



**МЕТОДИЧЕСКИЙ ЭКСПЕРИМЕНТ ПО
ПРОВЕДЕНИЮ ОПРОСА СМЕШАННОГО ТИПА
(МИКС-ОПРОС)
В РАМКАХ ПРОЕКТА
«ОТКРЫТОЕ МНЕНИЕ - КАЛИНИНГРАД-2015»**

Задорин И.В.
29 сентября 2015
г.



- Суть методического эксперимента (из меморандума по итогам совещания рабочей группы 4.08.2015)
 1. Опыт анализа «московского казуса» 2013 года (см. доклад - http://openopinion.ru/content_res/articles/Itogoviy%20doklad%20ver%202.0.doc) показал, что разные типы электоральных опросов (опрос ftf на дому, опрос ftf на улице, опрос по телефону) дают различающиеся результаты по профильным электоральным параметрам. Причем эти различия не устраняются при «выравнивании» выборок разных опросов по социально-демографическим («паспортным») параметрам. По итогам анализа были сформулированы два основных фактора различий: 1) опросы разного типа фактически измеряют разные генеральные совокупности, поскольку при каждом из типов проявляется своя особая недостижимость, 2) опросы разного типа имеют разный тип (разную причину) отказов от участия, связанную с коммуникационными характеристиками респондента и самого характера коммуникации с интервьюером (отказник ftf опроса может согласиться на телефонный и наоборот).
 2. Исходя из вышесказанного была сформулирована гипотеза, что опрос населения типа «микс», сочетающий в себе разные типы опроса (т.е. разный тип формирования выборочной совокупности и разный способ коммуникации) может нивелировать смещения разных типов опроса и в этом смысле быть более репрезентативным. Поэтому для минимизации влияния вышеуказанных факторов смещения выборок, следует проводить три разных подопроса как независимые с одинаковым объемом выборки и построенные как репрезентативные, а затем объединять их в единый массив (возможно с разным весом).
 3. Коммуникационный фактор предложено минимизировать за счет вставки в анкету опроса нескольких тестовых сензитивных вопросов, позволяющих оценить коммуникационные характеристики респондента. Поскольку пока нет рабочих гипотез относительно того, с какими весами необходимо включать в общий массив подмассивы разных опросов, то предлагается осуществить перезвешивание респондентов по коммуникационным параметрам три раза, беря за эталон поочередно массивы разных типов. Итоговый результат будет диапазон значений профильных параметров, полученный при разных вариантах объединения исходных подмассивов.

Исходные (невзвешенные) результаты опроса



	Все	Кварт	Уличн	Телеф	Разброс между метод.
ПРИМЕТЕ ЛИ ВЫ УЧАСТИЕ В ВЫБОРАХ ГУБЕРНАТОРА КАЛИНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ 13 СЕНТЯБРЯ?	Процент	Процент	Процент	Процент	
СОВЕРШЕННО ТОЧНО ПРИМУ УЧАСТИЕ	52,2	47,8	49,2	59,4	11,6 п.п.
СКОРЕЕ ВСЕГО, ПРИМУ УЧАСТИЕ	22,5	22,4	22,4	22,7	
СКОРЕЕ ВСЕГО, НЕ ПРИМУ УЧАСТИЕ	5,7	6,3	6,1	4,7	
СОВЕРШЕННО ТОЧНО НЕ СТАНУ ПРИНИМАТЬ УЧАСТИЕ	15,5	19,7	17,5	9,4	
ОТКАЗ ОТ ОТВЕТА	0,5	1,0	,2	,2	
ЗАТРУДНИЛИСЬ ОТВЕТИТЬ	3,7	2,8	4,7	3,7	
Итого	100,0	100,0	100,0	100,0	
ЗА КОГО ИЗ ПРЕДСТАВЛЕННЫХ В БЮЛЛЕТЕНЕ КАНДИДАТОВ ВЫ НАМЕРЕНЫ ПРОГОЛОСОВАТЬ?	Процент	Процент	Процент	Процент	
ВУКОЛОВ	1,1	,6	1,2	1,6	
РЕВИН	3,1	2,6	3,7	3,1	
СТАРОВОЙТОВ	2,5	2,2	2,7	2,5	
ФЕДОРОВ	2,4	1,8	2,4	2,9	
ЦУКАНОВ	45,9	41,7	45,9	50,2	8,5 п.п.
ИСПОРЧУ БЮЛЛЕТЕНЬ	1,1	1,0	1,2	1,2	
НЕ ПОЙДУ НА ВЫБОРЫ	1,1	2,0	1,4		
ЗАТРУДНИЛИСЬ ОТВЕТИТЬ	27,3	28,5	24,1	29,1	
Итого	84,5	80,3	82,5	90,6	
Системные пропущенные	15,5	19,7	17,5	9,4	
	100,0	100,0	100,0	100,0	

После выравнивания подмассивов по полу-возрасту разброс значений основных параметров несколько уменьшился: по явке до **10,0 п.п., а по предпочтения Цуканова до **8,1 п.п.****

Коммуникационные характеристики



В проекте «ОМ-Калининград» коммуникационные свойства респондента определялись через отношение к опросам общественного мнения

	Все	Кварт	Уличн	Телеф
ИНТЕРЕСУЕТЕСЬ ЛИ ВЫ (ЧИТАЕТЕ, СЛУШАЕТЕ) РЕЗУЛЬТАТАМИ ОПРОСОВ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ?				
ДА, ПОСТОЯННО	15,6	13,8	16,7	16,4
ДА, ВРЕМЯ ОТ ВРЕМЕНИ	43,7	36,2	37,8	56,8
НЕТ, МЕНЯ ЭТО НЕ ИНТЕРЕСУЕТ	36,7	45,9	40,4	24,0
ЗАТРУДНИЛИСЬ ОТВЕТИТЬ	4,0	4,1	5,1	2,7
КАК ВЫ ДУМАЕТЕ, ОПРОСЫ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ, КОТОРЫЕ ПУБЛИКУЮТСЯ В СМИ, ОТРАЖАЮТ РЕАЛЬНЫЕ НАСТРОЕНИЯ ЛЮДЕЙ?				
ОТРАЖАЮТ	50,3	50,0	48,2	52,5
НЕ ОТРАЖАЮТ	30,9	29,3	31,6	31,8
ЗАТРУДНИЛИСЬ ОТВЕТИТЬ	18,8	20,7	20,2	15,6
КАК ВЫ СЧИТАЕТЕ, МОГУТ ЛИ РЕЗУЛЬТАТЫ ОПРОСОВ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ ПОВЛИЯТЬ НА ДЕЙСТВИЯ РУКОВОДСТВА ОБЛАСТИ (ГОРОДА, РАЙОНА)?				
БЕЗУСЛОВНО, ДА	10,1	8,3	10,6	11,3
СКОРЕЕ, ДА	32,1	30,3	28,0	37,9
СКОРЕЕ, НЕТ	32,0	32,1	34,1	29,7
СОВЕРШЕННО ТОЧНО, НЕТ	15,4	13,6	17,6	14,8
ЗАТРУДНИЛИСЬ ОТВЕТИТЬ	10,5	15,7	9,6	6,3
ПРИХОДИЛОСЬ ЛИ ВАМ КОГДА-ЛИБО ПРЕЖДЕ УЧАСТВОВАТЬ В ОПРОСАХ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ ПО ТЕМАТИКЕ, ПОДОБНОЙ ЭТОМУ ОПРОСУ? И ЕСЛИ ДА, ТО ГДЕ, КАК ПРОХОДИЛ ОПРОС, В КОТОРОМ ВЫ УЧАСТВОВАЛИ?				
ДОМА, ИНТЕРВЬЮЕР ПРИХОДИЛ ДОМОЙ	16,8%	22,6%	16,5%	11,3%
НА УЛИЦЕ	19,0%	13,8%	30,4%	12,7%
ПО ТЕЛЕФОНУ	8,6%	4,9%	7,3%	13,5%
В ИНТЕРНЕТЕ	2,7%	1,8%	3,3%	3,1%
В МАГАЗИНЕ, ТОРГОВО-РАЗВЛЕКАТЕЛЬНОМ ЦЕНТРЕ	2,4%	1,8%	3,1%	2,1%
ДРУГОЕ	1,8%	0,0%	1,8%	3,5%
ПРЕЖДЕ МНЕ НЕ ПРИХОДИЛОСЬ УЧАСТВОВАТЬ В ПОДОБНОМ ОПРОСЕ	58,2%	60,4%	49,6%	64,5%
ЗАТРУДНИЛИСЬ ОТВЕТИТЬ	2,5%	3,5%	2,7%	1,4%
Всего	111,9%	108,9%	114,7%	112,1%

Наибольшие различия между методами

Перевзвешивание подмассивов по коммуникационным характеристикам



	Все	Кварт	Уличн	Телеф	Разброс
ПЕРЕВЗВЕШИВАНИЕ ПО КВАРТИРНИКУ					
ПРИМЕТЕ ЛИ ВЫ УЧАСТИЕ В ВЫБОРАХ ГУБЕРНАТОРА КАЛИНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ 13 СЕНТЯБРЯ?					
СОВЕРШЕННО ТОЧНО ПРИМУ УЧАСТИЕ	50,2	48,0	48,5	54,0	6,0
ЗА КОГО ИЗ ПРЕДСТАВЛЕННЫХ В БЮЛЛЕТЕНЕ КАНДИДАТОВ ВЫ НАМЕРЕНЫ ПРОГОЛОСОВАТЬ?					
ЦУКАНОВ	45,1	42,1	45,3	48,0	5,9
ПЕРЕВЗВЕШИВАНИЕ ПО УЛИЧНИКУ					
ПРИМЕТЕ ЛИ ВЫ УЧАСТИЕ В ВЫБОРАХ ГУБЕРНАТОРА КАЛИНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ 13 СЕНТЯБРЯ?					
СОВЕРШЕННО ТОЧНО ПРИМУ УЧАСТИЕ	51,4	49,1	49,5	55,4	6,3
ЗА КОГО ИЗ ПРЕДСТАВЛЕННЫХ В БЮЛЛЕТЕНЕ КАНДИДАТОВ ВЫ НАМЕРЕНЫ ПРОГОЛОСОВАТЬ?					
ЦУКАНОВ	45,7	42,8	46,1	48,2	5,4
ПЕРЕВЗВЕШИВАНИЕ ПО ТЕЛЕФОННИКУ					
ПРИМЕТЕ ЛИ ВЫ УЧАСТИЕ В ВЫБОРАХ ГУБЕРНАТОРА КАЛИНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ 13 СЕНТЯБРЯ?					
СОВЕРШЕННО ТОЧНО ПРИМУ УЧАСТИЕ	53,1	49,7	51,7	58,0	8,3
ЗА КОГО ИЗ ПРЕДСТАВЛЕННЫХ В БЮЛЛЕТЕНЕ КАНДИДАТОВ ВЫ НАМЕРЕНЫ ПРОГОЛОСОВАТЬ?					
ЦУКАНОВ	47,5	44,4	47,8	50,2	5,8

Выравнивание (перевзвешивание) подмассивов даже по одному из вопросов об отношении к опросам общественного мнения («ИНТЕРЕСУЕТЕСЬ ЛИ ВЫ (ЧИТАЕТЕ, СЛУШАЕТЕ) РЕЗУЛЬТАТАМИ ОПРОСОВ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ?») во всех трех случаях дает значимое сокращение разброса по профильным параметрам.

Перспективы продолжения методического эксперимента



Методический эксперимент по проведению смешанного опроса, на наш взгляд, подтвердил различия коммуникационных характеристик респондентов в подвыборках, сформированных разными методами. Выравнивание по этим коммуникационным характеристикам отдельных подмассивов сокращает различия профильных (измеряемых) параметров. Дальнейшее развитие подхода должно быть связано со следующими направлениями:

1. Поиск новых сензитивных анкетных вопросов, позволяющих выявлять различия коммуникационных свойств респондентов разных методных подвыборок. Формирование стандартизованного коммуникационного паспорта респондента.
2. Поиск обоснованных весовых коэффициентов склеивания разных методных подмассивов (подвыборок) в единый репрезентативный массив респондентов.

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

Информация о проекте: www.openopinion.ru и www.sociologos.ru