

以聯合分析法協助建構遊戲社群網站

黃俊嘉、陳偉星

E-mail: 9808368@mail.dyu.edu.tw

摘要

近年來由於網際網路的快速發展與普及，其應用也如雨後春筍般出現，而其中受到重視的是虛擬社群網站的誕生。《數位時代》公佈的「2009台灣Web100」中，社群網站占了二十一個，其蓬勃發展的程度可見一斑。社群網站經營業者為了因應使用者對於資訊交流的需要，必須要先了解使用者需求，否則無法吸引使用者並聚集商機。

對於使用者來說，具備吸引力的虛擬社群，會存在著某些特別的屬性，而這些屬性往往就是吸引許多使用者對虛擬社群的駐足的原因。本研究探討經營虛擬社群網站所需重視的產品屬性，利用聯合分析法找出合適之屬性水準，並計算其效用值，以提供社群網站設計者參考。對於現有的社群網站，若沒有該屬性，可優先增加，並針對效用值較高的部份做加強。也可以給網站管理者做未來經營策略的規劃，針對消費者的偏好做修正。

研究結果顯示，遊戲社群網站成員約可分為三種區隔，其一為「資訊導向群」，其二為「服務重視群」，最後是「界面導向群」。並對這三種區隔所重視的屬性與水準，個別的在行銷與服務上作加強。

關鍵詞：虛擬社群、社群網站、聯合分析

目錄

封面內頁

簽名頁

授權書 iii

中文摘要 iv

ABSTRACT v

誌謝 vi

目錄 vii

圖目錄 x

表目錄 xi

第一章 緒論 1

1.1 研究背景及動機 1

1.2 研究目的 3

1.3 研究範圍 3

1.4 研究流程 4

第二章 文獻探討 6

2.1 遊戲相關文獻 6

2.1.1 遊戲產業之區隔 6

2.1.2 線上遊戲的分類 8

2.2 虛擬社群 10

2.2.1 虛擬社群之定義 10

2.2.2 虛擬社群之要素 12

2.2.3 小結 14

2.3 網站設計 16

2.3.1 網站設計相關文獻 16

2.3.2 小結 18

2.4 聯合分析法 19

2.4.1 聯合分析法之基本理論 19

2.4.2 聯合分析法之使用程序 20

2.4.3 聯合分析之改良 26

2.4.4 聯合分析法之相關文獻 28

第三章 研究方法	29
3.1 研究架構	29
3.2 聯合分析估計程序	30
3.2.1 估計程序總和的程度	30
3.2.2 聯合分析混合模式	31
3.3 問卷設計	33
3.4 抽樣設計	36
第四章 結果與分析	38
4.1 第一階段分析	38
4.2 第二階段分析	39
4.2.1 受測體整體輪廓之設計	39
4.2.2 自顯性成分效用值	42
4.2.3 各區隔成份效用值	44
4.3 成分效用值之分析	47
第五章 結論與建議	51
5.1 結論	51
5.2 後續研究建議	52
參考文獻	53
附錄	57

參考文獻

- [1]王祖健, 2003, 網站技術、服務品質及購買成本對於網路商店顧客滿意度與忠誠度之影響, 國立成功大學國際企業研究所碩士論文。
- [2]林子凱, 2002, 線上遊戲『天堂』支使用者參予動機與滿意度研究, 國立成功大學企業管理研究所碩士論文。
- [3]王祿旺, 2005, 體驗行銷對網路書店虛擬社群影響之研究, 秀威資訊科技股份有限公司。
- [4]林于勝、許瓊予、楊正, 2003, 全球動畫影音創意產業發展現況與趨勢, 財團法人資訊工業策進會。
- [5]林佩儀, 2000, 網站設計與使用者滿意度之關連 - 以網路使用與購物經驗進行集群之研究, 國立政治大學資訊管理研究所碩士論文。
- [6]周文賢、張欽富, 2000, 「聯合分析在產品設計之運用」, 華泰文化事業公司。
- [7]邵俊淮, 2005, 遊戲虛擬社群網站忠誠度之研究, 私立立德管理學院休閒管理研究所碩士論文。
- [8]拓璞產業研究所, 2004, 「遊戲產業白皮書」, 拓璞科技股份有限公司。
- [9]梁金樹, 民93, 應用聯合分析於定期航運公司品牌權益評估之研究, 國立台灣海洋大學航運管理研究所碩士論文。
- [10]張瑞麟, 2001, 虛擬社群強化社群成員歸屬感之研究, 國立雲林科技大學企業管理研究所碩士論文。
- [11]張勤昌, 2003, 聯合分析應用於金控後銀行顧客知覺與偏好之研究, 統計學系碩士班, 碩士論文。
- [12]傅鏡輝, 2003, 線上遊戲產業Happy書:帶領你深入瞭解On-Line Game產業, 遠流出版事業股份有限公司。
- [13]楊秀真, 1989, 聯合分析法在商業銀行顧客知覺與偏好之應用服務, 國立台灣大學商學研究所碩士論文。
- [14]鄭力嘉, 1998, 影響網路使用者採行線上購物因素之研究, 國立屏東科技大學資源管理研究所碩士論文。
- [15]劉穎潔, 1999, 入口與社群網站之創業模式比較與動態策略發展, 國立臺灣大學國際企業學研究所, 碩士論文。
- [16]Adler, P. R. & Christopher, J. A. (1998), " Internet Community Primer: Overview and Business Opportunities " .
- [17]Ahuja, M. K. & Galvin, J. E. (2003), " Socialization in Virtual Groups, " Journal of Management, Vol.29, No.2, pp.161-185.
- [18]Baym, K. N. (1994), " The Emergence of Community " , Cybersociety: Computer mediated communication and Community, pp.38-163.
- [19]Baym, N. K. (1998), " The emergence of on-line community " , In S. G. Jones (Ed.), Cybersociety 2.0: Revisiting computer-mediated communication and community.
- [20]Chang, M. K. & Cheung, W. & Lai, V. S. (2005), " Literature derived reference models for the adoption of online shopping " , Information and Management, Vol.42, No.4, pp.543-559.
- [21]Green, P. E. & Krieger, A. M. & Wind, Y. (2001), " Thirty Years of Conjoint Analysis: Reflections and Prospects " , Interface, Vol.31, No.3, pp.S56-S73.
- [22]Green, P. E. & Srinivasan, V. (1978), " Conjoint Analysis in Marketing: New Developments with Implications for Research and Practice " .
- [23]John H. III & Arthur, A. (1997), " Net Gain: Expanding Markets Through Virtual Communities " , Harvard Business School Press.
- [24]Jiwoong, S. & Taewon, J. & So, Y. S. (2009), " Conjoint Analysis for IPTV service " , Expert System with Application, Vol.34, No.4, pp.7860-7864.
- [25]Koh, J. & Kim, Y. G. (2004), " Knowledge Sharing in Virtual Communities: an E-Business Perspective " , Expert Systems with Applications, Vol.26, No.2, pp.155-166.
- [26]Mole, C. & Mulcahy M. & O ' Donnell, K. & Gupta, A. (1999), " Making real sense of virtual communities " .

- [27]Newman, M. & Landy, J. (2000), " Sitemaps, Storyboards and Specification: A Sketch of Web Site Design Practice " .
- [28]Palmer W. J. & Griffith A. D. (1998), " An emerging model of Web site design for marketing " , Communications of the ACM, Vol. 41, No.3, pp.44-51.
- [29]Ranganathan, C. & Ganapathy, S. (2002), " Key dimensions of business-to-consumer web sites " , Information & Management, 39, pp.457-465.
- [30]Rheingold, H. (1993), " The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier " , New York: Haper Perennial.
- [31]Romm, C. & Pliskin, N. & Clarke, R. (1997), " Virtual Communities and Society: Toward an Integrative Three Phase Model " , International Journal of Information Management, Vol.17, No.4, pp.261-270.
- [32]Rothaermel, F. T. & Sugiyama, S. (2001), " Virtual Internet Communities and Commercial Success:Individual and Community-level Theory Grounded in the Atypical Case of TimeZone.com " , Journal of Management, Vol.27, No.3, pp.297-312.