



國立臺灣大學生物資源暨農學院園藝暨景觀學系

碩士論文

Department of Horticulture and Landscape Architecture

College of Bioresources and Agriculture

National Taiwan University

Master's Thesis

犬隻飼主進行寵物旅遊的阻礙、協商與旅遊期望

Constraints, Negotiations, and Expectations of

Dog Owners in Pet Tourism

王慶文

Ching-Wen Wang

指導教授：張伯茹 博士

Advisor: Po-Ju Chang, Ph.D.

中華民國 113 年 7 月

July, 2024

國立臺灣大學碩士學位論文
口試委員會審定書
MASTER'S THESIS ACCEPTANCE CERTIFICATE
NATIONAL TAIWAN UNIVERSITY

犬隻飼主進行寵物旅遊的阻礙、協商與旅遊期望

Constraints, Negotiations, and Expectations of Dog Owners in Pet Tourism

本論文係王慶文 R11628301 在國立臺灣大學園藝暨景觀學系完成之碩士學位論文，於民國 113 年 7 月 11 日承下列考試委員審查通過及口試及格，特此證明。

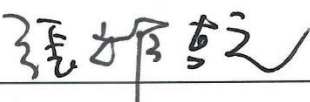
口試委員 Oral examination committee:


張伯茹 博士
國立臺灣大學園藝暨景觀學系 副教授
本論文指導教授


林晏州 博士
國立臺灣大學園藝暨景觀學系 名譽教授


張俊彥 博士
國立臺灣大學園藝暨景觀學系 教授


陳上迪 博士
國立東華大學觀光暨休閒遊憩學系 助理教授

系（所、學位學程）主管 Director: 

致謝

成長是痛苦的，因為成長的反面意義便是自我一部分的死亡，而這一部分往往是年輕的、浪漫的，而最值得人懷念的。

—白先勇

謝謝 PJ 和雄健，你們是最稱職的老師，照亮我向前的道路，讓我一路與光同行。

謝謝惇勤、美吟、彥好、育碩、孟萱、怡嘉、昕昊，你們是最溫暖的夥伴，讓我成長路上不孤單，一路星辰相伴。

謝謝小軍和慧綺，你們是最愛我的爸媽，讓我成長路上沒有後顧之憂，自由飛翔。

謝謝俊豪，你是我的汪汪隊，給我面對困難的勇氣，研究之路道阻且長，幸得有你一路花開。

謝謝造園館的老師們，謝謝你們願意花費時間精力，帶領我進入邏輯思考的世界，也讓我在造園館度過的每個日夜都能受到監視器保護。

謝謝所有問卷的受測者與臉書寵物社團的管理員，謝謝你們願意填寫問卷，我的研究成果皆來自你們無私的分享。

謝謝台科大學餐，謝謝你提供便宜又好吃的食物，讓我每個挑燈的夜都心靈腹足。

謝謝我的口試委員，謝謝你們用心閱讀我的研究，給出真誠的建議，為我的研究畫下最完美的句點。

願每個人都能找到夢想的羅盤，心之所向，皆能如願。

慶文 2024.08



摘要

寵物旅遊是指飼主與寵物一同出遊，多數飼主將寵物視為家人，希望能與寵物一同參與旅遊活動。隨著寵物數量的增加及其地位的提高，這樣的需求日漸受到關注。研究顯示，雖多數飼主曾有進行寵物旅遊的想法，但缺乏實際行動，反映飼主可能遭遇阻礙或期望未被滿足。本研究旨在探討影響飼主參與寵物旅遊的各項因素與決策過程，以提升飼主參與寵物旅遊的可能性。

阻礙協商模型(Constraint-Negotiation Model)被普遍運用於探討人們參與休閒活動所遇到的困難與解決方式，有助於瞭解各式休閒活動參與者的決策過程。模型在寵物旅遊領域的應用較少，不同阻礙對旅遊參與的影響也不一致，阻礙如何影響旅遊參與的機制尚待釐清。除了阻礙，期望也是影響旅遊決策的重要因素。過去研究缺乏對寵物旅遊整體期望的討論。本研究結合阻礙協商概念、飼主需求與旅遊服務，統整飼主對寵物旅遊整體的期望。

本研究分為兩個部分，研究一以結構方程模型檢驗阻礙協商模型在寵物旅遊的應用，結果顯示所有阻礙皆應被視為感知阻礙的構面。分析模型的變項間關係，感知阻礙正向影響協商但負向影響參與意圖、動機正向影響協商、協商正向影響參與意圖，且協商對感知阻礙與參與意圖的中介效果成立，與過去研究一致。研究二以形成性模型探討飼主對寵物旅遊的期望，結果顯示所有旅遊期望服務中交通和人員與照護對旅遊期望的影響力最大，且研究中各項指標的權重亦可作為旅遊服務改善或評估的參考。

本研究藉由阻礙協商模型與旅遊期望的調查，瞭解飼主參與寵物旅遊的過程與其影響因素，研究成果可用於制定提升國內寵物旅遊參與的策略，供相關產業與政策規畫做為參考。

關鍵字：伴侶動物、寵物友善、阻礙協商模型、期望服務、結構方程模型、形成性模型

Abstract

Pet tourism, the activity of owners traveling with their pets, is gaining attention due to rising pet numbers and status. Despite growing interest in pet tourism, many owners rarely participate, suggesting potential barriers or unmet expectations. This study aims to investigate the factors and decision-making process in pet tourism participation.

The Constraint-Negotiation Model is widely used to explain decision-making processes in leisure activities; however, its application in the context of pet tourism is still limited. Therefore, the exact impact of different constraints on participation in pet tourism remains unclear. Additionally, travel decisions are influenced significantly by expectations. Previous research has lacked comprehensive discussion on overall expectations in pet tourism. This study integrates the Constraint-Negotiation concept, owners' demands, and tourism services to clarify pet owners' expectations.

This study is divided into two phases. Study one employs Structural Equation Modeling (SEM) to apply the Constraint-Negotiation Model in pet tourism. The results indicate that all constraints should be considered as dimensions of perceived constraint. Path analysis confirms that perceived constraint positively affects negotiation; however, it negatively impacts owners' intention to travel with their dogs. Motivation positively influences negotiation, which in turn enhances intention. The study establishes the mediating role of negotiation between perceived constraints and intention, and the findings are consistent with previous research.

Study two explores pet owners' expectations for pet tourism using a formative model. Findings reveal that transportation and personnel services have the most significant influence on travel expectations. Furthermore, the weight of each indicator can guide improvements or evaluations of tourism services.

By examining the Constraint-Negotiation Model and travel expectations, this study provides insights into the influencing factors and processes affecting pet tourism participation. The findings can guide strategies to boost domestic pet tourism participation and inform policy and industry practices.

Key words: companion animals, pet-friendly, Constraint-Negotiation Model, service expectations, Structural Equation Modeling, formative model

目次



致謝	i
摘要	ii
Abstract	iii
圖次	vi
表次	vii
第一章 緒論	1
第一節 研究背景	1
第二節 研究動機	1
第三節 研究目的	3
第二章 文獻回顧與探討	5
第一節 寵物旅遊	5
第二節 阻礙協商模型	7
第三節 寵物旅遊期望	16
第三章 研究方法與步驟	21
研究一 寵物旅遊的阻礙協商模型	22
研究二 寵物旅遊期望	30
第四章 研究結果	41
研究一 寵物旅遊的阻礙協商模型	41
研究二 寵物旅遊期望	64
第五章 結果與討論	77
研究一 寵物旅遊的阻礙協商模型	77
研究二 寵物旅遊期望	82

第六章 結論與建議.....	87
第一節 結論	87
第二節 研究限制與未來研究建議	88
第三節 寵物旅遊實務建議	90
參考文獻	91
附錄	97
附錄一、寵物旅遊阻礙協商模型正式問卷	97
附錄二、旅遊期望預試問卷	102
附錄三、旅遊期望正式問卷	106



圖次

圖 1 阻礙模型 (Crawford & Godbey, 1987)	8
圖 2 阻礙模型 (Henderson et al., 1988; Jackson, 1990)	9
圖 3 阻礙模型 (Crawford et al., 1991)	9
圖 4 阻礙模型 (Jackson et al., 1993)	10
圖 5 阻礙協商模型 (Hubbard & Mannell, 2001)	11
圖 6 顧客期望 (Zeithaml et al., 1993)	17
圖 7 研究流程圖	21
圖 8 模型 1	22
圖 9 模型 2	22
圖 10 研究一流程	29
圖 11 二階模型的四種形式	37
圖 12 研究二流程	39
圖 13 假設模型	52
圖 14 模型 1 結構模型	61
圖 15 模型 2 結構模型	62
圖 16 形成性指標權重標準 (Hair Jr et al., 2021)	74

表次



表 1 休閒阻礙協商模型研究.....	13
表 2 個人、人際與結構阻礙協商模型研究.....	13
表 3 寵物旅遊阻礙協商模型過去研究.....	15
表 4 研究假設.....	23
表 5 阻礙量表.....	25
表 6 協商量表.....	25
表 7 動機量表.....	26
表 8 參與意圖量表.....	27
表 9 旅遊期望預試問卷.....	31
表 10 旅遊期望正式問卷.....	33
表 11 反映性與形成性模型比較.....	37
表 12 預試問卷信度分析.....	41
表 13 正式問卷信度分析.....	42
表 14 人口統計敘述統計表.....	43
表 15 犬隻統計描述性統計表.....	45
表 16 阻礙協商描述性統計表.....	48
表 17 阻礙協商觀察變項迴歸加權係數表.....	54
表 18 動機區別效度表.....	57
表 19 協商區別效度表.....	57
表 20 感知阻礙區別效度表.....	57
表 21 構面迴歸加權係數表.....	58
表 22 模型 1 路徑關係檢定表.....	61
表 23 模型 2 路徑關係檢定表.....	62
表 24 模型配適度比較表.....	63
表 25 旅遊期望預試問卷平均值.....	64
表 26 人口統計描述性統計表.....	67
表 27 犬隻統計描述性統計表.....	68
表 28 旅遊期望量表.....	72
表 29 旅遊期望構面權重值.....	74
表 30 寵物旅遊需求接受度.....	75

第一章 緒論



第一節 研究背景

寵物指的是由飼主照顧且可以提供人類社會支持功能的動物 (Serpell, 2003)，他們滿足飼主陪伴、愛與親情的需求，因此又被稱作伴侶動物 (Carr, 2017)。

根據動物保護資訊網的統計結果，2021 年全國家犬貓數量共約 211 萬隻，分別為 123 萬家犬與 87 萬家貓 (動物保護資訊網，2021)，當年度登記的犬貓數量更到達 22 萬隻 (寵物登記管理資訊網，2021)，超過新生兒的數量 (國家發展委員會，2021)。

Serpell (2003)認為人類飼養寵物最合理的解釋，是飼養寵物對飼主具有提升健康與生活品質的效益。研究顯示飼養寵物的生理健康效果包含減少患者心血管疾病罹患率和增加心臟病發作的患者存活率，心理效果包含增加抗壓性、增加幸福感、增加正向情緒，寵物依戀程度愈高的飼主得到的身心效益愈高，所有寵物中，犬隻飼主的寵物依戀程度最高 (Serpell, 2003)。研究推論這些效益源自寵物對飼主提供的社會支持功能，社會支持是個人從社會環境中獲得的各種形式的支持和幫助，包含情感、信心、實際、資訊和保護與依賴，這些支持有助提升個體的健康與幸福感 (Cobb, 1976)。除了人類，寵物亦可提供滿足個體對社會支持的需求，其中犬隻能夠提供個體最多的社會支持，尤其是在「可信賴的夥伴關係」、「依賴」和「陪伴」方面效果更甚人類 (Bonas et al., 2000)。

第二節 研究動機

多數飼主將伴侶動物視為家人，飼主會幫寵物取名、慶生，寵物生病時會請專業醫生醫治，寵物去世時會舉辦葬禮 (Serpell, 2003) 寵物相關產業的銷售金額亦逐年上升 (APPA, 2022；財政部統計處，2023)。除此之外，飼主也希望能與自己的寵物一同參與旅遊活動，甚至希望寵物能在旅遊過程中被視為「客人」對待 (Carr, 2017)。研究顯示雖多數飼主曾有進行寵物旅遊的想法但缺乏實際行動，此即反映

飼主可能遭遇阻礙或期望未被滿足 (Carr & Cohen, 2009)。

為完整了解影響飼主參與寵物旅遊的因素，本研究分為兩個部分，研究一套用阻礙協商模型，分析飼主進行寵物旅遊時遇到的阻礙及處理的方式，研究二結合阻礙協商概念，調查飼主對寵物旅遊的服務的期待，統整飼主對寵物旅遊的整體期望。

飼主在寵物旅遊時所遭遇的阻礙可分為三種：因寵物本身的健康狀況與行為舉動而產生的個人阻礙(Intrapersonal Constraint)、因其他參與者帶給飼主的壓力而產生的人際阻礙(Structural Constraint)和外部因素產生的結構阻礙(Structural Constraint) (Chen et al., 2014)。阻礙協商模型(Constraint-Negotiation Model)作為普遍運用於探討人們參與休閒活動所遇到的困難與解決方式，應有助於瞭解各式休閒活動參與者的決策過程 (Jackson et al., 1993)，但目前阻礙協商模型在寵物旅遊相關領域的研究尚少，遑論前述三種阻礙對旅遊參與的影響結果其實並不統一 (Chen et al., 2014; Ying et al., 2021)。

除了阻礙，期望亦是影響旅遊決策的重要因素，且滿足旅遊期望的概念與減少阻礙產生並提升協商策略使用的概念高度重疊。可惜的是，過去寵物旅遊相關研究多探討飼主的單一需求或旅遊產品差異，例如：飼主對寵物友善住宿的需求、寵物友善飯店提供的服務、寵物友善服務的願付價格等，且從未納入阻礙研究所提出的建議，缺乏對整體寵物旅遊期望的討論 (Buhalis & Chan, 2023; Taillon et al., 2015)。

本研究選擇寵物狗做為研究對象的原因有三，其一，寵物狗是國內最多人飼養的寵物，研究樣本取的容易且具有代表性；其二，相較於貓咪，犬隻的戶外活動需求較大，故犬隻飼主更容易有進行寵物旅遊的動機；其三，相較其他寵物，狗做為伴侶動物能從事較廣泛的行為，與人類較為親近 (Zasloff, 1996)，這也是多數研究以寵物狗做為研究對象的原因。

第三節 研究目的

有鑑於阻礙協商模型應用於寵物旅遊領域的不確定性，及整體寵物旅遊期望的缺乏，本研究有兩個目的。其一，是探討飼主在進行寵物旅遊時所遇到的阻礙及採取的協商策略，如何影響其參與意圖，藉此釐清寵物旅遊阻礙協商模型中各變項的關係，並了解阻礙協商理論在寵物旅遊活動中的應用。其二，是調查並統整飼主對寵物旅遊整體的期望，從而了解寵物旅遊產業應提供何種服務以滿足飼主需求。本研究以寵物狗為研究案例，旨在探討影響飼主參與寵物旅遊的各项因素與決策過程，以適當理解如何有效提高犬隻飼主進行寵物旅遊的可能性。



第二章 文獻回顧與探討



第一節 寵物旅遊

一、 寵物旅遊的定義

飼主將寵物視為他們的家人，希望能與自己的寵物一同參與旅遊活動 (Carr, 2017)，這種和寵物一同進行的旅遊活動即為寵物旅遊。Carr 與 Cohen (2009)的調查顯示幾乎所有飼主都有帶寵物犬旅遊的意願，甚至願意支付額外費用以進行寵物旅遊。不僅如此，飼主希望寵物能在旅遊過程中被視為「客人」對待，他們希望和寵物一起用餐、一起住宿、擁有專屬的服務 (Carr, 2017)。

二、 寵物旅遊的動機

許多研究者對飼主進行寵物旅遊的動機感到好奇，試圖以一般休閒活動的動機理論進行解釋。休閒動機是引起個人行為的內部因素，意即個體參與特定活動的原因，會受到過去經驗與潛在滿意度影響 (Iso-Ahola, 1982; Iso-Ahola & Allen, 1982)。一般休閒活動的動機包含控制人際關係、發展個人能力和逃離日常生活三個主要面向 (Iso-Ahola & Allen, 1982)，這些動機可以通過推拉理論進一步解釋。

推拉理論將動機根據推拉力以及作用層面分為四個象限，推力是逃離日常生活環境，拉力則是追求心理回報，再根據兩種力量作用於個人或人際關係層面將動機分為逃離日常生活、轉移人際關係、個人能力提升、積極建立人際關係和等四種類型 (Iso-Ahola, 1982)。作為休閒活動的一種，旅遊的動機並未脫離推拉理論的解釋，且推力的作用較拉力更強烈，即逃離日常生活是人們旅遊的主要動機，因而讓人們在旅遊過程中更容易出現異於平常的行為 (Dann, 1977)。

然而一般旅遊與寵物旅遊的動機卻有極大落差，Carr 與 Cohen (2009)調查澳洲飼主攜帶寵物度過假期的動機，除了飼主將寵物視為家人和對寵物的愛之外，其餘動機可分為飼主和寵物兩個導向，飼主導向包含寵物旅遊讓假期更快樂、喜歡寵物

的陪伴、避免罪惡感產生、鼓勵飼主運動、更有安全感和攜帶寵物比將其留下更方便，寵物導向則包含寵物旅遊能帶給寵物快樂和避免寵物憂鬱及焦慮。可以發現，寵物旅遊的動機皆考量寵物與飼主之間的關係，難以旅遊推拉理論解釋 (Carr & Cohen, 2009)，這可能源自帶寵物進行旅遊是一種將寵物「人格化」的結果 (Serpell, 2003)，也就是將寵物視為自己的家人，在旅遊過程中考量寵物的感受。

Tang 等(2022)調查分析後，將寵物旅遊動機分為六大構面：寵物利益、寵物依戀、社交、炫耀、補償與回報和新鮮感，根據動機的組成可將進行寵物旅遊不同動機的飼主分為人寵關係導向、寵物主人導向和寵物利益導向三種。六種構面中，寵物利益與寵物依戀的解釋變異量最高，社交和炫耀其次，而補償回報是過去文獻較少提及的構面，雖新鮮感是變異量最低的構面，但對寵物旅遊意圖的影響最大 (Tang et al., 2022)。

三、 寵物旅遊意願與實際經驗的落差

即便多數飼主有強烈的動機，他們進行寵物旅遊的意願與實際經驗間卻存在明顯落差，Carr 與 Cohen (2009)調查澳洲飼主進行寵物旅遊的意願，95.8%的受測有意願與寵物一同度過假期，僅 4.2%的飼主沒有攜帶寵物一同度過假期的想法，但事實上，即便在研究所在地（澳洲昆士蘭）也僅 25.7%的飼主每次都與寵物一同度過假期，有 27.9%的飼主從未在昆士蘭進行寵物旅遊，其中單身和年輕族群進行寵物旅遊的頻率相對其他族群更高。飼主進行寵物旅遊的經驗隨旅遊目的地距離的增加而減少，多數寵物狗從沒有過離開昆士蘭的寵物旅遊經驗，國外旅遊時總會攜帶寵物的飼主比例更是降至 2.9% (Carr & Cohen, 2009)。

飼主與寵物的特質、寵物友善措施的缺乏和資訊查找的困難皆是降低飼主參與寵物旅遊的原因。何錦芳(2008)調查顯示寵物旅遊太麻煩、飼主的時間因素難以配合和寵物自身因素是最多飼主不願意參加寵物旅遊產品行程最主要的原因。Carr 與 Cohen (2009) 訪談的飼主則表示景點禁止寵物進入和寵物友善設施的缺乏是他

們不進行寵物旅遊的原因，該研究進一步針對飼主在不同地區尋找寵物友善的住宿空間之難易度進行調查，飼主認為與鄉村相比，在都市較難找到寵物旅遊的住宿空間，即便找到住宿空間可能對寵物有諸多限制。此外，飼主在尋找寵物友善資訊時難以在傳統媒體獲得有效資訊，網路查找亦有不夠精確的問題 (Carr & Cohen, 2009)。從上述調查可以發現飼主進行寵物旅遊的過程中面臨諸多阻礙，與休閒阻礙協商模型的概念重疊。

第二節 阻礙協商模型

一、阻礙協商模型的發展

阻礙協商模型被普遍運用在休閒遊憩與旅遊領域，在探討特定族群與特殊活動的阻礙上尤為重要，其套用的範圍十分廣泛，可以應用於不同族群 (Hubbard & Mannell, 2001; Son et al., 2008) 或不同休閒活動 (Lee & Scott, 2009; Lyu & Oh, 2014)，其中包含旅遊活動 (Chung et al., 2017; Lee et al., 2012)。

阻礙協商模型的起源，是研究者發現休閒活動的偏好並非影響活動參與的唯一原因。Iso-Ahola (1981) 提出休閒行為是一種社會心理過程，會在個人內部產生許多衝突，他將休閒阻礙分為個人 (Social-Personal)、社會 (Social-Cultural) 和物理 (Physical) 三種。

Crawford 與 Godbey (1987) 進一步將休閒阻礙定義為個人、人際與結構三種阻礙，並分別提出的三種阻礙對活動參與的影響模型 (圖 1)。Crawford 與 Godbey (1987) 將個人阻礙定義為涉及個體心理狀態和個人特質的休閒障礙，例如：焦慮、自我技能的感知、對活動的主觀評價等；人際阻礙則是由人際互動產生的休閒障礙，例如：沒有一同從事活動的夥伴、與其他家庭成員沒有共同偏好、害怕受到其他活動參與者的批評等；而結構阻礙是以金錢、時間、交通、資訊等外部因素形成的休閒阻礙，例如：沒有時間、所費不貲、找不到合適場地等。Crawford 與 Godbey (1987) 提出的三個模型中，個人阻礙與人際阻礙皆在活動偏好形成的過程中造成影響，僅

結構阻礙作用於偏好形成後，影響個體的活動參與。與 Crawford 與 Godbey (1987) 不同的是，Henderson 等(1988)的研究將休閒阻礙分為預阻礙(antecedent barriers)和干擾阻礙(intervening barriers)，其中預阻礙被定義為與個人的態度、能力和性格等內在因素有關的阻礙，干擾阻礙則與具體的休閒機會相關，通常是由外部環境或情況引起的阻礙（圖 2）。

Jackson (1990)認為 Crawford 與 Godbey (1987)和 Henderson 等(1988)的模型可以結合，以實證研究證實 Crawford 與 Godbey (1987)提出的個人阻礙即為 Henderson 等(1988)模型中的預阻礙。然而，與 Crawford 與 Godbey (1987)的觀點不同的是，Crawford 與 Godbey (1987)認為結構阻礙為中介變項，但 Jackson (1990)認為人際與結構阻礙皆為干擾阻礙，與 Henderson 等(1988)的模型相似。

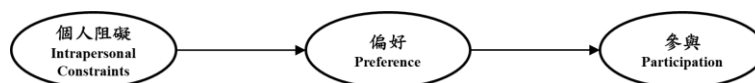


圖 1a 個人阻礙模型

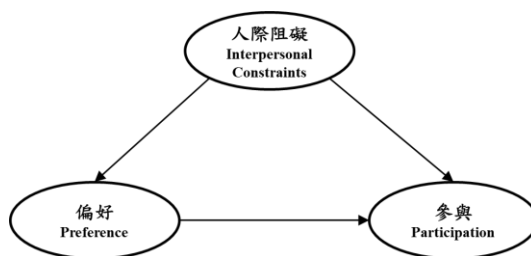


圖 1b 人際阻礙模型



圖 1c 結構阻礙模型

圖 1 阻礙模型 (Crawford & Godbey, 1987)

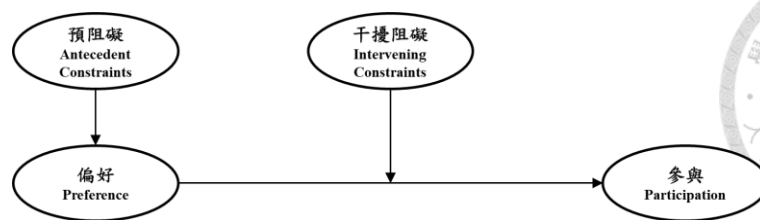


圖 2 阻礙模型 (Henderson et al., 1988; Jackson, 1990)

Crawford 等(1991)也嘗試將 Crawford 與 Godbey (1987)的三個阻礙模型整合，提出休閒阻礙層級模型（圖 3）。該模型強調阻礙的順序性與層級性，即前置阻礙克服後下一階層的阻礙效果才會顯現，模型中加入了個人協調能力(Interpersonal Compatibility and Coordination)變項，其作用路徑為個人阻礙(Intrapersonal Constraints)缺乏或克服之後形成休閒偏好，接著克服人際阻礙(Interpersonal Constraints)，最後個人協調能力與結構阻礙(Structural Constraints)的交互作用決定休閒參與結果，且阻礙可能在參與後持續作用 (Crawford et al., 1991)。

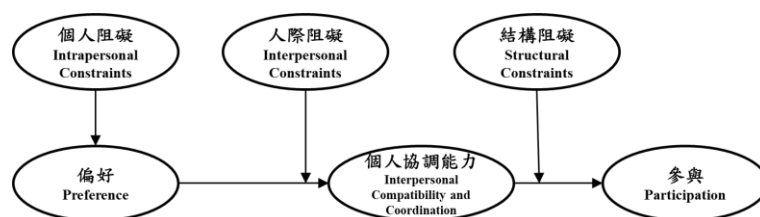


圖 3 阻礙模型 (Crawford et al., 1991)

Jackson 等(1993)進一步將協調阻礙的過程分為兩種協商策略，認知協商是指人們藉由調整個人偏好或認知減少心理的不適，行為協商則是人們採取實際的行動解決問題或達成目標。Jackson 等(1993)統整過去的研究，總結出休閒參與並不取決於阻礙的缺乏，而是取決於協商的調整，而協商的結果則取決於阻礙與動機間的平衡。因此 Jackson 等(1993)的模型加入休閒動機(Motivation)，成為後續阻礙協商模型的研究基礎（圖 4） (Jackson et al., 1993)。Carroll 與 Alexandris (1997)藉由 t 檢定證實阻礙與動機對參與的影響，奠定 Jackson 等(1993)的模型基礎 (Carroll & Alexandris, 1997; Jackson et al., 1993)。

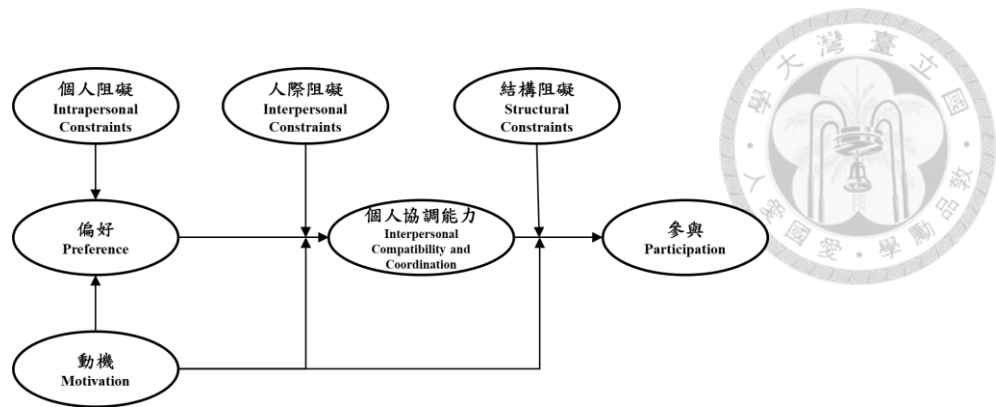


圖 4 阻礙模型 (Jackson et al., 1993)

過去的阻礙模型皆預設人們必須克服阻礙才能達到休閒參與的目標，然 Samdahl 與 Jekubovich (1997) 的研究結果顯示，完全克服階層阻礙並非參與活動的必然，打破 Crawford 與 Godbey (1991) 提出的模型順序性與層級性，造成後續模型阻礙再無階層的區別。

Hubbard 與 Mannell (2001) 使用結構方程模型 (SEM) 針對四種由 Jackson 等 (1993) 架構衍生出的模型進行比較，以員工的休閒活動為主題，藉由實證研究推翻協商作為阻礙與參與之間調節變項的假設，並否定了協商成功會導致感知阻礙降低的假設。研究結果顯示阻礙效果減輕模型 (Constraint-Effect-Mitigation Model) 的模型配適度最高 (圖 5)，阻礙負向影響參與同時正向影響協商，動機正向影響協商但對參與沒有直接影響，同時確定協商部分中介阻礙與參與，證實活動參與者在遇到阻礙後會受到動機影響，啟動協商機制，此模型作為後續多數阻礙協商相關研究的基礎 (Hubbard & Mannell, 2001)。

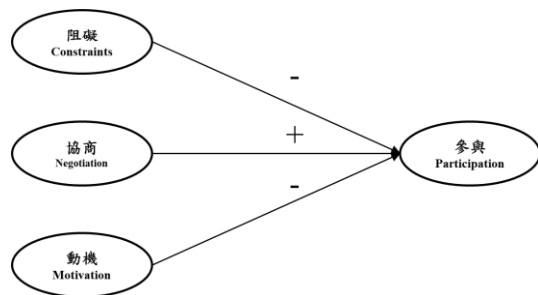


圖 5a 獨立模型(Independence Model)

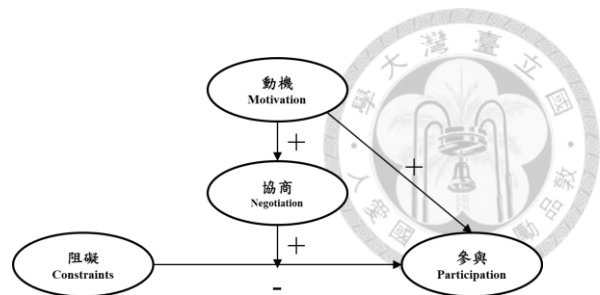


圖 5b 協商緩衝模型(Negotiation Buffer Model)

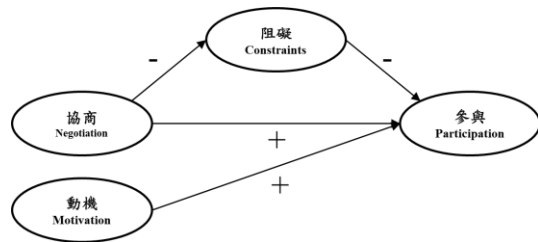


圖 5c 感知阻礙減輕模型

(Perceived-Constraint-Reduction Model)

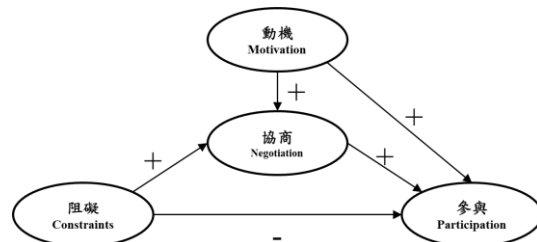


圖 5d 阻礙效果減輕模型

(Constraint-Effect Mitigation Model)

圖 5 阻礙協商模型 (Hubbard & Mannell, 2001)

Hubbard 與 Mannell (2001)的研究結果同樣在 Son 等(2008)的研究中得到驗證，該研究以中年人作為研究對象，再次證明協商為休閒活動阻礙與參與間的中介變項而非調節變項，推翻 Jackson 等(1993)的模型，同時再次證明阻礙效果減輕模型是模型配適度最高的模型。維持 Hubbard 與 Mannell (2001)的研究結果，模型中動機正向影響協商，阻礙負向影響參與，而協商正向影響參與。然而在 Son 等(2008)的研究中，阻礙對協商的影響未達顯著水準，也就是阻礙與協商各自對參與造成影響，而未形成中介效果。

許多研究者使用 Hubbard 與 Mannell (2001)的阻礙效果減輕模型或相似模型作為探討各種休閒與旅遊活動的研究架構，在不同的休閒活動中皆得出與 Hubbard 與 Mannell (2001)相同的變項間關係，顯示阻礙協商模型的變項關係穩定 (Chung et al., 2017; Lee & Scott, 2009) (表 1)。

然而部分研究者認為三種阻礙和兩種協商的概念差異大，在阻礙協商模型中可能對參與造成不同影響，因此將三種阻礙：個人阻礙、人際阻礙、結構阻礙與兩種協商：認知協商和行為協商，分別拆解成獨立的變項進行分析。這些研究分別是



Lee 等(2012)針對身障人士旅遊、Lyu 與 Oh (2014)針對釣魚活動和 Chen 等(2021)針對老年人旅遊進行的阻礙協商模型實證研究，三者皆排除動機變項，著重探討阻礙、協商和參與之間的關係，其中 Chen 等(2021)的研究更是將個人阻礙分為健康與嗜好兩種阻礙、結構阻礙分為時間、金錢和交通三種阻礙（表 2）。研究結果顯示協商對參與的影響穩定，但阻礙對參與的影響卻在不同模型中相異。

三種阻礙對參與的影響在 Lee 等(2012)、Lyu 與 Oh (2014)、Chen 等(2021)的研究中相異，個人阻礙在 Chen 等(2021)的研究中負向影響參與，但在 Lee 等(2012)和 Lyu 與 Oh (2014)影響皆未達顯著水準；人際阻礙對參與的影響在三個研究中皆未達顯著水準；結構阻礙的負向影響在 Lyu 與 Oh (2014)的研究中成立，Chen 等(2021)僅時間阻礙成立，在 Lee 等(2012)的研究中不成立。而三種阻礙對兩種協商的影響在研究中落差更大，個人阻礙對認知協商的負向影響在 Lyu 與 Oh (2014)的研究中成立，在 Chen 等(2021)的研究中僅嗜好阻礙成立；人際阻礙在 Lyu 與 Oh (2014)和 Chen 等(2021)的研究中皆負向影響認知協商；結構阻礙在 Lyu 與 Oh (2014)的研究中正向影響認知協商，但在 Chen 等(2021)的研究中具影響。而阻礙與行為協商的關係也同樣不穩定，個人阻礙對行為協商的負向影響在 Chen 等(2021)的研究中僅嗜好阻礙成立，在 Lyu 與 Oh (2014)的研究中未達顯著水準；人際阻礙對行為協商的負向影響在 Chen 等(2021)的研究中成立，在 Lyu 與 Oh (2014)的研究中未達顯著水準；特別的是，結構阻礙正向影響行為協商，此結果在 Lyu 與 Oh (2014)的研究中成立，在 Chen 等(2021)研究中的交通阻礙成立。

阻礙協商模型從提出到應用的過程中出現了模型架構的分歧，參考 Hubbard 與 Mannell (2001)研究者將阻礙視為單一變項，證實阻礙協商模型可應用於不同的休閒活動中。但部分研究者卻認為三種阻礙對模型中的其他變項影響不同，因此將阻礙視為三個變項進行探討，結果卻顯示不同研究中三種阻礙對協商與參與的影響並不統一，尚待進一步的探討。

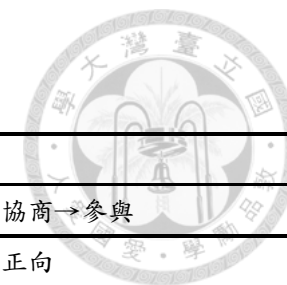


表 1 休閒阻礙協商模型研究

研究	主題	變項間關係			
		阻礙→參與	阻礙→協商	動機→協商	協商→參與
Hubbard 與 Mannell (2001)	員工休閒活動	負向	正向	正向	正向
Son 等(2008)	中年休閒活動	負向	ns	正向	正向
Lee 與 Scott (2009)	追星活動	負向	正向	正向 (休閒涉入)	正向
Chung 等(2017)	獨自旅行	負向	正向	ns	正向

ns: 變項間關係不顯著

表 2 個人、人際與結構阻礙協商模型研究

研究	主題		變項間關係			
			阻礙→參與	阻礙→認知協商	阻礙→行為協商	協商→參與
Lee 等(2012)	身障人士旅遊	個人阻礙	ns			
		人際阻礙	ns	-	-	認知和行為協商皆正向
		結構阻礙	ns			
Lyu 與 Oh (2014)	釣魚活動	個人阻礙	ns	負向	ns	
		人際阻礙	ns	負向	ns	-
		結構阻礙	負向	正向	正向	
Chen 等(2021)	老年人旅遊	個人阻礙	負向	部分負向(嗜好)	部分負向(嗜好)	
		人際阻礙	ns	負向	負向	認知和行為協商皆正向
		結構阻礙	部分負向 (時間)	ns	部分正向(交通)	

ns: 變項間關係不顯著；-: 研究並未提出假設檢驗

二、 寵物旅遊的阻礙協商模型

絕大多數探討寵物旅遊阻礙的研究皆以犬隻飼主作為研究對象，Carr 與 Cohen (2009)的研究指出，多數飼主曾有寵物旅遊活動的想法，但卻缺乏實際參與的行動，且該研究與何錦芳(2008)訪談飼主不參與寵物旅遊的原因，皆可被視為寵物旅遊的阻礙，故以阻礙協商模型探討寵物旅遊相當合適。

Hung 等(2012)將 Hubbard 與 Mannell (2001)的阻礙協商模型應用於寵物休閒活動（表 3），結果與其他休閒活動相似，即動機正向影響協商，而阻礙與協商分別正向與負向影響參與 (Hung et al., 2012)，證實寵物相關的休閒活動可應用阻礙協商模型探討。

飼主進行寵物旅遊的休閒阻礙指的是阻止飼主進行寵物旅遊的因素，協商是飼主帶寵物參與寵物旅遊活動遇到困難時應對的方式，動機指的是飼主參與寵物旅遊的推動力。進行寵物旅遊活動時，飼主遇到的阻礙與應對方式與一般活動相異，個人阻礙在寵物旅遊活動中寵物本身的健康狀況與行為舉動，例如：寵物容易感到疲累或無聊、寵物不想出門等；人際阻礙是其他參與者帶給飼主的壓力，例如：沒有同行者、我的寵物對其他人不友善等；結構阻礙則是影響寵物旅遊參與的外部因素，與一般休閒阻礙相似，以時間、金錢、交通、資訊為主，例如：沒有鄰近的活動地點、耗費過多時間等(Chen et al., 2014)。

Chen 等(2013)將 Hubbard 與 Mannell (2001)的阻礙協商模型應用於寵物旅遊活動(表 3)，變項間關係與 Hung 等(2012) 寵物休閒活動的研究結果與其他休閒活動的阻礙協商研究相同，此結果也在 Hung 等(2016)的研究中得到驗證。

然而將三種阻礙分別進行分析，卻產生不同的結果。Chen 等(2014)提出寵物旅遊阻礙量表的研究顯示三種阻礙皆負向寵物旅遊參與意圖，但使用相同量表 Ying 等(2021)的研究卻顯示三種阻礙對參與的影響未達顯著水準。不過 Ying 等(2021)的研究中，協商正向影響參與的關係與過去研究相同 (Ying et al., 2021)。

上述寵物旅遊的阻礙協商模型中，動機正向影響協商，且協商正向影響參與的變項關係較為穩定，但將三種阻礙分別分析卻出現不同研究中，阻礙負向影響和不影響參與的矛盾 (Chen et al., 2014; Ying et al., 2021)，研究結果的不統一同樣存在於其他休閒活動的阻礙協商研究中 (Chen et al., 2021; Lee et al., 2012; Lyu & Oh, 2014)。除此之外，四個寵物旅遊的研究都沒有針對阻礙與協商的關係進行探討 (Chen et al., 2014; Chen et al., 2013; Hung et al., 2016; Ying et al., 2021)，而其他休閒活動的研究中，阻礙與協商間的關係不穩定，甚至在 Lyu 與 Oh (2014)和 Chen 等(2021)的研究中，結構阻礙正向影響休閒參與意圖。

研究模型的不統一與三種阻礙對協商與參與的影響尚待釐清，本研究以實證研究進行模型比較與變項關係的檢驗，釐清何種模型架構更適合用於犬隻寵物旅遊領域及阻礙在寵物旅遊活動中究竟扮演什麼樣的角色。

表 3 寵物旅遊阻礙協商模型過去研究

研究	主題	變項間關係			
		阻礙→參與	阻礙→協商	動機→協商	協商→參與
Hung 等(2012)	寵物休閒	負向	-	正向	正向
Chen 等(2013)	寵物旅遊	負向	-	正向	正向
Hung 等(2016)	寵物旅遊	負向	-	正向	正向
Chen 等(2014)	寵物旅遊	個人阻礙	負向		
		人際阻礙	負向	-	-
		結構阻礙	負向		
Ying 等(2021)	寵物旅遊	個人阻礙	ns		
		人際阻礙	ns	-	正向
		結構阻礙	ns		

ns: 變項間關係不顯著；-: 研究並未提出假設檢驗

第三節 寵物旅遊期望

一、 旅遊期望

除了旅遊阻礙，旅遊期望亦是影響飼主進行寵物旅遊的關鍵因素。旅遊期望是由顧客期望衍生而來的概念，顧客期望是顧客使用產品或服務前的信念，包含顧客的對產品的需求以及使用產品前的預測，亦可作為使用後評斷產品的標準 (Olson & Dover, 1979)，例如滿意度評估即是利用顧客的預期服務和感知服務進行比較，服務品質評估則是利用顧客的期望服務和感知服務進行比較 (Zeithaml et al., 1993)。

Zeithaml 等(1993)將顧客期望可分為期望服務(Desired Service)、適當服務(Adequate Service)和預期服務 (Predicted Service)3 個層面進行討論 (圖 6)，其中期望服務是顧客所期待或渴望得到的理想服務水準，適當服務是顧客所能接受或願意容忍的服務水準，預期服務是顧客相信自己將會得到的服務水準。簡言之，期望服務是顧客對服務的理想標準，適當服務是最低標準，預期服務是顧客預期產品的實際狀況，三者共同組成整體期望 (Zeithaml et al., 1993)。

Zeithaml 等(1993)藉由焦點團體法建立顧客期望整體架構，架構中期望服務和適當服務之間的落差，即為顧客可以忍受的服務水準，且預期期望僅會影響適當期望，不會直接影響期望服務。三種期望各自受到不同因素的影響，顧客個人特質形成的個人需求和持久服務強化因素，如：個人信念，直接影響期望服務，且不容易被改變。顧客對其他業者提供服務的感知、自我感知服務角色、情境和暫時性服務因素，如：問題解決狀況，直接影響適當期望，相對期望服務而言較容易改變。服務提供者的特質，包含廣告或合約形成的明確承諾、具體服務或價格形成的隱含承諾、口碑以及顧客過去的經驗將同時影響期望服務和預期服務 (Zeithaml et al., 1993)，本研究調查的寵物旅遊期望為期望服務。



圖 6 顧客期望 (Zeithaml et al., 1993)

延續顧客期望的概念，旅遊期望是遊客購買產品或服務前的信念，以滿足遊客對各項服務表現的需求，可能影響遊客的旅遊體驗 (Li et al., 2011)。本研究中的寵物旅遊期望是顧客期望與旅遊期望的延伸，藉由統整寵物旅遊的期望服務了解飼主需求，也就是說，本研究調查的是犬隻飼主進行寵物旅遊的理想服務水準。

影響遊客旅遊期望的構面在不同旅遊形式與遊客特質上略有不同，但重疊度卻相當高。Wang 等(2000)的研究中，影響旅客跟團旅遊的期望可分為 9 大構面：行前簡介(Pre-tour briefing)、機場(Airport)、飯店(Hotel)、餐廳(Restaurant)、教練(Coach)、景點(Scenic-spot)、購物(Shopping)、可選行程(Optional Tour)和其他(Others) (Wang et al., 2000)。Li 等(2011)統整中國遊客境外旅遊期望的 6 大構面為：住宿(Hotel/Recommendation)、食物(Food/Restaurant)、交通(Transportation)、導遊和行程(Tour Guides/Itineraries)和娛樂與活動(Entertainment and Activities)。Kirillova 等(2015)針對寵物旅遊意願的調查則是以住宿、交通、服務、資訊、成本、設施、政策、資訊作為滿意度評估項目。綜合以上，本研究根據寵物旅遊特性及分析方法的限制決定研究構面。

二、 寵物旅遊期望

針對寵物旅遊期望的研究尚少，且時常著重於少數條件的分析。本研究所探討的期望是針對飼主的理想中的寵物旅遊服務進行調查，這些期望源自飼主的需求與經驗，因此本研究統整寵物旅遊單一主題需求分析、業者提供寵物相關服務、寵物旅遊產品差異以及過去寵物旅遊阻礙研究提出的建議。

首先，所有研究中針對寵物住宿進行的研究最多。謝亞庭(2013)針對寵物旅遊住宿的設備、服務、戶外環境和經營管理進行調查，發現戶外環境與服務是飼

主相對在意的因素。過去許多業者會因為衛生清潔、住戶安寧、其他住戶感受、預設認知和破壞客房等原因拒絕寵物入住（李韻庭，2007），但亦有部分飯店回應飼主的需求，Buhalis 與 Chan (2023)統整香港飯店的寵物友善策略，發現飯店藉由改善寵物住宿現況、寵物友善設施、幕前幕後人員培訓、額外寵物相關服務或行銷，提供飼主寵物旅遊的住宿服務 (Buhalis & Chan, 2023)，此結果與李韻庭 (2007)調查墾丁地區寵物友善的住宿策略相似，皆藉由產品、人事與行銷面的調整符合飼主需求。

其次，部分研究以願付價格或產品差異化，間接調查飼主寵物旅遊期望。Carr 與 Cohen (2009)的調查結果顯示，6-10%的比例是最多澳洲飼主願意為寵物旅遊支付的額外費用 (Carr & Cohen, 2009)。略高於 Carr 與 Cohen (2009)，林裕強與楊庭芳(2015)針對寵物旅遊住宿願付價格的研究結果顯示，若寵物不能帶進房間，飼主願多付 10.66%的費用讓寵物住在寵物房，若飯店同意讓飼主將寵物帶入房間，則願付價格上升至 21.66%（林裕強、楊庭芳，2015）；交通方面，飼主願多付約 8%將寵物箱置於車箱內空地，願多付約 23%讓寵物獨自站有一個座位（林裕強、楊庭芳，2015）。何錦芳(2008)在進行寵物旅遊產品差異化分析時將擷取 Wang 等(2000) 旅遊期望並統整為 5 大構面：住宿飯店、交通工具、景點與購物點、領隊及服務人員、餐食安排，結果顯示景點與購物點的水準對飼主的願付價格影響最大（何錦芳，2008）。除了產品條件，受測者的願付價格受到對寵物依戀程度的影響，依戀程度愈高，願付價格愈高 (Taillon et al., 2015)。

經過文獻回顧發現，寵物旅遊需求與產品差異的研究結果，與阻礙相關研究所提出的建議部分重疊。過去針對寵物旅遊阻礙協商模型的研究建議業者藉由增加飼主動機、減少阻礙和提高飼主協商三個面向提高寵物旅遊的參與，具體方法為舉辦以寵物依戀出發或強調寵物利益的活動、提供飼主社交機會，以增加飼主動機；提供寵物友善設施、鼓勵飼主親友一同參與寵物旅遊、提高非飼主接受度，以減少阻礙；及時提供最新的信息、提供寵物相關問答、聘請專業人士服務、提

供寵物照護服務，以協助飼主協商 (Hung et al., 2012, 2016; Ying et al., 2021)。

但這些阻礙研究的建議是否與飼主的期望相符卻缺乏進一步的研究，僅 Hidalgo-Fernández 等(2023)以 Chen 等(2013)阻礙研究建議，提出旅遊目的地評估量表，包含寵物是否被允許進入餐廳、飯店、交通運具、景點超市等空間；是否設有飲水機、寵物用品、狗便袋等寵物友善用品及設施；是否供寵物活動的海灘或公園空間；是否設有寵物美容和獸醫等服務，但項目過於精簡，且沒有進行各項服務的重要性比較。

有鑑於過去針對寵物旅遊期望的研究並未直接且全面地調查飼主的想法，也沒有納入阻礙協商研究的相關建議，因此本研究結合研究一阻礙協商模型的調查成果與過去寵物旅遊期望的相關文獻，針對寵物旅遊的飼主期望進行調查，以多面向探討犬隻飼主進行寵物旅遊真實的期望。

綜合以上，本研究以犬隻飼主作為研究對象，旨在調查飼主進行寵物時所遇到的阻礙與旅遊期望的調查，以深入了解寵物旅遊中的相關問題。研究結果著重阻礙協商與寵物旅遊期望之間的關係，並透過建立寵物旅遊阻礙協商模型，對各變項之間的相互作用進行釐清。最終目標是為旅遊產業提供切實可行的建議，因應國內飼主在寵物旅遊過程中可能遭遇的挑戰。本研究期望填補目前對寵物旅遊相關知識的缺口，促進寵物友善旅遊的可行性與發展。



第三章 研究方法與步驟

為全面了解犬隻飼主參與寵物旅遊的影響因素，本研究分為兩部分(圖 7)，研究一以阻礙協商架構調查飼主進行寵物旅遊時遇到的困難與反應方式，研究二結合阻礙協商概念與過去研究調查飼主進行寵物旅遊的整體期望。

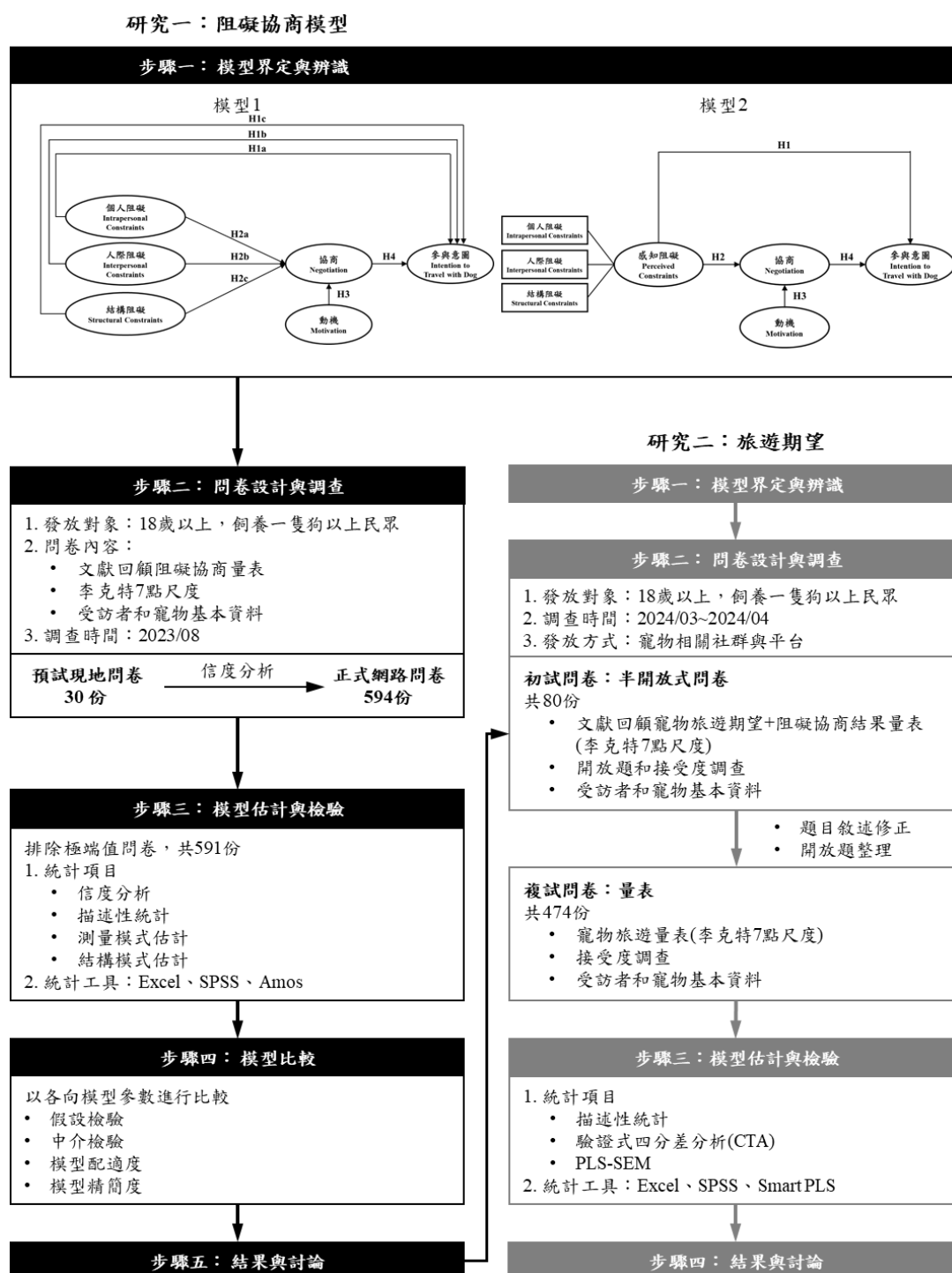


圖 7 研究流程圖

研究一 寵物旅遊的阻礙協商模型

一、 研究架構

本研究以 Hubbard 與 Mannell (2001)提出的模型作為基礎，該模型根據 Jackson 等(1993)阻礙協商模型作為基礎，提出阻礙效果減輕模型(Constraint-Effect-Mitigation Model)，過去亦曾應用於寵物旅遊的相關研究。

但在寵物旅遊活動中，個人、人際與結構阻礙應被視為感之阻礙的構面，還各自獨立為單一變項沒有定論，研究結果之間相互矛盾。因此本研究以兩個模型的比較，辨別何種阻礙協商模型架構較適合應用於寵物旅遊研究。模型 1 的三種阻礙分別獨立影響協商與參與意圖（圖 8），在模型 2 則被視為感知阻礙變項的構面（圖 9）。

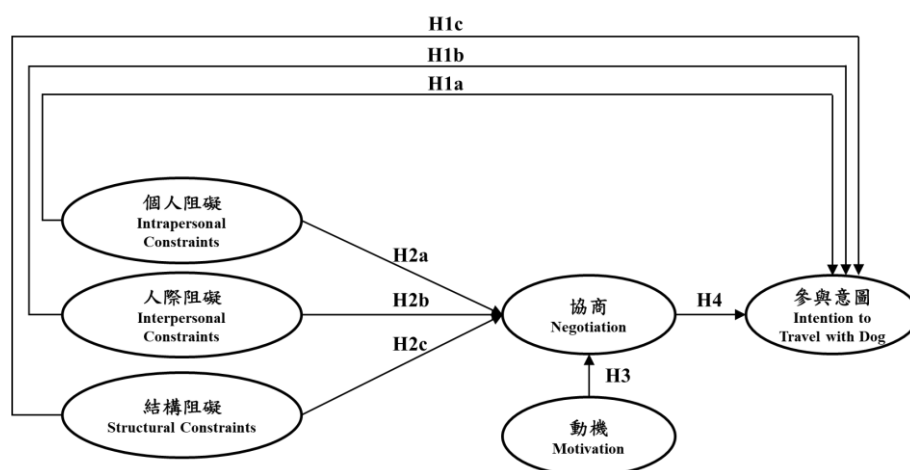


圖 8 模型 1

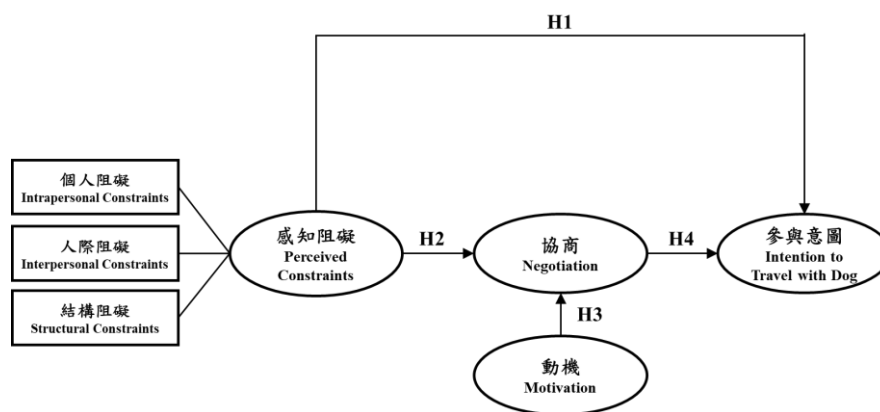


圖 9 模型 2

二、 研究假設（表 4）

表 4 研究假設

模型 1	模型 2
(一) 阻礙 → 參與意圖	
H1a 個人阻礙負向影響參與意圖	
H1b 人際阻礙負向影響參與意圖	H1 感知阻礙負向影響參與意圖
H1c 結構阻礙負向影響參與意圖	
(二) 阻礙 → 協商	
H2a 個人阻礙負向影響協商	
H2b 人際阻礙負向影響協商	H2 感知阻礙正向影響協商
H2c 結構阻礙正向影響協商	
(三) 動機 → 協商	
H3 動機正向影響協商	
(四) 協商對參與意圖	
H4 協商正向影響參與意圖	

三、 變項測量（附錄一）

研究一的變項共有 6 個，包含三種阻礙、協商、動機與參與意圖，皆以李克特(Likert)7 點尺度進行測量，共計 63 題：

(一) 阻礙

寵物旅遊的阻礙為阻止犬隻飼主進行寵物旅遊的因素，本研究中分別調查「個人阻礙」、「人際阻礙」和「結構阻礙」，量表（表 5）來源皆為 Chen 等(2014)歸納寵物旅遊阻礙的研究，三種阻礙的定義與問卷內容：

1. 個人阻礙：在寵物旅遊活動中寵物本身的健康狀況與行為舉動，例如：寵物容易感到疲累或無聊、寵物不想出門等，共計 7 題。
2. 人際阻礙：其他參與者帶給飼主的壓力，例如：沒有同行者、我的寵物對其

他人不友善等，共計 5 題。

3. 結構阻礙：以時間、金錢、交通、資訊為主的外部因素，例如：沒有鄰近的活動地點、耗費過多時間，共計 8 題。



(二) 協商

寵物旅遊的協商是指人們會通過改變自己的態度或行為減輕阻礙對其參與意圖的負面影響，以滿足其大部分休閒目標。認知協商為活動參與者改變自己的認知以應對認知失調適應休閒需求，調節心理的不適，使阻礙對參與意圖的影響最小化。行為協商則為可觀察之變化，包含尋求替代行動或修改生活方式。本研究測量犬隻飼主在寵物旅遊過程中可能採取的協商策略。

本研究協商的測量共計 15 題（表 6），認知協商部分參考 (Lyu & Oh, 2014) 針對釣魚活動協商量表進行文字的修改，以符合寵物旅遊的研究主題，共 4 題。行為協商參考 Hung 等(2012)寵物休閒活動阻礙協商進行研究所發展出來的協商量表，共 11 題。

(三) 動機

動機是指犬隻飼主進行寵物旅遊的原因，本研究參考 Tang 等(2022)針對寵物旅遊動機進行研究所發展出的動機量表（表 7），將動機分為寵物利益、寵物依戀、社交、炫耀、補償回報和新鮮感 6 個類別，共計 24 題。

(四) 參與意圖

參與意圖是犬隻飼主最終是否有參與寵物旅遊活動意願，有別於普遍阻礙協商量表只有單一問項詢問飼主參與寵物旅遊活動的意願，本研究參考 Lee 等(2012)針對殘疾人士旅遊進行研究所發展出的參與意圖量表，進行文字的修改（表 8）以符合寵物旅遊的研究主題，共計 4 題，以確認受試者的參與意向。

表 5 阻礙量表

構面	項目
個人阻礙	1 我的寵物無法自我控制（例如：過度興奮或激動）
	2 我的寵物不適合進行這項活動
	3 寵物不想出門
	4 寵物容易感到無聊或疲勞
	5 這項活動對我的寵物來說過於危險
	6 這項活動對我的寵物而言生理要求過高
	7 普遍而言寵物不適合進行這項活動
人際阻礙	8 因為部分活動參與者不喜歡動物，導致我進行活動時感到不安
	9 沒有其他活動參與者攜帶寵物
	10 我的寵物可能對其他人或動物不友善
	11 我沒有其他同行的夥伴
	12 我的寵物無法與陌生人相處
結構阻礙	13 進行寵物旅遊所費不貲
	14 我不認識任何可以提供我如何攜帶寵物參與活動的人
	15 活動環境不適合我的寵物（例如：不乾淨的環境）
	16 進行寵物旅遊耗費很多時間
	17 我無法同時參與活動與照顧寵物
	18 沒有鄰近的活動地點或目的地
	19 旅遊目的地沒有適合寵物的設施
	20 寵物旅遊十分不便

表 6 協商量表

構面	項目
行為	1 為了參加寵物旅遊，我會想辦法收集旅遊地點的相關資訊
	2 為了參加寵物旅遊，我會藉由電視、書籍、雜誌或網路獲得相關資訊
	3 為了參加寵物旅遊，我會收集旅遊期間如何照顧寵物的相關資訊
	4 為了參加寵物旅遊，我會試圖找其他有相同興趣的飼主一起出遊
	5 為了參加寵物旅遊，我會找其他夥伴在旅途中分擔照顧寵物的工作
	6 為了參加寵物旅遊，我會找其他能與我的寵物和平相處的人一起出遊
	7 為了參加寵物旅遊，我試圖取得足夠的資金
	8 為了參加寵物旅遊，我會進行預算計畫
	9 為了參加寵物旅遊，我會重新考量休閒活動的優先順序
	10 為了參加寵物旅遊，我會事先預留時間
	11 為了參加寵物旅遊，我會適當安排我的行程

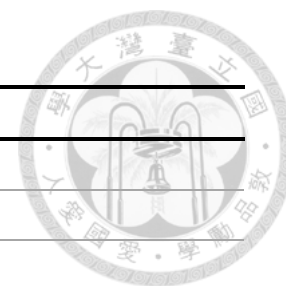
構面	項目
認知	12 我試圖忽略我進行寵物旅遊時可能遇到的問題
	13 我盡可能在遇到旅遊阻礙時突破自己
	14 我試圖堅持進行旅遊活動直到我遇到阻礙
	15 我試圖在遇到旅遊阻礙時放下自尊

表 7 動機量表

構面	項目
寵物利益	1 寵物可以認識更多人或寵物
	2 可以拓展我的寵物視野
	3 寵物可以獲得快樂
	4 可以提升寵物社交能力
	5 可以增加寵物和我在一起的時間
寵物依戀	6 我與寵物相互陪伴
	7 我享受和寵物互動的時光
	8 增加我和寵物間的信任
	9 留下我和寵物間的美好回憶
社交	10 我可以認識更多飼主或寵物
	11 我可以得到更多與其他飼主交流的機會
	12 我可以增加與其他飼主的互動
	13 我可以加入飼主的社交團體
炫耀	14 我可以炫耀我的社會經濟地位
	15 我可以向別人展示我的寵物旅遊經歷
	16 我可以體驗其他飼主沒有的經驗
	17 我會因為這些經驗受到尊重和景仰
補償回報	18 我利用假日補償寵物
	19 減少我平時不能陪伴寵物的罪惡感
	20 我的寵物對我很好，所以我想回報牠
	21 我的寵物生命很短暫，我想珍惜與他在一起的時光
新鮮感	22 我會感到愉悅
	23 我可以得到新鮮感
	24 我可以體驗獨特的旅程

表 8 參與意圖量表

項目	
1	只要我有機會，我就會參與寵物旅遊
2	我會盡我所能提升自己的能力以參加寵物旅遊
3	我會持續接收寵物旅遊的相關資訊
4	我可能不會想參加寵物旅遊(反向題)



四、研究對象與抽樣方法

本研究分為預試問卷與正式問卷兩階段，研究對象為 18 歲以上，家裡至少飼養一隻寵物犬的一般民眾。預試問卷在華山狗公園現地發放，共收到 35 有效問卷。正式問卷以網路問卷進行調查，在 facebook、Dcard、Ptt 等寵物相關社團與公開平台發放，共收到 612 份問卷，排除含闕漏值的 17 份問卷，有效問卷 97.2%，移除 3 份極端值問卷，以 591 份問卷進行分析。

五、研究方法與流程

(一) 研究方法

本研究使用結構方程模型進行分析，檢驗阻礙協商模型在寵物旅遊領域的應用並釐清變項間關係。結構方程模型是一種結合因素分析與路徑分析的統計方法，多數社會科學研究中用到的分析方法皆屬於結構方程模型的特例 (Bollen et al., 2008)。結構方程模型較其他分析方法更優勢的原因包含：能測試複雜模型、能準確代表概念，以及能修改並檢驗模型和容許抽樣誤差。但同時，研究者須提供較高的樣本數量才能進行分析，多數研究同意 200 份樣本足夠 (Weston et al., 2008)。

本研究的結構方程模型以最大似然法(maximum likelihood, MLE)，作為分析基礎。最大似然法(MLE)是結構方程模型最常使用的分析方法，通過最大化觀察數據在假設模型下的出現機率來估計模型參數。統計上，最大似然法(MLE)首先對模型的參數進行初始假設，然後計算觀察數據在這些初始參數值下的似然性，接著藉由數學模型的調整最大化觀察數據似然性，最佳化理論模型 (Kline, 2023)。

最大似然法(MLE)的分析結果可以產生模型配適度指標數值，因此適用於理論模型驗證，惟樣本數的需求較大且需符合多元常態分布 (Kline, 2023; Lohmöller, 1989)。

結構方程模型的操作流程雖在文獻中有略微差異，但大致可總結為 5 個步驟 (Bollen et al., 2008; Weston et al., 2008)：模型界定 (Model Specification)、模型識別 (Model Identification)、模型估計 (Model Estimation)、模型檢驗 (Model Evaluation)和模型修正 (Model Modification)，其中模型界定與模型辨識是在收集資料前進行 (Weston et al., 2008)。

1. 模型界定：藉由過去的研究或理論建立模型架構，並提出變項間關係的假設。
2. 模型識別：確保模型能在 SEM 中進行估計，
3. 模型估計：收集資料後進型結構方程模型各參數的估計，包含測量模型與結構模型。測量模型的估計可以評估觀察變項與潛在變項間的關係，透過標準化殘差與因素負荷量的檢查，確認沒有觀察變項交叉負荷或因素負荷量過低的情形。結構模型則可以評估潛在變數之間的關係，確認路徑係數與方向。
4. 模型檢驗：以配適度指標檢驗結構方程模型是否能恰當反映觀察到的數據。
5. 模型修正：當模型配適度不佳時，研究者需要進行模型修正，例如釋放或限制參數、改變路徑或改變模型結構。

(二) 研究流程 (圖 10)

1. 步驟一：模型界定與辨識

阻礙協商模型被普遍運用在休閒活動與旅遊阻礙的探討，但在寵物旅遊領域的應用較少，且三種阻礙與模型中其他變項的關係無法確定，故分別建立模型 1 和模型 2 兩種模型、定義兩模型中的變項，並確認模型可被識別。

2. 步驟二：問卷設計與調查

本階段問卷內容包含阻礙協商量表和飼主及寵物犬資訊，量表部分皆以李克

特 7 點尺度進行測量。預試問卷發放後以信度分析檢驗量表填答情況後，再以網路問卷形式發放正式問卷。

3. 步驟三：模型估計與檢驗

將收集到的正式問卷進行估計與檢驗，首先進行基本的整理與統計分析，包含遺漏或離群值處置等、信效度分析和描述性統計，再進行結構方程模型的分析，包含測量模試的驗證式因素分析和結構模式，根據統計結果進行假設檢驗。

4. 步驟四：模型比較

將兩模型進行假設檢驗、中介檢驗、模型配適度和模型精簡度等參數和指標相互比較，藉此辨識更適當的阻礙協商模型。

5. 步驟五：結論與討論

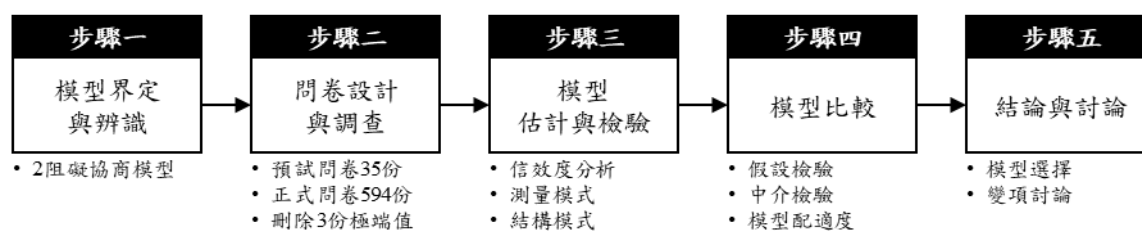


圖 10 研究一流程

六、 資料處理與統計分析

使用統計軟體 Excel、SPSS 和 Amos，進行描述性統計分析、驗證式因素分析和結構方程模型分析。

研究二 寵物旅遊期望

一、 研究架構

本研究以犬隻飼主進行寵物旅遊期望的服務作為研究問題，參考 Wang 等 (2000) 和 Li 等 (2011) 提出 7 個影響犬隻飼主寵物旅遊期望的構面，分別為餐食、住宿、交通、景點與購物點、人員與照護、行程及資訊和娛樂與活動，調查並統整犬隻飼主的旅遊期望。

二、 變項測量（附錄二、三）

旅遊期望是遊客購買產品或服務前的信念，以滿足遊客對各項服務表現的需求 (Li et al., 2011)。根據 Zeithaml 等 (1993) 對旅遊期望的區分，本研究調查犬隻飼主的期望服務，即飼主進行寵物旅遊活動時，理想中能得到的服務。因過去並沒有探討針對整體寵物旅遊期望的研究，本研究以文獻歸納產生研究量表，分預試與正式兩階段進行調查與分析：

預試問卷為半開放式問卷，共計 44 題（表 9）。旅遊期望量表回顧過去與寵物旅遊的飼主需求、寵物旅遊產品差異、飼主願付價格調查結果，與寵物旅遊阻礙研究的結論與建議（何錦芳，2008；李韻庭，2007；林裕強、楊庭芳，2015；Buhalis & Chan, 2023；Chen et al., 2014；Hidalgo-Fernández et al., 2023；Hung et al., 2016；Ying et al., 2021），以李克特(Likert)7 點尺度進行測量，詢問飼主各項旅遊服務的重要性，1 分代表非常不重要，7 分代表非常重要，共 36 題。為避免既有題項的遺漏，受測者額外的期望以開放式問項調查，共 8 題。

正式問卷的根據預試問卷進行修正，移除開放題，並新增調查飼主旅遊安排接受度的題項，共計 44 題（表 10）。寵物旅遊期望量表以李克特(Likert) 7 點尺度進行測量，請飼主對各項旅遊服務的重要性評分，1 分代表非常不重要，7 分代表非常重要，量表題目除了根據開放題建議修改題目用字外，納入初試問卷中許多受測者在開放題提及的服務，共新增 3 題：「用餐地點提供寵物專用餐具及設備(如：護頸碗、飲水機)」、「住宿地點不允許寵物與飼主同住時，每隻寵物有

獨立的住宿空間，與其他寵物區隔」和「旅遊目的地舉辦的活動進行過程注重寵物安全」，共 39 題。為更加直接地確認飼主進行寵物旅遊對各項安排的接受程度，本研究另新增接受度問項，共 5 題。

預試與正式問卷皆另外包含飼主與寵物基本資料的調查，包含飼主的性別、年齡、婚姻狀態、小孩有無、教育程度、職業、每月可支配金額、家裡寵物犬的數量、過去是否有進行寵物旅遊的經驗，即寵物犬的年齡、體型和健康狀況，以匿名形式調查。

表 9 旅遊期望預試問卷

類別	構面	項目
旅遊期望	餐食	1 用餐地點允許寵物與飼主一同用餐
		2 用餐地點不允許寵物一同用餐時，有空間可以安置寵物
		3 用餐地點有專門為寵物準備的餐食
		4 用餐地點使用空氣清淨機保持用餐環境
		5 用餐地點提供飼主與寵物特定的用餐區域
	住宿	6 寵物可與飼主同住一個房間
		7 住宿地點不允許寵物與飼主同住時，有安置寵物的空間(如：寵物籠、寄宿區)
		8 住宿空間提供寵物專用設施(如：家具、餐具等)
		9 住宿空間提供寵物專用的清潔器具與設施
		10 住宿空間整潔，寵物使用無虞
		11 住宿地點是否有針對寵物的額外規定(如：限制寵物重量、限制寵物活動空間)
	交通	12 有寵物可乘的大眾運輸可以到達旅遊目的地
		13 搭乘交通工具時，寵物可獨自擁有飼主旁的座位
		14 搭乘交通工具時，寵物箱可置於大眾運輸車廂空地，不佔位置
		15 搭乘交通工具的過程中安全措施
		16 搭乘交通工具時，有專用空氣清淨機保持空氣清新
		17 搭乘交通工具時的過程中，可以讓寵物感到舒適
		18 搭乘交通工具時的過程中，有安排寵物活動筋骨
	景點與	19 旅遊景點可攜帶寵物進入
	購物點	20 購物過程中寵物可以隨行

類別	構面	項目
		21 旅遊景點若不允許寵物隨行，有空間或可以安置寵物或交由專人照顧
		22 購物地點若不允許寵物隨行，有空間或可以安置寵物或交由專人照顧
		23 旅遊景點或周遭有販賣寵物相關商品
		24 旅遊景點有良好的寵物的活動空間
	人員與 照護	25 服務人員有足夠耐心對待寵物
		26 服務人員受過服務寵物的特定訓練
		27 旅遊目的地提供寵物醫療服務
		28 旅遊目的地提供額外寵物服務(如：寵物美容、SPA、訓練等)
	行程及 資訊	29 旅遊目的地提供行程安排的參考或服務
		30 行程安排時，很容易在網路或其他媒介找到目的地的寵物相關資訊與規範
31 行程安排時，目的地提供寵物相關資訊諮詢		
32 行程安排時，可以找到目的地周邊可攜帶寵物景點相關資訊簡介		
33 寵物旅遊的花費可以與一般旅遊相近		
娛樂與 活動	34 旅遊目的地舉辦寵物間互動的活動	
	35 旅遊目的地舉辦飼主可以互相交流的活動	
	36 旅遊目的地舉辦對寵物健康有利的活動	
開放題		37 您對寵物旅遊提供的餐食是否有其他需求或期望？
		38 您對寵物旅遊提供的住宿是否有其他需求或期望？
		39 您對寵物旅遊提供的交通是否有其他需求或期望？
		40 您對寵物旅遊提供的景點與購物點是否有其他需求或期望？
		41 您對寵物旅遊提供的人員與照護是否有其他需求或期望？
		42 您對寵物旅遊提供的行程與資訊是否有其他需求或期望？
		43 您對寵物旅遊提供的娛樂與活動是否有其他需求或期望？
		44 您對寵物旅遊提供的整體服務是否有其他需求或期望？

表 10 旅遊期望正式問卷

類別	構面	項目
旅遊期望	餐食	1 用餐地點允許寵物與飼主一同用餐
		2 用餐地點不允許寵物一同用餐時，有空間可以安置寵物
		3 用餐地點有專門為寵物準備的餐食
		4 用餐地點提供寵物專用餐具及設備(如：護頸碗、飲水機)
		5 用餐地點注重環境衛生(例如：使用空氣清淨機保持用餐環境清潔)
		6 用餐地點提供飼主與寵物特定的用餐區域，與一般顧客區隔
	住宿	7 住宿地點寵物可與飼主同住一個房間
		8 住宿地點不允許寵物與飼主同住時，有安置寵物的空間(如：寵物籠、寄宿區)
		9 住宿地點不允許寵物與飼主同住時，每隻寵物有獨立的住宿空間，與其他寵物區隔
		10 住宿空間提供寵物專用設施(如：家具)
		11 住宿空間提供寵物專用的清潔器具與設施
		12 住宿空間舒適整潔，寵物使用無虞
		13 住宿地點是否有針對寵物的額外規定(如：限制寵物重量、限制寵物活動空間)
旅遊期望	交通	14 有寵物可乘的大眾運輸可以到達旅遊目的地
		15 搭乘交通工具時，寵物可獨自擁有飼主旁的座位
		16 搭乘交通工具時，寵物箱或寵物推車可置於大眾運輸車廂空地，不佔位置
		17 搭乘的交通工具有安全設施(例如：防止寵物逃跑安全設施、寵物推車固定設施等)
		18 搭乘交通工具時，有專用空氣清淨機保持空氣清新
		19 搭乘交通工具時的過程中，可以讓寵物感到舒適，包含飲水與空調設施等
	景點與購物點	20 搭乘交通工具時的過程中，有安排寵物活動筋骨
		21 旅遊景點可攜帶寵物進入
		22 在購物點購物過程中寵物可以隨行
		23 旅遊景點若不允許寵物隨行，有空間可以安置寵物或有專人照顧
人員與照護	購物點	24 購物地點若不允許寵物隨行，有空間可以安置寵物或有專人照顧
		25 旅遊景點或周遭有販賣寵物相關商品
		26 旅遊景點有良好的寵物的活動空間
		27 服務人員有足夠耐心對待寵物
	照護	28 服務人員受過服務寵物的特定訓練

類別	構面	項目
行程及 資訊		29 旅遊目的地提供寵物醫療服務
		30 旅遊目的地或住宿空間提供額外寵物服務(如：寵物美容、SPA、訓練等)
		31 旅遊目的地提供行程安排的參考或服務
		32 行程安排時，很容易在網路或其他媒介找到目的地的寵物相關資訊與規範
		33 行程安排時，目的地提供寵物相關資訊諮詢
		34 行程安排時，可以找到目的地周邊可攜帶寵物景點相關資訊簡介
		35 寵物旅遊的花費可以與一般旅遊相近
		36 旅遊目的地舉辦寵物間互動的活動
		37 旅遊目的地舉辦飼主可以互相交流的活動
		38 旅遊目的地舉辦對寵物健康有利的活動
娛樂與 活動		39 旅遊目的地舉辦的活動進行過程注重寵物安全
		40 您對寵物餐食安排的態度
		41 您對寵物住宿安排的態度
		42 您對寵物交通安排的態度
		43 您對寵物景點安排的態度
接受度		用餐環境必須允許寵物和飼主一同用餐
		可以接受不允許寵物一同用餐時，用餐地點另外安排安置寵物的空間
		不重要
		住宿環境必須允許寵物和飼主同住一個房間
		可以接受不允許寵物同住時，寵物交由專人照顧
		可以接受不允許寵物同住時，住宿地點另外安排安置寵物的空間（沒有專人照顧）
		不重要
		搭乘交通工具時，寵物必須獨自擁有座位
		搭乘交通工具時，可以接受寵物必須安置於大眾運輸車廂空地（包含寵物箱及寵物推車），不佔位置
		不重要
		旅遊景點必須開放寵物進入
		旅遊景點若不允許寵物隨行，可以接受寵物交由專人照顧
		旅遊景點若不允許寵物隨行，可以接受寵物被安置於其他空間(沒有專人照顧)

類別	構面	項目
		不重要
		購物地點必須開放寵物進入=1
		購物地點若不允許寵物隨行，可以接受寵物交由專人照顧
44	您對寵物購物點安排的態度	購物地點若不允許寵物隨行，可以接受寵物被安置於其他空間(沒有專人照顧)
		不重要

三、 研究對象與抽樣方法

本研究分為預試問卷與正式問卷兩階段，研究對象為 18 歲以上，家裡至少飼養一隻寵物犬的一般民眾。預試問卷發放時間為 2024 年 2 月，正式問卷發放時間為 2024 年 3 月，兩階段皆以網路問卷進行調查，在 facebook、Dcard、Ptt 等寵物相關社團與公開平台發放，預試共收到 80 有效問卷，正式共收到 474 份問卷，以量表總分排除 3 份離群值問卷後，共 471 份有效問卷。

四、 研究方法與流程

(一) 研究方法

研究二同樣使用結構方程模型進行分析，如前所述，結構方程模型整體架構包含單一變項的測量模型與變項間的路徑分析，因本研究所探討的旅遊期望為單一變項，因此只須建立測量模型，無須進行路徑分析。

過去的社會科學研究調查變項或構面所使用的量表多為反映性模型 (Reflective Model)，意即觀察變項反映潛在變項，每個指標（觀察變項）都是構面（潛在概念）的表現方式，其架構的因果關係為構面為因，觀察變項為果。合格的反映性量表中，觀察變項需有相同或相似的內容，分享同一主題，因此具有內部一致性且需共變，分析過程中即便刪除幾個觀察變項改變不會造成構面概念改變。然本研究探討的是飼主進行寵物旅遊的期望服務，各項服務之間未必高度相關，也並非代表同一概念，而是綜合這些指標的效果，形成旅遊期望的概念，

較接近形成性的測量模型（表 11）（Jarvis et al., 2003）。

形成性模型(Formative Model)中，觀察變項形成構面的特徵或概念，每個指標（觀察變項）都是構面（潛在概念）的原因，其架構的因果關係為觀察變項為因，構面為果，各項指標不需有相同或相似內容，也不需分享同一主題，不需具有內部一致性或共變，分析過程中觀察變項的改變會導致構面概念的改變（Hair Jr et al., 2021; Jarvis et al., 2003）。

形成性模型被錯誤地設定成反映性模型可能造成研究結果嚴重偏誤，Jarvis 等(2003)回顧 1997 年到 2000 重要行銷期刊發表的 178 篇研究中，29%的構面被錯誤地建模，多數錯誤為形成性模型被識別為測量性模型。Jarvis 等(2003)進一步測試錯誤識別的 formed 模型的結果，顯示錯誤的因果模型會造成參數估計錯誤，且形成性模型指標間相關性愈低偏誤愈大，內生變數的識別錯誤甚至可能導致負向偏誤。

根據本研究回顧探討旅遊期望的文獻，歸納出了 7 個影響旅遊期望的構面：餐食、住宿、交通、景點與購物點、人員與照護、行程及資訊和娛樂與活動，因此測量模型由指標、構面和旅遊期望變項組合而成，形成一個二階模型。二階模型根據反映性的與形成性模型的組合共有四種不同的形式：第 1 型—反映反映(RR)、第 2 型—反映形成(RF)、第 3 型—形成反映(FR)、第 4 型—形成形成(FF)（圖 11）（Jarvis et al., 2003）。

Lee 與 Cadogan (2013)針對形成性與反映性模型的研究中指出，多數高階層的反映性模型，也就是第 1 型，在社會科學統計上缺乏統計意義，建議商管類的研究避免使用高階的反映模型，或將高階模型構面拆解為多個變項。Dmitrović 與 Žabkar (2010)針對旅遊服務評估的研究，證明評估旅遊目的地各項服務的滿意度時，形成性指標的解釋力優於反映性指標。考量本研究指標間與構面間未必具內部一致性，且旅遊期望的評估指標較接近旅遊的服務內涵而非整體滿意度調查，本研究以第四型—形成形成(FF)結構方程模型作為研究分析方法。

表 11 反映性與形成性模型比較

比較	反映性模型 (Reflective Model)	形成性模型 (Formative Model)
定義	觀察變項反映潛在概念 每個指標都是構面表現的方式	觀察變項形成潛在概念 每個指標都是構面的原因
因果關係方向	構面到指標	指標到構面
指標期望相關	指標應具有內部一致性可靠性	不期望指標相關 (不要求內部一致性)
刪除指標的影響	從測量模型中刪除一個指標不會改變構建的含義	從測量模型中刪除一個指標可能會改變構建的含義

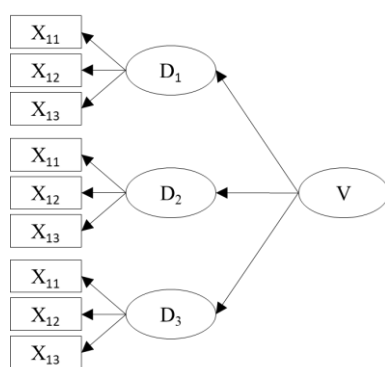


圖 11a 第 1 型 反映反映(RR)

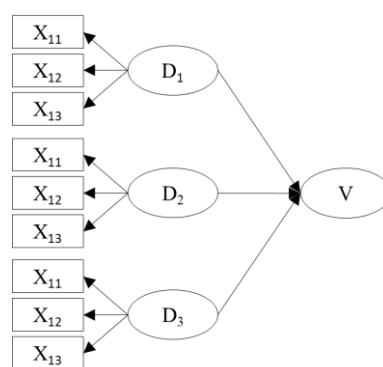


圖 11b 第 2 型 反映形成(RF)

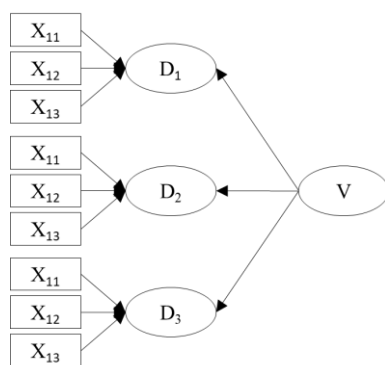


圖 11c 第 3 型 形成反映(FR)

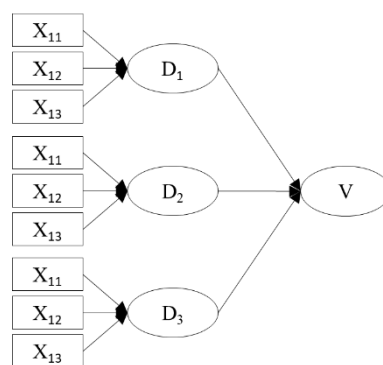


圖 11d 第 4 型 形成形成(FF)

(X: 觀察變項; D: 構面; V: 變項)

圖 11 二階模型的四種形式

有別於一般進行反映性結構方程模型分析所使用的最大似然法(MLE)，形成性模型多使用偏最小平方法(partial least squares, PLS)進行分析。最大似然法是結構方程模型最常使用的分析方法，探討變項間的共變數結構，使樣本的似然性最大化，其目的是解釋變項間的因果關係，驗證理論假設和概念結構，適用於理論驗證。而偏最小平方法(PLS)則探討變數和樣本間的關係，使觀察變項與潛在變項間的殘差最小化，其目的為解釋或預測變項間關係，使共變數最大化，適用探索或預測變項間關係 (Lohmöller, 1989)。受到模型識別與統計方法的限制，形成性模型必須以偏最小平方法進行分析，故本研究使用 Smart PLS 作為結構方程模型偏最小平方法的分析軟體。

本研究以犬隻飼主旅遊期望服務作為探討主題，且根據觀察變項的性質建立形成性結構方程模型，題目篩選的標準較寬鬆。Cheah 等(2019)說明高階模型可利用驗證式四分差分析(Confirmatory Tetrad Analyses, CTA)檢視反映性與形成性指標的結構，確認指標、構面與變項間關係，也就是說驗證式四分差分析(CTA)適用於結構方程模型中測量模型的檢驗 (Cheah et al., 2019)。

Bollen 與 Ting (1993)提出驗證式四分差分析，通過檢驗四個變數間的特定組合（即四分差）的顯著性來判斷某個測量模型的配適度。在反映性模型中，指標之間應該有較高的相關性，而形成性模型中指標間不一定高度相關，它們共同決定潛變數。Bollen 與 Ting (1993)以此提出驗證式四分差分析可檢視反映性模型中指標的冗餘(redundancy)，利用四分差的比較排除對構面沒有影響或共線性高的指標，以此提升測量模型的效度 (Bollen & Ting, 1993)。

Gudergan 等(2008)將驗證式四分差分析拓展到偏最小平方法(PLS)的結構方程模型中，CTA 的判別指標為四分差組合的 p 值與信賴區間，形成性模型中 p 小於 0，且信賴區間(CI)未跨越 0 的指標會佔多數，其餘 p 大於 0，信賴區間(CI)跨越 0 的指標測試概念相似，即為冗餘(redundancy)，可考慮消除提高模型解釋與預測的能力 (Gudergan et al., 2008)。

形成性模型較反映性模型更晚提出，在結構方程模型的分析中應以偏最小平方法(PLS)為基礎，且進行正式測量模型分析前可以驗證式四分差(CTA)進行檢驗，提高整體模型效力。



(二) 研究流程 (圖 12)

1. 步驟一：模型界定與辨識

本研究探討的主題為飼主進行寵物旅遊的期望服務，由文獻歸納的指標間相關性不定，參考過去文獻建構形成性模型，並歸納過去已有許多研究探討不同族群或形式的旅遊期望，提出 7 個構面做為旅遊期望服務的影響因素。

2. 步驟二：問卷設計與調查

問卷調查分為初試及複試，初試問卷為半開放式問卷，寵物旅遊期望量表請飼主評估各項旅遊服務的重要性，為避免飼主有量表遺漏的期望，問卷包含開放問題供飼主提出量表外的期望服務。

收集 80 份初試問卷後，首先進行量表檢核，確認既有題項的重要性，並統整飼主開放題的回答，加入旅遊期望量表中，形成正式問卷。正式問卷即不包含開放題，寵物旅遊期望皆以李克特 7 點尺度進行測量。

3. 步驟三：模型估計與檢驗

首先進行基本的整理與統計分析，在 Smart PLS 中建構形成性模型，進行驗證式四分差分析(CTA)排除測量概念相似的觀察變項，最後進行偏最小平方法(PLS)結構方程模型分析。

4. 步驟四：結果與討論

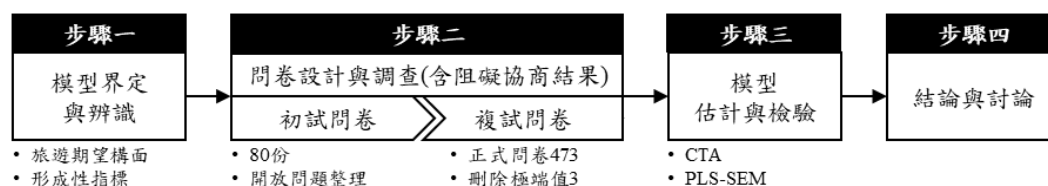


圖 12 研究二流程

五、 資料處理與統計分析

統計分析過程使用統計軟體 Excel、SPSS 和 Smart PLS，分別進行描述性統計分析、驗證式四分差分析和偏最小平方法結構方程模型。



第四章 研究結果



研究一 寵物旅遊的阻礙協商模型

研究一藉由兩種阻礙協商模型的比較，釐清阻礙對犬隻飼主參與寵物旅遊的影響，以結構方程模型的各项指標與參數作為分析與比較的依據。研究者於 2023 年 6 月發放預試問卷，2023 年 8 月發放正式問卷，預試問卷在華山狗公園現地發放，共收到 35 有效問卷。正式問卷以網路問卷進行調查，在 facebook、Dcard、Ptt 等寵物相關社團與公開平台發放，共收到 612 份問卷，排除含闕漏值的 17 份問卷，有效問卷 97.2%，移除 3 份極端值問卷，以 591 份問卷進行分析。

一、 預試問卷處理

發放預試問卷的目的是為了在研究正式進行之前確認問卷題目的敘述與問卷結構是否有需要調整的地方以信度分析來確認受測者填答的一致性與穩定性，以確認問卷能否達到預期的研究成果，在信度分析前先反轉量表反向題的分數，已達一致性檢驗的目的。Cronbach's Alpha 是最常被用來檢驗量表內部一致性的指標，DeVellis 與 Thorpe (2021)提出 α 介於 0.65 和 0.70 之間是可接受值，0.70 至 0.80 表示內部一致性佳，0.80 至 0.90 表示內部一致性非常好（吳明隆, 2007；DeVellis & Thorpe, 2021）。本研究預試問卷多數變項的信度皆超過 0.70，內部一致性良好。Sharma (2016)提出 $\alpha > 0.5$ 雖較差但仍可以接受，考量到預試問卷樣本數較小，人際阻礙的 α 值 0.59 仍為可接受範圍，因此正式問卷僅針對題目敘述進行調整，沒有進行題目增減（表 12）。

表 12 預試問卷信度分析

變項	問題數	Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Standardized Items
個人阻礙	7	0.794	0.786
人際阻礙	5	0.588	0.589
結構阻礙	8	0.811	0.811
動機	24	0.930	0.936
協商	15	0.930	0.936
參與意圖	4	0.832	0.850

二、正式問卷信度與效度分析

正式問卷結構方程模型分析前以 Cronbach's Alpha 檢定確認量表的內部一致性，本研究正式問卷的 Cronbach's Alpha 值皆大於 0.7，內部一致性良好(表 13)。

表 13 正式問卷信度分析

變項	問題數	Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Standardized Items
個人阻礙	7	0.876	0.875
人際阻礙	5	0.739	0.739
結構阻礙	8	0.853	0.853
動機	24	0.906	0.909
協商	15	0.834	0.86
參與意圖	4	0.806	0.834

三、描述性統計結果

本研究有效問卷共 594 份，去除 3 份離群問卷後共計 591 份樣本，本研究收集的個人背景資料包含性別、年齡、婚姻狀態、教育程度、職業和每月可支配金額，除此之外，因犬隻是影響飼主進行寵物旅遊的關鍵，故額外收集犬隻數量、進行寵物旅遊的經驗、犬隻年齡、體型和健康狀況。

性別上，本研究之受測者以女性為主，包含 81.9%女性與 18.1%男性。年齡上，本研究之受測者以 20 至 50 歲為主(89.7%)，年齡在 61 歲以上的受測者較少(0.3%)。婚姻狀態上，本研究受測者以未婚占最高比例(60.6%)，其次為已婚無小孩(30.4%)，已婚有小孩比例最低(17.8%)。教育程度上，本研究受測者以大學學歷為主(59.9%)，其次為研究所以上(19.1%)，再其次為高中職(10.5%)與專科(10%)。受測者的職業以一般內外勤職業為主(17.9%)，其次為服務業(15.1%)，學生(7.3%)、衛生保健業(7.3%)、資訊業(6.3%)亦佔有相當高的比例。受測者每月可支配金額以 1 至 3 萬為主(45.3%)，其次為 1 萬元以下(23.5%)，再其次為 3 萬至 5 萬(19.5%) (表 14)。

多數受測者家中飼養的犬隻數量為 1 隻(73.8%)，飼養超過 3 隻狗的比例為 8.6%。94.2%飼主有進行寵物旅遊的經驗，僅 5.8%從未帶自己的狗進行寵物旅遊。犬隻的年齡以 3 至 6 歲為主(24.0%)，其次為 10 歲以上(18.8%)，相較其他年齡段，幼犬數量較少(8.8%)，犬隻體型上以小型犬(51.4%)和中型犬(38.9%)為主。多數犬隻健康狀況良好(54.4%)，犬隻面臨的健康問題以皮膚問題(10.1%)最高，其次為肌肉關節比例 (9.3%)，再其次為呼吸道疾病(6.3%) (表 15)。

表 14 人口統計敘述統計表

人口統計變項	類別	數量	百分比(%)
生理性別	男	107	18.1
	女	484	81.9
年齡分類	20 歲以下	17	2.9
	21-30 歲	186	31.5
	31-40 歲	216	36.5
	41-50 歲	128	21.7
	51-60 歲	42	7.1
	61 歲以上	2	0.3
婚姻狀態	未婚	358	60.6
	已婚無小孩	119	20.1
	已婚有小孩	105	17.8
	遺漏值	9	1.5
教育程度	國中	2	0.3
	高中職	59	10.0
	專科	62	10.5
	大學	354	59.9
	研究所以上	113	19.1
	遺漏值	1	0.2
目前職業	一般職業(內外勤人員)	106	17.9
	農牧業(農場經營者、農業生產者、動物養殖及訓練人員等)	1	0.2
	交通運輸業(內勤人員、車站內人員、維護人員、駕駛等)	4	0.7
	餐旅業(內勤人員、導遊領隊、廚師、技工等)	17	2.9
	建築工程業(建築師、內勤人員、業務員、工程人員)	12	2.0

人口統計變項	類別	數量	百分比(%)
	等)		
	製造業(負責人、製造人員、品管人員等)	26	4.4
	新聞廣告業(內勤人員、攝影記者、印刷人員等)	10	1.7
	衛生保健業(醫療人員、分析師、獸醫等)	43	7.3
	文教機關(教師、教官、教練等)	39	6.6
	公共事業	19	3.2
	一般商業	20	3.4
	服務業	89	15.1
	家庭管理(家管、保母等)	29	4.9
	治安人員(警務人員、法務人員等)	4	0.7
	軍人	4	0.7
	資訊業(工程師、測試人員等)	37	6.3
	退休	4	0.7
	學生	43	7.3
	無	12	2.0
	自由業	10	1.7
	其他	4	0.7
	遺漏值	58	9.8
每月可支配金額	10000 元以下	139	23.5
	10001-30000 元	268	45.3
	30001-50000 元	115	19.5
	50000 元以上	69	11.7

表 15 犬隻統計描述性統計表

犬隻統計變項	類別	數量	百分比(%)
家中犬隻數量	1	436	73.8
	2	101	17.1
	3 隻以上	51	8.6
	遺漏值	3	0.5
寵物旅遊的經驗	曾經進行寵物旅遊	557	94.2
	從未進行寵物旅遊	34	5.8
犬隻年齡	幼年 (1 歲以下)	52	8.8
	青年 (1 歲以上~2 歲)	72	12.2
	成年前期 (2 歲以上~3 歲)	71	12.0
	中期 (3 歲以上~6 歲)	142	24.0
	成年後期 (6 歲以上~8 歲)	72	12.2
	高齡 (8 歲以上~10 歲)	69	11.7
	老年 (10 歲以上)	111	18.8
	遺漏值	2	0.3
犬隻體型	大型犬	55	9.3
	中型犬	230	38.9
	小型犬	304	51.4
	不確定	2	0.3
犬隻健康狀況 (複選)	很健康	421	54.4
	有肌肉關節問題	72	9.3
	有呼吸道問題	49	6.3
	有眼睛疾病	38	4.9
	有皮膚問題	78	10.1
	有心血管或其他臟器的慢性病	45	5.8
	其他	71	9.2

四、 量表描述性統計（表 16）

本研究共包含 6 個變項，其中參與變項包含一個反向題。動機變項有 6 個構面，寵物利益構面中平均值最高的是「可以增加寵物和我在一起的時間(6.54)」，其次為「寵物可以獲得快樂」(6.50)；寵物依戀構面中平均值最高的是「我享受和寵物互動的時光」(6.71)，其次為「留下我和寵物間的美好回憶」(6.66)；飼主社交構面中平均值最高的是「我可以得到更多與其他飼主交流的機會」(5.02)，其次為「我可以認識更多飼主或寵物」(4.93)；炫耀構面中平均值最高的是「我可以體驗其他飼主沒有的經驗」(4.86)，其次為「我可以向別人展示我的寵物旅遊經歷」(4.03)；補償回報構面中平均值最高的是「我的寵物生命很短暫，我想珍惜與他在一起的時光」(6.59)，其次為「我的寵物對我很好，所以我想回報牠」(5.45)；新鮮感構面中平均值最高的是「我會感到愉悅」(5.45)，其次為「我可以體驗獨特的旅程」(6.16)。

三種阻礙變項中，個人阻礙變項中平均值最高的是「我的寵物不適合進行這項活動」(3.38)，其次為「這項活動對我的寵物而言生理要求過高」(3.26)。人際變項中平均值最高的是「因為部分活動參與者不喜歡動物，導致我進行活動時感到不安」(3.87)，其次為「沒有其他活動參與者攜帶寵物」(3.67)。結構阻礙變項中平均值最高的是「旅遊目的地沒有適合寵物的設施」(4.72)，其次為「活動環境不適合我的寵物」(4.54)。

協商變項包含 2 個構面，行為協商構面中平均值最高的是「為了參加寵物旅遊，我會適當安排我的行程」(6.26)，其次為「為了參加寵物旅遊，我會藉由電視、書籍、雜誌或網路獲得相關資訊」(6.23)；認知協商變項中平均值最高的是「我會盡可能在遇到旅遊阻礙時突破自己」(5.65)，其次為「我會試圖堅持進行旅遊活動直到我遇到阻礙」(5.33)。寵物旅遊參與變項中平均值最高的是「我會持續接收寵物旅遊的相關資訊」(6.17)，其次為「只要我有機會，我就會參與寵物旅遊」(6.04)。

本研究以最大似然法(maximum likelihood estimation, MLE)作為主要估計方法，資料須滿足多元常態假設(normality test)，變數間的分配應符合多元常態性(multivariate normality)，意即每個變數和變數的線性組合符合常態分佈的性質(Kline, 2023; Lohmöller, 1989)。以 Mardia 係數作為多元常態性檢定指標 (Bollen, 1989; Raykov & Marcoulides, 2008)，當 Mardia 係數小於觀察變項總數 p 乘上 $(p+2)$ ，量表即具多元常態性，本研究的 Mardia 係數為 699.645 小於 $63 \times (63+2) = 4095$ ，符合多元常態假設。

為避免觀察變項重複測量相同概念，本研究以變異膨脹因子(VIF)進行共線性檢驗，若 VIF 值大於 10，則觀察變項間存在嚴重共線情形 (Belsley et al., 2005)，本研究所有觀察變項的 VIF 值皆小於 10。

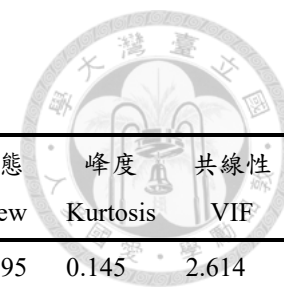


表 16 阻礙協商描述性統計表

變 項	構面	題目	最小值 Min	最大值 Max	平均值 Mean	標準差 SD	偏態 Skew	峰度 Kurtosis	共線性 VIF
動 機	寵物 利益	1 寵物可以認識更多人或寵物	1	7	5.34	1.600	-0.895	0.145	2.614
		2 可以拓展我的寵物視野	1	7	5.89	1.228	-1.315	1.905	2.113
		3 寵物可以獲得快樂	1	7	6.50	0.772	-2.036	6.316	1.817
		4 可以提升寵物社交能力	1	7	5.62	1.347	-0.914	0.578	2.414
		5 可以增加寵物和我在一起的時間	1	7	6.54	0.841	-2.231	6.096	2.023
	寵物 依戀	6 我與寵物陪伴彼此	3	7	6.64	0.679	-2.087	4.408	2.551
		7 我享受和寵物互動的時光	4	7	6.71	0.625	-2.316	5.236	2.945
		8 增加我和寵物間的信任	1	7	6.45	0.896	-1.932	4.362	2.126
		9 留下我和寵物間的美好回憶	2	7	6.66	0.690	-2.497	7.621	2.450
	飼主 社交	10 我可以認識更多飼主或寵物	1	7	4.93	1.596	-0.477	-0.391	7.446
		11 我可以得到更多與其他飼主交流的機會	1	7	5.02	1.577	-0.512	-0.352	11.733
		12 我可以增加與其他飼主的互動	1	7	4.87	1.590	-0.448	-0.390	9.468
		13 我可以加入飼主的社交團體	1	7	4.69	1.686	-0.378	-0.566	4.489
	炫耀	14 我可以炫耀我的社會經濟地位	1	7	2.39	1.504	1.005	0.456	2.301
		15 我可以向別人展示我的寵物旅遊經歷	1	7	4.03	1.860	-0.134	-0.963	2.466
		16 我可以體驗其他飼主沒有的經驗	1	7	4.86	1.682	-0.540	-0.439	2.422
		17 我會因為這些經驗受到尊重和景仰	1	7	3.37	1.690	0.288	-0.653	2.340
	補償	18 我利用假日補償寵物	1	7	5.24	1.618	-0.876	0.092	3.157

變 項	構面	題目	最小值 Min	最大值 Max	平均值 Mean	標準差 SD	偏態 Skew	峰度 Kurtosis	共線性 VIF
	回報	19 減少我平時不能陪伴寵物的罪惡感	1	7	4.86	1.786	-0.577	-.614	3.342
		20 我的寵物對我很好，所以我想回報牠	1	7	5.45	1.532	-0.954	0.432	2.058
		21 我的寵物生命很短暫，我想珍惜與他在一起的時光	3	7	6.59	.760	-2.100	4.372	2.955
	新鮮 感	22 我會感到愉悅	4	7	6.58	0.718	-1.781	2.718	3.146
		23 我可以得到新鮮感	1	7	5.85	1.254	-0.966	0.275	2.526
		24 我可以體驗獨特的旅程	1	7	6.16	1.107	-1.446	2.012	2.745
個 人 阻 礙	-	1 我的寵物無法自我控制（例如：過度興奮或激動）	1	7	3.49	1.755	0.132	-1.049	1.909
		2 我的寵物不適合進行這項活動	1	7	3.38	1.814	0.273	-1.031	3.011
		3 寵物不想出門	1	7	2.36	1.584	1.110	0.350	2.458
		4 寵物容易感到無聊或疲勞	1	7	2.82	1.649	0.642	-0.596	2.127
		5 這項活動對我的寵物來說過於危險	1	7	3.19	1.930	0.537	-0.904	5.811
		6 這項活動對我的寵物而言生理要求過高	1	7	3.26	1.774	0.416	-0.825	4.536
		7 普遍而言寵物不適合進行這項活動	1	7	3.15	1.873	0.608	-0.739	6.100
人 際 阻 礙	-	1 因為部分活動參與者不喜歡動物，導致我進行活動時感到不安	1	7	3.87	1.822	-0.040	-1.073	2.548
		2 沒有其他活動參與者攜帶寵物	1	7	3.67	1.702	0.053	-0.908	2.198
		3 我的寵物可能對其他人或動物不友善	1	7	3.11	1.883	0.521	-0.903	2.113
		4 我沒有其他同行的夥伴	1	7	3.33	1.750	0.264	-1.046	1.624
		5 我的寵物無法與陌生人相處	1	7	2.99	1.789	0.586	-0.736	2.221
結	-	1 進行寵物旅遊所費不貲	1	7	4.07	1.748	-0.189	-0.913	1.842

變 項	構面	題目	最小值 Min	最大值 Max	平均值 Mean	標準差 SD	偏態 Skew	峰度 Kurtosis	共線性 VIF
構 阻 礙	2	我不認識任何可以提供我如何攜帶寵物參與活動的人	1	7	3.20	1.680	0.325	-0.942	1.962
	3	活動環境不適合我的寵物	1	7	4.54	1.745	-0.410	-0.722	2.309
	4	進行寵物旅遊耗費很多時間	1	7	3.38	1.758	0.207	-1.002	2.424
	5	我無法同時參與活動與照顧寵物	1	7	3.50	1.797	0.177	-1.083	2.226
	6	沒有鄰近的活動地點或目的地	1	7	3.82	1.741	-0.120	-0.980	2.520
	7	旅遊目的地沒有適合寵物的設施	1	7	4.72	1.747	-0.660	-0.480	2.608
	8	寵物旅遊十分不便	1	7	4.15	1.788	-0.366	-0.871	2.049
協 商	行為 協商	1 為了參加寵物旅遊，我會想辦法收集旅遊地點的相關資訊	2	7	6.25	0.922	-1.200	1.115	3.233
		2 為了參加寵物旅遊，我會藉由電視、書籍、雜誌或網路獲得相關資訊	1	7	6.23	0.975	-1.410	2.360	3.679
		3 為了參加寵物旅遊，我會收集旅遊期間如何照顧寵物的相關資訊	1	7	6.17	0.999	-1.355	2.425	2.397
		4 為了參加寵物旅遊，我會試圖找其他有相同興趣的飼主一起出遊	1	7	4.49	1.773	-0.285	-0.808	2.245
		5 為了參加寵物旅遊，我會找其他夥伴在旅途中分擔照顧寵物的工作	1	7	4.86	1.719	-0.554	-0.562	1.776
		6 為了參加寵物旅遊，我會找其他能與我的寵物和平相處的人一起出遊	1	7	5.63	1.363	-1.155	1.247	1.984
		7 為了參加寵物旅遊，我試圖取得足夠的資金	1	7	5.49	1.348	-0.854	0.454	2.456
		8 為了參加寵物旅遊，我會進行預算計畫	1	7	5.47	1.371	-0.856	0.508	2.325
		9 為了參加寵物旅遊，我會重新考量休閒活動的優先順序	2	7	5.85	1.065	-0.755	-0.051	1.985
		10 為了參加寵物旅遊，我會事先預留時間	3	7	6.17	0.923	-0.985	0.357	3.306
		11 為了參加寵物旅遊，我會適當安排我的行程	2	7	6.26	0.882	-1.154	1.193	3.601
認知	1	我會試圖忽略我進行寵物旅遊時可能遇到的問題	1	7	3.71	1.776	0.209	-0.967	1.354

變 項	構面	題目	最小值 Min	最大值 Max	平均值 Mean	標準差 SD	偏態 Skew	峰度 Kurtosis	共線性 VIF
協商	2	我會盡可能在遇到旅遊阻礙時突破自己	1	7	5.65	1.110	-0.780	0.821	2.451
	3	我會試圖堅持進行旅遊活動直到我遇到阻礙	1	7	5.33	1.317	-0.587	-0.032	2.672
	4	我會試圖在遇到旅遊阻礙時放下自尊	1	7	5.17	1.428	-0.614	-0.152	1.875
參與 意圖	1	只要我有機會，我就會參與寵物旅遊	1	7	6.04	1.050	-1.146	1.429	3.391
	2	我會盡我所能提升自己的能力以參加寵物旅遊	1	7	5.94	1.130	-0.989	0.780	3.691
	3	我會持續接收寵物旅遊的相關資訊	1	7	6.17	0.986	-1.252	1.679	2.921
	4	我可能不會想參加寵物旅遊(反向題)	1	7	2.33	1.500	1.125	0.694	1.630

五、 測量模型分析

本研究的目的是為了釐清飼主進行寵物旅遊時，阻礙如何影響參與意圖。由阻礙協商理論與前人研究發展出兩種阻礙協商模型，參考 Hubbard 與 Mannell (2001)的研究方法，藉由模型配適度、參數比較和理論對照檢驗兩個模型，從而識別更適當的模型。

兩模型最大的差異在於模型 1 把三種阻礙視為不同的變項，意即個人阻礙、人際阻礙和結構阻礙分別會對協商與參與意圖產生不同程度的影響，模型 2 則是把三種阻礙視為感知阻礙下的構面，感知阻礙整體對協商和參與意圖產生影響（圖 13）。

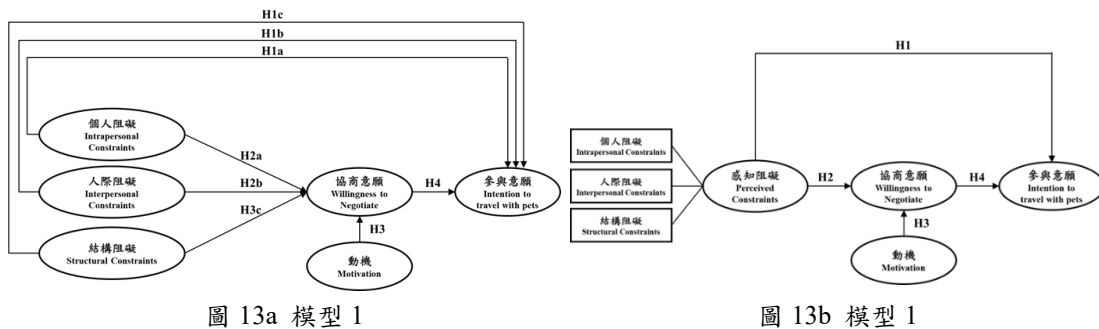


圖 13 假設模型

結構方程模型的分析分為測量模型分析與路徑分析兩階段，測量模型分析是為確認整體模型的信度與效度，並根據各項指標進行觀察變項與構面的調整，確認觀察變項可以正確地測量出潛在變項。路徑分析則用於因果關係的假設檢驗，意即描述模型中潛在變項間的關係。在測量模型分析的階段，不會進行模型比較，而是根據各變項的指標與構面進行檢驗，剔除不適當的指標，因此在迴歸加權係數表（表 17）中呈現指標、構面與變項間關係，兩種模型中是相同的，僅後續區別效度的分析，模型 2 比模型 1 多分析了感知阻礙三個構面（個人阻礙、人際阻礙和結構阻礙）的區別效度。

（一）參數調整與檢驗

反轉參與意圖變項的反向題後進行分析，為避免觀察變數解釋力不足或是相

關性過高影響模型分析結果，研究者逐步排除因素負荷量(factor loadings)過低或是達修正指標水準的觀察變項。實務上標準化因素負荷量以 0.5 為標準 (Hair et al., 2009; Hulland, 1999)，但 0.4 尚可接受 (Stevens, 2002)尤其是在樣本數大於 200 的情況下 (Hair et al., 2009)。本階段排除標準化因素負荷量小於 0.4 或修正指標(modification indices, MI)大於 10 的觀察變項 (游錦雲等, 2009; Byrne, 2016)，各構面刪除的觀察變項數量為：個人阻礙 2 題、人際阻礙 2 題、結構阻礙 2 題、動機 4 題、協商 8 題。調整後模型觀察變項因素負荷量皆大於 0.4 小於 0.95。

除了觀察變項，單一構面的信度可藉由組合信度(composite reliability, CR)和平均變異數抽取量(average variance extracted, AVE)檢驗，組合信度用於檢查構面的一致性，本研究所有構面的 CR 值皆大於 0.6 (吳明隆, 2007; Bagozzi & Yi, 1988; Fornell & Larcker, 1981)，各構面的觀察變項具內部一致性。平均變異數抽取量代表觀察變項能被潛在變項解釋的變異量百分比，本研究多數構面的 AVE 值大於 0.5 (Fornell & Larcker, 1981)，雖人際阻礙(0.492)與結構阻礙(0.426)的 AVE 值較低，但仍超過最低標準 0.36 (Fornell & Larcker, 1981)，且 AVE 本身即為較嚴格的收斂效度標準 (Malhotra, 2020)，所有構面均達解釋變異量寬鬆標準 (表 17)。

高階變項，是指結構方程模型中具有構面的變項，為了正確地測量到每個構面，構面間的相關程度不應過高，較寬鬆的判別標準為兩構面間相關性小於 0.85，較嚴格的標準則是 AVE 平方根需大於構面間的相關性。模型 1 和模型 2 的動機與協商皆為高階變項，且兩模型的觀察變項標準化因素負荷量相同，故動機與協商變項可以進行構面區別效度檢驗。分析結果顯示，動機 (表 18) 與協商 (表 19) 構面間相關係數皆小於 0.85，且符合 AVE 標準，動機和協商變項在實務上具有區別效度 (Anderson & Gerbing, 1988; Churchill, 1979)。因架構的不同，僅有模型 2 將感知阻礙視為擁有 3 個構面的高階變項，故進有模型 2 需要進行感知阻礙的區別效度分析，分析結果顯示構面間相關係數皆小於 0.85，且符合 AVE 標準，感知阻礙變項在實務上具有區別效度 (表 20)。

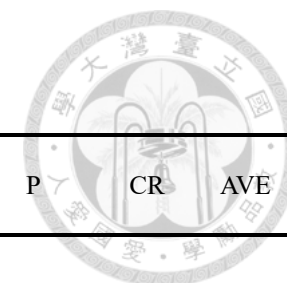


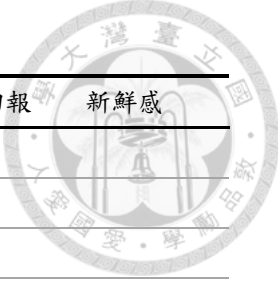
表 17 阻礙協商觀察變項迴歸加權係數表

變項	構面	題項	因素負 荷量	S.E.	C.R.	標準化因素 負荷量	P	CR	AVE
動機	寵物利益	寵物可以認識更多人或寵物	1.00			0.82		0.801	0.575
		可以拓展我的寵物視野	0.62	0.04	15.94	0.66	<0.001		
		可以提升寵物社交能力	0.81	0.04	19.38	0.79	<0.001		
	寵物依戀	我與寵物陪伴彼此	1.00			0.77		0.841	0.571
		我享受和寵物互動的時光	1.02	0.05	20.23	0.86	<0.001		
		增加我和寵物間的信任	1.14	0.07	15.83	0.67	<0.001		
		留下我和寵物間的美好回憶	0.95	0.06	17.15	0.72	<0.001		
	飼主社交	我可以認識更多飼主或寵物	1.00			0.94		0.963	0.866
		我可以得到更多與其他飼主交流的機會	1.03	0.02	52.49	0.97	<0.001		
		我可以增加與其他飼主的互動	1.01	0.02	47.99	0.95	<0.001		
		我可以加入飼主的社交團體	0.97	0.03	33.82	0.86	<0.001		
	炫耀	我可以向別人展示我的寵物旅遊經歷	1.00			0.79		0.784	0.55
		我可以體驗其他飼主沒有的經驗	0.91	0.05	17.38	0.79	<0.001		
		我會因為這些經驗受到尊重和景仰	0.74	0.05	14.42	0.64	<0.001		
	補償回報	我利用假日補償寵物	1.00			0.88		0.885	0.667
		減少我平時不能陪伴寵物的罪惡感	1.10	0.05	23.15	0.88	<0.001		
		我的寵物對我很好，所以我想回報牠	0.72	0.04	17.68	0.67	<0.001		
	新鮮感	我會感到愉悅	1.00			0.61	<0.001	0.792	0.564

變項	構面	題項	因素負荷量	S.E.	C.R.	標準化因素負荷量	P	CR	AVE
感知阻礙 (模型 2)	個人阻礙	我可以得到新鮮感	2.27	0.16	14.06	0.79	<0.001	0.902	0.656
		我可以體驗獨特的旅程	2.15	0.15	14.42	0.84	<0.001		
		我的寵物不適合進行這項活動	1.00			0.72			
		寵物容易感到無聊或疲勞	0.64	0.05	12.20	0.51	<0.001		
		這項活動對我的寵物來說過於危險	1.35	0.06	22.37	0.92	<0.001		
		這項活動對我的寵物而言生理要求過高	1.20	0.06	21.63	0.89	<0.001		
		普遍而言寵物不適合進行這項活動	1.32	0.06	22.52	0.93	<0.001		
	人際阻礙	我進行活動時感到不安，因為部分活動參與者不喜歡動物	1.00			0.84		0.733	0.492
		沒有其他活動參與者攜帶寵物	0.83	0.05	17.08	0.75	<0.001		
		我的寵物可能對其他人或動物不友善	0.55	0.05	10.18	0.45	<0.001		
	結構阻礙	進行寵物旅遊所費不貲	1.00			0.53		0.836	0.426
		我不認識任何可以提供我如何攜帶寵物參與活動的人	0.97	0.10	9.98	0.54	<0.001		
		活動環境不適合我的寵物	1.15	0.11	10.83	0.61	<0.001		
		我無法同時參與活動與照顧寵物	1.33	0.12	11.62	0.69	<0.001		
		沒有鄰近的活動地點或目的地	1.46	0.12	12.36	0.78	<0.001		
		旅遊目的地沒有適合寵物的設施	1.40	0.12	12.09	0.74			
		寵物旅遊十分不便	1.23	0.11	11.13	0.64	<0.001		
協商	行為協商	為了參加寵物旅遊，我會想辦法收集旅遊地點的相關資訊	1.00			0.61		0.851	0.593
		為了參加寵物旅遊，我會重新考量休閒活動的優先順序	1.27	0.09	13.42	0.67	<0.001		
		為了參加寵物旅遊，我會事先預留時間	1.42	0.09	15.96	0.86	<0.001		

變項	構面	題項	因素負荷量	S.E.	C.R.	標準化因素負荷量	P	CR	AVE
認知協商		為了參加寵物旅遊，我會適當安排我的行程	1.41	0.09	16.23	0.90	<0.001	0.804	0.582
		我會盡可能在遇到旅遊阻礙時突破自己	1.00			0.78			
		我會試圖堅持進行旅遊活動直到我遇到阻礙	1.30	0.07	18.26	0.86	<0.001		
		我會試圖在遇到旅遊阻礙時放下自尊	1.04	0.07	14.69	0.63	<0.001		
參與意圖	-	只要我有機會，我就會參與寵物旅遊	1.00			0.87		0.846	0.591
		我會盡我所能提升自己的能力以參加寵物旅遊	1.08	0.04	26.88	0.88	<0.001		
		我會持續接收寵物旅遊的相關資訊	0.85	0.04	22.96	0.79	<0.001		
		我可能不會想參與寵物旅遊	0.76	0.07	11.46	0.46	<0.001		

表 18 動機區別效度表



	寵物利益	寵物依戀	飼主社交	炫耀	補償回報	新鮮感
寵物利益	0.758					
寵物依戀	0.299	0.756				
飼主社交	0.758	0.172	0.931			
炫耀	0.572	0.162	0.653	0.742		
補償回報	0.324	0.197	0.292	0.461	0.817	
新鮮感	0.470	0.585	0.381	0.487	0.454	0.751

表 19 協商區別效度表

	行為協商	認知協商
行為協商	0.770	
認知協商	0.524	0.763

表 20 感知阻礙區別效度表

	個人阻礙	人際阻礙	結構阻礙
個人阻礙	0.810		
人際阻礙	0.672	0.701	
結構阻礙	0.593	0.460	0.653

(二) 高階變項因素分析

觀察變項的因素負荷量愈高，代表其對測量潛在構面的反映力愈大，同樣地，構面的因素負荷量愈高，代表對其對測量潛在變項的反映力愈大，從分析結果(表 21) 可以看到，模型 1 和模型 2 中，飼主進行寵物旅遊的動機受寵物依戀(0.701) 和新鮮感(0.638)貢獻較大，其次為寵物利益(0.517)，炫耀(0.407)、飼主社交(0.351) 和補償回報(0.328)貢獻較小。而協商變項中，飼主進行寵物旅遊的協商策略以行為協商(0.762)貢獻大於認知協商(0.686)。在模型二中，飼主進行寵物旅遊的感知阻礙受結構阻礙貢獻最高(0.794)，其次為人際阻礙(0.759)，再其次為個人阻礙(0.675)。藉由標準化因素負荷量可以得知各構面對測量潛在變項的貢獻有多少。

表 21 構面迴歸加權係數表

變項	構面	因素負荷量	S.E.	C.R.	標準化因素負荷量	P
動機	寵物利益	1.00			0.517	
	寵物依戀	0.54	0.07	8.29	0.701	<0.001
	飼主社交	0.78	0.08	9.28	0.351	<0.001
	炫耀	0.86	0.12	7.39	0.407	<0.001
	補償回報	0.70	0.12	5.60	0.328	<0.001
	新鮮感	0.41	0.06	7.55	0.638	<0.001
協商	行為協商	1.00			0.762	
	認知協商	1.39	0.14	10.04	0.686	<0.001
感知阻礙	個人阻礙	1.00			0.675	
	人際阻礙	1.32	0.34	3.87	0.759	<0.001
	結構阻礙	0.83	0.25	3.32	0.794	<0.001

(三) 模型配適度比較

整體模型的評鑑以模型配適度(Model Fit)作為參考標準，模型配適度是結構方程模型中用於檢驗假設模型與樣本資料間差異的指標，雖然各項指標的標準存在分歧，但多數研究仍會以模型呈現出的指標數值作為樣本資料是否符合假設模型的依據。

配適指標可分為三類：絕對配適指標(Absolute Fit Indices)、增量配適指標(Incremental Fit Indices)和精簡配適指標(Parsimony Fit Indices) (吳明隆，2007；Bollen et al., 2008; Weston et al., 2008)：

1. 絕對配適指標：直接檢驗模型與觀察數據的整體適配情況的指標，這些指標反映假設模型能多大程度地重現觀察變數形成的共變數矩陣，包含卡方值(χ^2)、GFI(Goodness-of-Fit Index)、AGFI(Adjusted Goodness-of-Fit Index)、RMSEA(Root Mean Square Error of Approximation)、RMR(Root Mean Square Residual)和SRMR(Standardized Root Mean Square Residual)等指標，其中卡方值易受到樣本數量影響，故模型中多以卡方自由度比值(χ^2/df)或其他指標取代。
2. 增量配適指標：藉由比較假設模型與獨立模型，即假設模型中所有變項皆不

相關的模型配適度形成的指標，常見指標包含 NFI(Normed Fit Index)、CFI (Comparative Fit Index)和 TLI(Tucker-Lewis Index)等。

3. 精簡配適指標(Parsimony Fit Indices)：當兩模型彼此競爭，且絕對與增量配適度相似時，可以運用精簡配適指標判斷模型的精簡度，以選擇更簡單的模型架構，其指標包含 PCFI(Parsimony Comparative Fit Index)和 PNFI(Parsimony Normed Fit Index)，前述卡方自由度比值(χ^2/df)亦屬於精簡配適指標。

本研究的 2 個模型因構面較多，架構相對複雜，故採用較寬鬆的標準 ()。絕對配適指標檢驗中，兩個模型的模型卡方自由度比 (χ^2/df) 皆小於 5(2.834, 2.823)，GFI(0.809) 皆大於 0.8 (Doll et al., 1994)，但因為模型參數較多 AGFI 僅接近而未達 0.8(0.785, 0.786)，SRMR(0.0809, 0.0812) 皆小於 1，接近 0.8，而 RMSEA(0.056, 0.056) 皆小於 0.08，模型配適度達可接受水準 (Bollen, 1990; Hu & Bentler, 1999; Schumacker, 2004)。增量配適指標檢驗中，兩個模型的 NFI 皆超過 0.8(0.847)，CFI 更接近 0.9(0.895)，模型配適度良好 (Byrne, 2016; Ullman & Bentler, 2012)。精簡配適度用於競爭模型的比較，兩模型的 PGFI 和 PNFI 皆達模型可接受標準 0.50 (黃芳銘, 2015)，其中模型 2 的 PGFI(0.732) 與 PNFI(0.791) 皆些微高於模型 1 (PGFI: 0.720，PNFI: 0.787)，顯示兩模型中模型 2 的精簡度稍微優於模型 1。從配適度的各項數值可以發現，兩模型的指標相當接近，多項指標數值相同，由此推論兩個假設模型與資料擬合程度相當，在絕對與增益配適度上並無優劣，但在精簡配適度上模型 2 略優於模型 1。

表 22 模型配適度比較表

指標	標準	模型 1	模型 2
卡方	$P < 0.05$	2726.545($p = 0.000$)	2727.146($p = 0.000$)
自由度	-	962	966
卡方/自由度	< 5	2.834	2.823
絕對配適	GFI	0.809	0.809
指標	AGFI	0.785	0.786
	RMR	0.170	0.170
	SRMR	0.081	0.081
	RMSEA	0.056	0.056
增量配適	NFI	0.847	0.847
指標	CFI	0.895	0.895
精簡配適	PGFI	0.720	0.732
指標	PNFI	0.787	0.791

六、結構模型分析

(一) 假設檢驗

本研究根據過去文獻對模型 1 提出 8 個假設 (表 23): 假設 1 各項阻礙對參與的影響中, 僅人際關係對參與意圖影響的路徑係數為-0.163 具統計顯著性, 假設 1b 成立, 但解釋能力略顯不足, 而個人阻礙與結構阻礙對參與意圖的影響皆因未達統計顯著而假設不成立; 假設 2 各項阻礙對協商的影響中, 三個假設皆因未達統計顯著而假設不成立; 假設 3 動機對協商的影響, 路徑係數為 0.888 據統計顯著性, 動機正向影響協商假設成立; 假設 4 協商對參與意圖的影響, 路徑係數為 0.85 據統計顯著性, 協商正向影響參與意圖假設成立, 8 個假設中有 3 個假設成立 (圖 14)。

表 23 模型 1 路徑關係檢定表

假設	自變項→應變項	假設關係	路徑值	成立與否
H1a	個人阻礙→參與意圖	負向	-0.010	否
H1b	人際阻礙→參與意圖	負向	-0.163**	是
H1c	結構阻礙→參與意圖	負向	-0.009	否
H2a	個人阻礙→協商	負向	-0.024	否
H2b	人際阻礙→協商	負向	0.133	否
H2c	結構阻礙→協商	正向	-0.017	否
H3	動機→協商	正向	0.888***	是
H4	協商→參與意圖	正向	0.850***	是

*** $p < 0.001$, ** $p < 0.05$

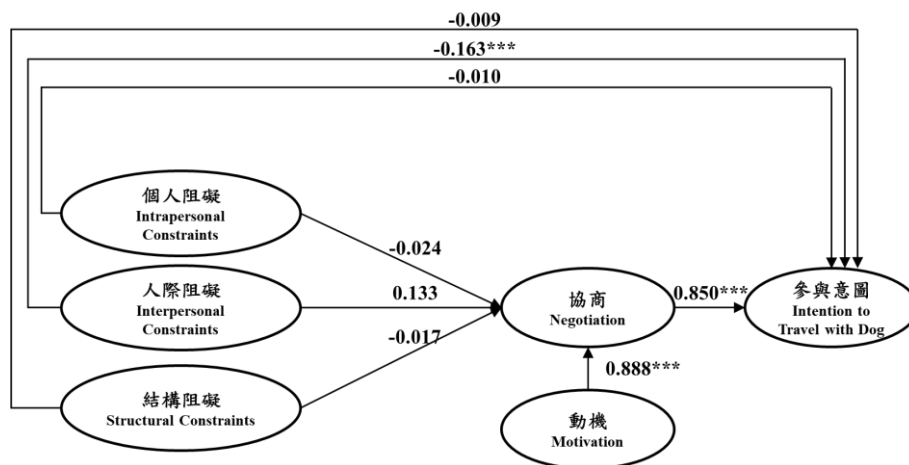


圖 14 模型 1 結構模型

針對模型 2 提出的 4 個假設中 (表 24): 假設 1 感知阻礙影響參與意圖的路徑係數為-0.182 據統計顯著性, 感知阻礙負向影響參與意圖成立; 假設 2 感知阻礙影響協商的路徑係數為 0.1 具統計顯著性, 感知阻礙正向影響協商成立; 假設 3 動機對協商的影響, 路徑係數為 0.891 據統計顯著性, 動機正向影響協商假設成立; 假設 4 協商對參與意圖的影響, 路徑係數為 0.850 據統計顯著性, 協商正向影響參與意圖假設成立, 4 項假設皆成立 (圖 15)。

表 24 模型 2 路徑關係檢定表

		假設關係	路徑值	成立與否
H1	感知阻礙→參與意圖	負向	-0.182***	是
H2	感知阻礙→協商	正向	0.100**	是
H3	動機→協商	正向	0.891***	是
H4	協商→參與意圖	正向	0.85***	是

*** $p < 0.001$, ** $p < 0.05$

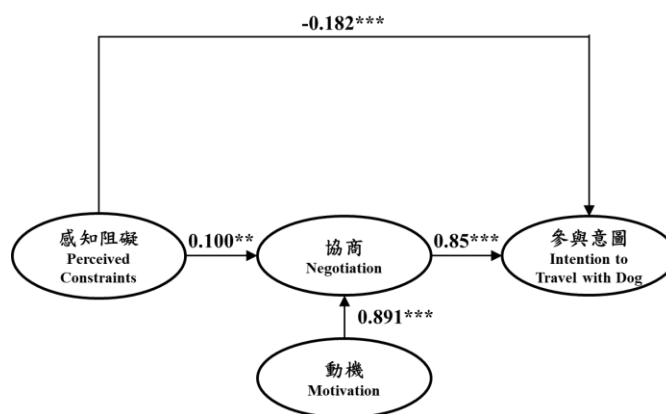


圖 15 模型 2 結構模型

(二) 中介效果檢驗

根據 Hubbard 與 Mannell (2001) 提出的模型, 協商作為阻礙和參與意圖的中介變項, 可以達到抑制阻礙的效果, 考量到假設中阻礙與參與意圖之間的關係為負向, 但阻礙與協商間的關係為正向, 若使用 Baron 與 Kenny (1986) 傳統的中介檢驗方式, 可能會低估阻礙與參與意圖間接效果的影響, 故本研究使用 Sobel Test, 以自變項 (各項阻礙) 對中介變項 (協商) 的未標準化路徑係數和標準誤, 和自

變項（各項阻礙）對應變項（參與）的未標準化路徑係數和標準誤進行計算，若 Z 值大於 1.96，則中介效果成立 (MacKinnon et al., 2002; Preacher & Hayes, 2004)。

由於模型 1 的個人阻礙和結構阻礙，對協商與參與意圖變項的影響皆不顯著，於模型 1 僅進行人際阻礙的中介檢驗，模型 2 則進行感知阻礙對參與的中介檢驗。模型 1 中，人際阻礙對參與影響的 Z 值為 1.528，小於標準 1.96，中介效果不成立，人際阻礙在模型 1 中直接影響參與意圖。模型 2 中，感知阻礙對參與意圖影響的 Z 值為 1.97，超過標準 1.96，協商作為感知阻礙與參與意圖間的中介變項成立。綜合以上，協商對阻礙與參與意圖的中介效果在模型 2 成立。

綜合以上分析，模型 1 在 8 個假設中有 3 個假設成立，且協商作為各項阻礙與參與意圖間的變項，中介效果不顯著。模型 2 的 4 個假設完全成立，且協商作為感知阻礙與參與意圖間的變項，中介效果顯著。兩模型的絕對與增量配適度無差異，資料與假設模型的擬合程度相當，但模型 2 較模型 1 結構更為精簡。

研究二 寵物旅遊期望

研究二是結合阻礙協商概念，以形成性模型確認飼主調查飼主進行寵物旅遊理想中的期望服務，形成寵物旅遊期望量表，研究者於 2024 年 2 月發放預試問卷，2024 年 3 月發放正式問卷，兩階段皆以網路問卷進行調查，在 facebook、Dcard、Ptt 等寵物相關社團與公開平台發放，預試調查共收到 80 有效問卷，正式調查共收到 474 份問卷，有效率 100%，正式問卷以量表總分排除 3 份呈離群值的問卷後，以 471 份問卷進行分析。

一、 預試問卷處理

本研究的預試問卷為半開放式問卷，包含由過去文獻統整的寵物旅遊期望的量表與開放式問題，因本研究架構為形成性模型，指標間無須具備內部一致性、相關性與共變性，故不進行信度分析。寵物旅遊期望量表中的 36 個題項平均值皆高於 4 分（普通），故不刪除任何題項，惟針對開放題項中受測者的建議修改題目論述方式（表 25）。

此外，根據受測者在開放題中的填答新增 3 個題項：「用餐地點提供寵物專用餐具及設備(如：護頸碗、飲水機)」、「住宿地點不允許寵物與飼主同住時，每隻寵物有獨立的住宿空間，與其他寵物區隔」和「旅遊目的地舉辦的活動進行過程注重寵物安全」，正式問卷寵物旅遊期望量表共 39 題。

表 25 旅遊期望預試問卷平均值

構面	題目	平均
餐食	1 用餐地點允許寵物與飼主一同用餐	5.72
	2 用餐地點不允許寵物一同用餐時，有空間可以安置寵物	6.06
	3 用餐地點有專門為寵物準備的餐食	5.26
	4 用餐地點使用空氣清淨機保持用餐環境	5.6
	5 用餐地點提供飼主與寵物特定的用餐區域	5.57
住宿	6 寵物可與飼主同住一個房間	5.94
	7 住宿地點不允許寵物與飼主同住時，有安置寵物的空間(如：寵物籠、寄宿區)	5.71

構面	題目	平均
	8 住宿空間提供寵物專用設施(如：家具、餐具等)	5.41
	9 住宿空間提供寵物專用的清潔器具與設施	5.61
	10 住宿空間整潔，寵物使用無虞	5.98
	11 住宿地點是否有針對寵物的額外規定(如：限制寵物重量、限制寵物活動空間)	5.19
	12 有寵物可乘的大眾運輸可以到達旅遊目的地	5.66
交通	13 搭乘交通工具時，寵物可獨自擁有飼主旁的座位	5.51
	14 搭乘交通工具時，寵物箱可置於大眾運輸車廂空地，不佔位置	5.6
	15 搭乘交通工具的過程中有安全措施	6.08
	16 搭乘交通工具時，有專用空氣清淨機保持空氣清新	5.39
	17 搭乘交通工具時的過程中，可以讓寵物感到舒適	5.86
	18 搭乘交通工具時的過程中，有安排寵物活動筋骨	5.26
景點與購物點	19 旅遊景點可攜帶寵物進入	5.88
	20 購物過程中寵物可以隨行	5.53
	21 旅遊景點若不允許寵物隨行，有空間或可以安置寵物或交由專人照顧	5.94
	22 購物地點若不允許寵物隨行，有空間或可以安置寵物或交由專人照顧	6.08
	23 旅遊景點或周遭有販賣寵物相關商品	5.04
	24 旅遊景點有良好的寵物的活動空間	5.73
人員與照護	25 服務人員有足夠耐心對待寵物	5.98
	26 服務人員受過服務寵物的特定訓練	5.82
	27 旅遊目的地提供寵物醫療服務	5.58
	28 旅遊目的地提供額外寵物服務(如：寵物美容、SPA、訓練等)	4.99
行程及資訊	29 旅遊目的地提供行程安排的參考或服務	5.45
	30 行程安排時，很容易在網路或其他媒介找到目的地的寵物相關資訊與規範	5.8
	31 行程安排時，目的地提供寵物相關資訊諮詢	5.67
	32 行程安排時，可以找到目的地周邊可攜帶寵物景點相關資訊簡介	5.73
	33 寵物旅遊的花費可以與一般旅遊相近	5.7
娛樂與活動	34 旅遊目的地舉辦寵物間互動的活動	5.35
	35 旅遊目的地舉辦飼主可以互相交流的活動	5.35
	36 旅遊目的地舉辦對寵物健康有利的活動	5.31

二、 描述性統計結果

本研究有效問卷共 474 份，去除 3 份離群問卷後共計 471 份樣本，本研究收集的個人背景資料包含性別、年齡、婚姻、小孩、教育程度、職業和每月可支配金額，除此之外，因犬隻是影響飼主進行寵物旅遊的關鍵，故額外收集犬隻數量、進行寵物旅遊的經驗、犬隻年齡、體型和健康狀況。

性別上，本研究之受測者以女性為主，包含 74.1%女性與 25.9%男性。年齡上，本研究之受測者以 21 至 50 歲為主(89.7%)，年齡在 65 歲以上的受測者比例最低(0.6%)。婚姻狀態上，本研究受測者以未婚占最高比例(67.3%)，其次為已婚(30.4%)，沒有小孩的比例為 80.0%，有小孩的比例是 20%。教育程度上，本研究受測者以大學學歷為主(64.8%)，其次為研究所以上(23.4%)，在其次為高中職與專科(共 11.6%)。受測者的職業以一般內外勤職業為主(28.3%)，其次為學生(12.1%)，服務業(9.6%)、製造業(8.0%)、衛生保健業(7.4%)亦佔有相當高的比例。受測者每月可支配金額以 1 至 3 萬為主(42.0%)，其次為 3 萬至 5 萬(24.8%)，再其次為 1 萬元以下(19.7%) (表 26)。

多數受測者家中飼養的犬隻數量為 1 隻(80.3%)，飼養超過 3 隻狗的比例為 6.6%。84.7%飼主有進行寵物旅遊的經驗，僅 15.3%從未帶自己的狗進行寵物旅遊。犬隻的年齡以 3 至 6 歲為主(32.1%)，其次為 10 歲以上(18.9%)，相較其他年齡段，幼犬數量較少(4.9%)，犬隻體型上以小型犬(45.6%)和中型犬(43.5%)為主。多數犬隻健康狀況良好(73.2%)，犬隻面臨的健康問題以肌肉關節比例最高(10.2%)，其次為皮膚問題(8.7%)，再其次為眼睛疾病(6.4%)，值得注意的是，部分犬隻即便有健康問題，飼主仍認為他們很健康 (表 27)。

表 26 人口統計描述性統計表

人口統計變項		類別	數量	百分比(%)
生理性別	男		122	25.9
	女		349	74.1
年齡	20 歲以下		10	2.1
	21-30 歲		168	35.7
	31-40 歲		159	33.8
	41-50 歲		95	20.2
	51-60 歲		28	5.9
	61 歲以上		10	2.1
	遺漏值		1	0.2
婚姻狀態	未婚		317	67.3
	已婚		143	30.4
	離婚		8	1.7
	其他		3	0.6
有沒有小孩	否		377	80.0
	是		94	20.0
教育程度	國中		1	0.2
	高中職		27	5.7
	專科		28	5.9
	大學		305	64.8
	研究所以上		110	23.4
目前職業	一般職業(內外勤人員)		134	28.3
	農牧業(農場經營者、農業生產者、動物養殖及訓練人員等)	6	1.3	
	木材森林業(育苗栽培人員、木材工廠負責人、木材處理及運送人員)	1	0.2	
	交通運輸業(內勤人員、車站內人員、維護人員、駕駛等)	9	1.9	
	餐旅業(內勤人員、導遊領隊、廚師、技工等)	7	1.5	
	建築工程業(建築師、內勤人員、業務員、工程人員等)	5	1.1	
	製造業(負責人、製造人員、品管人員等)	38	8.0	
	新聞廣告業(內勤人員、攝影記者、印刷人員等)	8	1.7	
	衛生保健業(醫療人員、分析師、獸醫等)	35	7.4	
	娛樂業(編劇、化妝師、電視記者、酒吧工作人員、燈光師、特技演員等)	3	0.6	
	文教機關(教師、教官、教練等)	25	5.3	
	公共事業	9	1.9	

人口統計變項	類別	數量	百分比(%)
	一般商業	22	4.6
	服務業	45	9.6
	家庭管理(家管、保母等)	17	3.6
	治安人員(警務人員、法務人員等)	7	1.5
	軍人	1	0.2
	資訊業(工程師、測試人員等)	18	3.8
	退休	11	2.3
	學生	57	12.1
	遺漏值	13	2.8
每月可支配金額	10000 元以下	93	19.7
	10001-30000 元	198	42.0
	30001-50000 元	117	24.8
	50000 元以上	63	13.4

表 27 犬隻統計描述性統計表

犬隻統計變項	類別	數量	百分比(%)
家中犬隻數量	1	378	80.3
	2	60	12.7
	3 隻以上	31	6.6
	遺漏值	2	0.4
寵物旅遊的經驗	曾經進行寵物旅遊	399	84.7
	從未進行寵物旅遊	72	15.3
犬隻年齡	幼年 (1 歲以下)	23	4.9
	青年 (1 歲以上~2 歲)	53	11.3
	成年前期 (2 歲以上~3 歲)	64	13.6
	中期 (3 歲以上~6 歲)	151	32.1
	成年後期 (6 歲以上~8 歲)	48	10.2
	高齡 (8 歲以上~10 歲)	41	8.7
	老年 (10 歲以上)	89	18.9
	遺漏值	2	0.4
犬隻體型	大型犬	50	10.6
	中型犬	205	43.5
	小型犬	215	45.6
	不確定	1	0.2

犬隻統計變項	類別	數量	百分比(%)
犬隻健康狀況 (複選)	很健康	345	73.2
	有肌肉關節問題	48	10.2
	有呼吸道問題	18	3.8
	有眼睛疾病	30	6.4
	有皮膚問題	18	3.8
	有心血管或其他臟器的慢性病	41	8.7
	其他	41	8.7

三、 旅遊期望

(一) 量表描述性統計

本研究共包含 7 個旅遊期望構面 (表 28)，餐食共計 6 題，平均值最高的 3 個題項為「用餐地點注重環境衛生(例如：使用空氣清淨機保持用餐環境清潔)(5.63)」、「用餐地點允許寵物與飼主一同用餐(5.62)」和「用餐地點不允許寵物一同用餐時，有空間可以安置寵物(5.49)」；住宿共計 7 題，平均值最高的題項分別為「住宿地點寵物可與飼主同住一個房間(6.26)」、「住宿空間舒適整潔，寵物使用無虞(6.04)」和「住宿地點不允許寵物與飼主同住時，每隻寵物有獨立的住宿空間，與其他寵物區隔(5.52)」；交通共計 7 題，平均值最高的 3 個題項分別為「搭乘交通工具時，寵物箱或寵物推車可置於大眾運輸車廂空地，不佔位置(5.47)」、「搭乘的交通工具有安全設施(例如：防止寵物逃跑安全設施、寵物推車固定設施等)(5.41)」和「搭乘交通工具時，寵物可獨自擁有飼主旁的座位(5.29)」；景點與購物點共計 6 題，平均值最高的 3 個題項分別為「旅遊景點可攜帶寵物進入(6.11)」、「在購物點購物過程中寵物可以隨行(5.82)」和「在購物點購物過程中寵物可以隨行(5.65)」；人員與照護共計 5 題，平均值最高的 3 個題項分別為「服務人員有足夠耐心對待寵物(6.01)」、「服務人員有足夠耐心對待寵物(4.99)」和「旅遊目的地提供寵物醫療服務(4.68)」；行程及資訊共計 4 題，平均值最高的題項為「行程安排時，可以找到目的地周邊可攜帶寵物景點相關資訊簡介(5.56)」，題項間的平均值差距不大；娛樂與活動共計 4 題，平均值最高的題項為「旅遊目的地

舉辦的活動進行過程注重寵物安全(6.04)」，高於構面中的其他題項。

(二) 驗證式四分差分析(CTA)

為確保旅遊期望量表中形成性模型的效度，本研究進行驗證式四分差分析(CTA)，排除測量概念相同的指標。形成性模型的 CTA 標準為單一構面中大多數四分差的 p 值小於 0.05，且信賴區間不得跨越 0，若四分差組合的 p 值大於 0.05，且信賴區間跨越 0，則研究者考量測量概念刪除指標。依據此標準，刪除餐食構面中的「用餐地點不允許寵物一同用餐時，有空間可以安置寵物」和「用餐地點提供寵物專用餐具及設備(如：護頸碗)」；住宿構面的「住宿地點不允許寵物與飼主同住時，有安置寵物的空間(如：寵物籠、寄宿區)」和「住宿地點是否有針對寵物的額外規定(如：限制寵物重量、限制寵物活動空間)」；交通構面的「有寵物可乘的大眾運輸可以到達旅遊目的地」和「搭乘交通工具時，寵物箱或寵物推車可置於大眾運輸車廂空地，不佔位置」；景點與購物點構面的「旅遊景點若不允許寵物隨行，有空間可以安置寵物(沒有專人照顧)」和「購物地點若不允許寵物隨行，寵物可交由專人照顧」；和行程及資訊構面的「旅遊目的地提供行程安排的參考或服務」，共計 8 個指標。這些指標並非不重要，而是在形成性模型中有相似的指標可以代表其概念，為避免多重共線而刪除。刪除後進行 CTA 分析，確認所有構面皆符合形成性模型標準，且留下的構面概念間皆不可互換。

(三) 結構方程模型

進行冗餘指標的刪除後，進行偏最小平方方法結構方程模型(PLS-SEM)的分析。根據 Hair Jr 等(2021)提出觀察變項的檢驗流程，首先檢驗觀察變項間的共線性，本研究所有觀察變項的變異數膨脹因子(variance inflation factor, VIF)皆小於 10，更小於較嚴格的標準 5，沒有共線問題(表 28) (Belsley et al., 2005)。形成性指標的觀察變項間概念不可互換，觀察變項刪除會導致構面概念的改變，因此題項刪除應更加謹慎。PLS 中指標與構面間因果關係的顯著性需仰賴拔靴法(Bootstrapping)進行分析 (Hair Jr et al., 2021)，題項刪除的標準包含權重值與因素

負荷量的檢驗，形成性指標的權重值若達顯著水準($p \leq 0.05$)則保留該指標，若權重值未達顯著水準，但因素負荷量大於 0.5，則保留該指標，若指標的因素負荷量小於 0.5，但達顯著水準($p \leq 0.05$)則保留指標。指標的權重值未達顯著水準、因素負荷量小於 0.5，且因素負荷量未達顯著水準，則研究者可斟酌刪除指標(圖 16)。因此，本研究刪除權重值與因素負荷量皆未達標準的 3 個指標：「住宿地點不允許寵物與飼主同住時，每隻寵物有獨立的住宿空間，與其他寵物區隔」、「住宿地點是否有針對寵物的額外規定(如：限制寵物重量、限制寵物活動空間)」和「旅遊目的地舉辦飼主可以互相交流的活動」。

剩餘的 28 個觀察變項權重值皆達顯著水準，意即這些指標皆影響其所屬構面。形成性模型指標對構面的影響力由權重值決定，權重值愈高，該指標對構面的影響力愈大。形成性模型的權重值並沒有依定的標準，但 Leguina (2022)建議權重值應大於 0.1 才對構面具有實質貢獻。

比較題項的權重值(表 28)，對餐食影響較大的指標為「用餐地點允許寵物與飼主一同用餐(0.51)」和「用餐地點注重環境衛生(例如：使用空氣清淨機保持用餐環境清潔)(0.47)」；對住宿影響較大的指標為「住宿地點是否有針對寵物的額外規定(如：限制寵物重量、限制寵物活動空間)(0.46)」和「住宿地點寵物可與飼主同住一個房間(0.36)」；對交通影響較大的指標為「搭乘交通工具時的過程中，可以讓寵物感到舒適，包含飲水與空調設施等(0.37)」和「搭乘的交通工具有安全設施(例如：防止寵物逃跑安全設施、寵物推車固定設施等)(0.35)」；對景點與購物點影響較大的指標為「旅遊景點有良好的寵物的活動空間(0.50)」和「旅遊景點可攜帶寵物進入(0.42)」；對人員與照護影響最大題項為「服務人員有足夠耐心對待寵物(0.62)」；對行程及資訊影響最大的題項是「寵物旅遊的花費可以與一般旅遊相近(0.37)」和「行程安排時，目的地提供寵物相關資訊諮詢(0.35)」；對娛樂與活動影響最大的題項是「旅遊目的地舉辦的活動進行過程注重寵物安全(0.73)」。

表 28 旅遊期望量表

構面	題項	最小值 MIN	最大值 MAX	平均值 Mean	標準差 SD	偏態 Skew	峰度 Kurtosis	共線性 VIF	權重值 Weight
餐食	用餐地點允許寵物與飼主一同用餐	1	7	5.62	1.72	-1.28	0.41	1.683	0.51 ***
	用餐地點不允許寵物一同用餐時，有空間可以安置寵物	1	7	5.49	1.92	-1.16	-0.11	2.248	-
	用餐地點有專門為寵物準備的餐食	1	7	4.08	1.99	0.10	-1.65	3.538	0.34 ***
	用餐地點提供寵物專用餐具及設備(如：護頸碗)	1	7	4.00	1.94	0.12	-1.60	2.07	-
	用餐地點注重環境衛生(例如：使用空氣清淨機保持用餐環境清潔)	2	7	5.63	1.61	-1.33	0.67	1.771	0.47 ***
	用餐地點提供飼主與寵物特定的用餐區域，與一般顧客區隔	1	7	4.79	1.94	-0.46	-1.32	1.426	0.23 ***
住宿	住宿地點寵物可與飼主同住一個房間	2	7	6.26	1.30	-2.23	4.55	2.312	0.36 ***
	住宿地點不允許寵物與飼主同住時，有安置寵物的空間(如：寵物籠、寄宿區)	1	7	5.24	2.09	-0.93	-0.70	2.857	-
	住宿地點不允許寵物與飼主同住時，每隻寵物有獨立的住宿空間，與其他寵物區隔	1	7	5.52	1.95	-1.26	0.13	3.308	-
	住宿空間提供寵物專用設施(如：家具)	1	7	4.39	1.91	-0.20	-1.49	2.022	0.26 ***
	住宿空間提供寵物專用的清潔器具與設施	1	7	4.90	1.85	-0.63	-1.00	2.178	0.31 ***
	住宿空間舒適整潔，寵物使用無虞	2	7	6.04	1.33	-1.85	3.04	2.579	-
交通	住宿地點是否有針對寵物的額外規定(如：限制寵物重量、限制寵物活動空間)	1	7	3.97	2.07	0.00	-1.56	1.626	0.46 ***
	有寵物可乘的大眾運輸可以到達旅遊目的地	1	7	5.07	1.90	-0.68	-0.96	1.626	-
	搭乘交通工具時，寵物可獨自擁有飼主旁的座位	1	7	5.29	1.81	-0.89	-0.60	1.943	0.26 ***
	搭乘交通工具時，寵物箱或寵物推車可置於大眾運輸車廂空地，不佔位置	1	7	5.47	1.68	-1.15	0.15	2.246	-
	搭乘的交通工具具有安全設施(例如：防止寵物逃跑安全設施、寵物推車固定設施等)	1	7	5.41	1.75	-1.02	-0.22	2.026	0.35 ***
	搭乘交通工具時，有專用空氣清淨機保持空氣清新	1	7	4.66	1.93	-0.38	-1.41	1.857	0.19 ***
	搭乘交通工具時的過程中，可以讓寵物感到舒適，包含飲水與空調設施等	1	7	5.09	1.82	-0.80	-0.74	2.268	0.37 ***
	搭乘交通工具時的過程中，有安排寵物活動筋骨	1	7	4.15	1.94	-0.01	-1.56	1.992	0.17 ***

構面	題項	最小值 MIN	最大值 MAX	平均值 Mean	標準差 SD	偏態 Skew	峰度 Kurtosis	共線性 VIF	權重值 Weight
景點與購物點	旅遊景點可攜帶寵物進入	2	7	6.11	1.32	-1.90	3.25	2.638	0.42 ***
	在購物點購物過程中寵物可以隨行	1	7	5.82	1.53	-1.48	1.26	2.230	0.18 ***
	旅遊景點若不允許寵物隨行，有空間可以安置寵物(沒有專人照顧)	1	7	5.65	1.80	-1.41	0.74	3.327	-
	購物地點若不允許寵物隨行，寵物可交由專人照顧	1	7	5.24	1.88	-0.96	-0.41	3.959	-
	旅遊景點或周遭有販賣寵物相關商品	1	7	3.57	1.92	0.55	-1.29	2.521	0.32 ***
	旅遊景點有良好的寵物的活動空間	1	7	5.37	1.68	-1.07	-0.01	2.811	0.50 ***
人員與照護	服務人員有足夠耐心對待寵物	2	7	6.01	1.45	-1.75	2.31	2.512	0.62 ***
	服務人員受過服務寵物的特定訓練	1	7	4.99	1.85	-0.67	-0.94	2.321	0.25 ***
	旅遊目的地提供寵物醫療服務	1	7	4.57	1.90	-0.36	-1.39	2.209	0.26 ***
	旅遊目的地或住宿空間提供額外寵物服務(如：寵物美容、SPA、訓練等)	1	7	3.52	1.87	0.58	-1.20	2.531	0.18 ***
	旅遊目的地提供行程安排的參考或服務	1	7	4.68	1.84	-0.47	-1.22	1.776	-
行程及資訊	行程安排時，很容易在網路或其他媒介找到目的地的寵物相關資訊與規範	2	7	5.42	1.65	-1.11	0.10	2.836	0.22 ***
	行程安排時，目的地提供寵物相關資訊諮詢	1	7	5.27	1.72	-0.99	-0.23	2.805	0.35 ***
	行程安排時，可以找到目的地周邊可攜帶寵物景點相關資訊簡介	2	7	5.56	1.58	-1.26	0.61	2.833	0.29 ***
	寵物旅遊的花費可以與一般旅遊相近	1	7	5.24	1.83	-0.85	-0.68	1.753	0.37 ***
娛樂與活動	旅遊目的地舉辦寵物間互動的活動	1	7	3.88	1.98	0.22	-1.53	2.525	0.18 ***
	旅遊目的地舉辦飼主可以互相交流的活動	1	7	3.83	1.98	0.29	-1.49	2.603	-
	旅遊目的地舉辦對寵物健康有利的活動	1	7	4.48	1.94	-0.25	-1.48	2.455	0.38 ***
	旅遊目的地舉辦的活動進行過程注重寵物安全	2	7	6.04	1.40	-1.80	2.57	2.352	0.73 ***

*** p<0.01

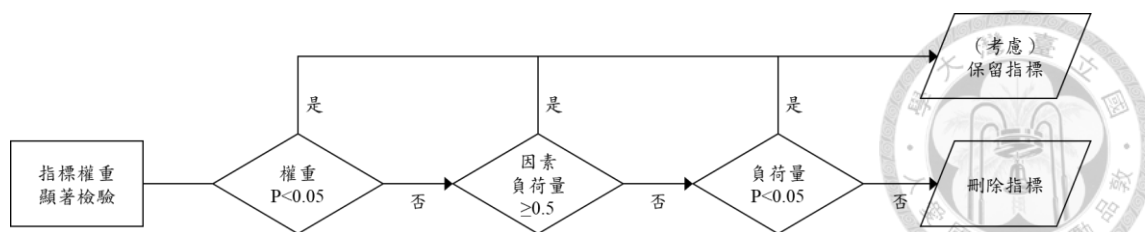


圖 16 形成性指標權重標準 (Hair Jr et al., 2021)

本研究為二階模型第四型—形成形成(Formative-Formative)，因此 7 個構面與旅遊期望之間的架構也是形成性模型，路徑係數即為各構面對旅遊期望的影響力。所有路徑係數皆大於 0.1 且 p 小於 0.05，顯示所有構面均對旅遊期望有實質影響。影響力較大的構面為交通(0.25)和人員與照護(0.20)，景點與購物點(0.18)、行程及資訊(0.17)和餐食 (0.16)居中，住宿(0.15)和娛樂與活動(0.15)的影響力最低（表 29）。

表 29 旅遊期望構面權重值

	構面	權重值
旅遊期望	交通	0.25***
	人員與照護	0.20***
	景點與購物點	0.18***
	行程及資訊	0.17***
	餐食	0.16***
	住宿	0.15***
	娛樂與活動	0.15***

***p<=0.01

四、 寵物旅遊需求

除了旅遊期望量表，本研究針對飼主進行寵物旅遊的各項安排進行接受度調查，以更直接確認飼主的寵物旅遊需求。結果顯示飼主對不同旅遊服務安排的接受程度雖略有差異，但多數飼主都很關心寵物在旅遊活動中的安排，勾選各項安排不重要的受測者佔極少數。

在餐食上，超過一半的飼主(54.1%)認為在寵物旅遊時，用餐環境必須允許寵物和飼主一同用餐，另一半的飼主(44.2%)可以接受不允許寵物一同用餐時，用餐地點另外安排安置寵物的空間。在住宿上，超過一半的飼主(67.5%)認為在寵物旅遊時，住宿環境必須允許寵物和飼主同住一個房間，約五分之一(22.3%)的飼主可以接受不允許寵物同住時，寵物交由專人照顧，不到 10%(9.6%)的飼主可以接受

不允許寵物同住時，住宿地點另外安排安置寵物的空間（沒有專人照顧）。在交通上，超過一半的飼主(69.4%)可以接受寵物必須安置於大眾運輸車廂空地（包含寵物箱及寵物推車），26.5%的飼主認為搭乘交通工具時，寵物必須獨自擁有座位。在旅遊景點上，超過一半(56.7%)的飼主認為旅遊景點必須開放寵物進入，約三分之一(30.8%)的飼主可以接受寵物交由專人照顧，約 10%(9.6%)的飼主可以接受寵物被安置於其他空間(沒有專人照顧)。在購物地點上，飼主的接受度下降，不到一半(46.5%)的飼主認為購物地點必須開放寵物進入，但仍有超過三分之一(35.2%)的飼主認為購物地點若不允許寵物隨行，可以接受寵物交由專人照顧，超過 10%(15.1%)的飼主可以接受購物地點若不允許寵物隨行，可以接受寵物被安置於其他空間(沒有專人照顧)（表 30）。

表 30 寵物旅遊需求接受度

需求	選項	數量	百分比(%)
餐食	用餐環境必須允許寵物和飼主一同用餐	255	54.1
	可以接受不允許寵物一同用餐時，用餐地點另外安排安置寵物的空間	208	44.2
	不重要	8	1.7
住宿	住宿環境必須允許寵物和飼主同住一個房間	318	67.5
	可以接受不允許寵物同住時，寵物交由專人照顧	105	22.3
	可以接受不允許寵物同住時，住宿地點另外安排安置寵物的空間（沒有專人照顧）	45	9.6
	不重要	3	0.6
交通	搭乘交通工具時，寵物必須獨自擁有座位	125	26.5
	搭乘交通工具時，可以接受寵物必須安置於大眾運輸車廂空地（包含寵物箱及寵物推車）	327	69.4
	不重要	19	4
旅遊景點	旅遊景點必須開放寵物進入	267	56.7
	旅遊景點若不允許寵物隨行，可以接受寵物交由專人照顧	145	30.8
	旅遊景點若不允許寵物隨行，可以接受寵物被安置於其他空間(沒有專人照顧)	55	11.7
	不重要	4	0.8
購物點	購物地點必須開放寵物進入	219	46.5
	購物地點若不允許寵物隨行，可以接受寵物交由專人照顧	166	35.2
	購物地點若不允許寵物隨行，可以接受寵物被安置於其他空間(沒有專人照顧)	71	15.1
	不重要	15	3.2



第五章 結果與討論



本研究以犬隻飼主為調查對象，研究一進行寵物旅遊阻礙協商模型變項間關係的探討，研究二延續阻礙協商的結果，統整飼主的旅遊期望，藉由兩階段的研究完整分析影響犬隻飼主進行寵物旅遊的各項因素。

研究一 寵物旅遊的阻礙協商模型

本研究欲釐清阻礙與阻礙協商模型整體的關係，由於模型中各變項間關係皆基於結構方程模型的架構，因此本研究先進行模型比較，再以較佳的模型進行變項關係的討論。

一、 模型比較

根據過去文獻提出的模型有兩個，兩模型的差異在於個人、人際與結構阻礙是否被視為三個獨立變項。模型 1 的三種阻礙被視為不同變項，分別影響協商與參與，模型 2 的三項阻礙則被視為感知阻礙變項的構面，感知阻礙整體對協商與參與意圖造成影響。模型比較的標準有三：假設檢驗結果、模型配適度和模型精簡程度（陳寬裕，2023； Hubbard & Mannell, 2001; Son et al., 2008）。

(一) 假設檢驗

首先，在假設檢驗的部分，兩模型的假設檢驗結果有很大的差異，模型 1 三個阻礙對協商與參與意圖的六個假設中僅一個成立，個人阻礙和結構阻礙均對整體模型沒有影響，違反阻礙協商模型基礎架構 (Hubbard & Mannell, 2001; Jackson et al., 1993)。而模型 2 的四個假設皆成立，即便部分路徑係數不佳，但相比之下與理論和前人研究相符，因此假設檢驗的結果顯示，模型 2 優於模型 1。

Jackson 等(1993)與 Hubbard 與 Mannell (2001)提出與驗證的阻礙協商模型中，協商具有中介阻礙與參與變項的效果。模型 1 中，因個人阻礙和結構阻礙對協商和參與意圖的效果皆不顯著，因此無法進行協商的中介效果檢驗，同時人際阻礙的協商中介效果也並未達標準。相反地，模型 2 中，協商對人際阻礙影響參與意圖的中介效果顯著，與 Hubbard 與 Mannell (2001) 提出的阻礙效果減輕模型(Constraint-Effect-Mitigation Model)的模型相符，因此中介檢驗的結果顯示，模型 2 優於模型 1。



(二) 模型配適度

其次，在模型配適度的比較上，模型 1 和模型 2 的絕對配適度與增量配適度相當，且多數指標達良好標準。兩個模型的假設均與觀察變數的共變異結構相符，且擬合度接近。

(三) 模型精簡度

若模型比較的絕對與增量配適度相近，應優先考量模型架構較精簡、參數較少的模型。研究者可以精簡配適度作為判別依據，精簡配適度指標分數愈高，則模型精簡度愈高。根據分析結果，模型 2 的精簡程度略高於模型 1。

綜合以上，模型 1 和模型 2 的模型配適度相當，但模型 1 的假設驗證與模型精簡度皆不如模型 2，故模型 2 更適合用於探討飼主進行寵物旅遊的阻礙。也就是說，寵物旅遊的阻礙協商模型中，應將個人、人際和結構阻礙皆視為感知阻礙的構面，以整體感知阻礙探討模型中變項間的關係，此結果更接近 Hubbard 與 Mannell (2001) 的模型。

二、各變項構面反映力

模型 2 的感知阻礙、協商與動機皆為二階模型，即各變項的測量模型由指標組成構面，由構面組成變項，由構面標準化因素負荷量可以進行構面反映力的比較，標準化因素負荷量愈高，反映能力愈強，構面對變項的代表性更高。

(一) 動機

本研究中動機變項各構面因素負荷量由高至低依次為：寵物依戀、新鮮感、寵物利益、炫耀、飼主社交及補償回報。意即犬隻飼主在衡量寵物旅遊動機時，寵物依戀、新鮮感和寵物利益具有較高的反映力，炫耀、飼主社交和補償回報反映力較低。Tang 等(2022)針對中國飼主的調查結果中，寵物依戀和寵物利益同樣具有較高的反映力，而炫耀和補償回報亦呈現較低的反映力。然而，兩研究的相異之處在於，本研究的新鮮感對動機的衡量具有高度的反映力，但在 Tang 等(2022)的研究中新鮮感是反映力最低的構面，而 Tang 等(2022)的研究中飼主社交對動機具有高度的反映力，但本研究中飼主社交反映力較低。

綜合以上，寵物依戀和對寵物的利益是國內外犬隻飼主進行寵物旅遊的主要考量，但國內犬隻飼主比國外犬隻飼主更重視寵物旅遊所帶來的新鮮感，研究結果的差異可能源自研究地點和文化背景的不同。

(二) 阻礙

感知阻礙變項各構面的因素負荷量由高至低依次為：結構阻礙、人際阻礙和個人阻礙，意即在衡量與寵物犬一起進行的旅遊活動時，結構阻礙具有最高的反映力，人際阻礙次之，反映力最低的是個人阻礙。在 Chen 等(2013)針對寵物旅遊阻礙協商的研究中，人際阻礙的反映力最大，其次為個人阻礙，最小的是結構阻礙，但在其他休閒阻礙研究中，往往是個人阻礙的反映力最大，其次才是人際阻礙或結構阻礙 (Hubbard & Mannell, 2001; Lee & Scott, 2009; Son et al., 2008)，顯示在不同研究中，三種阻礙的反映力大小並沒有統一次序。

Jackson 等(1993)提出的阻礙協商模型中，阻礙的克服是有順序性的，人們必須先克服個人阻礙，再克服人際阻礙，最後克服結構阻礙才能成功參與休閒活動，Crawford 等(1991)的研究結果認為若前置阻礙未被克服，無法得到後續阻礙的測量結果。但 Samdahl 與 Jekubovich (1997)的研究結果顯示，完全克服阻礙並非活動參與的必然，因此不存在克服阻礙的順序性，因此順序性並非影響阻礙反映力的原因。

本研究推論，影響阻礙構面反映力的原因可能有二，其一為活動性質的差異，其二為受測者差異。首先活動性質的差異，在於寵物旅遊的阻礙皆是以寵物作為考量的對象，但一般休閒活動中是以參與活動的個體作為考量的對象。因此犬隻飼主在寵物旅遊所進行的協商，目標是克服「寵物犬」旅遊時會遇到的阻礙，而非自身阻礙，例如旅遊活動中，飼主面對的個人阻礙可能是寵物犬的健康問題，但在一般休閒活動中，個體面臨的可能是自身健康問題，兩者的感知阻礙可能具有本質上的落差，因此本研究與 Hubbard 與 Mannell (2001); Lee 與 Scott (2009); Son 等(2008)在阻礙的代表性上得出相異的結論。

其次，受測者的差異，則是生活在不同的環境、文化背景相異的飼主可能感受到不同的阻礙。Tang 等(2022)針對寵物旅遊動機的研究中指出，華人社會避免造成他人麻煩的特性，導致中國飼主與國外飼主研究結果產生差異。Chen 等(2013)的研究針對倫敦飼主進行問卷調查，因此可能與國內飼主在阻礙的代表性上得出相異的結論。

綜合以上，本研究中結構阻礙是犬隻飼主衡量寵物旅遊感知阻礙時最重要的因素，其次為人際阻礙，而個人阻礙對感知阻礙的貢獻度最低。三種阻礙的反映力可能在不同活動和不同受測者間產生相異結果。

(三) 協商

協商變項僅有行為與認知協商兩個構面，其中行為協商的因素負荷量高於認知協商，顯示犬隻飼主在遇到阻礙後較傾向採取行為協商的策略。過去的研究並未比較行為協商與認知協商，而是比較不同行為協商策略的反映力，例如 Hubbard 與 Mannell (2001) 和 Son 等(2008)的研究結果顯示，行為協商策略中，使用時間與技能協商策略的貢獻度較高，金錢與人際協商策略的貢獻度較低。Lee 與 Scott (2009)針對追星活動進行的研究中，個人阻礙協商的重要性，遠高於人際阻礙協商與結構阻礙協商。過去的研究中，行為協商的策略往往偏重解決結構阻礙，對個人或人際阻礙重視度較低，因此本研究並未以不同形式的行為協商策略作為構面，而是聚焦在行為與認知協商進行分析，結果顯示，面對阻礙，犬隻飼主更傾向使用行為協商策略。

三、 阻礙協商模型變項間關係

本研究路徑分析的結果符合 Jackson 等(1993)提出的平衡理論，即阻礙與動機相互平衡，影響協商結果，進而影響犬隻飼主參與寵物旅遊的意願。從本研究阻礙協商模型的路徑分析，可以得知犬隻飼主在進行寵物旅遊時，感知到阻礙的程度愈高，雖會導致其參與意圖下降，但卻會促使協商的提升。若飼主有強烈的旅遊動機，則更能促使其使用協商策略，提升飼主參與寵物旅遊的意願。

其中感知阻礙對參與意圖的負向影響、動機對協商的正向影響，和協商對參與意圖的正向影響在寵物休閒與旅遊活動(Chen et al., 2013; Hung et al., 2016; Hung et al., 2012)和其他休閒活動的阻礙研究中皆得到驗證(Hubbard & Mannell, 2001; Lee & Scott, 2009; Son et al., 2008)。然儘管三個變項間的關係均達顯著，感知阻礙對參與意圖的負向影響明顯低於其他兩個路徑，與 Hubbard and Mannell (2001)的研究相似，驗證了阻礙協商模型中，活動參與者不會遇到阻礙就決定放棄活動參與的模型假設。

而感知阻礙正向影響協商策略使用的的結果，雖在本研究中得到驗證，但其影響力較低。過去針對寵物休閒與旅遊活動進行的阻礙協商研究中，並未探討阻礙與協商間的關係 (Chen et al., 2013; Hung et al., 2016; Hung et al., 2012)。其他休閒活動的研究中，Hubbard 與 Mannell (2001)和 Lee 與 Scott (2009)得到阻礙正向影響協商的結果，但 Son 等(2008)的研究未能證實此變項間的關係。Son 等(2008)

推論此關係不成立的原因，可能是研究中的協商策略難以對應感知阻礙，多數協商策略針對結構阻礙提出對策，無法改變個人與人際阻礙對參與造成的影響。本研究中，即便認知協商策略可對應所有阻礙，但行為協商仍著重解決結構阻礙的問題，可能導致感知阻礙對協商影響力低的結果。綜合本研究與其他阻礙協商研究的結果，可以推論感知阻礙對協商影響的不穩定性，可能源自不同休閒活動的特性，或是阻礙與協商無法對應的問題。日後阻礙協商的研究須確認模型中的阻礙能與協商相互對應，以得到更準確的結果。

多數研究僅根據 Jackson 等(1993)的研究推論協商為感知阻礙與休閒活動參與間的中介變項，僅 Chen 等(2021)檢驗協商的間接效果。該研究將阻礙分為六個不同變項進行分析，結果顯示協商的中介效果僅在部分阻礙中成立。本研究針對感知阻礙、協商與參與的變項間關係進行檢驗，顯示協商對感知阻礙與參與的中介效果成立，與 Jackson 等(1993)提出的模型相符。

路徑分析的結果顯示，阻礙協商模型適用於寵物旅遊活動。具體而言，飼主的感知阻礙負向影響寵物旅遊參與意圖、感知阻礙正向影響協商、動機正向影響飼主進行協商、協商正向影響參與的意願，所有變項間關係皆成立。然而，感知阻礙對協商與參與的影響力較小，除了前述活動特性與阻礙協商對應的可能造成的影響，亦有可能是動機、協商與參與間的關係強烈，導致其他變項的共變異被削若，或是協商與參與受到其他變項影響。

Lee 等(2012)和 Ying 等(2021)的研究中，以習得無助而非協商作為阻礙與參與間的中介變項，結果顯示阻礙對習得無助的影響達顯著標準，但影響力同樣不高。Lyu 與 Oh (2014)的研究則提出阻礙協商的概念與計畫行為理論(Theory of Planned Behavior, TPB)重疊，Chung 等(2017)將計畫行為理論中的感知行為控制(Perceived behavioural control, PBC)納入阻礙協商模型的研究，結果顯示感知行為控制可以作為動機與協商的中介變項。Chen 等(2011)則使用計畫行為理論探討飼主進行寵物休閒活動的行為，結果顯示計畫行為理論適用於寵物休閒活動的探討。

相較一般的休閒活動，寵物旅遊需考量寵物的特性，可能導致飼主面對阻礙時產生不同的反應。以阻礙協商模型為基礎，納入其他可能影響阻礙或協商的變項，或許能對飼主的行為提出更好的解釋。

研究一進行阻礙協商概念應用於寵物旅遊研究的模型選擇、比較二階變項中各構面的反映力高低，並釐清模型中各變項的關係。

研究二 寵物旅遊期望

為完整地了解影響犬隻飼主進行寵物旅遊的各項因素，同時驗證過去寵物旅遊阻礙中提出的各項產業建議是否與飼主需求相符，研究二調查犬隻飼主進行寵物旅遊的期望，進一步提出各項服務的影響程度。

一、 所有構面對旅遊期望皆有的影響，但有影響力大小的差異

本研究參考 Dmitrović 與 Žabkar(2010)的建議，使用形成性模型探討旅遊期望服務，著重測量各構面對旅遊期望的影響力，研究中所有構面的權重值皆達顯著水準，所有構面對旅遊期望皆具有影響力，影響力由大到小依序為：交通、人員與照護、景點與購物點、行程及資訊、餐食、住宿以及和娛樂與活動，意即改善交通和人員與照護服務對提升飼主的旅遊期望更具影響力，改善住宿和娛樂與活動服務對飼主的旅遊期望較不具影響。

過去研究中，針對不同旅遊期望構面進行比較的文獻較少，且多用於確立旅遊期望焦點團體的訪談結果，故傾向使用較簡單的方法進行量化分析。Li 等(2011)針對中國遊客境外旅遊的研究中，直接以焦點團體提及旅遊期望構面次數作為遊客重視度的判別依據，結果顯示中國遊客對旅遊期望重視度的大小依序為住宿、食物、交通、導遊和行程、娛樂與活動 (Li et al., 2011)。Wang 等(2000)針對跟團旅遊的旅遊期望進行調查的研究中，則是以因素分析測量的是各構面對旅遊期望的反映力，更接近滿意度評估的概念，結果顯示各項旅遊期望因素負荷量的大小依序為：購物、可選行程、機場、飯店、風景區、教練、其他、餐食、行前簡報 (Wang et al., 2000)。兩研究的研究對象不同、研究方法不同，研究結果亦不同。

本研究的旅遊期望概念更接近期望服務評估，探討各項旅遊期望服務構面的影響力，與過去旅遊期望研究難以比較的原因有二，其一為不同旅遊形式與遊客特性導致遊客評估旅遊期望的結果並不統一，其二為本研究探討概念更接近期望服務而非滿意度評估，概念與研究方法與過去研究差異過大。

除了直接測量旅遊期望的研究，何錦芳(2008)曾以旅遊期望構面探討寵物旅遊願付價格影響因素，特徵值由大到小依序為：景點與購物點、住宿飯店、領隊及服務人員、交通工具、餐食安排。其研究結果與本研究差異甚大，顯示飼主未必願意為旅遊期望影響力大的服務付出更多的金額，兩者概念相異。

二、 各構面影響力高的指標

本研究針對旅遊期望的調查，旨在提供寵物旅遊業者或政策規劃上的參考，各項指標的權重高低可做為改善各項服務的指標。因本研究使用形成性模型進行分析，故在模型分析的過程中，被移除的指標並非不重要，而是其概念與其他指標重疊，無須重複測量。

(一) 交通

交通期望服務中，權重值最高的指標為「搭乘交通工具時的過程中，可以讓寵物感到舒適，包含飲水與空調設施等」和「搭乘的交通工具有安全設施(例如：防止寵物逃跑安全設施、寵物推車固定設施等)」，顯示飼主對寵物犬搭乘交通工具的舒適度與安全性相當重視。權重值最低的指標為「搭乘交通工具時的過程中，有安排寵物活動筋骨」和「搭乘交通工具時，有專用空氣清淨機保持空氣清新」，顯示飼主較不重視寵物犬搭乘交通工具的筋骨活動與空氣清淨。

(二) 人員與照護

人員與照護期望服務中，權重值最高的指標為「服務人員有足夠耐心對待寵物」，顯示飼主對服務人員的耐心相當重視。權重值最低的指標為「旅遊目的地或住宿空間提供額外寵物服務(如：寵物美容、SPA、訓練等)」，顯示飼主較不重視醫療以外的額外服務。

(三) 景點與購物點

景點與購物點期望服務中，權重值最高的指標為「旅遊景點有良好的寵物的活動空間」和「旅遊景點可攜帶寵物進入」，顯示飼主對旅遊景點寵物的活動空間和開放程度相當重視。權重值最低的指標為「在購物點購物過程中寵物可以隨行」，顯示飼主對購物點是否開放寵物進入景點與購物點較不重視。

(四) 行程及資訊

行程及資訊期望服務中，權重值最高的指標為「寵物旅遊的花費可以與一般旅遊相近」和「行程安排時，目的地提供寵物相關資訊諮詢」，顯示飼主重視寵物旅遊行程及資訊的價格和諮詢服務。權重值最低的指標為「行程安排時，很容易在網路或其他媒介找到目的地的寵物相關資訊與規範」，顯示飼主對容易查找寵物規範的服務較不重視。

(五) 餐食

餐食期望服務中，權重值最高的指標為「用餐地點允許寵物與飼主一同用餐」

和「用餐地點注重環境衛生(例如：使用空氣清淨機保持用餐環境清潔)」，顯示是否能與飼主一同用餐和用餐環境的衛生是飼主重視的服務。權重值最低的指標為「用餐地點提供飼主與寵物特定的用餐區域，與一般顧客區隔」，顯示飼主較不重視用餐環境與一般遊客區隔的服務。

(六) 住宿

住宿期望服務中，權重值最高的指標為「住宿地點是否有針對寵物的額外規定(如：限制寵物重量、限制寵物活動空間)」和「住宿地點寵物可與飼主同住一個房間」，顯示住宿空間的限制與能否與寵物一同住宿對飼主而言具高度影響力。權重值最低的指標為「住宿空間提供寵物專用設施(如：家具)」，顯示住宿空間是否提供專用設施較不受飼主重視。

(七) 娛樂與活動

娛樂與活動期望服務中，權重值最高的指標為「旅遊目的地舉辦的活動進行過程注重寵物安全」，顯示飼主十分重視活動安全性。權重值最低的指標為「旅遊目的地舉辦寵物間互動的活動」，顯示活動促進寵物間互動對娛樂與活動期望服務的影響力較小。

以上各構面中影響力較大的指標，可作為寵物旅遊產品區隔優先考慮的項目，針對飼主設計或規劃旅遊相關產品。除此之外，旅遊期望量表時常用於旅遊滿意度評估 (Chen et al., 2013; Sörensson & von Friedrichs, 2013)，針對單一旅遊景點的期望—滿意度分析(Importance-performance analysis, IPA)有助業者或政府提出精準的旅遊景點改善建議 (Chen et al., 2013; Sörensson & von Friedrichs, 2013)。本研究中的旅遊期望量表可用於寵物旅遊景點的寵物相關服務診斷，以針對不同的景點提出特的改善建議。

三、 阻礙研究建議的驗證

過去阻礙研究以「減少阻礙」、「促進協商」和「提升動機」提出產業與政策寵物旅遊建議包含：提供寵物友善設施、鼓勵參與者的夥伴也帶上寵物、鼓勵其他不帶寵物的人接受寵物陪伴參與活動的常態化、通過各種途徑提供最新有用的信息、聘請專業人士服務、提供臨時寵物照護中心、舉辦以寵物福祉和寵物依戀為主題的市場傳播活動、提供飼主社交機會等 (Hung et al., 2012, 2016; Ying et al., 2021)。

與「減少結構阻礙」和「促進行為協商」相關的研究建議包含：提供寵物友善設施、提供寵物相關資訊、專業人員服務和寵物安置空間或照顧，根據這些建議提出的旅遊期望分散在餐食、住宿、交通、景點與購物點、人員與照護和行程及資訊構面中，對各旅遊期望構面的影響均達顯著水準，且多個指標對旅遊期望服務的影響力高。

與「減少人際阻礙」和「促進動機」相關的研究建議包含：舉辦寵物活動和提供飼主社交機會，根據這些建議提出的指標皆在娛樂與活動構面中，但娛樂與活動構面在本研究中影響力較低，推論這些期望服務不會對旅遊期望造成太大的影響。

根據阻礙研究提出的建議對旅遊期望的影響皆達顯著水準，顯示藉由「減少阻礙」、「促進協商」和「提升動機」概念所提出的建議符合犬隻飼主的旅遊期望，可作為寵物旅遊產業規劃與政策提出的參考。

四、 寵物旅遊需求與期望

本研究以接受度調查犬隻飼主對交通、旅遊景點、購物點、餐食和住宿的服務的需求，與旅遊期望相互比較，確認旅遊期望是否有助於滿足飼主需求。

交通面向中，多數飼主可以接受寵物被安置於大眾運輸車廂空地，不必擁有自己的座位。旅遊景點面向中，多數飼主認為旅遊景點必須開放寵物進入，不接受寵物被安置於旅遊景點之外。購物點面向中，雖認為購物地點必須開放寵物進入的飼主仍占多數，但相較其他項目，接受寵物交由專人照顧或被安置於其他空間的飼主較多。餐食面向中，認為必須和自己的寵物一同用餐的飼主和僅略多於接受用餐空間安排安置寵物的空間的飼主。住宿面向中，多數飼主認為寵物必須與自己住在同一個房間。此結果可作為寵物旅遊的規劃依據。

比較各項飼主需求與旅遊期望指標的數據，接受度比例較高的選項作為旅遊期望服務指標的平均值亦會較高，旅遊期望可以滿足飼主的旅遊需求，兩者概念重疊 (Li et al., 2011)。

然而以形成性模型分析旅遊期望的結果卻顯示旅遊期望平均值較高的指標，權重值未必較高，原因在於偏最小平方法結構方程模型(PLS-SEM)是以變異數作為分析基礎，因此即便單一指標的平均值很高，若其樣本間變異數低表示所有受測者針對指標的評分皆很高，無法得出對旅遊期望影響力高的結果 (Ryan, 2020)。

Herzberg 於 1959 年提出雙因素理論，他認為將人們對工作的滿意度分為提高員工「滿意度」的動機因素(Motivation factors)和增加員工「不滿意度」的保健因素(Hygiene factors)。動機因素滿足員工個人成長和自我實現需求，如工作的升職、成長、認同等，這些因素的滿足有助於提升員工的工作滿意度，進而提升員工的工作動力與表現。保健因素則是與工作環境相關的因素，如人際關係、薪水、公司管理政策等，當保健因素缺乏時會導致員工滿意度下降，但保健因素的滿足並不會造成滿意度的提升，因此保健因素是「預防不滿意」的因素 (Herzberg, 2017)。

雙因素模型的理論受到許多實證研究的驗證 (Alshmemri et al., 2017)，亦有部分研究將其運用於旅遊滿意度的評估 (Chen et al., 2013)，如 Chan 與 Baum (2007)的研究針對生態旅遊滿意度進行調查，Chaudhary 與 Ul Islam (2023)的研究則是針對印度旅遊滿意度進行調查，兩研究皆以探索式因素分析(EFA)將影響滿意度的構面分為動機和保健因素。本研究中平均值高但變異數低的期望指標可能屬於雙因素模型中的保健因素，而平均值低權重值高的因素則可能是動機因素，未來研究若將兩種期望服務分別討論，可能可以得到更準確的旅遊期望分析結果。

研究二延續研究一的成果，統整並比較飼主對寵物旅遊的期望服務，提出對期望服務影響力較大的構面和指標，這些指標可以轉換為具體的服務建議，提供寵物旅遊產業實務上的建議。

第六章 結論與建議

第一節 結論

本研究旨在探討影響犬隻飼主參與寵物旅遊的各項因素與決策過程，分為阻礙與旅遊期望兩個部分進行探討，研究一探討犬隻飼主遇到的阻礙與飼主的反應過程，並釐清阻礙協商模型變項間關係，研究二則納入阻礙研究建議，歸納犬隻飼主的期望，從而分析能滿足飼主需求的各項服務。

研究一結果顯示，阻礙協商模型應用於寵物旅遊領域，應將個人、人際和結構阻礙皆視為感知阻礙的構面，以整體感知阻礙探討模型中變項間的關係。路徑分析的結果顯示感知阻礙正向影響協商、感知阻礙負向影響寵物旅遊參與意圖、動機正向影響協商，以及協商正向影響參與意圖四項假設皆成立，且協商對感知阻礙與參與的中介效果成立，與過去多數研究一致。但阻礙對協商與參與的直接影響皆較微弱，或許受到其他因素影響，尚待未來研究探討。

研究二結果顯示，根據阻礙研究提出的建議對旅遊期望的影響皆達顯著水準。所有旅遊期望服務中，交通和人員與照護對提升飼主的旅遊期望的影響力最大，景點與購物點、行程及資訊和餐食的影響力居中，住宿和娛樂與活動的影響力較小。各項期望服務具體指標的影響力可以作為寵物旅遊產業及政策實務參考。

第二節 研究限制與未來研究建議

本研究分別探討寵物旅遊的阻礙協商與旅遊期望，分別提出研究限制與建議。

一、 阻礙協商模型

為釐清感知阻礙在模型中對其他變項的影響，本研究模型僅涵蓋 Hubbard 與 Mannell (2001) 阻礙模型中的變項：阻礙、協商、動機與參與意圖，並未納入其他可能對寵物旅遊參與造成影響的變項。

建議未來將阻礙協商模型應用於寵物旅遊的研究可使用模型 2，即將感知阻礙視為包含個人阻礙、人際阻礙與結構阻礙三個構面的單一變項，此模型在假設驗證和精簡度都有較好的表現，可以得到較穩定的研究結果。

然而，本研究中感知阻礙對協商的正向影響和協商對活動參與的負向影響雖皆符合假設檢驗，但實際影響力低，本研究推論可能的原因有二，其一為感知阻礙和協商或參與之間可能受到其他變項的中介或調節，其二則是協商策略難以對應所有阻礙。

首先阻礙與協商間是否存在其他變項，Lee 等(2012)跟 Ying et al. (2021)的研究中曾經納入習得無助，作為阻礙與參與間的中介，但並未獲得阻礙高度影響習得無助的結果。而 Chen 等(2011)的研究曾以計畫行為理論(TPB)作為探討寵物旅遊參與的架構， Chung 等(2017)將感知行為控制(PBC)納入阻礙協商模型的研究中，動機對感知行為控制(PBC)和感知行為控制(PBC)對協商的影響成立，顯示計畫行為理論與阻礙協商模型可以相互結合。惟上述研究皆未提出阻礙對協商或阻礙對參與間影響力較大的中介變項。

其次，本研究發現，目前多數寵物旅遊行為協商策略僅能對應結構阻礙，個人阻礙與人際阻礙的能使用的策略較少，可能導致阻礙對協商的影響力被削弱，若未來研究者希望將三種阻礙分別討論，則應對應不同的協商策略，檢驗不同阻礙和協商策略在模型中的實際影響力。

綜合以上，本研究建議未來的研究者嘗試納入其他變項，或找出三種阻礙分別對應的協商策略，對阻礙對參與的影響提出更合理的解釋。

二、 旅遊期望

本研究採用量化分析的方式，以其他旅遊活動的構面歸納寵物旅遊需求、阻礙協商建議和業者提供服務等文獻提出的服務，探討寵物旅遊期望。然而，不同旅遊形式與遊客背景可能造成旅遊期望的巨大差異，且量化分析的研究方法無法得知飼主對旅遊期望直接的想法。

本研究建議未來進行寵物旅遊期望調查的研究者可以從質性訪談開始，歸納影響旅遊期望的重要構面，同時確認各項期望服務是否與文獻相符，藉由質性研究歸納出各項旅遊期望服務量表。量化調查旅遊期望時，依據期望的雙因素模型，應由受測者評判各項旅遊服務是否必要，且研究者應確認指標為形成性還是測量性模型，避免造成偏誤。

最後，研究者可利用寵物旅遊期望的研究結果，建立產業服務評估量表。藉由專家評估或滿意度分析，可以評估單一寵物旅遊景點或行程是否符合飼主期待，並提出改善的目標，為產業與政策提供最具體的建議。

三、 寵物的差異

本研究所有問題皆針對寵物犬及犬隻飼主進行設計，未能考量到其他寵物的需求及飼主差異。Voith(1985)的研究顯示犬貓飼主與寵物的互動行為有所差異，例如相比犬飼主，有更多貓飼主允許寵物爬上家具和睡在床上，但更多犬隻飼主會帶寵物散步和一同旅行。在情感方面，狗能比貓提供更多的社會支持(Bonas et al., 2000)，不過兩者飼主的寵物依戀程度皆高於其他寵物 (Endenburg, 1995; Vidović et al., 1999)，且犬貓提供給飼主的情感安慰無明顯差異 (Zasloff, 1996)。

根據農業部(2024)統計，雖然目前國內犬隻仍是國內最多人飼養的寵物，但近年寵物貓每年成長的幅度早已超越寵物狗。除此之外，根據 Go Survey 的調查，民眾飼養的寵物除了犬貓外還有魚、鳥、兔、寵物鼠、烏龜、昆蟲和兩棲類等種類，顯示近年飼主選擇寵物的多元性（遠東人，2021）。

有鑑於寵物種類的日益增加，及寵物與飼主互動及情感聯繫的差異，本研究的結果適用於「犬隻」旅遊的規劃，難以符合所有寵物飼主的期待。目前多數寵物旅遊研究皆針對犬隻進行調查，缺乏對其他寵物種類的理解，遑論不同寵物需求間的比較。未來研究可嘗試將各種類寵物的飼主納入調查，理解不同寵物的旅遊需求，提出更特定且具體的寵物旅遊產業建議。

第三節 寵物旅遊實務建議

根據研究結果，本研究可針對寵物旅遊產業與政策提出改善或規畫的建議，尤其適用以「犬隻飼主」做為目標客群的旅遊目的地。

一、 阻礙研究提供大方向的改進目標

在阻礙協商的研究中，所有假設皆得到驗證，因此可以得出「減少阻礙」、「促進協商」和「提升動機」的相關策略，有助於提高寵物旅遊的參與意圖。

首先，根據阻礙協商模型的分析結果，三項阻礙中，結構阻礙對感知阻礙的反映力最高，其次為人際阻礙，再其次為個人阻礙，顯示飼主對結構阻礙的感知程度最高。此外，協商變項中行為協商的反映力亦高於認知協商，顯示飼主願意付出實質努力克服旅遊阻礙。因此在寵物旅遊產業的規劃中，可以優先解決飼主在交通、金錢、時間、資訊等外部問題，以有效降低飼主的寵物旅遊阻礙感知。

其次寵物依戀和寵物利益在本研究及過去研究中均對寵物旅遊動機有高度的代表性，因此提供有利於寵物的服務，並強調人寵間的關係，有助於提高寵物旅遊活動的參與。此外，國內飼主認為新鮮感是參與寵物旅遊的重要動機，因此在旅遊規畫上可提供飼主和寵物犬間特別的體驗，提升旅遊動機。

阻礙協商模型的建議，在旅遊期望的研究中轉換為具體的服務，包含提供各項寵物友善設施、舉辦寵物活動、增進資訊可及性、提供寵物照顧服務等，這些服務均正向影響飼主的期望服務，顯示阻礙協商模型的研究建議與飼主需求相符。

二、 旅遊期望研究提供具體的服務改善建議

根據旅遊期望服務的研究結果提出 7 個面向可優先提升的服務：交通方面，業者應優先提升交通運具的舒適度與安全性；人員與照護方面，業者應優先提升服務人員的態度；景點與購物點方面，業者應優先提升景點對寵物的開放程度與活動空間；行程及資訊方面，業者應優先提升價格合理性與諮詢服務；餐食方面，業者應優先提供飼主與寵物一同用餐的空間和用餐環境的衛生；住宿方面，業者應優先提供飼主一同住宿的服務；娛樂與活動方面，業者應優先提升寵物活動安全性。七個面向中，交通和人員與照護影響力最大，是業者應優先改善的目標。

根據本研究所整理的建議，業者或政府在寵物旅遊產業中可依據優先程度進行各面向的規劃與改善，藉此降低飼主參與寵物旅遊的阻礙、提升動機，進而達到提高寵物旅遊參與的結果。



參考文獻

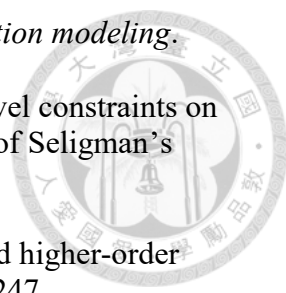


1. 天下創新學院 (2021)。萌經濟「錢景」看漲。遠東人。
https://magazine.feg.com.tw/magazine/tw/magazine_detail.aspx?id=12573
2. 何錦芳 (2008)。飼養態度與對攜帶寵物旅遊產品的產品差異化認知和付費意願間關係之研究 (未出版碩士論文)。世新大學。
3. 吳明隆 (2007)。SPSS 操作與應用：問卷統計分析實務。五南圖書出版股份有限公司。
4. 李韻庭 (2007)。墾丁地區旅館業提供寵物服務之差異性研究。國立高雄餐旅大學。
5. 林裕強、楊庭芳 (2015)。帶寵物旅遊：願付價格及影響因素之研究。旅遊健康學刊，14，pp. 39-58。
6. 財政部統計處。(2023)。財政統計通報。下載網址：
<https://service.mof.gov.tw/public/Data/statistic/bulletin/112/%E7%AC%AC3%E8%99%9F-%E5%AF%B5%E7%89%A9.pdf>
7. 動物保護資訊網 (2021)。110 年度全國家犬貓數量調查結果統計表。下載網址：
<https://animal.moa.gov.tw/Frontend/Know/Detail/LT00000664?parentID=Tab000004>
<https://animal.coa.gov.tw/Frontend/Know/Detail/LT00000664?parentID=Tab00000004>
8. 國家發展委員會。(2021)。出生相關指標。下載網址：<https://pop-proj.ndc.gov.tw/dataSearch2.aspx?r=1&uid=2104&pid=59>
9. 陳寬裕 (2023)。結構方程模型：運用 AMOS 分析。五南圖書出版股份有限公司。
10. 游錦雲、李思賢、李蘭、陳玉佩 (2009)。兒童內化行為問題測量工具的建立及其信效度研究。測驗學刊，56，295-319。
11. 黃芳銘 (2015)。結構方程模式-理論與應用。台灣五南圖書出版股份有限公司。
12. 農業部 (2024)。全國家犬貓飼養數量最新推估結果。
https://www.moa.gov.tw/theme_data.php?theme=news&sub_theme=agri&id=9418
13. 謝亞庭 (2013)。寵物飼主依附關係與旅遊住宿需求之研究 (碩士論文)。景文科技大學。
14. 寵物登記管理資訊網 (2021)。縣市行政區寵物登記地圖。下載網址：
<https://www.pet.gov.tw/PetsMap/PetsMap.aspx>
15. Alshmemri, M., Shahwan-Akl, L., & Maude, P. (2017). Herzberg's two-factor theory. *Life Science Journal*, 14(5), 12-16.
<https://doi.org/10.7537/marslsj140517.03>
16. Anderson, J. C., & Gerbing, D. W. (1988). Structural equation modeling in practice: A review and recommended two-step approach. *Psychological bulletin*, 103(3), 411-423. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.103.3.411>
17. APPA. (2022). 2021-2022 APPA National Pet Owners Survey. Download Address: https://www.americanpetproducts.org/pubs_survey.asp.
18. Bagozzi, R. P., & Yi, Y. (1988). On the evaluation of structural equation models. *Journal of the academy of Marketing Science*, 16, 74-94.
<https://doi.org/10.1007/BF02723327>
19. 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(6), 1173-1182. <https://doi.org/https://doi.org/10.1037/0022-3514.51.6.1173>
20. Belsley, D. A., Kuh, E., & Welsch, R. E. (2005). *Regression diagnostics: Identifying influential data and sources of collinearity*. John Wiley & Sons.
 21. Bollen, K. A. (1989). *Structural equations with latent variables* (Vol. 210). John Wiley & Sons.
 22. Bollen, K. A. (1990). Overall fit in covariance structure models: Two types of sample size effects. *Psychological bulletin*, 107(2), 256. <https://doi.org/https://doi.org/10.1037/0033-2909.107.2.256>
 23. Bollen, K. A., & Ting, K.-F. (1993). Confirmatory tetrad analysis. *Sociological methodology*, 23, 147-175. <https://doi.org/https://doi.org/10.2307/271009>
 24. Bollen, K. A., Rabe-Hesketh, S., & Skrondal, A. (2008). Structural Equation Models. In *The Oxford Handbook of Political Methodology* (pp. 433-455). <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199286546.003.0018>
 25. Bonas, S., McNicholas, J., & Collis, G. M. (2000). Pets in the network of family relationships: An empirical study. *Companion animals and us: Exploring the relationships between people and pets*, 209-236.
 26. Buhalis, D., & Chan, J. (2023). Traveling with pets: designing hospitality services for pet owners/parents and hotel guests. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 35(12), 4217-4237. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-10-2022-1192>
 27. Byrne, B. M. (2016). *Structural Equation Modeling With AMOS: Basic Concepts, Applications, and Programming, Third Edition (3rd ed.)*. Routledge. <https://doi.org/https://doi.org/10.4324/9781315757421>
 28. Carr, N. (2017). Recognising the position of the pet dog in tourism. *Annals of tourism research*, 62, 112-113. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.annals.2016.10.011>
 29. Carr, N., & Cohen, S. (2009). Holidaying with the family pet: no dogs allowed! *Tourism and Hospitality Research*, 9(4), 290-304. <https://doi.org/https://doi.org/10.1057/thr.2009.10>
 30. Carroll, B., & Alexandris, K. (1997). Perception of constraints and strength of motivation: Their relationship to recreational sport participation in Greece. *Journal of leisure research*, 29(3), 279-299. <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/00222216.1997.11949797>
 31. Chan, J. K. L., & Baum, T. (2007). Determination of satisfiers and dissatisfiers using herzberg's motivator and hygiene factor theory: An exploratory study. *Tourism Culture & Communication*, 7(2), 117-131. <https://doi.org/https://doi.org/10.3727/109830407780339062>
 32. Chaudhary, M., & Ul Islam, N. (2023). Tourist Satisfaction, Destination Quality, and Prismatic Societies: Application of Herzberg Theory in Kashmir Valley, India. *International Journal of Hospitality & Tourism Systems*, 16(1).
 33. Cheah, J.-H., Ting, H., Ramayah, T., Memon, M. A., Cham, T.-H., & Ciavolino, E. (2019). A comparison of five reflective–formative estimation approaches: reconsideration and recommendations for tourism research. *Quality & Quantity*, 53, 1421-1458. <https://doi.org/https://doi.org/10.1007/s11135-018-0821-7>
 34. Chen, A. H., Peng, N., & Hung, K. p. (2014). Developing a pet owners' tourism constraints scale—the constraints to take dogs to tourism activities. *International Journal of Tourism Research*, 16(4), 315-324. <https://doi.org/https://doi.org/10.1002/jtr.1959>

35. Chen, F., Dai, S., Xu, H., & Abliz, A. (2021). Senior's travel constraint, negotiation strategy and travel intention: Examining the role of social support. *International Journal of Tourism Research*, 23(3), 363-377. <https://doi.org/https://doi.org/10.1002/jtr.2412>
36. Chen, H., Hung, K., & Peng, N. (2011). Planned leisure behaviour and pet attachment. *Annals of tourism research*, 38(4), 1657-1662. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2011.04.001>
37. Chen, Y., Zhang, H., & Qiu, L. (2013). A review on tourist satisfaction of tourism destinations. LISS 2012: Proceedings of 2nd International Conference on Logistics, Informatics and Service Science,
38. Chung, J. Y., Baik, H.-J., & Lee, C.-K. (2017). The role of perceived behavioural control in the constraint-negotiation process: The case of solo travel. *Leisure Studies*, 36(4), 481-492. <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/02614367.2016.1190780>
39. Churchill, G. A. (1979). A paradigm for developing better measures of marketing constructs. *Journal of Marketing research*, 16(1), 64-73. <https://doi.org/https://doi.org/10.1177/002224377901600110>
40. Cobb, S. (1976). Social support as a moderator of life stress. *Psychosomatic medicine*, 38(5), 300-314.
41. Crawford, D. W., & Godbey, G. (1987). Reconceptualizing barriers to family leisure. *Leisure sciences*, 9(2), 119-127.
42. Crawford, D. W., Jackson, E. L., & Godbey, G. (1991). A hierarchical model of leisure constraints. *Leisure sciences*, 13(4), 309-320. <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/01490409109513147>
43. Dann, G. M. S. (1977). Anomie, ego-enhancement and tourism. *Annals of tourism research*, 4(4), 184-194. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0160-7383\(77\)90037-8](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0160-7383(77)90037-8)
44. DeVellis, R. F., & Thorpe, C. T. (2021). *Scale development: Theory and applications*. Sage publications.
45. Dmitrović, T., & Žabkar, V. (2010). Assessing tourism supply quality using formative indicators: implications for destination management. *Tourism Economics*, 16(2), 405-425. <https://doi.org/https://doi.org/10.5367/000000010791305608>
46. Doll, W. J., Xia, W., & Torkzadeh, G. (1994). A confirmatory factor analysis of the end-user computing satisfaction instrument. *MIS quarterly*, 18(4), 453-461. <https://doi.org/https://doi.org/10.2307/249524>
47. Endenburg, N. (1995). The Attachment of People to Companion Animals. *Anthrozoös*, 8(2), 83-89. <https://doi.org/10.2752/089279395787156446>
48. Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing research*, 18(1), 39-50. <https://doi.org/https://doi.org/10.1177/002224378101800104>
49. Gudergan, S. P., Ringle, C. M., Wende, S., & Will, A. (2008). Confirmatory tetrad analysis in PLS path modeling. *Journal of Business Research*, 61(12), 1238-1249. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2008.01.012>
50. Hair Jr, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). *Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) using R: A workbook*. Springer Nature. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-80519-7>
51. Hair, J. F., Black, W., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2009). *Multivariate data analysis*. Pearson.
52. Henderson, K. A., Stalnaker, D., & Taylor, G. (1988). The relationship between

- barriers to recreation and gender-role personality traits for women. *Journal of leisure research*, 20(1), 69-80.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1080/00222216.1988.11969758>
53. Herzberg, F. (2017). *Motivation to work*. Routledge.
<https://doi.org/https://doi.org/10.4324/9781315124827>
54. Hidalgo-Fernández, A., Moral-Cuadra, S., Menor-Campos, A., & Lopez-Guzman, T. (2023). Pet tourism: Motivations and assessment in the destinations. *Consumer Behavior in Tourism and Hospitality*, 18(3), 335-350.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1108/CBTH-06-2022-0132>
55. Hu, L. t., & Bentler, P. M. (1999). Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: Conventional criteria versus new alternatives. *Structural equation modeling: a multidisciplinary journal*, 6(1), 1-55.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1080/10705519909540118>
56. Hubbard, J., & Mannell, R. C. (2001). Testing competing models of the leisure constraint negotiation process in a corporate employee recreation setting. *Leisure sciences*, 23(3), 145-163.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1080/014904001316896846>
57. Hulland, J. (1999). Use of partial least squares (PLS) in strategic management research: A review of four recent studies. *Strategic management journal*, 20(2), 195-204. [https://doi.org/https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1097-0266\(199902\)20:2<195::AID-SMJ13>3.0.CO;2-7](https://doi.org/https://doi.org/10.1002/(SICI)1097-0266(199902)20:2<195::AID-SMJ13>3.0.CO;2-7)
58. Hung, K.-P., Chen, A. H., & Peng, N. (2012). The constraints for taking pets to leisure activities. *Annals of tourism research*, 39(1), 487-495.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.annals.2011.09.004>
59. Hung, K.-P., Chen, A., & Peng, N. (2016). Taking dogs to tourism activities: incorporating attachment into a pet-related constraint-negotiation model. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 40(3), 364-395.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1177/1096348013503992>
60. Iso-Ahola, S. E. (1981). Leisure counseling at the crossroads. *The Counseling Psychologist*, 9(3), 71-74.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1177/001100008100900307>
61. Iso-Ahola, S. E. (1982). Toward a social psychological theory of tourism motivation: A rejoinder. *Annals of tourism research*, 9(2), 256-262.
[https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0160-7383\(82\)90049-4](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0160-7383(82)90049-4)
62. Iso-Ahola, S. E., & Allen, J. R. (1982). The dynamics of leisure motivation: The effects of outcome on leisure needs. *Research Quarterly for Exercise and Sport*, 53(2), 141-149. <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/02701367.1982.10605240>
63. Jackson, E. L. (1990). Variations in the desire to begin a leisure activity: Evidence of antecedent constraints? *Journal of leisure research*, 22(1), 55.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1080/00222216.1990.11969814>
64. Jackson, E. L., Crawford, D. W., & Godbey, G. (1993). Negotiation of leisure constraints. *Leisure sciences*, 15(1), 1-11.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1080/01490409309513182>
65. Jarvis, C. B., MacKenzie, S. B., & Podsakoff, P. M. (2003). A critical review of construct indicators and measurement model misspecification in marketing and consumer research. *Journal of consumer research*, 30(2), 199-218.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1086/376806>
66. Kirillova, K., Lee, S., & Lehto, X. (2015). Willingness to travel with pets: a US consumer perspective. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 16(1), 24-44. <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/1528008X.2015.966296>

- 
67. Kline, R. B. (2023). *Principles and practice of structural equation modeling*. Guilford Publications.
 68. Lee, B. K., Agarwal, S., & Kim, H. J. (2012). Influences of travel constraints on the people with disabilities' intention to travel: An application of Seligman's helplessness theory. *Tourism Management*, 33(3), 569-579.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.tourman.2011.06.011>
 69. Lee, N., & Cadogan, J. W. (2013). Problems with formative and higher-order reflective variables. *Journal of Business Research*, 66(2), 242-247.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2012.08.004>
 70. Lee, S., & Scott, D. (2009). The process of celebrity fan's constraint negotiation. *Journal of leisure research*, 41(2), 137-156.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1080/00222216.2009.11950163>
 71. Leguina, A. (2022). A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM). *International Journal of Research & Method in Education*, 38(2), 220-221.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1080/1743727X.2015.1005806>
 72. Li, X. R., Lai, C., Harrill, R., Kline, S., & Wang, L. (2011). When east meets west: An exploratory study on Chinese outbound tourists' travel expectations. *Tourism Management*, 32(4), 741-749.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.tourman.2010.06.009>
 73. Lohmöller, J.-B. (1989). Predictive vs. structural modeling: Pls vs. ml. *Latent variable path modeling with partial least squares*, 199-226.
https://doi.org/https://doi.org/10.1007/978-3-642-52512-4_5
 74. Lyu, S. O., & Oh, C.-O. (2014). Recreationists' constraints negotiation process for continual leisure engagement. *Leisure sciences*, 36(5), 479-497.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1080/01490400.2014.920702>
 75. MacKinnon, D. P., Lockwood, C. M., Hoffman, J. M., West, S. G., & Sheets, V. (2002). A comparison of methods to test mediation and other intervening variable effects. *Psychological methods*, 7(1), 83.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1037/1082-989X.7.1.83>
 76. Malhotra, N. K. (2020). *Marketing research: an applied prientation*. Pearson.
 77. Olson, J. C., & Dover, P. A. (1979). Disconfirmation of consumer expectations through product trial. *Journal of Applied psychology*, 64(2), 179.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1037/0021-9010.64.2.179>
 78. Preacher, K. J., & Hayes, A. F. (2004). SPSS and SAS procedures for estimating indirect effects in simple mediation models. *Behavior research methods, instruments, & computers*, 36, 717-731.
<https://doi.org/https://doi.org/10.3758/BF03206553>
 79. Raykov, T., & Marcoulides, G. A. (2008). *An introduction to applied multivariate analysis*. Routledge. <https://doi.org/https://doi.org/10.4324/9780203809532>
 80. Ryan, C. (2020). Refereeing articles including SEM—what should referees look for? *Tourism Critiques: Practice and Theory*, 1(1), 47-61.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1108/TRC-03-2020-0002>
 81. Samdahl, D. M., & Jekubovich, N. J. (1997). A critique of leisure constraints: Comparative analyses and understandings. *Journal of leisure research*, 29(4), 430-452. <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/00222216.1997.11949807>
 82. Schumacker, R. E. (2004). *A beginner's guide to structural equation modeling*. Lawrence Erlbaum Associates.
 83. Serpell, J. (2003). Anthropomorphism and anthropomorphic selection—beyond the "cute response". *Society & Animals*, 11(1), 83-100.

- <https://doi.org/https://doi.org/10.1163/156853003321618864>
84. Sharma, B. (2016). A focus on reliability in developmental research through Cronbach's Alpha among medical, dental and paramedical professionals. *Asian Pacific Journal of Health Sciences*, 3(4), 271-278.
<https://doi.org/10.21276/apjhs.2016.3.4.43>
 85. Son, J. S., Mowen, A. J., & Kerstetter, D. L. (2008). Testing alternative leisure constraint negotiation models: An extension of Hubbard and Mannell's study. *Leisure sciences*, 30(3), 198-216.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1080/01490400802017308>
 86. Sörensson, A., & von Friedrichs, Y. (2013). An importance–performance analysis of sustainable tourism: A comparison between international and national tourists. *Journal of Destination Marketing & Management*, 2(1), 14-21.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2012.11.002>
 87. Stevens, J. P. (2002). *Applied multivariate statistics for the social sciences* (Vol. 4). Taylor & Francis Group.
 88. Taillon, J., MacLaurin, T., & Yun, D. (2015). Hotel pet policies: an assessment of willingness to pay for travelling with a pet. *Anatolia*, 26(1), 89-91.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1080/13032917.2014.942327>
 89. Tang, J., Ying, T., & Ye, S. (2022). Chinese pet owners traveling with pets: Motivation-based segmentation. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 50, 31-43.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2021.12.006>
 90. Ullman, J. B., & Bentler, P. M. (2012). Structural equation modeling. In *Handbook of Psychology, Second Edition* (Vol. 2).
<https://doi.org/https://doi.org/10.1002/9781118133880.hop202023>
 91. UNWTO. 2010. International Recommendations for Tourism Statistics 2008 (IRTS 2008). ISBN: 9789210549813
 92. Vidović, V. V., Štetić, V. V., & Bratko, D. (1999). Pet Ownership, Type of Pet and Socio-Emotional Development of School Children. *Anthrozoös*, 12(4), 211–217.
<https://doi.org/10.2752/089279399787000129>
 93. Voith, V. L. (1985). Attachment of People to Companion Animals. *Veterinary Clinics of North America: Small Animal Practice*, 15(2), 289-295.
[https://doi.org/10.1016/S0195-5616\(85\)50301-0](https://doi.org/10.1016/S0195-5616(85)50301-0)
 94. Wang, K.-C., Hsieh, A.-T., & Huan, T.-C. (2000). Critical service features in group package tour: An exploratory research. *Tourism Management*, 21(2), 177-189. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(99\)00047-3](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0261-5177(99)00047-3)
 95. Weston, R., Gore Jr, P. A., Chan, F., & Catalano, D. (2008). An introduction to using structural equation models in rehabilitation psychology. *Rehabilitation Psychology*, 53(3), 340. <https://doi.org/https://doi.org/10.1037/a0013039>
 96. Ying, T., Tang, J., Wen, J., Ye, S., Zhou, Y., & Li, F. S. (2021). Traveling with pets: constraints, negotiation, and learned helplessness. *Tourism Management*, 82, 104183. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.tourman.2020.104183>
 97. Zasloff, R. L. (1996). Measuring attachment to companion animals: a dog is not a cat is not a bird. *Applied Animal Behaviour Science*, 47(1-2), 43-48.
[https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0168-1591\(95\)01009-2](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0168-1591(95)01009-2)
 98. Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1993). The nature and determinants of customer expectations of service. *Journal of the academy of Marketing Science*, 21, 1-12.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1177/0092070393211001>

附錄

附錄一、寵物旅遊阻礙協商模型正式問卷

【寵物旅遊調查】



親愛的受訪者您好：

我是臺灣大學園藝暨景觀學系的研究生王慶文，本研究主要探討國人進行寵物旅遊時可能會遇到的阻礙與應對方式，此內容僅供學術研究使用，敬請您安心作答。

請務必注意，本問卷的施測對象為家裡至少飼養一隻寵物犬的飼主(已成年)，若家裡未飼養寵物，或飼養的寵物並非狗狗，請勿填寫。

● 問卷內容概述：

本研究中，寵物旅遊即是與您的寵物一起進行旅遊活動，本問卷共分為 5 部分，第 1 至 4 頁將調查您對寵物旅遊的想法，最後一頁將收集您的基本資料以進行研究分析。本問卷為匿名問卷，收集之資料不包含任何可辨識個人身份的項目。

本問卷題項雖多(共 5 頁 80 題)但多數為勾選題，故問卷填寫時間約 10-15 分鐘(實際測試過)，懇請耐心填答。

● 注意事項：

問卷填寫過程中，您可以隨時退出。然因本問卷為匿名問卷，無法辨識個人資訊，故問卷繳交後無法撤回，敬請見諒。

您是否有跟寵物一同旅遊的經驗呢？

寵物旅遊即是與您的寵物一起進行旅遊活動，身為飼主的您可能常在與寵物一起出門旅遊時感到困難重重，亦或在興起帶寵物一同進行 2 天 1 夜小旅行的念頭後，因為各種不便遲遲沒有付諸行動。第 1-4 頁會調查您對寵物旅遊各項想法，請您根據同意程度進行評分。

一、我想帶寵物去旅遊的動機為：



	1 非常不同意	2 不同意	3 有點不同意	4 普通	5 有點同意	6 同意	7 非常同意
1 寵物可以認識更多人或寵物							
2 可以拓展我的寵物視野							
3 寵物可以獲得快樂							
4 可以提升寵物社交能力							
5 可以增加寵物和我在一起的時間							
6 我與寵物相互陪伴							
7 我享受和寵物互動的時光							
8 增加我和寵物間的信任							
9 留下我和寵物間的美好回憶							
10 我可以認識更多飼主或寵物							
11 我可以得到更多與其他飼主交流的機會							
12 我可以增加與其他飼主的互動							
13 我可以加入飼主的社交團體							
14 我可以炫耀我的社會經濟地位							
15 我可以向別人展示我的寵物旅遊經歷							
16 我可以體驗其他飼主沒有的經驗							
17 我會因為這些經驗受到尊重和景仰							
18 我利用假日補償寵物							
19 減少我平時不能陪伴寵物的罪惡感							
20 我的寵物對我很好，所以我想回報牠							
21 我的寵物生命很短暫，我想珍惜與他在一起的時光							
22 我會感到愉悅							
23 我可以得到新鮮感							
24 我可以體驗獨特的旅程							

二、 我可能無法與寵物一起旅遊的原因為：

	1 非常 不同意	2 不 同意	3 有 點 不 同意	4 普 通	5 有 點 同 意	6 同 意	7 非 常 同 意
25 我的寵物無法自我控制 (例如：過度興奮或激動)							
26 我的寵物不適合進行這項活動							
27 寵物不想出門							
28 寵物容易感到無聊或疲勞							
29 這項活動對我的寵物來說過於危險							
30 這項活動對我的寵物而言生理要求過高							
31 普遍而言寵物不適合進行這項活動							
32 我進行活動時感到不安，因為部分活動 參與者不喜歡動物							
33 沒有其他活動參與者攜帶寵物							
34 我的寵物可能對其他人或動物不友善							
35 我沒有其他同行的夥伴							
36 我的寵物無法與陌生人相處							
37 進行寵物旅遊所費不貲							
38 我不認識任何可以提供我如何攜帶寵物 參與活動的人							
39 活動環境不適合我的寵物 (例如：不乾淨的環境)							
40 進行寵物旅遊耗費很多時間							
41 我無法同時參與活動與照顧寵物							
42 沒有鄰近的活動地點或目的地							
43 旅遊目的地沒有適合寵物的設施							
44 寵物旅遊十分不便							

三、當遇到上述困難時我會：

	1 非常 不同意	2 不 同意	3 有 點 不 同意	4 普 通	5 有 點 同 意	6 同 意	7 非 常 同 意
45 為了參加寵物旅遊，我會想辦法收集旅遊地點的相關資訊							
46 為了參加寵物旅遊，我會藉由電視、書籍、雜誌或網路獲得相關資訊							
47 為了參加寵物旅遊，我會收集旅遊期間如何照顧寵物的相關資訊							
48 為了參加寵物旅遊，我會試圖找其他有相同興趣的飼主一起出遊							
49 為了參加寵物旅遊，我會找其他夥伴在旅途中分擔照顧寵物的工作							
50 為了參加寵物旅遊，我會找其他能與我的寵物和平相處的人一起出遊							
51 為了參加寵物旅遊，我試圖取得足夠的資金							
52 為了參加寵物旅遊，我會進行預算計畫							
53 為了參加寵物旅遊，我會重新考量休閒活動的優先順序							
54 為了參加寵物旅遊，我會事先預留時間							
55 為了參加寵物旅遊，我會適當安排我的行程							
56 我試圖忽略我進行寵物旅遊時可能遇到的問題							
57 我盡可能在遇到旅遊阻礙時突破自己							
58 我試圖堅持進行旅遊活動直到我遇到阻礙							
59 我試圖在遇到遇到旅遊阻礙時放下自尊							

四、未來對於寵物旅遊，我會：

	1 非常 不同意	2 不 同意	3 有 點 不 同意	4 普 通	5 有 點 同 意	6 同 意	7 非 常 同 意
60 只要我有機會，我就會參與寵物旅遊							
61 我會盡我所能提升自己的能力以參加寵物旅遊							
62 我會持續接收寵物旅遊的相關資訊							
63 我可能不會想參與寵物旅遊							

五、基本個人資料

- 生理性別：☐男 ☐女
- 出生年份：_____
- 婚姻狀態：
☐未婚 ☐已婚無小孩 ☐已婚有小孩 ☐其他：_____
- 教育程度：
☐國小以下 ☐國中 ☐高中職 ☐專科 ☐大學 ☐研究所以上
- 目前職業：_____
- 每月可支配金額(扣除必須支出的金錢)？
☐10000 元以下 ☐10001-30000 元 ☐30001-50000 元 ☐50000 元以上

六、狗狗的基本資料

- 過去是否有進行寵物旅遊的經驗？
☐曾經進行 ☐從未進行
- 呈上題，如果曾進行寵物旅遊這一年內大約進行幾次：_____
- 狗狗年齡：_____
- 狗狗體型：
☐大型犬(>23 kg) ☐中型犬(9-23 kg) ☐小型犬(<9 kg) ☐不確定
- 狗狗的健康狀況：
☐很健康 ☐有肌肉關節問題 ☐有呼吸道問題 ☐有眼睛疾病
☐有皮膚問題 ☐有心血管或其他臟器的慢性病 ☐其他：_____
- 每月花費在狗狗身上的金額：_____

感謝您的填寫，我們已收到您問卷，如有任何問題可以以電子郵件聯繫。
王慶文@r11628301@ntu.edu.tw

附錄二、旅遊期望預試問卷

【寵物旅遊期望調查】

(此問卷為網路發放，紙本僅供題項參考)



親愛的受訪者您好：

我是臺灣大學園藝暨景觀學系的研究生王慶文，本研究主要探討國人進行寵物旅遊時的期望，此內容僅供學術研究使用，敬請您安心作答。

請務必注意，本問卷的施測對象為家裡至少飼養一隻寵物犬的飼主(已成年)，若家裡未飼養寵物，或飼養的寵物並非狗狗，請勿填寫。

● 問卷內容概述：

本研究中，寵物旅遊即是與您的寵物一起進行旅遊活動，本問卷共分為 2 部分，第 1 至 4 頁將調查您對寵物旅遊的期望與需求，第 5 頁將收集您的基本資料以進行研究分析。本問卷為匿名問卷，收集之資料不包含任何可辨識個人身份的項目。

● 注意事項：

問卷填寫過程中，您可以隨時退出。然因本問卷為匿名問卷，無法辨識個人資訊，故問卷繳交後無法撤回，敬請見諒。

寵物旅遊即是與您的寵物一起進行旅遊活動，身為飼主的您可能常在與寵物一起出門旅遊時考量許多因素，第 1-4 頁會調查您對寵物旅遊各項設備與活動的期望，共分為 餐食、住宿、交通、景點、服務、資訊和活動 7 個主要類別，每個類別會先請您根據各項旅遊安排的重要性進行評分，再請您藉由簡答補充對寵物旅遊的其他需求與期望。

※ 請以「需要過夜的寵物旅遊活動」作為填答依據!



一、您認為寵物旅遊活動 各設備與活動的重要程度：

		1 非常 不同意	2 不同 意	3 有點 不同意	4 普通	5 有點 同意	6 同意	7 非常 同意
餐食	1 用餐地點允許寵物與飼主一同用餐							
	2 用餐地點不允許寵物一同用餐時，有空間可以安置寵物							
	3 用餐地點有專門為寵物準備的餐食							
	4 用餐地點使用空氣清淨機保持用餐環境							
	5 用餐地點提供飼主與寵物特定的用餐區域							
住宿	6 寵物可與飼主同住一個房間							
	7 住宿地點不允許寵物與飼主同住時，有安置寵物的空間(如：寵物籠、寄宿區)							
	8 住宿空間提供寵物專用設施(如：家具、餐具等)							
	9 住宿空間提供寵物專用的清潔器具與設施							
	10 住宿空間整潔，寵物使用無虞							
交通	11 住宿地點是否有針對寵物的額外規定(如：限制寵物重量、限制寵物活動空間)							
	12 有寵物可乘的大眾運輸可以到達旅遊目的地							
	13 搭乘交通工具時，寵物可獨自擁有飼主旁的座位							
	14 搭乘交通工具時，寵物箱可置於大眾運輸車廂空地，不佔位置							
	15 搭乘交通工具的過程中有安全措施							
	16 搭乘交通工具時，有專用空氣清淨機保持空氣清新							
	17 搭乘交通工具時的過程中，可以讓寵物感到舒適							
	18 搭乘交通工具時的過程中，有安排寵物活動筋骨							

		1 非常 不同意	2 不 同意	3 有 點 不 同 意	4 普 通	5 有 點 同 意	6 同 意	7 非 常 同 意
景 點 與 購 物 點	19 旅遊景點可攜帶寵物進入							
	20 購物過程中寵物可以隨行							
	21 旅遊景點若不允許寵物隨行，有空間或可以安置寵物或交由專人照顧							
	22 購物地點若不允許寵物隨行，有空間或可以安置寵物或交由專人照顧							
	23 旅遊景點或周遭有販賣寵物相關商品							
	24 旅遊景點有良好的寵物的活動空間							
人 員 與 照 護	25 服務人員有足夠耐心對待寵物							
	26 服務人員受過服務寵物的特定訓練							
	27 旅遊目的地提供寵物醫療服務							
	28 旅遊目的地提供額外寵物服務(如：寵物美容、SPA、訓練等)							
行 程 及 資 訊	29 旅遊目的地提供行程安排的參考或服務							
	30 行程安排時，很容易在網路或其他媒介找到目的地的寵物相關資訊與規範							
	31 行程安排時，目的地提供寵物相關資訊諮詢							
	32 行程安排時，可以找到目的地周邊可攜帶寵物景點相關資訊簡介							
	33 寵物旅遊的花費可以與一般旅遊相近							
娛 樂 與 活 動	34 旅遊目的地舉辦寵物間互動的活動							
	35 旅遊目的地舉辦飼主可以互相交流的活動							
	36 旅遊目的地舉辦對寵物健康有利的活動							



二、您對寵物旅遊是否由上述選項外的意見？

- 37 您對寵物旅遊提供的餐食是否有其他需求或期望
- 38 您對寵物旅遊提供的住宿是否有其他需求或期望
- 39 您對寵物旅遊提供的交通是否有其他需求或期望
- 40 您對寵物旅遊提供的景點與購物點是否有其他需求或期望
- 41 您對寵物旅遊提供的人員與照護是否有其他需求或期望
- 42 您對寵物旅遊提供的行程與資訊是否有其他需求或期望
- 43 您對寵物旅遊提供的娛樂與活動是否有其他需求或期望
- 44 您對寵物旅遊提供的整體服務是否有其他需求或期望

三、基本個人資料

- 1. 生理性別：☐男 ☐女
- 2. 出生年份：
- 3. 婚姻狀態：
☐未婚 ☐已婚 ☐離婚 ☐其他：_____
- 4. 是否有小孩
☐否 ☐是
- 5. 教育程度：
☐國小以下 ☐國中 ☐高中職 ☐專科 ☐大學 ☐研究所以上
- 6. 目前職業：_____
- 7. 每月可支配金額(扣除必須支出的金錢)？
☐10000 元以下 ☐10001-30000 元 ☐30001-50000 元 ☐50000 元以上

四、狗狗的基本資料

- 1. 過去是否有進行寵物旅遊的經驗？
(1)☐曾經進行 (2)☐從未進行
- 2. 呈上題，如果曾進行寵物旅遊這一年內大約進行幾次：_____
- 3. 狗狗年齡：_____
- 4. 狗狗體型：
☐大型犬(>23 kg) ☐中型犬(9-23 kg) ☐小型犬(<9 kg) ☐不確定
- 5. 狗狗的健康狀況：
☐很健康 ☐有肌肉關節問題 ☐有呼吸道問題 ☐有眼睛疾病
☐有皮膚問題 ☐有心血管或其他臟器的慢性病 ☐其他：_____
- 6. 每月花費在狗狗身上的金額：_____

感謝您的填寫，我們已收到您問卷，如有任何問題可以以電子郵件聯繫。
王慶文@r11628301@ntu.edu.tw

附錄三、旅遊期望正式問卷

【寵物旅遊期望調查】

(此問卷為網路發放，紙本僅供題項參考)



親愛的受訪者您好：

我是臺灣大學園藝暨景觀學系的研究生王慶文，本研究主要探討國人進行寵物旅遊時的期望，此內容僅供學術研究使用，敬請您安心作答。

請務必注意，本問卷的施測對象為家裡至少飼養一隻寵物犬的飼主(已成年)，若家裡未飼養寵物，或飼養的寵物並非狗狗，請勿填寫。

● 問卷內容概述：

本研究中，寵物旅遊即是與您的寵物一起進行旅遊活動，本問卷共分為 2 部分，第 1 至 4 頁將調查您對寵物旅遊的期望與需求，第 5 頁將收集您的基本資料以進行研究分析。本問卷為匿名問卷，收集之資料不包含任何可辨識個人身份的項目。

● 注意事項：

問卷填寫過程中，您可以隨時退出。然因本問卷為匿名問卷，無法辨識個人資訊，故問卷繳交後無法撤回，敬請見諒。

寵物旅遊即是與您的寵物一起進行旅遊活動，身為飼主的您可能常在與寵物一起出門旅遊時考量許多因素，第 1-4 頁會調查您對寵物旅遊各項設備與活動的期望，共分為 餐食、住宿、交通、景點、服務、資訊和活動 7 個主要類別，每個類別會先請您根據各項旅遊安排的重要性進行評分，再請您藉由簡答補充對寵物旅遊的其他需求與期望。

※ 請以「需要過夜的寵物旅遊活動」作為填答依據!



一、您認為寵物旅遊活動 各設備與活動的重要程度：

		1 非常 不同意	2 不同 意	3 有點 不同 意	4 普 通	5 有 點 同 意	6 同 意	7 非 常 同 意
餐食	1 用餐地點允許寵物與飼主一同用餐							
	2 用餐地點不允許寵物一同用餐時，有空間可以安置寵物							
	3 用餐地點有專門為寵物準備的餐食							
	4 用餐地點使用空氣清淨機保持用餐環境							
	5 用餐地點提供飼主與寵物特定的用餐區域							
	6 用餐地點提供飼主與寵物特定的用餐區域，與一般顧客區隔							
住宿	7 寵物可與飼主同住一個房間							
	8 住宿地點不允許寵物與飼主同住時，有安置寵物的空間(如：寵物籠、寄宿區)							
	9 住宿地點不允許寵物與飼主同住時，每隻寵物有獨立的住宿空間，與其他寵物區隔							
	10 住宿空間提供寵物專用設施(如：家具、餐具等)							
	11 住宿空間提供寵物專用的清潔器具與設施							
	12 住宿空間整潔，寵物使用無虞							
交通	13 住宿地點是否有針對寵物的額外規定(如：限制寵物重量、限制寵物活動空間)							
	14 有寵物可乘的大眾運輸可以到達旅遊目的地							
	15 搭乘交通工具時，寵物可獨自擁有飼主旁的座位							
	16 搭乘交通工具時，寵物箱可置於大眾運輸車廂空地，不佔位置							
	17 搭乘交通工具的過程中有安全措施							
	18 搭乘交通工具時，有專用空氣清淨機保持空氣清新							
	19 搭乘交通工具時的過程中，可以讓寵物感到舒適							

		1 非常 不同意	2 不同 意	3 有點 不同 意	4 普 通	5 有 點 同 意	6 同 意	7 非常 同 意
景 點 與 購 物 點	20 搭乘交通工具時的過程中，有安排寵物活動筋骨							
	21 旅遊景點可攜帶寵物進入							
	22 購物過程中寵物可以隨行							
	23 旅遊景點若不允許寵物隨行，有空間或可以安置寵物或交由專人照顧							
	24 購物地點若不允許寵物隨行，有空間或可以安置寵物或交由專人照顧							
	25 旅遊景點或周遭有販賣寵物相關商品							
	26 旅遊景點有良好的寵物的活動空間							
人 員 與 照 護	27 服務人員有足夠耐心對待寵物							
	28 服務人員受過服務寵物的特定訓練							
	29 旅遊目的地提供寵物醫療服務							
	30 旅遊目的地提供額外寵物服務(如：寵物美容、SPA、訓練等)							
行 程 及 資 訊	31 旅遊目的地提供行程安排的參考或服務							
	32 行程安排時，很容易在網路或其他媒介找到目的地的寵物相關資訊與規範							
	33 行程安排時，目的地提供寵物相關資訊諮詢							
	34 行程安排時，可以找到目的地周邊可攜帶寵物景點相關資訊簡介							
	35 寵物旅遊的花費可以與一般旅遊相近							
娛 樂 與 活 動	36 旅遊目的地舉辦寵物間互動的活動							
	37 旅遊目的地舉辦飼主可以互相交流的活動							
	38 旅遊目的地舉辦對寵物健康有利的活動							
	39 旅遊目的地舉辦的活動進行過程注重寵物安全							



二、您對寵物旅遊是否由上述選項外的意見？

- 40 您對寵物旅遊提供的餐食是否有其他需求或期望
- 41 您對寵物旅遊提供的住宿是否有其他需求或期望
- 42 您對寵物旅遊提供的交通是否有其他需求或期望
- 43 您對寵物旅遊提供的景點與購物點是否有其他需求或期望
- 44 您對寵物旅遊提供的人員與照護是否有其他需求或期望
- 45 您對寵物旅遊提供的行程與資訊是否有其他需求或期望
- 46 您對寵物旅遊提供的娛樂與活動是否有其他需求或期望
- 47 您對寵物旅遊提供的整體服務是否有其他需求或期望

三、基本個人資料

- 8. 生理性別：☐男 ☐女
- 9. 出生年份：
- 10. 婚姻狀態：
☐未婚 ☐已婚 ☐離婚 ☐其他：_____
- 11. 是否有小孩
☐否 ☐是
- 12. 教育程度：
☐國小以下 ☐國中 ☐高中職 ☐專科 ☐大學 ☐研究所以上
- 13. 目前職業：_____
- 14. 每月可支配金額(扣除必須支出的金錢)？
☐10000 元以下 ☐10001-30000 元 ☐30001-50000 元 ☐50000 元以上

四、狗狗的基本資料

- 7. 過去是否有進行寵物旅遊的經驗？
(1)☐曾經進行 (2)☐從未進行
- 8. 呈上題，如果曾進行寵物旅遊這一年內大約進行幾次：_____
- 9. 狗狗年齡：_____
- 10. 狗狗體型：
☐大型犬(>23 kg) ☐中型犬(9-23 kg) ☐小型犬(<9 kg) ☐不確定
- 11. 狗狗的健康狀況：
☐很健康 ☐有肌肉關節問題 ☐有呼吸道問題 ☐有眼睛疾病
☐有皮膚問題 ☐有心血管或其他臟器的慢性病 ☐其他：_____
- 12. 每月花費在狗狗身上的金額：_____

感謝您的填寫，我們已收到您問卷，如有任何問題可以以電子郵件聯繫。
王慶文@r11628301@ntu.edu.tw