

Lo studio del questionario nel metodo di "contingenza" per la valutazione dei beni culturali e ambientali

S. Minieri*

1. La valutazione dei beni culturali e ambientali

La valutazione dei beni ambientali e culturali pone una serie di problemi in quanto essi sono sprovvisti di "mercato" pur essendo in effetti oggetto di domanda da parte della collettività che usufruisce dei servizi che essi forniscono.

Tali beni non rispondono di fatto ai tradizionali criteri del valore di scambio, e nello specifico ai valori di mercato, e dunque, collocandosi al di fuori del mercato tradizionale, non è possibile adottare le consuete metodologie di stima.

L'indirizzo di molti studiosi si è dunque orientato verso la possibilità di misurare l'intensità delle preferenze per l'ambiente attraverso l'assegnazione di valori monetari che consentissero di misurare tali preferenze. La determinazione di un'unità di misura "monetaria" trova la sua giustificazione in almeno due motivazioni:

- 1) la capacità di riflettere il grado di intensità della sensibilità verso un determinato bene ambientale;
- 2) la possibilità di comparare i livelli di beneficio così individuati con altri benefici derivanti da un diverso utilizzo delle risorse finanziarie disponibili.

L'economia ambientale in tale ottica ha individuato due possibili tipologie di valore economico attribuibile all'ambiente:

- valore d'uso;
- valore indipendente dall'uso;

Il primo, com'è facilmente intuibile, è legato ai benefici che i fruitori traggono dall'uso effettivo di un determinato bene ambientale; il secondo invece è dato dai valori intrinseci, non legati da un

* Ricercatore di Estimo ed Esercizio professionale nell'Università di Roma

rapporto diretto con la fruizione da parte degli individui, ma che questi ultimi "catturano" nell'atto di esprimere determinate preferenze riguardo ad un bene ambientale.

In questo secondo caso, si potrà individuare sia un valore definibile "di opzione" (cioè un valore dell'ambiente come beneficio potenziale espresso in termini di preferenza e di disponibilità a pagare per la sua protezione nella prospettiva di una futura fruizione); sia un valore "di esistenza" (attribuito da quei soggetti che ricevono un beneficio dal solo fatto di sapere che una risorsa con certe particolari caratteristiche esiste).

Si perviene così ad un "valore economico totale" che sarà dato dalla somma del valore d'uso effettivo più il valore di opzione più il valore di esistenza.

Per quantificare tali valori si dovrà "simulare" un mercato cercando di stimare il valore monetario che ad essi attribuisce la collettività, utilizzando una metodologia di valutazione fondata sul principio della "disponibilità a pagare", secondo cui è possibile quantificare l'apprezzamento che ogni soggetto attribuisce ad un determinato bene sulla base della variazione del proprio livello di benessere conseguente alla sua fruizione, ad esempio deducendo la "disponibilità a pagare" attraverso appositi questionari in cui le risposte degli intervistati sono utilizzate come base per la valutazione del servizio reso dalla risorsa da stimare.

La procedura di valutazione viene in genere articolata come segue:

- (i) Formazione del campione di cittadini rappresentativo dell'intera collettività;
- (ii) Predisposizione del questionario;
- (iii) Elaborazione dei dati e delle informazioni desunti dalle risposte e determinazione del prezzo del servizio.

Nel presente studio si accentrerà l'attenzione sui criteri per la predisposizione del questionario che costituisce, come detto, la base informativa essenziale per procedere alla successiva valutazione.

2. Il questionario

L'utilizzo del questionario consente di raccogliere informazioni sulle variabili quantitative e qualitative oggetto dell'indagine e pertanto costituisce un fondamentale strumento di misura nelle tecniche di valutazione di contingenza.

Volendo poi affrontare più specificatamente le modalità di approccio con tale metodologia sarà necessario porre due condizioni indispensabili per il buon funzionamento di tale strumento:

- a) le domande devono essere formulate a tutti gli intervistati nella stessa forma al fine di potere comparare tra loro le risposte ottenute che rappresentano lo strumento di misurazione;
- b) le domande devono essere predisposte in modo tale da avere identico significato per tutti gli interpellati.

Tutto ciò consente la comparazione delle informazioni ricevute e la loro successiva standardizzazione.

Poichè il questionario riveste una notevole importanza in quanto rappresenta, come già detto, lo strumento di misura, la sua progettazione va attentamente studiata pianificando le operazioni da effettuare e i relativi passi da compiere.

Lo studio del questionario dovrà articolarsi come segue:

- (i) preparazione dello schema concettuale
- (ii) stesura del questionario
- (iii) verifica del questionario.

3. La preparazione dello schema concettuale

Per potere conoscere una realtà a cui siamo interessati occorre predisporre uno schema concettuale sulla base di un modello di analisi statistica quale ad esempio quello denominato Entità/Relazione (E/R), frequentemente utilizzato anche dall'ISTAT.

Il modello che sintetizza l'insieme di tutte le strutture di rappresentazione che sono necessarie per "conoscere" la realtà a cui siamo interessati, nel caso del modello E/R, si articola attraverso i seguenti concetti:

- Entità: riguarda l'insieme di quegli elementi a loro volta definiti come "istanza" dell'entità e rappresenta una classe di oggetti omogenei appartenenti alla realtà che vogliamo studiare;

- Relazione: rapporto logico tra ciascuna istanza dell'entità e quindi è stabilita da una classe di eventi omogenei esistenti tra più entità;
- Attributo: caratteristica specifica di un'entità o di una relazione di particolare importanza nella realtà da studiare;
- Gerarchia di generalizzazione: definisce un legame concettuale tra un'entità di rango superiore (entità padre) e una o più entità di rango inferiore (entità figlie); in tale organizzazione strutturale l'entità padre definisce una generalizzazione delle entità figlie, le cui istanze sono anche istanze dell'entità padre e che pertanto vengono ereditate dalle entità figlie.
- Sottoinsieme: caso particolare dovuto alla generalizzazione tra un'entità padre e una sola entità figlia.

L'utilizzazione delle strutture del modello E/R consente di individuare i contenuti informativi di un'indagine statistica attraverso la loro rappresentazione formale meglio definita come "schema concettuale"; tale schema di indagine viene costruito attribuendo ad ogni concetto individuato nello studio e che si vuole affrontare, una particolare struttura del modello E/R.

Occorre inoltre tenere conto del fatto che l'attività di progettazione del questionario si sviluppa nel tempo a partire da uno schema parziale, frutto delle prime indagini, procedendo a successive implementazioni e sofisticazioni in maniera da operare un sufficiente approfondimento conoscitivo della realtà da studiare.

Si definiscono pertanto dapprima i concetti generali legati al campo di indagine per poi delinearli in modo più particolareggiato così da consentire uno studio preciso dei vari aspetti riguardanti la ricerca. Tale tipo di approccio, in quanto di tipo piramidale e caratterizzato da processi di derivazione, viene usualmente chiamato "top down".

Volendo analizzare come a partire dagli schemi concettuali di indagine si possa pervenire alla redazione del questionario di rilevazione, è necessario esporre le varie fasi di tale attività operativa il cui avvio è rappresentato dalla definizione del cosiddetto "albero delle aree".

Infatti nel passaggio tra lo schema concettuale e il questionario di rilevazione vi è una fase intermedia di rappresentazione (albero delle aree) utile a definire le parti omogenee del questionario (che fanno cioè riferimento ad una medesima area di informazioni), attraverso l'individuazione di una specifica gerarchia di generalizzazione

costituita da una determinata area a cui fanno capo una o più sottoaree.

Il passo successivo è quello in cui si definiscono e vengono messi a fuoco i contenuti informativi delle aree previste per il questionario ed i quesiti specifici relativi a ciascuna area; questi ultimi definiti a loro volta sulla base degli attributi di entità e le relazioni già individuate nello schema concettuale.

Le modalità di formulazione di ciascun quesito dipendono anche da valutazioni legate all'obiettivo che si vuole perseguire con l'avvertenza di rispettare il significato informativo definito a livello concettuale.

4. La struttura del questionario

Un primo aspetto da riguardare è quello relativo alla successione dei quesiti all'interno del questionario; infatti un errato posizionamento di una domanda all'interno della sequenza può influenzare la risposta alle successive domande o creare un appesantimento all'intervistato, tale da falsare l'esito finale dell'intero questionario.

Non esistono in tale senso regole assolute, quindi sono soprattutto la sensibilità al tema e la capacità di discernimento che consentono di definire, in funzione dell'obbiettivo che ci si propone di raggiungere, un ordine alle domande che consenta di raccogliere quantità e qualità di informazioni utili alla risoluzione dell'indagine prefissata.

Tuttavia è possibile indicare alcuni criteri di carattere generale, quali ad esempio:

- Seguire una successione logica degli argomenti facilitando il passaggio dell'intervistato da un argomento all'altro. A tale fine occorre raggruppare insieme le domande che riguardano temi omogenei con la sola eccezione delle domande di controllo che possono avere una collocazione strategica dovuta proprio alla funzione che svolgono. Inoltre è opportuno effettuare una transizione graduale nel passaggio da un tema ad un altro in quanto ciò potrebbe condurre l'intervistato a fornire risposte non adeguatamente ponderate.
- Disporre gli argomenti in modo da evitare condizionamenti nelle risposte successive, occorrerà pertanto distanziare opportunamente le domande all'interno del questionario;

- Dare il giusto peso in relazione alle difficoltà di vario genere che possono attenersi al tema trattato, come ad esempio lo sforzo mnemonico (è opportuno intercalare domande più semplici a quelle difficili) o la delicatezza del tema (in tale caso è opportuno porporre tali domande nelle ultime parti del questionario);
- Introdurre nel questionario domande filtro in quanto non sempre è utile o possibile rivolgere tutte le domande a tutti gli intervistati; è quindi necessario prevedere alcune domande che consentano di selezionare sottogruppi a cui formulare le domande successive.

Quando occorre misurare un fenomeno attraverso un questionario può essere utile formulare più domande che prendano in considerazione una molteplicità di aspetti riguardanti lo stesso argomento; in tale caso vi sono specifiche tecniche per gestire particolari gruppi di domande:

- Successione ad imbuto: la procedura prevede che si parta dal generale per arrivare al particolare, formulando inizialmente domande più ampie e restringendo poi gradualmente il campo di indagine ed il contenuto informativo. Tale tecnica consente di evitare che le domande formulate per prime influenzino le risposte successive; le prime domande dovranno avere preferibilmente una forma aperta dando così la possibilità all'intervistato di esprimere liberamente il suo pensiero, successivamente verranno formulate domande più strutturate che implicano risposte più precise. In tale modo è possibile da un lato aiutare la memoria e dall'altro valutare meglio le sensazioni dell'intervistato.
- Successione a imbuto capovolto: si tratta di un'impostazione inversa rispetto alla precedente in quanto in questo caso vengono formulate prima le domande specifiche e poi quelle di carattere generale. E' questa una tecnica che mira ad ottenere una risposta finale notevolmente ponderata perchè frutto di un'attenta analisi di tutti gli aspetti particolari. Tale impostazione pone tutti gli intervistati su dimensioni specifiche comuni atte a valutare situazioni oggettive.

Per quanto concerne il problema della lunghezza del questionario occorre dire che non ne esiste una ottimale; in genere si può ritenere che un'intervista non debba protrarsi per oltre 30-45 minuti e in ogni caso occorre tenere presente che bisogna dosare con grande equilibrio la sequenza ed il numero di domande al fine di tenere

sempre desto l'interesse dell'intervistato. A tale fine sarà opportuno iniziare il questionario con domande semplici e interessanti con una successione di temi che garantiscano scorrevolezza all'intervista, ottenendo così che anche un questionario lungo risulti efficace.

5. La scelta del tipo di domanda

Il primo problema da affrontare è quello relativo al grado di libertà, da lasciare all'intervistato per la risposta, che può variare in funzione delle seguenti tipologie di domanda:

- aperta (a risposta libera): consente all'intervistato di esprimersi a suo piacimento utilizzando il linguaggio ed i concetti preferiti e dando una propria interpretazione a quanto contenuto nella domanda e conseguenzialmente un contenuto personale anche alla risposta.

Alcuni vantaggi e svantaggi di tale tipo di domanda sono:

- riduzione al minimo dei condizionamenti nella formulazione della domanda; pertanto è un tipo di domanda particolarmente indicata quando si devono trattare argomenti delicati perchè consente al rispondente di esprimersi motivando i suoi atteggiamenti;
- aumento notevole dei costi e tempi dell'indagine con la crescita dei rischi di errore nella registrazione sul campo; inoltre richiede un maggior impegno dell'intervistato e le risposte sono legate al livello culturale dello stesso.
- chiusa o strutturata (a risposta fissa predefinita): è quella impostata in modo tale che vi sono solo alternative fisse di risposte predefinite dal compilatore del questionario e quindi l'intervistato può scegliere tra le risposte già previste quella che ritiene più adatta a lui. Il maggior problema che si pone per questo tipo di domande è relativo sia alla selezione della gamma di risposte da predisporre, in quanto non sempre si è a conoscenza di tutte le problematiche connesse con il tema della ricerca, sia al raggruppamento e la precodifica per selezionare le domande da inserire nel questionario. Per superare tali difficoltà occorre procedere ad un'indagine esplorativa su un campione non probabilistico limitato ad un numero molto contenuto di individui che servirà a definire la griglia iniziale del questionario.

Vari sono i vantaggi e gli svantaggi anche per tale tipo di formulazione, principalmente:

- Contenutezza dei tempi e quindi dei costi dell'interviste con notevole riduzione delle possibilità di effettuare errori; inoltre è notevolmente contenuto lo sforzo dell'intervistato anche grazie alle sollecitazioni mnemoniche di tale approccio.
- Possibilità di condizionare attraverso una lunga lista delle risposte lette all'intervistato con una possibile acquiescenza soprattutto per domande che possano investire il campo delle opinioni.

In ogni caso, può accadere che domande di tipo chiuso non contengano tutti i casi possibili e pertanto è utile lasciare una modalità aperta "Altro" accanto alla quale sia possibile anche effettuare una precisazione da parte dell'intervistato.

In conclusione, si può affermare che l'articolazione del questionario sulla base di domande di tipo "chiuso" risulta utile per analizzare fatti e comportamenti di cui sia noto il campo di variazione, viceversa, per studi su atteggiamenti e motivazioni è preferibile prevedere un adeguato numero di domande "aperte".

- Chiuse: rappresentano una tipologia con particolare specificità rispetto a quelle predeterminate in quanto consentono solo due o tre modalità di risposta e pertanto vengono utilizzate soprattutto per verificare la presenza o meno di un dato fenomeno. Altro utilizzo tipico di questa categoria di domande è quella di essere utilizzate come domande filtro che individuano particolari sottogruppi di popolazione da sottoporre a specifiche domande.

6. La verifica del questionario

Quest'ultima fase riguarda la sperimentazione sul campo del questionario. Infatti, anche se si sono seguiti correttamente tutti i dettami, alcuni dei quali in parte anche qui accennati, le difficoltà progettuali di redazione sono tali da richiedere necessariamente una verifica della sua adeguatezza agli obiettivi della ricerca, della sua comprensibilità per gli intervistati, nonché della semplicità di gestione per gli intervistatori.

Si possono attivare a tal fine i seguenti tipi di controlli:

- Revisione estesa: approfondito riesame della bozza del questionario da parte di tutti i componenti il gruppo di ricerca preparando un commento scritto con i suggerimenti utili a potere migliorare il testo del questionario.
- Pre-test: prova del questionario su un campione limitato (circa 200-300 unità) ma molto vario, al fine di provarne la tenuta in diverse condizioni. Occorre tenere presente che tale operazione deve essere effettuata da intervistatori particolarmente esperti, in grado di potere collaborare alla revisione del questionario. La loro attività deve essere rivolta soprattutto a tre gruppi di quesiti:
 - verifica dell'adeguatezza dei domande in relazione alla capacità di raccogliere tutte le informazioni necessarie alla ricerca;
 - valutazione dei livelli di chiarezza e di accoglienza dei quesiti da parte degli intervistati;
 - valutazione del grado di gestibilità dei quesiti da parte degli intervistatori.

Al termine di tale procedura di verifica potranno essere apportate al questionario le relative modifiche che, se di notevole rilievo, richiedono la successiva reiterazione delle procedure di controllo sopradescritte.

- Test di alternative: verifica non sempre necessaria che consiste nell'utilizzo di due versioni del questionario che differiscono tra loro solo per un aspetto al fine di rilevarne l'effetto differenziale. Tale procedura va messa in atto ogniqualvolta ci si trovi di fronte a due soluzioni che in linea teorica appaiono entrambe valide.
- Indagine pilota: indagine di grande rilevanza ai fini di un buon esito del questionario; tale procedura consente di sottoporre a verifica tutti gli aspetti riguardanti la ricerca e pertanto il campione su cui verrà effettuata deve essere rigorosamente casuale dovendo simulare sotto ogni aspetto la rilevazione effettiva.

Tale operazione ha l'obiettivo di verificare:

- il funzionamento della rete periferica di rilevazione e relativi collegamenti centro-periferia;
- i tempi necessari alla rilevazione e trasmissione dei dati dalla periferia agli organi centrali;

- la completezza di tutto il materiale necessario alla rilevazione.

Da quanto sopra si evince che nella simulazione sono coinvolte tutte le strutture che a diverso titolo partecipano alla ricerca e pertanto andranno raccolte tutte le osservazioni che i referenti di ciascuna struttura forniranno al gruppo di lavoro che apporterà le varie correzioni al programma di lavoro prima di partire con l'indagine vera e propria.

7. Problemi connessi alla quantificazione del valore

Tra le varie problematiche legate alle modalità di redazione dei questionari, assume particolare rilevanza quella relativa alle domande che coinvolgono la sfera personale dell'intervistato in quanto tendono ad individuare la sua capacità reddituale e la sua disponibilità a pagare.

La conoscenza della capacità reddituale degli individui, che rappresenta una delle variabili più importanti nell'ambito della procedura di valutazione descritta, presenta difatti notevoli difficoltà di rilevazione per la naturale ritrosia degli intervistati a dichiarare il proprio reddito.

Per superare tale riluttanza è dunque necessario ricorrere alla formulazione di domande che consentano di pervenire a tali informazioni per via indiretta sulla base di classi di reddito predeterminate.

Esistono a questo riguardo, soprattutto all'estero, una serie di studi specifici (Mitchell e Carson) che possono essere approfonditi ed adattati ai singoli casi di valutazione, anche tenendo conto della particolare realtà italiana.

Altri autori ritengono per contro che queste tecniche di valutazione non rendono possibile cogliere un valore attendibile che contenga al suo interno la totalità dei costi e dei benefici che possono avere una rilevanza dal punto di vista "psicologico".

In generale comunque, la maggior parte di coloro che si sono occupati della elaborazione teorica e della sperimentazione pratica di tali procedure di valutazione, ritiene attalmente la CVM molto utile per determinare l'entità dei valori ambientali e culturali e, se basata su questionari ben strutturati, in grado di fornire valori economici sufficientemente attendibili e significativi.