



RICERCHE DI MARKETING 1

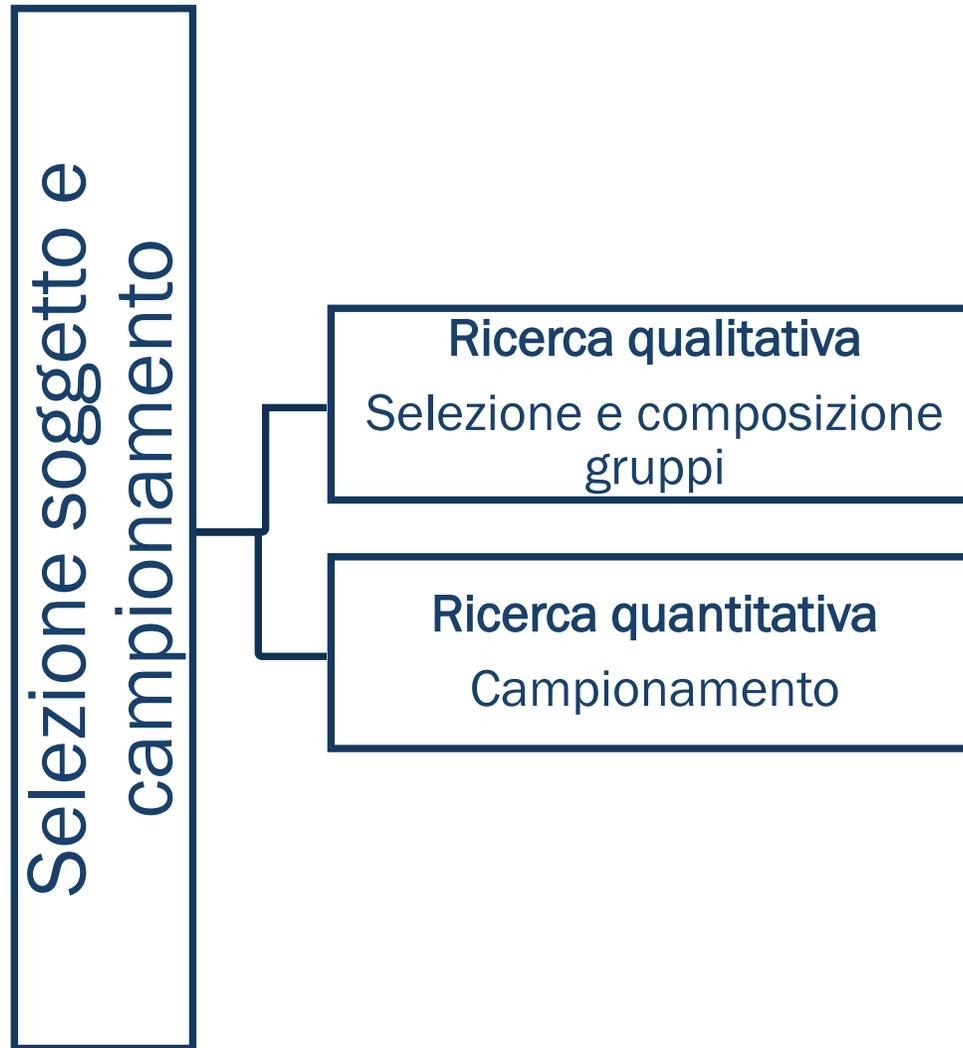
SELEZIONE DEI SOGGETTI E CAMPIONAMENTO

Patrizia de Luca



Raccolta informazioni

- Indagine censuaria (o esaustiva)
- Indagine campionaria (o parziale)
 - *Vincoli oggettivi (non si conosce la popolazione studiata)*
 - *Risparmio costi rilevazione*
 - *Riduzione tempi di raccolta*
 - *Vantaggi organizzativi*
 - *Vantaggi di approfondimento e accuratezza*



La selezione dei soggetti nella ricerca qualitativa

- Attenzione all'uso del termine «campionamento» nella ricerca qualitativa. Perché?
- Nella ricerca qualitativa la selezione dei soggetti è basata su **criteri intenzionali** fissati dai ricercatori in modo da renderli il più possibile in sintonia con l'oggetto di studio e con i quesiti di ricerca. (Glaser e Strauss, 1967; Miles e Huberman 1994; Patton, 1990)
- Le unità della popolazione da intervistare vengono selezionate in modo non probabilistico: i risultati vanno quindi riferiti solo a queste e **non sono generalizzabili** all'intera popolazione.

Quante interviste fare? Quanti casi selezionare?

■ Criterio della saturazione

- *Le interviste si fermano quando l'utilità marginale di una nuova intervista è nulla.*

Saturazione teorica – quando le informazioni che provengono da nuovi casi tendono a dare le stesse evidenze a supporto di una certa teoria (Glaser e Strauss, 1967)

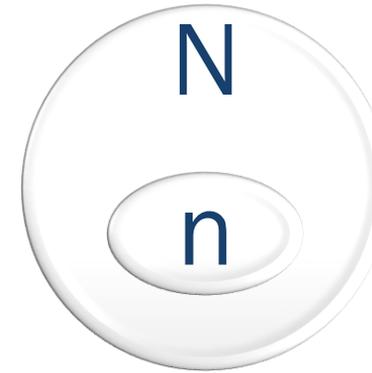
Saturazione delle informazioni – il campione viene costruito progressivamente, finché il ricercatore ha la sensazione di non imbattersi in nuove conoscenze quando prende in esame ulteriori casi (Bertaux, 1981)

Il campionamento nella ricerca quantitativa

Piani di campionamento

- Campionamento probabilistico (o casuale)
 - *Quando le unità della popolazione di riferimento hanno probabilità nota (in genere equi-probabilità), diversa da zero, di essere incluse nel campione*
- Campionamento non probabilistico
 - *Le unità della popolazione non hanno probabilità nota di essere incluse nel campione*
 - La conoscenza della popolazione non è necessaria
 - Il campione non probabilistico non consente l'inferenza statistica e quindi i risultati sono riferibili solo al campione
 - *Viene definito:*
 - In funzione di esigenze conoscitive specifiche
 - In funzione di alcune caratteristiche specifiche della popolazione

Campionamento probabilistico



Da una Popolazione N a un Campione n
In modo casuale

Lista di campionamento

E' necessario avere la lista completa delle unità che compongono la popolazione (lista di campionamento)

Tecniche di campionamento probabilistico

- C. casuale semplice
- C. casuale sistematico
- C. casuale stratificato
- C. a grappoli
- C. a due o più stadi

Tecniche di campionamento non probabilistico

- C. per quote
- C. a scelta ragionata
- C. a valanga o catena
- C. tramite esperti/testimoni privilegiati
- C. ripetuto (panel)