

XÂY DỰNG MÔ HÌNH VÀ GIẢ THUYẾT NGHIÊN CỨU VỀ Ý ĐỊNH SỬ DỤNG CHATBOT AI CỦA SINH VIÊN TẠI HÀ NỘI

● NGUYỄN THỊ NGỌC HUYỀN¹ - NGUYỄN THỊ THÙY DUNG¹
- TRẦN XUÂN GIAO^{2*}

¹Lớp D18KT&KS, Khoa Kế toán - Tài chính, Trường Đại học Điện Lực

²Khoa Kế toán - Tài chính, Trường Đại học Điện Lực

TÓM TẮT:

Bài viết nhằm xây dựng mô hình và giả thuyết nghiên cứu về ý định sử dụng chatbot AI của sinh viên tại Hà Nội trên cơ sở tích hợp mô hình chấp nhận công nghệ (TAM) và mô hình hợp nhất về chấp nhận và sử dụng công nghệ mở rộng (UTAUT2). Từ tổng quan nghiên cứu và cơ sở lý thuyết, nghiên cứu đề xuất mô hình có 8 biến. Trong đó, ý định sử dụng là biến phụ thuộc, các biến giải thích bao gồm: Nhận thức tính dễ sử dụng; Nhận thức tính hữu ích; Ảnh hưởng xã hội; Động lực hưởng thụ; Giá trị chi phí; Thói quen; Điều kiện thuận lợi. Trên cơ sở đó, bài báo phát triển 8 giả thuyết nghiên cứu phản ánh mối quan hệ giữa các biến trong mô hình nghiên cứu. Kết quả nghiên cứu góp phần bổ sung cơ sở lý luận cho nghiên cứu ý định sử dụng chatbot AI trong giáo dục đại học và tạo nền tảng cho các nghiên cứu thực nghiệm tiếp theo.

Từ khóa: chatbot AI, ý định sử dụng, sinh viên, TAM, UTAUT2.

1. Đặt vấn đề

Giáo dục đại học đang chuyển mình mạnh mẽ trong quá trình thực hiện chuyển đổi số, trí tuệ nhân tạo (AI) đang ngày càng trở thành một công cụ hỗ trợ quan trọng đối với hoạt động học tập và nghiên cứu của sinh viên. Rất nhiều các ứng dụng AI đã được biết đến, trong đó, chatbot AI nổi lên như một công cụ tiêu biểu nhờ khả năng tương tác bằng ngôn ngữ tự nhiên, phản hồi nhanh và hỗ trợ nhiều tác vụ học tập như tra cứu thông tin, giải thích khái niệm, tóm tắt tài liệu, gợi ý ý tưởng và hỗ trợ soạn thảo nội dung. Các tổng quan gần đây cho thấy, chatbot AI ngày càng

được ứng dụng rộng trong giáo dục đại học và được xem là công cụ có tiềm năng hỗ trợ học tập cá nhân hóa, nâng cao tính chủ động và cải thiện trải nghiệm học tập của người học (Kuhail et al., 2023; Labadze et al., 2023; Okonkwo & Ade-Ibijola, 2021).

Đối với sinh viên, chatbot AI không chỉ giúp tiếp cận tri thức nhanh hơn mà còn có thể hỗ trợ giải quyết bài tập, phát triển kỹ năng viết, tìm kiếm ý tưởng và tối ưu hóa thời gian học tập. Tuy nhiên, việc có ý định và chấp nhận sử dụng chatbot AI không diễn ra đồng đều giữa các cá nhân. Bên cạnh những lợi ích được ghi nhận, các nghiên cứu cũng

chỉ ra nhiều bất khoản liên quan đến độ chính xác của thông tin, độ tin cậy của phản hồi, liên chính học thuật và nguy cơ phụ thuộc quá mức vào công cụ AI (Baig & Yadegaridehkordi, 2024; Labadze et al., 2023; Okonkwo & Ade-Ibijola, 2021). Vì vậy, ý định sử dụng chatbot AI của sinh viên cần được xem xét như kết quả của sự tác động tổng hợp từ nhiều yếu tố khác nhau.

Tại Hà Nội, nơi tập trung nhiều trường đại học và cơ sở giáo dục lớn, sinh viên có điều kiện tiếp cận sớm với các công nghệ mới, bao gồm cả chatbot AI. Tuy nhiên, mức độ sẵn sàng sử dụng công cụ này có thể khác nhau giữa các sinh viên do sự khác biệt về cảm nhận hữu ích, cảm nhận dễ sử dụng, ảnh hưởng xã hội, điều kiện hỗ trợ và thói quen sử dụng công nghệ. Trong khi đó, các nghiên cứu tại Việt Nam về ý định sử dụng ChatGPT hay các mô hình ngôn ngữ lớn trong học tập còn khá hạn chế. Tuy vậy, kết quả hiện có cho thấy một số yếu tố như tính dễ sử dụng, tính hữu ích và chuẩn chủ quan có vai trò đáng kể trong việc hình thành ý định sử dụng của sinh viên (Maheshwari, 2024; Ngo et al., 2025). Từ thực tiễn đó, bài báo này hướng tới xây dựng mô hình và giả thuyết nghiên cứu về ý định sử dụng chatbot AI của sinh viên tại Hà Nội trên cơ sở tích hợp TAM và UTAUT2.

2. Tổng quan nghiên cứu

Nghiên cứu về chatbot trong giáo dục đã được triển khai trước khi các mô hình ngôn ngữ lớn trở nên phổ biến. Trong giai đoạn đầu, các công trình chủ yếu tập trung vào vai trò của chatbot trong hỗ trợ trả lời câu hỏi, hướng dẫn học tập, phản hồi tự động và cá nhân hóa trải nghiệm người học. Các tổng quan hệ thống cho thấy chatbot giáo dục mang lại nhiều lợi ích như hỗ trợ tức thời, tăng khả năng tiếp cận thông tin và nâng cao trải nghiệm học tập, nhưng đồng thời cũng tồn tại các hạn chế về thiết kế, độ tin cậy, khả năng hiểu ngữ cảnh và vấn đề đạo đức khi sử dụng trong môi trường giáo dục (Kuhail et al., 2023; Okonkwo & Ade-Ibijola, 2021).

Sau khi ChatGPT xuất hiện, hướng nghiên cứu đã chuyển mạnh sang việc xem xét sự chấp nhận và ý định sử dụng chatbot AI trong giáo dục đại học. Baig

& Yadegaridehkordi (2024) cho rằng, việc sử dụng ChatGPT trong giáo dục đại học đang phát triển nhanh và tập trung nhiều vào các hướng như ứng dụng học tập, đo lường mức độ chấp nhận và các thách thức trong triển khai. Ở cấp độ thực nghiệm, Habibi và cộng sự (2023) cho thấy, điều kiện thuận lợi là yếu tố mạnh nhất dự báo ý định sử dụng ChatGPT trong học tập của sinh viên Indonesia (Habibi et al., 2023). Trong khi đó, Strzelecki (2024) cũng cho thấy thói quen là yếu tố mạnh nhất đối với ý định sử dụng ChatGPT của sinh viên Ba Lan, tiếp theo là kỳ vọng hiệu quả và động lực hưởng thụ. Những kết quả này chứng minh mức độ tác động của các biến giải thích có thể thay đổi theo bối cảnh nghiên cứu và đặc điểm của người học.

Với bối cảnh tại Việt Nam, các nghiên cứu liên quan đến việc chấp nhận sử dụng ChatGPT và các mô hình ngôn ngữ lớn trong giáo dục đại học đã bắt đầu xuất hiện nhưng chưa nhiều. Maheshwari (2024) đã thực hiện nghiên cứu trong bối cảnh sinh viên Việt Nam, kết quả nghiên cứu cho thấy, nhận thức tính dễ sử dụng có tác động đáng kể đến ý định chấp nhận và sử dụng ChatGPT. Trong khi đó, Ngo et al. (2025) chỉ ra nhận thức tính dễ sử dụng, nhận thức tính hữu ích và niềm tin ảnh hưởng tích cực đến thái độ, còn chuẩn chủ quan là yếu tố mạnh nhất tác động đến ý định sử dụng các mô hình ngôn ngữ lớn trong học tập. Các kết quả này cho thấy, trong bối cảnh Việt Nam, yếu tố xã hội và cách sinh viên cảm nhận công nghệ có thể giữ vai trò đặc biệt quan trọng.

Từ các nghiên cứu trên, có thể nhận thấy 3 khoảng trống chính. *Thứ nhất*, các nghiên cứu về chatbot AI trong giáo dục đại học đang gia tăng nhanh nhưng chưa thống nhất về hệ biến phù hợp để giải thích riêng ý định sử dụng. *Thứ hai*, kết quả thực nghiệm về vai trò của các yếu tố như ảnh hưởng xã hội, điều kiện thuận lợi, động lực hưởng thụ hay tính hữu ích còn khác nhau giữa các bối cảnh. *Thứ ba*, số lượng nghiên cứu tập trung riêng vào sinh viên Việt Nam, đặc biệt trong bối cảnh Hà Nội chưa xuất hiện nhiều. Do đó, việc đề xuất một mô hình nghiên cứu có cơ sở lý thuyết vững chắc cho bối cảnh này là cần thiết.

2. Cơ sở lý thuyết

Trong nghiên cứu này, chatbot AI được hiểu là các hệ thống đối thoại thông minh có khả năng tương tác với người dùng thông qua ngôn ngữ tự nhiên và hỗ trợ nhiều tác vụ học tập khác nhau. Ý định sử dụng được hiểu là mức độ sẵn sàng hoặc dự định của sinh viên trong việc sử dụng chatbot AI cho hoạt động học tập. Việc lựa chọn ý định sử dụng làm biến phụ thuộc là phù hợp với mục tiêu của bài báo, bởi nghiên cứu tập trung vào việc xây dựng mô hình và giả thuyết nghiên cứu, chưa đi vào kiểm định hành vi sử dụng thực tế.

Mô hình TAM do Davis (1989) đề xuất sự chấp nhận công nghệ được giải thích chủ yếu bởi 2 biến cốt lõi là nhận thức tính dễ sử dụng và nhận thức tính hữu ích. Nhận thức tính dễ sử dụng phản ánh mức độ người dùng tin việc sử dụng hệ thống không đòi hỏi nhiều nỗ lực, trong khi nhận thức tính hữu ích phản ánh mức độ người dùng tin hệ thống giúp nâng cao hiệu quả thực hiện nhiệm vụ. TAM cũng lập luận, một công nghệ càng dễ sử dụng thì càng dễ được cảm nhận là hữu ích. Trong bối cảnh chatbot AI, 2 biến này đặc biệt phù hợp vì sinh viên thường đánh giá trước hết công cụ này có dễ thao tác hay không và có hỗ trợ hiệu quả cho học tập hay không.

UTAUT2 do Venkatesh et al. (2012) phát triển nhằm mở rộng khả năng giải thích hành vi chấp nhận công nghệ bằng cách bổ sung các yếu tố như động lực hưởng thụ, giá trị chi phí và thói quen, đồng thời duy trì vai trò của ảnh hưởng xã hội và điều kiện thuận lợi. Marak et al. (2025) thực hiện khảo sát các nhân tố ảnh hưởng đến ý định sử dụng chatbot của 194 người dùng cho các nhu cầu dịch vụ ngân hàng. Kết quả cho thấy động lực hưởng thụ, kỳ vọng hiệu quả và ảnh hưởng xã hội có tác động tích cực đến ý định sử dụng chatbot, đồng thời góp phần làm giàu thêm các nghiên cứu về ứng dụng của trí tuệ nhân tạo nói chung và chatbot nói riêng.

Từ đó cho thấy, việc kết hợp TAM với UTAUT2 là hướng tiếp cận hợp lý khi nghiên cứu chấp nhận chatbot AI trong giáo dục đại học. Việc kết hợp TAM và UTAUT2 trong nghiên cứu này xuất phát từ đặc điểm của chatbot AI như một công nghệ vừa mang

tính công cụ, vừa mang tính tương tác và trải nghiệm. Nếu TAM giúp giải thích tốt các nhận thức cốt lõi về công nghệ thông qua tính dễ sử dụng và tính hữu ích thì UTAUT2 bổ sung khả năng lý giải từ góc độ môi trường xã hội, thói quen, giá trị cảm nhận và điều kiện hỗ trợ. Vì vậy, mô hình tích hợp được kỳ vọng sẽ phù hợp hơn với bối cảnh ý định sử dụng chatbot AI của sinh viên tại Hà Nội so với việc sử dụng đơn lẻ từng lý thuyết (Davis, 1989; Marak et al., 2025; Venkatesh et al., 2012).

3. Xây dựng mô hình và giả thuyết nghiên cứu

Trên cơ sở kết hợp TAM và UTAUT2, nghiên cứu đề xuất mô hình gồm 8 biến. Trong đó, ý định sử dụng chatbot AI là biến phụ thuộc; 7 biến giải thích gồm nhận thức tính dễ sử dụng, nhận thức tính hữu ích, ảnh hưởng xã hội, động lực hưởng thụ, giá trị chi phí, thói quen và điều kiện thuận lợi. Cùng với đó, các tác giả đưa ra 8 giả thuyết nghiên cứu phù hợp với sự kết hợp đã được đề cập ở trên. Chi tiết các giả thuyết và mô hình nghiên cứu như sau.

Khi một hệ thống dễ học, dễ thao tác và dễ tương tác, người dùng có xu hướng đánh giá cao hơn giá trị thực tiễn mà hệ thống đó mang lại (Davis, 1989). Đối với chatbot AI cũng vậy, nếu sinh viên cảm thấy công cụ này dễ nhập lệnh, dễ hiểu phản hồi và dễ tích hợp vào hoạt động học tập hàng ngày, họ sẽ dễ nhận thấy công cụ hữu ích hơn cho việc tra cứu, giải thích kiến thức, tóm tắt tài liệu hoặc hỗ trợ giải quyết bài tập. Do đó, các tác giả đề xuất giả thuyết nghiên cứu như sau:

H1: Nhận thức tính dễ sử dụng của chatbot AI tác động tích cực đến nhận thức tính hữu ích của sinh viên.

Nhận thức tính dễ sử dụng không chỉ ảnh hưởng gián tiếp đến ý định sử dụng thông qua nhận thức tính hữu ích mà còn có thể tác động trực tiếp đến ý định sử dụng công nghệ. Với chatbot AI, cảm nhận dễ sử dụng giúp người dùng vượt qua rào cản tâm lý, giảm chi phí học cách sử dụng và làm tăng khả năng sinh viên sẵn sàng thử nghiệm cũng như tiếp tục sử dụng công cụ này. Tại Việt Nam, Maheshwari (2024), Ngo et al. (2025) đều cho thấy, tính dễ sử dụng là một yếu tố quan trọng trong việc hình thành ý định hoặc thái độ tích cực đối với công nghệ AI

trong học tập. Do đó, các tác giả đề xuất giả thuyết nghiên cứu như sau:

H2: Nhận thức tính dễ sử dụng của chatbot AI tác động tích cực đến ý định sử dụng chatbot AI của sinh viên.

Trong mô hình TAM, nhận thức tính hữu ích là một trong những biến dự báo trung tâm đối với ý định sử dụng công nghệ. Khi sinh viên tin chatbot AI giúp tiết kiệm thời gian, nâng cao hiệu quả học tập, hỗ trợ giải thích kiến thức hoặc hoàn thành nhiệm vụ học tập tốt hơn, họ sẽ có xu hướng hình thành ý định sử dụng mạnh hơn. Nghiên cứu của Ngo et al. (2025) cũng cho thấy, nhận thức tính hữu ích là một yếu tố quan trọng thúc đẩy sự chấp nhận chatbot trong học tập. Do đó, các tác giả đề xuất giả thuyết nghiên cứu như sau:

H3: Nhận thức tính hữu ích của chatbot AI tác động tích cực đến ý định sử dụng chatbot AI của sinh viên.

Tiếp theo, ảnh hưởng xã hội phản ánh mức độ mà cá nhân cảm nhận thấy những người quan trọng đối với họ cho rằng họ nên sử dụng một công nghệ nhất định. Trong môi trường giáo dục đại học, quyết định sử dụng chatbot AI của sinh viên có thể chịu tác động từ bạn bè, giảng viên, nhóm học tập và chuẩn mực sử dụng công nghệ trong nhà trường. Đáng chú ý, Ngo et al. (2025) cho thấy, chuẩn chủ quan là yếu tố mạnh nhất ảnh hưởng đến ý định sử dụng các mô hình ngôn ngữ lớn của sinh viên Việt Nam. Do đó, các tác giả đề xuất giả thuyết nghiên cứu như sau:

H4: Ảnh hưởng xã hội tác động tích cực đến ý định sử dụng chatbot AI của sinh viên.

Động lực hưởng thụ đề cập đến mức độ vui vẻ, hứng thú hoặc thú vị mà người dùng cảm nhận khi sử dụng công nghệ. Với chatbot AI, trải nghiệm đối thoại linh hoạt, phản hồi nhanh và cảm giác tương tác tự nhiên có thể tạo ra giá trị trải

nh nghiệm bên cạnh giá trị chức năng. Strzelecki (2024) cho thấy, động lực hưởng thụ có tác động tích cực đến ý định sử dụng ChatGPT của sinh viên. Do đó, các tác giả đề xuất giả thuyết nghiên cứu như sau:

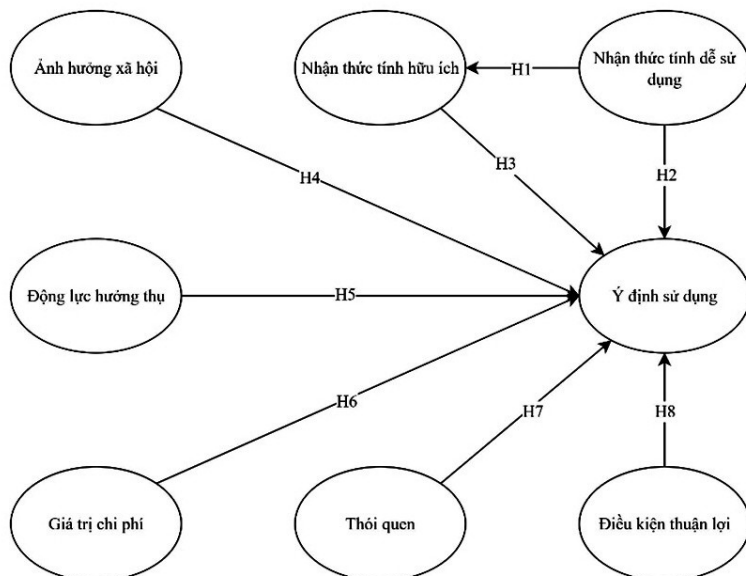
H5: Động lực hưởng thụ tác động tích cực đến ý định sử dụng chatbot AI của sinh viên.

Theo UTAUT2, người dùng thường có xu hướng sử dụng công nghệ khi lợi ích cảm nhận lớn hơn chi phí cảm nhận. Đối với chatbot AI, chi phí không chỉ là tiền bạc mà còn là thời gian học cách dùng, công sức kiểm tra lại thông tin và một số yêu cầu về thiết bị hay kết nối. Marak et al. (2025) cho thấy, giá trị cảm nhận là một yếu tố quan trọng trong sự chấp nhận chatbot học tập. Do đó, các tác giả đề xuất giả thuyết nghiên cứu như sau:

H6: Giá trị chi phí tác động tích cực đến ý định sử dụng chatbot AI của sinh viên.

Thói quen phản ánh mức độ một hành vi trở nên tự nhiên do được lặp lại trong quá khứ. Sinh viên đã quen sử dụng công nghệ số, công cụ tìm kiếm, nền tảng học tập trực tuyến hoặc ứng dụng AI sẽ dễ tiếp nhận chatbot AI hơn. Kết quả của Strzelecki (2024) cho thấy, thói quen là yếu tố có tác động mạnh nhất

Hình 1: Mô hình nghiên cứu đề xuất



Nguồn: Các tác giả đề xuất

đến ý định sử dụng ChatGPT của sinh viên. Do đó, các tác giả đề xuất giả thuyết nghiên cứu như sau:

H7: Thói quen tác động tích cực đến ý định sử dụng chatbot AI của sinh viên.

Điều kiện thuận lợi bao gồm thiết bị, kết nối internet, khả năng tiếp cận công cụ, kỹ năng số cơ bản và sự hỗ trợ cần thiết trong quá trình sử dụng công nghệ. Habibi et al. (2023) cho thấy, điều kiện thuận lợi là yếu tố mạnh nhất dự báo ý định sử dụng ChatGPT trong học tập của sinh viên Indonesia. Điều này gợi ý, với các công cụ AI mới, môi trường hạ tầng và hỗ trợ sử dụng có thể đóng vai trò đặc biệt quan trọng. Do đó, các tác giả đề xuất giả thuyết nghiên cứu như sau:

H8: Điều kiện thuận lợi tác động tích cực đến ý định sử dụng chatbot AI của sinh viên.

4. Kết luận

Trong bài báo này, các tác giả đã xây dựng mô hình và đề xuất giả thuyết nghiên cứu về ý định sử dụng chatbot AI của sinh viên tại Hà Nội trên cơ sở kết hợp 2 nền tảng lý thuyết là TAM và UTAUT2. Mô hình đề xuất gồm 8 biến, trong đó ý định sử

dụng là biến phụ thuộc; các biến giải thích bao gồm nhận thức tính dễ sử dụng, nhận thức tính hữu ích, ảnh hưởng xã hội, động lực hưởng thụ, giá trị chi phí, thói quen và điều kiện thuận lợi. Về mặt lý luận, nghiên cứu góp phần bổ sung cách tiếp cận kết hợp giữa TAM và UTAUT2 trong bối cảnh chấp nhận chatbot AI trong giáo dục đại học. Về mặt thực tiễn, mô hình này có thể làm cơ sở cho các nghiên cứu định lượng tiếp theo và hỗ trợ các cơ sở giáo dục khi xây dựng giải pháp thúc đẩy sử dụng chatbot AI trong học tập.

Tuy nhiên, bài báo mới dừng lại ở việc xây dựng mô hình và giả thuyết trên phương diện lý thuyết, chưa tiến hành kiểm định thực nghiệm. Vì vậy, các nghiên cứu tiếp theo có thể sử dụng mô hình này để thiết kế thang đo, khảo sát sinh viên tại các trường đại học ở Hà Nội và kiểm định mức độ tác động của từng nhân tố tới biến phụ thuộc. Đồng thời, mô hình nghiên cứu đề xuất cũng có thể được mở rộng bằng các biến đặc thù hơn của bối cảnh AI như niềm tin, rủi ro cảm nhận hoặc năng lực AI nhằm nâng cao khả năng giải thích ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

- Baig, M. I., & Yadegaridehkordi, E. (2024). ChatGPT in the higher education: A systematic literature review and research challenges. *International Journal of Educational Research*, 127, 102411. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.ijer.2024.102411>
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Q.*, 13(3), 319–340. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Habibi, A., Muhaimin, M., Danibao, B. K., Wibowo, Y. G., Wahyuni, S., & Octavia, A. (2023). ChatGPT in higher education learning: Acceptance and use. *Computers and Education: Artificial Intelligence*, 5, 100190. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.caeai.2023.100190>
- Kuhail, M. A., Alturki, N., Alramlawi, S., & Alhejori, K. (2023). Interacting with educational chatbots: A systematic review. *Education and Information Technologies*, 28(1), 973-1018. <https://doi.org/10.1007/s10639-022-11177-3>
- Labadze, L., Grigolia, M., & Machaidze, L. (2023). Role of AI chatbots in education: systematic literature review. *International Journal of Educational Technology in Higher Education*, 20(1), 56. <https://doi.org/10.1186/s41239-023-00426-1>
- Maheshwari, G. (2024). Factors influencing students' intention to adopt and use ChatGPT in higher education: A study in the Vietnamese context. *Education and Information Technologies*, 29(10), 12167-12195. <https://doi.org/10.1007/s10639-023-12333-z>
- Marak, Z. R., Pahari, S., Shekhar, R., & Tiwari, A. (2025). Factors affecting chatbots in banking services: the UTAUT2 and innovation resistance theory perspective. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 14(1), 47. <https://doi.org/10.1186/s13731-025-00514-8>

Ngo, T. T. A., Vo, T. T. A., & Phan, M. T. (2025). The psychology of AI adoption in education: University students' intentions to use Large Language Models for learning from a TAM and TPB perspective. *Acta Psychologica*, 261, 105789. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.actpsy.2025.105789>

Okonkwo, C. W., & Ade-Ibijola, A. (2021). Chatbots applications in education: A systematic review. *Computers and Education: Artificial Intelligence*, 2, 100033. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.caeai.2021.100033>

Strzelecki, A. (2024). Students' Acceptance of ChatGPT in Higher Education: An Extended Unified Theory of Acceptance and Use of Technology. *Innovative Higher Education*, 49(2), 223-245. <https://doi.org/10.1007/s10755-023-09686-1>

Venkatesh, V., Thong, J., & Xu, X. (2012). Consumer Acceptance and Use of Information Technology: Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology. *MIS Quarterly*, 36, 157-178. <https://doi.org/10.2307/41410412>

Ngày nhận bài: 5/3/2026

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 20/3/2026

Ngày chấp nhận đăng bài: 12/4/2026

DEVELOPING A RESEARCH MODEL AND HYPOTHESES TO EXAMINE AI CHATBOT USAGE INTENTIONS AMONG UNIVERSITY STUDENTS IN HANOI

● NGUYEN THI NGOC HUYEN¹

● NGUYEN THI THUY DUNG¹

● TRAN XUAN GIAO^{2*}

¹Student, Faculty of Accounting and Finance, Electric Power University

²Faculty of Accounting and Finance, Electric Power University

ABSTRACT:

This study develops a conceptual research model and formulates hypotheses to examine university students' intention to use AI chatbots in Hanoi by integrating the Technology Acceptance Model (TAM) and the extended Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT2). Drawing on a comprehensive review of the literature and established theoretical frameworks, the study proposes a model comprising eight constructs. Usage intention is specified as the dependent variable, while the independent variables include perceived ease of use, perceived usefulness, social influence, hedonic motivation, price value, habit, and facilitating conditions. Based on the proposed framework, eight hypotheses are developed to capture the relationships among these constructs. The study contributes to the theoretical understanding of AI chatbot adoption in higher education and provides a robust foundation for future empirical research on students' behavioral intentions to use AI-powered technologies.

Keywords: Chatbot AI, intentions to use, student, TAM, UTAUT2.