

# 尷尬，購不購？

## 研究目的：

本研究希望瞭解各年齡層在購買行為上會感到尷尬的商品為何。處於青少年年紀的我們，決定針對保險套的購買行為進行深入探討。

(1) 了解「尷尬產品」的購買行為之現況。

(2) 探討如何降低尷尬感並引發消費者購買。

(3) 從「健康」的觀點出發，改善消費者「知道健康的重要，卻因尷尬裹足不願購買特定商品」的情形。

## 本研究之重要性：

本研究探討如何降低尷尬感，使購買尷尬產品不再尷尬。並引發消費者購買從健康的觀點出發，打破消費者「知道健康的重要，卻因尷尬裹足不願購買特定商品」的情形。透過此方式促使健康提升，提高性行為的保險套使用比率，間接降低愛滋病發生率。

· 提高選購意願

· 促進健康及生活滿意

· 提高購買率

· 增加廠商獲利

· 從健康角度出發

· 提高使用率、降低疾病率

## 研究結果：

本研究群利用了更改商品貨架位置來降低消費者購買時的尷尬感，經由實驗證明能有效降低購買時的尷尬感。若未來保險套的販售通路皆能利用改變貨架位置讓消費者能更自在的選購，將能增加保險套在實體通路販售的數量及增加廠商與店鋪的利潤，也能有效降低罹患愛滋病的機率，促進本地人類健康。

