

壹、前言

一、研究動機

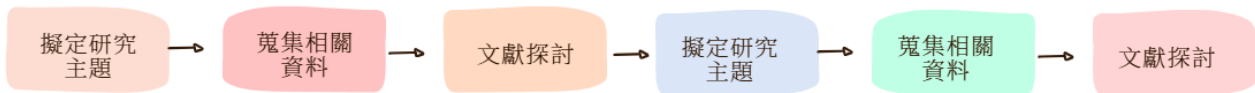
近年來，台灣流浪動物議題備受關注。由於收容所空間不足，許多狗狗被迫面臨野放或等待送往中途之家的情況。然而，傳統收容方式多依靠志工，資源有限，難以長期維持。在此背景下，部分業者開始嘗試以「浪浪中途之家結合咖啡廳」的模式經營，既提供犬隻暫時居所與訓練環境，也讓顧客在消費過程中接觸、認識，甚至進一步領養狗狗。這類咖啡廳除了供應飲食，還安排互動體驗，例如狗狗協助送菜單、學習基本指令與定點如廁等。顧客不僅能享受咖啡廳氛圍，還能與浪浪互動，甚至給予牠們新家。此種商業模式兼具公益與娛樂價值，對社會具有積極意義，但在台灣仍屬少數，也可能面臨收益不足或管理成本過高等挑戰。因此，探討浪浪中途咖啡廳的經營策略，將有助於了解其可行性與永續發展潛力。

二、研究目的

- (一) 探討浪浪中途咖啡廳的沿革與其特色
- (二) 探究浪浪中途咖啡廳的 SWOT 分析、TOWS 矩陣分析、PESTEL 分析
- (三) 透過問卷調查蒐集消費者意見，以瞭解大眾對浪浪中途咖啡廳的態度與需求。
- (四) 統整以上結果，提出建議並給予經營業者參考

三、研究流程圖

圖一：研究流程圖



資料來源：自行繪製

貳、文獻探討

一、探討浪浪中途咖啡廳的沿革與其特色

中途咖啡廳起源可追溯至 2008 年日本豐島的「TOKYO CAT GUARDIAN」，由山本葉子創立，為貓咪打造互動與領養空間，至今已幫助領養超過五千隻貓咪，並促成成立「收容貓咖啡廳協會」以降低流浪貓撲殺。台灣則於 2012 年出現首家專為流浪貓設立的「野唱中途咖啡」，隨後 2014 年成立的「Homecafe 寵物認養主題餐廳」更將服務擴及流浪貓狗，營造適合消費者與動物共處的用餐環境，並透過販售周邊商品增加經營收入與宣傳效果。

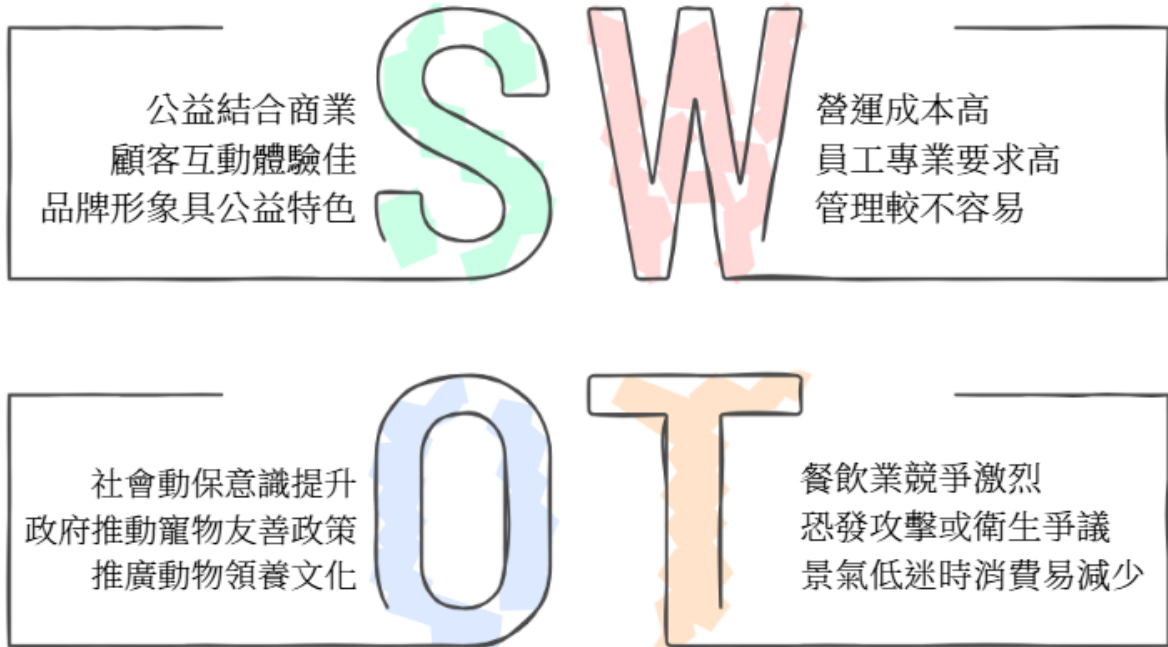
浪浪中途咖啡廳結合動物保護與咖啡經營，讓民眾能在舒適環境中與流浪貓狗互動，降低領養門檻，他們致力於營造一個如同家的空間，讓等待領養的動物能自由進食、活動和玩耍，同時讓民眾在悠閒舒適的用餐環境中，透過近距離互動了解牠們的真實個性。店內也配有具寵物訓練資格的專業人員，協助改善動物的行為問題，並為有意領養者提供飼養前的建議，期望降低新主人與寵物之間初期的磨合困難。

二、探究浪浪中途咖啡廳的 SWOT 分析、TOWS 矩陣分析、PESTEL 分析

(一) SWOT 分析

「要達成企業願景，必須先要有適當的經營策略，而經營策略通常使用 SWOT 分析方法，來對企業內部、外部環境進行評估」（沈禎娥、莊宏啟，2021）。

圖二：SWOT 分析圖

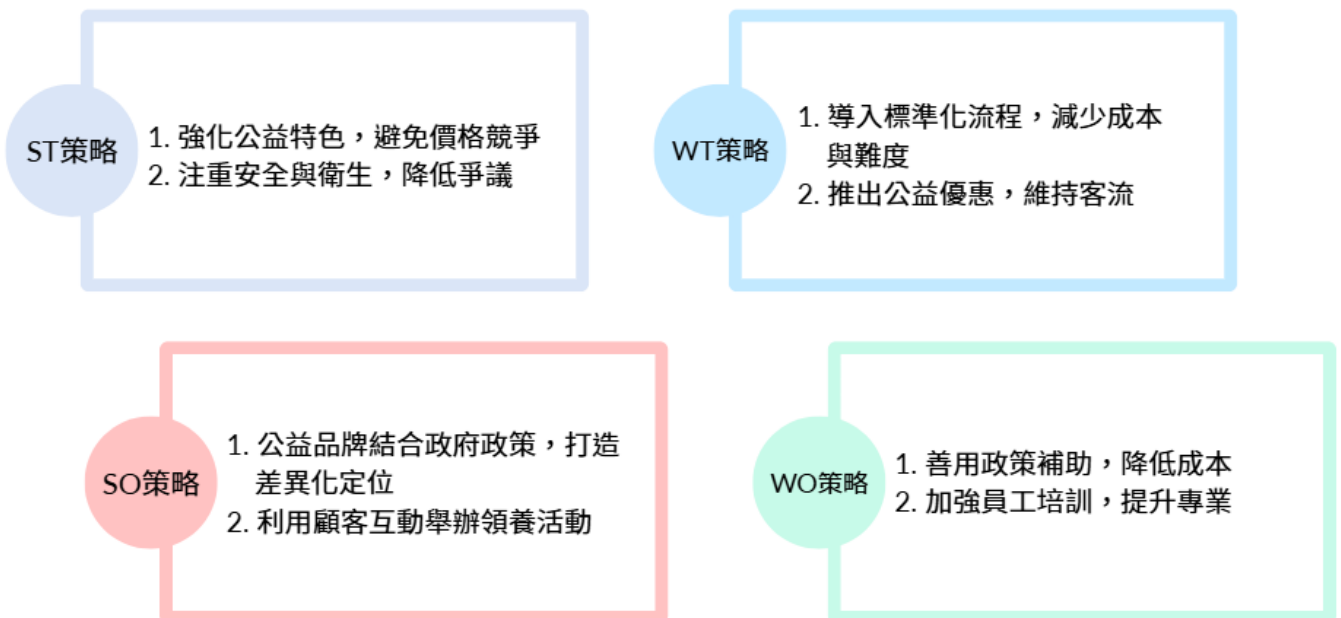


資料來源：本組自行研究彙整及繪製

(二) TOWS 矩陣分析

TOWS 矩陣是 SWOT 的延伸工具，將內部優劣與外部機會威脅交叉比對，用來把靜態分析轉化為具體可行的策略。

圖三：TOWS 矩陣分析

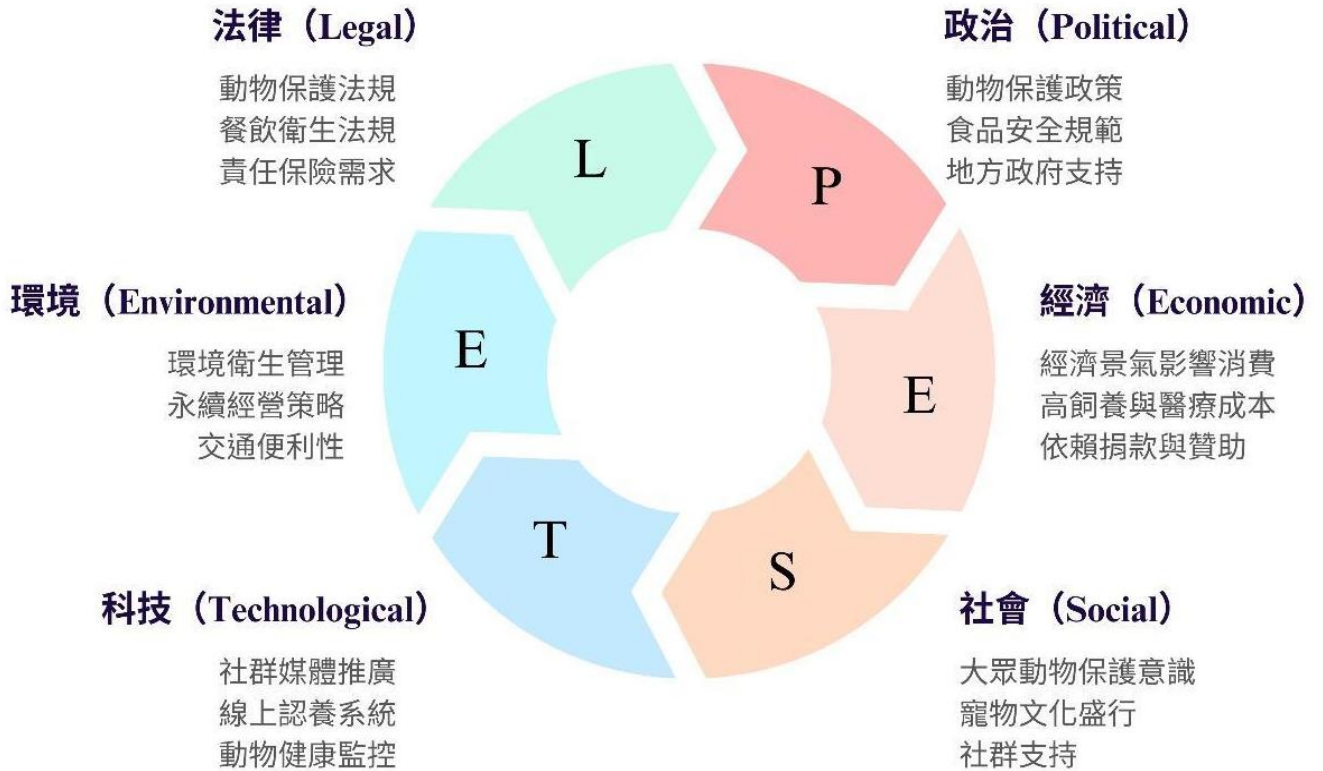


資料來源：本組自行研究彙整及繪製

(三) PESTEL 分析

PESTEL 分析用於評估企業的六大外部因素（政治、經濟、社會、科技、環境、法律），幫助企業掌握市場趨勢、發掘機會並預防風險，以制定更佳長期策略。

圖四：PESTEL 分析圖



資料來源：本組自行研究彙整及繪製

叁、研究方法

一、文獻探討法：

透過碩博士論文、報章雜誌、網路資料，分析與彙整後進行應用，並利用 SWOT、TOWS 矩陣、PESTEL 等分析方式進行分析。

二、問卷調查法：

利用 google 文件製作表單並在網路上發放，了解顧客基本資訊、顧客滿意度、顧客行為分析

肆、研究分析與結果

一、問卷調查分析結果

(一) 關於問卷調查

本研究發放網路問卷進行調查，問卷發放時間於 2025 年 9 月 8 日至 2025 年 9 月 28 日，填答對象為對浪浪中途咖啡廳有興趣的民眾，共收回 124 則回覆。

(二) 問卷調查結果

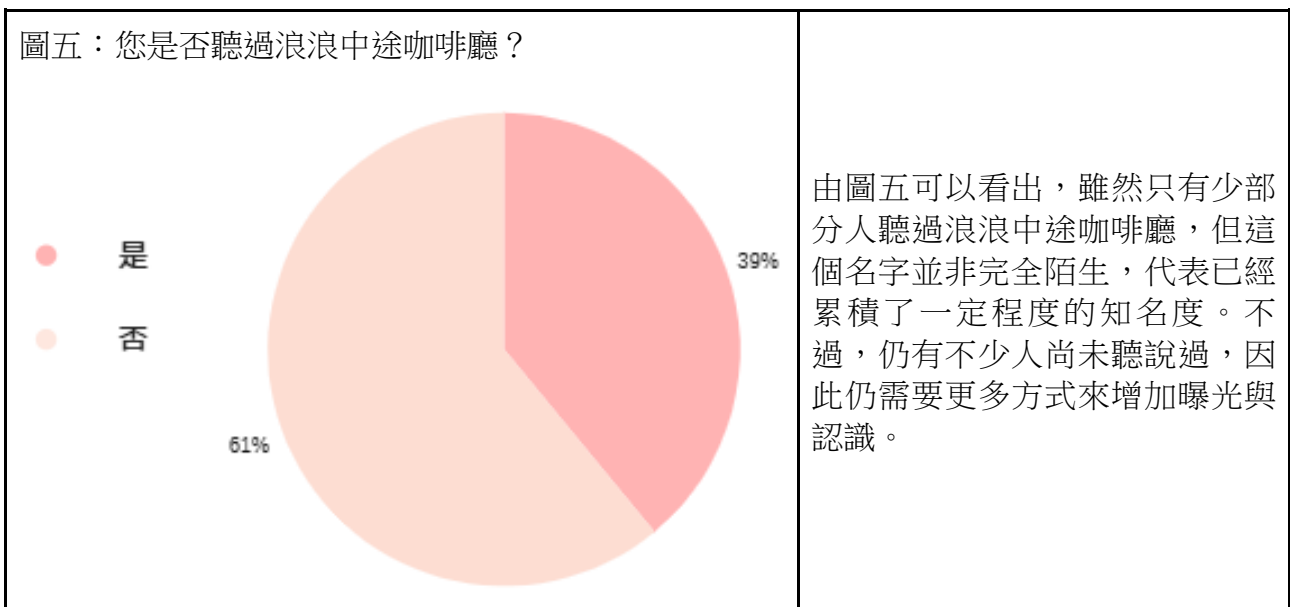
1.基本資料

表一：受訪者基本資料

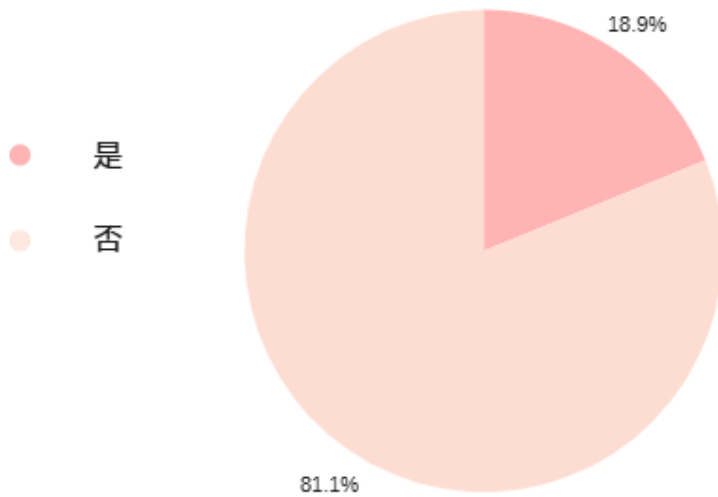
項目	說明
年齡	18 歲以下 (57.6%) 18-25 歲 (27.1%) 25-35 歲 (8.5%) 35-45 歲 (3.4%) 45 歲以上 (3.4%)
職業	學生 (73.8%) 公務人員 (8.2%) 上班族 (6.6%) 自由業/創業 (4.9%) 家庭主婦/主夫 (3.3%) 其他 (3.3%)
性別	男生 (48%) 女生 (52%)

資料來源：本組自行彙整及繪製

2.消費者行為

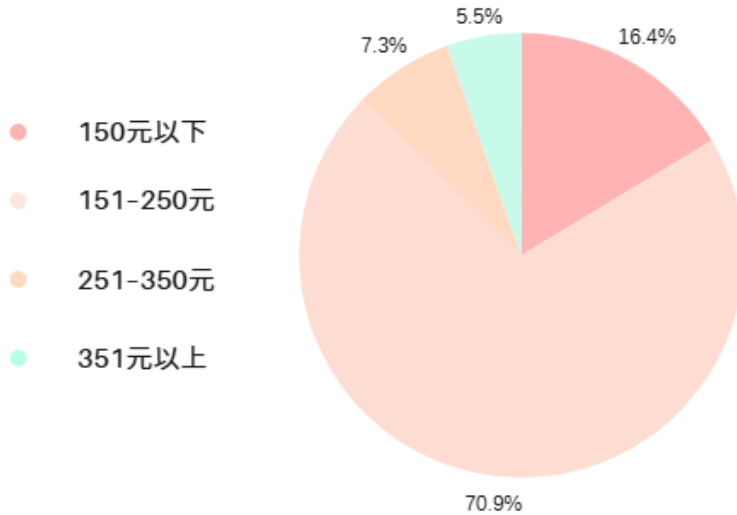


圖六：您是否曾經到訪過浪浪中途咖啡廳？



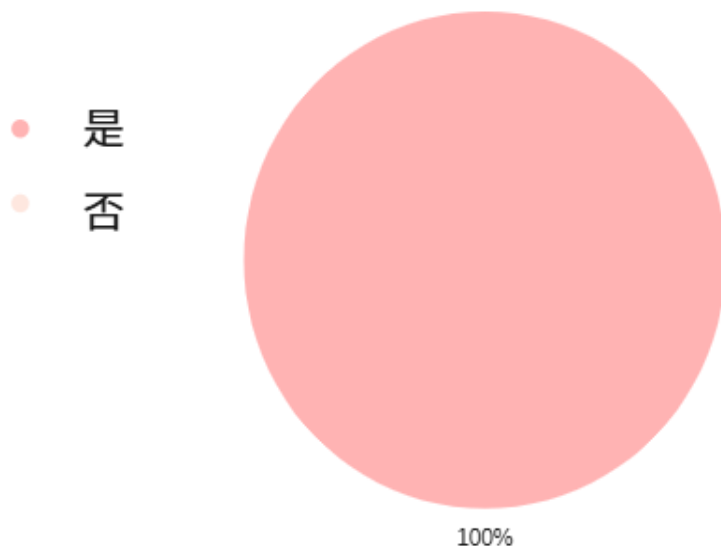
由圖六可知，實際到訪過的人數明顯少於未曾造訪者。這表示雖然許多人已聽過浪浪中途咖啡廳，但真正前往體驗的人仍不多。可能的原因是對店內服務內容缺乏了解。因此，若要吸引更多人到訪，可透過舉辦活動或提供優惠，提升吸引力，讓人覺得值得特地前往一次。

圖七：您可接受在浪浪中途咖啡廳的平均消費金額？



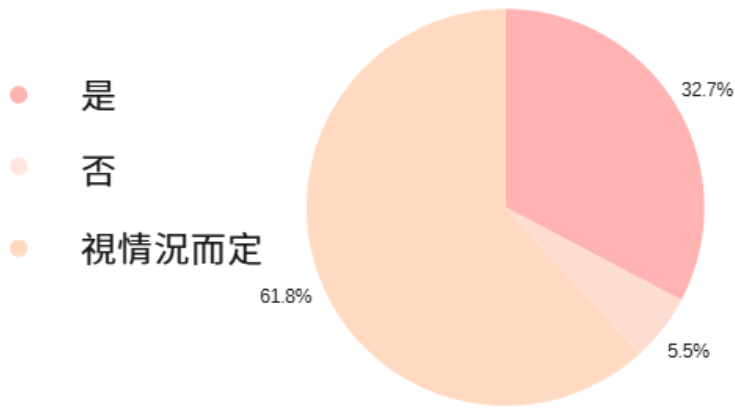
由圖七可見，大多數人可接受的價格約落在 151- 250 元之間，表示大家願意消費，但仍希望價格不要過高。若咖啡廳的消費能控制在這個區間，較符合大眾預期；若價格高於此範圍，則可能需要提供更多服務或活動，讓消費者覺得物有所值。

圖八：您覺得浪浪中途咖啡廳對推廣動物保護是否有幫助？



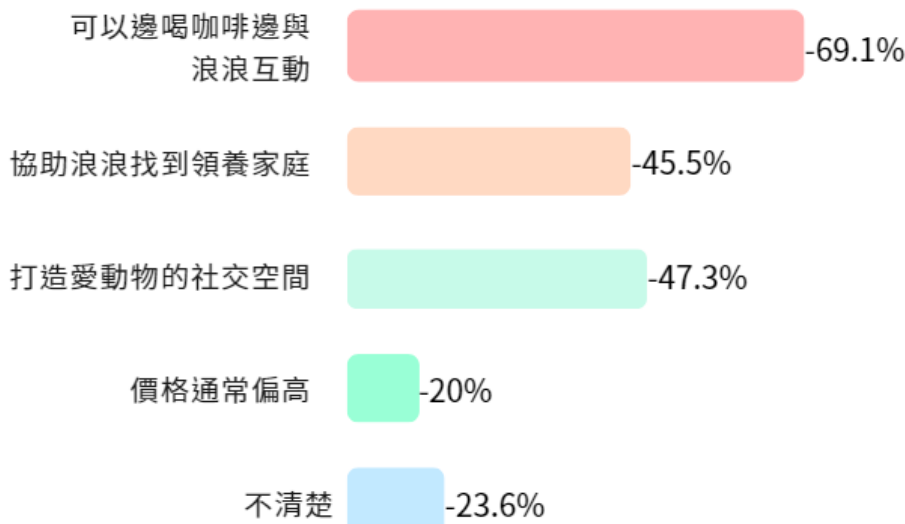
由圖八可見，多數人認為浪浪中途咖啡廳具有幫助意義。這說明它不只是提供飲品的場所，更能提高大眾對流浪動物議題的關注，也展現了其社會價值，而非單純商業行為。整體而言，大家對於動保觀念的推廣持支持態度。

圖九：您是否願意參加浪浪相關的公益活動？
（如捐款、義工）



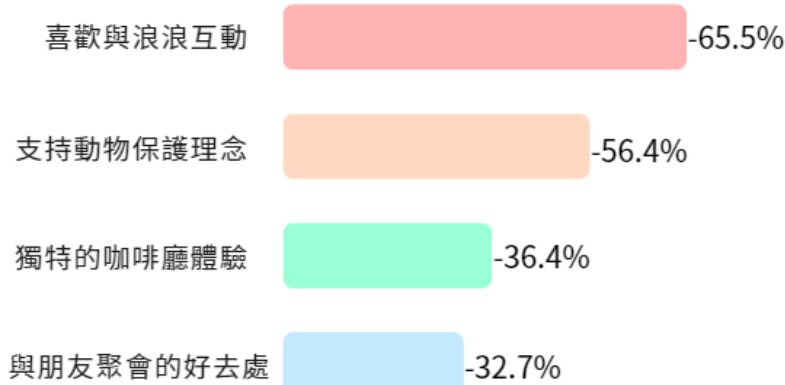
由圖九可見，多數人傾向視情況決定是否參加，並對浪浪相關活動表現出一定意願。這表示許多人不只願意當一般客人，也願意更進一步參與，例如擔任義工、參與募資活動或講座等。如果活動能兼具趣味性與意義，參與人數有望進一步增加

圖十：您對浪浪中途咖啡廳的印象為何？（可複選）



由圖十可見，最多人對咖啡廳的印象是能一邊喝咖啡、一邊與浪浪互動。這讓大家覺得它不同於傳統咖啡廳，而是一個既能放鬆又能陪伴浪浪的空間。整體印象多為正面，讓人感覺既有趣又溫馨。

圖十一：您認為自己願意支持浪浪中途咖啡廳的原因是？（可複選）



由圖十一可見，最多人願意支持浪浪中途咖啡廳的原因是可以與浪浪互動。這說明互動是最大的吸引力，比起單純喝咖啡，大家更重視陪伴浪浪的機會，甚至可能因此建立情感連結。雖然支持動保或協助送養也是原因，但互動仍是首要考量。

<p>圖十二：您對浪浪中途咖啡廳最大的顧慮是？（可複選）</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>顧慮項目</th> <th>百分比</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>浪浪安全與管理</td> <td>52.7%</td> </tr> <tr> <td>價格偏高</td> <td>38.2%</td> </tr> <tr> <td>衛生問題 (毛髮、氣味)</td> <td>43.6%</td> </tr> <tr> <td>餐飲品質</td> <td>29.1%</td> </tr> </tbody> </table>	顧慮項目	百分比	浪浪安全與管理	52.7%	價格偏高	38.2%	衛生問題 (毛髮、氣味)	43.6%	餐飲品質	29.1%	<p>由圖十二可見，最多人擔心的是浪浪的安全。大家認為，如果浪浪沒有受到妥善照顧，咖啡廳的存在意義就會大打折扣。相比之下，衛生或價格雖也受到關注，但大多數人仍更重視浪浪能在安全、健康的環境中生活。</p>		
顧慮項目	百分比												
浪浪安全與管理	52.7%												
價格偏高	38.2%												
衛生問題 (毛髮、氣味)	43.6%												
餐飲品質	29.1%												
<p>圖十三：您希望浪浪中途咖啡廳提供哪些服務？（可複選）</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>服務項目</th> <th>百分比</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>與浪浪互動區</td> <td>74.5%</td> </tr> <tr> <td>領養/送養資訊</td> <td>60%</td> </tr> <tr> <td>咖啡飲品與餐點</td> <td>58.2%</td> </tr> <tr> <td>寵物主題商品 (如周邊、紀念品)</td> <td>41.8%</td> </tr> <tr> <td>浪浪公益講座或活動</td> <td>29.1%</td> </tr> </tbody> </table>	服務項目	百分比	與浪浪互動區	74.5%	領養/送養資訊	60%	咖啡飲品與餐點	58.2%	寵物主題商品 (如周邊、紀念品)	41.8%	浪浪公益講座或活動	29.1%	<p>由圖十三可見，大家最希望的服務是「能與浪浪互動」，顯示與動物親近是最大的吸引力。此外，領養資訊與咖啡餐點也受到關注，代表大家希望浪浪中途咖啡廳能兼具「放鬆、互動與學習」功能，而非僅是一間普通咖啡廳。如果能滿足這些需求，相信會吸引更多人前來。</p>
服務項目	百分比												
與浪浪互動區	74.5%												
領養/送養資訊	60%												
咖啡飲品與餐點	58.2%												
寵物主題商品 (如周邊、紀念品)	41.8%												
浪浪公益講座或活動	29.1%												

資料來源：本組自行研究彙整及繪製

伍、研究結論與建議

一、結論

本研究以「探討浪浪中途咖啡廳的沿革與特色、進行 SWOT、TOWS 矩陣、PESTEL 分析、透過問卷調查蒐集大眾意見，並提出建議」為主要目的。經由文獻蒐集與問卷分析，歸納出以下結論：

（一）浪浪中途咖啡廳具有公益與商業的雙重意義：

此類咖啡廳不僅能提供餐飲與休憩功能，更結合動物保護與送養，讓顧客在消費過程中提升對流浪動物的認識與關注。此特色使其在咖啡市場中形成差異化，並展現正向社會價值。

(二) 大眾認知度仍有限，實際體驗率偏低：

問卷結果顯示，多數受訪者聽過浪浪中途咖啡廳，但實際到訪比例遠低於認知比例。顯示此經營模式雖具話題性，但在宣傳、資訊透明度與活動推廣方面仍有不足。

(三) 互動是顧客支持的關鍵因素：

多數受訪者認為最吸引人的特色是「能與浪浪互動」。相比餐飲本身，陪伴與互動更能帶來情感連結，也成為顧客願意支持此類型咖啡廳的主要原因。

(四) 價格區間需貼近大眾期望：

問卷結果顯示，大部分人能接受的消費金額落在 151 至 250 元之間，顯示價格過高將影響消費意願。因此，合理的定價與相應的服務內容，是提升顧客滿意度的重要因素。

(五) 動物安全與照護品質是顧客最在意的環節：

調查顯示，顧客最主要的顧慮並非價格，而是浪浪的健康與安全。如果照護不周，經營的價值將受到質疑。因此，動物福利是中途咖啡廳能否持續經營的核心條件。

二、建議

綜合上述研究結果，提出以下建議：

(一) 加強宣傳與提升能見度

針對尚未到訪過的潛在顧客，可透過更多元的宣傳方式，使外界更清楚了解浪浪中途咖啡廳的經營理念與特色，並鼓勵實際參與。

(二) 設計多元化的互動內容

既然「互動」是吸引顧客的最大亮點，業者可在互動形式上增加變化，例如讓顧客更深入了解浪浪的背景或學習基礎照護方式，藉此提升參與感。

(三) 維持合理價格並兼顧服務

應將價格控制在大眾可接受的範圍，若有較高價位的消費選項，則需搭配額外的體驗或公益價值，讓顧客感覺消費合理、願意消費。

(四) 確保浪浪的安全與健康

必須建立完善的飼養與管理制度，由專業人員負責日常照護，並確保浪浪生活在乾淨與安全的空間，讓顧客放心，也讓經營更具信任度。

(五) 推動公益與教育結合

除了用餐與互動外，可進一步規劃生命教育、送養說明或志工活動，讓顧客在參與過程中加深對動物保護的理解與責任感，使經營兼具休閒、公益與教育功能。

陸、參考文獻

(一) 網路資訊

- 1.謝宜均（2019）。雙北地區中途咖啡廳消費者對善因行銷、商店環境與領養意願之研究。取自 <https://www.airitilibrary.com/Article/Detail/U0021-G0006312122>
- 2.洪郁真（2022/11/25）。中途之家結合咖啡廳打造新領養模式！浪浪別哭譚柔：在這裡我們陪浪浪快樂等家。取自 https://ubrand.udn.com/ubrand/story/12116/6789228?utm_source=chatgpt.com
- 3.民視新聞網（2024/07/09）。浪浪咖啡店大改造！老闆苦撐砸錢翻新 誓言要繼續努力：怕領養理念會斷。取自 https://www.ftvnews.com.tw/news/detail/2024709W0187?utm_source=chatgpt.com
- 4.今周刊（2018/02/14）。中途咖啡廳「浪浪別哭」這裡讓愛不流浪。取自 https://www.businesstoday.com.tw/media/video/76?utm_source=chatgpt.com
- 5.曾大年（2014/12/26）。浪浪的幸福 就從 HOMECAFE 展開。取自 https://www.apatw.org/project-article/2586?utm_source=chatgpt.com
- 6.民視新聞網（2024/07/09）。浪浪咖啡店大改造！老闆苦撐砸錢翻新 誓言要繼續努力：怕領養理念會斷。取自 https://www.ftvnews.com.tw/news/detail/2024709W0187?utm_source=chatgpt.com
- 7.何宜（2015/01/12）。收容所變成貓咖啡館 喜歡就能帶回家。取自 https://www.apatw.org/project-article/2675?utm_source=chatgpt.com
- 8.一年 2 萬 7000 隻浪貓被撲殺！日本成立「保護貓咖啡廳」靠超萌周邊救助喵喵。取自 https://playing.ltn.com.tw/article/24929/1?utm_source=chatgpt.com
- 9.李娉婷（2016/10/10）。客從主便 中途咖啡廳浪浪最大。取自 https://www.apatw.org/project-article/6125?utm_source=chatgpt.com
- 10.洪郁真（2022/12/27）。專訪浪浪別哭：中途之家結合咖啡廳，陪貓狗快樂等家。取自 <https://www.seinsights.asia/article/9100>

(二) 書籍資料

- 1 沈禎娥、莊宏啟（2021）。商業概論（上）。啟芳出版社有限公司。