應規範醫院，不應該有圍標殯葬事宜，應尊重亡者家屬意願選擇。
30. 希望內政部開設相關課程讓業者進修，然後由內政部頒發認同文件證明。
31. 政府對禮儀社的立案太過草率，應定時的採取追蹤、查看，並予以指導、糾正或改進。
32. 希望政府能改良殯葬業者相關之國家考試中所需應用或提供的資源。

第六章 研究發現(二):深度訪談結果

第一節 深度訪談架構

深度訪談的方式乃是在自然情境下，研究者與被研究者透過雙方溝通的互動過程，研究者蒐集關於被研究者的口語或非口語訊息，而可以更深入的去全面理解所要研究的對象。

本研究依殯葬禮儀服務業核心能力與經營型態共訪談了 11 個個案，分別以產業轉變之時間序列，及經營核心能力之轉移，與後期加入之競爭者，為訪談對象：在早期殯葬之產業核心能力多半圍繞在傳統禮儀服務、誦經法事、式場佈置，與歛殯相關用品等經營型態，不外乎經營法事、花店、告別式佈置、百貨售販、棺木買賣及造墓、撿骨 等等，其多半為單項專業經營，隨著社會的變遷與產業的衝擊及人們生活型態的改變，上述業者也逐漸從其核心能力出發，進而轉向承攬喪葬禮儀全程服務之業務，且因應老人化、少子化及喪殯儀軌日漸減化的社會變遷需求，安養院(含榮民安養)百年後進而往生服務、醫院往生室附設歛殯之服務，及生前契約殮殯葬一元化服務 等等，大致勾勒出現行殯葬產業的內容與輪廓，近年來，更有企業專責訓練殯葬各類技術工種，支應業界從事殯葬服務時之人力需求，儼然成為殯葬產業的新興業種。

本研究採取「半結構式問卷」，即進行的方式是研究者事先擬出大綱，提供與訪問者作為發問的依據，但訪問者不須依照問題的順序來訪問，仍可視受訪者回答隨時調整、延伸問題。此方法可以控制問題的方向，確保訪談品質，縮短訪談耗費的時間。

問卷題目共有八題，說明如下：

- 一、目前服務案件平均每個月多少件?每件多少金額，(最大多少件?最少多少件? 最大多少金額?最少多少金額?)
- 二、在經營上面臨最大的困難是什麼?有何解決之道?

- 三、殯葬產業可能會面臨哪些挑戰？有何因應對策？
- 四、最近？室效應的結果，使得大家對於環保與排碳量的問題受到重視，殯葬業應如何做？請問平均一件案件，用紙量大約多少金額？有可能減低嗎？您的看法是？
- 五、針對具一定規模者，必須設置禮儀師，您認為一定規模應該有哪些條件？
- 六、生前契約業者應具備哪些條件才合理？
- 七、對殯葬管理條例，您認為有哪些不適當？哪些可以增列？
- 八、您對殯葬服務業的看法為何？

訪談個案類型如下：

1. 以安養院出發進而投入葬儀工作
2. 以道教法事進而從事葬儀工作
3. 以棺木販售、入殮服務進而投入葬儀工作
4. 以佛教法事進而從事葬儀工作
5. 從事葬儀工作並承接生前契約業者（如龍巖？國寶）之履約案件，進而支援部分人力派遣
6. 以花店及式場規劃進而投入葬儀工作
7. 以榮民之家為業務主軸
8. 自有奠儀會場及告別光碟為核心能力
9. 以禮儀服務之人力派遣為核心主軸之公司
10. 以承接醫院往生室為核心主軸之禮儀公司
11. 企業本身經營生前契約、禮儀服務及墓園販售等三合一經營模式

訪談問題經專家效度檢驗，並進行預試修正訪談問卷後，自 97 年 9 月 3 日至 11 月 16 日止，共進行 11 家個案公司之訪談，每次 90 分鐘。將訪談記錄置於附錄（四）。

第二節 訪談發現

我們將以上 11 個個案訪談結果，按照八個問題之回答，整理如表 6-3 至表 6-6。

表【6-3】訪談問題與個案訪錄整理表（一）

訪談問題 個案	問題一、目前服務案件平均每個月多少件？每件多少金額？(最大多少件？最少多少件？最大多少金額？最少多少金額？)	問題二：在經營上面臨最大的困難是什麼？有何解決之道？
A1 公司： 以安養院出發進而投入葬儀工作	每個月平均 3 - 5 件 每件金額：佛教、基督教大約 10~15 萬，一般道教大約 20 萬(火化不含塔位)，若含塔位私人 3~20 萬左右，公家很便宜 7~8 萬(含管理費 1.5~2 萬)。一般土葬大約 31 萬。	面臨問題：價格競爭，同業的惡性競爭的問題 解決方法：設立網站，製作手冊，行銷及宣傳。
A2 公司： 以道教法事進而從事葬儀工作	每個月平均 2-3 件。 案件金額則配合喪家的需要做調整。以道教來講大約在十五萬到三十萬之間。	面臨問題： 一、生前契約所造成的衝擊 二、醫院招標及堂口等問題。 解決方法： 一、提升自己的實力，例如：參加政府的丙照考試以及進修學分班。 二、由於是家族事業可以節省人事方面的開銷。
A3 公司： 以棺木販售，入殮服務進而投入葬儀工作	每個月平均大約 10 件左右	面臨問題： 一、販賣生前契約的競爭者，以及資金雄厚的業者。 二、有人情包袱。

訪談問題 個案	問題一、目前服務案件平均每個月多少件？每件多少金額？(最大多少件？最少多少件？最大多少金額？最少多少金額？)	問題二：在經營上面臨最大的困難是什麼？有何解決之道？
		解決方法：希望透過喪禮服務人員技術師的考試，能夠有機會轉型。
A4 公司： 以佛教法事進而從事葬儀工作	每個月平均 2 件，最多 8 件，最少就都沒有。 價格請喪家自己訂，差不多平均十幾萬。	面臨問題：價格競爭，同業的惡性競爭。 解決方法：期望政府能辦理證照，來牽制業者穩定市場，讓殯葬業能有一定的規範。
A5 公司： 從事葬儀工作並承接生前契約業者之履約案件進而支援部分人力派遣	每個月平均大約 20 件 每件金額大約 15 萬，教會則大約 7-8 萬。	面臨問題： 一、人口少，人口老化。 二、一般年輕人素質不夠，無法吃苦耐勞。 解決方法：目前尚未找出解決之道。
A6 公司： 以花店及式場規劃進而投入葬儀工作	受訪者無法確切說出一個數據	面臨問題：同行削價，競爭激烈 解決方法：認為規模大的公司才會有所謂的解決之道，小規模沒有
A7 公司： 以榮民之家為業務主軸	每個月平均的服務案件為 80 幾件 最大值 100 件，最小值 40 件，最大 40 多萬（火葬），最小 2 萬多	面臨問題：案件減少，因為 一、樹大分支：親戚與員工瓜分掉原有客源與市場。 二、一人公司(蟑螂族)：員工再學成出去開公司。 三、警消單位與不肖業者的掛鉤。

訪談問題 個案	問題一、目前服務案件平均每個月多少件？每件多少金額？(最大多少件？最少多少件？最大多少金額？最少多少金額？)	問題二：在經營上面臨最大的困難是什麼？有何解決之道？
		解決方法： 一、利用登報宣導警消惡劣行為應杜絕，讓一般民眾了解相關訊息，也讓業者知道，也希望政府知道並制止警消。 二、後續關懷，永續經營。
A8 公司： 以自有奠儀會場及告別光碟為核心能力	每個月平均 33 件，最大件數 57，最少件數 30，平均 33~35 左右。 平均 15 萬，最大 120、130 萬，最少五萬	面臨問題：通路，案件的來源擴張通路 解決方法： 一、醫院的標案 二、告別式場的感性影響其他的人
A9 公司： 以禮儀服務之人力派遣為核心主軸之公司	每個月平均件數大約在 20~40 件，每件金額大約數千元不等。 案件金額大約 30 萬左右，依照廠商整場下來的話大約是在 30 萬左右，但是 30 萬並不包還都是同一個人做的。	面臨問題： 站在禮儀社的角度來回答此題，覺得是削價競爭，同業的惡性競爭。 站在本身提供人力資源的立場上，並沒有感受到太大的困難點。 解決方法： 提升本身的實力。
A10 公司： 以承接醫院往生室為核心主軸之禮儀公司	平均每個月案件數在 90-100 最多大約 90-100 的案件數，最少大約 70 個案件數 最高金額到 30~50 萬，最少金額 2~3 萬	面臨的問題： 一、經營上的困難在於大環境的影響 二、在削價的部份也會有，還有就是用不同型態的情

訪談問題 個案	問題一、目前服務案件平均每個月多少件？每件多少金額？(最大多少件？最少多少件？最大多少金額？最少多少金額？)	問題二：在經營上面臨最大的困難是什麼？有何解決之道？
		<p>況去反應市場情況。</p> <p>解決方法：提升服務品質最重要</p>
<p>A11 公司：</p> <p>企業本身經營生前契約、禮儀服務及墓園販售等三合一經營模式</p>	<p>每月平均案件三百件左右</p> <p>平均金落 20 萬元上下(百分之九十五皆以公司過往銷售之生前契約申請履約(契約價多為 20 萬以下，再加上市府規費與部份更添商品)</p> <p>目前承辦過案件最大金額逾五百萬，</p> <p>最小金額為 0(公司成立基金會回饋的無力殮葬補助)</p>	<p>面臨的問題：生前契約百分之七十五交付信託後，又提出退款需高達八成，雖能正面提升消費者權益保障，但同時卻也造成公司經營衝擊。</p> <p>解決方法：</p> <p>一、太平間招標案，藉此開拓生前契約以外經營空間。</p> <p>二、針對未來商品重新規劃開發方向。</p>

表【6-4】訪談問題與個案訪錄整理表(二)

訪談問題 個案	問題三、殯葬業者可能會面臨 哪些挑戰？有何因應對策？	問題四：最近溫室效應的結 果，使得大家對於環保與排 碳量的問題受到重視，殯葬 業應如何做？請問平均一 件案件用紙量大約多少金 額？有可能減低嗎？你的 看法是？
A1 公司： 以安養院出發進而 投入葬儀工作	<p>面臨挑戰：面臨大財團的品質及品牌挑戰。</p> <p>因應對策：提升自己本身的品質，以及人際關係的建立。以及學習大財團優良的部份。</p>	<p>平均用紙量：大約用紙量金額是 3000 元</p> <p>對於減低用量的看法以及如何做：對於焚燒金紙所造成的環境污染，並不能強迫消費者不燒，但可以跟家屬宣導燒少一點，尤其是不要焚燒衣物。</p>
A2 公司： 以道教法事進而從 事葬儀工作	<p>面臨挑戰：生前契約是經營上的困難也是殯葬業所面臨的挑戰。</p> <p>因應對策：</p> <p>一、給於主家特別的服務，不像大企業受限於某些限制無法變通。</p> <p>二、透過良好的人際關係，來經營本身的行業。</p>	<p>平均用紙量：一個案件平均金紙量約 6-7 千左右。</p> <p>對於減低用量的看法以及如何做：對於燃燒金紙所造成的環保問題，主要是在燃燒往生者的衣物上，而非金紙上。仍會盡到告知責任，但基於業者的角度仍希望燒越多越好。</p>
A3 公司： 以棺木販售，入斂服 務進而投入葬儀工 作	<p>面臨挑戰：認為殯葬行業比較容易入門，具有一定技術者就容易自行創業。</p> <p>因應對策：建立良好人脈透過人際關係及口碑</p>	<p>平均用紙量：受訪者無法具體描述，只回答大概差不多三個三個鐵桶的量。</p> <p>對於減低用量的看法以及如何做：基於業者的角度仍希望燒越多越好。</p>

<p>訪談問題</p> <p>個案</p>	<p>問題三、殯葬業者可能會面臨哪些挑戰？有何因應對策？</p>	<p>問題四：最近溫室效應的結果，使得大家對於環保與排碳量的問題受到重視，殯葬業應如何做？請問平均一件案件用紙量大約多少金額？有可能減低嗎？你的看法是？</p>
<p>A4 公司：</p> <p>以佛教法事進而從事葬儀工作</p>	<p>面臨挑戰：</p> <p>一、大財團或蟑螂族並不是殯葬業所面臨的挑戰，因為各走各的路。</p> <p>二、認為「認知」上有所問題，期望透過教育加強。</p> <p>因應對策：由於在場的師父宣揚佛法及理念，因此這部份受訪者回答較少。(以師父回答居多)</p>	<p>平均用紙量：由於受訪者所經營的公司以純佛教為主，因此對於焚燒金紙並不贊成。</p> <p>對於減低用量的看法以及如何做：受訪者回答較少，以師父回答居多。</p>
<p>A5 公司：</p> <p>從事葬儀工作並承接生前契約業者之履約案件進而支援部分人力派遣</p>	<p>面臨挑戰：對於非會員不能進來做登記，以及使用殯儀館這種公家東西。但是卻有法律漏洞，家屬可以自辦。</p> <p>因應對策：</p> <p>一、各縣市是否能夠制止所謂的家屬自辦，以防堵殯葬蟑螂或跑單幫的行為產生。</p> <p>二、希望透過大財團來競爭，進而能夠提升業者，讓業者在服務、品質方面、價格方面，都可以透明化。</p> <p>三、若能改變經營方式，將所有價錢透明化後，再把自己的服裝儀容調整好，將服務、態度跟品質做出來，相信財團絕</p>	<p>平均用紙量：平均一個案子辦下來有燒金紙的話，金額大概最多差不多 10 萬。</p> <p>對於減低用量的看法以及如何做：</p> <p>一、不會去鼓勵不要燒金紙，只能盡量鼓勵喪家不要燒太多。</p> <p>二、最大的汙染源不是在於焚燒金紙，而是再焚燒往生者的衣物。</p> <p>三、政府要有配套措施，來獎勵或補助大家做環保。</p> <p>四、鼓勵喪家使用環保金紙。</p>

<p>訪談問題</p> <p>個案</p>	<p>問題三、殯葬業者可能會面臨哪些挑戰？有何因應對策？</p>	<p>問題四：最近溫室效應的結果，使得大家對於環保與排碳量的問題受到重視，殯葬業應如何做？請問平均一件案件用紙量大約多少金額？有可能減低嗎？你的看法是？</p>
	<p>對不是對手。所以害怕的是自己不願意做改變，不要想進步。</p>	<p>五、設置環保焚化爐。</p>
<p>A6 公司：</p> <p>以花店及式場規劃進而投入葬儀工作</p>	<p>面臨挑戰：認為殯葬產業人格、品格、品性都有需要再進步</p>	<p>平均用紙量：平均用紙量大約 10,000 元</p> <p>對於減低用量的看法以及如何做：若不燒需事先去徵求主家的意見，若真的有辦法去節能省碳，去面對環保問題的話，非常願意配合。道德教育是主要問題，除了殯葬業需要受教育之外，我們還要去教育主家，政府也要有一套措施。</p>
<p>A7 公司：</p> <p>以榮民之家為業務主軸</p>	<p>面臨挑戰：因為大型企業的進入減少案件</p> <p>因應對策：</p> <p>一、與大公司做企業聯盟，會幫他們做案子。</p> <p>二、要開發 ”生前契約”。</p>	<p>平均用紙量：平均案件燒金紙量在 5000~10000 元。</p> <p>對於減低用量的看法以及如何做：比較不好更改，家屬對此問題會不同意，也認為環保的東西比較貴。</p>
<p>A8 公司：</p> <p>以自有奠儀會場及告別光碟為核心能力</p>	<p>面臨挑戰：關鍵性的掌控。</p> <p>因應對策：關鍵性掌控就是 ”回憶錄”</p>	<p>平均用紙量：大概 10,000 元</p> <p>對於減低用量的看法以及如何做：紙錢不行不燒，因為長輩很重視，但是我們會鼓勵家屬用最少的，硬體設備的部分也可以</p>

<p>訪談問題</p> <p>個案</p>	<p>問題三、殯葬業者可能會面臨哪些挑戰？有何因應對策？</p>	<p>問題四：最近溫室效應的結果，使得大家對於環保與排碳量的問題受到重視，殯葬業應如何做？請問平均一件案件用紙量大約多少金額？有可能減低嗎？你的看法是？</p>
		<p>藉由重覆使用降低成本也能減少浪費，就如同大布畫(EX. 往生者的影像)的部分，若是有硬體設備的話，只需要內投影外投影就可以將要的東西投影上去，就可以不用大布畫(塑膠材質)，還要浪費及焚燒。</p>
<p>A9 公司：</p> <p>以禮儀服務之人力派遣為核心主軸之公司</p>	<p>面臨的挑戰：集團化，需面臨大財團的品質及品牌挑戰。好比一般傳統商店須面對 7-11 的競爭相同。</p>	<p>目前用紙量：平均一個案件大約用紙量金額是 6000-7000 左右。</p> <p>對於減低用量的看法以及如何做對於減低用量的看法以及如何做：對於焚燒金紙所造成的環境污染，並不能強迫消費者不燒，但可以跟家屬宣導燒少一點。</p>
<p>A10 公司：</p> <p>以承接醫院往生室為核心主軸之禮儀公司</p>	<p>面臨的挑戰：最大的挑戰在於消費者身上</p> <p>因應的對策：提昇服務品質</p>	<p>目前用紙量：用紙量這個部份到沒有特別的去算</p> <p>宣導盡可能減少焚燒衣服以及金紙，盡量減到最少。</p>
<p>A11 公司：</p> <p>企業本身經營生前契約、禮儀服務及墓園販售等三合一經營模式</p>	<p>面臨的挑戰：</p> <p>一、認為禮儀師證照推動對於傳統殯葬業是相當大的挑戰，但相當樂見於透過認證方式提昇整體殯葬禮儀服務品質。</p> <p>二、未來相關法令規範與限制，希望能藉透過長期的互動溝通，讓主管機關深入了解經營業者困難與</p>	<p>目前用紙量：平均關於紙類用品金額約為 2 萬元(售價)</p> <p>對於減低用量的看法以及如何做對於減低用量的看法以及如何做：相當關切與矚目這個議題，自去年起公司已開始執行愛護地球規範，減</p>

<p>訪談問題</p> <p>個案</p>	<p>問題三、殯葬業者可能會面臨哪些挑戰？有何因應對策？</p>	<p>問題四：最近溫室效應的結果，使得大家對於環保與排碳量的問題受到重視，殯葬業應如何做？請問平均一件案件用紙量大約多少金額？有可能減低嗎？你的看法是？</p>
	<p>現況。</p> <p>三、如何超越客戶的期待，讓殯葬服務能感動人心。</p> <p>因應的對策：將殯喪事業當成服務業不斷提升。</p>	<p>少免洗碗筷使用量。現行每案，除不主動鼓勵家屬焚燒大量紙錢、庫錢、紙紮外，另也請廠商開發環保紙錢，希望藉此減少對環境的汙染。但現況家屬多會受家中長輩影響，故部份客戶仍會堅持購買紙紮類商品焚燒，此情形實難避免，尤以越往南部情形越為明顯。</p>

表【6-5】訪談問題與個案訪錄整理表(三)

訪談問題 個案	問題五、針對具一定規模者，必須設置禮儀師，您認為一定規模應該有哪些條件？	問題六：生前契約業者應具備哪些條件才合理？
A1 公司： 以安養院出發進而投入葬儀工作	設置禮儀師是必要的，但必須全程家屬窗口透明化	都合理，因為這樣才能保障消費者
A2 公司： 以道教法事進而從事葬儀工作	對於設置禮儀師表示認同，至少名稱比傳統俗稱的「土公仔」好聽。在一定規模所應具備的條件上，受訪者並無確切回應。	受訪者對於生前契約的條件並不清楚。
A3 公司： 以棺木販售，入斂服務進而投入葬儀工作	由於風俗民情的關係，禮儀師在鹿港目前並不盛行	受訪者對生前契約比較不了解
A4 公司： 以佛教法事進而從事葬儀工作	受訪者並無回答，由在場師父做回應，正面回應不多。	對於生前契約所應具備哪些條件才合理，並無正面回應。
A5 公司： 從事葬儀工作並承接生前契約業者之履約案件進而支援部分人力派遣	設置禮儀師才能提升殯葬產業，但需要有一定的配套措施，比如說以東部地區，就不要規定的太嚴格。或是說財團方面要限制的比較嚴格。	生前契約這些條件是合理的，但是在信託方面要嚴格執行。
A6 公司： 以花店及式場規劃進而投入葬儀工作	不論規模大小，都需要設置禮儀師，需具備執照。	一、認為政府所制定的契約都很合理 二、應具備一定的規模化。
A7 公司： 以榮民之家為業務主軸	認為每一家都需要，資本額在一百萬以下就要設置一位禮儀師，資本額愈多需要設的愈多。	一、資本額達 3000 萬以上，75%交付信託。 二、近三年內無虧損。

		三、申請為合法公司。
訪談問題 個案	問題五、針對具一定規模者，必須設置禮儀師，您認為一定規模應該有哪些條件？	問題六：生前契約業者應具備哪些條件才合理？
A8 公司： 以自有奠儀會場及告別光碟為核心能力	對於設置禮儀師一事，認為有待商確，因每一個執行單位工作量以及內容不同。	一、三千萬的資本額、三年內無虧損，這些條件對於有心想要做生前契約的人來說太簡單，認為管轄單位要有執行能力，例如：生前契約的 75%信託就是一種管轄。 二、認為生前契約應從市場的物價指數去探討而非單純的管理去考量。
A9 公司： 以禮儀服務之人力派遣為核心主軸之公司	受訪這對於這部份並不是很清楚。	受訪者認為生前契約與老鼠會很雷同，一個拉一個。不希望生前契約用直銷的方式來走。
A10 公司： 以承接醫院往生室為核心主軸之禮儀公司	一定規模本來就應具備相當的專業知識或證照，因為這樣才能夠有保障，若沒有這些保障那誰都能當。	合理不合理我覺得就是照法律來走，就是最公平的，一切按照法律來做。
A11 公司： 企業本身經營生前契約、禮儀服務及墓園販售等三合一經營模式	資本額與員工人數多寡皆無法代表該公司每月所服務個案數量，而禮儀師最主要服務對象為家屬，故建議規模以服務案件量為主，方能有效藉證照考取制度保障消費者權益與服務品質。	1. 退款八成不公平。 2. 契約執行人不符合實務運作應刪除。 3. 家用型及自用型應整合為一。

表【6-6】訪談問題與個案訪錄整理表(四)

訪談問題 個案	問題七、對殯葬管理條例，您認為有哪些不適當？哪些可以增列？	問題八：您對殯葬服務業評鑑的看法如何？
A1 公司： 以安養院出發進而投入葬儀工作	認為二項不適當： 一、醫院不得設置太平間(期望政府的 5 年落日條款可以真的實施)。 二、寺廟不得設置納骨塔。	一、評鑑的制度要公平性，要訴諸文字化有一套完整的評鑑制度 二、讓評鑑績優的廠商有機會可以曝光
A2 公司： 以道教法事進而從事葬儀工作	對於管理條例的部份都均表認同。 對於管理條例中，醫院不能有業者進駐的部份，期望政府能實際的執行。	一、對於評鑑雖不清楚，但仍抱持正面的態度。 二、希望能給於評鑑績優的業者鼓勵，增加曝光的機會。
A3 公司： 以棺木販售，入斂服務進而投入葬儀工作	受訪者對殯葬管理條例不了解	受訪者認為評鑑並不需要，因為對他們而言並沒有幫助。
A4 公司： 以佛教法事進而從事葬儀工作	條例沒有不適當，但無法實際落實。	對於資本額超過三千萬的財團，才需要評鑑，對於一般傳統的小公司並不需要。
A5 公司： 從事葬儀工作並承接生前契約業者之履約案件進而支援部分人力派遣	一、認為目前最不合理的就是醫院設置太平間。 二、希望政府五年後能夠真正做到五年落日條款。	一、對於評鑑相當支持，並且希望能夠嚴格執行。 二、希望能夠做到公平性、制度化讓績優廠商有機會曝光或公佈。 三、讓消費者得到好的服

訪談問題 個案	問題七、對殯葬管理條例，您認為有哪些不適當？哪些可以增列？	問題八：您對殯葬服務業評鑑的看法如何？
		務，並且提升品質，創造業者跟消費者雙贏。
A6 公司： 以花店及式場規劃進而投入葬儀工作	認為殯葬管理條例合理且適當，可增列禮儀師的部份	樂意配合，樂觀其成，間接整合殯葬業的人員品質及素質。
A7 公司： 以榮民之家為業務主軸	個案對於殯葬管理條例並不是很了解，希望政府可以加強宣導	相當的同意，認為這樣的作法可以提升業界的素質，讓不合法及層度較低的公司自然在市場上消失，若是政府有宣導加上自己的宣導，未來可能也會影響到服務案件的多寡，所以越嚴格執行的話越好。
A8 公司： 以自有奠儀會場及告別光碟為核心能力	受訪者沒有回答	不認為現在的評鑑、照對於整個殯葬文化有提升，或是影響性。
A9 公司： 以禮儀服務之人力派遣為核心主軸之公司	受訪者表示沒有研究，但是認為條例內容都不適當！例如：「禮儀師」沒有明文規定。因此認為管理條例都不是很適當。	認為沒有一套完整的評鑑制度，也沒有什麼獎勵之類的，但表示支持。
A10 公司： 以承接醫院往生室為核心主軸之禮儀公司	受訪者認為條例的部份是非常法規性的、蠻複雜的。	認為評鑑是很繁瑣，例如：很多東西要有表單，還要靠制度去經營出來，雖然繁瑣還是要去做，做了對消費者也好，對我們公司本身也好都是一個保障，其實都很正面。

<p>訪談問題</p> <p>個案</p>	<p>問題七、對殯葬管理條例，您認為有哪些不適當？哪些可以增列？</p>	<p>問題八：您對殯葬服務業評鑑的看法如何？</p>
<p>A11 公司：</p> <p>企業本身經營生前契約、禮儀服務及墓園販售等三合一經營模式</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1.開放禮廳單獨設置(奠儀館或禮儀館) 2. 寺廟附設納骨塔問題 3. 寵物墓園立法 4. 生前契約預收款項之履約保障機制開放履約保證及履約保險多軌制、與 75%信託運用範圍納入本業投資以提升履約服務品質。 5.提撥 2%殯葬基金機制不公，建議由公會自律監督機制取代現制，且於配套完整前不宜貿然修法或施行。 6.「一定規模」由中央管理，提高資本額及會計師雙簽 	<ol style="list-style-type: none"> 1.提高公司的曝光率。 2.增加公司的企業形象。

第七章 結論與建議

第一節 結論

本研究係針對我國殯葬禮儀服務業之動態進行調查與分析，主要利用問卷調查法與深度訪談法進行實證資料之蒐。集本節針對殯葬禮儀服務業基礎資料、經營型態、具備能力與對政策的建議四大層面進行歸納。

貳. 殯葬禮服務業基礎資料

有以下之結論：

- (一) 登記資本額 100 萬元以下者 79.3% 顯示，大都為小型規模居多。
- (二) 經營年資 10 以上及 10 年以下各占 50%，顯示新舊業者比例相當。
- (三) 人力資源使用上，有 51% 的業者是由自己公司加上協力廠商或執行團隊共同完成。完全由自己公司執行者僅占 20%
- (四) 每年平均服務件數，有 44% 在 35 件以下，35 件以上者占 56%。
- (五) 每件平均收費，有 78% 業者收費在 20 萬元下，而在 30 萬以下者占 99%，平均每件收費 15 萬元。
- (六) 每件燃燒紙類花費 5,000 元以下者佔 50%，5,000 元以上者占 50%，有 21% 花費 10,000 元以上，平均花費為 6,700 元，約占平均每件花費 15 萬元之 4.5%。

業者亦認為燃燒衣物造成資源浪費或破壞生態的情形亦屬嚴重。業者也希望配合政策，但必須從民眾認知上著手才能改善此一情況。

參. 經營型態

本研究調查以價值活動的從作為經營型態的依據，有以下之結論：

- (一) 殯葬禮儀業者之經營型態只有 14% 從事安葬活動，且海葬、樹葬、花葬等之環保葬較少涉入。
- (二) 殯葬禮儀業者之經營型態有 30% 從事結緣活動較少從事與供應商聯繫，及電子商務。
- (三) 殯葬禮儀業者之經營型態有 52% 從事出殯活動，較少涉及文書撰寫，最多從事會場佈置。
- (四) 殯葬禮儀業者之經營型態有 63% 從事入殮活動，在遺體修護上最少涉入。
- (五) 殯葬禮儀業者之經營型態有 76% 從事後續活動，但悲傷輔導最少涉入。
- (六) 整體而言，殯葬禮儀服務業者，大都從事二項以上價值活動。
- (七) 業者會因登記資本額及人力資源的不同，而有不同的服務內容，而不會因經營年資的不同，而有不同的服務內容

肆. 具備之能力

有以下之結論：

- (一) 業者在 14 項能力中認為最重要的能力依序為：殯葬禮儀、入殮程序、會場佈置、知識管理與擇日知識。而較不重要者依序為電子商務、電腦處理能力及行銷能力。
- (二) 業者認為最滿意的能力依序為入殮程序、會場佈置、殯葬禮儀、擇日知識、及司儀工作。
- (三) 業者認為認同與期望落差較大的能力(即改善空間)依序為殯葬禮儀、知識管理、悲傷輔導、環保責任及臨終關懷。
- (四) 經交叉分析的結果，公司登記資本額的不同，對悲傷輔導與社會公益等能力的重要性有不同的看法。
- (五) 經交叉分析的結果，公司經營年資的不同，對文書撰寫能力的重要性有不同的看法。
- (六) 經交叉分析的結果，公司人力資源的不同對悲傷輔

導，電腦處理能力、電子商務及環保責任能力的重要性有不同的看法。

伍. 對禮儀師政策的建議分析

業者對禮儀師政策的建議，有以下之結論：

- (一) 殯葬業者認為取得禮儀師最主要的條件為相關工作經驗 2 年以上，其次才為取得乙級喪禮服務技術士及修習相關課程 20 學分。
- (二) 殯葬業者認為所有業者都需要配置禮儀師者最多，占百分比 61.0%；其次認為具有一定規模者才需要，占百分比 38.0%。
- (三) 具有一定規模才需要的條件統計中，殯葬業者認為資本額在 747 萬或服務件數每年在 125 件，或專職員工人數達 14 人才符合規模條件，必需設置禮儀師。
- (四) 其他建議：
 - (1). 禮儀師須設置，才可從事殯葬業，對於考取者也才有保障。禮儀社皆執行禮儀服務者，本應具備國家認可之資格，來確保服務品質，不應由「是否具有一定規模來判定」。
 - (2). 取得禮儀師之執照，工作經驗應比修習相關學分重要，學分未必有效，且該工作相關經驗應增至 4~5 年以上。
 - (3). 禮儀師需具備高度專業的知識水平、道德觀與修養，才能正確引導喪家。
 - (4). 學歷不等於能力，合理的知識與專長訓練才是禮儀師應強調的重點。
 - (5). 各地風俗禮儀皆有不同，因此一定要有不一樣的認同，實際的工作經驗比文憑重要。
 - (6). 取得證照固然重要，但仍須以地方性不同、因地制宜來作規範。
 - (7). 殯葬業應具有一定規模才需設置禮儀師，否則傳統業者會受衝擊。

(8). 禮儀師法遲遲未見出爐，公部門缺乏前瞻性。

陸. 對生前殯葬服務契約經營規範之建議分析

業者對生前殯葬服務契約經營規範之建議，有以下之結論：

- (一) 殯葬業者認為目前生前殯葬服務契約經營者之規範，其中，最近三年平均稅後無虧損及預收款 75% 交付信託的平均同意度相同，各為 3.73，其次為 3000 萬元以上資本額，其平均同意度為 3.37。
- (二) 對生前契約之經營、預收款 75% 交付信託，未能徹底執行，造成許多業務上之行為不當，引起喪家的抱怨。建議在執行面採取嚴格方式。
- (三) 生前契約經營者之帳面財務報表與實際營收狀況，應確實審查，並非只看表面的美化報表。
- (四) 坊間生前契約商品雜亂，應更嚴格管控監督，

陸、業者對政策建議之分析

業者對政策之建議，有以下之結論：

- (一) 各地火化規費、館費不一，隱含紅包文化。
- (二) 應限制乙級技術士應考資格，需具備確實服務於殯葬業三年以上的資歷。
- (三) 生前契約及靈骨塔販賣，政府應限制業者勿過度擴張及超賣。
- (四) 殯葬服務業應規劃為特殊行業。
- (五) 有關禮俗、紙紮、燃燒金紙方面，應有統一規定。可從宗教界發起少燒金紙、衣物等來教育民眾。
- (六) 各地火化規費太高。
- (七) 專業禮儀師的設置應盡快普及。
- (八) 對於無公司行號之個人戶葬儀人員(蟑螂族)，政府應計劃該如何管制，不可因家屬自辦而傷害到合法的公司。
- (九) 醫院附設往生室，由集團占據，標金超高，不太合理。應嚴禁醫院往生室有殯葬相關業者進駐。

- (十)政府應說明為何市立殯儀館周遭不可申請葬儀公司執照。
- (十一)應明文規定公司從事此相關事業服務，需具備經營執照。針對無照之業者，應加強輔導，取得證照。
- (十二)應落實殯葬管理條例之規則，對不合法的業者，確實取締，限期改善。如：市區寺廟附設納骨塔變相經營，低價促銷，不開發票，且消防設備不良等。
- (十三)對於財團殯葬公司發展太過放任，市場公平交易失去平衡。
- (十四)禮儀殯葬服務，應可有殯葬用品的販賣。
- (十五)政府應鼓勵人民自然葬，讓遺骨回歸自然。
- (十六)應徹底杜絕警消人員與殯葬業者有所掛勾。
- (十七)應防止圖利的大財團、大公司壟斷市場，這樣無以保障客戶後續之利益檔。
- (十八)強力推動舊有公墓重造、公園化。
- (十九)對於小型殯葬業者，希望政府能多加關懷。
- (二十)政府應規範醫院，不應該有圍標殯葬事宜，甚至有黑道恐嚇事件，應尊重亡者家屬意願選擇。
- (二十一)希望內政部開設相關課程讓業者進修，然後由內政部頒發認同文件證明。
- (二十二)政府對禮儀社的立案太過草率，應定時的採取追蹤、查看，並予以指導、糾正或改進。
- (二十三)希望政府能改良殯葬業者相關之國家考試中所需應用或提供的資源。
- (二十四)民間地理師的影響力很大，常會阻礙殯葬改革。

第二節 建議

壹．對殯葬禮儀服務業者之建議

(一) 強化供應鏈系統管理

1. 公司的價值創造，乃由整個供應鏈系統決定，因此業者對結緣尤其是與供應商及下游廠商結緣，可以創造更大的價值
2. 從本研究調查中，業者在與供應商聯繫項工作，視為經常從事與經營重點者占 45%，顯示超過一半以上業者對此工作忽視。

(二) 深化產品/服務整體價值

1. 目前業者仍然只注意產品的核心利益，對包裝、服務、品牌及口碑並不重視，尤其認為行銷能力的重要性或滿意度皆為倒數第 3，(僅大於電腦處理能力與電子商務)。因此，形成市場淪為價格戰。
2. 深化產品及服務的附加價值，為當務之急。

(三) 加強殯葬禮儀能力

1. 根據本研究之調查，業者最需努力追求的能力第 1 名為殯葬禮儀。
2. 建議公會召集業者與學者整理各地喪葬儀節，去無存菁，建立可行之標準。
3. 公會舉辦殯葬禮儀比賽與觀摹，激發業者之學習與成長之動力。

(四) 重視知識管理

1. 知識管理是本研究調查 14 項能力中，業者最需努力追求的能力中排名第 2。
2. 知識管理程序中最重要的是與顧客共鳴，業者在此項工作亟待加強。
3. 知識管理需要電腦處理能力，而這個能力，是業者最不重視者(倒數第 2 名)。應強化此方面能力。

(五) 重視環保責任

1. 與紙錢製造商合作，製做大面額紙錢，以節省紙強，

或改用花瓣代替紙紮品。

2. 許多硬體設備由重覆使用來達成節能治減碳，降低成本。
3. 使用資訊技術，降低成本(如用投影方式代替大布畫，不用焚燒)。

貳. 對政府及相關部門之建議

分為立即可行及中長期建議，說明如下：

一、立即可行之建議

(一) 禮儀師法應儘速公布

主辦機關：內政部

協辦機關：各縣市政府

1. 業者對禮儀師大都抱持歡迎與期待(61%之業者認為所有業者都要設置)，建議按不同年服務件數(如服務件數50件以下必需設置一位禮儀師，51至100件必需設置二位禮儀師，每增加50件需再增一位禮儀師等等)而有不同之規範。此建議之基礎是依據治喪平均以七天計算，一年中一位禮儀師可服務50個顧客。如以資本額規範，業者會以降低資本額規避之。如以專職員工數規範，業者會以降低員工數規避之。
2. 禮儀師的資格，業者認為工作經驗最重要。
3. 禮儀師取得資格應儘速公布，做為業者自我提昇能力之努力的標竿。

(二) 對於無公司行號之個人戶葬儀人員(蟑螂族，跑單幫)，政府應加強管制，不可因家屬自辦而傷害到合法的公司。

主辦機關：內政部

協辦機關：各縣市政府

1. 縣市政府應嚴格取締沒有立案或備查之個人戶或行號經辦殯葬行為。
2. 加強監督及輔導。

(三) 應徹底杜絕警消人員與殯葬業者有所掛勾

主辦機關:內政部警政署

協辦機關:各縣市政府

1. 各地公會可利用資訊管道(如登報)宣導警消惡劣行為,讓一般民眾了解相關訊息,也讓業者知道,也希望政府知道並嚴厲制止警消人員收受回扣之行徑。法規已有規範,執行面必須加強。
2. 由縣市政府將殯葬評鑑優良公司名單提供給警消人員,明定警消人員在亡者家屬無法或不堅持指定葬儀公司服務時,方可推薦評鑑優良之業者。

(四) 政府應規範醫院,不應該有圍標殯葬事宜,甚至有黑道恐嚇事件,應尊重亡者家屬意願選擇,對五年落日條款應確實執行

主辦機關:內政部

協辦機關:各縣市政府

1. 許多業者對於醫院附設往生室,由集團占據甚為不滿,雖然「殯葬管理條例」修訂,明訂落日條款,規定五年內殮、殯、奠、祭等設施全面自醫院撤離,但許多業者擔心集團業者在醫院附近設據點,就近接近亡者家屬,進行不正當的推銷行為,無法斷絕集團或黑幫堂口壟斷在醫院死亡之殯葬業務。
2. 對五年落日條款應確實執行,許多業者仍然不知道此政策,應加強宣導,並要顯現政府之承諾與決心,以解業者之疑慮。

(五) 加強對經營生前殯葬服務契約業者之監督

主辦機關:內政部

協辦機關:各縣市政府

1. 確實追蹤 75%交付信託的執行情形,不只是帳面資料,應成立督導專案小組,架設專屬網站,定期公布現況,提供民眾透明資訊。
2. 管轄單位要有足夠的執行力,而不是只審核條件就可以上了。

3. 督導專案小組亦要監督業者是否過度擴強。

一、中長期建議

(一) 強化在殯葬活動中節能減碳之措施

主辦機關：內政部、行政院環境保護署

協辦機關：各縣市政府

1. 根據本研究調查平均一件殯葬活動，要花費約 7000 元之紙錢，還會燒紙製品及衣物等，造成浪費與生態破壞。
2. 結合宗教界人士宣導少燒紙錢，教育民眾，改變認知及態度。
3. 結合紙錢製造業者推動大面額紙錢，以減少燃燒量，並獎勵環保的香燭、紙錢之推動(如石頭製成之紙類)。
4. 學校生命教育中強化節能減碳的觀念。

(二) 加強殯葬禮儀服務業之評鑑制度

主辦機關：內政部

協辦機關：各縣市政府

1. 提供誘因，如優良之業者公開表揚、主動向社會大？推薦、警消只能推薦優良業者等。
2. 各縣市政府應按照業者基本資料及經營型態之不同而有不同之評鑑表格，而不是都用同一表格。例如某些能力在某些經營型態是不需要的。
3. 對於評鑑應慎重其事，不是走馬看花式的急就章，應視為主辦單位的常態性任務。

(三) 落實證照制度以提昇殯葬禮儀服務業之專業素養

主辦機關：內政部

協辦機關：行政院勞工委員會、各縣市政府

1. 修法訂定須持有喪禮服務技術士證照者，才能執行殯葬禮儀服務工作。

2. 小型業者希望政府能輔導業者提昇考試能力。

(四) 加速推動舊有公墓重造，走向環保自然葬

主辦機關：內政部

協辦機關：各縣市政府

1. 各縣市政府加速推動公墓重造，改變民眾對殯葬的刻板印象，有助於促進殯葬改革
2. 環保自然葬可提昇土地利用效率，並對節能減碳有甚大的助益

(五) 推動綠色殯葬公司標章

主辦機關：內政部、行政院環境保護署

協辦機關：各縣市政府

1. 鼓勵殯葬業節能減碳，推動潔葬、少用紙、努力做資源回收，力行節約能源。
2. 定期表揚，並提供獎勵與誘因

參. 對後續研究之建議

本研究提出以下二個方向，做為後續研究之建議：

一、殯葬禮儀服務業能力建構之研究

將殯葬禮儀服務業需要的能力予以研究，並編製能力說明書及編製訓練手冊。此項研究可以有系統的提昇業者的專業能力。

二、殯葬禮儀服務業白皮書之編製

將目前殯葬禮儀服務業經(約 2000 家)進行普查，將基礎資料予以定性與定量，可做為時間縱斷面研究之基礎。

附錄(一) 研究問卷

殯葬產業動態研究問卷

您好！打擾您幾分鐘，我們是中華殯葬教育學會，目前接受內政部委託進行殯葬產業現況之研究，感謝您的撥冗填寫此問卷，將做為本研究之重要結論，個別公司的資料不會公開，亦不會移作他用。您寶貴的意見，可能成為內政部施政的重要依據。讓我們一起共同為殯葬業的健全發展貢獻一分心力。再次謝謝您。

中華殯葬教育學會 理事長 王士峰

秘書長 阮俊中

敬上

九十七年七月

壹、公司基本資料

11. 公司名稱：_____
12. 地址：_____ 網址：_____
13. 聯絡電話：_____ 填寫人：_____
14. 登記資本額： 50萬元及以下 51萬元~100萬元 101萬元~1000萬元 1001萬元~3000萬元 3001萬元及以上
15. 經營年資： 5年及以下 6年~10年 11年~20年 21年~30年 30年以上
16. 每年平均服務件數： 10件及以下 11件~35件 36件~60件 61件~85件 86件及以上
17. 每件服務平均收費： 10萬元及以下 11萬元~20萬元 21萬元~30萬元 31萬元~40萬元 41萬元及以上
18. 每件服務平均燃燒紙類(包括紙錢或紙紮品等)花費：
1,000元及以下 1,001元~5,000元 5,001元~10,000元
10,001元~20,000元 20,001元及以上

19. 貴公司專職員工的人數：

3人及以下 4人~10人 11人~30人 31人~50人 51人及以上

20. 貴公司兼職員工的人力配置：(可複選)

從早期長期配合之執行團隊(工頭領銜)_____人_

各類專長之協力廠商_____人

由人力派遣公司配合_____人

完全由自己公司執行_____人

貳、經營型態與服務內容

請針對以下之服務內容，勾選是否為貴公司目前的經營重點：

從 不 涉 入	偶 爾 涉 入	普 通	經 常 從 事	經 營 重 點
------------------	------------------	--------	------------------	------------------

A. 結緣

1. 與生前契約業者聯繫
2. 販售生前契約
3. 與供應商聯繫
4. 電子商務
5. 臨終關懷

B. 入殮

1. 遺體接運
2. 遺體清潔
3. 遺體化妝
4. 遺體修護
5. 遺體入殮

從不涉入
偶爾涉入
普通
經常從事
經營重點

C. 出殯

1. 會場佈置
2. 司儀工作
3. 文書撰寫
4. 用品、用具販售

D. 安葬

1. 塔位(墓園)經營
2. 塔位(墓園)銷售
3. 海葬
4. 樹葬花葬等

E. 後續

1. 作七提醒客戶
2. 悲傷輔導
3. 百日、對年等後續關懷

參、您認為殯葬業必須具備的能力

針對以下之能力，您認為對殯葬業的重要性為：(請勾選)

非常不重要
不重要
重要
很重要
非常重要

1. 臨終關懷

2. 悲傷輔導

3. 行銷能力

4. 電腦處理能力

5. 電子商務

6. 殯葬禮儀

7. 文書撰寫

8. 司儀工作

9. 社會公益

10. 環保責任

11. 會場佈置

12. 入殮程序

(洗、穿、化)

13. 知識管理

14. 擇日知識

針對以下之能力，您認為貴公司具備此能力的滿意情況為：(請勾選)

非常不滿意
不滿意
滿意
很滿意
非常滿意

肆、對政策的建議

A. 取得禮儀師，需要三個條件，您同意嗎？請勾選，或說明其他意見

非常不同意 不同意 同意 很同意 非常同意

1. 取得乙級喪禮服務技術士

2. 修習相關課程 20 學分

3. 相關工作經驗 2 年以上

其他意見請說明：

1. _____

2. _____

B. 您認為殯葬業具何種規模必須設置禮儀師，請勾選，或說明其他意見

每一家禮儀社都需要

具一定規模者才需要(請勾選以下條件,可複選)

資本額在一定規模者：_____萬

服務件數在一定數量者：每年_____件

專職員工人數達一定人數者：_____人

其他意見請說明：

1. _____

2. _____

C.生前契約之經營者，目前有以下之規範，您認為是否適當？請勾選

非常不適當 不適當 適當 很適當 非常適當

- 1. 3,000 萬元以上資本額
- 2. 預收款 75%交付信託
- 3. 最近三年平均稅後無虧損

D. 針對政府政策，您有哪些建議，請列舉：

- 1. _____

- 2. _____

謝謝您的填寫，敬祝您事事如意，所願皆成

附錄(二) 期中報告審查意見及修正說明

審查委員	審議意見	修正說明
尉遲淦	<p>一、 第七頁 生前契約引進時間不是 83 年而是 82 年請更正。83 年是禮儀服務部門的成立，其中的相關論述不是從先前契約開始發展，而是從納骨塔的預售開始，再有生前契約，請更正。</p> <p>二、 文獻收集除碩士論文外，應再多蒐集期刊與網路相關論文，包括殯葬業評鑑的部份，讓研究更完整，並將研究結果更為凸顯明確，提供後續研究更好的貢獻。</p> <p>三、 殯葬業的經營型態部份可否加入，讓整個研究更完整？</p> <p>四、 有關動機的部份，其中的 4 與 5 可否做更貼切的論述？</p> <p>五、 有關產業的經營內容與項目是否可以加入，未來評鑑才有具體依據。</p> <p>六、 文獻部份是否可以做進一步的整理，看過去的研究成果為何？問題為何？以便凸顯目前研究的可能價值。</p> <p>七、 此計畫目的是為將來政策的制定或相關管理辦法的制定，但整個期中報告則有所偏離主題，偏向企業界的輔導為主，期望在期末報告的時候能做進一步調整。</p>	<p>一、 已在期末報告中更正</p> <p>二、 此方面論文較少，會努力蒐集</p> <p>三、 會納入研究報告</p> <p>四、 已在期末報告中更正</p> <p>五、 會納入研究報告。</p> <p>六、 已在期末報告中更正</p> <p>七、 已在期末報告中更正</p>

	<p>八、第八頁源起的部份是否能交代清楚，內容敘述是否能再補充更為充實。例如：第四點提到新興服務與產品的出現，但前面論述並未提到、第五點有系統的研究殯葬業理論模式產品的出現，是否能敘述目前的研究為何？</p> <p>九、研究主題當中，例如第七點現階段殯葬服務業管理制度建議上，是否能將平均項目列入。</p> <p>十、第十四頁研究背景有 2 點：過去研究調查資料有所缺失，基礎資料尚未建立，重點應放在過去資料缺失。</p> <p>十一、禮儀服務的環境探索跟經營管理構面還未完善的建立，環境探索應客觀的敘述，例如第十九頁、第二十一頁、第二十六頁。</p> <p>十二、產業管理在類型的部份，是按照臨終關懷或電子商務來分，但是一般產業並不是這樣分類，而是以傳統型比方規模有多大或家族企業等來分類，是否能加以補充，知道型態後評鑑才會比較清楚才能區分。</p>	<p>八、會納入研究報告</p> <p>九、期末報告會完整列入</p> <p>十、會納入研究報告</p> <p>十一、已在期末報告中更正</p> <p>十二、已在期末報告中更正</p>
--	--	--

<p>王祿旺</p>	<p>一、公司基本資料不需做信度調查，建議抽掉可解決信度問題。</p> <p>二、第 52 頁所談到的誤差度、落差度、滿意度、平均滿意度、重要度的意義，應從重要度優先處理，而非從誤差值(差異)作改量，建議從新思考。</p> <p>三、第 50 頁建議表 6-19 應加入標準差。</p> <p>四、第 43 頁假說應改為無顯著差異。</p> <p>第 45 頁表 63 應用項目敘述，將假設改為文字來敘述。</p> <p>五、報告內容未描述初試的檢測，而直接論述問卷發放，建議問卷的施測發放過程應再做修正。</p>	<p>一、按照委員意見修正</p> <p>二、按照委員意見修正</p> <p>三、按照委員意見修正</p> <p>四、已將假設修正，並改用文字說明</p> <p>五、期中報告即為預試</p>
<p>曾漢珍</p>	<p>一、所謂的殯葬禮儀服務業動態研究，應呈現出一些資訊項目，可做為未來政策制定與政府管理業者措施的建議，並可做為長期動態的管控之用。</p> <p>二、動態研究應考量殯葬業的特性，有異業結盟，地域別，都市化程度等的不同，而呈現出不同的組織型態與服務內容，應可透過本研究清楚分類。利用原本的基礎資料回應出問題，未來可提供更有效因地制宜的政策與管理方法。</p>	<p>一、按照委員意見修正</p> <p>二、將會納入研究報告考量</p>

	<p>三、應可表達出業者在使用相關殯葬業設施使用上衍生出的相關課題，以做為公部門管理業者的相關措施，並提供有效的管理規範。</p>	<p>三、將會納入研究報告考量</p>
<p>黃有志</p>	<p>一、論文研究報告的撰寫格式宜按學術慣例引用資料宜引註，註明資料出處。</p> <p>二、調查問卷題目之設計應有理論依據，一般從文獻探討而來，至少需有比較表做細部討論，同時應有預試，在檢測其信度效度，目前第一階段是否為預試？</p> <p>三、文獻探討部份宜針對研究目的，即了解產業的本質與特性作分析與整理，並從中企圖建立經營管理層面，此部份並未做好整理研究工作，顯得有些粗糙。</p> <p>四、有關經營型態與服務內容的調查，只用問卷調查似乎有所不是，因為如果能對產業規模有所掌握，其經營型態大體也能有所了解，否則研究結果只是常識性的結果，例如第 49 頁 統計說明一。</p> <p>五、問卷設計應隨產業規模與性質作分類，其中題目內容也應有所不同，不宜以一種問卷做全面普查，例如以地域可分都會型、城鎮型、鄉村型等；或以經營主體分傳統家族型、社區統包型、財團企業型等；以</p>	<p>一、已在期末報告中更正</p> <p>二、第一階段為預試</p> <p>三、已在期末報告中強化</p> <p>四、已在期末報告中強化</p> <p>五、將用個案調查補充此方面之探討</p>

	<p>服務對象則分都市時尚型、逍遙自我型、保守傳統型等，同時研究結果也宜呈現不同類型，其功能與服務過程為何？</p> <p>六、應建立對殯葬禮儀服務業的整個生態團隊其經營手法與經營型態之特殊之處為何？換言之不同類型之服務業其生態構面如何？從中如何了解其動態服務過程。</p> <p>七、第 52 頁在改善悲傷輔導的能力、殯葬禮儀的能力、臨終關懷的能力上，一般業者並無法進入悲傷輔導或臨終關懷，因此為何殯葬禮儀需要改進。在能力的部份，不同類型、不同經營型態可反過來詢問一般業者，要發展、要永續，業者本身所需具備的能力是哪些？</p>	<p>六、已在期末報告中強化</p> <p>七、已在期末報告中強化，並修正</p>
--	---	---

<p>內政部</p>	<p>一、第 5 頁 殯葬主管機關由社會局變更為民政局，是否將殯葬產業視為非營利事業，此關聯性並沒有邏輯上的必然性，建議做修正。</p> <p>二、第 17 頁 死亡服務費用應包括死亡後的相關產業例如醫療、運送、人員、交通等殯儀周邊產業與單純死亡服務業的收入，與工商服務調查報告兩者收入落差相差十倍以上，應有較完整或相關的分析。</p> <p>三、第 14-21 頁 研究背景部份，大部分都在敘述殯葬管理條例實行後之趨勢，建議補充計畫內容兩點，第一點殯葬禮儀服務業特性及現況基礎資料，第二點分析殯葬管理條例實行前殯葬禮儀服務業管理的問題，與本計劃目標有所不符，應多加留意並予補充。</p> <p>四、第 22 頁 研究架構流程，在資料整理與殯葬管理條例相關議題之後，即為設置禮儀師與生前契約業者資格建議，兩者似乎無關聯性，因此架構應是否有再斟酌或補充的空間。</p> <p>五、第 23 頁 研究方法的部分採取質化與量化交互整合運用的技術，兩者結果是否有所分歧或衝突，如何將意見作為有用的知識？如何克服？建議予以說明。</p>	<p>一、已刪除</p> <p>二、已在期末報告中予以強化</p> <p>三、已在期末報告中補充</p> <p>四、此架構乃在符合研究項目之要求，已在期末報告中補充說明</p> <p>五、已在期末報告中補充</p>
------------	---	---

	<p>六、第 28 頁 (阮俊中 2003) 提及 2005 年往生者比 2000 年成長 3 倍左右, 總數為 36 萬人, 2005 實為筆誤, 應更正為 2050 年。</p> <p>七、第 29 頁 第二段提及台灣每年約有百分之十的濫葬人數, 其數據如何推算?</p> <p>八、造成經濟收入的損失除了稅收還有沒有其他原因, 是否可作補充。</p> <p>九、第 33 頁 殯葬消費行為因應對策立即可行建議與中長期建議的部分, 為內政部調查研究恐與本研究有所衝突或誤導讀者請斟酌。</p> <p>十、第 37 頁 殯葬服務業的內容與服務型態, 與經營型態雖有關聯, 實偏重在服務內容的部份, 惟在標題並不適宜使用經營型態與服務內容文字, 請予以審視。</p> <p>十一、第 55 頁 業者對政策的建議部分, 可否將訪談記錄列出參考。</p> <p>十二、第 23 頁、第 24 頁論及對全國業者發出問卷(約 2000 份), 而第 39 頁指第 1 階段共回收 89 份, 刪除 23 份, 保留有效問卷 66 份作為初步分析基礎。問卷是否有階段回收? 分幾個階段? 因文中尚未述及第 2 階段回收情形, 如僅上開回收份數,</p>	<p>六、已予修正</p> <p>七、此為引述文獻作者之資料, 將補充之</p> <p>八、此為引述該研究計畫之建議, 將斟酌並說明</p> <p>九、已在期末報告中強化, 並修正</p> <p>十、此為問卷填寫, 並非訪談結果</p> <p>十一、期中報告為預試, 刪除 23 份為無效問卷(超過 2 項基本資料未填答), 期末報告問卷有 409 份</p> <p>十二、編號錯誤, 已更正</p>
--	---	--

	<p>是否會造成調查效度不足的問題，請予說明。另尚未回收及刪除部分亦請說明原因，以避免後續分析的困難。</p> <p>十三、第 46 頁似漏列假說 1 部分。格式部份請參考 96 年 9 月本部委託研究報告印製格式，如：</p> <ol style="list-style-type: none">1. 書脊請增列年度2. 封面請刪除案號3. 內頁第 1 頁應列受委託單位、研究主持人、研究員、研究助理，並書明(委託機關全銜)委託研究報告及中華民國 00 年 0 月，左上方應列國科會 GRB 編號。4. 請按目次、表次、圖次、摘要排列，摘要之下請列出關鍵詞(至多 5 個)。5. 每頁均註明頁眉，單數頁右上方請註明章名(目次、表次、圖次、摘要、目錄、參考書目)、雙數頁左上方請註明研究主題(字型大小約 8)，頁碼註記於每頁文字下方，與眉頁同側。6. 目次中應列表次、圖次、摘要次、各章次、附錄次及參考書目，並按順序排列。7. 摘要及本文之各項建議意見請分「立即可行建議」及「中長期建議」兩類，各項建議均列明主辦及協辦機關。	<p>十三、已按標準格式製作</p>
--	--	--------------------

	<p>8. 參考書目請列於附錄之後。</p> <p>9. 附錄及參考書目頁碼延續本文。</p> <p>十四、其餘錯漏字部份請予更正</p> <p>1. 第 6 頁 第 5 段請刪除一個也字。</p> <p>2. 第 8 頁 第 2 段請刪除。</p> <p>3. 第 17 頁 第 1 段及最後 1 段請刪除服務 2 字、空格。</p> <p>4. 第 28 頁 倒數第 2 段文中有空格，請刪除。</p> <p>5. 文中生前契約業者的名稱是否過於簡略，應使用「與消費者簽訂生前契約的殯葬服務業」較為完整，請參考。</p> <p>6. 其餘請參考審閱之研究報告鉛筆修改處。</p> <p>十五、第 15 頁第 2 段指出殯葬業的主管機關由社會局變更為民政局，是否將殯葬產業視為營利事業？此種關連性思考似乎無邏輯上的必然性，建議修正或刪除此段。</p>	<p>十四、已予更正</p> <p>十五、刪除此段說明</p>
<p>主持人 黃司長 麗馨</p>	<p>一、 是否能在期末報告提供將來辦理評鑑制度之建議。如業者之分類與類型之依據等。</p> <p>二、 期末報告請考量政府政策制定之立場。</p>	<p>一、 已強化</p> <p>二、 已在期末報告中強化，並修正</p>

附錄(三) 期末報告審查意見及修正說明

審查委員	審議意見	修正說明
尉遲淦	<p>一、有關期末報告中的錯別字、遺漏字、多打的字或無字多餘的空白，請校正。</p> <p>二、第 9 頁第 1 段中有關「基於觀念轉變」以後至本段結束之處，是否可以刪除，因為沒有必要相關性。</p> <p>三、第 15 頁至第 18 頁的第 3 節的預期目標是否可以刪除。</p> <p>四、第 47 頁(二)政治法律環境中的 1. 是否可以補充目前政府已經做到的部分。</p> <p>五、第 54 頁的(3)第 3 階段是否可以調整敘述內容，應該改為由設施業轉向禮儀服務帶進企業經營的做法。</p> <p>六、第 54 頁中有關經營型態的列舉是否可以調整到和後面第 114 頁一致？</p> <p>七、第 61 頁是否在最後一段部分加上業者現有的 ISO 狀況。</p> <p>八、第 158 頁開始中有關人名的部分是否可以用代號處理。</p> <p>九、第 170 頁中參的下面一行「業者在 14 項能力中」是否可以改為有關業者應具備能力部分，</p> <p>十、第 177 頁的(四)是否可以改為環保</p>	<p>一、已予校正</p> <p>二、加入引述資料</p> <p>三、併入第二節</p> <p>四、已刪除一段並予修正</p> <p>五、已予修正</p> <p>六、已予修正</p> <p>七、已予修正</p> <p>八、已予修正</p> <p>九、已予修正</p> <p>十、已予修正</p>

	自然葬。	
黃有志	<p>一、期末報告最有建設的是建立殯葬禮儀服務業的型態分類，但未進一步提出以國內目前情形，最適合的分類為何？在此分類下，即可建立動態性指標(如服務屬性、服務對象、市場區隔、市場定位、地理範疇及通路特性)，進一步還可建立國內殯葬產業之地圖，提供政策與管理上之參考。</p> <p>二、有關殯葬禮儀服務能力的建構，其理論與實務之基礎為何？是否宜配合第3章第2節之環境分析與發展趨勢及消費者之需求與權益來建構，以免與現實產生落差，同時根據調查結果列出現階段能力建構之指標。</p> <p>三、訪談對象之選擇應具代表性，目前訪問對象像以轉型方式為對象，欠缺調查資料之支持，或應作適切的說明。報告已有8個個案，未來要補充北部地區3個個案。不過，從訪談中影響最大的有跑單幫的蟑螂族、地理師、寺院經營者、與警消掛鉤的業者及經營醫院往生室等業者，因為這是管理上的盲點與死角，有必要對其進行了解，建議宜補充之。</p> <p>四、訪談個案的紀錄未做充分的運用與</p>	<p>一、已予強化</p> <p>二、建議後續研究之議題</p> <p>三、已補充至11個個案</p> <p>四、已予強化說明</p>

	<p>分析，個案意見與建議，十分具有管理上與政策上的價值，這部分宜做深入的剖析與說明，尤其應緊扣研究目標的服務特性、服務經營管理與現階段重要課題等。</p>	
<p>曾漢珍</p>	<p>一、本研究之政策目標與研究內容分析重點，應有更明確對應。</p> <p>二、本研究在研究架構上建議有以下調整：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1、結論可將第 4 章的研究方法納入。 2、名詞界定應將「動態研究」、「價值鏈活動」等加以界定。 3、第 6 章的深度訪談主要內容，可放在附錄，而將重點納入本文，較有利於閱讀。 4、研究架構可放在文獻探討的小結來呈現。 5、研究內容與範圍亦可納入。 <p>三、量化研究與質化研究分析內容豐富，應加強兩者的關係或呈現出矛盾處。</p> <p>四、動態研究應針對殯葬服務業的型態、服務內容、相關課題來建構其動態指標，甚至建議未來個案或地方政府動態資訊要填報哪些資訊，以供政策推動為佳。</p> <p>五、可加強各項分析的地域別及型態別上交叉的分析為佳。</p> <p>六、有關殯葬禮儀服務業評鑑納入中長</p>	<p>一、已予強化說明</p> <p>二、斟酌修改</p> <p>三、已在第六章中說明</p> <p>四、提供問卷，可做為填報依據</p> <p>五、因地域別無法得到(問卷調查無該資料)無法交叉分析</p>

	<p>期加強部分，建議應納入近期政策的重點，因應各地方政府的實施成效與問題，回饋相關改善措施。</p>	<p>六、已斟酌修改</p>
<p>王祿旺</p>	<p>一、摘要格式與一般規定不同，是否為主辦單位之規定？如非，則請改善。</p> <p>二、第 15 頁預期目標請刪除。</p> <p>三、第 67 頁研究方法部分，只論及問卷法及訪談法，其他方法都屬此二研究法之一部分，宜整併之。</p> <p>四、第 75 頁項次應成獨立欄，並加作交叉分析。</p> <p>五、第 87 頁研究假設應以 null 假設調整。</p> <p>六、研究母體及抽樣分類之方法應清晰說明。</p> <p>七、第 5 章及第 6 章研究結果與分析可併成一章。</p> <p>八、訪談部分為業者心聲，可據實提出讓政府明確瞭解業界之問題。</p>	<p>一、摘要格式為主辦單位之規定</p> <p>二、已併入第二節</p> <p>三、已予修正</p> <p>四、已予修正</p> <p>五、已予修正</p> <p>六、已予修正</p> <p>七、在標題上標示</p> <p>八、已列入建議中</p>
<p>鄭簡任視察英弘</p>	<p>一、期末報告所作統計及訪談結果，與結論跟建議之間似無完整相應性，宜加強相關之分析，俾使所作結論更具政策參考性。</p> <p>二、由深度訪談內容可以發現影響殯葬禮儀服務業者生存的因素，主要是跑單幫業者、生前契約業者及醫院附設斂殯奠祭部分等，但本研究對</p>	<p>一、統計與結論跟建議之間之關連性，本研究已多所顧及，惟尚有欠缺部分，已儘量補充說明。</p> <p>二、有關影響殯葬禮儀服務業者之生存因素，如跑單幫業者因屬非法行為者，不宜默認，恐涉及</p>

	<p>於生前契約業者目前動態情形，如生前契約業者有多少？佔整體殯葬禮儀案量比例，醫院接案及其扮演之關鍵性角色等，均未作探討，深度訪談之對象亦未包括上述業者，未能顯現目前殯葬業之全貌，宜予補充。</p> <p>三、禮儀師也是訪談重點，實務上每案服務人力、時間為何？對應目前業界的服務情形，應置專任禮儀師之一定規模及考量因素為何？如能就本報告豐富的統計資料及訪談內容，深入分析，將能提供政策擬定上之參考。</p>	<p>違法查察必要，故未進行訪談。另經訪談大型販賣生前契約業者，發現因販賣後需交付百分之75信託，剩餘百分之25已超出其管銷成本，現行大型業者多以現貨販售，本研究尚無相關統計數據可資參考。至於醫院接案情形，本研究尚未深入進行醫院資料蒐集及量化分析。</p> <p>三、已於結論及建議中強化說明，一般依據治喪平均以七天計算，一年中一位禮儀師可服務50個顧客。</p>
--	--	--

<p>內政部民政司</p>	<p>一、第 27 頁至第 50 頁有關引述作者資料部分，如屬單頁或確定範圍引述者，其頁次請加註，如(陳繼成，2003：20)。</p> <p>二、第 43 頁第 1 段提及也造成了殯葬業一直未能成功轉型為一個專業企業的型態，是否應指專業化、企業化的產業型態較為妥適。</p> <p>三、第 49 頁第 5 段及第 52 第 2 段提及 2002 年 6 月通過的殯葬管理條例，是否指立法院三讀通過？或者應修正為 2002 年 7 月殯葬管理條例公布施行，較為妥適。</p> <p>四、第 52 頁第 3 段提及殯葬管理條例亦規定，禮儀師報考資格必須為大專相關科系畢業，查殯葬管理條例並無此規定，請予修正。</p> <p>五、建請就應置專任禮儀師之一定規模，提出客觀可行之條件供參考。</p> <p>六、第 177 頁有關中長期建議部分，(一)強化在殯葬活動中節能減碳之措施、(三)落實證照制度以提升殯葬禮儀服務業之專業素養、(五)推動綠色殯葬公司標章，主辦機關或協辦機關請分別增列行政院環境保護署及行政院勞工委員會等。</p>	<p>一、此為綜合引述</p> <p>二、已予修正</p> <p>三、已予修正</p> <p>四、已予修正</p> <p>五、已於第六章第二節中予以強化並說明</p> <p>六、已予列入</p>
---------------	--	---

附錄(四) 深度訪談記錄

壹、A1 公司

此公司乃以安養院出發進而投入葬儀工作，公司在嘉義。訪談日期：八月十一日，訪談時間：下午二時至下午四時，針對問題，訪談結果如下：

- 一、目前服務案件平均每個月多少件？每件多少金額，(最大多少件？最少多少件？最大多少金額？最少多少金額？)

結果整理如下

1. 目前每個月平均 3-5 件。
2. 每件多金額以：佛教、基督教大約 10~15 萬，一般道教大約 20 萬(火化不含塔位)。若含塔位私人 3~20 萬左右，公家很便宜 7~8 萬(含管理費 1.5~2 萬)。一般土葬大約 31 萬。因此，目前火化佔 90%，土葬佔 10%。
3. 我們這裡的報價會比大財團低，可是相對的會比蟑螂族高。每個月平均 3-5 件，以基督教跟佛教這個信仰，比較有這方面信仰的人，他們的金額大概是 10 萬到 20 萬，然後一般民間信仰的，會去燒比較多的紙錢，會做比較多法會事情的，大概就是大概都 20 萬出頭。私人的大概 3 萬到 20 萬 50 萬不等，若撇開塔位一般大約 18 萬。
4. 採用土葬的家屬，表示傳統觀念比較強，他們會辦比較多的法事跟做比較多種七，也會做比較多的功德法會，燒的金紙、銀紙和紙屋也會比較多，甚至會挑比較好的棺木。
5. 一般大家族比較會土葬，目前我們這裡土葬現在不到一成，因為我們土葬 case 比較少，比較不容易統計出來，目前大多以火葬為主。火化，然後一般傳統信仰的占多數，就是佛教道教參雜一起，而骨灰罐在契約當中就以包括一個契約罐，至於有些家屬

會想用比較好的骨灰罐，會追加一萬五到兩萬五左右。

二、在經營上面臨最大的困難是什麼？有何解決之道？

1. 價格競爭，同業的惡性競爭。
2. 設立網站，製作手冊，行銷及宣傳較弱。
3. 如何改善？品質做的不錯的業者要懂得行銷，如果不懂得把自己做的部份行銷出去，這樣你的客戶也不知道，所以行銷的部份就是你的網站的建置，你要讓人家知道你的服務內容，你的服務品質到達怎樣的水準，你可以藉由一些文宣把它表現出來。

三、殯葬產業可能會面臨哪些挑戰？有何因應對策？

1. 面臨大財團的品質及品牌挑戰。
2. 提升自己本身的品質，以及人際關係的建立。以及學習大財團優良的部份。
3. 大財團有品牌價值上的優勢，所以客戶會去信任他，蟑螂族則是用價格策略，一個是品牌策略，一個是價格策略，那像我們這樣的業者一般就是靠人脈，用緣、殮、殯、葬的「緣」字，來跟客戶培養一定的信任度。
4. 大財團很有制度化，能夠讓你看到整個企業形象，人員的穿著等等。傳統業者要能夠學習大財團的優點。
5. 另外，大財團採用傳直銷的方式來行銷，但我們不需要花這麼多錢在行銷上面，我們可以把這些金額提升服務給消費者，比如說龍巖他們花兩萬塊在行銷，那我們或許只花一萬塊錢在行銷，把另一萬塊錢的利益轉嫁給消費者。
6. 所以我們的因應的對策就是說，大財團在服務品質上面，有做出哪些不錯的方法我們就會去效法他。比方說學習他們的穿著，或者是整個治喪流程的態度。

四、最近？室效應的結果，使得大家對於環保與排碳量的問

題受到重視，殯葬業應如何做？請問平均一件案件，用紙量大約多少金額？有可能減低嗎？您的看法是？

1. 對於焚燒金紙所造成的環境污染，並不能強迫消費者不燒，但可以跟家屬宣導燒少一點，尤其是不要焚燒衣物。
2. 目前平均一個案件大約用紙量金額是 3000 元。
3. 原本就不認同燒金紙或燒一些往生者的衣物等等的，就佛教的觀點來看，並不會需要去燒這一些，我們辦過一些佛教的人的往生者，他們一張銀紙也沒燒到。並將往生者的衣物全部如數的把他捐出去，給慈善團體給需要的人用使用。
4. 如果家屬一定要燒也不會去鼓吹他，會建議盡量少燒一點，有心意最重要。平均燒 3000 元左右，我們接的 case 燒到 3000 元就很了不起了！大部份就是讓他燒個 1000 元，1000 元大概是 10 包，至於有可能再減低嗎？就要看家屬的觀念。

五、針對具一定規模者，必須設置禮儀師，您認為一定規模應該有哪些條件？

1. 設置禮儀師是必要的，但必須全程家屬窗口透明化
2. 設置禮儀師是必要的，禮儀師是等於執行這個殯葬整個過程的一個專案的經理人。我們可以把殯葬，從緣殮殯葬區當成一個專案，必須要有一個人能夠懂得所有的狀況，才能跟家屬溝通，禮儀師是跟家屬溝通的一個橋樑，所以要有一個專人來負責，禮儀師就等於是一般企業的專案經理，負責一個專案從頭到尾的執行、時間的控制、品質以及價格，整個控管都要去 take care 所以禮儀師是有必要的。
3. 甚至就是說，只要是禮儀社都要有禮儀師。難道說假設我規模小，就不需要禮儀師嗎？我會覺得執行殯葬業未來就是要有禮儀師，要有這樣的專業人員，禮儀師他懂得法規，所以他在執行它的業務，他才不會去觸犯法律，一個 case 從頭到尾一手包到好，假設我是禮儀師，家屬所有的窗口都針對我，你有任何法會或佛事方面的問題你都找我，在整個

置殯過程當中，有任何問題都找我就對了，因為禮儀師具有那些公共衛生，殯葬法規等等的專業知識，所以才不會做出超過法律範圍的事情。然後能夠去要求第一線的工作人員，該做哪些防護措施，口罩、手套或防護衣等等，這就是禮儀師的職責。

4. 期待每一件往生的 case 都是有一個禮儀師來輔導，假設我是禮儀師，我提出一個置殯企劃書之後，下面要有禮儀師簽名，某某禮儀師，我是有執照的，有某某禮儀師簽名，然後這個殯葬業務才得以執行。就像會計師一樣，你這家公司的財報一定要有一個會計師簽核，表示他負責這個 case，因此我覺得再整個治喪過程當中，要有一個禮儀師來簽名，表示說你裡面的內容都是合法的，不是爛帳，也不是不合法。

六、生前契約業者應具備哪些條件才合理？

1. 都合理，因為這樣才能保障消費者。法律規定的那些我覺得都合理。因為生前契約是預收費用制度，若公司可以預收費用，那假設我是一家小公司，那我可能很容易不小心就捲款也就是說可以吸金，一百個 case 接進來，都還沒有服務的時候就將這些費用拿著就走。所以一定要有一定的規模啦！資本額三千萬也算是合理。
2. 消費者不懂這些生前契約沒關係，可是你法律制定你一定要制定這些條件，因為這是保護人民，保護消費者。所以這個部份是說具備哪些條件合理，應該是說站在政府的角度來看這件事情，你沒有一定規模，消費者糊裡糊塗就簽訂這些生前契約，那消費者風險不是很大嗎？相對的如果有些業者他標榜他有生前契約，可是他沒有符合這些標準，那他就是非法的，那就可以檢舉他，所以要有這些條件才可以賣生前契約。

七、對殯葬管理條例，您認為有哪些不適當？哪些可以增列？

1. 醫院不得設置太平間(期望政府的 5 年落日條款可以真的實施)。

2. 寺廟不得設置納骨塔。
3. 殯葬管理條例爭議最大的地方，就是醫院設置太平間，還有殯殮都不可以在醫院。就像一些教授所講：醫院是活人在醫院，一但去世後，你就應該是要到另外一個場所，可是醫院往往把往生這個部份把他包下來做，拿往生者這些 case 然後外包給業者，因此中間就會有一些利益輸送的關係，醫院不夠透明化。就是直接把遺體放到下面太平間，但地下室都用做殯殮場所，都是一些大財團在包。一些業者或一些大財團早就進駐那邊，因此第一時間他們就會去跟家屬接觸。
4. 另外，就是塔位，廟寺塔位是就地合法。醫院跟塔位這兩個是重點，有上課應該大概都知道！因為如果寺廟經營塔位的業務，當然會侵蝕到其他人的利益。寺廟原本是應該是說供人那個心靈成長的地方，可是他現在卻是說來經營這個塔位，所以這部分的確有很大的利益存在。所以可以去增列，寺廟不得設置納骨塔這個部份，或者去強制執行或者是盡快去執行。

八、您對殯葬服務業評鑑的看法如何？

1. 評鑑的制度要公平性，要訴諸文字化有一套完整的評鑑制度。
2. 讓評鑑績優的廠商有機會可以曝光。
3. 正面積極的態度，樂觀其成，希望評鑑的制度要公平性，要訴諸於文字化，期望有一套完整的評鑑制度，並且讓評鑑績優的廠商有機會能夠曝光。不管是在醫院或是其他地方，都能夠有機會曝光，若能增加曝光率便能讓業者更願意把這件事做好，去把服務做好，評鑑就跟考試一樣，學生考好了，當然希望有獲得鼓勵，若能受到鼓勵學生就會更加上進。

貳、A2 公司

此公司乃以道教法事進而從事葬儀工作，公司在高雄。
訪談日期：八月十五日，訪談時間：上午十時至上午十二時，
針對問題，訪談結果如下：

一、目前服務案件平均每個月多少件?每件多少金額,(最大多少件?最少多少件?最大多少金額?最少多少金額?)

1. 平均每個月 2-3 件。
2. 案件金額則配合喪家的需要做調整。以道教來講大約在十五萬到三十萬之間。
3. 如果以單純火葬土葬這樣子的分別的話,大概都有差至少到十到二十萬。因為你土葬還要買地買什麼,那個做風水的錢,至少差十到二十萬。如果單純土葬跟火葬來分的話,土葬一定比較花錢。人往生之後,要做什麼就盡量做,反正就是不會去設定金額多少錢,現在就是會設定。大的案子跟小的案子其實是差很多,差別在於法會跟告別式的部分,其實其他東西都差不多,都是固定價錢。其實差都差在告別式,因為你鮮花跟布花的錢有差,告別式的大小有差,法會也有分。因為現在就設定要花多少錢有多少錢,再去設定再去配合他們的需要做調整,。以我們道教來講,差在十五萬跟三十萬。

二、在經營上面臨最大的困難是什麼?有何解決之道?

1. 生前契約所造成的衝擊。
2. 醫院招標及堂口等問題。
3. 解決之道在提升自己的實力,例如:參加政府的丙照考試以及進修學分班。
4. 由於是家族事業可以節省人事方面的開銷。最大的困難,其實就是像之前生前契約比較多。現在最大的困擾就是醫院被人標走。醫院就沒辦法放人。
5. 如果扣掉其他這些外在因素的話,應該自己家裡上還好,沒有什麼特別問題!其實我們傳統的影響都還滿大的,跟大公司競爭的話,還是有啦!因應就是把自己的實力弄堅強一點,就像就像現在有考試我們就是去考,像現在要考丙級,我們就盡量反正能夠跟人家比的,就是盡量去用啦!像現在考丙級我就有去上課,就盡量今年能夠把他考過。像之前華梵的學分班我也有去上。

6. 其實大公司也有大公司的好處啦！他們人多的話，可能處裡事情比較方便嘛！像我們自己家的話，都自己家人在做的話，可以節省一些人事開銷的話，也有我們的好處啦！像有時候給主家服務的話，我們自己家裡再做也有可能辦法給他便宜或者是特別服務什麼的，也有可能。那像大公司在做的話，這個禮儀師在服務家屬的時候，受限於公司一些制度，沒辦法給主家什麼東西，反正要東西就是要價錢，也有差。
7. 生前契約讓我們的經營差了百分之 50。

三、殯葬產業可能會面臨哪些挑戰？有何因應對策？

1. 生前契約是經營上的困難也是殯葬業所面臨的挑戰。
2. 給於主家特別的服務，不像大企業受限於某些限制無法變通。
3. 透過良好的人際關係，來經營本身的行業。
4. 生前契約也是一個很大的挑戰啦~ 其實殯葬業，那個其實現在業者太多也有啦~ 對阿！因應措施喔也不可能叫他們不要賣 對阿。其實生前契約~像他們 像龍巖他們主要的服務也就是說他們賺錢是在殯葬這部份，所以那其他像做法會什麼這一定是外包。

四、最近？室效應的結果，使得大家對於環保與排碳量的問題受到重視，殯葬業應如何做？請問平均一件案件，用紙量大約多少金額？有可能減低嗎？您的看法是？

1. 仍會盡到告知責任，但基於業者的角度仍希望燒越多越好。
2. 一個案件平均金紙量約 6-7 千元左右。
3. 對於燃燒金紙所造成的環保問題，主要是在燃燒往生者的衣物上，而非金紙上。
4. 有些人希望燒多一點，當然是希望燒越多越好。我們也是跟他講會罰錢，主家就比較不會燒那麼多。其實衣服的話，是真的比較有影響。台灣的現在比

較貴，有分兩種價錢，有分六十、七十的。以六十跟七十來講，就是一百萬一條就是一百萬，台幣是六十塊跟七十塊，就是變成說我們跟主家說我們買台灣的，就是一億的話，他可以收到一億，不要說我們買，為了省錢買大陸的，可是燒一億給他，他只收到九千萬這樣。就是這樣跟主家講，讓他自己就是不用說一定要花很多錢啦，就至少燒給他一億，他有收到一億的量為主。所以我們大部分都以台灣為主，像很多公司現在有些在做就是變成說他可能跟主家說我們燒的是台灣的，可是他可能給你大陸的或是品質更差的也有呀。像很多為了賺錢也有。環保局會抓，會罰錢呀。我們跟他說你燒庫錢的時候，就是燒，你裡面放個幾件四季的衣服，放個幾件他最喜歡的給他就好，剩下的就是那個高雄市就是放在旁邊有那種回收的帶走就好。一般都是兩三億，五億以下，如果以庫錢的量。用冥紙的錢折合新台幣來換算，一百萬就六、七十塊，就放大倍數，一千萬就是六百塊嘛，一億的話就六千塊呀。如果一億的話，就是台灣的六千元至七千元。

五、針對具一定規模者，必須設置禮儀師，您認為一定規模應該有哪些條件？

1. 對於設置禮儀師表示認同，至少名稱比傳統俗稱的「土公仔」好聽。
2. 跟我們有什麼不同喔~ 其實像我這兩年有去上那個華梵的學分班嘛~ 就覺得還不錯！這樣至少很多教授一些資料什麼的，就覺得資料還蠻完整的！像徐教授他的東西就很多！對，就是辦這些證照還不錯，而且至少原本所說的「土公仔」他的名子就會比較好聽，至少有個証照在那邊他可能或許在公司薪水會比較多一點啦！大家品質上至少會有一個水平在，其實在考禮儀師這個証照在美國其實很早就有了，只是台灣做的比較晚！

六、生前契約業者應具備哪些條件才合理？

1. 怎樣的條件才合理唷，不知道！其實他好像這樣子怕那個公司倒了，對呀，其實有個資本額在也是 OK。因為生前契約這一方面我就比較不曉得了。因為沒

有那麼多錢，所以就不會想要去做。沒辦法做這一方面呀，那個你要作生前契約你像三千萬以上，至少你的資本要很雄厚。

2. 生前契約變成說有些家屬可能先幫父母買了，變成說~有時候親戚阿~或者是朋友，就沒辦法去服務到他們這樣子！因為那生前契約你買了不可能就是一定就是那個 或者像龍巖的話，就是龍巖他會去服務嘛！對不對！最多像我們家有做道士的話，就道士我們做，沒辦法從頭到尾都我們處理這樣子。我一些生前契約的資料沒有拿出來給你們看，拿出來給你們看後，你們就覺得煩了！其實生前契約在外國他們是比較好做，因為像美國都是基督教天主教比較多，所以沒有像我們台灣這邊再用那個內容比較多，對~所以 在美國他們是比較好做的，因為基督教跟天主教他們裡面內容沒有像我們台灣那麼複雜！對~ 對阿~生前契約剛開始出來~因為他都給人家說十六萬八，就是從頭到尾做到好，可是因為很多人想說十六萬八很便宜就買，買了之後才發覺說其實真正遇到得時候變成說很多東西都沒有包刮在內，所以有些家屬做完之後對生前契約其實都滿反感的，對~他這一部份 這一部份做的不好，其實有點類似 有點類似騙人的部份在啦~所以其實生前契約有時候~現在有些人還是就比較反感一點啦！不過之前有些公司在賣賣的太多了，所以也是市場有占一部分，就算不喜歡他也是買了，因為錢也已經繳了。

七、對殯葬管理條例，您認為有哪些不適當？哪些可以增列？

1. 對於管理條例的部份都均表認同。
2. 對於管理條例中，醫院不能有業者進駐的部份，期望政府能實際的執行。
3. 其實都可以接受，像土葬方面要防止亂葬等，所以七十幾條都可以接受，加上政府已制定我們也只有照做，不能更改。就條例而言是可以啦~對~是可以！可是實際都沒有在那個阿！都沒有在執行！像殯葬管理條例就有講說 像醫院不可以有業者在裡

面。！結果現在還不是都有業者在，還不是都沒有在抓！不能設置太平間？~你不得設置太平間，那那些往生者要去哪裡？就直接抬出去喔！應該是說應該是不能設置 應該是不能有業者在裡面吧！你醫院一定有太平間！我們之前去上課的那個老師就說全世界只有台灣的醫院有業者在裡面。

4. 應該是不能有業者在裡面啦！因為條例之前有規定嘛！可是也沒有在執行啦~也沒有在抓，不管是鄉下還是那個大小醫院都有，我之前去（回想中）好像嘉義，那個時候剛好有人在哪裡往生，要去把大體接回來，像那種小小省立醫院小小間的都有！其實都還可以接受啦。其是他有些考量的話，是都還可以。就像土葬方面呀，有些是考量土地的問題，所以是都 OK。一些濫葬呀什麼的，是那七十幾條裡面看一看，是都可以接受啦。

反正他那個政府都已經訂了，我們也不能幹嘛，就是只能照做而已呀！反正那些條例 對呀。實際做的部分，實際部分啦。其實條例是因為變成是政府的規定，其實很少去 去 去管他。反正他也是 ，其實說真的，他雖然說好像 92 年通過到現在，其實有些東西都還沒有開始執行。像剛剛講的那個，醫院不能有有殯葬業那個，對呀，那個到現在多久了，92 年到現在，五年了，有很多東西都還沒有開始執行呀。

八、您對殯葬服務業評鑑的看法如何？

1. 對於評鑑雖不清楚，但仍抱持正面的態度。
2. 希望能給於評鑑績優的業者鼓勵，增加曝光的機會。

評鑑好像沒有，評鑑好像是地方政府自己，好像中央有啦，不知道是中央還是地方政府自己弄的。對呀！進步有呀，不過也 ，如果像評鑑出來以後，優等的話，至少打個廣告也不錯。像他們那些大公司參加評鑑，都會打出他們自己優良呀，還是怎樣。至少對公司的品質來講，是有他的好處在，只是說因為 我們家像傳統業者比較不像他們大公司，就是他們管理層面比較 就是比較有那種制度，就平常就已經在作了。那變成我們現在剛剛，像今年開始評鑑，就有些東西像平常就沒有

做。也是讓自己進步也是不錯，只是比較麻煩一點。他們人多好辦事呀，那我們家就五個人而已，就很多東西要自己來。

參、A3 公司

此公司乃以棺木販售、入殮服務進而投入葬儀工作，公司在鹿港。訪談日期：八月二十七日，訪談時間：上午十時至上午十二時，針對問題，訪談結果如下：

一、目前服務案件平均每個月多少件？每件多少金額，(最大多少件？最少多少件？最大多少金額？最少多少金額？)

1. 目前平均大約 10 件左右。平均以上個月到現在，農曆九月差不多做了十件。八月分放假沒工作，七月份也做十二、三件。至於骨灰罐有時好幾個月也沒有賣，有淡季旺季之分。骨灰罐最便宜的三千多到二、三十萬的都有呀！土葬棺木也有兩萬多到三十幾萬都有，至於金額沒有去統計過。
2. 火化棺單價較高，這兩年來比較沒有人買，因為經濟不景氣，像台北也賣很多骨灰罐，一通電話說他要買甚麼種類、什麼樣式的便寄過去，也有做宅配。

二、在經營上面臨最大的困難是什麼？有何解決之道？

1. 販賣生前契約的競爭者，以及資金雄厚的業者。
2. 有人情包袱。
3. 希望透過喪禮服務人員技術士的考試，能夠有機會轉型。
4. 我們這種比較小的店面，遇到一些生前契約有沒有是比較困難啦。他們的資金比較多有沒有，我們一些設備無法贏過人家，我在等喪禮服務人員考完之後，想要下去轉型，我朝殯或葬的一面下去走。
5. 目前我在鹿港做，會比較有人情包袱在。因為會一些老店，禮儀社，禮儀社他們只是單純做禮儀，只是做花廳那個有沒有，有的一些賣毛巾的、賣布的，我們就跟他們配合。因為從幾十年前就配合到現在了，就像我現在要轉型有沒有，他們會不高興呀，因為我一些生意也是他們介紹來的。因為我賺的少

沒關係，但是我生意比較多呀。他認識他的朋友，他有認識他的親戚呀，合起來生意上比較多呀。件數比較多呀。至於生前契約，做那種整套的就只是一個月接一攤或一個月接兩攤而已。成績上，數量上的不一樣呀，比較有人做，比較沒有人做這樣。

三、殯葬產業可能會面臨哪些挑戰？有何因應對策？

1. 殯葬行業比較容易入門，具有一定技術者就容易自行創業。
2. 建立良好人脈透過人際關係及口碑。
3. 殯葬產業的挑戰，以往我們店裡很多師傅都出去開，他們出去開的時候，等我爸往生以後我自己回來做，他們就會在外面說你的一些有的沒的，說一些壞話呀，一些話呀，我們就要去跟別人解釋，去做給別人看。說我不會做，怎麼怎麼的，我就用行動作給別人看呀。這樣做的也很好呀，不像他們說的那麼不好呀。都要靠好的人際關係的。

四、最近？室效應的結果，使得大家對於環保與排碳量的問題受到重視，殯葬業應如何做？請問平均一件案件，用紙量大約多少金額？有可能減低嗎？您的看法是？

1. 燒鐵桶喔~~~差不多多少個三個鐵桶的量。生意人想說燒越多越好呀。
2. 大家要賺錢，你不可能說叫他客人要來買，就跟他說：你燒少一點庫錢，他們差不多有六億、八億、十多億的庫錢都有。

五、針對具一定規模者，必須設置禮儀師，您認為一定規模應該有哪些條件？

1. 由於風俗民情的關係，禮儀師在鹿港目前並不盛行。禮儀師在我們鹿港這方面是還用不到，因為禮儀師在我們鹿港在告別式上面有沒有，禮生跟司儀都是地方仕紳，地方上的民意代表呀，或是政治人物，或是比較有名望的人下去做的。鹿港這裏的傳統，左鄰右舍會看你請誰來當，你的你的說難聽一點，你的行情到哪邊。說你有認識這個政治人物，或是你找到這裏的地方仕紳，表示說你們家裡

環境還不錯啦，交際能力還不錯啦，像這樣知名度也不錯等等的。像禮儀師到我們鹿港來沒有用。

2. 鹿港的風俗好像跟別的地方比較不一樣，比較特別。因為鹿港比較傳統的地方，一些傳統習俗比較根深蒂固。所以如果要開一家公司，目前鹿港的禮儀師這部分，暫時沒有影響。

六、生前契約業者應具備哪些條件才合理？

因為現在龍巖也要叫我做生前契約，鹿港的據點，他們曾經有來跟我說。上次棺木的談不攏，就沒有來跟我講，沒說我就比較不那麼了解。上次就說我的店面讓他用，我的招牌要換他的招牌，之後我還要出多少資金，投入資金。投入資金後幾個月，營業額做幾件這樣。不是限定，就是這邊方面，這附近的地方，他若是接到就是我去做就對了。要先拿幾十萬，拿多少錢，他有在講，我沒有注意在聽。頭一個印象就不好了，就沒有聽他。

七、對殯葬管理條例，您認為有哪些不適當？哪些可以增列？

(受訪者對殯葬管理條例不了解)

八、您對殯葬服務業評鑑的看法如何？

1. 評鑑並不需要，因為並沒有幫助。
2. 評鑑那個也沒甚麼需要。因為他們也沒有比我們厲害呀，我們考這個喪禮服務人員是因為情勢上所需，那些學的東西、考的東西與實際是不一樣的東西呀！那只是一個形式而已呀我們讀那些書也是說層次的問題，因為各地方的習俗不一樣，每個人做的方式不一樣。

肆、A4 公司

此公司乃以佛教法事進而從事葬儀工作，公司在彰化。
訪談日期：九月七日，訪談時間：下午二時至下午四時，針對問題，訪談結果如下：

- 一、目前服務案件平均每個月多少件？每件多少金額，(最大多少件？最少多少件？最大多少金額？最少多少金額？)

1. 平均 2 件，最多 8 件，最少就都沒有。
2. 價格請喪家自己訂，差不多平均十幾萬。
3. 平均大概兩件，有淡旺季。最多喔，我從是這一行到現在，曾經最高的紀錄，一個月接八件。最高的紀錄。那最少的话就都沒有。這個不一定。為什麼不一定？因為我們是佛教徒，我們做的跟人家不一樣。若是說價錢，我們的價錢都是給喪家自己講的，差不多十來萬。所以做事情，這個價錢呀要憑良心呀。
4. 現在政府也沒有硬性規定這個價錢怎麼樣啦，所以我剛才講，有證照制度，但是也要確確實實，也要落實的去管理。你沒有落實管理，證照也沒有用啦。很簡單就是這樣啦，你有落實去管理，他就能夠有一個規劃。比方說他有一個規範，什麼東西要多少錢，什麼東西多少錢。現在很亂，你做你的我做我的，我說二十萬就做，你說我十八萬就做，你說我十六萬就做，可以呀。那相差在哪裡？品質呀。對呀，那他搶呀。反正你聽到十六萬，我給十六萬的做，我怎麼給 20 萬的做，他不知到二十萬是什麼品質呀，十六萬什麼品質呀。
5. 一定品質有關係的，我告訴你啦，做殯葬業的沒有一個人想說：我寧願損失錢幫你做。這樣比較快啦，總歸一聚話，究是這個樣子啦，對不對。但是，我今天跟你算價錢便宜，但是我偷工減料呀，一定的道理呀。這個沒有什麼學問嘛，但是但是我剛才跟你說我二十萬、十八萬、十六萬，你十六萬做下來，十六萬是一個框框，但是什麼東西要加什麼東西要加，說不定比我二十萬還貴。這個喪家知道嗎？這個喪家不知道。

二、在經營上面臨最大的困難是什麼？有何解決之道？

1. 價格競爭，同業的惡性競爭。
2. 期望政府能辦理證照，來牽制業者穩定市場，讓殯葬業能有一定的規範。
3. 最大的困難！競爭吧！同行競爭，現在很多啦，很

多都是那種惡性的呀，惡性的去削價，然後事後再對服務的喪家去做價錢的變動，這些。剛開始在接觸的層面，應該比較困難。譬如說，我去跟人家談一個 case，我去跟人家說 15 萬，從頭到尾所有的東西，但是，你在同行裡面可能變成說，不用呀，我 12 萬就做了。但是，實際上做到結束之後，我去跟人家談的是從頭到尾，那變成是在 在對方變成說他這些價位是一個局部性。但是剛開始，在人家很很慌亂的時候，我只有聽到人家的價錢比較便宜，所以就變成說整個 case 換人家做。會有這種情形。

4. 解決之道：最好趕快政府能夠趕快辦證照，這個是最好的。為什麼呢？因為有證照能夠有所牽制，能夠把我們市場有一個規律。現在我們這個樣子很亂，可以說沒有一個頭緒啦，所以互相競爭、互相殺價、互相殘殺，這個社會就亂了。但是好壞，品質好壞喪家沒有辦法去估計品質，因為他們外行，他們的教育不夠。他們的教育不夠，所以只有聽到價錢怎麼樣，那就跟隨這個人的價錢去講。但是他做出來的情形怎麼樣還不知道，到後來覺得後悔的時候，已經來不及了。

三、殯葬產業可能會面臨哪些挑戰？有何因應對策？

1. 大財團或蟑螂族並不是殯葬業所面臨的挑戰，因為各走各的路。
2. 民眾認知上有所問題，期望透過教育加強。
3. 殯葬產業在制度上是還 ok 啦，因為按照社會上他們講的下去走，你如果說完全要每一家公司行號，每一家禮儀社，如果說都要硬性規定去都要有一張證照或怎麼樣，在短期之內，在學術界內沒有辦法去有一個很完善的措施。最好是有證照制度，而且要確實的去履行嘛，這個才有辦法。就算說你一個證照制度下來了，那在習俗上你也沒有辦法做一個統一嘛，也是各做各的。所以，認知啦，認知要再加強。
4. 人的往生，沒有好壞啦。就是有正念跟沒有正念的問題啦。做這個，人往生了，所做的一切事情，都

要我們要利益於亡者。為什麼要利益於亡者呢？因為要讓亡者走一條更好的路，所以我們今天才要做這種事情，我們若是說沒有 沒有 沒有這一個認同，法事是要做給世間人看的，這個錢根本就不需要花。現在的經濟那麼壞，根本就不需要花那麼那些錢。

5. 像那些龍巖或是其他大財團，除非是他來找我們，為什麼要找我們呢？他們有時候這個 在地方上啦 這個 人員不夠啦，或者是什麼設備不夠啦。並不是說他們本身的不夠，不是因為他們的地點發得很廣。小角落絕對是 固不了的，大都會覺對沒有問題，因為怎麼樣，因為他們都集中在那個地方嘛。所以，小部落呢就要委託像我們這個比較小的去把他負責這個工作，他 我們做第二手啦，他們做第一手。是用這樣的，要是小部落，他也是跟大部落，大城市一樣，他划不來，他這個成本太高。所以我們跟他也沒有什麼競爭，因為他們有生前契約，我們沒有生前契約。

四、最近？室效應的結果，使得大家對於環保與排碳量的問題受到重視，殯葬業應如何做？請問平均一件案件，用紙量大約多少金額？有可能減低嗎？您的看法是？

1. (由於受訪者所經營的公司以純佛教為主，因此對於焚燒金紙並不贊成)。燒金紙不是我反對，不是這樣講，不是我反對。因為燒金紙對亡者沒有利。第一，人往生以後都要燒腳尾紙，燒腳尾紙，燒腳尾紙你知道一個人往生以後，你再那邊燒腳尾紙，腳尾紙要點火呀，那裡面屋子的溫度就會提高，溫度提高對亡者這個身體的發酵更快，對亡者有壞處，沒有好處。
2. 第二，你說燒冥紙，那我們來講，我們彰化跟員林的冥紙有沒有一樣？就不一樣了，不一樣。中部的跟南部的冥紙不一樣，中部的跟北部的冥紙又不一樣。客家人跟我們閩南人的冥紙又不一樣，哪一個地方算標準？開這個金紙店的，越開越大，現在呢也有什麼刷卡，也有什麼 現在你們也知道嘛，你們也知道這個資訊嘛，現在有人在申請專利，說

這個 這個 這個冥間銀行，是他們的專利。這搞的太荒謬嘛，太荒謬嘛。這不是以前有的，現在才有，難道以前的人往生了怎麼辦？你設這個東西，你在哪裡註冊的？

3. 我不曉得你們有沒有去高雄殯儀館看過。高雄殯儀館他裡面的 單獨一個庫錢唷，庫錢就有八個版本，一個殯儀館裡面喔。你要根據哪一個？以哪一種的為準？所以說燒這個一點點的意義都沒有，尤其燒冥紙是對鬼道有利，為什麼鬼道有利呢？鬼道也不是說燒冥紙他可以得到什麼啦，因為他是貪嗔癡很重，你跟他說錢，他就認為是錢，所以他就為了貪這個東西，這是鬼道的。那我們人死了以後，我們把他當成鬼，這不是很可憐嗎？為什麼要這樣呢？像做七，現在的人，真荒謬多了，我看了也很痛苦啦。為什麼荒謬多呢？我們人死了七天有輪迴一次，有輪迴一次，我們人要輪迴嘛，七天輪迴一次。那我們人有七次輪迴的機會，所以七七四十九天這當中叫作中陰身。那麼我們現在的人很奇怪，怎麼會有這種名詞說是，哎唷我們現在工業社會啦，這個大家都很忙啦，乾脆要出殯的時候，把所有的七全部都做掉了。人死了七天輪迴一次，這是固定的呀，這是有史以來固定的呀，不是現在決定的。那你現在要把他轉過來，他，民間人死了能這個樣子嗎？不可能的事情嘛。他做的時候叫道士叫來把錢塞一塞，亡者的往生要丟給誰，丟給她亡者自己去流浪嗎？對不對？錢被人家拿走啦，這個往生的他輪迴沒有人跟他做呀，他自己去流浪呀，按照他自己的業力去跑呀。可不可憐？這個都是不對的，這是不對的。所以冥紙對亡者沒有用，沒有用。但是你對於 我們現在講的是對亡者有利，你 每一個動做一定要利益於亡者。你這個東西根本就一點點利益於亡者都沒有，而且還造成空氣汙染，而且還真的錢去跟人家換那個沒有用的東西來燒，來騙死人，哎呀，這個真是要命呀。

五、針對具一定規模者，必須設置禮儀師，您認為一定規模應該有哪些條件？

1. 這個問題喔，你說禮儀師，現在也沒有禮儀師啦。

有禮儀師，我們也有禮儀師啦，因為我們經過華梵大學的受訓，這種教育嘛，是不是，大家都知道嘛！現在這個生死協會考試及格的，我們也都有呀。我們全部都有，我們也受過這種教育。但是我們不跟隨他們傳統式的一個殯葬業，為什麼？傳統式的他們只有營利，他們只有營利，他們不曉得什麼叫服務。所以他一點一滴都是要錢，我們不是。

2. 你說財團，大財團，像龍巖他們那個財團，他們所做的告別式，他們的場面，沒有我們的莊嚴，為什麼呢？因為他們是生前契約。生前契約呢，他搭下來的棚子，跟裡面的裝潢跟我們的不一樣，為什麼呢？因為他們的便宜。他們太便宜啦，他們只有一格有裝潢，放幾對花，這樣就敷衍過去啦，我們不是。我們不是，我們做的非常非常莊嚴，這個都有相片嘛，這個都有證據嘛。這個都有證據嘛，我們做的都非常非常莊嚴，跟他們不一樣。他們要做這個樣子的話，就比我們還要貴，為什麼呢？因為他這個全部通通要加錢，比我們還要貴，我們做的比他們還便宜。我們的莊嚴度比他勝過好，你看這個相片，這個證據嘛，這個證據會講話嘛，我們比他莊嚴多了。

六、生前契約業者應具備哪些條件才合理？

1. 他們有生前契約嘛，他人還沒有死之前就把它買下來了嘛。所以對我們的衝擊怎麼可能說沒有呢，當然是有呀。但是我們又能怎麼辦呢？我們又無奈呀。因為他們是財團，他們有這個能力，我們沒有這個能力，所以我們也只有隨著這樣去走呀，對不對，我們也沒以辦法呀，無奈呀。
2. 生前契約，你一般財團來講啦，財團他就是，獎的比較好聽一點就是一個品牌。因為現在針對龍巖或國寶的話，他們在外界，在同行裡面，他們就等於是一個品牌而已。對不對，那他們所出來的東西不見得會比一般傳統市場還要便宜，為什麼？因為層層被剝削掉了。簽單的去幫，去簽單的人要不要佣金？要佣金。那他所有配合的廠商要不要有利潤？要有利潤。那你是後再追加的東西，那一定是比

所有的傳統市場還要再貴，那是相對的。他只是再經過另外一種的包裝，打上他們的 logo，那東西就會不一樣。那就是他們自己本身的 brand，那在他們來講，只是怎麼說，吃 brand 比較重。

七、對殯葬管理條例，您認為有哪些不適當？哪些可以增列？

1. 條例沒有不適當，但無法實際落實。我去上課，任何人都一樣，上課就是上課，上課我是將來要那個執照。做歸做，那是兩碼事，我反正我要有生意，我什麼事情都可以做。這是習俗的關係，這是習俗的關係，你像剛剛我們經過那個金馬路，金馬路靠這邊是彰化市，過去那邊是和美，那兩個地方只有一個金馬路，那兩個地方的習俗不一樣。
2. 現在目前教育方面也只是上課，那人家要的也只是未來考試證照。那要按照上課所講的那種模式下去做，不可能，做不起來，做不起來。

八、您對殯葬服務業評鑑的看法如何？

1. 對於資本額超過三千萬的財團，才需要評鑑，對於一般傳統的小公司並不需要。
2. 在殯葬條例裡面來講，你要財團對不對，資本額超過三千萬以上，你才需要評鑑。那一般的傳統小公司，資本額還沒到那裡的，就不需要。那你有考過丙照只是說對外界對你的認知，對你的印象會比較好一點。這樣子而已，那實際上你在一般的傳統的業者，你要他，他有這個執照，就算他沒有這個執照，他在這個殯葬管理條裡面，你也拿他沒辦法。因為他的資本額沒有那裡。我做一個比喻，現在火葬場，現在是這樣，現在在推行。火葬場沒有營業執照不能燒，火葬場。但是我沒有執照，你有執照，我就用你的執照。我照樣可以做，那沒有用。

伍、A5 公司

此公司乃以從事葬儀工作進而支援部分人力派遣，公司在台東。訪談日期：九月二十日，訪談時間：下午二時至下午四時，針對問題，訪談結果如下：

一、目前服務案件平均每個月多少件？每件多少金額，(最大多少件？最少多少件？最大多少金額？最少多少金額？)

1. 平均大約 20 件
2. 每件金額大約 15 萬，教會則大約 7-8 萬。
3. 平均大概也都 20 件有啦，之前在做我最多一個月大概差不多四十件。你說就是全套的包括有做所謂的超渡功德呀，這些東西都要。以照理講應該以 15 萬做平均，是應該比較合理化。比如說以火化，你這個 Case 花了 15 萬，那要以一樣的 case 轉成土葬，你大概要 double。因為他的土葬棺成本就增加嘛，再來墳墓。所以一般都是差不多 double 算。
4. 教會如果以普通來辦啦～教會大概七八萬就可以辦的蠻漂亮啦～因為他沒有什麼東西嘛～教會就是一個所謂的告別式，因為任何一個教育你都是要有一個所謂的告別式嘛！只是你教育你只是佈置成教會的模式，那道教佛教你就佈置道教佛教或是有的要做成花山，教會就比較簡單，你就佈置成一個小型的花海，棺木骨灰罐靈車而已阿！所以他花的錢很少！所以差不多就七、八萬就很好辦啦。

二、在經營上面臨最大的困難是什麼？有何解決之道？

1. 人口少，人口老化。一般年輕人素質不夠，無法吃苦耐勞。
2. 在經營方面，雖然面臨最大的困難，因為我們是在東部地區。要分地區性如果以東部地區的話，是人口算比較少，年輕人算是更少。所以現在像我們的最大困難就是在員工年紀就是偏高，這個問題比較重要。那要年輕人，現在時下年輕人講真的是受不了苦，更不願意來吃苦，大家都是看電視在得到的資訊是高薪，都會來問，問了以後就掉頭走了，因為他受不了苦。甚至有的人來上班不到一個月，就不見了，所以在這方面面臨大的問題比較嚴

重。

3. 其實在東部，以台東四十六家葬儀公司來講，幾乎每一家都是面臨這樣的問題啦。在年輕一輩的員工，其實基本上看起來素質都不是這麼夠。如果要跟一般的所謂在大台北地區的這種所謂的生前契約大殯葬公司來相比的話，真的差很多。所以在這方面我們也是很頭痛的問題。像我本身就是一直在尋找一些年輕又願意吃苦願意學的人來做，所以這個問題也是我們，幾乎每一家台東的葬儀社都面臨的問題。還是想不出來可以解決的辦法。

三、殯葬產業可能會面臨哪些挑戰？有何因應對策？

1. 對於非會員不能進來做登記，以及使用殯儀館這種公家東西。但是卻有法律漏洞，家屬可以自辦。* 各縣市是否能夠制止所謂的家屬自辦，以防堵殯葬蟑螂或跑單幫的行為產生？
2. 希望透過大財團來競爭，進而能夠提升業者，讓業者在服務、品質方面、價格方面，都可以透明化。
3. 若能改變經營方式，將所有價錢透明化後，再把自己的服裝儀容調整好，將服務、態度跟品質做出來，相信財團絕對不是對手。所以害怕的是自己不願意做改變，不要想進步。
4. 目前在東部來講，因為我本身是還沒有什麼算困難的。之前我在當理事長的時候，我們有跟社工所溝通，就是一切要以合法會員才能在殯儀館裡面登記，做一些手續辦理這一方面。如果你不是合法會員，沒有申請執照，不是合法會員，你絕對不能進來做登記以及使用殯儀館這種公家東西。但是有一個所謂的法律漏洞，家屬可以自辦，這是目前我所了解，在全省都沒有辦法制止，因為家屬他可以自辦。
5. 這個就變成說，因為這些沒有執照或是跑單幫，他可以跟家屬談，我以多少價格比較便宜，畢竟我們合法業者第一個我們又要繳稅，啊公會會員一大堆我們都要繳稅嘛。跑單幫的他什麼都不用，他當然可以以比較低的一些價格承包。但是你不能限制說

不可以家屬自辦這一方面的話，就是沒有辦法管。所以便承包括說，像我們公會本身只要我們是合法會員，有任何殯葬糾紛，公會一定會出面處理，協調到好。但是你如果找一些殯葬蟑螂這些在處理的話，沒有人可以管，公會完全沒有辦法。因為他在使用殯儀館設施，公家的殯儀館設施的時候，東西損壞了，也沒有人，也找不到人可以賠。

6. 所以，是不是可以說，在各縣市不要說我們台東，各縣市能夠制止這種所謂的家屬自辦，我相信沒有一個家屬可以自辦啦，除了 如果以我的話，我本身開葬儀社我當然可以自辦呀。啊其他還有哪一個家屬可以自辦呢？它又不經營棺木買賣，骨灰罐買賣什麼都沒有，他他怎麼自辦呢？所以是不是說，在各縣市方面包括這個問題可以來做一個處理，就是防堵家屬自辦，或是要家屬寫切結書。他棺木向哪裡購買，骨灰罐向哪裡購買。那以後在殯儀館方面任何的儀器或是用具損壞，由家屬自己負擔，自己做賠償。那他們的殯葬如果發生了糾紛，那我們公會不涉及，也不幫忙處理。
7. 這樣子就可以以防這些所謂殯葬蟑螂。他們在外面做一些跑單幫。其實，像這種問題我還覺得我倒覺得不是問題。其實有他們大財團來競爭，反而可以提升到業者，你所有的在服務、品質方面、價格方面，你都可以透明化，提升很多。我反而希望這些財團來。如果我們今天改變我們自己經營方式，把你的所有價錢透明化以後，再把你自己的服裝調整好，把你的服務、態度跟品質做出來，財團絕對不是我們的對手。所以這一點倒是不用害怕，害怕的是你自己不去做改變，害怕的是你自己不要進步，就這樣而已。

四、最近？室效應的結果，使得大家對於環保與排碳量的問題受到重視，殯葬業應如何做？請問平均一件案件，用紙量大約多少金額？有可能減低嗎？您的看法是？

1. 平均一個案子辦下來有燒金紙的話，金額大概最多差不多十萬。
2. 不會去鼓勵不要燒金紙，只能盡量鼓勵喪家不要燒

太多。

3. 最大的污染源不是在於焚燒金紙，而是再焚燒往生者的衣物。
4. 政府要有配套措施，來獎勵或補助大家做環保。
5. 鼓勵喪家使用環保金紙。
6. 設置環保焚化爐。
7. 在現在凡事都講究環保，其實是從以前就留下來的習俗，那我們只是可以鼓勵說不要燒這麼多，其實一般人注重的就是說燒金紙，燒金銀紙這些紙錢，考慮到的是說要不要燒這麼多，要燒少一點，這裡面一個最大的問題是什麼？衣物嘛 往生者的衣物 幾乎大家都要火化 要跟庫錢一起燒！就是要燒給他，其實真正的污染是在衣物，所以我都鼓勵家屬，衣服不要燒，衣服我們是不是可以回收給那些窮人家沒有衣服穿的人 讓人家去穿，第一個你燒了都是黑煙，現在衣服很少都是純綿的啦或是蠶絲這些好的 材料幾乎都是尼龍的嘛 所以你一燒都是黑煙嘛 比如說銀紙，現在有所謂的環保銀紙。
8. 你政府要鼓勵大家做環保是不是，你在這個方面上面比如說 你要去獎勵這些做環保東西的人，看有沒有什麼獎勵的辦法或是有什麼補助嘛！是不是！你總不能說你政府要做什麼環保阿 你要百姓來做負擔 那我乾脆就不要給你環保，我就講難聽一點，有的人就是家裡幾十年才死一個，你管我，黑煙再怎麼大，我環保什麼臭氧成破了，一大堆那乾我屁事！是不是 天氣熱 那我在家吹冷氣嘛！我不要出去熱就好了！所以是不是你政府變成你要有一個措施出來，是不是盡量鼓勵人民去用所謂的環保金紙，環保銀紙這種東西，衣物做回收，對不對！
9. 在殯儀館你有一個所謂環保金銀紙庫錢的東西嘛！那是不是可以減少空氣污染，所以不是說要家屬怎麼樣業者怎麼樣，是你政府要怎麼樣做出東西來，然後我們去配合你，而不是叫我們業者或家屬怎麼做是政府要怎麼做，比如說環保的焚化爐 那你有

所謂的黑煙 黑煙循環過濾處理是不是。一個案子阿！辦下來有燒金紙的話，金額喔~金額大概 大概最多喔！差不多十萬塊 你政府的配套措施你要做出來，就像比方我講的，你在殯儀館設置 設置環保爐嘛，人家燒多所造成的空氣污染也是非常非常的低嘛！而不是一直叫人家不要燒，有時候你說叫人家不要燒這個，這些業者沒錢賺阿！那開賣金紙銀紙的這些業者也沒錢賺。為什麼我們不會去鼓勵不要燒，我要考慮到我自己嘛！所以如果以這樣講的話 那政府你為什麼不要去做這個所謂環保火化爐，那你就不要去限制人家燒多少了嘛！對不對阿一樣 你說做這設備，你要燒多少量，你就要繳多少處理費，那家屬你自己要燒多少，那如果我今天我家屬我有錢，我一樣要燒一百億，可能我處理費，空氣 我那個燒鍋灰渣處理，需要 5 千塊處理費，那他一聽喔 5 千太多！那他可能就燒少一點嘛！對不對！不是一直在叫人家不要燒一直叫人家不要燒。

五、針對具一定規模者，必須設置禮儀師，您認為一定規模應該有哪些條件？

1. 設置禮儀師才能提升殯葬產業，但需要有一定的配套措施，比如說以東部地區，就不要規定的太嚴格。或是說財團方面要限制的比較嚴格。
2. 我也想說要有這種提升啦，因為連現在包括，連開個麵店都要有個廚師，丙級廚師。所以你說要一定規模，你是不是要看區域性？比如說北部、中部、南部、東部，因為，以北部來講，幾乎都是大財團，人口數又多。台東是一個小鄉下，人口數本來就不多，幾乎連財團都不想來啦。因為包括像剛才你在講說像龍巖啦這些大財團，有到台東設公司呀，一年多他就收掉啦，划不來呀。他不划算嘛。
3. 以生前契約來講，他要具備三千萬資本額才能做嘛，三人以上，那 如果這樣，台東找不到半家呀。那是不是說，你的那個營業登記證，比如說你有營業登記證，你是不是要有多少一個所謂基本額，基本的三十萬或是，我們不要去跟大財團比嘛，

他們都幾千萬幾億嘛。那以東部來講，考量，是不是三十萬資本額。那你像你現在要考這個禮儀師執照，丙級技術士，是不是你最起碼裡面要有一個是丙級技術士，基本數。如果要以北部的這種公司財團來做相比照的話，那台東完蛋了。

4. 而且台東縣在葬儀社都是比較屬於老年化，有的甚至他的孩子他不接，你叫他怎麼辦？你總不能說你為了一個禮儀師，沒有錯，政府也是好意要來提升這個殯葬的素質，啊你總不能因為這樣害了一些以前從事這些傳統行業，從阿公、從爸爸留下來的東西，完蛋了，他不能做了。是不是？所以要有一個好的配套，我是認為要好的配套，比如說以東部地區，那你就不要規定的太嚴格。或是說你在哪個財團方面，你要限制的比較嚴格。我相信說，比如說像生前契約在做，生前契約也倒了非常多呀，但是傳統行業他不會倒呀。這是各有利弊嘛，那誰比較危險？生前契約比較危險。

六、生前契約業者應具備哪些條件才合理？

1. 生前契約這些條件是合理的，但是在信託方面要嚴格執行。
2. 其實生前契約以我本身喔，不要說因為我有做他們的工作，我才說他們合理。這種東西本來就可以買的東西，我曾經在我們這裡的一所大學，我當過講師，我曾經有學生問我，他說：顏老師顏老師，我有一個問題。我說什麼問題？他說：請問你一下，生前契約可不可以買？我說：你這個問題問的非常的好，我今天如果跟你說不行，你罵我，因為我是業者呀，我當然說不行。那我說可以，那我是笨蛋，你罵我，你自己從事殯葬業，你開葬儀社你說可以買生前契約，買了你就沒得做了呀？我說這種東西可不可以買，是看在你個人。你有沒有去把合約內容看清楚？你有沒有去詳細合約的內容裡面附帶什麼東西？他這張契約多少錢裡面是附了什麼東西？你有沒有看清楚？看清楚完要不要買自己做決定，不是我幫你做決定。因為你買了你好你也不會感謝我，買了不好你罵我而已呀。

3. 所以說賣生前契約，買生前契約，是要看看個人。現在依我目前所面臨到，遇到最多的是賣契約的人他依像是不把契約內容講清楚。為什麼？第一個他可能不曉得真正的契約內容，第二個他講清楚以後，他可能也不要混了。你要買的時候，一定是你非常好的朋友或是親戚來推銷這種東西嘛，啊你一定會信任這個朋友或是信任這個親戚。人不要講信任，因為有這個合約書有這個合約內容，你把他看清楚，問清楚，要不要買就看你自己個人，而不是問我可不可以買。
4. 像我目前遇到很多都是沒有看清楚，到最後很多糾紛。因為就是不把合約內容看清楚。我遇到十個，如果以十個來講，幾乎有九個半是沒有把合約看清楚。
5. 其實這個生前契約會做信託，也是那個時後生前契約剛開始的時候，我們葬儀公會全國聯合會，中華民國葬儀公會全國聯合會，我們去立法院，去跟他們做座談，去跟他們做協商。去弄出來這 75% 的信託。但是，政府你有沒有嚴格要求，或是嚴格執行？所以百分之七十五的信託是針對個人買這個件，單件喔，而不是說我個月賣了一千件，我拿十件來去信託。而且信託是公司的名字，這是沒有用的，你公司倒了還是倒了。這些一千件的人哪裡找賠償？沒有呀，沒得賠。那我是希望說，那是不是針對購買契約這張名字的人下去做百分之七十五的信託。單件，今天你公司，不要說賣了一千件，即使你賣了十萬件，你公司倒了，這十萬張契約都有保障。那你就其中拿了微乎其微的這幾張單做信託，而且信託名字是公司的，你公司倒了，誰賠呀？還是沒呀。現在很多都是這樣子。
6. 所以我的希望就是說：做生前契約絕對可以讓他們做，絕對可以，但是在信託方面要嚴格執行。以買契約人這張契約單下去做信託，而且是以契約單上的名字做信託，而不是以公司的名字做信託。我是希望這樣子。在執行方面，政府你的公權利、你的執行力有沒有徹底實施，徹地去做。就像我講的嘛，你的百分之七十五信託，那你應該是以單件、個人，

單件上的名字做信託，而不是以你所賣的總件數再拿少部分以公司的名字做信託，那就乾脆不要信託了，因為沒有用嘛，那是完全沒有用呀。

七、對殯葬管理條例，您認為有哪些不適當？哪些可以增列？

1. 目前最不合理的就是醫院設置太平間。希望政府五年後能夠真正做到五年落日條款。
2. 其實，現在目前最不合理就是所謂醫院。醫院太平間，很多人看到電視也都有在看，台北榮總，其實不要說台北榮總啦，其實各縣市的醫院通通有這個問題。其實這一個問題不是單一個殯葬問題唷，而是包括你醫院裡面收受回扣的問題。為什麼醫院那麼多人要去標？為什麼標個醫院可以標到擠到頭破血流，拿槍出來？難道你政府單位你沒有在看嗎？難道你醫院你不曉得嗎？那是多大一塊餅？你看多少人要去標，這個標醫院的福利金哪裡來？這些錢向誰拿？不是業者啦，我告訴你，從往生者的身上。
3. 那我們姑且不談這一塊，不談這個問題，你應該想說在醫院裡面，你在一個殯葬管理法裡面，你的母法是你這些殯葬設施要距離學校、醫院距離 500 公尺以上。那今天你又把醫院裡面可以附設太平間，可以附設殯葬設施，甚至有些醫院可以設置靈堂在那裡出殯，那是不是你已經抵觸到母法，抵觸道法律了？那我想說，你這些包括為生署的官員，你們在幹什麼？你們在幹什麼？你~法律明明規定，你殯葬法明明規定，要像醫院學校你最少要距離醫院 500 公尺以上。那你今天可以大大方方，又可以招標，讓人家在醫院裡面附設太平間，附設殯葬設施在那裡出殯，那對嗎？
4. 希望政府能夠在這五年以後做到你真正五年的落日條款，而不是講講，五年後又五年，五年後又五年。如果這樣子，我告訴你，你這個禮儀師考是這個也不用了。

八、您對殯葬服務業評鑑的看法如何？

1. 對於評鑑相當支持，並且希望能夠嚴格執行。

2. 希望能夠做到公平性、制度化讓績優廠商有機會曝光或公佈。
3. 讓消費者得到好的服務，並且提升品質，創造業者跟消費者雙贏。我相當支持，而且要嚴格，但是現在很多縣市的評鑑制，在我看來啦，也不是很公平。所以我認為說這個評鑑一定要做，勢在必行。而且是要由政府單位，下去做。你可以把好跟壞，優良的差的，劣質的清出來，甚至公佈在 比如說你由市政府或公所做評比，公佈在你們的網站上面，讓消費者有選擇嘛。第一個，你消費者得到的服務會比較好，品質會提升，價格呢，一定會公平這是業者跟消費者雙贏。
4. 再來，你會越來越少的糾紛，糾紛就會越來越少，因為消費者它可以去看，哪幾家業者比較好？哪幾家業者是不好的？他一定選擇好的嘛！那是不是可以帶動這些不好的，他要改變自己，要提升嘛，那是不是可以帶動整個殯葬的提升？那是不是很好？
5. 但是有很多人反對。告訴你，反對的人幾乎超過三分之二。台東還沒有過呀，台東還沒有做所謂的評鑑過呀。我是最希望的，最願意看到他現在開始做評鑑，因為我一定贏。相對我是希望帶動整個業者，因為有時後人家在罵殯葬業者。不是 他不是指明罵某某一家，通通概括承受嘛。所以我是最希望看到評鑑，台東能夠做到評鑑，而且是各縣市應該下去做評鑑，因為可以把優良的廠商區分出來，劣質的廠商區分出來，該淘汰舊淘汰，該升級就升級。但是我是認為一定要做評鑑，一定要把他區分出來，才可以下去提升每一家的素質。一樣啦，你變成你素質真的差的，你就自然淘汰。

陸、A6 公司

此公司乃以花店及式場規劃進而投入葬儀工作，公司在高雄。訪談日期：十月十二日，訪談時間：下午二時至下午四時，針對問題，訪談結果如下：

- 一、目前服務案件平均每個月多少件？每件多少金額，（最大

多少件?最少多少件? 最大多少金額?最少多少金額?)

這一定要講嗎?很少 一年 3 件, 很少啦! 我沒有在講按月的。至於最大金額我覺得很那個 誰會去告訴你這個。因為這就是很私人的問題, 你問這個就不在你所謂的研究裡面, 我這樣覺得。

二、在經營上面臨最大的困難是什麼?有何解決之道?

1. 同行削價 競爭激烈。比方說我們跟主家報價整個流程 16 萬, 那就會有人跟他說 13 萬就做不到, 就是這個問題很現實, 若你是主家你會給誰做? 主家沒有常死人, 沒有經驗, 等之後才來後悔都來不及了。
2. 因應解決之道? 你是說公司他要怎麼去經營, 這是他個人公司的問題, 可是個人的問題又不能代表什麼, 我這麼想又不代表別人全部都是這麼想, 如果是我的話他要給別人做就給別人做, 等他去給別人做了他就知道了阿。不可能說 16 萬就真的 16 萬, 沒有二三十萬跑不掉, 這沒有什麼解決之道, 印 DM 老套。
3. 像我們這種是小公司, 規模小沒有什麼, 要像龍巖、國寶啦~這一些規模大的公司才會有所謂的解決之道, 那我們沒有阿! 我們有就做沒有就算了! 我們還有在做其他的, 所以我沒差!
4. 口碑也是一個解決之道, 但那是你做了二三十年的老店, 若你不是做很久的, 誰知道你是哪一家。你有服務過的客人, 就是你的一次機會, 你的客人從哪裡來? 從你的第一個客人開始阿! 就跟做保險做業務一樣, 你做好服務又好價錢又不會很貴, 當然這就是你的解決之道, 不然是什麼。

三、殯葬產業可能會面臨哪些挑戰?有何因應對策?

1. 認為殯葬產業人格、品格、品性都有需要再進步。殯葬包括很多個, 一開始有棺木、工人、佈置、紙屋那一類的, 這些下面一定有很多廠商, 然後你叫了廠商這些東西, 是不是跟主家收錢後, 就要給廠商錢, 但很多業者都沒有給。
2. 比方說叫了一個棺木, 若是月結那就沒話說, 時間

到對方送單子來就給錢，但有些人不是阿！所以我覺得那些廠商很可憐。

3. 至於殯葬產業所面臨的挑戰，一樣是價錢的問題，同行削價的問題。聽說以前的殯葬一整個下來，30萬40萬不會有人跟你殺價的，現在不是，若你想做到30萬要非常拼，除了兩種情況一種是你非常會做生意，另一種是你很沒有人性，真的就是這樣。
4. 我個人並不會覺得有被大財團打壓，因為我單純把他當成一個服務業，有人找我我會很樂意幫你服務，不是因為我價錢便宜喔~不單只是這一方面的問題。
5. 就是要服務做的好，價格又合理，不要是黑心葬儀，你說這種人有沒有，有！有很多。像這次去考試，在去上課的當中，充實知識很重要，像有一門課殯葬倫理，就可以對於前面所提到的經營上或殯葬產業上的問題，可以從當中來找到解決方法，當你本身有去進修，有去讀一些書會對於你在公司的經營，包括你跟客人的互動之間，你的素質會提高，所以我覺得上課是必需的，是必要的。

四、最近?室效應的結果，使得大家對於環保與排碳量的問題受到重視，殯葬業應如何做?請問平均一件案件，用紙量大約多少金額?有可能減低嗎?您的看法是?

1. 1 事先去徵求主家的意見
2. 平均用紙量大約十億(冥幣面值)
3. 若真的有辦法去節能省碳，去面對環保問題的話，非常願意配合。
4. 道德教育是主要問題，除了殯葬業需要受教育之外，我們還要去教育主家，政府也要有一套措施。
5. 這個問題關係到公司的利益，主家有的人就是要燒你能叫他不要燒嗎！如果你主動叫主家不要燒，當然你錢就少賺了，當然這又是道德的問題，若政府提倡不要燒庫錢，我也可以配合，節能省碳、環保，我們愛惜這個地球，我們也有小孩當然也希望，那當然我們就說好阿~那就不要燒。所以這又牽涉到道

德教育的問題，除了殯葬業需要受教育之外，我們還要去教育主家，那政府也要有一套措施。像生前契約現在也有在做這個推廣，在推廣的同時也能順便推廣說節能省碳、注重公共衛生等問題，就不要再燒庫錢了，政府也可以做這方面的響應。

6. 在接 Cass 的時候，都會事先去徵求主家的同意，你要不要燒庫錢，我不會去說你就要燒多少，不然往生者不夠用怎樣的，我不會這樣子。我都先看主家怎樣，在來斟酌要或不要，因為花錢的是主家，那你有花錢我當然有賺，可是我覺得賺這一點錢我不會很在意，最主要是說若真的有辦法去節能省碳，去面對環保問題的話，我覺得我可以叫主家不要燒。
7. 金紙量則不一定，十億吧(冥幣面值)！就是庫錢。金額沒辦法講啦~因為庫錢有分好壞，怎去跟你講！你如果十億你燒台灣製的很貴，有些人賣一袋八十，那你換算後是多少？那你像進口的那種，有九塊的有十塊的，你跟主家開十五或二十，十億就多少那個量會嚇死人！所以我只能這樣說，沒辦法回答。

五、針對具一定規模者，必須設置禮儀師，您認為一定規模應該有哪些條件？

1. 不論規模大小，都需要設置禮儀師。
2. 須具備執照。像我知道你們會不定期舉辦一些課程，我覺得禮儀師確實是有必要的，不是所有三教九流每個人都可以當，一定要具備執照，我覺得這很合理。現在殯葬業做過幾次，就要去接生意就要去做了，哪有這麼好的事，哪有這麼好做！所以我認為本身需要具有執照，具有禮儀師的執照，這樣才是比較有制度化的公司，就算你只是小規模。比方說主家來到店面或公司一定會看，是否有公司執照，是否有禮儀師執照。
3. 對於政府所規定的條件算合理，不會很多。其實大公司有大公司的規模，小公司有小公司的規模，大公司一定有相當的條件，大公司有錢，錢最重要嘛~在來就有良好的管理措施以及制度，你才有夠資格

一個大企業，因此政府規定的那些條件，我認為很合理。因為殯葬這個產業素質參差不齊，真的相差很大，有的真的很有善心在做，但有的就真的以營利事業在做，你也不能說他不對，因為每個人都是為了要活口，只是說你這錢賺的有沒有心安理得，我覺得！所以我覺得整個來講要提倡的是道德。

課本中有提到，禮儀師要有一定的條件，但他沒有強調說就不能在執行，所以說哪有一定的規範，因此我認為這部份真的是 我認為無從答覆。

六、生前契約業者應具備哪些條件才合理？

1. 應具備一定的規模化，政府所制定的契約都很合理。
2. 我剛提過大公司有大公司的規模，小公司有小公司的規模。我覺得這不是在個人公司的問題上，你政府規定必須有哪些條件你才可以去經營生前契約，比方你必須百分之七十五做信託管理，我認為這些都很合理。

政府沒有很嚴格的去執行，那有些人就剝奪了哪些人的權利，不只是主家還有廠商！

七、對殯葬管理條例，您認為有哪些不適當？哪些可以增列？

1. 認為殯葬管理條例合理且適當
2. 我覺得都合理阿！都很適當阿！我認為增列是在禮儀師這個部份。
3. 醫院的部份要讓主家有選擇的權利，不一定要到醫院去。沒錯生病是要到醫院去，但醫院也又婦產科，有生就有死嘛~但是我認為既然有生那又有死，我絕得就比較不恰當。加上醫院出入的人又太多，若遇到第一類法定傳染病，你將他送到地下室的太平間去，雖然是說24小時要火化，那醫院的空調設備會不會傳染，也是有必然的危險性在。

八、您對殯葬服務業評鑑的看法如何？

1. 樂意配合，樂觀其成。

2. 可間接整合殯葬業的人員品質及素質。評鑑很好，很樂意配合，覺得這樣很好。可以間接去整合殯葬業這個行業人員的品質和素質，這樣很好。

柒、A7 公司

此公司乃以榮民之家為業務主軸，公司在花蓮。個案的公司分為兩家，分別有殯葬禮儀服務，殯葬儀品部門，因為標案不能由同一家公司一同控管服務及儀品，所以分為兩家公司共同競標，才能同時控管。服務的客源 75%為榮民。訪談日期：十月十八日，訪談時間：下午二時至下午四時，針對問題，訪談結果如下：

- 一、目前服務案件平均每個月多少件？每件多少金額？(最大多少件？最少多少件？最大金額多少？最少金額多少？)

平均每個月的服務案件為 80 幾件，其中一般客戶大多 20 幾件，其他多是榮民，每件案件的服務金額多是三、四萬至十二萬，多是一般客戶或生活層級在中間階層的榮民，最大的服務金額在四十多萬左右(火葬)，但土葬的金額會比火葬的還要多，所以會比四十多萬更多；最小的服務金額最少是在兩萬多元，多是層級較低沒有錢的榮民。提供資料如表 6-1。

表【6-1】A7 個案公司資料

	最大值	平均值	最小值
服務案件 / 月	100 件以上	80 多件	40 多件
服務金額 / 件	40 多萬(火葬)	3.4 萬至 12 萬	2 萬多
骨灰罐/件	15.16 萬(玉)	4000~8000(磁罐) 個案推薦給喪家	1000~2000(大理石)
塔位(公立)	不分層級，價位相同，但一二樓的價錢差一萬，對於當地居民打八折的優惠。28000~38000		

塔位(私立)	138000~14800 (中間層)		38000~48000 (最上最下層)
棺木	火葬棺(最便宜 15000) 2.1寸18000 2.2寸25000	土葬棺2.4寸 4.5萬到6.7 萬	環保紙棺 成本價7000元,通常市 售8000~9000,個案是 都賣7000元
紙錢	15000~18000以上	8000(5000~10000)	5000以下(通常為喪家 準備的一份是 4000~5000,但喪家用完 後就沒有在去買了)
紙紮品/件		8000~10000 (經濟層級較好的才 會消費,使用量並不 多)	
法事		四萬~五萬(濃縮成 一天的滿七) (不屬於服務項目, 推薦法師給喪主,讓 喪主自行決定)	

註：紙紮品：1.車+房+家具：10000元，2.麻將桌+4張桌椅
+3個人：8000元

二、在經營上面臨最大的困難是什麼？有何解決之道？

1. 公司的經營重點在於永續經營、後續關懷。所以客源多來自回頭客與客人介紹。
2. 困難點：案件減少，乃是樹大分支，親戚與員工瓜分掉原有客源與市場。自己家裡的人就開了三家。
3. 3..主要威脅來自螳螂族。有名的殯葬補習班，員工學成後就到外面去做生意，開一人公司，用聯合國的方式招攬生意，與個案都用自己員工的方式不一樣。
4. 警消單位與不肖業者的掛勾情形嚴重。會搶生意的

業者，不知道該怎麼辦，另外還有業者會威脅家屬，不替他們辦理賠等等相關事宜，導致我們客源減少，另外警消若是報案給業者，他們可以收回扣一萬五千元，我們並不想給這比錢，所以也沒有去做。

5. 解決方法：可利用登報宣導警消惡劣行為應杜絕，讓一般民眾了解相關訊息，也讓業者知道，也希望政府知道並制止警消。
6. 強調後續關懷，永續經營。

三、殯葬業者可能會面臨哪些挑戰？有何因應對策？

1. 花蓮日後面臨的挑戰會慢慢的因為大型企業的進入減少案件。
2. 目前也與龍巖、金寶山有企業聯盟，會幫他們做案子。
3. 也慢慢得要開發生前契約，認為這是未來的趨勢，且這是在預占市場的一種趨勢，所以想要增加未來的客源，也避免未來的市場被瓜分掉。

四、最近溫室效應的結果，使得大家對於環保與排碳量的問題受到重視，殯葬業應如何做？請問平均一間案件用紙量大約多少金額？有可能減低嗎？您的看法是？

1. 提供表 6-2。

表【6-2】A7 個案公司環保意見

	污染來源	解決方法
空氣污染	焚燒金紙、放紙	<p>放紙的部分目前已用花瓣來替代，減少紙張的使用。</p> <p>至於焚燒金紙的部分比較不好解決，環保的香燭都比較貴，比較不好推行，相對的成本較低的金紙比較多人用，個案認為家屬不同意，用金紙對亡者比較好，所以比較不好更改。</p> <p>一般的業者對於環保的問題也比較難更改。</p> <p>鄉下與都市之間也會有差別，都市大多都在殯</p>

		儀館舉行，燒的量什麼的可能會有所限制，鄉下地方都在自宅前設奠，相對的可能焚燒量就會比較多。
水污染	屍水、為遺體洗身用水	目前是用毛巾擦拭身體，並沒有想到過水的部分會受到污染，所以水汙染的部分並沒有做到改善的動作。
噪音污染	奠禮場的音響等	登報宣導讓一般民眾了解政府規定的相關政策，早上七點前，晚上九點後就不可以在撥放或製造聲響，利用報章做政令的宣導。

2. 平均案件燒金紙量在 5000~10000 元，比較不好更改，家屬對此問題會不同意，也認為環保的東西比較貴。

若是政府有相關規定的話，那就會依照規定進行，慢慢的宣導給一般民眾了解。

五、針對具一定規模者，必須設置禮儀師，您認為一定規模應該有哪些條件？

1. 每一家都需要，資本額在一百萬以下就要設置一位禮儀師，政府設定的資本額一定有他的道理在，所以越多資本額的話禮儀師的設置就應該要更多才對。
2. 本地的殯葬業者對於禮儀師的了解應該並不是很清楚。

六、生前契約業者應具備哪些條件才合理？

認為資本額應達 3000 萬以上，75%交付信託，近三年內無虧損，這都是合理的，另外也應該要有申請合法的公司，不要讓一些不合法的業者來做，政府應該要制止才對，像花蓮有很多的互助會，但這些互助會在後來會慢慢的加入很多的東西，會讓不知情的民眾上當受騙。

七、對殯葬管理條件，您認為有哪些不適當？哪些可以增列？

個案對於殯葬管理條例並不是很了解，但是有舉出例子說明政府的執行程度不夠，殯葬業者也不是很了解，所以認

為政府應該對於業者加強宣導，也要加強執行，讓大家更了解也更明白才不會違法。

八、您對殯葬禮儀服務業評鑑的看法為何？

相當的同意，其家人也很同意，也認為這樣的作法可以提升業界的素質，讓不合法及層度較低的踢掉，若是政府有宣導加上自己的宣導，未來可能也會影響到服務案件的多寡，所以越嚴格執行的話越好。

捌、A8 公司

此公司乃以自有奠儀會場及告別光碟為核心能力，公司在高雄。訪談時間：十月二十六日，訪談時間：下午二時至下午四時，針對問題，訪談結果如下：

一、目前服務案件平均每個月多少件？每件多少金額？(最大多少件？最少多少件？最大金額多少？最少金額多少？)

1. 最大件數 57，最少件數 30，平均 33~35 左右
2. 平均 15 萬，最大 120、130 萬，最少五萬，做慈善事件(公益)的就跟我朋友講，他就會交付給我五萬，剛好合管銷的成本費用(人員、成本)，但是不是跟公家機關講的。

二、在經營上面臨最大的困難是什麼？有何解決之道？

1. 困難：通路，案件的來源擴張通路。
2. 解決方法：第一就是標醫院的標案。標醫院的案件，以前都會放棄，因為醫院的權利金的問題，目前公司有三十幾個人，編制上可以一個月做 70~80 件沒有問題，但是案件數一直沒有辦法往上攀升，但是醫院的權利金真的很高，你想羊毛出在羊身上這樣不太好，但是現在我的思維不太一樣，就是我現在有三十個人，我要去標醫院的話還是一樣可以運作，我可以從人事成本的考量上這樣我可以去做，也就是多餘的人力可以拉到醫院去。應該這麼講，醫院這個的通路是在無奈之下不得不去做的決定。

3. 解決方法：第二就是用告別式場的感性而影響其他的人。正確來說，要一直去思考要怎麼做到讓家屬覺得感性，最好的通路在哪裡？就是在告別式，絕對不是家屬，因為家屬辦完了喪事辦完了，也沒有那麼哀他家一直在死人，一直在辦喪事。但是一個告別式我們知道至少會有五十個人嘛，這五十個人，你今天要去哪裡召集這五十個人來說明？告別式本身就是一個很好的地點，告別式做的有意境的話，他們若是有認同，那我就有五十個客戶啦！一個行銷的手法，這就是我們著重的地方，那醫院的部分我說的就是不得不的無奈，所以要去思考如何在告別式這樣短暫的時間內去做出呈現，而且大家的告別式都一樣，要家祭要公祭，每個都一樣，所以要如何在大家都一樣的地方去展現出不同的感受性出來，像場所，所以我還是認為告別式場，告別式的主角是往生者，你只要知道如何把往生者當天的角色扮演詮釋出來，讓大家知道原來殯葬是做這個樣子，所以重點也不是鎖在家祭公祭，而是與當天的主角告別。一定要去知道當天的角色是誰，讓天的主角往生者的特色都展現出來，不是在家人，要讓家屬感受到我們的服務，做的好做的壞親戚朋友也都在看，做的好面子就會有了。

對於告別式的回憶錄，藉由與家屬溝通的部分，無形的為家屬做了一個悲傷輔導。

三、殯葬業者可能會面臨哪些挑戰？有何因應對策？

1. 公司的關鍵性掌控不足。不論是大公司或是傳統業者都共同存在著一個問題，這也是我們台灣人習性有關係，就是寧為雞首不為牛後，不論是傳統的業者還是大公司，只要做了一陣子計會有自己的客源就會因為這樣跳出來開了，說實話目前殯葬業還是存在著暴利，應該說高利潤，只要我出去做一個月一件案件就有啦，那麼就會因為這些大公司沒有這些關鍵性的掌控，到最後就會人才流失，公司到最後就會瓦解，就會變成個體戶越來越多，現階段就已經存在了，所以就一個殯葬業一定要去了解資

源的掌控，資源不能是在公司個人的身上，而是在公司掌控之下，這樣才能經營，那經營第一點就是品牌，那未來可能會影響的另一個關鍵可能就是硬體設備，一定要去思考兩個即硬體設備的規劃與關鍵性的掌控。

2. 因應對策。關鍵性掌控就是”回憶錄”，這就已經跟所以的業者拉開了，也有做過實驗，從喜宴裡面開始，就很不一樣了，我們以前做的回憶錄太過普遍，就會開始謹慎一點，以往都是跟家屬要檔跟家屬要照片，然後談一談就做回憶錄，那是錯的，應該要從往生者的生前著手，做成戲劇化的擴張，也在跟導演接觸了，在高雄的殯葬發展很不進步，私人的服務比公司的還好，可是私人的機關都是站在商業的考量去做，我現在的概念就是要去賺機關的錢不要去賺殯葬禮儀的錢，這應該是要有一系列的思維，而不是切割性的。

四、最近溫室效應的結果，使得大家對於環保與排碳量的問題受到重視，殯葬業應如何做？請問平均一間案件用紙量大約多少金額？有可能減低嗎？您的看法是？

1. 我比較認同台北地區的做法，紙房子是濃縮型的，高雄地區比較沒有辦法，不太可能，因為有長輩在看，不燒不行嘛，也加上一些心理因素，反正沒有多少錢，長輩也才一個而已，我們都會鼓勵家屬用最少的，庫錢一億，紙錢一億，紙房的規格用最簡單的三三的，這樣大概一萬塊，不然我認為那是不太必要的，我也不太鼓勵家屬啦。
2. 硬體設備的部分也可以藉由重覆使用降低成本也能減少浪費，就如同大布畫(EX.往生者的影像)的部分，若有硬體設備的話，只需要內投影外投影就可以將要的東西投影上去，就可以不用大布畫(塑膠材質)，還要浪費及焚燒。

五、針對具一定規模者，必須設置禮儀師，您認為一定規模應該有哪些條件？

1. 有待商確，每一個執行單位工作量不同，不同的工作量人員上的編制要服務家屬的考量，假設說一

家公司一個月要服務五、六十件，那三五個人他怎麼辦？所以資本額的部分我不太贊同，資本額並不代表他的執行量，應該是我認為應該要從接案量來做考量，管轄單位如何去控管，認為只要把自己份內的工作做完就好，不一定要設置禮儀師。假設我們公司有通過高雄的評鑑我們也不敢公佈，所以通過丙級考試我們也不敢公佈，認為說出來其他的業者也會說自己也有，你們有我也有，事實上我們能他們不能，所以我為什麼要去秀這些東西？

2. 我這麼講，通過評鑑跟禮儀師並沒有吸納效應，因為現階段我們已經了解到未來殯葬一定會越來越減化，已經不在禮儀的範圍裡面了，我認為十年的時間就可以很明確的看到了，所以不做深入的探討就一直從以前的那一個層面一直在做的話，現階段較不成熟反而是對社會大眾是一個誤導，誤導以為只要通過技術士通過評鑑，那麼這家公司就是好公司，通過評鑑太簡單了，有的地方只要花錢就買的到了，那這殯葬的評鑑定義在哪裡？技術士的部分，只要會讀書沒有實務經驗的人我也可以考到技術士，那你說這有什麼鳥用？只是比較表面的。
3. 所以證照的部分並沒有辦法展現出一個專業的禮儀部分。Ex.就像以前的聯結車，以前一開始只要拿錢就可以通過，所以肇事率很高，只要拿著那張執照應徵，老闆看到的是你有執照，並不知道一出去會出事，到後來慢慢的成熟，嚴謹度也變高了，才比較好，如同現在的丙級技術士的部分，還不夠成熟。

六、生前契約業者應具備哪些條件才合理？

1. 三千萬的資本額、三年內無虧損，這些條件對於有心想要做生前契約的人來說太簡單了，那這樣他的意義性在哪裡？沒有規劃嘛，我想要去探討的應該要更廣擴性一點，我常常發現這些管轄的常常站在管理的角度，或是做一些局限性的角度來執行，應該要回歸到原來的本質，也就是說生前契約的本質是什麼，應該回歸到市場層面來討論，不是從規範層面去談。
2. 要有執行能力，管轄單位要如何去確認？去確認真

的有執行能力，當然生前契約的 75% 信託就是一種管轄，一定必要的程序，那怎麼去執行的，是不是符合生前契約是精神跟要義，若不是那只是一個行銷的工具，那就有待商榷了，從管理的層面來設定而忽略了從消費者的角度來看執行能力，執行能力成為一個決定性的因素這方面他沒有去考量，只要通過這些要件我就可以賣，但並不表示我的商品他是真正能夠符合客戶需求的或是讓客戶滿意的，甚至於不會造成社會問題的，以前生前契約重達十五、六萬，當初生前契約銷售的時候是告訴社會大眾未來的物價指數上漲，喪葬費用會升高，但是我們看到的並沒有，反而更減化，那麼消費者信賴公司跟你買十五、六萬，那現在價格絕對不會超過十萬，那現在十萬元，我損失了五萬元，我不能要回來，那麼信賴變成了傷害喔，也是造成遺憾呀，那麼你怎麼去彌補呢？你說規範這個不是王八蛋嗎？沒有用呀！消費者的權利在哪裡？因為你告訴消費者未來物價指數會往上升可能會變成一百萬嘛！所以現在我賣你 15.20 萬很便宜喔！但事實上不是呀！對不對？現在不用十萬就可以做啦，所以你說信賴在哪裡？所以應該要回到當時的價值跟意義去考量啦，而不是只從單純的管理去考量啦，那傷害的是社會大眾，且對殯葬的文化改革跟提升一點進步也沒有。

七、對殯葬管理條件，您認為有哪些不適當？哪些可以增列？

1. 當務之急不是從評鑑的角度去沈思殯葬的問題，而是管轄單位或是學術應該去教育社會大眾，從教育社會大眾的層度去看，慢慢的會回歸到一個比較具體的評鑑制度出來，而不是像現在都只是表面的書面文章就可以達到評鑑的作用，像現在有很多的學者對殯葬的教育很想貢獻一番心意，假設像我們公司也很想去做呀，那麼我也很需要學術界的人來支援，那一家公司遇到的話，我們就可以跟他申請，然後請這些教授來指導我們跟我們交流，讓學術界的人也充滿了實務經驗，也讓實務的人去做的人在缺少很多理念能夠透過學術界的人的交流能夠達到

一步的結合，才能進一步的上去，本來就應該這樣去著手啦！而不是本末倒置。

2. 從評鑑、證照去著手，不論是評鑑不論是證照對目前殯葬的提升一點作用都沒有啦！他只是勞民傷財，真的，而且造成社會大眾的誤導，社會大眾會認為通過評鑑就很好通過技術士就很好，但是實際上並不是這麼一回事，絕對不是這麼一回事啦！對不對，簡單來講，我們公司通過評鑑我也不敢講我通過評鑑，因為大家都通過評鑑，你也有我也有這有什麼特別的？真正的去了解說評鑑的價值意義，技術士的考照價值意義到底在哪裡？或是以現在的評鑑跟考照對於整個殯葬文化的提升，或是對於社會大眾遇到這種事情的時候他們有沒有產生良性的影響，有嗎？我不認為有。就影響性來說，我認為沒有，我看到的就是這樣。
3. 禮儀師的考試是比較浪費資源的，對於禮俗的部分我覺得不是很重要，因為未來的殯葬禮俗會越來越減化的，且禮儀也存在著一個問題，就是他沒有一個標準，在沒有標準值的情況下用一個禮儀規範把它局限住是一個錯誤，在家屬的部分我們就已經發現有很多不同的情況出來了，難道要我們用禮儀師的角度去告訴家屬應該要怎麼做嘛？所以沒有標準值怎麼去規範它？而且未來的禮儀不只是當前的禮儀，還可能會細膩化，要有悲傷輔導、臨終關懷這些環節去談，怎麼可以把禮儀師用在一個禮儀的扮演呢？這樣的話對家屬來說是一種悲哀，禮儀師要跟家屬說要怎麼按照禮儀的範疇來做，這樣不對的。不能用禮儀的角色來看禮儀該怎麼做，我覺得這是一條不正確的路，畢竟考試他會產生一個現象，會讀書的人他考的過，那考不過的人怎麼辦？所以我認為技術士的部分他應該要鎖定在哪裡，技術士是技術士，禮儀師是禮儀師。

玖、A9 公司

此公司乃以禮儀服務之人力派遣為核心主軸之公司，公司在台中。訪談日期：十一月三日，訪談時間：上午九時至

上午十一時，針對問題，訪談結果如下：

一、目前服務案件平均每個月多少件？每件多少金額？(最大多少件？最少多少件？最大金額多少？最少金額多少？)

- 1.由於受訪者本身從事人力資源，因此有配合數間禮儀社來介紹案件，每個月案件數大約在 20~40 件。
- 2.案件金額大約 30 萬左右，(受訪者表示，此題需針對禮儀社詢問，才會知道確切的答案。)
- 3.依照廠商整場下來的話大約是在 30 萬左右，但是 30 萬並不包還都是同一個人做的。
- 4.我們公司跟禮儀社配合案件數最多大約四十幾件吧！最少大約二~三十件，至於金額大約幾千塊。

二、在經營上面臨最大的困難是什麼？有何解決之道？

- 1.削價競爭，同業的惡性競爭。(站在禮儀社的角度來回答此題。)若站在本身提供人力資源的立場上，並沒有感受到太大的困難點。
- 2.提升本身的實力。
- 3.在本身公司經營上面的困難受訪者表示還好，本身並沒有多大的困難。受訪者認為這題主要是針對禮儀社來提問，因此站在禮儀社的角度來看，他們所面臨的最大困難應該是集團化的競爭。在我們人力的部份來說我們所面臨的問題就還好，因為人力的部份並沒有圈在殯葬管理法裡面，像我們是有牌照的公司，那遇到一些沒有登記的人力公司，他們不用開發票什麼的就不用納稅可以做了，那我們有登記的公司就要納稅。至於如何解決，除了提升自己的實力外，沒有辦法解決與因應啦！公司有公司的規定要削價沒有辦法削價，但是他們沒有登記的公司，自己就可以決定，賺多少都是自己的阿

三、殯葬產業可能會面臨哪些挑戰？有何因應對策？

- 1.集團化，需面臨大財團的品質及品牌挑戰。好比一般傳統商店須面對 7-11 的競爭相同。

2. 其實依我的觀念是沒有什麼挑戰啦！那如果是按照傳統的觀念來講的話，在面臨戰略轉變的問題上，可能會讓傳統產業比較沒辦法接受，比方說像當地的風俗民情、習俗還有習慣，可是現代人會慢慢改掉這些習慣，舉例來說以前的人喜歡燒紙紮品，那像現在有些殯儀館就規定不能燒，好比台中殯儀館就不能燒，這樣像傳統紙紮品的業者，在面臨轉型提倡不要燒的情況下，你叫那些業者怎麼辦。

四、最近？室效應的結果，使得大家對於環保與排碳量的問題受到重視，殯葬業應如何做？請問平均一件案件，用紙量大約多少金額？有可能減低嗎？您的看法是？

1. 對受訪者本身認為，對於焚燒金紙所造成的環境污染，並不能強迫消費者不燒，但可以跟家屬宣導燒少一點。
2. 目前平均一個案件大約用紙量金額是 6000-7000 元左右。
3. 金紙的部分我們是會希望家屬少燒，但還是要依照家屬的習慣。目前平均一個案件大約用紙量金額是 6000-7000 左右，但大約燒 4-5 千就很多了，那比較會燒的大約燒 1 萬多，不過如果有買紙紮品的話當然就會超過。

五、針對具一定規模者，必須設置禮儀師，您認為一定規模應該有哪些條件？

1. 受訪這對於這部份並不是很清楚。
2. 禮儀師的部份，坦白講法規沒有出來，而我也不是很懂啦！所以我也不知道要怎去面對他。我也不知道以後禮儀師會不會像一般會計師一樣，需要會計師作簽證，像一般正規的公司都需要會計師的簽證，那以後禮儀公司是不是也需要禮儀師的簽證，我不懂的是這個啦！

六、生前契約業者應具備哪些條件才合理？

1. 受訪者認為生前契約與老鼠會很雷同，一個拉一個。
2. 現在很多業務只負責賣單，那業務不具有履約的承

諾，反正我賣一賣嘛 你要怎麼樣是你的事！跟直銷很像，所以就我看法除了履約數要達到之外，還有一些相關規定都要公佈的很清楚，否則對消費者來說並沒有一定的保障，那對我們傳統業者的衝擊會比較大，因為傳統業者是現貨市場，當人往生了做多少錢我就算一算馬上跟你講，可是生前契約是他們賣完以後，很多之後要加的再加，為什麼生前契約它可以只賣 15 萬，因為很多東西裡面沒有，但是那些又是一定需要的，所以都是賣一賣以後再加。就像直銷，他賣完之後並不負擔後續的責任，後續的動作是另一個層面的東西。我是不希望生前契約用直銷的方式來走啦！

七、對殯葬管理條例，您認為有哪些不適當？哪些可以增列？

1. 受訪者認為都不 OK！舉禮儀師的例子來說，就沒有明文規定，因此認為管理條例都不是很適當。
2. 坦白說這部份我就不是很有研究，因為很多也沒有看到東西，很多法規也不是真的有看到。

八、您對殯葬服務業評鑑的看法如何？

1. 受訪者表示不懂評鑑，但是支持評鑑。
2. 評鑑是不錯，但是評鑑的依據有時候真的很難去抓，評鑑到現在第二年了，也沒有什麼，沒有一套完整的評鑑制度，也沒有什麼獎勵之類的。我是支持啦 但是評鑑好像也沒什麼用。

拾、A10 公司

此公司乃以承接醫院往生室為核心主軸之禮儀公司，公司在台北。訪談日期：十一月九日，訪談時間：下午一時至下午三時，針對問題，訪談結果如下：

一、目前服務案件平均每個月多少件？每件多少金額，(最大多少件？最少多少件？最大多少金額？最少多少金額？)

1. 平均每個月案件數在 90-100
2. 最多大約 90-100 的案件數，那最少大約 70 個案件數

3. 最高金額到 30~50 萬，最少金額 2~3 萬
4. 案件數如果是以我們這個地區的話，大約是在 90-100 左右。當然這部份土葬非常少，可能連一成左右都不到！若全省的話我就不清楚了，那就每件案件的金額來說，大約是 15-18 萬左右。最多大約 90-100 的案件數，那最少大約 70 個案件數。
5. 最高金額到 30~50 萬的也有，最少金額 2~3 萬都有！比如果中低收入戶，甚至沒有利潤的。

二、在經營上面臨最大的困難是什麼？有何解決之道？

1. 經營上的困難在於大環境的影響
2. 在削價的部份也會有，還有就是用不同型態的情況去反應市場情況。
3. 提升服務品質最重要。
4. 目前經營上的困難在於大環境的影響，比方說不景氣的环境下，家屬他們在殯葬禮儀上的挑選跟花費，就會比較精減一點，還有同業上的競爭也是會有，因為同業也都越做越不錯。在削價的部份也會有，還有就是用不同型態的情況去反應市場，比方說我們是做醫院的，那同業是做院外，那他們的活動量就會比我們還要大，那一般他們就會跟家屬說 醫院高收費啦~或要花多少錢才離得開啦！但其實不盡然，因為醫院有醫院他的收費標準嘛！
6. 至於如何解決，以提升服務品質來講，目前以質跟量來講我們還是會重質，因為你的服務品質還是最重要的，要是說為了有量然後我削價競爭，那對我們殯葬業來說並不是很正面，寧可把質做好一點，然後提升自己跟同業之間的價值，這是最穩固的。

三、殯葬產業可能會面臨哪些挑戰？有何因應對策？

1. 最大的挑戰在於消費者身上。
2. 最大的挑戰應該還是在消費者方面，因為他是一個必然性的，因為消費者所吸收的訊息，或是他們所接觸的也越來廣泛，這部份的挑戰是正面的。另外，像經營醫院，醫院對我們來說也是相當大的挑戰，有些人

都看報章雜誌上說一個月輕輕鬆鬆一個月十幾萬，那醫院的態度也覺得你賺很多錢，相對在很多費用上就要跟你調高，那這部份來講是很不公平的。

3. 至於如何因應 還是服務品質!要求同仁的服務品質要提升，我只要人的素質好，我做出來的質就會加獎，主要是在員工方面要特別去注意，員工如果照顧的好，有質感的員工那相對的，他工作的效能各方面也會發揮出來。

四、最近? 室效應的結果，使得大家對於環保與排碳量的問題受到重視，殯葬業應如何做?請問平均一件案件，用紙量大約多少金額?有可能減低嗎?您的看法是?

3. 用紙量這個部份到沒有特別的去算。
4. 宣道盡可能減少焚燒衣服以及金紙，盡量減到最少。
5. 這點我相信全台灣的環保都是問題，如果說你真的要做到沒有環污的話，那你要花費很多的時間和金錢、物力，目前的火化都是不合格的，如果是按照國際標準來講的話，這是大環境的問題。那小部份如果針對殯葬來講的話，盡可能減少焚燒衣服，因為現在的衣物不像以前那樣天然，現在衣服種類很多，燒起來有很多化學物質戴奧辛產生，那你燒這些金銀紙或是紙屋都是以前傳統的觀念。我們現在能夠做的就是盡量減量，就是減到最少，如果家屬有意願我們當然能夠跟他談，甚至焚香排煙量都是一個問題，畢竟我們的同仁也都在這樣的環境工作，且就我所知目前沒有一個是合乎國際環保規範的。
6. 用紙量這個部份到沒有特別的去算，因為這部份是看家屬的意願，要買多少的 所謂庫錢。沒有這種觀念的家屬，我們叫他燒他也不會燒，那有傳統觀念的家屬，尤其是大家庭的他可能就是要燒好幾倍的!用紙量是個案，他不是通案所以無法取一個平均質，就是我們目前沒有去抓這個東西，沒有單獨就這一項去了解，因為他不是每個案子都會用到。

五、針對具一定規模者，必須設置禮儀師，您認為一定規模應該有哪些條件?

1. 一定規模本來就應具備相當的專業知識或證照，因為這樣才能夠有保障，若沒有這些保障那誰都能當。
2. 如果以現今體制來講，需要具備相當的專業知識或證照，因為這樣才能夠有保障，若沒有這些保障那誰都能當。實務經驗很重要，而且要有正確的觀念，我不否認這個行業有他的商業行為，但你要花心思在裡面，他做出來才會是有質感的，而不是純粹要賺他的錢或幫他花錢，應該要站在家屬的立場想，幫她做一個葬禮的規劃，也就是說除了站在公司的立場外，也要站在家屬的立場，你才能了解他需要的是什麼，你才能將公司的資源給他，這樣才能長久。

六、生前契約業者應具備哪些條件才合理？

1. 合理不合理我覺得就是照法律來走，就是最公平的，一切按照法律來做。
2. 就是按照內政部所頒發的法令來做，一定要有一個很有效的契約模式，一定要很明確的定義出來，這樣才是一個有效的定型化契約。當然是要照這些東西來通盤的衡量，而不是說今天你有某一些條件就可以做，因為消費者不懂，要設立很多條件才能做，這樣可以減少將來很多問題，這樣對消費者才有保障。合理不合理我覺得就是照法律來走，就是最公平的，一切按照法律來做。

七、對殯葬管理條例，您認為有哪些不適當？哪些可以增列？

1. 一般來說，條例的部份是非常法規性的，那這部份我們暫時不去談，唯一據我知道有一點是殯葬行業的商業行為目前是規範在不可以刷卡的，我不懂為什麼！正常的商業行為你可以開發票，你可以報稅，為什麼不可以刷卡？這點我不懂，那現在有沒有改變我不知道。那其他條例我覺得蠻複雜的！

八、您對殯葬服務業評鑑的看法如何？

1. 評鑑這部份很難講，有很多是由參觀學去訂定出來的，在真正實務上還是會有關聯，這個他的重要性我不敢說評斷他。目前來說我們公司每年都有接受評

鑑，那成績也都相當不錯，那評鑑有些對我們來說是很繁瑣，但是很多東西你還是要告表單，還是要靠制度去經營出來，所以繁瑣你還是要去做，那做了對消費者也好，對我們公司本身也好都是一個保障，其實目前來講都很正面。

拾壹、A11 公司

此公司乃企業本身經營生前契約、禮儀服務及墓園販售等三合一經營模式以公司在台北。訪談日期：十一月十五日，訪談時間：下午二時至下午四時，針對問題，訪談結果如下：

一、目前服務案件平均每個月多少件？每件多少金額，(最大多少件？最少多少件？最大多少金額？最少多少金額？)

1. 近三年案量相當穩定公司每月平均案件約莫三百件左右，案件平均金額在 20 萬元上下，百分之九十五皆以公司過往銷售之生前契約申請履約(契約價多為 20 萬以下，再加上市府規費與部份更添商品)；目前承辦過案件最大金額逾五百萬，最小金額為 0(龍巖慈善基金會回饋的無力殮葬補助)

二、在經營上面臨最大的困難是什麼？有何解決之道？

1. 近年面對政府自生前契約百分之七十五交付信託後，又提出退款需高達八成，雖能正面提升消費者權益保障，但同時卻也造成公司經營衝擊，鑒此，公司除遵照法令規範執行外，另也針對整體營運規劃思考調整；近期公司除積極參與醫院太平間招標案，希望藉此開拓生前契約以外經營空間外，另亦針對未來商品重新規劃開發方向。

三、殯葬產業可能會面臨哪些挑戰？有何因應對策？

1. 禮儀師證照推動對於傳統殯葬業也許是相當大的挑戰，但敝公司相當樂見於透過認證方式提昇整體殯葬禮儀服務品質；而未來相關法令規範與限制，希望能藉透過長期的互動溝通，讓主管機關深入了解經營業者困難與現況。敝公司一直將殯葬產業視為與一般服務業無異，最大的挑戰反在於如何超越客戶的期待，讓殯葬服務能感動人心；多年來公司對於人員教育訓

練投注相當多的心力與時間，目的即為此，去年更聘請亞都麗緻飯店總經理嚴心鏞，與所有同仁分享亞都麗緻成功的不二法門，讓所有同仁體會感動服務的意義與精神所在。

四、最近？室效應的結果，使得大家對於環保與排碳量的問題受到重視，殯葬業應如何做？請問平均一件案件，用紙量大約多少金額？有可能減低嗎？您的看法是？

1. 環保已是近年全球相當關切與矚目的課題，龍巖對於環保議題也相當關心，自去年起公司內部已開始執行愛護地球規範，減少免洗碗筷使用量。現行每案平均關於紙類用品金額約為 2 萬元(售價)，除不主動鼓勵家屬焚燒大量紙錢、庫錢、紙紮外，另也請廠商開發環保紙錢，希望藉此減少對環境的汙染；但現況家屬多會受家中長輩影響，故部份客戶仍會堅持購買紙紮類商品焚燒，此情形實難避免，尤以越往南部情形越為明顯。

五、針對具一定規模者，必須設置禮儀師，您認為一定規模應該有哪些條件？

1. 資本額與員工人數多寡皆無法代表該公司每月所服務個案數量，而禮儀師最主要服務對象為家屬，故建議規模以服務案件量為主，方能有效藉證照考取制度保障消費者權益與服務品質。

六、生前契約業者應具備哪些條件才合理？

1. 退款八成不公平
2. 契約執行人不符合實務運作應刪除
3. 家用型及自用型應整合為一

七、對殯葬管理條例，您認為有哪些不適當？哪些可以增列？

1. 開放禮廳單獨設置(奠儀館或禮儀館)
2. 寺廟附設納骨塔問題
3. 寵物墓園立法
4. 生前契約預收款項之履約保障機制開放履約保證及履約保險多軌制、與 75%信託運用範圍納入本業投資以

提升履約服務品質。

5. 提撥 2% 殯葬基金機制不公，建議由公會自律監督機制取代現制，且於配套完整前不宜貿然修法或施行。
6. 「一定規模」由中央管理，提高資本額及會計師雙簽。

八、您對殯葬服務業評鑑的看法如何？

1. 評鑑對我們公司本身是一個良好的保障，因此對於評鑑深表讚同。
2. 可以提高公司的曝光率，也可增加公司的效益。

參考書目

1. 王士峰 (2001), "殯葬業之發展趨勢" (第四屆生命教育與管理研討會論文集, 2001.嘉義)
2. 王士峰 (2002): "殯葬業經營管理之研究—全球化與E化之挑戰" (國際殯葬學術研討會, 上海, 2002)
3. 王士峰 (2004), "生命重組與死亡零售之倫理學問題" 兩岸生命科學人文發展之省思學術研討會, oct. 16, 台北, 中華發展基金會
4. 王士峰 (2006): "生命事業經營管理之研究" (兩岸生命教育與殯葬文化學術研討會, 天津, 2006)
5. 王士峰 (2006), 殯葬事業經營管理。台中: 中華殯葬教育學會
6. 王士峰、阮俊中 (2007), 殯葬管理學。台北: 空中大學
7. 上海殯葬文化研究所 (編) (2003) 上海國際殯葬服務學術研討會論文集
8. 上海殯葬文化研究所等 (編) (2003)。新世紀公墓發展戰略學術研討會論文集
9. 內政部 (編) (2005), 殯葬管理法令彙編。臺北: 內政部
10. 內政部 (2006), 臺閩地區殯葬消費行為調查研究。臺北: 內政部
11. 內政部 (編) (2007), 殯葬管理條例修正草案。臺北: 內政部
12. 王夫子 (2003), 殯葬服務學。北京: 中國社會科學出版
13. 李自強 (2002), 台灣地區殯葬服務之消費行為分析, 中央大學企管研究所碩士論文
14. 李自強、楊國柱 (2008), 殯葬設施經營與資產活化, 2008 生命禮儀文化與殯葬資產經營管理論壇, 興國管

理學院，2008年1月3日

15. 李慧仁 (1999), 殯葬業應用 ISO9000 品質保證制度之個案研究, 南華大學生死學研究所碩士論文。
16. 李慧仁 (2008), 禮儀師的專業與文教功能探討, 2008 生命禮儀文化與殯葬資產經營管理論壇, 興國管理學院, 2008年1月3日
17. 阮俊中 (2002), 台灣殯葬產業動態研究, 南華大學管理研究所碩士論文
18. 林幸穎 (2002), 民眾對於殯葬資訊的認知與需求之研究, 南華大學生死學研究所碩士論文
19. 陳金德 (2004), 整合中的台灣殯葬產業經營模式研究, 東吳大學會計學系碩士論文
20. 許博雄 (2006), 殯葬服務行銷之研究 - 以 A 公司為例, 樹德科技大學經營管理研究所碩士論文
21. 陳繼成 (2003)。臺灣現代殯葬禮儀師角色之研究, 南華大學生死學系碩士論文
22. 陳榮鴻 (2004)。殯葬管理與社會發展—以台北市為例, 世新大學社會發展研究所碩士論文
23. 徐明裕 (2003), 高屏區生前契約消費者滿意度研究, 高雄第一科大風險管理與保險研究所碩士論文
24. 孫震寰 (2002), 從消費者權益保護觀點對生前契約之研究, 中山大學公共事務管理研究所碩士論文
25. 曹聖宏 (2003), 台灣殯葬業企業化公司經營策略之個案研究, 南華大學生死學研究所碩士論文
26. 張祥儀 (2003), 殯葬服務流程犯罪型態之研究-台北縣市為例, 台北大學犯罪學研究所碩士論文
27. 陶在樸 (1999), 理論生死學。臺北：五南
28. 陶在樸 (1998), 系統動態學。臺北：五南
29. 陶在樸、王士峰(2007), 為甚麼看好死亡服務業。中國時報時論廣場 2007.10.23

30. 陶在樸 (2008), 死亡服務經濟學。臺北：五南
31. 黃有志、鄧文龍 (2001), 往生契約概論。高雄：貴族企業
32. 黃芝勤 (2004), 台灣殯葬禮儀人員執業現況之研究 - 以中部為例, 南華大學生死學研究所碩士論文
33. 黃昭燕 (2001), 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
34. 許俊成 (2006), 台灣殯葬產業的演化型態及廠商對應之轉型策略, 淡江大學管理科學研究所碩士論文
35. 華梵大學(編) (2007), 殯葬教育研習講義(臺中:華梵大學推廣中心)
36. 尉遲淦 (2003), 禮儀師與生死尊嚴。臺北：五南
37. 尉遲淦 (編) (2002), 生死學概論。臺北：五南
38. 楊國柱 (2003), 殯葬政策與法規。台北：志遠
39. 蔡少華 (2007), 殯葬禮儀師之專業成長歷程：以懷恩祥鶴公司為例, 輔仁大學宗教學系碩士論文
40. Micklethwait, John & Woodridge, Adrian (2002), *A Future Perfect* (London: Random House)