

Bài tập: Thống kê về độc giả tạp chí kinh tế tại Việt Nam

Trong một khảo sát năm 2025, 68.7% độc giả của một tạp chí kinh tế uy tín tại Việt Nam cho biết họ đã lưu trú tại khách sạn vì mục đích công việc trong 12 tháng qua, với 28.5% độc giả sử dụng hạng thương gia hoặc hạng nhất khi đi công tác.

Câu hỏi:

- Tổng thể quan tâm trong nghiên cứu này là gì?
- Hạng ghế trên phương tiện di chuyển (class of travel) là biến định tính (categorical) hay định lượng (quantitative)?
- Nếu một độc giả đã lưu trú tại khách sạn vì mục đích công việc trong 12 tháng qua, đây là biến định tính hay định lượng?
- Nghiên cứu này sử dụng dữ liệu cross-sectional hay time series?
- Mô tả các suy luận thống kê mà tạp chí có thể thực hiện dựa trên khảo sát này.

Đáp án gợi ý:

a. Tổng thể quan tâm:

Tổng thể quan tâm là **tất cả độc giả của tạp chí kinh tế này tại Việt Nam trong năm 2025**.

b. Loại biến của hạng ghế (class of travel):

Hạng ghế trên phương tiện di chuyển là biến **định tính (categorical)**.

- Lý do: Hạng ghế được chia thành các danh mục cố định (ví dụ: phổ thông, thương gia, hạng nhất), không phải giá trị số có thể đo lường.

c. Loại biến của việc lưu trú tại khách sạn:

Việc một độc giả đã lưu trú tại khách sạn vì mục đích công việc trong 12 tháng qua là biến **định tính (categorical)**.

- Lý do: Dữ liệu này được ghi nhận dưới dạng "có" hoặc "không" (lưu trú hoặc không lưu trú), thuộc về các danh mục cố định.

d. Loại dữ liệu:

Nghiên cứu này sử dụng dữ liệu chéo(**cross-sectional**).

- Lý do: Dữ liệu được thu thập tại một thời điểm cụ thể (năm 2025) từ một nhóm độc giả, không theo dõi sự thay đổi qua thời gian.

e. Các suy luận thống kê có thể thực hiện:

Tạp chí có thể sử dụng suy luận thống kê để:

- Ước lượng tổng thể:** Dựa trên mẫu khảo sát, ước lượng tỷ lệ độc giả trong toàn bộ dân số độc giả tại Việt Nam đã lưu trú tại khách sạn vì công việc (khoảng 68.7%) hoặc sử dụng hạng thương gia/hạng nhất (khoảng 28.5%). Có thể sử dụng khoảng tin cậy để đánh giá độ chính xác của các tỷ lệ này.
- So sánh nhóm:** Kiểm tra xem có sự khác biệt đáng kể về hành vi (lưu trú khách sạn hoặc chọn hạng ghế) giữa các nhóm độc giả, ví dụ: theo độ tuổi, thu nhập, hoặc khu vực sinh sống (Hà Nội, TP.HCM, Đà Nẵng).
- Dự đoán xu hướng:** Phân tích mối liên hệ giữa việc đi công tác và lựa chọn hạng ghế để dự đoán nhu cầu dịch vụ cao cấp (như khách sạn 5 sao hoặc vé thương gia) trong ngành du lịch công tác tại Việt Nam.
- Hỗ trợ quảng cáo:** Kết quả khảo sát có thể được dùng để thu hút các nhà quảng cáo (khách sạn, hãng hàng không) nhắm đến đối tượng độc giả có thu nhập cao, thường xuyên đi công tác.
- Đánh giá thị trường:** Dựa trên tỷ lệ 28.5% độc giả chọn hạng thương gia/hạng nhất, tạp chí có thể suy ra nhu cầu về dịch vụ cao cấp trong ngành hàng không tại Việt Nam, từ đó cung cấp thông tin cho các đối tác kinh doanh.

Câu hỏi thảo luận:

- Làm thế nào để đảm bảo mẫu khảo sát đại diện cho toàn bộ độc giả của tạp chí tại Việt Nam?
- Nếu tạp chí muốn mở rộng khảo sát để theo dõi xu hướng qua nhiều năm (2025, 2026, 2027), loại dữ liệu nào sẽ được sử dụng?

Tác giả: Đỗ Ngọc Tú
Công Ty Phần Mềm VHTSoft

Phiên bản #1

Được tạo 24 tháng 4 2025 08:24:46 bởi Đỗ Ngọc Tú

Được cập nhật 24 tháng 4 2025 10:15:13 bởi Đỗ Ngọc Tú