

資訊休閒業經營策略及消費者行為之研究-以臺北市網咖為例

林 誠 李慧慧 華梵大學資管系

摘 要

台灣資訊休閒業於 2004 年後期至今，呈現大幅萎縮之趨勢，與鄰近的中國大陸、日本、南韓的發展呈現了不同結果。資訊休閒業究竟遭遇到了什麼瓶頸？又該如何改變其經營策略？本研究主要在於探討我國資訊休閒業遭遇之瓶頸、資訊休閒業者之未來之經營策略及消費者行為研究。

根據研究目的與相關文獻探討做為研究基礎，採用量化及質性研究。透過文獻回顧、問卷進行調查。研究操作的部分，採用問卷的方式，以臺北市的資訊休閒業為對象，分別從業者層面瞭解業者目前所遭遇之困境、經營策略，再從消費者層面探討消費者的消費動機及影響消費行為的因素。

問卷調查結果顯示，資訊休閒業目前所面臨的困境，業者認為「政府政策、法令」的影響最大，其次是「家庭寬頻普及」的影響。而在市場競爭激烈的情況下，以「削價競爭」和「政府政策、法令限制」這兩項是影響資訊休閒業的競爭因素。問卷調查分析所得資料，有三點建議：

1. 臺北市資訊休閒業管理自治條例仍有其調整空間，政府與業者應建立良好的溝通橋樑
2. 政府相關單位應正視網咖存在的正面價值
3. 網咖整體環境仍有改善空間，業者應充分掌握網咖特性及趨勢

綜合上述，希望本研究能作為網咖業者調整經營策略或政府部門調整管理法規之參考。

關鍵詞：資訊休閒業、網咖、經營策略、消費者行為。