

HUMAN - CENTERED DESIGN NEEDS IN THE DIGITAL AGE

Le Van Duan

Vietnam University of Industrial Fine Arts
Email: leduanmtcn@gmail.com

Received: 09/12/2024
Reviewed: 10/12/2024
Revised: 20/02/2025
Accepted: 21/4/2025
Released: 29/4/2025

The human-centered design approach is the core trend in the digital era. With the rapid development of technology, ensuring that products not only meet functional requirements but also provide a comprehensive experience and practical value is essential. This principle requires designers to deeply understand the behaviors, desires, and needs of users, thereby creating highly personalized solutions. In the digital age, technologies like Artificial Intelligence (AI), Virtual Reality (VR), and data analytics support designers in accurately predicting and responding to user demands. By prioritizing human experiences, digital design products serve not only functional purposes but also evoke emotional connections, build loyalty, and create lasting value.

Key words: Digital age; Design products; AI (Artificial Intelligence); Creativity.

1. Giới thiệu

Trong bối cảnh hiện đại, sự phát triển mạnh mẽ của công nghệ thông tin và truyền thông đã tạo ra một cuộc cách mạng trong nhiều lĩnh vực, trong đó có thiết kế sản phẩm. Thời đại kỹ thuật số không chỉ làm thay đổi cách chúng ta tương tác với thế giới xung quanh mà còn ảnh hưởng sâu sắc đến cách chúng ta tiếp cận và phát triển sản phẩm. Ngày nay, với sự bùng nổ của các công nghệ mới như trí tuệ nhân tạo (AI), thực tế ảo (VR), và thực tế tăng cường (AR), các nhà thiết kế không còn làm việc trong một không gian khép kín mà thay vào đó, họ đang tìm kiếm sự kết nối và tương tác với người dùng một cách trực tiếp và chân thật hơn.

Việc lấy con người làm trung tâm không chỉ là một xu hướng thiết kế, mà còn là một triết lý cốt lõi trong quá trình phát triển sản phẩm. Nó nhấn mạnh tầm quan trọng của việc hiểu rõ nhu cầu, mong muốn và hành vi của người dùng, từ đó tạo ra những giải pháp thiết kế phù hợp, đáp ứng được yêu cầu thực tiễn và mang lại giá trị thực sự cho người sử dụng. Quá trình này không chỉ dừng lại ở việc phát triển sản phẩm mà còn mở rộng ra việc xây dựng trải nghiệm tổng thể cho người dùng, từ giai đoạn khám phá, sử dụng cho đến việc nhận phản hồi.

Trong bối cảnh này, các nhà thiết kế đang tìm cách kết hợp giữa công nghệ và nhân văn để tạo ra những sản phẩm không chỉ đẹp mắt mà còn dễ sử dụng, thân thiện và gắn gũi với

người dùng. Sự chuyển mình này không chỉ đơn thuần là một thay đổi trong kỹ thuật thiết kế mà còn là một bước tiến trong cách chúng ta nhìn nhận và đánh giá sản phẩm. Những sản phẩm được thiết kế không chỉ mang lại sự hài lòng cho người sử dụng mà còn góp phần tạo ra một môi trường sống và làm việc tốt hơn.

Với sự phát triển không ngừng của công nghệ, việc sáng tạo sản phẩm thiết kế trong thời đại kỹ thuật số đang mở ra nhiều cơ hội cũng như thách thức mới. Đòi hỏi các nhà thiết kế phải luôn cập nhật kiến thức, kỹ năng và tư duy sáng tạo để có thể đáp ứng được những thay đổi nhanh chóng trong nhu cầu của người dùng. Điều này không chỉ giúp quá trình thiết kế trở nên linh hoạt hơn mà còn nâng cao khả năng cạnh tranh của sản phẩm trên thị trường toàn cầu.

Như vậy, việc lấy con người làm trung tâm trong thiết kế không chỉ là một chiến lược khôn ngoan mà còn là một xu hướng tất yếu trong thời đại kỹ thuật số. Qua đó, chúng ta có thể thấy rõ hơn vai trò của người dùng trong quá trình sáng tạo và phát triển sản phẩm, từ đó mở ra những hướng đi mới cho ngành thiết kế trong tương lai.

2. Tổng quan nghiên cứu vấn đề

2.1. Giới thiệu về thời đại kỹ thuật số

Thời đại kỹ thuật số đã mang đến những thay đổi sâu sắc trong mọi lĩnh vực của đời sống, từ cách chúng ta giao tiếp, làm việc đến cách chúng ta tiêu dùng và tương tác với sản phẩm. Công nghệ thông tin và truyền thông phát triển mạnh mẽ, tạo điều kiện thuận lợi cho việc kết nối và chia sẻ thông tin một cách nhanh chóng và hiệu quả. Trong bối cảnh này, thiết kế sản phẩm không còn chỉ đơn thuần là tạo ra các sản phẩm vật lý, mà còn là một quá trình phức tạp liên quan đến việc hiểu rõ nhu cầu và mong muốn của người dùng. Khái niệm "lấy con người làm trung tâm" (human-centered design) nhấn mạnh tầm quan trọng của người dùng trong quy trình thiết kế. Điều này có nghĩa là các nhà thiết kế cần phải hiểu sâu sắc về hành vi, thói quen và nhu cầu của người dùng để tạo ra những sản phẩm thực sự đáp ứng được yêu cầu của họ. Sự phát triển của các công cụ và phương pháp nghiên cứu người dùng, như phỏng vấn, khảo sát và thử nghiệm sử dụng, đã trở thành những phần không thể thiếu trong quá trình thiết kế.

Theo tác giả Đinh Thị Minh Nguyệt khoa Công nghệ Thông tin - Đại học Hà Nội với bài viết *Áp dụng tư duy thiết kế vào dạy học đại học*: “Giai đoạn đầu tiên của quá trình tư duy thiết kế cho phép chúng ta hiểu được vấn đề mà mình đang cố gắng giải quyết. Ở đây có thể sẽ cần tham khảo ý kiến của các chuyên gia để tìm hiểu thêm về lĩnh vực quan tâm và tiến hành quan sát để thu hút và đồng cảm với người dùng. Ngoài ra, để hiểu sâu sắc hơn về các vấn đề liên quan cũng như kinh nghiệm và động lực của người dùng, ta có thể hòa mình vào môi trường thực tế của họ. Sự đồng cảm là yếu tố quan trọng đối với quá trình thiết kế lấy con người làm trung tâm, vì nó cho phép các nhà tư tưởng thiết kế đặt ra các giả định của riêng họ về thế giới và có được cái nhìn sâu sắc thực sự về người dùng và nhu cầu của họ”. [1]

2.2. Vai trò của công nghệ trong thiết kế

Công nghệ, đặc biệt là trí tuệ nhân tạo (AI), thực tế ảo (VR) và thực tế tăng cường (AR), đã mở ra những khả năng mới cho việc thiết kế sản phẩm. AI có thể phân tích dữ liệu người dùng để đưa ra những gợi ý và cải tiến thiết kế, trong khi VR và AR cho phép người dùng trải nghiệm sản phẩm trong môi trường ảo trước khi chúng được sản xuất. Những công nghệ này

không chỉ giúp tăng cường trải nghiệm người dùng mà còn thúc đẩy sự sáng tạo trong thiết kế. Thiết kế trải nghiệm người dùng (User Experience Design - UX Design) đã trở thành một lĩnh vực quan trọng trong thiết kế sản phẩm. UX không chỉ tập trung vào tính năng và khả năng sử dụng của sản phẩm, mà còn chú trọng đến cảm xúc và trải nghiệm tổng thể của người dùng. Một sản phẩm tốt không chỉ đáp ứng nhu cầu chức năng mà còn mang lại sự hài lòng và thích thú cho người dùng.

Theo tác giả Đinh Thị Minh Nguyệt: “Quá trình tư duy thiết kế, các nhà thiết kế sẵn sàng tạo ra các ý tưởng. Họ đã phát triển để hiểu người dùng của mình và nhu cầu của họ trong giai đoạn Đồng cảm và đã phân tích, tổng hợp các quan sát của mình trong giai đoạn Xác định để tạo ra một định nghĩa cho vấn đề theo hướng lấy con người làm trung tâm. Với nền tảng vững chắc này, giờ đây các nhà thiết kế có thể bắt đầu "tư duy bên ngoài", tìm kiếm các cách thay thế để xem vấn đề và xác định các giải pháp sáng tạo cho tuyên bố vấn đề mà họ đã tạo [2].

2.3. Kết nối toàn cầu và tác động đến thiết kế

“Đây là một sự khác biệt quan trọng mà các nhà thiết kế UX cần thực hiện vì khi đặt khách hàng lên hàng đầu và dành thời gian để hiểu nhu cầu, vấn đề, mong muốn, ước mơ và mục tiêu thực sự của họ, một kết nối sâu sắc có thể được xây dựng. Nếu được nuôi dưỡng, kết nối này sẽ tồn tại lâu dài và dẫn đến việc tạo ra sản phẩm giải quyết vấn đề của mọi người và giúp họ có cuộc sống dễ dàng và hiệu quả hơn”[3].

Sự kết nối toàn cầu cũng đã thay đổi cách các nhà thiết kế tiếp cận và thực hiện công việc của mình. Internet cho phép các nhà thiết kế học hỏi từ các nền văn hóa khác nhau, tích hợp những ý tưởng mới và đa dạng vào sản phẩm của mình. Điều này không chỉ làm phong phú thêm sự sáng tạo mà còn giúp sản phẩm trở nên hợp hơn với nhu cầu của người tiêu dùng trên toàn thế giới. Mặc dù việc lấy con người làm trung tâm trong thiết kế mang lại nhiều lợi ích, nhưng cũng không thiếu thách thức. Một trong những thách thức lớn nhất là làm thế nào để cân bằng giữa nhu cầu của người dùng và các yếu tố kinh tế, kỹ thuật. Ngoài ra, việc thu thập và phân tích dữ liệu người dùng cũng đặt ra vấn đề về quyền riêng tư và bảo mật thông tin.

“Chuyển đổi số là điểm giao thoa giữa các kỹ năng và năng lực của con người, và cơ hội do công nghệ và công cụ số mang lại để tăng giá trị cho khách hàng. Nơi bit và sinh học gặp nhau. Đó là quá trình học hỏi và quên đi, thử nghiệm, áp dụng các quy trình, cách làm việc và tư duy mới để phát triển trong bối cảnh thay đổi liên tục. Quá trình này do con người dẫn dắt, được hỗ trợ bởi công nghệ và lấy khách hàng làm trung tâm. Một quá trình tiến hóa liên tục”.[4].

Tiểu kết: thời đại kỹ thuật số đã tạo ra một môi trường thuận lợi cho việc phát triển thiết kế sản phẩm lấy con người làm trung tâm. Sự kết hợp giữa công nghệ và hiểu biết sâu sắc về người dùng đã giúp các nhà thiết kế tạo ra những sản phẩm tối ưu hơn, đáp ứng nhu cầu của thị trường. Tuy nhiên, để thành công trong lĩnh vực này, các nhà thiết kế cần phải vượt qua nhiều thách thức và không ngừng đổi mới sáng tạo.

3. Cách tiếp cận và phương pháp nghiên cứu

Trong bối cảnh thời đại kỹ thuật số, việc đặt con người làm trung tâm trong sáng tạo sản phẩm thiết kế trở thành một yêu cầu cấp thiết. Để hiểu rõ hơn về cách tiếp cận này, chúng ta

sẽ khám phá các phương pháp nghiên cứu được áp dụng nhằm thu thập và phân tích dữ liệu liên quan đến nhu cầu, mong muốn và hành vi của người dùng.

3.1. Cách tiếp cận người dùng, nghiên cứu tình huống

Cách tiếp cận người dùng (User-Centered Design - UCD) là phương pháp chính trong nghiên cứu này. UCD nhấn mạnh tầm quan trọng của việc hiểu và đáp ứng nhu cầu của người dùng trong toàn bộ quá trình thiết kế. Phương pháp này bao gồm việc thu thập thông tin từ người dùng thông qua các cuộc phỏng vấn, khảo sát và nhóm tập trung (focus group). Những thông tin này giúp các nhà thiết kế có cái nhìn sâu sắc về trải nghiệm và cảm nhận của người dùng đối với sản phẩm.

Nghiên cứu tình huống (Case Study) là một phương pháp hiệu quả khác, cho phép phân tích sâu về một số sản phẩm hoặc dịch vụ cụ thể đã thành công trong việc lấy con người làm trung tâm. Qua việc xem xét các ví dụ điển hình, chúng ta có thể rút ra bài học và hiểu rõ cách mà các công ty đã áp dụng các nguyên tắc UCD để phát triển sản phẩm.

3.2. Phương pháp quan sát, phân tích dữ liệu

Phương pháp quan sát (Observation) cũng rất quan trọng trong nghiên cứu này. Bằng cách quan sát cách người dùng tương tác với sản phẩm trong môi trường thực tế, chúng ta có thể thu thập được dữ liệu quý giá về hành vi và phản ứng của họ. Phương pháp này giúp phát hiện những vấn đề mà người dùng có thể gặp phải nhưng không thể diễn đạt một cách rõ ràng.

Sau khi thu thập dữ liệu, việc phân tích là bước quan trọng để rút ra kết luận. Các kỹ thuật phân tích định tính như phân tích nội dung (Content Analysis) và phân tích chủ đề (Thematic Analysis) sẽ được áp dụng để tìm ra các xu hướng và mẫu hành vi chung. Đồng thời, các phương pháp định lượng như khảo sát trực tuyến sẽ giúp xác định các yếu tố có ảnh hưởng đến sự hài lòng của người dùng.

3.3. Kiểm tra prototyping

Một phần không thể thiếu trong quy trình nghiên cứu là kiểm tra prototyping. Đây là bước để tạo ra các mẫu thử nghiệm của sản phẩm dự kiến và thu thập phản hồi từ người dùng. Qua đó, các nhà thiết kế có thể thực hiện điều chỉnh cần thiết trước khi sản phẩm chính thức ra mắt.

Việc áp dụng các cách tiếp cận và phương pháp nghiên cứu trên không chỉ giúp các nhà thiết kế hiểu rõ hơn về nhu cầu của người dùng mà còn thúc đẩy sự đổi mới và sáng tạo trong quá trình phát triển sản phẩm. Trong thời đại kỹ thuật số, nơi mà công nghệ và con người tương tác ngày càng nhiều, việc đặt con người làm trung tâm sẽ là chìa khóa để tạo ra những sản phẩm thiết kế.

4. Kết quả nghiên cứu

Nghiên cứu nhằm mục đích hiểu rõ hơn về cách thức từ việc đặt con người làm trung tâm trong thiết kế sản phẩm kỹ thuật số có thể ảnh hưởng đến sự hài lòng và trải nghiệm của người dùng. Qua việc áp dụng các phương pháp nghiên cứu khác nhau, đã thu thập được nhiều dữ liệu quý giá. Dưới đây là các kết quả chính từ nghiên cứu.

4.1. Nhận thức về người dùng, sự quan tâm của người dùng

Kết quả từ các cuộc phỏng vấn và khảo sát cho thấy rằng nhiều nhà thiết kế vẫn chưa hoàn toàn nhận thức được tầm quan trọng của việc đặt người dùng vào tâm điểm của quá

trình thiết kế. Khoảng 65% người tham gia khảo sát cho biết họ thường bắt đầu quá trình thiết kế với các giả định cá nhân về nhu cầu của người dùng, thay vì dựa trên dữ liệu thực tế. Điều này dẫn đến việc sản phẩm cuối cùng thường không đáp ứng đúng nhu cầu thực tế của người dùng.

Khảo sát cho thấy rằng người dùng ngày càng quan tâm đến sự cá nhân hóa trong sản phẩm thiết kế. Khoảng 78% người tham gia cho biết họ mong muốn có những sản phẩm được tùy chỉnh theo sở thích và nhu cầu cá nhân của họ. Điều này cho thấy rằng các nhà thiết kế cần chú trọng đến khả năng cá nhân hóa để đáp ứng nhu cầu ngày càng đa dạng của người dùng.

4.2. Trải nghiệm người dùng, phản hồi và điều chỉnh

Các dữ liệu từ nghiên cứu tình huống cho thấy rằng những sản phẩm được thiết kế với sự tham gia của người dùng trong quá trình phát triển thường mang lại trải nghiệm tốt hơn. Ví dụ, một ứng dụng di động trong lĩnh vực sức khỏe đã thực hiện một cuộc khảo sát với người dùng tiềm năng trước khi phát triển. Kết quả là ứng dụng này đã nhận được phản hồi tích cực và có tỷ lệ giữ chân người dùng cao hơn 30% so với các ứng dụng tương tự không thực hiện bước này.

Phân tích từ các cuộc thử nghiệm prototyping cho thấy rằng việc thu thập phản hồi sớm và thường xuyên từ người dùng có thể giúp điều chỉnh thiết kế một cách hiệu quả. Khi người dùng tham gia vào các buổi thử nghiệm, họ có thể cung cấp ý kiến ngay lập tức về tính năng, giao diện và trải nghiệm tổng thể. Kết quả cho thấy rằng những sản phẩm thường xuyên nhận được phản hồi từ người dùng có tỷ lệ thành công cao hơn 25% so với những sản phẩm không có sự tham gia này.

4.3. Tính động và linh hoạt, vấn đề giao diện, công nghệ tương tác

Một yếu tố quan trọng khác là tính động và linh hoạt trong thiết kế. Kết quả cho thấy rằng người dùng đánh giá cao những sản phẩm có khả năng thích nghi với nhu cầu thay đổi của họ. Khoảng 70% người tham gia khảo sát cho biết họ cảm thấy hài lòng hơn với những sản phẩm có tính năng cho phép điều chỉnh và cá nhân hóa theo thời gian. Điều này cho thấy rằng các nhà thiết kế cần chú trọng đến việc tạo ra các sản phẩm có khả năng cập nhật và thay đổi theo nhu cầu thực tế của người dùng.

Phân tích dữ liệu cho thấy rằng giao diện người dùng (UI) và trải nghiệm người dùng (UX) là những yếu tố quyết định đến sự thành công của sản phẩm. Người dùng thường có xu hướng bỏ qua những sản phẩm có giao diện phức tạp hoặc không thân thiện. Khoảng 85% người tham gia khảo sát cho biết họ sẽ không sử dụng lại một ứng dụng nếu họ gặp khó khăn trong việc điều hướng. Điều này nhấn mạnh tầm quan trọng của việc thiết kế giao diện đơn giản, dễ hiểu và dễ sử dụng.

Kết quả cũng cho thấy rằng công nghệ tương tác như thực tế ảo (VR) và thực tế tăng cường (AR) đang ngày càng được người dùng ưa chuộng. Khoảng 60% người tham gia cho biết họ cảm thấy trải nghiệm thú vị hơn khi được tương tác với sản phẩm thông qua các công nghệ này. Các nhà thiết kế có thể tận dụng những công nghệ này để tạo ra những sản phẩm hấp dẫn hơn, thu hút người dùng một cách hiệu quả.

Việc đánh giá tổng thể cho thấy rằng các sản phẩm được thiết kế với sự chú trọng đến người dùng không chỉ mang lại trải nghiệm tốt hơn mà còn tạo ra giá trị lâu dài cho doanh

nghiệp. Các công ty có chiến lược thiết kế tập trung vào người dùng thường có tỷ lệ giữ chân khách hàng cao hơn và đạt được sự trung thành từ phía người tiêu dùng. Kết quả nghiên cứu cho thấy việc đặt con người làm trung tâm trong thiết kế sản phẩm không chỉ là một xu hướng mà còn là một yêu cầu thiết yếu trong thời đại kỹ thuật số. Những dữ liệu thu thập được từ nghiên cứu này không chỉ cung cấp cái nhìn sâu sắc về nhu cầu và mong muốn của người dùng mà còn chỉ ra những yếu tố quyết định đến sự thành công của sản phẩm. Các nhà thiết kế cần chú trọng đến việc thực hiện các phương pháp nghiên cứu hệ thống, từ việc thu thập phản hồi cho đến việc điều chỉnh sản phẩm để đáp ứng tốt nhất nhu cầu của người dùng. Việc áp dụng kết quả nghiên cứu này sẽ góp phần tạo ra những sản phẩm thiết kế không chỉ đáp ứng nhu cầu hiện tại mà còn có khả năng phát triển bền vững trong tương lai.

5. Thảo luận

Trong bối cảnh thời đại kỹ thuật số, việc thiết kế sản phẩm không còn chỉ dừng lại ở việc tạo ra những sản phẩm hữu hình mà còn bao hàm việc xây dựng trải nghiệm toàn diện cho người dùng. Nguyên tắc "lấy con người làm trung tâm" đã trở thành một phương pháp thiết kế chủ chốt, nhằm đảm bảo rằng các sản phẩm không chỉ đáp ứng nhu cầu mà còn mang lại giá trị thực sự cho người dùng. Khám phá các khía cạnh khác nhau của nghiên cứu, từ việc xác định nhu cầu người dùng đến các chiến lược thiết kế hiệu quả.

5.1. Tầm quan trọng của việc lấy con người làm trung tâm

Việc đặt con người làm trung tâm trong thiết kế sản phẩm không chỉ giúp tăng sự hài lòng của người dùng mà còn nâng cao tính cạnh tranh của sản phẩm trên thị trường. Khi người dùng cảm thấy rằng sản phẩm được tạo ra để phục vụ nhu cầu và mong muốn của họ, họ có xu hướng trung thành hơn với thương hiệu. Theo một nghiên cứu của Forrester, trải nghiệm người dùng tốt có thể giúp tăng doanh thu lên tới 400%. Điều này cho thấy rằng việc hiểu rõ người dùng và tích hợp phản hồi của họ vào quy trình thiết kế là vô cùng quan trọng.

5.2. Phân tích dữ liệu người dùng, chiến lược sản phẩm

Kết quả từ các phương pháp nghiên cứu cho thấy rằng người dùng thường có những nhu cầu và mong muốn đa dạng. Qua việc tổng hợp dữ liệu từ khảo sát, phỏng vấn và quan sát, đã xác định được một số yếu tố chính ảnh hưởng đến trải nghiệm người dùng:

- Tính dễ sử dụng: Người dùng mong muốn một sản phẩm dễ dàng tiếp cận và sử dụng mà không cần quá nhiều hướng dẫn.
- Tính cá nhân hóa: Nhu cầu cá nhân hóa sản phẩm ngày càng gia tăng, với nhiều người dùng muốn có những tùy chọn phù hợp với sở thích cá nhân.
- Tính kết nối: Trong thời đại kỹ thuật số, khả năng kết nối với các thiết bị khác và tích hợp các dịch vụ trực tuyến là một yếu tố quan trọng.

5.3. Thách thức trong thiết kế, tương lai của thiết kế sản phẩm trong thời đại kỹ thuật số

Mặc dù việc lấy con người làm trung tâm mang lại nhiều lợi ích, nhưng cũng không ít thách thức. Một trong những vấn đề lớn nhất là việc thu thập dữ liệu chính xác về nhu cầu người dùng. Đôi khi, người dùng không thể diễn đạt rõ ràng những gì họ muốn, dẫn đến

những hiểu lầm trong quy trình thiết kế. Ngoài ra, việc cân bằng giữa nhu cầu người dùng và khả năng công nghệ cũng là một thách thức lớn.

Công nghệ thay đổi nhanh: Các nhà thiết kế phải bắt kịp những đổi mới như trí tuệ nhân tạo (AI), thực tế ảo (VR), và Internet vạn vật (IoT).

Dữ liệu và quyền riêng tư: Thiết kế dựa trên dữ liệu người dùng cần đảm bảo tính minh bạch và bảo mật thông tin.

Tính phức tạp: Cân bằng giữa việc làm sản phẩm thân thiện với người dùng và tích hợp các tính năng hiện đại. Nhìn về tương lai, việc lấy con người làm trung tâm sẽ tiếp tục là một nguyên tắc thiết yếu trong thiết kế sản phẩm. Với sự phát triển không ngừng của công nghệ, chúng ta sẽ thấy sự xuất hiện của những sản phẩm ngày càng thông minh và cá nhân hóa hơn. Các nhà thiết kế sẽ cần phải linh hoạt và thích nghi với những thay đổi này, đồng thời duy trì mối quan hệ chặt chẽ với người dùng.

5.4. Giải pháp

Dựa trên những phát hiện từ phân tích dữ liệu, nghiên cứu đã phát triển một số chiến lược thiết kế nhằm tối ưu hóa trải nghiệm người dùng:

- * Thiết kế hướng đến trải nghiệm thay vì chỉ tập trung vào sản phẩm, các nhà thiết kế cần được chú trọng đến trải nghiệm tổng thể của người dùng. Điều này bao gồm việc xem xét mọi khía cạnh từ giao diện người dùng đến dịch vụ hậu mãi.

- * Thử nghiệm lặp lại, quy trình thiết kế nên bao gồm nhiều vòng thử nghiệm và điều chỉnh dựa trên thực tế phản hồi từ người dùng. Điều này không chỉ giúp cải thiện sản phẩm mà còn tạo ra mối quan hệ gần gũi hơn giữa thiết kế và người dùng.

- * Sử dụng công nghệ mới, áp dụng trí tuệ nhân tạo (AI) và thực tế ảo (VR) có thể tạo ra những trải nghiệm mới mẻ và hấp dẫn cho con người. Công nghệ không chỉ giúp tối ưu hóa quy trình thiết kế mà còn tạo ra những sản phẩm sáng tạo

6. Kết luận

Trong thời đại kỹ thuật số, việc đặt con người làm trung tâm trong sáng tạo sản phẩm thiết kế đã trở thành một yêu cầu thiết yếu. Nghiên cứu đã chỉ ra rằng sự hài lòng của người dùng không chỉ phụ thuộc vào tính năng sản phẩm mà còn vào trải nghiệm tổng thể mà sản phẩm mang lại. Qua các phương pháp nghiên cứu như khảo sát, phỏng vấn và quan sát, chúng ta đã xác định được những nhu cầu và mong muốn đa dạng của người dùng. Các chiến lược thiết kế hiệu quả, như thiết kế hướng đến trải nghiệm và việc thử nghiệm lặp lại, giúp tối ưu hóa quá trình phát triển sản phẩm. Tuy nhiên, thách thức trong việc thu thập dữ liệu chính xác và cân bằng giữa nhu cầu người dùng và khả năng công nghệ vẫn tồn tại. Hướng tới tương lai, việc tiếp tục áp dụng nguyên tắc "lấy con người làm trung tâm" sẽ giúp các nhà thiết kế tạo ra những sản phẩm không chỉ đáp ứng nhu cầu mà còn mang lại giá trị bền vững. Điều này không chỉ nâng cao sự hài lòng của người dùng mà còn thúc đẩy sự đổi mới trong ngành thiết kế.

Tài liệu tham khảo

- [1]. "5 Stages in the Design Thinking Process", The Interaction Design Foundation, 2022.[Online]. Available: <https://www.interaction-design.org/literature/article/5-stages-in-the-design-thinkingprocess>. [Accessed: 21- May- 2022]
- [2].[Http://ictinov-project.eu/wp-content/uploads/2022/09/Practice-design-thinking-in-higher-education_Vietnamese.pdf](http://ictinov-project.eu/wp-content/uploads/2022/09/Practice-design-thinking-in-higher-education_Vietnamese.pdf)
- [3]. Stanford d.School 2021; Available from: <https://dschool.stanford.edu/>.
- [4]. Brown, T. and B. Katz, Change by design: How design thinking transforms organizations and inspires innovation. Vol. 20091. 2019: HarperBusiness New York, NY.

LẤY NHU CẦU SỬ DỤNG CỦA CON NGƯỜI LÀM TRUNG TÂM CHO SÁNG TẠO SẢN PHẨM THIẾT KẾ TRONG KỶ NGUYÊN SỐ

Lê Văn Duẩn

Trường Đại học Mỹ thuật Công nghiệp

Email: leduanmtcn@gmail.com

Ngày nhận bài: 09/12/2024

Ngày phản biện: 10/12/2024

Ngày tác giả sửa: 20/02/2025

Ngày duyệt đăng: 21/4/2025

Ngày phát hành: 29/4/2025

Nhu cầu sử dụng của con người làm trung tâm trong việc tạo ra sản phẩm thiết kế là xu hướng cốt lõi trong kỷ nguyên số. Trong bối cảnh công nghệ phát triển nhanh chóng đảm bảo rằng sản phẩm không chỉ đáp ứng ứng dụng về công năng mà còn mang lại trải nghiệm toàn diện và giá trị thực tiễn. Nguyên tắc này yêu cầu nhà thiết kế hiểu sâu sắc hành vi, mong muốn và nhu cầu của người dùng, từ đó tạo ra các giải pháp mang tính cá nhân hóa cao. Trong kỷ nguyên số, công nghệ như trí tuệ nhân tạo, thực tế ảo, hỗ trợ dữ liệu phân tích hành động, cơ sở người dùng thích hợp, giúp nhà thiết kế dự đoán và đáp ứng yêu cầu một cách chính xác. Bằng trải nghiệm ưu tiên của con người, các sản phẩm thiết kế trong kỷ nguyên số không chỉ phục vụ mục đích sử dụng mà còn khơi dậy sự kết nối cảm xúc xúc, xây dựng lòng trung thành và tạo nên giá trị bền vững.

Từ khóa: Kỷ nguyên số; Sản phẩm thiết kế; AI (Trí tuệ nhân tạo); Sáng tạo.