

台北海洋科技大學
海空物流與行銷系

碩士論文

特定寵物購買影響因素之研究
——以狗為例

**A Study of the Impact Factors of Purchasing the Specific
Pet – the Case Study of Dog**



研究生：盧思穎
指導教授：方信雄 博士

中 華 民 國 一 ○ 八 年 七 月 十 五 日

摘要

隨著少子女化、高齡化以及不婚主義的影響，根據政府動物保護網的數據，由2003-2017年的調查結果得知，近年來台灣飼養寵物人口比例越來越高，無論是犬或是貓，寵物漸漸被視為是家庭的一份子，也帶動了寵物業周邊發展，寵物新興行業正在萌芽發根。本研究旨在探討消費者個人特徵與寵物購買影響因素之關係，根據相關文獻建構量表作為蒐集資料的依據，並建立研究假說與架構，透過問卷調查法進行便利抽樣，針對有效樣本進行變異數統計分析。

研究結果發現，不同消費者個人特徵對於考量寵物購買因素具有差異性存在。男性與女性對於「飼養寵物可紓解壓力」及「寵物飼養潮流」之感受具有顯著性差異；年齡的大小對於「寵物性格」、「寵物未來體型大小」、「寵物毛髮整理的難易度」、「寵物飼養潮流」、「寵物陪伴需求」及「寵物店的售後服務」等影響因素呈現顯著性差異；月收入多寡對於「寵物未來體型大小」喜好具有顯著性差異；居住場所的不同對於「寵物毛髮整理難易度」的程度具有顯著性差異。影響寵物購買因素眾多，建議寵物經營業者依據消費者個人特徵的差異提供合適的服務策略。

關鍵字：特定寵物、犬種、寵物買賣、購買因素

