



國立臺灣大學進修推廣學院事業經營碩士在職學位學程

碩士論文

Professional Master's Program in Business Administration

School of Professional Education and Continuing Studies

National Taiwan University

Master Thesis

孕產婦選擇月子中心的關鍵影響因素

Key factors affecting the choice of postpartum care center
for pregnant women and new mothers.

呂其翰

Chi-Han Lu

指導教授：孔令傑 博士

Advisor: Ling-Chieh Kung, Ph.D.

中華民國 112 年 7 月

July 2023

致謝

能夠順利完成學業及這篇論文，首先要特別感謝我的指導教授孔令傑老師，當我在撰寫論文的過程中遭遇挫折時，老師都能在每兩週一次的密集論文指導會議中精準且適時的提供我寶貴的建議，讓每一次迷失在文字海中的我如同醍醐灌頂、茅塞頓開般地使問題迎刃而解，一步步的將論文進度完成。另外，也要感謝兩位口試委員余峻瑜老師及陳聿宏老師，能夠在百忙中撥冗審閱我的論文並予以指導，使得論文更佳的完善，特此致謝。

再來，要感謝孔家弟子 110PMBA 組的兩位好兄弟，傳懷及威良，前者身為組內的隊長，總是第一個寫完應有的進度，更是大幅的超前，每隔幾日便陸續地在 LINE 群組內一章又一章的上傳，也在四月順利完成口試，使我們不斷被督促著，而竟然在不知不覺中，自己也漸漸完成了進度，並持續的提醒及鼓勵威良，彼此星月趕路。

還要特別感謝在這兩年研究生涯與求學期間，上課互動及團體報告最棒的組員明卓、家瑜、怡君、王祥及志明，每週固定的開會討論，用最快的速度分工馬上就定案修改完成，以最好的效率完成每一堂課的報告，有可靠的隊友能夠共同學習成長和互相扶持的感覺真的很好。最後，便是感謝 PMBA 每位教導過我們的老師及所有同學們對我的照顧與鼓勵，真心感謝大家，祝福大家未來都能順利、平安、健康！

呂其翰 謹識

于臺大推廣進修學院

中華民國 112 年 7 月

中文摘要



由於人口和社會結構的改變，越來越多的新手媽媽們選擇入住月子中心，而不是像傳統家庭一樣進行坐月子，這儼然已經成為一種新興的護理服務產業。不過，隨著少子化的影響，使得新生兒的數量每年衰退，代表著市場的供給量越來越低，雖然消費者對於月子中心市場的需求增加，但也因為越來越多的經營者投入市場，使得競爭變得非常的激烈。所以，該如何提供符合孕產婦多樣化需求的個性化及高品質服務，經營者必須透過品牌形象塑造、市場推廣和持續提升服務水準來增強競爭優勢並保持市場競爭力，這是月子中心經營上所需要關注的議題。因此，經營者必須確認消費者之服務需求才能確認其市場定位，這樣其經營方向及服務重點才能夠符合目標市場的需求。

依據本研究所透過的問卷分析，得到在少子化的環境下，要增加競爭優勢和保有市場競爭力，建議月子中心的經營策略應該具體考慮以下幾點：「提供個性化的服務」、「高品質的設施和設備」、「建立良好的合作關係」、「建立品牌形象」、「提升服務品質」，通過以上策略的實施，可以使月子中心在少子化的環境中保持競爭力，並為產婦和新生兒提供最好的護理。

本研究以孕產婦選擇月子中心的關鍵影響因素為研究領域，希望探討顧客在選擇月子中心時，其抱持著哪些觀點，如何影響到其對月子中心的選擇與願付價格，以及這些觀點與選擇如何受到顧客背景的影響。透過問卷調查法，得到以上主要結論。

關鍵字：孕產婦、護理人員、照護品質、月子中心、關鍵影響因素

Abstract

Due to changes in population and social structure, an increasing number of new mothers are choosing to stay in postnatal care centers instead of following traditional practices of confinement at home. This has emerged as a growing industry in the field of nursing services. However, with the impact of declining birth rates, the number of newborns is decreasing each year, leading to a diminishing supply in the market. Although there is a rising demand for postnatal care centers, the increasing number of operators entering the market has intensified the competition. Therefore, to provide personalized and high-quality services that cater to the diverse needs of expectant and new mothers, operators must focus on shaping their brand image, marketing strategies, and continuously improving service standards to enhance their competitive advantages and maintain market competitiveness. This is an important issue to consider in the operation of postnatal care centers. As such, operators must identify the service demands of consumers to determine their market positioning. This way, their business direction and service focus can meet the needs of the target market.

Based on the questionnaire analysis conducted in this study, several recommendations were made for postnatal care centers to increase their competitive advantages and maintain market competitiveness in the context of declining birth rates. These recommendations include providing personalized services, offering high-quality facilities and equipment, establishing good partnerships, building a strong brand image, and enhancing service quality. By implementing these strategies, postnatal care centers can stay competitive in a declining birth rate environment and provide the best care for expectant and newborn mothers.

This study focused on the key influencing factors for expectant and new mothers when choosing postnatal care centers. It aimed to explore the perspectives held by customers and how they influence their choices and willingness to pay for postnatal care centers, as well as how these perspectives are influenced by customer backgrounds. Through the use of questionnaire surveys, the main conclusions mentioned above were obtained.

Keywords: expectant and new mothers, nursing staff, care quality, postnatal care center, key influencing factors

目錄



致謝.....	I
中文摘要.....	II
Abstract.....	III
目錄.....	IV
圖目錄.....	V
表目錄.....	VI
第一章 緒論.....	1
1.1 研究背景.....	1
1.2 研究動機.....	4
1.3 研究目的.....	5
1.4 預期成果.....	5
1.5 研究架構.....	6
1.6 研究流程.....	7
第二章 文獻探討.....	9
2.1 月子中心興起原因與發展.....	9
2.2 既有文獻對月子中心之經營重點的研究結果.....	10
第三章 研究方法.....	12
3.1 研究方法.....	12
3.2 問卷設計.....	13
第四章 問卷研究調查.....	18
4.1 問卷內容與目標客群.....	18
4.2 問卷調查結果分析.....	18
4.3 交叉分析.....	23
4.4 總結與建議行動方案.....	37
第五章 結論與建議.....	38
5.1 研究結論.....	38
5.2 研究建議.....	38
5.3 未來展望.....	39
參考文獻.....	40
附錄.....	41

圖目錄



圖 1-1 1990-2020 年婚育趨勢	3
圖 1-2 研究流程	8

表目錄



表 1-1	產後護理機構現況及服務量統計	3
表 4-1	有效回收問卷之基本資料分析(N=467)	19
表 4-2	各題回答之平均數、標準差與各選項之人數分佈	21
表 4-3	各年齡層填答者就各題回答之平均數	24
表 4-4	各婚齡別填答者就各題回答之平均數	26
表 4-5	各胎次別填答者就各題回答之平均數	27
表 4-6	各懷孕狀態別填答者就各題回答之平均數	28
表 4-7	各教育程度別填答者就各題回答之平均數	29
表 4-8	各經濟來源別填答者就各題回答之平均數	30
表 4-9	各家庭月收入別填答者就各題回答之平均數	31
表 4-10	各家庭居住類型別填答者就各題回答之平均數	32
表 4-11	各月中總預算別填答者就各題回答之平均數	33
表 4-12	各月中一天房價別填答者就各題回答之平均數	35
表 4-13	各月中預計入住天數別填答者就各題回答之平均數	36

第一章 緒論



1.1 研究背景

1.1.1 坐月子專業機構的發展沿革

坐月子是婦女在生產過後休息調養身心的習俗，在華人傳統時間約一個月，故稱為坐月子。月子中心的發展史可以追溯到上世紀 90 年代初期。當時，社會出現了一種「月子病」的現象，新媽媽們在產後容易出現腰疼、腱鞘炎、身體發寒發冷、乏力、乳房脹痛、乳汁不通暢、精神焦慮…等問題。為了解決這些問題，當時的企業家開始設立專門的月子中心，提供專業的月子護理和服務。

在月子中心的興起之後，在 2000 年代初期開始流行。當時，月子中心主要是以「附屬設置在醫療院所內的其中幾個樓層」或是「獨立小型的私營機構」為主，提供的服務內容涵蓋基本的月子護理及生活照顧。尤其是小型私營月子中心剛興起的時候，主要僅提供產婦基本的生活起居和嬰兒照顧服務，並沒有涉及產後醫療或護理的部分，因此沒有受到護理人員法和相關規定的監管。由於當時的管理機構不是衛生主管部門，因此早期的月子中心主要都是以營利事業登記為主，或是根本就沒有進行相關的登記，這種無法管控的情況一直持續到後來政府開始加強監管和規範發展，但由於缺乏規範的管理和標準化的服務，所以很多月子中心存在衛生、服務質量、安全…等方面的問題。

隨著經濟的發展和人民生活水平的提高，越來越多的家庭開始關注孕產婦的身體和心理健康，月子中心的市場需求也不斷增加。為了規範行業發展，政府開始加強對月子中心的監管和管理，提高了服務標準和要求，也規範了行業的發展。目前，月子中心已經成為了一個獨立的產業，並在市場上形成了不同的服務模式，如家庭式月子服務、連鎖式月子中心或是五星級飯店式管理月子中心…等。同時，隨著國家政策的鼓勵和支持，越來越多的企業開始涉足月子中心領域，市場規模也在不斷的擴大，亦有另類的坐月子相關產業，例如月嫂到府服務、中央食品工廠的月子餐外送服務、產後營養膳食調理藥飲品…等。



1.1.2 產婦坐月子習慣的現況

產婦坐月子是一種古老的中華傳統，旨在幫助產婦恢復身體和健康。隨著時代的變遷和醫療技術的發展，現在的產婦坐月子的方式和傳統有所不同，但仍然受到廣泛關注和實踐。由於孕產婦希望能夠妥善地照顧自己的新生兒，但缺乏經驗和信心，因此產生了焦慮和不安。為了解決這個問題，孕產婦開始尋求專業人員的幫助，並最終選擇前往月子中心以滿足她的需求和降低焦慮感。

現在，許多產婦在分娩後會在家中或月子中心接受為期四十天的月子護理，以幫助恢復身體和提供嬰兒護理。月子護理包括飲食調理、體位練習、產後康復訓練、乳房護理、產後心理輔導等。

此外，一些現代技術也被應用於產婦坐月子的護理中，如使用產後恢復器材、接受物理治療和中藥療法等。儘管產婦坐月子的方式已經有所變化，但它仍然是中華文化的重要組成部分，並得到了廣泛的認可和實踐。

1.1.3 少子化環境下月子中心的困境及機會

少子化是指一個國家或地區的生育率降低，導致人口出生率下降的現象。這種情況會對社會、經濟和文化產生重大的影響和挑戰。而少子化對月子中心的困境主要有以下幾個方面：

1. **客源減少**：由於生育率下降，月子中心的客源可能相對會減少。在人口老齡化、未婚率升高和少子化的背景下，越來越少的家庭組成以及生孩子已非必要的選項。如下圖 1-1 所示，可看出 22-44 歲人口未婚率每十年以超過 10% 的速度在提升，而出生人數在這 30 年期間的差異高達腰斬，這些因素都將導致月子中心的客源大幅度的減少，給月子中心的經營帶來極大的壓力。

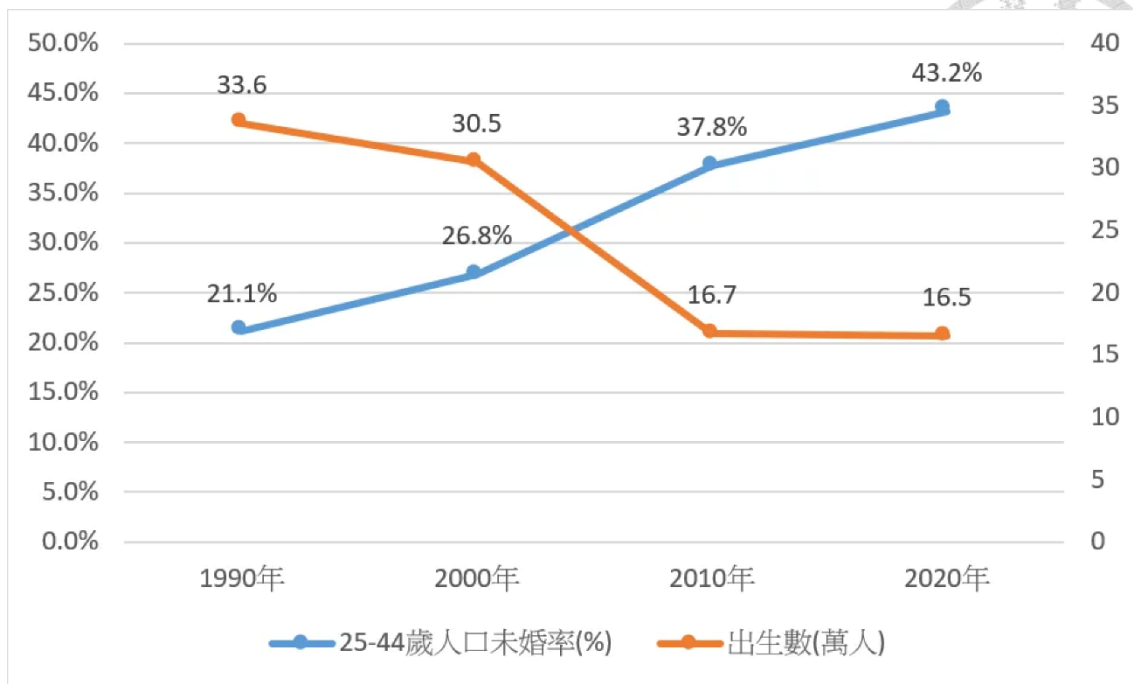


圖 1-1 1990-2020 年婚育趨勢


資料來源：行政院主計總處人口及住宅普查、內政部戶政司人口統計資料

2. 競爭加劇：由於少子化，月子中心的數量可能會超過市場需求，這將導致競爭加劇。如下表 1-1 所示，可看出自 2011 年至 2018 年產後護理機構（月子中心）的新設家數在八年來已成長超過 100%，代表隨著月子中心的數量增加，客戶的選擇餘地也會增加，而月子中心的利潤可能會受到影響。

表 1-1 產後護理機構現況及服務量統計

時間	家數	床數	入住人日數	新入住人數	平均入住日數
2018	267	12,842	2,157,318	102,896	20.97
2017	243	11,546	1,993,181	98,877	20
2016	219	9786	1,841,301	89,515	20.57
2015	201	8,558	1,707,395	84,643	20.17
2014	187	7,477	1,462,933	74,682	19.59
2013	171	6,582	1,214,223	62,687	19.37
2012	148	5,618	1,080,049	57,376	18.82
2011	117	4,379	859,689	45,833	18.76

資料來源：衛生福利部

- 
- 3. 服務水平提高：**隨著人們對產後護理的要求提高，月子中心需要提高自身的服務水平，以吸引客戶。這也意味著月子中心需要投資於設施、技術和人員培訓等方面，以提高服務質量和客戶滿意度。
 - 4. 政策和法規變化：**隨著社會和政治環境的變化，相關政策和法規可能會發生變化，這可能會對月子中心的經營產生影響。例如，政府可能會推出支持生育的政策，這也將對月子中心的客源和經營模式產生影響。

綜上所述，少子化對月子中心的經營帶來一定的壓力和挑戰，但同時也提供了改進和提高服務質量的機會。

1.2 研究動機

近年來，全球許多國家都面臨著少子化的問題，這對於月子中心的營運與發展帶來了相當大的影響。因此，研究少子化對月子中心的影響，來了解這個產業所面臨的挑戰，並提出相應的解決方案，便是此研究的動機。

- 1. 從人口結構變化的角度來分析：**由於少子化現象，年輕夫婦的結婚率和生育率都明顯下降，因此產生了對於月子中心客源的衝擊，使得月子中心需要調整其營運策略，以滿足新的市場需求。
- 2. 從消費者需求轉變的角度來分析：**與過去相比，現代的年輕父母更加注重獨立性和自主性，或許他們會更希望在家庭中照顧新生兒，而非前往月子中心。這對月子中心來說也是另一個挑戰，因為他們需要適應新的消費者需求。
- 3. 從產業競爭的角度來分析：**由於少子化對月子中心的營運產生了負面影響，這使得產業內的競爭加劇。月子中心需要採取更有效的策略，以吸引更多的消費者和提高市場占有率。

總之，研究在少子化環境下對月子中心的影響是非常重要的，因為這可以幫助月子中心更好地了解這個產業所面臨的挑戰和機遇，並提出相應的解決方案，以確保其持續健康發展。



1.3 研究目的

本研究的目的是調查孕產婦在月子中心的體驗和感受，以瞭解她們對該中心提供的服務需求，並檢驗該中心的服務品質是否符合孕產婦對坐月子環境的相容性、安全性、休閒性和舒適性的要求。此外，本研究還將探討孕產婦在坐月子期間需要的服務項目，以及她們在消費時考慮的決策因素。因此，本研究之研究目的共有以下四點：

目的 1：探討孕產婦在選擇月子中心時的關鍵影響因素，包括進行消費決策時所需要的服務項目。

目的 2：探討並分析未懷孕之女性、懷孕中之孕婦和已分娩完之產婦在選擇月子中心時之關鍵影響因素優先順序。

目的 3：了解不同背景變項對於產後中心服務需求之差異性。

目的 4：提供現代月子中心管理者的建議以提升顧客選擇其機構入住的機率。

為了實現以上目的，本研究預計於網路上及特定月子中心內發放問卷，了解未懷孕之女性、懷孕中之孕婦和已分娩完之產婦選擇月子中心的關鍵影響因素，並運用問卷分析法剖析優先順序與不同群體間的差異，以期能提供現代月子中心管理者對於少子化環境下的經營策略建議。

1.4 預期成果

相關研究發現，孕產婦在選擇月子中心時，會因為不同的身份和年齡而有不同的消費動機。然而，孕產婦的消費動機通常包括安全、社交、生理、自我實現和自尊…等不同方面的綜合考量。因此，本研究的目的是探討孕產婦產後會有哪些需求，以便經營者可以在經營方向和服務重點上符合目標市場的需求，找到市場定位並創造競爭優勢。

對於現代的孕產婦來說，選擇月子中心是為了得到專業的產婦和嬰兒照顧，但是也希望能夠滿足更多個人化的需求，如藥膳調理身體、情緒宣洩和學習育兒技巧…等。因此，孕產婦在選擇月子中心時，會考慮價格、硬體設施、軟體服務、

護理人員素質、藥膳效果和服務項目…等關鍵需求。在日益競爭的市場上，經營者需要提供差異化的服務，滿足產婦需求，提高競爭優勢，這是未來產業發展的重要方向。

本研究旨在探討孕產婦對坐月子服務商品的期望，以滿足其需求，並分析不同特性孕產婦對月子中心需求和服務項目的重視程度是否有所不同。此外，本研究還將探討月子中心的措施和影響因素是否對未來孕婦之預期及產婦之住宿體驗有正面影響，以及是否增加對該月子中心的滿意程度，期以提供經營者建構舒適及合適的坐月子環境，創造顧客滿意的體驗模式。

1.5 研究架構

本研究論文結構總共分成五個章節，敘述如下：

第一章：「緒論」，說明本研究動機與目的及研究流程和論文結構。

第二章：「文獻探討」，主要針對月子中心興起原因與產後坐月子服務需求等文獻探討，主要說明月子中心服務需求之意義與理論之相關研究。

第三章：「研究方法」，主要說明以量化研究的方式，即問卷調查之設計及施測，與次級資料之搜集，以及各項統計分析方法之應用。

第四章：「問卷研究調查」，主要針對樣本基本資料做說明及孕產婦對於月子中心之服務需求項目與不同背景變項對於服務需求差異性之實證分析。

第五章：「結論與建議」，本研究探討了孕產婦對月子中心所需求的服務項目以及重要性，並研究個人背景因素對這些服務需求的差異影響。此外，研究者也提出了一些關於如何規劃月子中心和提供給參與月子中心的孕產婦的建議。

本研究係以有坐月子需求之孕產婦為目標客群作為調查及研究對象，內容係針對目標客群進行問卷分析法為主要研究方法，對分析孕產婦選擇月子中心的關鍵因素做進一步的探討。

根據第二章的文獻探討，消費者對於產品品質的評價是由其對產品品質期望的重要性程度以及實際產品品質滿意度之間的差距所決定的，而這個差距會影響消費者的購買意願和回購意願。同時，消費者對於選擇月子中心的重要因素，以及對這些因素的滿意程度和再購意願，也受到其個人和家庭背景變項的影響。

孕產婦在選擇月子中心時，最主要的考量因素是受到傳統觀念和個人家庭經濟狀況的影響。此外，坐月子的方式和相關的飲食觀念也受到不同的飲食習慣和資訊獲取能力的影響，而這些觀念與習慣的養成和個人的教育程度、就業狀況和年齡及過去的孕產經驗有關，皆會影響孕產婦對於本次生產坐月子的方式和飲食觀念的選擇。

1.6 研究流程

本研究首先確定研究動機和背景，並根據研究目的開始搜尋相關文獻，包括月子中心提供的服務需求項目和興起的原因…等。接著建立研究架構，進行問卷調查，並收集回收的問卷。最後，基於問卷調查的結果，進行資料分析和解釋，歸納出研究結果並提出結論和建議，整個研究流程如下圖 1-2 所示。



圖 1-2 研究流程

第二章 文獻探討



本研究的主要目的是以孕產婦為研究對象，研究對於選擇月子中心的因素，以及這些因素與月子中心提供的服務項目之重要性和滿意度之間的關係。此外，本研究也探討了月子中心的興起和發展，以及孕產婦選擇月子中心的需求和相關文獻。在此基礎上，本研究進一步討論了服務品質、滿意度和再購買意願之間的關係，以及相關文獻中的觀點和研究結果。

2.1 月子中心興起原因與發展

2.1.1 月子中心興起原因

產婦坐月子文化是中國傳統農業社會中重要的生活習慣，現代雖然已經漸漸淡化，但仍有不少婦女堅信藉由坐月子期間來獲得充分的休息、食補與調養，並學習扮演為人母的角色。她們認為這樣做有助於適應產後生理、心理和社會角色的改變和挑戰，以及為未來的家庭幸福打下良好的基礎。就如台灣俗語所言：「月內沒做好，甲老就艱苦」，反映了婦女在坐月子期間對自身和家庭的期望和重視。

隨著女性自主意識的覺醒、產婦的健康逐漸受到重視、家庭條件的改變以及醫療結構體制的改變…等，再加上一輩子只有可能一至兩次的生育機會，使得越來越多的準父母們捨得花費較多的金錢換取更佳的產後調養品質。

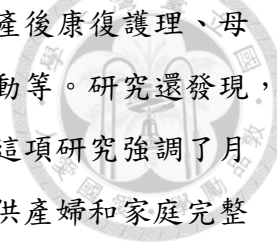
2.1.2 月子中心之發展

根據韓文聰（1992）的研究結果，即使在都市化程度最高的台北市，仍有高達 95.2% 的產婦進行傳統的月子調養。這顯示了坐月子的觀念和禁忌行為並未因歷史、都市化和經濟發展的演進而消失，反而在每個家庭中根深蒂固存在。雖然現代台灣的新女性深受西方價值觀的影響，對傳統這種產後習俗可能不完全認同，但是在寧可信其有不可信其無的心態下，她們仍會到坐月子中心得到充分的休息。

2.2 既有文獻對月子中心之經營重點的研究結果

月子中心是一種提供產婦產後康復、嬰兒護理、膳食調理和家庭支持服務的設施。因此本研究針對月子中心之相關文獻進行探討，以作為本研究之理論依據。以下係六篇依年份排序關於月子中心之既有相關文獻及摘要評述：

1. 呂木蘭（1999）的研究顯示，由於社會結構和個人需求的改變，部分產婦選擇到月子中心購買照護服務，以解決產婦和嬰兒在坐月子期間的照顧問題。月子中心提供標準化、規格化的服務流程和服務項目，並提供飲食調理、藥膳食補和專業護理服務，以滿足現代消費者對服務品質和便利性的需求。這些特色成為現代月子中心的發展趨勢，並為產婦提供更專業和全面的坐月子照顧服務。
2. 黃光大（2007）的研究指出，隨著現代人的生活型態逐漸改變，月子中心行業逐漸成為市場競爭的焦點。在激烈的競爭中，差異化已成為月子中心永續經營的重要策略考量。為了滿足孕產婦不同的需求，月子中心需要了解孕產婦在產後的照護需求，並透過產婦坐月子產品及服務的設計來滿足這些需求。研究結果顯示，產婦對月子中心的需求項目依序為「價格」、「是否提供藥膳」、「嬰兒室設施齊全」、「硬體設施」和「活動空間」等。因此，月子中心經營者可以透過提供不同價格層次的產品、提供藥膳食補服務、提供嬰兒室等設施，以及規劃舒適的活動空間等方式，來滿足不同產婦對坐月子服務的需求。
3. 李雅莉（2008）的研究總結，對於月子中心的產品和服務差異化，產婦最重視的因素是價格、硬體設備和裝潢的精緻程度，以及月子中心的口碑和品牌定位。此外，她也提出了一些經營上的建議，包括朝向多角化發展、採取差異化的經營策略，以及創造月子中心自身的競爭優勢和不可取代性。

- 
4. 吳佳穎 (2015) 的研究顯示，月子中心提供的服務包括產後康復護理、母乳哺育輔導、嬰兒護理、營養膳食、家庭支援和社交活動等。研究還發現，月子中心的服務內容和品質因應不同中心而有所不同。這項研究強調了月子中心的服務內容，包括了多方面的支持和服務，以提供產婦和家庭完整的照護。然而，研究也指出不同月子中心的服務內容和品質存在差異，建議消費者在選擇月子中心時要先做詳細的了解和比較。
 5. Lee, Y. K., & Tam, W. W. (2017) 的研究指出，月子中心提供了高品質的嬰兒護理和營養飲食，並有助於減少產後憂鬱症狀和提高母乳喂養率。但也指出了其費用方面的挑戰，需要尋求更多方面的費用補助和減免方案，以確保更多家庭可以受益。
 6. Zhou, J., & Liu, J. (2020) 的研究總結，月子中心提供了安全、舒適的環境，並提供了豐富的營養飲食和醫療護理。然而，研究還發現，目前許多的月子中心仍缺乏專業的心理健康支持和嬰兒護理培訓，且設施不夠現代化。雖提供了重要的產後康復服務，但尚需要進一步的改進，方得以提供更完善的支持和教育服務。

總結上述研究結果，產婦對月子中心的需求項目依序為「價格」、「是否提供藥膳」、「嬰兒室設施齊全」、「硬體設施」和「活動空間」…等。

此外，研究建議月子中心經營者需要進一步改進，包括提供更專業的心理健康支持和嬰兒護理培訓，以及改善設施現代化等，也建議月子中心朝向多角化發展，採取差異化的經營策略，創造月子中心自身的競爭優勢和不可取代性。

筆者經營複合式產後護理機構七年有餘，機構位於新北市，其為全台人口最密集之城市，且機構規模為全台之最（床數最多），故希望藉以本身經營之相關實務經驗結合所收集之問卷資料，並歸納上述文獻中之重點，重新確認孕產婦之需求是否在近二十年來有所差異，進而彌補文獻上之不足，並對於月子中心之經營者能夠有所建議，提供進一步且有效率的行動方案。

第三章 研究方法



3.1 研究方法

本研究旨在探討孕產婦對月子中心的服務需求，所以先根據相關文獻建議本研究架構與假設，並針對使用孕產婦進行「問卷調查法」，再進行「敘述統計分析法」，來探討產婦對月子中心之服務需求與消費意願來評估，以作為本研究結論與建議之一。

3.1.1 問卷調查法

問卷調查法是一種普遍且具體的操作方法，需要使用客觀且有系統的科學方法，才能蒐集到可靠有效的資料。該方法的優點在於填答者可以在方便的時間填答，問卷具有匿名性，題目標準化，實施範圍廣泛。通過文獻分析，本研究研擬了問卷調查表的設計，希望藉由針對孕產婦目標客群的問卷調查，瞭解他們對於產後選擇月子中心的反饋意見，以便經營者未來可以其關鍵因素作為經營的優先考量（葉乃嘉，2013）。

3.1.2 發放問卷

問卷使用李克特量表(Likert Scales)五等分評分法，採選擇方式由受訪者勾選「非常重要」、「重要」、「普通」、「不重要」、「非常不重要」五個答案中的一個答案，以五等計分，依序給予5分、4分、3分、2分、1分，分數越高表示重要性越高。

發放問卷目標為尚未坐月子之孕婦、已做完月子之產婦及現入住地區月子中心的產婦們，經由面對面、通訊軟體(LINE、Facebook 社團)及相關論壇等方式接觸各目標客群，採用滾雪球(snowball sampling)的方式，詳細說明研究動機、目的及問卷作答方式，透過他們的人脈網路發放問卷，採取的原則包含：

1. 研究對象的自主參與
2. 研究對象的知情同意
3. 問卷匿名制保護受測者隱私權
4. 保護研究資料隱密性
5. 衡量研究對象可能的風險將之最小化



3.2 問卷設計

問卷設計的緣由在於筆者經營複合式產後護理之家有七年之餘，除了確認消費者需求之改變趨勢外，亦欲確認其往上下游產業生態鏈（圈）擴展之相關決策及發展是否正確，透過問卷中各區塊的細項問題去了解孕產婦們之個影響因素及其交叉比對之優先順序，以利在經營中找到突破點，使後續在市場上經營能夠更有競爭性。

針對本研究問卷設計，包括孕產婦之基本資料、月子中心之關鍵性因素以及服務需求等變項進行操作性定義及問卷內容說明。衡量尺度採李克特五點尺度，分為「非常重要」、「重要」、「普通」、「不重要」及「非常不重要」，依序給予 5~1 分，搜集資料後將每個題項加總再除以題數，得出平均數及標準差。

以下為完成版之問卷 3-2。

【問卷開頭】

您好：

感謝您在繁忙當中願意撥空填寫此問卷。本問卷共 3 大題，約需花費您幾分鐘的時間。

隨著生養教育觀念與時俱進，許多父母對於嬰兒照護及產婦的身心健康越來越謹慎與重視，使得現代女性在產後選擇專業機構坐月子的需求比例逐漸提升，此份研究問卷旨在瞭解產/孕婦對於選取坐月子中心的關鍵影響因素。

本問卷第一部分為基本資料，第二部分為個人經驗及認知，第三部分為環境因素，採不記名方式且資料不對外公開，內容絕對保密，敬請安心作答。您的寶貴意見將是本研究的重要關鍵，感謝您撥冗填寫，謝謝您！

敬祝 身體健康 平安如意！

美麗人生產後護理之家 消費者需求研究小組

為了感謝您的填寫，我們將於調查結束後進行抽獎活動！

填寫抽獎截止日為 112 年 5 月 31 日

抽獎將於112年6月5日進行，中獎者將以E-mail進行通知，若無中獎則不另進行告知。

獎項一：【Capucci】重力自動收車款(市值 8680 元)

獎項二：韓國【Kinderspel】長版小雨衣(市值 2900 元)

獎項三：韓國【Kinderspel】長版小斗篷(市值 2560 元)

獎項四：【COTEX】孕媽咪紓壓枕 (市值 2200 元)

獎項五：【Nuby】不鏽鋼真空學習杯 280ml(市值 1100 元)

【第一部分】基本資料

1. 年齡：20歲以下 21-30歲 31-40歲 41歲以上
2. 婚齡：1年以下 1-5年 5-10年 10年以上 其他
3. 胎次：未懷孕過 1 2 3 4或以上
4. 懷孕狀況：未來可能有規劃 短期計畫中 懷孕中 已生產過且未來尚有計畫 已生產過但未來不再生 其他
5. 教育程度：國小 國中 高中(職) 大專(學) 研究所(以上)
6. 經濟來源：夫妻合薪 夫 妻 其他
7. 家庭(雙人)月收入：\$50,000以下 \$50,001-\$100,000 \$100,001-\$200,000 \$200,001-\$300,000 \$300,001以上
8. 居住類型：夫妻與小孩同住 長輩、夫妻與小孩同住 長輩與小孩同住 另一半單獨與小孩同住 其他
9. 如您願意參加抽獎，請留下您的E-mail(僅作為抽獎聯繫用途，提供資料若有誤，則視同放棄中獎資格，恕無法進行補領獎作業。): _____

【第二部分】個人經驗及認知

內容包括對月子中心的知曉程度、消費經驗及消費之考量因素。

1. 請問您對於給付專業機構/人士坐月子(包含入住月子中心、請月嫂、訂月子餐…等的費用總和，不包含自行買補品、水果等費用)的總體預算是多少?



- \$50,000 元以下 \$50,001~\$100,000 元 \$100,001~\$200,000 元
\$200,001 元~\$300,000 元 \$300,001 元~\$500,000 元 \$500,000 以上

2. 請問您之前選擇的坐月子方式（可複選）？

- 未生產過 沒坐月子 家人協助 月子中心(產後護理之家) 月嫂
僅訂月子餐

3. 請問您未來預計的坐月子方式（可複選）？

- 不坐月子 家人協助 月子中心(產後護理之家) 月嫂 僅訂月子餐

4. 如果選擇入住月子中心，您對一天房價的考慮區間為何？

- \$5,000 元以下 \$5,001~\$8,000 元 \$8,001~\$11,000 元 \$11,001 以上

5. 如果選擇入住月子中心，你會選擇入住幾天？

- 10 天以下 11~20 天 21~30 天 31~40 天 41 天以上

6. 請問您聽過以下哪些產後護理之家品牌？（可複選）

- 美麗人生 惠心 悠之家 台大幼幼 新禾 新寶 環球金采
 茵生 三民茵生 曜生 宥宥 怡寶 璽悅 豐禾 慈心 其他：

【第三部分】環境因素

我們希望了解您認為選擇坐月子中心時，以下項目的重要性程度為何？

請您勾選「非常重要」、「重要」、「普通」、「不重要」、「非常不重要」五個答案中的一個答案：

月子餐

	非常 不重要	不重要	普通	重要	非常重要
1. 口味多樣化	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2. 份量	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

3. 提供藥膳餐點	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4. 每週安排一日免費提供特別點心	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5. 可一併提供陪宿者餐點	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

照護：

	非常 不重要	不重要	普通	重要	非常重要
1. 設有「婦產科」診所 (非僅巡診)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2. 設有「小兒科」診所 (非僅巡診)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3. 設有「中醫師」巡診	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4. 設有「心理醫師」諮詢服務	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5. 設有「產前的」諮詢或衛教服務	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6. 設有「大寶托育」服務	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

設施：

	非常 不重要	不重要	普通	重要	非常重要
1. 設有產婦周邊相關服務 (SPA 按摩、美髮、美甲等)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2. 設有哺乳室	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3. 設有嬰兒遠端視訊監控系統	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4. 設有嬰兒心跳監測腳環	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5. 完備的娛樂休息室	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

6. 設有爸爸休息區（提供電玩、按摩椅…等）	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
7. 設有大寶遊戲區	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
8. 設有運動/健身設施	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
9. 設有方便購買的婦幼生活用品賣場	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

其他：

	非常 不重要	不重要	普通	重要	非常重要
1. 衛福部的評鑑等級	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2. 品牌知名度	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3. 產前媽咪課程	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4. 爸爸相關課程	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5. 寶寶相關服務（姓名學取名、游泳、抓週派對…等）	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

感謝您協助填寫此份問卷。

如果您認為有任何服務或設施會大幅度增加您的入注意願，但是在上方清單中並沒有提及到的因素，歡迎您於下方填寫分享： _____

本問卷到此全部填答完畢，請您檢查是否有遺漏的部分並提交表單。

再次感謝您的合作與配合！

第四章 問卷研究調查



4.1 問卷內容與目標客群

本研究以孕產婦相關論壇、Facebook 社團及粉絲頁、LINE 社群及群組…等網路管道發放線上問卷，而實體問卷發放方式以新北市規模最大的產後護理之家之顧客為主要對象，經過該機構主管以及孕產婦同意後，委託服務人員發放，進行問卷調查，調查月子中心服務項目與消費者意願之關聯性。

回收問卷後，即可求取各面向和要素的平均數及佔比，用以判別孕產婦選擇月子中心關鍵因素之相對重要性，對於經營者而言，可以參考此結果作為選擇策略方案的依據。

4.2 問卷調查結果分析

本研究自 2023 年 4 月 20 日起至 2023 年 5 月 20 日止，發放問卷方式以 Google 表單連結透過上述各種網路管道轉發，共回收問卷 467 份。本節即針對所回收之有效問卷進行資料分析，主要分析結果依基本資料分析、總體分析，與交叉分析分別概述。

4.2.1 基本資料分析

本節主要分析樣本數中填答者基本資料之特性與背景狀況，針對所回收之有效問卷，總人數為 467 人；年齡以 31~40 歲居多，21~30 歲次之，佔比各為 72.16%及 20.77%；婚齡以 1~5 年居多，5~10 年次之，佔比各為 58.24%及 26.34%，胎次以第一胎居多，第二胎次之，佔比各為 62.53%及 29.76%。懷孕狀況以已生產過居多，懷孕中次之，佔比各為 62.74%及 34.05%。教育程度以大專（學）居多，研究所（以上）次之，佔比各為 70.88%及 19.7%。經濟來源以夫妻合薪居多，夫次之，佔比各為 80.94%及 17.99%。家庭（雙人）月收入以\$50,001 - \$100,000 元佔比 46.9%為最高，其次為\$100,001 - \$200,000 元佔比 39.4%為次之。與家人居住類型分別以夫妻與小孩同住 60.39%之佔比為最高，長輩、夫妻與小孩同住佔比 35.55%為次之。

選擇入住月子中心願意給付的總預算以\$100,001 - \$200,000 元居多，\$200,001 - \$300,000 元次之，佔比各為 59.31%及 20.99%。上一胎選擇坐月子的方式以月子中心(產後護理之家)居多，未生產過次之，家人協助為第三，佔比各為 77.94%、18.2%及 10.49%。下一胎選擇坐月子的方式以月子中心(產後護理之家)居多，月嫂次之，佔比各為 77.94%及 14.56%。選擇入住一天房價多少的月子中心以\$5,001 - \$8,000 元居多，\$5,000 元以下次之，\$8,001 - \$11,000 元為第三佔比各為 79.23%、10.71%及 10.06%。選擇入住月子中心幾天以 21~30 天居多，11~20 天次之，佔比各為 74.73%及 17.99%。

表 4-1 有效回收問卷之基本資料分析(N=467)

	選項	樣本數	百分比
年齡	20 歲以下	1	0.21%
	21-30 歲	97	20.77%
	31-40 歲	337	72.16%
	41 歲以上	32	6.85%
婚齡	1 年以下	56	11.99%
	1-5 年	272	58.24%
	5-10 年	123	26.34%
	10 年以上	13	2.78%
	其他(已離婚、未婚)	3	0.64%
胎次	1	292	62.53%
	2	139	29.76%
	3	24	5.14%
	4 或以上	2	0.43%
	未懷孕過	10	2.14%
懷孕狀況	已生產過	293	62.74%
	懷孕中	159	34.05%
	備孕中	11	2.36%
	未懷孕過	4	0.86%
教育程度	高中(職)	44	9.42%
	大專(學)	331	70.88%
	研究所(以上)	92	19.70%
經濟來源	夫	84	17.99%
	妻(自己)	5	1.07%
	夫妻合薪	378	80.94%

家庭(雙人)月收入	\$50,000 元以下	20	4.28%
	\$50,001 - \$100,000 元	219	46.90%
	\$100,001 - \$200,000 元	184	39.40%
	\$200,001 - \$300,000 元	25	5.35%
	\$300,000 元以上	19	4.07%
居住類型	夫妻與小孩同住	282	60.39%
	長輩、夫妻與小孩同住	166	35.55%
	其他(長輩與小孩同住、另一半單獨與小孩同住等)	19	4.07%
選擇入住月子中心 願意給付的總預算	\$100,001 - \$200,000 元	277	59.31%
	\$200,001 - \$300,000 元	98	20.99%
	\$300,001 - \$500,000 元	9	1.93%
	\$50,000 - \$100,000 元	66	14.13%
	\$50,000 元以下	16	3.43%
	\$500,000 元以上	1	0.21%
上一胎選擇坐月子的 方式	沒坐月子	4	0.86%
	家人協助	49	10.49%
	月子中心(產後護理之家)	364	77.94%
	月嫂	23	4.93%
	僅訂月子餐	23	4.93%
	未生產過	85	18.20%
下一胎選擇坐月子的 方式	家人協助	35	7.49%
	月子中心(產後護理之家)	457	97.86%
	月嫂	68	14.56%
	僅訂月子餐	34	7.28%
選擇入住一天房價 多少的月子中心	\$5,000 元以下	50	10.71%
	\$5,001 - \$8,000 元	370	79.23%
	\$8,001 - \$11,000 元	47	10.06%
選擇入住月子中心 幾天	10 天以下	2	0.43%
	11~20 天	84	17.99%
	21~30 天	349	74.73%
	31~40 天	31	6.64%
	41 天以上	1	0.21%

主要期望比較不同孕產婦之個人經驗及認知，對月子中心的知曉程度、消費經驗及消費之考量因素，探討顧客願意選擇坐月子之方式及若選擇入住月子中心之消費意願程度。



4.2.2 總體分析

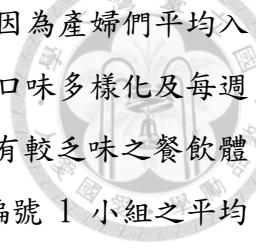
本節主要針對問卷中之第三部分進行總體分析，包含各題回答之平均數、標準差與各選項之人數分佈，詳細數據請詳參表 4-2 各題回答之平均數、標準差與各選項之人數分佈。

表 4-2 各題回答之平均數、標準差與各選項之人數分佈

問題 編號	平均數	標準差	填答人數				
			1	2	3	4	5
1.1	4.59	0.66	6	0	9	150	302
1.2	4.10	0.80	5	3	90	210	159
1.3	4.04	0.88	7	10	98	194	158
1.4	4.30	0.77	4	3	57	187	216
1.5	4.01	1.00	11	18	109	146	183
2.1	4.27	0.76	1	4	72	182	208
2.2	4.49	0.67	1	3	32	162	269
2.3	3.64	0.93	6	29	193	140	99
2.4	3.84	0.89	4	18	150	170	125
2.5	3.93	0.93	5	23	122	169	148
2.6	4.15	0.87	7	9	79	186	186
3.1	4.29	0.79	3	7	60	180	217
3.2	3.94	0.95	5	25	121	158	158
3.3	4.35	0.76	2	5	55	172	233
3.4	4.21	0.81	3	5	81	181	197
3.5	3.66	1.10	19	43	145	129	131
3.6	4.10	0.86	5	13	84	194	171
3.7	3.63	1.01	16	31	166	150	104
3.8	4.29	0.82	5	7	57	178	220
4.1	4.55	0.62	1	2	20	160	284
4.2	3.92	0.86	3	13	137	180	134
4.3	4.03	0.89	3	17	109	170	168
4.4	4.08	0.82	2	13	88	206	158
4.5	4.01	0.87	5	7	122	179	154

註：1=非常不重要；2=不重要；3=普通；4=重要；5=非常重要。

針對本研究問卷中之編號 1 小組，主要期望藉由問卷篩選出孕產婦最為重視之月子餐點相關之項目，可看出問題編號 1.1「口味多樣化」為五題問題中，被視為最重要之項目，有 302 人認為非常重要，平均數 4.59 為最高，約佔 64.7%之填答者。其次，有 216 人認為編號 1.4「每週安排一日免費提供特別點心」非常



重要，約佔 46.3%之填答者，平均數為 4.3。由前兩者可看出，因為產婦們平均入住月子中心的天數約為 21~30 天，天數期間較長，其對於菜色口味多樣化及每週特殊點心會更加的注重，以避免在入住期間內吃到重複之菜色有較乏味之餐飲體驗。較特別的地方是編號 1.5「可一併提供陪宿者餐點」，以編號 1 小組之平均數來說，其得分 4.01 為最低，代表孕產婦們認為「可一併提供陪宿者餐點」是餐點部分中相對較不重要的選擇，不過其標準差為 1.00 為編號 1 小組之中最高，亦代表大家的意見是稍微較為分歧的，雖屬相對不重要，但其人數分佈之大宗仍然為分數 5，為 183 人，其次分數 4 為 146 人，而分數 3 則為 109 人，由此可推論出重點為雖然月子中心之服務客群主要為產婦們，其陪宿者之部分有些人認為能夠自理，有些人認為可一併提供餐點亦為不錯的選擇。

針對本研究問卷中之編號 2 小組主要期望藉由問卷篩選出孕產婦最為重視之照護相關之項目，可看出問題編號 2.2「設有小兒科診所（非僅巡診）」為六題問題中，被視為最重要之項目，有 269 人認為非常重要，平均數 4.49 為最高，約佔 57.6%之填答者。其次，有 208 人認為編號 2.1「設有婦產科診所（非僅巡診）」非常重要，約佔 44.5%之填答者，平均數為 4.27。第三重要則為編號 2.6「設有大寶托育服務」，有 186 人認為非常重要，平均數 4.15，約佔 39.8%之填答者。而被認為是此小組中最不重要之項目，則為編號 2.3「設有中醫師巡診」，其平均數為 3.64。由上述結論可得出，前三名有兩項孕產婦們希望設有的項目皆與孩子有所相關（小兒科診所及設有大寶托育服務），可看出雖然入住月子中心主要是讓媽媽們能夠有個休息的空間，但對於產婦們來說關於孩子方面的照護問題還是最為被受到重視的部分，且雖然次重要之項目為設置婦產科診所，但其佔比僅佔 44.5%，代表著過半數的孕產婦們認為此項目雖為醫療專業設施，但重要程度對於他們相對來說並不是一個非常重要的項目。

針對本研究問卷中之編號 3 小組主要期望藉由問卷篩選出孕產婦最為重視之設施相關之項目，可看出問題編號 3.3「設有嬰兒遠端視訊監控」為八題問題中，被視為最重要之項目，有 233 人認為非常重要，平均數 4.35 為最高，約佔 49.9%之填答者。其次有兩個項目平均數相同皆為 4.29，有 220 人認為編號 3.8「設有方便購買的婦幼生活用品賣場」非常重要，約佔 47.1%之填答者，有 217 人認為編號 3.1「設有產婦周邊相關服務」非常重要，約佔 46.5%之填答者。而被認為是

此小組中最不重要之項目，則為編號 3.7「設有運動/健身設施」，其平均數為 3.63。而被認為小組中次不重要之項目，則為編號 3.5「設有爸爸休息區」，其平均數為 3.66。可由上述數據中得出結論，最重要之項目仍然以嬰兒相關的項目為重，且可看出次重要之項目皆為整體月子中心的相關設施多樣化，以產婦們必須居住近 30 天的坐月子期間來說，擁有多樣性的設施選擇較不會使產婦們在入住期間有太過於單調的居住及服務感受，使得身心靈能夠有更好的放鬆及休息品質。

針對本研究問卷中之編號 4 小組主要期望藉由問卷篩選出孕產婦最為重視之其他相關之項目，可看出問題編號 4.1「衛福部的評鑑等級」為五題問題中，被視為最重要之項目，有 284 人認為非常重要，平均數 4.55 為最高，約佔 60.8%之填答者。其次，有 158 人認為編號 4.4「爸爸相關課程」非常重要，約佔 33.8%之填答者，平均數為 4.08。而被認為是此小組中最不重要之項目，則為編號 4.2「品牌知名度」，其平均數為 3.92。可看出孕產婦們對於專業機構的官方認證部分是非常的重視，而在在一般企業認知中相對重要的品牌知名度反而是在此小組中平均數最低的部分。

較特別的地方是，從編號 3 小組後的數據中可明顯的看出分數最高的項目平均數佔比已低於半數，而在設施及其他部分則僅有嬰兒視訊系統及衛福部評鑑等級有超過半數填答者填寫非常重要（平均數 5），由此可見，孕產婦們認為入住月子中心最為重要之議題乃是月子餐點及照護品質相關的部分。

4.3 交叉分析

深入探討有效問卷回收總人數 467 人中，以不同層面來做探討，並將結果做分析，以下為年齡層分析。

在問題編號 1 小組中，在各年齡層之平均數皆分布均勻，可見對於餐點的注重程度來說，各年齡層之孕產婦皆有類似之想法。不過有趣之處在於，20 歲以下的填答者僅有一位，而 21-40 歲的兩個填答者年齡層對於每一題問題所得出的平均數一模一樣，而 41 歲以上的平均數相對前三組就較為不同。

在問題編號 2 小組中，可看出唯有 2.3 的平均數是 41 歲以上較其他年齡層高，代表認為「設有中醫師巡診」是重要的選項，推測是因為年齡層較高的孕產

婦們對於自身的身體調理部分更加的注重，而中醫正是坐月子的重點，而年齡層較低的孕產婦們恢復力相對較好，故把重心都放在嬰兒的照顧相關問題上。

在問題編號 3 小組中，可看出問題 3.4 及 3.8 的平均數是 41 歲以上較其他年齡層高，代表認為「嬰兒心跳監測腳環」及「設有方便購買的婦幼生活用品百貨」是重要的選項，推測是因為年齡層較高的孕產婦們可能係因為分娩時間屬於高齡期，故對於嬰兒生命跡象的檢測是更加重視的，而設有方便購買的婦幼生活用品百貨亦可推斷為高齡孕產婦們恢復力較弱，對於便利性的設施需求是高於其他年齡層的孕產婦。

在問題編號 4 小組中，可看出問題 4.2 的平均數是 41 歲以上較其他年齡層高，代表認為「品牌知名度」是重要的選項，推測是因為年齡層較高的孕產婦們較注重以業界口碑綜合考量的整體服務品質，故重心相較於年輕的孕產婦們較為不同。

表 4-3 各年齡層填答者就各題回答之平均數

問題編號	20 歲以下 (n = 1)	21-30 歲 (n = 97)	31-40 歲 (n = 337)	41 歲以上 (n = 32)
1.1	4.00(0.00)	4.59(0.71)	4.59(0.71)	4.47(0.57)
1.2	4.00(0.00)	4.09(0.84)	4.09(0.84)	4.09(0.64)
1.3	4.00(0.00)	4.04(0.87)	4.04(0.87)	4.03(0.65)
1.4	4.00(0.00)	4.27(0.81)	4.27(0.81)	4.19(0.69)
1.5	4.00(0.00)	4.00(1.02)	4.00(1.02)	3.84(1.05)
2.1	3.00(0.00)	4.25(0.78)	4.25(0.78)	4.09(0.86)
2.2	4.00(0.00)	4.48(0.68)	4.48(0.68)	4.34(0.79)
2.3	3.00(0.00)	3.59(0.90)	3.59(0.90)	3.81(0.90)
2.4	3.00(0.00)	3.83(0.88)	3.83(0.88)	3.75(0.98)
2.5	4.00(0.00)	3.89(0.95)	3.89(0.95)	3.75(0.88)
2.6	4.00(0.00)	4.14(0.87)	4.14(0.87)	4.00(0.84)
3.1	4.00(0.00)	4.29(0.81)	4.29(0.81)	4.25(0.67)
3.2	4.00(0.00)	3.88(0.94)	3.88(0.94)	3.75(1.16)
3.3	4.00(0.00)	4.35(0.76)	4.35(0.76)	4.34(0.87)
3.4	4.00(0.00)	4.17(0.83)	4.17(0.83)	4.22(0.75)
3.5	4.00(0.00)	3.64(1.09)	3.64(1.09)	3.41(1.19)
3.6	4.00(0.00)	4.11(0.83)	4.11(0.83)	4.00(0.88)
3.7	2.00(0.00)	3.60(1.00)	3.60(1.00)	3.59(0.98)
3.8	3.00(0.00)	4.26(0.83)	4.26(0.83)	4.28(0.81)
4.1	4.00(0.00)	4.54(0.63)	4.54(0.63)	4.53(0.51)

4.2	4.00(0.00)	3.91(0.87)	3.91(0.87)	4.03(0.78)
4.3	4.00(0.00)	4.01(0.88)	4.01(0.88)	4.00(0.84)
4.4	4.00(0.00)	4.06(0.80)	4.06(0.80)	3.81(0.78)
4.5	4.00(0.00)	3.96(0.89)	3.96(0.89)	3.78(0.83)

註：括弧內為標準差。

以婚齡分析，在問題編號1小組中，可看出婚齡10年以上的整體平均分數佔比偏低，惟問題1.3是婚齡1年以下的平均數最低，代表「提供藥膳餐點」對於新婚孕產婦們來說是較為不重要的選項，但原因不明。另外問題1.5中，婚齡10年以上的平均數僅有3.31，代表「可一併提供陪宿者餐點」對於他們來說是極為不重要的選項，可能推斷為夫妻彼此的生活模式已較固定，故孕產婦們較注重自身關於餐點的權利而非陪宿者的。

在問題編號2小組中，可看出問題2.3、2.4及2.6是婚齡10年以上的平均數最低，代表「設有中醫師巡診」、「設有心理醫師諮詢服務」及「設有大寶托育服務」對於他們來說是極為不重要的選項，原認為婚齡10年以上的理論上應為較年長族群的孕產婦們，但與上述年齡層來說分析，反而在「設有中醫師巡診」的選項重要程度極為分歧，而婚齡1年以下及5-10年在同樣的比較下分數均高於10年以上，可能解釋為現在婚齡低的孕產婦們在年齡層上不一定較高，亦代表因為現代社會晚婚的情況，孕產婦們的結婚年齡是隨之延後的。而問題2.6中（大寶托育服務），婚齡一年以下的分數為第二低，代表著通常為第一胎，故對此選項的需求亦較低。

在問題編號3小組中，可看出問題3.4的平均數由高至低依序是婚齡1年以下至10年以上，代表「設有嬰兒心跳監測腳環」對於他們來說是較為重要的選項，有趣的地方是以年齡層分析來說，40歲以上的孕產婦們認為這是最重要的選項，而以婚齡做分析卻出現一年以下的認為此選項最為重要，由此可證實這兩種填答者可能便是上述所說現在社會普遍晚婚的族群。

在問題編號4小組中，可看出問題4.3及4.4的平均數均為婚齡1年以下為最高，代表「產前媽咪課程」及「爸爸相關課程」對於此族群的孕產婦們來說最為重要，可見婚齡與胎次可能有高度的正相關。

表 4-4 各婚齡別填答者就各題回答之平均數

問題編號	1 年以下 (n = 56)	1-5 年 (n = 272)	5-10 年 (n = 123)	10 年以上 (n = 13)	其他(未婚、離婚) (n = 3)
1.1	4.54(0.57)	4.63(0.67)	4.57(0.62)	4.15(1.07)	5.00(0.00)
1.2	4.00(0.71)	4.13(0.82)	4.13(0.78)	3.85(1.07)	3.67(0.58)
1.3	3.82(0.96)	4.00(0.89)	4.22(0.76)	4.00(1.08)	4.67(0.58)
1.4	4.38(0.68)	4.29(0.76)	4.29(0.81)	4.15(1.14)	4.67(0.58)
1.5	3.95(0.98)	4.00(1.01)	4.13(0.97)	3.31(0.95)	4.67(0.58)
2.1	4.38(0.68)	4.26(0.73)	4.22(0.85)	4.15(0.9)	5.00(0.00)
2.2	4.48(0.63)	4.53(0.64)	4.40(0.75)	4.38(0.77)	5.00(0.00)
2.3	3.77(0.89)	3.55(0.94)	3.76(0.91)	3.46(0.78)	5.00(0.00)
2.4	3.96(0.91)	3.81(0.88)	3.88(0.93)	3.54(0.66)	4.67(0.58)
2.5	4.18(0.86)	3.90(0.95)	3.89(0.93)	3.54(0.78)	4.67(0.58)
2.6	4.05(0.92)	4.14(0.91)	4.22(0.78)	4.00(0.71)	4.33(1.15)
3.1	4.34(0.77)	4.27(0.82)	4.29(0.77)	4.38(0.65)	4.33(1.15)
3.2	4.11(0.87)	3.95(0.96)	3.80(0.97)	4.08(0.86)	5.00(0.00)
3.3	4.32(0.81)	4.35(0.72)	4.35(0.83)	4.15(0.69)	5.00(0.00)
3.4	4.32(0.79)	4.19(0.77)	4.19(0.91)	4.15(0.80)	5.00(0.00)
3.5	3.80(1.13)	3.70(1.10)	3.52(1.10)	3.62(1.04)	3.67(1.15)
3.6	3.82(0.97)	4.12(0.86)	4.18(0.80)	4.00(0.91)	4.33(1.15)
3.7	3.55(0.95)	3.64(1.02)	3.64(1.03)	3.62(0.87)	4.33(1.15)
3.8	4.25(0.77)	4.28(0.84)	4.33(0.76)	3.92(0.95)	5.00(0.00)
4.1	4.57(0.60)	4.53(0.64)	4.59(0.60)	4.54(0.52)	5.00(0.00)
4.2	3.93(0.87)	3.90(0.87)	4.00(0.84)	3.69(0.75)	3.33(1.53)
4.3	4.18(0.99)	4.02(0.90)	4.02(0.86)	3.77(0.60)	4.67(0.58)
4.4	4.30(0.78)	4.09(0.81)	3.96(0.84)	3.85(0.80)	5.00(0.00)
4.5	4.20(0.80)	4.06(0.82)	3.82(0.98)	3.92(0.76)	3.67(1.15)

註：括弧內為標準差。

以胎次分析，在問題編號 1 小組中，可看出 4 胎（或以上）的孕產婦們普遍的平均數都很低，推測可能是因為對於生孩子算是相對有經驗，所以對於餐點的關注重要程度明顯下降了許多，但也因為標準差較大，故此推斷也不一定準確。而其他胎次的孕產婦們的平均數皆頗為平均，並無較大的特殊之處。

在問題編號 2 小組中，可看出問題 2.3 及 2.4 四胎以上的孕產婦們平均分數最高，代表「設有中醫師巡診」及「設有心理醫師諮詢服務」對於他們來說是較為重要的選項，如上述推測可能是因為對於生孩子算是相對有經驗，故對於自身的身體調理及心理輔導是最為重視的。另外，問題 2.6 的分數可看出第二胎的分數最高，代表著「設有大寶托育服務」對於他們來說是較為重要的選項，亦符合因為是第二胎，故對於此族群之填答者來說分數理應為最高。



在問題編號 3 小組中，可看出問題 3.6 的平均分數以第一胎的孕產婦們為最低，代表「設有大寶遊樂區」對於他們來說是較為不重要的選項，這是非常合理的，因為第一胎的孕產婦們並沒有大寶，所以可見對於這部分來說此問卷分數是準確的。

在問題編號 4 小組中，可看出問題 4.2 每一個填答者族群的平均分數皆低於 4 分，代表「品牌知名度」對於他們來說是較為不重要的選項，推測有可能是因為在月子中心入住的期間，關於照護、服務、月子餐及房間設備…等的實質需求的親自感受度重要性，是大於虛擬的品牌知名度的。

表 4-5 各胎次別填答者就各題回答之平均數

問題編號	第 1 胎 (n = 292)	第 2 胎 (n = 139)	第 3 胎 (n = 24)	4 胎或以上 (n = 2)	未懷孕過 (n = 10)
1.1	4.61(0.63)	4.60(0.57)	4.54(0.93)	2.50(2.12)	4.30(0.82)
1.2	4.10(0.78)	4.14(0.79)	4.04(1.00)	2.50(2.12)	4.10(0.74)
1.3	4.04(0.89)	4.01(0.85)	4.25(0.99)	3.50(0.71)	4.10(0.74)
1.4	4.33(0.76)	4.31(0.78)	4.29(0.81)	3.00(0.00)	3.80(0.92)
1.5	4.03(1.00)	4.02(0.94)	4.04(1.04)	2.00(1.41)	3.60(1.26)
2.1	4.30(0.75)	4.19(0.79)	4.21(0.78)	3.50(0.71)	4.60(0.52)
2.2	4.54(0.65)	4.42(0.70)	4.33(0.70)	3.50(0.71)	4.60(0.52)
2.3	3.63(0.92)	3.62(0.94)	3.75(0.99)	4.00(0.00)	3.80(0.92)
2.4	3.85(0.90)	3.86(0.87)	3.79(1.02)	4.00(0.00)	3.70(0.82)
2.5	4.01(0.91)	3.81(0.94)	3.71(1.00)	2.50(2.12)	3.90(0.88)
2.6	4.11(0.89)	4.29(0.73)	4.13(0.99)	2.50(2.12)	3.60(0.97)
3.1	4.28(0.79)	4.34(0.74)	4.21(1.02)	3.50(2.12)	4.20(0.79)
3.2	3.98(0.95)	3.88(0.93)	3.75(1.15)	2.50(0.71)	4.20(0.63)
3.3	4.41(0.74)	4.26(0.75)	4.04(1.00)	4.00(0.00)	4.60(0.70)
3.4	4.25(0.80)	4.14(0.80)	4.08(1.02)	3.50(0.71)	4.50(0.53)
3.5	3.70(1.08)	3.67(1.11)	3.13(1.33)	3.50(0.71)	3.80(1.14)
3.6	3.99(0.89)	4.32(0.72)	4.33(0.96)	4.50(0.71)	3.70(1.06)
3.7	3.64(1.01)	3.68(1.01)	3.38(1.10)	3.00(1.41)	3.60(0.84)
3.8	4.26(0.81)	4.35(0.79)	4.25(1.07)	4.00(1.41)	4.30(0.67)
4.1	4.54(0.63)	4.60(0.55)	4.50(0.93)	4.50(0.71)	4.40(0.52)
4.2	3.92(0.85)	3.95(0.84)	3.63(1.10)	4.00(1.41)	4.10(0.88)
4.3	4.11(0.88)	3.93(0.91)	3.67(0.87)	2.50(0.71)	4.40(0.52)
4.4	4.16(0.77)	3.94(0.87)	3.88(0.90)	2.50(0.71)	4.50(0.71)
4.5	4.10(0.83)	3.88(0.85)	3.83(1.01)	2.50(0.71)	3.80(1.23)

註：括弧內為標準差。



以懷孕狀態分析，在問題編號 2 小組中，可看出問題 2.6 已生產過的孕產婦們平均分數最高，代表「設有大寶托育服務」對於他們來說是較為重要的選項，亦因為僅有生產過的孕產婦有大寶托育的需求，故與平均數吻合。

表 4-6 各懷孕狀態別填答者就各題回答之平均數

問題編號	已生產過 (n = 293)	備孕中 (n = 11)	懷孕中 (n = 159)	未懷孕過 (n = 4)
1.1	4.62(0.61)	4.64(0.50)	4.54(0.75)	4.00(0.82)
1.2	4.15(0.77)	4.09(0.94)	4.02(0.86)	3.75(0.50)
1.3	4.12(0.83)	4.09(0.83)	3.89(0.96)	4.00(0.00)
1.4	4.36(0.72)	4.00(0.89)	4.25(0.83)	3.25(0.50)
1.5	4.05(0.97)	4.18(0.87)	3.93(1.06)	3.75(0.96)
2.1	4.22(0.80)	4.00(0.89)	4.37(0.67)	4.50(0.58)
2.2	4.51(0.70)	4.36(0.67)	4.47(0.63)	4.50(0.58)
2.3	3.58(0.93)	3.91(0.94)	3.73(0.91)	3.50(1.00)
2.4	3.83(0.94)	4.18(0.75)	3.86(0.82)	3.50(1.00)
2.5	3.91(0.98)	3.91(0.83)	3.96(0.84)	3.75(0.96)
2.6	4.29(0.76)	4.00(0.89)	3.90(0.99)	3.75(0.96)
3.1	4.34(0.78)	4.09(0.94)	4.21(0.81)	4.00(0.82)
3.2	3.92(0.98)	3.91(1.04)	3.97(0.90)	4.25(0.50)
3.3	4.31(0.79)	4.36(0.92)	4.41(0.69)	4.75(0.50)
3.4	4.15(0.86)	4.27(0.79)	4.31(0.71)	4.25(0.50)
3.5	3.70(1.10)	4.09(1.22)	3.57(1.10)	3.50(1.00)
3.6	4.22(0.79)	4.27(0.79)	3.87(0.96)	3.75(0.96)
3.7	3.65(0.99)	3.82(1.33)	3.59(1.02)	3.50(1.00)
3.8	4.36(0.81)	4.36(0.67)	4.15(0.84)	4.25(0.50)
4.1	4.56(0.62)	4.45(0.52)	4.54(0.63)	4.25(0.50)
4.2	3.92(0.86)	4.00(0.89)	3.91(0.87)	3.75(0.96)
4.3	4.04(0.91)	4.18(0.75)	4.01(0.88)	4.25(0.50)
4.4	4.13(0.82)	4.27(0.79)	3.97(0.82)	4.50(0.58)
4.5	4.08(0.84)	4.09(0.83)	3.87(0.90)	3.75(0.96)

註：括弧內為標準差。

以教育程度分析，在問題編號 1 小組中，可看出問題 1.3 對於研究所（以上）的孕產婦們平均分數最低，代表「提供藥膳餐點」對於他們來說是較為不重要的選項，推測可能是因為現代營養學的普及化，對於學歷程度越高的人來說，獲取資訊的能力或許較容易順暢，故判斷藥膳餐點並不是非常的重要，營養均衡才是最應該注重的部分，故分數相對較低。原則上環顧各教育程度別填答者就各題回

答之平均數表來看，研究所（以上）的孕產婦們的平均數幾乎皆為最低，故原因可能與上述所推測有所相關聯。



表 4-7 各教育程度別填答者就各題回答之平均數

問題編號	大專（學） (n = 331)	研究所（以上） (n = 92)	高中（職） (n = 44)
1.1	4.61(0.67)	4.49(0.67)	4.64(0.53)
1.2	4.11(0.83)	4.10(0.76)	4.02(0.70)
1.3	4.08(0.91)	3.84(0.82)	4.16(0.71)
1.4	4.30(0.82)	4.28(0.63)	4.36(0.72)
1.5	4.03(0.99)	3.93(1.03)	4.00(1.03)
2.1	4.31(0.75)	4.12(0.80)	4.23(0.74)
2.2	4.51(0.66)	4.38(0.75)	4.57(0.59)
2.3	3.68(0.93)	3.39(0.89)	3.82(0.87)
2.4	3.90(0.89)	3.51(0.81)	4.14(0.93)
2.5	3.95(0.91)	3.68(1.03)	4.27(0.73)
2.6	4.15(0.88)	4.01(0.90)	4.43(0.70)
3.1	4.34(0.77)	4.07(0.87)	4.39(0.69)
3.2	4.01(0.93)	3.59(0.96)	4.16(0.94)
3.3	4.37(0.78)	4.23(0.74)	4.41(0.62)
3.4	4.27(0.80)	3.97(0.80)	4.23(0.80)
3.5	3.71(1.11)	3.40(1.05)	3.86(1.09)
3.6	4.11(0.88)	3.98(0.86)	4.25(0.72)
3.7	3.65(1.03)	3.42(1.00)	3.95(0.81)
3.8	4.32(0.79)	4.12(0.90)	4.39(0.78)
4.1	4.56(0.65)	4.47(0.56)	4.61(0.54)
4.2	3.90(0.88)	3.95(0.83)	4.02(0.79)
4.3	4.05(0.92)	3.88(0.89)	4.27(0.66)
4.4	4.12(0.81)	3.90(0.83)	4.14(0.85)
4.5	4.04(0.87)	3.82(0.88)	4.16(0.75)

註：括弧內為標準差。

以經濟來源分析，可看出經濟來源來自於妻（自己）的平均分數大多都比其他兩類型的孕產婦們還要高，可以推測為因為需要自行負擔做月子期間所有的調理相關開銷，故對於大多問題的在意程度皆更加的注重，所以平均數整體明顯較高。

在問題編號 1 小組中，可看出問題 1.2 對於妻(自己)為經濟來源的孕產婦們來說平均分數最低，代表「月子餐份量」對於他們來說是較為不重要的選項，推測是因為可能坐月子的期間為自行一人調理，僅有自己食用，故份量並不一定如同另外兩種類別的孕產婦們需求來的高，相較另外兩項經濟來源別之填答者來說變相對不重要。

表 4-8 各經濟來源別填答者就各題回答之平均數

問題編號	夫 (n = 84)	夫妻合薪 (n = 378)	妻(自己) (n = 5)
1.1	4.58(0.76)	4.60(0.61)	4.00(1.73)
1.2	4.14(0.88)	4.11(0.77)	3.20(1.30)
1.3	4.07(1.02)	4.03(0.83)	4.00(1.73)
1.4	4.32(0.79)	4.30(0.75)	4.00(1.73)
1.5	3.86(1.04)	4.04(0.97)	4.00(1.73)
2.1	4.29(0.75)	4.26(0.77)	4.80(0.45)
2.2	4.52(0.72)	4.47(0.66)	5.00(0.00)
2.3	3.75(0.93)	3.60(0.92)	4.60(0.89)
2.4	3.98(0.84)	3.81(0.90)	4.40(0.89)
2.5	3.95(0.88)	3.91(0.94)	4.40(0.89)
2.6	4.20(0.79)	4.13(0.89)	4.40(0.89)
3.1	4.20(0.90)	4.31(0.77)	4.20(0.84)
3.2	3.90(1.03)	3.94(0.94)	4.60(0.89)
3.3	4.36(0.83)	4.34(0.75)	4.80(0.45)
3.4	4.32(0.78)	4.17(0.82)	4.80(0.45)
3.5	3.67(1.21)	3.66(1.08)	3.80(1.10)
3.6	4.20(0.86)	4.08(0.86)	4.00(1.00)
3.7	3.64(1.07)	3.62(1.00)	4.00(1.00)
3.8	4.21(0.91)	4.30(0.80)	4.80(0.45)
4.1	4.55(0.68)	4.55(0.60)	4.60(0.89)
4.2	3.93(0.88)	3.92(0.86)	3.40(1.14)
4.3	4.02(0.99)	4.03(0.87)	4.40(0.89)
4.4	4.04(0.84)	4.08(0.81)	4.60(0.89)
4.5	3.87(0.90)	4.04(0.85)	4.00(1.00)

註：括弧內為標準差。

根據行政院主計總處於民國 111 年 10 月編印之《110 年家庭收支調查報告》指出，110 年每戶每年可支配所得平均數 109.1 萬元，每月平均數 9.1 萬元；另就中位數觀察，110 年每戶每年可支配所得 92.9 萬元，每月平均中位數 7.74 萬元。參考上述之家庭收支報告，第一收入別之填答者（\$50,000 元以下）為平均

值及中位數之下，第二收入別之填答者（\$50,000-\$100,000 元）為平均值及中位數之中，而其他三類收入別之填答者為平均值及中位數之上。

以家庭月收入分析，在問題編號 1 小組中，可看出問題 1.4 對於第一及二收入別之孕產婦們來說平均分數最高，代表「每週安排一日免費提供特別點心」對於他們來說是較為重要的選項，推測是因為位居平均值及中位數之中，故對於額外划算的相關選項注重程度會較高。另外，可看出問題 1.5 對於第四及五收入別之孕產婦們來說平均分數最低，代表「可一併提供陪宿者餐點」對於他們來說是較為不重要的選項，推測是因為收入已高於平均些許水平，故可能讓陪宿者自行選擇餐點會比月子中心一併提供還更加的重要。

在問題編號 2 小組中，可看出問題 2.1 對於第二收入別之後的孕產婦們來說平均分數是逐漸降低，代表「設有婦產科診所（非僅巡診）」對於他們來說是較為不重要的選項，推測是因為經濟條件較好的孕產婦們對於原生醫院或診所較具有依賴性及信任感的（名醫或頂級醫療院所），故月子中心附設的婦產科診所並不是必須的需求，所以平均數是逐漸降低的。

由此問題小組中亦可發現，家庭月收入在\$50,000 以下之填答者們平均分數亦為全組內最高，畢竟月子中心的費用不俗，所以若有坐月子之需求時，對於月子中心內的消費項目皆為非常重視的。

表 4-9 各家庭月收入別填答者就各題回答之平均數

問題 編號	\$50,000 元以下 (n = 20)	\$50,001 - \$100,000 元 (n = 219)	\$100,001 - \$200,000 元 (n = 184)	\$200,001 - \$300,000 元 (n = 25)	\$300,000 元以上 (n = 19)
1.1	4.45(0.94)	4.64(0.55)	4.61(0.64)	4.12(1.13)	4.53(0.61)
1.2	3.95(1.05)	4.14(0.76)	4.13(0.80)	3.64(1.04)	4.21(0.63)
1.3	4.05(1.10)	4.06(0.84)	4.07(0.89)	3.48(0.92)	4.21(0.63)
1.4	4.40(0.60)	4.35(0.71)	4.28(0.81)	4.00(1.00)	4.26(0.87)
1.5	3.80(1.06)	4.04(0.98)	4.07(0.97)	3.68(1.28)	3.79(0.92)
2.1	4.30(0.80)	4.35(0.68)	4.23(0.82)	4.04(0.84)	4.00(0.82)
2.2	4.55(0.60)	4.53(0.62)	4.47(0.72)	4.24(0.78)	4.37(0.68)
2.3	4.00(1.17)	3.72(0.88)	3.55(0.92)	3.28(1.10)	3.58(0.90)
2.4	4.40(0.82)	3.93(0.82)	3.77(0.93)	3.36(0.99)	3.63(0.83)
2.5	4.45(0.60)	4.07(0.83)	3.84(0.99)	3.16(1.14)	3.58(0.69)
2.6	4.25(1.02)	4.21(0.75)	4.12(0.96)	3.76(1.09)	4.00(0.75)
3.1	4.00(1.08)	4.35(0.76)	4.29(0.75)	3.96(1.06)	4.32(0.75)

3.2	4.05(1.15)	4.06(0.91)	3.86(0.96)	3.68(1.03)	3.58(0.77)
3.3	4.50(1.00)	4.39(0.70)	4.30(0.80)	4.24(0.78)	4.26(0.73)
3.4	4.60(0.68)	4.21(0.77)	4.19(0.85)	4.04(0.89)	4.11(0.74)
3.5	3.65(1.18)	3.84(1.06)	3.50(1.13)	3.60(1.12)	3.32(0.95)
3.6	4.15(0.93)	4.11(0.85)	4.11(0.87)	3.80(0.91)	4.11(0.81)
3.7	3.55(1.28)	3.80(0.94)	3.49(1.01)	3.16(1.18)	3.68(0.95)
3.8	4.20(1.06)	4.37(0.74)	4.26(0.83)	3.88(1.05)	4.26(0.81)
4.1	4.60(0.94)	4.58(0.58)	4.50(0.64)	4.52(0.65)	4.63(0.5)
4.2	3.65(1.04)	3.99(0.83)	3.89(0.86)	3.84(1.03)	3.84(0.76)
4.3	4.45(1.00)	4.10(0.84)	4.00(0.90)	3.48(1.12)	3.89(0.66)
4.4	4.65(0.67)	4.14(0.75)	4.02(0.88)	3.76(0.83)	3.89(0.74)
4.5	3.60(1.14)	4.11(0.78)	4.01(0.87)	3.76(0.97)	3.58(1.07)

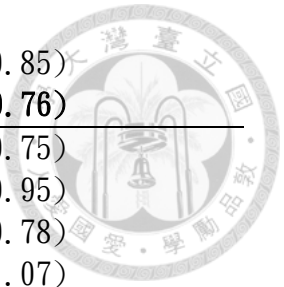
註：括弧內為標準差。

以家庭居住類型分析，在問題編號 1 小組中，可看出問題 1.5 對於夫妻與小孩同住類型的孕產婦們來說平均分數是最高的，代表「可一併提供陪宿者餐點」對於他們來說是較為重要的選項，推測是因為沒有長輩或親戚的協助，夫妻兩人共同入住月子房時，同時能解決陪宿者餐點的問題對他們來說是較為注重的部分。

在問題編號 2 小組中，可看出問題 2.6 對於其他類型的孕產婦們來說平均分數是最高的，代表「設有大寶托育服務」對於他們來說是較為重要的選項，推測是因為居住類型較為特殊，可能僅有單一長輩協助或是家人不方便定時照顧…等，故如果是第二胎以上的孕產婦們，此項服務的需求是非常重要的，所以平均數是小組中最高的，而問題 3.6 的高分亦同，「設有大寶遊樂區」對於他們來說亦是相對重要的選項。

表 4-10 各家庭居住類型別填答者就各題回答之平均數

問題編號	夫妻與小孩 同住 (n = 282)	長輩、夫妻與小孩 同住 (n = 166)	其他(長輩與小孩同住、 另一半單獨與小孩同住等) (n = 19)
1.1	4.57(0.68)	4.64(0.63)	4.47(0.61)
1.2	4.09(0.83)	4.13(0.79)	4.11(0.57)
1.3	4.03(0.89)	4.07(0.88)	3.89(0.66)
1.4	4.29(0.75)	4.33(0.80)	4.21(0.85)
1.5	4.03(0.98)	3.99(1.00)	3.95(1.31)
2.1	4.21(0.78)	4.38(0.73)	4.11(0.81)
2.2	4.46(0.66)	4.55(0.67)	4.32(0.75)
2.3	3.58(0.89)	3.73(0.99)	3.58(0.84)
2.4	3.76(0.91)	3.99(0.85)	3.79(0.85)



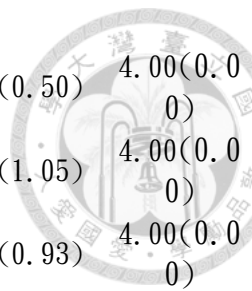
2.5	3.82(0.94)	4.10(0.90)	3.95(0.85)
2.6	4.11(0.88)	4.17(0.87)	4.37(0.76)
3.1	4.23(0.79)	4.39(0.79)	4.32(0.75)
3.2	3.85(0.93)	4.11(0.96)	3.68(0.95)
3.3	4.31(0.75)	4.44(0.77)	4.05(0.78)
3.4	4.18(0.78)	4.29(0.81)	3.84(1.07)
3.5	3.56(1.08)	3.82(1.11)	3.89(1.15)
3.6	4.07(0.86)	4.13(0.89)	4.32(0.75)
3.7	3.56(1.00)	3.70(1.02)	4.11(0.81)
3.8	4.18(0.87)	4.45(0.71)	4.42(0.69)
4.1	4.51(0.62)	4.62(0.62)	4.47(0.61)
4.2	3.87(0.85)	3.96(0.89)	4.21(0.63)
4.3	3.93(0.89)	4.17(0.90)	4.37(0.68)
4.4	4.01(0.81)	4.19(0.83)	4.21(0.79)
4.5	3.94(0.88)	4.08(0.84)	4.37(0.68)

註：括弧內為標準差。

以月中總預算分析，可看出各月中總預算別填答者在各問題間之平均數相差不大且無較特殊之處，故可推論問題的重要程度與月中總預算的相關聯性並不高。

表 4-11 各月中總預算別填答者就各題回答之平均數

問題 編號	\$50,000 元以下 (n = 16)	\$50,000 - \$100,000 元 (n = 66)	\$100,001 - \$200,000 元 (n = 277)	\$200,001 - \$300,000 元 (n = 98)	\$300,001 - \$500,000 元 (n = 9)	\$500,000 元以上 (n = 1)
1.1	4.50(0.52)	4.61(0.68)	4.58(0.67)	4.63(0.65)	4.56(0.53)	4.00(0.00)
1.2	3.94(0.57)	4.24(0.80)	4.05(0.82)	4.19(0.78)	4.11(0.78)	4.00(0.00)
1.3	4.13(0.50)	4.12(0.97)	4.01(0.86)	4.05(0.92)	4.22(0.67)	4.00(0.00)
1.4	4.13(0.72)	4.42(0.70)	4.27(0.79)	4.35(0.73)	4.33(1.12)	4.00(0.00)
1.5	3.94(0.57)	4.17(1.03)	3.99(1.00)	3.98(1.05)	4.00(0.87)	4.00(0.00)
2.1	4.25(0.68)	4.39(0.72)	4.23(0.77)	4.27(0.79)	4.44(0.73)	4.00(0.00)
2.2	4.50(0.52)	4.62(0.60)	4.46(0.69)	4.48(0.71)	4.56(0.53)	4.00(0.00)
2.3	3.88(0.89)	3.95(0.90)	3.54(0.93)	3.62(0.91)	4.00(0.87)	4.00(0.00)



2.4	4.06(0.77)	4.06(0.86)	3.79(0.87)	3.73(0.97)	4.67(0.50)	4.00(0.00)
2.5	4.25(0.45)	4.26(0.79)	3.86(0.92)	3.85(1.06)	3.89(1.05)	4.00(0.00)
2.6	4.25(0.58)	4.33(0.83)	4.09(0.88)	4.17(0.90)	3.89(0.93)	4.00(0.00)
3.1	4.13(0.62)	4.33(0.81)	4.25(0.78)	4.39(0.83)	4.33(0.87)	4.00(0.00)
3.2	4.25(0.77)	4.26(0.88)	3.88(0.94)	3.86(1.03)	3.89(0.93)	4.00(0.00)
3.3	4.31(0.48)	4.52(0.79)	4.30(0.78)	4.38(0.74)	4.33(0.71)	4.00(0.00)
3.4	4.31(0.60)	4.41(0.74)	4.16(0.80)	4.17(0.92)	4.44(0.53)	4.00(0.00)
3.5	3.94(0.77)	3.98(1.07)	3.60(1.10)	3.58(1.15)	3.56(1.01)	4.00(0.00)
3.6	4.00(0.52)	4.33(0.83)	3.98(0.90)	4.28(0.80)	4.33(0.71)	4.00(0.00)
3.7	3.88(0.81)	3.92(1.03)	3.52(0.99)	3.67(1.05)	3.89(1.05)	4.00(0.00)
3.8	4.25(0.68)	4.38(0.84)	4.25(0.80)	4.33(0.89)	4.56(0.73)	4.00(0.00)
4.1	4.5(0.52)	4.56(0.73)	4.53(0.61)	4.61(0.60)	4.56(0.53)	4.00(0.00)
4.2	3.88(0.62)	4.05(0.95)	3.83(0.84)	4.06(0.89)	4.11(0.78)	4.00(0.00)
4.3	4.13(0.50)	4.24(0.98)	3.99(0.88)	4.02(0.94)	4.00(0.71)	4.00(0.00)
4.4	4.06(0.68)	4.21(0.89)	4.08(0.83)	3.99(0.79)	4.11(0.60)	4.00(0.00)
4.5	3.88(1.09)	4.06(0.91)	3.95(0.87)	4.15(0.78)	4.00(0.71)	4.00(0.00)

註：括弧內為標準差。

以月中一天房價分析，可看出各月中一天房價別填答者在各問題間之平均數隨著房價越高，相對分數便越低，問題的重要程度與月中一天房價的相關聯性具有負相關性，故可推論隨著房價預算的提高，孕產婦們對於設施及服務項目可能較有預算採取其他輔助型的解決方式，故注重程度並沒有房價預算較低的孕產婦們高。

表 4-12 各月中一天房價別填答者就各題回答之平均數

問題編號	\$5,000 元以下 (n = 50)	\$5,001 - \$8,000 元 (n = 370)	\$8,001 - \$11,000 元 (n = 47)
1.1	4.48(0.86)	4.61(0.61)	4.51(0.80)
1.2	4.12(0.92)	4.10(0.77)	4.09(0.93)
1.3	4.12(0.92)	4.05(0.85)	3.85(1.02)
1.4	4.24(0.80)	4.29(0.78)	4.45(0.72)
1.5	3.96(1.14)	4.02(0.97)	4.00(1.06)
2.1	4.36(0.92)	4.27(0.74)	4.13(0.80)
2.2	4.50(0.84)	4.49(0.65)	4.47(0.69)
2.3	3.92(0.92)	3.60(0.91)	3.60(0.99)
2.4	3.92(0.85)	3.84(0.88)	3.79(1.02)
2.5	4.06(0.89)	3.93(0.90)	3.74(1.15)
2.6	4.16(1.00)	4.17(0.83)	3.91(1.00)
3.1	4.14(0.90)	4.29(0.79)	4.4(0.68)
3.2	4.12(0.96)	3.93(0.96)	3.81(0.90)
3.3	4.38(0.95)	4.34(0.74)	4.38(0.74)
3.4	4.22(0.93)	4.19(0.80)	4.34(0.73)
3.5	3.80(1.16)	3.65(1.10)	3.60(1.06)
3.6	4.14(1.05)	4.11(0.84)	3.98(0.85)
3.7	3.72(1.13)	3.63(0.97)	3.57(1.17)
3.8	4.14(0.93)	4.33(0.77)	4.13(1.03)
4.1	4.44(0.84)	4.56(0.58)	4.55(0.65)
4.2	3.98(0.94)	3.88(0.85)	4.13(0.88)
4.3	4.08(1.01)	4.05(0.86)	3.89(1.03)
4.4	4.14(0.93)	4.09(0.80)	3.96(0.83)
4.5	3.88(1.02)	4.01(0.84)	4.11(0.87)

註：括弧內為標準差。

以月中預計入住天數分析，排除 41 天以上之選項僅一位填答者，在問題 1 小組中，可看出問題 1.2 隨著孕產婦們的預計入住天數增加，而平均分數為遞減，代表「月子餐點的份量」對於他們來說是逐漸不重要的選項，推測是因為隨著天數越長，孕產婦們可能會開始擔心元氣逐漸恢復後飲食攝取是否過量，而逐漸減低其選項的重要程度。

在問題 4 小組中，可看出問題 4.4 及 4.5 隨著孕產婦們的預計入住天數增加，而平均分數便隨之提高，代表「爸爸相關課程」及「寶寶相關服務」對於他們來說是逐漸重要的選項，推測是因為隨著入住期間的天數越長，孕產婦們便希望除了自身的健康調理以外，其家人們亦應有相關的服務項目來增加多元性的感受，才有更好的服務體驗。

表 4-13 各月中預計入住天數別填答者就各題回答之平均數

問題編號	10 天以下 (n = 2)	11~20 天 (n = 84)	21~30 天 (n = 349)	31~40 天 (n = 31)	41 天以上 (n = 1)
1.1	4.50(0.71)	4.61(0.66)	4.61(0.62)	4.32(1.01)	5.00(0.00)
1.2	4.50(0.71)	4.12(0.80)	4.11(0.78)	3.87(1.06)	5.00(0.00)
1.3	3.50(0.71)	3.96(1.02)	4.05(0.84)	4.16(0.86)	3.00(0.00)
1.4	4.00(0.00)	4.26(0.79)	4.32(0.75)	4.26(0.93)	3.00(0.00)
1.5	3.00(0.00)	4.00(1.06)	4.04(0.97)	3.77(1.15)	4.00(0.00)
2.1	3.50(0.71)	4.36(0.65)	4.23(0.79)	4.48(0.68)	4.00(0.00)
2.2	4.00(0.00)	4.61(0.58)	4.46(0.70)	4.58(0.62)	4.00(0.00)
2.3	2.50(0.71)	3.65(0.94)	3.62(0.92)	3.81(0.98)	5.00(0.00)
2.4	3.50(2.12)	3.86(0.88)	3.80(0.89)	4.26(0.77)	5.00(0.00)
2.5	3.50(2.12)	3.95(0.88)	3.92(0.92)	3.97(1.14)	4.00(0.00)
2.6	4.00(1.41)	4.26(0.84)	4.12(0.87)	4.10(0.94)	4.00(0.00)
3.1	4.00(1.41)	4.24(0.80)	4.30(0.79)	4.29(0.78)	5.00(0.00)
3.2	3.00(2.83)	4.01(0.96)	3.94(0.92)	3.77(1.09)	5.00(0.00)
3.3	4.50(0.71)	4.36(0.71)	4.33(0.78)	4.48(0.77)	5.00(0.00)
3.4	4.00(1.41)	4.35(0.69)	4.15(0.84)	4.42(0.72)	5.00(0.00)
3.5	3.00(2.83)	3.74(1.10)	3.65(1.10)	3.61(1.05)	5.00(0.00)
3.6	3.50(2.12)	4.21(0.81)	4.07(0.87)	4.10(0.83)	5.00(0.00)
3.7	2.00(1.41)	3.71(0.98)	3.62(1.02)	3.65(0.95)	5.00(0.00)
3.8	3.50(2.12)	4.33(0.73)	4.28(0.83)	4.32(0.83)	5.00(0.00)
4.1	3.50(2.12)	4.49(0.61)	4.56(0.62)	4.65(0.55)	5.00(0.00)
4.2	3.00(1.41)	3.98(0.79)	3.90(0.88)	3.97(0.80)	5.00(0.00)
4.3	3.50(2.12)	4.02(0.86)	4.02(0.90)	4.23(0.84)	5.00(0.00)
4.4	4.00(1.41)	4.06(0.87)	4.07(0.80)	4.29(0.86)	5.00(0.00)
4.5	3.50(0.71)	3.95(0.86)	4.01(0.87)	4.19(0.87)	3.00(0.00)

註：括弧內為標準差。



4.4 總結與建議行動方案

本節主要針對上述研究問卷結果進行總結與行動方案建議。

4.4.1 重要發現

綜合本章問卷調查結果分析與意見回饋，發現重要事項如下：

1. **月子中心已成必備選項：**家庭年收入介於國民平均值間的孕產婦們數量最多，且無論是否已生產過，其前一胎及下一胎選擇坐月子之方式皆為入住月子中心，代表著坐月子對於現代的孕產婦們來說幾乎已經是一個必備的選項。
2. **複合式月子機構乃是消費者首重：**設有現代化照護系統及設備、多樣化的周邊服務、課程、設施及其他延伸性的複合式月子機構已成為現代女性坐月子選擇之趨勢。
3. **不同年齡層客群在意的點有所差異：**年紀較長的孕產婦們對於中醫師巡診的需求最高，而年紀較輕的孕產婦們則認為小兒科診所是最重要的選項，顯示出不同年齡客群所在意的相關設施有所不同。
4. **現代社會氛圍的方向趨勢：**現代孕產婦們第一胎生育的平均年齡高於 35 歲，亦可顯示出整體社會明顯晚婚及少子化的氛圍。

4.4.2 建議行動方案

1. 針對不同客群除了可以推出不同的服務外，在做廣告及行銷上的策略可針對其分別重視之部分，做出差異化的策略。
2. 隨著現代產婦高齡化的趨勢日益增長，將生殖醫學及相關產婦身體調理、照護上的服務品質及設施、機構的擴充加強並整合，是未來的重大方向。

第五章 結論與建議



5.1 研究結論

隨著時代變遷、工商業發達，社會結構已由大家庭轉變為核心家庭，致使家庭對於產婦產後之照顧功能下降，導致其陷入生產後乏人照料的窘境，也因此促使產婦產後求助於月子中心，以滿足產後調養的需求。本研究藉由文獻蒐集集問卷調查等步驟，來探討月子中心提供之服務需求項目與重視程度為何，並針對實證結果分析提出本研究之結論與建議。


本研究針對台灣之孕產婦進行研究，試圖從這些孕產婦對於月子中心之體驗感受，來檢驗月子中心提供之最適當服務需求項目及受重視程度，並了解不同背景變項對於服務需求之差異性。本研究在實證分析過程中提出本研究的重要結論，分述如下：

1. 月子中心已成必備選項。
2. 複合式月子機構乃是消費者首重。
3. 不同年齡層客群在意的點有所差異。
4. 現代社會氛圍的方向趨勢。

5.2 研究建議

根據本研究個案分析結果顯示出多數結論是符合本研究目的，也與過去相關文獻的論述相互呼應。本研究結論除了可以作為月子中心之經營者在規劃月子中心時的考量依據外，也可以提升孕產婦在選擇月子中心時，必須考量月子中心所提供之服務需求及與月子中心的休閒性及安全性。接著針對本研究幾個重要結論提供一些重要建議如下：

1. 應積極改善軟硬體設備，創造競爭優勢以強化其競爭力。
2. 應設置於交通便利之地點。
3. 應進行多角化經營，強化服務差異性，以創造經營上之範疇經濟。

- 
4. 應聘用足夠之專業醫療人員，以提升服務及醫療品質。
 5. 應強化內部安全管理，例如具體落實門禁管制及訪客管理措施。
 6. 若政府及企業願意補助生育、托嬰、兒童教育…等津貼，及更佳的注重此區塊的政策及相關配套措施，將能有效提高年輕人的生育意願，使得少子化的現象趨緩。

5.3 未來展望

現代年輕人口中流行的四不：「不結婚」、「不生子」、「不買房」、「不買車」已讓少子化成為嚴肅的社會議題，當養育孩子從以往老一輩的投資型行為轉變為消費型行為時，大家便對於生育的意願逐漸地降低，又隨著現代社會的不確定性，顯得年輕人對於風險的厭惡程度提高，故對於整體社會的氛圍有著明顯的影響及改變。

月子中心經營者在目前的展望中，仍需要著重於「提供更全面的產後照護」、「強化健康管理」、「增加產品和服務種類」、「推動科技應用」及「加強品牌建設」以進一步提高產後照護的質量和效率，擴大服務範圍和品牌影響力，並積極推動科技應用，提高產後照護的水平。

孩子是人類社會的未來，在未來的營運展望方面，月子中心的重要性必定是日益茁壯的，將來更是需要整合上下游的資源來擴大並完整整個生育的生態圈，如人工受孕機構、婦幼兒科醫療院所、托嬰中心、幼兒教育機構…等，期許大家一起投入這個產業及相關的研究，創造更好的社會價值，並對國家及產業能夠提供更有效及友善的貢獻。

參考文獻



- CSR 調查研究專題中心，想婚或不婚？「家庭動態調查」中的未婚者圖像。
<https://survey.sinica.edu.tw/?p=12058&lang=zh>。
- 行政院主計總處（2022），110 年家庭收支調查報告。
- 吳佳穎（2015），台灣月子中心的服務品質研究，國立臺灣大學公共衛生學院碩士論文。
- 呂木蘭（1999），現代坐月子的女性觀點—以坐月子中心的產婦為例，國立清華大學人類學研究所碩士論文。
- 李雅莉（2008），婦產科診所附設產後護理之家經營策略之個案研究，國立台灣科技大學管理學院 MBA 碩士班碩士論文。
- 黃光大（2007），以聯合分析法設計坐月子中心服務，國立臺灣大學高階公共管理組碩士論文。
- 葉乃嘉（2013），研究方法的第一本書：教育、人文與社會科學研究的入門書。
- 韓文聰（1992），從調查中看臺灣產婦的月子習俗，*中華民國婦產科醫學會雜誌*。
- Lee, Y. K., & Tam, W. W. (2017), Predictors of Maternal Health Literacy and Associated Health Behaviors During the First Year After Delivery Among Hong Kong Chinese Mothers.
- Zhou, J., Liu, J., & Wang, Y. (2020). **The Development of Postpartum Care in China: A Narrative Review.** *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(2), 480.

附錄



附錄一 初版問卷

【問卷開頭】

您好，

感謝您在繁忙當中願意撥空填寫此問卷。本問卷共 3 大題，約需花費您 幾分鐘的時間。

少子化的現象是沉重且真實的社會議題，加上生養教育觀念與時俱進，許多父母對於嬰兒照護及產婦的身心健康越來越謹慎與重視，也希望能掌控更多自主權，讓長輩協助坐月子的意願降低，使得現代女性在產後選擇專業機構坐月子的需求比例逐漸提升，此份研究問卷旨在瞭解產/孕婦對於選取產後護理（坐月子）機構的關鍵因素。

本問卷第一部分為基本資料，第二部分為個人經驗及認知，第三部分為環境因素，採不記名方式且資料不對外公開，內容絕對保密，敬請安心作答。

您的寶貴意見將是本研究的重要關鍵，感謝您撥冗填寫，謝謝您！

敬祝 身體健康 平安如意！

國立臺灣大學進修推廣學院 PMBA 專題研究

指導教授：國立臺灣大學資訊管理學系 孔令傑 副教授

【第一部分】基本資料

1. 年齡：20 歲以下 21-30 歲 31-40 歲 41 歲以上
2. 婚齡：1 以下 1.1-5 年 5.1-10 年 10 年以上
3. 胎次：未懷孕過 1 2 3 4 或以上
4. 懷孕狀況：備孕中 懷孕中 已生產過
5. 教育程度：國小 國中 高中（職） 大專（學） 研究所（以上）
6. 經濟來源：夫妻合薪 夫 妻 其他
7. 個人月收入：\$30,000 以下 \$30,001-\$50,000 \$50,001-\$80,000
\$80,001-\$110,000 \$110,001 以上

8. 居住類型：夫妻與小孩同住 公婆（父母），夫妻與小孩同住 親戚，公婆（父母），夫妻與小孩同住 其他
9. E-mail（僅作為抽獎聯繫用途，提供資料若有誤，則視同放棄中獎資格，恕無法進行補領獎作業。）：



【第二部分】個人經驗及認知

內容包括對月子中心的知曉程度、消費經驗及消費之考量因素。

1. 請問您認為坐月子費用預算是多少？

\$100,000 以下 \$100,001~\$200,000 元 \$200,001 元~\$300,000 元
\$300,001 以上

2. 請問您之前選擇的坐月子方式？

沒坐月子 家人協助 月子中心(產後護理之家) 月嫂 僅訂月子餐

3. 請問您未來預計的坐月子方式？

家人協助 月子中心(產後護理之家) 月嫂 僅訂月子餐 不坐月子

4. 如果選擇入住月子中心，您對一天房價的考慮區間為何？

\$5,000 元以下 \$5,001~\$8,000 元 \$8,001~\$11,000 元 \$11,001 以上

5. 如果選擇入住月子中心，你會選擇入住幾天？

10 天以下 11~20 天 21~30 天 31~40 天 41 天以上

【第三部分】環境因素

我們希望了解您認為選擇坐月子中心時，以下項目的重要性程度為何？

請您勾選「非常重要」、「重要」、「普通」、「不重要」、「非常不重要」五個答案中的一個答案：



餐點：

	非常 不重要	不重要	普通	重要	非常重要
1. 月子餐口味 多樣化	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2. 月子餐份量	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3. 月子餐提供 藥膳餐點	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4. 每週安排放 縱甜點日	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5. 可一併提供 陪宿者餐點	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

照護：

	非常 不重要	不重要	普通	重要	非常重要
1. 設有婦產科診 所(非僅巡診)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2. 設有小兒科診 所(非僅巡診)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3. 中醫師巡診	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4. 設有產後康復 師服務	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5. 心理醫師諮詢 服務	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6. 產前諮詢	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
7. 大寶托育服務	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



設施：

	非常 不重要	不重要	普通	重要	非常重要
1. 產婦周邊相關服務 (SPA 按摩、美髮、美甲等)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2. 科技化的照護系統 (Ex: 嬰兒遠端視訊監控)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3. 完備的娛樂休息室	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4. 完備的運動/健身設施	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5. 對母嬰用品的購買行為具有方便性 (賣場)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

其他：

	非常 不重要	不重要	普通	重要	非常重要
1. 品牌知名度	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2. 產前媽咪課程	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3. 產後媽咪課程	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
4. 產前媽咪課程 寶寶相關服務 (姓名學取名、 游泳、抓週派對)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



感謝您協助填寫此份問卷。如果您有任何關於本研究的建議或是認為有其他非常重要的考量因素，歡迎您於下方填寫分享：（簡答）

本問卷到此全部填答完畢，請您檢查是否有遺漏的部分。再次感謝您的合作與配合!!

填答抽獎將於 112 年 0 月 0 日進行

中獎者將以 E-mail 進行通知

獎項一：Capucci 卡普奇 重力自動收車款(太空旅行)

市值 8680 元(成本 3978 元)

獎項二：韓國【Kinderspel】長版小雨衣(夢想噗噗車)

市值 2900 元(成本 1596 元)

獎項三：韓國【Kinderspel】長版小斗篷(呱呱大嘴鳥)

市值 2560 元(成本 1399 元)

獎項四：【COTEX】孕媽咪紓壓枕(粉格)

市值 2200 元(成本 1210 元)

獎項五：【Nuby】不鏽鋼真空學習杯 280ml (細吸管/瓢蟲)

市值 1100 元(成本 770 元)