

Studiu: 33% dintre români cred ca educatia si învatarea reprezinta al doilea cel mai important motiv de utilizare AI

Consumatorul român a început sa utilizeze tehnologia pentru optimizarea vietii personale, nu doar pentru consum, iar pentru o treime (33%) dintre cei chestionati sustin ca educatia si învatarea au reprezentat al doilea cel mai important motiv de utilizare a Inteligentei Artificiale (AI), reiese dintr-un studiu de specialitate, publicat marti.

Conform datelor incluse în "Digital Evolution - Connected Consumer Monitor", cresterea monitorizarii sanatatii online (+9%), utilizarea AI pentru educatie si informare si expansiunea serviciilor digitale de proximitate au indicat o schimbare importanta în rolul tehnologiei în viata de zi cu zi. "În 2025, utilizatorii nu au mai apelat la mediul digital exclusiv pentru divertisment sau cumparaturi, ci tot mai frecvent pentru a lua decizii mai bune, a economisi timp si a-si îmbunatati calitatea vietii", se mentioneaza în analiza.

Totodata, educatia si învatarea au reprezentat al doilea cel mai important motiv de utilizare a Inteligentei Artificiale (33%), imediat dupa cautarea de informatii. În acelasi timp, alaturi de interesul pentru sanătate si accesul la continut specializat, aceasta evolutie sugereaza ca utilizatorii folosesc tot mai des tehnologia pentru dezvoltare personala si profesionala.

Potrivit sursei citate, 42% dintre utilizatorii de Internet monitorizau online aspecte legate de sanătate, în crestere cu noua puncte procentuale fata de valul anterior. "Evolutia confirma faptul ca tehnologia începe sa joace un rol activ în gestionarea starii de sanătate si a bunastarii personale, creând oportunitati importante pentru ecosistemele health-tech, pharma si asigurari", noteaza realizatorii cercetarii.

Pe zona serviciilor digitale se observa o crestere simultana a comenzilor de "food delivery", "grocery delivery" si "ride-sharing" si arata ca utilizatorii adopta tot mai rapid solutiile care reduc efortul si timpul alocat activitatilor repetitive.

"De la cumparaturi si transport pâna la sanătate, educatie si acces la informatie, mediul digital a devenit o infrastructura esentiala pentru activitatile cotidiene. Pentru tot mai multi consumatori, experienta online nu mai reprezinta o alternativa la viata offline, ci o extensie naturala a acesteia. (...) utilizatorii aleg platforme diferite pentru obiective diferite: AI pentru informare si productivitate, aplicatii de livrare pentru confort, platforme video pentru divertisment si instrumente de sanătate pentru monitorizare personala. Aceasta specializare indica maturizarea ecosistemului digital si a comportamentelor de consum", subliniaza raportul.

Studiul "Digital Evolution - Connected Consumer Monitor" 2025 a fost realizat de Exact Business Solutions - Research & Consulting pe parcursul a 16 valuri (bi)anuale, în perioada 2016 - 2025, pe un esantion de peste 1.000 de respondenti/val anual. Acestia au fost selectati din panelul Exact, care contine mai mult de 40.000 de respondenti, chestionarul fiind administrat online.