



UNIVERSITETI - UNIVERSITY - UNIVERZITET

"HAXHI ZEQA"

METODAT DHE TEKNIKAT E HULUMTIMIT KUANTITATIV

PYETËSORET

Java 5

Ph.D. Fisnik Morina



MARS, 2018

METODAT DHE TEKNIKAT E HULUMTIMIT KUANTITATIV

2

- 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)
- Ph.D. Fisnik Morina
- Emaili: fisnik.morina@unhz.eu

Objektivat studimore

3

- Familjarizimi i studentëve me:
 - natyrën e anketimit,
 - pyetësin,
 - llojet e pyetësorit,
 - të metat dhe problemet që mund të shfaqen,
 - qasjet në evitimin e problemeve gjatë anketimit etj.

Kur përdoret pyetsori?

4

1. Për hulumtime përshkruese dhe shpjeguese

–Incidenca e një sëmundje të caktuar: sipas moshës, gjinisë, karakteristikave të tjera personale etj.

2. Hulumtime analitike

–ndërlidhja në mes të variablave

- Arsimi (E) dhe paga (W)

–inferenca statistikore

- Si ndikon E në rritjen e W?

- Nëse E rriten me një vit, atëherë për sa rritet W?

Llojet e pyetsoreve

5

1. Pyetësor të vet-administruar:

–zakonisht të kompletuara nga të anketuarit

- Përmes internetit - online
- Përmes emailit,
- Të dërguara me postë ose
- Të shpërndara tek secili i anketuar.

2. Anketat me telefon

3. Intervista të administruara nga anketuesi

–anketuesit personalisht anketojnë dhe plotësojnë pyetësorët.

Faktorë me rëndësi në pyetsor

6

- Sqarim i qëllimit të pyetësorit
- Dizajnim i kujdesshshëm i pyetjeve
 - Pyetësor i faqosur mirë
 - Ndikon në përgjigje dhe besueshmëri të të dhënave
- Anketimi pilot (testues)
- Administrim i planifikuar dhe ekzekutuar me kujdes

Hapat për përgatitjen e pyetsorit

7

1. Shqyrtimi i literaturës
2. Diskutim i pyetjeve me ekspertë të fushës përkatëse
3. Njohuria për vendin dhe kulturën
4. Pyetjet të jenë mirë të definuara
5. Qëllimi i hulumtimit
6. Nga pyetjet gjenerale kah ato specifike
7. Identifiko variablat që ju duhen të dhënat
8. Niveli i detajeve të kërkuara
9. Përcakto njësinë matëse për secilën pyetje

Kontrolli i përgjigjeve

8

- Pyetje që sigurojnë kontrollin e përgjigjeve (Cross-checking)
 - Pyetje të njëjta të parashtruara në formë tjetër
 - Shembull:
 - kur e keni humbur vendin e punës?
 - Sa kohë keni kaluar si i papunë?
- Krahasimi me të dhëna të natyrës së njëjtë nga burime të ndryshme
- Mundësi: Konsistenca në përgjigjet nuk tregon siguri/vlefshmëri: p.sh. të anektuarit mund ta kuptojnë të gjithë një pyetje njëjtë por që është ndryshe.

Kontrolli i përgjigjeve

9

Dizajnimi i pyetjeve:

- Shfrytëzo nga pyetësor të natyrës së njëjtë (përsëritje të rezultateve)
- Përshtat pyetjet e huazuara nga pyetësorët egzistues
- Parashtro pyetje të reja

Llojet e përgjigjeve:

- Përgjigje të hapura:
 - të anketuarit përgjigjen vet.
- Përgjigjet e mbyllura/të ndikuara :
 - ipet numër i caktuar i përgjigjeve alternative nga të cilat duhet të zgjidhet një ose më shumë përgjigje
 - më lehtë për tu plotësuar dhe krahasuar.

Kontrolli i përgjigjeve

10

Rendit përgjigjet në bazë logjike

- Lista e mundësive
- Kategoria (kur vetëm një përgjigjie mund të zgjidhet)
- Renditja për të matur rëndësinë relative
- Vlerësimi: qëndrimet pozitive/negative; pajtohem/nuk pajtohem
- Kuantitative: viti, paga, etj.
- Matrica: të dhënat për familjarët, në kolonë emrat dhe në rreshta pyetjet për secilin anëtarë (të komplikuar).

Kodimi i pyetjeve/përgjigjeve

Kontrolli i përgjigjeve

11

Forma e pyetëtorit:

- Jo shumë e gjatë, por mos u pushtoni nga gjatësia e pyetëtorit;
 - në dukje e mirë dhe qartë e shënuar (4-8 faqe për anketim direkt; në telefon rreth 30 minuta të mërzitshme).
- Pyetje të filtruara (kalo në pyetjen ____)
- Pyetjet e lehta më në fillim; më të vështira në mes e ato që mund ta iritojnë lexuesin në fund
 - edhe nëse nuk përgjigjet ke të dhënat e mëparme
- Letra përcjellëse/njoftuese: sqaron qëllimin e anketës

Testimi/anketa pilot

12

- Qëllimi i testimit: përmirësimi i pyetësorit
- Koha dhe shpenzimet
- Numri minimal 10 pyetësor (por varet nga mostra)
- Përfitimet që dalin nga testimi:
 1. Sa zgjat anketa
 2. Qartësia e udhëzimeve
 3. Cilat pyetje dhe përgjegjie të paqarta
 4. Cilat të vështira
 5. A ka munguar diçka
 6. Nëse faqosja ka qenë atraktive dhe
 7. Komentë të tjera

Administrimi i anketimit

13

- Qasja te të anketuarit
- Maksimizimi i normës së përgjigjieve në anketë
- Me postë dhe internet:
- Adresat e sakta
- Përcjell procesin (follow-up)
- Telefon

Llojet e pyetjeve

1. Variabla opinion (cka mendojnë të anketuarit për dicka; nëse e saktë ose jo);
2. Variabla për sjelljen (eksperiencë konkrete; se cka kanë bërë në të kaluarën; cka bëjnë sot, dhe cka do të bëjnë në të ardhmen);
3. Variabla për atributet/tiparet (karakteristikat e të anketuarve)

Gabimet e mostrimit

15

- Gabimi në përcaktimin e mostrës
 - referohen në dallimet në mes të mostrës dhe popullacionit .
 - Sa më e madhe mostra, ky gabim më i vogël
- Gabimet tjera
 1. Gabimet në grumbullimin e të dhënave,
 2. Mospërgjigjia dhe
 3. Selection bias/animi
 - Rritja e mostrës nuk zvogëlon këtë lloj të gabimit.

Gabimet gjatë grumbullimit të të dhënave

1. Gabimet e përfaqësimit - Mospërfaqësimi i dukurisë
2. Gabimet gjatë regjistrimit - Të rastit/pa qëllim (gjatë plotësimit të dokumentacionit, ndërrimit të numrave, etj);
–Të qëllimta

Kontrolli sasior: verifikimi i përfshirjes së njësive statistikore të vrojtuar dhe të të dhënave.

Kontrolli cilësor: saktësinë e të dhënave, kontrolli logjik, aritmetik dhe fizik.

Mospërgjigja: norma e përgjigjeve

17

Arsyet për mospërgjigje:

1. Refuzimi për tu përgjigjur
2. Paaftësia për tu përgjigjur
3. Pamundësia për të gjetur të anketuarit
4. Respondentët gjinden po pamundësia për ti kontaktuar.

Nëse nuk përgjigjen atëherë duhet të gjinden të tjerë të anketuar.

Përgjigjia anketave prej 35% konsiderohet si e arsyeshme, por varet nga teknika e grumbullimit të të dhënave.

Me postë përgjigjen rreth 50%

Me kontakt direkt 75%

Zgjedhje e anuar (Selection Bias)

18

Paraqitet kur në mostër disa anëtarë të popullacionit nuk mund të zgjedhen për tu përfshirë në mostër.

Ndodh për shkak të:

a. Mos-përdorimit të mostrës së rastit

- Nëse duam të vlerësojmë pagën mesatare të punëtorëve dhe anketojmë punëtorët që vijnë në mëngjes në punë, atëherë kjo përjashton ata në pushim, në udhëtim zyrtar dhe me gjysëm orar pune.

b. Gabimet në dizajnimin e mostrës

- Njerëzit e një profesioni jetojnë në hapësira të caktuara.
- Orari kur anketojmë familjet (gjatë ditës përjashton ata që punojnë)

c. Mos realizimi i planit të mostrimit

- anketuesit zgjedhin shtëpitë në afërsi, banesat në katet përdhese
– nga mostra e rastësishme në atë të përshtashme.

Zgjedhje e anuar (Selection Bias)

19

Kontaminimi i përgjigjeve:

- Mungesa e njohurive nga anketuesit
- Mundësia për tu ndikuar nga të tjerët
- Mundësia për tu ndikuar nga intervistuesi

Dizajnimi i mostres dhe i pyetsorit

20

- Anketa e fuqisë punëtore
- Qëllimi i hulumtimit:
 - (i) Analiza e problemit të papunësisë, dimensionet dhe struktura e papunësisë në Kosovë.
 - (ii) Vështrimi i kuadrit ligjor në Kosovë që ka lidhje me tregun e punës dhe papunësinë dhe stadi aktual i zhvillimit të institucionve dhe politikave të tregut të punës.
 - (iii) Analiza e eksperiencave të vendeve të tjera në tranzicion relevante me zhvillimet e tregut të punës në Kosovë.
 - (iv) Propozimi i rekomandimeve për zhvillimin e tregut të punës dhe të politikave të përshtashme të punësimit.
- Dizajnimi i pyetësorit për të siguruar përgjigje për të përmbushur qëllimet e hulumtimit
- Dizajnimi i mostrës për të marrë përgjigje kredibile

Dizajnimi i mostres dhe i pyetsorit

I. Mostra e anketës

- Vendbanimet urbane dhe rurale

– madhësia mesatare familjeve në zonat rurale është me lartë.

Tabela 4.4: Shpërndarja e mostrës së anketimit sipas vendeve urbane dhe rurale

Banorë	Familjet e anketuara	Përqindja
Urban	622	49.7
Rural	630	50.3
Gjithsejt	1252	100.0

- Regjionet

Tabela 4.6: Shpërndarja e mostrës në vendet rurale

Nr.	Regjionet	Gjithsejt fshatra	Përqindja	Mostra e fshtrave	Anketa
1	Prishtina	291	22%	14	140
2	Prizreni	227	18%	11	110
3	Peja	191	15%	9	90
4	Mitrovica	248	19%	12	120
5	Gjilani	172	13%	8	80
6	Ferizaj	100	8%	5	50
7	Gjakova	68	5%	3	30
	Gjithsejt	1297	100%	61	610

Dizajnimi i mostres dhe i pyetsorit

22

II. Definimi i njësive të anketimit

- Njësi e anketimit: familjet
 - kriteret të ndryshme për përcaktimin e familjes
 - Si rezultat i traditës, ekzistojnë fakte të besueshme se buxheti i përbashkët mund të përdoret për definimin e konceptit

III. Zhvillimi pyetësorit

IV. Testimi provues i pyetësorit

V. Zhvillimi anketës