

Shaken not stirred: комбинируем методы для повышения точности

В разговорах о качестве данных исследований общим местом становится тема достижимости.

Отдалённые районы, кодовые замки и консьержки, работающие люди – много разных факторов значительно сокращают наши возможности для личных интервью. Зато почти у каждого россиянина есть мобильный телефон (в среднем – даже полтора) и интернет-популяция всё прибывает – она охватывает уже полстраны, три четверти жителей крупных городов и всю молодёжь. Логично использовать новые технические возможности, чтобы расширить основу выборки и включить в неё тех самых экономически активных и технически продвинутых людей, которых бывает так трудно застать дома и убедить потратить полчаса на разговор с интервьюером.

Эта очевидная тема сразу же порождает большое количество трудностей методического свойства: как составить выборки, как учесть эффект коммуникации, как объединить данные... Возможно, поэтому международный опыт комбинированных исследований пока весьма скуден. Тем не менее, поиски наилучших методов опросов, которые дадут возможность максимально полно охватить все группы населения и снизить издержки, побуждают исследовать разные варианты. Приглашаем коллег поделиться опытом комбинирования опросных технологий.

Программные директора секции: Баскакова Юлия Михайловна, руководитель проектов ВЦИОМ, Османов Тимур Энварович, руководитель группы телефонных опросов ФОМ.

Вопросы, предлагаемые к обсуждению:

- Что даёт комбинирование опросных методов – повышение надёжности данных или «коктейль шампанского со скипидаром»? Насколько хорош квартирник, если он ничем не дополнен?
- Ингредиенты комби-опросов: какие методы выглядят перспективными? Как их можно комбинировать?
- Какие выборки стоит использовать при комбинировании методов опроса?
- Как учесть эффекты коммуникации?

Выступающие:

- **Кутляев Асхат Хасянович**, директор центра инноваций и развития Института маркетинговых исследований «ГФК-Русь» - «МЕЖДУНАРОДНЫЙ ОПЫТ ПРОВЕДЕНИЯ КОМБИНИРОВАННЫХ ОПРОСОВ»
- **Пикулева Марина Вячеславовна**, ведущий медиа-аналитик компании TNS, «ПРОВЕДЕНИЕ КОМБИНИРОВАННЫХ ОПРОСОВ – ОПЫТ TNS»
- **Баскакова Юлия Михайловна**, к.п.н., руководитель проектов ВЦИОМ, с.н.с. ИС РАН, доцент Финансового университета «ОПЫТ КОМБИНИРОВАНИЯ МЕТОДОВ ТЕЛЕФОННОГО И FACE-TO-FACE ИНТЕРВЬЮ В ОПРОСАХ ОБЩЕСТВЕННО-ПОЛИТИЧЕСКОЙ ТЕМАТИКИ»
- **Задорин Игорь Вениаминович**, руководитель компании «Циркон» - «РАЗЛИЧИЯ В КОММУНИКАЦИОННЫХ ХАРАКТЕРИСТИКАХ РЕСПОНДЕНТОВ КАК ОСНОВАНИЕ КОМБИНИРОВАНИЯ МЕТОДОВ ОПРОСА (ОПЫТ ОДНОГО ЭКСПЕРИМЕНТА)»
- **Османов Тимур Энварович**, руководитель группы телефонных опросов ФОМ, "ПОДБОР ОПТИМАЛЬНОГО СООТНОШЕНИЯ МОБИЛЬНЫХ И СТАЦИОНАРНЫХ НОМЕРОВ В ДВУХОСНОВНЫХ ВЫБОРКАХ ТЕЛЕФОННЫХ ОПРОСОВ"
- **Звоновский Владимир Борисович**, д.с.н., директор компании «Фонд социальных исследований» (Самара) – «ВОЗМОЖНОСТИ ПОВЫШЕНИЯ ДОСТИЖИМОСТИ В РАЗЛИЧНЫХ ВИДАХ ОПРОСОВ»
- **Озерова Мария Викторовна**, к.с.н., ведущий специалист отдела координации работ ООО «инФОМ», ст преподаватель кафедры социологии ОмГУ им.Ф.М. Достоевского «КОМБИНИРОВАНИЕ ОПРОСНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ЛОНГИТУДНОМ ИССЛЕДОВАНИИ КАК УСЛОВИЕ ДОСТИЖИМОСТИ РЕСПОНДЕНТОВ: МЕТОДИЧЕСКИЙ ОПЫТ ФОМа»

Регламент: выступления по 10-15 минут, вопросы к выступающим - 5 минут, после выступлений – свободная дискуссия.