

THAY ĐỔI HÀNH VI MUA SẮM TRỰC TUYẾN SẢN PHẨM MAY MẶC  
CỦA THANH NIÊN TRONG BỐI CẢNH ĐẠI DỊCH COVID-19  
- TỪ KẾT QUẢ MỘT KHẢO SÁT XÃ HỘI

ĐÀO THÚY HẰNG\*  
PHẠM TRUNG ANH\*\*

*Từ khóa:* hành vi mua sắm, mua sắm trực tuyến, đại dịch COVID-19, sản phẩm may mặc.

Trong bối cảnh phát triển nền kinh tế số, đặc biệt là trong giai đoạn nền kinh tế đang chịu nhiều ảnh hưởng của đại dịch COVID-19, mua sắm trực tuyến đóng vai trò quan trọng trong việc đảm bảo một nền kinh tế bền vững. Bối cảnh đại dịch COVID-19 là cơ hội để người tiêu dùng thay đổi nhận thức về mua sắm, cũng là thời cơ để phát triển hơn nữa hình thức mua sắm trực tuyến. Đây là hình thức phát triển phù hợp với thời đại, xu thế và đáp ứng được tối đa yêu cầu về giãn cách xã hội khi dịch bệnh bùng phát. Nghiên cứu tiến hành khảo sát trường hợp về việc mua sắm trực tuyến sản phẩm may mặc trước và trong thời điểm dịch bệnh diễn ra để xem xét sự thay đổi nhận thức và hành vi của người tiêu dùng là thanh niên cũng như xem xét vai trò của mua sắm trực tuyến với việc đáp ứng nhu cầu tiêu thụ một cách bền vững và an toàn. Trong bối cảnh giãn cách xã hội, nghiên cứu sử dụng phương pháp trưng cầu ý kiến qua Google form và thu được 221 phiếu trả lời; đồng thời bổ sung dữ liệu thông qua các phỏng vấn ngắn với người trả lời.

---

\* Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, Đại học Quốc gia Hà Nội.

\*\* Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, Đại học Quốc gia Hà Nội.