

# STATISTICA DEL TURISMO

UNIVERSITA' DEGLI STUDI DI MACERATA

STATISTICA

*Salvo Cannizzaro*

# **IL COMPITO DELLA STATISTICA**



**RAPPRESENTARE E STUDIARE QUANTITATIVAMENTE  
(NUMERICAMENTE) REALTA', EVENTI E  
FENOMENI COMPLESSI**

**E' SEMPLICE OSSERVARE E PERCEPIRE  
EVENTI SINGOLI O ISOLATI**

**MA COMPLESSO AVERE PERCEZIONI  
IMMEDIATE PER I FENOMENI COSTITUITI  
DA UN INSIEME DI MOLTI CASI**

**IN TALI SITUAZIONI LA RISPOSTA PROVIENE DA PIU' OSSERVAZIONI  
SINGOLE E PUNTUALI, MONTATE INSIEME CON OPPORTUNI  
PROCEDIMENTI DI SINTESI**



## **ESEMPIO**

- 1) Il prezzo di una camera di un preciso albergo di una città'**
- 2) Il prezzo "in genere" d'albergo della stessa città'**

**Nel primo caso basterà consultare il tariffario dell'albergo, mentre nel secondo caso occorre collezionare le osservazioni singole relative alle tariffe di tutti gli alberghi di quella città e sintetizzarle con opportuno metodo di calcolo**

**Nel primo caso la risposta precisa, misura singola osservata, costituisce il dato "MICRO"**

**Nel secondo il dato di sintesi è una misura dedotta da osservazioni plurime, il dato "MACRO" o "AGGREGATO"**

## **MICRODATO o DATO ELEMENTARE**

**è il dato osservato su un caso individuale di un fenomeno complesso misurato con finalità statistica**

## **MACRODATO o DATO AGGREGATO**

**è il dato di sintesi dei microdati che dà un'informazione aggregata per l'insieme dei casi osservati con finalità statistica**

**IL DATO MACRO RISULTA  
DALL'AGGREGAZIONE RAGIONATA DAI DATI MICRO**

**LA STATISTICA E' IL METODO DI RICERCA,  
costituito di un insieme di processi logici,  
di tecniche e di procedure,  
CHE CONSENTE DI AVERE MISURE DI  
SINTESI DEI FENOMENI COMPLESSI,  
che la mente umana non riesce a percepire  
con osservazioni isolate**

**E' UN METODO PER LA MISURAZIONE  
E LO STUDIO QUANTITATIVO DEI  
FENOMENI COMPLESSI, DUNQUE E' UN  
METODO MATEMATICO**

# DOVE SI UTILIZZA LA STATISTICA?

IN TUTTI I CAMPI DOVE OCCORRE MISURARE  
UN FENOMENO CON OSSERVAZIONI PLURIME

DUE PRINCIPALI AREE DI IMPIEGO

1. **NELLA TECNICA SPERIMENTALE**  
(*SINTETIZZA I MICRODATI GENERATI  
CON ESPERIMENTI RIPETUTI –  
Scienze naturali*)
2. **NELL'INDAGINE OSSERVAZIONALE**  
(*ELABORA I MICRODATI OTTENUTI  
DALL'OSSERVAZIONE DEI FATTI NON  
RIPRODUCIBILI SPERIMENTALMENTE*)

# **LA TECNICA STATISTICA**

**è l'insieme delle azioni e dei metodi pratici  
con i quali si realizzano, secondo piani stabiliti,  
la descrizione, la misurazione e l'analisi  
quantitativa dei fenomeni collettivi o di massa**

## **I FENOMENI COLLETTIVI O DI MASSA**

**sono costituiti da ampi insiemi di fatti o eventi singoli,  
omogenei ma variabili nelle manifestazioni individuali,  
non riproducibili con la tecnica dell'esperimento.**

**La conoscenza di tali fenomeni richiede  
una collezione di osservazioni singole,  
aggregati con opportuni procedimenti**

# **APPLICAZIONI DELLA STATISTICA**

## **SI DISTINGUONO IN BASE**

- **ALLA NATURA DEI FENOMENI** che possono essere:
    - a) generali (concernono tutta collettività o una parte considerevole)
    - b) particolari (riguardano una parte di essa ben circoscritta)
  - **ALL'INTERESSE A CONOSCERE** che possono essere:
    - a) generali (l'interesse a conoscere è di tutta la società o quasi)
    - b) particolari (l'interesse è di alcuni ambienti)
- 1) Se l'INTERESSE a conoscere è Generale qualsiasi sia la NATURA del fenomeno (generale o particolare) la statistica viene definita “Generale” o “Pubblica”
  - 2) Se l'INTERESSE è invece Particolare e la NATURA del fenomeno è Generale la statistica è “Privata”
  - 3) Qualora sia l'INTERESSE sia la NATURA sono di tipo Particolare si è in presenza di “Statistica Aziendale”

# LA STATISTICA GENERALE O PUBBLICA

1

*FINANZIATA DALLA COLLETTIVITA'*  
*RISULTATI PUBBLICI*  
*PRODOTTI DA ISTITUZIONI PUBBLICHE*

## INTERVIENE SU 4 AREE DI STUDIO

*STATISTICA AMBIENTALE (stato e modificazioni dell'ambiente)*  
*DEMOGRAFICA (stato ed evoluzione della popolazione)*  
*SOCIALE (relazioni degli individui nella società e con la società)*  
*ECONOMICA (relazioni di natura economica tra gli individui)*

*e' UFFICIALE se rispetta le disposizioni stabilite dalla legge*

*E' FINANZIATA DA CHI HA INTERESSE A CONOSCERE  
I RISULTATI SONO DI PROPRIETA' DI CHI FINANZIA  
E' PRODOTTA DA ISTITUTI PRIVATI DI RICERCA*

### **REALIZZA GENERALMENTE**

*RICERCHE DI MERCATO (per conoscere lo stato e il  
cambiamento dei fattori che agiscono negli scambi di  
beni e servizi)*

*SONDAGGI (per conoscere il comportamento di un gruppo  
di persone in determinate situazioni)*

*INDAGINI DI OPINIONE (per conoscere ciò che un gruppo  
di persone pensa su un determinato argomento)*

*RIGUARDA LA VITA DELL'AZIENDA ED E' DA ESSA FINANZIATA  
RISULTATI SONO PROPRIETA' DELL'AZIENDA  
GENERALMENTE E' PRODOTTA ALL'INTERNO DELL'AZIENDA*

### **HANNO PER OGGETTO**

*LE RISORSE INTERNE DELL'AZIENDA (Le dotazioni, il personale, la struttura dei costi, i ricavi, ecc.)*

*LE RISORSE "DI SCAMBIO" DELL'AZIENDA (Es. impresa alberghiera: i prodotti offerti, le giornate letto potenziali ed effettive, le tariffe, ecc.)*

*LE RISORSE ESTERNE DELL'AZIENDA (La domanda, la clientela, i fornitori, i rapporti con le agenzie di viaggio, ecc.)*

# **I PRODUTTORI DI STATISTICA**

**LA STATISTICA GENERALE E PUBBLICA E' PRODOTTA DA  
ENTI ED ISTITUTI PUBBLICI DI RICERCA**

**IN ITALIA E' PRODOTTA DAGLI ORGANI DEL  
SISTEMA STATISTICO NAZIONALE (SISTAN)  
CHE COMPRENDE LE SEGG. ISTITUZIONI:**

- 1) ISTITUTO NAZIONALE DI STATISTICA (ISTAT)  
è il massimo produttore  
coordina il sistema  
garantisce le metodologie e la qualità dell'informazione**
- 2) ISTITUTO DI STUDIO PER L'ANALISI ECONOMICA (ISAE)**
- 3) ISTITUTO NAZIONALE DI ECONOMIA AGRARIA (INEA)**
- 4) ISTITUTO PER LO SVILUPPO DELLA FORMAZIONE (ISFOL)**
- 5) ISTITUTO DI STUDI PER LA PROGRAMM. ECONOMICA (ISPE)**

**APPARTENGONO AL SISTAN ANCHE I SEGUENTI**

**UFFICI DI STATISTICA:**

- **AMMINISTRAZIONI CENTRALI DELLO STATO**
  - **ENTI PUBBLICI NAZIONALI**
  - **AMMINISTRAZIONI REGIONALI**
  - **AMMINISTRAZIONI PROVINCIALI**
  - **AMMINISTRAZIONI COMUNALI**
- **CAMERE DI COMMERCIO, INDUSTRIA, ARTIGIANATO**
- **UNIVERSITA'**
- **ALTRI ENTI E SOGGETTI PUBBLICI**

**DUE FONDAMENTALI PRINCIPI CARATTERIZZANO  
LA RICERCA DEL SISTAN: OBBLIGO DELLA RISPOSTA  
DEGLI INTERVISTATI E VINCOLO DI SEGRETEZZA.**

# **ALTRA RICERCA GENERALE PUBBLICA NON UFFICIALE, NON ADERENTE AL SISTAN**

**SIA ENTI PUBBLICI CHE PRIVATI:**

- 1) BANCA D'ITALIA (in materia di consumi e di bilancia di pagamento delle famiglie)**
- 2) UFFICIO ITALIANO DEI CAMBI (sull'interscambio turistico internazionale dell'Italia)**

## **ISTITUTI DI RICERCA A LIVELLO INTERNAZIONALE**

(Attingono dati già prodotti dalle istituzioni nazionali)

ONU e sue filiazioni: FAO, UNESCO, OMS, OMT

ILO (Organizz. Internaz. Del Lavoro)

OCSE (Organizz. per la Cooper. e lo Sviluppo Econom.)

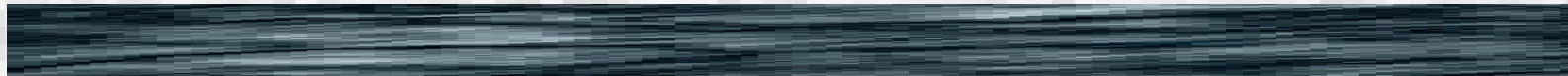
EUROSTAT (Ufficio Statistico Europeo)

# **RICERCHE DI MERCATO, SONDAGGI E INDAGINI DI OPINIONI**

SONO SVOLTI DA ISTITUTI DI RICERCA PRIVATI  
ASSOCIATI ALL' ASSIRM (Ass. Ist. di Ric di Merc.)  
Ricerca solitamente richiesta dalla committenza

## **LA STATISTICA AZIENDALE**

SVOLTA ALL'INTERNO DELLA STESSA AZIENDA E  
COMMISSIONATA A ISTITUTI DI RICERCA PRIVATI



# UTILIZZATORI DEI DATI STATISTICI

COSTITUISCONO UNA BASE CONOSCITIVA IN MOLTI  
PROCESSI DI DECISIONE

NE FANNO USO:

- LE ISTITUZIONI PUBBLICHE
- IL MONDO DELLA CULTURA
- GLI OPERATORI ECONOMICI
- IL MONDO DELLE ORGANIZZAZIONI ED ASSOCIAZIONI
  - I MEZZI DI INFORMAZIONE E DI COMUNICAZIONE
- I PRIVATI CITTADINI A SCOPI CULTURALI O PER LE DECISIONI
  - ORGANISMI INTERNAZIONALI E IMPRESE
- LE GENERAZIONI FUTURE COME MEMORIA STORICA



# FENOMENI STATISTICI E LORO MISURE

## POPOLAZIONE (COLLETTIVO, UNIVERSO)

Insieme delle unità in cui si manifesta il fenomeno

- DEFINITO (composto da un numero finito e conoscibile di unità)
- INDEFINITO ( numero indefinito o non numerabile)

UNITA' STATISTICA (Unità elementare del collettivo, caso individuale oggetto di osservazione)

Può essere: una persona, una cosa, un'operazione  
Può essere SEMPLICE o COMPOSTA

UNITA' RISPONDENTE (quella che fornisce il dato elem.)  
Può essere: una unità statistica, una parte (il capofamiglia),  
un soggetto avente titolo (il medico per i pazienti)

# CARATTERI STATISTICI E LORO MODALITA'

I caratteri statistici si dividono in:

QUALITATIVI (si esprimono con nomi o aggettivi)

QUANTITATIVI (sono una grandezza misurabile o numerabile)

LA MODALITA' è ogni aspetto che può assumere il carattere (il sesso assume le modalità: maschio o femmina, i componenti di una famiglia: 1, 2, 3, x persone)

I caratteri in base alla MODALITA' possono essere:

CARATTERI QUALITATIVI (rettilinei, ciclici, sconnessi)

CARATTERI QUANTITATIVI (discreti: hanno intervalli fissi, continui: non esistono intervalli fissi)

Per i numerosi valori che può avere il carattere quantitativo si fa uso delle CLASSI o degli INTERVALLI DI VALORE

I caratteri si distinguono pure in **chiusi, aperti, misti, strutturati**

## MISURE DEI CARATTERI

La misura statistica dei **caratteri qualitativi** è la **FREQUENZA**

cioè il numero delle unità statistiche del collettivo che si trovano in ciascuna modalità dello stesso carattere (es. il n. di alberghi con la stessa qualità/n. di stelle).

Le misure statistiche dei **caratteri quantitativi** sono la **FREQUENZA**, cioè il n. delle unità del collettivo che si trovano in ciascuna modalità numerica (es. il n. di alberghi con le stesse n. di stanze), e la **INTENSITA'**, cioè il valore complessivo del carattere quantitativo nelle unità statistiche che appartengono a ciascuna modalità (il n. complessivo delle stanze).

Nel determinare l'intensità dei caratteri quantitativi vi sono problemi nel caso le modalità dei caratteri si organizzino per "classi". In tal caso va utilizzato attraverso **criteri di stima** il **Valore centrale** (la semisomma dei termini estremi della distribuzione - es. delle durata in gg. delle vacanze)

## **LE FREQUENZE E LE INTENSITA' SI ESPRIMONO CON:**

**VALORI ASSOLUTI** (risultano dalle enumerazioni dei casi osservati)

**VALORI RELATIVI** (dati dal risultato di operazioni, rivolte ad accrescere l'uso comparativo dei valori assoluti – es. il rapporto della singola modalità con il totale o le percentuali)

Per i soli caratteri ordinabili si usano anche i **VALORI CUMULATI , assoluti e relativi**, che sommano progressivamente i valori delle modalità dalla prima alla ennesima, presa in considerazione.

# **IL PERCORSO DELLA STATISTICA**

## **A) PRODUZIONE DEI MACRODATI O RILEVAZIONE STATISTICA**

Fasi

- 1)** Ideazione e progettazione della rilevazione statistica  
(sottofasi: perché, che cosa, dove, come, quando osservare)
- 2)** Raccolta delle informazioni singole o microdati
- 3)** Elaborazione dei dati
- 4)** Presentazione dei macrodati (rappresentazione tabellare e grafica)

## **B) ANALISI DEI MACRODATI**

Fasi

- 1)** Analisi delle distribuzioni semplici  
(determinare i valori medi, studiare la variabilità, rapporti statistici)
- 2)** Analisi delle distribuzioni multiple (Relazioni statistiche)
- 3)** Confronti territoriali e spaziali dei macrodati  
(Analisi delle serie storiche e territoriali)
- 4)** Interpretazioni e considerazioni di sintesi (Studio di regolarità statistiche:leggi – Redazione di rapporti)

# LA PRODUZIONE DEI MACRODATI

Il passaggio dai microdati a i macrodati si realizza attraverso la **RILEVAZIONE STATISTICA** articolata in 4 fasi.

## 1° fase

### IDEAZIONE E PROGETTAZIONE DELLA RILEVAZIONE

Rappresenta il piano di rilevazione – richiede un preliminare studio della materia da indagare – individuare gli aspetti misurabili – stabilire: perché, che cosa, dove, come e quando osservare.

- **Perché**

indicare con chiarezza gli obiettivi della rilevazione

- **Che cosa**

- definire l'oggetto dell'indagine (*cosa è la vacanza?*)
- definire i collettivi di indagine (*quali persone indagare*)
- scegliere i caratteri da osservare (*tipo di alloggio, periodo*)
- adottare le classificazioni delle modalità (*le classi di durata della vacanza, in giorni*)

- **Dove**

- individuare il campo di osservazione (*territorio dell'indag.*)
- individuare le unità di rilevazione (*famiglie o singoli*)
- scegliere la sede di raccolta dei microdati (*le abitazioni, gli alberghi, ecc.*)

- **Come**

- il tipo di rilevazione (*modalità di accesso ai dati, fonti, periodo, universo, campione*)
- il modello o questionario di rilevazione (*risposta chiusa o aperta, unica o multipla*)
- il metodo di raccolta dati (*questionario, intervista, face to face*)
- gli aspetti organizzativi

- **Quando**

- definire l'arco temporale al quale si devono riferire i dati (*occasional, periodici, continui*)
- definire il calendario delle operazioni di rilevazione (*piano di rilevazione*)

# CLASSIFICAZIONI DELLE RILEVAZIONI STATISTICHE

Le rilevazioni statistiche possono essere classificate secondo i seguenti criteri.

## 1) In relazione alla **NATURA DEI FENOMENI**

- **Rivelazioni istantanee** (es. consistenza degli alberghi a una certa data)
- **Rilevazioni continue**, per fenomeni di flusso (es. movimento demografico)
- **Rilevazioni per intervalli** (es. prezzi al consumo rilevati a metà del mese)

## 2) In relazione alla **PERIODICITA' DELLA RILEVAZIONE**

- **Rilevazioni occasionali** o saltuarie (indagini sul disagio giovanile)
- **Rilevazioni periodiche**, ripetute ad intervalli regolari (mese, anno, trimestre...)
- **Rilevazioni continue** (movimento anagrafico)

### 3) In relazione alla **FONTE DEI DATI**

- **Rilevazioni dirette**, microdati forniti direttamente dalle unità statistiche o rispondenti (es. censimento popolazione)
- **Rilevazioni indirette**, microdati dedotti da fenomeni collegati (n. dei viaggiatori stradali dedotto dai veicoli in transito)
- **Rilevazioni amministrative**, microdato sottoprodotto di un atto amministrativo (n. alberghi in base alle licenze rilasciate)

### 4) In relazione al **MODO DI ACCESSO** ai dati

- **Rilevazioni automatiche**, è l'unità statistica a consegnare il microdato (il cliente dell'albergo)
- **Rilevazioni riflesse** (il microdato è prelevato presso l'unità statistica da un rilevatore)

5) In relazione all'**ENTE PRODUTTORE** dei dati

- **Rilevazioni private**, svolte da istituti di ricerca privati
- **Rilevazioni pubbliche**, svolte da enti pubblici (Consumi delle famiglie rilevati da Banca d'Italia)
- **Rilevazioni pubbliche e ufficiali**, svolte da un organo del SISTAN (Consumi delle famiglie rilevati da ISTAT)

6) In relazione ai **LIMITI DEL CAMPO** di osservazione

- **Rilevazioni totali**, relative a tutte le unità che compongono la popolazione oggetto di studio (es. tutti gli esercizi alberghieri)
- **Rilevazioni parziali**, di una sola parte dell'universo (es. vacanzieri di età da 65 anni in su)
- **Rilevazioni campionarie**, una parte dell'universo, selezionata per fornire macrodati validi per l'intero universo

# LE RILEVAZIONI CAMPIONARIE

E' UNA RILEVAZIONE SVOLTA SU UNA PARTE LIMITATA DELL'UNIVERSO STATISTICO CHE SI VUOLE STUDIARE. LA PARTE DI UNITA' STATISTICHE OSSERVATA SI CHIAMA **CAMPIONE**

E' necessario che il campione sia **rappresentativo**, cioè che le unità statistiche che lo compongono siano scelte con un metodo di estrazione che garantisce a tutte le unità del collettivo di partenza la medesima probabilità di entrare a far parte del campione.

# I CRITERI DI SCELTA DEL CAMPIONE

- **Campionamento casuale semplice** (estrazione a sorteggio)
- **Campionamento casuale sistematico** (passo di campionamento), prelevando ciascuna unità dopo un numero fisso di unità non scelte
- **Campionamento a grappolo** (una famiglia, gli ospiti di una nave da crociera), i componenti saranno tutti unità del campione
- **Campionamento areale** (campione di aree o zone in cui tutti i presenti sono unità campionarie)
- **Campionamento stratificato** (organizza la popolazione da studiare in gruppi omogenei, si estrae un campione di gruppi omogenei e poi da esso un campione di unità componenti)
- **Campionamento a due stadi** (es. prima si sceglie il territorio di residenza e poi le unità del collettivo)

**I SUDDETTI CRITERI SPESSO SI COMBINANO** (es. scelta dei comuni e poi delle famiglie)

# **PREDISPOSIZIONE DEL MODELLO DI RILEVAZIONE**

IL MODELLO DI RILEVAZIONE E' IL DOCUMENTO DOVE  
RACCOGLIERE I MICRODATI DELLE UNITA' STATISTICHE DEL  
COLLETTIVO STUDIATO, IN FORMA SCHEMATICA

E' COSTITUITO DA UNA **SUCCESSIONE DI QUESITI**

- **Quesiti a risposta aperta** (consente risposte libere)
- **Quesiti a risposta chiusa** ( sono indicate le possibili risposte, es. quesiti dicotomici)
- **Quesiti a risposte miste** (es. nazionalità dei turisti: I, F, D, altra)
- **Quesiti a risposta strutturata** (precostituite per possibili combinazioni di due o più caratteri. es. mezzo e tipo di viaggio)
- **Quesiti a risposta numerica aperta** (n. di dipendenti), presenti spesso le classi di valore, divenendo così a risposta chiusa.
- **Quesiti a risposta unica** (possibile una sola risposta. es. stato civile attuale)
- **Quesiti a risposta multipla** (possibili più risposte. es. uso dei mezzi pubblici per andare a lavoro)
- **Quesiti filtro** (orientano le domande successive. es. lavori o no?)

# LA PRODUZIONE DEI MACRODATI

## 2° fase

**RACCOLTA DELLE INFORMAZIONI SINGOLE O MICRODATI**  
E' LA FASE IN CUI SI ASSUMONO LE INFORMAZIONI ELEMENTARI SULLE SINGOLE UNITA' STATISTICHE.

ADEMPIMENTI:

- **INDIVIDUAZIONE DEI SOGGETTI**

- Attraverso liste di soggetti già noti (famiglie, alberghi ecc.);
- Attraverso i luoghi e lo sedi (frontiere, dogana, aeroporti ecc.)

- **LA SCELTA DELLE TECNICHE DI SOMMINISTRAZIONE E RACCOLTA MICRODATI**

- Procedura postale
- Procedura telematica
- Procedura tramite rilevatore (Autocompilazione, *face to face* PAPI e CAPI, telefoniche)

- **ORGANIZZAZIONE DELLE OPERAZIONI**

- Costi – risorse necessarie – tempi delle operazioni

# ELABORAZIONE DEI DATI

## 3 fase

I DATI RACCOLTI SI SOTTOPONGONO A DELLE OPERAZIONI DI SINTESI

ADEMPIMENTI:

a) CONTROLLO FISICO DEI DATI

- controllo del numero dei modelli raccolti, unità irreperibili, unità che si sono rifiutate, possibili duplicazioni

b) TRASFERIMENTO DEI MICRODATI SU PC

- i dati su supporto cartaceo vanno caricati in archivi informatici

c) REVISIONE AUTOMATICA DEI MICRODATI

- Dei programmi individuano e correggono eventuali errori accidentali o da incompatibilità

d) PRIMA TABULAZIONE DEI MACRODATI

- Si individuano errori inosservati nei microdati (es. nati di una città tutti maschi)

#### e) ELABORAZIONE FINALE DEI DATI

- ordinare tutti i microdati e da essi estrarre i macrodati desiderati

#### f) PRODOTTI STATISTICI DI PRIMO IMPIEGO

Sono le **distribuzioni statistiche**, le quali rappresentano le sintesi dei dati del collettivo oggetto di indagine; Possono essere Semplici (disaggregati, aggregati, doppie, plurime). Gli oggetti (caratteri, modalità, misure) si possono presentare carattere geografico o territoriale (SERIE TERRITORIALE) o carattere temporale (SERIE STORICA)

#### g) RISULTATO FINALE DELL'INDAGINE

E' costituito da:

- Banca dei dati elementari raccolti revisionati e archiviati
- Set delle distribuzioni statistiche e la rappresentazione (tabelle e grafici)
- Metadati: informazioni sui dati prodotti (definizioni, classificazioni, prescrizioni metodologiche e tecniche seguite, documentazione dell'operazione svolta)

# **PRESENTAZIONE DEI RISULTATI**

## **4 fase**

### **STRUMENTI PRINCIPALI:**

#### **1) TABELLE (TAVOLE) STATISTICHE**

Possono essere a 1 dimensione (presentano una distribuzione semplice), a 2 dimensioni (presentano due caratteri della distribuzione), a più dimensioni (presentano più caratteri della distribuzione)

#### **2) RAPPRESENTAZION GRAFICHE**

- Grafici a sezione circolare (a torta)
- Grafici a nastri (o colonne)
- Istogrammi (distribuzioni per classi)
- Grafici lineari, su diagrammi cartesiani
- Cartogrammi (areali)
- Diagrammi a coordinate polari

#### **3) RAPPORTI E NOTE DI PRESENTAZIONE**

# STRUMENTI MINIMI PER L'ANALISI DELLE DISTRIBUZIONI STATISTICHE SEMPLICI

## VALORI PARAMETRICI

Medie analitiche (aritmetica, geometrica, quadratica, armonica)

Medie di posizione

- valore centrale (semisomma dei termini estremi della distribuzione)
- moda (modalità che presenta la maggiore frequenza)
- mediana (termine centrale della distribuzione)

Misure della variabilità (rappresentano valori di sintesi della **forma** della distribuzione)

## RAPPORTI STATISTICI

Rapporti di composizione (parte al tutto, alberghi a 1 stella rispetto al totale alb.)

Rapporti di coesistenza (n. turisti stranieri in Italia rispetto al n. tur. Italiani)

Rapporti di derivazione (n. di tur. italiani rispetto al totale della popolaz. Italiana)

Rapporti di densità (rapporto tra frequenza/intensità di una variabile rispetto alla superficie del territorio)

Rapporti di affollamento (il n. medio di studenti per aula)

Rapporti incrementali (variazione % delle variabili fra epoche diverse)  $R = \frac{P_2 - P_1}{P_1} \times 100$

Numeri indice (confronto tra freq./intens. di una variabile i tempi diversi(indici temporali) o in luoghi diversi (indici spaziali)  $I = \frac{V \text{ anno da calc.}}{V \text{ anno rif.}} \times 100$

- a base fissa

- a base mobile

# DISTRIBUZIONI STATISTICHE TIPICHE

## LE SERIE STORICHE

Sono distribuzioni di freq. o di intens. Relative al medesimo fenomeno rilevato in tempi diversi. Si comprende l'andamento del fenomeno nel tempo.

**Si distinguono le componenti:**

- a) **Componente di fondo o trend**, comprende le cause che imprimono al fenomeno una tendenza evolutiva generale
- b) **Componente ciclica**, costituita dalle cause che imprimono al fenomeno un andamento oscillatorio
- c) **Componente stagionale (o sub-stagionali)**, fattori che imprimono al fenomeno un andamento oscillatorio con variazioni nell'arco di 12 mesi.

Le serie storiche sono dette:

- **Stazionarie**, quando gli indici statistici assumono valori simili
- **Evolutive**, nei casi contrari in cui assumono valori dissimili

## LE SERIE TERRITORIALI

sono distribuzioni di frequenze o di intensità relative al medesimo fenomeno rilevato in aree diverse. Utile per studiare e comparare lo stato e l'andamento del fenomeno in territori diversi (paesi, regioni, comuni ecc.).

Ci si avvale dei rapporti di densità, il rapporto con la pop. e le aree di riferim.

# MOBILITA' DELLE PERSONE E TURISMO

MOBILITA' DELLE PERSONE: si esaminano 5 aspetti degli spostamenti

## 1) AMBITO DELLO SPOSTAMENTO

a) interno dell'ambiente abituale, in cui le persone vivono (**IN**)

b) verso luoghi situati all'esterno dell'amb. in cui vivono (**OUT**)

CONCETTO (complesso) DI AMBIENTE ABITUALE (criteri geografici, amministrativi o socio-economici)

- **Residenza:** definisce il luogo di dimora abituale (comune) e il centro degli interessi delle persone. Ma molte persone travalicano abitualmente i confini e altre hanno interessi correnti in altri comuni.

- **Frequenza degli spostamenti:** secondo tale criterio, le aree visitate frequentemente sono “dentro” l'ambiente abituale, diversamente ne sono “fuori”.

- **Minima distanza degli spostamenti:** si dovrebbe stabilire una distanza per porre i luoghi “dentro” o “fuori”, cosa alquanto arbitraria.

- **Tipo di destinazione:** sono “ambienti abituali” i luoghi frequentati e gli itinerari percorsi solitamente per recarsi a lavoro, a scuola, a cinema e per ogni altro motivo routinario. Anche se tali luoghi o itinerari comprendono più comuni.

- **Gravitazione economica delle persone:** tale criterio adotta come riferimento il territorio economico in cui ciascuno produce e consuma la maggior parte delle proprie risorse economiche. Criterio privilegiato quando si vuole valutare l'importanza economica del turismo.

- **Autoclassificazione dei soggetti:** la delimitazione dell'amb. Abituale può essere lasciata alla valutazione delle persone intervistate.

- **Attraversamento dei confini nazionali:** per convenzione internazionale, ogni spostamento che comporta l'attraversamento dei confini nazionali si colloca tra quelli al di fuori dell'amb. Abituale.

- **Altri criteri:** nelle statistiche ufficiali italiane i riferimenti più utilizzati sono: l'attraversamento delle frontiere nazionali, l'autoclassificazione dei soggetti che si spostano, la residenza per le persone che utilizzano le strutture ricettive.

## 2) NATURA DELLO SPOSTAMENTO

NELLE INTENZIONI DI CHI SI SPOSTA PUO' ESSERE:

- a) Temporaneo (**TEMP**)
- b) Permanente/definitivo (**PERM.**)

## 3) VOLONTARIETA' DELLO SPOSTAMENTO

GLI SPOSTAMENTI POSSONO DISTINGUERSI IN:

- a) Volontari/liberi (**VOL**)
- b) Obbligati/vincolati (**NoVol**)

## 4) FUNZIONE/SCOPO DELLO SPOSTAMENTO

LE FUNZIONI E GLI SCOPI PREVALENTI DEGLI SPOSTAMENTI SI DISTINGUONO:

- a) Funzioni di consumo nei luoghi di destinazione (**CONS**)
- b) Funzioni di produzione di reddito nei luoghi di destinaz. (**PROD**)
- c) funzioni speciali, di natura geopolitica o simile (**GeoPol**)

## 5) DURATA DELLO SPOSTAMENTO

- a) < 24h (può essere escursionismo)
- b) tra 1 e 365 gg. (può essere turismo)
- c) > 365 gg. (non è turismo, ma migrazione).

# **TURISMO**

## **LA MOBILITA' PUO' ESSERE DI DIVERSA NATURA**

- **MOBILITA' INTERNA AGLI AMBITI ABITUALMENTE FREQUENTATI (IN)**  
non sarà mai mobilità turistica, anche se i residenti compiono azioni che si confondono con quelle compiute dai turisti.

- **MOBILITA' MIGRATORIA (OUT e PROD)**  
possono essere definitive o temporanee (stagionali)

- **MOBILITA' TURISTICA (i cui caratteri necessari sono:)**

- Fuori dagli ambiti solitamente frequentati (OUT)
- Temporaneità (TEMP)
- Volontarietà (VOL)
- Prevalenza delle funzioni di consumo (CONS)
- Durata non superiore ai 365 gg.

- **MOBILITA' ALTRA**  
connotata da funzioni e scopi speciali (GeoPol)



# I TURISTI: DEFINIZIONI E QUALIFICAZIONI

## CHI SONO I TURISTI – IDENTIFICAZIONE

Possono essere considerati con 2 ottiche diverse.

- **Quella dei luoghi di origine** (da dove partono) ottica della formazione dei flussi turistici

Sono turisti le persone che partono dall'ambiente abituale – che si recano temporaneamente e volontariamente altrove -

Può fare diverse tappe ma è sempre una sola unità statistica-

Può anche fare un giro senza visitare alcun luogo (es.in barca)

- **Quella dei luoghi di destinazione visitati** – ottica dell'accoglienza dei turisti

in questo caso si considera la ricezione dei viaggianti – coloro che visitano e soggiornano in un determinato luogo – anche qui il turista può visitare più luoghi, in questo caso la statistica lo contabilizza diverse volte. Chi invece non visita alcun luogo non è preso in considerazione come unità statistica.

# DEFINIZIONI

**VISITATORE** (include sia **il turista**, ogni visitatore che trascorre una o più notti nel luogo visitato, che **l'escursionista**, one day visitor).  
è ogni persona che viaggia verso un luogo diverso dal suo amb.  
Abituale per un periodo di durata inferiore a un anno e per motivo diverso dall'esercizio di un'attività remunerata.

## **include i concetti**

- Dello spostamento fuori dall'ambiente abituale
- Della natura temporanea dello spostamento
- Della funzione di consumo di reddito nei luoghi visitati

## **esclude i concetti**

- Gli spostamenti all'interno dei luoghi abituali
- Superiori ai 12 mesi
- Di persone che vanno ad esercitare, anche temporaneamente, attività produttiva retribuita
- I migranti (permanententi o temporanei)
- I diplomatici, i militari, i rifugiati, i nomadi, i passeggeri in transito
- Gli spostamenti di origine geopolitica (guerre, invasioni, esodi, missioni umanitarie)

## **ALTRE DEFINIZIONI**

### **TURISTA**

persona che lascia temporaneamente l'ambiente abituale per motivi di piacere

### **VIAGGIO**

lo spostamento tra luoghi visitati, compiuto senza interruzione, con medesime modalità e medesimo mezzo di trasporto

### **VISITATORE**

colui che è ricevuto-ospitato in ciascun luogo

### **VISITATORE PERNOTTANTE**

il visitatore che prende alloggio nella località visitata (visiattore-turista, diverso dall'escursionista)

### **PERNOTTAMENTI**

le notti trascorse dai visitatori nei luoghi visitati

### **TAPPE**

i frazionamenti del soggiorno del visitatore pernottante in un determinato luogo, nel caso che cambi alloggio

# MOTIVAZIONI DEI TURISTI

## a) MOTIVI DI PIACERE

- uso di tempo libero
- spesa a carico del turista
- libera scelta delle modalità (cioè se, come quando, dove)

## b) MOTIVI PROFESSIONALI

- uso di tempo di lavoro
- spese a carico di imprese, enti, istituzioni, aziende ecc.
- condizionamenti e vincoli sulle modalità della fruizione turistica

# **LISTA DELLE PRINCIPALI MOTIVAZIONI DEL TURISMO (WTO, Eurostat, ISTAT) DIRETTIVA UE 95/57**

## **a) MOTIVI DI PIACERE**

- vacanze, ricreazione, riposo, svago, pratiche non professionali sportive, manifestazioni
- visita a parenti e/o amici
- cura, recupero e mantenimento della salute (wellness)
- religione, pellegrinaggio
- studio e apprendimento (erasmus e simili)

## **b) MOTIVI PROFESSIONALI**

- affari consulenze, insegnamento, ricerche, vendite, marketing
- lavoro fuori sede, missioni
- convegni, congressi, conferenze
- sport competitivo
- studio (corsi, stage)
- fiere e mostre
- viaggi/incentivi a carico di ditte, enti ecc.

# LA STATISTICA PER IL MARKETING TURISTICO

RISPONDE ALLE ESIGENZE DEGLI ATTORI DEL SETTORE TURISTICO

- **Marketing aziendale** ha per oggetto
  - *LE RISORSE INTERNE DELL'AZIENDA (Le dotazioni, il personale, la struttura dei costi, i ricavi, ecc.)*
  - *LE RISORSE “DI SCAMBIO” DELL'AZIENDA (Es. impresa alberghiera: i prodotti offerti, le tariffe, ecc.)*
  - *LE RISORSE ESTERNE DELL'AZIENDA (La domanda, la clientela, i fornitori, i rapporti con le agenzie di viaggio, ecc.)*
- **Marketing territoriale**

Promozione della regione turistica attraverso la valorizzazione dei fattori dell'offerta turistica  
PATRIMONIO CULTURALE (materiale e immateriale)  
AMBIENTALE, INFRASTRUTTURE, SERVIZI ...