

## **INDAGINE CONOSCITIVA SULL'E-COMMERCE**

(Obiettivi e descrizione del questionario)

Attraverso la collaborazione del Settore Commercio e Terziario con il Dipartimento di Economia e Statistica per le organizzazioni dell'Università di Torino, nell'ambito di un progetto formativo (stage curricolare) di cui si è reso disponibile lo studente Federico Rovasio e utilizzando gli strumenti informatici disponibili presso il Settore, viene proposta un'attività di indagine riguardo all'ormai diffuso e crescente utilizzo del commercio elettronico.

Per commercio elettronico si intende, come citato nella Comunicazione della Commissione Europea 157/97, lo svolgimento di attività commerciali per via elettronica. Esso è basato sull'elaborazione e la trasmissione di dati (tra cui testo, suoni e immagini video) per via elettronica, e comprende attività disparate quali: commercializzazione di merci e servizi per via elettronica; distribuzione on-line di contenuti digitali; effettuazione per via elettronica di operazioni quali trasferimenti di fondi, compravendita di azioni, emissione di polizze di carico, vendite all'asta, progettazione e ingegneria in cooperazione; on-line sourcing; vendita diretta al consumatore e servizi "post-vendita".

L'indagine che verrà realizzata attraverso l'applicativo Limesurvey, prevedendo il trattamento dei dati assolutamente in forma anonima, riguarda l'attività di commercio elettronico da parte delle imprese del commercio con sede in Piemonte ed è finalizzata a raccogliere e successivamente elaborare, in via sperimentale, i dati sull'utilizzo di queste nuove tecniche di vendita on-line da parte delle imprese piemontesi che se ne avvalgono.

Il questionario è stato condiviso con le Associazioni di categoria Confcommercio e Confesercenti, che si ringraziano per la fattiva collaborazione.

### **STRUTTURA DEL QUESTIONARIO**

Il questionario si articola in 33 domande suddivise in 8 sezioni:

- 1) Dati generali (provincia sede, categoria merceologica, numero addetti, presenza on-line)
- 2) Sito WEB (lingue visualizzabili, presenza con proprio dominio o marketplace)
- 3) Applicazione (sviluppo di un'APP per dispositivi mobili)
- 4) Social media (presenza sui social network)
- 5) Pagamenti/Assistenza clienti (metodi di pagamento e assistenza clienti)
- 6) Dati economici (% di fatturato relativo all'e-commerce, % di e-commerce verso l'estero) con riferimento all'anno 2016
- 7) Logistica in entrata/uscita (rifornimenti e consegna ordini)
- 8) Valutazioni sull'e-commerce (opinioni di carattere generale)

#### **IMPORTANTE**

I dati richiesti si riferiscono all'anno 2016.

SI PREGA DI COMPILARE anche se la Vostra attività NON è on-line o NON svolge e-commerce in quanto il questionario è strutturato con delle specifiche domande filtro che si adatteranno alla vostra tipologia di attività.

Per ciascuna domanda potrà essere richiesto di selezionare una o più opzioni di risposta (come espressamente indicato dai suggerimenti sotto il testo del quesito).

Per completare il questionario sarà necessario rispondere a TUTTE le domande.

## **FONTE DATI e CAMPIONAMENTO**

Per individuare gli indirizzi PEC delle aziende a cui inoltrare il questionario è stata utilizzata la piattaforma di consultazione DataWareHouse AAEP (Anagrafe delle Attività Economiche Produttive).

AAEP è un progetto finanziato dalla Regione Piemonte, promotrice della semplificazione nella PA, e ha permesso la costituzione di un'anagrafe destinata a comprendere l'universo delle attività economico - produttive presenti sul territorio regionale.

Per le finalità dell'indagine è stato estratto dal database AAEP l'elenco di tutte le aziende attive al 13 giugno 2017, suddivise per provincia, con sede legale nella Regione Piemonte impostando i seguenti filtri per renderlo consono allo svolgimento dell'Indagine:

1. filtro sul settore di appartenenza delle aziende, impostato uguale a COMMERCIO AL DETTAGLIO E ALL'INGROSSO "G" (cod. ATECO 45, 46, 47)
2. filtro sul settore di appartenenza delle aziende, impostato uguale a SERVIZI DI ALLOGGIO E RISTORAZIONE "I" (cod. ATECO 55, 56)
3. Eliminazione di tutte le PEC nulle o incomplete
4. Per quanto riguarda il codice "G" eliminazione delle categorie distributori di carburanti, riparazioni meccaniche in base ai relativi codici ATECO in quanto ritenute non significative per l'indagine.
5. Per quanto riguarda il codice "I" eliminazione delle categorie alberghi e strutture simili in base ai relativi codici ATECO in quanto ritenute non significative per l'indagine (vengono esclusi dall'indagine i servizi, non facenti parte dell'Osservatorio del commercio).

I campi ritenuti rilevanti ai fini dell'estrazione del successivo campione a cui inviare il questionario sono:

1. Codice fiscale/ Partita IVA Azienda
2. Descrizione tipo sede
3. Codice ATECO 2007
4. Indirizzo PEC
5. Sigla provincia

Il disegno di campionamento utilizzato è di tipo SSR (campionamento casuale semplice senza ripetizione) anche se si era previsto di utilizzare un campionamento di tipo stratificato con allocazione proporzionale (non avendo alcuna prestima sulla variabilità). In seguito a problematiche di tutela della privacy per i rispondenti non si è potuto tenere traccia degli appartenenti ai singoli strati creati e quindi il campionamento più consono è risultato l'SSR. Si è scelto di prelevare dalla popolazione la stessa percentuale di aziende per provincia in modo da formare un campione il più possibile omogeneo per l'intero territorio piemontese. La popolazione totale, risultata di 74.872 unità, suddivisa a loro volta in 8 sezioni corrispondenti alle province piemontesi, è stata suddivisa in 2 strati per singola sezione: BP, AP. La sigla BP comprende tutte quelle imprese il cui il codice Ateco è stato ritenuto con una media propensione di possedere un sito web (o presenza sui social) e contemporaneamente bassa propensione ad effettuare e-commerce. La sigla AP comprende tutte quelle imprese il cui il codice Ateco è stato ritenuto con una alta propensione di possedere un sito web (o presenza sui social) e una propensione medio-alta di effettuare e-commerce.

Complessivamente si è ottenuto un totale di 16 strati corrispondenti a 2 strati per ciascuna provincia. Il campione finale teorico ha una dimensione pari a 1000 unità. Dopo il primo invio si è riscontrato che 174 PEC risultavano errate e si è quindi provveduto alla sostituzione per arrivare alla numerosità campionaria prestabilita. La dimensione campionaria “n” pari a 1000 imprese è stata ottenuta scegliendo un margine d’errore del 3% e un livello di confidenza pari al 95%. L’estrazione del campione è stata effettuata con l’ausilio di Microsoft Excel. Tenendo conto delle diverse probabilità ai fini dell’indagine per i vari strati si è deciso di effettuare un’allocazione proporzionale delle 1000 unità così suddivisa: negli strati BP si è deciso di allocare complessivamente 100 unità e di allocare le restanti 900 negli strati AP, aumentando così la numerosità dove la probabilità di trovare imprese online è più alta. All’inizio la frazione di sondaggio “f” è risultata pari a 0,01335613 denotando che un’unità del campione rappresentasse circa 75 unità della popolazione. Il tutto viene riportato nella seguente tabella:

Tabella 1

Campionamento SSR con  
suddivisione in strati BP e AP  
delle 1000 imprese piemontesi.

**Strato**
**BP**

24.745

1.000

**AP**

50.127

**Fraz. Sondaggio**
**Totale**

74.872

0,01335613

**Popolazione**
**Prov.**
**BP**
**AP**
**Totale**
**Campione**
**Prov.**
**BP**
**AP**
**Totale**
**AL**

2.854

5.137

7.991

**AL**

12

92

104

**AT**

1.213

2.211

3.424

**AT**

5

40

45

**BI**

1.162

2.084

3.246

**BI**

5

37

42

**CN**

3.727

7.168

10.895

**CN**

15

129

144

**NO**

1.758

3.432

5.190

**NO**

7

62

69

**TO**

11.697

25.975

37.672

**TO**

46

466

512

**VB**

1.154

2.024

3.178

**VB**

5

36

41

**VC**

1.180

2.096

3.276

**VC**

5

38

43

**Totale**

24.745

50.127

74.872

**Num.**

100

900

1.000

**Strati**
**Strato**
**ELABORAZIONI E RISULTATI**

I dati inseriti sono stati elaborati al termine della raccolta (30/09/2017) e sono disponibili nel documento risultati e-commerce.pdf nella stessa sezione dal titolo Risultati e-commerce