

## 非營利組織志工靈性觀與組織承諾關係之研究

### The study of non-profit organization volunteers concept of spirituality and organization commitment

羅志成\*、陳怡君\*\*、陳宗明\*\*\*、袁桂瑛\*\*\*\*

\*國立彰化師範大學工業教育與技術學系 助理教授

\*\*國立彰化師範大學工業教育與技術學系 研究生

\*\*\*國立彰化師範大學工業教育與技術學系 大學部

\*\*\*\*國立彰化師範大學工業教育與技術學系 研究生

彰化縣彰化市進德路一號

D9659286@gmail.com

#### 摘要

志工在非營利組織的人力資源管理中佔有一席之地。如何讓志工認同組織的價值，並且願意努力留在組織裡是本研究亟欲探討的主題。本研究以問卷調查法為主，探討非營利組織志工靈性觀、定位涉入與組織承諾之間的關係。為達研究目的，根據文獻探討擬定研究架構，並參考專家學者之意見，完成「非營利組織志工靈性觀與組織承諾關係之研究問卷」之編製，並以社團法人彩虹愛家生命教育協會志工300位為實問卷調查對象，共回收294份，廢卷2份，有效問卷292份，有效回收率為98%。以描述統計、t考驗、單因子變異數分析、Pearson積差相關及逐步多元迴歸等方法進行統計分析。綜合本研究得出結果如下：

- 一、非營利組織志工靈性觀對組織承諾部份具有顯著相關性存在。
- 二、非營利組織志工定位涉入對組織承諾部份具有顯著相關性存在。即志工對於組織的涉入愈高，對於組織的承諾愈高。
- 三、定位涉入對非營利組織志工靈性觀與組織承諾不具有調節效果。即定位涉入的介入，不會調節靈性觀與組織承諾之間的關係。

**關鍵字：**志工、靈性觀、組織承諾、非營利組織

#### 第一章 緒論

本章主要介紹本研究之研究背景與動機、研究目的、研究的問題、研究的方法與步驟、研究的範圍與限制以及名詞釋義等章節的安排。

##### 1.1 研究背景與動機

許多參與非營利組織的服務志工，常常會因為外在環境的選擇或變動，例如面臨自身家庭的生活經濟困境而脫離社會服務的行列，或是因為受到內在價值的影響，而牽引在組織服務的涉入程度。人性的最深沉的核心價值，可說是一個人的靈性表現（蕭雅竹、簡麗瑜、李香君，2009）。也因此靈性影響著個人心理健康、人際關係的維繫，並作為選擇生活方式的判斷依據。研究者參與宗教型的非營利組織，從

事許多志願性工作。教會是一個屬於非營利的組織，其中的成員為相同的信仰和使命，相互扶持並一同成長。經由牧者的傳道解經，讓我們的靈性漸漸增長，日趨健康。但是，許多人進入教會，也有許多離開。來來往往，是甚麼因素影響著他們對教會這個非營利組織的去留？他們對教會具有強烈的使命感，願意為教會的事工付出更多的心力嗎？是什麼因素讓他們對教會的目標與價值認同，並願意繼續留在組織內成為組織內一員？個人的靈性觀與組織承諾之間有什麼關連性？非營利組織志工的靈性觀念會因為定位涉入的調節，進而影響對組織的承諾嗎？在其他的非營利組織也會面臨同樣的問題嗎？這是研究者亟欲探討研究的主题。

## 1.2 研究目的與問題

### 一、研究目的

依據上述研究背景與動機，本研究目的如下：

- 1.瞭解非營利組織志工靈性觀與組織承諾之現況。
- 2.探討非營利組織志工靈性觀與組織承諾的關係。
- 3.分析非營利組織志工定位涉入程度在非營利組織志工靈性觀與組織承諾之間所扮演的角色。
- 4.根據研究成果提出具體建議，提供非營利組織志工 管理參考。

### 二、研究的問題

基於研究目的，本研究針對下列問題加以討論：

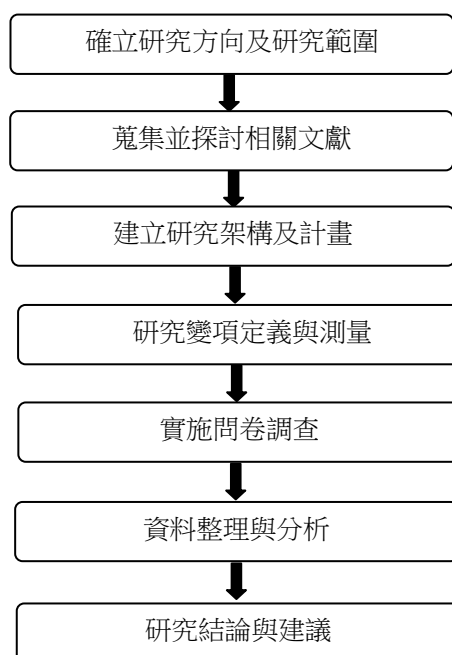
- 1.非營利組織志工靈性觀對組織承諾的影響為何？
- 2.定位涉入程度對非營利組織志工靈性觀與組織承諾之間是否具有調節作用？

## 1.3 研究方法與步驟

### 一、研究方法

本研究旨在探討非營利組織志工靈性觀與組織承諾之關係，為達成研究目的，本研究依研究變項設計自編量表，並經由專家效度考驗後，實施預測。預式問卷回收後進行信效度分析，據此編製正式問卷，以便利抽樣方式，進行研究樣本的問卷調查並進行統計分析工作。

### 二、研究流程：



### 三、研究的範圍和限制

#### 1.研究範圍

本研究旨係以非營利組織志工靈性觀、定位涉入及組織承諾之關係探討，為考量研究之可行性與時間限制，以社團法人台灣彩虹愛家生命教育協會服務志工為研究對象，本研究之母群體全省服務志工約4000人。

#### 2.研究限制

由於礙於時間、經費、人力、物力等方面的考量，以社團法人台灣彩虹愛家生命協會台中辦公室的志工為研究對象，研究結果用之推論其他的非營利組織，可能會因為組織性質不同而有所差異。(一) 時間的限制。社團法人台灣彩虹愛家生命協會志工分佈全台，要以全部志工發放問卷調查，問卷的回收和處理，時間因素是一大困難與限制。加上各地區辦公室的志工團長和志工之間的聯繫溝通沒有建立一種便捷的方式，會在處理時間上更顯限制。(二) 對象的限制。在研究的對象方面，單單研究非營利組織社團法人台灣彩虹愛家生命教育協會台中辦公室的志工來探討志工的靈性觀與組織承諾之間的關係，是非常薄弱的。礙於能力及時間的限制，無法擴大研究對象的範圍。(三) 研究工具的限制，在研究架構上的方法，本研究是以「問卷調查法」為主，填寫者在填答的過程中，可能誤解題意或是不了解題意而造成誤答或是空答，會造成研究結果的誤差。填答的問題可能因為某些問題敏感而產生自我防衛的心裡，亦難免無法真實反應出受試者的想法。由於時間及資源的限制，並未以質性研究的方法作深入的研析。

## 第二章 文獻探討

本章旨在探討非營利組織志工靈性觀與組織承諾等相關研究文獻，以作為本研究的基礎，第一節為何謂非營利組織、志工特質；第二節為靈性觀意涵與相關研究；第三節為定位涉入相關理論與研究；第四節為組織承諾相關理論與研究；第五節靈性觀、定位涉入與組織承諾之關係，分別說明如下：

### 2.1 非營利組織、志工特質

#### 一、非營利組織的定義和分類

所謂「非營利組織」並不是「不營利的組織」，比較適當的定義宜為「不以營利分配為目的組織」，這種組織存在的意義有其特別的宗旨和目標，最終是在實現「公益使命」。非營利組織定義為非營利組織的目標是提供服務給大眾以及非營利組織即是非以營利為目的，而以提供服務給不特定的多數人。(Anthony and Herzlinger, 1980、吳瑞虹, 1995)

#### 二、志工定義與特質

志工都是自願性服務，個人自由意願的奉獻時間、精力、知識，這樣的服務提供，不在於期望得到關於金錢或物質上的酬賞。我國志願服務法對志願服務所下的定義是：民眾出於自由意志，非基於個人義務或法律責任，秉承心以知識、體能、勞力、經驗、技術、時間等貢獻社會，不以獲取報酬為目的，以提供公共事物效能及增進社會公益所為之各項輔助性服務。當組織花了許多心思，透過各種召募管道吸引到具有服務動機與潛能的志工加入工作行列之後，如何讓這些人充分發揮其才能，為組織創造更大的價值；如何降低志工的流動率，提升參與的意願，使其願意繼續為組織的經營與服務而努力，是志願服務組織在志工管理上必須費心的。誠如管理大師Peter Drucker (1994) 所說，志工參與服務的動機，已非為了基本需求，而是更高層次的自我實現，甚至是提升內在的靈性(引自林昀穎,2005)。志願服務的組織提供一個道場，讓志願服務者有重新體驗生命的場所。因此，運用志工的組織，應該使用不同於有給職員

工的管理策略，來作為志工組織經營管理時的決策參考。

## 2.2 靈性觀意涵與相關研究

### 一、靈性 (spirituality) 的意涵

「耶和華 神用地上的塵土造人，將生氣吹在他鼻孔裡，他就成了有「靈」的活人，名叫亞當」，出自聖經創世紀二章7節。靈性代表的不仅是生命，靈性更是代表最初的精氣之意（王珍妮譯，2003），是上帝所創造給予的。韋氏新字典對於「靈」(spirit) 的解釋為：生活的準則；超出身體、精神、與智能的思想、動機與感覺。靈性 (spirituality) 源自於拉丁文字根 (spiritus)，英語的spirit，有心、靈魂、精神、活力、力氣等意思（陳慧姿，2006）。靈性經常與生命中的意義或冥想靜心連結，Banks (1980) 則強調靈性是人類行為思想的指引，是內在生命力的展現（洪櫻純，2009）。

### 二、需求層級理論

在探討靈性需求問題之前，我們必須先瞭解需求層級理論 (need hierarchy theory)。美國心理學家Maslow於1943年發表了著名的「需求層級理論」，指出人類需求有層次上的不同，共分成五個需求層面，如圖2-1：



圖2-1 Maslow需求層級理論

以需求理論聞名的人本心理學家Maslow，晚年提出人類有靈性及高度心理的需求並稱之為Z 理論。Maslow認為在原先的需求層級中最高一層「自我實現的需求」之上，人類還有靈性需求，這是一種基於愛的動機，關懷宇宙發展的需求。所以Maslow (1971) 表示，一個人的心靈層次若無法超越個人範疇，則這個人會變得殘忍無情，暴虐貪婪，而其自身則感到心靈空虛，對未來沒有目標，不抱著希望。因此他認為在自我實現的需求上，尚有一種超越個人範疇的靈性需求 (spiritual need) 存在（引自劉士豪,2006）。

### 三、靈性的定義

Maslow提出自我超越（即靈性）的概念之後，許多學者開始思索「自我」及如何達到「超越自我」的境界。後期的學者對於靈性的意義有不同的詮釋。國外學者對於靈性的定義及其包含的層面有以下的看法：靈性是創造生命意義的重要元素，是一個人心靈體現，反映出對神或對至高超越者的信仰，可說是人類全部層面的整合（引自Meraviglia，1999、蘇淑芬，2002）。靈性是人類的核心現象，靈性的問題就如我從哪裡來、我往何處去、我生命的意義為何，靈性問題是生命的問題。（Helminiak，2001）人性的基本需求包括了靈性需求，促使人們會去尋求心靈的提昇並超越現狀，靈性是個人在人生的過程中自我超限的表現，顯現在個人自我關係、人際關係、人神關係上，透過自我超越體會到人生意義與價值的過程，從

超越的角度來分析靈性包括個人超越和內在超越。(O' Brien (1982), Reed (1992), Fry (2000))個人超越是指有一種更高層次的超自然力量，如神的存在，通常跟宗教有關。內在超越則指瞭解自我內在的資源、個人優點、個人價值觀。靈性的議題原本似乎只在哲學、宗教、生死學的領域來探討，尤其是科學對靈性的批判更是尖銳。本研究將靈性定義為，靈性是人的核心內涵，是一種超越自我的正向心理狀態，包含對自我實現、自我價值的認定，對自然或超自然有一股不能理解的力量的關係著。靈性可以增加自我效能、提高幸福感、提昇正向生活態度。

#### 四、靈性健康的相關研究

世界衛生組織早已將靈性健康 (spiritual health) 列為健康的要素之一。健康是比較性的用詞此時與彼時之健康狀況，是一種動態程比較乃是相對的，並非絕對的 (Smith (1981), 呂嘉偉, 2008)。在靈性健康部分，國內學者蘇淑芬(2001)以「中文版靈性安適量表信度和效度檢定」進行研究，國外學者也發展出許多測量靈性的量表，因此靈性本身雖然不可測，但靈性健康則可測量，以Howden發展的靈性評估量表 (Spirituality Assessment Scale, SAS。引自黃向吟, 2008) 為例，SAS量表從因素分析定義出四個因素作為衡量靈性的面向：生命的目的與意義 (Purpose and Meaning in Life) 指涉及人們生活的價值感、對未來有希望、方向並有生存的動力；內心的應變力 (Inner Resources) 指人內在即俱備許多心靈資源，是一種精神上的財富，可以應付人生中的各種危機；自我超越 (Transcendence) 指個人能超脫物理、社會及心理的限制，自我療癒與實現幸福的能力；天地人我的和諧感 (Unifying Interconnectedness) 指個人與神或某個超越的存有及環境、個人和其他人、個人和內在合而為一的聯結感。楊素華(2006)則以65歲以上的老人為研究對象，探討「人與自己」、「人與他人」、「人與自然環境」及「人與信仰」四種靈性教育的需求。

綜觀以上的研究發現，多數學者以「己」、「己與人」、「己與環境」、「己與至高者神」為探討的範圍。無論是心理的層面、生理的層面或是更高的靈性層次，靈性健康的觀念可以讓自己更肯定自己，和人的互動人際關係也有正向的激勵作用。

### 2.3 定位涉入的相關理論與研究

#### 一、涉入的定義

涉入也可以稱為投入，依據webster大字典解釋，認為投入或稱為涉入 (involvement)，是一種注意力的集中或是一種個人感情上的承諾。引用朗文大辭典意指「致力於參與其中、使主體與參與之事物有所關連。」。根據「說文」另一種解釋為靠近、相合、逗留、接納、參加、契合等意義。因此，涉入乃是在特定的狀況下，由特定的刺激所引起的興趣，涉入是描述個人覺醒、興趣或是某種特殊刺激與情境所激發的一種內心狀態 (Mitchell,1981)。涉入是個人內心的攪動狀態，其具有強度、方向性及持續性等屬性，決定個人如何回應外來的刺激 (Andrew,et al.1990)

#### 二、涉入的分類：

##### 1. 依涉入的本質分類

Houston and Rothchild (1978) 以涉入的本質分為情境涉入、持久涉入、反應涉入。情境涉入 (situation involvement) 是指外在的因素，包含產品的外在因素，例如價格、品質、外型，和消費是單獨購買或是結伴購買等情形。持久涉入 (enduring involvement)，有兩種來源，一是消費者主觀價值系統，例如個人的個性、價值觀、需求等，另一為先前的使用經驗或是產品對消費者有特殊的意義存在，這兩種情形在

長期關心產品的水準即為持久涉入。反應涉入 (response involvement) 建立在情境涉入和持久涉入的組合上。

## 2. 依涉入的對象分類

以個人在處理涉入對象時的行為表現將涉入分為產品涉入、廣告涉入、及購買涉入。產品涉入是顧客對產品的重視程度。廣告涉入是指廣告效果的強度會影響購買產品的抉擇。購買涉入主要是考量當消費者處於某種購物情境中，花費時間收集資訊的多寡會影響購買行為 (Zaichkowsky (1986), 賴俊達, 2009)。

## 3. 涉入對消費者行為的影響

依據過去的文獻可以看出，涉入是一種心裡狀態。在消費者行為中，影響消費者涉入程度的原因有很多，如價格、興趣、認知風險、和社會的可見性 (林靈宏, 1994)。個人對於目標所感受的攸關程度或是在某種情境下經由某一刺激引發對目標的興趣水準 (廖文正, 2003)。當投入或是涉入的成份比較高時，比較會留意相關的資訊，若涉入程度低時，則比較不會有聯想或相關的動作。所以在消費行為中，不同的涉入程度會在一連串的購物行動中產生顯著的差異。

## 三、 定位概念與意義

定位 (Position) 是一種觀念。定位觀念在廣告行銷策略中具有劃時代意義的理論。定位從產品開始，但「定位」並不是要對產品做什麼事情，而是對未來潛在顧客心智上所下的功夫。定位並非不改變，但有時候改變的是名稱、價格和包裝；實際上對產品則沒有改變。所有的改變，基本上只是表徵上的修飾，其最終的目的是在潛在顧客心中得到有利的地位 (Al Ries/Jack Trout原著，劉毅志編譯，1986)。

## 四、 定位涉入的定義

依據以上的文獻探討，本研究將定位的觀念和涉入的意義結合一起，將定位涉入 (Position involvement) 定義為基於本身價值與自我概念，藉由特定目標或是外在環境的選擇，來認同本身價值或自我形象，並願意和某個組織發展長期關係的投入程度 (Celsi & Olson, 1988; 魏鶴欽、張書豪, 2009)。

## 五、 定位涉入研究構面

依據Pritchard et al. (1999)的定位涉入量表，本研究在定位涉入方面共分成「關係涉入 (Relationship involvement)」意指的是志工參與非營利組織關係之相對穩定性及意識傾向。「地位涉入 (Position involvement)」主要是志工的價值觀或自我形象，會影響志工對非營利組織的選擇和投入等二個構面。

## 2.4 組織承諾的相關研究

組織承諾「Organizational commitment」在組織行為上，是學者感到興趣的主題之一。由過去許多研究中發現，組織承諾在預測組織成員之曠職、怠惰與離職行為等方面具有顯著的效果，同時具有高度組織承諾之成員會比低組織承諾者有較佳的工作表現(程香儒, 2000)。一般對於「組織承諾」會根基在高度的組織承諾對組織是有利的假設上。個人對組織的忠誠度及貢獻代表著個人與組織連結的態度或傾向(林營松, 1993)。組織承諾為組織內成員在心理上依附和連結於組織的作用，並願意為組織付出最大的努力，幫助組織完成目標，並且願意成為組織的一份子 (Porter et al., 1947)，工作承諾除包含組織承諾之外，更應包括工作價值、工作投入、及廣義的職業承諾 (Gallagher & McLean (2001); 林步瑛, 2010)。有關組織承諾的概念至少有25種以上，學者們在從事組織承諾相關研究時，因為切入的觀點不同，故所牽涉到的前因後果之變項因素就有複雜且多樣化的情況 (Morrow (1983); 藍清水, 2004)

## 2.5 靈性觀、定位涉入與組織承諾之關係

### 一、非營利組織志工靈性觀對組織承諾的影響

靈性觀應從自我出發，先瞭解自我，才能去探討我與人的關係，我與組織的關係、我與環境的關係，我與至高造物者的關係。非營利組織志工在參與組織志願服務時，本身自我的內在安適狀態扮演著關鍵性的角色。在和他人互動時，能否超越個人層面，利他且無私為他人服務，與別人分享溫暖與愛。在宗教信仰中是否將靈性經驗匯集成一套落實於生活情境的信念與系統，並建構出自己健康的生命價值觀(劉士豪，2006；蕭雅竹、黃松元、陳美燕，2007；陳冠竹，2007)。靈性健康的志工對於組織的價值目標較能認同，並且願意持續留任在組織內，努力付出行動達成目標，且願意將自願性的服務成為終身的志業。

### 二、非營利組織志工靈性觀與定位涉入對組織承諾之間的影響

過去的研究多侷限於靈性、組織承諾、定位涉入兩兩變項關係的探討，較少針對三變項來做全面性與完整性之關係釐清，故本研究擬探討三者間之影響關係，有其困難性。大多文獻都是各自分開的研究探討，其中定位涉入Position involvement (Pritchard et al. 1999) 的研究變項是屬於干擾變項或是中介變項是需要釐清的，而這三者關係合在一起的相關參考資料比較缺乏，這為本研究主要的研究貢獻。經由文獻探討，本研究定位涉入量表修訂於Pritchard et al. (1999)，定義為基於非營利組織志工本身價值、目標與自我概念等知覺關聯性，藉由特定的組織選擇以認同自我價值或自我形象 (Celsi & Olson, 1988；魏鶴欽、張書豪，2009)。

### 三、小結

非營利組織志工的靈性觀往往影響著一個人的價值觀和自我概念，進而影響對組織的認同程度。定位涉入程度不同，對組織的承諾程度而有所不同。

## 第三章 研究設計與實施

### 3.1 研究架構

本研究根據研究目的，並經由文獻探討可以瞭解，非營利組織志工靈性觀念、定位涉入、和組織承諾之間有相當的關聯，為了瞭解這三者之間的關聯性，擬定本研究之研究架構如圖 3-1，

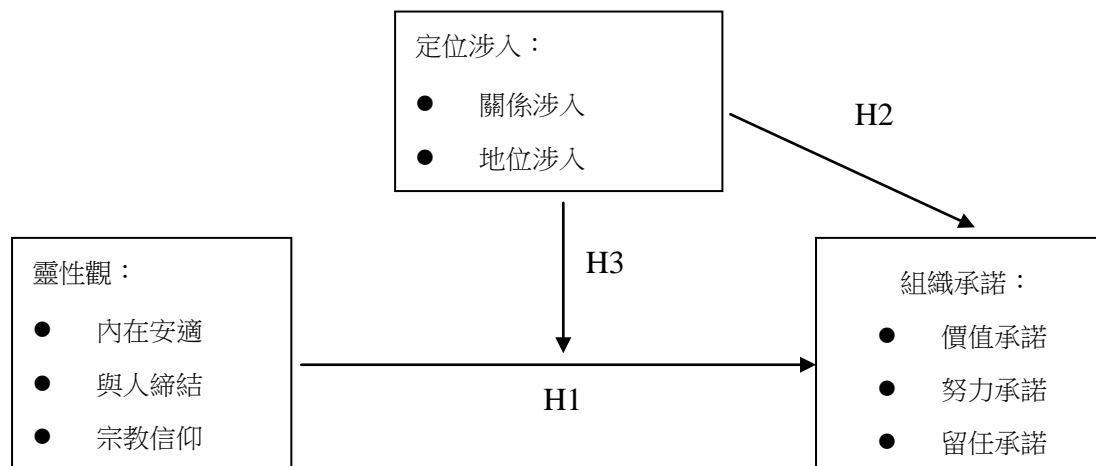


圖3-1研究架構圖

### 3.2 研究假設與方法

#### 一、研究假設

根據研究目的與研究問題，本研究擬驗證下列幾個基本假設：

H<sub>1</sub>：非營利組織志工靈性觀對組織承諾具有顯著相關性存在。

H<sub>2</sub>：非營利組織志工定位涉入對組織承諾具有顯著相關性存在。

H<sub>3</sub>：定位涉入對非營利組織志工靈性觀與組織承諾具有調節效果。

#### 二、研究方法與工具

本研究採用問卷調查法，依前述的問題假設計與發展各項變數的問卷內容。依據各變項蒐集實證資料，再參酌相關論文之研究工具，自編製「非營利組織志工靈性觀、定位涉入與組織承諾調查問卷量表」乙份。問卷初稿經專家審查修定及預試後，修改製成正式問卷量表，提供非營利組織志工團體來填答，並以spss19版統計程式進行分析，以瞭解非營利組織志工人員靈性觀、定位涉入與組織承諾的相關情形。本研究問卷以便利抽樣調查之方式，對非營利組織志願服務人員進行施測，再經資料統計整理分析獲取本研究結果。

### 3.3 研究對象與抽樣

本研究之問卷採預試與正式問卷來進行，以非營利組織社團法人彩虹愛家生命教育協會志工為主要調查對象，抽樣方法分別說明如後。預試問卷，以便利抽樣方式，委請臺中市公立國小愛心工作隊志工和教會志工等共65名作為預試對象。正式問卷，以非營利組織志工靈性觀與組織承諾之關係探討，本研究之母群體全省服務志工約4140人，以彩虹愛家生命教育協會台中辦公室所管轄的志工為研究對象，合計300名志工為正式問卷填答對象，共計回收計292份有效問卷。

### 3.4 研究工具

本研究以問卷作為蒐集資料的工具，在問卷編製的過程中，本研究以靈性健康量表為基礎，加上組織承諾量表，以及定位涉入量表，研究者重新編製成「非營利組織志工靈性觀與組織承諾關係之研究」量表作為主要研究工具。「靈性觀」方面分為內在安適、與人連結、宗教信仰三個構面。「定位涉入」方面則分為關係涉入和地位涉入二個構面。「組織承諾」則包含價值承諾、努力承諾、留任承諾三個構面。

## 第四章 實證研究成果

本研究為蒐集志工靈性觀、涉入程度與組織承諾相關資料，採用問卷調查法進行資料分析。本研究正式調查問卷於民國101年3月6日以親自遞送方式發出，計294位彩虹愛家生命教育志工接受本研究之問卷調查。本研究對象因為分散在各個國小進行服務，回收不易，必須借助彩虹志工各團團長及各地區辦公室協助催收，截至101年4月13日回收完成。問卷填答者將本研究問卷以郵寄方式寄回研究者，剔除無效問卷2份後，共計回收計292份有效問卷，以便統計分析之進行。

### 4.1 樣本結構與敘述統計

本研究個人基本資料包含性別、年齡、婚姻狀況、教育程度、職業、從事志願服務的總共年資、在本非營利組織服務年資、服務類型、每週服務時數、信仰教派等10個項目，共回收問卷294份，其中無效問卷2份，有效問卷292份。為進一步瞭解受試者的基本資料，茲將有效問卷填答者的基本資料進行分析整理。



## 4.2 正式問卷及信效度

### 一、信度分析

正式問卷回收後，共計有292份有效問卷，再以SPSS19.0中文視窗版套裝軟體進行內部一致性分析(internal consistency analysis)。內部一致性係以Cronbach'  $\alpha$  信度分析進行信度考驗結果，靈性觀三個因素「內在安適」、「與人締結」、「宗教信仰」之Cronbach's  $\alpha$  係數分別為.636、.781、.909，靈性觀整體量表之Cronbach's  $\alpha$  係數為.873。組織承諾問卷二個因素「價值承諾」、「留任承諾」之Cronbach's  $\alpha$  係數分別為.837、.894，組織承諾量整體量表之Cronbach's  $\alpha$  係數為.913。定位涉入問卷一個因素「涉入程度」之Cronbach's  $\alpha$  係數為.762。而整份總量表之Cronbach's  $\alpha$  係數為.933。總而言之，當Cronbach's  $\alpha$  值大於0.7 時表示高信度。本研究大部分量表Cronbach's  $\alpha$  值都大於0.7。整體而言，本研究之量表其信度是在合理且可接受的範圍內，如表4-1:

表4-1正式問卷量表信度

量 表 名 稱	構面	題數	正式問卷 Cronbach's $\alpha$	整體信度
靈 性 觀	內在安適	4	.636	.873
	與人締結	5	.781	
	宗教信仰	5	.909	
組 織 承 諾	價值承諾	4	.837	.913
	留任承諾	9	.894	
定 位 涉 入	涉入程度	6	.762	.762

N=292

### 二、效度分析

研究者根據專家學者的意見，將專家效度問卷修改為預試問卷。預試問卷經由施測後，統計分析適合的題項與不適合的題項，刪題後成為正式問卷。在正式問卷各分量表採主成分分析，配合最大變異法進行直交轉軸，各因素層面之題項變數的因素負荷量，大部分均在.400以上，表示潛在變項可以有效反應各指標變項。在量表是否適合進行因素分析的判別上，KMO值達到良好的指標.5就適合做因素分析。本研究之量表分析結果說明如下。

在「靈性觀分量表」之Bartlett球型檢定的近似卡方分配為1957.368，自由度為91，顯著性機率值 $p=.000<.05$ ，達到顯著水準，表示適合進行因素分析。累積解釋總變異量為61.910%。在「組織承諾分量表」之Bartlett球型檢定的近似卡方分配為2184.851，自由度為78，顯著性機率值 $p=.000<.05$ ，達到顯著水準。在「組織承諾」量表KMO=.916，表示本量表適合做因素分析，累積解釋總變異量為61.613%，十三個題項的因素負荷量均在.527以上，表示各題項變數均能有效反映其因素構念。在「定位涉入分量表」量表之Bartlett球型檢定的近似卡方分配為548.900，自由度為15，顯著性機率值 $p=.000<.05$ ，達到顯著水準。在「定位涉入」量表KMO=.772，表示本量表適合做因素分析，累積解釋總變異量為50.410%，有五個題項的因素負荷量在.459以上，表示各題項變數均能有效反映其因素構念。

## 4.3 人口統計變項的差異性

人口統計變項與各研究構面之間的關聯性，針對二個組別的變項，利用獨立樣本T檢定的方式來進行分析。在本非營利組織志工服務的類型此項變數，因為是複選題，每個選項以外的選項，皆重新編碼為另一組，例如擔任生命教育志工為一組，其他的選項分為另一組，故仍利用獨立樣本T檢定的方式來進行分析。針對二個組別以上的部份則運用單因子變異數進行檢定，包括年齡(將30歲(含)以下這個選項以

外的選項，重新編碼)、婚姻狀況、教育程度、職業、從事志願服務的總共年資、在本非營利組織服務年資、平均每週投入志願服務的時數及信仰教派，若有顯著水準，則利用統計分析*Post Hoc*事後LSD事後檢定法進行各組別之間的比較。茲將分析結果整理如表4-2。

表4-2 人口統計變項與各構面間之差異

	內在安適T值或F 值(事後比較)	與人締結T值或F 值(事後比較)	宗教信仰T值或F 值(事後比較)	價值承諾T值或F 值(事後比較)	留任承諾T值或F 值(事後比較)	涉入程度T值或F 值(事後比較)
性別	3.881** (2<1)	.082	1.219	1.293	1.295	1.567
年齡	3.682* (1<4) (2<4)	1.930	4.902* (2<4) (3<4)	.583	1.164	1.041
婚姻	1.214	1.348	.990	.579	.640	1.381
教育程度	.789	1.199	1.787	.541	1.455	.894
職業	1.194	1.967	3.084* PS、13	2.028	.649	1.488
志願服務 總年資	3.387* (1<4)	5.468** (1<3) (1<4) (2<4)	7.030*** (1<3) (1<4)	1.497	1.367	2.627
在本組織 服務年資	5.415** (1<3)	4.308* (1<3)	5.890** (1<2) (1<3)	3.689* (1<3)	3.839* (1<3)	1.496
服務類 型1	2.534*	1.036	.063	-.059	.486	1.760
服務類 型2	1.668	1.151	2.063*	.863	1.522	.041
服務類 型3	.729	1.056	2.210*	1.314	1.690	1.132
服務類 型4	1.140	0.147	-.148	1.083	.889	1.010
服務類 型5	.610	2.724**	3.597***	2.190*	2.753**	2.806**
服務類 型6	.796	1.695	1.581	.789	.485	.901
每週 服務 時數	1.411	1.009	1.056	1.383	1.943	1.303

	內在安適T值或F值(事後比較)	與人締結T值或F值(事後比較)	宗教信仰T值或F值(事後比較)	價值承諾T值或F值(事後比較)	留任承諾T值或F值(事後比較)	涉入程度T值或F值(事後比較)
信仰教派	.723	2.744* (1<2)	46.362*** (1<4<2) (1<6) (5<2)	4.810** (1<2)	2.814* (1<2)	2.744* (1<2)

#### 4.4 志工靈性觀、涉入程度與組織承諾相關情形

本節說明非營利組織志工靈性觀、定位涉入與組織承諾之相關情形，係採用Pearson 積差相關統計方法分析，結果顯示如表4-3。志工靈性觀與組織承諾之間的相關達到顯著水準，兩者呈現正相關。再者，志工的涉入程度與組織承諾間的相關達到顯著水準，均屬於正相關。可詮釋為志工的靈性特質愈高，組織承諾愈高；志工的涉入程度愈高，則組織承諾愈高。從各構面分析得知，「內心安適」、「與人締結」、「宗教信仰」三個構面與「價值承諾」、「留任承諾」皆達顯著相關，各變項之相關情形均已達到.01的顯著水準，如表4-3:

表4-3 靈性觀定位涉入與組織承諾相關分析摘要表

變數名稱	平均數	標準差	1	2	3	4	5	6
內在安適	3.93	.456	—					
與人締結	4.08	.524	.524**	—				
宗教信仰	3.94	.875	.333**	.470**	—			
價值承諾	4.20	.347	.470**	.498**	.368**	—		
留任承諾	4.33	.541	.368**	.452**	.428**	.671**	—	
涉入程度	3.93	.549	.327**	.407**	.448**	.496**	.599**	—

Ps : \*  $p < .05$  , \*\*  $p < .01$

#### 4.5 志工靈性觀、涉入程度對組織承諾之迴歸分析

欲瞭解各變項之間的預測關係，經由迴歸模式瞭解志工靈性觀、定位涉入與組織承諾之預測關係。第一階段放入基本背景資料（在本非營利組織服務年資、從事志願服務的總年資、平均每週投入志願服務的時數、信仰教派）對組織承諾進行迴歸分析，此為本研究之控制變項；第二階段加入靈性觀；第三階段放入定位涉入進行迴歸分析；第四階段則加入靈性觀與定位涉入交互作用項目。研究者先就整體模型做探討。本研究整個模型的F檢定及顯著情況，模型一 ( $p < .01$ )、模型二 ( $p < .001$ )、模型三 ( $p < .001$ )、模型四 ( $p < .001$ )皆達到統計的顯著水準。

本研究調查結果顯示，在假設 1(H<sub>1</sub>)靈性觀中的「內在安適」、「與人締結」及「宗教信仰」三個構面對組織承諾具有相關性存在。假設 2(H<sub>2</sub>) 非營利組織志工定位涉入對組織承諾具有部份顯著相關性存在。

假設 3(H<sub>3</sub>) 定位涉入對非營利組織志工靈性觀與組織承諾沒有調節效果。經由模式三檢視，當涉入程度變項加入之後，組織承諾呈現顯著相關。經由模式四，二階交互相乘變項檢視，發現定位涉入構面和靈性觀構面交互作用產生的新變項與組織承諾未能達到統計上的顯著水準。

## 第五章 結論與建議

本研究旨在探討非營利組織志工靈性觀、定位涉入與組織承諾間的關係，經由第四章之資料分析，進一步對研究變項之關係提出綜合性討論，藉以提高非營利組織志工對組織的承諾程度。本章中針對研究中所作的研究發現進行進一步的詮釋，最後說明本研究之限制與建議。

### 5.1 研究發現與假設驗證

業員工工作靈性知覺與組織承諾間呈顯著正相關（白淑蘭，2005），非營利組織志工靈性會對其利他動機與組織承諾產生正向的影響關係（劉士豪，2006）。故本研究假設非營利組織志工靈性觀、定位涉入與組織承諾之間具有相關性。經由第四章的多元階層迴歸之統計分析，本研究將研究假設考驗結果彙整如表 5-1：

表5-1 研究虛無假設與驗證結果彙整表

研究虛無假設	研正結果
H <sub>1</sub> ：非營利組織志工靈性觀對組織承諾不具有顯著相關性存在。	部份拒絕
H <sub>1-1</sub> ：非營利組織志工之內在安適與價值承諾呈現無顯著正相關。	接受
H <sub>1-2</sub> ：非營利組織志工之與人締結與價值承諾呈現無顯著正相關。	拒絕
H <sub>1-3</sub> ：非營利組織志工之宗教信仰與價值承諾呈現無顯著正相關。	拒絕
H <sub>1-4</sub> ：非營利組織志工之內在安適與留任承諾呈現無顯著正相關。	接受
H <sub>1-5</sub> ：非營利組織志工之與人締結與留任承諾呈現無顯著正相關。	拒絕
H <sub>1-6</sub> ：非營利組織志工之宗教信仰與留任承諾呈現無顯著正相關。	接受
H <sub>2</sub> ：非營利組織志工定位涉入對組織承諾不具有顯著相關性存在。	部份拒絕
H <sub>2-1</sub> ：非營利組織志工涉入程度對價值承諾無顯著正相關。	拒絕
H <sub>2-2</sub> ：非營利組織志工涉入程度對留任承諾無顯著正相關。	接受
H <sub>3</sub> ：定位涉入對非營利組織志工靈性觀與組織承諾不具有調節效果。	接受
H <sub>3-1</sub> ：涉入程度對於非營利組織志工靈性觀與價值承諾不具有調節效果。	接受
H <sub>3-2</sub> ：涉入程度對於非營利組織志工靈性觀與留任承諾不具有調節效果。	接受

### 5.2 研究發現

茲綜合前述分析與討論，說明研究發現如下：

- 一、研究一結果顯示：非營利組織志工靈性觀對組織承諾部份具有顯著相關性存在。
- 二、研究二結果顯示：非營利組織志工定位涉入對組織承諾部份具有顯著相關性存在。即志工對於組織的涉入愈高，對於組織的承諾愈高。
- 三、研究三結果顯示：定位涉入對非營利組織志工靈性觀與組織承諾不具有調節效果。即定位涉入的介入，不會調解靈性觀與組織承諾之間的關係。

蕭雅竹等人(2009)歸納了關於靈性的定義，發現靈性是一種生活方式，是一個人最核心最深沈的部份。由開放式問卷受訪者填答的內容，可以發現，靈性包涵三個層面：自我層面、他人與環境互動層面、與神或是至高者的關係。志工在這三個層面，偏向正向積極、自我實現、自我價值的認定，對自然或超自然有一股不能理解的力量關係著並且期待從中得到幫助。本研究將靈性定義為，靈性是人的核心內涵，是一種超越自我的正向心理狀態。靈性可以增加自我效能、提高幸福感、提昇正向生活態度。從志工在開放問卷中填答的情形，無論是從自我實現、利他動機或是由至高者神而來的信仰力量，靈性確能幫助志工提高對組織之間的承諾。

### 5.3 非營利組織志工業務管理的建議

本研究結果得知，志工靈性觀與組織承諾有正向的相關性。在基本資料中，男性志工內在安適比女性高，所以可以多鼓勵男性成員加入志工的行列。年齡層在 51 歲以上的志工，其靈性觀高於其他年齡層，也就是這一年齡層的志工是穩定組織的重要成員。擔任志工的總年資若是超過 11 年(含)以上，這些的志工在靈性特質上是比較明顯。在組織服務 6-10 年(含)的志工，其靈性觀及對組織的價值認同、留任承諾相對明顯有差異性。也就是穩定組織的重要成員層。而在組織的服務類型中，屬於志工領袖者，在內在安適、與人締結、價值承諾、留任承諾和涉入程度都高於其他類型的志工。也就是說，賦有領導責任的志工，對於組織的核心價值較能認同，並願意投入更多的組織事務工作，故建議志願服務單位要多訓練及鼓勵志工使其成為領導者例如團長、小隊長等。相對的，領導型志工作者，具備多一點的靈性特質，願意多付出心力與時間，願意被造就訓練，成為志工領袖。

#### 1.在研究內容上

由研究顯示，研究三的虛無假設：「定位涉入對非營利組織志工靈性觀與組織承諾不具有調節效果」被接受，表示定位涉入這個變項，並不能成為非營利組織志工與組織承諾之間關係的影響因素。但由本研究可知，志工個人靈性確實能對組織承諾產生正向影響，涉入程度未能產生這種關聯性，因自我反省、培訓課程及被服務者的回饋而受到影響。本研究建議以其他的變項如利他動機、自利動機、工作滿意度、教育訓練、家人支持度或人際網絡等，作為調節變項加以研究，探討這些因素對於非營利組織靈性觀與組織承諾之間關係的調解情形。建議未來研究者可納入更多變項來分析，如超越逆境、活出意義、感懷自然等。

#### 2.在研究方法上

本研究除對國內外學者相關研究作文獻探討外，僅採問卷調查法進行實證研究，問卷填答受限於填答者可能產生社會性的反應，或是對於題意不清楚且填答時容易流於主觀，無法真正深入探知填答者內心思想。建議未來研究者，可針對研究對象進行深入訪談與加入長期性的實地觀察紀錄，以獲取更詳實、客觀與完整的研究結果。

#### 3.在研究對象和工具上

建議未來研究者，可將研究對象擴大至其他不同性質的組織，作更深入且完整研究探討。本研究採問卷填答的方式進行，以瞭解社團法人彩虹愛家生命教育協會志工對於靈性觀、定位涉入及組織承諾的現況及關係，並達成研究目的。建議未來研究者，可利用階層線性模型(Hierarchical Linear Model, HLM)或稱為多層次混合模型(Multilevel Mixed Effect Model)，在未來的研究中，瞭解深入的原因。也可以採用訪談

法，探討志工的心靈因素、價值認知或是外控行為等相關內容加入質性研究，從中得知志工個人對組織團體之間的連結因素，提供更有價值的研究貢獻。

## 第六章 參考文獻

- 王珍妮（譯）（2003）。Deeken, A. (2001)著。生與死的教育。台北：心理。
- 白淑蘭（2005）。員工工作靈性知覺與組織承諾關聯性之研究—以台灣與大陸員工為例(碩士論文)。取自臺灣博碩士論文加值系統。(系統編號093DYU01321074)
- 呂嘉偉（2008）。青少年靈性健康與自尊之相關研究(碩士論文)。取自臺灣博碩士論文加值系統。(系統編號097NHCT5329010)
- 吳瑞虹(1995)。非營利組織之績效評估-以各國立大學院校為例(碩士論文)。取自臺灣博碩士論文加值系統。(系統編號 083NTPU3385003)
- 林昀穎（2005）。嘉義市志工教育訓練實施現況之研究(碩士論文)。取自臺灣博碩士論文加值系統。(系統編號 094CCU05206007)
- 林靈宏（1992）。消費品類型、創新類型與新產品行銷策略關係研究(博士論文)。取自臺灣博碩士論文加值系統。(系統編號 081NCCU0121003)
- 林營松（1993）。組織承諾及其影響因素對組織後果之研究-以楠梓加工出口區員工為例(碩士論文)。取自臺灣博碩士論文加值系統。(系統編號 82NSYSU121051)
- 林步瑛（2010）。鄉鎮市區公所主(會)計人員組織承諾、角色壓力與工作滿意度之關聯性研究(未出版之碩士論文)。國立彰化師範大學，彰化市。
- 洪櫻純（2009）。老人靈性健康之開展與模式探尋(博士論文)。取自臺灣碩博士論文加值系統。(系統編號 097NTNU5205051)
- 陳慧姿（2006）。高中教師靈性健康與幸福感之相關研究(碩士論文)。取自臺灣碩博士論文加值系統。(系統號 095NKN5332020)
- 陳冠竹（2007）。健康俱樂部關係結合方式、關係利益對關係品質與行銷績效之影響-以涉入與關係傾向為干擾變數(碩士論文)。取自臺灣碩博士論文加值系統。(系統編號095NCKU5121060)
- 廖文正（2003）。球鞋業產品涉入程度與促銷活動對產品屬性影響之研究(碩士論文)。取自臺灣博碩士論文加值系統。(系統編號091TKU00457022)
- 劉士豪（2006）。非營利組織志工靈性與組織承諾關係之研究(碩士論文)。取自臺灣博碩士論文加值系統。(系統編號094MCU05457015)
- 程香儒（2000）。組織使命對志工組織承諾相關影響因素之研究--以高雄市三家非營利機構為例(碩士論文)。取自臺灣博碩士論文加值系統。(系統編號088NSYS5007016)
- 賴俊達（2009）。理性與非理性因素對再購意圖影響之研究-以涉入程度為調節變數(碩士論文)。取自臺灣碩博士論文加值系統，097MCU05457036。
- 魏鶴欽、張書豪（2010）。以顧客特質取向探討關係傾向與犧牲基礎關係承諾之研究。台灣管理學刊，9(2)，115-136。
- 蕭雅竹、黃松元、陳美燕(2007)：宗教與靈性健康、健康促進行為之相關性研究。實證護理，3(4)，271-279。
- 蕭雅竹、簡麗瑜、李香君（2009）。靈性健康促進之策略觀點。中華心理衛生學刊，20(4)，435-450。

- 蘇淑芬 (2002) 。中文版靈性安適量表信度與效度檢定 (未出版之碩士論文) 。長庚大學, 桃園縣
- 藍清水 (2004) 。宗教組織志工衝突認知、衝突處理技巧與組織承諾關聯性之研究 (碩士論文) 。取自臺灣碩博士論文加值系統。(系統編號092CYCU5121072)
- Andrews, J. C., Durvasula, S. and Akhter, S. H. (1990). A Framework for Conceptualizing and Measuring the Involvement Construct in Advertising Research, *Journal of Advertising*, 19, 27-40.
- Anthony, R. N. and Herzlinger, R. E. (1980). *Management control in nonprofit organizations* . Homewood, R. D. Irwin, Ill.
- Banks, R. (1980). Health and the spiritual dimension: Relationships and implications for professional preparation programs. *The Journal of School Health*, 50(4), 195-202.
- Celsi, R. L., & Olson, J. C. (1988). The role of involvement in attention and comprehension processes. *Journal of Consumer Research*, 15: 210-224.
- Helminiak, D. A. (1996). *The human core of spirituality*. New York: State University of New York Press.
- Howden, J. W. (1992). Development and psychometric characteristics of the spirituality assessment scale. Unpublished doctoral dissertation, Denton: Texas Woman University.
- Morrow, P. C. (1983). Concept redundancy in organizational research: The case of work commitment. *Academy of Management Review*, 8(3), 486-500.
- Meraviglia, M. G. (1999). Critical analysis of spirituality and its empirical indicators, *Journal of Holistic Nursing*, 17(1), 18-33.
- Mitchell, T. R. (1981). Organizational behavior. *Annual Review of Psychology*, 30, 243-281.
- Maslow, A. H. (1971). *The farther reaches of human nature*, NY : Penguin Arkana.
- O'Brien, M. E. (1999). *Spirituality in nursing: Standing on holy ground* Sudbury, Massachusetts: Jones and Bartlett Publishers.
- Pritchard, M. P., M. E. Havitz, & D. R. Howard (1999). Analyzing the Commitment-Loyalty Link in Service Contexts. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 27 (3), 333-48.
- Porter, L. W., Mowday, R. T. & Boulian, P. V. (1974). Organization commitment, job satisfaction, and turnover among psychiatric technician. *Journal of Applied Psychology*, 59 (5) , 603-609.
- Reed, P. G. (1992). An emerging paradigm for the investigation of spirituality in nursing. *Research in Nursing & Health*, 15 , 349-357.
- Smith, D. H., (1981). "Altruism, Volunteers, and Volunteerism," *Journal of Voluntary Action Research*, Vol. 10, No. 1 , pp. 21-36.
- Zaichkowsky, J. L. (1985). Measuring the involvement construct, *Journal of Consumer Research*, 12(3), 341-352.