



A Scuola di
OPENCOESIONE

RACCOLTA DATI STATISTICI

Patrizia Grossi

Tratteremo:

- Sintesi delle prime 2 fasi della Raccolta Dati: “Specifica dei fabbisogni” e “Progettazione”

Strumento di Raccolta: **il QUESTIONARIO**

- Struttura
- Redazione
- Procedure di verifica

RACCOLTA DATI

- Creazione della cornice e selezione del campione
- Pianificazione
- Conduzione
- Tecniche di acquisizione



Dato e Conoscenza

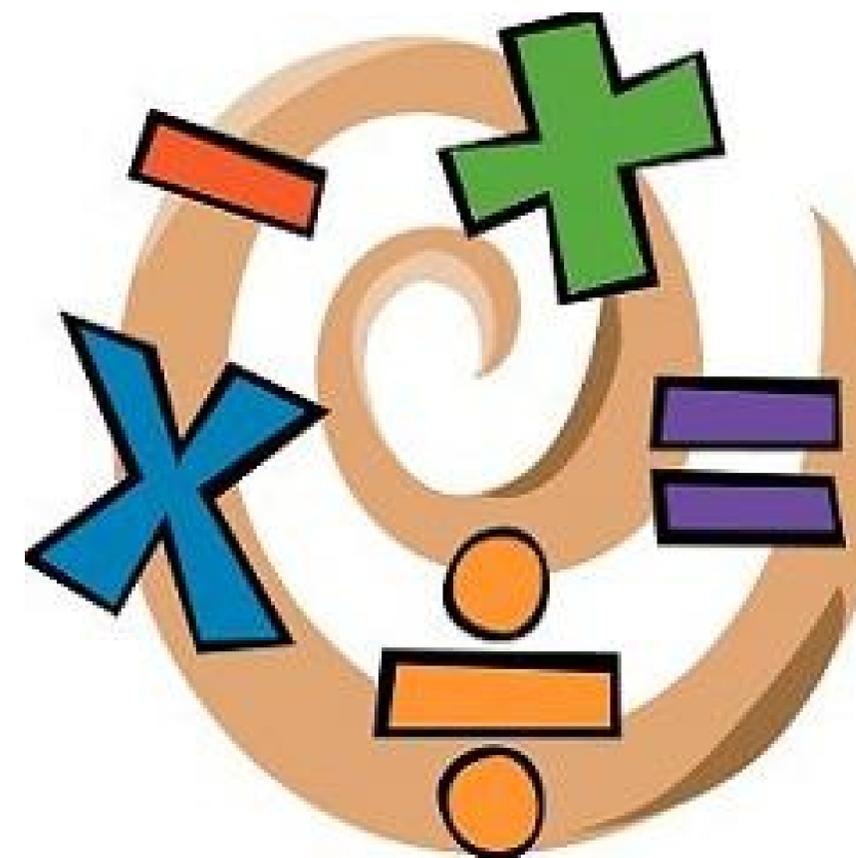
- **Dato → Informazione → Conoscenza**



- Il dato, in sé, non possiede valore, o meglio lo possiede solo in forma potenziale
- Grazie al processo di analisi, elaborazione, presentazione dei dati che si passa dal **dato** □ all'**informazione**
- Grazie al confronto di diverse informazioni, provenienti anche da fonti diverse, si passa **dall'informazione** □ **alla conoscenza**, attraverso la quale si può rispondere a domande del tipo “come” e “perché”

Indagine statistica

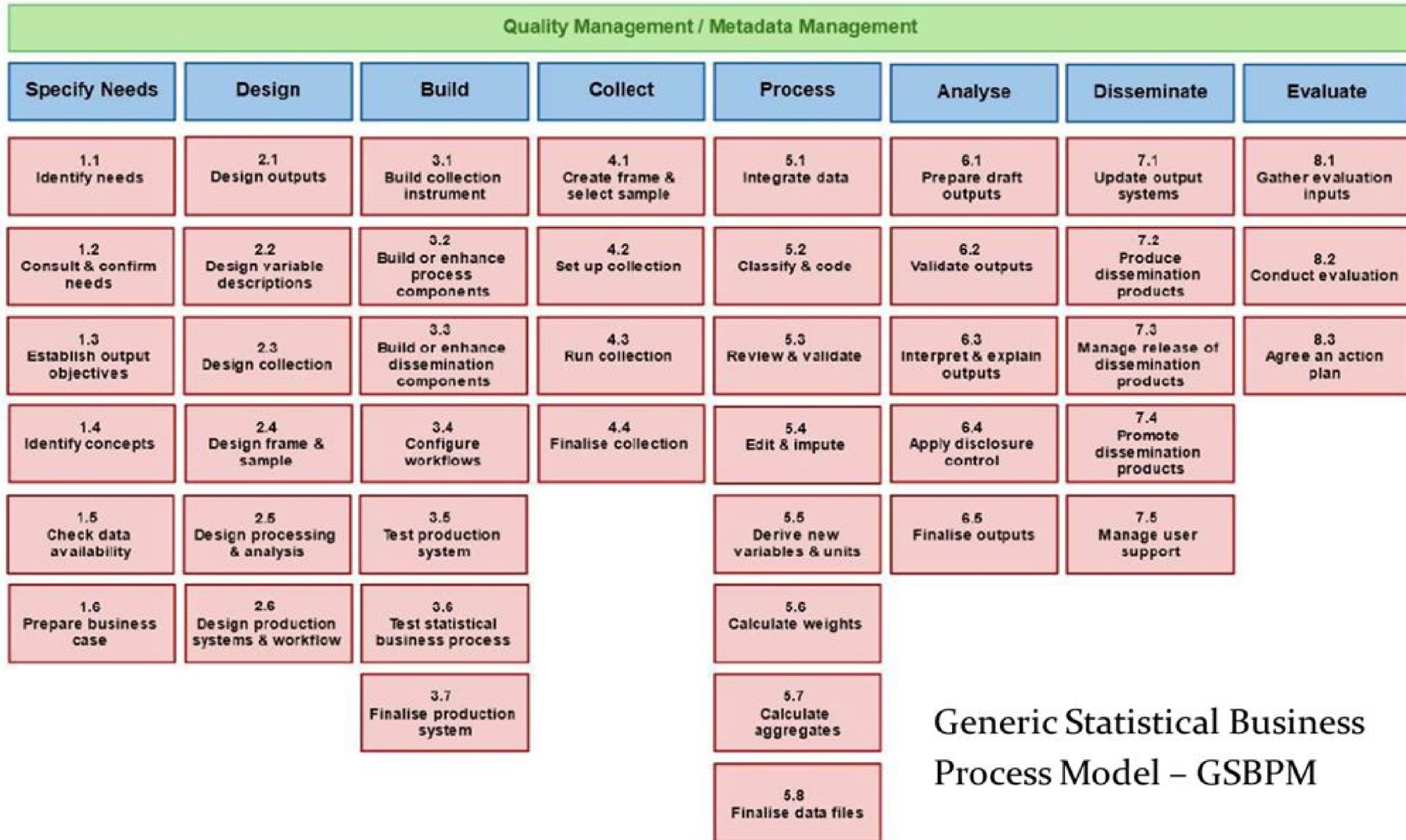
Un'indagine statistica è un processo produttivo complesso che ha come obiettivo **la produzione di informazione statistica**



L'acquisizione delle informazioni presso le unità rispondenti deve corrispondere alla soddisfazione di un'**esigenza conoscitiva**

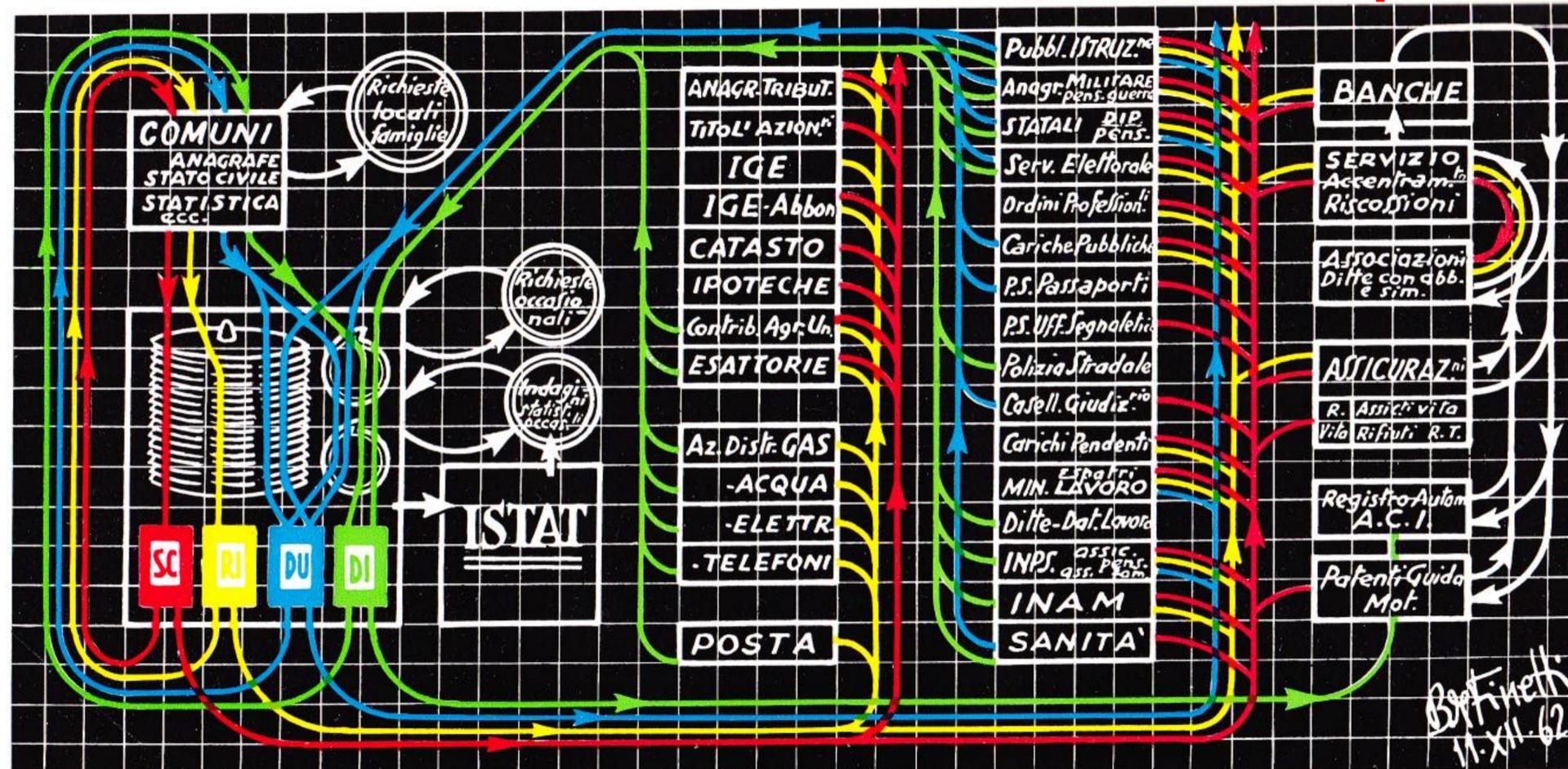
- oggetto della nostra ricerca -

questa fase è preceduta da un insieme complesso ed articolato di attività (Fase 1 e 2 del GSPBM) che permettano di raccogliere, per poi misurare, i diversi aspetti del fenomeno indagato

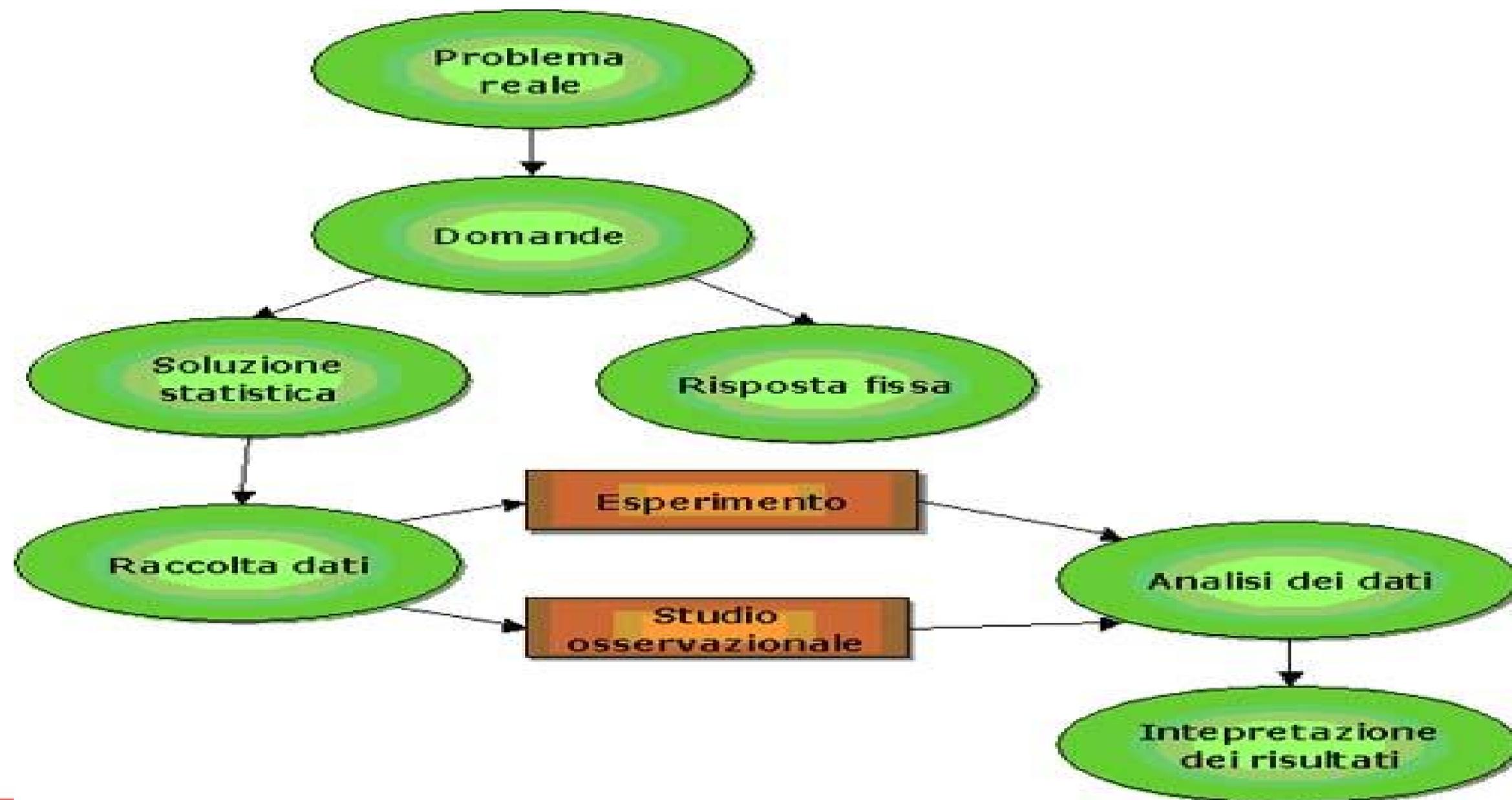


Generic Statistical Business Process Model – GSBPM

- **Nella Fase 1 “Specify needs”** vengono realizzati i sotto processi necessari ad individuare gli obiettivi di indagine e a tradurli in concetti che dovranno essere:
- **Comprensibili e accessibili per i rispondenti**
- **Misurabili/trasformabili nelle variabili statistiche per i ricercatori**



Nella Fase 2 “*Design*” sono descritte le attività di sviluppo e progettazione della ricerca necessaria a produrre risultati statistici, **i concetti, le metodologie, gli strumenti di raccolta e i processi operativi**



Strumento di Raccolta: il QUESTIONARIO

Lo strumento di osservazione scelto per la raccolta dei dati può considerarsi come un **filtro** posto tra l'osservatore e l'oggetto, cambiando il mezzo di osservazione dallo stesso oggetto possono ottenersi dati differenti, ed è per questo che la loro scelta influenza i dati dell'indagine

I dati possono essere raccolti attraverso:

- misurazione di entità oggettive
- dichiarazioni (questionario)

Rivestono particolare importanza ai fini della **qualità dei dati:**

- il questionario (strumento di raccolta)
- le tecniche di somministrazione
- il rilevatore



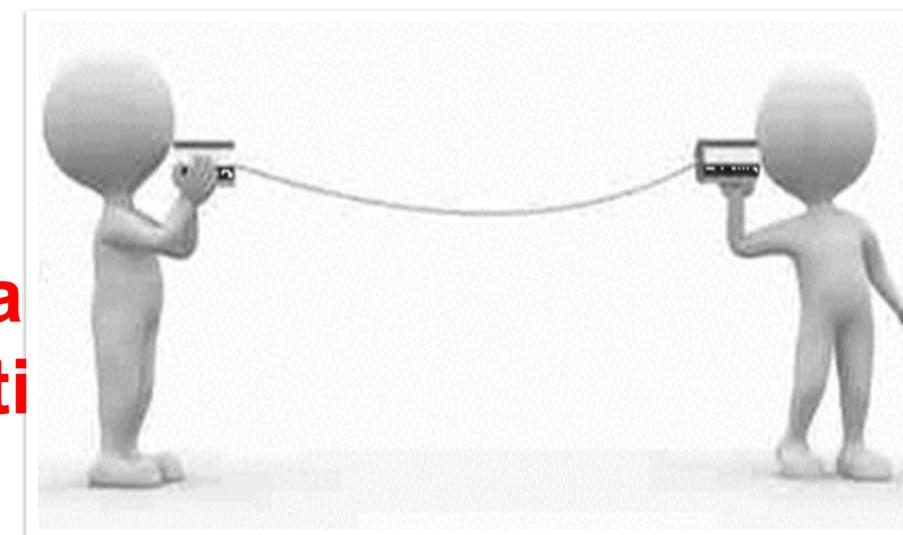
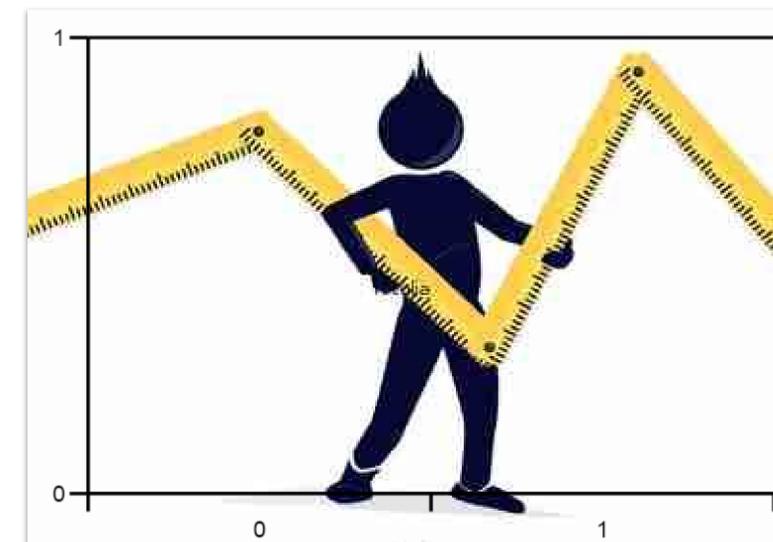
Finalità del questionario

La costruzione del **QUESTIONARIO** è un momento delicato nel quale viene richiesta competenza tecnica, abilità ed esperienza.

Affinché lo strumento si riveli adeguato a garantire la confrontabilità delle informazioni rilevate, si impongono 2 condizioni:

- **Le domande siano rivolte a tutti nella stessa forma**
- **Le domande abbiano lo stesso significato per tutti i rispondenti**

La **FUNZIONE** del questionario è quella di raccogliere informazioni sulle variabili qualitative e/o quantitative oggetto del fenomeno da indagare



Costruzione del questionario

3 stadi

1°

**Individuazione degli obiettivi e
definizione dei concetti**



2°

Redazione del questionario



3°

Verifica del questionario



Individuazione obiettivi

1°



La **FORMULAZIONE** delle domande dovrà suscitare lo stesso stimolo per tutti i rispondenti.

Due sono gli aspetti fondamentali da prendere in considerazione:

- **L'argomento che si vuole indagare**
- **La popolazione di riferimento**

- Costruire un buon questionario viene considerato come compito specifico del **ricercatore**
- Aiutare il rispondente, fornirgli chiarimenti e soprattutto motivarlo a rispondere, viene considerato come parte della sfera di attività e capacità di un buon **intervistatore**

Domande

1°

Stabilito il tema da affrontare, occorre decidere quanta libertà lasciare all'intervistato nell'articolare la risposta



Le DOMANDE si distinguono in

- Domande a risposta libera (**domande aperte**)
- Domande a risposta fissa predefinita (**domande chiuse**)

| Domande | Vantaggi | Svantaggi |
|---------------|---|---|
| Aperte | <ul style="list-style-type: none"> • Non condiziona la risposta • Utile per trattare argomenti delicati | <ul style="list-style-type: none"> • Elevato livello di arbitrarietà di chi intervista • Criticità nell'interpretazione delle risposte |
| Chiuse | <ul style="list-style-type: none"> • Elimina errori di scrittura • Facilita compito del rispondente • Stimola l'analisi e la riflessione • Riduce tempi di elaborazione | <ul style="list-style-type: none"> • Esclude le alternative di risposta non previste • Influenza risposte anche in chi non ha opinioni (le prime e le ultime modalità vengono più facilmente memorizzate) |

Linguaggio

2°



Non esiste un **LINGUAGGIO** facile o difficile in assoluto, ma alcuni accorgimenti possono essere adottati:

- usare **termini semplici**
- evitare domande troppo lunghe
- evitare troppe alternative di risposta
- evitare termini tecnici
- evitare definizioni ambigue
- evitare l'utilizzo di parole con significato dispregiativo o elogiativo
- evitare l'utilizzo di locuzioni poco conosciute
- evitare domande composte da più proposizioni e troppe specificazioni
- usare **termini precisi che indirizzino verso una corretta interpretazione della domanda**



Successione logica dei temi

2°



Spesso c'è la necessità di utilizzare molte domande per indagare uno stesso tema esistono alcune **tecniche** per gestire particolari gruppi di domande:

- La successione **a imbuto**: si passa da domande generali a domande più particolari per dare la possibilità al rispondente di focalizzare l'attenzione sul tema proposto. Facilita la raccolta di opinioni "non meditate"
- La successione **a imbuto rovesciato**: si fanno prima le domande specifiche e poi quelle più generali. Utile quando si desidera raccogliere opinioni "meditate" su un determinato argomento



Domande filtro

2°

Permettono di saltare uno o più quesiti successivi se sono verificate alcune condizioni. Sono utili quando:



- è necessario **indirizzare gruppi** particolari di rispondenti verso blocchi di domande specificamente rivolte a loro (es: occupati o non occupati)
- si vuole **evitare di porre quesiti fortemente dettagliati** quando è inutile (es. non fare domande sulle vacanze svolte nell'anno a coloro che dichiarano di non aver svolto vacanze nell'anno)
- si vogliono **evitare condizionamenti** nella risposta (es. non è opportuno chiedere opinioni sull'ultimo libro letto nei 12 mesi a chi non ha letto nessun libro nei 12 mesi: si rischierebbe di provocare risposte "forzate" date dal rispondente al solo scopo di non fare "brutta figura")



Scale di valutazione

2°

Il rispondente dovrà biffare la risposta più congeniale tenendo presente le alternative presenti



Si possono utilizzare:

- **scale numeriche:** ventaglio di punteggi da attribuire al fenomeno (da 0 a 5 oppure da 0 a 10)
- **scale verbali:** ventaglio di giudizi espressi con delle frasi da un minimo di due a un massimo di sei)



| | | | |
|-------|---------------|-----------------------------|------------------|
| 1. si | 1. per niente | 1. in assoluto disaccordo | 1. insufficiente |
| 2. no | 2. poco | 2. in disaccordo | 2. sufficiente |
| | 3. abbastanza | 3. in accordo | 3. discreto |
| | 4. molto | 4. completamente in accordo | 4. buono |
| | 5. non so | 5. non so | 5. ottimo |
| | | | 6. eccellente |

Modalità di somministrazione

2°

A seconda degli obiettivi e dell'estensione della ricerca, della popolazione di riferimento, dei tempi e dei costi della rilevazione



il questionario può essere somministrato in 3 modalità:

1. intervista diretta o faccia a faccia



2. autocompilazione



3. intervista telefonica



Procedura di Verifica

3°

Supporto irrinunciabile per un corretto giudizio di validità del questionario



Occorrerà:

- Svolgere una somministrazione **pilota**, per testare preventivamente il questionario (pre-test)
- Effettuare una **revisione** del questionario prima della somministrazione
- Valutare bene quale sarà la **durata** della somministrazione (non dovrebbe superare la mezz'ora)
- Decidere la **modalità** di somministrazione



Creazione della cornice e selezione



- Il **1° sottoprocesso** identifica e specifica la popolazione di interesse che può essere:
- **totale** (rilevazioni censuarie o censimento), quando viene osservata l'intera popolazione oggetto di studio
 - **campionaria**, quando si osserva solo un sottoinsieme della popolazione tecnicamente definito campione
 - **derivante da registri** amministrativi e statistici



Il **1° sottoprocesso** determina i criteri e la metodologia più appropriata da adottare, un'indagine può essere:

- **diretta**: i dati sono espressamente raccolti presso la popolazione oggetto di studio al fine di conoscere un determinato fenomeno
- **indiretta**: ci si rivolge ad una risorsa che ha già questi dati raccolti e classificati

Pianificazione della raccolta



Il **2° sottoprocesso** garantisce che le persone e la tecnologia siano pronti a raccogliere dati e metadati, in tutte le modalità previste.

Si svolge in un periodo di tempo prestabilito, in quanto include:

- la **pianificazione e formazione** del personale addetto alla raccolta dati,
- la **preparazione degli strumenti di raccolta** (stampa di questionari, pre-riempimento con dati esistenti, caricamento di questionari e dati sui computer, ecc.),
- la garanzia di **trasparenza e riservatezza** dei dati da raccogliere



Conduzione della raccolta

Il **3° sottoprocesso** identifica gli strumenti utilizzati per raccogliere le informazioni, include:



- la richiesta di **microdati grezzi** o aggregati prodotti all'origine, nonché tutti i metadati associati,
- l'inserimento manuale dei dati o la gestione delle attività di **rilevazione sul campo**, a seconda dell'origine e della modalità di raccolta.

Quando la raccolta raggiunge i suoi obiettivi, viene chiusa la fase e prodotto un **report**

Acquisizione dei DATI



- **Cartaceo**

cioè compilato a penna dal rispondente (nel caso di autocompilazione) o dal rilevatore (nel caso di intervista):



Tecnica PAPI
(Paper and Pencil Interviewing)

Tecnica CADI
(Computer Assisted Data Interviewing)

- **Informatizzato**

cioè compilato su un supporto informatico (tecniche Computer Assisted) dal rilevatore o direttamente dal rispondente:

Tecnica CAPI

(Computer Assisted Personal Interviewing):
l'intervistatore pone all'intervistato, faccia a faccia, le domande che appaiono sul computer e memorizza le risposte direttamente sul pc

Tecnica CATI

(Computer Assisted Telephone Interviewing):
l'intervistatore chiama al telefono il rispondente e gli pone le domande che in successione compaiono sul video e registra direttamente nella memoria elettronica le risposte fornite

Tecnica CAWI

(Computer Assisted Web Interviewing):
è il rispondente stesso a registrare le risposte sul computer collegandosi al sito indicato

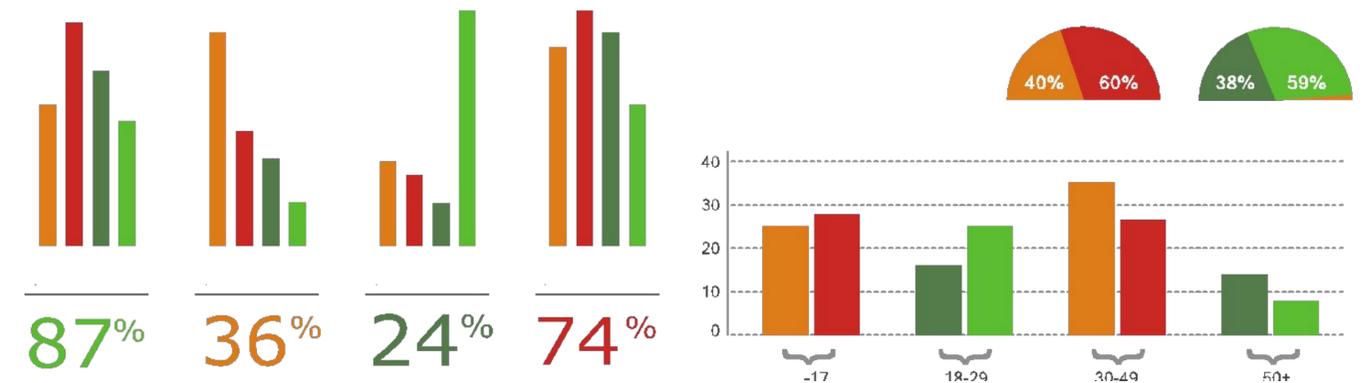
Vantaggi delle tecniche assistite da Computer

- le informazioni fornite dal rispondente vengono **immediatamente registrate** (evitando così il passaggio della trascrizione dal questionario cartaceo al computer)
- le domande filtro vengono **gestite automaticamente** (in base alla risposta fornita alla domanda filtro, è il sistema computerizzato a indirizzare alla domanda successiva)
- è immediato il controllo delle informazioni fornite dall'intervistato mediante **regole di coerenza e compatibilità** (il computer avvisa se risultano delle risposte incoerenti, ad esempio delle contraddizioni tra età e anno di nascita)





Per saperne di più



- **GSBPM 5.0** <https://statswiki.unece.org/display/GSBPM/GSBPM+v5.0>
- D. F. Iezzi, (2009) **Statistica per le scienze sociali. Dalla progettazione dell'indagine all'analisi dei dati**, Roma, Carrocci
- Girone G., (2009) **Statistica**, Roma, Cacucci
- Istat, (1989) **Manuale di tecniche di indagine 2 – Il questionario: progettazione, redazione e verifica**. Collana Metodi e Norme, Roma, Istat
- Istat, (1989) **Manuale di tecniche di indagine 3 – Tecniche di somministrazione del questionario**. Collana Metodi e Norme, Roma, Istat.



.... divertitevi!!!

Patrizia Grossi