

寵物依戀、寵物旅遊態度與幸福感關係之研究

林孟斐 湯大緯 陳朝鍵*

亞洲大學

摘要

在每個時代都能發現飼養動物的存在，且從防禦、保護家園的工具性角色、經濟利益價值到逐漸轉變為能提供娛樂與精神慰藉的陪伴性角色，因此寵物在家庭中所扮演的角色也就越來越重要，動物與人類的關係，成為人們心靈的寄託、情感的依戀，飼主在寵物身上尋求被需要的感受。因此，飼養寵物而衍生的「寵物產業」產值年年增加，寵物產業市場無非是飼主對待寵物已由較靜態的活動範圍慢慢擴展到動態活動，透過動態活動使自己與寵物更健康、快樂、幸福。

本研究欲探討寵物依戀程度的強弱是否影響寵物飼主帶寵物旅遊之態度，進而影響幸福感。研究對象為台灣地區飼養寵物且曾經帶過寵物住過旅館或民宿之寵物飼主為研究；透過蒐集之資料進行統計研究。根據問卷調查結果歸納出下列結論：

(1) 寵物依戀會影響幸福感；(2) 寵物依戀會影響寵物旅遊態度；(3) 寵物旅遊態度會影響幸福感；(4) 寵物依戀、寵物旅遊態度與幸福感之間存在顯著的正相關；(5) 寵物旅遊態度為寵物依戀與幸福感間的中介變項根據研究發現，本研究建議政府相關單位應正視寵物飼主帶寵物旅行住宿的問題，對民宿或旅館明定有關攜帶寵物住宿的條文，使民宿或旅館有法規依據可依循；寵物飼主因有政府的友善法規，對於棄養動物的狀況可以改善之外，且能提高飼主對寵物旅遊的態度進而提升國人的幸福感。

關鍵字：寵物依戀、寵物旅遊態度、幸福感

第一章緒論

本研究旨在探討寵物依戀、寵物旅遊態度與幸福感相關之研究，並以寵物旅館與友善服務為干擾變項，藉以瞭解其對幸福感所產生的影響。本章共分為五節，第一節為研究背景與動機；第二節為研究目的；第三節為研究問題；第四節為名詞釋義；第五節為研究流程。

第一節研究背景與動機

飼養動物從以前到現代社會實行已久，幾乎在每個時代、每種文化和每個社會中都能發現飼養動物的存在，人類飼養動物的用意由最初的防禦、保護家園的工具性角色、經濟利益價值到逐漸轉變為能提供娛樂與精神慰藉的陪伴性角色（吳怡伶，2006）。李鴻昌(2007)提到寵物在人類早期生活中只具有工具性角色，但隨著社會變遷，少子化與高齡化社會的來臨，使得近年來飼養寵物的人數越來越多，進而轉化成視同為現今家庭的一份子。楊姮稜、黃慧璧、梁碩麟、陳光陽、賴秀穗(1995)研究指出由於經濟發展快速，生活水準提升，人們的生活習性有了改變，即由物質生活轉為精神生活，因此寵物在家庭中所扮演的角色也就越來越重要，由上述學者的論述得知，看出寵物在家庭中角色的轉換。動物與人類的關係，由一般動物飼養的傳統功能，變成令人喜愛的「寵物」飼養，飼養寵物成為人們心靈的寄託、情感的依戀，飼主在寵物身上尋求被需要的感受。動物與人類的關係中寵物不再只是寵物而已(李鴻昌，2007)。這種互動歷程過程中使得飼主對寵物產生了情感上的依戀關係與連結(楊姮稜、黃慧璧、梁碩麟、陳光陽、賴秀穗，1995；劉子綺，2007；kurdek, 2009)。此種由飼主對寵物的情感親密關係中的連結稱之為寵物依戀，且就現今普遍晚婚的社會中，對於單身年輕族群或是都市人來說，飼養寵物除了能夠排除寂寞增加娛樂外，還可以增加自身的安全感與情感上的慰藉，也可以降低生活中所帶來的壓力(鄧瓊嫻，2009)，再加上近年來隨著國民所得提升，故有更多的寵物飼主願意花更多的時間和金錢讓寵物們享受和人一樣更好的生活待遇。

因此，在近幾年來無論在國外或是台灣，飼養寵物幾乎快變成國民運動，也讓因飼養寵物而衍生的「寵物產業」產值年年增加（揭陽，2005）。且依據今日新聞2008年1月17日的報導，統一集團看準台灣少子化、高齡化及人際關係疏離的現象，越來越多經濟條件自主權高的族群藉飼養寵物來紓解壓力，在2007年日本「寵物達人」在高雄夢時代購物中心成立海外第一家分店後，統一集團更在2008年1月和日本最大寵物集團AHB合作成立「Pet Plus寵物達人」股份有限公司，預計投資六千萬，將在2008年底於台北環球購物中心設立旗艦店，跨足寵物生活商機領域，涵蓋寵物及寵物用品銷售、美容事業、寄養旅館事業、寵物培訓事業、預防健康事業、動物醫院事業等與寵物相關綜合性服務，預計在2012年達到20家的規模（楊伶雯，2008；林祝菁，2009）。可見寵物產業市場無非是飼主對待寵物已由較靜態的活動範圍慢慢擴展到動態活動，透過動態活動使自己與寵物更健康、快樂、幸福。

從寵物旅館產業的產生可知飼主帶寵物一同旅遊市場上的需求與趨勢與日增加，根據研究者利用全國碩博士論文資訊網，鍵入有關「寵物」的關鍵字中在1985年到1995年中有10篇，1996年到1995年中有214篇，1996年到2013年有833篇，利用思博網(CEPS)鍵入有關「寵物」的關鍵字中在1990年到2008年共133篇，2009年到2013年共147篇，故有關寵物的文獻有逐年增多的趨勢，從資料顯示寵物議題已普遍受到學術界的重視；就內容而論，以探討寵物商品的消費行為最多，可呼應之前所敘述企業界對寵物產業與相關服務的重視；對於飼養行為的心理學研究，大多以休閒的觀點來探討飼主與寵物之間的關聯居多；從經濟社會學的角度與心理層面的角度來討論，發現經濟的提升，使得人們對於寵物消費行為的增加，且因社會變遷人情淡薄，人們心靈空虛，更需要以寵物做為慰藉（簡好儒，2002），所以人們以飼養貓狗當作寵物與陪伴對象（楊姮稜、黃慧璧、梁碩麟、陳光陽、賴秀穗，1995）。因此，不管是由於社會、經濟的角度與心理層面的角度，這些都促成了現代社會飼養寵物陪伴的趨勢，且根據研究者以全國碩博士論

文資訊網搜尋2003年到2013年中有關寵物的文獻980篇中包含探討寵物商品的消費行為、寵物與人互動行為、寵物飼主的人格特性等，而2003年到2013年有關幸福感與旅遊體驗的1367篇文獻中包含了生態、休閒環島、健康等，但目前並無相關研究探討寵物依戀程度的強弱影響寵物飼主帶寵物旅遊之態度，故為本研究動機之一。

陳小雯(2009)論文中依據Neal, Sirgy & Uysal(2004) 認為遊活動能滿足旅遊者需求：

- (1) 旅遊能讓我放鬆心情。
- (2) 當我感到工作疲累時，旅遊能讓我脫離工作壓力。
- (3) 在旅遊的過程中，與旅遊相關的人事物，均是令人愉悅的經驗。
- (4) 這個旅程能讓我與配偶、小孩、親戚和朋友的關係變得親密，它讓我覺得非常值得。
- (5) 這個旅遊經驗豐富了我的生活。
- (6) 我認為從事這個活動，對我來說非常值得。
- (7) 在這個旅程中，是有趣的事，也能讓我有新朋友。
- (8) 在這個旅程中，能讓我感到充滿活力。
- (9) 在這個旅程中，是我所熱愛的興趣，且這個經驗使我興奮。

這些好處促使從事旅遊的人感受到幸福，這些幸福有包括了有從事活動投入時的喜悅得到上述的好處、壓力的解除等等，而幸福感正是生活品質的指標，並以此檢視社會變遷與改善社會政策（曾文志，2007；Keyes, Shmotkin & Ryff, 2002）。Tal Ben-Shahar (2008) 更強調幸福感是衡量人生的唯一標準，是所有目標的最終目標。此外根據幸福感的理論中『活動理論』，強調個人可藉由參與工作、運動、宗教、休閒與人際關係等社會活動中發揮自己的潛能來滿足個人的需求進而產生較高的愉快及幸福感(Argyle,1987；Diener, 1984)。Gibert &Abdullah(2004)；林宗賢、侯錦雄(2007)透過旅行中的旅遊體驗達到放鬆促進身體健康，進而使幸

福的水平提升或增加幸福情感的反應。Wei & Milman (2002)調查銀髮族在旅遊時活動的參與和心理幸福感呈顯著的正相關。當主人帶寵物外出散步的時會感到特別快樂，且經由飼主與寵物在外的活動中亦可增進兩者的相互關係(楊姮稜、黃慧璧、梁碩麟、陳光陽、賴秀穗1995)。呂佩勳(2009)論文「健康旅遊體驗與幸福感之研究」研究証實旅遊體驗對幸福感有顯著之影響效果，陳小雯(2009)博士論文『幸福與旅遊』建構了幸福與旅遊的要素，因此本研究欲探討寵物飼主帶寵物從事旅遊之態度與幸福感之間的關係為動機之二。

但在旅遊活動中，無論何種的旅遊產品，飼主帶寵物從事旅遊活動時在審選旅遊產品時必須審慎考慮的因素及項目較為複雜，既然要帶寵物一同旅遊當然不希望與心愛的寵物分開。因此選擇旅遊產品時首先考慮的項目是住宿問題，此外飼主帶寵物從事旅遊行為所要求的服務品質中其旅館服務人員的友善服務也為重要的考量，故本研究將寵物旅遊產品(寵物旅館設備、旅館友善態度)為干擾因素，期望了解其對飼主帶寵物從事旅遊之態度與幸福感所產生的影響，此為本研究動機之三。

第二節 研究目的

綜合上述之研究背景動機，本研究主要之目的如下：

- 一、探討寵物依戀對寵物旅遊態度之影響。
- 二、探討寵物旅遊態度對幸福感所產生的影響。
- 三、探討寵物旅遊態度對寵物依戀與幸福感所產生的影響。
- 四、探討寵物旅遊產品(寵物旅館設備、旅館友善服務)對寵物旅遊態度與幸福感所產生的影響。
- 五、探討寵物的依戀關係對幸福感所產生的影響。

第三節研究問題

- 一、寵物依戀對寵物旅遊態度之影響為何？
- 二、寵物旅遊態度對幸福感所產生的影響為何？
- 三、探討寵物旅遊態度對寵物依戀與幸福感所產生的影響為何？
- 四、寵物旅遊產品(寵物旅館設備、旅館友善服務)對寵物旅遊態度與幸福感所產生的影響為何？
- 五、寵物的依戀關係對幸福感所產生的影響為何？

第四節名詞釋義

本研究為「寵物依戀、寵物旅遊態度與幸福感相關之研究」，針對研究中的名詞加以界定如下：

一、寵物依戀

依戀一詞最早由英國發展心理學家J.Bowlby提出，用來描述母嬰之間親密的情感聯結。依戀的概念由狹義的概念發展出廣義的概念，其成為了衡量親密情感關係的代名詞。以往關於人與人間的依戀的研究顯示：依戀對於兒童青少年的個性社會性發展和心理健康極為重要。除了人與人之間的依戀，尚有人與環境的依戀如與心愛的物品、與心愛的動物或與品牌的依戀等等。

從1970年代起國外有部分研究者開始考察寵物與人類的情感聯結。寵物在人們的日常生活中，所扮演的角色日益重要，他們不僅將寵物取一個擬人化的名字，更將牠們視為是自己的小孩、朋友、伴侶，現在更是經常聽到飼主們自稱是「狗爸」、「狗媽」(Greenebaum, 2004)，其中主要原因是人類與寵物經過長久的相處之下，往往會產生深厚的情感，因此本研究參考劉子綺 (2007)、江佩儀 (2004)、鄧瓊嫻(2009)、Greenebaum (2004)將自己的父愛或母愛傾注於寵物身上，稱之為寵物依戀。

二、寵物旅遊態度

依據WTO (World Tourism Organaization) 的定義為：「旅遊是指旅遊的人離開日常生活居住地，前往其他地方從事休閒、商業、社交或其他目的相關活動的總稱。」

何錦芳(2008)將「寵物旅遊」(Travel with Pet) 定義為攜帶寵物一起到外地旅遊。

(Peter & Olson, 賴其勛譯, 2000)將態度定義為個人對某一概念的整體評價。林

建煌(2002a)認為，態度是指一個特定的對象，所學習到的持續性的反應傾向，

此一傾向代表著個人的偏好與厭惡、對與錯等等的個人標準。因此本文將寵物旅遊態度定義為寵物飼主帶寵物一起到外地旅遊的整體評價，包括認知、情感與行為。

三、寵物旅遊產品

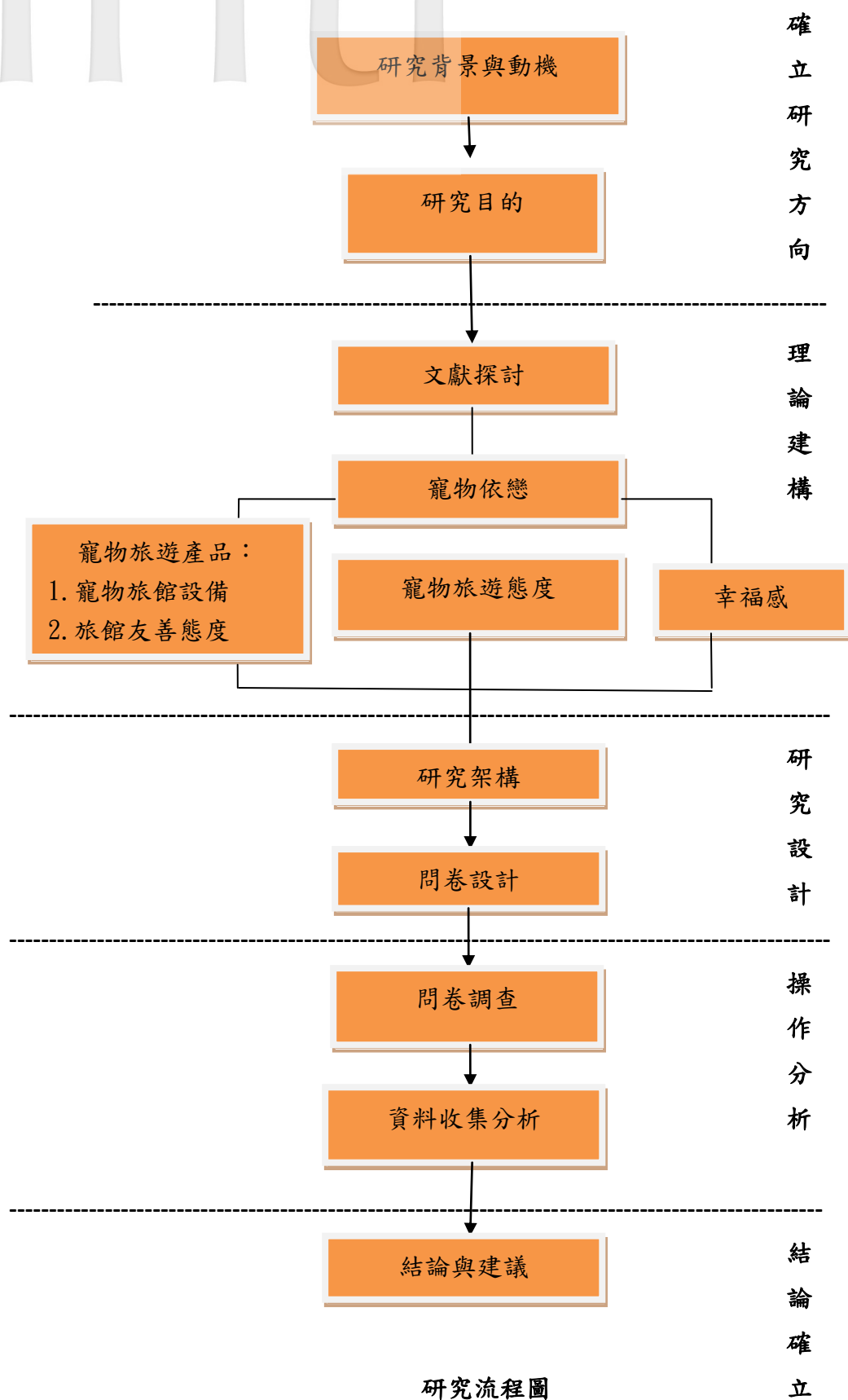
林燈燦(2001)旅遊產品是旅遊者花錢、花時間購買從他離家到返回家裡的整個過程中為其娛樂、休息、求知或其他目的的一次經歷。容繼業(1992)對特殊旅遊產品的定義為：是市場區隔以後之旅遊產品，就是以各種不同的「興趣」為組成遊程之主要基本要素。而「寵物旅遊產品」意指安排旅客攜帶寵物一起出門旅遊之旅行團或自由行等套裝旅遊產品。本研究綜合上述學者的看法將寵物旅遊產品定義為特別針對擁有寵物的飼主所設計之產品，也就是滿足寵物飼主的特別需求。

四、幸福感

本文將幸福感定義為飼主帶寵物旅遊所產生的快樂、健康心理的感受。

其題項衡量主要透過Hills and Argyle(2002)所提之牛津幸福量表精簡版(Oxford Happiness Questionnaire, OHQ)為基礎，參考呂佩勳(2009)在「健康旅遊體驗與幸福感之研究」中所編製的問卷量表再針對帶寵物旅遊的特質加以修正，主要的內涵包括帶寵物旅遊的滿意程度及樂在旅遊的程度。

第五節 研究流程



研究流程圖

第二章文獻探討

本章內容將針對寵物依戀、寵物旅遊態度、寵物旅遊產品（寵物旅館設備、旅館友善態度）與幸福感之相關文獻做探討，以做為本研究理論基礎與根據。本章共分成五節：第一節寵物依戀；第二節寵物旅遊態度；第三節寵物旅遊產品（寵物旅館設備、旅館友善態度）；第四節幸福感；第五節發展研究假設

第一節 寵物依戀

本節共分幾個部分進行探究：一、寵物的定義；二、依戀的定義；三、依戀理論與相關研究；四、寵物依戀；五、小結。

一、寵物的定義

楊雅芳(2012)根據歐洲議會關於寵物之保護條約第125號所載，寵物意指任何被人類飼養於特定的住所內，做為私人娛樂或陪伴關係的動物。依據行政院農業委員會所制定的動物保護法規範，所謂的動物指的是「犬、貓及其他人為飼養或管領之脊椎動物，其中包含了經濟動物、實驗動物、寵物或其他動物」；在台灣，Pets被稱作「寵物」，而所謂的寵物是指「犬、貓及其他供玩賞、伴侶之目的而飼養或管領之動物」。費昌勇(2009)研究調查發現台灣之家庭寵物(household pets)仍以狗為主，而動物收容所中的動物也是以狗為主。根據目前農委會2011年的資料中統計台灣家犬總數1,241,910隻，因此寵物飼養在現代是一個普遍的現象，而狗是現代家庭飼養最普遍的寵物類型，且Sable(1995)聲稱狗比其他類型的寵物更能提供陪伴與依附的情感。雖然上述學者調查研究中發現人們飼養的動物以狗為主，但本研究中寵物的定義仍以歐洲議會關於寵物之保護條約第125號所載，意即人們因喜愛或是將其當成精神伴侶而養的動物。

研究者利用全國碩博士論文資訊網，鍵入有關「寵物」的關鍵字，

(<http://etds.ncl.edu.tw/theabs/index.html>)，整理成表2-1-1：

表2-1-1以「寵物」搜尋之論文篇數

年代	篇數
1985年到1995年	10篇
1996年到1995年	214篇
1996年到2013年	833篇

資料來源：全國碩博士論文資訊網（2013）。寵物。上網日期：2013年10月27日。檢自：

http://etds.ncl.edu.tw/theabs/service/student_query_act.jsp

(一)、台灣寵物史

簡好儒(2002)論文中提到台灣寵物史其最早的記載是始於西元1602年由明代儒生陳第所撰寫的《東番記》，描繪台灣平埔族生活的紀錄，記載了台灣人早已開始飼養動物了，書中描寫了鄭和下西洋(西元1405年)時，所見所聞有關台灣西部沿岸的原住民生活習俗與地理風光情形，由於當時的原住民主要是依靠狩獵維生，再加上狗的天性威猛善獵，故為原住民狩獵時的重要助手且深獲原住民的重視與珍愛。

現今，由於高齡少子化及單身化等社會人口結構改變的影響下，人與人之間的感情薄弱慰藉減少，為了因應伴隨而來的空虛與寂寞感，越來越多人開始飼養寵物來陪伴自己(簡好儒，2002)，再加上近年女性主義高漲，工作競爭壓力與經濟壓力，晚婚成為普遍的社會現象，對未婚的女性工作者而言，飼養寵物成為結婚的替代選擇，此時對於貓狗的「情感性」價值已超越了「實用性」和「經濟性」的價值，因此有越來越多人將寵物視為自己的兒女一樣來對待(鄧瓊嫻，2009)。他們不僅將寵物取一個擬人化的名字，更將牠們視為是自己的朋友、伴侶、小孩，也經常聽到飼主們自稱是「狗爸」、「狗媽」、「貓爸」、「貓媽」，其中主要原因是人類與寵物經過長久的相處之下，往往會產生深厚的情感，也會將自己的

父愛或母愛關注在寵物身上(劉子綺, 2007) , 由此可知, 寵物具有與人類情感互通的功能。

(二)、寵物之益處

近年來, 人們開始關注寵物與人們健康關係的證明(Friedmann, Thomas & Eddy, 2000 ;Hart , 2000) 。

1、心理層面

Dennis, Gerulf & Lorenz (2003)發現飼養寵物有助於緩和消極的負面的情緒。當人們在生活中面臨到一些不如意的事情時(例如離婚、孩子長大離開身邊) , 寵物能夠改善事情所帶來的壓力, 減少寂寞感(Allen, Blascovich, Tomaka & Kelsey, 1991)。寵物也有助於健全小孩心理健康發展, 使孩童更加快樂地成長(Fine, 2000), 使得兒童對外在環境有更好的正面互動能力(Triebebacher, 1998)。

2、生理層面

Allen , Blascoich & Mendes (2002)研究發現, 在寵物的陪伴下, 人們心跳和血壓等心血管疾病均能有效的改善。Serpell (1991)研究報告指出在飼養寵物中因無形減緩生活壓力下使得看醫生的次數因而減少。寵物也有助於抑制如焦慮, 抑鬱症、冠狀動脈心臟病等生理上病痛的形成(Friendmann & Thomas, 1995) 。

3、社交層面

Mugford & M'Comisky (1975)認為飼養鳥兒能夠讓獨居老人比其他忙於種植盆栽或什麼都不做事的人, 更容易去從事更多的社交互動的活動, McNicholas & Collins (1998)也認為人們能夠透過寵物促進社會人際關係, 對於生理及心理上的健康也產生正面影響。Bernstein , Friedmann & Malaspina (2000) 指出「寵物輔助治療法」(Animal - Assisted Therapy , 又稱AAT)以動物探望及陪伴的形式, 亦能夠促進療養院居民間的社交互動關係, 減少與社會間的隔離並較能維持心理的健

康。由上述學者研究可知，寵物長期以來，一直扮演著促進社交的角色。

二、依戀定義(attachment)

依戀可從不同的觀點下定義：依戀是指個人幼年與其照顧者之間形成的一種內在運作模式，這種內在運作模式會影響個人對自己、他人及外在世界的看法，並影響個人與他人互動的態度與方式(Bowlby, 1979)。依戀是人類適應生存的重要方式，也是人類長期生物進化的結果，它會影響到成年後親密關係的建立、人格特質的形成、人格功能和人際社會功能的表達。Lopez（1995）則認為依戀乃是向依附對象尋求趨近及安全感，是一種持續性的情感連結，具有促進個人健康與獨立自主的功能。郭啟瑞（2005）從原始驅力的觀點認為依附是個體的一種原始驅力，這驅力促使各體表現出依附行為，以維持與依附對象的親密接觸，是個體與特定他人雙向情感的連結。張春興（2005）則認為依附是指人對人的親近傾向；個體對其所想要親近之對象得以親進時，其心理將會感到安全與滿足。

三、依戀理論（Attachment Theory）與相關研究

依戀理論的概念最早是由英國發展心理學家 John Bowlby 在 1958 年所提出，認為依附是指嬰兒與母親或主要照顧者之間互動建立的強烈而持久的情感連結，是個體與依附對象之間一種複雜的張力關係。依附行為是個人對於依附者接觸的一種持續性反應傾向，且不會因為時間的不同而產生任何的改變(Bretherton, 1992)。羅立人(1998)依據 John Bowlby 的論點亦提到依附關係的產生是因為個體試圖找尋一種保護與歸屬的本能且此種關係會隨個體進入青少年或成人階段逐漸成長，並移轉至新的對象。

Hazan&Shaver (1987)更提出成人依戀（Adult Attachment）的概念，指出成人與重要他人的情感連結，影響成人與重要他人的互動方式與態度，並將依附風格分為三類：安全依附型、逃避依附型、焦慮依附型。(引自陳玉茹，2011)

(一) 安全依附型：這類型的人與伴侶彼此間互信支持，關係良好，是一種高自尊與自我價值並且能忍受他人與伴侶分開、分離並發展自我。

(二) 逃避依附型：這類型的人會害怕且逃避與伴侶之間的親密感，是一種低自尊與自我價值且對他人不能信任，態度冷漠、容易壓抑依賴的渴望。

(三) 焦慮依附型：這類型的人態度出現極端反映且情緒容易產生不穩定猜忌心強。

Simpson, Rholes & Nelligan (1992) 認為安全依戀型比逃避依附型自覺獲得較多的社會支持，情緒支持、肢體接觸等行為；反之，逃避依附型與焦慮依附型則獲得較少的社會支持，且容易產生憂鬱（李靜如，2007）。DiTommaso, Brennen-McNulty, Ross, & Burgess (2003) 研究發現安全依附者能展現較佳的社交技巧。江彥陵（2007）認為安全依附者在情緒低落時會主動尋找伴侶的支持，且也會在伴侶低落沮喪時適時提供支持。

Hazan and Shaver (1987) 的研究之後，Bartholomew and Horowitz (1991) 進一步將成人的依附細分成安全型、過度依賴型、拒絕型、害怕型等四種類型。

內在自我模式

正向負向

內
在正
他向
人
模負
式向

安全的 (Secure)	過度依賴 (Preoccupied)
拒絕逃避型 (Dismissing-avoidant)	害怕逃避型 (Fearful-avoidant)

資料來源 K. Bartholomew & L. M. Horowitz, 1991 之成人依附模式

(1) 安全型 (secure) / 安全依附

這類型的人對自己及他人都有積極正向的看法，一方面覺得自己是有價值的、值得被愛的，另一方面也認為別人是善意的，可信賴的。這類型的人較能接納自己而有安全感，能自在的和別人相互親近，同時也能保有個人自主性。

(2) 過度依賴型 (preoccupied) / 焦慮依附

這類型的人對自己是負面看法，認為自己沒有價值、不可愛的；而對別人則為較正向的評價。在人際關係上容易依賴別人，會不斷的尋求他人的接納和肯定，擔心別人不喜歡自己，很在乎別人對自己的看法及需要重要他人的贊同和認同。

(3) 拒絕型 (dismissing-avoidant) / 排除依附

這類型的人對自己有積極正向的看法，認為自己具有價值、值得別人的關愛，在人際關係上不喜歡依賴別人，拒絕與他人有親密關係，亦即逃避和他人維持親密關係，並比較喜歡一個人自由自在，過自己的生活以保護自己避於失望。

(4) 害怕型 (fearful-avoidant) / 逃避依附

這類型的人對自己及他人都是負面看法，對自己沒有自信、沒有安全感認為自己是沒價值的、不值得被愛的，想與他人建立親密關係，但又無法信任他人或依賴他人，擔心與他人太接近會受到傷害。因此，藉著逃避與他人親近，而保有自己之獨立感。

四、寵物依戀 (Pet attachment)

從上述的理論看來，依戀關係是照顧者與被照顧者彼此在相處互動中所建立起的感情連結關係，根據Johnson, Garrity & Sallones(1992)的期刊論文，寵物依戀 (Pet attachment) 可被定義為「人類與寵物間可能存在之情感程度之高低」。在飼主與寵物之間的關係中，飼主在照料寵物日常瑣碎事物互動的過程中，會自然的向其傾訴心事，主動的想到寵物的需求，故在情感連結上就更加緊密，因此在

此關係中，飼主身兼兩種角色，一為主要照顧者，另一為情感依附者(劉子綺，2007)。鄧瓊嫻(2009)認為飼主與寵物犬之間的關係是飼主對寵物因日常照料或互動過程中，感受到溫暖或舒適等的慰藉，並獲得心靈上的滿足與支持而產生親密連結。Bahrick 與Sharkin(1990)也提出人與寵物之間形成情感依附，這與早期研究幼兒與母親的依附程度有所差異，其不同之處在於寵物依附是研究照顧者對被照顧者的情感程度，而幼兒與母親的依附是研究被照顧者對照顧者的情感程度，這是一種相當特別與不同於和人之間的相處。由於寵物和人存在這種密切的關聯，有些飼主甚至把寵物視作家人，因為和寵物間存有的依附，使他們感受到是愛、陪伴和安全感，而降低寂寞，增進幸福快樂感(江佩儀，2004)。飼主與寵物之間產生連結的原因Butler, Hetts& Lagoni (1994)提出了以下四項因素：

(1) 擬人化 (anthropomorphism) 當飼主與同伴動物之間的溝通行為模式越來越相似時，彼此之間的依附關係也會越高，飼主因不瞭解動物的語言以及行為表現，為了增進與同伴動物間的溝通關係，因此賦予同伴動物擬人化的行為來詮釋。

(2) 嬰兒化 (neoteny) 許多動物本身就具有幼兒的生理特徵，大大圓圓的眼睛、小而短的四肢等類似嬰兒的外表特徵，這些特徵讓動物們看起來很可愛，也促使飼主想要呵護與疼惜心情油然而生。

(3) 異種間的模仿行為 (allelomimetic behaviors) 不同物種生活在一起時，時常會有互相模仿的行為出現以確保延續生命的目的，當人與動物共同生活一段時間時，動物也會開始模仿飼主的行為。當模仿行為發生時，就容易被飼主附與擬人化的解釋，也因此更進一步加強了彼此間的連結關係。

(4) 社會支持 (social support) 人是一種群居的動物，無法脫離團體生活，而當社會間的人際關係疏離時，飼主與同伴動物間的互動關係時常取代了與人的關係，而經由同伴動物的陪伴時常也撫慰了飼主的心靈。

因此從現代人對寵物之情感依附情形可知道飼主透過寵物可以拓展飼主的社交範圍(Sable, 1995)：

(1) 在社交關係中：Weiss(1974)提出寵物可以提供他人依附和養育的機會，並能擴展與社會的互動。而且寵物能夠成為飼主的情緒需求也能做為人類依附情感的替代品。

(2) 在情感關係上：獸醫腫瘤學家指出當寵物罹患癌症時，寵物的依附行為會增進並強化與飼主的親密度。程鈺雄(2002)也指出，寵物可以減輕正常人或身心障礙者的高血壓疾病，甚至可以提高存活的意願，改善焦慮恐懼感，改變人際互動關係。

(3) 在安全關係上：Siegel(1990)研究指出年長的飼主其寵物對他們的重要性中呈現最強的依附情感並且願意花較多時間與寵物相處，因為他們認為寵物帶給他們愛與安全。

五、小結：

綜合上述所說，現代社會快速的進步發展，人們生活雖舒適便利，但人際的疏離卻讓人心靈空虛孤單，因此現代人飼養寵物成為一種彌補心靈空虛的情感來源(簡好儒，2002)。無論是由於社會、經濟與心理的角度，寵物與飼主間的關係與互動往往帶給飼主很大的效益，寵物的伴侶作用提供生理、心理以及社會的支持、陪伴與寄情等作用，可降低缺乏社會支持與壓力紓解的致病危險。總而言之，寵物依戀是一種飼主與寵物之間的親密感受且能夠觸動人心 (Albert & bulcroft, 1998; Keddie, 1997)。

第二節 寵物旅遊態度

本節共分成幾個部分進行探究：一、旅遊的定義；二、旅遊的種類；三、寵物旅遊及其市場需求；四、寵物旅遊態度；五、小結。

一、旅遊的定義

依據 WTO (World Tourism Organization) 的定義為：「旅遊是指旅遊的人離開日常生活居住地，前往其他地方從事休閒、商業、社交或其他目的相關活動的總稱。」陳小雯(2009)「旅遊」是指旅遊者有時間有金錢在自己的能力範圍內，走出自己的家及工作環境的日常環境，去從事室內或室外，各種形式的動態或靜態的對身心有所助益的活動。Urry (1990) 認為它打破日常生活的標準程序，讓人們離開平日工作及居住的地方，到各式各樣的目的地待一段時間，去從事愉悅的、新鮮的休閒消費，並且從中得到不同於日常生活的刺激感。Shied (1991) 認為旅遊是每一位觀光客期待體驗不同於平日的刺激，希望跳脫日常經驗的心理。歐聖榮 (2007) 將旅遊視為一種「離開日常生活居住地的活動。」這個旅遊活動必須具備足夠的交通運輸才能將旅遊者送往旅遊地，而旅遊地也要有足夠滿足旅遊者需要的各項設施和服務，才能使旅遊者的旅遊活動真的達到圓滿。

綜合以上學者的定義旅遊乃從事旅遊活動是讓自己去一個或多個地方做自己想做的事及看自己想看事物的活動進而舒解人們身心上的壓力促使人們健康減少負面情緒的產生，及帶給人們心靈的幸福。

二、旅遊的種類

依照巴黎大學將旅遊活動的分類為：(1).體能活動(2).智識性活動(3).藝術性活動(4).社交性活動(5).實質性活動。依照查伯氏(Chubb, 1981)對遊憩的分類為：

(1).陸域遊憩活動水域(2).水岸遊憩活動(3).冰上及雪上活動三大類。John Urry 認為旅遊是一種凝視，旅遊者旅遊的主要目的，是觀看他們想要看的一切，依此觀點他將旅遊分為三組二分法的歸類：「浪漫的」或是「集體的」，「歷史性的」或是「現代的」，「本真的」或是「非本真的」三個大類。陳小雯(2009)採用 WTO 對旅遊的定義而將旅遊活動依旅遊目的和類型旅遊活動分成：(1).山區旅遊(2).水區旅遊(3).休閒農場和遊樂園(4).生態旅遊(5).文化知性藝術區(6).購物旅遊、美食之旅(7).情感旅遊，探訪親友(8).醫療旅遊(9).情色旅遊(10).商務旅遊(11).博奕、娛樂旅遊(12).宗教性質旅遊(13).進修或遊學(14).運動型旅遊等十四項

三、寵物旅遊及其市場需求：

(1)國外寵物旅遊市場之現況：

根據嶺東學報第 29 期，世界旅遊交易會 (WTM, 2008) 於「2007 年全球旅遊趨勢報告」 (Global TrendsReport 2007)，歐洲地區 (英國)旅客帶著寵物去旅遊，興起有關帶寵物旅遊的設施與服務。依據何錦芳 (2008)論文中描述，紐約曼哈頓區的金普頓飯店 (Kimpton Hotel) 於 2004 年也成為寵物友善飯店。2005 年 7 月的《USA TodayMagazine》的報導：依據美國人口普查署統計顯計，美國 74%的家庭都包括了伴侶寵物，狗、貓、馬、海龜、兔子，且愈來愈多的人喜歡帶寵物出門旅遊。在過去，寵物飼主受到經濟旅館和露營地的限制；今天，寵物友善寄宿所，提供給寵物的舒適感日益提昇。美國旅行協會 (Travel Industry Association of America, TIA) 2006 年 5 月份的官方網站上所揭露的旅遊市場資訊中，有關寵物旅遊部份陳述如下：「有 14%的美國成年人，在過去三年內，他們曾在一次 50 英里或更多的旅行時，帶著一隻寵物單程旅行」。陳盈綸 (2012) 論文指出，日本成美堂出版公司於 2006 年出版的年度寵物住宿雜誌 (愛犬・ペットと泊まれる宿 710 06' ~07' 年版) 的報導中指出，日本全國提供給飼主帶寵物一起住宿的民宿或旅館在 2006 年時已經有 710 間；而其中報導各住宿點對

寵物的服務或設施更是五花八門：寵物游泳池、寵物泡湯池、寵物洗腳台…等服務。當然，各住宿飯店或民宿所提供的服務內容不盡相同。綜合前述資料，顯示出寵物旅遊在國外寵物旅遊市場上具相當數量的消費人口。

(2)國內寵物旅遊市場之現況：

在李韻如(1997)、方心怡及張光婷(2006) 論文提到國內寵物市場中的「帶寵物出遊」這一區塊在過去幾乎完全沒有旅遊業者著力經營，絕大部份飯店在處理旅客攜帶寵物入住的問題上，都只是基於應付旅客的心態，但近幾年來，國內開始許多民宿業者及渡假村或民宿開始注意並著手經營此一市場，如北山廬山渡假村、歐都納渡假村、多力寵物精品旅館、清境普羅旺斯玫瑰莊園、陽光花園山莊、富豪群渡假別墅、莫內花園山莊、小墾丁渡假村……等，且 2005 年小墾丁渡假村首創推出「寵物住宿專區」，可以說是國內第一家有提供寵物飼主及其寵物較完善設施的寵物住宿飯店；依該業者所提供資料顯示，該寵物專區深受寵物飼主的喜愛，於 2006 年期間該寵物區的平均住房率比一般區的平均住房率大約高出 3 成，顯示出寵物旅遊在台灣市場上帶寵物出遊的消費人口應有其市場性存在。

四、寵物旅遊態度

態度其定義與衡量的方式有很多種，Allport (1968)認為人類藉由認知、情感與行為的過程形成對特定人、事、物的態度。Oskamp (1974)將態度分為三種不同的成份：第一種成份是認知的：包括個體對事物的理解與看法；第二種成份是情感的：包含感覺和喜惡情感的，其描述往往是「重要的」、「不重要的」；「有利的」、「不利的」；「好的」、「不好的」；或「愉快的」、「不愉快的」。；第三種成份是行為的：指對刺激發動某種反應之行為意圖的態度。張春興(1992)認為態度是指個人對人、事、物以及周遭世界，憑其認知以及好惡所表現出一種

相當持久而一致性的行為傾向。黃安邦(1992)將態度定義為「在認知、感情、行為這三項成份上，對於該人、事、物或觀念的一種持久取向」。楊文燦、蕭瑞貞(1998)認為態度是一種認知與學習過程的結果，反應對某事物喜歡或不喜歡的感受或看法。(Peter & Olson, 賴其勛譯，2000)將態度定義為個人對某一概念的整體評價。林建煌(2002a)認為，態度是指一個特定的對象，所學習到的持續性的反應傾向，此一傾向代表著個人的偏好與厭惡、對與錯等等的個人標準。

個人的態度與行為是否一致，不同的學者有不同的看法。有些學者則認為可以預測行為(Ajzen, 1991)，有的學者認為態度不預測行為(Wicker, 1969)。Weiler(1992)認為態度對行為的預測力量取決於態度的特定性、強勢性與凸顯性，以下為此三者之分別說明(引自趙居蓮，1995)。

1. 態度的特定性

對於態度的特定性愈強就愈能預測相關的行為。例如要預測某人是否會參加登山活動，就應清楚地問他：你喜歡登山嗎？

2. 態度的強勢性

態度的強勢性，包括了對某一行為具有清楚而強烈的態度時，或透過個人直接經驗所形成的態度，及涉及到個人的自身利益時，都會增加態度對於行為的預測力。

3. 態度的凸顯性

通常一項行為可能與許多態度都有關聯，當其中的某一個態度要素最凸顯時，其就是決定行為之重要因素。例如：不喜歡運動的女生，在選擇參與運動態度因素有很多，而其中對於運動可以減肥或塑身態度最凸顯，促使不愛運動的女生參與運動。

五、小結

綜合上述的探討可以得知，在歐美或日本等國外先進國家中，寵物旅遊已成為成熟的市場。雖然在國內寵物旅遊仍是剛起步的階段，就2013年寵物黃頁雜誌

調查目前台灣寵物旅館之數量目前大約已有220家，且馬萱人(2004)認為隨著飼養寵物人口的增加再加上經濟成長時人們更願意為寵物花錢，顯示此市場需求值得餐旅業者重視。

而飼主帶寵物旅遊常取決於考慮事項的態度，本研究的寵物旅遊是特殊的產品，符合特定性、強勢性與凸顯性的特徵，因此以寵物旅遊之態度來預測參與行為時，其預測飼主帶寵物旅遊所產生的幸福感實屬可行。

第三節 寵物旅遊產品

本節共分成幾部分進行探究：一、旅遊產品；二、寵物旅遊產品；三、小結。

一、旅遊產品：

所謂「產品」的定義，是指提供於消費市場，能夠被注意、取得、使用及購買的物品，可以滿足人類需要的和欲望的實物或勞務，包含實體的物品、服務、人、地方、活動及思想等，都可稱為產品，而消費者對無形性服務業產品購買的目的在於該產品所帶來的利益（曹勝雄，2003），是一種主觀感受的知覺價值，而不是客觀的價值（黃俊英，2001）。依上述產品的觀念，顧樹侏（1985）提出旅遊產品為：旅遊者不僅花錢，並且要花時間購買從他離家到返回家裡的整個過程中為其娛樂、休息、求知或其他目的的一次經歷。彭俊榮（2003）將「旅遊產品」的定義為是旅遊者從離家開始旅行到結束旅行回到家，即旅遊市場學中統稱的旅遊產品或旅遊產品組合。美國遊覽公司協會（United States Tour Operators Association,USTOA）將旅遊（tour）定義為「包含多項不同的產品，可以是安排妥當、附專屬嚮導的套裝旅行，或由旅客自行選擇的旅遊項目」。旅遊套裝包含以下至少兩項要素：交通、住宿、餐點、娛樂、景點與觀光活動，依涵蓋的項目與行程的安排有所不同（吳武忠，2007）。由於旅遊產品來自其產業的特性，如季節性、資本密集、成本高、需求彈性大、銷售通路多樣化等等，故服務品質與經營管理上的良莠影響整個旅遊產品品質。

二、寵物旅遊產品：

針對特殊旅遊產品 (Special Interest Package Tour, SIT) 的定義，林燈燦(2001)認為：特別興趣團體旅遊，依旅行業者經過調查且分析某些旅客，因有不同的特別興趣而刻意推出的主題旅遊 (theme travel)。根據容繼業 (1992) 對特殊旅遊產品的定義為：是市場區隔以後之旅遊產品，就是以各種不同的「興趣」為組成遊程之主要基本要素。因隨著社會變遷，少子化、高齡化、不婚社會的來臨，近年來養寵物 (pets) 的人越來越多，寵物的地位也因人的依戀而提升，因此有更多的飼養寵物的依戀願意花更多的時間和金錢讓寵物們享受和人一樣更好的生活待遇，因而有了『寵物服務產業』的出現，包括寵物醫院、寵物美容、寵物餐廳、寵物寄宿旅館、寵物 SPA、寵物瘦身、寵物照相館、寵物游泳池、衣服、玩具、零食、甚至是寵物保險、寵物生前契約、寵物靈骨塔及寵物分科醫院及寵物學校等等食、衣、住、行、育、樂。因此目前寵物產業發展已有寵物食品產業、寵物服飾產業、寵物居住產業、寵物行之產業、寵物教育產業、寵物娛樂產業、寵物特殊產業等等外還增加了「寵物旅遊產品」，

而「寵物旅遊產品」意指安排旅客攜帶寵物一起出門旅遊之旅行團或自由行等套裝旅遊產品。寵物旅遊產品一如特殊旅遊產品般，是特別針對擁有寵物的消費者所設計之產品。何錦芳(2008)認為「寵物旅遊產品」意指安排旅客攜帶寵物一起出門旅遊之旅行團或自由行等套裝旅遊產品。就寵物旅遊產品一如特殊旅遊產品般，為特別針對擁有寵物的飼主所設計之產品，也就是滿足寵物飼主的一項特別的需求。

寵物旅館也自 2005 年於日本出現創始業者後開始發展，旅館業為了滿足此族群需求故開始推出一系列的友善寵物服務 (pet- friendly, 2004)，其服務攜帶寵物一同用餐及同住之外，還提供寵物五星級飯店般的各項服務，如寵物健身、寵物 Spa、寵物菜單、寵物祿母、專人溜狗等提供更適切、更完善、更多滿足寵物飼主需求的新服務。李韻庭(1997)提到近幾年來國際知名連鎖旅館也紛紛新增友善

寵物服務，如 Four Seasons, Hilton, Hotel de Crillon, Marriott 及 Ritz -Carlton Hotel 等，由此顯示友善寵物服務日益受到旅館業重視之趨勢(Glanton, 2002;Green berg , 2005)。反觀國內大多數旅館業仍無法接受客人攜帶寵物入內，更遑論提供友善寵物服務，且國內旅館及餐飲業更出現不友善、不歡迎的告示如「謝絕寵物入內」、「禁止攜帶寵物」等(廖德琦，2004)。雖然台灣有寵物旅館業者的出現但仍未能提高友善寵物服務產業，值得國內旅館業關注。(李韻庭，1997；陳盈綸，2012)

李侂德(2003)認為「當飼主想外出旅遊時，誰會忍心拋下自己的寵物孩子呢？」根據 Starwood Hotels 調查報告有 37%的人很肯定地表示，若有更多的旅館能夠接受客人的寵物同行，將會增加其攜帶寵物一同出遊的次數(Guadalupe -Fajardo , 2003)。正如簡妤儒(2001)所認為寵物市場已逐漸形成，越來越多人注意到此一市場商機。以往狗被視為人類最好的朋友，直至今日則更有視同如家人般之說法，出遊時也偏好攜帶寵物共同出遊(方心怡、張光婷，2006；于永娥，2006)，可攜帶寵物的旅館已成為愛好寵物族群與寵物共遊的選擇之一。

以下就國外與國內著名旅館業提供寵物服務之現況做比較：

表 2-3-1 國內外知名旅館提供友善寵物服務表

旅館名稱	接待寵物服務
Star wood Hotels and Resort Worl dwide (美國)	提供寵物天使床、寵物枕頭、絨毛小狗袍、清潔墊、飲食、飲水容器以及寵物旅行袋(內含寵物玩具、飼料、識別卡及拾便袋等)。另有專人客房狗按摩服務及 24 小時提供任何與狗有關的市區諮詢服務，如公園的位置、獸醫診所等。
Kimpt on Hotel and Restaurant	供全體客人及員工「PetAssure」

Group(美國、加拿大)

(寵物保險)，除了寵物醫療費用及購買寵物相關產品享有折扣外，還提供所有寵物一個獨特的識別牌，牌上印有寵物的識別號碼及相片，還有全天候免付費服務電話，以供任何人撿到遺失的狗時聯絡用。

The Loews 's Hotel (美國)

歡迎信中包含推薦溜狗路線地圖、寵物商店及館內外接待寵物的餐廳資訊。寵物寢具、點心、玩具、放置食物與飲水碟的踏墊、寵物客房餐飲服務及提醒清潔人員房內有寵物的「請勿打擾」標牌。此外，每年暑假期間的週日，在戶外播放“愛護幼小動物”的電影，進行愛護動物協會基金之公益回饋。

The Four Seasons Hotel (美國)

寵物專屬床、隨叫隨到獸醫服務、小餅乾及寵物客房餐飲服務及溜狗服務。

The Ritz – Carlton Hotel (美國)

寵物床、玩具與飲水盆。傍晚時分，汪汪管家(褓母)會帶狗一起做運動，然後前往當地的寵物美容店，最後送回到客房享用特殊美食。

Hotel de Crillon (法國)

住宿小狗可得到 Crillon 紀念項圈、名牌、客房餐飲服務及量身打造的小狗睡籃，並可由禮賓人員牽引小狗前往著名的協和廣場散步。

Rihga Royal Hotel (日本)

寵物專區、全天候專人照顧、提供修剪、沐浴等需額外支付費用服務。若客人擔心寵物，可透過即時影音服務看到寵物影像。

Wanwan Paradise Hotel (日本)

50 間寵物可同住房間，設有寵物美容室、寵物遊樂場(運動設施及游泳池)、人犬共浴專用風呂、狗可以進入餐廳，餐桌旁有狗栓可以繫狗鍊。

リゾートホテル

Resort Hotel

(日本)

室內狗狗遊戲場，飯店的走廊或房間內都備有狗狗的清潔用品，飯店內所有的範圍都是狗可以活動的空間，狗可以進餐廳，戶外有大型狗狗遊樂園，附有美容區。

洛埃維旅館集團

在登記住房時，顧客會收到總經理的歡迎信，信中內容包含旅館內所提供的寵物服務、推薦遛狗的路線、寵物商店及接待寵物的餐廳。旅館會事先替寵物準備寢具，及點心、玩具、放置食物與飲水碟的踏墊，還有提醒清潔人員房內有寵物的「請勿打擾」標牌。其客房服務包含瓶裝水、牛奶、

狗兒食用的烤羊肉、貓兒食用的烤肝，或是貓狗的素食餐點。

喳喳旅館(Hotel ZaZa, 德州達拉斯市)

其價值 5000 美元的寵物套裝服務包含了：寵物的玩具和點心、特別的寵物交誼聽、寵物假期 DVD、寵物日記本、客房內狗舍、專屬的心愛寵物油畫，以及客房內與寵物一起享用的雙人早晚餐、每日兩次的遛狗服務，還有 VIP 的食用餐具及飲水碟可以讓客人帶回家。

里雷與城堡飯店集團 (Relais and Chateaux, 各地連鎖)

紐約州多佛草原的老多佛旅社 (Old Dovers Inn)，在抵達時狗兒可獲得餅乾並在當地的公園散步，館內廚師會按照飼主要求為寵物烹調餐點；加州聖塔芭芭拉的聖西卓牧場 (San Ysidro Ranch) 提供了特別的狗兒晚餐菜單。

蘭開斯特酒店 (Hotel Lancaster, 法國巴黎)

一天晚上 90 歐元起跳，會在房間擺上豪華狗兒專用睡床，若你喜歡也可購買，價錢為 960~1,040 歐元不等，會替你繡上狗兒的名字。

麗嘉酒店 (Ritz-Carlton Hotel, 佛羅里達州可可納灣) 推出「汪汪管家」的服務, 約 500 元美金。汪汪管家會在布置了狗睡床、玩具與飲水碟的特別房間內接待客人的愛犬, 傍晚時會帶著狗兒一起做運動, 之後會開著專屬轎車帶領狗兒前往當地的寵物美容店, 回到房間後享用「貴賓壽司」的特殊狗兒美食。若是沒有雇用汪汪管家, 飯店還是會在房間提供狗睡床與飲水碟。

旅館名稱	接待寵物服務
小墾丁牛仔渡假村 (原小墾丁綠野渡假村)	寵物可隨主人 同行且同住
花蓮中信大飯店	寵物寄放區
知本老爺大酒店	
墾丁凱撒大飯店	
花蓮統帥大飯店	寵物寄放區
歐克山莊大飯店	不明確(原則上不歡迎寵物, 實際上依當場狀況而定)
墾丁夏都沙灘酒店	寵物寄放區
花蓮美侖大飯店	
阿里山賓館	不歡迎寵物
日月潭水沙蓮飯店	不明確(原則上不歡迎寵物, 實際上依當場狀況而定)
知本富野渡假村	

花蓮亞士都飯店

知本逸軒大飯店

太平洋翡翠灣福華渡假飯店

資料來源：李韻庭(2007)；陳盈綸 (2012)

由上表明顯看出國外旅館所提供的寵物服務項目遠比國內多元，相較於國內，國外對客人寵物的服務格外多了一份用心。因此如同方心怡及張光婷(2006)指出國內旅館大多無提供任何可給予寵物使用之空間，惟少數旅館提供如寵物收容所的硬體設備，但未提供寵物舒適之住宿品質，常讓原有意與寵物出遊的飼主因不放心寵物的生活或是無處寄放，改變或取消旅遊規劃。寵物飼主除了在乎旅遊時旅館是否提供如寵物收容所的硬體設備外，也擔心寵物因旅遊出外而有不適應新環境、新食物等等因素，當然也在乎服務人員是否有同理心能有愛心、耐心對待他的寵物。李韻庭(2007)的論文「墾丁地區旅館業提供服務之差異性研究」，透過質性訪談中指出，提供客人寵物同住服務之旅館對客人之影響，顯示當旅館能滿足寵物時，也會滿足客人；研究也顯示由於寵物無法說話員工比須花更多心思觀察，並透過寵物與客人有更多的友善互動，整體的服務品質因此提升很多，若只是提供客人寵物寄放區服務的旅館，寵物的主人雖滿意，但仍擔心寵物的安危，因為擔心而影響了其對旅遊心情，降低幸福感。由此可知，大多數的飼主對於與寵物分開的意願相當低，因此，寵物旅館設備與服務人員的友善服務將影響寵物飼主帶寵物旅遊之態度與幸福感的感受程度。

三、小結

因寵物旅遊產品一如特殊遊產品般，為特別針對擁有寵物的消費者所設計之產品，而飼主帶寵物旅遊時所需考慮的項目因素必須更多，態度要更謹慎，因此本研究以寵物旅館設備和旅館友善服務為寵物旅遊態度與幸福感之干擾因素，試圖探討此二種因素影響寵物旅遊態度與幸福感之程度。

第四節 幸福感

本節共分成幾部分進行探究：一、幸福感之定義；二、幸福感的相關理論；三、幸福感理論之相關的研究；四、幸福感相關量表之介紹；五、小結。

一、幸福感的定義

（一）著重「情感層面」的幸福感：

為最早的幸福概念，由Bradburn（1969）所提出，其論點認為幸福感為兩種對立但同樣重要，他研究發現當個體在體驗正向情緒的時候也有可能出現負向情緒，他把情緒分成正向情緒和負向情緒。Veenhoven（1994）、陳鈺萍（2004）認為當正向情緒增強而負向情緒減弱時，幸福感便會提升，正向情緒減弱而負向情緒增強時，幸福感便會下降。此觀點偏重以個人主觀情緒來判斷幸福感的高低，忽略了個體認知的影響，故無法真正反應出幸福感的特質。

（二）著重「認知層面」的幸福感：

認知層面的幸福感包括整體的生活滿意的評估外，也包括對工作、收入、社交、

婚姻等等做滿意度的評估。Diener (1984) 主張幸福感是對整體生活進行評估後的結果。由於個人主觀的認知可賦予事件意義，因此，而同樣事物對不同人亦會產生不同的影響，不同人對同樣事物會有不同的認知（陸洛，1998）。此觀點著重在個人主觀的想法及對事件的認知方式（施建彬，1995；簡晉龍，2002），忽略了認知過程中情緒狀態對個體評估幸福感的影響。

（三）著重「心理健康層面」的幸福感

心理健康層面的幸福感研究途徑是實驗論，強調人的潛在實現，以自尊、社會服務、友好關係為心理幸福的要素。Waterman (1993) 認為快樂是幸福的定義，他也認為活動的性質不同，所提供的快樂也不同。這種理論是把心理感受和人的實現活動結合在一起，既強調了人格特質在幸福體驗中的重要性，也強調了活動的特性。Ryff&Singer (1998) 認為心理幸福感 (PWB) 能夠促進心理和生理健康。支持此定義的學者認為幸福感是個體身心健康的狀態，並以心理健康狀態來評估個體的幸福感。

二、幸福感的相關理論

近代的心理學家將幸福感的相關理論的看法大致分成四種：需求滿足理論、人格特質理論、判斷理論、動力平衡理論，描述如下：

（一）需求滿足理論：

需求滿足的觀點強調幸福感主要是來自於個人需求的滿足，若是需求長期無法得到滿足則會導致不幸福感；換言之，需求得到求滿足時，個體才會感到幸福。因此若要獲得幸福感就必須滿足基本需求。心理學家Maslow (1968) 提出的需求階層論，認為人有生理需求、安全需求、愛與隸屬的需求、自尊及自我實現的需求。需求滿足理論內容又分為「目的理論」、「活動理論」與「苦樂交雜理論」。

（1）目的理論 (Telic or Endpoint Theory)

目的理論又稱為終點理論，此理論觀點強調個體的幸福感來自個人需求滿

足，當個體內在的心理需求長期無法獲得滿足時，則會有不幸福之感；若個體需求獲得滿足時，則會產生幸福的感覺。Omodei 與Wearing（1990）認為幸福是個人達到目標後所獲得的一種長期且穩定滿足的感受，若需求無法滿足時，幸福感受便會因此而降低。且此理論認為快樂只是短暫；而幸福感則是個人努力達成目標後的一種滿足感，故強調長期性目標結果對於個人幸福感感受的影響。

（2）活動理論（Activity Theory）

人藉由參與社會上各種有意義的活動，滿足個體與人親和、有人陪伴及休閒的心理需求。也就是經由人與人之間的互動分享，提供個人多元的社會支持，進而增進心理健康與幸福感。此理論所關切的是個人的表現而非目標，是過程而非結果（陸洛，1998），個人可以藉由健康、有意義的工作、休閒、運動等活動或人際互動的歷程中，發揮個人的潛能並滿足個人的需求，進而產生成就感與價值感，此即為幸福的感受（Dinener, 1984；施建彬、陸洛譯，1997）。

（3）苦樂交雜理論（Pleasure and Pain Theory）

此理論認為快樂和痛苦是緊密且相互有相關聯的且快樂與痛苦是相伴而來，如果一個人長期陷於需求被剝奪的狀態下，一旦需求被滿足後，所獲得的幸福感將愈強烈。正因為幸與不幸是相對循環存在的，兩者加總值為零，因此本理論又稱為零和理論（Diener, 1984；施建彬，1995）。

（二）人格特質理論（telic or endpoint theory）

此理論認為個體的人格特質會影響個人對幸福感之感受，可以解釋有些人特別容易感到幸福的原因。特質理論可分為「人格特質理論」與「連結理論」兩個學派：

（1）人格特質理論（Personality Trait Theory）

人格特質理論又稱為由上而下理論（Top-Down Theory），由Costa與McCrae在1980年所提出，主張幸福感是一種穩定的人格特質，個人擁有一個容易誘發愉

快的生理機制。此理論認為人格特性不全是來自先天遺傳因素也可能是後天學習的結果(如謙虛等等)，故不是一成不變的 (Veenhovne, 1994)。Seligman & Csikszentmihalyi(2000)強調幸福感會受到正向特質影響，正向的人格特質可以帶來滿足和幸福感，透過學習可以改變負向的人格特質 (劉家祺，2010)。研究也發現外向型的人格特質愈高，其幸福感愈高；而個人神經質傾向愈高，其幸福感愈低 (Heady and Wearing, 1990；陸洛，1998)。

(2) 連結理論 (Associationistic Theory)

連結理論又稱為由下而上理論 (Bottom-Up Theory)，此理論以記憶和認知的觀點來解釋部分的人特別容易感到幸福的原因，認為個人透過認知系統的運作，解釋生活事件並獲得意義，引發不同的心理感受進而達到幸福感的產生。擁有正向記憶的人，其幸福感感受程度較高 (Diener, 1984)。個人若能以正向、開朗的態度面對生活事件時，較容易提升其幸福感 (施建彬，1995)。Argyle主張幸福感的建立有賴於個人在生活中經歷多少快樂事件而定，隨著個人生活中正向經驗的累積，個人會逐漸發展出快樂的傾向 (施建彬、陸洛譯，1997)。

(三) 判斷理論 (Judgement Theory)

此理論主張個人的幸福感是透過比較與判斷而得來的，價值觀及理想的生活目標比較與判斷後所產生的結果，是與他人的生活狀態或與自己的生活經驗，是標準和實際情形的比較，若事實情境是超越標準的，就會產生幸福感，同時也會隨著情境或理論的不同，而有不同的判斷標準產生 (Diener, 1984；陸洛，1998)。此一理論的參照標準是多元的。隨著參照標準不同可分為「社會比較理論」、「適應理論」、「期望水平理論」與「多重差異比較理論」：

(1) 社會比較理論 (Social Comparison Theory)

Argyle認為透過和與個人社經地位相近的他人比較後，可以形成幸福感，他人可以是家人、朋友、不認識的人為參照標準，當個人的狀況比他人好時，則會

提高幸福感；反之則會降低幸福感(施建彬、陸洛譯，1997)。

(2) 適應理論 (Adaptation Theory)

此理論的參照標準是個體以往的生活經驗，個人將自己過去和現在的狀況做比較，若對現在生活的感受比過去好，則幸福感提升；反之，則幸福感降低(李連成，2011)。Diener、Lucas與Scollon在2006年對適應理論提出修正，認為個人的判斷標準並非中立不變的，此標準會因個人的性情、快樂、生活滿意度等差異而有所不同，其所呈現的是多元的判斷標準，個體在適應不同的事件時，會改變個人判斷標準以適應現實事件者，會提高其幸福感；反之則下降。

(3) 期望水平理論 (Aspiration Level Theory)

期望水平理論又稱為抱負水準理論，幸福決定於理想與現實兩相比較後的差距結果，也就是當個人達成預期性的目標比率越大則幸福感越強。(施建彬，1995) 現實與理想間的差異愈小，則幸福感就愈高；現實與理想的差異愈大，則幸福感就愈低

(4) 多重差異理論 (Multiple Discrepancies Theory)

Michalos (1985) 指出個人幸福感是在內心經由多方比較之後所得的結果，個人認為自己目前所具有的一切與自己所欲求的期望之間的差距。他提出其比較參考標準包括和他人比較、和過去比較、和自我期望比較、和未來期望比較等，以整合性的觀點來判斷幸福感。比較後如果差異愈小，則幸福感愈高。

(四) 動力平衡理論 (Dynamic Equilibrium Theory)

動力平衡理論的觀點是認為個體的幸福感除了受到穩定的人格特質因素的影響之外，也會受到短期的正向或負向生活事件影響。因此認為幸福感在大部分的時間中受到人格因素的影響而呈現穩定的狀態。倘若生活中發生一些與過去經驗不同的事件時，幸福感的平衡狀態將會改變(施建彬，1995)。Heady & Wearing(1990) 認為當個體發生不同於以往經驗的生活事件，就有可能影響到原

來平衡的狀態，個體幸福感也隨之改變。因此，動力平衡理論與判斷理論一樣，都是整合生活事件與個人人格特質對幸福的影響與結果。

上述幸福理論之相關理論眾多，但根據幸福的理論中---『活動理論』，強調個人藉由參與工作、運動、休閒與人際關係等社會活動在互動與回饋中發揮潛能來滿足個人的需求進而產生較高的愉快及幸福感（Argyle,1987；Diener, 1984），因此本研究以活動理論的觀點，認為飼主透過帶寵物一同旅遊後其需求應可獲得滿足，包括個人與寵物在身體健康與心理的快樂，進一步促進個人獲得幸福感。

三、幸福理論之相關的研究

幸福的研究對象包括國小兒童、青少年、大學生、一般成人、親子等。研究影響個人幸福之相關因素頗多，包含社會支持、生活目標、社會關係、教育程度、薪資收入和親子溝通以及運動健康等項目，歸納主要研究結果如下：

（一）有關社會支持的研究：

黃慧貞（1980）研究發現社會支持與憂鬱症呈高度負相關，社會支持在生活壓力與憂鬱症之間扮演緩衝的角色。施建彬（1995）在幸福相關因素探討的研究中發現，接受社會支持較多者，情緒幸福感較高，主觀心理健康較佳者，其幸福感亦較高。

（二）有關教育程度、社經地位的研究：

有關教育程度的研究，Patrick、Cottrell和Barnes (2001)的研究發現，教育程度越高的女性其整體幸福感較高。曾淑汝（1999）研究發現教育程度愈高，在整體

生活品質以及健康與生活功能顯著高於教育程度低者。黃瓊妙（2000）研究結果顯示，父母社經地位愈高，青少年的幸福感也愈高。

（三）有關親子溝通的研究：

Video（2002）研究發現父母參與對於子女幸福感的影響具有明顯差異，故提出親子互動品質為測量其幸福感最有力之依據。國內學者翁樹澍（1990）研究也發現，青少年心理社會幸福感與親子溝通品質呈正相關。

（四）有關運動健康的研究：

Rejeski, Brawley 與 Shumaker (1996) 指出身體活動對於生活品質具正相關。Biddle 與 Mutrie (2001) 研究發現身體活動對於心理幸福感的指標都具有正面的影響。此外研究證明了運動可以增進身體及心理健康、降低罹患急性或慢性病的機率、減低壓力及憂鬱等等益處(Biddle, 1992)。盧俊宏（1998）針對從事健身運動所帶來的好處彙成一百零六種利益，例如減低憂鬱、提升記憶力、睡眠品質、體重控制、增進肌肉耐力、提升工作效率、增加信心與預防疾病等等。

以上幸福感的研究對象包括國小兒童、青少年、大學生、一般成人、親子等。進一步分析發現影響個人幸福感之相關因素頗多，包含社會支持、生活目標、教育程度、親子溝通以及運動健康等項目，但以上尚未有探討寵物飼主帶寵旅遊之態度與幸福感的相關文獻，故為本研究之價值。

四、幸福感相關量表之介紹

測試幸福感的方法相當多元，在英國牛津幸福量表（Oxford Happiness Inventory）中幸福感的概念包括：樂觀、社會承諾、正向情感、掌控感、身體健康、自我滿足與心理警覺等七大類，故知量表只是研究者的測量指標，藉由測驗總分加以分析，因此需要何種量表端看研究者的研究目的來挑選，而根據國內學者陸洛與施建彬（1995）針對高雄地區民眾所進行「幸福感來源」的實證質性研究，發現台灣地區民眾的幸福感來源包括：和諧的親友關係、他人讚賞、物質滿

足、工作成就、活得比別人好、樂觀知命、自我控制及自我實現感、快樂及正向的情緒、健康等九大類，以下就幸福相關量表加以介紹。

(一)生活滿意度量表(satisfaction with life scale, SWLS)

此量表乃是由Diener, Emmons, Larsen, 與Griffin 於1985年所建構出測量幸福感的量表，是用來評價個人對整體生活認知，但未涉及正負向情緒的部分。量表包含五個題目，採Likter 七點量表加以計分，量表的總分介於5 至35 分之間，得分越高者，代表對於整體生活的滿意程度越高，其幸福感也越高。是一套兼具信、效度的測量工具，且適合的年齡層及應用層面相當廣泛，具有節省面談時間及資源的優點(陳銀卿，2008)。

(二)整體情感指數與幸福指數

整體情感指數與幸福指數 (Indices of General Affect and Well-being) 主要是由Campbell等人於1976 年編製而成。此量表包括情感指數和生活滿意度兩個面向，前者8 題後者1 題。情感指數題項的內部一致性Cronbach's $\alpha = .89$ ，再測信度為.43；整體的再測信度為.56。

(三)整體幸福狀況表

整體幸福狀況表 (General Well-being Schedule) 是Dupuy於1970年為美國的『全國健康統計資料中心』編製而成。此量表共有33 題，其中有14 題為6 點量表、4 題為11 點量表，另外的15 題是自我行為的評估。測驗題 (共18 題) 的面向包括：對健康的憂慮、精力水平、滿足及細緻生活、沮喪-快活的心情和情感-行為的壓抑；總分由14分 (最不幸福) 到134 分 (最幸福)。量表內部一致性Cronbach's $\alpha = .48$ 至.78，再測信度為.85。

(四)MUNSH 快樂感量表

MUNSH 快樂感量表 (MUNSH-Happiness Scale) 是Kozma與Stones於1980年編製而成，用來評定老年人的心理健康。此量表共24 題，包括：5 題的正向情感、5 題的負向情感、7 題的正向體驗、7 題的負向體驗，分數由0 分 (最不快樂) 到48 分 (最快樂)。其內部一致性Cronbach's α 高於.85，且再測信度為.70。

(五)、牛津幸福量表

牛津幸福量表(Oxford Happiness Inventory, OHI)主要是由Argyle、Martin與Crossland 於1987年以貝克憂鬱量表 (Beck Depression Inventory) 為基礎所編製出的29 題四分量表，用來測試幸福感 (CFH 健康知識網，2010)。他們主張幸福感是由正向或快樂情緒的頻率及程度、一段期間內的滿意程度、沒有產生負向情緒 (憂鬱、焦慮) 所組成，因此是使用正偏態量尺，反應出幸福感的正向特質 (陸洛，1998)。測量的概念包括：樂觀、社會承諾、正向情緒、控制感、身體健康、自我滿足與心理警覺 (施健彬，1995)。

(六)牛津幸福問卷

Hills 與Argyle 於2002 年將OHI 再重新編成牛津幸福問卷 (OxfordHappiness Questionnaire, OHQ)，題數與測量面向相同，不過卻是採用6點計分方式，將問卷總分除以29，就是個人的幸福程度，最高分為6分，且分數越高代表幸福感越高，其內部一致性Cronbach's $\alpha=.91$ ，與OHI 的相關係數為 .80 (CFH 健康知識網，2010；侯辰宜，2007)。

(七)中國人幸福感量表

是陸洛和施建彬於1997 年根據Argyle et al. (1989) 的牛津幸福量表修改而成。其量表分為：自尊、人際關係、金錢、工作成就、樂天的生活態度、活的比別人好、自我控制與理想的實現、短暫的快樂、健康，共九個向度48 題的幸福感量表，其內部一致性Cronbach's $\alpha=.95$ ，再測信度為 .66，顯示該量表具有良好的效度 (陸洛，1998)。

五、小結

測試幸福感的方法相當多元，對此本研究考量填答者帶寵物旅遊的心態是正向、快樂、健康、放鬆心情且無負面情緒等因素，決定參考Hills and Argyle(2002)所提之牛津幸福量表精簡版(Oxford Happiness Questionnaire, OHQ)和參考呂佩

勳(2009)在「健康旅遊體驗與幸福感之研究」中，所編製的問卷量表，再針對帶寵物旅遊的特質加以修正，編製完成「帶寵物旅遊之幸福感量表」，主要的內涵包括：帶寵物旅遊滿意程度及樂在旅遊的程度。

第五節研究發展假設

一、寵物依戀、寵物旅遊態度與幸福感之關係

由於高齡少子化及單身化等社會人口結構改變的影響下，人與人之間的感情薄弱慰藉減少，為了因應伴隨而來的空虛感與寂寞感，有越來越多人開始飼養寵物來陪伴自己(簡好儒，2002)。李鴻昌(2007)其研究中指出，寵物角色改變取得「家人」社會地位的脈絡之因，乃是由於社會結構轉化，再加上城市化與家庭核心化的影響使得人與人之間關係變得淡薄，而使得寵物地位提升，成為人們情感上的寄託，有如親人和密友般的伴侶。人類與寵物經過長久的相處之下，往往會產生深厚的情感，也會將自己的父愛或母愛關注在寵物身上，對於貓狗的「情感性」價值已超越了「實用性」和「經濟性」的價值(鄧瓊葵，2009)。

根據Johanson et al. (1992) 的期刊論文，寵物依戀 (Pet attachment) 可被定

義為「人類與寵物間可能存在之情感程度之高低」。在飼主與寵物之間的關係中，飼主在照料寵物日常瑣事及與其互動的過程中，會自然的向其傾訴心事，主動的想到寵物的需求，也因為生活的親密貼近相處下，故在情感連結上就更加緊密，因此在此關係中，飼主身兼兩種角色，一為主要照顧者，另一為情感依附者(劉子綺，2007)。Bahrick與Sharkin(1990)也提出人與寵物之間形成情感依附，是一種相當特別與不同於和人之間的相處。

依據WTO (World Tourism Organization) 的定義為：「旅遊是指旅遊的人離開日常生活居住地，前往其他地方從事休閒、商業、社交或其他目的相關活動的總稱。」陳小雯(2009) 論文提到旅遊是旅遊者有時間有金錢在自己的能力範圍內，走出自己的家及工作環境的日常環境，去從事室內或室外，各種形式的動態或靜態的對身心有所助益的活動。因此可知從事旅遊活動是讓自己去一個或多個地方做自己想做的事及看自己想看事物的活動進而舒解人們身心上的壓力促使人們健康減少負面情緒的產生，及帶給人們心靈的幸福。對於許多飼主而言，寵物的角色與意義是如同家人、朋友一般的貼近，依 2005 年7 月的《USA Today Magazine》的報導：依據美國人口普查署統計顯計，美國74%的家庭都包括了伴侶寵物，狗、貓、馬、海龜、兔子等且愈來愈多的人喜歡帶寵物出門旅遊。以往狗被視為人類最好的朋友，直至今日則更有視同如家人般之說法，出遊時也偏好攜帶寵物共同出遊(方心怡、張光婷，2006；于永娥，2006)，因飼主帶寵物旅遊取決於對考慮的事項態度，寵物旅遊態度包括了認知、情感、行為，且寵物旅遊是特殊的產品，符合特定性、強勢性與凸顯性的特徵，是影響飼主帶寵物旅遊所產生的幸福快樂之重要因素。飼主透過動態活動使自己與寵物更健康、快樂、幸福。故本研究假設提出假設H1和H2，亦即寵物旅遊態度為寵物依戀與所對應之幸福感之中介變數：

假設(H1)：寵物旅遊態度會受到寵物依戀程度不同而有顯著影響。

假設(H2)：幸福感會受到寵物旅遊態度所影響。

假設 (H5)：寵物旅遊態度對寵物依戀與幸福感具有中介影響效果

而「寵物旅遊產品」則意指安排旅客攜帶寵物一起出門旅遊之旅行團或自由行等套裝旅遊產品。何錦芳(2008)在其論文中提到寵物飼主要帶著寵物旅行時可能考慮的事項：

- 寵物身體健康嗎？
- 寵物是對於不熟悉的環境是否會感到舒適嗎？
- 如果目的地的溫度更冷或更熱時，寵物會習慣嗎？
- 旅遊有助於寵物健康嗎？
- 旅遊的目的地適合於寵物嗎？
- 旅館地點適合於寵物嗎？
- 旅館服務人員是友善寵物？

但從李韻庭(2007)；陳盈綸 (2012)的國外與國內著名旅館業提供寵物服務之現況看出國外旅館所提供的寵物服務項目遠比國內多元，相較於國內，國外對客人寵物的服務格外多了一份用心。同方心怡及張光婷(2006) 指出國內旅館大多無提供任何可給予寵物使用之空間，惟少數旅館提供如寵物收容所的硬體設備，但未提供寵物舒適之住宿品質，常讓原有意與寵物出遊的飼主因不放心寵物的生活或是無處寄放，改變或取消旅遊規劃。李俚德(2003)認為「當飼主想外出旅遊時，誰會忍心拋下自己的寵物孩子呢？」且根據Starwood 的調查報告有37%的人很肯定地表示，若有更多的旅館能夠接受客人的寵物同行，將會增加其攜帶寵物一同出遊的次數(Guadalupe -Fajardo , 2003) 。當然寵物飼主除了在乎旅遊時旅館是否提供如寵物收容所的硬體設備外，也擔心寵物因旅遊出外而有不適應新環境、新食物等等因素，且在乎服務人員是否有同理心能有愛心、耐心對待他的寵物。在李韻庭(2007)的論文「墾丁地區旅館業提供服務之差異性研究」其質性訪談中指出，提供客人寵物同住服務之旅館對客人之影響，顯示當旅館能滿足寵物時，也會滿足客人；研究也顯示由於寵物無法說話員工比須花更多心思觀

察，並透過寵物與客人有更多的互動，整體的服務品質因此提升很多，如只是提供客人寵物寄放區服務的旅館，寵物的主人雖滿意，但仍擔心寵物的安危，因為擔心而影響了其對旅遊心情，進而對旅館的服務品質滿意度降低，而影響帶寵物旅遊的所產生的快樂幸福感，故本研究假設提出假設H3-1和H3-2：

假設H3-1：寵物旅遊產品差異化因素(寵物旅館設備)的認知會影響寵物旅遊態度與幸福感。

假設H3-2：寵物旅遊產品差異化因素(旅館友善服務)的認知會影響寵物旅遊態度與幸福感。

二、寵物依戀與幸福感之關係

Albert和Bulcroft(1988)研究調查指出，寵物被人們視作家庭成員，在城市家庭中扮演著顯著情感和角色。Greenebaum(2004)的研究也顯示，許多愛狗者不把狗當成狗，而是把牠們當成家人、最好的朋友，或是一個「穿著毛皮的小寶貝」(fur babies)，他們將自己視作是狗兒的爸爸和媽媽，而非狗兒擁有者。我們可以看出寵物在許多飼主的心理上已經被界定成家庭成員中的一份子。Sharkin與Bahrick(1990)提出人與寵物之間形成情感依附，這是一種相當特別與不同於和人之間的相處。王乃玉(2003)針對國外學者研究，歸納出人類喜愛寵物的潛在原因，乃因寵物具有提供無條件的愛的特性，似於幼年期客體—母親所提供的

替代性依附關係，滿足人類基本安全感的需求與操控自主的潛在意圖。由於寵物和人存在這種密切的關聯，有些飼主甚至把寵物視作家人，因為和寵物間存有的依附，使他們感受到愛與陪伴和安全感，而降低寂寞增加幸福快樂感（江珮儀，2004）。故本研究提出假設H4：

假設（H4）：寵物依戀會影響幸福感。

第三章研究方法

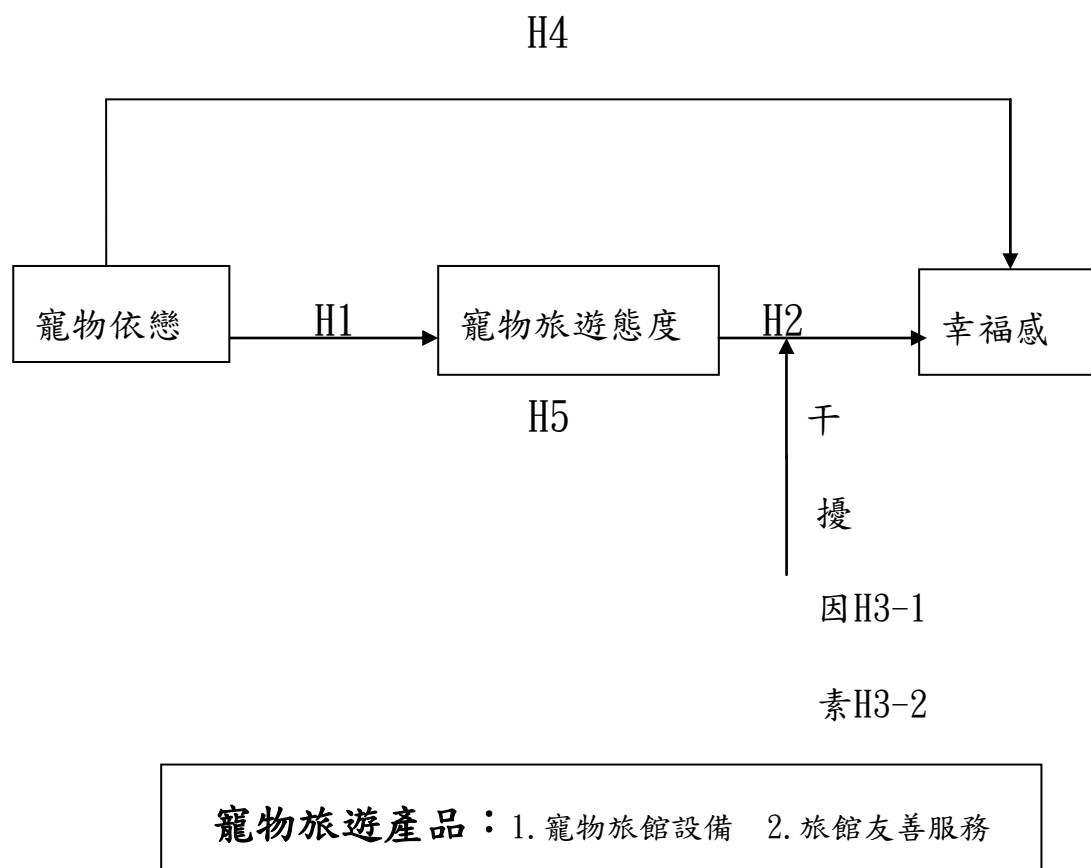
本研究採問卷調查法，針對寵物飼養者發放問卷，調查其寵物依戀、寵物旅遊態度、寵物旅遊產品(寵物旅館設備、旅館友善服務)與幸福感之關係。本章共分成五節，第一節為研究架構；第二節為研究假設；第三節為研究對象；第四節為研究工具；第五節為資料分析方法。

第一節研究架構

本研究根據研究目的提出研究架構，如圖3-1-1所示。整體架構探討寵物依

戀、寵物旅遊態度、寵物旅遊產品(寵物旅館設備、旅館友善服務)與幸福感之關係。其中寵物依戀關係為自變項，探討其對幸福感的影響並以寵物旅遊態度為中介變項時其對寵物依戀與幸福感之影響情形，且以寵物旅遊產品(寵物旅館設備、旅館友善服務)為調節變項時與寵物旅遊態度下對幸福感的影響情形。

研究之架構



圖表3-1-1研究架構

第二節研究假設

本研究之目的在於了解寵物依戀、寵物旅遊態度、寵物旅遊產品(寵物旅館、友善服務)、幸福感之關係。根據上述之相關文獻及研究，提出以下假設並加以驗證：

假設 (H1)：寵物依戀程度會影響寵物旅遊態度。

H1-1：寵物依戀對寵物旅遊態度(認知)具有正向顯著的影響效果。

H1-2：寵物依戀對寵物旅遊態度(情感)具有正向顯著的影響效果。

H1-3：寵物依戀對寵物旅遊態度(行為)具有正向顯著的影響效果。

假設 (H2)：寵物旅遊態度會影響幸福感。

H2-1：寵物旅遊態度(認知)對幸福感具有正向顯著的影響效果。

H2-2：寵物旅遊態度(情感)對幸福感具有正向顯著的影響效果。

H2-3：寵物旅遊態度(行為)對幸福感具有正向顯著的影響效果。

假設 (H3-1)：寵物旅遊產品差異化因素(寵物旅館設備)的認知會影響寵物旅遊態度與幸福感的程度。

H3-1-1：寵物旅遊產品(寵物旅館設備)在認知與幸福感間具有顯著的調節效果。

H3-1-2：寵物旅遊產品(寵物旅館設備)在情感與幸福感間具有顯著的調節效果。

H3-1-3：寵物旅遊產品(寵物旅館設備)在行為與幸福感間具有顯著的調節效果。

假設 (H3-2)：寵物旅遊產品差異化因素(旅館友善服務)的認知會影響寵物旅遊態度與幸福感的程度。

H3-2-1：寵物旅遊產品(旅館友善服務)在認知與幸福感間具有顯著的調節效果。

H3-2-2：寵物旅遊產品(旅館友善服務)在情感與幸福感間具有顯著的調節效果。

H3-2-3：寵物旅遊產品(旅館友善服務)在行為與幸福感間具有顯著的調節效果。

假設 (H4)：寵物依戀程度不同會影響幸福感。

假設 (H5)：寵物旅遊態度對寵物依戀與幸福感具有中介影響效果。

H5-1：寵物旅遊態度(認知)對寵物依戀與幸福感具有中介影響效果。

H5-2：寵物旅遊態度(情感)對寵物依戀與幸福感具有中介影響效果。

H5-3：寵物旅遊態度(行為)對寵物依戀與幸福感具有中介影響效果。

第三節研究對象及抽樣設計

本研究針對年滿20歲之上寵物飼主為研究對象，並利用下列方式收集資料：

1. 寵物醫院：鎖定寵物醫院並透過醫院相關人員協助定點發放問卷給帶寵物至醫院的飼主。
2. 寵物美容量販店、寵物餐廳：鎖定寵物美容量販店、寵物餐廳相關人員協助

定點發放問卷給寵物飼主。

3. 寵物旅館、民宿：因探討寵物旅遊產品(寵物旅館設備、旅館友善服務)對幸福感所產生的影響為何為本研究探討項目之一，故鎖定寵物旅館、民宿並透過寵物旅館、民宿相關人員的協助發放問卷給寵物飼主。
4. 採取網路問卷：網路具有普及性，故利用網路寵物相關社群，透過寵物相關論壇設置問卷填答。

由於採樣上的困難，本研究論文問卷發放時間預計從 8 月 23 日到 10 月 31 日收回問卷，發放問卷共(580)份，實際回收(550)份，回收率為(94.83) %，無效問卷(26)份，有效問卷共(524)份，有效回收率為(90.34) %。

第四節研究工具

本研究問卷分成五大部分，第一部分為寵物依戀量表，第二部分為寵物旅遊態度量表，第三部分為寵物旅遊產品量表，第四部分為幸福感量表，第五部分為受訪者背景資料問卷。

一、寵物依戀量表(PAQ)

本研究之寵物依戀量表，主要採參考 Stallones, Marx, Garritty, & Jonson, (1991) 所發展之量表，以及並參考(周容綺，2012)翻譯之寵物依附量表修訂，此部分共計 8 題問項。採 Likert 五點量尺度作評分：1 分為非常不同意，2 分為不同意，3 分為普通，4 分為同意，5 分為非常同意；得分愈高者，表示寵物依戀程度愈高。

表 3-4-1 寵物依戀表與問卷內容

寵物依附量表 (PAQ)

	問卷內容	相關文獻
1	飼養寵物可以讓我更健康	(Stallones, Marx, Garritty, & Jonson, 1991) 及 (周容綺，2012) 翻譯修訂
2	有養寵物的家庭才是完整的家庭	
3	別人對我的寵物的反應會影響我對他/她的觀感	
4	我會帶寵物去拜訪朋友	
5	寵物應該享有和家庭成員同等的權利和特權	
6	我會把寵物的照片放在皮夾(或在家裡、辦公室)	
7	因為寵物比其他人對我更忠心，所以我喜歡寵物	
8	寵物是我的家人	

二、寵物旅遊態度量表

本研究之寵物旅遊態度量表，主要參考 Sears, Peplau, & Taylor (1991) 之觀點，將態度分為「認知」、「情感」與「行為」因素，佐以 Ragheb and Beard 所編製之休閒態度量表和許辰維 (2004) 在「以計劃行為理論探討冒險性遊憩活動參與者之行為意向研究」中所編制的問卷量表。除了參考上述學者之研究再依本研究目的進行修改，以符合本研究之目的。寵物旅遊態度量表共計 11 題題項。採 Likert

五點量尺度作評分：1 分為非常不同意，2 分為不同意，3 分為普通，4 分為同意，5 分為非常同意；得分愈高者，表示對帶寵物旅遊之意願愈高。

表 3-4-2 寵物旅遊活動參與態度之量表與問卷內容

	問卷內容	相關文獻
1	我覺得帶寵物去旅遊有益於個人健康	Ragheb and Beard 所編製之休閒態度量表和許辰維（2004）在「以計劃行為理論探討冒險性遊憩活動參與者之行為意向研究」中，所編製的問卷量表。
2	我覺得帶寵物去旅遊可以增進個人生活快樂	
3	我認為帶寵物去旅遊有助於個人放鬆心情	
4	帶寵物去旅遊能帶給我愉快的體驗	
5	帶寵物去旅遊讓我感到很自在	
6	我喜歡帶寵物去旅遊	
7	我常常帶寵物去旅遊	
8	即使忙碌，我仍然會抽空帶寵物去旅遊	
9	只要有時間，我會帶寵物去旅遊	
10	我贊成增加帶寵物去旅遊的時間或頻率的想	
11	相較於其他活動，帶寵物去旅遊是我優先的休閒選擇	

資料來源：本研究整理

三、寵物旅遊產品量表

寵物旅遊活動是特別的套裝旅遊產品，因此可能受到寵物旅遊產品干擾而影響，本量表主要參考 Kuo-ching Wang 等人對旅遊產品要項的分類和何錦芳(2008)所發展的問卷，再依本研究目的進行修改，以符合本研究需求而成。內容包括「寵物旅館設備」、「旅遊友善服務」兩個構面共計 14 題問項。採 Likert 五點量尺度作評分：1 分為非常不同意，2 分為不同意，3 分為普通，4 分為同意，5 分為

非常同意；得分愈高者，表示對帶寵物旅遊之意圖干擾愈高。

表 3-4-3 寵物旅遊產品量表與問卷內容

	問卷內容	相關文獻
寵物旅館設備		本研究將參考 Kuo-ching Wang 等人對旅遊產品要項的分類、何錦芳 (2008) 所發展的寵物旅遊產品量表
1	提供了寵物專用清洗設施（如寵物洗腳或洗澡台、烘乾設備或擦拭乾布等）	
2	房間或公共空間提供了寵物專用衛生清潔器具（如寵物尿皿、清香劑、拖把等）	
3	提供了專業的寵物運動空間（如有柵欄的寵物運動場或草地）	
4	週遭有良好的寵物活動空間（如可帶寵物散步的公園或安全的空地）	
5	提供了特別的寵物設施或服務（如寵物泡湯池或泳池、寵物美容服務、寵物攝影等）	
6	寵物能與飼主住在同一房間	
7	寵物可以到房間內以外的地方活動（如大廳、餐廳等），而不是只限制在房間內	
8	具備專用空氣濾清器，以保持密閉空間內空氣的清新	
旅館友善服務		
9	服務人員對待寵物很友善	
10	服務人員本身就喜愛寵物	
11	服務人員有足夠耐心對待寵物	
12	服務人員有受過動物行為學的訓練課程	
13	服務人員相當程度的了解寵物相關知識	
14	服務人員有基本的寵物醫療常識	

資料來源：何錦芳(2008)所發展的寵物旅遊產品量表

四、幸福感量表

本研究對於幸福感的定義為「指飼主帶寵物旅遊活動所產生的快樂、健康心理感受與滿意的狀態」。有關寵物飼主帶寵物旅遊活動後產生的幸福感受主要透過 Hills and Argyle(2002)牛津幸福量表精簡版(Oxford Happiness Questionnaire, OHQ)為基礎內涵和參考呂佩勳(2009)在「健康旅遊體驗與幸福感之研究」中，所編製的問卷量表再依本研究目的進行修改，以符合本研究需求而成，共計 8

題。採 Likert 五點量尺度作評分：1 分為非常不同意，2 分為不同意，3 分為普通，4 分為同意，5 分為非常同意；得分愈高者，表示幸福感愈高。

表 3-4-4 牛津幸福問卷 (OHQ) 與問卷內容

	問卷內容	相關文獻
1	這次帶寵物去旅遊的過程是令人滿意的	Hills and Argyle(2002)牛津幸福量表精簡版(Oxford Happiness Questionnaire, OHQ) 和參考呂佩勳(2009)在「健康旅遊體驗與幸福感之研究」中，所編製的問卷量表。
2	這次帶寵物去旅遊對我來說是相當值得的	
3	這次帶寵物去旅遊的安排是令人滿意的	
4	這次帶寵物去旅遊是快樂的	
5	這次帶寵物去旅遊中有許多美好的體驗	
6	這次帶寵物去旅遊是具有吸引力的	
7	這次帶寵物去旅遊中有許多有趣的事	
8	這次帶寵物去旅遊留下許多特別愉快的回憶	

資料來源：本研究整理

五、個人背景資料問卷

個人背景資料問卷是以人口統計變量為主。包括年齡、性別、婚姻狀況、教育程度、平均月收入、目前居住狀況、飼養的寵物類別、每年帶寵物旅遊的活動時間等共 8 題問項，藉以探討寵物飼主在人口統計上的特性。

1. 性別：☐ 男生 ☐ 女生
2. 年齡：☐ 20~29 歲 ☐ 30~39 歲 ☐ 40~49 歲 ☐ 50~59 歲 ☐ 60 歲以上

3. 婚姻狀況：☐ 已婚 ☐ 未婚
4. 教育程度：☐ 國中 ☐ 高中/職 ☐ 大專/大學 ☐ 研究所以上
5. 請問您個人每月平均收入多少元？
☐ 20,000 元以下 ☐ 20,001-40,000 元 ☐ 40,001-60,000 元
☐ 60,001 元以上
6. 請問您一年內帶寵物旅遊的次數？
☐ 1 到 3 次 ☐ 4 到 6 次 ☐ 7 到 9 次 ☐ 超過 10 次
7. 請問您目前居住狀況：
☐ 自己和寵物住 ☐ 和家人、寵物同住 ☐ 其他_____
8. 請問您目前飼養的寵物為：☐ 狗 ☐ 貓 ☐ 其他_____（不可複選）

第五節 資料分析方法

問卷回收後，剔除無效問卷，將有效問卷進行編碼，並將受試者填答者的資料輸入電腦建立資料檔，並利用統計軟體 SPSS for Windows 18.0 版統計套裝軟體進行資料處理。：

（一）、描述性統計分析

本研究針對寵物飼主之個人基本資料進行次數分析、百分比顯相關基本資料，對於寵物依戀、寵物旅遊產品、寵物旅遊態度與幸福感，以平均數及標準差顯示資料之分布狀況。

(二)、因素分析(factor analysis)

因素分析為測量效度之方式，KMO 值 ≥ 0.5 ，取特徵值 >1 的共同因素。本研究使用主成分分析法(principal component analysis)，並以最大變異法(Varimax)進行直交轉軸(orthogonal rotation)。針對寵物依戀、寵物旅遊態度寵物旅遊產品及幸福感量表內容，萃取出其內涵之構面。

(三)、信度分析(reliability analysis)

將問卷之量表，包括情緒勞務量表、休閒調適策略量表及幸福感量表，所測量之結果做內部一致性分析，依據正式預測所得，採用Cronbach' s α 係數計算量表內題項的可信度，用來確定研究回收樣本，在行為上的表現是否達一致性。

(四)、Pearson 積差相關

Pearson 積差相關分析主要在檢驗兩兩變項間之線性關係分析，以了解各變項間之相關程度與是否達到顯著之關聯性，通常以相關係數 r 來表示相關程度，相關係數 r 之絕對值越大，則表示兩變項間之關係越密切。

本研究以 Pearson 積差相關分析寵物飼主的寵物依戀、寵物旅遊態度、寵物旅遊產品、與幸福感之相關性。

(五)、階層多元迴歸分析 (hierarchical multiple regression analysis)

本研究以強迫輸入法，進行階層多元迴歸分析，將各變數依序放入迴歸模式中，以探討寵物依戀及寵物旅遊態度對幸福感的影響，並探討寵物旅遊產品在寵物旅遊態度與幸福感間是否具有顯著的調適效果。

airiti

參考文獻

一、中文部分

- 于永娥（2006）。台灣地區發展可攜帶寵物同住民宿可行性之研究。屏東科技大學熱帶農業暨國際合作研究所碩士論文，屏東。
- 方心怡、張光婷（2006）。立德管理學院觀光旅館經營學系專題研究。
- 王乃玉（2003）。國小高年級兒童－寵物互動行為、兒童寵物信念、兒童－寵物親密關係與非學業自我概念關係之研究。國立新竹教育大學教育碩士論文，

未出版，新竹。

古婷菊 (2005)。國中教師幸福感及其相關因素之研究。國立臺灣師範大學碩士論文，未出版，台北。

江佩儀 (2004)。應用寵物治療於護理之家之經驗分享。長期照護雜誌，8(2)，118-124。

何錦芳 (2008)。飼養態度與對攜帶寵物旅遊產品的產品差異化認知和付費意願間關係之研究。私立世新大學觀光學系研究所碩士論文，未出版，台北。

吳怡伶 (2006)。動物溝通：寵物作為人際互動的中介。世新大學口語傳播學研究所碩士論文，台北。

吳明隆 (2003)。spss 統計應用學習實務：問卷分析與應用統計。知城數位科技：台北市。

吳武忠 (2007)。觀光學。台北：台灣培生教育。

吳經熊 (1992)。內心悅樂之源泉。台北市：東大。

呂佩勳 (2009)。健康旅遊體驗與幸福感之研究。國立臺灣師範大學博士論文，未出版，台北。

李俚德 (2003)。連寵物一起服務的市場趨勢，突破雜誌 219，70 - 71 頁。

李連成 (2011)。新北市國小教師兼任行政人員角色壓力、幸福感與組織承諾關係的研究。國立政治大學碩士論文，未出版，新竹。

李鴻昌 (2006)。「寵物≠寵物」：家庭休閒與寵物的新共生關係。國立台灣體育學院休閒運動管理研究所碩士論文，未出版，台中。。

李韻庭 (1997)。墾丁地區旅館業提供寵物服務異性研究。國立高雄餐旅學院餐旅管理研究所碩士論文，未出版，高雄。

彼得、奧森。消費者行為。(賴其勛譯)(2000)。台北：麥格羅布爾。(原著出版年：1999 年)

林子雯(2006)。成人學生多重角色與幸福感之相關研究。國立高雄師範大學成人教育研究所碩士論碩士論文，未出版，高雄。

林宗賢、侯錦雄 (2007)。遊客溫泉旅遊度假區知覺意向之度量—谷關為例。戶外遊憩研究，20(2)，79-99。

林建煌(2002a)。消費者行為。台北：智勝文化。

林祝菁 (2009)。超商、藥妝店 展店快步走。中時電子報。上網日期：2013年9月21日。檢自：

<http://tw.news.yahoo.com/article/url/d/a/090130/4/1doh3.html>

林燈燦 (2001)。旅行業經營管理：理論與實務。台北：品度出版社。

周容綺 (2013)。寵物依戀、休閒調適與快樂之關係。亞洲大學休閒與遊憩碩士論文，未出版，台中。

侯辰宜 (2007)。國小教師幸福感與教學效能之相關研究：以桃園縣為例。中原大學教育研究所論文，未出版，中壢。

- 施建彬 (1995)。幸福來源與相關因素之探討。高雄醫學院研究所論文，未出版，高雄。
- 韋伯 (1995)。社會心理學。(趙居蓮譯)。台北：桂冠。
- 容繼業 (1992)。旅行業管理實務篇。台北：揚智文化事業股份有限公司。
- 翁樹澍 (1990)。親子互動關係對青少年心理社會福利感之影響研究。私立中國文化大學碩士論文，未出版，台北。
- 馬萱人 (2004)。美寵物商機上兆，專賣店搶走超市生意—飼主尋求更高檔、更多元的產品與服務，商業週刊，858，112-114。
- 張春興 (2005)。現代心理學。台北：東華書局。
- 許辰維 (2004)。以計畫行為理論探討冒險性遊憩活動參與者之行為意向—以登山活動為例。靜宜大學觀光事業學系碩士論文，未出版，台中。
- 郭啟瑞 (2005)。國小學童依附關係與人際關係、生活適應之研究。國立台南大學教育學系碩士論文，未出版，台南。
- 陳小雯 (2009)。旅遊與幸福。國立中央大學博士論文，未出版，桃園。
- 陳玉雲 (2003)。鏡子與視窗：人類與動物關係的社會文化研究。中外文學，32(2)，41-71。
- 陳盈綸 (2012)。有關台灣的寵物市場研究—以日本寵物市場之產業趨勢為例。私立義守大學研究所碩士論文，未出版，高雄。
- 陳紋瑤 (2013)。高雄市國小兼任行政職務教師社會支持與幸福感關係之研究。國立屏東教育大學碩士論文，未出版，屏東。
- 陳鈺萍 (2004)。國小教師的幸福感及其相關因素之研究。屏東師範學院國民教育碩士論文，未出版，屏東。
- 陳慧玲 (2011)。寵物主帶寵物參與休閒活動之研究—結合寵物依附與休閒阻礙協商模式。銘傳大學博士論文，台北。
- 陳麗如 (1997)。生活目標與心理健康關係之研究。國立屏東師範學院碩士論文，未出版，屏東。
- 陳銀卿 (2008)。國小教師工作壓力與幸福感之相關研究。國立新竹教育大學碩士論文，未出版，新竹。
- 陸洛 (1997)。工作壓力之歷程，理論與研究的對話。中華心理衛生學刊，10(4)，19-51。
- 陸洛 (1998)。中國人幸福感之內涵、測量及相關因素探討。國家科學委員會研究彙刊：人文及社會科學，8(1)，115-137。
- 揭陽 (2005)。老來伴寵物產業方興未艾，Taiwan News財經·文化周刊，177，36-37。
- 曾文志 (2007)。大學生對美好生活的常識概念與主觀幸福感研究。國立台灣師範大學教育心理與輔導學系教育心理學報，38(4)，417-441。
- 曾淑汝 (1999)。護理之家老年住民的生活品質相關因素探討。高雄醫學院碩士論文，未出版，高雄。

- 程鈺雄 (2002)。對身心障礙人士的寵物治療。國教之聲，34 (3)，2-4。
- 費昌勇 (2009)。台灣地區狗貓數調查報告。行政院農業委員會。
- 黃安邦 (1992)。社會心理學。台北：五南圖書出版公司。
- 黃慧貞 (1980)。生活壓力歸因型及社會支援與大學生的憂鬱症。台灣大學心理研究所碩士論文，台北。
- 黃瓊妙 (2000)。臺北市在學少年不同休閒參與類型之刺激尋求動機、休閒阻礙對其心理社會幸福感之探討。私立中國文化大學碩士論文，台北。
- 楊文燦、蕭瑞貞 (1998)。遊客對森林遊樂區設置與管理態度之研究-以太平山森林遊樂區為例。第二屆造園景觀與環境規劃設計研究成果研討會休閒理論與遊憩行為論文集 255-270。台北：田園城市文化。
- 楊姮稜、黃慧璧、梁碩麟、陳光陽、賴秀穗 (1995)。台灣地區畜主與獸醫師及畜主與寵物間關係之研究：以國立台灣大學農學院附設家畜醫院為例。中華獸醫誌，21 (5)，316-325。
- 謝琦強、莊翰華、曾宇良 (2011)。台灣的全球化旅遊市場行銷策略初探。嶺東學報，29。
- 楊雅芳 (2012)。同伴動物：人倫限度的探究。台灣大學心理研究所碩士論文，台北。
- 楊伶雯 (2008)。搶攻台灣寵物市場商機 統一超AHB集團合資「寵物達人」。今日新聞網。來源：
<http://www.nownews.com/2008/01/17/185-2218538.htm#ixzz2fL8jslcf>
上網時間：2013年09月21日
- 葉寶玲 (2011)。華人家庭倫理脈絡下諮商師透過個人心理治療關係與母親情感關係改變之研究。國立臺灣師範大學教育博士論文，未出版，台北。
- 廖德琦 (2004)。寵物市場商機爆炸，新台灣新聞週刊，來源：<http://www.newtaiwan.com.tw/bulletinview.jsp?period=407&bulletinid=13678>，2006年4月30日。
- 劉子綺 (2007)。成人飼主面對寵物死亡的心理調適與歷程之研究。南華大學生死學系碩士論文，嘉義。
- 劉家祺 (2010)。國小高年級學童社會支持、情緒調整與幸福感之相關研究。南華大學碩士論文，嘉義。
- 歐聖榮 (2007)。休閒遊憩，台北：前程文化事業有限公司。
- 鄧瓊嫻 (2009)。成年女性飼主經歷寵物犬死亡之悲傷調適歷程研究。國立臺灣師範大學教育學系博士論文，未出版，台北。
- 盧俊宏 (1998)。從事體適能運動所帶來的 106 種利益。臺灣省學校體育，5(7)，17-23。
- 謝佳書 (2009)。現代寵物飼養—互動論取向研究。天主教輔仁大學社會學系碩士論文，台北。

- 簡好儒 (2002)。寵物商品化與價值變遷：分析1950年代後犬市場的形成與變遷，台灣大學社會學研究所碩士論文，台北。
- 簡晉龍 (2002)。自我建構與主觀幸福感：自尊與相融和諧的角色。國立政治大學碩士論文，未出版，台北。
- 羅立人 (1998)。大學生的依附風格與寂寞感之相關研究。彰化師範大學碩士論文，未出版，彰化。
- 鐘語薇 (2011)。寵物旅館營運模式及人力培訓之研究。國立清華大學碩士論文，未出版，新竹。
- 楊宜音、張志學、彭泗清等(譯)，楊中芳總校訂(1997)。性格與社會心理測量總覽(上)。(譯自Andrew, F, M. & Robinson, J, P. (1997); Robinson J. P., Shaver P. R. & Wrightsman L. S. 主編。)台北：遠流。
- 曾淑汝 (1999)。護理之家老年住民的生活品質及相關因素探討。高雄護理學院碩士論文，未出版，高雄。
- 曹勝雄 (2003)。觀光行銷學。台北：揚智文化事業有限公司。
- 黃俊英 (2001)。行銷學的世界。台北：天下文化。
- 彭俊榮 (2003)。旅行業全包套裝團體旅遊產品業務行銷策略之研究。世新大學觀光學系碩士論文，未出版，台北。
- 顧樹株 (1985)。旅遊市場學。台北：揚智文化事業股份有限公司。

網路資料：

- 農委會 http://animal.coa.gov.tw/html/?main=9h&page=09_resources_a02
- 沛銖寵物生活館http://petline.com.tw/pet_shop/shop4.php
- 今日新聞<http://www.nownews.com/2008/01/17/185-2218538.htm>

雜誌：

- 寵物黃頁2013。頤和文化。

二、英文部分

- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179-211.
- Albert, A. & Bulcroft, k. (1988). Pets, Families and the Life Course. *Journal of Marriage and the Family*, 50(2), 543-552.
- Allen, K .M ., Blascovich, J ., Tomaka, J ., & Kelsey, R .M ., (1991). Presence of human friends and pet dogs as moderators of autonomic responses to stress in women, *Journl of Personlity and Social Psychology*, 61(4), 582- 589 .
- Allen, K. M ., Blascovich, J ., & Mendes, W. B ., (2002). Cardiovascular reactivity

and the presence of pets , friends and spouses : The truth about cats and dogs ,
Psychosomatic Medicine , 64 , 727 - 739 .

Allport, G. W. (1968). The historical background of modern social psychology. In
G.Lindzey and E. Aronson (ed.), *The handbook of social psychology*, 1, 1-80.

Argyle, M. (1987). *The psychology of happiness*. New York: Routledge.

Bahrnick, A. S., &Sharkin, B. C. (1990). Pet loss: Implications for counseors. *Journal
of Counseling & Development*, 68, 306-308.

Bartholomew K. & Horowitz L. M. (1991). Attachment Styles Among Young
Adults : A Test of a Four-Category Model. *Journal of Personality and Social
Psychology*, 61(2), 226-244.

Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). The moderator-mediator variable distinction in
social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical
considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51,1173-1182.

Bernstein , P. L., Friedmann, E., & Malaspina, A., (2000). Animal-assisted therapy
enhances resident social interaction and initiation in long-term care facilities,
Anthrozoos , 13 , 213 -224 .

Biddle, S. J. H., & Mutrie, N. (2001). *Psychology of physical activity-determinants,
well-being and interventions*. Landon: Routledge.

Blood, R., D. Wolfe(1960). *Husbands and Wives: The Dynamics of Married Living*.
New York: Macmillan.

Bowlby, J. (1969). *Attachment and loss*. NY: Basic Books.

Bowlby, J. (1979). *The making and breaking of affactional bonds*. London: Tavistoc.

Bradburn, N. M., & Caplovitz, D. (1969). *The structure of psychological well-being*.
Chicago: Aldine.

Bretherton (1992).“The Origins of Attachment Theory :John Bowlby and Mary
Ainsworth,”*Developmental Psychology*, 28(5), 759-775.

Butler, C., Hetts, S., & Lagoni, L. (1994). *The human-animal bond and grief*.
Philadelphia: WB Saunders.

Costa, P. T.& McCrae, R. R. (1980). Influence of extraversion and neuroticism on
subjective well-being: Happy and unhappy people. *Journal of Personality Social
Psychology*, 38, 668-678.

Deborah, L .W. ,(2004). The facilitation of social interations by domestic dogs ,
Anthrozoos , 17(4), 340 - 352 .

Dennis, C. T. ,Gulf , R . &Lorenz , G. ,(2003). Spouses and cats and their effects
on human mood , *Anthrozoos* , 16(3) , 213 - 228 .

Diener, E. (1984). Subjective well-being. *Psychological Bulletin*, 95(3),542-575.

- Diener, E., Lucas, R. E., & Scollon, C. N. (2006). Beyond the hedonic treadmill: revising the adaptation theory of well-being. *American Psychologist*, 61(4), 305.
- DiTommaso, E., Brennen-McNulty, C., Ross, L., & Burgess, M. (2003). Attachment styles, social skills, and loneliness in young adults. *Personality and Individual Differences*, 35, 303-312.
- Emmons, R. A., Diener, E., & Larsen, R. J. (1985). Choice of situations and congruence models of interactionism. *Personality and Individual Differences*, 6, 693-702.
- Fine, A. H., (2000). Handbook on Animal - Assisted Therapy :Theoretical Foundations and Guidelines for Practice , San Diego, CA, US: Academic Press.
- Friedmann, E. , Thomas, S. A. & Eddy, T. J ., (2000). Companion animals and human health : Physical and cardiovascular influences , In Podberscek , A . , Paul , E . , & Serpell , J . A ., Companion Animals and US: Exploring the Relationships between people and Pets, Cambridge: Cambridge University Press, 125 - 142 .
- Friendmann, E., & Thomas, S. A. (1995). Pet ownership, social support, and one-year survival after acute myocardial infarction in the Cardiac Arrhythmia Suppression Trial (CAST). *American Journal of Cardiology*, 76(17), 1213-1217.
- Gilbert, D., & Abdullah, J. (2004). Holiday taking and the sense of well-being. *Annals of Tourism Research*, 31(1), 103-121.
- Glanton, D. (2002). Tennessee Hotel Put Out Mintson the Pillow, Teats for Fido, Knight Ridder Tribune Business News , Washington .
- Guadalupe-Fajardo, E. (2003). Starwood Hotels design scustom-made dog beds , Caribbean Business , 31 , 37 .
- Hazsen, C., & Shaver, P. R (1987), "Romantic Love Conceptualization as an Attachment Process," *Journal of Personality and Social Psychology*, 52(3), 511-524.
- Headey, B., & Wearing, A (1990). Subjective well-being and coping with adversity. *Social Indicators Research*, 22, 327-349.
- Johnson, T. P., Garrity, T. F., & Stallone's, L. (1992). Psychometric evaluation of the Lexington Attachment to Pets Scale (laps). *Anthrozoos*, 3, 160-174.
- Keddie, K , M. G. (1977). Pathological Mourning After the Death of a Dmestic Pet. *British Journal of Psychiatry*, 131, 21-25.
- Lopez, F. G. (1995). Contemporary attachment theory :An introduction with implications for counseling psychology. *The Counseling Psychologist*, 23(3), 395-415.
- Maslow, A. H. (1968). Some Educational Implications of the Humanistic Psychologies, *Harvard Educational Review*.

McDonald, D. G., & Hodgdon, J. A. (1991). *Psychological effects of aerobic fitness training: Research and theory*. New York: Springer-Verlag.

Michalos, A. C. (1985). Multiple discrepancies theory (MDT). *Social indicators research*, 16(4), 347-413.

Mugford, R. , & M 'Comisky, J. (1975). Some recent work on the psychotherapeutic value of caged birds with old people , In Anderson , R . S . , Pet animals and society, 54 - 65 ,London : Bailliére - Tindall for the British Small Animal Veterinary Association .

Neugarten, B. L., Havighurst, R. J., & Tobin, S. S. (1961). The measurement of life satisfaction. *Journal of gerontology*, 16, 134-143.

Omodei, M. M. and A. J. Wearing, (1990). Need satisfaction and involvement in personal projects: Toward an integrative model of subjective well-being. *Journal of Personality and social Psychology*, 59, 762-769.

Oskamp, S. (1974). *Attitudes and opinion englewood cliffs*. N.J. : Prentice-Hall.

Rejeski, W. J., Brawley, L. R., & Shumaker, S. A. (1996). Physical activity and health-related quality of life. *Exercise and Sport Sciences Reviews*, 24, 71-108.

Ryff, C. D., & Singer, B. (1998). The contours of positive human health. *Psychological Inquiry*, 9(1), 1-28.

Sable, P. (1995). Pets, Attachment, and Well-being Across the life Cycle. *Social Work*, 40(3), 334-341.

Seligman, M. E. P., & Csikszentmihalyi, M. (2000). Positive psychology: An introduction. *American Psychologist*, 55, 5-14.

Shields, R. (1991). *Places on the Margin* Routledge. London: Paladin.

Siegel, J.M. (1990). Stressful Life Events and Use of Physician Services Among the Elderly: The Moderating Role of Pet Ownership. *Journal of Personality and Social Psychology*, 5(6), 1081-1086.

Simpson, J. A., Rholes, W. S., & Nelligan, J. S. (1992). Support seeking and support giving within couples in an anxiety – provoking situation: The role of attachment styles. *Journal of Personality and Social Psychology*, 62, 434-446.

TalBen-Shahar (2008). *Happier: Can You Learn to be Happy?* New York: McGraw-Hill.

Triebenbacher, S. (1998). Pets as transitional objects : The role in children's emotional development , *Psychological Reports* , 82 , 191 - 200 .

Urry, J. (1990) *The Tourist Gaze*. London: Sage Publication.

Veenhoven, R. (1994). Is happiness a trait ? Tests of the theory that a better society does not make people any happier. *Social Indicators Research*, 32, 101-160.

Video, T. M., (2002). The effects of parent-adolescent relationships and parental

- separation on adolescent well-being. *Journal of Marriage & Family*, 64, 489-503.
- Waterman, A. S. (1993). Two conceptions of happiness: Contrasts of personal expressiveness (eudaimonia) and hedonic enjoyment. *Journal of Personality and Social Psychology*, 64(4), 678-691.
- Weiler, B. & C. M. Hall (1992). Special Interest Tourism. *London: Belhaven Press*.
- Weiss, R. S. (1974). The Provisions of Social Relationships. In Z. Rubin (Eds.), *Doing Unto Others*, 17-26, Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Wicker, A. W. (1969). Attitudes versus actions: The relationship of verbal and overt behavioral responses to attitude objects. *Journal of Social Issues*, 25(4), 41-78.

A Study of Relationships among Pet Attachment, the Attitude of Travelling with Pet and Happiness

Meng-Fei Lin Da-Wei Tang Chao-Chien Chen*

Asia University, Taiwan, R. O. C

Abstract

The petting behavior exists in every eras of human history. The purposes of petting change from fulfillment of house guarding and economic value to providing entertainment and gaining mental comfort. Transforming from an instrument to a companion, the pets take a significant role in modern families. The feeders seek the sense of being demanding from their pets, resulting the emotional attachment and spiritual commitment towards the pets. The growth of pet industry and market indicates the petting activities have been expanded from static to dynamic areas to pursue more well-being and happiness both for the feeders and pets.

In this study, we explored the relationships among the pet attachment, the attitude of travelling with pet and happiness. The target populations of our survey are feeders having experiences of travelling, staying in hotels or getting homestays with pets in Taiwan. The collected data is analyzed statistically using the SPSS software and the findings and conclusions are: (1) the pet attachment contributes to the perceived happiness of feeder (2) the pet attachment affects the attitude of travelling with pets (3) the travelling with pet has positive correlation with happiness (4) both pet attachment and travelling with pet have positive correlation with happiness (5) the travelling with pet functions as a mediator between the pet attachment and happiness.

According to the findings of this study, we suggest the government should face on the issues of accommodation of travelers with pets and should revise related laws and acts accordingly to establish a more friendly legal condition for pet feeders. It may reduce the pet abandonment rate and promote the attitude of travelling with pet and happiness of pet feeders.

Keywords: pet attachment, travelling with pet, happiness