

中国人民大学经济学院以研究生毕业同等学力

申请硕士学位论文写作报告

姓 名： 孙慧

资格证号： 71040280

专业名称： 网络经济学

拟定学位论文题目： “双减”政策对在线学习平台

发展模式的影响

报告日期： 2021.12.29

一、选题依据

|  |
| --- |
| 1.目的及意义（800字以内）（主要内容：阐述选题要解决什么问题，选题有何理论和现实意义）  目前国内“双减”大背景下，在孩子的教育问题上，对家长、老师、学校提出了更高的专业性要求。在线教育如何发挥自身价值，更好地赋能家长和老师的终身学习需求，并通过他们给予孩子更好的教育体验，是一件非常有价值也值得探讨的社会问题。  对于在线教育企业来说，当前的关注焦点和战略制定方向应依据于怎样更好地契合政策趋势和用户市场新需求，进而创造公司价值和社会价值。从用户角度出发，了解用户接受产品和持续使用产品的影响因素有利于企业获取用户需求、明确企业战略方向，从而有效进行市场扩张提高用户粘性。  本文拟通过对国内外在线教育市场的分析，结合国内目前实际情况，实证分析探讨用户需求和影响用户行为的主要因素，同时通过中介检验确认各影响因素间的直接效应和间接效应，更好地了解各因素间的影响情况，挖掘关键影响因素，对在线学习平台的发展趋势进行研究，进而制定相应的经营战略，有效的进行资源分配，实现更好的社会价值和企业价值。 |

|  |
| --- |
| 2.文献综述（3000字左右）（主要内容：做文献梳理和研究动态的综述，归纳已有的研究所做的工作，形成了哪些共识？列举出在哪些问题上仍未形成共识？各种不同的观点是什么？针对目前的研究，你发现了哪些问题想要继续研究？）  自 20 世纪 80 年代期，互联网与信息技术的高速更替冲击着传统企业的生存模式，对于信息用户的系统采纳行为和持续使用行为一直为研究学者的关注焦点，这对于后续的探究有着重要的理论和实践意义。  在线教育用户行为研究理论综述主要通过用户的采纳和持续使用行为两个方面入手进行相关的文献整理。同时国内外大量研究学者以 MOOC 平台用户作为主要对象进行用户行为影响因素研究，其研究对在线教育用户行为具有较强的借鉴性，故作为相关文献进行整理梳理。  一、在线用户采纳行为国内外文献综述   1. 在线用户采纳行为国外文献综述   Park（2009）以TAM模型为基础引入自我效能、主观规范以及系统可得性组织三个外部变量因素，更改后的变量模型更好的对学习者接受在线教育行为意愿进行解释，且自我效能变量影响作用最高；Hueros et al.（2013）基于 TAM 模型引入技术支持和计算机自我效能研究韦尔瓦大学（University of Huelva）学生对于 Web CT 这一个学习管理系统的采纳行为，结果证明 TAM模型的有效性同时，技术支持变量对感知有用性和感知有效性具有显著影响；Tarhini et al.（2013）定义工作生活质量构念为学习者对于使用在线教育环境能够改善其学习和生活品质的感知信念，并将该变量引入 TAM2 模型来解释学习者使用在线教育环境的行为。   1. 在线用户采纳行为国内文献综述   王晴（2021）在论文中基于TAM引入多个外部变量对K12家长对在线教育平台的接受意愿影响因素，结果表明感知有用性、媒介丰富性、经验和自我效能对用户的持续使用意向有显著积极的影响；刘莉莉（2013）将沉浸体验和社会影响与 TAM 相结合，同时引入任务技术匹配、计算机自我效能和组织管理变量作为外部变量，构建新的接纳模型研究大学生对网络学习平台使用意向影响因素，实证结果表明所设置的变量都具有明显的积极影响；叶伟剑（2014）直接利用整合理论模型（UTAUT）研究大学生网络课程学习的接受采纳行为，结果表明该模型对学生的行为意愿具有较好的解释力；赵官虎等（2015）利用扩展的 TAM 模型对四所高校在校生的网上学习行为情况进行研究，实证结果表明引入的计算机自我效能、外部支持、学习绩效、学习相关性等外部因素正向作用于在校生对网上学习的感知有用性和感知易用性。  二、 在线用户持续使用行为国内外文献综述  （1）在线用户持续使用行为国外文献综述  Alraimi et al.（2015）基于 ECM-IS 模型引入感知开放、感知声誉和感知趣味三个变量对 MOOC 用户持续使用行为进行研究，最终通过实证分析验证了感知开放和感知趣味性两个外在因素正向影响用户的持续使用行为意向；Lee（2010）整合了 ECM-ISC、TAM、TPB 以及流理论构建了多变量模型去解释电子学习用户的持续使用意向行为，模型的多条路径假设均成立，对行为意愿的解释力达 80%；Chow（2014）基于 ECM 模型引入多个外部变量研究电子学习用户的持续使用意向，由分析结果得学习过程与课程设计有利于提高满意度以及对平台的忠诚性，而引入的教师交互和同僚交互变量的影响效果并不显著。   1. 在线用户持续使用行为国内文献综述   陈美玲（2014）对在校大学生对移动学习的持续使用意向行为影响因素进行研究，所构建模型基于 ECT 并引入感知易用性和感知移动性价值，实证分析结果显示移动性价值，满意度以及期望确认度有效提升用户持续使用意向；钱瑛 （2015）基于期望确认模型，增加社会化网络内容驱动和学情定位等新的外在影响因素构建研究模型，通过对网络公开课课程的在线学习用户实证调查表明添加的外部变量对用户的满意度均呈显著正向影响；常浩（2015）引入感知知名度、公开性、感知娱乐性等变量对 ECM 模型进行扩展，研究 MOOC 平台学习者完成率相较其他平台低的问题，结果显示了用户的感知知名度和感知公开性与 提高用户平台忠诚度和粘性之间呈现较强的积极影响关系；杨根福（2016）利用自我决定理论对 ECM 模型进行扩展对 MOOC 平台学习平台忠诚性和粘性进行研究，模型扩展主要引入外部变量包含有内在动机，感知关系和社会化互动变量。结果显示所引入的内在动机对用户的平台忠诚度和粘性产生直接积极影响，模型中的其他引入变量则通过感知有用性与期望确认度对平台学习者的持续使用意向产生间接影响效用。  综合上述文献研究发现，学者对于用户信息行为的研究方向主要聚焦于用户接纳使用信息系统和用户持续使用信息系统这两个阶段。用户接受信息系统只是第一步，信息系统最终的成功与否则取决于用户的持续使用行为，相比而言，在快速竞争市场环境中，用户持续使用行为研究重要性更高。大量经典的信息系统用户行为研究模型及理论已被运用于关于在线教育领域的用户行为研究，但这些理论模型主要应用于研究用户初始采纳信息系统的行为，对于采纳的持续使用行为研究并未有重点关注，而针对家长和教育工作者这一特定群体，相关研究则是更少，这也将是本次研究的重点。 |

二、研究方案

|  |
| --- |
| 1.论证方法及数据来源（主要内容：说明论证拟采用的方法，如数理模型法、计量分析法等等，以及需要用到的数据及其来源）  基于在线教育用户需求和持续使用相关研究，依据所研究问题，整合和添加新变量从而拓展出新的研究模型，一定程度上扩充和完善该领域用户持续使用行为的理论。所研究模型将通过对 TAM 和 ECM 模型的整合，引入内容质量、感知互动性、感知成本、内在动机四个变量，丰富问题研究的影响变量外延，引用中介效应明确直接影响因素和间接影响因素间的关系，希望通过模型假设的证明和分析方法对后续相关问题的研究形成一定的理论参考价值。 |
| 2.核心观点（主要内容：初步阐述可能得到的观点及结论）  在线教育平台将呈现细分化趋势，其商业模式成功与否取决于是否能抓住用户的真实痛点，以及用户持续使用意向。  实现上述目标的核心因素是平台满意度。企业进行平台运营的重点在于提高用户的平台满意度，即用户使用平台的体验和对平台的整体评价。从提高用户满意度着手进行管理措施的展开，首先重点在于优化平台的内容质量，打造用户——家长和教育工作者真正需要的学习内容；其次感知互动性也是在线教育平台的关键因素；内在动机影响因素要求管理者可以依据现有用户的兴趣需求进行相关兴趣模块和计划模块学习的开展；感知易用性则要求管理者完善操作逻辑，简化操作要求，优化操作功能。  综上，通过多方面措施使用户在进行平台体验后获得学习效果和效率的提升，达到使用平台前的预期，从而有效加强用户的平台满意度，最终提高用户持续使用意向和平台忠诚度。 |
| 3.创新之处（主要内容：简要阐述创新点，比如方法创新、方向创新、观点创新等等）  （1）研究角度的创新。在之前的研究中，对在线教育的领域大多没有进行具体的区分，研究多是针对全行业的结果。本次研究将重点聚焦于“双减”政策下，家长和教育工作者这一特定人群，基于这一特定群体用户视角对在线教育平台的真实需求、持续使用意愿影响因素进行分析，探究企业应当如何更加有针对性的优化自身的平台模式、产品和服务，改善营销策略，增强用户的持续使用意愿。    （2）研究模型的创新。本研究将通过对国内外已有研究成果的梳理，以信息系统持续使用模型为基础，结合前人的研究和在线教育平台的特点，将信息系统成功模型进行整合。另一方面，还将根据用户访谈结果，引入影响用户选择和持续使用意愿的重要因素感知转换成本，最终构建出研究模型。 |

|  |
| --- |
| 4.参考文献  [1]王晴. K12 在线教育平台用户持续使用意愿影响因素研究——基于家长视角.河北：河北大学，2021.  [2]殷国鹏, 杨波. SNS 用户持续行为的理论模型及实证研究[J]. 信息系统学报, 2010, 4(1): 53-64.  [3]郭莹莹. 移动互联网业务持续使用影响因素研究[D]. 北京: 北京邮电大学, 2010.  [4]刘莉. 社交网站用户持续使用行为研究——基于信息获取和人际交互的视角[J]. 情报理论与实践，2012,35(11):17-21  [5]陈美玲,白兴瑞,林艳.移动学习用户持续使用行为影响因素实证研究[J]..中国远程教育, 2014,12:41-47.  [6]钱瑛. 在线学习用户持续使用行为的影响因素研究一基于社会化网络环境和学情定位视角[J].现代情报,2015,03:50-56.  [7]常 浩 . 基 于 信 息 系 统 期 望 模 型 的 慕 课 研 究 [J]. 太 原 大 学 教 育 学 院 学 报,2015,02:90-92.  [8]杨根福 .MOOC 用 户 持 续 使 用 行 为 影 响 因 素 研 究 [J]. 开放教育研 究,2016,01:100-111.  [9]李雅筝. 在线教育平台用户持续使用意向及课程付费意愿影响因素研究[D]. 中国科学技术大学, 2016.  [10]谭明杰. 在线教育中的信息技术采纳与学习者保持研究[D]. 电子科技大学, 2015.  [11] Alraimi . MOOC user continuous use behavior research[J]. Telematics and informatics, 2015, 22(3): 257-277. |

|  |
| --- |
| 5.论文提纲（写到二级标题）  题 目：“双减”政策对在线学习平台发展模式的影响  主题词：在线教育 终身学习 商业模式 教育赋能 用户使用意愿  第1章 绪论  1.1 研究背景  1.2 研究目的及意义  1.3 研究对象及方法  第2章 相关理论及文献综述  2.1 相关理论基础  2.2 在线教育用户行为研究理论综述    第3章 新形势下在线教育用户行为的理论分析  3.1 在线用户需求分析  3.2 在线用户持续使用意向分析  第4章 问卷量表开发及数据收集与处理  4.1 量表模型及问卷开发  4.2 数据收集及处理  4.3 样本数据描述性分析  4.4 问卷量表开发及数据收集与处理  第5章 在线教育用户使用行为模型构建及实证研究  5.1 研究模型构建  5.2 变量构建及假设提出  5.3 信度和效度分析  5.4 模型结果验证分析  5.5 效用分析和探讨  5.6 管理建议  5.7 研究总结  第6章 结论及建议  6.1 研究结论  6.2 建议 |