

電腦遊戲軟體消費行為、盜拷行為及其相關因素之研究—

以大台北地區消費者

張紹勳

摘要

本文旨在探討國內民眾電腦遊戲軟體的消費行為、盜拷行為及其背景因素的影響力，研究結果可作為資訊電腦業經營者及政府推動「資訊化社會」的參考。研究方法採問卷調查法，研究樣本為大臺北區 563 名消費者，經實証分析，獲得下列結論：(1) 受訪者的生活型態可分為七大類型，而此七種生活型態可將消費者區隔成「領導流行／特殊風格」、「傳統知足型」、「保守／依賴型」等三個族群。(2) 影響消費者電腦遊戲軟體盜拷率的背景因素有六項。(3) 消費者的法律態度可分為五大類，而此五大類法律態可將消費者區隔為：不信任法律型、投機型、守法型等 3 個族群。(4) 消費者購買經驗因不同的生活型態、不同的人口統計變數而有差異，但不受法律態度的影響。(5) 影響消費者電腦遊戲軟體購買率的背景因素有 7 項。(6) 一般消費最高意願價，磁片型為 550 元以下，CD 型為 1000 元以下。(7) 國內消費電腦遊戲軟體是屬「自己購買」的人口比例為盜拷者的三倍多。整體而言，遊戲軟體盜拷率為四成四，盜拷主因有 3 項，有效遏止盜拷軟體的方

法有 2 個。(8) 國內消費者最喜好的電腦遊戲類型有五種。

關鍵字：電腦遊戲軟體；盜拷行為；生活型態；

消費行為；法律態度