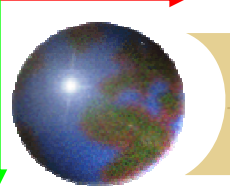


NGHIÊN CỨU MARKETING

Lý thuyết và ứng dụng

Chương 4:

CÁC THANG ĐIỂM ĐO LƯỜNG
TRONG NGHIÊN CỨU MARKETING



NỘI DUNG CHÍNH

- ✚ Đo lường và ý nghĩa của đo lường
- ✚ Các thang điểm đo lường
- ✚ Các tiêu chuẩn của một đo lường tốt
- ✚ Những khó khăn của việc đo lường và biện pháp khắc phục
- ✚ Đánh giá thang đo lường

cuuduongthancong.com



ĐO LƯỜNG VÀ Ý NGHĨA CỦA ĐO LƯỜNG

❖ Đo lường

❖ Đo lường trong nghiên cứu marketing là quá trình **gắn những con số hoặc các biểu tượng** đối với những **đặc tính của các sự vật, hiện tượng** nghiên cứu theo các nguyên tắc đã được xác định để có thể **đánh giá, so sánh và phân tích**.

❖ Ví dụ

- *Với nhãn hiệu nước mắt Chinsu, người ta có thể sử dụng những số 1, 2, 3, 4 và 5 để biểu thị, trong đó (1) hoàn toàn không thích, (2) không thích, (3) không quan tâm, (4) thích, (5) rất thích.*



ĐO LƯỜNG VÀ Ý NGHĨA CỦA ĐO LƯỜNG

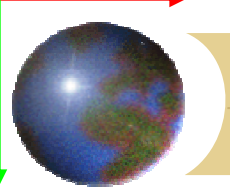
✚ Ý nghĩa

- ✚ Giúp cung cấp thông tin cho việc ra quyết định
- ✚ Biến các đặc tính của sự vật thành dạng có thể phân tích được

✚ Bốn loại thang đo lường

- ✚ **Biểu danh (Nominal scale)**
- ✚ **Thứ tự (Ordinal scale)**
- ✚ **Khoảng cách (Interval scale)**
- ✚ **Tỷ lệ (Ratio scale)**

→ Hai thang khoảng cách và tỉ lệ là thang điểm hệ mét (metric)



THANG ĐO LƯỜNG

✦ Thang đo **biểu danh** (Nominal scale)

- ✦ Thang đo biểu danh là thang đo sử dụng các con số hoặc kí tự đánh dấu để phân loại đối tượng hoặc sử dụng
- ✦ Thang đo biểu danh chỉ biểu hiện về mặt ý nghĩa biểu danh mà hoàn toàn không biểu hiện về định lượng của đối tượng đó.
- ✦ Nó tồn tại một quan hệ tương ứng một - một giữa con số và đối tượng: một đối tượng tương ứng chỉ với một con số và mỗi con số chỉ gắn với mỗi đối tượng.



THANG ĐO LƯỜNG

Thang đo **biểu danh** (Nominal scale)

▣ Ví dụ 1: *Giới tính của người trả lời*

+ Nữ (f)

+ Nam (m)

▣ Ví dụ 2: *Tình trạng hôn nhân của bạn là*

+ Đã có gia đình (1)

+ Chưa có gia đình (2)

▣ Ví dụ 2: *Điện thoại*

+ Số 0511 836934 Khoa QTKD



THANG ĐO LƯỜNG

❖ Thang đo thứ tự (Ordinal scale)

- ❖ Thang điểm này cung cấp thông tin về mối quan hệ thứ tự giữa các sự vật.
- ❖ Cấp độ của thang đo lường này bao gồm cả thông tin về sự biểu danh và xếp hạng theo thứ tự.
- ❖ Nó cho phép xác định một đặc tính của một sự vật này có hơn một sự vật khác hay không, nhưng không cho phép chỉ ra mức độ sự khác biệt này.
- ❖ Ví dụ: Xếp loại học tập trong lớp theo thứ tự 1, 2, 3, 4,...



THANG ĐO LƯỜNG

❖ Thang đo khoảng cách (Interval scale)

- ❑ Thang điểm khoảng có tất cả các thông tin của một thang thứ tự và nó còn cho phép so sánh sự khác nhau giữa các thứ tự đó.
- ❑ Các con số biểu thị những điểm cụ thể trên thang đo lường.
- ❑ Sự khác nhau giữa 1 và 2 bằng sự khác nhau giữa 3 và 4, và dĩ nhiên sự khác nhau giữa 2 và 4 bằng 2 lần sự khác nhau giữa 1 và 2.



THANG ĐO LƯỜNG

Thang đo khoảng cách (Interval scale)

- Anh chị hãy đánh giá tầm quan trọng của các yếu tố của một tiết mục quảng cáo

<i>Yếu tố</i>	<i>Rất quan trọng</i>	<i>Khá quan trọng</i>	<i>Quan trọng</i>	<i>Khá không quan trọng</i>	<i>Rất không quan trọng</i>
	<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>
<i>Thông tin về công ty</i>	☐	☐	☐	☐	☐
<i>Thông tin về SP</i>	☐	☐	☐	☐	☐
<i>Sự ngắn gọn, dễ nhớ</i>	☐	☐	☐	☐	☐
<i>Âm nhạc</i>	☐	☐	☐	☐	☐
<i>Hình ảnh</i>	☐	☐	☐	☐	☐



THANG ĐO LƯỜNG

❖ Thang đo tỉ lệ (Ratio scale)

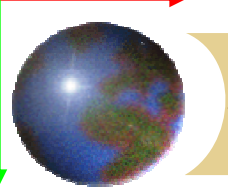
- ❑ Thang điểm tỷ lệ có tất cả các đặc điểm của thang định danh, thang thứ tự và thang khoảng cách và ngoài ra nó còn có điểm 0 (zero) cố định.
- ❑ Có thể xác định, xếp hạng thứ tự, so sánh các khoảng cách hay những sự khác biệt và cho phép tính toán tỷ lệ giữa các giá trị của thang đo.
- ❑ Người nghiên cứu có thể nói đến các khái niệm gấp đôi, một nửa.... trong thang đo này.



THANG ĐO LƯỜNG

✚ Thang đo tỉ lệ (Ratio scale)

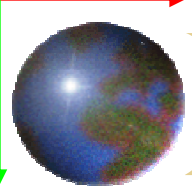
- ✚ Ví dụ người nghiên cứu có thể đặt câu hỏi để biết trong tổng số 100 điểm cố định, khách hàng đồng ý chia bao nhiêu điểm cho mỗi cửa hàng trong 5 cửa hàng nghiên cứu ở trên theo mức độ ưa thích của họ.
- ✚ Một tiêu dùng đã đánh giá cửa hàng
 - *Quốc Huy* *60 điểm*
 - *Thùy Trang* *20 điểm*
 - *như vậy cửa hàng Quốc Huy được ưa thích gấp 3 lần cửa hàng Thùy Trang.*
 - *Điểm zero là cố định, 0 điểm biểu thị rằng người này không ưa thích tý nào cửa hàng đó.*



PHÂN LOẠI KỸ THUẬT THANG ĐO

✚ Kỹ thuật thang đo so sánh

- ✚ Kỹ thuật thang đo so sánh liên quan đến sự so sánh trực tiếp các đối tượng.
- ✚ Những dữ liệu của thang so sánh phải được diễn giải về những quan hệ và đặc tính thứ tự của nó, vì vậy, người ta nói đó là những thang đo không thuộc hệ mét (thang đo thuộc hệ mét gồm thang đo khoảng cách và tỉ lệ).
- ✚ Kỹ thuật thang đo so sánh bao gồm
 - *thang điểm so sánh cặp*
 - *thang điểm thứ tự xếp hạng*
 - *thang điểm có tổng số không đổi*
 - *thang điểm Q- sort.*



PHÂN LOẠI KỸ THUẬT THANG ĐO

✚ Kỹ thuật thang đo so sánh

✚ thang điểm so sánh cặp

Ví dụ: Xác định sở thích của bạn đối với 5 loại dầu gội đầu bằng thang so sánh cặp, đối với mỗi cặp đề nghị chỉ ra nhãn hiệu được ưa thích hơn. Với (1) là nhãn hiệu biểu thị ở cột được ưa thích hơn và (0) là nhãn hiệu biểu thị ở dòng được ít ưa thích hơn.

	<i>A</i>	<i>B</i>	<i>C</i>	<i>D</i>	<i>E</i>
<i>A</i>	//	0	0	1	0
<i>B</i>	1	//	0	1	0
<i>C</i>	1	1	//	1	1
<i>D</i>	0	0	0	//	0
<i>E</i>	1	1	0	1	//

Ví dụ: Khi nghiên cứu sản phẩm xe máy, người ta sử dụng thang điểm đánh giá sau:

<i>Yếu tố quan trọng hơn</i>			<i>Cường độ của sự ưa thích</i>						
<i>Giá</i>	<i>hay</i>	<i>Độ bền</i>	<i>Ít</i>	1	2	3	4	5	<i>Nhiều</i>
<i>Giá</i>	<i>hay</i>	<i>Kiểu dáng</i>	<i>Ít</i>	1	2	3	4	5	<i>Nhiều</i>
<i>Giá</i>	<i>hay</i>	<i>Màu sắc</i>	<i>Ít</i>	1	2	3	4	5	<i>Nhiều</i>
<i>Độ bền</i>	<i>hay</i>	<i>Màu sắc</i>	<i>Ít</i>	1	2	3	4	5	<i>Nhiều</i>
<i>Kiểu dáng</i>	<i>Hay</i>	<i>Màu sắc</i>	<i>Ít</i>	1	2	3	4	5	<i>Nhiều</i>



PHÂN LOẠI KỸ THUẬT THANG ĐO

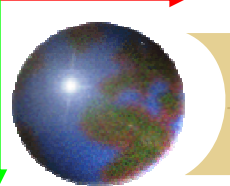
✚ Kỹ thuật thang đo so sánh

✚ thang điểm xếp hạng theo thứ tự

Ví dụ: Sử dụng thang điểm xếp hạng thứ tự trong một nghiên cứu đánh giá về chất lượng vitamin của người tiêu dùng:

Hãy xếp hạng theo thứ tự từ 1 đối với nhãn hiệu Vitamin bạn đánh giá là tốt nhất và 10 đối với nhãn hiệu đánh giá là kém nhất với các loại kem được liệt kê dưới đây:

- Berocca	-----
- Laroscorbine	-----
- OPC	-----
- Plenyl	-----
- Plussz Junior	-----
- Plussz Vitamin C	-----
- Plussz Multivitamin	-----
- Supradyne	-----
- Supra Vit	-----
- UPSA C	-----



PHÂN LOẠI KỸ THUẬT THANG ĐO

✚ Kỹ thuật thang đo so sánh

- ✚ thang điểm có tổng số không đổi

Ví dụ: Dưới đây là 7 đặc điểm của quần áo thể thao chơi tennis khi bạn chọn mua. Hãy chia 100% theo sự đánh giá của bạn về tầm quan trọng cho mỗi đặc điểm. Nếu đặc điểm nào càng quan trọng đối với bạn thì điểm số được đánh giá càng cao. Nếu đặc điểm nào hoàn toàn không quan trọng, bạn có thể không chia điểm cho nó. Khi bạn kết thúc, hãy kiểm tra lại một lần nữa để chắc chắn tổng số bạn đánh giá là 100%

- Tiện lợi khi mặc _____ %

- Bền _____ %

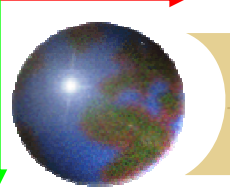
- Nhãn hiệu nổi tiếng _____ %

- Kiểu dáng _____ %

- Giá cả hợp lý _____ %

- Hợp thời trang _____ %

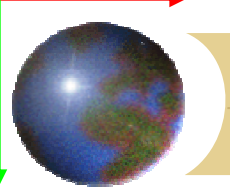
Cộng : 100 %



PHÂN LOẠI KỸ THUẬT THANG ĐO

✚ Kỹ thuật thang đo không so sánh

- ✚ Mỗi đối tượng được đo lường một cách độc lập (theo một tiêu chuẩn nào đó) không phải so sánh với một đối tượng khác khi tiến hành đánh giá.
- ✚ Kỹ thuật thang đo không so sánh bao gồm
 - *thang điểm tỷ lệ liên tục*
 - *thang điểm tượng hình (thang điểm đánh giá qua hình vẽ)*
 - *thang điểm Likert*
 - *thang điểm có ý nghĩa đối nghịch (đối lập) nhau*
 - *thang điểm Stapel*



PHÂN LOẠI KỸ THUẬT THANG ĐO

❖ Kỹ thuật thang đo không so sánh

❖ thang điểm tỷ lệ liên tục

- *Số lượng mục lựa chọn (2 hay 7...)*
- *Số mục trả lời (bao nhiêu cho đủ)*
- *Số các mục trả lời là chẵn hay lẻ*

cuu duong than cong. com

Ví dụ: Bạn thỏa mãn tới mức độ nào khi theo học ngành Quản trị kinh doanh

Rất thỏa mãn ☐

Khá thỏa mãn ☐

Không quan tâm ☐

Không thỏa mãn ☐

Rất khó chịu ☐ *cuu duong than cong. com*



PHÂN LOẠI KỸ THUẬT THANG ĐO

Kỹ thuật thang đo không so sánh

thang điểm tượng hình (thang đo đánh giá qua hình vẽ)

- Thang điểm tượng hình loại (I)

Ví dụ: Đề nghị bạn đánh giá mỗi đặc tính sau theo mức độ thỏa mãn của bạn trong cung cách phục vụ của thư viện. Đánh dấu (X) tại vị trí lựa chọn trên đường thẳng để phản ánh nhận xét của bạn:

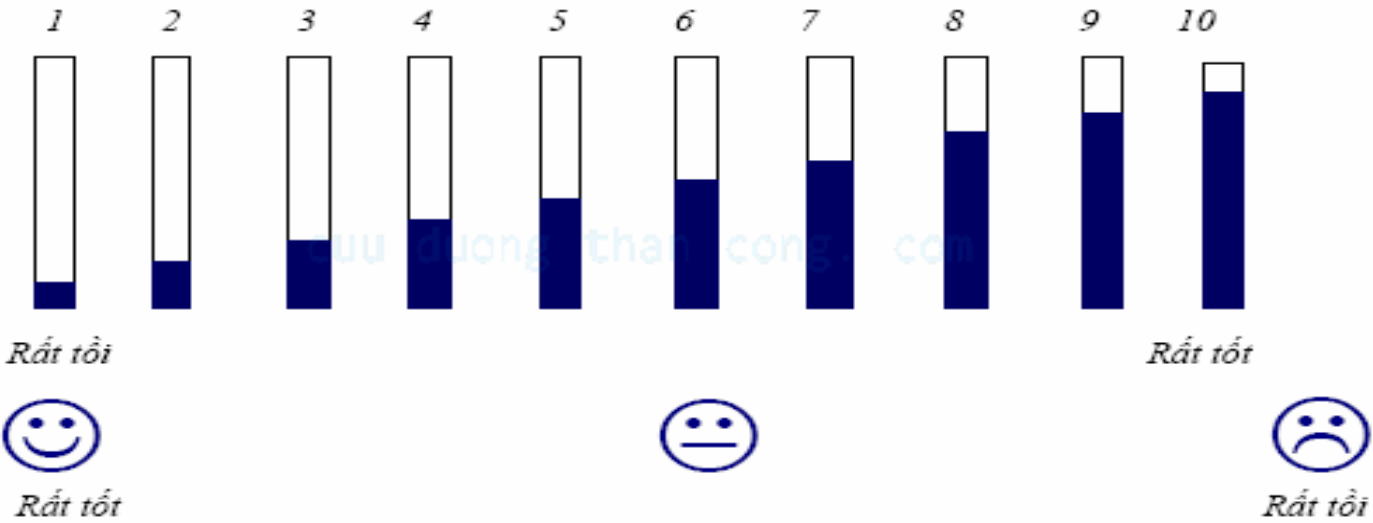


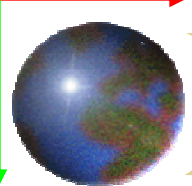
Rất thỏa mãn

Hoàn toàn không thỏa mãn

- Thang điểm tượng hình loại (II)

Sử dụng các hình vẽ hoặc các “thang nhiệt kế” để nói lên thích hay không thích hoặc ghét một sản phẩm nào đó.





PHÂN LOẠI KỸ THUẬT THANG ĐO

❖ Kỹ thuật thang đo không so sánh

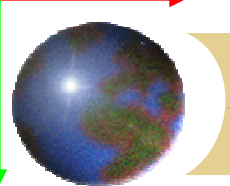
❑ thang điểm Likert

Phần đánh giá

Ví dụ: Sau đây là một mẫu thang điểm Likert được dùng để nghiên cứu sự đánh giá của khách hàng về hoạt động của một cửa hàng:

	Hoàn toàn đồng ý	Nói chung là đồng ý	Không có ý kiến	Không đồng ý	Hoàn toàn không đồng ý
Nhiều loại mặt hàng	1	2	3	4	5
Nhãn hiệu mỗi mặt hàng ít	1	2	3	4	5
Chất lượng cao	1	2	3	4	5

Phần mục



PHÂN LOẠI KỸ THUẬT THANG ĐO

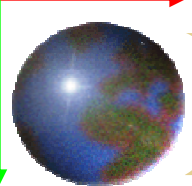
❖ Kỹ thuật thang đo không so sánh

- ❑ thang điểm có ý nghĩa (ngữ nghĩa) đối nghịch nhau

Ví dụ: Hãy cho biết suy nghĩ của anh (chị) về nhà hàng A bằng cách khoanh tròn số tương ứng với sự lựa chọn của anh (chị)

<i>Bàn</i>	<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>	<i>7</i>	<i>Sạch sẽ</i>
<i>Rẻ</i>	<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>	<i>7</i>	<i>Đắt</i>
<i>Phục vụ nhanh chóng</i>	<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>	<i>7</i>	<i>Phục vụ chậm</i>
<i>Ngon</i>	<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>	<i>7</i>	<i>Dở</i>

cuu duong than cong. com



PHÂN LOẠI KỸ THUẬT THANG ĐO

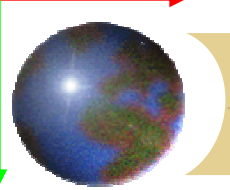
❖ Kỹ thuật thang đo không so sánh

❖ thang điểm stapel

Ví dụ: Thang điểm Stapel dùng để nghiên cứu nhận thức của khách hàng đối với nhà hàng A như sau. Hãy cho biết suy nghĩ của anh (chị) về nhà hàng A bằng cách đánh dấu vào vị trí tương ứng với sự lựa chọn của anh (chị)

	-3	-2	-1	0	+1	+2	+3
<i>Rẻ</i>	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
<i>Phục vụ nhanh chóng</i>	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
<i>Ngon</i>	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

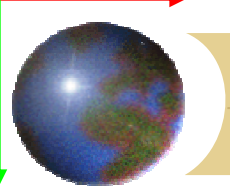
cuu duong than cong. com



KHÓ KHĂN CỦA VIỆC ĐO LƯỜNG

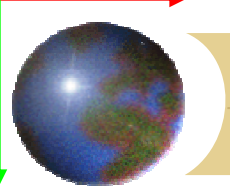
❖ Những sai lệch liên quan đến người hỏi

- ❑ Người được hỏi có thể không hiểu câu hỏi
- ❑ Người được hỏi có thể hiểu câu hỏi, muốn nhưng lại quên mất những thông tin cần thiết.
- ❑ Người được hỏi có thể hiểu rõ câu hỏi, có đầy đủ thông tin nhưng không muốn trả lời.
- ❑ Người được hỏi có thể hiểu câu hỏi, muốn trả lời nhưng không thể trả lời được do khả năng diễn đạt kém hoặc thiếu hiểu biết về những vấn đề được hỏi (hỏi sai đối tượng).



KHÓ KHĂN CỦA VIỆC ĐO LƯỜNG

- ❖ Những sai lệch liên quan đến công cụ điều tra, tức là do việc đặt câu hỏi
 - ❖ Câu hỏi dài và đơn điệu.
 - ❖ Sử dụng các thuật ngữ khó hiểu, không chính xác hoặc các chỉ dẫn không rõ ràng.
 - ❖ Hành văn không tốt, từ ngữ khó hiểu.
 - ❖ Khoảng trống để viết câu trả lời không đủ nên không diễn đạt hết (đối với câu hỏi mở).
 - ❖ Đặt câu hỏi có định kiến hay thành kiến.
 - ❖ Các cách thức xếp đặt câu hỏi thiếu mạch lạc, rời rạc, khó theo dõi.
 - ❖ Đặt câu hỏi đòi hỏi nhiều về trí nhớ.
 - ❖ Câu hỏi đi vào những vấn đề riêng tư khó tiết lộ.



CÁCH HẠN CHẾ NHỮNG KHÓ KHĂN

- ✿ Nên tiết kiệm số chủ đề.
- ✿ Triển khai những khái niệm về thuật ngữ cho mỗi nội dung trong bảng câu hỏi
- ✿ Cần quan tâm đến những khác biệt về văn hóa, ngôn ngữ và cách thức diễn tả của họ.
- ✿ Cập nhật các kỹ thuật đặt câu hỏi và trả lời.
- ✿ Tiên lượng xem phản ứng và thái độ của người trả lời.
- ✿ Thử nghiệm trước những câu hỏi và các điều chỉ dẫn cách trả lời trước khi tiến hành.