**ĐT: Nghiên cứu hành vi mua quần áo và phụ kiện thời trang online của các sinh viên UFM.**

* + 1. Lý do hình thành đề tài

Theo nghiên cứu của Social Media Audiance Profile, độ tuổi từ 18-24 chiếm 30% số lượng người sử dụng mạng xã hội, đây là độ tuổi thông thường của sinh viên tại Việt Nam. Mạng xã hội giúp sinh viên kết nối nhanh với bạn bè, cập nhật thông tin một cách nhanh chóng,… Ngoài ra mạng xã hội còn cung cấp các kênh “Bán hàng online”, thông qua đó người dùng có thể tương tác mua bán mà không giới hạn về không gian, địa điểm.

Để bán hàng đạt được hiểu quả, lợi nhuận như ý muốn đòi hỏi người bán phải nghiên cứu, nắm bắt được hành vi mua hàng của người tiêu dùng. Đặc biệt là ở các ngành hàng có tính cạnh tranh cao như quần áo và phụ kiện thời trang, việc không nghiên cứu nắm bắt được hành vi mua hàng của khách sẽ dẫn đến việc không đáp ứng được yêu cầu về mẫu mã, chất lượng, giá tiền, thị hiếu sản phẩm.

Chọn đối tượng nghiên cứu là các bạn sinh viên UFM, vì sinh viên là đối tượng chiếm số lượng lớn trong lĩnh vực mua- bán thời trang và phụ kiện online đồng thời UFM cũng là một môi trường năng động rất thích hợp cho việc nghiên cứu, lấy kết quả khảo sát. Chọn được đối tượng nghiên cứu phù hợp như trên sẽ cho chúng ta kết quả có tính trực quan, cụ thể.

Việc nghiên cứu thành công đề tài này sẽ giúp mở ra hướng giải quyết cho các shop online, các trang thương mại điện tử trong vấn đề nắm bắt insight khách hàng, từ đó đưa ra được những chiến lược mở rộng thị trường, chiến lược marketing, xây dựng hệ thống bán hàng đa kênh online dễ dàng nhất để tiếp cận đến đối tượng người mua hàng là sinh viên.

Tài liệu tham khảo:

Thái Trang (2019), Người Việt sử dụng Internet, thiết bị điện tử, mạng xã hội nhiều như thế nào, tại <https://cafebiz.vn/infographic-nguoi-viet-su-dung-internet-thiet-bi-dien-tu-mang-xa-hoi-nhieu-nhu-the-nao-20190513190943223.chn> , truy cập ngày 24/02/2020