

2. Nghiên cứu điều tra niềm tin người tiêu dùng áp dụng ở Việt Nam

Mã đề tài: 2.1.2-B15-16

Nội dung nghiên cứu:

Phần 1: Phương pháp luận về điều tra niềm tin người tiêu dùng

- 1) Nghiên cứu tổng quan và đặc điểm điều tra niềm tin người tiêu dùng
- 2) Nghiên cứu phương pháp luận về điều tra niềm tin người tiêu dùng, bao gồm:
 - Phương pháp luận Điều tra niềm tin người tiêu dùng do các tổ chức quốc tế khuyến nghị
 - Kinh nghiệm Điều tra niềm tin người tiêu dùng ở một số quốc gia

Phần 2: Thực trạng điều tra niềm tin người tiêu dùng tại Việt Nam

- 1) Nghiên cứu điều tra niềm tin người tiêu dùng do Bộ Kế hoạch và Đầu tư tổ chức
- 2) Kinh nghiệm điều tra niềm tin người tiêu dùng do Nielsen thực hiện
- 3) Kinh nghiệm điều tra niềm tin người tiêu dùng do Ngân hàng ANZ thực hiện

Trong đó, tập trung nghiên cứu về phương pháp luận, nội dung thu thập, phương pháp chọn mẫu, phương pháp thu thập thông tin, thời gian thu thập thông tin, thời gian công bố thông tin, phạm vi thu thập.

Phần 3: Nghiên cứu đề xuất điều tra niềm tin người tiêu dùng tại Việt Nam, gồm:

- 1) Nội dung cần thu thập;
- 2) Phương pháp chọn mẫu
- 3) Bảng hỏi điều tra niềm tin người tiêu dùng;
- 4) Phương pháp chọn mẫu điều tra niềm tin người tiêu dùng;
- 5) Phương pháp thu thập thông tin
- 6) Thời gian thu thập thông tin,
- 7) Chu kỳ điều tra niềm tin người tiêu dùng;

Phần 4: Điều tra thử nghiệm để kiểm định phiếu điều tra và mẫu điều tra; hoàn thiện phiếu điều tra

Phần 5: Điều kiện áp dụng ở Việt Nam

Nghiên cứu các cuộc điều tra hộ gia đình hiện đang được TCTK thực hiện (bao gồm phiếu điều tra, cỡ mẫu, cách chọn mẫu, chu kỳ); Đề xuất lồng ghép điều tra chỉ số niềm tin người tiêu dùng vào một cuộc điều tra cụ thể tại TCTK

Chủ nhiệm đề tài: ThS. Hoàng Thị Thanh Hà

Thời gian thực hiện: Từ tháng 06/2015 đến tháng 12/2016

Email: httha@gso.gov.vn