

從社群網絡觀點探討寵物飼養與理財 行為之關係

郭敏華·孫梅瑞·董素蘭·游人權*

(收稿日期：104 年 05 月 11 日；第一次修正：105 年 06 月 23 日；

接受刊登：105 年 06 月 27 日)

摘要

飼養寵物與理財投資，一方面看似獨立，另一方面在生活中卻可觀察到寵物飼主的投資理財行為較非飼主積極，其何以故？本研究從社群網絡的觀點出發，探討寵物飼養與投資理財間的關係。透過網路調查法，針對台灣 20 歲以上民眾隨機抽取，總計取得 2013 份有效問卷。分析結果發現，寵物飼主與非飼主間在理財行為、人格特質與社群網絡關係上都呈明顯差異，飼主除了理財投資顯著來得積極外，亦發現其人格特質較為正向、社群網絡關係較為密集。迴歸分析結果顯示，飼養寵物者呈現出較積極的投資行為特性，可能是受到社群網絡的影響，也就是說，寵物飼主之所以呈現出較積極的投資行為，因其擁有較廣密的社群網絡關係所致。

關鍵詞彙：寵物飼養，投資理財，社群網絡

壹·緒論

隨著社會型態的轉變與動物保護意識的提升，飼養寵物者越來越多，在生活中、網路上、大眾傳媒的節目裡，都可看到許多志同道合的飼主對於相關議題的熱烈討論，在社會上形成一股不容小覷的族群力量。從而引發不少學者對於寵物飼養的各種議題深入探討，包括飼主本身的人格特質、飼養行為對於飼主的影響等等。

很有趣的現象是，根據非正式的生活觀察，寵物飼主在投資理財上似乎比非飼主來得積極，但是這兩個行為乍看之下頗為「遙遠」，在學術研究上屬於兩個完全不同的學門。事實上，在現代教育分科越來越細瑣的態勢下，人類生活各個面向相互交錯密切影響的真實本質，往往被犧牲了，不同的面向在不同的學門裡被獨立對待，使得知識呈現高度碎形，亟待整合。寵物飼養與理財投資便是如此，兩者間可能存在著頗具啟發性的密切關係，卻因學門差距而成

* 作者簡介：郭敏華，世新大學財務金融學系教授；孫梅瑞，銘傳大學國際企業學系副教授；董素蘭，世新大學新聞學系講師；游人權，杏輝藥品工業股份有限公司專員。

為學術關切的死角，無從獲得應有的重視。由此乃引發了我們深入一探的研究動機，希望能從社群網絡的觀點探索寵物飼養與理財投資間的關係，除了了解寵物飼養者與非寵物飼養者之間的理財行為是否存在顯著差異外，並進一步檢視社群網絡是否為個中差異的重要因素。

之所以特別針對社群網絡，是因為在行為財務學中已有不少實證研究指出，除了個人內在的心理傾向外，外在的社群網絡對於投資理財行為同樣具有舉足輕重的影響：社群網絡的密集與投資理財活動的參與度呈現顯著的正向關係。而關於寵物飼養的研究顯示，寵物對於飼主的社群網絡具有很大的增強效果，因為寵物增加了飼主與他人溝通的機會，甚至扮演著人際互動間替代或互補的角色，促進人與人之間的互動(Veevers, 1985；陳彩琳, 2011；Virues-Ortega & Buela-Casal, 2006 等)。換句話說，飼主往往比非飼主擁有更密集而活躍的社群網絡。由此，寵物飼養與投資理財行為間，透過社群網絡可能存在著一定的關係，似乎是很合理的預期。

經過本研究透過問卷調查與分析，果然發現寵物飼主較諸非飼主更傾向於進行理財與投資活動，而透過迴歸分析進一步證實，其背後的關鍵因素正是社群網絡，因為在原始迴歸模型（不置入社群網絡變數）中，飼主的投資多角化程度與進出頻次都顯著高於非飼主者，但是一旦加入社群網絡變數後，社群網絡變數的係數高度顯著，而飼養變數卻變得幾乎不再顯著。簡而言之，寵物飼主的理財行為，較諸非寵物飼主顯著來得積極，而且其主要因素是來自較為積極活躍的社群網絡。本研究的貢獻，除了對於社群網絡對投資理財行為的影響，提供具體證據外，亦開啟了社會心理學與財務學間進一步的對話。

貳·文獻回顧與探討

根據東方線上行銷資料庫的調查，飼養寵物在台灣越來越普遍，台灣的寵物總數在 135 萬隻以上（李芝瑩、陳堂麒，2009），擁有寵物的人口在社會上已成為一個不容小覷的族群。更重要的是，頗多研究顯示，寵物飼養對於情緒或是人際關係都具有重要影響，例如飼主的焦慮感與寂寞感可因寵物飼養而明顯降低（Barker & Barker, 1998；Cole & Gawlinski, 1995），使快樂幸福感上升（Jorgenson, 1997）。2014 年，國際老齡聯合會（International Federation on Ageing）與指導贊助單位 Bayer HealthCare（拜耳醫藥保健公司）聯合發佈《伴侶動物與老年人健康》，其中對 1980 年至 2013 年的伴侶動物和老年人研究文獻進行系統性回顧，結論指出寵物飼養有助於緩解人們的焦慮、孤獨感和消沉

情緒，有益於人類健康¹，且可促進人際間的交往、緩解緊張情緒、平靜心情(陳彩琳, 2011)，以及提升個人自尊心、自我評價、增進人際關係、改善孤寂、適應變遷、減輕壓力等等(Virues-Ortega & Buela-Casal, 2006)。飼養寵物能排解飼主的寂寞感、滿足其被需要感(黃郁婷、李嘉惠、郭妙雪, 2011)，並減少老年人的孤單失落的感受(Garrity, Stallones, Marx, & Johnson, 1989)，增加了人類的幸福感、安全感，與自我認同感(Sable, 1995)。事實上，現今醫學確實不乏利用寵物來輔助治療失智老人與自閉兒童之例(陳麗茹, 2009)。更重要的是，寵物在現代人的社群網絡中扮演相當重要的角色(Wilson, 1991)，寵物被許多飼主視為家庭中正式的一份子，除了在家中給予飼主眾多情感和滿足(陳玉雲, 2003)外，也促進了飼主對外的人際關係(Cusack, 1988)，因為寵物可作為人際互動的中介者，扮演人際潤滑劑的角色，增進人與人間對話機會，有利於人際間開啟話題(Messent, 1983；Veever, 1985；蔡岳廷, 2009)，促進飼主人際發展。

另一方面，在行為財務學中已有多篇研究指出社群網絡在個人或家計單位的投資理財行為上具有重要影響。根據 Granovetter (1985) 的鑲嵌 (embeddedness) 理論，一切經濟行為都鑲嵌在人際關係網絡中，所有的交易行為都是在社會互動中產生的。不少研究發現，社群網絡越密集，家計單位的投資活動越多，(郭敏華、郭迺鋒與蕭欣宜, 2003；郭敏華與陳靜宜, 2006)。社群網絡越密集的家計單位，金融服務支出越高、活動越積極(郭敏華, 2010)。Hong, Kubin, and Stein (2005)甚至發現，位於鄰近地區的基金經理人所持有的投資組合相當類近，從而指出，即使是投資專家，其決策都相當程度地受到社群網絡的影響。由此可見社群網絡在投資理財行為中是相當重要的因素。

既然社群網絡是影響投資理財行為的重要因素，此因素又與寵物飼養間存在顯著關係，我們似可合理地推論，寵物飼主和非飼主之間，在投資理財行為上可能存在一定的差異；或者換個角度說，飼養寵物與投資理財行為間存在一定的關係，而且此一關係可能與社群網絡有極密切的關係。為檢視此一假說是否可獲實際證據的支持，本研究利用問卷調查法進行分析。

參・研究設計

¹ 參 <http://hk.prnasia.com/story/105633-2.shtml>

為從社群網絡觀點探討在寵物飼養與投資理財間的關係，本研究使用問卷調查法，透過波士特公司進行線上調查²，在固定 Panel 樣本群中針對 20 歲以上者隨機抽取。調查期間為 2012 年 5 月 22 至 2012 年 5 月 28 日，問卷回收後有效樣本為 2013 份，在 95% 的信心水準下，抽樣誤差為 $\pm 2.33\%$ 。問卷內容分為寵物飼養經驗、理財行為、人格特質、社群網絡，以及基本人口統計問項等幾個部分。

其中關於社群網絡變數，由於現代社會的社群網絡已由線下網絡擴展及於線上網絡，因此本研究同時納入線下人際接觸與線上社群參與二種變數，包括頻繁接觸人數、深度接觸人數、在寵物網站停留時間、在財經社群網站停留時間等。另外，基於寵物飼主與非飼主間在若干人格特質也可能有很大的差異，使二者間的投資行為有所不同，在實證檢視時必須加以控制。因此本研究將以下幾項與理財行為相關性較大的變數亦納入調查：耐心程度、樂觀程度、精打細算程度，與自信程度。

表一 本研究調查方法

調查方法	網路問卷
抽樣方法	固定 Panel 樣本群(Cyber Panel)中隨機抽取
訪問對象	20 歲以上大眾
有效樣本	2013 位受測者
抽樣誤差	$\pm 2.33\%$ (95%的信心水準)
調查時間	2012 年 5 月 22 日至 2012 年 5 月 28 日

收回問卷後，利用敘述統計進行樣本結構分析，再透過均差檢定與 ANOVA 檢視不同群組間理財行為的異同，最後利用回歸模型分析飼養寵物與社群網絡變數對理財行為的影響。以下先針對多元迴歸模型做一說明。

$$Y = B_0 + X_1B_1 + X_2B_2 + X_3B_3 + e$$

式中 Y 表投資行為變數(包括投資分散度、股票分散度、進出頻次)； X_1 為寵物飼養變數向量(如是否飼養寵物、寵物投入心力)等； X_2 為人口統計變數(如性別、年齡、學歷、收入、婚姻狀況)與人格特質(如耐心程度、樂觀程度、精打細算程度、自信程度)，主要是鑑於人口特性與若干人格特質都可能影響投資理財行為，須納入以為控制； X_3 為社群網絡變數向量(包括頻繁接觸人數、深

² 該公司係一專業線上市調業者，協助商業與學術界進行線上調查，進行方式主要是向龐大會員發放問卷填答邀請，並以現金點數回饋、折價優惠、直接獲得現金或兌換贈品、參與抽獎等來方式做為填答問卷的誘因。

度接觸人數、在寵物網站停留時間、在財經社群網站停留時間)，是為模型的觀察重點，主要在觀察寵物飼養對投資行為之影響(係數 B_1)是否因模型中納入社群網絡變數而出現顯著差異，如果納入社群網絡變數會使 B_1 的顯著性下降，甚至變得不顯著，就意味著寵物飼養對投資行為的影響是透過社群網絡所致。也就是說，寵物飼主因具有較密集的社群網絡，使其理財行為顯著異於非飼養寵物者。

肆・實證結果分析

經網路調查，總計取得 2132 份問卷後，而為降低受測者隨意作答使問卷品質受損的疑慮，乃先逐一檢查，剔除答項前後不一致的樣本，同時針對問卷中九個五點量表問項一一檢視，如果中立選項勾選達 5 個以上者，即予與排除，以降低敷衍作答造成的偏誤。最後總計有效問卷為 2013 份。

一、樣本人口結構分析

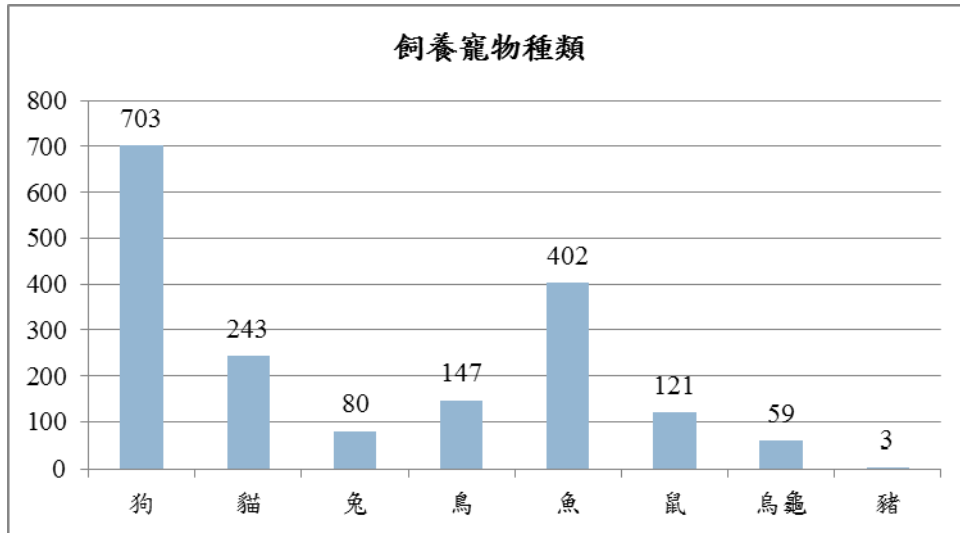
就樣本結構來看，女性(占 54.5%)略多於男性；以大專以上學歷為主，大專與大學畢業者占 71.9%。21 歲至 35 歲的青壯族群占七成以上；在職業別方面，以服務業(22.2%)與電子業(12.6%)從業人員最多。收入方面，每月收入 1 至 3 萬元者約占 36.2%，3 至 5 萬元者約占 30.3%。居住地方面，約 51%居住於北部，其次為南部地區(26.7%)。婚姻狀況方面，有偶者占 35.2%(包括已婚與同居)。

表二 本研究樣本結構

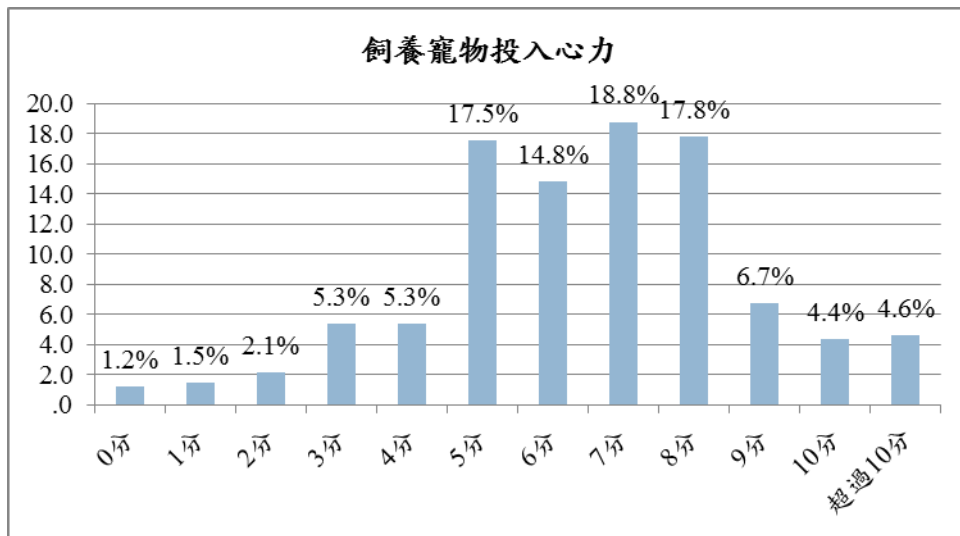
	樣本數	%		樣本數	%		樣本數	%
是否養寵物			月收入			職業		
沒有	776	38.5	無收入	201	10.0	教師	74	3.7
有	1237	61.5	10000 元以內	231	11.5	金融保險業	107	5.3
性別			10000(含)~30000 元	729	36.2	醫護人員	52	2.6
女性	1098	54.5	30000(含)~50000 元	610	30.3	農、林、漁、木	37	1.8
男性	915	45.5	50000(含)~70000 元	169	8.4	工、礦業	136	6.8
年齡			70000(含)~90000 元	24	1.2	軍警	40	2.0
21~25 歲	390	19.4	90000 元以上(含)	49	2.4	服務業	447	22.2
26~30 歲	529	26.3	婚姻狀況			家庭主婦	97	4.8
31~35 歲	481	23.9	已婚	676	33.6	公務人員	79	3.9
36~40 歲	281	14.0	未婚	1239	61.5	學生	165	8.2
41~45 歲	165	8.2	同居	32	1.6	自由業	138	6.9
46~50 歲	77	3.8	離婚	51	2.5	空服員	3	.1
51~55 歲	50	2.5	喪偶	12	.6	建築業	47	2.3
56~60 歲	30	1.5	其他	3	.1	新聞傳播業	5	.2
61~65 歲	6	.3	居住地			設計業	30	1.5
66 歲以上	4	.2	北部	1026	51.0	電子業	253	12.6
學歷			中部	415	20.6	貿易	69	3.4
高中及以下	332	16.5	南部	537	26.7	待業中	125	6.2
大專	355	17.6	東部	32	1.6	其他	109	5.4
大學	1093	54.3	總和	2010	100.0			
碩士	212	10.5	系統界定的遺漏	3				
博士	21	1.0						
總和	2013	100.0	總和	2013	100.0	總和	2013	100.0

二、寵物飼養、社群網絡與投資理財行為

經統計整理，六成以上的受測者(61.5%)目前或過去 2 年內有飼養寵物，其中以養狗最多，養魚次之，養貓第三(參圖一)。在照養寵物所投入的心力和時間方面，如果滿分以 10 分計，受測者在飼養寵物上的投入程度，平均 7.47 分，有三分之一的受測者表示其投入心力在 8 分以上(參圖二)。至於社群網絡的相關變數，就每日人際接觸來說，不論是頻繁接觸或深度接觸，都以 1~4 人為最多；而在網站瀏覽方面，瀏覽財經網站者略高於寵物網站的瀏覽：將近 49% 的受測者每周花一小時以上瀏覽財經網站，而瀏覽寵物網站者占總樣本的 34%。



圖一 飼養寵物種類之樣本分佈



圖二 飼養寵物投入心力之分佈

三、寵物飼主理財較積極：組間比例差檢定與均差檢定

寵物飼養與理財行為間的關係如何，以下將先對整體分佈做一了解，針對寵物飼主與非飼主從事相關理財活動的樣本結構做一比例差檢定，再利用ANOVA觀察二組樣本的理財活動是否存在顯著關係與差異，最後再透過迴歸分析進一步了解寵物飼養以及社群網絡對於投資活動是否具有顯著影響。

表三列示了飼主群組與非飼主群組從事各項理財投資活動的樣本比例。由表中可大致看出，除了人壽保險外，台灣民眾最普遍的理財標的為上市櫃股票、儲蓄型保險和房地產，其中投資股票者占總樣本比例為 40%。更重要的是，寵物飼養者對於理財活動的積極度明顯比沒有飼養者來得積極，其中比例差達顯著差異的理財投資活動，包括房地產、黃金、基金、權證、REITS 等，寵物飼主從事這些理財活動的比重都顯著高於未飼養者。而對於表中所列各項資產都沒有投資的比重，未飼養者為 19.6%，也顯著高於飼養者的 12.0%。亦即，寵物飼主的理財行為明顯較為積極。

此外，研究中亦就一般性的理財習慣以及股票投資行為進行調查，包括記帳習慣、儲蓄習慣、儲蓄比重、股票投資比重、進出頻次，與持股檔數等。結果發現，一般性的理財習慣，諸如括記帳習慣、儲蓄習慣、儲蓄比重等，寵物飼主與非飼主間並沒有顯著差異，但是只要是關於股票投資的變數，二組間皆呈顯著差異。例如，股票投資資金占所得的平均比重，飼主平均為 6.9%，顯著高於非飼主的 5.0%；投資資產的分散度(平均 2.3 種)和股票投資的分散度(平均 2.2 檔)也都顯著高於非飼主(分別為 2.1 種和 1.6 檔)；飼主每月進出股市平均 1.7 次，同樣顯著高於非飼主的 1.2 次，以上各項均差檢定都達 1%統計顯著水準(參表四)。由此更進一步呈現出寵物飼主在投資理財活動上相對較為積極的特性。

表三 組間比例差檢定

	投資者占各組樣本之比重		
	飼主%	非飼主%	
人壽保險(包括醫療、意外險)	46.4	45.9	
上市、櫃股票	41.6	38.0	
儲蓄型保險	40.7	38.3	
房地產	40.5	35.3	*
投資型保單	23.3	24.2	
黃金	15.4	9.7	*
基金	11.8	6.3	*
期貨	3.8	2.7	
選擇權	3.2	2.3	
權證	2.3	1.0	*
ETF	2.3	1.6	
REITs	1.1	0.3	*
未購買上列資產	12.0	19.6	*

說明：表中有飼養寵物者樣本數 1237 個，未飼養者 776 個。*表組間比例差檢定達 5%統計顯著水準。

四、飼主較具正向人格特質、社群網絡較密集：組間均差檢定

投資理財行為之所以與寵物飼養有關，主要原因除了社群網絡的差異外，飼主與非飼主間在若干影響理財行為的人格或心理特質上也可能存在一定的差異，使其呈現出不同的理財行為，在進行實證分析時應儘量加以控制，因此在問卷中亦納入耐心程度、樂觀程度、精打細算程度、自信程度等項目。以下即針對二組樣本在上列各項心理特質與各項理財構面上的平均傾向，利用組間均差檢定做一分析。

從表四可知，就上列各項人格特質而言，寵物飼主相對來得有耐心、樂觀、自信，也較為精打細算，均差檢定也都達到 1% 統計顯著水準。至於社群網絡變數，寵物飼主每日頻繁接觸平均 8.0 個人、深度接觸平均 4.7 個人，皆顯著多於非飼主的 5.8 人和 3.1 人；而瀏覽寵物網站的時間，飼主平均每週是 1.9 小時，比非飼主多出 1 個小時；瀏覽財經網站的時間，飼主平均每週是 2.3 小時，而非飼主平均 1.7 小時，由此可知，寵物飼主不管是線上或線下的社群網絡都比非飼主來得密集。下節即進一步分析，此種社群網絡差異，是否是二組間理財行為差異的重要原因。

表四 寵物飼主與非飼主之人格特質與理財行為：組間均差檢定

理財行為變數	飼主	非飼主	均差 P 值	人格與人際變數	飼主	非飼主	均差 P 值
記帳習慣	.35	.31	.476	耐心程度	2.3	1.2	.000
儲蓄習慣	.96	.93	.555	樂觀程度	2.4	1.6	.000
儲蓄比重(%)	18.0	17.4	.479	自信程度	1.6	0.8	.002
投資比重(%)	6.9	5.0	.000	精打細算程度	2.4	2.1	.000
進出股市次數(次/月)	1.7	1.2	.000	頻繁接觸	8.0	5.8	.000
平均持股檔數	2.2	1.6	.000	深度接觸	4.7	3.1	.000
投資資產種類	2.3	2.1	.000	瀏覽寵物網站	1.9	0.9	.000
				瀏覽財經網站	2.3	1.7	.000

五、社群網絡差異係寵物飼主與非飼主間理財行為差異之重要原因：迴歸檢定

綜合以上的實證發現，寵物飼主與非飼主間在許多構面上都呈現顯著差異：飼主的投資行為較積極、人格特質較正向、社群網絡較密集。本研究主要

在探討二者間投資行為之所以呈現差異，社群網絡的不同是否是其中很重要的因素，以下即藉由迴歸模型進行分析。

投資分散度與進出頻次是最重要的兩項基本投資行為，因此本研究特針對所有樣本的投資分散程度（購買幾種資產、投資幾檔股票）與股市的進出頻次，進行迴歸分析。本研究建立了三組投資模型，模型一是基本模型，僅納入基本人口統計變數與人格特質變數，作為觀察基準；模型二再納入是否飼養寵物和飼養投入心力變數，以檢視在控制了人口與性格特質變數後，寵物飼養對於理財行為是否具有顯著影響；最後，在模型三中加入社群網絡變數，一方面觀測網絡變數本身的係數是否顯著影響投資行為，更重要的是比較兩組迴歸模型中，寵物飼養變數的影響是否出現明顯下降。若飼養變數在未加入社群網絡變數的迴歸模型具有顯著影響，而在放入社群網絡變數後，原先的顯著效果下降的話，即表示寵物飼主的理財行為之所以有別於未飼養寵物者，並非來自不同的人格特質或是飼養行為所致，而是不同的社群網絡所造成。而迴歸結果顯著支持了本研究的假說：社群網絡差異是寵物飼主的理財行為之所以有別於未飼養寵物者的重要原因。以下即就迴歸分析結果做一說明。

由表五至表七各迴歸模型可發現，在不包括寵物飼養與人際變數的基準模型中，在人口統計變項中達到 1% 統計顯著水準的變數包括年齡、學歷、收入。學歷共設兩個虛擬變數，學歷高是指碩、博士學歷者；學歷低是指國、高中學歷者；收入亦設兩個虛擬變數，由於樣本中包含無收入的學生，故收入高是指月收入(不含投資利得)50000 元以上、收入低是指月收入(不含投資利得)10000 元以內。更具體地說，就投資行為來說，男性比女性、中學歷比低學歷者、或是年齡較高者、收入較高者，不管是所投資的資產項目、股票檔數，或是進出股市頻次，都顯著較高。在與理財有關的人格特質方面，達到統計顯著水準最多的是精打細算程度，其次是自信程度。較會精打細算的人理財較積極；自信程度與股市投資的關係較大，較有自信者，進出股市較頻繁，不過這個因素的影響在加入人際變數之後，也變得不顯著了，意味著社群網絡變數對於投資行為具有重要的影響。

關於寵物飼養方面，在不放入人際變數的模型二中，寵物變數（有無飼養的虛擬變數或者飼養投入心力程度）在三個投資行為迴歸模型中皆達統計顯著水準，與投資行為呈正向關係，與先前組間均差的檢定結果一致。更重要的是，三組模型（投資分散度、股票分散度、股市進出頻次）的 Adj R² 並未因加入寵物飼養變數而明顯上升，但加入社群網絡變數後，三個投資行為迴歸模型的解釋力都明顯升高，再次顯示社群網絡的確是影響個人投資行為一項很重

要的因素。而且當加入社群網絡變數後，在模型三中，除了有無飼養寵物虛擬變數對於股票分散度仍具顯著影響外，在投資分散度與股市進出頻次模型中，二個寵物變數都已不再具有顯著的影響了，換句話說，寵物飼主之所以比非飼主呈現出更為積極的投資行為，主要是因為寵物飼主的社群網絡較非飼主來得密集所致，本研究的假說獲實證支持。

表五 迴歸分析表

模型是否包含網絡變數	應變數	投資分散度	股票分散度	進出頻次
	飼養寵物變數			
無	有飼養寵物	++	+++	+++
	飼養投入心力		++	+++
有	有飼養寵物		+++	
	飼養投入心力			

說明：+++ (++) 表該飼養變數的係數達顯著為正，達 1% (5%) 統計顯著水準。

在社群網絡變數中最具一致性影響力的變數，是停留財經社群網站的時間與深度接觸的人數，停留在財經社群網站的時間越長者，一般投資與股票投資都越分散，進出股市也越頻繁；深度接觸變數對於股市投資的分散度和進出頻繁度也都具顯著正向影響，平常深度接觸的人數較多者，股票投資越分散，進出股市越頻繁，但是對於一般性投資卻呈現相反的影響，反而是一般性（非深度）頻繁接觸的人與之呈正向關係，也就是說，平日頻繁接觸的人較多者、深度接觸的人數較少者，投資資產項目較多，揣測其中的原因，可能與台灣的理財人口以投資股票最普遍有關，當深度接觸者較多屬於股民時，越多與股民深度接觸者便越可能將資金投入股市、而非其他資產。

表六 投資分散度之影響因素

變數	MODEL 1		MODEL 2				MODEL 3					
	係數	P 值	係數	P 值	係數	P 值	係數	P 值	係數	P 值		
性別	-0.071	0.305	-0.069	0.321	0.004	0.962	-0.138	0.041	-0.136	0.044	-0.064	0.466
年齡	0.303	0.000	0.304	0.000	0.303	0.000	0.277	0.000	0.278	0.000	0.284	0.000
高學歷	-0.028	0.798	-0.02	0.855	-0.015	0.917	-0.018	0.867	-0.012	0.908	-0.021	0.882
低學歷	-0.533	0.000	-0.542	0.000	-0.547	0.000	-0.465	0.000	-0.472	0.000	-0.479	0.000
高收入	0.505	0.000	0.493	0.000	0.5	0.000	0.488	0.000	0.481	0.000	0.466	0.001
低收入	-0.685	0.000	-0.679	0.000	-0.66	0.000	-0.592	0.000	-0.588	0.000	-0.558	0.000
婚姻狀況	0.06	0.446	0.056	0.474	0.056	0.577	0.084	0.276	0.079	0.301	0.065	0.508
耐心程度	0.002	0.916	-0.004	0.809	0.022	0.437	-0.004	0.817	-0.008	0.629	0.019	0.500
樂觀程度	0.021	0.308	0.02	0.321	-0.012	0.65	0.022	0.267	0.022	0.278	-0.009	0.748
精打細算程度	0.057	0.001	0.059	0.001	0.061	0.012	0.048	0.006	0.049	0.005	0.055	0.019
自信程度	0.012	0.509	0.011	0.56	0.008	0.743	0.002	0.906	0.002	0.934	-0.007	0.781
飼養投入心力					-0.001	0.963					-0.007	0.758
有寵物			0.14	0.046					0.112	0.106		
頻繁接觸							0.01	0.01	0.01	0.01	0.012	0.012
深度接觸							-0.016	0.001	-0.016	0.001	-0.017	0.002
寵物網站							-0.025	0.082	-0.029	0.051	-0.032	0.083
財經社群網路							0.13	0.000	0.130	0.000	0.136	0.000
調整過 R 平方	0.207		0.209		0.196		0.248		0.248		0.239	
F 統計量	48.844		45.174		26.115		45.203		42.576		25.262	
顯著性	0.000		0.000		0.000		0.000		0.000		0.000	

所謂資產分散程度，是指受測者在問卷中所列的 11 項投資項目中，勾選（即有投資）的項目數。投資項目包括人壽保險（包括醫療、意外險）、上市櫃股票、儲蓄型保險、房地產、投資型保單、黃金、基金、期貨、選擇權、權證、ETF、REITs 等。

伍·結論

本研究針對飼養寵物與理財投資行為間的關係進行分析，實證結果顯示，寵物飼主較諸非飼主具有較積極的理財投資行為。這兩個概念看似無關，但是由於實證文獻發現，寵物飼主比非飼主擁有較為密集的社群網絡，而社群網絡密度又會影響個人投資者的投資行為，因此本研究認為飼主的理財投資行為之所以較非飼主積極，乃是受到社群網絡變數的影響所致。

本研究利用網路調查進行實證分析，計取得 2013 份有效問卷。經統計整理，有六成以上的受測者目前或過去 2 年內有飼養寵物；在理財方面，除了人壽保險外，台灣民眾最普遍的理財標的為上市櫃股票、儲蓄型保險和房地產，其中投資股票者占總樣本比例為 40%。寵物飼養者對於理財活動的積極度明顯比沒有飼養者來得積極，寵物飼主在許多投資項目上從事投資的樣本比例都顯著高於非飼主，包括房地產、黃金、基金、權證、REITS 等；對於股票投資資金占所得的比重、投資資產的種類、股票投資的分散度、每月進出股市次數等，寵物飼主也都比非飼主顯著來得積極。

社群網絡變數方面，由於現代社會的社群網絡已由線下網絡擴展及於線上網絡，因此本研究同時納入線下人際接觸與線上社群參與二種變數。結果發現，寵物飼主不但每日頻繁接觸人數與深度接觸人數皆顯著多於非飼主，其在寵物網站財經網站停留的時間也都顯著高於非飼主。也就是說，寵物飼主不管是線上或線下的社群網絡都比非飼主來得密集。

投資理財行為之所以與寵物飼養有關，主要原因除了社群網絡的差異外，飼主與非飼主間在若干影響理財行為的人格或心理特質上也可能存在一定的差異，使其呈現出不同的理財行為，在進行實證分析時應儘量加以控制，因此在問卷中亦納入耐心程度、樂觀程度、精打細算程度、自信程度等項目。結果發現，就這些人格特質而言，寵物飼主相對來得有耐心、樂觀、自信，也較為精打細算。

本研究針對所有樣本的投資分散程度（購買幾種資產、投資幾檔股票）與股市的進出頻次建立三組投資模型進行迴歸分析。模型一是基本模型，僅納入基本人口統計變數與人格特質變數，作為觀察基準；模型二再納入是否飼養寵物和飼養投入心力變數，以檢視在控制了人口與性格特質變數後，寵物飼養對於理財行為是否具有顯著影響；最後，在模型三中加入社群網絡變數。而估計結果發現，在與理財有關的人格特質方面，較會精打細算的人理財較積極，

較有自信者進出股市較頻繁，不過自信的影響在加入人際變數之後變得不顯著，意味著社群網絡變數對於投資行為具有重要的影響。

關於寵物飼養方面，三組模型（投資分散度、股票分散度、股市進出頻次）的 Adj R² 並未因加入寵物飼養變數而明顯上升，但加入社群網絡變數後，三個投資行為迴歸模型的解釋力都明顯升高；而且當加入社群網絡變數後，除了有無飼養寵物虛擬變數對於股票分散度仍具顯著影響外，在投資分散度與股市進出頻次模型中，二個寵物變數都已不再具有顯著的影響了，換句話說，寵物飼主之所以比非飼主呈現出更為積極的投資行為，主要是因為寵物飼主的社群網絡較非飼主來得密集所致，本研究的假說獲實證支持。

由於本研究著重在飼養寵物與理財投資行為間的關係之探討，故建議後續研究可進行寵物飼養與社群網絡的關係之驗證，或針對社群網絡在其中是否扮演中介或者調節之效果再進一步的探究。

參考文獻

- 李芝瑩、陳堂麒「少子化時代 寵物當家 寵物醫材商機強強滾」，MD NEWS 生技與醫療器材報導月刊，台灣：益帖國際有限公司，第 123 期，2009 年。
- 郭敏華，「社群網絡對家計單位金融服務支出之影響：台灣家戶跨年度分量迴歸分析」，*管理評論*，第 30 卷第 1 期，2010 年 1 月，頁 95-113。
- 郭敏華、郭迺鋒、蕭欣宜，「社群網絡對家計單位金融投資的影響：民國 86 年到 90 年家計收支調查之實證分析」，第四屆全國實證經濟學研討會，花蓮：東華大學主辦，2003 年。
- 郭敏華、陳靜宜，「資訊網絡使投資人進出頻繁」，2006 年國際學術研討會(管理組)，台北：銘傳大學主辦，2006 年。
- 陳玉雲「鏡子與視窗：人類與動物關係的社會文化研究」。《*中外文學*》，第 32 卷第 2 期，2003 年，頁 41-71。
- 陳彩琳，「飼養寵物因素之研究」。新竹市：中華大學，未出版碩士論文，2011 年。
- 陳麗茹，「Dr. Animal 動物輔助治療法」。《*時兆月刊*》，2009 年，八月期，頁 34-38。
- 黃郁婷、李嘉惠、郭妙雪，「幸福嗎？臺灣地區成年人幸福感及其相關因素初探」，*中國文化大學教育與家庭學刊*，第 2 期，2011 年，頁 27-58。
- 蔡岳廷，「台灣民眾寵物飼養行為之研究：計畫行為理論之應用」。台北市：世新大學，未出版碩士論文，2009 年。
- B. Barker, S.B., & Barker, R. T. "The human-canine bond: closer than family ties?" *Journal of Health Counseling*, Vol. 10(1), 1998, pp. 46-56.

- Wilson, C. C. "The pet as an anxiolytic intervention", *The Journal of Nervous and Mental Disease*, Vol. 179(8), 1991, pp. 482-489.
- Cole, K. M., & Gawlinski, A. "Animals-assisted therapy in the intensive care unit", *Nursing Clinical of North America*, Vol. 30(3), 1995, pp. 529-537.
- Garrity, T. F., Stallones, L., Marx, M.B., & Johnson, T. P. "Pet ownership and attachment as supportive factors in the health of the elderly", *Anthrozoos*, Vol. 3(1), 1989, pp. 35-44.
- Granovetter, Mark (1985), "Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness", *The American Journal of Sociology*, Vol. 91(3), 1989, pp. 481-510.
- Hong, Harrison, Jeffrey D. Kubik, and Jeremy C. Stein. "Social Interaction and Stock-Market Participation", *Journal of Finance*, Vol. 59 (1), 2004, pp. 137-163.
- Hong, Harrison, Jeffrey D. Kubik, and Jeremy C. Stein. "The Neighbor's Portfolio: Word-of-Mouth Effects in the Holdings and Trade of Money Managers", *Journal of Finance*, Vol. 60(6), 2005, pp. 2801-2824.
- Jorgenson, J. "Therapeutic use of companion animal in health care", *Journal of Nursing Scholarship*, Vol. 29(3), 1997, pp. 249-254.
- Messent, P. R., "Social facilitation of contact with other people by pet dogs" New perspectives on our lives with companion animals. PA: University of Pennsylvania Press, 1983.
- Cusack, O., " Pets and Mental Health" New York: Haworth Press, 2006.
- Sable, P. "Pets, attachment, and well-being across the life cycle", *Social Work*, Vol. 40(3), 1995, pp. 334-341.
- Veevers, J. E., "The Social Meanings of Pets: Alternative Roles for Companion Animals", *Marriage and Family Review*, Vol. 8(3-4), 1985, pp. 1-30.
- Virues-Ortega, J., & Buela-Casal, J. "Psychophysiological effects of human-animal interaction: Theoretical issues and long-term interaction effects", *Journal of Nervous & Mental Disease*, Vol. 194(1), 2006, pp. 52-57.

The Relationship between Pet Raising and Investment Behavior: An Social Network Perspective

MIN-HUA KUO, MEIJUI SUN, SUH-LAN TUNG, JEN-HUA YU *

ABSTRACT

This study focuses on investigating the relationship between pet raising and investment behavior. The study has collected a total of 2013 valid online survey, randomly chosen from people over 20 years old in Taiwan. The results show that, there are significant differences between pet owners and non-pet owners, whether in investment behavior, personality, and social network. Pet owners are discovered to possess more positive personality, intensive social network, and more aggressive investment behavior. The regression analysis results indicate the positive effects of interpersonal factors to more aggressive investment behavior for pet owners. In other words, the reason of pet owners having more aggressive investment behavior is due to involved in more intensive social network.

Keywords: pet raising, investment behavior, social network

* Min-Hua Kuo, Professor, Department of Finance, Shih Hsin University. Meijui Sun, Associate Professor, Department of International Business, Ming Chuan University. Suh-Lan Tung, Lecturer, Department of Journalism, Shih Hsin University. Jen-Hua Yu, Specialist, Sinphar Pharmaceutical Co., Ltd.