

# Research on Design and Marketing of Stray Animal Adoption Platform

Li-Ping Chao<sup>1</sup> Tsu-Yeh Fan<sup>2\*</sup> Li-Yu Lin<sup>3</sup> You-Lun Lai<sup>4</sup> Chen-Wei Chang<sup>5</sup>

<sup>1-5</sup> Department of Commerce Technology and Management

Chihlee University of Technology, Taiwan

<sup>2\*</sup> joef@mail.chihlee.edu.tw

## Abstract

In order to resolve the issue of abandoned stray cats and dogs in Taiwan, this study designed the “Pet Relay Station” multi-functional auxiliary adoption platform. This platform uses the App as the interface and the Internet of Things Technology which allows stray animal shelters to update stray animal information in real time. The platform provides a question-and-answer system combined with social interaction to answer user adoption questions. If people want to adopt stray cats and dogs, they can carry out one-stop adoption procedures on this platform which are very easily completed. This research hopes to improve the situation of stray animals sleeping on the streets through the establishment of an innovative business technology platform. At the same time, the owners who wish to adopt pets can watch the status of stray animals reported on the platform without being restricted by the shelter’s business hours, making the process much more convenient.

**Keywords:** stray animals, euthanasia, internet of things, pet keeping, O2O e-commerce model

## 流浪动物领养平台设计与行销之研究

赵丽萍<sup>1</sup> 樊祖焯<sup>2\*</sup> 林莉宇<sup>3</sup> 赖佑伦<sup>4</sup> 张宸维<sup>5</sup>

<sup>1-5</sup> 致理科技大学商务科技管理系

<sup>2\*</sup> joef@mail.chihlee.edu.tw

## 摘要

本研究为了解决路上随处可见被遗弃的流浪动物问题，设计了「浪浪宠物中继站」多功能领养辅助平台。本平台以 App 为介面，利用物联网科技，让流浪动物收容所可即时更新流浪动物资讯，并由本平台结合社交互动提供问答区，解答饲养宠物的疑问。民众如果想要领养流浪猫狗即可在本平台进行一站式地领养程序，让领养者很方便地完成领养手续。本研究希望透过 O2O 电子商务模式平台的建置，改善流浪动物露宿街头的状况，同时给予期望领养宠物的饲主无须受收容所时间限制，在平台上就能观看各收容所的流浪动物现况，使领养过程更加便利。

**关键词:** 流浪动物、安乐死、物联网、饲养宠物、O2O 电子商务模式

## 1. 绪论

流浪动物议题近年来在台湾逐渐被受到重视，也促成了 2016 年台湾流浪动物零安乐死政策的上路，全台湾流浪动物收容所也逐渐爆满，收容所内的人力与环境渐渐无法负担，造成收容所内猫狗互咬与交叉感染的情况增加，导致流浪动物被领养的机率微乎其微。

本研究以自行开发的「浪浪宠物中继站」平台为基础，利用线上到线下 (OTO, Online to Offline) 的电子商务模式以节省领养流程。将物联网概念带入去解决流浪动物所引发的多项社会议题，并进一步得知利用物联网对这些问题能达到多大的改善以及效益。本研究希望能达到以下三项研究目的：

一、透过平台功能，爱心领养饲主可以缩短领养的时间与流程，平台并能与爱心领养饲

主建立起一个沟通与讯息无障碍的媒介。

二、 透过平台可认购或捐赠物资，让无法饲养宠物却想帮助的人，也能尽一份力。

三、 藉由本平台的功能，让爱心饲主发挥全部的爱心在流浪动物收容所上。

## 2. 文献探讨

### 一、流浪动物与安乐死

李文铃 (2013) 指出宠物在成为流浪动物之前，可能是家庭中重要的一份子，受到喜爱与照顾，但当人们将它们遗弃后，牠们便失去了照顾，成为了人类不负责任下的牺牲品。杨静贤 (2012) 认为这也意味著，弃养问题是流浪动物产生的关键因素。若被捕犬队捕捉至收容所，十二天内无人认养，就会被执行安乐死。陈碧真 (2010) 及杨静贤 (2012) 皆提到，近年来动物保护及关怀生命观念盛行，流浪犬的问题逐渐备受到重视，这导致正反两方对于流浪动物的安乐死议题产生激辩。其中主要可以分为两大派：一派是主张人类并没有决定动物生死的权利，因此即便收容所品质不佳也不应该将其安乐死；另一派则基于「动物福利观点」认为动物除了维持生命之余也应将其生命品质纳入考量，具体上包括：收容所环境、动物身体状况等。从上述内容可以得知，对于动物安乐死之议题，似乎这两大派的想法相差甚远。但刘承伦 (2014) 认为，流浪动物的问题除了安乐死外，还是要从根本面来解决，具体上包括：透过动物绝育的方式来降低其持续生长的趋势，以及郭小绫 (2014) 认为需要地方主管机关对于动物收容所的监督与指导以及法规的执行。

胡纯绫 (2018) 提到政府与民间在近年来积极思考此问题，在各方的努力之下，「零安乐死政策」终于在 2015 年通过立法，2017 年正式上路。从生命的价值来看，看似保障了动物维持生命的权力，但王淑卿、林雅容、严国庆与邱怡瑄 (2018) 认为这样的政策在实施后必须有相当完整的配套措施才行。因为在流浪动物没有降低、收容所不足的前提下，「零安乐死政策」将导致收容所的负担增加，使问题更加严重。

综观上述可知，如何建构一套完整的动物管理及妥善解决流浪犬问题的体制，以促进人类与动物的和谐关系，是当前迫切的重要课题。而这样的课题，本研究认为应该以问题的根本来解决，就是必须增加领养流浪动物的人群并优化有意愿饲养流浪动物的对象，有鑑于此，本研究将发展出一个方便人们领养动物的平台，以解决相关问题。

### 二、饲养宠物

陈钦雨、吕博裕、陈琰如 (2017) 的研究指出，当人们生活压力充满负担时，会提高宠物饲养意愿，因人们的生活压力对宠物饲养意愿具有显著正向影响。陈嫣芬、杨英钦、邱钰涵、陈凯婷、王昭胜 (2014) 研究指出，饲养狗的饲主会藉由饲养宠物的义务及责任感，促使饲主养成散步、规律的运动习惯，进而改变饲主的生理健康及心理放鬆。李鸿昌 (2006) 指出在缺乏子女的家庭中，宠物会影响健康及生活品质，亦即宠物能扮演子女的角色，紧密了人与人之间的关系。若进一步以人们身心健康的观点来看，游婉婷、汤幸芬 (2012) 认为，饲养宠物的过程中，人们会因为其对宠物情感依附的关系，降低寂寞感与忧鬱情绪的产生。

若以如何提升宠物认养意愿的观点来看，林新沛与吴明峰 (2010) 认为，宠物认养网站促进使用者认养与减少弃养宠物的可能性。探究其因在于现在资讯科技发达，若可以透过网路的方式将资讯放在上面有助于有兴趣的领养者进行相关资料的查询。此外，Lepper, et. al. (2002) 发现，其实人们领养动物的意愿与动物的特徵有所关联，人们会依照不同的喜好去选择他们所领养的动物。因此该研究认为收容所应充分瞭解领养者会领养的关键因素与想法，以提升领养率。

综观上述文献可知，宠物饲养是促进人与人互动关系的重要因素之一。柯澍馨与李孟芝 (2017) 认为，有宠物饲养的家庭，不仅可以排解个人与家庭的寂寞感，亦可使人有较多的快乐

感受。有鑑于此，本研究认为在宠物领养平台的设计中，应该考量到消费者的使用意图与偏好，并且在设计介面上具有操作容易的特性以提升其使用意愿。

### 三、物联网

物联网 (Internet of Things, IoT) 并非单一网路的延伸，它是与网际网路、行动通讯等网路并存的体系。庄祐轩、罗乃维 (2013) 认为物联网是以无线感测技术让物体感测以便取得环境状态参数，并传输资讯至网路连结的系统平台，让物体本身因为附加资讯而增加价值，进而透过物体所汇集的资讯，创造更高价值的应用。王淑卿、王顺生、张智明、王信杰 (2014) 发现透过网际网路的应用，物联网的发展使智能物件 (Smart Object) 与现实生活之间能够相互沟通，加上物件的结合搭配各种类型的感测器 (Sensor)，促进多元化应用程序发展。张源庆 (2014) 认为物联网的兴起，提供了人们舒适、节能与健康的智慧生活。

Fleisch (2010) 认为若进一步以商业应用的观点来看，物联网可说是一个透过网络连结以达到服务创新的一种新概念，因为它主要是将不同领域的供应商做整合以设计出完整服务方案的一种策略。韩慧林、王贵民、牛景婧、刘艾娟、锺赋谚、宋伟弘 (2017) 提到物联网使人们可以透过网路搜寻、评选和消费之结合资讯及移动通讯平台的创意行销方式进行互动式的消费模式。不过在物联网兴起的时，吕执中、梁直青 (2017) 则担忧其资讯的安全性与隐秘性恐怕具有相当大的争议，Collier and Endler (2013) 则认为网路骇客也会随著资讯科技的发达而在技术上日益提升，导致网路诈骗频传。

综观上述文献可知，物联网技术的进步，将现实世界数位化，并拉近分散的资讯，统整各方资讯，让日常生活提升了便利性。有鑑于此，本研究拟透过上述概念，去设计一个领养平台 App，期许整合民间与政府之动物收容中心以及有意领养流浪动物的人群，一起为这个社会贡献力量，最终达到流浪动物、领养者、收容中心、本平台四赢的局面。

### 四、O2O 电子商务模式

O2O 电子商务模式意指透过网际网路或行动装置成功带动消费者至实体商店消费之行销模式。江义平、林家毅与黄智彙 (2018) 认为随著行动装置使用的普及与电子商务经营环境的激烈，企业开始思考新一代的数位行销策略，试图发展出一套成功整合虚实通路的营销模式，称之为 Online to Offline (O2O)。林淑琼、张银益与张宏裕 (2016) 认为 O2O 可分为 Online to Offline，即为消费者在虚拟商店购买商品或服务，或是 Offline to Online，即是在实体商店购买商品或服务而于线上付费等两种类型。本研究主要探讨为前者，在虚拟商店购买产品或服务。

何彦宏 (2017) 提到 O2O 商务模式係透过线上营销带动线下消费，或是由线下实体活动引导消费者到线上进行活动与消费，O2O 商业模式有助于实体商店整合到网路市场，透过网路进行行销与顾客开发，可以有效地开发市场与经营顾客。陈玠吟 (2015) 认为 O2O 商务模式导入的源自于顾客需求，纯电子商务企业为了满足顾客需求，进而发展 O2O 商务经营模式。

综观上述文献得知，透过 O2O 商务模式可吸引消费者积极参与，创造新的消费价值，并减少运输所需成本，让购物变得更便利，也改变了以往需要到实体店面购物的观念。

综合上述文献之内容，本研究推论近年来政府及民众更加重视流浪动物议题，甚至废除安乐死政策，因此流浪动物逐渐受到重视。本研究将利用稳定的物联网科技结合最新的 O2O 电子商务模式，提供想要领养流浪动物的人们一个快速又方便的创新平台。

## 3. 研究方法

### 一、评估研究法

本研究透过文献探讨发现，如果能够透过 O2O 商业模式和物联网去创造全新商业模式，即

可接触到蓝海市场。为了进一步了解本研究所发展之创新平台在市场上是否真的有需求或商机,因此采取评估研究法 (Evaluation Research)。该方法主要目的为探讨一个方案的过程、结果甚至是效益分析 (赵碧华与朱美珍, 2000)。有鑑于此,本研究将先透过次级资料,找寻产业情报分析与相关学理依据,再透过上述观点进一步发展出营运流程及系统概念。为了要确切了解所发展的系统与营运模式是否符合市场需求,将以质性访谈与量化研究发展出具体的行销 7P 战术以及营收预估与财务规划,并于研究最后提出建议与结论,以利后续的研究。

## 二、研究流程

### (一) 次级资料分析-文献探讨

依据次级资料分析搜寻过去相关研究,并从中整理学理依据,以探讨创新平台的商机,并进一步发展具体的产品与系统概念。

### (二) 产品与系统介绍

为了要提升平台具备更好的服务,本研究会先透过文献探讨之结果去发展出产品系统概念图,以利后续 App 的撰写。而在开发工具上则透过 App Inventor 软体来撰写平台,期许能给予使用者最好的使用体验。本研究主要参考樊祖焯与潘博宇 (2019) 的观点,在功能模組的流程设计上,透过 App 平台的方式,在线上整合供需双方的营运模式,以达到本平台、需求者以及供给者三赢的局面。更准确的说,是达到流浪动物、领养者、收容中心、本平台四赢的局面。

### (三) 次级资料分析—产业情报分析

本研究将透过产业相关的情报分析与次级资料找寻,了解目前内外部环境与产业趋势,并进一步透过 PEST 分析、五力分析、SWOT 分析、竞争者情报分析、STP 分析等工具加以彙整资讯,找到本平台的市场定位与目标客群属性。

### (四) 消费者情报分析

本研究希望能具体了解创新平台的目标客群与具体行销方式,故会进一步以质性访谈与量化问卷的方式进行消费者情报分析,具体之流程如下:

1. 深度访谈: 本研究之访谈对象为本平台之「目标客群」。访谈时间不超过一小时 (陈向明, 2002), 并以半结构访谈为主, 透过较弹性的访谈方式以了解受访对象的真实感受 (袁方编, 2002; Berg, 1998), 最后依照访谈结果彙整出研究命题。
2. 量化研究: 依照研究命题设计问卷, 再针对目标客群进行问卷调查。此研究将确认目标客群的真实想法, 以了解行销战术拟定之方向, 并加以拟定 7P 行销策略。

### (五) 行销 7P 战术拟定

针对产业情报与消费者情报进行分析后, 接下来会针对平台使用者进行短期的行销策略规划以提升整体平台流量与知名度, 最后即可进一步拟订出 7P 行销策略。具体之策略内容将包括: 产品、价格、通路、推广、人员训练、有形展示以及服务流程等七项策略。

### (六) 营收预估与财务规划

本研究为了确保未来营运上的财务状况健全, 故在行销 7P 战术拟定后会再做进一步的营收预估与财务规划, 具体内容包括: 资本形成、营收预估以及预估未来三年损益表等内容。

### (七) 结论与建议

在上述研究的最后, 将对此研究提出结论与建议。内容包括: 本研究之结论、学术与实务意涵、研究限制以及给予未来研究者之建议。

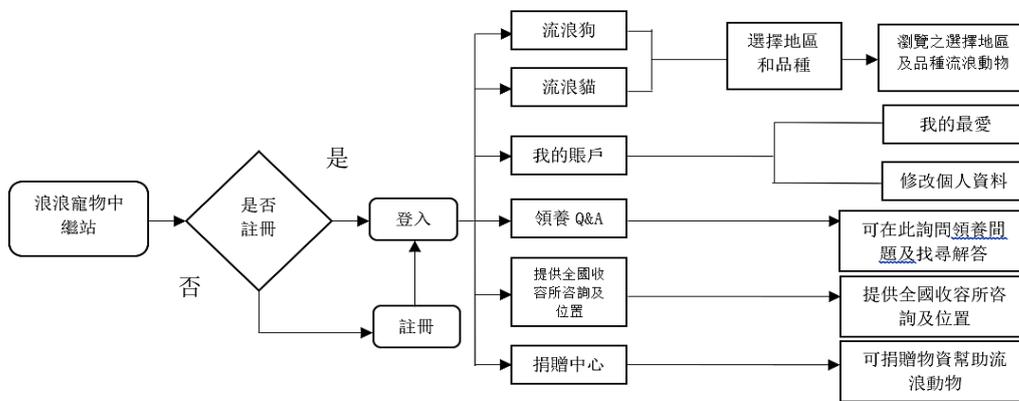
## 4. 系统产品介绍

### 一、系统架构

本研究将平台命名为「浪浪宠物中继站」。本平台主要是提供各收容所中的所有流浪猫、狗的完整资料，提供平时没时间到现场或行动不便但又想要领养流浪猫、狗的领养者使用。本系统架构主要是由线上、线下系统以及手机系统所架构而成的，线上端主要提供一般使用者所使用；线下端则是平台管理者进行维护及更新，利用 O2O 电子商务模式结合物联网，平台上会随时显示相关资讯并随时更新流浪猫、狗的最新动态，提供使用者进行线上即时浏览。

### 二、系统说明

图一为「浪浪宠物中继站」的系统流程图。由图一可知，欲领养流浪动物者可以直接在系统中我的最爱去填写个人资料完成手续，在流浪猫狗的资料方面，本平台运用选单功能供使用者选择地区及品种，也有相关资讯让平台使用者能更加瞭解流浪动物的领养及收容所的运作。



图一 系统流程图

### 三、功能模组流程

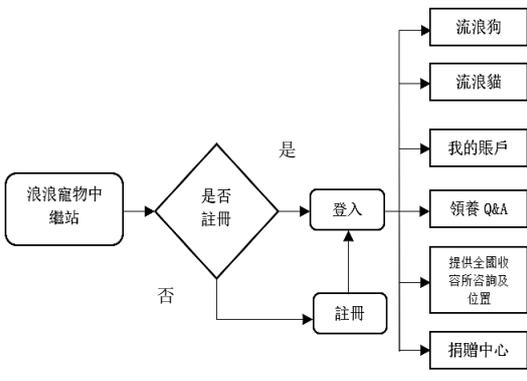
创新平台「浪浪宠物中继站」最初画面为首页，用户须先注册本软体，以确保为真人在使用。详细流程如表一。

表一 系统登入与注册

1. 登入画面		2. 注册画面		3. 首页系统流程图
如已注册即立即登入。		如未登入需进行注册。		

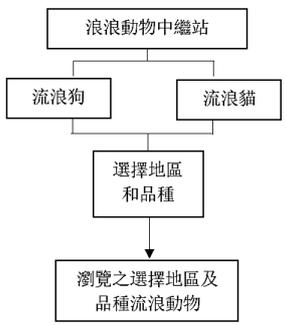
登入后画面即变为【功能列表】画面。详细流程如表二。

表二 功能列表

1.功能列表		2.功能列表流程图
使用者可依照自己使用需求选用功能。		

「浪浪宠物中繼站」第一个功能为【流浪猫、流浪狗】。此介面为各地区收容所内的流浪猫、狗浏览。详细流程如表三。

表三 流浪猫、流浪狗操作说明表

1.选择页面	2.浏览页面		3. 流浪猫、流浪狗流程图
以流浪狗为例，选择欲浏览之收容所地区及品种。		以流浪狗为例，选择后即可浏览选择区域收容所及宠物品种。	

「浪浪宠物中繼站」第二个功能为【我的帐户】，细分修改个人资料及我的最爱。详细流程如表四。

表四 我的帐户介面操作说明表

<p>1. 我的帐户页面</p> <p>进入我的帐户页面选择欲使用之功能。</p>		<p>2. 修改个人资料页面</p> <p>如需修改个人资料可至此页面做修改。</p>		<p>3. 我的最爱页面</p> <p>点选我的最爱后，可参考全部喜爱的流浪动物。</p>		<p>4. 我的帐号流程图</p> <pre>             graph TD             A[浪浪動物中繼站] --&gt; B[我的帳戶]             B --&gt; C[修改個人資料]             B --&gt; D[我的最爱]             </pre>
---	---	---	---	---	--	---

「浪浪宠物中继站」平台第三个功能为【领养 Q&A】，提供使用者询问及讨论领养相关问题。详细流程如表五。

表五 领养 Q&A 介面操作说明表

<p>1. 领养 Q&amp;A 页面</p> <p>使用者可提出问题做询问也能在他人问题中提出一些看法，内部也会安排收容所工作人员为使用者解答。</p>		<p>2. 领养 Q&amp;A 流程图</p> <pre>             graph TD             A[浪浪動物中繼站] --&gt; B[領養 Q&amp;A]             B --&gt; C[可在此詢問領養問題及找尋解答]             </pre>
---	--	---

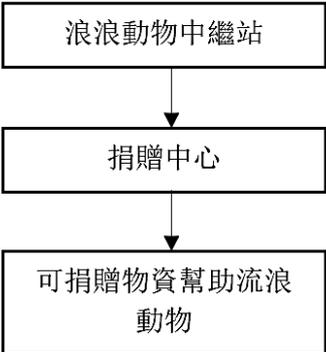
「浪浪宠物中继站」平台第四个功能为【收容所资讯网】，提供全国收容所资讯及位置。详细流程如表六。

表六 收容所资讯网介面操作说明表

<p>1. 收容所资讯网页面</p> <p>让使用者更加了解全国收容所位置及联系资讯。</p>		<p>2. 收容所资讯网流程图</p> <pre>             graph TD             A[浪浪動物中繼站] --&gt; B[收容所諮詢網]             B --&gt; C[提供全國收容所諮詢及位置]             </pre>
---	---	--

「浪浪宠物中继站」平台第五个功能为【捐赠中心】，提供快速的捐赠管道。详细流程如表七。

表七 捐贈中心介面操作說明表

1. 捐贈中心页面		2. 捐贈中心流程图
包括金钱与物资上的认购及捐赠，提供给无法领养动物但还是希望能帮助到流浪动物的人群。		

## 5. 市场环境分析与竞争分析

### 一、大环境趋势情报分析

PEST 即政治 (Political)、经济 (Economic)、社会 (Social) 和技术 (Technological) 的缩写, 这是四大类会影响企业的主要外部环境因素。Aguilar (1967) 原先是提出「ETPS 分析」的架构, 而后被改称为「PEST 分析」。本研究在分析方式上採用次级资料分析法, 并提出具体分析结果, 如表八所示。

表八 PEST 分析表

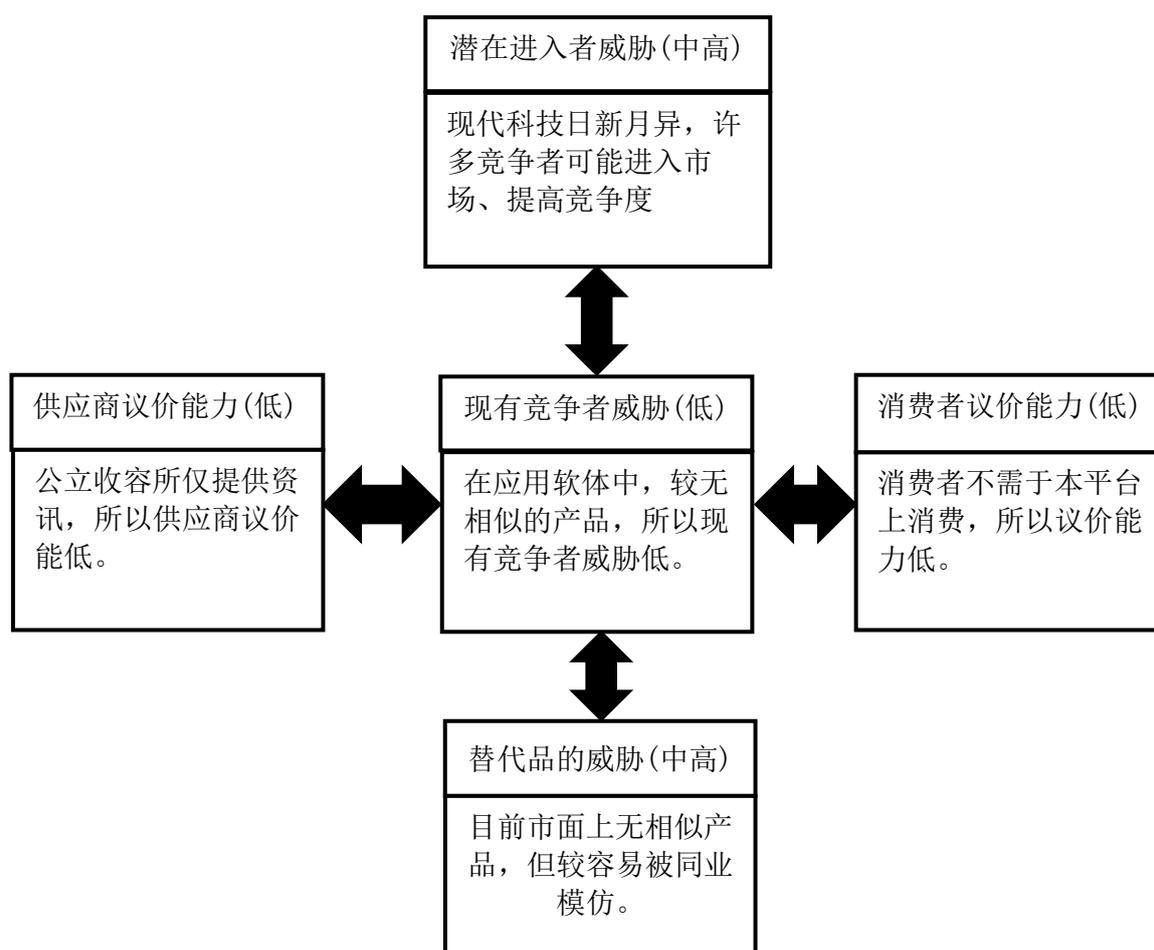
政策/法律趋势情报:	经济/消费趋势情报:
<ol style="list-style-type: none"> <li>台湾在 1998 年 11 月 4 日订定了「动物保护法」研订, 保护动物不受伤害。</li> <li>流浪动物零安乐死政策规定, 12 日后仍无人认领的流浪动物, 不会被进行人道处理。</li> <li>动保单位近年来极力呼吁以领养取代购买, 教育饲主善尽责任, 以及推动民众的动物保护观念等。</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>根据台湾农委会 (2013) 估计, 台湾的宠物市场已有 200 亿元产值/160 万隻宠物, 估计现在已到 500 亿产值。</li> <li>对于想领养动物及时间无法配合的族群, 透过此平台能随时上网关注。</li> <li>动物保护法于 2015 年起规定饲主必须为家中宠物结扎, 因此各县市推出猫狗绝育补助、免费结扎等活动。</li> </ol>
社会/人口趋势情报:	科技/技术趋势情报:
<ol style="list-style-type: none"> <li>2017 年台湾约有 251 万隻宠物, 2021 年约有 296 万隻宠物, 呈逐年增加趋势。</li> <li>有意愿领养宠物的饲主可依喜好与需求, 选择地区及品种。</li> <li>经过饲养者生活统计结果, 得知饲养宠物对于生活品质有正向影响。</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>整合线上领养平台, 使平台成为 O2O 电子商务产业。</li> <li>许多宠物产品增加智慧化科技功能, 让没时间饲养的民众能安心饲养。</li> <li>透过物联网, 提供民众流浪动物基本资料及健康资讯。</li> </ol>

由表八可知, 在政治/法律方面, 制定政策也不能完全改善流浪动物收容所空间不够、设备经费不足等的问题, 待领养的流浪动物在等待领养期间无法得到完善的照顾; 在经济/消费方面, 对于在这些宠物身上的花费, 能够带动一个经济体的金钱流; 在社会/人口方面, 饲养宠

物的民众日多，且认为这对生活品质有正向影响；在科技/技术方面，结合物联网与 O2O 的电子商业模式，使想领养流浪动物的人群能了解状况。另一方面，后台所蒐集的大数据，也能依此了解现今想领养流浪动物人群的需求取向。

## 二、产业情报分析

本研究接下来以 Porter (1980) 提出之五种相对竞争作用力进行产业情报分析，如下图二所示)。由于本研究主要是建置一个平台来解决问题，但是现在平台的建置不会困难，故潜在竞争者的威胁与替代品的威胁都为中高，另外，也因主要使用者不算多，且因无相似平台，加上市场成长潜力高，所以目前竞争者的竞争力相对来说是较低的。其他方面来说，因为所需资讯皆由收容所提供，故降低了与其他技术供应商的议价能力，其议价能力较低。此外消费者能选择的系统并不多，加上不需付费使用，所以消费者议价能力偏低。



图二 Porter 的五力分析

## 三、竞争者情报分析

Porter (1990) 提出竞争者分析，本研究将本创新平台与现行的竞争对手进行比较与分析，从表九可以看出本平台与其他竞争者占有优势。

表九 竞争者情报分析

竞争者	全国动物收容系统	现场参观	浪浪宠物中继站
选择地区及种类资讯	有	有，但还是侷限	容易选择
随时了解、更新资讯	有，但无详细资讯	不能随时	可以随时随地
捐赠资讯	无此功能	有	有捐赠资讯与管道
讨论领养知识	无此功能	有	有讨论区

#### 四、消费者情报分析

接下来, 本研究将透过 Wehrich (1982) 所提出之矩阵分析方式, 将组织内部的优、劣势与外部环境的机会、威胁进行呈现。亦即透过 SWOT 分析, 去了解「浪浪宠物中继站」如何应用优势掌握机会、克服/防范重大威胁、提出隐藏/风险管理的有利对策, 并将善用逆向思考转化劣势为优势的作法去了解外部环境及内部资源。SWOT 分析如表十所示:

表十 SWOT 分析

<p>1. 第一年: 成功领养率 70%, 并提高平台曝光度, 年营收额达到美元 13 万。</p> <p>2. 第三年: 成功领养率增加至 80%, 并增加平台更多功能, 巩固现有使用者, 年营收额达到美元 26 万。</p> <p>3. 第五年: 成功领养率提升到 90%, 并将与宠物医生、宠物训练师合作, 提供使用者专业饲养宠物资讯和正确训练宠物方式, 年营收额达到美元 50 万。</p>		<p>O 机会</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>智慧型行动装置普遍, 现代人习惯使用手机或平板上网。</li> <li>台湾还是有不少爱心饲主, 例如明星艺人等可邀请他们领养宠物。</li> <li>平台有经验分享讨论区, 能解决领养饲主的疑问。</li> <li>饲养宠物人口逐渐增加, 相关产业产值也逐渐提升。</li> <li>无类似平台, 具有独特性。</li> </ol>	<p>T 威胁</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>后续饲养宠物, 低收入家庭或许因经济状况而无法扶养。</li> <li>领养人与领养宠物体质和个性可能与预期有所不同, 进而影响平台评价。</li> <li>根据个人资料无法有效判断是否为爱心人士领养或有其他企图。</li> </ol>
S 优势	<ol style="list-style-type: none"> <li>可在平台上确认宠物的生理数据与状况。</li> <li>集资民众捐赠饲料、爱心商品协助收容所流浪动物。</li> <li>减少流浪狗衍生的社会议题。</li> </ol>	<p>(SxO) 去除策略</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>现代人使用智慧型装置普遍, 再加上明星艺人的大力推动, 可达到更高的社会效益。</li> <li>无类似平台, 因此具有创新的优势, 可提高领养率。</li> </ol>	<p>(SxT) 去除策略</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>创建领养人纪录, 确实定期追踪其身分</li> <li>透过本平台的宠物资料, 让领养人能找到适合自己的宠物。</li> </ol>
W 劣势	<ol style="list-style-type: none"> <li>前期推广成果效益不大, 曝光率不够。</li> <li>透过网路观察流浪动物与现场有差异。</li> <li>平台资金不足且缺乏行销资源, 不易提高平台知名度。</li> </ol>	<p>(WxO) 补足策略</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>利用拍摄微电影等活动进行推广, 争取爱心相关人士支持, 提高其曝光率。</li> <li>透过捐赠物资与募款活动获取资源, 使用社群推广活动增加曝光率</li> </ol>	<p>(WxT) 放弃策略</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>定期举办大型认养活动, 并配合宠物周边商品厂商共同举办。</li> <li>尽量利用网路进行整合行销, 减少行销费用的支出。</li> </ol>

## 五、STP 定位

Kotler and Keller (2015) 提出 STP 分析，STP 是为了满足不同消费者的需求，将不同属性、需要、特徵或行为群体的消费者加以区分为不同的市场，然后针对需求一致的区隔市场提供行销组合。

### (一) 市场区隔

本研究主要针对使用者的流浪动物资讯需求，不用受时间地点的拘束，依据整个市场区隔分析之后，再决定目标市场及产品行销之商品定位。详尽的市场区隔如表十一所示：

表十一 市场区隔

消费者市场区隔变数	项目	分析
人口统计变数	年龄	20 岁以上者、中年层、老年层
	职业	上班族、家管（无业）、退休人员
	收入	低收入者、中产阶级、高收入者
地理变数	地区分布	北部、中部、南部、东部、离岛
心理变数	生活型态	计画饲养宠物的人
行为变数	获得利益	挑选到自己喜欢的流浪猫狗、发挥对流浪动物的爱心

### (二) 目标市场

本研究经由市场区隔分析，可确定目标客户及市场定位如表十二。「浪浪宠物中继站」针对有意愿领养流浪动物的使用者提供一个资讯平台，让使用者可以透过平台了解收容所中流浪动物的所有资讯；并结合「浪浪宠物中继站」平台，提供各式功能让使用者能获得更多相关资讯，例如：提供捐赠之连结、全台地区收容所资讯、领养 Q&A 等等…，日后也希望能增加更多功能方便使用者使用。详尽的目标市场如表十二所示：

表十二 目标市场

消费者市场区隔变数	项目	分析
人口统计变数	年龄	20-50 岁之青壮年层
	职业	上班族、退休人员
	收入	中产阶级、中低收入者
地理变数	地区分布	北部、中部、南部、东部、离岛
心理变数	生活型态	宠物满足陪伴的需求、计画饲养宠物的人
行为变数	获得利益	能随时随地利用时间浏览欲领养的动物

### (三) 商品定位

「浪浪宠物中继站」是针对喜爱宠物、希望想领养宠物的客群，为了让使用者不再需要辛苦找寻资讯，本创新平台将收容所内流浪动物资料整合，搭配相关专业资讯及讨论区让整个平台的流量能够长期经营（资料、使用者），不再需要到现场就能选择喜爱之宠物，提供一个更加方便的平

## 6. 市场环境分析与竞争分析

### 一、研究方法流程

本研究为了要确知最新的消费者情报，将先以 20-50 岁且经济能力能承担宠物费用之欲领养宠物民众进行访谈。为了瞭解访谈对象真实感受，本研究採用访谈法的半结构分析法，希望精准地分辨研究结果的差异。本研究在访谈后会针对语句进行归纳统整成为研究命题，再依据文献探讨的内容及研究命题，拟定出问卷加以分析，以便对 7P 行销策略的发展提供方向。

### 二、深度访谈

#### (一) 访谈对象筛选

本研究以大台北地区为研究范围，针对 20-50 岁欲领养流浪动物的民众做深度访谈，以确定研究命题，访谈对象的选择标准为：

1. 20-50 岁，经济独立。
2. 个人年所得为美元 1.5-3 万之间。
3. 有预期领养流浪动物并对饲养宠物有基本概念。

#### (二) 访谈结果与命题

本研究接下来针对 4 位 20-50 岁欲领养宠物民众进行深度访谈 (时间为 2020 年 10 月)，确认访谈结果符合预期后，将所有的访谈内容录音并做成逐字稿 (访谈彙整表请参表十三，以推导得出研究命题。

表十三 访谈彙整表

基本资料	经济能力	平时有关注流浪动物资讯吗	使用浪浪中继站平台的意愿	对于「浪浪中继站」平台的期望
23 岁 作业员	年所得约 美元 1.5 万	有在关注	如果是免费的，应该可以	线上客服服务，可了解猫狗讯息还有健康状况
30 岁 虾皮客服	年所得约美 元 2 万	有，且有捐款 资助流浪狗。	有这个意愿，会想要帮助流浪狗，但家裡的空間有限	能够利用资助流浪动物帮助流浪动物
25 岁 销售员	年所得约美 元 3 万	知道! 有留意	会	无
36 岁 宠物保母	年所得约美 元 2 万	大概知道	会	待领养动物的影音资讯及后续可配合的兽医院资讯

#### (三) 访谈命题

本研究彙整受访者的访谈结果后，经由逐字稿归纳整理，推导出四个研究命题如下所示：

命题 1：使用者因上班忙碌，因此希望透过此平台随时线上浏览，更新流浪动物相关资讯。

命题 2：使用者因家中因素而无法领养，也想为流浪动物出一份力，若能够以资助方式帮助流浪动物会更好。

命題 3：使用者想更进一步了解流浪动物资讯，认为在平台上设有讨论区，并有了解民众及动物之专业人员提供谘询，可提升使用意愿。

命題 4：使用者认为从社群网路、广告、兽医以传送资讯，或是透过发放传单较为可信，同时也能增加使用者意愿。

### 三、问卷设计

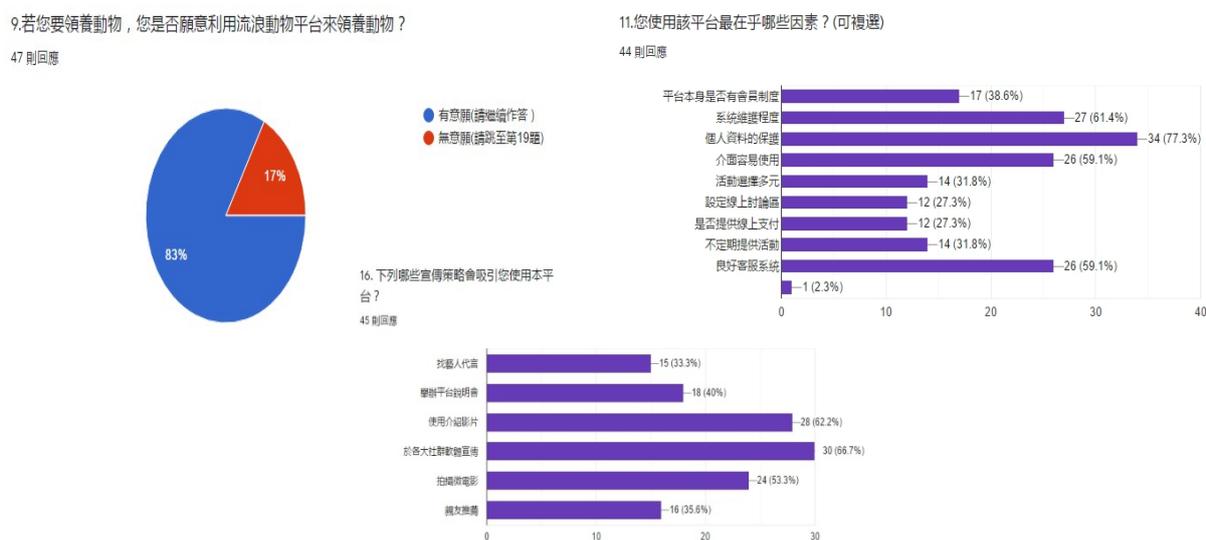
#### (一) 问卷设计流程

本研究将文献探讨之内容与深度访谈中获得的命题整理后，发现受访者大多认为如果个资无安全疑虑、系统操作便利以及平台设有讨论区等前提，会大大提高他们对于平台使用意愿。有鑑于此，本研究依照上述观点拟定后续进行的问卷调查。本研究之问卷调查抽样对象为 20-50 岁欲领养宠物民众（经济独立者）。为了顺利找到符合目标客群的受访者，本研究採滚雪球抽样法之抽样方式，透过受访者的人际网络去找寻符合条件之受访对象，再由研究者亲自进行受访者问卷的填答与回收。问卷发放数量则参考 Sekaran (2003) 的观点将样本数控制于 30 至 500 份之间。因此本研究预定发放问卷数为至少 50 份，实际上于 2021 年 1 月共发放了 50 份，回收了 47 份有效问卷，有效问卷回收率达 94%。

#### (二) 问卷设计结果

问卷分析结果（如图三）指出，有 83% 的受访者乐于领养流浪动物。受访者最在乎的就是个资的安全性及平台系统使用的方便性。有鑑于此，本研究将依照上述结果进一步制定出行销策略，以利平台的稳定经营与成长。

图三 问卷分析结果



## 7. 行銷策略

郑启川、赵满玲与洪敏莉 (2013) 提出 7P 行銷策略，本研究对消费者行为、内/外在环境及竞争对手做了调查分析后，拟订出 7P 行銷策略，针对使用者进行短期之行销策略规划，并分为 7P 拟定其行銷策略如下：

### 一、产品策略

「浪浪宠物中继站」为了让使用者在使用此平台时能更快速便利、更清楚地上手，以及满足使用者在本平台中各种需求，平台的主要功能如以下五点所示

- (一) 流浪动物地区及品种选择，让使用者方便自行做选择。
- (二) 设置资料库储存顾客喜爱的流浪动物，且随时能修改个人资料。
- (三) 能藉由捐款帮助流浪动物。
- (四) 提出领养相关问题即有专业人士协助回答。
- (五) 嵌入 GPS 定位系统让使用者快速找到离自身最近的收容所。

## 二、价格策略

本平台之目标客群的年龄层较广，因此本研究依照不同年龄及需求分别采取渗透策略或吸脂策略，对商家则采取成本加成策略。以下是本研究所提出的价格策略：

- (一) 渗透策略：使用者中 80% 顾客终身免费使用。
- (二) 吸脂策略：20% 使用者依照进阶功能需求收费。
- (三) 成本加成策略：提供商家推广活动及广告刊登。

## 三、通路策略

本平台採零阶通路，透过网路平台提供下载连结或者 Facebook 粉丝专页提供下载连结，与知名网红合作传达流浪动物领养理念及分享此平台。目前主要通路如下：

- (一) 官方网站与各大路口网页的关键字搜寻连结。
- (二) 与宠物 Youtuber 合作，平台连结放置影片说明
- (三) 建立粉丝专页，即时更新平台状况，增加与使用者互动机会。

## 四、推广促销

在社群行销及活动行销部分，本研究依据问卷调查结果（参图三）以平面与网路媒体广告，邀请实况主和宠物 Youtuber 共同推广，以拍摄介绍影片的方式帮助使用者深入了解本平台。本研究利用以下三点策略来进行推广：

- (一) 透过活动赞助参与、利用网路媒体广告建立形象并让广大使用者对宠物更有兴趣。
- (二) 置入性行销与收容所、动保合作拍摄影片，方便使用者浏览，促进以领养代替购买。
- (三) 举办说明会并于社群平台宣传，邀请使用者说明心得，让更多使用者增加领养意愿。

## 五、人员训练策略

在人员训练上，本研究认为平台工作人员要有热情关怀动物的心，必须贴近使用者，定期向使用者调查产品在使用上有何缺点，并针对使用者的心理需求数据做严密的判断及思考。因此本研究针对以下三种人员进行训练：

- (一) 行销人员：对客户做产品介绍，达到有效推广。
- (二) 维修、操作人员：于平台进行系统操作训练以及系统维修和更新。
- (三) 客服人员：熟悉各种产品问题为客户解答。

## 六、有形展示策略

本研究将推动各种有形展示的整合、实施重点在于专业解说整合规划，参考使用者提出的建议并改善，以促进使用者对平台的黏著度。主要的策略有下列三项：

- (一) 专业服务流程以及平台介绍影片（YouTube）。
- (二) 与知名实况主及动保团体共同推行活动。
- (三) 举办推广活动，以领养代替购买的行为帮助宠物找到好主人。

## 七、服务流程策略

在产品推出阶段，持续推动良好的使用体验、并依需求改善服务内容，建立可行之服务营运模式，并结合客服系统，提供评论与评分，让使用者可提出建议，促进友善的互动服务。在网络完备与产业成长阶段时，统整顾客意见，检讨并加以改善。至于在互动部份，主要是利用大众常用的脸书粉专让使用者可以在线上谘询，建立方便迅速的服务。现详述如下：

- (一) 利用手机 App Store 或 Play 商店下载本系统平台。
- (二) 提供讨论区，让使用者可以交流、得到领养相关疑问的解答。
- (三) 定期给予使用者评论问卷，以方便对平台进行优化。

## 8. 营收预估与财务规划

### 一、营收预估

根据 Pollster 线上市调 (2014) 的调查，台湾有饲养宠物的民众大多落于 20-50 岁。国家发展委员会人口推估查询系统 (2019) 调查，目前台湾 20-50 岁的人口约有 1,043 万人，经由本研究的问卷调查，有高达 83% 受访者有意愿去使用本平台来领养流浪动物。利用创新扩散理论进行推估，目标客群的 2.5% 会率先使用，因此本研究估计实际潜在客户约为 216,423 人，超过了平台运营所能容纳之客户人数。因此「浪浪宠物中继站」在创业初期的目标是做好对顾客的服务，以便产生口碑行销的效果，而不追求平台流量的快速成长。平台的前五年营运目标请参照表十左上方之营运目标。

本研究估计第一年的爱心募资和贩售流浪狗爱心商品，收入预估约美元 2 万元。至于广告收入的方面，由于本平台刚成立没有知名度，因此不易产生大量的销售营收及承揽广告，所以本平台初期主要以贩售流浪猫/狗爱心商品及爱心募资做为主要营收来源。

### 二、资本形成

「浪浪宠物中继站」初期的市场经营是锁定 20-50 岁希望领养宠物的消费者。为了刺激消费者的目光，在营运初期，主要为降低营运成本并透过争取学校的免费资源及以网路进行行销。因为本创业案初期採网路平台的方式经营，绝大部份的营业费用与资本支出都是利用捐款资源。「浪浪宠物中继站」平台的架设与 App 的写作编码则是利用学生专题研发完成。整体经营模式则採「轻资产」方式营运，所以创业资本支出并不大。也因为採取微型创业方式，所以本研究将初创的股本设定为美元 2 万元，主要由认同「浪浪宠物中继站」经营理念的师长及创业团队投资。

### 三、预估未来三年损益表

根据以上模拟推论，本研究提供财务规划与分析如表十四所示。由表十四可以看出，「浪浪宠物中继站」获利与营收从第五年起会有较大幅度的成长。

表十四 未來三年预估损益表

单位: USD

未来三年预估损益表			
科目	第 1 年	第 3 年	第 5 年
营业收入	130,000	260,000	500,000
材料成本	30,000	50,000	80,000
营业毛利	100,000	210,000	420,000
营业费用	40,000	80,000	100,000
薪资费用	50,000	100,000	150,000
杂费	5,000	10,000	20,000
税前利润	5,000	20,000	150,000

## 9. 结论

### 一、营运计画之结论

「浪浪宠物中继站」的营运打破以往商业经营模式，结合领养动物各种需求，让使用者透过平台能随时随地浏览流浪动物且立即提出领养申请，不再受限于时间及地点，就能领养自己心爱的宠物及了解更多关于领养的相关资讯。从内外部环境分析得知，流浪动物领养平台具有一定的潜在的客群及商机。而多数民众有个资安全及动物资讯两大疑虑，这部分此平台备有个人资料验证机制及健康状况查询系统辅助落实，以降低消费者不必要的疑虑。综合上述，此研究在商业意涵或是欲领养流浪动物人群方面，正是进入产品开发的最佳时机。

另外，本平台最主要的目的是提供使用者简单的平台服务，让使用者能在短暂的时间内了解到领养宠物许多相关的议题，以及能在此查到有用的资讯。平台提供的资讯以流浪宠物为主，其中包含查询全台湾各地的收容所，宠物资讯内容裡还有宠物的介绍，也可以查询到宠物品种的不同，了解宠物的性格，需要给牠什麼样的环境等。另一方面，也提供宠物的相关资讯让使用者参考，平台中除了可以查询宠物、收容所、动保议题的资讯之外，还提供距离使用者位置最近的收容所或动物之家的资讯，并利用地图定位以及街景图，让使用者快速得知。本平台也为那些喜爱宠物却没有领养条件的使用者，以线上领养的方式，发挥出爱心捐献，及购买爱心商品的方式，给予流浪猫狗温暖。因此本研究总结以下三项重点结论：

- (一) 平台打破商业经营模式，让使用者不受限于时间及地点来浏览流浪动物资讯。
- (二) 平台备有个人资料验证机制及健康状况查询系统，降低消费者不必要疑虑。
- (三) 平台採用线上领养方式，让喜爱宠物却没有领养条件的使用者，捐赠物资与金钱。

### 二、效益说明

本研究之平台希望透过网路网路，提供正计画领养宠物的家庭一项全新的选择。而在 O2O 商业模式下，对使用者而言可以快速且不受地点限制浏览流浪动物，同时亦可以透过讨论区吸引领养者；平台则透过定期举办说明会与网路整合行销，让更多有需要认养宠物的人关注，提高对宠物意识的价值；而本平台则可以利用流量的增加提高广告收益，进而达到三赢的局面。因此本研究总结以下三项平台效益：

- (一) 透过 O2O 商业模式，让使用者更快速浏览流浪动物。

(二) 平台藉由讨论区及说明会，增加对宠物意识的价值。

(三) 利用流量的增加提高广告收益，进而增加曝光率。

## 参考文献

1. 王淑卿、王顺生、张智明、王信杰 (2014)。透过以服务为导向的物联网提升系统服务品质——以防灾监测应用为例。《资讯科技国际期刊》，8(2)，13 - 21。
2. 王淑卿、林雅容、严国庆、邱怡瑄 (2018)。以大数据分析探讨政府政策之推行——以台湾流浪动物零安乐死政策为例。《资讯科技国际期刊》，12(1)，53-61。
3. 江义平、林家毅、黄智彙 (2016)。以消费价值观点探讨线下到线上商务服务模式之使用意愿。《商略学报》，8(3)。177-194。
4. 江义平、林家毅、黄智彙 (2018)。O2O 营销模式採用行为与决策因素探究。《创新与管理》，14(2)，21-62。
5. 何彦宏 (2017)。《实体店O2O 电子商务营销模式——以中国零售业为例》。[硕士论文，台湾大学]。
6. 吕执中、梁直青 (2017)。机会与挑战！物联网造成的社经失序与因应。《产业管理评论》，9(2)，9-26。
7. 李文铃 (2013)。《当代社会现象中的弱势群体议题探讨——以流浪狗观察经验为例》。[硕士论文，台湾中国文化大学]。
8. 李鸿昌 (2006)。《宠物≠宠物》：家庭休閒与宠物的新共生关系。[硕士论文，台湾体育学院]。
9. 林淑琼、张银益、张宏裕 (2016)。以消费价值观点探讨线下到线上商务服务模式之使用意愿。《商略学报》，8(3)，177-194。
10. 林新沛、吴明峰 (2010)。宠物认养网站会员认养宠物意向之研究。《户外游憩研究》，23(3)，39-60。
11. 柯澍馨、李孟芝 (2017)。宠物饲养者寂寞感与幸福感之研究。《华冈农科学报》，39，82-103。
12. 胡纯綾 (2018)。《论流浪动物零安乐死政策评估：以桃园市流浪狗为例》。[硕士论文，台湾元智大学]。
13. 袁方编 (2002)。《社会研究方法》。台北：五南。
14. 张源庆 (2014)。《基于物联网之智慧居家系统研究与实务》。[硕士论文，台湾修平科技大学]。
15. 庄祐轩、罗乃维 (2013)。物联网安全的现况与挑战。《资讯安全通讯》，19(4)，16-29。
16. 郭小綾 (2014)。《我国动物保护法规范之探讨——以抑制流浪动物为中心》。[硕士论文，台湾南台科技大学]。
17. 陈向明 (2002)。《社会科学质的研究》。台北：五南。
18. 陈玠吟 (2015)。《在消费者购买决策下O2O 网站经营策略之分析》。[硕士论文，台湾彰化师范大学]。
19. 陈钦雨、吕博裕、陈琰如 (2017)。生活压力、寂寞感及情感依附对宠物饲养意愿之影响。《运动休閒餐旅研究》，12(4)，1-19。
20. 陈嫣芬、杨英钦、邱钰涵、陈凯婷、王昭胜 (2014)。探讨宠物犬饲主之休閒动机、休閒阻碍因素及影响休閒效益之研究。《观光与休閒管理期刊》，2(1)，130-143。
21. 陈碧真 (2010)。《动物保护志工保护流浪犬经验对生命态度影响之探讨》。[硕士论文，台湾高雄师范大学]。
22. 游婉婷、汤幸芬 (2012)。饲主对宠物的依附关系与寂寞感、忧鬱情绪之探讨。《旅游健康学刊》，11(1)，45-64。
23. 杨静贤 (2012)。《非死不可？》：从死的纪录反思台湾流浪犬问题安乐。[硕士论文，台湾台南艺术大学]。
24. 赵碧华、朱美珍 (2000)。《研究方法》。台北：学富。

25. 刘承伦 (2014)。流浪动物与经济成长。[硕士论文, 台湾中山大学]。
26. 樊祖焯、潘博宇 (2019)。宠爱 Baby——二手婴幼儿用品共享平台行销之研究。《*致理通识学报*》, 6, 175-194。
27. 郑启川、赵满玲、洪敏莉 (2015)。赢在企划专业的起跑点: TBSA 商务企划能力进阶检定学习手册。新北市: 前程文化。
28. 韩慧林、王贵民、牛景婧、刘艾娟、锺赋谚、宋伟弘 (2017)。物联网配销效益之研究。《*管理资讯计算*》, 6(1), 76-88。
29. Aguilar, F. (1967). *Scanning the Business Environment*. Macmillan.
30. Berg, B. L. (1998). *Qualitative Research Methods for the Social Science*. Allyn & Bacon.
31. Collier, M., & Endler, D. (2013). *Hacking Exposed Unified Communications & VoIP Security Secrets & Solutions*. McGraw-Hill Osborne Media.
32. Fleisch, E. (2010). *What is the Internet of Things. An Economic Perspective*. Auto-ID Labs White Paper WP-BIZAPP-053: Information and Technology Management- University of St. Gallen.
33. Kotler, P., & Keller, K. L. (2015). *Marketing Management (GE)*. Prentice Hall.
34. Lepper, M., Kass, P. H., & Hart, L. A. (2002). Prediction of adoption versus euthanasia among dogs and cats in a California animal shelter. *Journal of Applied Animal Welfare Science*, 5(1), 29-42.
35. Porter, M. E. (1980). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance: with a New Introduction*. Free Press.
36. Sekaran, U. (2003). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach*. John Wiley & Sons.
37. Weihrich, H. (1982). The SWOT matrix-A tool for situational analysis. *Journal of Long Range Planning*, 15(2), 54-66.