

# Ảnh hưởng của Covid-19 đến thương mại điện tử và hành vi người tiêu dùng

NGUYỄN MINH PHƯƠNG \*

Trường Cao đẳng cộng đồng Đồng Tháp

Nhận bài: 30/09/2021 - Duyệt đăng: 15/11/2021

(\*) Liên hệ: [Phuongvanxa.dt@gmail.com](mailto:Phuongvanxa.dt@gmail.com); Tel: 0919.927.298

## Tóm tắt:

**Đ**ại dịch Covid-19 đã và đang diễn ra với những diễn biến khó lường trên phạm vi toàn cầu, đây là tác nhân dẫn tới cuộc khủng hoảng kinh tế, xã hội toàn thế giới, tuy nhiên nó cũng mang lại những thay đổi tích cực trong đời sống kinh tế xã hội của nhân loại. Một trong những sự thay đổi đó là con người hiện nay đang dần thay đổi thói quen mua sắm, chuyển mạnh từ mua sắm truyền thống sang mua sắm trực tuyến. Do đó, để thích ứng, các doanh nghiệp thay vì phải tập trung đầu tư xây dựng những cửa hàng vật lý truyền thống như trước đây, chuyển sang đầu tư mạnh để xây dựng các chợ điện tử với đa dạng chủng loại hàng hóa, giá cả cạnh tranh. Đây là nền tảng để cho thương mại điện tử phát triển mạnh hơn trong thời gian tới, đồng thời thúc đẩy doanh nghiệp thay đổi tư duy, chất lượng hàng hóa và chất lượng dịch vụ.

**Từ khóa:** Thương mại, thương mại điện tử, hành vi người tiêu dùng, mua sắm trực tuyến, Covid-19.

## Abstract:

The Covid-19 pandemic has been taking place with unpredictable developments on a global scale, this is the cause of the worldwide economic and social crisis, but it also brings positive changes in the socio-economic life of mankind. One of the changes is that people are now gradually changing their shopping habits, strongly shifting from traditional shopping to online shopping. Therefore, in order to adapt, businesses instead of having to focus on investing in building traditional physical stores like before, switch to investing heavily to build electronic markets with a variety of goods, Competitive price. This is the foundation for e-commerce to develop more strongly in the coming time, and at the same time, promote businesses to change their thinking, quality of goods and quality of services.

**Keywords:** Commerce, e-commerce, consumer behavior, shopping online, Covid-19.