

基于需求视角的大学生在线教育 发展研究

申佳欣, 郝胜宇, 赵悦然

大连海事大学, 辽宁 大连

收稿日期: 2021年11月2日; 录用日期: 2021年12月7日; 发布日期: 2021年12月14日

摘要

本研究选取在线教育用户群体占比9.4%的大学生消费群体作为调查对象, 以需求视角作为调研的出发点和落脚点, 通过问卷调查对大学生在线教育需求进行探究, 基于大学生在线教育消费需求的实质性特征提出优化大学生在线教育的建议, 为大学生在线教育的可持续性发展提供一定的参考依据。

关键词

大学生, 在线教育, 需求视角

Research on Online Education Development of College Students from the Perspective of Demand

Jiaxin Shen, Shengyu Hao, Yueran Zhao

Dalian Maritime University, Dalian Liaoning

Received: Nov. 2nd, 2021; accepted: Dec. 7th, 2021; published: Dec. 14th, 2021

Abstract

In this study, the consumer group of college students who account for 9.4% of the online education user group is selected as the survey object. From the perspective of demand, the starting point and foothold of the survey are taken. Through questionnaire survey, the demand for online education of college students is explored. Based on the substantial characteristics of college students' online

文章引用: 申佳欣, 郝胜宇, 赵悦然. 基于需求视角的大学生在线教育发展研究[J]. 创新教育研究, 2021, 9(6): 1770-1778. DOI: 10.12677/ces.2021.96295

education consumption demand, this paper puts forward some suggestions on optimizing college students' online education to provide some reference for the sustainable development of college students' online education.

Keywords

College Students, Online Education, The Perspective of Demand

Copyright © 2021 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 序言

据 2020 年教育部统计数据显示，我国在校大学生总数已超过 4000 万，在线教育用户达 4.23 亿，大学生用户人数约占全国在线教育用户人数的 9.5%。自主学习已成为大学生必备技能之一，学习者不断增长的多样化和个性化的学习需求，使大学生在线教育成为当下教育模式发展的必然趋势之一。

近几年随着在线教育的发展，在线教育也成为了我国专家学者研究的热点问题。例如张敏、祝安和张芳(2020)提出教育行业借助科技手段走向在线化将是未来的重要趋势，我国在线教育市场也将迎来更广阔的发展空间[1]；陈春、刘志芳和廖佩源(2020)认为在线教学的推进为基础教育领域的学生提供了更多公平获得教育的机会，同时也为学生的个性化发展提供了更加多元化的选择[2]；冯晓琦(2020)认为远程教育未来不会再是一个独立的事业，面授模式和远程教学模式相结合是必然趋势[3]等。但是学者们的研究大多集中于从宏观时代背景[4]、硬件基础[5] [6]、未来发展需要[7]等角度展开，鲜有基于需求视角对在线教育路径结构的探究，尤其是缺乏对大学生在线教育需求的探寻。

因此，本研究将从大学生需求出发，通过发放调查问卷收集大学生在线教育需求的一手资料，在此基础上，结合关联度分析、因子分析等方法分析大学生在线教育需求特征，探究影响大学生在线教育发展的因素，并据此提出大学生在线教育发展的建议。

2. 研究设计及调研实施

本次调研量表分为六部分：第一部分调查大学生在线教育学习形式和学习内容等在线学习基本情况；第二部分调查大学生对在线教育的信任度和学习目的等消费心理以及大学生在线学习的效果和满意度等消费体验；第三部分调查不同类型的在线教育的优劣势对大学生需求满足的影响程度，以及大学生挑选在线课程看重因素、是否为在线课程付费等消费行为；第四部分调查大学生对未来在线教育消费的接受价格、消费信心和消费意愿等消费期望；第五部分对大学生电子设备使用熟练程度、年级、城市、月支出、在线教育月支出等基本信息的采集；第六部分调查大学生对在线教育未来发展的建议。

为了保证调查对象的全面性、准确性和问卷回收数据的有效性和科学性，本次调研通过线上电子问卷，选取了微信、QQ、微博、钉钉等社交媒体平台作为网络调研的主要渠道发放了调查问卷，最终收回问卷 330 份。剔除了不符合要求即非在线大学生等部分调查对象以及答题时间过短、选项单一的无效问卷，剩余有效问卷 318 份，问卷回收有效率达 96.36%。问卷覆盖了全国 32 个省份、各类城市类型和大学四个年级在读高校大学生(见表 1)。

Table 1. Distribution of survey samples
表 1. 调研样本分布状况

	选项	频次	百分比
年龄	大一	29	9.12%
	大二	164	51.57%
	大三	99	31.13%
	大四	26	8.18%
城市	一线城市(北京/上海/广州/深圳)	18	5.66%
	新一线城市(其他直辖市/发达地区省会)	58	18.24%
	二线城市	171	53.77%
	三线城市	47	14.78%
月支出	其他城镇及乡村地区	24	7.55%
	0~500 元	13	4.09%
	500~1000 元	35	11.01%
	1000~1500 元	119	37.42%
	1500~2000 元	95	29.87%
	2000~2500 元	39	12.26%
	2500~3000 元	11	3.46%
在线教育月支出	3000 元以上	6	1.89%
	100 元以下	153	48.11%
	100~300 元	108	33.96%
	300~500 元	40	12.58%
	500~1000 元	10	3.14%
	1000 元以上	7	2.20%

3. 大学生在线教育需求分析

3.1. 大学生在线教育学习目的分析

根据现有研究成果可以发现大学生在线教育学习目的包括：适应学校老师线上课堂教学要求[8]、补充学习与本专业相关知识[9]、增强自己在升学与就业中的竞争优势以及拓宽自己的知识和技能以提高自己的修养和综合素质[10]。这个问题按照需求程度采用李斯特 5 级量表进行调研，参与调查者根据自身的情况选择更符合自己的数据描述，从图 1 中的数据分布可以看出四个选项的平均值都集中在数值 4，表明大学生们对于这些在线学习目的都是比较认可的。即大学生普遍需要借助在线教育辅助学校课堂学习并完成课外的自我提升。

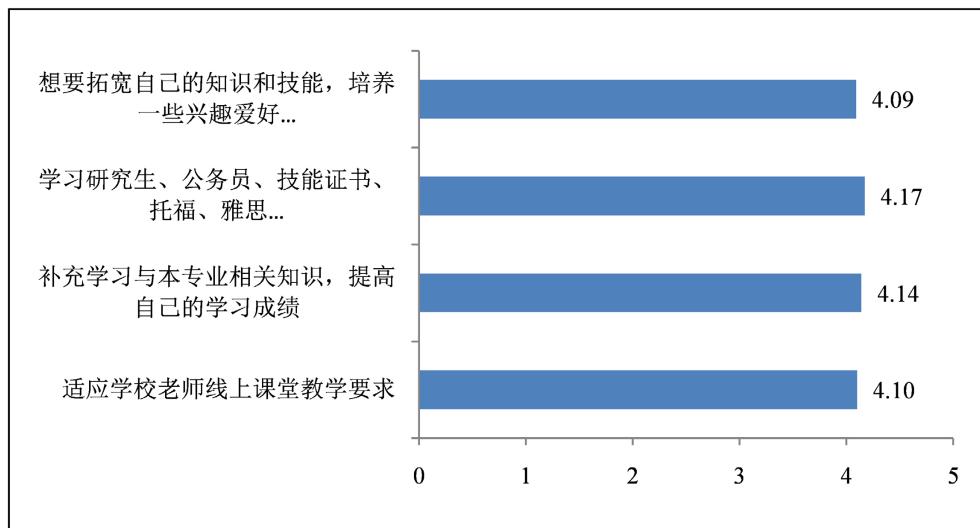


Figure 1. Descriptive statistical analysis of learning objectives in online education
图 1. 在线教育学习目的描述性统计分析

3.2. 大学生在线教育学习内容分析

通过对大学生在线学习内容的调查可以发现，85.36% 的被访者学习本专业知识，41.74% 的被访者学习公共基础课，31.7% 的被访者学习英语提升课程，另外也有超过 20% 以上的学生选择技能提升、考研和证书备考，详见图 2。

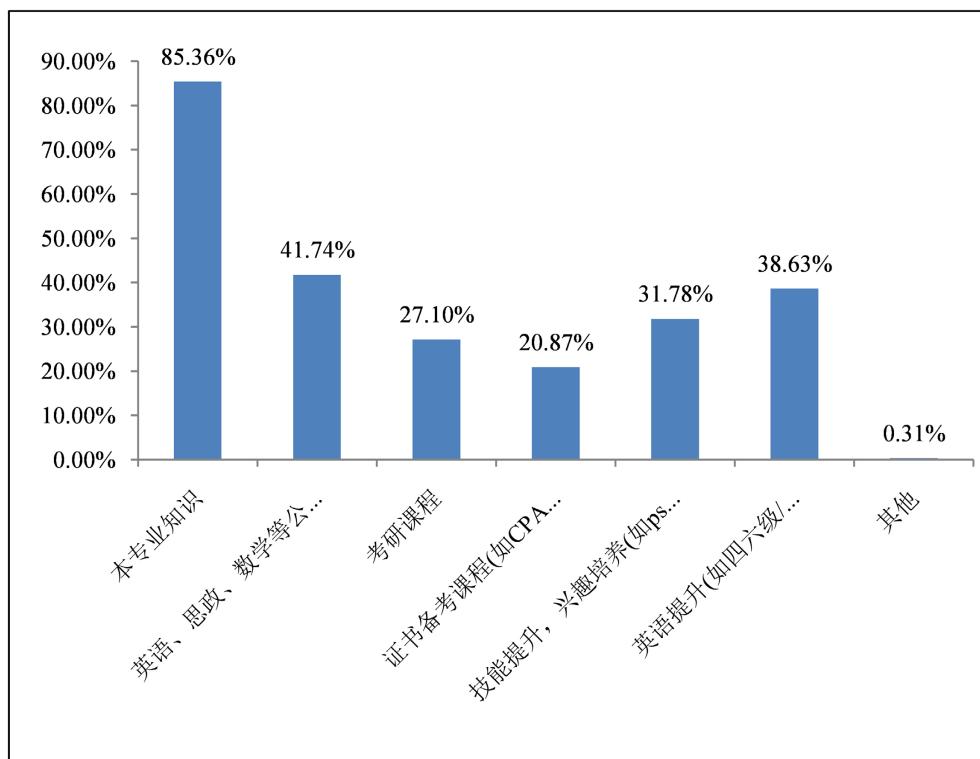


Figure 2. College students online education learning content selection
图 2. 大学生在线教育学习内容选择

3.3. 大学生在线教育的形式分析

据资料显示，在线教育的形式主要分为三种，即本校老师的线上课堂教学、互联网的免费公开网课和互联网的付费网课。数据显示(见图3)，大学生由于疫情在家上网课的原因，普遍接受过本校老师的线上课堂教学，而62.89%的大学生接受过互联网的免费公开网课，但只有33.02%的学生接触过互联网的付费网课。因此，现在的在线教育的主要形式仍是本校老师的线上课堂教学；而在互联网的网课上，学生们仍倾向于免费课程。

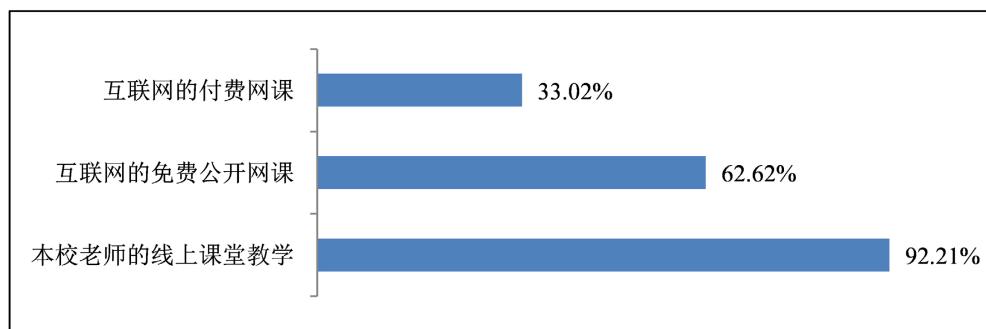


Figure 3. Different forms of online education exposure
图3. 不同形式在线教育接触程度

3.4. 大学生在线教育存在的问题分析

通过对免费公开课和网络付费课程存在问题的调研，可以发现在校大学生认为现有在线教育的不足之处或问题主要集中在“教师水平良莠不齐、教学质量参差不齐”、“师生之间缺乏互动，讨论、答疑、反馈等过程缺失”与“学习注意力不够集中”三项。而在免费公开课中，“不能实行针对性强的定制化教育服务”也成了一个重要的不足之处。同时，在网络付费课程中，“部分机构的课程收费不合理”和“部分机构的课程虚假宣传，性价比低”这两项在所有影响因素中合计占比55.35%，这表明其很大程度上影响了人们对在线教育的选择(见图4和图5)。

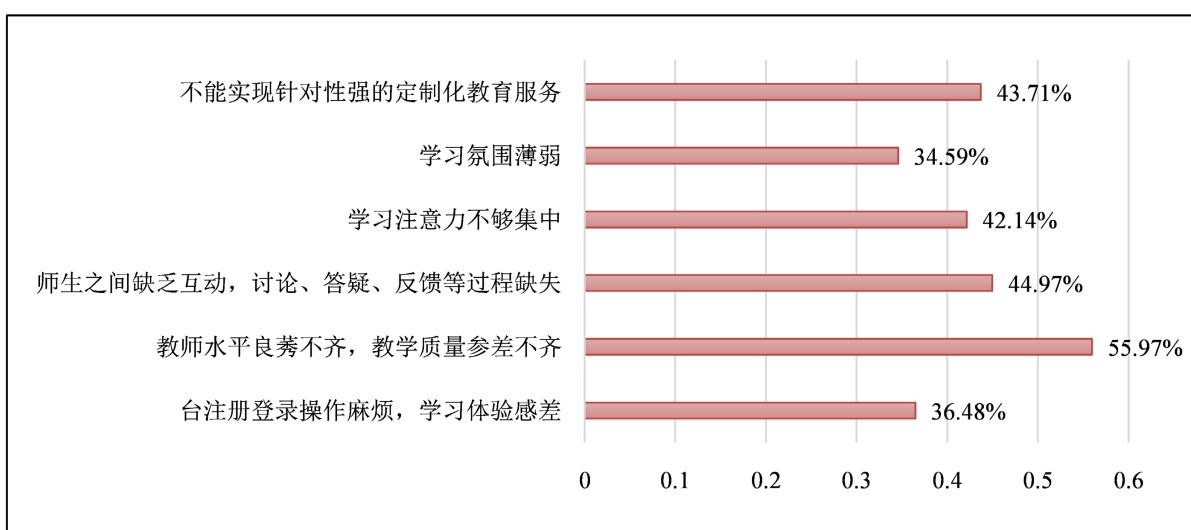
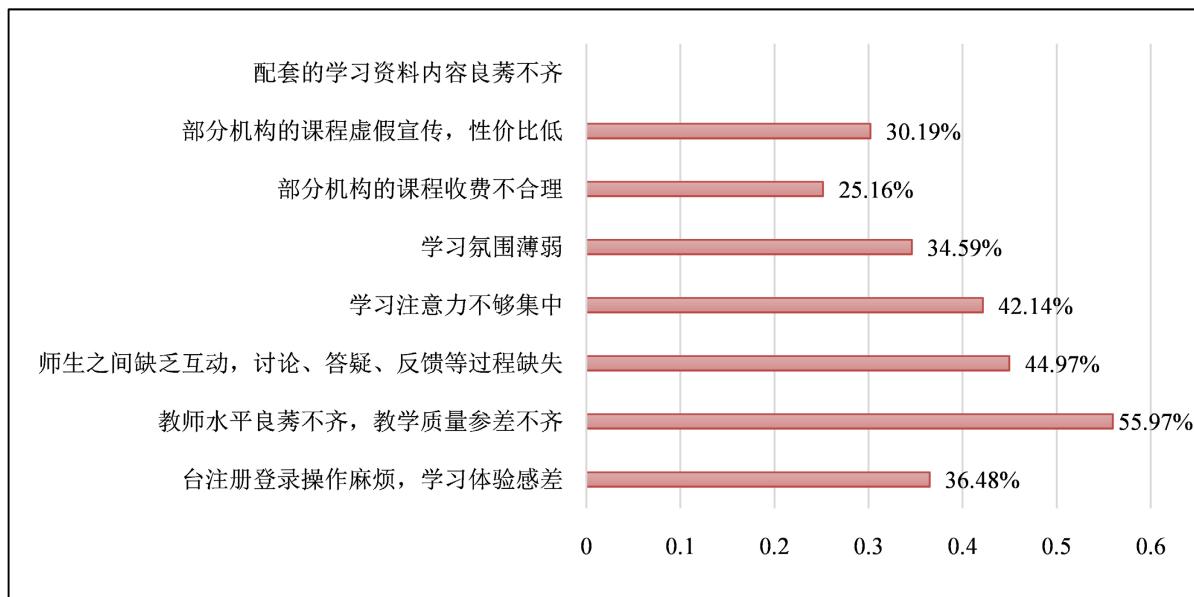


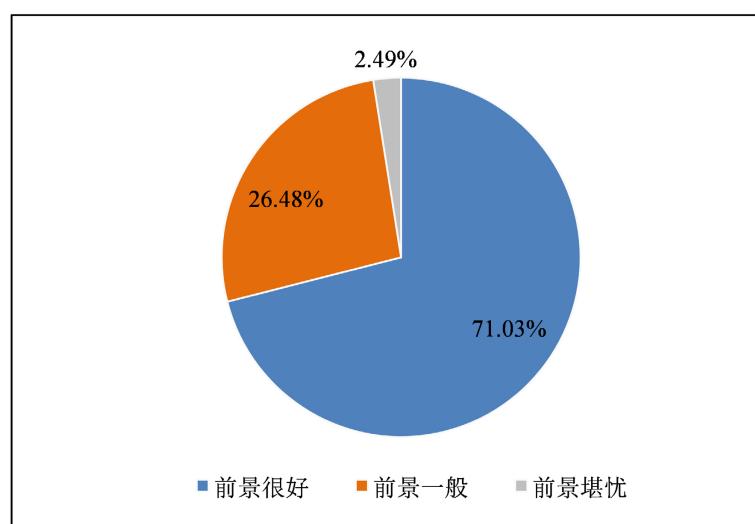
Figure 4. The problems of free online courses in online education
图4. 在线教育免费网课存在的问题

**Figure 5.** The problems of paying for online education**图 5. 在线教育付费网课存在的问题**

3.5. 大学生对加大在线教育的接受意愿分析

近几年,国家和政府都在大力发展在线教育,特别是经历疫情,全国大学生都需要在家进行线上的学习,所以,在大学生基本体验过在线教育后,为进一步了解他们对未来在线教育的态度,我们设置了相关的问题,调查结果如下:

首先,有71.03%的大学生看好在线教育的发展,而在这些学生中,有60%的人表示未来愿意将重心转移到在线教育上,但仍然有接近40%的人不愿意把在线教育作为学习的重心。此外,分别有26.48%和2.49%的学生认为未来在线教育的发展前景一般或前景堪忧,而且在这29.97%的学生中,大部分人均表示不会转移重心到在线教育上(见图6和图7)。

**Figure 6.** College students' attitude towards the prospect of online education**图 6. 大学生对在线教育前景态度**

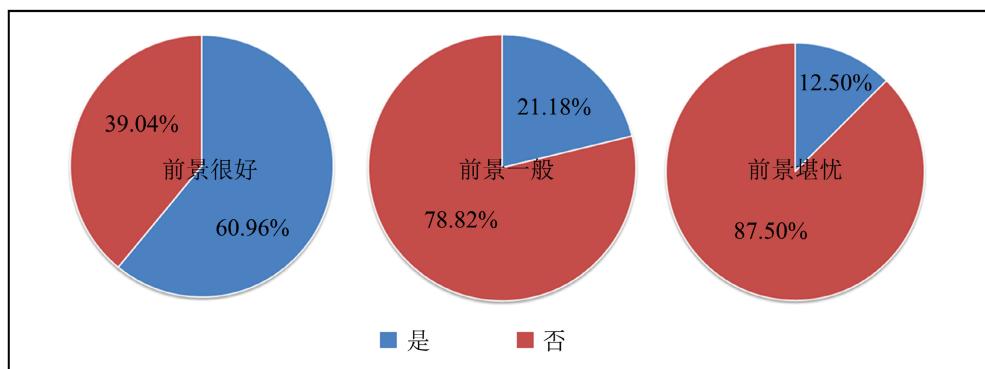


Figure 7. College students' willingness to shift their learning focus to online education in the future
图 7. 大学生未来将学习重心转移到线上意愿

3.6. 大学生对付费在线教育的需求分析

如图 8 所示，在对是否为在线教育付过费的调研中有 52.02% 的学生回答是，可见为在线教育付费已经成为大学生可以接受的方式。在此基础上，我们进一步调查大学生能接受的在线教育消费金额区间。如图 9 数据显示，34.27% 大学生愿意支付的消费金额在 100 元以下，32.71% 大学生愿意支付的消费金额在 100~300 元之间，1000 元以上的占比仅为 1.87%。对比大学生每月的月支出情况(见图 10)可以发现大学生在线学习方面的消费意愿还是较强的。

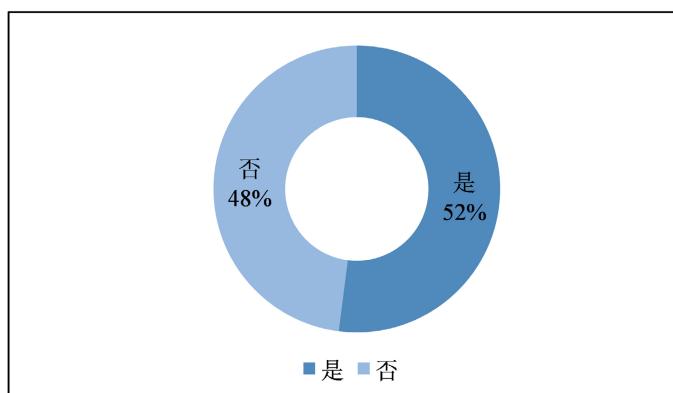


Figure 8. College students online education payment statistics
图 8. 大学生在线教育付费情况统计

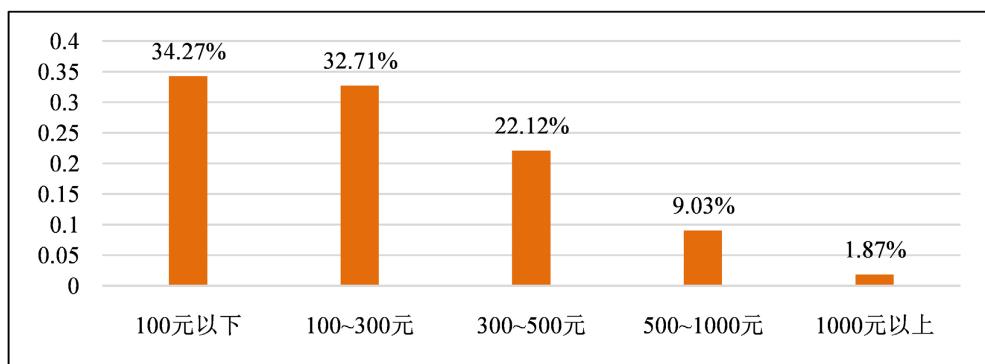


Figure 9. How much college students are willing to pay per month for online education
图 9. 大学生每月愿意为在线教育付费金额

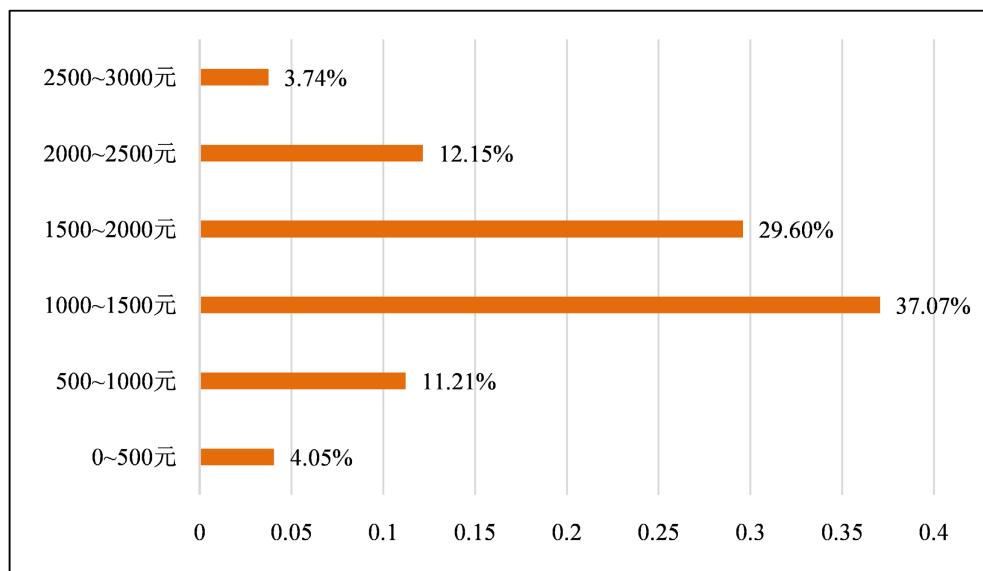


Figure 10. College students monthly expenditure situation
图 10. 大学生月支出情况

4. 促进大学生在线教育发展的建议

通过调研分析可以发现大学生对于能够提升自身价值的在线教育具有较大的需求，而且不同阶段的大学生由于自身发展的需要对在线课程的选择也极具个性化，例如，大三的学生因为有升学与就业的需求，所以对“考研课程”、“英语提升课程”等内容的需求量大。同时，大多数大学生愿意为在线教育付费，但是他们对在线教育的品质和质量也有较高的要求。因此，为了更好地发挥在线教育的作用，促进在线教育发展，提出以下建议。

4.1. 提升教学服务质量

从调研可以发现，内容和服务是决定在线教育平台能否满足大学生学习需求、获取市场竞争优势的关键。因此，作为大学生在线教育的提供机构必须严格甄选教学教师，把控教师质量，为大学生提供更多个性化的课程科目组合、更多学习阶段的规划与引导、更多学习深度的检测和提示、更多丰富详实的配套学习资料、更多名师辅导与学习互动，更好地满足大学生个性化的需求、自我价值提升和实现的需求。同时，可以对在线课程依据其口碑和价格进行分级管理，设定价格区间并严格管控，逐步淘汰质量低劣的“水课”，并适时调节优质课程的价格，避免其漫天要价。

4.2. 建立客户积分制分级管理模式

基于调研分析可以发现大学生对于在线教育的付费意愿和承受能力是不一样的，因此在线教育机构可以采用会员积分制的分级管理模式，对不同级别的大学生客户给予不同的服务。比如对于消费金额高、会员积分等级高的用户在提供教学课程和配套资料服务的基础之上，可以给予更多与考研、就业等相关的学习经验分享会、职业生涯规划讲座等会员福利。

4.3. 提高服务的科技水平

大数据、云计算、AI智能等先进科学技术运用是大学生在线教育平台发掘大学生线上教育潜在需求、管理客户关系、可持续提升教学服务质量、分级管理用户和课程的强大支撑；做到让更多大学生用户操

作方便、学习便捷、体验独特，提高科技水平是优化大学生在线教育必不可少的选择路径。

基金项目

本文为大连海事大学 2021 年“课程思政”示范工程项目《市场营销》“课程思政”示范课程(课题号 IC-21-019)和大连海事大学 2021 年大学生创新创业训练计划，“学在线上，育为需用”——基于需求视角，对大学生在线教育发展的调查研究(项目号：202110151014)的研究成果。

参考文献

- [1] 张敏, 祝安, 张芳. 在线教育平台用户持续使用行为研究的影响因素[J]. 图书馆论坛, 2020, 40(5): 82-91.
- [2] 陈春, 刘志芳, 廖佩源. 我国在线教育发展的影响因素及趋势分析——基于 Eviews 的计量模型[J]. 福建广播电视台学报, 2020(1): 89-96.
- [3] 冯晓琦. 疫情时期在线教育发展的驱动因素及创新策略[J]. 科技与金融, 2020(9): 5-10.
- [4] 赵军, 聂萌, 易倩. 危与机中的守与变——疫情时期高校在线教学质量评价的述与思[J]. 三峡大学学报(人文社会科学版), 2021, 43(2): 69-74+80.
- [5] 王珠珠, 张伟远. 我国普通高校网上教学平台及网站建设的现状分析[J]. 中国远程教育, 2005(3): 40-44, 79-80.
- [6] 赵建华, 蒋银健, 姚鹏阁, 等. 为未来做准备的学习：重塑技术在教育中的角色——美国国家教育技术规划(NETP2016)解读[J]. 现代远程教育研究, 2016(2): 3-17.
- [7] 刘彤, 林振宇, 孙莉婕, 等. 高校在线教育需求与供给的研究——基于在校大学生问卷调查数据分析[J]. 人才培养与教学改革-浙江工商大学教学改革论文集, 2018(00): 184-191.
- [8] 陈雪, 许红莲. 疫情背景下本科生在线学习效果审视与改进路径研究——基于某高校“停课不停学”的调查分析[J]. 中国教育信息化, 2021(9): 76-80.
- [9] 朱学同, 雷若欣. 在线教育模式下大学生自主学习效率提升策略——以安徽省 C 学院为例[J]. 安阳工学院学报, 2021, 20(6): 109-112.
- [10] 魏亮亮, 陈翔宇, 张志, 等. 大学生接受在线学习的行为分析[J]. 科技创业月刊, 2016, 29(6): 71-73.