

L'indagine campionaria

Soddisfa un fabbisogno informativo per il quale non esistono dati secondari.

Il fabbisogno riguarda la stima di una o più *caratteristiche* (parametri) di una *popolazione*.

La popolazione costituisce l'insieme *finito* delle unità statistiche, o elementi, di interesse, connotato dal punto di vista dell'estensione temporale e spaziale.

Indagine totale: enumerazione completa di tutte le unità della popolazione.

Un *campione* è un sottinsieme delle unità della popolazione, che la rappresenti con riferimento al problema oggetto di studio.

Perchè preferiamo il campionamento alla rilevazione totale?

- economicità
- tempestività
- accuratezza
- natura distruttiva della misurazione

Il piano dell'indagine

Formulazione del fabbisogno conoscitivo: definizione degli obiettivi; natura dell'informazione richiesta.

Definizione della popolazione

Definizione dell'unità di campionamento L'unità di campionamento (UC, *sampling unit*) è l'unità di base che contiene gli elementi della popolazione (UP).

Elenco delle unità di campionamento Lista (*frame*). Include informazioni ausiliarie (indirizzo) utilizzate dal metodo di campionamento e di stima.

Proprietà:

1. Tutti gli elementi della popolazione (UP) sono rappresentati nella lista (copertura),
2. senza duplicazioni
3. senza includere elementi estranei

Metodo di campionamento (*sampling design*)

1. Campionamento per individui (diretto): esiste una relazione biunivoca tra UP e UC
2. Campionamento per aggregati: UP sottinsieme di UC.

Natura del campionamento:

1. Campionamento probabilistico: le unità sono selezionate con meccanismo casuale e hanno tutte una probabilità nota e non nulla di essere selezionate. Def. (Cochran, p. 9, SSW)
 - (a) è possibile definire l'insieme dei campioni distinti che possono essere estratti dalla popolazione;
 - (b) a ciascuno dei campioni sappiamo associare una probabilità di selezione;
 - (c) tutte le unità della popolazione hanno una probabilità non nulla di essere estratte;
 - (d) esiste un meccanismo di selezione casuale che garantisce la selezione di ciascun campione secondo la probabilità teorica.

2. Campionamento non probabilistico: a scelta ragionata; per quote; bilanciato; di convenienza.

Rappresenta la modalità prevalente nelle ricerche di mercato (*quota sampling*), nei cd. Internet surveys e nei sondaggi di opinione, per i quali la tempestività è la dimensione più ricercata. Non consente inferenze sulle proprietà statistiche dei metodi di stima utilizzati. Il rischio di distorcere la rappresentatività della popolazione è elevato (*bias*).

Non richiede la lista.

Il campionamento per quote è la controparte non probabilistica del campionamento stratificato.

Numerosità campionaria Dalla numerosità campionaria dipende la precisione delle stime ed il costo della rilevazione.

Il questionario

Tecnica di intervista Intervista personale, telefonica, postale, CATI, CAPI.

Ricognizione delle risorse disponibili e analisi dei costi

Specificazione del piano di rilevazione

Spoglio e analisi dei risultati (stima)