

L'inchiesta congiunturale del KOF

Nel settore alberghi e ristorazione

Emidio Borradori, USTAT

Introduzione

Le inchieste qualitative di congiuntura presso le aziende e le famiglie sono divenute, nel secondo dopo guerra, un importante strumento di descrizione congiunturale.

La loro nascita è legata alle riflessioni emerse dal dibattito teorico negli anni '30 e '40. La rivoluzione keynesiana ha infatti evidenziato come il comportamento degli agenti economici non sia semplicemente deducibile dall'assiomatica neo-classica della razionalità economica, ma si fonda invece su delle congetture e delle convenzioni. Anche la visione del processo congiunturale risulta quindi modificata. Il movimento temporale dell'attività economica non si riduce al gioco dinamico di un sistema di equazioni che mette in relazione le variabili, registrate dalla contabilità nazionale, risultanti da questa attività economica. Questa visione porta ad una concezione ristretta del tempo economico, per la quale il sentiero percorso dall'economia è un seguito di stati in cui delle variabili prendono dei valori di equilibrio registrati dagli statistici. Una tale concezione non lascia spazio alla formazione delle percezioni e delle anticipazioni degli agenti, alle forze economiche messe in azione dalle decisioni conseguenti e dai disaccordi tra le anticipazioni e le realizzazioni che avvengono in un mondo incerto. Essa esclude una biforcazione dal sentiero che sia provocata da tali forze.

Occorre quindi avere degli strumenti di conoscenza di questi comportamenti, delle congetture che ne stanno alla base e delle decisioni che le concretizzano.

Le inchieste di congiuntura rispondono a questo bisogno. Il loro sviluppo poggia sul riconoscimento della consistenza delle opinioni degli agenti economici e delle loro decisioni, manifesta il rifiuto di considerare che queste opinioni e decisioni possono solo avere degli scostamenti aleatori e transitori rispetto allo schema neo-classico di comportamento razionale. Queste riflessioni, ancora oggi d'attualità, hanno portato gli economisti, a partire dalla metà degli anni '70, a sfruttare le informazioni contenute nelle inchieste di congiuntura per introdurre nei modelli macroeconomici una misura diretta delle anticipazioni degli agenti.

Il materiale risultante dalle inchieste di congiuntura, rimanendo a un semplice livello descrittivo, modifica fortemente la visione congiunturale. Mentre le tradizionali statistiche quantitative ci dicono come è la congiuntura, l'informazione delle inchieste di congiuntura introduce dell'incertezza, insiste sulla dispersione delle situazioni individuali che ricoprono uno stato o una variazione macroeconomica data, dà delle indicazioni sulla fragilità e sulla possibile durata di un movimento in corso. La descrizione della situazione economica, riassunta in modo incompleto dagli indicatori sintetici risultanti da fonti statistiche classiche di tipo quantitativo, è quindi completata e approfondita dalle inchieste di congiuntura.

Ma ciò che fa la ricchezza delle inchieste di congiuntura è anche fonte di difficoltà nell'uso. L'informazione grezza che riuniscono suppone un trattamento adeguato per essere

messa in forma utilizzabile. Siccome le inchieste di congiuntura danno un'indicazione sui fenomeni di dispersione e incertezza legate all'attività economica, esse devono permettere di rendere più solida e più sicura la diagnosi congiunturale sul presente e sul futuro; questo presuppone la scelta di modalità adatte di trattamento e d'interpretazione dell'informazione fornita.

Il campo delle inchieste si è esteso negli anni '50 e '60, fino a formare un vero e proprio sistema di inchieste specialistiche per settore o per tipo di problema. Sono stati adottati dei metodi di spoglio dei risultati standardizzati e largamente internazionalizzati. Da una fase di maturazione si è passati a una fase di stabilizzazione, durante la quale la disponibilità di serie cronologiche su un periodo sufficientemente lungo ha permesso di approfondire i problemi d'interpretazione e d'uso dei risultati.

In Svizzera il KOF (Centro di ricerche congiunturali del Politecnico di Zurigo) realizza delle inchieste di congiuntura dal 1955. Queste inchieste coprono oggi un largo campo: industria; commercio al dettaglio; commercio all'ingrosso; piccolo credito; alberghi e ristorazione.

In alcuni casi suppliscono alle mancanze della statistica classica, mentre forniscono un'informazione concorrente e complementare in altri.

In Ticino la prima inchiesta congiunturale è stata realizzata nel 1989; in quell'anno infatti l'USTAT lanciò l'inchiesta congiunturale nel settore industriale. Ora, grazie all'adesione di un buon numero di aziende, si è potuta realizzare anche l'inchiesta nel settore alberghi e ristorazione, particolarmente importante come indicatore dell'andamento turistico cantonale.

Una statistica leggera

Rapidità e leggerezza sono le parole chiave della tecnica delle inchieste congiunturali, che sono fatte per dare dei risultati in tempi brevi.

L'inchiesta nel settore alberghi e ristorazione porta su un trimestre, è effettuata il primo mese del trimestre successivo e i risultati sono disponibili verso la fine di questo stesso mese.

D'altra parte questa rapidità è condi-

zione indispensabile affinché le inchieste di congiuntura possano fornire delle serie suscettibili di giocare il ruolo di indicatori avanzati.

La rapidità esige la leggerezza. Questa concerne il questionario, comprendente un numero limitato di domande, principalmente qualitative. La natura qualitativa delle domande è una grande garanzia di rapidità; è più facile per il responsabile dell'azienda chiamato a riempire il questionario sapere, ad esempio, se negli ultimi mesi la situazione reddituale è migliorata, rimasta uguale o peggiorata, piuttosto che indicare una variazione quantitativa. Inoltre l'errore di misura del segno della variazione, dal momento che questa è sufficientemente intensa, appare poco probabile, poiché nel caso di piccole variazioni i responsabili aziendali, non potendo discriminare tra aumento e diminuzione, sceglieranno la modalità "uguale".

La leggerezza concerne anche il campione. L'inchiesta ubbidisce ai principi dei sondaggi stratificati: la popolazione considerata è stratificata incrociando due o più variabili. Il tasso di sondaggio (numero di aziende partecipanti all'inchiesta/numero totale di aziende) varia con lo strato in modo da raggiungere, per una taglia data del campione globale, una precisione soddisfacente in tutti gli strati. In realtà, considerata la difficoltà a reclutare delle aziende, ci si accontenta di un campione che garantisca la rappresentatività per gli strati ritenuti più importanti, mentre si valuta a posteriori la rappresentatività di altri strati. La diversa rappresentazione dei vari strati è poi corretta, al momento dello spoglio dei risultati, con dei coefficienti di ponderazione calcolati sulla popolazione di riferimento.

Nel caso dell'inchiesta nel settore alberghi e ristorazione la popolazione è suddivisa tra alberghi e ristoranti. I due sotto-settori sono poi nuovamente stratificati per prodotto: hotel, garni e stabilimento di cura per il sotto-settore alberghi; ristorante con alcol e ristorante senza alcol per il sotto-settore ristoranti.

A ognuno dei tre livelli (settore, sotto-settore, prodotto) è quindi possibile

Test congiunturale (inchiesta trimestrale alberghi)

Si prega di:

- attenersi alle spiegazioni a tergo.
- rinviare il questionario entro il 20 del mese.

Retrospectiva e valutazione

1a. Il numero di pernottamenti durante il trimestre in esame è risultato, rispetto allo stesso trimestre dello scorso anno

	Ospiti stranieri	Ospiti indigeni	Totale
superiore	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
uguale	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
inferiore	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

1b. Durante il trimestre in esame, il grado di occupazione delle camere disponibili è risultato in media del (in percentuale):

<input type="checkbox"/> 15	<input type="checkbox"/> 20	<input type="checkbox"/> 25	<input type="checkbox"/> 30	<input type="checkbox"/> 35
<input type="checkbox"/> 40	<input type="checkbox"/> 45	<input type="checkbox"/> 50	<input type="checkbox"/> 55	<input type="checkbox"/> 60
<input type="checkbox"/> 65	<input type="checkbox"/> 70	<input type="checkbox"/> 75	<input type="checkbox"/> 80	<input type="checkbox"/> 85
<input type="checkbox"/> 90	<input type="checkbox"/> 95	<input type="checkbox"/> 100	<input type="checkbox"/> 105	<input type="checkbox"/> 110

2. Alla fine del trimestre in esame il numero di prenotazioni per il trimestre seguente risultava, rispetto al trimestre corrispondente dello scorso anno

superiore uguale inferiore nessuna

3. La cifra d'affari totale in franchi nel trimestre in esame è risultata, rispetto allo stesso trimestre dello scorso anno (arrotondare verso l'alto o il basso):

superiore → di circa il/1'%

uguale

inferiore → di circa il/1'%

4a. Riteniamo che il numero di occupati sia

eccessivo soddisfacente insufficiente

4b. Nel caso in cui fosse "insufficiente": quante persone in più dovrete ingaggiare affinché tutti i posti necessari all'attuale andamento degli affari siano occupati adeguatamente? (trasformare in posti a tempo pieno):

Servizio/buffet	Amministrazione
Cucina	Pulizia

5. Riteniamo che in rapporto alla cifra d'affari attuale l'infrastruttura d'esercizio sia

eccessiva soddisfacente insufficiente

6. La situazione reddituale nel trimestre in esame è risultata, rispetto al trimestre corrispondente dello scorso anno

migliore uguale peggiore

Prospettive

7. Durante il trimestre appena iniziato e rispetto al trimestre corrispondente dello scorso anno, il numero di pernottamenti

	Ospiti stranieri	Ospiti indigeni	Totale
aumenterà	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
rimarrà uguale	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
diminuirà	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Test congiunturale (inchiesta trimestrale ristorazione)

Si prega di:

- attenersi alle spiegazioni a tergo.
- rinviare il questionario entro il 20 del mese.

Retrospectiva e valutazione

1. Il volume quantitativo durante il trimestre in esame è risultato, rispetto al trimestre corrispondente dello scorso anno

	Bibite	Cucina	Totale
superiore	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
uguale	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
inferiore	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2. La cifra d'affari totale in franchi nel trimestre in esame è risultata, rispetto al trimestre corrispondente dello scorso anno (arrotondare verso l'alto o il basso):

superiore → di circa il/1'%

uguale

inferiore → di circa il/1'%

3a. Riteniamo che il numero di occupati sia

eccessivo soddisfacente insufficiente

3b. Nel caso in cui fosse "insufficiente": quante persone in più dovrete ingaggiare affinché tutti i posti necessari all'attuale andamento degli affari siano occupati adeguatamente? (trasformare in posti a tempo pieno):

Servizio/buffet	Pulizia
Cucina

4. Riteniamo che in rapporto alla cifra d'affari attuale l'infrastruttura d'esercizio sia

eccessiva soddisfacente insufficiente

5. La situazione reddituale nel trimestre in esame è risultata, rispetto al trimestre corrispondente dello scorso anno

migliore uguale peggiore

Prospettive

6. Durante il trimestre appena iniziato e rispetto al trimestre corrispondente dello scorso anno, il volume quantitativo

	Bibite	Cucina	Totale
aumenterà	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
rimarrà uguale	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
diminuirà	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

definire degli altri strati suddividendo la popolazione per zona turistica (montagna, lago, città, altre zone), dimensione (piccola, media, grande) e categoria (senza classificazione, una, due, tre, quattro, cinque stelle).

Il tasso di sondaggio è fissato in modo da assicurare almeno il 10% degli stabilimenti e il 15% degli occupati nel sotto-settore alberghi e il 7% degli stabilimenti e il 10% degli occupati nel

sotto-settore ristoranti. Per altri strati l'eventuale rappresentatività è valutata a posteriori.

I primi risultati nel 1995

La prima inchiesta congiunturale nel settore alberghi e ristorazione è stata effettuata il mese di aprile, e portava sul primo trimestre del 1994. Evidentemente prima di poter utilizzare e pubblicare regolarmente gli in-

Metodo di spoglio

Consideriamo una domanda le cui possibili risposte corrispondono alle modalità "migliore", "uguale", "peggiore".

Siano

- $O_i, i = 1, \dots, T$ occupati nelle T aziende appartenenti allo strato considerato
 - $O_j, j = 1, \dots, R$ occupati nelle R aziende che hanno scelto una delle modalità "migliore", "uguale", "peggiore"
 - $O_k, k = 1, \dots, M$ occupati nelle M aziende che hanno scelto la modalità "migliore"
 - $O_l, l = 1, \dots, U$ occupati nelle U aziende che hanno scelto la modalità "uguale"
 - $O_q, q = 1, \dots, P$ occupati nelle P aziende che hanno scelto la modalità "peggiore"
 - $O_s, s = 1, \dots, N$ occupati nelle N aziende che non hanno risposto a questa domanda (modalità "non risposto")
- con $R = M + U + P$ e $T = R + N$.

Possiamo allora calcolare

$$Q(+) = \frac{\sum_{k=1}^M \hat{A}_k O_k}{\sum_{j=1}^R \hat{A}_j O_j} \quad Q(=) = \frac{\sum_{l=1}^U \hat{A}_l O_l}{\sum_{j=1}^R \hat{A}_j O_j} \quad Q(-) = \frac{\sum_{q=1}^P \hat{A}_q O_q}{\sum_{j=1}^R \hat{A}_j O_j} \quad Q(0) = \frac{\sum_{s=1}^N \hat{A}_s O_s}{\sum_{i=1}^T \hat{A}_i O_i}$$

dove $Q(+)$, $Q(=)$, $Q(-)$ e $Q(0)$ sono rispettivamente la percentuale della modalità "migliore", "uguale", "peggiore" e "non risposto".

Per alcune domande può essere utile eliminare eventuali distorsioni nella composizione del campione, applicando dei coefficienti di correzione. In principio tali coefficienti dovrebbero essere calcolati, per le risposte individuali riguardanti la cifra d'affari in base alla cifra d'affari effettivamente riscontrata nella popolazione, per le risposte individuali riguardanti l'occupazione con gli occupati effettivi nella popolazione, ecc..

In pratica la scarsa disponibilità di dati, soprattutto a livello cantonale, non consente questo tipo di intervento se non per quanto riguarda le domande sugli occupati.

In questo caso si calcola innanzitutto il coefficiente di correzione

classe di dimensione	percentuale di occupati nella popolazione	percentuale di occupati nel campione	coefficiente di correzione
piccola	A	a	A/a
media	B	b	B/b
grande	C	c	C/c

il numero di occupati di ogni azienda è quindi modificato attraverso il coefficiente di correzione nel modo seguente

$$O'_i = \alpha O_i, \quad i = 1, \dots, T \quad \text{dove } \alpha = \begin{cases} A/a & \text{se } O_i \in \text{piccola} \\ B/b & \text{se } O_i \in \text{media} \\ C/c & \text{se } O_i \in \text{grande} \end{cases}$$

le percentuali $Q(+)$, $Q(=)$, $Q(-)$ e $Q(0)$ sono poi calcolate inserendo nelle formule O'_i invece di O_i .

L'aggregazione dei risultati di più strati ($s_i, i = 1, \dots, N$) in uno strato superiore (S) è invece il risultato di una media ponderata delle percentuali calcolate, nel modo "semplice" o "con correzione", nei vari strati che si vogliono aggregare.

Anche per questo calcolo la scarsa disponibilità di dati impone l'uso di un coefficiente di ponderazione basato sul numero di occupati.

Nello strato superiore (S) le percentuali per la domanda considerata si ottengono quindi, ad esempio per la modalità "migliore", con la formula

$$Q(+)_S = \beta_1 Q(+)_1 + \beta_2 Q(+)_2 + \dots + \beta_N Q(+)_N \quad \text{con } \beta_1 + \beta_2 + \dots + \beta_N = 1$$

e dove β_n è il rapporto tra gli occupati in s_n e quelli in S nella popolazione di riferimento.

Le percentuali $Q(+)$, $Q(=)$ e $Q(-)$ rappresentano l'informazione congiunturale fornita dall'inchiesta, mentre $Q(0)$, il tasso di non risposta, è un indicatore di precisione dell'informazione congiunturale.

L'informazione congiunturale così calcolata è poi riassunta, per tutte le domande e a qualsiasi livello di stratificazione, nel saldo di opinione, determinato come differenza tra la percentuale corrispondente alla modalità "migliore" e quella corrispondente alla modalità "peggiore": saldo = $Q(+)$ - $Q(-)$.

In questo modo si perde una parte d'informazione, poiché evidentemente uno stesso saldo può essere ottenuto con percentuali diverse, ma questo inconveniente è largamente compensato dal fatto che la serie cronologica è molto più leggibile che non mantenendo le tre percentuali.

dicatori risultanti da questa inchiesta, sarà necessario effettuare alcune verifiche, confrontando i risultati di un certo numero di inchieste successive e, se sarà il caso, correggendo eventuali grosse distorsioni nel campione. Per questo motivo prevediamo di po-

ter pubblicare regolarmente i risultati dell'inchiesta congiunturale nel settore alberghi e ristorazione solamente a partire dal primo trimestre 1995. ■