

# 明志科技大學

## 經營管理系

### 專題研究

以角色認定與人格一致性觀點探討飼主  
之寵物犬挑選與飼養行為

The Adoption Characteristics and Selection Criteria  
for Pet Dogs.

組員： U01227010 吳采芙

U01227025 張芷寧

U01227028 許雅婷

U01227041 趙哲翎

U01227042 劉佩昀

指導老師： 李文玄 博士

中華民國 104 年 12 月 17 日

## 摘要

本專題之目的在於探討寵物犬角色認定、人格一致性與飼主對寵物犬的情感依附程度、成本投注意願之間的關聯性。本專題根據前測調查，將飼主對寵物犬的角色認定分為小孩、夥伴朋友、兄弟姊妹、伴侶及工作犬等五種關係，而人格一致性則依據飼主與寵物犬在五大人格特質 (Big-Five) 構面勾選之異同，分為一致與不一致兩類。應變數有二：一為情感依附程度，二為飼主在寵物犬身上的必要性消費支出與非必要性消費支出。

研究採取問卷調查方式進行，有效回收問卷為 405 份。基本敘述性統計與交叉分析結果之重要結論如下：(1) 飼主挑選寵物犬時的三大考量因素分別為寵物犬之個性、體型與年齡；並且男性飼主對體型、年齡與毛色等三因素的看重程度顯著高於女性飼主。(2) 有高達六成以上飼主將自己的寵物犬視為小孩看待，其中以已婚未有小孩以及 41 歲以上之飼主為最高，這些將寵物犬視為小孩的飼主在必要性消費支出與非必要消費支出的成本投注意願最高，對毛小孩們的情感依附程度也顯著高於僅將寵物犬視為夥伴之飼主。(3) 飼主與寵物犬間之人格一致性差異，則對飼主的成本投注意願與情感依附程度並無顯著的影響。

在其他寵物犬飼養動機與行為之調查結果發現，四成以上飼主是為了增添生活樂趣來飼養寵物，其次則是為了陪伴的需求，因此對寵物犬有極高之情感依附。而近四成以上之飼主是透過花錢來購買寵物犬，顯著高於認養者。顯示政府與民間相關單位近年極力推動以認養代替購買的概念，尚有一段長遠的路要走。

# 目錄

摘要.....	i
目錄.....	ii
圖目錄.....	iv
表目錄.....	v
第一章 緒論.....	1
第一節 研究背景與動機.....	1
第二節 研究目的.....	2
第二章 文獻回顧.....	3
第一節 人格.....	3
一、人格的定義.....	3
二、人格理論的類型.....	4
三、五大人格特質量表之構面.....	5
第二節 關係.....	7
一、關係.....	7
二、飼主與寵物之關係.....	8
第三節 依附理論.....	10
一、情感依附.....	10
二、寵物依附.....	13
第三章 研究方法.....	16
第一節 研究架構.....	16
第二節 變數之定義與衡量.....	17
一、自變數定義.....	17
二、應變數定義.....	19
三、飼主之寵物犬飼養動機與獲得來源及其他變數定義.....	21
第三節 問卷施測.....	21
第四章 研究成果.....	22
第一節 基本敘述統計.....	22
一、飼主之人口統計變數與寵物犬基本資料.....	22

二、飼主之寵物犬飼養動機與獲得來源及考量因素 .....	23
三、飼主對寵物犬之角色認定.....	25
四、飼主與寵物犬之人格一致性.....	26
五、飼主對寵物犬之情感依附程度與成本投注意願 .....	27
第二節 交叉分析.....	28
一、寵物犬角色認定與情感依附程度交叉分析 .....	28
二、寵物犬角色認定與成本投注意願交叉分析 .....	30
三、人格一致性與情感依附程度交叉分析.....	31
四、人格一致性與成本投注意願交叉分析.....	32
五、其他市場調查結果.....	32
第五章 結論與建議.....	40
第一節 結論.....	40
一、基本敘述性統計結果.....	40
二、寵物犬角色認定對情感依附程度之影響.....	40
三、寵物犬角色認定對成本投注意願之影響.....	41
四、人格一致性對情感依附程度與成本投注意願之影響 .....	41
第二節 建議與貢獻.....	41
一、對實務上之建議與貢獻.....	41
二、對政府之建議與貢獻.....	42
第三節 未來研究建議.....	43
一、人格一致性之衡量.....	43
二、情感依附程度之衡量.....	43
參考文獻.....	44
中文部分.....	44
英文部分.....	45
附錄 問卷內容.....	51

## 圖目錄

圖 3-1 本專題之研究架構 .....	17
----------------------	----

## 表目錄

表 3-1 繁體中文版 Big-Five Mini-Markers 人格特質量表 .....	18
表 3-2 本專題整理之五大人格特質各構面形容詞 .....	19
表 3-3 寵物依附量表 .....	20
表 3-4 衡量飼主對寵物犬成本投注意願之題目 .....	21
表 4-1 飼主之人口統計變數與寵物犬基本資料 .....	23
表 4-2 飼主之寵物犬飼養動機與獲得來源 .....	24
表 4-3 飼主挑選寵物犬之考量因素 .....	25
表 4-4 飼主對寵物犬之角色認定 .....	26
表 4-5 飼主與寵物犬之人格一致性 .....	26
表 4-6 飼主對寵物犬之情感依附程度 .....	27
表 4-7 飼主對寵物犬之成本投注意願 .....	28
表 4-8 寵物犬角色認定與情感依附程度之交叉分析 .....	29
表 4-9 寵物犬角色認定與情感依附程度多重比較分析 .....	29
表 4-10 寵物犬角色認定與成本投注意願之交叉分析 .....	30
表 4-11 寵物犬角色認定與成本投注意願多重比較分析 .....	31
表 4-12 人格一致性與情感依附程度之交叉分析 .....	32
表 4-13 人格一致性與成本投注意願之交叉分析 .....	32
表 4-14 飼主性別與寵物犬挑選考量因素之交叉分析 .....	33
表 4-15 飼主性別與寵物犬體型之交叉分析 .....	33
表 4-16 飼主年齡層與寵物犬體型之交叉分析 .....	34
表 4-17 飼主年齡層與寵物犬角色認定之交叉分析 .....	35
表 4-18 飼主婚姻狀況與獲得來源之交叉分析 .....	36
表 4-19 飼主婚姻狀況與寵物犬角色認定之交叉分析 .....	37
表 4-20 飼主婚姻狀況與成本投注意願之交叉分析 .....	38
表 4-21 飼主婚姻狀況與非必要性消費支出多重比較分析 .....	39

# 第一章 緒論

## 第一節 研究背景與動機

寵物一直是觀眾青睞的電影題材，創造出許多票房奇蹟。由日本真實故事改編，2009年上映的美國好萊塢電影「忠犬小八 (Hachi)」，內容主要敘述小八在主人過世後仍在車站等待主人的歸來，十年來始終如一。電影情節不但感動人心，也突顯寵物犬有別於其他寵物，擁有忠心耿耿特質的牠們是人類最忠實的夥伴。早期人們大多將狗當作工作或是看門的工具，隨著社會變遷與生活型態改變，狗與人們的關係愈來愈親近，經常扮演人類休閒及娛樂時的重要夥伴，因此飼主願意在寵物犬上投入更多心力。

寵物犬與飼主間的互動，不但為飼主帶來心靈上的慰藉，增添生活樂趣，此舉印證出寵物犬於人類生活中有著密不可分的關係。2014年3月台灣服裝設計師林國基先生在受訪中表示，他已將自己十分之一的遺產分配給兩隻寵物犬，讓家人有豐厚的資源來照顧牠們，此舉引發不少民眾讚賞。在訪談過程中，林國基先生不時流露出對寵物犬的疼愛之情，並表示早已將牠們當成親生兒女般對待。

許多飼主會將寵物犬當作人一樣，幫牠們取名字、投保保險與美容打扮，為牠們舉辦生日派對，甚至在寵物犬死亡時，將牠們火化供奉在寵物靈骨塔中。由此得知飼主對寵物犬的情感投入，大量反映在對寵物犬的花費上。2015年7月中旬於南港展覽館所舉辦的台北寵物用品展，參觀人數達17萬人，創下歷屆以來的新高紀錄，為期四天的展期，展出項目有流行服飾配件、專業美容護理、醫療保健用品、行為訓練輔助等相關商品及服務，由此見得飼主越來越重視寵物犬的生活品質。

根據經濟部國際貿易局統計，台灣 2014 年零售用貓狗飼料（稅則編號 23091000）進口量約 1 億 2 千 4 佰萬美元，此數據比 2005 年的 5 千 7 佰萬美元增加 6 千 7 佰萬美元的進口量，成長 117.63%，可見飼主願意花費在寵物食品的金額有顯著成長。另外，行政院農委會兩年一次的全國寵物犬數量統計顯示，從 2003 年 135 萬隻增長至 2013 年的 174 萬隻，寵物犬數量的成長率為 28.51%。透過上述兩者數據，本專題將 2012 年工研院所發表的台灣寵物市場供應鏈現狀與發展飼主每年在寵物上的平均花費乘 2013 年農委會的全國家犬貓數量調查之寵物犬數量，推估 2013 年台灣寵物犬市場規模為約為 520 億台幣。

綜合前面所述，社會變遷不僅讓飼主對寵物犬產生更深的情感連結，此連結也使寵物犬在家中有了一種多樣的角。根據本專題於 2014 年 8 月之前測顯示，56.02% 的飼主會將自己養的狗視為小孩，其次 24.10% 視狗為朋友，而有 12.05% 的飼主將自己養的狗當成兄弟姐妹。此外，調查結果也發現，寵物犬的個性為飼主挑選狗時重要的考量因素之一（平均重要度為 4.56，標準差 1.75，滿分 7 分）。此結果引起本專題對飼主和寵物犬之間關係、人格一致性與飼主在寵物犬身上的成本投注意願與依附程度間的關聯性產生高度興趣，欲以此作為比次專題的探討主軸，進而將研究結果提供寵物業者做為經營決策之參考。

## 第二節 研究目的

根據上述研究背景與動機，歸納本專題探討之研究目的如下：

- (一) 調查飼主飼養寵物犬動機與挑選寵物犬之考量因素。
- (二) 探討飼主之寵物犬角色認定及兩者間人格一致性，對寵物犬的情感依附程度以及成本投注意願的差異。
- (三) 分析結果可作為寵物犬產品廠商在廣告訴求擬定之參考依據。



## 第二章 文獻回顧

本專題研究的目的是在於探討飼主飼養寵物犬的動機與挑選機制，以及在不同飼主對寵物犬之角色認定及人格一致性的觀點下，其飼養行為與心理情感依附程度的差異。因此本章首先說明人格的定義與人格理論，飼主與寵物之間相處的過程便會產生關係，接著回溯關係的理論，最後說明依附的定義及其衡量方法。

### 第一節 人格

#### 一、人格的定義

人格 (Personality) 源自於拉丁語「Persona」，「Persona」的意思有二種，一為古希臘演員演出時所戴的面具 (Mask)，演員藉著面具，以表現出不同角色的個人特徵。二指一個人表現出的真正自我，包含其內在動機、情緒、思想及習慣等 (詹益統，1996)。

人格是人內在的心理與生理系統，如性格、氣質、智力和體格，此系統是一個穩定並持久的動態組織 (Allport, 1937)，它賦予一個人對環境的獨特適應能力 (Eysenck, 1970)，是個人特徵、屬性和特性的總和 (Guilford, 1959)，Erikson (1963) 則認為是由遺傳和環境所決定之實際行為模式與潛在行為模式的總和。亦是一種能判定個人與他人間共同性與差異性的持久穩定的傾向 (Day and Silverman, 1989)，可根據該傾向來預測一個人在特定情境中所呈現出的外顯行為和內隱行為 (Cattell, 1965)。然而，Burger (1997) 對人格的定義為源自於個體內，一致 (Consistent) 的行為模式和內在歷程，而此模式和內在歷程穩定且一致的特性，讓人類在不同時空下仍可辨識這些一致的行為模式，行為也深深地受內在歷程的影響，包含所有發生在深層的情緒、動機與認知。縱觀各學者對人

格之定義，本研究認為人格是一個人內在思考模式與外在行為特徵的集合，每個人有著獨特、持久，能夠用來區分自己與他人的性質。

## 二、人格理論的類型

人格的理論可分為精神分析論、社會學習論、生物學論、認知論、人本論及特質論等。本研究採用特質論的觀點，作為衡量人格特質的理論基礎。特質論認為人和人之間的差異可由數個重要的行為加以描述，其研究方向主要是找尋精簡的向度來描述多樣的人格。部分學者認為人格特質論的研究取向，是一種能評估個人穩定特性的方法 (Atkinson et al., 2000)。特質 (Traits) 是人格基本的結構單位 (Cattell, 1965)，作以解釋人們在不同情況下行為表現的一致性 (Burger, 2007)。Allport (1937) 認為人格決定個人的外在適應力、行為與思想，個體的行為會顯現出其獨特的人格特徵 (Personality Characteristics)，當這些特徵持續出現在不同的情境中，則稱為人格特質。

人格特質理論被廣泛應用於心理學、社會學與管理學等領域，當中以五因素模型 (Five-Factor Model) 的構面普遍被一般學者所認同和接受 (Digman, 1990)。許多研究顯示五因素模型對於人格特質的測量具良好的成效 (Borgatta, 1964; Fiske, 1949; Norman, 1963)，而在後續諸多研究，最被廣為接受且應用的是 Costa 與 McCrae (1985) 所發展的五大人格特質構面，其分別為外向性 (Extraversion)、開放性 (Openness to Experience)、親和性 (Agreeableness)、嚴謹性 (Conscientiousness) 及神經質 (Neuroticism)。在長期研究中，同一位受測者經過六年的施測顯示出此五個人格特質構面具備高度穩定性 (Costa and McCrae, 1988)。

由於 Costa 與 McCrae (1985) 的 NEO-PI (NEO Personality Inventory) 人格特質量表題數較多，受測者需花費較長的時間填答。於是 Goldberg (1992) 利用這五大因素構面發展出 100 題版本的人格特質量表，但

Saucier (1994) 認為 Goldberg 版本的人格特質量表需花費約 10 至 15 分鐘填答，限制了其在學術研究與管理等相關應用，因此發展出 Mini-Markers，該量表簡縮至 40 題，使用語意較簡易的問項，並具有較低的量表內相關係數 (Inter-Scale Correlations) 與較高的問項間相關係數 (Inter-Item Correlations)，且填答時間僅需約 5 分鐘。Thompson (2008) 則立基於 Saucier (1994) 的 Mini-Markers，進一步使用多國背景的樣本，發展出具國際適用性的國際英文版 Big-Five Mini-Markers (International English Big-Five Mini-Markers)。然而國內學者鄧景宜等人 (2011) 依據 Thompson (2008) 的量表發展出繁體中文版 Big-Five Mini-Markers，此版本量表適用於使用繁體中文的華人地區，有助管理研究方面的應用以及準確瞭解消費者人格特質傾向 (鄧景宜、曾旭民、李怡禎、游朝舜，2011)，故本專題係採用繁體中文版 Big-Five Mini-Markers 作為衡量人格特質之基準。

### 三、五大人格特質量表之構面

#### (一) 外向性

指一個人與他人擁有正面關係的數目及舒適程度，若一個人與他人之間的舒適關係數目愈多或舒適程度愈高，則表示其愈外向。此構面分數愈高者代表擁有活潑、健談、善交際、積極主動、自信、樂觀、喜好表現、熱情和喜愛熱鬧場合等特徵，也較為武斷，支配慾望強，說話不遲疑，容易成為團體裡的領袖。

#### (二) 開放性

指一個人對陌生事物容忍與探索的能力，和其主動追求體驗及獲取經驗的特性，此構面分數愈高者代表具有充滿想像力、好奇、喜歡思考、有點子、富創造力、求新求變、著重感受與具行動力等特質。

#### (三) 親和性

指一個人對他人定下之規範的遵循程度，若一個人對周遭的人所設

定之規範遵循程度愈高，則表示其親和性愈高。此構面分數愈高者代表具有順從、仁慈、寬容、坦誠、體貼、待人友善、利他主義、容易相處與樂於助人等特質。

#### (四) 嚴謹性

指一個人對於追求所訂立之目標的專心程度，若一個人的愈致力於其目標，則表示其嚴謹性愈高。此構面分數愈高者代表具有意志堅強、有目標與決心、成就導向、有始有終、自律、有規劃、審慎與追求卓越等特質。

#### (五) 神經質

指能激起一個人負面情感之刺激所需的數目與強度，若一個人所能接受的刺激愈少，則表示其神經質程度愈高。此構面分數愈高者代表具有易緊張、缺乏安全感、憂鬱、情緒化、自卑、沮喪、不善於處理壓力、易後悔與覺得孤單等特質。

## 第二節 關係

### 一、關係

關於關係 (Relationship) 的定義，東方國家與西方國家有不同的解釋。Broom 等人在 1997 年整理各家觀點，統整出西方學者主要將關係定義分成兩項，一為主觀與客觀，二為過程或狀態。而東方學者將關係定義分成五項，包含上述西方學者所提出的兩項，其餘分別為人倫、資源與通向特權的特殊管道。東方學者對於關係的定義相較西方來說更為複雜，以下將對各項分類詳加說明 (Broom et al, 1997)。

西方學者方面，Broom 等人在 1997 年將西方對關係之定義分為兩種，第一種為主觀與客觀，關係為一種主觀真實 (Subjective Reality) 和客觀真實 (Objective Reality) 的綜合體。第二種為過程或狀態，關係為一種過程、狀態，或是過程與狀態並存。最終得到關係具有交易、交換、溝通及其他相互連結的活動等特質 (Broom et al, 1997)。

而東方學者喬健在 1982 年提出關係的界定即包括過程、狀態與主觀等觀念，並將關係定義為「一個以上的個人或團體，與一個以上的個人或團體之間的相互作用與相互影響之狀態。」除此之外，關係具有三項特質，分別為關係是動態的概念、關係是以個人或是團體為中心 (喬健，1982)。關係會不斷與個人或團體中心產生交叉作用而構成關係網路。鄭博璦後來在 1996 年時指出東方華人社會至少有兩種關係，一種是主觀關係，為個體間所有擁有的感情親疏程度，另一種是客觀關係，是個體有共同出身背景及共同經驗 (鄭博璦，1996)。

東方學者對於關係之論述除了上述分類外，也提出三個相當重要的層面，第一個層面為關係是一種人倫，此類關係較偏向社會結構層面，其次為關係是一種資源，此類關係則是較偏向互動現象，也可將此類關係稱做「人情」 (黃光國，1985)。第三則是陳介玄與高承恕於 1991 年發

表關係是一種通向特權的特殊管道，並非每一個人或團體可以任意擁有，會隨著個人擁有權力或團體的強勢、弱勢而有所不同（陳介玄、高承恕，1991）。

## 二、飼主與寵物之關係

飼主與寵物間的關係往往會影響其消費行為，Hirschman (1994) 將飼主與寵物之間的關係略分為將寵物視為物品及人類兩類。在將寵物視為物品的分類中，寵物又可以分為裝飾品、興趣、地位象徵和工具等四種關係，總體而言，飼主在此狀況下仍將寵物視為一種物品或財產，彼此之間依然有相當的距離。

當飼主將寵物視為人時，寵物與飼主間的關係更為親密，可能會有朋友、家人與自我的延伸三種不同關係存在。當飼主將寵物視為物品時，關係最為疏遠；其次為朋友、自我的延伸；將寵物視為家人時，彼此的關係最為緊密。

### (一) 寵物是產品或物品

當寵物被定義為物品或產品時，寵物的存在類似環境中的物體。原因有下列四項：

1. 寵物是裝飾品：飼主飼養寵物時，認為寵物只是人類的賞物，能提供人類快樂的感覺 (Hirschman, 1994)。
2. 寵物是興趣：飼主購買寵物主要是用於展示用途 (Serpell, 1987)。
3. 寵物能代表身分地位：人類飼養寵物是展示自己身分地位的方式 (Katcher and Beck, 1983)。
4. 寵物是工具：如美洲的印第安人使用狗作為運輸及狩獵的工具。而也有許多國家讓狗協助視障人士和保衛人類安全 (Hirschman, 1994)。

### (二) 將寵物視為人類

當寵物被視為人類時，寵物將會被飼主視為生活中的人類角色。分

類有下列幾項：

### 1. 寵物是朋友關係

許多飼主會因為寵物的忠誠與付出，而將寵物視為珍貴的朋友。飼主會利用肢體或是口語的方式與寵物溝通，與寵物分享生活點滴，而這些行為逐漸形成一種習慣，隨著寵物和飼主相處時間愈長，進而促使這種習慣更加穩固。即便寵物或是飼主已經死亡，這種行為仍有可能繼續存在 (Hirschman, 1994)。另外，寵物對於有社交障礙甚至對受傷的孩子和成人來說，可以提供情感性的支持和療癒，使人類在生、心理的不愉快，能獲得一些撫慰性的效果 (Savishinsky, 1986)。過去研究也顯示許多研究者將寵物作為情感治療的一種方式 (Corson, 1980)。

### 2. 寵物是家人關係

Hirschman (1994) 研究數據顯示，將近八成的飼主會將寵物視為家人。寵物的家庭角色會因飼主的年齡而大相逕庭，例如年輕單身者 (18 至 25 歲)，會將寵物視為兄弟姐妹，身為家中一員的牠也需負擔家中的任務和責任，過程中可能引起家庭成員的紛爭；尚未生育的新婚夫妻或空巢期的夫妻，最常將寵物視為需要被持續呵護、長不大的替代性兒女 (Katcher and Beck, 1983)。除此之外，飼主不但將寵物視為孩子，也將孩童的習慣和行為套用在寵物上，甚至會為寵物舉辦活動，例如為寵物辦慶生派對、準備聖誕節大餐。而飼主也可能帶著寵物去寵物學校、寵物餐廳、購買新潮的寵物服飾和去寵物美容院等 (Hirschman, 1994)。

### 3. 寵物是飼主自我的延伸

Savishinsky (1986) 提出寵物是飼主人格和自我的延伸，飼主選擇寵物就是一種對自我人格定義的行為。此種現象在飼養好鬥大型寵物犬的男性飼主上特別明顯 (Katcher and Beck, 1983)。Hirschman (1994) 提出的人際知覺 (Persona Perception) 中寫道，有些飼主的家庭成員會覺得飼主和寵物的個性相似，他們會把負面情緒投射在寵物身上。

### 第三節 依附理論

依附 (Attachment) 一詞最早是由 John Bowlby 於 1958 年正式提出。Bowlby (1982) 說明嬰幼兒在成長的過程當中，會與其主要照顧者在餵養行為及互動的過程中產生一種強烈且持續存在的情感連結，是由兩獨立個體經過一段時間而產生的，讓嬰幼兒對主要照顧者產生永久性的情感依附。

#### 一、情感依附

Bowlby (1979) 認為情感依附行為 (Attachment Behaviors) 是一個人與特定的情感依附對象 (Attachment Figure) 親密互動下所產生的行為。而照料者的行為主要受補償性行為系統 (Complementary Behavioral System) 所控制，例如可以由嬰幼兒的微笑、擁抱或撫慰他等互動過程中得到報酬 (Bowlby, 1969)。當嬰幼兒面臨威脅或是感受到壓力、不安時會哭鬧，希望有人抱他、關心他，此時嬰幼兒是希望能夠得到他所依附對象的注意，若能夠得到回應，那麼嬰幼兒就能從中獲得滿足感與安全感，若沒有給予回應，便會感到害怕與焦慮，進而對他的依附對象產生逃避或是生氣等行為 (Holmes, 1993)。Lopez (1993) 則認為情感依附趨近於安全感，人類藉由情感依附行為，從中獲得心理與生理上需求的滿足。在某些情況下，即使依附對象沒有做任何的事情，彼此之間的親密行為仍然會為彼此帶來安全感與滿足感。一旦與依附對象產生依附行為後，就會持續的存在，難以改變既有的情感依附對象 (Weiss, 1982)。

Bowlby (1977) 將情感依附理論定義為「人欲與特定情感依附對象維持強烈情感性連結 (Affectional Bonds or Emotional Bonds) 的傾向」，並且提出情感依附理論主要有三大特點，分別有：



- (一) 維持親密性 (Proximity Maintenance)：個體會尋求、保持與情感依附對象的親密性，並且在兩者分離時會產生失望、抗議等行為。
- (二) 避風港 (Safe Heaven)：個體將其情感依附的對象視為避風港，在遭遇困難或威脅時會向依附對象尋求安慰、支持與幫助。
- (三) 以安全為基礎 (Secure Base)：個體將情感依附對象視為安全堡壘，藉此能夠自由、安心的去探索未知的世界。

Ainsworth 等人 (1978) 延續 Bowlby (1969) 的理論，運用陌生情境 (Strange Situation) 實驗，觀察到孩童與主要照顧者分離及重聚 (Reunion Behavior) 時的情感依附行為會有個別的差異產生，因此提出了三類情感依附型態，分別為安全情感依附型 (Secure Attachment)、焦慮/矛盾情感依附型 (Anxious/Ambivalent Attachment) 與逃避情感依附型 (Avoidant Attachment)。以下針對三種情感依附型態作描述：

#### (一) 安全情感依附型

此類孩童與主要照顧者的關係是可信任的，孩童會主動與主要照顧者互動且增加親密關係。當孩童與主要照顧者分離時雖然會產生緊張、哭鬧等行為，但重聚時情緒便會漸漸的緩和下來並且露出愉悅的心情。此類型的孩童表現出比較少的哭鬧行為，較能夠接納、相信別人。

#### (二) 逃避情感依附型

此類孩童與主要照顧者缺乏情感的聯繫，其與主要照顧者分離或重聚時，不表示任何的情緒、不在乎主要照顧者的存在與否且逃避眼神及肢體上的接觸，在面對陌生人與主要照顧者時的態度是一樣的。此類型的主要照顧者花較少的時間在陪伴孩童，而孩童則認為自己是孤獨、不被需要的，因此學會了忽略主要照顧者的存在，也較難去相信別人。

#### (三) 焦慮矛盾型

此類孩童常留在主要照顧者身邊，很少去探索環境，所以當主要照顧者離開時便會產生不安、憂慮等等的行為，並會保持警戒心，但當主

要照顧者回來時，卻會充滿矛盾的情緒，表現出想要抵抗、憤怒等等的負面行為，但其實心裡是想與主要照顧者親近，希望彼此擁有互惠的關係 (Ainsworth et al, 1978)。

Bowlby 於 1988 年說明此個體對依附對象所產生的愛的連結，不因時間、空間而有所改變，而若要對某特定人士產生依附感，需要經過兩、三年的時間才能形成。由此可知依附是需要經過一段時間的彼此相處、陪伴才能產生的 (Bowlby, 1969)，而隨著陪伴時間長短的差異，在不同的階段中，也會有所差異，分別有以下四個階段：

#### (一) 情感依附前期

從出生起約三個月的時間為初始階段，嬰幼兒對所有的人都感到興趣。大約需二到三個月才能藉由視覺與聽覺來區分他的主要照顧者與他人的不同。

#### (二) 情感依附醞釀期

大約出生後三至八個月，嬰幼兒會與主要照顧者形成一種獨特的關係，並且能夠清楚的辨認主要照顧者為何人。

#### (三) 明確情感依附期

出生後八個月至三年，嬰幼兒會藉著爬行、學步等等的學習過程中來探索周遭環境，主動尋找並親近主要照顧者，也就是嬰幼兒能夠將特定人士的樣貌記在腦海中。嬰幼兒會透過哭泣與學語來引起主要照顧者的注意，而此時主要照顧者的行為已經被嬰幼兒希望能夠獲得陪伴、依賴在身旁以及親密的互動的需求所控制。分離時會產生依附行為，嬰幼兒會試著尋找主要照顧者，並且獲得親密互動；但分離時嬰幼兒也會產生抗議、沮喪、憂慮等等的負面情緒，而反應的強度會受時間長短、兩者的互動關係與分離時的情境所影響，若分離時的環境是嬰幼兒所熟悉的，那反應可能就不會這麼強烈。嬰幼兒對不熟悉的人所產生的憂慮感為陌生人焦慮 (Stranger Anxiety)，在八至十個月時最為明顯，嬰幼兒會

緊緊摟住主要照顧者、從陌生人臉孔上轉移視線等等反應來拒絕陌生人的接近，而從嬰幼兒產生的此種反應中也可以發現其已能區分他人與主要照顧者的不同。

#### (四) 伴侶期

大約出生三年以後，嬰幼兒會開始試圖用自己的方式想要改變其所依附對象的反應行為，透過假想對方的反應方式進而改變依附對象的對他的回應或對待方式。

## 二、寵物依附

依附關係不只有存在於個人與父母之間，依附對象有可能為朋友、陪伴者或伴侶 (Ainsworth, 1989)。除了人與人之間的依附外，也可能對其他特殊心愛之物等產生依附，如人們會與禮物、收藏品、居住地和品牌等物品產生情感連結 (Belk, 1988; Mehta and Belk, 1991; Schultz, Kleine and Kernan, 1989)。Park 與 MacInnis 也於 2006 年中指出情感依附對象不僅侷限於人類，同時也包括個人與消費標的 (Consumption Entity) 間的情感連結，如品牌、地點、甚至是某種物體。隨著寵物在人們心目中重要度的提升，寵物已成為飼主重要的情感依附對象 (Noonan, 1998)。而人與寵物間經相處後所形成的情感依附，是一種不同於人與人之間的情感關係，隨著世代的變遷，兩者的關係由一般所認知僅有的飼養行為轉變為一種親密的關係，飼主將其寵物視為像家庭成員般的重要和珍貴，且與寵物之間的親密程度甚至會高於人與人之間的關係 (Sharkin and Bahrick, 1990)。

Johnson 等學者於 1992 年將寵物依附 (Pet Attachment) 定義為「人類與寵物間可能存在之情感程度高低」，主要研究照顧者對被照顧者間的情感程度，相反地，早期研究嬰兒與母親的依附程度則是被照顧者對照顧者間的情感程度 (Belsky et al, 1992)。Hazan 與 Shaver (1987) 依據

Ainsworth (1978) 所提出的依附風格擴展至成人領域，以問卷方式衡量成人在親密關係上的感受與行為，顯示出其關係裡對於伴侶之間的情感性連結等同於嬰兒時期對照顧者的依附行為，人與寵物之間的依附關係也相似於人與人間的依附程度 (Holbrook et al, 2001)。Cowles (1985) 研究指出，飼主會對寵物產生情感依附，而寵物也會對飼主發展情感依附，因此寵物依附可區分為透過觀察法觀察寵物對飼主之情感依附與由心理測量方式衡量飼主對寵物之情感依附兩個面向來探討。

#### (一) 飼主對寵物之情感依附

情感依附理論源自於孩童對於照顧者的情感連結 (Bowlby, 1969; 1973)，但至今已發展為人與所愛的人、事、物的情感連結 (Ainsworth, 1989; Bowlby, 1969; Hazan and Shaver, 1987; Weiss, 1988)。Sable (1995) 提出寵物能獨特的滿足人在情感上所缺乏的依附需求，並且給予舒適或在艱難時刻陪伴依偎的感覺，尤其在年長者身上則更為明顯。此外 Brown 於 2004 年指出，因寵物沒有可和人類溝通的語言能力，較不會帶給人類說謊與背叛等的感覺，因此人類對於寵物的依附程度可能會高於人類之間的依附程度。

#### (二) 寵物對飼主之情感依附

Topal 等學者於 1998 利用 Ainsworth (1969) 所發展之陌生情境法對飼主與寵物進行觀察，紀錄寵物在不同環境下的反應行為，最終顯示寵物與飼主在一起時較與陌生人相處時自在，相對於對陌生人的冷漠，寵物和飼主相處時會表現出較熱烈的反應 (Topal et al, 1998)。Rynearson (1978) 認為寵物與嬰兒皆需要情感依附，從中獲得保護與存活，因此兩者間存有依附關係。

從需求分析的觀點探討人類飼養寵物，在經濟層面上，飼主對寵物消費行為的增加促使經濟提升，但在心靈層面上則可看出，因為社會變遷造成人情淡薄，人們藉由飼養寵物彌補心靈空虛。根據獸醫的觀察，

人類和寵物兩者間存在顯著的依附關係，人們通常非常依附於自己的寵物 (Geller, 2005)。雖在不同階段的家庭生命週期中，飼主對於寵物的認知會有所改變 (Albert and Bulcroft, 1988)，但寵物仍為家庭成員中重要的陪伴角色，人們經由飼養寵物來彌補心靈空虛的情感來源 (Mullin, 1999)。

## 第三章 研究方法

本專題推論不同飼主與寵物犬的關係親密程度，會影響飼主之依附程度、陪伴行為以及成本投注意願的差異。研究方法採取問卷調查法，本章首先說明前測結果，其次介紹研究架構及各變數之關聯性，並定義各變數與其衡量方法，最後為問卷施測。

2014年8月23日至9月7日間，本專題在台灣地區以便利抽樣方式進行前測，共回收168份有效問卷，女性飼主86人(51.53%)、男性飼主82人(48.47%)，在婚姻狀況方面，以「單身」比例最高(68人，40.72%)，其次為「已婚」(53人，31.74%)，「未婚有伴」最少(47人，27.54%)。考量因素方面採用Likert Type 7點尺度衡量，飼主最在意的前三樣考量因素依序為「住家空間大小」(平均重要度4.97，標準差1.90)、寵物犬之「個性」(平均重要度4.56，標準差1.75)及「體型大小」(平均重要度4.40，標準差1.94)。在寵物犬角色認定方面，以「小孩」最多(94人，56.02%)，其次為「朋友」(40人，24.10%)及「兄弟姊妹」(20人，12.05%)。本專題將飼主婚姻狀況與寵物犬角色認定進行交叉分析，結果顯示未婚有伴及已婚的飼主將寵物犬視為小孩，單身者則將寵物犬視為朋友。前測結果也發現年輕人為主要的愛心認養族群，30歲以下的年輕飼主佔比最高(106人，63.26%)，可見年輕族群已充分落實「認養代替購買」之觀念。

### 第一節 研究架構

本專題之研究架構如圖3-1所示，自變數(Independent Variables)有二，分別為飼主對寵物犬之角色認定以及飼主與寵物犬之人格一致性，而應變數(Dependent Variables)為情感依附程度及成本投注意願。

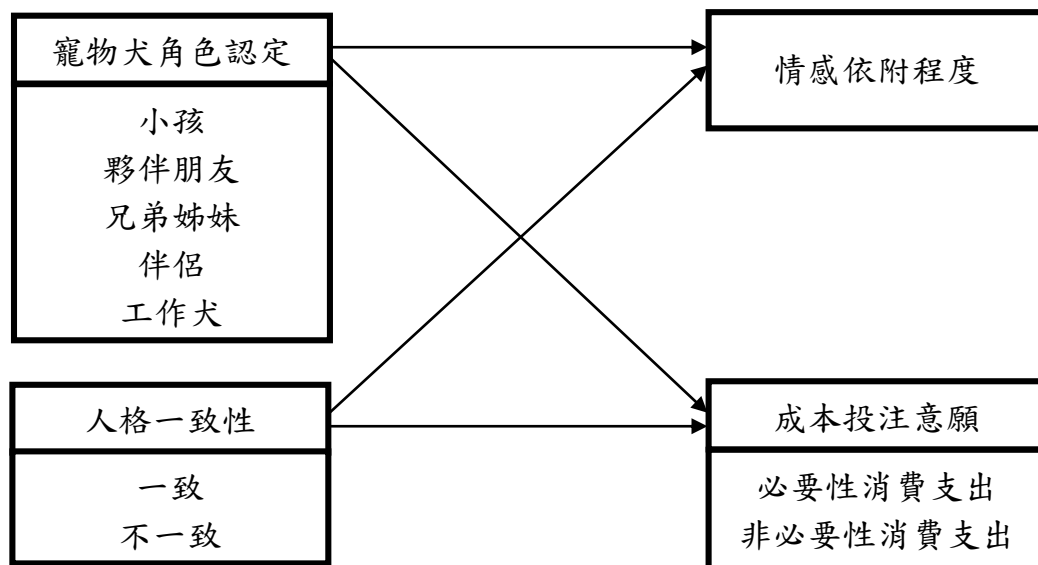


圖 3-1 本專題之研究架構

## 第二節 變數之定義與衡量

### 一、自變數定義

#### (一) 寵物犬角色認定

Hirschman (1994) 提出飼主與寵物之間的關係分為兩種，一種為寵物視為物品，另一種則是將寵物視為人類，此關係最為親密。本專題以此學說及前測結果為基礎，並作為探討飼主與寵物間關係的依據，將寵物犬與飼主的關係歸納出小孩、夥伴朋友、兄弟姊妹、伴侶與工作犬等五種關係，以分類性變數設計 1 道單選題，讓受測者勾選最符合自己與寵物犬的關係敘述之選項。

#### (二) 人格一致性

本專題以 Costa 與 McCrae (1985) 的五大人格特質構面為發展基礎，並依據鄧景宜等人 (2011) 提出之繁體中文版 Big-Five Mini-Markers 人格特質量表 (表 3-1)，篩選出適合描述人類與寵物犬的形容詞，再將該形容詞加以修正，使選項更簡易明瞭，如表 3-2 所示。由於寵物犬無法自行填答問卷，因此由飼主勾選最符合自己的狗狗之人格特質敘述，並請

飼主勾選最符合自己的人格特質敘述。問卷回收後，依選項編碼，將飼主的人格特質敘述和寵物犬的人格特質敘述相減，結果「0」為代表飼主與寵物犬間具有人格一致性，非「0」則代表兩者之間人格不具一致性，本專題將非「0」選項編碼為「1」。

表 3-1 繁體中文版 Big-Five Mini-Markers 人格特質量表

原量表中測量到的概念	原量表形容詞	中文版量表
Extraversion (外向性)	Shy*	內向的*
	Talkative	健談的
	Energetic	活力十足的
	Quiet*	沉默寡言*
	Extraverted	外向的
	Outgoing	活潑的
	Reserved*	內斂的*
	Untalkative*	不愛說話的*
Openness to experience (開放性)	Creative	點子多的
	Intellectual	有智慧的
	Unimaginative*	缺乏想像力的*
	Artistic	具鑑賞力的
	Intelligent	聰穎的
	Philosophical	有哲學氣息的
	Deep	有深度的
	Uncreative*	缺乏創意的*
Agreeableness (親和性)	Merciful	親切的
	Sympathetic	有同情心的
	Harsh*	無情的*
	Gregarious	易配合他人的
	Unkind*	不親切的*
	Warmhearted	令人溫暖的
	Rude*	無禮的*
	Inconsiderate*	不體貼的*



表 3-1 繁體中文版 Big-Five Mini-Markers 人格特質量表 (續)

原量表中測量到的概念	原量表形容詞	中文版量表
Conscientiousness (嚴謹性)	Efficient	有效率的*
	Disorganized*	雜亂無章的*
	Careless*	漫不經心的*
	Untidy*	邋邋的*
	Neat	整潔的
	Inefficient*	沒效率的*
	Systematic	有系統的
	Organized	做事有組織的
Emotional stability (神經質)	Envious*	會妒羨他人的*
	Emotional*	多愁善感的*
	Anxious*	心急的*
	Unworried	不愁煩的
	Jealous*	易吃醋的*
	Unenvious	不會羨慕他人的
	Moody*	情緒化的*
	Unanxious	不心急的

資料來源：鄧景宜、曾旭民、李怡禎與游朝舜 (2011 年)，「“International English Big-Five Mini-Markers” 之繁體中文版量表發展」，管理學報，第二十八卷第六期，頁 579-600。

註：\*為反向題，粗體代表篩選之形容詞

表 3-2 本專題整理之五大人格特質各構面形容詞

構面	題目
外向性	充滿活力的、外向活潑的
開放性	聰穎的、聰明伶俐的
親和性	親和的、百依百順的
嚴謹性	勤奮的、愛乾淨的
神經質	情緒不穩的、神經質的

資料來源：本專題研究整理統計

## 二、應變數定義

### (一) 情感依附程度

欲探討飼主對寵物犬的情感依附程度，係參考游婉婷與湯幸芬 (2012) 之寵物依附量表，其依附程度之構面分別為情感面、時間金錢、責任感和社交活動。本專題以情感依附作為研究主軸，故僅採用情感依附構面 5 道題目之依附量表，如表 3-3 所示。採用 Likert Type 7 點尺度衡量，加總受測者對每道問題之同意程度。

表 3-3 寵物依附量表

構面	題目
情感面	我經常與他人提及我的寵物
	寵物在我心中佔據重要的角色
	我和寵物的關係並不密切*
	我很愛我的寵物，勝過對其他人的情感
	我認為寵物就只是寵物*
時間金錢	我每天會挪出時間陪伴寵物
	如果寵物破壞了家中物品，我會想將他送走*
	對於寵物的生活上之用品，我會毫不考慮直接購買
	如遇到寵物須接受大規模治療或手術時，我會願意支醫療費用
責任感	清理、梳洗寵物通常由我負責
	養寵物是一輩子的事，應對牠負起責任
社交活動	出遊時，我會攜帶寵物與我同行
	因為養寵物，我會特別關注與寵物相關的活動與訊息

資料來源：游婉婷、湯幸芬 (2012 年)，「飼主對寵物的依附關係與寂寞感、憂鬱情緒之探討」· 旅遊健康學刊，第十一卷第一期，頁 45-64。

註：\*為反向題

## (二) 成本投注意願

為探討飼主對寵物犬之成本投注意願，本專題依日常生活中的食衣住行育樂，將寵物犬消費性支出分為必要性消費支出及非必要性消費支出，如表 3-4 所示，共有 10 題。採用 Likert Type 7 點尺度，衡量受測者對寵物犬成本投注意願之同意程度。

表 3-4 衡量飼主對寵物犬成本投注意願之題目

消費性支出	題目
必要性消費支出	狗狗生病時，我會帶牠去看醫生
	我會定期給狗狗注射政府規定施打之疫苗
	我會定期給狗狗服用預防感染蟲體用藥
非必要性消費支出	我會買衣服給狗狗穿
	我會買玩具給狗狗玩
	我會買零嘴給狗狗吃
	我會帶狗狗去做美容
	我會給狗狗做寵物訓練
	我會買健康食品給狗狗吃
	我會幫狗狗買寵物保險

資料來源：本專題研究整理統計

### 三、飼主之寵物犬飼養動機與獲得來源及其他變數定義

本專題欲探討飼主挑選寵物犬之行為與態度，以分類性變數設計 4 道單選題，請受測者勾選飼養動機、主要資訊搜尋來源、獲得來源以及飼養決策角色。另採用 Likert Type 7 點尺度設計 7 道題目，衡量受測者對挑選寵物犬時，其考量因素之重要程度。其他變數如飼主之人口基本統計變數 (性別、年齡、婚姻狀況)、寵物犬的基本資料 (性別、年齡、體型大小)，詳見附錄。

### 第三節 問卷施測

本專題採便利抽樣方式，主要的研究對象為台灣地區飼養寵物犬之飼主與其家庭成員，分為實體及網路進行問卷調查。實體部分選擇國立台灣大學、大安森林公園、永和綠寵物公園及大佳河濱公園等休閒娛樂場所進行問卷發放；網路部分則使用 Mysurvey 網站，作為發放問卷的平台，發放時間自 2015 年 10 月 16 日至 11 月 16 日止。

## 第四章 研究成果

本章節研究結果共分為兩節，第一節陳述問卷的回收情況、基本人口統計變數與寵物犬資料以及各項敘述統計資料，第二節介紹施測結果與顯著性檢定。

### 第一節 基本敘述統計

#### 一、飼主之人口統計變數與寵物犬基本資料

本專題施測對象為飼養寵物犬之飼主與其家庭成員，總回收問卷份數為 430 份，凡有遺漏或重複勾選題項皆視為無效問卷（共 25 份），有效問卷為 405 份（94.19%）。如表 4-1 所示，女性飼主 315 人（77.78%），男性飼主 90 人（22.22%）。受測者年齡層分布於 21 歲至 30 歲之間有 191 人（47.16%），其次為 31 歲至 40 歲 110 人（27.16%），41 歲（含）以上 63 人（15.56%）、20 歲（含）以下 41 人（10.12%），而在婚姻方面，以單身最多 173 人（42.72%），其次為未婚有伴 97 人（23.95%），已婚有小孩 92 人（22.71%），已婚無小孩 43 人（10.62%）。若受測者目前飼養超過 1 隻寵物犬，須挑選其中 1 隻寵物犬作為答題對象。寵物犬資料統計，家中飼養 1 隻寵物犬者最多，有 303 人（74.81%），其次為飼養 2 隻的 62 人（15.31%），飼養 3 隻的 19 人（4.69%），飼養 5 隻的 12 人（2.96%），飼養 4 隻的 9 人（2.22%）。性別為雌性 203 隻（50.12%）及雄性 202 隻（49.88%）。寵物犬年齡以「1 歲以上至 3 歲（含）以下」最多，有 119 隻（29.38%），「3 歲以上至 5 歲（含）以下」96 隻（23.70%），「7 歲以上」91 隻（22.47%），「5 歲以上至 7 歲（含）以下」56 隻（13.83%），「1 歲（含）以下」43 隻（10.62%）。寵物犬體型以小型犬最多 189 隻（46.67%），其次為中型犬 177 隻（43.70%），大型犬為 39 隻（9.63%）。

表 4-1 飼主之人口統計變數與寵物犬基本資料

類別	項目	人數	百分比 (%)
飼主性別	女	315	77.78
	男	90	22.22
飼主年齡層	21 歲至 30 歲	191	47.16
	31 歲至 40 歲	110	27.16
	41 歲 (含) 以上	63	15.56
	20 歲 (含) 以下	41	10.12
飼主婚姻狀況	單身	173	42.72
	未婚有伴	97	23.95
	已婚有小孩	92	22.72
	已婚無小孩	43	10.62
寵物犬性別	雌性	203	50.12
	雄性	202	49.88
寵物犬年齡	1 歲以上至 3 歲(含) 以下	119	29.38
	3 歲以上至 5 歲 (含) 以下	96	23.70
	7 歲以上	91	22.47
	5 歲以上至 7 歲 (含) 以下	56	13.83
	1 歲 (含) 以下	43	10.62
寵物犬體型	小型犬	189	46.67
	中型犬	177	43.70
	大型犬	39	9.63

資料來源：本專題研究整理統計

## 二、飼主之寵物犬飼養動機與獲得來源及考量因素

### (一) 飼主之寵物犬飼養動機與獲得來源

由表 4-2 得知，飼主飼養寵物犬的動機分別為「增添生活樂趣」179 人 (44.20%)，「需要陪伴」94 人 (23.21%)，「無特別理由」83 人 (20.49%)，「基於同情心」37 人 (9.14%)，「保護安全之需求」12 人 (2.96%)。主要搜尋來源分別為「有飼養寵物犬經驗者」179 人 (44.20%)，「搜尋引擎或入口網站」135 人 (33.33%)，「寵物相關書籍或雜誌」58 人 (14.32%)，「其他」23 人 (5.68%)，「電視節目」10 人

(2.47%)。飼主獲得寵物犬的來源以「購買」為最多 (157 人, 38.77%), 而「他人贈與」有 95 人 (23.46%), 「認(領)養」有 91 人 (22.47%), 「自己跑來或撿來」有 58 人 (14.32%) 和「其他」4 人 (0.99%)。飼養決策角色以「發起飼養者」最多 (213 人, 52.59%), 其次為「贊同並附和他人飼養者」127 人 (31.36%), 「順從他人意見飼養者」 48 人 (11.85%), 及「反對飼養者」17 人 (4.20%)。

表 4-2 飼主之寵物犬飼養動機與獲得來源

類別	項目	人數	百分比 (%)
飼養動機	增添生活樂趣	179	44.20
	需要陪伴	94	23.21
	無特別理由	83	20.49
	基於同情心	37	9.14
	保護安全之需求	12	2.96
主要資訊 搜尋來源	有飼養寵物犬經驗者	179	44.20
	搜尋引擎或入口網站	135	33.33
	寵物相關書籍或雜誌	58	14.32
	其他	23	5.68
	電視節目	10	2.47
獲得來源	購買	157	38.77
	他人贈與	95	23.46
	認(領)養	91	22.47
	自己跑來或撿來的	58	14.32
	其他	4	0.99
飼養決策角色	發起養狗狗的人	213	52.59
	贊同並附和他人養狗狗的人	127	31.36
	順從他人意見養狗狗的人	48	11.85
	反對養狗狗的人	17	4.20

資料來源：本專題研究整理統計

## (二) 飼主挑選寵物犬之考量因素

飼主挑選寵物犬時的考量因素重要度衡量結果如表 4-3，統計結果顯

示，有二項考量因素之平均重要度高於 4 分，其中飼主認為寵物犬的「個性」為挑選寵物犬時最重要的因素（平均重要度 4.62，標準差 1.86），其次為寵物犬的「體型大小」（平均重要度 4.49，標準差 1.82），第三則為寵物犬的「年齡」（平均重要度 3.99，標準差 1.78）。整體而言，本次考量因素統計結果呼應前測結果，重要度平均數前三高皆為「個性」、「體型大小」及「年齡」，可見此三項為飼主挑選寵物犬時最在意的考量因素。

表 4-3 飼主挑選寵物犬之考量因素

考量因素	平均數 (標準差)
個性	4.62 (1.86)
體型	4.49 (1.82)
年齡	3.99 (1.78)
性別	3.75 (1.97)
品種	3.66 (1.88)
價格	3.50 (1.95)
毛色	3.46 (1.77)

資料來源：本專題研究整理統計

### 三、飼主對寵物犬之角色認定

由表 4-4 可明顯發現，有 251 人 (65.36%) 將寵物犬視為「小孩」，其次為「夥伴朋友」69 人 (17.97%)，「兄弟姊妹」64 人 (16.67%)。基於大樣本原則，該題的問項「伴侶」與「工作犬」皆未超過 30 份，兩者相加也未達 30 份，故此兩種關係不納入本專題後續角色認定之相關分析。

表 4-4 飼主對寵物犬之角色認定

角色認定	人數	百分比 (%)
小孩	251	61.98
夥伴朋友	69	17.04
兄弟姊妹	64	15.80
工作犬	11	2.72
其他	6	1.48
伴侶	4	0.99

資料來源：本專題研究整理統計

#### 四、飼主與寵物犬之人格一致性

由於寵物犬無法自行填答問卷，因此由飼主勾選最符合寵物犬之人格特質敘述，衡量飼主之人格特質，讓飼主勾選最符合自己的人格特質敘述。人格一致性的衡量方式，將飼主人格特質編碼分數與寵物犬人格特質編碼分數相減，結果為「0」代表飼主與寵物犬間具有人格一致性，非「0」則代表兩者不具人格一致性，本專題將非「0」選項重新編碼為「1」。如表 4-5 所示，飼主與寵物犬之間具人格一致性的結果為 156 人 (38.52%)，飼主與寵物犬之間不具人格一致性的結果則為 249 人 (61.48%)。

表 4-5 飼主與寵物犬之人格一致性

人格一致性	人數	百分比 (%)
一致	156	38.52
不一致	249	61.48

資料來源：本專題研究整理統計



## 五、飼主對寵物犬之情感依附程度與成本投注意願

### (一) 飼主對寵物犬之情感依附程度

本專題欲探討飼主對其寵物犬的依附程度，以情感依附作為研究主軸，故僅採用情感依附構面 5 道題目之依附量表。在信度分析方面，係採用 Cronbach's  $\alpha$  信度係數，本情感依附量表之 Cronbach's  $\alpha$  值為 0.67，具有良好的信度。表 4-6 顯示，每題平均分數皆超過 5 分，更有 4 道題目超過 6 分，可見飼主對其寵物犬具高度情感依附。

表 4-6 飼主對寵物犬之情感依附程度

	題號	題目	平均數 (標準差)	平均數 (標準差)
情感依附	1	我經常與他人提及我的寵物	6.23 (1.11)	30.07 (4.35)
	2	寵物在我心中佔據重要的角色	6.48 (0.91)	
	3	我和寵物的關係並不密切*	6.16 (1.50)	
	4	我很愛我的寵物，勝過對其他人的情感	5.13 (1.60)	
	5	我認為寵物就只是寵物*	6.07 (1.37)	

註：\*為反向題

### (二) 飼主對寵物犬之成本投注意願

本專題將成本投注意願分為必要性消費支出與非必要性消費支出，共有 10 道題目，每題最高 7 分，得分越高代表飼主對其寵物犬的成本投注意願越高，表 4-7 為向 405 位飼主施測後的結果。必要性消費支出中的 3 題，均達 6 分以上，得分最高為「看醫生」（平均數 6.64，標準差 0.85），「預防感染蟲體用藥」平均數 6.36（標準差 1.16），「政府疫苗」平均數 6.31（標準差 1.19），而在非必要性消費支出 7 題中，有 5 題高達 5 分以上，以「零嘴」為最高（平均數 5.97，標準差 1.34），其次為「玩具」（平均數 5.85，標準差 1.32），「健康食品」（平均數 5.35，標準差 1.54），「訓練」（平均數 5.05，標準差 1.64），「服飾」（平均數 5.03，標準差

1.85)，最低為「保險」(平均數 3.53，標準差 1.51)。由表 4-7 可看出飼主非常願意花費在其寵物犬身上，尤其是攸關寵物犬健康方面的必要性消費支出更為明顯。

表 4-7 飼主對寵物犬之成本投注意願

成本投注意願	題號	題目	平均數 (標準差)
必要性 消費支出	1	狗狗生病時，我會帶牠去看醫生	6.64 (0.85)
	2	我會定期給狗狗服用預防感染蟲體用藥	6.36 (1.16)
	3	我會定期給狗狗注射政府規定施打之疫苗	6.31 (1.19)
非必要性 消費支出	4	我會買零嘴給狗狗吃	5.97 (1.34)
	5	我會買玩具給狗狗玩	5.85 (1.32)
	6	我會買健康食品給狗狗吃	5.35 (1.54)
	7	我會給狗狗做寵物訓練	5.05 (1.64)
	8	我會買衣服給狗狗穿	5.03 (1.85)
	9	我會帶狗狗去做美容	4.94 (1.90)
	10	我會幫狗狗買寵物保險	3.53 (1.51)

資料來源：本專題研究整理統計

## 第二節 交叉分析

### 一、寵物犬角色認定與情感依附程度交叉分析

表 4-8 顯示，不同角色認定在情感依附程度有顯著差異 ( $F$  值為 21.31\*\*), 飼主將寵物犬視為小孩時，其情感依附程度最高，在滿分 35 分中，平均分數為 30.92 (標準差 3.91)。

表 4-8 寵物犬角色認定與情感依附程度之交叉分析

	角色認定	個數	平均數 (標準差)	變異數分析摘要					
				變異來源	平方和	自由度	平均平方和	F 值	P-value
情感 依附	小孩	251	30.92 (3.91)	組間	668.30	2	334.15	21.31	0.00**
	兄弟姊妹	64	30.89 (3.61)	組內	5973.86	381	15.68		
	夥伴朋友	69	27.48 (4.42)	總和	6642.16	383			
	總和	384	30.30 (4.16)						

註：\*為  $p < 0.05$ ; \*\*為  $p < 0.01$

本專題進一步將寵物犬角色認定與情感依附程度交叉分析做多重比較分析，由表 4-9 可知，飼主將寵物犬視為夥伴朋友時，其情感依附程度低於小孩與兄弟姊妹，具有顯著差異。相較之下，視寵物犬為兄弟姊妹與視寵物犬為小孩兩者之情感依附程度並無顯著差異。綜合上述可得知，飼主視寵物犬為小孩與兄弟姊妹時，其依附程度較高，而視為夥伴朋友的依附程度相對較低。

表 4-9 寵物犬角色認定與情感依附程度多重比較分析

	(I) 角色認定	(J) 角色認定	平均差異 (I-J)	標準誤	P-value	事後比較
情感 依附 程度	小孩	夥伴朋友	3.44	0.54	0.00	小孩 > 夥伴朋友**
		兄弟姊妹	0.03	0.55	0.96	ns
	夥伴朋友	小孩	-3.44	0.54	0.00	小孩 > 夥伴朋友**
		兄弟姊妹	-3.41	0.69	0.00	兄弟姊妹 > 夥伴朋友**
	兄弟姊妹	小孩	-0.03	0.55	0.96	ns
		夥伴朋友	3.41	0.69	0.00	兄弟姊妹 > 夥伴朋友**

註：\*為  $p < 0.05$ ; \*\*為  $p < 0.01$ ; ns 代表不顯著

## 二、寵物犬角色認定與成本投注意願交叉分析

本專題分析寵物犬角色認定與成本投注意願之間的關係，將成本投注意願分為必要性消費支出及非必要性消費支出，結果如表 4-10 所示。在寵物犬角色與必要性消費支出交叉結果顯示，飼主將寵物犬視為「小孩」時，其「必要性消費支出」最高（平均數 19.61，標準差 2.53，滿分 21 分），其次為「兄弟姊妹」（平均數 19.53，標準差 2.23，滿分 21 分），最低為「夥伴朋友」（平均數 18.33，標準差 3.51，滿分 21 分）。飼主將寵物犬視為「小孩」時，其「非必要性消費支出」最高（平均數 37.32，標準差 6.67，滿分 49 分），其次為「兄弟姊妹」（平均數 34.73，標準差 6.75，滿分 49 分），最低為「夥伴朋友」（平均數 32.19，標準差 8.53，滿分 49 分）。

表 4-10 寵物犬角色認定與成本投注意願之交叉分析

成本投注意願	角色認定	人數	平均數 (標準差)	變異數分析摘要				
				變異來源	平方和	自由度	平均平方和	F 值
必要性消費支出	小孩	251	19.61 (2.53)	組間	90.70	2.00	45.35	6.28**
	兄弟姊妹	64	19.53 (2.23)	組內	2752.78	381.00	7.23	
	夥伴朋友	69	18.33 (3.51)	總和	2843.49	383.00		
	總和	384	19.37 (2.72)					
非必要性消費支出	小孩	251	37.32 (6.67)	組間	1541.02	2.00	770.51	15.50***
	兄弟姊妹	64	34.73 (6.75)	組內	18943.54	381.00	49.72	
	夥伴朋友	69	32.19 (8.53)	總和	20484.56	383.00		
	總和	384	35.97 (7.31)					

註：\*\*為  $p < 0.01$ ; \*\*\*為  $p < 0.001$

由表 4-11 可知，在必要性消費支出方面，飼主將寵物視為「小孩」時，明顯高於「夥伴朋友」，「夥伴朋友」則低於「兄弟姊妹」，而「小孩」與「兄弟姊妹」雖然無顯著的差異，但分析結果「小孩」的必要性

消費支出高於「兄弟姊妹」。綜合以上所述，飼主對寵物角色為「小孩」的必要性消費支出最高，其次為「兄弟姊妹」，最低為「夥伴朋友」。在非必要性消費支出方面，飼主將寵物犬視為「小孩」時，明顯高於「兄弟姊妹」及「夥伴朋友」，而「兄弟姊妹」的非必要消費支出也明顯高於「夥伴朋友」，由上述數據推論，飼主對非必要性消費支出投注意願最高的為「小孩」，其次為「兄弟姊妹」，最低為「夥伴朋友」。

表 4-11 寵物犬角色認定與成本投注意願多重比較分析

成本投注意願	(I) 角色認定	(J) 角色認定	平均差異 (I-J)	標準誤	P-value	事後比較
必要性消費支出	小孩	夥伴朋友	1.28	0.37	0.00	小孩>夥伴朋友**
		兄弟姊妹	0.08	0.38	0.83	ns
	夥伴朋友	小孩	-1.28	0.37	0.00	小孩>夥伴朋友**
		兄弟姊妹	-1.20	0.47	0.01	兄弟姊妹>夥伴朋友*
	兄弟姊妹	小孩	-0.08	0.38	0.83	ns
		夥伴朋友	1.20	0.47	0.01	兄弟姊妹>夥伴朋友*
非必要性消費支出	小孩	夥伴朋友	5.13	0.96	0.00	小孩>夥伴朋友**
		兄弟姊妹	2.58	0.99	0.01	小孩>兄弟姊妹*
	夥伴朋友	小孩	-5.13	0.96	0.00	小孩>夥伴朋友**
		兄弟姊妹	-2.55	1.22	0.04	兄弟姊妹>夥伴朋友*
	兄弟姊妹	小孩	-2.58	0.99	0.01	小孩>兄弟姊妹*
		夥伴朋友	2.55	1.22	0.04	兄弟姊妹>夥伴朋友*

註：\*為  $p<0.05$ ; \*\*為  $p<0.01$ ; ns 代表不顯著

### 三、人格一致性與情感依附程度交叉分析

以人格一致性對情感依附程度，進行獨立樣本平均數 t 檢定，表 4-12 顯示，飼主與寵物犬人格特質是否一致對於其依附程度並無顯著差異。

表 4-12 人格一致性與情感依附程度之交叉分析

	變異數相等的 Levene 檢定		自變數	人數	平均數 (標準差)	平均數 差異	t 值
	F	顯著性					
情感依附	0.30	0.58	一致	156	30.03 (4.20)	-0.06	-0.14 ns
			不一致	249	30.09 (4.45)		

註：ns 代表不顯著

#### 四、人格一致性與成本投注意願交叉分析

以人格一致性對成本投注意願，進行獨立樣本平均數 t 檢定，表 4-13 顯示，飼主與寵物犬人格是否一致對於飼主對寵物犬之成本投注意願並無顯著差異。

表 4-13 人格一致性與成本投注意願之交叉分析

	變異數相等的 Levene 檢定		自變數	人數	平均數 (標準差)	平均數 差異	t 值
	F	顯著性					
必要性 消費支出	1.99	0.16	一致	156	19.46 (2.37)	0.24	0.87 ns
			不一致	249	19.22 (2.96)		
非必要性 消費支出	0.28	0.60	一致	156	36.38 (7.06)	1.04	1.38 ns
			不一致	249	35.33 (7.63)		

註：ns 代表不顯著

#### 五、其他市場調查結果

##### (一) 飼主性別與寵物犬挑選考量因素之交叉分析

表 4-14 顯示，男性飼主在挑選寵物犬時，考量的重點依序為體型、個性及年齡，女性飼主的方面則為個性、體型及年齡，由此可見，不論是男性或女性，飼主們考量的重點皆是寵物犬的體型、個性與年齡。整體而言，不同性別飼主評估其挑選寵物犬的考量因素時，在毛色、體型與年齡 3 項有顯著差異，相較女性飼主，男性飼主在此 3 項考量因素重

要度評估平均分數皆高於女性飼主。

表 4-14 飼主性別與寵物犬挑選考量因素之交叉分析

考量因素	平均數 (標準差)	
	男	女
體型*	4.88 (1.75)	4.38 (1.83)
個性	4.74 (1.93)	4.59 (1.84)
年齡*	4.42 (1.80)	3.86 (1.76)
品種	3.96 (1.92)	3.57 (1.87)
毛色*	3.88 (1.79)	3.34 (1.74)
性別	3.88 (1.82)	3.71 (2.01)
價格	3.70 (1.95)	3.44 (1.95)

註：粗體代表顯著，\*為  $p < 0.05$

## (二) 飼主性別與寵物犬體型之交叉分析

分析結果如表 4-15 所示，男性飼主飼養中型寵物犬有 44 人 (48.89%)，其次為飼養小型犬 28 人 (31.11%)，飼養大型犬 18 人 (20.00%)，而女性飼主飼養小型犬有 161 人 (51.11%)，其次為飼養中型犬 133 人 (42.22%)，飼養大型犬 21 人 (6.67%)。在卡方檢定之下，飼主性別與寵物犬之體型大小有顯著之差異，由此可知，男性飼主傾向飼養中、大型寵物犬，而女性飼主則傾向飼養小、中型寵物犬。

表 4-15 飼主性別與寵物犬體型之交叉分析

	小型犬	中型犬	大型犬	總和
男	28 (31.11%)	44 (48.89%)	18 (20.00%)	90 (100.00%)
女	161 (51.11%)	133 (42.22%)	21 (6.67%)	315 (100.00%)
總和	189 (46.67%)	177 (43.70%)	39 (9.63%)	405 (100.00%)

Pearson 卡方=19.64 ;  $p=0.000$

### (三) 飼主年齡層與寵物犬體型之交叉分析

結果顯示飼主年齡層與寵物犬之體型大小兩者有顯著之差異，結果如表 4-16 所示。飼主年齡與寵物犬體型 20 歲 (含) 以下的飼主當中，最多人飼養中型犬為 22 人 (53.66%)，其次為飼養小型犬 18 人 (43.90%)，以及飼養大型犬 1 人 (2.44%)；21 歲至 30 歲的飼主當中，最多人飼養小型犬為 102 人 (53.40%)，其次為飼養中型犬 79 人 (41.36%)，以及飼養大型犬 10 人 (5.24%)；31 歲至 40 歲的飼主當中，最多人飼養中型犬為 49 人 (44.55%)，其次為飼養小型犬 46 人 (41.82%)，以及飼養大型犬 15 人 (13.63%)；41 歲 (含) 以上的飼主當中，最多飼養中型犬為 27 人 (36.51%)，其次為飼養小型犬 23 人 (36.51%)，以及飼養大型犬 13 人 (20.63%)。

表 4-16 飼主年齡層與寵物犬體型之交叉分析

	小型犬	中型犬	大型犬	總和
20 歲(含)以下	18 (43.90%)	22 (53.66%)	1 (2.44%)	41 (100.00%)
21 歲至 30 歲	102 (53.40%)	79 (41.36%)	10 (5.24%)	191 (100.00%)
31 歲至 40 歲	46 (41.82%)	49 (44.55%)	15 (13.64%)	110 (100.00%)
41 歲(含)以上	23 (36.51%)	27 (42.86%)	13 (20.63%)	63 (100.00%)
總和	189 (46.67%)	177 (43.70%)	39 (9.63%)	405 (100.00%)

Pearson 卡方=20.86;  $p=0.002$

### (四) 飼主年齡層與寵物犬角色認定之交叉分析

因本專題原 405 份有效問卷中的寵物犬角色認定題目，「伴侶」與「工作犬」選項皆未超過 30 份，基於大樣本原則，故將此兩種關係選項剔除。修正後以 384 份樣本進行分析，從卡方檢定結果發現，飼主年齡



與寵物犬角色認定兩者有顯著之差異，如表 4-17 所示。20 歲 (含) 以下的飼主，最多人將寵物犬視為「小孩」有 22 人 (53.66%)，其次為「兄弟姊妹」 13 人 (31.71%)，以及「夥伴朋友」 6 人 (14.63%)；21 歲至 30 歲的飼主，最多人將寵物犬視為「小孩」有 108 人 (58.38%)，其次為「兄弟姊妹」 39 人 (21.08%)，以及「夥伴朋友」 38 人 (20.54%)。31 歲至 40 歲的飼主，最多人將寵物犬視為「小孩」有 75 人 (73.53%)，其次為「夥伴朋友」 17 人 (16.67%)，以及「兄弟姊妹」 10 人 (9.80%)；41 歲 (含) 以上的飼主，最多人將寵物犬視為「小孩」有 46 人 (82.14%)，其次為「夥伴朋友」 8 人 (14.29%)，以及「兄弟姊妹」 2 人 (3.57%)。由此可見，隨著飼主年紀越長，將寵物犬視為小孩的比例愈高，而視為兄弟姊妹的比例則越低。

表 4-17 飼主年齡層與寵物犬角色認定之交叉分析

	小孩	夥伴朋友	兄弟姊妹	總和
20 歲(含)以下	22 (53.66%)	6 (14.63%)	13 (31.71%)	41 (100.00%)
21 歲至 30 歲	108 (58.38%)	38 (20.54%)	39 (21.08%)	185 (100.00%)
31 歲至 40 歲	75 (73.53%)	17 (16.67%)	10 (9.80%)	102 (100.00%)
41 歲(含)以上	46 (82.14%)	8 (14.29%)	2 (3.57%)	56 (100.00%)
總和	251 (65.36%)	69 (17.97%)	64 (16.67%)	384 (100.00%)

Pearson 卡方=23.52;  $p=0.001$

#### (五) 飼主婚姻狀況與獲得來源之交叉分析

飼主婚姻狀況及寵物犬獲得來源之交叉分析結果，經卡方檢定顯示，兩者具顯著之差異，如表 4-18 所示。單身之飼主「購買」寵物犬有 58 人 (33.53%)，其次為「他人贈與」有 51 人 (29.48%)，「認 (領) 養」

有 36 人 (20.81%)，「自己跑來或撿來的」有 26 人 (15.03%)，以及「其他」有 2 人 (1.15%)；未婚有伴之飼主「購買」寵物犬有 32 人 (32.99%)，其次為「認(領)養」有 29 人 (29.90%)，「他人贈與」有 19 人 (19.59%)，「自己跑來或撿來的」有 16 人 (16.49%)，以及「其他」有 1 人 (1.03%)；已婚無小孩之飼主「購買」寵物犬有 25 人 (58.14%)，其次為「認(領)養」11 人 (25.58%)，「他人贈與」6 人 (13.95%)，以及「其他」1 人 (2.33%)；已婚有小孩之飼主「購買」寵物犬有 42 人 (45.65%)，其次為「他人贈與」19 人 (20.65%)，「自己跑來或撿來的」16 人 (17.40%)，以及「認(領)養」15 人 (16.30%)。

表 4-18 飼主婚姻狀況與獲得來源之交叉分析

	購買	他人贈與	認(領)養	自己跑來或撿來的	其他	總和
單身	58 (33.53%)	51 (29.48%)	36 (20.81%)	26 (15.03%)	2 (1.16%)	173 (100.00%)
未婚有伴	32 (32.99%)	19 (19.59%)	29 (29.90%)	16 (16.49%)	1 (1.03%)	97 (100.00%)
已婚無小孩	25 (58.14%)	6 (13.95%)	11 (25.58%)	0 (0.00%)	1 (2.33%)	43 (100.00%)
已婚有小孩	42 (45.65%)	19 (20.65%)	15 (16.30%)	16 (17.40%)	0 (0.00%)	92 (100.00%)
總和	157 (38.77%)	95 (23.46%)	91 (22.47%)	58 (14.32%)	4 (0.99%)	405 (100.00%)

Pearson 卡方=25.83;  $p=0.011$

#### (六) 飼主婚姻狀況與寵物犬角色認定之交叉分析

因本專題原 405 份有效問卷中的寵物犬角色認定題目，「伴侶」與「工作犬」選項皆未超過 30 份，基於大樣本原則，故將此兩種關係選項剔除。修正後以 384 份樣本進行分析，表 4-19 顯示，有 91 位 (54.49%) 單身之飼主將寵物犬視為「小孩」，其次為「兄弟姊妹」41 位

(24.55%)，以及「夥伴朋友」35位(20.96%)；有60位(64.52%)未婚有伴之飼主將寵物犬視為「小孩」，其次為「兄弟姊妹」17位(18.28%)，以及「夥伴朋友」16位(17.20%)；有35位(85.37%)已婚無小孩之飼主將寵物犬視為「小孩」，其次為「夥伴朋友」5位(12.20%)，以及「兄弟姊妹」1位(2.43%)；有65位(78.31%)已婚有小孩之飼主將寵物犬視為「小孩」，其次為「夥伴朋友」13位(15.66%)，以及「兄弟姊妹」5位(6.03%)。由此可知，雖大多數飼主將寵物犬當作小孩看待，但未婚飼主於「夥伴朋友」、「兄弟姊妹」的佔比相較於已婚飼主高。

表 4-19 飼主婚姻狀況與寵物犬角色認定之交叉分析

	小孩	夥伴朋友	兄弟姊妹	總和
單身	91 (54.49%)	35 (20.96%)	41 (24.55%)	167 (100.00%)
未婚有伴	60 (64.52%)	16 (17.20%)	17 (18.28%)	93 (100.00%)
已婚無小孩	35 (85.37%)	5 (12.20%)	1 (2.44%)	41 (100.00%)
已婚有小孩	65 (78.31%)	13 (15.66%)	5 (6.02%)	83 (100.00%)
總和	251 (65.36%)	69 (17.97%)	64 (16.67%)	384 (100.00%)

Pearson 卡方=26.53;  $p=0.000$

#### (七) 飼主婚姻狀況與成本投注意願之交叉分析

本專題分析飼主婚姻狀況與成本投注意願之間的關係，將成本投注意願分為必要性消費支出及非必要性消費支出。結果如表 4-20 所示，飼主婚姻狀況為「已婚無小孩」時，其「必要性消費支出」(平均數 19.81，標準差 2.18，滿分 21 分)與「非必要性消費支出」(平均數 39.33，標準差 5.28，滿分 49 分)皆最高。

表 4-20 飼主婚姻狀況與成本投注意願之交叉分析

成本投注意願	婚姻狀況	人數	平均數 (標準差)	變異數分析摘要				
				變異來源	平方和	自由度	平均平方和	F 值
必要性消費支出	單身	173	19.29 (2.97)	組間	18.72	3	6.24	0.83
	未婚有伴	97	19.39 (2.74)	組內	3030.08	401	7.56	
	已婚 無小孩	43	19.81 (2.18)	總和	3048.80	404		
	已婚 有小孩	92	19.03 (2.54)					
	總和	405	19.31 (2.75)					
非必要性消費支出	單身	173	35.43 (8.02)	組間	723.95	3	241.32	4.49**
	未婚有伴	97	35.91 (7.00)	組內	21540.78	401	53.72	
	已婚 無小孩	43	39.33 (5.28)	總和	22264.73	404		
	已婚 有小孩	92	34.46 (7.11)					
	總和	405	35.74 (7.42)					

註：\*\*為  $p < 0.01$

表 4-21 顯示，飼主婚姻狀況對非必要性消費支出具顯著差異，飼主婚姻狀況為「已婚無小孩」時，相較於單身者、未婚有伴者、已婚有小孩者，其非必要性消費支出意願最高。

表 4-21 飼主婚姻狀況與非必要性消費支出多重比較分析

成本投注 意願	(I) 婚姻狀況	(J) 婚姻狀況	平均差異 (I-J)	標準誤	P-value	事後 比較
非必要性 消費支出	單身	未婚有伴	-0.48	0.93	0.61	ns
		已婚 無小孩	-3.90	1.25	0.00	已婚無小孩>單身**
		已婚 有小孩	0.97	0.95	0.31	ns
	未婚有伴	單身	0.48	0.93	0.61	ns
		已婚 無小孩	-3.42	1.34	0.01	已婚無小孩>未婚有 伴*
		已婚 有小孩	1.45	1.07	0.17	ns
	已婚 無小孩	單身	3.90	1.25	0.00	已婚無小孩>單身**
		未婚有伴	3.42	1.34	0.01	已婚無小孩>未婚有 伴*
		已婚 有小孩	4.87	1.35	0.00	已婚無小孩>已婚有 小孩**
	已婚 有小孩	單身	-0.98	0.95	0.31	ns
		未婚有伴	-1.45	1.07	0.17	ns
		已婚 無小孩	-4.87	1.35	0.00	已婚無小孩>已婚有 小孩**

註：\* $p < 0.05$ ; \*\* $p < 0.01$ ; ns 代表不顯著

## 第五章 結論與建議

本章節主要探討寵物犬角色認定對情感依附程度、成本投注意願之影響和飼主與寵物犬之間的人格一致性對情感依附程度、成本投注意願之影響，並透過敘述性分析、交叉分析及事後檢定加以探討，提出利於後續研究具體之建言。

### 第一節 結論

#### 一、基本敘述性統計結果

根據問卷結果發現，飼主大多是為了增添生活樂趣而決定飼養寵物犬，會藉由飼養過寵物犬人士的經驗分享，更了解寵物犬的相關資訊。雖然目前政府強力宣導「以認養代替購買」等認養口號，但多數飼主仍以購買為獲得寵物犬的主要途徑。

Savishinsky 在 1986 年所提出飼主將寵物犬視為自我延伸的理論，本專題依照此理論推測飼主會選擇跟自己相似個性的寵物犬，但在分析結果中顯示，大多數飼主與寵物犬的人格特質不一致，故此理論並不成立；而飼主對寵物犬角色認定之統計結果（小孩 61.98%，兄弟姊妹 15.80%），也印證了 Hirschman (1994) 提出之將近八成的飼主會將寵物視為家人的論述。

#### 二、寵物犬角色認定對情感依附程度之影響

寵物犬角色認定對情感依附程度影響方面，本專題發現當飼主將寵物犬視為自己的小孩時，其情感依附程度最高，其次為兄弟姊妹及夥伴朋友。但不論飼主將其寵物犬認定為何種關係，分析結果顯示情感依附程度皆相當高，也印證了 Noonan 於 1998 年提出的寵物已成為飼主重要

的情感依附對象之論述。

### 三、寵物犬角色認定對成本投注意願之影響

據本專題問卷結果，把寵物犬當成「小孩」的飼主，無論在必要性消費支出或非必要消費支出上的投注意願，皆相較「兄弟姊妹」和「夥伴朋友」來得高。此結果印證 Hirschman 於 1994 年的發表，他提出若飼主將寵物視為「小孩」時，會將孩童的習慣和行為套用在寵物上，甚至會為寵物舉辦活動，例如為寵物辦慶生派對、準備聖誕節大餐。而飼主也可能出現帶著寵物去寵物學校、寵物餐廳、購買新潮的寵物服飾和去寵物美容院等非必要性消費行為。

### 四、人格一致性對情感依附程度與成本投注意願之影響

研究結果顯示，飼主與寵物犬人格一致性對其依附程度及成本投注意願並無顯著差異，本專題推論其可能因為人格一致性與依附程度及成本投注意願本身均不存在互相影響的關係，或者因本專題將人格一致性作為自變數，但其若為中介變數，在不同角色認定下依附程度及成本投注意願才會有所不同；另一原因可能是人格題目設計為 1 題共 6 個選項之單選題，讓飼主難以精確描述自己的人格特質，且因寵物犬無法自行勾選，改由飼主代為勾選最符合寵物犬的人格敘述，因此在調查結果當中並無顯著影響。

## 第二節 建議與貢獻

### 一、對實務上之建議與貢獻

#### (一) 廣告訴求與目標消費者

問卷結果顯示，高達六成以上飼主將自己的寵物犬視為小孩看待，其中以已婚無小孩及 41 歲以上之飼主為最高，這些將寵物犬視為小孩的

飼主在必要性消費與非必要性消費的成本投注意願最高，本專題推論已婚夫妻具有一定經濟基礎，負擔得起寵物犬相關花費，其中無小孩之夫妻少了養育兒女的生活負擔，故可將更多的心力與金錢投注在寵物犬身上。綜合以上論述，本專題建議寵物業者可將家庭的概念帶入產品或服務的推廣中，特別是有親子互動的廣告情節，亦可將已婚無小孩的飼主作為非必要性消費產品或服務的目標推廣對象。

## (二) 建立系統化資料庫

本專題發現飼主挑選寵物犬之考量因素重要程度在性別、年齡與婚姻狀況有明顯差異，因此建議寵物業者或認養機構可至寵物公園或寵物展館等地，利用會員招募方式收集潛在飼主的基本資料，建立欲飼養寵物犬之大眾資料庫，讓飼主在進入寵物店或認養機構時，服務人員可依循其背景資料，推薦適合飼養之寵物犬，藉此提高寵物犬被購買或認養的機率。

除了使用資料庫提高寵物被購買或認養的機率外，本專題認為寵物業者或認養機構可將售後服務項目加入資料庫系統，如資料庫提供提醒疫苗施打之項目，每當系統跳出提醒施打疫苗的訊息，同時發送提醒簡訊予飼主，此舉除了能讓飼主備感貼心，也能透過飼主之間的口碑效應達到宣傳效果。

## 二、對政府之建議與貢獻

近年來因電影「十二夜」獲得廣大迴響，使認養議題逐漸被大眾所重視，雖然認養的口號已為大眾所知，但本專題的結果顯示，目前大多數的飼主仍以購買作為獲得寵物犬的主要途徑，其次才為認養，可見得「以認養代替購買」之觀念並未落實於生活中。因此建議政府可建立相關認養配套措施，提供飼主更完善的福利政策，並以網路、電視、電影、音樂及書籍等各式媒體進行宣導，藉此吸引更多民眾認養寵物。



### 第三節 未來研究建議

本專題因受人力、時間等限制，尚有許多改善及進步的空間，以下針對研究過程中所面臨的問題，給予後續研究學者以下建議。

#### 一、人格一致性之衡量

飼主與寵物的人格一致性的衡量，本專題僅用分類性變數，設計 6 個選項的單選題，讓受測者勾選最符合自己及寵物犬的人格特質之選項，因此無法準確的衡量出人格特質。建議未來研究者運用五大人格特質量表，將飼主人格特質得分與寵物犬人格特質得分相減後做迴歸分析，以更準確的衡量出兩者間的人格一致性。

#### 二、情感依附程度之衡量

為衡量飼主對寵物犬之情感依附程度，本專題係採用游婉婷與湯幸芬自行歸納出的依附量表，分成情感面、時間金錢、責任感與社交活動四構面。但因研究主要探討情感依附程度，未將其他構面納入研究範圍之內。因此建議後續研究者在設計問卷時，可將其他構面納入探討，進而能更深入瞭解各構面下的差異。

## 參考文獻

### 中文部分

「工業技術研究院」：台灣寵物市場供應鏈現狀與發展，2015年11月25日從 <http://gcis.nat.gov.tw/like/Plan/TechReportDetail/432> 取得。

「行政院農委會」：2003年至2013年全國家犬貓數量調查結果統計表，2015年11月15日從 [http://animal.coa.gov.tw/html3/index\\_06\\_1\\_14.html](http://animal.coa.gov.tw/html3/index_06_1_14.html) 取得。

「展昭國際企業股份有限公司」：2015年寵物用品展展覽回顧，2015年10月18日從 <http://www.aquapets-show.com.tw/taipei/history.asp> 取得。

「經濟部國際貿易局」：2005年至2014年全球供零售用之貓狗食品貿易值表，2015年11月15日從 <http://cus93.trade.gov.tw/FSCI/> 取得。

陳介玄、高承恕 (1991年)，「台灣企業運作的社會秩序—人情關係與法律」，東海學報，第三十二卷第十期，頁219-232。

喬健 (1982年)，「社會及行為科學研究的中國化」，台北市：中央研究院民族學研究所。

游婉婷、湯幸芬 (2012年)，「飼主對寵物的依附關係與寂寞感、憂鬱情緒之探討」，旅遊健康學刊，第十一卷第一期，頁45-64。

黃光國 (1985年)，「人情與面子—中國人的權力遊戲」，台北市：桂冠圖書公司。

詹益統 (1996年)，「個人屬性、人格特質與內滋激勵與外附激勵關聯性之研究—以交通部數據通訊所員工為例」，新竹市：國立交通大學管理科學研究所。

鄧景宜、曾旭民、李怡禎與游朝舜 (2011年)，「“International English Big-Five Mini-Makers”之繁體中文版量表發展」，管理學報，第二十八卷第六期，頁579-600。

鄭博堦 (1996 年), 「組織網絡的形成及其相關因素的探討」, 台北市: 行政院國家科學委員會。

### 英文部分

Ainsworth, Mary D. Salter. (1969). "Object Relations, Dependency, and Attachment: A Theoretical Review of the Infant-Mother Relationship." *Child Development*, Vol. 40 (4), 969-1025.

\_\_\_\_\_, Mary C. Blehar, Everett Waters, and Sally Wall (1978). *Patterns of Attachment: A Psychological Study of the Strange Situation*. New Jersey, NJ: Hillsdale.

\_\_\_\_\_. (1989). "Attachment beyond Infancy." *American Psychologist*, Vol. 44 (4), 709-716.

Albert, Alexa and Kris Bulcroft (1988). "Pets, Families and the Life Course." *Journal of Marriage and the Family*, Vol. 50 (2), 543-552.

Allport, Gordon W. (1937). *Personality: A Psychological Interpretation*. New York, NY: Holt.

Atkinson, Rita L., Richard C. Atkinson, Edward E. Smith, Daryl J. Bem, and Susan Nolen-Hoeksema (2000). *Hilgard's Introduction to Psychology (13<sup>th</sup> ed.)*. Orlando, Florida: Harcourt College Publishers.

Belk, Russell (1988). *Possessions and Self*. Wiley Online Library.

Belsky, Jay and Lise Young Blade (1992). "Parent-Child Antecedents of 5-Year-Olds' Close Friendships: A Longitudinal Analysis." *Developmental psychology*, Vol. 28 (4), 700-713.

Borgatta, Edgar F. (1964). "The Structure of Personality Characteristics." *Behavioral Science*, Vol. 9 (1), 8-17.

- Bowlby, John (1958). "The Nature of the Child's Tie to His Mother."  
*International Journal of Psycho-Analysis*, Vol. 39 (5), 350-373.
- \_\_\_\_\_ (1969). *Attachment and Loss, Vol. 1: Attachment*. New York, NY:  
Basic Books.
- \_\_\_\_\_ (1973). *Attachment and Loss, Vol. 2: Separation*. New York, NY:  
Basic Books.
- \_\_\_\_\_ (1977). "The Making and Breaking of Affectional Bonds. II.  
Some Principles of Psychotherapy. The Fiftieth Maudsley Lecture." *The  
British Journal of Psychiatry*, Vol. 130 (5), 421-431.
- \_\_\_\_\_ (1979). *The Making and Breaking of Affectional Bonds*. London,  
Tavistock.
- \_\_\_\_\_ (1982). "Attachment and Loss: Retrospect and Prospect."  
*American Journal of Orthopsychiatry*, Vol. 52 (4), 664-678.
- \_\_\_\_\_ (1988). *A Secure Base: Parent-Child Attachment and Healthy  
Human Development*. New York: NY, Basic Books.
- Broom, Glen M., Shawna Casey, and James Ritchey (1997). "Toward a  
Concept and Theory of Organization-Public Relationships." *Journal of  
Public Relations Research*, Vol. 9 (2), 83-98.
- Brown, Sue-Ellen (2004). "The Human-Animal Bond and Self Psychology:  
Toward a New Understanding." *Society and Animals*, Vol. 12 (1), 67-86.
- Burger, Jerry M. (1997) *Personality (4<sup>th</sup> Revised ed.)*. Belmont, CA: Cengage  
Learning, Inc.
- \_\_\_\_\_ (2007) *Personality (7<sup>th</sup> ed.)*. Belmont, CA: Cengage Learning,  
Inc.

- Cattell, Raymond B. (1965). "A Biometrics Invited Paper. Factor Analysis: An Introduction to Essentials II. The Role of Factor Analysis in Research." *Biometrics*, Vol. 21 (2), 405-435.
- Corson, Samuel, and Corson O. Elizabeth (1980). *Pet Animals as Nonverbal Communication Mediators in Psychotherapy in Institutional Settings. Ethology and Nonverbal Communication in Mental Health: An Interdisciplinary Biopsychosocial Exploration*. Oxford, Pergamon Press.
- Costa, Paul T., and Robert R. McCrae (1985). *The NEO Personality Inventory: Manual, form S and form R*. Odessa, TX: Psychological Assessment Resources.
- \_\_\_\_\_ (1988). "Personality in Adulthood: A Six-Year Longitudinal Study of Self-Reports and Spouse Ratings on the NEO Personality Inventory." *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol. 54 (5), 853-863.
- Cowles, Kathleen V. (1985). "The Death of a Pet: Human Responses to the Breaking of the Bond." *Marriage and Family Review*, Vol. 8 (3-4), 135-148.
- Day, David V. and Stanley B. Silverman (1989). "Personality and Job Performance: Evidence of Incremental Validity." *Personnel Psychology*, Vol. 42 (1), 25-36.
- Digman, John M. (1990). "Personality Structure: Emergence of the Five-Factor Model." *Annual Review of Psychology*, Vol. 41 (1), 417-440.
- Erikson, Erik H. (1963). *Childhood and Society*. New York, NY: Norton.
- Eysenck, Hans J. (1970). *The Structure of Human Personality*. London, England: Methuen.

- Fiske, Donald W. (1949). "Consistency of the Factorial Structures of Personality Ratings from Different Sources." *The Journal of Abnormal and Social Psychology*, Vol. 44 (3), 329-344.
- Geller, Scott E. (2005). "People-Based Safety: The Source. D. Johnson (Ed.). Virginia Beach." *VA: Coastal Training Technologies*, Vol. 20 (2), 109-114.
- Goldberg, Lewis R. (1992). "The Development of Markers for the Big-Five Factor Structure." *Psychological Assessment*, Vol. 4 (1), 26-42.
- Guilford, Joy P. (1959). *Personality*. New York, NY: McGraw-Hill.
- Hazan, Cindy, and Shaver Phillip (1987). "Romantic Love Conceptualized as an Attachment Process." *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol. 52 (3), 511.
- Hirschman, Elizabeth C. (1994). "Consumers and Their Animal Companions." *Journal of Consumer Research*, Vol. 20 (4), 616-632.
- Holbrook, Morris B., Debra Lynn Stephens, Sarah M. Holbrook and Gregor Strazar (2001). "A Collective Stereographic Photo Essay on Key Aspects of Animal Companionship: The Truth about Dogs and Cats." *Academy of Marketing Science Review*, Vol. 1 (1), 1-16.
- Holmes, Jeremy (1993). *John Bowlby and Attachment Theory*. London, Psychology Press.
- Johnson, Timothy P., Garrity F. Thomas, and Lorann Stallones (1992). "Psychometric Evaluation of the Lexington Attachment to Pets Scale." *Anthrozoos: A Multidisciplinary Journal of the Interactions of People and Animals*, Vol. 3 (5), 160-175.
- Katcher, Aaron H. and Alan M. Beck (1983). "New Perspectives on Our Lives with Companion Animals." *In International Conference on the Human-*

- Companion Animal Bond (1981: University of Pennsylvania)*. University of Pennsylvania Press.
- Lopez, Frederick G. and Mark R. Gover (1993). "Self-Report Measures of Parent-Adolescent Attachment and Separation-Individuation: A Selective Review." *Journal of Counseling and Development*, Vol. 71 (5), 560-569.
- Mehta, Raj and Russell W. Belk (1991). "Artifacts, Identity and Transition: Favorite Possessions of Indians and Indian Immigrants to the United States." *Journal of consumer Research*, Vol. 17 (4), 398-411.
- Mullin, Molly H. (1999). "Mirrors and Windows: Sociocultural Studies of Human-Animal Relationships." *Annual Review of Anthropology*, Vol. 28 (1), 201-224.
- Noonan, Ellen (1998). "People and Pets." *Psychodynamic Counselling*, Vol. 4 (1), 17-31.
- Norman, Warren T. (1963). "Toward an Adequate Taxonomy of Personality Attributes: Replicated Factor Structure in Peer Nomination Personality Ratings." *The Journal of Abnormal and Social Psychology*, Vol. 66 (6), 574-583.
- Park, Whan C. and Deborah J. MacInnis (2006). "What's in and What's Out: Questions on the Boundaries of the Attitude Construct." *Journal of Consumer Research*, Vol. 33 (1), 16-18.
- Rynearson, Edward K. (1978). "Humans and Pets and Attachment." *The British Journal of Psychiatry*, Vol. 133 (6), 550-555.
- Sable, Pat (1995). "Pets, Attachment, and Well-Being across the Life Cycle." *Social Work*, Vol. 40 (3), 334-341.

- Saucier, Gerard (1994). "Mini-Markers: A Brief Version of Goldberg's Unipolar Big-Five Markers." *Journal of Personality Assessment*, Vol. 63 (3), 506-516.
- Savishinsky, Joel S. (1986). "The Human Impact of a Pet Therapy Program in Three Geriatric Facilities." *Central Issues in Anthropology*, Vol. 6 (2), 31-41.
- Schultz, Susan E., Robert E. Kleine, and Jerome B. Kerman (1989). "These Are a Few of My Favorite Things: Toward an Explication of Attachment as a Consumer Behavior Construct." *Advances in Consumer Research*, Vol. 16 (1), 359-366.
- Serpell, James A. (1987). "Pet-Keeping in Non-Western Societies: Some Popular Misconceptions." *Anthrozoos*, Vol. 1 (3), 166-174.
- Sharkin, Bruce S. and Audrey S. Bahrck (1990). "Pet Loss: Implications for Counselors." *Journal of Counseling and Development*, Vol. 68 (3), 306-308.
- Thompson, Edmund R. (2008). "Development and Validation of An International English Big-Five Mini-Markers." *Personality and Individual Differences*, Vol. (6), 542-548.
- Topal, Jozsef, Adam Miklosi, Vilmos Csanyi, and Antal Doka (1998). "Attachment Behavior in Dogs: A New Application of Ainsworth's (1969) Strange Situation Test." *Journal of Comparative Psychology*, Vol. 112 (3), 219-229.
- Weiss, Robert S. (1982). *Loneliness: A Sourcebook of Current Theory, Research and Therapy*, New York, NY: Wiley.
- \_\_\_\_\_ (1988). "Loss and Recovery." *Journal of Social Issues*, Vol. 44 (3), 37-52.



## 附錄 問卷內容

□□□

親愛的女士、先生您好：

由衷感謝您撥冗協助填寫，此份問卷主要目的是在了解狗狗在您心中具有的特性，以及您個人的一些想法。您所填答的資料僅供學術論文分析之用，絕不涉及個人隱私，請安心作答。敬祝 萬事如意

明志科技大學經營管理系四年級

專題學生：吳采芙、張芷寧、許雅婷、趙哲翎、劉佩昫

指導教授：李文玄 博士

**※如果您養的狗狗不只一隻，請選擇其中一隻開始填答。(下列所有問題皆為單選)**

◆狗狗的名字\_\_\_\_\_；狗狗的品種\_\_\_\_\_

◆您把狗狗當作？小孩 夥伴朋友 兄弟姊妹 伴侶 看門犬或工作犬 其他：\_\_\_\_\_

◆下面哪一句話最能形容您的狗狗？充滿活力的、外向活潑的 聰穎的、聰明伶俐的 情緒不穩的、神經質的 勤奮的、愛乾淨的 親和的、百依百順的 其他：\_\_\_\_\_

### 第一部分：飼養前之調查

1.當初要養狗狗的時候，您是下列哪一種角色？我是發起養狗狗的人 我是贊同並附和他人養狗狗的人 我是順從他人意見養狗狗的人 我是反對養狗狗的人

2.您養狗狗的目的是？保護安全之需求 需要陪伴 增添生活樂趣 基於同情心 無特別理由 其他：\_\_\_\_\_

3.您養狗狗的主要資訊搜尋來源？搜尋引擎或入口網站 寵物相關書籍或雜誌 有飼養寵物犬經驗者 電視節目 其他：\_\_\_\_\_

4.狗狗是如何獲得的？購買 他人贈與 認(領)養 自己跑來或撿來的 其他：\_\_\_\_\_

5. 挑選狗狗時的考量因素之重要性評估	非常不重要	不重要	有點不重要	普通	有點重要	重要	非常重要
1. 品種.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. 毛色.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. 體型.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. 價格.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. 個性.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. 年齡.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. 性別.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

## 第二部分：您跟狗狗的相處狀況

- 1.這隻狗狗養多久了？1年(含)以下 1年以上~3年(含)以下 3年以上~5年(含)以下 5年以上~7年(含)以下 7年以上
- 2.狗狗在家中的活動狀況？關在籠子裡 用鍊子綁著 任牠四處活動
- 3.您平均一天花多少時間和狗狗**互動**？3小時以內 3~6小時 6~9小時 9~12小時 12小時以上
- 4.您溜狗的頻率？每天多次 每天一次 多天一次 無此習慣
- 5.您溜狗花費多久的時間？半小時內 半小時~1小時 1~2小時 2~3小時 3小時以上
- 6.您溜狗時是否會自行將狗狗的糞便清理乾淨？每次如此 經常如此 偶爾如此 很少如此 不曾如此
- 7.您平均一個月花費多少在狗狗的飼料？500元(含)以下 501元~1500元 1501元~2500元 2501(含)元以上

<b>第三部份：您對狗狗的照顧</b> 請您依照自己以往實際狀況回答以下問題。(共 10 題)	非常不同意	不同意	有點不同意	沒意見	有點同意	同意	非常同意
1.狗狗生病時，我會帶牠去看醫生。.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.我會買衣服給狗狗穿。.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.我會買玩具給狗狗玩。.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.我會買零嘴給狗狗吃。.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.我會帶狗狗去做美容。.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.我會給狗狗做寵物訓練。.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.我會買健康食品給狗狗吃。.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8.我會幫狗狗買寵物保險。.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9.我會 <b>定期</b> 給狗狗注射政府規定施打之疫苗。.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10.我會 <b>定期</b> 給狗狗服用預防感染蟲體用藥。.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

<b>第四部分：寵物與您的關係</b> 請依照您的以往實際情況及真實想法回答以下問題。(共 13 題)	非常不同意	不同意	有點不同意	沒意見	有點同意	同意	非常同意
1.我經常與他人提及我的寵物。.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.寵物在我心中佔據重要的角色。.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.我和寵物的關係並不密切。*.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.我很愛我的寵物，勝過對其他人的情感。.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.我認為寵物就只是寵物。*.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.我每天會挪出時間陪伴寵物。.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.如果寵物破壞了家中物品，我會想將他送走。*.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8.對於寵物的生活上之用品，我會毫不考慮直接購買。.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9.如遇到寵物須接受大規模治療或手術時，我會願意支付醫療費用。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10.清理、梳洗寵物通常由我負責。.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11.養寵物是一輩子的事，應對牠負起責任。.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12.出遊時，我會攜帶寵物與我同行。.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13.因為養寵物，我會特別關注與寵物相關的活動與訊息。.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

#### 第五部分：基本資料

- 1.狗狗的性別？雌性 雄性
- 2.狗狗的體型？小型犬(9 公斤(含)以下) 中型犬(9 公斤~23(含)公斤) 大型犬(23 公斤以上)
- 3.狗狗的年齡？1 歲(含)以下 1 歲以上~3(含)歲以下 3 歲以上~5(含)歲以下 5 歲以上~7(含)歲以下 7 歲以上
- 4.您目前總共飼養幾隻狗狗？1 隻 2 隻 3 隻 4 隻 5 隻(含)以上
- 5.您的性別？男 女
- 6.您的年齡？20 歲(含)以下 21 歲~30 歲 31 歲~40 歲 41 歲(含)以上
- 7.您的婚姻狀況？單身 未婚有伴 已婚無小孩 已婚有小孩
- 8.下面哪一句話最能形容您？愛乾淨的、勤奮的 百依百順的、親和的 外向活潑的、充滿活力的 情緒不穩的、神經質的 聰穎的、聰明伶俐的 其他：\_\_\_\_\_