第六章　結論與建議

第一節　研究結論

本研究結論如下：

一、　內容廠商經營使用者協作平台目的與經營模式管理

1. 內容廠商經營目的不同，將會影響使用者協作平台的設計。使用者平台的種類將分成：

    - 垂直設計的使用者協作平台
    - 水平設計的使用者協作平台
    - 垂直與水平綜合設計的使用者協作平台

二、　內容知識特質與使用者協作平台經營

2. 內容的知識複雜程度的不同，將會影響到使用者協作平台的設計。但相同的知識複雜程度在不同的經營目的下，也會影響到協作平台的設計

3. 內容知識的複雜度越高，水平平台的經營者必須設計較具標準化的模組提供給網友使用及創作

4. 內容知識的複雜度越高，若單純只提供一個上傳的空間給網友使用，則吸引的社群將越專業化。

5. 網友所創造的內容，其知識特質複雜程度高低，將會影響公司後續商品化動作的難易度，因此建立垂直化社群協作平台的公司必需要有很強的後製網絡能力。

6. 內容知識的內隱程度越高，多以面對面的溝通方式和網友進行智慧財產權的規範與設計。

三、 社群的分類與使用者協作平台經營

7. 內容廠商經營目的不同，影響使用者協作平台的設計，也會吸引不同類別的社群進入。水平設計的使用者協作平台社群忠誠度較高。

8. 垂直設計平台的社群忠誠度較低，必須不斷的提供具體商業化的誘因來吸引作品上傳。

9. 內容知識特質的內隱程度越高，讓具有垂直水平綜合設計的使用者協作平台中，容易產生族群的分裂與衝突，因盡量避免積極的推廣具有爭議性的排行榜於社群互動中。

四、 使用者協作平台經營與協作回饋

10. 水平設計的使用者協作平台所帶來價值將會經由社群間的互動所創造出來的，而垂直設計的使用者平台所產生的價值乃是將更多好作品成功的商品化。

11. 水平設計的使用者協作平台所需耗費的成本和人力相對低於垂直設計的使用者協作平台，所產生的利潤風險也比垂直設計的平台低。

第二節 研究建議

一、 對實務界的建議

1. 顧客共創價值的重要性，以獲得業界與學界的證實，對於數位內容廠商而言，如何設計一個好的使用者社群協作平台，將是未來非常重要的目標。以目前個案公司來分析，使用者社群協作平台的管理機制並不是非常的完善，且經營平台吸引社群的誘因是很重要的一環，因此如何設立好的誘因吸引這些顧客來平台中創造個人化的價值將是平台是否能永續經營下去的一大要素。

2. 研究發現影響使用者平台設計模式與公司本身的經營目的擁有極大的正相關，而不同的目的所設立的平台也會間接的影響到加入社群的類別。具有高度商品化利益的使用者平台將會造成社群間的互動較為薄弱，因此未來這類的平台必須建立更多社群間的互動機制來強化協作平台中的知識流通，讓創意的來源更為豐富。

3. 智慧財產權的概念已經成為目前最重視的議題，尤其是以數位內容產業所創造出的產品多半具有『一次生產、多元加工、多頻傳輸、多工服務』的特性。初期必須投入的價值高過於低成本的後製和加工，因此廠商應該重視與思考如何設計一個好的智慧財產模式於使用者協作平台上，以保障這些願意提供好的作品與創意於這協作平台的社群。

4. 內容的知識特質不同在平台上，將應該要設計不同的互動模式與標準提供給社群來使用。對於知識內隱程度與複雜程度都高的內容來說，若不重視平台的設計與管理的模式，所加入的社群將會透過此一機制變向篩選，只吸引較為專業的創作人士進入平排尋找可能的利益，如此一來社群的忠誠度不但會因此降低，也會將會侷限整個使用者協作平台的發展。

5. 使用者協作平台的主要目的與意義就是希望廠商能與顧客共創新的價值，因此社群的創意與創作將是廠商未來所必須正視的價值所在。所以在建立使用者協作平台的同時，廠商必須要有很強的後製網絡，才能將這些創意來源逐步的商品化。

二、 對後續研究的建議

1. 本研究目前僅針對數位內容的文字、圖片、動畫、音樂做研究，未來後續研究者可以跨足遊戲產業，探討其可能建立的使用者社群協作平台模式，以獲得更全面性的研究。

2. 使用者協作平台模式的探討是屬於跨國際性的研究，本研究由於時間及人力的限制，只侷限於研究台灣的產業。後續研究者可以針對韓國、日本等內容產業較為發達的國家進行個案研究，可使

研究更具有實用性。

3. 本研究對於使用者協作平台相關的智慧財產權設計著墨並不多，但是顧客共創價值與此平台經營的未來發展重點將是財產權的設計，後續研究者也可以從此方向下手，設計一套協作應有的財產權規範來保障共創價值者的權利。