

手机APP在大学生自我管理中的应用调查与前景分析

王玉琦 张红伟* 熊 梦 张锐泽
徐州医科大学 江苏徐州 221000

摘要: 本研究旨在调查大学生在智能手机APP中的自我管理行为和态度,以及对市场竞争的影响。通过问卷数据,我们发现多数大学生积极运用手机APP来管理时间、学习和娱乐等。个人、社会和技术因素对其行为有显著影响,特别是技术因素。同时,自我管理类APP在功能、用户界面和个性化方面表现良好,但也有改进空间,如增加针对性、降低使用门槛和推动创新。大学生期望APP更简单、更创新、更个性化,以满足他们的需求。总之,这项研究为了解大学生对自我管理类手机APP的态度和行为以及其市场竞争影响提供了有价值的见解。

关键词: 大学生;自我管理;手机APP;市场竞争

引言:

中国经济增长和技术进步让智能手机在医疗、教育、交通、企业中扮演重要角色^[1]。大学生是主要用户,但也面临手机成瘾和学业问题。为解决这些问题,手机运营商推出了自我管理APP。我们研究这些APP的使用、影响因素和用户特点等,以提供指导,满足大学生需求,为智能手机APP未来发展提供借鉴。

一、国内外研究现状

国内外研究都关注了大学生在使用手机APP进行自我管理方面的情况和影响因素。国内的研究发现,大学生对于手机APP的自我管理应用相对较低,与学业表现存在一定的负相关^[2],并且个人因素如性别、专业、年级和使用频率也影响着他们的APP使用^[3]。同时,一些研究关注了手机APP使用与学习焦虑、社交孤立感、情感压力和睡眠质量等方面的关联^[4]。

国外的研究表明,大学生在时间管理、学习计划和健康管理方面使用手机APP的积极性较高,但在社交网络和娱乐方面表现出较弱的自我管理能力^[5]。国际组织如联合国教科文组织(UNESCO)也开始研究手机APP在高等教育中的应用前景,特别是对大学生自我管理和发展的影响。这些研究为我们提供了了解大学生手机APP使用行为和态度的重要背景信息^[6]。

二、问卷设计与数据收集

1. 问卷设计

本次问卷有13个问题,包括单选、多选、矩阵量表和填空题。主要调查大学生使用自我管理手机APP的

意愿、现状,分析使用因素、行为模式,评估市场竞争和未来发展。问题1-4是个人背景信息。问题5-6关于APP使用情况。问题7涵盖影响因素。问题8-10重点研究APP使用意愿、行为模式。问题11-12分析市场竞争。问题13展望APP未来发展。

2. 问卷发放与收集

通过多阶段抽样方法,我们选取了徐州市4所本科院校中的学院、班级和学生作为样本,以确保样本的代表性和可靠性。为了全面了解大学生群体,我们采用了线下和线上相结合的方式发放问卷。线下,我们亲自到各院校的班级进行问卷发放和收集,以保证问卷的回收率和样本数量。同时,在线上,我们通过电子邮件和社交媒体发送问卷链接,以方便更多大学生参与调查。数据获取时间为2023年7月5日至7月30日,共发放150份问卷,成功回收了147份有效问卷,有效率高达98%。

三、调查问卷数据分析

1. 调查问卷基础数据分析

根据调查问卷中的个人基本情况来看,在性别方面,男性(52.38%)的比例略高于女性(47.62%);而在年龄方面,18-21岁(61.90%)和22-25岁(24.49%)占据了绝大部分,其他年龄段也有所涉及。在学校特征中,徐州医科大学等四所本科院校的占比大致相同,均为25%左右;在专业特征方面,调查涉及到了工、理、文等多个学科门类。这些数据反映了大学生群体的一些基本特征和分布情况。

2. 大学生手机APP使用现状

根据调查问卷的结果,我们可以看到大学生每日手机使用时长的统计情况,如表1所示。从表中可以看出,

基金项目: 江苏省大学生创新创业训练计划项目--项目编号-202310313103Y

超过80%的大学生每日手机使用时长超过了2小时，甚至还有27.21%的大学生每日手机使用时长超过了4小时。这一数据表明，在大学生群体中存在着沉迷手机的现象。

表1 大学生每日手机使用时长

手机使用时间	人数	百分比
少于1小时	7	4.76%
1-2小时	21	14.29%
2-3小时	44	29.93%
3-4小时	35	23.81%
4小时以上	40	27.21%



图1 大学生手机APP使用情况

根据问卷调查的结果，我们对大学生的手机APP使用情况进行了可视化展示，并绘制了图1。调查结果显示，大学生APP使用主要集中在时间管理、学习计划和娱乐等领域。学习计划最受欢迎，占72.79%；娱乐次之，占72.11%；社交网络使用率较高，达65.99%。时间管理和健康管理分别占57.14%和46.94%。财务管理和旅行规划选择率较低，可能因其他平台或工具更受偏爱。总之，图1反映了大学生APP使用情况和关注重点。

可能出现以下问题：过度依赖APP可能降低自我管理能力；娱乐APP使用可能导致沉迷影响学习；社交APP高使用率可能忽视现实社交；财务管理和旅行规划选择较少，不能充分利用App的功能。

3. 影响因素分析

(1) 信效度检验

信度是测量工具的稳定性和一致性的度量。信度评估了测量工具的可靠性。高信度意味着同一测量在不同时间或条件下得到的结果是一致的。

效度是测量工具是否真实地测量了所要测量的概念或现象的度量。效度评估了测量工具是否能够正确地反映所研究的变量。高效度意味着测量工具确实是在所研究的领域具有准确的度量能力。

综合来说，信度检验关注测量工具的稳定性和一致性，而效度检验关注测量工具是否真实地反映了所要测量的内容。本问卷的Cronbach信度分析结果如表2所示，KMO和Bartlett效度检验结果如表3所示。

表2 Cronbach 信度分析结果

项数	样本量	Cronbach α 系数
12	147	0.814

表3 KMO和Bartlett效度检验结果

KMO 值		0.801
Bartlett 球形度检验	近似卡方	335.299
	df	66
	p 值	0.000

从上表可知：信度系数值为0.814，大于0.8，因而说明研究数据信度质量高；使用KMO和Bartlett检验进行效度验证，从上表可以看出：KMO值为0.801，KMO值大于0.8，研究数据非常适合提取信息（从侧面反应出效度很好）。综上所述，研究数据信度系数值高于0.8，同时KMO值高于0.8，综合说明数据信效度质量高，可用于进一步分析。

(2) 结论分析

对问卷结果进行统计分析，绘制了各因素影响程度打分图，如图2所示。根据图2得出以下结论：

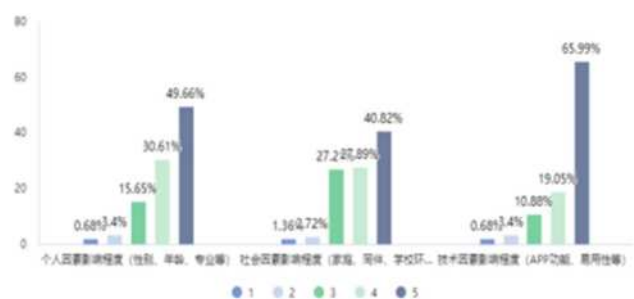


图2 各问题打分

① 49.66%受访者认为个人因素对手机APP自我管理影响很大，仅0.68%认为影响很小，平均得分4.25，表明个人因素对自我管理有显著影响。

② 40.82%受访者认为社会因素对自我管理影响很大，只有1.36%认为影响很小，平均得分4.04，社会因素对自我管理有重要影响。

③ 65.99%受访者认为技术因素对自我管理影响很大，仅0.68%认为影响很小，平均得分4.46，技术因素是最显著的影响因素。

综上所述，个人、社会和技术因素都显著影响手机APP自我管理，技术因素影响最大。这提示在APP设计中需综合考虑这些因素以提升用户满意度。

4. 自我管理类手机APP的使用意愿和依赖程度

(1) 自我管理类手机APP的使用意愿及影响分析

问卷结果显示，94.56%的受访者愿意增加自我管理APP的使用频率，仅5.44%表示否定。在147有效回答中，有139人表示愿意增加使用APP进行自我管理，显示出广泛的积极态度。这表明自我管理APP在未来有广阔的发展前景，有望获得更多用户认可。

同时，81.63%的受访者认为手机APP对自我管理产

生积极影响, 12.93%表示消极影响, 5.44%则认为没有明显影响。大多数人认为APP对自我管理有积极帮助, 可能因其提供了多功能工具, 协助时间、任务、健康管理。然而, 一小部分人可能过度依赖APP导致自我管理能力下降, 或使用不当带来消极影响。还有一部分人认为APP对自我管理影响不大, 可能因自信或未使用相关APP。总之, APP对自我管理的影响因人而异, 需因情况评估使用。

(2) 自我管理类手机APP的依赖程度分析

对问卷结果进行统计分析, 绘制了各问题打分图, 如图3所示。根据图3, 得出以下结论:

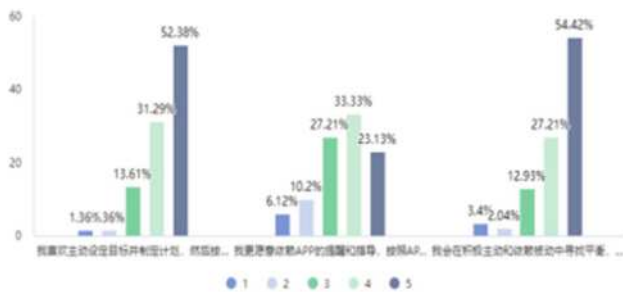


图3 各因素影响程度打分图

①在“设定目标并制定计划”问题中, 52.38%选择了选项5, 31.29%选择了选项4, 平均分4.32。

②在“依赖APP的提醒和指导”问题中, 33.33%选择了选项4, 27.21%选择了选项3, 平均分3.57。

③在“积极主动和依赖被动中寻找平衡”问题中, 54.42%选择了选项5, 27.21%选择了选项4, 平均分4.27。

综上, 大多数人更倾向于设定目标和计划, 同时寻找积极主动和被动依赖的平衡。相对较少的人倾向于依赖APP的提醒和指导。总体来看, 参与者在这个问题上表现出较高的自我管理能力。

5. 自我管理类手机APP在市场中的优劣势分析

(1) 自我管理类手机APP在市场竞争中的优势分析

对问卷结果进行统计分析, 绘制了自我管理类手机APP在市场竞争中的优势打分图, 如图4所示。根据图4, 得出以下结论:



图4 自我管理类手机APP在市场竞争中的优势打分

①功能丰富方面, 49.66%给予最高分, 平均分4.33, 用户评价整体较高

②用户界面友好方面, 46.26%给予最高分, 平均分4.35, 用户评价整体较高。

③个性化定制方面, 61.22%给予最高分, 平均分4.48, 用户评价整体较高。

综合小计数据, 用户认为自我管理类手机APP在市场竞争中具有较大的优势, 平均分4.39。这表明自我管理类手机APP在功能、用户界面和个性化方面都有竞争优势。

(2) 自我管理类手机APP在市场竞争中的劣势分析

对问卷结果进行统计分析, 绘制了自我管理类手机APP在市场竞争中的劣势打分图, 如图5所示。根据图5, 得出以下结论:

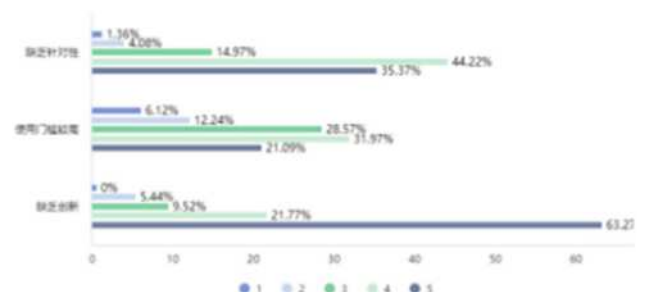


图5 自我管理类手机APP在市场竞争中的劣势打分

自我管理类手机APP在市场竞争中的劣势平均分数为4, 表明受访者普遍认为这些劣势较大。

①在缺乏针对性方面, 35.37%认为劣势非常大。

②在使用门槛较高方面, 31.97%认为劣势较大。

③在缺乏创新方面, 63.27%认为劣势非常大。

综上所述, 受访者反馈显示, 自我管理类手机APP在市场竞争中的劣势主要在缺乏针对性、使用门槛较高和缺乏创新方面, 且劣势程度较大, 需要改进和解决。

6. 对自我管理类手机APP的期望

根据问卷结果, 我们绘制了对自我管理类手机APP发展期望的词云图, 如图6所示。



图6 词云图

经过对大学生建议最多的措施进行统计, 我们得出以下结论, 以帮助自我管理类手机APP更好地发展:

(1) 简化操作内容并创新功能, 如增加社交聊天功能;

(2) 根据不同受众进行个性化定制, 提高用户使用体验;

(3) 丰富应用场景, 使其更加具体化;

(4) 安排多风格界面和数值激励措施, 增加用户参与度;

(5) 将多种管理类型集成到一个APP中, 方便用户使用和管理;

(6) 确保APP能够保护自己的隐私安全。

以上建议不仅可以帮助自我管理类手机APP更好地发展, 也能够提高用户的使用体验和满意度。在设计和开发手机APP时, 应考虑这些因素以提高用户体验和满意度。同时, 也需要注重保护用户的隐私安全, 这是现代互联网产品的基本要求。

四、结论

中国经济增长和技术进步推动智能手机在各领域发挥关键作用。大学生作为主要用户, 其手机APP自我管理行为引起关注。调查显示大多数大学生积极使用APP管理时间、学习和娱乐, 但需注意过度依赖可能降低自我管理能力。

个人、社会和技术因素显著影响大学生APP使用, 尤其技术因素最突出, 表明技术创新吸引力。研究揭示

了APP的优势(功能丰富、用户友好、个性化定制)和劣势(缺针对性、门槛高、缺创新), 需改进。

大多数大学生期望APP简化操作、增加创新、提供个性化、提高用户参与度、丰富应用场景。这指引了APP未来发展方向。综合来看, 需平衡技术和用户体验, 以满足大学生需求, 提高竞争力和用户满意度。

参考文献:

[1]王霏然.基于SEM的使用手机APP自我管理的因素分析[J].电子技术与软件工程, 2021(10): 32-35.

[2]黄星寿.APP对大学生学业影响的调查与分析[J].河池学院学报, 2016, 36(5): 118-121, 128.DOI: 10.3969/j.issn.1672-9021.2016.05.022.

[3]吴泽鹏.手机社交APP对大学生网络安全的消极影响及对策[J].时代教育, 2016(1): 255, 258.DOI: 10.3969/j.issn.1672-8181.2016.01.190.

[4]刘艳茹.大学生手机APP使用对学习、社交、情感和健康的影晌[J].教育教学论坛, 2018(16): 125-127.

[5]Al-Khalifa H, Davis III F D, Brodie R J. Examining the Role of Smartphone-Enabled Proactive Self-Management Apps for Improving the Health and Well-being of College Students[J]. Journal of Medical Internet Research, 2016, 18(8):e229.

[6]UNESCO. Mobile learning for higher education: An international perspective. UNESCO, Paris, 2014.

