

第一章 緒論

隨著國內產業發展已逐步邁入資訊化、網路化、國際化與多元化之環境，不論是企業組織之成長需求或內部成員之學習需求，都面臨價值與速度之挑戰；特別是九十一年一月一日台灣正式成為世界貿易組織第 144 個會員國之後，國內市場逐漸對外開放，企業面臨了全球性的生存挑戰，在此競爭激烈的商業環境中時時保持創新與動力，有賴於組織及成員能不斷自我學習成長，加強商品的創新研發與附加價值，進而在面對市場中之諸多變化與不確定性能有及時回應的能力與眼光。由於 e-Learning 導入之相關知識興起及技術發展已引進國內有一段時間，經過本土廠商之內化、調整，及各類型企業實際導入執行後，其導入相關事項也逐漸成為目前諸多企業在規劃其內部學習活動時之重要考量管道。

第一節 研究背景與動機

壹、研究背景

在今日 internet 帶來之學習無國界及知識爆炸的時代挑戰中，每位工作者均須接受工作知能需不斷更新的壓力，面對此前所未有的學習競爭與技能創新環境，一套較以往傳統學習方式更快、準、穩的學習管道，且能隨時根據產業及組織發展需求，快速做出課程調整、發布、執行的學習措施，更顯得迫切及必須。雖然國內產業為滿足內部 E 化需求的不斷昇溫與教育訓練 E 化觀念逐漸普及等缺口，已出現許多強調時效的學習制度及各項培訓課程，但仍無法完全滿足需求。林佳慧（民 92）指出「國內產業整體產能雖在國際名列前茅，但業界所需的各項專業知識，迄今仍許多事無法自學界充份取得，在無法求助外力之情形下，要和國際大廠競爭，不少廠商的因應作法便是利用現有的人力資源進行新進員

工之培訓，亦即強化內訓功能，如台南奇美集團。2003年3月奇美電子首開集團先例成立人力資源訓練課，藉助專業管理師進行全方位規劃並發展 e-Learning，彙整各項教育訓練課程內容，集中存放在特定資料庫中，員工可視個人需要下載檔案，形成公司 E 化學習環境。初步估算 2002 年已投資新台幣 500 萬元，開設約 13 萬小時的內訓課程，2003 年將不會低於 500 萬的水準」。

此外，鑒於 2003 年爆發之 SARS 疫情所造成的人民健康威脅及國家整體政經衰退效應，讓國內企業更加體認到建立一快速反應之資訊及學習系統的必要性，此一影響對於國內 e-Learning 系統的建置需求方面，應屬利多，相信亦將帶動其成長需求與商機。資策會市場情報中心(Market Intelligence Center, MIC) (民 90) 指出「2001 年台灣 e-Learning 的規模約為新台幣 3.8 億元，比 2000 年成長 112%；2002 年 e-Learning 規模約可達 8.9 億元，可望有 134% 的成長；預估到 2004 年，台灣的 e-Learning 市場規模將可望突破 30 億元」(引自陳佳賢、孫珍如，民 90)。行政院經濟建設委員會亦於 2002 年 12 月 11 日說：「根據國際數據資訊公司的市場分析預估，全球線上學習市場在未來兩年內將成長三倍以上，同時美國產業的線上學習市場更將從 2000 年的 23 億美元成長到 2005 年的 180 億美元」。此外，國科會目前也在推動「數位學習國家型科技計畫」，總經費高達 40 億元。由 60 多家數位內容廠商成立的 e-Learning 數位學習聯盟，也在日前提出數位學習產業白皮書，並積極參與這項計畫的推動，包括藉由現有的網咖、補習班等成立數位學習中心等。

貳、研究動機

根據上述資料可見，我國 e-Learning 市場已由最初之 2001 年萌芽期的導入建置學習管理平台及課程製作工具階段，進入 2003 年因企業 e-Learning 系統累積建置量大幅提高，與對 e-Learning 教育訓練課程的需求更形迫切階段。此時正是進入國內企業研究其 e-Learning 導入時程所

需經歷的系統規劃設計、課程需求分析、系統建置及後續維護等階段步驟之極佳時機。

基於上述因素，本研究嘗試從理論與實務的角度，對國內已導入及欲導入 e-Learning 之企業提出改進及導入建議，供國內企業進行系統建置時之參考，進而降低其導入成本及風險，提昇 e-Learning 整體執行效益，促成人員之學習發展與企業成長需求能相輔相成。

第二節 研究目的與待答問題

由國外企業導入 e-Learning 後歷經「content level e-Learning (e-Reading)」、「solution level e-Learning(cost down)」、「supply chain level e-Learning (learning community)」、「strategy level e-Learning (expanding return on investment)」(韓慧文，民 91) 之四階段的發展情況來看，不難想見國內企業未來的 e-Learning 經營趨勢與腳步亦將進入區隔化的時代。故本研究首先從國內已導入 e-Learning 之企業其執行現況進行研究，就不同產業別、規模各異之企業其導入現況進行比較分析，並探究其建置過程中所進行之需求分析與策略選擇考量要項有哪些，最後再匯整導入時可能遭遇的困難及解決方式，進而提出相關建議，供後續研究參考之用。

現將研究目的與待答問題之關聯具體條列如下：

壹、了解目前企業 e-Learning 應用現況

- 一、影響企業導入 e-Learning 之各項考量因素為何？
- 二、軟硬體設施現況及建置考量為何？
- 三、內外部支援情形及相關人力配置狀況？
- 四、課程內容規劃現況與教學設計之考量？
- 五、各項獎懲配合措施及推廣活動內容為何？
- 六、人員回饋情形與成效評估方式為何？

七、預計擴充之項目及內容為何？

貳、了解目前企業 e-Learning 導入程序及步驟

一、導入之前置作業項目為何？

二、導入之程序與步驟為何？

三、導入過程遭遇之困難與建議解決方式？

參、對已導入及欲導入 e-Learning 之企業提出相關建議。

第三節 研究範圍與限制

本研究之範圍與限制界定如下：

壹、研究範圍

一、本研究的範圍僅針對國內已導入 e-Learning 且願意接受訪談之企業其運作現況、規劃內容及導入程序進行探討。至於硬體架設技術、軟體設計、實際之建置、測試、運作與管理之實務技術，則不在本研究探討之範圍。

二、企業及產業組成性質各異，經營之方向與目標亦有所不同，本研究僅提供導入 e-Learning 之重要及基礎組成必備元件的運作現況及評估原則，不提供特定設備之標準規格。

三、本研究關於硬體設施及軟體系統規劃部分，僅針對 e-Learning 系統應具有之各項基本功能進行說明，不進行比較。

貳、研究限制

一、因本研究對象之取得是以國內學習管理平台（platform）教材內容（contents），及教學服務（service）廠商之已導入 e-Learning 企業名單中（詳見附錄一），願意接受訪談之個案公司為研究對象。唯，目前國內已導入 e-Learning 之企業組織數目眾多且廣

佈在不同之行業別，造成研究者在個案資料研析上部份資料取捨時造成產生偏誤。

- 二、本研究採質化研究之個案研究法進行，並以深入訪談方式作為主要資料之蒐集分析來源，但此法易受研究者之訪談能力、受訪者之表達能力及其願開放度之程度所限制。此外，在訪談及資料分析的過程中，可能由於研究者個人的主觀認知或判斷而影響研究結果，造成難免的偏誤或偏頗。
- 三、各企業因其經營策略、組織及成員之需求多所不同，故引用本研究結論作為 e-Learning 規劃依據時，應針對自身特性進行適度修正。

第四節 名詞釋義

茲將本研究有關的重要名詞界定如下：

壹、企業

本研究所指的企業係為國內合法成立及正派營運之組織或團隊。

貳、e-Learning

本研究所指 e-Learning 係為利用網際網路的開放性，將數位化教材藉由個人電腦、PDA (Personal Digital Assistant)，或其他資訊科技產品，進行資料傳輸、下載、瀏覽等互動功能，讓有心學習或有需要的人員可不受時空的限制進行學習活動，並將學習成效具體落實在工作中，為組織帶來立即或潛在之正面效益。

參、規劃

規劃是指對為達成預定目的而設的各種政策、技術方法與程序所做的說明 (張天津，民 72)。

肆、e-Learning 規劃

本研究對 e-Learning 規劃所下的定義為：企業為達成有效導入 e-Learning 之目的，對導入與運作所涉及之相關因素所進行的各種合理安排程序及方法。

伍、e-Learning 導入

本研究所指之 e-Learning 導入可分成「決策」、「規劃」、「建置」、「施行」四階段。在決策階段，應清楚企業建置 e-Learning 的目的與期望達成的目標，在明定目標後，審慎評估企業可用資源與可行性，及組織是否支持、資金、人力是否充足；在規劃階段，應協調各部門人力，由上而下成立專案小組，並指定負責人予以充分授權，統籌整個建置計劃，充分瞭解各部門間運作流程與需求，規劃切合實際且功能完整的應用系統；在建置階段，專案小組應根據各部門需求與企業資源，選擇適當的解決方案（自行開發、委外製作、購買現成套裝軟體），確切進入建置階段；系統建置完成後即進入施行階段，本階段則以組織成員的教育訓練及由上至下的推動管理為首要任務。觀察成員使用情形並定期評估執行成效，以持續進行功能增強與修正之工作。