

Hartimi (dizejnimi) i pyetësorit

HAPAT MADHORE

AKTIVITETET

Hapi i pare

Specifikimi i llojit te informacionit qe do te mblidhen

Hapi i dyte

Përcaktimi i llojit te informacionit dhe metodës se administrimit

Hapi i trete

Përcaktimi i përmbajtjes se pyetjeve individuale

Hapi i katerte

Përcaktimi i formës se përgjigjes për çdo pyetje

Hapi i peste

Përcaktimi i gjuhës (fjalëve) te çdo pyetje

Hapi i gjashte

Përcaktimi i karakteristikave fizike te pyetësorit

Hapi i shtate

Përcaktimi i sekuencës se pyetjeve

Hapi i tete

Ri-ekzaminimi i hapave 1-7 dhe bërja e ndryshimeve te nevojshme

Hapi i nente

Para-testimi i pyetësorit dhe rishikimi i nevojshëm

Matja dhe shkallëzimi

Matja

- *Matjet* përkufizohen si një proces i standardizuar i caktimit të numrave ose simboleve të tjera, për disa karakteristika të objekteve, sipas disa rregullave të para specifikuara.
- Matjet reflektojnë nivelin apo vlerën e një karakteristike të një objekti, një personi, një institucioni, gjendjeje apo ngjarjeje.

Matja

- Dy rregullat bazë që duhet të plotësojë një kërkim janë:
 - ◆ **caktimi i numrave ose simboleve për objektet që do të maten, bëhet një për një,**
 - ◆ **caktimi i numrave ose simboleve është i pandryshueshëm, në lidhje me kohën dhe objektin.**

- **Elementi më i rëndësishëm në matje është specifikimi rregullave për caktimin e numrave, për karakteristikat që do të maten.**
- **Shembull : *Besnikëria ndaj markës***
- **Konsumatori 1 : A B C A B B**
- **Konsumatori 2 : A C B C C C**

- të zgjedhni rregullat e matjes sipas objektivave të studimit,
- të përcaktoni karakteristikën që do të matet
- të përcaktoni lidhjen mes rregullit të matjes dhe karakteristikës.

Çfarë janë qëndrimet ?

- *Qëndrimet i referohen preferencave, prirjeve, pikëpamjeve ose ndjenjave të individit ndaj disa fenomeneve.*
- *Qëndrimet janë gjendje mendore të përdorura nga individët për të strukturuar rrugën për perceptimin e ambientit dhe rrugën për t'iu përgjigjur atij.*

Matja e qëndrimeve

Shumica e çështjeve në kërkimin e sjelljes janë skicuar për matjen e qëndrimeve

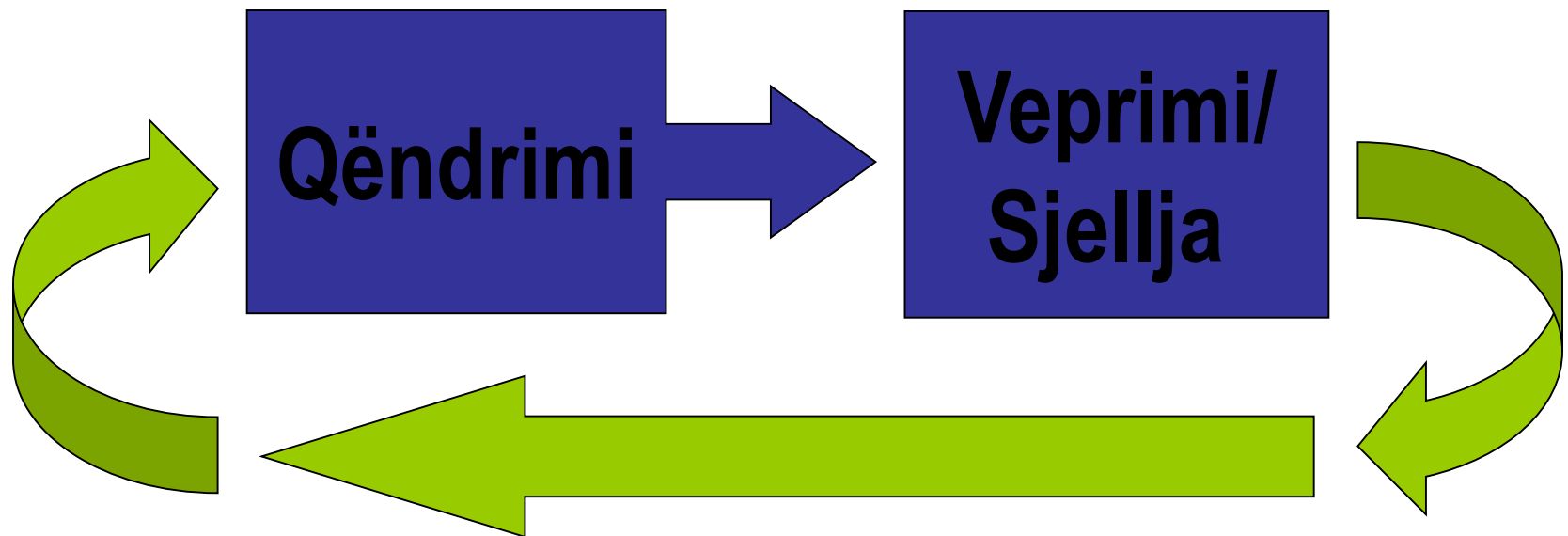
- Qëndrimet përfshijnë:
 - informacionin e zotëruar
 - ndjenjat e pëlqimeve ose të mospëlqimeve
 - mënyrën e të sjellurit
- Menaxhimi dëshiron të kuptojë dhe influencojë sjelljen

Arsyet për matjen e qëndrimeve

- Qëndrimet udhëheqin sjelljen
- Është më e thjeshtë të pyesësh për qëndrimet, sesa të observosh dhe interpretosh sjelljen

Kërkimi qëndrimeve

- Qëndrimet veprojnë direkt në vendimet për blerje dhe këto në kthim veprojnë direkt qëndrimet.



Tre Komponentët e Qëndrimeve



Shkallëzimi

- *Shkallëzimi* është procesi i krijimit të një kontinuumi (madhësi e vazhduar), në të cilën objektet janë vendosur sipas vlerës së karakteristikës së matur, që ato posedojnë.

Shkallet e matjes

Shkalla	Krahasime baze	Shembuj	Matje mesatare
Nominale	identifiko	Mashkull-femer Përdorues-jo përdorues Punësimi, numri i uniformes	Moda
Zakonshme	Rendit	Preferenca e markës, klasa sociale	Mediana
Intervalore	Krahasimi intervalor	Shkalla temperaturës, qëndrimi mbi markat	Mesatarja
Raporti - Përpjestimore	Krahasimi i madhësive absolute	Numri i blerësve, probabiliteti i blerjes, pësia	Mesatarja harmonike Mesatarja gjeometrike

Shkalla e matjes : Nominale (formale)

- Numrat identifikojnë dhe klasifikojnë objektet
- Moda – tregues statistikor mund të matet
 - *Cila shprehje është e vërtetë ?*
- Për një mostër me 60 burra dhe 40 gra mesatarja e gjinisë është $1.4(0.6 \times 1 + 0.4 \times 2 = 1.4$ apo 60% e mostrës ishte burra (60/100).
- Shembuj:
 - lojtarët e një skuadre futbollit
 - Gjinitë

Shkalla e matjes : Nominale (formale)

- Tek matësit nominalë numrat shërbejnë vetëm si etiketa për të mundësuar identifikimin dhe klasifikimin e objekteve, veprimeve apo të ngjarjeve.
- Shifrat e përdorura nuk kanë asnjë lidhje midis tyre. Ato identifikojnë një cilësim të veçantë të individit të pyetur lidhur me variablin e studiuar.
- Gjithashtu nocioni i distancës në vlerë midis numrave nuk ka kuptim.

Matësit nominalë:

- Shembull

Beqar	1	<input type="checkbox"/>	I divorcuar	4	<input type="checkbox"/>
Bashkëjetesë	2	<input type="checkbox"/>	I ve	5	<input type="checkbox"/>
I martuar	3	<input type="checkbox"/>	Të tjera	6	<input type="checkbox"/>

Shkalla nominale

Ju lutem tregoni moshën dhe gjininë tuaj?

- femër**
- mashkull**

Cila është gjendja e huaj familjare?

- Beqar** ●
- Bashkëjetesë** ●
- I martuar** ●
- I divorcuar** ●
- Te tjera (saktëso)** ●

Shkalla nominale

Cilen nga keto pije te buta pelqeni me shume (shenoni te gjitha ato qe pelqeni)?

- **Coca Cola**
- **Fanta**
- **Pepsi**
- **Sprite**
- **AC Cola**

Shkalla e matjes : zakonshme

- Matjet në të cilën alternativat e përgjigjes përcaktohen si një rend, ku e para ka vlerë më të vogël ose më të madhe atributesh se e dyta, e kështu me radhë.
- **Numrat tregojnë pozicionin relativ të objekteve , por jo madhësinë e diferencës mes tyre**
- **Mund të llogariten mediana ose moda**
- **Shembull: Një person radhit katër marka sipas preferencave të tij :**
- **A (2) B (1) C (4) D (3)**

- **Matësit e zakonshëm**

Shembull: Klasifikoni katër llojet e produkteve të mëposhtëm sipas çdo karakteristike. Tregoni klasifikimin tuaj në tabelën e mëposhtme, duke i vënë 1 produktit që ju e gjykoni si "më të mirin" sipas karakteristikës, 2 pasardhësit e kështu me radhë 3 dhe 4.

Karakteristika	Vaj ulliri	Gjalpë	Vaj luledielli	Margarinë
Lehtësia e tretjes	2	1	4	3
Shija	1	2	4	3
Lehtësia e përdorimit	3	4	1	2
Cilësitë ushqimore	1	3	2	4

Shkalla e matjes : zakonshme

Renditja e cilesise	Numri i pergjigje-dhenesve per „XXXX Marketin
E larte	150
E dyte	300
E trete	250
E katert	200
E ulet	100
Totali	1000

Shkalla e zakonshme

Rendisni pijet e buta nga ajo qe pelqeni me shume tek ajo qe ju pelqen me pak (pija me e preferuar =1, dhe pija me pak e preferuar = 6)

- **Coca Cola**
- **Fanta**
- **Pepsi**
- **Sprite**
- **AC Cola**

Shkalla e Matjes: Metrike (Intervalit)

- Matja në të cilën numrat e caktuar lejojnë krahasimin e madhësisë së diferencave mes anëtarëve.
- Objekti matet në një kontinuum
- Pika zero është arbitrare
- Diferencat mes objekteve mund të krahasohen
- mund të llogaritet (mesatarja Statistike, korrelacioni, regresioni)
- Shembuj :
 - Temperatura $C = (5F - 32)/9$ $F = 9C/5 + 32$

Shkalla e Matjes: Metrike (Intervalit)

Tek matësit e intervalit, distancat e barabarta numerike të shkallës përfaqësojnë vlera të barabarta tek karakteristikat që maten.

- Një shkallë interval përmban të gjithë informacionin e një shkalle të zakonshme, por ajo gjithashtu lejon që të krahasohen ndryshimet midis dy objekteve.
- Diferenca midis çdo dy vlerave të shkallës është identike me diferencën midis dy vlerave të tjera pasardhëse të shkallës.
- Ekziston një interval konstant apo i barabartë midis vlerave të shkallës.

- Ndryshimi midis 1 dhe 2 është i njëjtë me ndryshimin midis 2 dhe 3, i cili nga ana e tij është i njëjtë me ndryshimin midis 5 dhe 6.
- Në një shkallë interval, lokacioni i pikës zero nuk është i fiksuar. Si pika zero ashtu dhe njësitë e matjes janë arbitrare. Në këtë rast çdo lidhje lineare e tipit $y=a+bx$ do të ruajë karakteristikat e shkallës. Pra, dy shkallë intervali të cilat shkallëzojnë objektet A, B, C dhe D si i 1, 2, 3, dhe 4 apo si 22, 24, 26 dhe 28 janë ekuivalente. Shkalla e dytë mund të përfitohet duke marrë $a=20$ dhe $b=2$.

	A	B	C	D
Shkalla e parë	1	2	3	4
Shkalla e dytë	22	24	26	28

- ~~Meqenëse pika zero nuk është e fiksuar,~~ nuk ka kuptim raporti i vlerave. (raporti i D me B është 2:1 në shkallën e parë dhe 7:6 në shkallën e dytë).
- Sidoqoftë, raporti i diferencave midis vlerave të shkallës ka kuptim. (raporti i diferencës midis D dhe B ndaj diferencës midis C dhe B është 2:1 tek të dyja shkallët).
 - Shembuj: Matja e temperaturës (Fahrenheit dhe Celcius)

Shkalla intervalore

Ju lutem tregoni pëlqyeshmërinë e secilës pije duke shënuar pozicionin përkatës në shkallë.?

	Nuk e pëlqej fare	Nuk e pëlqej	E pëlqej	E pëlqej shume
Coca Cola	●	●	●	●
Fanta	●	●	●	●
Pepsi	●	●	●	●
Sprite	●	●	●	●
AC Cola	●	●	●	●

Shkalla e matjes : (raport)

Përpjestimore

- Shkalla intervalore me pikën zero fikse
- vlera e shkallës përpjestimore mund të llogaritet
- Shembuj:
 - pesha, gjatësia
 - mosha
 - shitjet e dyqanit
 - pjesët e tregut

• Matësit ne forme raportit

- Një shkallë e raportit posedon të gjitha veçoritë e shkallëve nominale, të zakonshme dhe të intervalit, dhe, përveç këtyre, dhe një pikë zero absolute. Shkallët e raportit lejojnë vetëm transformime proporcionale të formës $y=bx$, ku b është është një konstante pozitive.
- Në këtë mënyrë, në shkallët e raportit ne mund të identifikojmë apo klasifikojmë objektet, t'i radhisim ato, dhe të krahasojmë intervalet apo diferencat.
- Shembuj: Gjatësia, pesha, densiteti, rezistenca, volumi, vëllimi i zërit etj.

Shkalla e raportit

Ju lutem ndani 100 pike në mes pijeve të buta per të percaktuar sa shume e preferoni Ju secilen?

..... **Coca Cola**

..... **Fanta**

..... **Pepsi**

..... **Sprite**

..... **AC Cola**

100

Skicimi i shkallëve një elementëshe

- **Numri i kategorive të shkallës**
 - 2 deri 15
- **Etiketimi i kategorive**
 - Jo etiketim - Disa etiketohen - Të gjitha etiketohen
- **Balancimi i shkallës**
 - e balancuar - e pabalancuar

Shkallët e qëndrimeve

- Shkalla Likert
- Semantika diferencuese
- Shkalla Stapel
- Shkalla krahasore
- Shkalla me ikona
- Shkalla grafike

Shkalla LIKERT

- Kjo lloj shkalle kërkon nga i intervistuari që të tregojë një masë aprovimi apo mosaprovimi për secilën nga seritë e thënieve në lidhje me objektin stimul.
- Shkalla Likert mund të ketë 5 ose 7 pikë (shkallë).
- Kodimi mund të bëhet nga 1 në 5; 1 në 7, -2 në +2 dhe -3 në +3.

Shkallët shume- elementeshe

Shkalla Likert

- I kërkon përgjigje-dhënësve të tregojnë shkallën e pranimi ose mospranimi të lidhur me një varietet paraqitjesh të qëndrimit ndaj objektit.
- Pikët e elementëve individualë mblidhen për të dhënë pikët totale për përgjigje-dhënësit

Shkalla Likertit

Afrimi i kënaqësisë për një banke:

	I fortë	Mospranim	Neutral	pranim	I
<u>forte pranim</u>					
1. Banka ofron shërbime cilësore	✓				
2. Banka ka vendndodhje të përshtatshme		✓			
3. Banka ka orar të përshtatshëm			✓		
4. Banka ofron kredi me interes të ulët				✓	

Se bashku 4 elementet ndertojnë shkallen

ni i pyetsoreve

Ky është një element i vetëm

Shkalla e likerit

Ju lutem tregoni se sa jeni kenaqur ose jo me qdo pohim te listes per Banken „X” (nivelet e kenaqjes shenoni me vlera e shkalleve -2, -1, 0, 1, 2 ose me 1, 2, 3, 4, 5)?

	Aspak dakort	Jo dakord	Neutral	Dakort	Shume Dakort
1. Sherbimi I kulturuar	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
2. Orar I pershtatshem	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
3. Vend I pershtatshem	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
4. Intersa te ulta per huat	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>
	<input type="radio"/>				

Shkalla diferencuese Semantike (Kuptimore)

- Përgjigje-dhënësit renditin çdo atribut të objektit në një shkallë rendore me 5 ose 7 pike, të kufizuara prej frazave apo mbiemrave të kundërt
- më shkallën bipolare, pika e mesit është një pikë neutrale
- përdoret për analizat e imazhit, profilit etj

Shkalla diferencuese Semantike (Kuptimore)Shkallëzimi dypolar



0-029-0622 © Dale O'Dell / The Stock Market

- Kjo mënyrë e pyetjes përdoret kur Ju dëshironi të bëni hulumtimin rreth imazhit të produktit apo kompanisë tuaj.
- Marrësi ka për të vendosur se cila veti i përgjigjet më së miri.

"Për mua personalisht ndërmarrja X është":

	Ekstremisht	Tepër	Shume	Indiferent	Shume	Tepër	Ekstremisht	
E këndshme								E pa-këndshme
Simpatike								Antipatike
Aktive								Pasive
Moderne								Jashtë mode
E pa ndershme								E ndershme
Pranë publikut								Larg publikut

Shkallëzimi dypolar (diferenciali semantik)

Si i vlerësoni Ju sferat e reklamës së Kompanisë X?

këndshëm	●	●	●	●	●	●	●	jo këndshëm
Informative	●	●	●	●	●	●	●	jo informative
interesante	●	●	●	●	●	●	●	të mërzitshme
agresive	●	●	●	●	●	●	●	të qeta
interesante	●	●	●	●	●	●	●	jo interesante

Shkallëzimi dypolar (diferenciali semantik)

Zgjidhni nje numer pozitiv apo negative per fjalet qe JU mendoni se pershkruajn banken „A”

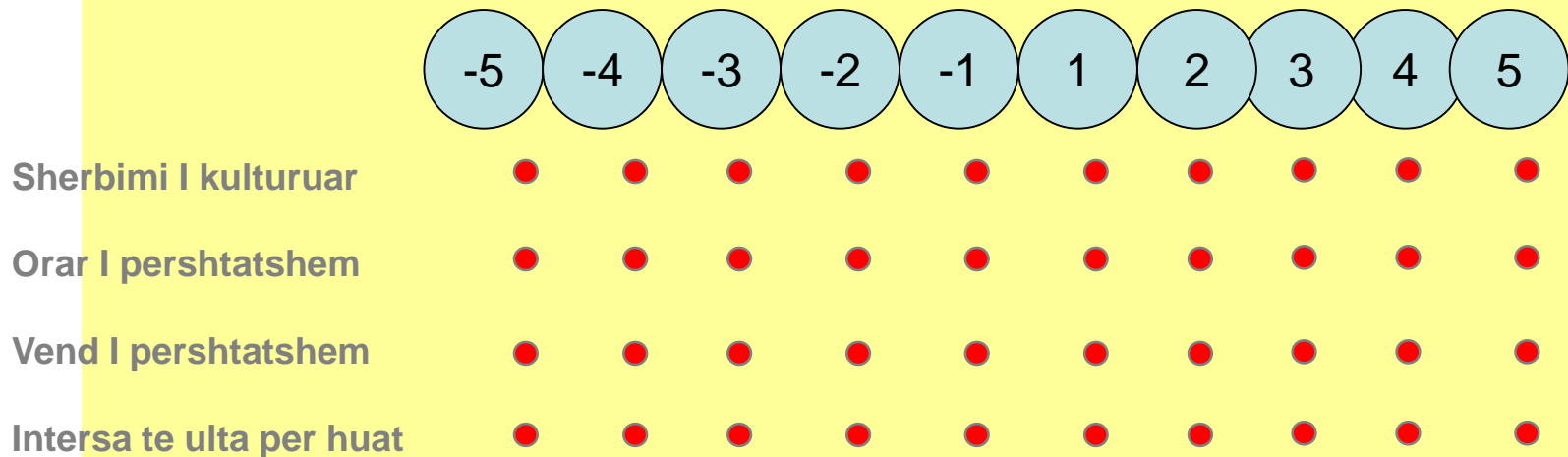
Sherbimi I kulturuar	●	●	●	●	●	●	●	Sherbimi jo I kulturuar
Orar I pershtatshem	●	●	●	●	●	●	●	Orar jo I pershtatshem
Vend I pershtatshem	●	●	●	●	●	●	●	Vend jo I pershtatshem
Intersa te ulta per huat	●	●	●	●	●	●	●	Intersa jo te ulta per huat

Shkallët Stapel

- Ka 10 shkalle te pozicionimit
- përgjigje-dhënësit zgjedhin një kategori përgjigjesh numerike
- pikët e larta pozitive reflektojnë përshtatshmëri mes mbiemrave dhe objekteve
- e lehtë të administrohet dhe ndërtohet

Shkallëzimi stabel

Zgjidhni nje numer pozitiv apo negativ per fjalet qe JU mendoni se pershkruajn banken „A”



Shkalla e renditjes krahasore

***Ju lutem ndani 100 pike në mes
sherbimeve të mëposhtme bankare ne
terma relativ se sa e rëndesishme është
secila per JU?***

_____ Sherbimi I kulturuar
_____ Orar I pershtatshem
_____ Vend I pershtatshem
_____ Intersa te ulta per huat

100

Shkalla e ilustruar me figura

- Kategori të ndryshme të shkallës pikturohen
- Formatu duhet të jetë shprehës për t'iu përgjigjur dhe për të dhënë përgjigje të sigurta
- shembull: Shija e mjaltit drithrave është :



Shkallëzimi i veçantë

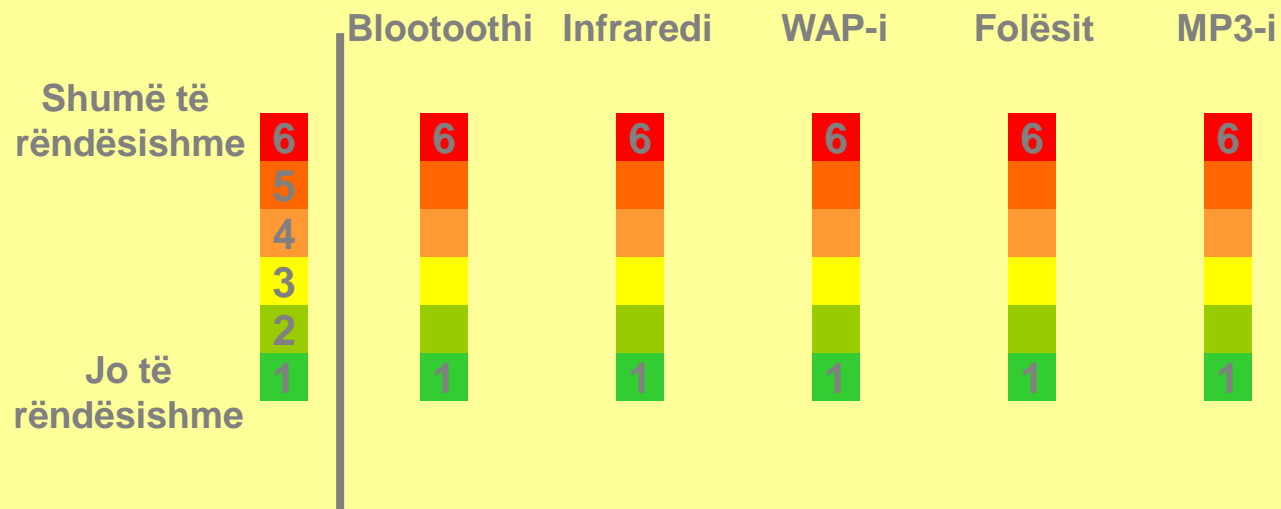


I-450-0106 © Matthias Kulka / The Stock Market

- **Pjesëmarrësi duhet të vendosë se ai pëlqejn apo jo veqoritë, si dhe sa i pëlqejnë gjegjësisht nuk i pëlqejnë.**

Përgjigjet e shkallës së njejtë

Sa janë të rëndësishme për ju këto veqori të telefonit mobil?

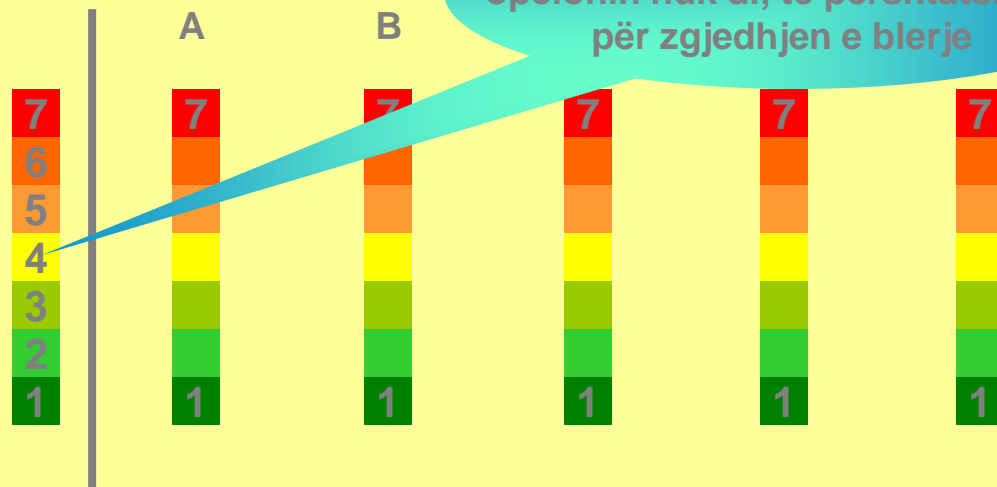


Përgjigjet e shkallës së njejtë

Cilin tel.mobil do të kishit blerë?

Do të dëshironte të ketë

Nuk do të dëshironte të ketë



Këtu marrësi e ka opcionin nuk di, të përshtatshëm për zgjedhjen e blerje

Pyetjet thelbësore

- Vetë emri tregon se këto janë “thelbi” i ekspertizës.
- Zakonisht, nga këto pyetje ju do të përfitoni:
 - Fakte
 - Dijeni
 - Qëndrime
- Gjithmonë duhet pasë kujdes kur te pyetni për motive. Në këtë rast është shumë e mundshme se do të hasni në përgjigje tejet racionale.

Konkludimet

- Zgjedhe metoden tënde me kujdes
- Nje informatë jo plotësisht e saktë në kohë është më mirë se një informatë 100% e saktë por me vonesë.
- Gjithmonë përcakto se çka dëshiron të dish së pari.
- Të dizajnossh anketën mirë është gjëja më e rëndësishme gjatë hulumtimit në teren.
- Vizato konkludimet dhe zbato ato.

Mesatarja gjeometrike e thjesht

$$GM = \sqrt[n]{(X_1)(X_2)(X_3)\dots(X_n)}$$

Shembulli 3

Gjeni mesataren gjeometrike për numrat: 2, 4, 6, 5

$$G = \sqrt[n]{(X_1)(X_2)(X_3)\dots(X_n)}$$

$$G = \sqrt[4]{2 \times 4 \times 6 \times 5} = \sqrt[4]{240}$$

$$G = \sqrt[4]{240} / \log$$

$$\log G = \frac{1}{4} \log 240 = \frac{1}{4} \times 2,38 = 0,54$$

$$\log G = 0,54 / \text{antilog}$$

$$G = 3,89$$

Mesatarja gjeometrike e ponderuar

$$G = \sqrt[\sum f]{(X_1^{f_1})(X_2^{f_2})(X_3^{f_3}) \dots (X_n^{f_n})} / \log$$

$$\log G = \frac{1}{\sum f} (f_1 \log x_1 + f_2 \log x_2 + f_3 \log x_3 + \dots + f_n \log x_n)$$

Shembulli 4

- Gjeni mesataren gjeometrike

x	2	4	5	3	Σ
f	5	2	6	4	17

$$G = \sqrt[\Sigma f]{(X^{f_1})(X^{f_2})(X^{f_3}) \dots (X^{f_n})}$$

$$G = \sqrt[17]{(2^5)(4^2)(5^6)(3^4)} / \log$$

$$\log G = \frac{1}{17} (5 \log 2 + 2 \log 4 + 6 \log 5 + 4 \log 3)$$

-
- Ju faleminderit per vemendjen!