

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.

- 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

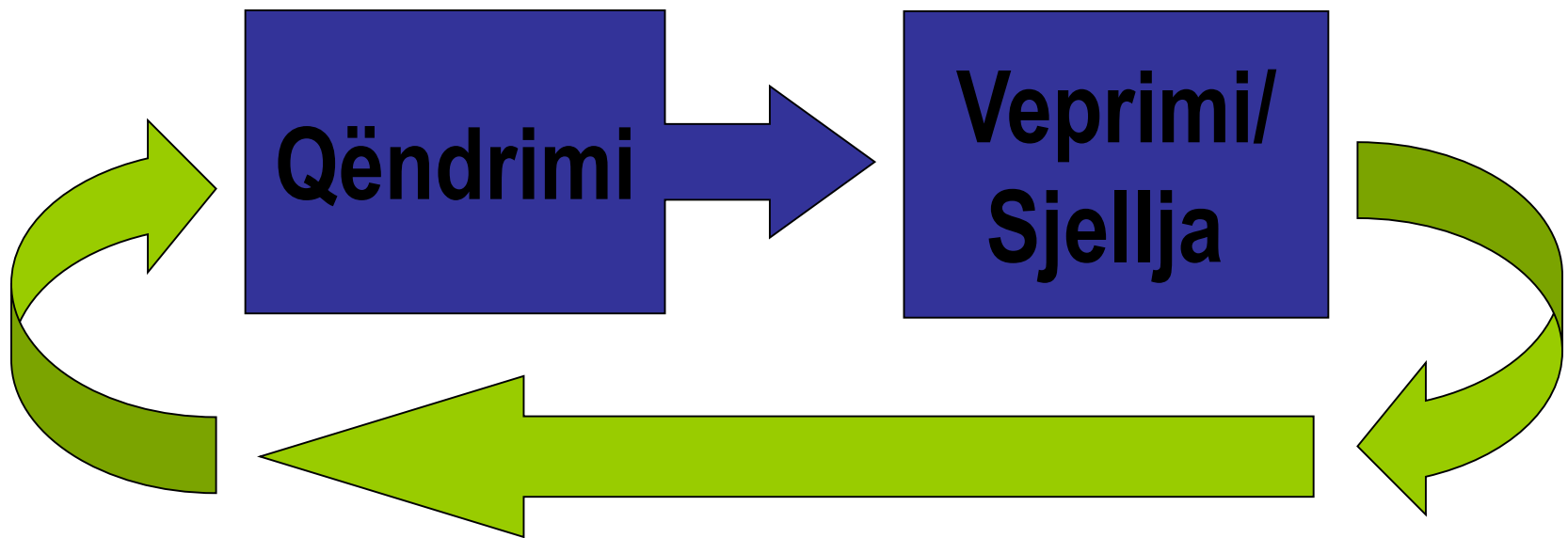
- Shumica e çështjeve në kërkimin e sjelljes janë skicuar për matjen e qëndrimeve
- Qëndrimet përfshijnë:
 - Informacionin e zotëruar
 - ndjenjat e pëlqimeve ose të mospëlqimeve
 - mënyrën e të sjellurit
- Menaxhimi dëshiron të kuptojë dhe influencojë sjelljen

Arsyet për matjen e qëndrimeve

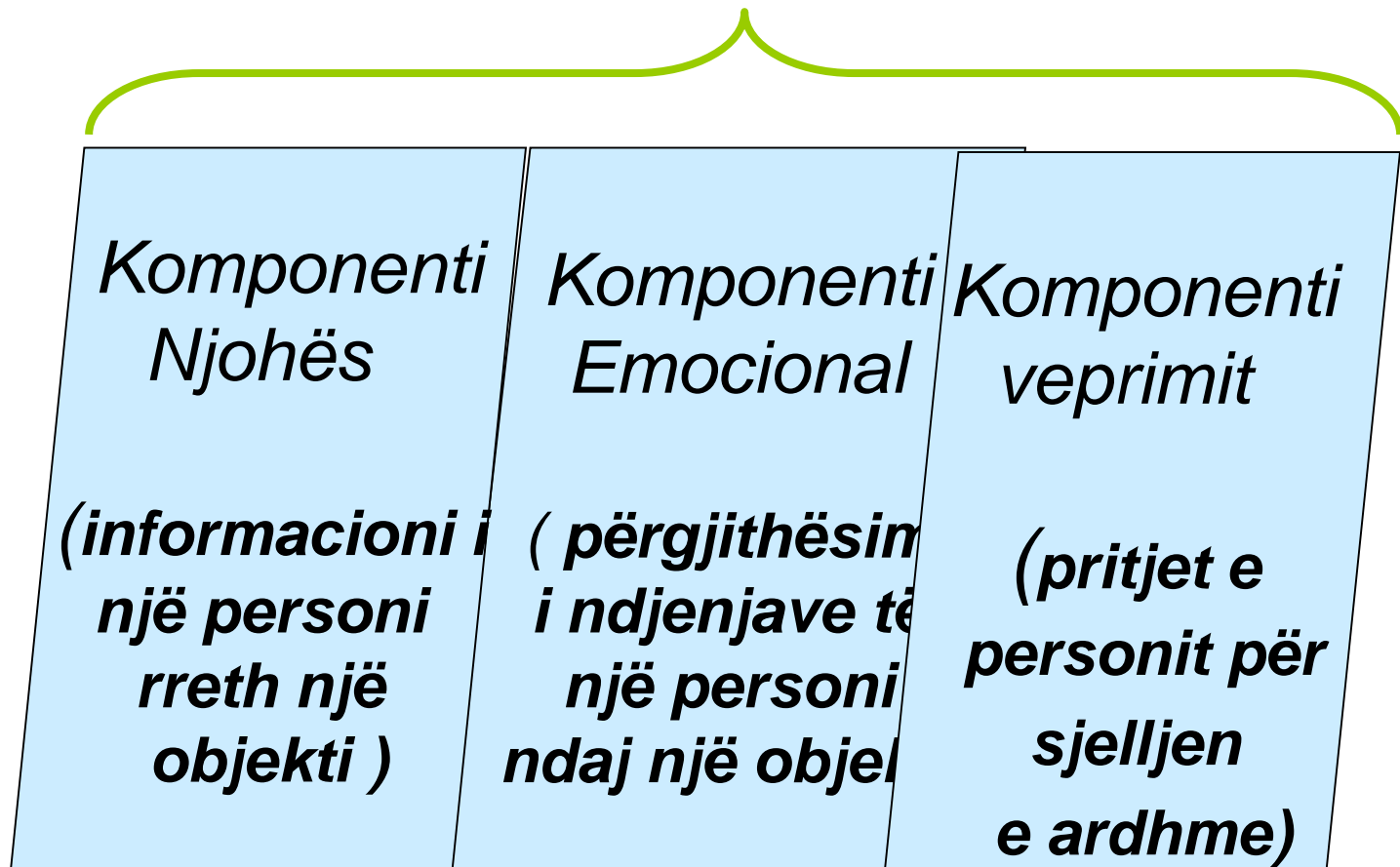
- Qëndrimet udhëheqin sjelljen
- Është më e thjeshtë të pyesësh për qëndrimet,
sesa të observosh dhe interpretosh sjelljen

Kërkimi qëndrimeve

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



Tre Komponentët e Qëndrimeve



Hartimi i pyetsoreve

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 - Përpjestimor e	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.
- Shembuj:
 - lojtarët e një skuadre futbollit
 - Gjinitë

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)**

Shkalla e matjes : zakonshme

Renditja e cilesise	Numri i pergjigjedhenesve 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 (Intervalore)

- 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 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	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fanta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pepsi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sprite	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
AC Cola	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

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

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 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 forte
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":

	Eks tre mis ht	Tep ër	Shu me	Indife rent	Shum e	Te pë r	Ekstre misht	
E këndshme								E pa-këndshme
Simpatike								Antipatike
Aktive								Pasive
Moderne								Jashtë mode
E pa ndershme								E ndershme
Pranë publikut			Hartimi i pyetsoreve					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 negativ per fjalet qe JU mendoni se pershkruajn banken „A”

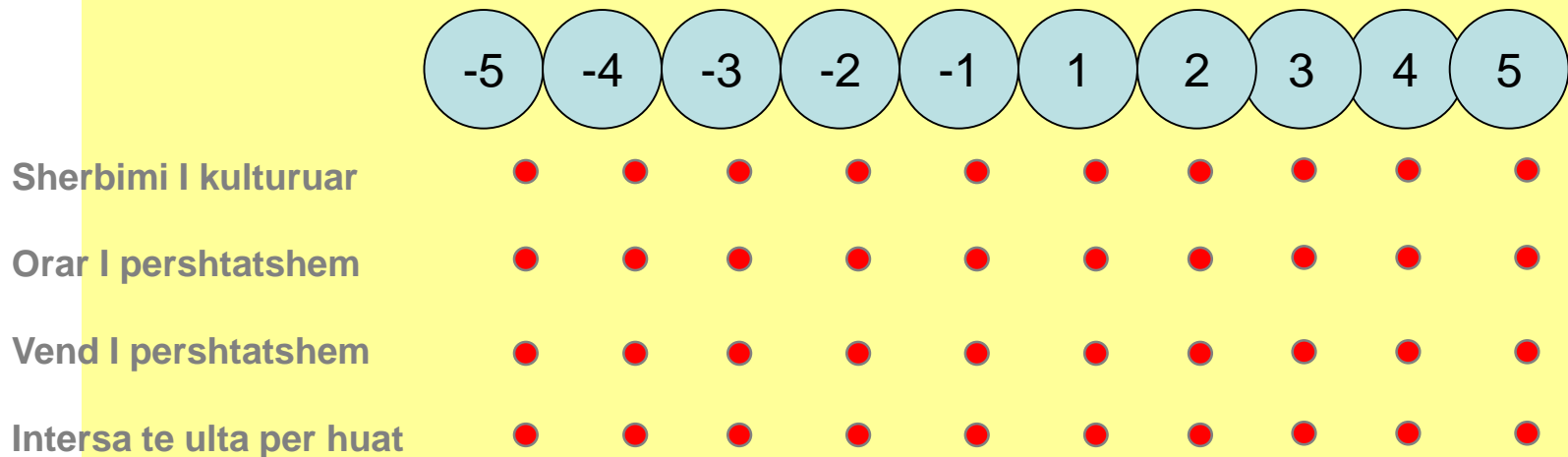
Sherbimi I kulturuar	●	●	●	●	●	●	●	Sherbimi jo I kulturuar
Orar I pershtatshem	●	●	●	●	●	●	●	Orar jo I pershtatshem
Vend I pershtatshem	●	●	●	●	●	●	●	Vend jo I pershtatshem
Intersa te ulta per huat	●	●	●	●	●	●	●	Intersa jo te ulta per huat

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 rëndësishme 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 ndyshme të shkallës pikturohen
- Formati duhet të jetë shprehës për t'iu përgjigjur dhe për të dhënë përgjigje të sigurta
- shembull: Shija e mjaltit drithrave është :



Shkallëzimi i veçantë

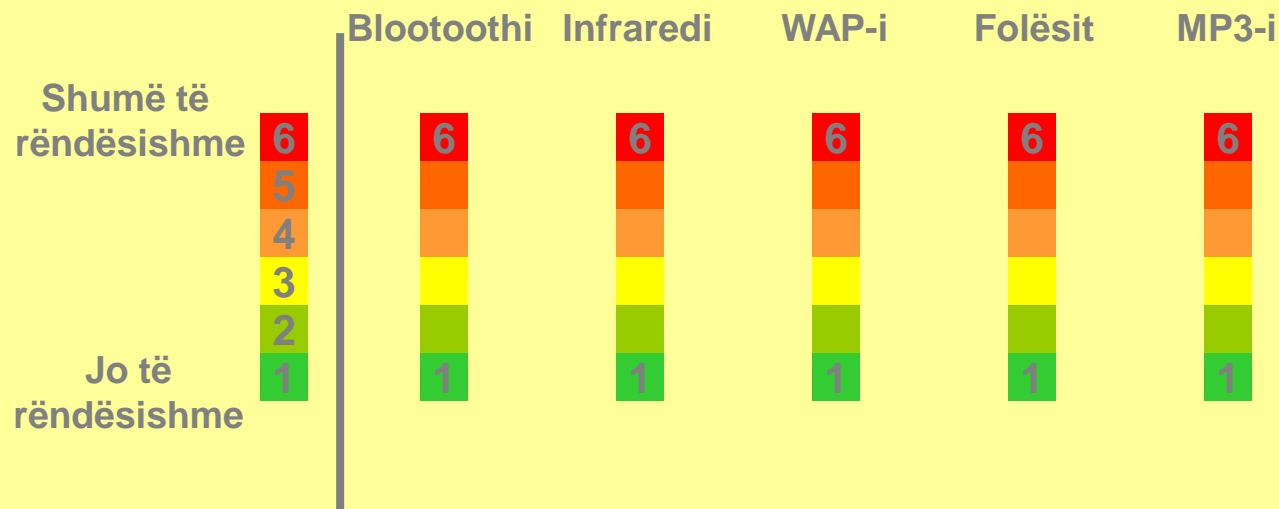


I-450-0106 © Matthias Kulka / The Stock Market

- **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



A

B



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

Pyetjet thelbësore



I-090-0187 © Lightscares / The Stock Market

- 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.

-
- Ju faleminderit per vemendjen!