Nghiên cứu

Hành vi sử dụng AI trọng tiêu dùng của sinh viên



VNU1001_E252045 NHÓM 1

GIỚI THIỆU THÀNH VIÊN



Trịnh Thị Ngọc Anh



Hoàng Kiều Ngọc Anh



Lê Trần Ngọc Ánh



Phạm Hồng Anh



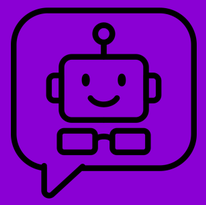
Bùi Lê Đình Yên Ái

MỤC LỤC

1

TÌM HIỂU

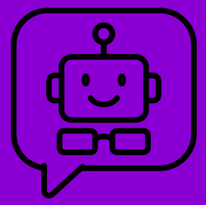
- AI là gì trong tiêu dùng ?



MỤC LỤC

1 TÌM HIỂU

- AI là gì trong tiêu dùng ?



2 KHẢO SÁT

- Sinh viên đang dùng AI như thế nào ?
- Các ảnh hưởng của AI



3 VÍ DỤ

- Các ví dụ về việc sinh viên sử dụng AI liên quan đến tiêu dùng



4 PHÂN TÍCH

- Yếu tố kinh tế đã thay đổi như thế nào ?



1. TÌM HIỂU



AI là gì trong tiêu dùng ?

AI (trí tuệ nhân tạo) trong tiêu dùng là việc sử dụng công nghệ để hiểu, dự đoán và hỗ trợ hành vi mua sắm của con người như gợi ý sản phẩm, chatbot tư vấn và quảng cáo cá nhân hóa.



1. TÌM HIỂU



Mục đích

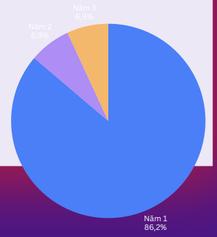
- **Cá nhân hóa trải nghiệm:** Đề xuất sản phẩm phù hợp với từng người dùng.
- **Tiết kiệm thời gian:** Giúp người tiêu dùng tìm kiếm và lựa chọn nhanh hơn.
- **Tăng hiệu quả quyết định mua sắm:** Cung cấp thông tin, so sánh giá và đánh giá sản phẩm.
- **Hỗ trợ doanh nghiệp:** Hiểu rõ khách hàng hơn để cải thiện dịch vụ và tăng doanh thu.



2. KHẢO SÁT

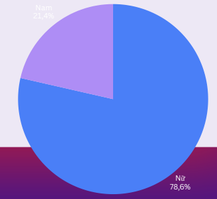
Đối tượng tham gia chủ yếu là sinh viên:

- Năm 1: 86,2%
- Năm 2: 6,9%
- Năm 3 6,9%



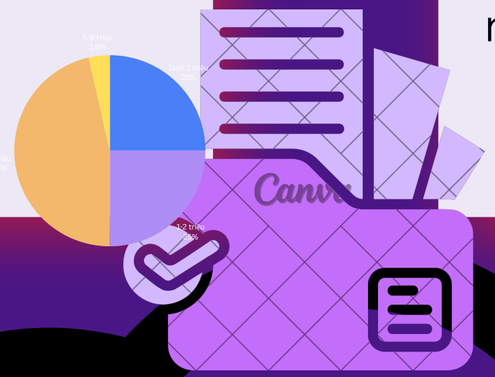
Giới tính:

- Nữ chiếm đa số với 78,6%
- Nam chiếm 21,4 %



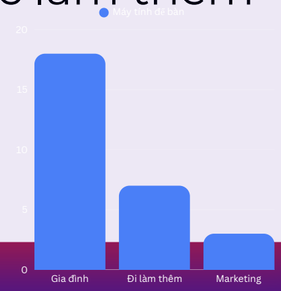
Mức tiêu dùng hàng tháng

- Dưới 1 triệu: 25%
- 1-2 triệu: 25%
- 2-5 triệu: 46,4%
- 5-8 triệu: 3,6%



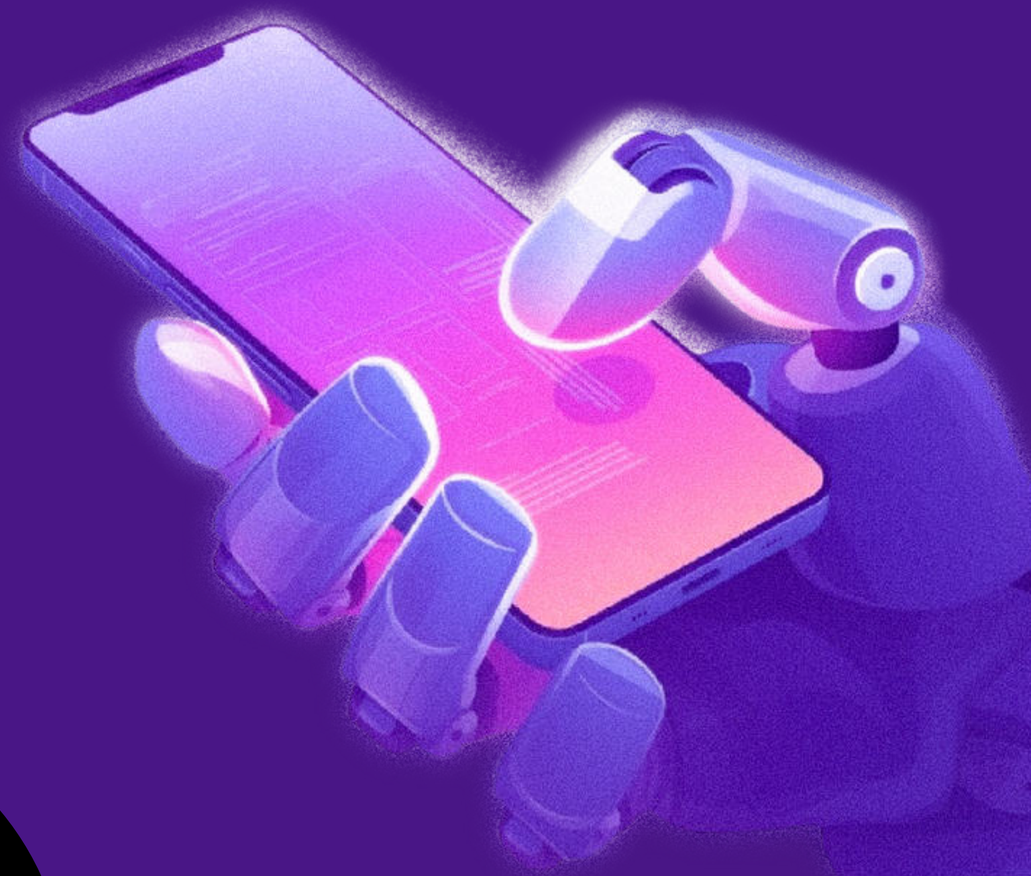
Nguồn thu nhập chủ yếu:

- Chủ yếu từ gia đình và các công việc làm thêm như marketing, bán thời gian



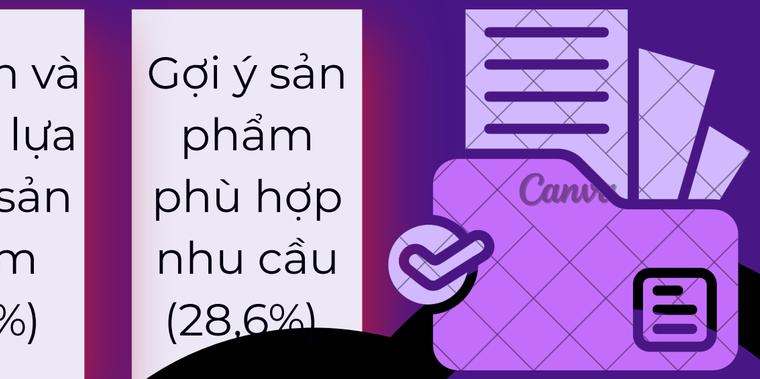
2. KHẢO SÁT

Chỉ số Tỉ lệ / Kết quả: Tỉ lệ có sử dụng AI 92,9%
Tần suất sử dụng hàng ngày: 57,1%
Công cụ phổ biến nhất: ChatGPT (92,9%), Gemini (60,7%)

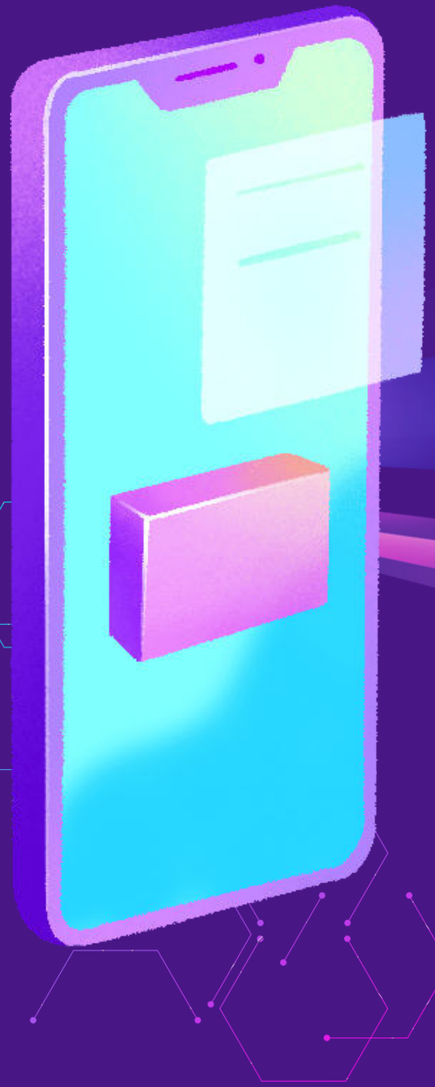


Các hoạt động chính khi sử dụng AI:

Tóm tắt đánh giá sản phẩm (53,6%)	So sánh giá cả giữa các bên (39,3%)	Tư vấn và hỗ trợ lựa chọn sản phẩm (35,7%)	Gợi ý sản phẩm phù hợp nhu cầu (28,6%)

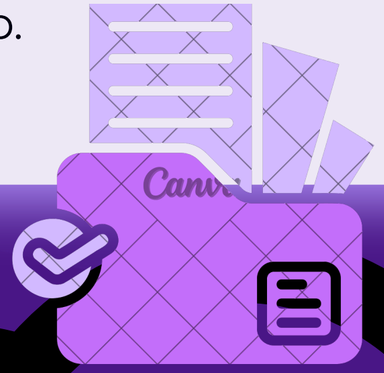


2. KHẢO SÁT



AI đóng vai trò như một bộ lọc thông tin quan trọng trước khi người dùng tiến hành chốt đơn:

- **Thay đổi quyết định**: 57,1% người dùng thỉnh thoảng thay đổi quyết định mua sắm sau khi tham khảo ý kiến từ AI.
- **Lợi ích cảm nhận**: 50% khẳng định AI giúp việc lựa chọn sản phẩm trở nên dễ dàng hơn; 21,4% thấy quá trình mua sắm nhanh hơn.
- **Mức độ tin tưởng**: 46,4% người dùng cảm thấy khá tin tưởng vào các thông tin do AI cung cấp.



2. KHẢO SÁT

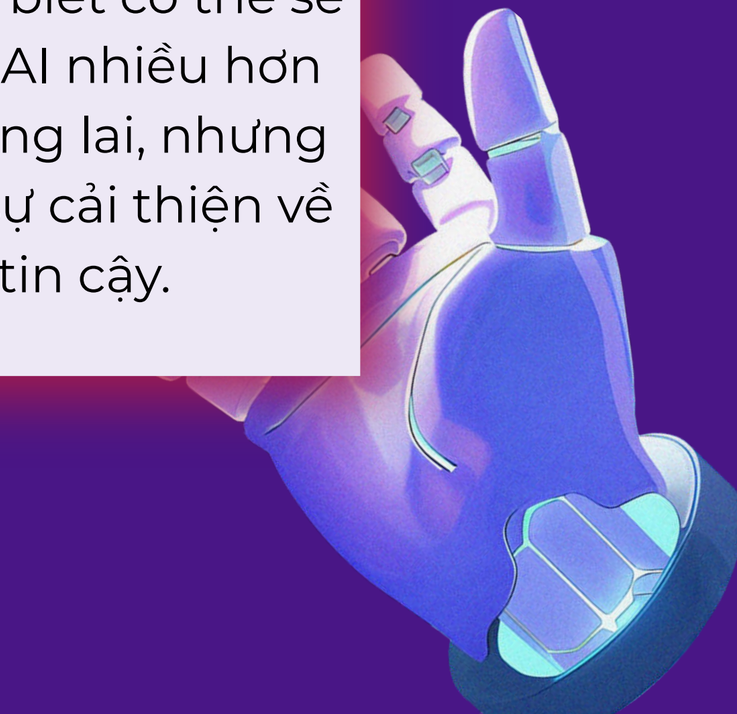
Mặc dù mức độ phổ biến cao, người dùng vẫn giữ thái độ thận trọng:

Vấn đề chính xác:
50% người tham gia khảo sát bày tỏ sự lo ngại về việc AI cung cấp thông tin sai lệch hoặc có tính thiên vị.





Mức độ sẵn sàng:
71,4% cho biết có thể sẽ sử dụng AI nhiều hơn trong tương lai, nhưng vẫn cần sự cải thiện về độ tin cậy.



3. VÍ DỤ

1.AI HỖ TRỢ GIAI ĐOẠN TÌM KIẾM THÔNG TIN (INFORMATION SEARCH)

Tình huống nghiên cứu:

Khi sinh viên muốn mua laptop phục vụ học tập nhưng không có nhiều kiến thức về công nghệ. Sinh viên nhập câu hỏi vào AI (chatbot) như:

“Laptop dưới 20 triệu phù hợp cho sinh viên ngành kinh tế học online và làm PowerPoint.”





3. VÍ DỤ

1.AI HỖ TRỢ GIAI ĐOẠN TÌM KIẾM THÔNG TIN (INFORMATION SEARCH)

Cách AI được sử dụng:

- AI đề xuất 3–5 dòng laptop phù hợp
- Giải thích các tiêu chí: RAM, CPU, dung lượng pin
- So sánh ưu nhược điểm của từng sản phẩm

Hành vi tiêu dùng thể hiện:

Sinh viên giảm chi phí tìm kiếm thông tin và dựa vào AI như một nguồn tư vấn trước khi mua.



3. VÍ DỤ

2.AI CÁ NHÂN HÓA GỢI Ý SẢN PHẨM TRÊN NỀN TẢNG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

Tình huống nghiên cứu:

Một sinh viên thường xuyên tìm kiếm một loại sản phẩm nào đó. Sau một thời gian, khi mở các nền tảng mua sắm, hệ thống AI của nền tảng sẽ:

- Phân tích lịch sử tìm kiếm
- Phân tích sản phẩm đã xem hoặc đã mua
- Đề xuất các sản phẩm tương tự trong video hoặc mục gợi ý





3. VÍ DỤ

2.AI CÁ NHÂN HÓA GỢI Ý SẢN PHẨM TRÊN NỀN TẢNG THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ

Kết quả hành vi:

Sinh viên sẽ có xu hướng mua hàng dựa trên đề xuất thuật toán, thậm chí mua sản phẩm chưa có ý định ban đầu.

Ý nghĩa nghiên cứu:

- AI ảnh hưởng đến hành vi mua ngẫu hứng (impulse buying).



3. VÍ DỤ

3.AI GIÚP PHÂN TÍCH ĐÁNH GIÁ NGƯỜI DÙNG

Tình huống nghiên cứu:

- Một sinh viên muốn mua giày thể thao trên sàn thương mại điện tử, nhưng sản phẩm có hơn 1.000 đánh giá.

Sinh viên copy một số đánh giá và đưa vào AI với yêu cầu:

“Tóm tắt ưu và nhược điểm chính từ các đánh giá này.”



3. VÍ DỤ

3.AI GIÚP PHÂN TÍCH ĐÁNH GIÁ NGƯỜI DÙNG

Cách AI được sử dụng:

- Tóm tắt nội dung đánh giá
- Phân loại phản hồi tích cực và tiêu cực
- Chỉ ra các vấn đề thường gặp (ví dụ: size nhỏ, chất liệu ổn)

Hành vi tiêu dùng thể hiện:

Sinh viên dùng AI để xử lý thông tin lớn (information overload) trong mua sắm online.



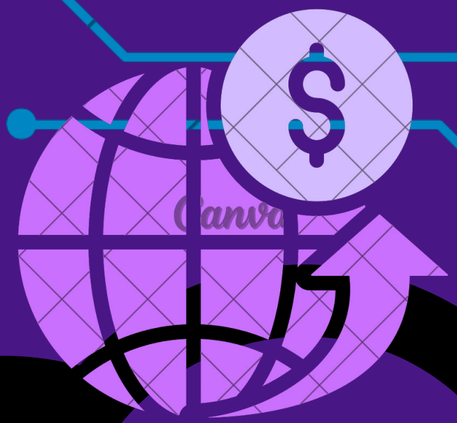
4. PHÂN TÍCH

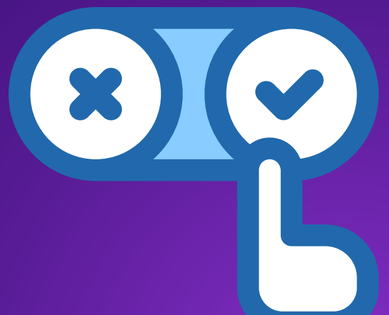
1. HÀNH VI TIÊU DÙNG THAY ĐỔI

AI làm thay đổi cách sinh viên ra quyết định mua hàng. Trước đây, người tiêu dùng phải tự tìm kiếm thông tin từ nhiều nguồn, nhưng hiện nay có thể hỏi AI để được gợi ý nhanh chóng.



- Chi phí tìm kiếm thông tin giảm
- Thời gian ra quyết định ngắn hơn
- Xu hướng mua hàng theo gợi ý tăng





4. PHÂN TÍCH

2. TÍNH CẠNH TRANH TRÊN THỊ TRƯỜNG

AI làm cho mức độ cạnh tranh giữa các doanh nghiệp tăng lên. doanh nghiệp không chỉ cạnh tranh về giá mà còn phải:

- Tối ưu nội dung để được AI đề xuất
- Cá nhân hóa sản phẩm theo người dùng
- Cải thiện đánh giá (review, rating)



- Doanh nghiệp nào được AI "ưu tiên" sẽ có lợi thế lớn
- Thị trường trở nên cạnh tranh hơn và minh bạch hơn

4. PHÂN TÍCH

3. HOẠT ĐỘNG TÌM KIẾM THÔNG TIN

AI thay đổi cách người tiêu dùng tiếp cận thông tin:

- Từ tìm thủ công → hỏi AI trực tiếp
- Thông tin nhanh, tổng hợp sẵn







Chi phí tìm kiếm giảm mạnh

→ Lượng thông tin tăng nhưng có thể không hoàn toàn chính xác

Vì vậy, người tiêu dùng cần kiểm tra lại thông tin từ nhiều nguồn.

KẾT LUẬN

AI đang tác động mạnh đến hành vi tiêu dùng của sinh viên, giúp họ tìm kiếm thông tin nhanh hơn, đưa ra quyết định dễ dàng hơn và có trải nghiệm cá nhân hóa tốt hơn. Tuy nhiên, sinh viên cũng cần sử dụng AI một cách có chọn lọc để tránh phụ thuộc quá mức.







ĐỊNH HƯỚNG PHÁT TRIỂN

Trong tương lai, đề tài có thể mở rộng phạm vi khảo sát, đi sâu vào từng lĩnh vực tiêu dùng cụ thể và ứng dụng AI để phân tích, dự đoán xu hướng. Đồng thời, hướng tới đề xuất giải pháp giúp sinh viên sử dụng AI hiệu quả và an toàn hơn.







CÔNG CỤ/ WEBSITE SỬ DỤNG

- Trello → quản lý dự án nhóm
- ChatGPT → tra cứu khái niệm, ví dụ
- Google Scholar → tìm tài liệu học thuật
- Statista → lấy số liệu
- Google Forms → dùng dữ liệu khảo sát
- Canva → làm slide
- Microsoft Excel → xử lý số liệu



THANKS FOR LISTENING



