

摘要：

目前網際網路的快速和穩定發展，以隨著網路應用多元化所延伸線上學習市場的產業最為盛行。由於線上學習是隨著資訊科技的快速發展而產生的新科技應用，其跳脫傳統學習的限制，將能有效降低個人再進修或員工教育訓練的學習成本及困擾。在具有能創造廣大消費群的線上學習市場，了解線上學習的使用意向模式，對於經營線上學習市場的業者將具有重要的參考指標，及提供後續研究者研究之參考是本研究的主要動機。

本研究目的以計劃行為理論模式、科技接受模式、擴散式的計劃行為理論模式為基礎所提出本研究的整合模式，應用模糊類神經網路的方法，分析潛在使用者對線上學習使用意向的重要因素的關係和交互作用，並蒐集 300 份完整填答資料進行分析，並獲得下列研究結果：潛在使用者線上學習模式的「使用意向」主要受「行銷組合」、「使用動機」、「態度」等三項正向和「認知有用」、「知覺風險」負向的影響；「態度」變項，主要受「認知有用」、「認知易用」等正向和「知覺風險」負向的影響；「行為控制知覺」變項，主要受「行銷組合」正向和「知覺風險」負向的影響；「認知易用」變項，主要受「使用動機」等二項正向和「知覺風險」的負向影響；「認知有用」變項，主要受「使用動機」正向和「行銷組合」；學習的「使用動機」，主要受「行銷組合」正向的影響。

關鍵詞：線上學習、計劃行為理論、科技接受模式、使用意向、模糊類神經