



## **Результаты реализации исследования по теме:**

**«Разработка методики комбинированных опросов  
как инструмента повышения качества данных  
социологических исследований»**

Москва, 2016



## Цель и задачи

---

### Цель:

Анализ результатов квартирного и телефонного опросов, для построения методики их комбинирования.

### Задачи:

1. Выявить смещения социально-демографических признаков
2. Сравнить уровень достижимости респондентов
3. Сравнить динамику политических показателей
4. Сравнить коммуникативное поведение респондентов
5. Проанализировать ответы «особых» групп респондентов

Рис. 1. Логика комбинирования методов опросов



Использование двух типов опроса позволяет **расширить основу выборки**, что **повышает репрезентативность** целевой группы, а значит, и **валидность получаемых данных**.

## Происходит ли смещение телефонной выборки?\*

Таб. 1. Сравнение социально-демографических показателей респондентов (% от числа опрошенных)

	Квартир.	Тел_1	Тел_2	Тел_3	Тел_4
Мужской	45	44	43	43	45
Женский	55	56	57	57	55
18-24 года	10	10	8	8	7
25-34 года	21	20	20	21	20
35-44 года	19	19	20	21	19
45-59 лет	32	27	28	27	28
60 лет и старше	19	24	24	24	26
Москва и Санкт-Петербург	12	24	11	10	11
города - миллионники	10	17	14	17	16
500-950 тыс.	8	18	17	13	15
100-500 тыс.	18	9	19	18	18
до 100 тыс.	28	16	24	25	25
село	25	15	15	16	16

1. Не наблюдается смещения по полу и возрасту: различия не превышают 1-2 п.п.

2. По типу населенного пункта (НП) наблюдается систематическое смещение в сторону более крупных городов. Возможно 2 объяснения:
- Некорректная группировка типов НП
  - Мобильность населения из малых в крупные города, которая не «ловится» статистикой

\* Невзвешенные данные

## Происходит ли смещение телефонной выборки?\*

Таб. 2. Сравнение социально-демографических показателей респондентов (% от числа опрошенных)

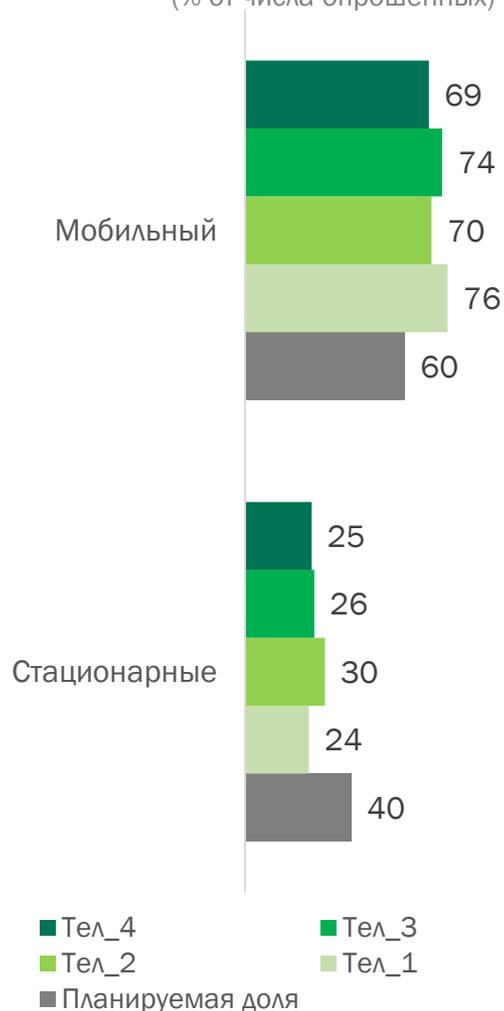
	Квартир _1	Тел_1	Квартир _2	Тел_2	Квартир _3	Тел_3	Квартир _4	Тел_4
Неполное средне	5	5	3	4	3	5	4	5
Среднее	27	19	29	21	27	20	28	19
Среднее специальное	42	32	40	31	44	28	42	32
Незаконченное высшее, высшее	26	44	27	44	26	47	25	44
до 5,000	13	15	13	14	15	12	14	12
От 5,001 до 8,000	11	13	13	13	13	14	14	12
От 8,001 до 10,000	15	14	14	14	13	13	15	12
От 10,001 до 15,000	21	20	20	21	20	24	21	21
От 15,001 и выше	25	31	25	30	23	30	22	34
Затрудняюсь ответить	15	8	15	8	16	7	13	8

1. Наблюдаемые различия по образованию, вероятно, связаны с качеством статистических данных (перепись 2010 г)
2. Выборка телефонного опроса систематически смещена в сторону высокодоходных групп

\* **Невзвешенные данные**

## Структура реализованной выборки по типу телефона\*

Рис. 2. Доля типов телефонов  
(% от числа опрошенных)



Таб. 3. Сравнение социально-демографических показателей респондентов (% от числа опрошенных, по группам)

	Квартир_4	Стац_4	Моб_4
Мужской	45	32	50
Женский	55	68	50
18-24 года	10	3	8
25-34 года	21	8	23
35-44 года	19	14	21
45-59 лет	31	28	28
60 лет и старше	19	46	19
Москва и Санкт-Петербург города - миллионники	12	10	10
500-950 тыс.	10	19	15
100-500 тыс.	8	14	15
до 100 тыс.	18	23	15
село	28	24	25
село	24	9	18
Неполное средне	4	4	5
Среднее	28	15	20
Среднее специальное	42	32	32
Незаконченное высшее, высшее	25	48	42
до 5,000 рублей	14	6	14
От 5,001 до 8,000 рублей	14	8	13
От 8,001 до 10,000 рублей	15	14	12
От 10,001 до 15,000 рублей	21	25	21
От 15,001 и выше	22	39	32
Затрудняюсь ответить	13	8	8

\* Невзвешенные данные

## Структура использования типов телефонов по территориям\*

Рис. 3. Доли опрошенных по мобильному телефону (% от числа опрошенных, по группам)

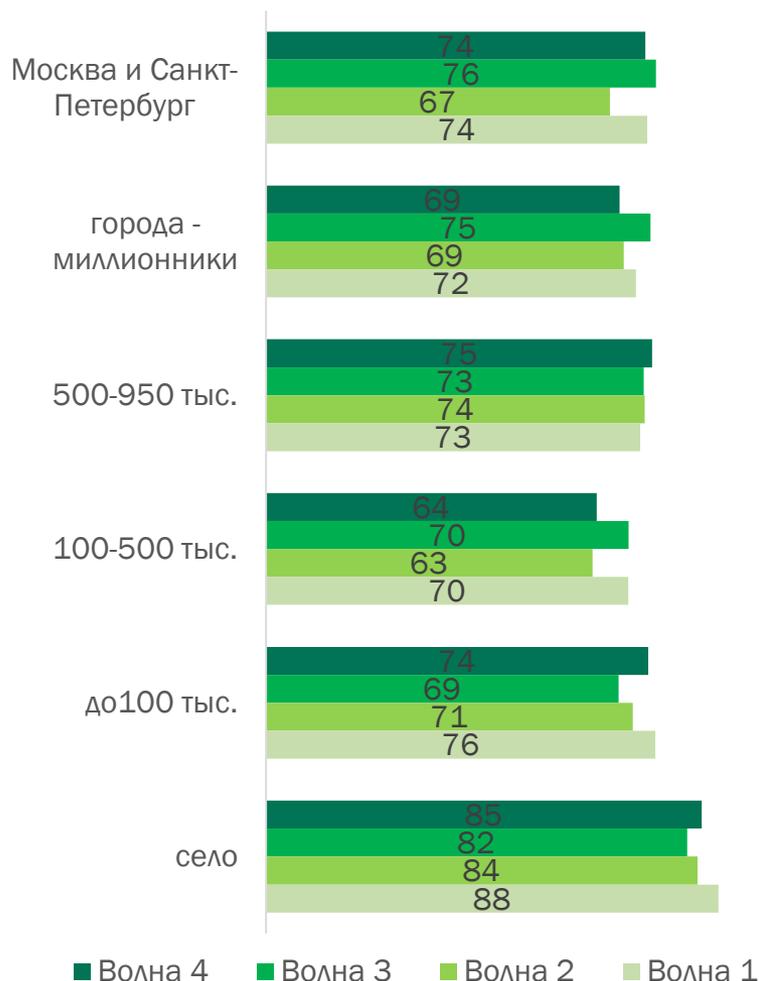
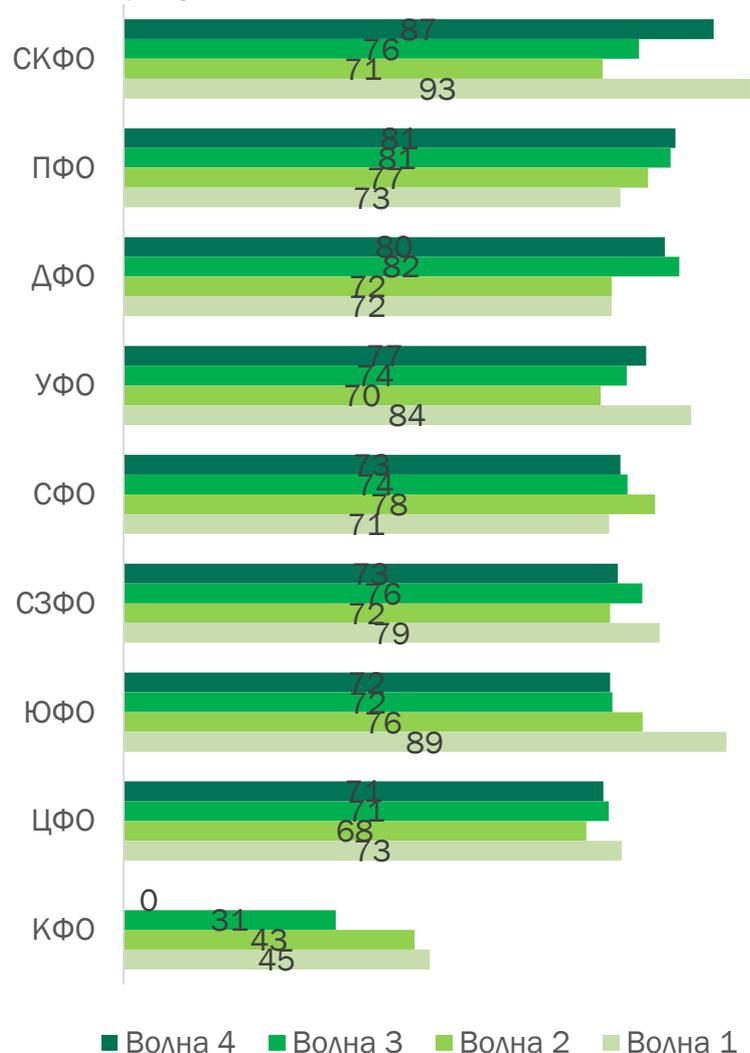


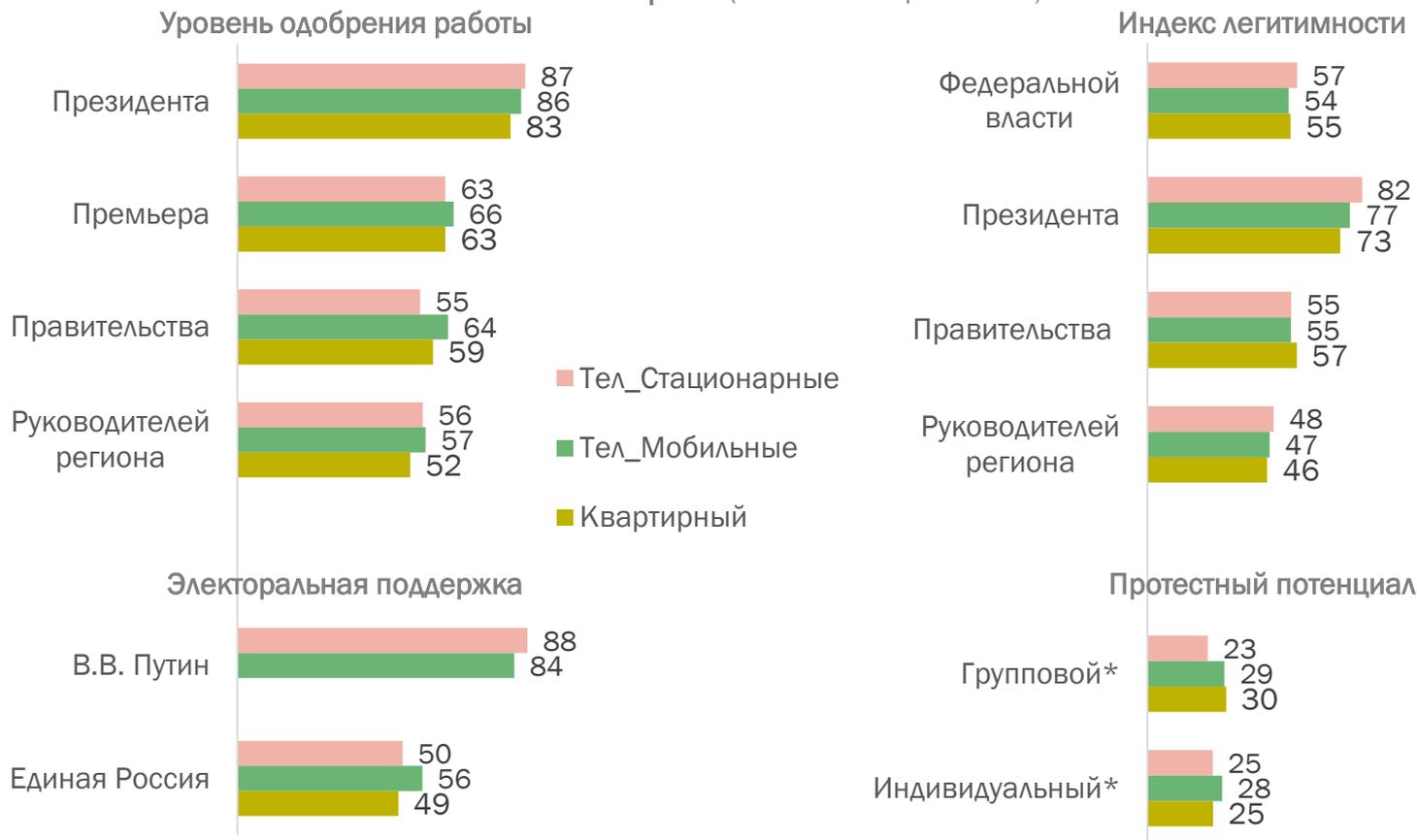
Рис.4. Доли опрошенных по мобильному телефону (% от числа опрошенных, по группам)



\* Невзвешенные данные

# Влияние типа телефона на ответы респондентов (волна 4)

Рис. 5, 6. Распределение ответов в зависимости от типа телефона (% от числа опрошенных)



\* Данные по 2ой волне Экспресс

# Являются ли участники телефонного опроса более социально активными?

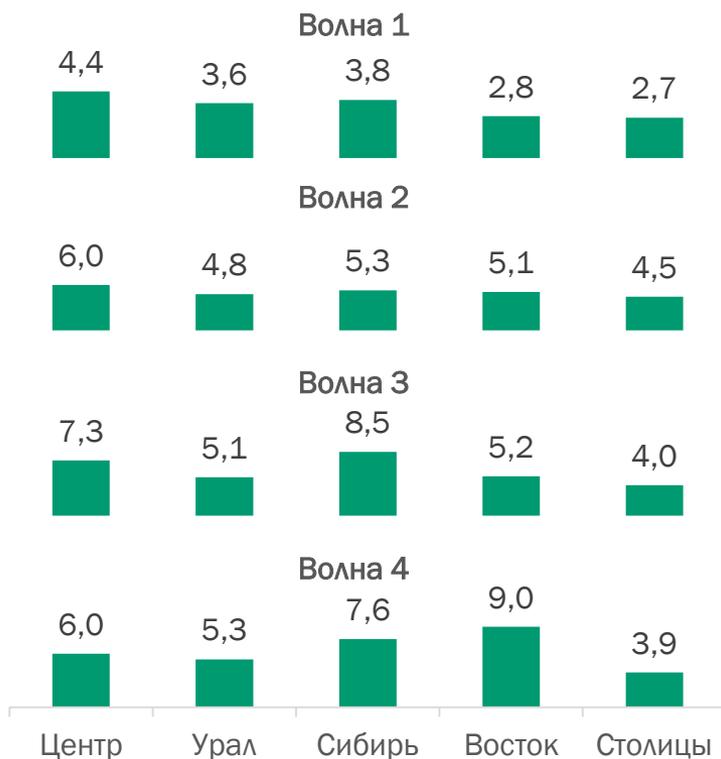
Рис. 7. Уровень социальной активности респондентов  
(% от числа опрошенных, ответивших «ДЕЛАЛ»)



# Уровень достижимости

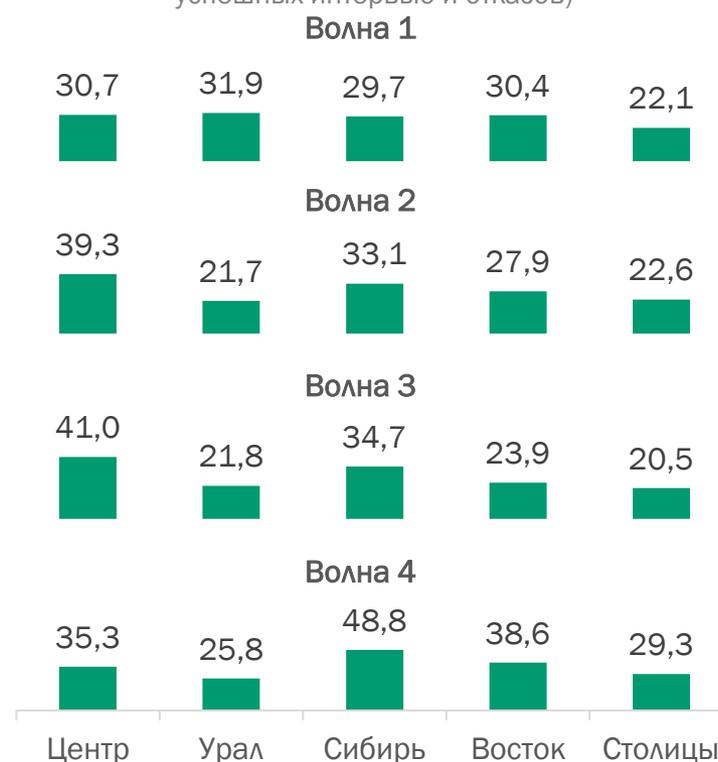
**Рис. 8. RR\***

(% от числа звонков, по группам)



**Рис. 9. Уровень кооперации**

(доля завершенных интервью от общего количества успешных интервью и отказов)



\*Response Rate – доля звонков с достижением респондента

# Расширяется ли основа выборки?

Рис. 10. Количество звонков, необходимое для достижения респондента (% от числа опрошенных)

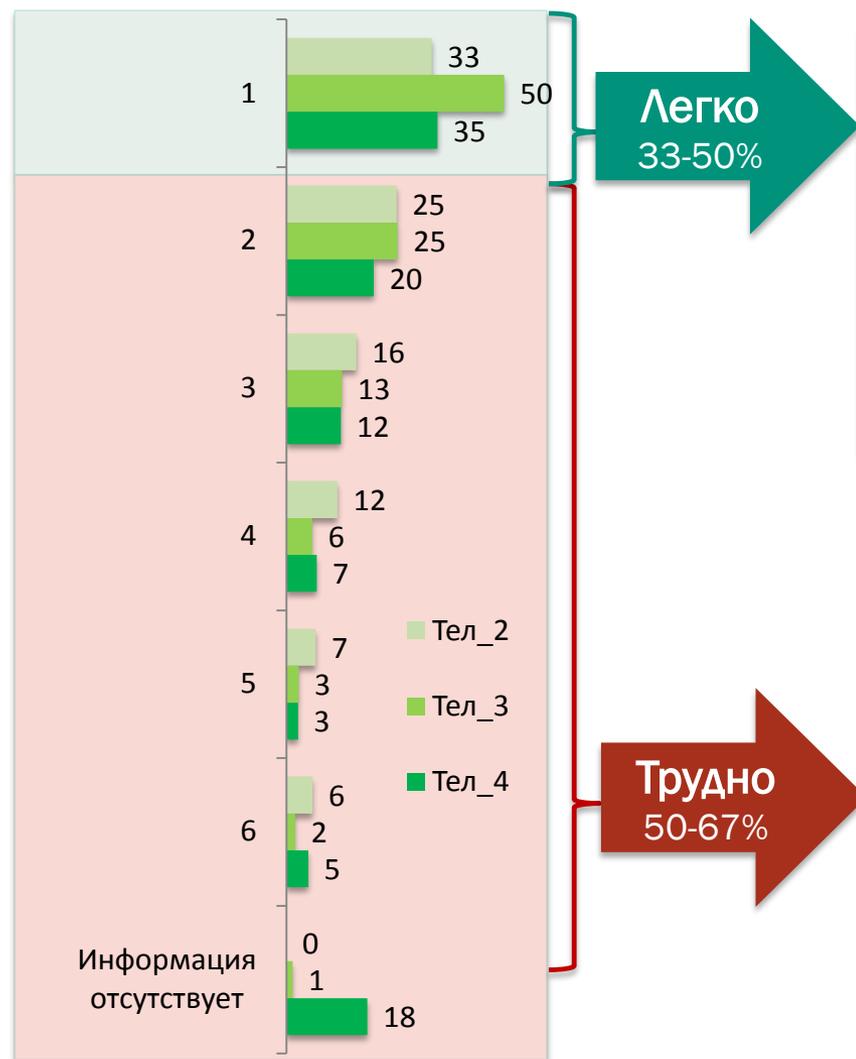


Рис. 11, 12. Социально-демографически показатели легко достижимых респондентов\*

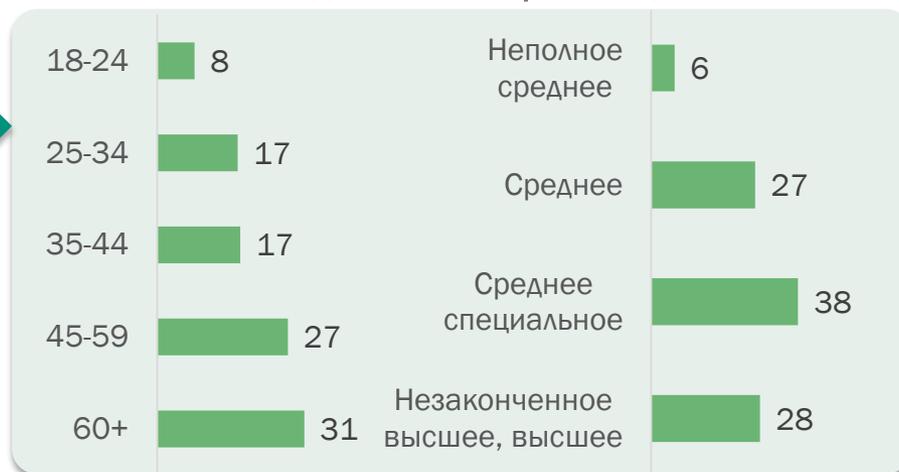


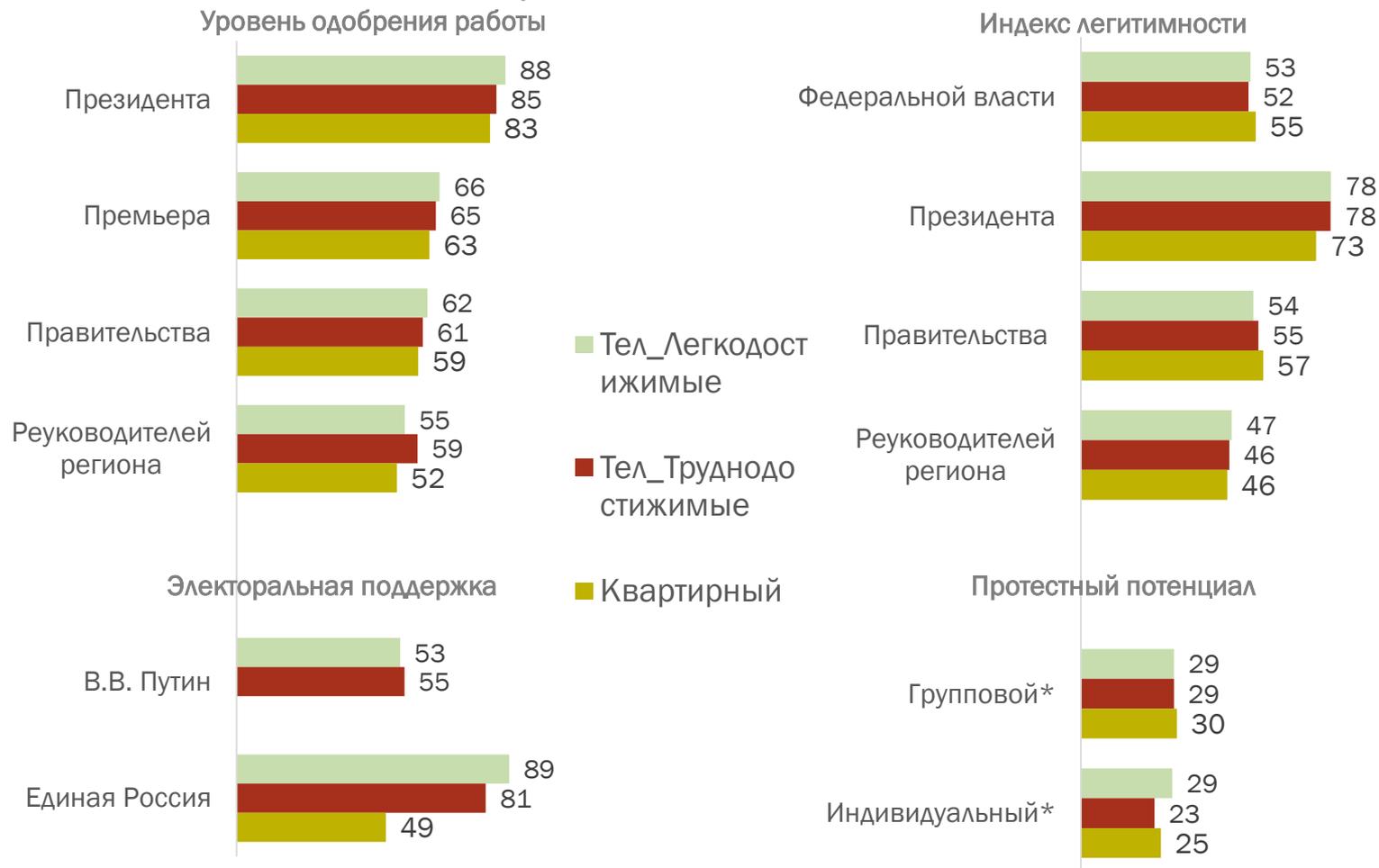
Рис. 13, 14. Социально-демографически показатели трудно достижимых респондентов\*



\*По данным Волны 4

# Влияет ли расширение основы выборки на результаты опроса?

Рис. 15, 16. Влияние уровня достижимости на ответы респондентов (% от числа опрошенных)

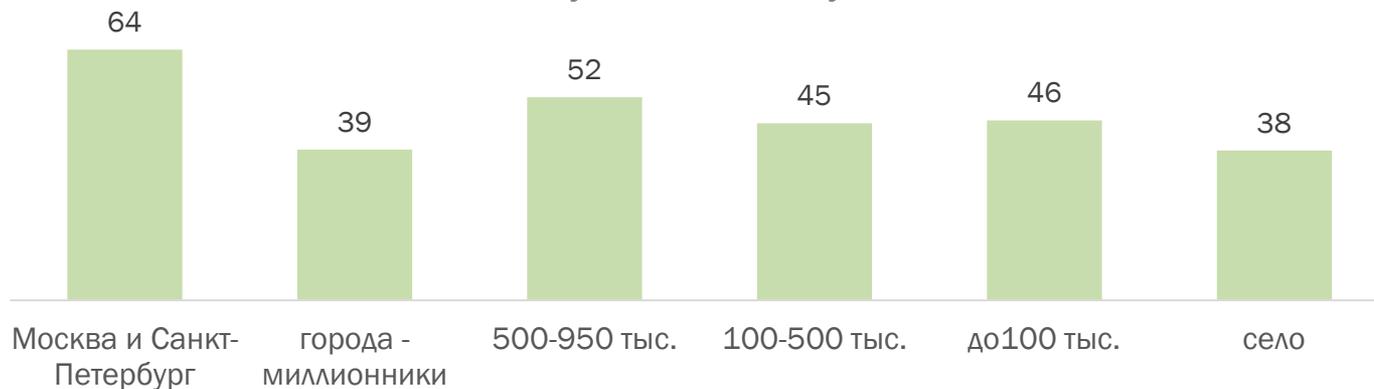


\*Данные по Экспрессу приведены по 2ой волне

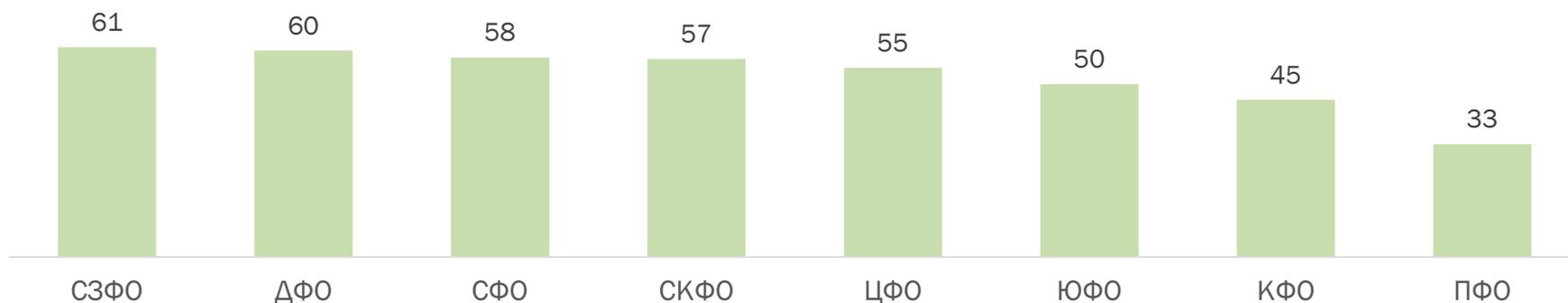
## Различия уровня достижимости по территориям (волна 4)

Рис. 17, 18. Доля труднодостижимых по группам  
(% от числа опрошенных, по группам)

### По типу населенного пункта



### По федеральным округам\*

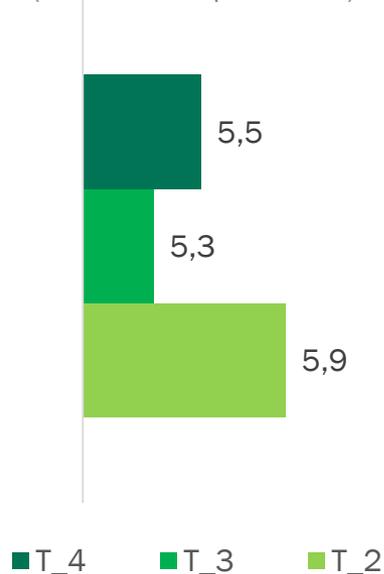


\* Данные по УФО отсутствуют

# Удается ли благодаря перезвонам «поймать» более социально активных?

Таб. 4. Социально-демографические показатели респондентов  
(% от числа опрошенных, по группам)

Рис. 19. Доля респондентов, просивших перезвонить им  
(% от числа опрошенных)



	Просили перезвонить	Остальные
18-24 года	14	9
25-34 года	30	20
35-44 года	14	18
45-59 лет	28	27
60 лет и старше	15	26
Москва и Санкт-Петербург	21	11
города - миллионники	8	11
500-950 тыс.	4	9
100-500 тыс.	21	19
до 100 тыс.	21	24
село	24	26
Неполное среднее	3	6
Среднее	26	23
Среднее специальное	33	42
Незаконченное высшее, высшее	38	29
до 5,000 рублей	16	13
От 5,001 до 8,000 рублей	16	15
От 8,001 до 10,000 рублей	15	13
От 10,001 до 15,000 рублей	14	22
От 15,001 и выше	34	30
Затрудняюсь ответить	6	7
Готовность голосовать за ЕР	61	55
Готовность голосовать за В. Путина	87	85
Одобрение работы Президента	85	86
Одобрение работы Премьера	64	65
Одобрение работы Правительства	63	62
Одобрение работы региональных лидеров	68	57

\* Взвешенные данные

# Пересечение основ выборок

Рис. 20 Доля респондентов согласных пройти опрос по: (% от числа опрошенных)

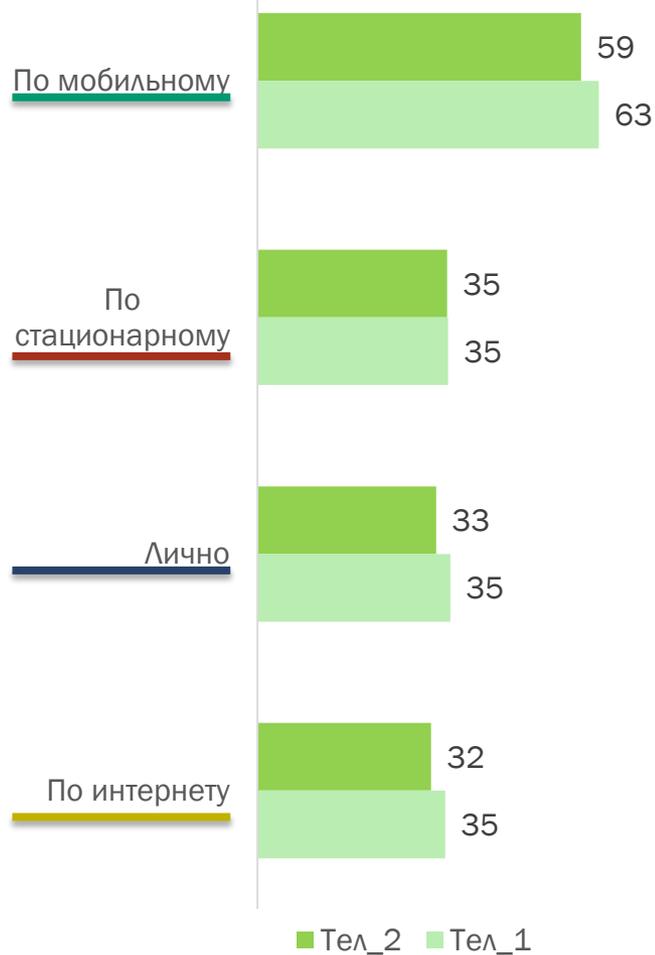
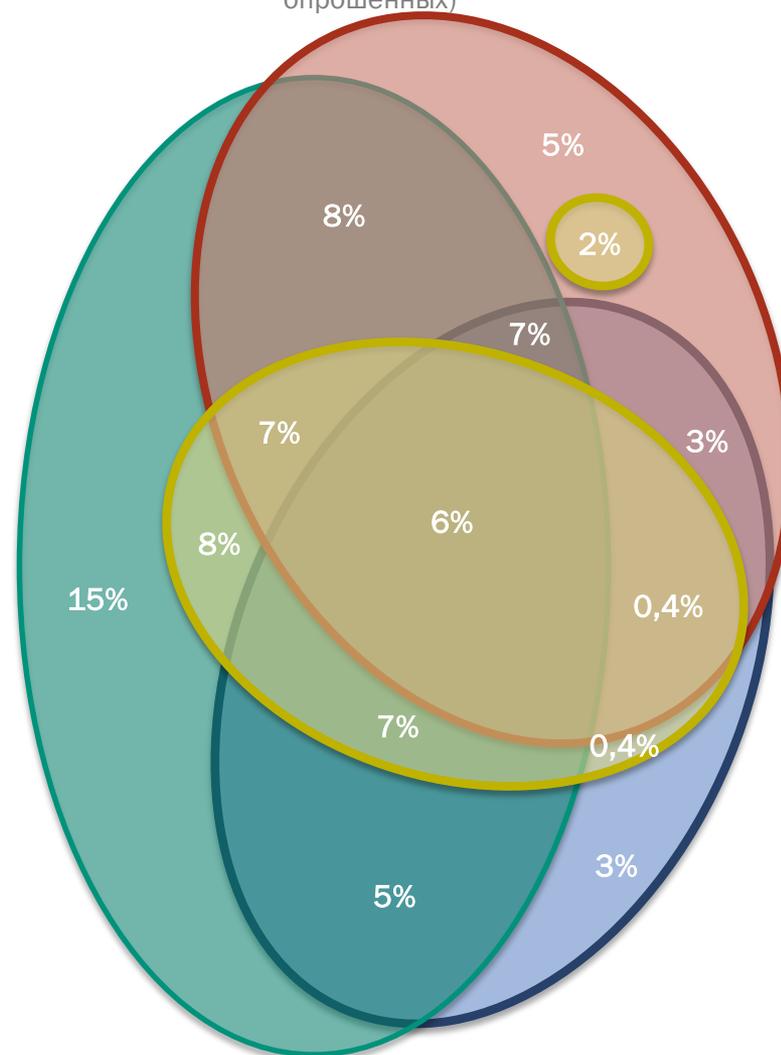
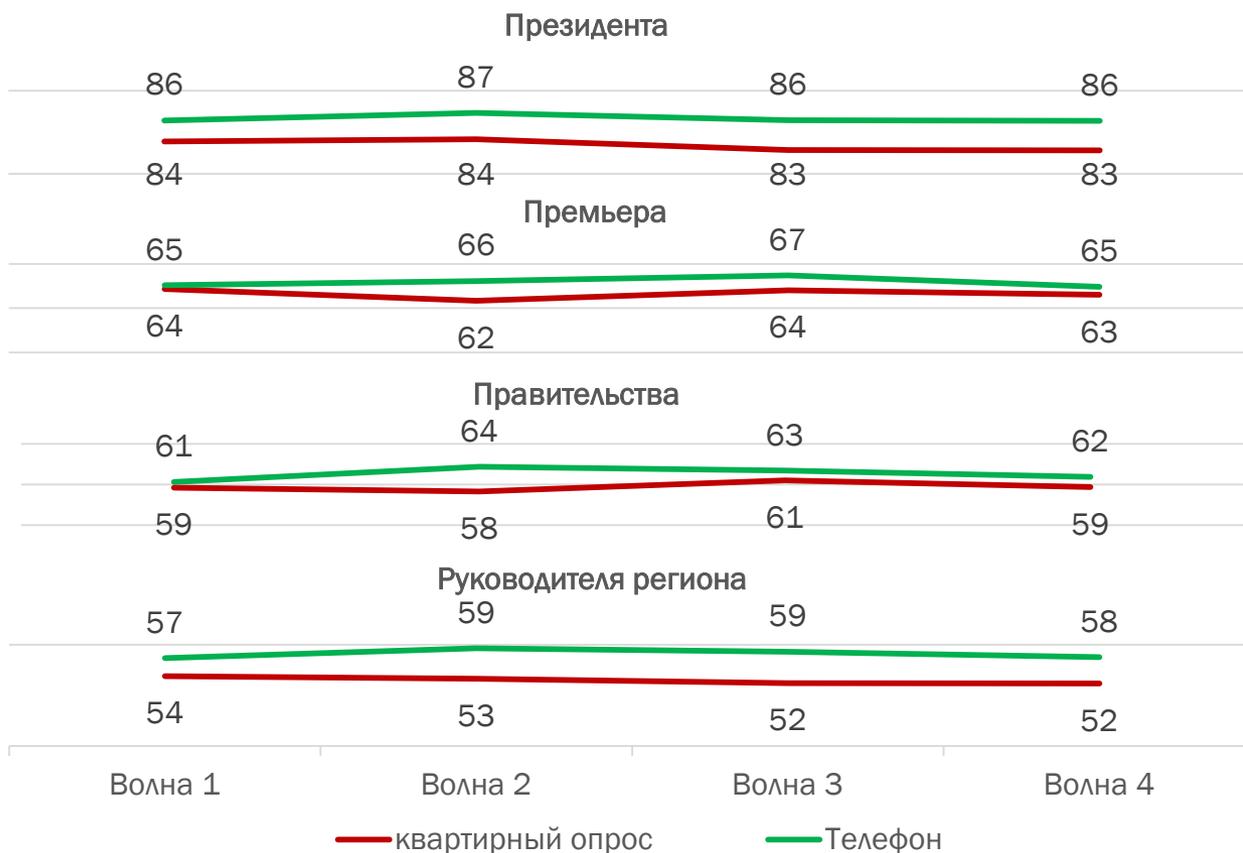


Рис. 21. Пересечение основ выборок различных типов исследований (% от числа опрошенных)



# Политические показатели - 1

Рис. 22-25 Уровень одобрения работы органов власти  
(в % от числа опрошенных, доля ответивших «ОДОБРЯЮ»)



- Данные квартирного и телефонного опросов близки и имеют однонаправленную динамику.
- Показатели телефонного опроса устойчивы

## Политические показатели - 2

Рис. 26-29. Индекс легитимности (%)

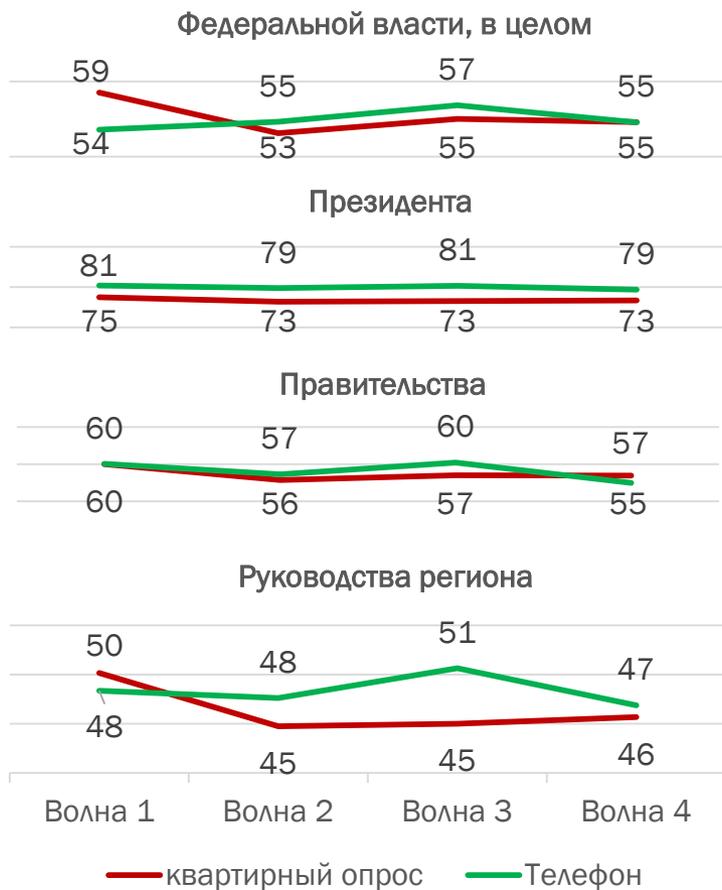


Рис. 30-34. Уровень доверия (в % от числа респондентов, приведено к 100%)

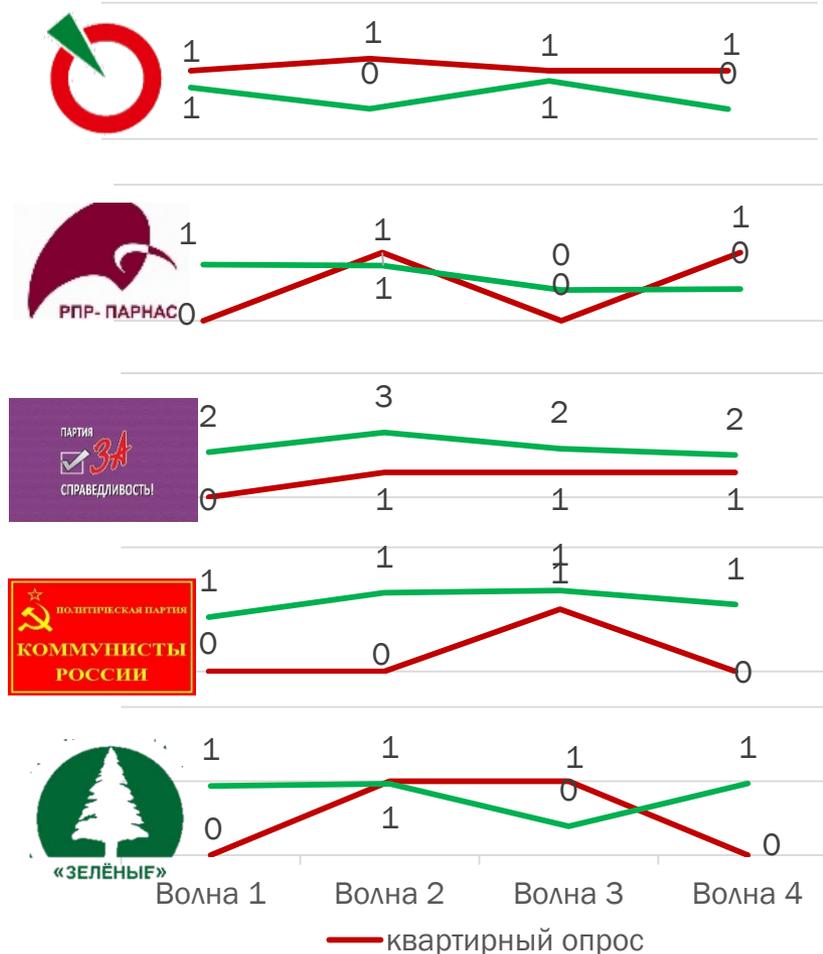


# Политические показатели - 3

Рис. 35-38. Электоральная поддержка партий (в % от числа опрошенных)



Рис. 39-43. Электоральная поддержка партий (в % от числа опрошенных)



# Повышает ли использование телефона искренность ответов?

Рис. 44. Уровень искренности

(% от числа опрошенных, доля ответивших «Готов говорить открыто»)



Рис. 45. Приемлемость отклоняющегося поведения

(% от числа опрошенных, считающих действие допустимым)



- Присвоение денег
- Безбилетный проезд
- Курение в неполож. местах
- Уклонение от армии
- Сопротивление полиции
- Деловая необязательность
- Измена
- Аборт
- Гомосексуализм
- Наркотики
- Алкоголизм
- Нецензурная брань
- Религиозная нетерпимость
- Национальная нетерпимость
- Взятничество
- Неуплата налогов

- Участники квартирного опроса чаще декларируют готовность отвечать искренне
- Однако одобряют отклоняющееся поведение чаще участники телефонного опроса

# Особенности готовых говорить открыто о политике: телефон, волна 4

Рис. 46. Политические установки  
(% от числа опрошенных)

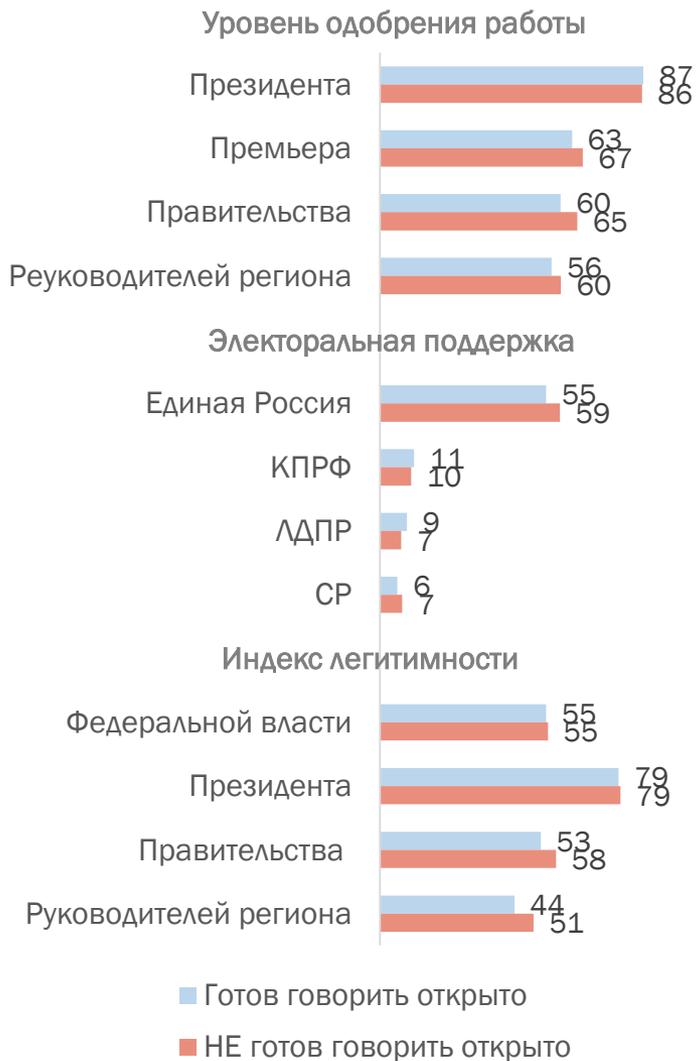
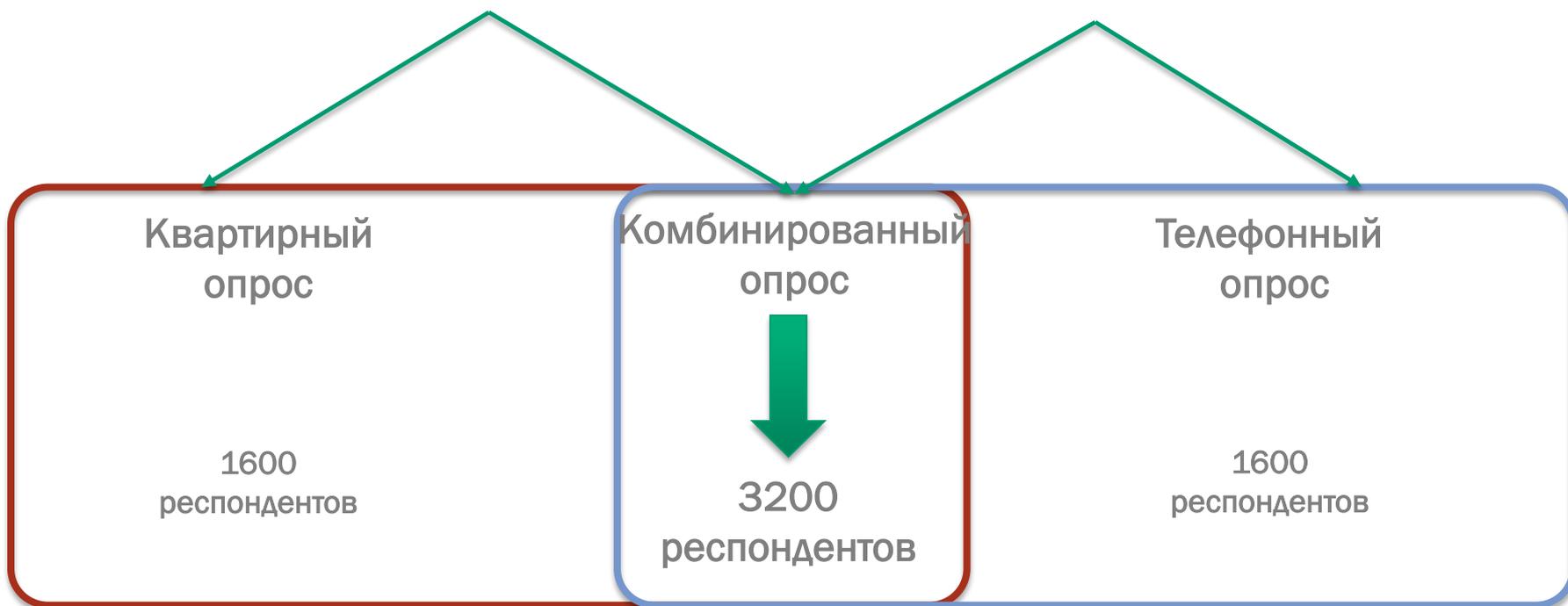


Рис. 47. Социальная активность  
(% от числа опрошенных)



Рис. 48. Модель комбинирования опросов



## Результаты:

1. Повышение точности данных
2. Снижение волатильности под воздействием случайных факторов



Рис. 49. Уровень электоральной поддержки  
(% от числа опрошенных)

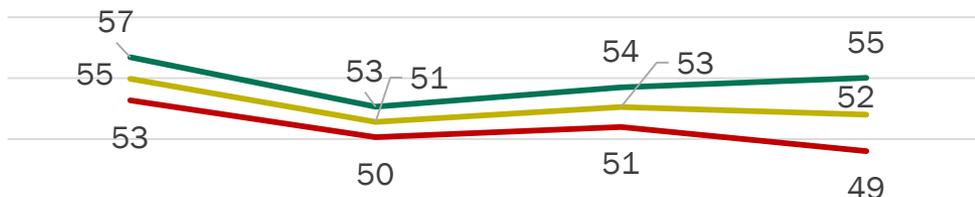
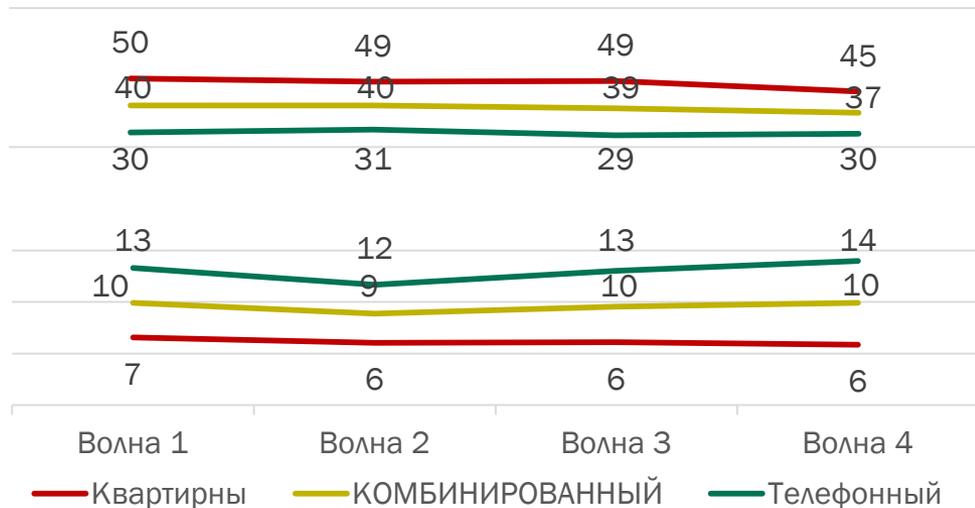


Рис. 50-51. Уровень доверия  
(% от числа опрошенных)



- Использование комбинированных данных существенно не меняет рассматриваемых показателей
- Комбинированные данные демонстрируют большую устойчивость в сравнении с данными каждого вида опроса в отдельности

# Оценка качества комбинированных данных

Таб. 5. Показатели качества данных различных типов опросов  
(% от числа опрошенных)

СКО	Кварт.	Тел-Исх	Тел-СД	Кв+Т-Исх	Кв+Т-СД
ВВП	2,06	2,08	2,74	1,84	2,03
ДАМ	0,77	2,20	2,05	1,27	1,18
ЕР	2,49	2,36	2,05	2,34	2,20
КПРФ	1,10	0,81	0,76	0,89	0,91
ЛДПР	0,89	0,99	1,06	0,75	0,81
В среднем	1,46	1,69	1,73	1,42	1,43
Диапазон	Кварт.	Тел-Исх	Тел-СД	Кв+Т-Исх	Кв+Т-СД
ВВП	2,39	2,07	3,05	1,79	2,24
ДАМ	0,71	2,09	2,07	1,16	1,18
ЕР	5,01	3,10	4,23	4,05	4,62
КПРФ	1,14	0,79	0,92	0,91	1,03
ЛДПР	1,71	1,61	1,36	1,66	1,53
В среднем	2,19	1,93	2,33	1,92	2,12
Сигнал/шум	Кварт.	Тел-Исх	Тел-СД	Кв+Т-Исх	Кв+Т-СД
ВВП	1,16	0,99	1,12	0,97	1,10
ДАМ	0,92	0,95	1,01	0,92	1,00
ЕР	2,01	1,31	2,07	1,73	2,10
КПРФ	1,04	0,99	1,22	1,02	1,14
ЛДПР	1,91	1,63	1,28	2,21	1,89
В среднем	1,41	1,17	1,34	1,37	1,45

Качество измерения оценивается как соотношения «сигнала» (диапазона изменений переменной, отражающего её чувствительность) и «шума» (среднего модуля отклонений результата каждого последующего измерения от предыдущего).

Чем больше показатель «С/Ш» - тем более чувствительна переменная при заданном уровне случайных отклонений, тем лучше она «видит» фактические изменения измеряемого параметра сквозь «шум» посторонних возмущений.

В «некомбинированном» виде КО имеет наилучшее значение «С/Ш» (1,41), а исходный ТО - наихудший (1,17). Однако комбинирование КО и ТО (взвешенного по соц.-дем. характеристика) приводит к выраженному улучшению результата КО (1,45), демонстрируя явный синергетический эффект.

1. Использование смешанного дизайна опросов позволяет расширить основу выборки исследования, что ведет к повышению его репрезентативности и, как следствие, надёжности получаемых данных.
2. Включение в комбинированный опрос случайного телефонного опроса позволяет расширить основу выборки исследования за счет респондентов, недостижимых или труднодостижимых для квартирного опроса. Факторами, обуславливающими труднодостижимость выступают: особенности места проживания (частный дом, дом с консьержем), отсутствие дома во время проведения опроса ввиду рабочей или иной социальной активности, неготовности участвовать в опросе в момент первого обращения и др.
3. Комбинирование методов позволяет повысить показатели устойчивости ответов: показатель сигнал/шум, определяющий величину случайных колебаний опросных показателей, при использовании комбинированного дизайна исследований лучше показателей обоих типов опросов, взятых по отдельности.



**ФОНД СОДЕЙСТВИЯ ИЗУЧЕНИЮ  
ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ «ВЦИОМ»**

---

119072, МОСКВА, БОЛОТНАЯ НАБЕРЕЖНАЯ, ДОМ 7, СТРОЕНИЕ 1  
ТЕЛЕФОН/ФАКС: (495) 748-08-07; САЙТ: [WWW.VCIOM.RU](http://WWW.VCIOM.RU)