CỘNG HOÀ XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM

Độc lập – Tự do – Hạnh Phúc

---o0o---

**TRƯỜNG:**

**ĐẠI HỌC TÀI CHÍNH – MARKETING**



MÔN HỌC:

PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU TRONG KINH DOANH

ĐỀ TÀI:

HÀNH VI MUA QUẦN ÁO VÀ PHỤ KIỆN THỜI TRANG ONLINE CỦA SINH VIÊN TRƯỜNG ĐẠI HỌC TÀI CHÍNH – MARKETING

GVHD: Võ Thị Ngọc Liên

Nhóm thực hiện: Nhóm 2

1. Nguyễn Tấn Hùng 1821004872

2. Phạm Triều Giang 1821004798

3. Nguyễn Thị Như Huỳnh 1821000441

4. Dương Thị Thu Hiền 1821000492

5. Phạm Đức Hoàng 1821004862

MỤC LỤC

[Chương 1: PHẦN MỞ ĐẦU 3](#_Toc31541042)

[1.1. Giới thiệu đề tài. 3](#_Toc31541043)

[1.2. Mục tiêu nghiên cứu 4](#_Toc31541044)

[1.2.1. Mục tiêu chung 4](#_Toc31541045)

[1.2.2. Mục tiêu cụ thể 4](#_Toc31541046)

[1.3. Phạm vi nghiên cứu 4](#_Toc31541047)

[1.4. Ý nghĩa nghiên cứu 4](#_Toc31541048)

[1.4.1. Ý nghĩa khoa học 4](#_Toc31541049)

[1.4.2. Ý nghĩa thực tiễn 4](#_Toc31541050)

[1.5. Cấu trúc trình bày đề tài 5](#_Toc31541051)

# PHẦN MỞ ĐẦU

## Giới thiệu đề tài.

Việc trao đổi mua bán hàng hoá và các loại dịch vụ theo chúng ta được biết thì đã xuất hiện từ srất lâu về trước. Con người ta gặp trực tiếp nhau để “trao” cho người khác những món hàng, thực phẩm, gia súc,…mình dư và “đổi” lại những thứ mà mình đang thiếu để có thể cân bằng được cuộc sống. Dần theo thời gian, sự xuất hiện của vật ngang giá – tiền đã giúp cho việc trao đổi trở nên trơn tru hơn, khi đó các tụ điểm như chợ truyền thống là nơi gặp nhau giữa người mua và bán. Ở đây người mua sẽ có nhiều sự lựa chọn về các mặt hàng cũng như đa dạng về giá cả để lựa chọn, còn về phần người bán đó cũng là một cơ hội lớn để buôn bán.

Internet hiện nay là một phần không thể thiếu trong cuộc sống của giới trẻ trong độ tuổi 18-30 (vì sao nhóm giới hạn trong độ tuổi này), đặc biệt là sinh viên học tập trong một môi trường năng động. Internet giúp sinh viên kết nối nhanh với bạn bè, cập nhật thông tin một cách nhanh chóng và còn giúp tiết kiệm thời gian mua sắm đáng kể thông qua các kênh “Bán hàng online”. Khi mà internet và mạng xã hội đang cực kì phát triển thì bên cạnh việc trao đổi mua bán ở các chợ truyền thống, shop và hệ thống các trung tâm thương mại thì việc mua sắm online được quan tâm và tham gia khá đông đảo của không những giới trẻ - những người có khả năng tiếp cận internet cực kì nhanh mà còn của mọi tầng lớp khác nữa.

Nói đến mua hàng online thì nhóm em chắc chắn sẽ có rất nhiều bạn sẽ nghĩ đến những bộ quần áo đẹp lộng lẫy cũng như các món hàng trang sức hay phụ kiện cool ngầu được bán trên mạng. Khi mà chợ truyền thống thì đem lại những bộ áo quần quá lỗi thời và sự lựa chọn tuy là có nhưng cũng chỉ quanh đi quẩn lại, còn các trung tâm thương mại những món hàng đẹp đúng là không thiếu như chợ truyền thống nhưng mức giá ở đó thì không phải sinh viên nào cũng có thể nuốt trôi được. Vì vậy việc lang thang trên các shop online trên internet để tìm kiếm cho mình bộ quần áo và phụ kiện đẹp đẽ quả là một sáng kiến không tồi.

Việc mua sắm nói chung và quần áo, phụ kiện thời trang nói riêng trở nên cực kì thuận tiện, không nhất thiết cứ phải đến tận nơi bán thì bạn mới có thể mua những thứ bạn muốn mà việc mua sắm này có thể dễ dàng thao tác ở mọi lúc, mọi nơi, mọi thời điểm, chúng ta có thể mua sắm ngay cả khi trong những giờ nghỉ trưa khi đang đi làm, hay chỉ là 15 phút nghỉ giữa giờ học. Không chỉ dừng lại ở việc mua ở người bán (trung gian giữa người mua và người sản xuất) mà người mua còn có thể đặt hàng và mua ngay tại nơi sản xuất những món hàng chất lượng nhất mà không phải tốn công sức và thời gian để đến tận nơi sản xuất để mua. Việc này cực kì hữu ích cho những người không thực sự tin tưởng vào chất lượng và nguồn gốc của sản phẩm mà người bán giới thiệu trên mạng.

Để bán hàng đạt được hiểu quả, lợi nhuận như ý muốn đòi hỏi người bán hàng 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 hàng sẽ dẫn đến việc không đáp ứng được yêu cầu về mẫu mã, chất lượng, giá tiền.

Là những người trẻ thường xuyên mua hàng online, nhận thức được tầm quan trọng và sự thuận tiện của việc này mang lại cho bất cứ ai, bất cứ cá nhân hay tập thể nào trong cuộc sống hiện đại với lối sống và phong cách sống công nghiệp như hiện nay nên nhóm em đã quyết định nghiên cứu một đơn vị nhỏ trước nhưng trong đó cũng là tập hợp con người của rất nhiều vùng miền khác nhau, với phong cách thời trang đa dạng, đó là “hành vi mua quần áo, phụ kiện thời trang online của sinh viên trường Đại học Tài chính-Marketing”.

* Viết lại cho cô toàn bộ phần này, không đạt.

## Mục tiêu nghiên cứu

### Mục tiêu chung

nghiên cứu các yếu tố tác động đến việc (quyết định mua trực tuyến quần áo và phụ kiện thời trang online của sinh viên UFM. Từ đó đề xuất cho các cửa hàng kinh doanh online một số giải pháp, chiến lược nâng cao hiệu quả hoạt động.

### Mục tiêu cụ thể

- Xác định các nhân tố ảnh hưởng đến hành vi mua quần áo và phụ kiện thời trang online của sinh viên UFM.

- Xác định tác động của các nhân tố này đến hành vi/ quyết định mua sắm quần áo và phụ kiện thời trang online của sinh viên UFM hiện nay.

- Đề xuất một số giải pháp giúp các cửa hàng kinh doanh online hoạt động hiệu quả.

## Phạm vi nghiên cứu

Phạm vi không gian:

Phạm vi thời gian:

Phạm vi nghiên cứu là sinh viên ở các cơ sở của trường Đại học Tài chính - Marketing có sinh viên theo, bao gồm: trụ sở chính ở Quận 7, cơ sở Nguyễn, 2C Phổ Quang, Quận 9.

## Ý nghĩa nghiên cứu

### Ý nghĩa khoa học

Thông qua đề tài nghiên cứu khoa học giúp chúng ta hiểu rõ hơn về của hành vi mua sắm quần áo và phụ kiên thời trang online của một nhóm nhỏ như sinh viên UFM. Mặt khác đề tài còn giúp nhận thức được tầm quan trọng của hành vi người mua đến hiệu quả kinh doanh online để từ đó có nhưng phương pháp hữu hiệu để phát triển.

### Ý nghĩa thực tiễn

- Giúp các cửa hàng online kinh doanh trên các kênh bán hàng chính thống như lazada, tiki, shopee,… Kể cả các cửa hàng nhỏ và những nhóm sinh viên kinh doanh để kiếm thêm thu nhập và tích luỹ kinh nghiệm trên các kênh bán hàng không chính thống như mạng xã hội facebook, instagram, twitter,… hiểu rõ hơn về hành vi mua của người tiêu dùng từ đó để có những hướng đi đúng đắn trong quá trình kinh doanh.

- Đề xuất một số giải pháp tăng cao hiệu quả cho các cửa hàng kinh doanh quần áo và phụ kiện thời trang online.

## Cấu trúc trình bày đề tài

Cấu trúc 3 chương

Tham khảo bài sửa của các nhóm khác.

- Chương 1: Sơ lược về đề tài nghiên cứu.

+ Tầm quan trọng và sự cần thiết của việc nghiên cứu đề tài.

+ Mục tiêu và phạm vi nghiên cứu.

+ Tính ứng dụng mà đề tài có thể mang lại sau khi hoàn thành việc nghiên cứu.