

南華大學管理學院旅遊管理學系旅遊管理碩士班

碩士論文

Master Program in Tourism Management

Department of Tourism Management

College of Management

Nanhua University

Master Thesis

親子旅遊寵物犬住宿需求之研究

The Study on Accommodation Factors towards Family Trips
with Pet Dogs



李香瑾

Hsiang-Chin Lee

指導教授：于健 博士

Advisor: Chien Yu, Ph.D.

中華民國 112 年 6 月

June 2023

南華大學

旅遊管理學系旅遊管理碩士班 碩士學位論文

親子旅遊寵物犬住宿需求之研究

The Study on Accommodation Factors Towards Family Trips with Pet Dogs

研究生：

李香瑾

經考試合格特此證明

口試委員：

劉瑞芳

張宏敏

于建

指導教授：

于建

系主任(所長)：

旅遊管理學系
系主任 丁誌敏

口試日期：中華民國 112 年 5 月 25 日

南華大學旅遊管理學系旅遊管理碩士班
111 學年度第二學期碩士論文中摘要

論文題目：親子旅遊寵物犬住宿需求之研究

研究生：李香瑾

指導教授：于健 博士

中文摘要

本研究以曾有親子旅遊寵物犬住宿需求的飼主為研究對象，藉由問卷及 IPA 法分析並歸納結果。回收有效問卷一共為 432 份，研究結果發現：

1. 親子旅遊寵物犬住宿的主要消費族群，大多數為：女性、中壯年期、已婚、沒有小孩、行業為工商業、服務業或其他，收入為中高所得。
2. 在寵物飼養經驗方面，多數飼主飼養寵物犬經驗超過 5 年以上，寵物犬體型多為中型犬，且大多有強烈意願帶寵物犬外出旅遊住宿。
3. 住宿選擇方面，大多數受訪飼主選擇為民宿；平均每房/每晚可接受的價格為 2001-5000 元；交通工具則多數選擇自行開車。
4. 相關業者可以繼續保持的構面為「設備」及「經營管理」；過度開發的構面為「餐食安排」；而次要改善的構面則是「服務便利」。
5. 受訪飼主對「能否選擇付清潔費與寵物犬睡在床上」的重視程度高，但滿意度低，建議相關業者加強此方面。

關鍵詞：親子旅遊、寵物犬、寵物犬旅遊住宿需求、IPA 分析法

Title of Thesis : The Study on Accommodation Factors towards Family Trips with Pet Dogs

**Name of Institute : Master Program in Tourism Management,
Department of Tourism Management, Nanhua University**

Graduate Date : June 2023

Degree Conferred : M.S

Name of Student : HSIANG-CHIN LEE

Advisor : CHIEN YU Ph.D.

Abstract

This study focuses on owners who have previously had accommodation needs for family trips with pet dogs. And the results were analyzed and summarized by questionnaire and IPA method. A total of 432 valid questionnaires were collected, the results of the study found that :

1. The main consumer groups for family trips and pet dog accommodation are mostly : female, middle-aged, married, childless, in industries such as industry and commerce, service industry, or other industries, with middle to high income.
2. In terms of pet breeding experience, most owners have more than 5 years of pet dog breeding experience. Most of the pet dogs are medium-sized dogs, and most of them have a strong desire to take their pet dogs out for travel and accommodation.
3. In terms of accommodation options, most of the interviewed owners choose homestays; the average acceptable price per room/night is NT\$2,001-5,000 ; most of the transportation means choose to drive by themselves.
4. The aspects that relevant businesses can keep up the good work are "equipment" and "operation management"; the aspect that is possible overkill is "meal arrangement"; and the low priority is "service convenience".
5. The interviewed owners put a lot of emphasis on "whether they can choose to pay the cleaning fee and sleep on the bed with their pet dogs", but their satisfaction is low. It is suggested that relevant businesses should strengthen this aspect.

Keywords: Family Trips, Pet Dog, Pet Dog Travel Accommodation Demand, IPA

目錄

中文摘要.....	I
Abstract	II
目錄.....	III
圖目錄.....	VII
表目錄.....	VIII
第一章 緒論.....	1
1.1 研究背景與動機.....	1
1.2 研究目的.....	4
1.3 研究流程.....	5
1.4 研究範圍與限制.....	6
第二章 文獻探討.....	7
2.1 親子旅遊之定義.....	7
2.2 寵物的定義與種類及犬類相關研究	7
2.2.1 寵物的定義與種類.....	7
2.2.2 犬類相關研究	8
2.3 寵物旅遊相關文獻及其發展趨勢.....	9

2.4	旅遊住宿的定義及型態	10
2.4.1	旅遊住宿的定義	10
2.4.2	旅遊住宿的型態	11
2.5	住宿需求之相關研究.....	12
2.6	本研究之問卷構面定義.....	13
2.6.1	「設備」構面之定義	13
2.6.2	「服務便利」構面之定義	14
2.6.3	「餐食安排」構面之定義	14
2.6.4	「經營管理」構面之定義	14
2.7	國內寵物友善旅宿現況.....	15
第三章	研究方法.....	16
3.1	研究架構.....	16
3.2	問卷設計.....	17
3.2.1	飼主基本資料	17
3.2.2	親子旅遊寵物犬住宿需求量表	18
3.3	預試問卷調查與信效度分析	21
3.3.1	預試因素分析	21
3.3.2	預試信度分析	23

3.4 問卷調查與回收資料	24
3.5 問卷資料與分析方法	24
3.5.1 敘述性統計分析	24
3.5.2 信度檢定	25
3.5.3 因素分析	25
3.5.4 IPA 分析法	26
第四章 研究分析	29
4.1 樣本特徵	29
4.2 親子旅遊寵物犬住宿需求之信效度及因素分析	35
4.3 構面、題項及滿意度減重視度差距排名分析	38
4.3.1 構面及題項分析	42
4.3.2 滿意度減重視度差距排名分析	45
4.4 親子旅遊寵物犬住宿需求重要—表現分析(IPA)	47
第五章 結論與建議	57
5.1 結論	57
5.1.1 樣本結構分析之結論	57
5.1.2 構面、題項及滿意度減重視度差距排名分析之結論	59
5.1.3 重要—滿意度分析之結論	61

5.2 建議.....	62
5.3 對未來相關主題研究者之建議.....	64
參考文獻.....	65
附錄一 預試問卷.....	71
附錄二 正式問卷.....	75



圖目錄

圖 1.1 研究流程圖.....	5
圖 3.1 研究架構.....	16
圖 3.2 重要—表現程度 (IPA) 分析圖.....	27
圖 4.1 親子旅遊寵物犬住宿需求之重要—滿意度分析圖.....	48



表目錄

表 1.1 國內近年家犬及家貓數量調查結果.....	3
表 2.1 犬類的體型.....	9
表 2.2 2019~2021 年國人主要旅遊住宿方式.....	11
表 2.3 全台各地區提供寵物友善的合法旅宿.....	15
表 3.1 飼主的基本屬性問卷題項.....	17
表 3.2 親子旅遊寵物犬住宿需求量表.....	19
表 3.3 親子旅遊寵物犬住宿需求量表預試信效度分析.....	22
表 3.4 問卷回收表.....	24
表 4.1 飼主特徵分析表.....	29
表 4.2 飼主曾經帶寵物犬旅遊住宿的經驗分析表.....	33
表 4.3 親子旅遊寵物犬住宿需求信效度分析.....	36
表 4.4 構面、題項及滿意度減重視度差距排名分析.....	39
表 4.5 親子旅遊寵物犬住宿需求各項構面與題項象限落點.....	49
表 4.6 親子旅遊寵物犬住宿需求策略表.....	56

第一章 緒論

此研究的主要目的在於探討飼主在帶寵物犬旅遊時的住宿需求，以及其中重視程度和滿意度之關係。本章總共分為四節，包含研究背景與動機、研究目的、研究流程、研究範圍與限制。

1.1 研究背景與動機

近年來，在房價不斷飆漲、薪水永遠凍結、物價持續上升的情況下，年輕人都對結婚、買房這件事避之唯恐不及，更何況生小孩的壓力，會讓多少人在生活上根本喘不過氣（遠見雜誌，2023），而這也已經造成我國持續的少子化現象，許多年輕人寧願養寵物，也不願生小孩。另外，生育力屢屢創新低的情況下，也使得台灣逐漸步入老年化社會，許多孩子無法時時陪伴，或是獨居的中高年層的年長者，也紛紛飼養起寵物，讓「毛孩子」陪伴在身旁，以上這些現象及原因，使得國人飼養寵物的比例大為增長。根據內政部寵物登記管理資訊網統計，2022年前9月，全台新增寵物登記的有17萬5286隻，但是在同年台灣新生嬰兒數估計只有13.9萬人，寵物增長的速度大過嬰兒（自由財經，2022），由此可看出台灣的社會生活型態正持續的轉變。

在如此社會生活型態的轉變之下，許多人已將寵物視為家中的一份子，

也有越來越多飼主將「寵物」改稱為「伴侶動物」(Companion Animal)。當寵物逐漸變成人類的伴侶和家人，人們願意花在寵物身上的支出也跟著節節攀升，除了重視寵物的生理需求之外，「寵物擬人化」的現象也讓飼主對於寵物的「心理需求」有更多想像，這種趨勢也反映在寵物餐廳、寵物旅館、寵物學校、寵物保險、寵物終老服務(長照安養／安寧照護)等新興產業快速萌芽，顯示出寵物市場仍處於快速發展階段(遠東人雜誌，2021)。在 2018 年財政部發表的年度統計報告顯示出：近 10 年內，寵物相關產業的家數及銷售金額增幅高達 7 成。而根據農委會統計，平均每年寵物產業全台產值大約超過 500 億元，這樣的「萌經濟」讓許多業者趨之若鶩，紛紛加入寵物相關產業市場。「小孩與毛小孩，都是我們爭取親子旅行的對象」瑞穗天合國際觀光酒店行銷公關總監趙芝綺表示，大約 2016 年起，便觀察到寵物經濟崛起，經常有旅客帶著毛小孩詢問住宿(天下雜誌，2021)。

據內政部寵物登記管理資訊網統計，累計到 2022 年 10 月為止，台灣寵物登記有案的數量共為 216 萬 8652 隻，其中寵物犬為 138 萬 7036 隻，寵物貓為 78 萬 1616 隻(上報，2022)，顯示出寵物犬多於寵物貓。另外，在農委會動物保護資訊網逐年透過電信數據推估，近年全國家犬貓數量調查結果，也都顯示國人飼養寵物犬數量多於寵物貓，如下表 1.1 所示：

表 1.1 國內近年家犬及家貓數量調查結果

時間	家犬數量	家貓數量
2009 年	127 萬 1920	28 萬 1600
2011 年	153 萬 3813	37 萬 2951
2013 年	174 萬 1602	57 萬 8993
2015 年	171 萬 4238	56 萬 7939
2017 年	177 萬 7252	73 萬 3206
2019 年	153 萬 7440	76 萬 3771
2021 年	123 萬 5218	87 萬 0810

資料來源：農委會動物保護資訊網(2023)

由於許多飼主將寵物犬視為親密家人及孩子，加上犬類的天性多為熱愛外出探險、玩耍，因此飼主在出遊時多會希望能攜帶寵物犬一同前往，此時便會出現對於寵物犬旅遊住宿之需求。訂房網站 Booking.com 在 2020 年底調查發現，超過一半（54%）的台灣旅客，認為家裡的毛小孩跟子女一樣重要，更有 43% 的台灣旅客，願意多花一點錢入住寵物友善飯店。Hotels.com 的寵物旅遊調查數據也指出，2020 下半年過後，全球寵物友善飯店的搜尋量增加 3 倍。超過半數（54%）的民眾旅行時，會帶著寵物一起趴趴走，因為擔心寵物不在身邊，自己會過度想念牠。更有受訪者認為，寵物比人好相處，和寵物旅遊比較開心，而且也能開啟交新朋友的話題（天下雜誌，2021）。

旅宿訂房平台 AsiaYo 特別調查 3,500 筆旅客意見，發現有註明可帶寵物入住的房源，2017 年相較 2016 年增長 18%。此外，寵物友善民宿的訂單成長率，平均比禁帶寵物的旅宿房源高出 4%，顯示國人挑選住宿時，

更偏好寵物友善的房源（ETtoday 旅遊雲，2018）。

種種現象表明，寵物旅遊住宿已成為熱門趨勢，住宿業者如果想要吸引飼主帶寵物犬前來住宿及消費，就必須建立出寵物犬旅遊住宿的特色及高品質服務。因此，本研究認為相關住宿業者必須瞭解飼主在選擇寵物犬旅遊住宿地點時，會考量與重視哪些項目？以及在實際住宿後，飼主對住宿地點的滿意度是否與住宿前選擇因素的重視程度有差異？藉由這些瞭解來提升競爭力及提高住宿經營所得，而這也是未來親子旅遊寵物犬住宿的重要課題。

1.2 研究目的

基於上述之研究背景與動機，此研究以親子旅遊寵物犬住宿需求為研究主題。透過曾帶寵物犬旅遊住宿的飼主，探討飼主對於寵物犬旅遊住宿需求重視程度及滿意度之關係。並根據研究結果提出具體建議，提供給相關業者作為改善及未來經營方向的參考。研究目的如下：

- 一、 探討曾有親子旅遊寵物犬住宿需求的飼主其背景及住宿經驗。
- 二、 探討飼主對於親子旅遊寵物犬住宿需求的重視度和滿意程度。
- 三、 分析親子旅遊寵物犬住宿需求的重視度和滿意程度之異同。
- 四、 研究結果提供相關住宿業者改善參考。

1.3 研究流程

本研究的流程如圖 1.1 所示：

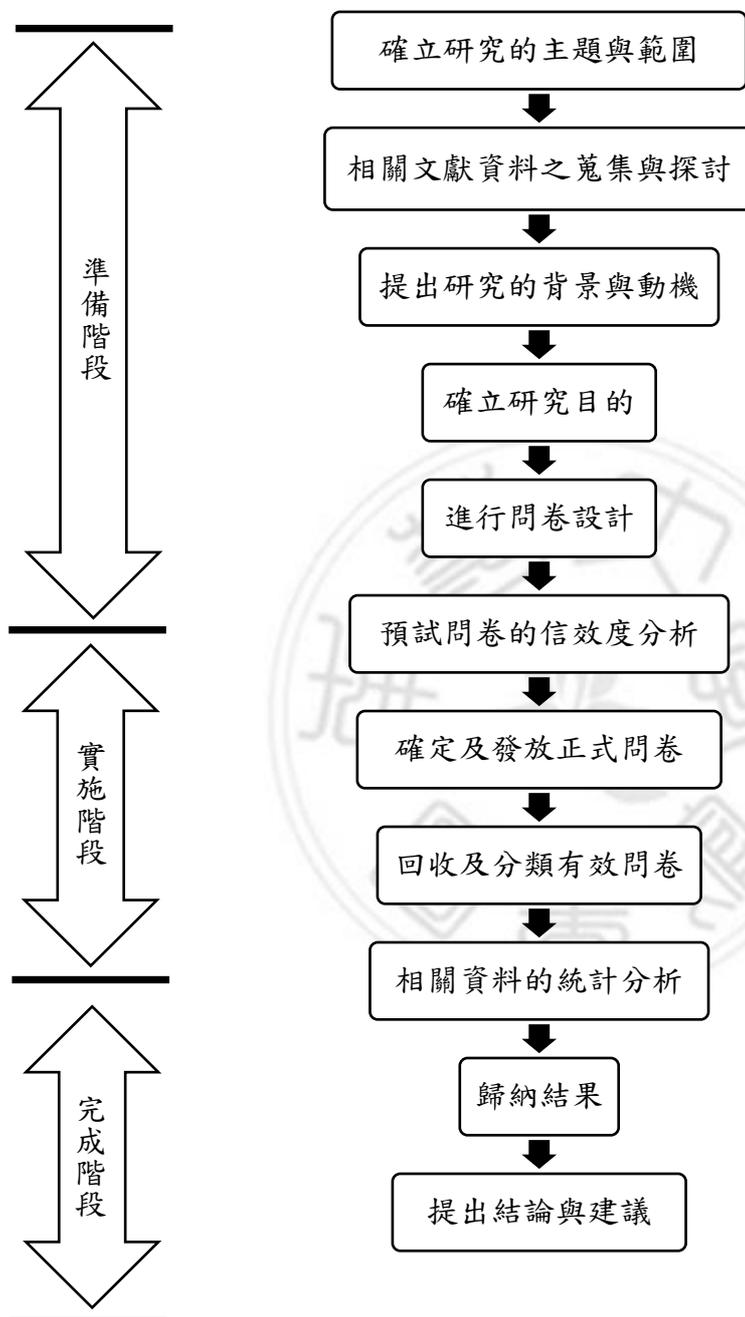


圖 1.1 研究流程圖

資料來源：本研究整理

1.4 研究範圍與限制

此研究以問卷調查法之量化研究為主要研究方法，由於各方面條件，如：資源、成本、時間等，故此研究有其限制，以下提供說明：

1. 研究對象方面：

此研究為親子旅遊寵物犬住宿需求，研究對象為寵物犬，因此如需將研究結果推論至其他寵物種類，則會因寵物屬性不同而導致有所限制或差異。

2. 問卷題目方面：

此研究以研究主題設計出問卷，進行調查與探討，由於能夠收錄的題目數量有限，因此研究內容及結果可能會有所影響或限制。

第二章 文獻探討

本章共分為七節，第一節是親子旅遊之定義；第二節是寵物的定義與種類及犬類相關研究；第三節是寵物旅遊相關文獻及其發展趨勢；第四節是旅遊住宿的定義及型態；第五節是住宿需求之相關研究；第六節是本研究之問卷構面定義；第七節是國內寵物友善旅宿現況。

2.1 親子旅遊之定義

吳虹萱（2008）將親子旅遊定義為：父母與小孩一同離開日常生活所居住之處，到不熟悉的地方去旅遊。顏阿桃（2010）將家庭旅遊定義為家庭成員全體或多數成員共同參與的活動，其目的在於透過旅遊互動增進家人感情。胡容瑄（2011）則將親子旅遊定義為父母與小孩一同離開每天生活的空間，移動到不熟悉的地方旅行，藉以達到抒解工作壓力、增廣見聞、增進家人感情。綜合以上學者所述之論點，也鑒於現代人普遍已將家中寵物犬視為「家人」與「毛孩子」，因此本研究將寵物犬旅遊歸納為親子旅遊的一部分。

2.2 寵物的定義與種類及犬類相關研究

2.2.1 寵物的定義與種類

在法律上，根據中華民國《動物保護法》，將寵物定義為：「指犬、貓

及其他供玩賞、伴侶之目的而飼養或管領之動物。」並規定不得因「為肉用、皮毛用，或餵飼其他動物之經濟利用目的」而被宰殺、販賣。而在情感上，由於潮流的演變，促使寵物角色產生變化，工業化的急遽轉變促使現代人際關係疏離，因情感缺乏的需求，人們從對過去對物質生活的重視逐漸轉換為強調精神生活（莊慧秋，1985；簡好儒，2002）。從上述可以得知，現代的寵物已經被賦予一種新的角色地位，袁翠苹(2006)將寵物定義為：寵物是人們飼養非商業利益，功能是排遣寂寞的娛樂伴侶，屬於精神上的陪伴動物。

寵物的種類大致分為哺乳類（如：犬、貓、兔、鼠等）、魚類、鳥類、兩棲類、爬行類、蟲類等。

2.2.2 犬類相關研究

犬是一種哺乳類動物，通常被稱為狗，是人類最早馴養的動物之一，也是最受歡迎的寵物之一。犬有很多品種，不同品種的大小、外貌、性格等方面都有很大的差異，除了當作寵物或伴侶動物（Companion Animal），它們也可以用來協助人們完成各種任務，如警衛、搜索、牧羊、狩獵等。犬通常被認為具有忠誠、聰明、友善、愛玩耍、熱愛運動等特點，它們可以成為人類的好朋友和忠實的伴侶。以下根據美國養犬俱樂部(American Kennel Club,AKC)，將犬類的體型整理成下表 2.1：

表 2.1 犬類的體型

體型	平均身高	平均體重	代表品種
超小型犬	25 公分以下	4 公斤以下	馬爾濟斯、吉娃娃等
小型犬	26-40 公分	5-10 公斤	巴哥犬、貴賓犬等
中型犬	41-60 公分	11-30 公斤	邊境牧養犬、柴犬等
大型犬	61-70 公分	31-40 公斤	德國狼犬、黃金獵犬等
超大型犬	71 公分以上	41 公斤以上	大丹犬、聖伯納犬等

資料來源：美國養犬俱樂部(2023)

2.3 寵物旅遊相關文獻及其發展趨勢

依據世界旅遊組織(World Tourism Organization,WTO)的定義並依研究之需求將「寵物旅遊」定義為寵物飼主帶著寵物離開日常生活居住地一起到外地旅遊所從事的休閒、社交等活動（林孟斐，2014）。

而寵物旅遊是近年來旅遊業的一個新興發展方向，隨著寵物飼主經濟實力的提升以及對寵物的重視，寵物旅遊市場的發展潛力激增（汪冰倩，2020）。因為寵物在飼主心中的定位不同了，所以當飼主想要出門度假旅遊也希望是可以帶著自己的毛寶貝，彼此間相互依附的感覺提升了，成為家庭的一份子一同出遊也是必然的，這說明了現在寵物市場的趨勢（胡育瑜、陳育駿、曾亞藝&簡君倫，2013）。

根據美國市場研究公司 Grand View Research,Inc.的報告，到 2030 年，全球寵物旅行服務市場預計將達到 37.3 億美元。從 2023 年到 2030 年，

該市場預計將以 9.63% 的複合年增長率擴大。以美國而言，疫情過後，人們更加渴望恢復與伴侶動物的假期旅行。根據美國寵物用品協會發布的 2021-2022 年調查報告顯示，每年約有 78% 的美國寵物主人更願意帶著寵物旅行。自 2003 年以來，寵物友好型住宿條件的改善讓寵物主人更有興趣在長途國際旅行中攜帶寵物（寵物旅行服務市場規模、份額和趨勢分析報告，2023）。

而在國內方面，也有國際五星級飯店，提供給毛小孩一同入住的服務，空間設備與細節設置比人入住還講究，同時滿足寵物的生理及飼主的心理需求，此現象儼然成為一股全新商機。商研院觀察，寵物旅遊住宿需求日漸增加，趨勢明確，尤其未來孩童與寵物住宿需求可能不相上下，也將會有越來越多的民眾帶著寵物一同出遊、度假（經濟日報，2023）。

綜合以上所述可以得知，無論是在全球國、內外，寵物旅遊的趨勢已經是一種勢不可擋的發展方向與商機。

2.4 旅遊住宿的定義及型態

2.4.1 旅遊住宿的定義

一般而言，旅遊住宿是指人們在旅遊期間所居住的地方，旅遊住宿可以提供旅客住宿、餐飲及多種綜合服務。這些住宿地點提供旅客一個短期的住宿，讓他們能夠休息及放鬆，並享受當地的文化和風景。旅遊住

宿通常具備一定的設施和服務，例如：舒適的床鋪、衛浴、空調、電視、Wi-Fi、早餐、接送等，以滿足旅客的需求和舒適度。

在旅遊業的食、宿、遊、購、行，五大要素中，旅遊住宿業是一個十分重要的環節，與旅行社業、旅遊交通業並稱為旅遊業的三大支柱，是人們在旅行遊覽活動中必不可少的一環。

2.4.2 旅遊住宿的型態

依照經濟合作暨發展組織（OECD）指出，住宿業分類型態，依照經營模式分為：旅館（Hotels）、汽車旅館（Motels）、客棧（Inns）、民宿（Bed and Breakfast, B&B）、休閒會館（Resort）、露營區帳篷（Camps）、露營車（Camper-Vans）等。根據交通部觀光局觀光市場摘要—臺灣旅遊狀況調查報告顯示，2019~2021 年國人主要旅遊住宿方式為旅館及民宿，將內容整理如下表 2.2：

表 2.2 2019~2021 年國人主要旅遊住宿方式

主要住宿方式	2021 年	2020 年	2019 年
旅館	13.2%	17.0%	17.1%
民宿	6.0%	7.8%	7.8%
露營	1.4%	1.2%	1.0%
招待所或活動中心	0.3%	0.4%	0.6%
其他 (車上、船上、郵輪等)	0.1%	0.2%	0.1%

資料來源：交通部觀光局(2021)

2.5 住宿需求之相關研究

旅客在進行外出旅遊過夜時，住宿是不可或缺的一環，當必須做住宿選擇時，本身的基本需求條件或要做住宿決策時所衡量的條件及因素，當然會因個人的人格特質及特殊需求而有所不同（林秋燕，2011）。對於觀光住宿業者而言，滿足旅客的住宿需求以提升住宿率當然也是相當重要的一項工作。由於以上原因，國外及國內有許多學者皆曾進行住宿需求的相關研究。

Choi & Chu (2001) 研究了影響旅客選擇飯店住宿的七個要素為：服務品質、房間品質、一般設施、商務服務、價值、安全和 IDD 設施。

Brotherton (2004) 研究英國經濟型旅館的成功因素，研究結果認為服務品質為最重要的因素，衛生和品質、價格和位置等為次要因素。

Ren, Qiu, Wang and Lin (2016) 建議，一個舒適、乾淨且安靜的房間是旅客認為客房應具備的基本要素，因此住宿的基本要素應包括旅館客房的清潔程度、隔音效果、舒適的淋浴設施、舒適的房間溫度、旅館的美觀和位置等。

而在國內的專家學者部分，林秋燕 (2011) 將其研究之問卷住宿需求考量因素歸納為：服務管理、外觀硬體、配套軟體、交通指引、地理位置等構面進行探討。許嘉芳 (2017) 認為設施品質、價格、地理位置、

口碑、品牌知名度等住宿需求，都會成為旅客在挑選旅館時是否選擇的決定性因素。陳雅婷（2020）針對其問卷的住宿需求部分歸納為：住宿設施、附加設施、服務人員專業性與態度、經營管理、交通服務等構面。

綜合以上學者的研究，可以將旅客的住宿需求大致分為軟體及硬體兩大部分，軟體部分為：服務品質、廣告、口碑、價格、房間的舒適、安全程度、服務管理、交通指引、地理位置、經營管理等；硬體部分為：餐食、旅館內部的擺設、乾淨程度、住宿設施、設施品質等。本研究之問卷則將住宿需求考量歸納整理為：設備、服務便利、餐食安排、經營管理等四大構面來進行探討。

2.6 本研究之問卷構面定義

以下將以本研究中問卷的四大構面——設備、服務便利、餐食安排及經營管理進行定義：

2.6.1 「設備」構面之定義

設備(Equipment)的定義：指可供企業在生產中長期使用，並在反覆使用中基本保持原有實物形態和功能的勞動資料和物質資料的總稱(雅瑪知識，2023)。常見的設備有：廚房設備、環保設備、視聽設備、醫療設備等，而在本研究中的設備是指，相關住宿業者提供給飼主及其寵物犬的設備，例如：寵物犬的運動場、草地、泳池及洗澡台等。

2.6.2 「服務便利」構面之定義

服務便利性的定義為當消費者在消費或使用一項服務的過程時，所感覺到付出的時間及精力成本。而消費者對服務便利性的知覺也會影響到消費者對整體服務的評價，包括服務的滿意度、服務品質等(張靜宜，2004)。

2.6.3 「餐食安排」構面之定義

在餐旅的場域中，空間與硬體規畫是用餐與住宿休閒經驗及感受重要的一環。餐廳旅館除了提供安全、衛生、便利等功能外，氣氛、感性等訴求可喚起消費者正向的情緒，並影響認知的服務品質，進而有助於刺激銷售量(洪久賢，2014)。由於目前明確定義住宿時「餐食安排」的相關文獻有限，因此本研究將「餐食安排」定義為：當旅客進行住宿時，住宿業者提供的餐食服務及安排，其中包含食物及用餐環境等。

2.6.4 「經營管理」構面之定義

「經營」一詞較常出現在商界、企業界，與「管理」一詞往往被視作同義。所謂經營指的是一種商業行為與活動，即在營運的一系列過程中，在企業的運作中產生的規劃以及做法(辜耀義，2019)。在本研究中，「經營管理」指的是相關業者對住宿地點的規劃、管理及安排。

2.7 國內寵物友善旅宿現況

在人際疏離、少子化的現今社會，台灣飼養寵物的風氣日漸興盛，寵物變成人類慰藉心靈的存在。飼主和寵物的關係也從主人與動物，轉成朋友與家庭成員，進而帶動了寵物商機的多樣化發展，寵物民宿的需求也日益提高（謝宗盛，2023）。有鑑於此，國內提供寵物友善住宿的業者也是日益成長，截至 2023 年 3 月，在台灣旅宿網全台登記在案，且有提供寵物友善的合法旅宿約有 322 家，下表 2.3 為各地區之數量統計資料：

表 2.3 全台各地區提供寵物友善的合法旅宿

地區	有提供寵物友善的合法旅宿 (單位：家)	地區	有提供寵物友善的合法旅宿 (單位：家)
臺北市	3	嘉義縣	0
新北市	7	嘉義市	5
基隆市	2	臺南市	20
桃園市	7	高雄市	14
新竹縣	2	屏東縣	43
新竹市	5	宜蘭縣	49
苗栗縣	7	花蓮縣	53
臺中市	6	臺東縣	42
南投縣	26	澎湖縣	12
彰化縣	6	金門縣	8
雲林縣	5	連江縣	0
總計：322 家			

資料來源：台灣旅宿網(2023)

從上表可得知，全台有登記且提供寵物友善的合法旅宿，前三名的地區為：花蓮縣—53 家、宜蘭縣—49 家、屏東縣—43 家，而嘉義縣和連江縣則為零家，目前無登記資料。

第三章 研究方法

本章共分為五節，內容為：3.1 研究架構、3.2 問卷設計、3.3 預試問卷調查與分析、3.4 問卷調查與回收資料、3.5 問卷資料分析方法等小節，說明分別如下：

3.1 研究架構

此研究之目的在瞭解飼主對於親子旅遊寵物犬住宿需求的重視程度及滿意度。

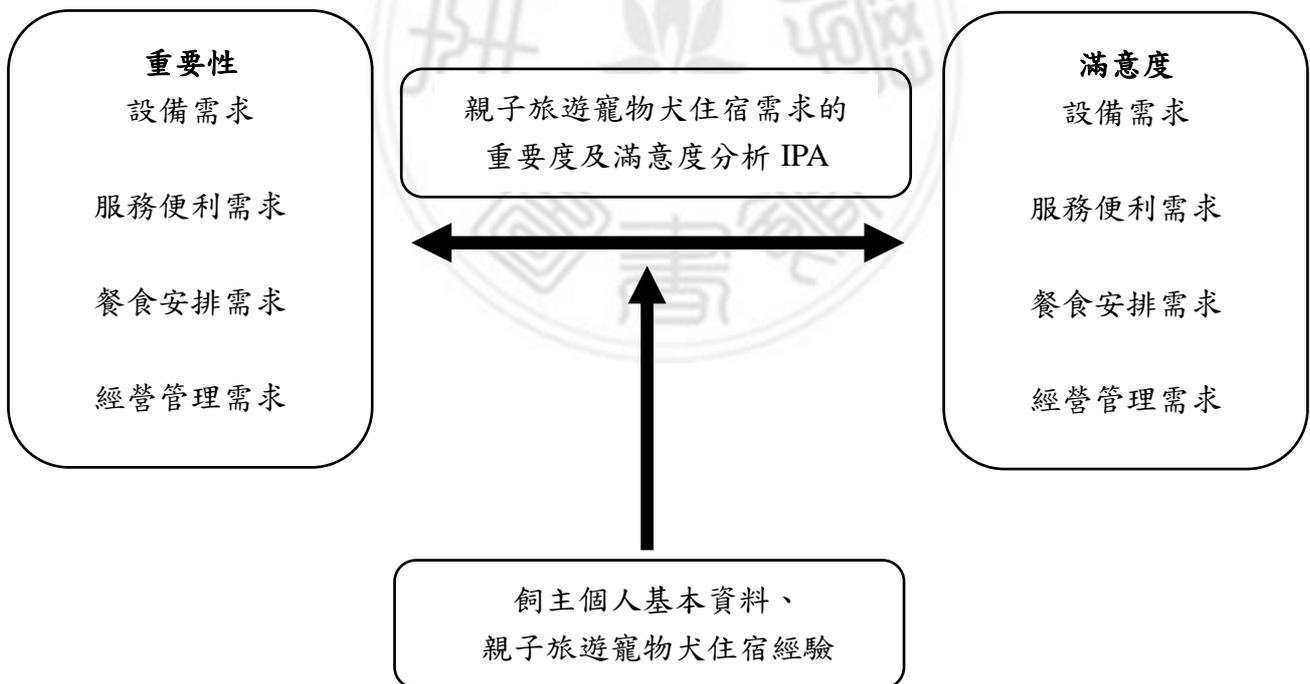


圖 3.1 研究架構

資料來源：本研究整理

3.2 問卷設計

此研究問卷設計包括兩個部分，分別為「飼主基本資料」及「親子旅遊寵物犬住宿需求量表」：

3.2.1 飼主基本資料

將飼主基本資料內容整理後，並製成如下表 3.1：

表 3.1 飼主的基本屬性問卷題項

變項	題項	答項	測量尺度
飼主特徵	性別	男、女	名目尺度
	年齡	20 歲(含)及以下、21-30 歲、31-40 歲、41-50 歲、51 歲(含)以上	順序尺度
	職業	學生、軍警公教、農林漁牧業、工商業、服務業、家管、退休、其他	名目尺度
	月平均收入	20000 元(含)以下、20001-30000 元、30001-40000 元、40001-50000 元、50001 元(含)以上	順序尺度
	婚姻	未婚、已婚、其他	名目尺度
	是否有小孩	無、有/幾人	名目尺度
	帶寵物犬出門的意願	非常願意、願意、普通、不願意、非常不願意	順序尺度
	曾經養寵物犬的經歷	1 年以下、1-2 年、2-3 年、3-4 年、4-5 年、5 年以上	順序尺度
	寵物犬體型	超小型犬：4 公斤以下，如：馬爾濟斯犬、吉娃娃等。 小型犬：5-10 公斤，如：巴哥犬、貴賓犬等。 中型犬：11-30 公斤，如：邊境牧羊犬、柴犬等。 大型犬：31-40 公斤，如：德國狼犬、黃金獵犬等。 超大型犬：41 公斤以上，如：大丹犬、聖伯納犬等。	順序尺度
飼主帶寵物犬旅遊住宿的經驗	帶寵物犬旅遊住宿時，最常選擇的住宿型態	飯店、旅館、汽車旅館、客棧 (Inns)、民宿、露營區帳篷、露營車、小木屋、其他	名目尺度
	帶寵物犬住宿時的平均天數	2 天 1 夜、3 天 2 夜、4 天 3 夜、5 天 4 夜(含)以上	順序尺度
	曾經帶寵物犬旅遊住宿的次數	1-3 次、4-6 次、7-10 次、11 次(含)以上	順序尺度

資料來源：本研究整理

3.1 飼主的基本屬性問卷題項(續)

飼主帶寵物犬旅遊住宿的經驗	帶寵物犬旅遊時，住宿平均每房/每晚可以接受的價位	2000 元以內、2001-3000 元、3001-4000 元、4001-5000 元、5001-6000 元、6001 元以上	順序尺度
	帶寵物犬旅遊時，最常使用的交通工具	自行開車、騎機車、大眾交通工具、跟團、其他	名目尺度
	帶寵物犬旅遊住宿的最主要旅遊原因	本人想去、想讓寵物犬外出玩耍、想和寵物犬一同創造回憶、寵物犬沒有人照顧，只好一同前往旅遊、其他	名目尺度

資料來源：本研究整理

在此一部分重點為二，首先是瞭解飼主的特徵，其內容包括「性別、年齡、職業、月平均收入、婚姻狀況、是否有小孩、帶寵物犬出門的意願、曾經養寵物犬的經歷、寵物犬體型」共九項；另外為瞭解飼主曾經帶寵物犬旅遊住宿的經驗，內容包括「帶寵物犬旅遊住宿時，最常選擇的住宿型態、帶寵物犬住宿時的平均天數、曾經帶寵物犬旅遊住宿的次數、帶寵物犬旅遊時，住宿平均每房/每晚可以接受的價位、帶寵物犬旅遊時，最常使用的交通工具、帶寵物犬旅遊住宿的最主要旅遊原因」共六項。

3.2.2 親子旅遊寵物犬住宿需求量表

將親子旅遊寵物犬住宿需求量表內容整理成下表 3.2：

表 3.2 親子旅遊寵物犬住宿需求量表

構面	題項	文獻參考來源
設備	<ol style="list-style-type: none"> 1.房間內有寵物犬專屬上廁所區域(如：尿布墊等)。 2.住宿地點內有提供寵物犬專用衛生清潔用具(如：拾便袋、拖把、寵物犬用清香劑等)。 3.住宿地點內有專屬寵物犬的活動空間(如：寵物犬運動場、草地、泳池等)。 4.住宿地點內專屬寵物犬的活動空間設有圍籬，以防寵物犬走失。 5.住宿地點內有清洗設施，供寵物犬玩水後或需要時使用(如：寵物犬洗澡台、吹水機等)。 	<ol style="list-style-type: none"> 1.吳玉敏(2007)。 2.觀光局(2003)。 3.臺北市動物友善空間業者輔導電子書。
服務便利	<ol style="list-style-type: none"> 1.住宿地點內有提供給寵物犬的付費服務(如：寵物犬攝影、專業寵物犬美容等)。 2.住宿地點內提供寵物犬周邊商品的販賣服務。 3.當飼主不方便帶寵物犬外出時，住宿地點內有專人協助託管寵物犬。 4.住宿地點有店犬，能與自己的寵物犬互動。 	
餐食安排	<ol style="list-style-type: none"> 1.餐廳內有提供專屬寵物犬的餐食。 2.餐廳內有提供寵物犬專用餐具。 3.提供寵物犬牽繩掛鉤或寵物犬運輸籠，讓飼主安心用餐。 4.避免寵物犬進入食物製作區。 	
經營管理	<ol style="list-style-type: none"> 1.飼主可選擇付清潔費與寵物犬睡在床上。 2.住宿地點的寵物犬活動範圍能加強清潔。 3.住宿地點具有良好的評價。 4.住宿地點張貼寵物友善貼紙或標誌。 5.訂定寵物友善公約，維護飼主及其他消費者權益。 	

資料來源：本研究整理

本問卷依據研究目的編制而成，量表則是經由文獻修正以擬定初稿，分為「設備」、「服務便利」、「餐食安排」、「經營管理」四大構面，以此探討飼主對於親子旅遊寵物犬住宿需求各題項的重視程度及滿意程度。

發展預試問卷共 18 題，說明如下：

量表當中「設備」構面的題項有 1.房間內有寵物犬專屬上廁所區域(如：尿布墊等)。2.住宿地點內有提供寵物犬專用衛生清潔用具(如：拾便袋、拖把、寵物犬用清香劑等)。3.住宿地點內有專屬寵物犬的活動空間(如：寵物犬運動場、草地、泳池等)。4.住宿地點內專屬寵物犬的活動空間設有圍籬，以防寵物犬走失。5.住宿地點內有清洗設施，供寵物犬玩水後或需要時使用(如：寵物犬洗澡台、吹水機等)，共 5 題。

「服務便利」構面的題項有 1.住宿地點內有提供給寵物犬的付費服務(如：寵物犬攝影、專業寵物犬美容等)。2.住宿地點內提供寵物犬周邊商品的販賣服務。3.當飼主不方便帶寵物犬外出時，住宿地點內有專人協助託管寵物犬。4.住宿地點有店犬，能與自己的寵物犬互動，共 4 題。

「餐食安排」構面的題項有 1.餐廳內有提供專屬寵物犬的餐食。2.餐廳內有提供寵物犬專用餐具。3.提供寵物犬牽繩掛鉤或寵物犬運輸籠，讓飼主安心用餐。4.避免寵物犬進入食物製作區，共 4 題。

「經營管理」構面的題項有 1.飼主可選擇付清潔費與寵物犬睡在床上。2.住宿地點的寵物犬活動範圍能加強清潔。3.住宿地點具有良好的評價。4.住宿地點張貼寵物友善貼紙或標誌。5.訂定寵物友善公約，維護飼主及其他消費者權益，共 5 題。

親子旅遊寵物犬住宿需求量表設計共為 18 題，但因 IPA 分析法會將每題的答項分成「重視程度、滿意度」，所以每一題皆算為兩題的份量，故總題數合計為 36 題。此量表在進行測量時，依據李克特量表(Likert Scale)施測，每題問項分成兩個部分，為「重視程度」及「滿意度」的勾選。「重視程度」的選項有：「非常重要」、「重要」、「普通」、「不重要」、「非常不重要」分別給予 5、4、3、2、1 的分數，分數越高者，其重要性為越高。「滿意度」的選項有：「非常滿意」、「滿意」、「普通」、「不滿意」、「非常不滿意」分別給予 5、4、3、2、1 的分數，分數越高者，其滿意度為越高。

3.3 預試問卷調查與信效度分析

此研究於民國 112 年一月底開始進行發放預試問卷，至民國 112 年二月初回收。預試採便利抽樣進行調查，以曾經有過親子旅遊寵物犬住宿經驗的飼主為主要研究對象進行施測，共發放 111 份問卷，剔除無效問卷 11 份，所得有效問卷共計 100 份，有效問卷回收率為 90.1%，接者再根據預試結果進行分析，以確立正式問卷。

3.3.1 預試因素分析

將「親子旅遊寵物犬住宿需求」的預試問卷項目分析部分，整理如下表 3.3 所示：

表 3.3 親子旅遊寵物犬住宿需求量表預試信效度分析

n=100

因素項目	題項	因素負荷量	累積解釋變異量 (%)	信度 Cronbach's α 值
設備	1.房間內有寵物犬專屬上廁所區域。	0.691	50.355	0.753
	2.住宿地點內有提供寵物犬專用衛生清潔用具（如：拾便袋、拖把、寵物犬用清香劑等）。	0.751		
	3.住宿地點內有專屬寵物犬的活動空間（如：寵物犬運動場、草地、泳池等）。	0.692		
	4.住宿地點內專屬寵物犬的活動空間設有圍籬，以防寵物犬走失。	0.744		
	5.住宿地點內有清洗設施，供寵物犬玩水後或需要時使用（如：寵物犬洗澡台、吹水機等）。	0.666		
服務便利	6.住宿地點內有提供給寵物犬的付費服務（如：寵物犬攝影、專業寵物犬美容等）。	0.846	62.342	0.796
	7.住宿地點內提供寵物犬周邊商品的販賣服務。	0.843		
	8.當飼主不方便帶寵物犬外出時，住宿地點內有專人協助託管寵物犬。	0.681		
	9.住宿地點有店犬，能與自己的寵物犬互動。	0.756		
餐食安排	10.餐廳內有提供專屬寵物犬的餐食。	0.801	53.2	0.71
	11.餐廳內有提供寵物犬專用餐具。	0.877		
	12.提供寵物犬牽繩掛鉤或寵物犬運輸籠，讓飼主安心用餐。	0.69		
	13.避免寵物犬進入食物製作區。	0.491		
經營管理	14.飼主可選擇付清潔費與寵物犬睡在床上。	0.572	54.366	0.784
	15.住宿地點的寵物犬活動範圍能加強清潔。	0.772		
	16.住宿地點具有良好的評價。	0.689		
	17.住宿地點張貼寵物友善貼紙或標誌。	0.84		
	18.訂定寵物友善公約，維護飼主及其他消費者權益。	0.785		
判標準則		$\geq .400$		$\geq .700$
總信度 Cronbach's α 值 0.858				
KMO 取樣適切性量數 0.72				
Bartlett's 球型檢定顯著性 0.000（達顯著）				

資料來源：本研究整理

從上表 3.3 可以得知，所有題項皆到達顯著值，如此一來便表示題項皆具有鑑別度。因素分析部分，利用主成分分析和最大變異轉軸法進行分析，KMO 值到達 0.72，Bartlett's 球型檢定 P 值 <0.01 ，達到顯著水準，表示適合進行因素分析。

此研究將「親子旅遊寵物犬住宿需求」進行驗證性因素分析，以固定因子數為 1，並以因素負荷量 (Factor Loading) 大於 0.4 當作選題驗證標準。「親子旅遊寵物犬住宿需求」預試問卷共有四個構面，第一構面為「設備」共 5 題，第二構面為「服務便利」共 4 題，第三構面為「餐食安排」共 4 題，第四構面為「經營管理」共 5 題，總計 18 題。各構面中題項的因素負荷量皆大於 0.4；各構面的累積解釋變異量分別為：50.355%、62.342%、53.2%、54.366%，無論是因素負荷量，還是累積解釋變異量，均大於標準，因此表示具有效度。

3.3.2 預試信度分析

以預試所得之有效問卷 100 份進行親子旅遊寵物犬住宿需求信度分析，親子旅遊寵物犬住宿需求量表中的設備 Cronbach's α 值為 0.753，服務便利 Cronbach's α 值為 0.796，餐食安排 Cronbach's α 值為 0.71，經營管理 Cronbach's α 值為 0.784，量表總信度為 0.858。專家學者所建議的 Cronbach's α 值為 0.7，此研究的信度水準均高於此，因此顯示資料具有

信度，內部一致性高。

3.4 問卷調查與回收資料

預試問卷經過統計分析後，由於各項數值皆有達到標準，因此保留所有題目並整理成正式問卷。於民國 112 年 2 月中開始，至民國 112 年 2 月底以網路問卷的方式發放施測，發放的對象以曾經帶寵物犬旅遊住宿的飼主為主。正式問卷一共發放 450 份，實際回收 450 份，扣除漏填等無效問卷 18 份，所得之有效問卷 432 份，有效回收率為 96%。接著將 432 份有效問卷進行整理編碼登錄，以利進行分析，問卷回收狀況彙整成下表 3.4：

表 3.4 問卷回收表

	問卷份數	百分比
發放總數	450	100%
回收總數	450	100%
無效問卷	18	4%
有效問卷	432	96%

資料來源：本研究整理

3.5 問卷資料與分析方法

將取得的問卷資料，先經由人工的檢查，再將資料編碼後登錄，以 SPSS Statistics 26 進行下列統計分析。

3.5.1 敘述性統計分析

透過敘述性統計，可以使收集到的受訪飼主基本資料進行初步的分

析和瞭解，接著再以次數分配、百分比來描述飼主特徵和帶寵物犬旅遊住宿的經驗分佈之情況，藉此說明樣本資料的結構。另外，以平均值、標準差等描述性統計數值，來說明飼主對於寵物犬住宿需求的重視程度及滿意度。

3.5.2 信度檢定

透過信度檢定，可以確保問卷內部的可信度，同時也可以瞭解受訪飼主對問卷裡所有題項的答案是否具有一致性程度。常見的內部一致性信度檢定方法包括 Cronbach's α 、Split-half reliability 等，本研究以 Cronbach's α 為主。一般來說，Cronbach's α 係數大於或等於 0.9，代表內部一致性信度很高 (Excellent)；0.8–0.9 算好 (Good)；0.7–0.8 為可接受 (Acceptable)；0.6–0.7 為可疑的 (Questionable)；0.5–0.6 較差 (Poor)；0.5 以下為不可接受 (Unacceptable)。也就是 α 係數小於 0.5 為低信度，介於 0.5~0.9 之間為尚可，大於或等於 0.9 則表示內部一致性信度高。

3.5.3 因素分析

此研究透過探索性因素分析的因素負荷量來呈現因素的解釋力，採用主成份分析法抽取親子旅遊寵物犬住宿需求量表的共同因素，同時在轉軸後抽取因素負荷量大於 0.4 的因素。

3.5.4 IPA 分析法

此研究使用「重要—表現程度分析法」(Importance—Performance Analysis, 也稱為 IPA), 以飼主對親子旅遊寵物犬住宿需求之重視程度與滿意度之間的差距進行分析, 並且依照各象限分佈的情形, 提供相關業者作為未來改善經營的參考依據。重要—表現程度分析法是 Martilla 與 James (1977) 所提出, IPA 在行銷與管理領域已成為一被廣泛使用的方法, 尤其在觀光、餐旅領域, 運用 IPA 進行產品或服務之評估更已行之有年 (朱純孝、薛育婷、林君璘、王怡鈞、王昱翔, 2016)。透過 IPA 來衡量消費者重視及滿意的程度, 最主要的概念是先個別計算出所有題項的重視程度及滿意程度的平均值, 接著以題項的「重要」與「表現」平均數繪製在二維的平面座標當中, 利用二維矩陣圖各區不同象限所代表的相對位置, 去描述此題項的表現情形, 最後再以此進一步提出改善的參考與方向之策略。如下圖 3.2 表示:

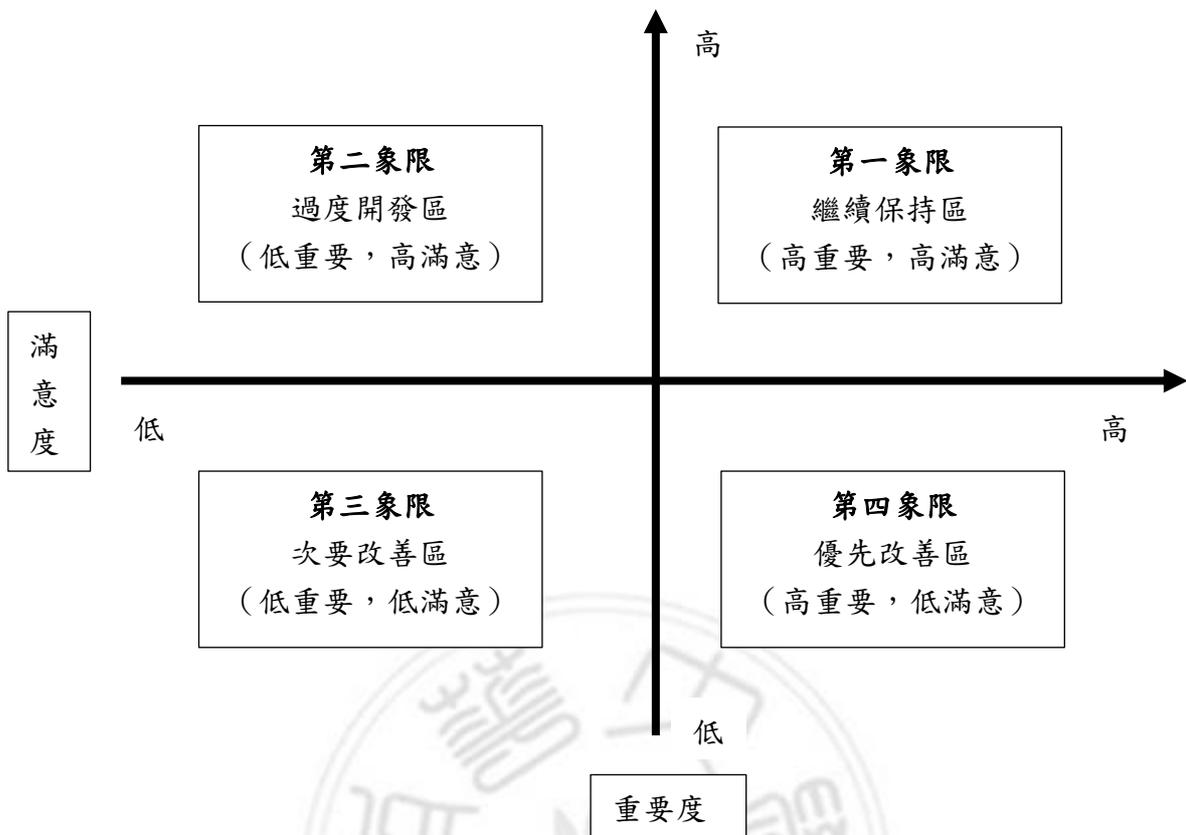


圖 3.2 重要—表現程度 (IPA) 分析圖

資料來源：參考 Martilla & James (1977)、本研究整理

根據以上四個象限，可以表現出每一題項坐落在哪個象限之中，協助決定改善的優先順序，將有限的資源有效分配。各個象限所代表的意義解釋如下：

1. 第一象限

坐落在此象限之題項，表示重要程度與表現程度皆高，代表相關住宿業者的競爭優勢，應該要繼續保持，屬於「繼續保持區(Keep Up the Good Work)」。

2. 第二象限

坐落在此象限之題項，表示重要程度低但表現程度高，代表飼主雖然滿意，但卻並不重視，業者可能投入過多資源，可以將這些資源適時轉移到其他需要加強的題項上，屬於「過度開發區(Possible Overkill)」。

3. 第三象限

坐落在此象限之題項，表示重要程度與表現程度皆低，代表飼主雖然不滿意，但也不重視，因此不需要立即改善，可在第四象限改善後再予以改善，屬於「次要改善區(Low Priority)」。

4. 第四象限

坐落在此象限之題項，表示重要程度高但表現程度低，代表飼主很重視，但相關住宿業者表現卻不佳，因此為發展的主要劣勢，應先將資源投入改善，為加強改善的重點，屬於「優先改善區(Concentrate Here)」。

第四章 研究分析

本章共分為四節，其內容有：4.1 樣本特徵、4.2 親子旅遊寵物犬住宿需求之信效度及因素分析、4.3 構面、題項及滿意度減重視度差距排名分析、4.4 親子旅遊寵物犬住宿需求重要—表現分析。

4.1 樣本特徵

此研究的樣本特徵整理如表 4.1：

表 4.1 飼主特徵分析表

n=432

變項	類別	樣本數	百分比	變項	類別	樣本數	百分比
性別	男	32	7.4%	婚姻	未婚	209	48.4%
	女	400	92.6%		已婚	216	50%
					其他	7	1.6%
年齡	20歲(含)以下	1	0.2%	是否有小孩	無	302	69.9%
	21-30歲	107	24.8%		有	130	30.1%
	31-40歲	134	31%	帶寵物犬出門的意願	非常願意	340	78.7%
	41-50歲	137	31.7%		願意	80	18.5%
	51歲(含)以上	53	12.3%		普通	12	2.8%
職業	學生	10	2.3%	不願意	不願意	0	0%
	軍警公教	59	13.7%		非常不願意	0	0%
	農林漁牧業	1	0.2%	曾經養寵物犬的經歷	1年以下	10	2.3%
	工商業	108	25%		1-2年	38	8.8%
	服務業	108	25%		2-3年	29	6.7%
	家管	23	5.3%		3-4年	21	4.9%
	退休	8	1.9%		4-5年	20	4.6%
	其他	115	26.6%		5年以上	314	72.7%

資料來源：本研究整理

表 4.1 飼主特徵分析表(續)

n=432

月平 均收 入	20000 元 (含) 以下	23	5.3%	寵物犬 體型	超小型犬： 4 公斤以下	53	12.3%
	20001-30000 元	56	13%		小型犬： 5-10 公斤	150	34.7%
	30001-40000 元	105	24.3%		中型犬： 11-30 公斤	216	50%
	40001-50000 元	89	20.6%		大型犬： 31-40 公斤	10	2.3%
	50001 元 (含) 以上	159	36.8%		超大型犬： 41 公斤以上	3	0.7%

資料來源：本研究整理

在飼主特徵的內容，包含「性別、年齡、職業、月平均收入、婚姻狀況、是否有小孩、帶寵物犬出門的意願、曾經養寵物犬的經歷、寵物犬體型」共九項。經分析後，其研究結果分別如下：

此研究的受訪者樣本共 432 人，性別統計分析結果：男性為 32 人，佔 7.4%；而女性則為 400 人，佔 92.6%，女性明顯大於男性，從中可得知，女性飼主的比例大於男性飼主許多。

在年齡的分佈方面，受訪飼主樣本以 41-50 歲的 137 人為最多，佔 31.7%；其次為 31-40 歲的 134 人，佔 31%；接下來依序為：21-30 歲的 107 人，佔 24.8%、51 歲 (含) 以上的 53 人，佔 12.3%、20 歲 (含) 以下的 1 人，佔 0.2%。由此可知，會帶寵物犬旅遊住宿的飼主中，大多數年齡分佈為 31-50 歲的中壯年期，可能無論是飼養寵物犬又或是帶寵物犬出門旅遊住宿，都需要花費一定的時間、金錢與體力，因此相對來說，

中壯年期的飼主較多。

在職業統計方面，飼主從事比例最高的職業前三名依序為：行業為其他的 115 人，佔 26.6%、工商業的 108 人，佔 25%、服務業的 108 人，佔 25%；接下來則為：軍警公教的 59 人，佔 13.7%、家管的 23 人，佔 5.3%、學生的 10 人，2.3%、退休的 8 人，佔 1.9%、農林漁牧業的 1 人，佔 0.2%。

在月平均收入統計方面，受訪飼主以月收入 50001 元（含）以上的為最多，人數為 159 人，佔 36.8%；其次依序為：30001-40000 元的 105 人，佔 24.3%、40001-50000 元的 89 人，佔 20.6%、20001-30000 元的 56 人，佔 13%、20000 元（含）以下的 23 人，佔 5.3%。從受訪飼主的職業及月平均收入可以得知，中高所得的工商業、服務業及其他行業為寵物犬旅遊住宿的主要消費族群。

在婚姻狀況的統計方面：受訪飼主已婚的人數為 216 人，佔 50%；未婚的人數為 209 人，佔 48.4%；而其他婚姻狀況的人數則是 7 人，佔 1.6%。從以上數據可得知，會帶寵物犬出外旅遊住宿的飼主，在已婚或未婚方面的比例差不多。

在是否有小孩的統計方面：沒有小孩的人數是較多的，人數為 302 人，佔 69.9%；而有小孩的人數則為 130 人，佔 30.1%。從中可以得知，在受

訪飼主中，沒有小孩的人數明顯高出許多，符合近代人因各種原因造成的「寧可養毛孩子，也不願養小孩子」之現象。

在帶寵物犬出門的意願統計上，非常願意的人數為 340 人，佔 78.7%；願意的人數為 80 人，佔 18.5%；普通的人數為 12 人，佔 2.8%；至於不願意及非常不願意人數則為 0 人。由此可知大部分的寵物犬飼主都有強烈意願帶寵物犬外出旅遊住宿。

在曾經養寵物犬的經歷統計上，最多的是養 5 年以上的 314 人，佔 72.7%；再來依序為：1-2 年的 38 人，佔 8.8%、2-3 年的 29 人，佔 6.7%、3-4 年的 21 人，佔 4.9%、4-5 年的 20 人，佔 4.6%、1 年以下的 10 人，佔 2.3%。由此可知，會帶寵物犬外出旅遊住宿的飼主中，養寵物犬經歷大多為超過 5 年以上，飼養經歷相對豐富。

在寵物犬體型的統計上，最多受訪飼主所飼養的寵物犬體型為中型犬（11-30 公斤），人數為 216 人，佔 50%。由此可知，可能是因為近幾年流行飼養的犬種多為中型犬（如：柴犬、米克斯等），加上中型犬的體型相對於大型、超大型犬來說，帶出門旅遊住宿會較為便利，因此多數被主人帶出外旅遊住宿的寵物犬皆為中型犬。

而在飼主曾經帶寵物犬旅遊住宿的經驗，整理如表 4.2：

表 4.2 飼主曾經帶寵物犬旅遊住宿的經驗分析表

n=432

變項	類別	樣本數	百分比	變項	類別	樣本數	百分比
帶寵物犬旅遊住宿時，最常選擇的住宿型態	飯店	43	10%	住宿平均每房/每晚可以接受的價位	2000 元以內	31	7.21%
	旅館	17	3.9%		2001-3000 元	141	32.6%
	汽車旅館	23	5.3%		3001-4000 元	140	32.4%
	客棧 (Inns)	0	0%		4001-5000 元	70	16.2%
	民宿	307	71%		5001-6000 元	14	3.24%
	露營區帳篷	27	6.3%		6001 元以上	36	8.35%
	露營車	4	0.9%	帶寵物犬旅遊時，最常使用的交通工具	自行開車	400	92.6%
	小木屋	8	1.9%		騎機車	12	2.8%
	其他	3	0.7%		大眾交通工具	13	3%
帶寵物犬住宿時的平均天數	2 天 1 夜	194	44.9%	跟團	5	1.1%	
	3 天 2 夜	202	46.8%	其他	2	0.5%	
	4 天 3 夜	24	5.6%	帶寵物犬旅遊住宿的最主要旅遊原因	本人想去	17	3.9%
	5 天 4 夜 (含) 以上	12	2.7%		想讓寵物犬外出玩耍	75	17.3%
曾經帶寵物犬旅遊住宿的次數	1-3 次	105	24.3%		想和寵物犬一同創造回憶	304	70.4%
	4-6 次	130	30.1%		寵物犬沒有人照顧，只好一同前往旅遊	34	7.9%
	7-10 次	57	13.2%		其他	2	0.5%
	11 次(含)以上	140	32.4%				

資料來源：本研究整理

在飼主曾經帶寵物犬旅遊住宿的經驗之內容，包含「帶寵物犬旅遊住宿時，最常選擇的住宿型態、帶寵物犬住宿時的平均天數、曾經帶寵物

犬旅遊住宿的次數、帶寵物犬旅遊時，住宿平均每房/每晚可以接受的價位、帶寵物犬旅遊時，最常使用的交通工具、帶寵物犬旅遊住宿的最主要旅遊原因」共六項。經分析後，其研究結果分別如下：

在**最常選擇的住宿型態**的統計上，最多受訪飼主選擇依序為：民宿的 307 人，佔 71%、飯店的 43 人，佔 10%、露營區帳篷的 27 人，佔 6.3%。其中民宿的比例最高，可見以民宿作為寵物犬旅遊住宿是普遍飼主的選擇，相關業者如能對住宿規劃、環境、服務等作更完善的規劃，勢必能保留客源、更佔優勢。

在**帶寵物犬住宿時的平均天數**的統計上，依序為：3 天 2 夜的 202 人，佔 46.8%、2 天 1 夜的 194 人，佔 44.9%、4 天 3 夜的 24 人，佔 5.6%、5 天 4 夜（含）以上的 12 人，佔 2.7%。由此可知，飼主在帶寵物犬旅遊住宿時，3 天 2 夜及 2 天 1 夜為大部分飼主的選擇。

在**曾經帶寵物犬旅遊住宿的次數**的統計上，由多至少依序為：11 次（含）以上的 140 人，佔 32.4%、4-6 次的 130 人，佔 30.1%、1-3 次的 105 人，佔 24.3%、7-10 次的 57 人，佔 13.2%。由此可知，大部分受訪飼主帶寵物犬旅遊住宿的經驗豐富，許多人超過 11 次以上。

在**帶寵物犬旅遊時，住宿平均每房/每晚可以接受的價位**統計上，受訪飼主最能接受的價位前三名依序為：2001-3000 元的 141 人，佔 32.6%、

3001-4000 元的 140 人，佔 32.4%、4001-5000 元的 70 人，佔 16.2%。由此可知，飼主普遍能接收的住宿平均每房/每晚的價格為 2001-5000 元。

在帶寵物犬旅遊時，**最常使用的交通工具**的統計上，自行開車的人數高達 400 人，佔 92.6%。從中可以得知，大部分的飼主皆以自行開車作為交通工具，來帶寵物犬外出旅遊住宿，因此相關業者如要吸引更多的客源，應在此方面多加完善的規劃。

在帶寵物犬旅遊住宿的**最主要旅遊原因**的統計上，有 304 人的原因為想和寵物犬一同創造回憶，佔 70.4%，可見大部分飼主皆珍惜與寵物犬相處的時光，以外出旅遊住宿的方式，來和寵物犬一同創造回憶。

4.2 親子旅遊寵物犬住宿需求之信效度及因素分析

將親子旅遊寵物犬住宿需求之信效度及因素分析，整理為下表 4.3。為了方便觀察，將「設備」構面的各題項編碼為 A1~A5，「服務便利」構面的各題項編碼為 B1~B4，「餐食安排」構面的各題項編碼為 C1~C4，「經營管理」構面的各題項編碼為 D1~D5：

表 4.3 親子旅遊寵物犬住宿需求信效度分析

n=432

因素項目	題項	因素負荷量	累積解釋變異量 (%)	信度 Cronbach's α 值
設備	A1 房間內有寵物犬專屬上廁所區域(如：尿布墊等)。	0.691	45.808	0.703
	A2 住宿地點內有提供寵物犬專用衛生清潔用具(如：拾便袋、拖把、寵物犬用清香劑等)。	0.711		
	A3 住宿地點內有專屬寵物犬的活動空間(如：寵物犬運動場、草地、泳池等)。	0.661		
	A4 住宿地點內專屬寵物犬的活動空間設有圍籬，以防寵物犬走失。	0.7		
	A5 住宿地點內有清洗設施，供寵物犬玩水後或需要時使用(如：寵物犬洗澡台、吹水機等)。	0.688		
服務便利	B1 住宿地點內有提供給寵物犬的付費服務(如：寵物犬攝影、專業寵物犬美容等)。	0.821	58.267	0.758
	B2 住宿地點內提供寵物犬周邊商品的販賣服務。	0.812		
	B3 當飼主不方便帶寵物犬外出時，住宿地點內有專人協助託管寵物犬。	0.651		
	B4 住宿地點有店犬，能與自己的寵物犬互動。	0.757		
餐食安排	C1 餐廳內有提供專屬寵物犬的餐食。	0.836	54.719	0.708
	C2 餐廳內有提供寵物犬專用餐具。	0.863		
	C3 提供寵物犬牽繩掛鉤或寵物犬運輸籠，讓飼主安心用餐。	0.725		
	C4 避免寵物犬進入食物製作區。	0.509		
經營管理	D1 飼主可選擇付清潔費與寵物犬睡在床上。	0.55	50.051	0.746
	D2 住宿地點的寵物犬活動範圍能加強清潔。	0.762		
	D3 住宿地點具有良好的評價。	0.692		
	D4 住宿地點張貼寵物友善貼紙或標誌。	0.74		
	D5 訂定寵物友善公約，維護飼主及其他消費者權益。	0.77		
判標準則		$\geq .500$		$\geq .700$
總信度 Cronbach's α 值 0.849				
KMO 取樣適切性量數 0.81				
Bartlett's 球型檢定顯著性 0.000 (達顯著)				

資料來源：本研究整理

「親子旅遊寵物犬住宿需求」各構面之信效度分析，首先為構面一，是指親子旅遊寵物犬住宿需求重視程度和滿意度中的「設備」，其 Cronbach's α 值為 0.703，題項分別有：「房間內有寵物犬專屬上廁所區域（如：尿布墊等）」、「住宿地點內有提供寵物犬專用衛生清潔用具（如：拾便袋、拖把、寵物犬用清香劑等）」、「住宿地點內有專屬寵物犬的活動空間（如：寵物犬運動場、草地、泳池等）」、「住宿地點內專屬寵物犬的活動空間設有圍籬，以防寵物犬走失」、「住宿地點內有清洗設施，供寵物犬玩水後或需要時使用（如：寵物犬洗澡台、吹水機等）」，共 5 題。此構面的題項主要在測量飼主對旅遊住宿地點提供之設備、設施、環境等的重要程度及滿意度。

接著為構面二，構面二是指親子旅遊寵物犬住宿需求重視程度和滿意度中的「服務便利」，其 Cronbach's α 值為 0.758，題項分別有：「住宿地點內有提供給寵物犬的付費服務（如：寵物犬攝影、專業寵物犬美容等）」、「住宿地點內提供寵物犬周邊商品的販賣服務」、「當飼主不方便帶寵物犬外出時，住宿地點內有專人協助託管寵物犬」、「住宿地點有店犬，能與自己的寵物犬互動」，共 4 題。此構面的題項主要在測量飼主對旅遊住宿地點提供之各項服務的重要程度及滿意度。

再來為構面三，構面三是指親子旅遊寵物犬住宿需求重視程度和滿意

度中的「餐食安排」，其 Cronbach's α 值為 0.708，題項分別有：「餐廳內有提供專屬寵物犬的餐食」、「餐廳內有提供寵物犬專用餐具」、「提供寵物犬牽繩掛鉤或寵物犬運輸籠，讓飼主安心用餐」、「避免寵物犬進入食物製作區」，共 4 題。此構面的題項主要在測量飼主對旅遊住宿地點提供之各項餐點安排、用餐環境等的重要程度及滿意度。

最後為構面四，構面四是指親子旅遊寵物犬住宿需求重視程度和滿意度中的「經營管理」，其 Cronbach's α 值為 0.746，題項分別有：「飼主可選擇付清潔費與寵物犬睡在床上」、「住宿地點的寵物犬活動範圍能加強清潔」、「住宿地點具有良好的評價」、「住宿地點張貼寵物友善貼紙或標誌」、「訂定寵物友善公約，維護飼主及其他消費者權益」，共 5 題。此構面的題項主要在測量飼主對旅遊住宿業者訂定、規劃及管理之各項經營的重要程度及滿意度。

以上 18 題，總信度 Cronbach's α 值為 0.849，問卷信度皆到達顯著標準，配適度良好。

4.3 構面、題項及滿意度減重視度差距排名分析

將親子旅遊寵物犬住宿需求構面、題項及滿意度減重視度差距排名分析，整理如下表 4.4：

表 4.4 構面、題項及滿意度減重視度差距排名分析

構面	題目	重視程度			滿意度			滿意度－重視度的差	差距排名
		平均數	標準差	總排名	平均數	標準差	總排名		
設備	A1 房間內有寵物犬專屬上廁所區域。	3.16	1.273	15	3.33	1.153	14	0.17	4
	A2 住宿地點內有提供寵物犬專用衛生清潔用具。	3.33	1.208	14	3.5	1.166	13	0.17	4
	A3 住宿地點內有專屬寵物犬的活動空間。	4.35	0.867	6	4.27	0.92	6	-0.08	11
	A4 住宿地點內專屬寵物犬的活動空間設有圍籬，以防寵物犬走失。	4.52	0.87	4	4.39	0.923	4	-0.13	15
	A5 住宿地點內有清洗設施，供寵物犬玩水後或需要時使用。	3.93	1.015	9	3.81	1.047	9	-0.12	14
	重要度構面平均	3.857			滿意度構面平均			3.861	
重要度構面排名	2			滿意度構面排名			2		

資料來源：本研究整理

表 4.4 構面、題項及滿意度減重視度差距排名分析(續)

構面	題目	重視程度			滿意度			滿意度－重視度的差	差距排名
		平均數	標準差	總排名	平均數	標準差	總排名		
服務便利	B1 住宿地點內有提供給寵物犬的付費服務。	2.34	1.029	18	2.7	0.969	18	0.36	2
	B2 住宿地點內提供寵物犬周邊商品的販賣服務。	2.48	1.001	17	2.79	0.982	17	0.31	3
	B3 當飼主不方便帶寵物犬外出時，住宿地點內有專人協助託管寵物犬。	3.37	1.225	13	3.3	1.21	15	-0.07	10
	B4 住宿地點有店犬，能與自己的寵物犬互動。	2.69	1.196	16	3.1	1.173	16	0.41	1
	重要度構面平均	2.721		滿意度構面平均			2.974		
重要度構面排名	4		滿意度構面排名			4			

資料來源：本研究整理

表 4.4 構面、題項及滿意度減重視度差距排名分析(續)

構面	題目	重視程度			滿意度			滿意度－重視度的差	差距排名
		平均數	標準差	總排名	平均數	標準差	總排名		
餐食安排	C1 餐廳內有提供專屬寵物犬的餐食。	3.83	1.074	10	3.84	1.112	8	0.01	9
	C2 餐廳內有提供寵物犬專用餐具。	3.53	1.189	11	3.66	1.126	11	0.13	6
	C3 提供寵物犬牽繩掛鉤或寵物犬運輸籠，讓飼主安心用餐。	3.47	1.229	12	3.57	1.187	12	0.1	8
	C4 避免寵物犬進入食物製作區。	4.03	1.159	7	4.16	1.034	7	0.13	6
	重要度構面平均	3.715			滿意度構面平均			3.809	
重要度構面排名	3			滿意度構面排名			3		

資料來源：本研究整理

表 4.4 構面、題項及滿意度減重視度差距排名分析(續)

構面	題目	重視程度			滿意度			滿意度－重視度的差	差距排名
		平均數	標準差	總排名	平均數	標準差	總排名		
經營管理	D1 飼主可選擇付清潔費與寵物犬睡在床上。	3.95	1.233	8	3.75	1.258	10	-0.2	18
	D2 住宿地點的寵物犬活動範圍能加強清潔。	4.53	0.767	3	4.4	0.866	3	-0.13	15
	D3 住宿地點具有良好的評價。	4.72	0.54	1	4.59	0.668	2	-0.13	15
	D4 住宿地點張貼寵物友善貼紙或標誌。	4.44	0.838	5	4.33	0.943	5	-0.11	13
	D5 訂定寵物友善公約，維護飼主及其他消費者權益。	4.68	0.644	2	4.6	0.727	1	-0.08	11
	重要度構面平均	4.463			滿意度構面平均			4.335	
重要度構面排名	1			滿意度構面排名			1		
總平均		3.74			3.78				

資料來源：本研究整理

4.3.1 構面及題項分析

在親子旅遊寵物犬住宿需求的題項當中，以重視程度的所有題項來講，平均數皆高於 2，大多高於 3。從各構面重視程度來看，讓受訪飼主覺得最重要的是「經營管理」構面(m=4.463)，再來是「設備」構面(m=3.857)、「餐食安排」構面(m=3.715)，最後則是「服務便利」構面(m=2.721)。受訪飼主重視程度平均數較高的前五個題項為：「D3 住宿地點具有良好

的評價」、「D5 訂定寵物友善公約，維護飼主及其他消費者權益」、「D2 住宿地點的寵物犬活動範圍能加強清潔」、「A4 住宿地點內專屬寵物犬的活動空間設有圍籬，以防寵物犬走失」、「D4 住宿地點張貼寵物友善貼紙或標誌」；受訪飼主重視程度平均數較低的五個題項為：「B1 住宿地點內有提供給寵物犬的付費服務」、「B2 住宿地點內提供寵物犬周邊商品的販賣服務」、「B4 住宿地點有店犬，能與自己的寵物犬互動」、「A1 房間內有寵物犬專屬上廁所區域」、「A2 住宿地點內有提供寵物犬專用衛生清潔用具」。

在四大構面中，「經營管理」構面的重要程度的平均數 4.463 為最高，且重視程度平均數較高的前五題題項，有四題均在此構面，分別為：「D3 住宿地點具有良好的評價」、「D5 訂定寵物友善公約，維護飼主及其他消費者權益」、「D2 住宿地點的寵物犬活動範圍能加強清潔」、「D4 住宿地點張貼寵物友善貼紙或標誌」，表示飼主較重視旅遊住宿業者訂定、規劃及管理之各項經營方面。而「服務便利」構面的重要程度的平均數 2.721 為最低，且重視程度平均數較低的五題題項中，有三題在此構面，分別為：「B1 住宿地點內有提供給寵物犬的付費服務」、「B2 住宿地點內提供寵物犬周邊商品的販賣服務」、「B4 住宿地點有店犬，能與自己的寵物犬互動」，表示飼主在選擇親子旅遊寵物犬住宿時，對於住宿業者提供之額

外服務較不重視。

親子旅遊寵物犬住宿需求的題項中，以滿意度全部的題目來看，平均數皆高於 2，大多高於 3 或 4。從各構面的滿意度來看，讓飼主覺得最滿意的是「經營管理」構面 (m=4.335)，再來是「設備」構面 (m=3.861)、「餐食安排」構面 (m=3.809)，最後則是「服務便利」構面 (m=2.974)。

受訪飼主滿意程度平均數較高的五個題項為：「D5 訂定寵物友善公約，維護飼主及其他消費者權益」、「D3 住宿地點具有良好的評價」、「D2 住宿地點的寵物犬活動範圍能加強清潔」、「A4 住宿地點內專屬寵物犬的活動空間設有圍籬，以防寵物犬走失」、「D4 住宿地點張貼寵物友善貼紙或標誌」；受訪飼主滿意程度平均數較低的五個題項為：「B1 住宿地點內有提供給寵物犬的付費服務」、「B2 住宿地點內提供寵物犬周邊商品的販賣服務」、「B4 住宿地點有店犬，能與自己的寵物犬互動」、「B3 當飼主不方便帶寵物犬外出時，住宿地點內有專人協助託管寵物犬」、「A1 房間內有寵物犬專屬上廁所區域」。

在四大構面中，「經營管理」構面的滿意度的平均數 4.335 為最高，且滿意程度平均數較高的五題題項中，有四題均在此構面，分別為：「D5 訂定寵物友善公約，維護飼主及其他消費者權益」、「D3 住宿地點具有良好的評價」、「D2 住宿地點的寵物犬活動範圍能加強清潔」、「D4 住宿地

點張貼寵物友善貼紙或標誌」，表示受訪飼主對於旅遊住宿業者訂定、規劃及管理之各項經營方面十分滿意。而「服務便利」構面的滿意度平均數2.974為最低，且滿意程度平均數較低的五題題項中，有四題在此構面，分別為：「B1 住宿地點內有提供給寵物犬的付費服務」、「B2 住宿地點內提供寵物犬周邊商品的販賣服務」、「B4 住宿地點有店犬，能與自己的寵物犬互動」、「B3 當飼主不方便帶寵物犬外出時，住宿地點內有專人協助託管寵物犬」，表示受訪飼主對於住宿業者提供之額外服務較不滿意。

4.3.2 滿意度減重視度差距排名分析

藉由題項中滿意度減掉重視度的差距，可以得知差距為正且相差最大的三名分別為：「B4 住宿地點有店犬，能與自己的寵物犬互動」、「B1 住宿地點內有提供給寵物犬的付費服務」及「B2 住宿地點內提供寵物犬周邊商品的販賣服務」。首先差距最大的是「B4 住宿地點有店犬，能與自己的寵物犬互動」，其差距值為 0.41，由上述題項分析綜合得知，受訪飼主很不滿意住宿地點是否有店犬和自己的寵物犬互動，且飼主也不重視這項服務，因此可以推論，飼主在帶寵物犬去住宿前，並不重視住宿地點是否有店犬，但在實際住宿後，卻可能因為店家沒有店犬，又或是總總原因，造成飼主感到很滿意。其次為「B1 住宿地點內有提供給寵物犬的付費服務」，其差距值為 0.36，這些服務像是寵物犬攝影、美容等，

由上述題項分析綜合得知，受訪飼主並不滿意住宿地點提供的付費服務，同時這些也並非飼主所重視的，由此可知，飼主在帶寵物犬住宿前，並不重視住宿地點是否有提供這些額外的付費服務，而在實際住宿後，可能因為一些原因，如：價格太高等，導致飼主不滿意這些付費服務。第三為「B2 住宿地點內提供寵物犬周邊商品的販賣服務」，其差距值為 0.31，由上述題項分析綜合得知，這些販賣服務同樣也是受訪飼主感到不滿意同時也不重視的，可以推論，這些周邊商品不是受訪飼主選擇住宿地點的原因，在飼主實際到訪後，也可能因為價格等因素，造成飼主感到不滿意。以上三項題項皆在「服務便利」方面，可見目前相關業者所提供的這些服務都是讓飼主感到滿意度低，且重視度也低。

而在題項中滿意度減掉重視度的差，差距為負且相差最大的題項為：「D1 飼主可選擇付清潔費與寵物犬睡在床上」。在題項中滿意度減重視度的差，差距為負表示受訪飼主是重視這些題項的，但目前相關住宿業者的表現卻無法讓飼主感到滿意。「D1 飼主可選擇付清潔費與寵物犬睡在床上」的差距值為-0.2，為負值中相差最大的題項，由此可知，受訪飼主相當重視自己是否能選擇付清潔費和寵物犬一同睡在床上，但目前因相關住宿業者的規劃、考量等總總因素，造成飼主並不滿意。

4.4 親子旅遊寵物犬住宿需求重要—表現分析(IPA)

以「重要—表現程度分析法」(Importance—Performance Analysis)來測量飼主對親子旅遊寵物犬住宿需求之重視程度，以及帶寵物犬旅遊住宿後的實際感受滿意度。藉由 IPA 分析可以瞭解目前親子旅遊寵物犬住宿市場的優勢及劣勢，並且依照各象限分佈的情形，提供相關業者作為未來改善經營的參考依據及策略。

此研究以重視程度及滿意度的總平均值(3.741,3.784)為中心座標，以重視程度為 X 軸(橫軸)，滿意度為 Y 軸(縱軸)，接著將座標平面分為四大象限，當 X 軸越向右則表示重視程度越高，反之，越向左則表示越不重視；Y 軸越向上表示滿意度越高，反之，越向下則表示滿意度越低。藉此來探討飼主對親子旅遊寵物犬住宿需求的四個主要構面及 18 個題項在四大象限之中的位置。

將表 4.4 各項數據資料繪製成親子旅遊寵物犬住宿需求 IPA 重要—滿意度分析圖，如下圖 4.1 所示：

親子旅遊寵物犬住宿需求之研究IPA

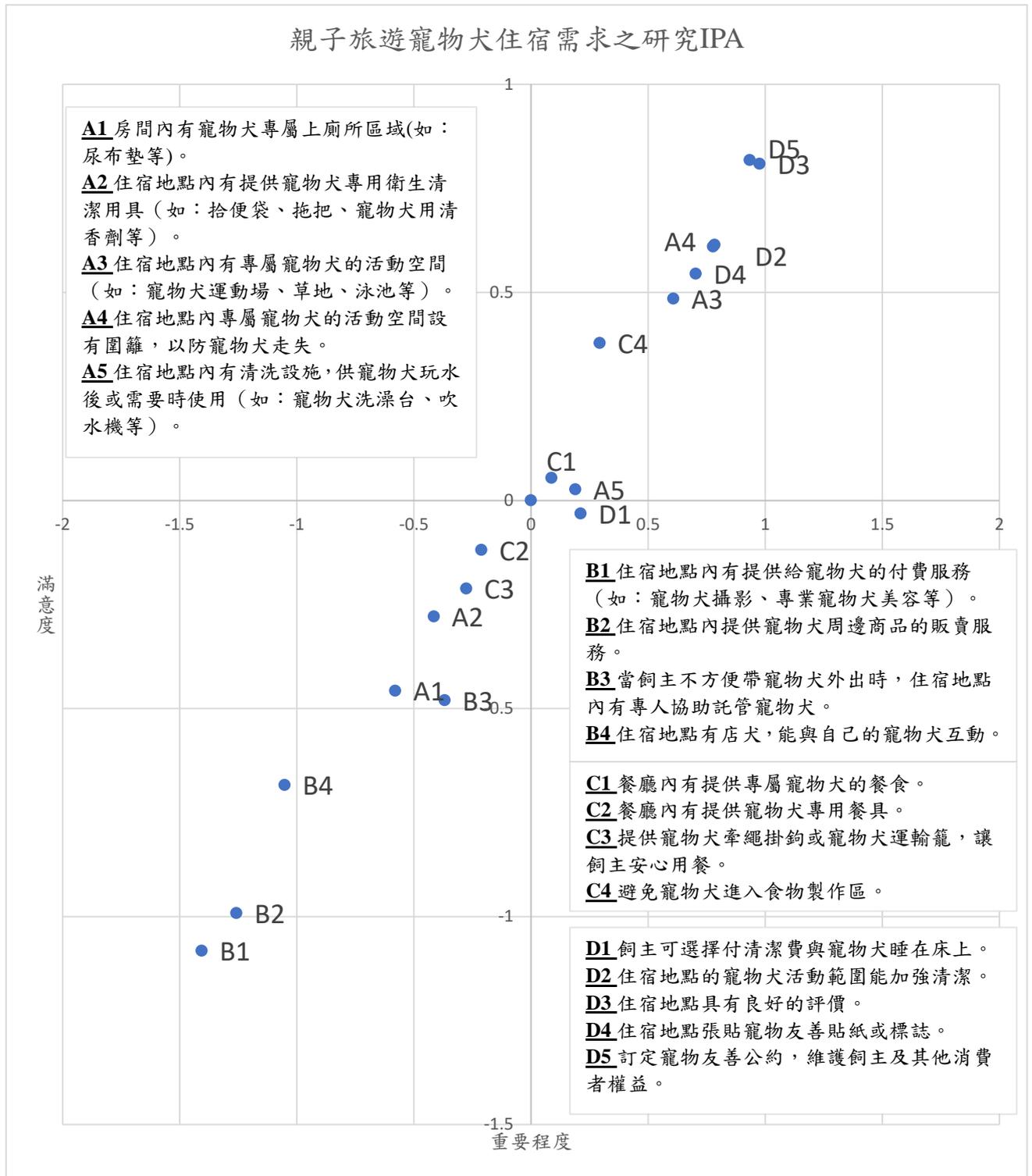


圖 4.1 親子旅遊寵物犬住宿需求之重要—滿意度分析圖

資料來源：本研究整理

將上述資料彙整如下表 4.5：

表 4.5 親子旅遊寵物犬住宿需求各項構面與題項象限落點

構面	象限/區域	題項	象限/區域
設備	I 繼續保持區	A1 房間內有寵物犬專屬上廁所區域(如：尿布墊等)。 A2 住宿地點內有提供寵物犬專用衛生清潔用具(如：拾便袋、拖把、寵物犬用清香劑等)。 A3 住宿地點內有專屬寵物犬的活動空間(如：寵物犬運動場、草地、泳池等)。 A4 住宿地點內專屬寵物犬的活動空間設有圍籬，以防寵物犬走失。 A5 住宿地點內有清洗設施，供寵物犬玩水後或需要時使用(如：寵物犬洗澡台、吹水機等)。	III 次要改善區 III 次要改善區 I 繼續保持區 I 繼續保持區 I 繼續保持區
服務便利	III 次要改善區	B1 住宿地點內有提供給寵物犬的付費服務(如：寵物犬攝影、專業寵物犬美容等)。 B2 住宿地點內提供寵物犬周邊商品的販賣服務。 B3 當飼主不方便帶寵物犬外出時，住宿地點內有專人協助託管寵物犬。 B4 住宿地點有店犬，能與自己的寵物犬互動。	III 次要改善區 III 次要改善區 III 次要改善區 III 次要改善區
餐食安排	II 過度開發區	C1 餐廳內有提供專屬寵物犬的餐食。 C2 餐廳內有提供寵物犬專用餐具。 C3 提供寵物犬牽繩掛鈎或寵物犬運輸籠，讓飼主安心用餐。 C4 避免寵物犬進入食物製作區。	I 繼續保持區 III 次要改善區 III 次要改善區 I 繼續保持區
經營管理	I 繼續保持區	D1 飼主可選擇付清潔費與寵物犬睡在床上。 D2 住宿地點的寵物犬活動範圍能加強清潔。 D3 住宿地點具有良好的評價。 D4 住宿地點張貼寵物友善貼紙或標誌。 D5 訂定寵物友善公約，維護飼主及其他消費者權益。	IV 優先改善區 I 繼續保持區 I 繼續保持區 I 繼續保持區 I 繼續保持區

資料來源：本研究整理

根據圖 4.1 的分析結果，第一象限至第四象限，可以依序分為「繼續保持區」、「過度開發區」、「次要改善區」及「優先改善區」四個區域。

以親子旅遊寵物犬住宿需求的構面來看，落在繼續保持區的構面是「設備」及「經營管理」；落在過度開發區的構面是「餐食安排」；落在次要改善區的構面是「服務便利」。

「設備」構面指的是旅遊住宿業者提供飼主之設備、設施環境等，讓飼主在帶寵物犬住宿時，能夠享受其設備帶來的便利；而「經營管理」構面指的則是旅遊住宿業者對住宿地點所訂定、規劃及管理之各項經營方式，相對可以保障飼主住宿時的權益。此兩大構面落於繼續保持區，顯示目前相關業者提供的設備及經營管理方式是飼主所重視的，而且普遍也讓飼主感到很滿意。

「餐食安排」構面指的是相關業者提供給飼主及寵物犬之各項餐點安排、用餐環境等。此構面落於過度開發區，顯示飼主雖然滿意旅遊住宿業者對餐食的安排，但卻並不重視，因此可推論業者可能投入過多資源，可以將這些資源適時轉移到其他需要加強的題項上。

「服務便利」指的是旅遊住宿地點提供給飼主及寵物犬的各項服務，此構面落於次要改善區，顯示飼主對於相關住宿業者提供的這些服務不是很重視，也不是很滿意。

總結，目前飼主對於業者提供之設備及經營管理方面相當重視，同時也感到滿意；餐食安排上飼主雖滿意但卻並不重視；而服務便利方面飼主雖然不是很重視，但實際到訪後，認為寵物犬旅遊住宿業者仍有改善及進步空間。

以下分別探討落於各區域的題項：

1. 落在繼續保持區的題項為：

「A3 住宿地點內有專屬寵物犬的活動空間（如：寵物犬運動場、草地、泳池等）」、「A4 住宿地點內專屬寵物犬的活動空間設有圍籬，以防寵物犬走失」、「A5 住宿地點內有清洗設施，供寵物犬玩水後或需要時使用（如：寵物犬洗澡台、吹水機等）」、「C1 餐廳內有提供專屬寵物犬的餐食」、「C4 避免寵物犬進入食物製作區」、「D2 住宿地點的寵物犬活動範圍能加強清潔」、「D3 住宿地點具有良好的評價」、「D4 住宿地點張貼寵物友善貼紙或標誌」、「D5 訂定寵物友善公約，維護飼主及其他消費者權益」。其中「A3 住宿地點內有專屬寵物犬的活動空間（如：寵物犬運動場、草地、泳池等）」、「A4 住宿地點內專屬寵物犬的活動空間設有圍籬，以防寵物犬走失」、「A5 住宿地點內有清洗設施，供寵物犬玩水後或需要時使用（如：寵物犬洗澡台、吹水機等）」三題屬於「設備」構面。「C1 餐廳內有提供專屬寵物犬的餐食」、「C4

避免寵物犬進入食物製作區」等兩題屬於「餐食安排」構面。而「D2 住宿地點的寵物犬活動範圍能加強清潔」、「D3 住宿地點具有良好的評價」、「D4 住宿地點張貼寵物友善貼紙或標誌」、「D5 訂定寵物友善公約，維護飼主及其他消費者權益」等四題則屬於「經營管理」構面。

在繼續保持區中表示為高重要、高滿意，由此可知，業者在住宿地點內多能提供專屬給寵物犬的跑跳空間，讓寵物犬可以自由活動、奔跑及玩耍，且此空間附有圍籬避免寵物犬在活動時離開飼主視線，導致發生危險或走失。而如果寵物犬在玩水或因玩樂弄髒身體，導致需要清洗時，業者也能附設清洗設施，方便飼主替寵物犬清洗。另外，在餐食安排方面，飼主多為希望餐廳內能提供專屬寵物犬的餐食，而業者也能配合提供，且能避免寵物犬進入食物製作區，除了給予飼主方便及更多選擇外，同時也兼顧安全與衛生，維護住宿地點內的餐點品質。最後，住宿地點是否能在寵物犬活動範圍加強清潔、是否有良好評價、是否張貼寵物友善貼紙或標誌和訂定寵物友善公約，維護飼主及其他消費者權益，也是目前相關業者表現良好之處。

此研究在「經營管理」構面方面，一共有五題題項，問卷結果顯示其中就有四題落在繼續保持區，可見目前相關業者在這方面已掌握優勢，應當繼續保持。

2. 落在過度開發區的題項為：

無題項落在此區域，顯示沒有題項是飼主雖然感到滿意，但卻並不重視的。

3. 落在次要改善區的題項為：

「A1 房間內有寵物犬專屬上廁所區域(如：尿布墊等)」、「A2 住宿地點內有提供寵物犬專用衛生清潔用具(如：拾便袋、拖把、寵物犬用清香劑等)」、「B1 住宿地點內有提供給寵物犬的付費服務(如：寵物犬攝影、專業寵物犬美容等)」、「B2 住宿地點內提供寵物犬周邊商品的販賣服務」、「B3 當飼主不方便帶寵物犬外出時，住宿地點內有專人協助託管寵物犬」、「B4 住宿地點有店犬，能與自己的寵物犬互動」、「C2 餐廳內有提供寵物犬專用餐具」、「C3 提供寵物犬牽繩掛鉤或寵物犬運輸籠，讓飼主安心用餐」。其中「A1 房間內有寵物犬專屬上廁所區域(如：尿布墊等)」、「A2 住宿地點內有提供寵物犬專用衛生清潔用具(如：拾便袋、拖把、寵物犬用清香劑等)」等兩題屬於「設備」構面。「B1 住宿地點內有提供給寵物犬的付費服務(如：寵物犬攝影、專業寵物犬美容等)」、「B2 住宿地點內提供寵物犬周邊商品的販賣服務」、「B3 當飼主不方便帶寵物犬外出時，住宿地點內有專人協助託管寵物犬」、「B4 住宿地點有店犬，能與自己的寵物犬互動」等四題屬於

「服務便利」構面。「C2 餐廳內有提供寵物犬專用餐具」、「C3 提供寵物犬牽繩掛鉤或寵物犬運輸籠，讓飼主安心用餐」等兩題屬於「餐食安排」構面。

在次要改善區中表示為低重要、低滿意，有些落在此區的題項為提供借用寵物犬的用具方面，這樣的結果可以得知，由於犬類動物的嗅覺較為敏感，大多數的寵物犬到了陌生環境會容易緊張，需要時間適應，因此飼主大多會配合寵物犬的習慣，自行攜帶寵物犬熟悉的用品，如：餐具等，以減少寵物犬緊張焦慮的情形；另外，像是：尿布墊、衛生清潔用具等，則可能因為衛生考量，因此由飼主自行攜帶，以上原因造成飼主並不重視住宿地點是否提供借用寵物犬的相關用具。同時，也有可能是業者並未提供這些寵物犬相關用品，因此飼主只好自行攜帶，造成了飼主雖然有預期要自行準備，但到了住宿地點臨時需要用到時，卻發現業者並未提供借用，因此不是太滿意。建議業者在未來可準備部分寵物犬的用具，提供並未自行準備的飼主在臨時需要時可以借來使用，以提升飼主的滿意度。

而在住宿地點提供的其他服務，如：寵物犬周邊商品的販賣服務，或是額外付費服務—寵物犬攝影、專業寵物犬美容等，飼主也是不太重視，因為這些通常不是飼主帶寵物犬來住宿時的首要考量，同時這

些飼主也可以選擇是否需要另外使用、支出。在實際到訪後，飼主對這些額外的服務不是太滿意，原因有可能是有些服務，例如：寵物犬攝影、專業寵物犬美容等，還要額外收費，且飼主可能覺得費用太昂貴，因此建議業者可提供一些促銷方案，吸引飼主，以提高飼主的滿意度。

4. 落在**優先改善區**的題項為：

「D1 飼主可選擇付清潔費與寵物犬睡在床上」，此題為「經營管理」構面。在優先改善區中表示為高重要、低滿意，顯示飼主對這個題項相當重視，但對於目前還不滿意，業者只要稍加改善，便能落在繼續保持區。

綜合以上，繪製成各因素及因素內的題項在各象限的分布表，如表

4.6：

表 4.6 親子旅遊寵物犬住宿需求策略表

策略	構面—因素題項
繼續保持區 (第一象限)	<p>設備—</p> <p>A3 住宿地點內有專屬寵物犬的活動空間(如：寵物犬運動場、草地、泳池等)</p> <p>A4 住宿地點內專屬寵物犬的活動空間設有圍籬，以防寵物犬走失</p> <p>A5 住宿地點內有清洗設施，供寵物犬玩水後或需要時使用(如：寵物犬洗澡台、吹水機等)</p> <p>餐食安排—</p> <p>C1 餐廳內有提供專屬寵物犬的餐食</p> <p>C4 避免寵物犬進入食物製作區</p> <p>經營管理—</p> <p>D2 住宿地點的寵物犬活動範圍能加強清潔</p> <p>D3 住宿地點具有良好的評價</p> <p>D4 住宿地點張貼寵物友善貼紙或標誌</p> <p>D5 訂定寵物友善公約，維護飼主及其他消費者權益</p>
過度開發區 (第二象限)	無題項落於此區域
次要改善區 (第三象限)	<p>設備—</p> <p>A1 房間內有寵物犬專屬上廁所區域(如：尿布墊等)</p> <p>A2 住宿地點內有提供寵物犬專用衛生清潔用具(如：拾便袋、拖把、寵物犬用清香劑等)</p> <p>服務便利—</p> <p>B1 住宿地點內有提供給寵物犬的付費服務(如：寵物犬攝影、專業寵物犬美容等)</p> <p>B2 住宿地點內提供寵物犬周邊商品的販賣服務</p> <p>B3 當飼主不方便帶寵物犬外出時，住宿地點內有專人協助託管寵物犬</p> <p>B4 住宿地點有店犬，能與自己的寵物犬互動</p> <p>餐食安排—</p> <p>C2 餐廳內有提供寵物犬專用餐具</p> <p>C3 提供寵物犬牽繩掛鈎或寵物犬運輸籠，讓飼主安心用餐」</p>
優先改善區 (第四象限)	<p>經營管理—</p> <p>D1 飼主可選擇付清潔費與寵物犬睡在床上</p>

資料來源：本研究整理

第五章 結論與建議

此研究以親子旅遊寵物犬住宿需求為研究主題，藉由問卷來了解受訪飼主對於親子旅遊寵物犬住宿之需求。針對飼主在各個構面及題項的重視度及滿意程度，運用 IPA 法分析並歸納出各個象限結果。本章將主要針對第四章之研究成果與分析，提出結論與建議。

5.1 結論

5.1.1 樣本結構分析之結論

1. **性別統計**：從問卷結果可得知，女性飼主的比例大於男性飼主許多。
2. **年齡的分佈**：受訪飼主以中壯年期為最多，可能無論是飼養寵物犬或是帶寵物犬出門旅遊住宿，都需要花費一定的時間、金錢與體力，因此相對來說，中壯年期的飼主較多。
3. **職業統計**：飼主從事比例最高的職業前三名分別是行業為其他、工商業及服務業。
4. **月平均收入統計**：中高所得的飼主為親子旅遊寵物犬住宿的主要消費族群。
5. **婚姻狀況統計**：從問卷結果可得知，會帶寵物犬出外旅遊住宿的飼主，在已婚或未婚方面的比例差不多，已婚的人數稍微多一些。

6. **是否有小孩統計**：在受訪飼主中，沒有小孩的人數明顯高出許多。
7. **帶寵物犬出門的意願統計**：大部分的寵物犬飼主都有強烈意願帶寵物犬外出旅遊住宿。
8. **曾經養寵物犬的經歷統計**：會帶寵物犬外出旅遊住宿的飼主，養寵物犬大多為超過 5 年以上，飼養經歷相對豐富。
9. **寵物犬體型統計**：最多受訪飼主所飼養的寵物犬體型為中型犬(11-30 公斤)，可能是因為近幾年流行飼養的犬種多為中型犬(如：柴犬、米克斯等)，加上中型犬的體型相對於大型、超大型犬來說，帶出門旅遊住宿較為便利，因此多數被主人帶出外旅遊住宿的寵物犬皆為中型犬。
10. **帶寵物犬旅遊住宿時，最常選擇的住宿型態統計**：最多受訪飼主的選擇為民宿。
11. **在帶寵物犬住宿時的平均天數統計**：飼主在帶寵物犬旅遊住宿時，3 天 2 夜及 2 天 1 夜為大部分飼主的選擇。
12. **曾經帶寵物犬旅遊住宿的次數統計**：大部分受訪飼主帶寵物犬旅遊住宿的經驗豐富，許多人超過 11 次以上。
13. **在帶寵物犬旅遊時，住宿平均每房/每晚可以接受的價位統計**：受訪飼主最能接受的價位平均每房/每晚的價格為 2001-5000 元。
14. **在帶寵物犬旅遊時，最常使用的交通工具統計**：大部分的飼主皆以自

行開車作為交通工具帶寵物犬外出旅遊住宿，因此相關業者如要吸引更多的客源，應在此方面多加完善的規劃。

15. 在帶寵物犬旅遊住宿的**最主要旅遊原因**統計：大部分飼主皆珍惜與寵物犬相處的時光，以外出旅遊住宿的方式，來和寵物犬一同創造回憶。

5.1.2 構面、題項及滿意度減重視度差距排名分析之結論

1. 構面及題項的重視度及滿意度：

在親子旅遊寵物犬住宿需求各構面的**重視程度**來看，讓受訪飼主覺得最重要的構面依序為「經營管理」構面、「設備」構面、「餐食安排」構面，最後則是「服務便利」構面。

而在各**題項**的**重視程度**來看，讓受訪飼主覺得**重要**的題項是：「住宿地點具有良好的評價」、「訂定寵物友善公約，維護飼主及其他消費者權益」、「住宿地點的寵物犬活動範圍能加強清潔」、「住宿地點內專屬寵物犬的活動空間設有圍籬，以防寵物犬走失」及「住宿地點張貼寵物友善貼紙或標誌」。

讓受訪飼主覺得**較不重要**的題項是：「住宿地點內有提供給寵物犬的付費服務」、「住宿地點內提供寵物犬周邊商品的販賣服務」、「住宿地點有店犬，能與自己的寵物犬互動」、「房間內有寵物犬專屬上廁所區域」及「住宿地點內有提供寵物犬專用衛生清潔用具」。

在親子旅遊寵物犬住宿需求各構面的滿意度來看，讓受訪飼主覺得最滿意的構面依序為「經營管理」構面、「設備」構面、「餐食安排」構面，最後則是「服務便利」構面。

而在各題項的滿意度來看，讓受訪飼主覺得滿意的題項是：「訂定寵物友善公約，維護飼主及其他消費者權益」、「住宿地點具有良好的評價」、「住宿地點的寵物犬活動範圍能加強清潔」、「住宿地點內專屬寵物犬的活動空間設有圍籬，以防寵物犬走失」及「住宿地點張貼寵物友善貼紙或標誌」。

讓受訪飼主覺得較不滿意的題項是：「住宿地點內有提供給寵物犬的付費服務」、「住宿地點內提供寵物犬周邊商品的販賣服務」、「住宿地點有店犬，能與自己的寵物犬互動」、「當飼主不方便帶寵物犬外出時，住宿地點內有專人協助託管寵物犬」、「房間內有寵物犬專屬上廁所區域」。

2. 滿意度減重視度差距排名分析

藉由題項中滿意度減掉重視度的差距，可以得知在所有題項之中，讓受訪飼主感到不滿意，同時也不重視的有：「住宿地點有店犬，能與自己的寵物犬互動」、「住宿地點內有提供給寵物犬的付費服務」及「住宿地點內提供寵物犬周邊商品的販賣服務」。這三項題項皆在「服務便利」構面，可見目前相關業者所提供的這些服務都是讓飼主感到滿意度低，且

重視度也低。

而在所有題項之中，讓受訪飼主感到很重視，但卻不滿意的是：「飼主可選擇付清潔費與寵物犬睡在床上」，由此可知，受訪飼主相當重視自己是否能選擇付清潔費和寵物犬一同睡在床上，但目前因相關住宿業者的規劃、考量等總總因素，造成飼主並不滿意。

5.1.3 重要—滿意度分析之結論

1. 業者表現良好之處：

目前相關旅遊住宿業者在提供飼主之設備、設施環境，如：附有圍籬的寵物犬跑跳空間、寵物犬清洗設備等；以及對住宿地點所訂定、規劃及管理之各項經營方式，是飼主所重視的，而且普遍也讓飼主感到很滿意，因此以上為業者之競爭優勢，應當繼續保持。

2. 業者投入過多資源之處：

目前相關旅遊住宿業者提供給飼主及寵物犬之各項餐點安排、用餐環境等雖然是讓飼主感到滿意的，然而飼主卻並不重視，因此建議業者可將這些資源適時轉移。

3. 飼主對於業者表現不重視也不滿意之處：

目前受訪飼主對於相關旅遊住宿業者提供的各項服務，例如：是否提供寵物犬清潔用品、寵物犬美容及攝影等，都不是很重視，同時也不是

很滿意。這些題項中，有些為借用、發放寵物犬的用具方面，這樣的結果可以得知，飼主因寵物犬習性，大多會配合寵物犬的習慣，自行攜帶寵物犬熟悉的用品；另外也有可能因為衛生考量，因此由飼主自行攜帶，以上原因造成飼主並不重視住宿地點是否借用、發放寵物犬的相關用具。同時，也有可能是業者並未提供這些寵物犬相關用品，因此飼主只好自行攜帶，造成了飼主雖然有預期要自行準備，但到了住宿地點臨時需要用到時，卻發現業者並未提供借用，因此不是太滿意。而在住宿地點提供的其他付費服務，飼主也是不太重視，在實際到訪後可能因為價位，讓飼主對這些額外的服務也不是太滿意。

4. 業者需優先改善之處：

目前受訪飼主對於是否「可選擇付清潔費與寵物犬睡在床上」是相當重視的，然而業者的表現卻讓飼主感到不滿意，不過相關旅遊住宿業者只要稍加改善，便能提升飼主的滿意度。

5.2 建議

飼主對親子旅遊寵物犬的住宿需求體驗若為滿意的，絕對能提升住宿率，因此將依據以上的研究結果，提供以下建議給相關業者作為經營參考：

1. 將資源有效利用及分配

依據研究結果，目前相關旅遊住宿業者所安排的各項餐點及用餐環境等，受訪飼主是感到滿意的，然而這些卻並不是飼主所重視的，因此建議業者不需要投入太多資源在此方面，可以將這些資源適度轉移至其他需要加強的部分，以提升飼主對於住宿需求的整體滿意度。

2. 提供購買或發放部分寵物犬之用具

依據以上研究結果可以得知，受訪飼主因犬類動物的嗅覺較為敏感，因此大多會配合寵物犬的習慣，自行攜帶寵物犬熟悉的用品，以減少寵物犬緊張焦慮的情形。然而有時飼主可能到了住宿地點才臨時需要用到或忘記攜帶相關用品，因此建議業者在未來可準備部分寵物犬的用具，如：拋棄式尿墊等，提供飼主在需要時可以購買，或業者直接發放給飼主，讓飼主感覺到業者的貼心，以提升飼主的滿意度。

3. 推動優惠與促銷活動

依據以上研究分析，部分相關旅遊住宿業者會提供在住宿地點的其他服務，如：寵物犬周邊商品的販賣；或是額外付費服務，如：寵物犬攝影、專業寵物犬美容等，但受訪飼主大多不太重視，因為這些通常不是飼主帶寵物犬來住宿時的首要考量。此外，在受訪飼主實際到訪後，因為這些服務是額外收費，加上飼主可能會覺得費用太昂貴，導致飼主對

這些額外收費的服務不是太滿意，因此建議業者可提供一些優惠的促銷方案，吸引飼主，以提高飼主的滿意度。

4. 讓飼主與寵物犬同床之規劃

依據以上研究結果可以得知，在此次的研究中，唯一需要優先改善的是「飼主可選擇付清潔費與寵物犬睡在床上」，可見此為受訪飼主所重視的，但目前可能種種原因，無法讓飼主感到滿意，建議相關業者可以在這方面多加規劃、改善，讓飼主可以提升滿意度。

5.3 對未來相關主題研究者之建議

此研究針對研究主題「親子旅遊寵物犬住宿需求」設計問卷，進行調查及探討，由於能夠收錄的題目數量有限，因此研究內容有局限性，建議未來相關研究者可增加其他方式進行研究，例如：訪談。或是除了從飼主的角度外，也可以從業者的角度來深究，使其研究成果能更加廣泛、周延。

參考文獻

一、 中文文獻

1. 上報 (2022 年 10 月 04 日)。少子化海嘯！寵物比新生兒還多 國人「寧願養毛小孩也不願生」。取自 <https://myppt.cc/y1jRgo>
2. 天下雜誌 (2021 年 4 月 19 日)。帶毛小孩度假去！3 個寵物旅行提案，星級飯店也能毛起來住。取自 <https://reurl.cc/8qyldR>
3. 內政部寵物登記管理資訊網 (2023)。取自 <https://www.pet.gov.tw/>
4. 史文馨 (2018)。國內旅遊寵物犬入住飯店之探討與建議—以觀光旅館為例。臺北城市科技大學，臺北市。
5. 永析統計諮詢(2018 年 10 月 5 日)。重要性與滿意度調查分析(IPA)結果解析。取自 <https://www.yongxi-stat.com/ipa/>
6. 台視新聞 (2022 年 6 月 23 日)。500 億寵物萌經濟！飯店推五星級貓狗套房。取自 <https://reurl.cc/Q4dK45>
7. 台灣旅宿網 (2023)。取自 <https://taiwanstay.net.tw/>
8. 自由財經 (2022 年 10 月 4 日)。願養不願生 台灣寵物多過嬰。取自 <https://ec.ltn.com.tw/article/breakingnews/4076277>
9. 朱純孝、薛育婷、林君璘、王怡鈞 & 王昱翔 (2017)。直觀模糊環境下之相似度對角線式重要-表現分析法之建立。科技部補助

專題研究計畫（編號：MOST 104-2410-H-156-015-SSS）未出版。

10.交通部觀光局（2003）。取自 <https://myppt.cc/7jWxYe>

11.交通部觀光局觀光市場摘要(2021)。取自 <https://myppt.cc/5myu0u>

12.全國法規資料庫－動物保護法（2023）。取自

<https://myppt.cc/XWSpyx>

13.吳玉敏（2007）。從經營管理者與消費者觀點探究台灣汽車旅館之發展脈動與未來展望。真理大學，新北市。

14.吳虹萱（2008）。親子旅遊中親子關係對休閒體驗之影響。中國文化大學，臺北市。

15.汪冰倩（2020）。中國工作犬業。維普期刊，第12期，68-69。

16.林孟斐（2014）。寵物依戀、寵物旅遊態度與幸福感關係之研究－以寵物旅遊產品為干擾。亞洲大學，台中市。

17.林秋燕（2011）。國民小學教師休閒旅遊動機與住宿需求考量因素之研究。亞洲大學，台中市。

18.洪久賢（2014）。餐旅的科學與技術：奏出健康舒適的餐旅交響樂。取自 <https://lurl.cc/we49Op>

19.施光恆（2006）。礁溪地區溫泉旅館遊憩體驗之研究。佛光大學，

宜蘭縣。

20.胡育瑜、曾亞藝、陳育駿&簡君倫(2013)。對寵物友善的旅館投宿服務品質調查：重要性與實際表現之差異性研究。國立高雄餐旅大學，高雄市。

21.胡容瑄（2011）。台中市居民從事親子旅遊之旅遊動機、偏好與滿意度。亞洲大學，台中市。

22.美國養犬俱樂部 AKC, AMERICAN KENNEL CLUB（2023）。
取自 <https://www.akc.org/>

23.財政統計年報-財政部全球資訊網(2018)。
取自 <https://myppt.cc/Cbg7we>

24.陳炳欽（2002）。台灣地區連鎖國際觀光旅館經營效率之研究。南華大學，嘉義縣。

25.旅遊住宿業定義 MBA 智庫百科（2023）。
取自 <https://myppt.cc/gvZikF>

26.旅遊雲（2018年01月23日）。帶毛小孩過新年！訂房網公佈「全台5間寵物友善民宿」。取自 <https://reurl.cc/pLmdxl>

27.陳雅婷（2020）。遊客旅遊行為與住宿需求之研究—以嘉義市旅客為例。吳鳳科技大學，嘉義縣。

- 28.袁翠苹 (2006)。寵物於家庭—另一個家人與寵物死亡事件之探討。網路社會學通訊期刊，第 58 期。
- 29.許嘉芳 (2017)。以差異中之差異法來檢視住宿需求的消費券效果。國立暨南國際大學，南投縣。
- 30.莊慧秋 (1985)。寵物之愛。張老師月刊，96(16)，頁 82-87。
- 31.張靜宜(2004)。服務設計影響服務便利性知覺之研究。東吳大學，臺北市。
- 32.雅瑪知識(2023)。設備的定義。取自
<https://www.yamab2b.com/why/4017416.html>
- 33.辜耀義 (2019)。素食連鎖餐飲經營策略之探討。國立中正大學，嘉義縣。
- 34.遠見雜誌 (2023 年 1 月 10 日)。台灣新生兒史上最低！全球最小子化的 5 大國家，為什麼年輕人不生小孩？取自
<https://www.gvm.com.tw/article/98605>
- 35.遠東人 (2021 年 3 月號)。萌經濟「錢景」看漲。取自
<https://reurl.cc/eX8W5K>
- 36.農業委員會 (2023)。取自 <https://www.coa.gov.tw/>
- 37.經濟日報 (2023 年 3 月 20 日)。旅宿餐飲搶攻寵物商機。取自

<https://money.udn.com/money/story/122331/7044627>

38.臺北市動物友善空間業者輔導電子書（2019）。取自

<https://myppt.cc/05PhLI>

39.劉仲矩、蔡愷矜（2019）。寵物民宿關係美學認知類型之研究。運
動與遊憩研究，13（3），59—70。

40.謝宗盛（2023）。寵物友善旅宿之商業模式創新—以「咩咩不是羊
民宿」為例。國立東華大學，花蓮縣。

41.顏阿桃（2010）。旅遊動機、家庭生命週期對家庭旅遊決策影響之
研究。私立逢甲大學，台中市。

42.簡好儒（2002）。寵物商品化與價值變遷：分析 1950 年代後犬市
場的形成與變遷。國立臺灣大學，臺北市。

二、英文文獻

1. Brotherton, B. (2004). *Critical success factors in the UK budget hotel operations*. International Journal of Operations & Production Management, 24(9/10), 944-969.
2. Grand View Research, Inc. (2023). *Pet Travel Services Market Size, Share & Trends Analysis Report By Pet Type (Dogs, Cats), By Travel Type (Domestic, International), By Application Type, By Booking Type, By Region, And Segment Forecasts, 2023–2030*.
3. Ren, L., Qiu, H., Wang, P., & Lin, P.M.C. (2016). *Exploring customer*

experience with budget hotels : Dimensionality and satisfaction.

International Journal of Hospitality 91 Management, 52, 13-23.

4. Tat Y.Choi&Raymond Chu(2001) , "*Determinants of hotel guests' satisfaction and repeat patronage in the Hong Kong hotel industry*" , International Journal of Hospitality Management,20(3) ,277-297



附錄一 預試問卷

親愛的先生/小姐，您好：

首先感謝您撥冗填寫此問卷，本問卷主要是了解飼主攜帶寵物「犬」旅遊時，對於住宿的需求。問卷採不記名方式作答，僅作學術用途絕不會公開，請您安心填答。

您寶貴的意見將對本研究成果具有重要的參考價值，懇請您完整填寫每一選項，再次感謝。

敬祝您 身體健康、萬事如意

南華大學旅遊管理學系旅遊管理碩士班

指導教授：于 健 博士

研究生：李香瑾 敬上

[第一部分]基本資料

一、是否曾經養過寵物：否 是

二、寵物的物種：犬 貓 其他

三、是否曾經帶寵物犬旅遊住宿：否 是

*以上三題若有其中一題答案為否，或飼養的寵物不是犬類，則以下題目無需填答，十分感謝！

四、性別：男性 女性

五、年齡：20歲(含)及以下 21-30歲 31-40歲 41-50歲 51歲(含)以上

六、職業：學生 軍警公教 農林漁牧業 工商業 服務業
家管 退休 其他

七、月平均收入：20000元(含)以下 20001-30000元
30001-40000元 40001-50000元 50001元(含)以上

八、婚姻：未婚 已婚 其他

九、是否有小孩：無 有，____人

十、帶寵物犬出門的意願：非常願意 願意 普通 不願意 非常不願意

十一、曾經養寵物犬的經歷：1年以下 1-2年 2-3年 3-4年 4-5年 5年以上

十二、寵物犬體型(寵物犬超過2隻以上可複選)：

超小型犬：4公斤以下，如：馬爾濟斯犬、吉娃娃等。

小型犬：5-10公斤，如：巴哥犬、貴賓犬等。

中型犬：11-30公斤，如：邊境牧羊犬、柴犬等。

大型犬：31-40公斤，如：德國狼犬、黃金獵犬等。

超大型犬：41公斤以上，如：大丹犬、聖伯納犬等。

十三、帶寵物犬旅遊住宿時，最常選擇的住宿型態(單選)：飯店 旅館

汽車旅館 客棧(Inns) 民宿 露營區帳篷 露營車 小木屋 其他

十四、帶寵物犬住宿時的平均天數：2天1夜 3天2夜 4天3夜
5天4夜(含)以上

十五、曾經帶寵物犬旅遊住宿的次數：1-3次 4-6次 7-10次 11次(含)以上

十六、帶寵物犬旅遊時，住宿平均每房/每晚可以接受的價位(單選)：

2000元以內 2001-3000元 3001-4000 4001-5000元

5001-6000元 6001元以上

十七、帶寵物犬旅遊時，最常使用的交通工具：

自行開車 騎機車 大眾交通工具 跟團 其他

十八、帶寵物犬旅遊住宿的最主要旅遊原因(單選)：

本人想去 想讓寵物犬外出玩耍 想和寵物犬一同創造回憶

寵物犬沒有人照顧，只好一同前往旅遊 其他

*填答說明：

以下各題請分別回答重視程度與滿意度左右兩小題。

重視程度是您認為這個題目對親子旅遊寵物犬住宿需求的重要性。

滿意度是您在住宿後的感受。

[第二部分] 當您攜帶寵物犬住宿時，請依您對於住宿需求之重視程度、滿意度的每一題做填答。

一、設備

重視程度					親子旅遊寵物犬住宿需求	滿意度				
非常重要	重要	普通	不重要	非常不重要		非常滿意	滿意	普通	不滿意	非常不滿意
<input type="checkbox"/>	房間內有寵物犬專屬上廁所區域(如：尿布墊等)。	<input type="checkbox"/>								
<input type="checkbox"/>	住宿地點內有提供寵物犬專用衛生清潔用具(如：拾便袋、拖把、寵物犬用清香劑等)。	<input type="checkbox"/>								
<input type="checkbox"/>	住宿地點內有專屬寵物犬的活動空間(如：寵物犬運動場、草地、泳池等)。	<input type="checkbox"/>								
<input type="checkbox"/>	住宿地點內專屬寵物犬的活動空間設有圍籬，以防寵物犬走失。	<input type="checkbox"/>								

<input type="checkbox"/>	住宿地點內有清洗設施，供寵物犬玩水後或需要時使用（如：寵物犬洗澡台、吹水機等）。	<input type="checkbox"/>								
--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------

二、服務便利

重視程度					親子旅遊寵物犬住宿需求	滿意度				
非常重要	重要	普通	不重要	非常不重要		非常滿意	滿意	普通	不滿意	非常不滿意
<input type="checkbox"/>	住宿地點內有提供給寵物犬的付費服務（如：寵物犬攝影、專業寵物犬美容等）。	<input type="checkbox"/>								
<input type="checkbox"/>	住宿地點內提供寵物犬周邊商品的販賣服務。	<input type="checkbox"/>								
<input type="checkbox"/>	當飼主不方便帶寵物犬外出時，住宿地點內有專人協助託管寵物犬。	<input type="checkbox"/>								
<input type="checkbox"/>	住宿地點有店犬，能與自己的寵物犬互動。	<input type="checkbox"/>								

三、餐食安排

重視程度					親子旅遊寵物犬住宿需求	滿意度				
非常重要	重要	普通	不重要	非常不重要		非常滿意	滿意	普通	不滿意	非常不滿意
<input type="checkbox"/>	餐廳內有提供專屬寵物犬的餐食。	<input type="checkbox"/>								
<input type="checkbox"/>	餐廳內有提供寵物犬專用餐具。	<input type="checkbox"/>								
<input type="checkbox"/>	提供寵物犬牽繩掛鉤或寵物犬運輸籠，讓飼主安心用餐。	<input type="checkbox"/>								
<input type="checkbox"/>	避免寵物犬進入食物製作區。	<input type="checkbox"/>								

四、經營管理

重視程度					親子旅遊寵物犬住宿需求	滿意度				
非常重要	重要	普通	不重要	非常不重要		非常滿意	滿意	普通	不滿意	非常不滿意
<input type="checkbox"/>	飼主可選擇付清潔費與寵物犬睡在床上。	<input type="checkbox"/>								
<input type="checkbox"/>	住宿地點的寵物犬活動範圍能加強清潔。	<input type="checkbox"/>								
<input type="checkbox"/>	住宿地點具有良好的評價。	<input type="checkbox"/>								
<input type="checkbox"/>	住宿地點張貼寵物友善貼紙或標誌。	<input type="checkbox"/>								
<input type="checkbox"/>	訂定寵物友善公約，維護飼主及其他消費者權益。	<input type="checkbox"/>								

問卷結束，請協助檢查是否有漏答之題目，非常感謝您的耐心填答！

附錄二 正式問卷

親愛的先生/小姐，您好：

首先感謝您撥冗填寫此問卷，本問卷主要是了解飼主攜帶寵物「犬」旅遊時，對於住宿的需求。問卷採不記名方式作答，僅作學術用途絕不會公開，請您安心填答。

您寶貴的意見將對本研究成果具有重要的參考價值，懇請您完整填寫每一選項，再次感謝。

敬祝您 身體健康、萬事如意

南華大學旅遊管理學系旅遊管理碩士班

指導教授：于 健 博士

研究生：李香瑾 敬上

[第一部分]基本資料

一、是否曾經養過寵物：否 是

二、寵物的物種：犬 貓 其他

三、是否曾經帶寵物犬旅遊住宿：否 是

*以上三題若有其中一題答案為否，或飼養的寵物不是犬類，則以下題目無需填答，十分感謝！

四、性別：男性 女性

五、年齡：20歲(含)及以下 21-30歲 31-40歲 41-50歲 51歲(含)以上

六、職業：學生 軍警公教 農林漁牧業 工商業 服務業
家管 退休 其他

七、月平均收入：20000元(含)以下 20001-30000元
30001-40000元 40001-50000元 50001元(含)以上

八、婚姻：未婚 已婚 其他

九、是否有小孩：無 有，____人

十、帶寵物犬出門的意願：非常願意 願意 普通 不願意 非常不願意

十一、曾經養寵物犬的經歷：1年以下 1-2年 2-3年 3-4年 4-5年 5年以上

十二、寵物犬體型(寵物犬超過2隻以上可複選)：

超小型犬：4公斤以下，如：馬爾濟斯犬、吉娃娃等。

小型犬：5-10公斤，如：巴哥犬、貴賓犬等。

中型犬：11-30公斤，如：邊境牧羊犬、柴犬等。

大型犬：31-40公斤，如：德國狼犬、黃金獵犬等。

超大型犬：41公斤以上，如：大丹犬、聖伯納犬等。

十三、帶寵物犬旅遊住宿時，最常選擇的住宿型態(單選)：飯店 旅館

汽車旅館 客棧(Inns) 民宿 露營區帳篷 露營車 小木屋 其他

十四、帶寵物犬住宿時的平均天數：2天1夜 3天2夜 4天3夜
5天4夜(含)以上

十五、曾經帶寵物犬旅遊住宿的次數：1-3次 4-6次 7-10次 11次(含)以上

十六、帶寵物犬旅遊時，住宿平均每房/每晚可以接受的價位(單選)：

2000元以內 2001-3000元 3001-4000 4001-5000元

5001-6000元 6001元以上

十七、帶寵物犬旅遊時，最常使用的交通工具：

自行開車 騎機車 大眾交通工具 跟團 其他

十八、帶寵物犬旅遊住宿的最主要旅遊原因(單選)：

本人想去 想讓寵物犬外出玩耍 想和寵物犬一同創造回憶

寵物犬沒有人照顧，只好一同前往旅遊 其他

*填答說明：

以下各題請分別回答重視程度與滿意度左右兩小題。

重視程度是您認為這個題目對親子旅遊寵物犬住宿需求的重要性。

滿意度是您在住宿後的感受。

[第二部分] 當您攜帶寵物犬住宿時，請依您對於住宿需求之重視程度、滿意度的每一題做填答。

一、設備

重視程度					親子旅遊寵物犬住宿需求	滿意度				
非常重要	重要	普通	不重要	非常不重要		非常滿意	滿意	普通	不滿意	非常不滿意
<input type="checkbox"/>	房間內有寵物犬專屬上廁所區域(如：尿布墊等)。	<input type="checkbox"/>								
<input type="checkbox"/>	住宿地點內有提供寵物犬專用衛生清潔用具(如：拾便袋、拖把、寵物犬用清香劑等)。	<input type="checkbox"/>								
<input type="checkbox"/>	住宿地點內有專屬寵物犬的活動空間(如：寵物犬運動場、草地、泳池等)。	<input type="checkbox"/>								
<input type="checkbox"/>	住宿地點內專屬寵物犬的活動空間設有圍籬，以防寵物犬走失。	<input type="checkbox"/>								
<input type="checkbox"/>	住宿地點內有清洗設施，供寵物犬玩水後或需要時使用(如：寵物犬洗澡台、吹水機等)。	<input type="checkbox"/>								

二、服務便利

重視程度					親子旅遊寵物犬住宿需求	滿意度				
非常重要	重要	普通	不重要	非常不重要		非常滿意	滿意	普通	不滿意	非常不滿意
<input type="checkbox"/>	住宿地點內有提供給寵物犬的付費服務（如：寵物犬攝影、專業寵物犬美容等）。	<input type="checkbox"/>								
<input type="checkbox"/>	住宿地點內提供寵物犬周邊商品的販賣服務。	<input type="checkbox"/>								
<input type="checkbox"/>	當飼主不方便帶寵物犬外出時，住宿地點內有專人協助託管寵物犬。	<input type="checkbox"/>								
<input type="checkbox"/>	住宿地點有店犬，能與自己的寵物犬互動。	<input type="checkbox"/>								

三、餐食安排

重視程度					親子旅遊寵物犬住宿需求	滿意度				
非常重要	重要	普通	不重要	非常不重要		非常滿意	滿意	普通	不滿意	非常不滿意
<input type="checkbox"/>	餐廳內有提供專屬寵物犬的餐食。	<input type="checkbox"/>								
<input type="checkbox"/>	餐廳內有提供寵物犬專用餐具。	<input type="checkbox"/>								
<input type="checkbox"/>	提供寵物犬牽繩掛鉤或寵物犬運輸籠，讓飼主安心用餐。	<input type="checkbox"/>								
<input type="checkbox"/>	避免寵物犬進入食物製作區。	<input type="checkbox"/>								

四、經營管理

重視程度					親子旅遊寵物犬住宿需求	滿意度				
非常重要	重要	普通	不重要	非常不重要		非常滿意	滿意	普通	不滿意	非常不滿意
<input type="checkbox"/>	飼主可選擇付清潔費與寵物犬睡在床上。	<input type="checkbox"/>								
<input type="checkbox"/>	住宿地點的寵物犬活動範圍能加強清潔。	<input type="checkbox"/>								
<input type="checkbox"/>	住宿地點具有良好的評價。	<input type="checkbox"/>								
<input type="checkbox"/>	住宿地點張貼寵物友善貼紙或標誌。	<input type="checkbox"/>								
<input type="checkbox"/>	訂定寵物友善公約，維護飼主及其他消費者權益。	<input type="checkbox"/>								

問卷結束，請協助檢查是否有漏答之題目，非常感謝您的耐心填答！