

第壹章 緒論

近年來，網路科技以及基礎建設的日趨成熟，讓網路廣被接受與使用，並在不同產業與領域上應用。其中，網路教學更是在教育以及企業的教育訓練上扮演極重要的角色。本研究即針對成人再進修的「網路碩士學分班」進行其網路教學品質、教學互動、品牌形象、顧客滿意及行為意向進行研究。

本章緒論分為三個部份。第一節首先提出本研究背景與動機；第二節說明研究目的；第三節則敘述研究範圍及限制。

第一節 研究背景與動機

面對科技的高度發展，社會的快速變遷，成人已無法以早年所學習的知能應付一生的需要。時時學習、處處學習、事事學習的「終身學習」新時代已在二十世紀八〇年代後，席捲全球（黃富順，2002）。

由於網際網路（internet）的蓬勃發展，使得資訊與知識的傳播更加地無遠弗屆，更提供了一個絕佳的學習環境。由於網際網路不受限於時間與空間的特性，使學校教育的範圍可以延伸至整個社會，讓社會大眾可以降低成本，以高效率的方式取得所需的知識（李雅慧，2000）。

根據國際數據資訊（IDC）的報告指出，單單 2001 年，數位學習（e-Learning）全球市場較 2000 年就成長了 126%。台灣資策會的調查亦指出，台灣數位學習的市場將由 2001 年的 3.8 億台幣成長至 2004 年 30 億新台幣。這些數字除了突顯出企業對數位學習的重視，也彰顯出數位學習作為教育學習及知識管理工具的重要性。

網路科技所帶來的數位學習，創造出許多網路虛擬大學。根據資策會有關美國數位學習的統計資料顯示，虛擬大學學生每年以 33% 速度成長中，估計到 2006 年，註冊學生數可達 600 萬人。

根據數位學習者 (elearners.com) 於 2004 年 6 月 17 日的資料顯示，美國境內共有 728 個線上學位 (degrees)、359 個線上學程 (programs)、6211 個線上課程 (courses) 和 100 個線上學院 (colleges) 可供學習者參與。而據美國 USNEWS.com 於同日的統計，美國共有 263 所共包含五個領域，且獲美國聯邦教育部學位認可的線上研究所課程供選修，且這些學院都有很嚴格的標準及品質要求。所以，數位學習將是未來的明星產業，值得我們去瞭解以及深入研究。

目前國內許多大學院校，根據「專科以上學校遠距教學作業規範」之規定，分別開設各種網路班，其中可分為兩大類：(1) 提供校內學生修課的校內學分班；(2) 提供學分先修班，如台大、政大、清大、中山等的網路學分班。此外，私人機構也分開許多線上課程。

市場這麼大，站在市場開發的立場，行銷人員企圖去影響並主導消費者的行為時，首先必須瞭解消費者背後的動機為何，並設計行銷策略來引發並滿足消費者的需要。

根據統計資料顯示，大多數的企業每年約流失 25% 的舊客戶，但是，開發一個新客戶卻比維護一個舊客戶需要多出六倍的成本 (李彥甫，2001)，而一位不滿意的客戶會將不愉快的經驗傳達給七到十位客戶，造成企業重大損失；相反若能滿足客戶的需求，則有百分之七十的顧客會再次購買該產品或服務。

有鑑於此，加上在知識經濟時代中，教育也應該被視為一種產業，

以迎接教育自由化及國際化的浪潮（徐明珠，2001）。但在這，我們仍要重申，教育產業化絕不是教育商業化。智慧資產有價，繼而獲利、投資與創新，這是科技進步的動能。本研究，將教育機構以企業經營的角度，將學習者視為顧客，以瞭解其顧客滿意及行為意向來研究整個議題。另外，本研究也將提供給相關的網路教學機構，藉此瞭解學習者所感受到的網路教學品質與服務，進而改善加強，以求達到顧客期望，增加競爭優勢。

本研究根據文獻探討、專家意見以及與網路學院學員焦點團體訪談得知，影響學習者滿意有五大因素：「資訊品質」、「系統品質」、「服務品質」、「教學互動」以及「品牌形象」。所以本研究以上述五項因素來建立網路教學顧客滿意與行為意向的完整構面模式，並透過對學員的問卷調查，來印證網路學院所提供的網路教學品質及服務，是否真正滿足學員的需求，並影響了學員的行為意向。

第二節 研究目的

本研究之主要目的包括：

1. 瞭解網路教學品質、教學互動及品牌形象是否對顧客滿意有正面的影響。
2. 瞭解學習者對網路教學機構為加強教學互動所額外提供的教學活動，是否會影響到學習者對整體顧客滿意度的影響，以求將教學資源投入附加價值高的教學活動中。
3. 瞭解顧客滿意及品牌形象對學習者行為意向的關聯。

第三節 研究範圍

本研究所探討的是成人學習者對國內提供的網路學分班之教學品

質，並探討其對顧客滿意與行為意向之影響。

由於國內網路學院這幾年方開始嘗試，而各個網路學院的教學活動安排不同，且其服務的方式不同。為顧及因不同平台或服務設計有太大差異，所以，本研究針對在經營管理、公共行政與法律已有四十年推廣教育經驗，且已開設網路碩士學分班三年的「政大公企網路學院」網路碩士學分班的學員進行研究。

第四節 研究流程

本研究所探討的是成人學習者對國內提供的網路學分班之教學品質、教學互動、品牌形象與顧客滿意及行為意向的關係。本研究之研究流程如圖 1-1 所示，分為以下幾個部分：

- 一、確定研究主題：為確立網路教學哪些因素會影響其顧客滿意，本研究先進行專家及學員的訪談，尋找出正確的研究方向，期求能確實的瞭解掌握學習者注重的要素。
- 二、相關文獻回顧：本研究廣泛的蒐集國內外相關研究與文獻，文獻分為網路教學模式、網路教學品質、品牌形象、顧客滿意與行為意向。其中，為確保與國內目前網路教學模式相符合，更加入一節探討以政大公企網路學院為主的教學模式，以期在研究中所探討的教學活動，符合實際需求。
- 三、理論架構與模式建立：本研究旨在探討網路教學品質、教學互動、品牌形象與顧客滿意及行為意向之關係，所以分別以不同學者專家之論點整理成一架構，進行 LISREL 的適配度的檢定。
- 四、問卷設計與資料分析：本研究以理論基礎發展相關的問題，並針對政大公企網路學院學員進行調查。在回收後進行樣本結構及敘述統計分析。最後，再進行 LISREL 模式分析。

- 五、模式驗證：問卷資料回收後，進行資料分析及模式參數校估與驗證。
- 六、結論與建議：針對資料分析結果，對網路教學提供者提出結論與未來研究之方向。

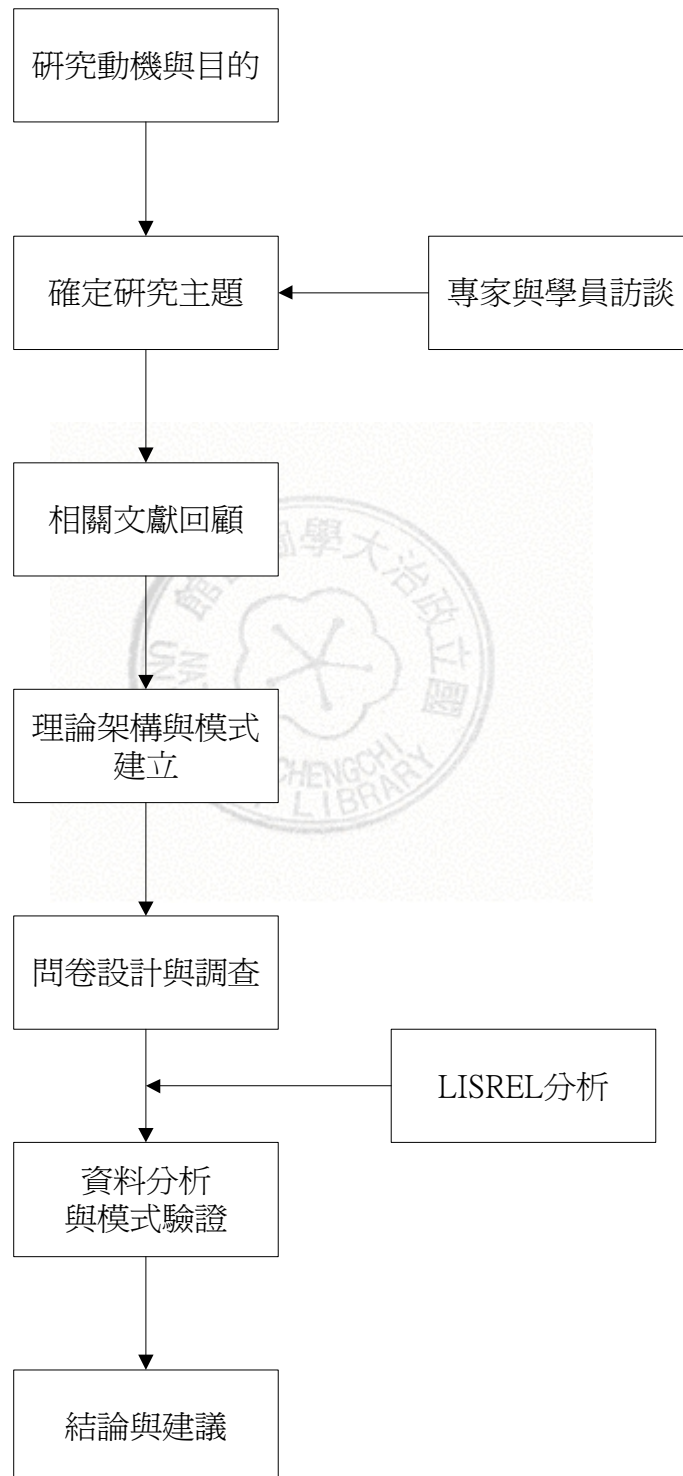


圖 1-1 研究流程圖