



UNIVERSITETI - UNIVERSITY - UNIVERZITET
"HAXHI ZEQA"

METODAT E HULUMTIMIT KUANTITATIV

HYRJE NË METODAT E HULUMTIMIT KUANTITATIV

Ph.D. Fisnik Morina



SHKURT , 2018



METODAT E HULUMTIMIT KUANTITATIV

- Lënda: Metodatat e hulumtimit kuantitativ
- Viti I-rë, Semestri II, Departamenti: MBNJ
- Statusi i lëndes: Obligative
- Javët mësimore: 15 (3 orë ligjerata, 2 orë ushtrime)
- Mësimdhënes: Prof. Asoc. Dr. Florin Peci
Ph.D. Fisnik Morina
- Emaili: florin.peci@unhz.eu
fisnik.morina@unhz.eu

Qëllimet e lëndës:

- Krijimi i nje vizioni te integruar per metodat kuantitative në biznes dhe komponentet e tyre, analizimi dhe kuptimi i lidhjeve midis metodave dhe teknikave kërkimore në biznes, analiza e të dhënave, nxjerrja e përfundimeve shkencore, ngritja dhe perdorja e teorive per spjegimin dhe parashikimin e sjelljes së trendeve financiare në firmën e biznesit apo në institucionin financiar, dhe reagimi i grupeve të interesit.
- Këto jane metodat, teknikat dhe njohuritë me të cilat zgjerohet dija e drejtuesve të ardhshëm të biznesit dhe institucioneve financiare, të cilët ndjekin këtë disiplinë.

Përfitimet e studentit

- Njohuritë:
- ❖ Të përshkruajë dhe shpjegojë çfarë janë kërkimet në biznes dhe se si ato ndryshojnë nga sistemi i mbështetjes së vendimeve të biznesit dhe sistemet e inteligjencës në biznes.
- ❖ Të shpjegojë trendet që ndikojnë kërkimet në biznes dhe hierarkia në zhvillimin e vendim-marrjes në biznes.
- ❖ Të shpjegojë dallimin ndërmjet kërkimit të mirë në biznes dhe kërkimeve që cilësohen me mungesë të cilësisë profesionale.
- ❖ Të kuptojë, përshkruajë, dhe shpjegojë natyrën e procesit kërkimor.
- ❖ Të hartojë projekte kërkimore dhe zhvillojë ide mbi përfitimet për organizatën.

Përfitimet e studentit

- Aftësitë:
 - Aplikimi i njohurive themelore për kultivimin e aftësive kërkimore, organizuese dhe menaxheriale.
 - Zbatimi i etikës në vendin e punës dhe gjatë kërkimeve në biznes.
 - Përdorimi i metodave dhe teknikave të moderuara për një hulumtim shkencor në biznes dhe organizim efektiv të atij procesi në praktikë.
 - Identifikimi i metodave dhe teknikave të duhura kërkimore dhe aplikimi i tyre në rastin konkret në praktikë.
 - Këshillimi dhe puna ekipore në projekte kërkimore.

Metodologjia e mësimeve:

- Prezentimi i temës mësimore në Power Point
- Ushtrimet praktike në programin aplikativ SPSS
- Rast studimi apo detyrë (për orën e ushtrimeve) lidhur me temën e ligjëruar

Metodat e vlerësimit:

- Punimi hulumtues: 0-50%
- Provimi përfundimtar 0- 50%



Literatura bazë dhe literatura shtesë:

- Bob Matthews; Liz Ross - Metodatat e hulumtimit - Udhëzues praktik për shkencat sociale dhe humane
- Bardhyl CEKU Forcim KOLA – Metodatat e kërkimit
- **Literatura për ushtrime:**
- Besnik Krasniqi – Statistika me program kompjuterik SPSS
- Seref Kalayci – Teknikat statistikore me aplikim në SPSS

Plani i dizajnuar i mësimit në ushtrime

Java	Ligjerata që do të zhvillohet
Java e parë:	Hyrje në metodat e hulumtimit kuantitativ
Java e dytë:	Zhvillimi efektiv i pyetjes kërkimore, hipotezat dhe organizimi final i tezave të masterit
Java e tretë:	Rregullimi dhe paraqitja e të dhënave
Java e katërt:	Statistikat përshkruese
Java e pestë:	Testimi i hipotezave
Java e gjashtë:	Testet e hipotezave parametrike
Java e shtatë:	Analiza e korrelacionit
Java e tetë:	Analiza e variaciones (Anova – Manova)

Plani i dizajnuar i mësimit

Java e nëntë:	Analiza e kovariaces
Java e dhjetë	Regresioni i thjeshtë linear
Java e njëmbëdhjetë:	Modeli i regresionit të shumëfishtë linear
Java e dymbëdhjetë :	Analiza e regresionit logjistik
Java e trembëdhjetë:	Modeli i regresionit Probit
Java e katërbëdhjetë:	Analiza faktoriale
Java e pesëmbëdhjetë:	Prezentimi i punimeve hulumtuese

Ç'FARË ËSHTË KËRKIMI SHKENCOR

- Problemi kryesor me të cilin përballlemi në kushtet e tregut është plotësimi i nevojave dhe dëshirave të pakufizuara në mundësitë e kufizuara.
- Për të parashikuar këto nevoja dhe dëshira në të gjitha nivelet bëhet e domosdoshme mbledhja e informacionit si një element i rëndësishëm për vendimmarrje efektive dhe efektive.
- Në të gjithë kemi kureshtjen për dije sidomos kur ballafaqohemi me të panjohuren, prandaj kërkohet një hulumtim shkencor.
- **Kërkime në biznes** quhet procesi sistematik dhe objektiv i prodhimit të informacionit për ndihmuar vendimmarrjen.
- Në fakt kërkimi është arti i investigimit shkencor.

RENDESIA E KERKIMIT SHKENCOR

- Kerkimi shkencor siguron bazen per te gjitha politikat qeveritare ne sistemin ekonomik.
- Kerkimi shkencor ka rendesi ne zgjedhjen e problemeve te ndryshme operationale dhe te planifikimit te bizneseve dhe industrise.
- Kerkimi eshte i rendesishem per hulumtuesit e shkencave sociale ne studimin e marredhenieve shoqerore dhe problemet e ndryshme sociale.
- Kerkimet shkencore jane baze e sigurimit te te ardhurave per jetese te punetoreve shkencor.
- Per filozofet dhe mendimtaret kerkimi shkencor nenkupton krijimin e njohurive te reja.
- Per studentet kerkimi shkencor eshte i nevojshem per finalizimin e dijes ne produktin final-diploma

MOTIVIMI NE KERKIMIN SHKENCOR

13

- Ç'fare i shtyn njerezit qe te ndermarrin nje kerkim shkencor?
 - ▣ Dëshira për të marrë një diplomë në kerkim së bashku me përfitimet perkatese.
 - ▣ Dëshira për tu perballur me sfida në zgjidhjen e problemeve të pazgjidhura.
 - ▣ Dëshira për të marrë mirënjohje intelektuale për realizimin e një pune krijuese.
 - ▣ Dëshira për të kontribuar në shoqëri të gjere.
 - ▣ Dëshira për tu ndier I respektuar
- Megjithate kerkimi duhet te prodhoje njohje te qertifikuara pa te cilat nuk mund te merren vendime te mira.

KERKIMET NË BIZNES

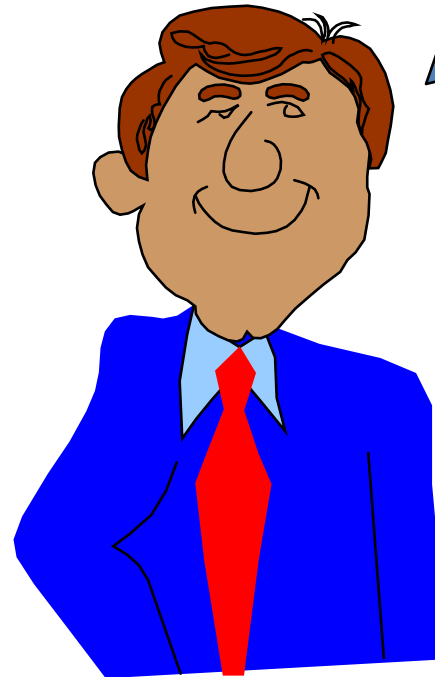
14

- Hetimi dhe kërkimi [research (*re-search*) - “search again”]
- Informacion duhet të jetë:
 1. shkencor; jo intuitiv ose i mbledhur rastësisht
 2. objektiv
 3. jopersonal
- Ndimon çdo aspekt të vendimmarrjes në një organizatatë ose institucion

INFORMACIONI

REDUKTON

PAGISURINË



Unë nuk di
nëse ne duhet të
aftësojmë kuadrin
për përdorimin e
teknologjisë
informatike?

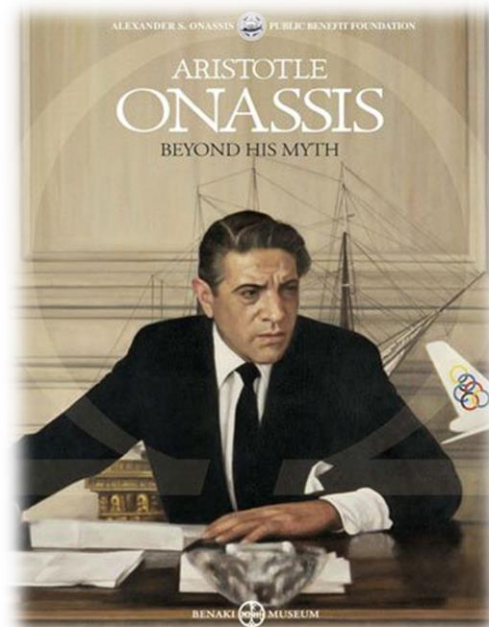
SHEMBUJ TË KËRKIMEVE BAZIKE

16

- A është sukse si i udhëheqësve ekzekutiv të ndërmarrjes në korrelacion (lidhje) me vetëdijen e tyre për nevojat për arritje të larta?
- A janë antarët e grupeve punuese kohesive më të kënaqur se antarët e grupeve me pak kohesive?
- A mashtrohen konsumatorët më shumë në situatat kur nuk angazhohen shumë për blerje?

“Sekreti i suksesit është me ditë ate që nuk e din dikush tjetër.”

Aristotle Onassis



KËRKIMET E APLIKUARA

- Ndërmirren kur duhet marrë vendim për zgjidhjen e një **problemi** specifik

SHEMBUJ TË KËRKIMEVE TË APPLIKUARA

- A duhet McDonald's të ofrojë për darkë pica italiane?
- Kërkimet e biznesit tregojnë se McDonald's nuk duhet të bëjë këtë.
- A duhet McDonalds të shtojë menynë me “kebbab”?
- A duhet BpB të ofrojë shërbimet bankare nëpërmjet Internetit?

Ju Faleminderit për vëmendje !

□ SUKSESE !

