

投稿類別：商業類

篇名：寵愛一生一樹德家商學生飼養寵物偏好分析

作著：

王妍榛。樹德家商。資處三年6班

陳怡臻。樹德家商。資處三年6班

韓沛玗。樹德家商。資處三年6班

指導老師：

吳麗生 老師

李如倩 老師

壹、前言

一、研究背景與動機

現今社會型態漸漸轉變，對於缺乏陪伴感或獨立性強大的人們，面對生活上的壓力與煩惱，總會希望有個可以幫忙減輕負擔的助手，而寵物就有能力可以勝任這個得力助手。現在有很多人認為養小孩不只要花費龐大資金，還需要花很多時間跟心力去照顧跟陪伴，所以相對於寵物，現代社會上已經有人開始將寵物納入家庭當中。

飼養寵物的風潮日增，在這樣的趨勢下，已經悄悄的影響年輕人飼養寵物的喜愛及帶動相關經濟市場帶來源源不絕的商機。在滿足人們需要寵物的「心理需求」後，因應而生的寵物「生理需求」開始受到重視，且因為越來越多人把寵物當作小孩來養，願意花在寵物身上的消費支出提升，「寵物幼兒化」的現象，更反映在寵物旅館、寵物學校、寵物樂園等新興產業的萌芽。(何楷平，2015)

飼主對寵物「心理需求」的無限想像，造就了寵物市場的龐大商機！因此，本組想了解高中職生對於寵物飼養的動機及偏好種類，進而了解對於寵物商機的影響。

二、研究目的

研究主要希望能夠了解高中職生飼養寵物的動機及偏好，以及分析寵物飼養帶來哪些周邊商機的發展：

- (一) 介紹寵物產業發展趨勢及多元化商機
- (二) 透過問卷調查了解樹德家商學生寵物飼養現況和飼養寵物的動機
- (三) 探討飼養寵物類別與人格特質的類別
- (四) 探討飼養寵物的花費及帶來的商機

三、研究方法

- (一) 文獻探討：透過網路資料、報章雜誌、搜尋資料加以統整
- (二) 問卷調查：使用 Google 表單製做網路問卷了解以下
 1. 飼養寵物的動機
 2. 飼養寵物類別與人格特質的類別
 3. 飼養寵物的種類
 4. 飼養寵物的每月平均花費

四、研究流程



圖 1、研究流程圖

資料來源：本組繪製

貳、正文

一、台灣寵物商機的發展現況：

在台灣，寵物市場與過去相比有兩項明顯的轉變，第一項是「貓狗的角色」，從早期到現在有三階段的變化。第一階段，貓狗被視為工作犬、工作貓，意思是看門狗以及捕鼠貓。第二階段，演變成寵物貓狗，差別在於寵物貓狗是飼養在室內，受到基本的生理照顧。如今，貓狗成為家庭成員的一份子，暱稱為「毛小孩」。毛小孩與寵物貓狗的差異，就在於飼主對於寵物的重視和疼愛程度。根據 2015 年 TVBS 調查統計，台灣人養狗比例達 25%，而貓則為 4%。也就是說，每三個人裡面就有一個人有養狗或貓，這個比例相當驚人，而這統計還不含飼養非貓狗的寵物(預見雜誌,2015)。



圖 2、台灣寵物與 15 歲以下人口趨勢圖
資料來源：TVBS 新聞網 2019

依據統計處指出，寵物相關行業中，以從事寵物周邊商品買賣產業的家數最多且銷售額最大，各佔整體產業的 56%及 82%，不過，因為市場趨於飽和，近 10 年間銷售額僅成長 62.7%，為相關產業中最低。相較之下，受少子化與高齡化影響，民眾不僅飼養寵物數量增加，飼主與寵物間關係也越來越親密，帶動寵物照顧服務產業需求興起。2008 年寵物照顧服務產業家數僅 269 家，至 2018 年大幅增至 1516 家，增幅 4.6 倍，佔整體寵物相關產業比重也由 7.2% 攀升至 23.4%，銷售額 10 年間同樣增加 4.9 倍、達到 18.1 億元。此次統計的寵物相關產業，包括「寵物周邊商品買賣產業」(含寵物服裝及飾品配件批發、寵物用品批發、寵物用品零售及寵物飼品零售)、「寵物販售產業」(含寵物批發及寵物零售)，以及「寵物照顧服務產業」。(TVBS 新聞網 2019)

隨著生活型態的改變，寵物市場如雨後春筍般日漸蓬勃，台灣寵物的市佔很高已經超過 40% 而且還在成長。在這個經濟不景氣的社會，已經有許多人沒辦法填飽肚子但他們的寵物卻過著比牠們更好的日子，許多人不惜砸重金要讓寵物享受最好的生活因此市面上出現各式的寵物複合式商店。

寵物用品店的經營模式近年來跳脫以往的傳統經營模式，以各種不同的形式經營。如：寵物餐廳、寵物咖啡廳、寵物樂園、寵物美容及旅館。

表 1. 多樣化經營的寵物店

店家名稱 服務內容	寵物 餐廳	寵物 美容	寵物 咖啡廳	寵物 用品	寵物 旅館
Cafedog 寵物沙龍	✓	✗	✓	✗	✓
初樂複合式寵物餐廳	✓	✗	✗	✗	✗
毛有所思勤喬商行	✗	✗	✓	✓	✓
中圓寵物家族	✓	✓	✗	✓	✓
Neo café 妳有咖啡	✓	✗	✓	✓	✗
Bobby pet Shower & Sunshine Café	✓	✓	✓	✓	✗

資料來源：本小組整理

表 2. 寵物多樣產業簡介

產業名稱	相關圖片	產業介紹
寵物餐廳		以 Dog café 來舉例主要業務為餐廳但也有寵物美容及用品寄賣的服務。 1. 寵物有善環境 2. 寵物用品寄賣
寵物咖啡廳		以森呼吸露天咖啡廳為例 1. 寵物有善環境 2. 特別打造了游泳池和草地給寵物玩樂
寵物學校		以東洋狗學校為例 1. 基本服從訓練 2. 高級服從訓練 3. 警戒訓練 4. 警犬訓練 5. 才藝訓練
寵物安親		以 DADA 寵物客棧為例(收費以公斤計價) 1. 寵物安親住宿 2. 老齡犬安寧照顧 3. 長期寄養
寵物醫院		以高雄中興動物醫院為例 服務項目非常全面並且有 24 小時照護服務還有急救措施
寵物樂園		以屏東菩提寵物樂園為例 1. 可到府接寵物大體 2. 分為個別、團體流程 3. 有專人撿骨裝甕 4. 為寵物誦經 5. 愛心義賣、領養

資料來源：本組整理匯整

(一)寵物產業的 SWOT 分析

表 3.台灣寵物產業的 SWOT 分析

優勢 (STRENGTHS)	劣勢 (WEAKNESSES)
1. 台灣擁有寵物約 251 萬隻犬貓，寵物市場的發展具有非常可觀的成長空間和發展前景，已將寵物視為家庭的重要成員，有些更願意花錢讓寵物接受更好的獸醫護理、健康保健等醫療服務。 2. 時勢研究認為，對於寵物醫療的需求只增不減，未來將會再帶動寵物醫療、保險產業的蓬勃發展。	1. 台灣的寵物行業起步晚但是速度快規模也很大，目前技術還在轉型階段導製品管有一點問題，缺乏競爭力。 2. 寵物食品相關產業標準欠缺，也缺少相關法律和行業標準監管和約束，還無法成為高水平專業市場。
機會 (OPPORTUNITIES)	威脅 (THREATS)
1. 在 2017 年底時台灣 60 歲以上老年人口達 313 萬人，佔人口總數的 13.33% 預計到 2027 年時會達到 500 萬人也就是說把寵物當作生活伴侶的需求增高促進消費機會。 2. 以台灣人口來說，寵物數量還未飽和隨著未來人口增加飼養寵物人口應會快速增加。	目前寵物大多是貓、狗和鳥類但是大多數動物具有攻擊性，需要加以訓練才能和人相處，也有一部分人對貓狗過敏會導致某些公共場所甚至餐廳不能攜帶寵物，如果以這兩點來說可能會對寵物市場造成很大的影響。

資料來源：本組整理匯整

(二)寵物產業圓餅圖分析

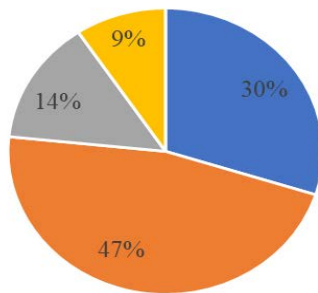


圖 3.台灣寵物產業比例圖
資料來源：行政院農業委員會

台灣的寵物市場主要以食品為最大比例，其次為認養所相關業態佔 30%，第三為寵物醫療佔 14%，最後則是寵物娛樂。

近年來臺灣寵物消費市場以寵物食品及用品支出最大宗，臺灣市場主要成長原因在於寵物數量成長及臺灣民眾願意花在寵物的支出越來越高，飼主希望能提供給寵物更好也更完善的生活；為因應這樣的需求，寵物店開始將寵物定位在兒童，飼主大多是具有良好消費能力的消費者，有些飼主更將其本身的消費型態反映至寵物身上，因此寵物商品開始出現生活化產品，如：寵物零嘴、寵物玩具、寵物服飾、寵物清潔用品等，這樣的轉變不外乎是看見了這些寵物背後的龐大商機。

(三)寵物市場基本的商機

寵物商品出現生活化產品，這樣的轉變不外乎是看見了這些寵物背後的龐大商機，更反映出飼主的「心理需求」遠超過動物的「生理需求」。但在排除這些心理需求所帶來的經濟效效果，僅以「生理需求」來檢視飼養寵物的花費亦是一項不少的商機：

表 4. 領養貓狗的花費比較表

費用項目	貓	狗
晶片費用	植入費：300 元含登記費用	
施打疫苗	三合一疫苗 500~900 元/年	幼犬：三劑五合一和狂犬病疫苗 3,000~3,900 元 成犬：五合一疫苗和狂犬病疫苗 3,000~3,900 元 心絲蟲預防 200~300/月
其他開銷	每年 3,000~5,000 元	每年 2,500~5,000 元
醫療費	500~萬元以上不等	
喪葬費	2,500~50,000 元	
比較	貓的花費相較於狗便宜，貓比較不需要花心思照顧也相較於狗的愛乾淨	雖然較花錢但養狗會有一種期待感，期待回到家中被狗的熱情讓自己覺得被需要

資料來源：本組整理匯整

二、寵物與心理因素與人格特質

(一)寵物飼養心理因素

心理學家認為養寵物，不管出於什麼心理或動機，都能積極反映主人情感類型。並且針對特別偏好養哪一種寵物，透露主人潛藏且不自知的內在性格，透過寵物的飼養表達藏在內在的種種象徵。(蔣莉蕻，2013)

表 5. 養寵物的心理因素：

心理型態	說明
內在自戀型	就是養什麼像什麼，或者是他部分人性的反映
渴望被照顧型	把寵物看成自己了，而他自己充當一個照料者，其實，他怎麼照料寵物的，就是他內心渴望別人怎麼照顧他的。
補償心理型	兒童時期得到父母關注並不多，但孩子本身渴望媽媽，她心裡有一個理想媽媽原型，當有機會養寵物，她會充當這個理想媽媽
排解慾望型	壓抑需要排解，養可以表達自己內心慾望的寵物，也是一種排解。所以會看到，一個斯斯文文的女孩，卻養一條兇惡的大狗這種現象。
表達壓抑型	人都有多面性，她表現出來的不一定是她最真實的一面。這個時候就產生一種壓抑。
情感轉移型	把自己想要的理想，或人與人的關係轉移到與寵物之間。對於人際關係的無法掌握。轉移到對寵物主導地位。

資料來源：宅宅新聞，2013；蔣莉蕻，2013。

(二)寵物類型與人格

表 6. 寵物類型與人格特質

寵物類別	人格特質
狗	養狗需要散步還要教大小便等等，這些主人責任感強，感情也比較豐富。雖然喜歡與人交往，但好惡分明，感情上也不會曖昧不清。
貓	喜歡自由不受控的貓咪，相對也喜歡保有距離的人際關係。防衛心較強卻也害怕寂寞，喜歡個性反差感較大的異性。
兔子	高理想的完美主義者。很在意別人的看法，對自己或別人都很嚴厲，做事不但要求結果更注重過程。無法忍受另一半提起過去的戀愛經驗。
倉鼠	是希望凡事都在自己控制下的努力家型。控制慾強但情感纖細，很容易受傷的性格。
熱帶魚	重視外在的野心家型。向上心強、渴望被認同這點其實也表示著自信心不足。戀愛方面也是，比起自己喜歡的型，反而會選擇帶出去不會丟臉的對象。
爬蟲類	平時看起來沉默寡言，但兩人獨處時會意外展現出自己知識豐富的一面。戀愛方面，只要感覺對了就會瞬間縮短距離，非常可能閃婚。
鳥類	喜歡有明星氣質的人物。雖然憧憬自由自在的生活，但無法忍受任何非常識的行動。忍耐力超強，甚至連自己的慾望或是想說的話都有辦法忍下。
珍奇動物	喜歡追求流行，想要吸引眾人目光的類型。個性自由不受控，因此也比較容易有偷吃的危險。

資料來源：宅宅新聞，2013；蔣莉蓁，2013。

二、問卷調查分析：

本問卷以樹德家商學生為調查對象，共計發放 100 份問卷，回收 99 份有效問卷，分析如下：

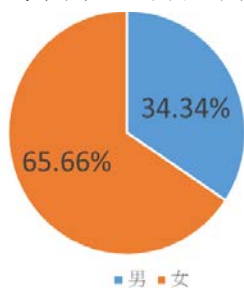


圖 4. 參與人員性別比例圖

依據圖 4. 調查結果顯示參與問卷調查的女性比例相較於男性比例的结果多，女性佔有 65.66%，男性為 34.34%

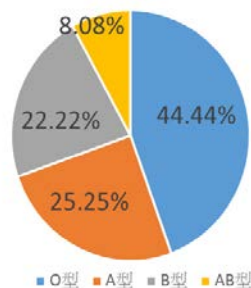


圖 5. 參與人員血型比例圖

依據圖 5. 調查結果顯示參與問卷調查的人 O 型比例佔為最多為 44.44%，而 A 型比例為 25.25%，B 型比例 22.22%，AB 型的比例則為 8.08%

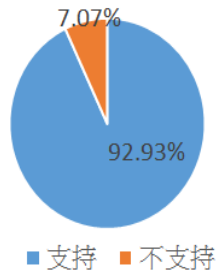


圖 6. 飼養想法比例圖

依據圖 6. 調查結果顯示支持領養代替購買的人數較多，支持者佔有 92.93%，不支持者佔 7.07%

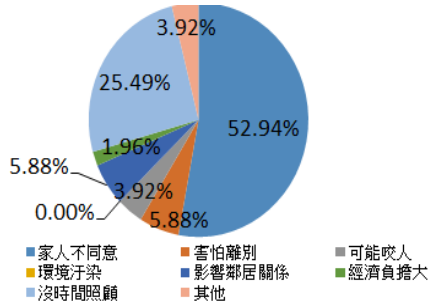


圖 7. 不飼養寵物因素比例圖

依據圖 8. 調查結果大多人不養寵物的原因為家人不同意佔比 52.94%，再來則是害怕離別佔比 5.88% 新寵物可能咬人佔比 3.92% 影響鄰居關係佔比 5.88% 經濟負擔大佔 1.96%，沒時間照顧佔比 25.49%，其他原因則佔比 3.92%

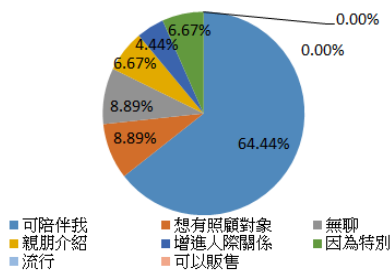


圖 8. 飼養寵物因素比例圖

依據圖 9. 調查結果統計大多數養寵物的原因較多，在可陪伴我的選項佔比 64.44%，想有照顧對象佔比 8.89%，覺得無聊的人佔有 8.89%，親朋介紹有 6.67%，增進人際關係的人有 4.44%，因為特別的有 6.67%，流行與可販售的佔比皆為 0%

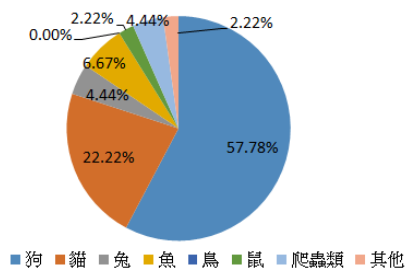


圖 9. 飼養類別比例圖

依據圖 10. 調查結果顯示養狗的人數較多，佔有 57.78%，養貓的佔有 22.2% 養兔子的人佔有 4.44%，養魚的人佔有 6.67%，養鳥的為 0%，養鼠的人有 2.22%，爬蟲類的則有 4.44%，其他為 2.22%

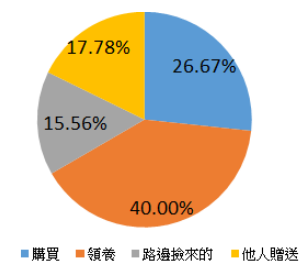


圖 10. 取得管道比例圖

依據圖 11. 調查結果顯示領養的人較多，領養者為 40.00%，購買者為 26.67%，則路邊撿的有 15.56%，而他人贈送則有 17.78%

寵愛一生—樹德家商學生飼養寵物偏好分析

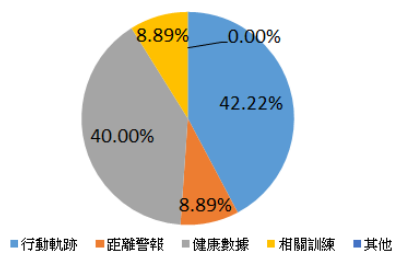


圖 11.開發軟體比例圖

依據圖 12.調查結果顯示關於軟體開發，**行動軌跡佔比為 42.22%**，距離警報佔比 8.89%，健康數據佔比為 40.00%，相關訓練佔比為 8.89%，其他則為 0.00%

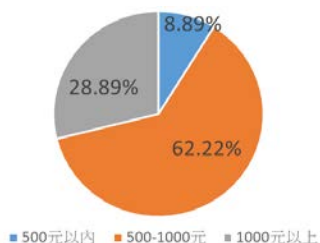


圖 12.飼養花費比例圖

依據圖 13.調查結果顯示在一個月的花費上，**500-1000元則佔比 62.22%為最高**，500元以內佔比為 8.89%，1000元以上佔比 28.89%



圖 13.飼主長期外出照顧方式比例圖

依據圖 14.調查結果顯示**帶出門的人者較多佔 34.09%**，提供食物讓寵物自行食用的佔 22.73%位居第二，找旅館的有 11.36%請人照顧為 29.55%使用定時器餵食為 2.27%提供充足食物的人有 22.73%

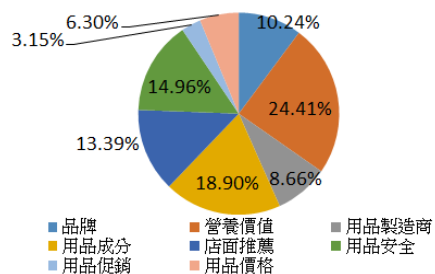


圖 14.挑選寵物食品比例圖

依據圖 15.調查結果顯示飼主在替寵物購買食品的條件以注重**營養價值的比例最高 24.41%**，用品成分的佔比為 18.90%為第二，用品安全的佔比為 14.96%為第三。其他分別為品牌的佔比上為 10.24%，用品製造商的佔比為 8.66%，店面推薦的佔比為 13.39%，用品促銷的佔比為 3.15%，用品價格的佔比則為 6.30%

表 7.寵物飼養類別與人格特質分析表

	心胸寬大	思慮周到	善交際的	和藹的	缺乏安全感
狗	6	3	7	6	4
貓	1	2	3	2	2
兔		1	1		
魚	2	1			
鳥					
鼠			1		
爬蟲類	1			1	
其他		1			

資料來源：問卷調查分析

參、結論與建議

經由文獻與問卷調查結果，本組得到以下的結論與建議：

(一)結論：

寵物產業的發展已經大眾化，經由對樹德家商學生施測結果發現，樹德家商有飼養寵物的同學佔 46%，其中以養狗為主要飼養類別，主因是養寵物的最大目的是想得到寵物的陪伴，而不養寵物的人大多是因為家人不同意所以無法飼養寵物。

經調查顯示飼養寵物的類別與人格特質發現並沒有顯著關係，然而我們經由問卷調查發現飼主在寵物的花費上每個月大多在 500 元到 1000 元之間，並未帶來可觀的商機。

經問卷調查結果可以得出以下結論，依照目前樹德家商學生的飼養寵物類型和行為分析大多數人比較喜歡養狗也因支持領養代替購買而選擇領養寵物，而且目前關於寵物方面的軟體開發沒有很發達，所以我們可以開發一款 APP 軟體讓飼主在上面選擇用虛擬的方式養寵物如果真的有能力有心要飼養寵物可以在此 APP 軟體的另一個介面刊登想領養寵物的訊息也能在領養頁面領養自己想要的寵物。

寵物也是一個生命體，非當下喜歡或者想要就可以飼養的，而是需要長時間的照料還有付出真心的陪伴，另外還需要多用心及研究相關寵物的生活照顧及一些飲食健康的問題。

個人與寵物的互動是一個不間斷的過程，會不斷重新調整個人的寵物照顧行為，且飼養意義為觸發寵物的訓練及照顧寵物的行為變化。因寵物定義的不同，飼主會主動蒐集或被動接受可使用在寵物身上的相關資訊及花費進而帶來無限的商機。

(二)建議：

依照對樹德家商學生的問卷調查發現，大多數人養了寵物一段時間之後會有怠惰的情形發生，那我們可以設計一款 APP 軟體讓想養寵物的人可以在上面選擇自己喜歡的寵物並在程式中飼養，這樣一來可以解決家庭因素而想養又不能養的窘境，還能避免養寵物之後所帶來的花費與時間陪伴的問題，讓沒有辦法養寵物的人也可以享受養寵物的樂趣，還能解決一些養了寵物可是中途想棄養的問題。

這款 APP 軟體是一款模擬養寵物的軟體，飼主可以依照自己的喜好選擇想飼養什麼寵物、還有餵食方式以及教育方式 例：放滿飼料讓寵物想吃就吃、定時餵飼料、飼養者有空餵飼料寵物才能吃，寵物方面包含寵物的年齡、體型、心情、是否在遊戲中寵物需要看醫生，遊戲都是依照飼養者的行為來判斷寵物會有什麼反應或發生什麼事。

在此款 APP 軟體中也有做出其他頁面可以讓想要養寵物的人選擇自己喜歡的寵物來領養，如果很喜歡真實的寵物但環境或家人關係沒辦法飼養也可以在雲端養寵物的介面中選擇自己喜歡的寵物在雲端上養。

雲端養寵物的方式就是利用鏡頭讓想飼養的人看的到寵物目前的狀態，並在可以的時候投資該寵物的醫療費、飼料或必要開銷。同一隻寵物可以同時有很多個飼主，已直播這樣的模式來做這個 APP 軟體也可以讓想養寵物但無力飼養的人輕鬆養寵物。

肆、引註資料

- 1 林淑芬 (2018)。專題製作最佳秘笈。新北市：台科大圖書。
- 2 彭孝雯 (2014) 影響消費意願因素之研究—以寵物產業合作為例。實踐大學企業管理學系碩士班：碩士論文。
- 3 陳坤亭 (2012)。寵物商品因素對消費者情感反應與購買行為的影響。國立高雄師範大學工業設計學系：碩士論文。
- 4 石振國 (2017)。政府推動認養代替購買寵物之政策行銷分析。中華行政學報，20，151-168。
- 5 鍾鼎；郭子涵；吳亭儀；陳虹伶；葉宜臻；陳毅蓓 (2014)。寵物關懷認養系統。華醫學報，41，23-32。
- 6 蔡姵娟；田永平 (2012)。臺灣寵物市場供應鏈現狀與發展。物流技術與戰略，60，12-16。
- 7 寵物當家 商機無限。2020 年 03 月 20 日。取自
<https://rmim.com.tw/news-detail-5073>
- 8 寵物產業銷售額 10 年增 7 成。2020 年 03 月 20 日。取自
<https://news.tvbs.com.tw/life/1203497>
- 9 養狗養貓花費總整理。2020 年 03 月 20 日取自
<https://www.fubon.com/insurance/blog/lifestyle/pet.html>
- 10 飼主對寵物的依附關係與寂寞感、憂鬱情緒之探討。2020 年 03 月 20 日。取自
<http://www.tanews.org.tw/journal/7396>
- 11 人類、寵物的相互心理學。2020 年 03 月 20 日。取自
http://scimonth.blogspot.com/2019/04/blog-post_30.html
- 12 寵物行業swot分析。2020 年 03 月 20 日。取自
<https://kknews.cc/zh-tw/pet/ibjy88q.html>
- 13 毛孩經濟正夯。2020 年 03 月 20 日。取自
<https://news.ltn.com.tw/news/lifeweekly/paper/1207392>