

投稿類別：健康/護理類

篇名：

女人一個月一次的安全感—衛生棉使用者之消費特性與滿意度研究

作者：

吳孟璇。國立蘭陽女中。高一 1 班

邱子婷。國立蘭陽女中。高一 1 班

陳玟婷。國立蘭陽女中。高一 1 班

指導老師：

李健浩 老師

壹●前言

一、研究動機

衛生棉是女性的必需品，同時也是一項消耗品。

在衛生棉尚未被發明的時代，當時女性所使用的只是一條布，每次使用完後，都必須洗乾淨，然後再重複使用，雖然能節省許多資源，但並不是非常衛生；在衛生棉被發明後的時代，女性只需使用更具便利性、舒適性、潔淨度的衛生棉。

新的發明使現代女性不必跟前人一般辛苦，但是隨著物價上漲和不斷推陳出新的衛生棉上市，出現了許多選擇的難題，消費者要如何加以分辨、選購就很是一個很重要的問題了。

如果想要一個產品能滿足所有需求，首先必須要了解消費者的需求以及考慮因素，「科技始終來自於人性。」(黃思齊,2000)站在消費者立場思考，然後針對需求製作出產品，爲了達到此目的，因此，我們做了一個調查，並且分析調查結果，明白消費者真正所需的衛生棉。

整體而言，本研究動機可歸納爲下列 3 項：

- 1.明白衛生棉是生活必需品，但是又要能同時兼顧其他新興問題。
- 2.要解決這些問題就必須先了解消費者的需求與看法。
- 3.消費者對於產品的滿意度爲何。

二、研究目的

對於不斷推陳出新的衛生棉上市，面對各式各樣的產品，消費者必須面對的新興問題也隨之而來，例如：消費者該如何分辨其間差異性與特性？自己的需求是什麼？該如何挑選使用？以及對於這些產品的滿意程度？對於哪些設計感到困擾？…等問題，針對這些問題，我們該如何去改善，改善哪些部分，經過分析和了解後，我們便可以更加明白消費者所需的條件。

基於上述的研究動機，本研究小組歸納出下列的研究目的：

- 1.對於越來越多的新式衛生棉出現，消費者該如何依其特性挑選自己適用的產品。
- 2.消費者對於不同衛生棉的特性其滿意度。
- 3.何者是消費者真正的需求以及需要改善的問題。

三、研究方法

爲了達到上述的研究目的，本研究小組採用下列的研究方法：

本研究經研究者之間達成共識，確立研究主題後，設立研究目標及範圍，透過網際網路蒐集理論資料、博碩士論文。整合所有資料後，針對女性購買衛生棉考慮因素，設計一份問卷，並利用 12/11 一天的時間，針對宜蘭市內 60 名女性進行問卷調查，以了解女性真實想法，再根據所得的問卷調查結果進行統計。匯整所有資料後，進行分析以及歸納，最後撰寫報告。

本研究之問卷如下所示：

親愛的受訪者您好：									
我們是蘭陽女中的學生，基於課程需要，現正進行『女性購買衛生棉考慮因素』的調查，非常需要您的協助，請在下列各問題勾選您的答案即可，本問卷純供課堂教學之用，保證不涉及個人隱私或移作其他用途，耽誤您寶貴時間，十分感謝。									
國立蘭陽女中小論文研究小組 指導教師：李健浩 研究學生：吳孟璇 邱子婷 陳玟婷 敬上									
一、基本資料									
1.年紀： <input type="checkbox"/> 18 歲以下 <input type="checkbox"/> 19~20 歲 <input type="checkbox"/> 21~30 歲 <input type="checkbox"/> 31~40 歲 <input type="checkbox"/> 41 歲以上									
2.學歷： <input type="checkbox"/> 國中 <input type="checkbox"/> 高中/高職 <input type="checkbox"/> 大學 <input type="checkbox"/> 研究所									
3.經期長度： <input type="checkbox"/> 3 天以下 <input type="checkbox"/> 4~5 天 <input type="checkbox"/> 6~7 天 <input type="checkbox"/> 8 天以上									
二、題目					同意程度				
					5	4	3	2	1
1. 您在購買衛生棉時，「價格」是最重要的考慮因素。									
2. 您在購買衛生棉時，「品牌」是最重要的考慮因素。									
3. 您在購買衛生棉時，「包裝」是最重要的考慮因素。									
4. 您在購買衛生棉時，「舒適度」不是重要的考慮因素。									
5. 您在購買衛生棉時，「商品代言人」不是重要的考慮因素。									
6. 您在購買衛生棉時，「朋友建議」不是重要的考慮因素。									
7. 您在購買衛生棉時，「附贈商品」不是重要的考慮因素。									
8. 您在購買衛生棉時，會固定使用同一品牌。									
9. 您在購買衛生棉時，「採購地點」是最重要的考慮因素。									
10.您在購買衛生棉時，「流量多寡」是最重要的考慮因素。									

四、研究限制

本研究因以衛生棉使用者爲限，故研究對象侷限爲女性；因研究者時間、人力及財

力有限之故，研究範圍以宜蘭市 60 名女性為問卷調查對象。

五、研究大綱

本 研 究 架 構 圖	壹●前言	一、研究動機
		二、研究目的
		三、研究方法
		四、研究限制
		五、研究大綱
	貳●正文	一、文獻探討
		1. 衛生棉的起源
		2. 衛生棉的構造
	參●結論	二、問卷分析
		1.個人基本資料分析
2.所有受訪者對各問題之看法		
肆●引註資料	3.不同類別受訪者對各問題的看法	
	一、研究發現	
	二、相關建議	
		三、研究心得

貳●正文

一、文獻探討

1.衛生棉的起源

衛生棉起源於第一次世界大戰，醫生覺得普通棉花吸血的效果並不好。爲了尋求更有效的代替物品，美國北方開始種植新品種棉花——「纖維棉」，吸血量高達普通棉花的六倍。原目的是爲傷兵止血，後來，有位護士發現此種纖維棉亦可使用在女性的月事上。戰爭結束後，美國北方的棉花田出產的大量纖維棉已成無用武之地，於是，先前那位護士便寫信給棉花生產者，建議將纖維棉使用在女性月事上。(許培欣，西元 2004 年)

於是，由衛生棉知名品牌—靠得住(Kotex)製作出第一個拋棄式衛生棉。起初，須使用安全別針固定住衛生棉，隨後也研發出黏膠式的衛生棉。(維基百科，2010)

由於原先女性於月事上所使用的棉布造成日常生活中的諸多不便，所以衛生棉逐漸

被推廣開來。

2.衛生棉的構造

衛生棉的構造可分為四大部份：第一部份為表層，是直接與肌膚接觸的地方，材質柔軟，又分為 PE 和棉質兩種，且表面的織法和壓痕決定了經血的吸收量和不回滲的效果；第二部份為內層，主要成份為棉和不織布、紙漿或以上材質複合物所形成的高分子聚合物複合紙，用來吸收流出的經血；第三部份為側邊的設計，主要作用是為了防止側漏；第四部份為背膠，由不透水材質所製成，可在不使用安全別針的情況下，將衛生棉固定在底褲上。(維基百科，2010)

3.衛生棉的種類

衛生棉發展至今，為了因應使用者的需要，於是，不斷推出各式各樣的產品。

其型態主要有兩種：一種是基本型（兩端裁圓的長形）；另外一種是具有側翼（又稱作蝶翼或翅膀）的衛生棉。

另外，側翼是為了解決經血量大，或活動而引起的經血側漏，所設計而成的。其又可分為直接吸收和防漏側邊二種：一種為直接吸收的側翼，可將側漏的經血吸收；另一種為防漏側邊的設計，有阻擋經血滲出的功效。

並且為了解決不同月經流量的需求，故推出各種類型的長度或設計，例如：加長型、夜用型、基本型、薄型的衛生棉（護墊）等。除了長度上的變化之外，夜用型衛生棉的設計，更是把尾端加寬；護墊更是為了解決女性在經期間，不會因衛生棉的厚度而影響行動的貼心設計。

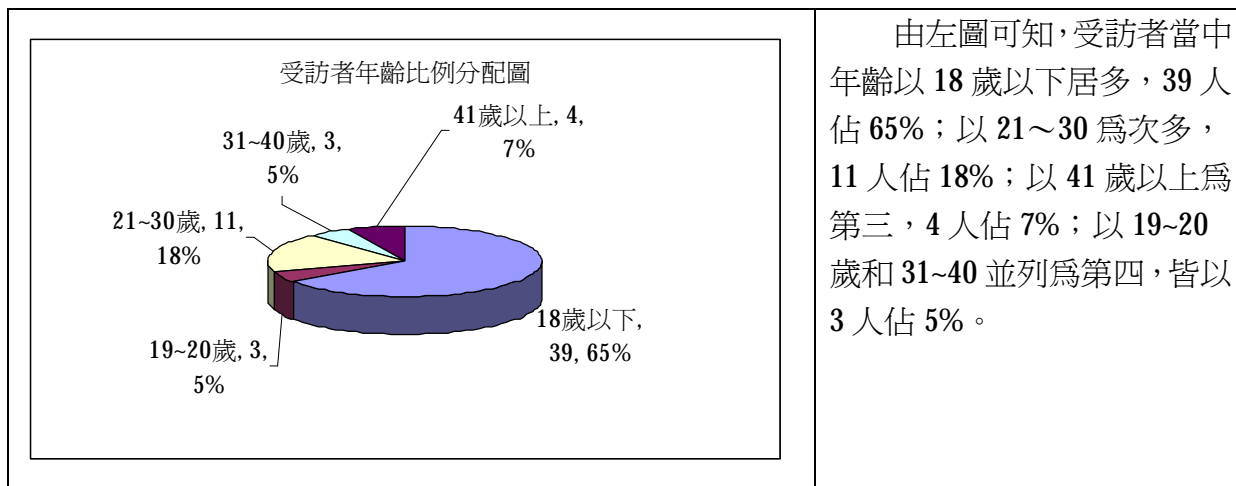
各家公司所推出的衛生棉，形態皆有差異，不過還是以主要型態為底，再加上新的設計，令產品更加舒適便利。(維基百科，2010)

二、問卷分析

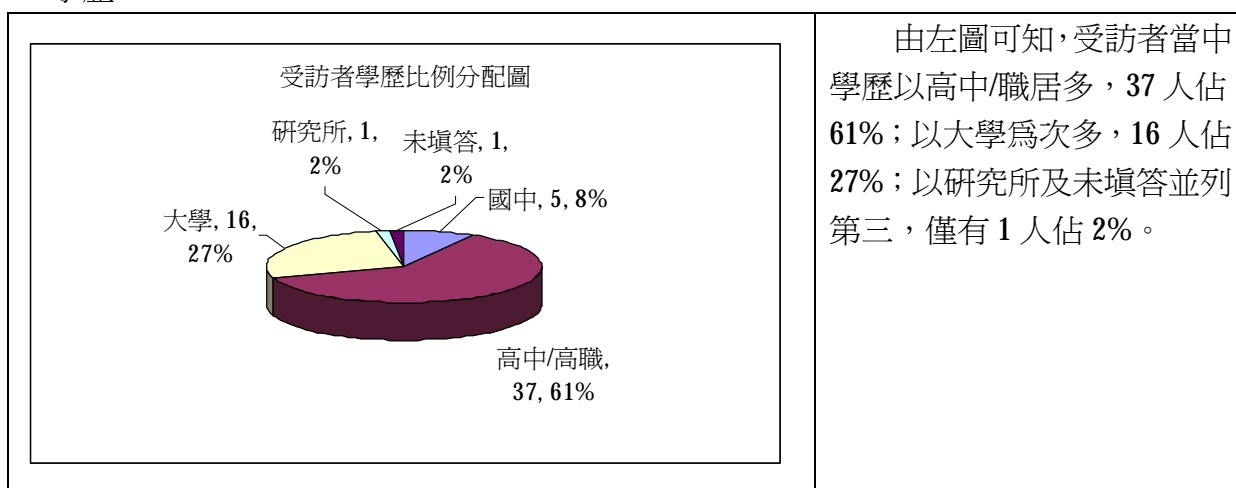
1.個人基本資料分析

本次問卷訪談共發出 60 份完全回收，無無效問卷，有效回收率為 100%，依個人基本資料之不同，其分配情況如下：

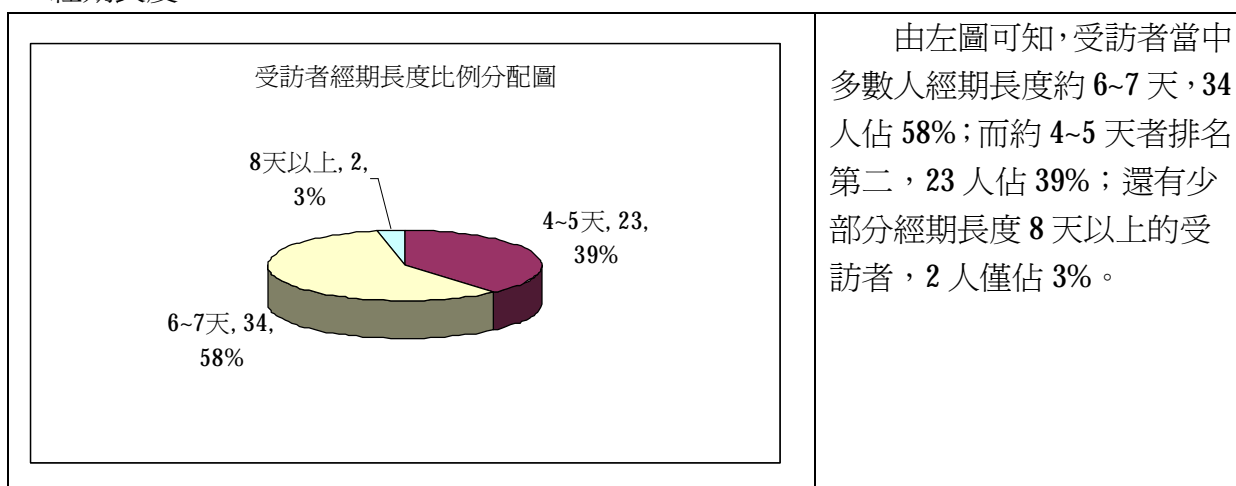
A.年齡



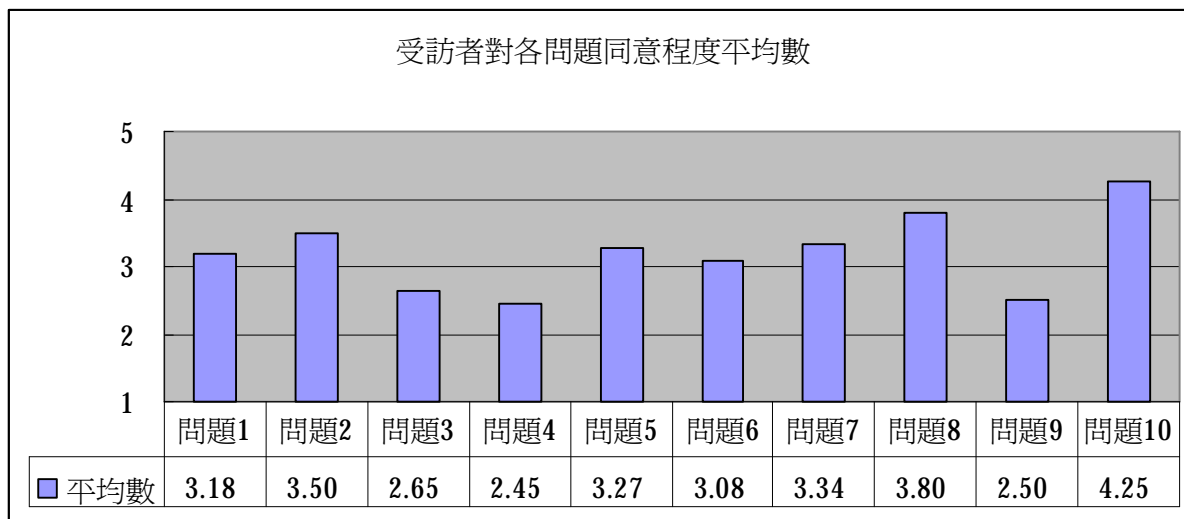
B.學歷



C.經期長度



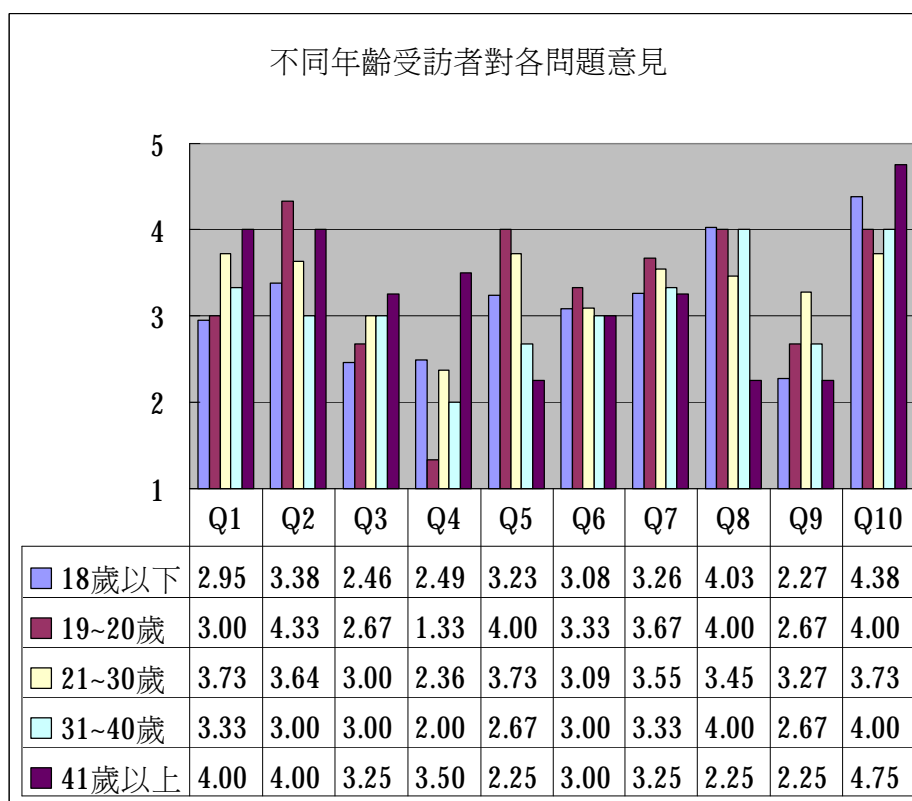
2.所有受訪者對各問題之看法



由上圖可知，受訪者對各問題依其同意程度由高至低分別為：首先 Q10「您在購買衛生棉時，『流量多寡』是最重要的考慮因素。」其同意程度最高(4.25)，其次為 Q8「您在購買衛生棉時，會固定使用同一品牌。」(3.80)；而不同意程度最高者為：Q4「您在購買衛生棉時，『舒適度』不是重要的考慮因素。」(2.45)最不被認同。受訪者對其他(Q1、Q2、Q3、Q5、Q6、Q7、Q9)問題則呈中立意見。

3.不同年齡受訪者對各問題的看法

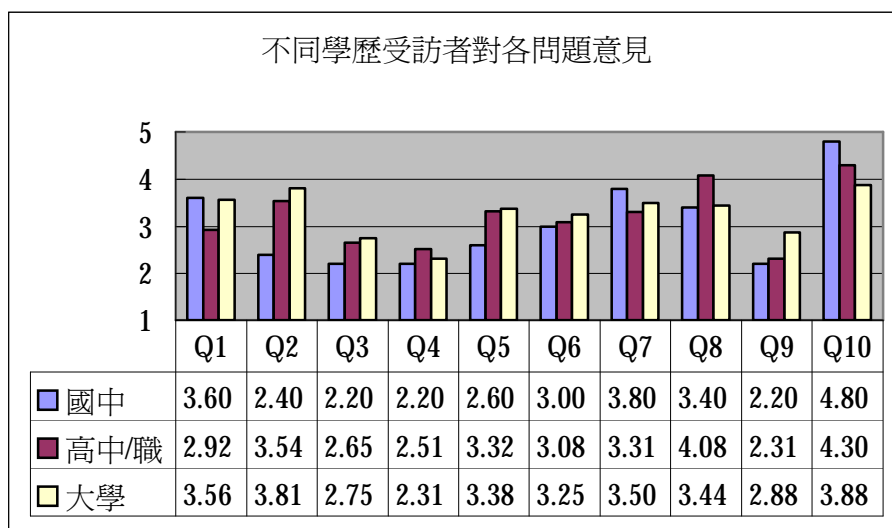
A.年紀



由上圖可知，不同年齡的受訪者針對 Q4「舒適度不是重要的考慮因素」有最明顯差距（19~20 歲受訪者低於其他年齡受訪者，並且與 41 歲受訪者以上差異最大）；其次是 Q9「採購地點是最重要的考慮因素」（21~30 歲受訪者皆高於其他不同年齡受訪者）；再來是 Q8「會固定使用同一品牌。」（21~30 歲受訪者皆明顯低於其他不同年齡受訪者）；最後則是 Q5「商品代言人不是重要的考慮因素。」（31~40 歲受訪者皆低於其他不同年齡受訪者，並且與 19~20 歲受訪者差異最大）；不同年齡受訪者在其他問題則無明顯差距。

推論：19~20 歲受訪者較其他年齡層注重商品代言人，可能是因為此年齡層比較會跟隨潮流，追求自己喜愛的藝人，連帶影響購買商品之考慮因素；21~30 歲受訪者較其他年齡層注重採購地點，且慣用同一種品牌。也許是因為現實考量，以及此品牌之設計較符合個人需求，使消費者對此品牌產生安全感，逐漸習慣同一品牌。

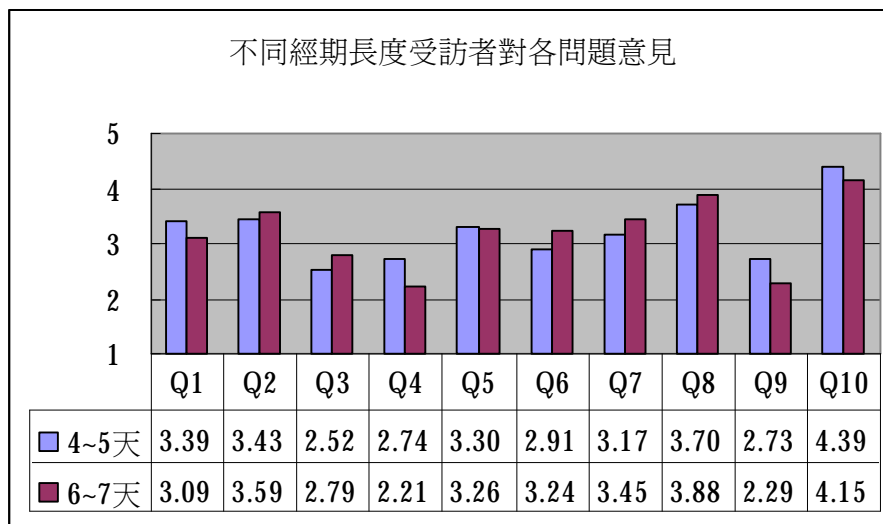
B.學歷



從上圖可知，不同學歷受訪者針對 Q2「您在購買衛生棉時，品牌是最重要的考慮因素。」有最明顯差距（高中/職者及大學者高於國中者）；其次 Q5「您在購買衛生棉時，商品代言人不是重要的考慮因素。」（高中/職者及大學者高於國中者）；第三 Q10「您在購買衛生棉時，流量多寡是最重要的考慮因素。」（國中者及高中/職者高於大學者）；不同學歷受訪者在其他問題則無明顯差距。

推論：相對於高中/職者及大學者，國中者因學歷較低，或許考慮較為不周詳，所以連帶的較不注重產品品牌及商品代言人等考慮因素。

C.經期長度



從上圖可知，不同經期長度受訪者針對 Q3 「舒適度不是重要的考慮因素」有最明顯差距（流量 4~5 天者高於流量 6~7 天者）；不同經期長度受訪者在其他問題則無明顯差距。

推論：相對於流量 4~5 天者而言，流量 6~7 天者因經期長度較長，較為注重品牌，並且品牌忠誠度較高，所以會固定使用同一品牌。

叁●結論

一、研究發現

基於上述的文獻探討及問卷分析，本研究主要發現有 2 項，分述如下：

- 1.消費者會以品牌、舒適度、附贈商品、流量多寡，作為主要的考慮因素，進而選出最適合本身的衛生棉。
- 2.出乎意料之外，消費者並不會因價格高低及朋友建議、商品代言人等因素，而決定購買特定產品。

二、相關建議

針對上述的研究發現，本研究提出下列 3 項建議：

- 1.受訪者會因附贈商品，而考慮是否購買此項商品。但附贈商品並不代表其商品之品質，所以建議消費者應優先考慮商品本身。
- 2.受訪者並不會因價格高低，而決定是否購買此商品。但價格較高者的品質並不一定會比價格低者更好，所以建議消費者應選購價格合理且品質較佳的衛生棉。
- 3.受訪者並不會聽從朋友建議進而選擇商品，但是建議消費者應略微參考朋友的建議，

並且依照自己的需要選出最合適本身的衛生棉。

三、研究心得

對於女性而言，衛生棉是生活中不可或缺的好幫手，但它不僅只是一項必需品，更是一項消耗品，再加上市面上販售各式各樣的產品，提供了多樣的選擇，消費者該如何做出抉擇便成爲了我們所關心的議題。

透過此次研究後，讓我們更加清楚了解時下女性對於衛生棉真正的訴求。並意外發現消費者並不會因商品代言人而特定選擇商品，恰好顛覆了我們先前一般的認知，並反映了女性慎選的考慮因素中，並沒有盲目跟從潮流的迷思，而是相當注重實際需求。

根據自己本身的需求，進而選出最合適自己的衛生棉，成爲女性考慮因素裡的重要觀點。

肆●引註資料

方郁明（2002）。衛生棉使用者之購買行爲和滿意度之研究。國立成功大學高階管理碩士在職專班(EMBA)：碩士論文。

專題演講：棉棉與條條的對話。擷取日期: 2010/12/22，取自網址：

<http://www.cge.fjtc.edu.tw/plan2-92/p02/0521.htm>

維基百科。擷取日期:2010/12/22 取自網址：

<http://zh.wikipedia.org/zh-tw/%E8%A1%9B%E7%94%9F%E6%A3%89>。